

ინოვაციისა და კრეატივის მნიშვნელობა რეგიონული ეკონომიკის განვითარებაში

სირბილაძე რუსუდან
თსუ-ის მოწვეული პროფესორი

ოქროშიძე ლალი
თსუ-ის დოქტორანტი

ეკონომიკური განვითარება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ინოვაციური პროცესების განვითარებაზე. ტურიზმი არ წარმოადგენს გამონაკლისს. საქართველო, მისი განვითარებადი ეკონომიკის პირობებში, ცდილობს ფეხი აუწყო ინდუსტრიის განვითარებას და შეძლოს შედეგებს დაჩქარებულად მიაღწიოს. ამისთვის, მიგვაჩნია, სასიკეთო იქნება იტალიის გამოცდილების გაანალიზება.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმი, ბაზარი, ექსპორტი, მთლიანი სამამულო პროდუქტი (მსპ), ინოვაცია, კრეატივი.

მომხმარებელთა მხრიდან ტურიზმზე მოთხოვნა განუწყვეტლად იცვლება, რაც ქმნის მეტად სეგმენტირებულ და სპეციალიზებულ ბაზრებს. ასევე, იცვლება მოთხოვნილებებიც, რომელთა დაკმაყოფილება სულ უფრო რთულია. საქართველოში, სადაც საბაზრო ეკონომიკა ჯერ განვითარების ეტაპზეა, ზემოთ ხსენებულ საკითხებთან ერთად, ტურისტული დანიშნულების ადგილებს შორის კონკურენციის შესწავლაც სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. საბაზრო ეკონომიკის ჩამოყალიბების გზაზე მსოფლიო ისტორიული გამოცდილების გათვალისწინება ეკონომიკური განვითარებისა და პროგრესის წინაპირობაა.

ჩვენი სტატიის მიზანია განვიხილოთ იტალიის ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული რამდენიმე ასპექტი საქართველოსთან დავაკავშირებთ და ამით, შევძლებთ რეკომენდაციების შემუშავებას.

იტალიის ეკონომიკა ევროკავშირის წევრ ქვეყნებს შორის სიდიდით მესამე ეროვნული ეკონომიკაა, მაშინ როცა, საქართველო 1991 წლის, ანუ საბჭოთა სოციალისტური რესპუბლიკების კავშირის დაშლის შემდეგ, საბაზრო ეკონომიკის პრინციპების დამკვიდრებას ცდილობს. მსოფლიო ბანკი 2019 წელს საქართველოში 5%-იან ეკონომიკურ ზრდას ვარაუდობს, ასეთივე ზრდაა მოსალოდნელი 2020 და 2021 წლებშიც (The World Bank). აგრეთვე, აღსანიშნავია, რომ საერთაშორისო სავალუტო ფონდმა 2018 წელს საქართველოს მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები, გლობალური ფინანსური კრიზისის შემდეგ, დადებითად შეაფასა და სტრუქტურული რეფორმების ხარჯზე, მომავალ წლებში, უფრო სწრაფი ზრდის შესაძლებლობა დაუშვა (International Monetary Fund). გასული დეკადის განმავლობაში საქართველოს ეკონომიკა, მიუხედავად მრავალი შოკისა (მაგალითად, 2007-2009 წლების გლობალური ფინანსური კრიზისი, 2008 წლის კონფლიქტის გამწვავება რუსეთის ფედერაციასთან) წლიურად 4.5%-ით იზრდებოდა (The World Bank).

ეკონომიკური განვითარების კუთხით იტალიასა და საქართველოს შორის განსხვავება ცალსახაა, ამასთან, საქართველოს ეკონომიკაში სხვადასხვა სახის პრობლემის არსებობაც შესამჩნევია. ვგულისხმობთ იმას, რომ რიგი ინსტიტუციების არსებობის მიუხედავად, მათი მუშაობა ყოველთვის დამაკმაყოფილებელი შედეგების მომტანი არაა. ასეთივე სურათია ტურიზმშიც.

