



კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი

სადუნიშვილი მარეხი

ქართული ტურისტული პოტენციალის საერთაშორისო ბაზარზე პოპულარიზაციის სტრატეგიები

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია მარკეტინგში ბიზნესის ადმინისტრირების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ასოცირებული პროფესორი რუსუდან დალაქიშვილი

თბილისი 2019

ანოტაცია

ნაშრომის მთავარ თემას წარმოადგენს ქართული ტურისტული პოტენციალი და მისი საერთაშორისო ბაზარზე პოპულარიზაციის სტრატეგიები.

ნაშრომი მოიცავს თაბახზე ნაბეჭდ 66 გვერდს და შედგება შინაარსის, შესავლის, 4 თავის, 9 ქვეთავის, კვლევის, დასკვნისა და გამოყენებული ლიტერატურისაგან.

ნაშრომში განხილულია ტურიზმის ზოგადი დახასიათება, უშუალოდ საქართველოში ტურიზმის განვითარების განვლილი გზები, დღევანდელი მდგომარეობა და ტურიზმის ის სახეობები, რომლებიც ყველაზე მეტადაა განვითარებული საქართველოში. შევხები ასევე ტურიზმის როლსა და დანიშნულებაზე ქვეყნის განვითარებაში.

ნაშრომში ასევე განხილულია საქართველოს ტურიზმის პოტენციალი და ის ტურისტული რესურსები, რომლების ათვისებელია ან არასრულად არის ათვისებული. ვისაუბრებ ამ რესურსების ათვისების შესაძლებლობებზე და ამისათვის საჭირო ქმედებებზე.

ნაშრომში აღწერილია ის საჭიროებები და მიზეზები, თუ რატომ არის საქართველოსთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ჩვენი ქვეყნის ტურისტული პოტენციალისა და შესაძლებლობების საერთაშორისო ბაზარზე გატანა და რა აქტივობებია საჭირო ქართული ტურიზმის საერთაშორისო ბაზარზე პოპულარიზაციისთვის.

კვლევაში არსებული ინფორმაციით კი უფრო თვალნათლივ დავინახავთ ქართული ტურიზმის ძლიერ და სუსტ მხარეებს, მის შესაძლებლობებსა და მნიშვნელობას ქვეყნის განვითარებასა და წინსვლაში.

კვლევის მეშვეობით განვიხილავთ ასევე ქართული ტურიზმის ადგილს საერთაშორისო ბაზარზე და ერთერთ ტურისტულად მიმზიდველ ქვეყნად ჩამოყალიბების პოპულარიზაციის სტრატეგიებს.

ნაშრომი სრულდება დასკვნითა და გამოყენებული ლიტერატურის ჩამონათვალით

Annotation

The main topic of the project is Georgian tourism potential and the popularization strategies in the international market.

The master`s project contains general characterization of tourism, the ways of tourism development in Georgia, the current situation and the types of tourism that are most developed in Georgia. I will also take part in tourism`s role and purpose in the development of the country.

The project also discusses the Tourism potential of Georgia and Tourism resources that are unused or incomplete. I will talk about the possibilities of using this resources and and the necessary action for that.

Project describes the reasons why it is vital for Georgia`s tourism potential, to take part into the International market and what activities are needed to popularize Georgian tourism in the International market.

According to the information available in the research, we can see the strong and the weak sides of Georgian tourism. Its capabilities and importance in the development and advancement of the country.

Through the research we will also consider strategies for promoting popularization of Georgian tourism in the International market and becoming one of the most attractive country in the world.

In the end, the conclusion and the bibliography are mentioned.

სარჩევი

შესავალი	5
თავი 1. ტურიზმი და მისი როლი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში	8
1.1 ტურიზმი ზოგადი მიმოხილვა	8
1.2 ტურიზმის როლი ქვეყნის განვითარებაში	11
1.3 მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია	14
თავი II - საქართველოში ტურიზმის განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები	16
2.1 ტურიზმის განვითარების ისტორია საქართველოში	16
2.2 საქართველოს ტურისტული მდგომარეობა	20
2.3 ტურიზმის სახეობები და მათი განვითარების ტენდენციები საქართველოში	25
2.4 ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემები	30
თავი III - საქართველოს ტურისტული პოტენციალი	34
3.1 საქართველოში არსებული აუთვისებელი ტურისტული პოტენციალი და განვითარებადი სახეობები	34
3.2 საქართველოს ტურიზმის პოპულარიზაციის სტრატეგიები	42
თავი IV - კვლევა	47
დასკვნა	62
ბიბლიოგრაფია	65

შესავალი

თემის აქტუალობა - ტურიზმი ყველა ქვეყნისთვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი სფეროა, რომლის განვითარებისთვისაც ქვეყნები საკმაოდ დიდ შრომას, ენერჯიასა თუ ფინანსურ რესურსებს ხარჯავენ.

რაც უფრო მეტი და მრავალფეროვანი ტურისტული რესურსი აქვს ქვეყანას, მით უფრო მეტი თანხები და მუშაობაა საჭირო. თუმცა საბოლოო ჯამში შედეგი არის ის, რისთვისაც დღესდღობით ძალიან ბევრი ქვეყანა თავდაუზოგავად შრომობს.

ტურიზმი ეს არის სფერო, რომელსაც ძალიან დიდი სარგებლის მოტანა შეუძლია ქვეყნისთვის და შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის განვითარება ქვეყანაში პირდაპირპროპორციულ დამოკიდებულებაშია თვითონ ქვეყნის, მისი ეკონომიკური მდგომარეობისა თუ ცხოვრების დონის განვითარებასთან.

მსოფლიოს წამყვან ტურისტულ ქვეყნებს ყოველწლიურად მილიარდობით დოლარი მხოლოდ ტურისტული სფეროდან შესდით რაც რათქმაუნდა შემდგომში ამ სფეროს კიდევ უფრო განვითარებასა და კიდევ უფრო დიდ სარგებელს ნიშნავს.

განვითარებადი ქვეყნები მაქსიმალურად ცდილობენ წინსვლისკენ გზა სწორედ ტურიზმის განვითარებით დაიწყო და მაქსიმალური თანხები ჩადონ ამ სფეროში რათა თავიანთი ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი საერთაშორისო ბაზარზე გაიტანონ, რაც თავის მხრივ რათქმაუნდა გამოიწვევს ტურისტების რაოდენობის ზრდას, და ქვეყნის ზოგადი მდგომარეობის გაუმჯობესებას.

კვლევის მიზნები - კვლევის მიზანია საქართველოში არსებული ტურისტული მდგომარეობის გაანალიზება, განვითარებული და ნაკლებად განვითარებული სფეროების გამოვლენა. აუთვისებელი რესურსების წარმოჩენა და საქართველოს ტურისტული პოტენციალისა და შესაძლებლობების ხაზგასმა. კვლევით გათვალისწინებულია ასევე ისძირითადი ასპექტები, რაც განაპირობებს საქართველოში ამა თუ იმ ტურისტული სფეროს უფრო მეტად ან ნაკლებად პოპულარობას.

კვლევის მიზანია ასევე საქართველოში არსებული ტურისტული სფეროს ძირითადი პრობლემების გამოვლენა, რაც შმდგომში მოგვცემს ზოგად სურათს იმისა, თუ რა ხარვეზებია დღესდღეობით ჩვენი ქვეყნის ტურიზმის სფეროში და გვექნება საშუალება გავამახვილოთ ყურადღება ამ ხარვეზების გამოსწორების გზებზე.

კვლევის საგანი - კვლევის საგანია საქართველოს ტურისტული პოტენციალი და მისი განვითარების სტრატეგიები საერთაშორისო ბაზარზე. ასევე საქართველოში არსებული ტურიზმის სფეროს უპირატესობები, სახეობები და ის ფაქტორები რაც განასხვავებს და გამოარჩევს საქართველოს სხვა ქვეყნებისგან. გარდა ამისა კვლევის საგანს ასევე წარმოადგენს ის ხარვეზები და უარყოფითი მხარეები რაც ქართულ ტურიზმს ახასიათებს და უშლის ხელს საერთაშორისო ბაზარზე წინსვლაში.

კვლევისათვის გამოყენებული მეთოდები - კვლევა წარმოებულია რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევის მეთოდებით, რაც თავის მხრივ საშუალებას გვამლევს ზუსტი და სანდო ინფორმაცია მოვიპოვოთ საქართველოში არსებულ ზოგად ტურისტულ მდგომარეობაზე.

ნაშრომის პრაქტიკული დანიშნულება - თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ტურიზმი მსოფლიოში ერთერთ უმნიშვნელოვანეს სფეროდ მიიჩნევა და საქართველოშიც განვითარების გარკვეულ საფეხურზეა, ამ სფეროსადმი მოთხოვნა და ინტერესი ჩვენ ქვეყანაში დღითიდღე იზრდება. გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოში ტურიზმი განვითარებადი სფეროა და პოტენციალი კი საკმაოდ დიდი გვაქვს ეს ნიშნავს იმას, რომ გასაკეთებელი ჯერ კიდევ ძალიან ბევრი გვაქვს და ამ თემის გაანალიზებისა და დაწვრილებით შესწავლის გარეშე კი წარმოუდგენელია სფეროს განვითარება.

ნაშრომის გამოყენება შეუძლია როგორც სხვა მკვლევარს, ისე უბრალოდ ამ სფეროთი დაინტერესებულ ნებისმიერ პირს.

რით განსხვავდება მოცემული სამაგისტრო ნაშრომი წინა კვლევებისგან - გარდა იმისა, რომ სამაგისტრო ნაშრომი მოიცავს შეძლებისდაგვარად ამომწურავ ინფორმაციას საქართველოს ტურიზმზე, მის სახეობებსა და განვითარების ეტაპებზე და საერთაშორისო

ბაზარზე პოპულარიზაციის სტრატეგიებზე, ამ ნაშრომში ასევე განვიხილავ იმ პრობლემებსაც, რომლებიც რეალურად საკმაოდ სერიოზულ ხელის შემძლელ ფაქტორებად ითვლება ქართული ტურიზმის საერთაშორისო ბაზარზე აღიარებისთვის. ასევე ნაშრომი მოიცავს დამოუკიდებელ, ჩემ მიერ განხორციელებულ კვლევას, ამ კვლევის შედეგებსა და ანალიზს. ეს ყველაფერი კი ჩემი აზრით ჩემს ნაშრომს გამოარჩევს და განსხვავებულს ხდის სხვებისგან. უსაძლოა ჩემი ნაშრომი ძალიან საინტერესო და გამოყენებადიც გახდეს სხვა მკვლევარებისთვის და დაეხმაროს მათ მათი კვლევის წარმართვაში.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა - სამაგისტრო ნაშრომი შედგება შესავლის, 4 თავის, 9 ქვეთავის, კვლევის, დასკვნისა და გამოყენებული ლიტერატურისაგან.

თავი 1. ტურიზმი და მისი როლი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში

1.1 ტურიზმი ზოგადი მიმოხილვა

ტურიზმი თავისი მნიშვნელობით გულისხმობს ადამიანის ნებაყოფლობით თავისუფალ და დროებით გამგზავრებას მისი საცხოვრებელი ადგილისგან მოშორებით განსხვავებულ გარემოში დასვენების, საქმიანი ან რაიმე სხვა მიზნით არაუმეტეს ერთი წლის ვადით. ასევე მისი ვიზიტის მიზანს არ უნდა წარმოადგენდეს ამ ქვეყანაში მისი ჩვეული საქმიანობის განხორციელება რომელიც ანაზღაურდება მოცემული ქვეყნის ფინანსური წყაროებიდან. ტურიზმი მოიცავს როგორც ქვეყნებს შორის, ისე ქვეყნის შიგნით სხვადასხვა ადგილებში (რეგიონებსა თუ ქალაქებში) გადაადგილებას. ტურიზმი აერთიანებს როგორც ტურისტებს რომლების სტუმრობენ ახალ ადგილებს არანაკლებ 24 საათისა და არაუმეტეს 1 წლისა, ასევე ერთი დღის ვიზიტორებს. მასში მოიაზრება ის ადამიანები, რომლებიც არ ათევენ ღამეს მოცემულ ადგილზე.

ტურიზმი თავის თავში აერთიანებს არერთ სახეობას. ტურისტული ქვეყნები ცდილობენ რომ რაც შეიძლება მეტი ტურისტული სახეობა განავითარონ, რათა მეტი მომხმარებელი დააინტერესონ და მოიზიდონ.

ტურიზმის განვითარებასა და წინსვლაში ძალიან ბევრი ფაქტორი არის გადამწყვეტად მნიშვნელოვანი. „ ტურიზმის ინდუსტრიის ძირითად სექტორებს წარმოადგენს: განთავსების საშუალებები, ტრანსპორტირების საშუალებები, ტურისტული ატრაქციები, რეკლამა და პრომოუშენი, საინფორმაციო ტექნოლოგიები, დაზღვევა, საინფორმაციო მომსახურება, საექსკურსიო მომსახურება და ა.შ.

ტურიზმის ინდუსტრია - ყველა იმ საწარმოთა და ორგანიზაციათა ერთობლიობა, რომელთა საქმიანობაც ემსახურება მოგზაურობის დროს ტურისტის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას.

ტურიზმის საწყისი სტადია პირველყოფილი მომთაბარე ტომებიდან მოდის, როდესაც პირველყოფილ მომთაბარეებს უხდებოდათ გადაელახათ დიდი ტერიტორიები, რათა მიეკვლიათ მათთვის შსაფერისი საცხოვრებელი ადგილისთვის ასევე საკვების მოსაპოვებლად და მკაცრ ბუნებრივ პირობებში თავის გადასარჩენად ისინი იძულებულნი ხდებოდნენ დაემახსოვრებინათ მარშრუტები, რომლითაც გადაადგილდებოდნენ სწორედ ასე დაიწყო ჩამოყალიბება სამოგზაურო ჩვევებმა.

ნელნელა ხალხის განვითარებასთან ერთად ვითარდებოდა და იცვლებოდა მოგზაურობის მიზნებიც. ანტიკურ პერიოდში მოგზაურობის ძირითად მიზნებს უკვე ვაჭრობა, მსოფლიოს შცნობა, გამოჯანმრთელება და სხვა მრავალი მიზეზი შეადგენდა.

შუა საუკუნეებისთვის კი როგორც ევროპული, ისე აზიური მიწების მაცხოვრებლები მოგზაურობდნენ ახალი მიწების აღმოჩენის, მომლოცველობის, განათლების მიღების და სხვა მიზეზებით. სწორედ შუა საუკუნეებში დაიწყო ტურიზმის ინფრასტრუქტურაზე როგორებიცაა: გზები, ფუნდუკები, დუქნები.

XVIII საუკუნიდან კი მოგზაურობებზე მოთხოვნა საგრძნობლად იზრდებოდა. მოგზაურობები ხორციელდებოდა როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე ქვეყნის ფარგლებს გარეთ და ძირითად მიზანს წამოადგენდა დასვენება, ახალი ადგილების მონახულება, განათლების მიღება, გამოჯანმრთელება, მოდა. სწორედ ამ დროს დაიხვეწა საცხოვრებლისა და კვების მომსახურება.

XX საუკუნეში უკვე საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას ჩაეყარა საფუძველი, საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაში ძალიან დიდი როლი შეასრულა ტრანსპორტის განვითარებამ, ფასებისა და კომფორტის დარეგულირებამ, საკომუნიკაციო საშუალებების განვითარებამ.

ცნება „ტურიზმი“ განვითარების საკმაოდ დიდი გზა გაიარა და თითოეულ ეტაპზე იძენდა და ივსებოდა ახალი ელემენტებით, რაც ტერმინს ყველა ჯერზე ახალ განმარტებას სძენდა. დღეისათვის მრავალი განმარტება არსებობს ტურიზმის, თმცა კლასიკური თვალსაზრისით ის დაკავშირებულია დასვენებასთან, მოგზაურობასთან,

თავგადასავლებთან და ახალ შთაბეჭდილებებთან. აქედან გამომდინარე შეგვიძლია ვივარაუდოთ რომ უპირატესობა სწორედ ტურიზმის რეკრეაციულ დანიშნულებას ენიჭება.

რაც შეეხება ტურიზმის დანიშნულებას ტურიზმი საკმაოდ მძლავრი ინდუსტრიაა, რომელიც ხასიათდება ეკონომიკური ეფექტიანობითა და მდგრადი განვითარებით. ტურიზმის განვითარება თავის თვაში მოიაზრებს სამუშაო ადგილების შექმნას ადგილობრივი მოსახლეობისთვის, ასტიმულირებს ტურიზმთან დაკავშირებული დარგების განვითარებას, იწვევს ინვესტიციების მოზიდვას და ეკონომიკურ წინსვლას. გარდა ამისა, ტურიზმის მეშვეობით ყველაზე მარტივად და ეფექტურად ხდება განსხვავებული კულტურების დაახლოება.

როგორც მსოფლიო გამოცდილებიდან ჩანს ტურიზმის განვითარებით ქვეყნები მნიშვნელოვნად ავითარებენ ვაჭრობისა და მომსახურების სფეროს. რაც პირდაპირპროპორციულად აისახება დასაქმების ზრდაზე, სავალუტო შემოსავლებზე. გარდა ამისა დიდი როლს თამაშობს საერთაშორისო ასპარეზზე კულტურული მემკვიდრეობებისა და ეროვნული ტრადიციების გადანას. სწორედ ამ მიზეზებიდან გამომდინარე, სპეციალისტები ტურიზმს არამწარმოებლურ სფეროს ანუ, მომსახურების სფეროს მიაკუთვნებენ. მომსახურების ბაზარი კი მსოფლიო ბაზრის საკმაოდ დიდ ნაწილს იკავებს. სავალუტო ფონდის მონაცემებით საერთო მოხმარების მოცულობა მსოფლიო ექსპორტის 25%-ს შეადგენს¹

¹ „ტურიზმის და მასპინძლობის მენეჯმენტი“ - ავთანდილ ოქროცვარიძე, მაგდა ვადაჭკორია, ლალი ოქროცვარიძე, თბილისი 2011

1.2 ტურიზმის როლი ქვეყნის განვითარებაში

ტურიზმი ეს არის მსოფლიო ეკონომიკის ზრდის ერთერთი ძლერი მამოძრავებელი ძალა, რომელიც ხასიათდება დასაქმების ხელშეწყობით და შეუძლია ადგილობრივ ბიზნესს დიდი ფინანსური შემოსავლები მოუტანოს, რაც საბოლოო ჯამში ეკონომიკური ზრდის განვითარებას იწვევს. დღესდღობით ტურიზმის განვითარებას ყველა ქვეყანა თავისი სტრატეგიებითა და მიდგომებით ცდილობს და საბოლოო ჯამში მსოფლიო ტურიზმის განვითარების მხრივ საკმაო გამოცდილება არსებობს. თუმცა, ყველა ქვეყნისთვის მთავარ გამოწვევას მაინც ტურისტული ადგილმდებარეობისა და ტურისტული ინდუსტრიის ერთმანეთთან დაკავშირება და ურთიერთქმედება წარმოადგენს. თუკი ტურიზმის სფეროს განვითარება ჩვენთვის პრიორიტეტულია მაშინ რატქმაუნდა უნდა გავითვალისწინოთ ის ფაქტიც, რომ მიზნის მისაღწევად აუცილებელია მეცნიერულ-ტექნოლოგიური და ინოვაციური ქმედუნარიანობის ზრდა ფინანსური თუ ტექნიკური საშუალებებით. სწორედ ეს არის ის მნიშვნელოვანი საკითხი, რაზეც ინტენსიურად მუშაობენ მსოფლიოს წამყვანი ორგანიზაციები და ცდილობენ მაღალი დონის საერთაშრისო პროგრამების შემუშავებას და შემდგომ უკვე მათ პრაქტიკაში დანერგვას.

ბევრ განვითარებად თუ ნაკლებად განვითარებულ ქვეყანაში ტურიზმი ყველაზე მნიშვნელოვანი ყველაზე მნიშვნელოვან როლს თამაშბს ქვეყნის ბიუჯეტის შევსებაში. ის ასევე სიღარიბის დაძლევის ერთერთ საუკეთესო გზადაც ითვლება, რადგან ტურიზმის ინდუსტრია ადგილობრივებს თვითდასაქმების, საკუთარი პროდუქტისა თუ მომსახუების რეალიზების საშუალებას აძლევს. აქედან გამომდინარე კი იზრდება ადგილობრივი მოსახლეობის ფინანსური შემოსავლები. გარდა ამისა ტურიზმის ასტიმულირებს ახალი ბიზნესების წამოწყებას, ახალი პროდუქტების შემუშავებასა და ეკონომიკის განვითარებას.

ედჯელი (Edgell 1990) ამტკიცებდა რომ ტურიზმის მთავარ მიზანს წარმოადგენს ეკონომიკური, კულტურული, პოლიტიკური და ინტელექტუალური სარგებლის

შთავსება ხალხთან და ქვეყანასთან, რათა საფუძველი ჩაეყაროს ცხოვრების ხარისხის მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებას.

