



## ტურიზმის ინდუსტრიაში ციფრული ტრანსფორმაციის გამოწვევები და პერსპექტივები

USAID-ის ეკონომიკური მმართველობის პროგრამის გრანტი: სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების და კერძო სექტორის ასოციაციების ადვოკატირების შესაძლებლობების გაძლიერება

2023

*შენიშვნა: ამ ანგარიშის მომზადება შესაძლებელი გახდა ამერიკელი ხალხის მიერ USAID-ის მეშვეობით გაწეული დახმარების შედეგად. დოკუმენტში გამოთქმული მოსაზრებები შეიძლება არ ემთხვეოდეს აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს ან აშშ-ის მთავრობის პოზიციას.*

## შესავალი

ეკონომიკის სხვა დარგების მსგავსად, ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვას და სერვისების გაციფრულებას მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს ტურიზმის სექტორის განვითარებაზე. აღსანიშნავია, რომ ტურიზმი ერთ-ერთი პირველი ინდუსტრიაა, რომელმაც ბიზნეს-საქმიანობაში ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენება დაიწყო. ტურიზმის გაციფრულების მზარდი როლიდან გამომდინარე, სექტორის განვითარება მნიშვნელოვანად არის დამოკიდებული აღნიშნული პროცესის უფექტიანად წარმართვაზე. ციფრული გადაწყვეტების ინტეგრაცია ბიზნეს-პროცესებში ხელს უწყობს სექტორის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, ტურისტული ბაზრების დივერსიფიცირებასა და ინდუსტრიის განვითარებას.

აღნიშნული პროცესები, თავის მხრივ, დაკავშირებულია ტურისტულ საქმიანობაში ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის, ციფრული მარკეტინგის გამოყენების, ელექტრონული კომერციისა და ინოვაციური ტურისტული პროდუქტის განვითარებასთან. ტურისტული კომპანიების ონლაინ პლატფორმების, დაჯავშნის სისტემების, ელექტრონული გადარიცხვების და მობილური აპლიკაციების განვითარების შედეგად, იზრდება მომხმარებლებისათვის ხელმისაწვდომი სერვისების ხარისხი და რაოდენობა, რაც ამარტივებს მოგზაურობის პროცესს. კომპანიების მიერ ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა, მათი საქმიანობის ოპტიმიზაციას, ხარჯების შემცირებას და მოთხოვნის მეტად ზუსტ შეფასებას უწყობს ხელს.

ტურიზმის სექტორს დიდი გავლენა აქვს ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაზე, სამუშაო ადგილების შექმნასა და როგორც მცირე, ისე საშუალო ბიზნესის სექტორის გაძლიერებაზე. 2019 წელს, საქართველოს დაახლოებით 7.3 მილიონი ვიზიტორი ეწვია და ტურიზმის სექტორის შემოსავალმა დადებითი გავლენა მოახდინა ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორებზე. ბოლო წლებში, სექტორში არსებული რთული მდგომარეობისა და პანდემიის უარყოფითი გავლენების მიუხედავად, ტურიზმის ინდუსტრია ერთ-ერთი სწრაფად აღდგენადი სექტორი აღმოჩნდა. 2022 წლისათვის, საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის აღდგენის მაჩვენებელმა, 2019 წლის მაჩვენებელთან შედარებით, 60%-ს მიაღწია.

მნიშვნელოვანია საქართველოს ეკონომიკაზე ტურიზმის სექტორის მზარდი გავლენის გათვალისწინებაც. 2022 წელს საერთაშორისო მოგზაურების მიერ ბარათებით განხორციელებულმა ოპერაციებმა 3.62 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა (რაც, 2021 წელთან შედარებით, 60%-იან ზრდას წარმოადგენს). ამასთანავე, 2022 წელს, წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით, ტურიზმთან ასოცირებული ინდუსტრიების (ტრანსპორტი, განთავსება, საკვებითა და სასმელით მომსახურება, ტურისტული სააგენტოების მომსახურება და მათთან დაკავშირებული საქმიანობები) წმინდა დამატებული ღირებულების წილი მთლიან მშპ-ში 6.7%-დან 7.2%-მდე გაიზარდა<sup>1</sup>.

გასათვალისწინებელია, რომ Covid-19 პანდემია განსაკუთრებით უარყოფითად აისახა ტურიზმის სექტორზე და მეტად გამოკვეთა გაციფრულების საჭიროება. დღეს დიგიტალიზაცია ქვეყნის ერთ-ერთი მთავარი პრიორიტეტია და ტურიზმის ინდუსტრია ციფრული ტრანსფორმაციის ნაწილი ხდება, თუმცა, აღნიშნულ სექტორში არსებობს უამრავი გამოწვევა ამ კუთხით, რომელთა

<sup>1</sup> საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (2023). საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა. <https://gnta.ge/wp-content/uploads/2023/09/2022-geo.pdf>

მოგვარებაც მნიშვნელოვანია როგორც ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისთვის, ასევე გრძელვადიანი ეკონომიკური ზრდისთვის.

ტურიზმის სექტორში ციფრული სისტემების დანერგვის მნიშვნელობიდან გამომდინარე, პოლიტიკის დოკუმენტის მიზანია (1) ინდუსტრიაში ციფრული ტრანსფორმაციის გამოწვევების კონსოლიდაცია და ანალიზი და (2) შესაბამისი საჯარო სექტორის წარმომადგენლებისთვის, იდენტიფიცირებული გამოწვევების საპასუხოდ, რეკომენდაციების შემუშავება.

