

ბიზნესი ♦ მენეჯმენტი ♦ მარკეტინგი ♦ ტურიზმი
BUSINESS ♦ MANAGEMENT ♦ MARKETING ♦ TOURISM

**საქართველოში ტურიზმის ზეგავლენა ქვეყნის დარგობრივ
ეკონომიკაზე
(კვებისა და სასმელების ინდუსტრიის მაგალითზე)**

იოსებ ხელაშვილი

პროფესორი

ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის

სახელმწიფო უნივერსიტეტის

ioseb.khelashvili@tsu.ge

კვლევა ეძღვნება საქართველოში საერთაშორისო ტურიზმის ინდუსტრიის კვებისა და სასმელების დარგზე ზეგავლენის თავისებულებების დადგენას მისი ჩაციონალიზაციის გზების გამოვლენის მიზნით. ჩვენი ვაჩაუდით, ამ მიმართულებით ქვეყანაში ახსებობს სხუდყოფის მნიშვნელოვანი ხეზეხეები.

მოცემული კვლევის მიზნებისათვის გამოვიყენეთ ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემები უცხოელი ვიზიტორების დანახაჯებზე. მიღებულ კლასიფიკაციაში ცადკე გამოიყოფა დანახაჯები „საკვებ და სასმელ პოლექტებზე“ და „განთავსების საშუალებებზე“. ამასთან, ყუ-ჩადლების მიღმა ჩჩება, განთავსების საშუალებების მიეჩ მიღებულ შემოსავლების გაჩკვეული ჩაოღენობის გადანაწილება იგივე სასმელი და საკვები პოლექტების შეძენაზე. ჩვენს მიეჩ გამოყენებულმა მოღიფიცეებულმა მიღგომამ შესადღებელი გახადა ამ დანახაჯების დაზუსტება მჩავადი ათეული მიღიონი ღოდაჩით. შემღგომ ეტაპზე ჩაგაჩდა მიღებუღი შეღეგების შეღაჩებითი ანადიზი საკვები და სასმელი პოლექტების აღღიღე წაჩმოების და მათი საგაჩეო ვაჭჩობის მაჩვენებღებთან.

ჩაგაჩებულმა კვლევამ გამოავღინდა ზეგავღენის მოსადოღნელი შეღეგის სამი ძიჩითადი მიმაჩთუღება: საექსპოჩტო პოტენციაღის მაგა-ჩებელი დაჩგების შემღგომი განვითაჩების სტიმუღიჩება; ექსპოჩტის პოტენციაღს მოკღებუღი, მაგჩამ აღღიღობჩივ ბაზაჩზე მოთხავნადი პოლექტების განვითაჩების სტიმუღიჩება; იმპოჩტზე დამოკიღებუღების სტიმუღიჩება პოლექტების იმ კატეგოჩიებთან დაკავშიჩებით, ჩომღებეღ ქვეყანაში აჩ იწაჩმოება.

ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკაზე ახაეხთგვახოვანი ზეგავდინის გათვადისწინებით, ზოგად დასკვნას წაჰმოადგენს მისი ჰაციონალური განვითაჰების მიზანშეწონილობა პეხსპექტიუდი დაჰგების სტიმულიზებისათვის და აჰა ამ დაჰგის განვითაჰების შეზღუდვა.

საკვანძო სიგყვები: ტურიზმი, დანახაჰები, ზეგავდენა ეკონომიკაზე, საკვები და სასმედი ინდუსტრია, დაჰგობივი ეკონომიკა

JEL Codes: L66, L80, L83

შესავალი

ტურიზმის ინდუსტრიის ზეგავლენა ეკონომიკაზე გამოირჩევა ფართო და არაერთმნიშვნელოვანი თავისებურებით. მათ შორისაა ზეგავლენის ვრცელი დარგობრივი სპექტრი, რაც განპირობებულია, ტურისტების მოთხოვნების მრავალფეროვნებით; ცნობილი მულტიპლიკაციური ეფექტი, რაც გულისხმობს პირდაპირ, არაპირდაპირ და ინდუცირებულ (ე.წ. „ჩართულობით“) ზეგავლენას ტურიზმის მომმარაგებელ და მომსახურე დარგებზე; ტურისტთა მაღალი გადახდისუნარიანობა ადგილობრივ მოსახლეობასთან შედარებით და სხვა. ამასთან, ტურიზმისათვის დამახასიათებელია კრიზისების და გარემოს ცვლილებების მიმართ მაღალი მგრძნობიარობა; ბიზნესის წარმოების „დაბალ“ საფეხურებზე ნაკლებად კვალიფიციური კადრების ფართო ჩართულობა; დესტინაციებში ტურისტული სეგმენტების ხარჯვის პერიოდის შეზღუდულობა ადგილობრივი მოსახლეობის ხანგრძლივ და სისტემურ ხარჯებთან შედარებით. ზეგავლენის აღნიშნული თავისებურებები განაპირობებს ტურიზმის განვითარების არაერთმნიშვნელოვანი შედეგების შესწავლის აქტუალობას, როგორც ეკონომიკის ნორმალური განვითარების, ისე რეცესიებისა და კრიზისების ვითარებებში.

ტურიზმის ინდუსტრიას საქართველოში გააჩნია მნიშვნელოვანი ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული, სოციალური და სხვა რესურსები. ამან განაპირობა მისი პრიორიტეტული განვითარება მთელ რიგ სხვა დარგებთან შედარებით, რომლებსაც ასევე გააჩნიათ განვითარების პოტენციალი, მაგრამ სხვადასხვა მიზეზის გამო არ არის სათანადოდ ათვისებული. კვლევის მიზნებისათვის, გამოვყოფთ ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების შემდეგ მახასიათებლებს და შესაძლებლობებს:

ა) საქართველოს ტურისტული პოტენციალი იძენს განსაკუთრებულ მნიშვნელობას და კონკურენტუნარიანობას არსებული ნაკლებად დივერსიფიცირებული ეკონომიკის პირობებში;

ბ) უცხოური ტურიზმის „ქვედარგი“ ქვეყანაში ქმნის ე.წ. „უხილავი ექსპორტის“ შესაძლებლობებს, რაც ტრადიციულ ექსპორტზე უფრო მომგებიანია, რადგან ტურისტებზე პროდუქცია იყიდება უფრო მაღალ საცალო ფასებში, ვიდრე ტრადიციული ექსპორტის საბითუმო ვაჭრობაში (რასაც ემატება შორეული სატრანსპორტო დანახარჯებიც). აქვე შევნიშნავთ, რომ „უხილავი ექსპორტის“ ბაზარს ახასიათებს ნაკლოვანებაც, რაც მდგომარე-

ობს მის რაოდენობრივ შეზღუდვაში, ტრადიციულ საბითუმო ვაჭრობისათან შედარებით;

გ) შექმნილ ეკონომიკურ პირობებში ტურიზმის ბიზნესი წარმოადგენს შემოსავლების მიღების უმნიშვნელოვანეს საშუალებას როგორც მოსახლეობისთვის, ისე სახელმწიფოსთვის. შესაძლებელია ასევე ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გადანაწილება ქვეყნისათვის სასურველი მიმართულებების სტიმულირებაზე, შესაბამისი საინვესტიციო ინსტიტუტების ამოქმედების და ეკონომიკური პოლიტიკის განხორციელების მეშვეობით.

დ) ტურიზმის ინდუსტრია, თავისი ფართო ეკონომიკური კავშირების გამო, მყისიერად რეაგირებს მასთან დაკავშირებული დარგების და/ან ზოგადად ეკონომიკური ვითარების ცვლილებებზე, როგორც დადებითი ისე უარყოფითი შედეგებით.

