УДК 338.48
JEL 830

Девадзе А.Х., к.э.н., профессор,
Батумский государственный университета им. Ш. Руставели,
руководитель департамента туризма

ПРОБЛЕМЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ ГРУЗИИ: ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

В статье отмечено, что последнее время в Грузии наблюдается резкое увеличение количества иностранных туристов и доходов от международного туризма. Одновременно, туристический потенциал страны используется недостаточно эффективно, и главная причина этого заключается в слабо развитой инфраструктуре туризма. Вместе с тем, Проведен анализ и определены актуальные проблемы, сдерживающие развитие туризма в стране. Обращено внимание на возрастающую роль туризма в повышении конкурентоспособности туристических регионов.

Для повышения конкурентоспособности туристической индустрии Грузии и достижения намеченных целей, разработаны стратегические задачи с учетом проведения необходимых активностей. Представляется так же необходимым формирование партнерских отношений между государством, представителями туристической индустрии, неправительственными организациями и местным населением.

Ключевые слова: *туристический ресурс, туристическая индустрия, конкурентоспособность, международный туризм, туристический рынок, туристический поток.*

Постановка проблемы. Грузия своим геополитическим расположением и существующими природными, историческими и культурными ресурсами располагает практически неограниченными ресурсами развития туризма.

Вместе с тем, в настоящее время, когда в условиях глобализации характер конкуренции приобретает международные масштабы, первоочередное значение приобретает обеспечение устойчивого роста экономики Грузии, что в значительной степени создает объективные предпосылки для поиска и формирования конкурентных преимуществ и наиболее совершенных путей создания конкурентоспособной туристической индустрии.

Исходя из вышеизложенного, актуальность исследования обоснована объективной необходимостью устойчивого развития и эффективного использования туристических ресурсов Грузии, что будет способствовать росту конкурентоспособности туристической индустрии страны в условиях глобализации.

Анализ последних публикации. Проблема повышения конкурентоспособности признается одной из важнейших в теории и практике экономической науки. Различные аспекты конкурентоспособности на различных уровнях активно обсуждаются и являются предметом изучения многих зарубежных и отечественных ученых теоретиков, и практиков.

При рассмотрении вопросов развития туризма в условиях глобальной конкуренции, управления и маркетинга в процессе создания и развития национальной туристской индустрии, в работе использованы труды таких зарубежных специалистов как М. Портера, М. Барлетта, Ф. Котлера, Т. Брауна, Д Дирлава, Н. Кокерелла, Й. Кунде, С. Крейнера, К. Нордстрем, Й. Риддерстрале, Х. Смита, Д. Трю, Р. Флорида,

И. В. Зорина, Н. И. Кабушкина, В. А. Квартального, В. И. Криворучко, Л. В. Криворучко, В. Б. Сапруновой, и др. Среди отечественных ученных можно отметить Е. Бараташвили, Б. Гечбаия, М. Метревели и др.

Нерешенные части проблемы. Признавая значимость выполненных работ, все же часто проблемы повышения конкурентоспособности решались в рамках административного подхода и недостаточного анализа возможностей этого сектора экономики. Следует так же отметить, что отдельные теоретические аспекты управления конкурентоспособностью индустрии туризма и методический инструментарий ее дальнейшего совершенствования проработаны недостаточно и требуют своего дальнейшего развития.

Цель статьи. Целью работы является разработка комплекса мероприятий для повышения конкурентоспособности туристической индустрии Грузии на мировом рынке туристических услуг.

Результаты исследования. За последние годы в Грузии наблюдается резкое увеличение количества иностранных туристов и доходов от международного туризма [8]. В 2016 году количество международных туристов достигло 6 350 825 человек (рост по сравнению с 2015 годом составил 7.6%). Так же впервые за 2016 год доходы от международного туризма превысили 2 млрд. долларов США (см. таблицу 1).

Таблица 1.

Динамика количества международных туристов и доходов за 2011-2016 годы

Наименование показателя	Единица измерения	Год					
		2011	2012	2013	2014	2015	2016
Международный въезд	тыс.чел.	2822,4	4428,2	5392,3	5515,6	5901,1	6350,8
Доходы	Млн. долл. США	954,9	1410,9	1719,7	1787,1	1935,9	2097,4

Источник [8].

