



საქართველოს ტურიზმისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის  
მოკლევადიანი და გრძელვადიანი განვითარება

ავტორი: ლევან კობალაძე,  
*მედ.დოქტ., სახ.მართვის მაგისტრი*

თბილისი  
2010

## სარჩევი

შესავალი .....	3
ტურიზმის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორები .....	5
▪ ტურისტების შიში .....	5
▪ ინფრასტრუქტურული შეუსაბამობა ტურისტულ პოტენციალთან .....	5
➤ მოგზაურობის დაგეგმვა .....	5
➤ მგზავრობა უცხოეთიდან .....	6
➤ მგზავრობა ქვეყნის შიგნით .....	6
➤ განთავსება .....	6
➤ თანმხლები ინფრასტრუქტურა .....	7
➤ უსაფრთხოება .....	7
➤ მომსახურების ხარისხი .....	8
➤ კომუნიკაციური ბარიერები .....	8
საქართველოს ტურიზმისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოკლევადიანი და გრძელვადიანი განვითარების პერსპექტივები .....	9
დასვენება სტანდარტული .....	9
ეგზოტიკური ტურიზმი .....	10
▪ ღვინის ტურიზმი .....	10
▪ გურმან ტურიზმი .....	10
▪ ეთნო ტურიზმი .....	11
▪ ეკო ტურიზმი .....	11
▪ კულტურული ტურიზმი .....	11
▪ რელიგიური და პილიგრიმული ტურები .....	12
▪ სათამაშო ტურიზმი .....	12
▪ სათავგადასავლო ტურიზმი .....	13
სამკურნალო ტურიზმი .....	13
სამედიცინო ტურიზმი .....	13
სპორტული ტურიზმი .....	14
ბიზნეს და პროფესიული ტურები .....	15
შოპინგ ტურები .....	15
ზოგადი განვითარება და ინფრასტრუქტურული ცვლილებები .....	16
საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო, პოლიტიკა .....	16
ფინანსური უზრუნველყოფა .....	17
ინფრასტრუქტურა, ხარისხი და მართვის საინფორმაციო სისტემები .....	18
➤ მოგზაურობის დაგეგმვა .....	18
➤ მგზავრობა უცხოეთიდან .....	19
➤ მგზავრობა ქვეყნის შიგნით .....	20
➤ განთავსება .....	20
➤ თანმხლები ინფრასტრუქტურა .....	20
➤ უსაფრთხოება .....	20
➤ მომსახურების ხარისხი .....	21
➤ კომუნიკაციური ბარიერები .....	22
დანართები .....	23

## შესავალი

ტურიზმს დღეისათვის მთელს მსოფლიოში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან ეს არა მხოლოდ პირდაპირი გაგებით იძლევა მნიშვნელოვან შემოსავალს ქვეყნისათვის, არამედ, იმავდროულად, დამატებით კიდევ არა ერთ დადებით შედეგს განაპირობებს, მათ შორის ინფრასტრუქტურულ განვითარებას, ტურიზმის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული ბიზნესის სხვადასხვა სფეროების განვითარებას და შესაბამისად მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, ქვეყნისათვის დამახასიათებელი და მისი წარმოჩენისათვის სასარგებლო ადგილობრივი კულტურულ-ისტორიული ტრადიციებისა და სახალხო რეწვის შენარჩუნებასა და განვითარებას, არაფორმალური და ფორმალური კავშირების ჩამოყალიბებას სხვა ქვეყნების წარმომადგენლებთან, რაც თავის მხრივ ქვეყანაში ინვესტიციების მოზიდვას აძლიერებს, ქვეყნის იმიჯის გაუმჯობესებას საერთაშორისო არენაზე და მეგობრული, კეთილგანწყობილი მხარდამჭერების რიცხვის პროგრესულმატებას, და ა.შ.

ყველა ეს პოზიტივი პოტენციურად თან სდევს ტურიზმის განვითარებას, თუმცა მსოფლიო ბაზარზე ტურიზმის სფეროში ძალზედ მაღალი კონკურენციაა და ამიტომ საკუთარი ნიშის მოსაპოვებლად აუცილებელია კარგად გააზრებული, დაგეგმილი და დანერგილი სტრატეგიის არსებობა. რაც მთავარია ამ სტრატეგიაში მოკლევადიანი და გრძელვადიანი მიზნებიც უნდა იყოს ორიენტირებული საბოლოო, მდგრად შედეგზე და არა იმავწუთიერ წარმატებაზე, რამაც შეიძლება დივიდენდების ნაცვლად საბოლოო ჯამში მხოლოდ უარყოფითი შედეგი მოიტანოს. მაგალითისთვის შეიძლება განვიხილოთ ბოლო დროს გადაღებული სარეკლამო რგოლი, რომელმაც წესით უნდა შეუქმნას უცხოელ ტურისტებს დადებითი წარმოდგენა საქართველოზე და გაუჩინოს სურვილი აქ დასვენებისა. მთლიანობაში სარეკლამო რგოლი ძალზედ კარგადაა გადაღებული და პოზიტიურ ემოციებს აღძრავს, თუმცა მასში არის ერთი კადრი, სადაც ახალგაზრდები ზღვის სანაპიროზე ერთობიან, ხოლო კადრის სიღმეში ზღვაში მოსჩანს უზარმაზარი ლამაზი კუნძული. ყველა ჩვენგანმა კარგად ვიცით, რომ მსგავსი კუნძული საქართველოს რეალობაში არ არსებობს, ანუ ეს რეკლამა შეიცავს არასწორ ინფორმაციას. ეხლა წარმოვიდგინოთ უცხოელი ტურისტი, რომელიც მოიხიბლება ამ კადრებით და მოინდომებს ნაჩვენებ ადგილას დასვენებას, რასაც ცხადია ვერც ერთი ტუროპერატორი ვერ შეუსრულებს საქართველოში ამ კუნძულის არ არსებობის გამო. ცხადია ამ შეუსაბამობის აღმოჩენის შემდეგ ნებისმიერ პოტენციურ ტურისტს საფუძვლიანი ეჭვი გაუჩნდება მთლიანად სარეკლამო რგოლში მოყვანილ ინფორმაციაზე და ქვეყნის იმიჯზეც და თან თუ იგი ამ თავის "აღმოჩენას" სხვებსაც გაუზიარებს, საქართველო დაკარგავს არა ერთ ან რამდენიმე ტურისტს, არამედ კარგა ხნის მანძილზე სანდო პარტნიორის რეპუტაციას. გასაგებია სურვილი სარეკლამო რგოლში კლიენტის მოსაზიდად რეალობის რაც შეიძლება ლამაზად წარმოჩენისა, მაგრამ არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება ეს იყოს არასწორ ინფორმაციაზე დაფუძნებული, ვინაიდან გამოუსწორებელ ზიანს აყენებს ქვეყნის იმიჯს და მომავალ ტურისტულ პოტენციალს. სხვათაშორის ტურისტულ სამყაროში სწორედ ეს გამოარჩევს სანდო და არასანდო ქვეყნებს და პარტნიორებს ერთმანეთისაგან – ემთხვევა თუ არა დაპირებული სერვისები და პირობები რეალურად მიწოდებულს. კლიენტისათვის (ტურისტისათვის) ყველაზე მნიშვნელოვანია თავი მოტყუებულად არ იგრძნოს, იგი თავად განსაზღვრავს თავის ტურისტულ ბიუჯეტს და როდესაც ირჩევს 3 ვარსკვლავიან სასტუმროს გასაჩერებლად, პირობები მართლაცდა უნდა შეესაბამებოდეს 3 ვარსკვლავის

კრიტერიუმებს. სხვა შემთხვევაში არა მარტო ეს სტუმარი წავა უკმაყოფილო და სხვა დროს სურვილი ადარ ექნება საქართველოში დასვენებისა, არამედ სხვებსაც აქტიურად გაუზიარებს ამ თავის უარყოფით გამოცდილებას და კიდევ მრავალ პოტენციურ ტურისტს დაგვარგავთ. მით უმეტეს, რომ დღეს ინტერნეტის გლობალური ქსელების არსებობის პირობებში ინფორმაციის გაცვლა ფაქტიურად შეუზღუდავია და უმეტეს შემთხვევაში სადმე სასტუმროს დაჯავშნისას ადამიანები ძირითადად არა სასტუმროს ოფიციალურ სარეკლამო ინფორმაციას ეცნობიან, არამედ ამ სასტუმროში ნამყოფი სტუმრების შთაბეჭდილებებს (რაც როგორც წესი ყველა ოფიციალურ საიტს თან სდევს).

ზემოაღნიშნული პრობლემა თავის მხრივ განაპირობებს უფრო დიდ სისტემურ პრობლემას – **სერვისების სტანდარტიზაციის** საკითხს. რასაკვირველია არ არის აუცილებელი სახელმწიფო რეგულირება ამ სფეროში, მაგრამ საერთაშორისო ნორმების და სტანდარტებთან შესაბამისობის სერტიფიცირება დარგობრივ ასოციაციებსაც შეუძლიათ (სასტუმროების, რესტორნების და ა.შ.), მთავარია იყოს ამაზე მკაფიო მოთხოვნა. პრინციპში ბაზარი თავისთავად არეგულირებს კონკურენტულ გარემოში მოთამაშეების ყოფნა არ ყოფნის საკითხს, მაგრამ თავიდანვე დადებითი იმიჯის მოსაპოვებლად აუცილებელია თამაში წესების დადგენა და ამ წესების დაცვა. ასე მაგალითად ტუროპერატორთა ასოციაცია შესაძლოა შეთანხმდეს, რომ მხოლოდ სერტიფიცირებულ სერვის პროვაიდერებთან ითანამშრომლებს, რაც თავის თავად იძულებულს გახდის მომსახურების ყველა მომწოდებელს ნებაყოფლობით ჩაერთოს ამ პროცესში, მოიყვანოს სტანდარტებთან შესაბამისობაში თავისი პროდუქციისა თუ მომსახურების ხარისხი და მუდმივად იზრუნოს მის შენარჩუნებასა და გაუმჯობესებაზე.

ტურიზმის განვითარებას ნებისმიერ ქვეყანაში სჭირდება ერთიანი ძალისხმევა როგორც სახელმწიფო, ასევე კერძო სექტორისა და მულტისექტორული თანამშრომლობის საფუძველზე შემუშავებული განვითარების სტრატეგიის ეფექტიანი დანერგვა. თავისთავად ამგვარი სტრატეგიის შემუშავებისათვის აუცილებელია ყოველმხრივი ანალიზი და ნათელი ხედვა არსებული მდგომარეობის და პრობლემებისა, ისევე როგორც კრეატიული მიდგომა იმ ღონისძიებების შემუშავებისას, რამაც მომავალში ხელი უნდა შეუწყოს დარგის განვითარებას. ქვემოთ შევცდებით მოგაწოდოთ ჩვენი მოკრძობილი ხედვა ამ მიმართულებით.

## ტურიზმის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორები

საქართველოს ტურისტული პოტენციალი ეჭვს არ იწვევს, თუმცა მისი მხოლოდ ძალზედ მცირე ნაწილია დღეისათვის ათვისებული. იმისათვის, რომ მოხდეს რეალური ძვრები ამ პოტენციალის მაქსიმალური ამუშავებისათვის, პირველ რიგში აუცილებელია იმ შემაფერხებელი ფაქტორების ანალიზი, რაც ამუხრუჭებს ტურიზმის ინტენსიურ და ექსტენსიურ განვითარებას.

