

სოციალური მიმდებლობის მნიშვნელობა ტურიზმის ინდუსტრიაში, ეთიკური მენეჯმენტი და რეგულირების შესაძლებლობები

მეგი სურმანიძე

დოქტორანტი

ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი,

როსტომ ბერიძე

პროფესორი

ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

აბსტრაქტი

სოციალური მიმდებლობა წარმოადგენს დამოკიდებულებების, განწყობების და შეხედულებების ერთობლიობას, რომელიც გავლენას ახდენს სოციალური ურთიერთობის მიმდინარეობაზე, ინფორმაციათა რაციონალური მიმოცვლის პროცესზე, კომუნიკაციისა და ურთიერთობის ხარისხზე. სოციალური მიმდებლობა ტურიზმის ინდუსტრიაში წარმოადგენს უმთავრეს ფაქტორს, რომელსაც შეუძლია განაპირობოს როგორც სოციალური ისე ეკონომიკური სარგებელი, ხელი შეუწყოს ბიზნესის განვითარების პროცესს, ტურისტების კმაყოფილების და რაოდენობის ზრდას. სოციალური მიმდებლობის გაცნობიერებიდან იწყება ქსენოფობიური, ჰომოფობიური, რასისტული თუ სხვა დამოკიდებულებების ირაციონალური გამოვლინებები საზოგადოებაში, ყველა ჩამოთვლილი ხელს უშლის ტურიზმში როგორც სოციალურ ინსტიტუტში მონაწილე მხარეებს შორის ჯანსაღი კომუნიკაციების, სოციალური კავშირების წარმართვას და ნეგატიურად აისახება ტურისტული ბიზნეს ობიექტების ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე.

აღნიშნული სტატია შეისწავლის სოციალური მიმდებლობის და მასთან დაკავშირებული პროცესების გავლენებს, მნიშვნელობას ტურისტულ ურთიერთობებზე და ინდუსტრიაზე, შეისწავლის სოციალური მიმდებლობის მნიშვნელობას ტურიზმის ინდუსტრიისთვის, სოციალური მიმდებლობის როლს ტურისტების კმაყოფილების, ობიექტებისთვის შემოსავლების ზრდისა და საბოლოო კმაყოფილების ნაწილში.

სტატიაში გაანალიზებულია სოციალური მიმდებლობის ფორმის განმაპირობებელი გარემოებები, სოციალური ურთიერთობების შემადგენელი ასპექტები სოციალური ინტერაქციის, სოციალური გაცვლის თეორიის და სოციალური დისტანციის სახით. ასევე და უმთავრესი ფაქტორები და მისი რეგულირების საშუალებები ეთიკურ მენეჯმენტში.

სტატიაში განსაზღვრულია კავშირი სოციალურ მიმდებლობასა და ეთიკურ მენეჯმენტს შორის, რომელიც სოციალურ ურთიერთობებში არსებული ნაკლოვანებების აღმოფხვრის ეფექტურ საშუალებად ესახებათ ტურისტულ ბიზნეს ობიექტებს.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმის ინდუსტრია, სოციალური მიმდებლობა, ეთიკური მენეჯმენტი, რეგულირება.

შესავალი

ტურიზმი წარმოადგენს მსოფლიოს ბიზნეს ინდუსტრიის უმსხვილეს ეკონომიკურ და სოციალურ ინსტიტუტს, რომელიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ადამიანების შეკრების, ინფორმაციის გაცვლისა და კავშირების განმტკიცების თვალსაზრისით. მნიშვნელოვანია

ტურიზმში სოციალური ურთიერთობების ხარისხი და მიმდინარეობა, სოციალური მიმდებლობის ასპექტის, და მისი ხელისშემშლელი ფაქტორების ანალიზი რათა შესაძლებელი გახდეს ტურისტებსა და რეზიდენტებს, დასაქმებულებსა და ტურისტებს, თუ სხვა მხარეებს შორის სოციალური დამოკიდებულებების ოპტიმიზება. სოციალური მიმდებლობა არის პროცესი, რომლის დროსაც ადამიანები ქმნიან განწყობებს და დამოკიდებულებებს მხარეების მიმართ კომუნიკაციაში, ტურისტების მიმართ პრაქტიკაში, საკამაოდ ხშირია ქსენოფობიური, აგრესიული, არაკეთილგანწყობილი დამოკიდებულებები, რომლებიც მეტწილად განპირობებულია მათი განსხვავებული რელიგიური, კულტურული, ეთნიკური და სხვა ნიშნებით. სოციალური მიმდებლობა მნიშვნელოვნად არის დაკავშირებული კულტურათაშორის კომუნიკაციებთან, რადგან პროცესშია ინტერკულტურული კომუნიკაციები, რომელიც სიღრმისეულად იკვლევს დამოკიდებულებებს სხვადასხვა წარმომავლობის, კულტურის, ეთნიკური ჯგუფის, რასისა თუ სხვა ადამიანების შორის

თანამედროვე მდგომარეობა: სოციალური მიმდებლობა წარმოადგენს გავლენის მქონე ფაქტორს ტურიზმის ინდუსტრიაში, სოციალური მიმდებლობა სამეცნიერო თვალსაზრისით არ არის სიღრმისეულად შესწავლილი, სამეცნიერო წყაროებში ვხვდებით სოციალური ინტერაქციის, სოციალური გაცვლის თეორიისა და სოციალური დისტანციის შემსწავლელ კვლევებს, რომლებიც ადასტურებენ სოციალური ურთიერთობების მნიშვნელობას ბიზნეს პროცესების წარმართვისა და განვითარების პროცესში, სოციალური მიმდებლობა მოიცავს ინტერაქციის, ინფორმაციის გაცვლის პროცესს, მსგავსად ინტერაქციისა ისიც მოიცავს ცალკეულ ფაქტორებს, რომლებიც გავლენას ახდენენ ურთიერთობებში ადამიანების ერთმანეთის მიმართ დამოკიდებულებებზე, მაგ.: ეთნიკური წარმომავლობა, რელიგიური მრწამსი, განსხვავებული კულტურა, კანის ფერი და სხვა. სტატიაში გაანალიზებულია რამდენიმე კვლევა, რომლებიც განხორციელებულია 2022, 2021, 2011, 2019 წლებში სხვადასხვა ქვეყნებში, კვლევების შედეგები სოციალური ურთიერთობებით დაინტერესებულ ადამიანებს გვიჩვენებს თუ რამდენად მნიშვნელოვნად შეიძლება შეიცვალოს დამოკიდებულება ტურისტის ქცევის, დამოკიდებულების, გარკვეული ნიშნის მიხედვით, სოციალური მიმდებლობის პრობლემები ასევე ხელს უშლის ტურისტული ზონის განვითარებასა და პოპულარიზაციას, ცალკეულად სოციალური მიმდებლობის პროცესების რეგულირების, ტურისტებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას, ტურისტებსა და დასაქმებულებსა თუ დასაქმებულებს შორის არსებული სოციალური ურთიერთობების რეგულირება მენეჯმენტის ახალი მიმართულების ბიზნეს ობიექტებში, ლიდერშიფში დანერგვით არის შესაძლებელი, ეთიკური მენეჯმენტი უზრუნველყოფს სწორი ლიდერშიფით, მართვის რელევანტური მიდგომების დანერგვით დასაქმებულებში პოზიტიური სოციალური დამოკიდებულებების განვითარებას, სოციალურ ურთიერთობებში არსებული გაუგებრობების აღმოფხვრას, სოციალური დისტანციის რღვევას.

