

THE INTEGRATION OF GEORGIA'S TOURISM SECTOR INTO GLOBAL VALUE CHAIN

Sikharulidze D., Doctor of Economics, TSU Associated Professor (Georgia)

Many developing countries today are looking to tourism as a potentially promising avenue for economic and human development. This perception is relatively new for some of them, and reflects the rapid increase in tourism arrivals, numbers and revenues for many developing countries in recent years. Traditionally, tourism has been given lower priority than agriculture or manufacturing since it has not been considered a significant or appropriate source of growth. Increasingly, however, the sector is being valued as a means of earning export revenues, generating jobs, promoting economic diversification and a more services-oriented economy, helping to revive declining urban areas and cultural activities, and opening up remote rural regions.

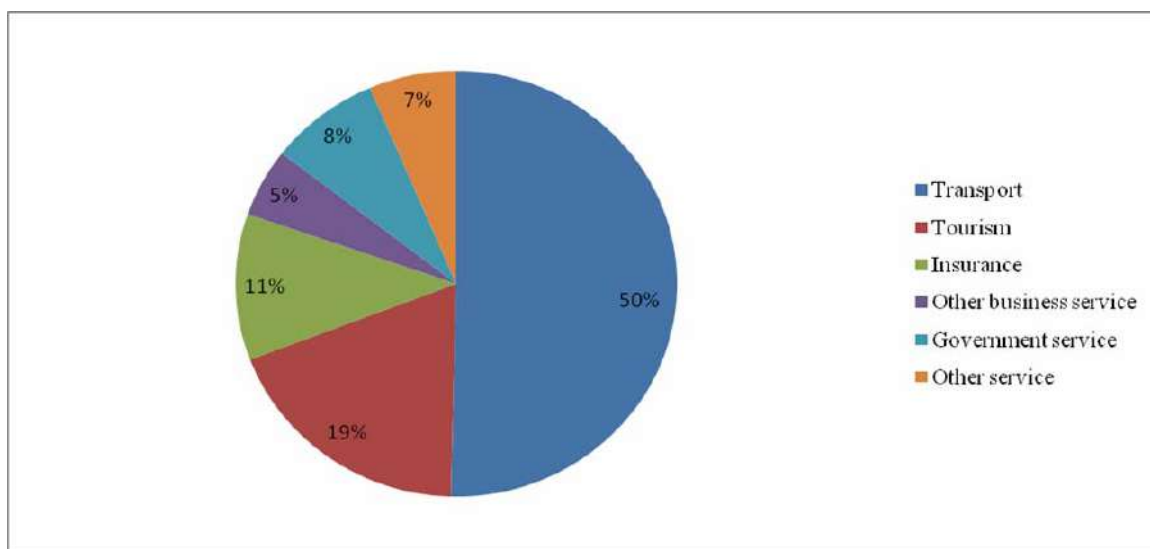
Today, tourism, broadly defined, is the world's largest industry. It links together a series of cross-cutting activities involving the provision of goods and services, from accommodation, transport and entertainment to construction, agriculture and fisheries. The industry structure encompasses a wide diversity of players ranging from global transnational corporations (TNCs) to extremely small enterprises, hence potentially enabling a number of different scales and levels in the market to participate in the industry.

Georgia's tourism economic potential is of the fastest growing industries. Reflecting this growth, tourism is one service sector in which Georgia has a trade surplus (Diagram 1), Net revenues from the tourism sector in 2009 exceeded the similar indicator for the transportation service by 2.2 times due to a rather high growth rate of revenues from business as well as personal tourism (19.8 and 16.7 percent, respectively).

Even more importantly, for many countries tourism is highly labour-intensive activity that offers opportunities to significantly boost the numbers of jobs. This is especially important for Georgia that have experienced jobless growth in the recent years. Extractive industries and manufacturing, for example, create few jobs by comparison. Also, as jobs in tourism and tourism-support activities include a relatively high proportion of semi-skilled and female workers, and encompass a range of enterprises – from micro to transnational - there are good reasons to expect tourism-related jobs to target the poor rather than the elite in developing countries.

