

## ინოვაციური ეკონომიკა და მართვა

### INNOVATIVE ECONOMICS AND MANAGEMENT

#### არმავ ბახტაძე,

ბიზნესტექნოლოგიების  
ფაკულტეტის დოქტორნატი,  
საქართველოს ტექნიკური  
უნივერსიტეტი  
თბილისი, საქართველო  
[a.bakhtadze@yahoo.com](mailto:a.bakhtadze@yahoo.com)  
[orcid.org/0000-0002-0252-3804](https://orcid.org/0000-0002-0252-3804)

*შემოსულია რედაქციაში:  
თებერვალი, 2019  
რეცენზირებულია:  
მარტი, 2019*

#### ARMAZ BAKHTADZE,

PhD Students of Business  
Technology Faculty  
Georgian Technical University,  
Tbilisi, Georgia  
[a.bakhtadze@yahoo.com](mailto:a.bakhtadze@yahoo.com)  
[orcid.org/0000-0002-0252-3804](https://orcid.org/0000-0002-0252-3804)

*Received: February, 2019  
Accepted: Mart, 2019*

## რეკრეაციული სექტორის სახელმწიფო რეგულირების თეორიული საფუძვლები

### THEORETICAL BASIS FOR STATE REGULATION OF RECREATIONAL SECTOR

**ანოტაცია.** ტურიზმის დარგის განვითარება ახდენს ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის: ტრანსპორტის, ტელეკომუნიკაციების და სხვა საბაზო სისტემების სტიმულირებას. იგი ქმნის რეკრეაციულ ობიექტებს, რომლითაც სარგებლობს ადგილობრივი მოსახლეობა, აგრეთვე ქვეყნის შიდა და საერთაშორისო ტურისტები. ტურიზმი უშუალოდ მონაწილეობს ქვეყნის ეროვნული შემოსავლის ფორმირებაში. დადასტურებულია, რომ ტურიზმის დარგიდან მიღებული შემოსავლებით მსოფლოსში ლიდერობენ აშშ-ი, ესპანეთი, საფრანგეთი, იტალია და დიდი ბრიტანეთი. კვლევის საგანია ქვეყნის რეკრეაციული სექტორის სახელმწიფო რეგულირების და უცხოური გამოცდილების საკითხები. კვლევის პროცესში გამოყენებულია თანამედროვე ეკონომიკურ მეცნიერებაში დამკვიდრებული მოვლენების, პროცესებისა და ფაქტების ანალიზის და შეფასების მეთოდები. გამოკვლევის თეორიული საფუძველია ეკონომიკური მეცნიერების მიღწევები, ქართველი და უცხოელი მეცნიერების გამოკვლევები ტურიზმის, რეკრეაციული სექტორის მართვისა და მათ შემადგენელ ცალკეულ ასპექტებზე. კვლევის ძირითად საინფორმაციო ბაზას წარმოადგენს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს მონაცემები და ქართველ და უცხოელ ეკონომისტთა შრომებში ასახული ანალიტიკური მასალები. სამუშაოს ფაქტოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს ავტორის მიერ საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში სადისერტაციო ნაშრომზე მუშაობის დროს გეგმების მიხედვით განხორციელებული კვლევის შედეგები.

**საკვანძო სიტყვები:** ტურიზმი, სახელმწიფო რეგულირება, რეკრეაციული სექტორი

**ABSTRACT.** The development of the tourism sector promotes local infrastructure: transportation, telecommunications and other basic systems. It creates recreational facilities useful for local population, as well as domestic and international tourists of the country. Tourism participates in formation of the country's national income. It is confirmed that the following countries take leading places by revenues from the tourism sector: United States, Spain, France, Italy and Great Britain. The subject of research is the state regulation of the country's recreational sector and foreign experience. Methods of analysis and evaluation of events, processes and facts in modern economic science are used in research process. A theoretical basis for research is the achievements of economic science, the study of Georgian and foreign scientists on tourism, recreational sector management and their specific aspects. The main information base of the research is materials of the National Tourism Administration, the Ministry of Finance and Economy

of the Autonomous Republic of Adjara and analytical materials reflected in the works of Georgian and foreign economists. The factual basis of the work is the results of the research carried out by the author at the Georgian Technical University during the dissertation work.

