



საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგია

ტრანსსასაზღვრო გაერთიანებული სამდივნო სამხრეთ
კავკასიაში

საქართველში დაცული ტერიტორიების ეკო-ტურიზმის პოტენციალის შეფასება და განვითარება

კონტრაქტის ნომერი: 2008.65.550 / 2013.11.001

ვერსია: საბოლოო
26.03.2015

გამოცემა/ვერსია No.:	სამუშაო ვერსია
კონტრაქტის N.:	2008.65.550 / 2013.11.001
თარიღი:	26.03.2015
საკონტაქტო ინფორმაცია:	პაულა რუიზ როდრიგო Österreichische Bundesforste AG Consulting Pummergasse 10-12 3002 Purkersdorf ავსტრია T: +43 2231 600 5570 F: +43 2231 600 5509 paula.ruiz@bundesforste.at www.oebfconsulting.at
ავტორები:	იანეც სირმე/ ლელა ხარტიშვილი
ფინანსური მხარდამჭერი	ტრანსსასაზღვრო გაერთიანებული სამდივნო / KfW

შინაარსი

შინაარსი.....	i
დანართები	iii
სქემების ნუსხა.....	iv
ცხრილების ნუსხა	v
აკრონომები და აბრევიატურა	vi
1 წინასიტყვაობა	1
2 მეთოდოლოგია	4
3 საქართველოში დაცული ტერიტორიები და შერჩეული 7 დაცული ტერიტორიის პროფილი	6
4 საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის საბაზისო მახასიათებლები	10
4.1 ტურისტული ვიზიტები დაცულ ტერიტორიებზე	10
4.1 დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ვიზიტების ინტენსივობა	12
4.2 დაცული ტერიტორიებზე რეკლამირება და მარკეტინგი	14
4.3 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ეკონომიკური განზომილება	15
4.4 უსაფრთხოება საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე	17
5 შერჩეული დტ-ის SWOT შეფასება	18
6 ტურიზმის დაინტერესებული პირები დაცულ ტერიტორიებზე	19
7 დტ-ზე ტურიზმის პროდუქტი და პოტენციალი	21
8 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ტენდენციები და სახელმძღვანელო პრინციპები	23
8.1 ტურიზმის ძირითადი ტენდენციები	23
8.2 ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე	24
8.3 დტ-ზე ტურიზმის სახელმძღვანელო პრინციპები	30
9 დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის განვითარების ბაზრის პოტენციალი	32
9.1 ბაზრის სეგმენტაცია	32
9.2 საქართველოს დტ-ზე ვიზიტების ბაზრის პოტენციალი	35
10 საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სცენარი და ხედვა	39
10.1 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სცენარი	39
10.2 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების ხედვა, მისია და ამოცანები	40
11 საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე სტრატეგიული ტურისტული პროდუქტის განვითარება	43
11.1 სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის (სბე) პრინციპების და ტურისტული პროდუქტის განვითარება, ...	43
11.2 ტურისტული პროდუქტის განვითარება და სპეციალიზაცია დტ-ზე	44
11.3 ტურისტული პროდუქტის სტრუქტურა საქართველოს დტ-ზე 2013 და 2020 წლებში	51
12 ტურიზმის სტრატეგიის დანერგვის მოდელი	53
დეველოპერული და საინვესტიციო პროექტები	53
12.1 HR – ადამიანური რესურსები, განათლება და ტრენინგები	56
12.2 ხელშეწყობა და მარკეტინგი	57
12.2.1 საინფორმაციო და სარეკლამო მასალა და მომხმარებელთან ურთიერთობა	58
12.2.2 ხელშეწყობა, მარკეტინგი და გაყიდვები	59

12.2.3	დაცული ტერიტორიების ბრენდის განვითარებასაქართველოში	62
12.3	ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა	64
12.3.1	დაცული ტერიტორიების მართვის ორგანიზება და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობა	64
12.3.2	ხარისხის სტანდარტები და სერტიფიცირება	68
12.3.3	შემოსავლების პოლიტიკა და კონცესია	69
12.3.4	მდგრადი ტურიზმის პოლიტიკა	73
12.3.5	უსაფრთხოება და დაცვა	77
13	შერჩეულ დაცულ ტერიტორიებზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარების მოსაზრებები	78
	ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი - ველური ბუნება და ეკოსისტემების თავგადასავლები	78
13.1	ჯავახეთის დაცული ტერიტორია - ცა და მიწა ერთად: ჩიტები, ტბები და მიწა	80
13.2	ლაგოდეხის დაცული ტერიტორია - უსასრულო ბუნებაში ჰაიკინგი	83
13.3	მტირალას დაცული ტერიტორია – სათავგადასავლო პარკი	85
13.4	თბილისის დაცული ტერიტორია - ქალაქ თბილისის სიმწვანე და დასასვენებელი პარკი	87
13.5	თუშეთის დაცული ტერიტორია - კარგად შემონახული სილამაზე და ბუნების საიდუმლო	90
14	სტრატეგიული ტურიზმის განვითარების გავლენის შეფასება	94
14.1	ეკონომიკური და სოციალური გავლენა	94
14.2	გამოწვევები და შეზღუდვები	94
15	დასკვნები და რეკომენდაციები	96
16	საბაზისო ლიტერატურა და საინფორმაციო წყაროები	Error! Bookmark not defined.
17	დანართები	101

დანართები

დანართები 1 GNTA მონაწილეობა საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებზე 2014 წელს.....	101
დანართები 2 საქართველოს დტ-ის დეტალური SWOT ანალიზი, 2014 წ.	102
დანართები 3 DMO – ადგილის მართვის ორგანიზაციული მოდელი	107
დანართები 4 რამოდენიმე ტურისტული პროდუქტის ილუსტრაცია რაც დაკავშირებულია ძირითად სზე დაცულ ტერიტორიებზე	110
დანართი 5 შერჩეული საერთაშორისო მარკეტინგული პარტნიორები და არხები/ შერჩეული ტურისტული ბაზრობები, შეხვედრები და გამოფენები - ფოკუსირებული ბუნებასა და თავგადასავალზე	121
დანართები 6 ხარისხის სტანდარტის რამოდენიმე მაგალითი, სერთიფიცირება და დტ-ის მეგობართა ასოციაციები	131

სქემების ნუსხა

სქემა 1:	არსებული და გეგმარებითი დაცული ტერიტორიების რუკა 2014 წლის ბოლოსთვის	6
სქემა 2:	შერეული დაცული ტერიტორიების პოზიციონირება/წარდგენა	7
სქემა 3:	დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტების ძირითადი მოტივაცია და აქტივობები მარტი-ოქტომბერი 2013 (%)	11
სქემა 4:	ყველაზე თვალსაჩინო და მნიშვნელოვანი SWOT-ელემენტები საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე	18
სქემა 5:	საქართველოს დტ-ზე ტურიზმთან დაკავშირებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეების გამოვლენა.....	20
სქემა 6:	ეკო-ტურისტების აქტივობები ეკოტურებისას.....	21
სქემა 7:	საქართველოს დ.ტ-ზე არსებული ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების გამოვლენა (2014 წ-ის შუა პერიოდი)	22
სქემა 8:	ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე	26
სქემა 9:	ეკოტურიზმის სამი სვეტი.....	30
სქემა 10:	ტურისტული ბაზრის ძირითადი სეგმენტაცია	32
სქემა 11:	ეკოტურისტული მოგზაურობის ძირითადი მოტივები	33
სქემა 12:	ბუნებაზე ორიენტირებული ტურისტების ტიპებისა და მათი ძირითადი მახასიათებლების მატრიცა.....	34
სქემა 13:	საერთაშორისო ჩამოსვლების გეოგრაფია და ტურისტთა ძირითადი კატეგორიები და საქართველოში მათი სამოგზაურო ადგილის ტიპები (2013).....	36
სქემა 14:	არსებული და პოტენციური ბაზრის სეგმენტები საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე.....	38
სქემა 15:	დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის განვითარების შესაძლო სცენარი	40
სქემა 16:	დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების ათი სპეციფიკური მიზანი.41	
სქემა 17:	სბე – სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულები და მოსალოდნელი გამოცდილება საქართველოს დტ-ზე	44
სქემა 18:	სბე - ბუნება.....	46
სქემა 19:	სბე - სპორტი და თავგადასავალი.....	47
სქემა 20:	სბეკულტურა და განათლება.....	48
სქემა 21:	სბე სიამოვნება.....	49
სქემა 22:	სბე ბიზნესი – MICE.....	49
სქემა 23:	სბე ჯანმრთელობა	50
სქემა 24:	სბე გართობა და მხიარულება.....	51
სქემა 25:	ვიზიტორთა სტრუქტურა მათი გამოცდილების მიხედვით რასაც ელიან საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე 2014-2020 წელს	52
სქემა 26:	ბრენდის განვითარების ძირითადი ფაზები	63
სქემა 27:	ბრენდის მართვის მთავარი ელემენტები	63
სქემა 28:	დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ძირითადი პრინციპები.....	67
სქემა 29:	ვიზიტების ინტენსივობის სხვადასხვა კრიტერიუმის შედარება საქართველოს შერჩეულ და ევროპის ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიებზე.....	74
სქემა 30:	ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის შემოკლებული SWOT ახალიზი.....	79

სქემა 31: ჯავახეთისდტ-ისშემოკლებული SWOTახალიზი	82
სქემა 32: ლაგოდეხისდტ-ისშემოკლებული SWOTახალიზი	84
სქემა 33: მტირალასდტ-ისშემოკლებული SWOTახალიზი	86
სქემა 34: თბილისისდტ-ისშემოკლებული SWOTახალიზი	89
სქემა 35: თბილისისდტ-ისშემოკლებული SWOTახალიზი	92

ცხრილების ნუსხა

ცხრილი 1: შერჩეულიდაცული ტერიტორიების საბაზისო ინფორმაცია (2013 წლის ბოლომონაცემები).....	8
ცხრილი 2: შერჩეულ დტ-ზე დასაქმებულთა რიცხვი და სტრუქტურა (2013 წლის ბოლო მონაცემები)	8
ცხრილი 3: საქართველოს დტ-ზე ვიზიტორთა რიცხვი 2007 – ოქტომბერი 2014.....	10
ცხრილი 4: საქართველოს დტ-ზე უცხოელი ვიზიტორები ქვეყნების მიხედვით 2013.....	11
ცხრილი 5: დაცულ ტერიტორიებზე მოგზაურობის დროს, ვიზიტორების მიერ მიღებული დადებითი და უარყოფითი გამოცდილება	12
ცხრილი 6: საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების ინტენსივობა 2013 წელს.....	13
ცხრილი 7: 2013 წელს შერჩეული დაცული ტერიტორიებზე ვიზიტების შედარებითი მონაცემები სხვა ქვეყნების ვიზიტების მონაცემებთან	13
ცხრილი 9: შერჩეული დ.ტ-ზე პოტენციურ ვიზიტორთა მოთხოვნის შეფასება.....	37
ცხრილი 10: ვიზიტორთა სტრუქტურა მათი გამოცდილების მიხედვით რასაც ელიან საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე 2014-2020 წელს	51

აკრონომები და აბრევიატურა

ABTA	Association of British Travel Agents /ბრიტანეთის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია
APA /დტს	Agency for Protected Areas/დაცული ტერიტორიების სააგენტო
ATOL	Air Travel Organizers' Licencing in UK /საჰაერო მოგზაურობის ორგანიზატორების ლიცენზირება ბრიტანეთში
BKNP	Borjomi Kharagauli National Park /ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი
BTA	Batumi Tourism Agency / ბათუმის ტურიზმის სააგენტო
CBD	Convention on Biodiversity /ბიომრავალფეროვნების კონვენცია
CBT	Community Based Tourism / სათემო ტურიზმის
CNF	Caucasus Nature Fund /კავკასიის ბუნების ფონდი
DMC	Destinantion Management Company / ადგილის მართვის კომპანია
DMO	Destination Management Organization /ადგილის მართვის ორგანიზაცია
ETDC	Ecological Tourism Development Centre ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ცენტრი
FAM	Familiariazation trips (for TO/TA and/or journalists) /გასაცნობი ტურები (ტუროპერატორების/სააგენტოების და/ან ჟურნალისტებისთვის)
GCAA	Georgia Civil Aviation Agency /საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო
GFA	GFA Consulting Group GmbH
GITOA	Georgia Incomming Tour Operators Association/საქართველოს შემომყვან ტუროპერატორთა ასოციაცია
GNTA	Georgia National Tourism Administration /საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
GTA	Georgia Tourism Association /საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია
HR	Human resource /ადამიანური რესურსი
IUCN	International Union for Conservation of Nature /ბუნების კონსერვაციის საერთაშორისო კავშირი
KfW	Kreditanstalt fuer Wiederaufbau
MICE	Meetings, Incentives, Congresses, Events /შეკრებები, წამახალისებელი შეხვედრები, კონგრესი, ღონისძიებები
MoE	Ministry of Environment Protection and Natural Resources /გარემოს დაცვის და ბუნებრივი რესურსების სამინისტრო
NACRES	Centre for Biodiversity Conservation and Research /ბიომრავალფეროვნების კონსერვაციისა და კვლევის ცენტრი
NACHPG	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia /კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის საქართველოს ეროვნული სააგენტო
NGO	Non - Governmental Organization /არასამთავრობო ორგანიზაცია
NP	National Park /ეროვნული პარკი
ONS	Office for National Statistics of UK / ბრიტანეთის ეროვნული სტატისტიკის ოფისი
PA	Protected Area /დაცული ტერიტორია
PSA	Passenger Shipping Association /მგზავრთა გადაყვანის ასოციაცია
SBU	Strategic Business Unit /სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული

SSPA	Support Programme for Protected Areas in the Caucasus დაცული ტერიტორიების მხარდამჭერი პროგრამა
TA	Tourist agency / ტურისტული სააგენტო
TIC	Tourist Information Center / ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი
TJS	Transboundary Joint Secretariat for the Southern Caucasus / ტრანსსასაზღვრო გაერთიანებული სამდივნო სამხრეთ კავკასიაში
TO	Tour operator / ტურ ოპერატორი
UNDP	United nations Development Programme / გაეროს განვითარების პროგრამა
UNEP	United Nations Environment Programme / გაეროს გარემოს დაცვის პროგრამა
USAID	United States Agency for International Development / აშშ-ს საერთ. განვითარების ორგანიზაცია
UNWTO	United Nations World Tourism Organization / გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია
WB	World Bank / მსოფლიო ბანკი
WWF	World Wildlife Fund / მსოფლიო ბუნების დაცვის ფონდი

1 წინასიტყვაობა

პროექტის, სახელწოდებით „საქართველოს დაცული ტერიტორიების ეკო-ტურიზმის პოტენციალის შეფასება და განვითარება“ ერთ-ერთ უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს საქართველოს დაცული ტერიტორიებისათვის ბაზარზე ორიენტირებული ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის შემუშავება. სტრატეგიის ძირითადი მიზანია დაცულ ტერიტორიებზე არსებული ტურისტული სერვისების გაუმჯობესება და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გაზრდა. ამავდროულად, საქართველოს ზოგადი ტურიზმის სექტორის შემდგომი განვითარების მხარდაჭერა. სტრატეგია ასევე ხელს შეუწყობს ფინანსური მდგრადობის, საპასუხისმგებლო ტურიზმის პრინციპების დამკვიდრებას საქართველოს ტურიზმის სექტორში და ქვეყნის, როგორც ტურისტული-სამოგზაურო ადგილის მიმზიდველი იმიჯის შექმნას.

საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარების სტრატეგია მომზადდა დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა მზარდი რაოდენობის გამოწვევისასაპასუხოდ, ვიზიტების პოზიტიური და ნეგატიური ეფექტების შესაფასებლად, ასევე ადგილობრივი მოსახლეობის მოლოდინის გაუმჯობესებისათვის, რათა მათ შეძლონ ტურიზმის განვითარებიდან შესაბამის სარგებლის მიღება, აგრეთვე სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციებისათვის ფინანსური მდგრადობის მზარდი საჭიროებების გამოწვევის საპასუხოდ, ტურიზმთან დაკავშირებული უფრო მეტი კომერციულ საქმიანობის გათვალისწინებით. ტურიზმის განვითარების სტრატეგია წარმოადგენს ერთგვარ სახელმძღვანელოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის აქტივობების სისტემური, კონტროლირებადი და სინერგიული განვითარებისათვის, გრძელვადიანი ხედვებისა და ძირითადი მიზნების გათვალისწინებით და იმ შეზღუდვების დაცვით, რომლებიც დაწესებულია ბუნების დაცვასთან დაკავშირებით დაცულ ტერიტორიებზე კომერციულ აქტივობებთან მიმართებაში. საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე სტრატეგიულად მართულმა ტურიზმის განვითარებამ უნდა მოუტანოს სარგებელი ტერიტორიულ ადმინისტრაციებს, მიმდებარე თემებსა და მოსახლეობას და ხელი შეუწყოს როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო ტურისტების ბუნებისა და ბუნებრივი მემკვიდრეობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებას.

შეთავაზებული სტრატეგია უზრუნველყოფს დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ტურიზმის განვითარების სახელმძღვანელო დოკუმენტით, რომელიც სრულ თანხმობაშია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მერ შემუშავებულ ხედვასთან, მისიასა და ძირითად აქტივობებთან, რომლებიც თავის მხრივ ასახიერებენ ქვეყნის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიულ ორიენტაციას. ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მისიას, ვებგვერდის თანახმად, წარმოადგენს ქვეყნის, როგორც მსოფლიოს უნიკალური, ჯერ კიდევ აღმოუჩენელი სამოგზაურო მიმართულების წარმოჩენა, ასევე გამიზნულია ალუმრას პოტენციურ ვიზიტორს ქვეყნის მონახულების სურვილი და შთააგონოს კვლავ დაბრუნება საქართველოში. მის მისიას წარმოადგენს მდგრადი ტურიზმის განვითარება ქვეყნის, როგორც უნიკალური სამოგზაურო მიმართულების პოზიციონირებით საერთაშორისო ტურისტულ რუკაზე, ვიზიტორთა გამოცდილების გაუმჯობესება და მათი დანახარჯების გაზრდა, რაც მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს ეროვნული ეკონომიკის აღმავლობის სფეროში, სტრატეგიულ პარტნიორებთან ეფექტური თანამშრომლობის გათვალისწინებით.

ამყამად, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, მსოფლიო ბანკის აქტიური მხარდაჭერით, ქვეყნის ტურიზმის სტრატეგიის შექმნაზე მუშაობს. დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული აქტივობების სტრატეგიული შეთავაზებები გაერთიანებული უნდა იყოს აღნიშნულ სტრატეგიაში პროდუქტის განვითარების, მარკეტინგის, ორგანიზაციული თანამშრომლობისა და რეგულაციების კუთხით. ამ დოკუმენტის შემუშავების დროს, პროექტის ექსპერტებმა ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის თანამშრომლებთან და მსოფლიო ბანკის ექსპერტებთან ერთად განიხილეს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სამომავლო განვითარება, სტრატეგიული განვითარების შეთავაზებები და დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას შორის შესაძლო თანამშრომლობის საკითხები. გარდა ამისა, ტურიზმის ადმინისტრაციისა და მსოფლიო ბანკის წარმომადგენლები ასევე დაესწრნენ პროექტის სამუშაო შეხვედრას. შესაბამისად, დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგია უნდა იძლეოდეს ტურიზმის ადმინისტრაციასთან უკეთესი თანამშრომლობის საშუალებას, დაცული ტერიტორიების ჯერ კიდევ აღმოუჩენელი, უნიკალური ბუნების სამოგზაურო მიმართულებად ჩამოსაყალიბებლად; წვლილი შეჰქონდეს ეროვნულ ეკონომიკაში სამუშაო ადგილების შექმნითა და შემოსავლებით, ასევე ხელს შეუწყობდეს ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის გაუმჯობესებისა და მდგრადი ტურიზმის განვითარების გაძლიერებას.

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების პოტენციალის შეფასება, ტურიზმის რესურსებისა და შესაძლებლობების მობილიზება შემდგომი განვითარებისათვის, უკვე აისხა მნიშვნელოვანი მიღწეული შედეგებითა და იმ გამოწვევების სახით, რომლებიც დაძლეული უნდა იყოს ხარვეზებისა და დაბრკოლებების თავიდან ასაცილებლად.

დაცულ ტერიტორიებზე არსებობს სააგენტოს მიერ განხორციელებული რამდენიმე ძალიან მნიშვნელოვანი და თვალსაჩინო მიღწევა:

- > დაცული ტერიტორიების სისტემის სწრაფი და ეფექტური განვითარება, რაც წარმოადგენს საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი უფრო მეტი დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის ჩამოყალიბების საწინდარს;
- > სააგენტოსა და ტერიტორიულ ადმინისტრაციებს გააჩნიათ ძლიერი ბუნების დაცვით, მენეჯმენტისა და ამ ტერიტორიების პოპულარიზაციის პასუხისმგებლობა;
- > ტურისტული ობიექტებისა და მომსახურების ინვესტიციების გაზრდილი ტენდენცია. შედეგად, დაცული ტერიტორიები აუმჯობესებენ თავიანთ იმიჯს და ზრდიან ვიზიტორთა რიცხვს საბაზისო სერვისების შეთავაზების პირობებში;
- > დაცული ტერიტორიების ვიზიტორების რაოდენობის და შემოსავლების საგრძნობი ზრდა, რაც წარმოადგენს სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ფინანსური მდგრადობის წინაპირობას;
- > დაცულ ტერიტორიები ახდენენ მნიშვნელოვან ეკონომიკურ და სოციალურ ეფექტს ადგილობრივი თემების განვითარების კუთხით - ვითარდება ადგილობრივი საწარმოები, მატულობს მომწოდებელთა რიცხვი და შემოსავლები. შედეგად, უმჯობესდება ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების სტანდარტი.
- > დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რიცხვი დასაშვებს ზღვრებს არ სცდება და გამტარუნარიანობის ლიმიტი დაცულია. კონტროლს ექვემდებარება დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტებით გამოწვეული ნეგატიური ეფექტები.

სააგენტო და ტერიტორიული ადმინისტრაციები გარკვეული გამოწვევების წინაშე დგანან, რომლებიც შესაძლებელია არსებითი შედეგების მომტანი აღმოჩნდნენ მოკლევადიან პერიოდში, ხოლო სტრატეგია წარმოადგენს გრძელვადიან სახელმძღვანელოს საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების საკითხებში. ეს გამოწვევებია:

- > ადმინისტრაციული და ვიზიტორთა შენობების არასრულად და არაეფექტურად გამოყენება;
- > ტერიტორიულ ადმინისტრაციებში ადამიანური რესურსების ნაკლებობა ტურიზმის მენეჯმენტისა და მარკეტინგის სფეროში. ადმინისტრაციებში ტურიზმის თანამშრომლების ინტერესის, ცოდნის და გამოცდილების დაბალი დონე;
- > დაცული ტერიტორიების ტურისტული ინფრასტრუქტურის კერძო სექტორისთვის ბუნდოვანი და არაეფექტური კონცესიით გადაცემისა და ფრანჩაიზის სისტემა;
- > ტერიტორიული ადმინისტრაციების სუსტი თანამშრომლობა ტურიზმის სექტორის დაინტერესებულ მხარეებთან. ტურისტული მიმართულების მენეჯმენტისა და თანამშრომლობის გამოცდილების ნაკლებობა;
- > არასაკმარისი კოორდინაცია პოპულარიზაციისა და მარკეტინგის სფეროში ტურიზმის ეროვნულ სააგენტოსთან;
- > დაცულ ტერიტორიებზე მიღწევადობა: საგზაო ნიშნულები მთავარ გზაზე, დაცულ ტერიტორიებამდე მისასვლელი გაუმართავი გზები, ორგანიზებული ტრანსპორტის არარსებობა, პარკინგის პრობლემები; დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ბილიკები სუსტი ქსელი და გაუმართავი ნიშნულები; ბუნების საინტერპრეტაციო დაფებს სიმცირე; არარსებული ან დაბალი ხარისხის ვიზიტორთა სერვისი: ღამისთევა, კვება, გიდების სერვისი;
- > ნარჩენების მართვის პრობლემები;
- > დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების ხარისხობრივი და რაოდენობრივი გაზომვის სტანდარტიზებული სტატისტიკური სისტემის არარსებობა; საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რაოდენობა მნიშვნელოვნად არ შეესაბამება რეალურ მაჩვენებელს. ვიზიტორთა სანდო კითხვარის არარსებობა;
- > დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების არამკაფიო სტრატეგია და რეგულაციები, ორგანიზაციული მხარდაჭერის არარსებობა.

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ბაზრის პოტენციალის განვითარების შესაძლებლობა საკმაოდ დიდია. ადგილობრივ ბაზარს განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს: ოჯახები, ბუნების და კულტურის შეცნობის და თავგადასავლების მაძიებელი ახალგაზრდები, საგანმანათლებლო მიზნებით¹ მოსული სკოლის მოსწავლეები, დიდ ქალაქებში მცხოვრები მოსახლეობა, ქართული დიასპორა; ასევე მნიშვნელოვანია მხარდი **საერთაშორისო ბაზარი**: ძლიერი და მსუბუქი ეკო-ტურისტები, ძლიერი და მსუბუქი სათავგადასავლო ტურისტები, ზღვისპირეთის დამსვენებლები / საკრუიზო ტურისტები; საერთაშორისო ბიზნეს ვიზიტორები და საქართველოში საერთაშორისო მისიების წარმომადგენლები; **ნიშური ბაზარი (ადგილობრივ და საერთაშორისო):** მეცნიერები, მკვლევრები, მასწავლებლები, სპელეოლოგები, სპორტული ღონისძიებებისა და შეჯიბრებების მონაწილეები, ფრინველებზე დამკვირვებლები და სხვა.

¹ეს ადგილობრივი ბაზრის ვიზიტორებს სთავაზობს კარგ შესაძლებლობებს ეკო-განათლების და გარემოს დაცვის შესახებ ცნობიერების გაზრდაში. ეს არის დტს და დაცული ტერიტორიების მნიშვნელოვანი ამოვანა.

ტრადიციული საერთაშორისო ბაზარი გეოგრაფიული თვალსაზრისით წარმოადგენს **სამომავლო გაფართოებისკარგ პოტენციალს და უნდა** ვითარდებოდეს სარეკლამო კამპანიებითა და პროდუქტებით შემდეგ მიზნობრივ ბაზრებზე: რუსეთი, თურქეთი, აზერბაიჯანი, სომხეთი, ისრაელი, **ევროპული ბაზარი**: განსაკუთრებით ბუნებაზე და კულტურაზე ორიენტირებული ქვეყნები, როგორებიცაა ბენელუქსი, ბალტიისპირეთი, გერმანია, ავსტრია, ჩეხეთის რესპუბლიკა, სლოვაკეთი და პოლონეთი, ასევე ტრანსკონტინენტური ბაზრები - აშშ და ავსტრალია.

სტრატეგია ფოკუსირებულია 2020 წლის დიაპაზონზე. ის აგებულია ქვეთავების მიხედვით და ანალიზს უკეთებს არსებულ სიტუაციას, ორგანიზაციულ მხარეს და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობას და აფასებს განვითარების პოტენციალს. სტრატეგიაში გათვალისწინებულია ბაზრის არსებული სიტუაცია და მოთხოვნის სეგმენტები. აღნიშნულ დოკუმენტში ასახულია ბენეფიციართა ხედვა, მისია და ძირითადი მიზნები და შემუშავებულია მარკეტინგის კონცეფციაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტის განვითარების სტრატეგია. მომდევნო თავში აღწერილია სტრატეგიის განხორციელების მოდელი ძირითადი პროექტებისა და ინვესტიციების ჩათვლით, ადამიანური რესურსების საჭიროებების, მარკეტინგის და მდგრადი განხორციელების რეგულაციების გათვალისწინებით. დოკუმენტი სრულდება სტრატეგიის ეკონომიკური და სოციალური ეფექტების, სტრატეგიის განხორციელების შეზღუდვებისა და გამოწვევების შეფასებით. სტრატეგიის დოკუმენტს აქვს რამდენიმე დანართი, რომლებშიც აღწერილია დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების საუკეთესო პრაქტიკისა და გამოცდილების მაგალითები სხვადასხვა ტურისტულად განვითარებული ქვეყნებიდან.

„საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგია“, ისევე როგორც ყველა სხვა დოკუმენტი, დაფუძნებულია შეფასებებსა და გარე და შიდა ფაქტორებზე, ასევე განხორციელების პროცესში წარმოქმნილ სხვადასხვა დიაპაზონის ეფექტებზე. ამგვარად, სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი იძლევა მითითებებს თუ როგორ (როდის და სად) შეიძლება იყოს მისადაგებული ეს სტრატეგია ან განხორციელების რეგულაციები, რათა დაცული იყოს გრძელვადიანი ხედვის შესაბამისი მიმართულება.

2 მეთოდოლოგია

პროექტის „საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის“ დოკუმენტის შემუშავება რამოდენიმე ფაზად განხორციელდა. პროექტის მოკლევადიან საწყის ეტაპზე ჯგუფის წევრებს მიეცათ საშუალება დაენახათ დ.ტ-ზე ტურიზმის განვითარების ძირითადი პრობლემები, ბენეფიციართა და დამკვეთის (პროექტის) მოლოდინი. ექსპერტთა ჯგუფი შეხვდა მნიშვნელოვან დაინტერესებულ მხარეებს ვინც წარმოადგენს საქართველოში დაცული ტერიტორიების განვითარებისთვის არსებულ ფართო და ძლიერ კოალიციას. ამ ეტაპზე ექსპერტებმა მოაგროვეს საბაზისო დოკუმენტაცია, მონაცემები და საჭირო მასალა, განიხილეს პროექტის გეგმა და მოამზადეს პროექტის განსახორციელებლად სამუშაო სამოქმედო გეგმა რომელიც შესაბამისობაშია პროექტის მიზნებთან და საბოლოო მოსალოდნელ შედეგებთან. პროექტის საწყის ეტაპზე მომზადდა ექსპერტთა სავსელე გასვლის დეტალური გეგმა სამუშაო ჯგუფის მიერ ადგილზე სიტუაციის შესწავლისა და პოტენციალის შეფასების მიზნით.

პროექტის პირველმა ფაზამ განსაზღვრა და შეაფასა შერჩეულ დაცულ ტერიტორიებზე ეკო-ტურიზმის პოტენციალი, გაანალიზა ბუნებრივი და სხვა შესაძლებლობები და არსებული ტურისტული პროდუქტი. დამატებით, გაკეთდა SWOT ანალიზი, სამუშაო ჯგუფმა განიხილა დაინტერესებულ მხარეთა თანამშრომლობის მოდელი დტ-ების, ტურისტული სერვისის მიმწოდებლებისა და ადგილობრივ თემს შორის თანამშრომლობის დამყარების მიზნით. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცა ტურისტულ მოთხოვნასა და ბაზარზე არსებულ სიტუაციას.

საქართველოს დაცული ტერიტორიების სიტუაციის შესაფასებლად 7 პრიტორიტეტული დაცული ტერიტორია შეირჩა დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ:

- o მტირალას დტ;
- o იმერეთის მღვიმეების დტ (პრომეთეს მღვიმის ბუნებრივი ძეგლი, სათაფლიას სათაფლიას ნაკრძალი და სათაფლიას ალკვეთილი, ოკაცეს კანიონის ბუნებრივი ძეგლი);
- o ბორჯომ-ხარაგაულის დტ;
- o ჯავახეთის დტ;
- o თბილისის დტ;
- o თუშეთის დტ;
- o ლავოდების დტ.

ექსპერტთა ჯგუფის სავსელე გასვლები შერჩეულ 7 დაცულ ტერიტორიაზე ჩატარდა დტ-ის, TJS-ის და დტ-ის ადმინისტრაციებთან შეთანხმებით და წინასწარ შედგენილი პროგრამით. სავსელე გასვლა განხორციელდა 2014 წლის 5-დან 27 აგვისტოს ჩათვლით. პროექტის გუნდი შეხვდა დტ-ის ტერიტორიული ადმინისტრაციების დირექტორებს, რეინჯერებს, ინსტრუქტორებს, ვიზიტორთა ცენტრების თანამშრომლებს, მუნიციპალიტეტებისა და ტურისტული ორგანიზაციების წარმომადგენლებს, ტურისტული სერვისის მიმწოდებლებს, როგორც საოჯახო სასტუმროებისა და რესტორნების მფლობელებს, სუვენირების მწარმოებლებს, ასევე ტურ-ოპერატორებს და ტურისტულ სააგენტოებს, მძღოლებს, ტურისტულ გიდებსა და სხვა. სავსელე გასვლების დროს, ექსპერტთა მიერ ჩატარებული დაკვირვებები და ვიზიტის განმავლობაში მიღებული დასკვნები შეჯერებულ იქნა დაცული ტერიტორიების შესახებ არსებულ ყველა დოკუმენტთან, ასევე ყველა ხელმისაწვდომ ლიტერატურულ მასალებთან, რომელთა მოპოვებაც მოხერხდა სხვადასხვა წყაროების გამოყენებით.

დისკუსიები გაიმართა ინდივიდუალურად დტ-ის ადმინისტრაციების დირექტორებთან და მუნიციპალიტეტის ხელმძღვანელობასთან, ორგანიზებული სამუშაო შეხვედრებით სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. პროექტის ექსპერტებმა სავსელე გასვლები გამოიყენა ადგილობრივ თემთან, ტურისტულ გიდებთან და ვიზიტორებთან ხანმოკლე ინტერვიუებისთვის. სავსელე გასვლების ძალიან მოკლე დროის მიუხედავად, ექსპერტებმა შეძლეს დტ-ის რამოდენიმე მიმზიდველი ტურისტული ადგილის მონახულება. სულ შეხვედრები მოეწყო 70 ადამიანთან, მათ შორის შერჩეული 7 დაცული ტერიტორიების, მუნიციპალიტეტების, ტურისტულ სააგენტოების, საინფორმაციო ცენტრებისა და სხვა დაინტერესებული მხარეების წარმომადგენლებთან.

სავსელე გასვლების დროს, ექსპერტთა მიერ ჩატარებული დაკვირვებები და ვიზიტის განმავლობაში მიღებული დასკვნები შეჯერდა დაცული ტერიტორიებთან მიმართებაში არსებულ ყველა დოკუმენტთან, ასევე ყველა ხელმისაწვდომ ლიტერატურულ მასალებთან, რომელთა მოპოვებაც მოხერხდა სხვადასხვა საინფორმაციო წყაროების გამოყენებით. პროექტის გუნდმა გამოიყენა სტანდარტული მეთოდი შეფასების ფაზაში როგორც არის ინდივიდუალური დისკუსია/ინტერვიუები, სამუშაო შეხვედრები, კვლევები და გუნდური მუშაობა სტანდარტული კითხვარებითა და ფორმებით, რამაც ჯგუფს მოკვლეული მასალის შედეგების შეჯერებისა და შეფასების, ასევე შემდგომში დასკვნების, წინადადებებისა და რეკომენდაციების მომზადების საშუალება მისცა.

2014 წლის 18 სექტემბრის სამუშაო შეხვედრაზე წარმოდგენილი და განხილული იყო პროექტის პირველი ეტაპის აქტივობის შეფასება, შედეგები და წინასწარი დასკვნები. შეხვედრას ესწრებოდა 26 მონაწილე. მათ შორის: დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ხელმძღვანელი და მოადგილე, მრჩეველები, დ.ტ-ის მენეჯერები და წარმომადგენლები, ტურიზმის სპეციალისტები მუნიციპალიტეტებიდან და საერთაშორისო ორგანიზაციებიდან.

შეხვედრის მონაწილეებმა იმსჯელეს, SWOT -ის გაუმჯობესების მიზნით დააფიქსირეს საკუთარი მოსაზრებები და შეხედულებები, უკეთ გამოკვეთეს დტ-ზე ტურიზმის და ტურისტული პროდუქტის განვითარების ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები.

დაინტერესებულ მხარეთა ჯგუფებმა გამოკვეთა ახალი დაინტერესებული მხარეები რაც დაემატა პროექტის სამუშაო ჯგუფის ნუსხას, ასევე მოსაზრება - როგორ გამდიერდეს დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებისა და დაინტერესებულ მხარეთა თანამშრომლობა. დისკუსიამ პროდუქტის გაუმჯობესების თაობაზე გამოკვეთა დტ-ზე როგორ გაუმჯობესდეს არსებული ტურისტული პროდუქტი და სად და როგორ განვითაროთ ახალი ტურისტული პროდუქტი.

შეფასების ანალიზის და პირველი სამუშაო შეხვედრის შედეგების საფუძველზე, პროექტის ჯგუფმა შეიმუშავა ტურიზმის სტრატეგიის სტრუქტურა და სამომავლოდ საქართველოს დტ-ზე ტურიზმის განვითარების წინადადება. ამ ეტაპზე შეგროვდა დამატებითი ინფორმაცია, გაიმართა დისკუსიები, საკონსულტაციო შეხვედრები, შედგა თანამშრომლობა დტს-სთან, APA, GNTA, NACHPG, ინფრასტრუქტურის სამინისტროს საგზაო დეპარტამენტთან, GITO, ტურ ოპერატორებთან და სხვა ორგანიზაციებთან და ინდივიდუალურ პირებთან.

ფართო მოკვლევა განხორციელდა წარმატებული ტურისტული პროდუქტის, მენეჯმენტის და ტურისტული ნაკადების მონიტორინგის, რეკლამირებისა და მარკეტინგის წარმატებული მაგალითების მოსაძიებლად.

„საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის“ სამუშაო ვერსიის პრეზენტაცია მოეწყო 2014 წლის 23 ოქტომბერს გამართულ სამუშაო შეხვედრაზე. მონაწილეები დტს-დან, ყველა (7) შერჩეული დტ-დან და საერთაშორისო ორგანიზაციებიდან შეთანხმდნენ ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ხედვასა და მიზნებზე, განხორციელების მოდელსა და სამოქმედო პოლიტიკაზე. მათ გააკეთეს კომენტარი ინსტიტუციურ შესაძლებლობებზე - დტ-ის ადმინისტრაციების მიერ მართონ კომერციული საქმიანობები და განახორციელონ მარკეტინგული ღონისძიებები; გამოთქვეს გარკვეული წინადადებები შემდგომი შეუშავებისთვის. ეს წინადადებები ეფუძნება შემოსავლების გენერირებისა და კონცესიის პრაქტიკას და პოლიტიკას, შესასვლელის გადასახადს და ფასების პოლიტიკას, დტს-ს და დტ-ის ადმინისტრაციების ვიზიტორთა მომსახურების გუნდის ორგანიზაციას და დტ-ზე მდგრადობისა და უსაფრთხოების ზომებს.

იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის გავითარებისა და მართვის გეგმის მონახაზის მომზადებისას მიღებული და სხვა რჩევები ინტეგრირდა ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის დოკუმენტში.

დოკუმენტის სტრუქტურა ასახავს არსებული სიტუაციისა და განვითარების პოტენციალის შეფასებას, ტურიზმის და განსაკუთრებით ეკოტურიზმის განვითარების ძირითად ტენდენციებს. ბაზრის ანალიზს, ბაზრის სეგმენტაციას და საქართველოს დტ-ის ვიზიტებზე პოტენციურ მოთხოვნას. განვითარების სტრატეგიის პრეზენტაციას, ხედვას და მიზნებს და განვითარების მოდელს.

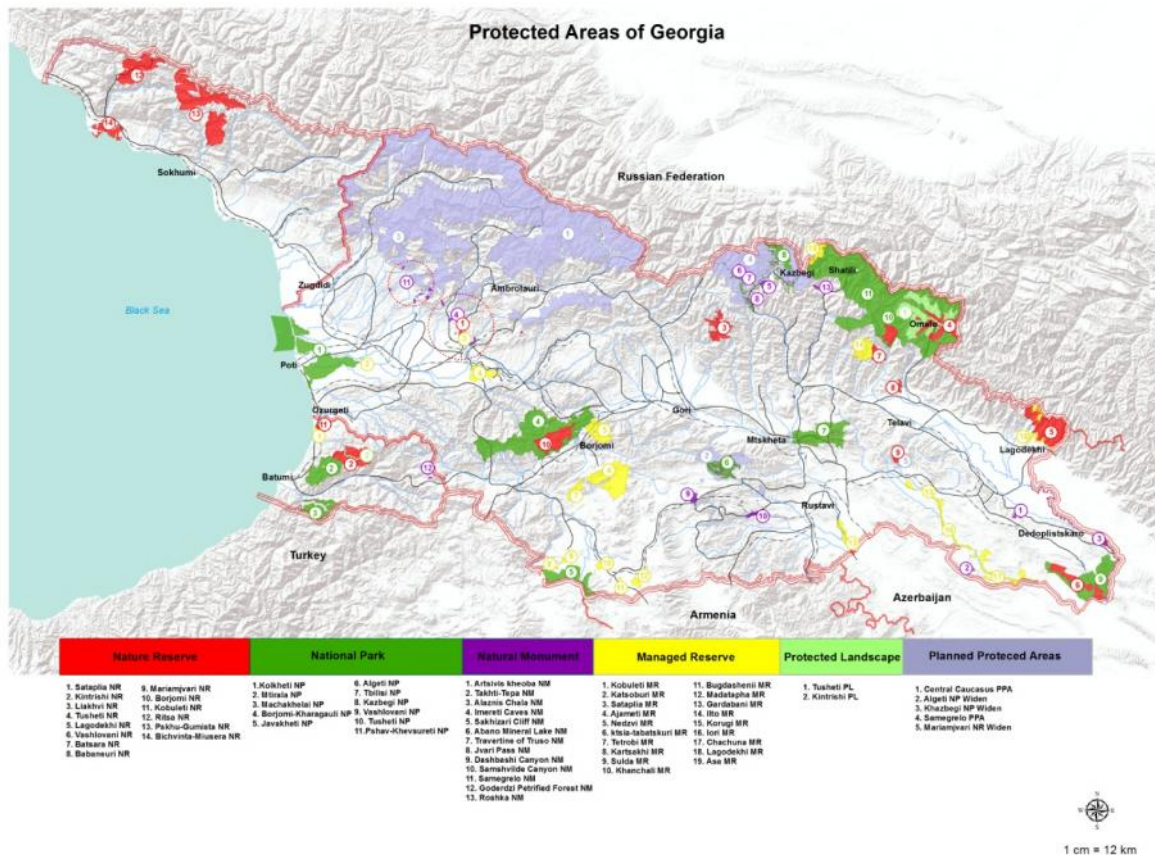
განხორციელების მოდელი გთავაზობს ტურისტული პროდუქტის განვითარებას SBU (სბუ) - სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის/Strategic Business Units მეთოდოლოგიის, ძირითად საინვესტიციო პროექტების, დტს-ის, დტ-ის ადმინისტრაციების და ადამიანური რესურსების შესაძლებლობების განვითარების საფუძველზე იმისათვის რომ შესრულდეს სტუმარმასპინძლობის ამოცანებისა და პოლიტიკის ზომები: ხარისხის სტანდარტი და ბრენდის განვითარება, შემოსავლებისა და ფასების პოლიტიკა, კენცესიის პოლიტიკა და პრაქტიკა, მდგრადობის ზომები და ვიზიტორთა ნაკადების მართვა, და უსაფრთხოების პოლიტიკა. დოკუმენტი მთავრდება საქართველოს დტ-ზე ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური და სოციალური გავლენის შეფასებით, დასკვნებითა და რეკომენდაციებით.