ამრიგად, აქტუალურ საკითხად მიგვაჩნია ტურიზმის ინდუსტრიის შესაძლებლობების გამოყენება ქვეყნის ეკონომიკის სტიმულირების მიმართულებით და არა ამ დარგის განვითარების შეზღუდვა.

ჩვენი კვლევის კონკრეტულ მიზანს წარმოადგენს საქართველოში საერთაშორისო ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების კვებისა და სასმელების დარგზე ზეგავლენის მოსალოდნელი შედეგების გამოვლენა. აღნიშნული მიზანი მოიაზრება ტურიზმთან სხვა დაკავშირებულ დარგებზე ზეგავლენის შესწავლის თემატიკის შემადგენელ კომპონენტად.

შევნიშნავთ, რომ კვლევა, ამ ეტაპზე, ითვალისწინებს ზეგავლენის მთავარი მიმართულებების გამოვლენას და არა კონკრეტული ბიზნესწინადადებების და გეგმების შემუშავებას. ამიტომ, ფაქტიურ სტატისტიკურ მონაცემებთან ერთად გამოყენებულია განივრული დაშვებები და ექსპერტთა მოსაზრებები. ჩვენი აზრით, მიღებული შედეგები შეიძლება გამოყენებული იქნას შემდგომი კონკრეტული კვლევების სერიის განხორციელებისთვის.

ტურიზმის ეკონომიკაზე ზეგავლენის მეთოდოლოგია და სტანდარტების მიმოხილვა

ტურიზმის ეკონომიკაზე ზეგავლენის პროცესები დიდი ხანია იჭყრობს მკვლევარების ყურადღებას (Archer 1973, Frechtling 1994, Stynes 1996, Schuber 2011), გარკვეული სტანდარტები დაინერგა სტატისტიკურ აღრიცხვიანობაშიც რამოდენიმე ქვეყანაში (Impact of travel on state economies 1997). ყველაზე გავრცელებული სტანდარტია ე.წ. სატელიტური ანგარიში, რომელიც მოქმედებს მთელ რიგ ქვეყანებში გაეროს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მიერ დადგენილი მეთოდოლოგიის თანახმად (Tourism Satellite Account 2008). იგი აღრიცხავს ტურიზმისა და მასთან დაკავშირებული 10-ზე მეტი დარგის შემოსავალს. ამით უფრო ზუსტად ფასდება ტუ-

რიზმის როლი ქვეყნის ეკონომიკაში. ეს მეთოდი დანერგვის პროცესშია საქართველოშიც.

უფრო სიღრმისეული ანალიზისთვის გამოიყენება ე.წ. ლეონტიევის „მიღება-გამოშვების მოდელი“, რომლის მეშვეობით გამოითვლება ეკონომიკაში შემოსული თანხების ზეგავლენა ქვეყნის დამატებით ღირებულების შექმნაზე და საიმპორტო დანახარჯებზე (Leontief 1970, Archer 1982, Brucker 1987, Regional multipliers 1992, Tadayuki Hara 2008). ამ მეთოდის გამოყენება მოითხოვს დარგთაშორისი კავშირების მეტად ვრცელ, ზუსტ და დეტალურ ანალიზს, რაც ზღუდავს მისი ფართო გამოყენების შესაძლებლობებს.

პოპულარობა მოიპოვა „მსოფლიოს მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭოს“ პერიოდულმა პუბლიკაციებმა, რომელიც ეხება ტურიზმის ინდუსტრიის ზეგავლენას ქვეყნის მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებზე, კერძოდ მთლიან სამამულო პროდუქტზე, საგარეო ვაჭრობაზე, დასაქმებაზე და უცხოურ პირდაპირ ინვესტიციებზე (WTTC 2020). ინფორმაცია ასახავს ამ ზეგავლენის ე.წ. „პირდაპირ“, „ირიბ“, და „ინდუციურებულ“ (ანუ ჩართულობით) ეფექტებს. მონაცემები მოიცავს მსოფლიოს პრაქტიკულად ყველა ქვეყანას, მათ შორის საქართველოსაც, ასევე განზოგადებულ მონაცემებს საერთაშორისო რეგიონების და გლობალურ დონეზე.

დღეს განსაკუთრებული მნიშვნელობა შეიძინა ეკონომიკაზე ეგზოგენური, არაეკონომიკური ფაქტორების უარყოფითი ზეგავლენის პრობლემებმა და მისი კრიზისამდე მიყვანის პროცესებმა. ასეთი ზეგავლენა გამოწვეულია კორონავირუსის პანდემიით - COVID-19. „აუცილებელია გავაცნობიეროთ, რომ საქმე გვაქვს არსებითად ახალი ტიპის გლობალურ ეკონომიკურ კრიზისთან და არა კლასიკურთან, იგი არა ენდოგენური, არამედ ეგზოგენური წარმოშობისაა; ეს ნიშნავს, რომ იგი წარმოიქმნა ეკონომიკის ფარგლებს გარეთ და ზემოქმედება მოახდინა მასზე თავისი სწრაფი გავრცელებით.“ (Papava 200*). ამ ზეგავლენამ გააჩინა სრულიად ახალი ტერმინები, როგორიცაა „ეკონომიკური პანდემია“, „კორონომიქსი“ (ტერმინი წარმოიქმნა „კორონასა“ და „ეკონომიქსის“ შეჯერებით) (Riley 2020, Papava 2020) და სხვა. ამ პროცესების შესწავლა და მასზე რეაგირება ჯერ საწყის სტადიაზეა, მათ შორის ტურიზმთან მიმართებაში და შემუშავებული რეკომენდაციები ატარებენ ზოგად და ექსპერიმენტულ ხასიათს (Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism 2020).

აღსანიშნავია კვლევების და, მითუმეტეს, სტანდარტების აშკარა დეფიციტი ტურიზმის დარგობრივ ეკონომიკაზე ზეგავლენასთან დაკავშირებით. ამ მიმართულებით შრომები მეტწილად განხორციელებულია მცირე შიდა ბაზრის მქონე და მარტივი და განვითარებადი ეკონომიკის მაგალითებზე (Bull, 1995, Travel & Tourism as a Driver of Economic Development in

* თარგმანი - ი.ხელაშვილი

Jamaica 2012, Zuruba 2015). კიდევ უფრო იშვიათია ტურიზმის ზეგავლენის კვლევები კონკრეტულად კვებისა და სასმელების წარმოების ინდუსტრიაზე (Egan 2020), თუმცა, ხშირად აღინიშნება, რომ სწორედ ეს დარგი გამოირჩევა ტურიზმთან ყველაზე მჭიდრო ურთიერთკავშირებით.

საქართველოს მიმართ, ცალკე ტურიზმის ეკონომიკურ გარემოზე ზეგავლენის მიმართულებით და ცალკე კვებისა და სასმელების სფეროში ბევრი კვლევაა ჩატარებული (Kharaishvili 2017, Khelashvili 2018, ბრეგაძე 2019). განიხილება აგროტურიზმის ზეგავლენა ადგილობრივ ეკონომიკურ განვითარებაზე (Khelashvili et al. 2019, Kharishvili et al., 2019 და სხვა). ამასთან, ტურიზმის ზეგავლენა კონკრეტულად კვებისა და სასმელების ინდუსტრიაზე რჩება ძირითადად ემპირიული აღქმისა და გაცნობიერების დონეზე.

საერთაშორისო ტურიზმის დანახარჯები საკვებ და სასმელ პროდუქტებზე.