ნაწილი ამ ხელისშემშლელი ფაქტორებისა ობიექტურად ქვეყნის ზეგავლენის არეალის გარეთაა, თუმცა მათი მინიმოზაციაც არის შესაძლებელი, დანარჩენი პრობლემების გამოსწორება კი მთლიანად ქვეყნის ძალისხმევაზეა დამოკიდებული (პრობლემების აღმოფხვრის გზები წარმოდგენილია პროექტის შესაბამის თავში):

- **ტურისტების შიში ოკუპირებულ, საომარ ვითარებაში მყოფ, არასტაბილური პოლიტიკური და სოციალური გარემოს მქონე ქვეყანაში სტუმრობისა** – დღეისათვის ეს საკმაოდ მნიშვნელოვანი ობიექტურად შემაფერხებელი ფაქტორია, თუმცა მისი ნიველირების შესაძლებლობა არსებობს. ის, რომ დღეს საერთაშორისო არენაზე აქტიურად მიმდინარეობს ზეწოლა რუსეთზე, რათა ამ უკანასკნელმა შეასრულოს 2008 წელს ნაკისრი ვალდებულებები, ქმნის გარკვეულ გარანტიებს თუნდაც არსებული სტატუს ქვოს შენარჩუნებისა და საომარი მოქმედებების არ განახლებისა. რაც შეეხება ქვეყნის დანარჩენ ტერიტორიაზე პოლიტიკურ სტაბილურობას, ამის ერთადერთი ხელშემწყობი ფაქტორი იქნება დემოკრატიზაციის ამაღლება, საარჩევნო კანონმდებლობის გაუმჯობესება, თანამშრომლობა ოპოზიციურ პარტიებთან, პოლიტიკური პროცესების გადაყვანა ქუჩის აქციებიდან საარჩევნო, ცივილიზებულ გარემოში, მოსახლეობის სოციალურ–ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება და შესაბამისად უკმაყოფილო, პოტენციურად პროტესტისათვის განწყობილი ადამიანების რიცხვის მინიმოზაცია. ყოველივე ამის სათანადოდ მიწოდება (გაპიარება) მსოფლიოსათვის შეამცირებს საქართველოში ტურისტებისათვის რისკის შეგრძნებას და თავისთავად გაზრდის მსურველთა რაოდენობას (რომელთაც პრინციპში აქვთ სურვილი საქართველოს სტუმრობისა, თუმცა თავს იკავებენ შიშის გამო).
- **ინფრასტრუქტურული შეუსაბამობა ტურისტულ პოტენციალთან.** ნებისმიერი ტურისტისათვის უმთავრესია დასვენების დროს საკუთარი მოლოდინების მაქსიმალურად დაკმაყოფილება. ეს მოლოდინები ძირითად შემდეგია: შეპირებულის თანმთხვევა მიღებულთან, სერვისების ხარისხი და შესაბამისობა ფასთან, საკუთარი სურვილების მაქსიმალური დაკმაყოფილების შესაძლებლობა (სხვადასხვა მიზნობრივი ჯგუფებისათვის ცხადია ეს მოთხოვნები განსხვავებულია), დასვენება უნდა იყოს ისეთი საინტერესო (არასტანდარტული), რომ დარჩეს განუმეორებელ მოგონებად და დამოკიდებულება თითოეული კონკრეტული პიროვნებისადმი უნდა იყოს იმგვარი, როგორც განსაკუთრებული სტუმრისადმი. რამდენად შესწევს დღეს საქართველოს მასიურად დააკმაყოფილოს ეს მოთხოვნები? ალბათ ეჭვს გარეშეა, რომ მინიმალურად. მივყვეთ დეტალურად ანალიზს ტურისტის მოგზაურობის ყველა ეტაპზე.
  - **მოგზაურობის დაგეგმვა** – მსოფლიო მასშტაბით საქართველოს შესახებ ტურისტული ინფორმაცია საკმაოდ მწირია, როგორც ზოგადად, ასევე კონკრეტულ საერთაშორისო ტურისტულ სააგენტოებში. არსებული

ინფორმაციაც არასისტემატიზებულია, შეზღუდული არჩევანებით და სერვისებით.

- **მგზავრობა უცხოეთიდან** – საქართველოში ჩამოსვლის ალტერნატივები არც თუ ისე ფართოა – ფაქტიურად არ არსებობს სარკინიგზო რეისები, მინიმალურია საზღვაო და ავია რეისები. განსაკუთრებული ყურადღების ღირსია ავიაგადაზიდვები. რეისების უმეტესობა გარკვეული მიზეზების გამო სრულდება ღამით, ყველაზე მოუხერხებელ დროს, ფასებიც საკმაოდ მაღალია სათანადო დაუტვირთაობის გამო, მინიმალურია პირდაპირი რეისების რაოდენობა და უმეტესად მგზავრებს მინიმუმ ერთი გადაჯდომა მაინც სჭირდებათ, რაც კიდევ უფრო ართულებს და დამლელს ხდის მგზავრობას.
- **მგზავრობა ქვეყნის შიგნით** – მართალია ბოლო წლებში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა გზების ინფრასტრუქტურის განვითარებას, საქართველოს ტურისტული თვალსაზრისით სრული მასტაბით ასათვისებლად მაინც კიდევ დიდი მოცულობის სამუშაოების ჩატარებაა აუცილებელი. თანაც გზა მხოლოდ მანქანების გადაადგილებას არ გულისხმობს, აუცილებლად უნდა იყოს კარგად განვითარებული, სტანდარტების შესაბამისი გზის თანმდევი ინფრასტრუქტურა (სასტუმროები, კემპინგები, დასასვენებელი არეები, სავაჭრო ქსელები, კვების და ჰიგიენის ობიექტები), ისეთი, რომ ჩამუსულ სტუმარს არ უწევდეს ხრამებში და ბუჩქებში ფიზიოლოგიური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება და კვების ობიექტებში პოტენციურად მინიმუმ კვებითი ინტოქსიკაციის საშიშროების წინაშე აღმოჩენა. ასევე პრობლემურია ტურისტების მომსახურებისათვის გამოყენებული სატრანსპორტო საშუალებების ტექნიკური გაუმართავობა – ბოლო წლებში ტექნიკური დათვალიერების გაუქმების შედეგად, ქვეყნის სატრანსპორტო ქსელში საკმაოდ რაოდენობით გამოჩნდა ტექნიკურად გაუმართავი და საფრთხის შემცველი ტრანსპორტი, რაც ტურისტული გადაზიდვების შემთხვევაში დიდ ნაკლად შეიძლება ჩაითვალოს. თავისთავად სატრანსპორტო საშუალებების ტექნიკური გამართულობა ანალიზის შემდეგი პუნქტის არეალშიც ხვდება;
- **განთავსება** – ტურისტების პირადი მოთხოვნებიდან და სურვილებიდან გამომდინარე მათი განთავსება სრულიად განსხვავებულ პირობებში არის შესაძლებელი – დაწყებული ფემენებელური მრავალვარსკვლავიანი სასტუმროებით და დამთავრებული კემპინგებით და კარვებით ან თუნდაც ოჯახებში. მთავარია ყველა ეს განთავსების ადგილი შეესაბამებოდეს გარკვეულ სტანდარტებს და მოქცეული იყოს ერთიან საინფორმაციო სისტემაში, რათა წინასწარ იყოს შესაძლებელი შერჩევა. თუკი ტურისტი თავისი სურვილით წინასწარ შეარჩევს მისთვის დამაკმაყოფილებელ (ფასითაც და შინაარსითაც) საცხოვრებელ ადგილს და მას წინასწარ მოძიებული ინფორმაციის შესაბამისი პირობები დახვდება, იგი აუცილებლად კმაყოფილი დარჩება, რაც არ უნდა მინიმალური კომფორტი იყოს შეთავაზებული (საკუთარი არჩევანი, ფასის და კომფორტის შესატყვისობა). ბოლო წლებში საქართველოში აღინიშნება გარკვეული წინსვლა განთავსების საშუალებების რაოდენობისა და ხარისხის ზრდის თვალსაზრისით, თუმცა ეს ნამდვილად არ იქნება საკმარისი ტურისტების მზარდი ნაკადის დასაკმაყოფილებლად, თანაც როგორც უკვე აღვნიშნეთ არა აქვს მნიშვნელობა საცხოვრებლის დონეს, მთავარია შეესაბამებოდეს გარკვეულ სტანდარტებს

და წინასწარი (სარეკლამო) ინფორმაცია ემთხვეოდეს არსებულ რეალობას. სამწუხაროდ დღეს საქართველოში ამის უზრუნველყოფა შეუძლებელია ხარისხის რეგულირების და ერთიანი საინფორმაციო სისტემის არ არსებობის გამო.

- **თანმხლები ინფრასტრუქტურა** – ცხოვრების გარდა ტურისტისათვის მნიშვნელოვანია როგორც ბაზისური (კვება, უსაფრთხოება), ასევე დამატებითი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება (ინტერესების მიხედვით – აქტიური თუ პასიური დასვენება, გართობა, შოპინგი და ა.შ.), ამიტომაც დიდი მნიშვნელობა ენიჭება თანმხლები ინფრასტრუქტურის მდგომარეობასაც. ამ შემთხვევაშიც, ისევე როგორც განთავსების საშუალებების განხილვისას, ვაწყდებით იგივე პრობლემებს – გარკვეული გამონაკლისების გარდა, საქართველოს ტერიტორიაზე არ არის საკმარისი რაოდენობით და ხარისხით წარმოდგენილი თანმხლები სერვისები. კვების ობიექტებსა და მაღაზიებში არანაირი გარანტიები არ არსებობს სურსათის უვნებლობისა, ტრანსპორტის მოძრაობის განრიგი თითქმის არასდროს არ არის დაცული, გზებზე აღინიშნება თანმხლები ინფრასტრუქტურის ასიმეტრიულობა (ზოგ ადგილას შეიძლება რამდენიმე ბენზინ გასამართი სადგური, კვების ობიექტი, ბანკი, აფთიაქი ერთად იყოს, სხვაგან კი მრავალი კილომეტრის მანძილზე ვერსად ვერ შეგხვდეთ), საბანკო და კომუნიკაციური მომსახურების დეფიციტი, ჯანდაცვის ობიექტების არადამაკმაყოფილებელი მდგომარეობა და ა.შ. თუნდაც ტურისტული თვალსაზრისით ყველაზე განვითარებულ ადგილებშიც კი (მაგ. აჭარაში) წლების მანძილზე ვერ მოგვარდა ტურისტების კომფორტთან დაკავშირებული ყველაზე ელემენტარული პრობლემები. მაგალითად პლაჟებზე ვერაფრით ვერ მოება თავი ნორმალური გასახდელებისა და საშხაპეების მოწყობას, ნაგვის ურნების დადგმას (რომ არ იყოს მოფენილი მთელი სანაპირო ათასგვარი ნაგვით და სიბინძურით), გარემოვაჭრეების გაუთავებელ და შემაწუხებელ სიარულსა და ყვირილს დამსვენებელთა შორის, საცურაო ადგილებში კატერებისა და სკუტერების ჯირითს, რაც არაერთი ტრაგიკული შემთხვევით დასრულდა და ა.შ. ეს ის ელემენტარული საკითხებია, რაც მინიმალურ დანახარჯებს ითხოვს და კომფორტს უქმნის ტურისტებს, თუმცა არ არსებობს შემთხვევაში გაღიზიანების და უკმაყოფილების სერიოზული მიზეზი ხდება (ყოველდღიური დისკომფორტის ეს შესაძლო მცირე დეტალები საბოლოო ჯამში საერთო დიდი უკმაყოფილების სახით ილექება დამსვენებლის მეხსიერებაში).
- **უსაფრთხოება** – თუმცა კრიმინალური თვალსაზრისით საქართველოში მდგომარეობა ბევრად გაუმჯობესებულია, ვიდრე თუნდაც ყველაზე ტურისტულად განვითარებულ ქვეყნებში, მაინც ბევრი რამაა კიდევ გასაუმჯობესებელი ტურისტების ფიზიკური უსაფრთხოების თვალსაზრისით. მაგ. იმ გზებზე, სადაც ხშირია ქვის ცვენა, მოსაწყობია დამცავი ბადეები, ტრასიდან გადავარდის დამცავი ჯებირები, დაცული ტურისტული ბილიკები და ა.შ. ჯანდაცვის სისტემას უნდა ჰქონდეს სათანადო სწრაფი რეაგირების საშუალებები (დაწყებული სანავიათი და დამთავრებული ფართო პროფილის ხარისხიანი მომსახურებით), ტურისტებთან მომუშავე სატრანსპორტო საშუალებებს უნდა ჰქონდეთ პირველადი დახმარების კიტები, ხოლო მომუშავე პერსონალი უნდა

მომზადდეს გადაუდებელი, პირველადი არასამედიცინო დახმარების აღმოჩენაში.