## ტურიზმის სექტორის გაციფრულება საქართველოში

ტურიზმის სექტორში ციფრული ტრანსფორმაციის გამოწვევების შეფასების მიზნით, წარმოდგენილ თავში, ეკონომიკის გაციფრულების მიმართულებით არსებული სახელმწიფო პოლიტიკა და ტურიზმის სექტორში ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის ხელშეწყობის ინიციატივებია განხილული. არსებული მიდგომების შეფასების საფუძველზე იდენტიფიცირებულია ქვეყნის ეკონომიკისა და ტურიზმის სექტორის ციფრული ტრანსფორმაციის პრიორიტეტული საკითხები და შეფასებულია ამ მიმართულებებით არსებული მიდგომარეობა. თავის ბოლო ნაწილში შეჯამებულია იდენტიფიცირებული გამოწვევები.

ციფრული ეკონომიკის განვითარება გათვალისწინებულია ისეთ სახელმწიფო დოკუმენტებში, როგორც არის სამთავრობო პროგრამა 2021 – 2024, საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების განვითარების 2021-2025 წლების ეროვნული სტრატეგია, ასევე 2021-2025 წლების მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია. სახელმწიფოს სტრატეგიული დოკუმენტების მიხედვით, სექტორის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებებს საქართველოს ფართოზოლოვანი ქსელების, ელექტრონული მომსახურებების, ციფრული წიგნიერების, საინფორმაციო საზოგადოების ჩამოყალიბების პროცესის, მაღალტექნოლოგიური ექსპორტის, კვლევისა და ინოვაციების განვითარება, ასევე გლობალურ ციფრულ ეკონომიკაში საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლება წარმოადგენს<sup>2</sup>.

რაც შეეხება ტურიზმის სექტორში ციფრული ტრანსფორმაციის ხელშეწყობის პოლიტიკას, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025-ში ცალკე სტრატეგიულ მიზნად არ არის გამოყოფილი სექტორის გაციფრულება, ეფექტური მარკეტინგისა და საინფორმაციო კამპანიების განვითარებისა და კონკურენტუნარიანობის გაზრდის სტრატეგიულ ამოცანებში გათვალისწინებულია ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების მიმართულებები. აღნიშნული პოლიტიკა დაკავშირებულია როგორც ინტერნეტ, ასევე სოციალური მედია საშუალებებით ეფექტიანი მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელებისა და ტურიზმის სფეროში ციფრული დაჯავშნისა თუ ანგარიშსწორების სისტემებზე გადასვლის ხელშეწყობასთან<sup>3</sup>. ციფრული მარკეტინგის განვითარების მიმართულება ასევე გათვალისწინებულია 2020-2030 წლების საქართველოს ეკოტურიზმის სტრატეგიაში, სადაც ძირითად ამოცანას ეკოტურიზმთან დაკავშირებული მომსახურების შესახებ ინფორმაციის

<sup>2</sup> [სამთავრობო პროგრამა 2021 – 2024 „ეროვნული სახელმწიფოს მშენებლობისთვის“](#)

<sup>3</sup> [საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025](#)

გავრცელებისათვის ICT ინოვაციური ტექნოლოგიების, აპლიკაციებისა და ონლაინ პლატფორმების გამოყენება წარმოადგენს<sup>4</sup>.

არსებული პოლიტიკის მიუხედავად, ქვეყანაში ციფრული ეკონომიკის განვითარება არა ერთ გამოწვევასთან არის დაკავშირებული. მაგალითად, სოფლად ან მათალმითიან რეგიონებში მცხოვრებთათვის გამოწვევაა, ჰქონდეთ მაღალი ხარისხის ინტერნეტი, ასევე დამაბრკოლებელია ელექტრონული კომერციის განვითარებისათვის მეწარმეებში (ეს განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ზომის მეწარმეებს ეხებათ), არსებული ცოდნისა და შესაძლებლობების ნაკლებობა<sup>5</sup>. საქართველოში საწარმოებისათვის ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის კუთხით კიდევ ერთ ხელისშემშლელ ფაქტორად შეიძლება ჩაითვალოს ფინანსურ რესურსებზე შეზღუდული ხელმისაწვდომობა. სექტორისა და ღირებულებათა ჯაჭვის კვლევის მიხედვით, გამოიკვეთა ქვეყანაში საწარმოების გაციფრულებასთან დაკავშირებით არსებული პროგრამების დაფინანსების ნაკლებობა. ფინანსურ რესურსებთან დაკავშირებული გამოწვევები ასევე გათვალისწინებულია EU4Digital (2020) რეკომენდაციებში, რომელიც მიმართულია დაფინანსების ისეთი ალტერნატიული მეთოდების განვითარების საჭიროებაზე, როგორცაა ქრადფანდინგი და ანგელოზი ინვესტიორების საქმიანობა<sup>6</sup>.

ტურიზმის სექტორში ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვას მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ინდუსტრიაში დასაქმებული ადამიანების ციფრული უნარები. ზოგადად, საქართველოში არსებული ციფრული უნარების განვითარების დონე აღნიშნული მიმართულებით არსებულ გამოწვევებზე მიუთითებს. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის გლობალური კონკურენტუნარიანობის 2019 წლის ინდექსის მიხედვით, სამუშაო ძალის ციფრული უნარების განვითარების ნაწილში, საქართველო 141 ქვეყნიდან 104 ადგილზეა და 1-დან 7-მდე სკალაზე 3.7 ქულით არის შეფასებული. შედარებისათვის, ზოგადად, უნარების მიმართულებით ინდექსში ქვეყანა 48-ე ადგილზეა<sup>7</sup>. ქვეყანაში, ციფრული უნარების მიმართულებით არსებული გამოწვევები, ტურიზმის სექტორში დასაქმებული პირების უნარების განვითარების საჭიროებაზეც მიუთითებს.