По состоянию на 2016 год в базе национальной администрации зарегистрировано 1 765 средств размещения, с 57 049 спальными местами. За 2016 год открылись новые гостиницы: The biltmore hotel (Тбилиси), Art boutique hotel (Тбилиси), Museum hotel (Тбилиси), Euphoria (Батуми), Crowne plaza (Боржоми), Gino wellness (Мцхета), Castello mare (Цихисдзири) и Era palace (Квариати), в следствии чего численность средств размещения составил 1 765 единиц, а Castello mare (Цихисдзири) и Era palace (Квариати), в следствии чего численность средств размещения составил 1 765 единиц, а количество койко-мест составил 57 049 мест, т.е. выросла на 3100 койко-мест. Вместе с тем, следует отметить, что за 2017-2019 намечено строительство 28 новых брендовых гостиниц.

По данным МВД Грузии за 2016 год процентное соотношение международных въездов в Грузию по типам границ дал следующую картину: сухопутным транспортом въезд в Грузию составил 81%, воздушным транспортом 17%, а железнодорожным и морским по 1% соответственно.

Что касается рынка авиаперевозок, согласно сводным данным [8] за 2016 год, количество международных рейсов составило 15 318, рост по сравнению с 2015 годом 12%. Количество пассажиров составил 2 840 455 человек, рост по сравнению с

прошлым годом 26%. За 2016 год открыты авиарейсы по 19 новым международным направлениям.

Вместе с тем, необходимо отметить, что главная причина недостаточного использования туристского потенциала страны заключается в слабо развитой инфраструктуре туризма [1].

Среди первоочередных проблем, существенно снижающих на конкурентоспособность национального туристического продукта можно выделить:

- перманентный рост стоимости туристического продукта, вызываемый не ростом качества туристического обслуживания, а усиливающейся сезонностью, узостью туристического предложения, концентрацией внутренних и въездных туристических потоков на отдельных туристических центрах и курортах;
- неконкурентоспособное качество предлагаемых туристам услуг, прежде всего, гостиничных и транспортных;
- недостаточно эффективные меры (в том числе и осуществляемые со стороны государства) по продвижению национального туристического продукта на зарубежных и внутреннем рынках;
- отсутствие в стране единых стандартов и показателей статистического учета в сфере туризма;
- острая нехватка квалифицированных работников сферы туристического обслуживания;

При такой ситуации спрос на поездки в Грузию сохраняется главным образом благодаря действительно уникальному природному и культурному наследию.

Немаловажной проблемой, препятствующей увеличению въездных и внутренних турпотоков, является дефицит средств размещения, отвечающих современным стандартам гостиничного сервиса.

Повышение загрузки существующих гостиниц помимо собственно проблемы повышения качества обслуживания, расширения ассортимента услуг и обновления основных фондов требует новых маркетинговых подходов к формированию турпродукта с учетом сезонных колебаний спроса на услуги различных типов средств размещения, в частности, туристских гостиниц и отелей бизнес- класса. Речь идет о развитии инсентив - туризма, конгресс туризма и предложении привлекательного межсезонного турпродукта: зимнего, каникулярного - на дни весенних и осенних каникул, событийного, связанного с проведением популярных культурно массовых и спортивных мероприятий. Создание такого продукта - в первую очередь дело самих участников рынка и региональных органов управления, но без государственной поддержки новые продукты на рынок продвинуть будет трудно. Возможно это лишь при условии разработки и реализации более эффективной системы рекламно - информационного обеспечения развития внутреннего и въездного туризма [4].

Туристский продукт или услуга конкурентоспособны лишь тогда, когда происходит постоянный процесс повышения качества сервиса при предоставлении услуги, оптимизация цены услуги, ресурсов в сфере эксплуатации или потребления туристского продукта. Но конкурентоспособной услуга может быть лишь при условии эффективного управления персоналом, организации разработки и исполнения управленческих решений в рамках системы обеспечения конкурентоспособности, что позволит увеличить возможности выхода на внешний туристский рынок [2].

Конкурентоспособность туристской отрасли зависит, в частности, от государственной политики в сфере туризма. Конкурентоспособность туристической отрасли на туристической рынке является проявлением внутренних социально-экономических условий и возможностей сравнительных преимуществ международного разделения труда в этой сфере, которые реализуются в товарах и услугах, что позволяет успешно конкурировать с аналогичным продуктом других государств [5].