- **მომსახურების ხარისხი** – როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, მომსახურების ხარისხს რამდენიმე მნიშვნელოვანი ფაქტორი გასაზღვრავს – **შესაბამისობა შეპირებულისა მიღებულთან და შესაბამისობა საერთაშორისო სტანდარტებთან და სერტიფიცირებით მინიჭებულ კატეგორიასთან**. ამ შესაბამისობების ბაზისს წარმოადგენს ინფრასტრუქტურა (შენობა–ნაგებობები და აღჭურვილობა), მაღალკვალიფიციური მომსახურე პერსონალი და სერვისების მრავალფეროვნება. ინფრასტრუქტურა საქართველოში აშკარად არაა საკმარისი დიდი რაოდენობით ტურისტების მიღებისათვის როგორც რაოდენობრივად, ასევე ხარისხის თვალსაზრისით. **მომსახურე პერსონალი ძირითადად დაკომპლექტებულია არა პროფესიონალებისაგან და ხშირ შემთხვევაში თავის სამუშაოს არა მარტო არაკომპეტენტურად ასრულებს, არამედ კლიენტს უარყოფითად განაწყობს საკუთარი განწყობის გამო ამ სამუშაოს მიმართ**. გავიხსენოთ, თუნდაც კვების ობიექტების უმეტესობა, სადაც მომუშავე პერსონალი ხშირ შემთხვევაში აღნიშნულ სამუშაოს თავისათვის შეუფერებლად და დროებითად თვლის და ამიტომაც კლიენტისადმი პატივისცემის და თუნდაც ღიმილის გამეტება ეთაკილება ("კლიენტი ხომ მე არაფრით მჯობია"). აღარაფერს ვამბობ საერთაშორისოდ მიღებულ პრინციპზე "**კლიენტი ყოველთვის მართალია**", ის რაც ქმნის ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ბაზისს (ამ ელემენტარულ ტურისტულ ანა–ბანას აღარ ჩავუღრმავდებით). სერვისების მრავალფეროვნებაც შესაბამისად არის შეზღუდული სათანადო ინფრასტრუქტურის და კვალიფიციური კადრების სიმწირის გამო. ასევე პირველ რიგში არის გამოსასწორებელი ის ელემენტარული პირობები, რაც დიდ დანახარჯებს არ მოითხოვს, მაგრამ **კომფორტს** უქმნის დამსვენებლებს, მაგალითად თუნდაც პლაჟების კეთილმოწყობა (ნორმალური გასახდელები, საშხაპეები, ნაგვის ურნები და ა.შ.), ტურისტების **პრივატულობის** დაცვა, რომ მუდმივად თავზე არ აბიჯებდნენ და არ აწუხებდნენ სხვადასხვა ჯურის გამყიდველები (ადგილობრივი მოსახლეობისათვის ამ მცირე შემოსავლის წყაროს ბევრად უფრო ცივილიზებული სახით წარმოჩენაც არის შესაძლებელი დახლების ან ჯიხურების სახით, სადაც თუ სურვილი ექნება ტურისტს, თავად მივა და შეიძენს რასაც ისურვებს და არ იქნება შეწუხებული პირად სივრცეში შემოჭრილი მუდმივი თავის მომაბეზრებელი მოსიარულე მოვაჭრეებით);
- **კომუნიკაციური ბარიერები** – ფაქტია, რომ გარდა რამდენიმე უკვე გამოცდილი ტურისტული ადგილისა, საქართველოს ნებისმიერ სხვა კუთხეში ჩამოსულ სტუმარს გაუჭირდება კომუნიკაცია ენობრივი ბარიერების არსებობის გამო. ალბათ ტურისტულ ბიზნესში კერძო სექტორის ჩართვისას ეს პრობლემაც უნდა იქნას გათვალისწინებული.



## საქართველოს ტურიზმისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოკლევადიანი და გრძელვადიანი განვითარების პერსპექტივები

იმისათვის, რომ ვისაუბროთ განვითარების პერსპექტივებზე, პირველ რიგში უნდა მოხდეს იმის დაფიქსირება და ანალიზი, თუ რა მიმართულებით ვხედავთ ტურიზმის განვითარებას და რა პოტენციალი გაგვაჩნია ამისათვის. ქვემოთ შევეცდებით განვიხილოთ ტურიზმის საქართველოსათვის პოტენციური სახეობები და მათი განვითარების შესაბამისი რესურსები. ხოლო ზოგად განვითარებასა და ინფრასტრუქტურულ ცვლილებებს უფრო კონკრეტულად ამის შემდგომ შევხებით.

პირველ რიგში მოვახდინოთ კატეგორიზაცია ორ ძირითად ჯგუფად – **შიდა ტურიზმი და საერთაშორისო** (შეეხება როგორც ორგანიზებულ, ასევე არაორგანიზებულ ტურისტებს). დღეს ძირითადი აქცენტი გადატანილია უცხოეთიდან ტურისტების მოზიდვაზე, თუმცა შეიძლება თამამად ითქვას, რომ საქართველოდან საზღვარგარეთ დასასვენებლად წასული ჩვენი მოქალაქეების რიცხვი არანაკლებია. თავისთავად სხვადასხვა ქვეყნების და საინტერესო ადგილების მონახულება ბუნებრივი მოთხოვნილებაა და ამასაც სათანადო ხელშეწყობა სჭირდება და სწორი ორგანიზების შემთხვევაში ჩვენი მოქალაქეებიც გარანტირებული იქნებიან ხარისხიანი მომსახურებით, უსაფრთხოებით და სახელმწიფოც გარკვეულ სარგებელს ნახავს (**ადგილობრივი ტუროპერატორების დაბეგვრის ხარჯზე**). პრობლემა დღეისათვის ისაა, რომ საკმაო რაოდენობით დამსვენებელი უცხოეთში (ძირითადად ახლო უცხოეთში – თურქეთი, ბულგარეთი და ა.შ.) მხოლოდ იმიტომ მიემგზავრება დასასვენებლად, რომ **უფრო იაფად მიიღოს უკეთესი ხარისხის მომსახურება**, ვიდრე ეს საქართველოშია შესაძლებელი. ანუ რეალურად საქართველოდან ფინანსური რესურსები მხოლოდ იმიტომ გაედინება, რომ არ შეგვიძლია უზრუნველვყოთ საკუთარი მოქალაქეები კონკურენტული, მაღალხარისხიანი ტურისტული მომსახურებით. ცხადია ზოგადად მდგომარეობის გაუმჯობესება ტურისტულ ბიზნესში ხელს შეუწყობს ამ თანხების ისევ საქართველოში დარჩენას.

რაც შეეხება კონკრეტულ სახეობებს ტურისტული ინდუსტრისა:

### **დასვენება სტანდარტული**

ეს სახეობა ყველაზე გავრცელებული ვარიანტია დასვენებისა როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოელი ტურისტებისათვის, თუმცა მომსახურების პაკეტში შესაძლოა დამატებითი ელემენტების შეტანა ნებისმიერი სხვა სახის ტურიზმისა, რათა უფრო მიმზიდველი და საინტერესო გახდეს. მისი მაქსიმალური განვითარებისათვის აუცილებელია შესაბამისი ფიზიკური ინფრასტრუქტურის და საკადრო რესურსების მნიშვნელოვანი განვითარება როგორც რაოდენობრივი, ასევე ხარისხობრივი თვალსაზრისით. ამგვარი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია საკანონმდებლო და ფინანსური მხარდაჭერა, ვინაიდან უცხოური ინვესტიციების გარდა დიდი როლი ადგილობრივმა კერძო ბიზნესმაც (მათ შორის მიკრო და მცირემაც) შეუძლია ითამაშოს. შესაბამისად აუცილებელია საგადასახადო კანონმდებლობის გამარტივება, გარკვეული შეღავათები ბიზნესის დაწყების საწყის ეტაპებზე, საბანკო სექტორის მხრიდან ხელშეწყობა დაბალპროცენტოვანი ბიზნეს სესხების გაცემის აქტივაციის ხარჯზე და ა.შ. გარდა ამისა, აუცილებელია მთელი ამ სექტორის გარკვეული სისტემატიზაცია და ინტეგრირება ერთიან საინფორმაციო-მარეგულირებელ ქსელში (ინტერნეტ

ინფორმაცია ყველა პროვაიდერზე, ელექტრონული დაჯავშნის საშუალებები, ხარისხის რეგულირება კატეგორიზაცია–სერტიფიცირების გზით და სხვა). ამგვარი სისტემატიზაციის გარეშე რთული იქნება ეფექტიანი დაგეგმვა და მართვა როგორც პროვაიდერების, ასევე ტუროპერატორების და სახელმწიფო დონეზეც და შესაბამისად დარგის განვითარებაც დაბრკოლდება.

**ეგზოტიკური ტურიზმი**, რომელიც თავისთავად გულისხმობს ტურისტებისათვის განსაკუთრებულ, მათი ქვეყნისთვის უცხო და არატრადიციულ მომსახურებას. ამ ტურიზმის ჯგუფში რამდენიმე ქვესახეობა შეიძლება განვიხილოთ

- **ღვინის ტურიზმი**

ეს ალბათ ის განსაკუთრებით სპეციფიური სახეობაა ტურიზმისა, რომელზეც საქართველომ აქცენტირება უნდა მოახდინოს და საკმაოდ დიდი ნიშა შეუძლია მოიპოვოს მსოფლიო ბაზარზე. სარეკლამო კამპანიებში ფოკუსირება უნდა მოხდეს იმაზე, რომ საქართველო ითვლება **ღვინის სამშობლოდ და აქ 300-ზე მეტი ენდემური ჯიშის ყურძენი** არსებობს. ტურიზმის ეს სახეობა ყველა სეზონისთვის მოსარგებია, თუმცა შესაძლებელია სპეციალური ღონისძიებების მოწყობა საერთაშორისო ფესტივალების სახით (როგორც მაგ. გერმანიაში ოქტობერ ფესტი - ლუდი ფესტივალი) **რთველის დროს**. ცხადია ღვინო უნდა იყოს ამ ტურიზმის არსის ძირითადი ღერძი, თუმცა ჰარმონიულად შეიძლება პარალელურად სხვა აქცენტების გაძლიერებაც – ადგილობრივი კულტურა და ტრადიციები (ქართული სუფრა, ფოლკლორი და ა.შ.), ეკოტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი და ა.შ.