Export of Service 2009

Diagram 1



Source: NBG

Moreover, because tourism is such a cross-cutting industry, it can also potentially create spillovers into further investment obs and growth in other sectors of the economy.

The view that tourism can make a substantial contribution to the economic and social development of developing countries is gaining momentum due to what has been described as a “quiet but significant reappraisal” of the potential effects it can have on economic growth and poverty reduction. For example, a recent paper from the United Nations Economic Commission stated, “as an industry, it [tourism] is labour-intensive; it is less vulnerable than traditional sectors; it is non-cyclical; it has a catalytic effect on the rest of the economy; it has lower barriers to entry and creates better and more gender concerned jobs than most sectors. More important, being built on natural and cultural assets and consumed onsite, it can reach the poor in rural areas where poverty is harsher.”

Not only has tourism grown strongly, it has also undergone constant diversification and differentiation. From being an activity aimed at providing services to a small, affluent elite, the industry has grown to encompass mass, standardized markets, giving the main supply-side agents (such as tour operators, airlines, hotel chains) a huge role, finally evolving into a highly segmented industry in which demand — the tourist— has taken the lead.

The development of the industry today is based on the growing sophistication of related services and mounting global competition among the different destinations for international tourists. On the one hand, potential tourists have an increasing number of destinations and an ever broader range of products and services to choose from. On the other, destinations have had to offer more than the comparative advantages associated with location (geographical distance between the supply of tourist services and the demand for them), accessibility and price and provide more sophisticated and exclusive services in order to stand up to the fierce competition. This problem is particularly difficult for sun, sea and sand tourism, which is a very important segment for Georgian economies.

There has been an increasing tendency towards the formation of large corporate groupings on the supply side of the tourism industry. In most of the origin markets, the industry is dominated by large corporations, as a result of the consolidation and concentration of the leading firms in the different segments of the industry, particularly airlines, tour operators and hotel chains. In Georgia, there has been a proliferation of SMEs devoted to looking after visitors during their stay, especially firms providing accommodation and catering services. Generally speaking, the size of these firms is no impediment to high standards and commercial excellence. Although they are very different in nature, these two groups are not disconnected from each other, but interact in the tourism industry's value chain.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

Both types of business organization have their strengths and weaknesses. The TNCs have tapped the potential of local tourism destinations by means of standardized products and global strategies. This has enabled them to benefit from economies of scale, develop new markets, reduce costs and offer attractive services at highly competitive prices. SMEs have more flexibility to tailor and personalize their services to the needs of the individual visitor. They are also able to adapt to rapidly changing market requirements. With ever more exacting markets of origin, these abilities represent a major comparative advantage, since many customers do not want standardized products and prefer to adapt their vacation to their own needs and tastes. However, personalized tourism and quality-based competition can result in high prices.

Tourism has undergone major structural changes recently. A large number of firms that have historically been associated with the industry have outsourced many of their activities and firms in peripheral areas are moving into tourism-related sectors. In fact, the ownership of tourist services is becoming increasingly fragmented, which is creating the flexibility for different agents to enter the industry.

This trend is especially clear in the hotel sector. In the last few years, the main chains have gradually abandoned their vertical integration strategies and begun to focus on core management services, often moving away from the real estate aspects of the operation. In general, the large hotel groups have their own brands and their growth strategy revolves around signing management, leasing and franchise agreements. In fact, very few of the world's largest chains own a majority share in the buildings where their hotels operate. On the contrary, the hotel groups supply the brand and management services, while the ownership of the property is a totally separate operation led by different firms.