აღსანიშნავია ასევე ისიც, რომ ტურიზმი უდიდეს გავლენას ახდენს მასთან დაკავშირებული სხვა დარგების განვითარებაზეც როგორებიცაა მაგალითად: მშენებლობა, სოფლის მეურნეობა, ტრანსპორტი, მრეწველობა, კომუნიკაციები, მრავალფეროვანი და ხარისხიანი საქონლის წარმოება და სხვ. თუმცა ამასთანავე არსებობს რიგი ფაქტორები რომლებიც ერთიორად მოქმედებენ ტურიზმის განვითარებაზე. ასეთ ფაქტორებად შგვიძლია მივიჩნიოთ: კულტურული, ეკონომიკური, დემოგრაფიული, ისტორიული, რელიგიური, პოლიტიკური, სამეცნიერო და სხვ.

როდესაც ეკონომიკისა და ზოგადად ცხოვრების დონის გაუმჯობესებასა და განვითარებაზე ვსაუბრობთ აუცილებელია გავითვალისწინოთ ის ფაქტიც, რომ ცალკეული დარგების განვითარებასთან ერთად მნიშვნელოვანია განვითარდეს მრავადაგობრივი კომპლექსებიც და რაც შეიძლება მეტი ასეთი კომპლექსი ფუნქციონირებდეს. აღსანიშნავია ასევე ის ფაქტიც, რომ თითქმის არ არსებობს ეკონომიკის ისეთ დარგი, რომლის განვითარებაც ან პირიქით დადმასვლაც პირდაპირ ან არაპირდაპირ გავლენას არ მოხდენს ტურიზმის განვითარების დონეზე.

ქვეყნის ეკონომიკაზე ტურიზმის გავლენის განსასაზღვრად საჭიროა დავადგინოთ ქვეყნის ბიუჯეტში ტურიზმიდან შემოსული შემოსავლების წილი და ტურიზმის განვითარებით გამოწვეული ახალი სამუშაო ადგილების რაოდენობა.

ტურისტულ საქმიანობაში შგვიძლია გამოვყოთ ორი ტიპის ქვეყნები:

1. მიმწოდებელი ქვეყნები - რომლებიც ქვეყნიდან უფრო მეტ ტურისტს უშვებენ ვიდრე იღებენ და გამოირჩევიან მაღალი მსყიდველობითი უნარებით. ასეთ ქვეყნებს მიეკუთვნებიან: ჩინეთი, აშშ, გაერთიანებული სამეფო, იაპონია და სხვ.

2. მიმღბი ქვეყნები - რომლებიც უფრო მეტ ტურისტს იღებენ ვიდრე უშვებენ და იღებენ ტურიზმიდან შემოსავლებს. ასეთ ქვეყნებს მიეკუთვნებიან ესპანეთი საფრანგეთი და სხვ.

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მაღალი დონე იწვევს კაპიტალდაბანდებების ზრდას, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, ვაჭრობის გაფართოებას. მიღებული შემოსავლები შეიძლება საკმაოდ დიდი იყოს და შემდგომ ამ შემოსავლებით შესაძლებელი გახდეს სხვა ტურისტული პროდუქტების გაუმჯობესება, ქვეყნის სოციალურად დაუცველი მოსახლეობის ფინანსური დაკმაყოფილება ანდა ტურისტულ სფეროში მომუშავე მუშაკების გადამზადება და კვალიფიკაციის ამაღლება.

1.3 მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია

ტურიზმის სწრაფმა განვითარებამ, მთელი მსოფლიოს მასშტაბით გავრცელებამ და საერთაშორისო ტურისტული ინდუსტრიის შექმნამ საჭირო გახადა ისეთი საერთაშორისო ორგანიზაციების შექმნა, რომლებიც არამხოლოდ ცალკეულ ქვეყნებს, არამედ საერთაშორისო დონეზე შეძლებდნენ ტურიზმის, როგორც საერთაშორისო ინდუსტრიის, მართვასა და რეგულირებას. სწორედ ამ მიზნით შეიქმნა მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია რომელიც საერთაშორისო მასშტაბით განსაზღვრავს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მიმართულებებს, ადგენს საერთაშორისო ნორმებსა და სტანდარტებს, ადგენს ტურისტული საქმიანობის სტანდარტებს და უზიარებს ქვეყნებს ტურისტულ სფეროში მეტად ნაყოფიერი და მომგებიანი თანამშრომლობისკენ. მომგებიანი არა მხოლოდ ეკონომიკური, არამედ კულტურული თვალსაზრისითაც.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია (UNWTO) დაარსდა 1974 წელს მადრიდში და წარმოადგენს წამყვან საერთაშორისო ორგანიზაციას ტურიზმის სფეროში. მისი ძირითადი ამოცანაა მსოფლიო ქვეტენების ტურისტული მდგომარეობის შესახებ სტატისტიკური ინფორმაციის შეროვება და შედარება, რის მეშვეობითაც ადგენენ ამა თუ იმ ქვეყნის ტურიზმის ზრდისა თუ შემცირების ანალიზსა და ახორციელებენ მონიტორინგს.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს განვითარებად ქვეყნებს, რომლებიც ახლა ცდილობენ მათი ტურიზმის განვითარებასა და საერთაშორისო მასშტაბებზე გატანას. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია ეხმარება ქვეყნებს ისეთი ტურიზმის პოლიტიკის ჩამოყალიბებაში, რომელიც საბოლოო ჯამში შექმნის განვითარებულ, სიცოცხლისუნარიან ტურიზმს.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის ძირითადი მიზანი მდგომარეობს ტურიზმის, მშვიდობისა და საერთაშორისო ურთიერთობების ხელშეწყობაში, ადამიანის უფლებების პატივისცემასა და დაცვაში და საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარებაში.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია ადგენს ტურიზმის გლობალურ ეთიკის კოდექსს რომელიც ემსახურება ტურიზმის წინ წაწევასა და განვითარებას. ასევე ტურიზმის განვითარებას არა მხოლოდ ეკონომიკური წინსვლის მიზნით, არამედ მსოფლიო ხალხებს შორის განსხვავებული კულტურის წარმომადგენელი მოსახლეობის დაახლოების, მშვიდობის, მეგობრობისა და კულტურულ ფასეულობათა გაცვლის მიზნითაც. რაც ერთიორად ცვლის ზოგადად ხალხის და განსხვავებული ერების მსოფლმხედველობასა და დამოკიდებულებას ერთმანეთს მიმართ.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მთავარ მიზანი მდგრადი და ყველასთვის ხელმისაწვდომი ტურიზმის განვითარებაა პლანეტის ყველა ადამიანის უფლებების დაცვით და მათთვის თავისუფალ დროს დასვენების, გაჯანსაღებისა თუ სხვა მიზნებით განხორციელებული მოგზაურობების დაგეგმვისა და შესრულების შესაძლებლობების მიცემით.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია განმარტავს, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისთვის და ქვეყნის ტურისტული შესაძლებლობების საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებისთვის აუცილებელია ტურიზმის სექტორში მომუშავე ყველა ერთეული თანაბრად უნდა ასრულებდნენ ერთმანეთისგან განსხვავებულ თუმცა ურთიერთდამოკიდებულებაში არსებულ სამუშაოს. თითოეულ მათგანს კარგად უნდა ქონდეს გათავისებული საკუთარი უფლებები და მოვალეობები რათა შეძლონ საერთო მიზნისთვის ბრძოლა და ტურიზმის ინდივიდუალური და სოციალური ღირებულებების ამაღლება. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის განმარტებით, ტურიზმის ასეთი პოლიტიკა, რომელიც რომელიც მიზნად ისახავს სამართლიანი, საპასუხისმგებლო და მდგრადი საერთაშორისო ტურიზმის ჩამოყალიბებას, თანაბარი სარგებლის მომტანი იქნება საზოგადოების ყველა სექტორისთვის.

თავი II - საქართველოში ტურიზმის განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები

2.1 ტურიზმის განვითარების ისტორია საქართველოში

საქართველოს მიმართ ინტერესი უძველესი დროიდან იღებს სათავეს, ჯერ კიდევ არგონავტების მოგზაურობების ეპოქაში ცნობილი იყო საქართველოს შესახებ და მას მეტნაკლებას კარგად იცნობდნენ როგორც მოგზაურები, ისე ვაჭრები და შიკრიკები. ეს თავის მხრივ რათქმაუნდა განპირობებული იყო საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობით. როგორც ვიცით სწორედ საქართველოზე გადის ის „დიდი აბრეშუმის გზა“ რომელსაც ვაჭრები იყენებდნენ გადასაადგილებლად, შსაბამისად საქართველო იყო ერთერთი იმ ქვეყანათაგამი, რომელიც მათ ამ გზაზე უნდა გაევილოთ.

საქართველოში ტურიზმის განვითარებას იწყებს XIX-XX საუკუნეებში. განსაკუთრებით მასიური გახდა ტურიზმის განვითარებას XX საუკუნის მეორე ნახევრიდან, მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ. ამ დროს დაიწყო ისეთი მნიშვნელოვანი ნაბიჯების გადადგმა ტურიზმის ინდუსტრიაში როგორცაა ტურისტული რეგიონების კეთილმოწყობა, სასტუმროებისა და დასასვენებელი კომპლექსების მშენებლობა. ეს არის პერიოდი, როდესაც რეალურად დაიწყო საქართველოში ტურიზმის აღმშენებლობის პროცესი.

XX საუკუნის 80-იანი წლებისთვის საქართველოში საერთო ჯამში დარეგისტრირებული იყო 624 ტურისტული დაწესებულება რომლების მოიცავდნენ სასტუმროებს, მოტელებს, ტურისტულ დაწესებულებებს, კემპინგებს და მსგავსი ტიპის ადგილებს. რათქმაუნდა ეს ტურისტული დაწესებულებები ქმნიდა დამატებით სამუშაო ადგილებს. თუმცა იმ დროს შდარებით სუსტი იყო სამოქალაქო სასტუმროების განვითარების დონე. ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ რომ საქართველოს ტურისტული პოტენციალი და განვითარებისკენ სწრაფვა იმ დროიდანვე

საკმაოდ აქტიური და თვალშისაცემი იყო. გარდა ამისა საქართველოს ქონდა ის პოტენციალი და რესურსი რომ ტურიზმის განვითარებაზე უფრო აქტიურად ეზრუნათ.

თუმცა რალათქმუნდა ტურიზმის ის ეტაპი რომელიც XX საუკუნეში არსებობდა საქართველოში წარსულს ჩაბარდა და ნელნელა წინსვლა და განვითარება დაიწყო. ამ პერიოდმა კი თავისი საკმაოდ დიდი კვალი დატოვა საქართველოს ტურიზმის ისტორიაში.

უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ სწორედ ამ პერიოდში, XX საუკუნის დასასრულს 1999 წელს საქართველოში ჩატარებული არქეოლოგიური ოპერაციების შედეგად თბილისთან ახლოს, დმანისში აღმოჩენილ იქნა პალეოლითის ხანის უძველესი ადამიანის ჩონჩხის ფრაგმენტები რომელიც ერთი მილიონ შვიდასი ათასი წლით თარიღდება. მეცნიერებმა მოახერხეს მათი გამოსახულების აღდგენა და შედეგად მიიღეს მამაკაცისა და ქალის სურათი რომელთაც სახელებიც კი შურჩიეს და ზეზვა და მზია დაარქვეს. მათი აღდგენილი გამოსახულებების ნახვა საქართველოში დმანისის მუზეუმშია შესაძლებელი. მეცნიერული კვლევების შედეგად დადგინდა რომ ზეზვა და მზია პირველი ქართველები და პირველი ევროპეები იყვნენ. საერთო ჯამში კი ამ აღმოჩენის მერე დაინტერესებაც საქართველოს მიმართ ერთიორად გაიზარდა უფრო მეტი ტურისტი ინტერესდობოდა თუ როგორ გამოიყურებოდნენ უძველესი ხანის ადამიანები და მათი განსხვავებული ვიზუალი საინტერესო და მიმზიდველი ხდებოდა მათთვის. შესაბამისად ნელნელა ყველა თანმდგ პროცესთან ერთად საქართველოს როგორც ტურისტული ქვეყნის მიმართ მოთხოვნა ნელნელა იზრდებოდა და უფრო და უფრო მეტი ტურისტი სტუმრობდა ჩვენს ქვეყანას.

საქართველოში ტურიზმის განვითარებაზე ზრუნვა და საერთაშორისო ბაზარზე გასვლისა და პოზიციონირების პირველი მცდელობებიც სწორედ XX საუკუნეს უკავშირდება. ამ პერიოდში საქართველო უკვე აქტიურად ცდილობდა ის რესურსი და ის უზარმაზარი პოტენციალი რაც ქვეყანას ტურიზმის მიმართულებით ქონდა გაცდენოდა ქვეტნის ფარგლებს და საერთაშორისო ბაზარზე გაეტანათ. 1998 წელს საქართველომ თავისი წარმომადგენლობა გახსნა ისრაელში, თელავივში. ამასთანავე ამავე წელს

ჩაატარეს საქართველოში „დიდი აბრეშუმის გზის“ ტურიზმის მსოფლიო ფორუმი. ეს ყველაფერი რათქმაუნდა მიგვითითებს იმაზე, რომ საქართველო ამ პერიოდიდანვე დგამდა მნიშვნელოვან და გამიზნულ ნაბიჯებს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებისკენ. ხოლო ოდნავ მოგვიანებით კი 2003 წელს საქართველოში, თილისში გაიხსნა მეოთხე საერთაშორისო ტურისტული ბაზრობა.

უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ ქვეყნის ტურისტული განვითარება მხოლოდ ცალკეული პროექტების განხორციელებით ვერ იქნება სრულყოფილი, ის სისტემური ხასიათისაა და არსებითად დამოკიდებული ქვეყნის ეკონომიკურ და პოლიტიკურ მდგომარეობაზე.

აუცილებლად უნდა გავამახვილოთ ყურადღება 2008 წლის ომის შემდგომ ტურიზმის მდგომარეობაზე საქართველოში. 2008 წლის აგვისტოში განვითარებული მოვლენების ერთერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მსხვერპლი სწორედ ტურიზმის ინდუსტრია აღმოჩნდა. ომამ ძალიან დიდი ნეგატიური გავლენა იქონია ქვეყნის რეპუტაციაზე რადგან ტურისტების მოზიდვა იმ იდეით რომ წყნარი, მშვიდი და უსაფრთხო და ეკოლოგიურად სუფთა ქვეყანა ვიყავით ფაქტობრივად შუძლებელი ხდებოდა.

მიუხედავად იმისა, რომ ომამდე ბოლო წლების განმავლობაში ტურისტების საკმაოდ დიდი ნაკადი შემოდიოდა საქართველოში, საომარი მოქმედებების დაწყებისთანავე ეს სურათი რადიკალურად შიცვალა და თუკი 2008 წლის ზაფხულში აჭარაში, რომელსაც რეალურად საომარი მოქმედებები არც კი შხებია, იმ დროისთვის დაახლოებით 34 ათასი ტურისტი იმყოფებოდა, საომარი მოქმედებების დაწყებისთანავე ტურისტების უმრავლესობამ დაუყოვნებლივ დატოვა საქართველო.²

საომარი მოქმედებების დასრულების შემდეგაც, ისეთ ადგილებშიც კი სადაც რეალურად სრული სიმშვიდე იყო ტურისტები უარს აცხადებდნენ ჩასვლაზე. კომპანიებიც, რომლებსაც უკვე დაჯავშნილი ქონდათ სასტუმროები მიუხედავად

² ყოველთვიური ანგარიშ, აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტი, აგვისტო, 2008.

ყველაფრისა მანც იკავებდნენ თავს საქართველოში სტუმრობაზე. ამ პერიოდში ტურისტების შემოსვლა საქართველოში პრაქტიკულად შეწყვეტილი იყო. ყველაზე მნიშვნელოვანია ის უდიდესი ზარალი რაც ომმა მოუტანა ტურიზმის პოტენციალს. ზეგავლენა განიცადა როგორც ბუნებრივმა პირობებმა, რომელიც ძრითად ტურისტულ პოტენციალს წარმოადგენდა ასევე საკმაოდ დიდ ზარალის მომტანი გამოდგა ქვეყნისთვის საომარი მოქმედებების შედეგად გამოწვეული შიში.

კრიზისული პერიოდის მიუხედავად საქართველომ მოახერხა სირთულეები მეტნაკლებად დაძლია და დაიწყო განვითარების ახალი ეტაპი რის შედეგადაც ტურისტების რაოდენობა ნელნელა ისევ გაიზარდა.

2.2 საქართველოს ტურისტული მდგომარეობა

საქართველოში ტურიზმის განვითარებისთვის საკმაოდ ბევრი რესურსი არსებობს და რეალურად საქართველოს აქვს იმისი საშუალება, რომ თავისი ტურისტული პროდუქტი ლამაზად შეფუთოს და ისე მიაწოდოს მომხმარებელს. საუბარია ტურისტებზე, რომელთა კმაყოფილების დონის ამაღლება საქართველოში ჩამოსვლის დღიდან ქვეყნის დატოვებამდე არის ის მთავარი ამოცანა საქართველოსთვის რისი განვითარებისა და გაუმჯობესებისთვისაც მუდმივად მიმდინარეობს მუშაობა.

ტურისტული პოტენციალისა თუ გეოგრაფიული მდებარეობების მიხედვით საქართველო იყოფა შემდეგ ტურისტულ რეგიონებად: თბილისი, მცხეთა-მთიანეთი, ქვემო ქართლი, შიდა ქართლი, კახეთი, სამცხე-ჯავახეთი, იმერეთი, რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთ, სამეგრელო-ზემო სვანეთი, გურია, აჭარა, აფხაზეთი.

თითველი რეგიონი გამორჩეული და დიდი მნიშვნელობის მქონეა თავიანთ ინდივიდუალური მახასიათებლებით - მრავალფეროვანი საკურორტო ადგილებითა და შესანიშნავი ისტორიული ძეგლებით, რომლებიც მუდამ იწვევს ტურისტების გაოცებასა და კმაყოფილებას. სწორედ ცალკეული რეგიონების მიმზიდველობით განისაზღვრება საქართველოს ტურისტული პოტენციალი. საქართველოში სტუმრობისას ტურისტებისთვის ერთ-ერთ უპირატესობად ასევე შვებულება მივიჩნით ისიც, რომ ნებისმიერ ტურისტს შეუძლია ერთ ან რამდენიმე დღში მოინახულოს ძრითადი ტურისტული ღირსშესანიშნაობები, მოინახულოს არაერთი ტურისტული რეგიონი ეს რათქმუნდა ძალიან მიმზიდველია ტურისტებისთვის რადგან მოკლე დროში ეძლევათ შესაძლებლობა მეტი შთაბეჭდილებების მიღებისა და მრავალფეროვანი დასვენების მოწყობის.

საქართველოს როგორც ტურისტული ქვეყნისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია ასევე ისიც, რომ აქ მსოფლიოში ცნობილი თითქმის ყველა სამედიცინო პროფილის კურორტი არსებობს და ამით კიდევ უფრო მიმზიდველი ხდება მსოფლიო ტურიზმის ბაზარზე.

თუმცა გარდა უიშვიათესი სამედიცინო კურორტებისა ნებისმიერ რეგიონში ტურისტებს ეძლევათ საშუალება მოინახულონ არაჩვეულებრივი და მრავალფეროვანი ბუნება, ლანდშაფტები და მსოფლიო მნიშვნელობის მქონე კულტურული ძეგლები.

საქართველოში ეკონომიკის განვითარების თვალსაზრისით ერთერთი პრიორიტეტული დარგია ტურიზმი. სწორედ ეს განაპირობებს იმასაც რო დღესდღეობით საქართველოში ტურისტული კომპანიების რაოდენობა მნიშვნელოვნად არის გაზრდილი. გარდა ამისა ქვეყანა მუდმივად ცდილობს ტურიზმის სფეროში ახალი ნაბიჯების გადადგმას და ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებით ეკონომიკური მდგომარეობისა და ქვეყნის ზოგადო მდგომარეობის გაუმჯობესებას. თუმცა ტურისტულ კომპანიებს თუ განვიხილავთ დღესდღეობით საქართველოში არსებული კომპანიების უმეტესობა გამყვანი ტურისტული მომსახურებით არის დაკავებული რაც თავის მხრივ ნალებ ხარჯებს მოითხოვს და შედარებით მარტივია ვიდრე შემომყვანი ტურიზმი. შემომყვანი ტურიზმით დაკავებულ ტურისტულ კომპანიებს ხარჯები რათქმაუნდა მეტი აქვთ, რადგან საჭიროა ტურისტებისთვის ტრანსპორტირებისა და განთავსების უზრუნველყოფა ასევე ტურისტული აღჭურვილობა რაც ტურისტებს მოგზაურობის დროს შიძლება დასჭრდეთ. თმცა ყველა ამ დეტალისა ხარჯების გათვალისწინებით რათმაუნდა უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ შემომყვანი ტურიზმით დაკავებულ კომპანიებს შემოსავალიც ბევრად უფრო მეტი აქვთ ვიდრე გამყვანი ტურიზმით დაკავებულ კომპანიებს. სწორედ ეს შემოსავლები შეადგენს იმ ძირითად ეკონომიკურ სარგებელის დიდ ნაწილს რომელიც ტურიზმს მოაქვს ეკონომიკისა და ქვეყნისათვის.