დანართი უზრუნველყოფს პროექტის შეფასების ფაზის დეტალურ ინფორმაციას. სპეციფიური/თემატური საერთაშორისო გამოფენების, ტურ ოპერატორებისა და საერთაშორისო ორგანიზაციების, ასევე ტურისტული პროდუქტისა და ფოტო ილუსტრაციების ნუსხას.

3 საქართველოში დაცული ტერიტორიები და შერჩეული 7 დაცული ტერიტორიის პროფილი

საქართველოს ბუნებისა და მისი სიმდიდრის დაცვის 100-ზე მეტი წლის ტრადიცია აქვს. ყველაზე პირველი დაცული ტერიტორია - ლავოდების სახელმწიფო ნაკრძალი დაარსდა 1912 წელს. 1991 წლის ბოლოს სულ იყო 15 აღკვეთილის საქართველოში, რომელიც მოიცავდა ქვეყნის ფართობის 2.4% -ს.

დღეისათვის, საქართველოს IUCN-ის კრიტერიუმების გათვალისწინებით აქვს სხვადასხვა კატეგორიის 87 დაცული ტერიტორია: 14 აღკვეთილი (140,672 ჰა), 11 ეროვნული პარკები (352,459.219 ჰა), 41 ბუნებრივი ძეგლები (2,258 ჰა), 19 ბუნებრივი ნაკრძალი (70,392.78255 ჰა) და 2 დაცული ლანდშაფტი (34,708 ჰა). დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის მრავალჯერადი გამოყენების ზონის შექმნა ეკონომიკური აქტივობებისთვის, რაც შესაბამისობაშია გარემოს დაცვის პრინციპებთან და განახლებადი ენერგო რესურსების გამოყენებასთან. დღეისათვის არ გვაქვს ამ კატეგორიის დაცული ტერიტორია, მაგრამ ზოგ შემთხვევაში (ფშავ-ხევსურეთის მაგალითზე) ბუნებრივი ზონა მითითებულია როგორც მრავალპროფილიანი გამოყენების ზონა.



სქემა 1: არსებული და გეგმარებითი დაცული ტერიტორიების რუკა 2014 წლის ბოლოსთვის

საქართველოში საერთაშორისო დიდი რაოდენობის სტანდარტებით ბუნების დაცვა დაიწყო -20 საუკუნის ბოლოს რასაც მოჰყვა IUCN კატეგორიზაცია. 1995 წ-დან ბიოლოგიური-ხარაგაულის ეროვნული პარკი აღიარებულია როგორც საერთაშორისო სტანდარტების მქონე პარკი. 2007 წლიდან იგი პან პაკის² ქსელის ერთადერთი

²სერთიფიცირებული წევრია საქართველოში. პამპარკი 2014 წ-ის მასში გაკოტრდა; ევროპის ველური ბუნების საზოგადოება ითვებს ყოფილი პან-პაკის სერთიფიცირებას სულ მცირე შემდეგი ორი წლის მანძილზე. პარკებს შეუძლიათ განახლონ მათი სერთიფიკატი ევროპის ველური ბუნების საზოგადოების სტანდარტების შესაბამისად.

საქართველოში ბოლოს შექმნილი დაცული ტერიტორია არის ფშავ-ხევსურეთი (შექმნა 2014 წ-ის აპრილში). დაგეგმილია სხვა დაცული ტერიტორიების შექმნაც. მათ შორის ცენტრალური კავკასიონის დც, თრიალეთის დტ, და არსებული დტ-ის გაფართოება (ყაზბეგი, ალგეთი, მარიაშვილი). ახალი დტ-ის შექმნითა და არსებული დტ-ის გაფართოებით საქართველო თითქმის გაასამშავებს ბუნების დაცვის ქვეშ არსებულ ტერიტორიებს.

პროექტით შერჩეული დაცული ტერიტორიები განსხვავდება მახასიათებლებით, შესაძლებელია გამოვყოთ:

სათავგადასავლო ბუნების პარკი	• მტირალას დტ
სპელეოლოგიური მიწისქვეშა საიდუმლო	• იმერეთის დტ (პრომეთეს მღვიმის ბუნების ძეგლი, სათაფლიის ნაკრძალი და ნაკრძალების, ოკაცეს კანიონის ბუნების ძეგლი)
ეკოსისტემებისა და ველური ბუნების თავგადასავლები	• ბორჯომ-ხარაგაულის დტ
ცა და მიწა ერთად: ფრინველები, ტბები და ლანდშაფტი	• ჯავახეთის დტ
თბილისის სიმწვანე და რეკრეაციული პარკი	• თბილისის დტ
კარგად შენახული სილამაზე და ბუნების საიდუმლო	• თუშეთის დტ
უსასრულო ბუნებაში სიარული	• ლაგოდეხის დტ

სქემა2: შერეული დაცული ტერიტორიების პოზიციონირება/წარდგენა

შერჩეული 7 დტ შეადგენს საქართველოს დაცული ტერიტორიების ფართობის 53%-ს. და დტ-ზე დარეგისტრირებული ვიზიტორების 75%-ს (2013 წლის მონაცემებით). პარკების წარმოდგენილი ბიუჯეტი 2013 წელს იყო 6,215,696 ლარი (დაახლ. 3,5 მლნ აშშ დოლარი), აქედან 62% იყო სახელმწიფო ბიუჯეტი, 12% - CNF-ის თანადაფინანსება და 16% ტურისტული შემოსავლები. ტურისტული შემოსავლები იზრდება სწრაფად და შეადგენს შემოსავლების დიდ ნაწილს, აქედან ყველაზე დიდი წილი სათაფლიას და პრომეთეს მღვიმეებში შესვლის საფასურიდან მოდის. ამგვარად, დტ-ზე ერთ კვადრატულ კმ.ზე დახარჯულია დაახლოებით 670 აშშ. დოლარი რაც 3 ჯერ ნაკლებია სხვა ტურისტულ ქვეყნებში (IUCN, 2002, გვ. 119). შერჩეული 7 დაცული ტერიტორია იღებს დტს-ის ბიუჯეტის 56% -ს და ქმნის მთელი ტურისტული შემოსავლების 90%-ს.

ყველა დაცვი ტერიტორია – თუშეთის გარდა, ღიაა მთელი წლის მანძილზე – ვიზიტორთა 82% ჩამოდის მაისიდან ოქტომბრამდე.

დაცულ ტერიტორიებზე ბოლო 10 წლის მანძილზე შექმნილია ძალიან კარგი საუშაო პირობები. ახალი და ფართო ადმინისტრაციული შენობები რაც ეფექტური ადმინისტრაციული მუშაობის, კონფერენციების, შეხვედრების და სტუმართა მომსახურების საშუალებას იძლევა. ვიზიტორთა ცენტრები ძირითადად არის ახალი, დიდი ზომის, ზოგიერთ შემთხვევაში ეფექტურად გამოყენებული, რომელიც იძლევა ეფექტური მუშაობის საშუალებას.

ძირითადად ადმინისტრაციულ და ვიზიტორთა შენობებთან ახლოს აშენებულია და დტ-ის მენეჯმენტის დაქვემდებარების ქვეშ ფუნქციონირებს ტურისტული მომსახურების ობიექტები: სასტუმროები, სასტუმრო სახლები რესტორნები, და შეხვედრების საშუალებები. შენობები არ არის გამოყენებული და დაკეტილია ან არაეფექტურად ფუნქციონირებს. დტ-ებზე კვლავ შენდება ახალი ღამის გასათევი და კვების ობიექტები.

დტ-ის ადმინისტრაციებს აქვთ მოსახერხებელი (ან კარგად გამოყენებადი) ავტომობილების პარკინგის შესაძლებლობა, ძალიან კარგი ICT კავშირი WI-FI-ის სერვისით და მობილური ტელეფონების გაქირავებით.

დაცულ ტერიტორიები ვიზიტორებს სთავაზობს თავშესაფრებს, კარვებს, საძილე ტომრებს, საკარვე ადგილებს და მოსასვენებელ ადგილებს, თუმცა ვიზიტორთა აზრით, მომსახურება არის მწირი და მომსახურების ხარისხი არის დასაკმაყოფილებელი.

დტ-ებზე არის საფეხმავლო, საცხენოსნო და ველო მარშრუტები, ადგილობრივი პროდუქტის რამოდენიმე გასაყიდი ადგილი /market place და ღონისძიებების ორგანიზების საშუალება.

რეკლამისთვის APA-ს აქვს ვებ-გვერდი და PA-ს ტურისტული რუკები. დტ-ები ასევე მონაწილეობს სხვადასხვა ტურისტულ გამოფენებში, როგორც ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან ერთად, ასევე დამუკიდებლად, სპეციალიზირებულ თემატურ გამოფენებზე.

ცხრილი1: შერჩეული დაცული ტერიტორიების საბაზისო ინფორმაცია (2013 წლის ბოლომონაცემები)

No.	დტ-ს დასახელება	დტ. ტერიტორია (ჰა)	ბიოჟეტი (ლარი)	თანამშრომლები სულ	ვიზიტორები სულ	ვიზიტებისთვის ღირებულება
1.	მტირალა	15,698	n/a	19	16,358	I-XII
2.	იმერეთის მღვიმეები	505	n/a	42	145,375	I-XII
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	85,083	500,000	73	42,490	I-XII
4.	ჯავახეთი	16,209	n/a	9	1,000	III-X
5.	თბილისი	23,218	n/a	41	20,215	I-XII
6.	თუშეთი	113,660	427,000	35	7,663	VI-IX
7.	ლაგოდეხი	24,451	400,000	24	32,318	I-XII
	სულ	278,824	1,327,000	243	265,419	
	სულ საქართველო	520,273		492	350,641	

წყარო: დტს და ფტ ადმინისტრაციების ინფორმაცია

შენიშვნა: იმერეთის მღვიმეების მონაცემები მოიცავს პრომეთეს და სათაფლიის მონაცემებს..

შერჩეულ 7 დაცულ ტერიტორიაზე დასაქმებულია რაოდენობა არის 244 (მთელი დაცულ ტერიტორიებზე დასაქმებულია 51%) და მათი უმრავლესობა დაკავებულია დტ-ს ძირითადი მისიით განსაზღვრულ სამუშაოებზე: ბუნების კონსერვაცია, დაცვა, აღდგენა და მართვა. მხოლოდ 20 ადამიანი (8%) მუშაობს ტურისტებთან ვიზიტორთა ცენტრებში, გიდებად, როცა მენეჯმენტში და ოფისში დასაქმებულია რიცხვი მთელი თანამშრომლების 34%-ია.

ცხრილი2: შერჩეულ დტ-ზე დასაქმებულთა რიცხვი და სტრუქტურა (2013 წლის ბოლო მონაცემები)

No.	დტ-ს დასახელება	სულ თანამშრომლები	მენეჯმენტი	ოფისი	გარემოსდაცვითი მონიტორინგის ბრიგადები	Product div/p	მარკეტინგ/ვიზიტორთა მომსახურების ადგილები	რეინჯერები	გიდები	სხვა
1.	მტირალა	19	2	7	1		1	10	0	
2.	იმერეთის მღვიმეები	42	3	12	2		2	10	13	
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	73	1	9	2		2	56		7
4.	ჯავახეთი	9	1	2				6	0	
5.	თბილისი	41	1	14	2		1	26	0	

6.	თუმეთი	31	1	6	0		2	24	0	
7.	ლაგოდეხი	23	1	7	0		1	15	0	
	Total	238	10	57	7		9	147	13	7
	დამატებითი HR-ის საჭიროება	23	0	13	4	2	6	0	2	0

წყარო: დტ-ის ინფორმაცია

დტ-ზე არ არის საკმარისი თანამშრომლების რ-ბა. მათ სჭრდებათ კადრების 10%-ით გაზრდა, ძირითადად ოფისებში და ვიზიტორებთან სამუშაოდ.

შეფასებამ გამოავლინა განათლებისა და ტრენინგების საჭიროება მენეჯმენტის, მარკეტინგის და ბრენდინგის განვითარების და მასპინძლობის მომსახურების სფეროში. ასევე, უცხო ენების, კანონმდებლობასა და რეგულაციების, შესყიდვების, საბუღალტრო საკითხებზე, პროექტის დაგეგმვასა და წერის, ადმინისტრირებისა და რეინჯერების საქმიანობების სფეროში. ტრენინგების გარდა, მეტად ეფექტურია კონსერვაციისა და ტურიზმის მენეჯმენტის განვითარების ტენდენციებისა და მოდელების გაცნობა სასწავლო ვიზიტებისას.

რომ შევადაროთ პროპარკის სწავლების³ დასკვნები ტურიზმისა და რეკრეაციის სფეროში ჩვენთან და აღმოსავლეთ ქვეყნებში ჩატარებული ტრენინგების შეფასება მაღალია, თუმცა შერჩეული თემატიკა არ შეესაბამება მოთხოვნებს. ჩატარებული ტრენინგები ძირითადად ორიენტირებულია დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტსა და კონსერვაციაზე, ბიომრავალფეროვნების მართვასა და უსაფრთხოებაზე და მხოლოდ მოთხოვნის 10-30%-ს აკმაყოფილებს. ყველა საჭიროებების ტურიზმი, დასვენება, ცნობიერების ამაღლება, ფინანსთა და ადამიანური რესურსების ტრენინგები ძალიან იშვიათად მიეწოდება PA პერსონალს აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში.

³ აღმოსავლეთ ევროპაში დაცული ტერიტორიების თანამშრომლების შესაძლებლობების განვითარების საჭიროების შეფასება 2014

4 საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის საბაზისო მახასიათებლები

4.1 ტურისტული ვიზიტები დაცულ ტერიტორიებზე

დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ვიზიტების მონაცემების სტატისტიკის ისტორია ხანმოკლე პერიოდს მოიცავს და კვლავ განვითარების პროცესშია, არ გვაძლევს დტ-ზე რეალური ვიზიტების ზუსტ და სანდო მონაცემებს. განვითარებადი სტატისტიკური სისტემის, ვიზიტების რეგისტრაციის სირთულის - როგორ აღირიცხოს ვიზიტები დტ-ის ფართო ტერიტორიებზე სადაც რამოდენიმე შესასვლელია, ასევე სამუშაო გასვლების შედეგების გათვალისწინებით, შეგვიძლია ვთქვათ რომ დტს -ს მონაცემები ტურისტების ვიზიტების თაობაზე არასათანადოდ არის შეფასებული და ცდომილებაშია.

დტს და დტ-მა შექმნეს და განავითარეს შთამბეჭდავი ინფრასტრუქტურა და სერვისები, ასევე სარეკლამო აქტივობები/პრომოუშენი, რამაც გამოიწვია დტ-ზე ვიზიტორთა რიცხვის მკვეთრი ზრდა. დტს-ს სტატისტიკით გასულ წელს (2013) დტ-სეწვია 350,642 ვიზიტორთა, მათგან 29% იყო უცხოელი (წყარო: დტც). ძირითადი ტურისტული სეზონი იწყება მაისში და გრძელდება ოქტომბრამდე, ამ პერიოდში მთელი ვიზიტების 81% ხორციელდება. ვიზიტორები უფრო მეტად იმერეთის სათაფლიას და პრომეთეს მღვიმეებს სტუმრობენ - 145,375 ვიზიტორი (საქართველოს დტ-ის ვიზიტორთა 41% -ს შეადგენს) შემდეგ მოსდევს ყაზბეგის დტ 47,533 ვიზიტორით, ბორჯომ-ხარაგაული- 42,490 და ლაგოდეხი - 32,318 ვიზიტორით (2013 წლის მონაცემები).

არსებული სტატისტიკით 2014 წლის პირველი 10 თვის მონაცემების მიხედვით, პროექტით შერჩეულ 7 დაცულ ტერიტორიაზე ტურისტების რიცხვი იმატებს, განსაკუთრებით ეს ეხება უცხოელ ვიზიტორებს. თითქმის ყველა შერჩეულ დაცულ ტერიტორიაზე 2014 წლის 10 თვის მონაცემებით აღრიცხულია უფრო მეტი ვიზიტორი, ვიდრე მთლიანი 2013 წლის მანძილზე და 2014 წელს მოსალოდნელია მთლიანი მატება, წინა წლებთან შედარებით, 20%-ს მიუახლოვდეს.

ცხრილი 3: საქართველოს დტ-ზე ვიზიტორთა რიცხვი 2007 – ოქტომბერი 2014

	2007		2010		2013		იანვარი-ოქტომბერი 2014	
	მთლიანად	უცხოელი	მთლიანად	უცხოელი	მთლიანად	უცხოელი	მთლიანად	უცხოელი
მტირალა	-	-	15,350	889	16,358	4,098	21,885	6,119
იმერეთის მღვიმეები	-	-	23,438	322	145,375	33,485	152,065	51,846
ბორჯომ-ხარაგაული	3,714	1,851	15,472	4,313	42,490	15,999	46,840	16,909
ჯავახეთი	-	-	-	-	1,000	100	2,241	1,569
თბილისი	-	-	8,950	-	20,215	1,070	7,910	1,835
თუშეთი	900	-	6,185	3,011	7,663	4,577	9,786	5,362
ლაგოდეხი	-	-	15,117	1,858	32,318	5,322	37,064	7,583
სულ	4,614	1,851	84,512	10,393	265,419	64,651	277,791	91,223
მთლიანად საქართველო	7,714	2,151	126,509	21,294	350,642	101,642	388,399	134,398

წყარო: დტს - დაცული ტერიტორიების სააგენტო, 2014

ბოლო სამი წლის მანძილზე (2010-2013) დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა რაოდენობა თითქმის გასამმაგდა, ხოლო უცხოელი ვიზიტორების - თითქმის გაოთხმაგდა. შერჩეული შვიდი დაცული ტერიტორიაზე ვიზიტორთა რაოდენობა საქართველოს დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა მთლიანი რიცხვის 75%-ს შეადგენს. აღსანიშნავია, რომ მიზნობრივ დაცულ ტერიტორიებზე

ვიზიტორთა რიცხვის ზრდა კიდევ უფრო მაღალია: 3-ჯერ გაიზარდა მთლიანი ვიზიტორების რიცხვი, ხოლო 6-ჯერ კი უცხოელების. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია უცხოელ ვიზიტორთა მატება, რომელთა წილი ვიზიტორების მთლიანი რიცხვის 30%-ს შეადგენს. ყველაზე მაღალი წილით ბორჯომ-ხარაგაულსა (38%) და თუშეთში (60%). ტურისტების რიცხვის განსაკუთრებული ზრდა შეინიშნებოდა იმერეთის მღვიმეებში, სათაფლიასა და პრომეთეში და ასევე, საშუალოზე მაღალი მაჩვენებლით გამოირჩეოდა ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკიც.

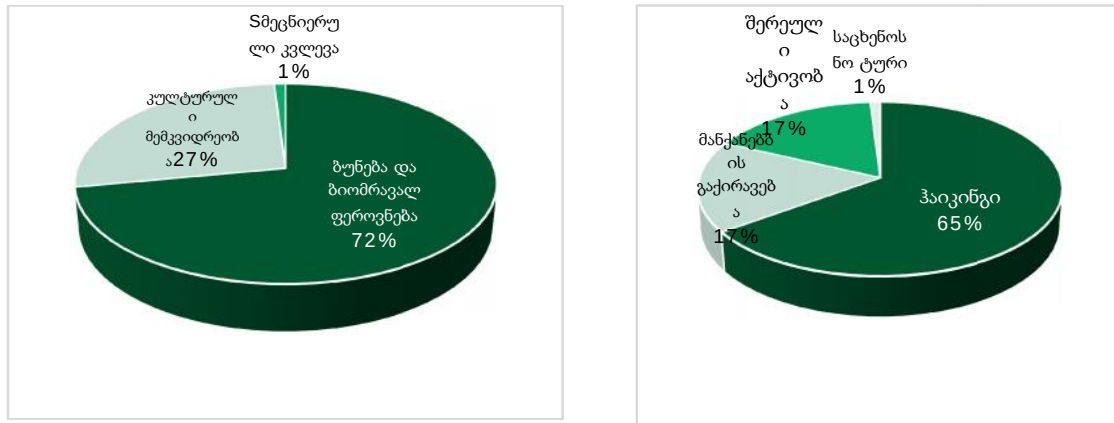
ცხრილი 4: საქართველოს დტ-ზე უცხოელი ვიზიტორები ქვეყნების მიხედვით 2013

No	დტ-ის დასახელება	სულ ვიზიტორი	უცხოელი ვიზიტორი	ქვეყანა 1	ქვეყანა 2	ქვეყანა 3	ქვეყანა 4	ადგილობრივი ვიზიტორი
1.	მტირალა	16,358	4,098	პოლონეთი	უკრაინა	რუსეთი	გერმანია	12,260
2.	იმერეთის მღვიმეები	145,375	33,485	უკრაინა	ისრაელი	პოლონეთი	რუსეთი	111,890
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	42,490	15,999	ისრაელი	პოლონეთი	გერმანია	ბალტიისპირეთი	26,491
4.	ჯავახეთი	1,000	100	ბელგია	უკრაინა	პოლონეთი	ბალტიისპირეთი	900
5.	თბილისი	20,215	1,070					19,145
6.	თუშეთი	7,663	4,577	ისრაელი	პოლონეთი	გერმანია	ჩეხეთის რესპუბლიკა	3,086
7.	ლაგოდეხი	32,318	5,322	გერმანია	პოლონეთი	აზერბაიჯანი		26,996
	სულ	265,419	64,651					200,768
	საქართველოს სულ	350,642	101,642					249,000

წყარო: სდტ და დტ-ი ადმინისტრაციების ინფორმაცია, 2014

უცხოური ბაზრის ძირითადი შემადგენელ ნაწილს მეზობელი ქვეყნები წარმოადგენენ, ასევე აღმოსავლეთ ევროპისა და ბალტიისპირეთის ქვეყნები, ისრაელი და გერმანია.

დტს-ს ვიზიტორთა კვლევის ანალიზი 2013 წლის მარტი - ოქტომბრის პერიოდში გვიჩვენებს დტ-ს ვიზიტორთა შემდეგ მახასიათებლებს.



წყარო: დტს-ს მოკვლევის მონაცემები, 2014

სქემა 3: დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტების ძირითადი მოტივაცია და აქტივობები მარტი-ოქტომბერი 2013 (%)

ვიზიტორთა გამოკითხვაზე დაყრდნობით, მათი აზრით, დტ-ზე ტურისტული მომსახურების ხარისხი შეესაბამება სტანდარტის დონეს და უფრო მაღალია, ვიდრე მათი სადებიანმა და მშობლიურმა ადგილებმა; მოლოდინია ქვეთუფროსი უწყვეტი სერვისის მიღების, უკეთესი ინფრასტრუქტურისა და ტრანსპორტირების.

დტ-ის ყველაზე გამოყენებული ინფორმაციის წყაროა ინტერნეტი (რესპოდენტების 64%), რომელსაც მოჰყვება ჟურნალები (17%). გარდაამისა, ვიზიტორთა სამიმოთხედი (77%) მოგზაურობს მეგობრებთან ერთად.

ცხრილი 5: დაცულ ტერიტორიებზე მოგზაურობის დროს, ვიზიტორების მიერ მიღებული დადებითი და უარყოფითი გამოცდილება

#	დაცული ტერიტორია	კმაყოფილება 1	კმაყოფილება 2	კმაყოფილება 3	უკმაყოფილება 1	უკმაყოფილება 2	უკმაყოფილება 3
1	მტირალა	მდებარეობს ბათუმის სიახლოვეს	კარგი რესტორანი	ახალი სერვისი - ზიპლაინი	გზის მდგომარეობა, ზოგჯერ გადატვირთული ტურისტებით	გიდების მომსახურება	საფეხმავლო ბილიკების სიმცირე
2	იმერეთის მღვიმეები	გამორჩეული ლანდშაფტი	კარგი ადგილმდებარეობა		დაგეგმილი ტურების არარსებობა	გიდების მომსახურება	კვებით მომსახურება
3	ბორჯომ-ხარაგაული	ბიომრავალფეროვნება	ბილიკები	ლანდშაფტი	კვებით მომსახურების არარსებობა	შესაბამისი კოტეჯი / სასტუმრო	ბილიკების მონიშვნა
4	ჯავახეთი	ფრინველები	ტბები	ახალი ტურისტული დანიშნულება ადგილობრივი ვიზიტორებისათვის	მომსახურება (საოჯახო სასტუმრო, კვება)	არ არიოს ინფორმაცია	ენობრივი ბარიერი
5	თბილისი	თბილისიდან ახლო მანძილი	პანორამები	ხელუხლებელი ბუნება	ინფრასტრუქტურის არარსებობა	არ არიოს ინფორმაცია	
6	თუშეთი	ბუნება	სტუმართმოყვარეობა	უნიკალური არქიტექტურა	წყლის პრობლემა	ბილიკები მოუნიშნავია	საინფორმაციო დაფები და ნარჩენები
#	დაცული ტერიტორია	კმაყოფილება 1	კმაყოფილება 2	კმაყოფილება 3	უკმაყოფილება 1	უკმაყოფილება 2	უკმაყოფილება 3

წყარო: ინფორმაცია ტერიტორიული ადმინისტრაციებიდან

ვიზიტორთა მიერ გაცემული რამდენიმე შენიშვნა და რეკომენდაცია:

- > გზების გაუმჯობესებული მდგომარეობა, დაცული ტერიტორიების უკეთესი მიღწევადობა, ტურისტული ბილიკები
- > ნარჩენების შეგროვების გაუმჯობესებული ღონისძიებები და საპირფარეშო
- > მოსასვენებელი, საპიკნიკე და რეკრეაციული ადგილების მოწყობა
- > რუკების გაუმჯობესება, ტურისტული ბილიკების მანიშნებლების სისტემის დახვეწა, საინფორმაციო ბეჭდური მასალა უკეთესი პიარისათვის
- > ვებგვერდის რეგულარული განახლება და რეზერვაციების სისტემის დანერგვა
- > უფასო სერვისები მოსწავლეებისა და ბავშვებისათვის

4.1 დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ვიზიტების ინტენსივობა

არარსებობს ვიზიტების ინტენსივობის სისტემატური მონიტორინგი და ამ ვიზიტების გავლენა. მხოლოდ ნაწილობრივ განხორციელდა საქმიანობა იმერეთის მღვიმეებში და ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიებში, სადაც პილოტურად განიხილეს გამტარუნარიანობა. დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციისა და სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციების აზრით ვიზიტორთა რიცხვი ჯერ ჯიდევ კვლავ შორის არის გამტარუნარიანობის ზღვართან.

ქვემოთ მოცემულია სქემა, რომელიც გვიჩვენებს ვიზიტორთა რაოდენობას სეზონის ღია თვეებში და ასევე აგვისტოში (პიკის სეზონი) შერჩეული დაცული ტერიტორიებისათვის. საშუალოდ, ყველა დაცულ ტერიტორიაზე ერთად, თითოეულ 1,000 ჰა-ზე მოდის 4 ვიზიტორი (4 ვიზიტორი 10კმ²). ყველაზე მაღალი დღიური კონცენტრაცია აღნიშნება იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 761 დღიური ვიზიტორით აგვისტოს თვეში; შემდგომ მოდის ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი

და ლაგოდეხის დაცული ტერიტორიები. აგვისტოს თვეში, ვიზიტორთა ყველაზე მაღალი კონცენტრაცია შეინიშნება იმერეთის მღვიმეებში - 15 ვიზიტორი თითოეულ 1,000 ჰა-ზე, ლაგოდეხში - 8 ვიზიტორი, მტირალასა და თბილისის ეროვნულ პარკში - 7 ვიზიტორი, ბორჯომ-ხარაგაულსა და თუშეთში კი 1 ვიზიტორი თითოეულ 1,000 ჰა-ზე.

ცხრილინ: საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების ინტენსივობა 2013 წელს

#	დ.ტ. -ის დასახელება	სულ ვიზიტორები	სეზონი ღია თვეები	აგვისტოს ვიზიტორები	ვიზიტორები / დღე / ღია თვეები	ვიზიტორები / დღე აგვისტო
1.	მტირალა	16,358	12	3,263	45	105
2.	იმერეთის მღვიმეები	145,375	12	23,578	404	761
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	42,490	12	9,054	118	292
4.	ჯავახეთი	1,000	8	500	4	16
5.	თბილისი	20,215	12	5,254	56	169
6.	თუშეთი	7,663	4	3,167	64	102
7.	ლაგოდეხი	32,318	12	6,092	90	197
	სულ	265,419	10,3	50,908	860	1,642
	სულ საქართველო	350,642	12		974	1,980

წყარო: გამოთვლილია დტს-სა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების მიერ მოწოდებული ინფორმაციის საფუძველზე, სავსე გაცვლების დროს 2014 წელს.

ინტენსივობის დასადგენად ჩვენ შევადარეთ ევროპის სხვადასხვა ქვეყნების ინტენსივობის მაჩვენებლებთან - ავსტრიის, სლოვენის, ხორვატოს, სკანდინავიის და ბალტიისპირეთის ქვეყნების დაცულ ტერიტორიებთან სადაც მსგავსი ბუნებრივი მახასიათებლებია. ჩვენ შევადარეთ დტ-ის თითოეულ ერთეულზე ვიზიტორთა რიცხვი, გრადა იმერეთის დტ-ისა, სადაც ვიზიტორთა რიცხვი დათვლილია ბილიკის სიგრძის მიხედვით. არ არსებობს შედარებითი მეთოდის მიღება გაუთვალისწინებლად კონკრეტული სიტუაციების გათვალისწინების გარეშე.

ცხრილი7: 2013 წელს შერჩეული დაცული ტერიტორიებზე ვიზიტების შედარებითი მონაცემები სხვა ქვეყნების ვიზიტების მონაცემებთან

N o.	დასახელება	სულ ვიზიტორები	ვიზიტორები/ჰა	საერთ. ბენჩმარკის ვიზიტორები/ჰა/წელი	საეთ. ბენჩმარკ ვიზიტორები/დღე	ვიზიტორები/დღე/ღიათვე	ვიზიტორები/დღე/აგვისტო
1.	მტირალა	16,358	1.04	0,15 - 17,92	69 - 8.050	45	105
2.	იმერეთის მღვიმეები	145,375	51/4*	128/26*	1,510	404	761
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	42,490	0.50	1,76 - 78,26	164 - 2.466	118	292
4.	ჯავახეთი	1,000	0.06	0,92 - 4,16	41 - 55	4	10
5.	თბილისი	20,215	0.87	6,22 - 19,40	330 - 1.030	56	169
6.	თუშეთი	7,663	0.07	1,76 - 12,90	164 - 1.030	64	102
7.	ლაგოდეხი	32,318	1.32	6,06 - 12,90	484 - 1.030	90	197
	სულ	265,419	0.95			860	1,636
	საქართველოს სულ	350,642	0.67			974	1,980

* ვიზიტორთა რ-ბა დათვლილია ვიზიტორთა რ-ბა ბილიკის 1 მეტრზე/მღვიმის ბილიკის მთელი სიგრძის 1 მეტრზე

წყარო: დტს და ტევადობის სხვადასხვა ანალიზი და დტ-ის სტატისტიკა, 2014

ჩვენ უნდა განვაცხადოთ, რომ ტურიზმის მდგრადობის თვალსაზრისით, ტურისტული ინტენსივობის პიკის პერიოდში საფრთხეების შესახებ უფრო საჭირო ინფორმაციის მიღება შესაძლებელია ვიდრე ტურისტების საშუალო რაოდენობისას მთელი წლის განმავლობაში. დამატებით, ასევე მნიშვნელოვანია მხედველობაში მივიღოთ და გავანალიზოთ ერთი დღის და ღამისთვის ვიზიტორთა ინტენსივობა. როგორც ცნობილია ერთი დღის ვიზიტორები ბევრად უფრო დიდ საფრთხეს წარმოადგენს დაცული ტერიტორიებისთვის ვიდრე ღამისთვის ვიზიტორები.

4.2 დაცული ტერიტორიებზე რეკლამირება და მარკეტინგი

GNTA – საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ცენტრალური სააგენტოა საქართველოს ტურისტული ბაზრის საერთაშორისო და ადგილობრივი ბაზრებზე რეკლამირებისთვის, მისი ბიუჯეტი 2014 წელს არის 10,400,000 ლარი და მოიცავს სარეკლამო მასალის ბეჭდვასა დაგარე კამპანიებს, TV და ინტერნეტ რეკლამებს, ტურისტულ გამოფენებზე მონაწილეობას და TOS/TA-ის გასაცემო ტურებს ჟურნალისტებისთვის. GNTA 2014 წელს გეგმავს 19 საერთაშორისო ტურისტული გამოფენაზე მონაწილეობას, მათ შორის 12 ევროპაში, 2 მეზობელ ქვეყნებში და 5 ახლო და შრეულ აღმოსავლეთის ქვეყნებში. GNTA ამზადებს საგამოფენო პრეზენტაციებს საქართველოს სტენდისთვის, რომელსაც ტუროპერატორებთან ერთად ინაწილებს. გამოფენების სრული ნუსხა მითითებულია დანართში 1. მიმდინარე სარეკლამო და PR კამპანიებით 2014 წელს აქცენს აკეთებს შემდეგ ქვეყნებზე: უკრაინა, პოლონეთი, აზერბაიჯანი, გერმანია, ჰოლანდია, ავსტრია, ბელორუსია, რუსეთი, უნგრეთი და საქართველო (თბილისის და ბათუმის აეროპორტებში) საშუალოდ GNTA ხარჯავს 2.5 ლარს ერთ საერთაშორისო ტურისტზე და ერთი დღის ვიზიტორზე (გარდა ტრანზიტ მგზავრებისა) რომელიც UNWTO-რეკომენდაციების შესაბამებია.

საქართველოს სამოქალაქო საავიაციო სააგენტოს (GCAA) მიხედვით, აქ არის 24 უცხოური და ერთი ეროვნული ავიაკომპანია რომელიც საქართველოდან რეგულარულ ფრენებს ახორციელებს: თირქიმის ავიახაზები, საქართველოს ავიახაზები< უკრაინის საერთაშორისო ავიახაზები, ვიზეარი, პეგასუსი, ბელავია, S7, ლუფთანზა, ავსტრიის ავიახაზები, კატარის ეირვეიზი, ფლაი ჯორჯია, ეარ ასტანა, ფლაი დუბაი, პოლონეთის ავიახაზები LOT, ეარ ბალტიკი, Ata ავიახაზები, ციმბირის ავიახაზები, აზერბაიჯანის ავიახაზები, ალნასარის ავიახაზები, ისრაელის ავიახაზები/ISRAIR, ეარ ონიქსი, ატლას ჯეტი, თრეველ სერვისი დასხვ. თურქეთის ავიახაზები დომინანტი ავიაკომპანიაა რომელსაც ბაზრის 19% უჭირავს. საქართველოს ავიახაზები მეორე ადგილზეა ბაზრის წილი, მას მოჰყვება პეგასუსი და უკრაინის ავიახაზები.

GNTA-ის შეფასებით საერთაშორისო ტურისტების უმრავლესობა არიან ინდივიდუალური მოგზაურები რომლებიც თავად გეგმავენ და ახორციელებენ ტურებს. ორგანიზებული ტურისტების წილი, ვინც ჩამოდის TOS/TA-ის მემწეობით არ აღემატება ვიზიტორების 30% -ს.

ქართული ტური-ოპერატორული კომპანიები საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე გადიან თავიანთი პარტნიორების მეშვეობით. ისინი მუშაობენ როგორც უცხოელი ტურისტული კომპანიების ადგილობრივი პარტნიორები. მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტი და ინდივიდუალური შეთავაზებები წარმოდგენილია საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებსა და კომპანიების ვებ გვერდებზე. პირდაპირი კავშირები უცხოელ მოგზაურებთან შეზღუდულია. უცხოელი ტურისტები ჩამოდიან ძირითადად 15-20 კაციან ჯგუფებად და რჩებიან საშუალოდ 5-7 დღე. მათი 50% ირჩევს სომხეთთან ან აზერბაიჯანთან კომბინირებულ ტურს. ინდივიდუალური შეთავაზებების პაკეტები შერჩეული 3-5 კაციანი ჯგუფებისთვის. დტ-ზე ვიზიტები წარმოდგენილია სამ ქართულ ტუროპერატორი კომპანიის შეთავაზებაში და საშუალოდ მათი ბიზნესის 10-15% წარმოადგენს. საშუალო ფასია 100-150 აშშ დოლარი-დან სადაც შესულია ღამის გათვლა, ორჯერადი კვება და ტრანსპორტი. TO-ები ხედავენ თავიანთ შეთავაზებებზე დტ-ის გამოყენების შესაძლებლობებს.

ყველაზე პოპულარული და გაყიდვადი დტ არის ვიზიტი იმერეთში – სათაფლია და პრომეთე, რომელსაც მოჰყვება ყაზბეგის და ბორჯომ-ხარაგაულის ეპ და თუშეთი. TO-ები ახორციელებენ სათავგადასავლო ტურებს, ჯიპტურებს, ველურ ბუნებაში ვიზიტებს, ჯაიკინგტურებს და სხვადასხვა ღონიმივებზე ვიზიტებს. ეს ძალიან ჩვეულებრივია, რომ დაცული ტერიტორიების პირდაპირი არაიანხსენებები ტურისტ პროგრამებში, მაგრამაღწერილია მხოლოდ როგორც ბუნება, ველური ბუნება და თავგადასავალი ა.შ ტუროპერატორების გიდები იშვიათად ფლობენ შესაბამის ცოდნას დაცული ტერიტორიის შესახებ, მისი ფასეულობებისა და ბუნების მიმზიდველობის ღირებულებების შესახებ სადაც ისინი იმყოფებიან.

TO-ის შეფასება დტ-ზე ტურისტული სერვისების შესახებ საკმაოდ კრიტიკულია (იხილეთ მონაცემები ქვემოთ). ყველა მახასიათებელმა ბუნებრივი გარემოს და ლანდშაფტის და რამოდენიმე სასტუმრო სახლის გარდა ძალიან დაბალი ქულა მიიღო.

მახასიათებელი	ქულა (1 to 10)	მახასიათებელი	ქულა (1 to 10)
სასტუმრო სახლი/B&B და სერვისები	8	ტურიზმის საინფორმაციო სერვისი	5
კვების ობიექტები*	4	ტრანსპორტის სერვისი	5
ადამიანური რესურსები	4	გარემო და ლანდშაფტი	10
შოფინგის შეთავაზება	0	შიდა მანიშნებლები და ინტერპრეტაცია	4
ნავიგაცია და მანიშნებლები**	-	სისუფთავე, ჰიგიენური მომსახურება და ტუალეტები	5

წყარო: შეფასება შერჩეულ TO-ებთან ინტერვიუს საფუძველზე

* ძირითადად არ არის შესაძლებელი დტ-ზე

** ჯერ არ არის საკმარისად შემოწმებული

ცხრილი 8: ტუროპერატორთა ტურისტული მახასიათებლების შეფასება დტ-ზე (2014 წ-ის სეზონი)

დტს-ს შეზღუდული ბიუჯეტი აქვს რეკლამირებისთვის, საშუალოდ 150,000 ლარი, რაც წარმოადგენს მთელი ბიუჯეტის მხოლოდ 2.4%-ს, ან 0.43 ლარს თითოეულ ვიზიტორზე 5 ლარს საერთაშორისო ვიზიტორზე. როცა ჩვენ ვადარებთ ამ თანხას დტ-ზე მიღებული ტურისტული შემოსავლის თანხას, ისახება რომ ბიუჯეტიდან ხელშეწყობა უფრო მაღალია, ვიდრე მოსალოდნელი იყო – 12.5% დტ-ზე ტურისტების ვიზიტებიდან მიღებული მთელი ტურისტული შემოსავლების. დტ კარგი ხარისხის ბუკლეტებს ამზადებს ძირითადი ინფორმაციით ყველა დტ-ისათვის ცალკე, თავიანთი რუკებით დიზაინის სტილით. დტს მონაწილეობას იღებს მნიშვნელოვან საერთაშორისო გამოფენებზე: ITB(გერმანია), FITUR (ესპანეთი) and WTM (დიდი ბრიტანეთი) GNTA-სთან ერთად და ცალკე საქსპოზიციო დარბაზებში რომლებიც ეძღვნება ბუნებასა და თავგადასავლებს. რაც შეეხება ადგილობრივ/საერთაშორისო გამოფენებს, APA ყოველწლიურად მონაწილეობს CTF (თბილისი) და ბათუმის ექსპოზე.

APA ყოველწლიურად ახორციელებს “ცნობიერების ამაღლების” კამპანიის ფარგლებში შიდა ბაზარზე: ეკო-საგანმანათლებლო კურსებს-სემინარებს, სტუდენტებთან შეხვედრებს, ღონისძიებებს როგორც არის მწვანე კალენდრის დღეები - ხეების დარგვის დღი გაკვეთილები, ეკო-ტურები, ეკო-ბანაკები, ნარჩენებისგან გასუფთავება, სხვ.

დტ-ზე ვიზიტები ძირითადად ინდივიდუალური მოგზაურობებით ხორციელდება. დტ-ის აღრიცხვით TOS/TA-ის როგანიზებული ტურისტების რაოდენობა არ აღემატება მათი ვიზიტორების 15%-ს. ინტერნეტით შეთავაზებები მოიცავს ინფორმაციას სამოგზაურო ადგილების, ღამის გასათევი სახლების, და ძირითადი სერვისების შესახებ. მეორესმხრივ, საერთაშორისო ავიაკომპანიების კავშირები და დაბალ ბიუჯეტიანი ავიასერვისები დამატებით სტიმულს აძლევს საქართველოში ინდივიდუალურ დ მოგზაურობას.

