

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ხელნაწერის უფლებით

ქ ე თ ე ვ ა ნ ა ბ ა შ ი ძ ე

მსუბუქი მრეწველობის როლი საქართველოს
ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში

სპეციალობა - დარგობრივი ეკონომიკა და მენეჯმენტი

დოქტორის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად წარმოდგენილი დისერტაციის

ა ვ ტ ო რ ე ფ ე რ ა ტ ი

თბილისი 2013

დისერტაცია შესრულებულია საქართველოს
ტექნიკურ უნივერსიტეტში

სამეცნიერო ხერლმძღვანელი - ლია კაპანაძე,
ასოცირებული პროფესორი

რეცენზენტები: 1. სრული პროფესორი - თ. კილაძე
2. აკადემიური დოქტორი - ი. ებანოძე

დისერტაციის დაცვა შედგება 2013 წლის „____“
„_____“

15⁰⁰ საათზე საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის
სატრანსპორტო და მანქანათმშენებლობის
სადისერტაციო საბჭოს სადისერტაციო კოლეგიის
სხდომაზე; თბილისი, კოსტავას ქ. №70. აუღ. -ში. I
კორპ. V სართ.

სადისერტაციო საბჭოს სწავლული მდივანი,
ასოც. პროფ. **რ. ველიჯანაშვილი**

შესავალი

პრობლემის აქტუალობა. საქართველოს რესპუბლიკის მსუბუქი მრეწველობა ღრმა ეკონომიკურ კრიზისში იმყოფება. საკმარისია აღინიშნოს, რომ ამჟამად მსუბუქი მრეწველობის პროდუქცია ქვეყანაში წარმოებულ მთლიან პროდუქციასთან შედარებით 1%-ზე ნაკლებს შეადგენს. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციის ხვედრითი წილის ასეთი სწრაფი ვარდნა გამოიწვეული იყო იმით, რომ ის საქართველოში ძირითადად შემოტანილ ნედლეულზე იყო ორიენტირებული. დღეს როცა ადამიანთა ცხოვრებისა და საქმიანობის თითქმის ყველა სფეროში მკვიდრდება საბაზრო ეკონომიკის და ბიზნესის წარმოების მკაცრი კანონები, მეურნეობის სანარმოთა მართვის ძველი ფორმები და მეთოდები ამკარად ვერ აკმაყოფილებენ თანამედროვე მოთხოვნებს. გამომდინარე ასეთ პირობებში მსუბუქ მრეწველობაში შექმნილი კატასტროფული მდგომარეობიდან გამოსვლისთვის საჭიროა ისეთი კომპლექსურ ღონისძიებათა დაგეგმვა და განხორციელება, რომლებიც გარკვეულწილად შექმნიან ჯერ საბაზრო მონაცემებს მათი გადარჩენისათვის, ხოლო შემდგომში იმ სახის ორგანიზაციულ-ტექნიკურ და ტექნოლოგიურ საუძვლებს, რაც ხელს შეუწყობს ამ დარგის აღორძინებას და ქვეყნის სამსახურში ჩაყენებას. მსუბუქი მრეწველობის აღორძინებისათვის მნიშვნელოვანია თანამშრომლობა ქვეყნის პრიორიტეტულ ნუსხაში მოქცეულ სფეროსთან, კერძოდ ტურიზმთან. საქართველოში ტურიზმის განვითარება მასშტაბურად დაიწყო 2005 წლიდან, როდესაც მთავრობამ პრიორიტეტად აქცია ქვეყნის ინფრასტრუქტურის, გზების, აეროპორტების, საზღვაო პორტების, დასული ტერიტორიების, პარკების, მუზეუმების, კულტურულ-ისტორიული ძეგლების, მღვიმეების აღდგენა და კეთილმოწყობა. საქართველოში ბოლო ორი წლის განმავლობაში სტუმრის სტატუსით ჩამოსული ტურისტების რიცხვი მკვეთრად გაიზარდა და 2012 წლის მონაცემებით 3 მილიონს გადააჭარბა. შემდგომ წლებშიც არსებობს ვარაუდი იმისა, რომ მოხდება ტურისტების რაოდენობრივი ზრდა, კიდევ უფრო მოიმატებს ტურისტების როგორც ფიზიკური, ასევე ინტელექტუალური აქტივობა. ისინი

აქტიურად ჩაერთვებიან სპორტულ და გასართობ სანახაობებში, სათავგადასავლო, კულტურულ-შემეცნებითი, ბუნების დაცვის და სხვა ღონისძიებებში. აღნიშნულიდან გამომდინარე საჭირო გახდება ტურისტების ერთმანეთისაგან მკვეთრად განსხვავებული მოხმარების საგნებით უზრუნველყოფა. საქართველო ტერიტორიულად პატარა ქვეყანაა სადაც მთიან რეგიონს უკავია ქვეყნის ტერიტორიის 54,4%, რაც საშუალებას აძლევს ტურისტს ერთ დღეში მონახულოს როგორც მთიანი რეგიონი, ასევე შავი ზღვისპირეთი; მოგზაურობისას მათ არ უნდა შეექმნათ დისკომფორტი, ამიტომ საჭირო გახდება კლიმატური პირობების გათვალისწინებით ტურისტებისათვის კომფორტული და იაფფასიანი ტანსაცმლის შეთავაზება, რომელიც დააკმაყოფილებს მათ ესთეტიკურ და სამომხმარებლო მოთხოვნებს.

აღნიშნულიდან გამომდინარე უპირეტესობა უნდა მიენიჭოს მსუბუქი მრეწველობის ისეთი ტრადიციული დარგების განვითარებას, როგორცაა ნატურალური აბრეშუმის, შალის, ფეხსაცმლის, ხალიჩებისა და ფარდაგების, ქართული ხალხური რენვის პროდუქციის წარმოება და სხვა. ეს კი შესაძლებელი გახდება მსუბუქი მრეწველობის დარგების ფორმირებით, ადგილობრივი რესურსებისა და პოტენციალის ბაზაზე ტურისტულ რეგიონებში სამენარმოე საქმიანობის განვითარებით.

საქართველოს რესპუბლიკის მსუბუქი მრეწველობის პერსპექტიული განვითარება ტურისტულ ბიზნესთან მიმათებაში სავსებით რეალურია და აქტუალურს წარმოადგენს. მსუბუქი მრეწველობის თანამედროვე პრობლემების განსაზღვრა, მათი გადაჭრის გზების და დარგის შემდგომი პერსპექტივების დასახვა დღევანდელი ერთ-ერთი საკვანძო საკითხია.

სამუშაოს მიზანი. საქართველოს რესპუბლიკის მსუბუქი მრეწველობის არსებული მდგომარეობის გაანალიზება; მისი განვითარების ხელშემწყობი და ხელშემშლელი ფაქტორების დადგენა; ტურისტული ბიზნესის შესწავლისა და გაანალიზების საფუძველზე მსუბუქი მრეწველობის პრიორიტეტული დარგების გამოვლენა და რესპუბლიკის სხვადასხვა რეგიონებში მათი განვითარების ფორმირებისათვის საჭირო ღონისძიებების შემუშავება; აღორძინებისათვის ტრადიციული და ეროვნული ხალხური ხელოვნების გამოყენების აუცილებლობა და

რეკომენდირება; მსუბუქ მრენველობაში პროდუქციის რეკლამირებისათვის არსებული საშუალებების გაანალიზება და რეკლამირებისათვის თანამედროვე მოდელების შეთავაზება; რესპუბლიკის მსუბუქი მრენველობის კომპლექსური განვითარების შესაძლებლობების განსაზღვრა და ღონისძიებათა წინადადებების შეთავაზება.

დასმული მიზნის მისაღწევად კვლევის ამოცანებში განხილულ იქნა შემდეგი საკითხები:

- საქართველოს მსუბუქი მრენველობის წარმოშობის ისტორიული მიმოხილვა და არსებული მდგომარეობის ანალიზი;
- ტურიზმის როლი საქართველოს ეკონომიკის აღორძინებისათვის;
- ტურიზმი როგორც XX საუკუნის ფენომენი და მისი განვითარების ტენდენციები XXI საუკუნეში;
- მსუბუქი მრენველობის განვითარებისათვის ტურიზმის ხელშემწყობი ფაქტორების ანალიზი;
- მსუბუქი მრენველობის განვითარების ფორმირება;
- ხალხური რენვა და მისი გავლენა მსუბუქ მრენველობაზე;
- PR და რეკლამა მსუბუქ მრენველობაში;
- საქართველოს რესპუბლიკის მსუბუქი მრენველობის კომპლექსური განვითარების შესაძლებლობები.

