

УДК 338.483

Леванідова К.В.¹, Зацепіна Н.О.²

¹ студ. гр. МТЕ-113сп НУ «Запорізька політехніка»

² канд. пед. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ГРУЗІЇ

Туризм є одним із найбільш динамічних та прибуткових секторів у структурі міжнародного ринку послуг, що визначає соціально-економічний розвиток конкретних держав і, разом з тим, дає змогу популяризувати оригінальність природних ресурсів окремих територій, національну культуру та традиції. Однією з унікальних держав, що вирізняються високим рекреаційно-туристичним потенціалом, враховуючи сукупність природно-географічних та культурно-історичних ресурсів, є Грузія.

Природа Грузії надзвичайно різноманітна, її територія простягається на 308 км вздовж східного узбережжя Чорного моря та має контрастний рельєф, так як значну площу країни займають гори та передгір'я Кавказу. Тому Грузія є дуже привабливим місцем не тільки для місцевих жителів, а й для туристів зі всього світу цілий рік, зважаючи на можливість гірськолижного спорту, альпінізму, агротуризму, та, звичайно, відпочинку на березі Чорного моря. Використовуючи сукупність природно-географічних факторів, які є незмінними, завдання людини лише пристосувати їх до потреб туристів та зробити більш доступними для використання. У Грузії знаходиться понад 12000 пам'яток історії та культури, з яких чотири значаться у списку Світової спадщини ЮНЕСКО. На території країни розташована значна кількість курортів (103), курортних місць (240), родовищ мінеральних вод (2400), національних парків (8) і заповідних територій (31) [1]. Грузія відома на

міжнародному рівні мінеральними джерелами усіх відомих видів лікувальної води та мінеральними грязями (курорт «Ахтала»), які не мають аналогів у світі. Одним із перспективних видів туризму в Кавказькому регіоні є винний туризм, адже Грузія — один із найдавніших виноробних регіонів у світі. Витоки її історико-культурних та релігійних традицій сягають у перше століття часів прийняття християнства у світі, на території країни розташовані древні монастирі й православні святині з чудотворними іконами та мощами святих [2].

Розвиток туризму та ефективність розробки і впровадження туристичного продукту в Грузії залежить також від динамічним зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на імідж країни у світі та її привабливість для туристів. Неврегульованістю міжнаціональних відносин, конфлікти у Абхазії, Південній Осетії, Нагірному Карабасі, пандемія коронавірусної хвороби для Грузії були індикаторами вразливості туризму до соціальних, політичних та економічних змін.

Уже наприкінці 1990-х років Грузія, яка до здобуття незалежності була одним з найпопулярніших місць відпочинку радянських туристів, почала активно завойовувати своє місце у світовій туристичній системі. Після переходу до ринкової економіки та втрати традиційних ринків, Грузія негайно почала здійснювати різні види діяльності, пов'язані із розробкою та впровадженням туристичного продукту на міжнародну арену. Членство у Всесвітній туристичній організації, беззаперечно, було важливою основою для розвитку туризму Грузії як рушійної сили економічного зростання, інклюзивного розвитку та екологічної стійкості, та сприяло обміну досвідом. У той же час, 1 жовтня 1999 року Грузія приєдналася до принципів етичного кодексу світового туризму, і є підписантом цього документа, який зобов'язує країну взяти на себе певні обов'язки щодо умов сталого розвитку туризму. З 2010 року для позиціонування туристичної галузі Грузії на міжнародному ринку, підвищення конкурентоспроможності Грузії на аналогічних туристичних ринках була створена Національна туристична адміністрація Грузії, яка й нині У 2012 році Грузія оголосила туризм пріоритетною галуззю. На початку XXI ст. були впроваджені програми стимулювання, такі як «Інвестуйте в Грузію», зона вільної торгівлі (туризму) на узбережжі Чорного моря та політика лібералізації візового режиму. Офіційним документом, який визначає напрямки розвитку туристичної галузі Грузії, пріоритети та необхідні заходи є «Стратегія розвитку туризму на 2015–2025 роки», що спрямована на поліпшення задоволення потреб туристів і прогресування туристичної індустрії, а також на оптимізацію можливостей для створення нових робочих місць і подолання бідності [3].

За інформацією щодо діяльності готелів та закладів готельного типу Грузії, загальна кількість гостей, на меті яких були відпочинок та розваги,

була меншою, порівняно із діловими та робочими зупинками, до 2010 року, після якого у структурі постояльців готелів закономірно переважає чисельність осіб, орієнтованих на відпочинок і розваги. Кількість громадян із країн СНД, що відвідують Грузію з метою відпочинку, порівняно з робочими візитами, переважає з 2012 року, із країн ЄС – з 2013 року) [4]. Більша частина міжнародних туристів, що відвідують є громадянами Вірменії, Азербайджану і Туреччини, а найбільша кількість туристів припадає на липень і серпень. Збільшення кількості туристів, з одного боку, є додатковою можливістю для розвитку економічної діяльності, однак, разом з тим, є викликом, оскільки вимагає покращення стандартів обслуговування, облаштування інфраструктури, пожевлення рекламної та інформаційної діяльності, розширення асортименту пропонованих туристичних продуктів, підготовки кадрів тощо. Освіта є одним із ключових стратегічних пріоритетів Всесвітньої туристичної організації, адже підготовка та підвищення кваліфікації працівників сфери туризму – необхідна умова для задоволення мігливих вимог роботодавців та створення стійкого та конкурентоспроможного сектора.

Розробка туристичного продукту та його успішне впровадження у будь-якому регіоні Грузії взаємопов'язане із розвитком інфраструктури, вдосконаленнями у сфері обслуговування, підвищенням якості освіти, залученням інвесторів, сприянням місцевому приватному сектору через ефективне партнерство та кооперативний розвиток. Представлення споживачеві як основа впровадження туристичного продукту повинно відбуватися цілеспрямовано через різну маркетингову діяльність, участь у міжнародних туристичних ярмарках, організацію медіа-турів, рекламу у засобах масової інформації та соціальних мережах [1]. Разом з тим, розвиток туристичної галузі потребує реалізації єдиної державної політики на засадах сталого розвитку, щоб переваги відчували туристи, бізнес, держава та місцеві громади.

Туристично-ресурсний потенціал Грузії унікальний та багатогранний, максимальне його використання у розробці різноманітних туристичних продуктів можливе за врахування окреслених аспектів, а також проведення успішної маркетингової стратегії та системи управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Arghutashvili V. The role of tourism in economic development of Georgia. / Journal of International Management Studies. - 2018. Vol.18, no. 2. - P. 59-64. (дата звернення 02.03.24).
2. Патійчук В. Релігійно-паломницький туризм Грузії в контексті реформування туристичного комплексу країни / Патійчук В. // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

- 2018. № 10, Вип. 383. - С. 169-184. (дата звернення 02.03.24).

3. Khokhobaia M. From Rational Policy of Tourism Development to the Effective Policy (The Case of Georgia). *California Business Review*. 2016. Vol.4, no. 1. P. 11–16. - Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.18374/CBR-4-1.2> (дата звернення 02.03.24)

4. Офіційний сайт Національної статистичної служби Грузії - Режим доступу: <https://www.geostat.ge/ka> (дата звернення 02.13.24).