დტს კოორდინირებას უწევს სარეკლამო კამპანიებს GNTA - სთან ერთად, თუმცა კვლავ არის ამ თანამშრომლობის გაუმჯობესების საჭიროება რაც ორივე მხარეს მოუტანს სარგებელს: GNTA-ს- მიმზიდველ ტურისტულ პროდუქტს, შეთავაზებებსა და ძლიერ იმიჯს და APA-სპროფესიონალურ რეკლამირებას და ბაზრის გაფართოებას. ეს თანამშრომლობა გაძლიერდება სარეკლამო მასალის გამოცემისას (მაგალითად საქართველოს ტურიზმის ლოგოს გამოყენება დტს-ოს სარეკლამო მასალაზე), კონპრეტული რეგიონალურ გამოფენებზე მონაწილეობა (მაგალითად ბალტიისპირეთის ქვეყნებში) და TOS/TA-ის და ჟურნალისტების გასაცნობი ტურების ერთობლივად ორგანიზება, განსაკუთრებით დტ-ის მიზნობრივი ქვეყნებიდან მას-მედიის გასაცნობი ტურების ორგანიზება.

4.3 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ეკონომიკური განზომილება

ტურისტული აქტივობებიდან შემოსავალი 2013 წელს შეფასებულია როგორც დტს და დტ-ის მთელი შემოსავლების 16%. შემოსავლების ყველაზე მაღალი წილი მოდის იმერეთის დაცული ტერიტორიებიდან რომელიც შეადგენს მთელი დტ-ის შემოსავლების – 90% -ს. საშუალოდ, ყველა დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტორთა შემოსავალია 3 ლარი. იმერეთის მღვიმეებში ეს შემოსავალი ორმაგდება და 6 ლარს შეადგენს. თუ ჩვენ ტურისტულ შემოსავლებს გამოვაკლებთ იმერეთის მღვიმეების შემოსავლებს და გადავთვლით ყველა დანარჩენი დტ-ისთვის საშუალო ტურისტულ შემოსავალს ერთ ვიზიტორზე, საშუალოდ მივიღებთ მხოლოდ 0.30 ლარს /ვიზიტორი.

საქართველოში დტ-ზე ტურისტული შემოსავალი ბოლო წლის მანძილზე სწრაფად იზრდება. 2007 წელს იყო მხოლოდ 34,427 ლარი და 2010 წელს მან მიაღწია 107,095 ლარს. 2013-ში თანხამ შეადგინა 1,007,670 ლარი, როცა 2014 წელს დტს ელის 1.3 მლნ ლარის დაფიქსირებას ტურისტული შემოსავლებიდან.

ცხრილი9: 2013 წელს საქართველოს დტ-ზე ტურიზმისგან მიღებული შემოსავლებისა და ბიუჯეტის სტრუქტურა (ლარში)

No.	დტ დასახელება	ბიუჯეტი მთლიანად	დტს ბიუჯეტი	%სულ	CNF ბიუჯეტი	%სულ	ბიუჯეტი/შე მოსავალი ტურიზმიდან	%სულ
1.	მტირალა	217,936	156,758	72%	55,963	26%	5,215	2%
2.	იმერეთის მღვიმეები	1,460,197	541,213	37%	0	0%	918,984	63%
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	648,025	544,550	84%	103,475	16%	33,249	5%
4.	ჯავახეთი	60,563	60,563	100%	0	0%	0	0%
5.	თბილისი	307,100	307,100	100%	0	0%	0	0%
6.	თუშეთი	367,592	299,165	81%	68,426	19%	4,975	1%
7.	ლაგოდეხი	391,756	244,197	62%	147,559	38%	24,327	6%
	სულ	3,453,168	2,153,546	62%	375,424	11%	986,750	29%
	დტ სულ	6,215,696	4,438,337	71%	753,759	12%	1,023,600	16%

ტურიზმიდან შემოსავალი დტ-ის ბიუჯეტის მნიშვნელოვან წილს შეადგენს და ეს სილი მომავალში გაიზრდება მეტი ვიზიტორის, პროდუქტებისა და სერვისების დიდი მრავალფეროვნებისა და ტურისტული ობიექტების ეფექტური მართვის ხარჯზე.

ამჟამად, დაახლოებით 90% მთელი ტურისტული შემოსავლებისა მოდის იმერეთის მღვიმეებში შესასვლელი საფასურის ხარჯზე. დანარჩენი შემოსავალი წარმოადგენს იურიდიულ პირებსა/კომპანიებზე კონცესიის წესით გადაცემული ტურისტული ობიექტებიდან მიღებულ შემოსავალს. კონცესიის პოლიტიკა და პრაქტიკა არ არის დიდი ხნის და აქვს როგორც პოზიტიური ასევე ნეგატიური მხარე დტს-სთვის. დტ-ებს ამჟამად კონცესიაზე გადაცემული აქვთ სუვენირების მაღაზიები, კაფეები, ღამის გასათევი ობიექტები (სასტუმრო, საკარვ ადგილი) და საპიკნიკე ადგილები. დაინტერესებულები არიან ძირითადად ადგილობრივი ბიზნესმენები ან ასოციაციები როგორც არის დტ-ის მეგობართა ასოციაცია. რამოდენიმე წარმატებული მაგალითი არსებობს, მაგრამ ტურიზმის განვითარების და შემოსავლების თვალსაზრისით არცერთი არ არის მასშტაბური და მნიშვნელოვანი. ტურისტული ობიექტების უმეტესობა პატარაა, მოითხოვს შეკეთებას, გაფანტულია ტერიტორიაზე, ვიზიტორების სეზონი დტ-ზე მოკლეა სხვ. დტ-ის ადმინისტრაციებს არ აქვთ ტურიზმის კადრები და ცოდნა და ტურიზმში მუშაობის გამოცდილება.

შეფასების ფაზის პერიოდში ჩვენ შევისწავლეთ NACHPG -ის კონცესიის წარმატებული მაგალითი. დტ-ისგან განსხვავებით კულტურულ ადგილებს უფრო მეტი ვიზიტორი სტუმრობს და ტურისტების განაწილება უფრო სტაბილური და დაბალანსებული სეზონის განმავლობაში. თუმცა მათი მიდგომა იყო მეტად სისტემატური, მოწესრიგებული, მობილიზებული ადგილობრივი კადრებით, მკვეთრად განსაზღვრული პროდუქტით რაც ბაზრის ინტენსიური მოკვლევით შეირჩა. ამის შემდეგ, იურისტებმა შეასგინეს წესები, ლეგალური აქტი, მწარმოებლები და ხელშეკრულება/კონტრაქტი (მეტი ინფორმაციისა და დოკუმენტების წარმოდგენა შესაძლებელია მოთხოვნის საფუძველზე).

არ არის ჩატარებული დტ-ზე ვიზიტები როგორ გავლენას ახდენს ადგილობრივ ეკონომიკაზე სადაც ინფრასტრუქტურა და მომსახურება განვითარებულია: ღამისგასათევი, კვების ობიექტები მაღაზიები, ტრანსპორტის, გისიდ მომსახურება, ხელსაქმე, სოფლის მეურნეობა სხვ. სავსე გასვლებისას ჩვენი მოკვლევს საფუძველზე ეს ეკონომიკური გავლენა გაცლებით მეტია.

ამ შედეგებს მიყვავართ დტ-ის გარმოს დაცვისა და ბუნებრივი რესურსების სამინისტროში ინსტიტუციურ გაძლიერებამდე 2007/2008 წ-ში, როდესაც შექიმნა დაცული ტერიტორიების სააგენტო 2012 წელს. 5 წლიანი სამოქმედო გეგმა და 10-წლიანი საინვესტიციო გეგმები მომზადდა 2009 წ-ს, განვითარდა ტურისტული სერვისები ვიზიტორთათვის და მომზადდა საქართველოს დტ-ის ლოგოს დიზაინი. დტს მჭიდროდ თანამშრომლობს საერთაშორისო დონორ ორგანიზაციებთან რაც წარმოადგენს ბუების დაცვისა და კონსერვაციის, დტ-ის განვითარების მნიშვნელოვან ფინანსურ წყაროს.

4.4 უსაფრთხოება საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე

რისკების და საფრთხეების შეფასება დტ-ზე არ არის სრულად ჩატარებული ან მუდმივი. უფრო ხშირ შემთხვევაში ეს დიდი ხნის წინ ჩატარდა; ეს არ დასრულებულა (მხოლოდ რამოდენიმე მარშრუტს მოიცავს), და ეს იყო დტ-ის ადმინისტრაციის შიდა დოკუმენტი. საბედნიეროდ, ამ პერიოდის მანძილზე დტ-ზე არ მომხდარა მძიმე შემთხვევა. ინციდენტები რაც აქამდე მოხდა არის: ვიზიტორების გაკარგვა, მცირე ჯანმრთელობის პრობლემები მღვიმეებში, რამოდენიმე მანქანის გამო ავარიებიარასწორიბილიკების სისტემის გამო, როდესაც მძღოლები არ დაემორჩილენ რეკომენდაციებს და დტ-ის წესებს, ან ცუდი ამინდისას მოხდა გაუთვალისწინებელი შემთხვევები.

დაცული ტერიტორიები არ არის კარგად აღჭურვილი მზადყოფნის სისტემით. ძირითადად გამოიყენება ქვეყნის "112სერვისი", ვიზიტორებს ინსტრუქციებს აწვდიან საინტერპრეტაციო დაფებიტ ან ფლაერებით მათი სერვისების შესახებ, სადაც ასევე დატანილია დტ-ის ადმინისტრაციის საგანგებო ტელეფონის ნომრები. თუმცა, ფოტო ხაფანგები გამოიყენება სიტუაციების დასაკვირვებლად. დტ-ის ადმინისტრაციები აღჭურვილია პირველად დახმარების კომპლექტებით, აქვთ ტრანსპორტირების საშუალებებიც, თუმცა ეს არ არის საკმარისი იმისთვის რაც უნდა ინახებოდეს რეინჯერთა სადგურებში. ომალოში, მცირე ზომის სასწრაფო სამედიცინო ცენტრი დაიწყო ფუნქციონირებს 2015 წლიდან.

დტ-ის თანამშრომლებმა გაიარა საგანმანათლებლო აქტივობები პირველად სამედიცინო დახმარების სფეროში. ყველა რეინჯერმა და სხვა თანამშრომლებმა გაიარა ტრენინგები პირველად დახმარებში. ვიზიტორთა რაოდენობის გაზრდით გაჩნდა კიდევ უფრო მეტი ცოდნის საჭიროება, ტრენინგები პირველად სამედიცინო დახმარებასა და უსაფრთხოებაში, მომხმარებლის მოვლასა და კომუნიკაციაში. დტ-ზე არ არიან უსაფრთხოების პრობლემების გადაჭრისთვის სათანადო სპეციალისტები. სანაცვლოდ, დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების თანამშრომლობენ ადგილობრივ პოლიციასთან, სახანძრო ბრიგადებთან და "112".

უსაფრთხოების საერთო სიტუაცია დტ-ზე კარგია: დტ-ის უმეტესობას არ აქვს გამოყენებული პირველად დახმარების აღჭურვილება, არ მომხდარა სერიოზული ინციდენტი და "112 მომსახურება" კარგად ფუნქციონირებს. კვლავ, შვარაა რომ დტ-ის ადმინისტრაციებს გაცნობიერებული აქვთ პოტენციური საშიშროებები და რომ პროფესიული შეფასების და უსაფრთხოების რეგულარული კონტროლის საჭიროება. უსაფრთხოების გაუმჯობესების ზომების დანერგვა მიმდინარეობს, როგორც ომალოში, სამედიცინო სასწრაფო დახმარების შექმნით და აჭარაში ერთობლივი საკოორდინაციო ორგანოს - მუნიციპალიტეტების წარმომადგენლების და ტურიზმის ერთობლივი საკოორდინაციო ორგანოს - საორგანიზაციო კომიტეტი - რომელიც იმუშავებს მათთან.

5 შერჩეული დტ-ის SWOT შეფასება

საველე გასვლებზე ყოველი დტ-ის დაინტერესებულ მხარეებთან დისკუსიისას გამოვლინდა დტ-ის SWOT-ის მხარეები. მიღებული შედეგები დამუშავდა არსებული დოკუმენტაციის, ექსპერტთა კომპეტენციისა და გამოცდილებაზე დაყრდნობით. საბოლოოდ, თითოეული დაცული ტერიტორიის SWOT-ზე დაყრდნობით შეიქმნა სინთეზი, რათა გამოვლინდეს საერთო SWOT-ანალიზი, რომელიც მიესადაგება საქართველოში არსებულ ყველა დაცულ ტერიტორიას. ეს დეტალური SWOT ანალიზი მოცემულია დანართში 2.

წყარო: საველე გასვლებისა და სამუშაო შეხვედრებზე მოპოვებული დტ მონაცემები, 2014

სქემა 4: ყველაზე თვალსაჩინო და მნიშვნელოვანი SWOT-ელემენტები საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე

სიძლიერე

- ძალიან მდიდარი, ხელუხლებელი ბუნება, ველური ბუნება, ბიომრავალფეროვნება, ლანდშაფტი
- დტ-ები ახლოს არის მთავარ გზებთან, აეროპორტებსა და დიდ ქალაქებთან, რამოდენიმე დტ-ის გარდა
- დტ-ები ძირითადად ადვილად მიღწევადია თითქმის მთელი წლის მანძილზე გარდა თუშეთისა და ჯავახეთის სადაც ზამთარში წასვლა შეუძლებელია
- დტ-ებს აქვს ახალი და დიდი ადმინისტრაციული და ვიზიტორთა ცენტრების შენობები
- ვიზიტორთა მიმზიდველი ბილიკები
- ბუნების კონსერვაციის საერთაშორისო სტანდარტების გათვალისწინება
- დტს-სა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების მენეჯერთა ძლიერი პასუხისმგებლობა და თავდაუზოგავი შრომა

სისუსტე

- ადმინისტრაციისა და ვიზიტორთა ინფრასტრუქტურის არასაკმარისი რ-ბა
- არ არის დტ-ზე ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა და ორგანიზაცია
- დტ-ის ადმინისტრაციებზე გადაცემული პასუხისმგებლობის ნაკლებობა
- ეკო-ტურიზმის სტრატეგიის ნაკლებობა
- პროფესიონალი მასპინძლობის კადრების HR, ტრენინგებისა და სასწავლო ვიზიტების ნაკლებობა
- დტ-ის თანამშრომლების დაბალი ხელგასები
- საგზაო მანქანების, ავროსადგომების და მისასვლელი გზების სიმცირე
- საერთაშორისო და ადგილობრივ დონეზე ტურიზმის დაინტერესებული მხარეებთან და ორგანიზაციებთან თანამშრომლობის სიმცირე
- ადგილობრივი პროდუქტის (სუვენირების მაღაზია სხვ.) გაყიდვების ნაკლებობა
- დტ-ის ხედვის და სტრატეგიული ბაზრების ნაკლებობა
- დტ-ზე ერთიანი მარკირების სისტემის და მარკეტინგის ხელშეწყობის სიმცირე
- ხარისხის სტანდარტის სიმცირე
- პირადი უსაფრთხოების პოლიტიკისა და სტრატეგიის, სასწრაფო დახმარების სამსახურის ნაკლებობა
- დტ-ის განვითარებისა და მართვის ცენტრალიზებული სისტემა

შესაძლებლობები

- საშუალოზე მეტი ზრდის ტემპებით იზრდება მოთხოვნა ეკო და სათავგადასავლო ტურიზმზე
- დტ-ის ტრანსპარენტურობა და კავკასიის ერთობლივი განვითარება
- სწრაფი ტურიზმის გან-ბა და საქართველოს ტურისტული იმიჯის ზრდა
- მდიდარი კულტურა, კულტურული მემკვიდრეობა, ისტორია და
- ახალი მიმზიდველი ტურისტული ბილიკების პოტენციალი
- ახალი ტურისტული პროდუქტის მრავალფეროვანი გან-ბა
- ადგილობრივი თემის და ხალხის ტურიზმის განვითარების მიმართ ინტერესი
- ქართველების სტუმარმასპინძლობა
- ICT და განახლებადი ენერგიის ტექნოლოგიის გამოყენება

საშიშროებები

- ტევადობის შეფასების და მონიტორინგის განხორციელების ნაკლებობა
- ნარჩენების მართვა
- ადამიანთა მოსაზრება საქართველოში უსაფრთხოების საკითხებთან მიმართებაში
- კულტურული მემკვიდრეობის, კულტურული ლანდშაფტებისა და ლანდშაფტების დეგრადაციისაგან დაცვის ნაკლებობა
- სივრცითი დაგეგმარებისა და ზონირების სიმცირე, სამეზობლო ქვეყნთაშორის ორგანიზაციებიდან ფინანსური რესურსების შემცირება
- უსაფრთხოება და დაცვა. არ არის ნათელი აღქმა ბაზრებზე, რომ საქართველო უსაფრთხო ქვეყანას
- ბუნების და ბუნებრივი კატასტროფების დეგრადაცია
- კლიმატის ცვლილების თვალსაზრისით ბუნების დეგრადაცია
- მეზობელ ქვეყნებში კონკურენტების სწრაფი გან-ბა;

6 ტურიზმის დაინტერესებული პირები დაცულ ტერიტორიებზე

დაცულ ტერიტორიების და სააგენტოს ძირითადი საერთო მიზანი უკავშირდება ბუნების კონსერვაციას, დაცვას და მართვას. დტ-ებზე ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტების მოთხოვნებისა და ვიზიტების გაზრდით მეტია დაინტერესება ორგანიზებულ, მრავალფეროვან და ხარისხის მომსახურებაზე - ბილიკების, გადასახედი პლატფორმების, საინტერპრეტაციო დაფების, საპიკნიკე ადგილების და სხვ მომსახურებების მოწყობა ვიზიტორთა მოთხოვნის შესაბამისად და ასევე ბუნებაზე მოსალოდნელი უარყოფითი გავლენის კონტროლი.

ვიზიტორთა რიცხვის გაზრდამ გავლენა იქონია ასევე ადგილობრივი მოსახლეობაზე და სხვა წარმომადგენლებზე რომ განავითარონ მათთვის შეთავაზებები როგორც დტ-ზე ასევე მის მიმდებარე ტერიტორიებზე. რაც უფრო მეტი სერვისის მიმწოდებლები, ინსტიტუციები ე.წ დაინტერესებული მხარეები არიან ჩართული მით უფრო მეტია მოთხოვნა ორგანიზაციულ პასუხისმგებლობას, სტანდარტებსა და თანამშრომლობაზე.

ტურისტულ ორგანიზაციული სტრუქტურა ეროვნულ დონეზე წარმოდგენილია ადმინისტრაციით GNTA, რეგიონალურ დონეზე -DMO -ით (Destination Management Organizations), როცა ადგილობრივ დონეზე არის ადგილის მართვის ოფისები და ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრები TICs. ეროვნულ დონეზე დტ-ის სააგენტო უფრო მჭიდროდ უნდა თანამშრომლობდეს GNTA-სთან, ხოლო რეგიონალურ დონეზე დტ-ის ადმინისტრაციები უნდა იყვნენ ადგილის მართვის ორგანიზაციების/DMO პარტნიორები. DMO –ს პრეზენტაცია დანართი - 3.

ასეთი სახის სტრუქტურა საქართველოში ჯერ არ არის განვითარებული. შესაბამისად, დაცული ტერიტორიები ეცდება დაამყაროს შესაძლო თანამშრომლობა სხვა დაინტერესებულ პირებთან ახალი ასოციაციებისა და ფორმების შექმნით.

პროექტის შეფასების ეტაპზე ჩვენ გამოვავლინეთ ძირითადი მხარეები/ტურიზმთან დაკავშირებული მხარეები როგორც დტ-ის პარტნიორი ორგანიზაციები.დაინტერესებულ მხარეთა ეფექტური კოორდინაციისთვის ჩვენ შევიმუშავეთ რამოდენიმე მოდელს რაც მხედველობაში მიიღებს არსებულ სიტუაციას და მომავალ სასურველ ორგანიზაციას.

შერჩეული დტ-ის ძირითადი პარტნიორი დაინტერესებული მხარეები	
დტ-ის ძირითადი დაინტერესებული მხარეები	• სასტუმრო სახლების მფლობელები/მენეჯერები • რესტორნის, კაფეს და სხვ. მფლობელები/მენეჯერები • სხვა ტურისტული ობიექტების მფლობელები/მენეჯერები • ტურ ოპერატორები & ტურისტული სააგენტოები • საცხენოსნო ტურების მომსახურების მიმწოდებლები • ტურიზმი, დასვენება, სპორტული და სხვა მომსახურების სპროვაიდერები • ტურ გიდები • ტურისტული საინფორმაციო ცენტრები / ორგანიზაციები • სატრანსპორტო კომპანიები და მძღოლები • ხელსაქმის ოსტატები და ტურისტული სუვენირების მწარმოებლები • ფერმერები და ფერმერული კოოპერატივები • მაღაზიები • ადგილობრივი ბაზრები
კულტურული და სხვა ორგანიზაციები	• კულტურული ორგანიზაციები (მუზეუმები, გალერეები, ხელოვნების მაღაზიები, და სხვ.) • მონასტრები
ტურისტული ორგანიზაციები და ასოციაციები	• GNTA & DMOs • GTA, GTOA • დტ-ის მეგობარი ასოციაციები • გიდების ასოციაციები • მთის გიდების ასოციაციები, ვისაც სერტიფიცირებული გიდები ჰყავს • ახალგაზრდული ასოციაციები (სკაუტები და სხვ...) • სპელეოლოგთა ასოციაცია • ეკოტურიზმის ასოციაცია • ტურიზმთან / კულტურასთან დაკავშირებული

შერჩეული დტ-ის ძირითადი პარტნიორი დაინტერესებული მხარეები	
	ასოციაციები
ა/ს ორგანიზაციები, სააგენტოები, ცენტრები, კლუბები	- ეროვნული და რეგიონული ა/ს ორგანიზაციები-დაკავშირებული ტურიზმთან, ბუნების დაცვასთან, მდგრად განვითარებასთან - ეროვნული და საერთაშორისო სპორტული ფედერაცია და კლუბები - კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სააგენტო - ჯანდაცვისა და უსაფრთხოების (სასწრაფო) დაცვის ცენტრები - სტადარტიზაციისა და მეტროლოგიის სააგენტო
საგანმანათლებლო ორგანიზაციები	- ადგილობრივი / რეგიონული უნივერსიტეტებსა და სკოლებში საგანმანათლებლო ცენტრები - ტურიზმთან დაკავშირებული კვლევითი ორგანიზაციები
ადგილობრივი თემი	- ადგილობრივი მოსახლეობა - ადგილობრივი მუნიციპალიტეტი
დონორები, კერძო ბიზნესი, საერთაშორისო ორგანიზაციები	- ტურიზმთან დაკავშირებული დიდი კერძო კომპანიები(მაგ. ბორჯომი წყალი და სხვ.) - დტ-ის პარტნიორები - დონორები(TBC ბანკი, CARTU ბანკი, პროგრედიტ ბანკი და სხვ.) - საერთაშორისო ორგანიზაციები (WWF, WB, UNWTO, UNDP, CNF, KfW, etc.)

წყარო: სავიწრო გასვლისას, სამუშაო შეხვედრებსა და სხვა დოკუმენტებიდან დტ-ზე მოძიებული ინფორმაცია

სქემა5: საქართველოს დტ-ზე ტურიზმთან დაკავშირებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეების გამოვლენა

დაინტერესებულ მხარებს დტ-ზე ტურიზმის განვითარების სხვადასხვა მოლოდინი და ხედვა აქვთ. ადგილობრივი მუნიციპალიტეტები და საზოგადოება ამაში შესაძლებლობებს ხედავს ადგილობრივი ბიზნესისთვის, დასაქმებისთვის, ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებისთვის, უცხოური ვალუტის შემოსავლისთვის, შემოსავლის განაწილებისთვის; დამატებით, ისინი ელიან ბუნებისა და კულტურული მემკვიდრეობის კონსერვაციის ხელშეწყობას, კულტურული თვითმყოფადობის შენარჩუნებას, საგანმანათლებლო შესაძლებლობებს, ჯანმრთელობის უპირატესობას და ბუნების მეტ შემეცნებას, პატივისცემას. ტურიზმს ასევე მოაქვს უკეთესი მომსახურების ხელმისაწვდომობა, ადგილობრივი ტრადიციული, კულტურული ფასეულობების პატივისცემა, ადგილობრივი ღონისძიებები.

დტ-ის მენეჯმენტი ელის ტურიზმის განვითარებას ბუნების კონსერვაციისა და პატივისცემის გათვალისწინებით, შემოსავლების გენერირებასმათი საქმიანობით, დასაქმებისა და შემოსავლის შექმნას, გრძელვადიანი ეკონომიკური აქტივობების გან-ბას, ალიანსის ადგილობრივი თემთან და მოსახლეობასთან ალიანსის შექმნას, რესურსების მართვას, კვლევების გაძლიერებას, პოზიტიური გამოცდილების შექმნას, და კმაყოფილი და ერთგული ვიზიტორების მასშინძლობას.

მეორესმხრივ, ტუროპერატორები, პროდუქტის და სერვისის მიმწოდებლები ელიან თავიანთი ბიზნესის მართვით შემოსავლების მიღებას, ბაზრის პოტენციალის განვითარებას, პროდუქციის და მომსახურების მიზნობრივ ბაზრებზე გან-ბას,ერთგული ვიზიტორებს და მათ მომსახურებას რომ უკეთ შეიცნონ ბუნება, ბუნებრივი ფასეულობა და მემკვიდრეობა.

და ბოლოს, ტურისტები ელიან პერსონალური გამოცდილების გაზრდას, პირადი კეთილდღეობის შეგრძნებას, ჯანმრთელობის გაუმჯობესებას, სოციალურ გამოცდილებას, სხვა ადამიანებთან შეხვედრას, ოჯახური ისტორიის შევსებას, ტრადიციების, ჯგუფური მუშაობის დამოცდილება, კულტურული ფასეულობების კიდევ ერთხელ დადასტურება, ბუნების კონსერვაციას და შენარჩუნებას და კარგი დროის გატარებას.

7 დტ-ზე ტურიზმის პროდუქტი და პოტენციალი

დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებს და დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მრავალი ტურისტული პროდუქტი აქვს განვითარებული, მათ შორის - საერთაშორისო პროექტებისა და ორგანიზაციების დახმარებით. დტ ვიზიტორებს სთავაზობს: ვიზიტორთა ცენტრებში ინფორმაციას, რუკებს და საინფორმაციო მასალას, რენჯერების და გიდების მომსახურებას. ვიზიტორთა ცენტრები ასევე სთავაზობს ექსპოზიციებს, საინტერპრეტაციო დაფებს, და ზოგ შემთხვევაში: ღამის გათევას, სასმელს და მსუბუქ კვებას, მაღაზიებსა და აღჭურვილ შეხვედრის ადგილებს, ზოგიერთი დტ-ს აქვს მცირე ზომის სასტუმრო ან სტუმრის ოთახები და რესტორანი.

დტ-ებს ვიზიტორთათვის აქვს საფეხმავლო, ველო, საცხენოსნო მარშრუტების შეთავაზებები. უფრო მეტი თავადასავლების მოყვარულთათვის არის სამთო ველოსიპედების, კანიონინგის და ზიპ-ლაინის შეთავაზებები. ბილიკები მარკირებულია, რამოდენიმე აქვს საინტერპრეტაციო დაფები, ორგანიზებული ექსკურსიები. დტ-ები ასევე სთავაზობენ თავშესაფრებს, კარვებს და საძილე ტომრებს ვიზიტორთათვის.

ვიზიტორთა რიცხვის გაზრდა და ზოგადი მოთხოვნები მიმართულია პროდუქტის და მომსახურების ზრდისკენ. ვიზიტორთა მომსახურების განვითარება უნდა ემყარებოდეს პრინციპებს რაც ითვალისწინებს გარემოს დაცვას, ვიზიტორთა გამოცდილების მოლოდინს, მოტივაციას და ქცევას და ბაზრის მოთხოვნის.

მოტივებზე დაყრდნობით ძირითადი აქტივობები ეკო-ტურის განმავლობაში დაჯგუფებულია შემდეგი სახით:

• National park visits • Hiking/bushwalking • Wildlife viewing • Guided trail walks • Historical sites/museums • Birdwatching • Nature photography • Swimming • Meeting local people • Indigenous culture tours • Scientific study	• Cycling • Four-wheel driving • Canyoning • Rafting • Kayaking • Fishing • Shopping • Sunbathing on the beach • Horseback riding • Theme park visits • Hunting
--	---

წყარო: საველე გასვლებისას, სამუშაო შეხვედრისა და სხვადასხვა დოკუმენტებისა მოპოვებული ინფორმაცია დტ-ის შესახებ.

სქემა: ეკო-ტურისტების აქტივობები ეკოტურებისას

დაცულმა ტერიტორიებმა პროდუქტის და სერვისების კონკრეტული ჯგუფებისთვის განვითარებისას ეს უნდა გაითვალისწინონ. ასევე მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ეკოტურისტები ზრუნავენ თავიანთ უსაფრთხოებაზე (ჰიგიენა, კრიმინალი), ადგილობრივ თემთან მეგობრულ ურთიერთობაზე, აუთენტურ კულტურასა და ცხოვრების სტილზე, ხარისხიან საკვებზე, ფასებსა და ღამისგათევის საშუალებების ხარისხზე. მათთვის ნაკლებად მნიშვნელოვანია: პაკეტური ტურების შეთავაზებამსოფლიო კლასის სასტუმროს ან ცნობილი ატრაქციების შეთავაზება, ინფრასტრუქტურის ხარისხი (გზები, სამედიცინო ცენტრები სხვ.)

შეფასების ფაზის პერიოდში და შემდგომ დტ-ის ადმინისტრაციასთან დისკუსიებისას ჩვენ გამოვავლინეთ ძირითადი ტურისტული პროდუქტი ან პროდუქტთა/სერვისების ჯგუფი დაცულ და მის მიმდებარე ტერიტორიაზე. აქ ძირითადად არის ბუნების გამოცდილების შეთავაზებები წარმოდგენილი მსუბუქი აქტივობებით, ბუნების და კულტურის ინტერპრეტაცია, საგანმანათლებლოპროგრამებისდარეკრეაციულისაქმიანობა. მხოლოდ მოგვიანებით, რამოდენიმე სატავადასავლო ტურიზმის პროდუქტი განვითარდა როგორც არის ზიპ-ლაინი, კანიონინგი და სამთო ველოსიპედები რომ მოიზიდონ ასევე სპორტზე ორიენტირებული ვიზიტორები.

ზოგადად ტურისტული პროდუქტი და სერვისები ბაზარისთვის მისაღებია, თუმცა ვერ აკმაყოფილებს ვიზიტორთა მოლოდინს და სტანდარტის ხარისხს. მხოლოდ იმერეთის მღვიმეების დტ –ს აქვს რამოდენიმე შეთავაზება/ტური მღვიმეში ვიზიტი და ბუნების პარკში გასეირნება და აქ ტურისტული შემოსავლების მნიშვნელოვანი შეოსავალიც აღირიცხება. სხვა დტ-ებზეც განვითარებულია ტურიტუი მარშრუტები მაგრამ არ

არის აქტიური რეკლამა, და პროდუქტის/სერვისების საკმარისი გაყიდვები. უდრო კონცესიონერებს ელოდებიან ან პროდუქტის მართვის სხვა სახეს. უმეტესად, კერძო კომპანიები ან სხვა ერთეულები იყენებენ ტურისტულ ბილიკებს და/ან ობიექტებს მათი ბიზნესისთვის თუმცა მათი დტ ადმინისტრაციისთვის არანაირი ფინანსური კომპენსაცია არ არის.

დტ-ზე არსებული ტურისტული პორდუქტი	
	> საფეხმავლოდა ჰაიკინგ ტურები (მსუბუქიდაზომიერთავგადასავალი) > საცხენოსნო ტურები > საპიკნიკადაგილები > ფრინველებზედაკვირვება > ბოტანიკურიტურები > სოფლისტურები > ჯიპტურები (ტრანზიტი) > მთისველოსიპედები > ეკოსაგანმანათლებლოპროგრამები > ბოტანიკური ტური > ველო ტური > თოვლში სიარული > კანიონინგი > ზიპ ლაინი > სანაოსნო ტური (პრომეთეში) > კარვები, სამილე ტომრები, რუკზაკები
მიმდებარე ტერიტორიაზე არსებული ძირითადი ტურები:	
	> საფეხმავლობილიკები > საცხენოსნობილიკები > კულტურულიტურები > სოფლისტურები > სათხილამუროტურები > ადგილობრივიბაზრებისტურები (ლაგოდები) > საკარვე ადგილები

წყარო: დტ-ის ინფორმაცია, საველე გასვლებისას, სამუშაო შეხვედრებისას და სხვადასხვა დოკუმენტებში მომიხილები ინფორმაცია

სქემა7: საქართველოს დტ-ზე არსებული ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების გამოვლენა(2014 წ-ის შუა პერიოდი)

შეფასების ფაზის პერიოდში და სამუშაო შეხვედრებზე ჩვენ გამოვავლინეთ პოტენციური ტურისტული პროდუქტების ფართო სპექტრი რაც შესაძლოა გავითარდეს საქართველოს დტ-ზე ვიზიტორთა მოთხოვნილების შესაბამისად. დტ-ზე ბევრი ტურისტული პროდუქტისთვის, ჩვენ მოვამზადეთ ფოტოგრაფიული ილუსტრაციები დანართში 4. პოტენციური ტურისტული პორდუქტების ნუსხა ასახავს დტ ადმინისტრაციებისთვის, საჯარო და კერძო დაინტერესებული პირების ბევრ შესაძლებლობას. ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის კონცეფციისთვის ჩვენ დავაჯგუფეთ არსებული და პოტენციური პროდუქტები და სერვისები სბე-ის მიხედვით და დავამატეთ მიზნობრივი ბაზარი დანართში 11.

8 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ტენდენციები და სახელმძღვანელო პრინციპები

8.1 ტურიზმის ძირითადი ტენდენციები

საერთაშორისო კვლევითი ჯგუფები მუდმივად ახდენენ ტურიზმის ძირითადი ტენდენციების, იგივე მეგა ტენდენციების ანალიზს. ისინი ასახავენ მომხმარებელთა ქცევის, ტურიზმის მომწოდებლების, ტექნოლოგიებისა და ტურიზმის მომწოდებელი ორგანიზაციების განვითარების მიმდინარე და მოსალოდნელ ცვლილებებს.

არასტანდარტული (მომხმარებლის მოთხოვნის მიხედვით შემუშავებული) ტური

მომავალი წლის ძირითადი ტენდენცია იქნება ტუროპერატორების მიერ არასტანდარტული ტურების შეთავაზებები, საპასუხოდ იმ მზარდი სამომხმარებლო მოთხოვნისა, რომლის მიხედვითაც ტურისტს სურს მიიღოს უფრო მოქნილი, საკუთარ მოთხოვნებზე მისადაგებული ტურისტული პროგრამა. აღნიშნული სახის პროგრამაში უსათუოდ გათვალისწინებული უნდა იყოს უსაფრთხოების ყველა საჭირო ასპექტი. გლობალური მოგზაურობის პოპულარულობის ზრდასთან ერთად, მომხმარებლები ელიან უფრო მეტ ინდივიდუალურ გამოცდილებას, რომლის მსგავსიც შესაძლოა მათ მეგობრებს / ოჯახის წევრებს არ გამოუცდათ. ამასთანავე, ვინაიდან დამსვენებლების სამოგზაურო არეალი სულ უფრო და უფრო ფართოვდება, მათ შესაძლოა ჰქონდეთ ნათლად ჩამოყალიბებული აზრი, თუ რა სახის ადგილები და აქტივობები წარმოადგენს მათი ინტერესის სფეროს და სურთ დარწმუნდნენ, რომ გამოჩნული აქტივობების განხორციელებითა და ადგილების მონახულებით, ისინი მიიღებენ მოგზაურობის ღირებულებისა და მიზნობრიობის შესაბამის მაქსიმალურ შედეგს. მიუხედავად იმისა, რომ არასტანდარტული ტურები გარკვეულწილად ფუფუნების საგანს წარმოადგენდნენ, დღესდღეობით მრავალი ტუროპერატორი სთავაზობს მომხმარებლებს უფრო ხელმისაწვდომ არჩევანს, რაც მსგავსი ტიპის მოგზაურობის პოპულარობის ზრდით არის განპირობებული. კომბინირებული მოგზაურობის მოთხოვნა, როდესაც ტურისტს შესაძლებლობა აქვს ერთ ტურში გააერთიანოს ორი ან მეტი რაოდენობის გეოგრაფიული მიმართულება, ასევე მზარდ ტენდენციას წარმოადგენს და არასტანდარტული ტურების დანამატის სახით გვევლინება. ეს განსაკუთრებით ვრცელდება გრძელვადიან მოგზაურობებზე, როდესაც მონაწილეები ცდილობენ მაქსიმალური შედეგების მიღებას და ასევე, სულ უფრო პოპულარული ხდება ევროპაში მოგზაურობის მსურველთა შორის.

თავგადასავლის ძიებაში

თანამედროვე ცხოვრების ჩქარმა ტემპმა სათავგადასავლო ტურების მამიებელი მოგზაურების რიცხვის ზრდა განაპირობა, რომელთათვისაც ორი კვირა ზღვის სანაპიროზე ნაკლებ მიმზიდველია. ბრიტანული ტუროპერატორების ასოციაციის (ABTA) მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, მომხმარებელთა 5%-ს სურვილი აქვს მომავალ წლებში განახორციელოს სათავგადასავლო სახის მოგზაურობა. იქნება ეს საპირო ბუშტით ფრენა თურქეთში, თუ რაფტინგი ჩრდილოეთ ესპანეთში, ტუროპერატორები სულ უფრო მეტი სახის დასვენებას სთავაზობენ თავიანთ თავგადასავლების მამიებელ მომხმარებლებს. ტურისტებს, რომლებიც ირჩევენ სათავგადასავლო მოგზაურობას ეძლევათ რჩევა, რომ მოგზაურობის დაწყებამდე შეარჩიონ შესაბამის სადაზღვევო პაკეტი, რომელიც დაფარავს სათავგადასავლო აქტივობების შედეგად გამოწვეულ შესაძლო ინცინდენტებს, ვინაიდან რეგულარული დაზღვევა არ ითვალისწინებს მსგავს შემთხვევებს.

ღირებულება

მომხმარებლები გააგრძელებენ ეძიონ მოგზაურობაში გადახდილი ფულის საფასური, ნაცვლად უკან დახევისა და წასვლისა. ბრიტანეთის ეროვნული სტატისტიკის ოფისის მონაცემები გვიჩვენებს, რომ სამოგზაურო ბაზარი შედარებით არააქტიური იყო რეცესიის დროს; თუმცა, მომხმარებლები უდავოდ ებეზნ გზებს, რათა თავიანთი ფულით უფრო მეტის მიღება შეძლონ. მომავალი წლების ერთ-ერთი ტენდენცია ასევე იქნება შეძლებისდაგვარად ადრე დაიჯავშნოს მოგზაურობა, რათა უზრუნველყოფილი იყოს ხელსაყრელი ფასი და პირობები მათი დასვენებისათვის. ბრიტანული ტუროპერატორთა ასოციაციის მიერ ჩატარებული კვლევები გვიჩვენებს, რომ წინა წლებთან შედარებით, მომხმარებელთა უკვე ერთ მესამედს (34%) წინასწარ დაჯავშნილი აქვთ თავისი მოგზაურობა. ამის ძირითად მიზეზად დასახელებულია უფრო ხელსაყრელი შეთავაზებებისა და ფასების მიღება (68%). ჩვენ ასევე ვვარაუდობთ, რომ გაიზრდება მოთხოვნა all-inclusive, ანუ ყველა სერვისის მომცველი მოგზაურობებისადმი, რომელიც წარმატებული ტენდენციაც დაწყებულია უკვე 2012 წელს. ყველა სერვისის მომცველი ბაზარი (all-inclusive) ითვლება რეცესიის ერთ-ერთ მთავარ ბენეფიციარად და ნავარაუდევია ამ ტიპის მოგზაურობისადმი მოთხოვნის ზრდა მომავალ წლებში, განსაკუთრებით ოჯახური დასვენების მოყვარულთა შორის, რომელთაც სურვილი აქვთ აკონტროლონ მოგზაურობაზე გამოყოფილი ბიუჯეტი

სამოგზაურო პაკეტები

ასევე ნაგარაუდევია, რომ გაგრძელდება სამოგზაურო პაკეტებისადმი მოთხოვნილების ზრდა. ტენდენცია სიცოცხლისუნარიანობას ინარჩუნებს იმ მოგზაურების ხარჯზე, რომელთათვისაც სამოგზაურო პაკეტების მიერ შეთავაზებული უსაფრთხოება და ფასის ეფექტურობა ყველაზე მნიშვნელოვანია, განსაკუთრებით კი მიმდინარე ეკონომიკური კლიმატის ფონზე. კვლევა გვიჩვენებს, რომ უსაფრთხო განთავსების ადგილები, ფინანსური დაცულობა, საპაეო ფრენების ორგანიზაციის ლიცენზიებით გამოწვეული უსაფრთხოების შეგრძნება და ბრიტანეთის ტუროპერატორთა ასოციაციის წევრობა წარმოადგენენ მომხმარებელთა მხრიდან ჯავშნი გადაწყვეტილების მიღების დროს მთავარ წინაპირობებს, ხოლო სამოგზაურო პაკეტებს შესწევთ უნარი შესთავაზონ მოგზაურობის მაძიებლებს ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი კომპონენტი, ასევე დაჯავშნის მარტივი პროცედურები და გადახდილი ფულის მაქსიმალური ღირებულება. ამავდროულად, სამოგზაურო პაკეტები ასევე სთავაზობენ მომხმარებლებს საკმაოდ დიდ არჩევანს და დახვეწილ სერვისს, მომხმარებელთა ინტერესებზე მორგებული პროგრამების გათვალისწინებით.

ფუფუნება – დიდი დასვენების დაბრუნება Luxury - return of the big holiday

ძვირადღირებული (მდიდრული) დასვენებისადმი მოთხოვნილება ბოლო წლების განმავლობაში საკმაოდ გაზრდილია. მოსალოდნელია, რომ მომდევნო წლები განსაკუთრებულად დადებითი იქნება ძვირადღირებული ტურების ორგანიზებაზე ორიენტირებული ტუროპერატორებისათვის, წინასწარი გათვლით იმაზე, რომ ის მომხმარებლები, რომლებმაც გასულ წლებში უარი თქვეს დიდ, გრძელვადიან მოგზაურობაზე, მომავალში განახორციელებენ ამ სახის ტურისტულ აქტივობებს.