კვლევის ობიექტი და საგანი:

კვლევის ობიექტი. საქართველოს მსუბუქი მრენველობა და მისი განვითარების შესაძლებლობები.

კვლევის საგანი. მსუბუქ მრენველობაში არსებული პრობლემების გამომწვევი ეკონომიკური ასპექტები, რომლებმაც განაპირობეს სფეროში პრობლემების წარმოშობა და მისი მიმდინარეობა, აგრეთვე პრობლემის დასაძლევად მსუბუქი მრენველობის კომპლექსური განვითარების შესაძლებლობები ქვეყნის პრიორიტეტულ დარგთან ტურიზმთან ურთიერთობაში.

კვლევის მეთოდები. სადისერტაციო ნაშრომის შესრულებისას კვლევის პროცესში გამოყენებულ იქნა ანალიზისა და სინთეზის მეთოდები, მასთან კავშირში კი სტატისტიკური მასალები, ცალკეული სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციათა კვლევის შედეგები, მეცნიერ-ეკონომისტთა გამოკვლევები.

ტურისტული ბიზნესის პროგნოზირების საკითხების კვლევისათვის გამოყენებულ იქნა ლაგრანჟის ინტერპოლაციისა და ექსტრაპოლაციის ფორმულები.

მეცნიერული სიახლე.

- სადისერტაციო ნაშრომი პირველი გამოკვლევაა მიძღვნილი საქართველოს რესპუბლიკაში მსუბუქი მრეწველობისა და ტურიზმის ურთიერთკავშირში განვითარების შესახებ, რომელიც ორივე სფეროში არსებულ პრობლემურ საკითხებს განსაზღვრავს, ამიტომ იგი თავისთავად ინოვაციაა.
- სიახლეს წარმოადგენს ის ურთულესი პრობლემის წარმოქმნის ანალიზი, რომელმაც დეპრესიულ მდგომარეობამდე მიიყვანა მსუბუქი მრეწველობა.
- გაანალიზებულია რესპუბლიკის მსუბუქი მრეწველობის არსებული მდგომარეობა, მისი ეფექტურობის განმსაზღვრელი ძირითადი ფაქტორები. სხვადასხვა ფაქტორის გავლენით გამოწვეული სფეროს კრიზისი და ფაქტორთა ურთიერთდამოკიდებულება.
- გამოვლენილია მსუბუქი მრეწველობის განვითარების პრობლემების გამომწვევი მიზეზები, კერძოდ პრიორიტეტულ დარგებთან ურთიერთკავშირის არ არსებობა, სახელმწიფო რეგულირების სისტემის ჩამოუყალიბებლობა, დაუსაბუთებელი და გაუმართლებელი პრივატიზაციის ჩატარება სფეროში, ადგილობრივი ნედლეულის ექსპორტირება, მოძველებული ტექნიკისა და ტექნოლოგიების გამოყენება, სფეროში შემავალი დარგების მიხედვით სრულყოფილი სტატისტიკური მონაცემების არ არსებობა.
- გაანალიზებულია საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოს რესპუბლიკაში, ლაგრანჟის საინტერპოლაციო პოლინომის ფორმულის გამოყენებით დადგენილია საქართველოში სტუმრის სტატუსით უცხოელ ვიზიტორთა ჩამოსვლების საორიენტაციო პროგნოზული მაჩვენებლები მომდევნო სამი წლისათვის.
- თეორიული კვლევის შედეგების გათვალისწინებით გაანალიზებულია მსუბუქი მრეწველობის იმ დარგების

გააქტიურება, რომელიც უშუალოდ ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობისათვის იქნება გამოყენებული.

- გამოვლენილია მსუბუქ მრეწველობაში პროდუქციის რეკლამირებაში არსებული ხარვეზები და შეთავაზებულია რეკლამირების თანამედროვე მოდელები.

გამოვლენილია ქართული ხალხური რენვის ხელშემშლელი და ხელშემწყობი ფაქტორები და დადგენილია მისი განვითარების აუცილებლობა საქართველოს მთიან რეგიონში.

სამუშაოს პრაქტიკული მნიშვნელობა. ჩატარებული კვლევები იძლევა იმის საშუალებას, რომ ადგილობრივი რესურსების და პოტენციალის გამოყენებით ტურისტულ რეგიონებში შესაძლებელია შეიქმნას მცირე სიმძლავრის სანარმოები, რომლებიც მოემსახურება ადგილობრივ და საერთაშორისო ტურისტებს, დააკმაყოფილებს მათ მოთხოვნებს ტანსაცმლით, ფეხსაცმლით, ქართული ხალხური რენვის ნაწარმით და აქსესუარებით.

საქართველოს ტურისტულ რეგიონებში შემოსასვლელი ტურისტების პროგნოზული მაჩვენებლის განსაზღვრა საშუალებას მისცემს მსუბუქი მრეწველობის სანარმოებს წინასწარ დაგეგმონ მოთხოვნის მიხედვით გამოსაშვები პროდუქციის ასორტიმენტი და მათი რაოდენობრიობა.

ნაშრომის აპრობაცია. ნაშრომის ძირითადი შედეგები მოხსენებულია და განხილულია შემდეგ კონფერენციებზე:

1. საერთაშორისო სამეცნიერო-ტექნიკური კონფერენცია „ახალი ტექნოლოგიები თანამედროვე მრეწველობაში“. თბილისი, 2010 წელი. (ორი მოხსენება);
2. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები“. თბილისი, 2010 წელი (2 მოხსენება);
3. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „საერთაშორისო ბიზნესის სოციოკულტურული გარემო“. თბილისი, თსუ 2011 წელი.

გამოქვეყნება. გამოქვეყნებულია 11 სამეცნიერო შრომა.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა. სადისერტაციო ნაშრომი შედგება ნაწილებისაგან: შესავალი; ლიტერატურული მიმოხილვა; ოთხი თავი, დასკვნები და წინადადებები;

გამოყენებული ლიტერატურა; დანართი. დისერტაციის ძირითადი ნაწილი დაბეჭდილია 135 გვერდზე, შეიცავს 11 ნახაზს და 13 ცხრილს. გამოყენებული ლიტერატურა შეადგენს 83 ბიბლიოგრაფიულ და ელექტრონულ წყაროს. დანართი წარმოდგენილია 14 გვერდზე. ნაშრომის საერთო მოცულობა შეადგენს 149 გვერდს.

დისერტაციის მოკლე შინაარსი თავების მიხედვით

შესავალში დასაბუთებულია სადისერტაციო ნაშრომის თემის აქტუალობა, განსაზღვრულია მისი მიზანი, ძირითადი ამოცანები, მითითებულია ნაშრომის მთავარი შედეგები, სამეცნიერო სიახლე და კვლევის პრაქტიკული მნიშვნელობა, ნაშრომის სტრუქტურა და მნიშვნელობა.

პირველ თავში მოცემულია მსუბუქი მრენველობის წარმოშობის ისტორიული მიმოხილვა და არსებული მდგომარეობა. შესწავლილ იქნა ფეხსაცმლის, ტანსაცმლის, აბრეშუმის წარმოების, საფეიქრო მრენველობის განვითარების ეტაპები დასაბამიდან დღემდე, რის საფუძველზეც გაკეთდა მსუბუქი მრენველობის არსებული მდგომარეობის ანალიზი.

საბჭოურ პერიოდში რესპუბლიკაში მსუბუქი მრენველობის პროდუქციის წარმოება არ იყო შესაბამისობაში ნედლეულის რეალურ ბაზასთან. ამ პერიოდში მრენველობისათვის საჭირო ძირითადი ნედლეული შემოდიოდა უცხოეთიდან და საბჭოთა კავშირის რესპუბლიკებიდან. შემოსული ნედლეულის პროცენტული მონაცემები შემდეგნაირად გამოიყურებოდა: ბამბის ნედლეული შემოდიოდა 100%; მატყლის ნედლეული - 95%; ხელოვნური ბოჭკოს ნედლეული - 100%; ტყავნედლეული - 80%; აბრეშუმის პარკი - 50-60%.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, მსუბუქი მრენველობა ძირითადად შემოტანილ ნედლეულზე იყო ორიენტირებული. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ შეწყდა ნედლეულის მიწოდება, რის გამოც საწარმოების უმრავლესობამ შეწყვიტა ფუნქციონირება, ხოლო მათი აღდგენა ფაქტიურად შეუძლებელი გახდა.