საქართველოში ფუნქციონირებს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, რომელიც ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სისტემაში შემავალი საჯარო სამართლის იურიდიული პირია და სახელმწიფო კონტროლით დამოუკიდებლად ახორციელებს თავის საქმიანობას.

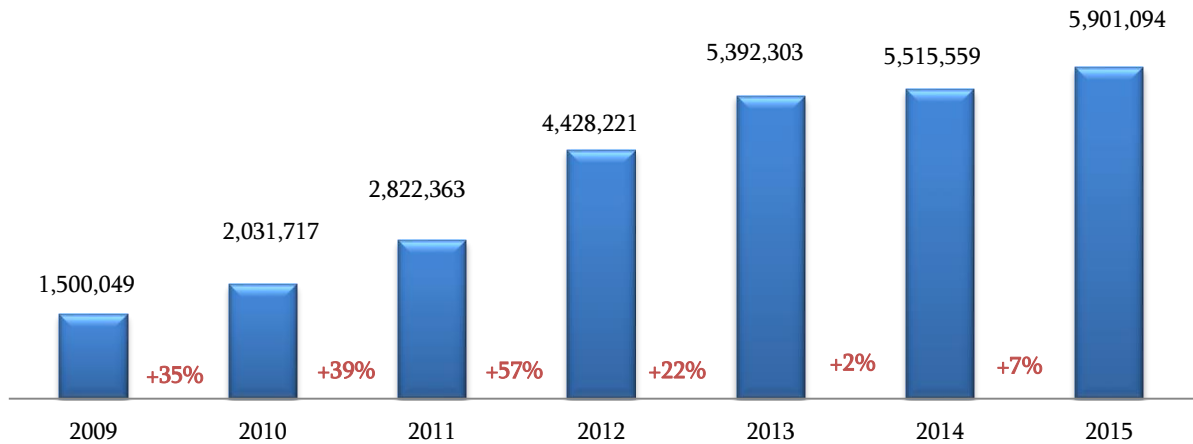
საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაციის ძირითადი მიზანია ტურიზმის პოლიტიკის ჩამოყალიბება და განხორციელება, მდგრადი ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა, დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა და ტურიზმის განვითარების

საფუძველზე ქვეყნის საექსპორტო შემოსავლების ზრდის ხელშეწყობა. გარდა ამისა ადმინისტრაცია აქტიურად მუშაობს საქართველოში უცხოელი ტურისტების მოზიდვაზე, შიდა ტურიზმის განვითარებაზე, ტურიზმის ინფრასტრუქტურისა და ტურიზმის სფეროში ადამიანური რესურსების განვითარების ხელშეწყობაზე.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ზრუნავს იმაზე, რომ მოახდინონ საქართველოს, როგორც ბრენდის განვითარება და საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირება. საქართველომ ღირსეული კონკურენცია უნდა გაუწიოს ტურისტულ ბაზარზე სხვა ქვეყნებს, ამის მისაღწევად კი ორგანიზაცია მუდმივად ზრუნავს ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე, მომსახურების გაუმჯობესებაზე, განათლების ხარისხზე, ინვესტორების მოზიდვასა და ეფექტური პარტნიორობით კერძო სექტორის განვითარებასა და წინსვლის ხელშეწყობაზე.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ორგანიზაცია განიხილავს საქართველოში ტურიზმის მიმართულებით არსებულ მდგომარეობას და მისი მონაცემებით 2009-2015 წლების მანძილზე საქართველო ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპით ერთერთი მოწინავეა მსოფლიოში. ამ პერიოდში საერთაშორისო მოგზაურობების საერთო რაოდენობამ 5.9 მილიონს გადააჭარბა და 293%-იანი ზრდა დაფიქსირდა. ასევე ამ წლებში მცირედი ზრდა განიცადა ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავალმაც 476 მილიონი აშშ დოლარიდან 1.9 მილიარდ აშშ დოლარამდე³

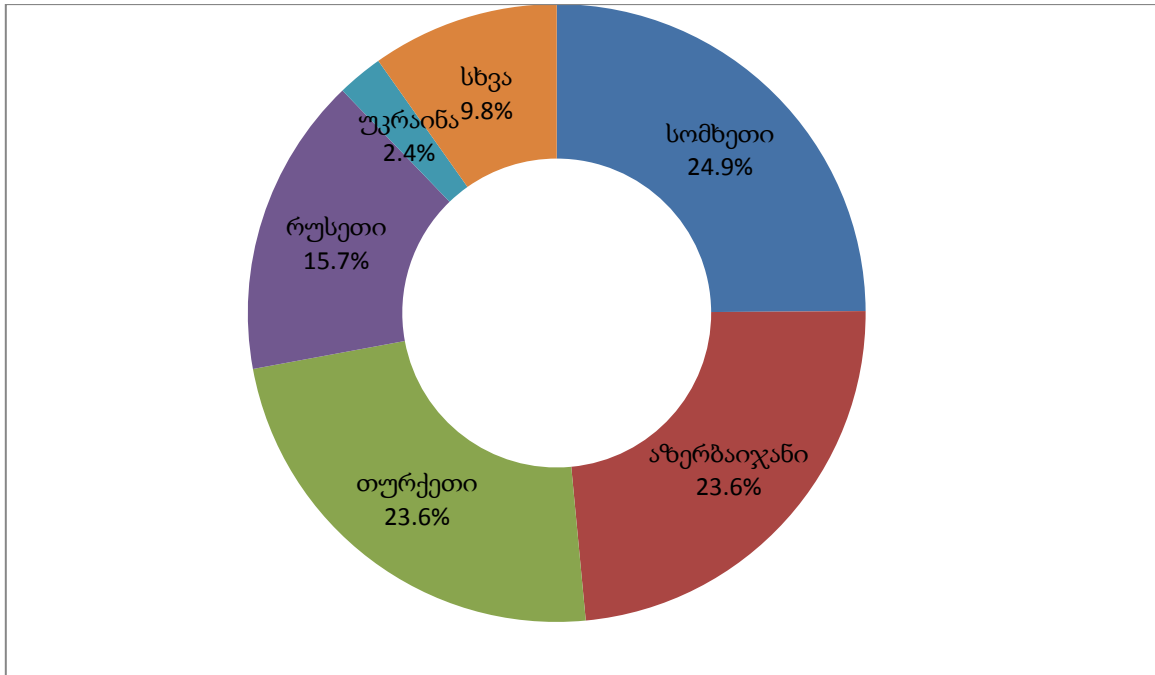
³ საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025-საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია



	2010	2011	2012	2013	2014	2015	ცვლილება% (2014-2015)
სულ	2,031,717	2,822,363	4,428,221	5,392,303	5,515,559	5,901,094	7%
24 საათი და მეტი	1,067,338	1,318,968	1,789,592	2,065,296	2,229,094	2,281,971	2.4%
ერთდღიანი ვიზიტი	695,767	1,011,990	1,883,670	2,138,216	2,172,429	2,218,288	2.1%
ტრანზიტი	268,612	491,405	754,959	1,188,791	1,114,036	1,400,835	25,7%

ამ მონაცემებზე დაყრდნობით მართალია ტურიზმიდან შემოსული შემოსავლები საქართველოში გაიზარდა, თუმცა ეს მაჩვენებელი მაინც ბევრად ჩამორჩება გლობალურ საშუალო ნიშნულს რაც ძირითადად გამოწვეულია ვიზიტორების წარმომავლობით. საქართველოში შემოსული ტურისტების ძირითადი ნაწილი (88%) მეზობელი

ქვეყნებიდანაა ხოლო ტურისტების 85% საქმელეთო ტრანსპორტით არის შემოსული ქვეყანაში. საჰაერო ტრანსპორტით შემოსული ტურისტები კი მხოლოდ 13% წარმოადგენდა.⁴



ხოლო რაც შეეხება 2018 წლის მონაცემებს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით 2018 წელს დაფიქსირდა 8,7 მლნ საერთაშორისო მოგზაურობის ვიზიტი, რაც წინა წელთან შედარებით 10%-იანი მატებაა, 4,8 მლნ ტურისტული ვიზიტი (+17%) ხოლო ტურიზმის სფეროდან შემოსულმა შემოსავლებმა 2018 წელს 3,2 მლრდ აშშ დოლარი შეადგინა.

⁴ საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025-საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია.

2.3 ტურიზმის სახეობები და მათი განვითარების ტენდენციები საქართველოში

ადამიანებს ყოველთვის ქონდათ სურვილი დასვენებისადმი. თუმცა აქტიური მოთხოვნა დასვენებისა და მოგზაურობისადმი გაჩნდა მაშინ, როდესაც ადამიანებმა დაიწყეს აქტიური შრომა, შეიმუშავეს გრაფიკი და გამოუჩნდათ თავისუფალი დრო დასვენებისა და რელაქსაციისთვის.

თანამედტოვე სამყაროში, სადაც ცხოვრების რიტმი აჩქარებული, სტრესული და დამლელია გაიზარდა მოთხოვნა გამაჯანსაღებელ ტურიზმზე. ყოველდღიური დატვირთული ცხოვრებისგან თავის დასაღწევად და განსატვირთად ადამიანები ცდილობენ ისეთ ადგილებში დაისვენონ რომელიც შსთავაზებთ მათ ერთდროულად გაჯანსაღებას, რელაქსაციას, სულიერი და ფიზიკური წონასწორობის აღდგენას, გართობას, დასვენებას, სიახლეების აღმოჩენას. სწორედ ამ მიზნებით ყოველ წელს უფრო და უფრო მეტი ადამიანი მიმართავს ტურიზმის ამ სახეობას.

კვლევებით დადგენილია რომ ბოლო 10-15 წლის მანძილზე მოსახლეობის ინტერესი გამაჯანსაღებელი ტურიზმის მიმართ საგრძნობლად არის გაზრდილი და ის წლიდან წლამდე კიდევ მატულობს. გამაჯანსაღებელ ტურიზმზე ტურისტების დანახარჯებმა 2014 წელს შეადგინა 438.6 მლრდ აშშ დოლარი და ეს რიცხვი ყოველწლიურად დაახლოებით 88,5-9%-ით იზრდება. უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ გამაჯანსაღებელი ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები ტურიზმის სხვა სფეროებიდან მიღებულ შემოსავლებზე 50%-ით უფრო სწრაფად იზრდება.⁵

მსოფლიოს ძალიან ბევრ ქვეყანას აქვს ტურიზმის არაერთი სახეობის განვითარების შესაძლებლობები. რათქმაუნდა მათ შორის საქართველოსაც. თმცა ტურიზმის სხვადასხვა სახეობების კლასიფიკაციისთვის აუცილებელია გავითვალისწინოთ ტურისტების დასვენებისა და მოგზაურობის მიზანი,

⁵ SRI international, The Global Wellness Tourism Economy 2013

გადაადგილების მიმართულება და საშუალებები, განთავსების საშუალებები, მოგზაურთა რაოდენობა, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმები და სხვა.

ტურიზმის ძირითადი სახეებია

- შიდა ტურიზმი - როდესაც ადამიანები მოგზაურობენ და გადაადგილდებიან საკუთარი ქვეყნის ფარგლებში
- გასვლითი ტურიზმი - როდესაც ადამიანები მოგზაურობენ და გადაადგილდებიან საკუთარი ქვეყნის ფარგლებს გარეთ
- შემოსვლით ტურიზმი - რძდესაც ადამიანები მოგზაურობენ და შემოდიან ქვეყანაში მოგზაურობის მიზნით

თუმცა ასევე შესაძლებელია მოხდეს ტურიზმის ფორმების გაერთიანება და ამ შემთხვევაში უკვე ვიღებთ

- ქვეყნის შიდა ტურიზმს - მოიცავს შიდა და შემოსვლით ტურიზმს და მიიღება მათი გაერთიანებით
- ეროვნული ტურიზმი - მოიცავს შიდა და გასვლით ტურიზმს და მიიღება მათი გაერთიანებით
- საერთაშორისო ტურიზმი - მოიცავს შემოსვლით და გასვლით ტურიზმს და მიიღება მათი გაერთიანებით.

მოგზაურობის მიზნებიდან გამომდინარე ტურიზმი იყოფა შემდეგ სახეობებად: სასოფლო სამეურნეო (აგრარული) ტურიზმი, ეკოლოგიური ტურიზმი, გამაჯანსაღებელი ტურიზმი, კულტურული ტურიზმი, რელიგიური ტურიზმი, პროფესიულ საქმიანი ტურიზმი, სამეცნიერო ტურიზმი, შემეცნებით ტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, გასტრონომიული ტურიზმი, ღვინის ტურიზმი, კულტურული ტურიზმი და სხვა.

სათავგადასავლო ტურიზმი - საკმაოდ სწრაფად განვითარებადი ტურიზმის სახეობაა და მას შეგძლია მივაკუთვნოთ ნებისმიერი გატაცება მათ შორის არქეოლოგიური გათხერები, ფრინველებზე დაკვირვება, ლაშქრობა, კემპინგი,

ალპინიზმი, ნადირობა, თევზაობა, ჯომარდობა. მსგავსი ტურიზმისთვის საჭიროა მცირერიცხოვანი საგანგებო ობიექტები. ამ სფეროში მუშაობენ კვალიფიციური გიდები და მახსიმალურად არის დაცული უსაფრთხოება. რატემაუნდა დაწესებული მკაცრი ეკოლოგიური კონტროლიც.

აგრარული ტურიზმი - ითვალისწინებს ტურიზტების შართვას სოფლის ცხოვრებაში. ტურისტების განთავსება ხდება ტრადიციულად აშენებულ საქხლებში, რომლებსა ადგილობრივები ფლობენ და მართავენ, ამ სახით კი იქმნება დამატებითი სამუშაო ადგილები და ადგილობრივი მოსახლეობა დამატებით შემოსავალს იღებს. მიიუხედავად იმისა, რომ აგრარული ტურიზი არ ითხოვს დიდ კაპიტალდაბანდებს, იმ აუცილებლად საჭიროებს კარგ დაგეგმვასა და განსხორციელებას. საჭიროა ადგილობრივი მოსახლეობის გადამზადება და აგრარული ტურიზმის სფეროში განათლებისა და ინფორმირებულობის ამადლება. გარდა ამისა საჭიროა მათთვის მცირე სესხებისა და ტექნიკური კონსულტაციების გაცემა. სასოფლო სამეურნეო ტურიზმი არის სწორედ ის სფერო, რისი შეთავაზებაც ახლავე შეულია ტურიზმს ბუნებრივი რესურსებუთ, განთავსების საშუალებებით, სტუმართმოყვარეობითა და ადგილობრივი ტრადიციებით.

ეკოტურიზმი - მსგავსი ტურიზმის მიზანია ბუნებასთან ურთიერთობა და ეკოლოგიისა და გარემოსადმი მაღალი პასუხისმგებლობის გრძობის მექონე ტურისტების ეკო ტურებით დაკმაყოფილება. ეკოტურიზმი გამორიცხავს გარემოსა დაბინძურებას და ეკოლოგიის გაუფრთხილებლობას.

საქართველოს ეკოტურიზმის განვითარების საკმაოდ დიდი პოტენციალი გააჩნია რადგან მდიდარია მრავალფეროვანი ბუნებით, უნიკალური ფლორითა და ფაუნით, წითელ წიგნში შეტანილი არცთუ ისე ცოტა რელიქტური და ენდემური სახეობებით და არაერთი დაცული ტერიტორიით.

ეკოტურიზმის განვითარება თავის მხრივ განაპირობა მისი სოციალუ-ეკონომიკური მნიშვნელობის აღიარებამ და ადამიანებიც სულ უფრო და უფრო მასობრივად მიმართავენ ეკოლოგიურ ტურიზმს დასვენების ფორმის შერჩევისას.

რელიგიური ტურიზმი - მთელი მსოფლიოს მასშტაბით დიდი პოპულარობით საერგებლობს. მსოფლიოში მრავალი ტურისტი მოგზაურობს რელიგიური მიზნებით. მათ მთავარ მიზანს მომლოცველობა ან უბრალოდ რელიგიური თემატიკის საექსკურსიო ტურები წარმოადგენს. საქართველოში რელიგიური ტურები ეფუძნება საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესიის ძალიან მდიდარ ისტორიულ-კულტურულ მემკვიდრეობას.

კულტურული ტურიზმი - კულტურული ტურიზმი თავის თავში გულისხმობს ყველა იმ დეტალს რაც დაკავშირებულია ერის კულტურასა და ეთნოგრაფიასთან, ისტორიასთან, მატერიალურ და სულიერ მემკვიდრეობასთან.

საქართველოს საკმაო რესურსი აქვს იმისთვის, რომ კულტურული ტურიზმი უფრო მაღალ დონეზე იყოს განვითარებული. მიუხედავად იმისა რომ ქვეყანაში ძალიან ბევრი კულტურული ძეგლია და ასე თუ ისე მცდელობაც არის რომ ეს ძეგლები რაც შეიძლება კარგად იყოს დაცული და შემონახული ძველი იერსახით, კულტურული ძეგლების მუდმივი განადგურება მაინც მიმდინარეობს და ძალიან ბევრი ძეგლი საჭიროებს რესტავრაციას და მოვლას. კულტურული ტურიზმი ქვეყნისთვის ერთ-ერთ მომგებიან სფეროდ შგვიძლია მივიჩნიოთ. ერთი მხრივ იმიტომ, რომ მას აქვს უნარი ქვეყანაში კარგი ეკონომიკური სარგებელი მოიტანოს მეორე მხრივ კი იმიტომ, რომ ამ გზით ხდება ერის კულტურის საერთაშორისო ბაზარზე გატანა და არაერთი უცხოელი ეცნობა ჩვენი ქვეყნის კულტურას. ეს კი საქართველოსთვის, როგორც პატარა ქვეყნისთვის რომლის მთავარი მიზანიც მისი ტურისტული პოტენციალის საერთაშორისო ბაზარზე გატანა და ტურისტებში ცნობადობის ამაღლებაა ძალიან მნიშვნელოვანია.

საქმიანი ტურიზმი - საქმიანი ტურიზმი ტურიზმის ერთერთი სწრაფად მზარდი და განვითარებადი დარგია. ის დასავლეთის ქვეყნებში დაინერგა და ძალიან ბევრი ქვეყანა აქტიურად ზრუნავს მის განვითარებაზე. საქართველოში საქმიანი ტურიზმი შდარებით ახალი თუმცა სწრაფად განვითარებადი სფეროა და საკმაოდ კარგი პერსპექტივებიც აქვს. ამ სფეროს ქვეყნისთვის დიდი ეკონომიკური მოგების მოტანა შეუძლია ინვესტიციებისა და სხვადასხვა საქმიანი ხელშეკრულებების სახით. საქმიანი იგივე MICE ტურიზმის

განვითარებისთვის აუცილებელი პირობაა თანამედროვე ტექნოლოგიებით აღჭურვილი ინფრასტრუქტურა, უმაღლესი ხარისხის მომსახურება, მდიდარი და მაღალი ხარისხის ადგილობრივი, ევროპული და აზიური სამზარეულო და მიმზიდველი გარემო. ეს ის დეტალებია რაც საქმიანი ტურიზმის განვითარებას უწყობს ხელს.

გასტრონომიული ტურიზმი - საქართველოს ისევე როგორც ტურიზმის ძალიან ბევრ სფეროში გასტრონომიაშიც ძალიან დიდი პოტენციალი აქვს. გასტრონომიული ტურიზმი ერთ ერთია იმ დარგებს შორის რომლებიც აქტიურად იზიდავენ უცხოელ ტურისტებს და ადაფრთოვანებენ ადგილობრივი უგემრიელესი კერძებითა და ახალი გემოებით. საქართველოში გასტრონომიული ტურიზმის განსაკუთრებულობას განაპირობებს ასევე ქვეყნის კუთხეების მიხედვით გასტრონომიის მრავალფეროვნება, გასტრონომიული ტრადიციები და სანახაობები რაც საერთო ჯამში დაუვიწყარ შთაფქვილებებს და გამოცდილებას პირდება უცხოელ ტურისტებს. საქართველოში გასტრონომია არის სფერო, რომელსაც შუძლია არა მხოლოდ გასტრონომიული არამედ კულტურული, ისტორიული, ეროვნული, მატერიალური თუ არამატერიალური ფასეულობები კომბინაციაში მოიყვამოს და ისე გადასცეს ტურისტებს სათქმელი.