- **გურმან ტურიზმი**

ქართული სამზარეულო თავისთავად ძალზედ სპეციფიკური და განუმეორებელია, თუმცა უნიკალური მაინც ქართულ სუფრასთან სინთეზშია, რაც საშუალებას იძლევა დააკმაყოფილო ტურისტების არა მხოლოდ კულინარიული მოთხოვნები, არამედ აზიარო ქართულ კულტურულ ტრადიციებს (თამადის ინსტიტუტი, სადღეგრძელოები, სუფრის მიმდინარეობა, პოეზია, სიმღერა, ცეკვა, კუთხური სპეციფიკური ტრადიციები და ა.შ.) და თან გახადო **პროცესის უშუალო მონაწილე**, რაც ძალზედ მნიშვნელოვანია კლიენტის მაქსიმალური კმაყოფილების მიღწევისათვის. დაინტერესებული სტუმრებისთვის შესაძლოა ქართული კერძების მომზადების **შემსწავლელი კურსების** ჩატარებაც. გარდა ამისა, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გამახვილდეს **ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების** (ნატურპროდუქტების) მოხმარებაზე. რაც არ უნდა გასაკვირი იყოს, მთელს ევროპაში ჩატარებული კვლევის შედეგების მიხედვით საქართველოში სოფლის მეურნეობის პროდუქცია ეკოლოგიურად ერთ-ერთი ყველაზე სუფთა აღმოჩნდა და ამას მარტივი ახსნა აქვს - ბოლო 20 წლის მანძილზე სოციალურ-ეკონომიკური სიდუხჭირის გამო მოსახლეობის უმეტეს ნაწილს არ ჰქონდა საშუალება აქტიურად მოეხმარა სასუქები და შხამ-ქიმიკატები, რამაც ხელი შეუწყო პროდუქტების "გასუფთავებას". საქართველომ პრინციპში ზუსტად ეს გზა უნდა აირჩიოს მსოფლიო ბაზარზე სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გატანისა - არა ინტენსიური ("სინთეტიკურ-ქიმიური" იაფი პროდუქტების დიდი რაოდენობით მიწოდებისა), არამედ ექსტენსიური (ნაკლები რაოდენობით, მაგრამ

ეკოლოგიურად სუფთა და ხარისხიანი, თუმცა უფრო ძვირი პროდუქტები). ეს მიდგომა აქტიურად უნდა იქნას გამოყენებული ტურიზმის **მარკეტინგულ სტრატეგიაშიც** – ეკოლოგიურად სუფთა საკვებმა შეუძლია სათანადო პოზიტიური როლი ითამაშოს ტურისტების მოზიდვისათვის განკუთვნილ სარეკლამო პროდუქციაში.

▪ **ეთნო ტურიზმი**

საქართველო ძალზედ საინტერესო და მიმზიდველია ბევრი უცხოელისათვის თავისი უნიკალური ანბანის, ენის, ფოლკლორის, მრავალსაუკუნოვანი ჩამოყალიბებული ისტორიულ–კულტურული ტრადიციების გამო. ეთნო ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია სათანადო მაღალკვალიფიციური ექსპურსიამდლოლების მნიშვნელოვანი კოჰორტის მომზადება/გადამზადება, ასევე ეთნო ტურიზმის პროცესში აქტიურად უნდა ჩაერთოს ადგილობრივი (განსაკუთრებით სოფლის) მოსახლეობა, რომელთა სახლებშიც (წინასწარ შერჩეული და პროგრამაში ჩართული) მოხდება სტუმრების მიყვანა/განთავსება ადგილობრივი ადათ–წესების და ცხოვრების გასაცნობად. გარდა ამისა, შესაძლებელია სტუმრებისათვის ქართული ენის, სიმღერის, ცეკვის, ხალხური რეწვის შემსწავლელი კურსების შეთავაზება, რაც, თავის მხრივ, მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს **საქართველოს პოპულარიზაციას** მსოფლიოს მასშტაბით.

▪ **ეკო ტურიზმი**

საქართველო ერთ–ერთი გამორჩეული ქვეყანაა მსოფლიოში, სადაც შედარებით მცირე ტერიტორიაზე წარმოდგენილია თითქმის ყველა კლიმატური ზონისათვის დამახასიათებელი ბუნება. სულ რამდენიმე საათსა ან თუნდაც წუთში შესაძლებელია ტურისტი უდაბნოდან მოხვდეს სუბტროპიკებში, ან ზღვაზე იცურაოს და შემდეგ სამთო–სათხილამურო სპორტით დაკავდეს. ბოლო წლებში საქართველოში დიდი ყურადღება ექცევა **დაცული ტერიტორიების განვითარება/ათვისებას**, თუმცა ამ მიმართულებითაც კიდევ დიდი სამუშაოა ჩასატარებელი ინფრასტრუქტურული განვითარების თვალსაზრისით. ტურისტებისათვის შესაძლებელი უნდა იყოს რაც შეიძლება მრავალფეროვანი დასვენების შეთავაზება – ტურისტული ლაშქრობები და ექსპურსიები როგორც ტრანსპორტით, ასევე ქვეითად, ველოსიპეტებით, ცხენებით, სხვადასხვა სახის წყლის ტრანსპორტით (გასაბერი ნავები, ბაიდარები, კანოე, იალქნიანი იახტები და ა.შ.). ტურისტული მარშრუტები უნდა უზრუნველყოფილ იქნას სათანადო ინფრასტრუქტურით (უსაფრთხოების საშუალებები (დამცავი, საორიენტაციო და სხვა), პირობები დასვენების, კვების, ფიზიოლოგიური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისათვის, ექსტრემალური კომუნიკაციის და გადაუდებელი სამედიცინო დახმარების საშუალებები და ა.შ.)

▪ **კულტურული ტურიზმი**

ეს მიმართულება ტურიზმისა მნიშვნელოვანია როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოელი ტურისტებისათვის. მისი განვითარებისათვის რამდენიმე წინაპირობა უნდა იქნას უზრუნველყოფილი – **მუზეუმების (მათ შორის ისტორიულ–არქიტექტურული ძეგლების) რეაბილიტაცია** საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად და ინტეგრაცია ერთიან საინფორმაციო სისტემაში (რაც

შესაძლებელს გახდის ინტერნეტის საშუალებით მუზეუმის და ექსპოზიციის შესახებ ინფორმაციის წინასწარ მიღებას და საექსკურსიო ტურების დაგეგმვას და დაჯავშნას), ასეთივე სისტემაში სხვა კულტურული ღონისძიებების ასახვა (კონცერტები, თეატრალური დადგმები და ა.შ.). ძალზედ მნიშვნელოვანია **ტრადიციული ყოველწლიური კულტურული ღონისძიებების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა** – სხვადასხვა ტიპის ფესტივალები (კინო, თეატრალური, საოპერო და საბალეტო, კლასიკური, ფოლკლორული, ჯაზ, როკ, პოპ მუსიკის და სხვა), კონფერენციები, ფორუმები და ა.შ. ამ ღონისძიებების ტრადიციული და განმეორებადი ხასიათი, ერთის მხრივ, ხელს შეუწყობს ფორმალური და არაფორმალური თანამშრომლობის და დაახლოვების პროცესს, საერთო ინტერესებზე დაფუძნებული ქსელების ჩამოყალიბებას და, მეორეს მხრივ, გაუადვილებს ტუროპერატორებს ტურისტული **სერვისების დაგეგმვას და აღნიშნული ღონისძიებების ინტეგრაციას შეთავაზებულ პაკეტში**, ხოლო პოტენციურ ტურისტებს საკუთარი დასვენების დაგეგმვას ინტერესების მაქსიმალური გათვალისწინებით.

▪ **რელიგიური და პილიგრიმული ტურები**

საქართველო ერთ-ერთი უძველესი აუტოკეფალური ქრისტიანული ქვეყანაა, სადაც მრავალი საუკუნის წინ აშენებულ ეკლესია-მონასტრებსა და სალოცავებში არა ერთი მნიშვნელოვანი სიწმინდე ინახება. ამ მიმართულებით საქართველოში ჩამოსულ სტუმართა ხელშეწყობისათვის აუცილებელი იქნება მჭიდრო თანამშრომლობა საპატრიარქოსთან.

▪ **სათამაშო ტურიზმი**

გამომდინარე იქიდან, რომ ჩვენს ახლო სამეზობლოში არის მუსულმანური ქვეყნები, სადაც ოფიციალურად აკრძალულია სამორინეების ფუნქციონირება, ხოლო მოთხოვნილება კი არსებობს, საქართველოს შეუძლია ამ სერიოზული შემოსავლის მომტანი ნიშის დაკავება. ეს მიმართულება და მასთან დაკავშირებული დისკუსიები უკვე რამდენიმე წელია აქტუალურია, თუმცა სერიოზული ბიზნესის დონეზე მის ასაყვანად პირველ რიგში აუცილებელია ინფრასტრუქტურის განვითარება და ეფექტიანი სარეკლამო კამპანია. ერთი პერიოდი აქტიურად განიხილებოდა წყალტუბოში ლას-ვეგასის ტიპის სამორინეთა კომპლექსის ჩამოყალიბების საკითხი, თუმცა წინსვლა უმნიშვნელოა, ვინაიდან სათამაშო კომპლექსი მხოლოდ სამორინეს არ გულისხმობს, მას სერიოზული **თანმხლები დასასვენებელ-გასართობი ინფრასტრუქტურა** უნდა ახლდეს (მაღალი დონის სასტუმროები, რესტორნები, გასართობი საკონცერტო და შოუ პროგრამები და ა.შ.), რასაც სოლიდური ინვესტიციები სჭირდება და ამ ეტაპზე ნოლიდან დაწყება არავისათვის არ იქნება მიმზიდველი. ალბათ ყველაზე ოპტიმალური იქნება ასეთი კომპლექსის განთავსება **აჭარაში**, სადაც, ჯერ ერთი, თანმხლები ინფრასტრუქტურის განვითარება უფრო მარტივია (ვინაიდან ნაწილობრივ უკვე არსებობს), გასართობი და დასასვენებელი საშუალებების ფართო არჩევანია, ახლოსაა თურქეთთან და საავტომობილო ტრანსპორტით მგზავრობაც მოსახერხებელია, სამორინეების დატვირთვა მოხდება არა მხოლოდ სპეციალურად ჩამოსული მოთამაშეების, არამედ ჩვეულებრივი დამსვენებლების ხარჯზეც (რაც ბევრად გაზრდის ბრუნვას), თავის მხრივ, ამ ტიპის კომპლექსი ხელს შეუწყობს აჭარის

მთელი წლის განმავლობაში (არა მხოლოდ ზაფხულის სეზონზე) აქტიურ ზონად ჩამოყალიბებას.

▪ **სათავგადასავლო ტურიზმი**

ამ მიმართულებით საქართველოს ალბათ შეუზღუდავი პოტენციალი გააჩნია. ტურისტებისათვის შესაძლოა შეთავაზებულ იქნას სპორტული და გასართობი ტურების მრავალი სახეობა, მათ შორის სამთო-სათხილამურო (გაუკვალავ თოვლში დაშვება, რაც მხოლოდ მსოფლიოს რამდენიმე ქვეყანაშია დაშვებული), ალპინიზმი, დრიფტინგი (მთის მდინარეებზე ნაგებით დაშვება), ნადირობა (სხვადასხვა სახეობის – ჩვეულებრივი, სანადირო ცხოველებითა და ფრინველებით და ა.შ.), თევზაობა, საჰაერო ბურთებით მოგზაურობა, დელტაპლანერიზმი და სხვ. სპეციალურად არ ვეხებით წყალქვეშა სპორტის სახეობებს და დაივინგს, ვინაიდან საქართველოში ამ თვალსაზრისით პირობები შედარებით მწირია (გასაკუთრებით შავი ზღვის აკვატორიაში, სადაც წყალიც საკმაოდ გაუმჭირვალეა და გოგირდწყალბადის მაღალი კონცენტრაციისა და წყლის ზედაპირთან სიახლოვის გამო წყალქვეშა ფლორა და ფაუნაც შეზღუდულია). პოტენციალის არსებობის მიუხედავად ზემოაღნიშნული სახეობების სრულფასოვანი ექსპლუატაციისათვის აუცილებელია შესაბამისი ინფრასტრუქტურის განვითარება, უსაფრთხოების მაქსიმალური ნორმების დაწესება და დაცვა.