მსუბუქი მრენველობის აღორძინებისათვის პირველ რიგში უნდა აღვადგინოთ საკუთარი სანედლეულო ბაზა.

ჯერ კიდევ 1990 წელს საქართველოში მოიპოვებოდა საჭირო ტყავ-წედლეულის 26,8%, მოთხოვნა ცალებში იყო 2,35 მლნ, მოპოვება 630 000 ცალი, რაც დაახლოებით ოთხჯერ აღემატება საორიენტაციო მოთხოვნად მაჩვენებელს. ამჟამად, 1990 წელს არსებული ფეხსაცმლის დამამზადებელი 6 მსხვილი საწარმოდან არცერთი არ ფუნქციონირებს. ქვეყანაში არასწორად ჩატარებული პრივატიზაციის გამო ყველა განადგურდა და მათ ნაცვლად შეიქმნა მცირე საწარმოები, რომელთა უმრავლესობა გაჩერებულია იმპორტული ფეხსაცმლის დეპინგურ ფასებში მასობრივად შემოტანის გამო. „საქ სტატის“ მონაცემებით საქართველოში ახლა ინარმოება 2 მილიონამდე წყვილი ფეხსაცმელი, მოთხოვნა კი წელიწადში 9 მილიონია, ე.ი. იმპორტის სახით საქართველოში შემოდის დაახლოებით 7 მილიონი წყვილი ფეხსაცმელი წელიწადში.

შედარებით უკეთესი პერსპექტივა გააჩნია სამკერვალო წარმოებას. USAID-ის პროგრამის ფარგლებში ეკონომიკური საინიციატივო ჯგუფის (EPI) ხელშეწყობით შესაძლებელი გახდა თანამედროვე სამკერვალო საწარმოების გამართვა თბილისში, ქუთაისში, ბათუმში, გონიოში, ოზურგეთში, რომლებიც აღიჭურვა უახლესი საზღვარგარეთული წარმოების მანქანა-დანადგარებით.

რაც შეეხება აბრეშუმის წარმოებას საქართველოში ამ კუთხით საგანგაშო მდგომარეობაა. 1998 წელს აბრეშუმის ჰარკის დამზადების მოცულობა 1990 წელთან შედარებით 1 500 ტონიდან 3,5 ტონამდე შემცირდა. შესაბამისად შემცირდა ხამი აბრეშუმის ძათის და ქსოვილების წარმოება.

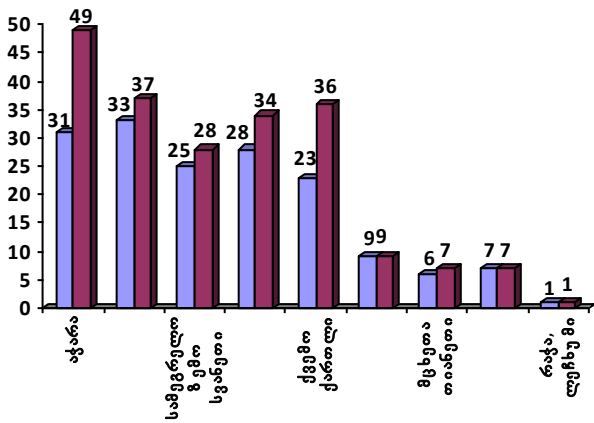
მსუბუქი მრეწველობის ორგანიზაციათა რაოდენობრივი მაჩვენებელი(2007+2012). ცხრილი 1

	სულ	თბილისი	აჭარა	გურია	იმერეთი	კახეთი	მცხეთა-თიანეთის მხარე	სამცხე-ჯავახეთის მხარე	ქვემო ქართლი	შიდა ქართლი	სამეგრელო-ზემო სვანეთი	რაჭა ლეჩხუმი
2007	746	421	31	9	162	33	6	7	23	28	25	1
2012	978	586	49	9	184	37	7	7	36	34	28	1

%	31%	39%	58%	0%	13%	12%	16%	0%	56%	21%	12%	0%
ზრდა												

2010 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით, საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტის მონაცემებით საქართველოში ფუნქციონირებდა 503 საწარმო, მათ შორის 283 თბილისში 77 ქუთაისში, 20 ბათუმში. საწარმოთა რაოდენობა 2007-2010 წლებში შემცირდა 32%-ით, თბილისში 43,7%-ით. 2012 წლის საქ. სტატის მონაცემებით საქართველოში 978 მცირე და ინდივიდუალური წმინდა კერძო საკუთრების საწარმოა, სადაც მნიშვნელოვანი წილი მოდის ტექსტილის წარმოებაზე, ბენვის წარმოებაზე, ტყავნედლეულის გამოყვანაზე და ტყავის ნაწარმის წარმოებაზე. მათი სიმძლავრეები დაბალია და ვერ აკმაყოფილებს ბაზრის მოთხოვნებს (ცხრილი 1).

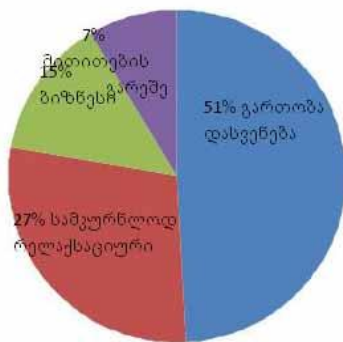
2007-2012 წლის მონაცემებით საქართველოში მსუბუქი მრეწველობის წარმოების განაწილების ჰისტოგრამით ირკვევა, რომ საწარმოთა რაოდენობა ბოლო 5 წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა (ნახ.1).



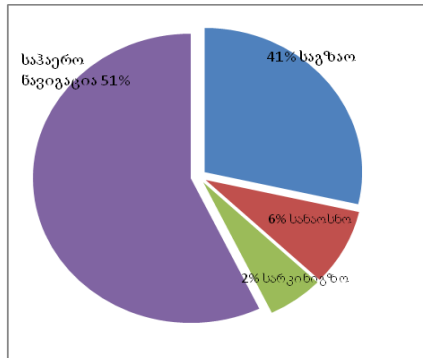
ნახ.1 საწარმოთა განაწილების დიაგრამა რეგიონების მიხედვით

მეორე თავში განხილულია პრიორიტეტული დარგის ტურიზმის როლი საქართველოს მსუბუქი მრეწველობის ასაღორძინებლად. ამჟამად საქართველოში პოპულარობით

სარგებლობს საზღვაო-სანაოსნო, სამდინარო-სანაოსნო, სატექნიკურ, სამთო-სათხილამურო და ეკოტურიზმი. განსაკუთრებით ყურადღების ცენტრშია მაღალი ტურისტული პოტენციალის მქონე რეგიონი სამეგრელო-ზემო სვანეთის მხარე, სადაც თავმოყრილია უმთავრესი მწვერვალები, სხვადასხვა სირთულის უღელტეხილები. საქართველოს მთიანეთი წარმოადგენს კაცობრიობის კულტურული მემკვიდრეობის საგანძურს - იქნება ეს არქიტექტურის ძეგლები, თუ საზოგადოებრივი ცხოვრების მოდელები, ხალხური რენვის თუ ფოლკლორის უნიკალური ნიმუშები. აღნიშნულიდან გამომდინარე მსუბუქ მრეწველობას სავსებით შეუძლია ტურიზმთან თანამშრომლობით უფრო პოპულარული გახადოს თავისი ნაწარმი. ამ მიზნით შესწავლილ იქნა ტურიზმი როგორც XX საუკუნის ფენომენი და მისი განვითარების ტენდენციები XXI საუკუნეში. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) მონაცემებით 2008-2010 წლებში ტურისტთა რიცხვის ზრდა სტაბილურია, წრიულ დიაგრამებში მოცემულია მსოფლიოში ტურისტთა % მაჩვენებლები, რომელიც მოგზაურობდა სხვადასხვა მიზნით და იყენებდა სხვადასხვა სატრანსპორტო საშუალებებს (ნახ. 2 და ნახ. 3).