კვლევის სიახლე: სოციალური მიმდებლობა წარმოადგენს მნიშვნელოვან პროცესს, რომელსაც შეუძლია შეცვალოს პრიორიტეტები, მიდგომები ტურიზმში როგორც უმსხვილეს სოციალურ ინსტიტუტში მიმდინარე სოციალურ ურთიერთობებში. კვლევის სიახლეს წარმოადგენს სოციალური მიმდებლობის პრობლემის იდენტიფიცირება, მისი კავშირის განსაზღვრა ბიზნეს პროცესებთან, ტურისტის კმაყოფილებასთან, რომელიც სულაც არ არის განპირობებული მხოლოდ ხარისხიანი მომსახურების ან პროდუქტის ოპერატიული მიწოდებით, კვლევის სიახლეა სოციალური მიმდებლობის რეგულირების გზების აღმოჩენა და შესაბამისი მიდგომების განხილვა ეთიკური მენეჯმენტიდან.

სოციალური მიმდებლობის პრობლემებს ვხვდებით სოციალური ინტერაქციის, ქსენოფობიის, ჰომოფობიის, სოციალური დისტანცირების დროს.

კვლევის მიზანი: განვსაზღვროთ სოციალური მიმდებლობის როლი ტურისტული ბიზნესის განვითარების პროცესში.

კვლევის ამოცანები:

- ტურიზმის ინდუსტრიის, ტურისტების რაოდენობის სტატისტიკური მონაცემებისა და წყაროების ანალიზი;
- მასპინძლობის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა სტატისტიკური მონაცემების ანალიზი,
- სოციალური მიმდებლობისა და ტურიზმს შორის ურთიერთობის შესწავლა
- ეთიკური მენეჯმენტსა და სოციალურ მიმდებლობას შორის კავშირის შესწავლა,
- კვლევისთვის მნიშვნელოვანი კითხვებია:
- რა არის სოციალური მიმდებლობა და რა როლს ასრულებს ის ტურიზმის ინდუსტრიაში?
- რა გავლენას ახდენს სოციალური მიმდებლობა ტურიზმის განვითარებაზე?
- რამდენად მნიშვნელოვანია სოციალური მიმდებლობის ფორმა ტურისტებისა და ადგილობრივების ურთიერთობებში?
- როგორია სოციალური მიმდებლობის რეგულირების შესაძლებლობები ეთიკურ მენეჯმენტში?

1. სოციალური მიმდებლობა ტურისტებსა და მასპინძელ საზოგადოებას შორის ურთიერთობებში

ტურიზმის ინდუსტრია წარმოადგენს მსოფლიოს მოსახლეობისთვის შემოსავლის მნიშვნელოვან წყაროს, მისი ფინანსური წინსვლა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული მომსახურებისა და პროდუქტის ხარისხზე, მომსახურების ხარისხში არ იგულისხმება მხოლოდ ეტიკეტი, მომსახურების დროულად მიწოდება, მომსახურების ხარისხი განისაზღვრება ტურისტის კმაყოფილებით, რომელიც მეტწილად განპირობებულია სოციალური ურთიერთობებით, არადისკრიმინაციული, რაციონალური დამოკიდებულებებით, სწორად წარმართული კომუნიკაციით, სოციალურ მიმდებლობასა და ჯანსაღ კომუნიკაციას შეუძლია ხელი შეუწყოს ბიზნეს პროცესებს, ჰქონდეს სასარგებლო გავლენა მომხმარებელთა რაოდენობის ზრდაზე ტურიზმი არის სოციალური ინსტიტუტი, რადგან ის აკავშირებს ბევრ მნიშვნელოვან მხარეს, მათ შორის ტურისტებს, ტურისტულ პროდუქტებსა და სერვისებს. ტურისტულ სააგენტოებს, ტუროპერატორებს, კულტურულ დაწესებულებებს, სახელმწიფო ტურიზმის ორგანოებს, სპორტულს კომპანიებს და სხვა.

კეთილგანწყობით, კეთილგანწყობით ტურისტის მიმართ. მსოფლიოში ტურისტების რაოდენობა პანდემიის შემდეგ ყოველწლიურად იზრდება, განვიხილოთ უახლესი სტატისტიკა ტურისტების რაოდენობის, ვიზიტების შესახებ:

მსოფლიოს ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემების მიხედვით 2024 წლის პირველ ნახევარში მსოფლიოში იმოგზაურა დაახლოებით 285 მილიონმა ტურისტმა, რაც გასული წლის მონაცემებთან შედარებით 20%-ით მეტია, მაჩვენებლების ზრდა აზიური ბაზრის გახსნამ,

სავიზო ცვლილებებმა გამოიწვია, 2023 წლის ბოლოს სრულმა შემოსავალმა ტურისტების მოგზაურობიდან, განთავსებიდან, ტრანსპორტირებიდან შეადგინა 1,7 ტრილიონი აშშ დოლარი, აღნიშნული მონაცემები თავისი ეკონომიკური თუ სოციალური თვალსაზრისით მასშტაბურია, ტურიზმიდან მიღებული სარგებელი უქმნის საზოგადოებას სოციალური პირობების გაუმჯობესების საშუალებას. მასპინძლობის ინდუსტრიაში ტურისტების კმაყოფილებას მეტწილად განაპირობებს არა მატერიალური, არამედ არამატერიალური პროდუქტი, რომელსაც როგორც უკვე ავღნიშნეთ კეთილგანწყობა, შთაბეჭდილებები, ინფორმაციის, ემოციების გაცვლა და შეგრძნებები იწვევს, ამგვარად მოგზაურობის პროცესში ტურისტების მიმართ მასპინძელი ქვეყნების მოქალაქეების დამოკიდებულებებს მათ მიმართ შეუძლია გავლენა მოახდინოს როგორც მათ კმაყოფილება-უკმაყოფილებაზე, ასევე ტურტების რაოდენობის ზრდასა და კლებაზე.