ტურიზმის სექტორში ციფრული სისტემების გამოყენების კუთხით არსებული პროგრესის შესაფასებლად, საინტერესოა ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდექსის განხილვა. ქვეყანაში საინფორმაციო და სატელეკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარებასა და საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავლებს შორის დადებითი კავშირის გათვალისწინებით, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ერთ-ერთ კომპონენტს, რომელიც ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდექსს უკავშირდება, სწორედ ტურიზმის სექტორის ციფრული მზაობა წარმოადგენს.

გრაფიკი 1-ის მიხედვით იკვეთება, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის ციფრული მზაობის მიმართულებით, რეიტინგში საქართველო შედარებით დაბალ პოზიციასზეა მოსახლეობაში

<sup>4</sup> [საქართველოს ეკონომიკის სტრატეგია 2020-2030](#)

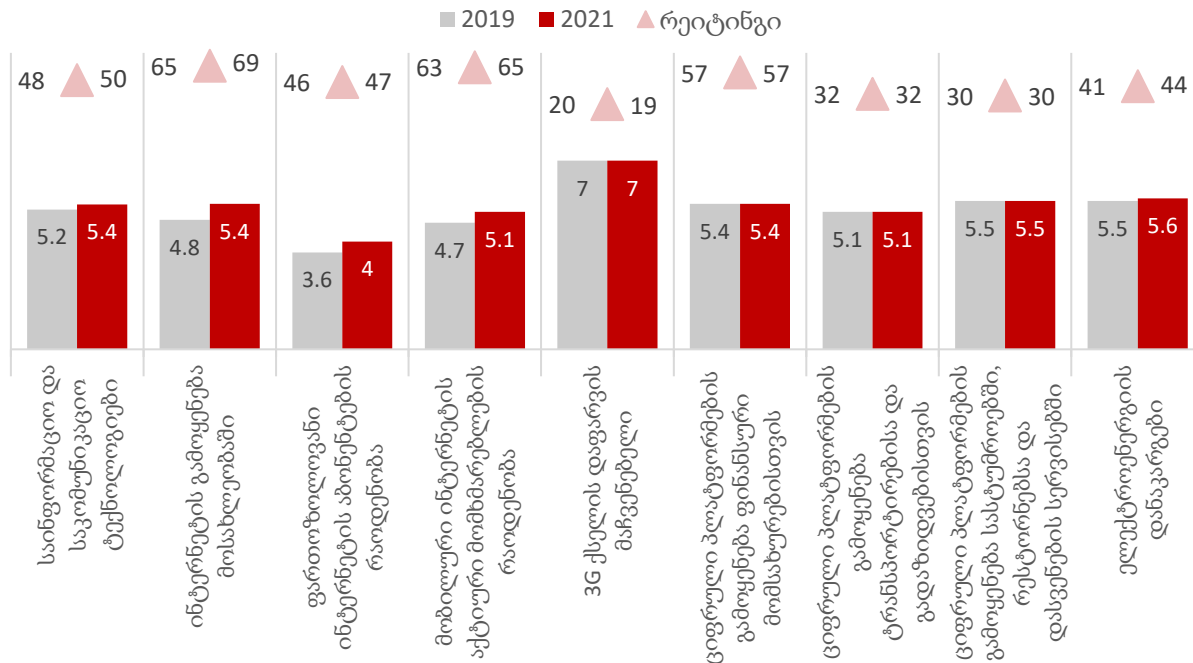
<sup>5</sup> [საქართველოს მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სტრატეგია 2021 – 2025 წლებისათვის](#)

<sup>6</sup> ჯულაყიძე, მ., ლორთქიფანიძე, მ. & პაპავა, გ.(2023). საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოების გაციფრულების მიმოხილვა, გვ. 12-13. <https://iset-pi.ge/storage/media/other/2023-05-30/1265dce0-fee4-11ed-a731-2107a4466997.pdf>

<sup>7</sup> World Economic Forum (2019). The Global Competitiveness Report 2019, pp. 234-237. [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf)

ინტერნეტის (69-ე ადგილი) და მობილური ინტერნეტის (65-ე ადგილი) გამოყენების, ასევე ფინანსური მომსახურებისათვის ციფრული პლატფორმების (57-ე ადგილი) გამოყენების მაჩვენებლების კომპონენტებში. დამატებით, სხვა კატეგორიებთან შედარებით, მკვეთრად დაბალია ფართოზოლოვანი ინტერნეტის მომხმარებლების რაოდენობის მაჩვენებელიც, რომელიც 2021 წლის ინდექსში 4 ქულით შეფასდა მაშინ, როდესაც სხვა კატეგორიებში საქართველოს შეფასება 5 ქულას აღემატება.

**გრაფიკი 1. ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდექსი – საქართველო, 2021**



წყარო: World Economic Forum, T&T index

ტურისტული დანიშნულების ადგილებს ციფრული კონტენტისა და ონლაინ პლატფორმების საშუალებით აქვთ შესაძლებლობა, მოიზიდონ მოგზაურები მსოფლიოს სხვადასხვა წერტილიდან მოგზაურობის დაგეგმვის ნებისმიერ ეტაპზე. ამ კუთხით მზარდი ტენდენცია შეინიშნება მსოფლიოში და არც საქართველოა გამონაკლისი. 2019 წელს საქართველოში დარჩენების 78% დაჯავშნილი ან მოძიებული იყო ციფრული პლატფორმების საშუალებით. აღნიშნული მაჩვენებელი 2012 წელს 56%-ს შეადგენდა. თუმცა, პოტენციური დიდია და მნიშვნელოვანია მეტად მოხდეს მისი ათვისება.