In the last few decades, franchises have figured strongly in the growth strategies of services firms, and hotels have been no exception to this. In this regard, branding strategies are becoming increasingly important. In fact, the pursuit of segmented branding strategies as a means to target different groups of consumers has become one of the main comparative advantages of the large global chains, particularly when the differentiation between destinations begins to blur. The consolidation of the hotels market through mergers and acquisitions has also led to the concentration of the main industry brands in the hands of a small number of owners, who manage them without consumers being aware of the changes. Hotel rooms operating under the brand names of the 10 leading international hotel chains represent almost 20% of global supply today. In this context, certain intangible assets, such as knowledge of customer's needs, access to booking systems, brands and forms of business organization, have become the key competitive advantages underpinning the growth strategies of the largest hotel chains, particularly the United States ones.

As we already mentioned tourism is not a single activity; it is an agglomeration of many separate and related activities that include transport, accommodation, food and beverage services, cultural entertainment, conventions and trade fairs, sports and recreation. In addition, activities that are critical to the success of tourism include financial services, telecommunications, health services and others, such as energy, water, security and law and order. All of these far-reaching activities come together in the production and consumption of tourism.

Taking hotel accommodation as one possible core activity of tourism production and consumption, backward linkages established by hotels include those with suppliers of inputs that are needed for immediate consumption, such as meat and fish, dairy produce and vegetables and beverages. Backward linkages also establish longer term relationships such as with construction companies and manufacturers of equipment, linen and uniforms. When these goods are produced locally they can have a powerful effect on improving the value-added in the host country, through consumption multipliers and through multipliers associated with the value chain. There are also important forward linkages that include, in addition to hotels, the production of goods or services used by tourists, such as handicrafts, shopping, musical performances, spa or health treatments and the employment of tour guides. Some commentators have argued that improvements in the depth and added value of a well-managed tourism strategy can also translate into economy-wide improvements in private sector investment and growth, via an improved business climate and market discipline.

These services can be put together individually by each tourist, or they can be created as a package by tourism intermediaries that provide wholesale or retail services (such as tour operators or travel agents and local government agencies). The more that such local forward and backward linkages exist, the deeper can be a Georgia's tourism economy, and the less it will rely upon imported inputs. If a Georgia combines this depth with creativity and innovation, its economy can become more differentiated and more competitive vis-a-vis other destinations.

Indeed, the extensive value chain in tourism provides much potential for local value chain development and the greater the extent to which the tourism sector is linked with other sectors of the economy, the greater should be the effect on, for example, direct and indirect employment and revenue generation – an important issue for most developing countries. In addition, a few developing countries that have national airlines could potentially gain additional export revenues from trade in international passenger transport services.

In the general FDI literature, discussion on these sorts of forward and backward procurement linkages usually focuses on their indirect effects on the domestic economy, occurring for example through inter-industry productivity spillovers to local firms. Backward linkages from TNCs may offer a way of raising the productivity of local supplier firms, or improving the quality of their products or assisting with diversification; or there may be important benefits over time. Forward linkages from TNCs may be even more important if they provide benefits to local firms in terms of knowledge or marketing skills. In the tourism literature, however, there tends to be a focus on the implications of procurement linkages from the perspective of what it means for national tourism-related imports and leakages. It is not possible for any country to produce all tourism services and goods locally, tourism also gives rise to imports of goods and services that are either not produced locally at all, or for which local production is not competitive.

Georgia case studies and survey found that, in general, TNC hotels obtain current purchases, particularly foodstuffs, locally whenever there is an adequate and assured supply of the correct quality at a competitive price. They make a significant proportion of their purchasing decisions at the local rather than corporate level, and the more that is available locally, the more they are prepared to buy locally. Often, there is not much difference between the TNCs and the local hotels, the differences between them being more a function of their price range and quality.

Thus, for example, in Georgia, interviewees reported that 60-70 per cent of food and most alcoholic beverages come from local sources, while non-alcoholic drinks are mostly imported by both locally owned and foreign-owned hotels.

For all these reasons, most countries view tourism as a source of economic growth. Given the high standards required by potential visitors, however, there are a number of obstacles to the development of the industry. Local attractions can be catalysts for the development of a tourism industry, but to realize their full economic potential they need investment in infrastructure (transport, telecommunications, electric power and sewerage systems), appropriate support services and human resource training. Only then can countries attract tourists, whose spending will help to increase local employment and income. It is therefore natural that many developing countries lacking capital, know-how, technology and access to international networks of tourism marketing see FDI as a means of compensating for those disadvantages. Indeed, tourism is one of the main activities into which developing countries now seek to attract FDI.