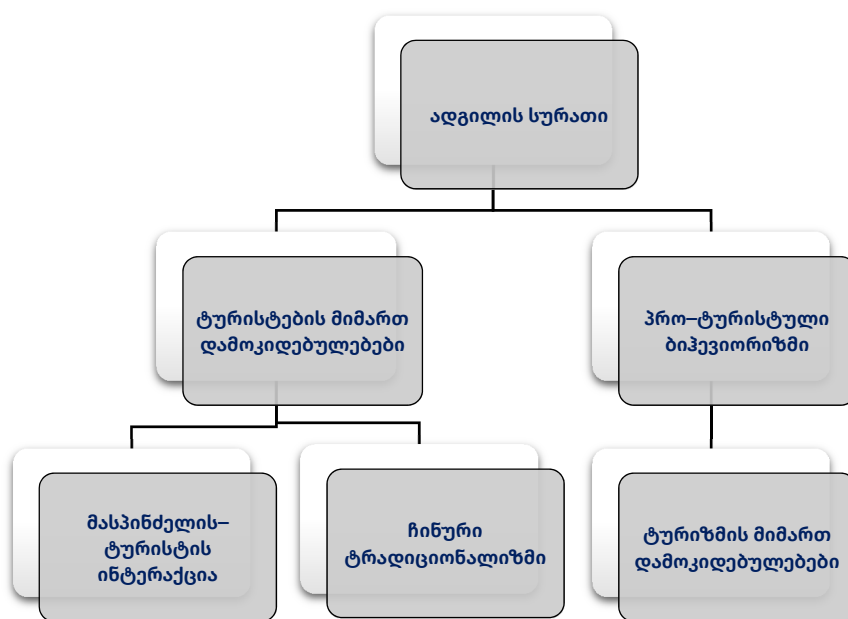
ცხრილი 1.¹

საერთაშორისო ტურისტების ჩამოსვლა, მსოფლიოს, რეგიონების მიხედვით				
წელი	2021	2022	2023	2024
მსოფლიო	69	34	12	3
ევროპა	59	20	8	2
აზია	92	75	35	18
ამერიკა	63	29	10	1
აფიკა	72	31	4	5
ცენტრალური ევროპა	58	5	22	35

ტურისტების, ანუ მომხმარებლების კმაყოფილება ტურიზმში განისაზღვრება სოციალური ურთიერთობებისა და დამოკიდებულების ხარისხით, მომხმარებლის კმაყოფილება უნდა განისაზღვროს ემოციური, სენსორული, სოციალური კომპონენტების საფუძველზე. დამოკიდებულების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია ტურისტების სოციალური ინტერაქციის კვლევის მოდელის ანალიზი, რომელიც ჩამოყალიბდა ჩინეთში 2022 წელს ჩატარებული კვლევისთვის. კვლევა მიზნად ისახავდა რეზიდენტებსა და ტურისტებს შორის სოციალური ინტერაქციის შესწავლას, მოდელში წარმოდგენილია მნიშვნელოვანი სოციალური ფაქტორები და სოციალურ ინტერაქციაში მონაწილე მხარეები, (იხ. სქემა 1)

- მასპინძელი საზოგადოების, ადგილობრივების ურთიერთქმედება,
- დამოკიდებულება ტურისტების მიმართ,
- დამოკიდებულება ტურიზმის მიმართ,
- ტრადიციები (განსაკუთრებით ჩინური ტრადიციები),
- ადგილის სურათი, წარმოდგენები რომელიც შექმნილია გარკვეული ტურისტული დანიშნულების ადგილისთვის.

¹ UN Tourism. World Tourism Organization, % Change Over 2019. Preliminary Figures. Data as collected by UN Tourism, May 2024.

სქემა 1. ტურისტების ინტერაქციის კვლევის მოდელი²

სოციალური დამოკიდებულების შესასწავლად განსხვავებული ფაქტორების მიმართ, თუ რამდენად ძლიერ გავლენას ახდენს სოციალური ინტერაქცია სოციალურ ურთიერთობებზე, დამოკიდებულებებზე, განწყობებზე. 2011 განხორციელდა კვლევა წელს სერბეთის 3 ქალაქში, ბელგრადში, ნოვი სადსა და სომბორში, მიზნად ისახავდა ტურისტების ქცევისა და ადგილობრივების დამოკიდებულებების და მათ შორის ურთიერთქმედების შესწავლას. დადგინდა, რომ მოსახლეობა განსხვავებულად რეაგირებდა ტურისტების ქცევაზე სხვადასხვა ინტერესებისა და მოტივების მქონე ტურისტების და ქალაქების სხვადასხვა ტურისტული მიმართულებების არსებობის გამო. ტურისტების მოტივი გავლენას ახდენს მათ ქცევაზე, მუსიკალური ფესტივალებით დაინტერესებული ტურისტების ქცევა, კლუბური მუსიკა ხშირად უფრო ინტენსიური, ხმაურიანი და აგრესიას იწვევდა ადგილობრივებში, ვიდრე კულტურული ტურიზმით ან ბიზნეს ტურიზმით დაინტერესებული ტურისტების ქცევა. მაგალითად: ნოვი სადში "EXIT" მუსიკალური ფესტივალის ადგილობრივები ხსნიან უხეშ, აგრესიულ ინციდენტებს ბელგრადისგან განსხვავებით, რომელიც მასპინძლობს უფრო მეტ საქმიან ვიზიტებს, ღონისძიებებს, ურბანულ და კულტურულ ტურიზმს.

2021 წელს რუმინეთში ჩატარდა გამოკითხვა, რომელიც მიზნად ისახავდა ადგილობრივი მოსახლეობის ტურიზმისადმი დამოკიდებულების შესწავლას. კვლევა მოიცავდა საკმაოდ დიდ ტერიტორიას, ქალაქ კონსტანცას 7071 კმ-ზე, კვლევისთვის შერჩეულ იქნა 500-ზე მეტი რესპონდენტი, შევსებული კითხვარების საერთო რაოდენობა იყო 556, კვლევის შედეგების მიხედვით ძალიან მაღალია ადგილობრივი მოსახლეობის დაინტერესების მაჩვენებელი ტურიზმის განვითარების პროცესით, ასევე:

- ძალიან მაღალია ადგილობრივი მოსახლეობის დაინტერესების მაჩვენებელი ტურიზმის განვითარების პროცესით, ასევე მაღალია ურთიერთქმედების მაჩვენებელი.
- ადგილობრივები თვლიან, რომ ტურიზმი დადებითად აისახება შემოსავალზე, დასაქმების მაჩვენებელზე

² Shen, Ke., Yang Jian. & Chuan Geng. How Residents' Attitudes to Tourists and Tourism Affect Their Pro-tourism Behaviours: The Moderating Role of Chinese Traditionality, Journal Environmental Psychology.