ტურიზმის განვითარების ზეგავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე არსებითად განპირობებულია ვიზიტორების დანახარჯებით. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია წლების განმავლობაში ატარებენ ტურისტებისა და საერთაშორისო ვიზიტორთა დანახარჯების აღრიცხვას, მათ შორის გამოკითხვების მეშვეობით საქსტატი 2019, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. 2019, 4-5). შედეგები, ხშირად წარმოდგენილია ხარჯების 6 მიმართულებით, რომლებიც ფორმულირებულია როგორც: საკვები და სასმელი; განთავსება; საყიდლები; გართობა; ადგილობრივი ტრანსპორტი; სხვა.

მოცემული კვლევის ფარგლებში, ყურადღებას ვამახვილებთ იმ კომპონენტზე, რომელზეც მოდის აღნიშნული დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი. ესაა „საკვები და სასმელი“ პროდუქტები. ამასთან, ჩვენი კვლევისათვის მიზანშეწონილად ჩავთვალეთ აღნიშნული კატეგორიის გარკვეული მოდიფიცირება. ეს ქმდება გამონკვეულია იმ გარემოებით, რომ საკვებ და სასმელ პროდუქტებზე დანახარჯები ხორციელდება როგორც უშუალოდ ტურისტების მიერ, ასევე მათი განთავსების საშუალებების მხრიდანაც. შესაბამისად, საერთაშორისო ვიზიტორების განთავსების საშუალებებზე დანახარჯებს, აკლდება ის წილი, რომელსაც განთავსების საშუალებები ხარჯავენ ისევ საკვები და სასმელი პროდუქტების შესაძენად და ემატება ამ კატეგორიის საერთო დანახარჯებს.

აღნიშნული მოდიფიცირებული მიდგომის შესაბამისი სტატისტიკური აღრიცხვის სტანდარტი ბუნებრივია არ არსებობს. ამიტომ, გამოყენებული იქნა გარკვეული დაშვებები. კერძოდ, მოვიძიეთ საერთაშორისო პრაქტიკაში მიღებული და განზოგადებული მონაცემები, სასტუმროების საფინანსო ანგარიშები (Rushmore 2011, Mandelbaum 2017, William 2018) და გავი-

ზიარეთ ადგილობრივი ექსპერტების მოსაზრებები. შედეგად, პირობით ნიშნულად მივიღეთ საერთაშორისო ვიზიტორთა მიერ განთავსების საშუალებებზე განეული დანახარჯების 10%-იანი კვოტა, რომელიც გადადის საკვებ და სასმელ პროდუქტებზე. ამრიგად, ამ კატეგორიის დანახარჯები წარმოდგენილია ვიზიტორებისა და განთავსების საშუალებების ჯამური მაჩვენებლებით.

ჩატარებულმა გამოთვლებმა გამოავლინეს შემდეგი თავისებურებები (იხ.ნახ.1):

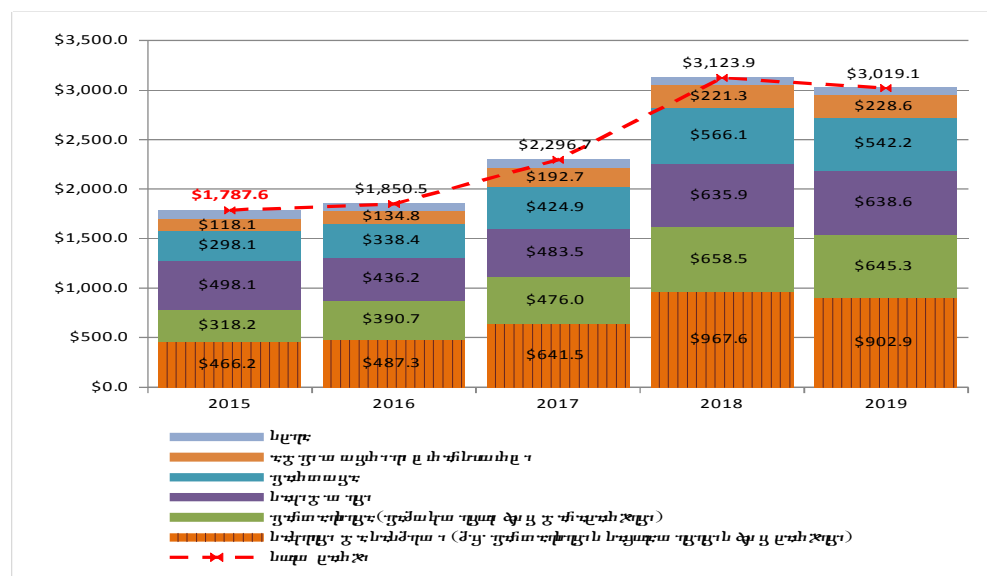
- მეწარმეებისათვის საერთაშორისო ვიზიტორებისაგან პირდაპირ და განთავსების საშუალებების მეშვეობით („არაპირდაპირ“) მიღებულმა შემოსავლებმა საკვებ და სასმელ პროდუქტებზე, 2019 წელს, 900 მილიონ აშშ დოლარს გადააჭარბა.(იხ. ნახ. 1), მათ შორის, გამოყენებულმა მოდიფიცირებულმა გამოთვლებმა გამოავლინა აღნიშნულ კატეგორიაზე „არაპირდაპირი“ დანამატი, რომელიც აღემატება 72 მილიონ აშშ დოლარს;

- საკვებზე და სასმელ პროდუქტებზე პირდაპირი და „არაპირდაპირი“ დანახარჯები წარმოადგენს საერთაშორისო ვიზიტორების მთლიან დანახარჯებში (\$3 019,1) ყველაზე მოცულობით კომპონენტს, რომლის წილი 30%- შეადგენს;

- წლების განმავლობაში (2015-2019) ხარჯების სტრუქტურა პრაქტიკულად არ იცვლება. ეს იძლევა საშუალებას, რომ შემდგომი ანალიზი გაგრძელდეს უახლესი წლის ან წლების მაგალითებზე.

საერთაშორისო ვიზიტორთა მოთხოვნები*, მლნ აშშ დოლ.

ნახაზი 1



წყარო: გამოყენებულია მონაცემები საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის -

საერთაშორისო ვიზიტიზაციის განხორციელებული დანახაჯები 2019, სტატისტიკური მიმოხილვა 2019,) და საქსტაგის ანგარიშები - ხაჯების განაწილება 2019.

საერთაშორისო ტურიზმზე ორიენტირებული საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოების და საგარეო ვაჭრობის ტენდენციები

საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოებას მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია საქართველოს ეკონომიკაში. მისი წილი ქვეყნის მრეწველობაში 17% აღემატება, აქედან საკვებ პროდუქტებზე მოდის 5,9%-, ხოლო სასმელებზე -11,3% (საქსტატი 2019 გვ.150).

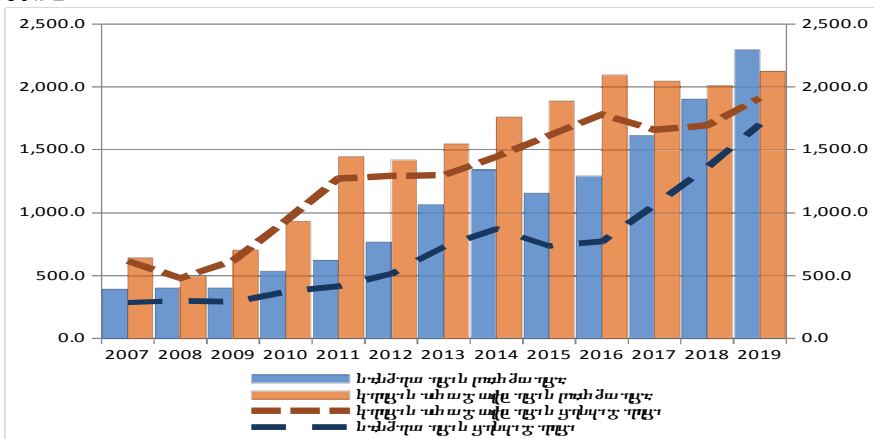
მოცემული კვლევის მიზნებისათვის განვიხილეთ 2007-2019 წლის მონაცემები, რის შედეგად გამოვყავით რამოდენიმე ტენდენცია შემდგომი ანალიზისთვის (საქსტატი 2019) (იხ. ნახ. 2).