**სამკურნალო ტურიზმი**

საქართველოს კანონში ტურიზმისა და კურორტების შესახებ სამკურნალო ტურიზმი განმარტებულია, როგორც კურორტების გამოყენება მკურნალობის, სამედიცინო გამოკვლევისა და სხვა სამედიცინო მომსახურების მისაღებად, შესაბამისად ეს ცნება გარკვეულ შეზღუდვებს გულისხმობს, რის გამოც ჩვენ დამატებით შემოვიტანთ სამედიცინო ტურიზმის ცნებას, რაც ჯანდაცვითი ღონისძიებების უფრო ფართო სპექტრს მოიცავს (იხილე ქვემოთ). რაც შეეხება უშუალოდ სამკურნალო ტურიზმს და კურორტებს – საქართველო ძალზედ მდიდარია საკურორტო ადგილებით, რომლებსაც მომხმარებლებისათვის სხვადასხვა დაავადებათა მკურნალობის, რეაბილიტაციისა და გაჯანსაღების შეთავაზება შეუძლიათ (სამკურნალო წყლები, ტალახები, სპა, აეროთერაპია და ა.შ.). **სწორი პოზიციონირებისა და სათანადო სარეკლამო კამპანიის** პირობებში ამ ტიპის ტურიზმს საკმაოდ დიდი როლდენობით ტურისტების მოზიდვა შეუძლია მთელი წლის განმავლობაში. ცხადია, აუცილებელ წინაპირობას წარმოადგენს ამ კურორტების შესაბამისი რეაბილიტაცია და ინფრასტრუქტურული მოწყობა.

**სამედიცინო ტურიზმი**

სხვადასხვა ტიპის სამედიცინო მომსახურების მიღებისათვის საზღვარგარეთ მოგზაურობა ბოლო წლებში საკმაოდ გავრცელებული პრაქტიკაა. ამის მიზეზი შემთხვევათა ნაწილში არის საკუთარ ქვეყანაში საჭირო სერვისის არ არსებობა, ან საზღვარგარეთ ანალოგიური სერვისის ნაკლები ფასი ან უკეთესი ხარისხი. ასე მაგალითად, სინგაპურში მხოლოდ პლასტიკური ოპერაციების გასაკეთებლად ყოველწლიურად ათასობით პაციენტი ჩადის და მილიონობით დოლარს ტოვებს, ვინაიდან ბევრად იაფი უჯდებათ ეს ოპერაციები, ვიდრე საკუთარ მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში და თან ხარისხიც მაღალია (რასაც პაციენტების უხვი

ნაკადის არსებობისას ინტენსიური პრაქტიკა და დახელოვნება განაპირობებს). საქართველოს ამ თვალსაზრისით შეუძლია მნიშვნელოვანი ნიშის მოპოვება, ოღონდ აუცილებელია კონტრაქტირებული სამედიცინო მომწოდებლების მოქცევა ერთიან მარეგულირებელ სისტემაში, რომელიც უზრუნველყოფს სტანდარტიზებულ ხარისხს. ცხადია, უცხოელებისათვის დამაკმაყოფილებელი ხარისხის მომსახურება უნდა იყოს უფრო იაფი, ვიდრე მათ საკუთარ ქვეყნებში, რაც ამ სერვისს კონკურენტულს და მიზიდველს გახდის პოტენციური მომხმარებლებისათვის. საერთაშორისო ბაზარზე სამედიცინო ტურიზმისათვის საქართველოს შეუძლია შემდეგი ტიპის მომსახურების გატანა: *სტომატოლოგია და კბილების პროტეზირება, კოსმეტიკური მედიცინა, მხედველობის კორექცია ექსიმერული ლაზერის მეთოდით, გულის იშემიური დაავადებების მკურნალობა (სტენტირება, შუნტირება), ფაგებით მკურნალობა (ექსკლუზიური სახეობა, ვინაიდან თბილისის ფაქტერიოფაგი ერთ-ერთი უნიკალური დაწესებულებაა მსოფლიოში), რეპროდუქციული ჯანმრთელობის მომსახურება (უშვილობის მკურნალობა, ინ-ვიტრო განაყოფიერება და სხვა) და ა.შ.* ამ ჩამონათვალის გაგრძელება კიდევ დიდხანს შეიძლება, მთავარია სწორად იქნას ინფორმაცია მიწოდებული პოტენციური მომხმარებლებისათვის და უზრუნველყოფილ იქნას კლიენტების ხარისხიანი მომსახურება. ეს მრავალმილიონიანი ბიზნესია, ვინაიდან გარდა უშუალოდ სამედიცინო მომსახურებისა, გულისხმობს ნებისმიერი სხვა ტიპის მომსახურებას უცხოეთიდან ჩამოსული სტუმრებისათვის. თანაც ამ ტიპის მომსახურების მიღებისას მომხმარებლები ცდილობენ ერთმანეთს შეუთავსონ სასარგებლო და სასიამოვნო – ანუ მიიღონ საჭირო სამედიცინო დახმარება და თან ისიამოვნონ უცხო ქვეყანაში დასვენებით. მით უმეტეს, რომ სამედიცინო მომსახურების მისაღებად ადამიანებს, როგორც წესი, თანხმლები პირებიც მიჰყვებიან, რომელთაც უნდა შევუქმნათ შესაბამისი კომფორტი და რელაქსაციის საშუალება.

### **სპორტული ტურიზმი**

ტურიზმის ეს სახეობა თავისთავად ორ მიმართულებას მოიცავს ტურისტებისათვის - პირველი, როდესაც ტურისტი თავად მონაწილეობს სპორტის ამა თუ იმ სახეობაში და მეორე, როდესაც ესწრება სპორტულ ღონისძიებებს (ტურნირებს, ჩემპიონატებს და ა.შ.). პირველ შემთხვევაში საქართველომ ორიენტაცია ძირითადად **სამთო** სახეობებზე უნდა აიღოს (სამთო-სათხილამურო, ალპინიზმი, დრიფტინგი და ა.შ.), ასევე პერსპექტიული და სასარგებლო იქნება **საიალქნო სპორტის** მოყვარულთა მოზიდვა, თუმცა ამისათვის აუცილებელია შავი ზღვის სანაპიროზე თუნდაც 2-3 საერთაშორისო მოთხოვნების შესაბამისი იახტ-კლუბის და ასევე რამდენიმე მცირე ნავმისადგომის მოწყობა, ვინაიდან, ჯერ ერთი, იახტებით მოგზაურობის დროს ტურისტებს საშუალება უნდა ჰქონდეთ უამინდობის დროს უსაფრთხო ადგილს შეაფარონ თავი და ასევე შეივსონ მარაგები, ჩაუტარონ საკუთარ ნავეებს გადაუდებელი სარემონტო სამუშაოები და ა.შ. გარდა ამისა, იახტებით მოგზაურ ტურისტებს უნდა შეეძლოთ დროებით საიმედო და დაცულ პირობებში ნავის დატოვება და სანაპიროზე და ქვეყნის ტერიტორიის სიღრმეში სხვა ტურისტული მომსახურებით სარგებლობა, ქვეყნის გაცნობა და სხვ. მეორე მიმართულება უფრო მეტი ტურისტის მომსახურებას ითვალისწინებს, ოღონდ იმ შემთხვევაში, თუ საქართველო აქტიურად იქნება ჩართული სხვადასხვა **საერთაშორისო ტურნირებისა და ჩემპიონატების** მოწყობაში, განსაკუთრებით, თუ ისინი **მუდმივი, ტრადიციული და პერიოდული** ხასიათის იქნება, რაც გაუადვილებს ტუროპერატორებს ტურისტული სერვისების დაგეგმვას და აღნიშნული ღონისძიებების ინტეგრაციას შეთავაზებულ პაკეტში, ხოლო პოტენციურ

ტურისტებს საკუთარი დასვენების დაგეგმვას ინტერესების მაქსიმალური გათვალისწინებით. მსოფლიო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ ნებისმიერ ქვეყანაში მრავალეტაპიანი სპორტული შეჯიბრების თუნდაც ერთი ეტაპის ტრადიციულად ჩატარებას საკმაოდ მნიშვნელოვანი შემოსავალი მოაქვს (მათ შორის ტურისტული, სარეკლამო და ა.შ.) და თან ხელს უწყობს ქვეყანაში ამ სპორტის სახეობის პოპულარიზაციას და განვითარებას, აღარაფერს ვამბობთ ქვეყნის პოზიტიურ იმიჯზე, რაც პოპულარული და სახელგანთქმული შეჯიბრებების თანმდევი პროცესია. ზემოაღნიშნულის დასტურად შეიძლება მოვიყვანოთ ჩოგბურთის საერთაშორისო ტურნირები, სპორტის ზამთრის სახეობების მრავალეტაპიანი ტურნირები (სამთო-სათხილამურო, ტრამპლინიდან ხტომა, ბობსლეი და ა.შ.), რალი და სხვა. რასაკვირველია ამ მიმართულებებით ტურიზმის წინსვლისათვის აუცილებელია სერიოზული ინვესტიციები შესაბამისი ინფრასტრუქტურის განვითარებისათვის, მაგრამ ეს ინვესტიციები გამართლებულია და კარგ ამონაგებს იძლევა პროცესების ეფექტიანი და გააზრებული მართვის პირობებში. ცხადია ამ შემთხვევაში ძალზედ მნიშვნელოვანია მულტისექტორული თანამშრომლობა და კოორდინაცია სპორტის სხვადასხვა სახეობის ადგილობრივ და საერთაშორისო ფედერაციებთან, ტურისტულ ორგანიზაციებთან და ოპერატორებთან.

### ***ბიზნეს და პროფესიული ტურები***

საქართველოს ეკონომიკური წინსვლისა და ინვესტიციების მოზიდვის გააქტიურებისათვის ძალზედ მნიშვნელოვანი იქნება ბიზნეს და პროფესიული ტურების მოწყობა, რაც ხელს შეუწყობს სხვადასხვა სფეროში ადგილობრივი სიტუაციის გაცნობას, საპარტნიორო ურთიერთობების ჩამოყალიბებას, ინვესტიციების დროულ და ეფექტიან განთავსებას და, საბოლოო ჯამში, საქართველოს ეკონომიკური, პროფესიული და სამეცნიერო პოტენციალის ზრდას. ამ მიმართულების განვითარებისათვის ძალზედ აქტუალურია საერთაშორისო კონფერენციების, კონგრესების, ფორუმების, გამოფენების და ა.შ. მოწყობა, განსაკუთრებით, თუ მათ პერიოდული და ტრადიციული ხასიათი მიეცემა, რაც გაზრდის პრესტიჟს და სულ უფრო მეტ და სერიოზულ მონაწილეს მოიზიდავს.

### ***შოპინგ ტურები***

იმისათვის, რომ მოიზიდო საზღვარგარეთიდან ტურისტები შოპინგისთვის, აუცილებელია შესთავაზო მაღალხარისხიანი, მრავალფეროვანი პროდუქცია იაფ ფასებში. ამის საშუალებას, როგორც წესი, იძლევა ქვეყანაში თავისუფალი ეკონომიკურ-ინდუსტრიული ზონების ჩამოყალიბება, ვინაიდან დაბეგვრის შეღავათიანი რეჟიმი დაბალი ფასების შენარჩუნებას უწყობს ხელს (ამის თვალნათელი მაგალითია დუბაი, სადაც ჩვენი ქვეყნის მოქალაქეებიც აქტიურად მგზავრობენ სასურველი პროდუქციის შესაძენად). საყოველთაოდ ცნობილი ბრენდების პარალელურად მყიდველებისათვის ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის შეთავაზებაც იქნება შესაძლებელი და სწორად წარმოებული მარკეტინგული სტრატეგიის და ფას/ხარისხის ოპტიმუმის შემთხვევაში ქართულ ნაწარმის პოპულარიზაციისათვის კეთილსაიმედო გარემო შეიქმნება.

## ზოგადი განვითარება და ინფრასტრუქტურული ცვლილებები

ზემოთ ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ საქართველოში ტურიზმის განვითარების ხელშემშლელ ფაქტორებზე და ტურიზმის კონკრეტული სახეობების განვითარების პერსპექტივებზე, თუმცა მთლიანად დარგის განვითარებისათვის აუცილებელია გარკვეული ზოგადი ცვლილებები და ინტერვენციები. ქვემოთ შევეცდებით ამ რამდენიმე მნიშვნელოვან ძირითად ასპექტზე ვისაუბროთ.

