

ავთანდილ ოქროცვარიძე  
მაგდა ვადაჭკორია  
ლალი ოქროცვარიძე

# ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი

## MANAGEMENT OF TOURISM AND ENTERTAINMENT

სახელმძღვანელო



თბილისი 2011

**UDC(უაკ)796.5+005.9:796.5  
ო-87**

ნაშრომში დასაბუთებულია საქართველოში ტურიზმის განვითარების მნიშვნელობა და პრიორიტეტულობა. გამოხატულია ტურისტულ სფეროში დასაქმებული პირებისათვის ტუროპერატორებისა და გიდებისათვის საჭირო პროფესიული ასპექტები; განხილულია ძირითადი მიმართულებები: ტურიზმის ობიექტი; მართვის სისტემა და სტრუქტურა; ტურისტული ინდუსტრია, სასტუმროების კლასიფიკაცია; დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტი; ტურიზმის იურიდიულ-სამართლებრივი ბაზა და სახელმწიფო რეგულირება, რეგიონალური მენეჯმენტი, რეკლამისა და პროფესიული კადრების მომზადება, საერთაშორისო ტურიზმის თანამედროვე მდგომარეობა, ტურისტული მასპინძლობა და ადგილობრივი ტრადიციები. განხილულია ტურიზმის ძირითადი სახეები, ფორმები და მიმართულებები, როგორცაა: სოციალური, ეკოლოგიური, სასოფლო სამეურნეო, კულტურული, რელიგიური, გამაჯანსაღებელი, შემეცნებითი, პროფესიულ-საქმიანი, სამეცნიერო, სპორტული, “შოპ-ტურების” ფორმები, სათავგადასავლო, კვებითი, ეროვნულ ტრადიციული და სხვა. ნაშრომში მნიშვნელოვანი ყურადღება ეთმობა ეკოტურიზმისა და აგროტურიზმის სახეებს. წარმოდგენილია მსოფლიოს და საქართველოს მნიშვნელოვანი ტურისტული რეგიონები. აღწერილია საქართველოს ტურისტული რესურსების პოტენციალი და დასახულია ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები.

წინამდებარე სახელმძღვანელო მომზადებულია ადგილობრივი და საზღვარგარეთის ქვეყნების მონაცემებზე დაყრდნობით.

სახელმძღვანელოს ავტორები ვიმედოვნებთ, რომ ნაშრომი დიდ დახმარებას გაუწევს ტურიზმის სექტორში მომუშავე პირებს, აგრარული უნივერსიტეტის, ბიზნესის სკოლისა და პროფესიული სწავლების სტუდენტებს და ასევე ბიზნესით დაკავებულ ყველა პირს.

**რეცენზენტი: ასოც. პროფ. თ. ლაჭყევიანი**

**რედაქტორი: ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი  
პროფესორი: ჯ. მახარაძე**

**კომპიუტერული გრაფიკა: თ. სუხიშვილი**

**ISBN 978-9941-0-3268-4**

## ს ა რ ჩ ე ვ ი

**შესავალი;**

**თავი I. ტურიზმის მართვის ობიექტი;**

1.1 ტურიზმის არსი, ტერმინები და კონცეფციები;

1.2 ტურიზმის მართვის თავისებურებანი;

1.3 ტურიზმის სახეები და ძირითადი მიმართულებები;

**თავი. II. ტურიზმის მენეჯმენტის სისტემა და სტრუქტურა;**

2.1 ტურიზმის მენეჯმენტის სისტემა;

2.2 ტურიზმის მენეჯმენტის სტრუქტურა;

**თავი III. ტურისტული ინდუსტრია, სასტუმროების კლასიფიკაცია და დაცული ტერიტორიები;**

3.1 ტურისტული ინდუსტრიის მენეჯმენტი;

3.2 სასტუმროების კლასიფიკაციის ფორმები;

3.3 ტურისტული ინდუსტრია, დაცული ტერიტორიები და ეროვნული პარკები;

**თავი IV. ტურიზმის იურიდიულ-სამართლებრივი ბაზა და სახელმწიფო რეგულირება;**

**თავი V. ტურიზმისა და კურორტების მენეჯმენტი, სისტემური საშუალებები და დარგის განვითარების თავისებურებანი;**

**თავი VI. რეგიონალური ტურიზმის ფორმები;**

6.1 მსოფლიო ტურისტული რეგიონები;

6.2 საქართველოს ტურისტული რეგიონები;

**თავი VII. საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები;**

**თავი VIII. ტურიზმის მენეჯმენტი, რეკლამა და პროფესიული კადრები;**

8.1 რეკლამის მნიშვნელობა ტურიზმის მენეჯმენტში;

8.2 პროფესიული კადრების მომზადების მნიშვნელობა ტურისტულ მენეჯმენტში;

**თავი IX. ქვეყნის ეკონომიკა და ტურისტული მომსახურეობა;**

9.1 ტურიზმი, როგორც მომსახურების სფერო;

9.2 ტურიზმის ადგილი და როლი ქვეყნის ეკონომიკაში;

9.3 თანამედროვე ტურიზმი, როგორც ეკონომიკური მოვლენა;

9.4 ტურისტული ინდუსტრიის მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები;

9.5 ეროვნული ტურიზმის ეკონომიკური მაჩვენებლები;

9.6 პრაქტიკული მაგალითები;

**თავი X. ტურიზმის ფინანსური მდგრადობა და სადაზღვევო საქმიანობა;**

10.1 ტურისტული საქმიანობის ფინანსური მდგრადობა;

10.2 ტურისტული დაზღვევის ეკონომიკური მაჩვენებლები;

10.3 ტურისტული საქმიანობის აუდიტი;

**თავი XI საერთაშორისო ტურიზმი;**

11.1 საერთაშორისო ტურიზმის მდგომარეობა;

11.2 გასვლითი ტურიზმი;

11.3 შემოსვლითი ტურიზმი;

11.4 ტურისტული ბიზნესის განვითარება (შვეიცარიის მაგალითი);

11.5 საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები;

**თავი XII. აგროტურიზმი;**

12.1 აგროტურიზმის არსი;

12.2 აგროტურიზმის განვითარების სპეციფიკა;

12.3 აგროტურიზმის განვითარების გზები თანამედროვე მსოფლიოში;

12.4 მსოფლიო ტურისტულ სფეროში მიმდინარე ტენდენციები;

12.5 აგროტურიზმის განვითარება ადგილობრივ და რეგიონულ დონეზე;

12.6 აგროტურიზმის განვითარება მდგრადი ტურიზმის კონტექსტში;

12.7 აგროტურიზმი, როგორც მეწარმეობის ფორმა;

12.8 საქართველოს აგროტურისტული პერსპექტივები და საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის მოთხოვნები;

**თავი XIII. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი;**

13.1 ტურიზმი სოფლად;

13.2 თუშეთი (5-12 დღიანი მასპინძლობა);

13.3 სტუმარ-მასპინძლობა (ეთნოგრაფიული თემატიკიდან);

13.4 კლასიკური საქართველო (10 დღიანი მასპინძლობა);

13.5 მოგზაურობა აბრეშუმის გზაზე (12 დღიანი მასპინძლობა);

13.6 არგონავტების ნაკვალებზე ( 9 დღიანი მასპინძლობა);

13.7 ბუნებრივი ნაკრძალები (8 დღიანი მასპინძლობა);

13.8 ღვინის ოდისია (8 დღიანი მასპინძლობა);

13.9 აქტიური ტურები;

13.10 ლაშქრობები - (ტურის ხანგრძლიობა 1-5 დღე);

13.11 მასპინძლობა სიღნაღში;

**თავი XIV. ტურისტული სერვისი და კვების თავისებურებანი;**

14.1 ტურისტული მომსახურეობის ფორმები;

14.2 ინტერნეტმომსახურეობა და საინფორმაციო უზრუნველყოფა;

14.3 ტურისტთა კვების თავისებურებანი;

**თავი XV. ეკოტურიზმი;**

15.1 ეკოტურიზმი თანამედროვე მსოფლიოში;

15.2 ეკოტურიზმის ძირითადი პრინციპები;

15.3 გარემოს დაცვა ეკოტურიზმის კონტექსტში;

15.4 ეკოტურიზმის მდგრადი განვითარება;

15.5 ეკოტურიზმის გავლენა ბიომრავალფეროვნებაზე;

15.6 ადგილობრივი ტრადიციები და მივიწყებული მარცვლოვანი კულტურები;

15.7 ეკოტურიზმი და ტურისტული დარგის საკანონმდებლო და სახელმწიფო რეგულირება;

**თავი XVI. საქართველოს ტურისტული რესურსები და ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები;**

16.1 საქართველოს ტურისტული რესურსები;

16.2 საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები;

**გამოყენებული ლიტერატურა.**

## შესავალი

ტურიზმს, როგორც მომსახურების სფეროს, განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში და საქართველო ამ მხრივ გამონაკლისს არ წარმოადგენს. საქართველოში ტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს ეკონომიკის ზრდას, მოსახლეობას მოუტანს დამატებით სავალუტო შემოსავლებს, შეამცირებს უმუშევრობის დონეს და ხელს შეუწყობს ქართული ტრადიციებისა და ისტორიულ-კულტურულ ფასეულობათა პოპულარიზაციას.

როგორც მსოფლიო გამოცდილებამ აჩვენა, ქვეყნის ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებად ტურიზმი და სოფლის მეურნეობა რჩება, რომელმაც პერსპექტივაში განსაკუთრებული ადგილი უნდა დაიკავოს საქართველოს ეკონომიკაში.

ისტორიული გადასახედიდან გამომდინარე ძვ.წ. II საუკუნეში ინდოეთიდან და ჩინეთიდან მომავალმა დიდმა სავაჭრო გზამ, რომელიც საქართველოზე გადიოდა და „აბრეშუმის დიდ სავაჭრო გზად“ იწოდებოდა თანამედროვე პირობებში ტურისტული თვალსაზრისით ახალი დატვირთვა შეიძინა.

თანამედროვე მოთხოვნების შესაბამისად დგება საკითხი, რომ ტურიზმის სფეროში მომზადდეს მაღალკვალიფიციური მენეჯერები, გიდები და ტუროპერატორები, რომლებსაც უნდა ჰქონდეთ მაღალი პროფესიონალიზმი და ტურისტულ ბიზნესში საჭირო უნარ ჩვევები, რათა ოპტიმალურად და წარმატებულად გადაწყვიტონ მათზე დაკისრებული ვალდებულებები. ამ ამოცანების გადაწყვეტაში კი დიდი როლი უნდა შეასრულოს უმაღლეს სასწავლებლებში კვალიფიციური პროფესიული კადრების მომზადებამ. ამ მხრივ დიდი როლი ენიჭება წინამდებარე სახელმძღვანელოს, რომელიც მომზადებულია ადგილობრივი და საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილების გაზიარებით.

ნაშრომის ავტორები იმედს გამოთქვამენ, რომ ეს სახელმძღვანელო დიდ დახმარებას გაუწევს ტურიზმის სფეროში დაინტერესებულ პირებს და თქვენი ყოველი საქმიანი წინადადება და შენიშვნა მიღებული და გათვალისწინებული იქნება შემდგომ მუშაობაში.

### თავი I. ტურიზმის მართვის ობიექტი

#### 1.1 ტურიზმის არსი, ტერმინები და კონცეფციები

ყველა ქვეყნის კანონმდებლობით, კონსტიტუციით ადამიანს უფლება ეძლევა დასვენების, ხოლო ამ უფლების რეალიზაციისათვის საჭიროა სოციალური და მატერიალური ხასიათის პრობლემების გადაწყვეტა, რაც დაკავშირებულია, ისეთ საშუალებებთან, როგორცაა: ტრანსპორტირება, ღამის გათევა, კვება, საცხოვრებელი ადგილის ორგანიზება და სხვა.

ტურიზმის განვითარების მრავალმხრივი საკითხების კვლევას განსაკუთრებული ყურადღება მიექცა XX საუკუნის 50-იან წლებში.

ამ მხრივ ძლიერი ბაზა ჩამოყალიბდა და პრობლემათა გადასაჭრელად ეფექტურად ფუნქციონირებენ ორგანიზაციები შვეიცარიაში - ტრანსპორტისა და ტურიზმის ეკონომიკის ინსტიტუტი, ბერნის უნივერსიტეტთან არსებული თავისუფალი დროისა და ტურიზმის კვლევის ინსტიტუტი, გერმანიაში ქ. ტრირის ტურიზმის ევროპის ინსტიტუტი, ქ. შტარნბერგის ტურიზმის პრობლემათა ინსტიტუტი. ე. ი. თანამედროვე პირობებში ტურიზმი გახდა ეკონომიკისა და ბიზნესის წარმართვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რაც განპირობებულია იმით, რომ ტურიზმი განიხილება არა, როგორც უბრალოდ მოგზაურობა ან დასვენება არამედ, როგორც მუდამ მოთხოვნადი აუცილებელი განვითარებადი სოციალურ მოთხოვნილებათა სფერო. დღევანდელი გადასახედიდან ტურიზმი გაცილებით ფართო მცნებაა და წარმოადგენს ურთიერთობათა ერთობლიობას, კავშირებისა და მოვლენების ერთიანობას, რომელიც თან ახლავს ადამიანის ინტელექტუალურ განვითარებას და შემეცნებით მოგზაურობას.

დღეისათვის უპირველეს ყოვლისა, დღის წესრიგში დგას ისეთი ცნებების დაზუსტების საკითხი, როგორც არის: “ტურისტი”, “ტურისტული პროდუქტი”, “ტურისტული ინდუსტრია” და სხვა.

ტურიზმი წარმოიშვა სიტყვათა ერთობლიობიდან “დიდი ტური”. საწყისში იგი ნიშნავდა მოგზაურობას გაცნობის მიზნით. ასეთ მოგზაურობებს აწყობდნენ XVII-XVIII საუკუნეებში აზნაურთა წრის ახალგაზრდა წარმომადგენლები, ხოლო XIX საუკუნეში ასეთი მოგზაურობები იმდენად პოპულარული გახდა, რომ მათ სხვა ფენებიც მოიცვეს.

ცნებამ - “ტურიზმი”- განვითარების გრძელი გზა გაიარა, მიიღო ახალი დატვირთვა, რის შედეგადაც გავრცელება ჰპოვა ტურიზმის არსის მრავალ განმარტებაში. ტრადიციულად, ტურიზმი გაიგებოდა იყო მოგზაურობასთან დასვენებასა და ახალ შტაბეჭდილებებთან, მაგრამ თანამედროვე გადასახედიდან მას უფრო რთული და მრავალფუნქციური მნიშვნელობა მიეცა, ის გახდა ქვეყნის, როგორც ეკონომიკური ასევე სოციალური და კულტურული ინფრასტრუქტურის განმავითარებელი და ეკონომიკური მდომარეობის გამომხატველი.

საქართველოს კანონმდებლობა “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” ტურიზმს განმარტავს, როგორც ადამიანის თავისუფალ, ნებაყოფლობით, დროებით გადადგილებას თავისი საცხოვრებელი ადგილიდან დასვენების, გაჯანსაღების, ისტორიისა და კულტურის ძეგლების დათვალიერების ან სხვა მიზნით.

“ტურისტული საქმიანობის საფუძვლების შესახებ” საზღვარგარეთის მოწინავე ქვეყნების კანონების მიხედვით, ტურიზმი მოქალაქეთა ან მოქალაქეობის არ მქონე

პირთა დროებითი გამგზავრებაა (მოგზაურობა) მუდმივი საცხოვრებელი ადგილთან დაშორებით: გაჯანსაღების, შთაბეჭდილებების, პროფესიულ-საქმიანი, სპორტული, რელიგიური და სხვა მიზნებით.

როგორც, ცნობილია “ტურისტი”-ს ცნების შინაარსის განსაზღვრის ერთ-ერთი პირველი მცდელობა მკვლევარ ოგილვის ეკუთვნის. მისი აზრით, ტურისტად შეიძლება ჩაითვალოს ნებისმიერი მოგზაური, რომელიც გადაადგილდება თავისი საცხოვრებელი ადგილიდან შედარებით მოკლე პერიოდით, მოგზაურობს თავისი ხარჯით და არა დროებითი ყოფნის ადგილზე გამომუშავებული თანხებით.

ტერმინი “ტურისტის” არსი სისტემატურად განიხილებოდა მრავალრიცხოვან სამეცნიერო კონფერენციებსა და შეკრებებზე. დიდი ინტერესი გამოიწვია გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის ტურიზმისა და საერთაშორისო მოგზაურობების 1963 წლის რომის კონფერენციამ, რომელმაც შეიმუშავა “ტურისტის,” როგორც ცნების თანამედროვე დეფინიცია, და მას ეყრდნობიან ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციები და მსოფლიოს ქვეყნების უმეტესობა.

რომის კონფერენციამ თავის რეკომენდაციებში მხარი დაუჭირა მცნებას - “ვიზიტორი”, რაც ნიშნავს ნებისმიერ ადამიანს გადაადგილებულს ტერიტორიაზე, რომელიც არ წარმოადგენს მის მუდმივ საცხოვრებელ ადგილს, ნებისმიერი მიზნით, მაგრამ არა სამუშაოდ, რომელიც ანაზღაურებას არ მიიღებს დროებითი ადგილზე ყოფნისას საფინანსო წყაროებიდან. კონფერენციამ ვიზიტის ხანგრძლივობის მიხედვით დაადგინა ვიზიტორთა ორი კატეგორია:

1. როდესაც ვიზიტი აღწევს ან აჭარბებს 24 საათს და 2. როდესაც ვიზიტი 24 საათზე ნაკლები ხანგრძლივობისაა. ამ ორი კატეგორიის გამოჯვნისათვის გამოყენებულ იქნა შესაბამისი ტერმინები- “ტურისტი” და “ექსკურსანტი”.

საქართველოს კანონის “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ-” მიხედვით ტურისტი არის ფიზიკური პირი, რომელიც ნებაყოფლობით მოგზაურობს მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, დასვენების, გაჯანსაღების, საქმიანი ან სხვა მიზნით, არანაკლებ 24 საათის და არაუმეტეს ერთი წლის ვადით, რომლის მოგზაურობაც არ ანაზღაურდება დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან.

ტერმინი - “ტურისტული პროდუქტი”, როგორც ნებისმიერი სახის ტურისტული ინდუსტრიის პროდუქტი, საჭიროებს დაზუსტებას, რადგანაც მისი შინაარსი სხვადასხვანაირად აღიქმება.

საქართველოს კანონით “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” ტურისტული პროდუქტი განმარტებულია, როგორც ტურისტული მომსახურების პაკეტი ტურისტული მომსახურების ძირითად ფორმათა (კვება, ღამის თევა განთავსების სხვადასხვა საშუალებებში, სატრანსპორტო მომსახურება, ექსკურსიები, ტურისტული ლაშქრობები და ა. შ.) არანაკლებ ორი კომპონენტისაგან შემდგარი კომპლექსი, რომელიც აუცილებელია ტურისტის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად და რომლის ღირებულება შედის ტურისტული საგზურის ფასში.



## 1.2 ტურიზმის მართვის თავისებურებანი

ტურისტული მომსახურების სფეროში მმართველობითი შრომა განსხვავებულია სხვა სფეროებში (დარგებში) დასაქმებული მომსახურე პერსონალისაგან. ტურიზმს გააჩნია მისთვის დამახასიათებელი თავისებურებები, რომლებიც ძირითადად გამომდინარეობენ ტურისტული მომსახურების სპეციფიკიდან.

ტურიზმისათვის დამახასიათებელი თავისებურებებიდან შეიძლება გამოვყოთ:

1. როგორც საერთოდ ბიზნესის, ასევე ტურისტული ბიზნესის ძირითადი მიზანი მოგების მიღებაა, მაგრამ, აუცილებელად გათვალისწინებული უნდა იქნას რეგიონის (ადგილობრივი მოსახლეობის) ინტერესები, რადგან ამის გარეშე ტურიზმის განვითარებამ შეიძლება არა მხოლოდ ხელი შეუშალოს ტურისტული ბიზნესის განხორციელებას არამედ სარგებელიც ვერ მოუტანოს რეგიონს (რაიონს), სადაც ტურიზმს ვანხორციელებთ;

2. ტურისტული საქმიანობის მენეჯმენტი მისი ეკონომიკური ეფექტიანობის წარმართვის აუცილებელი პირობაა, რადგანაც წარმოების მენეჯერები სრული უფლებამოსილებით ღებულობენ გადაწყვეტილებებს, თუმცა შეიძლება რეგიონში არსებულმა ეკონომიკურმა და პოლიტიკურმა არასტაბილურობამ ტურიზმის მენეჯმენტი შეზღუდოს.

3. ტურიზმის მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანესი თავისებურებაა ტურისტული პროდუქციის სპეციფიკა, მისი განუყოფელობა ფორმირების წყაროდან. როგორც წესი პროდუქტი მატერიალური სახით არსებობს მისი მწარმოებლიდან დამოუკიდებლად, მაგ. ხორცი, ხოლო ტურისტული მომსახურება (ესეც პროდუქტია, თუმცა სპეციფიკური) განუყოფელია მისი შექმნის წყაროდან. მაგალითად: თუ ტურისტული პროდუქტის მომხმარებელმა ტური შეუკვეთა მასში აგვისტოსათვის, ხოლო ტურისტულმა ფირმამ ივნისში შეწყვიტა არსებობა, მაშინ მომხმარებელს არ გაეწევა შეკვეთილი მომსახურება მისი წყაროს არარსებობის გამო.

4. ერთ-ერთი თავისებურებაა ისიც, რომ ტურისტული მომსახურების მოთხოვნა არაერთგვაროვანია სამი ძირითადი მიზეზის გამო:

-ტურისტული მომსახურების ხელშეუხებლობა და მისი შენახვის შეუძლებლობა;

-ტურისტული მომსახურების მომხმარებელთა სხვადასხვაგვარობა;

-საზოგადოებრივი ფაქტორების (ეკონომიკური, სოციალური, ეკოლოგიური) დიდი მნიშვნელობა.

5. ტურიზმის მენეჯმენტის თავისებურება გამოიხატება ტურისტული მომსახურების კომპლექსურობის აუცილებლობაში. ტურისტულ მომსახურებაში შედის ყველაფერი, რითაც ტურისტი სარგებლობს მოგზაურობის დროს. ამდენად,

ტურისტული მომსახურება (როგორც მატერიალური, ასევე არამატერიალური) შედგება მომსახურების მთელი კომპლექსისაგან, რაც ტურისტისათვის სპეციფიკური ტურისტული პროდუქტია. ტურისტი, შვებულებაში გასვლის წინ, სამოგზაუროდ არ წავა და თავის დანაზოგს ტყუილად, არ დახარჯავს, თუ იგი წინასწარ არ იქნება ინფორმირებული სამოგზაურო ობიექტის შესახებ. კერძოდ, ეს არის ადგილმდებარეობა, მანძილი ძირითადი ობიექტიდან დასახლებულ პუნქტამდე და ყველა ის მომსახურება, რომელიც ტურისტს უნდა გაეწიოს მოგზაურობის დროს. ასევე, მისთვის ცნობილი უნდა იყოს ტემპერატურული რეჟიმი, ატმოსფერული წნევა, ტენიანობა, მოსახლეობის ტრადიციები, რელიგიური მიმართულება და წესჩვეულებები იმ ქვეყნის შესახებ, სადაც ტურისტი მიემგზავრება.

6. ტურიზმის კიდევ ერთი თავისებურებაა სეზონურობა. ტურისტს უპირველეს ყოვლისა საშუალება უნდა ჰქონდეს მიიღოს სრული ინფორმაცია სამოგზაურო მარშრუტის და ობიექტის შესახებ, რათა ტურიზმის მენეჯმენტის პრობლემის გადაწყვეტისას ეს მოვლენა აუცილებლად უნდა გაითვალისწინონ ტურისტულ საწარმოთა მენეჯერებმა დასახული მიზნის განსახორციელებლად.

### 1.3 ტურიზმის სახეები და ძირითადი მიმართულებები

მსოფლიოს ბევრ ქვეყანას ტურიზმის მრავალი სახეობის განვითარების შესაძლებლობები გააჩნია. თანამედროვე ტურიზმის სახეებისა და მიმართულებების კლასიფიკაციისათვის საჭიროა გავითვალისწინოთ ტურისტთა გადაადგილების მიმართულება, მოგზაურობის მიზანი, გადაადგილებისა და განთავსების საშუალებები, მოგზაურთა რაოდენობა, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები და სხვა არსებითი ნიშნები.

ტურიზმის ძირითადი სახეებია:

1. შიდა (ადგილობრივი) ტურიზმი - ადამიანთა მოგზაურობა საკუთარ ქვეყანაში;
2. გასვლითი ტურიზმი - ითვალისწინებს ადამიანთა ჯგუფის გამგზავრებას ქვეყნის გარეთ მოგზაურობის მიზნით;
3. შემოსვლითი ტურიზმი - ითვალისწინებს რომელიმე ქვეყანაში ადამიანთა შესვლას მოგზაურობის მიზნით.

ტურიზმის ფორმების შერწყმა განსაზღვრავს ტურიზმის შემდეგ კატეგორიებს:

*\*ქვეყნის შიდა ტურიზმი, რომელიც შედგება შიდა და შემოსვლითი ტურიზმისაგან;*

*\*ეროვნული ტურიზმი, რომელიც მოიცავს შიდა და გასვლით ტურიზმს;*

*\* საერთაშორისო ტურიზმი, რომელიც გულისხმობს შემოსვლით და გასვლით ტურიზმს.*

ტურისტთა მოგზაურობის მიზნებიდან გამომდინარე ტურიზმი იყოფა შემდეგ მიმართულებებად: სოციალური, ეკოლოგიური, სასოფლო სამეურნეო ანუ აგრარული, კულტურული, რელიგიური, გამაჯანსაღებელი, შემეცნებითი,

პროფესიულ-საქმიანი, სამეცნიერო, სპორტული, “შოპ-ტური”, სათავგადასავლო, კვებითი, ეროვნულ - ტრადიციული და სხვა.

### ტურიზმის სახეები

**სოციალური ტურიზმი**- ევროპის ქვეყნებში, იგი ასოცირებულია დაბალი შემოსავლების მქონე იმ კლიენტებთან, რომლებიც მოკლებულნი არიან მაღალი ხარისხის ტურისტული მომსახურებით სარგებლობის შესაძლებლობას. მოქალაქეების ეს კატეგორია საჭიროებს სოციალური ხასიათის შეღავათებს. მათ მიეკუთვნება მრავალშვილიანი ოჯახები, ობოლი ბავშვები, საბავშვო სახლისა და ინტერნატის აღსაზრდელები, მოსწავლე და დაბალანაზღაურებადი მომსახურე აღსაზრდელები, პენსიონერები და მცირე მატერიალური შესაძლებლობების მქონე მოქალაქეები.

### ტურიზმის სახეების კლასიფიკაცია (საკლასიფიკაციო ნიშნების მიხედვით) ცხრილი №1

საკლასიფიკაციო ნიშნები	ტურიზმის სახეობები
გეოგრაფიული ნიშნები	შიდა (ადგილობრივი) და საერთაშორისო
ტურისტთა ნაკადების მიმართულება	ქვეყანაში შემოსვლითი და ქვეყნიდან გასვლითი
მიზანი	-რეკრეაციული, გამაჯანსაღებელი დასვენება, -შემეცნებითი დასვენება -პროფესიულ-საქმიანი ტურიზმი, -სამეცნიერო ტურიზმი, -შოპ-ტურები, -სათავგადასავლო ტურიზმი, -რელიგიური ტურიზმი, -ეკოტურიზმი და სხვ.
დაფინანსების წყაროები: ა)სახელმწიფო ბ)კერძო	-სოციალური -კომერციული
გადაადგილების საშუალებები:	-ფეხით მოსიარულეთა -საჰაერო, -საზღვაო, -სამდინარო, -სავტომობილო, -სარკინიგზო, -შერეული.
განთავსების საშუალებები:	-ოტელები, სატუმროები, მოტელები, პანსიონატები, სანატორიუმები, საოჯახო სასტუმროები, კემპინგები, კარვები და სხვ.
მოგზაურთა რაოდენობა	-ინდივიდუალური, საოჯახო, ჯგუფური.
ორგანიზების ფორმა	- ორგანიზებული, - არაორგანიზებული - ველური

საბაზრო ურთიერთობაზე გადასვლასთან დაკავშირებით ტურიზმის ამ სახეობას კომერციული ხასიათი მიეცა. მსოფლიოში მრავალი ადამიანი მოგზაურობს სოციალური ტურიზმის მეშვეობით. სოციალური ტურიზმით შეიძლება დაკავებული იყოს ნებისმიერი ტურისტული ორგანიზაცია (ასოციაცია, კოოპერატივი, ურთიერთდამხმარე საზოგადოება, ფონდები, ფედერაციები, არამომგებიანი ორგანიზაციები და ა. შ.), რომელსაც თავის დებულებაში ან რეგლამენტში მკვეთრად აქვს განსაზღვრული სოციალური ხასიათის ამოცანები, მოგზაურობის შესაძლებლობის უზრუნველყოფის მიზნები ადამიანთა მაქსიმალური რაოდენობისათვის. ხშირ შემთხვევაში, ასეთი ორგანიზაციების ფუნქციონირების მთავარ მიზანს არ წარმოადგენს დიდი შემოსავლების მიღება.

წარმატებების მიუხედავად, ტურიზმის ამ სახეობას თავისი პოზიციების გამყარება, როგორც ეროვნულ ისე რელიგიურ და საერთაშორისო დონეებზე, მხოლოდ გრძელვადიანი გააზრებული სოციალური პოლიტიკის გატარების პირობებში შეუძლია.

რაც შეეხება მატერიალური დახმარების ფორმებს იმ ადამიანებისათვის ვინც სოციალური ტურიზმის მომსახურებით სარგებლობს, არსებობს სამშვეულებო ჩეკები, რომლებიც შეიძლება გამოყენებული იქნეს ტურისტული საგზურის შესაძენად. ამ ფორმამ ევროპის ბევრ ქვეყანაში საკმაოდ დიდი გავრცელება ჰპოვა. მაგალითად: სამშვეულებო ჩეკების სისტემით საფრანგეთში დაკავებულია საფრანგეთის სამშვეულებო ჩეკების ნაციონალური აკადემია, შვეიცარიაში - მოგზაურობის შვეიცარიული სალარო.

ასე რომ, სოციალური ტურიზმი ტურისტული ბაზრის ერთ-ერთი სექტორია, სადაც მომხმარებელი სუბსიდიებს იმ სახსრებიდან იღებს, რომელსაც სახელმწიფო სოციალური საჭიროებებისათვის, ან სხვა მიზნებისათვის გამოყოფს და რომლებიც განსაზღვრულია დაბალშემოსავლიანი მოსახლეობისათვის, ობოლი ბავშვებისათვის, პენსიონერებისათვის, ინვალიდებისათვის და ა. შ.

**სპეციალიზებული და სათავგადასავლო ტურიზმი** - ყველაზე სწრაფად განვითარებადი ტურიზმის სახეობებია. მათ საფუძვლად შეიძლება დაედოს ნებისმიერი გატაცება-არქეოლოგიური გათხრებით დაწყებული, ფრინველებზე დაკვირვებით დამთავრებული. ასევე, დიდი პოპულარობით სარგებლობს სათავგადასავლო ტურიზმი-ლაშქრობა და ალპინიზმი, მთის მდინარეებზე ტივით დაშვება, ნადირობა, თევზაობა და ა. შ. სპეციალიზებული და სათავგადასავლო ტურიზმისათვის საჭიროა მცირერიცხოვანი საგანგებო ობიექტები (თუნდაც ცალკეული შემთხვევებისათვის). აქ, როგორც წესი, კვალიფიციური გიდები მუშაობენ და გარანტირებულია უსაფრთხოების მაღალ დონეზე დაცვა. ეკოლოგიურად მდგრად რაიონებში ასეთი სახის დასვენების ორგანიზაციისას მკაცრი ეკოლოგიური კონტროლი უნდა დაწესდეს.

**სასოფლო ანუ აგრარული ტურიზმი** - ითვალისწინებს: ტურისტთა განთავსებას - ადგილობრივი ტრადიციებით აგებულ სახლებში, კვებას - ადგილობრივი წარმოების კვების პროდუქტებით და მონაწილეობას - სოფლის ცხოვრებაში. ადგილობრივი მკვიდრნი სოფლად აშენებენ, ფლობენ და განკარგავენ ტურისტულ ობიექტებს, ქმნიან სამუშაო ადგილებს და ტურისტების მიერ გაწეული

დანახარჯებიდან იღებენ პირდაპირ ეკონომიკურ მოგებას. სასოფლო ტურიზმის წარმატებული განვითარება არ ითხოვს დიდ კაპიტალდაბანდებას, მაგრამ საჭიროებს სრულყოფილ დაგეგმვას და პროგრამირებას. ადგილობრივმა მოსახლეობამ ობიექტთა მომსახურებისათვის უნდა გაიაროს სპეციალური მომზადება. პირველ ეტაპზე უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა მიიღოს მცირე სესხები და ტექნიკური კონსულტაციები. მთავარია, რომ თითოეულ სოფელში შენარჩუნებული იქნას განვითარების ოპტიმალური დონე, რომ არ შეიქმნას ეკოლოგიური და სოციალური პრობლემები. აუცილებლობის შემთხვევაში შესაძლებელია სოფლებში ახალი ტურისტული ობიექტები აშენდეს.

სოფლისა და აქტიური დასვენების ტურიზმი დღეს შეესაბამება იმას, რისი შეთავაზებაც ახლავს შეუძლია ტურიზმს, როგორც დარგს - ბუნებრივი რესურსებით, სტუმართმოყვარეობით, ადგილობრივი ტრადიციებით და ადეკვატური განთავსების შესაძლებლობებით. ქალაქისა და მასობრივი ტურიზმისაგან განსხვავებით, მათი მოქმედების არეალი საშუალებას იძლევა მოხდეს ტურისტული სივრცის სრული შევსება განთავსების საშუალებათა სიმცირის მიუხედავად, თუმცა ტურიზმის კომპონენტთა როლი განხილული უნდა იქნეს უფრო მასშტაბურად და სტრატეგიული მიმართულების გათვალისწინებით.

**ფერმერული ტურიზმი** - თითქმის სასოფლო ტურიზმის ანალოგიურია, დიდი პოპულარობით სარგებლობს ზოგიერთ ევროპულ ქვეყანაში და მსოფლიოს მრავალ რეგიონში ვითარდება. ტურიზმის ეს სახეობა ტურისტებს საშუალებას აძლევს განთავსდნენ ფერმებში, რანჩოებსა და პლანტაციებში (ტროპიკულ რეგიონებში), ან სტუმრებისათვის განკუთვნილ ცალკე სახლებში (კვებით). ამასთან ერთად ტურისტებს საშუალება აქვთ გაეცნონ, ან მონაწილეობა მიიღონ სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობაში. გარდა ამისა ზოგიერთი ფერმერი თავის ტერიტორიაზე აწყობს კემპინგებს და ტურისტებს თევზაობისა და ნადირობის საშუალებას აძლევს. ტურისტებს შეუძლიათ ფერმის ტერიტორიები გამოიყენონ ბაზებად, საიდანაც ლაშქრობები მოეწყობა. მეთევზეთა დასახლებებში ადგილობრივ მცხოვრებთ შეუძლიათ ტურისტებს მისცენ საცხოვრებელი და მონაწილეობა მიაღებინონ თევზაობაში. ტურიზმის ამ სახეობის ორგანიზებისათვის შეიძლება ტექნიკური დახმარება გახდეს საჭირო. როგორც წესი იმ სასოფლო რაიონებში, სადაც ტურიზმი ვითარდება, თავს იჩენს მომსახურების დაჯავშნის სისტემის შექმნის აუცილებლობა.

**ეკოტურიზმი** - ეს არის ისეთი მოგზაურობა ტურისტებისა, რომლებსაც გარემოსადმი თავიანთი პასუხისმგებლობა მკაფიოდ აქვთ გათვითცნობიერებული. ასეთი ტურების მიზანია ველურ ბუნებასთან ურთიერთობა. ეკოტურიზმს მინიმუმამდე დაჰყავს გარემოზე ეკოლოგიური და კულტურულ-სოციალური ხასიათის უარყოფითი ზეგავლენის შედეგები, ხელს უწყობს დაცული ტერიტორიებისა და რეგიონების მოსახლეობის ეკონომიკური შემოსავლების ზრდას. ეკოტურისტები შეიძლება იყვნენ ტყის მოყვარულები და აკვალანგისტები, რომლებსაც წყალქვეშა სამყარო აინტერესებთ, ასევე ფრინველების მოყვარულნი და ა. შ. ტურიზმის ეს სახეობა პოპულარულია ტურისტთა იმ კატეგორიებს შორის, რომლებსაც სურთ მიიღონ მეტი ინფორმაცია ადგილობრივ ეკოსისტემაზე, ეკოკულტურაზე და აღეღვებთ გარემოს დაცვის პრობლემები. ტურიზმის ეს სახეობა დიდ კაპიტალდაბან-დებას არ საჭიროებს, მაგრამ კვალიფიციური გიდების ყოფნა

აუცილებელია, რადგან იმ ადგილებში სადაც ტურისტები მოძრაობენ საჭიროა ბუნების დაცვის მკაცრი პრევენციული ზომების გატარება.

ფინანსური კონტროლის, საბაზრო ფაქტორების, შესაბამისი საკანონმდებლო ღონისძიებების დახმარებით, ბოლო ათი წლის მანძილზე გარემოს დაცვამ ახალ დონეებს მიაღწია.

ბუნებრივ ლანდშაფტს, ფლორას და ფაუნას შეუძლია ბრწყინვალე პირობები შექმნას ეკოტურიზმის განვითარებისათვის, როგორც მსოფლიოში, ასევე საქართველოში.

### **ეკოტურიზმის განვითარების ფაქტორები**

- მინიმალური ინვესტიციები (არ არის საჭირო ძვირადღირებული ტურისტული ინფრასტრუქტურა);

- გარემოზე მინიმალური ზემოქმედება და მის დაცვაში აქტიური მონაწილეობა;

- დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა;

- ბიზნესში ახალგაზრდების აქტიური მონაწილეობისათვის ხელშეწყობა;

- ეროვნული პარკებისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისათვის ფინანსური დახმარება;

- ადგილობრივი ბუნების, ისტორიის და კულტურის უფრო ახლოს გაცნობის შესაძლებლობები.

**საწყლოსნო ტურიზმი ანუ ჯომარდობა** - ძალიან პოპულარულია და კარგი პერსპექტივები აქვს იმ რაიონში, სადაც ტურისტებისათვის საინტერესო ადგილებია- მდინარის ნაპირებზე, არხებსა და ტბებზე, ასევე ზღვისა და ოკეანის სანაპირო ზონებსა და კუნძულებზე, რადგანაც ტურისტების განთავსება და სხვა მომსახურება ხდება გემბანზე, ამიტომ დიდ სახმელეთო ტურისტულ ინფრასტრუქტურას არ საჭიროებს. მაგრამ ამასთან აუცილებელია ნავსაყუდელი დიდი საკრუიზო გემებისათვის და ეფექტური სახმელეთო-საექსკურსიო მომსახურება. ასეთი სახის ტურიზმიდან დიდი და მცირე ქალაქების, სოფლების მოსახლეობამ შემოსავალი შეიძლება მიიღოს მომარაგების ორგანიზაციით, საცალო ვაჭრობით, გადასახადებისაგან განთავისუფლებული საქონლითა და ხალხური რეწვის ნიმუშებით, რესტორნებითა და ადგილობრივი საექსკურსიო მომსახურებით, ასეთი ტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს, აუთვისებელ, ძნელად მისადგომი რაიონები უზრუნველყონ დამატებითი შემოსავლებით და სამუშაო ადგილებით.

**ტურიზმი კემპინგებსა და კარვებში** - დიდი პოპულარობით სარგებლობს და შეიძლება შემოსავლის წყარო გახდეს ადგილობრივი მოსახლეობისათვის. კემპინგებისა და კარვებისათვის მოძიებული ე.წ. ველური ადგილები იდეალურად უნდა ერწყმოდეს გარემოს და უზრუნველყოფილი იყოს შესაბამისი ინფრასტრუქტურით.

**ეთნიკური და ნოსტალგიური ტურიზმი** - სათაურიდან გასაგებია მოგზაურობის მოტივაცია. ტურიზმის ამ სახეობას დიდი პოტენციალი გააჩნია. ტურისტები, რომლებიც ასეთ მოგზაურობაში მიდიან, როგორც წესი სარგებლობენ ტრადიციული ტურისტული ობიექტებითა და მომსახურებით, თუმცა ზოგიერთ

შემთხვევაში საჭირო ხდება სპეციალური გიდების სამსახურების შექმნა, ასევე ახალი მარშრუტების დამუშავება.

**რელიგიური ტურიზმი** - პოპულარობით სარგებლობს მთელ მსოფლიოში. ასეთი სახის ტურისტული მოგზაურობა საინტერესოა – ვატიკანში, ისრაელში, საფრანგეთსა და პორტუგალიაში, დასავლეთ ევროპის სხვა ქვეყნებსა და ქალაქებში, ხოლო მუსულმანებისათვის მექასა და მედინაში, სხვა რელიგიების აღმსარებლებისათვის ინდოეთსა და აზიის სხვა ქვეყნებში.

რელიგიური ტურიზმი თანამედროვე ტურისტული ინდუსტრიის შემადგენელი ნაწილია. ეკლესიები, მეჩეთები, სასულიერო ცენტრები და საკულტო მუზეუმები წარმოადგენენ რელიგიური ტურიზმის ისეთ ტურისტულ ობიექტებს, რომლებიც მზარდი მოთხოვნით სარგებლობენ.

### **რელიგიურ ტურიზმის ფორმები**

-მომლოცველობა;  
-საექსკურსიო ტურები, რელიგიური თემატიკით;  
-სპეციალური ტურები, რომელშიც ერთიანდებიან ექსკურსანტები და მომლოცველები.

ბოლო ათი წლის განმავლობაში შეიმჩნევა ტურიზმის ისეთი სახეობის განვითარება, როგორცაა ე.წ. **“თაიმშერი”** იგი საკლებო დასვენების ყველაზე სწრაფად განვითარებად მიმართულებას წარმოადგენს.

ტურიზმის ეს მიმართულება, უკვე მსოფლიოს 81 ქვეყანაშია დანერგილი და ამ სისტემით 4500-ზე მეტი კურორტი და ტურისტული კომპლექსი მუშაობს.

“თაიმშერის” სისტემის დამსვენებლები, როგორც წესი წარმოადგენენ მაღალი შემოსავლებისა და მოთხოვნილების კლიენტებს. მომხმარებელი ჯერ იხდის თანხას კლების წევრობისთვის და შემდეგ ყოველწლიურად საწევრო გადასახადს, საკლებო მომსახურებისათვის.

ტურისტთა მომსახურების მიხედვით არის **ინდივიდუალური და ჯგუფური ტურიზმი**. ინდივიდუალურია 1-დან 5 კაცამდე, ჯგუფურია-6 კაცის ზევით. ტურისტების მიერ გამოყენებული სატარანსპორტო საშუალებების მიხედვით არის-**საავიაციო, საავტომობილო, საავტობუსო, სარკინიგზო და სათბომავლო მიმართულებები**.

საქართველოში ფლორის, ფაუნის, ლანდშაფტური, კულტურული და ისტორიული პოტენციალის გათვალისწინებით ჩამოყალიბების პროცესშია ტურიზმის შემდეგი მიმართულებები:

1. სათავგადასავლო მოგზაურობის 1-2 კვირიანი ტურები საქართველოს და კავკასიის სხვა რესპუბლიკების (სომხეთი, აზერბეიჯანი) დასათვალიერებლად;
2. კულტურულ ღირსეშანიშნობათა დათვალიერება;
3. სპეციალური ტურები: ისტორიის, არქეოლოგიის, ეთნოგრაფიის და სხვა ინტერესების გათვალისწინებით;
4. რელიგიური და საპილიგრიმო ტურები;
5. ზამთრის სახეობები, ალპური სათხილამურო სპორტი, სნოუბორდი;

6. სათავგადასავლო: სამდინარორაფტინგი, სამთო ველოსპორტი, პარაგლაიდინგი და ა. შ.;

7. ნადირობა და თევზაობა.

«სათავგადასავლო» (აღმოჩენითი) ტურიზმი საქართველოში გულისხმობს ჯგუფურ ტურიზმსაც. უსაფრთხოების პრობლემების, ტრანსპორტსა და კომუნიკაციასთან დაკავშირებული სირთულეების გამო, საქართველოში ფორსირებულად ინდივიდუალური ტურიზმის განვითარება (ფართო მასშტაბით) უახლოეს მომავლაში შეუძლებელი იქნება.

«სათავგადასავლო» (აღმოჩენითი) ტურპროდუქტი მრავალი სახითაა წარმოდგენილი, მაგრამ ფაქტობრივად, მისი პოტენციალი, ბოლომდე არ არის გამოყენებული. ამიტომ, მიზანშეწონილია, ძირითადი ყურადღება გამახვილდეს პროდუქტის მასშტაბის დივერსიფიკაციაზე, რათა მან მოიცვას მომხმარებელთა სხვა მიზნობრივი ჯგუფებიც.

**შიდა (ადგილობრივი) ტურიზმი** საქართველოში მკვეთრად სეზონურია (პიკური სეზონებია ივლისი, აგვისტო და დეკემბერი, იანვარი, თებერვალი), მაშინ როდესაც საერთაშორისო «სათავგადასავლო» (აღმოჩენითი) ტურიზმი ზომიერი კლიმატის პირობებში ხორციელდება (აპრილი, მაისი, ივნისი, სექტემბერი, ოქტომბერი), ამიტომ ადგილობრივი და საერთაშორისო ტურიზმის შერწყმის პრობლემა დღეს განსაკუთრებით მწვავედ დგას. ქართველი და უცხოელი ტუროპერატორული ფირმებისათვის მენეჯმენტი საქმიანი რეკომენდაციებისა და ტურისტული ბიზნესის მასტიმულირებელი ღონისძიებების გატარების გზით უნდა ხორციელდებოდეს. «სათავგადასავლო» (აღმოჩენითი) ტურიზმი მსოფლიო ბაზარზე სწრაფად მზარდი სექტორია. ტურიზმის ეს სახეობა დიდ ქალაქებში მცხოვრები მოგზაურებისათვის ყოველდღიური ცხოვრების პრობლემებისაგან «თავის დაღწევის» მრავალ შესაძლებლობას იძლევა. ადამიანებს სურთ გაეცნონ სხვა ქვეყნებისა და ერების უნიკალურ მკმკვიდრეობას, კულტურას, ბუნებას, ამისათვის ისინი გიდებს, საინფორმაციო მასალას საჭიროებენ და საუკეთესო ტუროპერატორებს ეძებენ.

ანალიზი ადასტურებს, რომ საქართველოში შესაძლებელია ტურიზმის შემდეგი სახეობის ტურპროდუქტის წარმოება:

– **სათავგადასავლო მოგზაურობათა ტურების პაკეტი** – ერთ-ორ კვირიანი სამოგზაურო ტურების პაკეტი საქართველოსა და სამხრეთ კავკასიის სხვა ქვეყნების (კომბინირებული) დასათვალიერებლად ტურისტული პაკეტი მომსახურების შემდეგ კომპლექსს შეიცავს: სასტუმრო და განთავსება, ტრანსპორტი, გიდი და საექსკურსიო მომსახურება, სამოგზაურო აღჭურვილობა, კვება.

– **კულტურულ ღირსშესანიშნაობათა დათვალიერება** - ასეთი ტურები ტურისტებს საშუალებას მისცემს იმოგზაურონ, გაეცნონ ქვეყნის ისტორიულ და კულტურულ მემკვიდრეობას. მოგზაურობა პროფესიონალი გიდების თანხლებით, კომფორტული ტრანსპორტით ხორციელდება. განთავსება კი სასტუმრო სახლებში, სასტუმროებში (თბილისი, ქუთაისი, ბათუმი, თელავი, გუდაური და ა.შ.). და პანსიონებში.



კულტურული ტურიზმი მოიცავს ტურიზმის ყველა იმ მიმართულებას, რომელიც დაკავშირებულია ერის ისტორიის, კულტურის, ეთნოგრაფიის, მატერიალური და სულიერი მემკვიდრეობის პოპულარიზაციასთან. კულტურული ტურიზმის პროგრამას ორი ძირითადი ასპექტი განსაზღვრავს: 1. კულტურული ტურიზმის ეკონომიკა (ბაზრის შესწავლა, დაგეგმვა, ანალიზი) და 2. შინაარსობრივი (შემეცნებითი მოგზაურობებისთვის ფორმების, სახეების, თემატიკის, სამოგზაურო მარშრუტების და ექსკურსიების შედგენა).

კულტურული ტურიზმის ტურისტული პროდუქტის - კულტურული ტურის კონკურენტუნარიანობა პირდაპირპროპორციულადაა დამოკიდებული საჩვენებელი ობიექტების ღირსებებზე და იმ ინფრასტრუქტურაზე, რაც უმრავლეს შემთხვევაში - ძეგლების, როგორც მთავარი საჩვენებელი ობიექტის, გარშემო არსებობს. ამდენად საქართველოში კულტურული ტურიზმის განვითარება უნდა დაიგეგმოს ისტორიული ძეგლების ისტორიულ-ხუროთმოძღვრული ღირსებებისა და მათ გარშემო არსებული ინფრასტრუქტურის გათვალისწინებით.

თანახმად საერთაშორისო ტურიზმის ექსპერტთა დაკვნისა, რომელიც გაკეთდა კომპანია "კუპერსი და ლიბრანდტის" მიერ საქართველოში ტურიზმის სახეების განვითარების მხრივ კულტურულ ტურიზმს ერთ-ერთი მთავარი ადგილი უკავია. დასკვნაში აღნიშნულია, რომ მიუხედავად საქართველოში ძეგლთა სიმრავლისა და მოვლა-პატრონობის მცდელობისა, "ძალიან ბევრი ძეგლი ჯერ კიდევ ვერ არის სათანადოდ მოვლილი რათა შეჩერდეს მათი განადგურება და ისინი წარსდგნენ სრულმნიშვნელოვანი სახით დამთვალეირებელთა წინაშე. მუზეუმებში არსებული ექსპონატების პრეზენტაციისა და მათი ინტერპრეტაციის მხრივ მთელი ათწლეულით თუ მეტით არა უკან არის დასავლეთთან შედარებით, მიუხედავად იმისა, რომ ექსკურსიამძღოლები უნივერსალური კვალიფიკაციის არიან, საკითხის ცოდნით და მისი დამოკიდებულებით კულტურასთან, მათ მიერ ენის ცოდნისა და პროფესიონალური მანერის გამო." აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ კულტურულ ღონისძიებათა ტურიზმისათვის, ბაზარი იზრდება, იგი მოიცავს საერთაშორისო ფესტივალებსა და ხელოვნების ნიმუშთა გამოფენებს, რაც ტურისტულმა ორგანიზაციებმა კულტურის სამინისტროსთან მჭიდრო კავშირში უნდა განახორციელონ. სახელმწიფომ ხელი უნდა შეუწყოს კულტურულ სანახაობათა ტურების ორგანიზატორებს მუზეუმების, ძეგლების, თეატრების მოვლა-პატრონობის გზით. თავის მხრივ ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები შემდეგში ხელს შეუწყობენ კულტურული მემკვიდრეობის შენახვას თაობებისათვის გადასაცემად. ასეთივე მიდგომა სჭირდება დაცულ ტერიტორიებს და ეროვნულ პარკებს, სადაც ტურიზმისათვის უნდა გამოიყოს ტერიტორიები: სასეირნო და საჯირითო ბილიკები. კულტურული ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია ტრანსპორტის განახლება, შავ ზღვაზე კრუიზების ჩათვლით. მსხვილ ქალაქებში და კულტურულ ცენტრებში ეკონომიური კლასის სასტუმროების ქსელის გაფართოება საქალაქო ტურიზმის დამკვიდრების მიზნით.

კულტურული ტურიზმისათვის განსაკუთრებით დამახასიათებელია ფართო მოცულობის შემეცნებითი ტურების ორგანიზება. ამ მიზნით უნდა მოხდეს სომხეთთან და აზერბაიჯანთან ერთობლივი მარკეტინგის შესაძლებლობების გამოკვლევა. ასევე დადგინდეს თურქეთთან და რუსეთთან ერთობლივი

მარკეტინგის გამოყენების მიზანშეწონილობა.

სახელმწიფო ხელშეწყობა კულტურული ტურიზმის განვითარებაში განსაკუთრებით უნდა მოხდეს მიზნობრივი რეკლამისა და საინფორმაციო საშუალებების გამოყენების გზით. ამ მიზნით უნდა გაფართოვდეს საქართველოს, როგორც ტურიზმის ქვეყნის, გაცნობიერების სფერო ძირითად პოტენციურ ბაზრებზე, რაც ხელმიუწვდომელია კერძო სექტორისათვის, შემდეგი საშუალებების გამოყენებით: მონაწილეობა საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებზე და გამოფენებზე, უცხოელი ჟურნალისტების საქართველოში მოწვევა, უცხოეთის პრესაში და ინტერნეტის ქსელში საქართველოს ტურიზმზე ინფორმაციის გავრცელება, თემატური კონფერენციების ორგანიზება და სხვ.

ტურიზმისა და კურორტების სახელმწიფო დეპარტამენტის მიერ გაანალიზებულ იქნა საქართველოში ტრადიციულად არსებული შემეცნებითი ტურისტული მარშრუტები, რომლებსაც უახლოეს წარსულში სთავაზობდნენ უცხოელ ტურისტებს, ამ მარშრუტების შედგენის პრინციპები და ტურისტთა მოგზაურობების მოტივაციები, აგრეთვე სადღეისოდ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე არსებული მოთხოვნილება, რის შედეგადაც განისაზღვრა იმ უმნიშვნელოვანესი ძეგლების ნუსხა, რომელებიც პროგრამის პირველ ეტაპზე უნდა შევიდნენ ტურისტულ მარშრუტებში. ეს უმნიშვნელოვანესი ძეგლები შეადგენენ კულტურული ტურიზმის საფუძველს და სახელმწიფომ უნდა იზრუნოს მათ გარშემო შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნა-მოწესრიგებაზე.

### **სანიმუშო კულტურული ტური „დიდებული საქართველო“**

თბილისი(2); ქუთაისი(4); ახალციხე(2); გორი(1); ყაზბეგი(3); თბილისი(3) ტურის ხანგრძლივობა - 14 დამე; 15 დღე; სეზონი - აპრილი-ნოემბერი; ტურისტების რაოდენობა - 15-30; კვება - სამჯერადი;

სასტუმრო - 3\*, ან მიახლოებული მასთან ტრანსპორტი - ავტობუსი ერო-1 მოტორით, დამატებითი ღირებულება ერთადგილიან ნომერში ცხოვრებისათვის - თანხა უნდა მიეთითოს.

**დღე 1** - ჩამოსვლა თბილისში. დახვედრა თბილისის აეროპორტში, ტრანსფერი სასტუმრო / ღამისთევა თბილისში;

**დღე 2** - დღის პირველ ნახევარში მიმოხილვითი ექსკურსია ქ. თბილისში, ფუნქციური, ქართლის დედა. ძირითადი ღირსშესანიშნაობები: ციხე-სიმაგრე ნარიყალა (IV სკ.); ანჩისხატის ეკლესია (VI სკ.); სიონის საკათედრო ტაძარი (V-XII სს.); მეტეხის ღვთისმშობლის ტაძარი (XIII სკ.);

**დღე 3** - თბილისი-ქუთაისი. (232 კმ.) მოგზაურობა საქართველოს ერთ-ერთ ულამაზეს კუთხე-იმერეთში. გზად ორი არქიტექტურული ძეგლის \_ სამთავისი (XI სკ.) და უბისა (IX სკ.) დათვალიერება /ღამისთევა ქუთაისში – სასტუმროში;

**დღე 4** - ქუთაისი. დღის პირველ ნახევარში მიმოხილვითი ექსკურსია ქ. ქუთაისში. ღირსშესანიშნაობების ნახვა, მათ შორის იუნესკოს უნიკალურ ძეგლთა ნუსხაში შესული საკათედრო ტაძრის ბაგრატის (XI სკ.) დათვალიერება. დღის მეორე ნახევარში ექსკურსია სათაფლიის ნაკრძალში, (ფართობი 354 ჰა.) აღნიშნულ

ტერიტორიაზე წარმოდგენილია ალპური და სუბტროპიკული ფლორის ნიმუშები, აგრეთვე 60 მლნ. წლის წინანდელი დინოზავრების ნაკვალევი. ექსკურსიის პროგრამაში შედის ნაკრძალის ტერიტორიაზე არსებული კარსტული მღვიმის დათვალიერებაც. ღამისთევა ქუთაისში

**დღე 5** - ქუთაისი-ნოქალაქევი-ზუგდიდი-ქუთაისი. ერთდღიანი ექსკურსია დასავლეთ საქართველოს ორი უმნიშვნელოვანესი ღირსშესანიშნაობის დასათვალიერებლად: 1. ეგრისის სამეფოს, დასავლეთ საქართველოს დედაქალაქის ციხეგოჯი-არქეოპოლისი-ნოქალაქევის - IV-VIII სს.-ის ხუროთმოძღვრული ნაგებობები; 2. იშვიათი მცენარეებით დამშვენებული ბოტანიკური ბაღის ტერიტორიაზე აღმართული XIX ს-ის ულამაზესი არქიტექტურული კომპლექსი-დადიანების სასახლე, სადაც განთავსებულია ისტორიულ-ეთნოგრაფიული მუზეუმის უმდიდრესი კოლექცია: ქართველი, რუსი და ფრანგი მხატვრების ნამუშევრები, უძველესი ქართული ხატები და XII ს-ის ნაქარგები; ნაპოლეონ მონაპარტის ბრინჯაოს ნიღაბი, პორტრეტი, წიგნების კარადა, საწერი მაგიდა და ორი სავარძელი იმპერატორის კაბინეტიდან; მარშალ მიურაკის პირადი ნივთები; XV-XVI სს-ის გუმბათოვანი ეკლესია და ღამისთევა ქუთაისში;

**დღე 6** - ქუთაისი. ღირსშესანიშნაობების დათვალიერება, მათ შორის იუნესკოს უნიკალურ ძეგლთა ნუსხაში შესული გელათის სამონასტრო კომპლექსის (XII-XIII სს.) ქუთაისიდან 4კმ-ის დაშორებით მდებარეობს გეგუთის თვალწარმტაცი სასახლის ნანგრევები, რომელიც XII ს-ის მეორე ნახევარში აუგია ლეგენდარული თამარმეფის მამას გიორგი III-ს / ღამისთევა ქუთაისში;

**დღე 7** - ქუთაისი-ბორჯომი-ახალციხე (ბორჯომის პარკი, ლიკანი) / ღამისთევა ახალციხეში;

**დღე 8** - ახალციხე (ხერთვისი, თმოგვი, ვარძია)/ ღამისთევა ახალციხეში;

**დღე 9** - ახალციხე-გორი (საფარა, რაბათი, მუზეუმი)/ ღამისთევა გორში;

**დღე 10** - გორი-ყაზბეგი (გორის ციხე, სტალინის სახლმუზეუმი)/ ღამისთევა ყაზბეგში;

**დღე 11** - ყაზბეგი (გერგეთი) /ღამისთევა ყაზბეგში;

**დღე 12** - ყაზბეგი-ფასანაური-მცხეთა-თბილისი/ ღამისთევა თბილისში;

**დღე 13** - თბილისი. ეთნოგრაფიული მუზეუმი, ლაშქრობა და პიკნიკი კუს ტბის მიდამოებში. საღამოს გამოსამშვიდობებელი ბანკეტი/ ღამისთევა თბილისში;

**დღე 14** - თბილისი-შიომღვიმე-თბილისი (სადილი მცხეთაში)/ ღამისთევა თბილისში;

**დღე 15** - ტრანსფერი აეროპორტში, გამგზავრება.

– **სპეციალური ტურები მოთხოვნით** – ინდივიდუალური და ჯგუფური ტურები სპეციალური ინტერესებით: საისტორიო, არქეოლოგიური, ეთნოგრაფიული, გეოლოგიური მონაპოვრების გაცნობით. მეღვინეობის ტრადიციების გაცნობით და სხვა. შესაძლებელია, უნივერსიტეტებისა და სხვა სასწავლო დაწესებულებათა მოთხოვნით. სამოგზაურო კლუბებისა და საზოგადოებების მოთხოვნით და ა.შ.

სამოგზაურო სასწავლო პროგრამების შექმნა და რეალიზაცია.

### სამცხის არქეოლოგიური გათხრები - მითები და რეალობა



სამხრეთ საქართველოში, სამცხის ტერიტორიაზე ამჟამად მიმდინარე არქეოლოგიური გათხრები შესაძლოა, სენსაციური, ისტორიული მნიშვნელობის აღმოჩნდეს. ასე აფასებენ ქართველი და იტალიელი არქეოლოგები იმ ერთობლივ პროექტს, რომლის ფარგლებშიც გათხრები მიმდინარეობს. იტალიელი პროფესორის ლივიო ძერბინის მოლოდინით, გათხრებმა, შესაძლოა, არგონავტებისა და პრომეთეს შესახებ მითების რეალურობა დაადასტუროს, დაგვარწმუნოს, რომ ეს მითები უტყუარ ისტორიულ ფაქტებს ემყარება. რა ეტაპზეა დღეს არქეოლოგიური გათხრები და რა განსხვავებაა აქამდე ჩატარებულ სხვა კვლევებსა და ამ არქეოლოგიურ სამუშაოებს შორის?

**საქართველო - ღვინის სამშობლო.** ცნობილი ფაქტია რომ სწორედ საქართველოში ჩაეყარა საფუძველი მსოფლიო მეღვინეობის ტრადიციას. საქართველო არის ღვინის უძველესი მწარმოებელი ქვეყანა, რასაც არქეოლოგიური აღმოჩენებიც ადასტურებს, რომელთა შორის არის 7000 წლის წინანდელი ყურძნის წიპწები და მრავალი ანტიკური ჭურჭელი. ღვინო არის საქათველოს მემკვიდრეობისა და იდენტურობის ნაწილი, რომელიც მოიცავს არქიტექტურას, პოეზიას, სიმღერასა და რელიგიას. ღვინო წარმოადგენს აღორძინების, სიმდიდრისა და სიუხვის სიმბოლოს. საქართველოში ვაზის ბევრად მეტი ორიგინალური სახეობაა (500-ზე მეტი) ვიდრე მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანაში. რბილი კლიმატი და შავი ზღვით განპირობებული ნოტიო ჰავა ქმნის საუკეთესო პირობებს ქვეყანაში მევენახეობისა და მეღვინეობის განვითარებისათვის.



სამხრეთ საქართველოში, სამცხის ტერიტორიაზე ამჟამად მიმდინარე არქეოლოგიური გათხრები შესაძლოა, სენსაციური, ისტორიული მნიშვნელობის აღმოჩნდეს. ასე აფასებენ ქართველი და იტალიელი არქეოლოგები იმ ერთობლივ პროექტს, რომლის ფარგლებშიც გათხრები მიმდინარეობს. იტალიელი პროფესორის ლივიო ძერბინის მოლოდინით, გათხრებმა, შესაძლოა, არგონავტებისა

და პრომეთეს შესახებ მითების რეალურობა დაადასტუროს, დაგვარწმუნოს, რომ ეს მითები უტყუარ ისტორიულ ფაქტებს ემყარება. რა ეტაპზეა დღეს არქეოლოგიური გათხრები და რა განსხვავებაა აქამდე ჩატარებულ სხვა კვლევებსა და ამ არქეოლოგიურ სამუშაოებს შორის?

- **რელიგიური და საპილიგრიმო (მომლოცველთა) ტურები** – ეფუძნება საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესიის მდიდარ ისტორიულ და კონფესიურ – კულტურულ მემკვიდრეობას. მომლოცველთა ტურები საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესიის ინიციატივაა.

**მომლოცველთა ტურები** - ბაგრატის ტაძარი ძველი ქართული ხუროთმოძღვრების ძეგლი ქუთაისში, „უქიმერიონის გორაზე,“ აგებულია X-XI ს. ს. მიჯნაზე ერთიანი საქართველოს პირველი მეფის ბაგრატ III-ის (975-1014) მიერ.



ჩრდილოეთ კედლის წარწერის თანახმად, „ოდეს განამტკიცა იატაკი, ქორონიკონი იყო 223“ (1003), ტაძარი ღვთისმშობლის მიძინების სახელობისა იყო. ხუროთმოძღვრული და მხატვრული ღირსებების განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს ქართული არქიტექტურის ისტორიაში. 1952 წლიდან ტაძრის აღდგენა-კონსერვაციისა და ძეგლის მეცნიერულად შესწავლის სამუშაოები მიმდინარეობს.



- **ზამთრის სპორტული ტურები** – დასვენების სანახაობითი ტური. გუდაურის საერთაშორისო სათხილამურო კურორტი კავკასიაში სთავაზობს: ალპური სათხილამურო სპორტისა და სათხილამურო სპორტის-სნოუბორდის ტურპაკეტებს. ახალ თავგადასავლებს: სამდინარო რაფტინგს. სამთო ველოსპორტს. პარაგლაიდინგსა და სხვა სანახაობებს. ყველაფერი ეს უცხოელ ტურსიტთა ჯგუფებისა და ცნობისმოყვარეთა კლუბებისათვის საინტერესოა.





პარაპლანის მოყვარულებისთვის დაშვება ხდება თბილისის ზღვაზე. სიმალიდან დაშვება მართლაც დიდი სიამოვნებაა და ექსტრემალური სიტუაციების მოყვარულები ძალიან ხშირად სპორტის ამ სახეობით ივსებენ ადრენალინის ნაკლებობას.

პირველ რიგში პარაპლანის მართვა უნდა შეისწავლოთ, ასაკი განსაზღვრული არ არის.



საქართველოში ყველანაირი ექსტრემალური სპორტისათვის არსებობს შესაძლებლობები, მათ შორის ჯომარდობისთვისაც. სპორტის ეს სახეობა საქართველოში პოპულარულია 1980-იანი წლებიდან.



ჯომარდობის მოყვარულები მძაფრი შეგრძნებების განცდის მიზნით სხვადასხვა სირთულეების მდინარეებზე ეშვებიან რეზინის გასაბერი ნავეებით, რომელშიც ადგილების რაოდენობა 1-დან 12-მდე არის. საქართველოში ჯომარდობის სეზონი აპრილიდან იწყება და ოქტომბრის ბოლომდე გრძელდება. ჯომარდობა მდინარის სირთულეების მიხედვით რამდენიმე კატეგორიად იყოფა – I კლასი ყველაზე იოლია, IV კლასი კი სიცოცხლისათვის სარისკო საფრთხით ხასიათდება. საქართველოს მდინარეებს ჯომარდობის ყველა კატეგორიისათვის გააჩნია შესაძლებლობები.

ფშავის არაგვი განსაკუთრებით მიმზიდველი მდინარეა ჯომარდობის მოყვარულთათვის. სირთულის მიხედვით ეს მდინარე 2-3 კატეგორიის ჯომარდობის საშუალებას იძლევა. საჯომარდო მარშრუტის სიგრძეა 17 კილომეტრი და დაშვებას

დაახლოებით საათნახევარი სჭირდება. ტურები ეწყობა ასევე მდინარე მტკვარზე ბორჯომის ხეობაში და მდინარე ენგურზე სვანეთში, ასევე სხვა მდინარეებზე.

**ნადირობა და თევზაობა** – ნადირობა, გარეული ნადირისა და ფრინველის მოპოვებაა. ადამიანის საწარმოო მოღვაწეობის ერთ-ერთი უძველესი დარგია. თავდაპირველად (პალეოლითის ეპოქაში) ნადირობა კოლექტიურ ხასიათს ატარებდა და ნანადირევსაც კოლექტიურად იყენებდნენ. იგი შეხამებული იყო მეთევზეობასთან, მიწათმოქმედებასთან, მეცხოველეობასთან და სხვა დარგებთან.



საზოგადოების განვითარებასთან ერთად წარმოიშვა ნადირობის ინდივიდუალური ფორმა, რომელიც თანდათანობით (განსაკუთრებით ჩრდილოეთ განედში) გადაიზარდა რეწვაში.

ფერმერული ტურიზმის შემთხვევაში, ფერმერს თავის ტერიტორიაზე შეუძლია მოაწიოს კემპინგები, რაც ტურისტებს მისცემს ნადირობის და თევზაობის საშუალებას. ასევე, მეთევზეთა და მონადირეთა დასახლებებში ადგილობრივ მცხოვრებთ, შეუძლიათ ტურისტებს მისცენ საცხოვრებელი ადგილები და მონაწილეობა მიაღებინონ თევზაობაში და ნადირობაში. ტურიზმის ამ სახეობის ორგანიზებისათვის შეიძლება მათ ტექნიკური დახმარება გაეწიოთ. სადაც ტურიზმის ეს სახეობა ვითარდება და თავს იჩენს მომსახურების დაჯავშნის სისტემის შექმნის აუცილებლობას, რადგან იგი სეზონურობით ხასიათდება, საჭირო ხდება საცხოვრებელი ადგილების წინასწარ დაჯავშნა.



**სამთო ტურიზმი** – ქვეითი ტურიზმის ერთ-ერთი სახეა. მთები ბევრად უფრო რთულ მარშრუტს სთავაზობს ტურისტს. მთაში მოგზაურობისას საჭიროა უფრო დეტალური რუკა.

აუცილებელია ყურადღება მიექცეს შესაბამისი ტანსაცმლის შერჩევას, ტურისტის ფიზიკურ მომზადებას და მთაში გადაადგილების წესს- ჩვევების გათვალისწინებას. ცალკეულ მწვერვალებზე, თუნდაც მთის კალთებზე ასვლისას აუცილებელია, რომ ტურისტს ჰქონდეს ინფორმაცია სამაშველო სამსახურების ან მოხალისე მშველელების

შესახებ. სასურველია იყოს რეგიონში არსებული მწვერვალების ფოტოები და მარშრუტების დამახასიათებელი ხედები შესაბამისი განმარტებით.



მნიშვნელოვანია, რომ ბილიკზე მოძრაობისას შემუშავებული იყოს სამაშველო შეტყობინებების გადაცემის მექანიზმი (მობილური კავშირი, რადიოკავშირი, კოორდინატები და ა.შ.). წინასწარ მოფიქრებული უნდა იყოს ევაკუაციის საშუალებების გამოყენება და დაზღვევა.

**ველოტურები**-უკანასკნელ პერიოდში პოპულარობით სარგებლობს. ველოტურების მოყვარული ქირაობს ველოსიპედს (ან საკუთარი აქვს) და სარგებლობს ტურისტულ მეურნეობებთან არსებული (მარკირებული) საველოსიპედო მარშრუტებით. ტურისტულ რუკაზე ველომარშრუტები დატანილია თავისი აღნიშვნებით და დეტალური ინფორმაციით (მაგ., მარშრუტის საფარის ხარისხი, დახრილობა, აღმართისა თუ დაღმართის სიგრძე და ა. შ.).

ტურისტული ღირსშესანიშნაობების, ტურისტული რესურსების და კვების ობიექტების ჩათვლით. მნიშვნელოვანია აგრეთვე ველოსიპედების სერვისის პუნქტის აღნიშვნაც. ველოსიპედის დაქირავებისა და ჩაბაერბისას აუცილებელია მისი შემოწმება (მუხრუჭი, ფარი და სხვ.) ველოსიპედი შესაძლოა იყოს აღჭურვილი საბარგულით, ხოლო ტურისტები შესაბამისი ტანსაცმლით (აუცილებელია ჩაფხუტის, ქამრისა და შუქის ამრეკლის გამოყენება). სამთო ველოსიპედისათვის უმთავრესი მოთხოვნაა მისი უსაფრთხოება და გამართული მდგომარეობა. ყოველი გაქირავების წინ ველოსიპედი გულდასმით უნდა შემოწმდეს.

**საწყალოსნო მარშრუტები:** ტურისტები ხშირად უპირატესობას ანიჭებენ მდინარისა და ტბის პირას დასვენებას. იგულისხმება ცურვა, ბაიდარებითა და მდინარის გასაბერი ნავეებით გასეირნება (მდინარეზე, ტბებზე, ღირსშესანიშნაობების მონახულებით). წყლის ტურიზმის განსხვავებული სახეა იალქნიანი ნავით გასეირნება. მდინარესთან ახლოს მდებარე ტურისტულ მეურნეობებში აუცილებლად იქნება მოთხოვნა მსგავს მოგზაურობაზე. მასპინძელს ან თავად აქვს ნავების, ბაიდარისა თუ იალქნიანი ნავის გაქირავების პუნქტი ან სთავაზობს სტუმრებს პროფესიონალურ საგამყოლო მომსახურებასა და გაქირავების პუნქტს პარტნიორი ორგანიზაციის სახით.





**სანაპიროზე დასვენება:** შესაძლებელია მდინარესთან ახლოს მდებარე ტურისტულ მეურნეობას საკუთარი პლაჟიც ჰქონდეს, რაც დასვენებას უფრო მეტად სასიამოვნოს გახდის. არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ წყლის სისუფთავე, სიღრმე, დინება, ფსკერი კარგად უნდა გააცნონ შეთავაზებისას, ხოლო ცურვის ორგანიზებისას სასურველია მაშველთა სიახლოვე.



**საცხენოსნო ტურიზმი**-სოფლის გარემოში აქტიური დასვენების კიდევ ერთი პოპულარული სახეობაა. შესაძლებელია მასპინძელმა ტურისტს შეთავაზოს ცხენზე ჯდომის სწავლება, ცხენით გასეირნება ან ტურისტული საცხენოსნო მარშრუტების გავლა.

ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე ტურიზმის სწრაფ განვითარებასა და უცხოელ ტურისტთა მასიურ მოზიდვას ხელს უწყობს ჩვენი უნიკალური ფლორა, ადვილად მისაწვდომ სივრცეზე მდებარე სუბტროპიკული და ალპური ზონები, ანკარა მდინარეები, წლის ერთსა და იმავე დროს მწვანე და თოვლიანი მთები. ყოველივე ეს ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ტურიზმის სხვადასხვა სახეების, მათ შორის საცხენოსნო ტურიზმის განვითარებისათვის. ტურიზმის ეს სახე ბოლო პერიოდში სწრაფი ტემპით ვითარდება და დიდი პოპულარობით სარგებლობს იმ ადამიანებში, რომლებსაც იზიდავს მთის განუმეორებელი ლანდშაფტები, ფლორა და ფაუნა, ხელუხლებელი, ეკოლოგიურად სუფთა გარემო, ველური ბუნება. გამორჩეულია საცხენოსნო ტურიზმის მარშრუტები კინტრიშის, სხალთის და მთათუშეთის ხეობებში. ამ მარშრუტებზე მდიდარი მცენარეული საფარისა და ცხოველთა ნაირგვარი სახეობების გარდა, არაორგანული, ბუნების ძეგლებისა (კლდის სვეტები, კომკები) და ისტორიული ნაგებობების ხილვაც შესაძლებელია.



**ქვეითად გასეირნება და ლაშქრობები-ბილიკების** მოწყობისას აუცილებელია სპეციალისტების ჩართვა, რათა ბილიკები იყოს საინტერესო, უსაფრთხო და შეესაბამებოდეს სხვადასხვა სირთულეს. ასეთ ბილიკებზე ხშირად ეწყობა სპეციალური გართობითი სახის თამაშები (ძირითადად ბავშვებისათვის): ბარიერები, საცოცი გასასვლელები და საძრომები, გამაჯანსაღებელი ვარჯიშებისათვის გამოყოფილი ადგილები და ა.შ. გამაჯანსაღებელი ბილიკები უნდა იყოს მონიშნული შესაბამისი წარწერებით და ინსტრუქციებით. სირბილი აქტიური დასვენების ერთ-ერთი სახეა, რისთვისაც ასევე აუცილებელია ბილიკების მოწყობა.

ქვემოთ საკმაოდ საინტერესო ინფორმაციას ნახავთ, ეს ინფორმაცია **გამარჯობა საქართველომ მოამზადა** და ვფიქრობ ძალიან გამოადგებათ საორბისისა და ხოვლეს ნახვის მსურველებს.

### 1. რეგიონი:

ფიცესი (საორბისის ტაძარი)-გორის რაიონი;  
ხოვლე-კასპის რაიონი;  
ქვემო ქართლი.

### 2. მარშრუტის დასახელება:

**თბილისი-მცხეთა-კავთისხევი-ახალქალაქი-რკონი-საორბისის ტაძარი სოფელ-ფიცესში-ხოვლე-მეტეხი-იგოეთი-თბილისი**

### 3. ხანგრძლივობა:

1. დღე.

### 4. სირთულე:

5. გასვლის, ლაშქრობის ღირებულება 10-12ლარიმგზავრზე

6. მონაწილეთა რაოდენობა-11

7. გასვლის, ლაშქრობის ორგანიზატორი -მაკენა

8. დანიშნულების პუნქტთან უახლოესი დასახლებული პუნქტი:  
ფიცესი-10კმ; რკონი-13კმ, ხოვლე-8კმ .

9. მარშრუტის სიგრძე ტრანსპორტით:

ჯამში 219კმ

10. ფეხით გავლილი მანძილი:

4 კმ. ნაწილისთვის, ქსოვრელი-მელექსა-5,5კმ.

11. სანახავი და ყურადღება მისაქცევი ადგილები:

**საორბისის ტაძარი** - საკურთხევის მოხატულობა, სამხრეთ ფასადის შესანიშნავი ჩუქურთმა, ფრესკების ნაკვალევი, ახლოს მდებარე ძველი სასაფლაო ხოვლეს აკვედუკი - მე17 საუკუნის წყალმომარაგებისთვის აშენებული საინჟინრო ნაგებობა. სოფელში ქვახიდს უწოდებენ, მაგრამ სასიარულო ხიდად გამოუსედაგარია. აკვედუკს ბურჯებს შორის სხვა და სხვანაირი თალი აქვს.

12. საბანაკე ადგილები:

სოფლების მიმდებარე ტერიტორიები იძლევა დაბანაკების საშუალებას.

13. სასმელი წყალი მარშრუტზე: ძნელია მოსაპოვებელია.

14. საჭირო აღჭურვილობა, რჩევები:

ჯიპ-ტურისთვის საბურავები, სასურველია, მშრალ ამინდში წასვლა, გეზის გამოკითხვა ადგილობრივ გამვლელებთან. საორბისაზე ასვლა შესაძლებელია როგორც რკონიდან, ასევე მეტეხი-ხოვლედან და ხანდაკიდან.

15. გასვლისთვის, ლაშქრობისთვის საუკეთესო დრო გაზაფხული-შემოდგომა.

16. რისკები, საფრთხეები: ნიადაგი, ცუდი გზაა.

17. უახლოესი ღირსშესანაშნავი ადგილი, რომელიც დროის გახანგრძლივების შემთხვევაში შეიძლება, გასვლის წინ ინახოს, საორბისის ტბა, სავანეთის ეკლესია, გიორგი სააკაძის პაპა-ბებუის სოფელი ფიცეს იქით, ხოვლეს საგუმაგო კოშკი, მრავალი ტაძარი (თუმცა, გუმბათიანი და ფრესკებიანი მათ შორის არ არის), ივანე ჯავახიშვილის მუზეუმი. სხვა მრავალი ძეგლი კასპის რაიონში, რომელიც ამ მხრივ მდიდარია.

18. პირობები სხვადასხვა აქტივობისთვის ლაშქრობა, თევზაობა თამაში.

19. პირობები, ფიჭური კავშირგაბმულობისთვის: მთის თავებზე იჭერს, ტყეებსა და მთის ძირში-არა.

20. სასარგებლო საკონტაქტო ინფორმაციის მიღება ადგილობრივი მოსახლეობა.

21. რუკა, ჯი-პი-ეს-მონაცემები.

**ზამთრის დასვენება** - ზამთარში პოპულარული ხდება ის აგროტურისტული მეურნეობა, რომელიც სამთო-სათხილამურო ტრასებთან ახლოს ან კურორტის ტერიტორიაზე მდებარეობს. ბოლო დროს უფრო ხშირად ვხვდებით სათხილამურო ლაშქრობის მოყვარულ ტურისტებს. ისინი აგროტურისტულ მეურნეობებს იყენებენ ღამის გასათევად ან კვებისათვის. კვებითი მომსახურება -მასპინძელი ოჯახებისათვის შემოსავლის წყაროა. სპორტის რა სახეობასაც არ უნდა მისდევდეს ტურისტი, მისი მოთხოვნა კვებაზე დიდია. ხშირად ტურისტები „მინ“ ბრუნდებიან დაღლილები, დათოვლილ-დასველებულები და მასპინძელი მათ ახვედრებს კომფორტულ გარემოს, ცხელ კერძსა და მშრალ ტანსაცმელს. ეს კარგად აისახება სტუმრების განწყობილებაზე.

კავკასიონის მთებში რამდენიმე ზამთრის კურორტია. ზამთრის სეზონზე საბაგროს საშუალებით შესაძლებელია დათოვლილი მთის მწვერვალებზე ასვლა,

რომლებიც დეკემბრიდან აპრილამდე თოვლითაა დაფარული. ამ პერიოდში თოვლი მართლაც რომ გარანტირებულია, რაც ყველა ქვეყნის სამთო-სათხილამურო კურორტებზე ყოველთვის არ არის.



აქ შეიძლება თანამედროვე სათხილამურო საშუალებების დაქირავება, ისარგებლონ მწვრთნელების მომსახურებით და, რაც მთავარია, სასტუმროების უმეტესობა საბაგროსთან ახლოს მდებარეობს.

დაბა კურორტი ბაკურიანი, რომელიც ვულკანურ კრატერზე, ზღვის დონიდან 1650 მეტრის სიმაღლეზე მდებარეობს, გამორჩეული ადგილია როგორც ალპინისტებისა და მოთხილამურეებისთვის, ასევე ბუნების მოყვარულთათვის, რომელთაც აქ სუფთა და ჯანმრთელი ჰაერი ელოდებათ.

ბაკურიანს განსაკუთრებით ხშირად სტუმრობენ უფროსი ასაკის დამსვენებლები და ბავშვიანი ოჯახები. ეს დაბა-კურორტი გახლდათ საქართველოს პირველი სათხილამურო რეგიონი, რომელიც პასუხობდა ყველა ოლიმპიურ სტანდარტს. ამჟამად ბაკურიანი საქართველოს ერთ-ერთი ყველაზე განთქმული ზამთრის კურორტია. აქ თქვენ საკმაოდ ხელმისაწვდომ ფასად შეგიძლიათ იქირაოთ სათხილამურო და სხვა სახის სპორტული ინვენტარი.

ზამთრის სპორტული ღონისძიებებისა და გასართობი საშუალებების მრავალფეროვნება, სათხილამურო შეჯიბრში მონაწილეობა, ცხენზე ჯირითი, საბაგრო – ეს ყველაფერი ულამაზესი ლანდშაფტის ფონზე, კომფორტულ და ამავე დროს ძველებურ გარემოში- დიდ კმაყოფილებას გვრის ადამიანს.



გუდაური საქართველოს უახლესი, მაღალ დონეზე განვითარებული სათხილამურო კურორტია. იგი კავკასიონის მთებში 2 000 მეტრის სიმაღლეზე მდებარეობს, სადაც წელიწადის უმეტეს დროს თოვლი დევს. ახლად აშენებული სასტუმროები და საბაგრო უმაღლესი დონის მომსახურებას სთავაზობს თანამედროვე მოთხილამურეებს.

გუდაური, რომელიც ულამაზესი მწვერვალებითაა გარშემორტყმული და თბილისის აეროპორტიდან სულ რაღაც 120 კმ-ითაა დაშორებული, მართლაც რომ ყველაზე მიმზიდველი ზამთრის კურორტია საქართველოში.

ამ რეგიონის სამხრეთით მდებარეობა წელიწადის ყველა პერიოდში მზიან ამინდს, ხოლო მისი სივრცეში გაშლილობა და სიმაღლე სუფთა და ჯანმრთელ თოვლს განაპირობებს. სათხილამურო სეზონი გუდაურში დეკემბრიდან აპრილის შუა რიცხვებამდე გრძელდება.

გუდაურის გრძელი სათხილამურო ბილიკი მეტად მიმზიდველია მოთხილამურეებისა და სნოუბორდისტებისთვის. გუდაურის სათხილამურო ფერდობები მრავალ გაასართობ საშუალებას სთავაზობს ყველა ასაკისა და შესაძლებლობის მქონე მოთხილამურეს. სათხილამურო ბილიკები განკუთვნილია როგორც დამწყები მოთხილამურეებისთვის, ასევე სნოუბორდისტებისა და პროფესიონალებისთვის.

სათხილამურო ინვენტარის გაქირავება ან სათხილამურო ინვენტარის დაქირავება შესაძლებელია სათხილამურო სკოლებსა და სასტუმროებში. სტუმრებს სთავაზობენ მხოლოდ თანამედროვე და უსაფრთხო სათხილამურო საშუალებებს.

### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ ტურიზმის არსი, ტერმინები და კონცეფციები;
2. დაახასიათეთ ტურიზმის მენეჯმენტის თავისებურებანი;
3. დაახასიათეთ ტურიზმის სახეები და ძირითადი მიმართულებები.

## **თავი II. ტურიზმის მენეჯმენტის სისტემა და სტრუქტურა**

### **2.1 ტურიზმის მენეჯმენტის სისტემა**

ტურიზმის სისტემის საფუძველია ორი სუბსისტემა: ტურიზმის სუბიექტი და ტურიზმის ობიექტი.

ტურიზმის სუბიექტად მოიაზრება ტურისტული ღონისძიებების მონაწილე, ანუ ტურისტი, რომელიც ეძებს თავის მოთხოვნილებათა დაკმაყოფილების შესაძლებლობებს ტურისტული მომსახურების მიღების გზით. და ტურისტული მომსახურება წარმოადგენს ტურიზმის ობიექტს.

ტურიზმის სტრუქტურა არსებობს საზოგადოებრივ გარემოცვაში, რომელიც წარმოდგენილია ეკონომიკით, ეკოლოგიით, ტექნოლოგიებით, პოლიტიკითა და სოციალური სისტემებით. ტურიზმის გარე გარემოზე დამოკიდებულება მისი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი და მახასიათებელი თავისებურებაა.

ტურიზმის სისტემა იყოფა ორ სუბსისტემად: ტურიზმის მენეჯმენტის სუბიექტი და ტურიზმის მენეჯმენტის ობიექტი.

გარე ფაქტორების განხილვისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული ის, რომ ეს გავლენა ყველგან არ არის ერთნაირი. მენეჯმენტმა უნდა გამოავლინოს გარე ზემოქმედების ყველაზე არსებითი ფაქტორები და შეიმუშაოს მათზე რეაგირების ეფექტიანი ხერხები.

### **ტურიზმზე დადებითად მოქმედი ეკონომიკური ფაქტორები**

-რეალური შემოსავლების ზრდა და მისი უფრო თანაბარზომიერი განაწილება;

-ვალუტის სტაბილური მდგომარეობა; ხელსაყრელი კონიუქტურული სიტუაცია.

### **ტურიზმზე უარყოფითად მოქმედი ეკონომიკური ფაქტორები**

-კრიზისული ეკონომიკური მოვლენები; წარმოების დაცემა (უმუშევრობის ზრდა, ხელფასის შემცირება, დროებითი მუშაობა); ვალუტის არასტაბილურობა და არაკონიუქტურული სიტუაცია.