პირველი ტენდენცია - წახმობა. აღსანიშნავია საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოების ზოგადად ზრდის ტენდენცია. შევნიშნავთ, რომ ადგილი ჰქონდა წარმოების შემცირებას 2015 წელს და მიმდინარე ეტაპი ხასიათდება ამ ვარდნის აღდგენის პერიოდად. (იხ.ნახ. 2 – „საკვები პროდუქტების წარმოება“ და „სასმელი პროდუქტების წარმოება“).

მეორე ტენდენცია - შესყიდვები და წახმობა. აღნიშნული პროდუქტების ადგილობრივი შესყიდვები იცვლება ამავე პროდუქტების წარმოების პარალელურად (საქსტატი 2019) ამასთან, ვლინდება წარმოების მოცულობის სტაბილური და მზარდი მეთობა შესყიდვებზე (იხ. ნახ.2: „კვების მრეწველობის შესყიდვები“, „სასმელი პროდუქტები შესყიდვები“). ასეთი ტენდენციის ფონზე, საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოებაში ზემოთაღნიშნული სხვაობა, მიაღწევს მისი ქვედარგების განცალკევებულად გაანალიზების საჭიროებაზე

საქართველოში საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოება და მათი ადგილობრივი შესყიდვები

ნახაზი 2



წყარო: საქსტატი: საგარეო ვაჭრობა 2019, სტატისტიკური მიმოხილვა 2019, ხაჯების განაწილება

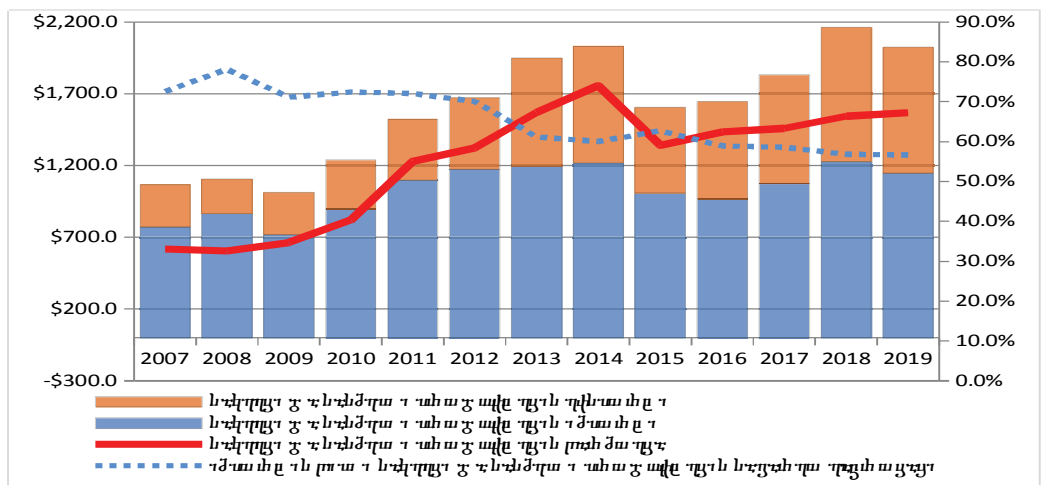
2019, შინამეუხნეობის სახეები 2019, მიეწველობა 2019, წახმოება, 2019, საგაიეო ვაჭრობა 2019, შინამეუხნეობის სახეები 2019.

მესამე გენდენცია - კვების და სასმელი პროდუქტების მთავარი თავი-სებუებები (იხ.ნახ. 3). საკვებ პროდუქტებთან მიმართებაში შეიმჩნება ზრდის ტემპების ვარდნა 2011 წლიდან და მისი შემდგომი სტაბილიზირება 2016 წლიდან. შედეგად, წარმოების მოცულობა თანდათან უახლოვდება ადგილობრივი შესყიდვების მაჩვენებლებს. ამის საპირისპიროდ, მკვეთრად იზრდება სასმელი პროდუქტების წარმოება და მის პარალელურად - ამავე პროდუქტების ადგილობრივი შესყიდვებიც. სწორედ ამ სექტორმა განაპირობა ზემოთაღნიშნული საკვები და სასმელი პროდუქტების განზოგადებული მეტობა მათ წარმოებაზე. ლოგიკურია იმის დაშვება, რომ აღნიშნულ პროცესში, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს უცხოელ ვიზიტორთა სეგმენტი.

მეოთხე გენდენცია - წახმოება და საგაიეო ვაჭრობა. 2011-დან ფიქსირდება ადგილზე წარმოებული საკვები და სასმელი პროდუქტების ზრდა და მისი მეტობა ამავე კატეგორიის პროდუქტების იმპორტზე, რაც ბუნებრივია დადებით ცვლილებად უნდა შეფასდეს. (იხ. ნახ. 4 - „საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოება“). წარმოების მოცულობის ზრდამ, განაპირობა საგარეო ვაჭრობაში საკვები და სასმელი პროდუქტების იმპორტის წილის შემცირება - 78,1%-დან 2008 წელს, 56,6% პროცენტამდე 2019 წელს. თუმცა დღეისათვის, ამ კატეგორიაში იმპორტი ჯერ კიდევ აღემატება ექსპორტის მაჩვენებელს. (იხ. ნახ. 4 - „იმპორტის წილი საკვები და სასმელი პროდუქტების საგარეო ვაჭრობაში“).

საკვები და სასმელი პროდუქტები: წარმოება და საგარეო ვაჭრობა

ნახაზი 3



წყარო: საქსტატი: საკვებისა და სასმელების ინდუსტრია საქართველოში 2017, საგაიეო ვაჭრობა 2019, წახმოება 2019, მიეწველობა 2019.

საერთაშორისო ტურიზმის კავშირი საკვები და სასმელი პროდუქტების წარმოებასთან და საგარეო ვაჭრობასთან

საკვები და სასმელ პროდუქტებზე საერთაშორისო ტურიზმის დანახარჯების ზეგავლენის გასაანალიზებლად, გამოყენებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები. კერძოდ, საგარეო ვაჭრობის სასაქონლო პოზიციების H6 ნიშნიანი კლასიფიკაციით წარმოდგენილი სტატისტიკა(საქსტატი 2019). აღნიშნული კლასიფიკაციის დეტალიზაციის დონე საშუალებას იძლევა საკვები და სასმელი პროდუქციის ვრცელი ნუსხიდან შეირჩეს ის პოზიციები, რომლებიც მიესადაგება ტურიზმის სფეროში ხშირად მოხმარებად პროდუქტებთან.