მატარებელი, ავტობუსი და საზღვაო კრუიზი

საზღვაო გადაზიდვების ასოციაციის (PSA) მიხედვით, მოსალოდნელია, რომ უფრო მეტი ბრიტანელი მოგზაური უპირატესობას მიაჩნებს საოკეანო კრუიზებს, რაც აისახება მუდმივად მზარდ რიცხვებში - 1.72 მილიონი - 20 000-ით უფრო მეტი ტურისტი ვიდრე 2011 წელს. მზარდი ტენდენციის ნიშანს ასევე წარმოადგენს ინდუსტრიაში გლობალურ დონეზე განხორციელებული 5 მილიარდიანი ინვესტიცია - 6 ახალი საკრუიზო გემი 2012 წელს და დამატებით დახარჯული 3.2 მილიონი დამატებითი 6 გემის შესაძენად, რომლებიც სერვისში მომავალ წელს შევლენ. საზღვაო გადაზიდვების ასოციაციის ვარაუდით, 2013 წელს მოსალოდნელია ბრიტანული კრუიზების რაოდენობის 2%-იანი ზრდა 1.76 მილიონი მგზავრით.

ასაკობრივი ჯგუფები

ბრიტანული ტუროპერატორთა ასოციაციის კვლევის მიხედვით, უფრო მეტს ახალგაზრდა ტურისტები მოგზაურობენ. გასული თორმეტი თვის მონაცემებით, ბრიტანეთში, 15-24 წლის ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენლებმა წლის განმავლობაში განახორციელეს საშუალოდ 5 დასვენება, წინა წლის მონაცემებთან შედარებით, როდესაც მათ მხოლოდ 4-ჯერ განახორციელეს ამავე სახის დასვენებები. 25-34 წლის ასაკის მომხმარებლებმა საშუალოდ განახორციელეს 4.5 მოგზაურობა ბრიტანეთსა და საზღვარგარეთ 4 წლის წინანდელ მონაცემებისგან განსხვავებით. ყველა ასაკობრივი ჯგუფის მიერ განხორციელებული მოგზაურობა წლის განმავლობაში შეადგენდა 3.5-ს. ჯამში, 15-34 წლის ასაკის ტურისტები მოგზაურობენ უფრო მეტს, ვიდრე სხვა ასაკის კატეგორიის წარმომადგენლები. მოკლევადიანი დასვენება, მაგალითად როგორცაა მუსიკის ფესტივალებზე დასწრება განსაკუთრებით პოპულარულია ახალგაზრდა მოგზაურებს შორის - 15-24 წლის ასაკობრივი ჯგუფის 15%-ის ინტერესს ამ ტიპის მოგზაურობა წარმოადგენს.

8.2 ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე

არ არსებობს ისეთი რამ, როგორცაა „დაცული ტერიტორიის რიგითი სტუმარი“. სინამდვილეში, ბაზარი აერთიანებს მრავალ სეგმენტს, რომელთაგან თითოეულს გააჩნია განსხვავებული მახასიათებლები, მოლოდინი, აქტივობებში მონაწილეობა და ხარჯვის მოდელი. მარკეტინგში გამოყენებულია ვიზიტორთა ეს სეგმენტი და მათი შედარებითა და მისადაგებით პარკის ბიოფიზიკურ და კულტურულ თვისებებთან და შემდეგ, ხორციელდება კონკრეტული დაცული ტერიტორიისათვის შესაბამისი ტიპის პოპულარიზაცია სამიზნე ჯგუფებს შორის. ეს ამცირებს დაცულ ტერიტორიაზე შესაძლო უარყოფით ზემოქმედებას, ზრდის ეკონომიკურ სარგებელსა და ქმნის ვიზიტორთა კმაყოფილების უფრო მაღალ დონეს.

კარგად ორგანიზებულ ტურიზმს შეუძლია მხარდაჭერა გაუწიოს ადგილობრივი თემის ან რეგიონის კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვასა და აღდგენაში. დაცულ ტერიტორიებს გააჩნიათ მნიშვნელოვანი როლი მემკვიდრეობის აღდგენის მიმართულებით. ბევრი დაცულ ტერიტორიაზე წარმოდგენილია მნიშვნელოვანი ისტორიული და არქეოლოგიური რესურსები. ტურიზმის საშუალებით შესაძლებელია იმ შემოსავლის მიღება, რომელიც შემდგომ დაიხარჯება მნიშვნელოვანი შენობა-ნაგებობისა და ლანდშაფტური სახესხვაობების შენარჩუნება.

ადგილობრივი მემკვიდრეობა ასევე თავს იჩენს ადგილობრივ ტრადიციებში. ტურისტები, ზოგ შემთხვევაში, ეძებენ აუთენტურ გამოცდილებებს. ყოველივე ამაზე დაყრდნობით შესაძლებელია ადგილობრივი თემების ხელშეწყობა, რათა მათ აღადგინონ და შეინარჩუნონ მნიშვნელოვანი კულტურული ფესტივალები, ტრადიციები ან ღონისძიებები, უფრო მეტიც, რომ მათ ითავონ მემკვიდრეობის ძეგლების და შენობების აღდგენა და რესტავრაცია. მემკვიდრეობის ეეს ნიმუშები გაამდიდრებენ დაცულ ტერიტორიაზე ან მის სიახლოვეს ვიზიტით მიღებულ ტურისტულ გამოცდილებას, რაც ასევე იქ მისულ ვიზიტორს აღუძრავს სურვილს რომ დარჩეს უფრო მეტი ხნით და შესაბამისად გაიღოს მეტი დანახარჯი. კულტურული მრავალფეროვნების დემონსტრაცია შესაძლოა დაეხმაროს ტურისტებს შეცვალონ თავიანთი ქცევა და მათი სახით ჩამოაყალიბოს მემკვიდრეობის დაცვისა და შენარჩუნების ადვოკატები. გარდა ამისა, ადგილობრივითეები მიიღებენ მეტ სარგებელს, მაშინ როდესაც ტრადიციები და ფასეულობები შენარჩუნებულია და როდესაც მათ საშუალება ეძლევათ იამაყონ თავიანთი თემებითა და მთლიანად რეგიონით.

მდგრადი ტურიზმისა და ეკოტურიზმისადმი ინტერესის ზრდა ასახავს სოციალური შეშფოთებას ბუნებრივი გარემოს ხარისხისა და ტურიზმით გამოწვეული ეფექტების მიმართ. ძალიან პოპულარულია აქტივობები, რომლებიც ბუნებრივი გარემოს შეცნობასთან არის დაკავშირებული. ზოგიერთი ტენდენცია ერთმანეთის ავსებს. ზოგიერთი კი ფუნქციონირებს გლობალურ დონეზე, ზოგიც კი ადგილობრივ. მათ შორის მრავალი წარმოადგენს საკმაოდ ძლიერ და ერთმანეთის მაკომპენსირებელ ტენდენციას და დამოკიდებულებას. ამდენად, ქვემოთ წარმოდგენილი ტენდენციები შესაძლებელია სხვადასხვაგვარად ურთიერთქმედებდნენ.

სქემა 8: ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე



მეტად ინდივიდუალური და აუთენტური მოგზაურობის გამოცდილება

მომავალში, მომხმარებელი მოითხოვს მეტად ინდივიდუალურ და აუთენტური მოგზაურობის გამოცდილების მიღებას და უფრო მეტად იქნება დამოკიდებული ტექნოლოგიებზე თავიანთი მოგზაურობის დაგეგმვისა და მოგზაურობიდან სიამოვნების მიღებისათვის. მომხმარებელი გააგრძელებს საკუთარი ფინანსური სიტუაციის ირგვლივ ფოკუსირებას, მოგზაურობის ფასებსა და სავარაუდო დანახარჯის ფასეულობაზე. თუმცა სამოგზაურო ადგილის სტაბილურობასა და დადებით იმიჯს ასევე დიდი ზეგავლენა ექნება. მომხმარებელი კვლავაც გააგრძელებს გადახდილი თანხის საფასურის მიღების მოთხოვნას და გამოიყენებს თანამედროვე ტექნოლოგიებს, რათა მიიღოს ინფორმაცია, გაეცნოს რეკომენდაციებს და შეიძინოს პროდუქტები და სერვისები, რომლებიც მრავალად მოიპოვება კომერციულ და სოციალურ საიტებზე. მომხმარებლები ისარგებლებენ თანამედროვე ტექნოლოგიებით რათა მაქსიმალურად მოიზონონ თავიანთ თავზე საკუთარი სამოგზაურო ჩვეულებები, განსაკუთრებით კი ის, თუ როგორ იყენებენ ინფორმაციას და ყიდულობენ სამოგზაურო პროდუქტსა და სერვისებს. ადამიანები უფრო მეტად დაეყრდნობიან კომერციულ და სოციალურ საიტებზე არსებულ პირად ინფორმაციასა და რეკომენდაციებს და გამოიყენებენ მობილურ ტექნოლოგიებს, რათა ჰქონდეთ წვდომა სამოგზაურო პროდუქტებსა და სერვისებზე მოგზაურობამდე და მოგზაურობის დროს. ექსპერტთა აზრით, მნიშვნელოვანი ცვლილებებია მოსალოდნელი სამოგზაურო მოთხოვნებსა და მოწოდებასთან მიმართებაში. ერთერთ ტენდენციად მოიაზრება ახალი და აუთენტური გამოცდილების მიღების მოთხოვნა მომხმარებელთა მხრიდან. სულ უფრო მეტი ადამიანი შეაქცევს ზურგს ხელოვნურ „სამოგზაურო სამყაროს“ და ნაცვლად ამისა მოითხოვს აუთენტურ ადგილებში მოგზაურობას, რომლის დროსაც ადგილობრივ მოსახლეობასთან ურთიერთობის შესაძლებლობა ექნება.

განათლების დონის ზრდა და მოგზაურობის მოთხოვნილება

საშუალო დონის ფორმალური განათლება ზრდადი გლობალური ტენდენციაა, როგორც მამრობითი, ასევე მდედრობითი სქესის წარმომადგენელთათვის. მაღალი განათლების დონე მნიშვნელოვან კავშირშია ბუნებაში აქტიური დასვენებისა და რეკრეაცია მოთხოვნასთან და წინ უძღვის დაცულ ტერიტორიებზე რეკრეაციის მოდელის ცვლილებას.

შედეგად, არსებობს ზოგადი ტენდენცია ისეთი სამოგზაურო გამოცდილების მიღებისა, რომლის დროსაც ტურისტს შესაძლებლობა ეძლევა მოგზაურობის დროს რაიმე ახლის შესწავლისა სპეციფიური სასწავლო პროგრამების როს (მაგ. სასაწავლო ტურები), დააკვირდეს ველურ ბუნებას, დაესწროს სხვადასხვა ფესტივალს, შეაფასოს კულტურული ფასეულობები და შეისწავლოს ბუნება. დაცულ ტერიტორიებზე არსებული ბუნებრივი და კულტურული რესურსები მთლიანად იძლევა ამის საშუალებას. ამგვარად, დაცული ტერიტორიებით დაინტერესებული ჯგუფები, როგორებიცაა მაგალითისთვის ეკოტურისტები, როგორც წესი უფრო მეტად განათლებულები არიან, ვიდრე ზოგადად დანარჩენი ტურისტები.

ასეთი სახის ტურიზმი მოითხოვს ახსნა-განმარტებით მასალებს (მეგზურებს, ბროშურებს, მობილურ აპლიკაციებს და სხვა), საინტერპრეტაციო დაწესებულებებს (ვიზიტორთა ცენტრები) და საინტერპრეტაციო ტურს გამყოლთან ერთად (ეკოტური). ეს ზრდის დაცულ ტერიტორიებზე მომსახურების ხარისხის მოლოდინს და ამაღლებს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისათვის საჭირო პოლიტიკურ ნებას. ეს ასევე ხელს შეუწყობს პარკის დაცვის საკითხებისადმი პირად დამოკიდებულებას და რაც გათვალისწინებული და სასიკეთოდ გამოყენებული უნდა იყოს დაცული ტერიტორიების მენეჯერების მხრიდან.

მოსახლეობის ხანდაზმულობა

ჯანდაცვის სისტემის განვითარება წარმოადგენს მოსახლეობის სიცოცხლის ხანგრძლივობის წინაპირობას. გასული საუკუნის მანძილზე მნიშვნელოვნად გაიზარდა 60 წელს გადაცილებულ პირთა რაოდენობრივი პროპორცია (6.9% 1900 წელს, 8.1% 1950 წელს და 10% 2000 წელს). შემდეგი საუკუნის მანძილზე ამ პროპორციის საგრძნობი ზრდა არის მოსალოდნელი.

ასაკოვანი პირები უფრო მეტ ხანს რჩებიან ჯანმრთელები. მიუხედავად იმისა, რომ ფიზიკური აქტივობის დონე ასაკთან ერთად კლებულობს, ხანდაზმულ ადამიანებს სულ უფრო მეტი შესაძლებლობა უჩნდებათ, რომ იცხოვრონ ჯანმრთელი, ფიზიკურად აქტიური ცხოვრებით. მაშასადამე, იმ დროს, როდესაც მოთხოვნა ისეთ სპორტულ აქტივობებზე, როგორებიცაა სამთო-სათხილამურო სპორტი და მთამსვლელობა, ასაკთან ერთად იკლებს, ხანშიშესული ადამიანები ასაკის მატებასთან ერთად ინარჩუნებენ საკუთარ ინტერესს სხვა ღია ცის ქვეშ განსახორციელებელი აქტივობების მიმართ: ფეხით სიარული, ბუნების შესწავლა, სპორტული თევზაობა, ველურ ბუნებაზე დაკვირვება. საკემპინგე ადგილებზე შემცირებული მოთხოვნის საკომპენსაციოდ, იზრდება მოთხოვნა უფრო კომფორტულ ტურისტულ თავშესაფრებზე. ხანდაზმული ადამიანები წარმოადგენენ ერთგვარ გამოწვევას დაცული ტერიტორიების დაგეგმვასა და მენეჯმენტისათვის. შეიქმნება საჭიროება უფრო მარტივად მიღწევადი საპირფარეშოების აშენებისა და ნაკლებად დაქანების მქონე ბილიკების შემუშავებისათვის; ასევე მეტად წინაპირობა მეტად უზრუნველყოფილი ვიზიტისათვის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის. მეორეს მხრივ, ხანდაზმული ვიზიტორები წარმოადგენენ გარკვეულ შესაძლებლობებს. არსებული ტენდენციის მიხედვით, მათ უფრო აინტერესებთ იმ სახის გამოცდილების მიღება, რომელსაც მათ დაცული ტერიტორიები სთავაზობენ, გააჩნიათ უფრო მეტი სახარჯი შემოსავალი და სურთ გადაიხადონ თანხა სრულყოფილი ინტერპრეტაციისა და ინფორმაციის მისაღებად, გიდებისა და სხვა სერვისების გამოყენებისათვის. პარკის მენეჯერებმა უნდა გაითავისონ ხანდაზმული ვიზიტორების საჭიროებები და მოთხოვნები, წინააღმდეგ შემთხვევაში კი რისკავენ დაკარგონ გავლენიანი ჯგუფის ჩართულობა და მხარდაჭერა.

ხელმისაწვდომი მოგზაურობა ყველასათვის

მილიონობით ადამიანს მსოფლიოში აქვს სურვილი იმოგზაურონ, ჰქონდეთ დრო და შესაბამისი თანხები ამის განსახორციელებლად, მაგრამ იძულებულნი არიან დარჩნენ სახლში არასაკმარისი საშუალებების გამო. გაუმჯობესებული მიღწევადობის პირობებში, დაცულ ტერიტორიებზე შესაძლებელია განვითარდეს სპეციალური სახის ტურიზმი განსაკუთრებული შესაძლებლობებისა და ფიზიკური შეზღუდვების მქონე ადამიანებისთვის; ეს ბაზარი 100 მილიარდ ევროდ არის შეფასებული. მხოლოდ ევროპაში 80 მილიონი შეზღუდული უნარების მქონე ადამიანი ცხოვრობს. სამოგზაურო კომპანიონების ჩათვლით „მიღწევადი ტურიზმი“-ს ბაზარი 133 მილიონ ადამიანს მოიაზრებს. მსოფლიოს მასშტაბით, კი ეს რიცხვი დაახლოებით 600 მილიონიდან 900 მილიონამდე მერყეობს. ეს რიცხვები მეტყველებენ იმაზე, რომ მოსახლეობის დაახლოებით 10% საჭიროებს „დაბრკოლებების გარეშე“ ან „მიღწევად“ მოგზაურობას. უდაო ფაქტია, რომ ევროპისა და სხვა განვითარებული ქვეყნების დემოგრაფიული დაბერების გამო, ხანდაზმული ადამიანების პროპორცია, რომელთაც გააჩნიათ გადაადგილების, მხედველობის და სმენის შეზღუდული უნარები დროთა განმავლობაში დანამდვილებით გაიზრდება. 65 წელს გადაცილებულ ადამიანთა პროპორცია, რომელთაც გააჩნიათ ჯანმრთელობის პრობლემები ან უკვე შეზღუდული უნარები, ქალებს შორის აღწევს 42%-ს, ხოლო მამაკაცებში კი 30%-ს.

ქალთა შეცვლილი როლები

ბევრი ქვეყანა განიცდი ქალების როლის რევოლუციას და ეს პროცესი გრძელდება. სულ უფრო მეტი ქალი და მამაკაცი ითვისებს ერთი-მეორის თვისებებს სამსახურში და საოჯახო საქმეში. ქალები ხდებიან ძლიერები, წარმოადგენენ მუშახელის რაოდენობრივი უპირატესობაც. ისინი შეადგენენ რეკრეაციისა და ტურიზმის მოთხოვნის ძირითად ნაწილს. ხშირად ქალები არიან ისინი, რომლებიც თავად ირჩევენ სამოგზაურო დანიშნულების ადგილს.

არსებობს სხვაობა ქალების მოთხოვნებსა და მამაკაცების ტურისტულ მოთხოვნებს შორის. კაცები უმეტესწილად ითხოვენ ფიზიკურად დამაინტერესებელ აქტივობებს, როდესაც ქალები ბუნებისა და კულტურული გარემოს შეცნობასა და ეკოტურიზმს ანიჭებენ უპირატესობას. ბევრი ქალბატონი დაინტერესებულია დაცული ტერიტორიების სარეკრეაციო შესაძლებლობებით.

დაცული ტერიტორიებისათვის მენეჯერებისათვის მნიშვნელოვანია ქალთა როლის გაცნობიერება პარკში ვიზიტის გადაწყვეტილების მიღებისას, რაც განპირობებულია ცხოვრების იმ საფეხურით, რომელშიც ამჟამად იმყოფებიან. როგორც წესი, მარტოხელა, ახალგაზრდა ქალები არ წარმოადგენენ დაცული ტერიტორიების „მომხმარებლებს“, თუმცა ქალები პატარა ბავშვებით ირჩევენ პარკებს, როგორც ბავშვების გართობა-დასვენებისათვის ერთ-ერთ ხელსაყრელ ადგილს. ასაკოვანი, ქალები, განსაკუთრებით კი ისინი, რომლებიც მოგზაურობენ თავიანთ მშობლებთან ერთად, ითხოვენ ისეთ აქტივობებს, რომლებშიც აუცილებლად ჩართული იქნება ვიზიტი დაცულ ტერიტორიებზე.

დასასვენებელი დროის გადანაწილების ცვლილება

არსებობს ბევრი მნიშვნელოვანი და ზოგჯერ კონფლიქტური ტენდენციაც დასასვენებელი დროის რაოდენობის, გადანაწილებისა და არსებობასთან მიმართებაში, რაც საკმაოდ კომპლექსური საკითხია. ბევრი ადამიანისათვის დასვენების დრო მატულობს მოკლე სამუშაო კვირის ხარჯზე, ასევე საყოფაცხოვრებო ტექნიკის დახვეწის და განვითარების ხარჯზე და სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით. თუმცა, დასასვენებლად გამოყოფილი დრო იკლებს გარკვეული კატეგორიისათვის; მაგალითად მომუშავე ქალბატონი, რომელსაც ასევე ეკისრება საოჯახო საქმის პასუხისმგებლობებიც. მარტოხელა მშობლიანი ოჯახების რაოდენობის ზრდა ზრდის ოჯახიდან გასული მშობლის დასასვენებელ დროს, საპირისპიროდ კი, იკლებს ოჯახში დარჩენილი მშობლის დასასვენებელი დრო. ხშირად ახალგაზრდებს უწევთ მუშაობა, რათა მოახერხონ სწავლის საფასურის დაფარვა, რაც აისახება დასასვენებელი დროის რაოდენობის შემცირებაში.

პარკის ვიზიტებთან მიმართებაში ხორციელდება უფრო მეტი მოკლევადიანი (2-დან 4 დღემდე შაბათ-კვირის სამოგზაურო ტურები), რაც შეადგენს აშშ-ს მოგზაურობების 80%-ს. შესაბამისად, ბევრი პარკი საჭიროებს ადაპტაციას დროში შეზღუდული ტურისტების მიღებისათვის, რაც მოითხოვს უფრო მაღალ მომსახურების ხარისხს და სპეციალურ სარეკრეაციო შესაძლებლობებს. განსხვავებით, ევროპელთა უმეტესი ნაწილის დასასვენებელი დრო მოიცავს უფრო გრძელვადიან ხელფასიან შეგულებას და მოკლე სამუშაო კვირას. ევროპის ქვეყნები წარმოადგენენ პარკის ვიზიტორთა ყველაზე დიდი ნაწილს მსოფლიოს მასშტაბით.

მომსახურების ხარისხის მნიშვნელობა

ტურისტები ითხოვენ სულ უფრო მაღალი ხარისხის სარეკრეაციო შესაძლებლობებს და მომსახურებას. ისინი, ვინც იღებენ ხარისხიან მომსახურებას თავიანთი რეგულარული სამუშაო კვირის განმავლობაში, ელიან რომ იგივე ხარისხის მომსახურება ექნებათ დასვენების შემთავაზებლების მხრიდანაც. ისინი მოელიან, რომ გიდეები იქნებიან კარგი კომუნიკაციის უნარისა და მაღალი ცოდნის დონის მქონე პიროვნებები. მათ სურთ, რომ მათმა მასპინძლებმა შეუქმნან სტუმართმოყვარე, კომფორტული გარემო და თავი აგრძნობინონ იმ თემების ნაწილად, რომლებსაც ისინი სტუმრობენ. გაზრდილი ეკოტურიზმი ნიშნავს განსაკუთრებული სარეკრეაციო და ღამისთევის ადგილების მოთხოვნის ზრდას, აქცენტით ხარისხზე. პარკების სააგენტოების უმეტესობას ხარისხიანი სერვისი არ წარმოადგენს მათ სამიზნე არეალს, რაც განპირობებს მათ მიერ შეთავაზებული პროგრამების პრიმიტიულობას და უინტერესობას.

დაცული ტერიტორიების მენეჯერებმა და კერძო სექტორმა უნდა შეძლოს ვიზიტორთათვის ხარისხიანი მომსახურების შეთავაზება. მენეჯერთათვის გამოწვევას წარმოადგენს ხარისხიანი მომსახურების შეთავაზებების მიზნების უზრუნველყოფა, ასევე მაღალი ხარისხის სერვისების შეთავაზებისა და მონიტორინგი პროგრამების ხელმისაწვდომობა. გასათვალისწინებელია, რომ ამ ტიპის დახვეწილი მომხმარებლებისათვის მარალი დონის სერვისი მნიშვნელოვანია და მზად არიან გადაიხადონ გულუხვი თანხა ასეთი მომსახურების მისაღებად.

მოგზაურობის სახეების ცვლილება

ერთი შეხედვით, მოსალოდნელია დასასვენებელი დროის რაოდენობის მატება ყველა იმ ქვეყანაში, რომელიც განიცდის ეკონომიკურ აღმავლობას და არსებობს გაზრდილი შემოსავლები, ხანდაზმული მოსახლეობა და ქალთა და მამაკაცთა შეცვლილი როლები. თუმცა, განვითარებული ქვეყნების შემთხვევაში ვაწყდებით ისეთ მაგალითებს, რომლიც დროსაც ცხოვრების სამუშაო პერიოდის განმავლობაში საგრძნობლად იკლებს დასასვენებელი დროის რაოდენობა. მაგრამ ამავდროულად, შეინიშნება დასასვენებელი დროის გაზრდილი რაოდენობაც საპენსიო ასაკის დაკლებასა და უფრო ხანგრძლივი ცხოვრების ხარჯზე. ხანდაზმული, პენსიონერი ადამიანებს ასევე აქვთ შესაძლებლობა განახორციელონ გრძელვადიანი მოგზაურობა წლის განმავლობაში. ჩრდილოეთ ამერიკაში, ევროპაში, ავსტრალიასა და ზოგიერთ აზიის ქვეყანაში შემოსავლების ზრდა, ხანდაზმული მოსახლეობა, უფრო აქტიური ცხოვრების წესი ზრდის ტურიზმის მოთხოვნას როგორც ადგილობრივ, ასევე აღნიშნული ქვეყნების მოსახლეობას შორის. ნავარაუდევია დაცულ ტერიტორიებზე სარეკრეაციო მოთხოვნილების სამომავლო ზრდა, მაღალი მომსახურების ხარისხის გათვალისწინებით.

გლობალური კომუნიკაციებისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების წინსვლა

დღესდღეობით, ძალიან ბევრ ადამიანს გააჩნია წვდომა ინტერნეტთან, რომლის საშუალებითაც მათ შეუძლიათ მოიძიონ უამრავი სახის ინფორმაცია დაცული ტერიტორიების და იქ მოგზაურობის შესახებ. ინტერნეტი განაპირობებს სამოგზაურო არეალის გაფართოებას, სააგენტოებს საშუალებას აძლევს მომხმარებლებს მიაწოდონ განახლებული, დახვეწილი ინფორმაცია სიმბოლური ფასის სანაცვლოდ. ვინაიდან ინტერნეტში განთავსებულ სურათებს შეუძლიათ წარმოდგენა შეუქმნან ვიზიტორებს კონკრეტული დაცული ტერიტორიის შესახებ, დაცული ტერიტორიების მენეჯერებმა და ტუროპერატორებმა უნდა იცოდნენ, თუ რა სახის ინფორმაცია ხელმისაწვდომი და უნდა იყოს მზად რომ გაამართლონ ის მოლოდინი, რაც გამოწვეულია ამ სახის ინფორმაციით.

ტექნოლოგიებმა შესაძლოა მოიტანონ მრავლისმომცველი შედეგები. მაგალითად, ადგილობრივ სასტუმროებს, კურორტებსა და ასე შემდეგ, დაცულ ტერიტორიებთან ერთად შეუძლიათ აწარმოონ საერთო მარკეტინგული მიზნებით შეგვრებული ვებგვერდი და ამგვარად გაზარდონ მოკლევადიანი ბიზნეს ვიზიტორების რიცხვი. ასევე ვიზიტორებსაც შეუძლიათ პოპულარიზაცია გაუწიონ დაცულ ტერიტორიებს და გაზარდონ მათი ცნობადობა, პარკში მოგზაურობის დროს გადაღებული ვიდეო მასალის ინტერნეტში გავრცელების გზით.

გავრცელებული სამოგზაურო არჩევანი

სამოგზაურო თვითმფრინავებისა და საკრუიზო გემების მატების გათვალისწინებით, ვიზიტორებს შეუძლიათ იმოგზაურონ უფრო ეფექტურად, სწრაფად და შორ მანძილებზე. შორ მანძილებზე საჰაერო მოგზაურობის განვითარებამ, დაცულ ტერიტორიებზე გლობალური მასშტაბით ვიზიტორთა მატების დარგში გადამწყვეტი როლი ითამაშა. ადამიანებს, რომლებიც დაინტერესებულები არიან მსოფლიო მემკვიდრეობის უბნებით, ეროვნული პარკებითა და სხვა მსგავსი სანახაობებით, ამგვარად მიეცათ შესაძლებლობა მოინახულონ მათთვის სასურველი ადგილი მსოფლიოს ნებისმიერ კუთხეში. მართლაც, დაცული ტერიტორიის, განსაკუთრებით კი, ეროვნული პარკის არსებობა ხშირად მცდელობა მოქმედებს ტურისტებზე. ეს ტენდენცია გრძელდება და დაცული ტერიტორიების მენეჯერები მზად უნდა იყვნენ მსოფლიოს ნებისმიერი კუთხიდან ვიზიტორების მიღებისათვის. მაშინ როდესაც ისინი იქნებიან ერთგვარი გამოწვევა ენობრივი ბარიერების, კულტურისა და დაცული ტერიტორიებისადმი წინასწარ შექმნილი განსხვავებული წარმოდგენის კუთხით, ისინი ამავდროულად წარმოადგენენ შემოსავლებისა და სამსახურობრივი პოზიციების შექმნის, ასევე მსოფლიოსათვის კულტურული და ეკოლოგიური ფასეულობების გაზიარების შესანიშნავ წყაროს.

პირადი უსაფრთხოება

უსაფრთხოების აღქმა ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც თვით რეალობა. საკმაოდ ხშირია შემთხვევები, როდესაც დაცული ტერიტორიის უსაფრთხოების იმიჯი შელახულა მედიის მიერ არასწორი ინფორმაციის გავრცელების გამო, როთაც მათ შეცდომაში შეყავთ დაინტერესებული პირები. დტ-ს მენეჯმენტი მზად უნდა იყოს იმისათვის, რომ შესაძლოა მათ დაცულ ტერიტორიას ეწვიოს გულუბრყვილო ვიზიტორი, რომელიც მზად არ არის იმ საშიშროებებისთვის, რაც შეიძლება წარმოიშვას ბუნებრივ გარემოში.

დაცული ტერიტორიების მენეჯერები უნდა იცნობდნენ ვიზიტორთა უსაფრთხოების მოლოდინებს, პოტენციურ ტურისტებს აუხსნან ადგილზე არსებული სიტუაცია და მაქსიმალურად მზად იყვნენ ვიზიტორთა უსაფრთხოების მოთხოვნების შესრულებისათვის. ძალზედ მნიშვნელოვანია, რომ უსაფრთხოების საკითხო სერიოზულად იქნეს აღქმული და მოსულ ვიზიტორს განემარტოს, თუ რა სახის სიტუაცია შესაძლოა მათ ელოდოთ. აღნიშნულის არგათვალისწინებამ შეიძლება გამოიწვიოს გართულებული და ძვირადღირებული შედეგები, ვინაიდან პარკის ვიზიტორთა შორის სულ უფრო გავრცელებული ხდება პარკის მენეჯმენტის მიმართ საჩივრის სახით სამართლებრივი ორგანოებისთვის მიმართვა მიღებული ფიზიკური ზიანის ან პირადი ქონების დაზარალების გამო.

მზარდი სოციალური და გარემოსდაცვითი პრობლემები

ადამიანები გამოხატავენ შემოფოთებას სოციალური უსამართლობისა და გარემოსდაცვითი პრობლემების მიმართ. მათ მაღალ დონეზე აქვთ გაცნობიერებული მცირე ზემოქმედების ტურიზმის არსებობის საჭიროება, რომელიც არ აზიანებს გარემოს. ისინი ხშირად ხდებიან „მწვანე“ ცხოვრების სტილის მიმდევრები, ანუ „მწვანე მომხმარებლები“. დაცული ტერიტორიები კარგად ერგებიან აღნიშნულ ტენდენციას, ვინაიდან ისინი ასახიერებენ იმ ფასეულობებს, რომლებსაც ამ ტიპის ტურისტები ატარებენ.

ტურისტებს იზიდავთ ისეთი ადგილები, რომელთაც გააჩნიათ კარგი რეპუტაცია და აქტიურად არიდებენ თავს ისეთ ტურისტულ მიმართულებებს, რომელთაც გააჩნიათ სოციალური, ან გარემოსდაცვითი პრობლემები. არსებობს ასევე საერთაშორისო სქემები ტურიზმში მაღალი გარემოსდაცვითი სტანდარტის აღიარებისა და მიღებისათვის, როგორიცაა მაგალითისთვის მწვანე გლობუსი 21 (Green Globe 21) სქემა. მნიშვნელოვანია, რომ დაცული ტერიტორიების ფასეულობების დაცვაზე მომუშავე მენეჯერებმა დაიცვან მარალი სტანდარტები ტურიზმში და უზრუნველყონ, რომ დაცული ტერიტორიების მიმზიდველობა ტურისტებისათვის

შენარჩუნებულია. ამგვარად, მაღალი ხარისხის რესურსი უზრუნველყოფს მაღალი ხარისხის ტურიზმს, რის შედეგადაც იქმნება ჯანსაღი წრე.

8.3 დტ-ზე ტურიზმის სახელმძღვანელო პრინციპები

ტურიზმი და რეკრეაცია დაცულ ტერიტორიებზე ძალიან მიმზიდველი ხდება სულ უფრო და უფრო მეტი ტურისტისათვის და წარმოადგენს ეკონომიკურ შესაძლებლობებს ბუნების გაუმჯობესებული დაცვისა და ადგილობრივი მოსახლეობის გაზრდილი კეთილდღეობისათვის. ტურიზმი ასევე წარმოადგენს გარკვეული სახის საფრთხეს დაცული ტერიტორიებისათვის რამდენიმე შესაძლო უარყოფითი ეფექტის გამო. ეკონომიკური და ტურისტული აქტივობები მკაცრად აკრძალულია ბუნების დაცვის მსოფლიო კავშირის (IUCN) კატეგორიის დაცულ ტერიტორიებზე, ხოლო ზოგ შემთხვევაში ნებადართულია გარკვეული რეგულაციებისა და პრინციპების გათვალისწინებით. როდესაც ჩვენ ვსაუბრობთ დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმს განვითარების შესახებ, ჩვენ ზოგადად მოვიაზრებთ **ეკოტურიზმს - საპასუხისმგებლო მოგზაურობას, რომელიც ხელს უწყობს ბუნების დაცვასა და დადებით გავლენას ახდენს ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობაზე**. ტერმინოლოგია აღიარებს ეკოტურიზმთან დაკავშირებულ გარკვეული სახის ფორმებს: საპასუხისმგებლო ტურიზმი, მდგრადი ტურიზმი, ბუნების ტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, ღარიბი მოსახლეობისაკენ მიმართული ტურიზმი (pro-poor) და სხვა. ეკოტურიზმთან ყველაზე უფრო ახლოს დგას სათემო ტურიზმი კონსერვაციისა და განვითარებისათვის.

არსებობს **ეკოტურიზმის 3 სვეტი**, გარემოსდაცვითი და სოციალურ-კულტურული თავსებადობა, ეკონომიკური სარგებლის შექმნა და გარემოსდაცვითი ცნობიერების ამაღლების პოპულარიზაცია.



სქემა9: ეკოტურიზმის სამი სვეტი

იმისდა მიუხედავად, რომ ჩვენ ვსაუბრობთ ბუნების დაცვასა და მაღალი ფასეულობების მქონე ბუნებრივი რესურსების გამოყენებაზე, ტურიზმის განვითარების შესახებ საუბრისას ჩვენ უნდა გავითვალისწინოთ კულტურული რესურსებიც, კულტურული ლანდშაფტი, ტრადიციული ხელსაქმე და ზოგიერთი სხვა, დაცულ ტერიტორიებსა და მის შემოგარენში არსებული კულტურული ასპექტი. კულტურული რესურსები წარმოადგენენ დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების დამატებით, მნიშვნელოვან ფასეულობას.

ამდგავარად, **ეკოტურიზმის განმარტება** უფრო განვრცობილია და მიგვანიშნებს, რომ ეკოტურიზმი წარმოადგენს ტურიზმის ისეთ ფორმას, რომელიც ხელს უწყობს სწავლის გამოცდილებასა და ბუნებრივი გარემოს ან მისი ზოგიერთი კომპონენტის შეთვისებასთან ასოცირებული კულტური კონტექსტის ფარგლებში. ის გამოირჩევა

გარემოსდაცვითი და სოციალურ-კულტურული მდგრადობით, შესაბამემა საუკეთესო პრაქტიკის ნორმებს და ბუნებრივი და კულტურული რესურსების ბაზის გაუმჯობესების ფორმით ხელს უწყობს საქმიანობების სიცოცხლისუნარიანობას. (Weaver & Lawton, 2001).

შემუშავდა დაცული ტერიტორიების კატეგორიების, ზოგიერთ კატეგორიაზე შესაბამისი ტურისტული ვიზიტების და დაცვის მიზნების, ასევე მენეჯმენტის ძირითადი ამოცანების და დაცულ ტერიტორიებზე ეკო-ტურისტების მახასიათებლების ზოგადი სქემა. გარდა 2 სპეციფიკური ეკო-ტურისტული ჯგუფისა: ძლიერი ეკოტურისტები ასევე ძლიერი გარემოსდაცვითი ვალდებულებებით და ინდივიდუალური ვიზიტებით, მსუბუქი ეკოტურისტები სუსტი გარემოსდაცვითი ვალდებულებებით, მრავალი დანიშნულების ვიზიტებითა და ჯგუფურად მოგზაურები, ასევე გამოვლენილია მესამე შერეული ჯგუფი - ეკოტურისტების ის ჯგუფი, რომელსაც გააჩნია ორივე ჯგუფის მახასიათებლები - ძლიერი გარემოსდაცვითი ვალდებულებები, სოციალური კავშირები და მოგზაურობენ სხვადასხვა მიზნებით.

IUCN კატეგორია	მოკლე აღწერა	ტურიზმის მიზანი 1)	ეკო-ტურისტის მახასიათებელი 2)		
			ძლიერი	მსუბუქი	შერეული
I.	სახელმწიფო ნაკრძალი & ველური ბუნება				
I.a	სახელმწიფო ნაკრძალი	-	-	-	-
I.b	ველური ბუნება	2	კი	-	-
II.	ეროვნული პარკი	1	კი	კი	-
III.	ბუნების ძეგლი	1	კი	კი	-
IV.	ჰაბიტატების მართვის ტერიტორია	3	კი	კი	-
V.	დაცული ლანდშაფტი	1	-	კი	კი
VI.	მრავალმხრივი გამოყენების ტერიტორია	3	-	კი	-

1. მიზნობრიობის ტიპი დაცული ტერიტორიის სპეციფიკური კატეგორიისათვის (სამეცნიერო, დაცვის, მდგრადი გამოყენების, კულტურული ღირებულებების შენარჩუნების, ტურიზმისა და რეკრეაციის): 1 - მთავარი მიზანი; 2 - მეორეხარისხოვანი მიზანი; 3 - პოტენციურად შესაფერისი მიზანი; - არ შესაბამემა არავითარ მიზანს
 2. ეკო-ტურისტების მახასიათებლები: - ძლიერი ეკოტურისტები; მსუბუქი ეკოტურისტები; შერეული ტიპის ეკოტურისტები;
- წყარო: მონაცემები შეგერებულია IUCN-ის სხვადასხვა სახელმძღვანელოების შესაბამისად და Weaver & Lawton 2001-ის დოკუმენტაციით და შეგერებულია ამ კვლევის მიზნებისათვის

გამოსახულება 11: ტურიზმის შესაბამისობისა და ეკოტურისტების მახასიათებლები დტ-ს კატეგორიისა და მართვის მიზნების შესაბამისად

ეროვნული პარკები და დაცული ტერიტორიები ყველა ქვეყანაში ტურისტებისათვის ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ადგილებს წარმოადგენენ, როგორც ძლიერი, ასევე მსუბუქი ტიპის ეკო-ტურისტებისათვის, ბუნების მოყვარულებისათვის, ერთდღიანი ვიზიტორებისათვის ან სპეციალური მიზნებით მოსული ვიზიტორებისათვის, როგორცაა საგანმანათლებლო, სამეცნიერო და კვლევის მოტივით აღჭურვილი ტურისტი. ისინი შესაძლებელია წარმოადგენდნენ როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ვიზიტორებს. იგივე მიესადაგება საქართველოსაც.

დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმის განვითარება სავალდებულოა დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებისათვის. ეს არ ნიშნავს მხოლოდ იურიდიულად დაწესებული კანონების დაცვას, თუ სად და რა არის ნებადართული ბუნებაში, არამედ ასევე მოიცავს ყველა ძირითადი დაინტერესებული მხარის მიერ ბუნების პატივისცემას: დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის დამგეგმავებსა და განმახორციელებლებს, ტურისტული სერვისებისა და პროდუქტების მომწოდებლებს და ტურისტებს. საბოლოოდ, ძალიან მნიშვნელოვანია ვიზიტორთა ნაკადების მართვა და მონიტორინგი. გამტარუნარიანობა - შემუშავდა დახვეწილი მეთოდი, თუ რა რაოდენობის ვიზიტორის მიღება შესაძლებელია დაცულ ტერიტორიებზე ზიანის მიყენებისა და ნეგატიური ეფექტის გამოწვევის გარეშე. გამტარუნარიანობის შეფასება წარმოადგენს ინტენსიურ კვლევას და მოითხოვს გარკვეულ დროს, რათა მომზადდეს შესაბამისი დოკუმენტი რეკომენდაციებით. მიუხედავად ამისა, არსებობს შედარებითი კვლევები და ციფრები, რომლებიც შესაძლებელია გამოყენებული იყოს, იმის გასარკვევად, თუ საქართველოს რომელ დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტების რიცხვმა მიაღწია იმ ნიშნულს, რომლის დროსაც საჭიროა დაწესდეს გარკვეული სახის შეზღუდვები. მეორეს მხრივ, დაცული ტერიტორიების ტურისტულ პროექტებს თან უნდა ახლდეს გარემოზე ზემოქმედების შეფასება, რათა თავიდან იქნას აცილებული უარყოფითი ზეგავლენა დაცული ტერიტორიების ბუნებრივ გარემოზე.