ეკონომიკაზე ტურიზმის ზემოქმედების განხილვასთან დაკავშირებით გამოყოფენ ტურიზმის ხუთ ეკონომიკურ ფუნქციას:

-საწარმოო ფუნქციები (შრომა, მიწა და კაპიტალი);

-მოსახლეობის დასაქმება;

-შემოსავლების შექმნა;

-შერბილების ფუნქცია;

-საგადამხდელი ბალანსის ნიველირების ფუნქცია.

ნებისმიერი პროფილის საწარმო ასრულებს იმ ფუნქციას, რომლის დროსაც ხდება ღირებულებათა დაგროვება. ასევე ტურისტული მომსახურეობის სფეროს საწარმოებიც ქმნიან ახალ პროდუქტებს და ხელს უწყობენ ღირებულებათა დაგროვებას. უმრავლეს შემთხვევაში ტურისტულ პროდუქტებს გააჩნიათ არამატერიალური საქონლის სახე, რადგან ისინი წარმოადგენენ მომსახურეობას. ამ მომსახურეობისათვის კი საჭიროა პერსონალი (მუშაკები). ამიტომ ტურიზმის მეორე მნიშვნელოვანი ფუნქციაა მოსახლეობის დასაქმების უზრუნველყოფა. ამდენად, ტურისტულ ბიზნესში დასაქმების უზრუნველყოფა მჭიდრო კავშირშია შემოსავლის შექმნის ფუნქციასთან.

**შერბილების ფუნქცია**—ტურისტებს აინტერესებთ რეგიონები სუსტად განვითარებული მრეწველობით, რომლებიც ხასიათდებიან ეკოლოგიურად სუფთა ლანდშაფტებით და გარემოთი. უმრავლეს შემთხვევაში ასეთი რეგიონებია განვითარებული სოფლის მეურნეობით, ეს კი ხელს უწყობს მათი შემოსავლების გამოთანაბრებას, რადგან ეს შემოსავლები ხშირად უფრო მცირეა, ვიდრე რეგიონები, სადაც განვითარებული მრეწველობით ხასიათდებიან.

**საგადამხდელი ბალანსი** —მომსახურეობის ბალანსის შემადგენელი ნაწილია მოგზაურობათა ბალანსი ქვეყნის შიგნით და საზღვარგარეთ. ამ ბალანსში ადგილობრივი ტურისტების ხარჯები, რომლებიც მიემგზავრებიან საზღვარგარეთ,

უპირისპირდება შემოსავლებს, რომლებიც მიღებულია უცხოელი ტურისტების მიერ მოხმარებული საქონლიდან და მომსახურებიდან.

## 2.2 ტურიზმის მენეჯმენტის სტრუქტურა

ტურიზმი, როგორც მომსახურეობის სფეროს ერთ-ერთი დარგი არა მარტო ეკონომიკისა და ბიზნესის მნიშვნელოვანი სფეროა, არამედ იგი არის რთული ორგანიზაციული სტრუქტურა, რომელიც განსაზღვრავს შრომითი კოლექტივებისა და ცალკეული მუშაკების ადგილს, როგორც რეგიონებში, ასევე ორგანიზაციებსა და საწარმოებში. ტურიზმის მართვის სტრუქტურა გაგებულ უნდა იყოს როგორც მოწესრიგებული ურთიერთდაკავშირებული ფუნქციების ერთობლიობა. არსებითად საქმე ეხება მართვის დონეებსა და ფუნქციური სამსახურების ურთიერთდამოკიდებულებას, რომლებიც მენეჯმენტის დახმარებით მყარდება ერთმანეთთან.

ტურიზმის მენეჯმენტის სტრუქტურა ნიშნავს კვალიფიციური კადრების (სპეციალისტების), მათი უფლებებისა და პასუხისმგებლობების ოპტიმალურ განაწილებას ცალკეულ ქვედანაყოფებს შორის. ორგანიზაციის მენეჯმენტის სტრუქტურაში გამოიყოფა მართვის ქვედანაყოფები (განყოფილებები), დონეები (საფეხურები) და კავშირები (ჰორიზონტალური და ვერტიკალური).

სტრუქტურულ ქვედანაყოფებს მიეკუთვნება აგრეთვე მენეჯერებიც, რომლებიც ახორციელებენ თანამშრომელთა საქმიანობის კოორდინაციას.

მართვის დონის ცნებაში იგულისხმება ქვედანაყოფების ერთობლიობა, რომლებიც იკავებენ განსაზღვრულ საფეხურს ორგანიზაციის მენეჯმენტის სიტემაში. მენეჯმენტის საფეხურები იმყოფებიან ვერტიკალურ დამოკიდებულებაში და ექვემდებარებიან ერთმანეთს იერარქიის მიხედვით: უფრო მაღალი საფეხურის მენეჯერები დებულობენ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც კონკრეტდება და დაიყვანება ქვედგომ რგოლებამდე. ცალკეული მენეჯერები ახდენენ მუშაობის კოორდინირებას, რომლებიც თავის მხრივ კოორდინირებას უწევენ უფრო დაბალი დონის მენეჯერებს, შრომის ასეთი ვერტიკალური დანაწილების შედეგად იქმნება მართვის დონეები.

ორგანიზაციის მართვის უმაღლესი დონე შეიძლება წარმოდგენილ იყოს დირექტორთა საბჭოს (მეთვალყურეთა საბჭოს) თავჯდომარის, პრეზიდენტის, ვიცე-პრეზიდენტის ან დირექტორის სახით. ამ დონის მენეჯერები შეიმუშავენ ორგანიზაციის პოლიტიკას (სტრატეგიას) და ახდენენ მის რეალიზაციას.

უმაღლეს დონეზე გამოყოფენ ორ ქვედანაყოფს: სრულუფლებიანი მართვა და საერთო ხელმძღვანელობა.

მართვის ყველა დონეზე მენეჯერები ასრულებენ არა მარტო წმინდა მმართველობით ანუ სამმართველო, არამედ საშემსრულებლო ფუნქციებსაც. მაგრამ უმაღლეს დონეზე საშემსრულებლო ფუნქციების ხვედრითი წონა მინიმალურია.



გამოკვლევები აჩვენებს, რომ მენეჯერების საერთო დროის დაახლოებით 10% უმაღლეს დონეზე უკავია საშემსრულებლო ფუნქციებს, 50%-საშუალო დონეზე, ხოლო 70% დაბალ დონეზე. საწარმოების (ორგანიზაციების) სტრუქტურებს შორის ურთიერთობები მყარდება ჰორიზონტალური და ვერტიკალური კავშირები, რომელიც განპირობებულია შრომის დანაწილებით. შრომის დანაწილების მთავარი დანიშნულებაა მუშაკთა სპეციალიზაცია სამუშაოების, ოპერაციებისა და პროცედურების ცალკეული სახეების შესასრულებლად. ე. ი. სამუშაო ნაწილდება შრომით პროცესში მონაწილეებს შორის პროფესიული ნიშნის მიხედვით.

სამართველო (მართველობითი) შრომის დანაწილების ვერტიკალური მიმართულებებია:

ა)ზოგადი მენეჯმენტი- საწარმოს (ფირმის) საქმიანობის ძირითადი პერსპექტიული მიმართულებების შემუშავება და შემდგომში მათი განხორციელება;

ბ)ტექნოლოგიური მენეჯმენტი- თანამედროვე პროგრესული ტექნოლოგიების შემუშავება და საწარმოო საქმიანობაში მათი დანერგვა, რაც გულისხმობს საწარმოო პროცესების მენეჯმენტის რაციონალიზაციას თანამედროვე მეთოდების გამოყენების საფუძველზე, საწარმოს (ფირმის) წარმოების კომპლექსურ მექანიზაციას და მათში ავტომატიზაციის დანერგვას;

გ)ეკონომიკური მენეჯმენტი- საწარმოს (ფირმის) საქმიანობის ეკონომიკური ანალიზი, მისი სტრატეგიის განსაზღვრა, ბიზნეს-გეგმის შედგენა და რენტაბელური მუშაობა;

დ)ოპერატიული მენეჯმენტი- მოიცავს ოპერატიული გეგმის შედგენას, ცალკეულ შემსრულებლებამდე დაყვანას, შემსრულებელთა განაწილებას სამუშაო ადგილების მიხედვით, მათ ინსტრუქტირებას და სამუშაო პროცესების რეალიზებას;

ე)პერსონალის მენეჯმენტი—საწარმოს (ფირმის) შრომითი რესურსების (კადრების) შერჩევა, განაწილება და კადრებთან მუშაობის ორგანიზება.

როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ ორგანიზაციის მენეჯმენტის სტრუქტურაში ჰორიზონტალური და ვერტიკალური კავშირები შეიძლება იყოს სახაზო და ფუნქციური. ტურისტული სფეროს მართველობით პრაქტიკაში გავრცელება ჰპოვავს სახაზო, ფუნქციურმა და სახაზო-ფუნქციურმა ორგანიზაციულმა სტრუქტურებმა.

ამათგან მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურის ყველაზე მარტივ ფორმას წარმოადგენს სახაზო სტრუქტურა, რომელიც ხორციელდება სახაზო მენეჯერიდან, ე. ი. პირიდან, რომელიც მთლიანად აგებს პასუხს ფირმის სტრუქტურული ქვედანაყოფის საქმიანობაზე, ინფორმაციაზე და გადაწყვეტილებების მიღებაზე, მენეჯერს აქვს ყველა უფლებამოსილება განახორციელოს მისდამი დაქვემდებარებულ მუშაკებზე და პასუხს აგებს სამართავი ობიექტის საქმიანობის შედეგებზე. იგი მოქმედებს ერთმართველობის პრინციპით, რომ ხელქვეითები ასრულებენ მხოლოდ ერთი უფროსის (მენეჯერის) განკარგულებებს.

მართვის ზემდგომი დონის მენეჯერს არ აქვს უფლება გასცეს განკარგულებები რომელიმე შემსრულებელზე მისი უშუალო უფროსის (მენეჯერის) გვერდის ავლით. ამ სტრუქტურის დადებითი მხარეებია: განკარგულებათა ერთიანობა და სიზუსტე,

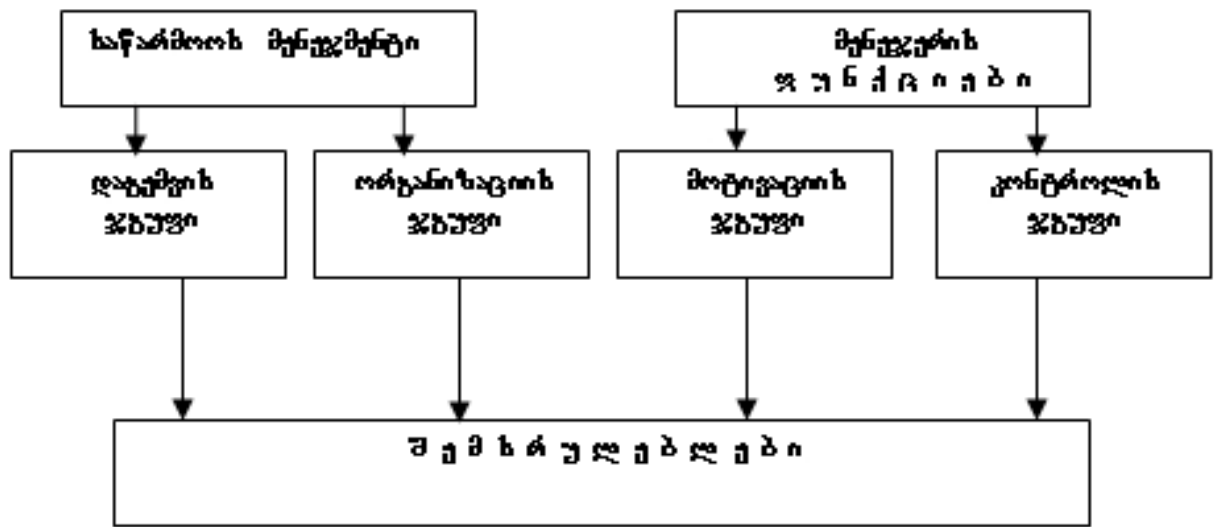


მართვის სიმარტივე, ოპერატიულობა და ზუსტად გამოხატული პასუხისმგებლობა. მაგრამ მთავარი ნაკლია ის, რომ მენეჯერს არ შეიძლება ჰქონდეს ყველა შესასრულებელი ფუნქციის შესაბამისი ცოდნა ან გამოცდილება. ამ ხარვეზის აღმოფხვრა გარკვეულწილად მიიღწევა ფუნქციური სტრუქტურის საშუალებით.

ფუნქციური მართვა ხორციელდება სამუშაოთა კონკრეტულ სახეებზე სპეციალიზებული ქვედანაყოფების მიერ, რაც აუცილებელია ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მისაღებად. ერთი პროფილის სპეციალისტები როგორც წესი, ერთიანდებიან სპეციალიზირებულ სტრუქტურულ ქვედანაყოფებში: მარკეტინგის, საგეგმო ქვედანაყოფებში და ა. შ. ფუნქციური მართვისას უნივერსალური მენეჯერების ნაცვლად, რომლებმაც უნდა შეასრულონ მენეჯმენტის ყველა ფუნქცია, იქმნება სპეციალისტების შტატი, რომლებსაც გააჩნიათ მაღალი კომპეტენცია თავის დარგში და პასუხს აგებს განსაზღვრულ მიმართულებებზე, მართვის აპარატის ასეთი ფუნქციური სპეციალიზაცია მნიშვნელოვნად ამაღებს ორგანიზაციის ეფექტიანობას.

მართვის ფუნქციურ სტრუქტურას გააჩნია მთელი რიგი უპირატესობები: მენეჯერების მაღალი კომპეტენტურობა, რომლებიც პასუხს აგებენ კონკრეტული ფუნქციების შესრულებაზე; სახაზო მენეჯერების განთავისუფლება ზოგიერთი სპეციალური საკითხების გადაწყვეტისაგან; მოვლენებისა და პროცესების სტანდარტიზაცია, ფორმალიზაცია, პროგრამირება და სხვა. მაგრამ ამ სტრუქტურასაც ახასიათებს ნაკლოვანებებიც, როგორცაა: შედარებით მოუქნელი ორგანიზაციული ფორმა, რომელიც ძნელად რეაგირებს ცვლილებებზე; მეტის-მეტი ცენტრალიზაციის ტენდენცია; გადაწყვეტილებათა მიღების გაჭიანურებული პროცედურა და სხვა.

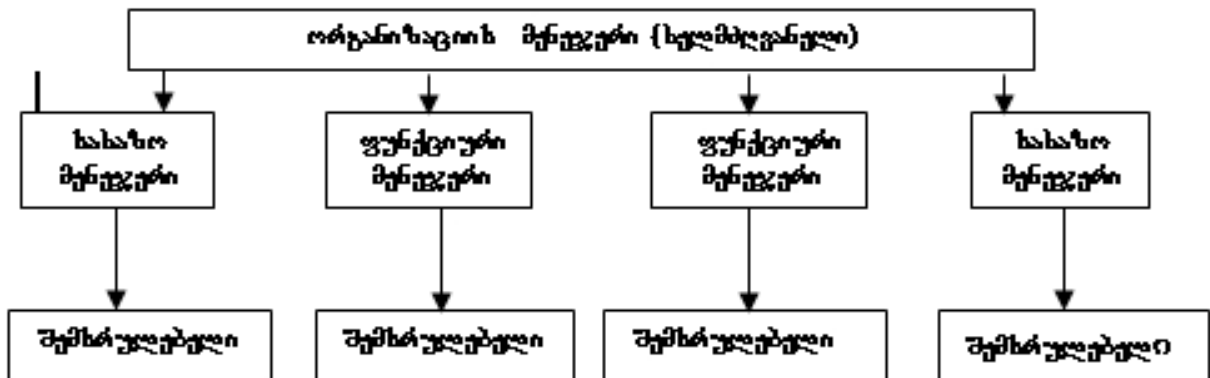
მართვის როგორც სახაზო, ასევე ფუნქციური სისტემის ნაკლოვანებების აღმოფხვრა მნიშვნელოვანწილად შესაძლებელია სახაზო-ფუნქციური სტრუქტურების მიერ. ორგანიზაციაში სახაზო და ფუნქციური კავშირების კომბინირების არსი არის ის, რომ საერთო ხელმძღვანელობისას თითოეული მუშაკი ექვემდებარება მხოლოდ ერთ მენეჯერს. ფუნქციურ მენეჯერებს უფლება აქვთ საკითხების უშუალოდ გადაწყვეტისა, რომლებიც მხოლოდ მათ კომპეტენციას განეკუთვნება. ამ სტრუქტურის დროს მთელ ძალაუფლებას ღებულობს სახაზო მენეჯერი, რომელიც განსაზღვრული ქვედანაყოფის (ჯგუფის) სათავეშია. კონკრეტული გეგმების დამუშავებისას მენეჯერს ეხმარება სპეციალური ფუნქციური ქვედანაყოფები (განყოფილებები, ჯგუფები და სხვა).



სქემა № 1. საწარმოს მართვის ფუნქციური სტრუქტურა

მოცემულ შემთხვევაში ფუნქციური სტრუქტურები ექვემდებარება მთავარ სახაზო მენეჯერს.

მართვის სახაზო-ფუნქციური სტრუქტურა წარმოადგენს სახაზო და ფუნქციური სტრუქტურების დადებითი მხარეების ერთგვარ სინთეზს და მას კომბინირებულ სისტემასაც უწოდებენ.(ნახ.2).



სქემა № 2. მართვის სახაზო - ფუნქციური სტრუქტურა

საწარმოს (ორგანიზაციის) ეფექტიანობისათვის არსებითი მნიშვნელობა აქვს ორგანიზაციულ სტრუქტურას, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს რესურსების რაციონალურად გამოყენებისათვის წესრიგი და სტაბილურობა. ამასთან ორგანიზაცია უნდა იყოს საკმაოდ მოქნილი, რომ დროულად მოხდეს რეაგირება ცვლილებებზე როგორც შიგა, ასევე გარე გარემოშიც.

ორგანიზაციული სტრუქტურა უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

- **ოპტიმალურობა** — მართვის სტრუქტურა ჩაითვლება ოპტიმალურად, თუ მართვის ქვედანაყოფებსა და საფეხურებს შორის, მართვის ყველა დონეზე მყარდება რაციონალური კავშირები მართვის ნაკლებ საფეხურიანობის დროს;

- **ოპერატიულობა** — გადაწყვეტილებათა მიღება უნდა მოხდეს დროულად, არც ნაადრევად და არც გვიან, როცა მათი მიღება არ არის **-საიმედოობა** საჭირო;

- **ინფორმაციის** გადაცემის უტყუარობის გარანტია, მმართველობითი გადაწყვეტილებების და სხვა გადასაცემი მონაცემების დამახინჯების არ დაშვება;

- **ეკონომიურობა** — ართვიდან საჭირო ეფექტის მიღწევა მმართველობით აპარატზე მინიმალური დანახარჯების პირობებში;

- **მოქნილობა**—შეცვლისუნარიანობა გარე გარემოს ცვლილებების შესაბამისად;

- **მართვის სტრუქტურის სიმყარე**—მისი ძირითადი თვისებების უცვლელობა სხვადასხვა გარე ზემოქმედებისა და მართვის სისტემის ფუნქციონირების მთლიანობის პირობებში.

ყველა აღნიშნული მოთხოვნის სრული რეალიზაცია ბევრად დამოკიდებულია ორგანიზაციული სტრუქტურის პროექტირების პროცესის გონივრულ განხორციელებაზე, რომელიც შედგება სამი ეტაპისაგან: ორგანიზაციული სტრუქტურის ანალიზის, დაპროექტებისა და მისი ეფექტიანობის შეფასებისაგან.

#### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ ტურიზმის არსი, ტერმინები და კონცეფციები;
2. დაახასიათეთ ტურიზმის მენეჯმენტის თავისებურებანი;
3. დაახასიათეთ ტურიზმის სახეები და ძირითადი მიმართულებები.

## **თავი III ტურისტული ინდუსტრია, სასტუმროების კლასიფიკაცია და დაცული ტერიტორიები**

### **3.1 ტურისტული ინდუსტრიის მენეჯმენტი.**

**ტურისტული ინდუსტრიის მენეჯმენტი**-სასტუმროების ან სხვა განთავსების ადგილების, სატრანსპორტო საშუალებების, საზოგადოებრივი კვების, გართობის, შემეცნების, საქმიანი, გამაჯანსაღებელი, სპორტული და სხვა დანიშნულების ობიექტების ერთობლიობის ორგანიზაციაა, რომლებიც ახორციელებენ ტუროპერატორულ ან ტურაგენტურ საქმიანობას, აგრეთვე ის ორგანიზაციები, რომლებიც ეწევიან საექსკურსიო მომსახურებას გიდით ან თარჯიმნებით ტურისტული ინდუსტრიის მენეჯმენტის დროს.

დღეს ტურისტული ინდუსტრია დამკვიდრდა არა მარტო ტრადიციულ ტურისტულ ცენტრში- ევროპაში, არამედ ავსტრალიაში, აფრიკაში, ამერიკისა და აზიის კონტინენტების ბევრ ქვეყანაში.

ტურისტული ინდუსტრია შეიძლება განვსაზღვროთ, როგორც სხვადასხვა სექტორებისაგან შედგენილი დარგთაშორისი კომპლექსი (იხ. სქემა 3). სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ, ტურინდუსტრია შედგება ძირითადი, დამატებითი და ე.წ. “საგარეუბნო” სექტორებისაგან.

რუსი მკვლევარები მ. ნემოლიაევა და ლ. ხოდორკოვი თვლიან, რომ თანამედროვე ტურისტული ინდუსტრია – ეს არის წარმოების ჯგუფი, რომელიც უზრუნველყოფს იმ მოთხოვნების დაკმაყოფილებას, რაც ადამიანებს თავიანთი ადგილიდან დროებითი გადაადგილებისას უზნდებათ, გარდა სხვა ქვეყანაში მათი პროფესიული მოღვაწეობისა, რისთვისაც ისინი გასამრჯელოს მიიღებენ.

5. ბარჩუკოვას აზრით ტურისტულ ინდუსტრიაში, როგორც ძირითადი ანუ “პირველადი”, ასევე “მეორადი” დარგები და მომსახურების სახეებია:

1. სასტუმროები და განთავსების სხვა ობიექტები;
2. კვების ბლოკი;
3. ტრანსპორტი;
4. რეკლამა;
5. ტურისტული სააგენტოების მიერ ტურპროდუქტების გასაღება-გაყიდვა;
6. კულტურული მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებელ მომსახურების ღონისძიებები-ექსკურსიები; სამეცნიერო და საქმიანი ინტერესების შესაბამისი ტურები.

#### **სავაჭრო საწარმოები:**

1. ადმინისტრაციული ორგანოები;
2. ბუნების, ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სამსახურები;

#### **საინფორმაციო სამსახურები:**

1. მასმედია;
2. სახელმწიფო ტურისტული ორგანიზაციები; უცხოური იურიდიული და საზოგადოებრივი ტურისტული ორგანიზაციები.

## **ტურისტული ინდუსტრიის სექტორები**

### **ცხრილი №2**

ტურინდუსტრიის ძირითადი სექტორები	ტურინდუსტრიის დამატებითი სექტორები	ტურინდუსტრიის "საგარეუბნო" სექტორები
ტურისტების განთავსების საშუალებათა საწარმოები	<b>წარმოება</b>	<b>წარმოება</b>
ტრანსპორტი	სუვენირები;	სპორტული საქონელი;
ტუროპერატორები;	დასვენებისათვის საჭირო საქონელი;	ტანსაცმელი;
ტურისტული სააგენტოები;	ტექნიკური პროდუქცია;	ფოტოსაქონელი;
კურორტები;	კატალოგები და პროსპექტები;	კოსმეტიკა;
კავშირები;	<b>მომსახურების სფერო</b>	მედიკამენტები
ასოციაციები;	საექსკურსიო მომსახურება;	<b>მომსახურების სფერო</b>
ტურისზმის განითარებისა და რეგულირების სახელმწიფო დაწესებულებები	მასმედია;	საზ. კვების საწარმოები;
ფირმები, რომლებიც ატარებენ კონგრესებს, გამოფენებსა და ბაზრობებს;	ტვირთის გადაზიდვა;	საპარაკმახელოები;
	საკრედიტო დაწესებულებები	სამწვრთნელო მომსახურება;
	სადაზღვეო კომპანიები;	სამთო სათხილამურო მომსახურება;
	გაქირავება;	ფუნქციონირები;

	კადრების მომზადება	კულტურულ-საგანმანათლებლო დაწესებულებები (თეატრი, კინო, მუზეუმი);
	ტურიზმის სფეროს მარკეტინგული კვლევები;	სამედიცინო მომსახურება
	დიპლომატიური წარმომადგენლობები (ვიზების გაცემა);	

წყარო: 1. W. Freyer, *Turismus, Munchen, 1988, s 117*

ჩამონათვალი საკმაოდ დიდია, მაგრამ არა ამომწურავი. არაფერია ნათქვამი ფინანსურ მომსახურებასა და კადრების მომზადებაზე. მკვლევარ სმირნოვას აზრით მხოლოდ საგარეო ეკონომიკურ საქმიანობაში ტურიზმი 14 სახის კავშირებს მოიცავს ე.ი. მომსახურების თითქმის ყველა სფეროს.

საერთაშორისო ტურიზმის ლიდერ ქვეყნებში, ტურიზმის ინდუსტრიის სექტორების უფრო დეტალური ნუსხა გამოიყენება. აშშ-ის კლასიფიკაციით. მასში შედის 39 სახის მომსახურება, კანადის კლასიფიკაციით-41 სახეობა. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ თუ საქართველოს დანარჩენ მსოფლიოსთან სურს ინტეგრაცია და მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მოთხოვნებთან ადაპტირება, მაშინ ქვეყანამ უნდა იხელმძღვანელოს მსოფლიო ტურიზმის სტანდარტებითა და ნორმებით. ასეთი სტანდარტებისა და ნორმების დამდგენმა კომისიამ შეიმუშავა ტურისტული მომსახურების სხვადასხვა სფეროების შემდეგი ფორმულირებები:

1. ტუროპერატორებისა და ტურაგენტების საქმიანობა;
2. სამგზავრო ტრანსპორტის მომსახურება, ავტომანქანების იჯარა და ექსკურსიისათვის ტრანსპორტის გამოყენება.
3. მიღების და კვების საშუალებები;
4. რეკრეაციული, კულტურული, სპორტული და სხვა გასართობი მომსახურება.
5. დამატებითი და დამხმარე მომსახურება: (გიდების მომსახურება, კონგრესების ორგანიზაცია, დაზღვევა, ტურიზმთან დაკავშირებული საფინანსო მომსახურება, საკრედიტო ბარათები, ტურისტული ჩეკები და დამხმარე სამსახურები, სამედიცინო მომსახურება, ტურისტული დანიშნულების საქონლით ვაჭრობა.).

1982 წელს ტურიზმის მსოფლიო კონფერენციაზე აღინიშნა, რომ ტურიზმი საქმიანობის ისეთი სახეა, რომელსაც უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება მსოფლიოს ხალხთა ცხოვრებაში, რადგან ტურიზმის მეშვეობით ხდება უშუალო ზემოქმედება

სახელმწიფოების ცხოვრებასა და საერთაშორისო ურთიერთობაზე, სოციალურ, კულტურულ, საგანმანათლებლო და ეკონომიკის სფეროებზე.

ტურისტული ინდუსტრია ქმნის სამუშაო ადგილებს, ზრდის შემოსავლებსა და მოგებას, როგორც ეროვნული ისე უცხოური ვალუტით, ზრდის კაპიტალდაბანდებებს, ხელს უწყობს მსხვილი, საშუალო და მცირე ბიზნესის განვითარებას, განაპირობებს ადგილობრივი, რეგიონული, ეროვნული და საერთაშორისო ეკონომიკური და პოლიტიკური კავშირების განვითარებას. საერთაშორისო ტურიზმი- მსოფლიო ვაჭრობის წამყვანი მიმართულებათაგან ერთ-ერთია.

ტურისტული ინდუსტრიის ძირითადი პროდუქტი ტურისტული მომსახურებაა, რომელთაგანაც უმნიშვნელოვანესია: განთავსება, კვება, ტრანსპორტი და მიზნობრივი მომსახურება.

### **ტურისტული ინდუსტრიის შემადგენელი კომპონენტები**

*-ტურისტული ობიექტები დასვენების ფორმები;*

*-განთავსების საშუალებები და მომსახურება: სასტუმროები, პანსიონატები, კემპინგები და ა. შ.*

*-სხვა ობიექტები და მომსახურება; ტურისტული ინფორმაციის სამსახურები, სალონები, ხალხური რეწვის ოსტატთა დახლები*

*და მაღაზიები, ბანკები, ჯანდაცვის, სამართალდამცავი, უშიშროების, კავშირგაბმულობის სამსახურები და სხვა.*

### **ტურისტული მომსახურება და ობიექტები:**

**განთავსება:**

კურორტები;

-სასტუმროები;

-კემპინგი;

-კერძო ბინები და სოფლის სასტუმროები;

\* კვების საწარმოები;

\* სატრანსპორტო და ტურსააგენტოს ოფისები;

\* სხვადასხვა სააგენტოები;

\* მაღაზიები;

\* დასასვენებელი – გასართობი ობიექტები;

\* სპორტული კომპლექსები;

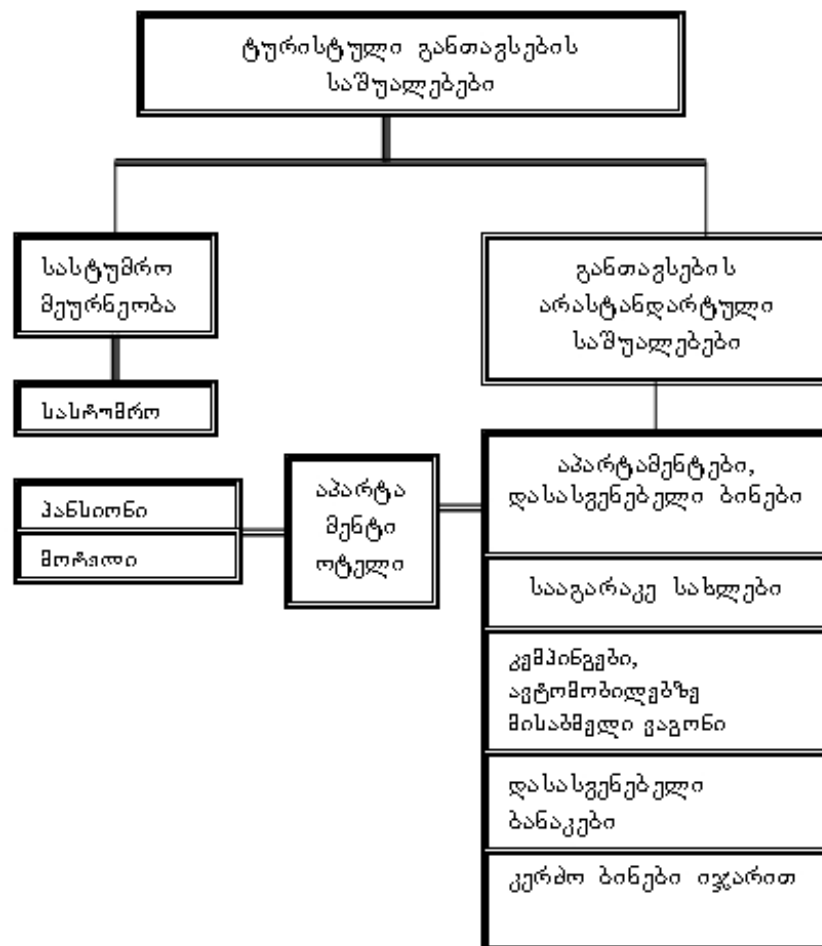
\* ტურისტული ინფორმაციის სამსახური.

ტურისტული ინდუსტრიის სტრუქტურების ეფექტურობა შეიძლება განისაზღვროს ტურიზმის სფეროში დასაქმებულთა ხვედრითი წილით,

დასაქმებულთა საერთო მაჩვენებელთან მიმართებაში. დასაქმებულების დიდი წილი მოდის განთავსების საშუალებებსა და რესტორნებზე, ტურისტთა მომსახურებაზე. დიდ ბრიტანეთში მთლიანად ტურინდუსტრიის ყველა სექტორში დასაქმებულია მოსახლეობის 60%, გერმანიაში-55%. მსოფლიოს სხვა განვითარებული ქვეყნებისათვის ეს მაჩვენებლები მაღალია.

### 3.2 სასტუმროების კლასიფიკაციის ფორმები

**სასტუმრო** – განთავსების კოლექტიური საშუალებაა, რომელიც განსაზღვრული რაოდენობის ნომრებისაგან შედგება და მის საქმიანობას წარმოადგენს ჩამოსულთა მოკლე ვადით (365 დღემდე) განთავსება. (და ღამის გასათევად გარკვეული ღირებულების გადახდით.) იგი წარმოადგენს ერთიანი ხელმძღვანელობით ფუნქციონირებად კომპლექსს, რომელიც დაყოფილია კლასებად და კატეგორიებად დაჯგუფებული ნომრების, მოწყობილობებისა და მომსახურების მიხედვით.



სქემა №3. ტურისტული განთავსების სქემა



სასტუმრო მეურნეობის განვითარებამ და ტურისტული მოთხოვნის გამოცოცხლებამ, ხელი შეუწყო კერძო ბინების, სააგარაკო სახლების, დასასვენებელი ბანაკების და განთავსების სხვა საშუალებების განვითარებას, რაც იმაში გამოიხატება, რომ საშუალებას აძლევს შვებულებში მყოფ დამსვენებლებს, მრავლრიცხოვანი კონფერენციებისა და გამოფენების მონაწილეებზე მათ გაქირავებას.

70-იან წლებში განვითარდა სასტუმროების მსხვილი საერთაშორისო და ეროვნული გაერთიანებები ე. წ. სასტუმროთა ქსელი, რომელთა მუშაობა ორიენტირებული იყო განსაკუთრებული კატეგორიის კლიენტურაზე, რომელთა მნიშვნელოვან ნაწილს ტურისტები შეადგენდნენ.

80-90-იან წლებში გავრცელება ჰპოვა სასტუმრო კომპლექსებმა, რომლებიც ტურისტებს სთავაზობდა არა მარტო განთავსების ადგილებს, არამედ მომსახურების ფართო სპექტრს.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით მსოფლიოში 1989 წელს სასტუმროს ტიპის საწარმოებში აღრიცხული იყო 11 მლნ. ნომერი, (18 მლნ ადგილით). 2000 წელს კი- 30 ათასზე მეტი სხვადასხვა დონის სასტუმრო, 12 მლნ-ზე მეტი ნომრით.

უმსხვილესი სასტუმრო კომპლექსები მართვის ავტომატიზებული სისტემების მეშვეობით ერთიანდებიან სასტუმროების ე. წ. “ჯაჭვში”, რომელიც საშუალებას იძლევა სწრაფად და ზუსტად იქნეს გათვალისწინებული, თითოეული ინდივიდუალური გარიგება და მინიმალური დროით მოხდეს ადგილების დაჯავშნა სასტუმროებში, ტრანსპორტზე, დაუყოვნებლივ გაიცეს ანგარიშგების მთელი დოკუმენტაცია და განხორციელდეს ანგარიშსწორების ოპერაციები.

სასტუმროთა ჯგუფს, რომელიც ერთ ფირმას ან ერთ კორპორაციას ეკუთვნის, სასტუმროების ჯაჭვი ეწოდება. 80-იანი წლების ბოლოს მსოფლიოში 10 ყველაზე მძლავრი სასტუმრო ჯაჭვში, ნომერთა რაოდენობის მიხედვით შედიოდა: “ჰოლიდეი” (აშშ) - 352893, “შერატონი” (აშშ) - 136495, “რამადა” (აშშ) - 123915, “მარიოტი” (აშშ) - 103000, “ჰილტონ ჰოტელზი” (აშშ) - 97000, “დიზაინნი” (აშშ) - 84832, “აკკორი” (საფრანგეთი) - 84800, “თრაზიტიჰაუს ფორტი” (ინგლისი) - 74006 და “პრაიმ მოტორსი” (აშშ) - 74006.

ამჟამად კი მსოფლიოში დაახლოებით 100 ასეთი სასტუმრო “ჯაჭვი” აღრიცხება, 1,6 მლნ ადგილის საერთო რაოდენობით.

მათგან ისევ წამყვანთა სიაშია: “ჰოლიდეი ინი”, “შერატონი”, “ჰილტონი”, “ინტერკონტინენტალი”.

როგორც წესი განიხილება *სასტუმროების ოთხი ძირითადი ტიპი*:

- **ლუქსი** – მომსახურე პერსონალის დიდი რაოდენობით, რომელიც უზრუნველყოფს უმაღლესი დონის მომსახურებას.

-**საშუალო დონე** – მომსახურების დიდი არჩევანით და საშუალოზე დაბალი ფასებით;

-აპარტ-ოტელები – სასტუმროები საცხოვრებელი ბინის ტიპის ნომრებით.

-ეკონომკლასი - ეს სახეობა გამოირჩევა შეზღუდული მომსახურების კომპლექსით. ისინი განკუთვნილია საშუალო შემოსავლის მქონე ტურისტთათვის.

მსოფლიო უმსხვილესი სასტუმროების შესახებ წარმოდგენას იძლევა ქვემოთ მოყვანილი ცხრილის მონაცემები(ცხრილი 2).

**მსოფლიოს უმსხვილესი სასტუმროები  
ცხრილი №3**

სასტუმროების დასახელება	ადგილმდებარეობა	ნომერთა რაოდენობა
“Ambassador City Jomtien”	ტაილანდი	5100
“MGM Grand”	ლას-ვეგასი	5005
“Exkaliburr”	“-“	4032
“Flamingo Hilton”	“-“	3642
“Las vegas Hilton”	“-“	3174
“The Mirage”	“-“	3049
“Monte Carlo”	“-“	3014
“Treazure Island”	“-“	2900
“Ballys”	“-“	2814
“Circus Cirkus”	“-“	2793
“Imperial Palase””	“-“	2636
“Luxor”	“-“	2523
“Hilton Havaiian Village”	ჰონოლულუ	2523
“Stardust”	ლას-ვეგასი	2335
“New Jork Hilton”	ნიუ-იორკი	2131
“Disneiy s Garibbean Beach Resort”	ორლანდო	2112
“Riviera”	ლას-ვეგასი	2109
“Disney Dixie Landing”	ორლანდო	2048
“Hiatt Regency”	ჩიკაგო	2033
“Hotel Parque Ten-Bell”	ას-გალეტასი, ესპან.	2004

სასტუმროები ერთმანეთისაგან კლასის მიხედვით განსხვავდებიან. ბოლო წლებში სასტუმროების კლასიფიკაციის პრობლემა ტურიზმის სპეციალისტთა ყურადღების ცენტრში მოექცა. საერთაშორისო სასტუმროების ასოციაციის მონაცემებით სასტუმროების ოფიციალური კლასიფიკაცია მიღებულია მსოფლიოს 64 ქვეყანაში, 11 ქვეყანაში ის დამუშავების პროცესშია, ხოლო 58 ქვეყანას არა აქვს ერთიანი კლასიფიკაცია. ასეთი ქვეყნების რიცხვს მიეკუთვნება ისეთი განვითარებული ქვეყნები, როგორცაა: დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, აშშ და იაპონია.

სხვაობა სასტუმროების კლასებს შორის, მომსახურების ნომენკლატურით, დონით და ფასებით აისახება. კატეგორიებს ასახავენ სიმბოლოთი- ვარსკვლავი. ვარსკვლავთა რაოდენობა იზრდება სასტუმროს აღჭურვილობის, მომსახურების ნომენკლატურისა და ხარისხის დონის მატებასთან ერთად.

სასტუმროების კლასიფიკაციის ერთიანი სისტემის შემუშავება ტურისტული ინდუსტრიის ერთ-ერთი ყველაზე რთული პრობლემაა. სასტუმროებისათვის სტანდარტით გარკვეული კატეგორიის მინიჭებისათვის საჭიროა განისაზღვროს მინიმალური მოთხოვნები, კერძოდ:

- მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის მდგომარეობა;
- მომსახურების ნომენკლატურა;
- მომსახურების დონე.

სტანდარტში მოცემულია აგრეთვე ყველა კატეგორიის სასტუმროს კლასიფიცირების საჭირო მოთხოვნების ჩამონათვალი, კერძოდ:

\*მოსახერხებელი მისასვლელი გზები, კეთილმოწყობილი ტერიტორია, მყარსაფარიანი მოედანი ავტოტრანსპორტის მცირე ხნით გაჩერებისა და მანევრირებისათვის, დაწესებულების დასახელებისა და კატეგორიის მაჩვენებელი აბრა.

\*სასტუმროს, რომელსაც უკავია შენობის ნაწილი აუცილებლად უნდა ჰქონდეს ცალკე შესასვლელი;

\*ტექნიკური დანადგარები უნდა შეესაბამებოდეს “საზოგადოებრივი შენობების” სამშენებლო ნორმებსა და წესებს;

\*საავარიო გასასვლელი გზები;

\*აღჭურვილი უნდა იყოს ხანძარსაწინააღმდეგო დაცვის სისტემით;

\*დაცული უნდა იყოს სანიტარულ-ეპიდემიოლოგიური ზედამხედველობის ორგანოების მიერ დადგენილი სტანდარტულ-ჰიგიენური ნორმები;

\*ელექტრო, გაზის, წყლის და კანალიზაციის მოწყობილობები;

\*უნდა იყოს აღჭურვილი საინჟინრო სისტემითა და დანადგარებით, რომლებიც უზრუნველყოფენ:

-ცივი და ცხელი წყლის მიწოდებას, არანაკლებ ერთი დღე-ღამის საკმარისი წყლის მარაგით.

- კანალიზაცია;
- მუდმივი ტემპერატურული რეჟიმი;
- ვენტილაცია;
- რადიომაუწყებლობა და ტელეხედვა;
- სატელეფონო კავშირი;
- ნომრების განათება.

\* უნდა ჰქონდეს დაცული ავტოსადგომი.

დღეს მსოფლიოში ფუნქციონირებს სასტუმროების კლასიფიკაციის დაახლოებით ოცდაათი ურთიერთგანსხვავებული, ეროვნული სისტემები, რომლებიც შეიძლება ორ ძირითად ჯგუფად გაერთიანდეს: “ევროპული ტიპი”, რომლის საფუძვლადაც აღებულია ფრანგული ეროვნული სისტემა და ინდური ეროვნული სისტემა. უკანასკნელი ძირითადად გავრცელებულია აზიისა და აფრიკის განვითარებად ქვეყნებში.

ფრანგული ეროვნული სისტემით, სასტუმროთა კომფორტულობა განისაზღვრება ვარსკვლავთა რაოდენობით (ერთიდან-ხუთამდე). დასავლეთ ევროპის ყოველ ქვეყანაში “ვარსკვლავებს” სპეციალური მნიშვნელობა გააჩნიათ. ვარსკვლავთა ერთი და იგივე რაოდენობის მქონე სასტუმროები საფრანგეთსა და დანიაში შეიძლება ერთმანეთისაგან განსხვავდებოდეს მომსახურების დონის მიხედვით. ამიტომ ვარსკვლავთა დადგენასთან ერთად სასტუმრო გამოსცემს კატალოგს, რომელშიც მითითებულია მომსახურებათა კომპლექსი და მისი ფასები.

სასტუმროების ბიზნესს სპეციალიზაციის სამი მიმართულება აქვს: ორიენტაცია შემღებულ, საშუალო და მცირე შემოსავლიან ტურისტზე. დასავლეთ ევროპის ბევრ ქვეყანაში შეიმჩნევა სასტუმროებით, “ეკონომიკურ კატეგორიაზე”, მომსახურების მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია, რომელიც საშუალო შემოსავლიანი ტურისტების ინტერესებს ასახავს. როგორც წესი ესაა სამვარსკვლავიანი და ნაწილობრივ ოთხვარსკვლავიანი სასტუმროები. მიწოდების სპეციალიზაცია ითვალისწინებს კლიენტურის სპეციფიკურ მოთხოვნებს. მაგალითად დავოსის სასტუმრო “სემინაროტელი” სპეციალიზდება კონგრესების, კონფერენციების და სემინარების მომსახურებაში. შვეიცარული სასტუმრო “დავოს ფეიეს”-ი უმთავრესად ახალგაზრდებისთვისაა განკუთვნილი. აქ მომსახურება და მოწყობილობა ითვალისწინებს ახალგაზრდა, მხიარული და ლაღი ადამიანის ბუნებას. სრულიად სხვა სახისაა გერმანული სასტუმროს “ლაზარჰოფის” მომსახურება. ის გათვლილია გონებრივად ან ფიზიკურად დაავადებულ ადამიანებზე.

ვინაიდან ადამიანთა ინტერესებს საზღვრები არ გააჩნია, სასტუმროებით მომსახურებაში მიწოდების სპეციალიზაციაც უსაზღვროა. ეს შეიძლება იყოს სასტუმროები, რომელშიც დასვენებას ან საქმიან ვიზიტს, ერთვის კონკრეტული დაავადებისაგან მკურნალობა, მიზანმიმართული სპორტული მომზადება. ზოგჯერ შექმნილია მწერალთა შემოქმედებითი მუშაობისათვის საჭირო პირობები.

### 3.3 ტურისტული ინდუსტრია, დაცული ტერიტორიები

#### და ეროვნული პარკები

საქართველოს ბუნებრივ პირობებს, ლანდშაფტს, ფლორას და ფაუნას შეუძლია ხელსაყრელი გარემო შექმნას ტურისტული ბიზნესის განვითარებისათვის. ქვეყნის ტერიტორიის 85%-ზე მეტი მთებშია გაბნეული.

ისევე, როგორც მსოფლიოს მრავალი ქვეყანა, ვერც საქართველო გადაურჩა გლობალურ პრობლემას-გარემოს დაბინძურებას. ტყის განადგურებამ, ნაყოფიერი მიწების გამოფიტვამ, ნიადაგის, წყლის, ჰაერის, წყალსაცავების დაბინძურებამ და ბრაკონიერობამ ცოცხალი ბუნების ბიოლოგიურ მრავალფეროვნებაზე უარყოფითი გავლენა მოახდინა.

გარემოს მდგრადი განვითარების უზრუნველსაყოფად საჭიროა დაცული ტერიტორიების სახით გამოიყოს მიწების ნაწილი, ტერიტორიები, რომლებიც მოიცავენ ნაციონალურ პარკებს.

დაცული ტერიტორიების მოვლა დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული. ამიტომ ამ თანხების მოსაზიდად ბევრი ქვეყანა ეროვნულ პარკებს ტურისტულ მარშუტებში რთავენ. ამით არა მხოლოდ ადამიანები ეცნობიან ბუნებას, არამედ ბუნებაა დაცული და მოვლილი.

შესაძლებელია, როგორც ტურისტულმა ორგანიზაციებმა, ასევე კერძო ტურისტულმა ფირმებმა გამოიყონ განსაზღვრული თანხები დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ობიექტების ასაშენებლად. დაცული ტერიტორიის სპეციალურმა სამსახურებმა თავის მხრივ უნდა განუმარტოს ტურისტულ ორგანიზაციებსა და კერძო ფირმებს თუ რა შესაძლებლობები გააჩნია ამ ტერიტორიებს ტურისტების მიღების თვალსაზრისით, რომ ამ პრობლემის გაუთვალისწინებლობისა და უკონტროლობის შემთხვევაში შესაძლებელია განადგურდეს სწორედ ის რესურსები, რომლებზედაც დამოკიდებულია ამ რეგიონებში ტურისტული ბიზნესის განვითარება.

როგორც კი დაცული ტერიტორიები შეირჩევა, მათი მდგრადი გამოყენებისათვის, საჭიროა გამოთვლილი იქნეს ე. წ. “გამტარუნარიანობა”, რაც გულისხმობს ამ ტერიტორიაზე ვიზიტორთა მიღების პოტენციალს.

“გამტარუნარიანობა” – დაცული ტერიტორიის გამოყენების ის მაჩვენებელია, რომელმაც ბუნებრივ რესურსებზე მინიმალური ზემოქმედების პირობებში უნდა უზრუნველყოს ვიზიტორთა დაკმაყოფილების მაღალი დონე – ტერიტორიის გამოყენების შესაბამის საზღვრებში.

“გამტარუნარიანობის” შეფასება მრავალი ფაქტორის მეშვეობითაა შესაძლებელი. იგი დამოკიდებულია ადმინისტრაციის გადაწყვეტილებაზე – ტერიტორიის მდგრადობის დონის გათვალისწინებით. “გამტარუნარიანობის შეფასების ძირითადი ფაქტორებია: ა) ბუნებრივი, ბ) სოციალური, გ). მმართველობითი.

### **ბუნებრივ ფაქტორებს მიეკუთვნება:**

- ტერიტორიის სიდიდე და გამოსაყენებელი ფართობი;
- გარემოს სიმყიფე;
- ცხოველთა სამყაროს რესურსები;
- ტოპოგრაფია და მცენარეული საფარი.

### **სოციალურ ფაქტორებს მიეკუთვნება:**

- დაკვირვების მოდელი;
  - ცხოველებზე ტურისტების დაკვირვების უპირატესობა;
  - ვიზიტორთა აზრი;
  - განთავსების ადგილების რაოდენობა;
- გამტარუნარიანობის ასამაღლებლად შეიძლება გამოყენებული იქნეს შემდეგი ღონისძიებები:

-ბილიკების დაგეგმვა, რომელიც გამოყენებული იქნება ცხოველებზე დაკვირვებისათვის;

- კემპინგების და სასტუმროებისათვის საჭირო ტერიტორიის გამოყოფა;
- შესაბამისი საინფორმაციო-განმარტებითი სამუშაოების ჩატარება;
- აქტიურად გამოყენებადი რესურსების მდგრადობის ამაღლება;
- ტურისტების განთავსებისა და მომსახურების ობიექტების მშენებლობა, პარკის მონახულების სტიმულირების პოლიტიკის შემუშავება იმ დროს, როდესაც არასეზონური, ან ნალექიანი პერიოდია.

ბევრ ქვეყანაში ტურიზმის ბიზნესის განვითარება მთავარ როლს თამაშობს დაცული ტერიტორიის შექმნაში, ხოლო “ტურისტული პოტენციალი” კი უმთავრესი ფაქტორია, ამ პროცესში. ზოგიერთი ფაქტორი, რომელიც ამ ტერიტორიებს ვიზიტორთათვის მიმზიდველს ხდის, მოცემულია ქვემოთ წარმოდგენილ საკონტროლო ჩამონათვალში:

-დაცული ტერიტორიების ადგილმდებარეობა საერთაშორისო აეროპორტთან ან მთავარ ტურისტულ ცენტრთან;

-არსებობს თუ არა ტერიტორიაზე დამატებით კულტურული ღირებულებები;

- როგორია მგზავრობა დაცულ ტერიტორიაზე;
- არის თუ არა კონკრეტულ ტერიტორიაზე უნიკალური ღირებულებები;
- სთავაზობს თუ არა შესაბამისი ტერიტორია ცხოველთა პოპულარულ სახეებს, რომლებიც ტურისტებს იზიდავს;

-აქვს თუ არა პლაჟები და ნაპირზე დასვენებისათვის აუცილებელი ინფრასტრუქტურა;

- ცხოველებზე წარმატებული და გარანტირებული დაკვირვება;
- მოცემული ტერიტორია სხვა ობიექტებთან ახლოსაა თუ არა განლაგებული, რომელიც ტურისტების ინტერესს წარმოადგენს;

### **ტურისტული მარშრუტის ნაწილად გახდომის თვალსაზრისით:**

- გვთავაზობს თუ არა რაიმე განსაკუთრებულ ღირებულებას;

- მომიჯნავე ტერიტორიაზე არის თუ არა ძალიან საინტერესო და ლამაზი ბუნება;
- როგორი სტანდარტის კვებასა და განთავსებას გვთავაზობენ.

ტურისტულ პარკებში მრავალფეროვანი ინტერესია ჩადებული: სპორტი, ველური ბუნება, ადგილობრივი წეს-ჩვეულებანი და კულტურა, რაც მთავარია წყალი, მთები, მდინარეები, ტყეები და ა. შ. ყველაფერი ეს წარმოადგენს რეკრეაციულ ღირებულებას, განსაკუთრებით შიდა ტურიზმისათვის.

ბოლო დროს განვითარებულ ქვეყნებში სულ უფრო მეტი ადამიანი იჩენს ინტერესს სპეციალური ტურებისადმი, რომლებიც ორიენტირებულია ბუნებრივ, “ეგზოტიკურ” და კულტურულ ღირებულებებზე. აქედან გამომდინარე, სწორედ მათი გადანაწილება ხდება აქამდე ტურიზმისათვის აუთვისებელ ტერიტორიაზე.

დღეს თანდათანობით ნათლად გამოიკვეთა ჩვენში დაცული ტერიტორიების ახალი, უფრო მოქნილი, რაც მთავარია - რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებასთან მჭიდროდ დაკავშირებული სისტემის ჩამოყალიბების აუცილებლობა.

დიდია ტურისტული სახეების დანერგვის შესაძლებლობები, დაცულ ტერიტორიაზე. უნდა გამოვყოთ რამდენიმე მათგანი, რომელთა დანერგვა დაცულ ტერიტორიაზე შესაძლებელი იქნება:

- ტურიზმი ბუნების გაცნობის მიზნით;
- საოჯახო ტურიზმი;
- აგროტურიზმი;
- ახალგაზრდული და საბავშვო ტურიზმი;
- ზღვისპირა და მდინარისპირა ტურიზმი;
- სპორტული ტურიზმი;
- სათავგადასავლო;
- საშვებულებო ტურიზმი;
- ინვალიდთა ტურიზმი;
- ზოოლოგიური და ბოტანიკური შემეცნებითი ტურიზმი და ფოტონადირობა;
- კულტურული და შემეცნებითი ტურიზმი;
- ტრეკინგი და ლაშქრობები;
- სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი ტურიზმი.

იმისათვის, რომ დაცული ტერიტორიული სისტემა განვითარდეს მრავალმხრივად, რომელიც ბიოლოგიური მრავალფეროვნების კონსერვაციისათვის განკუთვნილ მნიშვნელოვან ტერიტორიებს ფარავს და ბუნებრივი რესურსების მდგრად მოთხოვნას არეგულირებს, საქართველოს სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტებთან, მთავრობის წარმომადგენლებთან ერთად დაცული ტერიტორიათა ქსელის შესაქმნელად შემუშავდა პროექტი, რომელიც “ეროვნული პარკების” სახელწოდებითაა ცნობილი.

პროექტში წარმოდგენილი ეროვნული პარკები 6000-7000 კვ. კმ-ს დაფარავს, ხოლო 21000 კვ.კმ. დაიფარება დამხმარე ზონებით. შემოთავაზებული ეროვნული პარკების პროგრამა მოიცავს შვიდი ეროვნული პარკის ორგანიზაციას, აქედან ხუთ მათგანს ცენტრალური და მცირე კავკასიის მთების რეგიონები უჭირავს.

დღევანდელი საქართველოსთვის ძალზე აქტუალური საკითხია მსოფლიო მნიშვნელობის ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება და მისი გონივრული გამოყენება. ამ პრობლემის გადაწყვეტის ერთ-ერთი რაციონალური გზაა, ზოგადად, დაცული ტერიტორიების ქსელის შექმნა. მაგალითად, შიდა ქართლის რეგიონში ტურიზმის განვითარების ინტენსივობის დასადგენად უპირველესად ბორჯომ-ხარაგაულის პარკისა და მის დამხმარე ზონაში ტურიზმის განვითარების კონცეფცია შედგა.

1995 წელს, საქართველოს მინისტრთა კაბინეტის გადაწყვეტილებით, ქვეყანაში ოფიციალურად დაარსდა საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი - ბორჯომ-ხარაგაულის პირველი ეროვნული პარკი. ამ პროექტის ფინანსური უზრუნველყოფა გერმანიის მთავრობამ იტვირთა. გერმანიის რეკონსტრუქციისა და განვითარების საკრედიტო ბანკმა (KIW) ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის დასაარსებლად საჩუქრის სახით 2 261 000 DM გაიღო, ხოლო, 1 700 000 DM – დამხმარე ზონის მოსახლეობის განათლებისა და ეროვნული პარკის პერსონალის ტრენინგისათვის. ამ სამუშაოთა შესრულება დაევალა საქართველოს დაცული ტერიტორიების, ნაკრძალებისა და სამონადირეო მეურნეობის სახელმწიფო დეპარტამენტს და ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდის (WWF- ის) საქართველოს წარმომადგენლობას.

გარდა ამისა გერმანიის მხარეს გათვალისწინებული აქვს კიდევ უფრო სოლიდური თანხის გამოყოფა ბორჯომ-ხარაგაულის რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პროექტის დაფინანსებისათვის.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი მომავალში მნიშვნელოვანი ტურისტული ცენტრი უნდა გახდეს. იგეგმება, როგორც რთული, ძნელად სავალი გრძელი ასევე – მარტივი და მოკლე მარშრუტები.. ზოგიერთ მოკლე ბილიკს საგანმანათლებლო ეკოლოგიური მნიშვნელობა ექნება. ბორჯომის რეგიონი დაიბრუნებს საერთაშორისო გამაჯანსაღებელი კურორტის მნიშვნელობას. საინტერესო პერსპექტივები გამოუჩნდება ხარაგაულისა და ზოგიერთი რაიონის კურორტებს – ზვარეს, ნუნისსა და სხვა.

#### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ ტურისტული ინდუსტრია და მისი მენეჯმენტი;
2. დაახასიათეთ სასტუმროების კლასიფიკაცია და მისი მენეჯმენტი;
3. დაახასიათეთ საქართველოს დაცული ტერიტორიები.

### **თავი IV. ტურიზმის იურიდიულ-სამართლებრივი**

#### **ბაზა და სახელმწიფო რეგულირება**

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებასთან ერთად იზრდება სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციების როლიც. ტურისტული საქმიანობის აქტივიზაციისა



და მხარდაჭერისათვის თანდათანობით ჩამოყალიბდა ორგანიზაციების გარკვეული სისტემა. მასში შევიდა რეგიონული ინსტიტუტები და საერთო ეროვნული ორგანიზაციები.

ტურიზმისა და კურორტების მართვის სახელმწიფო რეგულირების არსი იმაშია, რომ სახელმწიფო აღიარებს ტურიზმს, როგორც დარგს, რომელიც ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად ჩამოყალიბდა და ხელს უწყობს მის განვითარებას, რომელიც ქმნის სასურველ გარემოს მისი ფუნქციონირებისათვის, განსაზღვრავს დარგში პრიორიტეტულ მიმართულებებს, საერთაშორისო დონეზე რეკლამას უწევს ქვეყნის ტურისტულ პოტენციალს და ქმნის ტურისტული საქმიანობისათვის სასურველ იმიჯს. ტურისტული საქმიანობის სახელმწიფო რეგულირების ძირითადი მიზნებია:

-მოქალაქეთა დასვენების, თავისუფალი გადაადგილების და მოგზაურობის დროს მათი უფლებების უზრუნველყოფა;

-ტურისტების გაჯანსაღებისა და განათლებისათვის პირობების შექმნა;

-ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებისათვის, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა;

-ტურისტული საჩვენებელი ობიექტების შენარჩუნება, ქვეყნის ტურისტული და საკურორტო პოტენციალისა და რესურსების რაციონალური გამოყენება.

#### **ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირებაში შედის:**

-ტურისტული ინდუსტრიის სფეროში იერარქიული ურთიერთობების მოწესრიგებისა და დახვეწისაკენ მიმართული საკანონმდებლო და ნორმატიული აქტების შექმნა;

-ტურისტული პროდუქტის შიდა და საერთაშორისო ბაზარზე გატანისათვის ხელისშეწყობა;

-ტურისტულ ინდუსტრიაში ლიცენზირებისა და სტანდარტიზაციის სისტემების დანერგვა, ტურისტული პროდუქტის სერთიფიცირება;

-ტურისტების ქვეყანაში შემოყვანის, ქვეყნიდან გაყვანის და ქვეყნის ტერიტორიაზე ყოფნის წესების შექმნა;

-ტურიზმის განვითარებისათვის მიზნობრივი პროგრამების შექმნისა და რეალიზაციისათვის სახელმწიფო დაფინანსების გამოყოფა;

-ტურისტების უფლებებისა და ინვესტიციების დაცვისა და მათი უსაფრთხოების უზრუნველყოფა;

-ინვესტიციებისათვის სასურველი გარემოს შექმნა;

-ტურისტული საქმიანობის საკადრო უზრუნველყოფის და ტურისტული ინდუსტრიის სფეროში სამეცნიერო კვლევების განვითარებისათვის მხარდაჭერა.

ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის ეგიდით, 1995 წელს კადისში (ესპანეთი) ჩატარდა ტურიზმის საერთაშორისო ფორუმი, რომელშიც მსოფლიოს 52 ქვეყნის პარლამენტარები მონაწილეობდნენ.

ფორუმმა აღიარა, რომ სახელმწიფომ უნდა გადაწყვიტოს ტურიზმის განვითარებისათვის უაღრესად საჭირო პრობლემები, კერძოდ:

-ტურისტული ფორმალობების მოწესრიგება და მოგზაურობის უსაფრთხოების ამაღლება;

-ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება;

-ტურისტული საწარმოების მენეჯერებისა და მომსახურე პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის ხელის შეწყობა;

-ტურისტული ობიექტების ირგვლივ, ტურისტულ რეგიონებში ეკოლოგიური ნორმების დაცვის უზრუნველყოფა;

-ტურიზმში საერთაშორისო ნორმატივებით დადგენილი სტატისტიკური აღრიცხვიანობისა და კონტროლის უზრუნველყოფა;

-ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებისათვის ისეთი პირობების შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს ეროვნული ტურისტული პროდუქტის უცხოეთის ბაზარზე გატანას.

საზღვარგარეთის ბევრ ქვეყანაში მიღებულია ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობისათვის შემდეგი სახის ეკონომიკური და ადმინისტრაციული მექანიზმები:

\* საგადასახადო შეღავათები, სუბსიდიები და დოტაციები;

\* ტურიზმის განვითარებისა და ტურისტული მომსახურების მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მარეგულირებელი ეროვნული საკანონმდებლო და ნორმატიული აქტების შექმნა და დანერგვა;

\* ქვეყანაში შესვლისა და ქვეყნიდან გასვლის დროს სავიზო და საპასპორტო შეზღუდვების შემცირება;

\* სხვადასხვა შეღავათებით არასეზონური ტურიზმის წახალისება;

\* სოციალური ტურიზმისათვის ხელის შეწყობა და განვითარება;

\* ტურისტების უსაფრთხოებაზე მოთხოვნათა გაზრდა;

\* სახელმწიფოს მიერ გარემოს დასაცავად კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის ღირებულებების შესანარჩუნებლად ჩასატარებელი ღონისძიებების შემუშავება.

1999 წლის 1 ოქტომბერს, მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის გენერალურ ასამბლეაზე, ქ. სანტიაგოში (ჩილე) მიღებულ იქნა “ტურიზმის გლობალური ეთიკური კოდექსი”. ეს დოკუმენტი ემყარება ამჟამად მოქმედი კოდექსების იდეებს და აყალიბებს მსოფლიო ტურიზმის მდგრადი განვითარების ორიენტირებს.

თუ კოდექსის მეცხრე მუხლი ტურისტული მიმართულებების, მთავრობების, ტუროპერატორების, ტურისტული სააგენტოების მოსამსახურეებისა და თავად მოგზაურებისათვის “თამაშის წესებს” განსაზღვრავს. მეათე მუხლი კი ეძღვნება საკამათო საკითხების გადაწყვეტას და გვთავაზობს მათი რეალიზაციის მექანიზმებს.

1997-1999 წლებში, საქართველოსში დარგის სამართლებრივი უზრუნველყოფის მიზნით მიღებულ იქნა შემდეგი კანონები და ნორმატიული აქტები:

1. 1997 წლის 6 მარტი – საქართველოს კანონი “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ”. ეს “ჩარჩო”- კანონი ფუძემდებლური აქტია ტურიზმისა და კურორტების კანონმდებლობაში.

სრულყოფის მიზნით, 1997-2000 წწ. კანონში ოთხჯერ იქნა შეტანილი ცვლილებები და დამატებები, რომელიც დარგის განვითარებისათვის მთელ რიგ მნიშვნელოვან მომენტებს ითვალისწინებდა. მაგ. რეგიონალური მიმართულების რგოლების შექმნას, კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონებში მიწის სარგებლობაში გადაცემისა და გასხვისების საკითხების რეგულირებას და სხვა.

1. 1998 წლის მარტი – საქართველოს კანონი “კურორტებისა და ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ.”

2. 1998 წლის 20 მარტი – საქართველოს კანონი “საქართველოში შემოსულ და საქართველოდან გასული ტურისტების აღრიცხვის მოწესრიგების შესახებ”. ეს კანონი ძალზე მნიშვნელოვანია, რადგან იგი ტურისტების აღრიცხვიანობის მეტად აქტუალურ პრობლემას არეგულირებს.

იმის გამო, რომ ტურიზმი მჭიდრო კავშირშია მეურნეობის მრავალ სხვა დარგთან, მისი განვითარებისა და მართვისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს სხვა მომიჯნავე დარგების საკანონმდებლო ბაზას. ეს პირველ რიგში ეხება რეგიონული ტურისტული და საკურორტო ცენტრების ზონებად დაყოფას, მიწითსარგებლობის კონტროლს და ტურისტულ რეგიონებში მშენებლობასთან დაკავშირებული ნორმების განსაზღვრას.

ტურიზმისათვის ასევე მნიშვნელოვანია გარემოსდაცვითი კანონმდებლობა, განსაკუთრებით კი დაცულ ტერიტორიებთან და ეროვნულ პარკებთან დაკავშირებული საკანონმდებლო ბაზა. ასევე ტურიზმის განვითარების საქმეში დიდი როლი ენიჭება, საგადასახადო კანონმდებლობას და სამოქალაქო კოდექსს.

## **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. განმარტეთ ტურიზმის იურიდიულ-სამართლებრივი ბაზა და დაასახალეთ სახელმწიფო რეგულირების ფორმები.

## **თავი V. ტურიზმისა და კურორტების მენეჯმენტი, სისტემური საშუალებები და დარგის განვითარების თავისებურებანი**

საკუთრების ფორმების მიხედვით ტურისტული ორგანიზაციის მრავალი სახე და ფორმაა ცნობილი – კერძო, სახელმწიფო, საზოგადოებრივი, შერეული და სხვა. ასევეა მომსახურების სახეობის მიხედვით – სარეკლამო სააგენტო, ტუროპერატორული ფირმა, ტურისტული სააგენტო, სასტუმრო და ა.შ.

განვიხილოთ ტურისტული ორგანიზაციის სამი ტიპი: სახელმწიფო – ტურიზმისა და კურორტების სახელმწიფო დეპარტამენტი, კერძო – ტურისტული კომპანია, და საზოგადოებრივი- ასოციაციები. სამივე შემთხვევაში სრული ფუნქციების მატარებელი ორგანიზაციების მაგალითებია მოყვანილი, მაგრამ არსებობს მათი მოდოფიკაციებიც, რაც უწინარეს ყოვლისა ფუნქციათა სიმრავლით და ორგანიზაციის სპეციალიზაციითაა განპირობებული.

ტურიზმის განვითარების დაგეგმვაში სახელმწიფოს წამყვანი როლი მიეკუთვნება.

**ტურიზმის მართვის უმაღლესი სახელმწიფო ორგანიზაციებია: სამინისტროები, დეპარტამენტები ან სამმართველოები.** ეს ორგანიზაციები, სხვა ქვეყნებში ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან ფუნქციონალური დატვირთვით. ამ თვალსაზრისით შეიძლება გამოიყოს დაწესებულების სამი კატეგორია, რომელთათვისაც:

- ტურიზმის მართვა ერთად-ერთი ფუნქციაა;
- ტურიზმის მართვა ერთ-ერთი ძირითადი ფუნქციაა;
- ტურიზმის მართვა ერთ-ერთი დაქვემდებარებული ფუნქციაა;

პირველი კატეგორიის ორგანიზაციებს მიეკუთვნება ტურიზმის სამინისტროები, რომლებიც საკმაოდ ფართოდ გვხვდება: დასავლეთ ევროპაში – საფრანგეთში, აღმოსავლეთ ევროპაში – რუმინეთში, ახლო აღმოსავლეთში – სირიასა და იორდანიაში, აზიასა და აფრიკაში – ნეპალში, მაროკოში და ა. შ.

მეორე კატეგორიის ორგანიზაციებიც არაიშვიათია, თუმცა ტურიზმის მართვის ფუნქციების შეთავსება ერთ სახელმწიფო ორგანიზაციაში თითქმის ყველა ქვეყანაში თავისებურია. კანადაში არსებობს ტურიზმისა და სპორტის სამინისტრო, ესპანეთში – ტურიზმისა და ინფორმაციის, ინდოეთში – სამოქალაქო ავიაციისა და ტურიზმის, კონგოში – ტურიზმის, თავისუფალი დროისა და გარემოს სამინისტრო.

ასევე მრავალფეროვანია მესამე კატეგორიის ორგანიზაციებიც. მაგალითად, აშშ-ში ტურიზმის მართვის ფუნქციები ექვემდებარება კომერციის დეპარტამენტს, შვედეთში – ვაჭრობის სამინისტროს, ჰოლანდიაში – ეკონომიკის სამინისტროს.

1997 წლის 6 მარტს მიღებული საქართველოს კანონი “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” ტურიზმისა და კურორტების სახელმწიფო დეპარტამენტის როლსა და პრინციპებს შემდეგნაირად აყალიბებს:

1. საქართველოს ტურისტული და საკურორტო რესურსები ეროვნული სიმდიდრეა და მას სახელმწიფო იცავს;

2. სახელმწიფო აღიარებს ტურიზმისა და კურორტების დარგს ეროვნული კულტურისა და ეკონომიკის განვითარების ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებად და ქმნის ტურისტული და საკურორტო საქმიანობისათვის ხელსაყრელ პირობებს.

#### **საქართველოში ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი ძირითადად:**

1. ახორციელებს ტურიზმის განვითარების ერთიან სახელმწიფო პოლიტიკას საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე;

2. შეიმუშავებს ტურისტული და საკურორტო კომპლექსების შენარჩუნებისა და განვითარების სტრატეგიულ მიმართულებებს;

3. ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარების რეგიონული პროგრამების შედგენას;

4. იძლევა დასკვნას საქართველოს ტერიტორიაზე ახალი ტურისტული და საკურორტო ობიექტების შექმნის მიზანშეწონილობაზე;

5. დახმარებას უწევს ტურიზმის სფეროში დასაქმებულ მეწარმეებს საქართველოს მოსახლეობისა და უცხოელი ტურისტების მომსახურების კვალიფიციური პროგრამების შედგენასა და განხორციელებაში, საერთაშორისო კავშირების დამყარებაში, ტურისტული პროდუქციის რეკლამირებასა და გასაღების სტიმულირებაში;

6. ხელს უწყობს საქართველოს კურორტებზე და ისტორიულ ადგილებში მცირე ტურისტული საწარმოების ქსელის შექმნას, კონკურენციის გაშლას, საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარებას;

7. ხელს უწყობს ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის გაფართოებას ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების, დამატებითი სამუსაო ადგილების შექმნის, მოქალაქეთა გაჯანსაღების, მათი ფიზიკური და ინტელექტუალური განვითარების მიზნით ;

8. ხელს უწყობს საზღვარგარეთის ხალხებთან მეგობრობის განმტკიცებას, მშვიდობისა და ჰუმანიზმის იდეალების გავრცელებას, უცხოელთათვის საქართველოს ისტორიის, ეკონომიკისა და კულტურის გაცნობას;

9. ხელს უწყობს ინვესტიციების მოზიდვას, ტურისტული და საკურორტო კომპლექსების ინფრასტრუქტურის შექმნისა და განვითარების მიზნით.

საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების სახელმწიფო დეპარტამენტის ძირითადი ფუნქციებია:

\*ტურისტული საქმიანობის პროგრამირებისა და მართვის კოორდინირება;

\*საქართველოსა და საზღვარგარეთის ქვეყნების ტურისტული ბაზრების კონიუქტურის, ახალი მარშრუტების შესწავლა;

\*საქართველოს ტურისტული ცენტრების და საკურორტო ზონების რეკლამის მიზნით გამოფენების, ბაზრობების, ტურისტული ბირჟების მოწყობა;

\*ქვეყნის ტურისტული შესაძლებლობების რეკლამირების მიზნით სარეკლამო-საგამომცემლო საქმიანობის ხელშეწყობა.

დეპარტამენტის შემადგენლობაში შედის:

აფხაზეთის, სამაჩაბლოს და აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკების ტურიზმის დეპარტამენტები, ტურიზმისა და კურორტების ქ. თბილისის მერიის სამსახური, კახეთის შიდა ქართლის, ქვემო ქართლის, მცხეთა-თიანეთის, სამცხე-ჯავახეთის, იმერეთის, გურიის, სამეგრელო-ზემო სვანეთის, რაჭა-ლეჩხუმისა და ქვემო სვანეთის ტურიზმისა და კურორტების რეგიონალური მმართველობითი ორგანოები.

### დეპარტამენტის სტრუქტურული ქვედანაყოფები

\* ტურისტული მომსახურების, ლიცენზირებისა და სერთიფიკაციის სამმართველო;

\* კურორტების განვითარებისა და რეკრეაციის სამმართველო;

\* მარკეტინგის, რეკლამის, ინფორმაციისა და საზოგადოებრივი ურთიერთობის სამმართველო;

\* საბუღალტრო აღრიცხვისა და ფინანსების სამმართველო;

\* პროგნოზირებისა და სტატისტიკის სამმართველო;

\* საკადრო და სამეცნიერო უზრუნველყოფის სამმართველო;

\* საერთაშორისო ურთიერთობებისა და ინვესტიციების სამმართველო;

\* საქმეთა მმართველობა.

ნებისმიერ ქვეყანაში აუცილებელია არსებობდეს ძლიერი პროფესიული ტურისტული სტრუქტურები, რომლებსაც უნარი შესწევთ საკუთარ თავზე აიღონ დარგის განვითარებისათვის საჭირო ღონისძიებების გატარება.

პროფესიულ ტურისტულ ორგანიზაციათა რიცხვს მიეკუთვნება: I. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ასოციაცია; 2. საქართველოს კურორტების ეროვნული ასოციაცია; 3. საქართველოს სასტუმრო ბიზნესის ეროვნული ასოციაცია.

I. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ასოციაცია 1998 წელს შეიქმნა. მისი ამოცანაა – ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა, მისი წევრების პროფესიული ინტერესების დაცვა, მსოფლიო ბაზარზე, საერთაშორისო გამოფენებზე, ფორუმებსა და კონფერენციებში მონაწილეობა. ასოციაცია აერთიანებს 42 ორგანიზაციას, რომელთა შორისაა ტურისტული ფირმები და ავიასააგენტოები, ავიაკომპანიები, საავიაციო ინსტიტუტი, საგამოფენო ცენტრები, სადაზღვევო კომპანიები და სასტუმროები.

II. საქართველოს კურორტების ეროვნული ასოციაცია შეიქმნა 1998 წელს საქართველოს ეკონომიკის აღორძინებისა და საკურორტო ინდუსტრიის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით, მისი წევრების ინტერესების, მიზნების, ამოცანების და საქმიანობის პრინციპების ერთიანობის საფუძველზე. ასოციაციას

შეუძლია გახდეს მონათესავე პროფილის საერთაშორისო საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წევრი და პირიქით – საზღვარგარეთის ქვეყნების მონათესავე ორგანიზაციებს შეუძლიათ ასოციაციაში გაწევრიანება. 1999 წელს ასოციაციამ გააწევრიანა ტაილანდის სასტუმრო კომპლექსი და კომპანია “თრაი”, თბილისის სახელმწიფო პედაგოგიური უნივერსიტეტი, კავკასიის ბიზნეს სკოლა, სადაზღვევო და სამშენებლო კომპანია.

III. საქართველოს სასტუმრო ბიზნესის ეროვნული ასოციაცია საწარმოთა ნებაყოფილობითი საზოგადოებრივი არაკომერციული, არასამთავრობო გაერთიანებაა, რომელიც სასტუმრო ბიზნესში მონაწილე იურიდიულ პირია, ტურისტთა და სხვა მომხმარებელთა ინტერესების დაცვის, საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მიზნითაა შექმნილი. საქართველოს სასტუმრო ბიზნესის ეროვნული ასოციაციის დამფუძნებლები არიან სასტუმროები:

აჭარა”, “ივერია”, “ვილა ბერიკა”, “ქართლი”, “ევროპა”, “მთაწმინდა”, “სიმპათია”, “ხედი”, “ბეტსი”, “კალიფორნია”, “საქართველო”, “მერანი”, “ლაგო”, “დემი”, “ჰერეთი”, “რუსთავი”, “ქუთაისი”, “კახეთი”, ტურისტული კომპლექსი “ბაზალეთის ტბა”, შპს “კოხტა გორა”, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საერთაშორისო საკონფერენციო ცენტრი და სხვა.

ტუროპერატორული კომპანიები საბითუმო ფირმებია, რომელთაც ტურისტული ინდუსტრიის საწარმოებსა და ტურსააგენტოებს შორის შუამავლის როლი ეკისრებათ.

ტუროპერატორების კონკურენციამ ტურისტულ ბაზარზე, მათი გაერთიანება და გამსხვილება განაპირობა, რამაც საბოლოოდ ტურისტული კორპორაციები ჩამოაყალიბა, რომლებიც მსოფლიო ბაზრის მნიშვნელოვან ნაწილს აკონტროლებს.

მსხვილი კორპორაციები, მონაწილეობის არსებული სისტემის მეშვეობით, მრავალრიცხოვან კომპანიებს აერთიანებენ, რომლებიც ტურისტული მომსახურების მიწოდების სხვადასხვა ფორმებს სთავაზობენ. მათ მნიშვნელოვანწილად მოახდინეს ბაზრის მონოპოლიზაცია, წარმოიქმნა მსხვილი დარგთაშორისი საწარმო-სამეურნეო კომპლექსები, წარმოების სრულიად განსხვავებული დარგების კომპლექსის ჩათვლით.

ბაზრის სუბიექტებს მხოლოდ ტურპროდუქტის რეალიზატორები – ტურაგენტები, ტუროპერატორები და ტურისტული კონცერნები არ წარმოადგენენ. ტურპროდუქტების მიწოდებას აწარმოებენ, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მსხვილი სასტუმრო კომპლექსები, მსხვილი მაღაზიები, ბანკები და სადაზღვევო კომპანიები.

ერთ-ერთი კერძო ტუროპერატორული კომპანია “Caucasian Travel – Georgian Guide Service” საქართველოში 1991 წელს შეიქმნა. 1996 წელს ჩატარებული ხელახალი რეგისტრაციისას კომპანიას შ.პ.ს. “Caucasus Travel”- ი დაერქვა.

პირველად 1993 წელს “Caucasus Travel” – ის წარმომადგენლები ბერლინის საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენაზე ვიზიტორებად იყვნენ მივლინებული, ხოლო 1994 წლიდან კომპანია ITB- ზე საკუთარი სტენდით მონაწილეობს. 1996 წლიდან “Caucasus Travel”- I რეგულარულადაა წარმოდგენილი ლონდონის სამოგზაურო

ბაზრობაზე (WTM). გარდა აღნიშნული გამოფენებისა, კომპანია მონაწილეობას იღებს დსთ-ს, კიოლნის, მილანის, ჟენევის, მადრიდის ტურისტულ ბაზრობებზე. 2001 წელს კომპანიამ მონაწილეობა მიიღო ტოკიოსა და ტაიპეის ტურისტულ ბაზრობაზე. აღნიშნულ ღონისძიებებში მონაწილეობის შედეგად “Caucasus Travel”- ი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის დაახლოებით 120-მდე ტურისტულ სააგენტოსთან თანამშრომლობს.

### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახახელებთ ტურიზმისა და კურორტების სისტემური საშუალებები.

## **თავი VI. რეგიონალური ტურიზმის ფორმები**

მსოფლიო მრავალი ტურისტული რეგიონის გამოცდილებამ ცხადყო, რომ ტურისტული ბიზნესის გრძელვადიანი, გეგმაზომიერი განვითარება არამცთუ არ იწვევს უარყოფით შედეგებს, არამედ იგი ხელს უწყობს ტურისტული ბაზრის დაკმაყოფილების უზრუნველყოფას რეგიონებში, ხოლო იქ სადაც ტურისტული ბიზნესის განვითარებას ნაკლებად ექცევა ყურადღება ჩნდება სოციალური პრობლემები, რაც უარყოფითად მოქმედებს უპირველეს ყოვლისა ტურისტული ბაზრის განვითარებაზე და განაპირობებს ეკონომიკური პოტენციალის დაქვეითებას.

### **6.1. მსოფლიო ტურისტული რეგიონები**

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (მტო) მიერ მიღებული კლასიფიკაციით მსოფლიო დაყოფილია 6 ტურისტულ რეგიონად. ნებისმიერი ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, თუ რომელი რეგიონიდან შემოდის ტურისტთა მეტი რაოდენობა. საქართველოს შემთხვევაში, შემოსულ არარეზიდენტ ვიზიტორებს შორის ყველაზე მეტი ხვედრითი წილი ევროპის რეგიონზე მოდის. თუ 2003 წელს ტუროპერატორთა 57,1% მუშაობდა აღნიშნული ბაზარზე, 2004 წელს მათმა რიცხვმა 71,4% მიაღწია და შესაბამისად გაიზარდა საქართველოში ევროპის რეზიდენტების მოგზაურთა რაოდენობა. ე.ი. ევროპა ქართული ბაზრისთვის მზარდი რეგიონია და ძირითადი ორიენტირი საქართველოში საერთაშორისო ტურისტთა მოზიდვის მიზნით მომავალში სწორედ ამ რეგიონზე უნდა იყოს აღებული. ევროპის რეგიონიდან და ზოგადად ქვეყანაში ყველაზე მეტი ორგანიზებული მოგზაური გერმანიიდან და იტალიიდან ჩამოდის, რომელთა ბაზრებზეც ქართველ ტუროპერატორთა ნახევარზე მეტი ანუ 57,1% მუშაობს და მათთვის ამ ქვეყნების რეზიდენტები საერთო მომხმარებლის 50%-ზე მეტს შეადგენს, რაც თავისთავად იმაზე მეტყველებს, რომ ტურისტული პროდუქტის გასაღების ბაზარი სწორედ ამ ქვეყნებშია. საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ევროპის რეგიონის ამგვარი მოცულობითი ხვედრითი წილი განპირობებულია აგრეთვე შემდეგი ფაქტორებით:



საქართველოს ტურისტული ბაზრის ევროპის რეგიონთან გეოპოლიტიკური სიახლოვით, კულტურათა თანაზიარობით, საქართველოს ევროსაბჭოში წევრობით და სწრაფვით ევროკავშირში გასაწევრიანებლად და ა. შ.

ტუროპერატორების 57,1%-თვის ამერიკის რეგიონის რეზიდენტები მათი მომხმარებლების საერთო რაოდენობის 35%-მდე შეადგენს. ე.ი. ევროპის შემდეგ საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე სწორედ ამერიკის რეგიონია წარმოდგენილი. მესამე ადგილზეა აღმოსავლეთ აზიისა და წყნარი ოკეანის რეგიონი. საკმაოდ უმნიშვნელო პროცენტი მოდის მსოფლიოს დანარჩენ 3 რეგიონზე, კერძოდ: ახლო აღმოსავლეთის, აფრიკის და სამხრეთ აზიის რეგიონები ქართულ ბაზარზე უმნიშვნელოდაა წარმოდგენილი.

მეტად საინტერესოა იმის დადგენა, თუ როგორია ქართული ტურისტული პროდუქტის გასაღების ეფექტიანობა დ.ს.თ-ს სივრცეში., ტრადიციულად საქართველოს მთავარ ბაზრად ამ სივრცეში რუსეთი რჩება, ვინაიდან ტუროპერატორების 71,4% სწორედ ამ ბაზარზე მუშაობს და დ.ს.თ-ს სივრციდან საერთო მომხმარებლების 50%-ზე მეტს სწორედ რუსეთის მოქალაქეები შეადგენენ, რაც იმით აიხსნება, რომ ერთის მხრივ საქართველოს და რუსეთს საერთო საზღვარი ჰყოფთ, ხოლო მეორეს მხრივ ისტორიულად ქართული ტურისტული პროდუქტი რუსეთში საკმაოდ ცნობადია. ჯერ კიდევ საბჭოთა კავშირისდროს საქართველოს ზღვისპირა კურორტებს უცხოელ ვიზიტორებს შორის უმთავრესად რუსები სტუმრობდნენ. მეორე ადგილზეა სომხეთი, ტუროპერატორების თანაბარი რაოდენობა ანუ 42,9% მუშაობს აზერბაიჯანისა და უკრაინის ბაზრებზე.

ჩვენ უკვე ვიცით საქართველოში ჩამოსულ საერთაშორისო ტურისტთა გეოგრაფიული არეალი მსოფლიო ტურისტული რეგიონებისა და ძირითადი ქვეყნების მიხედვით. ჩვენთვის მნიშვნელოვანია იმის განსაზღვრა, თუ 2003-2004 წწ-ში რამდენი იყო მათგან ახალი და მუდმივი (პოტენციური) მომხმარებელი. მარკეტინგული კვლევა გვიჩვენებს, რომ 2003-2004 წლებში არარეზიდენტი ტურისტების უმრავლესობამ საქართველოში პირველად იმოგზაურა, მიუხედავად ამისა, ტუროპერატორების 42,9%-თვის მომხმარებელთა სოლიდური ნაწილი საქართველოში დიდი ხანია მოგზაურობს. ეს ტენდენცია კი გვაძლევს იმის თქმის საშუალებას, რომ ქართველი ტუროპერატორების გარკვეული ნაწილის მიერ წარმოდგენილი პროდუქცია უცხოელი ტურისტებისთვის ნაწილისთვის მიმზიდველია. მარკეტინგული კვლევის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი იყო ტუროპერატორების მიერ მოგზაურთა რაოდენობის მიხედვით გაწეული მომსახურება. 2003-2004 წლებში ტუროპერატორთა 57,1%-თვის მომხმარებელთა 50%-ზე მეტი ჯგუფური მოგზაური იყო, 28,6%-თვის უმეტესი მოცულობა ინდივიდუალურ ტურიზმზე მოდის, დანარჩენები კი საოჯახო ტურიზმზე მუშაობენ.

საქართველოს ტურისტული ბაზრის გაანალიზებისას აუცილებელია მოვახდინოთ უცხოელი ტურისტების სეგმენტაცია ასაკის და სქესის მიხედვით. ამ მხრივ ნიშანდობლივია, რომ თუ 2003 წელს ტუროპერატორების ნახევარზე მეტისთვის 57,1%-თვის მომხმარებელთა უმეტესობა მამაკაცები იყვნენ, 2004 წელს საქართველოში უმეტესწილად ქალმა ვიზიტორებმა იმოგზაურეს, ეს ტენდენცია კი იმაზე მეტყველებს, რომ სამომავლოდ ტუროპერატორებმა სხვადასხვა ტურის

შექმნის და დაგეგმვის პროცესში უნდა გაითვალისწინონ მთელი რიგი თავისებურებები ვინაიდან მოგზაურობის მიზნების მიუხედავად მამაკაცებს და ქალებს ერთმანეთისგან განსხვავებით სპეციფიური ინტერესები აქვთ.