- ნეგატიური ზემოქმედების კუთხით რესპონდენტთა გარკვეული ნაწილი კრიმინალის მაჩვენებლის ზრდას ტურიზმს ადანაშაულებს, ნარკოტიკების, დანაშაულის, სისხლის სამართლის საქმეების ზრდის კუთხით.³

ჩვენი კვლევისთვის მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ ყველა სახის ურთიერთქმედება და სოციალური მიღების ფორმა, იმის დასამტკიცებლად, რომ ისინი ყველაზე მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ ტურიზმის განვითარებაში. სოციალური ინტერაქცია სოციალიზაციის მოთხოვნილების შედეგია, ადამიანები ეწევიან ტურისტულ აქტივობებს არა მხოლოდ დასასვენებლად, ახალი ადგილების მონახულების მიზნით, არამედ ძირითადი სოციალური საჭიროებისთვისაც.⁴ სოციალური ინტერაქციის პროცესში მდიდრდება ტურისტის ცოდნა გარკვეული საგნების, ადგილების, ადამიანების, კულტურის, ტომების შესახებ, იცვლება მათი დამოკიდებულებები და განწყობები, ამ დამოკიდებულების ცვლილება ასევე დაკავშირებულია მომსახურებისა და ინფორმაციის მიწოდების ფორმებთან.

ზოგიერთი მკვლევარი საუბრობს კომუნიკაციისა და ურთიერთობების პროცესში არსებულ ბარიერებზე, რომლებიც გავლენას ახდენს ქვეყნის ანალიზისა და გაგების სუბიექტურობაზე. აქტუალურია ინტრაპერსონალური, ინტერპერსონალური, სტრუქტურული ბარიერები, რაც უფრო დიდია ინდივიდუალური კომუნიკაციის პროცესი, მით უფრო ძლიერია გავლენა და ფსიქოლოგიური ატრიბუტების ბარიერები. ინტრაპერსონალური ატრიბუტებია: პიროვნება, ენა, მოგზაურობის მიზანი, პირადი როლი მოგზაურობაში. ინტერპერსონალური ატრიბუტები მოიცავს: ჯგუფის შიდა კონტაქტს, სტერეოტიპებს, დისკრიმინაციას, საერთო მიზნებს, პიროვნულ ინტერაქციას და სხვა.

სტრუქტურული ატრიბუტებია: თანაბარი სტატუსი, ავტორიტეტის მხარდაჭერა, მოგზაურობის განწყობა, კულტურული განსხვავებები, კულტურულ-პოლიტიკური სენსიტიურობა, დანიშნულების ადგილის უსაფრთხოება და სხვა. ხალხის დამოუკიდებლობისა და კოლექტიურობის როლი ჩანს ყველა ზემოაღნიშნულ შემთხვევაში, რადგან ტურიზმი არის სოციალური ინსტიტუტი და ის მოიცავს ყველა სახის ურთიერთქმედებას, როგორც ინდივიდუალურს, ისე კოლექტიურს, თითოეული ატრიბუტის მნიშვნელობა და გავლენა სოციალურ მიმდებლობაზე იმდენად დიდია. სოციალური მიმდებლობისას განსაკუთრებით მძაფრად იგრძნობა დამოკიდებულება სოციალურ ჯგუფებს შორის, ჯგუფებში ინტერაქცია, განწყობა და მიმდებლობა.

სოციალური მიმდებლობის პრობლემები ასევე აქტუალურია საქართველოშიც, განსაკუთრებით განთავსების ობიექტებში, ამას ემატება ჩვენი საზოგადოების მაღალკულტურული ცნობიერება, ტრადიციების, წესებისა და სოციალური ნორმებისადმი დამოკიდებულებები, ჩვენს მიერ ორგანიზებულ კვლევაში სოციალური მიმდებლობის შესახებ, შერჩეულ იქნა 20 განთავსების ობიექტი, საშუალო და მცირე ზომის სასტუმროები, რომელთა მეპატრონეებთანაც განხორციელდა ჩადრმავებული ინტერვიუები, ობიექტების რეიტინგი (Booking.com-ის მაჩვენებლებით) 8.5–დან 9–მდე მერყეობდა, რაც იძლეოდა იმედს ჯანსაღი სოციალური დამოკიდებულებების ქონის თვალსაზრისი ტურისტებთან თუმცა, სოციალური ურთიერთობების ხარისხის შესწავლის მიზნით აჭარის რეგიონში განხორციელებულმა კვლევამ დაადგინა, რომ:

³ Fan, D., Understanding the Tourist-Resident Relationship Through Social Contact: Progressing the Development of Social Contact in Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, Volume 23. 2023.

<https://eprints.bournemouth.ac.uk/34881/1/Accepted%20version.pdf> [უ. გ. 14.03.2024].

⁴ Auld, C., & Case J A., Social Exchange Processes in Leisure and Non-Leisure Settings: A Review and Exploratory Investigation. *Journal of Leisure Research*, 1997. [უ. გ. 29.05.2024].

- რესპოდენტების გარკვეული ნაწილისთვის მიუღებელია საურთიერთობოდ, მომსახურების მისაწოდებლად ისლამური მრწამსის მქონე მოქალაქეები შესაბამისი ჩაცმის სტილით, დახურული სამოსით, რომელიც მათ უსაფრთო ადამიანებად აღქმაში ხელს უშლის არამხოლოდ სასტუმროს მეპატრონეს, არამედ სასტუმროში მცხოვრებ სხვა ტურისტებსაც,
- რესპოდენტების უმრავლესობა არ მიესალმება განსხვავებული სექსუალური ორიენტაციის ტურისტებს,
- 3 რესპოდენტისთვის დაუძლეველ პრობლემას წარმოადგენს რასისტული ფაქტორი, კანის ფერი, ისინი არ უარყოფენ, რომ ამ ნიშნით განსხვავებულ ადამიანებთან ახლო სოციალური ურთიერთობები არ აქვთ, თუმცა მომსახურების გაწევაზე მხოლოდ არაბ ტურისტებს ეუბნებიან უარს.

