

დმო ,როგორც ტურიზმის განვითარების და
სტიმულირების ძირითადი ინსტრუმენტი

ნათია კობრიძე
თინათინი დათუკიშვილი

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის, ტექნოლოგიისა და განათლების ფაკულტეტზე ტურიზმის მენეჯმენტის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად.*

პროგრამა: ბიზნეს ადმინისტრირება

პროექტის ხელმძღვანელი: გიორგი ბეგაძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2019

წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ ისეთ მასალას, რომელიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ნათია კობრიძე

თინათინ დათუკიშვილი

26.06.2019

სარჩევი

დიაგრამების ჩამონათვალი	iv
ცხრილების ჩამონათვალი.....	v
აბრევიატურის ჩამონათვალი	vi
აბსტრაქტი	1
შესავალი	5
თავი 1. დესტინაცია და მისი ელემენტები	8
1.1 დესტინაციის შესახებ.....	8
1.2 დანიშნულების ელემენტები.....	9
თავი 2.დესტინაციის მენეჯმენტი	11
თავი 3. DMO-დანიშნულების მართვის ორგანიზაცია	13
3.1 DMO-ს როლი და მისი სახეობები	13
3.2 DMO-ს ფუნქცია და მოვალეობები	17
3.3 DMO-ს გამჭვირვალობა, როგორც ორგანიზაციის ფუნქციონირების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი.....	18
თავი 4. DMO-ს განვითარებისთვის საჭირო აქტივობები.....	21
თავი 5. DMO-ს დაინტერესებული მხარეები და მუშაობის პროცესი.....	25
თავი 6.დანიშნულების ადგილის მართვის მნიშვნელობა და დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციის (DMO) სტრატეგია	31
6.1 დანიშნულების ადგილის მართვის უპირატესობები	31
6.2 DMO -ს სტრატეგია მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრიაში.....	33
ლიტერატურული მიმოხილვა	40
თავი 7.ტურიზმი საქართველოში	48

7.1 საქართველოს ტურისტული ბაზრის მიმოხილვა	48
7.2 ტურიზმის პოლიტიკა საქართველოში.....	53
თავი 8.დმო-ს არსებობის და განვითარების მნიშვნელობა საქართველოში.....	56
DMO საქართველოში - მიმოხილვა	60
კვლევის ანალიზი	66
დასკვნა და რეკომენდაცია	76
ბიბლიოგრაფია.....	81
დანართები	83
დანართი N1: საერთაშორისო მოგზაურობის სტატისტიკა საქართველოში.....	83
დანართი N: ვიზიტორთა სტატისტიკა საქართველოში წლების მიხედვით.	84
დანართი N3: ტოპ 5 ქვეყანა საერთაშორისო ვიზიტების მიხედვით.....	85
დანართი N4: უცხო ქვეყნის მოქალაქე ვიზიტორთა პირველი ხუთეული 2019წ.....	86
დანართი N5:ვიზიტორთა სტატისტიკა თვეების მიხედვით.....	86
დანართი N6:შიდა ვიზიტები რეგიონების მიხედვით	87
დანართი N7:შემოსავლები ტურიზმიდან	87
დანართი N8: აზერბაიჯანის კონკურენტუნარიანობის სტატისტიკა	88
დანართი N9:კითხვარი.....	88

დიაგრამების ჩამონათვალი

დიაგრამა N1 - რა ტიპის ორგანიზაციას წარმოადგენთ?-----	66
დიაგრამა N2 - რომელ რეგიონს წარმოადგენთ?-----	67
დიაგრამა N3 - რამდენად მნიშვნელოვანია არსებობდეს სახელმწიფოსთან ერთად სხვა მართვის სისტემაც,რომელიც მიმართული იქნება უშუალოდ ტურიზმისკენ?--	69
დიაგრამა N4 - არსებობს თუ არა რეგიონში/მუნიციპალიტეტში DMO?-----	70
დიაგრამა N5- თქვენი აზრით რამდენად არის შესაძლებელი სხვა ქვეყნების DMO-ების მაგალითი მოვარგოთ საქართველოს?-----	71
დიაგრამა N6 - რეგიონში/მუნიციპალიტეტში დმო-ს არსებობის ან ჯერ კიდევ ჩამოყალიბების პროცესში ყოფნის შემთხვევაში,როგორ შეაფასებთ რეგიონული ტურიზმის განვითარების ხარისხს?-----	72
დიაგრამა N7 - რა შეიძლება ჩაითვალოს დმო-ს განვითარების ხელისშემშლელ ფაქტორად?-----	73
დიაგრამა N8 - რამდენად გაითავისა საქართველოს დმო-მ მსოფლიოს ორგანიზაციების ძირითადი მიზანი ვიზიტორთა რაოდენობის მართვის,მათთვის სასურველი მომსახურეობისა და პროდუქტის შეთავაზების,არსებული ვიზიტორების შენარჩუნებისა და მათი დახმარებით სხვა პოტენციური ვიზიტორების დაინტერესების საკითხთან დაკავშირებით.-----	74