**JEL Classification:** L83; Z300

**Keywords:** Tourism, state regulation, recreation sector

## შესავალი

ტურისტული მომსახურების ბაზრის განვითარება მიმდინარეობს ეკონომიკურ ურთიერთობათა სისტემაში. აღსანიშნავია, რომ საბაზრო თვითრეგულაციის და კოორდინაციის მექანიზმი შერწყმულია სახელმწიფო რეგულირებასთან. შეუძლებელია მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა მხოლოდ საბაზრო ფაქტორებზე ორიენტაციის პირობებში ისე, რომ არ დაზარალდეს ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებები. მსოფლიო პრაქტიკა მოწმობს, რომ სახელმწიფომ უნდა აიღოს თავის თავზე მარეგულირებელი როლი ტურისტული საქმიანობის სტიმულირებაში. ამ და სხვა მნიშვნელოვანი საკითხების კვლევისა და ანალიზს ეძღვნება ჩვენს მიერ მომზადებული სტატია. საქართველო ყოველთვის იზიდავდა უცხოელებს თავისი მდიდარი ბუნებით, უძველესი ისტორიით, უდიდესი კულტურული მემკვიდრეობით და სტუმართმოყვარეობით. საქართველოში ყველა კუთხე და რეგიონი იქცევა ყურადღებას თავისი მომხიბვლელობითა და საუცხოო ბუნებით. ისევე, როგორც დედაქალაქი თბილისი, რომელიც თავისი კულტურული ძეგლებისა და სხვა ღირსშესანიშნაობების წყალობით შედის მსოფლიოს კულტურულად მდიდარი ქალაქების რიცხვში.

## ძირითადი ტექსტი

ტურიზმი მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში ეკონომიკის, ქვეყნის მომავლის განვითარების და უპირველეს ყოვლისა, ადამიანების დასაქმებაში ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი სფეროა. დღესდღეობით ტურიზმი გვპირდება ეფექტურ დასვენებას და განტვირთვას, უჩვეულო განცდებს, კრეატიულ ინსპირაციას, ახალ შეგრძნებებს და რა თქმა უნდა ჯანსაღ დასვენებას და სოციალურ ურთიერთობებს [1].

ტურიზმის ფუნქციონირების ეკონომიკური მექანიზმის არსის გასარკვევად ორი ამოცანის გადაჭრა არის საჭირო: პირველ რიგში, საჭიროა ამ მექანიზმის მთელი სისტემის კონტურების შესახებ მკაფიო წარმოდგენის შექმნა და მეორე, ამ სისტემის ყოველი კვანძის დეტალური შესწავლა [2].

სხვადასხვა ტერიტორიაზე არსებობს განსხვავებული ბუნებრივი, ეკონომიკურ-გეოგრაფიული, სოციალური პირობები, რის გამოც ტურიზმის სფეროს ფორმირება სხვადასხვაგვარად ხდება [3].

ტურიზმს, ნებისმიერი დანიშნულების ადგილისთვის გააჩნია ეკონომიკური სარგებლებისა და დანახარჯების გარკვეული სპექტრი, რომელიც მხედველობაში მიიღება ამ სფეროს განვითარების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების დროს, რაზეც ბევრი მკვლევარი მიუთითებს. რადგან ტურიზმის განვითარების სხვადასხვა გზა ქმნის სხვადასხვა სახის, როგორც ეკონომიკურ, ისე არაეკონომიკურ გავლენას, რომელიმე მათგანის ამოღებამ კონკრეტული ტერიტორია შეიძლება მიიყვანოს ისეთი გზის არჩევისკენ, რომელიც სოციალურად ნაკლებად მისაღები შეიძლება გახდეს სწორედ ამიტომ ხდება აუცილებელი ტურიზმის ფუნქციონირების მკაფიო ეკონომიკური და სოციალური თეორიული მექანიზმების ჩამოყალიბება [4].

ტურიზმის ზემოქმედება გარემოზე შეიძლება იყოს პირდაპირი და ირიბი, ასევე - დადებითი და უარყოფითი. ტურიზმი ვერ განვითარდება გარემოსთან ურთიერთქმედების გარეშე, მაგრამ ტურიზმის განვითარების სწორი და მიზნობრივი დაგეგმვის მეშვეობით შეიძლება შევამციროთ ნეგატიური და გავზარდოთ დადებითი შედეგები [5].