სოციალური მიმდებლობა დგას პოლიტიკურ, კულტურულ, ეთნიკურ, რასობრივ, რელიგიურ ნიშნებსა და ფაქტორებზე, რომლებიც ასევე ქმნიან სუბიექტურ დამოკიდებულებებს, საზოგადოების კოლექტიური სისტემატიზაცია ქმნის კოლექტიურ დამოკიდებულებებს, ერთგვაროვან შეფასებას, აზროვნების სტილს, კოლექტიურ ანუ სტრუქტურულ ატრიბუტებს. კულტურული ცნობიერება მძიმე ფორმებით ვლინდება მაღალკულტურულ ქვეყნებში, ქვეყნებში, რომლებსაც აქვთ მრავალსაუკუნოვანი კულტურა, ტრადიციები, ჩვეულებები და მოსახლეობა ამ ფაქტს ძალიან სერიოზულად ეკიდება, კოლექტიური და კულტურული ცნობიერება აქტუალურია კულტურათაშორისი კომუნიკაციებისთვის, სხვადასხვა კულტურის ადამიანებს შორის ურთიერთობაში. ტრადიციულ, ნაციონალურ საზოგადოებას ახასიათებს ქსენოფობიური დამოკიდებულებები ტურისტების მიმართ, რაც დაკავშირებულია საკუთარი, ეროვნული, კულტურის ნაწილის დაკარგვის შიშთან. ქსენოფობიური დამოკიდებულებები თავისი შინაარსით ასევე დისკრიმინაციულია და იწვევს საზოგადოების წევრებს შორის სოციალურ დისტანციას. სოციალური მიმდებლობა დაკავშირებულია: სოციალურ ინტერაქციასთან, სოციალურ დამოკიდებულებებთან, ინტერკულტურულ კომუნიკაციასთან, ქსენოფობიასთან, რასიზმთან და ჰომოფობიასთანაც კი.

სურათი 1. ტურისტების და რესპოდენტების სოციალური კონტაქტის განვითარება ⁵

ინტაპერსონალური წინამორბედები	ინტერპერსონალური წინამორბედები	სტრუქტურული წინამორბედები
• პერსონალურობა • ენა • მოგზაურობის მიზანი • მოგზაურობაში პერსონალური როლი	• ჯგუფის შიდა კონტაქტი • სტერეოტიპები • დისკრიმინაცია • საერთო მიზნები • ჯგუფებს შორის კოოპერაცია • პერსონალური ინტერაქცია	• თანასწორი უფლებები • ავტორიტეტების მხარდაჭერა • მოგზაურობის განწყობები • დარჩენის ხანგრძლივობა • ატრაქციების ტიპები • დანიშნულების ადგილის უსაფრთხოება

⁵ Fan, D., Understanding the Tourist-Resident Relationship Through Social Contact: Progressing the Development Of Social Contact In Tourism, Journal Of Sustainable Tourism. 2023.

კონტაქტის გავლენა ტურისტებზე	კონტაქტის გავლენა რეზიდენტებზე
• დანიშნულების ადგილების შესახებ • ცოდნა, • კულტურული განსხვავებების ცოდნა, • დანიშნულების ადგილის სურათი • პერსონალური კულტურული კომპონენტების განვითარება	• პოზიტიური შეხედულებების განვითარება • ემოციური სოლიდარობის გაზრდა • სოციალური დისტანციის შემცირება • ტურიზმის განვითარების მხარდაჭერა • ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესება

2. დასაქმებულების სოციალური მიმდებლობა და ეთიკური მენეჯმენტი

ტურიზმის ინდუსტრიის მასშტაბი, სოციალური და ეკონომიკური როლი გავლენას ახდენს კომპანიების ბიზნეს ორგანიზაციულ, კორპორაციულ სისტემაზეც, ცვლის კორპორაციულ კულტურას, სოციალური მიმდებლობა მნიშვნელოვანია არამხოლოდ ტურისტებსა და მომსახურების მიმწოდებლებს შორის, არამედ ასევე მნიშვნელოვანია ტურისტულ ობიექტებში დასაქმებულებს და კომპანიის კორპორაციულ მმართველობას შორის, სოციალური ინტერაქციის, დამოკიდებულებების კვლევის დროს ვხვდებით ფაქტებს, რომლებიც ავლენს ტურიზმში ადამიანების, დასაქმებულებისა და ტურისტების მიმართ დისკრიმინაციულ დამოკიდებულებებს, კერძოდ დასაქმებულების მიმართ არაჯანაღ სოციალურ დამოკიდებულებებს, მათი შრომითი უფლებების დარღვევას, მათ მიმართ ნეგატიური, აგრესიული დამოკიდებულებების არსებობას, მნიშვნელოვანია ისიც, რომ სოციალური მიმდებლობის პროცესის რღვევა გულისხმობს ასევე არამხოლოდ ინტერაქციის არ არსებობას, სოციალური გაცვლის არარსებობას, გულისხმობს სოციალური დისტანციის არსებობასაც, მასპინძლობის ინდუსტრიაში, დასაქმებულების მიმართ, რომლებიც განსხვავებული რელიგიური მრწამსის, ეთნიკური წარმომავლობის, კანის ფერის, სექსუალური ორიენტაციის თუ სხვა განსხვავებული ნიშნის მქონენი არიან, მათთან ურთიერთობებსა და კომუნიკაციაში სხვა, ადგილობრივი დასაქმებულები იჭერენ სოციალურ დისტანციას, რომელიც ქმნის არამხოლოდ სამუშაო კულტურაში პრობლემებს, ასევე იწვევს მომსახურების ხარისხის გაუარესებას, სამუშაო გარემოსა და კლიმატის გაუარესებას.