ნახ.2 ტურისტთა რიცხვის პროცენტული განაწილება



ნახ.3. 2010-2011 წლებში ტურისტების მიერ გამოყენებული სატრანსპორტო საშუალებები.

საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით ტურისტთა რაოდენობა 2020 წლისთვის მიაღწევს 1,6 მილიარდს და ამავე პერიოდში შემოსავლები ტურიზმში გაიზარდება 2 ტრილიონ დოლარამდე. ამ პერიოდში მსოფლიოში მოსახლეობის რაოდენობა 12%-ით გაიზარდება, ტურისტების რაოდენობა მოსახლეობასთან შესაბამისობაში 3-ჯერ გაიზარდება, რაც მიგვითითებს იმაზე, თუ რამდენად სეროზულია მისი როლი ტურისტული რეგიონების შემოსავლების ფორმირებაში.

საუკუნის ბოლო ათწლეულში საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსავლები შემდეგნაირად დაფიქსირდა (ცხრილი 2).

საერთაშორისო ტურისტების შემოსვლები და შემოსავლები ცხრილი 2

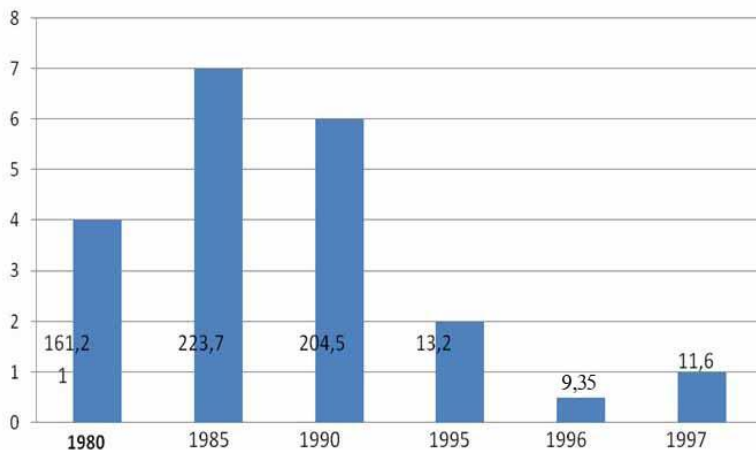
წლები	ტურისტების შემოსვლა (მლნ კაცი)	საშუალო წლიური ცვლილება%	შემოსავლები მლრდ დოლარი.	საშუალო წლიური ცვლილება%
1990	458,2	7,45	267,8	21,03
1995	568,5	2,74	403,0	14,29
1996	599,6	5,48	437,6	8,57
1997	619,6	3,33	438,2	0,14
1998	635,1	2,51	439,4	0,28
1999	650,4	3,8	455,4	2,9
2000	698,8	7,4	475,8	4,5

როგორც მონაცემებიდან ჩანს XX საუკუნის ბოლოს ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობდა მსოფლიოს ეკონომიკაში, შესაბამისად მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანას, რომელსაც გააჩნია ადგილობრივი შესაძლებლობები და რესურსები დაინტერესებულია ტურიზმის დანერგვით და განვითარებით. ტურიზმის ხელშეწყობა მომგებიანია ქვეყნისთვის, რადგან შეიქმნება ახალი სანარმოები და ახალი სამუშაო ადგილები, გაჩნდება ახალი გასაღების ბაზრები ადგილობრივი პროდუქციისათვის, შეიქმნება ახალი ტექნოლოგიები და პროფესიული კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი. მოხდება ინფრასტრუქტურის, ასევე კომუნალური მომსახურების ობიექტების და სამსახურების მოდერნიზაცია. პროგნოზული მონაცემებით 2020 წლისათვის მსოფლიოს ლიდერ რეგიონთა სამეული ასე ჩამოყალიბდება: ევროპა 717 მილიონი ტურისტი, აღმოსავლეთ აზია და ოკეანეთი 397 მილიონი ტურისტი, ამერიკა 282 მილიონი ტურისტი. 2020 წლისათვის ევროპა შეინარჩუნებს მსოფლიო ლიდერობას ტურისტული ბაზრის 46%-ით.

საქართველოს საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების სფეროში გააჩნია დიდი პოტენციალი, რადგან საქართველო უცხოელი ტურისტებისათვის მიმზიდველია ეთნოგრაფიული მრავალფეროვნებით და კურორტებით.

საქართველოში საერთაშორისო ტურისტების სტაბილურმა ზრდამ დაგვანახა ის ნაკლოვანებები, რომელმაც თავი იჩინა ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში. კეთილმოწყობილი გარემო, გზები, სასტუმროები საკმარისი არ აღმოჩნდა ტურისტთა მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ადგილობრივი სოფლის მეურნეობის პროდუქტის სიმცირემ, უხარისხობამ მკვეთრი გავლენა იქონია ტურიზმის სფეროში შემოსავლების კონცენტრაციაზე. ტურიზმიდან შემოსული თანხების უმეტესობამ სხვა ქვეყანაში გადაინაცვლა. ამ კუთხით მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანა შეუძლია მსუბუქი მრეწველობის სანარმოებს.

ქართული ხალხური რენვა, რომელიც კულტურის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილია, ტურიზმის განვითარების ინტერესთა სფეროშია მოქცეული. მთიან რეგიონში არსებობს ნედლეულის საკმაო რაოდენობა (მსხვილფეხა საქონელი, ნატურალური ბენვი, ნატურალური საღებავები და სხვა). მათი გამოყენებით შესაძლებელია მრავალფეროვანი ნაწარმის დამზადება.

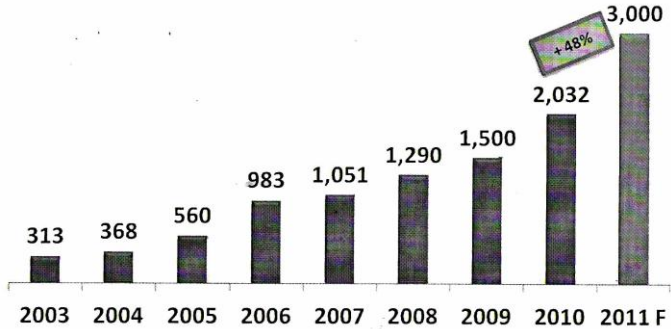


ნახ. 4 უცხოელ ტურისტთა ჩამოსვლის დინამიკა საქართველოში (რაოდენობა ათასებში)

დღევანდელი მონაცემებით ტურიზმი ერთ-ერთ მსხვილ, დინამურად განვითარებად და რენტაბელურ დარგს წარმოადგენს მსოფლიო ეკონომიკაში.

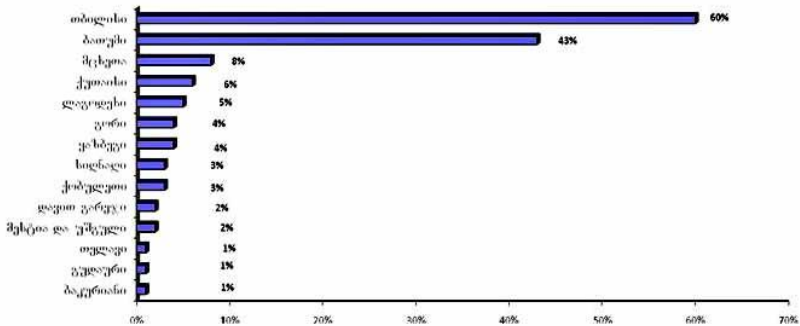
საქართველოში საერთაშორისო ტურიზმმა განვითარება დაიწყო 50-იანი წლებიდან. მისი განვითარების დონით საქართველო მესამე ადგილზე იყო რუსეთსა და უკრაინის შემდეგ. 1990 წლისათვის 1980 წელთან შედარებით უცხოელ სტუმართა რიცხვი გაიზარდა 27%-ით ხოლო 1990-იდან 1995 წელთან შედარებით შემცირდა 93,5%-ით (ნახაზი 4).

ცნობილი მოვლენების გამო 2005 წლამდე საქართველოში ტურიზმის განვითარებას სათანადო ყურადღება არ ექცეოდა. 2005 წლიდან შეიქმნა მშვიდი გარემო ტურისტების მიღებისათვის და 2011 წლის მონაცემებით მათმა რიცხვმა 2,8 მილიონს გადააჭარბა (ნახ. 5).