2.4 ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემები

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველო მუდმივად ცდილობს ტურიზმის სექტორის გაუმჯობესებას და ხარვეზების გამოსწორებას, მაინც არის რიგი პრობლემები, რომლებიც დღემდე მეტნაკლებად მოუგვარებელია და რეალურად ძალიან დიდ ბარიერს ქმნის ქვეყანაში ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებასა და სრულყოფისათვის.

უსაფრთხოება - შიძლება ვთქვათ რომ უსაფრთხოების არადაამაკმაყოფილებელი დონე ქვეყანაში ერთ ერთი ყველაზე დიდი პრობლემაა ტურიზმის სფეროში. ძალიან ხშირია როგორც ადგილობრივების ისე ტურისტების მიმართ ქურდობის, ყაჩაღობის, ფიზიკური ანგარიშწორებისა თუ გატაცებების ფაქტების და კრიმინოგენული მდგომარეობა რათქმაუნდა უარყოფითად აისახება ქვეყნის იმიჯზე და არაერთ ტურისტს შიძლება გადააფიქრებინოს ამ ფაქტმა საქართველოში ჩმოსვლა. უნდა აღვნიშნოთ ის ფაქტიც, რომ ქვეყნის პოლიტიკური მდგომარეობა და კომფლიქტი აფხაზეთისა და ოსეთის ტერიტორიებზე და არსებული დამაბული სიტუაცია შიძლება ერთ-ერთი მიზეზი გახდეს ტურისტებისთვის საქართველოში სტუმრობისგან თავის შკავებაზე, რადგან ეს დამაბული სიტუაცია ასეა თ ისე ფსიქოლოგიურ ზეგავლენას მაინც ახდენს ტურისტებზე.

ასევე არადაამაკმაყოფილებელია უსაფრთხოების დონე კურორტებზე. საკურორტო ადგილებში განსაკუთრებით კი მაღალმთიან რეგიონებში ძალიან ძნელია სამედიცინო დახმარების მიღება. ამის აღმოსაფხვრელად რათქმაუნდა რიგი ოპერაციების განხორციელებაა აუცილებელი.

ძალიან დიდ ხელისშემშლელ ფაქტორად შეიძლება მივიჩნიოთ ასევე მძიმე სანიტარულ-ჰიგიენური პირობები. ეს პრობლემა მეტნაკლებად ყველა რეგიონში იჩენს თავს თმცა განსაკუთრებით სავალალო მდგომარეობაა სანაპირო ზოლებზე სადაც ზაფხულობით უამრავი ტურისტი ისვენებს. მიუხედავად ამისა თითქმის არ ხდება სანაპირო ზოლის დასუფთავება, ასევე აქტიურად ბინძურდება წყალიც ზღვაში ჩაღვრილი ნავთობით, გემების ნარეცხი წყლით, სხვადასხვა ჩამდინარე ნარჩენებითა თუ

უბრალოდ საყოფაცხოვრებო ნარჩენებით. რა თქმა უნდა ეს ძალიან ვნებს ადამიანების ჯანმრთელობას და საერთო ჯამში საკმაოდ ცუდ სურათს ქმნის.

ასევე აღსანიშნავია ისიც რომ, ზემოაღნიშნული ფაქტების გარდა ძალიან დიდ პრობლემას წარმოადგენს თვითონ ადამიანებშიც გარემოს დაცვისა და ზრუნვის აუცილებლობის გაცნობიერება.

ტრანსპორტირება - ვფიქრობ ეს ერთ-ერთი დიდი პრობლემაა საქართველოს ტურიზმისთვის. ძალიან ბევრ განსაკუთრებით კი მაღალმთიან რეგიონებში თითქმის სრულიად მოშლილია საგზაო და სატრანსპორტო სისტემა.

ამასთანავე, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველო შავი ზღვის სანაპიროზო;ზე მდებარეობს და გვაქვს ნავსადგურებიც მაინც თითქმის არ ხდება საზღვაო გზით ტურისტების გადაყვანა. ეს რატომ უნდა კარგავს გარკვეულ შმოსავლებს რაც შიძლებოდა მიეღო ქვეყანას სატრანსპორტო სფეროდან.

ძალიან ბევრგან გვხვდება ასევე ადგილები სადაც შეიძლება გზები გამართულია, მაგრამ აქვე შვხვდებით ისეთ პრობლემებს როგორცაა მაგალითად განათების არარსებობა გზაზე, ასევე კავშირგაბმულობის ანდა ავტოგასამართი პუნქტებისა და აუცილებელი ინფრასტრუქტურის არარსებობა.

ერთერთ პრობლემად შგვიძლია მივიჩნიოთ ასევე სასტუმროების და კვების ობიექტების მომსახურებისა თუ პროდუქტის ხარისხის დაბალი დონე ტარიფებთან შედარებით. რატომ უნდა არის კარგი და ხარისხიანი ობიექტებიც, თმცა ძალიან ბევრია ისეთი სასტუმროები ანდა კვების ობიექტები რომლებიც ძალიან დაბალი დონის მომსახურება თუ პროდუქტი აქვთ და ამ პროდუქტსა და მომსახურებას ყიდიან საკმაოდ მაღალ ფასად. აუცილებელია სასტუმროებში მომსახურების დონის ამაღლება და შესაბამისობაშ მოყვანა მის ფასთან. ასევე ტურისტების კომფორტსა და კმაყოფილებაზე ზრუნვა. კვების ობიექტების შემთხვევაში საკმაოდ ხშირია მათშორის მაღალი დონის და საკმაოდ ძვირადღირებულ კვების ობიექტებშიც, სტული ანტისანიტარია, საკვებად

უვარგისი პროდუქტის გამოყენება, უკვე მორჩენილი პროდუქტის ხელმეორედ მოხმარება და ა.შ.

ვფიქრობ ძალიან კარგი იქნებოდა ასევე საქართველოში არსებული ტურისტული პოტენციალის ყველა რეგიონისა თუ კურორტის ჩამონათვალის თავისი ღირსშენიშნავი ადგილებით, რუკებით, სასტუმროების, სამედიცინო ცენტრების, თუ კვების ობიექტების ჩამონათვალით თავისი საკონტაქტო ნომრებითა და ყველა იმ თანდართული ინფორმაციით რაც შიძლება ტურისტს მოგზაურობის დროს დასჭირდეს. ეს ბევრად უფრო გაადვილებდა და უფრო მოსახერხებელს გახდიდა მოგზაურობას ტურისტებისათვის.

და ბოლოს ერთერთ მნიშვნელოვან პრობლემად მიმაჩნია საქართველოში ტურიზმის დარგში კომპეტენტური და კვალიფიციური პერსონალის სიმცირე. ტურიზმის განვითარებასა და წინსვლასთან ერთად იზრდება მოთხოვნაც კომპეტენტურ და კვალიფიციურ კადრებზე. მიუხედავად იმისა რომ, საქართველოს უნივერსიტეტები იძლევიან საშუალებას ტურიზმის შესახებ ზოგადი განათლების მიღებისა, მაინც ძალიან დიდი პრობლემა იქმნება ამ სფეროში და რეალურად ქვეყანას ძალიან ჭირდება ისეთი სკოლა, რომელიც ორიენტირებული იქნება ქვეყანაში საშუალო და დაბალი დონის პერსონალის მომზადებასა და სპეციალიზებაზე. ძალიან მნიშვნელოვანია პერსონალის მუდმივი გადამზადება და განვითარება რათა არ ჩამორჩენ და პირდაპირპროპორციულად განვითარდნენ ტურიზმის სფეროს განვითარებასთან ერთად.

ტურიზმის განვითარება და ტურისტების დიდი ნაკადი რათქმუნდა ძალიან კარგია ქვეყნისა და მისი ეკონომიკური მდგომარეობისთვის თმცა არ შეიძლება გვერდი ავუაროთ ტურიზმის განვითარების ზემოქმედებას ბუნებრივ გარემოზე. საჭიროა სისტემატიურად ხორციელდებოდეს გარკვეული შმამსუბუქებელი ღონისძიებები იმისათვის, რომ მაქსიმალურად მოხერხდეს გარემოსზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირება. დღესდღობით საქართველოში არსებული სწრაფ მოგებაზე ორიენტირებული ტურიზმის პოლიტიკა, გარემოს არადამზოგავი ინფრასტრუქტურა, უსაფრთხოების

ნორმების არასრულყოფილება და მაღალი დონის პროფესიული სერვისების ნაკლებობა მგრადი ტურიზმის განვითარების მოთხოვნებს სტულად ვერ აკმაყოფილებს ამიტომ საჭირო და აუცილებელიც კია ახალ მეთოდებზე გადასვლა და იმ ხარვეზების გამოსწორება რაც ასე აშკარაა ტურიზმის სფეროშ და მისი განვითარებისა და საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებისთვის საკმაოდ დიდ ხელისშემშლელ ფაქტორად ითვლება.

თავი III - საქართველოს ტურისტული პოტენციალი

3.1 საქართველოში არსებული აუთვისებელი ტურისტული პოტენციალი და განვითარებადი სახეობები

საქართველოს მისი მრავალფეროვანი ბუნებისა თუ კლიმატის წყალობით საკმაოდ დიდი ტურისტული პოტენციალი გააჩნია. საქართველოს ტურისტული პოტენციალის მაღალ დონეს ხელ უწყობს მისი მდებარეობაც რადგან საქართველო შავი ზღვის პირას მდებარეობს და ზღვის სანაპირო ტურიზმის განვითარებისთვის ქვეყანას დიდ შესაძლებლობებს აძლევს. გარდა ამისა ძალიან კარგი საშალებები გვაქვს სამთო სათხილამურო და ზამთრის კურორტების განვითარებისთვისაც. ამასთან ერთად საქართველო არის ის ქვეყანა რომელსაც შეუძლია მრავალი სახეობის ტურისტული მომსახურება შესთავაზოს მოგზაურებს მათ შორის კულტურული, ისტორიული, გამაჯანსაღებელი, ეკოლოგიური და კიდევ ძალიან ბევრი სხვა სახეობა რომელიც განსაკუთრებით იზიდავს ტურისტებს.

მიუხედავად ზემოთხდენებული გარემოებებისა და უნიკალური ტურისტული პოტენციალისა რკმელიც საქართველოს გააჩნია, დღესდღეობით მაინც ვერ ხერხდება ამ პოტენციალის ბოლომდე ათვისება და შეიძლება ითქვას რომ პოტენციური შემოსავლის ძალიან დიდი ნაწილი იკარგება იმის გამო, რომ ვერ ხერხდება საქართველოში არსებული ტურისტული პოტენციალის ბოლომდე ათვისება და ტურიზმის კიდევ უფრო გავითარება. საქართველო არის ქვეყანა, რომელიც ძალიან დიდ შესაძლებლობებს იძლევა ტურიზმის სფეროში. საქართველოს ტურისტულ პოტენციალს ასევე მნიშვნელოვნად განაპირობებს მისი რეგიონების მიმზიდველობა ტურისტებისა და დამსვენებლებისათვის. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში ვხვდებით მრავალფეროვანს ერთმანეთისგან განსხვავებულ და სიახლეებით სავსე ტურისტულ ადგილებს იქნება ეს ბუნება და კლიმატი თუ უბრალოდ ტურისტული დესტინაციები და ინფრასტრუქტურა. თითოეულ რეგიონს თავისი ისტორია და კულტურა აქვს რაც მათ კიდევ უფრო საინტერესოსა და მიმზიდველს ცდის ტურისტებისათვის.

საქართველოში საკურორტო ტურისტულ პოტენციალს ქვეყნიდან შავი ღვიძის პირა მდებარეობის გარდა ასევე მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს კავკასიონის მთაგრეხილით რომელიც სამთო სათხილამურო ტურიზმის განვითარებასთან ერთად არაჩვეულებრივი შესაძლებლობაა ალპინიზმის განვითარებისთვის. დიდი კავკასიონი შავი ზღვიდან კასპიის ზღვამდეა გადაჭიმული და სიგრძით 1500 მეტრს აღწევს. აღსანიშნავია არაერთი მწვერვალიც რომელთა სიმაღლე 4000 მეტრს აღემატება. მაგ: მწვერვალ შხარას სიმაღლე, რომელიც რაჭა-ლეჩხუმის რეგიონში მდებარეობს ზღვის დონიდან 5060 მეტრია. ეს რეგიონი გამორჩეულია მაღალმთიანი რეგიონებითა და კულტურული ტურიზმის განვითარების მაღალი პოტენციალით.⁶

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში ერთერთი ყველაზე განვითარებული სახეობა არის საზღვაო ტურიზმი და მეტნაკლებად კარგად არის განვითარებული ზღვისპირა ქალაქები რომლებსაც არაერთი ტურისტი სტუმრობს. თუმცა ტურიზმის ამ სახეობაშიც საქართველო კიდევ უფრო მეტ შესაძლებლობებს გვთავაზობს რომლებსაც ჯერჯერობით ქვეყანა ვერ იყენებს და ავითარებს. მაგალითისთვის შეგვიძლია განვიხილოთ ქალაქი ფოთი, რომელიც თავისი მდებარეობითა და რესურსებით საშუალებას იძლევა შესაბამისი ღონისძიებების გატარების შემდეგ შედგეს ერთერთ ტურისტებისთვის მიმზდველ და მოთხოვნად ტურისტულ ქალაქად.

ქალაქი ფოთი იგივე „ფაზისი“ საკმაოდ დიდი ისტორიული და კულტურული დატვირთვის მატარებელია რაც არათუ უცხოელი მოგზაურებისთვის ხშირ შემთხვევაში ადგილობრივებისთვისაც კი უცნობია. ფოთთან არის დაკავშირებული ანტიკური მსოფლიოს ცნობილი მითები არგონავტების მოგზაურობასთან დაკავშირებით მეფე აიეტის სამფლობელოში „ოქროს საწმისის მოსაპოვებლად“. ეს ყველაფერი კიდევ უფრო ამძაფრებს ინტერესს და მიმზიდველს ხდის ფოთში მოგზაურობას. გარდა ამისა ფოთის მიმდებარე ტერიტორია ასევე გამოირჩევა იმითაც, რომ აქ არის „რამსარის კონვენციით“ დაცული ტერიტორიები. საქართველო „რამსარის კონვენციას“ 1996 წელს შაუერთდა და

⁶ ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა საქართველოში-საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია

ის ავალდებულებს ხელმომწერ სახელმწიფოებს „საერთაშორისო მნიშვნელობის წყალჭარბი, განსაკუთრებით წყლის ფრინველთა საბინადროდ ვარგისი ტერიტორიების დაცვას და ამისათვის თანამშრომლობის უზრუნველყოფას.“⁷ აქ არის ასევე რეფუგეუმი-ადგილები, რომლებიც გადაურჩნენ გამყინვარებას. ეს არის გამყინვარების დროინტელი ეკოსისტემა და უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც რომ პლანეტაზე ასეთი სულ ორი ადგილია და ერთერთი არის სწორედ კოლხეთის დაბლობი.

ფოთს ასევე აქვს პოტენციალი იმისა, რომ აქ განვითარდეს საქმიანი ტურიზმიც, მოეწყოს კომფერენციები და გაიზარდოს შემოსავლები ამ სფეროში. აღსანიშნავია რომ „რამსარის კონვენციის“ შეხვედრები 2009 წლამდე ყოველთვის შვეიცარიაში - ჟენევაში იმართებოდა ხოლმე თუმცა 2010 წელს კომიტეტის გადაწყვეტილებით ის ქობულეთში ჩატარდა მხოლოდ და მხოლოდ იმიტომ რომ ფოთში არი იყო შესაბამისი ინფრასტრუქტურა. მსგავსი მაღალი დონის ფორუმების ხელშეწყობა მნიშვნელოვანია ქვეყნის ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებისა და წინსვლისთვის, ეკონომიკური ზრდისა თუ უბრალოდ პრესტიჟისთვის. შგვიძლია თამამად ვთქვათ, რომ ქალაქ ფოთს თავის გეოგრაფიული მდებარეობით, ისტორიით, კულტურით, ბუნებრივი პირობებით საკმაოდ დამაიმედებელი და პერპექტიული ტურისტული პოტენციალი გააჩნია და მას მხოლოდ კარგად დაგეგმილი სტრატეგიულად სწორი ნაბიჯების გადადგმა და მატერიალური სახსრები სჭირდება რომ ერთერთ მიმზიდველ და საინტერესო ტურისტულ ქალაქად იქცეს.

საქართველო ის ადგილია, სადაც მრავალფეროვანი ბუნებისა და კლიმატის, ასევე ძალიან ბევრი სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი ბუნებრივი რეზურსების ხარჯზე, იძლევა საშუალებას გამაჯანსაღებელი ტურიზმის სფეროს გაფართოებისა და ბევრად უფრო მეტი შემოსავლის მიღების. მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყანაში ასე თუ ისე არის რამდენიმე ტურისტული დესტინაცია, სადაც ინფრასტრუქტურა მეტნაკლებად განვითარებულია და შეესაბამება გამაჯანსაღებელი ტურიზმის მომხმარებლის

⁷ ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნები-საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, თბილისი 2018.

მოთხოვნების დაკმაყოფილებას, საქართველოში მაინც არსებობს არაერთი ძალიან კარგი ადგილი რომლებიც სამწუხაროდ არ არის განვითარებული და ვერ ახერხებს ტურისტების მოზიდვას. თუმცა პოტენციალი რათქმაუნდა ძალიან დიდია როგორც უცხოელი, ისე ადგილობრივი ტურისტების დასაკმაყოფილებლად და ეკონომიკური მდგომარეობის წინ წასაწევადაც. ამის კარგ მაგალითად შეგვიძლია განვიხილოთ ერთერთი ასეთი ადგილი საქართველოში კონკრეტულად კი სამეგრელოს რეგიონში არსებული მიწისქვეშა მტკნარი წყლებისა თუ სამკურნალო წყლების უხვი მარაგი რაც განსაზღვრავს რეგიონის ტერიტორიაზე რეკრეაციულ და საკურორტო პოტენციალს.

მაგალითისთვის შეგვიძლია განვიხილოთ სამეგრელოს რეგიონში არსებული რეკრეაციული მნიშვნელობის კურორტი სქური, რომელზეც დღესდღეობით ძალიან ცოტა ადამიანს თუ აქვს ინფორმაცია. გარდა იმისა რომ ეს ადგილი გამოირჩევა ულამაზესი ბუნებითა და ღირშესანიშნაობებით აღსანიშნავია ისიც, რომ სქურს აქვს ძალიან დიდი პოტენციალი. XIX საუკუნის მეორე ნახევარში მოხდა სქურის ტერიტორიაზე მინერალური წყლების აღმოჩენა და მალევე ეს ადგილი გადაიქცა ძალიან მიმზიდველ ტურისტულ ადგილად და წლების განმავლობაში ათასობით ადამიანი გადიოდა ამ ადგილას სარეაბილიტაციო კურსს. აქვე ფუნქციონირებდა მინერალური წყლის ჩამომსხმელი ქარხანა, რომელიც წელიწადში ხუთ მილიონ ბოთლ მინერალურ წყალს ასხამდა.⁸ ეს არა მხოლოდ ტურიზმის სფეროში იყო წინ გადადგმული ნაბიჯი, არამედ ქმნიდა დამატებით კიდევ უფრო მეტ სამუშაო ადგილებს და შესაბამისად მეტი სარგებლის მომტანი იყო ქვეყნის ეკონომიკისათვის. თუმცა ტურისტული ინფრასტრუქტურის არარსებობის გამო დღესდღეობით ეს ადგილი აღარ არის აქტიური.

საქართველო ყოველთვის დიდ ყურადღებას იქცევდა ტურისტებში თავისი გეოგრაფიული და აგრარული პოტენციალით. თუმცა მიუხედავად იმისა რომ კულტურული ტურიზმი რეგიონებს მოიცავს მაინც არ გვაძლევს სრულყოფილ შედეგს რა პოტენციალიც ქვეყანას აქვს. რეგიონების ტურისტული რესურსების უმეტესობა

⁸ ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნები, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, თბილისი 2018.

აუთვისებელი და გამოუყენებელი რჩება. გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოს აქვს ძალიან კარგი გეოგრაფიული მდებარეობა, და გამოირჩევა მრავალფეროვანი და ყველა რეგიონში დამოუკიდებელი, განსხვავებული კულტურით, ტრადიციებით, გასტრონომიითა და კლიმატით. ეს ყველაფერი კი საშუალებას გვამძლევს აგრარული ტურიზმი განვავითაროთ და მოწინავე ადგილზე დავაყენოთ რეგიონების განვითარების სტრატეგიები. ის პაკეტები რომლებსაც დღესდღეობით ტურისტული კომპანიები გვთავაზობენ და საკმაოდ დიდი პოპულარობითაც სარგებლობს გარკვეული დროის შემდეგ რათქმაუნდა მოითხოვს გაახლებას, შეცვლას, განვითარებასა და მასში სიახლეების შეტანას. აგრარული ტურიზმის განვითარება კი ისეთ რესურსებით მდიდარ ქვეყანაში როგორც არის საქართველო ვფიქრობ პრიორიტეტული და ქვეყნის ეკონომიკისთვის დიდი მნიშვნელობის მქონეა.