ცხრილების ჩამონათვალი

- ცხრილი N1** - მარკეტინგულ აქტივობების შეფასება რეგიონში, რომელიც მიმართულია ტურიზმის სექტორისკე, საკმარისია თუ არა არსებული აქტივობები მისი განვითარებისა და ხელშეწყობისათვის.-----68
- ცხრილი N2** - თუ რა აქტივობებია საჭირო ზოგადად ტურისტული ბაზრის გასაავითარებლად. შეფასება 1-დან 5ქულამდე-----69
- ცხრილი N3** - საქართველოში კერძო სექტორისა და ადგილობრივი მოსახლეობის თანამშრომლობის შეფასება DMO-ს ორგანიზაციასთან-----71
- ცხრილი N4** - კერძო სექტორისა და სახელმწიფოს თანამშრომლობის ხარისხის შეფასება-----72
- ცხრილი N5** - დმო-ს არსებობამ გაამარტივა თუ არა რეგიონის და ზოგადად ტურიზმის განვითარება-----74

აბრევიატურის ჩამონათვალი

DMO	Destination Management Organization
NGO	Non-governmental organization
NTA	National tourism Association
NTO	National tourism organisation
SEO	Search engine optimization
UNWTO	The World Tourism Organization
TA	Tourism Australia
SAR	Special Administrative Region
GCMB	Glasgow City Marketing Bureau
NSW	New South Wales
WTTC	The World Travel & Tourism Council
USAID	United States Agency for International Development
SCTA	Sibiu County Tourism Association
CTC	Canadian Tourism Commission

აბსტრაქტი

XX საუკუნიდან ტურიზმი მრავალფეროვან საქმიანობად იქცა, როგორც საერთაშორისო, ისე საქართველოს ბაზრისთვის. იგი დიდ როლს თამაშობს ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობის განმტკიცებაში, რაც არის მისი განვითარების ხელშეწყობის ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორი. უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველო გამოირჩევა მრავალფეროვანი რესურსებით, რაც ქვეყანას აძლევს იმის პერსპექტივას, რომ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე წარმოადგენდეს ერთ-ერთ მიმზიდველ და სასურველ ტურისტული დანიშნულების ადგილს. აღნიშნულ რესურსებს სჭირდება სწორი მიმართულების მიცემა და მართვა, სწორედ ეს არის ჩვენს მიერ წარმოდგენილი თემის, როგორც DMO-ს ძირითადი ფუნქციაც, რაც განაპირობებს ამ თემის აქტუალობას საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზეც.

ძირითადი პრობლემა რაც განაპირობებს DMO-ს, როგორც ორგანიზაციის არსებობის აუცილებლობას, ეს არის რესურსების სწორი განაწილება და ურთიერთთანამშრომლობის საკითხი საერთო მიზნის მისაღწევად ტურიზმის სფეროში. საქართველოში სულ უფრო და უფრო აქტუალური ხდება ტურიზმის განვითარების საკითხი, რადგან სწორედ ის წარმოადგენს ეკონომიკის განვითარების მნიშვნელოვან შესაძლებლობას, DMO-ს საშუალებით ხორციელდება მიზნების და ამოცანების სწორი სტრუქტურირება და სისრულეში მოყვანა.