დაჯავშნის პროცესში ციფრული პლატფორმების გამოყენების მზარდი მაჩვენებლების მიუხედავად, მკვეთრად დაბალია სასტუმროებში ელექტრონული კომერციის გადახდების განხორციელების მაჩვენებლები. ონლაინ ჯავშნების შემთხვევაშიც, გადახდების 95%-ზე მეტი სასტუმროებში ხორციელდება. ამასთანავე, ხაზგასასმელია, რომ 2019 წელს ელექტრონული კომერციის წილი, სასტუმროების უნაღდო ტრანზაქციებში 5%-ს შეადგენდა, ხოლო 2022 წლისათვის ეს მაჩვენებელი 3%-მდეა შემცირებული<sup>8</sup>. არსებული ვითარება კიდევ ერთხელ

<sup>8</sup> Kvakhadze, I., Beroshvili, T. & Tsintsabadze, M. (2022). Tourism Industry in Georgia, p.22.

<https://tbccapital.ge/static/file/202212275757-tourism-industry-in-georgia-december-2022.pdf>

უსვამს ხაზს ფინანსურ მომსახურებაში ციფრული პლატფორმების გამოყენებასთან დაკავშირებულ გამოწვევებს.

სექტორის გაციფრულების მნიშვნელოვან მიმართულებას ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვა წარმოადგენს. ზოგადად, საქართველოში გამოწვევად რჩება საწარმოებში ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარების მიმართულება. საქსტატის მონაცემების მიხედვით, 2023 წლის პირველი იანვრის მდგომარეობით, საწარმოთა 14.3%-ს აქვს ვებგვერდი. აღნიშნული პრობლემა განსაკუთრებით მწვავედ დგას მცირე და საშუალო საწარმოებში. 2023 წლის მდგომარეობით, მცირე საწარმოების მხოლოდ 13%-ს აქვს საკუთარი ვებგვერდი მაშინ, როდესაც ეს მაჩვენებელი საშუალო საწარმოებში შედარებით მაღალ ნიშნულს 52.6%-ს აღწევს, თუმცა, მაინც მკვეთრად ჩამორჩება მსხვილი საწარმოების 72%-იან მაჩვენებელს. ამასთანავე, ხაზგასასმელია, რომ იმ კომპანიებიდან, რომლებსაც აქვთ ვებგვერდი, მხოლოდ 18% აქვს ონლაინ შეკვეთის ან დაჯავშნის ფუნქცია<sup>9</sup>. იმის გათვალისწინებით, რომ ტურიზმის სექტორში მომუშავე საწარმოები მცირე და საშუალო საწარმოების მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს, იდენტიფიცირებული გამოწვევები ასევე რელევანტურია სექტორში მომუშავე კომპანიებისთვის.

ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარების კუთხით, ფუნქციური ვებგვერდისა და ელექტრონული კომერციის სისტემის დანერგვასთან ერთად, მსოფლიოს სხვადასხვა განვითარებულ ქვეყანაში, ტურისტული დანიშნულების ადგილებში, აქტიურად იყენებენ შემდეგი სახის ციფრულ ტექნოლოგიებს: ციფრულ check-in და check-out სისტემას, სასტუმროს ოთახის ციფრულ გასაღებს, ციფრულ მენიუებს, ინფრასტრუქტურისა და მოწყობილობების ციფრულ მართვას, სერვისის წარმომადგენლებთან საკომუნიკაციო უკონტაქტო პორტალებს და ვირტუალურ ტურებს. საქართველოს შემთხვევაში მსგავსი ტექნოლოგიები ძირითადად მხოლოდ დიდ ქალაქებში გვხვდება.

ქვეყანაში ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენების მაჩვენებელი მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ტურისტული საწარმოს ადგილმდებარეობაზე. მაღალმთიან რეგიონებსა და სოფლებში არსებულ კომპანიებს მეტ სირთულესთან უწევთ გამკლავება როგორც ციფრულ ტექნოლოგიებთან წვდომის, ასევე ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა ციფრული უნარების ნაკლებობის მიმართულებით. მაგალითად, ქედის მუნიციპალიტეტში, რომელიც აჭარაში ერთ-ერთ ყველაზე განვითარებულ არაურბანულ ტურისტულ მიმართულებად ითვლება, ტურისტული ობიექტების მხოლოდ 20% აქვს სოციალური მედია, ასევე მხოლოდ 20% არის მონიშნული გუგლის რუკაზე. ამასთანავე, მხოლოდ 4%-ია დარეგისტრირებული TripAdvisor-ზე და 1% Booking.com-ზე<sup>10</sup>. ზემოთ ხსენებული ციფრული საკომუნიკაციო და მარკეტინგული საშუალებების გამოყენება მნიშვნელოვანია სოფლებში არსებულ ინფრასტრუქტურაზე ტურისტების ინფორმირებისა და მათი მოგზაურობის გასამარტივებლად.

ტურისტულ სერვისებში ციფრული ინფრასტრუქტურის კიდევ ერთ მიმართულებას ციფრული მარკეტინგი წარმოადგენს, რომლის ეფექტიანი განვითარება მნიშვნელოვნად არის