საქართველოს ტურისტული რეგიონების ფეოგრაფიული მრავალფეროვნება საშუალებას გვამძლევს ახალი სამოგზაურო პაკეტები შევქმნათ და ტურიზმი გავიტანოთ მთებსა და სოფლებში, სადაც მთელ ამ პროცესში ჩართული იქნება გასტრონომია, ფერმერები და ადგილობრივი მოსახლეობა, კულტურული დეტალები. ეს ყველაფერი კი ტურისტებს საშუალებას მისცემს რომ დღეს არსებულ ცხოვრების აჩქარებულ და გადატვირთულ რიტმს გაექცნენ მშვიდ, წყნარ, ქალაქისგან მოშორებულ ადგილებში და იცხოვრონ კონკრეტულ არგილზე მაცხოვრებელი ადგილობრივი მოსახლესავით, დაკავდნენ სოფლის საქმეებით, დაეხმარონ ფერმერებსა და ადგილობრივ მეწარმეებს, გაეცნონ ამა თუ იმ კუთხის ტრადიციებს, წეს-ჩვეულებებს, გასტრონომიას, კულტურას ამასთან ერთად კი უბრალოდ დაისვენონ, განიტვირთონ და დრო გაატარონ ლამაზ, მშვიდ და რაც მთავარია ჯანსაღ გარემოში.

საქართველო განსაკუთრებით მდიდარია ბუნებრივი და კულტურული რესურსებით რაც ყველა რეგიონში მრავლადაა და იძლევა ახალი ტურისტული პროდუქტის შექმნის საშუალებას. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მართლაც ძალიან ბევრი ციხეკოშკი თუ სხვადასხვა სახის ისტორიული ნაგებობაა ძალიან ბევრი მათგანი მოუვლელია და უყურადღებობის გამო კარგავს შანსს, რომ სწორად

შერჩეული სტრატეგიისა და ტურისტული ინფრასტრუქტურის მოწყობის შემთხვევაში ტურისტებისთვის ერთ-ერთ მიმზიდველ ადგილად იქცევს. რაც უნდა ბევრი მსგავსი ისტორიული ძეგლი უნდა იყოს საქართველოში, აუცილებლად უნდა ვიყოთ რეალისტები და ვიფიქტოთ იმაზე, რომ ჩვენ შევთავაზოთ ტურისტებს ისეთი პროდუქტი, რაც აღაფრთოვანებთ მათ თუნდაც კოლიზეუმის ან პირამიდების ნახვის შემდეგ. ეს კი ერთი შეხედვითაც კი ადვილი მისახვედრია რომ არცთუ ისეთი ადვილია. მართალია საქართველოში ძალიან ბევრი არქიტექტურული ნიმუშია ისტორიული ძეგლების სახით და რათქმაუნდა მნახველებისთვისაც საინტერესოა თუმცა უნდა გავაზროთ ის ფაქტიც რომ ტურისტების უმრავლესობა უბრალოდ თავგადასავლების მაძიებელი ადამიანებია და მხოლოდ მათი მცირედი ნაწილი შეიძლება იყოს პროფესიონალები რომლებიც პროფესიული თვალთ ათვალიერებენ ჩვენი ქვეყნის ისტორიულ ძეგლებს თითოეულ დეტალს და მართლაც აღფრთოვანებულნი რჩებიან ყველაფრით. მაგრამ ჩვეულებრივი ტურისტისთვის რომელიც ორიენტირებულია თავგადასავლებსა და ახალ გამოცდილებებზე საჭიროა შევქმნათ მრავალფეროვანი და სხვადასხვა სერვისებითა თუ შესაძლებლობებით სავსე ტურისტული პროდუქტი.

პირველ რიგში ალბათ უნდა გაგვახსენდეს ის ისტორიული ძეგლები, რომლებიც არ არის აქტიური და ხშირ შემთხვევაში ამ ტიპის მიტოვებული ციხეკოშკები თუ მონასტრები განიცდიან ნგრევას და მათთან ერთად ნადგურდება ის პოტენციალიც რომელიც მათ შეუძლიათ შემოგვთავაზონ. საქართველოს ისტორიიდან გამომდინარე, მსგავსი ძეგლების დიდი ნაწილი განლაგებულია სხვადასხვა რეგიონებში ისეთ ადგილებში, რომლებიც არცთუ ისე ადვილად მისადგომია. ამ ადგილების უმეტესობა კი იდეალურია სათავგადასავო ტურების მოსაწყობად. ეს არის ადგილები რომლებიც უდიდესი ისტორიის მატარებელია და შესაძლოა არაერთი ომიც კი გადაუტანია ამ ადგილებს. ამ ისტორიული დეტალების გამოყენება ვფიქრობ მომგებიანი იქნება მსგავსი ადგილებისთვის. შესაძლოა იმიტირებულად ომის პერიოდის გაცოცხლება შესაძლოა ტურისტებისთვის მოეწყოს ინფრასტრუქტურა ისე, რომ მსგავს ციხეკოშკებში სადაც წარსულში ომიანობის დროს აფარებდნენ თავს მოეწყოს მათთვის დასაბინავებელი ადგილები და მიეცეთ მათ საშუალება იმ ისტორიულ დროში დაბრუნდნენ და ახალი

ემოციებითა და გამოცდილებებით დატვირთულნი წავიდნენ ჩვენი ქვეყნიდან. რადგანაც ძალიან ბევრი ისტორიული ძეგლი მოუვლელობისა და ყურადღების ნაკლებობის გამო უბრალოდ ნადგურდება და თან მიაქვს უდიდესი ისტორიაც, ეს ალბათ ძალიან კარგი შანსი იქნება მსგავსი ადგილებისთვის ახალი სიცოცხლის მისაცემად.

საქართველოს რელიეფიდან გამომდინარე ასევე შესაძლებლობა არის რომ ძალიან ბევრი ამ დროისთვის აუთვისებელი ადგილი ვაქციოთ ტურისტულ დესტინაციად. მაგალითისთვის შეგვიძლია განვიხილოთ ისეთი ადგილები, რომლებში ძალიან კარგი იქნებოდა ინფრასტრუქტურა ისე მოწყობილიყო, რომ შესაძლებელი ყოფილიყო კლდეზე მცოცველ ტურისტთა დაკმაყოფილება. ძალიან ბევრ ევროპულ ქვეყანაში კლდეზე ცოცვა ერთ-ერთი მოთხოვნადი სფეროა და საქართველოსაც აქვს არაჩვეულებრივი შესაძლებლობა ამ სფეროს განვითარებისთვის. საქართველოში დღესდღეობით სულ რამდენიმე ადგილას თუ არის შესაძლებელი სპორტის ამ სახეობით დაკავება ისიც არასრულყოფილად.

საქართველოს თავისი რელიეფიდან გამომდინარე აქვს იმისი რესურსი, რომ შექმნას ახალი ტურისტული პაკეტები, რეგიონებში შექმნას შესაფერისი ინფრასტრუქტურა და მოახდინონ ამ პროდუქტით ტურისტების დაინტერესება. ამ მხრივ გაიზრდება რეგიონებში ტურისტების ვიზიტებიც, ეს ტურისტები კი რათქმაუნდა ფულს ისევ ადგილობრივ მოსახლეობასთან დახარჯავენ ეს კი პირდაპირი სტიმული გახდება ადგილობრივი მაცხოვრებლებისთვის, რომ მეტად განავითარონ და გააუმჯობესონ მომსახურება. ნაბიჯ-ნაბიჯ კი ეს სფერო თვითონ მოახერხებს დამკვიდრებასა და წინ წაწევას გამომდინარე იქიდან, რომ როდესაც ადგილობრივებიც დაინახავენ რომ მათთვისაც ეს დამატებითი შემოსავლის წყაროა ისინი თვითონე იქნებიან მიმართული იმისკენ, რომ რაც შეიძლება კმაყოფილი გაუშვან ტურისტი. გარდა ამისა ამ მხრივ კულტურული და აგრარული ტურიზმის განვითარებასაც შეეწყობა ხელი და ტურისტებს ექნებათ საშუალება თითოეული რეგიონის კულტურას წეს-ჩვეულებებს, ტრადიციებს, გასტრონომიასა თუ უბრალოდ იმ ლეგენდებსა და თქმულებებს გაეცნონ რომლებიც

საქართველოში მრავლადაა თითოეულ რეგიონში და განსაკუთრებულ ინტერესსა და ყურადღებას იმსახურებს.

მაგალითისთვის მსგავს ადგილებად შეგვიძლია რამდენიმე ადგილი მოვიყვანოთ რომ უფრო თვალსაჩინო იყოს თუ რაზე ვსაუბრობთ. შეგვიძლია განვიხილოთ თეთრიწყაროს მუნიციპალიტეტში არსებული ხულუტის ციხე, რომელიც კლდოვან მასივზე არსებულ გალავნით შემოსაზღვრულ ხუთ კოშკს მოიცავს რომლებიც თავდაცვასთან ერთად საცხოვრებლადც გამოიყენებოდა. აქ არსებული კლდე საცოცად გამოსადეგია და შესაძლებლობას იძლევა კლდეზე ცოცვისთვის ინფრასტრუქტურის გამართვისათვის. აქვეა მდინარე, ტყე და მინდორიც. ძალიან კარგი შესაძლებლობა იქნება ასევე დასაბანაკებლად. ეს ადგილი შეიძლება ათვისების შემთხვევაში ერთ ერთ წარმატებულ ტურისტულ ადგილად იქცეს.

აქვე შეგვიძლია განვიხილოთ ადიგენის მუნიციპალიტეტში არსებული ოქროს ციხეც რომელიც უდიდესი ისტორიის მატარებელია და საინტერესო ადგილია იქნებოდა არა მარტო სპორტული ტურიზმისთვის არამედ სათავგადასავლო და ისტორიული სახეობებისთვისაც. ციხეს დიდი პოტენციალი აქვს თავისი მდებარეობისა და უნიკალური არქიტექტურის გამო და საშუალებას იძლევა რეგიონში ერთერთ ყველაზე გამორჩეულ და მიმზიდველ ადგილად იქცეს ტურისტებისთვის.

3.2 საქართველოს ტურიზმის პოპულარიზაციის სტრატეგიები

არა მხოლოდ საქართველოს აარამედ ნებისმიერი ქვეყნის ტურიზმის პოპულარიზაციისთვის და საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებისთვის აუცილებელია არაერთი ფაქტორის გათვალისწინება და არაერთი რეგულაციის გატარება. პირველ რიგში ქვეყანამ უნდა გაითვალისწინოს ის ფაქტი, რომ ტურიზმი თავის თავში აერთიანებს არაერთ სფეროს და საჭიროა კომპლექსური და მრავლისმომცველი სამუშაოების ჩატარება. ქვეყნის ტურიზმის პოლიტიკის წარმართვა საჭიროა მოხდეს ისე, რომ მასში შემაგალი თითოეული სექტორმა უნდა იმუშაოს ურთიერთშეთანხმებულად და ურთიერთსასარგებლოდ. რაც საბოლოო ჯამში ქვეყნის ტურიზმს გახდის მყარს და კონკურენტუნარიანს. პირველ რიგში რატქმაუნდა საჭიროა თითონ ტურიზმის ინდუსტრიის გამყარება მდგრადი და მომგებიანი ტურიზმის შექმნა ქვეყანაში თავისი სერვისებითა და მაღალი ხარისხის მომსახურებით. ხოლო ამის შემდეგ კი უკვე თამამად შეგვიძლია ვიზრდოდოდ საერთაშორისო ბაზარზე ერთერთი მიმზიდველი და საინტერესო ტულისტული ქვეყნის სტატუსის მოსაპოვებლად.

თანამედროვე გლობალიზაციის პირობებში, როცა ინტერნეტითა და ონლაინ საშუალებებით თითქმის ყველაფრის გაკეთებაა შესაძლებელი არშეიძლება ამ ყველაფერს გვერდი ავუაროდ და პირველ რიგში ონლაინ სივრცეში არ შევეცადოდ ჩვენი ქვეყნის შესახებ რაც შეიძლება მეტი და რაც შეიძლება საინტერესო ინფორმაციები, ფოტო თუ ვიდეო მასალა არ განვათავსოდ. დღესდღეობით თითქმის ყველა ადამიანს აქვს წვდომა ონლაინ სივრცესთან და უმეტესობა ადამიანებისა დასასვენებელი ადგილის შერჩევისას პირველი რასაც აკეთებს სწორედ ინტერნეტში ინფორმაციის მოძიება და მისთვის საინტერესო ადგილების არჩევაა. ინტერნეტი საკმოდ დიდ სეგმენტს მოიცავს და იდეალური საშუალებაა ჩვენი ქვეყნისა და მისი ღირსშესანიშნაობების შესახებ მილიონობით და მილიარდობით ადამიანს ძალიან მოკლე დროში მივაწოდოდ ინფორმაცია. თუმცა აქაც უნდა გავითვალისწინოდ ის, რომ საჭიროა სტრატეგიულად სწორად დაგეგმილი და განხორციელებული აქტივობები რადგან შდეგი იყოს ზუსტად ის, რაც ჩვენ გვაქვს მიზნად დასახული. ძალიან მნიშვნელოვანია ისიც, თუ რა სახის

ინფორმაცია იქნება განთავსებული და როგორ მივაწვდით მას ჩვენთვის საინტერესო ადამიანებს რადგანაც ხშირ შემთხვევაში სწორედ ინტერნეტი არის ტურისტებისთვის მოგზაურობის შესახებ ინფორმაციის ძირითადი წყარო. ინტერნეტის მეშვეობით ტურისტებს საშუალება აქვთ უშუალოდ იყვნენ ჩართულნი თავისი დასვენების დაგეგმვაში, თვითონვე შეარჩიონ კურორტები, განთავსების საშუალებები, კვების ობიექტები თუ სხვა მრავალი დეტალი რაც მოგზაურობისას შეიძლება მათ დასჭირდეთ და რაც მთავარია ინტერნეტი არის სივრცე, რომელიც მუშაობს უწყვეტ რეჟიმში და დღის ნებისმიერ მონაკვეთში ნებისმიერ ადამიანს აქვს საშუალება მიიღოს მისთვის საჭირო ინფორმაცია. ეს კიდევ უფრო მოსახერხებელსა და მიმზიდველს ხდის ამ სფეროს და სწორედ ეს არის ერთერთი უდიდესი მიზეზი იმისა თუ რატომ ყავს ინტერნეტს ამდენი მომხმარებელი და რატომ მატულობს მათი რიცხვი წლიდან წლამდე. სწორედ ეს არის მიზეზი იმისა, რომ განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მივაქციოდ და მაქსიმალურად ფოკუსირებულნი ვიყოთ ინტერნეტზე და სოციალურ მედია საშუალებებზე რომელთა მეშვეობითაც უშუალოდ გვეძლევა შესაძლებლობა პოტენციურ ტურისტებთან უშუალო ურთიერთობისა და მათი ყველა მოთხოვნისა თუ ახირების შესრულებისა. თითოეული დაინტერესებული და კმაყოფილი ტურისტი ძალიან მნიშვნელოვანია ისეთ საქმეში, როგორც არის ქვეყნის ტურიზმის გატანა და დამკვიდრება საერთაშორისო ბაზარზე. ქართული ტურიზმისთვის გადამწყვეტად მნიშვნელოვანია ინტერნეტ საშუალებების განვითარება და გამართვა ისე, რომ მან შეძლოს პროდუქტისა თუ მომსახურების ღირსეულად წარმოჩენა, ქვეყნის უდიდესი კულტურული თუ მატერიალური ტურისტული რესურსების სრულყოფილი ინფორმაციული სივრცე, კონკურენცია ტურისტულ კომპანიებს შორის და რაც მთავარია მოქნილი და გამარტივებული ფასების პოლიტიკის შექმნა.

რაც შეეხება რეკლამას, უფრო კონკრეტულად კი სარეკლამო რგოლებს, რომლებიც საქართველოს მსოფლიო მასშტაბით წარმოადგენენ და აცნობენ მსოფლიოს საკმაოდ დიდი დატვირთვის მატარებელია და დიდი როლი უჭირავს ქვეყნის ტურიზმის პოპულარიზაციის დაგეგმვასა და განხორციელებაში. როდესაც საქმე ეხება საქართველოს ტურისტული პოტენციალისა და შესაძლებლობების საერთაშორისო

ბაზარზე გატანას, საჭირო ხდება სტრატეგიულ დაგეგმვა იმისა, თუ როგორ უნდა მოვახერხოთ და ჩვენი ქვეყანა გავხადოთ ერთ-ერთი მიმზიდველი და მოთხოვნადი ტურისტული ქვეყანა. ამ დროს კი ერთერთი პირველი რაც შეიძლება რომ გავგახსენდეს რათქმუნდა არის სარეკლამო რგოლი. მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყნის რეკლამირება და სწორი მარკეტინგული სტრატეგიების შემუშავება და განხორციელება საკმაოდ დიდ ხარჯებთანაა დაკავშირებული, მაგრამ რეკლამირების გარეშე მიზნის მიღწევა თითქმის შეუძლებელია. რეკლამა არის ის რაც საქართველოს ცნობადობას ზრდის მსოფლიო მასშტაბით. რეკლამის საშუალებით გვეძლევა შესაძლებლობა მეტი ტურისტი მოვიზიდოთ და რაც მთავარია ეს ტურისტები გამოირჩეოდნენ მაღალი მსყიდველობითუნარიანობით.

ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ამ შემთხვევაში თვითონ სარეკლამო რგოლს. ის ისე უნდა იყოს შექმნილი რომ პირველ რიგში ასახავდეს ქვეყნის დადებით მხარეებს, განსაკუთრებულ აქცენტს აკეთებდეს ქვეყნის ძლიერ მხარეებზე და აღძრავდეს მნახველებში სურვილს და აჩენდეს მოთხოვნილებას საქართველოში სტუმრობისა. ისევე როგორც სხვა ნებისმიერ სფეროში პროდუქტისა თუ მომსახურების რეკლამირებისას აქაც გვაქვს იმისი საშუალება რომ განვსაზღვროთ ჩვენთვის უფრო მეტად ხელსაყრელი და პრიორიტეტული სეგმენტი და მათზე განსაკუთრებულად მოვახდინოთ ფოკუსირება და განსაკუთრებული სერვისები თუ მომსახურება შევთავაზოთ. რადგანაც უფრო მეტად მნიშვნელოვანია თუ როგორი ტურისტები ჩამოვლენ ქვეყანაში, ანუ, როგორი ხარჯვიანობა იქნება მათი მხრიდან და რამდენად დიდი ფინანსურ სარგებელს დაუტოვებენ ისინი ქვეყანას ვიდრე უბრალოდ ციფრები და ტურისტების დიდი ნაკადი, რომლებიც რეალურად შესაძლოა რაოდენობრივად ბევრნი იყვნენ, მაგრამ მათგან მიღებული ფინანსური სარგებელი არცთუ ისე ბევრი.

ძალიან მნიშვნელოვანია რეკლამაში ასახული თითოეული დეტალი შეესაბამებოდეს სიმართლეს და უბრალოდ იყოს განსაკუთრებულად ლამაზი წარმოჩინება იმისა, რაც ქვეყანაში არსებულ რეალობას სრულიად შეესაბამება. იმ შემთხვევაში ტუ რეკლამაში რამე გადამეტებულად იქნება წარმოჩენილი და ტურისტების მოზიდვის მცდელობაში

მეტისმეტად გადავამეტებთ ჩვენი ქვეყნის ტურისტულ შესაძლებლობებს ისტორიული, კულტურული, მომსახურებისა თუ სხვა ნებისმიერ სფეროში, საქართველოში ჩამოსული ტურისტების კმაყოფილების დონე არცთუ ისე მაღალი იქნება საბოლოოდ რადგან მათი მოლოდინები იქნება იმაზე მეტი რაც რეალურად ქვეყანაში ჩამოსვლისას დახვდებათ და ეს ძალიან ცუდად იმოქმედებს არა მხოლოდ ქვეყნის იმიჯზე, არამედ ტურიტების რაოდენობის შემცირებასა და ეკონომიკურ დაღმასვლასაც გამოიწვევს. ამიტომ ძალიან მნიშვნელოვანია რეკლამის დიდი სიფრთხილითა და ყურადღებით შექმნა.