მარკეტინგული კვლევის შედეგები ცხადჰყოფენ, რომ საქართველოში უმეტესწილად სჭარბობენ ასაკობრივი ტურისტები, ვინაიდან ტუროპერატორთა აბსოლუტური უმრავლესობისათვის (100%) 2003-2004 წწ-ში მომხმარებლების უმეტესობა 50-65 წლამდე და 65 წელს გადაშორებული ადამიანები იყვნენ. ეს გამოწვეულია იმით, რომ ამ ასაკის ტურისტებს აქვთ ფინანსური დანახოვები, მყარი მატერიალური მდგომარეობა და საშუალება დაიკმაყოფილონ მოთხოვნილებები.

1. უცხოელი ტურისტების მიღების რაოდენობის მიხედვით **ევროპა** ლიდერად რჩება. მიუხედავად იმისა, რომ 1989-1996 წწ. მსოფლიო ტურიზმში, ევროპის წილი შესამჩნევად ეცემოდა – ტურისტთა რაოდენობის მიხედვით, ევროპაში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა იზრდებოდა, საერთაშორისო ტურიზმიდან შემოსულმა შემოსავლებმა კი დაახლოებით 2 – ჯერ მოიმატა. ევროპაში შიდა ტურიზმის სტაბილურობა შიდა რეგიონული ტურიზმის დიდი კონცენტრაციის შედეგია. აქ შედარებით მცირე ტერიტორიაზე, მრავალი სახელმწიფო საზღვარი იყრის თავს და საუკეთესო სახმელეთო – საკომუნიკაციო სახელმწიფოთაშორისო ქსელებია.

2. უცხოელ ტურისტთა მიღების რაოდენობის მიხედვით, **ამერიკის რეგიონი** მეორე ადგილზეა. რეგიონში შედის: ჩრდილოეთ ამერიკა, ცენტრალური ამერიკა, სამხრეთ ამერიკა და კარიბის აუზის კუნძულები. ჩრდილოეთ ამერიკიდან ტურიზმით პოპულარული ქვეყნებია: აშშ, კანადა და მექსიკა, რომლებიც წარმოადგენენ ყველაზე მიმზიდველ ტურისტულ ცენტრებს, სადაც საერთაშორისო ტურიზმის გარდა განვითარებულია შიდა ტურიზმიც.

3. **აღმოსავლეთ აზიისა და წყნარი ოკეანის რეგიონი** ტურიზმის განვითარების დონის მიხედვით, ევროპისა და ამერიკის რეგიონების შემდეგ ადგილზე დგას. ამ რეგიონის ზოგიერთმა ქვეყანამ სულ ახლახან დაიწყო ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება. ძირითადად ესენი არიან ახალი ინდუსტრიის ქვეყნები – საქონლის ექსპორტიორები: ჰონკონგი, მალაიზია, სინგაპური, სამხრეთ კორეა, ტაილანდი, ინდონეზია და ტაივანი. ამ ქვეყნებში საქონლისა და მომსახურების ექსპორტი ერთმანეთს ავსებენ. მათი განვითარება კი ტელეკომუნიკაციების, საერთაშორისო ტრანსპორტის და საბანკო მომსახურების სფეროების სწრაფ განვითარებას ეყრდნობა. საქონლის ექსპორტი საქმიანი მოგზაურობების რიცხვს ზრდის, რომლებიც მასტიმულირებლად მოქმედებს სასტუმრო ბიზნესსა და გასართობ ინდუსტრიაზე.

4. **ახლო აღმოსავლეთის რეგიონში შედის:** ბაჰრეინი, ეგვიპტე, ერაყი, იორდანია, კუვეიტი, ლიბანი, ომანი, კატარი, შაუდის არაბეთი, სირია, არაბეთის გაერთიანებული საემიროები და იემენი. ლიბანში კონფლიქტის მიუხედავად 1979-1980 წლებში ტურისტთა რიცხვი 3-ჯერ, შესაბამისად მათგან მიღებული შემოსავლებიც 3.5 მლრდ. დოლარამდე გაიზარდა, მაგრამ ის არასტაბილური იყო, რაც რეგიონში პოლიტიკური არასტაბილურობით აიხსნებოდა.

5. **აფრიკის რეგიონში**, შემსვლელი ტურისტების რაოდენობა და შესაბამისად, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები დაბალია და შეადგენს მსოფლიოს – 3,3 და 1,8

%- ს. 1996 წელს შემოსულთა რიცხვმა შეადგინა 19,5 მლნ. ადამიანი ე. ი. გაიზარდა 8-ჯერ, ხოლო შემოსავლები –N7,6 მლრდ. დოლარი, ე.ი. გაიზარდა 19-ჯერ.

ბოლო ათი წლის განმავლობაში ექსპორტის საერთო შემოსავლებში, აფრიკის რეგიონის ტურიზმიდან შემოსავლის წილი თითქმის გაორჯეცდა. მიუხედავად ასეთი მონაცემებისა, აფრიკას ეკონომიკურად ნაკლებად განვითარებული ქვეყნების სიმრავლის გამო საერთაშორისო ტურიზმში მცირე ხვედრითი წილი აქვს.

**6. სამხრეთ აზიის რეგიონი**, მოსახლეობის რაოდენობის მიხედვით, მსოფლიოში ერთი-ერთი უდიდესი რეგიონია. მისი ქვეყნებია: ავღანეთი, ბანგლადეში, ბუტანი, ინდოეთი, ირანი, მალის რესპუბლიკა, ნეპალი, პაკისტანი და შრი-ლანკა. ამ რეგიონში ტურისტთა შემოსვლები და შესაბამისად შემოსავლები საერთო მსოფლიო დონეს საკმაოდ ჩამორჩება. მიზეზი კი რეგიონის ხშირი პოლიტიკური და ეკონომიკური კრიზისებია. ევროპა რეგიონისათვის ყველაზე დიდი ბაზარია, საიდანაც 12% ბრიტანელ ტურისტებს უჭირავს. რეგიონში შემოსული ტურისტების ორ მესამედს ინდოეთი და პაკისტანი იღებს, სადაც შემეცნებითი ტურიზმია განვითარებული. ამ ქვეყნებში, საშუალოდ ერთი ტურისტის დანახარჯი 70 აშშ დოლარს შეადგენს, რაც საშუალო რეგიონალ მაჩვენებელს აღემატება. ეს შედარებითი წარმატება ინდოეთის მიერ გატარებული პოლიტიკითაა გამოწვეული, რომელიც ტურისტულ სექტორში ინვესტიციების მოზიდვისკენაა მიმართული. ეკონომიკური სარგებელი ტურიზმში იზომება მიღებული მთლიანი და წმინდა შემოსავლებით, პირდაპირი და არაპირდაპირი დასაქმებულობითა და მულტიპლიკატორული ეფექტით.

ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციების მონაცემების მიხედვით, ამ სექტორში პირველი ხუთეული ტურისტების რაოდენობის მიხედვით ასე გამოიყურება: საფრანგეთი (75 მილიონი ტურისტი წელიწადში, ბაზრის წილი 9,8 %), ესპანეთი (54 მილიონი, ბაზრის წილი 7%), აშშ (46 მილიონი, ბაზრის წილი 6%), ჩინეთი (42 მილიონი, ბაზრის წილი 5,5%), და იტალია (37 მილიონი, ბაზრის წილი 4,9 %), ხოლო შემოსავლების მიხედვით: აშშ (74 მილიარდი დოლარი, ბაზრის წილი 12%), ესპანეთი (შესაბამისად 45 მილიარდი, ბაზრის წილი 7,3 %), საფრანგეთი (41 მილიარდი დოლარი ბაზრის წილი 6,6%), იტალია (36 მილიარდი დოლარი, ბაზრის წილი 5,7%) და გერმანია (28 მილიარდი დოლარი, ბაზრის წილი 4,4%).

ასევე ცვლილებებია მსოფლიოს ყველაზე იაფ კურორტების რეიტინგებში. თუ ადრე ამ სიის სათავეში ტაილანდი, სამხრეთ აფრიკა და ეგვიპტე იყო, ამჯერად წინა პლანზე ბულგარეთია წარმოდგენილი. არსებულ რეიტინგში ტურიზმის მხრივ ყველაზე იაფ ქვეყნებად ითვლება: თურქეთი, ხორვატია, მალაიზია და მალტა, რაც შეეხება საქართველოს ადგილს ის ჯერ კიდევ დაბალი რეიტინგული მაჩვენებლებით გამოირჩევა, რაც განპირობებულია ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობით და საერთაშორისო საჰაერო გადაზიდვების მაღალი ფასებით. აღნიშნული პრობლემები ზემოთ ჩამოთვლილ ქვეყნებს საერთო საბაზრო ეკონომიკური პირობებიდან გამომდინარე დარეგულირებული აქვთ.

ტურიზმის არასწორი და ქაოტური განვითარებით რეგიონში შესაძლებელია მივიღოთ შემდეგი უარყოფითი შედეგები:

1. პოტენციური ეკონომიკური მოგების კარგვა;

2. უარყოფითი განწყობა ადგილობრივ მოსახლეობაში;
3. დისპროპორცია ეკონომიკასა და დასაქმებაში;
4. ეკონომიკის სხვა დარგებიდან ადგილობრივი მოსახლეობის გადასვლა ტურიზმის სფეროში;
5. ადგილობრივი მოსახლეობის გადასახლება სხვა რაიონებში;
6. კულტურის ქემმარიტი თვითმყოფადობის კარგვა ზედმეტი კომერციალიზაციის პირობებში;
7. სხვადასხვა სოციალური პრობლემის – ნარკომანიის, კრიმინალური დანაშაულის და სხვათა წარმოშობის შესაძლებლობა.

ამდენად, როდესაც რომელიმე რეგიონში იგეგმება ტურიზმის განვითარება, სასურველია მხედველობაში იქნას მიღებული ზემოთ აღნიშნული შედეგები, რომლებიც უარყოფით გავლენას მოახდენს ამა თუ იმ რეგიონში ტურიზმის განვითარებაზე.

## 6.2 საქართველოს ტურისტული რეგიონები

ლანდშაფტური რესურსებისა და ტრადიციული ცხოვრების შერწყმა საქართველოს რეგიონებისათვის უმნიშვნელოვანესი და ძვირფასია, იგი ამასთანავე წარმოადგენს ქვეყანაში ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისათვის აუცილებელ და საჭირო კომპონენტს.

საქართველოს 12 ტურისტულ რეგიონად დაყოფა მოხდა ერთი მხრივ ქვეყნის ისტორიული პროვინციების მიხედვით და მეორეს მხრივ ამ რეგიონების ტურისტული პოტენციალის გათვალისწინებით.

**ცხრილი №4**

ტურისტული რეგიონი	რეგიონული ცენტრი
თბილისი	თბილისი
კახეთი	თელავი
მცხეთა-მთიანეთი	მცხეთა
ქვემო ქართლი	რუსთავი
შიდა ქართლი	გორი
სამცხე-ჯავახეთი	ახალციხე
იმერეთი	ქუთაისი
რაჭა-ლეჩხუმი	ონი
გურია	ოზურგეთი
სამეგრელო ზემო სვანეთი	ზუგდიდი
აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა	ბათუმი
აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკა	სოხუმი

## თბილისის ტურისტული რეგიონი



ლეგენდის თანახმად, თბილისის ტერიტორია ტყით ყოფილა დაფარული, ქართველ მეფეს (ერთ-ერთი ვარიანტით, ვახტანგ I გორგასალს) ნადირობის დროს შველი დაუჭრია, შველი ცხელ წყაროში განბანილა და განკურნებული გაქცევია მონადირეებს (სხვა ვარიანტით, მეფის მიმინო თავს დასცხრომია ხოხობს, ფრინველები ცხელ წყაროში ჩაცვივნულან და გაფუფქულან). ცხელი წყლის სამკურნალო თვისებებისა და ადგილის ხელსაყრელი მდებარეობის გამო მეფეს ტყე გაუკაფავს და ქალაქი გაუშენებია. „თბილისი“ — „თბილი“ (ძვ. ქართულად „ტფილი“) მინერალური წყაროების გამო უწოდეს ქალაქს. შემდგომში ამ ადგილზე გოგირდის აბანოები გაშენდა. აღნიშნული ადგილი თბილისის ისტორიული უბანი —



აბანოთუბანია. სწორედ, უცხო ტურისტთა დიდ ყურადღებას იქცევს ეს ადგილი, ასევე თბილისში არის ისეთი ღირსშესანიშნავობანი, როგორცაა: მთაწმინდა, ბოტანიკური ბაღი, ვაკის პარკი, კუს ტბა, ლისის ტბა, თბილისის ზღვა, ეთნოგრაფიული მუზეუმი და სხვ.

მთაწმინდა, პლატო, თრიალეთის ქედის აღმოსავლეთი შტოქედის დაბოლოება (შედის თბილისის ფარგლებში). მისი სიმაღლე 770 მ. აგებულია ზედავოცენური ქვიშაქვებითა და თიხებით. სახელი მიიღო ქრისტიანული რელიგიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სავანის - ათონის მთის მიხედვით. გადმოცემით მთის აღმოსავლეთ კალთაზე სენაკი გამოუქვაბავს ერთ-ერთ ასურელ მამას - დავითს. IX საუკუნეში აქ ივერიის ღვთისმშობლის ეკლესია იდგა, მის ადგილას 1542 წელს ძმებმა ნიკოლოზ და დავით გაბაშვილებმა წმ. დავითის მონასტერი ააშენეს. ახლანდელი ეკლესია აგებულია 1871 წელს. აქვეა მცირე ზომის ფერისცვალების ეკლესია (აგებულია 1809 წელს). ეკლესიებთან მისასვლელი გზა გაიყვანეს 1817 წელს. XIX საუკუნის დასაწყისამდე მთაწმინდა ტყით იყო შემოსილი. ახლანდელი ტყე ხელოვნურია .

პლატოზე გაშენებულია კულტურისა და დასვენების პარკი, რომელიც საავტომობილო და საბაგირო გზით უკავშირდება ქალაქს; გაყვანილია ფუნიკულური. მთაწმინდის აღმოსავლეთ კალთაზეა ქართველ მწერალთა და საზოგადო მოღვაწეთა მთაწმინდის პანთეონი. მთაზე დგას სატელევიზიო ანძა.



გიორგი ჩიტაიას სახელობის ეთნოგრაფიული მუზეუმი ღია ცის ქვეშ დაარსდა 1966 წელს. იგი პირველი ეთნოგრაფიული მუზეუმია კავკასიაში. მუზეუმის დაარსების იდეის ავტორი და განმახორციელებელი იყო ქართული ეთნოგრაფიული სკოლის ფუძემდებელი, აკადემიკოსი გიორგი ჩიტაია. მუზეუმის გენერალური გეგმის ავტორია ლონგინოზ სუმბაძე.

ბოტანიკური ბაღი არის სპეციალურად გაშენებული ბაღი, სადაც გამოჰყავთ სხვადასხვა ჯიშის მცენარეები და ატარებენ მათზე დაკვირვებებს.

მსოფლიოში ერთ-ერთ უძველეს თბილისის ბოტანიკურ ბაღს შეუსრულდა 300 წელი (XVII საუკუნის I ნახევარი, 1636 წელი). მან თავისი ხანგრძლივი ისტორიის მანძილზე რამდენიმე მნიშვნელოვანი ეტაპი განვლო. თბილისის ბოტანიკური ბაღის (ყოფილი სამეფო ბაღი) სოლოლაკის სამხრეთით მდინარე წავკისის წყლის ხეობაში მდებარეობს. ადრე ეს მცირე ფართობი წარმოადგენდა დასასვენებელ პარკს. შემდეგ კი გაშენდა 3 პატარა ბაღი: სამკურნალო მცენარეებით, ბოსტნეულითა და ხეხილით.



თბილისის წყალსაცავი, „თბილისის ზღვა“, სამგორის წყალსაცავი, წყალსაცავი აღმოსავლეთ საქართველოში, ივრის ზეგანზე, ქ. თბილისის ჩრდილო-აღმოსავლეთით. შეიქმნა მლაშე ტბების – ავლაბრის, ილგუნაისა და კუკის ადგილას. ვრცელდება ჩრდილოეთ-დასავლეთიდან სამხრეთ-აღმოსავლეთისაკენ. ექსპლუატაციაშია 1953 წლიდან. ჩრდილოეთ-დასავლეთ ნაწილში განიერია, სამხრეთ-აღმოსავლეთისკენ - ვიწრო. სიგრძე – 8,75 კმ, უდიდესი სიგანე 1,85 კმ. ფართ. 11,6 კმ<sup>2</sup>. წყლის მოცულობა 308 მლნ. მ<sup>3</sup>. უდიდესი სიღრმე 45 მ. საშ. სიღრმე 26,6 მ. წყალსაცავის დონე გაზაფხულზე მატულობს, ზაფხულსა და შემოდგომაზე, საწვავად წყლის ინტენსიური გამოყენების გამო, კლებულობს 7-10 მ-ით.

წყლის ზედაპირული ფენის საშუალო ტემპერატურა ნაპირთან მერყეობს 3,7<sup>o</sup>ჩ-იდან (იანვარი-თებერვალი) 21,6<sup>o</sup>C-მდე (აგვისტო), მაქსიმალური ტემპერატურა



26,2°C. წყალსაცავზე უმეტეს შემთხვევაში ჰომოთერმია დამყარებული. ზოგჯერ ზამთრობით, წყნარ ამინდში სუსტად გამოსახული შებრუნებული ტემპერატურული სტრატეფიკაცია, ხოლო ზაფხულობით - კარგად გამოსახული პირდაპირი სტრატეფიკაცია. ყინულსაფარი წყალსაცავზე არ ჩნდება, ცივ ზამთარში წარმოიქმნება ყინულნაპირისი და თოში. ხშირი ქარების გამო იცის ღელვა. წყლის მინერალიზაცია 300-500 მგ/ლ შეადგენს. თბილისის წყალსაცავი ოლიგოტროფული წყალსატევია. საზრდოობს მდ. ივრის წყლით, რომელიც მასში სამგორის სარწყავი სისტემის ზემო მაგისტრალური არხით ჩადის. თბილისის წყალსაცავის წყალს იყენებენ სარწყავად, თბილისის წყალმომარაგებისათვის, თევზის სარეწად, წყლის სპორტისათვის. წყალსაცავიდან წყალი გადის სამგორის სარწყავი სისტემის ქვემო მაგისტრალური არხითა და ღრმაღელის მაგისტრალური არხით.

**კახეთის ტურისტული რეგიონი.** კახეთი საქართველოს ერთ-ერთი ულამაზესი მხარეა. კახეთის რეგიონი საქართველოს აღმოსავლეთით მდებარეობს და საქართველოს რეგიონებს შორის ყველაზე დიდი ტერიტორია უკავია (დაახლოებით 11 342 კვ. კილომეტრი). მოსახლობის რაოდენობა 400 ათასს აღემატება. კახეთს ორ ნაწილად ჰყოფს ცივ-გომბორის ქედი, საიდანაც დასავლეთით ივრის, აღმოსავლეთით კი ალაზნის ველის იშვიათი ბუნებრივი სანახაობა იშლება: აქ ერთმანეთის გვერდიგვერდაა კავკასიონის თოვლიანი მთები, ულამაზესი ვაკეები და ველ-მინდვრები. მრავალფეროვან ბუნებრივ ლანდშაფტს ორგანულად ერწყმის ქართული არქიტექტურის უნიკალური ნიმუშები.

**კახეთის რეგიონალური ცენტრია თელავი,** რომელიც საქართველოში ერთ-ერთ უძველესი ქალაქია. თელავის ადგილზე ჯერ კიდევ ჩვენს წელთაღრიცხვამდე არსებობდა დასახლებები, ხოლო მის შესახებ პირველი ჩანაწერები გვხვდება ბერძენი სწავლულის, პტოლემეოსის ჩანაწერებში ჩვენი წელთაღრიცხვის მე-II საუკუნეში. საქართველოს არსებობის მანძილზე, კახეთი მნიშვნელოვან როლს თამაშობდა ქვეყნის პოლიტიკურ თუ ეკონომიკურ ცხოვრებაში.



კახეთი ვაზის სამშობლოა. მხარეში ვენახებს საერთო ფართობის მნიშვნელოვანი ნაწილი უკავია. კახეთშია მეღვინეობის ისეთი ცნობილი მიკროზონები, როგორებიცაა: წინანდალი, თელიანი, ნაფარეული, ვაზისუბანი, მუკუზანი, ახაშენი, გურჯაანი, კარდენახი, ტიბაანი, ქინძმარაული, მანავი, ენისელი, გრემი. კახეთშია განთავსებული საქართველოში ღვინის უმსხვილესი კომპანიები: ბადაგონი, თელავის ღვინის მარანი, თელიანი ველი, კორპორაცია ქინძმარაული, მილდიანი, ქინძმარაულის მარანი, შუმი, წინანდლის ძველი მარანი, ჯი-ვი-ესი, და სხვ.

სახელგანთქმულია კახეთის ღვინის ქარხნებში წარმოებული საფირმო ღვინოები. მევენახეობა და მეღვინეობა დღესაც მხარის ეკონომიკის

უმნიშვნელოვანესი დარგია. ღვინო აქ ყველა ოჯახში მზადდება. სტუმრებს სიამოვნებით უმასპინძლებიან სახლში დაწურული ღვინით, ქართული სამზარეულოს უგემრიელესი კერძებით, სტუმართმოყვარე მასპინძლები აცნობენ ქართულ ტრადიციებსა და თვითმყოფად ეთნოგრაფიას.

**წინანდლის სახლ-მუზეუმი** –წინანდლის სახლ-მუზეუმი მნახველში უამრავ ფიქრს აღძრავს. მის ოთახებსა და დარბაზებში ხეტიალი სტუმრებს წარსულ დროსა და მოვლენებში გადაიყვანს და მღელვარე შეკითხვებს გაუჩენს.



წინანდალი, ალექსანდრე ჭავჭავაძისა და მისი ოჯახის ისტორიული სამოსახლო, საქართველოს ერთ-ერთ ყველაზე უფრო მნიშვნელოვან კულტურულ ღირშესანიშნაობას წარმოადგენს. როგორც მუზეუმსა და კულტურულ ცენტრს, მას შეუძლია განსაცვიფრებელი მასალა შესთავაზოს ფართო საზოგადოებას, ტურისტებს, საგანმანათლებლო დარგის წარმომადგენლებს, სტუდენტებსა თუ მკვლევარებს. არ არსებობს სხვა ადგილი, სადაც უკეთესად გაიგებთ ამბავს ამ უძლიერესი ოჯახისა, რომელმაც სამუდამო კვალი დაამჩნია საქართველოს ისტორიას; სადაც მნახველების წინაშე გამოფენილია, როგორც ტრადიციული, ისე თანამედროვე ქართული ხელოვნების ნიმუშები და ფასეულობანი, რომლებიც შთააგონებენ ქართველ და უცხოელ მნახველებს, საკუთარი ქვეყნებისა და, საერთოდ, მთელი მსოფლიოს მომავალზე ჩაფიქრდნენ.

**შუამთის ღვთისმშობლის სახელობის ტაძარმა** სახელწოდება ადგილმდებარეობიდან მიიღო - მას სამი მხრიდან მთები აკრავს, თავად კი მთათაშუა მდებარე ვაკეზეა აგებული.

ღვთისმშობლის სახელობის ტაძარი და ხახულის ღვთისმშობლის დედათა მონასტერი დაფუძნდა XVI ს-ის 50-იან წლებში კახეთის მეფის ლევანის (1520-1574) და მისი მეუღლის თინათინის მიერ. დედოფალი თინათინი ამავე მონასტერში აღიკვეცა მონაზვნად და აქვეა დაკრძალული.

ახალი ქართლის ცხოვრების პირველი და მეორე ტექსტის ავტორები შუამთაში მონასტრის წარმოშობაზე იძლევიან თითქმის ერთნაირი შინაარსის ცნობებს. პირველ ტექსტში ბერი ეგნატაშვილთან ვკითხულობთ: «ლევან დაიპყრა კახეთი და მოიყვანა ცოლად ასული გურიელისა თინათინ. ამა თინათინისასა იტყვან, სიყრმესა შინა ნახა ჩუანება ესე:» შეგირთავს მთავარი ვინმე და მისვლასა შენსა ადგილსა ერთსა უჩუენა ადგილი ნიშანი და რქუა ესრეთ: «დამ უნ იქმნება შინდი თეთრი ერთი. და უშენე მონასტერი ერთი დედასა ღმრთისასა.» ხოლო რა ჟამს მოიყვანეს შუამთასა და ჩამოაკდინეს განსასუენებლად, და რაჟამს იხილა თინათინ ადგილი იგი, იყო ყოველივე ნიშნეული ჩუენებისა და შინდი თეთრიცა. რაჟამს იქორწინეს, შემდგომად



აღაშენა ეკლესია შუამთასა და დაადგინა მოძღუართ-მოძღაუარი. მიიცვალა თინათინ და დაემარხა ეკლესიასა თვისსა შენებულსა». იგივე ფაქტი უფრო მოკლედ აღნიშნული აქვს ვახუშტი ბაგრატიონსაც.

**„ვაშლოვანი“ (დათვის ხევი)** -მარშრუტი იწყება ვაშლოვანის ნაკრძალში ჩამავალი პანტიშარის ხევის ერთ-ერთ განშტოება — დათვისხევთან, რომელიც ქალაქ დედოფლისწყაროდან 60 კილომეტრში მდებარეობს. ეს ტერიტორია უხსოვარ დროში ზღვის ფსკერი ყოფილა. ამის დასტურია ქვიშაქვიანი ალესილები, რომლებიც დედამიწის განვითარების ისტორიას უამბობენ მნახველებს. დაკვირვებული თვალი ადვილად შეამჩნევს გამოშვლებულ ქანებზე, დალექილ ფენებში ზღვის მოლუსკების უნაკლოდ შემონახულ ქიტინებს. დათვის ხევში მოგზაურს შეუძლია ნახოს სამხრეთული სპილოს გაქვავებული ბეჭის ძვლის ნაშთი, რომელიც ნახევარი მილიონი წლის წინანდელი გიგანტი ძუძუმწოვრის ზომებზე მეტყველებს. აქვე შეიძლება შეხვდეთ დათვის, მგლის, გარეული ღორის, ლელიანის კატისა და ფოცხვერის ნაკვალევს. ქვეწარმავლებით დაინტერესებულ სტუმრებს ზაფხულში ხეობაში შეუძლიათ იხილონ: კავკასიური ჯოჯო, ხმელთაშუა ზღვის კუ, მარდი ფსვენი, ხვლიკი და თუ ბედმა გაგიღიმათ შეიძლება გველის რომელიმე სახეობის ნახვაც მოახერხოთ. პანტიშარის ხევისა და დათვის ხევის შეერთების ადგილზე მოწყობილია ავტოსადგომი და საპიკნიკე ადგილი.

მარშრუტის ხანგრძლივობაა დღენახევარი. საველე საკვებით და ტრანსპორტით უზრუნველყოფაზე თავად მთამსვლელი ზრუნავს. საფეხმავლო მარშრუტის სიგრძე 3 კმ-ია. შესასვლელ გადასახადს მნახველი იხდის ქალაქ დედოფლისწყაროში ნაკრძალისა და ეროვნული პარკის ოფისში, გამგეობის შენობის პირველ სართულზე.

შესასვლელი გადასახადი 1 ტურისტზე — 10 ლარი, 7 წლამდე უფასოა, 16 წლამდე — 5 ლარი. ღამისთევის გადასახადი ოჯახურ სასტუმროში — 30 ლარი.



**არწივის ხეობა** - მარშრუტი იწყება არწივის ხეობის შესასვლელთან არსებული საინფორმაციო ცენტრიდან, სადაც მნახველს საშუალება ეძლევა მიიღოს საინტერესო ინფორმაცია ბუნების ძეგლის — „არწივის ხეობის“ შესახებ. საინფორმაციო ცენტრიდან საფეხმავლო ბილიკი მიემართება კირქვიანი კლდეების გასწვრივ და მიდის კლდის ძირებთან, სადაც შესაძლებელია იშვიათი ენდემური მცენარის, კახეთის მაჩიტას ნახვა. მნახველი განცვიფრებაში მოჰყავს კირქვიან კლდეებზე ყოველგვარი ნიადაგის გარეშე ამოსულ მწვანედ მოხასხასე თეთრ ყვავილს, რომელსაც სასიცოცხლოდ ასეთი მკაცრი გარემო აურჩევია. შემდეგ ბილიკი მიემართება ხეობის დასავლეთ კალთაზე არსებულ გადასახედებზე, საიდანაც ჩაკიდული კლდეების ფონზე მონავარდე ორბების თვალჩერება საოცარ განცდას იწვევს მნახველში. ამ დიდრონი ფრინველების გარდა აღნიშნულ ტერიტორიაზე კიდევ 9 სახეობის მტაცებელი ფრინველის ნახვაა შესაძლებელი. მათ შორის

აღსანიშნავია გველიჭამია არწივი და ფასკუნჯი, რომლებიც ამ ტერიტორიაზე ზაფხულობით მოფრინავენ მართვეების გამოსაზრდელად. მტაცებლების გარდა არწივის ხეობაში სხვა გამორჩეული სილამაზის მქონე ფრინველების ხილვაცაა შესაძლებელი. მათ შორის განსაკუთრებულად საინტერესოა კოლხური ხოხობი და შავი ყარყატი. თუ ბედმა გაგიღიმათ, ხოხობის ნახვა გადასახედების ირგვლივ მდებარე ძეძვნარებში შეიძლება, ხოლო შავი ყარყატის მონახულების მსურველებმა კლდოვანი ქიმების წვერისა და ქვაბულებისკენ უნდა მიმართონ ჭოგრიტები და ბინოკლები. ამ აღჭურვილობის გარეშე არწივის ხეობაში მოსული ვიზიტორი ბევრ საინტერესო მოვლენას გაუშვებს ხელიდან. ტურისტებს უკან მოსაბრუნებელი ბილიკი კირქვიანი ქვებით მოფენილ მწვანედ მოხასხასე მდელოზე მოწყობილ საპიკნიკსთან გამოიყვანს, საიდანაც კარგ ამინდში ალაზნის ველი და კავკასიონის დიდი ქედები ხელისგულივით მოჩანს. სხვა ადგილებისაგან განსხვავებით აქ შეიძლება ცეცხლის დანთება და საჭმლის მომზადება. მარშრუტის ხანგრძლივობა — 4-5 საათი.



**ლაგოდების სახელმწიფო ნაკრძალი** –პირველია

საქართველოში შექმნილ ნაკრძალთაგან, იგი 1912 წელს არის დაარსებული. თავისი ფლორითა და ფაუნით ნაკრძალი საქართველოს ბუნების უნიკალურ ძეგლს წარმოადგენს. მკვეთრად დასერილი რელიეფი, სიმაღლეების დიდი ამპლიტუდა, სხვადასხვა დაქანებისა და ექსპოზიციის ფერდობები, ღრმა ხეობები მდინარეებით, ძლიერ განსხვავებულ ფიზიკურ – გეოგრაფიულ პირობებს ქმნის. ამით არის განპირობებული მცენარეული საფარის მრავალფეროვნებაც. ნაკრძალში საქართველოში გავრცელებულ მცენარეთა ორი მესამედია თავმოყრილი. დაცულია უნიკალური რცხილნარ – წიფლნარი ფოთლოვანი ტყე და აქ წარმოდგენილი ტყის შემქმნელი სახეობები: წიფელი, დიადი ბოყვი, რცხილა, მდინარეთა გაყოლებაზე მურყანი; ჩნდება ლაფანი, ცაცხვი, წაბლი, უფრო იშვიათად უთხოვარი; ლაგოდების გენციანა და ლაგოდების ენძელა, რომლებიც ვიწროლოკალურ ენდემებს წარმოადგენენ.

ლაგოდების ნაკრძალი საქართველოს უკიდურეს ჩრდილო – აღმოსავლეთ ნაწილში, აღმოსავლეთ კავკასიონის სამხრეთ ფერდობზე, ზღვის დონიდან 3500 მ.-ზე მდებარეობს. ჰავა ნახევრად სუბტროპიკულია.



### მთათუშეთის სახელმწიფო ნაკრძალი - მდებარეობს

ახმეტის რაიონში, კავკასიონის მთავარი წყალგამყოფი ქედის ფერდობებზე, მდინარეების პირიქითი ალაზნისა და თუშეთის ალაზნის აუზში. დაარსდა 1980 წელს. საერთო ფართობი 12505 ჰა. ტყით დაფარულია 9952 ჰა. ზღვის დონიდან 1600-2100 მ-მდე — სუბალპური სარტყელი, 2600 მ-იდან — ალპური სარტყელი. ნაკრძალში ძირითადად ფიჭვისა და არყის ტყეებია. ფიჭვი აქ ჩრდილოეთ ფერდობებზე იზრდება და მაღალი ბონიტეტის კორომებს ქმნის. აქვია ვერხვი, თხმელა, დეკა, ასკილი და სხვა მცენარეები. ძუძუმწოვრებიდან გვხვდება ნიამორი, გავრცელებულია ჯიხვი, არჩვი, დათვი, ფრინველებიდან — როჭო, შურთხი და სხვა ცხოველები. ნაკრძალი მდიდარია მინერალური წყლებით.

თუშეთის დაცული ტერიტორიები (სახელმწიფო ნაკრძალი, ეროვნული პარკი, დაცული ლანდშაფტი) მდებარეობს აღმოსავლეთ კავკასიონზე, თუშეთის ქვაბულში 900-4800 მ-ზე ზღვის დონიდან, თბილისიდან 280 კმ-ის დაშორებით. თუშეთის სახელმწიფო ნაკრძალის დაარსების თარიღად 1981 წელი ითვლება. დღეს მისი ფართობი 10694 ჰა-ია. ეროვნული პარკი (83453 ჰა) და დაცული ლანდშაფტი (27903 ჰა) დაარსდა 2003 წლის 22 აპრილს.

თუშეთი გამორჩეულია ულამაზესი ალპური მდელოებითა და საუცხოოდ შემონახული ფიჭვნარი ტყეებით, ტებულოს (4492 მ. ზ. დ.), დიკლოს (4285 მ. ზ. დ.) და ბორბალოს (3294 მ. ზ. დ.) დიდებული მწვერვალებით.

თუშეთის ტყეების დიდი ნაწილი პრაქტიკულად პირველქმნილია. აქ გავრცელებულ ცხოველთაგან ზოგიერთი წარმოადგენს კავკასიის ენდემებს ქვესახეობის დონეზე (მგელი, ფოცხვერი, არჩვი),

ზოგ შემთხვევაში კი სახეობის დონეზეც (აღმოსავლეთ კავკასიური ჯიხვი). განსაკუთრებით აღსანიშნავია ნიამორი. სავარაუდოა წინააზიური ჯიქის არსებობაც. ფრინველთაგან გვხვდება კრავიჭამია ანუ ბატკანძერი, კავკასიის ენდემური სახეობა — კავკასიური როჭო, შურთხი, ხოხობი და სხვა.

თუშეთში ჯერ კიდევ შენარჩუნებულია კულტურული მემკვიდრეობის უნიკალური ძეგლები, უძველესი ნასოფლარები, ხალხური ხელსაქმის ნიმუშები, ყოფითი კულტურის ნივთები. აქ გარემომცველ ისტორიულ-კულტურულ ლანდშაფტებთან ერთად დაცულია ტრადიციები და მოსახლეობის ყოფითი წეს-ჩვეულებები.

კახეთი უძველესი კულტურის მხარეა. აქ ქვის ხანის ადამიანის მრავალი ნასახლკარია აღმოჩენილი. კახეთზე გადიოდა ევროპიდან აზიისკენ მიმავალი აბრეშუმის გზა, კახეთის ტერიტორიაზე რამდენიმე ათასი ხუროთმოძღვრული ძეგლია აგებული - საკულტო შენობები, ეკლესია-მონასტრები, სათავდაცვო თუ

სამეურნეო ნაგებობები და სხვა. კახეთში, ისევე როგორც მთელ საქართველოში, შუასაუკუნეობრივი აღმშენებლობა, უმთავრესად საეკლესიო ნაგებობებითაა წარმოდგენილი.

### კახეთის ტერიტორიაზე განთავსებული ისეთი ისტორიული ძეგლები



ალავერდის საკათედრო ტაძარი (მე-11 საუკუნე);

გრემის მთავარანგელოზის არქიტექტურული კომპლექსი (მე-16 საუკუნე);

დავით გარეჯას კლდეში ნაკვეთი სამონასტრო კომპლექსი (მე-6 საუკუნე);

ნეკრესი (მე-4 საუკუნე);

ნინოწმინდას ციხე-ქალაქი (მე-7 საუკუნე);

სიღნაღის ციხე-ქალაქი და ბოდბის მონასტერი (მე-9\_ მე-11 საუკუნეები);

ძველი შუამთა (მე-6 საუკუნე).

კახეთში ჰავა ზომიერია, ბუნება მრავალფეროვანი. კახეთი მდიდარია მრავალფეროვანი და კონტრასტული ლანდშაფტებით: მნახველზე დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას ტოვებს ალაზნის ველი, ცივ-გომბორის მთიანეთი, დავით გარეჯის უდაბნო, თუშეთის მთიანეთი, ლაგოდეხისა და ვაშლოვანის ნაკრძალები, ახტალის ჩამქრალი ვულკანი კახეთის შუაგულში და სხვა.

**მცხეთა-მთიანეთის ტურისტული რეგიონი** - მცხეთა - მთიანეთის ტერიტორია - 805,5 კვ. კმ. მოსახლეობა - 63,9 ათასი. ზაფხულის საშუალო ტემპერატურა: +25,+35°C, ზამთრის საშუალო ტემპერატურა: -1,-10 °C რაიონული და რეგიონის ცენტრი - ქ. მცხეთა.



მცხეთა - მთიანეთის მხარე ყველაზე ახალი

ერთეულია საქართველოს პოლიტიკურ - ადმინისტრაციული დაყოფის ისტორიაში. რეგიონის ცენტრია ქ. მცხეთა, რომელიც შესულია იმ ქალაქთა რიცხვში, რომლებსაც იუნესკო იცავს. მცხეთა - მთიანეთის რეგიონში არის სხვადასხვა ტიპის ჰავა: სუბტროპიკული, ზომიერად ტენიანი და თბილი, ტენიანი ზომიერად ცივი, სუბალპური და ალპური.



**მცხეთა** - მთიანეთის რეგიონი ტურისტებისათვის ძალიან საინტერესოა თავისი ისტორიით, კულტურით, მუზეუმებითა და ეკლესია - მონასტრებით, რაც დიდ პოტენციალს ქმნის აქ კულტურული და პილიგრიმული ტურიზმის განვითარებისათვის. ამ

რეგიონში არსებული ძირითადი კულტურული ძეგლებია: სვეტიცხოვლი-მართლმადიდებლური სამყაროს წმინდა ადგილი, ჯვრის ტაძარი, შიომღვიმე, ზედაზენი, ანანურის ციხე - ტაძარი, ბოდორნის ეკლესია, შატილი, მუცო, ჩარგალი, ჟალეთის უძველესი ქალაქის ნანგრევები, ოჩანის ციხე, გერგეთის ეკლესია, სიონი, სნოს ციხე, დარიალის ციხე, ძალისის ნაქალაქარი და სხვ. რეგიონში არსებული ლამაზი ბუნება, ბუნებრივი ძეგლები, დაცული ტერიტორიები, ჩანჩქერები და სხვა ღირსშესანიშნავი ადგილები ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ჯიპ ტურიზმის განვითარებისთვის.

ყაზბეგის ნაკრძალი, რომელიც მოიცავს ეკოტურიზმის თვალსაზრისით საინტერესო ხეობებს: თრუსო, სნო, დარიალი და ხანდო. ტურისტებს ქართულ სოფლებში ხიბლავთ იქაური ცხოვრების წესი. თითქმის ყველა სოფელში შემორჩენილია ძველი ტრადიციები და ყოფითი წეს - ჩვეულებები.. ფასანაური - კლიმატობალნეოლოგიური ტიპის კურორტი. სამკურნალო ბუნებრივი ფაქტორია შუამთის კლიმატი და წყაროების მინერალური წყლები. ისინი ეფექტურია როგორც სასმელად (საჭმლის მომწელებელ ორგანოთა დაავადებების შემთხვევაში), ასევე სააბაზანო პროცედურების სახით. ფასანაური ასევე გვევლინება საჯომარდო მარშრუტის საწყის პუნქტად მდინარე არაგვზე. საჯომარდო მონაკვეთები უკვე აპრობირებულია მდ . ფშავის არაგვზეც (მაღაროსკარიდან ანანურამდე).

სტეფანწმინდა (ყაზბეგი) - მთის კლიმატის გარდა, აქ არის მინერალური წყლების წყაროები. ეს მინერალური წყლები გამოიყენება სასმელ - სამკურნალოდ საჭმლის მომწელებელ ორგანოთა დაავადებების დროს.

ანანური - მცხეთა - მთიანეთის რეგიონში მრავლადაა ისეთი ადგილები, სადაც შესაძლებელია ჯომარდობის, ალპინიზმის, სამთო - სათხილამურო და ჯიპ ტურიზმი. ჯომარდობა შესაძლებელია მდ. არაგვზე ფასანაური - მენესოს და მაღაროსკარი - თვალივის მონაკვეთებზე. ალპინიზმის მოყვარულ ტურისტებს საშუალება აქვთ გამოცადონ საკუთარი თავი ყაზბეგის რაიონის მწვერვალებზე: მყინვარწვერი (ზღ. დ-დან 5047 მ.), ზილგახოხო, ადლასანი, ლაღზწითი, ესიკომი, ხორისარი, სამელი, ქვენამთა, ჭაუხი.

რელიეფი და საინტერესო ხეობები, კარგი ფაქტორია ჯიპ ტურების განსახორციელებლად.

### **ქვემო ქართლის ტურისტული რეგიონი**

ქვემო ქართლი საქართველოს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ეკონომიკური მხარეა. მას თბილისის შემდეგ, მეორე ადგილი უკავია სამრეწველო პროდუქციის წარმოების მხრივ. მხარის ფართობი შეადგენს 6528 კვ.კმ-ს, რაც საქართველოს საერთო ფართობის დაახლოებით 10%-ია. საქართველოს მხარეებს შორის ქვემო ქართლს ფართობით მე-4 ადგილი უკავია, ხოლო მოსახლეობით მე-3. მოსახლეობა — 497 ათასს, მოსახლეობის სიმჭიდროვე 1 კვ.კმ-ზე — 76 კაცს. მხარის

ადმინისტრაციული ცენტრია ქალაქი რუსთავი. მხარეში 353 დასახლებული პუნქტია, მათ შორის:

ქალაქი — 7: რუსთავი, ბოლნისი, გარდაბანი, დმანისი, თეთრი წყარო, მარნეული, წალკა;

დაბა — 8: დიდი ლილო, კოჯორი, კაზრეთი, მანგლისი, თამარისი, შაუმიანი, ბედიანი, თრიალეთი;

სოფელი — 338.



დმანისის ნაქალაქარი

მხარის ტერიტორიაზე მდებარეობს ბუნების, არქიტექტურისა და კულტურის მრავალი ძეგლი, მათ შორის უმნიშვნელოვანესია:

ბოლნისის სიონი, ფიტარეთის მონასტერი, ბირთვისის ციხე-სიმაგრე, დმანისის ნაქალაქარი, სამშვილდე (ციხე-ქალაქი), შიდა ქართლის ტურისტული რეგიონი.

შიდა ქართლი, როგორც ისტორიული პროვინცია, ლიხის ქედსა და მდ. არაგვს შორის მდებარეობს. მისი ფართობი (სამაჩაბლო 2230 კ. კმ. და 80 ათასი კაცი) მთლიანად შეადგენს 5770 კვ. კმ-ს, ხოლო მოსახლეობა – 464 ათას კაცს.

ჰავა ზომიერად თბილი და ტენიანია (ზოგან მშრალი). შიდა ქართლის ლანდშაფტი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა.



შიდა ქართლის რეგიონს ტურიზმის განვითარებისთვის უზარმაზარი შესაძლებლობები გააჩნია მოხერხებული გეოგრაფიული მდებარეობა, შესანიშნავი დასასვენებელი ადგილები, ბუნება, მთის ცივი, ანკარა წყაროები, დიდი და პატარა მდინარეები, ბუნებრივი და ხელოვნური ტბები, თრიალეთისა და ლიხის ქედის უმშვენიერესი სანახები, აქ არსებული ისტორიისა და ბუნების ძეგლები ყოველთვის იპყრობდა მნახველთა ყურადღებას.

შიდა ქართლის რეგიონი მდიდარია კულტურული და არქიტექტორული ძეგლებით. მთებზე და ხეობებში განლაგებულია მრავალი ქვით ნაშენი ციხესიმაგრეები, კოშკები, ტაძრები, ძველი ნასოფლარები.

შიდა ქართლის რეგიონი ერთ - ერთი ყველაზე მდიდარია ისტორიული ძეგლებით. ეს დიდი პოტენციალი დააინტერესებს კულტურული და პილიგრიმული ტურიზმის მოყვარულებს.

აქ არსებული მოქმედი ეკლესია - მონასტრები ქრისტიანული ტრადიციებით მომლოცველთა ყურადღების ობიექტი გახდება.

სურამის ციხე - სიმაგრე, ქვიშხეთის ციხე, წრომის ტაძარი, ურბნისი სიონის ტაძარი, მეტეხის ღვთისმშობლის ტაძარი, ქვათახევი, სამთავისი, ერთაწმინდა, გორიჯვარი, ყინწვისის მონასტერი, წინარეხი, ბიეთის მონასტერი, წვერის წმ. გიორგის ეკლესია, რკონი, ძამის ციხე და მრ. სხვ.

არქეოლოგიური ძეგლები მრავლად გვხვდება რეგიონის მასშტაბით. მარტო ქარელის რაიონში საქართველოს ისტორიისთვის ისეთი მნიშვნელოვანი არქეოლოგიური ძეგლებია, როგორებიცაა დედოფლის მინდორი და ნაცარგორა, ციხიაგორა კასპის რაიონში და სხვ.

რაც შეეხება ღვინის ტურიზმს, რეგიონში არაა ეს დარგი იმდენად განვითარებული, როგორც კახეთში, თუმცა აქაური პოტენციალი არაფრით ჩამოუვადრება კახეთისას. თუნდაც ის ფაქტი, რომ უძველესი ღვინის კულტურის ნიშნები და ყურძნის წიპწები (მსოფლიოში უძველესი - ძვ. წ. 8000 წ.) სწორედ ქართლის ტერიტორიაზეა აღმოჩენილი.

### სამცხე-ჯავახეთის ტურისტული რეგიონი.



**მეტეხის ღვთისმშობლის ტაძარი** - მხარის ფართობი შეადგენს 6413 კვ.კმ-ს, მოსახლეობა - 208 ათასს, მოსახლეობის სიმჭიდროვე 1 კვ.კმ-ზე - 32 კაცს. მხარის ადმინისტრაციული ცენტრია ქალაქი ახალციხე. მხარეში 353 დასახლებული პუნქტია, მათ შორის:

ქალაქი- 5: ახალქალაქი, ახალციხე, ბორჯომი, ვალე, ნინოწმინდა;

დაბა- 7: ბაკურიანი, ბაკურიანის ანდეზიტი, წალვერი, ახალდაბა, ადიგენი, აბასთუმანი, ასპინძა; სოფელი - 254.

**ბორჯომი** - კურორტი აღმოსავლეთ საქართველოში და ბორჯომის მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციულ ცენტრი. მოსახლეობა 9,9 ათასი (2002 წ.). მდებარეობს მდინარეების მტკვრის, ბორჯომულასა და გუჯარეთისწყლის შესართავთან, მესხეთის ქედის აღმოსავლეთ და თრიალეთის ქედის დასავლეთ კალთებზე, ზღვის დონიდან 800-900 მ. სიმაღლეზე. ქალაქს აღმოსავლეთიდან ესაზღვრება ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი.

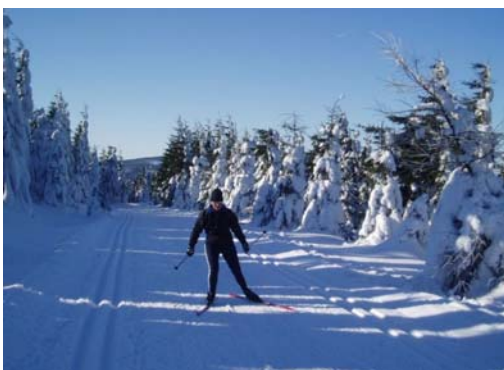


ბორჯომი ბალნეოლოგიური და კლიმატური კურორტია. აქ ხშირად ისვენებდნენ რუსეთის საიმპერატორო ოჯახის წევრები, სახელმწიფო და კულტურის მოღვაწენი: მაქსიმ გორკი, პეტრე ჩაიკოვსკი, გიორგი დიმიტროვი და სხვები. ბორჯომში არის განთქმული მინერალური წყლების ჩამომსხმელი ქარხანა. აქვეა სხვა მცირე საწარმოები და კულტურის დაწესებულებები (თეატრი, მხარეთმცოდნეობის მუზეუმი). ბორჯომში არის რკინიგზის სადგური.

ბორჯომთან ახლოს მდებარეობს კურორტი ბაკურიანი, რომელთანაც დაკავშირებულია ვიწროლიანდაგიანი ბორჯომი-ბაკურიანის სარკინიგზო ხაზით. ასევე ბორჯომთან ახლოსაა ადგილობრივი მნიშვნელობის კურორტები: ცემი, წაღვერი, შუა საუკუნეების ციხე-სიმაგრეები პეტრეს ციხე და გოგიას ციხე, ტბა ტაბაწყური. ბორჯომში არის ბორჯომისა და ბაკურიანის ეპარქიის კათედრა და რეზიდენცია.

2005 წლის 22 ივნისს საქართველომ ბორჯომი, ბაკურიანთან და თბილისთან ერთად 2014 წლის ზამთრის ოლიმპიური თამაშების პრეტენდენტ ქალაქად დაასახელა.

ბაკურიანი ერთ-ერთი ულამაზესია მსოფლიოს სამთო კურორტებს შორის. მზის ხანგრძლივი ნათება, მაღალი მთის კლიმატი, ზომიერი თოვლი, სხვადასხვა სირთულის 12 სათხილამურო ტრასა, ულამაზესი ხედები, განთქმული ქართული სამზარეულო და ოჯახური სიმყუდროვე – დაუვიწყარს ხდის აქ გატარებულ ზამთარს!



**ბაკურიანი** - საქართველოში, ბორჯომის ხეობაში, თრიალეთის ქედის ჩრდილოეთ ფერდზე, ზღვის დონიდან 1700 მეტრზე მდებარეობს. ბაკურიანში დასვენება წლის ყველა დროს სასარგებლო და საინტერესოა: ტყიანი მთები, მინერალური წყაროები, ბორჯომის უნიკალური ხეობის ბუნებისა თუ კულტურის ძეგლებისაკენ მიმავალი ტურისტული მარშრუტები – ჯანმრთელობისა და კარგი განწყობის საწინდარია.

სამცხე-ჯავახეთი ძირითადად სასოფლო-სამეურნეო რეგიონია, თითქმის მთელი სამრეწველო პროდუქცია ბორჯომში იწარმოება. აქვეა თავმოყრილი მხარის



საკურორტო-გამაჯანსაღებელი ინფრასტრუქტურა. ეკონომიკური თვალსაზრისით პერსპექტიულია ტურისტული მეურნეობის განვითარება, ასევე ახალქალაქსა და თურქეთის ქალაქ ყარსს შორის დაგეგმილი რკინიგზის მშენებლობა.

მხარის ტერიტორიაზე მდებარეობს ბუნების, არქიტექტურისა და კულტურის მრავალი ძეგლი, მათ შორის უმნიშვნელოვანესია:

- ვარძიის სამონასტრო კომპლექსი;
- თმოგვის ციხე;
- ხერთვისის ციხე;
- ზარზმის მონასტერი;
- საფარის მონასტერი.

### **იმერეთის ტურისტული რეგიონი**

**იმერეთი** — დასავლეთ საქართველოს ერთ-ერთი ისტორიულ გეოგრაფიულ მხარე, ამჟამად იმერეთის მხარის ნაწილი. ვრცელი მნიშვნელობით იგი დასავლეთ საქართველოს ისტორიული სახელწოდებაა, ისევე როგორც ძველი კოლხეთი, ეგრისი, აფხაზეთი.

რეგიონი აღმოსავლეთით შემოსაზღვრულია ლიხის ქედით, დასავლეთით - ცხენისწყლით, ჩრდილოეთით - კავკასიონის ქედით და სამხრეთით ფერსათის, ანუ მესხეთის მთებით. სახელწოდება დაკავშირებულია ამ მხარის მდებარეობასთან, იმერეთი, ანუ ლიხსიქითა მხარე.

იგი იყოფა ორ ნაწილად: ზედა და ქვემო. იმერეთის ტერიტორიაზე აღმოჩენილი არქეოლოგიური ძეგლების მიხედვით, ამ მხარეში ადამიანს ცხოვრება, ჯერ კიდევ ქვედა პალეოლითის ხანაში დაუწყია. ამაზე მეტყველებს საკაჟიის და ჭახათის (მდ. წყალწითელას ნაპირზე), დევის ხვრელის (მდ. ჩხერიმელას ნაპირზე) გამოქვაბულები, სათაფლიის მიდამოები და სხვა. უძველესი ქალაქების არქეოლოგიური ნაშთები ნაპოვნია ქუთაისში, ვანში, ვარციხეში (როდოპოლისი), შორაპანში და სხვა. მხარის ხელსაყრელი გეოგრაფიული მდებარეობის გამო ამ ქალაქებს დიდი სტრატეგიული, ეკონომიკური და პოლიტიკური მნიშვნელობა ჰქონდათ. ანტიკურ ხანაში ამ ტერიტორიაზე გადიოდა მნიშვნელოვანი საერთაშორისო სავაჭრო, ე.წ. აბრეშუმის დიდი გზა, რომლითაც დასავლეთის სამყარო უკავშირდებოდა აღმოსავლეთის ქვეყნებს.

1984 წლის 15 ივლისს საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის ვახუშტი ბაგრატიონის სახელობის გეოგრაფიის ინსტიტუტის სპელეოლოგიური ექსპედიციის წევრებმა აღმოაჩინეს ახალი მღვიმე, რომელსაც „**წყალტუბო**“, ხოლო შემდეგ **ყუმისთავის მღვიმე ეწოდა**, 24.05.2010 წელს საქართველოს პრეზიდენტმა მიხეილ სააკაშვილმა მას „**პრომეთეს მღვიმე**“ უწოდა. მან აღნიშნა, რომ „ქუთაისი მარტო ინდუსტრიის ქალაქი, და ადმინისტრაციული ცენტრი კი არ უნდა იყოს, არამედ მას აქვს უდიდესი ტურისტული პოტენციალი და მსოფლიო ტურისტული საგანძურია, რომელიც ქუთაისს აქვს“.

მღვიმე ზღვის დონიდან 100 მეტრის სიმაღლეზე მდებარეობს, მთავარ შესასვლელთან მე-60 მეტრზე მღვიმეს ახშობს ტბა. განუმეორებელია არქიტექტურული დარბაზების მრავალფეროვანი მოცულობით. აღმოჩენილია 16

დარბაზი, თითოეული მათგანი მკვეთრად განსხვავდება ერთმანეთისაგან მასშტაბითაც და გაქვავებული ჩამონადვენების განუმეორებელი ფორმით, ყველაზე ლამაზ დარბაზს, რომელიც გამოირჩევა სტალაგმიტებისა და სტალაქტიტების სიმადლით „რუსთაველის“ სახელი უწოდეს.

„პრომეთეს“ მღვიმე ერთ-ერთი უმდიდრესია განზომილებით, მრავალსახეობით, მიწისქვეშა მდინარეების მნიშვნელობით და პეიზაჟის მრავალფეროვნებით იგი წარმოადგენს დიდი მღვიმეების საერთაშორისო ტურისტულ მღვიმეს.

ამჟამად მიმდინარეობს „პრომეთეს“ მღვიმის კეთილმოწყობითი სამუშაოები. იგი მთელი წლის განმავლობაში თვისობრივად ახალ ტურისტულ პროდუქტს შესთავაზებს უცხოელ და ადგილობრივ ტურისტებს. სპეციალისტების პროგნოზით, საქართველოში ტურიზმის განვითარებისათვის უდიდეს როლს შეასრულებს, რადგან წელიწადში 300 ათასზე მეტ ტურისტს მიიღებს. ასევე, დამთვარიელებელთა მოზიდვის მიზნით ისინი უშუალოდ მღვიმეში დაამზადებენ ღვინოს, სტალაქტიდმოკიდებულ ბოთლებში ჩამოასხამენ და იქვე იმერულ ყველსაც ამოიყვანენ.

„პრომეთეს“ მღვიმიდან ჩანს ხვამლის მთაც, ადგილი, სადაც ლეგენდის მიხედვით „პრომეთე“ იყო მიჯაჭვული.



მღვიმის ტექნიკურ ნაწილზე გერმანელი დიზაინერები მუშაობენ. ისინი მღვიმეში ხელოვნურ განათებას დაამონტაჟებენ და მუსიკის, ხელოვნური განათებისა და ლაზერულ შოუს სანახაობას მოაწყობენ.

„პრომეთეს“ მღვიმე ტურისტებისათვის სამი კომპონენტის გამო განსაკუთრებით მიმზიდველი და საინტერესო იქნება. პირველი- ველური სტელეოლოგია ანუ გაწვრთნილი ინსტრუქტორების დახმარებით ადგილზე რამდენიმე დღიანი ტურები მოეწყობა. მეორე-ადგილზე შესაძლებელი იქნება სტელეო-დაივინგიც,

რომელიც ყველაზე ძვირადღირებული ექსტრემალური სპორტია ევროპაში და მისი განვითარებისათვის „პრომეთეს“ მღვიმეში ყველა პირობაა შექმნილი. და მესამე- მღვიმეში შეიძლება სტელეო-თერაპიაც ანუ ასთმით დაავადებულთა მკურნალობა.“

იმერეთს წამყვანი ადგილი უჭირავს რეკრეაციულ სისტემაში, უნიკალური ბუნებრივი და ჰიდრომინერალური რესურსების, მინერალური წყლების სახით. სამკურნალო წყლებიდან გამოიყოფა წყალტუბო, საირმე- ბაღდათის რაიონში, ნუნისი ხარაგაულში, სულორი ვანში, აგრეთვე საჩხერის სხვადასხვა მინერალური

წყაროები. დიდი რაოდენობითაა თერმული წყლების მარაგი. მთისა და ტყის მასივებს 250000 ჰა ფართობი უჭირავს. რეკრეაციული რესურსებია სამთო ქვეითი, სამთო საცხენოსნო, სპელეო ტურიზმი, რაფტინგი მდინარე რიონზე. იმერეთის ტურისტული პროდუქციის ერთ-ერთ პრიორიტეტული მიმართულება კურორტები და გამაჯანსაღებელი ზონებია. რეგიონის ლანდშაფტი, სამკურნალო მინერალური წყლები ბალნეოლოგიურ კურორტებს მიმზიდველს ხდის დამსვენებლთათვის. დღეისათვის იმერეთში 53 საკურორტო და დასასვენებელი ბაზაა, მათ შორის აღსანიშნავია წყალტუბო, საირმე, ნუნისი, სიმონეთი, სულორი, საწირე, ჭითურის ხრეთი, სამტრედია, ზვარე, ამაღლება. განსაკუთრებით აღსანიშნავია სათაფლიის ნაკრძალი წყალტუბოს ტერიტორიაზე (345 ჰა), კარსტული გამოქვაბულითა და დინოზავრის ნაკვალევით.

### **რაჭა-ლეჩხუმის ტურისტული რეგიონი**



რაჭას ჩრდილოეთით სვანეთი და კავკასიის მთები, აღმოსავლეთით სამაჩაბლო, სამხრეთით იმერეთი და ჩრდილო-დასავლეთით ლეჩხუმის ქედი ესაზღვრება. რაჭა-ლეჩხუმის რეგიონი სამი ადმინისტრაციული ერთეულისგან შედგება: ამბროლაური, ონი (რაჭა) და ცაგერი (ლეჩხუმი).

რაჭაში ტენიანი კლიმატია, მაქსიმალური სიმაღლე 2000 მ ზღვის დონიდან. ზამთარი ხანგრძლივი და ცივია, ხოლო ზაფხული ტრადიციულად მოკლე და თბილი.

რაჭა-ლეჩხუმის მდინარეები ცნობილია სწრაფი დინებით, რამაც ბასრი კლდეების და ფერდობების წარმოქმნას შეუწყო ხელი, რამაც ჯომარდობისთვის ჩინებული გარემო შექმნა.

ლეჩხუმი დასავლეთ საქართველოს ისტორიულ-გეოგრაფიული მხარეა. იგი მოიცავდა ძირითადად ახლანდელი ცაგერის რაიონისა და ნაწილობრივ წყალტუბოს რაიონის და ამბროლაურის რაიონის ტერიტორიას. ლეჩხუმს დასავლეთით სამეგრელოსაგან ყოფდა ასხის მთის მასივი, ჩრდილოეთით სვანეთისაგან — ლეჩხუმის ქედი, აღმოსავლეთით რაჭისაგან — მდინარე ასკისწყალი, მდინარე რიონის მარცხენა ნაპირზე კი თავშავის ქედის სამხრეთი კალთები, სამხრეთით იმერეთისაგან — მდინარე ლეხიდარის მარცხენა ნაპირის გასწვრივ მდებარე სერი და ხვამლის მთის მასივი.

### **გურიის ტურისტული რეგიონი**

საქართველოს 12 რეგიონიდან ტერიტორიის მიხედვით გურია ყველაზე პატარაა. ის მდებარეობს დასავლეთ საქართველოში, კოლხეთის დაბლობსა და მიმდებარე მთიან ზონაში, მას აკრავს შავი ზღვის 22 კილომეტრიანი ზოლი. გურია,

საქართველოს სხვა მხარეებისგან განსხვავებით, გამოირჩევა თავისი ეგზოტიკური სილამაზით, ლანდშაფტი უმეტესად მთაგორიანია. მისი გეოგრაფიული მდებარეობა უჩვეულოა, მთისა და ზღვის სიახლოვის გამო. გურია მდიდარია ისტორიული წარსულით, პოლიფონიური სიმღერებით, კულტურული მემკვიდრეობით და ტრადიციებით, ის აგრეთვე ცნობილია წყალუხვი მდინარეების სიმრავლით.

**ბახმარო** - მაღალმთიანი კლიმატური კურორტი ჩოხატაური მუნიციპალიტეტში, მესხეთის ქედზე, მდინარე ბახვისწყლის ხეობაში, ტყის ზონის ზემო ნაწილში. ზღვის დონიდან 1926-2050მ, შავი ზღვის სანაპიროდან პირდაპირი ხაზით 50 კმ. რკინიგზის უახლოესი სადგურია საჯავახო. ბახმაროს



ტერიტორია წარმოადგენს ერთგვარ ქვაბულს, რომელიც გარშემორტყმულია ნაძვისა და სოჭის მარადმწვანე ტყით. საუკეთესო დრო დასვენებისთვის არის ივლისი და აგვისტო. 19 აგვისტოს, ფერისცვალების დღესასწაულთან დაკავშირებით ბახმაროში ყოველწლიურად იმართება დოდი და სხვა სადღესასწაულო ღონისძიებები. 2009 წლის ივლისში საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის დავალებით TC/Design Workshop-ის სამუშაო ჯგუფი ბახმაროს განვითარების გეგმის შემუშავებას შეუდგა.

**ნაბელღავი** - მინერალური წყალი "ნაბელღავისა" და "ბახმაროს" მწარმოებელი, ქართულ-შვეიცარიული კომპანია "წყალი მარგებელი" ("TWTR") 1997 წელს დაარსდა და დღეისათვის ადგილობრივი ბაზრის ლიდერია. "წყალი მარგებლის" ისტორია ნაბელღავის მინერალური წყლის მრავალწლიან ისტორიას უკავშირდება. კომპანიის დაარსების მიზანი იყო, განეხლებინა ნაბელღავის ჩამოსხმა, რისი საკმაოდ ხანგრძლივი ტრადიციაც უკვე არსებობდა.

ნაბელღავის მინერალური წყლის საბადო მდებარეობს კურორტ ნაბელღავის ტერიტორიაზე, მდ. გუბაზეულის ხეობაში, ზღვის დონიდან 450-475 მ სიმაღლეზე. ნაბელღავის წყარო 1905 წელს იქნა აღმოჩენილი. გადმოცემის თანახმად, გურიის ხელუხლებელი ბუნების წიაღში, ადგილობრივ მოსახლეობას ყურადღება მიუქცევია ერთ-ერთი წყაროსათვის, რომელსაც ხარები ეტანებოდნენ; სწორედ ამ წყალს აღმოაჩნდა განსაკუთრებული გემო და გამორჩეული სამკურნალო თვისებები. ნაბელღავის მინერალური წყლის საბადო მე-20 საუკუნის პირველ ნახევარში იქნა შესწავლილი ცნობილი ქართველი და უცხოელი მკვლევარების მიერ.

გურიაში მრავლადაა უძველესი ეკლესია-მონასტრები და არქიტექტურული ძეგლები, რაც მიმზიდველ გარემოს ხდის ტურისტებისთვის. გურია საისტორიო წყაროებში მოიხსენიება VIII საუკუნეში, როდესაც საქართველოში შემოიჭრა ულმობელი არაბი დამპყრობელი მურვან –იბნ–მუჰამედი იგივე „მურვან–ყრუ“, ის გადაწყვეტი ბრძოლის წინ გურიაში დაბანაკდა. იმის გამო რომ ის ხალხის თხოვნასა



და ხვეწნა-მუდარას ყურს არ უგდებდა, მას „მურვან-ყრუ“ შეარქვეს, დღესაც გურიში უყურადღებო ადამიანს მურვანას ეძახიან.

ბოლო რამდენიმე წელია ოზურგეთის მუნიციპალიტეტში, უნიკალურ საკურორტო ზოლში – შეკვეთილში ფუნქციონირებს ატრაქციონების პარკი ციციანთელა, რომელიც მდებარეობს ქობულეთსა და გურიის საზღვართან. პარკში 30-მდე ატრაქციონია, მათ შორის, უზარმაზარი „ემშაკის ბორბალი“, პარკი ძირითადად მუშაობს ზაფხულსა და შემოდგომაზე სადამოს საათებში. ზღვისპირეთში ჩამოსული დამსვენებლებისა თუ ადგილობრივი მოსახლეობისთვის, ის იქცა ადგილად სადაც შესაძლებელია აქტიური გართობა და დასვენება.

### **სამეგრელო ზემო სვანეთის ტურისტული რეგიონი**

სამეგრელო-ზემო-სვანეთი, საქართველოს უმშვენიერესი რეგიონი, მდებარეობს ქვეყნის დასავლეთით. სადაც წარმოდგენილია შავი ზღვის საზაფხულო საკურორტო ზონა და კავკასიონის ყველაზე მაღალი, ალპინისტებისათვის ძნელად დასაღაშქრი სვანეთის მთები.

სამეგრელო-ზემო სვანეთი მდებარეობს საქართველოს ცენტრალურ ჩრდილო-დასავლეთ ნაწილში. რეგიონის ტერიტორია ქვეყნის ტერიტორიის 10.6%-ია, რაც შეადგენს 7.4 ათას კვ. კმ-ს, ამ მონაცემით სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონს მეორე ადგილი უკავია.

სოფელ ცაიში- ბალნეოლოგიური კურორტი, სამეგრელო ზემო სვანეთის მხარის ზუგდიდის მუნიციპალიტეტში, ოდიშის დაბლობზე, მდინარე ჯუმის სანაპირო, ზღვის დონიდან 50 მეტრი. 2000 წლის აღწერის მონაცემებით სოფელში ცხოვრობს 2244 ადამიანი.

სოფელში არის რკინიგზის სადგური სენაკი ზუგდიდის ხაზზე. წარმოადგს რესპუბლიკური მნიშვნელობის ბალნეოლოგიურ კურორტს. აგრეთვე, ძელქვის კორომი. IX საუკუნიდან წარმოადგენდა საეპისკოპოსო კათედრას (ზუგდიდისა და ცაიშის ეპარქია). სოფელში დგას XIII-XIV საუკუნეების ეკლესია, ასევე XVII საუკუნის ეკლესია „ჯეგეთა“.



სამეგრელო ზემო-სვანეთის მდიდარი ისტორიული მემკვიდრეობიდან გამომდინარე ფოლკლორული მასალა კუთხის ტურისტული მიმზიდველობის მნიშვნელოვანი ფაქტორია. კოლხური და სვანური ფოლკლორი გამოირჩევა განსაკუთრებული ლირიზმით, დინამიურობითა და თავისთავადობით. ფოლკლორული მასალა მოიცავს - მუსიკას, ქორეოგრაფიას, ზეპირსიტყვიერებას, სახვით და გამოყენებით ხელოვნებას, ეთნოგრაფიულ მახასიათებლებს, სახალხო და რელიგიური დღესასწაულების დათვალიერებასა და გაცნობას, რომელთა დათვალიერება და მოძიება ტურისტს (მომხმარებელს)

შეუძლია, როგორც ისტორიულ-კულტურული ძეგლების (ხუროთმოძღვრება, მუზეუმები) დათვალიერებით, აგრეთვე შესაბამისი სახის სამეცნიერო თუ გასართობი დაწესებულებების მონახულებით.

კოლხურ ფოლკლორში აირეკლება ბარისათვის დამახასიათებელი (ცეკვა და სიმღერა) კულტურა, მისი ისტორია ჩამოყალიბებიდან დღემდე. ხოლო სვანურ სიმღერებსა და ცეკვებში მთის კულტურა, მისი განვითარებისა და თვითმყოფადობის ყველა იერსახე საინტერესოდაა შემონახული.

**მესტია** - (ყოფილი სეტი), დაბა, მესტიის მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული ცენტრი. მდებარეობს მესტიის ქვაბულში, მდინარეების მესტიაჭალასა და მუღხრის ნაპირებზე ზღვის დონიდან 1500 მ, თბილისიდან 456 კმ, ზუგდიდიდან 128 კმ (უახლოესი რკინიგზის სადგური). დაბის სტატუსი მიენიჭა 1968 წელს. მოსახლეობა 2.6 ათასი (2002).

ნოტიო ჰავაა, იცის ცივი ზამთარი და ხანმოკლე ზაფხული. საშუალო წლიური ტემპერატურა 5,7°C, იანვრის 6,4°C, ივლისის 16,4°C.

2010 წელის 24 დეკემბერს საქართველოს პრეზიდენტმა მესტიაში გახსნა ახალი თანამედროვე აეროპორტი და ოლიმპიური სათხილამურო ტრასა. მან აღნიშნა, რომ მომავალში მესტიამ ყოველწლიურად უნდა მიიღოს ნახევარი მილიონი ტურისტი.

უმშვენიერეს მთებში ჩაფლული ქალაქი, თავისი ისტორიული კომპლექტით და ტრადიციებით ძალზედ საინტერესო და მიმზიდველია. მესტიის აეროპორტის გახსნა იმის მაუწყებელია, რომ მომავალში ეკონომიკური განვითარება, ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება და ტურისტების მოზიდვა საქართველოში წარმატებით განხორციელდება.



**ანაკლია** — სოფელი და ზღვისპირა კურორტი ზუგდიდის მუნიციპალიტეტში (სამეგრელო-ზემო სვანეთის მხარე) აფხაზეთის ადმინისტრაციულ საზღვართან, ენგურის შესართავთან, ზღვის დონიდან 30 მეტრში მდებარეობს. სოფელში არის 1703 წელს აგებული ციხის ნანგრევები.

ლეგენდის თანახმად ამ ადგილას დედას(ანას) შვილი მოსტაცეს და გემით მიჰყავდათ, დედა კი ზღვის ნაპირას სასოწარკვეთილი მოთქვამდა. ხალხმა რომ გაიგო ქალის კვილი ერთმანეთს კითხეს —“რა ხდებაო“ “ანა რკიანს“-ო (მეგრ. ანა კივისო) იყო პასუხი. ამიტომ ამ ლეგენდით ამ ადგილას „ანარკია“(აკვილებული) ეწოდა, ვინაიდან ხშირი იყო ამდაგვარი შემთხვევები დღეს კი - „ანაკლია“ ეწოდება.

ანაკლიის ინფრასტრუქტურის განვითარებისა და რეაბილიტაციის გეგმა საქართველოს პრეზიდენტმა მიხეილ სააკაშვილმა გასული წლის 8 სექტემბერს

გახმაურა და ადგილობრივ მოსახლეობას დაპირდა, რომ ანაკლია 2-3 წელიწადში ყველაზე კარგი საზღვაო კურორტი იქნება. “ახალი ანაკლიის” პროექტზე ის ესპანელი არქიტექტორები იმუშავებენ, რომლებმაც შარშან ბათუმის ახალი ბულვარი დააპროექტეს. მისივე განცხადებით, ანაკლიაში იახტკლუბი, დაკიდული ხიდი, ბულვარი, ახალი ინფრასტრუქტურა გაშენდება.

### **ზუგდიდის თავისუფალი ტურისტული ზონა**



დაიწყო საქართველოს შავი ზღვისპირეთის მთავარი მარგალიტის, ანაკლიის მშენებლობა. საუკეთესო საზღვაო კლიმატის მქონე სანაპირო ზოლზე სახელმწიფო სასტუმროების მშენებლობისთვის უპრეცედენტო პირობებს გთვავობთ – მიწა, სასტუმროს პროექტები და ყველა კომუნიკაცია ინვესტორებისთვის სახელმწიფოსგან საჩუქრად! მოგებისა და ქონების გადასახადისგან 15 წლით გათავისუფლება, ახალი გზა ფოთიდან შავი ზღვისპირეთის გასწვრივ ანაკლიამდე.

სახელმწიფო ახალ კურორტზე მინერალურ წყალს უფასოდ მიიყვანს. ვინც 100, ან მეტ ნომრიან სასტუმროს ააშენებს, უფასოდ მიიღებს კაზინოს ლიცენზიას. უცხოელი ინვესტორები სურვილის შემთხვევაში მიიღებენ საქართველოს მოქალაქეობას.



ტურისტულ ზონაში, კურორტი ზღვაზე იახტკლუბით! ინვესტორებისთვის გადასაცემი უფასო მიწის ნაკვეთები განლაგებულია ესპანელი არქიტექტორების დაპროექტებული ბულვარის გასწვრივ. ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, სახელმწიფო ყველა პირობას უქმნის ინვესტორებს, რათა მათ განახორციელონ ინვესტიციების ჩადება აღნიშნულ ზონაში.

### **აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურისტული რეგიონი.**

აჭარა განლაგებულია საქართველოს სამხრეთ-დასავლეთ ნაწილში, შავი ზღვის სანაპირო ზოლზე, სამხრეთით ესაზღვრება თურქეთს. ფართობი შეადგენს 2900 კვ.კმ–ს, მოსახლეობა – დაახლოებით 376 ათასს, მოსახლეობის სიმჭიდროვე – 130 კაცს. ავტონომიის ადმინისტრაციული ცენტრია ქალაქი ბათუმი. ავტონომიის ტერიტორიაზე 342 დასახლებული პუნქტია.



საკურორტო ადგილებია: გონიო, კვარიათი და სარფი ბათუმის სამხრეთით, მისგან 13-18 კმ.-ის დაშორებითაა განლაგებული. სარფი კი უშუალოდ საქართველო-თურქეთის საზღვარზე მდებარეობს. ზღვის ამ შესანიშნავ კურორტებზე წყლის საშუალო ტემპერატურა ივლისში +25ც-ზე ადის. აქ შეჯერებულია ზღვისა და მთის ჰავა. თვისებებით მას კურორტ იალტას ამსგავსებენ.

საკურორტო ადგილის სანაპირო ზოლში ზღვის წყალი განსაკუთრებულად გამჭვირვალეა. მიმზიდველია აქაური წყალქვეშა სამყაროც.

ზღვისპირა კლიმატურ -ბალნეოლოგიური კურორტი მახინჯაური მდებარეობს ბათუმის ჩრდილოეთით, 5 კმ.-ის დაშორებით. ის სანაპიროს მახლობლად ზღვის დონიდან 15-25 მეტრზე იწყება, შემდგომ ზევით მიიწევს და 1000-1300 მეტრს აღწევს. მახინჯაურის ჰავა, ბათუმთან შედარებით, ტენიან-სუბტროპიკულია. აქ ზამთარი უფრო თბილია, ზაფხული კი გრილი. ზაფხულობით გამორჩეული სიგრილე განპირობებულია მთაგორიანი მდებარეობითა და ზღვის ბრიზებით.



საქართველოს ერთ-ერთი ულამაზესი კურორტი მწვანე კონცხი, ზღვის დონიდან 70-90 მ-ის სიმაღლეზე, ბათუმიდან 9 კმ.-ის დაშორებით მდებარეობს. ისტორიულად ამ ადგილს «სასირე ყელი» ეწოდება. სახელწოდება «მწვანე კონცხი» მან მარადმწვანე საფარველის გამო მიიღო.

ამ ადგილის კეთილმოწყობით XIX ს.-ის ბოლო წლებიდან დაინტერესდნენ. 1903 წელს ბათუმის ექიმთა საზოგადოების ინიციატივით მწვანე კონცხზე მოეწყო რკინიგზელთა კლიმატური სადგური, რომელიც მთელი წლის განმავლობაში მუშაობდა, ბათუმიდან 13 კმ. დაშორებით მდებარეობს საკურორტო ადგილი ჩაქვი, ქართული ჩაის სამშობლო. სწორედ აქ შემოიტანა და გააშენა პირველად ჩაი ჩინელმა მეცნიერმა ლაო ჯონ ჯიანომ.

ჩაქვის ტერიტორიაზე გადის საერთაშორისო საავტომობილო მაგისტრალი. აქვე, მწვანე კონცხის გადასასვლელზე, 2005 წლიდან ფუნქციონირებს თანამედროვე საავტომობილო გვირაბი, რომელმაც ბათუმამდე მანძილი საგრძნობლად შეამცირა.

ბათუმიდან 17 კმ. დაშორებით , ზღვის დონიდან 60–90 მ-ის სიმაღლეზე მდებარეობს საკურორტო დაბა ციხისძირი. მთის კალთები ციცაბოდ ეშვებიან ზღვაში და ქმნიან ციხისძირის კონცხს, რომელიც ზღვაში შეჭრილი, პლიაჟს ორ ნაწილად



ჰყოფს. ციხისძირის ჰავის უნიკალურობა იმაშია, რომ ის ზღვისა და მთის ჰაერის ნაზავს წარმოადგენს. აქ ზაფხულობით უფრო გრილა, ზამთარში კი უფრო თბილა, ვიდრე ბათუმსა და მახინჯაურში.

### აფხაზეთის ტურისტული რეგიონი



ავტონომიური რესპუბლიკის ფართობი შეადგენს 8700 კვ.კმ-ს, მოსახლეობა – დაახლოებით 100-120 ათასს. ავტონომიის დედაქალაქია ქალაქი სოხუმი. ავტონომიის ტერიტორიაზე 526 დასახლებული პუნქტია, მათ შორის:

ქალაქი - 7: სოხუმი, ტყვარჩელი, გაგრა, გუდაუთა, გალი, ოჩამჩირე, ახალი ათონი. დაბა -5; ახალი ათონი, ბიჭვინთა, განთიადი, მიუსერა.

1992 წლიდან აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის ტერიტორიაზე დამყარებულია სეპარატისტული რეჟიმი, რომელმაც 1992 წლის 23 ივლისიდან გამოაცხადა ე.წ. „აფხაზეთის რესპუბლიკის“ დამოუკიდებლობა. მისი დამოუკიდებლობა აღიარეს მხოლოდ რუსეთმა, ნიკარაგუამ, ვენესუელამ, ნაურუმ და ორმა თვითგამოცხადებულმა რესპუბლიკამ, ე.წ. „სამხრეთი ოსეთის რესპუბლიკამ“ და ე.წ. „დნესტრისპირეთის რესპუბლიკამ“. დანარჩენი სახელმწიფოები არ აღიარებენ მის დამოუკიდებლობას და იურიუდიულად განიხილავენ საქართველოს განუყოფელ ნაწილად.

მარკეტინგული კვლევისას ჩვენ გვანტერესებდა თუ ძირითადად საქართველოს, რომელ რეგიონებში ატარებენ უფრო მეტად უცხოელი ტურისტები საკუთარი მოგზაურობის პერიოდს. და, ასევე პირობითად შემოვიღებთ ცნებებს: ძალიან მაღალი აქტივობის, მაღალი აქტივობის, საშუალო აქტივობის და დაბალი აქტივობის ტურისტულ რეგიონებს, მაშინ მივიღებთ ასეთ სურათს: საქართველოს რეგიონების 40% - ძალიან მაღალ აქტივობის ტურისტულ რეგიონებს განეკუთვნება, ვინაიდან ტუროპერატორთა აბსოლუტური უმრავლესობა 100% ძირითადად ამ რეგიონებში აწარმოებენ ტურებს. ესენია: კახეთი, მცხეთა-მთიანეთი, იმერეთი, სამცხე-ჯავახეთი, მაღალ აქტივობის ტურისტულ რეგიონებს განეკუთვნება რეგიონების 10%, რომლებშიც ძირითადად ტუროპერატორთა 74,1% აწარმოებს ტურებს, ესაა: აჭარის რეგიონი, საშუალო აქტივობის ტურისტულ რეგიონებს განეკუთვნება რეგიონების 50%.

2000 წლის 12 ივნისს ტურიზმისა და კურორტების სახელმწიფო დეპარტამენტმა დაამტკიცა საქართველოს მხარეების ტურიზმისა და კურორტების რეგიონული სამმართველოების ტიპიური დებულება. დებულებიდან გამომდინარე სამმართველოების ფუნქციებში შედის შესაბამის რეგიონში ტურისტული და საკურორტო ინფრასტრუქტურის შენარჩუნება და განვითარება, დარგის საქმიანობის კოორდინირება, ტურიზმის რეგიონული პროგრამების მომზადება და რეალიზაცია,

საინვესტიციო წინადადებების დამუშავება და ინვესტიციების მოზიდვა, სანიტარული დაცვის ზონების დადგენილი რეჟიმის დაცვის ხელისშეწყობა, ტურიზმში დასაქმებული კადრების მომზადება და გადამზადება და ა. შ.

### კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად

1. დაახასიათეთ მსოფლიო ტურისტული რეგიონები;
2. დაახასიათეთ საქართველოს ტურისტული რეგიონები.

## თავი VII. საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები

ტურიზმის გლობალურმა განვითარებამ, ტურისტული მარშუტებისა და კავშირების სახელმწიფოთა ეროვნულ საზღვრებს მიღმა ფართო გავრცელებამ, ტურიზმის საერთაშორისო ტურისტულ ინდუსტრიად გადაქცევამ საჭირო გახადა ტურისტული საქმიანობის საერთაშორისო მართვა და რეგულირება.

ამ მიზნით შეიქმნა და იქმნება საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები, რომლებიც გლობალური მასშტაბით განსაზღვრავენ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მთავარ მიმართულებებს, აყალიბებენ ტურისტული საქმიანობის ფუძემდებლურ პრინციპებს, ადგენენ საერთაშორისო ნორმებსა და სტანდარტებს, ხელს უწყობენ ქვეყნების ტურიზმის სფეროში თანამშრომლობას.

დღეს უკვე მსოფლიოში 200-ზე მეტი სხვადასხვა დონისა და პროფილის საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაცია არსებობს. ესენია ასოციაციები, ასოციაციაა ჯგუფები, კავშირები, ფედერაციები, კომიტეტები, ბიუროები, კომისიები, საბჭოები, ცენტრები და ინსტიტუტები.

საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები, გლობალური მასშტაბით, ასეთი სტრუქტურისაა:

1. ზოგადი ხასიათის მსოფლიო ორგანიზაციები;
2. დარგობრივი ხასიათის მსოფლიო ორგანიზაციები;
3. ზოგადი ხასიათის რეგიონული ორგანიზაციები;
4. დარგობრივი ხასიათის რეგიონალური ორგანიზაციები;
5. სპეციალიზებული ორგანიზაციები;
6. განსაკუთრებული ორგანიზაციები.

*ზოგადი ხასიათის მსოფლიო საერთაშორისო ტურისტულ ორგანიზაციებს* მიეკუთვნებიან: ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაცია (მტო), ტურიზმისა და მოგზაურობის მსოფლიო საბჭო (ტმმს), მსოფლიო ტურიზმის საერთაშორისო ასოციაცია (მტსა) და სხვა.

*დარგობრივი ხასიათის მსოფლიო საერთაშორისო ტურისტულ ორგანიზაციებს* მიეკუთვნებიან: საჰაერო ტრანსპორტის საერთაშორისო ასოციაცია (სტსა), საზღვაო - სამგზავრო

გადაზიდვების საერთაშორისო ასოციაცია (სსგსა), სასტუმროების საერთაშორისო ასოციაცია (სსა), სასტუმროების, რესტორნებისა და კაფეების ეროვნული ასოციაციების საერთაშორისო კავშირი-კონფედერაცია (სრკეასკ), საკონგრესო ცენტრების საერთაშორისო ასოციაცია (სცსა) და მრავალი სხვა.

*საერთაშორისო მასშტაბის მქონე ზოგადი ხასიათის რეგიონულ ორგანიზაციებს* მიეკუთვნებიან: აზიისა და წყნარი ოკეანის აუზის ქვეყნების ტურისტული ასოციაცია (აწტა), ამერიკის ტურისტული ინდუსტრიის ასოციაცია (ატია), კარიბის ზღვის აუზის ქვეყნების ტურისტული ასოციაცია (კტა), არაბეთის ტურისტული კავშირი (ატკ), პანაფრიკული ტურისტული ორგანიზაცია (პატო), ევროპის ტურისტული გაცვლების კოორდინაციისა და განვითარების ასოციაცია (ეტგკა) და სხვა.

*დარგობრივი ხასიათის რეგიონალ ტურისტულ ორგანიზაციებს* მიეკუთვნებიან: აზია-ავსტრალიის სასტუმროებისა და რესტორნების ასოციაცია (აასრა), აზიის ავიაკომპანიების ასოციაცია (ასდა), ამერიკათაშორისი სასტუმროების ასოციაცია (ასა), არაბეთის სასტუმროების კავშირი (ასკ), აფრიკის ავიაკომპანიების ასოციაცია (ეაა), მოტელების ევროპის ფედერაცია (ემფ), და სხვა.

*სპეციალიზებულ საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციების ჯგუფს* მიეკუთვნებიან ორგანიზაციები, რომლებიც საქმიანობენ ტურიზმის ისეთ სახეობებსა და მიმართულებებით, როგორცაა: სოციალური, ახალგაზრდული, საქმიანი, საკონგრესო და სხვა. მათ რიცხვში შედის სოციალური ტურიზმის საერთაშორისო ბიურო (სტსბ), სოციალური ტურიზმის საერთაშორისო ფედერაცია (სტსფ), ახალგაზრდული ტურიზმისა და გაცვლების საერთაშორისო ბიურო (ატგსბ), სპეციალიზებული კონფერენციების ორგანიზაციის ასოციაცია (სკოა) და სხვა.