REFERENCES:

1. Georgian Economic review. Georgian-European Policy and Legal Advice Centre (GEPLAC). 2009;
2. Dunning John and M. McQueen (1981). "The eclectic theory of production: a case study of the international hotel industry", *Managerial and Decision Economics*, 21 (December 1981), pp. 197-210.
3. Dunning, John (1989). *Transnational Corporations and the Growth of Services: Some Conceptual and Theoretical Issues*, UNCTC Current Studies, Series A, No.9 (New York: United Nations).
4. Endo, Kumi (2006), "Foreign direct investment in tourism-flows and volumes", *Tourism Management*, No. 27, August
5. Bardham, Ashok and others (2008), "Global tourism and real estate", document presented at the Sloan Industry Studies Annual Conference, Haas School of Business, University of California, Boston, Massachusetts, 1- 2 May.
6. <http://www.dotr.gov.ge/geo/>
7. <http://www.economy.gov.ge>
8. <http://www.geostat.ge>
9. <http://www.investingorgia.org>

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА МЕЖДУ СТРАНАМИ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ В РАМКАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И ГУАМ

РЕЗЮМЕ

Мета цього дослідження полягає в тому, щоб пояснити роль глобального ланцюжка створення цінності в побудові й посилення продуктивних потужностей сектору туризму Грузії.

Ключові слова: сектор туризму Грузії, конкурентоспроможність, експортна діяльність, підвищення продуктивності

РЕЗЮМЕ

Цель этого исследования состоит в том, чтобы объяснить роль глобальной цепочки создания ценности в построении и усилении производительных мощностей сектора туризма Грузии.

Ключевые слова: сектор туризма Грузии, конкурентоспособность, экспортная деятельность, повышение производительности

SUMMARY

The objective of this research is to explain the role of global value chain in building and enhancing productive capacities of tourism sector of Georgia.

Keywords: tourism sector of Georgia, competitiveness, export activities, increasing productivity

ЗАКОНОДАВЧІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Палагусинець Р.В., Секретар Постійної делегації Верховної Ради України у ПАЧЕС, аспірант Донецького національного університету

Актуальність дослідження. Законодавство в Україні наразі знаходиться на стадії свого формування. Основною складністю є те, що майже одночасно, а іноді і раніше приймаються законодавчі акти спеціального, а не загального характеру. Зокрема, Цивільний та Господарський кодекси були прийняті набагато пізніше, Кодексу «Про надра», законів «Про трубопровідний транспорт», «Про енергозбереження».

Енергетичне законодавство в Україні знаходиться на стадії становлення і потребує прийняття низки необхідних ключових законів (про державне регулювання в енергетиці, про ринок природного газу, тощо), а також проведення кодифікації існуючого законодавства.

Проаналізовано національне законодавство в енергетичній галузі та виявлено його «слабкі місця».

Метою дослідження є виявлення прогалин у національному законодавстві України в енергетичній галузі з подальшим виробленням ефективних шляхів розв'язання проблемних питань.

Енергетичне законодавство в Україні почало формуватись, як і в багатьох країнах, на основі нормативного акту схваленого Парламентом, який охоплював взаємовідносини всіх галузей паливно-енергетичного комплексу. Таким нормативним актом є Національна енергетична програма України до 2010 року, затверджена Постановою Верховної Ради України від 15 травня 1996 року.

На підставі Національної енергетичної програми кожна з галузей паливно-енергетичного комплексу розробила та керується своїм окремим законом та прийнятими на їх виконання підзаконними актами. Так, в електроенергетиці головним є Закон України «Про електроенергетику», в ядерній енергетиці – Закон України «Про використання ядерної енергії та радіаційну безпеку», у вугільно-промисловому комплексі - Гірничий закон, в нафтогазовому комплексі – Закон України «Про нафту і газ» тощо.