ნახ. 5 საქართველოში შემოსული უცხოელი ტურისტების რაოდენობა 2000-2011 წლებში

აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ 2005-2012 წლებში საქართველოს ყველაზე მეტი რაოდენობის ტურისტი სტუმრობდა ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპიდან და დსთ-ს ქვეყნებიდან. ხოლო 2012 წლისათვის რეგიონების მიხედვით ტურისტთა %-ული მაჩვენებელი შემდეგნაერად გადანაწილდა (ნახ.6).



ნახ. 6 ტურისტთა ჩამოსვლები 2012 წელს

როგორც სვეტოვანი დიაგრამიდან ჩანს (ნახ. 5) 2009-2011 წლებში დაიწყო ტურისტთა ჩამოსვლების სტაბილური ზრდა. რამაც მოგვცა საშუალება წინასწარ განგვესაზღვრა თუ რა რაოდენობის ტურისტი ეწვევა საქართველოს მომდევნო წლებში. რისთვისაც გამოვიყენეთ ლაგრანჟის საინტერპოლაციო პოლინომის ფორმულა.

$$Y_i = Y_1 + \frac{Y_2 - Y_1}{X_2 - X_1} (X_i - X_1)$$

და დავადგინეთ მისი გამოყენების შესაძლებლობა არსებული მონაცემებისთვის 6%-იანი ცდომილების გათვალისწინებით. ცხრილში 3 მოცემულია საქართველოში ტურისტთა ჩამოსვლების საორიენტაციო პროგნოზული მაჩვენებლები 2013-2015 წლებისათვის.

გათვალისწინებულია 6 % ცდომილება

ცხრილი 3

ჩამოსვლები მილიონი	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ცენტრალური და აღმ. ევროპა „დსთ“ ჩათვლით	1317000	1830000	2202000	2684000	3166000	364800
ჩრდილოეთ ევროპა	18135	21130	22700	25500	28300	31100
სამხრეთ ევროპა	27319	32188	34800	39400	43900	48500
დასავლეთ ევროპა	37800	47800	54300	63700	73000	82400
აღმ.ხმელთაშუა ზღვისპირა ევროპა	555300	763930	914100	1110200	1306200	150230
დსთ	1286148	1787666	2151800	2623200	3094600	356600
სულ ევროპა	1956128	2695235	3228200	3923000	4617800	5312500
ამერიკა	24416	29286	32100	36600	41200	41100
აფრიკა	2869	3798	4400	5300	6200	7000
აღმ.აზია და ოკეანეთი	14394	19613	23300	28200	33000	38000
ახლო აღმოსავლეთი	3413	5663	7400	9500	11600	13800
ჩამოსვლები სულ	2031717	2822363	3395000	4138000	4880000	5572000

ჩატარებული თეორიული კვლევა იძლევა იმის საშუალებას, რომ წინასწარ განვსაზღვროთ თუ რა რაოდენობის სტუმარი ეწვევა

საქართველოს და შედეგების გათვალისწინებით წინასწარ დავეგეგმოთ მსუბუქი მრენველობის რომელი და რა რაოდენობის ნაწარმის გამოშვება იქნება აუცილებელი ტურისტთა მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ამისათვის მსუბუქი მრენველობის საწარმოებმა ადგილობრივი რესურსების გამოყენებით უნდა შექმნან პროდუქციის ისეთი სახეობები, რომელიც ტურისტთა მოთხოვნების ნუსხაში აღმოჩნდება, ეს კი საჭიროებს არა მარტო ტურისტული ბიზნესის პერსპექტიული განვითარების შესწავლას, არამედ ასევე ტურიზმის ხელშეწყობისათვის მსუბუქი მრენველობის იმ დარგების აღორძინებას, რომელიც დააკმაყოფილებს ტურისტთა მოთხოვნებს. მსუბუქი მრენველობის საწარმოებს ამ მიმართულებით გარკვეული წვლილის შეტანა შეუძლია ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში, ხოლო ტურისტულ ბიზნესს კი მსუბუქი მრენველობის ტრადიციული დარგების აღდგენა-აღორძინებაში.

მესამე თავში განხილულია ქართული ხალხური რენვა და მისი გავლენა მსუბუქ მრენველობაზე. აღნიშვნის ღირსია, ის რომ ტურისტები დაინტერესებულნი არიან ქართული ხალხური რენვის ნაწარმით. ჩვენს მიერ შესწავლილ იქნა ხალხური რენვის განვითარების ეტაპები და მისი თვითმყოფადობის ხელშეწყობი და ხელშეშეწყობი ფაქტორები; განსაკუთრებით ყურადღება გამახვილდა თუშეთის და ხევსურეთის რეგიონებზე. თუშეთში მხატვრული დეკორატიული თექის ხელოვნება ჯერ კიდევ არსებობს. თუში ქალების ნახელავი მიმზიდველია ორნამენტის თავისებურებით, შესრულების მხატვრული და ტექნიკური საშუალებების ორიგინალურობით.

ტურისტებში არანაკლებ პოპულარობით სარგებლობს ხევსურული ორნამენტების გამოყენებით თავსაუბრალები და ტანსაცმელი. ხევსურეთი საქართველოს ის ნაწილია, სადაც უბრალოდ არაფერი არ არსებობს ნაქარგობის გარეშე. არ შეიძლება ვილაპარაკოთ ქართულ ორნამენტებზე და არ ვახსენოთ ხევსურული ტანსაცმელი, სადაც ყოველი ორნამენტი, ნაჭრელის ფრაგმენტი ცალკე სურათია, რომლის უკან იდუმალი ოსტატის ლანდი უდგას, ისინი ისე არიან ჩატვირთული ბრწყინვალე სამოსელზე, რომელსაც დედამიწის ზურგზე ბადალი არ დაეძინება.

ჩვენ უნდა შევთავაზოთ ტურისტებს საკუთარი სამოსელის მოდელეები, რადგან სამოსელი და მისი ორნამენტი გარკვეულად

განსაზღვრავს ერის სახეს და ხასიათს, მის ნიჭიერებას, გემოვნებას და დროში ერის არსებობაზე მიანიშნებს.

ბუნებრივია, გაზრდილია მოთხოვნები ქართული ტრადიციული წესით შექმნილ ხალხური რენვის ნაწარმზე რომელიც ვერ აკმაყოფილებს ბაზრის მოთხოვნებს რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლით. ხალხური რენვის ნაწარმის ძველებური სახეები შეიცვალა ახლით, რაც უმეტესად უგემოვნოდ არის შესრულებული, არ არის დაცული შეხამების თავისებური კოლორიტი, რაც თვითმყოფადობას ანიჭებდა ნაწარმს. ქართული ხალხური რენვის ნაწარმის უმეტესობა, რომელიც იყიდება, დაბეჭითებით შეიძლება ითქვას, რომ არ არის ქართული ხელოვნების ნიმუში. ამიტომ აუცილებელია შეიქმნას პროფესიული სწავლების კურსები, რომელიც ხელს შეუწყობს მაღალკვალიფიციური ხელოსნების მომზადებას ამ კუთხით. ასევე ხალხური შემოქმედების საუკეთესო ტრადიციების შესანარჩუნებლად და ტურისტთა მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად მიზანშეწონილია ქართული ხალხური რენვის საწარმოების მართვაში მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს მსუბუქმა მრეწველობამ, რომელიც პასუხისმგებელი იქნება საწარმოების მასალით მომარაგებაზე, გამოშვებული ნაწარმის ხარისხის მართვაზე და პროფესიული კადრების დაკომპლექტებაზე. როგორც ეს ხდებოდა 70-80-იან წლებში. აღნიშნულ პერიოდში ქართველ ხელოვანთა მიერ შექმნილი ხალხური რენვის ნაწარმი და მხატვრულ-დეკორატიული თექეები ჭილდოებით აღინიშნა მოსკოვში, პოლონეთში, ავსტრიაში, საფრანგეთში, გერმანიაში, ავღანეთში და ჩეხოსლოვაკიაში.

პროფესიონალი მხატვრები თუშეთის მთიან სოფლებში სახალხო ოსტატ ქალებთან სწავლობდნენ ფერადი თექის დამზადების პროცესებს, რის შედეგადაც საკუთარ კომპოზიციებს ქმნიდნენ. ასევე დიდი სამუშაოები ჩაატარა ხალხური ხელოსნური წარმოების აღდგენისა და განვითარების მხრივ გაერთიანება „სოლანმა“.