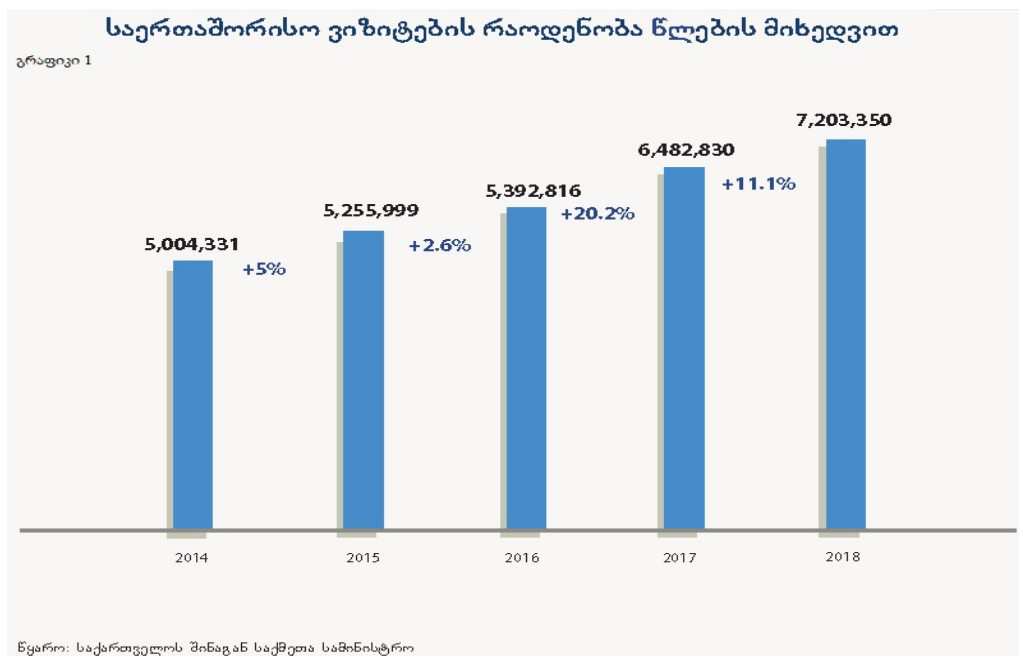
ბოლოდროინდელმა კვლევებმა (nasdaq.com) ხუთი ყველაზე სწრაფად მზარდი ქვეყნის ეკონომიკა გამოავლინა, ესენია: გაიანა, ეთიოპია, რუანდა, ბანგლადეში და ინდოეთი. საყურადღებოა, რომ ზოგჯერ განვითარებად ქვეყნებს კონვერგენცია ახასიათებთ. შესაძლოა, საქართველომაც, თუ პოლიტიკური სტაბილურობის უზრუნველყოფისა და სხვადასხვა სოციალური და გარემო ფაქტორების მონესრიგების გზით მოიზიდა უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციები, დროის მოკლე პერიოდში ეკონომიკის სწრაფი განვითარება შეძლოს.

საქართველოში ყოველწლიურად ჩამოსულ ტურისტთა რაოდენობა იზრდება, რაც ტურიზმის სექტორის ზრდაზე მიუთითებს. ეს ხდება მიუხედავად მიმდინარე წელს განვითარებული მოვლენებისა, რუსეთიდან თვითმფრინავების პირდაპირი რეისების აკრძალვისა (ტურისტული ნაკადების ზრდა, ბოლო მონაცემებით, ივლისის თვეში წარმოადგენდა 1%-ს (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური). ზრდას აუცილებლად სჭირდება ინდუსტრიისთვის განვითარების უზრუნველყოფელი გარემოს შექმნა. აღსანიშნავია, რომ ნებისმიერი ტიპის განვითარება სასურველია მიმდინარეობდეს კონკრეტული, სტრატეგიულად გათვლილი, წინასწარ დასახული გზებით, რათა სხვადასხვა ხელოვნურად შექმნილი რთული ან გამოუვალი სიტუაციები თავიდან იქნეს აცილებული. თუ განვითარება მიმდინარეობს ქაოტურად, საერთაშორისო გამოცდილების ნაწილობრივმა გადმოღებამ და არასილრმისეულმა გააზრებამ, რასაც ხშირად ვხვდებით დღევანდელი საქართვე-