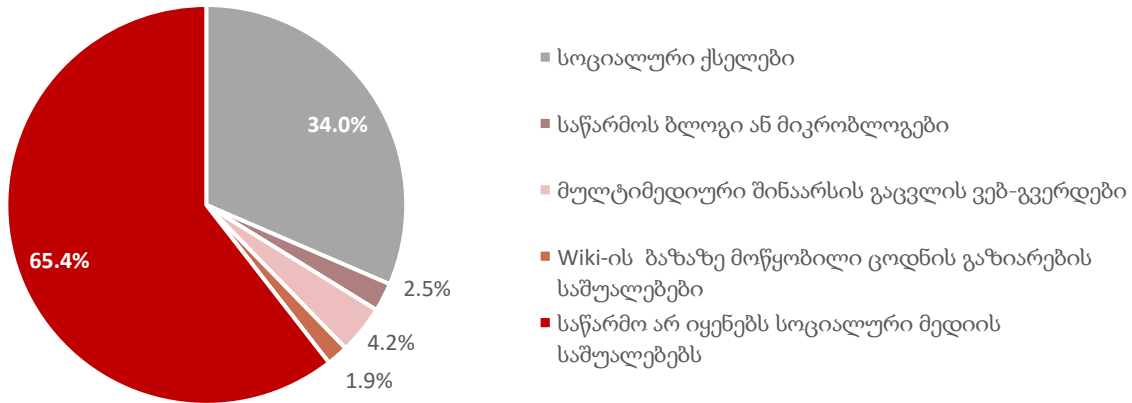
<sup>9</sup> საქსტატი (2023). საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების გამოყენება საწარმოებში, ინტერნეტთან წვდომა და მისი გამოყენება. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/105/sainformatsio-da-sakomunikatsio-tekhnologiebis-gamogeneba-satsarmoebshi>

<sup>10</sup> აღმოსავლეთ პარტნიორობის სამოქალაქო საზოგადოების ფორუმის საქართველოს ეროვნული პლატფორმა (2020). პანდემიის პირობებში ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული გამოწვევები, სიტუაციის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზი და ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის რეკომენდაციები, გვ 30-31.

<https://eap-csf.ge/wp-content/uploads/2021/03/EAP-ტურიზმის-კვლევა-და-პოლიტიკის-დოკუმენტი.pdf>

დამოკიდებული სოციალური მედიის გამოყენებაზე. გრაფიკი 2-ის მიხედვით იკვეთება, რომ საკმაოდ მაღალია იმ საწარმოთა წილი, რომლებიც საერთოდ არ იყენებენ სოციალური მედიის საშუალებებს. 2023 წლის პირველი იანვრის მდგომარეობით, საწარმოთა 65% თავის საქმიანობაში სოციალურ მედიას არ იყენებს, ხოლო დარჩენილი კომპანიები ძირითადად სოციალურ ქსელებს (მაგ. Facebook, LinkedIn, Xing, Viadeo, Yammer, და ა.შ.) იყენებენ.

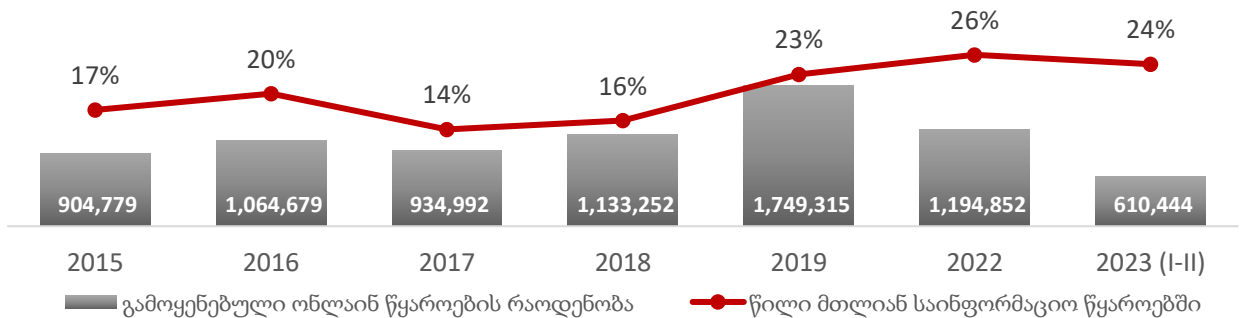
**გრაფიკი 2. საწარმოთა მიერ სოციალური მედიის გამოყენების მაჩვენებლები, 2023 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით**



წყარო: საქსტატი, 2023

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ განხორციელებული საერთაშორისო ვიზიტორების კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ ბოლო წლებში საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ ონლაინ წყაროების გამოყენების მაჩვენებლები მზარდი, თუმცა კვლავ საკმაოდ დაბალია. კვლევაში ონლაინ წყაროები მოიცავდა [www.Georgia.travel](http://www.Georgia.travel)-ის, [www.facebook.com/georgiaandtravel](http://www.facebook.com/georgiaandtravel)-ის, [www.wikitravel.com](http://www.wikitravel.com)-ის, [www.lonelyplanet.com](http://www.lonelyplanet.com)-ისა და სხვა ინტერნეტ წყაროების გამოყენების მაჩვენებლებს. 2015 წელს ვიზიტორების 17% იყენებდა ონლაინ წყაროებს, ხოლო 2023 წლის პირველი ორი კვარტლის მონაცემების მიხედვით ეს მაჩვენებელი 24%-მდე გაიზარდა.

**გრაფიკი 3. საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ გამოყენებული ონლაინ საინფორმაციო წყაროები**



\* პანდემიის შედეგად, საქსტატის უცხოელ ვიზიტორთა სტატისტიკური გამოკვლევის დროებით შეჩერების გამო, 2020-2021 წლის მონაცემები არ არის ხელმისაწვდომი  
წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ ონლაინ საინფორმაციო წყაროების გამოყენების მაჩვენებლები ეფექტიანი ციფრული მარკეტინგისა და მომხმარებლებზე მორგებული საინფორმაციო კამპანიების მიმართულებით არსებული გამოწვევების მანიშნებელია. საერთაშორისო ბაზარზე საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ზრდისათვის მნიშვნელოვანია ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარება და მომხმარებლებზე მორგებული სოციალური მედიისა თუ სხვა ციფრული პლატფორმების გამოყენების წახალისება.