ქვეყნის შესახებ სარეკლამო რგოლი არის ის, რაც იზიდავს და ქვეყანამდე ჩამოჰყავს ტურისტები. ხოლო ამის შემდეგ კი თვითონ ქვეყანამ და აქ განვითარებულმა ტურიზმის პოლიტიკამ და მთლიანად მომსახურების სფერომ უნდა იზრუნოს იმაზე, რომ ეს ჩამოსული ტურისტები რაც შეიძლება მაღალი კმაყოფილების დონით გაუშვას ქვეყნიდან და ყველაფერი უნდა გაკეთდეს იმისთვის, რომ მათ არა მხოლოდ თავად გაუჩნდეთ კვლავ საქართველოში სტუმრობის სურვილი, არამედ რეკომენდაციაც გაუწიონ საქართველოს როგორც მიმზიდველ, საინტერესო, მრავალფეროვან და მაღალი დონის ტურისტულ ქვეყანას. სწორედ ამიტომ ის მოლოდინი რასაც რეკლამების საშუალებით შევქმნით ტურისტებში არავითარ შემთხვევაში არ უნდა გაწვილდეს და პირველ რიგში უნდა იზრუნოს საქართველომ იმაზე, რომ თითოეული სტუმარი დადებითი ემოციებით სავსე და ყოველმხრივ კმაყოფილი გაუშვას ქვეყნიდან. კმაყოფილი მომხმარებელი კი ერთერთი საუკეთესო რეკლამაა.

თუ განვიხილავთ ქართული ტურიზმის პოტენციალის საერთაშორისო ბაზარზე გატანის სტრატეგიებს აუცილებლად უნდა ვიზრუნოთ იმაზეც, რომ ქვეყანამ რაც შეიძლება მეტ მსხვილმასშტაბიან და მნიშვნელოვან საერთაშორისო გამოფენებში მიიღოს მონაწილეობა. ეს გაზრდის საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის, ცნობადობას საერთაშორისო ბაზარზე და რათქმაუნდა გახდება წინაპირობა ტურისტების მოზიდვისა.

საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა საქართველოს საშუალებას აძლევს ქვეყნის მრავალფეროვანი ტურისტული სახეობების, უნიკალური მატერიალური თუ არამატერიალური რესურსები წარმოადგინოს საერთაშორისო ბაზარზე და გააცნოს ის

არერთი სტრატეგიულად მნიშვნელოვანი ქვეყნის წარმომადგენლებსა და კერძო სექტორს. ეს ყველაფერი კი საქართველოს აძლევს საშუალებას უამრავ მსხვილ ტურისტულ კომპანიასთან ითანამშრომლოს და მათთან თანამშრომლობით დიდი ნაბიჯებით გააგრძელოს წინსვლა საბოლოო მიზნისკენ.

თავი IV - კვლევა

კვლევის მიზანი: კვლევის მიზანია გაარკვიოს თუ რა პერსპექტივები აქვს ქართული ტურიზმის პოპულარიაზაციას საერთაშორისო ბაზარზე და საქართველოს ძირითადი ძლიერი და სუსტი მხარეების დადგენა ტურიზმის სფეროში.

კვლევის მიზანს წარმოადგენს ასევე ის ძირითადი რეკომენდაციები და რჩევები რომელთა გაუმჯობესებაც გამოკითხულთა აზრით გაზრდიდა საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის, შანსებს მსოფლიო ბაზარზე თავისი ადგილის დასამკვიდრებლად.

კვლევის ჰიპოთეზა: კვლევის ჰიპოთეზას წარმოადგენს ქართული ტურიზმის საერთაშორისო ბაზარზე გასვლა და თავის დამკვიდრება როგორც ერთერთი წამყვანი ტურისტული ქვეყანა მსოფლიო მასშტაბით

კვლევის საგანი და ობიექტი: კვლევის საგანია საქართველოში არსებული ტურისტული მდგომარეობა, ტურიზმის ინდუსტრია, რომელიც მასშია უამრავ სხვა მასთან დაკავშირებულ სფეროსაც მოიცავს და მათი ურთიერთშეთანხმებულობით ქმნის მდგრად და წარმატებულ ტურიზმს.

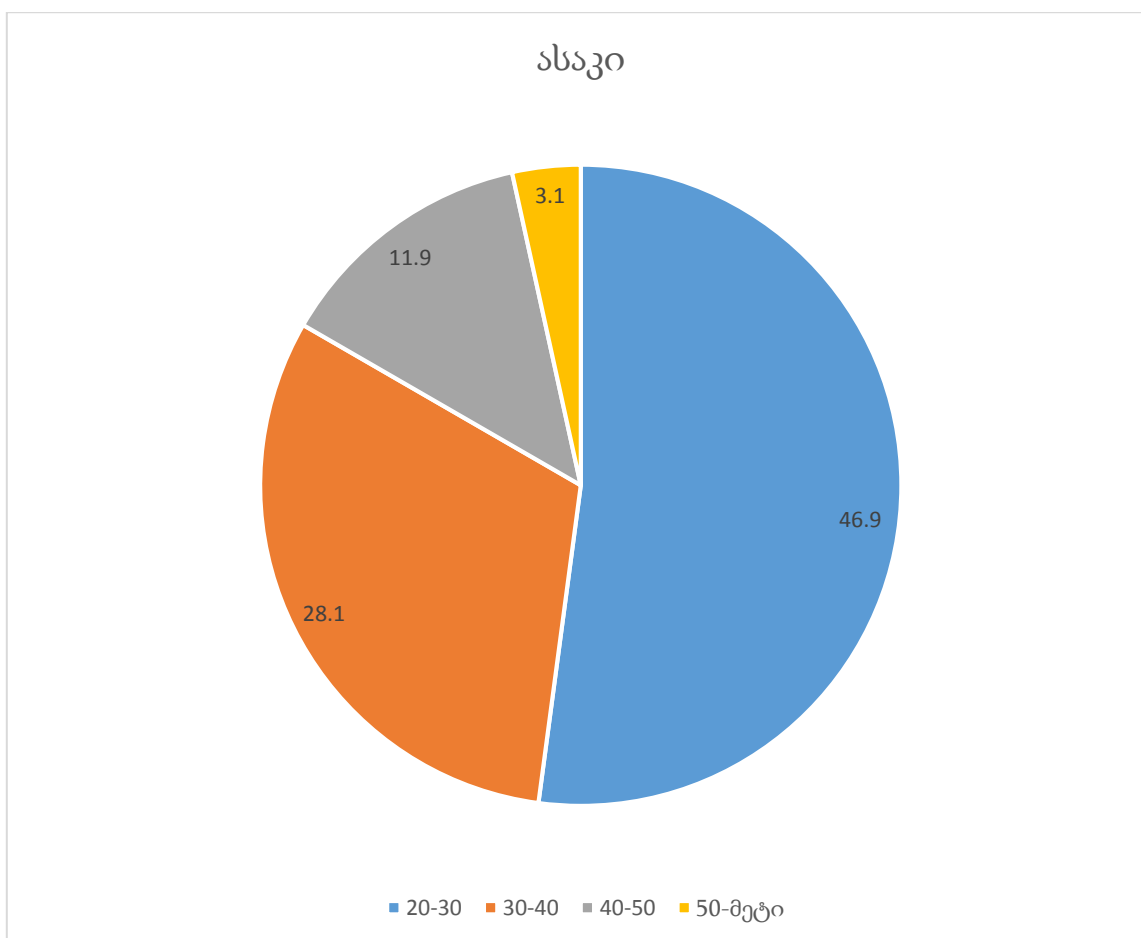
კვლევის ობიექტი კი უშუალოდ საქართველო, როგორც ტურისტული ქვეყანა მისი დადებითი და უარყოფითი მხარეებით. ძირითადი პრობლემებითა და შესაძლო გადაჭრის გზებით.

კვლევის მეთოდი: კვლევის მეთოდებიდან გამოყენებული იქნა რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი. რაოდენობრივი მეთოდი შეირჩა იმიტომ, რომ ის წარმოადგენს ერთერთ ყველაზე სანდო და გამართულ მეთოდს. რაოდენობრივი კვლევის დროს საშუალება გვეძლევა უფრო კარგად ვაკონტროლოთ ზოგადად კვლევის პროცესიც და კვლევა ვაწარმოოთ ისე, რომ წინასწარ გვექონდეს შეძლებისდაგვარად ყველა დეტალი გათვლილი და ორგანიზებული.

კვლევის გეოგრაფიული არეალი: კვლევა ჩატარებულია ქალაქებში თბილისი და რუსთავი. კვლევის ფარგლებში გამოკითხული რესპოდენტების რაოდენობა შეადგენს 160 ადამიანს.

გამოკითხული რესპოდენტები დაყოფილია სქესისა და ასაკის მიხედვით.

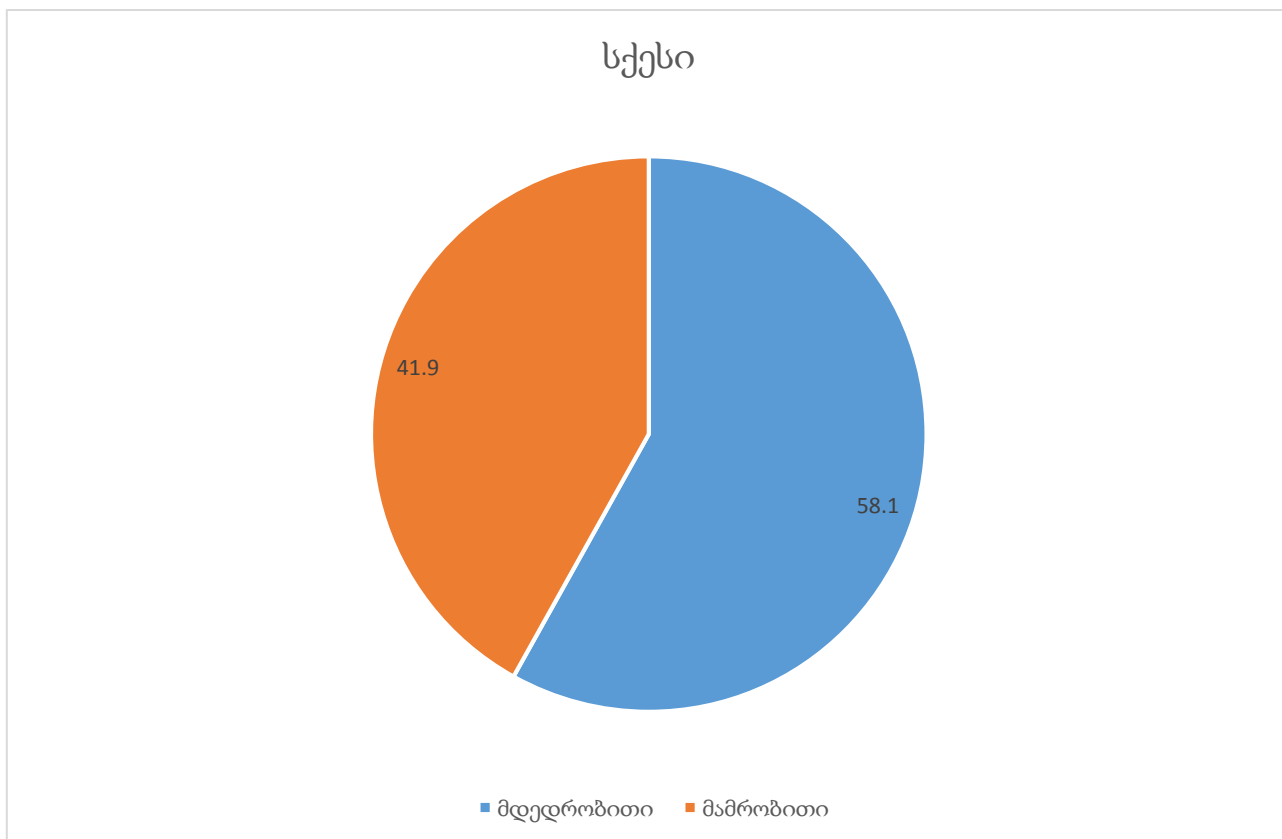
დიაგრამა 1.



როგორც ცხრილზე ვხედავთ რესპოდენტების უმეტესობას, 46,9%-ს შეადგენდნენ 20-დან 30 წლამდე ახალგაზრდები, 28,1% იყვნენ 30-დან 40წლამდე რესპოდენტები, სრული შემადგენლობის 11,9% იყვნენ 40-დამ 50 წლამდე ქალები და მამაკაცები და ბოლოს გამოკითხულთაგან ყველაზე მცირე რაოდენობით იყვნენ 50წელს გადაცილებული

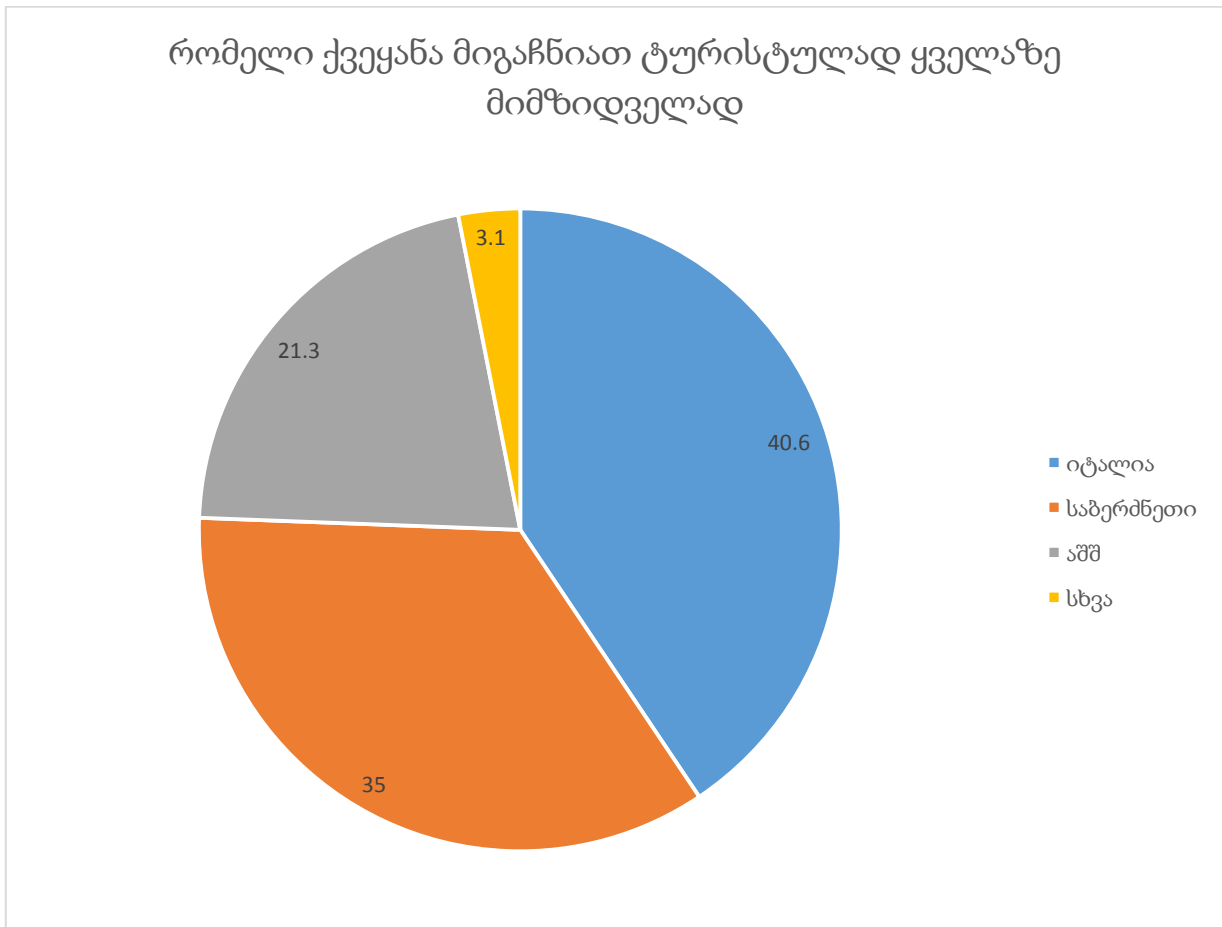
ადამიანები და მათი წილი რესპოდენტების სრული რაოდენობიდან შეადგენდა მხოლოდ 3,1%-ს.

დიაგრამა 2.



როგორც ვხედავთ გამოკითხულთა შორის მდედრობითი სქესის წარმომადგენლები ოდნავ აღემატებიან მამრობითი სქესის წარმომადგენლებს და მათი რაოდენობა შემდეგნაირად ნაწილდება მდედრობითი სქესის იყო გამოკითხულთა 58,1% ხოლო მამრობითი სქესის 41,9%.

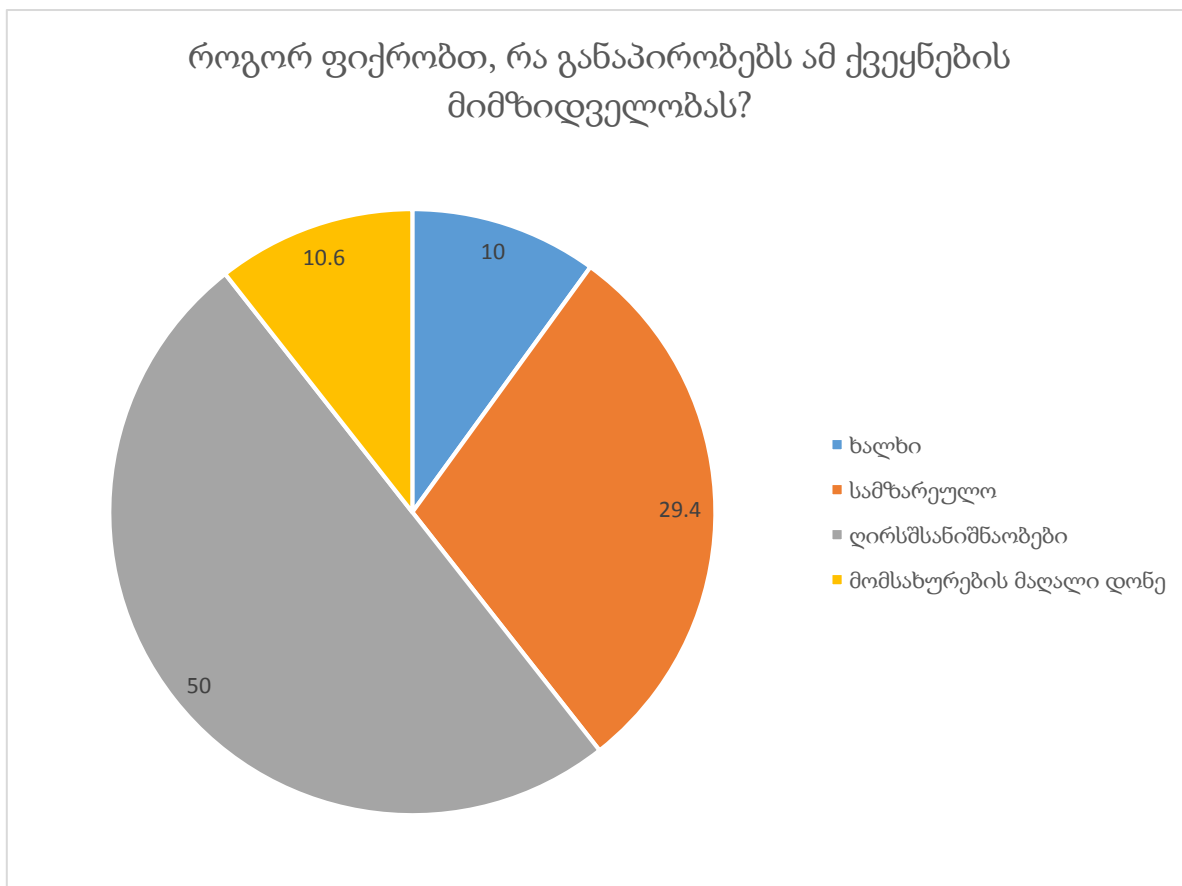
დიაგრამა 3.



მაოფლიოს რამდენი წამყვანი ქვეყნიდან კვლევის რესპოდენტებს უნდა დაესახელებინათ რომელიმე მათგანი, რომელიც მათი აზრით სხვა დანარჩენებთან შედარებით უფრო მიმზიდველი და მოთხოვნადი ტურისტული ქვეყანა იყო. არჩეული ქვეყნები იყო იტალია, საბერძნეთი, აშშ და ის რესპოდენტები, რომლებიც ჩათვლიდნენ რომ არცერთი მათგანი არარის საკმარისად წარმატებული ტურისტული ქვეყანა მონიშნავდნენ გრაფას სხვა. ჩამოთვლილი ქვეყნებიდან უნდა აღვნიშნოთ რომ ყველაზე მეტი პროცენტი გამოკითხულებისა 40,1% თვლის რომ ყველაზე მიმზიდველი ტურისტული ქვეყანა ეს არის იტალია. შემდეგ 35%-ის აზრით ტურისტულად ყველაზე მიმზიდველი ქვეყანა საბერძნეთია ხოლო აშშ-ს გამოკითხულთა 21,3% ასახელებს. რესპოდენტთა 3,1% თვლის რომ ყველაზე წარმატებული ტურისტული ქვეყანა ამ ქვეყნებს შორის არ არის. რა თქმა

უნდა ამასთანავე დავინტერესდი იმითაც, თუ რა კრიტერიუმებით არჩევდნენ ჩემ მიერ გამოკითხული რესპოდენტები მათთვის ყველაზე წარმატებულ ტურისტულ ქვეყანას.