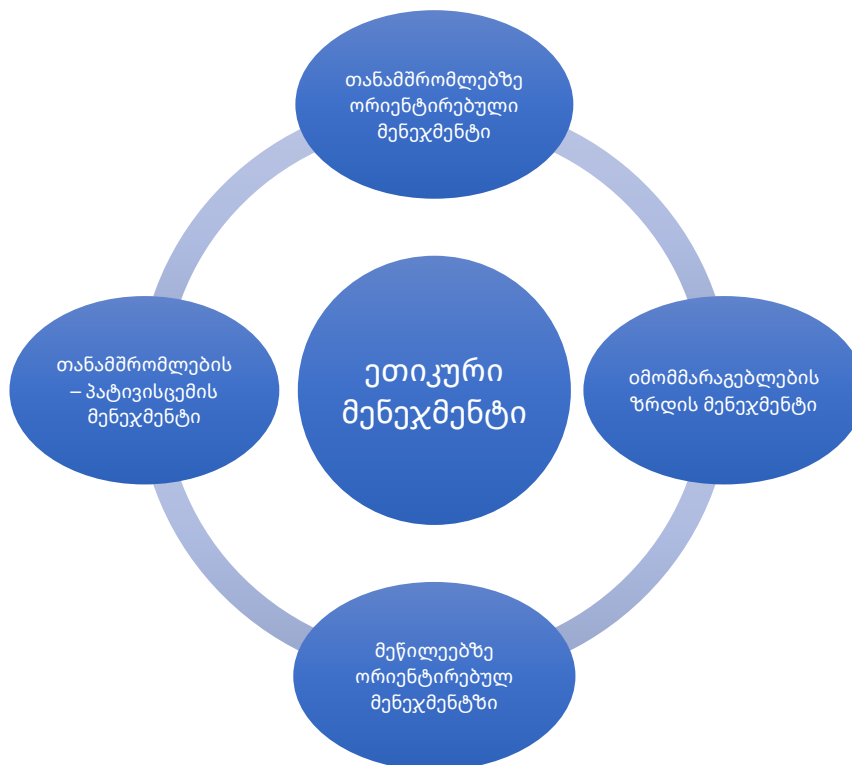
ტურიზმის ინდუსტრიაში, კერძოდ მასპინძლობის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რიცხვი ყოველდღიურად იზრდება, მხოლოდ აშშ-ში 2024 წლის მონაცემებით დასაქმებულთა რიცხვი 15 მილიონ ადამიანს აჭარბებს, რომელთა უდიდესი ნაწილი ქალია, დასაქმებულთა რიცხვს მნიშვნელოვნად ზრდის უცხო ქვეყნის მოქალაქეების დასაქმება ტურიზმში, აშშ-ში უცხოელთა დასაქმების მაჩვენებელი ადგილობრივ დასაქმებულთა მაჩვენებელზე სწრაფად მზარდია, 2018 წლის მონაცემებით დასაქმებულთა შორის უცხო ქვეყნებიდან ჩამოსულთა რაოდენობა 2,971,041 ადამიანს შეადგენდა, ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმების მსურველთა რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება.

ზოგიერთ სამეცნიერო წყაროში, ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულები მოხსენიებულია როგორც დაბალ სამუშაო უნარიანი კატეგორია, ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებულებში პრობლემას წარმოადგენს ასევე უმაღლესი განათლება, მხოლოდ პორტუგალიაში დასაქმებულთა 60%-ზე მეტს საშუალო განათლება აქვს, რაც ართულებს მათ მიერ

სოციალური ურთიერთობების, ლიდერშიფის დასწავლის, გაცნობიერების პროცესს, დასაქმებულთა უდიდეს ნაწილს 70%-ს ქალები წარმოადგენენ,⁶

მასპინძლობის ინდუსტრიაში მოქმედ ობიექტებში დასაქმებულებს შორის ჯანსაღი დამოკიდებულებებისა თუ ურთიერთობების დასარეგულირებლად ტურიზმის მენეჯმენტში დაინერგა მიმართულება: ეთიკური გუნდურობის მენეჯმენტი. ეთიკური მენეჯმენტი ზრუნავს თავისი არსით ნებისმიერი სახით დისკრიმინაციის, აგრესიული, არარელევანტური, არაპროპორციული დამოკიდებულებების აღმოფხვრაზე კორპორაციულ გარემოში. ჩვეულებრივ ჩვენ ვხდებით დასაქმებულების მიმართ უთანასწორო დამოკიდებულებებს, ეთიკურ პრობლემებს, სამუშაოს მაღალ დატვირთულობას, ბუღინგს სხვადასხვა ნიშნით ტურისტულ ობიექტებში მომუშავე ხელმძღვანელებს, მენეჯერებს რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ეთიკური მენეჯმენტით, სწავლობენ ოპტიმალური სამუშაო გარემოს ორგანიზებას, შესაბამისი კორპორაციული კულტურით, წესებითა და ნორმებით, რომელიც ყველა დასაქმებულს მუშაობას უზრუნველყოფს ჯანსაღ გარემოში. ჯანსაღი სამუშაო გარემოსა და კლიმატისთვის დამახასიათებელია პატივისცემაზე დაფუძნებული მოპყრობა, დამოკიდებულებები. ეთიკური მენეჯმენტის როლი, მნიშვნელობა დაინტერესება უკანანსკნელ წლებში სოციალური და კორპორაციული პრობლემების არსებობიდან გამომდინარე გაიზარდა

სურათი 2. „ხელმძღვანელის კოდი“ ეთიკური მენეჯმენტიდან



ეთიკური მენეჯმენტის მიხედვით ყველაზე მნიშვნელოვან ღირებულებებს და საყრდენს წარმოადგენს: ადამიანური ყოფნა-მდგომარეობა, ორგანიზაცია, ეთიკური მენეჯმენტი ცალკეული წესების, საშუალებით არეგულირებს კომპანიაში დასაქმებულთა ქცევას,

⁶ UN Tourism. World Tourism Organization, % Change Over (2019) Preliminary Figures Data as Collected by UN Tourism, May 2024, <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> [უ. გ. 14.03.2025].

გარემოს, ეთიკური მენეჯმენტისთვის განსაკუთრებით საყურადღებოა პატივისცემა და გაცვლა. ეთიკური მენეჯმენტი ლიდერებს ეხმარება ისეთი ტექნიკებისა და მიდგომების გამოყენებაში, რომელიც გუნდის, ხალხის ოპტიმალურად მართვას უზრუნველყოფს, აუმჯობესებს ურთიერთობებისა და დამოკიდებულებების ხარისხს, შესაბამისად პოზიტიურად აისახება სოციალურ ინტერაქციაზე. მნიშვნელოვანია ეთიკური მენეჯმენტის ერთერთი მაგალითის "ხელმძღვანელობის კოდის" სისტემა, რომელიც ეფუძნება: თანამშრომლებზე ორიენტირებულ მენეჯმენტს,

- მომმარაგებლების ზრდის მენეჯმენტს,
- სოციალური პასუხისმგებლობის მენეჯმენტს,
- თანამშრომლების-პატივისცემის მენეჯმენტს,
- მეწილეებზე ორიენტირებულ მენეჯმენტს.