9 დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის განვითარების ბაზრის პოტენციალი

9.1 ბაზრის სეგმენტაცია

დაცული ტერიტორიების მონახულების მოთხოვნათა შორის **ადგილობრივი მოთხოვნა** დომინანტია და ასევე მნიშვნელოვანია მომავლისათვის. დაბრუნება ბუნებაში, ბუნების აღმოჩენა, ბუნების განცდა ძალიან პოპულარულია ახალგაზრდა ქართველებს შორის. ისინი უპირატესობას მსუბუქ და ინტენსიურ სათაგადასავლო აქტივობებს სანიჭებენ, რომელთა განხორციელება შესაძლებელია საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე. ბავშვები იზიარებენ მოგზაურობას ბუნებაში და დაცულ ტერიტორიებზე ერთდღიანი ან მოკლე დასვენების განხორციელების მიზნით. სკოლებს დაყავთ მოსწავლეები დაცულ ტერიტორიებზე ან ვიზიტორთა ცენტრებში საგანმანათლებლო მიზნით - გარემოს დაცვის, ბიომრავალფეროვნების, ბუნების დაცვისა და შენარჩუნების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად და ასევე, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორები და რისი სწავლა არის შესაძლებელი ბუნებაში. ადგილობრივი ვიზიტორების სეგმენტისთვის დაცული ტერიტორიები წარმოადგენენ მნიშვნელოვან საგანმანათლებლო ცენტრებს. ზოგიერთი ორგანიზაცია ეძებს თანამშრომლებისთვის სპეციალურ პროგრამებს, რომელთა განხორციელება შესაძლებელია დაცულ ტერიტორიებზე, რათა მეცეს შესაძლებლობა გაუღრმავოს მათ კორპორატიული სულისკვეთება და გუნდური მუშაობის უნარი. ეს ტენდენცია განსაკუთრებით შესამჩნევია დიდი პოპულაციის მქონე ქალაქებში.

უცხოური ბაზარი თანდათანობით სულ უფრო და უფრო მნიშვნელოვანი ხდება საქართველოს დაცული ტერიტორიებისათვის. ის წარმოადგენდა დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა თითქმის 30%-ს 2013 წელს და მისი წილი უფრო სწრაფი ტემპით მატულობს, ვიდრე ადგილობრივი ბაზრის სეგმენტის ტურისტების წილი. აღსანიშნავია, რომ უცხოური ვიზიტორების წილი უფრო მაღალია ტურისტული სეზონის თვეების განმავლობაში - მაისი-ოქტომბერი. დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა უცხოურ ბაზარს წარმოადგენენ: ისრაელი, აზერბაიჯანი, უკრაინა, პოლონეთი, რუსეთი და გერმანია.

ბუნებაში მოხეტიალე და დაცული ტერიტორიების ვიზიტორებს გააჩნიათ განსხვავებული დემოგრაფიული, სოციალური და ეკონომიკური მახასიათებლები, მოლოდინი და ქცევა. ამგვარად, ძალიან მნიშვნელოვანია რაც შეიძლება მეტი ინფორმაციის ქონა სამიზნე ჯგუფების შესახებ, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან დაცული ტერიტორიების მონახულებით. როგორც წესი, ტურისტული ბაზარი იყოფა რამდენიმე ძირითად კატეგორიად.



სქემა 10: ტურისტული ბაზრის ძირითადი სეგმენტაცია

სხვადასხვა საერთაშორისო კვლევების მიხედვით, ბუნება, მთები და ლანდშაფტი წარმოადგენენ ერთ-ერთ ყველაზე ძლიერ მოტივს მოგზაურობისათვის. რატომ ეძიებენ ბუნებას, რა გამოცდილების მიღება სურთ და რა წარმოადგენს უფრო დეტალურ მოტივაციას ეკო ტურისტებისათვის მოგზაურობის დროს, ნაჩვენებია მომდევნო ცხრილში.



ეკოტურისტული მოგზაურობის
მოტივები

- ბუნებრივი გარემოს, სიმშვიდისა და წონასწორობის განცდა
- ველური ბუნების მონახულება მის ბუნებრივ ჰაბიტატებში
- ბუნებასთან ახლოს ყოფნა
- ურბანული გარემოსგან თავის დაღწევა
- ბუნებრივი გარემოს შესწავლა
- ადამიანთა დიდი ჯგუფების არარსებობა
- დასვენება და რელაქსაცია
- ახალი გამოცდილების შეძენა
- ფიზიკური აქტიურობა
- წინა პოზიტიური გამოცდილება
- რეპუტაცია
- საკუთარი თავის აღმოჩენა
- სათავგადასავლო და შეშინებითი გამოცდილების შეძენა
- მსგავსი ინტერესების ადამიანებთან შეხვედრა
- შესაძლებლობა გაატარო დრო მეგობრებთან და ნათესავებთან
- რაც შეიძლება მეტი ეკოტურისტული ადგილის მონახულება
- გეონდეს შესაძლებლობა მოუყვე მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ

სქემა 11: ეკოტურისტული მოგზაურობის ძირითადი მოტივები

არსებობს ვიზიტორთა 3 ჯგუფი, რომელიც დაყოფილია ეკოტურისტ დროს განხორციელებული აქტივობების ინტენსიურობის მიხედვით:

- > **მმაფრთიპისეკოტურისტები** რომელთაც გააჩნიათ ძლიერი გარემოს დაცვითი, მდგრადობის გაუმჯობესების ვალდებულებები, და დიანსპეციალურ გრძელვადიან ტურებზე, უნდათ რომ იყვნენ ფიზიკურად აქტიურები მცირე დისერვისის სპირობებში, ეყრდნობიან საკუთარ გამოცდილებას და თვითონ გეგმავენ საკუთარ მოგზაურობას.
- > **მსუბუქი ეკოტურისტები** საშუალო დონის გარემოს დაცვითი ვალდებულებებით, მდგრადობის გაუმჯობესების სუსტი მიზნებით, სხვადასხვა ტიპის სამოგზაურო ტურით - მირითა და დემოკლევადიან და ფიზიკურად პასიური ტიპის მოგზაურობა დაცული ტერიტორიებზე, მოელიან სერვისს, ითხოვენ ბუნების ინტერპრეტაციას და იყენებენ შუამავლებს, როგორც ატუროპერატორი და ტურისტული სააგენტო.
- > **შერეული ტიპის ეკოტურისტები** გააჩნიათ ძლიერი გარემოს დაცვითი ვალდებულების გრძნობა, სურთ იყონ ფიზიკურად აქტიურები, მოელიან სერვისებს და სოციალურ ურთიერთობებს; ისინი ცავემონაწილეობენ სხვადასხვა მიზნების მქონე ტურში, არიან დიდ ჯგუფებში, იყენებენ შუამავლებს ტუროპერატორების და ტურისტული სააგენტოების სახით და ითხოვენ ბუნების ინტერპრეტაციას. (Weaver & Lewton, 2001)

ამ სეგმენტაციებზე დაყრდნობით ჩვენ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ არსებობს ვიზიტორთა ისეთი სეგმენტი, რომელიც გამიზნულად მოგზაურობს დაცულ ტერიტორიებზე, სურს შეიცნოს ბუნება და მიიღოს შესაბამისი გამოცდილება, მაგრამ რაოდენობრივად უფრო ნაკლები არიან ვიდრე ეკოტურისტების დანარჩენი 2 ჯგუფი. მეორე დიდ ჯგუფს წარმოადგენენ ერთდროულად სხვადასხვა დანიშნულებით მოგზაური ტურისტები, რომლებიც მოგზაურობენ დასვენებისთვის, დაგეგმილი აქვთ რამდენიმე ადგილის/ქვეყნის მონახულება, არიან ბიზნეს ტურზე და ამ სახის მოგზაურობის დროს ისინი მიდიან დაცული ტერიტორიებისა და ბუნებრივი ძეგლების მოსაძიებლად. შერეული ტიპის ჯგუფები პოტენციურად ძალიან საინტერესო არიან და წარმოადგენენ არიან უფრო დიდი რაოდენობით, ვიდრე მსუბუქი ტიპის ეკოტურისტები. მათ უფრო მეტი პასუხისმგებლობა გააჩნიათ გარემოს მიმართ, სურვილი აქვთ იყონ ფიზიკურად უფრო აქტიურები, მაგრამ ამავდროულად სიამოვნებას იღებენ კომფორტული გარემოდან, ილტვიან სოციალური კავშირებისკენ, მოგზაურობენ ორგანიზებული ტურებით, ჯგუფებში და სურთ ინტერპრეტაციის მიღება - სწავლა.

ტიპი	ძირითადი ინტერესი	ხელუხლებელი ბუნების მნიშვნელობა	მოთხოვნა გიდებზე	კომფორტის სტანდარტი	მოთხოვნის რაოდენობა
ვიზიტორები ბუნებისადმი მაღალი პასუხისმგებლობის გრძნობით	ბუნების შეცნობა, სპეციალური ინტერესები	ძალიან მნიშვნელოვანი	ეკოლოგიის განსაკუთრებული ცოდნა	მაღალი	მაღალი
ბუნებით დაინტერესებული ვიზიტორები	ბუნების შეცნობა, ეკოლოგიური ურთიერთ-დამოკიდებულება	მნიშვნელოვანი	ეკოლოგიის კარგი ცოდნა	მაღალი-საშუალო	საშუალო
ბუნების რეგულარული ვიზიტორები	ადვილად მიღწევადი, ბუნებრივი მიმზიდველობა	ნაკლებად მნიშვნელოვანი	ეკოლოგიის ზედაპირული ცოდნა	საშუალო-მაღალი	მაღალი
სპორტი და სათავედასავლო	აქტივობებზე ფოკუსირება	ბუნება, როგორც ფონი	ადგილის ცოდნა და ტექნიკური უნარ-ჩვევები	მაღალი	საშუალო-მაღალი
ბუნების ვიზიტორები კულტურული ინტერესებით	ბუნებრივი და კულტურული შემეცნება	მნიშვნელოვანი	ეკოლოგიისა და კულტურის ძალიან კარგი ცოდნა	მაღალი	საშუალო

წყარო: შეგვრებულია სხვადასხვა დოკუმენტებიდან

სქემა 12: ბუნებაზე ორიენტირებული ტურისტების ტიპებისა და მათი ძირითადი მახასიათებლების მატრიცა

ასევე საინტერესოა რამდენიმე დებულების ნახვა, რომლებიც საერთოა სამივე ტიპის ეკოტურისტების ჯგუფისათვის:

- > ბუნებას გააჩნია თანდაყოლილი ფასეულობა კაცობრიობისათვის
- > **ეკოტურიზმის ბიზნესი უნდა ექვემდებარებოდეს ეფექტურ აკრედიტაციასა და მონიტორინგს**, რაც გულისხმობს გარკვეული სტანდარტებისა და ბრენდის შემუშავებას
- > ეკოტურიზმი დადებით გავლენას უნდა ახდენდეს ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობაზე
- > ეკოტურიზმის ბიზნესს წვლილი უნდა შეჰქონდეს ბუნების კონსერვაციასა და მართვაში
- > მასობრივი ტურიზმის და აქტივობების მექანიზმები განხორციელება არ შეესაბამება ეკოტურიზმის მოთხოვნებს
- > ეკოტურისტები არ მოგზაურობენ ისეთ ქვეყნებში, სადაც მთავრობა ნებას რთავს ან მნიშვნელოვანი მასშტაბით ჩართულია ქვეყნის ბუნებრივი გარემოს განადგურებაში.

ეკოტურისტები გეგმავენ თავიანთ მოგზაურობას სამი თვით ადრე - წყვილები (50%) და ოჯახები (20%); ძლიერი ტიპის ეკოტურისტები საშუალოდ ხარჯავენ 9 დღეს მოგზაურობისათვის, მაშინ როდესაც მსუბუქი და შერეული ტიპის ეკოტურისტული ჯგუფები მხოლოდ 5 დღეს. ისინი ირჩევენ ღამისთვის ობიექტებს მნიშვნელოვნების ამ რიგითობით:

- > სასტუმრო / მოტელი
- > ეკო კოტეჯები
- > საოჯახო სასტუმრო
- > კემპინგი
- > ღამისთვის ობიექტი საუზმით
- > მცირე ზომის სასტუმრო
- > კერძო განთავსების საშუალებები
- > ფერმა / რანჩო
- > ჰოსტელი
- > სარეკრეაციო ავტომობილი
- > ბინა

დამატებით, ბუნებისა და ბუნებაში აქტივობებზე დაფუძნებული დამოკიდებულების სეგმენტაციის გარდა, ჩვენ ასევე ვიყენებთ სტანდარტულ სეგმენტაციას, რაც დაფუძნებულია ტურისტების დემოგრაფიულ მახასიათებლებზე. ეს ჯგუფებია:

- > **8-17 წლის** სკოლის მოსწავლეები
- > **18-26 წლის ახალგაზრდები / სტუდენტები**, საშუალო და საშუალოზე მაღალი საოჯახო შემოსავლით, რომლებიც საზღვარგარეთ მოგზაურობენ სულ მცირე 2 წელიწადში ერთხელ
- > **მომუშავე წყვილები ბავშვების გარეშე (ორმაგი შემოსავალი - არცერთი ბავშვი): 25-50 წლის**, საშუალო ან საშუალოზე მარალი საოჯახო შემოსავლით, რომლებიც საზღვარგარეთ მოგზაურობენ სულ მცირე 2 წელიწადში ერთხელ
- > **პატარა ბავშვიანი წყვილები (15 წლამდე ასაკის ბავშვებით, ოჯახები: 25-40 წლის)**, საშუალო ან საშუალოზე მარალი საოჯახო შემოსავლით, რომლებიც საზღვარგარეთ მოგზაურობენ სულ მცირე 2 წელიწადში ერთხელ
- > **ასაკოვანი წყვილები, რომლებიც აღარ ცხოვრობენ შვილებთან ერთად - 45-65 წლის**, საშუალო ან საშუალოზე მარალი საოჯახო შემოსავლით, რომლებიც საზღვარგარეთ მოგზაურობენ სულ მცირე 2 წელიწადში ერთხელ
- > **ხანდაზმულები - 60 წელი და ზემოთ**

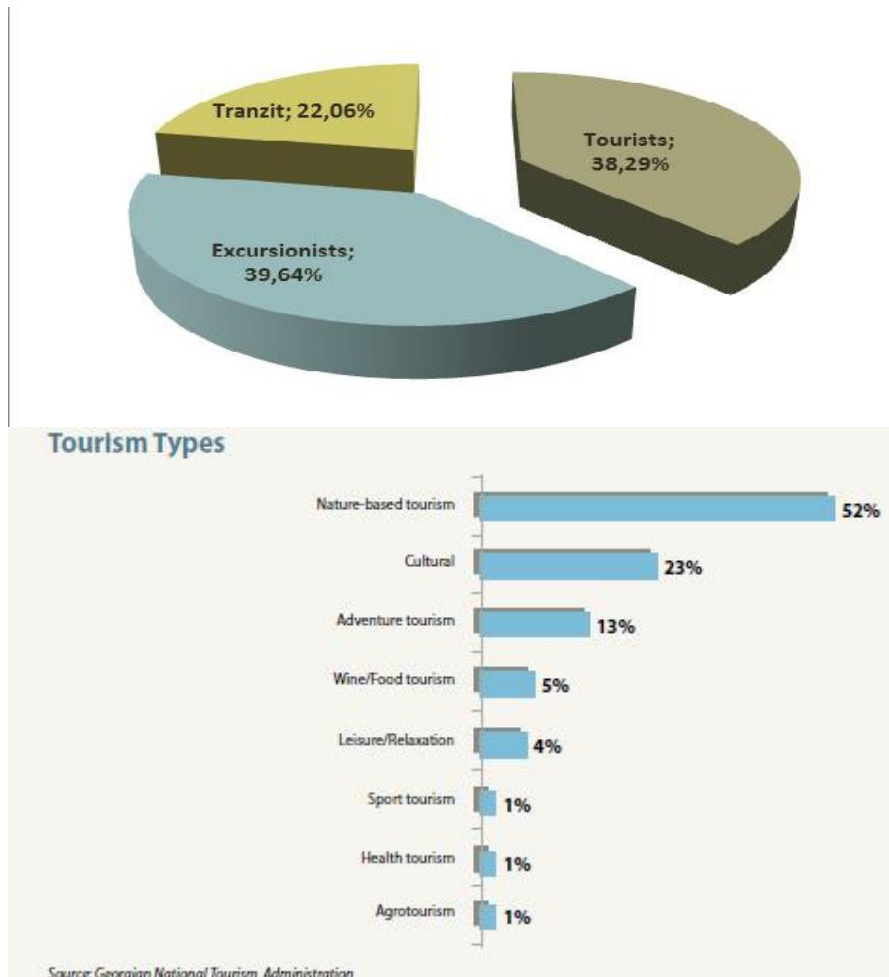
9.2 საქართველოს დტ-ზე ვიზიტების ბაზრის პოტენციალი

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ვიზიტების უმრავლესობა - 70% მოდის ადგილობრივი ვიზიტორებზე, ხოლო 30% კი უცხოელი ტურისტებზე.

დაცული ტერიტორიებისთვის **შიდა მოთხოვნა** ძალიან მნიშვნელოვანია. ნებისმიერ ქვეყანაში იგი წარმოადგენს სხვადასხვა ჯგუფების - ეკოტურისტების, ოჯახებით მოგზაურობის, ბავშვების, სტუდენტებისა დამეცნიერების... სტაბილურ, მუდმივი მოთხოვნილების წყაროს. საქართველოში დაცული ტერიტორიების ვიზიტორების საერთო უდიდეს წილს - 70% შეადგენენ ადგილობრივი ტურისტები. 2013 წლის მონაცემებით, საქართველოს მოსახლეობა შეადგენს **4.936.00** ადამიანს. მოსახლეობის ნახევარი ცხოვრობს ქალაქებში. **საქართველო არის ახალგაზრდა ქვეყანა**, სადაც მოსახლეობის საშუალო ასაკი 39 წელია - კაცებისა კი მხოლოდ 36.6 წელი. ზოგიერთი მონაცემების თანახმად, **300.000**-ზე მეტი ქართველი უცხოეთში, დიასპორებში ცხოვრობს. **თავისუფალი დროის ბუნებაში გატარება** ახალგაზრდა ქართველებს შორის ტენდენციას უნდა წარმოადგენდეს.

შიდა ტურიზმის შესახებ კონკრეტული სტატისტიკა არ არსებობს, როდესაც უცხოელი ვიზიტორების სტატისტიკური ანალიზი იძლევა საკმაოდ საინტერესო ინფორმაციასა და ინდიკატორებს.

უცხოელი ვიზიტორების რეგისტრაციას ახდენს სტატისტიკის სამსახური, მონაცემების ანალიზს კი, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ახორციელებს. 2013 წელს, საქართველოში დარეგისტრირდა 5,392,000 უცხოელი ტურისტი, მათ შორის არიან ერთ დღიანი ვიზიტორები და ტრანზიტული მგზავრები.



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის 2013 წლის ანგარიში

სქემა 13: საერთაშორისო ჩამოსვლების გეოგრაფიკული და ტურისტული კატეგორიების დასაქართველოში მათი სამოგზაურო ადგილის ტიპები (2013)

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევის თანახმად, უცხოელი ტურისტების მიერ ყველაზე ხშირად მონახულებად ადგილებია ბუნებაზე ორიენტირებული სამოგზაურო არეალი, რომელსაც მოსდევს კულტურულ ღირშესანიშნაობებთან ახლოს არსებული ტეროტირები.

2013 წელს თბილისის, ქუთაისის და ბათუმის აეროპორტებში მიიღეს 585,700 მგზავრი. 2013 წელს საქართველოს მთავარ საბაჟო გამშვებ პუნქტებზე დაფიქსირდა უცხოელი ტურისტების შემდეგი რაოდენობა: სარფი (თურქეთი) 1,605,666, ყაზბეგი (რუსეთი) 701,302, წითელი ხიდი-ლაგოდეხი (აზერბაიჯანი) 851,202, სადახლო (სომხეთი) 209,920 ადამიანი. ზოგიერთი დაცული ტერიტორიისათვის (ლაგოდეხი, მტირალა ჯავახეთი, ყაზბეგი და თბილისი), რომლებიც განთავსებული არიან აღნიშნულ საბაჟოებთან, ავტოსატრანსპორტო საშუალებით შემოსული ვიზიტორები წარმოადგენენ ტრანზიტული მგზავრების მნიშვნელოვან წყაროს.

საქართველოს დაცული ტერიტორიების სტატისტიკის თანახმად, არსებობს დაცული ტერიტორიების მონახულების სტაბილური მოთხოვნა, როგორც შიდა ასევე უცხოური ბაზრებიდან. 2013 წლის მონაცემების მიხედვით, დაცულ ტერიტორიებზე დარეგისტრირებულია 350,000 ვიზიტორი. ეს რიცხვი უნდა გაიზარდოს დაახლოებით 450,000 ვიზიტორამდე, ვინაიდან აქწარმოადგენილია არასრული სტატისტიკური მონაცემები, რაც უკვე გვაჩვენებს დაცული ტერიტორიების მნიშვნელოვან მოთხოვნას, განსაკუთრებით კი იმ შემთხვევაში როდესაც ამ მოთხოვნის წლიური ზრდა შეადგენს

30%-ზე მეტს. თუ ჩვენ დავთვლით მხოლოდ უცხოელ ვიზიტორებს, ყოველწლიური ზრდის მაჩვენებელი კიდევ უფრო მაღალი იქნება. 2013 წელს უცხოელი ტურისტების წილი შეადგენდა საშუალოდ 30%-ს, მაგრამ ტურისტული სეზონის თვეებში მასიდიან-ოქტომბრის ჩათვლით ეს წილი მნიშვნელოვნად უფრო მაღალია.

მოსახლეობის სტატისტიკურ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, ასევე დაცულ ტერიტორიებზე ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტების რიცხვის მიხედვით, ჩვენ შევაფასეთ თუ რა პოტენციური მოთხოვნა არსებობს შერჩეული დაცული ტერიტორიებისათვის. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩვენ ვხედავთ, რომ ბაზრის უდიდესი წილი ეკუთვნის თბილისის დაცულ ტერიტორიებს, რომელსაც მოსდევს მტირალას ეროვნული პარკი. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის პოტენციალი კიდევ უფრო მაღალი გახდება, უფრო კომფორტული მისასვლელი გზით პარკის ჩრდილოეთით ბათუმი - თბილისის მაგისტრალიდან და/ან აჭარა-აზერბაიჯანის დამაკავშირებელი გზიდან. ასევე დიდი პოტენციალი გააჩნია იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებსაც, ტრანზიტული მგზავრებისა და წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტის რეაბილიტაციის გათვალისწინებით.

ტრანპორტის სამინისტროს საგზაო მიმართულებების მონაცემებით დაახლ. 10.5 მილიონი ტრანზიტ მგზავრი იყენებს მტავარ სატრანზიტო გზას შავი ზღვიდან ქუთაისის გავლით თბილისის მიმართულებით. წყალტუბოს კურორტს რეაბილიტაციის შემდეგ ექნება 4,000 საწოლი ადგილზე მეტი. გამაჯანსაღებელი კურორტი მთელი წლის მანძილზე ფუნქციონირებს და ექნება დატვირთვა - 90%. მხოლოდ ამ პოტენციური ბაზრიდან იმერეთის მღვიმეები 2020 წლისთვის გააორმაგებს ტურისტები სრაოდენობა. ტრანზიტმგზავრების გათვალისწინებით ბაზრის პოტენციალი ასევე სავარაუდოა რომ გაიზარდოს ლაგოდეხისა და ჯავახეთის დაცული ტერიტორიებისთვისაც. თუმეითი ამ შემთხვევაში წარმოადგენს დაცულ ტერიტორიას ყველაზე დაბალი საბაზრო პოტენციალით, რომელსაც მიესადაგება ისეთი განვითარება, სადაც თავიდან აცილებული იქნება მასობრივი ტურიზმი. თუმეითის დაცული ტერიტორიების განვითარების ეს მიმართულება ასევე განპირობებულია იმ გარემოებით, რომ ტერიტორია მისაწვდომია წელიწადში მხოლოდ 5 თვის მანძილზე.

ცხრილი 8: შერჩეული დ.ტ-ზე პოტენციურ ვიზიტორთა მოთხოვნის შეფასება

No.	დაცული ტერიტორიის სახელწოდება	მაცხოვრებლების რაოდენობა ტერიტორიაზე	ვიზიტორების რაოდენობა ტერიტორიაზე	2013 წელს ვიზიტორების რაოდენობა თითოეულ დაცულ ტერიტორიაზე	საერთო ჯამი	რეიტინგი
1.	მტირალა	400,000	960,200	16,400	1,376,600	2
2.	იმერეთის მღვიმეები	200,600	196,200	145,400	539,200	3
3.	ბორჯომ-ხარაგაული	14,500	92,400	42,500	149,400	4
4.	ჯავახეთი	96,000	1,000	1,000	98,000	7
5.	თბილისი	1,500,000	1,050,000	20,200	2,570,200	1
6.	თუმეითი	29,800	86,100	7,700	123,600	5
7.	ლაგოდეხი	50,000	35,000	32,300	117,300	6
	საერთო რაოდენობა	2,290,900	2,417,900	265,500	4,974,300	

წყარო: სტატისტიკის დეპარტამენტი, GNTA, APA და საკუთარი გამოთვლები

პოტენციურმა ტურისტულმა მოთხოვნამ აჩვენა რომ თბილისის დტ -ს აქვს ყველაზე სასურველი სიტუაცია დტ-ის ვიზიტორების მისაღებად. მას მოჰყვება მტირალას დტ და იმერეთის მღვიმეების დტ რომელთაგანაც უკანასკნელს უკვე მნიშვნელოვანი ტურისტული მახასიათებელი და რეზულტატი აქვთ. ამ დტ-ებს შეუძლია მიიღონ სარგებელი ყველაზე მეტად ამ ტურისტული მოთხოვნებიდან, შეუძლია აღრიცხონ ტურისტების რიცხვის ზრდა, ასევე შესაძლოა სერიუზული პრობლემების წინაშე დადგნენ ბუნებრივი რესურსების არასისტემური და ინტენსიური გამოყენებისას რაც მდგრადობის ბალანსის დარღვევას იწვევს.

გარდა ამისა, არსებული მოთხოვნის და სხვადასხვა კვლევებზე დაყრდნობით გამოვლენა შემდეგი ბაზრის სეგმენტები, რომელიც წარმოადგენს მომავალში საქართველოს დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა უმრავლესობას.



სქემა14: არსებული დაპოტენციური ბაზრის სეგმენტები საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე

10 საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სცენარი და ხედვა

10.1 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სცენარი

ტურიზმის განვითარება საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე საკმაოდ ინტენსიურად მიმდინარეობს. მას მოაქვს ბუნებრივი სანახაობების აღიარება, მაგრამ ასევე მოითხოვს ახალი ინფრასტრუქტურის, პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებას, რათა შესაძლებელი გახდეს უფრო მეტი ინტერპრეტაციის მიცემა ბუნების, ბიომრავალფეროვნების, ველური ბუნების და ასევე კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ; პარალელურად მოითხოვს გამოწვევებთან უკეთ გამკლავებას ვიზიტების გაზრდილირაოდენობის პირობებში, როგორცაა დაცულ ტერიტორიებამდე მისასვლელი ცუდი გზები, წყლის, ელექტროენერგიის, ინტერნეტის პრობლემები, ნარჩენების მართვა. ამგვარად, სააგენტოსა და ტერიტორიულ ადმინისტრაციებს მუდმივად უწევთ ბალანსის დაცვა მათ ძირითად საქმიანობებს, როგორცაა ბუნების კონსერვაცია, დაცვა და მენეჯმენტი და იმ აქტივობებს შორის, რომლებმაც უნდა დააკმაყოფილონ დაცულ ტერიტორიაზე მისული ვიზიტორის მოლოდინი. ეს ასევე ეხება ბიუჯეტს და მის გადანაწილებას.

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რაოდენობა მხოლოდ მოიმატებს მომდევნო წლებში და შესაბამისად, არსებობს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებისათვის კონკრეტული სტრატეგიისა და რეგულაციების შემუშავების საჭიროება. ამ სტრატეგიაში ამოცანები და საქმიანობები გაწერილი უნდა იყოს 2020 ლამდე. ეს საკმაოდ ხანგრძლივი დროა იმისათვის, რომ მოხდეს სტრატეგიული მიზნების დასახვა, მაგრამ ამავე დროს საკმარისად დროულია პრაქტიკული ღონისძიებებისა და რეგულაციების შესათავაზებლად, ვინაიდან არსებული სიტუაცია მცირე რეაგირებას მოითხოვს.

დაცული ტერიტორიების გაფართოებასა და ახალი ტერიტორიების გამოცხადების გეგმის გათვალისწინებით, დაცული ტერიტორიები დაიკავებენ ქვეყნის მთლიანი ტერიტორიის დაახლოებით 20%-ზე მეტს. ეს არის გრძელვადიანი გეგმა და მისი განხორციელება დამოკიდებულია ბევრ ფაქტორზე - გარემოს შეფასება, დაგეგმვა, მენეჯმენტის შემუშავება და საბოლოოდ ფორმალური აღიარება და ხელმისაწვდომი ფინანსური რესურსების არსებობა ამ ტერიტორიების ეფექტური კონსერვაციისა და მართვისათვის.

ჩვენ ველით, რომ 2020 წლამდე ბუნებრივი დაცვის რეჟიმის ქვეშ მყოფი ზედაპირის ფართობი გაორმაგდება და მიაღწევს საქართველოს მთლიანი ტერიტორიის 20%-ზე მეტს. ეს ნიშნავს დაცული ტერიტორიებისათვის გამოყოფილი ბიუჯეტის ზრდას - 6.2 მილიონი ლარიდან 2013 წელს, 12.4 მილიონ ლარამდე, იმ შემთხვევაში, თუ იგივე რაოდენობის თანხა იქნება გამოყოფილი კვადრატულ კილომეტრზე. თუ ეს თანხა მოიმატებს (1 000\$ კვადრატულ კილომეტრზე) და ასევე, კარგად განვითარებული ტურიზმის მქონე ქვეყნების მაგალითზე, ბიუჯეტი სავარაუდოდ გაიზრდება 18.6 მილიონ ლარამდე.

რა გავლენას მოახდენს დაცული ტერიტორიების ზედაპირის ზრდა ტურისტული ვიზიტებზე? ჩვენ ველით, რომ ეს მხოლოდ მცირედით გაზრდის საერთაშორისო მოთხოვნას, მაგრამ გაიზრდება ერთი ტურისტის დროს განხორციელებული დაცული ტერიტორიების ვიზიტების რიცხვი საქართველოში სამოგზაუროდ ჩამოსული უცხოელი ვიზიტორების მხრიდან. რაც შეეხება ადგილობრივ მოთხოვნას, ამ კუთხით ჩვენ შეგვიძლია ველოდოთ მნიშვნელოვან ზრდას, ვინაიდან იარსებებს უფრო მეტი დაცული ტერიტორია ქვეყანაში და ეს ტერიტორიები უფრო მცირე მანძილით იქნება დაშორებული ადგილობრივი ვიზიტორების საცხოვრებელი არეალიდან. დაცული ტერიტორიები ასევე დაეხმარება ქართველებს გარემოსდაცვითი ცნობიერების ამაღლებაში, რაც დადებით ეფექტს იქონიებს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რაოდენობის ზრდაზე.

სტრატეგია გვთავაზობს საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ვიზიტების დიფერენცირებასა და სპეციალიზებას. ამ შემთხვევაში, აღიარებული უნდა იყოს, რომ ზოგიერთი დაცული ტერიტორიას მისი გარკვეულინაწილი მეტად ღია უნდა იყოს ვიზიტორებისათვის, ხოლო ზოგიერთი კი ნაკლებად. ეს არის ბუნებრივი პროცესი, რაც გამოწვეულია იმ სანახაობების და ფასეულობების მახასიათებლებით, რომელსაც გვთავაზობს ესა თუ ის დაცული ტერიტორია. მეორეს მხრივ, ასეთი მიდგომა ნაკარნახევია ზაზრის პოტენციალის მიერ და იმ ვიზიტორების მიერ, რომელთა მოლოდინი უნდა დაკმაყოფილდეს. შეთავაზებული სტრატეგია მთლიანად ითვალისწინებს ეკოტურიზმის მდგრადი განვითარების პრინციპებს. ამგვარად, მნიშვნელოვანი ყურადღება ექცევა ტურისტული ნაკადების მართვას სხვადასხვა ხერხების გამოყენებით. ჩვენ უნდა ვაღიაროთ ის ფაქტი, რომ საქართველოში და მთლიანად კავკასიაში დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის მოთხოვნა იქნება მზარდი. აქედან გამომდინარე, ტურიზმის განვითარება უნდა იყოს სტრატეგიულად მართული, რათა არ გაცდეს დასაშვებ ზღვრებს, რის შედეგადაც ბუნებრივ და სოციალურ გარემოს შესაძლოა ნეგატიური ზიანი მიაღწეს.



სქემა 15: დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის განვითარების შესაძლო სცენარი

თუ ჩვენ არ მივიღებთ ტურიზმის განვითარების ამ სცენარს, ამან შეიძლება გამოიწვიოს ტურიზმის სპონტანური განვითარება ნაწილობრივი ან რეგიონული ინტერესებით, საერთაშორისო კერძო ან ადგილობრივი კაპიტალის ინტერესებით, ტურისტთა საკუთარი ინტერესებით და სხვა. ამან შესაძლოა იქონიოს ნეგატიური ეფექტი ყველა დაინტერესებულ მხარეზე და საბოლოოდ უარყოფითად აისახება ვიზიტორებზეც. მომდევნო სცენარის პირობებში შესაძლოა **შეზღუდოს** ტურიზმის განვითარება. ამ შემთხვევაში დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტები იქნება ლიმიტირებული და ბუნება იქნება აღქმული მხოლოდ როგორც დაცვის ობიექტი და არა როგორც კაცობრიობის უნივერსალური ღირებულება, რომელიც ნებისმიერ დროს ხელმისაწვდომია საზოგადოებისათვის გარკვეული რეგულაციების პირობებში. ამგვარი სცენარი ასევე შეზღუდავს ადგილობრივი მოსახლეობისა და რეგიონის შესაძლებლობების ზრდას და გარემოზე უარყოფით გავლენასთან ერთად, ხელს შეუწყობს დაცული ტერიტორიების მიმდებარე მოსახლეობის რიცხოვნობის შემცირებას. შეზღუდული მიდგომა შეამცირებს დაცული ტერიტორიებისათვის ბუნების კონსერვაციისა და მენეჯმენტის აქტივობების პოტენციალს, რაც გამოწვეულია საზოგადოებრივი წყაროებიდან მომდინარე არასაკმარისი დაფინანსებით. და ბოლოს, შეზღუდული საგანმანათლებლო სცენარის პირობებში, დაცული ტერიტორიების როლი საგრძნობლად დაიკლებს, რაც ასევე შეზღუდავს კაცობრიობის კეთილდღეობისათვის ბუნების უაღრესი მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებას.

10.2 დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების ხედვა, მისია და ამოცანები

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სამომავლო განვითარება შესაძლებელია განხორციელდეს შემდეგი ხედვის, მისიისა და მიზნების გათვალისწინებით:

ხედვა

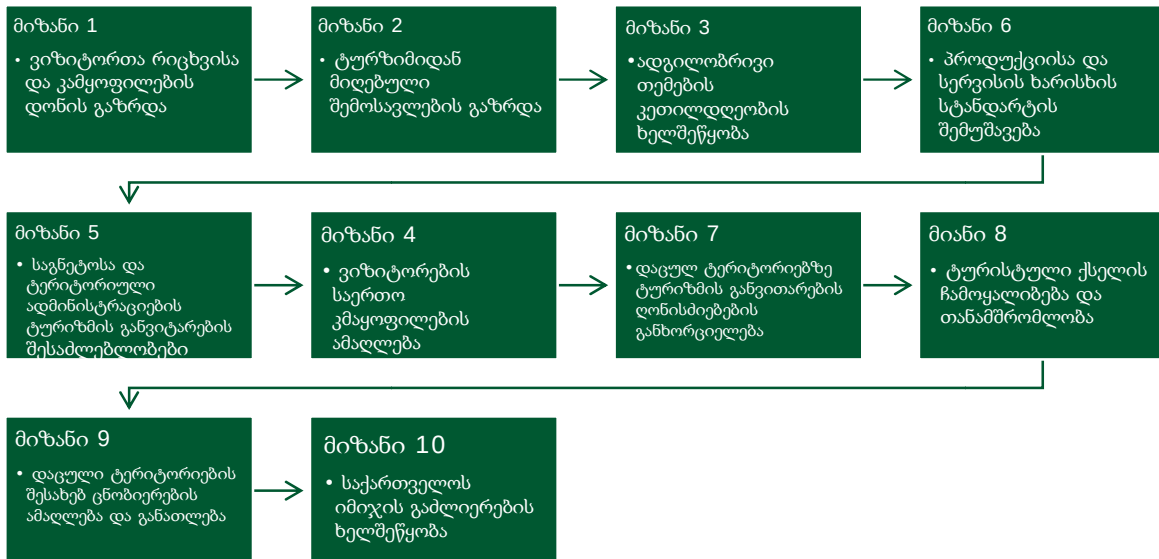
- საქართველოს დაცული ტერიტორიები იქნებიან ერთ-ერთი ყველაზე **მიმზიდველი ტურისტული ადგილები** და **გააძლიერებენ ქვეყნის იმიჯს**. ისინი შესთავაზებენ ადგილობრივ და საერთაშორისო ვიზიტორს ბუნების, ბიომრავალკფეროვნების, ველური ბუნების შეცნობის და მაღალი ხარისხის მომსახურების მიღების **უნიკალურ და ჭეშმარიტ გამოცდილებას**.
- ტურიზმი დაცულ ტერიტორიებზე იქნება **ადგილობრივი და რეგიონული განვითარების მამოძრავებელი ძალა**, როგორც **დასაქმებისა და შემოსავლების წყარო ადგილობრივი მოსახლეობისათვის** და **მნიშვნელოვანი შემოსავლების წყარო დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ადმინისტრაციებისათვის**.

მისია

- შეიტანოს წვლილი დაცულ ტერიტორიებზე ბუნების **კონსერვაციაში**, **დაცვასა** და **მის მართვაში**. **აუთენტური ბიომრავალფეროვნების, ველური გარემოს, ბუნებრივი ძეგლებით და კუთურული ლანდშაფტის** ჩართვით **შექმნას** ადგილობრივ და საერთაშორისო **ვიზიტორთათვის ტურისტული მეთავაზება**. საქართველოს **დტ-ზე**

მიზნები

- საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარების სტრატეგიაში აქცენტი კეთდება ჯანსაღ ბუნებრივ გარემოზე, ბუნებრივი და ადამიანის მიერ შექმნილი გარემოს რეკრეაციულ ხარისხზე, კულტურასა და საზოგადოებრივ გარემოზე. ეს ხელს უწყობს კონკურენტუნარიანი და მაღალი ხარისხის ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას და ქმნის დამაკმაყოფილებელ გარემოს ვიზიტორებისა და ადგილობრივი მაცხოვრებლებისთვის.



სქემა 16: დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების ათი სპეციფიკური მიზანი

მიზანი 1: დაცულ ტერიტორიებზე ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორების რიცხვის ზრდა და მათ მიერ მიღებული გამოცდილების კმაყოფილების დონის ზრდა

- > ვიზიტორთა რიცხვის ზრდა 350 000-დან 2012-ში - 1 250 000-მდე 2020-ში
- > საერთაშორისო ვიზიტორების წილის ზრდა 29%-დან 2013-ში 40%-მდე 2020-ში

მიზანი 2: ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლებისა და კომერციული აქტივობების გაზრდა და დაცული ტერიტორიების ფინანსური მდგრადობის გაუმჯობესება, რათა მოახდინონ თავიანთი ძირითადი მისიის ეფექტური განხორციელება: ბუნებრივი ფასეულობებისა და მემკვიდრეობის შენარჩუნება, დაცვა და მართვა და ამ ფასეულობების გაზიარება ადგილობრივი მოსახლეობისა და ვიზიტორებისათვის.

- > ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა 1 023 600 ლარიდან 2013-ში - 7 500 000 ლარამდე 2020-ში
- > ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების წილის ზრდა 165-დან 2013-ში - 30%-მდე 2020-ში

მიზანი 3: დაცული ტერიტორიების ვიზიტორების კმაყოფილების დონის ზრდა

- > ვიზიტორთა მიერ ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების მოხმარებისგან მიღებული კმაყოფილების დონის ზრდა
- > ლოიალურობის (ერთგულების) დონის ზრდა - დაცულ ტერიტორიებზე ხელახალი ვიზიტების რაოდენობის მატება

მიზანი 4: ადგილობრივი თემებისა და დაცული ტერიტორიების მიმდებარედ მცხოვრები მოსახლეობის განვითარებისა და კეთილდღეობის ხელშეწყობა

- > ადგილობრივი თემების ეკონომიკური გაძლიერება, დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტულ საქმიანობებთან დაკავშირებული ღონისძიებებით

- > დაცული ტერიტორიების მიმდებარე თემების მოსახლეობის მიერ ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების შეთავაზების წილის ზრდა
- > დაცული ტერიტორიების მიმდებარე თემების მოსახლეობის მიერ ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების შეთავაზებიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა
- > ადგილობრივი თემების ჩართულობის დინის გაზრდა დაცულ ტერიტორიებზე მიმდინარე საქმიანობებში და ბუნებისა და ბუნებრივი ფასეულობებისადმი მათი დადებითი დამოკიდებულების ჩამოყალიბების ხელშეწყობა

მიზანი 5: სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების, ასევე სხვა ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების მომწოდებლების კომპეტენციების გაღრმავება

მიზანი 6: ვიზიტორთა ინფრასტრუქტურის ეფექტური გამოყენება და პროდუქტებისა და სერვისების სფეროში მაღალი ხარისხის სტანდარტების ჩამოყალიბება

მიზანი 7: დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების ღონისძიებების შემუშავება და დანერგვამდგრადობის პრინციპების გათვალისწინებით, ასევე ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის, ადამიანის მიერ შექმნილი ლანდშაფტებისა და სოციალური კავშირების საფრთხის წინაშე დაყენების თავიდან აცილების პრაქტიკის დანერგვა

მიზანი 8: თანამშრომლობის გაღრმავება და დაცული ტერიტორიების ქსელის ჩამოყალიბება საქართველოსა და კავკასიაში

მიზანი 9: დაცული ტერიტორიების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და განათლება

- > დაცული ტერიტორიების ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ცნობიერებისა და განათლების დონის ზრდა

მიზანი 10: საქართველოს ტურისტული იმიჯის გაუმჯობესების ხელშეწყობა

- > პოტენციურ ვიზიტორთა შორის დაცული ტერიტორიებისა და ბუნების ადგილების მონახულების მოტივაციის გაზრდა

1.1 საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე სტრატეგიული ტურისტული პროდუქტის განვითარება

1.1.1 სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის (სბე) პრინციპების და ტურისტული პროდუქტის განვითარება,

სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის განვითარება ეფუძნება ერთ მთავარ ამოცანას: სამოგზაურო არეალის ან კომპანიის სტრუქტურის მიმზიდველობის შეფასება. ამის შედეგად, იგი განსაზღვრავს სამომავლო პროდუქტის და სერვისების განვითარების მიმართულებას, ინვესტიციებისა და სხვა რესურსების მობილიზებას. სბე-ის იდეა (შეფასება) სტრატეგიული განვითარების პრიორიტეტების, როგორც საინვესტიციო პროგრამების, პროდუქტის განვითარებისა და მარკეტინგის საფუძველის განსაზღვრა. ტრადიციული განვითარების სტრატეგიები და გეგმები ეფუძნება ეგრეთ წოდებულ პროდუქტს რომელიც მიიღება გეოგრაფიული / ტოპოგრაფიული მახასიათებლებით. სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის (SBUs) განსაზღვრება გეოგრაფიული / ტოპოგრაფიული მახასიათებლების გარდა ძირითადად ეფუძნება ვიზიტორთა მოტივაციას/გამოცდილებას რისი მიღებაც მათ სსურთ. ამის მიზეზი პირველ რიგში არის ის, რომ მიზეზები, რომ განსაზღვრება უფრო ადვილად უკავშირდება ბრენდინგს, რომელიც არის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სამომავლოდ. მეორე რიგში, დღესდღეობით, მოგზაურებს გააჩნიათ გამოცდილების მაღალი დონე და უთმობენ მეტ ყურადღებას იმას, თუ რას მოიხმარენ ისინი და როგორ გამოცდილებას იღებენ სამოგზაურო პროდუქტიდან; ზოგად გეოგრაფიულ მდებარეობაზე უფრო მეტად, პრიორიტეტი ენიჭება გამოცდილებას. ამან აიძულა ტურიზმის ინდუსტრია, რომ შეეწყვიტა კონცენტრირება მხოლოდ პროდუქტზე და მის მახასიათებლებზე და გადაეტანა ის ვიზიტორების ინტერესის სფეროსკენ; თუ რა სახის გამოცდილების მიღება სურდათ მათ, როგორ იქნებოდა ეს აღქმული ემოციურად და იმ უზუსტობაზე თუ რისი ნახვა სურდათ ვიზიტორებს და სანაცვლოდ, რას ნახულობენ და გრძნობენ სინამდვილეში.