Для обеспечения высокой конкурентоспособности туристической индустрии представляется необходимым составление системы стратегических планов, в которых поступательно будут определены стратегические мероприятия и распределение соответствующих ресурсов.

Каждый из видов планов должен содержать цели, стратегии и мероприятия их достижения, основные этапы реализации достижения целей с указанием конкретного временного периода, оценку вероятности их реализации.

Весьма важную роль играет гибкость стратегических планов, т. е. возможность их адаптации к изменяющимся условиям социально-экономического развития страны. На основании таких планов должны разрабатываться тактические и целевые планы туристской индустрии [3].

Аспекты конкурентоспособности туристической индустрии страны на мировом туристическом рынке необходимо учитывать при разработке и реализации отраслевых программ и конкретных мер по повышению конкурентоспособности страны, ее интеграции в мировые туристические потоки. Исходные конкурентные позиции Грузии на мировом туристическом рынке, с одной стороны неблагоприятны из-за недостаточного уровня развития этой сферы, с другой - наша страна обладает значительным потенциалом и способна занять достойную позицию среди значительных туристических направлений.

Решение проблемы повышения конкурентоспособности грузинского туристического производства, по нашему мнению, должен предполагать совершенствование структуры туристической индустрии: преимущественное развитие менее известных в настоящий момент туристических дестинаций, повышение доли туров, обладающих максимальным мультиплицирующим эффектом; поощрение туристических взаимосвязей со странами – активными торговыми партнерами Грузии и приграничными государствами [6,7].

Участие Грузии в глобальной туристической политике, расширение ее международного сотрудничества в туристической сфере является важной тенденцией, поскольку в контексте общей национальной политики, в максимальной степени учитывает местную специфику туристической предложения и спроса, современный и планируемый уровень развития туризма в регионах и отдельных центрах [10].

В настоящее время существенно возрастает роль государства в повышении конкурентоспособности национального туристического комплекса путем косвенного воздействия. В этой связи важнейшим направлением деятельности туристической политики выступает повышение конкурентоспособности туристического комплекса путем стимулирования развития основных источников конкурентных преимуществ [11].

Совокупность основных приоритетных направлений национальной туристической политики по повышению уровня конкурентоспособности туристического комплекса за счет повышения статуса и расширения финансовых возможностей туристических организации является необходимым условием успешной реализации туристической политики и создания конкурентоспособного туристического комплекса [5].

Для повышения конкурентоспособности туристической индустрии Грузии и достижения намеченных целей, необходимо предложить путешественникам разнообразные туристические продукты высокого качества и наилучшие впечатления, которые в свою очередь, требуют обострение внимания на следующие аспекты:

- богатая и уникальная культура Грузии, множество памятников культурного наследия международного или местного значения, три из которых вошли в "список мирового наследия " UNESCO, а два памятника – в " список нематериального культурного наследия";
- традиции и история виноделия – статус "родина вина";
- 87 охраняемых территорий, в том числе 11 национальных парков, которые занимают 8,62% территории Грузии;
- хорошие климатические условия;
- привлекательный бизнес и инвестиционная среда;
- дружеское расположение и гостеприимство грузинского народа.

Для создания туристического продукта мирового уровня и стимулирования как международных, так и внутренних потребностей, страна должна решить следующие проблемы:

- углубление сотрудничества между государственными и частными секторами по разным направлениям;
- улучшение подъездных путей до самых значительных туристических дестинаций и совершенствование соответствующей инфраструктуры;
- сохранение памятников культурного наследия и других активов культурного значения; совершенствование их доступности, существующего обслуживания и интерпретационной инфраструктуры;
- повышение осведомленности о туристическом потенциале страны как на международных, так и на внутренних рынках;
- совершенствование системы просвещения в сфере туризма и обеспечение доступности просветительских программ в масштабе страны;
- предложение нового туристического продукта и диверсификация существующего.

С целью повышения конкурентоспособности туристической индустрии Грузии на мировом рынке, министерством экономики и устойчивого развития Грузии и национальным департаментом туризма Грузии на основе технической и финансовой помощи мирового банка и консультаций с различными заинтересованными сторонами, была разработана "стратегия туризма Грузии 2025", которая представляет 10 - летный стратегический план для обеспечения устойчивого роста туристической отрасли Грузии и обеспечения роста возможностей создания новых рабочих мест [9].