ციფრული ეკონომიკის დარგში სახელმწიფო პოლიტიკის მიმოხილვის საფუძველზე, ამ მიმართულების პრიორიტეტულობა გამოიკვეთა. ამასთანავე ხაზგასასმელია, რომ ტურიზმის სექტორში ციფრული ტექნოლოგიების განვითარების მხარდაჭერა ნაკლებად მკაფიოდ არის განსაზღვრული და პოლიტიკის სხვადასხვა ამოცანაშია გათვალისწინებული. რაც შეეხება აღნიშნული სექტორის გაციფრულების პრიორიტეტულ მიმართულებებსა და მასთან დაკავშირებით არსებულ გამოწვევებს, გამოიკვეთა, რომ საქართველოში მცირე და საშუალო საწარმოებში, მათ შორის ტურისტულ საქმიანობებში, გაციფრულების მაჩვენებლები შედარებით დაბალია (ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარება, ელექტრონული კომერცია, ციფრული მარკეტინგი და ა.შ.). ამასთანავე, გამოიკვეთა სექტორში არსებული ციფრული უნარების ნაკლებობასა და ფინანსებზე ხელმისაწვდომობასთან წვდომასთან დაკავშირებული გამოწვევები. ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესის ეფექტიანი წარმართვისა და დარგში არსებული გამოწვევების დაძლევისათვის აუცილებელია შესაბამისი პოლიტიკის შემუშავება.

## საერთაშორისო პრაქტიკის მიმოხილვა

საქართველოში ტურიზმის სექტორში ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის პროცესის მხარდამჭერი პოლიტიკის მიმართულებების იდენტიფიცირებისათვის, მოცემულ თავში განხილულია ევროკავშირისა და მისი წევრი ქვეყნების გამოცდილება და ტურიზმის გაციფრულების მხარდაჭერის პოლიტიკა.

ტურიზმის ციფრული ტრანსფორმაციის მხარდაჭერისათვის ევროკავშირში არა ერთი პროექტი მიმდინარეობს. 2020 წელს ევროკომისიის მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარების სააგენტომ 9 პროექტი დაიწყო, რომლებიც ტურიზმის ინოვაციური და ტექნოლოგიური განვითარების სტიმულირებაზე იყო მიმართული.

მაგალითისათვის, EU DigiTOUR პროექტი მიმართულია მცირე და საშუალო ტურისტულ ორგანიზაციებში ინოვაციური ტურისტული გადაწყვეტილებების, პროდუქტების, სერვისებისა და უნარების განვითარებაზე, ხელოვნური ინტელექტის, ვირტუალური და გაფართოებული რეალობის, ასევე მონაცემების დამუშავების სისტემების გამოყენების მხარდაჭერაზე. კიდევ ერთი პროექტი, DIGITOUR მცირე და საშუალო საწარმოების უნარებისა და ციფრული ცოდნის განვითარებაზე მიმართულ ინიციატივებს მოიცავს. პროექტ EURO-EMOTUR-ის მიზანია, მცირე და საშუალო საწარმოების ციფრულ ტექნოლოგიებთან დაკავშირება და მათი კონკურენტუნარიანობის ზრდა, განსაკუთრებული ყურადღება კი, ნეირო მარკეტინგის ტექნიკის განვითარებაზეა გამახვილებული. CulTourData მიზნად ისახავს მონაცემებზე დაფუძნებული კულტურული ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობას. აღნიშნული პროექტი მიმართულია ევროკავშირის კულტურულ დედაქალაქებში, მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ, მონაცემთა ანალიზის გამოყენების საფუძველზე, ტურიზმის, კულტურის, ინოვაციებისა და ციფრული ტექნოლოგიების მიდგომების გაერთიანების ხელშეწყობისაკენ. TOURBIT ხელს უწყობს ციფრულ



ტექნოლოგიებზე ცნობიერების ზრდას, ციფრული ტრენინგების, მენტორინგისა და მხარდაჭერის საფუძველზე. ასევე პროექტის ფარგლებში გათვალისწინებულია ციფრული პლატფორმის შექმნა, რომელიც 200-ზე მეტ დაინტერესებულ მხარეს დააკავშირებს ერთმანეთთან. Tourism4.0 პროექტი ხელს უწყობს უნარების განვითარებას, ტექნოლოგიების გაცვლას და როგორც მცირე, ასევე საშუალო საწარმოების მხარდაჭერას ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის კუთხით. პროექტი მიზნად ისახავს აღნიშული მიმართულებების განვითარებისათვის ერთიანი პლატფორმის შექმნას, რომელიც გააერთიანებს ტურიზმის სექტორის, ტექნოლოგიების მიმწოდებლებისა და საჯარო უწყებების წარმომადგენლებს<sup>11</sup>.

შეჯამების სახით, შეიძლება ითქვას, რომ ევროკავშირში ტურიზმის ციფრული ტრანსფორმაციის ხელშემწყობი პროექტები ძირითადად მიმართულია ტურიზმის სექტორში მცირე და საშუალო საწარმოთა უნარების განვითარებაზე, ტურისტული სერვისების განვითარებაში ციფრული ტექნოლოგიების ინტეგრირებაზე, ახალი პროდუქტების შექმნაზე, ვირტუალური და გაფართოებული რეალობისა თუ მონაცემების დამუშავების სისტემების, ასევე ამ პროცესის ხელშემწყობი პლატფორმების ინიცირებაზე.

OECD-ის 2022 წლის ანგარიშის<sup>12</sup> მიხედვით, პანდემიის შედეგად, ტურიზმის სექტორში ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესი პრიორიტეტულ მიმართულებად იქცა OECD-ისა და პარტნიორი ქვეყნებისთვის. ბევრ ქვეყანას ტურისტული საქმიანობების ციფრული ტრანსფორმაციის მხარდაჭერი და ხელშემწყობი პოლიტიკა აქვს შემუშავებული, რაც მოიცავს ახალი ციფრული პლატფორმების, განათლების, ციფრული მომსახურებისა და დაფინანსების მიმართულებების განვითარებას.