ლოს ტურისტულ ინდუსტრიაში, მოსალოდნელია გარკვეული პრობლემები წარმოქმნას. თითოეული ქვეყანა უნიკალურია, რაც მუშაობს ერთ ქვეყანაში, შესაძლოა არ იმუშაოს მეორეში. სამწუხაროდ, დღევანდელ საქართველოში, ხანდახან უცხოური გამოცდილების გადმოღება წინასწარი კვლევების გარეშე ხდება, რაც სასურველ შედეგებს არ იძლევა.

ტურიზმის მრავალ ფუნქციათაგან, ერთ-ერთია მოსახლეობის ტურისტულ-რეკრეაციული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება. გარდა ამისა, ტურიზმი ასრულებს, ან შეუძლია შეასრულოს, სხვა ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური ფუნქციებიც, რომლებიც ქვეყნის ან რეგიონის განვითარების ცალკეულ ეტაპებზე, ზოგჯერ მეტად მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ. საქართველოს ეკონომიკური განვითარების პირობებში, სასურველია ისეთი გზების ძიება, რომლებიც ერთდროულად მოიცავენ მრავალ საკითხთა კომპლექსს. საქართველოს სერვისის ექსპორტის შემოსავლებიდან დაახლოებით 71.8% ტურიზმზე მოდის (საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა, 2018). ტურიზმი სეზონური და მრავალ ფაქტორზე დამოკიდებული ინდუსტრიაა, რომელიც ეკონომიკისთვის უფრო დამხმარეს წარმოადგენს და არა პრიორიტეტს. შესაბამისად, არამიზანშეწონილად მიგვაჩნია ეკონომიკის უმეტესი ნაწილის დამოკიდებულება ტურიზმზე.

სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით (გრაფიკი 1), 2015 წელს საქართველოს 5,256 მლნ 15 წლის და უფროსი ასაკის უცხოელი ვიზიტორი ესტუმრა; 2016 წელს - 5,393 მლნ; 2017 წელს - 5,923 მლნ და 2018 წელს - 7,204 მლნ (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური). მონაცემებიდან ვასკვნით, რომ საქართველოში საერთაშორისო შემოსვლების რაოდენობის ზრდის ტენდენცია მომავალშიც გაგრძელდება.



ჩვენთვის საინტერესო გახდა გაგვეგო რა რაოდენობის ტურისტთა მიღება მოუწევს საქართველოს 2021 წლისთვის უცვლელი ზრდის ტენდენციის საფუძველზე. ჩვენი გამოთვლებისა და პროგნოზის მიხედვით დადგინდა, რომ საქართველოში 2021 წლისთვის ვიზიტორთა რიცხვი 8,1 მლნ-ს გადააჭარბებს. გამოვიყენეთ ორი მეთოდი: ზრდის საშუალო ტემპისა და საშუალო აბსოლუტური მატების კოეფიციენტები. პროგნოზი მიუთითებს იმაზე, რომ თუ ტურიზმის მოცულობა გაიზრდება, მაგრამ არ მოხდება განვითარების საჭირო დონის მიღწევა, შესაძლოა მივიღოთ არასასურველი შედეგები. ტურისტთა რაოდენობის ზრდას თან უნდა სდევდეს შესაბამისი სიმძლავრეების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი ზრდა-განვითარება, რათა შესაძლებელი იყოს ტურისტთა ნაკადებთან გამკლავება.

ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს ეკონომიკის შემადგენელ ნაწილს და თავის მხრივ, როგორც ცნობილია, მოიცავს მრავალ დარგს, ესენია: სატრანსპორტო ქსელები (სახმელეთო, საჰაერო, წყლის), კავშირგაბმულობა, გზების ინფრასტრუქტურა, ტრანსპორტი, განთავსება, კვების ობიექტები და სხვა. ტურიზმის განვითარებისა და მარკეტინგის შესწავლისას, ბოლო წლებში, უდიდესია ტურიზმისა და კულტურის სინერჯის როლი. უკანასკნელი სამი დეკადის მანძილზე გლობალური ტურიზმისთვის „კულტურული ტურიზმი“ ძირითადი ტრენდი გახდა და მისი მნიშვნელობა ჯერ კიდევ აგრძელებს ზრდას (European Travel Commission/World Tourism Organization 2005). აღსანიშნავია, რომ დესტინაციებისთვის სტრატეგიის შემუშავებისას, აქცენტი

მხოლოდ კულტურულ რესურსებზე აღარ კმარა და საჭირო ხდება კრეატიული განვითარების გზების ძიება. საქართველოს გააჩნია ოთხი არამატერიალური (ქართული მრავალზღვანიობა, ქართული ღვინის დაყენების უძველესი ქართული ტრადიციული მეთოდი, ქართული ანბანის სამი სახეობის ცოცხალი კულტურა, ქართული ჭიდაობა) და სამი კულტურული (მცხეთის ისტორიული ძეგლები, გელათის სამონასტრო კომპლექსი, ზემო სვანეთი) იუნესკოს მიერ აღიარებული მემკვიდრეობა, რაც დიდ კონკურენტულ უპირატესობად შეიძლება ჩაითვალოს. ამასთანავე, იუნესკო ანახლებს კულტურული მემკვიდრეობის სიას და ამატებს ახალ ღირსშესანიშნაობებს. მაგალითისთვის, 2019 წლის ივლისში მან არსებულ სიას დაამატა ორი ბუნებრივი (საფრანგეთი და ისლანდია), ერთი ბუნებრივ-კულტურული (ბრაზილია) და ორი კულტურული ღირსშესანიშნაობა (ბურკინა ფასო და ერაყი). გამომდინარე იქიდან, რომ თითოეული კონკრეტული ღირსშესანიშნაობა კონკურენციაშია მსოფლიოს ყველა ღირსშესანიშნაობასთან, საჭიროა საკითხისადმი ინოვაციური მიდგომა ტურისტული დანიშნულების ადგილების მიმზიდველობის გასაზრდელად.

მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტული პროდუქტების უმეტესობა, ტრადიციულად, იქმნება არსებული მოცემულობების საფუძველზე (მზე, ზღვა და ქვიშა), ბოლო წლებში პროდუქტის შექმნისას კრეატიულობისა და ინოვაციურობის დანერგვის მცდელობები შეიმჩნევა. ეს დაკავშირებულია იმ ფაქტთან, რომ წინა პერიოდში ტურისტი იყო მზად მოეხმარა მზა ტურისტული პროდუქტი, ახლა კი - ის პროდუქტის შექმნაში აქტიურად მონაწილეობს. ეს აძლევს მომხმარებელს საშუალებას უფრო კრეატიულად მიუდგეს პროდუქტის შექმნას და თავის მხრივ, მიმწოდებელსაც აძლევს სიგნალს თავის საქმეს მსგავსი აზროვნებით მიუდგეს.

საკითხებისადმი კრეატიული მიდგომა ხელს უწყობს არამხოლოდ ტურიზმთან დაკავშირებული, არამედ მონათესავე, მასთან დაკავშირებული სექტორების განვითარებას, მათ შორის დასაქმების დონის ზრდას. ამასთან, კრეატიულ განვითარებაში, ხშირად, ქალების როლი წამყვანია, რაც მისცემდა საშუალებას დასაქმებაში ქალთა წილის ზრდას. ის იწვევს ცვლილებებს, სტანდარტულ პროდუქტში მრავალფეროვნების შეტანას და ხელს უშლის სტაგნაციას.