Согласно "стратегия туризма Грузии 2025", после консультации с заинтересованными сторонами, были определены следующие цели:

- из туристических рынков с высокой платежной способностью упрощение воздушных перевозок. Так же совершенствование внутренней транспортной сети с целю обеспечения сводного перемещения потоков визитеров по стране;

- создание для визитеров возможностей в получении уникальных и возвышенных впечатлении с использованием культурных и природных богатств страны, в чем и существуют все более возрастающие потребности на туристических рынках с высоко платежной способностью;

- совершенствование обслуживания визитеров (с точки зрения транспортировки, средств размещения и владения иностранных языков), с тем, что сформированные путем целевых маркетинговых активностей ожидания и представления визитеров оправдались, а приезжие визитеры распространяли позитивные информации о стране и у них возбудилось желание повторно посетить Грузию;

- совершенствование возможностей сбора данных и исследования рынков, с целью более квалифицированного изучения потребностей туристических рынков с высоко платежной способностью;

- использование отмеченных исследовании и дополнительных маркетинговых ресурсов с целью более эффективного освоения туристических рынков с высоко платежной способностью, установления с ними прочных связей и повышения узнаваемости Грузии, как страны туристического назначения мирового уровня.

Для достижения отмеченных целей были разработаны следующие планы:

- увеличение доходов от туризма от существующего уровня (1,9 млрд долларов США) до 6,6 млрд долларов США;

- удельный вес туристической отрасли в ВВП страны должен составлять 7,9%;

- увеличение в среднем каждым визитером потраченной суммы с 328 долларов США до 600 долларов США;

- увеличение численности занятых в туризме приблизительно на 90%, с существующего 158 515 человек до 301 284 человек;

- увеличение средней продолжительности пребывания туриста в стране с 5 до 7 дней;

- увеличение прямых иностранных инвестиции в сфере туризма от существующего 723 млн долларов США до 1 178 млн долларов США;

- удвоение количества визитеров из туристических рынков с высоко платежной способностью (стран Западной Европы, Азии и Северной Америки).

Для достижения намеченных стратегической программой туризма Грузии показателей, а также для достижения мирового уровня конкурентоспособности туристической индустрией нашей страны, по нашему мнению, необходимо решение следующих стратегических задач:

- рост государственных и частных инвестиции в сфере туризма;
- совершенствование бизнес среды с целью увеличения иностранных и местных инвестиции;
- с помощью эффективного маркетинга и информационной компании привлечение визитеров с туристических рынков с высоко платежной способностью;
- рост конкурентоспособности с помощью предложения туристического обслуживания на мировом уровне;

- уважение, охрана и продвижение на мировых туристических рынках природного и культурного наследия Грузии;

Для решения перечисленных выше стратегических задач представляется целесообразным их решение осуществлять по пунктам через определенные активности, в частности:

Задача №1. Рост государственных и частных инвестиции в сфере туризма.

Активности:

- привлечение новых, частных инвестиций для туристического сектора;
- совершенствование инфраструктуры и коммуникации в местах туристического назначения с учетом принципов пространственного обустройства;
- совершенствование авиационной отрасли и рост осуществляющих рейсов в направлении Грузии;
- инвестирование портов и пристаней круизных лайнеров, установление определенных льгот для частного сектора и поощрение круизных лайнеров с целью увеличения времени стоянки;
- совершенствование инфраструктур железнодорожного и дорожного транспорта и качества обслуживания с учетом потребностей визитеров, особенно в городах и привлекательных для туристов местах;
- с целью поддержки индивидуального путешествия добавление информационных досок и указателей направлении в масштабе всей страны (в соответствии с международными стандартами).

Задача №2. Совершенствование бизнес среды с целью увеличения иностранных и местных инвестиций.