### *საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო, პოლიტიკა*

არსებული კანონი "ტურიზმისა და კურორტების შესახებ" მიღებულია 1997 წელს და უკვე ვეღარ პასუხობს თანამედროვე მოთხოვნებს და რეალებს. ბოლო ათწლეულის მანძილზე აქტუალური გახდა ტურიზმის ახალი მიმართულებები, ახალი ტექნოლოგიები, ახალი მოთხოვნები, ამიტომაც საქართველოში ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია არსებული კანონის რევიზია და შესაბამისი ცვლილებების შეტანა, რათა მოხდეს მისი ჰარმონიზაცია როგორც საქართველოს ამჟამინდელ კანონმდებლობასთან, ასევე საერთაშორისო მოთხოვნებთან და შეთანხმებებთან. როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, ტურიზმის განვითარება მულტისექტორულ თანამშრომლობის გარეშე შეუძლებელი იქნება, ამიტომაც შესაბამის დარგობრივ კანონმდებლობაშიც არის გარკვეული ცვლილებები გასატარებელი (მაგ. საგადასახადო სისტემაში, საგარეო ურთიერთობათა და შინაგან საქმეთა სისტემაში, საბანკო სექტორში), რათა მოხდეს ტურიზმთან დაკავშირებული უზრუნველყოფის ინფრასტრუქტურის ინტენსიური განვითარება და ინვესტიციების სტიმულირება.

კანონის გარდა, ტურიზმის სფეროში ძალზედ მნიშვნელოვანია კარგად გააზრებული მარეგულირებელი სისტემის და დოკუმენტების ჩამოყალიბება. მარეგულირებელი ჩარჩო უნდა იყოს რაც შეიძლება მარტივი, თუმცა მაქსიმალურად ითვალისწინებდეს როგორც სახელმწიფოს, ასევე მომხმარებელთა და მიმწოდებელთა ინტერესების დაცვას. ხშირ შემთხვევაში სახელმწიფომ მერეგულირებელ-მაკონტროლებელი ფუნქციების დელეგირება უნდა მოახდინოს კერძო სექტორზე, მაგ. პროფესიულ ასოციაციებზე (განსაკუთრებით ხარისხის მართვის, საინფორმაციო ქსელის შემთხვევაში და ა.შ.). ეს, ერთის მხრივ, მოახდენს სახელმწიფო ხარჯების და, მეორეს მხრივ, სახელმწიფო სტრუქტურებში კორუფციით ცდუნების რისკების მინიმიზაციას, ასევე გაზრდის ნდობას და შეამცირებს რეზისტენტულობას მარეგულირებელ სისტემაში ჩართვისას.

აღბათ ოპტიმალური იქნება ტურიზმის ეროვნული პოლიტიკის და განვითარების სტრატეგიული გეგმის ახალი დოკუმენტების შემუშავება, რომლებიც დაეფუძნება საქართველოში ამ მიზნით თანამედროვე მეთოდოლოგიით ჩატარებულ კვლევებს (მათ შორის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მარკეტინგული კვლევები) და მტკიცებულებებს, ასევე საერთაშორისო გამოცდილებას და საუკეთესო პრაქტიკას. ამგვარი სამოქმედო გეგმა ერთიან კოორდინირებულ სისტემაში მოაქცევს ტურიზმის განვითარებისაკენ მიმართულ ყველა ძალისხმევას, რაც გაზრდის ეფექტიანობას და დაზოგავს რესურსებს და დროს.



## **ფინანსური უზრუნველყოფა**

ტურიზმი თავისთავად ბიზნესის საკმაოდ მომგებიანი სფეროა და შეუძლია მნიშვნელოვანი ზეგავლენა მოახდინოს არა მარტო ქვეყნის მასშტაბით შემოსავლების ზრდაზე, არამედ სტიმული მისცეს ტურიზმთან პირდაპირ ან ირიბად დაკავშირებული სხვა სფეროების (კვების და მსუბუქი მრეწველობა, მშენებლობა, ჯანდაცვა, სპორტი, კულტურა და ა.შ.) განვითარებას, დასაქმებას, ინვესტიციების ზრდას და ა.შ. თუმცა ინტენსიური განვითარების განსაკუთრებით საწყის ეტაპებზე აუცილებელია ფინანსური რესურსების ფოკუსირებული კონცენტრაცია ტურიზმის ინფრასტრუქტურის რაოდენობრივი და ხარისხობრივი თვალსაზრისით კრიტიკული მასის შესაქმნელად, რათა თავიდანვე მოხდეს პოტენციური ტურისტებისათვის მრავალფეროვანი მომსახურების და მაღალი ხარისხის შეთავაზება. როგორც საქართველოს პრეზიდენტმა ბატონმა მიხეილ სააკაშვილმა აღნიშნა ერთ-ერთ ინტერვიუში, **“ჯერ უნდა შევექმნათ უმაღლესი კლასის ინფრასტრუქტურა და მერე დაგვაფასებს და მოვა უმაღლესი კლასის ტურისტიც, თუ არა და ყოველთვის ნელი ტემპით ვიმოდრავებთ და განვითარდებით”**.

*ამის დასტურად შესაძლოა ჩვეულებრივი სასურსათო მაღაზიის მაგალითიც განვიხილოთ, რაც ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში ძალზედ ხშირია. თავიდან მცირე ფინანსური სახსრების გამო შეზღუდული ასორტიმენტის მქონე პატარა მაღაზიაში შესული კლიენტი ხშირ შემთხვევაში ვერ ყიდულობს მისთვის სასურველ პროდუქტს და უწევს სხვა მაღაზიაში წასვლა, სადაც შესაძლოა ფასები უფრო მაღალიც კი იყოს, სამაგიეროდ მისთვის სასურველ ყველა პროდუქტს იძენს. რამდენიმე ასეთი “უშედეგო” ვიზიტის შემდეგ იმედგაცრუებული კლიენტი კარგავს პატარა მაღაზიის მიმართ ნდობას, აღარ სურს ფუჭად დროის კარგვა და მიუხედავად დაბალი ფასებისა, აღარ მიმართავს ამ მაღაზიას. როგორც შედეგი მცირდება კლიენტების რაოდენობა და შესაბამისად ბრუნვა, პატარა მაღაზიას უგროვდება მოძველებული და უხარისხო პროდუქტი, თანდათან უფრო უჭირს გადასახადების გადახდა (სახელმწიფო, არენდის, კომუნალური, სახელფასო და ა.შ.), კიდევ უფრო ამცირებს ასორტიმენტს (ვინაიდან აღარ ყოფნის საბრუნავი თანხებიც) და საბოლოო ჯამში გაკოტრების საშიშროების წინაშე დგება. ხოლო დიდი მაღაზია, რომელსაც თავიდან სერიოზული ინვესტირება დასჭირდა, ნელ-ნელა იძენს დამატებით კლიენტებს და საშუალება ეძლევა გაზრდილი ბრუნვის ხარჯზე, შეამციროს ფასებიც (რაც კიდევ უფრო მეტი კლიენტის მოზიდვის საშუალებას იძლევა), გაზარდოს მრავალფეროვნება, ხარისხი, გაზარდოს მოგება და გააფართოვოს ბიზნესი.*

ტურიზმის სფეროში ანალოგიურ მაგალითს ჩვენს უახლოეს სამეზობლოში, თურქეთში შეგვიძლია დავაკვირდეთ - მომსახურების მრავალფეროვნებამ, **მაღალმა ხარისხმა და შედარებით დაბალმა ფასებმა** განაპირობა ბოლო წლების ტურისტული ბუმი და სულ უფრო მზარდი რიცხვი დამსვენებლებისა, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში პოსტ-საბჭოთა სივრციდან (მათ შორის საქართველოდანაც) არიან და ადრე საქართველოს კურორტებზე იყვნენ აქტიურად მიბმულნი. ჩვენ დავკარეთ მრავალი მილიონი ტურისტი, რომლებიც თურქეთმა მოიპოვა, ვინაიდან შესთავაზა ის, რისი შეთავაზებაც ჩვენ უკვე აღარ შეგვეძლო.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, უდავოა ტურიზმის განვითარებისათვის ფინანსური რესურსების მობილიზაციის აუცილებლობა. ამგვარი ფინანსური ხელშეწყობა მხოლოდ სახელმწიფოს, კერძო სექტორის და საერთაშორისო ინვესტორების აქტიური თანამშრომლობის საფუძველზე იქნება შესაძლებელი.

სახელმწიფომ პირველ რიგში უნდა უზრუნველყოს ქვეყანაში **სტაბილური პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა, შექმნას მიმზიდველი საინვესტიციო გარემო**. დღეს ჩვენი სახელმწიფო საკმაოდ აქტიურად არის ჩართული ინფრასტრუქტურის განვითარებაში (გზების, ენერგოსისტემის, წყალმომარაგების რეაბილიტაცია), რაც, თავის მხრივ, ერთ-ერთი აუცილებელი წინაპირობაა ტურიზმის განვითარების. გარდა ამისა, სახელმწიფოს უშუალოდ ფინანსური თვალსაზრისითაც შეუძლია მნიშვნელოვანი ზემოქმედების მოხდენა, მაგალითად სახელმწიფო ბიუჯეტიდან საბანკო სექტორის საშუალებით **დაბალპროცენტიანი, გრძელვადიანი ბიზნეს სესხების** გაცემის გააქტიურება (ოღონდ მიზნობრივი, მკაცრად დასაბუთებული ბიზნეს პროექტებისათვის), **საგადასახადო შეღავათების** დაწესება ამ სფეროში მოღვაწე ბიზნესის საწყის ეტაპებზე, **გარანტად დადგომა** უცხოური ინვესტიციების ან სესხების მოზიდვის შემთხვევაში და ა.შ. სტაბილური და მიმზიდველი საინვესტიციო გარემო, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს როგორც ადგილობრივ, ასევე უცხოურ კაპიტალდაბანდებებს, საბანკო სექტორსაც გაუჩნდება სურვილი გაზარდოს მომგებიანი პროექტების დაფინანსებისათვის სესხების გაცემა.

### **ინფრასტრუქტურა, ხარისხი და მართვის საინფორმაციო სისტემები**

ეს სამი ასპექტი ერთდროულად უნდა განვიხილოთ, იმდენად მჭიდროდ არის დაკავშირებული ერთმანეთთან ტურიზმის ზოგადი განვითარების თვალსაზრისით. რაც არ უნდა განვავითაროთ ინფრასტრუქტურა რაოდენობრივად, თუკი უხარისხო იქნება, ვერ მივაღწევთ საბოლოო მიზანს (ტურიზმის ინტენსიურ და ექსტენსიურ განვითარებას) და პირიქით, რაც არ უნდა მაღალხარისხიანი იყოს ინფრასტრუქტურის ცალკეული ერთეულები, თუკი რაოდენობრივად არ იქნება საკმარისი, ასევე ვერ მივაღწევთ ოპტიმალურ მაჩვენებლებს. თავის მხრივ, ყოველივე ამის ეფექტიანი მართვა წარმოუდგენელია სრულყოფილი მართვის საინფორმაციო სისტემების გარეშე. დღეს ინფორმაცია არის ნებისმიერი განვითარების მამოძრავებელი ძალა.

ინფრასტრუქტურაზე საუბრისას აუცილებლად უნდა გავიხსენოთ წინა თავებში განხილული განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორები ტურისტის მოგზაურობის ყველა ეტაპზე და შევეცადოთ ამ პრობლემების გადაჭრის სავარაუდო გზები დავსახოთ.