*სხვადასხვა პროფილის ტურიზმის სფერო განსაკუთრებულ ორგანიზაციათა* ჯგუფს მიეკუთვნება, ორგანიზაციები სპეციფიკური ფუნქციებით, რომლებიც პასუხს აგებენ: ტურისტული ინფორმაციების სფეროში თანამშრომლობაზე, არეგულირებენ პროფესიულ ტურისტულ განათლებას, ხელს უწყობენ საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას. ამ ჯგუფს მიეკუთვნება ტურიზმის სფეროში მოღვაწე მწერალთა და ჟურნალისტთა საერთაშორისო ფედერაცია (მქსფ), ტურიზმისა და კულტურის სფეროში დოკუმენტაციისა და ინფორმაციის საერთაშორისო ასოციაცია (დისა), გიდების საერთაშორისო კლუბი (გსკ) და სხვა.

ზოგადი ხასიათის მსოფლიო საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციების მიზნებსა და ამოცანებს წარმოადგენს – მსოფლიო ტურიზმის განვითარების მიმართულებების განსაზღვრა, ორგანიზაციის წევრი ქვეყნების ეროვნული ტურიზმის განვითარებისათვის პრაქტიკული მხარდაჭერა.

ბევრი ორგანიზაცია სამთავრობათაშორისოა, რაც ტურიზმის განვითარების პრობლემათა გადაწყვეტის საშუალებას იძლევა სამინისტროებისა და სახელმწიფო

უწყებების დონეზე, ხოლო საერთაშორისო ინიციატივები სახელმწიფოთა პოლიტიკაზე აისახება.

წამყვან ტურისტულ საერთაშორისო ორგანიზაციას წარმოადგენს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია (მტო). იგი 1975 წელს შეიქმნა გაეროს მონაწილეობით – ოფიციალური ტურისტული ორგანიზაციების საერთაშორისო კავშირის (ოტოსკ) საფუძველზე. მასში 138 მუდმივი და ასოცირებული წევრი სახელმწიფო შედის. მტოს შტაბ ბინა მადრიდში მდებარეობს.

**მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის ძირითად მიზანს წარმოადგენს:** ტურიზმის, საერთაშორისო ურთიერთობებისა და მშვიდობის ხელისშეწყობის განსაკუთრებული რეჟიმის ჩამოყალიბებას, საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარებას, ადამიანის უფლებების დაცვას და პატივისცემას.

#### **მტო-ს პირველი რიგის ამოცანებია:**

- \* ტურიზმის სფეროში ურთიერთთანამშრომლობის გაღრმავება და გაფართოება;
- \* ტურისტული კადრების პროფესიული მომზადებისა და სწავლების ხარისხის ამაღლება;
- \* გარემოს რაციონალურად გამოყენებისა და დაცვის ზომების შემუშავება, რეალიზაცია და დაგეგმვა;
- \* ტურისტული მომსახურების ხარისხის ამაღლება;
- \* სტატისტიკა და მარკეტინგული კვლევები, ტურისტული ბაზრის შესწავლა;
- \* კომუნიკაცია და დოკუმენტაცია.

მტო თავის საქმიანობას მსოფლიოს 6 ქვეყანაში საკუთარი წარმომადგენლობის მეშვეობით ახორციელებს: აფრიკაში, ჩრდილოეთ და სამხრეთ ამერიკაში, აღმოსავლეთ აზიასა და წყნარი ოკეანის აუზში, ევროპაში, ახლო აღმოსავლეთსა და სამხრეთ აზიაში.

საერთაშორისო ორგანიზაციების ტურიზმთან დაკავშირებული მიზნები და ამოცანები განისაზღვრება მათი განსაკუთრებული ფუნქციებითა და კომპეტენციებით. ტურიზმის გეგმაზომიერი განვითარებისა და საქმიანობის სრულყოფისათვის არანაკლებ დიდი მნიშვნელობა აქვს საერთაშორისო ტურისტულ ღონისძიებებს. მათ რიცხვში შედიან ტურისტული ბირჟები, ტურისტული ბაზრობები და ტურისტული სავაჭრო გამოფენები. ესენია: ბერლინის საერთაშორისო ტურისტული ბირჟა, ლონდონის მსოფლიო ტურისტული ბაზრობა, მადრიდის საერთაშორისო ტურისტული ბაზრობა და ლაიფციგის მოგზაურობის ბაზრობა.

მთავარ ღონისძიებებს, რომლებსაც საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციები ატარებენ, სამეცნიერო კონგრესები და სიმპოზიუმებია, ასამბლეები, ფორუმები, პრაქტიკული კონფერენციები, შეხვედრები და სემინარები, თემატური კამპანიები, მოხსენებები, დღეები და მიზნობრივი პროგრამები. მტო ატარებს შეკრებებსა და საერთაშორისო კონფერენციებს.

მტო-მ მოამზადა და ახორციელებს ორ მნიშვნელოვან პროექტს ტურიზმში: “აბრემუმის გზა” (1994 წლიდან), “მონების მარშრუტი” (1995 წლიდან). მსოფლიო

ტურისტული ორგანიზაცია ამზადებს კამპანიას საბავშვო სექს-ტურიზმის წინააღმდეგ.

საქართველოს, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან მჭიდრო კავშირი და საქმიანი ურთიერთობის დიდი გამოცდილება აქვს. კერძოდ ტურიზმის დარგში 1998 წელს აშშ ვაჭრობისა და განვითარების სააგენტოს ტექნიკური დახმარებით, აშშ-ს საკონსულტაციო ფირმის “არტურ კონსალტინგ გრუპის” მიერ შემუშავებულ იქნა “საქართველოში ტურიზმის ბიზნესის განვითარების კონცეფცია”.

2000 წელს ევროკავშირის ტექნიკური დახმარებით განხორციელდა “ტასის”-ის პროექტი – “სტრატეგიული რჩევები საქართველოს ტურიზმის განვითარებისათვის.” 2001 წელს დამთავრდა “ტასის”-ის პროექტი “საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია”, რომლის მიზანია შემუშავებულ იქნას საქართველოში ტურიზმის განვითარების ეროვნული კონცეფცია და სამოქმედო გეგმა.

თურქეთის აღორძინებისა და თანამშრომლობის სააგენტოს დახმარებით, “სელჩუკის” ტურიზმის სასწავლო ცენტრში კვალიფიკაცია აიმაღლა ტურიზმის დარგის სხვადასხვა სპეციალობების წარმომადგენლებმა.

### **კითვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციების მენეჯმენტი.

## **თავი VIII. ტურიზმის მენეჯმენტი, რეკლამა და პროფესიული კადრები**

### **8. 1. რეკლამის მნიშვნელობა ტურიზმის მენეჯმენტში**

ამერიკის შეერთებული შტატების მიერ მარკეტინგის ასოციაციის განსაზღვრებით, რეკლამა გარკვეული პასუხისმგებელი პირის მიერ მიზნობრივი აუდიტორიისათვის საქონლის, მომსახურების ფასიანი წარდგენა და მისი გასაღების სტიმულირებაა; “გარკვეული პასუხისმგებელი პირი”- იგულისხმება, რომ სარეკლამო ინფორმაციის მიმწოდებელმა უნდა დაასახელოს იმ იურიდიული პირის სახელი, რომელიც აწარმოებს სარეკლამო საგანს და პასუხს აგებს თავის სარეკლამო ინფორმაციის სანდოობაზე, მეორე – “მიზნობრივი აუდიტორიისათვის წარდგენა”, ნიშნავს იმას, რომ რეკლამა ყოველთვის გათვალისწინებულია გარკვეული აუდიტორიისათვის, ან მოსახლეობის იმ ნაწილისათვის ვინც ითვლება ამა თუ იმ პროდუქციის, მომსახურების პოტენციურ მყიდველად. მათ მიზნობრივ აუდიტორიას “ზაზაარს უწოდებენ”. მესამე – “ფასიანი წარდგენა”, მიუთითებს იმაზე, რომ რეკლამის დამზადებისათვის მასზე პასუხისმგებელი პირი იხდის გარკვეულ თანხას, ამავე დროს აუდიტორიისათვის და საერთოდ მოსახლეობისათვის რეკლამა, როგორც წესი, უფასოა. მეოთხე, განმარტებაში ნახსენებია რეკლამის საგნის რამდენიმე სახე: საქონელი, მომსახურება და სხვა.

ოპტიმალური სარეკლამო ინფორმაციის შედგენა დამოკიდებულია მთელი რიგი გარემოებისა და პრინციპების გათვალისწინებაზე, ამასთან დაკავშირებით ფართოდაა გავრცელებული ორი მოსაზრება:

1. სარეკლამო საგნის დახასიათება მომხმარებლის პოზიციებიდან უნდა ხდებოდეს.

2. რეკლამაში უნდა აისახოს საქონლის სამომხმარებლო თვისებები და არსი ტექნოლოგია ან სხვა მაჩვენებლები.

აქედან გამომდინარეობს პრინციპი - სარეკლამო ინფორმაციის შედგენისას ყურადღება გამახვილებული უნდა იქნას საქონლის სამომხმარებლო თვისებებზე და მათი დახასიათება მომხმარებლის პოზიციებიდან უნდა მოხდეს.

ინფორმაცია მომხმარებლისათვის მარტივი და გასაგები უნდა იყოს, ამასთანავე ადვილად შესამჩნევი და დასამახსოვრებელი. სპეციალისტებმა გამოთვალეს, რომ დასავლეთის ქვეყნებში, ერთი საშუალო მომხმარებლის ხედვის არეში ყოველდღიურად 500-მდე რეკლამაა, მაგრამ იგი ამ ინფორმაციის, მხოლოდ 10%-ს ამჩნევს, აქედან 5%-ს ნეგატიურად აფასებს. ასე, რომ რეკლამას საშუალოდ 5%-ანი შანსი გააჩნია, რომ მიზანს მიაღწიოს.

სარეკლამო ინფორმაცია უნდა შეესაბამებოდეს მიზნობრივი აუდიტორიის მიერ სარეკლამო საგნის ცოდნის დონეს. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ მომხმარებლის მიერ მომსახურების ან საქონლის თაობაზე ინფორმაციის ათვისება ეტაპობრივია. ჯერ ხდება ინფორმაციის შერჩევა და გაცნობა, შემდეგ მისი დამახსოვრება და ა. შ.

სარეკლამო ინფორმაციაში ყურადღება უნდა გამახვილდეს მომსახურების, ან საქონლის ძლიერ და მომგებიან თვისებებზე, წინ უნდა იყოს წამოწეული ის თვისებები, რომლებსაც უპირატესობა ეძლევათ კონკურენტის საქონლის წინაშე. სარეკლამო ინფორმაცია სასურველია გარკვეული გარანტიებისა და უსაფრთხოების აღმნიშვნელი იყოს. ამ გარემოებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ტურიზმის სფეროში, რადგან როგორც წესი, მომხმარებელი ბაზარზე არა თვით მომსახურებას, არამედ მისი შექმნის დამადასტურებელ დოკუმენტს – ტურს ყიდულობს. ხოლო მომსახურება მისი დასვენების ან მოგზაურობის ადგილზე ხორციელდება. რამდენადაც უფრო ძლიერია მომხმარებლის მხრიდან ნდობა სარეკლამო ინფორმაციაზე, იმდენად უფრო ძლიერი ზიანი მოაქვს ამ ნდობის გაცრუებას. ეს გარემოება ტურისტული მომსახურების სფეროში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი საკითხია. რადგან ტურიზმი მოგზაურობასთან და უცხო მხარეში ყოფნასთან არის დაკავშირებული, უსაფრთხოების გარანტიებს, პრინციპული მნიშვნელობა აქვს.

რეკლამა – ტურისტულ პროდუქტსა და მომხმარებელს შორის არაპირდაპირი კავშირის ფორმაა, რომლისთვისაც გამოიყენება

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები, მაგრამ განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ისეთ ნაბეჭდ პროდუქციას, როგორიცაა კატალოგები, ბროშურები და ა. შ.

### **ტურისტული რეკლამის მიზნები:**

1. ინფორმირება;
2. დარწმუნება;

### 3. ზემოქმედება მეხსიერებაზე.

ამასთანავე სარეკლამო საქმიანობა უნდა წარიმართოს კორექტულად და დაცული იქნეს რეკლამის შესახებ კანონის მოთხოვნები.

ჩვენს ქვეყანაში ტუროპერატორის სარეკლამო საქმიანობის ნორმატიულ საფუძველს წარმოადგენს “საქართველოს კანონი რეკლამის შესახებ”.

აღნიშნული კანონი არეგულირებს ურთიერთობებს, რომელიც წარმოიშობა ბაზარზე რეკლამის წარმოების, განთავსებისა და გავრცელების პროცესშიც. ეს ურთიერთობები შეიძლება დარეგულირდეს აგრეთვე პრეზიდენტის ბრძანებულებებით და განკარგულებებით, სახელმწიფოს, ან, აღმასრულებელი ორგანოს, ნორმატიულ-სამართლებრივი აქტებით, რომლებიც შემდეგ ძირითად კანონთან გამოიცემა. კერძოდ:

1. სამოქალაქო კოდექსი;
2. კანონი მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების შესახებ;
3. კანონი სერტიფიკაციის შესახებ.

ტურისტული პროდუქტის რეკლამის სირთულე გამოწვეულია შემდეგი მომენტებით:

- ტურისტული ბაზრის სეგმენტის სიჭრელით;
- სამოგზაურო ადგილების სიჭრელით;
- ტურიზმის სახეებისა და ფორმების სიჭრელით;

ამასთანავე აუცილებელია გავითვალისწინოთ რეკლამის ძირითადი პრინციპები:

- რეკლამა უნდა იყოს მოკლე და ლაკონური;
- რეკლამა უნდა იყოს მარტივი და გასაგები;
- რეკლამაში უმთავრესია დასაწყისი და დასასრული;
- თუ სარეკლამო მასალა მრავალფეროვანი და უჩვეულოა, მაშინ იგი მეტად დასამახსოვრებელია;

-ინფორმაცია უკეთ აღიქმება და რჩება მეხსიერებაში თუ იგი არ ეწინააღმდეგება საყოველთაო მიღებულ აზრებს;

-აუცილებელია გათვალისწინებული იქნეს საზო-გადოებრივი ცხოვრების ძირითადი ტენდენციები, რისთვისაც უნდა ჩატარდეს სოციოლოგიური გამოკითხვები.

რეკლამის ორგანიზებისას საჭიროა გათვალისწინებულ იქნას შემდეგი ასპექტები:

1. მიზნობრივი აუდიტორიის დადგენა;
2. რეკლამის სტრატეგიისა და ტაქტიკის დადგენა;
3. რეკლამის საშუალებებისა და რეკლამის მატარებლების განსაზღვრა;

4. რეკლამის გადაცემის დროის გრაფიკისა და ადგილების გეოგრაფიის დადგენა;

5. რეკლამის ბიუჯეტის შედგენა;

6. რეკლამირების პროცესში და მის შემდეგ მიღებული ეფექტის შესწავლა და შეფასება.

7. მიზნობრივი აუდიტორის სწორ შერჩევას სარეკლამო საქმიანობაში არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება, რადგან მჭიდროდაა დაკავშირებული ბაზრის სეგმენტაციის ცნებასთან. ამისათვის საჭიროა ბაზრის წინასწარი გამოკვლევა, რათა შეგვექმნას წარმოდგენა მის მოცულობაზე, მოთხოვნილებათა სპეციფიკაზე და დინამიკაზე. კერძოდ, მომსახურების რა სახეობებისაკენ არის მიმართული განსაკუთრებული ინტერესი და რას შეიძლება მიექცეს ნაკლები ყურადღება, როგორია კლიენტის გადახდის უნარიანობა, რა ხანგრძლიობისაა ტურისტული მოგზაურობისათვის გამოყოფილი დრო, რამდენად იცნობს კლიენტი სარეკლამო ობიექტს. ე. ი. ანალიზმა უნდა გვიჩვენოს უპირატესობა ან ნაკლი კონკურენტებთან შედარებით და რაში შეგვიძლია დაუთმოთ მათ.

### **სარეკლამო სტრატეგიის ძირითად სახეებს წარმოადგენს:**

ექსტენსიური, შერჩევითი, ინტენსიური ( აგრესიული) და პასიურ რეკლამას.

ექსტენსიური სარეკლამო საქმიანობა გულისხმობს დადგენილი მიზნობრივი აუდიტორიის ფართოდ ინფორმირებას და ტურის ზოგადად გაცნობას, რომელიც თავს იჩენს მომსახურების ციკლის საწყის ეტაპზე;

პასიური რეკლამირება დამახასიათებელია იმ ვითარებისათვის, როდესაც კონკურენცია მინიმუმამდეა დაყვანილი. ეს ხდება პროდუქციის სასიცოცხლო ციკლის ბოლო ეტაპზე;

სარეკლამო საშუალებების შერჩევა დამოკიდებულია დასახულ ამოცანებზე, რომლის მთავარი მიზანია დავადგინოთ ყველაზე ეფექტური და ეკონომიკური სარეკლამო საშუალებები, წყაროს სანდოობა, რამდენად სანდოა მიღებული ინფორმაცია სამოგზაურო ქვეყნის, რეგიონის, ტურისტული ცენტრის ან კურორტის შესახებ; რეკლამის გადაცემის დროს გრაფიკის და ადგილების გეოგრაფიის დადგენა.

ყოველგვარი რეკლამა, თუ იგი ერთჯერადია კარგავს თავის მნიშვნელობას. საურველი შედეგი მხოლოდ სისტემატურად გადაცემულ ინფორმაციას მოაქვს, მაგრამ სისტემატურობასაც თავისი რეჟიმი უნდა ჰქონდეს, რადგან ყოველი რეკლამა ხარჯთანაა დაკავშირებული.

ამდენად, რეკლამის მნიშვნელობა ტურიზმის მენეჯმენტში განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს, რადგან მის გარეშე წარმოუდგენელია საქართველოში ტურისტთა დიდი ნაკადების ჩამოსვლა. მაგალითად, მართალია ევროპა ჩასული ტურისტების რაოდენობის მიხედვით პირველ ადგილზეა, სადაც სოფლის მეურნეობაში პროგრესული ტექნოლოგიების გამოყენებით მიღებულია წარმოების მაღალი მაჩვენებლები, მაგრამ მათ მიერ წარმოებული სასურსათო პროდუქტების ხარისხობრივი მაჩვენებლები ბევრად ჩამორჩება საქართველოში წარმოებულ პროდუქტებისას, რაც კარგ პირობებს ქმნის ტურისტების დაინტერესებისათვის, ამიტომ ჩვენ უნდა შევთავაზოთ უცხოეთიდან ჩამოსულ ტურისტებს ეკოლოგიურად



სუფთა პროდუქტები, რაშიც განსაკუთრებული წვლილი უნდა შეიტანოს რეკლამის სხვადასხვა საშუალებებმა, კერძოდ: ინტერნეტმა, ტელევიზიამ, რადიომ, პრესამ და ა. შ.

უკანასკნელ წლებში განვითარებად ქვეყნებში შესამჩნევია ტურისტთა ნაკადების ზრდამ, განაპირობა ის, რომ XXI საუკუნის დასაწყისში ქვეყნებს, რომლებსაც ტურიზმში წამყვანი როლი ეკავათ, დათმეს პოზიციები, ეს კი იმაზე მეტყველებს, რომ ბოლო წლებში ტურისტები უფრო მეტად ინტერესდებიან განსაკუთრებით ეკოტურიზმით, ვიდრე სხვა სახის ტურიზმით, რაშიც განსაკუთრებულ როლს თამაშობს რეკლამა.

## **8. 2. პროფესიული კადრების მომზადების მნიშვნელობა ტურისტულ მენეჯმენტში**

ტურიზმის დარგის განვითარებისა და მისი ეფექტური მართვისათვის უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ტურიზმის სფეროს მუშაკების პროფესიულ მომზადებას. დარგის სამთავრობო ორგანოების ხელმძღვანელი და სტრუქტურული დანაყოფების მენეჯერები ვალდებულნი არიან ერკვეოდნენ ისეთ საკითხებში, როგორებიცაა: ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის შემუშავება, დაგეგმვა და მარკეტინგი, პროექტირება და ანალიზი, ტურისტული სტატისტიკა და ტურისტული საინფორმაციო სისტემების მართვა.

ტურისტული ინდუსტრიის მუშაკებს უნდა ჰქონდეთ: სასტუმრო მეურნეობის ორგანიზაციის, სხვადასხვა ტურისტული სააგენტოების სამუშაოების და ტურისტული ჯგუფების თანხლებასთან დაკავშირებული საკითხების ღრმა პროფესიული ცოდნა. რაც შეეხება სასტუმრო მეურნეობასა და მომსახურებას, სპეციალური პროფესიული მომზადება აუცილებელია მომსახურების მაღალი დონისათვის, კლიენტთა მიღების და გაფორმების, ასევე მიმდებარე ტერიტორიის ექსპლუატაციისათვის.

სპეციალურ მომზადებასთან ერთად ტურიზმის სფეროს მუშაკები, განსაკუთრებით ისინი, რომლებსაც ტურისტებთან პირდაპირი კონტაქტი აქვთ, ვალდებულნი არიან ერკვეოდნენ საზოგადოებასთან ურთიერთობის საკითხებში, გასცენ კომპენტენტური პასუხები ტურისტთა კითხვებზე, კარგად ფლობდნენ ინფორმაციას ქვეყანასა და რეგიონზე. დიდი მნიშვნელობა აქვს აგრეთვე ტურიზმის მუშაკის ვიზუალურ მხარეს, ენების ცოდნას, მომსახურე პერსონალს უნდა ჰქონდეს პროფესიული მიდგომები ტურიზმთან, ტურისტებთან და თავის უშუალო სამუშაოსთან.

ტურინდუსტრიის მუშაკთა განათლებისა და პროფესიული მომზადებისათვის ფართოდ გავრცელებულია ტურიზმის სფეროს სპეციალისტების მოსამზადებელი სკოლები, რომლებშიც მსმენელების სხვადასხვა სპეციალობებისა და დონეებისათვის სპეციალურ დისციპლინათა ფართო სპექტრი ისწავლება. ზოგიერთი ტურისტული საწარმო კადრების პროფესიულ მომზადებას სამუშაო ადგილებზევე აწარმოებს.

სასურველია, რომ ხელმძღვანელ მუშაკებს გავლილი ჰქონდეთ «ტურიზმის

სფეროს მართვა და სასტუმრო მეურნეობის» სპეციალობის უმაღლესი კურსები.

ტურიზმში პროფესიული კადრების საკმაოდ დიდი ოდენობა დაბალკვალიფიციური, ან დროებითი მუშაკებია. ამ მიზეზით შრომის ნაყოფიერება ტურიზმის სექტორში, საკმაოდ დაბალია. ტურიზმის სექტორში განათლების ამადლების ხელშემშლელი ფაქტორებია:

-მსოფლიოს უმეტეს ქვეყნებში ტურისტული საქმიანობის ზრდა და ეკონომიკის სხვა სფეროებიდან კადრების სტიქიური გადმოღინება ტურიზმში;

-საშუალო მცირე და საოჯახო საწარმოების დიდი რაოდენობა;

-ტურისტული საქმიანობის სეზონურობა. მომსახურების სახესხვაობები და სხვ.

ევროპული ქვეყნების (ინგლისი, ესპანეთი, იტალია, ჰოლანდია) ცნობილ სასწავლებელთაგან, რომლებიც ტურიზმის დარგის სპეციალისტებს ამზადებენ, უმეტესი წილი ორიენტირებულია საშუალო პროფესიულ სკოლებზე, ლიცეუმებსა და რესტორნების მეურნეობის კოლეჯებზე. მაგალითად, ესპანურ სკოლაში «ჩენტრო შუპერიორ დე ოსტელერია დე გალიცია», სადაც უმთავრესი აქცენტი სასტუმროებსა და რესტორნებში მუშაობის პრაქტიკული გამოცდილების შექმნაზეა დამყარებული, სასწავლო პროცესის საშუალო ხანგრძლივობა 10-12 თვეს შეადგენს, სპეციალური ტურისტული განათლების მიღება საკვალიფიკაციო სერთიფიკატის მინიჭება საჭიროებს დამატებით განათლების მიღებას 4-დან 8 თვემდე. საერთო ეკონომიკურ განათლებაში შედის ისეთ დისციპლინები როგორებიცაა: უცხოი ენები, ბიზნესი, საბუღალტრო აღრიცხვა, იურისპრუდენცია, სოციალურ-ფსიქოლოგიური განათლება, მენეჯმენტის სპეციფიური ტექნოლოგიები და სხვა – მომზადების სამი საფეხურით. სპეციალური განათლების დონეები დამოკიდებულია დასაკავებელი თანამდებობის სახეზე და არჩეულ პროფესიაზე.

ტურიზმის დარგის ძირითადი პროფესიები და თანამდებობების ზოგადი ჩამონათვალი ასე გამოიყურება:

-სამოქალაქო გადაზიდვებისა და მგზავრთა მომსახურების აგენტი;

-ბილეთების შეკვეთების მიმღები აგენტი;

-მომარაგების აგენტი;

-რეკლამის აგენტი;

-სასტუმროს (დასასვენებელი სახლის) ადმინისტრატორი;

-მორიგე ადმინისტრატორი;

-დაწესებულების გენერალური დირექტორი;

-გიდ-თარჯიმანი;

-სართულის მორიგე (სასტუმრო კემპინგი, პანსიონატი);

-სასტუმროს დირექტორი (მმართველი), (კემპინგი პანსიონატი);

-კომპლექსის დირექტორი (გამაჯანსაღებელი, სპორტული, ტურისტული);

-საზოგადოებრივი კვების დაწესებულების დირექტორი (მმართველი);

-ფირმის დირექტორი;

-ცენტრის დირექტორი (საინჟინრო. მუზეუმებისა და გამოფენების, სამეცნიერო-მეთოდური. სასოფლო-სამეურნეო კულტურების.

სტანდარტიზაციის.მეტროლოგიის, სერთიფიცირების და სხვა);

- სასტუმროს სართულის მმართველი;
- ინსპექტორი;
- ტურიზმის ინსპექტორი;
- ტურიზმის ინსტრუქტორ-მეთოდისტი;
- ეკონომიკური საკითხების კონსულტანტი;
- მენეჯერი (საზ. კვებისა და სასტუმროს მომსახურებაში);
- მენეჯერი (ტრანსპორტში. კავშირგაბმულობაში. მატერიალურ-ტექნიკურ მომსახურებაში);
- საფინანსო-ეკონომიკური და ადმინისტრაციული განყოფილების მენეჯერი (სამსახურების);
- მეტროპოლი (სავაჭრო დარბაზის ადმინისტრატორი);
- სააგენტოს უფროსი (სარეკლამო-საინფორმაციო. სატრანსპორტო და სხვ.);
- საერთაშორისო და ტურისტული გადაზიდვების დირექციის უფროსი;
- განყოფილების უფროსი (საზ. კვების საწარმოებსა და სასტუმროებში);
- სხვადასხვა დარგებში სპეციალიზირებული განყოფილების უფროსი;
- მარკეტინგისა და პროდუქციის გასაღების განყოფილების უფროსი;
- გადამყვანი;
- კადრების სპეციალისტი;
- პორტიე;
- პრეზიდენტი;
- რეფერენტი;
- ხელმძღვანელი (ტურისტული ჯგუფის);
- სპორტის ინსტრუქტორი;
- შეფშარეული;
- ეკონომისტი;
- ექსკურსიამდლოდი.

დარგის უზრუნველყოფა შესაბამისი კადრებით ყოფილ საბჭოთა კავშირში ყოველთვის აქილევსის ქუსლს წარმოადგენდა. საქართველოს უმაღლეს სასწავლებლებში მომზადებული კადრებიდან, ტურისტულ მეურნეობაში მხოლოდ მედიკოსებსა და ეკონომისტებს იყენებდნენ. დარგის მომსახურების სფერო (ვაჭრობა, კვება, ტრანსპორტი და ა.შ.) დაკომპლექტებული იყო საშუალო სპეციალური სასწავლებლების კურსდამთავრებულებით, ან შემთხვევითი ადამიანებით, რაც შესაბამისად ტურისტების მომსახურების დონეს აქვეითებდა.

1982 წელს, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სოციალური და ეკონომიკური გეოგრაფიის კათედრაზე, შემოღებულ იქნა რამდენიმე სასწავლო საგანი (სივრცის ანალიზზე ყურადღების გამახვილებით) საბჭოთა სისტემის პირობებში ტურისტულ-რეკრეაიული მეურნეობის ორგანიზაციისა და მარკეტინგის შესახებ. ზაფხულობით ტარდებოდა სავლეთ პრაქტიკა, შესწავლილი მასალის ცოდნის გასაღრმავებლად. აგრეთვე, 2000 წელს აგრარულ უნივერსიტეტში არსებობდა საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობისა და ტურიზმის კათედრა, სადაც ისწავლებოდა ტურიზმის სპეციალობის დისციპლინები.

## კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად

1. დაახასიათეთ რეკლამა და მისი მნიშვნელობა ტურიზმის მენეჯმენტში;
2. დაახასიათეთ პროფესიული კადრების მომზადების მნიშვნელობა ტურიზმის მენეჯმენტში.

## თავი IX. ქვეყნის ეკონომიკა და ტურისტული მომსახურეობა

### 9.1. ტურიზმი, როგორც მომსახურების სფერო

როგორც მსოფლიო გამოცდილებიდან ჩანს ტურისტულ ქვეყნებში ტურიზმის მეშვეობით მნიშვნელოვნად ვითარდება ვაჭრობისა და მომსახურების სფერო, რაც იწვევს სავალუტო შემოსავლებისა და დასაქმების ზრდას, ეროვნული ტრადიციებისა და კულტურული მემკვიდრეობის მსოფლიო ასპარეზზე გატანას და მათი შენარჩუნების ფინანსურ უზრუნველყოფას. სწორედ ამიტომაც ტურიზმი აღმოჩნდა ქვეყნის ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტებს შორის. როგორც ცნობილია სპეციალისტები ტურიზმს მიაკუთვნებენ არამწარმოებლურ სფეროს. ე.ი. მომსახურების სფეროს. უნდა აღინიშნოს, რომ მომსახურეობის ბაზარი მსოფლიო ბაზრის დიდ ადგილს იკავებს. საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მონაცემების მიხედვით საერთო მოხმარების მოცულობა შეადგენს დაახლოებით მსოფლიო ექსპორტის 25%-ს.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (მტო) მიერ შესწავლილი იქნა მსოფლიო ტურიზმი მე-20 საუკუნის მეორე ნახევარში. მათ ხარისხობრივ საყრდენად აღებული ჰქონდათ სამი პერიოდი:

- 1950 წელი, რომელიც მოიცავდა ომის შემდგომ პერიოდს;
- 1970 წელი, პერიოდი მოძველებული ტენდენციებისა, მსოფლიო სტაბილურობისა და ძიება ახალი ეკონომიკურ – პოლიტიკური ურთიერთობისა განსხვავებულ მსოფლიოში;
- 1990 წელი, პერიოდი ტურიზმის ინდუსტრიის უმაღლესი ტექნოლოგიების და სტუმართმომყვარეობისა, ასევე პერიოდი მსხვილმასშტაბიანი გაცვლებისა, სოციალური იმედგაცრუებისა და ცვლილებები მსოფლიო რუკაზე.

ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთ წამყვან და დინამიურ დარგს წარმოადგენს. განვითარების სწრაფი ტემპის და ფართო მასშტაბის გამო იგი XX საუკუნის ფენომენადაა აღიარებული. ტურიზმს, მსოფლიო ეკონომიკასა და ზოგადსაკაცობრიო ფასეულობების სისტემაში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს. იგი ხელს უწყობს ეკონომიკის განვითარებას და ადამიანთა სოციალურ და კულტურულ ცხოვრებაში ურთიერთობის ყველაზე მასობრივ და ცივილიზებულ ფორმას წარმოადგენს. ტურიზმი დიდ როლს ასრულებს სხვადასხვა აღმსარებლობისა და კულტურების ადამიანების ურთიერთობათა გაღრმავებაში. მისი საქმიანობა მიმართულია მსოფლიო ხალხთა ურთიერთგაგებისა და მშვიდობის დამყარებისაკენ.

ადამიანებს ყოველთვის ჰქონდათ მისწრაფება დასვენებისა და მოგზაურობისაკენ. შეიძლება ითქვას, რომ მოთხოვნილება დასვენებაზე და მოგზაურობაზე გაჩნდა მაშინ, როდესაც ადამიანმა დაიწყო შრომა.

დასვენების ფორმები იყო – დოღი, ნადირობა, თევზაობა, ჭიდაობა, კრივი, მშვილდოსნობა, მუსიკალურ ინსტრუმენტებზე დაკვრა, რომელიც დროთა განმავლობაში უფრო ორგანიზებული ხდებოდა. ამ საქმიანობისათვის შენდებოდა სპეციალური ობიექტები. მათ შორის, მსოფლიოს შვიდი საოცრებიდან ერთ-ერთი სემირამიდას დაკიდული ბალები. იგივე ითქმის მოგზაურობაზეც – მოგზაურობა დასვენებისა და გართობის მიზნით პირველად პოპულარული გახდა რომაელებისათვის, რომლებიც ძირითადად პირამიდის დასათვალიერებლად მიდიოდნენ. მოგზაურობდნენ თავგადასავლებისა და ბედის მაძიებელები, შუა საუკუნეების რაინდები, მომლოცველები, მისიონერები, მსახიობები, ვაჭრები და მოხეტიალე ხელოსნები აღარას ვამბობთ მწერლებზე.

გავიხსენოთ დიდი ფრანგი მწერალი ალ. დიუმა, რომელმაც 1852-54 წლებში კავკასიაში და კერძოდ საქართველოში მოგზაურობის შთაბეჭდილებები თავის ცნობილ მემუარებში და მოგზაურობის ჩანაწერებში გამოაქვეყნა. ფრანგი მოგზაური, იუველირით და ძვირფასი ქვებით მოვაჭრე. ჟ. შარდენი, რომელმაც 1672-73 წლებში საქართველოში მოგზაურობის შთაბეჭდილებები საქართველოზე და ქართულ ღვინოზე აღწერა თავის მემუარებში. თბილისს კი ასე იხსენებს იგი: «თბილისი აღმოსავლეთის ერთ-ერთი ულამაზესი, მჭიდროდ დასახლებული ქალაქია. თბილისში უფრო მეტ უცხოელს შეხვდებით, ვიდრე სხვაგან სადმე».....

ცნებამ - «ტურიზმი» განვითარების გრძელი გზა გაიარა, შეივსო ახალი ელემენტებით, რის შედეგადაც გავრცელება ჰპოვა ტურიზმის არსის მრავალმა განმარტებამ. ტრადიციულად ტურიზმი გაიგივებულია მოგზაურობასთან დასვენებისა და ახალი შთაბეჭდილებების მიზნით, ე.ი. უპირატესობა ენიჭება ტურიზმის რეკრეაციულ მნიშვნელობას.

საქართველო კურორტების ქვეყანაა. აქ დღეისათვის 102 კურორტი და 182 საკურორტო ადგილია. ქვეყნის საკურორტო რესურსები მრავალფეროვანია. აღრიცხულია შემდეგი სახის სამედიცინო პროფილის კურორტები: კარდიოლოგიური, პულმონოლოგიური, ფტიატრიული, ალერგოლოგიური, ნევროლოგიური, გასტროენტეროლოგიური, ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნეფროლოგიური, უროლოგიური, დერმატოლოგიური.

ზღვის დონიდან 700 მეტრ სიმაღლეზე განლაგებულია ბალნეოლოგიური

კურორტები – წყალტუბო, ნაბელღავი, ზვარე, ნუნსია და სხვა. ზღვის დონიდან 700-1000 მეტრ სიმაღლეზე – ასევე ბალნეოლოგიური კურორტები – ბორჯომი, საირმე, უწერა, სურამი, 1000-1500 მეტრ სიმაღლეზე კი სამთო კლიმატური – აბასთუმანი, წალვერი, ცემი, ფაფა, მანგლისი, მაღალმთიანი ზონის კურორტები 1500 მეტრს ზევით – ბაკურიანი, გუდაური, შოვი, ბახმარო, ლებარდე და სხვა, სადაც წარმატებით მკურნალობენ ფილტვის ტუბერკულოზს, ბრონქიალურ ასთმას, სისხლნაკლებობას, გულსისხლძარღვთა დაავადებებსა და ნევროზს.

ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულების განვითარებისათვის, საქართველოს აქვს საინტერესო კულტურული, არქეოლოგიური, არქიტექტურული პოტენციალი, ხელუხლებელი ლანდშაფტები, მრავალფეროვანი ბუნება და ევროპაში უმაღლესი მთები. ქვეყნის ტერიტორიის 85%-ზე მეტი მთებშია გაბნეული. რეგიონები მდიდარია მჭავე და მინერალური წყლებით. კავკასიაში 6000-ზე მეტი სახეობის ფოთლოვანი მცენარე, 8300 სახეობის გვიმრა, 1200 სახეობის ლიქენი და ხავსი იქნა დაფიქსირებული. მთლიანად კავკასიისათვის 1000-ზე მეტი სახეობის მცენარე უნიკალურია, ხოლო 380 სახეობა თვით საქართველოსთვისაც კი ენდემურია.

ქართული ტურისტული და სამოგზაურო კომპანიები ტურისტებს სთავაზობენ ისეთ შემეცნებით ტურებს, როგორცაა ისტორიული ძეგლების და არქეოლოგიური მხარეების მონახულება, 5000 მ. სიმაღლის პიკებზე ასვლა, თევზაობა მთის მდინარეებში, კარსტული მღვიმეების და უძველესი საცხოვრებელი ადგილების დათვალიერება დასავლეთ საქართველოში, ღვინის სადგენსტაციო ექსკურსიების ორგანიზება კახეთის და თუშეთის სოფლებში ტრადიციულ სამთო დღესასწაულებზე დასწრება და ა. შ..

მთიან რეგიონებში ტურისტთა უმრავლესობის განთავსება ხდება მცირე და საშუალო ზომის საოჯახო სასტუმრო სახლებში-საბაზრო მომსახურებით. ეს სტუმარს აძლევს უნიკალურ შესაძლებლობას ახლოს გაეცნოს ადგილობრივ მაცხოვრებლებს, მათ კულტურასა და ტრადიციებს. ეს ტერიტორიები საჭიროებენ დაცვას. დაცული ტერიტორიების მართვა, სამთო ტურიზმის განვითარების უპირველესი ამოცანაა. შესაძლებელია ტურისტულმა ორგანიზაციებმა გამოჰყონ განსაზღვრული თანხები დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ობიექტების ასაშენებლად. დაცული ტერიტორიის დირექციამ თავის მხრივ უნდა განუმარტოს ტურისტულ ორგანიზაციებს თუ რა შესაძლებლობები გააჩნია ამ ტერიტორიებს ტურისტების მიღების თვალსაზრისით, რომ ამ პრობლემის გაუთვალისწინებლობისა და უკონტროლობის შემთხვევაში შესაძლებელია განადგურდეს სწორედ ის რესურსები, რომლებზედაც დამოკიდებულია ამ რეგიონებში ტურიზმის განვითარება.

ტურიზმი უდიდეს გავლენას ახდენს ისეთ დარგებზე, როგორცაა: ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა, მშენებლობა, სოფლის მეურნეობა, ფართო მოხმარების საქონლის წარმოება და სხვა; თავის მხრივ მის განვითარებაზე მოქმედებს შემდეგი ფაქტორები: დემოგრაფიული, ბუნებრივ-გეოგრაფიული, სოციალურ-ეკონომიკური, ისტორიული, კულტურული, რელიგიური და პოლიტიკურ-საკანონმდებლო და სხვა.

ტურიზმის პირდაპირი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე შეიძლება შეფასებული იქნეს თუ განვსაზღვრავთ მის წილს მთლიან შიდა პროდუქტში.

სტატისტიკა გვიჩვენებს, რომ მარტო ზოგიერთ კუნძულოვან ქვეყანაში მისი წილი აღემატება 30%-ს (ანტიგუა -58%, ბაჰამის კუნძულები – 52%, ბერმუნდის კუნძულები -35%). ყველა ისინი აშშ-ს «რეკრეაციული ზონებია», რომელთა მთელი ეკონომიკა ორიენტირებულია მდიდარი ტურისტების მიღებაზე, მაგრამ იმ პატარა კუნძულოვან ქვეყნებში, როგორცაა იამაიკა, კვიპროსი, მალტა, ფიჯი ტურიზმიდან შემოსავლის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში – 20%-ს არ აღემატება. ეს იმას ნიშნავს, რომ ტურიზმთან ერთად მათში ვითარდება სხვა ეკონომიკური კომპლექსებიც, თუმცა ტურიზმი რჩება მთავარ შემოსავლის წყაროდ (ცხ.3). ტურიზმი მნიშვნელოვანი კატალიზატორია მრავალი სწრაფად განვითარებადი ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის, რამდენადაც იგი გამოდის ეროვნული ერთობლივი პროდუქტის განაწილებით იმ ქვეყნებს შორის რომელთა პროდუქტი, მომსახურება არ გაიტანება (იმპორტი) ქვეყნის გარეთ. სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ თუ იაპონელები მიდიან დასასვენებლად ფილიპინებზე, ან რუსები თურქეთში მათ არა მარტო გააქვთ სხვა წარმოებებში გამოიმუშავებული საშუალებების ნაწილი, არამედ ქმნიან იქ ახალ სამუშაო ადგილებს.

უნდა აღინიშნოს, რომ მსოფლიოში ტურიზმი მაღალ შემოსავლიანი დარგია, რომელსაც მესამე ადგილი უკავია განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში, ნავთობითა და იარაღით ვაჭრობის შემდეგ, არ შეიძლება ყურადღება არ მიექცეს თურქეთის ფენომენს, რომელმაც ჩამორჩენილი აგრარული ქვეყნიდან 30 წლის განმავლობაში გადაიქცა მაღალგანვითარებულ ტურისტულ ქვეყნად.

ნებისმიერი ქვეყნის (მათ შორის საქართველო) გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკა, ხასიათდება ფინანსური რესურსების მწვავე დეფიციტით. ამ კრიზისის დაძლევის ერთადერთი გზაა ეკონომიკაში ეფექტიანი, მაღალმომგებიანი დარგების განვითარება. ამ შემთხვევაში განხილულ უნდა იქნას აგროტურიზმი, როგორც აგროსამრეწველო სტრუქტურის თავისებური საკვანძო ელემენტი.

აგრარულ ტურიზმს, განსხვავებით ტურისტული სფეროს სხვა მიმართულებებისაგან აქვს თავისი სპეციფიკა, რომელიც გამოიხატება დანახარჯების მინიმუმაციასში, პირველ ყოვლისა კვებისა და ცხოვრებისათვის, ბუნებრივია, რომ კვება სოფლად 2- 2,5-ჯერ იაფია ( შუამავლების გარეშე) ვიდრე ქალაქში. ცხოვრება იაფია, განსაკუთრებით ზაფხულში, რაც მინიმუმ ორჯერ ამცირებს საგზურების ღირებულებას.

აგროტურიზმის განვითარება უშუალო კავშირშია სასოფლო- სამეურნეო და გადამამუშავებელი დარგების განვითარებასა და აღდგენაზე. ამის გარდა სოფლად ტურიზმის განვითარება გულისხმობს ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესებას ან ე. წ. ხელსაყრელი რეკრეაციული გარემოს გაუმჯობესებას, რომელიც თავის მხრივ გულისხმობს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის წარმოებას.

თანამედროვე ტურიზმი როგორც, ეკონომიკური მოვლენა გამოდის, როგორც ტურისტული პროდუქტის, მომსახურების სახით, რომელიც არ გროვდება და არც ტრანსპორტირდება; იგი ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და გამოდის ახალი რაიონების ათვისების პიონერად; სპეციალისტები ტურიზმს მიაკუთვნებენ არამწარმოებლურ სფეროს.

მას აქვს ინდუსტრიული ფორმა; მართლაც ტურიზმის ეკონომიკური ანალიზისათვის დიდ მნიშვნელობას იძენს ქვეყნის ეკონომიკაში მისი როლის გამოკვეთა და ეფექტიანობის განსაზღვრა. ამასთან ანალიზის ობიექტად შეიძლება ჩაითვალოს ტურიზმი არა ვიწრო გაგებით, არამედ ტურიზმით განსაზღვრული ეკონომიკური აქტიურობის მთელი კომპლექსი ე. ი. ტურისტული ინდუსტრია.

**კუნძულებზე განლაგებულ განვითარებად სახელმწიფოებში**

**ტურისტული მომსახურების ეკონომიკური**

**მახასიათებლები (2009წ.)**

**ცხრილი №5**

ქვეყნები	შემოსავალი, ვალუტის მოცულობა (მილ. ლარი).	მთლიანი ეროვნული პროდუქტი (მილ. ლარი.)	ტურისტთა სიმჭიდროვე (ტურისტები ადგილობრივი მოსახლეობა)	ტურიზმის მნიშვნელობა (შემოსავალი მთლიანი ეროვნული პროდუქტი 100%)
შრილანკა	75	6448	0,02	1,2
იამაიკა	407	2090	0,35	19,5
დომინიკის რესპუბლიკა	9	90	0,56	10,0
კვიპროსი	497	2821	2,22	17,6
ბერმუდის კუნძულები	357	1030	7,11	34,7
სეიშელის კუნძულები	40	146	1,55	27,4
მალტა	149	1190	2,46	12,5
მავრიკია	89	1188	0,27	7,5
ანტიგუა	114	195	2,59	58,5
0	2211	36664	7,02	6,0
1	647	30800	0,02	2,1
2	870	1670	6,17	52,1
3	169	1190	0,37	14,2
4	7	110	0,29	6,4

წყარო: ტურიზმის მენეჯმენტი, ვ.ა. კვარტალოვი, მ.გვ. 45.2004.



დღეს ტურისტული ინდუსტრია დამკვიდრდა არა მარტო ტრადიციულ ტურისტულ ცენტრში ევროპაში, არამედ ავსტრალიაში, აფრიკაში, ამერიკისა და აზიის კონტინენტების ბევრ ქვეყანაში.

ტურინდუსტრიის სექტორების სტრუქტურული შემადგენლობა გვიჩვენებს, რომ ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტიანობა დამოკიდებულია მის მრავალმხრივ განვითარებაზე და ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური კომპლექსის სხვა დარგებთან მჭიდრო კავშირზე. ტურისტული ინდუსტრიის ძირითადი პროდუქტი ტურისტული მომსახურებაა, რომელთაგანაც უმნიშვნელოვანესია: განთავსება, კვება, ტრანსპორტი და მიზნობრივი მომსახურება. ტურისტული ინდუსტრიის სტრუქტურების ეფექტურობა შეიძლება განისაზღვროს დასაქმებულთა ხვედრითი წილით, საერთო მაჩვენებელთან მიმართებაში. დასაქმებულების დიდი წილი მოდისგანთავსებისსაშუალებებსა და რესტორნებზე, ტურისტთა მომსახურებაზე. დიდ ბრიტანეთში მთლიანად ტურინდუსტრიის ყველა სექტორში დასაქმებულია მოსახლეობის 60%, გერმანიაში-55%. მსოფლიოს სხვა განვითარებული ქვეყნებისათვის ეს მაჩვენებლები მაღალია.

ტურისტულ სფეროში ფუნქციონირებენ სხვადასხვა ტურისტული საწარმოები. მათი ერთი ნაწილი კლიენტებს აწვდის მხოლოდ ტურისტულ მომსახურებას, სხვებისათვის ტურიზმი მათი კომერციული საქმიანობის ერთ-ერთი მიმართულებაა. არსებობს პირველადი და მეორადი მომსახურების სფეროს ტურისტული საწარმოები. პირველადია მაგალითად – სასტუმროები და ტურბიუროები, რესტორნები ან კაფეები სანატორიუმებში ან დასასვენებელ სახლებში . მაგრამ ასეთი რესტორნები და კაფეები ქალაქში უკვე არ არიან უშუალოდ ტურისტული საწარმოები, რამდენადაც ასრულებენ მეორად ტურისტულ ფუნქციებს.

დაკვირვება გვიჩვენებს, რომ მოგზაურობის დროს ტურისტების 71%-ი ამჯობინებს სასტუმროებში განთავსებას, 12 % -ი სპეციალიზირებულ სახლებში, 9% - ი კემპინგებში, 8% -ი კერძო ბინებში. ამასთან მაღალი კლასის სასტუმროებით სარგებლობს დაახლოებით 34%, საშუალო კლასით – 45% და 21% უპირატესობას აძლევს ეკონომკლასის სასტუმროებში გაჩერებას. სასტუმროს საქმიანობის ეფექტიანობის მნიშვნელოვან მაჩვენებელს წარმოადგენს სასტუმროს დატვირთვა. იგი გამოითვლება შემდეგი ფორმულით:

სადაც O - სასტუმროს წლიური დატვირთულობის დონეა %-ში;

T - სტუმართა რაოდენობაა წლის განმავლობაში;

N - საწოლ-ადგილთა ან ნომერთა რაოდენობაა სასტუმროში.

სასტუმროების 100% - ით დატვირთვა ნიშნავს, რომ მთელი წლის განმავლობაში სასტუმროს ყველა ადგილი (ყოველ დღე) მთლიანად დატვირთულია, რაც პრაქტიკულად არ ხორციელდება, უკეთეს შემთხვევაში სასტუმროს წლიური დატვირთვა 65-70% - ს შეადგენს.

**სასტუმროების საქმიანობის ძირითადი  
ეკონომიკური მაჩვენებლები**

**ცხრილი №6.**

მაჩვენებლები	2005წ.	2006წ.	2007წ.	2008წ.	2008\2005წ.წ.%
სასტუმროების რიცხვი სულ	2 50	3 74	3 39	3 53	1 41,2
მ.შ. საკუთრების მიხედვით:					
სახელმწიფო	36	35	29	30	0,83
კერძო	214	339	310	323	150,9
მათი საერთო ფართობი(ათ.კვ.მ.)	480,3	626,5	430,2	485,3	101,0
ნომრების საერთო რიცხვი მ.შ.	9146	10022	8311	8582	93,8
ლუქსი	732	776	691	720	98,3
ერთ ადგილიანი	1691	1442	1436	1299	76,8
ორ ადგილიანი	5743	5934	4629	5120	89,1
სამი და მეტი ადგილი	980	1870	1555	1443	147,2
ადგილების საერთო რაოდენობა	18162	20448	16704	17573	96,7
სტუმართა რიცხვი წლის განმავლობაში (კაცი)	152,3	217,1	282,4	266,3	148,5
სასტუმროებში მომუშავეთა რაოდენობა	3434	4732	3955	4237	123,4

**წყარო: საქართველოს სახელმწიფო სტატისტიკის დეპარტამენტის 2009 წლის  
წელიწადულის მიხედვით.**

როგორც ცხრილი №4-დან ჩანს საქართველოში სტუმართა რიცხვმა სასტუმროებში 2005 წელს შეადგინა 152,3 ათასი, ხოლო ადგილების საერთო რაოდენობამ კი – 18162. ე.ი. სასტუმროების დატვირთვა წლის განმავლობაში შეადგენდა 4,3%-ს, რაც დაბალ მაჩვენებლად უნდა ჩაითვალოს, ხოლო 2008 წლისათვის მართალია იგი გაიზარდა 16,9%-მდე, მაგრამ ეს ზრდა ჯერ კიდევ მიზეზურია. ძირითადი მიზეზი უნდა ვეძებოთ როგორც ქვეყნის პოლიტიკურ არასტაბილურობაში ისე ტურიზმის სფეროში ინფრასტრუქტურის განვითარების ჯერ კიდევ დაბალ დონეზე.

მართალია საქართველო თავის მდებარეობით მიეკუთვნება ბუნებრივი ლანდშაფტებითა და რეკრეაციულ – სამკურნალო თვისებების მქონე ქვეყანას,

მაგრამ სანამ არ მოხდება პოლიტიკური სტაბილურობა, მანამდის ყოველთვის შეიკავებს თავს უცხოელი ტურისტი ჩვენთან ჩამოსვლაზე.

საქართველოში რეგიონების მიხედვით რესტორნების მომსახურებიდან 2008 წლისათვის, (იხ. ცხრილი 5).

შემოსავლების მაღალი ხვედრითი წილილ გამოირჩევა თბილისის რეგიონი, რომლის მოცულობაც შეადგენს -65,1%-ს, ხოლო შემდეგ მოდის: სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონი -17,4-ით; შიდა ქართლი-4,2%-ით; იმერეთი-4,13 %-ი; აჭარის არ-3,9%-ი; ქვემო ქართლი- 1,8%-ი და ა.შ.

**რესტორნების (კვების საწარმოების) მომსახურების მოცულობა რეგიონების მიხედვით. (ათ. ლარი)**

**ცხრილი №7**

რეგიონები	2005წ.	2006წ.	2007წ.	2008წ.	%
საქართველო სულ	63453	97441	120586	120587	100
მ.შ . ქალაქი თბილისი	40718	72754	70268	78506	65,10
აფხაზეთის არ	-	-	-	-	-
აჭარის არ	4854	6467	5838	4745	3,9
გურია	588	936	396	405	0,33
იმერეთი	4630	5115	4645	4990	4,13
კახეთი	957	975	649	665	0,55
მცხეთ-მთიანეთი	2915	3789	2537	1754	1,5
რაჭა-ლეჩხუმი და ზემო სვანეთი	196	138	82	146	0,12
სამეგრელო ზემო სვანეთი	2226	2312	9781	20989	17,4
სამცხე-ჯავახეთი	970	841	1126	1074	0,8
შიდა ქართლი	1980	1840	2212	5064	4,2
ქვემო ქართლი	3419	2275	3102	2209	1,8

**წყარო: საქართველოს სახელმწიფო სტატისტიკის დეპარტამენტის**

**2009 წლის წელიწდეულის მიხედვით.**

სასტუმროებისა და რესტორნების მომსახურების მოცულობა საანგარიშო 2008 წელს, საბაზისო 2005 წელთან შედარებით როგორც მე-7 ცხრილიდან ჩანს. სასტუმროებში ნომრების სარგებლობიდან შემოსავალი 2005 წელთან შედარებით 2008 წლისათვის გაიზარდა 88% - ით, ხოლო ძირითადი საქმიანობის მიხედვით რესტორნებიდან შემოსავალი კი – 90,2%-ით. კერძოდ, 2005 წელს სასტუმროებიდან შემოსავლები თუ იყო 41,1 მლნ. ლარი, 2008 წლისათვის 77,3 მლნ-მდე გაიზარდა, ხოლო რესტორნებიდან შესაბამისად შეადგინა 63,4 მლნ-ლარი და 120,6 მლნ. ლარი.

**სასტუმროებისა და რესტორნების მომსახურების მოცულობა.  
(მლნ. ლარი ფაქტობრივად მოქმედ ფასებში).**

**ცხრილი №8**

მაჩვენებლები	2005წ.	2006წ.	2007წ.	2008წ.	008-2005წ.წ .%
სასტუმროებში ნომრებით სარგებლობიდან შემოსავლები(მილ.ლარი).	41,1	57,7	68,8	77,3	188,0
ძირითადი საქმიანობის მიხედვით რესტორნებიდან შემოსავლები(მილ.ლარი).	63,4	97,4	120,6	120,6	190,2
მთელი მოცულობიდან არასახელმწიფო სექტორიდან შემოსავლები(მილ.ლარი).	30,9	46,3	62,2	74,7	241,7
რესტორნებიდან (მილ.ლარი).	63,0	97,4	120,6	120,6	191,4

**წყარო:საქართველოს სახელმწიფო სტატისტიკის დეპარტამენტის 2009 წლის წელიწდეულის მონაცემები.**

საქართველოს კონკურენტი ქვეყნების ტურისტული კომპანიების ტურპაკეტების საშუალო დღიური ღირებულება გვიჩვენებს ჩვენი ტურპროდუქტის არასაკმარის კონკურენტუნარიანობას. თურქული და რუმინული ტურპროდუქტის კონკურენტუნარიანობა აშკარაა. ამასთან,

ყურადღება უნდა მივაქციოთ იმ გარემოებას, რომ მნიშვნელოვანწილად ეს, ავიაბილეთების შედარებით დაბალი ფასებითაა მიღწეული, რაც ზრდის ამ ქვეყნების ტურპროდუქტების კონკურენტუნარიანობას ქართულთან შედარებით.

კავკასიის რეგიონში, საქართველოს, თავისი გეოპოლიტიკური მდებარეობით, საქმიანი შეხვედრებისა და საკონფერენციო ტურიზმის წარმატებით

განვითარებისათვის საუკეთესო პირობები აქვს. არსებული დიდი სასტუმრო ცენტრები («შერატონი» და «მარიოტი») ასეთი ტიპის სერვისზეა ორიენტირებული, რაც მომავალში თბილისის საერთაშორისო საკონფერენციო ცენტრად ჩამოყალიბებას უზრუნველყოფს (უპირველეს ყოვლისა კავკასიის რეგიონის ფარგლებში). ასევე მნიშვნელოვანი მოვლენაა ღვინის სახლი, რომელიც აგერ უკვე 5 წელია არსებობს ქალაქის ცენტრში და შექმნილია ევროპული სტრუქტურის მიხედვით. აქ თავმოყრილია მაღაზია-სალონი, რესტორანი და წარმოება. კომპანიისათვის პრიორიტეტს წარმოადგენს კლასიკური ფრანგული მეთოდით ცქრიალა ღვინოების წარმოება, რაც იქვე ასწლოვან სარდაფში ხდება. ყველაფერი ეს საკმაოდ რთულია, მაგრამ ამავე დროს ძალზე საინტერესოც. წარმოება ხშირად დათვალიერების ობიექტიცაა, სტუმრები გარკვეული ტექნოლოგიური პროცესის მონაწილეებიც ხდებიან. აქვე არის სადეგუსტაციო კუთხეც, სადაც პროფესიონალი მეღვინეები ნებისმიერ მსურველს უფასო დეგუსტაციას უტარებენ.

## 9. 2. ტურიზმის ადგილი და როლი ქვეყნის ეკონომიკაში

თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკაში ტურიზმის როლი მუდმივად იზრდება და იცვლება, ე. ი. მიმდინარეობს მისი შინაგანი გარდაქმნა. ქვეყნებს, რომლებსაც ტურიზმში წამყვანი როლი ეკავათ XXI საუკუნის დასაწყისში უკვე იკავებენ მეორე და მესამე ხარისხოვან ადგილებს, რადგან მათ ცვლიან ახალი ლიდერები.

ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთ წამყვან და დინამიურ დარგს წარმოადგენს. ბევრ ქვეყანაში, ტურიზმი დიდ როლს თამაშობს მთლიანი შიდა პროდუქტის და დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნაში, მოსახლეობის დასაქმებასა და სახელმწიფო ბიუჯეტის შევსებაში. ტურიზმი უდიდეს გავლენას ახდენს ისეთ დარგებზე, როგორცაა: ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა, მშენებლობა, სოფლის მეურნეობა, ფართო მოხმარების საქონლის წარმოება და სხვა; თავის მხრივ ტურიზმის განვითარებაზე მოქმედებს შემდეგი ფაქტორები: დემოგრაფიული, ბუნებრივ-გეოგრაფიული, სოციალურ-ეკონომიკური, ისტორიული, კულტურული, რელიგიური და პოლიტიკურ-საკანონმდებლო და სხვა.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის 1993 წლის მონაცემებით, მსოფლიო ეკონომიკაში ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავლებმა შეადგინა 3,5 ტრილიონი დოლარი, რაც მსოფლიოს მთელი შიდა პროდუქტის 10,9%-ის ეკვივალენტურია. ტურიზმის ინდუსტრია განაპირობებს დიდი რაოდენობით სამუშაო ადგილის შექმნას. ეს ნიშნავს დაახლოებით 130 მლნ ადამიანის დაკმაყოფილებას სამუშაო ადგილებით. მოგზაურობა და ტურიზმი უზრუნველყოფს უცხოური ინვესტიციების 11%-ზე მეტს და სახელმწიფოების ხაზინაში საგადასახადო შემოსავლების სახით 302 მილიარდი დოლარი შეაქვს.

მსოფლიო ტურიზმში დღეს მიმდინარე პროცესებიდან შეიძლება გამოიკვეთოს შემდეგი ტენდენციები:

\* საერთაშორისო მასშტაბით ტურისტულ პროდუქციაზე მოთხოვნის ევოლუცია და მისი პერსპექტივები;

\* ტურისტული ინდუსტრიის ცალკეული დარგების განვითარების წინმსწრები ტემპები;

\* ქვეყნების ეკონომიკურ განვითარებაში საერთაშორისო ტურიზმის როლის მკვეთრი ზრდა;

\* შემომყვანი და გამყვანი ტურიზმის გეოგრაფიული სტრუქტურის ცვალებადი ხასიათი.

მსოფლიოში ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ევოლუცია, საზოგადოების სულიერი ღირებულების სტრუქტურაში, მნიშვნელოვანი ძვრების ზემოქმედებით მიმდინარეობდა. თავისუფალი დროისა და მოსახლეობის შემოსავლების ზრდა, ტრანსპორტისა და კომუნიკაციების ინტენსიური განვითარება ხელს უწყობს ადამიანის მისწრაფებას სამყაროს შეცნობისადმი. მოსახლეობის უმრავლესობის სურვილი, ენახათ საზღვარგარეთის კურორტები და თვალწარმტაცი მთები, ზღვის იქითა ქვეყნები, ველური ცხოველები და ეგზოტიკური ბუნება, სწვეოდნენ მსოფლიოში განთქმულ მუზეუმებსა და არქიტექტორულ ძეგლებს, დიდი ხნის განმავლობაში განუხორციელებელი რჩებოდა.

მსოფლიოს ტურისტულ ბაზარზე XX საუკუნის 70-იანი წლების შუა პერიოდში, ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის არსში, შესამჩნევი გარდატეხა მოხდა. შეიცვალა მიდგომა თავისუფალი დროის გამოყენებისადმი.

მოთხოვნამ მასობრივი ხასიათი არ დაკარგა, იგი იზრდებოდა, შედარებით დაბალი ტემპით. ტურიზმის მონაწილეებად ტრადიციულად რჩებოდა ელიტარული საზოგადოებისა და საშუალო კლასის წარმომადგენლები, შედარებით დაბალი შემოსაბლების ფენები ტურიზმში მხოლოდ 80-იან წლებში ჩაერთო.

1980წ. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციათა კავშირმა დაამტკიცა სოციალური ინდიკატორების სია, სადაც შედის ინდიკატორი “დრო და დასვენება”-თავისუფალი დრო და მისი გამოყენება.

ტურისტული საქმიანობის პრაქტიკაში განსაზღვრულია ქვეყნის ორი ჯგუფი. ქვეყნები, რომლებიც უფრო მეტ ტურისტებს აგზავნიან, ვიდრე იღებენ და ქვეყნები, რომლებიც უფრო მეტ ტურისტებს იღებენ, ვიდრე აგზავნიან. მიმწოდებელ ქვეყნებად ითვლებიან-აშშ, გერმანია, ინგლისი, ბელგია, დანია და სხვა. ხოლო მიმღები ქვეყნებია- საფრანგეთი, ესპანეთი, იტალია, უნგრეთი და სხვა.

(მტო) ექსპერტთა პროგნოზით, მოგზაურობების და ექსკურსიების მუდმივად მზარდი მოცულობების ფაზაში შედის მსოფლიო ტურისტული ინდუსტრია, რომელიც გაზრდის კონკურენციას მიმღებ ქვეყნებსა და რეგიონებს შორის.

მსოფლიო ტურიზმში იკვეთება ისეთი უმნიშვნელოვანესი ტენდენცია, როგორცაა ტურისტთა განთავსების ადგილების ზრდა. დასავლეთის ტურისტულ ბაზარზე ჯგუფური ტურპროდუქტებით სარგებლობენ, როგორც წესი ახალგაზრდა, მარტოხელა ადამიანები, შეზღუდული ფინანსური საშუალებების მქონე ტურისტები,

პენსიონერები და მომლოცველები, რომელთაც სთავაზობენ თვითმომსახურების ფორმებს.

მტო-ს ექსპერტთა პროგნოზით, მსოფლიოში, ტურისტული მოგზაურობების რიცხვი 2010 წელსათვის გაორმაგდებოდა და ტურისტული ჩამოსვლების რიცხვი მილიარდს მიაღწევდა, რომელთაგანაც ნახევარზე მეტი გადანაწილდებოდა ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპაზე, სადაც ტურიზმის განვითარების დინამიკა მართალია თანდათანობით მცირდება, მაგრამ იგი მცირედი ზრდით მაინც ხასიათდება.

ტურიზმი ამა თუ იმ მასშტაბით ზეგავლენას ახდენს ეკონომიკაზე, საზოგადოების ფუნდამენტალური ცხოვრების ამ მწვენილოვან სფეროზე და მის ყველა ასპექტზე.

ეკონომიკური მიმართულებით ტურიზმი შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც:

- წარმოების სფეროში საზოგადოებრივი ურთიერთობა პროდუქციის გაცვლისა და განაწილების განსაზღვრული ერთობლიობა;

- მოცემული ქვეყნის სახალხო- სამეურნეო კომპლექსის ნაწილი, რომელიც მოიცავს წარმოებისა და ეკონომიკური საქმიანობის განსაზღვრულ დარგობრივ სახეებს;

- ეკონომიკური მეცნიერება, რომელიც შეისწავლის ტურიზმს, ქვეყნის ან რეგიონის(ტურიზმის ეკონომიკა) დარგს;

- საზოგადოებრივი მეცნიერება, რომელიც ტურისტული პროდუქტის წარმოების, მისი მოხმარების, განაწილებისა და გაცვლის სფეროებში შეისწავლის ქცევას, აანალიზებს იმ პროცესებს, რომლებიც მიმდინარეობენ ამ სფეროებში და პროგნოზს აკეთებენ ფიზიკური პირების, ორგანიზაციებისა და მთლიანად საზოგადოებისათვის;

- თანამედროვე ეკონომიკური თეორია, რომელიც სწავლობს ადამიანთა ტურისტული ეკონომიკური სისტემის ყველა ეტაპზე მომსახურების, წარმოების განაწილების, გაცვლისა და მოხმარების პროცესში ადამიანთა მოთხოვნილების დაკმაყოფილების მიზნით ოჯახის, ფირმის და მთლიანად საზოგადოების შეზღუდული რესურსების პირობებში;

ფუნდამენტალური ეკონომიკის თვალთახედვიდან ტურიზმი თავის მხრივ წარმოადგენს:

- ეკონომიკურ კომპლექსს, რომლის განვითარება მეტწილად აიხსნება მულტიპლიკატორის კოეფიციენტის ზრდით, ეფექტიანობის მაღალი დონითა და ინვესტიციების სწრაფი უკუგებით;

- გამოდის, როგორც გარემოს და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეფექტიანი საშუალება, რამდენადაც ეს ელემენტები ქმნიან მისი რესურსული ბაზის ძირითად საფუძველს;



-პრაკტიკულად შეთანაწყობილია მეურნეობის ყველა დარგთან და ადამიანის საქმიანობის ყველა სახეობასთან, რამდენადაც მათი დიფერენციაცია და დისკრედიტულობა ქმნის გარემოს რეკრაციული პოტენციალის იმ განსხვავებას, რომელიც იწვევს ადამიანთა მოთხოვნილებას ადგილისა და შემეცნების ცვლილებასთან ერთად.

ამრიგად, ტურიზმი აქტიურ ზემოქმედებას ახდენს იმ რეგიონის (ქვეყნის) ეკონომიკაზე,სადაც იგი ძირითადად ვითარდება.

### 9. 3. თანამედროვე ტურიზმი, როგორც ეკონომიკური მოვლენა

ტურიზმი მრავალი სწრაფად განვითარებადი ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის მნიშვნელოვანი კატალიზატორია, რამდენადაც იგი გამოდის ეროვნული ერთობლივი პროდუქტის განაწილებით იმ ქვეყნებს შორის რომელთა პროდუქტი, მომსახურება არ გაიტანება (იმპორტი) ქვეყნის გარეთ. სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ თუ იაპონელები მიდიან დასასვენებლად ფილიპინებზე, ან რუსები თურქეთში მათ არა მარტო გააქვთ სხვა წარმოებებში გამომუშავებული საშუალებების ნაწილი, არამედ იქ ქმნიან ახალ სამუშაო ადგილებს.

თანამედროვე ტურიზმი, როგორც ეკონომიკური კატეგორია, გვევლინება შემდეგი სახეობების მიხედვით:

-მას აქვს ინდუსტრიული ფორმა;

-გამოდის, როგორც ტურისტული პროდუქტის, მომსახურების სახით, რომელიც არ გროვდება და არც ტრანსპორტირდება;

-ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და გამოდის ახალი რაიონების ათვისების პიონერად და ეროვნული ეკონომიკის დაჩქარებული კატალიზატორის როლში გვევლინება;

-გამოდის როგორც ეროვნული შემოსავლის გადანაწილების მექანიზმი, ტურიზმზე სპეციალზირებული ქვეყნის სასარგებლოდ;

-არის ეროვნული შემოსავლის ზრდის, დასაქმების, ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონის ზრდის სტიმულატორი,რომელშიც ის ვითარდება და გათვალისწინებულია მის სამეურნეო, სოციალურ და ჰუმანიტარულ საფუძველზე.

ერთ-ერთი პირველი, რომელმაც ტურიზმს, როგორც ეკონომიკურ მოვლენას ყურადღება მიაქცია იყო ამერიკელი ეკონომისტი პ. როტოუ, რომელმაც განსაზღვრა კორელაცია ქვეყნის განვითარების ეკონომიკურ სტადიებსა და მათში ტურიზმის განვითარებისათვის დამახასიათებელ თავისებურებებს შორის.

განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკური სტადიები და მათში ტურიზმის განვითარების თავისებურებათა დახასიათება(პ. როტოუს მიხედვით, 1959 წელი).

**ეკონომიკური სტადიები:** ტრადიციული საზოგადოება, მდგრადი მიწათმოქმედება, არისტოკრატია, მდგრადი ტრადიციები, ინვესტიციების ძალიან დაბალი ეფექტიანობა, სიტუაციის გაუმჯობესების შესაძლებლობა, სისტემის მნიშვნელოვანი გაუმჯობესების გარეშე, ცხოვრებისა და ჯანმრთელობის დაბალი დონე.

**საზოგადოება, რომელიც ელის ცვლილებებს-** ლიდერები გრძნობენ საგარეო მსოფლიო ცვლილებებს, მოდის ახალი იდეები.

**ცვლადი საზოგადოება-** ლიდერებს შეუძლიათ შეცვალონ წარმოების მეთოდები და ეკონომიკური მეთოდები. ქვეყანაში სწრაფად ვითარდება მრეწველობა და მომსახურების სფერო. სწრაფად განვითარებადი საზოგადოება, ინდუსტრიის სწრაფად განვითარება მძიმე მრეწველობის უპირატესი განვითარებით, მასობრივი მოხმარების საზოგადოება განვითარებული ეკონომიკური პოტენციალი: საქონლისა და მომსახურების დიდი რაოდენობის წარმოება, სოცკულტურულ გარემოში მოთხოვნილებათა სწრაფი ზრდა.

**დამახასიათებელი თავისებურებები- განუვითარებელი მსოფლიო:** ეკონომიკური და სოციალური პირობები ხელს არ უწყობენ ტურიზმის განვითარებას, გარდა შიდა ტურიზმისა, რომელსაც ელიტური ხასიათი აქვს.

**განვითარებადი მსოფლიო-** სოციალურ-ეკონომიკური პირობება, ხელშემწყობა შიდა ტურიზმის განვითარებისათვის, უცხოეთის (საგარეო) ტურიზმი შესაძლებელია აგრეთვე უცხოური ინვესტიციებითაც.

**განვითარებული მსოფლიო-** საერთაშორისო და შიდა ტურიზმის ძირითადი ცენტრები.

**რეგიონები-** აფრიკის დიდი ნაწილი და სამხრეთ აზიის ნაწილი, სამხრეთი და ცენტრალური ამერიკა, შუა აღმოსავლეთი, მექსიკა, სამხრეთ ამერიკის ნაწილი. ჩრდილოეთ ამერიკა, დასავლეთ ევროპა, იაპონია, ავსტრალია, ახალი ზელანდია.

ამჟამად ეკონომიკის სფეროზე ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედების მოდელი ბევრად გართულდა და ეყრდნობა არა თეორიულ კონცეფციებსა და ჰიპოტეზებს, არამედ სტატისტიკურ მონაცემებს. რაც შეეხება პ. როტოუს მოდელს ყველა ტურიზმის ეკონომიკის ავტორიტეტული წარმომადგენლები პრაქტიკულად აღიარებენ, როგორც კლასიკურს. მართლაც მსოფლიო ტურიზმისა და ეკონომიკის კარდინალური ცვლილებების მიუხედავად 1959 წლიდან პ. როტოუს ჰიპოთეზა კი არ მოძველდა, არამედ მტკიცდება ახალი სტატისტიკური მონაცემებითა და თანამედროვე ტენდენციებით.

ჩვენ დროშიც საერთაშორისო ტურიზმის ძირითადი ცენტრები განლაგებულია ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში, სადაც ტურიზმი გახდა „საშუალო კლასის,, აყვავების ერთ-ერთი სიმბოლო და მასობრივი მოხმარების პროდუქტი. განვითარებად ქვეყნებში, როგორც იწინასწარმეტყველა პ. როტოუმ სწრაფად ვითარდება შიგა ტურიზმი, როგორც მომსახურე სფეროში შემოსავლის მულტიპლიკაციის, ასევე ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმების და ინფრასტრუქტურის განვითარების საშუალება.

#### 9. 4. ტურისტული ინდუსტრიის მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები

ქვეყანაში მიღებული ეროვნული ანგარიშების სისტემა, რომლის საფუძველზეც უნდა განისაზღვროს დაგეგმვის, ეროვნული შემოსავლის და სხვა მისგან განსაზღვრული მაკროეკონომიკური მაჩვენებლები, ტურიზმის სფეროს შეფასების ორიენტაციის საუკეთესო საშუალებას იძლევა. ამის დასტურია ამერიკელი მეცნიერ-ეკონომისტის, ნობელის პრემიის ლაურიატის პ. შამუელსონის მოსაზრება- "ეროვნული შემოსავალი ან ეროვნული პროდუქტი, რომელიც თავის მხრივ წარმოადგენს საბოლოო შედეგს იმ გაანგარიშებებში, სადაც გამოიყენება ფულადი ფორმა ყველა სახის პროდუქტების-ვაშლი, ფორთოხალი, მანქანები განზომილებაში მოყვანისა და გაზომვისთვის მისთვის კუთვნილი მიწის, შრომისა და კაპიტალის საშუალებით".

ეროვნული პროდუქტი შეიძლება გაიზომოს, როგორც პროდუქტთა ნაკადი ან შემოსავლის ნაკადი. ასევე, წრებრუნვის შიგა ნაწილი იქმნება საქონლისა და მომსახურების მოძრაობის ანგარიშზე, რომლებიც წარმოებულ იქნენ წარმოების ფაქტორთა გამოყენების დროს.

წრებრუნვის შიგა ნაწილი იქმნება იმ დახარჯული საშუალებების ხარჯზე, რომლებიც გამომუშავებულ იქნა მოსახლეობის მიერ საქონლისა და მომსახურების შექმნაზე. მაკროეკონომიკა ამტკიცებს, რომ ეროვნული შემოსავალი შეიძლება გაანგარიშებულ იქნას ორი კორექტირებული მეთოდით: საქონლის ნაკადის მეთოდით-როგორც ფაქტორიალური შემოსავლების საერთო ჯამი: და მეორე მეთოდით- შრომის ანაზღაურება, პროცენტები, რენტა, მოგება. სწორად გაანგარიშებისას პირველ შემთხვევაში მიღებული შედეგები ზუსტად უნდა შეესაბამებოდეს ეროვნული შემოსავლის იმ პარამეტრებს, რომლებიც მეორე მეთოდით იქნა მიღებული. ამასთან საქონლის ნაკადის ფულადი შეფასება განსხვავდება შემოსავლის ნაკადისაგან მოგების სიდიდეზე, რომელიც აგრეთვე გაითვალისწინება ეროვნულ შემოსავლებში. ეროვნულ შემოსავალში მნიშვნელოვანია საქონლისა და მომსახურების საბოლოო მოხმარება, ორმაგი ანგარიშის თავიდან აცილების მიზნით. მართლაც ეს პრობლემა აუცილებლად დადგება, თუ გავიხსენებთ, რომ ტურისტული პროდუქტი ტუროპერატორის მიერ იქმნება სხვა მწარმოებელთა მომსახურების მიზიდვით: ავიაკომპანიების (სატრანსპორტო მომსახურება), სასტუმროების (განლაგების მომსახურება), რესტორნების (კვების მომსახურება), თეატრების, მუზეუმების, საკონცერტო დარბაზების, ატრაქციონების და სხვა (გართობათა მომსახურება), ტურისტული აგენტების (რეალიზაციის მომსახურება), მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების (რეკლამის მომსახურება) და ა.შ. ყველა ეს მომსახურება საბოლოო ტურისტული პროდუქციის შუალედური პროდუქტებია და უკვე ჩართულია მათ ღირებულებაში. ამრიგად მეწარმეები ტურისტული პროდუქტის ღირებულებაში რთავენ სხვის შრომასაც, რადგან ისინი ღებულობენ მრავალი ფორმის მომსახურებას და უმატებენ მათ შრომას და თავიანთ რესურსებს, სწორად ისინი ქმნიან დამატებულ

ღირებულებას, რომელიც აუცილებლად უნდა იქნეს გათვალისწინებული ეროვნულ შემოსავალში ორმაგი გაანგარიშების თავიდან ასაცილებლად, რამდენადაც მომსახურების ღირებულება გაწეული სხვა ფორმის მიერ უკვე ფიქსირებულია სხვა ანგარიშებში (ცხრილი №7).

**დამატებული ღირებულების განსაზღვრა ტურისტული პროდუქტისწარმოებისას(აშშ დოლარი) (TM-y.eg).  
ცხრილი №9**

ტურისტული პროდუქტის წარმოების სტადიები	რეალიზაციიდან ამონაგები	შუალედური მომსახურების ღირებულება	დამატებითი ღირებულება
სატრანსპორტო მომსახურება	1100	-400	-1100
განლაგების მომსახურება	600	-600	-200
კვების მომსახურება	800	-800	-200
გართობის მომსახურება	900	-900	-100
რეალიზაციის მომსახურება	1000	-1000	-100
რეკლამის მომსახურება	1050	-1050	-50
სხვა მომსახურება	1150		-100
საბოლოო ტურისტული პროდუქტი	5900	-4750	-1150

**წყარო: ტურიზმის მენეჯმენტი, ვ.ა. კვარტალოვი, მ.,2004.**

დამატებული ღირებულების განსაზღვრას აზრი აქვს მარტო ეროვნული შემოსავლის (ეროვნული პროდუქტის) არსებული სიდიდის განსაზღვრისათვის. დამატებულ ღირებულებას არანაკლები მნიშვნელობა აქვს გადასახადების გაანგარიშებისას. მართლაც თუ ვნახავთ მე-7 ცხრილს დავრწმუნდებით, რომ ტუროპერატორის დამატებული ღირებულება (სხვა მომსახურება) შეადგენს მხოლოდ 10 პირობით ერთეულს, მაშინ როცა ზოგიერთი გადასახადი ტუროპერატორისაგან აიღება როგორც ტურისტული პროდუქტის საბოლოო საკუთრება მთლიანი დამატებული ანგარიშიდან (1150 პირ.ერთ) და მთლიანი მაჩვენებლისაგან (5900 პირ. ერთ.)

თუ ტურისტულმა ფირმამ შეისყიდა ავიაკომპანიისაგან თვითმფრინავზე დაჯავშნული ადგილები და სასტუმროს დაჯავშნული ნომრები, ის ვერ გაზრდის ეროვნულ პროდუქტს, რადგან ახალი პროდუქტი არ შექმნილა და ეს გარიგებები თავისი ბუნებით განეკუთვნებიან სატრანსპორტო გადასახადებს. ტურიზმში საერთო მოცულობის საშუალოდ გარიგებების ბრუნვა უფრო მეტია საბოლოო გარიგების მოცულობაზე .

## 9. 5. ეროვნული ტურიზმის ეკონომიკური მაჩვენებლები

როდესაც ჩვენ ვლაპარაკობთ, რომ ტურიზმი გარკვეულ გავლენას ახდენს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებაზე, ეს ნიშნავს, რომ ჩვენ უნდა დავამტკიცოთ ტურიზმი თუ რა ზეგავლენას ახდენს ძირითად მაკროეკონომიკურ მაჩვენებლებზე: მთლიანი ეროვნული პროდუქტი, წმინდა ეროვნული პროდუქტი, ეროვნული შემოსავალი, საკუთარი მოხმარება, მოქალაქეთა დანაზოგები, ინვესტიციები და სხვა პარამეტრები.

ტურიზმის ეკონომიკის შესახებ ლიტერატურაში ტურიზმის ზეგავლენის გაზომვისათვის გამოიყენება მულტიპლიკატორის მოდელი (ი.ზორინი, 1974 არჩი, 1976). მულტიპლიკატორის ქვეშ იგულისხმება კოეფიციენტი, რომელიც გვიჩვენებს დამოკიდებულებას შემოსავლის ცვლილებასა და ინვესტიციების ცვლილებას შორის. მულტიპლიკატორის ეფექტი მოიაზრებს იმ არაპირდაპირ ზემოქმედებას ქვეყნის ეკონომიკაზე, რომელიც ტურისტების მიერ დახარჯული თანხით მიიღება. მულტიპლიკატორის ეფექტი გამოისახება თანაფარდობით ტურისტის მიერ დახარჯულ თითოეულ ლარსა და იმ რაოდენობას შორის, რამდენჯერაც ეს ლარი მომავალში დაიხარჯება. მაგალითად, კოეფიციენტი 0,72 ნიშნავს, რომ 72% თითოეული ტურისტის მიერ დახარჯული ლარისა იქნება მომავალში დახარჯული ამავე ქვეყნის ეკონომიკაში. მულტიპლიკატორი მოქმედებს შემდეგ სფეროებში:

- ვაჭრობა;
  - პროდუქციის გამოშვება;
  - შემოსავალი;
  - მოსახლეობის დასაქმება;
  - სახელმწიფო შემოსავალი;
- კეისის მულტიპლიკატორის მოდელი შემდეგ სახეს მიიღებს:

$$k=1/1-c-m$$

სადაც, k-არის მულტიპლიკატორი;

1 – ტურისტული დანახარჯების მაჩვენებელი;

(1 – c) –დანახარჯების ეკონომია;

m- იმპორტი.

შემდგომში ამ მოდელმა გრძელვადიანი მიზნებისათვის მიიღო შემდეგი სახე:

$$k=1/1-c+m-i;$$

i – არის ზღვრული მიდრეკილება ინვესტიციებისაკენ. დანახარჯების (შედევების) ეფექტის აღრიცხვით მოხმარების საზოგადოებრივი სექტორის გავლით ფორმულამიღებს შემდეგ სახეს:

$$k=1/1-c+m-i-g;$$

სადაც g- არის გადახრა საზოგადოებრივ სექტორში მოხმარების დანახარჯებისაკენ. ამჟამად, მოკლევადიანი აღრიცხვისა და პროგნოზისათვის გამოიყენება არჩესის ფორმულა:

$$k=(1-L)/(1-c(1-t_i)(1-t_d-b)+m);$$

სადაც L არის ეკონომიკაზე (ქვეყნის, რეგიონის, ქალაქის) საშუალებების ცვლის პირველი ციკლი;

t<sub>i</sub>- არაპირდაპირი გადასახადების ზღვრული ნორმა;

t<sub>d</sub>- პირდაპირი გადასახადებისა და სხვა დაკავებების ზღვრული ნორმა;

b- ტრანსფერზე დანახარჯების ზღვრული ნორმა;

პროტეკციონისტული პოლიტიკის გამოყენების შედეგად, გადასახადის სარგოს შემცირებით, სტრუქტურული კომპოზიციის გამოყენებით, ქვეყნები და გეოგრაფიული ცენტრები ახერხებენ ამოიღონ მოგება, გამოიყენებენ მულტიპლიკატორის გამოთანაბრების მოდელს.

„Ad HOS“ მულტიპლიკატორის მოდელის ანალიზისას გამოიყენება ალგებრული მატრიცა:

$$A \times 1 / (1 - BC)$$

სადაც A- ჯამური დანახარჯების წილი, რომელიც დარჩა ეკონომიკაში (ქვეყანა, რეგიონი) დანახარჯების პირველი ციკლის

შემდეგ, ანუ კეისის მულტიპლიკატორის მოდელი შეესაბამება ( 1-L) პარამეტრს;

B- ადგილობრივი მოსახლეობის მისწრაფებაა დააბანდოს მატერიალური სახსრები ადგილობრივ ეკონომიკაში;

C-ადგილობრივი მოსახლეობის დანახარჯების წილი, რომელიც გროვდება როგორც შემოსავალი ადგილობრივ ეკონომიკაში.

პიჩერმა და ოუენმა შემოგვთავაზეს ტურიზმის მოდიფიკაციის მოდელი „Ad HOS“ მულტიპლიკატორის მნიშვნელობა, პიჩერისა და ოუენის მიერ მიღებული რიგი ქვეყნებისა და რეგიონებისათვის მოყვანილია ქვემოთ:

ტურისტების დანახარჯების მულტიპლიკატორი ზოგიერთი ქვეყნისათვის და ტურისტული ცენტრებისათვის (COOPER, 1994):

ცხრილი №10

თურქეთი	2,3 – 3,2
კოლორადო აშშ	1,94
ვისკონსინი აშშ	1,87- 2,17
პენსილვანია აშშ	1,58
ედინბურგი (დიდი ბრიტანეთი)	1,51
ბარბადოსი	1,41
უელსი, (დიდი ბრიტანეთი)	1,16

ტურისტული შემოსავლების მულტიპლიკატორი ზოგიერთი ქვეყნისათვის და ტურისტული ცენტრებისათვის (COOPER, 1994)

ქვეყნები	მულტიპლიკატორის კოეფიციენტი	ქვეყნები	მულტიპლიკატორის კოეფიციენტი
დიდი ბრიტანეთი	1,73	მალტა	1,00
ვირჯინიის კუნძულები	0,55	მავრიკია	0,97
ირლანდია	1,72	ანტიგუა	0,88
შირი ლანკა	1,59	მისური აშშ	0,87
იამაიკა	1,27	ჰონკონგი	0,82
ეგვიპტე	1,23	ფილიპინები	0,79
დომინიკის რესპუბლიკა	1,20	ბაკამი	0,78



კვიპროსი	1,14	გიბრალტარი	0,66
ჩრდილო ირლანდია	1,10	დასავლეთ აზია	0,65
ბერმუდის კუნძულები	1,09	ტაიმანის კუნძულები	0,64
ფიჯი	1,07	ირლანდია	0,60
აზერბაიჯანი		ბარბადოსი	0,60
სოლომონის კუნძულები	0,51	ვიქტორია, (კანადა)	0,44
ედინბურგი(დიდი ბრიტანეთი)	0,34	აღმოსავლეთი ინგლისი	0,32
საქართველო		სომხეთი	

მოტანილი მონაცემებიდან ჩანს, რომ შემოსავლის მულტიპლიკატორი გარკვეულად კორექტირდება საანალიზო ობიექტის ეკონომიკის მასშტაბის შესაბამისად. რაც უფრო მეტია ის, მით უფრო დიდია მულტიპლიკატორის მნიშვნელობა, რაც დაკავშირებულია ტურისტული ცენტრის ეკონომიკური სტრუქტურის ამოცანებთან.