მაგალითად, ციფრული სისტემების დანერგვისათვის საჭირო უნარების განვითარებისთვის ესტონეთი ყოველწლიურად მომსახურების დიზაინისა და სერვისების დიგიტალიზაციის მიმართულებით ტურისტული კომპანიებისთვის მასტერკლასებს ატარებს. ასევე, ლატვია ახორციელებს პროგრამებს პროცესების დიგიტალიზაციის, ციფრული უნარების ტრენინგისა და ახალი ციფრული პროდუქტების განვითარების მხარდასაჭერად. ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარება პრიორიტეტული მიმართულებაა პორტუგალიის მთავრობისათვისაც. იმის გათვალისწინებით, რომ სასტუმროებისა და რესტორნების სექტორში კომპანიების 47% აქვს საკუთარი ვებგვერდი, პორტუგალიის ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის ნაწილია განახლებული ტრენინგ-პროგრამებისა და ციფრულ კავშირების განვითარება<sup>13</sup>. ევროკავშირის ქვეყნების გამოცდილების მიმოხილვის საფუძველზე იკვეთება, რომ როგორც სოციალური მარკეტინგის, ასევე კომპანიების ოპერაციებისა და მომსახურებაში ციფრული გადაწყვეტების ეფექტიანი ინტეგრირებისათვის, საჭიროა ინდუსტრიაში დასაქმებული პირებისათვის შესაბამისი უნარების განვითარება.

<sup>11</sup> European Commission (2022). Boosting tourism in the digital era. [https://eisma.ec.europa.eu/news/boosting-tourism-digital-era-2022-03-11\\_en](https://eisma.ec.europa.eu/news/boosting-tourism-digital-era-2022-03-11_en)

<sup>12</sup> OECD (2022). Tourism Trends and Policies. <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/a8dd3019-en.pdf?expires=1699440178&id=id&accname=guest&checksum=D3AFF61F50877555075351A2DC43A076>

<sup>13</sup> იქვე, გვ. 45.

## დასკვნები და რეკომენდაციები

ტურიზმის სექტორში ციფრული ტრანსფორმაციის ხელშეწყობის საჭიროება, ეკონომიკის გაციფრულების პროცესში ქვეყანაში არსებული გამოწვევების იდენტიფიცირების საფუძველზე გამოიკვეთა. საქართველოში, მცირე და საშუალო საწარმოებსა და ტურიზმის სექტორში აღნიშნული ტექნოლოგიების გამოყენების ტენდენციების შეფასებამ არა ერთი გამოწვევა გამოავლინა. მათ შორის, ხაზგასასმელია ფინანსური მომსახურებისათვის ციფრული პლატფორმების გამოყენებისა და ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარების კუთხით არსებული დაბრკოლებები. საწარმოების დიდ ნაწილს არ აქვს განვითარებული შესაბამისი სტანდარტის ვებგვერდი, არ აქვთ სერვისების ონლაინ დაჯავშნისა და გადახდის სისტემები, არ იყენებენ ელექტრონული კომერციის პლატფორმებს, რომლებსაც რამდენიმე საწარმო იყენებს (მაგალითად, Booking.com, Airbnb, TripAdvisor) და ა.შ.

ქართული საწარმოებისათვის კიდევ ერთ დაბრკოლებას ციფრული მარკეტინგის განვითარება წარმოადგენს. კერძო სექტორის მიერ სოციალური მედიის გამოყენების დაბალი მაჩვენებლები და ამ კუთხით მხოლოდ სოციალურ ქსელებზე კონცენტრირება მნიშვნელოვანი დაბრკოლებაა საქართველოში საერთაშორისო ტურისტების მოზიდვისა და სექტორის კონკურენტუნარიანობის გაზრდისათვის. აღნიშნული გამოწვევა ასევე საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ გამოყენებული ონლაინ საინფორმაციო წყაროების დაბალ მაჩვენებლებში ვლინდება.

დამატებით, ციფრული ტექნოლოგიებისა და ტურისტულ მომსახურებაში ციფრული გადაწყვეტილების დანერგვას, ადამიანური კაპიტალის უნარების ნაკლებობა, ინოვაციური და თანამედროვე სისტემების დასაწარმოებლად არასაკმარისი ფინანსური რესურსები და ქალაქებისგან განსხვავებით, რეგიონებში ციფრული ინფრასტრუქტურის განვითარების შედარებით დაბალი მაჩვენებლები ართულებს.

ზემოხსენებული გამოწვევების დაძლევის მიზნით, მნიშვნელოვანია ტურიზმის სექტორის ციფრული ტრანსფორმაციის პროცესის ხელშეწყობისათვის შესაბამისი პოლიტიკის გატარება. პოლიტიკის დოკუმენტში, საერთაშორისო პრაქტიკის გათვალისწინებით, შემუშავებულია საქართველოში არსებული პრობლემების დაძლევაზე მორგებული რეკომენდაციები, რომელიც შემდეგ მიმართულებებს მოიცავს:

- **ციფრული გადაწყვეტილებების ნაკლებობა ტურისტული დანიშნულების ადგილებში**

მნიშვნელოვანია, გაფართოვდეს ტურიზმის ციფრული ინფრასტრუქტურა, რაც მოიცავს ინტერნეტ-კავშირის გაუმჯობესებას, მობილური ქსელების და ციფრული გადახდის სისტემების დანერგვას, ციფრული დაჯავშნის და გაუქმების, საძიებო სისტემის ოპტიმიზაციისათვის საჭირო (SEO) ტექნიკის დანერგვას, ტურისტებისთვის უკონტაქტო გადახდების სისტემისა და მობილური აპლიკაციების შეთავაზებას. ასევე, მნიშვნელოვანია ამ კუთხით ცნობიერების ამაღლება როგორც სერვისის მიმწოდებლებში, ასევე მომხმარებლებში.