ერთ-ერთი ძირითადი ხელისშემშლელი ფაქტორი, რაც შეიძლება გახდეს ჩვენს მიერ განხორციელებული კვლევის პროცესში არის ის, რომ ამ საკითხთან დაკავშირებით ვრცლად არ არის წარმოდგენილი მსოფლიო ტურიზმის ბაზარზე არსებული DMO-ს ფუნქციონერებასთან დაკავშირებული კვლევები. ჩვენს მიერ განხორციელებული კვლევის მიზანია : დავამტკიცოთ DMO-ების საჭიროება საქართველოში ტურიზმის ბაზრის განვითარების ხელშეწყობისთვის.

კვლევის ობიექტი: განვსაზღვროთ და ჩამოვყალიბოთ უკვე არსებული, კლასიკური DMO-ები, როგორც საერთაშორისო, ასევე საქართველოს მასშტაბით.

კვლევის ამოცანები:

- გამოვიკვლიოთ უკვე არსებული დმო-ები, როგორც ქვეყნის ასევე მსოფლიოს ჭრილში;
- გამოვიკვლიოთ მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში არსებული დმო-ები და მოვარგოთ საქართველოს ტურისტულ ბაზარს.
- გამოვიკვლიოთ ქვეყანაში არსებული ტურისტული ბაზარი
- გამოვიკვლიოთ DMO-ების განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორები;

ჰიპოთეზა-თუ საქართველოში რეგიონალურ ჭრილში არსებული სახელმწიფო სტრუქტურა, კერძო სექტორი, ადგილობრივი თემები და არასამთავრობო ორგანიზაციები ერთიანი ძალებით შეუწყობენ ხელს DMO-ს ჩამოყალიბების პროცესს, რომელიც ამჟამად მიმდინარეობს, იგი ნამდვილად გახდება საქართველოს ტურისტული ბაზრის განვითარებისა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ძირითადი ინსტრუმენტი.

მეთოდოლოგია: მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, თუ რა მიდგომებით და მეთოდებით ვიხელმძღვანელებთ კვლევის მიმდინარეობის პროცესში. იქიდან გამომდინარე რომ ჩვენს საკვლევ თემასთან მიმართებაში ვართ პოზიტიურად განწყობილები და ვფიქრობთ რომ რეალობაში დაკვირვების შედეგად საბოლოოდ შეგვეძლება სანდო მონაცემების გენერირება. ჩვენს მიერ წარმოდგენილი კვლევა ორიენტირებული იყო გამოგვეკითხა უშუალოდ DMO-ს წარმომადგენლები, სახელმწიფო სექტორი, კერძო სექტორი და არასამთავრობო ორგანიზაციები.

Abstract

From XX century tourism has become a diverse activity for both the international and the Georgian market. It plays a major role in strengthening the country's economic situation, which is one of the main factors to support its development. It should be noted that despite the lack of territory Georgia is distinguished with a variety of resources, Pers Active in the international tourism market of one of the attractive and desirable tourist destination. These resources require proper direction and management, and this is the main feature of the community as well as the DMO's main function, which is based on the actuality of this topic on the international tourism market.

The main problem that determines the need for DMO as an organization is the proper accumulation of resources and the relationship between the parties involved in the functioning of all the tourism sectors in the state. In Georgia, the development of tourism is becoming more and more important, because it is an important opportunity for economic development, through the DMO, the correct structure and accomplishment of goals and objectives.

One of the major hindering factors that can be triggered by our research is that the research on DOM functioning on the global tourism market is not represented in this regard. Our research is aimed at: To prove the need for DOMs in Georgia Market evolution To support

Research object: Determine and develop existing existing, classic DOMs both internationally and across Georgia.

Research tasks:

- Explore existing DOMs as well as the country as well as the world;
- Explore the existing DOMs in different parts of the world and weigh Georgia's tourism market.
- Explore the existing tourist market in the country
- Explore the DEMO's developmental factors;

Hypothesis - If the state structure, private sector, local communities and non-governmental organizations in the regional context of Georgia are contributing to the development of the DOM, which is currently underway, it will definitely become the main instrument for the development of Georgia's tourism market and competitiveness.

Methodology: It is important to note what processes and methods we have conducted in the course of research. Based on our research topic we are positive and I think that in real terms we will be able to generate reliable data. The research presented by us was directly oriented to DMO representatives, public sector, private sector and NGOs¹. The survey was conducted through quantitative methods.

¹ “nongovernmental organization“