კერძოდ, ჩვენ ვხედავთ, რომ შემოსავლის მულტიპლიკატორის გამოყენება ხელსაყრელია ქვეყნის დონეზე (მაგალითად დიდი ბრიტანეთი-1,73), ვიდრე მასში შემავალი რეგიონებისათვის (მაგალითად, ედინბურგი-0,34, აღმოსავლეთი ინგლისი-0,32). შემოსავლის მულტიპლიკატორი მნიშვნელოვანი მექანიზმია სახელმწიფოს დაინტერესებისა ტურიზმის განვითარებისათვის. ტურიზმის პირდაპირი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე შეიძლება შეფასებულ იქნას თუ განვსაზღვრავთ მის წილს მთლიან შიდა პროდუქტში.

სტატისტიკა გვიჩვენებს, რომ მარტო ზოგიერთ კუნძულოვან ქვეყანაში მისი წილი აღემატება 30% (ანტიგუა-58%, ბაჰამის კუნძულები-52%, ბერმუდის კუნძულები-35%). ყველა ისინი აშშ-ს „რეკრეაციული ზონებია,, რომელთა მთელი ეკონომიკა ორიენტირებულია მდიდარი ტურისტების მიღებაზე. მაგრამ იმ პატარა კუნძულოვან ქვეყნებში კი როგორც იამაიკა, კვიპროსი, მალტა, ფიჯი ტურიზმიდან შემოსავლის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში-20%-ს არ აღემატება. ეს იმას ნიშნავს, რომ ტურიზმთან ერთად მათში ვითარდება სხვა ეკონომიკური კომპლექსებიც, თუმცა ტურიზმი რჩება მთავარ შემოსავლის წყაროდ (ცხ.8).

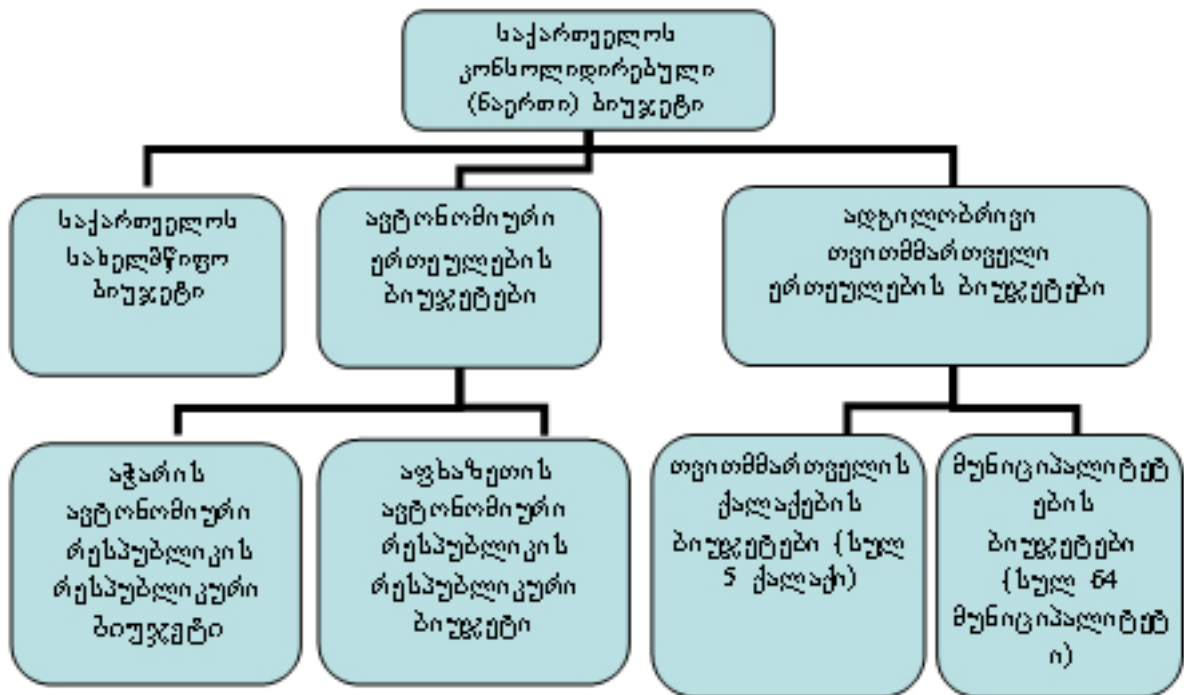
ტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ქვეყანაში სახელმწიფოს საფინანსო სისტემასა და საფინანსო პოლიტიკაზე, რომელიც ტურიზმის მიმართ ტარდება.

საფინანსო ურთიერთობა თავის მხრივ წარმოადგენს სახელმწიფოში მიღებულ მექანიზმს, რომლის მეშვეობითაც სახელმწიფო ქმნის ბიუჯეტს, ანუ ცენტრალიზებულ ფონდს და გამოიყენებს აუცილებელ ფულად საშუალებებს

ეკონომიკური, პოლიტიკური და სოციალური პროგრამების განსახორციელებლად. კერძოდ, მნიშვნელოვანი სოციალურ-ეკონომიკური ამოცანების გადასაჭრელად, შეიარაღებული ძალებისა და სახელმწიფო აპარატის შესანახად. ბიუჯეტს აქვს შემოსავლებისა და გასაღების სხვადასხვა მუხლები.

2011 წლის საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები განსაზღვრულია 7,107.1 მილიონი ლარით. ჯანმრთელობის, სოციალური დაცვისა და განათლების სფეროების დასაფინანსებლად

გასათვალისწინებელია 2,343.7 მილიონი ლარის მიმართვა.



სქემა №4

აღნიშნულის ფარგლებში მოსახლეობის საპენსიო უზრუნველყოფისათვის გათვალისწინებულია 932.3 მილიონი ლარი, სოციალური დახმარებებისათვის - 213.1 მილიონი ლარი, ჯანმრთელობის დაცვის პროგრამებისათვის - 319.5 მილიონი ლარი. ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლების დაფინანსებაზე მიმართება 326.1 მილიონი ლარი, 32.0 მილიონი ლარი მოხმარდება პროგრამა "ჩემი პირველი კომპიუტერი"-ს განხორციელებას, 10.0 მილიონი ლარი განკუთვნილია საგანმანათლებლო დაწესებულებათა რეაბილიტაციისათვის, სახელმწიფო სასწავლო გრანტები და პროგრამა "ცოდნის კარი" კი დაფინანსდება 43.2 მილიონი ლარით. მნიშვნელოვანი თანხების მიმართვა არის დაგეგმილი სოფლის მეურნეობის სექტორის განსავითარებლად, კერძოდ, იგეგმება ისეთი პროგრამების განხორციელება, როგორებიცაა რეგიონებში სოფლის მეურნეობის განვითარება - 38.0 მილიონი ლარი,

სასოფლო-სამეურნეო ტექნიკის განახლება - 3.0 მილიონი ლარი, სოფლის მხარდაჭერის პროგრამა - 40.0 მილიონი ლარი. მნიშვნელოვანი თანხები იქნება მიმართული ინფრასტრუქტურულ პროექტებზე. კერძოდ, საგზაო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების ღონისძიებებზე დაგეგმილია 517.4 მილიონი ლარის მიმართვა. მ.შ. აღმოსავლეთ-დასავლეთის ავტომაგისტრალის მშენებლობის გაგრძელებაზე იგეგმება 196.4 მილიონი ლარი, 83.0 მილიონი ლარით დაფინანსდება ჩოლოქი-სარფის გზის ახალი მიმართულება, კერძოდ, კი ქ. ქობულეთისა და ქ. ბათუმის ახალი შემოვლითი გზები. მნიშვნელოვანი თანხების მიმართვა არის დაგეგმილი კომუნალური, მ.შ. წყლის ინფრასტრუქტურის სარეაბილიტაციოდ, ნაპირსამაგრი სამუშაოებისათვის, ასევე ენერგეტიკის ინფრასტრუქტურის განვითარებისათვის, კერძოდ იგეგმება შავი ზღვის ელექტროგადამცემი ქსელის პროექტზე - 130.0 მილიონი ლარის მიმართვა, ასევე ენგურის ჰიდროელექტროსადგურის რეაბილიტაციისა და ვარდნილისა და ენგურის ჰიდროელექტროსადგურების რეაბილიტაციის ღონისძიებები.

მათ შორის ნაწილდება საშუალებები ერთიანი სახელმწიფო ფინანსური პოლიტიკის გასატარებლად სახელმწიფო რეგულირებასა და მართვის ყველა დონეზე. სახელმწიფო ბიუჯეტში შემოსავლები შედის: გადასახადებით მიღებული ადგილობრივ დონეებზე, მიზნობრივ არასაბიუჯეტო ფონდების (სოცდაზღვევის ფონდები, ეკოლოგიური ფონდები, კადრების მომზადების ფონდი და ა. შ. ხელისუფლების ცენტრალური ორგანოები მნიშვნელოვანი ზომით დოტაციის ხარჯზე ახდენენ სუბსიდირებას (ადგილობრივი ბიუჯეტის დეფიციტის დაფარვისათვის) სუბვენციებს (რეგიონალური პროგრამების ფინანსირებისათვის).

თანამედროვე ტურიზმის ერთ-ერთი დამახასიათებელი ნიშანია ტურისტების მასობრივი გადაყვანა. ეს განვითარების თანამედროვე ტენდენციაა, რომლებიც იწვევენ ტურიზმის პოპულარიზაციას. აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ტუროპერატორებს აქვთ მკაცრი კონტროლი ტურიზმზე. ისინი ქმნიან ტურისტული ბაზრის წესებს იმისათვის, რომ მაქსიმალურად გაზარდონ თავიანთი შემოსავალი. ტურიზმის დემოკრატიზაცია შედეგია მოთხოვნილებაზე მათი ზეგავლენის. ამრიგად, განვითარება ჰპოვა მასობრივმა ტურიზმმა. ამჟამად ევროპაში იგი შეადგენს მთელი ტურისტთა 20-30%, ხოლო დანარჩენი 70-80% საზღვარგარეთ მოგზაური ინდივიდუალური ტურისტებია და როგორც წესი ძირითადად ახალ ქვეყნებზე მოდის.

*ეს თანაფარდობა უკანასკნელ პერიოდში იცვლება მასობრივი ტურიზმის სასარგებლოდ რომლის მიზეზებიც შემდეგია:*

*ა) შვებულების დღეთა თანმიმდევრულობის შემცირება და ამავე დროს შვებულების რიცხვის გადიდება;*

*ბ) ავიაგადაზიდვების დაბალი ღირებულება;*

*გ) ტურისტებისა და მოგზაურთა ჯგუფების მოხერხებულობისათვის ჩარტერთა რიცხვის გადიდება;*

*დ) ტუროპერატორთა ინტერესების გაზრდა მასობრივი ტურიზმის მიმართ მისი დიდი მომგებიანობის თვალსაზრისით;*

ე) ახალ მიმართულებათა ძიება, რომელთაც აქვთ ეკონომიკური თვალსაზრისით დიდი უპირატესობა;

ვ) მასობრივი ტურიზმის სფეროში სამუშაო ადგილების გაზრდა;

ზ) იმ ტურისტების რაოდენობის გაზრდა, რომლებიც მოგზაურობენ ავტობუსებით ტურპაკეტის დაბალი ფასის გამო.

მიუხედავად იმ ტურისტთა უპირატესობისა, რომლებიც ინდივიდუალურად გეგმავენ თავიანთ შვებულებას და მათი სურვილი დიდია, ასეთი მოგზაურობების რეალიზაცია შორ მანძილზე გაძნელებულია, მიზეზი კი ის არის, რომ ინდივიდუალური ტურიზმი ნელა ვითარდება. ეს დაკავშირებულია ინდივიდუალური ტურიზმის პროგრამების მაღალ ღირებულებასთან.

### **მასობრივ ტურიზმს ნაკლოვანებები**

-სეზონური ხასიათი, რომელიც ემთხვევა ზაფხულის პერიოდს;

-პირდაპირი დამოკიდებულება ტუროპერატორისა მიმართოს მასობრივი ტურიზმი იმ მიმართულებით, სადაც შეიძლება მიღებულ იქნას მაღალი მოგება.

მასობრივი ტურიზმის ეს პრობლემები სახელმწიფო ორგანიზაციებმა მხედველობაში უნდა მიიღონ, როგორც სხვა ფაქტორები, რომლებიც ზეგავლენას ახდენენ ტურიზმის ორგანიზაციაზე. არის მოთხოვნა ტურიზმის ახალ სახეებზე, რომლებიც დაკავშირებულია ზაფხულის სეზონთან და არ არიან დამოკიდებულნი ტუროპერატორებზე. ტურიზმის ასეთ სახეებს მიეკუთვნება კონგრესული ტურიზმი, ტურიზმი ჯანმრთელობისათვის, წამახალისებელი ტურიზმი, ეკოლოგიური ტურიზმი და ა. შ.

ტურფირმის ფუნქციონირება ხორციელდება, როგორც საწარმოო ფონდების ნატურალურ-ნივთობრივი ღირებულებით ფორმაში, რომელიც ქმნის განვითარებულ ღირებულებით მოთხოვნებს. ღირებულებითი და მატერიალური მოთხოვნილებები გამოდიან ერთობლივად. ეს ერთობლიობა თვითონ გამოდის როგორც მოთხოვნის დახასიათებისას, წინასწარ ცნობილი ხდება მათი უზრუნველყოფის დონე და ხარისხობრივი მაჩვენებლები ღირებულებითი ფორმით, რომლის დროსაც გათვალისწინებული იქნება ინფლაციის დონე, რომელიც უზრუნველყოფს ფირმის ინტენსიურ გაძღვლას.

საწარმოო ფონდებში მოთხოვნის განსაზღვრა მათი ერთიანი ნატურალური და ღირებულებითი ფორმით იმას ნიშნავს, რომ ტექნიკური და ტექნოლოგიური ვარიანტების ამორჩევისას უნდა მონაწილეობდეს აგრეთვე ღირებულებითი პარამეტრებიც. ისინი უნდა ჩაიდოს ზოგჯერ დავალებაში, წინააღმდეგ შემთხვევაში დაირღვევა პროპორციები საწარმოო ფონდებში, რაც გამოიწვევს მათი მოძრაობის ღირებულებითი ელემენტების გადიდებას, დაირღვევა უწყვეტობა და შემცირდება მათი გამოყენების ეფექტიანობა.

წარმოების საშუალებების ღირებულებითი ელემენტების გადიდება მწვავედ იმოქმედებს ტურფირმის ფინანსურ უზრუნველყოფაზე ახალი პროდუქციის(მომსახურების) ათვისებისას, რომელიც დაკავშირებულია ათვისების

დანახარჯების გადიდებასთან, რაც ყოველთვის არ კომპენსირდება ამონაგებით. ეს არ იწვევს ტურისტული ორგანიზაციის დაინტერესებას გამოშვებული პროდუქციის (მომსახურების) განახლებაში, რამდენადაც მოწყობილობების ღირებულება ჩაირთვება ტურფირმის მუდმივ საწარმოო დანახარჯებში.

ტურფირმის საფინანსო მდგრადობა მთლიანად დამოკიდებულია ამონაგების სიდიდესთან, უკანასკნელი, როგორც ცნობილია განისაზღვრება ეროვნულ პროდუქციაზე (მომსახურება) ფასის შეფარდებით მის სარეალიზაციო რაოდენობასთან. ამონაგების სიდიდემ უნდა დაფაროს ყველა საწარმოო დანახარჯი და უზრუნველყოს მოგების მიღება. ამ ამოცანის გადასაწყვეტად ეკონომიკურმა მეცნიერებამ დაამუშავა ინსტრუმენტარიები, რომლებიც მოიცავენ შემდეგ კატეგორიებს:

- დაფარვის თანხა; დაფარვის საშუალო სიდიდე;
- დაფარვის კოეფიციენტი;
- მოგების ქვედა ზღვარი (რენტაბელობის მიჯნა-ზღვარი);
- ზღვრული ამონაგები;
- სიმტკიცის (მდგრადობის) მარაგი.

#### **განვიხილოთ ყველა ეს კატეგორია ცალ-ცალკე:**

დაფარვის თანხად ითვლება სხვაობა ამონაგებსა და ჯამურ დანახარჯებს შორის, ანუ დაფარვის თანხა- ეს თანხა არის მუდმივი საწარმოო დანახარჯები და მოგება. ე.ი. დაფარვის ჯამი ნიშნავს მუდმივი დანახარჯების დაფარვას და მოგების მიღებას.

**დაფარვის თანხის** -გასანგარიშებლად ამონაგებ თანხას აკლებენ ცვლად დანახარჯებს (ზოგჯერ მათ პირდაპირ დანახარჯებსაც უწოდებენ), აგრეთვე ზედნადებ ხარჯებს, რომლებიც წარმოების მოცულობაზე არიან დამოკიდებულნი და მათ აკუთვნებენ ცვლად დანახარჯებს.

**დაფარვის საშუალო სიდიდის** ქვეშ იგულისხმება სხვაობა ერთეული საქონლის ღირებულებასა და საშუალო ცვლად დანახარჯებს შორის. **დაფარვის კოეფიციენტი**- არის დაფარვის თანხა, რომელიც მიიღება რეალიზებული პროდუქციის ამონაგებიდან. ცალკეული ერთეული პროდუქციისათვის **დაფარვის კოეფიციენტი**- ეს არის დაფარვის საშუალო სიდიდის წილი ერთეული საქონლის ფასში.

**მოგების ქვედა (უზარალობის) წერტილის**- ქვეშ იგულისხმება ტურიზმის ისეთი ამონაგები და წარმოების ისეთი ტურფირმის მოცულობა, რომელიც უზრუნველყოფს ყველა დანახარჯის დაფარვას და ნულოვან წერტილი.

**ზღვრული ამონაგები** -(ზოგჯერ მას უწოდებენ გაყიდვების კრიტიკულ მოცულობასაც).- ეს არის ამონაგები, რომელიც შეესაბამება არაზარალიანობის წერტილს.

**სიმტკიცის (მდგრადობის) მარაგი**- ეს არის ფაქტიური ამონაგების პროცენტული გადახრა ზღვრულიდან. იგი გაიანგარიშება ფაქტიური და ზღვრული

ამონაგების სხვაობით ფაქტიურ ამონაგებთან შეფარდებით და პროცენტული გაანგარიშებით.

### 9. 6. პრაქტიკული მაგალითები

ზემოთაღნიშნული კატეგორიები საშუალებას იძლევა გადავწყვიტოთ რიგი პრაქტიკული ამოცანა, რომელიც ყოველთვისაა ნებისმიერი საწარმოს საქმიანობაში და მათ შორის ტურფირმაშიც.

#### მოვიყვანოთ რამოდენიმე მაგალითი:(ციფრები პირობითია)

**მაგალითი 1.** ტურფირმა ასრულებს ერთ მომსახურებას. საშუალო ცვლადი დანახარჯები მის წარმოებასა და რეალიზაციაზე შეადგენს 90 ლარს. ტურმომსახურების ერთეულის ფასი 120 ლარია, მუდმივი დანახარჯები შეადგენს 30 ათას ლარს. საჭიროა გავიანგარიშოთ რა მოგებას მიიღებს ფირმა 1 ათასი, 3 ათასი, 5 ათასი ერთეული ასეთი მომსახურებისას.

რადგანაც მუდმივი დანახარჯები დამოკიდებულნი არ არიან გაწეული მომსახურების რაოდენობისაგან, მოვძებნით დაფარვისა და მოგების თანხა ყველა სამი ვარიანტისათვის.

რამდენადაც დაფარვის საშუალო სიდიდე სამივე ვარიანტისათვის ერთნაირია, მოგების გაანგარიშება შეიძლება გამარტივდეს. განვსაზღვროთ ფირმის მოგება ნებისმიერი ერთეული მომსახურებისათვის.

**ტურფირმის მოგება მომსახურების რეალიზაციიდან სხვადასხვა კატეგორიებში ათ. ლარი. რეალიზებული ტურპროდუქტების რაოდენობა(ერთეული მომსახურება).**

ცხრილი №11

მაჩვენებლები	რეალიზებული ტურპროდუქტის რაოდენობა		
	1000	3000	5000
ამონაგები რეალიზაციიდან	120	360	600
ცვლადი დანახარჯები	90	270	450
დაფარვის თანხა	30	90	150
მუდმივი დანახარჯები	30	30	30
მოგება	0	60	120
დაფარვის საშუალო სიდიდე	30	30	30

ამოხსნა:

1. დაფარვის საშუალო სიდიდე გავამრავლოთ მომსახურების ერთეულ რაოდენობაზე. მივიღებთ დაფარვის თანხას.

2. დაფარვის თანხას გამოვაკლოთ მუდმივი დანახარჯები.

**მაგალითად**, - რა მოგებას მიიღებს ფირმა თუ მომსახურებას 2700 ერთეულზე ვეწევით ?

1. განვსაზღვროთ დაფარვის თანხა:  $30\text{ლარი} \times 2700 = 81,0$  ათ. ლარს.
2. განვსაზღვროთ მოგება:  $81$  ათ. ლარი -  $30$  ათ. ლარი =  $51$  ათ. ლარს.

**მაგალითი 2.** ფირმა ერთდროულად ასრულებს ორი ტიპის მომსახურებას: a და b გაყიდვებზე, ფასებსა დანახარჯებზე მონაცემები მოტანილია 10 ცხრილში.

საჭიროა განისაზღვროს:

- ა) ფირმის მიერ თვის განმავლობაში მიღებული მოგება;
- ბ) ყოველი მომსახურებისათვის დაფარვის საშუალო სიდიდე;
- გ) ყოველი მომსახურებისათვის დაფარვის კოეფიციენტი;

**ცხრილი №12**

მაჩვენებლები	მომსახურება	
	a	b
გაყიდვების მოცულობა(მომს. ერთ.)	6000	4000
ერთ. მომს. ფასი (ლ)	520	900
ცვლადი დანახარჯები ერთ. მომს. (ლ.):		
ა) საწვავი და შრომის სხვა საგნები	200	350
ბ) ხელფასი	140	200
გ) ცვლადი საწარმოო ზედნადები ხარჯები;	50	100
დ) ცვლადი გასაღების ზედნადები ხარჯები;	50	120
მუდმივი დანახარჯები:		
ა) ადმინისტრაციული	180	
ბ) საწარმოო	500	
გ) გასაღების	220	

დ) მოგების ზომა რომელსაც იღებს ფირმა თუ გააფართოებს მომსახურებას a) 7000 რაოდენობამდე, ხოლო b) მომსახურებას - 4500 რაოდენობამდე.

დასმული ამოცანების პასუხებისათვის ყველა მონაცემი შევიტანოთ ცხრ. 12-ში ფირმამ მიიღო 100 ათასი ლარი მოგება. მომსახურების დაფარვის საშუალო სიდიდე a შეადგენს 80 ლარს, ხოლო b მომსახურებისათვის - 130 ლარი. a მომსახურების დაფარვისათვის კოეფიციენტი ტოლია 0, 154 ხოლო b მომსახურებისათვის - 0, 144.



გაფართოებული გაყიდვებისათვის ფირმა ლეზულობს შემდეგ მოგებას :

- ა) a მომსახურების გაყიდვიდან დაფარვის თანხა 80 ლ. X 7000 = 560 ათ. ლარი;
- ბ) b მომსახურების გაყიდვიდან დაფარვის თანხა 130 ლ. X 4500 = 585 ათას ლარს;
- გ) a და b მომსახურების დაფარვის თანხა: 560 ათ. ლ. + 585 ათ. ლ. = 1145 ათ. ლ.;
- დ) ფირმის მუდმივი დანახარჯები - 900 ათ. ლ. ;
- ე) ფირმის მოგება: 1145 ათ. ლ. - 900 ათ. ლ. = 246 ათ. ლ.

**დაფარვის საშუალო სიდიდე, დაფარვის კოეფიციენტი და a და b მომსახურების რეალიზაციიდან ფირმის მოგების სიდიდე**

**ცხრილი №13**

მაჩვენებლები	მომსახურებ ა		სულ
	a	b	
გაყიდვების მოცულობა (ერთი მომსახურების ფასი)	6000	4000	10000
ცვლადი დანახარჯები (ათ. ლ.):			
საწვავი და შრომის სხვა ხარჯები	1200	1400	2600
ხელფასი	840	800	1640
ზედნადები ხარჯები	300	400	700
ცვლადი გასაღების ზედნადები ხარჯები	300	480	780
სულ ცვლადი დანახარჯები	2640	3080	5720
ამონაგები რეალიზაციიდან (ათ. ლარი)	3120	3600	6720
დაფარვის თანხა (ათ. ლარი)	480	520	1000
მუდმივი დანახარჯები (ათ.ლარი)			900
მოგება			100
დაფარვის საშუალო სიდიდე	80	130	
დაფარვის კოეფიციენტი	0,154	0,144	

**მაგალითი 3.** ფირმა აწარმოებს და რეალიზაციას უკეთებს ერთ მომსახურებას. ცვლადი დანახარჯები ერთეულ მომსახურებაზე შეადგენს (ლარი):

- ნედლეული, სათბობი და შრომის სხვა საგნები - 200
- ხელფასი - 160
- ცვლადი საწარმოო ზედნადები ხარჯები - 80

ცვლადი გასაღების ზედნადები ხარჯები - 40 ლარი

სულ: - 480

ერთეული მომსახურების თანხა - 600

მუდმივი დანახარჯებმა შეადგინა - 136000 ლარი.

საჭიროა განვსაზღვროთ თუ რამდენი ერთეული მომსახურება უნდა გაყიდოს ფირმამ, რათა მიიღოს მოგება 30 ათასი ლარის ოდენობით.

ამოხსნა:

1. დავადგინოთ დაფარვის თანხა, იგი არის ამონაგებსა და ცვლად დანახარჯებს შორის სხვაობა. ანუ მუდმივი დანახარჯებისა და მოგების ჯამი.

$136 \text{ ათ. ლარს} + 32 \text{ ათ. ლარი} = 168 \text{ ათ. ლარს}$

2. განვსაზღვროთ დაფარვის საშუალო სიდიდე, როგორც სხვაობა მომსახურების ერთეულსა და საშუალო ცვლად დანახარჯებს შორის.  $600 - 480 = 120$  ლარს.

3. მოვძებნოთ ერთეული მომსახურების რაოდენობა, რომელიც საჭიროა მოცემული მოგების მისაღებად. ამისათვის დაფარვის თანხა უნდა გავყოთ მის საშუალო სიდიდეზე:  $168 \text{ ათ. ლ.} : 120 \text{ ლ. ერთ.} = 1400 \text{ ერთ.}$  ამით დავადგენთ თუ რამდენი ერთეული მომსახურება უნდა გაწიოს 32 ათასი ლარის მისაღებად.

**მაგალითი 4.** ფირმა გეგმავს 10000 ერთეულის მომსახურებას. ერთეულ მომსახურების წარმოებასა და რეალიზაციაზე საშუალო ცვლადი დანახარჯები შეადგენს 150 ლარს, მუდმივი დანახარჯები - 2500 ლარს. ფირმა გეგმავს მიიღოს მოგება 500 ათ. ლარის ოდენობით. რომელი ფასით უნდა გაყიდოს მომსახურება?

ამოხსნა:

1. მოვძებნოთ დაფარვის თანხა, - მივუმატოთ მუდმივი დანახარჯებს მოგების საგეგმო მოცულობა;  $2500 \text{ ათ. ლარ.} + 500 \text{ ათ. ლარ.} = 3000 \text{ მლნ. ლარი}$

2. განვსაზღვროთ დაფარვის საშუალო სიდიდე, - გავყოთ დაფარვის თანხა გაწეულ მომსახურების რაოდენობაზე:  $3000 \text{ ათ. ლარი} : 10 \text{ ათ. ლარი} = 300 \text{ ლარი/ერთ.}$

3. მოვძებნოთ მომსახურების ფასი-მივუმატოთ დაფარვის საშუალო სიდიდეს საშუალო ცვლადი დანახარჯების სიდიდეები  $300 \text{ ლარი} + 150 \text{ ლარი} = 450 \text{ ლარს.}$

**ეს ამოცანა შეიძლება სხვა ხერხითაც ამოხსნას:**

1. განვსაზღვროთ წარმოების საშუალო მუდმივი დანახარჯები, - გავყოთ მათი მთლიანი სიდიდე გაწეულ მომსახურებაზე:  $2500 \text{ ათ. ლარი} : 10 \text{ ათ. ერთ.} = 250 \text{ ლარ. ერთეული.}$

2. განვსაზღვროთ ერთეულ მომსახურებაზე მოგების სიდიდე, - გავყოთ მისი მთლიანი სიდიდე გაწეულ მომსახურებაზე:  $500 \text{ ათ. ლარი} : 10 \text{ ათ. ერთეულზე} = 50 \text{ ლარი/ერთ.}$

3. განვსაზღვროთ ერთეული მომსახურების ფასი, - შევკრიბოთ საშუალო მუდმივი დანახარჯები, საშუალო ცვლადი დანახარჯები და მოგება ერთეულ მომსახურებაზე.

$250 \text{ ლარი} + 150 \text{ ლარი} + 50 \text{ ლარი} = 450 \text{ ლარი.}$

**მაგალითი 5.** ფირმა ასრულებს ერთ მომსახურებას. მისი საქმიანობა ხასიათდება შემდეგი მონაცემებით ( ათ. ლარი)

ამონაგები რეალიზაციიდან - 150;  
 ცვლადი დანახარჯები - 100;  
 მუდმივი დანახარჯები - 40;  
 მოგება - 10;

განისაზღვროს ზღვრული მოგება, რომელიც გაიანგარიშება მუდმივი დანახარჯების შეფარდებით დაფარვის კოეფიციენტთან. უკანასკნელი არის დაფარვის თანხის წილი რეალიზაციიდან ამონაგებში.

ამოხსნა:

1. გამოვთვალოთ დაფარვის თანხა: 150 ათ. ლარი -100 ათ. ლარი = 50 ათ. ლარს.
2. გამოვთვალოთ დაფარვის კოეფიციენტი: 50 ათ. ლარი : 150 ათ. ლარი = 0, 33.
3. განვსაზღვროთ ზღვრული ამონაგები (გაყიდვის კრიტიკული მოცულობა) :  
 40 ათ. ლარი : 0,33 = 121,21 ათ. ლარი.

უნდა აღინიშნოს რომ თუ უკანასკნელი დაფარვის კოეფიციენტის რიცხვი გამოდის პერიოდის რიცხვით (ჩვენ შემთხვევაში ეს რიცხვი 3- ია) მაშინ ზღვრული ამონაგების გაანგარიშებაში იქნება უზუსტობა. ამის თავიდან ასაცილებლად საჭიროა დაფარვის კოეფიციენტი შეიცვალოს მისი გაანგარიშების ამოსავალი სიდიდეებით: (40 ათ. ლარი X 150 ათ. ლარზე) : 50 ათ. ლარზე =120 ათ. ლარს. შესაბამისად ცდომილება შეადგენს 1212 ლარს.

**მაგალითი 6.** მეხუთე მაგალითის მონაცემთა სფუძველზე გავიანგარიშოთ მდგრადობის (სიმყარის) მარაგი, როგორც ფაქტიური ამონაგების პროცენტული გადახრა ზღვრულიდან.

ამოხსნა

$$(150 \text{ ათ. ლარი} - 120 \text{ ათ. ლარი}) \times 100\% : 150 \text{ ათ. ლარი} = 20 \%$$

მდგრადობის მარაგის მნიშვნელობა 20% გვიჩვენებს, თუ საბაზრო სიტუაციის ცვლილებისას ფირმის ამონაგები შემცირდება 20 %- დე ,მაშინ ფირმა მიიღებს მოგებას, ხოლო 20-% ტზე ზევით იქნება ზარალიანი.

**მაგალითი 7.** ფირმა ასრულებს ორი სახის მომსახურებას : a და b.

მონაცემები მათ საქმიანობაზე მოცემულია ცხრილ 12 –ში.

ამონაგები, დანახარჯები და მოგება a და b მომსახურებისაგან (ათ. ლარი).

ცხრილი №14

მაჩვენებლები	a	b	სულ
	მომსახურება	მომსახურება	

ამონაგები	910	740	1650
ცვლადი დანახარჯები	700	680	1380
მუდმივი დანახარჯები			230
მოგება			40

ფირმის მდგომარეობის შესაფასებლად საჭიროა გავიანგარიშოთ ზღვრულ ამონაგები და სიმტკიცის (მდგრადობის) მარაგი.

ამოხსნა :

1. გამოვთვალოთ დაფარვის თანხა:  $1650 \text{ ათ. ლარს} - 1380 \text{ ათ.ლარი} = 270 \text{ ათ.ლარი}$ .

2. ვიპოვოთ დაფარვის კოეფიციენტი:  $270 \text{ ათ.ლარს} : 1650 \text{ ათ.ლარი} = 0,163636363$ .

ამიტომ ზღვრული ამონაგების განსაზღვრისას დაფარვის კოეფიციენტი შევცვალოთ მისი გაანგარიშების სიდიდებით.

3. გამოვთვალოთ ზღვრული ამონაგები მუდმივი დანახარჯების შეფარდებით დაფარვის კოეფიციენტის საანგარიშო სიდიდეზე :  $(230 \text{ ათ.ლარი} \times 1650 \text{ ათ.ლარზე}) : 270 \text{ ათ.ლარზე} = 1405,555 \text{ ათ.ლარი}$ .

4. განვსაზღვროთ სიმტკიცის მარაგი (  $1650 \text{ ათ.ლარი} - 1405,555 \text{ ათ.ლარი}$ )  $\times 100\%$  :  $1650 \text{ ათ.ლარი} = 14,81 \%$ .

**მაგალითი 8.** მეშვიდე მაგალითის მონაცემების საფუძველზე განვსაზღვროთ a და b მომსახურების წვლილი ფირმის მოგების ფორმირებაში

ამ ამოცანის გადაწყვეტისათვის საჭიროა განსაზღვრულ იქნეს მუდმივი დანახარჯები ამ ორ მომსახურებას შორის. გაანგარიშების გაიოლებისათვის მუდმივი დანახარჯები გავანაწილოთ თითოეული მომსახურების რეალიზაციიდან მიღებული ამონაგების პროპორციულად.

a მომსახურების რეალიზაციიდან ამონაგები შეადგენს ფირმის მთლიანი ამონაგების 55%, ხოლო b რეალიზაციის ამონაგები 45 %.

მუდმივი დანახარჯებისა და მოგების განაწილება a და b მომსახურებებს შორის მოცემულია ცხრილ 13 –ში.

**a და b მომსახურების რეალიზაციიდან მიღებული ამონაგები დანახარჯები და მოგება (ათ. ლარი)**

ცხრილი №15

მაჩვენებლები	a	b	სულ
--------------	---	---	-----

	მომსახურება	მომსახურება	
ამონაგები	910	740	1650
ცვლადი დანახარჯები	700	680	1380
მუდმივი დანახარჯები	126,5	103,5	230
მოგება	+83,5	43,5	+40

როგორც მე-14 ცხრილის მონაცემებიდან ჩანს a მომსახურების რეალიზაციიდან მოგება ნაწილობრივ მიდის ზარალის დასაფარავად, რომელიც მიღებულ იქნა b მომსახურების რეალიზაციიდან, ისმება კითხვა: რამდენადაა საჭირო ფირმისათვის b მომსახურება და გაიზრდება თუ არა მისი მოგება თუ b მომსახურება მოხსნილ იქნება წარმოებიდან.

ვიგულისხმობთ, რომ ფირმამ უარი თქვა b მომსახურებაზე, როგორც ზარალიანი მომსახურება. მაშინ ფირმის ყველა მუდმივი დანახარჯი a მომსახურებაზე გადავა. ამ შემთხვევაში არაზარალიანობის წერტილი შემდეგნაირად შეიცვლება (ათ. ლარი).

- a-მომსახურების რეალიზაციიდან ამონაგები - 910;
- a მომსახურებაზე ცვლადი დანახარჯები - 700;
- ფირმის მუდმივი დანახარჯები - 230;
- დაფარვის თანხა - 2104;
- დაფარვის კოეფიციენტი - 0,23;
- ზღვრული ამონაგები (არაზარალიანობის წერტილი) - 1000.

მოტანილი მონაცემებიდან ჩანს, რომ b მომსახურების წარმოებაზე უარის თქმის შემთხვევაში a მომსახურება ხდება ზარალიანი (a მომსახურების რეალიზაციიდან ამონაგები ნაკლებია ზაფხულში). შესაბამისად b მომსახურება ფირმისთვის აუცილებელია და მისი წარმოება უნდა იქნეს შენარჩუნებული.

**მაგალითი 9.** ფირმა აწარმოებს ერთი სახის მომსახურებას. არსებობს შემდეგი ამოსავალი მონაცემები:

- მუდმივი დანახარჯები 300 ათ.ლარი;
- ერთი მომსახურების ფასი 600 ლარი;
- საშუალო ცვლადი დანახარჯები 450 ლარი.

საჭიროა განისაზღვროს :

- ა) ზღვრული ამონაგები (გაყიდვების კრიტიკული მოცულობა);

ბ) გაყიდვების მოცულობა, რომელიც ფირმის მოგებას უზრუნველყოფს 150 ათ.ლარის მოცულობით.

ამოხსნა :

1. მოვნახოთ გაყიდვების კრიტიკული მოცულობა, რომელიც უზრუნველყოფს ზღვრულ ამონაგებს მუდმივი დანახარჯების გაყოფით დაფარვის საშუალო სიდიდეზე: 300 ათ.ლარი: ( 600 ლარი- 450 ლარი) = 2000 ერთ. ზღვრული ამონაგები შეადგენს: 600 ლარი X 2000 ერთ. =1200 ათ.ლარი.

2. ჩვენი ანგარიშით გაყიდვების მოცულობა, რომელიც უზრუნველყოფს ფირმის მოგებას 150 ათ.ლარის მოცულობით დაფარვის ფასის შეფარდებით დაფარვის საშუალო სიდიდესთან :(300ათ.ლარი +150ათ.ლარი) : (600ლარი – 450ლარი)=3000 ერთეულს. ამონაგები შეადგენს : 600ლარიX 3000 ერთ. = 1800 ათ.ლარს).

ტურფირმის ფინანსური სიმტკიცის მარაგი 3000 ერთეული მომსახურების შემდეგ ფინანსური სიმტკიცე ( 1800 ათ.ლარი – 1200 ათ.ლარი) =100% : 1800 ათ.ლარი = 33,33 %.

### კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად

1. ჩამოთვალეთ მომსახურების საერთაშორისო ვაჭრობის სპეციფიკური მახასიათებლები;
2. დაახასიათეთ საერთაშორისო ვაჭრობის დინამიკა, სტრუქტურა და გეოგრაფიული მიმართულებანი;
3. დაახასიათეთ ტურიზმი, როგორც მომსახურების ერთ-ერთი დარგი;
4. სასტუმროების დატვირთვის მაჩვენებლების გაანგარიშების მეთოდიკა.
5. დაახასიათეთ ტურიზმის ადგილი და როლი ქვეყნის ეკონომიკაში.

## თავი X.ტურიზმის ფინანსური მდგრადობა და

### სადაზღვეო საქმიანობა

#### 10. 1. ტურისტული საქმიანობის ფინანსური მდგრადობა

დამზღვევის დაცვის ინტერესებს უზრუნველყოფს ფინანსები. დამზღვევი ქმნის და გამოიყენებს რეზერვსა და ფონდებს დამზღვევების, როგორც დანაკარგების დასაფარავად, ისე სადაზღვეო საქმიანობის ორგანიზაციაზე და წარმართვაზე საკუთარი დანახარჯების ფინანსირებაზე. ამის გარდა საბაზრო ეკონომიკის პირობებში დამზღვევები აწარმოებენ საინვესტიციო საქმიანობას, სეჯირებას (სავალუტო რისკების დაცვა) და ამასთან გამოიყენებს სადაზღვეო ფონდის საშუალებების ნაწილს და საკუთარ სახსრებს. ამიტომ სადაზღვეო ორგანიზაციის ფულადი ბრუნვა შედარებით რთულია ვიდრე სხვა სამეურნეო სუბიექტების.

## დამზღვევის ფინანსები აერთიანებს ორ დამოუკიდებელ ნაკადს:

– ფულადი საშუალებების ბრუნვა, რომლებიც უზრუნველყოფენ დამზღვევთა სადაზღვეო და დაზღვეულთა სარგებლის შემქმნელთა დაცვას;

– საბრუნავი საშუალებები, რომლებიც დაკავშირებულია დაზღვევის პროცესის ორგანიზაციასა და გატარებასთან.

საშუალებების ბრუნვა, რომლებიც უზრუნველყოფენ სადაზღვეო დაცვის მიმდინარეობას ორ ეტაპად. პირველ ეტაპზე იქმნება სადაზღვეო რეზერვები, მეორე-თავისუფალი ფულადი საშუალებების ნაწილი, რომლებიც ინვესტირდება მოგების მიზნით, ფასიან ქალაქებში, მშენებლობაში და პერსპექტიულ პროექტებში.

ფულის ბრუნვის მნიშვნელოვანი თავისებურება, რომელიც დაკავშირებულია დაზღვევის დაცვასთან, რაც მდგომარეობს მის სარისკო ხასიათი. ამასთან, სადაზღვეო რეზერვების შექმნის საფუძველია დანაკლისის სიდიდე. მათ, განაწილების საფუძველად უდევს ფაქტიური დანაკარგები, რომელიც მიადგათ დამზღვევებსა და დაზღვეულებს, რაც შეიძლება მნიშვნელოვნად იყოს განსხვავებული საანგარიშოსაგან.

სადაზღვეო ოპერაციების ფინანსური მდგრადობის ქვეშ იგულისხმება შემოსავლების თანაბრობა ან მეტობა სადაზღვეო ფულად ფონდებზე, დანახარჯებთან შედარებით, რომლებიც ფორმირდება დაზღვეულთა მიერ შენატანების საფუძველზე, დამზღვევთა ფინანსური მდგრადობის საფუძველია მათ განკარგულებაში არსებული გადახდილი საწესდებო კაპიტალი, სადაზღვეო რეზერვები და ა. შ.

სადაზღვეო ორგანიზაციების საწესდებო კაპიტალი (ფონდი) საწყის ეტაპზე იქმნება ბიუჯეტის ანგარიშზე ან აქციებისა და სხვა ფასიანი ქალაქების გაყიდვიდან მიღებული სახსრების ანგარიშზე ან დამფუძნებელთა ძირითადი საშუალებების ანგარიშიდან. სადაზღვეო საზოგადოების დახურული ტიპის საწესდებო ფონდი იქმნება დამფუძნებელთა ანგარიშზე, ხოლო ღია ტიპის- შენატანების გადაცვლით დამფუძნებელთა აქციებზე და სააქციო საზოგადოებაში მოწვეულთა ანგარიშზე.

ფულადი ფონდები შეიძლება შეიქმნას დაზღვევაში დარგებისა და სახეების მიხედვით, როგორც მთლიანად, ასევე ცალკეული ჯგუფებისა და სახეების მიხედვითაც-, როგორც ჩათვლის დამზღვევი. პირველი ვარიანტი- საშუალებას იძლევა შედარებით ფართოდ გადანაწილდეს საშუალებები, ხოლო მეორე- პასუხობს დამზღვევისა და დაზღვეულის ურთიერთობების ექვივალენტურ მოთხოვნებს.

ტურისტული საქმიანობის დაზღვევისას ფინანსური მდგრადობის უზრუნველყოფის პრობლემა შეიძლება განხილულ იქნას ორნაირად: 1) რომელიმე წელს საშუალებების სავარაუდო დეფიციტის განსაზღვრით და 2) გასული სატარიფო პერიოდის დანახარჯებთან შემოსავლების შეფარდებით. საშუალებების დეფიციტის სავარაუდო ხარისხზე დიდ გავლენას ახდენს კომპანიის სადაზღვეო პორტფელის სიდიდე. აღნიშნული ხარისხის განსაზღვრისათვის გამოიყენება პროფ. ფ. ვ. კონშინის (K) კოეფიციენტი.



$$K = \sqrt{\frac{1-T}{H * T}}$$

სადაც-T- არის მთელი სადაზღვეო პორტფელის საშუალო სატარიფო სარგო;

H- არის დაზღვეული ობიექტების რაოდენობა.

რაც უფრო დაბალია კოეფიციენტი მით უფრო მაღალია დამზღვევის მდგრადობა. შესაბამისად ტურისტული საქმიანობის დაზღვევისას სადაზღვეო ოპერაციების ფინანსური მდგრადობის პირობებია დაზღვეული ობიექტების გაზრდა და იმ სადაზღვეო ტარიფების გამოთანაბრება, რომლებზეც დაზღვეულ იქნენ სხვადასხვა ობიექტები ან ტურისტები. სადაზღვეო საქმიანობაში ეს ხდება დაზღვევის სახეთა ნაწილთა გადაცემით ან მათი ღირებულების—სხვა დამზღვევთან ხელახლა დაზღვევაში. ფინანსური მდგრადობის, როგორც შემოსავლების შეფარდება სატარიფო პერიოდში დანახარჯებთან შეფასებისავის, შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სადაზღვეო ფონდის საფინანსო მდგრადობის კოეფიციენტი(Ксф)

$$K_{сф} = \frac{\sum D + \sum ЗФ}{\sum P}$$

სადაც EEΣD-არის სატარიფო პერიოდში შემოსავლების რაოდენობა;

ΣЗФ -არის სათადარიგო ფონდში საშუალებების თანხა;

ΣP -არის სატარიფო პერიოდისათვის დანახარჯების თანხა.

სადაზღვეო ოპერაციების საფინანსო მდგრადობა მაღალი იქნება ვიდრე სადაზღვეო ფონდის მდგრადობის კოეფიციენტი. სადაზღვეო ორგანიზაციის ფინანსური მდგრადობის დამახასიათებელ მნიშვნელოვან ფაქტორს, მსხვილი სარეზერვო ფონდებისა და სადაზღვეო კაპიტალის გარდა არის სადაზღვეო ოპერაციების რენტაბელობა, რომელიც გამოიხატება საბალანსო (მთლიანი) მოგების შეფარდებით საშემოსავლო ნაწილთან.

$$p = \frac{\text{საბალანსო მოგება}}{\text{შემოსვლები}} \times 100\%$$

მაგრამ, სადაზღვეო ორგანიზაციების საქმიანობის არასაწარმოო ხასიათიდან გამომდინარე იქმნება დაზღვეულთა საშუალებების გადანაწილებით, ამიტომ სადაზღვეო ოპერაციების რენტაბელობა განისაზღვრება, როგორც შემოსავლების დონის მაჩვენებელი. (Д), ანუ განსაზღვრული პერიოდისათვის საერთო მოგების თანხის შეფარდება, იმავე პერიოდში გადასახადის ერთიან თანხასთან.

$$Д = \frac{\sum БП}{\sum СВ}$$

ΣBII-წლისგანმავლობაში საბალანსო თანხა(ლარი);

ΣCB-წლის განმავლობაში სადაზღვევო შენატანთა მთლიანი თანხა(ლარი).

დანახარჯების სტრუქტურას განსაზღვრავს ორი ურთიერთდაკავშირებული ეკონომიკური პროცესი:

დაზღვეულთა მიერ აღებული ვალდებულებების დაფარვა და სადაზღვევო ორგანიზაციის საქმიანობის ფინანსირება. თავის მხრივ ეს დანახარჯები წარმოადგენენ სადაზღვევო ოპერაციების თვითღირებულებას. როგორც წესი საფინანსო შედეგი მოიცავს ორ ელემენტს: მოგება ან წაგება, სადაზღვევო რეზერვების ნამეტი ან გადინება.

საერთო მოგება სადაზღვევო ოპერაციებიდან არის გაწეულ სადაზღვეო მომსახურების ფასსა და მის თვითღირებულებას შორის სხვაობა.

## 10. 2. ტურისტული დაზღვევის ეკონომიკური მაჩვენებლები

ტურისტული საქმიანობის დაზღვევის ეკონომიკურ ანალიზში, იგულისხმება სადაზღვევო ორგანიზაციების საბუღალტრო და სტატისტიკური ანგარიშების მაჩვენებელთა დამუშავების მეთოდების და ხერხების ერთიანობა, რომლებიც დამახასიათებელია მათი მუშაობის პროცესის დროს.

ტურისტული საქმიანობის სადაზღვევო ოპერაციების ეკონომიკური ანალიზის ამოცანაა, სადაზღვევო კომპანიების მუშაობის შედეგების

ობიექტური შეფასება, დაზღვეულთა დაცვა, ნაკლოვანებების აღმოფხვრა და რეზერვების გამოვლენა. ეკონომიკურ ანალიზს შუალედური ადგილი უკავია ეკონომიკური ინფორმაციის შეგროვების, დამუშავების და სამმართველო გადაწყვეტილებას შორის. მიღებულია ეკონომიკური ანალიზის 3 სახე:

-სავარაუდო, რომელიც წინ უსწრებს მმართველობითი გადაწყვეტილების მიღებას და მთავარ ამოცანად ისახავს არსებული ინფორმაციის შესწავლას;

-ოპერატიული, სადაზღვევო ოპერაციების წარმოების დროისადმი მაქსიმალურად მიახლოებული. მთავარი ამოცანაა- კერძო კონკრეტული პრობლემების გადაწყვეტა.

-მომდევნო, თვის, კვარტლის, წლის განმავლობაში სამუშაოთა შედეგების ანალიზი.

ეკონომიკური ანალიზი ხორციელდება განმაზოგადებელი მაჩვენებლების დაჯგუფების, განლაგების საშუალებით. კერძოდ, შედარებითი ფაქტორული ანალიზის მიხედვით.

ტურისტული საქმიანობის დაზღვევის მნიშვნელოვან ხერხებს წარმოადგენს: შედარებითი ან ფაქტორული ანალიზი. შედარებითი იქნება კორექტირებული, ხოლო

ფაქტორული ანალიზი იქნება ხარისხიანი ადვეკატური მაჩვენებლების შედარების დროს, რაც უზრუნველყოფილ იქნება ერთიანი სატარიფო სტრუქტურებისა და ეკონომიკური ნორმატივების დროს.

ტურისტული საქმიანობის სადაზღვეო ოპერაციების ანალიზი ხორციელდება სპეციფიკურ მაჩვენებელთა საფუძველზე, რომელთაც მიეკუთვნება სადაზღვეო თანხა, მისი ზარალიანობა და სადაზღვეო გადასახადების დონე.

სადაზღვეო ეკონომიკური მაჩვენებლები იყოფა 3 ჯგუფად: აბსოლიტური, შედარებითი და საშუალო.

აბსოლიტური მაჩვენებლები გამოხატულია ფულადი ან ნატურალური ფორმით და შეიცავენ ბუხალტრულ და სტატისტიკურ ანგარიშებს.

შედარებითი მაჩვენებლები თავის მხრივ წარმოადგენენ ანგარიშგებათა დამუშავების შედეგს- სადაზღვეო მაჩვენებელთა პროცენტულ შეფარდებას სხვა მაჩვენებლებთან.

საშუალო მაჩვენებლები- გამოხატავენ არსებულ ტიპურ პროცესებს, რომლებიც მიმდინარეობენ დაზღვევაში.

სადაზღვეო ოპერაციების სადაზღვეო ბაზაა ნორმატიული საცნობარო ინფორმაცია (საბუღალტრო და სტატისტიკური ანგარიშგების საგეგმო მონაცემები).

ტურისტული საქმიანობის დაზღვევის პრაქტიკაში საფინანსო შედეგი განისაზღვრება სალდოს მეთოდით, შემოსავლისა და გასავლის შეფარდების გზით. ტურისტული დაზღვევის ოპერაციიდან შემოსავლების ძირითადი წყაროა სადაზღვეო შენატანები, აგრეთვე საინვესტიციო დაბანდებანი, რომლებსაც ახორციელებენ უცხოელი ინვესტორები.

სადაზღვეო გადასახადების მოცულობის ანალიზი ხორციელდება 2 მაჩვენებლის საფუძველზე: გადახდის დონით და ნორმით.

G გადახდის დონე განისაზღვრება ფორმულით:

$$y = \frac{s}{O} \times 100 \%$$

სადაც y - არის გადახდის დონე;

S- არის გადახდის თანხა, დაზღვევის მოცემული სახისათვის საანგარიშო პერიოდისათვის;

O- გადასახადთა მოცულობა ამ სახის დაზღვევისათვის.

გადახდის ნორმა თავის მხრივ წარმოადგენს- ნეტოსარგოს შეფარდება ბრუტო სარგოსთან.

$$H = \frac{H - C}{B - C} \times 100\%$$

თუ  $y > H$ -ზე ან ახლოსაა მასთან, მაშინ განისაზღვრება გადახდის დონის მიზეზები, რაც ხორციელდება სადაზღვევო თანხის ზარალიანობის კოეფიციენტის ანალიზის საშუალებით.

$$Y_{cc} = \frac{S_B \times R_B}{S_{CC} \times K_D},$$

სადაც  $S_B$  – საშუალო ანაზღაურება ერთი ხელშეკრულების მიხედვით (ლარ.);

$R_B$  – მიმდინარე გადასახადის რაოდენობა (ლარ.);

$S_{CC}$  – ერთი ხელშეკრულების მიხედვით საშუალო სადაზღვევო თანხა(ლარ.);

$K_D$  – ხელშეკრულებათა რაოდენობა;

$S_B \times R_B$  – სადაზღვევო გადასახადების მოცულობა (ლარ.);

$S_{CC} \times K_D$  – მთლიანი საგადასახადო თანხა.

თითეული ზემოთ აღნიშნული ფაქტორის ზემოქმედება ზარალიანობის მაჩვენებელზე ( $Y_{cc}$ ) შეიძლება განსაზღვრული იქნას ჯაჭვური ან განსხვავების მეთოდებით.

$$z = \frac{P}{II} \text{ სადაც}$$

z- დანახარჯები გადასახდელის ერთეულზე (სადაზღვევო საწევროზე)

p- ერთობლივი დანახარჯები საქმის წარმოებაზე განსაზღვრულ პერიოდში;

II- იმავე პერიოდში სადაზღვევო შენატანები.

კონკრეტული ტურისტული მომსახურების დაზღვევის თვითღირებულების შემცირება, შეიძლება მხოლოდ მისი ცალკეულ ელემენტებზე დანახარჯების შემცირებით.

### 10. 3. ტურისტული საქმიანობის აუდიტი

საქართველოს სადაზღვევო საქმის შესახებ კანონში მითითებულია, რომ დამზღვევები დადგენილ ვადებში აქვეყნებენ სააუდიტორო მტკიცებულობების, მათში სარწმუნო წყაროების შესახებ, მოგებისა და ზარალის წლიურ ბალანსებსა და ანგარიშებს.

აუდიტის თანამედროვე გაგებაში – ეს არის პროცესი საწარმოებსა და სხვა სამეურნეო სუბიექტებში ბუღალტრული ანგარიშგების შემოწმების შესახებ. ასეთი ასპექტით აუდიტი მოქმედებს უკვე 20 წელზე მეტია.

აუდიტორი (ან საუდიტორო ფირმა) – ეს არის ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელსაც აქვს უფლებამოსილება შეამოწმოს საბუღალტრო ანგარიშის ანგარიშგების სარწმუნოება და სისწორე, აგრეთვე კონტროლი გაუწიოს სამეურნეო სუბიექტების ფინანსურ მდგრალობასა და გადახდისუნარიანობას სადაზღვევო ორგანიზაციებთან ერთად. ამასთან ერთად საკომისიო ანაზღაურებას აუდიტორი იღებს იმ ორგანიზაციისგან, რომლის საქმიანობასა და ფინანსურ მდგომარეობას ამოწმებს აუდიტორი.

აუდიტორი და საუდიტორო ფირმა თავიანთი მუშაობის შედეგებზე პასუხისმგებლები არიან სახელმწიფოს წინაშე და ამასთან ერთად, ისინი ითვლებიან დამოუკიდებელ ფიზიკურ და იურიდიულ პირებად. აუდიტორის მიზანია გამოავლინოს საწარმოს მუშაობაში ნაკლოვანებები და დაეხმაროს მათ გამოსწორებაში, ე. ი. აუდიტორი- არაკონტროლიორ რევიზორია, არამედ მრჩეველი, დამხმარე და მასწავლებელია. იგი ასწავლის კლიენტს (ვისაც ამოწმებს), როგორ უნდა წარმართოს საქმიანობა საბაზრო ეკონომიკის პირობებში და იცხოვროს კანონთან შესაბამისობაში. ამისათვის სააუდიტორო მუშაობის წარმატების მთავარი პირობაა საკანონმდებლო და ნორმატიული სამართლებრივი ბაზის პროფესიონალურ-კვალიფიციური ფლობა.

სააქციო საზოგადოებებისა და სხვა დამოუკიდებელი იურიდიული პირების ჩამოყალიბებისას, დამოუკიდებელმა აუდიტორმა, დაიკავა საზოგადოებრივი კონტროლის, დამხმარისა და მრჩეველის ადგილი, მათი სამეურნეო საფინანსო საქმიანობის შემოწმების დროს.

სააუდიტორო შემოწმება შეიძლება ჩაატარონ იმ აუდიტორებმა, რომლებმაც გაიარეს ამ საქმიანობასთან დაკავშირებით სპეციალური ატესტაცია და მიიღეს შესაბამისი ლიცენზია. არსებობს სპეციალური პროგრამა კვალიფიციური გამოცდების ჩატარების შესახებ, დაზღვევაში სააუდიტორო ატესტაციის მიღებისათვის.

აუდიტის ატესტაციის მიღებისათვის გამოცდების ჩატარების უფლება მიენიჭა: ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების და შემოსავლების სამინისტროს.

#### **სააუდიტორო შემოწმების მიზნებია:**

- სამეურნეო სუბიექტის არსებული საფინანსო მდგომარეობის განსაზღვრა;
- სამეურნეო სუბიექტის საქმიანობის ფინანსური შედეგების სისწორის დადგენა;
- დარღვევის ელემენტების გამოვლენა, გადასახადების, დამზღვევისა და დაზღვეულის საგადასახადო გადასახადების გადახდის მხრივ.

- სერიოზული დარღვევების არარსებობის დროს აუდიტორი, როგორც წესი შემოწმების აქტში წერს: “ანგარიშგებაში მოტანილი და შემოწმებული ანგარიშები შეესაბამება კანონმდებლობით გათვალისწინებულ მოთხოვნებს”. საბუღალტრო ანგარიშისა და ანგარიშგების სერიოზული დარღვევების დროს აუდიტორი აკეთებს

ე.წ. კვალიფიციურ მითითებას, მასში შესაბამისი შენიშვნების შეტანით. კვალიფიციური მითითება შეიძლება გახდეს წინა პირობა საწარმოსათვის სახელმწიფო ორგანოების შემოწმებიდან მათ ლიკვიდაციამდეც კი.

- ტურისტული საქმიანობის დაზღვევის აუდიტის ძირითადი მიზანია ტუროპერატორებისა და ტურისტების ქონებრივი (ფინანსური) ინტერესების დაცვა, რომლებიც შეიძლება დარღვეულ იქნან დამზღვევების და დაზღვეულების მიერ სადაზღვეო გადასახადების დროს. ტურიზმის დაზღვევის დროს დამზღვევი გამოდის დაზღვეულის (ტურფირმა, ტურისტი) დაზღვევის გარანტად, ობიექტური მიზეზებიდან (ავადმყოფობა, უბედური შემთხვევა, სიკვდილი), აგრეთვე მესამე პირის (ქონების ქურდობა, ტურისტისადმი სხეულის დაზიანება) და სხვა მოქმედებებისაგან.

- ამავე დროს დამზღვევებმა თავიანთ გადამხდელუნარიანობის გარანტიის დასამტკიცებლად, უნდა დაიცვან ნორმატიული შეფარდება თავიანთ აქტივებსა და მიღებულ სადაზღვეო მოვალეობებს შორის, მათ უნდა ჰქონდეთ საჭირო საწესდებო კაპიტალი, სადაზღვეო რეზერვები და ფონდები. ყველა ამ მოთხოვნილებას ყურადღებას აქცევს საგადასახადო საქმიანობის ზედამხედველობის აღმასრულებელი ხელისუფლება. მაგრამ მათ ფიზიკურად არ შეუძლიათ ყველა დამზღვევის საქმიანობის შემოწმება. მათ დასახმარებლად გამოდიან აუდიტორები და სააუდიტორო ფირმები, რომელთა საქმიანობა ამ შემთხვევაში ძნელია შეფასდეს.

- სადაზღვეო ორგანიზაციის საფინანსო სამეურნეო საქმიანობის სააუდიტორო შემოწმება რეკომენდირებულია დაწყებულ იქნეს საწყისი დოკუმენტებიდან და სადაზღვეო გადასახადებიდან, განახორციელოს თავისი საქმიანობის კონტროლი და სააუდიტორო შემოწმების ორგანიზაცია.

- მიღებულია (დამზღვევების სააუდიტორო შემოწმების რეკომენდაციები), რის მიხედვით განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა საწესდებო კაპიტალის, თავისუფალი აქტივების ფორმირებასა და შევსებას, სადაზღვეო ოპერაციების წარმოებას, დროებითი თავისუფალი საშუალებების ინვესტირებას, სადაზღვეო ფონდების შექმნას, გადასახადების გადახდას, წლიური ბალანსების გამოქვეყნებას და სხვა.

### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ ტურისტული საქმიანობის დაზღვევის ფინანსური მდგრადობა;
2. ახსენით რა იგულისხმება ტურისტული საქმიანობის დაზღვევის ეკონომიკურ ანალიზში;
3. დაახასიათეთ ტურისტული ორგანიზაციის დაზღვევის აუდიტი.

## თავი XI. საერთაშორისო ტურიზმი

### 11. 1. საერთაშორისო ტურიზმის მდგომარეობა

სპეციალისტები ტურიზმს მიაკუთვნებენ არამწარმოებლურ, ანუ მომსახურების სფეროს. იგი მოიცავს მსოფლიო ვაჭრობის დიდ სექტორს და მოხმარების ბაზარი იკავებს მსოფლიო ბაზრის დიდ სექტორს.

როგორც მონაცემები გვიჩვენებს სერთაშორისო სავალუტო ფონდის, სართო მოხმარების მოცულობა შეადგენს დაახლოებით მსოფლიო ექსპორტის 25%-ს.

მოხმარების გაანგარიშების სიძნელეები დაკავშირებულია იმასთან, რომ როგორც წესი მომსახურება წარმოდგენილია საქონელთან ერთად, ამასთან მომსახურების ღირებულება (ფასი) წარმოადგენს საქონლის ფასის მნიშვნელოვან ნაწილს.

სტატისტიკური ანგარიშებიდან ამოიღება საბანკო და სადაზღვევო ოპერაციებიდან შემოსავლები, თუ ისინი რეინვესტირებულია იმავე ქვეყანაში, რომელშიც ისინი იქნენ მიღებული.

(მტო) საერთაშორისო ტურიზმი საერთოდ ხასიათდება შედარებით სტაბილურობის ზრდის ტემპით, თუმცა შეიმჩნევა აგრეთვე შემცირებებიც. მსოფლიო ტურისტულმა ორგანიზაციამ 1999 წელს გამოაქვეყნა შედეგები, რომლის მიხედვითაც საერთაშორისო ტურისტების ჩამოსვლების საერთო ციფრმა მიაღწია 657 მილიონს, ხოლო ტურიზმიდან შემოსავალმა შეადგინა 455 მილიარდი დოლარი.

1999 წელს ევროპა გახდა მსოფლიოში ერთადერთი რეგიონი, სადაც ჩამომსვლელთა რიცხვი აღმოჩნდა მსოფლიო მაჩვენებლებზე უფრო დაბალი. ზრდა მოხდა მხოლოდ 1%-ით, ასეთი დაბალი მაჩვენებელი აიხსნება ჩამომსვლელთა რიცხვის შემცირებით ცენტრალურ და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში, რაზეც ძირითადად იმოქმედა კოსოვოს კონფლიქტში დაზარალებულებისა და რუსეთში ეკონომიკურმა და სოციალურმა სიტუაციამ. ხორვატიაში ჩამომსვლელთა რიცხვი შემცირდა 17,3%-ით, უნგრეთში 13,8%-ით, პოლონეთში -4,5 %-ით. მიუხედავად ყველა სიძნელეებისა 1999 წელი იყო ძალიან იღბლიანი ესპანეთისათვის, მათ შეძლეს ორიენტაცია შეეცვალათ ტურისტების ნაკადისათვის, რომლებიც ადრე მიდიოდნენ ბალკანეთში და თურქეთში.

მსოფლიო ტურიზმის განვითარების ტენდენციების ანალიზი 1990 წლამდე მიმდინარეობდა სამუშაო ჯგუფის მტო-ს მიერ, რომელიც ახდენდა ძირითადი მაჩვენებლების შედარებას, რითაც ხასიათდებოდა მსოფლიო ტურიზმი მე-20 საუკუნის მეორე ნახევარში. ხარისხობრივ საყრდენად აღებული იყო სამი პერიოდი:

- 1950 წელი, რომელიც მოიცავდა ომის შემდგომ პერიოდს. ამ პერიოდში ევროპასა და სამხრეთ აღმოსავლეთ აზიაში მიმდინარეობდა აღდგენა და

განვითარება უფრო სრულყოფილი საშუალებებით გადაზიდვებში (ავტო და ავიატრანსპორტი, საზღვაო და სარკინიგზო გადაზიდვები) და საწყისი სისტემური მონაცემების შეკრება ტურიზმზე მსოფლიო მამტაბით.

- 1970 წელი, პერიოდი მოძველებული ტენდენციებისა, მსოფლიო სტაბილურობისა და ძიება ახალი ეკონომიკური-პოლიტიკური ურთიერთობისა განსხვავებულ მსოფლიოში.

- 1990 წელი, პერიოდი ტურიზმის ინდუსტრიის უმაღლესი ტექნოლოგიების და სტუმართმოყვარეობისა, ასევე პერიოდი მსხვილმასშტაბიანი გაცვლებისა, სოციალური იმედგაცრუებისა და ცვლილებები მსოფლიო რუკაზე.

-1950-1991 წ.წ. ხასიათდება ჩამოსული ტურისტების რაოდენობის ზრდით:

-1950-წელს ჩამოსული ტურისტი იყო -25 მლნ;

-1970- წელს ჩამოსული ტურისტი იყო სულ -160 მლნ;

1991-წელს ჩამოსული ტურისტების რაოდენობა -450 მლნ-ს შეადგენდა, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ პირველი 20 წლის განმავლობაში ჩასული ტურისტების რაოდენობა 6,5-ჯერ გაიზარდა, ხოლო შემდეგი 20 წლის განმავლობაში -2,8-ჯერ. სულ 40 წლის განმავლობაში ჩასული ტურისტების რაოდენობა 18-ჯერ გაიზარდა.

**ევროპის სუბრეგიონებში ჩამოსული ტურისტების განაწილების დინამიკა 1990-2008 წლებში (%).**

ცხრილი №16.

რეგიონები	1990 წ.	2000 წ.	2008 წ.
ჩრდილოეთ ევროპა	6,7	9,1	8,2
დასავლეთ ევროპა	34,8	40,9	24,6
სამხრეთი ევროპა	52,6	31,9	25,2
აღმოსავლეთ ევროპა	5,9	18,1	42,0

როგორც მოყვანილი მონაცემებიდან ჩანს ჩრდილოეთ და აღმოსავლეთ ევროპაში ჩამოსულ ტურისტთა რიცხვი საანალიზო წლებში გაზრდილია. შესაბამისად - 0,2 - ჯერ და 7,1-ჯერ, ხოლო დასავლეთ და სამხრეთ ევროპაში კი შემცირებულია, შესაბამისად 30 %-ით და 52,1 %-ით.

ანალოგიური ტენდენციები შეიმჩნევა მსოფლიოს სხვა სუბრეგიონებშიც (ცხრილი 18).

**ამერიკის სუბრეგიონებში ჩამოსული ტურისტების განაწილების დინამიკა 1990-2008 წლებში (%).**

ცხრილი №17



რეგიონები	1990 წ.	2000 წ.	2008წ.
ჩრდ. ამერიკა	80,9	59,7	54,7
ცენტ. ამერიკა	1,8	18,4	23,5
კარიბის სუბრეგიონები	10,7	12,0	9,5
სამხრ. ამერიკა	6,6	9,9	12,3

მოტანილი მონაცემებიდან ჩანს, რომ ჩრდილოეთ ამერიკაში და კარიბის სუბრეგიონებში ჩამომსვლელ ტურისტთა რიცხვი საანალიზო წლებში შემცირებულია, შესაბამისად- 32,4%-ით და 11,3%- ით, ხოლო ცენტრალურ ამერიკასა და სამხრეთ ამერიკაში გაზრდილია, შესაბამისად- 13-ჯერ და 1,9-ჯერ.

შორეული აღმოსავლეთის და ასეანის ქვეყნებში, ჩამსულ ტურისტთა რაოდენობა 2008 წელს 1990 წელთან შედარებით გაზდილია, შესაბამისად- 21,6%-ით და 10%-ით, ხოლო დანარჩენ ქვეყნებში კი შემცირებულია 50%-ით. (იხ. ცხრ. 19.)

#### ქვეყანაში შემოსულ ტურისტთა დინამიკა 1990-2008 წლებში (%).

ცხრილი №18

რეგიონები	1990 წ.	2000 წ.	2008 წ.
შორეული აღმოსავლეთი	44	53	53,5
ასეანის ქვეყნები	31	37	34,0
დანარჩენი ქვეყნები	25	10	12,5

#### 11. 2. გასვლითი ტურიზმი

მსოფლიო საერთაშორისო ორგანიზაციის მტო-ს მონაცემებით გასვლითი ტურიზმის მიხედვით რეგიონები დაყოფილია სამ ჯგუფად:

- ა) დაბალი- 3%-ს წელიწადში;
- ბ) საშუალო- 3-4%-ს ფარგლებში წელიწადში;
- გ) მაღალი-4%-ს ზევით წელიწადში.

დიდი ცვლილებები მოხდება გამყვანი ტურიზმის სტრუქტურაში მსოფლიო უმსხვილეს ბაზრებზე. რეგიონალური გადაადგილებები შორ მანძილზე იზრდება: 1995 წელს შეადგენდა 15%-ს, ხოლო 2010 წლისათვის იგი გაიზარდა 25%-მდე. ასეთი ტენდენცია აიხსნება იმით, რომ ხალხი სულ უფრო და უფრო მოგზავრობენ და ხდებიან ავანტურისტული, გარდა ამისა მგზავრობის ღირებულება გრძელ მანძილზე ცალკეულ შემთხვევაში შედარებით დაბალია, ახლო მანძილის ტურის ღირებულებასთან. შემდგომისათვის გათვალისწინებული უნდა იქნას ფასების სწრაფი შემცირება ისეთი მგზავრობისათვის, როდესაც გამოჩნდება ახალი მაღალსიჩქარიანი ავტოტექნიკა.

**ევროპა** - (გამორჩევა დიდი ტურისტული აქტიურობის დონით და დიდი რაოდენობის ქვეყნებით, რომელთა მოქალაქეები ფლობენ დიდ შემოსავლებს და შვებულებებს) კარიბის სუბ-რეგიონი, სამხრეთი აზია და აფრიკის მთელი რეგიონი შეფასებულია 90-იან წლებში მსოფლიო ტურიზმთან მიმართ, შემოსული ტურისტების რაოდენობის ზრდით წელიწადში 3-4%-ით. 1989 წელს ევროპიდან გამსვლელ ტურისტთა რაოდენობა მთლიან ბაზარზე შეადგენდა 69%-ს, 1995 წელს მისი დონე დაეცა 58%-დე, პროგნოზით 2010 წლისათვის გათვალისწინებულია 49%. ე.ი. ისინი თვლიან, რომ ტენდენციაა ევროპის ბაზარზე იმოგზაურონ ევროპელებმა, რაც უკვე დიდი ხანია აღნიშნეს სპეციალისტებმა.

ჩრდილოეთ ამერიკაში მომუშავე ჯგუფმა, რეგიონს მიუყენა გამსვლელი ტურიზმის დაბალი მაჩვენებელი, სადაც ფიგურირებს ამერიკული ბაზარი. პროგნოზით ეკონომიკური ზრდის ტემპი დაბალია მსოფლიო საშუალო მაჩვენებელზე. გარდა ამისა სუბრეგიონის სასაზღვრო ტურიზმი ხასიათდება ამერიკასა და კანადას შორის მაღალი დონით, რომელიც რა თქმა უნდა შენარჩუნებადია, წლიური ზრდა პერსპექტივით გათვალისწინებულია 2-3%-ით, რაც ამცირებს მთლიანად გამსვლელი ტურიზმის პოტენციალს ამერიკის რეგიონისათვის.

### 11.3 შემოსვლითი ტურიზმი

მტო-ის სპეციალისტების მიერ დამუშავებული მონაცემებით ევროპა“ტური: 2020 ხედვა” ევროპა რჩება მეტნაკლებად პოპულარულ ტურისტულ მიმართულებად მსოფლიოში.

მტო-ს მონაცემების თანახმად საშუალო წლიური ზრდის ტემპი შეადგენს ევროპაში შემოსული ტურისტების 3,1%-ს, რაც იმაზე მიგვითითებს, რომ 2020 წლისათვის იგი გაორმაგდება. თუ 1998 წელს კონტინენტზე დაფიქსირებული იყო 381 მილიონი ჩამოსვლელი, მაშინ 2020 წლისათვის აღნიშნული მონაცემები მიაღწევს 717 მილიონს. საერთაშორისო ტურისტების რიცხვი 2020 წლისათვის მიაღწევს დაახლოებით 1,5 მილიარდს, ხოლო შემოსავლები ტურიზმიდან 2 ტრილიონ დოლარს. ევროპის წილი ტურისტულ ბაზარზე მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტების რიცხვი მნიშვნელოვნად იზრდება ამ რეგიონში. საშუალო ზრდის ტემპით იგი მაინც ჩამორჩება, ისეთ რეგიონებს როგორცაა: აზია-წყნარი ოკიანე,

ჩრდილოეთი და სამხრეთი ამერიკა, აფრიკა, ახლო აღმოსავლეთი და სამხრეთი აზია. (იხ.ცხ. 20.).

**ქვეყანაში შემოსული ტურისტების დინამიკა  
რეგიონების მიხედვით (%-ში).**

**ცხრილი №19**

დასახელება	1995 წ.	2000 წ.	2010 წ.	2020 წ.	საშ. წლიური ზრდის ტემპი, % 1995-2020 წწ.
ევროპა (მლნ.)	36	93	27	17	3,1
აზია-წყნარი ოკიანის რეგიონი	1	3	95	97	6,5
ჩრდილოეთი და სამხრეთი ამერიკა	10	30	90	82	3,8
აფრიკა	0	7	7	7	5,5
ახლო აღმოსავლეთი	4	8	6	9	6,7
სამხრეთი აზია			1	9	6,2
სულ მსოფლიოში	65	67	006	361	4,1

კარიბის სუბრეგიონი და სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის რეგიონი, შორეული აღმოსავლეთი და ოკიანია, ასევე სამხრეთ აზია ხასიათდებიან გამსვლელი ტურიზმის საშუალო და მაღალი დონით. სამუშაო ჯგუფმა ასევე მაღალი შეფასება მისცა აღმოსავლეთ აზიის რეგიონის ქვეყნებს, ხოლო აღმოსავლეთის და ოკიანეთის (ინდონეზია, მალაიზია და ჩინეთი), სადაც სწრაფად ვითარდება ტურიზმი და გამოჩნდებიან რა ბაზარზე “ახალი” ქვეყნები, (მაგალითად, კამბოჯა, ვიეტნამი), რომელთა მიღება ხდება შემდგომ ევროპულ ტურიზმში. ასევე სამხრეთ აზიის რეგიონში იხსნება, ხელსაყრელი პერსპექტიული მდგრადი მოცულობის გამსვლელი ტურიზმი (განსაკუთრებით ინდოეთში, შრი-ლანკაში, მალდივის რესპუბლიკაში), სადაც ტურიზმი ჯერ კიდევ სუსტად არის განვითარებული და ამიტომ ტურისტის ნაკადის მოძრაობის სიდიდე საშუალო სიდიდისაა.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზია, შორეული აღმოსავლეთი და ოკიანია- ამ რეგიონისათვის დამახასიათებელი იქნება, როგორც გამსვლელი, ისე შემსვლელი ტურიზმის საშუალო დონე. ძირითადი რეგიონებიდან ტურისტების მიმღები

რეგიონი არის ამერიკა, ასევე მონათესავე (შიდარეგიონალური ტურიზმის) და სამხრეთ აზიის ქვეყნები.

ამერიკაში პროგნოზით შიდარეგიონალური ტურიზმი საშუალოზე დაბალი ზრდით ხასიათდება, ისევე როგორც ტურისტული ნაკადები სამხრეთ აზიაში და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში.

**აფრიკა** - რეგიონი შესდგება სუბრეგიონებისაგან, რომლებიც განსხვავდებიან ერთმანეთისაგან, მიუხედავად ამისა ყველა ეს რეგიონი ხასიათდება კაპიტალის დაბანდების ტენდენციით.

ახლო აღმოსავლეთში ტურისტების შესვლის ზრდის ნიშნები პრობლემურია, რადგან არასტაბილური მდგომარეობაა, უფრო მშვიდობიან გარემოს, რეგიონში შეეძლო გაეზარდა როგორც გამსვლელი ისე შემომსვლელი ტურიზმის მაჩვენებელი, მაშინ კონტარგუმენტად შეიძლება გამოგვეყენებინა ზოგიერთი გამონაკლისები (მაგალითად- ეგვიპტე), ე.ი. იქმნება, სიტუაცია, როდესაც ტურიზმის მიმზიდველობა რეგიონში გაუგებრდება გამოხატული და არის შესწავლის პროცესში და მიდის გამოკვლევები.

მტო-ის სამუშაო ჯგუფის შეფასებით, სამხრეთ აზიაში გამსვლელი ტურისტების ზრდის ტემპი საშუალოზე მაღალია. მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტულ ბაზარზე ტურისტული მოთხოვნილებები იზრდება სამხრეთ აზიის ქვეყნებში, მაინც იგრძნობა, რომ ამ ქვეყნებში სიტუაცია არასტაბილურია, სახიფათოა და ხასიათდება ტურისტული პროდუქტების საზღვარგარეთ გაყიდვის უკმარისობით.

#### 11. 4 ტურისტული ბიზნესის განვითარება (შვეიცარიის მაგალითი)

შვეიცარია დაყოფილია 12 ტურისტულ რეგიონად, რომელთა საზღვრები არ ემთხვევა სასაზღვრო კანტონებს.

ტურისტისთვის, რომელი ადგილი ითვლება ყველაზე მიმზიდველად? ანალიზი გვიჩვენებს, რომ უპირობო ლიდერად გამოირჩევა გრაუბიუნდერი ოთახების და საწოლების ხარისხით (რომელიც შეადგენს საერთო რაოდენობის 15%-ს), ხოლო ტურისტებისთვის ნაკლებად მიმზიდველია ფრიბურგი, სადაც ყველაზე ნაკლები ოთახები და საწოლებია, ამიტომ ტურისტებიც შესაბამისად ჰყავთ. გარდა ამისა, ცალ-ცალკე ფუნქციონირებენ დანაწილებული ტურისტული რეგიონები, რომლებიც დაყოფილია მთის, ზღვის და დიდი ქალაქების კურორტებად. მთის კურორტები მიეკუთვნება ადგილობრივს, რომლებიც მდებარეობენ ზღვის დონიდან 1000 მეტრის სიმაღლეზე. დიდი სანაპირო ქალაქები: ჟენევის, ლოზანის, ციურიხის და ასევე ბაზელია და ბერნა, რომლებიც შედიან “დიდი ქალაქების” ტიპებში.

2008 წელს შემოსული ტურიზმის შემოსავალმა შვეიცარიაში შეადგინა 11,6 მილიარდი დოლარი. აქედან შიდა ტურიზმზე მოდის 5,1 მილიარდი დოლარი,

ხოლო უცხოურ ტურიზმზე 6,5 მილიარდი დოლარი. ე.ი. შემოსავლების 56%-ი მოდის უცხოურ ტურიზმზე, ხოლო 44%-ი ქვეყნის შიდა ტურიზმზე.

შვეიცარიაში წლების მიხედვით ტურიზმიდან შემოსავლებს ერთობლივ ეროვნულ პროდუქტში პროცენტულად უკავია: 1987 წელს-3,8%; 1992 წელს 4,9%; 2000 წელს 5,2%; 2008 წელს 5,1%-ი. შვეიცარიის მთლიან ექსპორტში ტურისტული სამსახურის ექსპორტი იძლევა შემოსავლების 7%-ს. საინტერესოა, რომ ტურიზმის ექსპორტის შემოსავლების მოცულობა მოდის არა მარტო საფეიქრო მრეწველობაზე, არამედ საათების მრეწველობაზე, ქიმიურ მრეწველობაზე, დამუშავებულ მეტალებზე სამანქანო მშენებლობაზე.

**ტურიზმიდან შემოსავლების დინამიკა შვეიცარიაში  
(მლრდ. დოლარი).**

**ცხრილი №20**

ტურიზმის სახეობა	1987წ.	1992წ.	2000წ.	2008წ.
შიდა ტურიზმი	3,8	4,9	5,2	5,1
უცხოური ტურიზმი	5,0	6,6	6,6	6,5
სულ	8,8	11,5	11,8	11,6

ზემოთ მოტანილი ცხრილიდან ჩანს, რომ მიმართულებების მიხედვით შემოსავლები უცხოელი ტურისტებიდან 2008 წელს საქმიანი მგზავრობიდან და დასვენებიდან შეადგენდა 3,85 მილიარდ დოლარს, ხოლო შვეიცარელი ტურისტების გასავლები შესაბამისად საანგარიშო წლისათვის შეადგენდა 5,06 მილიარდ დოლარს. ე.ი. ზარალიანობის დონე შეადგენდა -24%.

2008 წლისათვის შეადგენდა 5,06 მილიარდ დოლარს. ე.ი. ზარალიანობის დონემ შეადგინა -1,21 მლრდ. დოლარი. სხვა მიმართულებებიდან შემოსავლები ჭარბობს გასავლებს ექსკურსიებიდან და მესაზღვრე მცხოვრებლების სამომხმარებლო გასავლებიდან, ხოლო შემოსავლებსა და გასავლებს შორის სხვაობამ 1998 წელს შეადგინა +0,63 მლრდ. დოლარი.

**შემოსავლები და გასავლები მიმართულებების  
მიხედვით (მლდ. დოლარი)**

**ცხრილი №21**

მიმართულებები	შემოსავალი ქვეყანაში შემოსული უცხოელი ტურისტებიდან			გასავალი შვიცარიის მოქალაქეების საზღვარგარეთ			მოგება (+) ზარალი (-)		
	1998წ.	2000წ.	2008წ.	1998წ.	2000წ.	2008წ.	1998წ.	2000წ.	2008წ.
საქმიანი მგზავრობა, დასვენება.	3,74	3,85	3,85	4,14	4,94	5,06	0,40	1,09	1,21
ექსკურსიე ბი და სატრანზი ტო ტურიზმი	1,26	1,26	1,20	0,63	0,57	0,63	0,63	0,69	0,57
სხვა სახეობის ტურიზმი	0,28	0,28	0,28	0,23	0,28	0,28	0,05	0,40	0,48
მესაზღვრე მცხოვრები ს სამომხმარე ბლო გასვლები	0,46	0,40	0,40	0	0	0	0,46	0,40	0,40
სულ	0,63	6,6	6,59	6,50	5,00	5,79	5,97	1,60	0,63

სასტუმროებში ტურისტების მომსახურება  
სასტუმროს კატეგორიის მიხედვით (%)–ში

ცხრილი №22

მომსახურების სახე	სასტუმროების კატეგორიები ვარსკვლავების მიხედვით			
	* და**	***	****	*****
კვება	69,1	58,3	49,5	42,1
მოთავსება	28,3	38,1	45,4	50,3
სხვა დანარჩენი	2,6	3,6	5,1	7,6

როგორც ზემოთ მოტანილი ცხრილიდან ჩანს, ტურისტების რეგისტრაცია სასტუმროების კატეგორიების მიხედვით გვიჩვენებს, რომ მაღალი კლასის სასტუმროებში მოთავსებული იქნა 50,3%-ი, ხოლო სასადილოებში მომსახურება გაეწიათ მხოლოდ 42,1%-ი. რაც შეეხება დაბალი კატეგორიის სასტუმროებში პირიქით, მოთავსებული იქნა 28,3%-ი, სასადილოში საჭმელის და სასმელის მისაღებად კი მომსახურება გაეწიათ 69,1%-ს. რაც იმაზე მიუთითებს, რომ დაბალი კლასის სასტუმროებში კვება შედარებით არის იაფი.

### შვეიცარიის სამთო-სათხილამურო კურორტები



**დიაბლერე და ვილლარი-** დიაბლერე და ვილლარი სრიალის ფართო ზონის შემადგენლობაში შედის, რომელიც 250 კმ ტრასას მოიცავს. კურორტის ღირსებებს შორის მნიშვნელოვანია ჟენევის, lozan-ისა და montre-ს აეროპორტებთან სიახლოვე. ამ ადგილამდე იოლად ჩახვალთ ავტომობილითაც და რკინიგზითაც. იქვე ახლოს



მდებარეობს მთიანი კურორტები ლეიზენი (Leyzen), გშტაადი (Gstaad) და ვერბიე (verbier). ტრასები: დიაბლერში-სრიალის სამი დამოუკიდებელი ზონა: Meilleret-villars, Glacier 3000 და isenau. Meillerets (იქ საბაგირო პირდაპირ სოფლიდან ადის) მეზობელ რეგიონს villars-Gryon-ს უერთდება. ტრასები ძირითადად, „წითელია“, რაც

სრიალის ფართო საშუალებას იძლევა. აღნიშნული კურორტი საშუალო დონისაა და იგი განკუთვნილია, როგორც დამწყები მოთხილამურეებისთვის, ასევე ბავშვიანი ოჯახებისა და სნოუბორდისტებისათვის.

**რინდელვალდი**- მდებარეობს, მსოფლიოში ცნობილ მაღალმთიანი რაიონის იუნგფრაუს შუაგულში, ეიგერის ძირში. სხვაგან არსად ჩანს მყინვარი ასე ახლოს, ვერსად გამოცდით ასეთ დაუვიწყარ შეგრძნებას გამოწვეულს ცისფერი ყინულოვანი გამოქვაბულის მისტიკური სილამაზისა ან ყინულოვანი ხეობის ხილვის შედეგად. მთელს მსოფლიოში გრინდელვალდს „ყინულების სოფელს“ უწოდებენ. კურორტის ტერიტორიაზე თქვენს ყურადღებას იქცევს აიგერის (იგერ, 3970 მ), მიუნხის (4099 მ) და იუნგფრაუს (Jungfrau, 4158მ) მწვერვალები, რომლებიც ერთმანეთის გვერდიგვერდ დგანან და განუმეორებელ პანორამას ქმნიან. გრინდელვალდი ტიპიური ალპური კურორტია. ზამთრის დასვენების მოყვარულებს გრინდელვალდში დიდი სამთო-სათხილამურო რაიონის 7 ზონაში სრიალის ფართო საშუალებები იზიდავთ. მიურენის რაიონში 56 კმ სამთო-სათხილამურო ტრასაა მრავალფეროვანი რელიეფით. არის ადგილები დამწყებთათვის, თუმცა უფრო მეტი ფერდობია გამოცდილთათვის.