კრეატიულობა გულისხმობს ნაცნობი საკითხების ახლებური გზებით ერთმანეთთან დაკავშირებას, მაშინ როცა, ინოვაცია გულისხმობს საზოგადოებისთვის ახალი ქმნილების შეთავაზებას. ტურიზმისთვის, სადაც პროდუქტი, მის მოხმარებამდე, დამოკიდებულია წარმოსახვაზე, ინოვაციისა და კრეატიულობის როლი ცხადი ხდება.

მაგალითისთვის, ტურისტული დანიშნულების ადგილის მიმზიდველობა იზრდება, როცა პოტენციური ტურისტი დაინახავს ამ ადგილს რომელიმე ფილმში, ან წაიკითხავს მის შესახებ პოპულარული ავტორის წიგნში. ეს, შესაძლოა, განხილულ იყოს, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის კრეატიული, ირიბი რეკლამირება.

ინოვაციური მიდგომის მიზანია შექმნას ახალი პროდუქტი, მოიზიდოს ინვესტიციები, უზრუნველყოს სრულყოფილი მარკეტინგული მხარდაჭერა, დანერგოს უახლესი ტექნოლოგიები და სხვა. გარდა ამისა, ინოვაცია ბაზარზე ახალი შესაძლებლობების გამოვლენას უწყობს ხელს, რაც ყოველთვის არ გულისხმობს მხოლოდ ახალ ტექნოლოგიებთან მუშაობას. ის უფრო ახლებური აზროვნების ფორმის ჩამოყალიბებასთანაა დაკავშირებული.

მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებისთვის ინოვაციური მიდგომის გამოყენება რთულია, მათთვის სხვადასხვა ავტორი ინოვაციის სხვადასხვა ელემენტს განიხილავს, თუმცა შეგვიძლია გამოვყოთ საწარმოს შემდეგი მახასიათებელი: კავშირები, ტექნოლოგიური გავითარება და გარემო. მცირე კომპანიებში, სადაც დასაქმებულთა რიცხვი მცირეა და ერთი თანამშრომელი რამდენიმე ფუნქციას ითავსებს, ამასთან, დიდია შანსი, რომ კომპანიის თანამშრომელთა უმეტესობას არ გააჩნდეს საკმარისი დონის კვალიფიკაცია, ინოვაციური და კრეატიული აზროვნებისა და მიდგომის ჩამოყალიბება კიდევ უფრო ძნელ ამოცანას წარმოადგენს [10, გვ. 2]. საქართველოში ინოვაციური მიდგომების ჩამოყალიბება, კვლევებისა და განვითარების სტიმულირება შესაძლოა მოხდეს „გადმოტანის“ ან „სესხების“ გზით.

მაგალითისთვის, იტალიის კულტურული მემკვიდრეობისა და ტურიზმის სამინისტრო რამდენიმე წელი აქტიურ საქმიანობას ეწევა. სამინისტრომ სხვადასხვა ტურისტულ მიმართულებაზე მოახდინა ფოკუსირება, 2016 წელი იყო ეროვნული ბილიკების წელი, სოფლების წელი - 2017-ში და იტალიური საკვების წელი - 2018-ში (Travel trends in 2019: boom in experiential tourism). იტალიის მრავალი ტურისტული სააგენტო ტურისტებს თავაზობს გამოცდილებით ტურებს, რომლებიც მოიცავს: კულინარიას, ღვინის სმას, ინგრედიენტების ძიებასა და ადგილობრივ ბაზრების გაცნობას. საქართველოში არის ტურები, რომლებიც მოიცავს ქართული ტრადიციული საკვების მომზადების მასტერკლასებს,

ასევე რთველის პროცესში მონაწილეობის მიღებას, ღვინის დეგუსტაციას და სხვა, თუმცა, არ გვაქვს ადგილობრივი ბაზრებისა და კონკრეტული საკვების მომზადებისთვის საჭირო ინგრედიენტების ძიებასთან დაკავშირებული ტურები, რომელთა დამკვიდრება გაამრავალფეროვნებდა ქართულ ტურიზმს. გარდა ამისა, ეს იქნებოდა ბიძგი ადგილობრივი ბაზრებისა და სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის.