დიაგრამა 4.

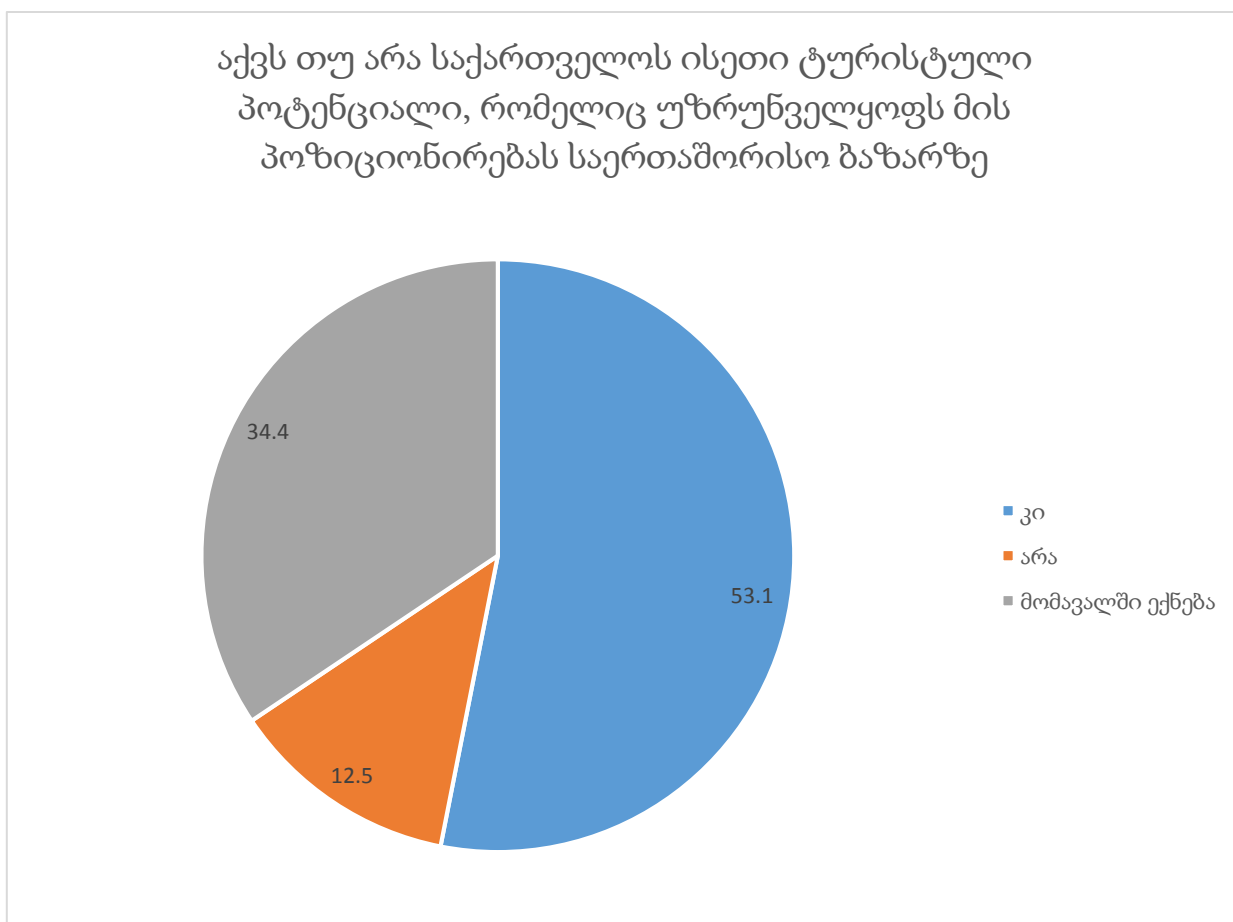


გამოკითხულთა უმეტესობა 50% აღნიშნავს რომ, მათთვის ტურისტული ქვეყნის მიმზიდველობის განმაპირობებელი ფაქტორი არის ის ღირსშესანიშნაობები, რომლების ნახვაც შეუძლიათ ამ ქვეყნებში. მეორე ადგილზე არის სამზარეულო რომელსაც გამოკითხულთა 29,4% ასახელებს. ეს საკმაოდ კარგი შედეგია და ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ გასტრონომია ტურისტული ქვეყნის არჩევისას საკმაოდ დიდ როლს თამაშს

საქართველოს კი თავისი უნიკალური და მრავალფეროვანი გასტრონომიით მართლაც აქვს იმისი შესაძლებლობა რომ კონკურენცია გაუწიოს მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებს.

რაც შეეხება მომსახურების მაღალ დონეს გამოკითხულთა 10,6% ასახელებს ხოლო ხალხი (ადგილობრივი მოსახლეობა) კი 10%-სთვის აღმოჩნდა გადამწყვეტი ტურისტული ქვეყნების არჩევისას.

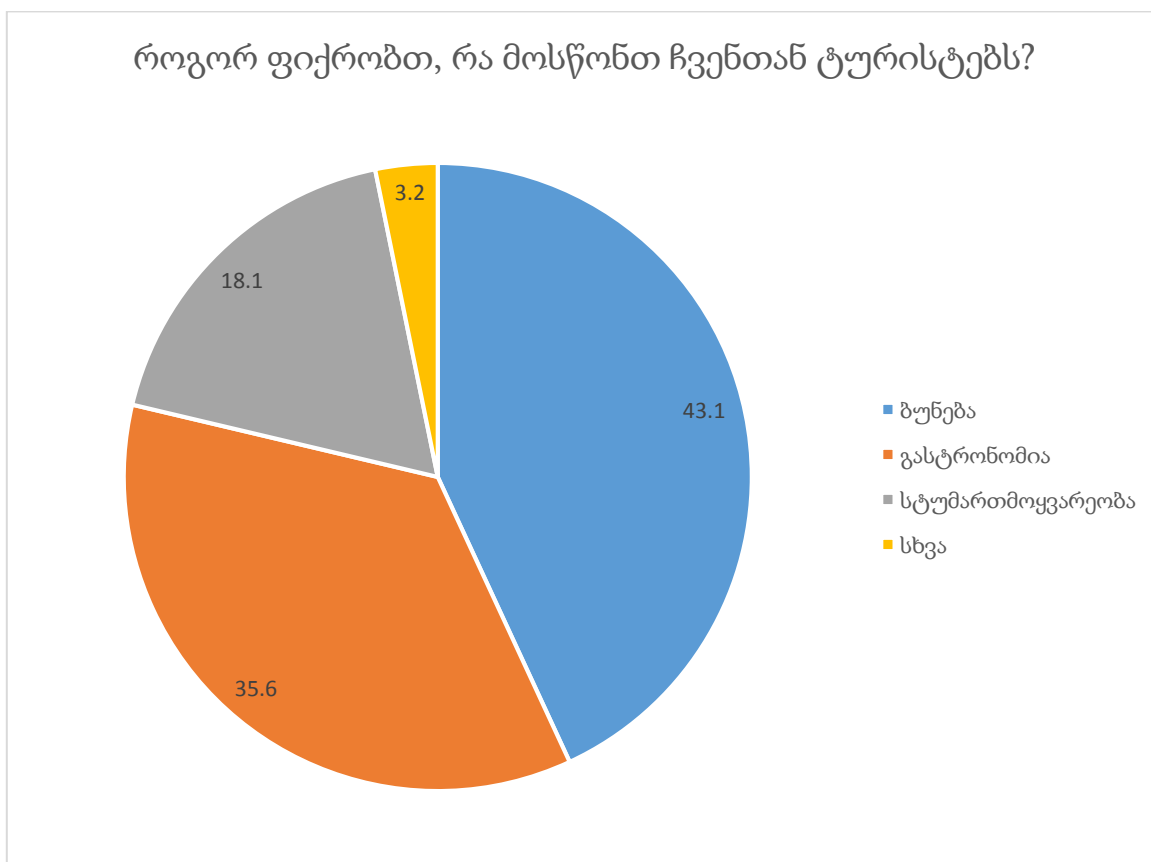
დიაგრამა 5.



გამოკითხული 160 ადამიანიდან უმრავლესობა 53,1% თვლის რომ საქართველოს აქვს ისეთი ტურისტული პოტენციალი, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებლობა ეძლევა საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე დაიმკვიდროს თავი და ერთერთი წარმატებული

ტურისტული ქვეყანა გახდეს. 34,4% ფიქრობს რომ ეს საქართველოს მომავალში გარკვეული ღონისძიებებისა და წინსვლის შემდეგ ექნება მსოფლიო ბაზარზე პოზიციონირების საშუალება, ხოლო 12,5% თვლის რო საქართველოს ტურისტული პოტენციალი არ არის შესაბამისი საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის სტანდარტებთან და ვერ შეძლებს საქართველო ამ მდგომარეობით თავის მსოფლიო ბაზარზე დამკვიდრებას.

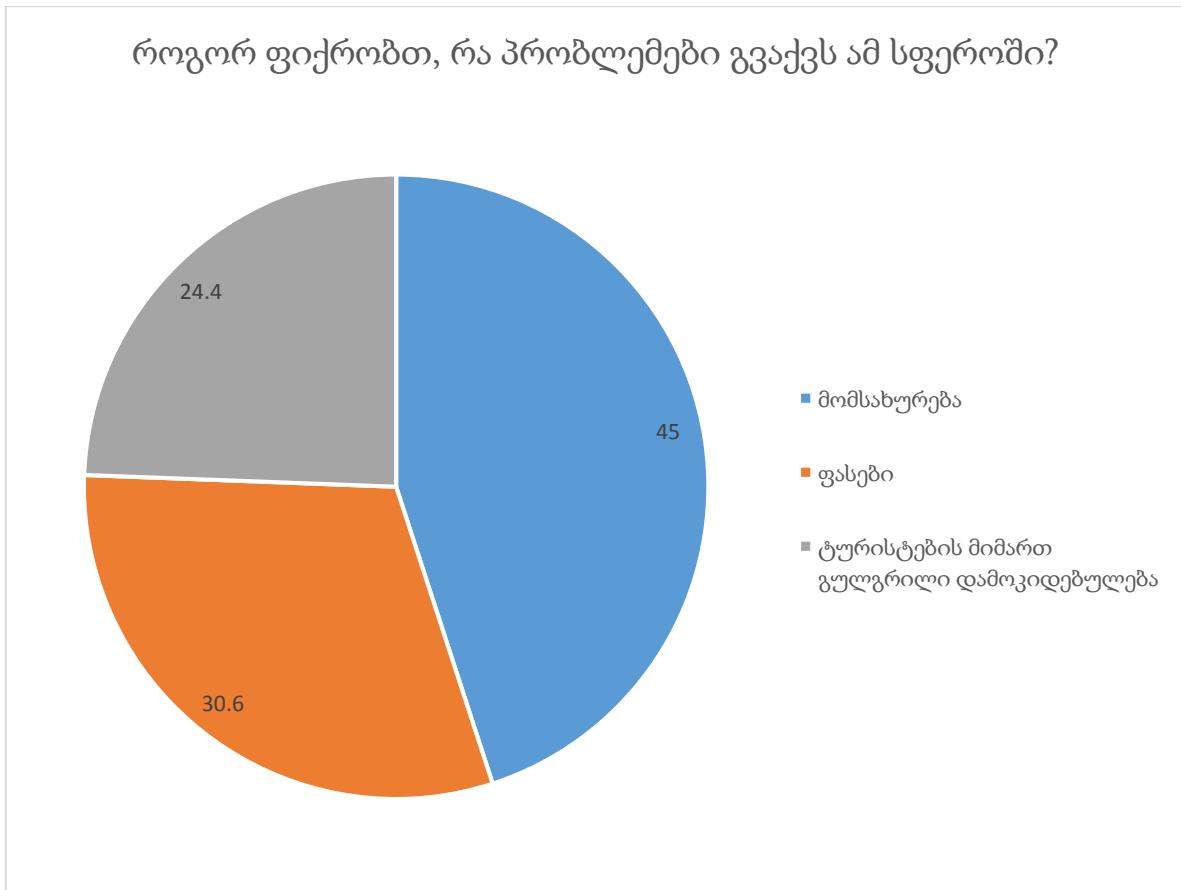
დიაგრამა 6.



გამოკითხულთა უმრავლესობა 43,1% ფიქრობს რომ, ის რაც ტურისტებს ყველაზე მეტად მოსწონთ საქართველოში ეს არის მრავალფეროვანი და ულამაზესი ბუნება. 35,6%

რესპოდენტებისა კი თვლის რომის რაც საქართველოში ყველაზე მეტად იზიდავს ტურისტებს არის გასტრონომია. ქართული სამზარეულო რომელიც მრავალფეროვნებითა და უნიკალურობით გამოირჩევა და მართლაც აქვს რეალური შესაძლებლობები იმისა, რომ მსოფლიო გასტრონომიაში თავისი დამოუკიდებელი და საკმაოდ მნიშვნელოვანი ადგილი დაიკავოს. ქართული სამზარეულო სულ უფრო და უფრო დიდ ინტერესს იწვევს უცხოელებში და ქართული გემოებიც დიდი მოწონებით სარგებლობს. ხრაც შეეხება სტუმართმოყვარეობას, გამოკითხულთა 18,1% თვლის, რომ სწორედ სტუმართმოყვარეობაა ის მნიშვნელოვანი ფაქტორი რაც ყველაზე მეტად მოწონთ და ამახსოვრდებათ ტურისტებს ჩვენი ქვეყნიდან.

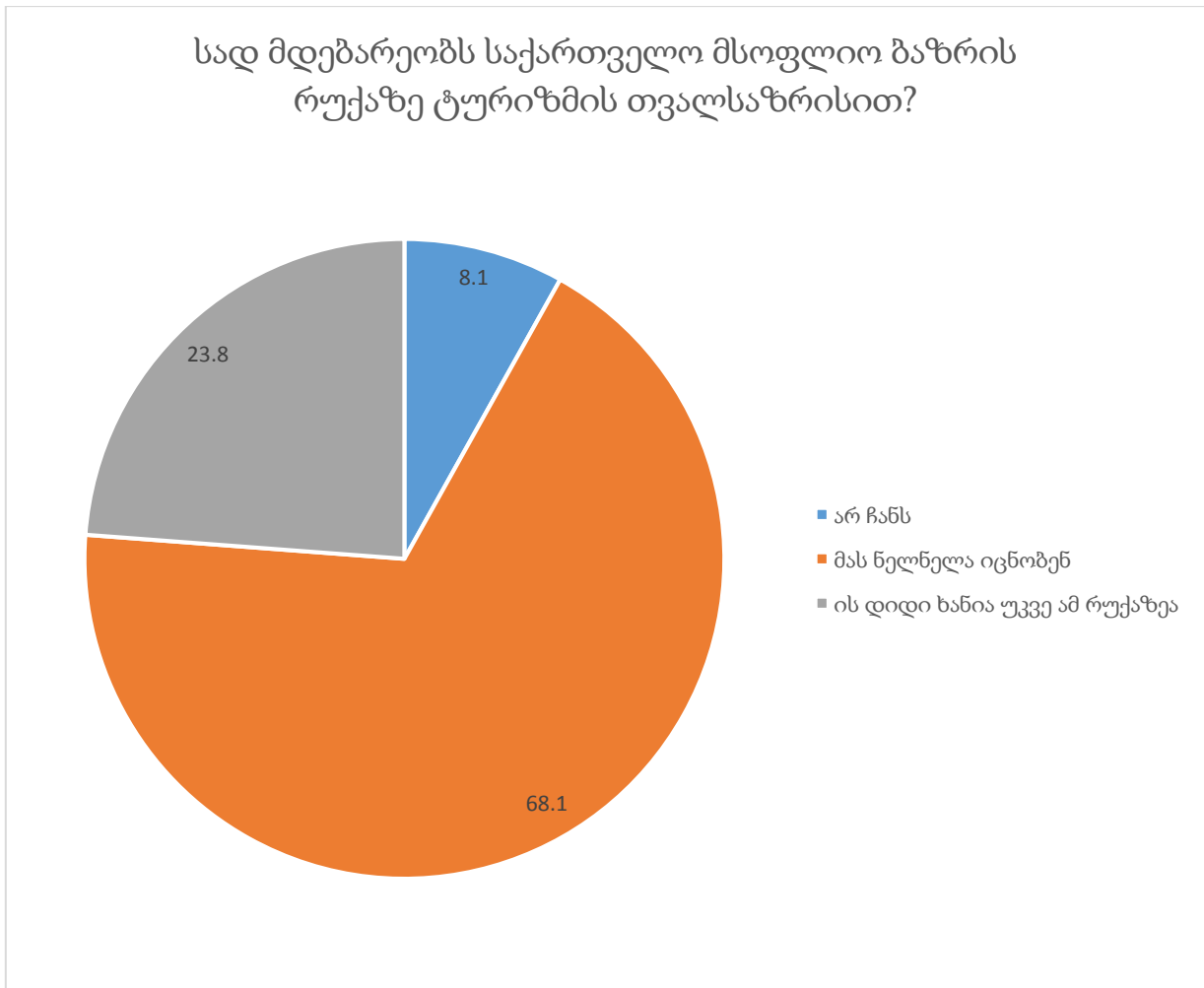
დიაგრამა 7.



განხილულია ქართული ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემებიდან რამდენიმე ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა ესენია: მომსახურება, ფასები და ტურისტების მიმართ გულგრილი დამოკიდებულება. გამოკითხულთა 45% თვლის, რომ საქართველოში ტურიზმის სფეროში ყველაზე დიდი პრობლემა არის მომსახურების დონე, რაც ძალიან მნიშვნელოვანია ტურიზმის განვითარებისა წინსვლისთვის. მომსახურების მაღალი დონე პირდაპირ განსაზღვრავს ტურისტის კმაყოფილების დონეს და პირდაპირპროპორციულად მოქმედებს ზოგადად ტურიზმის ხარისხზე ქვეყანაში. მეორე ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა რომელიც რესპოდენტების 30,6%-მა დაასახელა ეს არის ფასები. ფასები საქართველოში ხშირ შემთხვევაში მართაც სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს რადგანაც ძალიან ხშირად ის სრულ შეუსაბამობაშია იმ პროდუქტისა თუ მომსახურების ხარისხთან რასაც ტურისტები გარკვეულ თანხად ყიდულობენ. დღესდღეობით ყველა ორიენტირებული იმაზე, რომ რაც შეიძლება

ნაკლები დანახარჯებით რაც შეიძლება მეტი სარგებელი მიიღონ და სწორედ ამიტომეს პრობლემა საქართველოში განსაკუთრებით იჩენს თავს. შემდეგი პრობლემა კი რომელიც გამოკითხულთა 24,4%-მა დაასახელა ეს არის ტურისტების მიმართ გულგრილი დამოკიდებულება. საქართველოში ესეც საკმაოდ მწვავედ იჩენს ხოლმე რიგ შემთხვევებში თავს. ხშირად ტურისტები ხდებიან ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ დაცინვის, ჩაგვრის ან უარეს შემთხვევაში ძალადობის ობიექტები. ეს რათმაუნდა ტურისტთა უსაფრთხოებისა და კომფორტის დონეს ამცირებს და შესაბამისად მათ კმაყოფილებასაც. გარდა ამისა ასეთი შემთხვევები არა მხოლოდ ცალკეულ ტურისტებზე ან გარკვეულ ადამიანებზე, არამედ მთლიანად ქვეყნის რეპუტაციაზე, სანდოობასა და მიმზიდველობაზეც ახდენს გავლენას.