- **მოგზაურობის დაგეგმვა** – ტურისტული ბიზნესის განვითარებისათვის გასაკუთრებით მნიშვნელოვანია მსოფლიო მასშტაბით საქართველოს შესახებ ტურისტული ინფორმაციის ეფექტიანი გავრცელება, რათა პოტენციურ ტურისტებს თავისი დასვენების საწყის ეტაპზევე ჰქონდეთ ჩვენთვის **პოზიტიური გადაწყვეტილების მიღების** საშუალება. ამ მიზნის მიღწევა მხოლოდ სრულყოფილი ინტეგრირებული **მარკეტინგული კომუნიკაციის** საშუალებითაა შესაძლებელი. სწორად გათვლილი და დაგეგმილი მარკეტინგული სტრატეგია მნიშვნელოვანწილად განაპირობებს ტურიზმის ბაზარზე წარმატებას, თუმცა იმისათვის, რომ მოხდეს მარკეტინგის ბაზისური ელემენტების (**ბრენდინგი, სეგმენტაცია, მიზნობრივი ბაზრის შერჩევა და პოზიციონირება**) ეფექტიანი გამოყენება, აუცილებელია წინასწარი, სერიოზული მოსამზადებელი სამუშაოების ჩატარება – ყოვლისმომცველი მარკეტინგული კვლევების საფუძველზე შესაბამისი სტრატეგიის შემუშავება და დანერგვა. ამ საქმეში მაღალკვალიფიციური, პროფესიული პოტენციალის გარდა არ უნდა მოვერიდოთ ზოგ შემთხვევაში **არაპროფესიული, თუმცა კრეატიული და არასტანდარტული მიდგომის** გამოყენებას, ვინაიდან

არსებულ მაღალკონკურენტულ მარკეტინგულ–სარეკლამო ბაზარზე ყოველი ახალი ხედვა შეიძლება ბევრად უფრო მეტი წარმატების მომტანი იყოს, ვიდრე კლასიკური, ტიპური, სახელმძღვანელოებიდან ნასწავლი და დაშტამპული კლიშეები. თუ ამ წინაპირობებს საქართველო სერიოზულად უზრუნველყოფს, მაშინ გაუჩნდება რეალური შანსი არა მარტო დაიბრუნოს დაკარგული მომხმარებლები (განსაკუთრებით პოსტ–საბჭოთა სივრციდან), არამედ ახალ ბაზრებზეც გასწიოს კონკურენცია.

- **მგზავრობა უცხოეთიდან** – როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, საქართველოში ჩამოსვლის ალტერნატივები არც თუ ისე ფართოა – ფაქტიურად არ არსებობს **სარკინიგზო** რეისები, მინიმალურია **საზღვაო** და **ავია** რეისები. შესაბამისად, მომავალში ყველა ამ ალტერნატივის განვითარებას უნდა მიექცეს ყურადღება. რუსეთთან კონფლიქტის შედეგად პირდაპირი სარკინიგზო მიმოსვლა ფაქტიურად ჩიხში მოექცა, თუმცა ყარსი–ახალქალაქის დაგეგმილ ახალ რკინიგზას შეუძლია ამ პრობლემის ნაწილობრივ გამოსწორება. ავიატრანსპორტის თვალსაზრისით საქართველოში რამდენიმე თანამედროვედ აღჭურვილი აეროპორტის არსებობა (თბილისი, ბათუმი, ქუთაისი) ხელს შეუწყობს საკაერო მიმოსვლების გააქტიურებას. ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მომხმარებლებისათვის ავიატრანსპორტით სარგებლობის გაადვილებას და გაიაფებას – რეისების უმეტესობა უფრო მოსახერხებელ დროს უნდა იყოს და არა ძირითადად ღამით, ხოლო ამ ტიპის მგზავრობის **გაიაფებას** ხელს შეუწყობს საქართველოში Southwest ან Easy Jet ტიპის იაფიანი რეისების ფართოდ დანერგვა. ამ კომპანიების დევიზია "ნაკლები ბევრად ნაკლებად", ანუ მგზავრები მინიმალური კომფორტის პირობებში (ასეთ რეისებზე, როგორც წესი, არ უზრუნველყოფენ საკვებით, არ არსებობს პირველი და ბიზნესკლასის ადგილები, ადგილები დანომრილი არ არის), თუმცა მინიმალურ ფასად (ეს ფასი ხშირად სტანდარტულზე მინიმუმ 5–6–ჯერ უფრო იაფია) მგზავრობენ. მსოფლიო კრიზისის და მზარდი ტერორიზმის პირობებში, იმ დროს, როდესაც წამყვანმა ავიაკომპანიებმა უზარმაზარი ზარალი ნახეს, მხოლოდ ამ ტიპის რამდენიმე ავიაკომპანიამ არამარტო შეინარჩუნა, არამედ გაზარდა კიდევ მოგება. მიუხედავად იმისა, რომ ნაკლებ კომფორტს იღებენ, მგზავრებს ხიბლავთ ძალზედ დაბალი ფასი და სტაბილური, დროული მომსახურება, რის გამოც ჩვეულებრივ მგზავრთა რიგებს ხშირად ისინიც ემატებიან, ვინც ადრე მანქანით ან ავტობუსით მგზავრობდნენ. ამგვარი ინტენსიფიკაციის მაგალითად შეიძლება ამერიკული ავიაკომპანია Southwest–ის გამოცდილება მოვიყვანოთ, რომელმაც ლუისვილ–ჩიკაგოს რეისი დააწესა და ცალმხრივი ფრენა კონკურენტების მიერ დაწესებული 250 დოლარის ნაცვლად 49 დოლარად შეაფასა. ამ ორ ქალაქს შორის კვირაში განხორციელებული მთლიანი მიმოსვლა 8000 მგზავრიდან 26000–მდე გაიზარდა. ამ ტიპის ავიარესების ფრენის საშუალო დრო, როგორც წესი, ერთი საათით შემოიფარგლება, თუმცა ეს არ არის დადგენილი ლიმიტი და რაციონალური ვარიანტების შემთხვევაში, სავსებით საკმარისი იქნება უახლოესი სამეზობლოდან ტურისტების მგზავრობისათვის. იაფი რეისები ასევე საკმაოდ მნიშვნელოვანი იქნება **ქვეყნის შიგნით** მგზავრობის თვალსაზრისითაც.

- **მგზავრობა ქვეყნის შიგნით** – ქვეყნის შიგნით მგზავრობის გაუმჯობესებისათვის, რასაკვირველია, პირველ რიგში გასაუმჯობესებელია გზების მდგომარეობა (რაზეც ჩვენი მთავრობა აქტიურად მუშაობს და მისასალმებელია), ისევე როგორც მისი თანმდევი ინფრასტრუქტურა. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს გზებზე **უსაფრთხოებას** (გზის მონიშვნა, საგზაო ნიშნები და საინფორმაციო ბანერები, დამცავი ჯებირები, ქვის ვარდნისგან დამცავი ბადეები, ზვავსაწინააღმდეგო კონსტრუქციები, ავარიული დამუხრუჭების ჩიხები და ა.შ.), რაც გზების გარდა გულისხმობს ტურისტების მომსახურე **ტრანსპორტის ტექნიკურ გამართულობას და მძღოლების პროფესიონალიზმს**. იგივე შეიძლება ითქვას საჰაერო და სარკინიგზო ტრანსპორტზეც. უნდა გაფართოვდეს მცირე ავიაციის გამოყენების არეალი, განსაკუთრებით, ძნელად მისადგომ მთიან რეგიონებში, რაც მნიშვნელოვნად გაზრდის ამ რეგიონების ტურისტული პოტენციალის უტილიზაციას. ასევე ძალზედ მნიშვნელოვანია ყველა ამ სახის ტრანსპორტის გამოყენებისას სარეისო მარშრუტებზე **განრიგის მკაცრი დაცვა**, რომ შეზღუდული დროის პირობებში ტურისტს შეეძლოს მგზავრობის ეფექტური დაგეგმვა და უპრობლემოდ მგზავრობა;
- **განთავსება** – ტურისტების ეფექტიანი განთავსების უზრუნველყოფისათვის, პირველ რიგში, აუცილებელია ქვეყნის მასშტაბით **სრული ინვენტარიზაცია** (გეოგრაფიული არეალის მიხედვით), ანუ იმ პოტენციალის დადგენა თუ ერთდროულად რამდენი ტურისტის მიღება შეგვიძლია და რა პირობებში (მათ შორის სასტუმროები, პანსიონატები, ჰოსტელები, კემპინგები, გესტჰაუსები, კერძო სახლები და ა.შ.). ამ ინფორმაციის საფუძველზე შესაძლებელი იქნება ტურისტების მზარდი ნაკადის პირობებში **ოპტიმალურად დაიგეგმოს**, თუ რამდენი, რა ტიპის განთავსების ადგილი გვჭირდება კონკრეტულ ადგილას ტურისტული მოთხოვნილებების შესაბამისად. ამგვარი გეგმაზომიერი მიდგომის გარეშე შეიძლება არაერთი პრობლემა შეიქმნას და, როგორც შედეგი, ზოგ ტურისტულ წერტილში ადგილების დეფიციტი აღმოჩნდეს და ზოგან კი. პირიქით. დაუტვირთავი (და შესაბამისად წამგებიანი) ადგილების ზედმეტობა. მთლიანობაში ეს ტურიზმის განვითარებაზე და ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე მოახდენს ნეგატიურ ზეგავლენას. როგორც უკვე აღვნიშნეთ ამ პუნქტის პრობლემების განხილვისას, უზარმაზარი მნიშვნელობა აქვს განთავსების ადგილების შესახებ **სრულყოფილი საინფორმაციო ბაზის** არსებობას, რაც ინტერნეტის საშუალებით მოძიებისა და დაჯავშნის საშუალებას მისცემს ტურისტებს და ტუროპერატორებს. ტურისტული მგზავრობის ამ მეტად მნიშვნელოვანი ასპექტის გაადვილება ხელს შეუწყობს ინფორმაციულ ექსპანსიას და ტურისტების მოზიდვას. რაც შეეხება განთავსების ადგილების სტანდარტებს და ხარისხს, ეს დეტალურად შესაბამის პუნქტში არის განხილული;
- **თანხმლები ინფრასტრუქტურა** – თანხმლები ინფრასტრუქტურის განვითარებასაც იგივე მიდგომა სჭირდება, რაც განთავსების ინფრასტრუქტურას, ამიტომ ამ საკითხზე დეტალურად აღარ შევჩერდებით.
- **უსაფრთხოება** – ბოლო წლებში კრიმინალური თვალსაზრისით საქართველოში მდგომარეობა ბევრად გაუმჯობესებულია, თუმცა ტურიზმის გააქტიურებასთან ერთად აუცილებელი იქნება დამატებითი უსაფრთხოების ზომების გატარებაც, მაგ. ტურისტულ ობიექტებზე უცხო პირების შესვლის

გამკაცრება, თუნდაც პლაჟებზე სასტუმროების მიმდებარე ტერიტორიების შემოსაზღვრა, რათა მოხდეს წვრილმანი ქურდობის პრევენცია, რაც დღეს საკმაოდ ხშირია. ყველა ტურისტულად განვითარებულ ქვეყანაში მიღებულია უსაფრთხოების მიზეზით განპირობებული ამგვარი შეზღუდვები, რაც საკმაოდ ეფექტიანად არეგულირებს შესაძლო კრიმინალური სიტუაციების პროფილაქტიკას და ასეთ შეზღუდვებს გაგებით ეკიდება როგორც ჩამოსული, ასევე ადგილობრივი მოსახლეობაც. როგორც უკვე წინა თავებში აღვნიშნეთ, კიდევ ბევრი რამაა გასაუმჯობესებელი ტურისტების ფიზიკური უსაფრთხოების თვალსაზრისით. მაგ. იმ გზებზე, სადაც ხშირია ქვის ცვენა, მოსაწყობია დამცავი ბადეები, ტრასიდან გადავარდის დამცავი ჯებირები, დაცული ტურისტული ბილიკები, სამაშველო სამსახურები და ა.შ. ჯანდაცვის სისტემას უნდა ჰქონდეს სათანადო სწრაფი რეაგირების საშუალებები (დაწყებული სანავიათი და დამთავრებული ფართო პროფილის ხარისხიანი მომსახურებით), ტურისტებთან მომუშავე სატრანსპორტო საშუალებებს უნდა ჰქონდეთ პირველადი დახმარების კიტები, ხოლო მომუშავე პერსონალი უნდა მომზადდეს გადაუდებელი, პირველადი არასამედიცინო დახმარების აღმოჩენაში.