მსგავსი სტრატეგიული მიმართულებების შერჩევის მექანიზმი ეთიკური მენეჯმენტის განსახორციელებაში ეფექტურია და თანმიმდევრულ შედეგებს იძლევა. ეთიკური მენეჯმენტისთვის მთავარ გამოწვევებს წარმოადგენს:

- ფსიქოლოგია, უსაფრთხოება, ეთიკა, ეკონომიკური მომგებიანობა-კომპანიაში,
- ფსიქოლოგიური ასპექტი მნიშვნელოვან კავშირშია ჯანსაღი სამუშაო გარემოს უზრუნველყოფასთან, პოზიტიურ სოციალურ ურთიერთობებთან, ინფორმაციის გაცვლასთან, ინფორმაციის და თანამშრომლების ქცევის სწორ ანალიზთან, ემპათიურობასთან, მშვიდ სამუშაო ატმოსფეროსთან, "გადასახადებთან" - რომლებიც უწესდებათ თანამშრომლებს არაეთიკური ქცევის შესაბამისად და სხვა. ყველაზე მეტად სწორედ ფსიქოლოგიური და ეთიკური ასპექტები უზრუნველყოფენ სოციალური ურთიერთობების რეგულირებას ეთიკური მენეჯმენტის არსის მიხედვით ლიდერი უნდა ზრუნავდეს არამხოლოდ დასაქმებულებს შორის ურთიერთობების, დამოკიდებულებების რეგულირებაზე, ასევე მომხმარებლებსა და დასაქმებულებს შორის ურთიერთობების ოპტიმიზებაზე, მეორეს მხრივ კომპანიის შიგნით არსებული ატმოსფერო, გარემო და მდგომარეობა ყოველთვის ახდენს გავლენას მომხმარებლებთან ურთიერთობებზე, განწყობები გადამდებია და ამას ხშირად მომხმარებლები თავადაც გრძნობენ. ეთიკური "ლიდერშიფი" წარმოადგენს თანამედროვე ტურიზმის მენეჯმენტისთვის უმთავრეს გამოწვევას როგორც სოციალური ურთიერთობების განვითარების, გაჯანსაღების ასევე მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების თვალსაზრისით, ეთიკურ მენეჯმენტში გამოყოფენ მონოლოგიურ კავშირებს მათ შორის: მოდერატორებს, მედიატორებს, გასაგვალს.

ინდივიდუალურ მედიატორებში მოიაზრება:

1. ემოციური ინტელექტი;
2. ფსიქოლოგიური შეუხებლობა;
3. ლიდერის ნდობა;
4. მომსახურების როლის იდენტურობა;

კონტექსტუალურ მოდერატორებში მოიაზრება:

1. კოლექტივისტური კულტურა;

2. სამუშაოს ავტონომიურობა;
3. ჯგუფური სამუშაოთი კმაყოფილება;
4. ძალაუფლების დისტანცირების ორიენტაცია;

სოციალურ მიმდებლობასა და ეთიკურ მენეჯმენტს შორის არის საკმაოდ ძლიერი და პირდაპირპროპორციული კავშირი, რომელზეც სამწუხაროდ განხორციელებულ კვლევებს სამეცნიერო, ბიზნესის მენეჯმენტის ლიტერატურაში ვერ ვხვდებით, თუმცა აშკარაა, რომ სოციალურ მიმდებლობას, ტურისტების განსხვავებული ნიშნებით დისკრიმინაციას, იდენტური ნიშნების მიხედვით მასპინძლობის ინდუსტრიაში დასაქმებულების დისკრიმინაციასა და სოციალური მიმდებლობა-ინტერაქციის პრობლემებს ინდუსტრიაში საკმაოდ ხშირად ვხვდებით, ამგვარად იმის უარყოფა, რომ სოციალურ ურთიერთობებში არსებული პრობლემების გადაჭრის ეფექტურ მიმართულებას ეთიკური მენეჯმენტი, მისი ლიდერშიფში დანერგვა და სისტემატიზაცია არ წარმოადგენს ალოგიკური, და მოცემულობის უარყოფელია. ეთიკური მენეჯმენტის დანერგვით შესაძლებელია სოციალური მიმდებლობის ხარისხის გაუმჯობესება არამხოლოდ დასაქმებულებსა და ტურისტებს შორის, არამედ დასაქმებულებს შორის.

ჯან ეთიკური მენეჯმენტის სოციალურ მიმდებლობასთან გადაკვეთა იძლევა ირაციონალური, უთანასწორო, დისკრიმინაციული, ქსენოფობიური, ჰომოფობიური, აგრესიული დამოკიდებულებებს აღმოფხვრის შესაძლებლობას, რადგან ეთიკური მენეჯმენტის უმთავრესი პრინციპი გუნდურობაზე, საღი სოციალური ურთიერთობების, დამოკიდებულებების ფორმირებასა და ჩამოყალიბებაზე დგას. ეთიკური მენეჯმენტი გამორიცხვას როგორც კომპანიის შიგნით ბულინგს, აგრესიას, სოციალურ დისტანციას, მიუღებლობას დასაქმებულებსა და მომხმარებლებს, ტურისტებს შორის, ისე დასაქმებულებს შორის.

დასკვნა

ტურიზმში შემოსავლების ზრდის ფაქტორი დამოკიდებულია მომხმარებელთა კმაყოფილებაზე, მომხმარებელთა კმაყოფილება განისაზღვრება არა მხოლოდ სერვისებისა და ინფრასტრუქტურის მრავალფეროვნებით, ხელმისაწვდომობით, მომსახურების ხარისხით და დროულობით, არამედ ასევე პოზიტიური განწყობით, სოციალური მიმდებლობით.

ტურისტულ ბიზნესში მნიშვნელოვანია ურთიერთობების სოციალური მხარე, სოციალური ინტერესები, რომლებიც დიდ გავლენას ახდენენ ურთიერთქმედების, მიმდებლობის, დამოკიდებულებების, ბიზნესის შედეგებზე, ტურისტების კმაყოფილებაზე, მომსახურების რეალიზაციის სიხშირესა და მასშტაბზე. ტურისტების კმაყოფილებას მნიშვნელოვნად განაპირობებს მათ მიმართ არსებული ჯანსაღი სოციალური დამოკიდებულებები, პოზიტიური სოციალური მიმდებლობა, უსაფრთხო გარემო და მომსახურების ხარისხი.

ტურიზმში მომხმარებლებისა თუ ტურისტების მთავარი მოტივაცია არ არის მხოლოდ დასვენება, მოგზაურობა, ახალი შთაბეჭდილებების მიღება, უცხო ქვეყნების მონახულება, არამედ სოციალიზაციის სურვილიც, ადამიანები მოგზაურობენ სწორედ იმიტომ, რომ მათ სურთ კომუნიკაცია სხვადასხვა კულტურის, რწმენის ან წარმოშობის ადამიანებთან. ამგვარად ძლიერდება სოციალური მიმდებლობის მნიშვნელობა. სოციალური მიმდებლობა არის რთული პროცესი, რომელიც მოიცავს სოციალურ ინტერაქციას სხვადასხვა მხარეებს შორის, მათ შორის ტურისტებს და ტურისტებს, ადგილობრივებსა და ადგილობრივებს, დასაქმებულებსა და ტურისტებს შორის.