ჩატარებულმა შედარებითმა ანალიზმა გამოავლინა, შემდეგი კავშირები:

ტურიზმის განხილულ სფეროში დანახარჯები საკვები და სასმელი პროდუქტებზე ხოლოვნობივად უახლოვდება ამავე კატეგორიის პროდუქტების იმპორტს და შეადგენს მის 83% (\$ 902.9 მლნ. -ის წილი \$1 008.2 მლნ-ში) (იხ. ნახ.4 „იმპორტი“ და „დანახარჯები“). ეს ფარდობა ერთმნიშვნელოვნად ასახავს ტურიზმის დამოკიდებულებას იმპორტზე და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გადინებას ქვეყნიდან, რაც გამომწვევად უნდა შეფასდეს. ამასთან, შეიძლება აღინიშნოს ერთი დადებითი, მოკლევადიანი ეფექტის მიღების შესაძლებლობა. იმპორტის რაიმე მიზეზით შეზღუდვის შემთხვევაში, უცხოელი ტურისტების მომსახურებისათვის მომარაგებულმა პროდუქციამ, ხანმოკლე პერიოდში, შეიძლება მოახდინოს ადგილობრივ ბაზარზე შექმნილი დეფიციტის კომპენსაცია. ეს ეფექტი უკვე გამოვლინდა ქვეყანაში მიმდინარე წლის მარტი-აპრილის თვეებში კორონავირუსის პანდემიის შედეგად იმპორტის შეზღუდვის პირობებში.

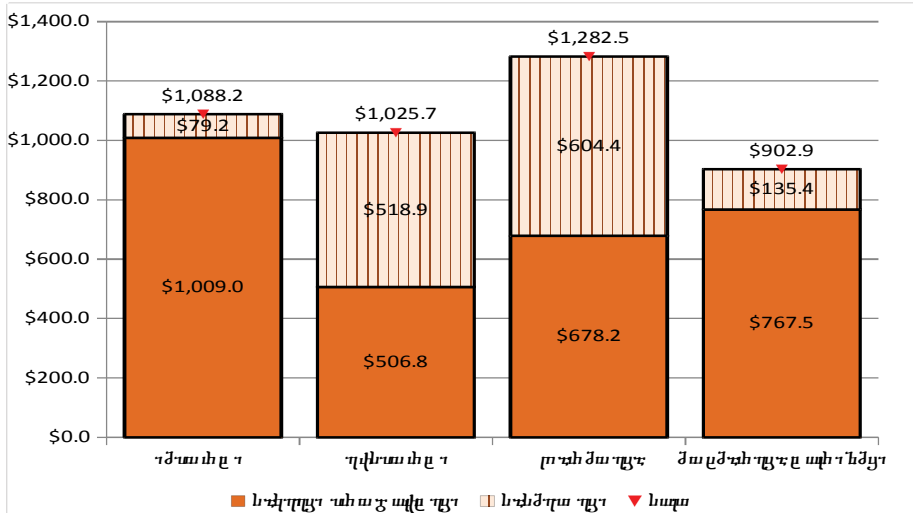
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ პიხდაპიხ და განთავსების საშუალებების მეშვეობით შეძენილი საკვები და სასმელი პროდუქტის (\$902,9) ხოლოვნობივად უცდობდა ამავე კატეგორიის პროდუქტების ექსპორტის (\$1 025.7) 88%-ს. შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის აღნიშნული სექტორი ამ საექსპორტო პროდუქტების მნიშვნელოვან დამატებით და დამზღვევ სამომხმარებლო სეგმენტს წარმოადგენს.

განხილულ სფეროში ტურიზმის დანახარჯები საკვები და სასმელი პროდუქტებზე (\$902,9 მლნ) ამავე კატეგორიის ადგილზე წახმოებული პროდუქტების ღირებულების (\$1 282,5 მლნ) 70% აღემატება. შეიძლება ითქვას რომ ასეთი ფარდობა ასახავს წარმოების მნიშვნელოვან დამოკიდებულებას ტურიზმზე და ერთი მხარის რისკების გავრცელებას მეორეზე.

დამატებითი დასკვნების გამოტანის საშუალებას იძლევა საკვები და სასმელი პროდუქციის განცალკევებულად განხილვა (იხ. ნახ. 4)

საკვები და სასმელი პროდუქცია: წარმოება, საგარეო ვაჭრობა და საქართველოს საერთაშორისო ტურიზმის დანახარჯები (2019 წელი, მლნ აშშ. დოლ.)

ნახაზი 4



წყარო: გამოყენებული მონაცემები საქსტატის და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ანგარიშებიდან და საქსტატის საგარეო ვაჭრობა 2019, წახმოება 2019, მხეწელობა 2019, ხაჩეების განაწილება 2019, საერთაშორისო ვიზიტორების განხორციელებული დანახარჯები 2019.

საერთაშორისო ტურიზმის მხიდან ცადკე სასმელებზე გაწეული დანახარჯები ამ პოდუქციის ექსპორტის 26%-ის უგოდება (\$135,4 მლნ-ს წილი \$604,4 მლნ-ში). ეს წარმოაჩენს ტურიზმის სფეროს, როგორც რეალიზაციის მნიშვნელოვან მასტიმულირებელ და ერთგვარ დამზღვევ ალტერნატიულ სეგმენტს. მსგავსი ბალანსი შეიძლება დადებით მაგალითად შეფასდეს.

ცალკე საკვები პროდუქტების მიმართ ვითარება საპირისპიროა. საერთაშორისო ტურიზმის მოთხოვნებზე ოხიენგიხებული საკვები პროდუქციის წახმოება ქვეყანაში (\$678.2) 33%-ით ჩამოიჩება ტურიზმის ამ სფეროში დაფიქსიებული დანახარჯებს. ამრიგად, ტურიზმი ზრდის ქვეყნის დამოკიდებულებას იმპორტზე და კიდევ უფრო აძლიერებს ისედაც იმპორტზე დამოკიდებულ კვების მრეწველობას.

წახმოდგენილი ტენდენციები იძლევა განზოგადებული შეფასების საშუალებას. კეხიოდ, საკვები და სასმელი პროდუქტების წახმოება საქართველოს ეკონომიკაში მნიშვნელოვან როლს ასხულებს. ამის მიუხედავად, დაჩის საგარეო ვაჭრობის ბადანსი ჯეხ კიდევ უახყოფითია. საერთაშორისო ვიზიტორების მოთხოვნებზე ოხიენგიხებული ეხთად აღებული კვებისა და სასმელების პროდუქტების წახმოება ქვეყანაში მნიშვნელოვნად აჩის დამოკიდებული ტურიზმზე, მაშინ როდესაც ტურიზმი, თავის მხიივ, პიოიიგეტუდად მაჩაგდება იმპოიგტური პროდუქტებით. მნიშვნელოვანია ტურიზმის ზეგავლენის განცად-

კვებუდი განხიდა სასმედი და საკვები პიოდუქტების სექტოხებად. სასმედების სექტოხი გამოიჩევა ექსპოხტის მაღადი მაჩვენებლებით, ხოდო გუხიზმი უქმნის მას ე.წ. „უხიდავი ექსპოხტის“ სეგმენტს, ხითაც სტიმუდიხებას უწევს ამ მიმახთუდების განვითაახებას და გახკვეუდწიდად წაჰმოადგენს მის დამზდევ სახეადიზაციო ბაზაჰს. ამისგან განსხვავებით, კვების პიოდუქტების შესყიდვები საეხთაშოხისო გუხიზმის სფეხოში აღემატება ქვეყანაში ახსებული წაჰმოების შესაძლებდობებს და ხედს უწყობს ეკონომიკის დამოკიდებულებას იმპოხტზე.

„საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების“ ზეგავლენის ძირითადი მიმართულებები

„საერთაშორისო ტურიზმის“ განვითარების ზეგავლენა ქვეყნის სექტორულ ეკონომიკაზე მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული თავად ამ დარგების განვითარების დონეზე, საბაზრო ორიენტაციაზე, მის როლზე ქვეყნის ეკონომიკაში და მრავალ სხვა ფაქტორზე. ამ გარემოებებათა შორის ყურადღებას გავამახვილებთ დარგის ე.წ. „ბალანსზე“ (საქსტატი 2018. 89-102). ამ ტერმინში, რომელიც გამოიყენება საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის მიერ, იგულისხმება წარმოებული პროდუქტებით ქვეყნის მოთხოვნების თვითუზრუნველყოფის დონე (იხ. ცხრილი 1). მისი საზომია ე.წ. „თვითუზრუნველყოფის მაჩვენებელი“, რომელიც გამოითვლება შემდეგი ფორმულით:

$S\% = P / (P + I - E)$, სადაც

S% - თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი აპროცენტულ მაჩვენებელში;

P - წარმოების მოცულობა;

I - იმპორტის მოცულობა;

E - ექსპორტის მოცულობა.

ჩვენ მიერ ჩატარებულმა ანალიზმა შესაძლებელი გახადა აღნიშნული მაჩვენებლის შედარება ტურიზმის ინდუსტრიის მოთხოვნებთან. ამით, ვლინდება ტურიზმის ზეგავლენის მოსალოდნელი დადებითი თუ უარყოფითი შედეგები. შეფასების კატეგორიები წარმოდგენილია ცხრილში (იხ. ცხრილი 1).

ტურიზმთან დაკავშირებული დარგები, რომლის მიმართაც „თვითუზრუნველყოფის დონის“ მაჩვენებლები არ არის გაანგარიშებული, გავაანალიზეთ მათი საგარეო ვაჭრობის მონაცემების გამოყენებით, როგორც იმავე შეფასების მიდების ალტერნატიული საშუალება (საქსტატი 2018 89-102). (იხ. ცხრილი 2)

ბუნებრივია, რომ ტურიზმის განვითარება შექმნის ყველა მასთან დაკავშირებული დარგის „განვითარების სტიმულირების“ პირობებს. მისი გამოყენება შესაძლებელი იქნება ან ადგილზე წარმოების განვითარებით ან იმპორტის გაზრდის მეშვეობით.

მოცემული კვლევის მიზნებისათვის, მოსალოდნელი შედეგები განვაზოგადეთ 4 ძირითად მიმართულებაში. ესენია, ტურიზმთან დაკავშირებული დარგების „განვითრების სტიმულირება“, „ალტერნატიული „უხილავი ექსპორტის“ ბაზრის შექმნა/განვითრება“, „ტურიზმზე და იმპორტზე დამოკიდებულების გაზრდა“ და „იმპორტის ჩანაცვლება“.

სასურსათო ბალანსი

ცხრილი 1

ცალკეული პროდუქტების საგარეო ვაჭრობის ბალანსი 2018-2019 წწ, მლნ აშშ დოლარში							
H6 კოდი	პროდუქტები	საქართველოს ექსპორტი		საქართველოს იმპორტი		საგარეო ვაჭრობის ბალანსი	
		2018	2019	2018	2019	2018	2019
220110-220290	წყლები მინერალური და გაზიანი	\$137,668	\$161,055	\$18,459	\$19,272	\$119,209	\$141,783
080111-080290	კაკალი და თხილი	\$69,995	\$66,737	\$30,116	\$15,228	\$48,439	\$59,617
080310-081400	ახალი ან ხმელი ხილი	\$33,695	\$55,140	\$48,016	\$50,871	\$22,765	\$31,753
090411-091099	სანელებლები	\$8,634.8	\$10,758.7	\$2,835.4	\$2,658.1	\$5,799.3	\$8,100.6
200911-200990	წვეწები და სხვა უალკოჰოლო სასმელები	\$8,705.7	\$7,239.3	\$6,602.5	\$6,680.0	\$2,103.2	\$559.3
170490; 180100-180690; 190520-190540	ტკბილეული და საკონდიტრო ნაწარმი	\$3,674.5	\$2,955.2	\$72,759.2	\$73,546.5	-\$69,084.7	-\$70,591.3
150420-152110	ზეთები და ცხიმები	\$16,122.0	\$10,644.9	\$74,623.4	\$72,175.9	-\$58,501.4	-\$61,531.0
170112-170490	შაქარი და მისი დამზადების ნაირსახეები	\$268.1	\$70.3	\$59,391.0	\$52,183.8	-\$59,122.8	-\$52,113.5
090111-090122; 210111-210112; 210130	ყავა, დამუშავების სხვადასხვა სტადიაზე	\$380.1	\$1,619.4	\$31,899.1	\$32,627.1	-\$31,519.1	-\$31,007.8
090210-090240; 210120	ჩაი, დამუშავების სხვადასხვა სტადიაზე	\$3,585.3	\$4,403.5	\$9,275.5	\$10,180.2	-\$5,690.2	-\$5,776.7
210690	დანარჩენი კვების პროდუქტები	\$6,562.2	\$6,778.6	\$40,116.3	\$40,977.7	-\$33,554.1	-\$34,199.1
160100-160290	კონსერვები და მზა კვების პროდუქტები (თევზის გარდა)	\$25.8	\$94.9	\$16,874.0	\$17,396.1	-\$16,848.2	-\$17,301.2
100610-100640; 100810; 190211-190240; 200551-200559	მაკარონი, ბრინჯი, ლობიო, წიწიბურა	\$339.5	\$345.2	\$17,450.4	\$19,099.3	-\$17,110.9	-\$18,754.1
190410; 190420; 190490-190510; 190590	პური და სხვა მზა ცომეული პროდუქტები	\$0.0	\$0.0	\$2,860.3	\$3,767.0	-\$17,704.2	-\$18,409.9
200710-200799; 210310-210410	საწებლები, ჯემები	\$7,507.3	\$4,856.3	\$20,624.2	\$21,702.4	-\$13,116.9	-\$16,846.1
220710-220890	ეთილის და სხვა სპირტი და სპირტიანი ნაყენები	\$0.0	\$0.0	\$33,078.3	\$12,062.3	-\$33,078.3	-\$12,062.3
030432-030890; 160300-160569	თევზი და თევზის კონსერვები	\$109.1	\$112.5	\$11,060.7	\$11,145.1	-\$10,951.7	-\$11,032.6

წყარო: გამოყენებულია საქსტატის მონაცემები - სასურსათო ბალანსები 2018

ტურიზმის მომსახურებაზე ორიენტირებული პროდუქტების საგარეო ვაჭრობის ბალანსი

ცხრილი 2

სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების ბალანსი (ათ.ტონა)					"ტურიზმის" შემდგომი განვითარების ზეგავლენის მოსალოდნელი მთავარი შედეგები			
მაჩვენებელი	წარმოება	იმპორტი	ექსპორტი	ფიზიკური ტურისტების ლიკონების კოეფიციენტი	შემდგომი განვითარების სტიმულირება	ალტერნატიული "უხილავი საექსპორტო" ბაზრის განვითარება	ტურიზმზე დამოკიდებული უღებების გაზრდა	იმპორტის ჩანაცვლება
ცხვრისა და თხის ხორცი	9.1	0.7	6.7	294%	✓	✓		
ყურძენი**	260	1	90	152%	✓	✓		
კარტოფილი ათ.ტონა	238	24	28	102%	✓	✓	✓	
კვერცხი	635	11	4	99%	✓	✓	✓	
რძე და რძის პროდუქტები	555	133	4	81%	✓	✓		✓
მსხვილი რქოსანძირუტყვის ხორცი	22.9	7.4	0.4	77%	✓	✓		✓
სიმინდი	194	80	1	71%	✓	✓		✓
ბოსტნეული	142	108	13	60%	✓	✓		✓
ხორცი	72.6	82.7	16.7	52%	✓	✓		✓
ღორის ხორცი	17.6	22.8	1	45%	✓	✓		✓
ფრინველის ხორცი	22.6	51.8	8.6	34%	✓	✓		✓
ხორბალი	107	643	24	15%	✓	✓		✓

წყარო: გამოყენებული მონაცემები საქსტატის ანგარიშებიდან - საგაეო ვაჭრობა 2019

ჩატარებული ანალიზის შედეგად, გამოვყოფთ ტურიზმის განვითარების შემდეგ მოსალოდნელ სცენარებს.