Основними законодавчими актами, що регулюють відносини в енергетиці також є Закон України «Про природні монополії», яким визначено правові, економічні та організаційні засади державного регулювання діяльності суб'єктів природних монополій і метою якого є збалансування інтересів споживачів нафти і природного газу та суб'єктів природних монополій, які працюють у галузі, Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», який визначає види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, порядок їх ліцензування, встановлює державний контроль у сфері ліцензування, відповідальність суб'єктів господарювання та органів, що ліцензують господарську діяльність за порушення у цій сфері, Закон України «Про ціни і ціноутворення», яким визначено політику ціноутворення для всіх підприємств і організацій незалежно від форм власності, підпорядкованості, методів організації праці та виробництва.

У 2006 році завершено шестирічну роботу з розробки Енергетичної стратегії на період до 2030 року. Стратегію схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року за № 145-р і вона набула офіційного статусу.

Однією з особливостей Енергетичної стратегії є наявність розділу щодо законодавчого забезпечення. У стратегії відзначено, що на цей час правове регулювання паливно-енергетичного комплексу має несистемний характер та характеризується відсутністю рамкового закону, який встановлював би основні засади та підходи до регулювання відносин в електроенергетичному, ядерно-промисловому, вугільно-промисловому та нафтогазовому комплексах.

Таким чином, поряд з наявністю програмного документу, підкреслена необхідність розробки та прийняття рамкового Закону. Створення єдиного комплексного енергетичного закону про енергетичну політику, повинно ставити за мету встановлення уніфікованих підходів до термінології, передбачити основні засади правового регулювання всієї енергетики, визначити національні інтереси у цій сфері, встановити правила діяльності усіх учасників енергетичних відносин на засадах справедливості, недискримінаційності та прозорості, передбачити вимоги до підготовки та реалізації законодавчих актів і програмних документів. У подальшому такий закон має стати основою енергетичного законодавства України.

Саме закони мають стати основою правового регулювання енергетичних відносин. Таке регулювання має бути максимально чітким та деталізованим, що дозволить обмежити потреби у прийнятті підзаконних нормативно-правових актів та уникнути дискримінаційного застосування законодавства, довільного тлумачення з боку чиновників. Будь-які, економічні, інституційні та інші перетворення в енергетиці, а також побудова внутрішньої та зовнішньої політики у цій сфері має ґрунтуватися виключно на положеннях законів України. Тому, що загальність у формулюваннях положень існуючих законів зумовлює необхідність прийняття численних підзаконних актів різними органами влади. Такий підхід до правового регулювання створює умови для неоднакового застосування вимог законів та відповідно недосягнення або неповного досягнення передбачених ними цілей та завдань.

Нормативно-правові акти мають відповідати існуючим міжнародним зобов'язанням України у сфері енергетики, які передбачені Договором до Енергетичної Хартії, Кіотським протоколом, низкою двосторонніх міжнародних угод, а також вимогам енергетичного права ЄС.

Враховуючи визначені стратегією засади створення та вдосконалення законодавства у сфері галузей ПЕК, його подальший розвиток має здійснюватися за такими напрямками:

- докладне визначення структури державного управління та регулювання, чітке розмежування цих функцій, зокрема, щодо формування правил діяльності на ринках енергоносіїв;
- вдосконалення функціонування ринку електроенергії та визначення засад функціонування ринку природного газу, зокрема, законодавчого закріплення за регулюючим органом функцій встановлення правил роботи ринків;
- створення дієвих фінансових і податкових стимулів для модернізації енергетичних об'єктів та застосування енергозберігаючих технологій;
- систематизації та впорядкування відносин власності у галузях паливно-енергетичного комплексу;
- вдосконалення конкурентних ринків стиснутого і зрідженого газу, і нафтопродуктів та визначення повноважень державного органу регулювання в цій сфері;
- впорядкування умов та правил надання державної підтримки, в тому числі субсидіювання, підприємств в ПЕК;