საქართველოში შემოსულ ვიზიტორთა რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება. საქართველომ 2017 წლის მეოთხე კვარტალში 1,732,101 საერთაშორისო მოგზაური მიიღო, რაც +17.5%-ით აღემატება გასული წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს. 2017 წლის ჯამური მონაცემებით საქართველოს 7,554,936 უცხოელი

ენვია, ზრდა წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით +18.8%-ია. საერთაშორისო მოგზაურების უდიდესი წილი მეზობელ ქვეყნებზე მოდის. მეოთხე კვარტალში მეზობელი ქვეყნებიდან მოგზაურების რაოდენობამ 1,459,173 შეადგინა, რაც მთლიანი ვიზიტორების 84%-ს წარმოადგენს. საქართველოში ჩამოსული საერთაშორისო მოგზაურების 81% სახმელეთო საზღვრებიდან შემოვიდა ქვეყანაში. მეოთხე კვარტალის განმავლობაში მათი რაოდენობა 1,400,484 გაუტოლდა. მეოთხე კვარტლის მდგომარეობით საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბაზაში დარეგისტრირებული განთავსების საშუალებების საერთო რაოდენობა 1,955 შეადგენს, ხოლო საწოლი ადგილების რაოდენობა კი - 65,941 [15].

ეკოლოგიური ტურიზმი ეკოლოგიისა და ეკონომიკური ინტერესების გაერთიანების შესანიშნავ მაგალითს წარმოადგენს. ეკოლოგიური ტურიზმის გლობალურ ტრენდებს განეკუთვნება, უპირველეს ყოვლისა, ბუნებრივი და კულტურული კომპონენტების ინტეგრაცია, მეორე, ბუნებრივ-კლიმატურ და სოციალურ ცვლილებებზე დამოკიდებულება, მესამე, ტერიტორიის მდგრადი განვითარებისკენ სწრაფვა, მეოთხე, ბუნებრივი გარემოსა და ეკოლოგიური ტურიზმის პრობლემატიკისადმი მაღალი საზოგადოებრივი ინტერესი როგორც ექსპერტული საზოგადოების, ისე მოქალაქეების მხრიდან [6].

მსოფლიო თანდათან ინტერესდება ჩვენი ქვეყნით. ამის დასტურია სასტუმრო ინდუსტრიის ცნობილი ტრანსნაციონალური კორპორაციებიც, რომლებიც საქართველოში ტურიზმის ბიზნესში არიან ჩართული [7]. „რაც შეეხება განვითარებულ ქვეყნებს, აღნიშნულ ქვეყნებში, თავის დროზე სახელმწიფო ჩაერია ტურისტული სისტემის დახვეწაში თუ გარკვეული რეგულაციების ფორმირებაში, რომელმაც საგრძობლად გააუმჯობესა ტურიზმის ინდუსტრიის დონე და დღეს ეს ქვეყნები ტურიზმით, როგორც ეკონომიკის ერთერთი დარგით საკმაო შემოსავალს ღებულობს. ამგვარად მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს ჩარევა ტურიზმის სფეროში, ეს იქნება გარკვეული სახის რეგულაციები თუ საკანონმდებლო ბაზა“ [8]. ტურისტული საქმიანობის პრაქტიკაში განასხვავებენ ქვეყნებს, რომლებიც არიან ძირითადად ტურისტების მიმღებები და ქვეყნებს, რომლებიც სხვა ქვეყანას აწვდიან ტურისტებს. მიმწოდებელ ქვეყნებს შეიძლება მივაკუთვნოთ აშშ, გერმანია, ინგლისი, დანია, ბელგია, რუსეთი და ა.შ. მეორე ჯგუფს შეიძლება მივაკუთვნოთ საფრანგეთი, ამერიკა, ესპანეთი, იტალია, უნგრეთი და ა.შ. [9].