საექსპორტო წახმობების „შემდგომი განვითარების სტიმულირება“ და მათთვის „აღრეხნაგური უხილავი საექსპორტო“ ბაზრის განვითარება მოსალოდნელია ალკოჰოლის სასმელების ნაწარმის, ასევე ცხვრის და თხის ხორცის პროდუქტების მიმართ (იხ. ცხრილი N 1). მას შეიძლება დაემატოს ისეთი პროდუქტების წარმოება, როგორიცაა: წყლები, მინერალური და გაზიანი; კაკალი და თხილი; ახალი ან ხმელი ხილის წარმოების რამოდენიმე მიმართულება; სანელებლები; წვენები და სხვა უალკოჰოლო სასმელები (იხ. ცხრილი N 2). ამ დარგებს აქვთ, ან გააჩნიათ საექსპორტო პოტენციალი და ტურიზმმა შეიძლება შეასრულოს მხოლოდ „დამხმარე“ ფუნქციების როლი.

იმპორტის მნიშვნელოვანი ან ნაწილობრივი ჩანაცვლება მოსალოდნელია ისეთი პროდუქტების წარმოებაში, როგორიცაა: რძე და რძის პროდუქტები, ხორცის სახეები, სიმინდი, ბოსტნეული, შაქარი და მისი ნაირსახეო-

ბები; ტკბილეული და საკონდიტრო ნაწარმი; საწებლები, ჯემები და სხვა. ამ დარგების ნაწარმს დღეისათვის არ გააჩნიათ გამოკვეთილი საექსპორტო შესაძლებლობები და მათი განვითარების პოტენციალი იზღუდება ადგილობრივი ბაზრით, ტურისტთა მოთხოვნების ჩათვლით. ამდენად, ამ სფეროში გაფართოვების პერსპექტივა მოიაზრება მცირე და საშუალო ბიზნესის ხარჯზე. ამასთან ბუნებრივია, რომ წარმოებული პროდუქცია უნდა იყოს კონკურენტუნარიანი ადგილობრივ ბაზარზე. მათი საექსპორტო ფუნქციების განვითარება შესაძლებელი იქნება მხოლოდ მთელი რიგი რადიკალური ცვლილებების შედეგად, როგორიცაა ხარისხის ამაღლება, სტანდარტების ფართე სპექტრის დანერგვა, წარმოების ინტენსიფიკაცია, დასავლეთის ბაზარზე დამკვიდრება და სხვა, რაც უფრო ხანგრძლივი პერიოდის ამოცანად მიგვაჩნია.

კვების და სასმელების სხვა კეტეგორიებთან დაკავშირებით, ტურიზმის განვითარება გამოიწვევს იმპოზივის მოცულობის მაგებას, თანაც მის ჰიოიიგეგუდ დამოკიდებულებას ქვეყნის ტუიისგუდ ბაზაზე. ეს სცენარი არ უნდა შეფასდეს აპრიორულად უარყოფით მიმართულებად და უნდა იქნას განხილული ტურიზმის მეშვეობით ქვეყანაში ვალუტის შემოდიების და სამუშაო ადგილების შექმნის მოსალოდნელი შედეგების ერთობლივი გათვალისწინებით.

დასკვნა

ჩატარებული ანალიზი, ჩვენი აზრით, ადასტურებს არსებულ მოსაზრებას, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება არაერთმნიშვნელოვან ზეგავლენას ახდენს ქვეყნის ან რეგიონის დარგობრივ ეკონომიკაზე. მოცემულ კვლევაში ეს ვლინდება საქართველოს კვებისა და სასმელების ინდუსტრიის მაგალითზე. ამ გავლენის შედეგები მრავალ ფაქტორზეა დამოკიდებული, მათ შორის რაციონალური ეკონომიკური სტრატეგიის დაგეგმვაზე და განხორციელებაზე.

ტურიზმის ინდუსტრიის შემდგომი განვითარება საქართველოში უნდა განიხილებოდეს ქვეყნის ეკონომიკის რაციონალური დივერსიფიკირების კონტექსტში. ამისათვის, ყურადღებას ვამახვილებთ ქვემოთმოყვანილ რამოდენიმე მთავარ მიმართულებაზე, როგორიცაა:

- ტურიზმის ინდუსტრიის „უხილავი ექსპორტის“ შემოსავლების გამოყენება ქვეყნის იმ დარგების განვითარების სტიმულირებისათვის, რომლებსაც გააჩნიათ ან შეუძლიათ შეიძინონ საექსპორტო პოტენციალი. შესაბამისად, სტიმულირების ეფექტი არ უნდა გავრცელდეს ტურიზმთან დაკავშირებულ ყველა წარმოებაზე;

- ტურიზმის ინდუსტრიის პოტენციალის გამოყენება იმ საწარმოების გასანვითარებლად, რომლებიც აწარმოებენ იმპორტის შემცვლელ

პროდუქტებს და რომლებზეც არსებობს მოთხოვნა, როგორც ტურიზმის სექტორში, ისე ადგილობრივ ბაზარზე. ეს სცენარი ძირითადად ვრცელდება შესაბამის მცირე და საშუალო საწარმოებზე.

ამასთან, ქვეყნის განვითარების მიმდინარე ეტაპზე, არარაციონალურად მიგვაჩნია საკუთრივ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების შეზღუდვა, რადგან გამოწვევა არა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაშია, არამედ მისი შესაძლებლობების არარაციონალურ გამოყენებაში. ტურიზმი, ხშირ შემთხვევაში, წარმოადგენს დასაქმების ერთადერთ ან ერთ-ერთ იშვიათ სექტორს, განსაკუთრებით ეკონომიკურად დეპრესირებულ რეგიონებში. ასევე იგი არის შემოსავლების მიღების, საგარეო ვაჭრობის დაბალანსების, უცხოური ვალუტის მოზიდვის ეფექტიანი საშუალება.