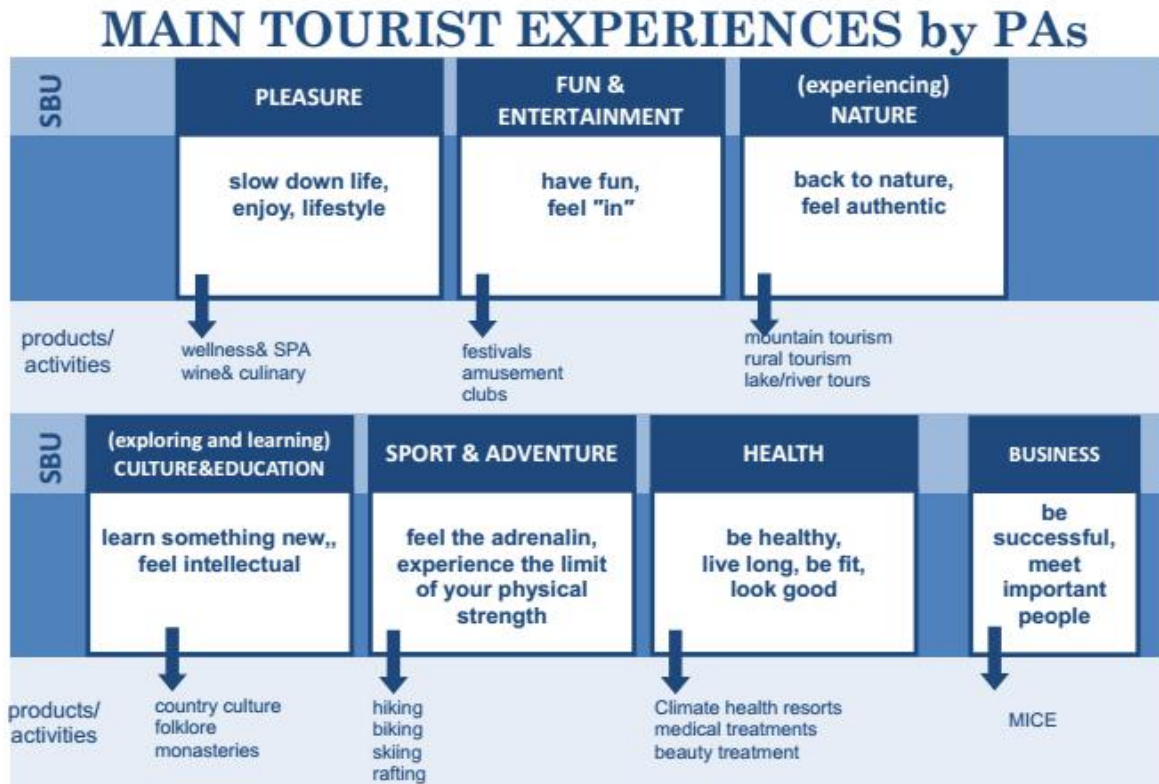
დღესდღეობით, ტურიზმის ინდუსტრიაში გამოცდილება გადამწყვეტ როლს თამაშობს. პირადი სრულყოფილების განცდა ის ძირითადი რამ არის, რის მიღებასაც ვიზიტორები გამუდმებით ცდილობენ. შედეგად, გამოიყენება მოტივაციაზე დაფუძნებული მიდგომა „გამოცდილებაზე“ დაფუძნებულ დასვენებაზე მოთხოვნილების ზრდასთან ერთად, თვითონ გამოცდილება განსაზღვრავს პრიორიტეტულ ტურისტულ მიმართულებებს, და არა თავად მიმართულება არის ამის განსაზღვრელი (მაგ. იალქიანი სპორტი, კლდეზე ცოცვა, დაკვირვება ველურ ბუნებაზე, ჰაიკინგი (ბუნებაში ფეხით ხეტიალი), მხატვრობა, კულინარიის კურსები, ახალი ადგილებისა და კულტურის შეცნობა). ეს განსხვავდება სამოგზაურო ადგილის შერჩევის იმ ტრადიციული მიდგომისგან, რომლის დროსაც აქცენტი კეთდებოდა ადგილის ფიზიკურ მონაცემებზე (მაგ. ხედები, სანაპირო, ტურისტული სანახაობები და სხვა). გამომდინარე აქედან, სამოგზაურო ადგილის შერჩევის პროცესში მთავარ როლს არულებს ის გარემოება, თუ რას გრძნობენ ვიზიტორები ამ კონკრეტულ ადგილიდან მიმართებაში, თუ როგორ აღიქმება ესა თუ ის ადგილი მათ მიერ, რა შეგრძნებების მომტანია ის.

დღესდღეობით, ტურიზმის ინდუსტრიაში გამოცდილება გადამწყვეტ როლს თამაშობს. პირადი სრულყოფილების განცდა ის ძირითადი რამ არის, რის მიღებასაც ვიზიტორები გამუდმებით ცდილობენ. შედეგად, გამოიყენება მოტივაციაზე დაფუძნებული მიდგომა. გამომდინარე აქედან, სამოგზაურო ადგილის შერჩევის პროცესში მთავარ როლს არულებს ის გარემოება, თუ რას გრძნობენ ვიზიტორები ამ კონკრეტულ ადგილიდან მიმართებაში, თუ როგორ აღიქმება ესა თუ ის ადგილი მათ მიერ, რა შეგრძნებების მომტანია ის, ხოლო ადგილის ფიზიკური მახასიათებლები არ თამაშობენ ფაქტიურად არავითარ როლს.

სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული თანდათანობით ხდება ტურისტული პროდუქტებისა და აქტივობების განვითარების მთავარი პრინციპი, რაც წარმოადგენს კამყოფილებისა და მოლოდინის გამართლების წინაპირობას და რომელიმე კონკრეტული ტურისტული ადგილის მონახულების მთავარ მოტივაციას. აღნიშნული პრინციპის გათვალისწინებას მიეყვარება ტურისტული პროდუქტის სპეციალიზაციისკენ, ტურისტული ადგილის უნიკალური იმიჯის შექმნისა და ვიზიტორთა კმაყოფილებისა და ერთგულებისკენ.

ჩვენ განვსაზღვრეთ 7 განსხვავებული სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურისტული მდგომარეობისა და პოტენციალის შეფასების პროცესში, რომლებიც უკვე არიან, ან მომავალში იქნებიან მნიშვნელოვანი დატვირთვის მატარებლები. დღევანდელ დღეს, საქართველოში ყველაზე მნიშვნელოვან სტრატეგიულ ბიზნეს ერთეულს წარმოადგენს ბუნება, განათლება და კულტურა, სპორტი და თავგადასავლები. ეს ორი ერთეული მეტ ნაკლებად დომინანტი იქნება მომავალშიც. თითოეული სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული მოიცავს რამდენიმე ტურისტულ პროდუქტს - დამატებითი პროდუქტებისა და სერვისების ნაკრებს, რომელიმე ვიზიტორებს სთავაზობენ უნიკალურ გამოცდილებას. ტურისტული პროდუქტების განვითარება, რომლებიც ფოკუსირებული არიან დომინანტ სტრატეგიულ ბიზნეს ერთეულ(ებ)ზე და იმერეთის მღვიმეებს დაეხმარებიან განავითარონ იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების უნიკალური ბრენდი, გაამართლონ ვიზიტორთა

მოლოდინი, მიაღწიონ მათი კმაყოფილებისა და ლოიალურობის დონეს და ამავედროულად, მოახდინონ დაცული ტერიტორიებისა და ადგილობრივი თემებისათვის სარგებლის ოპტიმიზირება.



წყარო: ETC – ევროპის სამოგზაურო კომისია: დანიშნულების ადგილის ბრენდინგის სახელმძღვანელო, 2009

სქემა 17: სბე – სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულები და მოსალოდნელი გამოცდილება საქართველოს დტ-ზე

11.2 ტურისტული პროდუქტის განვითარება და სპეციალიზაცია დტ-ზე

დაცულ ტერიტორიებზე პროდუქტის განვითარება უნდა იცავდეს ბაზრის ტენდენციებს და არსებულ და მოსალოდნელ მოთხოვნას. პროდუქტმა და მომსახურებამ უნდა ხელი შეუწყოს სტუმართა მიერ მოთხოვნილი გამოცდილების მიღებას, დტ-ის უნიკალური იმიჯის შექმნასა და ადგილობრივი მოსახლეობის დაბალანსებულ, მდგრად განვითარებას.

ამიტომ, ჩვენ ვთავაზობთ ტურიზმის პროდუქტისა და მომსახურების განვითარების განხილვას სბე-ს პრონციპების საფუძველზე. ჩვენ დავაჯგუფეთ არსებული ტურისტული პროდუქტი სბე-ის მიხედვით რაც გავრცელებულია დტ-ზე: ბუნება, კულტურა და განათლება, სპორტი და თავგადასავალი ასევე სხვა რაც შეიძლება დაჯგუფდეს მთავარი სბე კლასტერებად: ჯანმრთელობა, სიამოვნება, MICE და გართობა და მხიარულება. ჩვენ შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ რომ ბუნების სბე-ში დამატებით შეიძლება ბუნებრივ გარემოში ღვინით და საკვებით სიამოვნებაზე ან ბუნებაში გაჯანსაღებაზე ვიფიქროთ. ჩვენ ასევე შეგვიძლია დავამატოთ MICE პროგრამებს გუნდის შექმნის და სხვა სპორტული და სათავგადასავლო აქტივობები. ან რადგან ჩვენ ძლიერი კულტურის და განათლების სბე გვაქვს დტ-ზე შეგვიძლია განვაავითაროთ გართობისა და დასვენების ტურისტული პროდუქტი სკოლის მოსწავლეებისთვის და მივცეთ მათ ბუნების ღირებულების შესახებ ცოდნა.

სბე-ის კონცეფციას მიყვავართ პროდუქტის განვითარების სპეციალიზაციაზე ერთ პრივილიგებულ სბე, რაც ფოკუსირებულია ვიზიტორთა მოსალოდნელ გამოცდილებასა და ვიზიტორთა მიზნობრივი ჯგუფების შერჩევაზე. ჩვენ გთავაზობთ სბე-ში შესაძლო ტურისტული პროდუქტისა და სერვისის დეტალურ მიმოხილვას რაც ეფუძნება საქართველოს დტ-ის პოტენციალს.

სბუ (სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული): ბუნება		
ბუნებასთან სიახლოვე, აუთენტურობის შეგრძნება, წარმომავლობის ფესვებთან დაბრუნება, სიმშვიდისა და ბუნებრივი გარემოს განცდა, ველური ბუნების შეცნობა, ურბანული გარემოსგან გაქცევა, ბუნებრივი გარემოს შესწავლა, ხალხმრავლობის არარსებობა, დასვენება და რელაქსაცია ტიპიური პროდუქტი: ვიზიტი ეროვნულ პარკში, ბუნებაში ფეხით სიარული, ველური ბუნების თვალთვალი, საფეხმავლო ბილიკებზე გასეირნება გიდის თანხლებით, ფრინველებზე დაკვირვება, ფოტოგრაფია ბუნებაში, შეხვედრა ადგილობრივ მოსახლეობასთან, ბუნების პარკების მონახულება		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> საფეხმავლო ტურები > ჰაიკინგი > საცხენოსნო ტურები > თოვლის ფეხსაცმელებით სიარული > ფრინველებზე დაკვირვება > ბოტანიკური ტურები > ნავის ტური (პრომეთეს მღვიმეში) > ჯიპტური > სოფლის ტური	> სამთო ტურები > ჰაიკინგ ტურები (მსუბუქი და ზომიერი თავგადასავალი) > მსუბუქი ნორვეგიული საფეხმავლო მარშრუტები (ჯოხებით) > მსუბუქი ველოტურები > მსუბუქი საცხენოსნო ბილიკები > ვირთ გასეირნების ტურები > მსუბუქი ტრენინგი > ღირშესანიშნაობების ტურები > ველური ბუნების დაკვირვების ტურები > მიგრაციის პერიოდში ფრინველებზე დაკვირვება > მეფუტკრეობის ტურები > ბოტანიკური გამოფენა ღია ცის ქვეშ > მთვარის შუქის ტურები > ფანრებიტ და/ან მის გარეშე > ბუნებაზე დაკვირვება – ცხოველებზე დაკვირვება > ტურები რომელიც მოიცავს მიწის ტრადიციული გამოყენების სისტემას და პრაქტიკას > სასარგებლო მცენარეების ჰერბარიუმის ტურები > სოკო, კენკროვანი, წაბლის ა.შ. ბილიკები > ფოტოგრაფების ტურები > პანორამული ტურები > ფერმერული გამოცდილების ტურები > მეცხვარის ცხოვრების გამოცდილება > საფარის ტურები > ცხოველების კვების ტურები > გეოლოგიური ტურები > ოჯახური ტურები > მზის ჩასვლის და მზის ამოსვლის ტურები	> ეკო-ტურისტები: ბუნების ვიზიტორები > მსუბუქი ეკოტურისტები - დაინტერესებული და რეგულარული ვიზიტორები > ვიზიტორები სპეციალური ინტერესებით (ფაუნა, ფლორა, ეთნოლოგია, და სხვა) > ოჯახები > სტუდენტები > ბავშვები > უშვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით > ხანდაზმული წყვილები რომელთა შვილები ცხოვრობენ ცალკე
დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან: ბათუმის ბოტანიკური ბაღი, თბილისი, კახეთის ღვინის საწარმოები და სხვა		

სქემა 18: სბე- ბუნება

სბე: სპორტი და თავგადასავლები		
ადრენალინის შეგრძნება, ფიზიკური ატიურობის ლიმიტის გამოცდა, საკუყარი თავის აღმოჩენა საინტერესო და ამადელვებელი თავგადასავლები, ახალი გამოცდილების მიღება, რეპუტაცია, იგივე ინტერესების მქონე ადამიანებთან შეხვედრის შესაძლებლობა, მეგობრებისათვის ახალი გამოცდილების შესახებ მოყოლის შესაძლებლობა		
ტიპური პროდუქტი: ველოტური, ჯიპ-ტური, კანიონინგი, რაფტინგი, კაიაკინგი, სპორტული თევზაობა, საცხენოსნო მოგზაურობა, ცურვა		
არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი
> ჰაიკინგი > საცხენოსნო ტურები > მთის ველოსიპედების ტურები > ველოტურები > ჯიპტურები > კანიონინგი > ზიპ ლაინი > მშვილდოსნობა > თოვლზე სიარული	> ჰაიკინგ ტურები (კლდეზე ცოცვა სხვ.) > ნორდიკ სასიარულო ტურები > ველოტურები > საცხენოსნო ტურები > ვირით სასიარულო ტურები > ტრეკინგი > სპორტული თევზჭერა > ველოტურები > კლდეზე ცოცვა > თოვლით დაშვება > ყინულზე სრიალი > რეკრეაციული ზონები წყლის ველოსიპედებითა და ნავებით > ადრენალინის მოყვარულთათვის სპელეო ტურები > სათავგადასავლო პარკები > პერსონალური ტრანსპორტით ორთვალას (PT) ტურები > საჰაერო ბურთის ტურები > პარალაიდინგი > პარაშუტინგი, იგივე საჰაერო დაივინგი (ხტომები პარაშუტით) > ცურვა > ზაფხულის წყლის ტურები > ნიჩბოსნობა ფეხზე დგომით > კაიაკინგი (მდინარეში, ტბებზე) > პეინთბოლი > ჯომარდობა > მდინარის ტურები > მდინარის თიუბინგი > ჭაობზე სიარული > სანაოსნო ტურები > GPS სათავგადასავლო ტურები > გერ გუნდური სატავგადასავლო თამაშები "მემკვიდრეობის მაძიებელი" > ზამთრის შეტავაზებები: ზამთრის სასიარულო ტურები, თხილამურებით რბოლა, თოვლის ფეხსაცმლის ტურები, ყინულზე სასრილო ტურები, მარხილების, ყინულზე ცოცვის ტურები > ბუნებაზე დაკვირვება: თოვლში სიარული, ბუნებაში მოგზაურობა	> სპორტის და სათავგადასავლო ვიზიტორები > სპორტის და ბუნების ასოციაციები და კლუბები > სტუდენტები > ოჯახები > უმვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით

	> სიცოცხლის-შენარჩუნების გამოცდილება > სპორტული შეჯიბრი	
დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
სპორტული პარკები, სტადიონები, სათავგადასავლო პარკები, ზაფხულის ან ზამთრის ტურიზმის სპორტული კურორტები და სხვ.		

სქემა19: სბუ - სპორტი და თავგადასავალი

სბუ: კულტურა და განათლება		
ადგილობრივი კულტურის სიღრმისეული შეცნობა და ადგილობრივი ყოველდღიურობის გამოცდა, რაიმე ახლის შესწავლა, საკუთარი თავის აღმოჩენა, მსგავსი ინტერესების მქონე ახალ ადამიანებთან შეხვედრა, მეგობრებთან ან ნათესავებთან ყოფნის შესაძლებლობა, ახალი გამოცდილების შეძენა, მეგობრებისათვის ახალი გამოცდილების შესახებ მოყოლის შესაძლებლობა		
ტიპიური პროდუქტი: ისტორიული და არქეოლოგიური ძეგლები, საგანმანათლებლო სემინარები, ადგილობრივ მოსახლეობასთან შეხვედრა, ძირძველი კულტურის მოკვლევის ტური, სამეცნიერო და კვლევითი ვიზიტები, თემატური პარკები		
არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი
> ეკო-საგანმანათლებლო პროგრამები > ტრადიციული დღესასწაულები და ღონისძიებები (თუშეთობა, ზორჯომობა, სხვ) > კვლევითი პროგრამები	> კულტურული ტურები > ტყეში სათამაშო მოედნები და ბუნების აღმოჩენის ტურები > სწავლება ხელუხლებელი ბუნების ბილიკებიდან > მულტი ეთნიკური ტურები > ისტორიული ადგილები და ბილიკები (ციხე-კოშკები, მონასტრები, ეკლესიები, სხვ etc.) > არქეოლოგიური ტურები > ტრადიციული კულტურის და ხელოვნების ტურები: ფოლკლორი, მუსიკა, ისტორია და სხვ. > ამბის მთქმელი პროგრამები > მითები, ლეგენდები და ისტორიული პროგრამები > პილიგრიმული ტურები და რელიგიური ღონისძიებები > მოკვლევა და სამეცნიერო სწავლება და ბანაკები > ხელოვნების ბანაკები > ფოტო გამოფენის ბილიკები > ფოტოგრაფების კურსები > ფოტოგრაფების შეჯიბრის ფესტივალი > უმცროსი რეინჯერები და ახალგაზრდა ბუნების მკვლევართა ბანაკები > საგანმანათლებლო ბანაკები - ორიენტაციის ბანაკები > გასტრონომიული კურსების შესწავლა ბუნებრივ გარემოში > ტრადიციული აქტივობების გამოცდილების სწავლება დტ-ზე და ეპ-ში > მებაღეობა და სხვა გამოცდილებები (ტრადიციები და ხელსაქმე) > ბუნების სამეცნიერო ლაბორატორიის პროგრამები	> მეცნიერები და მკვლევარები > კულტურაზე ორიენტირებული ტურისტები > კულტურით დაინტერესებული > ეკოტურისტები - > ოჯახები > სტუდენტები > ბავშვები

	> ყოველწლიური ხელოვნების ფესტივალები > ეთნოგრაფიული ტურები > ტრადიციული ქორწილები > კულტურული და ეთნოგრაფიული ადგილობრივი ფესტივალები > ტრადიციული ადგილობრივი მეურნეობა, კულტურული პრაქტიკა, გამოცდილება > ცნობილი პერსონალების ბილიკები და ადგილები > დტ-ის ეროვნული დღე > დტ-ი ღია დღე	
დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
ბაგრატიშტაძარი, გელათისაკადემია, მცხეთა, ალავერდისმონასტერი, ნეკრესი, გრემისმონასტერი, ვარძია, თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, სხვა უნივერსიტეტები და კვლევითი ცენტრები, ქვევრის ღვინის წარმოება		

სქემა 20: სბეკულტურა და განათლება

სბუ: სიამოვნება		
ცხოვრების ტემპის შენელება, სიამოვნება, დასვენება და რელაქსაცია, ხალხმრავლობის არარსებობა, დადებითი გამოცდილების მიღება, რეპუტაცია, შესაძლებლობა იყო მეგობრებთან / ნათესავებთან, შესაძლებლობა მოუყვე შენს მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ		
ტიპიური პროდუქტი: გამაჯანსაღებელი პროგრამები, გასტრონომიული ტურები, ღვინის ტური, ადგილობრივ მოსახლეობასთან შეხვედრა, შოპინგი, გარუჯვა		
არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი
> მსუბუქი სეირნობა ბუნებაში და ჰაიკინგი > გასტრონომიური სადამოები და ღვინის დაჭაშნიკება > პიკნიკი	> ზაფხულის სამზარეულო ტიპიური პორდუქტით > ტრადიციული კერძების მომზადება და დაჭაშნიკება > გასტრონომიური ბილიკები > ღვინის გზები > პროდუქტის დეგისტაცია (ყველი, თაფლი, ღვინო, ჭაჭა სხვ...) > გაჯანსაღება (საუნა, აბაზანები, მასაჟი, ბუნებაში) > გარეგნობაზე ზრუნვა სხვ. > ფიტნესი > სპირიტუალური პროგრამები > მედიტაციის პროგრამები	> ეკო-ტურისტები: ბუნების ვიზიტორები > ახალგაზრდა პროფესიონალები > უშვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით ხანდაზმული წყვილები რომელთა შვილები ცხოვრობენ ცალკე
დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
გამაჯანსაღებელი და სპა ცენტრები, ფიტნეს კლუბები და აკადემიები, გასტრონომიული ცენტრები, მარნები, ღვინის მარშრუტები და ღვინის სადეგუსტაციო სახლები და ა.შ.		

სქემა 21: სბუ სიამოვნება

სბუ: ბიზნესი და MICE (შეხვედრები, ინსენტივი, კონფერენცია და გამოფენები)		
იყო წარმატებული, ახალი გამოცდილების შეძენა, რეპუტაცია, მსგავსი ინტერესების ადამიანებთან შეხვედრა, შესაძლებლობა მოუყვე მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ		
ტიპიური პროდუქტი: კონფერენცია, კონგრესი, გამოფენები, გუნდის გაძლიერება		
არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი
> ინსენტივები > გუნდის შექმნის პროგრამები > შეხვედრის/კონფერენციების ობიექტების ქირავნობა	> გუნდის შექმნის პროგრამები > ბუნება/მთის მწვერვალები > შეხვედრებისა და ინტენსივების პროგრამები > გამოფენები და ბაზრობები > ბუნებაში ვორკშოპები > მეცნიერებისა და მკვლევარების სიმპოზიუმები > დტ-ზე ვიზიტები	> MICE მონაწილეები > MICE ორგანიზატორები > საერთაშორისო და ადგილობრივი კორპორაციები > სავაჭრო და პროფესიული ასოციაციები > უშვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით
დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
ბათუმის სასტუმროები და ცენტრები, თბილისის სასტუმროები და ცენტრები, ქუთაისის სასტუმროები		

სქემა 22: სბუ ბიზნესი – MICE

სბუ: ჯანმრთელობა		
იყო ჯანმრთელი, იცხოვრო დიდ ხანს, იყო კარგ ფორმაში, გამოიყურებოდე კარგად, სტრესის არ ქონა		
ტიპური პროდუქტი: ჯანმრთელობა და სამედიცინო მკურნალობა, სილამაზის ქირურგია, ჯანმრთელობის გაუმჯობესება, ვიზიტი ეროვნულ პარკში, მსუბუქი სპორტული ფიტნეს აქტივობები, (ფეხით საირული, ველოსიპედი, სარბენი თხილამურებით გადაადგილება, თოვლის ფეხსაცმელების ტური და სხვ.), კლიმატური გაჯანსაღება, მღვიმის თერაპია..		
არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი
	> მინერალური წყლები და სხვა ბუნებრივი რესურსები > გამაჯანსაღებელი და სამკურნალო მიზნებისთვის კლიმატური კურორტები და პროგრამები > სილამაზის კლინიკები > მღვიმით მკურნალობა დასაპა > ჯანსაღი ფეხმძიმობის > აღდგენის და მკურნალობის სხვ.) > მოწვევის შეწყვეტის / ჯანმრთელობის კვირის პროგრამები > დამოკიდებულების მოხსნის (Anti-addiction) პროგრამები > სპორტული და ფიტნეს პროგრამები	> ოპერაციის შემდგომი და პოსტოპერაციული დასამედიცინო სტაციონარები > უშვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით
დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
წყალტუბოს, ბორჯომის კურორტები, კლინიკები და საავადმყოფოები		

სქემა 23: სბუ ჯანმრთელობა

სბუ: გართობა და მხიარულება		
გაერთო, იგრძნო თავი ღონისძიების ნაწილად, საინტერესო გამოცდილება, მსგავსი ინტერესების ადამიანებთან შეხვედრა, შესაძლებლობა მოუყვე შენს მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ, გამოცდილების მეგობრებისთვის გაზიარება		
ტიპური პროდუქტი: ღონისძიებები და ფესტივალები, კონცერტები, წვეულება, შოპინგი, ღამის ცხოვრება		
არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი	არსებული პროდუქტი
> ტრადიციული დღესასწაულები და ღონისძიებები (მარიამობა. თუშეთობა, ბორჯომობა სხვ.)	> ვიზიტები თემატურ პარკებში > ღონისძიებები და ფესტივალები: პოპულარული ღონისძიებები, დღესასწაულები, საიუბილეო ღონისძიებების სხვ. > დტ-ის ეროვნული დღე > დტ-ის ღია დღე > დტ-ის მეგობართა ფესტივალები > ბავშვთა გასართობი პარკები > გასართობი სათამაშო მოედნები > კონცერტები > გასაყიდი ადგილები და ბაზრის დღეები	> ახალგაზრდა პროფესიონალები > ტენდენციის განმსაზღვრელი და ტენდენციის მიმდევარი > სოციალური ცხოვრება და ნეტვორკინგი > სტუდენტები > უშვილო წყვილები ოჯახები

დტ-ის ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სხუ-სთან:

ბათუმის ზაფხულის კურორტი, თბილისის ღამის ცხოვრება, თბილისის ზოოპარკი, კაზინოები, ფესტივალები და კონცერტები დიდ ქალაქებში, შოფინგის მოღვაწეობა

სქემა24: სხე გართობა და მხიარულება

11.3 ტურისტული პროდუქტის სტრუქტურა საქართველოს დტ-ზე 2013 და 2020 წლებში

შერჩეულ დაცულ ტერიტორიებზე ამჟამად არსებული ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების, ასევე ვიზიტორთა მოტივაციის შეფასებაზე დაყრდნობით, ჩვენ დავაჯგუფეთ პროდუქტები სტრატეგიული ზიზნეს ერთეულის (SBU) გამოყენებით, ვიზიტორთათვის შეთავაზებულ სერვისების მიხედვით. დღესდღეობით, დაცული ტერიტორიები ტურისტებს სთავაზობენ უმეტესწილად ბუნების შეცნობას - 62%. ასევე დიდი წილი ეკუთვნის კულტურასა და განათლებას - 33% ძირითადად სასკოლო ჯგუფების ხარჯზე. მხოლოდ ძალიან მცირე წილი მოდის იმ პროდუქტებზე, რომლებიც აკმაყოფილებენ სპორტული და სათავგადასავლო მიზნებით მოსული ვიზიტორების მოლოდინს - მხოლოდ 5%. დაცული ტერიტორიები არ სთავაზობენ ვიზიტორებს გამაჯანსაღებელ და სარელაქსაციო დასვენებასთან დაკავშირებულ სერვისებს, ასევე არ მასპინძლობენ კონფერენციებს, გამოფენებს და მსგავსი სახის (MICE) მასშტაბურ ღონისძიებებს, თუმცა ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიაზე არსებობს ორგანიზაციების მიერ თანამშრომელთა გუნდური შეკრებებისათვის გამიზნული პროგრამების განხორციელების გამოცდილება.

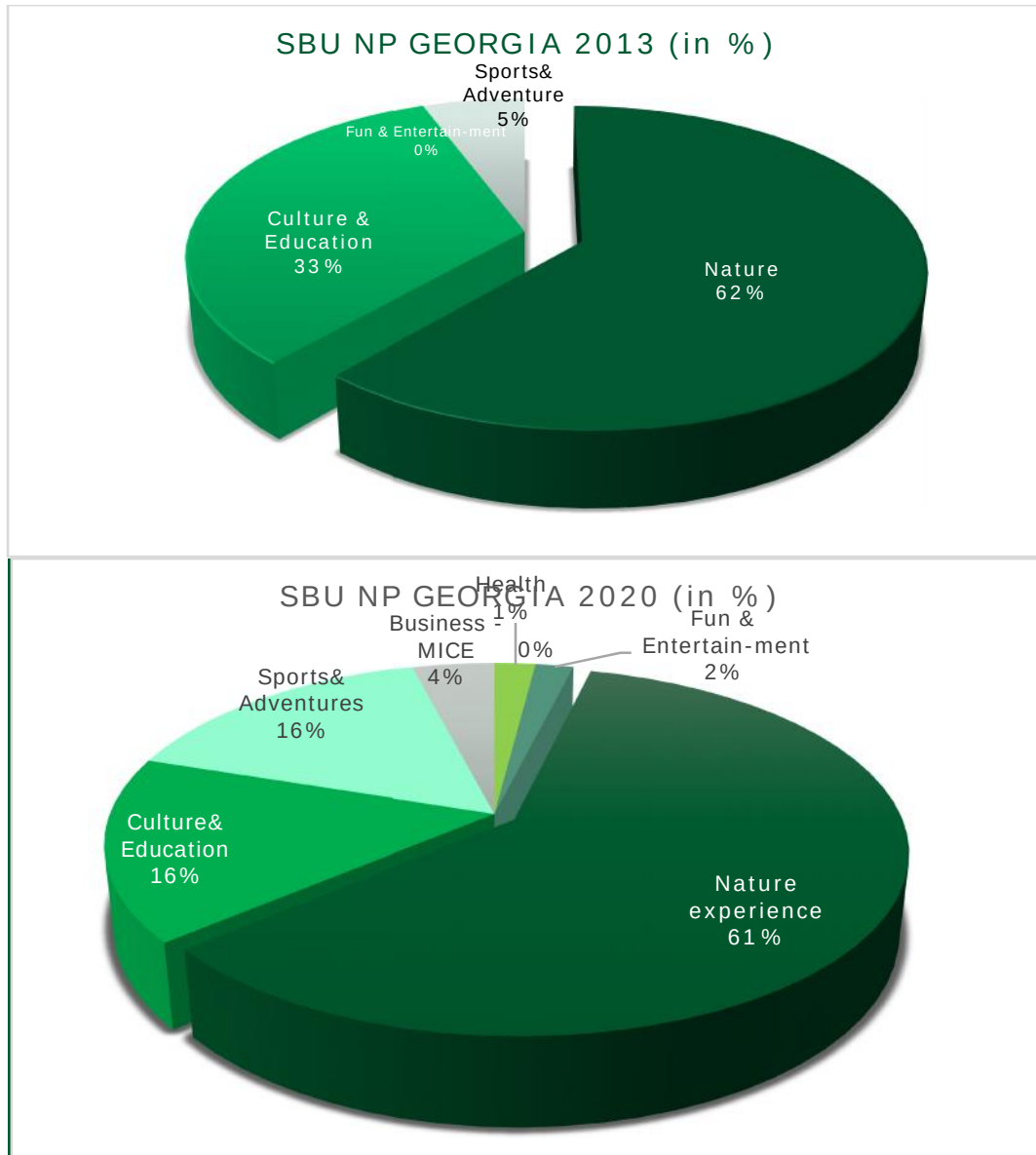
დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სამომავლო განვითარება განაპირობებს უფრო მრავალფეროვანი პროდუქტებისა და სერვისების შეთავაზებას, იმისათვის რომ დაცულმა ტერიტორიებმა შეძლონ რაც შეიძლება მეტი ვიზიტორის მოზიდვა და მათი მოთხოვნების მაქსიმალურად დაკმაყოფილება. დაცული ტერიტორიების ტურისტულ შეთავაზებებში თანდათანობით შესაბამის ადგილს იკავებენ სპორტული და სათავგადასავლო ღონისძიებები, მაგ: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები ავითარებენ მღვიმის გამაჯანსაღებელ პროგრამებს, ასევე სასურველია შემუშავდეს რამდენიმე ტიპის, ოჯახებსა და ზავებზე ორიენტირებული შემეცნებით-გასართობი პროგრამები, საკონფერენციო და შეხვედრებისათვის განკუთვნილი შეთავაზებები.

2020 წლისთვის, საქართველოს დაცული ტერიტორიების ძირითადი ტურისტული შეთავაზებების წილი შემდეგნაირად გადანაწილდება - ველური ბუნების, ბუნებრივი მრავალფეროვნების შეცნობის პროგრამები - 61%, სპორტი, თავგადასავლები, კულტურა და განათლება - 16%, MICE - შეხვედრები/კონფერენციები - დაახლოებით 4%, გართობა და მხიარულება - 2% და გამაჯანსაღებელი ტურიზმი - 1%. არსებობს ასევე, ისეთი პროდუქტების შემუშავების შესაძლებლობა, რომელიც დააკმაყოფილებს დასვენებისა და რელაქსაციის მაძიებელ ვიზიტორთა მოთხოვნილებებს, განსაკუთრებით კი თუშეთისა და ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკებში, თუმცა საჭიროა განხორციელდეს უფრო მეტი მოკვლევა ამ რეგიონების სამკურნალო კლიმატისა და ბუნებრივი ეფექტების შესწავლის მიზნით.

ცხრილი9: ვიზიტორთა სტრუქტურა მათი გამოცდილების მიხედვით რასაც ელიან საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე 2014-2020 წელს

დტ-ის სახელწოდება	სიამოვნება		გართობა და მხიარულება		ბუნება		კულტურა და განათლება		სპორტი და თავგადასავალი		ჯანმრთელობა		ბიზნესი - MICE		სულ	ვიზიტორთა რ.ზა 2013	ვიზიტორთა რ.ზა 2020
	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020			
მტირალა					37	45	47	15	16	30				10	100	16,358	85,000
იმერეთის მღვიმეები					63	65	37	27		5		5			100	145,375	300,000
ბორჯომ-ხარაგაული					75	70	10	10	15	15			5		100	42,490	100,000
ჯავახეთი					100	85		5		10					100	1,000	45,000
თბილისი				10	75	40		10	25	30				10	100	20,215	150,000
თუშეთი					75	70	15	15	10	15					100	7,663	75,000
ლაგოდეხი					28	65	58	15	14	20					100	32,318	65,000
სულ			2	62	61	33	16	5	16	0	1	0	4	100	265,419	820,000	

წყარო: დტს სტუმრების მოკვლევის, დტს ადმინისტრაციისა და საკუთარი შეფასებების საფუძველზე მიღებული მონაცემები



Source: Data from Table 10

სქემა 25: ვიზიტორთა სტრუქტურა მათი გამოცდილების მიხედვით რასაც ელიან საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე 2014-2020 წელს

12 ტურიზმის სტრატეგიის დანერგვის მოდელი

დეველოპერული და საინვესტიციო პროექტები

ტურისტული აქტივობების განვითარება დაცულ ტერიტორიებზე დაკავშირებულია ფართო სპექტრის მქონე პროექტების განხორციელებასთან, დაწყებული ძირითადი ინფრასტრუქტურის განვითარებით, რაც ძვირადღირებული ინვესტიციების განხორციელებას გულისხმობს, პროგრამული უზრუნველყოფით დამთავრებული - რომლებიც ძირითადად იქმნება პროფესიული საექსპერტო საქმიანობით, გამოცდილებით, განათლებითა და ტრენინგებით. არსებობს ასეთი პროექტების 4 ჯგუფი და მათი უფრო დეტალურად განხილვისას იკვეთება, რომ დაცული ტერიტორიების სააგენტო და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციები სრულად არიან პასუხისმგებლები მხოლოდ მეორე ჯგუფის პროექტების განვითარებაზე. ესენია: ტრანსპორტი, ვიზიტორების მიღება და საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა დაცულ ტერიტორიებზე. დაცული ტერიტორიების მოვალეობაა საბაზისო ინფრასტრუქტურა შეინარჩუნოს რათა ის მისაწვდომი და კომფორტული გახადოს ვიზიტორებისთვის, თუმცა ასეთი პროექტები ადგილობრივი და ეროვნული მნიშვნელობის სახელმწიფო უწყებების ინტერესების სფეროში ხვდება. ამდენად, ასეთი ტიპის პროექტების დაფინანსება ძირითადად უნდა ხდებოდეს შესაბამისი სახელმწიფო უწყებების მიერ. ტურისტული სტუმარ-მასპინძლობის ინფრასტრუქტურა და ვიზიტორების მომსახურება - ასეთი პროგრამები ძირითადად კერძო კომპანიების ინტერესებში შედის. შესაბამისად, ასეთი პროექტები ძირითადად უნდა დაფინანსდეს და იმართებოდეს კერძო კაპიტალით. გამოთქმული მოსაზრებების მიუხედავად, დაცული ტერიტორიების სააგენტო და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციები აქტიურად უნდა იყვნენ ჩართულნი ყველა პროექტის დაგეგმვისა და განხორციელების პროცესში არა მხოლოდ ზემოქმედების შეფასების თვალსაზრისით, არამედ პროექტების მდგრადობისა და ბუნების მიმართ უვნებელი ინვესტიციებისა და პროექტების განხორციელების, ადგილობრივი მოსახლეობის და ვიზიტორების მოლოდინების დაკმაყოფილების თვალსაზრისითაც. დაცული ტერიტორიების სააგენტოს და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებს სრული უფლება აქვთ გაინაწილონ ეკონომიკური საქმიანობით მიღებული სარგებელი, თუ ეს საქმიანობა ხორციელდება დაცული ტერიტორიის შიგნით, ან როცა ეკონომიკური საქმიანობა ხორციელდება მის მიმდებარედ მაგრამ ამ საქმიანობით ვიზიტორებისთვის გათვალისწინებული პროდუქტი ან მომსახურება დაკავშირებულია დაცულ ტერიტორიასთან.

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების წინამდებარე სტრატეგიის ძირითადი აქცენტი მიმართული უნდა იყოს **2020 წლამდე პერიოდის შემდეგ ძირითად პროექტებსა და ინვესტიციებზე, რომელთა წარმატებით განხორციელების ვალდებულება ეკისრება დაცულ ტერიტორიებს, მუნიციპალიტეტებს, რეგიონულ ან სახელმწიფო უწყებებს** დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებისთვის:

ინფრასტრუქტურის განვითარება თბილისის დაცულ ტერიტორიაზე	ადმინისტრაციული შენობის მშენებლობა და აღჭურვა, სადაც განთავსდება ვიზიტორთა საინფორმაციო კუთხე (ვიზიტორთა ცენტრი უნდა მდებარეობდეს საქართველოს ეროვნულ ვიზიტორთა და ეკო-განათლების ცენტრში თბილისში), მენეჯმენტისა და ტურიზმის განვითარების გეგმების მომზადება, ეკო-ტურისტული მარშრუტების მომზადება, თავშესაფრების და საპიკნიკ ადგილების მოწყობა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციისა და თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლება.
ინფრასტრუქტურის განვითარება ალგეთის, ყაზბეგის, კინტრიშის და ფშავ-ხევსურეთის დაცულ ტერიტორიებზე.	ადმინისტრაციული შენობების მშენებლობა და აღჭურვა, დაცული ტერიტორიების საზღვრების დემარკაცია, მენეჯმენტისა და ტურიზმის განვითარების გეგმების მაღალი სტანდარტებით შემუშავება, ეკო-ტურისტული მარშრუტების შემუშავება, თავშესაფრების და საპიკნიკ ადგილების მოწყობა, ბიო-მონიტორინგის სისტემის დანერგვა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციისა და თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლება.
ინფრასტრუქტურის განვითარება ჯავახეთის დაცულ ტერიტორიაზე	ვიზიტორთა ახალი ცენტრისა და ადმინისტრაციული შენობის სრული დატვირთვით ამუშავება, მენეჯმენტისა და ტურიზმის განვითარების გეგმების შემუშავება, ეკო-ტურისტული მარშრუტებისა და ფრინველებზე დაკვირვების ობიექტების შემუშავება, საპიკნიკ ადგილების მოწყობა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციისა და თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლება.
ოკაცე-მარტვილის სპორტულ სათავგადასავლო პარკის განვითარება	პოტენციურად, საკუთარი მენეჯმენტითა და ადმინისტრაციით, ოკაცეს მოქმედი ვიზიტორთა ცენტრით და ტურისტებისთვის სპორტული და სათავგადასავლო დამატებითი პროგრამების შემუშავება.