ყოველწლიური შეჯიბრი inferno Ski Race, რომელიც იანვარში იმართება, დაახლოებით 500 მონაწილეს კრებს. 16-კილომეტრიანი დაღმართი Schilthorn-დან (2970 მ) გამოცდილი მოთხილამურეები ნახევარ საათში ეშვებიან, ხოლო რბოლის



გამარჯვებულები 15 წუთში. იუნგფრაუს (Jungfrau) რაიონში ყველაზე პოპულარულია „შავი“ ტრასა Lauberhorn-დან (2473 მ). აღნიშნული რაიონის გარკვეული ტერიტორია მოსახერხებელია საშუალო მოთხილამურეებისათვის. ექსპერტებისთვის კი უფრო საინტერესოა მაღალი მწვერვალები: Eigerglescher-დან (2320მ), საიდანაც შესაძლებელია Wengernalp-ის მხარეს დაშვება. იქიდან საბაგირო Lauberhorn-ზე აგიყვანთ. ველის საწინააღმდეგო სამხრეთ ფერდობებზე მდებარეობს Fირსტი, სადაც ტრასა Oberjoch-დან იწყება და მისი საერთო სიგრძე 50 კმ-ია. 2002/2003 წლების სეზონზე არსებულ 9 საბაგიროს ახალი 4-ადგილიანი საბაგირო დაემატა. რაიონი პოპულარობით სარგებლობს სნოუბორდისტებს შორის. მათთვის სადგურზე Schreckfeld (1955) half-paips აგებენ, ხოლო სიმაღლეზე მდებარეობს დიდი ფან-პარკი.





**გშტაადი** -გშტაადი (Gstaad) ოთხი მთის ბორცვზე, bernisa (ernese) და voduezis ალპების (vaud Alps) საზღვარზე მდებარეობს. აღნიშნული კურორტი პოპულარული გახდა თავისი მდებარეობითა და სპორტული და გასართობი პროგრამების წყალობით. დასვენებას გშტაადში რესპექტაბელური პუბლიკა ამჯობინებს, როგორც წესი, სტუმრებს შორის ბევრი ხელოვანია. ამის მიუხედავად, ამ კურორტს არ შეიძლება ეწოდოს პოპულარული, ის უფრო ელიტურ ადგილს წარმოადგენს. მოდერნიზაციის მიუხედავად, გშტაადი ისევ მთიან სოფლად დარჩა, რომელიც აგებულია გასული საუკუნის დასაწყისში. იმისთვის, რომ ტურისტმა თავი კარგად იგრძნოს, კურორტზე ყველა დეტალი გათვლილია. ის განკუთვნილია



კომფორტულად სრიალისთვის. ძირითადი ტრასები იქ „წითელი“ და „ცისფერია“, თუმცა არის რამდენიმე „შავიც“. გშტაადიდან იწყება საბაგირო vispilze (1911მ), რომელიც საუცხოო ადგილია ახალბედებისთვის. ხეობის სიღრმეში მდებარეობს Lეს Diablerets-ის მყინვარი.

**დავოსი-ტერიტორიულად დავოსი ორ ნაწილად იყოფა-**



დასავლეთ დავოს-პლატსი (Davos Platz) და სამხრეთ დავოს-დორფი (Davos Dorf). ახლოს მდებარეობს ევროპაში ცნობილი სამთო-სათხილამურო კურორტი კლოსტერი. რეგიონში სრიალისთვის რამდენიმე სხვადასხვა რაიონია. ველის ერთ მხარეს მდებარეობს Pისჩა(2483მ), Jakobshorni (2590მ) და Rინერhornი (2490მ), ხოლო მეორე მხარეს arsenn, უმაღლესი წერტილით Weissfluhgipfel-ზე (2844მ)და otschna (2285). ტრასები: Pისჩა და Rინერhornი სრიალისთვის შედარებით მცირე რაიონებია. Jakobshorn უფრო საინტერესოა, რადგან

იქ ტრასები უფრო მრავალფეროვანია. იქვეა "Fun mountaine"- "მხიარული მთა", რომელიც სნოუბორდისტების საყვარელ ადგილს წარმოადგენს. Weissfluhjoch-დან (2662მ) სხვადასხვა მხარეს მდებარეობს საშუალო სირთულის ტრასები. უფრო ძლიერი მოთხილამურეებისთვის Weissfluhgipfel-ზე (2844მ) არის ე.წ. „შავი მონაკვეთი“. კურორტზე სხვადასხვა დონის ტრასაა, მათ შორის ოჯახური გართობისთვის და

დამწყებთათვის. იქვეა ბევრი ფართო ფერდობი და ტრასები ციგურების მოყვარულთათვის. ეს კურორტი 100 წელზე მეტი ხნისაა, თუმცა, ამის მიუხედავად, ტრადიციულ შვეიცარიულ კურორტს არ ჰგავს. კრან-მონტანაში იხილავთ თანამედროვე შენობებს წიწვების ტყის გარემოცვაში, რაც ჰაერს საოცრად ასუფთავებს და ამ ადგილს სხვებისგან განასხვავებს. კურორტზე ყოველთვის მზიანი ამინდია.

**კრანტ-მონტანა** ადგილი დაყოფილია ორ ნაწილად, სოფლების-კრანისა და მონტანასგან, რომლებიც მდინარე რონას მახლობლად მდებარეობს. კრან-მონტანა ცნობილია, როგორც სწრაფად დაშვების შეჯიბრის სამშობლო. 1987 წელს იქ გაიმართა მსოფლიო ჩემპიონატი, რამაც შვეიცარიელებს დიდი წარმატება მოუტანა. რთული, პროფესიული ტრასა კრან-მონტანაში ცოტაა. საინტერესოა დაღმართი ლა ტზადან (La Tza) პლუმაშინში (Plumachit). ბელა-ლუისა (Bella Lui, 2543მ) და ლა-ტულაში (La Toula) ბორცვიანი ტრასაა. ყველაზე ცნობილი ტრასა Piste Nationale („წითელი“) საკმაოდ სწორია და მოთხილამურეებს სიამოვნებას გვრის. კურორტზე თითქმის ყველა ტრასა სამხრეთულია, რაც რეგინის ღირსებას წარმოადგენს. ფერდობებზე სრიალის რაიონი ვიოლეტი (violette, 2250მ) საუკეთესო ევროპული სტანდარტით გამოირჩევა. სწორედ აქედან პირდაპირ შეიძლება მოხვდეთ პლენ-მორტის (Plaine Morte, 3000მ) მწვერვალზე. მის მყინვარზე სრიალისთვის სპეციფიური ზონაა, სპეციალისტებს, ალბათ, დაინტერესებთ 8-კილომეტრიანი „წითელი“ დაღმართი. კრან-მონტანაში ტრასები ფართო და არც ისე რთულია. ყველაზე მეტად ეს კრან-მონტანა საშუალო კატეგორიისა და დამწყები მოთხილამურეების ყურადღებას იქცევს.

მსოფლიოში სასტუმრო-მენეჯმენტის პირველი სკოლა, 1893 წელს შვეიცარიაში გაიხსნა და დღემდე ამ ქვეყანაში მიღებული განათლება ძალიან პრესტიჟულად ითვლება. შვეიცარიული სწავლების მოდელის არსის მიხედვით ხელმძღვანელებმა კარგად იციან და შესრულებაც შეუძლიათ მისი ნებისმიერი ქვემდგომის საქმის. ხშირად შვეიცარიული სასტუმრო მენეჯმენტის სკოლები მოწყობილია ნამდვილი სასტუმროს მსგავსად, სტუდენტები იქვე ცხოვრობენ და ყოველდღიური პრაქტიკით ეუფლებიან სასტუმროს მართვის ანა-ბანას. ამ სკოლებში სადილებსაც გამოცდილი შეფ-მზარეულების ზედამხედველობით კულინარიული მენეჯმენტის სტუდენტები ამზადებენ. შვეიცარიული მოდელის მიხედვით სასწავლო წელი ორ ნაწილადაა გაყოფილი: პირველი 6 თვე მიმდინარეობს თეორიის ინტენსიური სწავლება, მომდევნო 6 თვე კი პრაქტიკას ეთმობა. შვეიცარია ძალიან ძვირი ქვეყანაა, მაგრამ ყოველწლიური პრაქტიკა – ანაზღაურებადია, და სტუდენტების ხელფასი შვეიცარიაში არსებულ მინიმუმზე ნაკლები არასოდეს არ არის.

## 11.5 საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების

### პერსპექტივები

უმსხვილესმა ტურისტულმა ბრიტანულმა გამომცემლობამ გამოაქვეყნა კვლევის შედეგები, რომლებიც მოიცავენ საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების გრძელვადიან პროგნოზს 2015 წლამდე . კვლევის დროს გაანალიზებული იქნა 30 უმსხვილესი ბაზრის მონაცემები, რომლებიც მოიცავდნენ მსოფლიო საერთაშორისო ტურიზმის მოცულობის 90%-ს. აღსანიშნავია ის გარემოება, რომ მას შემდეგ არ აღმოუჩენიათ ისეთი ინფორმაციული ფაქტები, როგორცაა ფინანსური ეკონომიკური კრიზისი აზიაში.

ტურისტული ბაზრის დაგეგმვისათვის ძალზე საინტერესო იქნება მსოფლიო ტურიზმის განვითარების პროგნოზები 6 რეგიონის მიხედვით, რომლებიც განსაზღვრულია მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (მტო)-ს მიერ: ევროპა, ამერიკა, სამხრეთ აღმოსავლეთი აზია, შორეული აღმოსავლეთი და ოკიანია, სამხრეთი აზია, ახლო აღმოსავლეთი და აფრიკა.

### საერთაშორისო ტურიზმის დინამიკა (მტო)-ს მონაცემები

ცხრილი № 23

მაჩვენებლები	1995წ.	2000 წ.	2005წ.	2015წ.
ტურისტთა მოძრაობა (მლნ)	535	632	782	864
ღამის თევა (მლნ)	4571	5518	6903	9654
ტურიზმის გასავლები მლრ. დოლარი	393	516	686	999

როგორც ზემოთ მოტანილი ცხრილიდან ჩანს, პროგნოზით აღნიშნული 6 რეგიონის მიხედვით ტურისტთა მოძრაობა 2015 წლისათვის გაიზრდება 61%-ით, ღამის თევა 111%-ით, ხოლო რაც შეეხება გასვლით ტურიზმიდან შემოსავალს იგი 1995 წლისათვის შეადგენდა 393 მილიარდს, 2015 წლისათვის იგი მიაღწევს 999 მილიარდ დოლარს, რაც კარგ მაჩვენებლად უნდა ჩაითვალოს.

ტურიზმის ინდუსტრია მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე მზარდი ინდუსტრიაა. მსოფლიოში სწორედ ტურიზმი არის ვალუტის მოძრაობის მთავარი გენერატორი, რისი მეშვეობითაც იგი უდიდეს როლს თამაშობს მსოფლიო ეკონომიკაში. იგი ასევე ბევრი ქვეყნისთვის რჩება უამრავ სამუშაო ადგილზე პასუხისმგებლად. UNWTO-ს მონაცემებით, მოთხოვნამ საერთაშორისო ტურიზმზე

ყოველგვარ მოლოდინს გადააჭარბა და აჩვენა თავისი ელასტიურობა და მოქნილობა გარეშე ფაქტორებთან მიმართებაში. (ნოემბერი, 2008)

• 2007 წლიდან 2008 წლამდე საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა 1.9%-ით გაიზარდა და 922 მილიონს მიაღწია, ხოლო მათ მიერ დახარჯულმა თანხამ 944 მილიარდ დოლარს (642 მილიარდ ევროს) მიაღწია.

ბოლო დროინდელმა მსოფლიო ფინანსურმა კრიზიმ თავისი ზეგავლენა იქონია ტურიზმის ინდუსტრიაზეც, რაც 2008 წლის ივნისის თვიდან საერთაშორისო ტურისტების ზრდის ტემპის 2%-იანი დაცემით დაიწყო და საბოლოოდ მარტო 2009 წლის პირველი ოთხი თვის მონაცემებით ტურისტული ნაკადი 8%-ით შემცირდა. ბევრ რეგიონში A(H1N1) ინფლუენზა – ე.წ. “ღორის გრიპის” მსოფლიო პანდემიამ ასევე გამოიწვია სიტუაციის გამწვავება. ექსპერტების აზრით 2011 წლისათვის კვლავ განახლდება ტურიზმისადმი გამძვინვარებული მოთხოვნა და საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა 1 მილიარდს გადააჭარბებს!

ტურიზმის ინდუსტრიას ბევრი ქვეყნისათვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა გააჩნია. სწორედ უცხოელი ტურისტებისაგან მიღებული შემოსავლები, ინდუსტრიაში მყოფი ფირმების გადასახადები ქმნის ყველა პირობას იმისათვის, რომ ადგილობრივი მოსახლეობა დასაქმდეს და მათი მატერიალური და ეკონომიკური მდგომარეობა გაუმჯობესდეს.

### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ საერთაშორისო ტურიზმის თანამედროვე მდგომარეობა;
2. დაახასიათეთ გასვლითი ტურიზმი;
3. დაახასიათეთ შემოსვლითი ტურიზმი;
4. ახსენით ტურისტული ბიზნესი უპირატესობანი შვეიცარიის მაგალითზე;
5. დაახასიათეთ საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ტენდენციები.

## **თავი XII. აგროტურიზმი**

### **12.1. აგროტურიზმის არსი**

აგროტურიზმი, როგორც ტურიზმის დამოუკიდებელი მიმართულება XX საუკუნის მეორე ნახევარში ევროპის კონტინენტზე ჩამოყალიბდა. მსოფლიოში XX-XXI საუკუნის მიჯნაზე ამ მიმართულებით გამოიკვეთა ლიდერი ქვეყნები, რომელთა შორისაა იტალია, შვეიცარია, ხორვატია, კვიპროსი, საბერძნეთი და სხვ. თითოეულ ზემოაღნიშნულ ქვეყანაში აგროტურიზმის განვითარებას თან ახლავს თავისებურებანი, რომელიც დამახასიათებელია მხოლოდ ერთი ქვეყნისათვის. გარკვეულწილად ამ თავისებურებებს ხსნის ტერმინი, რომლითაც სხვადასხვა ქვეყნებში აგროტურიზმს აღნიშნავენ. ინგლისსა და ზოგიერთ ინგლისურენოვან ქვეყანაში იგი აღინიშნება ტერმინით "სოფლის ტურიზმი" (Rural Tourism),

გერმანულენოვან ქვეყნებში მიღებულია ტერმინი "Bauernhoftourismus", რაც სიტყვასიტყვით გლეხის კარ-მიდამოს ტურიზმს ნიშნავს. რომანულენოვანი ქვეყნები კი უპირატესობას ტერმინს – აგროტურიზმს ანიჭებენ, რაც ლათინური წარმომავლობის სიტყვა "აგრო"-დან (agros) და მისგან ნაწარმოები "აგრარული" - agrarius – სასოფლო-სამეურნეო, მომდინარეობს. ამერიკელი სპეციალისტები საერთაშორისო ტურიზმში ამ მიმართულების აღსანიშნავად გამოყოფენ ტერმინებს: აგროტურიზმი, ფერმერული ტურიზმი, ბუნების ტურიზმი და ა.შ. გერმანელი სპეციალისტები აგროტურიზმს ბუნების ტურიზმის ნაწილად განიხილავენ. მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის ექსპერტის, კალიფორნიის უნივერსიტეტის პროფესორის ედვარდ ინსკიპის, რომლის ღვაწლი სათანადოდ დააფასეს გაერომ და მტო-მ, განმარტებით: "სოფლის ტურიზმი არის ტურისტების მცირე ჯგუფების მოგზაურობა დასვენების მიზნით სოფლის, ზოგჯერ ცენტრიდან მოშორებულ ტრადიციულ დასახლებებში ადგილობრივი ტრადიციების და სოფლის ცხოვრების გასაცნობად. ტურისტული ობიექტების მფლობელები და მმართველები სოფლის მცხოვრებლები არიან. ხოლო ფერმერული, ანუ აგროტურიზმი გულისხმობს ტურისტების განთავსებას თვით ფერმერთა სახლებში სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის გაცნობის მიზნით, ან ცხოვრობენ მათ პლანტაციებში და ეცნობიან იქაურ ცხოვრებას; ან ცხოვრობენ მეთევზეთა დასახლებებში და ოჯახებში და მათთან ერთად გადიან სათევზაოდ". ტურიზმის სახეების კლასიფიკაცია შესაძლებელია ტურისტული პროდუქტის თვისებების, მისი მომხმარებლების, განთავსებისა და სატრანსპორტო საშუალებების და ა. შ. მიხედვით. მაგრამ ვფიქრობთ, კლასიფიკაციისას უფრო ლოგიკურია საფუძვლად იქნას აღებული პროდუქტის შინაარსი და დანიშნულება. თუკი ამ პრინციპით ვიხელმძღვანელებთ გამოდის, რომ ტურიზმის ერთერთი ძირითადი სახე არის რეკრეაციული ტურიზმი და მისი ფორმებია: ბუნების ტურიზმი, ეკოლოგიური ტურიზმი, აგროტურიზმი, რომელიც გვხვდება ფერმერული და სოფლის ტურიზმის ნაირსახეობებით. რუსი მკვლევარი ა. ბ. ზდოროვი ამტკიცებს, რომ "აგროტურიზმი სტრუქტურულად ხუთ სახედ იყოფა: სპორტული, კულტურულ-შემეცნებითი, ფერმერული, საქმიანი და ეკოლოგიური. მათგან პირველი და მეორე სახე სოციალურ სფეროს განეკუთვნება, შემდეგი ორი საწარმოს, ხოლო უკანასკნელი წინასწარმოო სფეროს განეკუთვნება". ჩვენი აზრით გაუმართლებელი კლასიფიკაციაა, ვინაიდან საქმიანი, კულტურულ-შემეცნებითი და სპორტული ტურიზმი დამოუკიდებელი სახეები არიან და მათი შეთავსება აგროტურიზმთან ხელოვნური და არამართებულია.

## 12.2 აგროტურიზმის განვითარების სპეციფიკა

აგრარული ტურიზმი ცარიელ ადგილზე არ წარმოშობილა. იგი აგროეკონომიკის სფეროს ტრადიციული შემადგენელი ნაწილია. აგრარულმა ტურიზმმა მნიშვნელოვნად განსაზღვრა ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება და გარკვეულ წილად მეურნეობის მოგების წილის ფორმირებაც. 1972 წლიდან დაწყებული აგროტურიზმი მსოფლიო პრაქტიკაში ცალკეული დარგის სახით გვევლინება, რომელიც თავისი არსითა და მსგავსებით გვახსენებს ახალგაზრდების

შრომით ბანაკებს ან სასოფლო-სამეურნეო კამპანიებს. მოსავლის აღებისათვის ქალაქის მოსახლეობის მიზიდვით. საჭიროა აღინიშნოს, რომ მსოფლიო პრაქტიკაში ეს შეთავსებულია აგრეთვე სასოფლო-სამეურნეო წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებასთან, მაგრამ შრომის და დროებითი აგროსეგმენტის დასვენების პირობები აქ წარმოიდგინება სხვა რიგობრივი დონით. უნდა აღინიშნოს, რომ მსოფლიოში ტურიზმი მაღალ შემოსავლიანი დარგია, რომელსაც მესამე ადგილი უკავია განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში, ნავთობითა და იარაღით ვაჭრობის შემდეგ, არ შეიძლება ყურადღება არ მიექცეს თურქეთის ფენომენს, რომელმაც ჩამორჩენილი აგრარული ქვეყნიდან 30 წლის განმანმავლობაში გადაიქცა მაღალგანვითარებულ ტურისტულ ქვეყნად. ნებისმიერი ქვეყნის გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკა საერთოდ და კერძოდ, საქართველოს ეკონომიკა ხასიათდება ფინანსური რესურსების მწვავე დეფიციტით. ამ კრიზისის დაძლევის ერთ-ერთი გზაა ეფექტიანი, მაღალმომგებიანი დარგების განვითარება. ამ შემთხვევაში აგროტურიზმი განხილულ უნდა იქნას, როგორც აგროსამრეწველო სტრუქტურის თავისებური საკვანძო ელემენტი. აგრარულ ტურიზმს, განსხვავებით ტურისტული სფეროს სხვა მიმართულებებისაგან აქვს თავისი სპეციფიკა, რომელიც გამოიხატება დანახარჯების მინიმიზაციაში, პირველ ყოვლისა, კვება სოფლად 2- 2,5-ჯერ იაფია (შუამავლების გარეშე) ვიდრე ქალაქში. განსაკუთრებით იაფია ზაფხულში, რაც მინიმუმ ორჯერ ამცირებს საგზურების ღირებულებას. ამავე დროს ტურისტული პროგრამის კულტურული პოტენციალი ამა თუ იმ ქვეყანაში, თუ სრულად შეიძლება რეალიზებულ იქნეს აგროტურიზმთან ერთი ლოკალური შეხებით შრომითი საქმიანობისაგან თავისუფალ დროს. ამ შემთხვევაში აგროტურიზმი შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც სოციალური ტურიზმის სახესხვაობა. აგროტურიზმის სპეციფიკას შეიძლება მიეკუთვნოს ისეთი ქვედარგების განვითარება, როგორცაა სამრეწველო საფუძველზე გარეული ფრინველის გამოზრდა სამონადირეო სავარგულებზე და ვოლიერებზე გამოზრდით. ცნობილია, რომ ასეთი სახის სარეწები ფართოდ იყო განვითარებული ყოფილ იუგოსლავიაში, თავის გამოხატულებას პოულობს კანადაში, ავსტრიაში და სხვა ქვეყნებში, რომლებიც საკმაოდ მაღალ სამეწარმეო შემოსავალს (რენტაბელობის 50 – 70%-ს) იღებენ. საქართველოსათვის უპარატესია: სვანეთის, მთათუშეთის, შავი ზღვის და ბორჯომის, საირმის, წყალტუბოს რეკრეაციული ადგილები, ასევე მიწათმოქმედების საოჯახო ტრადიციული წესის აღდგენა, ნაციონალური კულტურის მიმართულებათა განვითარება და ა. შ. ქართული ეგზოტიკა უცხოელი ტურისტებისათვის, რომლებსაც წარმოდგენა არ აქვთ ჩვენი ქვეყნის ულამაზესი და რეკრეაციული ადგილების შესახებ, რაც შეიძლება გახდეს საქართველოს ეკონომიკის დამატებითი შემოსავლების წყარო. საქართველოს კულტურული მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი: აგრეთვე მისი ეგზოტიკური კუთხეები ეკუთვნის ან შეიძლება პოტენციურად მიეკუთვნოს ასკ-ას, სხვა სიტყვებით, რომ ვთქვათ აგროტურიზმის განვითარება უშუალო კავშირშია სასოფლო-სამეურნეო და გადამამუშავებელი დარგების განვითარებასა და აღდგენაზე. ამავე დროს ასკ –ას ხვედრითი წონა უმნიშვნელოა იმ პოტენციალთან შედარებით, რომელიც შეაქვს აგროკომპლექსს რეგიონთაშორისი ტურიზმის განვითარებაში, სადაც გაითვალისწინება მიწა, შრომა და კაპიტალი, წარმოების ამ ძირითადი ფაქტორების გათვალისწინების შემდეგ აგროტურიზმი შეიძლება განვითარდეს, როგორც რეგიონული ეკონომიკის ნაწილი,

ისე ავტონომიურადაც ცალკეული მეურნეობებისა და ტერიტორიული ერთეულების დონეზე. აგროტურიზმის განვითარების ეფექტიანობა განპირობებულია შემოსავლით, რომელიც 1 ჰა. მიწიდან მიიღება. ეს გულისხმობს მიწის უპირატეს გამოყენებას არაშავმიწიან ზონაში ტურისტული მიზნებისათვის, ეს მდგომარეობა იმით აიხსნება, რომ არაშავმიწიანიადაგიან ზონაში ბევრია ღირსშესანიშნავი კულტურული ძეგლები. აგრარული ტურიზმის ეფექტიანობა განპირობებულია აგრეთვე აგრარული სფეროს შეღავათიანი დაკრედიტებით, აგროსაწარმოებში შემავალი რიგი კომერციული სტრუქტურების შექმნით, კომერციული ბანკების, კერძო პირებისა და უცხოელი ინვესტორების და აგროსფეროში ამ საშუალებების განთავსებით. ეს ხელს უწყობს არა მარტო აგროტურიზმის განვითარებას, არამედ ასკ-ას მთლიანად. ამის გარდა სოფლად ტურიზმის განვითარება გულისხმობს ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესებას ან ე. წ. ხელსაყრელი რეკრეაციული გარემოს გაუმჯობესებას, რომელიც თავის მხრივ გულისხმობს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის წარმოებას. ამრიგად, აგრარული ტურიზმის განვითარების, ახალი სამომხმარებლო ღირებულების შექმნის შედეგად ყალიბდება დიდი რაოდენობის სასაქონლო პროდუქციის დამატებითი რეალიზაცია, არსებული აგროსამრეწველო ტექნოლოგიების განახლება, საბრუნავი საშუალებების ბრუნვადობის დაჩქარება. ასე მაგალითად, 5 უცხოელი ოჯახის 3 ადამიანის შემადგენლობით შენახვისათვის აგროტურისტულ ქვედანაყოფს საშუალო ხელფასის პირობებში უზრუნველყოფს საზაფხულო სეზონის პერიოდში 100 ათ. დოლარის ამონაგებით. ტურისტული მომსახურების არატრადიციული ფორმების (ნადირობა, მეთევზეობა, საწყლოსნო და საცხენოსნო ტურიზმი) დაკრედიტებისა და განვითარების შეღავათიანი პირობები დამახასიათებელია, გარკვეულწილად მხოლოდ აეროსფეროსთვის, აგრეთვე კონკრეტულ უპირატესობას უქმნიან ტურისტულ ბიზნესში ამჟამად არსებულ მონოპოლიურად ფუნქციონირებულ დასვენების სახლებსა და პანსიონატებს. კონკურენტუნარიანი აგრარული ტურიზმის შექმნის უპირატესობას განაპირობებს განსაზღვრული ეკონომიკური ბაზა, შიგა ტურისტულ ბაზარზე ფასების საერთო შემცირება, რაც ხელს შეუწყობს საქართველოში სოციალური ტურიზმის აღორძინებას.

### 12.3 აგროტურიზმის განვითარების გზები

#### თანამედროვე მსოფლიოში

აგროტურიზმის სისტემა აღსანიშნავია იმით, რომ დასვენება შეიძლება შედარებით მცირე დანახარჯებით. შეიძლება იცხოვრო XIV- XV საუკუნის გლეხურ სახლებში, მასპინძლები ემსახურებიან სტუმრებს ოფიციალურად, მზარეულებად. სტუმრები მიირთმევენ შინაურ ყველს მაცარელას, ლორს, ხელით ნაკეთებ მაკარონს, ახლად მოხარშულ ციკანს, ან ბატკანს, აგრეთვე ადგილობრივ წითელ ღვინოს. არის სხვაობა ფასებში. შეიძლება დაისვენო პატრიციანული ეპოქის ვილებშიც, რომლებიც მდებარეობენ ვენახების და ზეთისხილის პლანტაციების გარემოცვაში, მაგრამ ეს შედარებით ძვირი სიამოვნებაა. აქ პრობლემას არ წარმოადგენს უცხოენის არ ცოდნა.



ბავშვებისთვის არსებობს სპეციალური პროგრამები, აჩვენებენ საიდან მიიღება რძე, როგორ გამოიყურება ცოცხალი ცხვარი, ძროხა, კურდღელი, ქათმები, ცხენი. უწყობენ სეირნობას ცხენებით. მშობლები კი სიამოვნებით აკვირდებიან ყველის დამზადებას, ვაზის მოვლას. მათ ასწავლიან ნაციონალური კერძების მომზადებას., შეუძლიათ მონაწილეობის მიღება თევზაობაში, ველოსიპედით სეირნობაში, მაგიდის ჩოგბურთსა და სხვა. პირველად იტალიური სოფლის სილამაზე ინგლისელებმა აღნიშნეს. 90-იანი წლებიდან აგროტურიზმი ძალიან პოპულარული გახდა. იტალიელთა ოჯახების შეცვლა დაიწყო და ისინი არამარტო შვებულების დროს ატარებენ სოფლებში, არამედ უქმე დღეებსაც. იტალია კვიპროსისა და ბულგარეთისაგან განსხვავებით თავისუფლად შეიძლება ჩაითვალოს მსოფლიო ტურიზმის მექად. მიუხედავად ამისა აგროტურიზმი, როგორც ტურიზმის სახეობა შედარებით ახალია. იგი ძირითადად განვითარებულია ჩრთილოეთ და ცენტრალურ იტალიაში. ლიდერად ამ საქმეში გვევლინება ტოსკანა და ტრენტინო - სამხრეთ ტიროლი. ტოსკანა ფლორენციის, პიზის, სიენის და სხვა ცნობილი ისტორიული ქალაქების მიწაა, სადაც შუა საუკუნეების ნაგებობები და მონასტრებია თავმოყრილი. ტრენტინო კი ევროპის ერთ-ერთი მსხვილი სამთო-სათხილამურო ტურიზმის ცენტრია. აქედან გამომდინარე აგროტურიზმის განვითარება შესაძლებელი გახდა უკვე არსებული ტურისტული ინფრასტრუქტურის საფუძველზე, ყოველივე არსებულს ემატება პეიზაჟების სილამაზე, კულტურულ-ისტორიული და ბუნებრივი ღირშესანიშნაობანი, შესანიშნავი ღვინოები და ხარისხიანი და მრავალფეროვანი ადგილობრივი სამზარეულო. აგროტურიზმი იმითაა აღსანიშნავი რომ იგი მთელი წელი მუშაობს. კვიპროსსა და ბულგარეთში აგროტურიზმმა სოფლებს თვითმყოფადობა შეუნარჩუნა. კვიპროსზე შემუშავებულია აგროტურიზმის განვითარების სპეციალური პროგრამა, რომელიც ანხორციელებს სასოფლო სახლების რესტავრაციას და ნაციონალურ სტილში გაფორმებას თანამედროვე კომფორტის და სიმყუდროვის შენარჩუნებით. ტურისტებს საშუალება ეძლევათ გაეცნონ ადგილობრივ კულტურას, ტრადიციებს, ფოლკლორს, დაისვენონ მთიან სოფლებში და სურვილისამებრ იარონ ზღვის ნაპირზე. შეუძლიათ მონაწილეობის მიღება ყურძნის კრეფასა და მის დაწურვაში, შეიარონ სამჭედლოსა და საფეიქრო სახელოსნოში. აგროტურისტული პროგრამა ამუშავდა 1991წლიდან კვიპროსის მთავრობის სრული მხარდაჭერით. მოიცვა 270 სოფელი. მუშაობდნენ არქიტექტორები და რესტავრატორები რათა ძველი იერი დაებრუნებინათ სოფლებისთვის. სოფლის მოსახლეობისათვის და იმ მესაკუთრეთათვის, ვინც 1989 წლამდე სოფლად შეიძინა უძრავი ქონება გაიცა ორი მილიონი დოლარის ინვესტიცია, რათა მათ დაეწყოთ მზადება აგროტურისტთა მისაღებად. მიღებული იქნა კანონი სოფლის სახლების კვიპროსის ლიცენზირებულ ტურისტული ობიექტების ნუსხაში დაფიქსირების შესახებ. შეიქმნა კვიპროსის აგროტურისტული კომპანია, რომელიც წარმოადგენს აგროტურისტული ობიექტების მფლობელთა ასოციაციას. კომპანია აწარმოებს ერთიან მარკეტინგულ პოლიტიკას, სარეკლამო კამპანიას, დაჯავშნის ცენტრალიზებულ სისტემას. უზრუნველყოფს საინფორმაციო მასალის დამუშავებას და მის განთავსებას ერთიან ვებ-საიტზე. ტურისტები ჩამოდიან ძირითადად ბრიტანეთიდან, ავსტრიიდან და გერმანიიდან. ბულგარეთი აღმოსავლეთ ევროპის ერთ-ერთი აღსანიშნავი ტურისტული რეგიონია. იგი ცნობილია როგორც ზღვის, ასევე მთის კურორტებით. ითვლება ევროპის მასშტაბით



პერსპექტიულ რეკრეაციულ ზონად. იმის გათვალისწინებით, რომ ბულგარეთის მოსახლეობის 70% დღეს სოფლად ცხოვრობს ადვილი წარმოსადგენია, რომ აგროტურიზმმა აქტიურად მოიკიდა ფეხი. აქ ტრადიციული სოფლებისთვის აგროტურიზმი არ მოითხოვს დიდ დანახარჯებს. ეს სახეობა აქ შედარებით იაფია, ეფექტური და ყველასათვის ხელმისაწვდომი. ტურისტები ჩამოდიან სოფლებში ბულგარეთის ქალაქებიდან, რუსეთიდან და ძირითადად აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან.

აგროტურიზმის განვითარებამ ამ ქვეყნებს მისცა შემდეგი შედეგები:

- სასოფლო რეგიონებში ტურისტული ინფრასტრუქტურის არსებობა
- ტურისტული სეზონურობის გაბათილება, რადგან აგროტურიზმი მთელი წელი ფუნქციონირებს
- ტურისტების მიზიდვა სოფლებში
- სოფლებში ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა
- სოფლის მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება
- ბუნებრივი გარემოს დაცვა
- ახალი, დივერსიფიცირებული ტურისტული სეგმენტის შექმნა.

## 12.4 მსოფლიო ტურიზმის სფეროში მიმდინარე

### ტენდენციები

თანამედროვე პირობებში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ტურიზმის სფეროში მიმდინარე ტენდენციებს, რომელთა გათვალისწინება აუცილებელია აგროტურიზმის სფეროში. სულ უფრო მეტად იზრდება ტურისტული ბაზრებისა და მათი სეგმენტების რიცხვი და შესაბამისად უფრო მეტი ტურისტები ნაწილდებიან აღნიშნულ ბაზრებზე. ბაზრის სეგმენტი არის პოტენციურ ტურისტთა სხვადასხვა კატეგორიები, რომელთა დაჯგუფება ხდება დემოგრაფიული პრინციპით: ასაკი, შემოსავლები, საცხოვრებელი ტერიტორია და რაც მთავარია განსაკუთრებული ტურისტული ინტერესების მიხედვით. მსოფლიოში სადღეისოდ სახეზეა სპეციალიზირებული ტურიზმის მოცულობის ზრდა. სპეციალიზირებული ტურიზმი არის ტერმინი, რომელიც არნიშნავს ტურისტების იმ კატეგორიას, რომლებიც მოგზაურობენ სპეციფიკური მიზნებით, პირადი გამოცდილებისა და ინტერესების დასაკმაყოფილებლად სპეციალურად შერჩეულ გეოგრაფიულ რაიონში. ამ შემთხვევაში მთავარ მოტივაციად გამოდის ადამიანების პიროვნული მიდრეკილებები, პროფესიული ინტერესები, კულტურისა და ბუნების შესწავლის მიზნით. განსაკუთრებით მაღალგანვითარებულ და ე. წ. ინდუსტრიულ ქვეყნებში დიდი სისწრაფით იზრდება 35-დან 55 წლამდე ადამიანთა ასაკობრივი ჯგუფები, რომლებიც გამოირჩევიან მაღალი შემოსავლებით და შესაბამისად დაინტერესებულნი არიან ტურიზმით. ისინი, როგორც წესი იღებენ წლის განმავლობაში ორ, ან მეტ მოკლევადიან შვებულებებს, ნაცვლად ადრე მიღებული ერთი ხანგრძლივი შვებულებისა. პენსიონრები, რომელთა რიცხვი მსოფლიოში დღითიდღე იზრდება და რომლებიც პენსიაზე გადიან უფრო ადრეულ ასაკში, ვიდრე

უწინ, ასევე გამოირჩევიან კეთილდღეობის მაღალი დონით და მათ მითუმეტეს გააჩნიათ უფრო მეტი დრო მოგზაურობებისათვის. უკანასკნელ პერიოდში მთელ მსოფლიოში სულ უფრო მეტი ტურისტები არჩევენ აქტიური და შემეცნებითი ტურიზმის ფორმებს. ისინი მოგზაურობენ, რათა მეტი იარონ ფეხით და მეტი ცოდნა შეიძინონ სამოგზაურო ქვეყნის კულტურაზე, ისტორიაზე, სხვა ტენდეციებს შორის, რომლებიც შეიმჩნევა თანამედროვე ტურიზმში და განსაზღვრავენ მის განვითარებას უნდა დავასახელოთ იმ პატარა ოჯახების რიცხვის ზრდა, რომლებსაც შემოსავლების ორი წყარო აქვთ და სადაც ქალმა მოიპოვა ტურისტული მოგზაურობაზე გადაწყვეტილების მიღების უპირატესობა. სადღეისოდ მსოფლიოში რეკრეაციული და ეკოლოგიური მიზნებით მოგზაურობა წარმოადგენს ტურისტული ბაზრის განსაკუთრებით მზარდ სეგმენტს. ტურისტებს, უპირველეს ყოვლისა, აინტერესებთ ბუნებრივი გარემო და კულტურის ტრადიციული ფორმები. მათ იზიდავთ მოშორებული და ეკოლოგიურად საინტერესო რაიონები. ისევე, როგორც ტურიზმის ნებისმიერი სახეობას, აგროტურიზმსაც ესაჭიროება დეტალური დაგეგმვა და ეფექტური მართვა, მაშინაც კი, როცა ლაპარაკია ტურისტების მოკრძალებულ რაოდენობაზე, რადგან წინასწარი დაგეგმვის გარეშე მათაც შეუძლიათ დიდი ზიანის მოტანა. ტურიზმის დაგეგმვას და გონივრულ მართვას შეუძლია პოზიტიური როლი ითამაშოს გარემოსა და კულტურის შენარჩუნებაში. მსოფლიოში გაძლიერდა მოძრაობა გარემოს დაცვის მიზნით, შესაბამისად მოიმატა მაღალი შეგნების ტურისტების რიცხვმაც, რაც ხელს უწყობს აგროტურისტების რიცხვის ზრდას ნაკლებ ცივილიზირებულ რაიონებში. ეს ტურისტები, როგორც წესი დაინტერესებულნი არიან ადგილობრივი ღირსესანიშნაობებით და უპირატესობას ანიჭებენ ტრადიციულ საცხოვრებელ სახლებს, ისინი ცდილობენ რაც შეიძლება მეტი გაიგონ ადგილობრივთა კულტურისა და ცხოვრების წესის შესახებ. ამასთანავე, საკურორტო, სანახაობრივი და საქალაქო ტურიზმის ტრადიციული ფორმები ისევე ინარჩუნებენ პოპულარობას, როგორც უწინ, მაგრამ ისინი უკვე მოითხოვენ სამოგზაურო გარემოს უფრო მაღალ დონეს. ტურისტული ცენტრები უკვე აწყდებიან ეკოლოგიურ და სოციალურ პრობლემებს. ტურიზმის დაგეგმვაში დამუშავებული შეცდომები თავს იჩენენ მაშინ, როცა არ არის გათვალისწინებული დასაშვები ზღვრული ნორმები ტურისტული ნაკადებისა, როცა გარემო გადატვირთულია ტურისტთა მეტი რაოდენობით, ვიდრე მისი გამტარუნარიანობაა. ტურისტები შესაბამისად არჩევენ კარგად დაგეგმილ და მართვად ტურისტულ ცენტრებს. პეკიჯ-ტური, ანუ ტურისტული პაკეტი, რომელიც დამახასიათებელია მასობრივი ტურიზმისათვის ამ ბოლო 40 წლის განმავლობაში, უკვე ნელ-ნელა გადადის მოდიდან. მიზეზი ის არის, რომ ეს ტურები გათვლილი იყო ყველაზე და როგორც წესი, ეს იყო ზღვის კურორტზე მზის, ზღვის და პლაჟის კომბინაცია. ტენდეცია ვითარდება ისე, რომ ტურისტებს უნდა ინდივიდუალური მიდგომები და თვითგამოხატვის მეტი საშუალებები. ტურ-პეკიჯი არის მომსახურების ნაკრები, რომლებშიც შედის ღამისთევა, ტრანსპორტი, გართობა და ექსკურსიები და რომელთა ღირებულება უკვე არის გადახდილი ტურისტის მიერ. ტურპეკიჯებს გეგმავენ და ამზადებენ ტუროპერატორები, რომლებიც ტურისტული სააგენტოების მეშვეობით ახდენენ მათ რეალიზაციას. ტუროპერატორი არის მსხვილი ტურისტული საწარმო, რომელიც ქმნის ტურისტულ პროდუქტს და ორგანიზაციას უკეთებს ტურისტული ჯგუფების მოგზაურობას. "საგარეო ოპერატორები" ამუშავებენ უცხოეთში

სამოგზაურო ტურისტულ მარშრუტებს, რისთვისაც კავშირებს ამყარებენ უცხო ქვეყნების ტურისტულ ფირმებთან, ხოლო "შიდა ოპერატორები" დაკავებულნი არიან ტურისტული ჯგუფების ქვეყნის შიგნით განთავსებით, კვებით და სხვა, მომსახურებით.

აგროტურიზმისა და სოფლის ტურიზმის მეწარმე ხშირად ძირითადად ყურადღებას უთმობს ტურისტის მატერიალურ მოთხოვნებს და მათს დაკმაყოფილებას. კომფორტული განთავსება და სადი საკვები ტურისტული შეთავაზების „მატერიალური“ ნაწილია და იგი ტურისტულ შემოსავალსაც უფრო ნათლად ასახავს. მეწარმე ნაკლებად განსაზღვრავს იმ მატერიალურ მოგებას, რაც შეიძლება მიიღოს სტუმრის სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების შედეგად. შეუფასებელია ის ღირსშესანიშნაობები თუ გასართობები, რომლებიც ამდიდრებს და მრავალფეროვანს ხდის ტურისტულ შეთავაზებას და პირდაპირ მოქმედებს ტურისტის სოფლად დარჩენის ხანგრძლიობაზე. ამდენად ადგილობრივ ტურისტულ ბაზარზე თანამშრომლობის შედეგად იქმნება კომბინირებული ტურისტული პროდუქტი, რაშიც იგულისხმება დამატებითი მომსახურება, სანახაობა და გართობა. ამ მიზნისათვის გასათვალისწინებელია ფოლკლორული თუ ტრადიციული ელემენტების გამოყენება. კულტურული ფასეულობების სწორად შეფასების საკითხები განხილულ უნდა იქნეს, როგორც სოფლის ტურიზმის ოპერატორებთან, ასევე მცხოვრებლებთან.

**ტურისტული პროდუქტის შეფასება-**ტურისტული პროდუქტის შეფასებისას უპირველესი ყურადღება ექცევა შემდეგ ელემენტებს:

**-არსებული მომსახურების ხარისხი: საწოლი, კვება, ესთეტიკა, ფუნქციონირება, კომფორტი, ინდივიდიალურ კლიენტებთან და ჯგუფებთან ურთიერთობა;**

**-დასასვენებელი ადგილისა და მისი მიმდებარე ტერიტორიის მახასიათებლები:** ინფრასტრუქტურა, პეიზაჟი, ჰავა, ბუნებრივი და კულტურული ღირსშესანიშნაობები, მემკვიდრეობა, უნიკალური არქიტექტურა, გარემო პირობების დაცვა, მრეწველობის გავლენა, მდებარეობა და მთავარ გზასთან სიახლოვე.

**-დამატებითი მომსახურება-** რაც შეეძლება არსებულ შეთავაზებას და კიდევ უფრო მრავალფეროვანს ხდის მას აქტიური დასვენებისათვის;

**-სტუმართან ურთიერთობა და ინდივიდიალური მიდგომა-** სტილი, ენა, ატმოსფერო, კომუნიკაცია, მასპინძლის გუნება-განწყობილება;

**-საკვები პროდუქტი, შინაური ცხოველები, სამედიცინო უსაფრთხოება, ჰიგიენური ნორმების დაცვა.** ასევე წინასწარი შეთანხმებებისა და ვალდებულებების შესრულების გარანტია;

**-გაწეული მომსახურება-**სარეკლამო და საინფორმაციო ბუკლეტებში მოცემული ინფორმაციის ადეკვატური უნდა იყოს.

მნიშვნელოვანია, რომ ინფორმაცია დროულად და ობიექტურად მიეწოდოს ვიზიტორს მარშრუტის ან დასვენების დაგეგმვისას. სასურველია, რომ მომზადდეს ტურისტული ობიექტების ირგვლივ არსებული ტერიტორიების რუკები, სადაც დატანილი იქნება საექსკურსიო მარშრუტები და არსებული ინფრასტრუქტურა:

სასტუმრო სახლები, ინფორმაცია საექსკურსიო ობიექტების, საპიკნიკე ადგილების, ავტობუსის გაჩერების, ავტოგასამართი სადგურების და ღირსშესანიშნაობების შესახებ. ეს ტურისტს აძლევს საშუალებას, მიიღოს სრული ინფორმაცია და წინასწარ დაგეგმოს ტური.

**ტურისტული მომსახურების ფასი-** ფასი ის უცვლელი თანხაა, რომელიც უნდა დახარჯოს მყიდველმა პროდუქტის (მომსახურების) შესაძენად. თანხა არის ღირებულების საზომი. სათანადო ღირებულება იზომება ფულადი ერთეულებით (ლარი, დოლარი, ევრო, გირვანქა, ფრანკი და ა. შ.).

სოფლად ტურისტულ საქმიანობაში ჩართული დამწყები მეწარმე მომსახურების ფასის განსაზღვრისას უნდა ითვალისწინებდეს ფასგათვლის რამდენიმე პრინციპს:

1. სხვა ტურისტული მეურნეობების ფასებს;
2. სტუმრის ოთახის ფასი სასტუმროს ოთახების ფასზე ნაკლები უნდა იყოს;
3. არ შეიძლება განსხვავებული გასაყიდი ფასის დადება ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტებისათვის;
4. რეკომენდებულია ფასების დიფერენცირება სეზონურობის, დაქირავების ხანგრძლივობისა და საბითუმო შესყიდვის გათვალისწინებით;
5. ფასის დადგენისას უნდა გავითვალისწინოთ მომხმარებლის ყიდვისუნარიანობაც, თუ რამდენად არის იგი მგრძნობიარე ფასის მიმართ, რამდენად მოსწონს შეთავაზებული პროდუქტი და მისი ფასი. საერთოდ, მყიდველი ნაკლებ მგრძნობიარეა ფასის მიმართ როცა:
  - ჩვენი შეთავაზება უნიკალურია;
  - მყიდველმა არ იცის სხვა მსგავსი შეთავაზებების შესახებ.

## 12.5 აგროტურიზმის განვითარება ადგილობრივ და

### რეგიონულ დონეზე

ფაქტია, რომ აგროტურიზმი უნდა განვითარდეს საქართველოს სოფლებში ადგილობრივ დონეზე. მაგრამ იგი არ შეიძლება განხილულ იქნას რეგიონალური, ეროვნული, ზოგჯერ კი საერთაშორისო კავშირებიდან გამოცალკევებულად. მიუხედავად ძირითადი ამოცანების იდენტურობისა, რომლებიც ტურიზმის ინდუსტრიის წინაშე დგანან, როგორც რეგიონალურ და ნაციონალურ დონეზე იქნება ეს ძირითადი გეგმებისა და პროგრამების დამუშავება, აგრეთვე მარკეტინგი და ზოგადი პოლიტიკისა და სტრატეგიის დამუშავება.

#### მაგალითად:

• პოლიტიკის დამუშავება, კანონმდებლობა, შეღავათები სოციალური ტურიზმის განვითარებისათვის;

- პოლიტიკის დამუშავება, კანონმდებლობა ტურისტთა უსაფრთხოების საკითხებში, მათი ჯანდაცვა;

- ქვეყნის შიგნით და ქვეყნიდან ტურისტების გადაზიდვების გაუმჯობესების მიზნით მსხვილმასშტაბიანი სატრანსპორტო სისტემების შექმნა

- მნიშვნელოვანი ღირშესანიშნაობების დაცვა, ეროვნული პარკების სახელმწიფო და რეგიონალური დონის ნაკრძალების დაწესება;

- საინფორმაციო და სარეკლამო სისტემის შექმნა, რომელიც დაკავებული იქნება ქვეყნისა და ამა თუ იმ რეგიონის ტურისტული შესაძლებლობის პროპაგანდით;

- ტურიზმის ინდუსტრიის ფარგლებში ძალისხმევის კოორდინაცია, რათა ქვეყნის მთავრობასა და პროფესიონალურ ტურიზმის წრეებს შორის დამყარდეს მჭიდრო ურთიერთობები.

ტურიზმის განვითარების პროცესში ადგილებზე დიდი ყურადღება უნდა დაეთმოს საერთაშორისო კავშირებს. ტურისტების განსაკუთრებით მრავალრიცხოვან კატეგორიებად ითვლებიან შვებულებაში მყოფნი და ბიზმესმენები, მათ შორის ის პირები, ვინც საზღვარგარეთ მიემგზავრებიან კონგრესებსა და კონფერენციებზე. უცხოელ ტურისტებს ჩამოაქვთ კონვერტირებადი ვალუტა, რაც ეგზომ აუცილებელია განვითარებადი ქვეყნებისათვის, მათი ეკონომიკის გაძლიერებისათვის. სადღეისოდ სასტუმროების ჯაჭვების უმრავლესობა, ისევე როგორც დიდი ტუროპერატორები, ემსახურებიან საერთაშორისო კლიენტურას. ამრიგად, უნდა დავასკვნათ. რომ გადაწყვეტილებები და ღონისძიებები, რომლებსაც იღებენ ნებისმიერ ტურისტულ რაიონში, თავის გავლენას ახდენს უახლოესი მეზობლების სტრატეგიაზე, შედეგად კი რეგიონებზე და ქვეყანებზე მთლიანად, საბოლოო ჯამში კი მთელს მსოფლიოზე, ადამიანთა გადაადგილებები უნდა ჰარმონიაში იყვნენ ყველა ქვეყნების და მათი მოქალაქეების მოთხოვნილებებთან და გლობალური თანამშრომლობის ამოცანებთან, რაც პრინციპში უნდა გულისხმობდეს ისეთ ეკონომიკურ განვითარებას, რომლის დროსაც ხდება არსებული შეზღუდული რესურსების შენარჩუნება და მოვლა-პატრონობა.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების სარგებლიანობა ადგილობრივ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე სულ უფრო მჭიდროდ უკავშირდებიან ერთმანეთს და ქმნიან მიზეზ-შედეგობრივი კავშირების სისტემას. თანამედროვე პირობებში წამყვანი ტურისტული ცენტრების უმრავლესობის პოპულარობა ეფუძნება გარემოს სისუფთავეს, მისი დაცვის ეფექტურ ღონისძიებებს და კულტურის თვითმყოფადობას. იმ ადგილებში, სადაც ამ ჩამონათვალის ნაკლებობაა, აშკარად შეიმჩნევა ტურისტული ნაკადების შემცირება. გარემოს დაბინძურება, კულტურული თვითმყოფადობის დაკარგვა, ეკონომიკური კონიუქტურის დაცემა, ყვლაფერი ეს ნეგატიურად მოქმედებს ტურიზმის განვითარებაზე. ადგილობრივი საგემო ორგანოები პასუხისმგებელნი არიან რესურსების გონივრულად განაწილებაზე, რათა ამ რესურსებით ისარგებლონ მომავალმა თაობებმა. საბედნიეროდ, დაგეგმვისა და მართვის პროცესებში გარემოსა და საზოგადოების თავისებურებების გათვალისწინებაში, ტურიზმს შეუძლია პოზიტიური როლის შესრულება, განსაკუთრებით ბუნებისდაცვით ღონისძიებებში. ეს იმით აიხსნება, რომ გარემო თავისი განუმეორებელი პეიზაჟებით და ბუნების უნიკალური ძეგლებით, ფლორისა

და ფაუნის მრავალფეროვნებით, სუფთა ჰაერით და წყლით შეადგენს იმ რესურსების უმრავლესობას, რომელიც ტურისტს აინტერესებს. ტურიზმს შეუძლია არა მხოლოდ ხელი შეუწყოს გარემოს შენარჩუნებას, არამედ მის სუბსიდირებასაც (დაფინანსებას). ამ მიმართებით დიდ მნიშვნელობას იძენს ტურიზმის დაგეგმვა და განვითარება კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებისათვის გასატარებელი ღონისძიებების კონტექსტში. არქეოლოგიური გათხრები, ისტორიული ძეგლები, ორგინალური არქიტექტურა, თვითმყოფადი ფოლკლორი, ხელოვნება, ხელოსნობა, ეროვნული ტანსაცმელი, ტრადიციები და ღირებულებატა სისტემა- ყველაფერი ეს ერთად არებული შეადგენს მოცემული რეგიონის კულტურას. ასეთი კულტურული მემკვიდრეობა იზიდავს ტურისტებს. იმისდა მიხედვით, თუ როგორ ანვითარებენ ტურიზმს და მართავენ დარგს, კულტურული მემკვიდრეობა შეიძლება შენარჩუნებული იქნას, არდგენილ იქნას, ან საერთოდ დაიკარგოს. უარესად მნიშვნელოვანია განვითარების ნებისმიერი სტრატეგიისატვის რეგიონის უნიკალური ისტორიული, კულტურული და სოციალური თვითმყოფადობის შენარჩუნება.

## 12.6 აგროტურიზმის განვითარება მდგრადი

### ტურიზმის კონტექსტში

თუ განვიხილავთ მგრადი განვითარების კონცეფციას, რომელიც შეიმუშავა ბუნების დაცვის მსოფლიო კავშირმა:

"მდგრადი განვითარება ეწოდება პროცესს, რომლის ფარგლებში შესაძლებელი უნდა იყოს განვითარება ხდებოდეს რესურსებისათვის ზიანის მიყენების გარეშე, რაც, როგორც წესი, მიიღწევა ან რესურსების ისეთი გამოყენების წესით, როცა ისინი იმ სისწრაფით აღდგებიან რა სისწრაფითაც ვხარჯავთ, ან ხდება ნელა აღდგენადი რესურსებიდან სწრაფად აღდგენად რესურსებზე გადასვლით. მხოლოდ ასეთი მიდგომითაა შესაძლებელი რესურსებით ისარგებლონ, როგორც დღევანდელმა, ისე მომავალმა თაობებმა" იგივე აზრი აქვს დაფიქსირებული პროფ. კრისტოფ ბეკერს წიგნში "ტურიზმი და მდგრადი განვითარება" საქართველოში აგროტურიზმის დაგეგმვა და განვითარება უნდა მოხდეს მდგრადი განვითარების ძირითადი პრინციპის გათვალისწინებით:

- ეკოლოგიური მდგრადობა უზრუნველყოფს საბაზო ეკოლოგიური პროცესების, ბიომრავალფეროვნების და ბიოლოგიური რესურსების ერთობრივ განვითარებას;

- სოციალური და კულტურული მდგრადობა უზრუნველყოფს ისეთ მდგრადობას, რომლის დროსაც ადამიანების ცხოვრება, მათი ერთობრივი კულტურა და ღირებულებები ყოველმხრივ დაცულია და როცა კულტურული თვითმყოფადობა კიდევ უფრო მტკიცდება;

- ეკონომიკური მდგრადობა უზრუნველყოფს განვითარების ეკონომიკურ ეფექტურობას, როცა რესურსების გამოყენების არცეული მეთოდი იძლევა ამ რესურსების მომავალი თაობებისათვის შენარცუნების გარანტიას.

- მდგრადი ტურიზმი ხელს უწყობს ტურიზმის ბუნებაზე, კულტურაზე და სოციალურ სფეროზე გავლენის გზების უკეთ გაგებას.

- მდგრადი ტურიზმი უზრუნველყოფს შემოსავლებისა და ხარჯების სამართლიან განაწილებას. ტურიზმი ქმნის სამუშაო ადგილებს როგორც ადგილობრივ ტურიზმის სექტორს, ისე მომიჯნავე სექტორებშიც.

- ტურიზმი იწვევს მომგებიანი შიდა დარგების: სასტუმროებისა და განთავსების სხვა საშუალებების, რესტორნებისა და საზოგადოებრივი კვების ობიექტების, სატრანსპორტო სისტემების, ხალხური რეწვის და საექსკურსიო- ინფორმაციული საქმის სტიმულირებას.

- ტურიზმი ხელს უწყობს ქვეყანაში უცხოური ვალუტის მოზიდვას, უზრუნველყოფს კაპიტალდაბანდებებს ადგილობრივ ეკონომიკაში, იგი აგრეთვე ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის დივერსიფიკაციას, განსაკუთრებით კი სოფლებში, სადაც მოსახლეობის დასაქმება ატარებს სეზონურ და შემთხვევით ხასიათს.

- მდგრადი ტურიზმი იღწვის იმისათვის, რომ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში მონაწილეობდნენ საზოგადოების ყველა ფენები, მათ შორის ადგილობრივი მოსახლეობა, რათა ტურიზმი და რესურსების მომხმარებელი სხვა დარგები ჰარმონიულად თანაარსებობდნენ. მდგრადი ტურიზმი ითვალისწინებს დაგეგმვას და ზონირებას, რაც უზრუნველყოფს ეკოსისტემიდან გამომდინარე ტურისტთა ზღვრულ რაოდენობის განსაზღვრას.

- ტურიზმი ახდენს ადგილობრივი საბაზო ინფრასტრუქტურის: ტრანსპორტის, ტელეკომუნიკაციების და სხვა საბაზო სისტემების სტიმულირებას.

- ტურიზმი ქმნის რეკრეაციულ ობიექტებს, რომლითაც სარგებლობენ ადგილობრივი მოსახლეობა, აგრეთვე შიდა და საერთაშორისო ტურისტები. ტურიზმისთვის ხდება ადგილობრივი კულტურის ძეგლების, არქეოლოგიური გათხრების, ისტორიული ნაგებობების დაცვის ფინანსირება.

- ეკოლოგიური ტურიზმი ხელს უწყობს არასასოფლო-სამეურნეო მიწების პროდუქტიულად გამოყენებას, რაც თავის მხრივ საშუალება სმ იძლევა დიდ ფართობებზე იქნას შენარცუნებული ბუნებრივი ფლორა და ფაუნა.

- კულტურული ტურიზმი ხელს უწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის თვითშეგნების გაღრმავებას და იძლევა საფუძველს, რომ სხვადასხვა კულტურის წარმომადგენელი ადამიანი მეტად უკეთ იგებენ ერთმანეთს ტურიზმის მეშვეობით დამყარებული მჭიდრო კონტაქტების გამო.

- ეკოლოგიურად მდგრადი ტურიზმი წარმოაჩენს ბუნებრივი და კულტურული რესურსების უდიდეს მნიშვნელობას საზოგადოების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების საქმეში და ხელს უწყობს მათ დაცვას.

• მდგრადი ტურიზმის ფარგლებში ადგილი აქვს ტურიზმის განვითარების კონტროლს, ანალიზს და პროცესების გეგმიურ მართვას, პრაქტიკაში ინერგება გარემოს მდგომარეობის მაკონტროლებელი საიმედო მეთოდები და მიიღება სწრაფი ზომები არსებული ნეგატიური მოვლენების აღმოსაფხვრელად.

ტურიზმის ინდუსტრია ქმნის სამუშაო ადგილებს, ზრდის შემოსავლებს და შემონატანებს უცხოურ ვალუტაში, ახდენს

კაპიტალდაბანდების სტიმულირებას, ქმნის მცირე და მსხვილი საწარმოების განვითარების შესაძლებლობებს. იგი ხელს უწყობს ადგილობრივი, რეგიონული, ეროვნული და საერთაშორისო ეკონომიკური და პოლიტიკური კავშირების განვითარებას. საერთაშორისო ტურიზმი, ანუ ადამიანების მოგზაურობა უცხო ქვეყნებში არის მსოფლიო ვაჭრობაში არსებული სამი ძირითადი მიმართულებიდან ერთ-ერთი მთავარი მიმართულება. შიდა ტურიზმი, ანუ მოქალაქეთა ერთი ქვეყნის ფარგლებში მოგზაურობა, საერთაშორისო ტურიზმის მოცულობას 10 ჯერ აღემატება, სამაგიეროდ ადგილობრივი ტურისტების მიერ მოგზაურობისას დახარჯული თანხები საერთაშორისო ტურისტების დანახარჯებს მხოლოდ 7-ჯერ. ტურიზმი წარმოადგენს კომპლექსურ სისტემას და იგი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მოთხოვნისა და მიწოდების ურთიერთკავშირი. მოთხოვნა თავის თავში მოიცავს შიდა და საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრებს. მიწოდება შედგება ტურისტული ობიექტებისაგან, ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და იქ გაწეული მომსახურებისაგან, სატრანსპორტო საშუალებებისაგან,, ღირსშესანიშნაობებისა და დასვენების ფორმებისაგან, აგრეთვე სარეკლამო-საინფორმაციო საქმიანობისაგან. ხშირად იგივე მომსახურებით, ინფრასტრუქტურით, ღირსშესანიშნაობებით სარგებლობს ადგილობრივი მოსახლეობა. საერთაშორისო ტურისტული მოგზაურობების სამი მეოთხედი მოდის მეზობელ ქვეყნებზე, ანუ ადამიანები არჩევენ სამოგზაურო ქვეყნებს გეოგრაფიული სიახლოვის მიხედვით. დაახლოებით 60% საერთაშორისო ტურისტებისა მოგზაურობენ დასვენების მიზნით, 30%- საქმიანი (ბიზნეს) მიზნებით, დანარჩენებს კი სხვადასხვა მიზნები გააჩნიათ.

## 12.7 აგროტურიზმი, როგორც მეწარმეობის ფორმა

აგროტურისტული მეწარმეობის ფორმა პოპულარულია, რადგან ფერმერებს არ უხდებათ დიდ ინვესტიციებთან დაკავშირებული სერიოზული რისკების გაწევა. მისი განვითარება შესაძლებელია თანმიმდევრულად, უკვე არსებულ რესურსებზე დაყრდნობით და შემოსავლების თანმიმდევრული ზრდით. საქართველოს რეალობაში აუცილებელია მცირე ფინანსური ინვესტიციების დაბანდება. რათა ტრადიციული კარ-მიდამოს სანიტარული პირობები მიუახლოვდეს თანამედროვე ბაზრის მოთხოვნებს.

ბიზნესის ხელშეწყობის მიზნით უმეტეს ევროპულ ქვეყანაში არსებობს საგადასახადო შეღავათები. მაგალითად, ზოგიერთ ქვეყანაში ხუთი სასტუმრო ოთახის გაქირავება არ რეგისტრირდება და არ მოითხოვს ყოველთვიურ ფინანსურ აღრიცხვას. საქართველოში არსებობს ინდ. მეწარმისათვის (საოჯახო ბიზნესი)



გადასახადისაგან გათავისუფლებული მინიმალური წლიური ბრუნვა, დღგ-ისაგან განთავისუფლებული ბრუნვა, საშემოსავლო გადასახადისაგან განთავისუფლება და ა.შ.

აგროტურიზმის მეწარმის ტურისტული საქმიანობა სეზონურია. იგი მუშაობს ოჯახის წევრებთან და აგრეთვე დაქირავებულ თანამშრომლებთან ერთად, უშუალო ურთიერთობა აქვს დამსვენებელთან, უნაწილებს დავალებებს ოჯახის წევრებს (ან თანამშრომლებს), ხელმძღვანელობს, ორგანიზებას უწევს, ამოწმებს და აფასებს შესრულებულ სამუშაოს. მისი ძირითადი ტურისტული მომსახურება ისაა, რომ სტუმრებს შესთავაზოს ფერმერული ან სოფლის ტრადიციული ყაიდის სახლში ღამის გათევა, ტრადიციული საკვები, სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობასთან დაკავშირებული რეკრიაციული აქტივობები (ტრადიციული პროდუქტის დამზადებისა და შენახვის ტექნოლოგიის გაცნობა, სოფლის ყოველდღიურ ცხოვრებაში მონაწილეობა, ტურისტული ინფორმაციით უზრუნველყოფა, დამატებით- ცხენების გაქირავება და სხვ.).

აგროტურიზმის მეწარმე თანამშრომლობს ტუროპერატორებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, მართავს უძრავ ქონებას და ეწევა სოფლის ტურიზმის პროდუქტებისა და მომსახურების მარკეტინგს.

აგროტურიზმის მეწარმე უნდა ფლობდეს კომუნიკაბელურ უნარ-ჩვევებს. იგი პასუხისმგებელია დამსვენებლისათვის სასიამოვნო და საინტერესო გარემოს შექმნაზე, მის უსაფრთხოებასა და მაღალი კლასის მომსახურებაზე.

## 12.8 საქართველოს აგროტურისტული პერსპექტივები

### და საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის მოთხოვნები

აგროტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე უნდა გაიტანონ უპირატესად ტურისტულმა ფირმებმა, რადგან სოფლის მოსახლეობას ჯერჯერობით არა აქვს პირდაპირი მარკეტინგის, უცხოეთში რეკლამის დაფინანსების, ან ინტერნეტით პროდუქტის გაყიდვის საშუალება.

1. აუცილებელია აგროტურისტული პროფილის ტუროპერატორის არსებობა. თანახმად არსებული პრაქტიკისა ქართული ტურისტული ფირმების უძრავლესობა უნივერსალურობისაკენ მიისწრაფვის. მათ არ გააჩნიათ სურვილი ერთი რომელიმე სეგმენტის სპეციალისტად იწოდებოდნენ, რაც ხელს უშლის პროფესიონალიზმს და შესაბამისად ტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე მოუმზადებელი გადის. მოუმზადებლობაში ვგულისხმობთ უცხოელი ტურისტის მოთხოვნილებების არასრულყოფილად ცოდნას, რის გამოც მიწოდებული პროდუქტი არ შეიცავს მოსალოდნელ მომსახურებას.

2. აგროტურისტული პროდუქტი უნდა იყოს იაფი, რადგან ძირითადი მოტივაცია სოფლის ტურიზმისა არის იაფად, ნაკლები კომფორტით, მაგრამ ეკოლოგიურად სუფთა და სასიამოვნო გარემოში დასვენება. ეს გარემოება

განსაკუთრებით საგულისხმოა საქართველოს პირობებში, რადგან დამწყები ბიზნესმენები გატაცებულნი არიან მაღალპროცენტიანი მოგების მიღებით.

3. აგროტურიზმისათვის შერჩეულ სოფლებში უნდა ჩატარდეს საინფორმაციო-სააგიტაციო სამუშაოები ტურიზმის როლისა და ადგილის შესახებ ადგილობრივ დონეზე. უნდა მოხდეს სოფლის მოსახლეობის და მმართველობითი რგოლის მომზადება ტურისტების მისაღებად.

4. აგროტურიზმისათვის სოფლებისა და სოფლებში კონკრეტული მასპინძლის შერჩევისათვის ტურისტულ ფირმებს უნდა ჰქონდეთ აუცილებელი პირობების ჩამონათვალი, რომელთა დაკმაყოფილების შემდეგ კონკრეტული სახლი შევა განთავსების საშუალებათა ნუსხაში. ეს პირობებია: ადგილის უსაფრთხოება, ლამაზი ბუნება და ლანდშაფტი: ტყის, მდინარის, ტბის, ან სამკურნალო წყლის არსებობა; სასურველია გლეხის კარმიდამოს გააჩდეს ეროვნული სახე და ინფრასტრუქტურის შემდეგი ელემენტები: ცალკე საძინებელი, საშხაპე და ტუალეტი. მასპინძლის ოჯახში კვების საშუალება, უცხოელი ტურისტები დიდ ყურადღებას აქცევენ სოფლებში ისტორიული ძეგლებისა და სხვა ღირშესანიშნაობის არსებობას, საცხოვრებლის სიახლოვეს რესტორნის, ტავერნის, ან ეროვნული კერძების სამზარეულოს არსებობას.

5. გამოცდილების უქონლობის გამო სირთულეს წარმოადგენს აგროტურისტებისათვის სპეციალური პროგრამის შედგენა, რომელშიც გასათვალისწინებელია შემდეგი: სოფელში დამსვენებლები ძირითადად 2-4 კაციანი უცხოელთა ოჯახებია. მათთვის დასვენების ორგანიზაციებისათვის გასათვალისწინებელია შეთავაზებები ოჯახის თითოეული წევრისათვის ცალცალკე: მამაკაცისათვის ეს შეიძლება იყოს ნადირობა, თევზაობა, ცხენით ჯირითი, თიბვა ქართველ მასპინძელთან ერთად. დიასახლისისათვის ქსოვა, ქარგვა, კერძების მომზადება. სასურველია ბავშვებიანი ოჯახის ჩამოსვლის შემთხვევაში მასპინძელ ოჯახში იყოს დაახლოებით იმავე ასაკის ბავშვები. უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მასპინძლების მიერ საკონტაქტოდ აუცილებელი უცხო ენის ცოდნას.

6. საინფორმაციო-სარეკლამო მასალების დამზადება უნდა მოხდეს საზღვარგარეთული ანალოგების გათვალისწინებით (კვიპროსი, ბულგარეთი, და სხვ.), როგორც წესი, სოფლის ტურიზმის სარეკლამო მასალები უხვად არის ილუსტრირებული გლეხის კარ-მიდამოს ამსახველი ფერადი ფოტოებით, მიმღები რაიონის შესახებ ვრცელი ინფორმაციით, განსაკუთრებით, ადათ-წესებისა და ტრადიციების შესახებ, აგროტურისტული პროდუქტის გასაღების ერთ-ერთი საშუალებაა სპეციალიზირებული ბაზრობები, აგრეთვე ის ბაზრობები, სადაც მომხმარებლები ჭარბობენ პროფესიონალებს.

### **ტუროპერატორი უფლება მოვალეობან**

**ტუროპერატორი** – არის ტურისტული სერვისის მომსახურების წარმომადგენელი, რომელიც ქმნის ტურისტულ პროდუქტს და ორგანიზაციას უკეთებს მოგზაურობის ტურებს. გეგმავს მის მარშრუტებს, არეგულირებს ტურების სიხშირეს, ორგანიზაციას უკეთებს ტურისტთა განთავსებას და ფინანსურ უზრუნველყოფას. მჭიდრო კავშირს ამყარებს ანალოგიური სახის ორგანიზაციებთან და უზრუნველყოფს ურთიერთ თანამშრომლობას.

## **ტუროპერატორის ფუნქციები**

ტუროპერატორის ფუნქციებში შედის სერვის მომწოდებლის შერჩევა, მასთან თანამშრომლობა, ფინანსური შეთანხმება, კონტრაქტის გაფორმება, მომსახურების პაკეტის მომზადება: დაგეგმვა, ორგანიზება გიდის შერჩევა, ტრანსპორტის უზრუნველყოფა, დასვენების, კვების ობიექტების დაჯავშვნა, ორგანიზაციული საკითხების მოგვარება ტურისტულად გასაყიდი პროდუქტის რეკლამირება და მისი ბაზარზე გატანა. ასევე მის ფუნქციებში შედის ბაზარზე გატანილი პროდუქტის მონიტორინგი.

## **ტუროპერატორის საქმიანობა**

**ტუროპერატორი** უზრუნველყოფს მომხმარებელს/დამკვეთს მისთვის საჭირო ინფორმაციით. იგი ამზადებს სამოგზაურო დოკუმენტაციას, ტურის პროგრამას, ყველა დეტალს აცნობს მომსახურე გუნდს (გიდი, მძღოლი, ტურის-ექსკორტი) და უზრუნველყოფს ინტრუქციით. ტურის მიმდინარეობის პროცესში მას ურთიერთობა აქვს მომსახურე გუნდთან და მომწოდებლებთან. ტურის დაწყებამდე და დასრულების შემდეგ შემომყვანი ტუროპერატორი ხვდება მომხმარებელს/დამკვეთს და ეცნობა მათ რჩევებს და კომენტარებს. შემომყვან ტუროპერატორს მოეთხოვება იყოს მოწესრიგებული, ჰქონდეს კარგი საკომუნიკაციო, პერსონალური, აზრის მკაფიოდ გადაცემის და სწრაფი მოქმედების უნარი, კარგი მეხსიერება და ორგანიზებულობა.

## **პროფესიის წარმატებულობის გარანტი**

ტუროპერატორის ორგანიზებულ მუშაობაზე დამოკიდებულია საერთო წარმატება. ტუროპერატორის პროფესია მოითხოვს უცხო ენის (ვერბალური და წერიტი), კომპიუტერული პროგრამების, ტურისტული პროდუქტის, ქვეყნის ტურისტული ინფრასტრუქტურის მაღალ დონეზე ცოდნას, დაგეგმვისა და კოორდინაციის კარგ უნარს.

**გიდი** – არის ტურისტული მომსახურეობაში დასაქმებული პროფესიონალი სპეციალისტი, რომელსაც შეუძლია უზრუნველყოს ტურებისათვის შერჩეული ტურისტული მარშრუტის განხორციელება, მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფა, დროის სწორად ორგანიზება, ისტორიული და არქეოლოგიური ადგილების, ხუროთმოძღვრული ძეგლების, მუზეუმებისა და ტურისტების მოთხოვნით საინტერესოდ მიჩნეულ ობიექტების დათვალიერება და ინფორმაციული უზრუნველყოფა, როგორც მშობლიურ ასევე უცხო ენებზე.

## **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. განსაზღვრე აგროტურიზმი და დაახასიათე ტურიზმის განვითარების სპეციფიკა;
2. დაახასიათეთ აგროტურიზმის განვითარების გზები თანამედროვე მსოფლიოში;
3. დაახასიათეთ მსოფლიოში ტურიზმის სფეროში მიმდინარე ტენდენციები;
4. დაახასიათეთ აგროტურიზმის განვითარება ადგილობრივ და რეგიონალურ დონეზე;

6. დაახასიათეთ აგროტურიზმის განვითარება, როგორც მდგრადი ტურიზმის კონტექსტში და განსაზღვრეთ აგროტურიზმის, როგორც მეწარმეობის ფორმა.

## თავი XIII. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი

### 13.1 ტურიზმი სოფლად

ტრადიციული ქართული სტუმართმოყვარეობა ყველა პირობას შეუქმნის სტუმარს სოფლად სასიამოვნო ოჯახური დასვენებისათვის. თანამედროვე ცივილიზაციის ხმაურს გარიდებულ დამსვენებელს ელის ხელშეუხებელი ბუნება, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლები, მრავალფეროვანი ლანდშაფტები, ტრადიციული აგრომეურნეობები და თბილი ოჯახური ატმოსფერო. სოფლად დასვენებისას სტუმრები გაეცნობიან ადგილობრივი მოსახლეობის ყოფას, საუკუნოვან ტრადიციებსა და გამოყენებითი ხელოვნების ნიმუშებს; დააგემოვნებენ ორგანულ საკვებსა და ოჯახურ კერძებს.

სასტუმრო სახლები და აგროტურისტული მეურნეობები მდებარეობს საქართველოს შვიდ რეგიონში, კერძოდ: კახეთში, თუშეთში, სამცხე-ჯავახეთში, იმერეთში, გურიაში, აჭარასა და რაჭა-ლეჩხუმში და ყოველი მათგანი დატანილია რეგიონის რუკაზე.



ტურიზმი სოფლად, როგორც ტურისტული შეთავაზების ახალი ფორმა, ჩამოყალიბდა დიდ ინდუსტრიულ ქვეყნებში (დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, ბელგია და სხვ.), სადაც მცხოვრებთა მნიშვნელოვანი ნაწილი წარმოადგენდა სოფლიდან ჩამოსული მოსახლეობის მესამე თაობას, რომელთაც აღარ გააჩნდათ მჭიდრო ნათესაური კავშირები სოფლად. სოფლის გარემოში დასვენების მსურველნი არჩევდნენ მიმზიდველ რეგიონებს ქალაქგარეთ, ქირობდნენ საზაფხულო სახლებს, იხდიდნენ ქირისა და მომსახურების საფასურს, ამდენად მასპინძელ ოჯახებს გაუჩნდათ დამატებითი შემოსავალი, რამაც გამოიწვია დაინტერესება, რომ ეს საქმიანობა საკუთარ (საოჯახო) ბიზნესად გადაექციათ. აღსანიშნავია, რომ სოფლად ტურისტული მოღვაწეობა პირდაპირ უკავშირდება ადგილობრივ ინციატივებს. ამიტომაც თემის მობილიზაცია საერთო მიზნის მისაღწევად არის წარმატების მნიშვნელოვანი ფაქტორი.

აქტიური დასვენება სოფლის გარემოში, სადაც შესაძლებელია ცხენების, ველოსიპედების და სპორტული აღჭურვილობის დაქირავება, თევზაობა, ნადირობა, სოკოსა და კენკროვანი ხილის კრეფა, სამკურნალო მცენარეებისა და მინერალების მოპოვება და სხვ. ცხენებით გადაადგილების ერთ-ერთ კუთხეს წარმოადგენს ახმეტის რაიონი სოფელი დართლო.

სოფელი დართლო საქართველოს ისტორიულ მხარეს თუშეთს ეკუთვნის, ადმინისტრაციულად კი კახეთს (ახმეტის რაიონს). იგი მდებარეობს საქართველოს ჩრდილო-აღმოსავლეთ ნაწილში, პირიქითა თუშეთში. სოფელი დართლო თუშეთის სავიზიტო ბარათია, იგი გამოირჩევა ციხე-კოშკებით, უნიკალური ტყით, თოვლიანი მწვერვალებით და ა.შ.

საოჯახო სასტუმრო კომპლექსი "დართლო" სოფელი დართლო ადგილების



რაოდენობა: 12.

ტრადიციულად ნაგები საოჯახო სასტუმრო ტურისტებს სთავაზობს 6 ორადგილიან ოთახს. ეზოში მდებარეობს სამზარეულო, კაფე და სველი წერტილი. ოჯახი სტუმრებს სთავაზობს თუშურ სამზარეულოს და ნატურალურ პროდუქტს. აქ სტუმარს შეუძლია მონაწილეობა მიიღოს ხინკლისა და ლუდის დამზადებაში.

მწყემსურმა კულტურამ საუკუნეთა მანძილზე ხელი შეუწყო თუშეთის კულტურული და ყოფითი თავისებურებების, მხოლოდ მათთვის დამახასიათებელი ღირებულებითი სისტემისა და ცხოვრების წესის ჩამოყალიბებას. თუშური ცხვარი, ცხენი, მეცხვარე ნაგაზი, თუშური ყველი, ფარდაგი, თეჯა \_ ბუნებრივად გამოჰყავთ ფერები, თუშური ქუდი, ჭრელი წინდები, ჩითები (ნაქსოვი ფეხსაცმელი) და სხვა. თუშეთის ერთიან კულტურულ-ესთეტიკურ სივრცეს ქმნის თავისებური ეთნოფსიქოლოგიური წყობითა და სოციალური რიტუალების სისტემით.

ყველა პირობაა იმისათვის შექმნილი, რომ მათ თუშეთში განვითარდეს აგროტურიზმი რადგან, სოფელში გამოჰყავთ ცხვრის ჯიშები. მათი მატყლით ქსოვენ, ასევე გამოჰყავთ ე.წ. "გუდის ყველი", რომელიც დამახასიათებელია თუშური კულტურისათვის. იგი სპეციალურად დამუშავებულ ცხვრის ტყავში მზადდება, ვფიქრობთ უკეთესი იქნება თუ გაკეთდება საწარმო, სადაც ეს ყველი დამზადდება მათ თვალწინ და მოხდეს მათი ჩართვა ამ საქმიანობაში თუკი ისინი დაინტერესდებიან ამით, ისინი უფრო კარგად გაეცნობიან თუშების თვითმყოფად-კულტურას.

სოფელ დართლოში უნდა გაკეთდეს პატარა სახელოსნო, სადაც ადგილობრივი მოსახლეობა დასაქმდება, ქალები დაამუშავებენ მატყლს, მოქსოვენ და დაართავენ, შეკერავენ ტრადიციულ სამოსს. უნდა გაგრძელდეს ის ძველი ტრადიცია, როდესაც თუშები ავეჯს განსაკუთრებული ორნამენტებით ამზადებდნენ. ამ სახელოსნოში დამზადდება ყველა სუვენირი რაც სოფლის ტრადიციას უკავშირდება. მაგ.

მუსიკალური საკრავი – სალამური, რომელიც მეცხვარე კაცის ერთგული მეგობარი იყო. სახელოსნოშივე გაიხსნება მაღაზია, სადაც ტურისტულ სეზონზე გაიყიდება ეს პროდუქცია. ასევე შესაძლებელი იქნება ეს ყველაფერი ტურისტებმა ნახონ, მათ თვალწინ ხდებოდეს ეს პროცესი.

უკვე ვახსენეთ, რომ სოფელი დართლო ცნობილია უნიკალური არქიტექტურით – სიპი ქვით ნაგები კოშკებით. ტურისტული დატვირთვა მათ არ აქვთ. ჩვენ გვინდა რომ ერთ-ერთ ციხე-კოშკში გაკეთდეს მუზეუმი, სადაც დაცული და თავმოყრილი იქნება თუშური კულტურის-ნიმუშები.

დართლოში არის რამოდენიმე სახლი-სასტუმრო, საოჯახო სასტუმრო „სამციხე“ სოფ. დართლოს შუაგულში. სასტუმროში ერთდროულად 40 სტუმრის მიღებაა შესაძლებელი. სასტუმროს აივნიდან თუშეთის ულამაზესი მთების ხედით დატკბებით. ჩვენ ვფიქრობთ, რომ სასტუმრო უნდა გაკეთდეს ერთ კოშკში მაინც, თუმცა კოშკის ინტერიერი თუშურ კულტურაზე დაყრდნობით გადაწყდება. სოფელში უნდა განვითარდეს ისტორიულ-კულტურული და რელიგიური ტურიზმი, დართლოს ტერიტორიაზე ვხვდებით წარმართულ-ქრისტიანულ არქიტექტურას, შუა საუკუნეების მცირე ზომის სალოცავებს, აღსანიშნავია იაღსარი და მაღალოელის სალოცავები, ასევე გვხვდება ქრისტიანული ეკლესიებიც. ამ სოფლის დღესასწაულები დაკავშირებულია სალოცავებთან და ძველ რიტუალებთან, როგორცაა ცხვრის კვლა, სოფლის უხუცესი სიტყვით გამოდის ხატზე შეკრებილი ხალხის წინაშე და ა.შ. აქ უმეტეს სალოცავებში მხოლოდ მამაკაცებს შეუძლიათ შესვლა. ეს დღეობა იმართება აგვისტოს დასაწყისში და სამ დღეს გრძელდება. ამ დღესასწაულთანაა დაკავშირებული ტრადიცია, რომლის მიხედვითაც ხდება კენჭის ყრა და რომელიმე ოჯახს ევალება დღესასწაულზე სუფრის-გაწყობა.

რა შეიძლება გაკეთდეს ამ დღეებში?! სპეციალურად ტურისტებისათვის, ასევე უნდა მოეწყოს გამოფენა-გაყიდვა იმ ხალხური რეწვის ნიმუშების, რასაც სახელოსნოში დაამზადებს მოსახლეობა, დღეობის შემადგენელი ნაწილია საკრავები, კაფია და გარმონი, ხდება თუშური ფოლკლორის წარმოდგენა. ასევე წარმოდგენილი უნდა იყოს თუშური სამზარეულო: ხინკალი, დათხური, კალტი და ა.შ. მოხდება ლუდის ხარშვა.

ამ დღეობაზე იმართება დოღი, თუმცა უკეთესი იქნება ამან მასშტაბური ხასიათი მიიღოს ანუ სპეციალურად დოღის გამო შეიკრიბონ ცხენოსნობის მოყვარულები. საზოგადოებრივი ნაგებობებიდან აღსანიშნავია სოფელ დართლოს “საბჭო” თემური სამართალწარმოების იშვიათი მატერიალური ძეგლი.



აქ ნახევარწრიულად განლაგებული იყო 12 უხუცესის ქვის სავარძლები, სავარძლების წინ მიწაში ჩასმული იყო ორი ქვა – მომჩივანისა და



მოპასუხისათვის. ამჟამად ძეგლი დაზიანებულია და შემორჩენილია ქვის სამი სავარძელი, ჩვენ ვფიქრობთ ეს ძეგლი უსათუოდ უნდა აღდგეს, ამით ტურისტები უკეთესად შეიცნობენ ქვეყნის კულტურულ წარსულს. აქ ყველანაირი პირობაა ეკოტურიზმის განვითარებისათვის, თუშეთის დაცული ლანდშაფტი ყველა სოფელს მოიცავს, დართლოც ეროვნული პარკის შემადგენლობაშია შესული. საჭიროა ინფრასტრუქტურის განვითარება, დაზიანებული და სახეშეცვლილი ეკოსისტემის აღდგენა. ამ ტერიტორიაზე ვხვდებით ფლორისა და ფაუნის უნიკალურ წარმომადგენლებს. მაგ. მხოლოდ თუშეთში ბინადრობს კავკასიური შურთხი და როჭო. რაც საინტერესო იქნება ფრინველებზე დაკვირვების მოყვარულთათვის. დართლოში თოვლის საფარი ხუთი-ექვსი თვის განმავლობაში დევს. ტურისტული სეზონი ივლისიდან სექტემბრის შუა რიცხვებამდე გრძელდება, მაგრამ შესაძლებელია ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება, აქ უნდა გაკეთდეს, როგორც გუდაურში, ბაკურიანსა და მესტიაში სათხილამურო ტრასები და ზამთრის პერიოდშიც ტურისტულად აქტიური სოფელი იქნება. გადაადგილება შესაძლებელია მხოლოდ ორხიდიანი ავტომობილით, ეს უამრავი ბუნებრივი თუ ისტორიულ-კულტურული რესურსი რომ ტურისტულად ფუნქციურ ობიექტს წარმოადგენდეს, პირველ რიგში უნდა გაკეთდეს სოფელ დართლოში მიმავალი საავტომობილო გზა, მითუმეტეს რომ სოფელს სატრანსპორტო ფუნქციაც აქვს. იგი არის პირიქითის ხეობის ერთ-ერთი სოფელი, რომელზეც სოფელ გირევში მიმავალმა ტურისტმა უნდა გაიაროს, რათა თუშეთიდან ხევსურეთში გადასვლა შეძლოს. შოფელი დართლოს რესურსების ბაზაზე შესაძლებელია შემდეგი სახის ტურების ორგანიზება: სათავგადასავლო ლაშქრობები, ისტორიულ კულტურული ტურები, ფრინველებზე დაკვირვება, ტურები ფოტომოყვარულთათვის, კემპინგი ღიაღის ქვეშ და.შ.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, ქვემო ალვანში უნდა განვითარდეს ისტორიულ-კულტურული და რელიგიური ტურიზმი, რადგან ყველა პირობაა შექმნილი იმისათვის, რომ როგორც ქვემო ალვანში, ასევე მთათუშეთში მოქმედი საოჯახო სასტუმროები. კერძოდ: საოჯახო სასტუმრო კომპლექსი „დართლო“, ომალოში- საოჯახო სასტუმრო „კესლო“, ქვემო ალვანში საოჯახო სასტუმრო „მასპინძელი“ და ინდ. მეწარმე ღია ნახუცრიშვილი, რომელიც თავის საწარმოში ამზადებს ყველა ზემოთ ჩამოთვლილ ტრადიციული რეწვის ნიმუშებს, ეს კი საშუალებას მისცემს უცხოელ ტურისტებს მონაწილეობა მიიღონ თუშური ტრადიციული რეწვის საქმიანობაში.



რეგიონში საუკეთესო პირობებია ტურისტთა ნაკადების მოსაზიდად, რადგან ქვემო ალვანთან ახლოს არის ისეთი ისტორიული და კულტურული ძეგლები როგორცაა: ალავერდის ტაძარი, ბახტრიონი, გრემი,

ყვარლის ნაკრძალი, კვეტერა, ცხრაკარა, ბიძინა ჩოლოყაშვილის ნასახლარი, თეთრი გიორგის ეკლესია, შუა მთა და ა.შ.