ტურიზმისა და ტურისტებისადმი დამოკიდებულება არაერთგვაროვანია, საზოგადოების გარკვეული ნაწილი, კვლევებისა და მათი შედეგების გათვალისწინებით, ავლენს უარყოფით დამოკიდებულებას ტურიზმის მიმართაც, ისინი ინდუსტრიას ადანაშაულებენ სხვადასხვა სახის დანაშაულის მაჩვენებლების ზრდის პროცესში, უსაფრთხოების გაუარესებაში, კრიმინალის მაჩვენებლების ზრდაში.

ტურისტებსა და ადგილობრივებს, რეზიდენტებს, დასაქმებულებს თუ კომპანიაში დასაქმებულებს შორის არსებული სოციალური ურთიერთობების რეგულირება შესაძლებელია ეთიკური მენეჯმენტის და პრაქტიკაში აუცილებელი მიდგომების გამოყენებით, კომპანიების კორპორაციულ კულტურაში დანერგვით, თანასწორობის განმაპირობებელი მნიშვნელოვანი წესების დანერგვით (მათ შორის კორპორაციულ კულტურაშიც).

ეთიკური მენეჯმენტის დანერგვა მეტნაკლებად რთულია ისეთ კომპანიაში, რომლებიც მაღალი კულტურული ცნობიერების მქონე ქვეყნების ბაზრებზე ოპერირებენ, მაღალკულტურული საზოგადოებებისთვის კულტურა წესებისა და ნორმების ერთობლიობაა, სადაც შეფასების, გაგების, განსჯის, აღქმის სპეციფიკური ხშირად უთანასწორო ცოცხალი საზოგადოებრივი სისტემა მოქმედებს.

ბიბლიოგრაფია

1. Agarwal, Nidhi & Moha, Ashutosh. Influence of Social Interaction on Customer Experience in Tourism Industry, Purushartha - A Journal of Management Ethics and Spirituality, (September 2021 - February, 2022) Vol. XIV, No. 2. [უკანასკნელად გადამოწმდა 22.05.2024];
2. Auld, Christopher & Case J Alan. Social Exchange Processes in Leisure and Non-Leisure Settings: A Review and Exploratory Investigation. Journal of Leisure Research, 1997. [უკანასკნელად გადამოწმდა 29.05.2024];
3. Armenski, Tanja, Pavlukovic, Vanja, Pejovic, Lolita., Lukic, Tamara. Interaction Between Residents and Tourists: Influence on Tourism Development-Poland, Polish Sociological Review, 2011. [უკანასკნელად გადამოწმდა 25.05.2024];
4. Charles, L Martin, Customer-to-Customer Relationships: Satisfaction with Other Consumers Public Behavior. Journal of Consumer Affairs, The Journal of Costumer Affairs, 1996. Vol 30, N 1 <https://www.jstor.org/stable/23859374> [უკანასკნელად გადამოწმდა 14.03.2024];
5. Daniela, Mariela & Duhnea, Christina, Residents Attitude Toward Tourism - Do the Benefits Outweigh the Downsides? The Case of Constanta, Romania, Journal Sustainability. 2021. https://www.researchgate.net/publication/348654052_Residents'_Attitude_toward_Tourism-Do_the_Benefits_Outweigh_the_Downsides_The_Case_of_Constanta_Romania [უკანასკნელად გადამოწმდა 12.03.2024];
6. Fan, Daisy, Understanding the Tourist-Resident Relationship Through Social Contact: Progressing the Development of Social Contact in Tourism, Journal of Sustainable Tourism, Volume 23. <https://eprints.bournemouth.ac.uk/34881/1/Accepted%20version.pdf> 2023. [უკანასკნელად გადამოწმდა 14.03.2024].
7. Hsi-Jiu, W Cedrik, The Impact Of Customer-To-Customer Interaction and Customer Homogeneity On Customer Satisfaction In Tourism Service - The Service Encounter Prospective, Journal Tourism Management. 2007;
8. Haang, Giang, Yang, Minguj, Trong Tuan Luu. Ethical Leadership in Tourism and Hospitality Management: A Systematic Literature Review and Research Agenda, International Journal of Hospitality Management. 2023. Vol 114. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431923001378?ref=pdf_download&fr=R-R-2&rr=88b1021cab322dcd [Last Seen 28.05.2024];
9. Hefny, Lamiaa, The relationships between job satisfaction dimensions, organizational commitment and turnover intention: The moderating role of ethical climate in travel agencies. Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism. 2021. Vol 20, Issue 1. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15332845.2020.1821425> [უკანასკნელად გადამოწმდა 31.05.2024];
10. Shen, Ke, Yang Jian, & Chuan, Geng, How Residents Attitudes to Tourists and Tourism Affect Their Pro-tourism Behaviours: The Moderating Role of Chinese Traditionality, Journal Enviromental Psychology, 21.01.2022. Vol 12. <https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2021.792324/full> [უკანასკნელად გადამოწმდა 24.05.2024];

11. Santos, Luis, Delfim, Varejao Jose, Pay and Discrimination in the Tourism Industry, Tourism Economy Journal, Porto and CEMPRE. 2006. Vol 13, Issue 2. https://www.researchgate.net/publication/24111590_Employment_Pay_and_Discrimination_in_the_Tourism_Industry [უკანასკნელად გადამოწმდა 29.05.2024];
12. Tauseef, Ahmed, & Omar A A Jawabreh. Impact of Customer Relationship Management of Hotel (A Case study Umaid Bhwan) Asian Journal of Finance and Accounting, Vol 4. https://www.researchgate.net/publication/266412532_Impact_of_Customer_Relationship_Management_of_Hotel_A_Case_study_Umaid_Bhwan 2012. [უკანასკნელად გადამოწმდა 14.03.2025];
13. UN Tourism. World Tourism Organization, % Change Over (2019) Preliminary Figures Data as Collected by UN Tourism, May 2024. <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> [უკანასკნელად გადამოწმდა 14.03.2025];
14. What Is Ethical Management and Why is it an Important Issue for Company. 2021. <https://www.ipag.edu/en/blog/ethical-management> [უკანასკნელად გადამოწმდა 13.03.2024];
15. Santos, Luís Delfim, Varejão, José, Employment, Pay and Discrimination in the Tourism Industry. https://www.researchgate.net/publication/24111590_Employment_Pay_and_Discrimination_in_the_Tourism_Industry [უკანასკნელად გადამოწმდა 29.05.2024];
16. Hsi-Jui Wu, Cedric, The impact of customer-to-customer interaction and customer homogeneity on customer satisfaction in tourism service—The service encounter prospective. https://www.researchgate.net/publication/223023254_The_impact_of_customer-to-customer_interaction_and_customer_homogeneity_on_customer_satisfaction_in_tourism_service-The_service_encounter_prospective [უკანასკნელად გადამოწმდა 22.05.2024].