ლიტერატურა:

- ბრეგაძე გ. (2019). ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის ფორმირების პრიორიტეტები“. სადისერტაციო ნაშრომი. თბილისი.
- საკვებისა და სასმელების ინდუსტრია საქართველოში. საქართველოს დარგობრივი და რეგიონული განვითარების კომპანია GIRDC. თბილისი. საპარტნიორო ფონდი. 2017. <http://girdc.gov.ge/file.php?f=357&o=Research&s=0-&t=file&e=pdf> /ბოლო ნახვა 28.03. 2020/
- საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. 2019 (საერთაშორისო ვიზიტორების კვლევა. თბილისი., გვ. 4-5.; სტატისტიკური მიმოხილვა 2015-2019, გვ. 18) <https://gnta.ge/ge/სტატისტიკა/> ბოლო ნახვა 26 მარტი, 2020/
- საქსტატი - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. 2019 (მრეწველობა; საგარეო ვაჭრობა; სოფლის მეურნეობა; ტურიზმის სტატისტიკა; საქართველოს წელიწადულის, 2019; წარმოება). <https://www.geostat.ge/> ბოლო ნახვა 29 მარტი, 2020/
- Egan B. Introduction to Food Production and Service. Chapter 12 – Analyzing and Managing Food & Beverage Expense PennState. <https://psu.pb.unizin.org/hmd329/chapter/ch12/>. 2020. Entered 06.03.2020
- Kharashvili E., Lazariashvili T., Natsvlishvili, I. (2019). Agro tourism for economic development of related sectors and sustainable well-being (case of Georgia). 6th International Symposium BORDERS WITHOUT BORDERS: SYSTEMIC FRAMEWORKS AND THEIR APPLICATIONS FOR SUSTAINABLE WELL-BEING IN THE GLOBAL ERA. University of Pavia, Italy. <https://dspace.tsu.ge/xmlui/handle/123456789/580>;
- Khelashvili I. (2018). Social and Economic Challenges of Sustainable Tourism Development in Georgia. III International Scientific Conference: Challenges of Globalization in Economics and Business. Proceedings. Inave Javakhishvili Tbilisi State University. (504-508).
- Khelashvili I., Kharatishvili L., Merab Khokhobaia M. (2019). Clustering the Problems of Sustainable Tourism Development in a Destination: Tsaghveri Resort as A Case

- . Ankara universitesi tevbilimleri Dergisi. pp. 83-97. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/901017>.
- Leontief, W. (1970). Environmental Repercussion and the Economic input-output model. Rev. Econ. Stat. 64, pp.466-73.
 - Mandelbaum R. (2017). Shifts In Revenue and Expenses Improve Hotel Food And Beverage Profits. <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4085603.html>
 - Papava L. (2020) Coronomic Crisis: When The Economy Is A Hostage To Medicine – OpEd. EuroAsia Review. <https://www.eurasiareview.com/29032020-coronomic-crisis-when-the-economy-is-a-hostage-to-medicine-oped/>
 - Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism. Madrid 2020. UNWTO. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf
 - Tadayuki Hara (2008). Quantitative Tourism Industry Analysis.. ELSEVIER.
 - Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework.. United Nations. UNWTO, EUROSTAT. OECD. 2008. https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf
 - William C. (2018). “F&B: Which Is More Profitable – Outsourcing or In-House?”. <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4087967.html>. 28.04.
 - World Travel & Tourism Council. Oxford. 2020. <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/methodology/>

References:

- Bregadze G. (2019) „turizmis ganvitarebis ekonomikuri politikis pormirebis priortetebi“. [“ Priorities of Formation of Tourism Development Economic Policy „, Dissertation thesis. Tbilisi.] in Georgian.
- sakvebis da sasmelebis industria sakartveloshi. (2017). [Food and Beverage Industry in Georgia. Georgian Industry and Regional Development Company GIRDC. Tbilisi. Part 5nership Fund.] in Georgian.
- <http://girdc.gov.ge/file.php?f=357&o=Research&s=0&t=file&e=pdf> /Last seen March 28, 2020/
- sakartvelos turizmis erovnuli administratsia. 2019 (saertashoriso vizitorebis kvleva.. [Georgian National Tourism Administration 2019 (International Visitor Survey; Tbilisi pp.4-5. Statistical Review 2015-2019 p.18] <https://gnta.ge/ge/> Last seen March 26, 2020/ in Georgian.
- Geostat 2019 (mretsveloba, sagareo vachroba, soplis meurneoba, turizmis statistika, [National Statistics Office of Georgia. 2019 (Industry, External Trade, Agriculture, Tourism Statistics, Statistical Yearbook of Georgia 2019) <https://www.geostat.ge/> Last seen March 29, 2020/ in Georgian.
- Egan B. Introduction to Food Production and Service. Chapter 12 – Analyzing and Managing Food & Beverage Expense PennState. <https://psu.pb.unizin.org/hmd329/chapter/ch12/>. 2020. Entered 06.03.2020
- Kharaishvili E., Lazariashvili T., Natsvlishvili, I. (2019). Agro tourism for economic

- development of related sectors and sustainable well-being (case of Georgia). 6th International Symposium “Borders without Borders: Systemic Frameworks and their Applications for Sustainable Well-being in the Global Era”. University of Pavia, Italy. <https://dspace.tsu.ge/xmlui/handle/123456789/580>;
- Khelashvili I. (2018). Social and Economic Challenges of Sustainable Tourism Development in Georgia. III International Scientific Conference: Challenges of Globalization in Economics and Business. Proceedings. Inave Javakhishvili Tbilisi State University. (504-508).
 - Khelashvili I., Kharatishvili L., Merab Khokhobaia M. (2019). Clustering the Problems of Sustainable Tourism Development in a Destination: Tsaghveri Resort as A Case . Ankara universitesi tevbilimleri Dergisi. pp. 83-97. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/901017>.
 - Leontief, W. (1970). Environmental Repercussion and the Economic input-output model. Rev. Econ. Stat. 64, pp.466-73.
 - Mandelbaum R. (2017). Shifts In Revenue and Expenses Improve Hotel Food And Beverage Profits. <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4085603.html>
 - Papava L. (2020) Coronomic Crisis: When The Economy Is A Hostage To Medicine – OpEd. EuroAsia Review. <https://www.eurasiareview.com/29032020-coronomic-crisis-when-the-economy-is-a-hostage-to-medicine-oped/>
 - Supporting Jobs and Economies through Travel & Tourism. Madrid 2020. UNWTO. https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_English_1.pdf
 - Tadayuki Hara (2008). Quantitative Tourism Industry Analysis.. ELSEVIER.
 - Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework.. United Nations. UNWTO, EUROSTAT. OECD. 2008. https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf
 - William C. (2018). “F&B: Which Is More Profitable – Outsourcing or In-House?”. <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4087967.html>. 28.04.
 - World Travel & Tourism Council. Oxford. 2020. <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/methodology/>

The Impact of Tourism on the Country's Sectoral Economy in Georgia

(By the example of food and beverage industry)

Ioseb Khelashvili

Professor

Iv. Javakhishvili Tbilisi State University

ioseb.khelashvili@tsu.ge

The tourism industry in Georgia is one of the leading sectors of the country's economy. This is due to its high tourism potential as well as the country's still emerging economy. It outlines the needs to research the rationalization of the tourism impact on the sectoral economy. In this regard, the food and beverage sector deserves special attention as the most important supplier of the tourism industry.

The specific goal of our research is to reveal the expected impacts of the development of international tourism in Georgia on its food and beverage industry. For this we used the official statistics related to the expenditures of foreign tourists, including data on "food and beverage" (F&B) and "accommodations". For the purpose of this research, we have modified the classification through the integration of the tourists' expenditures on F&B with the share of expenditures spent by the accommodations on the same products. This adjustment exposed an additional over 70 million USD. The research was followed by the comparative analysis of the revealed F&B expenditures in relations to the domestic production and international trade balance of these products.

The study revealed three main areas of expected influence: further promotion of export-oriented manufacturers; promotion of the import-substituting SME; and raising demand on imported items which are not and/or cannot be produced locally.

The proposed general conclusion is the use of the tourism industry's advantages for further promotion of underlined export-oriented sectors, as well as for supporting the import-substituting SME production. In the meantime, we consider it irrational to limit tourism development in order to reduce the import reliance of the country's economy, as the challenge is not in the development of the tourism industry, but in the irrational use of its advantages.

Keywords: *Tourism; expenditures; impact on economy; food and beverage industry; sectoral economy.*

JEL Codes: *L66, L80, L83*