ქვეყნის დამოკიდებულება ამა თუ იმ ტიპისადმი განპირობებული არის რამდენიმე მნიშვნელოვანი ფაქტორით. მათგან ძირითადია სოციალურ ეკონომიკური, ტურისტული რესურსები, როგორც ბუნებრივი ისე ანთროპოგენური, ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე, გეოგრაფიული მდებარეობა მთავარი ტურისტული ბაზრების მიმართ, ამ ფაქტორებზე დამოკიდებულებით, აგრეთვე იმ ყურადღებით, რომელსაც ქვეყნები უთმობენ ეროვნული ტურიზმის განვითარებას, იცვლება ტურიზმის წვლილი ამ ქვეყნების ეკონომიკაში.

ტურიზმის განვითარების სახელმწიფო პროგრამები არსებობს მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში, რომლებიც თვლიან ტურიზმს ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ ძირითად დარგად, აგრეთვე საკმაოდ მნიშვნელოვანია შემოსავლები, რომლებსაც იღებს სახელმწიფო ტურისტული საქმიანობის გადასახადის სახით. მაგალითად, აშშ-ში ტურიზმიდან გადასახადები საშუალოდ შეადგენს 130 მილიარდ დოლარს წელიწადში, იაპონიაში- 70-ს, გერმანიაში-57-ს და ა.შ. [10].

არსებობს ტურიზმის დარგში მოქმედი ორგანიზაციების სახელმწიფო რეგულირების რამდენიმე მოდელი: საბაზრო თვითორგანიზაციის მოდელი, აქტიური ზემოქმედების მოდელი და შერჩევითი მონაწილეობის მოდელი [11].

განვიხილოთ თითოეული მოდელი ცალ-ცალკე: პირველი, საბაზრო თვით ორგანიზაციის მოდელი, როგორც წესი, გამოიყენება იმ ქვეყნებში, სადაც ტურისტული ბაზრის სუბიექტები საკმაოდ სიცოცხლისუნარიანები არიან. მაგალითად, ამერიკაში ტურისტული მომსახურების ბაზრის რეგულირება ხორციელდება ცალკეული სუბიექტების დონეზე, ამერიკას აქვს საკმაოდ მყარი საერთაშორისო პოზიცია ტურიზმში, რომელიც მიმზიდველია მოგზაურობის განხორციელებისთვის:

აშშ თითოეულ შტატში არსებობს შესაბამისი სამსახური, რომელიც პასუხისმგებელი არის ტურიზმის განვითარებაზე. როგორც წესი ეს არის ვაჭრობის, კომერციისა და ტურიზმის სააგენტო, რომლის

ამოცანებს შეადგენს სარეკლამო საინფორმაციო ღონისძიებების გატარება შიდა და შემოსვლითი ტურიზმის განვითარებისთვის, ანალიზისა და პერსპექტივის კვლევა. ქალაქებში და ადგილობრივ ორგანოებში მოქმედებენ ტურიზმის სპეციალური ბიუროები, რომლებიც ახორციელებენ მუშაობას ტურისტების მოსაზიდად. ამ ბიუროში შედიან საქალაქო ხელისუფლების წარმომადგენლები, სატრანსპორტო კომპანიის წარმომადგენლები, სასტუმროები, რესტორნები, გასართობი და სხვა დანესებულებები. ბიუროს ბიუჯეტი ფორმირდება სხვა დანარჩენი საშუალებებით, რომლებიც ქალაქის მიერ გადასახადის სახით მიიზიდება და ამოიღება სასტუმროებში მაცხოვრებლებისგან 8-დან 12%-მდე, აგრეთვე საწევრო შენატანებიდან და სარეკლამო შენატანებით [12].

მეორე, აქტიური ზემოქმედების მოდელი თურქეთში 1982 წლიდან მოქმედებს კანონი ტურიზმის მხარდაჭერის შესახებ, რომელიც მოიცავს იმ ღონისძიებებსა და მექანიზმებს, რომლითაც ხორციელდება სახელმწიფო მხარდაჭერა. კერძოდ, განისაზღვრება უძრავი ქონების გამოყენების წესი ტურისტული მიზნებისთვის, მათ ენიჭებათ შეღავათიანი საგადასახადო რეჟიმი და სახელმწიფო ინვესტიციების გამოყოფა. ყოველწლიურად ქვეყანა ტურიზმიდან იღებს 1012 მილიარდ დოლარს, მათ შორის რუსი ტურისტებისგან დაახლოებით 1,3 მლრდ დოლარს [13].