90-იან წლებიდან მოხდა ხალხური საწარმოების ერთიმეორის მიყოლებით დახურვა, ქართული თექის ნიმუშები, რომელიც საწარმოო გაერთიანება „სოლანში“ იყო თავმოყრილი

ნაწილობრივ დაიკარგა, ნაწილი კი ინტერესთა სფეროს მიღმა აღმოჩნდა.

ამჟამად საქართველოში ფუნქციონირებს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრი, რომელიც პროდუქციის შექმნის, წარმოების, მარკეტინგის დარგში სწავლების და თანამშრომლობის გზით ცდილობს გაზარდოს ხალხური რენვის სექტორის სიცოცხლისუნარიანობა. საერთაშორისო ცენტრის მონაცემთა ბაზაში 600-ზე მეტი ინდივიდუალური ოსტატი და მცირე სანარმოა. მათ რიცხვში არიან პროფესიული ოსტატები რომელთა გამოყენება შესაძლებელი იქნება ხალხური რენვის ნაწარმის შესაქმნელად, ეს კი შესაძლებელია, თუ მსუბუქი მრეწველობის შალის სართავ სანარმოებში ჩამოყალიბდება ხალხური რენვის ნაწარმის დამამზადებელი უბნები, სადაც მოხდება ტრადიციული მოტივებით შექმნილი ნაწარმის დამზადება. ამის დადებითი მაგალითი უკვე არსებობს. მაგალითად 70-იან წლებში თუშეთში ახმეტის რაიონში ჩამოყალიბებული იყო თექის დამამზადებელი სანარმოო უბანი, მათ მიერ გამოშვებული ნაწარმი დიდი მოწონებით სარგებლობდა სხვადასხვა გამოფენებზე. ამჟამად შესაძლებელია მაღალ მთიან რეგიონებში გაიხსნას მსუბუქი მრეწველობის სანარმოებში ქართული ხალხური რენვის უბნები, სადაც საკმარისი მატერიალური და ადამიანური რესურსი არსებობს. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ხელით ნაქსოვ საყოფაცხოვრებო მომსახურების სხვადასხვა ნაწარმს. ეს ხელს შეუწყობს არა მარტო ამ ხელობის აღორძინებას და ტურისტთა მოთხოვნების დაკმაყოფილებას, არამედ ასევე ქართული უნიკალური ნაქსოვების შენარჩუნებას და მომავალ თაობაზე გადაცემას.

ნაწარმის მეთოხე თავში შესწავლილია რეკლამის როლი მსუბუქი მრეწველობის პოპულარიზაციისათვის და საქართველოს მსუბუქი მრეწველობის კომპლექსური განვითარების შესაძლებლობები.

ტურისტულ ბიზნესში მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციის პოპულარიზაციისათვის აუცილებელია რეკლამირების სხვადასხვა ფორმების გამოყენება. ეს გამომწვეულია იმით, რომ ამ სფეროში გამოშვებული პროდუქცია მრავალფეროვანია, ეს კი საეჭვოს ხდის ერთი რომელიმე სახეობის რეკლამის ეფექტური გამოყენების შესაძლებლობას. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში

კონკურენტუნარიანი გარემოს არსებობის გამო არ არის საკმარისი მარკეტინგის სტრატეგიის და ტაქტიკის ცოდნა. აუცილებელია სარეკლამო კომუნიკაციების გამოყენებაც.

რეკლამის შექმნა არის შემოქმედებითი მუშაობის შედეგი. კრეატიულობა ანუ შემოქმედებითი მიდგომა ახალი ბრენდის შესაქმნელად მოითხოვს ამ მიმართულებით სარეკლამო სტრუქტურის აქტიურ მუშაობას. რეკლამის მიზანია მომხმარებლის დარწმუნება იმაში, რომ რეკლამირებული ბრენდი არის ახალი საქონლის ნიმუში და ამ პროდუქციისათვის შექმნილი რეკლამა არის ახალი სიტყვა სარეკლამო ხელოვნებაში. რეკლამა სჭირდება ახალ პროდუქციას, მას უნდა ჰქონდეს თავისი სერტიფიკატი, რომლის მისაღებად მნიშვნელოვანია საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბება. მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციაზე მოთხოვნა დიდია, ეს კი მენარმეს ავალებს იყოს მუდმივ კონტაქტში მომხმარებელთან და გაითვალისწინოს მომხმარებლის აზრი და შესაბამისად მოახდინოს პროდუქციის ცვლა. საზოგადოებრივი აზრის ჩამოყალიბებისათვის ყველაზე დადებით შედეგს იძლევა PR-ის გამოყენება. მოძველებული ბრენდის რეკლამირების შემთხვევაში მარკეტინგული პოლიტიკის თვალსაზრისით მას უნდა მივცეთ ახლებური შეფუთვა, ამ პრობლემის გადაწყვეტა შესაძლებელია PR-ის მეშვეობით და არა რეკლამით.

მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციის წინ წაწევისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს რეკლამისა და გასაღების სტიმულირების იმ მეთოდების შერჩევას, რომელიც ზუსტად ასახავს ამა თუ იმ კომპანიის მიზნებს.

მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციისათვის მიზანშეწონილია შემდეგი მეთოდების გამოყენება:

1. მასობრივი საინფორმაციო საშუალებები;(რადიო, ტელევიზია, გაზეთები, საქმიანი ურუნალები).
2. ბუკლეტები;
3. მონაწილეობა გამოფენებში;
4. რეკლამების განთავსება სავაჭრო ურუნალებში;
5. ფაბლისტი და საზოგადოებასთან ურთიერთობის გამოყენება.

მსუბუქი მრეწველობის საწარმოებისათვის, სადაც ხდება პროდუქციის სწრაფი ცვლა, მნიშვნელოვანია ადგილობრივ და

მსოფლიო ბაზარზე დამკვიდრება, დადებითი იმიჯის შექმნა, გასაღების სტიმულირება. ამის კარგ საშუალებას წარმოადგენს ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების გამოყენება. არანაკლებ მნიშვნელოვანია მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციის რეკლამირებისათვის არაოფიციალური არხების გამოყენება - ზეპირი გადაცემით პროდუქციის რეკლამირება. ახალი პროდუქციის რეკლამირებისათვის მნიშვნელოვანია ასევე PR და დისტრიბუტორების საქმიანობა. მსუბუქი მრეწველობა წარმოადგენს საზოგადოებისათვის საინტერესო სფეროს, რადგან მათი მოთხოვნილებათა უმეტესობა ამ დარგს ეხება. ამიტომ საზოგადოება ამ დარგისადმი და მის მიერ გამოშვებული პროდუქციისადმი უფრო მეტ ინტერესებს იჩენს, რაც მეტ პასუხისმგებლობას ანიჭებს მენარმეებს.

მსუბუქი მრეწველობის კრიზისიდან გამოსაყვანად და არსებული პრობლემების გადასაჭრელად საჭიროა კომპლექსური ღონისძიებების ჩატარება. სანედლეულო ბაზა და ადამიანური რესურსი მხოლოდ ერთ-ერთი ხელშემწყობი ფაქტორია პრობლემის გადასაჭრელად. აუცილებელია მსუბუქი მრეწველობის საწარმოები აღიჭურვოს თანამედროვე მანქანა-დანადგარებით, დაინერგოს ახალი ტექნოლოგიები, მარკეტინგისა და მენეჯმენტის თანამედროვე მეთოდები, რომელიც კორკურენტუნარიანს გახდის სამომხმარებლო ბაზაზე. საჭიროა მაღალკვალიფიციური სპეციალისტების მომზადება, რომელიც თანამედროვე მანქანებით აღჭურვილ საწარმოებში შეძლებენ ტექნოლოგიური პროცესის წარმართვას. ამიტომ მსუბუქი მრეწველობის განვითარება უნდა მოხდეს კომპლექსურად მანქანათმშენებლობასთან ერთად. აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციის დამზადებისას მეტწილად იყენებენ ხელოვნურ ბოჭკოებს, რაც უარყოფითად მოქმედებს ადამიანის ჯანმრთელობაზე, ამიტომ საჭიროა ნაწარმის დამზადებისას საერთაშორისო სტანდარტით არსებული ნორმების გამოყენება.