➤ **მომსახურების ხარისხი** – ამერიკის ხარისხის საზოგადოება (American Society for quality) ხარისხს განმარტავს, როგორც პროდუქტისა და მომსახურების მახასიათებელ ნიშანს, რომლის მიზანი მომხმარებლის მოთხოვნილებების უკეთ დაკმაყოფილებაა. Siemens-ი ხარისხს შემდეგნაირად განსაზღვრავს: "ხარისხი არის ის, როდესაც ჩვენი მომხმარებელი უკან ბრუნდება საყიდლებისათვის". მყიდველზე ორიენტირებული ასეთი განსაზღვრებები ხაზს უსვამს იმას, რომ **ხარისხი იწყება მომხმარებლების საჭიროებებით და სრულდება მათი კმაყოფილებით.** წარმატებული სერვის პროვაიდერები ყურადღებას ამახვილებენ როგორც მომხმარებელზე, ასევე თავის მომსახურე პერსონალზე. ისინი აღიქვამენ მომსახურებ-მოგების ჯაჭვს, როგორც სერვისის მიმწოდებელი კომპანიების მოგებების კავშირს მომსახურე პერსონალთან და მომხმარებლის კმაყოფილებასთან. ეს ჯაჭვი 5 ურთიერთდაკავშირებული რგოლისაგან შედგება:

- **შიდა მომსახურების ხარისხი:** მაღალი დონის მომსახურე პერსონალის შერჩევა და მომზადება, ხარისხიანი სამუშაო გარემოს შექმნა, რაც შედეგად იძლევა –
- **კმაყოფილი და ნაყოფიერი მომსახურე პერსონალი:** უფრო კმაყოფილი, ლოიალური და გამრჯე პერსონალი, რისი შედეგიცაა –
- **უფრო დიდი მომსახურების ფასეულობა:** უფრო ეფექტიანი მომსახურების ფასეულობის შექმნა, ხარისხიანი მომსახურების მიწოდება, რასაც მოჰყვება –
- **კმაყოფილი და ლოიალური მომხმარებლები:** კმაყოფილი მომხმარებლები, რომლებიც ლოიალურნი რჩებიან და ამ მომსახურებას მომავალშიც გამოიყენებენ, მის შესახებ სხვა პოტენციურ მომხმარებლებსაც აცნობებენ, რისი შედეგიცაა –
- **მომსახურების მომგებიანობის ზრდა:** რაც უმაღლესი დონის მომსახურების მწარმოებელი კომპანიების მთავარი მიზანია.

როგორც ვხედავთ, **ხარისხის** ერთ-ერთი მთავარი დეტერმინანტი **მაღალკვალიფიციური, მოტივირებული მომსახურე პერსონალია**, რომლის

მომზადება მნიშვნელოვანი პრიორიტეტი უნდა გახდეს ტურიზმის განვითარების სტრატეგიისა. განათლების სფეროში ადეკვატურად უნდა აისახოს ტურიზმის სექტორში პროფესიული კადრების აღზრდის საკითხი, რაც მოითხოვს როგორც უმაღლესი, ასევე პროფესიული განათლების მიმწოდებელი დაწესებულებების რაოდენობრივ და ხარისხობრივ განვითარებას. მომზადებული კადრები უნდა შეესაბამებოდეს საერთაშორისო სტანდარტებს და იყოს კონკურენტუნარიანი, მოტივირებული და წარმატებულ საქმიანობაზე ორიენტირებული. ხარისხიანი კადრების მომზადების სფეროში სახელმწიფოს, კერძო სექტორისა და პროფესიული ასოციაციების მჭიდრო თანამშრომლობას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. მიუხედავად იმისა, რომ მოთხოვნა განსაზღვრავს მიწოდებას, მხოლოდ კერძო სექტორი ვერ უზრუნველყოფს კადრების პრობლემის გადაჭრას და საწყის ეტაპზე სწორედ მაღალკვალიფიციურ კადრებზე ამ მოთხოვნის განმტკიცებას უნდა შეუწყოს ხელი ტურიზმის მარეგულირებელმა გარემომ, ხოლო სახელმწიფომ (მათ შორის ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა) – მიზნობრივი პროგრამების და დაფინანსების საშუალებით საჭირო კადრების კრიტიკული მასის მოკლე ვადებში ფორმირებას.

თავისთავად ცხადია, რომ მომსახურების მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფისათვის საკადრო რესურსებს სათანადო ინფრასტრუქტურაც უნდა უწყობდეს ხელს, რაზეც უკვე ზემოთ ვისაუბრეთ.

- **კომუნიკაციური ბარიერები** – უდავოა, რომ ტურიზმის სფეროში მომსახურე კადრებისათვის აუცილებელია უცხო ენების ცოდნა (თუნდაც თავის პროფესიულ საქმიანობასთან დაკავშირებული მინიმუმის), რაც მათი მომზადების დროს უნდა იქნას გათვალისწინებული. ასევე, ძალზედ სასარგებლო იქნება თუ მოსახლეობის ის ნაწილი, რომელთანაც შეხება ექნებათ ტურისტებს (მაგ. ეთნო, კულტურული, სოფლის ან გურმან ტურების დროს) ასევე დაეუფლება უცხოურ ენებს და ამის ხელშეწყობა დაჩქარებული და იაფი კურსების საშუალებით შეიძლება ადგილობრივი თვითმმართველობების და სკოლის უცხო ენის პედაგოგების ხელშეწყობით.

ინფრასტრუქტურის და მომსახურების ხარისხის განვითარების ყველა ასპექტში, როგორც ვხედავთ, უმნიშვნელოვანესი ადგილი **საინფორმაციო უზრუნველყოფას** ენიჭება, ამიტომაც ეს ალბათ ის საკითხია, რომელიც პირველ რიგში უნდა მოგვარდეს, თუკი გვინდა ტურიზმის ეფექტიანი და ოპტიმალური განვითარება.

ჩვენ სპეციალურად არ შევეხეთ საკონკურსო პირობებში მოყვანილ რამდენიმე პრიორიტეტულ თემას (მაგ. "კურორტების ბაზმაროსა და ურეკის მთელი წლის სეზონურ კურორტად გადაქცევის პერსპექტივა" ან "პოსტსაბჭოთა ქვეყნების ბაზრებზე საქართველოს პოზიციონირების კონკრეტული მეთოდები"), ვინაიდან ამ თემებზე კონკრეტული რეკომენდაციების შემუშავებისათვის აუცილებელია **წინასწარი სერიოზული კვლევების** ჩატარება.

ქვემოთ მოგვყავს ჩვენი ხედვა განვითარების სტრატეგიების და ღონისძიებების დაგეგმვის მატრიცისა რამდენიმე კონკრეტული ღონისძიების მაგალითზე, თუმცა მისი სრული სახით შემუშავება საჭიროებს ინტენსიურ კონსულტაციებს ყველა დაინტერესებულ მხარესთან (ტურიზმის დეპარტამენტი, დარგობრივი სამინისტროები და სხვა სახელმწიფო სტრუქტურები, ტურისტულ ბიზნესში მოღვაწე კერძო სტრუქტურები და ა.შ.) და ერთობლივ მულტისექტორულ თანამშრომლობას.

## დანართები

### სტრატეგიები, ღონისძიებები და პასუხისმგებელი შემსრულებლები

##	ღონისძიებები	პასუხისმგებელი შემსრულებლები	დროის მონაკვეთი
<b>1.</b>	<b>საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო, პოლიტიკა</b>		
1.1	ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელი კანონმდებლობის განვითარება		
1.1.1	”ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” კანონში დამატებებისა და ცვლილებების მომზადება და დამტკიცება		2010-2011
1.1.2	საგადასახადო კოდექსში ტურიზმის ხელშეწყობის მიზნით შეღავათების დაწესება		2011
1.1.3			
1.2	ტურიზმის მარეგულირებელი ჩარჩოს განვითარება		
1.2.1	ტურიზმის დეპარტამენტში რეგულირების სამსახურის ჩამოყალიბება		2010
1.2.2	ტურიზმის მარეგულირებელი ნორმატიული დოკუმენტაციის შემუშავება პროფესიულ ასოციაციებთან ერთად		2010-2011
1.2.3	ტურიზმის სფეროში აკრედიტაცია-ლიცენზირების არასამთავრობო ორგანიზაციის ჩამოყალიბება		2011
1.3	ტურიზმის ეროვნული პოლიტიკის და დანერგვის გეგმის შემუშავება		2010-2011
<b>2.</b>	<b>ფინანსური უზრუნველყოფა</b>		
<b>3.</b>	<b>ინფრასტრუქტურის განვითარება</b>		
<b>4.</b>	<b>ხარისხის უზრუნველყოფა</b>		
<b>5.</b>	<b>საინფორმაციო უზრუნველყოფა</b>		

მონიტორინგი (მიზნების რეალიზაციასთან დაკავშირებული ძირითადი მაჩვენებლები)

##	ინდიკატორები	რეალიზაცია		პროგნოზი	
		2007	2008	2011	2020
1.	საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო, პოლიტიკა				
2.	ფინანსური უზრუნველყოფა				
3.	ინფრასტრუქტურის განვითარება				
3.1	საავტომობილო გზების ინფრასტრუქტურა				
3.1.1	ბეტონის ან ასფალტის საფარიანი გზების წილი (%) გზების საერთო სტრუქტურაში	47%	48%	56%	80%
3.1.2	რეაბილიტირებული ბეტონის ან ასფალტის საფარიანი გზების წილი (%) ამ ტიპის გზების საერთო სტრუქტურაში	21%	23%	44%	100%
3.1.3	კეთილმოწყობილი და უსაფრთხო გზების წილი (%) გზების საერთო სტრუქტურაში	31%	36%	47%	90%
3.4	საჰაერო გადაზიდვების ინფრასტრუქტურა				
3.4.1	მინიმუმ 4 საერთაშორისო აეროპორტის ფუნქციონირება (თბილისი, ბათუმი, ქუთაისი, ფოთი)	1	2	3	4
3.4.2	მცირე ავიაციისათვის მინიმუმ თითო აეროდრომის ფუნქციონირება თითოეულ ძნელადმისადგომ რეგიონში (სვანეთი, რაჭა-ლეჩხუმი, მთა-თუშეთი, ხევსურეთი, გუდაური, ბაკურიანი . . . - სულ 10)	1	2	4	10
4.	ხარისხის უზრუნველყოფა				
5.	საინფორმაციო უზრუნველყოფა				



ფინანსური უზრუნველყოფა

##	ღონისძიებები	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	სულ ათას \$
1.	საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო, პოლიტიკა											
2.	ფინანსური უზრუნველყოფა											
3.	ინფრასტრუქტურის განვითარება											3500
3.7	უსაფრთხოება											
3.7.1.1	სანავიასათვის ვერტმფრენების შეძენა (თითო 500000\$)	500	500		500			500				2000
3.7.1.2	სანავიას შენახვისა და ფუნქციონირების ხარჯები	50	100	100	150	150	150	200	200	200	200	1500
4.	ხარისხის უზრუნველყოფა											
5.	საინფორმაციო უზრუნველყოფა											
	სულ ჯამი	550	600	100	650	150	150	700	200	200	200	3500