მესამე, შერჩევითი მოდელი დამახასიათებელია განვითარებული ევროპული სახელმწიფოებისთვის საფრანგეთისთვის, ესპანეთისთვის, იტალიისთვის, დიდი ბრიტანეთისთვის, საბერძნეთისთვის, ავსტრიისთვის, ჩეხეთისთვის და შვეიცარიისთვის [14].

მოცემული მოდელით სახელმწიფო იღებს შერჩევით მონაწილეობას ტურისტული მომსახურების ბაზრის განვითარებაში 2 ძირითადი მიმართულებით:

სახელმწიფო რეგულირება (ნორმატიულ სამართლებრივი ბაზა, აღმასრულებელი ხელისუფლების სხვადასხვა სფეროების კოორდინაცია, საერთაშორისო თანამშრომლობა, სტატისტიკური მონაცემთა ანალიზი და ა.შ.);

მარკეტინგული საქმიანობა (უცხოეთში ტურისტული წარმომადგენლობის მართვა, სარეკლამო აქციებში მონაწილეობის კოორდინირება, ტურიზმის სფეროში საერთაშორისო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა);

ყველა განვითარებულ ევროპულ სახელმწიფოში არსებობს ორგანიზაციები, რომლებიც ახორციელებენ ტურიზმის განვითარების პროგრამებს, რომელიც მოიცავს ტურიზმის ბიზნესის წარმართვისათვის სასურველი პირობების შექმნას. იგულისხმება: საგადასახადო შეღავათები, საბაჟო და სასაზღვრო რეჟიმის გამარტივება, ინვესტიციების მოზიდვა ინფრასტრუქტურის განვითარებისთვის, საერთაშორისო ბაზარზე რეკლამირება, კადრების მომზადება, და ა.შ.

მაგალითად, დიდ ბრიტანეთში. სახელმწიფოებრივი ორგანოები ევროპულ ქვეყნებში მჭიდროდ არიან დაკავშირებული ადგილობრივ ხელისუფლებასთან და კერძო ბიზნესთან. ამ სქემამ თავი წარმოაჩინა, როგორც საკმაოდ ეფექტურმა, რამდენადაც ის საშუალებას იძლევა მოზიდული იქნას ფინანსური რესურსები კერძო სექტორიდან აქტიუალური ამოცანების განხორციელებისთვის, ამავე დროს ხელს უწყობს კონსტრუქციულ თანამშრომლობას ხელისუფლების სხვადასხვა დონეებს შორის, რის შედეგადაც ტურისტული საქმიანობის რეგულირება ხორციელდება სახელმწიფოს და კერძო სექტორის პარტნიორობის საფუძველზე.

### დასკვნა

სამეცნიერო ლიტერატურის მიმოხილვის შემდეგ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ: საქართველოს პირობებში ყველაზე უფრო ეფექტური არის მართვის ევროპული და, აგრეთვე, ბრიტანული მეთოდი, რომელიც გამოიყენება ისეთ ქვეყნებში, როგორც არის ინგლისი, საბერძნეთი, იტალია, საფრანგეთი, შვეიცარია, სადაც ტურიზმი მიეკუთვნება მრავალდარგობრივ სამინისტროებს, რომლებიც ახორციელებენ უცხოეთის ქვეყნებში ტურისტული სექტორის მართვას, სამართლებრივი ბაზის შემუშავებას, სტატისტიკური ინფორმაციის შეგროვებასა და დამუშავებას, რეკლამას, გამოფენებში მონაწილეობას, მუშაობას უცხოელ ჟურნალისტებთან, აგრეთვე, ენევიან მარკეტინგულ საქმიანობას.

ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად საჭიროა სერიოზული ფინანსური მხარდაჭერა და კაპიტალ დაბანდებები, ამასთან, როგორც საერთაშორისო პრაქტიკა გვიჩვენებს, ტურიზმში ინვესტიციების დაბანდებას გრძელვადიანი ეფექტი აქვს. ასეთი ეფექტი მხოლოდ რამდენიმე წლის შემდეგ ბაზარზე აქტიური პოზიციონირების შემდეგ მიიღება. მასტიმულირებელი ღონისძიებების გარეშე შეუძლებელია უცხოეთის და ადგილობრივი ტურისტების შემოდინების და, შესაბამისად, ქვეყნის ეკონომიკაში შემოსავლების ზრდის უზრუნველყოფა.