- **ციფრული უნარ-ჩვევების ნაკლებობა, ძლიერი ციფრული მარკეტინგის პოლიტიკის არარსებობა**

ციფრული ტექნოლოგიების ათვისება კვალიფიციურ სამუშაო ძალას მოითხოვს, რაც საკმაოდ დაბალია ადგილობრივ ბაზარზე. საჭიროა, განისაზღვროს სამიზნე ჯგუფები, სოციალურ მედიაში განთავსდეს მათ პრეფერენციებზე მორგებული კონტენტი.

მიზანშეწონილია, შემუშავდეს ტრენინგები ციფრული უნარ-ჩვევების გასაზრდელად, რომელთა მოდული შესაძლოა, მოიცავდეს ციფრული მარკეტინგის ტექნიკებს, სოციალური მედიის მართვას, ვებგვერდის განვითარებას, ასევე მომხმარებელთან ურთიერთობის სტრატეგიებს. ტრენინგებში მონაწილეობა შეუძლიათ მიიღონ ტურისტული ინდუსტრიის სხვადასხვა წარმომადგენლებმა. ტრენინგების განვითარების პროცესში მნიშვნელოვანია საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, ინდუსტრიის წარმომადგენლებთან და შესაბამის სახელმწიფო სტრუქტურებთან აქტიური კომუნიკაცია. ფართო აუდიტორიის მოსაზიდად მნიშვნელოვანია ახალი კავშირების დამყარება ინდუსტრიის წარმომადგენელ ბლოგერებთან და ციფრულ პლატფორმებზე საქართველოს ტურისტული დანიშნულების ადგილების სარეკლამო შეთავაზებების განთავსება.

■ **ონლაინ შეფასებების მართვის არაეფექტურობა**

დღესდღეობით ტურისტები დანიშნულების ადგილებს სოციალურ მედიაში შეფასებების მიხედვით არჩევენ. სწორედ ამიტომ, მნიშვნელოვანია, მოხდეს მომხმარებლებთან სწორი და დროული კომუნიკაცია.

მნიშვნელოვანია, მუდმივ რეჟიმში ხდებოდეს საქართველოს ტურისტული ინდუსტრიის შესახებ ონლაინ მიმოხილვების შეფასება, პრობლემური მიმართულებების იდენტიფიცირება, საუკეთესო სტრატეგიის შემუშავება და იმის გათვალისწინება, თუ რას ანიჭებს უპირატესობას ახალი მომხმარებელი.

■ **ფინანსური რესურსების სიმცირე**

რიგ შემთხვევაში ინდუსტრიის წარმომადგენლებს არ აქვთ საკმარისი ფინანსური რესურსები, რომ ფენი აუწყონ ციფრულ ტრანსფორმაციას. მნიშვნელოვანია, ციფრული სტარტაპებისა და მეწარმეების მხარდაჭერა. მიუხედავად იმისა, რომ სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“, ასევე საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოს პროგრამები მიმართულია მცირე და საშუალო საწარმოებში ინოვაციებისა და ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის წახალისებაზე, საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის გაციფრულებისთვის საჭიროა დაფინანსების წყაროების გაფართოება, ასევე მენტორობის პროგრამების დანერგვა და სექტორის წარმომადგენლებს შორის ღონისძიებების ორგანიზება.

■ **ინტეგრირებული ციფრული პლატფორმების ათვისება, ახალ ტექნოლოგიებთან მუდმივი ადაპტაცია**

მნიშვნელოვანია, (1) მოხდეს ინდუსტრიის ტენდენციების რეგულარული მონიტორინგი, (2) ტექნოლოგიურ კონფერენციებსა და ფორუმებში მონაწილეობა, (3) ვიზუალურად მიმზიდველი და მომხმარებლისთვის მოსახერხებელი საიტების არსებობა, რაც საუკეთესოდ წარმოაჩენს საქართველოს ტურისტულ უნიკალურობას, (4) ვირტუალური რეალობის (VR), გაძლიერებული რეალობის (AR) და როგორც 360 გრადუსიანი ვიდეოების, ასევე (5) ჩეთბოტების ან/და ხელოვნური ინტელექტის მქონე ასისტენტების დანერგვა.

აღნიშნული მიმართულების ხელშემწყობი პოლიტიკის შესამუშავებლად მნიშვნელოვანია, როგორც ტურიზმის სექტორის განვითარებაზე პასუხისმგებელი უწყებების, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, ასევე მცირე და საშუალო მეწარმეობის მხარდამჭერი უწყებების საქმიანობა. მიზანშეწონილია, ტურიზმის გაციფრულების გათვალისწინება „აწარმოე საქართველოში“ სააგენტოსა და საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს საქმიანობაში.

ამ რეკომენდაციების გათვალისწინებით, ტურიზმის ინდუსტრიას საქართველოში შეუძლია, მნიშვნელოვნად გაზარდოს გაციფრულების დონე და ვიზიტორთა რაოდენობა, ასევე დაამყაროს ეფექტური კომუნიკაცია სხვადასხვა ციფრული არხის საშუალებით. გაციფრულებული ტურისტული ინდუსტრია ხელს შეუწყობს საქართველოს ტურისტული მიმზიდველობისა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, რაც, თავის მხრივ, გამოიწვევს ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდას.

მნიშვნელოვანია ინდუსტრიის ყველა დაინტერესებულ მხარეს შორის მუდმივი თანამშრომლობა, მთავრობის აქტიური ჩართულობა და ტრენინგებისა თუ პროგრამების საშუალებით ციფრული უნარებისა და ტექნოლოგიების მუდმივი სწავლება / დანერგვა / ადაპტაცია.