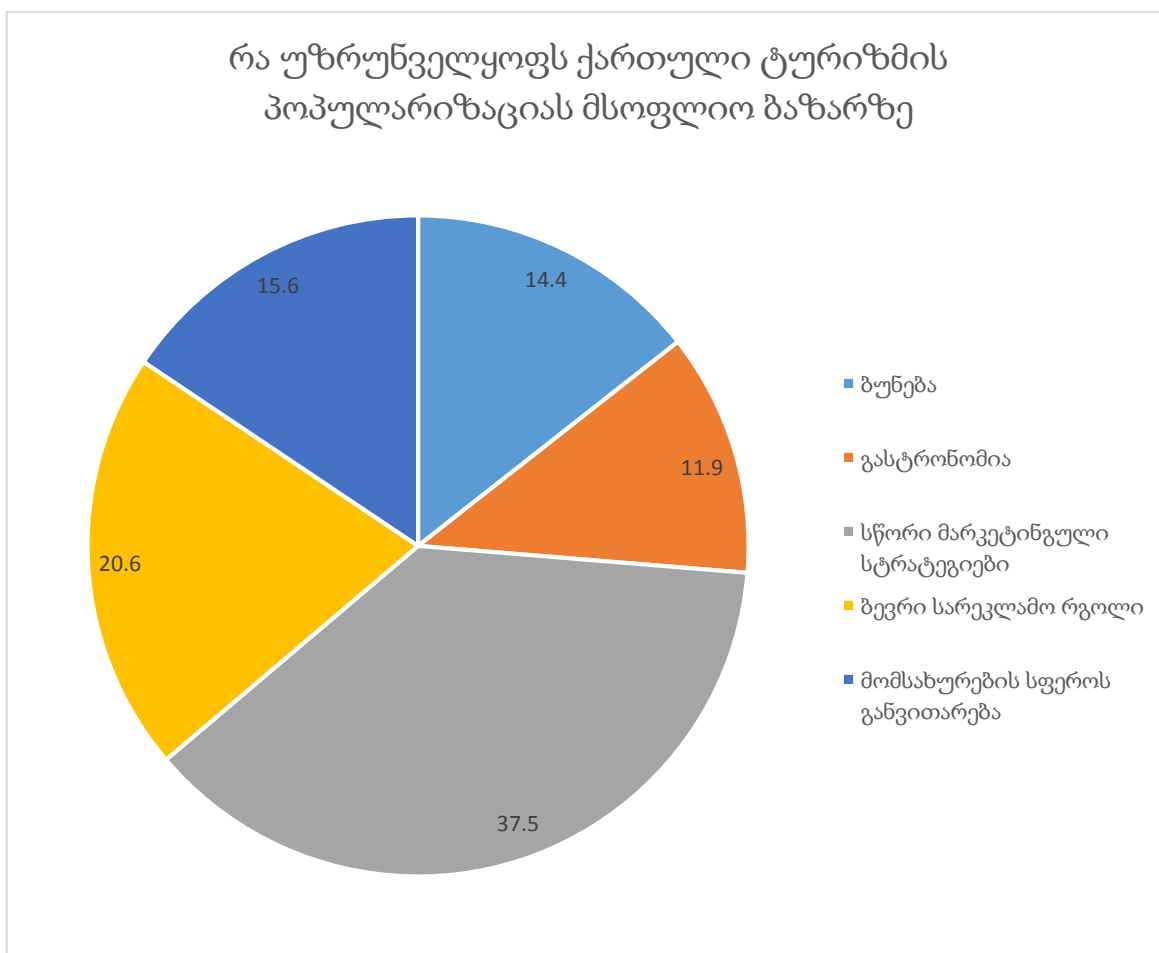
დიაგრამა 8.



გამოკითხულთა 68,1% თვლის რომ საქართველო, როგორც ტურიზტულად მიმზიდველი, საინტერესო, მრავალფეროვანი და მოთხოვნადი ტურისტული ქვეყანა, მსოფლიო ბაზარზე ახლა იმკვიდრებს ადგილს და მიცი ცნობადობა დღიდიდლე იზრდება საერთაშორისო ბაზარზე. თუ გადავხედავთ სტატისტიკას ამ შემთხვევაში თავადაც დავრწმუნდებით, რომ საქართველოში ტურისტების რაოდენობა წლიდან წლამდე იზრდება რაც ნიშნავს იმას, რომ საქართველოს ცნობადობა მსოფლიო მასშტაბით მატულობს და მოთხოვნაც ჩვენს ქვეყანაზე ნელნელა ნაზინაზიჯ იმატებს. რესპოდენტთა 23,8% კი ფიქრობს რომ საქართველომ დიდი ხნის წინ თქვა თავისი სიტყვა ტურიზმის საერთაშორისო ასპარეზზე და ის უკვე დიდი ხანია მსოფლიო ბაზარზეა და მეტნაკლებად ცნობადი და მიმზიდველი ქვეყანაა უცხოელი ტურისტებისთვის. ხოლო გამოკითხულთა

დანარჩენი ნაწილი კი რომელიც 8,1%-ს შეადგენს თვლის რომ საქართველო საერთაშორისო ბაზარზე ჯერჯერობით არ ჩანს და კიდევ ბევრი აქვს გასაკეთებელი ამ სფეროში ჩვენს ქვეყანას მსოფლიო მასშტაბებზე გასასვლელად.

დიაგრამა 9.



ძალიან მნიშვნელოვანი და საინტერესოა ასევე რესპოდენტთა აზრი იმის შესახებ, თ რა უზრუნველყოფს მათი აზრით ქართული ტურიზმის საერთაშორისო ბაზარზე

პოპულარიზაციას და რას უნდა მივაქციოთ ყურადღება ყველაზე მეტად თუ გვინდა რომ საერთაშორისო ბაზარზე ჩვენი ტურიზმი უფრო მეტად პოპულარული და მოთხოვნადი გახდეს. პირველ რიგში უნდა აღინიშნოს ის, რომ საქართველოს არაჩვეულებრივი ბუნება აქვს რომელიც მრავალფეროვნებითა და უნიკალურობით გამოირჩევა და ეს ერთერთი ძლიერი ბერკეტია ზოგადად ტურიზმის სფეროში წარმატების მისაღწევად. გამოკითხულთა 14,4% სწორედ ბუნებას ასახელებს იმ ფაქტორად, რაც მათი აზრით პირველ რიგში უზრუნველყოფს ქვეყნის ტურიზმზე მოთხოვნას და პოპულარიზებას.

საქართველოში საკმაოდ წარმატებული სფერო, გასტრონომია სახელდება ერთერთ მიზეზად რადგანაც საქართველო თავისი არაჩვეულებრივი სამზარეულოთი ყოველთვის იწონებდა თავს მსოფლიო ბაზარზე. რესპოდენტთა 11,9% სწორედ გასტრონომიას ასახელებს.

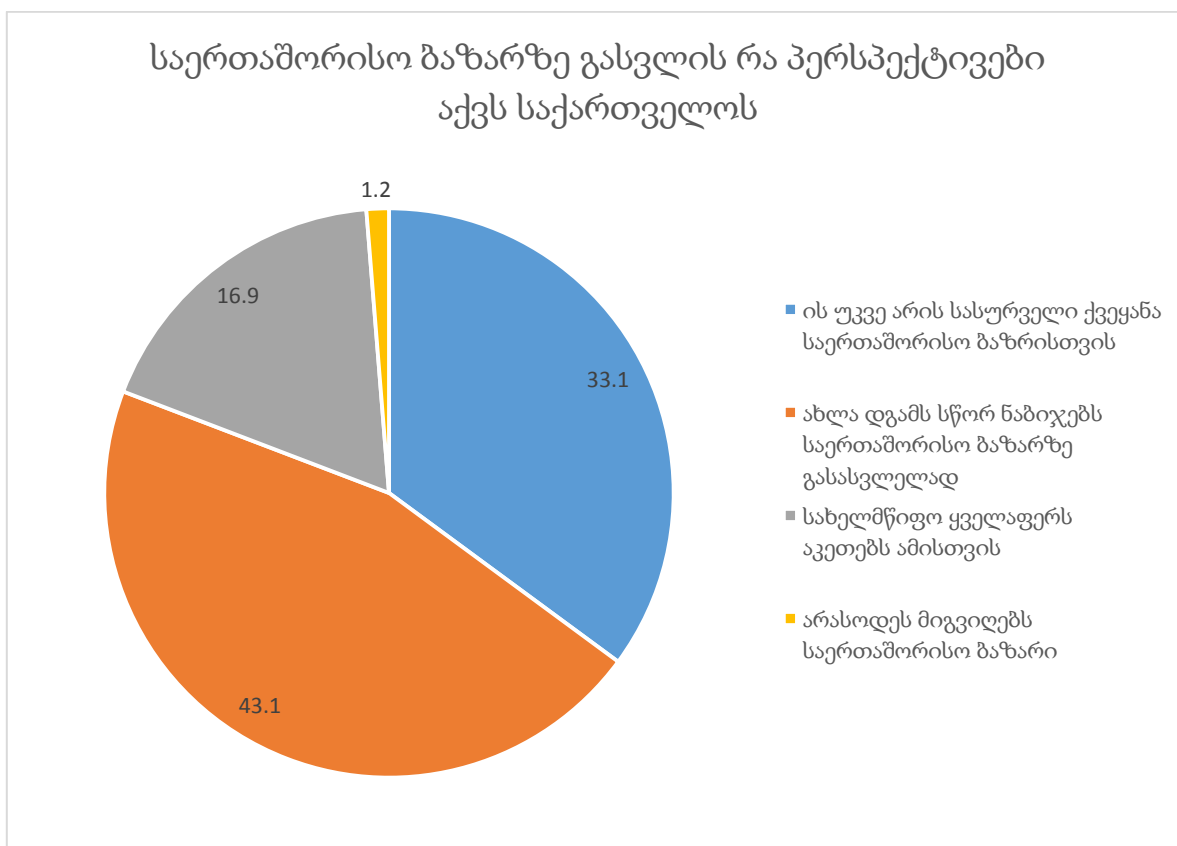
გამოკითხულთა 15,6% კი თვლის რომ იმისათვის რომ ჩვენ შევძლოთ ქართული ტურიზმის პოპულარიზაცია საერთაშორისო ბაზარზე პირველ რიგში აუცილებლად უნდა განვაკვიტოთ და გავაუნჯოთ ჩვენი მომსახურების სფერო. მომსახურების სფეროს გაუმჯობესებით კი შეგვეძლება უფრო სრულყოფილი და შესაბამისად მეტად მიმზიდველი პროდუქტი შევთავაზოთ ტურისტებს და ჩვენი ქვეყანა მათთვის ერთერთ საყვარელ სამოგზაურო ადგილად ვაქციოთ.

20,6% თვლის რომ, თუკი გვინდა ჩვენი ქვეყნის ტურისტული პოტენციალი და შესაძლებლობები მსოფლიომ გაიგოს და საერთაშორისო ბაზარზე უფრო მეტად ცნობილები და მოთხოვნაზე გახდეთ ამისათვის საჭიროა მეტი სარეკლამო რგოლების გადაღება ქვეყნის ტურიზმის შესახებ და რაც მთავარია შემდეგ ამ სარეკლამო რგოლების მსოფლიო მასშტაბით გავრცელება და ჩვენთვის ყველაზე საინტერესო თუ სასურველ ქვეყნებამდე მიღწევა.

ბოლოს კი გამოკითხულთა დიდი ნაწილი 37,5% თვლის რომ საქართველოს ტურიზმის საერთაშორისო ბაზარზე პოპულარიზაციისთვის აუცილებელია სწორი მარკეტინგული სტრატეგიების შემუშავება. ამ აზრს მეც ვეთანხმები და ვფიქრობ, რომ სწორი მარკეტინგული სტრატეგიები არის ის, რაც ამ შემთხვევაში ჩვენს ქვეყანას ყველაზე

მეტად სჭირდება. მარკეტინგული სტრატეგიები თავის თავში აერთიანებს არა მხოლოდ ერთ რომელიმე პრობლემას და მისი გადაჭრის გზას არამედ მთელ კომპლექსს იმისა თუ რა გზებით და რა საშუალებებით უნდა მოვახეხოთ დღევანდელ პირობებში დასახული მიზნის მიღწევა. ეს რათქმაუნდა მოგვცემს უფრო მყარ და გრძელვადიან შედეგს რაც გათვლილი იქნება პირველ რიგში საერთაშორისო ბაზარზე, მის მოთხოვნებსა თუ სტანდარტებზე. საბოლოო ჯამში კი, ჩემი აზრით, მაქსიმალური სიზუსტითა და სწორად ჩატარებული მარკეტინგული ოპერაციები არის ის, რაც უზრუნველყოფს საქართველოს ჩამოყალიბებას ერთერთ წამყვან, მოთხოვნად და საინტერესო ტურისტულ ქვეყნად.

დიაგრამა 10.



რაც შეეხება საქართველოს პერსპექტივებს საერთაშორისო ბაზარზე გასვლასა და შემდეგ პოზიციონირებაზე რესპოდენტების აზრი აქაც რამდენიმე ნაწილად გაიყო. გამოკითხულთა 43,1% თვლის რომ საქართველო ახლა დგამს სწორ ნაბიჯებს საერთაშორისო ბაზარზე დამკვიდრებისათვის და ნელნელა უაზლოვდება მიზანს. ამასთანავე საქართველოს ცნობადობაც იზრდება მსოფლიოს მასშტაბით რაც კიდევ ერთხელ ამყარებს ამ აზრს.

გამოკითხულთა 33,1% თვლის რომ, საქართველო უკვე არის საერთაშორისო ბაზრისთვის სასურველ ქვეყანათა სიაში და რომ საქართველომ დიდი ხმანია უკვე რაც თავისი ადგილი დაიკავა მსოფლიო ბაზარზე.

16,9% რესპოდენტებისა თავის აზრს აფიქსირებს და ამბობს, რომ სახელმწიფო ყველაფერს აკეთებს საერთაშორისო ბაზარზე გასასვლელად და გარკვეული მცდელობები არის თუმცა ჯერჯერობით საქართველო მაინც ჩრდილ ქვეშ რჩება და ვერ გადის იმ მასშტაბებზე რაც საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებასა და სრულყოფას სჭირდება. თუმცა მცდელობები სახელმწიფოს მიერ არის და შესაძლოა გარკვეული ღონისძიებებისა თუ ქმედებების შედეგად მიზანსაც მივაღწიოთ.

ბოლოს კი რესპოდენტების გარკვეული ნაწილი, უფრო ზუსტად კი 6,9% თვლის რომ საქართველოს საერთაშორისო ბაზარი არასოდეს მიიღებს და ყველა მისი მცდელობა უბრალოდ დროის, ენერჯისა და ფინანსური სახსრების ფუჭი კარგვაა.

დასკვნა

საბოლოო ჯამში შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ტურიზმი ეს არის ერთერთი ძლიერი იარაღი ქვეყნისთვის, რომელსაც აქვს უნარი სწორად წარმართვილს შემთხვევაში ძალიან დიდი ეკონომიკური სარგებელი მოუტანოს ქვეყანას.

ტურიზმმა განვითარების გრძელი გზა განვლო და დროდადრო იხვეწებოდა და ახალ უნარებსა თუ შესაძლებლობებს იძენდა. დღესდღეობით ტურიზმი თავი თავში აერთიანებს არაერთ სფეროს და იმისათვის რომ ტურიზმის ინდუსტრია იყოს წარმატებული და მომგებიანი საჭიროა თითოეული სექტორის ურთიერთსასარგებლოდ და შეთანხმებულად მუშაობა.

იმისათვის რომ ქვეყანამ შეძლოს წამყვან ტურისტულ ადგილად გადაქცევა და მის მიმართ მსოფლიო ბაზარზე მოთხოვნის გაზრდა აუცილებელია რამდენიმე ფაქტორის გათვალისწინება და ზრუნვა იმაზე, რომ მათ ქვეყანაში ჩასული ტურისტი რაც შეიძლება კომფორტულად დაცულად და სასიამოვნოდ გრძნობდეს თავს. აუცილებელია დიდი ყურადღება მიექცეს სამოგზაურო ტურების მრავალფეროვნებასა და ტურისტებზე მორგებულობას. ტურისტული ინფრასტრუქტურა, განთავსებისა და კვების ადგილები უნდა იყოს მაქსიმალურად კომფორტული, მოსახერხებელი, მრავალფეროვანი და მაღალი ხარისხის.

რაც შეეხება საქართველო, მას მართლაც ძალიან დიდი პოტენციალი აქვს ტურიზმის განვითარებისა და საერთაშრისო ბაზარზე პოზიციონირებისთვის. თუმცა რა თქმა უნდა პირველ რიგში აუცილებელია ქართული ტურიზმის პოპულარიზაციაზე ზრუნვა რათა ურო მეტად ცნობადი და მოთხოვნადი ქვეყანა იყოს მსოფლიოში განსაკუთრებით კი წამყვან მიმწოდებელ ქვეყანათა შორის, რომლებიც რეალურად საქართველოსთვის მთავარ და ყველაზე მნიშვნელოვან სამიზნე აუდიტორიას წარმოადგენენ რადგან ისინი გამოირჩევიან მაღალი მსყიდველობითუნარიანობით და შესაბამისად მათგან მიღებული შემოსავლები გაცილებით მეტია.

საქართველოს საკმაოდ ხელსაყრელი ბუნება, კლიმატი, მრავალფეროვანი ტურისტული დესტინაციები, განსაკუთრებული და ყველაგან განსხვავებული სამზარეულო და არაჩვეულებრივი ღვინო აქვს რაც მას აძლევს საშუალებას ყველა ამ ფაქტორის გამოყენებით და სწორი მარკეტინგული ოპერაციებითა და მიზანმიმართული ქმედებებით მიაღწიოს იმ შედეგს, რომ გახდეს ბევრად უფრო მიმზიდველი და მოთხოვნადი ქვეყანა საერთაშორისო ბაზარზე.

როგორც კვლევის შედეგებმა გვიჩვენა, რა თქმა უნდა, ქართულ ტურიზმს აქვს ჯერ კიდევ ბევრი და სერიოზული პრობლემა თუმცა მათზე უკვე მიმდინარეობს მუშაობა და დღეს საქართველოში ტურიზმი საკმაოდ აქტუალურია და მიეკუთვნება იმ სფეროებს, რომელთაც განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა სახელმწიფოს მიერ.

დღესდღეობით საქართველოს მთავარ ამოცანას ქვეყანაში არსებული ტურისტული რესურსების საერთაშორისო ბაზარზე გატანა წარმოადგენს. საქართველო ყველაფერს აკეთებს იმისთვის, რომ ჩვენმა ქვეყანამ მოაზერზოს, და თავი დაიმკვიდროს საერთაშორისო ბაზარზე. რა თქმა უნდა, ეს საჭიროებს ძალიან სერიოზულ, ორგანიზებულ, წინასწარ გათვლილ და კარგად დამუშავებულ მარკეტინგულ ოპერაციებს. მნიშვნელოვანია ის ძირითადი სტრატეგიები, რომლებითაც ქვეყანა შეეცდება მიზნის მიღწევას. ამ შემთხვევაში კი საჭიროა მაქსიმალური სიზუსტითა და სიფრთხილით იქნეს შერჩეული ის სტრატეგიები რასაც ქვეყანა გამოიყენებს ტურიზმის პოპულარიზაციისთვის. აუცილებელია პირველ რიგში ჩატარდეს შესაბამისი ღონისძიებები მომსახურების დონის ამაღლებასთან დაკავშირებით, ასევე გარკვეულ შემთხვევებში აუცილებელია ქვეყანა ზრუნავდეს ტურისტების უსაფრთხოებასა და ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულებაზე უცხოელი ტურისტების მიმართ. მნიშვნელოვანია ქვეყნის პოპულარიზება მოხდეს ასევე საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობით, სარეკლამო რგოლებითა და სხვა მარკეტინგული ხერხებით რაც ქვეყნის ცნობადობას გაზრდის. თუმცა გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც რომ ეს ყოველივე საკმაოდ დიდ ფინანსურ ხარჯებთანაა დაკავშირებული. თუმცა სწორედ ტურიზმი არის სფერო, რომელსაც აქვს უნარი არა მხოლოდ უცხოელი ტურისტებისგან მიიღოს დიდი

ფინანსური შემოსავალი არამედ ქვეყნის შიგნითაც შეუწყოს ხელი მცირე, საშუალო თუ მსხვილი ბიზნესების გაჩენასა და განვითარებას, შექმნას დამატებითი სამუშაო ადგილები და ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონე საგრძნობლად გაზარდოს.

ბიბლიოგრაფია

ადმინისტრაცია, ს. ტ. (2018). *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნები*. თბილისი.

ავთანდილ ოქროცვარიძე, მ. ვ. (თბილისი). *ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი*. 2011.

ასოციაცია, ს. ა. (2008). *მიკრო კვლევები*.

ასოციაცია, ს. ა. (n.d.). *ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა საქართველოში*.

გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია, მ. (1999). *ტურიზმის გლობალური ეთიკის კოდექსი*.

ინსტიტუტი, ტ. (2017). *ტურიზმის რეგულირება*. ბათუმი.

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, ს. ტ. (n.d.). *საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025*.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, ს. ე. (2016). *ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და მსოფლიო გამოცდილება*. თბილისი.

ქეთევან ქველაძე, მ. მ. (n.d.). *მდგრადი ტურიზმი და მისი როლი ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაში*.

<https://gnta.ge/ge/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90/>

<https://georgiantourizm.blogspot.com/2012/05/>

<https://sites.google.com/a/iliauni.edu.ge/sakartvelo-da-turizmis-ganvitareba/turizmis-sakheobebi>