სახელმწიფო შემოსავლების ზრდა მიღწეული უნდა იყოს ტურიზმის სექტორის სტიმულირების გზით, რაც გულისხმობს ინვესტიციების ჩადებისა და სხვადასხვა ღონისძიებების მხარისდაჭერის აქტებს როგორც სახელმწიფო, ისე კერძო სექტორისა და კომპანიების მხრიდან.

ტურიზმის მხარდაჭერისთვის სახელმწიფომ დროულად უნდა მიიღოს ისეთი რეგულაციები, რომლებიც უკავშირდება; სავიზო რეჟიმს, საბაჟო გადასახადს.

დამატებითი სტიმულის სახით, ტურისტულ პროდუქტზე მაღალი მოთხოვნის პირობებში საბაჟო გადასახადისგან გათავისუფლება დამატებითი სტიმული ხდება მომხმარებლისთვის პროდუქტით სარგებლობისათვის.

### ლიტერატურა/REFERENCES:

- [1] Albrecht D. Christoph, „Tourismus 2025 Fit fur die Zukunft?“ 2016: [http://issuu.com/stephantiefenthaler/docs/tourismus2025\\_fitfuerdiezukunft/8?e=0/1805468](http://issuu.com/stephantiefenthaler/docs/tourismus2025_fitfuerdiezukunft/8?e=0/1805468)
- [2] Козырев В.М., и соавт., „Экономика Туризма“, Москва, 2001.16.
- [3] Николаева О. П., „Туризм как фактор развития Муниципального образования (на примере Усть-Мунинского сельского поселения Майминского района республики Алтай“, Научный журнал КубГАУ, №101(07), Институт водных и экологических проблем СОРАН Горно-Алтайский филиал, п. Кызыл-Озек, Республика Алтай, Россия. 2014. 3.
- [4] Lindberg K., Johnson R.L., „The Economic Values Of Tourism’s Social Impact“, Annals of Tourism Research, Vol. 24, No 1. PII: SO160-7383(96)00, Great Britain. 1997. 91.
- [5] Аникина И. Экологический туризм“, Саратовский Государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Саратов. <http://www.ref.by/refs/17/3159/1.html> 2001.
- [6] Лыскова О. В., „Экологический Туризм: Глобальные тренды и локальные модусы социальных изменений“, Саратовский государственный технический университет имени Ю. А. Гагарина, г. 2012. 288.
- [7] კოჭლამაზაშვილი ლ., გორგაძე ბ., „კულტურათმორისი კომუნიკაცია, № 6-7, თბილისი, 2009
- [8] Ansell, C. Gash A. Tourism Governance and Regulation: Emmanuel Ak-wasi Adu-Ampong, (2008), ‘Collaborative Governance in Theory and Practice’, Journal of Public Administration Research and Theory. 2008: 543-571.
- [9] Тайгибова, Т. Т. Влияние индустрии туризма на экономику страны и социально-культурную сферу / Т.Т. Тайгибова // Актуальные вопросы экономических наук: материалы междунар. заоч. науч. конф. Уфа, 2011. - С. 125-128 .
- [10] Биржаков 2008: Биржаков, М.Б. Введение в туризм / М.Б. Биржаков.- Санкт-Петербург, 2008. - 576 с. 2008. 576.
- [11] Агранович, В.Б. Роль маркетинговых коммуникаций в продвижении дестинаций [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <portal.tpu.ru/Shared/v/Vika/learn/discal/Tab/lec4.ppt> 2007. 197
- [12] Косолапов, А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности / А.Б. Косолапов. - Москва, 2011. - 280 с.
- [13] Чудновский А. Д.; Королев Н. В.; Е.А. Гаврилова М. А.; Жукова, Н.А.; Зайцева Менеджмент Туризма, М.2014. 65.
- [14] Новиков, В.С. Менеджмент в туризме / В.С. Новиков. - Москва, 2006. - 166 с.
- [15] ტურიზმის სტატისტიკური ანგარიში მეოთხე კვარტალი 2017, გვ., 2.