საქართველოს მთიან რეგიონში ყველაზე მეტად გავრცელებულია მეცხვარეობა, არსებობს ტყავისა და ბენჯის საკმაოდ ნედლეული, რომელიც პირველადი დამუშავების შემდეგ ღვიპინგურ ფასებში გაედინება საზღვარგარეთ, რასაც ხელს უწყობს შეთანხმება თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ სხვადასხვა სახელმწიფოებთან.

„საქსტატის“ მონაცემებით კამვოლური მატყლის მომზადებისა და დართვის, ტყავის თრიმელის და გამოყვანის საწარმოები ამჟამად ფუნქციონირებენ ახმეტის, საგარეჯოს, სიღნაღის, დუშეთის, მცხეთის, თელავის რეგიონებში, რომელთა ხელშეწყობით შესაძლებელი გახდება მაღალი ხარისხის პროდუქციის წარმოება.

ქართული ხალხური რენვის ნაწარმისადმი ტურისტთა მოთხოვნები საკმაოდ გაზრდილია. აუცილებელია ყურადღება მიექცეს ქართული ორნამენტებით თექის, ფარდაგების, ხალიჩების დამზადებას. მსუბუქი მრეწველობის შალის სართავ საწარმოებში სიღნაღში, ახმეტაში, თელავში, დუშეთში უნდა შეიქმნას თექის დამამზადებელი საწარმოო უბნები, რადგან ამ რეგიონებში საკმაოდ არის ამ დარგის ოსტატები და საჭირო ნედლეული.

თუ გავითვალისწინებთ, იმას რომ ტურიზმით დაინტერესება დიდია სამეგრელო-ზემო სვანეთში, მცხეთა-მთიანეთის, კახეთის, რაჭა-ლეჩხუმის, სამცხე-ჯავახეთის რეგიონებში, აღნიშნულ რეგიონებში მსუბუქი მრეწველობის დარგების განვითარება ხელს შეუწყობს არა მარტო ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმებას, არამედ ასევე ამ რეგიონების ეკონომიკურ აღმავლობას, სადაც მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ტურისტული ბიზნესისა და მსუბუქი მრეწველობის ურთიერთკავშირი.

დასკვნები და წინადადებები

ჩატარებული კვლევა იძლევა საშუალებას გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნები და ჩამოვაყალიბოთ წინადადებები მსუბუქი მრეწველობის აღორძინების და განვითარების მიმართულეების შესახებ.

1. საქართველოს მსუბუქი მრეწველობის წარმოების ისტორიული მიმოხილვით და არსებული მდგომარეობის ანალიზით დადგენილია, რომ მსუბუქი მრეწველობა იყო

ერთ-ერთი იმ დარგთაგანი, რომელსაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეჰქონდა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში. ამ სფეროში ხელშემშლელი და ხელშემწყობი ფაქტორების ანალიზით განსაზღვრულია ის ტრადიციული დარგები, რომელთა ხელშემწყობას მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანა შეუძლია მსუბუქი მრეწველობის აღორძინებაში.

2. საქართველოში არსებული სანარმოების ანალიზით დადგენილია, რომ ქვეყნის მოსახლეობას აქვს მოთხოვნა მსუბუქი მრეწველობის პროდუქციაზე, რომელიც მეტწილად უცხოეთიდან შემოტანილი საქონლით მარაგდება. არასრულად დატვირთულ მცირე სიმძლავრის სანარმოებში ქვეყანაში არსებული სანედლეულო ბაზა უმნიშვნელოდ გამოიყენება.
3. საქართველოში ტურისტული ბიზნესის განვითარების ანალიზით დადგენილია, რომ სახელმწიფო ეკონომიკაზე ტურიზმს დადებითი ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ მისი განვითარება მოხდა კომპლექსურად, სხვა დარგებთან ურთიერთთანამშრომლობით და მათ პარალელურად. კერძოდ მსუბუქ მრეწველობაში არსებული კრიზისის დაძლევა შესაძლებელია ტურისტულ ბიზნესთან ურთიერთობით და მსუბუქი მრეწველობის იმ ნაწარმის დამზადებით, რომლებიც ტურისტთა მოთხოვნის ნუსხაში იქნება მოქცეული.
4. მსუბუქი მრეწველობის განვითარებისათვის ტურიზმის ხელშემწყობი ფაქტორების შესწავლის შედეგად გაანალიზებულია მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებიდან ტურისტთა ჩამოსვლების ზრდის ტენდენცია და დადგენილია, რომ საქართველოში ტურისტთა ზრდაზე გავლენა იქონია როგორც ახალი ტურისტული პროდუქტის განვითარების პროექტებმა და ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრის ქსელმა, ასევე ტურისტული პოტენციალის პოპულარიზაციისათვის განხორციელებულმა იმ კულტურულმა ღონისძიებებმა, რომლებმაც ხელი შეუწყვეს საქართველოსადმი ტურისტთა დაინტერესებას.

5. საინტერპოლაციო ფორმულის გამოყენებით მიღებული პროგნოზული მაჩვენებლის ანალიზით დადგენილია, რომ მომავალი სამი წლის განმავლობაში ტურისტთა ჩამოსვლები საქართველოში კიდევ უფრო მეტად გაიზრდება და 2015 წლისათვის 5,5 მილიონს გადააჭარბებს, თეორიული კვლევის შედეგების გათვალისწინებით შესაძლებელი გახდება ამ პერიოდისათვის მსუბუქი მრეწველობის იმ დარგების გააქტიურება, რომელიც უშუალოდ მოემსახურება ტურისტებს მათი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად ტანსაცმლის, ფეხსაცმლის, ქართული ხალხური რენვის ნაწარმის და სუვენირების კუთხით.
6. 2012 წლის „საქსტატის“ მონაცემების ანალიზის საფუძველზე დადგენილია, რომ მომქმედი მსუბუქი მრეწველობის საწარმოთა რაოდენობა ვერ აკმაყოფილებს ტურისტების მოთხოვნებს რაოდენობრივი, ესთეტიკური და ხარისხობრივი ნიშნით, ამიტომ აუცილებელია განვითარებად ტურისტულ რეგიონებში შეიქმნას მცირე სიმძლავრის საწარმოები და გაიხსნას მსუბუქი მრეწველობის ნაწარმის გაქირავებული პუნქტები სამთო-ალპინისტური, საფეხმავლო და ველოტურებისათვის, რაც ხელს შეუწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმებას.
7. ხალხური რენვის განვითარების ეტაპებისა და მისი თვითმყოფადობის ხელსემწყობი და ხელშემშლელი ფაქტორების შესწავლით დადგენილია, რომ გაზრდილია ტურისტთა მოთხოვნები ხალხური რენვის ნაწარმზე, ამიტომ უნიკალური სახეების შესანარჩუნებლად საჭიროა გატარდეს შემდეგი ღონისძიებები.
 - საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის მონაცემთა ბაზაში მოხდეს ინდივიდუალური და ამ კუთხით მომუშავე მცირე საწარმოთა აღრიცხვა. მონაცემთა ბაზაში შეტანილ იქნას ის უნიკალური ნიმუშები, რომელიც წარმოაჩენს ქართულ ხელოვნებას.
 - საქართველოს რეგიონებში მოქმედ მსუბუქი მრეწველობის შალის სართავ საწარმოებთან

შეიქმნას თექისა და სხვა ხალხური რეწვის ნაწარმის
საწარმოო უბნები.

8. მსუბუქი მრეწველობის სხვადასხვა სახეობის ნაწარმის ხარისხის ასამაღლებლად და ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის მისაღწევად შემოთავაზებული და დასაბუთებულია მაღალკვალიფიციური საინჟინრო და პროფესიული კადრების და ნაწარმის დამზადებისას საერთაშორისო სტანდარტების გამოყენების აუცილებლობა.
9. მსუბუქი მრეწველობის ნაწარმის რეკლამირებისათვის გაანალიზებულია რეკლამირებისა და PR-ის როლი პროდუქციის პოპულარიზაციისათვის; შეთავაზებულია რეკლამირების ორიგინალური მეთოდები ახალი და არსებული ბრენდებისათვის. პროდუქციის რეკლამირებისას აქცენტი გაკეთებულია საწარმოთა იმიჯზე, ახალ ტექნოლოგიებზე, რომელთა დანერგვით შესაძლებელია შეიქმნას საუკეთესო ბრენდის სახეები.