Активности:

- с целью развития различных форм сотрудничества между государством и частными компаниями, установление различных льгот на земельные участки, находящихся в собственности государства или муниципальных образований, на объекты природного и культурного наследия;
- обновление правовой базы, регулирующей сферу туризма;
- установление льгот для развития транспортного сектора, так же для строительства новых объектов средств размещения, концертных залов и других необходимых объектов общественного назначения;
- обеспечение гибкости визового регулирования;

Задача №3. С помощью эффективного маркетинга и информационной компании привлечение визитеров с туристических рынков высоко платежной способностью;

Активности:

- формирование и осуществление детальной годовой стратегии маркетинга для мест туристического назначения с учетом приоритетности целевых рынков;
- создание широко узнаваемого и впечатляющего бренда для определенных мест туристического назначения;
- поддержка маркетинговых активностей конкретных регионов;
- использование взаимоотношения с общественностью и возможностей медиа средств;
- установление и дальнейшее сохранение взаимоотношений с международной туристической индустрией;

- совершенствование представления Грузии на международных ярмарках и выставках, с представлением культуры, вина, образцов искусства и других направлении;
- включение маркетинговых агентств, дипломатов и представителей диаспоры в международные маркетинговые мероприятия и т.д.

Задача №4. Рост конкурентоспособности с помощью предложения туристического обслуживания на мировом уровне.

Активности:

- разработка программ по обеспечению качества, безопасности и устойчивого развития туристической индустрии и продвижение стандартизации;
- проведение тренингов по разработке туристических продуктов и маркетингу, а также тренинги персонала, занятого в сфере обслуживания и других смежных областях и работающих в частном или государственном секторе;
- разработка/совершенствование учебных программ высших учебных заведений и профессиональных училищ, связанных сферами туризма или гостеприимства;
- совершенствование обслуживания в информационных центрах туризма продвижением веб страниц и социальных медиа каналов;
- усиление мер по обеспечению охраны визитеров и общественной безопасности;

Задача №5. Уважение, охрана и продвижение на мировых туристических рынках природного и культурного наследия Грузии.

Активности:

- разработка планов по управлению памятниками культурного наследия и охраняемыми территориями (а также управления визитерами) с целью устойчивого использования природных ресурсов и культурного наследия Грузии;
- совершенствование координации между управляющими организациями культурного наследия, представителями сферы туризма и муниципальными органами;
- содействие совершенствованию взаимного сотрудничества между государственными и частными секторами, увеличение частных инвестиций на исторически значимых местах и/или на территориях, прилегающих к объектам культурного наследия;
- путем совершенствования инфраструктуры облегчения доступности к объектам природного и культурного наследия (дороги, горнолыжные трассы, зоны пикника, автомобильные стоянки ит.д.);
- уважение и поддержка культурного наследия других национальностей/этнических групп, существующих в Грузии, например, немецкие села в Квемо Картли, еврейское поселение в Рача, история исследования гор Кавказа европейскими и британскими альпинистами и т.д.

Выводы. Для решения перечисленных выше стратегических задач с учетом приведенных активностей представляется необходимым формирование партнерских взаимоотношений между государством, представителями туристической индустрии, неправительственными организациями и местным населением.

Успешное решение отмеченных выше стратегических задач будет способствовать резкому повышению узнаваемости Грузии на мировом туристическом рынке и

поднятию конкурентоспособности ее туристической индустрии на качественно новый уровень, что и определяет перспективы дальнейших исследований.

Литература.

1. Девадзе А.Х. Туризм в Грузии: существующее положение, проблемы, перспективы. Тбилиси, 2012 - 272с.
2. Еферин В.П., Мотин В.В. Оценка конкурентоспособности при маркетинговых исследованиях - М., 2010-125с.
3. Кавадзе М. И. Повышение конкурентоспособности Грузии в глобальной средею Кутаиси, 2010-175с.
4. Константинова Г. Л. Пути повышения конкурентоспособности организации на рынке на примере туристской фирмы «Браво» Санкт-Петербург 2013-205с.
5. Меладзе М. Особенности формирования туристического продукта в Грузии. Тбилиси, 2008-139с.
6. Нателаури И.В. Основные направления и пути повышения конкурентоспособности Грузии. Тбилиси, 2011-156с.
7. Омарова А.С. Совершенствование управления конкурентоспособностью туристской дестинации в индустрии туризма и гостеприимства. Караганда., 2009-225с.
8. Отчет за 2016 год. Национальная администрация туризма Грузии. Тбилиси, 2017-58с.
9. Стратегия туризма Грузии 2025. Министерство экономики и устойчивого развития. Тбилиси, 2015-82с.
10. Ушаков Д.С. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития. М.,2005-98с.
11. Ушаков Д.С., Формирование местных туристических систем как основа системного подхода к развитию национального туризма. Ростов – н/Д., 2005-159с.
12. Фатхутдинов Р.А., Управление конкурентоспособностью организации, М., 2005-215с.