ტუროპერატორული კომპანიები სულ უფრო ხშირად აღნიშნავენ, რომ მოგზაურებს აღარ სურთ იყვნენ უბრალოდ „ტურისტები“ მათ სურთ ყოველივე გამოსცადონ როგორც ადგილობრივებმა, საქართველოში კი ტურისტული სერვისის მიწოდება ამ კუთხით ნაკლებად დახვეწილია. ამ საკითხს სჭირდება ინოვაციური და კრეატიული მიდგომა, რითიც შესაძლებელი გახდება ტურისტული პროდუქტის და მისი შეთავაზების დახვეწა.

აღსანიშნავია, რომ კრეატიულობაც და ინოვაციაც დაკავშირებულია განათლების პრობლემასთან, ვინაიდან მხოლოდ მეცნიერების განვითარების გზითაა შესაძლებელი ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, მწარმოებელთა აზროვნების დახვეწა და ახალი იდეების შემუშავება/დანერგვა.

დასკვნა

ეკონომიკის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია მრავალი სხვადასხვა სფეროსა და დარგის მონესრიგება. გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოს ეკონომიკა განვითარებადია, სასურველია საზღვარგარეთული გამოცდილების გაზიარება. მოსალოდნელია ვაჭრობის ინტეგრირება და პირობების გაუმჯობესება ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ და ჩინეთთან თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმებების დამსახურებით. უფრო მეტიც, ენერჯეტიკამ, ტურიზმმა და აგრობიზნესმა, მოსალოდნელია, ქვეყნის ეკონომიკას რეგიონულ და გლობალურ ეკონომიკაში ჩასაბმელად დახმარება გაუწიოს (The World Bank). საკითხებისადმი ინოვაციური და კრეატიული მიდგომა, პრობლემებთან გამკლავების უნიკალურ საშუალებაა. ინოვაციური სისტემის განვითარება, სწორი მართვა, შესაფერისად დაგეგმილი პოლიტიკური სისტემა და ეკონომიკის გახსნილობა ტურიზმის განვითარებას მნიშვნელოვნად დაეხმარება.

ლიტერატურა

1. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
2. საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა. 2018
3. Bajpai P., The 5 Fastest Growing Economies In The World. 2019 <https://www.nasdaq.com/article/the-5-fastest-growing-economies-in-the-world-cm1169784>
4. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization <https://whc.unesco.org/>; <https://ich.unesco.org/>
5. An insight on Incoming Tourism in Italy in 2018. <https://www.findyouritaly.com/incoming-tourism-in-italy-in-2018/>
6. Travel trends in 2019: boom in experiential tourism. <https://www.artes.travel/travel-trends-2019-experiential-tourism/>
7. The World Bank <https://www.worldbank.org/en/country/georgia/overview>
8. NASDAQ <https://www.nasdaq.com/>
9. International Monetary Fund, Country Report No. 18/198. June, 2018 http://www.economy.ge/uploads/files/2017/imf_monetary_found/cr18198_3.pdf
10. Omerzel G. O., 2014. Innovativeness in Tourism: Model Development. 2nd Global Conference on Business, Economics, Management and Tourism, 30-31 October 2014, Prague, Czech Republic <https://www.sciencedirect.com>

IMPORTANCE OF INNOVATION AND CREATIVITY

Sirbiladze Rusudan

*Doctor of Economics, Professor,
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University*

Okroshidze Lali

*Doctorate at Ivane Javakhishvili Tbilisi State University,
Economics and Business Faculty*

Summary

The economic development of the country depends on the development of innovations. In Georgia, where the fast-growing tourism industry receives large incomes, it is trying to keep up with world progress in the field and get quick results in development.

Tour operators say that more and more tourists prefer not just to be "tourists," but to be able to experience everything as local residents, and the delivery of this kind of service in Georgia is still at the development level. This aspect requires an innovative and creative approach, which will improve the products that are already available and develop new ones.

Key words: *Tourism, market, exports, GDP, innovations, creativity*