ამასთან ერთად ყველა პირობაა შექმნილი იმისათვის, რომ ქვემო აღვანიდან მთათუშეთში მოეწყოს თუშური ცხენებით ადგილობრივი და უცხო ტურისტების გადაყვანა, რომელთაც სურთ მეტი ადრინალინის გამოყოფა. სასურველია პერსპექტივაში საოჯახო სასტუმროებმა ტრადიციული იერსახე არ დაკარგონ და ამავე დროს გარემოსთვის ზიანის მიყენების გარეშე მოხდეს ტურიზმისა და ტრადიციული სამეურნეო დარგების განვითარება. ე. ი. ყველა რესურსი არსებობს იმისათვის, რომ მთათუშეთის ინფრასტრუქტურის განვითარებას მეტი ყურადღება დაუთმონ, როგორც ადგილობრივმა, ასევე უცხოელმა ინვესტორებმა ინვესტიციების ჩადების მხრივ.

### 13.2 თუშეთი (5-12 დღიანი მასპინძლობა)

დღეების რაოდენობა დამოკიდებულია იმაზე, რეგიონის მონახულებას ფეხით გადაწყვიტავთ თუ ტრანსპორტით. თუშეთი საქართველოს ერთ-ერთი ულამაზესი მაღალმთიანი კუთხეა. მისი ზედა სოფლები მოფენილია ადრე და შუა საუკუნეებში ქვით ნაშენები ეგზოტიკური კოშკებით. ამ რეგიონში აღტაცებას იწვევს მრავალფეროვანი ხალხური ზეპირსიტყვიერება, ფოლკლორი, სიმღერები და ლუდის ხარშვის უნიკალური ტექნოლოგია.

#### გთავაზობთ 12 დღიან ტურს:

**დღე 1:** აეროპორტში დახვედრა, სასტუმროში განთავსება, დასვენება.

**დღე 2:** ღვინის სამშობლო საქართველოს ერთ-ერთი ულამაზესი და უნიკალური რეგიონის დათვალიერება –ბოდბის მონასტერი (VI- VII ს), სადაც მდებარეობს მოციქულთა სწორის – წმინდა ნინოს საფლავი, ალავერდის ტაძარი (XI ს), იყალთოს აკადემია, სამონასტრო ანსამბლი (VI, IX, X, XVIII სს), რესტავრირებული უძველესი ქალაქი – სიღნაღი, გრემის ციხე-ქალაქი (XV ს), შუამთის მონასტერი (VI- VII ს), წინანდლის რეზიდენცია, სადაც შემონახულია უძველესი ღვინის უნიკალური ჯიშები.

-კახური ღვინისა და ტრადიციული სუფრის დაგემოვნება.

-ღამის გათენება ქ. თელავის სასტუმროში.

**დღე 3:** კახეთიდან ტრანსპორტით უღელტეხილზე გადასვლა და ომალოს სასტუმროში დაბინავება.

**დღე 4:** ომალო – დიკლო – შენაქო - ომალო.

**დღე 5:** ომალო – დართლო

**დღე 6:** დართლო – დანო – დართლო

**დღე 7:** დართლო – ჭეშო

**დღე 8:** ჭეშო – ფარსმა – გირევი



**დღე 9:** გირევი – ფარსმა – ჭემო

**დღე 10:** ჭემო – დართლო

**დღე 11:** დართლო – ომალო

**დღე 12:** ომალო – კახეთი – თბილისი

-სალამოს გამოსამშვიდობებელი ბანკეტი თბილისში..

მომსახურებაში შედის:

-სასტუმროები;

-ტრანსპორტი;

-გიდი;

-სამჯერადი კვება.

სოფლად ტურიზმის განვითარება საშუალებას იძლევა დაასაქმოს ადგილობრივი მოსახლეობა და გაზარდოს ადგილობრივი პროდუქტის მოხმარება. დღეს, როდესაც სოფლად ცხოვრების პირობები რთულია და ადგილობრივ მცხოვრებთა ფინანსური შემოსავლები მცირეა, პროდუქტის გასაღების ბაზრების მოპოვება და პროდუქტის პირველადი ღირებულების გაზრდა მომსახურების დამატებით სიღარიბის დაძლევის პრიორიტეტული მიმართულებაა. მაგალითისათვის შეიძლება მოვიყვანოთ სოფლად ტრადიციული პროდუქტების წარმოება, რაც შეიძლება შემდეგი სქემით გამოისახოს: პირველადი პროდუქტი, პირველადი გადამუშავება, სასაქონლო ფორმა და რეალიზაცია. დამატებითი ღირებულების წარმოქმნის პროცესი შეიძლება მოიცავდეს ასევე სხვა მომსახურებას (ტრანსპორტი, ღამის გათევა, ტრადიციული ხელსაქმე და ა.შ.). ტურისტულ მომსახურებასთან ერთად ეს ქმნის ე.წ. პირდაპირი პროდუქტის დამატებითი ღირებულების ჯაჭვს, რაც მნიშვნელოვნად ზრდის ადგილობრივი მოსახლეობის პირდაპირ შემოსავალს. დამსვენებლებს მეწარმე, სოფლად– ტურისტულ მომსახურებასთან ერთად, სთავაზობს ადგილობრივ ტრადიციულ პროდუქტს. ამ შემთხვევაში ეს ტურისტული პროდუქტი ადგილზევე რეალიზდება, ანუ მყიდველი თავად მიდის მომწოდებლებთან, რაც, ერთი მხრივ, „უხილავი ექსპორტის“ სახეა და სარეალიზაციო ხარჯებს ამცირებს. „ქალაქს“ სოფლად შემოაქვს და გასცემს თავის დანაზოგს და შემოსავლის წყაროს უქმნის არა მხოლოდ მასპინძელს, ვინც აქირავებს სახლს, საკვებსა და პროდუქტებს ყიდის, არამედ ყველა იმ ადგილობრივ მცხოვრებს, ვინც არაპირდაპირ ჩართულია ტურისტულ მომსახურებაში (მაგ...ცხენების გამქირავებელი, გიდი-გამყოლი, ექიმი და სხვ.). გამოცდილი ტუროპერატორებისათვის ცნობილია, ტურისტული დანახარჯების რა ნაწილი იხარჯება ამა თუ იმ რგოლში, რაც სასურველია გათვალისწინებული იყოს სოფლად ტურისტული მეურნეობის საქმიანობისას. სოფლად ტურისტული საქმიანობის ხელშეწყობის მიზანი მდგომარეობს შემდეგში: ხელი შეუწყოს ადგილობრივი ფერმერების ცოდნისა და საშუალებების განვითარებას, რათა ტურისტულ საქმიანობაში ჩართულმა ფერმერებმა გარკვეული ცოდნისა და გამოცდილების შემდეგ ზემოთ ჩამოთვლილი ტურისტული მომსახურების უმეტესი ნაწილი დამოუკიდებლად განახორციელონ. ეს არის ადგილობრივი შემოსავლების ზრდის საუკეთესო გზა. ტურიზმის განვითარება სოფლად დაკავშირებულია რეგიონში ინფრასტრუქტურის განვითარებასთან (მომსახურების, ეკონომიკის, ტრანსპორტის, ინფრასტრუქტურის სფეროში). ტურიზმის წარმატება პირდაპირ აისახება სოფლად უძრავი ქონების ღირებულებაზე (მიწის ნაკვეთის, შენობა-ნაგებობების ფასი), რაც

მოსახლეობის კაპიტალიზაციას ზრდის, ფართოვდება საკვების წარმოება და გადამუშავება, სოფლის მცხოვრებთა ცოდნისა და კვალიფიკაციის დონე, რეგიონებში და სოფლებში ტურისტული ნაკადების მომსახურება. ბოლო პერიოდში სოფლის ტურიზმსა და აგროტურიზმზე მოთხოვნა იზრდება. ეს გამოწვეულია ურბანიზებული ტერიტორიების, შესაბამისად ქალაქური ცხოვრების ტემპის, ჰაერის დაბინძურების ზრდით. დასვენება სუფთა ჰაერზე და საღი პროდუქტებით კვება უფრო და უფრო აქტუალური ხდება. სასურველია, რომ სოფლად ტურისტული მოღვაწეობის ნებისმიერი ფორმა ეკოლოგიური და მდგრადი განვითარების პრინციპების გათვალისწინებით განვითარდეს, რათა გაიზარდოს ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკური აქტივობა და შემოსავლები.

### 13.3 სტუმარ-მასპინძლობა (ეთნოგრაფიული თემატიკიდან).

ეს არის დღემდე ცოცხლად მოქმედი, ყოფის უმნიშვნელოვანესი მოვლენაა, თუმცა ახალი ეპოქის მოთხოვნილების შედეგად ტრანსფორმირებული წესი.

მოხვეთა ცხოვრებაში, ისევე როგორც ზოგადად ქართველ ხალხში, პიროვნების პირადი ღირსებისა და ოჯახის თუ გვარ-შთამომავლობის ავტორიტეტის შექმნილ ფაქტორებს შორის სტუმართმოყვარეობასაც გარკვეული მნიშვნელობა ენიჭება. “სტუმარშინშეუყვანელი” კაცი ხალხის თვალში დამცირებული იყო და ეს თვისება სასაყვედუროდ ითვლებოდა.



სტუმართმოყვარეობა, როგორც ადამიანის ღირსების ერთ-ერთი გამოხატულება, მოითხოვდა მოქმედი ეტიკეტის დაცვას, სტუმრისადმი განსაკუთრებულ პატივისცემას. ამაში იგულისხმებოდა საუკეთესო საჭმელ-სასმელის მირთმევა, გართობა, დაძინება, იარაღის საიდუმლოდ შენახვა და ცხენის კვება. სტუმრის მიერ რაიმე საქმის გაკეთება ან მასპინძლის მაგივრად მისი სადმე გაგზავნა დაუშვებელი იყო. ამ შემთხვევაში მნიშვნელობა არ ჰქონდა სტუმრად ყოფნის ხანგრძლივობას და არც სტუმრის ვინაობას. ის მასპინძლის მეგობარიც რომ ყოფილიყო, საოჯახო საქმეში მისი ჩართვა სტუმარ-მასპინძლობის ნორმების დარღვევად ითვლებოდა.

ხევში დღემდე შენარჩუნებული ჩვეულების მიხედვით ოჯახში მომსვლელი მეზობელი, თუ სხვა სოფლის ან კუთხის მკვიდრი, რომელიმე მამაკაცის სახელს დაიძახებს. უმამაკაცო ოჯახშიც კი მიუღებელია ქალის სახელის დაძახება. ის, რაც

დღემდე სრულდება და უშუალო დაკვირვებით შეიძლება აღვიქვათ, კიდევ უფრო მტკიცედ დაცული იყო წარსულში.

ტრადიციულად უფრო მიღებული იყო ოჯახის უფროსის სახელის შეკვივლება ან ბავშვის შეგზავნა.

სტუმრების მიღება ოჯახის უფროსის ფუნქციას შეადგენდა, ხოლო სამყოფოში (სახლის მთავარ განყოფილებაში), სადაც კერა იყო მოწყობილი, მისალმება-მოკითხვების უფლებით სარგებლობდა რძლებს შორის უფროსი დიასახლისიც. მნელი არაა იმის მიხვედრა, რომ ასეთი სიტუაცია დამახასიათებელი იყო დიდი ოჯახისათვის, რომლის შემადგენლობაში რამდენიმე თაობა ერთ ჭერქვეშ ცხოვრობდა.

მცირერიცხოვან ოჯახში სტუმრის მიღებასა ზემოხსენებული წესის დაცვით სრულდებოდა და მიმღების როლში ოჯახის უფროსი ფიგურირებდა. ასეთ ოჯახში მისულ სტუმარს აუცილებლად შემოეგებებოდა ოჯახის უფროსი, სახლში შეიყვანდა, სკამზე დაჯდომას შესთავაზებდა.

სტუმარს მასპინძელი ხონჩასთან მიიწვევდა. ხონჩა ერქვა მცირე ზომის სამფეხა მაგიდას — სუფრას, რაც გამოიყენებოდა როგორც ოჯახის წევრის, ისე სტუმრის დასაპურებლად.



მოხვევები მასპინძლის მოვალეობას იმის ღრმა რწმენით ასრულებდნენ, რომ “სტუმარი ღვთისაა”, ხოლო მასპინძელი მარტოოდენ ერთი ოჯახი კი არაა, არამედ ყველა ნათესავი და მეზობელი, მთელი სოფელი. ბავშვობიდანვე ამ შეგნებით შთაგონებული მოხვევე თავს ვალდებულად თვლიდა სოფელში მოსული უცხო კაცისთვის მისალმებისთანავე მასპინძლობა შეეთავაზებინა.

სტუმრის მიღება და დაცვა, უწმინდეს საზოგადოებრივ მოვალეობად ითვლებოდა. მასპინძელს სტუმრის შენახვა ისეთ ვითარებაშიც ევალებოდა, როდესაც უკანასკნელი დევნილი იყო მოსისხლე მტრის ან დამსჯელი ორგანოებისაგან.

სტუმრად მყოფი კაცი მასპინძლის სანათესაოს მტერიც რომ აღმოჩენილიყო, სახლიდან მშვიდობიანად უნდა გაეცილებინა.

ხევის მცხოვრებთათვის დაუშვებელი იყო თემიდან მოკვეთილის სტუმრად მიღება.

### 13. 4. კლასიკური საქართველო- (10 დღიანი მასპინძლობა)

1 დღე: დახვედრა, განთავსება სასტუმროში. საღამოს - ტურის ხელმძღვანელისა და პროგრამის გაცნობა სტუმარ-მასპინძელთა ქართულ სუფრასთან.

2 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია - თბილისის ხედი ფუნიკულიორიდან. "თბილისი ულამაზესი ქალაქია" მარკო პოლო XII ს. სიონის საკათედრო ტაძარი (VII ს), ანჩისხატის სამნავიანი ბაზილიკა (VI ს), ხელოვნების მუზეუმის ოქროს ფონდი. ქ. მცხეთა (შეტანილია UNESCO-ს მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში): ჯვრის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი (586-604 წწ.), სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი (1010-1029 წწ.). თავისუფალი საღამო

1 დღე: დახვედრა, განთავსება სასტუმროში. საღამოს - ტურის ხელმძღვანელისა და პროგრამის გაცნობა სტუმარ-მასპინძელთა ქართულ სუფრასთან.

2 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია - თბილისის ხედი ფუნიკულიორიდან. "თბილისი ულამაზესი ქალაქია" მარკო პოლო XII ს. სიონის საკათედრო ტაძარი (VII ს), ანჩისხატის სამნავიანი ბაზილიკა (VI ს), ხელოვნების მუზეუმის ოქროს ფონდი. ქ. მცხეთა (შეტანილია UNESCO-ს მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში): ჯვრის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი (586-604 წწ.), სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი (1010-1029 წწ.). თავისუფალი საღამო.

3 დღე: აღმოსავლეთ საქართველო - კახეთი, ღვინის ქვეყანა (160 კმ.): ვეწვევით წინანდლის სახლ-მუზეუმს და მარანს ენოთეკით, ალავერდის სამონასტრო კომპლექსს (XI ს მსოფლიოს უმაღლეს ტაძართა ერთ-ერთი კლასიკური ნიმუში). გზა თბილისისაკენ კავკასიონის გასწვრივ: შუასაუკუნეების ციხე-ქალაქი გრემი, ნეკრესის სამონასტრო კომპლექსი (IV ს).

4 დღე: დასავლეთ საქართველო - ძვ. წ. I ათასწლეულის სამეფო-კოლხას დედაქალაქი -ქუთაისი (249 კმ): გზად ქუთაისისაკენ შესაძლებელია სტალინის სახლ-მუზეუმის მონახულება, მიმოხილვითი ექსკურსია ქუთაისში: ბაგრატის ტაძარი (XI ს.). გელათის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი (XII ს უძველესი აკადემია - "მეორე იერუსალიმი". შეტანილია UNESCO-ს მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში). თავისუფალი საღამო ქ. ქუთაისში.

5 დღე: ექსკურსიის გაგრძელება: მოწამეთა მონასტერი (VII ს), ტურის გაგრძელება აჭარის რეგიონში (138 კმ) გონიოს ციხე (ძვ. წ. IV ს საქართველო-თურქეთის საზღვრის მახლობლად).. საღამოს გასეირნება ქ. ბათუმის ზღვისპირა პარკში.

6 დღე: ბათუმი-საპორტო ქალაქი, მიმოხილვითი ექსკურსია: ვნახავთ აგრეთვე ბოტანიკურ ბაღს. საღამოს გამგზავრება კურორტ ბორჯომში: გაცნობა მსოფლიოში სახელგანთქმულ მინერალურ წყალს, "ბორჯომს" - წყაროდან. ღამისთევა ბორჯომში.



7 დღე: (სამრეთ საქართველო, 214 კმ): ვარძიის სამონასტრო ასამბლი -კლდეში ნაკვეთი ცამეტსართულიანი ქალაქი (XII-XIII სს), დაბრუნება თბილისში.

8 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია, საქართველოს მთიანეთი-კავკასიონი: საქართველოს სამხედრო გზა (150 კმ), ანანურის ისტორიულ-არქიტექტორული კომპლექსი, გუდაურის სამთო-სათხილამურო კურორტი, ჯვრის უღელტეხილი(2395 მ.), დაბა ყაზბეგი, გერგეთის სამება(2170 მ) ულამაზესი ხედით ყაზბეგის მწვერვალზე(5033 მ). დაბრუნება თბილისში..

9 დღე: (შიდა ქართლის რეგიონი): თბილისთან ახლომდებარე ბოლნისის სიონი(V ს) და დმანისის ნაქალაქარი – პირველი ევროპელის სამშობლო. დაბრუნება თბილისში. სალამოს - სტუმართა გაცილების ქართული სუფრა.

10 დღე: სტუმართა გამგზავრება.

### 13. 5. მოგზაურობა აბრეშუმის გზაზე (12 დღიანი მასპინძლობა)



ათასწლეულების განმავლობაში საქართველო ასრულებდა ევროპისა და აზიის დამაკავშირებელი ე.წ. "აბრეშუმის გზის" ფუნქციას. ამ საქარავნო გზით გადაჰქონდათ აბრეშუმი აზიიდან ევროპაში, სახელწოდებაც აქედან მოდის. «კოლხ მოგზაურ ვაჭართა შორის კარტოგრაფიის ხელოვნება ბერძნებზე ბევრად უფრო ადრე ყოფილა ხმარებაში» აპოლონ როდოსელი (ძვ.წ. III ს). საქართველომ ეს ფუნქცია კონსტანტინეპოლის დაცემის შემდეგ 1453 წელს დაკარგა. საქართველო დღეს კვლავ იბრუნებს ამ როლს ევროკავშირის დახმარებით (ე.წ. «ტრასეკას» პროექტი).

1 დღე: დახვედრა, განთავსება სასტუმროში. ტურის ხელმძღვანელისა და პროგრამის გაცნობა. გასეირნება ღამის თბილისში – ისტორიულ აბანოთუბანში.

2 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია, თბილისი-მცხეთა: მეტეხის ეკლესია, ქარვასლა (ქარავანსარაი), მცხეთის ხედი ჯვრის ისტორიულ-არქიტექტურული

კომპლექსიდან; შოპინგ საათი – თბილისელ ხელოვანთა ნახატები, სუვენირები, ძველი ნივთები. საღამოს შეგიძლიათ გოგირდოვანი აბანოს დაკვეთა (ფასი – 25 ევრო კაცზე). «აქ წყალი ცხელია უცეცხლოდ» (არაბი მოგზაური იბნ ჰაუკალი, X ს). აქ უბანავიანთ ფრანგ მოგზაურს შარდენს, ტურნეფორს, რუს პოეტებს პუშკინს, გრიბოედოვს...



3 დღე: დასავლეთ საქართველო (280 კმ), გზად – უფლისციხე. მიმოხილვითი ექსკურსია: ქუთაისი - ბაგრატის ტაძარი, გელათის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი. ვანი: ანტიკური დროის ნაქალაქარი.

4 დღე: ფოთი (ფაზისი), ბათუმი–საპორტო ქალაქი (77 კმ), მიმოხილვითი ექსკურსია: ბოტანიკური ბაღი, გონიოს ციხე. საღამოს მატარებლით დაბრუნება თბილისში.

5 დღე: დავით გარეჯის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი, ციხე-ქალაქი სიღნაღი. საღამოს მატარებლით გამგზავრება აზერბაიჯანში.



6 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია ბაქოში: ძველი ქალაქი, "ქალწულთა კოშკი" – გიზ გალასი (VII-XI სს), კარავანსარაი (XV ს), "ზაილოვის ქვები" (XII ს). თავისუფალი საღამო.

7 დღე: აზერბაიჯანის ხალიჩების მუზეუმი, უსეუმ-ნაკრძალი «შირვანშახების სასახლე» (მე-15ს) – აზერბაიჯანის არქიტექტურის მარგალიტი, რომელიც განლაგებულია ბაქოს ძველ ციხე-სიმაგრეში. საღამოს მატარებლით დაბრუნება თბილისში.

8 დღე: ბოლნისის სიონი და დმანისის ნაქალაქარი, საღამოს მატარებლით გამგზავრება სომხეთში.

9 დღე: ერევანი - მიმოხილვითი ექსკურსია: გარნის ტაძარი (II ს-ის ერთადერთი წარმართული ტაძარი, რომელიც დღემდე დგას სასომხეთში), სამონასტრო კომპლექსი ეჩმიაძინი. თავისუფალი საღამო.

10 დღე: სევანის ტბა, ევრაზიის ერთერთი უდიდესი ტბა მთებში. საღამოს დაბრუნება თბილისში.



11 დღე: ვარძია, კლდეში ნაკვეთი სამონასტრო ქალაქი.

12 დღე: სტუმართა გამგზავრება.

### 13. 6. არგონავტების ნაკვალევზე (9 დღიანი მასპინძლობა)

კაცობრიობის ისტორიაში ძნელად თუ მოიძებნება მოვლენა, რომელსაც ისეთი გრანდიოზული კვალი დაემჩნიოს მსოფლიო ცივილიზაციისათვის, როგორც 25 საუკუნეაგან მითს „ოქროს საწმისის“ შესახებ. ბერძენი „არგონავტები“ და იაზონი; ოქროს საწმისი და კოლხეთიდან მისი გატაცების ისტორია; კოლხთა მეფის გრძნეული ასული მედეასა და იაზონის ტრაგიკული სიყვარული; მედეა, როგორც შვილთმკვლელი დედა; მედეას სახელი მკურნალობისა და ფარმაციის საერთო სახელი – მედიცინეს საფუძველი, ფაზისის ნაპირებიდან წყვანილი ქართული ხობობის – ფაზანის მსოფლიოში გავრცელება



ის ისტორია და ა.შ. გახდა ევრიპიდეს, სოფოკლეს, სენეკას, ესქილეს, როდოსელის, ოვიდიუსის, ჰეროდოტეს, პლატონის, არისტოტელეს, ციცერონის და შემდგომ, იტალიის, საფრანგეთის, გერმანიის, ინგლისის, ბალკანეთის, ამერიკის და ა.შ. ქვეყნების ცნობილ პირთა მოღვაწეობის სერიოზული ყურადღების ღირსი.

1 დღე: დახვედრა თურქეთში ქ. სტამბულის (ანტიკური კონსტანტინოპოლის) აეროპორტში, ტრანსფერი, განთავსება სასტუმროში. თავისუფალი საღამო.

2 დღე: სტამბული. მიმოხილვითი ექსკურსია. საღამოს «შოპინგ საათი».



3 დღე: ტრანსფერი სტამბულის აეროპორტში. გამგზავრება საქართველოში. ქ. ბათუმი (აჭარის რეგიონი). განთავსება სასტუმროში. (ტურის დაწყება და სტუმართა მიღება შესაძლებელია აგრეთვე ბათუმის აეროპორტში ან საზღვაო პორტში).

4 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია ანტიკური დროის საპორტო ქალაქებში: ბათუმი (ბათუს – ღრმა ყურე) - გონიოს ციხე, ბოტანიკური ბაღი და გამგზავრება ფოთში (ფაზისი) - გასეირნება მდ. რიონზე, პალიასტომის ტბაზე. ღამისთევა ფოთში.



5 დღე: გამგზავრება სვანეთში („სვანეთში ნიაღვრებს ჩამოაქვს ოქრო, სვანები აგროვებენ მას ცხვრის ტყავების საშუალებით“- სტრაბონი I ს.), ადმინისტრაციული ცენტრი მესტია. ღამე მესტიაში.

6 დღე მესტიის ისტორიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი. თავისუფალი საღამო.

7 დღე: გამგზავრება ქუთაისში (ძვ.წ. I ათასწლეულის სამეფო კოლხას დედაქალაქში), მიმოხილვითი ექსკურსია: გელათის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი, ბაგრატის ტაძარი, ვანი – ანტიკური დროის ნაქალაქარი. ღამისთევა ქუთაისში.

8 დღე: გზად თბილისისაკენ უფლისციხე (ძვ.წ. VI-V სს, კლდეში ნაკვეთი ანტიკური დროის ნაქალაქარი), მცხეთა (I ათასწლეულის იბერიის სამეფო დედაქალაქი) - სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი, „კომპეუსის ხიდის“ ნანგრევები. თბილისი, მიმოხილვითი ექსკურსია: ციხე-სიმაგრე ნარიყალა(IV ს.). სიონის საკათედრო ტაძარი, საქართველოს არქეოლოგიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი.

9 დღე: სტუმართა გამგზავრება – ტრანსფერი თბილისის აეროპორტში.



### 13. 7. ბუნებრივი ნაკრძალები (8 დღიანი მასპინძლობა)



სამხრეთ კავკასიაში არსებულ მცირე ნაკრძალს აბსოლუტური უმრავლესობა საქართველოშია. ბუნებრივმა პირობებმა ბევრად განაპირობეს, რომ მაღალმთიანი რეგიონები განსაკუთრებით მდიდარია ანტიკური დროიდან შემორჩენილი წეს-ჩვეულებებით, მრავალსაუკუნოვანი ციხე-სოფლებითა და ველური ბუნების ოაზისებით.

1 დღე: დახვედრა, განთავსება სასტუმროში, ღამის თბილისის ხედი ფუნქციონირიდან.

2 დღე თბილისი-მცხეთა, მიმოხილვითი ექსკურსია: მეტეხის ეკლესია ხედიტ აბანოთუბანზე, ბოტანიკური ბაღი (დაარსებულია XVIII-ის I ნახ), ეთნოგრაფიული მუზეუმი ღია ცის ქვეშ, კუს ტბა – თბილისელთა საყვარელი დასვენების ადგილი. ქ. მცხეთა, ხედი ჯვრის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსიდან, შიომღვიმის სამონასტრო კომპლექსი (VI ს.). თავისუფალი საღამო.

3 დღე: დასავლეთ საქართველო, ვერტმფრენით გამგზავრება სვანეთის რეგიონში (შეტანილია UNESCO-ს მსოფლიო საგანძურთა ნუსხაში). მიმოხილვითი ექსკურსია: ადმინისტრაციული ცენტრი მესტია (1420 მ) - მრავალსაუკუნოვანი საცხოვრებელი ციხე-კოშკები ულამაზესი ხედებით. ისტორიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი.

4 დღე: სოფელი უშგული (2200 მ, ყველაზე მაღალი დასახლებული სოფელი ევროპაში). გაგაცნობთ ხელუხლებელი ბუნების, სვანური ყოფისა თუ ქრისტიანული და წარმართული რელიგიათა შერწყმის უნიკალურობა. ღამისთევა უშგულში.

5 დღე : მიმოხილვითი ექსკურსია სოფელ უშგულში. თავისუფალი საღამო.

6 დღე: ვერტმფრენით გამგზავრება ხევსურეთში, მიმოხილვითი ექსკურსია: ცენტრალური დასახლებული სოფელი – შატლი, ღამისთევა შატლში.

7 დღე: ვერტმფრენით გამგზავრება თუშეთისაკენ (აღმოსავლეთ



საქართველო). მიმოხილვითი ექსკურსია: ცენტრალური დასახლებული სოფელი-ომალო - "ეთნოგრაფიული მუზეუმი ღია ცის ქვეშ". ისტორიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი. საღამოს დაბრუნება თბილისში.

8 დღე: სტუმართა გამგზავრება.

ზემოაღნიშნული ტურები ავტოტრანსპორტით: ტურის ხანგრძლივობა: ყოველ რეგიონში 8 დღე. სეზონი მაისი-ოქტომბერი.

**სვანეთი** - ანტიკური დროიდან აოცებდა სტრაბონს, როდოსელს, აპიანეს, სხვა გეოგრაფებს, ისტორიკოსებს, პოეტებს. "სვანეთში ნიავდვრებს ჩამოაქვს ოქრო"-წერდა სტრაბონი (II ს.). სამხრეთ კავკასიაში არსებულ 540 მიწიდან ნახევარი სვანეთშია. აქაა ევროპაში ყველაზე მაღალი დასახლებული სოფელი - უშგული (2200მ.). სვანეთში 270-მდე საცხოვრებელი ციხე-კოშკია, რომელთა უმეტესობა სულ მცირე ათასი წლისაა და 6 სართულს აღწევს. აქ გადარჩა საქართველოს სხვადასხვა კუთხიდან ამოტანილი ხატები, ხელნაწერები, ისტორიული განძეულობა...

1 დღე: დახვედრა, განთავსება. 2 დღე: თბილისის და მცხეთის ტური. 3 დღე: გამგზავრება სვანეთში (დასავლეთ საქართველო), გზად სვანეთისაკენ - ქ. ქუთაისი, მიმოხილვითი ექსკურსია: გელათის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი, ბაგრატიის ტაძარი, სათაფლია - სახელმწიფო ნაკრძალი მიწისქვეშა კასტრული მღვიმეებით. ღამისთევა ქუთაისში. 4 დღე: გამგზავრება სვანეთის რეგიონში (210 კმ), მიმოხილვითი ექსკურსია: ადმინისტრაციული ცენტრი მესტია (1420 მ). ისტორიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი. თავისუფალი საღამო. 5 დღე: სოფ. უშგული (42 კმ). თავისუფალი საღამო. 6 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია სოფელ უშგულში (შესაძლებელია ლაშქრობა ცხენით ან ფეხით). ღამისთევა მესტიაში. 7 დღე: დაბრუნება თბილისში. თავისუფალი საღამო. 8 დღე: გამგზავრება.

**თუშეთი** - ცენტრალური დასახლებული სოფელი - ომალო. სოფელი ესაა საგვარეულო თემი საკუთარი საკულტო სალოცავებით, საცხოვრებელი და საომარი დანიშნულებების ციხე-სახლებით, წიწვოვანი ტყეებითა და ალპური მდელოებით. საოცრად ანტიკურია სოფლის საკულტო დღესასწაულები, საოჯახო საქმიანობა: ხალიჩების ქსოვისა თუ ლუდის ხარშვის არქაული პროცესი. პარადოქსია, მაგრამ ფაქტია, რომ აქ წარმართული ძეგლები გაცილებით მეტია ქრისტიანულზე.

1 დღე: დახვედრა, განთავსება. 2 დღე: თბილისის და მცხეთის ტური. 3 დღე: გზად თუშეთისაკენ ალავერდის სამონასტრო კომპლექსი. ღამისთევა სოფლის სახლში. 4 დღე: ცენტრალური დასახლებული სოფელი ომალო. თავისუფალი საღამო.

5 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია: ომალო - "ეთნოგრაფიული მუზეუმი ღია ცის ქვეშ".  
6 დღე: ისტორიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი. (შესაძლებელია ლაშქრობა ცხენით ან ფეხით). 7 დღე: დაბრუნება თბილისში. თავისუფალი საღამო. 8 დღე: გამგზავრება.

**ხევსურეთი** - დასერილი სამი ღრმა ხეობითა და ოთხი მყინვარიანი ქედით. შატილი – სოფელი მიუვალ კლდეებზე მრავალსაუკუნოვანი საცხოვრებელი ციხე-კოშკებით, რომლებიც საჰაერო ხიდებით უკავშირდებიან ერთმანეთს. ანატორიის აკლდამა - სულ რაღაც რამდენიმე ათეული წლის წინათ უკურნებელი სენით შეპყრობილი ხევსური გაეცლებოდა ოჯახს და სიკვდილს აქ ელოდებოდა. ხევსურთა მხედრული ბუნების გამო ზოგი მკვლევარი მათ წარმომავლობას "ჯვაროსნებს" უკავშირებს. ხევსურეთიდან მოდის ის უძველესი ტრადიცია – მეგრძოლ მამაკაცებს შესწრებული ქალი მანდილს რომ ჩააგდებდა მათ შორის.

1 დღე: დახვედრა, განთავსება. 2 დღე: თბილისის და მცხეთის ტური. 3 დღე: გზად ხევსურეთისაკენ ანანურის ისტორიულ-არქიტექტორული კომპლექსი, გუდანის წმინდა გიორგი - ხევსურთა მთავარი საკულტო ადგილი. ღამისთევა სოფ. ბარისახოში. 4 დღე: ცენტრალური დასახლებული სოფელი შატილი. თავისუფალი საღამო. 5 დღე: ანატორიის აკლდამა. თავისუფალი საღამო. 6 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია. (შესაძლებელია ლაშქრობა ცხენით ან ფეხით). 7 დღე: დაბრუნება თბილისში. თავისუფალი საღამო. 8 დღე: გამგზავრება.

ეთნო ტური - დამატება წინასწარი დაკვეთით:

ტურის ხანგრძლივობა 2 დღე.

1 დღე: სტუმრად ქართულ ოჯახში. მონაწილეობა საოჯახო შრომით რიტუალში (რთველი, ღვინის მოვლა, «ზაოდობა», ხალიჩების ქსოვა, კალოობა, ლუდის ხარშვა, ყველის დამზადება და ა.შ. სეზონის შესაბამისად და მხარის შრომითი ტრადიციების გათვალისწინებით). საღამოს სტუმარ-მასპინძლის ურთიერთგაცნობა ტრადიციულ ქართულ სუფრაზე.

2 დღე: მონაწილეობა ოჯახის ყოფითი რიტუალის მომზადებასა და მსვლელობაში: ქართულ ტრადიციულ ნიშნობაში, ჯვრისწერაში, ქორწილში, ნათლობაში, საიუბილეო საღამოზე და ა.შ. ფოლკლორის (ხალხური ცეკვა-სიმღერის) თანხლებით.

### **13. 8. ღვინის ოდისეა (8 დღიანი მასპინძლობა)**

საქართველო ღვინის აკვანია, კახეთი კი მის გულს წარმოადგენს, თუმცა ქვეყნის ყველა რეგიონში იწარმოება ღვინო. ღვინის კერამიკული ჭურჭელი "ქვევრი" შეგზვდებათ თითქმის ყველა ანტიკურ ძეგლთან. ყურძნის რელიეფს ხშირად



შეხვედებით ეკლესიის ფასადებზე. ქართველთათვის უდუდეს უპატივისცემლობად ითვლება თუ უარს იტყვით შეთავაზებულ ღვინოზე, რადგან საქართველოში არაა ცუდი ღვინო, არსებობს მხოლოდ კარგი და უკეთესი. განსაკუთრებით საოცარია ღვინო, რომელიც მომზადებულია "გლახურად". "მთელს მსოფლიოში არსად ისე კარგად არ ეხამება ადგილობრივი ღვინო ადგილობრივ კერძებს როგორც საქართველოში" - დეკანტერი-ინგლისური ჟურნალი.

1 დღე: დახვედრა თბილისის აეროპორტში, განთავსება სასტუმროში. ტურის ხელმძღვანელის, პროგრამისა და ურთიერთგაცნობის ცერემონიალი ქვევრის პირას. (მოვხდით ქვევრს და გავსინჯავთ ღვინოს ქვევრიდან – ასე ხვდებიან საპატიო სტუმარს საქართველოში).

2 დღე: მიმოხილვითი ექსკურსია თბილისი-მცხეთა: გასეირნება ძველ თბილისში ("დედას პური", გუდის ყველი და ჭიქა ღვინო თონესთან). ქართლის დედა – მონუმენტი ღვინით სავსე სასმისითა და ხმლით ხელში, ეთნოგრაფიული მუზეუმი ღია ცის ქვეშ – საქართველოს ყველა მხარისათვის დამახასიათებელი სახლ-კართა და მევენახეობა-მეღვინეობის ატრიბუტიკით, საქართველოს არქეოლოგიისა და ეთნოგრაფიის მუზეუმი. მცხეთა: სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი, არმაზხევის საველე მუზეუმი. საღამოს სტუმარ-მასპინძლობის ქართული სუფრა.

3 დღე: აღმოსავლეთ საქართველო-კახეთი, ღვინის ქვეყანა: წინანდლის სახლ-მუზეუმი და მარანი ენოთეკით – 1600 დასახელების 185 000 ბოთლი ორსაუკუნოვანი ღვინო. 10 ოქროსა და 9 ვერცხლის მედალის მფლობელ ღვინო «წინანდლის» დეგუსტაცია, მეფე ერეკლეს სახლ-მუზეუმი, იყალთოს აკადემია – XI საუკუნიდან აქ ისწავლებოდა მეღვინეობა, მევენახეობა, კერამიკა. ალავერდის სამონასტრო კომპლექსი შევიტყობთ ქართული სუფრის ეგზოტიკას "ალავერდობის" საეკლესიო რიტუალში. გავივლით ციხე-ქალაქ გრემს, "გრემის" კონიაკის ქარხანას, ნეკრესის სამონასტრო კომპლექსს. საღამოს კახური ეგზოტიკური სუფრა: თონიდან – პურით, ბუხრიდან – მწვადით, არაყსახდელიდან - "ჭაჭით", კასრიდან – ღვინით. ღამისთევა სოფლის სახლში.

4 დღე: სოფელი ვაზისაუბანი (ვაზი+უბანი) – გლახური ღვინოების დეგუსტაცია, მევენახეობა-მეღვინეობის კვლევითი ცენტრი, გურჯაანის ღვინის ქარხანა (ვაზის მოვლისა და ღვინის დამზადების «საიდუმლოებანი»). გზად თბილისისაკენ დავით გარეჯის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი (VI ს. ვაზი და ღვინო საეკლესიო

რიტუალში). თავისუფალი საღამო. (შეგიძლიათ ღვინის სასმისთა უნიკალური კოლექციის შექმნა თბილისელ ხელოვანთა ბაზრობაზე).

5 დღე: დასავლეთ საქართველო-ქუთაისი, გზად უფლისციხე (კლდეში



ნაკვეთი ანტიკური დროის ნაქალაქარი. ვაზი და ღვინო ანტიკური ციხე-ქალაქების ცხოვრებაში). გელათის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი, სათაფლია (ყოფილი ნავენახევი) სახელმწიფო ნაკრძალი, "ვარციხის" კონიაკის ქარხანა. საღამოს «იმერული სუფრა». ღამისთევა ქუთაისში.

6 დღე: რაჭის რეგიონი: ნიკორწმინდის ტაძარი (1010-1014 წწ). წითელი, მოტკბო, სტალინის საყვარელი ღვინო – "ხვანჭკარის" დეგუსტაცია..

7 დღე: დაბრუნება თბილისში. საღამოს სტუმრებთან დამშვიდობების ქართული სუფრა – სამახსოვრო ფოტოსურათებით.

8 დღე: დილის ქართული საუზმე. სტუმართა გამგზავრება – ტრანსფერით თბილისის აეროპორტში.

### 13.9 აქტიური ტურები



ტურის ხანგრძლივობა: 6 დღე. სეზონი ნოემბერ-დეკემბერი.

1 დღე: დახვედრა, ტრანსფერი, განთავსება ტურისტული კომპანიის სასტუმროში, თავისუფალი საღამო.

2 დღე: გამგზავრება აღმოსავლეთ საქართველოში (180 კმ), მიმოხილვითი ექსკურსია: ციხე-ქალაქი სიღნაღი, ბოდბის მონასტერი, საღამოს განთავსება



კავკასიონის კალთებისა და მდ. ალაზნის მიმდებარედ - მონადირის სახლში. სამონადირეო წესებისა და პირობების გაცნობა, შესაბამისი ფორმალობები. შეხვედრა ეგერებთან (გამყოლებთან), იარაღისა და ძაღლების შერჩევა, ნადირობის დაგეგმვა. თავისუფალი საღამო.

3 - 4 დღე: გასვლა სანადიროდ, განწესება ჩასაფრების ადგილებში, სარეკების მოწყობა, ნადირობა. ნანადირევის მოძიება, ტრანსპორტირება მონადირის სახლში, დამუშავება ეგერების (გამყოლების) დახმარებით. გამარჯვებული მონადირის დაჯილდოვება.

5 დღე: დაბრუნება თბილისში, მიმოხილვითი ექსკურსია: სამების ტაძარი, მეტეხის ეკლესია, აბანოთუბანი, სიონის საკათედრო ტაძარი, ანჩისხატის ეკლესია. საღამოს ნანადირევისაგან დამზადებული ქართული სამზარეულოს გაცნობა კომპანიის ეთნოგრაფიულ რესტორანში.

6 დღე: გამგზავრება, ტრანსფერი.

**ნადირობა ფრინველზე** (ტურის ხანგრძლიობა 6 დღე, სეზონი აგვისტო-თებერვალი).



1 დღე: დახვედრა, ტრანსფერი, განთავსება ტურისტული კომპანიის სასტუმროში, თავისუფალი საღამო.

2 დღე: გამგზავრება აღმოსავლეთ საქართველოში (180 კმ) – დავით გარეჯის სამონასტრო კომპლექსი, ციხე-ქალაქი სიღნაღი, საღამოს განთავსება კავკასიონის კალთებისა და მდ. ალაზნის მიმდებარედ, მონადირის სახლში, სამონადირეო წესებისა და პირობების გაცნობა, შესაბამისი ფორმალობები. შეხვედრა ეგერებთან (გამყოლებთან), იარაღისა და ძაღლების შერჩევა, ნადირობის დაგეგმვა. თავისუფალი საღამო.

3 - 4 დღე: გასვლა სანადიროდ. ნადირობის ორგანიზება: სველე ნადირობა ან საფარის მოწყობა-განთავსება (ფრინველის სახეობის შესაბამისად). ნანადირევის მოძიება, ტრანსპორტირება მონადირის სახლში, დამუშავება ეგერების (გამყოლების) დახმარებით. გამარჯვებული მონადირის დაჯილდოვება.

5 დღე: დაბრუნება თბილისში, მიმოხილვითი ექსკურსია თბილისი, მცხეთა: აბანოთუბანი, ეთნოგრაფიული მუზეუმი ღია ცის ქვეშ, ჯვრის მონასტერი, სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი. საღამოს ნანადირევისაგან დამზადებული ქართული სამზარეულოს გაცნობა კომპანიის ეთნოგრაფიულ რესტორანში.

6 დღე: გამგზავრება, ტრანსფერი.

**თევზაობა მდინარეზე და ტბაზე** (ტურის ხანგრძლიობა 6 დღე)

1 დღე: დახვედრა, ტრანსფერი, განთავსება ტურისტული კომპანიის სასტუმროში, თავისუფალი საღამო.

2 დღე: გამგზავრება სათევზაოდ თბილისიდან 120-180 კმ-ის ფარგლებში (შემოგთავაზებთ ათამდე მარშრუტს), სათევზაო ადგილის შერჩევა, კარვების გაშლა-განთავსება, მეთევზეთა საერთო კარავის მოწყობა, თევზაობის წესების, პირობების გაცნობა; მეთევზეთა ადგილების დამაგრება, თავისუფალი საღამო.

3 - 4 დღე: გასვლა მეთევზეთა დამაგრებულ სათევზაო ადგილებში, თევზაობა, დაჭერილი თევზის შეგროვება, ტრანსპორტირება მეთევზეთა კარავში, დამუშავება მომსახურე პერსონალის დახმარებით, გამარჯვებული მეთევზის დაჯილდოვება.

5 დღე: კარვების აშლა, დაბრუნება თბილისში, მიმოხილვითი ექსკურსია თბილისი, მცხეთა: სამების ტაძარი, აბანოთუბანი, ჯვრის მონასტერი. საღამოს «თევზეულისაგან დამზადებული ქართული სამზარეულოს» გაცნობა კომპანიის ეთნოგრაფიულ რესტორანში.

6 დღე: გამგზავრება, ტრანსფერი.

### 13.10 ლაშქრობები (ტურის ხანგრძლიობა 1-5 დღე, სეზონი მაისი-ოქტომბერი). ზედაზენი

გამგზავრება საგურამოში (20 კმ). ლაშქრობა: ი. ჭავჭავაძის სახლ-მუზეუმი, ძველი ეკლესია, ზედაზენის ისტორიულ-არქიტექტურული კომპლექსი (3 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

#### არმაზი.

გამგზავრება ქ. მცხეთაში (15 კმ). ლაშქრობა: საველე მუზეუმი, არმაზციხე, ღვთისმშობლის ეკლესია (5 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

#### ბეთანია.

ლაშქრობა: მდ. ვერეს ხეობა, ბეთანიის სამონასტრო კომპლექსი (5 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

#### კავკასიონი

1 დღე: გამგზავრება - საქართველოს სამხედრო გზა, დაბა ყაზბეგი (149 კმ). ლაშქრობა: გერგეთის სამება (2070 მ), ღამისთევა კარვებში. 2 დღე: ტაძრის დათვალიერება, დაბა ყაზბეგი (3 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

#### კავკასიონი

1 დღე: გამგზავრება - საქართველოს სამხედრო გზა, სოფ. ჯუთა (120 კმ). ლაშქრობა: დაბანაკება 2800 მეტრზე, ღამისთევა კარვებში. 2 დღე: გასეირნება ტბაზე, ალპური ფლორა და ფაუნა, სოფ. ჯუთა (5 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

### **კაკასიონი**

1 დღე: გამგზავრება კახეთში, თამარის წყარო (130 კმ). ლაშქრობა: ნეკრესის სამონასტრო კომპლექსი (2 კმ), დაბრუნება, ღამისთევა სოფლის სახლში. 2 დღე: 40 მოწამის ეკლესია, სანაგირის სამონასტრო კომპლექსი (3 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

### **ბირთვისი**

1 დღე: გამგზავრება სოფ. ტბისში (75 კმ). ლაშქრობა: სოფელი ციხე, დედაციხე (5 კმ), ღამისთევა კარვებში. 2 დღე: შეუპოვარის ციხე, სოფელი ტბისი (7 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

### **ფიტარეთი**

1 დღე: გამგზავრება სოფ. ტანძიაში (75 კმ.), სულხან საბა ორბელიანის სახლმუზეუმი. ლაშქრობა: მდინარე ხრამის ფორსირება, ციხესიმაგრე ხულუტი (4 კმ), ღამისთევა კარვებში. 2 დღე: მიტოვებული სოფ. ფიტარეთი, ფიტარეთის მონასტერი (7 კმ), ღამისთევა კარვებში. 3 დღე: სოფ. ახკალა (5 კმ). საღამოს დაბრუნება თბილისში.

### **ვარძია**

1 დღე: გამგზავრება სოფ. გოგაშენში (240 კმ.). ლაშქრობა: ვარძია, ზედა ვარძია(4 კმ), ღამისთევა კარვებში. 2 დღე: ვანის ქვაბები, თმოგვის ციხე (7 კმ.), ღამისთევა კარვებში. 3 დღე: სოფ. ხერთვისი, ხერთვისის ციხე-სიმაგრე (12 კმ) ღამისთევა კარვებში. 4 დღე: დაბრუნება თბილისში.

### **ტვიბერის ხეობა**

1 დღე: გამგზავრება ზუგდიდში (339 კმ), დადიანების სასახლე, ღამისთევა ზუგდიდი. 2 დღე: მესტია - ეთნოგრაფიული მუზეუმი, ნარზანის წყარო. 3 დღე: სოფ. ჟაბეში (1600 მ), ტვიბერის ხეობა, მაცხოვარის ეკლესია, ღამისთევა ჟაბეში. 4 დღე: დაბრუნება მესტიაში. თავისუფალი საღამო. 5 დღე: დაბრუნება თბილისში.

### **ცხენოსნობა**



ჩვენ გვაქვს შესაძლებლობა ორგანიზება გავუწიოთ საცხენოსნო ტურებს საქართველოს მთიან რეგიონებში. მთებში ცხოვრება წარმოდგენილია ცხენის გარეშე, განსაკუთრებით კი – ხევსურეთის, თუშეთის, ხევის, რაჭის პროვინციებში. კაკასიური ცხენი ძალიან ძლიერი და მოხერხებულია (სწრაფია), თქვენ ისინი გატარებენ მთის ბილიკებზე და თქვენ თავს იგრძნობთ, როგორც ამ არაჩვეულებრივი ადგილების განუყოფელი ნაწილი.



### 13.11 მასპინძლობა სიღნაღში

**სიღნაღი** - უძველესი ისტორიული ქალაქი კახეთში. თბილისიდან 113 კმ-ზე მდებარე პატარა არქიტექტურული შედევერი, რომლის კოლორიტს განუმეორებელ ხიზლს მატებს წინაქრისტიანული და შუა საუკუნეების ხელოვნების ძეგლთა სიმრავლე. არაჩვეულებრივი ხედი ალაზნის ველზე და დათოვლილ კავკასიონზე.



ეწვიეთ სიღნაღს და შეიგრძენით კახური სტუმარ-მასპინძლობის მაღლი, დააჭაშნიკეთ საუკეთესო კახური ღვინო და დატკბით არაჩვეულებრივი ხედის სილამაზით.

**კომპანია ჰარმონია** გთავაზობთ კომფორტულ სასტუმროებს სიღნაღის ცენტრში, ასევე ქართულ და ინგლისურენოვანი გიდების მომსახურებას.

#### სასტუმრო სიღნაღი

გთავაზობთ მაღალი კლასის მომსახურებას და კომფორტულ ნომრებს.

ნომრები	ფასი
2 ადგილიანი სტანდარტული	150 ლარი
ლუქსი	200 ლარი
აპარტამენტი	300 ლარი

#### ნომრის ღირებულებაში შედის საუზმე

## სასტუმრო ძველი უბანი

სიღნაღის ცენტრში, ისტორიული ეკლესიის პირდაპირ.

ნომრები	ფასი
2 ადგილიანი სტანდარტული	110 ლარი

ნომრის ღირებულებაში შედის დილის საუზმე

### კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად

1. დაახასიათეთ ტურიზმი სოფლად;
2. დაახასიათეთ თუშეთში (5-12 დღიანი მასპინძლობა);
3. დაახასიათეთ სტუმარ-მასპინძლობა ეთნოგრაფიული თემატიკიდან;
4. დაახასიათეთ კლასიკური საქართველოს (10 დღიანი მასპინძლობა);
5. დაახასიათეთ მოგზაურობა აბრეშუმის გზაზე ( 12 დღიანი მასპინძლობა);
6. დაახასიათეთ არგონავტების ნაკვალევზე (9 დღიანი მასპინძლობა);
7. დაახასიათეთ ბუნებრივი ნაკრძალები (8 დღიანი მასპინძლობა);
8. დაახასიათეთ ღვინის ოდისია (8 დღიანი მასპინძლობა);
9. დაახასიათეთ აქტიური ტურები (ნადირობა, თევზაობა);
10. დაახასიათეთ ლაშქრობები (1-5 დღიანი-ზედაზენი, არმაზი, ბეთანია, კავკასიონი და ა. შ.);
11. დაახასიათეთ მასპინძლობა სიღნაღში.

## თავი XIV ტურისტული სერვისი და

### კვების თავისებურებანი

#### 14.1 ტურისტული მომსახურების ფორმები

განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სტუმარს თუ რა თანმიმდევრობით მიაწვდი კერძებს. ამ თანმიმდევრობაზე არის დამოკიდებული სუფრის სერვირება, მენიუს შედგენა, ეტიკეტთან დაკავშირებული რამდენიმე საკითხი და ა. შ.

თუ შეუდარებთ ერთმანეთს უცხოელისა და ქართველი ხალხის კვებას დავინახავთ, რომ ქართველი ჯერ მიირთმევს ჩაშუშულს, ხოლო შემდეგ სალათს. უცხოელი კი პირიქით, ჯერ მიირთმევს სალათს და შემდეგ ცივ საუზმეს.

ხშირ შემთხვევაში ვუშვებთ შეცდომას, როდესაც უცხოელთან კერძი მიგვაქვს უგარნიროდ. ეს იგივეა, რომ ქართველი რომელიც სტუმრად იმყოფება კანადაში და საპატივცემულოდ მიაართვა ღომი და ღომთან ერთად არ მიუტანო არც ყველი, არც ნადული. ამ შემთხვევაში ქართველი მიირთმევს ღომის მცირე ნაწილს, რომ მასპინძელი არ გაანაწყენოს. ასევეა უცხოელისათვის უგარნირო ხორცის წვენი. მისთვის გარნირიც ორნაირი უნდა იყოს: ერთი ძირითადი გარნირი , მაგალითად შემწვარი კარტოფილი და მეორე -ბოსტნეულის გარნირი (კომბოსტო, ყვავილოვანი კომბოსტო) და ა. შ. აგრეთვე გათვალისწინებული უნდა იქნას გარნირის შესაბამისობა კერძთან. მაგალითად, თევზთან რეკომენდებულია ბრინჯის ან შემწვარი ბოსტნეულის (სტაფილო, ბულგარული წიწაკა, პრასი) გარნირი.

1. ცივი საუზმეული-ეს არის ნებისმიერი სალათები მაიონეზით ან ზეთუნის ზეთით, ბადრიჯანი, სტაფილო, კომბოსტო ნიგეზით და



2. ცხელი საუზმეული- ხაჭაპური, ხინკალი, ღვეზელი და ა. შ.



ქართული კერძების ასეთმა კლასიფიკაციამ შეიძლება კამათიც კი გამოიწვიოს, როგორც ავთანდილ ხაჭაპურიძე თავის დამხმარე სახელმძღვანოში,, ტურისტთა კვების თავისებურებებში“ აღნიშნავს, რადგან იგი ჯერ მხოლოდ ცალკეული მცდელობების დონეზეა. არა და ნაციონალური სამზარეულოს კლასიფიკაცია არის ის პირველი და აუცილებელი ნაბიჯი, რაც უფრო გასაგებს გახდის უცხოელთათვის ქართულ სამზარეულოს და ღირსეულ ადგილს დაუმკვიდრებს მას მსოფლიო კულინარიაში.



2. **პირველი თავი კერძები-** ხარჩო, ბოზბაჟი, ჩიხირთმა, მაწვნისშეჭამანდი, ბოსტნეულის წვნიანი, ბულიონი, ანუ „კონსომე“.

ნებისმიერი პირველი თავი კერძის მომზადების საფუძველი უნდა იყოს ბულიონი და არა წყალი (ბულიონის მომზადებისას ტვინიანი ძვალი უნდა იხარშებოდეს 2-3 საათის განმავლობაში). თუმცა სტუმარს ნაციონალური სამზარეულოდან შესაძლოა შევთავაზოთ ისეთი წვნიანიც, რომელიც ბულიონს არ შეიცავს, მაგალითად, მაწვნის შეჭამანდი, მჟაუნას წვნიანი და სხვ.

4. **ძირითადი კერძი-ხორცი:** საქონლის, ღორის, ცხვრის (მოხარშული ან შემწვარი); თევზი (სასურველია უძვლო), მაგრამ აუცილებლად ორნაირი გარნირით.



5. **დესერტი-**ნამცხვარი, ნაყინი, ხილი და ა. შ.



დესერტის შემდეგ სტუმარს უნდა მივართვათ ჩაი ან ყავა. ყავის მირთმევისას უნდა გავითვალისწინოთ ის გარემოება, რომ უცხოელთა უმრავლესობა სვამს ნალექიან ყავას რძით. მხოლოდ ინგლისელები ანიჭებენ უპირატესობას ჩაის, რომელსაც ხშირად მიირთმევენ რძესთან ერთად. თუ რძეს ჩაიში ჩაასხამთ, ამით დაამტკიცებთ თქვენს უცოდინარობას. ეს პროცესს უნდა მოხდეს პირიქით: რძეში უნდა ჩაასხათ ჩაი.

სტუმრის წარმომავლობა- გასათვალისწინებელია სტუმრის წარმომავლობა და ადათ-წესები. იმ ქვეყნის ნაციონალურ სამზარეულოში, რომლებიც ზღვებს და ოკიანეებს ესაზღვრება, სჭარბობს ზღვის პროდუქტები. სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში, ინდოეთში და სამხრეთამერიკულ ქვეყნებში იყენებენ უფრო მეტ სანელებლებს და ცხარე საწებლებს. ხოლო ჩრდილოეთის ქვეყნების სამზარეულოში უპირატესობას ანიჭებენ ნაკლებად ცხარე საჭმელს.

აგრეთვე გასათვალისწინებელია, რამდენი სტუმარი არის ვეგეტარიანელი და ვის აქვს აქვს რელიგიური შეზღუდვები. მუსულმანები, ებრაელები არ ჭამენ ღორის ხორცს, ინდოელები- საქონლის ხორცს. ინდოეთის სამხრეთში უარს ამბობენ ნიორზე და ხახვზე, აგრეთვე არ მიირთმევენ პომიდორს და ჭარხალს (რადგან პროდუქტები სისხლის ფერია). ვეგეტარიანელები უმეტესად მოიხმარენ ხილს და ბოსტნეულს, აგრეთვე-რძეს და რძის პროდუქტებს, კვეცხს.

**ამერიკელები (აშშ), ინგლისელები და კანადელები-** სიამოვნებით მიირთმევენ სხვადასხვა საუზმეულს, უპირატესობას ანიჭებენ თევზეულს, სენდვიჩებსა და კანაპეს. უყვართ ერბოკვერცხი ბეკონით. ომლეტი შებოლილი ძეხვით, მწვანე ბარდითა და პომიდვრით, ხილის ჯემი და თაფლი. ამერიკელებს უყვართ ბლინები ან ალადიები ხილის სიროპით ან ჯემით.

არ მიირთმევენ წითელ ხიზილალას, შებოლილ თევზს, ბურღულეულის გარნირებს, აგრეთვე- მეორე კერძს პომიდვრის სოსისით.

**გერმანელები-** მიირთმევენ სხვადასხვა ხორციან კერძებს და დიდი რაოდენობით ბოსტნეულს, განსაკუთრებით კარტოფილისა და კომბოსტოს(ძირითადად მოხარშულს), სხვადასხვა ძეხვებსა და სოსისებს. მოსწონთ სხვადასხვა სახის ბუტერბროდები და ლუდი.

არ უყვართ ნიორი, ცხარე კერძები, ცხვრის ხორცი, ჭვავის პური, შეზღუდულად ჭამენ გატარებულ ხორცს.

**იტალიელები-** უყვართ ცხვრის ხორცი, ლორი, ბრინჯი, ლობიო, ისპანახი, მოთუშული ბოსტნეული, პომიდორი, თევზი, სოკო, პომიდვრისა და სხვა სოუსები. განსაკუთრებით ფართოდ მოიხმარენ მაკარონს. მოხარშულ მაკარონთან ერთად, სუფრაზე ცალკე მიაქვთ კარაქი, ყველი და სხვადასხვა სოუსები.

არ უყვართ ცხიმიანი ღორის ხორცი, ჭვავის პური, გატარებული ხორციდან დამზადებული კერძები.

**სამხრეთ ამერიკელები-** ხორციანი კერძების მომზადების წეს წააგავს კავკასიურს, კერძოდ ხორცს წვავენ ნაკვერჩხალზე, სპეციალურ რკინის ბადეზე. სიამოვნებით მიირთმევენ პომიდვრის სოუსში ჩაშუშულ ხორცს და კუპატის ტიპის კერძებს. ბოსტნეულიდან უყვართ ლობიო, ყაბაყი, ყვავილოვანი კომბოსტო, ჭარხალი, ისპანახი, შემწვარი კარტოფილი. გარნირებს აზავებენ ზეთით და სუფრაზე მიაქვთ ცალკე.

არ მიირთმევენ მაიონეზს, არაჟანს, ბურღულეულის გარნირებს (ბრინჯის გარდა).

**იაპონელები -** მიირთმევენ თევზეულს და ზღვის სხვადასხვა პროდუქტებს, კვერცხისაგან დამზადებულ კერძებს, ბრინჯს, უყვართ ხორციანი კერძებიც. ევროპელებისაგან განსხვავებით პირველ კერძს (წვნიანს) ჭამენ დღეში სამჯერ (მცირე პორციებით). მიირთმევენ მხოლოდ თეთრ პურს.

არ უყვართ მარილიანი კერძები, არ მიირთმევენ მწნილეულს, მინერალურ წყალს.

**ჩინელები**- სიამოვნებით მიირთმევენ ღორის, ქათმისა და ბატის ხორცს, შეზავებულს სხვადასხვა სანელებლებითა და სოუსით. პოპულარულია თევზის კერძებიც, მოსწონთ აგრეთვე კვერცხისაგან დამზადებული კერძები, ბოსტნეული, სოიის სოუსები. უყვართ მწვანე ჩაი-ნებისმიერი ტრაპეზი ჩაით იწყება და მთავრდება.

არ მიირთმევენ რძის პროდუქტებს (ყველი, ხაჭო, მაწონი და სხვ.) (ყველს უწოდებენ „გაფუჭებულ რძეს“), მინერალურ წყალს, არ უყვართ დაფნის ფოთოლი კერძში.

**კორეელები**- კორეული სამზარეულო ძალზედ ჰგავს ჩინურსა და იაპონურს. მათ უყვართ ბოსტნეული, შეზავებული ზეთით, ხახვითა და ცხარე წიწაკით, ნიგოზი, ნიორი, ქათმის ბულიონი სანელებლებით. სიამოვნებით მიირთმევენ მწნილულს.

არ მიირთმევენ რძის პროდუქტებს, თევზს, შებოლილ ძეხვეულს, კარტოფილს, შავ პურს, ყავას, კაკაოს, მინერალურ წყლებს.

გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ ევროპული სამზარეულოს რეცეპტურებში არ არის გათვალისწინებული ქინძის გამოყენება. უცხოელი სპეციალისტების თვალსაზრისით, ქინძის სისტემატური მიღება ზიანს აყენებს ადამიანის ორგანიზმს, კერძოდ, ღვიძლს.

**ნიგოზი** ქართულ სამზარეულოში ფართოდ არის გამოყენებული, შეიძლება ჩამოვთვალოთ გრძელი სია იმ კერძებისა, რომლებიც ნიგოზის გარეშე წარმოუდგენელია ქართველებისათვის. ნიგოზი სასარგებლოა ადამიანის ორგანიზმისათვის, განსაკუთრებით, მამაკაცებისათვის, მაგრამ როგორც კი მას მოვხარშავთ, იგი მთლიანად კარგავს სასარგებლო თვისებებს და იქცევა ძალიან მძიმე მოსანელებელ პროდუქტად (მაგ.საცივი). ამიტომ თავი უნდა შევიკაოთ სტუმრისათვის მისი ხშირი შეთავაზებისაგან.

ყურადღება უნდა მიექცეს პროდუქტის შესყიდვას და შენახვას- პროდუქტი, რომელიც გამოიყენება სტუმართ კვებისათვის, უნდა იყოს ნატურალური, სასურველია პესტიციდებისა და ჰერბეციდების გარეშე მოყვანილი, არ უნდა შეიცავდეს გენეტიკურად მოდიფიცირებულ ინგრედიენტებს.

გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ ჩვენი სოფლის პროდუქტი ბევრად უფრო გემრიელი და სასარგებლოა, ვიდრე პროდუქტი, რომელიც ნაყიდაა ლონდონისა და პარიზის საუკეთესო სუპერმარკეტებში. ეს გარემოება ხშირად დაუდასტურებიათ საქართველოში ჩამოსულ უცხოელ გურმანებს.

**პროდუქტების შენახვის ტემპერატურული რეჟიმის და ვადების დაცვა სახეების მიხედვით (ვადები და ტემპერატურა)**

**ცხრილი №24**

პროდუქტი	შენახვისვა და (სთ.)	ტემპერატურა
ხორცი-ფრინველი	48	+2; +6



ფარში	12	+2; +6
ძეხვი მოხარშული	72	+2; +6
რძე ნადული	36	+2; +6
ბოსტნეული მოხარშული	24	+2; +6
არაჟანი	72	+2; +6

**ღვინო** - საქართველო ღვინის ქვეყანაა, ერთ-ერთი ვერსიით იგი ღვინის სამშობლოდაც კი ითვლება. უცხოელები ღვინოს ქართველებისაგან განსხვავებულად მოიხმარენ.

საქართველოში სუფრაზე მიირთმევენ მხოლოდ ერთი სახის ღვინოს- თეთრს ან წითელს. უცხოელებს სადილად ან ვახშმად შეუძლიათ მიირთვან რამდენიმე სახეობის ღვინო, მათ შორის ლიქიორი და სადესერტო ღვინო.

ძირითადი წესი, რომელითაც უნდა ვიხელმძღვანელოთ ღვინის მიწოდების დროს, შემდეგია: თევზის კერძებთან ერთად ვაწოდებთ თეთრ მშრალ ღვინოს, ხოლო ხორცის კერძებთან - წითელ ღვინოს. ამ წესის დარღვევა, უცხოელის თვალსაზრისით, მეტყველებს ღვინის მოხმარების კულტურის დაბალ დონეზე.

უცხოელისათვის, განსაკუთრებით საინტერესო ხდება თუ, როგორ მზადდება ქართული ტრადიციული ღვინოები, რაშიც დიდ როლს თამაშობს ქვევრი.

პირველი და ძირითადი სიკეთე ქვევრისა არის ის, რომ მასში ღვინის ტემპერატურა შენახვის დადგენილ ზღვარს არ სცილდება და იგი ზამთარსა და ზაფხულში სულ რამდენიმე გრადუსით იცვლება- ის ტემპერატურა, რაც მიღებულია ღვინის შენახვისათვის და რომელსაც ქარხნული მეღვინეობის პირობებში მთელირიგი დანადგარები და დანახარჯები ესაჭიროება, ქვევრში ბუნებრივადაა დაცული. ტემპერატურულ რეჟიმს არა მარტო ღვინის შენახვისათვის, არამედ ალკოჰოლური დუდილის პროცესისათვისაც ძალზე დიდი მნიშვნელობა აქვს.

ქვევრში ღვინის დაყენების დროს მეორე და ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პროცესი არის ქვევრში ღვინის დადუღება-დავარგება. ქვევრი, არამარტო ღვინოს კარგად ინახავს, არამედ მონაწილეობს კიდევ დუდილისა და თუ დაღვინება-დავარგების პროცესში.

ღვინის დაყენების ტექნოლოგია თითქმის ყველა კუთხეში, რიგი მიზეზების გამო, განსხვავებულია. მაგალითად, კახეთში, ქვევრებში დაჭყლეტილ ყურძენს მთლიანად, ჭაჭიანად ათავსებდნენ დასადუღებლად.

პირველი და ძალზე მნიშვნელოვანი წესი ქვევრებში ღვინის დაყენებისა არის ქვევრში ღვინის დაყოვნება თავისავე ჭაჭაზე- როგორც დუდილის დროს, ისე მის შემდგომ პერიოდშიც. ამ შემთხვევაში ძალზე საინტერესოა ღვინის დაყენების ძველი კახური წესი, რომელსაც დღესდღეობით სამწუხაროდ ძალზე მცირე მიმდევარი დარჩა.

ქვევრებში თეთრი ღვინის კახური წესით დაყენება გულისხმობს. მაგალითად, რქაწითლის ჯიშის ყურძნის ქვევრებში ჭაჭიანად ჩაწურვას ან თავდაპირველად იწურება საწნახელში და შემდეგ ქვევრში ჭაჭის დამატება. ორივე შემთხვევაში ალკოჰოლური დუღილი ჭაჭის მთლიან რაოდენობაზე მიმდინარეობს. დუღილის დასრულების შემდეგ, როდესაც ქვევრის თავზე მომდგარი ჭაჭა ღვინოში ჩაიძირება, ქვევრი უნდა გადაივსოს და დაიხუფოს სარქველით, რომელსაც ამზადებენ ფიქალის ქვისაგან. მისი დამზადება ყველანაირი ქვისაგან არ შეიძლება, რადგან ზოგიერთ ქვას სითხესთან შეხებისას, ჭარბტენიან პირობებში ყოფნის დროს ახასიათებს დაშმორება, რამაც შეიძლება ღვინის ხარისხი გააუარესოს. შემდეგ ქვევრის პირზე მაგრდება წინასწარ ხელით მოზედილი თიხამიწა. ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ქვევრის პირი საგულდაგულოდ გამშრალდეს, რადგან მან თიხა კარგად მიიკრას.

თიხას ზემოდან ადებენ სარქველს, რომელსაც მაგრად დააწვებიან, რათა სარქველი თიხას კარგად დაეკროს და დახურულ ქვევრში ჰაერი აღარ ჩავიდეს და ზემოდან აყრიან მიწას, რომელსაც პერიოდულად (ზაფხულში უფრო მეტად) წყლით ნამავენ.

უნდა აღინიშნოს, რომ არც ღვინის „უდედოდ“ დაყენებაა უცხო საქართველოსთვის, რადგან „უდედოდ“, ანუ, თანამედროვე გაგებით, ევროპული წესით ღვინის დაყენებას ძველთაგანვე მიდევდნენ ჩვენში. თუმცა უნდა ითქვას, რომ უდედოდ დაყენებულ ღვინოზე რაიმე ცნობებს ქართულ ლიტერატურაში უფრო იშვიათად ვხვდებით.

ამრიგად, როდესაც უცხოელი ტურისტი იმყოფება საქართველოში მას აუცილებელია, ყველა ინფორმაცია ჰქონდეს მიღებული იმ მომსახურეობის შესახებ, რომელიც მას უდა გაეწიოს. კერძოდ, კი იმის თაობაზე, თუ რა ტექნოლოგიით მზადდება ის პროდუქტები და სასმელები, რომელიც მან უნდა მიირთვას.

## 14.2 ინტერნეტ მომსახურება და საინფორმაციო უზრუნველყოფა

ტურიზმი ეკონომიკის დარგია და ამ საქმიანობაში გამოყენებულია თანამედროვე ტექნოლოგიები. ტურისტული პროდუქტის სპეციფიკიდან გამომდინარე, საჭიროა ბიზნესსაქმიანობის ავტომატიზაცია და ტურპროდუქტის წარდგენისათვის სხვადასხვა ვიზუალური მასალის მომზადება, რომელიც ინტერნეტის საშუალებით კიდევ უფრო ჩქარი ტემპით მიეწოდება პოტენციურ კლიენტებს. ინფორმაციის გავრცელებისა და კომუნიკაციის მრავალი საშუალება არსებობს- ინტერნეტგვერდები, სარეკლამო განცხადებები, საძიებო ლინკები, ე-მაილი და სხვ.

საქართველოში თავდაპირველად ინტერნეტში ჩართული კომპიუტერების უმრავლესობა მხოლოდ უმაღლეს დაწესებულებებში იყო, ხოლო დღეისათვის თითქმის ყველა ადმიანისთვის არის ხელმისაწვდომი. კერძოდ, ინტერნეტმომსახურებას მიმართავენ სკოლები, სამეცნიერო დაწესებულებები, კომერციული ფირმები. ე.ი. ინტერნეტი ჩვენი ცხოვრების ჩვეული ნაწილია.



**ტურიზმში საინფორმაციო მომსახურება- www, 90-**იანი წლების ყველაზე დიდი მიღწევა ინტერნეტში წორიდ წიდე წებ-ის (მსოფლიო ქსელი) შექმნაა, რომელსაც, ჩვეულებრივ „წწწ“-ს ან უბრალოდ წებ-ს ვუწოდებთ. ეს არის სისტემა, რომლის გვერდებზე განთავსებულია საინტერესო და ხელმისაწვდომი ინფორმაცია. გვერდებს აქვს ბმულები სხვა ინფორმაციულ გვერდებთან. ინტერნეტის მომხმარებელი მოიძიებს ინფორმაციას ნებისმიერი კომპიუტერიდან, რომელიც ჩართულია ქსელში. **www** გვერდების მოსაძებნად ვიყენებთ ბრაუზერებს, ხოლო ნებისმიერი ინფორმაციის მოსაძებნად არსებობს მრავალნაირი საძიებო სისტემა. ინტერნეტის პოპულარობა იზრდება ყოველდღე 10000 ახალი მომხმარებელი ერთვება ქსელში. სერვერი ყოველდღიურად არეგისტრირებს მილიონ ვისიტორს, მაგ., კომპანია „ნესკეიპის“ (ნეტსცაპე) სერვერები 100 მლნ-ს დღეში. **www** უკვე ყოველდღიურად ისეთივე ინტენსივობით გამოიყენება, როგორც მაგ. ტელეფონი. სახლიდან გაუსვლელად შესაძლებელია დილის სიახლის, სატელევიზიო პროგრამების, სარკინიგზო ტრანსპორტის განრიგის შესახებ ინფორმაციის მიღება. ინტერნეტბანკით სარგებლობა და სხვ. სარეკლამო ინფორმაცია, რომელიც **www**-ის ინტერნეტ მისამართზეა მოთავსებული, ყველგან ხელმისაწვდომია, სარეკლამო დაფებზე, დაბეჭდილ მასალებზე, ამიტომ ხშირად **www**-ის მისამართები სატელეფონო ნომრების მაგივრადაც არის მითითებული.

**საძიებო სისტემები-**ინტერნეტში სხვადასხვა თემების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად, პირველ რიგში, საჭიროა საძიებო სისტემის გამოყენება. ეს საშუალება სტანდარტული გვერდის **www**-ის სახით განისაზღვრება მხოლოდ გამოყოფილ ფანჯარაში, სადაც უნდა ჩაიწეროს საძიებო სიტყვა ან ტერმინი. მთავარია დავიმახსოვროთ ზუსტი აღწერა ან საკვანძო სიტყვა, რაც ეხმიანება მოსაძებნ თემას. საძიებო სისტემის გამოყენებისას უნდა ჩაიწეროს ინფორმაციის „სფერო“. ღაც უფრო ზოგადია საძიებო ტერმინი, მით უფრო „ვიკარგებით“ საინფორმაციო გვერდებზე და ხშირად ეს ინფორმაცია გამოუყენებელია. საძიებო სისტემების სამსახურები ძირითადად უფასოა დახელმისაწვდომი.

**ელექტრონული ფოსტა (e-mail)** electronic ელექტრონული ფოსტის პროგრამით უზრუნველყოფილი და ქსელში ჩართული კომპიუტერი ამცირებს საოფისე დანახარჯებს (ქალაქი, საფოსტო მარკა). ელექტრონული ფოსტა (**electronic mail**, მოკლედ **e-mail**) ყველაზე პოპულარული მომსახურებაა, რისი გამოყენებაც ინტერნეტის საშუალებით არის ხელმისაწვდომი. ელექტრონული შეტყობინება მომხმარებელს მიეწოდება რამდენიმე წამში (ხან-წუთში). დამოუკიდებლად იმისა, თუ სად ცხოვრობ, რომელ ქვეყანაში. წერილის მიუღებლობის შემთხვევაში ვიღებთ შეტყობინებას იმ მიზეზების შესახებ, რის გამოც ვერ მოხერხდა კორესპოდენციის გაგზავნა. (მაგ., ქსელის დაზიანება, მისამართის უზუსტობა დას ხვ.).

**ელ. ფოსტით** შესაძლებელია:

\* ტექსტის გადაგზავნა მთელ მსოფლიოში ნებისმიერი ინტერნეტ-მომხმარებლისათვის;

\* გადაგზავნა მეტწილად უფასოა და მისი ღირებულება შედის ინტერნეტის გამოყენების საერთო საფასურში;

\* შესაძლებელია არა მარტო ტექსტური ფაილების, არამედ კომპიუტერული პროგრამების, სურათების და მუსიკის გადგზავნა;

\* ერთი შეტყობინება შეიძლება ერთდროულად რამდენიმე ადრესატს გაუგზავნოთ;

\* მარტივად ხდება არა მარტო პასუხის გაცემა შეტყობინებაზე, იმავედროულად შეიძლება მისი გაგზავნა სხვა მომხმარებლისადვის;

\* chat -ორ ან რამდენიმე მომხმარებელს აძლევს საუბრისა და კომენტარების გაცვლის საშუალება;

\* news- ელ. ფოსტის მსგავსი საინფორმაციო ცხრილი;

\* ინტერნეტტელეფონი (voip, np skype);

\* ტელეკონფერენცია: ხმისა და გამოსახულების გადაცემა ინტერნეტის საშუალებით.

**ტურისტული პროდუქტის შეთავაზების გაყიდვა-ტურიზმის ფირმისთვის** ტურისტული შეთავაზების კომერციულ პროდუქტად წარდგენა და მისი გაყიდვა ძნელად გადასაჭრელი პრობლემაა. ასეთ შემთხვევაში თვითონ უნდა განსაზღვროს, ტურისტული ბიუროს ფასიანი მომსახურებით ისარგებლებს, თუ თავად მოიძიებს კლიენტებს. არჩევანი დამოკიდებულია შეთავაზების ტიპზე და სიდიდეზე. ვისთვისაც ტურიზმი, სოფლის მეურნეობის პარალელურად, მხოლოდ დამატებითი შემოსავალია, ნაკლებად სარგებლობს შუამავალი აგენტებით, ხოლო, ვინც სერიოზული თანხის ინვესტიცია განახორციელა ტურიზმის თვალსაზრისით, მეტწილად მიმართავს ტურისტულ სააგენტოებსა და ტუროპერატორებს ტურისტების მოსაზიდად. პრაქტიკულად, ტურისტული მეურნეობის მფლობელები ორივე ხერხს მიმართავენ პროდუქტის გაყიდვისას. ყველაზე დიდი პოტენციალი მათი პროდუქტის გაყიდვისას აქვს მოგზაურთა ბიუროებს (ადგილობრივ ტუროპერატორებს), ხოლო პირდაპირი გაყიდვის შემთხვევაში საუკეთესოა იმ ფირმების ურთიერთობა, რომლებიც ტურისტული რეკლამირებით არის დაკავებული. მაგ., ადგილობრივი და რეგიონალური ტურისტული ორგანიზაციები ან ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრები. (უნდა გვახსოვდეს, რომ პროდუქტის ფასი მაშინაა რეალური როდესაც ამ პროდუქტს მყიდველი ჰყავს.).

### 14.3 ტურისტთა კვების თავისებურებანი

მსოფლიოს ყველა ქვეყანას გააჩნია კვების საკუთარი, ისტორიულად ჩამოყალიბებული თავისებურებანი, რაც გამომდინარეობს თითოეული ქვეყნის გეოგრაფიული მდებარეობით, ქვეყნის ისტორიით, ეკონომიკით, ხალხური ტრადიციებითა და რელიგიური აღმსარებლობით.

საქართველო მიეკუთვნება უძველესი კულტურულ ქვეყანათა ჯგუფს. ქართული ტრადიციული კერძები გამოირჩევა მრავალფეროვნებით და ეგზოტიკურობით, ხოლო ნაციონალური კვების სისტემა ადამიანის ორგანიზმს უზრუნველყოფს ჯანმრთელობისათვის საჭირო ყველა კომპონენტით.

თუ ჩვენს სამზარეულოს გავიტანთ მსოფლიო არენაზე, ვიმედოვნებთ, რომ იგი საპატიო ადგილს დაიკავებს იმ ქვეყნებს შორის, რომლებიც უკვე აღიარებულია

მსოფლიოს მიერ, კერძოდ: ფრანგული; ჩინური და იტალიური სამზარეულოები. მართალია ბევრი უცხოელი ტურისტი დაინტერესდება ჩვენი სამზარეულოს ტექნოლოგიით, მაგრამ აუცილებელივ გათვალისწინებული უნდა იქნას კვების ის თავისებურებანი, რაც დამახასიათებელი იქნება უცხოელი ტურისტისათვის. ე. ი. ხელმისაწვდომი უნდა გახდეს ქართული კერძების ადაპტირება ევროპულ სამზარეულოსთან, რაც საშუალებას მისცემს გაამრავალფეროვნოს ქართული სამზარეულო და უცხოელი ტურისტისათვის იგი უფრო საინტერესო და მიმზიდველი გახდება.

მართალია საქართველოში კერძების მრავალფეროვნებით ვერავის გავაკვირვებთ, მაგრამ რას მიირთმევდნენ ჩვენი წინაპრები? ალბათ ასეთი კითხვა ხშირად დაგბადვიათ, თუ გავითვალისწინებთ, რომ დღეს ჩვენი ყოველდღიური მენიუს დიდი ნაწილი შემოტანილი კულტურებისაგან დამზადებული კერძებისაგან შედგება, მართლაც საინტერესოა, რა კერძებს ამზადებდნენ ძველად ჩვენი წინაპრები. დღეს კი მრავალი ადგილობრივი მცენარეული ჯიში, რომელთაგან სასარგებლო და გემრიელი კერძები მზადდებოდა, გადაშენების პირასაა, ხოლო რეცეპტები კი დავიწყებულია.

კერძოდ, ხორბლისაგან მზადდებოდა ისეთ კერძები, როგორცაა: კორკოტი; კორკოტი ქიშიშით; ხალიფაფა; კორკოტი წანდილით; ხორბლის ფაფა შავი ქლიავით და ნუშის რძით;

ფეტვით: ფეტვის წვიშდარი; ანუ „ლუკვნი“, ფეტვის მჭადი; ღომისღომისგან: ღომისღომი; ღომის ელარჯი;

ცულისპირისაგან: ცულისპირას შეჭამანდი; ცულისპირას კრემსუფი; ცულისპირას სალათი.

ცერცვისაგან: ცერცვის ბაკლა; ცერცვი ზეთში(სამარხვო);

ძაძასგან: ძაძას შეჭამანდი; ძაძას კერძი;

თეთრი მუხუდოსაგან: მუხუდოს წვნიანი; მუხუდოს სისირი; წითელი მუხუდოს მუკაშარი; მუხუდო ხბოს ხორციით;

ოსპისაგან: ოსპი ჭერმის ჩირით; ოსპის შეჭამანდი; ოსპი კარაქით; ტომატითა და ხახვით; მოშუშული ოსპი შებოლილი ხორციით; ოსპის წვნიანი; ოსპი წითელი ღვინით და ა. შ.

### კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად

1. დაახასიათეთ კვების თავისებურებანი;
2. დაახასიათეთ კვებითი მომსახურება;
3. დაახასიათეთ კახურ ქვევრში დაყენებული ღვინის ღირსებები;
4. დაახასიათეთ თუ რა ტექნოლოგიით მზადდება კახური ღვინო ქვევრში.
5. დაახასიათეთ ინტერნეტით მომსახურება და საინფორმაციო ქსელები.

## თავი XV. ეკოტურიზმი

### 15.1 ეკოტურიზმი თანამედროვე მსოფლიოში

რენდი ვილიამსი, კანადის ტურისტული ინდუსტრიის ასოციაციის პრეზიდენტი, მიიჩნევს, რომ 10-15 წლის წინ ეკოტურიზმის ცნებაც კი არ არსებობდა. დღეს კი ეკოტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და სწრაფად განვითარებადი ინდუსტრია გახდა.

ეკოტურიზმი ზოგადად ბუნებრივი გარემოსა და ადამიანის მიერ შექმნილი კულტურული მრავალფეროვნების დასათვალისწინებლად განხორციელებულ მოგზაურობას ნიშნავს, მათთვის ზიანის მიუყენებლად.

**ეკოტურიზმი** - ეს არის ისეთი მოგზაურობა ტურისტებისა, რომლებსაც გარემოსადმი თავიანთი პასუხისმგებლობა მკაფიოდ აქვთ გათვითცნობიერებული. ასეთი ტურების მიზანია ველურ ბუნებასთან ურთიერთობა. ეკოტურიზმს მინიმუმამდე დაჰყავს გარემოზე ეკოლოგიური და კულტურულ-სოციალური ხასიათის უარყოფითი ზეგავლენის შედეგები. ხელს უწყობს დაცული ტერიტორიებისა და რეგიონების მოსახლეობის ეკონომიკური შემოსავლების ზრდას. ეკოტურისტები შეიძლება იყვნენ ტყის მოყვარულები და აკვალანგისტები, რომლებსაც წყალქვეშა სამყარო აინტერესებთ.

ეკოტურიზმი მდგრადი ტურიზმის ის სეგმენტია, რომელიც გულისხმობს შედარებით წყნარი ბუნებრივი ლანდშაფტების დათვალისწინებას, მათ შორის დაცული ტერიტორიებისას. მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობს ზუსტი მონაცემები, მიახლოებითი გამოიანგარიშებით საერთაშორისო ტურიზმის დაახლოებით 15-20% ეკოტურიზმს განეკუთვნება. ეკოტურიზმისა და ბუნებრივი მრავალფეროვნების დაცვაზე დაფუძნებული სხვა ტურისტული საქმიანობების ზრდის ტემპიც ყველაზე მაღალი უნდა იყოს ყველა სხვა ტურისტულ სეგმენტებთან შედარებით\_ დაახლოებით 15% წელიწადში (cebalos-laskureni, 2000).

ეკოტურიზმი არის ბუნებრივი და კულტურული რესურსების (მათ შორის ბიომრავალფეროვნების) კონსერვაციის მექანიზმი და ასევე, პერიფერიების მდგრადი განვითარების საშუალება.

ეკოტურიზმი იმგვარი მოგზაურობაა, რომელიც არა მარტო ეკოსისტემების კონსერვაციას ემსახურება, არამედ, ამავე დროს, პატივს სცემს ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესებს.

## 15.2 ეკოტურიზმის ძირითადი პრინციპები

- არ მოახდინოს რესურსების დეგრადაცია და გარემოსთვის ზიანის მიუყენებლად უნდა განვითარდეს;
- გრძელვადიანი სარგებლობა მოუტანოს რესურსებს, ადგილობრივ მოსახლეობასა და მრეწველობას (სარგებლობა შეიძლება იყოს სამეცნიერო, სოციალური, კულტურული ან ეკონომიკური);
- გაავრცელოს ინფორმაცია ადგილობრივ მოსახლეობაში, სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციებში, მრეწველობასა და ტურისტებში (მოგზაურობის დაწყებამდე, პროცესში და მისი დასრულების შემდგომ);
- გამოიყენოს რესურსები მიწოდებაზე ორიენტირებული პრინციპით;

- დაამყაროს პარტნიორობა რამდენიმე მხარესთან: მთავრობა, არასამთავრობო ორგანიზაციები, მრეწველობა, მეცნიერები და ადგილობრივი მოსახლეობა

- თითოეულ მათგანს ჩამოუყალიბოს მორალური და ეთიკური პასუხისმგებლობა და ქცევის ნორმები ბუნებრივი და კულტურული გარემოს მიმართ.

ეკოტურიზმში მნიშვნელოვანი რეალური ეკონომიკური პოტენციალი დევს, თუ იგი სწორად იქნება წარმართული. მისი დადებით მხარეებიდან შეიძლება გამოვყოთ:

- ეკონომიკური დივერსიფიკაცია (განსაკუთრებით სოფლებში, პერიფერიებსა და არაინდუსტრიალიზებულ რეგიონებში);

- გრძელვადიანი ეკონომიკური სტაბილურობა;

- მოთხოვნა ადგილობრივ საქონელსა და მომსახურებაზე, რაც სარგებლობას მოუტანს ადგილობრივ ეკონომიკას;

- ინფრასტრუქტურის განვითარება;

- უცხოური ვალუტის გადაცვლით მიღებული შემოსავლების ზრდა. ბოლო წლებში ეკოტურიზმი ასოცირდება «ეკოლოგიურად სუფთასთან». ეს ემსგავსება იმ სიტუაციას, როდესაც მწარმოებლები თავიანთ პროდუქტებს აკრავენ იარლიყს: „მწვანე“ ან „ეკოლოგიურად სუფთა“. პრობლემა ის გახლავთ, რომ მომხმარებლებმა არ იციან, რას ყიდულობენ. არც ის იციან, რა გავლენა ექნება მათ მიერ შეძენილ საქონელს გარემოზე, ან რითი განსხვავდება იგი, სხვა პროდუქტებისაგან. უდავოა, რომ «მწვანე» პროდუქტი იყიდება.