References.

1. Devadze A.H. Turizm v Gruzii: suschestvuyuschee polozhenie, problemyi, perspektivyi. Tbilisi, 2012 - 272s.
2. Eferin V.P., Motin V.V. Otsenka konkurentosposobnosti pri marketingovyih issledovaniyah - M., 2010-125s.
3. Kavadze M. I. Povyishenie konkurentosposobnosti Gruzii v globalnoy sredeyu Kutaisi, 2010-175s.
4. Konstantinova G. L. Puti povyisheniya konkurentosposobnosti organizatsii na ryinke na primere turistskoy firmyi «Bravo» Cankt-Peterburg 2013-205s.
5. Meladze M. Osobennosti formirovaniya turisticheskogo produkta v Gruzii. Tbilisi, 2008-139s.
6. Natelauri I.V. Osnovnyie napravleniya i puti povyisheniya konkurentosposobnosti Gruzii. Tbilisi, 2011-156s.
7. Omarova A.S. Sovershenstvovanie upravleniya konkurentosposobnostyu turistskoy destinatsii v industrii turizma i gostepriimstva. Karaganda., 2009-225s.
8. Otchet za 2016 god. Natsionalnaya administratsiya turizma Gruzii. Tbilisi, 2017-58s.
9. Strategiya turizma Gruzii 2025. Ministerstvo ekonomiki i ustoychivogo razvitiya. Tbilisi, 2015-82s.
10. Ushakov D.S. Natsionalnaya turisticheskaya industriya: problemyi razvitiya. M.,2005-98s.
11. Ushakov D.S., Formirovanie mestnyih turisticheskih sistem kak osnova sistemnogo podhoda k razvitiyu natsionalnogo turizma. Rostov – n/D., 2005-159s.
12. Fathutdinov R.A., Upravlenie konkurentosposobnostyu organizatsii, M., 2005-215s.

Девадзе А.Х, к.е.н., професор
Батумський державний університет ім. Ш. Руставелі,
керівник департаменту туризму

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ГРУЗІЇ: ВИКЛИКИ І МОЖЛИВОСТІ

У статті відмічено, що останнім часом у Грузії спостерігається різке збільшення кількості іноземних туристів та прибутку від міжнародного туризму. Водночас, туристичний потенціал країни використовується недостатньо ефективно, і головна причина цього полягає в слабо розвиненій інфраструктурі туризму. Разом з тим, був проведений аналіз та розкриті актуальні проблеми, які стримують розвиток туризму в країні. Звернено увагу на зростаючу роль туризму в підвищенні конкурентоспроможності туристичних регіонів.

Для підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії Грузії та досягнення поставлених цілей, були розроблені стратегічні задачі з урахуванням проведення необхідних активностей. Визначено також необхідність формування партнерських відносин між державою, представниками туристичної індустрії, недержавними організаціями та місцевим населенням.

Ключові слова: *туристичний ресурс, туристична індустрія, конкурентоспроможність, міжнародний туризм, туристичний ринок, туристичний потік.*

Devadze A. Kh, PhD, Professor,
Shota Rustaveli State University,
Head of the Department of Tourism

PROBLEMS OF GEORGIAN TOURISM INDUSTRY COMPETITIVENESS: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES

The article notes that recently there has been a high increase in the number of foreign tourists and incomes from international tourism in Georgia. At the same time, the country's tourism potential is not being used effectively enough and the main reason for this is poorly developed tourism infrastructure. At the same time, the analysis revealed actual problems that restrain the development of tourism in the country. It drew attention to the growing role of tourism in increasing competitiveness of tourist regions.

Aspects of the competitiveness of the tourism industry of Georgia in the world tourism market should be taken into account while developing and implementing sectoral programs and specific measures to improve the country's competitiveness, its integration into world tourist flows. The initial competitive positions of Georgia in the world tourism market, on the other hand, are unfavorable due to the lack of development of this sphere, however our country has a certain potential and is able to take a worthy position among significant tourist destinations.

In order to increase competitiveness of the tourism industry in Georgia and achieve certain goals, special strategic objectives with necessary activities have been developed. It also seems necessary to form partnership relations between the government representatives of the tourism industry, non-governmental organizations and local population.

Keywords: *tourist resource, tourism industry, competitiveness, international tourism, tourist market, tourist flow.*