Abstract

At the present stage of Georgia's economic and social development, restoration and further development of the country's industrial production is of major importance. Today, the consumer goods industry production, in comparison with the total production of the country, is less than 1%.

At present, when harsh laws of market economy and business production are being established in the lives of people and business, old ways and forms of industry management, clearly fail to satisfy modern requirements.

Thus, under the given circumstances, for pulling Georgia out of the grave situation, established in consumer goods industry, it is important to elaborate and implement complex ways, that, to certain extent, will create market indices for its recovery, forming further the organizational-technical basis, that will provide the rehabilitation of the given field, placing it in the service of the country.

Recovery of the industry will find considerable support in cooperation with the field that is on the priority list of the country development, namely tourism. The development of tourism in Georgia began in 2005, when the government made the restoration and provision of amenities of the country's infrastructure, protected territories, national parks, museums, cultural and historical monuments and caves priority.

The number of visiting tourists has increased considerably in the recent two years and in accordance with the 2012 data, exceeded 3 millions. The existing prognosis, for the forthcoming years, predicts further, stable growth of the number of tourists. They will participate actively in various arrangements. Proceeding from the abovesaid, it will become necessary to provide the tourists with entirely different customer goods.

They should be spare all kinds of discomfort during the trip, and we should be capable of offering them relevant clothing, taking climatic conditions into consideration. Satisfaction of the growing requirements of the tourists is definitely possible by forming of consumer goods industry fields, through the development of business activities in the given sphere, relying upon the basis of local resources and the potential of different regions.

Proceeding from the abovementioned, determination of the problems of consumer goods industry of the republic of Georgia, elaboration of ways for their settlement and prospects for further development of the field, becomes a key issue of the present day.

The introduction of the thesis proves the actuality of the theme and offers the view of the present state of problem study, the objectives and tasks of the study are set, as well as the subject of study and the venue and methods of study. The scientific novelty of the work and its practical importance are fully presented.

The first chapter tackles with the historical review of the creation of the consumer goods industry in Georgia, offering historical data on shoe making, clothing and textile and silk manufacture from the very beginning to the present day. Present condition of the consumer goods industry is analyzed.

The consumer goods industry contributed greatly to the budget accumulation. Due to the realization of the consumer goods industry production 40-45 % of the republic's budget used to be covered. In accordance with the 1991 data 385 tons of raw silk thread, 47.2 million metres of silk cloth, 8859 tons of wool yarn and 6.33 million metres of woolen cloth, carpets and carpet products, 1.234 million square metres of unwoven cloth, 17.505 million metres of cotton yarn, 445,459 metres of cotton cloth, 3,6 millions of filling knit patterns, textile small wears of 15,3 million US dollars value, 16,758 million pairs of shoes, 65 000 items of fur wear, 1.6 million items of leather small wears, 146 million sq.dm chrome leather used to be produced in Georgia.

These indexes have been reduced by 60-70 % by 2005, shoe manufacture and leather small wear manufacturing has been reduced by 80-85%.

In accordance with the "Sakstat", manufacture of consumer goods products has reduced since 2000 considerably. It can not compete with the imported goods at dumping price, as the local goods are low quality and their prime cost exceeds the prices of imported goods..

Presently, major part of raw materials obtained in Georgia flows abroad, and the remaining part is manufactured locally at artisanal enterprises. It may be said that the raw material base in Georgia is sufficient.

Rehabilitation of consumer goods industry requires the search for alternative ways, that would ensure the development of certain fields of the industry.

Chapter two addresses the importance of tourism in the rehabilitation of economy of Georgia. Tourism is viewed as the XX century phenomenon with the analysis of its further development prospects in XXI century. According the analysis, its growth will be rapid within the forthcoming ten years, regardless the existing situation in the world, which will ensure the development of international business and the development of such trends as trade, transport, communications, agriculture and consumer goods industry.

The thesis offers the favourable factors of the development of tourism and the tendency for growth of the visitors' number after 2005. It also provides the prognosis for the tourists visiting Georgia in 2013-2015 using the interpolation formula. Due to the conducted activities for the popularization of tourism in Georgia, the arrivals data has exceeded % to 40

% and reached 3 millions by 2013. The rapid development of tourism has shown us the flaws that arose in meeting their requirements.

The given circumstances pushed forward the need of the development of consumer goods industry, along with the knowledge of the trends and requirements included in the tourist business, in accordance with which the manufacturing of products will develop. Georgia possesses sufficient raw materials, intellectual products, with the help of which diverse productions could be manufactured.

Particular attention has been paid to the national crafts and their influence on the consumer goods industry.

The stages of crafts has been studied thoroughly along with the favourable effect and hindering factors for their development. It has been recommended to create traditional patterns in order to offer them to the tourists. From this angle, it will become necessary to form the folk crafts facilities at the sites of wool yarn manufacture, which will help to satisfy the tourists' requirements, preserve the unique yarns and passing the skills on to the future generations.

The distinctiveness of advertising of the products in the consumer goods industry has also been studied.

The distinctive points between the PR and advertisement have been analyzed, due to which optimal methods have been offered for advertising old and new brands.

With the identification of complex development possibilities of the consumer goods industry the third chapter contains the common conclusions and proposals.

დისერტაციის ძირითადი შედეგები გამოქვეყნებულია შემდეგ პუბლიკაციებში:

1. კაპანაძე ლ., ხახუტაშვილი ე., აბაშიძე ე. - იმიჯი ბიზნესში. სტუ, საერთაშორისო კონფერენცია „მსუბუქი მრეწველობის პრობლემები“, თბილისი, 2003 წ., 98-100გვ.
2. Kassianidis P., Sukhitashvili Y., Abashidze K. - Policy vision for tourism development and strategy to achieve sustainable economical growth in Georgia. Aviation university of Georgia. International scientific journal „Air transport” №(3) 2009 Tbilisi 92-98p.
3. Kassianidis P., Sukhitashvili Y., Abashidze K. - Study on Global Reservation Systems and air travel service sale. Application appendix to the journal „Newsletters” of academy of education Sciences of Georgia №(3) 2009 Tbilisi 180-180p.
4. კაპანაძე ლ., აბაშიძე ე. - PR და რეკლამა მსუბუქ მრეწველობაში. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები“, სტუ, თბილისი, 2010 წ. 43-45გვ.
5. კაპანაძე ლ., ხახუტაშვილი ე., აბაშიძე ე. - მოდა და საზოგადოებასთან ურთიერთობა. საერთაშორისო კონფერენცია „ახალი ტექნოლოგიები თანამედროვე მრეწველობაში“ სტუ, თბილისი. 29-30.04 2010წ, 78 – 80გვ.
6. ხახუტაშვილი ე., აბაშიძე ე. - მრეწველობაში ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებისას მარკეტინგული კვლევები. სტუ. საერთაშორისო კონფერენცია „ახალი ტექნოლოგიები თანამედროვე მრეწველობაში“. თბილისი, 2010წ. 290-292გვ.
7. Abashidze K. - Lack of promotion of destination Georgia. Georgian Technical University. International scientific technical conference „New technologies in modern industry”2010/29-30 April 65-66p.

8. ხახუტაშვილი ე., კაპანაძე ლ., აბაშიძე ქ. - სოციოკულტურული ფაქტორების როლი ტურიზმის სარეკლამო კომუნიკაციებში. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერანცია „საერთაშორისო ბიზნესის სოციოკულტურული გარემო“, თბილისი, თსუ, 2011წ. 299-303გვ.

9. კაპანაძე ლ., აბაშიძე ქ. - ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები მსუბუქ მრეწველობასთან მიმართებაში. სტუ. „განათლება“ №3(6), თბილისი, 2012წ. 174-177გვ.

10. კაპანაძე ლ., აბაშიძე ქ. - ტურიზმის როლი საქართველოს მსუბუქი მრეწველობის აღორძინებაში. სტუ, „განათლება“ №1(7), 2013წ. 256-259გვ.

11. კაპანაძე ლ., აბაშიძე ქ., ფხაკაძე ნ. - ქართული ხალხური რენვა და მისი გავლენა მსუბუქ მრეწველობაზე. სტუ, „განათლება“ №1(7) თბილისი, 2013წ. 260-264გვ.