«თითქმის ყველა ტერმინი პრეფიქსით: „ეკო“ ინტერესს იწვევს. ბოლო რამდენიმე წლის მანძილზე მოგზაურობასთან დაკავშირებულ განცხადებებში ვხვდებით ტერმინებს: «ეკოტური, ეკომოგზაურობა, ეკოარდადეგები, ეკოლოგიურად ჯანსაღი მოგზაურობა, ეკოკრუიზი, ეკოსაფარი, ეკოექსპედიცია და, რა თქმა უნდა, ეკოტურიზმი. არსებობს მოსაზრება, რომ ხშირად ხდება ამ ტერმინის ექსპლუატაცია ცუდი გაგებით. სამწუხაროდ, ადამიანები იან თავიანთ საქმიანობას კი არ ცვლიან ეკოლოგიური გაჯანსაღების თვალსაზრისით, არამედ უბრალოდ იყენებენ ამ სიტყვას მარკეტინგული მიზნებისათვის» (ignacio, 1990).

ტურისტული ინდუსტრიისათვის ძალიან მისადაგებული გამონათქვამია: არ მოკლა ბატი, რომელიც ოქროს კვერცხებს დებს. ალბათ უპრიანი იქნება ეკოტურიზმის განხილვა ტურიზმის ალტერნატიულ სახეობად. რაც შეეხება ეკოლოგიურ და სოციო-კულტურულ, პასუხისმგებლობისა და მდგრადობის ელემენტებს, ესენი ეკოტურიზმის, როგორც პროდუქტის, მახასიათებლებს წარმოადგენენ. ეკოტურიზმს ახასიათებს, როგორც “ისეთ ეკონომიკურ პროცესს, რომელშიაც საერთაშორისო ბაზარზე იყიდება იშვიათი და ლამაზი ეკოსისტემები ტურისტების მოზიდვის მიზნით”. ზოგადად ტერმინები “ეკოტური”, “ეკომოგზაურობა”, “ეკოარდადეგები”, “ეკოთავგადასავლები”, “ეკოკრუიზი” გარემოში განხორციელებად შესაძლებლობებს წარმოადგენენ.

### 15.3 გარემოს დაცვა ეკოტურიზმის კონტექსტში

გარემოს დაცვას ეკონომიკური სარგებლის მოტანაც შეუძლია. ეკოტურიზმში ეს მაშინ ხდება, როდესაც ჯანსაღია გარემოც და ბიზნესიც. ზოგჯერ გარემოს დაცვას მოსახლეობის ინტერესები ეწირება. მაგალითად, მოსახლეობას შეიძლება აეკრძალოს სოფლის მეურნეობის სამუშაოების შესრულება, საწვავი და სამშენებლო მასალების შეგროვება. სანაპირო ზოლში ტურიზმის განვითარება განსხვავებულ სიტუაციას ქმნის. მოკლევადიანი მოგების მაქსიმიზაციას ეწირება გარემოს დაცვა, ინგრევა არსებული ეკოსისტემა. ტურიზმის რესურსების დეგრადაცია კი ორივე (გარემოს დაცვა და ეკოტურიზმი) ინტერესის საწინააღმდეგოდ მოქმედებს.

ძალიან მნიშვნელოვანია იმის გათვალისწინებაც, რომ ტურიზმი გარემოზე გარკვეული ზეგავლენის მოხდენის გარეშე ვერ განვითარდება, წინააღმდეგ შეთხვევაში საქმე გვექნება გარემოს დაცვასა და შენარჩუნებასთან და არა ტურიზმის განვითარებასთან. გამოსავალი კომპრომისის მოძებნაში უნდა იყოს: არც ძალიან მკაცრი კონსერვაციული მიდგომა გამოდგება და არც ის, რომ მთავარი აქცენტი მხოლოდ ტურიზმის განვითარებაზე გაკეთდეს, არამედ გათვალისწინებული უნდა იქნას გარემოს ეკოლოგიური მდგომარეობაც.

დიდი მნიშვნელობა აქვს ტურისტული ადგილების დათვალიერებაზე დაწესებულ გადასახადებსაც, თუმცა მიიჩნევა რომ ზოგიერთ შემთხვევაში ტურისტების უარყოფითი ზეგავლენა ამ ადგილებზე იმდენად დიდია, რომ ეს გადასახადები არ არის საკმარისი მათ აღმოსაფხვრელად. შემოსული თანხები უნდა მიმართონ გარემოსდაცვითი სამუშაოების შესრულებაზე, ადგილობრივი ტრენინგების დაფინანსებასა და ამ პროცესებში ადგილობრივი მოსახლეობის უფრო მეტად ჩართვაზე. ამასთანავე, ადგილობრივი მოსახლეობისათვის უნდა დაწესდეს ნაკლები გადასახადები.

### 15.4 ეკოტურიზმის მდგრადი განვითარება

ეკოტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის ერთ-ერთი მთავარი პრინციპი მასში ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვის უზრუნველყოფაა. ხშირია შემთხვევები, როდესაც ადგილობრივი მოსახლეობა ხელოვნურადაც კი არის ჩამოცილებული ამ პროცესს. ადგილობრივი მოსახლეობის ეკოტურიზმის განვითარებაში ჩართვა მხოლოდ პრეს-რეალიზების თუ ფინანსური დახმარებების გადაცემაში, ან სკოლების, საავადმყოფოების და სხვა სოციალური სამსახურების ტურიზმიდან შემოსული თანხებით დაფინანსებაში არ უნდა გამოიხატებოდეს. ეკოტურიზმი მათთვის არამარტო შემოსავლიანი არამედ სანახაობრივიც უნდა იყოს. თუ მოსახლეობას აეკრძალება ტრადიციული ხასიათის ეკონომიკური საქმიანობების განხორციელება, მას ალტერნატივა უნდა მოეძებნოს და ტურიზმის განვითარების პროექტები ამ

პროცესებში ადგილობრივი მოსახლეობის აქტიურად ჩართვასაც უნდა გულისხმობდეს. ბუნებრივი და სოციო-კულტურული რესურსების კონსერვაციის მიზნით ადგილობრივი მოსახლეობის გამოყენებას უფრო რეალური პერსპექტივა აქვს, რადგანაც გარედან მოსული მეწარმეები მხოლოდ მოკლე ვადაში ეკონომიკური სარგებლის მიღებით არიან დაინტერესებული. ადგილობრივი მოსახლეობა სავარაუდოდ უფრო იზრუნებს ტრადიციებისა და ადგილისათვის დამახასიათებელი ცხოვრების სტილის შენარჩუნებაზე, ვიდრე გარედან მოსული. ორივე მხარის თანამშრომლობა ასევე მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს კონსერვაციის წესების დარღვევის (მაგალითად, ბრაკონიერობა, ტყის გაჩეხვა) თავიდან ასაცილებლად. ამას გარდა, კიდევ არსებობს სხვა პრაქტიკული მიზეზები, რის გამოც აქცენტი ადგილობრივი შრომითი რესურსების გამოყენებაზე უნდა გაკეთდეს. დრეიკი (1991) აღნიშნავს ადგილობრივ და ეროვნულ დონეებზე მთავრობის და სააგენტოების შეზღუდულ შესაძლებლობებზე ეფექტურად მართონ პროექტების მზარდი რაოდენობა, თუ მათი ფუნქციები არ იქნება დეცენტრალიზებული და ამ პროცესში ადგილობრივი თემები არ იქნება ჩართული. ასეთი მიდგომის მიზანი მხოლოდ ეკონომიკური სარგებელი, გარემოს კონსერვაცია და სოციო-კულტურული ინტეგრაცია კი არა არის, არამედ ისიც, რომ ადგილობრივ მოსახლეობას მიეცეს საკუთარი ბუნებრივი რესურსების დაფასებისა და შეფასების საშუალება; რომ ისინი ტურიზმის განვითარების პროცესს არც ფიზიკური და არც ფინანსური თვალსაზრისით არ ჩამოშორდნენ. აუცილებელია მიწასა და საკუთრებაზე ინფლაციური წნეხის მაქსიმალურად შემცირება, რათა თავიდან ავიცილოთ უცხო მფლობელების მიერ ადგილობრივი მოსახლეობისათვის გაწეული კონკურენცია.

უარეს შემთხვევაში თუ ამგვარი გადაცემა უნდა განხორცილდეს, ეს ლიზინგის წესით უნდა მოხდეს. იმის უზრუნველსაყოფად, რომ ადგილობრივმა მოსახლეობამ შეძლოს ეკოტურიზმის საკუთარი რესურსებით სარგებლობა და გართობა, მათთვის უნდა დაწესდეს განსხვავებული, შემცირებული გადასახადები.

### 15.5 ეკოტურიზმის გავლენა ბიომრავალფეროვნებაზე

უეჭველია, რომ ბიომრავალფეროვნების გადარჩენაზე მზრუნველები მთელს მსოფლიოში ორიენტირებულნი უნდა იყვნენ ეკოტურიზმზე, როგორც ბუნებრივი გარემოს დაცვისათვის ბრძოლაში თავიანთ მნიშვნელოვან მოკავშირეზე. სწორედ ბიომრავალფეროვნების სარესურსო ბაზა ხიბლავს ეკოტურისტს. აუცილებელია კონკრეტულ ბუნებრივ არეალში ეკოტურიზმის სანახაობების სისტემური და კატეგორიზირებული ინვენტარიზაცია. ეკოტურიზმის ღირსშესანიშნაობები შესაძლოა დავყოთ სამ კატეგორიად: ძირითადი სანახაობები (რომლებიც წარმოადგენენ არეალის დათვალიერების მთავარ მიზეზს), დამატებითი სანახაობები (რომლებიც დამატებით მიმზიდველობას ანიჭებენ კონკრეტულ არეალს და განაპირობებენ ტურისტის უფრო დიდ ხანს ყოფნას), და ასევე დამხმარე სანახაობები (ფიზიკური აღჭურვილობები და სხვა სახის ტურისტული მომსახურება). პირველი ორი კატეგორია შეესაბამება არეალის ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობას,

ხოლო ბოლო კატეგორია ხელს უწყობს არეალის დათვალიერების მიზნის გაჩენას (cebalos-laskureni 1998).

ეკოტურიზმის ღირსშესანიშნაობანი არ მოიცავს ბიომრავალფეროვნების მთელ რესურსებს მოცემულ რეგიონში. ეს უფრო ბიომრავალფეროვნების სარესურსო ბაზის ყველაზე მიმზიდველი ელემენტების ბაზარზე გასატანად შერჩევაა (ისევე როგორც ამ არეალის სხვა ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტებისა). მაგრამ ეკოტურიზმის განვითარების საბოლოო მიზანი მაინც ბუნებრივი გარემოს დაცვაა. ბიომრავალფეროვნების გადარჩენაზე ეკოტურიზმის დადებითი გავლენა უდავოდ მრავალმხრივია. ეს, პირველ რიგში, გამოიხატება სხვადასხვა სექტორში (ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტები, ადგილობრივი თემები, ადგილობრივი ხელისუფლება და თვით ტურიზმის ინდუსტრია) გარემოს დაცვისა და ეკოლოგიის საკითხებზე საგანამანათლებლო საქმიანობით. ამასთანავე, ეკოტურიზმი ბიომრავალფეროვნების რესურსებს ეკონომიკურ ღირებულებას მატებს, ისე რომ მისი ყველა მონაწილე უკიდურესად დაინტერესებულია ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნებით.

1992 წელს საქართველოს მთავრობამ მოიწონა დაცული ტერიტორიების სისტემის განვითარების ახალი პროგრამა, რომელიც მომზადდა ველური ბუნების დაცვის ფონდის მიერ საქართველოს წამყვან მეცნიერებსა და სახელმწიფო ორგანიზაციებთან ერთად. პროგრამა ბიომრავალფეროვნებით გამორჩეულ რეგიონებში შვიდი ეროვნული პარკის დაარსებას ითვალისწინებდა. 1994-1997 წლებში მომზადდა მენეჯმენტის გეგმები ხუთი ეროვნული პარკისათვის: ბორჯომ-ხარაგაულის, თუშეთის ეროვნული პარკი, ვაშლოვანის, კოლხეთისა და მტირალას ეროვნული პარკები. სამთავრობო მხარადაჭერამ და საერთაშორისო დახმარებამ შესაძლებელი გახადა კავკასიაში პირველი, საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი ეროვნული პარკის (ბორჯომ-ხარაგაულის) დაარსება. დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებას. ეკოტურიზმის ექსპერტები და პარკის კვლევითი დეპარტამენტი მენეჯერები ერთობლივად გეგმავენ ტურისტულ მარშრუტებს. პარკის ტერიტორიაზე განლაგებულია 4 ტურისტული თავშესაფარი. კეთილმოეწყობ ტურისტული ბილიკები.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის მრავალკომპონენტური პროგრამა ბუნების დაცვისა და მდგრადი ტურიზმის განვითარების შერწყმის უნიკალურ საშუალებას იძლევა.

ეკოტურიზმი ხელს უწყობს გარემოს მიმართ გულსხმიერი დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას, გამოავლენს მდგრადი ბიზნესის მაგალითებს, ადგილობრივი თემებისა და რეგიონებისათვის ქმნის სოციალურ-ეკონომიკურ სარგებელს და ამავე დროს აღიარებს და პატივს სცემს ადგილობრივ ბუნებას და კულტურას, ტრადიციებსა და ღირებულებებს.

მაგალითის სახით შეიძლება წარმოვადგინოთ ყაზბეგის რაიონში გახსნილი ეკოტურისტული ბანაკი “ჯუტა”, რომელიც დიდი კავკასიონის ქაუხის მთიანი მასივის ძირშია განთავსებული.



ბანაკი განლაგებულია სოფელ ჯუთასთან ახლოს, ზღვის დონიდან 2300 მ. სიმაღლეზე. სეზონის ხანგრძლივობა 15 ივლისიდან 15 სექტემბრამდეა. აქ საშუალო ტემპერატურა ზაფხულში მერყეობს +18-22 გრადუსი ცელსიუსამდე.

ბანაკი აღჭურვილია სამზარეულოთ, სასადილოთ, საშხაპე-პირსაბანით. დამე შეგიძლიათ გაატაროთ კომფორტულ კარვებში.

ბანაკიდან სამხრეთით თქვენ მიადგებით ჭაუხის მთიან მასივს, რომელიც ალპინისტებისთვის და სამთო ტურისტებისთვის ყველაზე მიმზიდველი ადგილებია.

ჩრდილოეთით კიბიშის უღელტეხილით აღმოჩნდებით აღმოსავლეთ კავკასიონის ულამაზეს ხედს ხეობაში.

ერთი დღის მოგზაურობის შემდეგ ბურსაჭირის უღელტეხილით გადახვალთ გუდამაყრის ხეობაში, ფასანაურთან ახლოს.

ბანაკიდან სამხრეთ-აღმოსავლეთით რომკის უღელტეხილზე გადასვლით აღმოჩნდებით ხევსურეთის ულამაზეს მხარეში.

ლანდშაფტი მდიდარია ალპური მდელოებით, მცინვარებით, ციცაბო კლდეებით და დაუვიწყარი ხედებით.

ბანაკის ფუნქციონირებას უზრუნველყოფენ სოფელ ჯუთას მაცხოვრებლები, რომლებიც გამოირჩევიან თავიანთი სტუმართ-მოყვარეობით.

ტურისტებს, რომლებიც ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებს სტუმრობენ, ხშირად მზად უნდა იყვნენ კომფორტთან დაკავშირებული ჩვეული სტანდარტების დასავიწყებლად. გარკვეული თვალსაზრისით ეს ეკოტურიზმის მიმზიდველ მხარედაც შეიძლება ჩაითვალოს. ტურისტებს უნდა ჰქონდეთ ინფორმაცია იმ ადგილის სპეციფიკის შესახებ, რომელსაც სტუმრობენ და იმის შესახებაც, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ, რათა მაქსიმალურად შეამცირონ გარემოზე ზეგავლენა. ეს არის ტურიზმის ინდუსტრიის მთავარი პასუხისმგებლობა.

შეიძლება დავასკვნათ, რომ ეკოტურიზმს ოთხი მთავარი ქვაკუთხედი გააჩნია: განვითარების მდგრადობა, ეკონომიკური სარგებლიანობა ადგილობრივი თემებისათვის, ადგილობრივი კულტურის ინტეგრაცია და საგანმანათლებლო კომპონენტი.

## 15.6 ადგილობრივი ტრადიციები და მივიწყებული მარცვლოვანი კულტურები

თანამედროვე პირობებში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს საქართველოში არსებულ უძველეს მარცვლოვან კულტურებს, რომლებიც ტრადიციულად კარგად არის შეგუებული იმ ბუნებრივ და ნიადაგობრივ პირობებს, რომლითაც ხასიათდება საქართველო. სწორედ, საქართველოს ბუნებრივ-კლიმატურმა პირობებმა მცენარეული სამყაროს დიდი მრავალფეროვნება, რომელთაგან აღსანიშნავია: ქერი, ფეტვი, სელი, ცერცველა, ბარდა, იონჯა, სამყურა და რაც მთავარია საქართველო არის ხორბლისა და ვაზის წარმოშობის ერთ-ერთი

ძირითადი ცენტრი, რაც დამტკიცებულია ისტორიულ-არქეოლოგიური წყაროებით. ჩვენი ქვეყნის ასეთი გენეტიკური მრავალფეროვნება გახდა საფუძველი ხალხური სელექციის გზით შექმნილიყო ათასობით ადგილობრივი, პირობებთან შეგუებული ჯიში, რითაც ქართველი კაცი დღესაც სამართლიანად ამაცობს. სწორედ, ასეთი ეკოლოგიურად სუფთა კულტურების წარმოებას და მათ განვითარებას უნდა მიექცეს ყურადღება, რათა როგორც ადგილობრივი, ისე უცხოელი ტურისტი უზრუნველვყოთ ტრადიციული, ეკოლოგიურად სუფთა და მაღალხარისხიანი პროდუქტებით, რომელთაც ხშირ შემთხვევაში სამკურნალო თვისებები გააჩნიათ.

ჩვენი საუკუნის დასაწყისში, სხვა მრავალ პრობლემასთან ერთად, მცენარეთა ბიომრავალფეროვნების შემცირების დიდი საფრთხის წინაშე დადგა. ინტენსიურად ნადგურდება ბუნებრივი ეკოსისტემები და იკარგება კულტური თუ ველური მცენარეების მრავალი სახეობა, ათასობით მათგანი გადაშენების პირასაა. ასეთი პროცესების შემდგომმა გაძლიერებამ შეიძლება გამოიწვიოს ბიოსფეროს კატასტროფული დესტაბილიზაცია და ადამიანის საცხოვრებელი გარემო პირობების მკვეთრი გაუარესება.

მიუხედავად მცენარეთა გენეტიკური რესურსების ასეთ მრავალფეროვნებისა, საბჭოთა პერიოდში სოფლის მეურნეობაში განხორციელებული კონცენტრაციისა და სპეციალიზაციის გამო მრავალი კულტურული მცენარე და მათი ჯიშები არა მარტო მიავიწყდათ, არამედ ზოგჯერ სრულიად დაიკარგა კიდევ. ჯერ კიდევ არის შესაძლებლობა ასეთი კულტურები და მათი ჯიშები აღდგეს და გამოყენებული იქნეს გლეხურ (ფერმერულ) მეურნეობებში, რასაც ამ დარგში მომუშავე სპეციალისტები განსაკუთრებულ ყურადღებას უნდა უთმობდნენ.

სწორედ ასეთ კეთილშობილურ საქმეს ემსახურება ბიოლოგიურ მეცნიერებათა ასოციაცია „ელკანას“ აგრარული მრავალფეროვნების დაცვის პროგრამა, რომელიც ითვალისწინებს ადგილობრივი კულტურების და ჯიშების გამოყენების ხელშეწყობას, ფერმერულ მეურნეობებში მათი დანერგვის, კონსერვაციისა და გავრცელების გზით. ამ პროგრამის ფარგლებში, 2004 წლიდან, გლობალური გარემოსდაცვითი ფონდის (GEF) დაფინანსებითა და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) საქართველოს ოფისის ხელშეწყობით, სამცხე-ჯავახეთში ხორციელდება პროექტი – „საქართველოს აგრობიომრავალფეროვნების აღდგენა, კონსერვაცია და მდგრადი გამოყენება“. პროექტის ფარგლებში უკვე მიღწეულია გარკვეული წარმატებები: სამცხე-ჯავახეთში, კერძოდ ახალციხის რაიონში, სოფელ წნისში შექმნილია საცდელ-სადემონსტრაციო ნაკვეთი, სადაც ითესება და მრავლდება მარცვლოვანი და პარკოსანი კულტურების, ხეხილისა და ვაზის ადგილობრივი ჯიშები. სათესლე და სარგავი მასალა ხელმისაწვდომია ფერმერებისათვის –250-მდე ფერმერი თესავს მარცვლოვან და პარკოსან კულტურებს, ხეხილის 1500 ნერგი დაურიგდა დაინტერესებულ ფერმერებს, შეიქმნა ქალთა ასოციაცია, რომელიც დაკავებულია ძაძას მოყვანით. „ელკანამ“ გამოიკვლია ადგილობრივი ჯიშების ბაზარზე განთავსების პოტენციალი და თბილისის რამდენიმე მაღაზიაში უკვე იყიდება ცულისპირა, მუხუდო, ძაძა, ოსპი, ხოლო ამ კულტურებისგან დამზადებულ კერძებს ფართ საზოგადოება სადეგუსტაციო ღონისძიებებზე ეცნობა.

ხორბალი *dika tritikum carthlikum nevsky*- იგი საქართველოს ენდემური სახეობაა, საიდანაც გავრცელდა მეზობელ ქვეყნებში: სომხეთში, თურქეთში, დაღესტანში, მაგრამ იქ დიკა მხოლოდ შერეული ნათესების სახით გვხვდება. ხორბალი დიკა შეტანილია საქართველოს წითელ წიგნში.

## 15.7 ეკოტურიზმი და ტურისტული დარგის საკანონმდებლო და სახელმწიფო რეგულირება

ეკოტურიზმის განვითარებისათვის მანამდეც და ახლაც ბევრი ქვეყანა ატარებს სპეციალურ ღონისძიებებს, აყალიბებს მოქმედების ახალი გეგმების განავითარებას დარგებსშორისი და საერთაშორისო თანამშრომლობის თვალსაზრისით.

ბევრმა ქვეყანამ შეიმუშავა ეკოტურიზმის განვითარების ეროვნული სტრატეგია. ბუნებრივია, ეს სტრატეგიები ერთმანეთისაგან განსხვავებულია. ზოგიერთმა ქვეყანამ (ჰაიტი, კამბოჯა, მოლდოვა, ყაზახეთი, ეკვადორი, შვედეთი, ურუგვაი) ეკოტურიზმი ძირითად სეგმენტად წარმოაჩინა ტურიზმის ზოგად სტრატეგიაში; ზოგიერთმა (ლიტვა) – ეკოტურიზმი ეკონომიკის განვითარების ეროვნულ სტრატეგიაში ჩართო. პორტუგალიაში ის ბუნებრივი ტურიზმის სტრატეგიის ნაწილია, მაროკოში კი სოფლის ტურიზმის სტრატეგიისა.

ზოგიერთ ქვეყანაში (ესპანეთი, საქართველო, არგენტინა) ეკოტურიზმის პოლიტიკა დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტით დაკავებული ხალხის მიერ განისაზღვრება. ზოგიერთი ქვეყანა (სირია) «მწვანე ადგილებისათვის» უპირატესობის მინიჭებას, ან კიდევ ტურისტული ადგილებისათვის «მწვანე» პროგრამის შემუშავებას არჩევს. სხვა ქვეყნებს (ბანგლადეში, ეგვიპტე, იამაიკა, ომანი), მართალია ერთიანი ეროვნული გეგმა არა აქვთ, მაგრამ იყენებენ ეკოტურიზმის რეგიონალურ ან ადგილობრივ სტრატეგიებს ან პროგრამებს. არის ისეთი ქვეყნებიც (მადაგასკარი, ლიბანი და პანამა), სადაც არ არსებობს ეკოტურიზმის სტრატეგია, მაგრამ ახლო მომავალში აპირებენ ამგვარი სტრატეგიის პროექტის შექმნას. ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა მაგალითად ბოლივია, რუსეთი და ჰონ-კონგი, შემუშავებულია ტურიზმის მდგრადი განვითარების ზოგადი სტრატეგია, რომელიც მოიცავს ეკოტურიზმის საკითხებსაც გაეროს პროგრამაში გაერთიანებული ქვეყნების დაახლოებით 20% მაინც წარმართავს ეკოტურიზმთან დაკავშირებული გლობალური თვითშეგნების ამადლების კამპანიას.

რაც შეეხება საკანონმდებლო მხარეს, სულ რამდენიმე ქვეყანამ მიიღო სპეციალური კანონები ეკოტურიზმთან დაკავშირებით. სამმა ქვეყანამ (ეკვადორი, პუერტო რიკო და ფილიპინები) ეკოტურიზმთან დაკავშირებით სპეციალური საკანონმდებლო აქტები შეიმუშავა. ზოგიერთმა ქვეყანამ (კოლუმბია, მექსიკა, კამბოჯა, ესპანეთი და ბანგლადეში) კი ეკოტურიზმის ცნება უბრალოდ მოიხსენიება კანონმდებლობაში.

ამას გარდა, ქვეყნების 20%-მა განაცხადა, რომ ისინი გეგმავენ ამგვარი კანონმდებლობის შემუშავებას. უფრო მეტიც, კავკასიის რეგიონში ეკოტურიზმის

საკითხებთან დაკავშირებით შემუშავდა ტრანსსასაზღვრო საკანონმდებლო დოკუმენტი, რომელიც ამჟამად საქართველოსა და აზერბაიჯანს შორის მოლაპარაკების საგანს წარმოადგენს.

არის ისეთი ქვეყნები, რომლებსაც ეკოტურიზმზე სპეციფიკური კანონმდებლობა არ გააჩნიათ. ისინი თვლიან, რომ ეკოტურიზმის საკითხების რეგულირება სხვადასხვა აქტებითა და კანონებითა შესაძლებელია. მაგალითად, გარემოს დაცვითი კანონები ან დადგენილება ეროვნულ პარკების შესახებ განსაზღვრავენ ტურიზმისა და ეკოტურიზმის განვითარებას და მენეჯმენტს. ზოგიერთი ქვეყანას აქვს კანონმდებლობა, რომელიც მოიცავს ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვას, მიწის დაგეგმარებას და სპეციალურ კანონსაც კი ტურიზმის მდგრად განვითარებაზე (მაგალითად ჩეხეთისა და კორეის რესპუბლიკებში). ამ სახის კანონმდებლობა როგორც წესი განიხილავს ტურიზმის სხვა სახეობებს, რომლებიც შინაარსობრივად ახლოს დგანან ეკოტურიზმთან:

აგროტურიზმი და სოფლის ტურიზმი (კვიპროსი, ურუგვაი, მაროკო), ბუნებრივი ტურიზმი (პორტუგალია) ან კიდევ სათავგადასავლო ტურიზმი (ჩილე). ზოგადად, ეკოტურიზმი შემდეგ ცნებებთან ასოცირდება: არქეოლოგია, მიწის გამოყენების დაგეგმარება, ნადირობა, არქიტექტურა, ბუნებრივი რესურსები, ტყე, წყალი, სოფლის მეურნეობა, კულტურული მემკვიდრეობა, ცოცხალი ბუნება და სანაპიროები.

ეკოტურიზმი სამთავრობო დონეზე რამდენიმე სამინისტროს ინტერესებს აერთიანებს: გარემოს დაცვის, სოფლის მეურნეობის, სატყეო მეურნეობის, განათლების, ტრანსპორტის, შრომისა და სოციალური დაცვის სამინისტროები. აშკარაა, რომ სამინისტროებს შორის აუცილებელია მოხდეს ჰორიზონტალური ინტეგრაცია ეკოტურიზმთან დაკავშირებით.

ასევე აუცილებელია იმის გათვალისწინებაც, რომ ტურიზმთან დაკავშირებით სახელმწიფო და კერძო სექტორს საერთო ინტერესები აქვთ. კერძო სექტორი სახელმწიფოზე დამოკიდებული იქიდან გამომდინარე, გამოდის, ის რომ, რის გაკეთებასაც მთავრობისგან მოელიან ტურიზმის კომპანიები, მათ მიერ გადახდილი გადასახადებისგან შემოსული თანხებით უნდა დაფინანსდეს. ამიტომაც სწორედ მთავრობის ინტერესებშია ისეთი პირობებისა და ბიზნეს-გარემოს შექმნა, რომელშიაც კერძო ბიზნესს სერიოზული მოგების მოტანა შეუძლია. ძალიან ხშირად მოკლევადიან სარგებელს გრძელვადიანი ინტერესები ეწირება. ეს განსაკუთრებით ნათლად ჩანს ნაკლებად განვითარებული ქვეყნების მაგალითზე, სადაც მოსახლეობა იძულებულია შეეგუოს გრძელვადიანი „ეკოციდს“ მოკლევადიან გადარჩენის მიზნით. ბლაიკის (1985) სიტყვებით, გარემოს დაცვის დეგრადაცია ერთდოეულად წარმოადგენს განუვითარებლობის შედეგს, სიმპტომსა და მიზეზსაც.

ყირგიზეთის რესპუბლიკაში ტურიზმი ეკონომიკის პრიორიტეტულ დარგად იქცა. უფრო მეტიც ”ყირგიზეთი-ტურიზმის ქვეყანად იქცა“. არც თუ დიდი ხნის წინ ყირგიზეთის რესპუბლიკაში მთავრობამ მიიღო პროგრამა: „2010 წლამდე სასოფლო დასახლებაში ტურიზმის განვითარებაზე“. შემუშავდა ასევე 2010 წლამდე ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგია: „სტუმართმოყვარე ყირგიზეთი“. ხელი მოეწერა მთავრობათშორის ხელშეკრულებას შვეიცარიის კონფედერაციასთან

„ყირგიზეთის ტურიზმის ქვეყნად გადაქცევის ორგანიზაციის“ შექმნის მიზნით. აღნიშნული საკანონმდებლო ღონისძიებების შედეგად ყირგიზეთი 2010 წლისათვის გეგმავს 2,5 მლნ ტურისტის მიღებას. 2004 წელს ქვეყანას 971 ათასი უცხოელი სტუმრობდა. აქედან შეიძლება დავასკვნათ, რომ ბოლო 10-15 წლის განმავლობაში ევროპის ქვეყნებში ეკოტურიზმის პოპულარობამ აგროტურიზმის განვითარებას დიდად შეუწყო ხელი.

კვლევითი დეპარტამენტი აგროტურიზმის ის სექტორია, რომელიც ორიენტირებულია ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და სხვა სასოფლო რესურსებისა და მათი სპეციფიკის გამოყენებაზე კომპლექსური ტურისტული პროდუქციის შესაქმნელად. აგროტურიზმის მთავარი პირობა ისაა, რომ ტურისტების განთავსების საშუალებები (როგორც წესი, ინდივიდუალური ან სპეციალიზებული) მდებარეობდეს სოფლის დასახლებაში (ან ისეთ პატარა ქალაქებში სადაც არ არის სამრეწველო და მრავასართულიანი ნაგებობები). ზოგიერთ ქვეყნის ტურისტულ ინდუსტრიაში აგროტურიზმის და ეკოტურიზმის ცნებები პრაქტიკულად იდენტურია. მაგალითად, ესპანეთში „ტურისმო ღურალ“ და კვიპროსზე „აგროტურისმ“. ორივე მათგანის თარგმანი იდენტურია: „სოფლის ტურიზმი“.

სხვა ქვეყნებში სოფლის და ეკოლოგიური ტურიზმი ტურისტული მომსახურების ერთ პაკეტშია გაერთიანებული (მაგალითად, იტალიაში ამ მიმართულებას „ბუნება და ჯანმრთელობა“ ჰქვია. მეორეს მხრივ, ბევრ ქვეყანაში აგროტურისტული პროდუქტის პაკეტში „არაეკოლოგიური“ ტიპის მომსახურებაც შედის (მაგალითად, ნადირობა, თევზაობა).

საქართველოს აგროტურიზმის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი რესურსები გააჩნია: სტუმართმოყვარეობის მდიდარი ტრადიციები, საინტერესო ტურისტული მარშრუტები, ადრეული და შუასაუკუნეების ისტორიული ძეგლები, ლამაზი ბუნება... მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ყველა რეგიონს განუმეორებელი თავისებურებანი ახასიათებს, რეგიონების მოსახლეობა ვერ იყენებს არსებულ პოტენციალს ინფრასტრუქტურების განვითარებლობის მიზეზით.

საქართველოში აგროტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გადანაწილებას რეგიონებში, სადაც მოსახლეობის უმრავლესობა სიღარიბის ზღვარზე ცხოვრობს.

საქართველოსათვის განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია ეკოტურიზმის განვითარება, რამდენადაც მისი შესაბამისი სექტორი ბაზარზე ჯერ კიდევ არ არის სრულად ათვისებული. ეკოტურიზმის განვითარება არამარტო ქვეყნის ეკონომიკას წაადგება, არამედ ხელს შეუწყობს ბუნებრივი ადგილების მდგრად განვითარებას. თუ ამ გზას დროულად არ დავადგებით, ცოტა ხანში უკვე გვიან იქნება. ტურისტების ნაკვალევი თუ არ დაანგრევს, იმდენად სერიოზულად მაინც დააზიანებს ეკოსისტემას, რომ ჩვენს შვილებსა და შვილიშვილებს შეიძლება აღარ მიეცეთ ბუნებრივი ადგილებით ტკბობის სიამოვნება, საქართველომ კი დაკარგოს შანსი ბუნებრივი პოტენციალის ქვეყნის ეკონომიკისათვის ძალზედ სარგებლიანად გამოყენებისა.

გაეროს გენერალურმა ასამბლეამ AA/RES/53/200 დადგენილებით 2002 წელი ეკოტურიზმის საერთაშორისო წლად გამოაცხადა. მანამდეც და ამ წლის

განმავლობაშიც ბევრმა ქვეყანამ ჩაატარა სპეციალური ღონისძიებები, ჩამოაყალიბა მოქმედების ახალი გეგმები, განავითარა დარგებსშორისი და საერთაშორისო თანამშრომლობა ამ თვალსაზრისით.

ამ დადგენილების ფარგლებში 48 ქვეყანამ შეიმუშავა ეკოტურიზმის განვითარების ეროვნული სტრატეგია. ბუნებრივია, ეს სტრატეგიები ერთმანეთისაგან განსხვავებულია. ზოგიერთმა ქვეყანამ (ჰაიტი, კამბოჯა, მოლდოვა, ყაზახეთი, ეკვადორი, შვედეთი, ურუგვაი) ეკოტურიზმი ძირითად სეგმენტად წარმოაჩინა ტურიზმის ზოგად

სტრატეგიაში; ზოგიერთმა (ლიტვა) – ეკოტურიზმი ეკონომიკის განვითარების ეროვნულ სტრატეგიაში ჩართო. პორტუგალიაში ის ბუნებრივი ტურიზმის სტრატეგიის ნაწილია, მაროკოში კი სოფლის ტურიზმის სტრატეგიისა.

ქ. სოფიაში 2011 წლისლათვის დასავლეთ სანაპიროზე, რიგიდან 120 კმ-ის დაშორებით ჩატარდა ევროჟიტეს გენერალური ასამბლეა, რომელსაც დაესწრო ევროჟიტეს 20 წევრი ორგანიზაცია. ასამბლეამ განიხილა მიმდინარე აქტივობები და 2010-2011 წლის გეგმები. შემდეგი გენერალური ასამბლეა და ევროჟიტეს 20 წლის იუბილეს აღნიშვნა დაიგეგმა ქ. სოფიაში 2011 წლის გაზაფხულზე. სოფლის ტურიზმის 5-ე ევროპული კონგრესი სავარაუდოდ ჩატარდება საქართველოში 2011 წლის შემოდგომაზე, რასაც მხარი დაუჭირა ლატვიის ასამბლეამ, თუმცა ყველაფერი დამოკიდებულია ადგილობრივი სამინისტროებისა და დეპარტამენტების – საქართველოს ტურიზმის დეპარტამენტის, დაცული ტერიტორიების, ასევე ეკონომიკური განვითარების და სოფლის მეურნეობის სამინისტროების მონდომებაზე, მათ ინიციატივაზე ხელი შეუწყონ ქვეყანაში სოფლის ტურიზმის განვითარებას. ელკანა მზად არის, ევროჟიტესა და საქართველოში არსებულ ყველა დაინტერესებულ პირთან მჭიდრო თანამშრომლობით, ორგანიზება გაუკეთოს სოფლის ტურიზმის კონგრესის თბილისში ჩატარებას. სოფლის ტურიზმის კონგრესის მიზანია შეხვედრებისა და დისკუსიების ფორუმის ორგანიზება საერთაშორისო სოფლის ტურიზმში ჩართული მეწარმეებისათვის და სამთავრო და კერძო სექტორების წარმომადგენლებისათვის. სავარაუდოდ, კონგრესს 40 ქვეყნის წარმომადგენელი (ევროჟიტეს წევრი ორგანიზაციები და სხვა დაინტერესებული პირები ევროპასა და აზიაში) დაესწრება.

კონგრესის ძირითადი მიზანია საქართველოს სოფლის ტურიზმის პოპულარიზაცია საერთაშორისო დონეზე. დელეგატები კოლეგებს გაუზიარებენ გამოცდილებას, გაშუქდება მიმდინარე პროექტები და საქმიანობები, რაც ხელს შეუწყობს მომავალში კონგრესის მონაწილე ქვეყნებს შორის კოორდინირებულ თანამშრომლობას.

კონგრესის მსვლელობისას თბილისში იგეგმება ტრადიციული პროდუქტის მასშტაბური გამოფენის მოწყობა. შესაძლებელია ასევე სასწავლო ტურების შეთავაზება მონაწილეთათვის. სასურველია 2011 წლის მე-5 ევროპულ კონგრესზე საქართველოს ტურიზმის დეპარტამენტის და ელკანას დახმარებით წარმოდგენილი იქნას თუშური ისტორიული და ტრადიციული რეწვის ნიმუშები გაყიდვა-გამოფენებზე.

ლატვიაში სოფლის ტურიზმის კონგრესსა და ევროჟიტეს გენერალურ ანსამბლეს ესწრებოდა ორგანიზაცია “ელკანას” სოფლის ტურიზმის განვითარების პროექტის ხელმძღვანელი ლელა ხარტიშვილი. ელკანა შეიმუშავებს და განახორციელებს პროექტს რომელიც უზრუნველყოფს თბილისში სოფლის ტურიზმის კონგრესის ჩატარების ორგანიზებას 2011 წლის შემოდგომაზე.

ტურიზმის სახელმწიფო დეპარტამენტში მუშავდება საქართველოში ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ძირითადი მიმართულებები, რომლებიც ეყრდნობა ტურიზმის მდგრადი განვითარების მსოფლიოში აღიარებულ პრინციპებს და აშკარა უპირატესობას ანიჭებს ბაზრის მოთხოვნის სტიმულირებას. მასში გამოკვეთილია ტურიზმის პრიორიტეტულობის შემდეგი კრიტერიუმები:

-ტურიზმის ექსპორტაბელურობის მაღალი დონე და აქედან გამომდინარე, ქვეყნის შემოსავლების ზრდაში მისი დიდი პოტენციალი;

-მოსახლეობის მასშტაბური დასაქმების შესაძლებლობა;

-რეგიონალური ეკონომიკური განვითარების დონის გათანაბრების რეზერვების არსებობა (ამის შესაძლებლობას იძლევა ტურისტული

პოტენციალის ბუნებრივ გეოგრაფიული განლაგება ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე);

-ეკონომიკის სხვა დარგების (ტურიზმის მომიჯნავე დარგების: ტრანსპორტი და კომუნიკაციის საშუალებები, დაზღვევა და საბანკო საქმიანობა, აგრარული სექტორი, კვების მრეწველობა, მშენებლობა) განვითარების მაღალი სტიმულირება ტურიზმის მაღალი მულტიპლიკატორულ-აქსელერატორული ეფექტით. ტურიზმის განვითარების სტრატეგიულ მიმართულებებად მიჩნეულია:

შემომყვანის ტურიზმის ხელშეწყობა და სტიმულირება; შიდა ტურიზმის განვითარება; საკონფერენციო ტურიზმის განვითარება; ტურისტული და ზოგადი ინფრასტრუქტურის განვითარება; კომპეტენტური კადრების მომზადება და გადამზადება; დარგის სახელმწიფო რეგულირება; საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა და ევროკავშირის კანონმდებლობასთან მისი ჰარმონიზაცია.

ზემოგანხილულ დოკუმენტში ნათქვამია, რომ ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო რეგულირება ეფუძნება არა აკრძალვით, არამედ წახალისების (ე.წ. “insentivur”) მეთოდს, როდესაც სახელმწიფოს მიერ დადგენილი გარკვეული კრიტერიუმების შესრულება კერძო სექტორისათვის იქნება მომგებიანი და სასარგებლო.

ტუროპერატორებისათვის, სატუმროებისა და გამყოლებისათვის (გიდებისათვის) შემუშავდება სათანადო კრიტერიუმები, რომელთა შესრულება კერძო სექტორისათვის სავალდებულო არ იქნება. მაგრამ სასტუმროებისა და აღნიშნული მომსახურე პერსონალის მიერ ამ კრიტერიუმების დაკმაყოფილების შემთხვევაში, მათ სახელმწიფო გარკვეულ პრივილეგიებს მისცემს. უნდა მოხდეს «ტურიზმისა და კურორტების შესახებ» და «კურორტებისა და საკურორტო ადგილების შესახებ» საქართველოს კანონებში, აგრეთვე საქართველოს სხვა კანონებსა და ნორმატიულ აქტებში შესაბამისი ცვლილებებისა და დამატებების

შეტანა, რომელთა მიზანია დღეს არსებული კურორტებისა და საკურორტო ადგილების ძველი, საბჭოთა კავშირის დროინდელ პრინციპებზე დაფუძნებული სანიტარიული დაცვის ზონებიდან, სარეკრეაციო ზონირებაზე გადასვლა. აღნიშნული რეფორმის შედეგად სარეკრეაციო ზონირება უნდა გახდეს ქალაქმშენებლობითი გეგმარების ნაწილი და საფუძველი, მეტი ყურადღება უნდა იქნას გადატანილი სივრცითი დაგეგმარების კომპონენტზე, ძირითადი დამკვეთი კიტურიზმისა და კურორტების დარგის მართვის უფლებამოსილი სახელმწიფო ორგანო იქნება. ეს რეფორმა შეეხება როგორც საკურორტო სფეროს, ასევე ურბანიზაციისა და მშენებლობის, აგრეთვე გარემოს დაცვითი შესაბამისი სამსახურების ფუნქციებს. რაც შეეხება ეკოტურიზმის, სათავგადასავლო და აქტიური ტურიზმის ხელშეწყობას, განვითარების სტრატეგია გულისხმობს ლაშქრობებს, ეკოლოგიურ და ბუნების გაცნობით ტურებსა და მარშრუტებს სპეციალური თემატიკის მიხედვით. დოკუმენტში ნათქვამია, რომ ეკოტურიზმის ხელშეწყობისათვის აუცილებელია საქართველოს დაცულ ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებთან მჭიდრო კოოპერაცია და ერთობლივი უწყებათაშორისი პროექტების განხორციელება. აქტიური და სათავგადასავლო ტურიზმის განვითარებისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება პროფესიული გამყოლების მომზადებასა და გადამზადებას. ასევე მაღალპროფესიულ დონეზე შესრულებული გზამკვლევების, რუკებისა და სხვა საინფორმაციო მასალის მომზადებას, სამაშველო სამსახურის ორგანიზებას. დოკუმენტში ასევე განხილულია შიდა ტურიზმის განვითარების პერსპექტივებიც. გამოთქმულია მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ შიდა ტურიზმის, ისევე როგორც საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია სოფლის ტურიზმის (აგროტურიზმის, ღვინის ტურიზმის) სტიმულირება.

ყოველივე ამისათვის საჭიროა სოფლის მოსახლეობის დაინტერესება, მათი ტრადიციული საცხოვრისის (კერძო სახლების) გამოყენება ადგილობრივი თუ უცხოელი დამსვენებლების მისაღებად. აგრეთვე, მათთვის სპეციალური ტრენინგების ჩატარება მომსახურებისა და ღირსშესანიშნაობების წარდგენის უნარ-ჩვევების ჩამოსყალიბებლად. სარეკლამო-საინფორმაციო კამპანიის დაგეგმვა-განხორციელება, რომლის მიზანი იქნება თბილისისა და რეგიონების მოსახლეობის სტიმულირება, სოფლის ტურიზმის განვითარების მიზნით. ტურიზმის სპეციალიზებული სახეობების- ღვინის ტურიზმისა და აგროტურიზმის განვითარება. მარკეტინგის კუთხით, აგროტურიზმისა და ღვინის ტურიზმის, როგორც ტურისტული პროდუქტის რეკლამირება და ხელშეწყობა.

ბოლო 10-15 წლის განმავლობაში ევროპის ქვეყნებში ეკოტურიზმის პოპულარობამ აგროტურიზმის განვითარებას დიდად შეუწყო ხელი.

აგროტურიზმი, ტურიზმის ის სექტორია, რომელიც ორიენტირებულია ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და სხვა სასოფლო რესურსებისა და მათი სპეციფიკის გამოყენებაზე კომპლექსური ტურისტული პროდუქციის შესაქმნელად. აგროტურიზმის მთავარი პირობა ისაა, რომ ტურისტების განთავსების საშუალებები (როგორც წესი, ინდივიდუალური ან სპეციალიზებული) მდებარეობდეს სოფლის დასახლებაში (ან ისეთ პატარა ქალაქებში სადაც არ არის სამრეწველო და მრავასართულიანი ნაგებობები).



გერმანიაში აგროტურიზმი ე.წ. “მდგრადი განვითარების” კონცეფციის ჩარჩოებში (sustainable development) განიხილება და იგი იმართება სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მიერ. ზოგიერთ ქვეყანის ტურისტულ ინდუსტრიაში აგროტურიზმის და ეკოტურიზმის ცნებები პრაქტიკულად იდენტურია. მაგალითად, ესპანეთში Turismo Rural და კვიპროსზე Agrotourism. ორივე მათგანის თარგმანი იდენტურია: “სოფლის ტურიზმი”. სხვა ქვეყნებში სოფლის და ეკოლოგიური ტურიზმი ტურისტული მომსახურების ერთ პაკეტშია გაერთიანებული (მაგალითად, იტალიაში ამ მიმართულებას “ბუნება და ჯანმრთელობა” ჰქვია. მეორეს მხრივ, ბევრ ქვეყანაში აგროტურისტული პროდუქტის პაკეტში “არაეკოლოგიური” ტიპის მომსახურებაც შედის (მაგალითად, ნადირობა, თევზაობა).

საქართველოს აგროტურიზმის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი რესურსები გააჩნია: სტუმართმოყვარეობის მდიდარი ტრადიციები, საინტერესო ტურისტული მარშრუტები, ადრეული და შუასაუკუნეების ისტორიული ძეგლები, ლამაზი ბუნება... მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ყველა რეგიონს განუმეორებელი თავისებურებანი ახასიათებს, რეგიონების მოსახლეობა ვერ იყენებს არსებულ პოტენციალს ინფრასტრუქტურების განუვითარებლობის გამო. საქართველოში აგროტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გადანაწილებას რეგიონებში, სადაც მოსახლეობის უმრავლესობა სიღარიბის ზღვარზე ცხოვრობს.

საქართველოსათვის განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია ეკოტურიზმის განვითარება, რამდენადაც მისი შესაბამისი სექტორი ბაზრზე ჯერ კიდევ არ არის სრულად ათვისებული. ეკოტურიზმის განვითარება არამარტო ქვეყნის ეკონომიკას წაადგება, არამედ ხელს შეუწყობს ბუნებრივი ადგილების მდგრად განვითარებას. თუ ამ გზას დროულად არ დავადგებით, ცოტა ხანში უკვე გვიან იქნება. ტურისტების ნაკვალენი თუ არ დაანგრევს, იმდენად სერიოზულად მაინც დააზიანებს ეკოსისტემას, რომ ჩვენს შვილებსა და შვილიშვილებს შეიძლება აღარ მიეცეთ ბუნებრივი ადგილებით ტკობის სიამოვნება, საქართველომ კი დაკარგოს შანსი ბუნებრივი პოტენციალის ქვეყნის ეკონომიკისათვის ძალზედ სარგებლიანად გამოყენებისა.

#### **კითხვები ცოდნის შესამოწმებლად**

1. დაახასიათეთ ეკოტურიზმი;
2. დაახასიათეთ ეკოტურიზმის ძირითადი პრინციპები;
3. დაახასიათეთ ბიომრავალფეროვნებაზე ეკოტურიზმის გავლენა;
4. დაახასიათეთ ეკოტურიზმზე საკანონმდებლო და სახელმწიფო რეგულირება.

## თავი XVI. საქართველოს ტურისტული რესურსები და ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები

### 16.1 საქართველოს ტურისტული რესურსები

საქართველოს თავისი ბუნებრივი, გეოგრაფიული, კლიმატური, რეკრეაციული შესაძლებლობებისა და ისტორიულ-კულტურული მემკვიდრეობის გამო ტურიზმისა და საკურორტო საქმიანობის დიდი პოტენციალი გააჩნია.

რესურსული პოტენციალის მნიშვნელობის მხრივ, საქართველო, ერთ-ერთი გამორჩეული ქვეყანაა, რომლის მიმართაც ინტერესი უძველესი დროიდან არსებობდა, რაზეც მეტყველებს თქმულება არგონავტების შესახებ. ერთ-ერთი ვერსიის თანახმად კოლხეთში მოსული არგონავტების ყურადღება მედიცინამაც მიიპყრო, რომელიც იმ დროისათვის საკმაოდ მაღალ დონეზე იყო განვითარებული.

საქართველო თავისი ისტორიის მანძილზე ისეთ ხელსაყრელ პოლიტიკურ გარემოში არასოდეს არ მოქცეულა, როგორც ეს X-XII სს-ში იყო. ამ დროს დამყარდა ინტენსიური სავაჭრო კავშირები, აღმოსავლეთის, დასავლეთის, სამხრეთის და ჩრდილოეთის ქვეყნებთან. ქვეყანა სატრანზიტო და ადგილობრივი მნიშვნელობის გზებით დაიქსელა, მათ შორის გამორჩეული იყო უძველესი «აბრეშუმის გზა».

როგორც აღინიშნა, საქართველო უძველესი დროიდან დასერილი იყო სავაჭრო გზებით და ცხადია ამის გამო წარმოუდგენელი იყო დასასვენებელი ადგილებისა და მოგზაურთა მომსახურებისათვის აუცილებელი, თუნდაც პრიმიტიული ინფრასტრუქტურის გარეშე. სწორედ აქედან იღებს სათავეს ჩვენში სასტუმროების ტიპის სახლების მშენებლობა, როგორცია: ქარვასლა, სასვენია, ხანი, სამადლო, იამი, ფუნდუკი, მანძილი.

ძველად მოგზაურობა თვეობით და წლებით გრძელდებოდა და იძლეოდა არა მხოლოდ გამოცდილებას, არამედ მრავალმხრივ ინფორმაციას ქვეყნების, ხალხების, ადათწესებისა და კულტურის შესახებ. მოგზაურობა სამყაროს მშვენიერების აღქმის უნარს ანვითარებდა. ფრანგი მოგზაური ჟან შარდენი XVII ს-ის 70-იანი წლების თბილისის აღწერისას აღნიშნავს: «თბილისი აღმოსავლეთის ერთ-ერთი ულამაზესი, მჭიდროდ დასახლებული ქალაქია. თბილისში უფრო მეტ უცხოელს შეხვდებით, ვიდრე სხვაგან სადმე».

უკვე XIX საუკუნიდან საქართველოს მთიანი მხარეებისა და საზღვაო სანაპიროს დასასვენებლად და სამოგზაუროდ ათვისების ცდები შეინიშნება.

საქართველოს ტურისტულ-საკურორტო პოტენციალს განსაზღვრავს: 1. შავი ზღვის სანაპირო ზოლი, რომლის სიგრძე ქვეყნის მასშტაბით 318 კილომეტრია, იგი მასობრივი ტურიზმის განვითარების ძირითად საფუძველს წარმოადგენს. 2. დიდი და მცირე კავკასიონის მთაგრეხილები, რომელიც შავი ზღვიდან კასპიის ზღვამდეა გადაჭიმული და სიგრძით 1500 კილომეტრს აღწევს. საქართველოს მთიანეთი სამთო-

სათხილამურო ტურიზმისა და ალპინიზმის განვითარებისათვის უაღრესად ხელსაყრელ პირობებს ქმნის. დიდ კავკასიონზე არის მწვერვალები, რომელთა სიმაღლე 4000 მეტრს აღწევს.

კლიმატური პარამეტრების ფორმირებას განაპირობებს ხმელთაშუაზღვისპირეთის ზომიერი, ნოტიო და მშრალი, კონტინენტური კასპიის ზღვის აუზი. ჰავა, დასავლეთ საქართველოში უპირატესად ნოტიო, სუბტროპიკულია, ხოლო აღმოსავლეთ საქართველოში გარდამავალი, სუბტროპიკულიდან ზომიერისაკენ. იანვრის საშუალო ტემპერატურაა + 3 გრადუსიდან (კოლხეთში) – 2 გრადუსამდე, აგვისტოში კი 23-26 გრადუსი. დასავლეთ საქართველოში, რომელიც შავ ზღვას ემიჯნება, მოდის წელიწადში 1000-დან 2800-მდე მმ ნალექი, ხოლო აღმოსავლეთ საქართველოში 300-600 მმ.

საქართველო კურორტების ქვეყანაა. აქ დღეისათვის 102 კურორტი და 182 საკურორტო ადგილია. ქვეყნის საკურორტო რესურსები მრავალფეროვანია. აღრიცხულია შემდეგი სახის სამედიცინო პროფილის კურორტები: კარდიოლოგიური, პულმონოლოგიური, ფტიზიატრიული, ალერგოლოგიური, ნევროლოგიური, გასტროენტეროლოგიური, ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნეფროლოგიური, უროლოგიური, დერმატოლოგიური.

ზღვის დონიდან 700 მეტრ სიმაღლეზე განლაგებულია ბალნეოლოგიური კურორტები – წყალტუბო, ნაბეღლავი, ზვარე, ნუნისი და სხვა. ზღვის დონიდან 700-1000 მეტრ სიმაღლეზე – ასევე ბალნეოლოგიური კურორტები – ბორჯომი, საირმე, უწერა, სურამი, 1000-1500 მეტრ სიმაღლეზე კი სამთო კლიმატური – აბასთუმანი, წალვერი, ცემი, ფაფა, მანგლისი, მაღალმთიანი ზონის კურორტები 1500 მეტრს ზევით – ბაკურიანი, გუდაური, შოვი, ბახმარო, ლებარდე და სხვა, სადაც წარმატებით მკურნალობენ ფილტვის ტუბერკულოზს, ბრონქიალურ ასთმას, სისხლნაკლებობას, გულსისხლძარღვთა დაავადებებსა და ნევროზს.

1990 წლამდე საქართველოს ტურიზმის მთავარი საფუძველი იყო მინერალური წყლები და მკურნალობა, შვებულების პერიოდში. ეს იყო დრო, როდესაც საქართველო 4 მილიონამდე ტურისტს იღებდა.

ქვეყნის დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ მიმდინარე პოლიტიკურმა და მძიმე სოციალურ-ეკონომიკურმა ფონმა ფაქტობრივად მოშალა და გააჩანაგა სასტუმროების, სანატორიუმების, დასასვენებელი სახლებისა და სხვადასხვა ტურისტული ობიექტების დიდი უმრავლესობა.

საბჭოთა პერიოდში, საქართველოში, ძირითადად ტურიზმის ორი სახე იყო ცნობილი: კულტურული ტურიზმი, რომელიც სპეციალურ ლიტერატურაში მოიხსენიებოდა, როგორც «შემეცნებითი» ტურიზმი და სამკურნალო ტურიზმი. (12 ან 24 დღიანი საგზურით ქვეყნის სხვადასხვა სანატორიუმებსა და განთავსების ადგილებში). დასასვენებელი ან გასართობი ტურიზმი ძირითადად განვითარებული იყო საქართველოს შავი ზღვის სანაპიროზე და იგი კულტურული ტურიზმის ელემენტებსაც შეიცავდა.

ისეთი ქვეყნისათვის, როგორც საქართველოა, ტურიზმი და კურორტები ერთმანეთისაგან განუყოფელია. არ არსებობს ტურისტული მარშრუტი, რომელიც

გვერდს უვლიდეს კურორტსა და საკურორტო ადგილს, ისევე როგორც, წარმოდგენილია კურორტებზე დასვენება, მკურნალობა და გაჯანსაღება, რომელსაც არ ავსებდეს კულტურულ-შემეცნებითი, ბუნების გაცნობითი და სხვა სახის ტურიზმის მიმართულებები. ძნელად თუ მოიძებნება სხვა რომელიმე ქვეყანა, რომელსაც გააჩნდეს მსოფლიოში ცნობილი ყველა ტიპის სამკურნალო ფაქტორები: ზღვისპირეთისა და ზღვის კლიმატი, 2400-მდე მინერალური წყაროები 13000 მლნ ლიტრი დებიტით დღე-ღამეში, სამკურნალო ტალახები, სამკურნალო მღვიმეები და სხვა.

საქართველოში ტურისტებს შესაძლებლობა აქვთ დატკბნენ არა მხოლოდ ულამაზესი ბუნებით და ლანშაფტებით, არამედ 35 ათასი ისტორიული ძეგლით, რომელთაგან 5 ათას სახელმწიფო იცავს. 1994 წლიდან ოთხი მათგანი იუნესკოს მსოფლიო მნიშვნელობის ძეგლთა დაცვის სიაში შევიდა: 1. საქართველოს უძველესი დედაქალაქი მცხეთა, როგორც ქალაქი – მუზეუმი, 2. გელათის სამონასტრო კომპლექსი (XI ს.), 3. ბაგრატიის ტაძარი ქუთაისში (XI ს.) და 4. უმგულის არქიტექტორული ანსამბლი.

ტურისტულ პროგრამებში შესულია ანტიკური ხანის ნაქალაქარები: არმაზი (მცხეთა), ციხე-გოჯი (ნოქალაქევი, სენაკი), ანტიკური კოლხეთის რელიგიური ცენტრი ვანი, ნასტაკისი და ძალისი, კლდეში ნაკეთი ანტიკური ქალაქი უფლისციხე და სხვ. მათ რიგშია ადრე ფეოდალური (IV-VII ს.) ხანის უნიკალური ძეგლები ძველი გავაზი (IV ს.), ბოლნისის სიონი (V ს.), მცხეთის ჯვარი (VI-VII სს).

როგორც ქვემოთ დანართის სახით მოტანილი დიაგრამებიდან ჩანს 2008 წელისათვის 2007 წელთან შედარებით უცხოელი მოქალაქეების ჩამოსვლების რაოდენობა გაზრდილია 23%-ით, სადაც ჩამომსვლელთა რაოდენობით ყველაზე დიდი პროცენტით ხასიათდებიან: თურქეთი- 27,2%-ით, აზერბეიჯანი- 26,7%-ით, სომხეთი- 21,8%-ით, რუსეთი- 8,8%-ით. დიაგრამა გვიჩვენებს, რომ უცხოელი მოქალაქეების ჩამოსვლების რაოდენობა თვეების მიხედვით პიკს აღწევს ივლის-აგვისტოს თვეებში, რაც შეეხება ტრანსპორტის სახეობების მიხედვით ჩამოსულ ტურისტთა რაოდენობას ყველაზე დიდი პროცენტი საავტომობილო ტრანსპორტს უკავია, ხოლო შემდეგ მოდის საჰაერო, საზღვაო და სარკინიგზო ტრანსპორტი.

უცხოელი მოქალაქეები ჩამოსვლის მიზნის მიხედვით პროცენტული გადანაწილება 2008 წლის იანვარ-ივლისის თვეების მიხედვით შემდეგ სურათს იძლევა: ბიზნესისა და პროფესიული აქტივობის მიხედვით- 39%, მეგობრებისა და ნათესავების მონახულების მიზნით-26%, დასვენებისა და რეკრეაციის მიზნით- 20%, ტრანზიტის- 4%, ვაჭრობის- 3%, მკურნალობის- 2%, განათლებისა და ტრენინგების- 2%, დასაქმება საერთაშორისო ორგანიზაციაში- 2%, სხვა მიზნით- 2%. როგორც ზემოთ მოტანილი დიაგრამებიდან ჩანს ყველაზე დიდი პროცენტი წარმოდგენილია ბიზნესისა და პროფესიული აქტიურობის მიხედვით ჩამოსულთა რაოდენობა, მაგრამ გარკვეული პერიოდის გავლის შემდეგ, როდესაც მოწესრიგდება ქვეყანაში პოლიტიკური, ეკონომიკური საკითხები და ტურიზმის დარგის ინფრასტრუქტურა, უნდა ველოდოთ, რომ უცხოელი ტურისტების მოთხოვნა უფრო მეტად გაიზრდება დასვენებისა, რეკრეაციის და მკურნალობის მიზნით ჩამოსულთა რაოდენობა.

2008 წლის მარტი-ივლისის მიხედვით საქართველოში მოგზაურობის დღიური დანახარჯები ტრანსპორტის სახეების მიხედვით შეადგენს: საჰაერო- 164 ლარს, საზღვაო- 84,7 ლარს და სარკინიგზო- 38,8 ლარს.

## 16.2 საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები

პერსპექტივაში ძირითად პრიორიტეტებად გამოყოფილია ტურიზმის და სოფლის მეურნეობის განვითარება. ამ უკანასკნელმა კი ხელი უნდა შეუწყოს უცხო ქვენიდან შემოსულმა ტურისტებმა სასურსათო პროდუქტების სახით მოიხმარონ ადგილობრივი ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტები და არა, ქვეყანაში იმპორტირებული სასურსათო პროდუქტები, ჯერ ერთი იმიტომ, რომ სასურველია უცხოელ ტურისტი დავაინტერესოთ ადგილობრივი ეროვნული სამზარეულოთი და მეორე, რაც მთავარია ტურისტის მიერ დახარჯული ფული დარჩეს ადგილზე, რომელიც მოხმარდება ეროვნული ეკონომიკის განვითარებას და არა ისევ საზღვარგარეთ გაედინებოდეს, რაც ადგილობრივი ბიუჯეტის დეფიციტს გამოიწვევს. საერთაშორისო ექსპერტები საქართველოში ტურიზმის დიდ მომავალს უწინასწარმეტყველებენ. სხვა უპირატესობებთან ერთად ისინი ხაზგასმით აღნიშნავენ ქვეყნის გეოგრაფიულ სიახლოვეზე მსოფლიოს მთავარ ტურისტულ ბაზართან-ევროპასთან. გერმანელი ტურისტები ყოველწლიურად ქვეყნის გარეთ 45 მილიარდ აშშ დოლარზე მეტს ხარჯავენ, დიდი ბრიტანელები-36 მილიარდს, ხოლო ისეთი პატარა ქვეყნის ტურისტები, როგორცაა ჰოლანდია,-12 მილიარდ აშშ დოლარს. ვ. შუბლაძის აზრით („ფინანსები“, 2004) საქართველოს უდავოდ შეუძლია ტურიზმის განვითარების შემთხვევაში საფუძვლიანი პრეტენზია განაცხადოს ევროპელი (და არა მარტო ევროპელი) ტურისტების დანახარჯების გარკვეულ ნაწილზე. 2001 წელს ავსტრიამ, რომელიც თითქმის საქართველოს მასშტაბის ქვეყანაა, მხოლოდ ტურიზმიდან ერთი წლის განმავლობაში 10 მილიარდ დოლარზე მეტი შემოსავალი მიიღო.

XX საუკუნის 90-იან წლებში, საქართველოში არსებულმა მდგომარეობამ ტურიზმის პროდუქციისა და ბაზრების მკვეთრი გამიჯვნა გამოიწვია. ადგილობრივი ტურიზმი თავისი ფორმითა და შინაარსით შეიცვალა, იგი საბაზრო პრინციპებით ფუნქციონირებს. ადგილობრივ ტურიზმში ჯერ კიდევ დომინირებს ორი ტიპის ტურისტული პროდუქტი: პირველი: ზაფხულის დასვენება-შავი ზღვის სანაპიროზე ან მთის ზონაში განლაგებულ კურორტებზე (მაგალითად ბორჯომ-ბაკურიანში); მეორე: ზამთრის დასვენება ბაკურიანსა და გუდაურში. მესამე ტიპის პროდუქტმა – სამკურნალო ტურიზმმა, თავისი ფუნქცია მნიშვნელოვნად დაკარგა, თუმცა ზოგიერთი სანატორიუმები და კურორტები იშვიათად გამოიყენება. სამკურნალო ტურიზმის შეზღუდვის მთავარი მიზეზებია მომხმარებელთა გადახდისუნარიანობის დაბალი დონე, სოციალური დაზღვევის სახელმწიფო პროგრამების მიმართ მოსახლეობის უნდობლობა და სხვ.

რაც შეეხება უცხოურ ტურისტულ ბაზრებზე გასვლას და დამკვიდრებას, გამოყენებაშია ძირითადად ერთი - ე.წ. «სათავგადასავლო» (აღმოჩენითი) ტურიზმი.

მისი მარშრუტები მოიცავს ბუნებისა და კულტურული ძეგლების დათვალიერებას, როგორც წესი, სომხეთისა და აზერბაიჯანის ანალოგიურ ტურისტულ პროგრამებთან ერთად. ექსკურსიები ან მარშრუტები ფარავს საქართველოს ტერიტორიის უმეტეს ნაწილს და ყველა მნიშვნელოვან ისტორიულ ადგილს მოიცავს. ამ ტურების მსგავსად წარმოდგენილი არის სათხილამურო ცენტრები, ლამქრობები, ალპინიზმი, ბოტანიკური ტურები და მარშრუტები, სპეციალური თემატიკის მიხედვით. ყველა შემომყვანი ოპერატორი ფოკუსირებას ადმოქენით ტურპროდუქტებზე აკეთებს, ასე, რომ უცხოურ მომხმარებელზე ორიენტირებულია პრაქტიკულად ერთი ტიპის ტურისტული პროდუქტი - «სათავგადასავალო» ტურიზმი, რომელიც მთლიანი ტურისტული მოთხოვნის მხოლოდ მცირე ნაწილს მოიცავს, ამიტომ ტურისტთა რაოდენობა შედარებით მცირეა.

საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივას, საერთაშორისო ექსპერტები დიდ მომავალს უწინასწარმეტყველებენ. სხვა უპირატესობებთან ერთად ისინი ხაზგასმით აღნიშნავენ ქვეყნის გეოგრაფიულ სიახლოვეზე მსოფლიოს მთავარ ტურისტულ ბაზართან-ევროპასთან. გერმანელი ტურისტები ყოველწლიურად ქვეყნის გარეთ 45 მილიარდ აშშ დოლარზე მეტს ხარჯავენ, დიდი ბრიტანელები-36 მილიარდს, ხოლო ისეთი პატარა ქვეყნის ტურისტები, როგორცაა ჰოლანდია,-12 მილიარდ აშშ დოლარს. ვ. შუბლამის აზრით („ფინანსები“, 2004) საქართველოს უდავოდ შეუძლია ტურიზმის განვითარების შემთხვევაში საფუძვლიანი პრეტენზია განაცხადოს ევროპელი (და არა მარტო ევროპელი) ტურისტების დანახარჯების გარკვეულ ნაწილზე. 2001 წელს ავსტრიამ, რომელიც თითქმის საქართველოს მასშტაბის ქვეყანაა, მხოლოდ ტურიზმიდან ერთი წლის განმავლობაში 10 მილიარდ დოლარზე მეტი შემოსავალი მიიღო.

ძალზედ მნიშვნელოვანია, რომ უკანასკნელი ორი წლის განმავლობაში აღინიშნება ქვეყანაში შემოსულ უცხოელ ტურისტთა და ვიზიტორთა ზრდის ტენდენცია. მხოლოდ მიმდინარე წელს, შარშანდელთან (იგივე პერიოდში) შედარებით მათი რიცხვი თითქმის 40%-ით გაიზარდა.

ნიშანდობლივია ის ფაქტი, რომ 2004 წლის შემოდგომაზე საქართველო ერთიანი სტენდით პირველად წარსდგა ლონდონის მსოფლიო ტურისტულ ბირჟაზე და ეს პრაქტიკა გაგრძელდა 2005 წელსაც, როდესაც საქართველომ მონაწილეობა მიიღო მილანის, მიუნხენის, ბერლინის, სტამბულის, ბაქოს, ტოკიოს, კიევისა და ლონდონის საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებში. ვარაუდობენ, რომ მომავალში გამოფენებში მონაწილეობა უფრო მასშტაბური გახდება, რადგან ეს ქვეყნისადმი კვლევითი დეპარტამენტი ინტერესის გაზრდის ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური საშუალებაა (მაგალითისათვის, ლიტვის ტურიზმის დეპარტამენტმა 2005 წელს მსოფლიოს 24 გამოფენაში მიიღო მონაწილეობა).

პირველ რიგში, აუცილებელია საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმის როლის სათანადოდ გაცნობიერება და ტურიზმის განვითარების სახელმწიფო პროგრამის შედგენა. რაც მოითხოვს შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზის შემუშავებასა და არსებული კანონების (საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“-1997 წლის 6 მარტი; საქართველოს კანონი „კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ“-1998 წლის 20 მარტი);

საქართველოს კანონი „საქართველოში შემოსულ და საქართველოდან გასული ტურისტების აღრიცხვის მოწესრიგების შესახებ“) საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად დახვეწა განვითარებას მოითხოვს.

ტურიზმის სახელმწიფო დეპარტამენტში მუშავდება საქართველოში ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ძირითადი მიმართულებები, რომლებიც ეყრდნობა ტურიზმის მდგრადი განვითარების მსოფლიოში აღიარებულ პრინციპებს და აშკარა უპირატესობას ანიჭებს ბაზრის მოთხოვნის სტიმულირებას. მასში გამოკვეთილია ტურიზმის პრიორიტეტულობის შემდეგი კრიტერიუმები:

-ტურიზმის ექსპორტბელურობის მაღალი დონე და აქედან გამომდინარე, ქვეყნის შემოსავლების ზრდაში მისი დიდი პოტენციალი;

-მოსახლეობის მასშტაბური დასაქმების შესაძლებლობა;

-რეგიონალური ეკონომიკური განვითარების დონის გათანაბრების რეზერვების არსებობა (ამის შესაძლებლობას იძლევა ტურისტული პოტენციალის ბუნებრივ-გეოგრაფიული განლაგება ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე);

-ეკონომიკის სხვა დარგების (ტურიზმის მომიჯნავე დარგების: ტრანსპორტი და კომუნიკაციის საშუალებები, დაზღვევა და საბანკო საქმიანობა, აგრარული სექტორი, კვების მრეწველობა, მშენებლობა) განვითარების მაღალი სტიმულირება ტურიზმის მაღალი მულტიპლიკატორულ-აქსელერატორული ეფექტით.

ტურიზმის განვითარების სტრატეგიულ მიმართულებებად მიჩნეულია: შემოსვლითი ტურიზმის ხელშეწყობა და სტიმულირება;

### **შიდა ტურიზმის განვითარება**

-საკონფერენციო ტურიზმის განვითარება;

-ტურისტული და ზოგადი ინფრასტრუქტურის განვითარება;

-კომპეტენტური კადრების მომზადება და გადამზადება;

-დარგის სახელმწიფო რეგულირება;

-საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა და ევროკავშირის კანონმდებლობასთან მისი ჰარმონიზაცია;

ზემოგანხილულ დოკუმენტში ნათქვამია, რომ ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო რეგულირება ეფუძნება არა აკრძალვით, არამედ წახალისების (ე.წ. “insentivur”) მეთოდს, როდესაც სახელმწიფოს მიერ დადგენილი გარკვეული კრიტერიუმების შესრულება კერძო სექტორისათვის იქნება მომგებიანი და სასარგებლო. ტუროპერატორებისათვის, სატუმროებისა და გამყოლებისათვის (გიდებისათვის) შემუშავდება სათანადო კრიტერიუმები, რომელთა შესრულებაკერძო სექტორისათვის სავალდებულო არ იქნება. მაგრამ სასტუმროებისა და აღნიშნული მომსახურე კვლევითი დეპარტამენტი პერსონალის მიერ ამ კრიტერიუმების დაკმაყოფილების შემთხვევაში, მათ სახელმწიფო გარკვეულ პრივლეგიებს მისცემს. უნდა მოხდეს «ტურიზმისა და კურორტების შესახებ» და «კურორტებისა და საკურორტო ადგილების შესახებ» საქართველოს კანონებში, აგრეთვე საქართველოს სხვა კანონებსა და ნორმატიულ აქტებში შესაბამისი ცვლილებებისა და დამატებების შეტანა, რომელთა მიზანია დღეს არსებული

კურორტებისა და საკურორტო ადგილების ძველი, საბჭოთა კავშირის დროინდელ პრინციპებზე დაფუძნებული სანიტარიული დაცვის ზონებიდან, სარეკრეაციო ზონებზე გადასვლა. აღნიშნული რეფორმის შედეგად სარეკრეაციო ზონები უნდა გახდეს ქალაქმშენებლობითი გეგმარების ნაწილი და საფუძველი, მეტი ყურადღება უნდა იქნას გადატანილი სივრცითი დაგეგმარების კომპონენტზე, ძირითადი დამკვეთი კი ტურიზმისა და კურორტების დარგის მართვის უფლებამოსილი სახელმწიფო ორგანო იქნება. ეს რეფორმა შეეხება როგორც საკურორტო სფეროს, ასევე ურბანიზაციისა და მშენებლობის, აგრეთვე გარემოსდაცვითი შესაბამისი სამსახურების ფუნქციებს.

რაც შეეხება ეკოტურიზმის, სათავგადასავლო და აქტიური ტურიზმის ხელშეწყობას, განვითარების სტრატეგია გულისხმობს ლაშქრობებს, ეკოლოგიურ და ბუნების გაცნობით ტურებსა და მარშრუტებს სპეციალური თემატიკის მიხედვით. დოკუმენტში ნათქვამია, რომ ეკოტურიზმის ხელშეწყობისათვის აუცილებელია საქართველოს დაცულ ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებთან მჭიდრო კოოპერაცია და ერთობლივი უწყებათაშორისი პროექტების განხორციელება. აქტიური და სათავგადასავლო ტურიზმის განვითარებისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება პროფესიული გამყოლების (გიდების) მომზადებასა და გადამზადებას. ასევე მაღალპროფესიულ დონეზე შესრულებული გზამკვლევების, რუკებისა და სხვა საინფორმაციო მასალის მომზადებას, სამაშველო სამსახურის ორგანიზებას.

დოკუმენტში ასევე განხილულია შიდა ტურიზმის განვითარების პერსპექტივებიც. გამოთქმულია მოსაზრება იმის თაობაზე, რომ შიდა ტურიზმის, ისევე როგორც საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია სოფლის ტურიზმის (აგროტურიზმის, ღვინის ტურიზმის) სტიმულირება. ყოველივე ამისათვის საჭიროა სოფლის მოსახლეობის დაინტერესება, მათი არსებული საცხოვრებლის (კერძო სახლების) გამოყენება ადგილობრივი თუ უცხოელი დამსვენებლების მისაღებად. აგრეთვე, მათთვის სპეციალური ტრენინგების ჩატარება მომსახურებისა და ღირსშესანიშნაობების წარდგენის უნარ-ჩვევების ჩამოსყალიბებლად. სარეკლამო-საინფორმაციო კამპანიის დაგეგმვა-განხორციელება, რომლის მიზანი იქნება თბილისისა და რეგიონების მოსახლეობის სტიმულირება, სოფლის ტურიზმის განვითარების მიზნით. ტურიზმის სპეციალიზებული სახეობების - ღვინის ტურიზმისა და აგროტურიზმის განვითარება. მარკეტინგის კუთხით, აგროტურიზმისა და ღვინის ტურიზმის, როგორც ტურისტული პროდუქტის რეკლამირება და ხელშეწყობა.

საქართველოს კონკურენტი ქვეყნების ტურისტული კომპანიების ტურპაკეტების საშუალო დღიური ღირებულება გვიჩვენებს ჩვენი ტურპროდუქტის არასაკმარის კონკურენტუნარიანობას. თურქული და რუმინული ტურპროდუქტის კონკურენტუნარიანობა აშკარაა. ამასთან, ყურადღება უნდა მივაქციოთ იმ გარემოებას, რომ მნიშვნელოვანწილად ეს, ავიაბილეთების შედარებით დაბალი ფასებითაა მიღწეული, რაც ზრდის ამ ქვეყნების ტურპროდუქტების კონკურენტუნარიანობას ქართულთან შედარებით.

კავკასიის რეგიონში, საქართველოს, თავისი გეოპოლიტიკური მდებარეობით,



საქმიანი შეხვედრებისა და საკონფერენციო ტურიზმის წარმატებით განვითარებისათვის საუკეთესო პირობები აქვს.

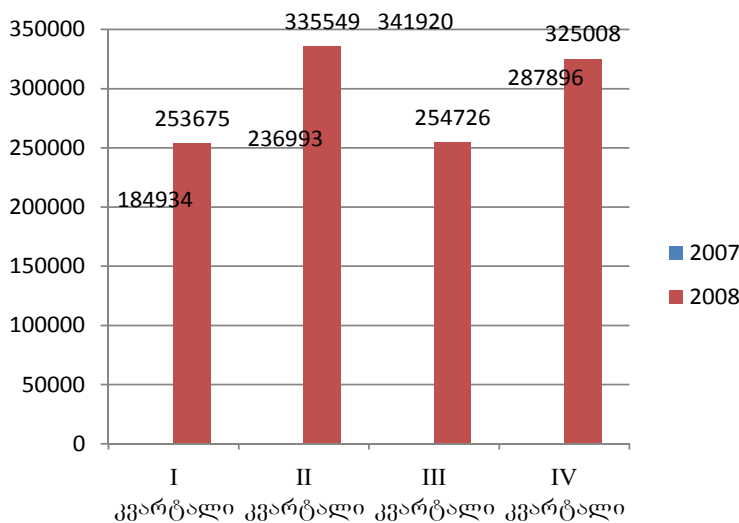
არსებული დიდი სასტუმრო ცენტრები («შერატონი» და «მარიოტი») ასეთი ტიპის სერვისზეა ორიენტირებული, რაც მომავალში თბილისის საერთაშორისო საკონფერენციო ცენტრად ჩამოყალიბებას უზრუნველყოფს (უპირველეს ყოვლისა კავკასიის რეგიონის ფარგლებში). ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების კონცეფციის ერთ-ერთი საკითხია სატრანსპორტო (საჰაერო, სარკინიგზო და საავტომობილო) კავშირების მოცულობა და ხარისხი, კავკასიის რეგიონების ცენტრებს შორის. მანამდე სანამ ეს პრობლემა დაიდგება, აქცენტი შეიძლება გაკეთდეს მცირე და საშუალო ზომის საერთაშორისო ღონისძიებებისა და შეხვედრების ჩატარებაზე.

გამოკვლევებმა გვიჩვენა, რომ ძირითადი პრობლემა, რაც ქართული „სათავგადასავლო“ (აღმოჩენითი) ტურპროდუქტის უცხოურ ბაზრებზე გატანის დროს იქმნებოდა, გამოწვეული იყო ქვეყნის პოლიტიკური არასტაბილურობით, მძიმე კრიმინოგენური სიტუაციით და ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარების დაბალი დონით. ხოლო რაც შეეხება თანამედროვე პირობებში, შემომყვანმა ტურკომპანიებმა, ყურადღების კონცენტრაცია ძირითადში შიდა ტურისტულ ბაზრებზე უნდა მოახდინონ და მარკეტინგული მენეჯმენტის სტრატეგიის გამოყენებით, მოთხოვნის ახალი სეგმენტის შექმნითა და შემდგომი გაფართოებით, საშუალება უნდა მიეცეს საქართველოში ტურიზმის სწრაფ განვითარებას.

საქართველოში უცხოელი ტურისტების ჩამოსვლის დინამიკა

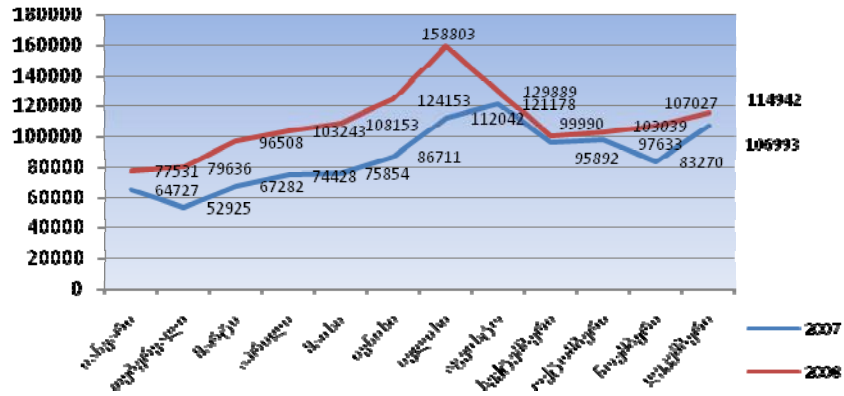
2007-2008წ.წ. კვარტლის მიხედვით

დიაგრამა №1



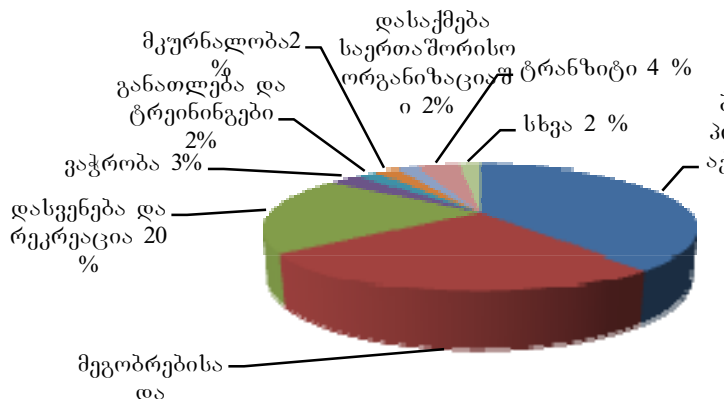
საქართველოში ჩამოსულ უცხოელ ტურისტთა რაოდენობა  
2007-2008 წ.წ. თვეების მიხედვით

დიაგრამა №2



უცხოელი მოქალაქეების ჩამოსვლის მიზნები %-ში  
(2008 წლის იანვარი-ივლისის მონაცემები)

დიაგრამა №3



წყარო

- შსს/ საქართველოს სასაზღვრო პოლიცია
- საქართველოს ეკონომიკური განვითარების სამინისტრო / ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი

## გამოყენებული ლიტერატურა

1. მეტრეველი მ. „ტურიზმი“, თბ. 2003.
2. შუბლაძე ვ. „საქართველო და ტურიზმი“, 2004
3. შუბლაძე ვ. „ტურიზმის როლი და მნიშვნელობა განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში“ ჟურნალი „ფინანსები“, 2004
4. ბერიაშვილი ტ., «ელკანა», «მივიწყებული კულტურები», 2008.
5. ბერიაშვილი ტ., «ელკანა», «ძველი ქართული კერძები», თბ. 2009.
6. ლომიძე თ., ქართული სამზარეულო, გამომცემლობა «ხელოვნება», 1990.
7. ყაველაშვილი ზ. რედაქტორი, სამზარეულო – ქართული და ევროპული საჭმელები, ქართველთა ამხანაგობის გამოცემა, ტფილისი, 1903.
8. ხაჭაპურიძე ა., ხარტიშვილი ლ. ოჯახური სასტუმროების მფლობელთათვის «ტურისტთა კვების თავისებურებანი», «ელკანა», 2008.
9. ხარტიშვილი ლ. ტურიზმი სოფლად. «ელკანა», 2008.
10. ხოფერია ნ., საოჯახო წიგნი. გამომცემლობა «საბჭოთა საქართველო», მეორე გამოცემა, თბ. 1965.
11. ხაჭაპურიძე ა., ხარტიშვილი ლ., «ტურისტთა კვების თავისებურებანი», «ელკანა», თბ. 2010.
12. ჯორჯაძე ბ., რჩეული სამზარეულო, გამოცემა «სოპრანისა», თბ. 1914.
13. ოქროცვარიძე ა., ოქროცვარიძე ლ., «ტურიზმი- ქვეყნის ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტი», სამეც. შრომათა კრებული, ტ. 2, №1 (46), გვ. 108-111. 2009.
14. ოქროცვარიძე ა., ოქროცვარიძე ლ., «აგროტურიზმის როლი საქართველოს ეკონომიკაში», სამეც. შრომათა კრებული ტ. XXX, გვ. 197-200. 2005.
15. ოქროცვარიძე ა., ვადაჭკორია მ., ოქროცვარიძე ლ., დამხმარე სახელმძღვანელო, «საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობები», გვ. 78-91. თბ. 2009.
16. მეტრეველი მ., ტურიზმი და გარემოს დაცვა, ეკოტურიზმის საფუძვლები. თბ. 2004.
17. ოქროცვარიძე ა., «ტურიზმის მენეჯმენტი», სალექციო კურსის მასალები საქართველოს აგრარული უნივერსიტეტის ბიზნესის და მართვის სტუდენტებისათვის. 2010.
18. საოჯახო სასტუმრო სახლები სოფლად და პატარა ქალაქებში მეწარმე სუბიექტის სტანდარტი. «ელკანა», 2008.
19. საქართველოს სტატისტიკური წელიწადი 2009 წლის საქართველოს სტატისტიკის დეპარტამენტი. 2009.
20. საქართველოს საკანონმდებლო აქტი. №2, 1999. ტურიზმი და კურორტები.
21. Гуляев В. Г. Организация туристской деятельности М., 1996.
22. Голова О. Б. Менеджмент туризма: практический курс: учебно-методическое пособие. М., 2007.
23. Иванов В. В. Волов Л. В. Гостиничный менеджмент. М., 2007.
24. Ильины Е Н туризм –путешествия Создание туристской фирмы М 1998.
25. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма, учебник. М., 2007.

26. Кварталов В. А. Зорин И. В. Менеджмент туризма; Экономика туризма, М., 2004.
27. Жукова М. А. Индустрия туризма, Менеджмент организации. М., 2006.
28. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. Минск, 2006.
29. Ecotourism A Sustainable Option? Erlet Cater, Univeristy of Reading, UK 1994.
30. Ceballos Lascurain, H., 1992, Tourists for conservation, People and the Planet
31. Butler, R., 1980, The concept of a tourism area cycle of evolution, Canadian Geographer
32. Steele, P., 1993, The economics of eco-tourism, In Focus
33. Drake, S. P., 1991, Local participation in ecotourism projects, in Whelan, T. (ed.) Nature Tourism, Island Press, Washington.
34. Туризм- профессиональный журнал № 01 2006.
36. [www. agrotourism.iatp.org.ge](http://www.agrotourism.iatp.org.ge)
37. [www. cnf.ca](http://www.cnf.ca)
38. [world-tourism.org](http://world-tourism.org)