საქართველოს ეროვნული ვიზიტორთა და ეკო განათლების ცენტრი თბილისში	საქართველოს ეროვნული ვიზიტორთა და ეკო განათლების ცენტრში თბილისში წარმოდგენილი უნდა იყოს ყველა ეროვნული პარკის საპრეზენტაციო მასალა.
ტრანს-სასაზღვრო - კავკასიის ტრანსსასაზღვრო ეროვნული პარკების განვითარება და თანამშრომლობა	ჯავახეთი – არპის ტბა (სომხეთი) მაჭახელა (საქართველო) - ქამილი (თურქეთი) ლაგოდეხი - ზაქათალა (აზერბაიჯანი)
HR განვითარება	კვალიფიკაციის ამაღლება და HR განვითარება, განათლება და ტრენინგის პროგრამები
შეფასება	დაცული ტერიტორიების შერჩეულ ზონებში სამკურნალო კლიმატური თვისებების გაზომვა და შეფასება.
ტურისტების მოძრაობის მონიტორინგი	დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტების მოძრაობის ზეგავლენის მონიტორინგი და შეფასება

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სტრატეგიის განხორციელება საჭიროებს ქვემოთ მოყვანილ პროექტებსა და ინვესტიციებზე აქცენტების გამახვილებას, რაც ძირითადად მათივე ტურისტული ინფრასტრუქტურის, პროდუქტისა და მომსახურების გაუმჯობესებას ემსახურება:

საბაზისო ინფრასტრუქტურა

- მტირალასთან მისასვლელი გზების გაუმჯობესება (შეიძლება მხედველობაში მივიღოთ ალტერნატიული საბაგირო გზის მშენებლობაც)
- ავტოსადგომისთვის ტერიტორია

მისასვლელი & საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა დაცულ ტერიტორიებზე

- დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა ცენტრებისა და ადმინისტრაციული შენობების ადაპტაცია ტურისტული სტუმართმასპინძლობის მოთხოვნების უკეთ დასაკმაყოფილებლად (მაგ. ტუროპერატორების/ტურ სააგენტოების კუთხე, მაღაზიები, კაფეები, ინტერნეტ - WIFI კუთხე, მობილური აპლიკაციები და გიდების დაქირავება, მისთ.)
- დაცული ტერიტორიების ვიზიტორებისთვის ერთობლივი საინფორმაციო სერვისების დაწერვა საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ სააგენტოსთან და სხვა ინსტიტუტებთან ერთად (ტურისტული კურორტები, მუზეუმები, სხვ.)
- სატრანსპორტო საშუალებები: ავტომობილები, ჯიპები, მისთ.
- დაცულ ტერიტორიებზე და შერჩეულ ადგილებზე შეზღუდული უნარების მქონე პირთათვის წვდომა
- საქართველოში მარშრუტების შემუშავების ერთიანი სიუსტემა
- ცალკეულ დაცულ ტერიტორიაზე მარშრუტების მარკირება
- ბუნებრივი გარემოს ამსახველი დაფები
- რეინჯერთა, როგორც ვიზიტორთა სამსახურში მყოფი პირების ვიზუალური იდენტიფიკაცია
- წყალი და სანკუანძი

ტურისტული - მასპინძლობის ინფრასტრუქტურა

- დაცული ტერიტორიების საკუთრებაში არსებული დაბინავების საშუალებების სტანდარტიზაცია
- ჰოსტელი თუშეთში
- საკემპინგე და საპიკნიკე ადგილები
- ქოხები, თავშესაფრები
- საკემპინგე ადგილები
- საპიკნიკე ადგილები

TOURISM PRODUCTS AND SERVICES IN PAs in GEORGIA

- დაცული ტერიტორიების მიერ შეთავაზებული, ან მასთან დაკავშირებული პროდუქტებისა და მომსახურების სტანდარტები (ეროვნული)
- მარშრუტების რეკონსტრუქცია, რემონტი და გაუმჯობესება
- მარშრუტებისა და ტურისტული პროდუქტების გაფართოვება ინტენსიური ვიზიტების ზონებში
- ფრინველებზე დაკვირვების მარშრუტები, ბინოკლით აღჭურვილი პლატფორმები და კოშკები
- ველურ ბუნებაზე დაკვირვების მარშრუტები, ბინოკლით აღჭურვილი პლატფორმები და კოშკები
- პლატფორმები/კოშკები ფოტოგადაღებებისთვის
- სპორტული და სათავგადასავლო პროდუქტები: კანიონინგი, რაფტინგი კანიონებში, (მტირალა, ოკაცე), ბეწვის ხიდი ოკაცეს კანიონში, ტურიზმის განვითარება გოჩკადილის (მარტვილი) კანიონში
- მოკლე მარშრუტები და მოკლე თემატური მარშრუტები
- ოჯახზე ორიენტირებული მომსახურება: ქოხები, მოკლე მარშრუტები, თემატური მარშრუტები, ბავშვებზე ორიენტირებული საგანმანათლებლო მარშრუტები, სათამაშო მოედნები, თემატური პარკები, საბავშვო კუთხე ვიზიტორთა ცენტრში, ანიმაციური პროგრამები ბავშვებისთვის
- უნარშეზღუდული პირებისთვის ადაპტირებული და ხელმისაწვდომი პროდუქტები და მომსახურებები
- საკონფერენციო მომსახურების შეთავაზება: შეხვედრები, ღონისძიებები, კომფორტული გარემო და მომსახურება
- დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების მიერ ორგანიზებული ღონისძიებები: საქართველოს დაცული ტერიტორიების ეროვნული დღესასწაული - ყოველწლიური ღონისძიება, ღია კარის დღეები / დაცულ ტერიტორიაზე სეზონის გახსნის ღონისძიება, თემატური ღონისძიებები მიმდინარე ყოველი სეზონის, რეგიონისა თუ ტრადიციისადმი.
- საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე მაკავშირებელი ტურისტული მარშრუტების ჩამოყალიბება:

12.1 HR – ადამიანური რესურსები, განათლება და ტრენინგები

დაცული ტერიტორიებისა და მათი ტურისტული საქმიანობის შეფასება ცხადყოფს მასპინძლობის პროფესიონალი კადრების, არსებული ტურისტული საშუალებების მართვის, პროდუქტებისა და საბაზისო მომსახურების აშკარა უკმარისობას. დაცულ ტერიტორიაზე ტურისტების ნაკადის ზრდა უფრო თვალნათელს გახდის აღნიშნული კადრების უკმარისობას და პროფესიონალების საჭიროებას.

ამ პრობლემის გადასაჭრელად და სამომავლოდ ტურიზმის განვითარების მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად, მიგვაჩნია, რომ დაცული ტერიტორიების სააგენტოში და ცალკეული დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციაში არსებობს შემდეგი ადამიანური რესურსის საჭიროება:

- > **დაცული ტერიტორიების სააგენტოსადამიანური რესურსიმასპინძლობისდარგში - მუდმივი შტატი (6 ადამიანი):**
 - o **ტურიზმი – მასპინძლობის მენეჯერი** - პასუხისმგებელია ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის განხორციელების, მარკეტინგის გეგმების შემუშავებისა და რეალიზაციის, დაცული ტერიტორიების სააგენტოს თანამშრომელთა სამუშაოს ორგანიზების მონიტორინგზე, სხვა ორგანიზაციებთან თანამშრომლობაზე, როგორცაა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო, დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაცია, ასევე, საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ ხელშეწყობისა და მარკეტინგული ღონისძიებების ორგანიზებაზე, ტურიზმის ბაზრის კორპორატიულ მოთამაშეებთან (ტურ ოპერატორები, ტურ სააგენტოები, ასოციაციები, მისთ.) თანამშრომლობაზე, დაცული ტერიტორიების ტურისტული მასპინძლობის თანამშრომელთა საქმიანობის ორგანიზებასა და კოორდინირებაზე და ტურისტული აქტივობების შედეგებზე.
 - o **ტურისტული პროდუქტის, მომსახურების და ხარისხის სტანდარტების დეველოპერი** - პასუხისმგებელია ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების განვითარებაზე, პროდუქტების შენარსუნებაზე, მათ სათანადო გამოყენებაზე, აღნიშნული პროდუქტებისთვის ხარისხის სტანდარტების შემუშავებაზე, პროდუქტებისა და მომსახურების სერტიფიცირების გეგმის შემუშავებაზე, დაცულ ტერიტორიებზე და მის გარშემო პროდუქტებისა და მომსახურების სხვა მოწოდებლებისთვის ხარისხის სტანდარტების მიწოდებაზე.
 - o **ღამისთვის, კვებისა და სხვა საშუალებების მენეჯერი** – პასუხისმგებელია საკუთარი თანამშრომლებით შესაბამისი ობიექტების ოპერირებასა და ქმედუნარიანობაზე, მართვაში გადაცემული ობიექტების ოპერირების მონიტორინგზე.
 - o **ტურიზმის მარკეტინგის სპეციალისტი** – პასუხისმგებელია ინდივიდუალურ და ორგანიზებულ ბაზრებზე ხელშეწყობასა და მარკეტინგზე, მარკეტინგული მასალების შექმნასა და გამოყენებაზე, ხელშეწყობისა და მარკეტინგული ინსტრუმენტებისა და დისტრიბუციის არხების რეალიზებაზე, საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ ხელშეწყობი და მარკეტინგული აქტივობების განხორციელებასა და შეფასებაზე, ბრენდის განვითარებაზე, ვიზიტორებთან ურთიერთობაზე (კითხვა-პასუხის კამპანიები) და ვიზიტორთა სტატისტიკისა და კვლევების ანალიზის ჩატარებაზე.
 - o **ვებ და ელ-პრომოუტერი** - მარკეტერი (ონ-ლაინ მარკეტინგული ინსტრუმენტებისთვის) - პასუხისმგებელია ელექტრონული პრომოციისა და კომუნიკაციის ინსტრუმენტების ჩამოყალიბებაზე, ინფორმაციების განახლებასა და ელექტრონული ინსტრუმენტებით პირდაპირი მარკეტინგის წარმოებაზე.
 - o **ტურისტული ინფორმაციის სპეციალისტი** – პასუხისმგებელია შესაფერისი ინფორმაციის შეგროვებაზე, ინფორმაციის მართვაზე (კლასიფიკაცია, მონაცემთა ბაზის ორგანიზებაადაწილება პრომოციისა და მარკეტინგული გამოყენების მიზნით) და მომხმარებლებისთვის ინფორმაციის პირდაპირი ან არაპირდაპირი გზით მიწოდებაზე.

დაცული ტერიტორიების სააგენტოს დამატებით უნდა ჰყავდეს ნახევარ განაკვეთზე და სეზონურად მომუშავე თანამშრომლები, განსაკუთრებით ტურისტებისთვის საინფორმაციო მომსახურების სფეროში. ასეთ თანამშრომლებად შეიძლება აყვანილი იყვნენ სტუდენტები, რომლებიც მომზადდებიან ინფორმაციის მართვასა და მიწოდებაში და რომელთა გამოყენებაც შესაძლებელა ძირითადად ზაფხულის სეზონზე და საინფორმაციო მომსახურებისთვის ბაზრობებსა და გამოყენებზე. გარდა ამისა, შეიძლება სხვა სეზონური ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯერების დაქირავება სხვადასხვა ობიექტების ასამუშავებლად (ღამისთვის საშუალებები, კვების ობიექტები, მაღაზიები, მისთ.), რისი განხორციელებაც შესაძლებელია დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციასთან და დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციასთან კომბინაციით.

- > **დაცული ტერიტორიების ადამიანური რესურსიმასპინძლობისდარგში - მუდმივი შტატი (3-4 ადამიანი):**

- o **ტურიზმის-მასპინძლობის მენეჯერი** – პასუხისმგებელია დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციაში მომუშავე მასპინძლობის სპეციალისტების სამუშაოს ორგანიზებაზე, ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურებების განვითარებაზე, ასევე პასუხისმგებელია ობიექტების მუშაობის მონიტორინგზე, ტურიზმის დარგში მომუშავე ორგანიზაციებთან და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობაზე, ტურიზმის ბაზრის კორპორატიულ მოთამაშეებთან (ტურ ოპერატორები, ტურ სააგენტოები, ასოციაციები, მისთ.) თანამშრომლობაზე, ვიზიტორთა კმაყოფილების შეფასებაზე.
- o **ტურიზმის ხელშეწყობის/მარკეტინგის სპეციალისტი** - პასუხისმგებელია საქართველოს რეგიონულ ბაზრებზე პროდუქტის ხელშეწყობასა და მარკეტინგზე, რეგიონული მარკეტინგული მასალების⁹

12.2 ხელშეწყობა და მარკეტინგი

ხელშეწყობას და მარკეტინგს არსებითი მნიშვნელობა აქვს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორების რაოდენობის გაზრდისა და ბუნების, მისი ღირებულებებისა და მემკვიდრეობის შესახებ ცნობადობის ამაღლების თვალსაზრისით. დაცული ტერიტორიების რეკამა და ხელშეწყობა აამაღლებს ცნობადობას ბუნებისა და გარემოს შესახებ, ხოლო დაცული ტერიტორიების მარკეტინგი გაზრდის ვიზიტორების რაოდენობას და შესაბამისად - შემოსავლებს.

დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებმა უნდა შეიმუშაონ მარკეტინგული სტრატეგია და სამოქმედო გეგმები. ხელშეწყობისა და მარკეტინგული ღონისძიებები უნდა წარმართონ მარკეტინგული გეგმების შესაბამისად საკუთარი რესურსების გამოყენებით, რომელიც დამტკიცებული იქნება გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტროს მიერ. თუმცა, მნიშვნელოვანია, რომ დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და საქართველოს ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციამ ასევე წარმართონ ერთობლივი ხელშეწყობისა და მარკეტინგული ღონისძიებები, რომლის დროსაც დაცული ტერიტორიების სააგენტო შეუერთდება ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ღონისძიებებს, ან ორივე მხარე შეთანხმდება მათი უწყებების ინტერესებში შემავალი ერთობლივი ღონისძიების ჩატარებაზე. ამ კონტექსტში ასევე მნიშვნელოვანია თანამშრომლობა საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნულ სააგენტოსთან.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო ამჟამად მუშაობს ტურიზმის ეროვნული სტრატეგიის შემუშავებაზე, ამდენად საკმაოდ ზელსაყრელი პირობაა იმისათვის რომ დოკუმენტში სათანადო ასახვა ჰპოვოს დაცულმა ტერიტორიებმა პროდუქტის განვითარების, პოლიტიკის მხარდაჭერისა და ხელშეწყობის თვალსაზრისით.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოსთან თანამშრომლობა ასევე მოიცავს:

- > საქართველოს ტურიზმის ლოგოს გამოყენებას დაცული ტერიტორიების სარეკლამო და მარკეტინგულ მასალაში;
- > დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების მონაწილეობას საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ ორგანიზებულ ტურისტულ გამოფენებსა და ბაზრობებზე, სადაც წარმოდგენილი იქნება დაცული ტერიტორიების დახლები, მასალები და ინფორმაციის მომწოდებელი პირი.
- > დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების წარდგენა საქართველოს საერთაშორისო აეროპორტებში განთავსებულ საინფორმაციო სტენდებზე.
- > დაცული ტერიტორიების უფრო ძლიერად წარმოჩენას საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ მომზადებულ სარეკლამო მასალებში.
- > საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ მედიისა და ტუროპერატორების/ტურ სააგენტოებისთვის ორგანიზებული საინფორმაციო ტურებში დაცული ტერიტორიების მონახულების შეტანა.
- > საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ მომზადებული ბაზრების კვლევების შესახებ ინფორმაციის გამოყენება დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების მიერ მარკეტინგული გეგმების შედგენისა და შესრულების დროს.
- > საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მხარდაჭერა დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების სამიზნე ბაზრებზე მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელებაში.
- > დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების აქტიური მონაწილეობა დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანოების ჩამოყალიბებასა და ფუნქციონირებაში.
- > ცნობადობის ამაღლების ერთობლივი ღონისძიებები (ბუნების, სუფთა გარემოს, ბუნებრივი და კულტურული რესურსების გამოყენების შესახებ) .

12.2.1 საინფორმაციო და სარეკლამო მასალა და მომხმარებელთან ურთიერთობა

დაცული ტერიტორიების სააგენტომ საკმაოდ ღირებული საინფორმაციო მასალების ნაკრები შექმნა, სადაც საქართველოს ყველა დაცული ტერიტორიაა წარმოდგენილი, მოცემულია რუკები და და თითოეული დაცული ტერიტორიის შესახებ ინფორმაცია მოცემულია ერთი და იმავე სტილითა და ზომით, რაც ერთიან კორპორატიულ იდენტობას განაპირობებს. აღნიშნული საინფორმაციო მასალა რუკებთან ერთად ფართოდ გამოიყენება, რის გამოც ხშირად იღვევა მარაგი. ამდენად, მუდმივად არსებობს დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა ცენტრებში და ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებში დამატებითი მასალების ხელმისაწვდომობის საჭიროება, სადაც დაცული ტერიტორიების შესახებ საინფორმაციო/სარეკლამო მასალა მუდამ დეფიციტშია. აშკარაა, რომ დაცულ ტერიტორიებს ჭირდება მეტი საინფორმაციო და სარეკლამო მასალა - ნაწილი მასიური გავრცელებისთვის, ხოლო ნაწილი - სპეციალურად დაბეჭდილი მასალა, დაინტერესებულ ვიზიტორებზე გასაყიდად.

საინფორმაციო და სარეკლამო მასალის წარმოების დაგეგმვისას, აუცილებელია გავითვალისწინოთ, რომ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა უმეტესობას ის ინდივიდები წარმოადგენენ, რომლებიც ინფორმაციას ინტერნეტით და სოციალური მედიით იღებენ. შესაბამისად, შედარებით უნდა შეიზღუდოს მასალების ბეჭდვა და უფასოდ გავრცელება. ვიზიტორთა ჯგუფების ბაზრისთვის ტურაგენტების გაყიდვების სახელმძღვანელო ძირითადი სარეკლამო და მარკეტინგული ინსტრუმენტია პერსონალური კონტაქტების, გასაცნობი/საინფორმაციო ტურების და ტუროპერატორებისა და ტურსააგენტოებისთვის სპეციალიზებული სამუშაო სემინარების ჩატარების გარდა.

აქვე გთავაზობთ **ნაბეჭდი მასალის** ჩამონათვალს

- > ყველა დაცული ტერიტორიის საიმიჯო ბროშურა (შერჩევითი / შეზღუდული გავრცელებისთვის)
- > ყველა დაცული ტერიტორიის მოკლე 2-გვერდიანი ფლაერი (მასიური გავრცელებისთვის)
- > ტურაგენტის გაყიდვების სახელმძღვანელო (ორგანიზებული ბაზრისთვის - ტუროპერატორები, ტურაგენტები)
- > ყველა დაცული ტერიტორიის რუკა (მასიური გავრცელებისთვის)
- > ფლაერი თითოეული დაცული ტერიტორიის შესახებ (მასიური გავრცელებისთვის)
- > თითოეული დაცული ტერიტორიის რუკა (შეიძლება გაიცეს, როგორც დაცულ ტერიტორიაზე შესასვლელი ბილეთი)
- > საფეხმავლო, სალაშქრო და სხვა მარშრუტების სპეციალური რუკები (გასაყიდად)
- > პლაკატები (შერჩევითი შეზღუდული გავრცელებისთვის ტუროპერატორებთან, ტურსააგენტოებთან, სკოლებში, ა.შ.)
- > პორტატული ბანერები (შერჩევითი-შეზღუდული გამოყენებისთვის დროებით ან სპეციალიზებულ პრეზენტაციებზე)
- > ცნობადობის ასამაღლებელი და საგანმანათლებლო ბროშურები დაცულ ტერიტორიაზე ქცევის წესების ჩვენებით (მასიური გავრცელებისთვის)
- > დაცული ტერიტორიების სააგენტოს კვარტალური ცნობის ფურცელი შიდა და გარე კომუნიკაციისთვის (კორპორატიული და ინსტიტუციური ბარებისთვის)
- > ცხოველებისა და მცენარეების შესახებ თემატური წიგნები და ბროშურები; სასვლაგეზო მეგზური თითოეული დაცული ტერიტორიისთვის (ეს მასალა შეიძლება/უნდა გაიყიდოს ვიზიტორებზე; იხილეთ ასევე ქვემოთ მოყვანილი მასალების ჩამონათვალი).

ელექტრონული საინფორმაციო & სარეკლამო საშუალებები

- > დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ყველა დაცული ტერიტორიის ერთობლივი და დაცული ტერიტორიების ცალკე ინდივიდუალური ვებ გვერდები.
- > ვიდეო რგოლები ყველა დაცული ტერიტორიის შესახებ
- > მოკლე ვიდეო რგოლები თითოეული დაცული ტერიტორიის შესახებ ინდივიდუალურად
- > ყველა დაცული ტერიტორიის ერთობლივი და დაცული ტერიტორიების ცალკე ინდივიდუალური ვიდეომონტაჟი
- > რადიო მესიჯები და კომუნიკაცია
- > ყველა ნაბეჭდი მასალა ატვირთული ვებ გვერდზე ელექტრონულ ფორმატში
- > სოციალური მედია: Facebook, Twitter, LinkedIn და Flickr

ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა ელექტრონული ინფორმაცია საჭიროებს მუდმივ განახლებას, სწრაფ და ზუსტ რეაგირებას შეკითხვებზე, ხოლო სოციალური მედია საჭიროებს მუდმივ ადმინისტრირებას და ინტერაქტიულ კომუნიკაციას.

ფოტო მონოგრაფიები, მეგზურები, ჟურნალები და ფოტო კოლექციები & არქივები მნიშვნელოვან საინფორმაციო და სარეკლამო მასალას წარმოადგენს. ყველაფერი ეს შედარებით ძვირადღირებული პროდუქტია და პროფესიონალურ სამუშაოს გულისხმოს, რასაც ხშირად საკმაოდ დრო ჭირდება ვიდრე მაღაზიების თაროებზე გამოჩნდება. ასეთი მასალა უნდა მომზადდეს სარედაქციო და საგამომცემლო კომპანიებთან, პროფესიონალ ფოტოგრაფებთან და მწერლებთან ერთად, ხოლო დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა შეიმუშაოს უკვე მზა მასალის მხოლოდ გარკვეული ნაწილი, დანარჩენი კი გამომცემლებს უნდა დარჩეს რეალიზაციის მიზნით. კარგი იქნება, თუ სასვლავგეო მეგზურები მომზადდება და დაიბეჭდება ცნობილ საერთაშორისო საგამომცემლო კომპანიებთან თანამშრომლობით.

ძალიან საინტერესოა (საერთაშორისო) ფოტო კონკურსები, რომელშიც მონაწილეობას მიიღებენ როგორც პროფესიონალი, ისე მოყვარული ფოტოგრაფები. ასეთი ღონისძიებები ზრდის ინტერესს დაცული ტერიტორიების მიმართ და ამაღლებს ბუნებისა და ბუნებრივი მემკვიდრეობის შესახებ ცნობადობას. იმავდროულად, ეს საუკეთესო ხელშეწყობი ფაქტორია როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო ბაზრებზე.

პროდუქტები – საჩუქრები & სუვენირები არის სარეკლამო და გაყიდვების მასალა. ამ მიართულებით შეიზლება საქმე გვეტანოს პროდუქციის ფართო ასორტიმენტთან. დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა ჩაატაროს ტენდერი იდეების, საპროექტო წინადადებებისა თუ ასეთი პროდუქტების ნიმუშების შესაგროვებლად. შეფასების შემდეგ შერჩეული პროდუქცია დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიის ლოგოთი შეიძლება განთავსდეს ვიზიტორთა ცენტრებში და მაღაზიებში, რაც სარგებელს მოუტანს როგორც მის მწარმოებელს, ისე დაცულ ტერიტორიას. გთავაზობთ ასეთი პროდუქტების რამდენიმე მაგალითს:

- > მაისურები
- > კეპები
- > ფინჯნები
- > სამკერდე ნიშნები
- > შარფები
- > ღია ბარათები
- > ლოგოტიპიანი სტიკერები
- > კალენდრები (კედლის და მაგიდის)
- > ადგილობრივი პროდუქტი
- > საწვინარი ლაბადები
- > საღამურო ჯოხები
- > თერმოსები, ა.შ.

მომხმარებელთან ურთიერთობა ვიზიტორის მიერ მიღებული გამოცდილებისა და კმაყოფილების მნიშვნელოვანი ნაწილია. ეს ურთიერთობა იწყება რეალობასთან პირველი შეხებისთანავე. რამდენადაც ვიზიტორი კითხულობს სარეკლამო მასალას - დაბეჭდილს და ელექტრონულს - მას უჩნდება გარკვეული მოლოდინები და წარმოდგენა იმ კომპლექსურ ტურისტულ პროდუქტზე, რასაც აღნიშნული მასალა პირდება. იმ მომენტში, როცა ვიზიტორი ჩადის დანიშნულების ადგილზე და მისი მოლოდინები ემთხვევა რეალობას - "ჭეშმარიტების მომენტი" ეწოდება. გადააჭარბებს რეალობა ვიზიტორის მოლოდინს? ან გააცამტვერებს ვიზიტორის, მისი ოჯახის წევრების, მეგობრების, ნათესავების ან ვიზიტორთან ერთად მთელი ორგანიზებული ჯგუფის წარმოსახვაში გაჩენილ მშვენიერ სურათს და მაღალ მოლოდინებს??? "ჭეშმარიტების მომენტი" იწყება გზატკეცილზე არსებული საგზაო ნიშნებით, საინფორმაციო და მიმართულების მაჩვენებელი დაფებით, პარკირების ადგილით, მარკირებული მარშრუტებით, განმარტებითი საინფორმაციო დაფებით, ვიზიტორთა ცენტრის თანამშრომლებით, გიდებით, სასტუმრო სახლებით და სხვ. და პასუხებით, რომელსაც ვიზიტორი იღებს მოგზაურობის მანძილზე გაჩენილ კითხვებთან დაკავშირებით.

ამკარაა, რომ ტურიზმი ძალიან მგრძნობიარე საქმიანობაა მრავალფეროვანი ურთიერთობებით, რასაც შეუძლია გაუმართლოს ან გაუცრუოს იმედები ვიზიტორს. ძალიან ბევრი დაინტერესებული მხარეა ჩართული ტურისტულ შეთავაზებებსა და ურთიერთობებში, ამდენად, ყველა მათგანი ვალდებულია ვიზიტორი უზრუნველყოს დანაპირებით. ყველა ხსენებულ მხარეს ჭირდება ტრენინგები და ე.წ. ჰარმონიული ურთიერთშეთანხმება, როგორც სიმფონიურ ორკესტრს.

12.2.2. ხელშეწყობა, მარკეტინგი და გაყიდვები

ინდივიდუალური ტურისტული ბაზარი საერთაშორისო ვიზიტორთა უმრავლესობას წარმოადგენს - ვიზიტორების 85%-ზე მეტი ინდივიდია, რომელიც დამოუკიდებლად გეგმავს მოგზაურობას: ინფორმაციას იღებს ძირითადად ინტერნეტით (არა მხოლოდ ვებ დაცული ტერიტორიების სააგენტოს გვერდიდან, არამედ, ასევე ტუროპერატორებისა და ტურაგენტების ვებ გვერდებიდან, სპორტული და სათავგადასავლო ასოციაციებიდან, და

სოციალური მედიიდან), ასევე, გამოფენა-ბაზრობებიდან, ნათესავებისგან და მეგობრებისგან და სარეკლამო ჟურნალებიდან. გულმოდგინე ეკო-ტურისტები სწავლობენ დაცული ტერიტორიების სესახებ ინფორმაციას, მოგზაურობას გეგმავენ პროფესიულ ბროშურებზე, სასვლაგეზო სხელმძღვანელოებზე, სტატიებსა და სხვა მსგავს წყაროებზე დაყრდნობით. მოგზაურობის ნაწილს გეგმავენ შინიდან გაუსვლელად, ხოლო ნაწილს - დანიშნულების ადგილზე ჩასვლის შემდეგ.

ელექტრონული მედია უფრო და უფრო მნიშვნელოვანი და გავლენიანი ხდება და ამდენად აუცილებელია მისი მარკეტინგული თვალსაზრისით გამოყენება.

ტურისტული ბაზრობები და გამოფენები ინარჩუნებს მნიშვნელოვან როლს როგორც ხელშეწყობისა და მარკეტინგის არხი. ზოგიერთ მსხვილი საერთაშორისო გამოფენაზე მონაწილეობა, როგორცაა მაგალითად, ITB, FITUR, BIT, WTM ან MITT აუცილებელია დაცული ტერიტორიების სააგენტოსთვის და იგი წარმოდგენილი უნდა იყოს ეროვნული ტურიზმის სააგენტოს სტენდზე. დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და საქართველოს დაცულმა ტერიტორიებმა ეროვნული ტურიზმის სააგენტოს სტენდის საშუალებით მონაწილეობა ასევე უნდა მიიღონ სხვა საერთაშორისო გამოფენებზეც, განსაკუთრებით დაცული ტერიტორიების სამიზნე ბაზრებზე (ბალტიის ქვეყნები, პოლონეთი, ისრაელი, მეზობელი ქვეყნები: სომხეთი, აზერბაიჯანი, თურქეთი - ეს ქვეყნები ჩამოთვლილია დანართში 3). თუმცა არსებობს სხვა სპეციალიზებული გამოფენა-ბაზრობებიც ზოგიერთ ევროპულ ქვეყანაში, რომელიც სპეციალიზებულია ბუნების, სპორტის და სათავგადასავლო მიმართულებებში, მაგალითად, F.R.E:E მიუნხენში, ARGUS Bike Festival ვენაში, Outdoor ლონდონში, სპეციალიზებული ფრინველებზე დაკვირვების გამოფენები იტალიის დელტა პარკში და ინგლისის წყლის ბუნების ნაკრძალში. ასეთი სპეციალიზებული გამოფენების უფრო დეტალური ჩამონათვალი მოცემულია დანართში 5.

გამოფენა-ბაზრობებზე მონაწილეობა არა მხოლოდ ხელშეწყობაა, არამედ - მარკეტინგსა და გაყიდვებსაც გულისხმობს. ასეთ ღონისძიებებზე წარდგინების ეფექტიანობისთვის საჭიროა, რომ პრეზენტაციებთან ერთად ხელმისაწვდომი იყოს დაცული ტერიტორიებისა და საბაზისო მომსახურებების სხვა მომწოდებლების (ტრანსპორტი, დაბინავება, კვება) ჩამონათვალი ფასების მითითებით როგორც ნაბეჭდი, ისე ელექტრონული ფორმით, ტუაგენტების გაყიდვების სახელმძღვანელო ტუროპერატორებისთვის და გაყიდვების პროფესიონალი - მომზადებული კადრები.

FAM- გაგნობითი ტურები ჟურნალისტებისთვის დამედიისთვის კიდევ ერთი ხელშეწყობისა და მარკეტინგის საშუალებაა ცალკეულ ბაზარზე. კარგად შერჩეული პროფესიული მედია და ცნობილი ჟურნალისტები ან მწერლები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ სამიზნე ქვეყანასთან ურთიერთობაში. FIJET - ტურიზმის ჟურნალისტებისა და მწერლების საერთაშორისო ფედერაცია და ქვეყნების მიხედვით განაწილებული თავები დაგეხმარებათ ამ დავალების შესრულებაში.

ჯგუფური ტურისტების ბაზარი შედგება ქვეყნის შიგნით და მის ფარგლებს გარეთ არსებული კორპორატიული ბაზრისგან (მსხვილი კომპანიები და ინსტიტუტები, სავაჭრო და პროფესიული ასოციაციები, კლუბები, ღონისძიებების ორგანიზატორები, მისი). და ძირითადად უცხოეთიდან შემომავალი დაჯგუფებული ინდივიდებისგან, რომლებსაც ორგანიზებას უწევს ტუროპერატორები/ტურაგენტები.

საიმიჯო ბროშურა, ტურაგენტების გაყიდვების სახელმძღვანელო, სამუშაო სემინარები ტუროპერატორების/ტურაგენტებისთვის და პირადი ურთიერთობები ჯგუფური ბაზრის ძირითად მარკეტინგულ ინსტრუმენტებს წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ საიმიჯო ბროშურას უფრო წარმომადგენლობითი ღირებულება აქვს კორპორატიულ ბაზარზე - მსხვილი კომპანიებისა და ინსტიტუტების მენეჯმენტთან, **ტურაგენტების გაყიდვების სახელმძღვანელოს** ორიენტის პირდაპირი მარკეტინგი და გაყიდვები წარმოადგენს. მისი მთავარი მიზანია ტუროპერატორებსა და ტურაგენტებს მიაწოდოს ყველა ძირითადი ინფორმაცია კონკრეტულ ტურისტულ პროდუქტებთან და მომსახურებებთან დაკავშირებით, რომელთა გამოყენებაც შეუძლიათ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორებისათვის ტურისტული პაკეტების შემუშავების დროს. დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა მოამზადოს აღნიშნული მასალა საერთაშორისო ტუროპერატორებისა და ტურაგენტებისთვის სრული წარმოდგენის შესაქმნელად თუ როგორ ხდება საქართველოში დაცული ტერიტორიების ჯგუფური მონახულება პროფესიული საერთაშორისო ტურ ორგანიზატორებისა და ადგილობრივი ოპერატორების მხარდაჭერით. აღნიშნული საერთაშორისო ტუროპერატორები და ტურაგენტები დაუკავშირდებიან ადგილზე მოღვაწე ტუროპერატორებსა და ტურაგენტებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ქვეყანაში შემოსული ჯგუფების ადგილზე მოგზაურობას. საერთაშორისო სათავგადასავლო და ბუნებაში მოგზაურობაზე ორიენტირებული ტურსაგენტოების უფრო დეტალურმა გაგნობამ გვიჩვენა, რომ საქართველოს დაცული ტერიტორიები უკვე შესულია მათ კატალოგებში და იყიდება საერთაშორისო ბაზრებზე. დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების მიერ საერთაშორისო ტუროპერატორებთან პირდაპირი კავშირის დასამყარებლად მეტი შესაძლებლობებისთვის მე-5 დანართში გთავაზობთ საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების ჩამონათვალს და მათი ვებ გვერდების მისამართებს.

შესაძლებელია ამ ტუროპერატორების მოწვევა საქართველოში დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ან ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ ორგანიზებულ საინფორმაციო ტურებზე.

აღნიშნული ტურაგენტების გაყიდვების სახელმძღვანელო უნდა შეიცავდეს ფაქტობრივ ინფორმაციას დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების შესახებ, მათ მოკლე აღწერას რუკებთან ერთად, საკონტაქტო ინფორმაციას, ტურისტულ პროდუქტებს და მომსახურებებს (დაბინავება, კვება, მარშრუტები, გასაქირავებელი აღჭურვილობა), ტურისტული და მონათესავე პროდუქტებისა და მომსახურების (დაბინავება, კვება, ტრანსპორტი, ადგილობრივი ტუროპერატორი) მწარმოებელი ადგილობრივი/რეგიონული დაინტერესებული მხარეების მოკლე დახასიათებას, ძირითადი ღონისძიებების კალენდარს, ქვეყნის შესახებ ძირითად ინფორმაციას (ლანდშაფტი, მოსახლეობა, პოლიტიკური სისტემა, ეკონომიკური მონაცემები, ვალუტა) და სასარგებლო ინფორმაციას (საელჩოები, პოლიცია, სასწრაფო დახმარება, აეროპორტები, რკინიგზისა და ავტო სადგურები, საპაერო გადაზიდვები, ამინდი, მისთ.). მნიშვნელოვანია, რომ აღნიშნული ინფორმაცია ეყრდნობოდეს სანდო და განახლებულ მონაცემებს. პროდუქტებისა და მომსახურების ფასები მხოლოდ წინასწარი და სავარაუდოა და როგორც წესი იბეჭდება ცალკე ფურცელზე და სახელმძღვანელოში იდება საჭიროების მიხედვით. გთავაზობთ, რომ რამდენიმე მაგალითი დაათვალიეროთ ამ ვებ გვერდზე:

http://www.slovenia.info/pictures/publication_language/2014/TAM_ANG_2014_web_pub.pdf.

ჩვენ ასევე გამოავლინეთ რამდენიმე ადგილობრივი ტუროპერატორი საქართველოში, რომლებიც მომხმარებელს სთავაზობენ სათავადასავლო ტურებს ბუნებაში, მათ შორის დაცულ ტერიტორიებზე. შეფასებების მიხედვით, მათ მიერ 2013 დაცულ ტერიტორიებზე შემოყვანილი იქნა უცხოელ ჯგუფურ ვიზიტორთა 50%-ზე მეტი. ხსენებული ტუროპერატორები არიან:

- > კავკასუს თრეველი -Caucasus Travel
- > ექსპლორ ჯორჯია - Explore Georgia
- > კონკორდ თრეველი -Concord Travel
- > გეორგიკა თრეველი - GeorgiCa Travel
- > ჯორჯიან დისკავერი ტურს - Georgian Discovery Tours
- > ვიზიტ ჯორჯია - Visit Georgia
- > ეკო-ტური - Eco-Tour და
- > ვანდერლენდი - Wonderland
- > კაუკაზუს რაიზენი - Kaukasus Reisen

დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და დაცულმა ტერიტორიებმა უფრო მჭიდროდ უნდა ითანამშრომლონ საქართველოს შემომავალი ტურიზმის ასოციაციასთან და ტუროპერატორებთან და ტუროპერატორებთან, ხშირად მიიწვიონ ისინი დაცულ ტერიტორიებზე, გააცნონ სიახლეები, ახალი პროდუქტები, გაუმჯობესებული მომსახურება და მისთ.ძალიან სასარგებლო იქნება ტუროპერატორებისა და ტურაგენტების გიდებისათვის ტრენინგების შეთავაზება, რათა მათ შეძლონ შესაფერისი ინფორმაციის მიწოდება დაცული ტერიტორიების სტუმრებისათვის.

სასარგებლო იქნება ასევე მსხვილი კომპანიებისა და ინსტიტუტების ხელმძღვანელების ინტენსიური ვიზიტები დაცულ ტერიტორიებზე. დაცულ ტერიტორიებს შეუძლიათ შესთავაზონ მმართველი ჯგუფების შეხვედრებისა და თათბირების, თანამშრომელთა შეკრებების მოწყობა ვიზიტორთა ცენტრების საკონფერენციო დარბაზებში ბუნების წიაღში, კომპანიების ბიზნეს პარტნიორების მოწვევა დაცულ ტერიტორიებზე და სხვ..

არის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო და მარკეტინგული ინსტრუმენტი - **საზოგადოებასთან ურთიერთობა**. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სპეციალისტები ამზადებენ და ავრცელებენ ინფორმაციას ზოგადი ან კონკრეტული აუდიტორიისთვის, როგორცაა: მედია, ტუროპერატორები და ტურაგენტები, კორპორატიული ბაზრები, პოლიტიკური/ადმინისტრაციული წრეები, ბიზნეს წრეები, საერთაშორისო დაცული ტერიტორიების გაერთიანებებს და ასევე ადგილობრივ, სიდა დაცული ტერიტორიებს საქართველოში.

ძალიან ეფექტური ხელშეწყობის ინსტრუმენტი შეიძლება გახდეს **ვიზიტორის ბარათი**, რომელიც ხელს უწყობს რეკლამირებას, ცნობადობის ამაღლებას, ვიზიტების სიხშირის ზრდას, დაცული ტერიტორიების მიმართ ლოიალურობას და შესაბამისად შემოსავლების ზრდას. დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრებისთვის შეუძლია შექმნას **საქართველოს დაცული ტერიტორიების მეგობართა ჯგუფის წევრის ბარათი** - რომელიც წლიური საწევროს გადახდას და ასევე საჩუქრებს ითვალისწინებს.

რეკლამირება კიდევ ერთი ხელშეწყობისა და მარკეტინგული ინსტრუმენტია, რომელსაც ყველაზე მეტი ეფექტი მოაქვს როცა საქმე ეხება მასობრივი მოხმარების საქონელსა და მომსახურებას. რეკლამირება ძვირი ჯდება და გულისხმობს ბეჭდური და ელექტრონული არხების ინტენსიურ გამოყენებას. დაცული ტერიტორიების შემთხვევაში არ დგას ასეთი სარეკლამო კამპანიების ჩატარების საჭიროება, გარდა იმ შემთხვევისა, როცა საქმე

ეხება ცნობადობის ამაღლებას რაშიც სპონსორების მხრიდან აქტიური ფინანსური დახმარებაა ჩართული. მიუხედავად ამისა, მაინც შესაძლებელია საინტერესო და ეფექტური სარეკლამო ბილბორდების განთავსება მთავარ ავტომაგისტრალზე და გზატკეცილებზე - მაგ ისეთი დაცული ტერიტორიების შესახებ, რომლებიც ახლოს არის ხსენებულ გზებთან (მაგ. მტირალა, იმერეთის მღვიმეები, ლაგოდეხი, ვაშლოვანი, ჯავახეთი). ამ შემთხვევაშიც კი, მნიშვნელოვანია მსხვილ კომპანიებთან თანამშრომლობა ასეთი რეკლამების თანა-დაფინანსებისთვის - რეალურად, ეს არის ჯვარედინი მარკეტინგიც, რაც მნიშვნელოვნად წაადგება დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცულ ტერიტორიებს.

დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ვებ გვერდზე რეზერვაციისა და დაჯავშნის საშუალებების დაყენება დამაკმაყოფილებელ შედეგებს ვერ მოუტანს დაცულ ტერიტორიებს, რადგან მათი ღამისთვის საშუალებები საკმაოდ შეზღუდულია. უფრო მოსახერხებელი იქნება მარტივი მოთხოვნა/გამოკითხვის ინსტრუმენტის დაყენება დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ვებ გვერდზე, სადაც სააგენტოს ვებ გვერდის ადმინისტრატორი და ინფორმაციის სპეციალისტი პასუხებს გასცემდნენ დაინტერესებულ პირებს და შეძლებდნენ რეზერვაციის დადასტურებასაც.

12.2.3 დაცული ტერიტორიების ბრენდის განვითარებასაქართველოში

დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება უნდა დაეყრდნოს ხარისხიანი ინფრასტრუქტურის, პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზებას. დღეისათვის არ მიმდინარეობს პროდუქტისა და მომსახურების ხარისხთან დაკავშირებული განხილვები. ამჟამად ყველა ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების მომწოდებელი და ყველა დანიშნულების ადგილი ცდილობს მიაღწიოს **ხარისხის** სრულყოფას. სრულყოფილი ხარისხი ერთადერთი შესაძლებლობაა ვიზიტორთა კმაყოფილებისა და ადეკვატური ფასების მისაღწევად. შესაბამისად, არსებობს ხარისხის სტანდარტები და ტრენინგები, თუ როგორ უნდა მივაღწიოთ ამ სტანდარტებს, ასევე ტარდება სხვადასხვა სახის კონკურსები როგორც ადგილობრივად, ისე საერთაშორისო დონეზე. მომზადებულია სახელმძღვანელოები, სადაც აღწერილია ხსენებული სტანდარტები, სიმბოლიკა და ვიზუალური იდენტიფიკაციის სისტემები, რომლებიც დანიშნულების ადგილებსა და მომსახურების მომწოდებლებს განასხვავებს კარგი, უკეთესი და საუკეთესო პროდუქტისა და მომსახურების მიხედვით.

ხარისხის სტანდარტებიდან და დაცული ტერიტორიების სხვა თვისებებიდან გამომდინარე, დაცული ტერიტორიების საბაზრო იმიჯის ჩამოყალიბებისთვის და ბაზარზე პოზიციონირებისა და დიფერენცირებისთვის საუკეთესო საშუალებაა ბრენდის განვითარება. ეს მარკეტინგის სტრატეგიის საქმეა და მოითხოვს განვითარების, ტესტირებისა და დანერგვის ხანგრძლივ პროცესს. ამდენად, ჩვენ მხოლოდ რამდენიმე მოსაზრებას წარმოგიდგენთ საქართველოში დაცული ტერიტორიების ბრენდის განვითარების შესახებ.

ამოცანა	შინაარსი
დანიშნულების ადგილის დიფერენცირება მისი კონკურენტებისგან;	გეორგაფიული მდებარეობა (კავკასია), ბუნებრივი რესურსები (ბიომრავალფეროვნება და ხელუხლებელი ბუნება გლობალური გაგებით), კულტურათა და რელიგიათა გზაჯვარედინი . . . ისტორიული ფაქტები და ლეგენდები: ღვინის წარმოების 8000წლიანი ისტორია, ოქროს საწმისი და ისაონი, პირველი ადამიანი.
ცნობადობისა და ინფორმირებულობის გაზრდა , და ამდენად დაცული ტერიტორიების დაუვიწყარი შთაბეჭდილებების შექმნა პოტენციური ვიზიტორებისთვის;	კონკურენტული უპირატესობების გაძლიერება; ახალი დაცული ტერიტორიების შექმნა; ტურისტული ინფრასტრუქტურის მაღალი ხარისხის შემოტანა და ხარისხისა და უსაფრთხოების კონტროლი; ადამიანური რესურსის განათლებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების უზრუნველყოფა; ტურისტული პროდუქტების განვითარება; მომსახურებები და ინფრასტრუქტურა, რომლებსაც შესწევს ტურისტების მოზიდვის უნარი; საქართველოს ბუნებისა და დაცული ტერიტორიების შესახებ ცნობადობის ამაღლება და ადგილობრივი თემებისა და ზოგადად ქვეყნისთვის ტურიზმიდან მიღებული სარგებელის შესახებ ინფორმირება.

ამოცანა	შინაარსი
შექმენით დაცული ტერიტორიის პოზიტიური იმიჯი , რაც ადამიანებს უბიძგებს უპასუხონ დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ გავრცელებულ მარკეტინგულ მესიჯებზე, რითიც შესაბამისად გაიზრდება დაცული ტერიტორიების მონახულების შესაძლებლობები;	განსაზღვრეთ მარკეტინგისა და კომუნიკაციის სტრატეგია; ინტეგრირებული კომუნიკაციის/მარკეტინგული ღონისძიებებისთვის შექმნილ ხელშეწყობისა და მარკეტინგულ მესიჯებში ჩართეთ მეტი კრეატიულობა და უნიკალურობა; კრეატიულად გამოიყენეთ კომუნიკაციის/მარკეტინგული ინსტრუმენტები და არხები.
მიანიჭეთ დაცულ ტერიტორიებს მყარი და დაუძლეველი ბრენდული იდენტობა .	განსაზღვრეთ დაცული ტერიტორიის ინდივიდუალური, კულტურული (ღირებულებები) და ფიზიკური მახასიათებლები, მომხმარებლის (ვიზიტორის) გამოცდილება, მომხმარებლის (ვიზიტორის) შთაბეჭდილებები, ურთიერთობები (დაც.ტერიტორია & მომხმარებელი) და მოახდინეთ ადგილობრივი მოსახლეობის იდენტიფიცირება ბრენდულ იდენტობასთან.

წყარო: ადაპტირებულია ტურიზმის დანიშნულების ადგილის ბრენდირების სახელმძღვანელოდან (2009)

სქემა26: ბრენდის განვითარების ძირითადი ფაზები

ტურიზმის ბრენდინგთან დაკავშირებით მრავალი სხვადასხვა სახელმძღვანელოს ავტორების თანახმად, **ბრენდის მართვა** ბრენდული იდენტობის გასაღებს წარმოადგენს. ბრენდის მართვის მთავარი ელემენტებია:



სქემა27: ბრენდის მართვის მთავარი ელემენტები

ბრენდის ხელმძღვანელობა უნდა ხდებოდეს ყველაზე მაღალი დონიდან: ბრენდ მენეჯერი უნდა დაინიშნოს დაცული ტერიტორიების სააგენტოს აღმასრულებელი დირექტორის მიერ და დაეკისროს სრული პასუხისმგებლობა დაცული ტერიტორიის ბრენდზე.

ბრენდის მართვის ჯგუფი უნდა მოიცავდეს დაცული ტერიტორიების სააგენტოს თანამშრომლებსა და დაინტერესებულ მხარეებს. მისი საქმეა ბრენდ მენეჯერის მხარდაჭერა ბრენდის წინ წაწევის, მისი წარმატების შენარჩუნების, შედეგების მონიტორინგისა ისეთი გადაწყვეტილებების მიღების დროს, როცა უნდა გაირკვეს ბრენდი საჭიროებს განახლებას თუ რებრენდინგს.

შიდა მარკეტინგული კამპანია საჭიროა რათა დაცული ტერიტორიების სააგენტოს, დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის თანამშრომლებს და მოსახლეობას საშუალება მიეცეს გაითავისონ ბრენდის შინაარსი და

მნიშვნელობა. ახალი ბრენდის შექმნამდე მნიშვნელოვანია, რომ ყველა თანამშრომელი კარგად გაერკვეს, მხარს უჭერდეს და მონაწილეობდეს ახალი ბრენდის წინსვლაში.

ბრენდ მენეჯერი⁴ წარმოადგენს არა მხოლოდ დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ხელმძღვანელობასთან, არამედ ადგილობრივ მოსახლეობასთან მაკავშირებელ პირსაც. მოსახლეობა შეიძლება ბრენდის ენთუზიასტი წარმომადგენლები გახდნენ ვიზიტორების დახვედრის თვალსაზრისით. ადამიანების უმრავლესობა ამყობს იმ ადგილით სადაც ცხოვრობს და სიამოვნებით უზიარებს ამ გრძნობას ვიზიტორებს. თუ მოსახლეობა ხედავს, რომ დაცული ტერიტორიების სააგენტო და დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაცია შესაფერისი წესით ახორციელებს მათი რეგიონის დაწინაურებას, მაშინ ისინიც უფრო მეტ მხარდაჭერას აღმოუჩენენ ბრენდს.

ბრენდის ჩემპიონები და ბრენდის ადვოკატები გახლავთ გავლენიანი ადამიანები, რომლებსაც პატივს სცემს ფართო საზოგადოება. მათი როლია დაინტერესებულ მხარეთა "გულის მოგება", დანიშნულების ადგილის ღირებულებასა და ბრენდში დარწმუნება და წახალისება, რომ აღნიშნული ბრენდი გამოიყენონ საკუთარ მარკეტინგულ კამპანიებში.

ტრენინგები მნიშვნელოვანია დაცული ტერიტორიების სააგენტოსთვის და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის თანამშრომლებისთვის, დაინტერესებული მხარეებისთვის, ბრენდის ჩემპიონებისა და ბრენდის ადვოკატებისთვის, რათა ისწავლონ, თუ როგორ უნდა გამოიყენონ ბრენდი საკუთარ საორგანიზაციო და მარკეტინგულ კომუნიკაციებში. ამგვარი სემინარები უნდა შემუშავდეს ბრენდის ინსტრუმენტების ბაზაზე.

ბრენდი საჭიროებს **მუდმივ ზრუნვასა და კომუნიკაციას** რათა გასაგები და რელევანტური დარჩეს დაინტერესებული მხარეებისთვის. ეს კი მოითხოვს ბრენდის შედეგების მუდმივ მონიტორინგს მომხმარებელთა გამოხმაურებების, კვლევებისა და ბაზრის შესახებ ინფორმაციის შესწავლით.

12.3 ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა

12.3.1 დაცული ტერიტორიების მართვის ორგანიზება და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობა

საქართველოში ბუნების კონსერვაციის, დაცვისა და მართვის ცენტრალიზებული სისტემაა. დაცული ტერიტორიების სააგენტო დაარსდა როგორც გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტროსთან არსებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირი და ფუნქციონირება დაიწყო 2008 წლის თებერვლიდან. სააგენტოს პირველადი პასუხისმგებლობაა დაიცვას საქართველოს ბუნებრივი ნაკრძალები (აღკვეთილი), ეროვნული პარკები, ბუნების მონუმენტები, მართული ნაკრძალები, დაცული ლანდშაფტები, მსოფლიო მემკვიდრეობის ობიექტები და საერთაშორისო მნიშვნელობის ჭაობები. სააგენტოს ამოცანაა დაცული ტერიტორიების მართვის გაძლიერება, ტერიტორიული ადმინისტრაციების ფუნქციონირების უზრუნველყოფა, კანონით დადგენილი რეგულაციებისა და გეგმის შესრულების პროცესის მეთვალყურეობა, ახალი დაცული ტერიტორიების შექმნა და განვითარება.

დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციები წარმოადგენს დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ორგანიზაციულ ნაწილს, მუშაობენ როგორც დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ტერიტორიული ადმინისტრაციები და ამდენად არ არიან დამოუკიდებელი. ასეთ ცენტრალიზებულ ორგანიზაციას ძლიერი უპირატესობა აქვს, განსაკუთრებით, როცა საქმე ეხება ბუნების კონსერვაციის სწრაფ განვითარებას, ბუნების დაცვისა და მართვის ერთიანი პოლიტიკის საჭიროებას, საქართველოს დაცული ტერიტორიების უნიკალური იმიჯის შექმნას, და ეფექტიან სინერგიულ მართვას. ეს უპირატესობა აშკარად იკვეთება ასევე დაცული ტერიტორიების პროფესიული ლიდერობისა და მართვის ცოდნის და გამოცდილების უკმარისობის თვალსაზრისითაც. ცენტრალიზებულ სისტემას გააჩნია ნაკლოვანი მხარებიც, რაც გახანგრძლივებულ პროცედურებში და გადაწყვეტილების მიღების ნელ ტემპში გამოიხატება, რაც თავისთავად არასასურველ გავლენას ახდენს შედარებით მოწინავე და აქტიური დაცული ტერიტორიების ინიციატივებზე.

ამჟამად დაცული ტერიტორიების სააგენტო არ არის შესაბამისად ორგანიზებული რომ დახმარება გაუწიოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებას. არც დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებია აღჭურვილი ამ ახალი მოვალეობებით. ყველა მათგანში სერიოზულად იჩენს თავს ტურიზმისა და მასპინძლობის პროფესიონალების ნაკლებობით გამოწვეული პრობლემები. დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარება

⁴ბრენდ მენეჯერის ადგილის დასაკავებლად საუკეთესო იქნებოდა ცენტრალური დონის მარკეტინგის სპეციალისტის დასახელება (§12.2)

დაცული ტერიტორიების სააგენტოს და დაცული ტერიტორიების პოლიტიკის ერთ-ერთი ყველაზე საყურადღებო პრიორიტეტია. საერთაშორისო ორგანიზაციები, რომლებიც დახმარებას უწევენ დაცული ტერიტორიების სააგენტოს და ბუნების დაცვას, ამავედროულად წვლილი შეაქვთ საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ზრდაში. ამდენად, დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებში ტურიზმის განვითარების მხარდაჭერა საჭიროებს ტურისტული საქმიანობის მეტ პროფესიონალ კადრს და ნაკლებ ცენტრალიზებულ მართვას. არსებობს ცენტრალური განვითარებისა და მარკეტინგის სტრატეგია და პოლიტიკა, ცენტრალური პრომოცია, დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობის საორგანიზაციო მოდელი და საოპერაციო მითითებები, თუმცა დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული მასპინძლობის ოპერირება გარკვეულ მოქნილობას მოითხოვს. მისი დანერგვა შესაძლებელია ნაბიჯ-ნაბიჯ - იმ დაცულ ტერიტორიებზე პილოტირებით, სადაც უფრო მეტად იკვეთება ვიზიტორთა მოთხოვნა და ადგილზე არიან ტურიზმის განვითარების ლიდერები.

ტურიზმის განვითარების მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად **დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა ჩამოაყალიბოს ტურისტული მასპინძლობის გუნდი** სადაც გათვალისწინებული იქნება შემდეგი პოზიციები (მათი მოვალეობები მოკლედაა აღწერილი ადამიანური რესურსების ქვეთავში 12.2):

- > ტურიზმის – მასპინძლობის უფროსი მენეჯერი
- > ტურისტული პროდუქტის, მომსახურებისა და ხარისხის სტანდარტების დეველოპერი
- > დაბინავების, კვების და სხვა ინფრასტრუქტურის მენეჯერი
- > ტურიზმის მარკეტინგის სპეციალისტი
- > ვებ და ელექტრონული პრომოუტერი - მარკეტოლოგი ონ-ლაინ მარკეტინგული ინსტრუმენტებისთვის
- > ტურისტული ინფორმაციის სპეციალისტი

დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ზემოთხსენებულის გარდა უნდა ჰყავდეს ნახევარ განაკვეთზე და სეზონურად მომუშავე შტატი, განსაკუთრებით ტურისტული საინფორმაციო მომსახურების და სეზონური ტურისტული ინფრასტრუქტურის ოპერირებისთვის.

ასევე უნდა იყოს ფორმირებული **ტურისტული მასპინძლობის გუნდები დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებში** მისი და მიხედვით, თუ რამდენად ინტენსიური ხასიათი აქვს ტურიზმს ამ ტერიტორიებზე, ხოლო გუნდის შემადგენლობაში უნდა შევიდნენ:

- > ტურიზმის-მასპინძლობის მენეჯერი
- > ტურიზმის ხელშეწყობის/მარკეტინგის სპეციალისტი
- > ტურისტული ინფორმაციის სპეციალისტი

დაცულ ტერიტორიებზე ეფექტიანი ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი მოითხოვს **დაცული ტერიტორიების სააგენტოსგან დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებისთვის პასუხისმგებლობების ნაბიჯ-ნაბიჯ გადაცემას**. ეს შეიძლება მოხდეს პილოტირებული პროცესების საშუალებით, რომლებიც პირველ ეტაპზე ორიენტირებული იქნება იმ დაცულ ტერიტორიებზე, საიდანაც დაცული ტერიტორიების სააგენტო უფრო მაღალ შედეგებს მოულის ტურიზმში. დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების მიერ მიღებული გადაწყვეტილებები და პასუხისმგებლობები შეიძლება საწყის ეტაპზე შემოიფარგლოს შემდეგით:

- > ფასწარმოქმნა კონკრეტული დაცული ტერიტორიის და ბაზრის/მოთხოვნის კონკრეტული სიტუაციების მიხედვით დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ ყველა დაცული ტერიტორიისთვის დაწესებული ფასების ინტერვალის ფარგლებში.
- > სეზონური თანამშრომლების აყვანა სეზონის პიკურ სიტუაციებში, რაც უმეტესწილად შაბათ-კვირას და დასვენების დღეებში ხდება.
- > მოლაპარაკება აწარმოოს და პირობები და კონტრაქტები შესთავაზოს ჯგუფური ვიზიტებისთვის.
- > მოლაპარაკება აწარმოოს და კონტრაქტი შესთავაზოს დაცული ტერიტორიების ტურისტული ინფრასტრუქტურის სეზონური მართვის მსურველებს, როცა კონცესია არ ხორციელდება.
- > საუკეთესო პირობებით საქმეში ჩართოს ტურისტული მასპინძლობის მომსახურების კერძო მომწოდებლები, თუ დაცულ ტერიტორიას არ შეუძლია იგივე მომსახურების გაწევა ვიზიტორებისთვის ადგილზე რაც ეხება აღჭურვილობის მოულოდნელ დაზიანებას და მსგავს ექსცესებს.
- > ადგილობრივ მოსახლეობასთან თანამშრომლობა და ერთობლივი ღონისძიებების მოწყობა.
- > გარკვეული ბიუჯეტის გათვალისწინება მცირე ხარჯებისთვის მედიისა და ტურაგენტების/ტუროპერატორების მოსაწვევად და საჩუქრების დასარიგებლად.
- > გარკვეული ბიუჯეტის გათვალისწინება ვიზიტორების აღჭურვილობის დაზიანების ან მწყობრიდან გამოსვლის დაუყოვნებლივ აღმოსაფხვრელად.

ტურიზმი კომპლექსური ეკონომიკური სა სოციალური საქმიანობაა სადაც **მრავალი დაინტერესებული მხარე მონაწილეობს როგორც ეროვნულ, ისე რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე** ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზებაში, რათა დაკმაყოფილდეს ვიზიტორების საჭიროებები, მოთხოვნები და მოლოდინები,

და ვიზიტორებს უფრო მეტი შთაბეჭდილების საშუალება მიეცეთ ვიდრე მოელოდნენ. თუ კმაყოფილების ასეთი დონე მიღწეულია, მაშინ გაიზრდება მომხმარებელთა ლოიალურობა და ისინი ტურისტული დანიშნულების ადგილის ადვოკატები - კეთილი ნების ელჩები გახდებიან.

ეროვნულ დონეზე დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ჭირდება ტურისტული აქტივობების კოორდინირება და თანამშრომლობა ტურიზმის ეროვნულ სააგენტოსთან. დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარების სტრატეგიამ მნიშვნელოვანი ადგილი უნდა დაიკავოს ტურიზმის განვითარების ეროვნულ სტრატეგიაში, რადგან ბუნება საქართველოს ტურიზმის ერთ-ერთი ყველაზე მიმზიდველი სეგმენტია. უნდა მოხდეს ასევე ხელშეწყობისა და მარკეტინგის კოორდინირება და დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა გამოიყენოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის პრომოციის არხები, გარდა ამისა ტურიზმის ეროვნულმა სააგენტომ მხარი უნდა დაუჭიროს ტერიტორიების სააგენტოსთვის მიზნობრივი ხელშეწყობი ღონისძიებების გატარებას. ორივე სააგენტომ ერთობლივად უნდა იმუშავოს ქვეყანაში ტურიზმის, ბუნების და მასპინძლობის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებაზე.

საჭიროა მჭიდრო თანამშრომლობა ასევე კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნულ სააგენტოსთან. ბუნება და კულტურა ძირითადი მოტივატორებია დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა მნიშვნელოვანი სეგმენტისთვის. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ხელმძღვანელობით აღნიშნულმა სააგენტოებმა რამდენიმე მთავარი დაინტერესებული მხარის მონაწილეობით უნდა ჩამოაყალიბონ ეროვნული ტურიზმის განვითარების და ხელშეწყობის საბჭო.

რეგიონის - დანიშნულების ადგილის დონეზე ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციამ უნდა ჩამოაყალიბოს დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციები, სადაც დაცული ტერიტორიები ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მონაწილე მხარე იქნება.

ადგილობრივ დონეზე, ზოგიერთ მუნიციპალიტეტში ფუნქციონირებს ტურიზმის დეპარტამენტი ან სექცია. ზოგიერთში კი შექმნილია ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის მუნიციპალური ცენტრები ან მუნიციპალური კურორტებისა და ტურიზმის ცენტრები. მსგავსი ცენტრების დაარსება მნიშვნელოვანია რამდენადაც ისინი მიაწოდებენ თუ რა როლი დაეკისრება ტურიზმს ადგილობრივ დონეზე ისეთი დანიშნულების ადგილებში, სადაც დაცული ტერიტორიები წარმოადგენს ეკონომიკური და სოციალური განვითარების ერთ-ერთ გენერატორს. ამ დონეზე ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ოპერირებს ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებით, რომლებსაც შეუძლია გაამლიეროს დაცული ტერიტორიების შესახებ ინფორმაციის გავრცელებისა და ხელშეწყობის საქმიანობა.

დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაცია არის დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების მიერ მხარდაჭერილი ადგილობრივი ინიციატივა. საქართველოს ზოგიერთი დაცული ტერიტორიის ინიციატივით შეიქმნა დაცული ტერიტორიის მეგობართა ასოციაცია, რომლის მიზანია დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციის ნაცვლად ვიზიტორებისთვის ზოგიერთი პროდუქტისა და მომსახურების შექმნა და შეთავაზება და დაცულ ტერიტორიასთან დაკავშირებულ ღონისძიებებზე თანხების მოზიდვაში დახმარება. ეს საშუალებას მისცემს დაცულ ტერიტორიებს მიიღონ დამატებითი ფინანსური რესურსი არაპირდაპირი გზით ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების გასავითარებლად, რამდენადაც მათ არ აქვთ კომერციული საქმიანობის უფლება. ასოციაციის წევრები დაინტერესებულნი არიან დაცულ ტერიტორიებთან მჭიდრო თანამშრომლობით ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების ჩამოყალიბებაში და როგორც წესი განთავსებულნი არიან დაცული ტერიტორიის შიგნით ან მის სიახლოვეს.

ეროვნული პარკების/დაცული ტერიტორიების მეგობართა ჯგუფები როგორც წესი არა-მომგებიანი ორგანიზაციებია, სადაც ერთიანდებიან ცალკეული პირები და ინსტიტუტები რათა ერთობლივი ძალისხმევით გაამლიერონ ბუნების კონსერვაცია, გაზარდონ ბუნების, მისი დაცვის და ბუნების წიაღში ქცევის წესების შესახებ ინფორმირებულობა, ორგანიზება გაუკეთონ საგანმანათლებლო და ცნობადობის ამაღლების ღონისძიებებს და დაეხმარონ ადგილობრივ მოსახლეობას და თემებს. მათი დაფინანსების ძირითად წყაროს საწევრო გადასახადები, შემოწირულობები და ფროექტების დაფინანსება წარმოადგენს. საქართველოს შემთხვევაში მეგობართა ასოციაციებს აქვთ დამატებითი ფუნქციები და აქტივობები რომლებიც ადაპტირებულია ქვეყნის კონკრეტული სიტუაციების მიხედვით. საქართველოში არ არსებობს დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ერთიანი სტრუქტურა ამ ორგანიზაციების მისიის, აქტივობებისა და დაფინანსების თვალსაზრისით. IUCN (ბუნების კონსერვაციის საერთაშორისო გაერთიანების) 2010 წელს განხორციელებული პროექტი "დაცული ტერიტორიების მართვაში საზოგადოების მონაწილეობის მხარდაჭერა - საქართველოს მაგალითი" ეხებოდა საქართველოში დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ორგანიზებასა და მხარდაჭერას, რომლის საპილოტე ღონისძიებებიც განხორციელდა თუშეთში, ლაგოდეხსა და ვაშლივანის დაცულ ტერიტორიებზე. ასოციაციები 2009 წელს დაფუძნდა ფონდებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების სახით. ორგანიზაციის მღვაწი ამოცანებია: დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციის მხარდაჭერა ფუნქციების შესრულებასა და

მართვაში, ბიომრავალფეროვნების კონსერვაცია, დაცვა და პოპულარიზაცია, ეკო-ტურიზმის განვითარება, დაინტერესებულ მხარეთა ჩართვა დაცული ტერიტორიების მართვაში და მათი სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის მხარდაჭერა საგრანტო პროექტებით, კერძო შემოწირულობებით და საწევრო გადასახადებით. დაცული ტერიტორიების მეგობართა ჯგუფს აქვს საკუთარი გვერდი ინტერნეტში და სოციალურ ქსელში - Facebook.

კავკასიაში დაცული ტერიტორიების მხარდაჭერის პროგრამით განხორციელებული SSPA პროექტის ფარგლებში მოხდა სამივე ასოციაციის საქმიანობის და მათი ფუნქციონირების სისტემის შეფასება და მოცემული 3 ასოციაციის მაგალითზე მიღებული შედეგებიდან გამომდინარე საქართველოს სხვა დაცულმა ტერიტორიებმაც გამოთქვეს სურვილი მსგავსი მოდელის დასაწერად. ამრიგად, იმისათვის, რომ მივიღოთ დაცული ტერიტორიების ეფექტიანი თანამშრომლობის მოდელი, მიზანშეწონილი იქნება ხსენებული მოდელის კიდევ უფრო მეტად განვითარება, განსაკუთრებით, როცა ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას ჯერ არ აქვს განსაზღვრული როლის დაარსდება დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციები.

საქართველოს დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ერთიანი სტრუქტურის ჩამოსაყალიბებლად საჭიროა მოხდეს ძირითადი პრინციპების განხილვა და შეთანხმება; რამდენიმე მათგანი უკვე შედის სამი საპილოტე ასოციაციის სტრუქტურაში.



მისია: ბუნების დაცვისა და მდგრადი

განვითარების მხარდაჭერა, ადგილობრივი მოსახლეობისა და თემების სასარგებლოდ ეკონომიკური საქმიანობის მხარდაჭერა და გაძლიერება, ცნობადობის ამაღლება და ფონდების მოზიდვა, დაცულ ტერიტორიებთან დაკავშირებით ტრენინგებისა და საგანმანათლებლო ღონისძიებების ორგანიზება.



სამართლებრივი ფორმა: არა-მომგებიანი ორგანიზაცია



წევრობა: კომპანიების, ინსტიტუტების და კერძო პირების გაწევრიანება ნებაყოფლობით საფუძველზე, რომლებიც მდებარეობენ დაცული ტერიტორიის შიგნით, მის მიმდებარედ, ან მათი საქმიანობა პირდაპირ-ირ უკავშირდება დაცულ ტერიტორიას.



დაფინანსება: სხვადასხვა დონის საწევრო გადასახადი, შემოწირულობა, საპროექტო საქმიანობა.



მართვა და ზედამხედველობა: ასოციაციები

იმართება აღმასრულებელი მენეჯერის და მმართველის საბჭოს (მაგ. 3 წევრით - დაც, ტერიტორიიდან მთავარი ბიზნეს პარტნიორებიდან) მიერ აღმასრულებელი მენეჯერის მიერ შესრულებული სამუშაოს მხარდაჭერისა და მონიტორინგისთვის და ასოციაციის ყველა წევრის საერთო კრების მიერ.



ფედერაცია / დაც. ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების კავშირი გახდება დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ეროვნული დონის ქსელი..

სქემა28: დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ძირითადი პრინციპები

დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციის მთავარი საქმიანობა უდა იყოს:

- > ბუნების, ბიომრავალფეროვნების, ლანდშაფტის და ველური ბუნების კონსერვაციაში მონაწილეობა;
- > დაცული ტერიტორიების შიგნით და მის მიმდებარედ არსებული მოსახლეობის ეკონომიკური განვითარების, ქმედუნარიანობის და ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების მიწოდებაში ჩართულობის გაძლიერება.
- > დაცულ ტერიტორიებთან დაკავშირებულ ტურისტულ პროდუქტებსა და მომსახურებებზე ხარისხის სტანდარტებისა და სერტიფიცირების დანერგვაში დახმარება;
- > დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციის საწევრო ბარათის შემოღებაში დახმარება;
- > ადგილობრივი დაინტერესებული მხარეებისთვის საგანმანათლებლო და ტრენინგ ღონისძიებების მიწოდება.
- > ტრადიციული რეწვის, ღონისძიებების, სამზარეულო რეცეპტების, კულტურისა და ლეგენდების განვითარების ხელშეწყობა;
- > ღონისძიებების ორგანიზება;
- > ბუნების, ღირებულებების, მემკვიდრეობისა და დაცული ტერიტორიების შესახებ ცნობადობის ამაღლება და ხელშეწყობა; .

დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებმა მხარი უნდა დაუჭიროონ განვითარებას და ითანამშრომლონ სხვა ასოციაციებთან, როგორცაა: ღამისთვის მომსახურების მომწოდებელთა ასოციაცია (სასტუმროები, სასტუმრო სახლები, საოჯახო სასტუმროები, ბანაკები), კვებითი მომსახურების მომწოდებლები (რესტორნები, კეფეები, მისთ.), სატრანსპორტო მომსახურების მომწოდებლები (მძღოლები, ავტომანქანების გაქირავება, ტაქსი), ტურისტული გიდებისა და რეინჯერების ასოციაციები, ადგილობრივი მწარმოებლები და სხვ. ასოციაციები ძირითადად დაკავებული არიან პროდუქტებისა და მომსახურებების და მათი ხარისხის განვითარებით, რითიც წვლილი შეაქვთ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა კმაყოფილების ზრდაში.

12.3.2 ხარისხის სტანდარტები და სერტიფიცირება

არსებობს უამრავი პროდუქტი და მომსახურება და ფაქტორი, რომელთა შეცვლაც არ შეუძლიათ დაცულ ტერიტორიებს (მაგ. ამინდი) და რომლებიც გავლენას ახდენს ვიზიტორთა გამოცდილებაზე. იმისათვის, რომ სათანადოდ იმართოს პროდუქტები და მომსახურება, რომელსაც ვიზიტორები მოელონ დაცულ ტერიტორიებზე მოგზაურობის დროს, დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და დაცულმა ტერიტორიებმა უნდა შექმნან ხარისხის სტანდარტები დაცული ტერიტორიების შიგნით და მის მიმდებარედ (10 კმ. რადიუსში) არსებულ ძირითად შეთავაზებებზე და ასევე იმ მომწოდებლებისთვის, რომლებიც შედიან დაცულ ტერიტორიებზე (მაგ. სატრანსპორტო მომსახურება). ამგვარი სტანდარტებიდან გამომდინარე დაცული ტერიტორიების სააგენტო და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციები ახორციელებენ პროდუქტებისა და მომსახურებების მომწოდებელთა სერტიფიცირებას - აღნიშნული მომწოდებლები ხდებიან ე.წ. დაცული ტერიტორიისთვის ტურისტული პროდუქტისა თუ მომსახურების მომწოდებლები, რომლებიც მომხმარებელს გარანტირებულად სთავაზობენ გარკვეული სტანდარტით მომსახურებას. სერტიფიცირება ხდება ნებაყოფლობით; ტურისტული პროდუქტისა თუ მომსახურების მომწოდებლები მიმართავენ დაცული ტერიტორიების სააგენტოს სერტიფიცირების მოთხოვნით და იხდიან შეფასების, სერტიფიცირებული ხარისხის საბაზისო იდენტიფიკაციის/პრომოციისთვის (ღია ცის ქვეშ დასაყენებელი სპეციალური ნიშნები, ჩარჩოში ჩასმული სერტიფიკატი, საიდენტიფიკაციო სამკერდე ნიშანი) საფასურს. სერტიფიკატის მოქმედების ვადა შეიძლება განისაზღვროს 2 წლით (მაგალითად), ხოლო ადგილზე შეფასება და მონიტორინგი ჩატარდეს დაცული ტერიტორიის მეგობართა ასოციაციასთან ერთად.

ხარისხის სტანდარტები და სერტიფიცირება შეიძლება შემოღებული იქნას შემდეგი მომსახურებებისა და პროდუქტებისთვის:

- > დაბინავება
- > კვების ობიექტები
- > ტრანსპორტი
- > მომსახურება: გიდები, სპორტული ტურების და ადჰურვილობის მომწოდებლები
- > მაღაზიები
- > დაცული ტერიტორიების ტიპური პროდუქტები (ბალახები, ხილი, რეწვის ნიმუშები, სუვენირები, მისთ.)
- > დაცული ტერიტორიების ტიპური პროდუქტები (ბალახები, ხილი, რეწვის ნიმუშები, სუვენირები, მისთ.)

ხარისხის სტანდარტებისა და სერტიფიცირების შემოღება დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებს საშუალებას მისცემს გააუმჯობესონ დაცულ ტერიტორიებთან დაკავშირებული პროდუქტებისა და მომსახურების ხარისხი, რაც თავისმხრივ ვიზიტორების კმაყოფილების გაზრდასა და დაცული ტერიტორიების ბრენდის განვითარებას შეუწყობს ხელს. სტანდარტები ასევე საშუალებას მისცემს მონიტორინგი გაუწიონ ხარისხს, აწარმოონ ხელშეწყობის ღონისძიებები და კიდევ უფრო გააუმჯობესონ ხარისხი მომავალში. დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა შექმნას შემოსავლების დამატებითი წყარო. პროდუქტებისა და მომსახურების მომწოდებლები მიიღებენ საკუთარი შეთავაზებების გაუმჯობესებისთვის საჭირო ცოდნას და სტანდარტებს, შესაბამისად - მეტ კმაყოფილ მომხმარებელს, ხოლო დაცული ტერიტორიების სააგენტო - უკეთეს ხელშეწყობას, ბაზარზე მეტ აღიარებას და მეტ შემოსავალს. ამ გზით გაძლიერდება დაცულ ტერიტორიებში კიდევ უფრო მეტი დაინტერესებული მხარის მოზიდვა.



პროდუქტებისა და მომსახურების შეფასება ხდება გამჭვირვალე პროცედურებით, შეფასების კითხვარების გამოყენებით, ხოლო სერტიფიცირებული მომწოდებლები რეგისტრირდებიან სპეციალურ სარეგისტრაციო ჟურნალში. სერტიფიცირებული პროდუქტისა და მომსახურების მომწოდებლების დაჯილდოება უნდა მოხდეს დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის მიერ ორგანიზებულ ყოველწლიურ რეგიონულ ღონისძიებაზე, სადაც თავისთავად მოხდება სერტიფიცირებული ხარისხიანი მომწოდებლების გაცნობა ფართო საზოგადოებისთვის. დაცული ტერიტორიების სააგენტომ სერტიფიცირებული მომწოდებლების შესახებ ინფორმაცია უნდა განათავსოს ვებ გვერდზე, ბროშურებსა და სხვა საინფორმაციო მასალებში. სერტიფიცირებისა და დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების რამდენიმე მაგალითია მოცემული ამავე დოკუმენტის მე-6 დანართში.

12.3.3 შემოსავლების პოლიტიკა და კონცესია

ბუნების კონსერვაციის, დაცვისა და მართვის საქმიანობის განსახორციელებლად დაცულ ტერიტორიებს ჭირდება ფონდები და სახელმწიფო ბიუჯეტიდან დაფინანსება, თუმცა სახელმწიფოსგან მიღებული დაფინანსება არც ერთ ქვეყანაში არ არის საკმარისი. ამიტომ, ბუნებისა და გარემოს დაცვის სფეროში მომუშავე სახელმწიფო უწყებებმა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებმა უნდა მოიძიონ დამატებითი დაფინანსების წყაროები კომერციული შემოსავლებიდან - ძირითადად ტურიზმთან დაკავშირებული საქმიანობიდან, რაც უფრო და უფრო მეტ შემოსავლებს მოუტანს დაცული ტერიტორიების ბიუჯეტს. ტურისტული საქმიანობიდან შემოსული შემოსავლის წილი დაცული ტერიტორიის საერთო ბიუჯეტის (საშუალოდ) 25%-ს აღწევს განვითარებულ ქვეყნებში.

დაცული ტერიტორიების მთლიანი ბიუჯეტის შევსების წყაროები სხვადასხვაგვარია - სახელმწიფო ბიუჯეტი, კერძო და კომერციული წყაროები (ადაპტირებულია IUCN 2002, გვ. 121-დან). მთავარი პოტენციური წყაროებია:

- > სახელმწიფო დაფინანსება (სავალდებულო ან დისკრეციული)
- > შესასვლელი ბილეთები
- > რეკრეაციული მოსაკრებლები - მომხმარებლის გადასახადი, სპეციალური ღონისძიებები და მომსახურებები.
- > კონცესია და ლიზინგი
- > დაბინავება
- > აღჭურვილობის გაქირავება
- > კვება (რესტორნები და მაღაზიები)

- > სამომხმარებლო გაყიდვები (აღჭურვილობა, ტანსაცმელი, სუვენირები)
- > შემოწირულობები, საერთაშორისო დახმარება და ტექნიკური დახმარება
- > ინტელექტუალური საკუთრების ლიცენზირება
- > საიმიჯო უფლების გაყიდვა ან გაქირავება
- > პარკინგი
- > ჯვარედინი მარკეტინგი
- > საჯარო ინვესტიციები
- > კერძო სექტორის ინიციატივები
- > სპონსორობა
- > შემოწირულობა
- > მოხალისეობა (რაც ფაქტიურად ხარჯების შემცირებას უფრო ნიშნავს, ვიდრე შემოსავლების წარმოქმნას)

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებს აქვთ ბიუჯეტის დაფინანსების და შემოსავლების მიღების შერეული სისტემა, სადაც ზემოთხსენებული ფორმების თითქმის ყველა სახეობა გამოიყენება: სახელმწიფო წვლილის გარდა, CNF-სა და სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ გაღებული წვლილი, შესასვლელი ბილეთების ფასი, მომხმარებელთა გადასახადები და შემოწირულობები.

შესასვლელ ბილეთსაქვს თავისი დადებითი და უარყოფითი მხარეები. ბუნება ყველასთვის ხელმისაწვდომი უნდა იყოს, რადგან ის საზოგადოების საკუთრებაა - ეს არის ძირითადი არგუმენტი მათი მხრიდან, ვინც ეწინააღმდეგება შესასვლელი ბილეთების ფასის დაწესებას; მეორეს მხრივ, დაცულ ტერიტორიებზე ბუნებას მომხმარებელს სთავაზობენ შესაბამისი ინფრასტრუქტურითა და მომსახურებით, რაც თავისთავად იძლევა ფასდადების საფუძველს. შესასვლელი ბილეთების შემოღება დაცული ტერიტორიებისთვის ტექნიკურ პრობლემებსაც წარმოქმნის, რამდენადაც ამ ტერიტორიებს რამდენიმე შესასვლელი აქვთ. უნდა მოხდეს შესასვლელი ბილეთის აუცილებლობის ახსნა და დასაბუთება და მიღებული შემოსავლის გამოყენების განმარტება ვიზიტორებისთვის, გონივრული იქნებოდა შესასვლელ ბილეთთან ერთად ვიზიტორი იღებდეს ღია ბარათს, დაცული ტერიტორიის შესახებ საბაზისო ინფორმაციის შემცველ ზოგად რუკას და ტერიტორიაზე ქვეყის წესებს, დაცული ტერიტორიის სამკერდე ნიშანს ან, შესაძლებელია, ტერიტორიაზე შეგროვებული სამკურნალო ბალახების ჩაის პატარა პაკეტს.

მომსახურებისა და მომხმარებლის გადასახადები და ვიზიტორთა ზეგარა:

- > რეკრეაციის გადასახადი, როცა ხდება სარეკრეაციო პროდუქტებისა და მომსახურების მოხმარება.
- > მოსაკრებელი დაცულ ტერიტორიაზე სპეციალიზებული ინფრასტრუქტურის გამოყენებისთვის - გზები, ხიდები, ავტოსადგომები, სათვალთვალო პლატფორმები, ბინოკლები და სხვ.
- > მოსაკრებელი საკემპინგო და საპიკნიკო ადგილების და საშუალებების, თავშესაფრების, ინტერნეტ კავსირის და სვ. გამოყენებისთვის
- > კონცესიის მოსაკრებელი კონცესიით მოსარგებლეების მიერ შემოსავლის წილის გადახდა დაცული ტერიტორიისთვის.
- > გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავლები: რუკების, ბროშურების, პროდუქტების, სუვენირების და სხვ.
- > კვების პროდუქტების გაყიდვა რესტორნებსა და მაღაზიებში.
- > დაცული ტერიტორიის მიერ მართული დამისთვის საშუალებების გამოყენება: თავშესაფრები, გადახურული ფარდლები, ქოხები.
- > საკონფერენციო სივრცისა და აღჭურვილობის დაქირავების საფასური.
- > ინფორმაციისა და კომუნიკაციის საშუალებების დაქირავება
- > ლიცენზირებისა და ნებართვების გადასახადი კერძო პირებისათვის დაცულ ტერიტორიებზე ბიზნეს საქმიანობის საწარმოებლად.
- > გადასახადები ავტოტრანსპორტზე,
- > კერძო დამისთვის საშუალების გამოყენებიდან მიღებული შემოსავლების გადასახადი
- > ეკოლოგიური გადასახადი, როგორც განსაკუთრებული მიზნით გადახდილი გადასახადი
- > საწევრო ან სამეკავშირეო გადასახადი
- > ლიზინგისა და იჯარის გადასახადი დაცული ტერიტორიის აღჭურვილობის გამოყენებისთვის
- > ვიზიტორების ნებაყოფლობითი შემოწირულობა, განსაკუთრებით ვიზიტორთა ცენტრში მოწყობილი რონისძიებების დროს.

პრომოციისა და ხელშეწყობის თვალსაზრისით ჩვენ შემოგთავაზებთ **დაცული ტერიტორიის მეგობართა ასოციაციის წევრის ბარათის** შემოღება, რამდენადაც ამ ბარათებით შესაძლებელია შემოსავლების მიღება. ხსენებული ბარათების სამიზნე ჯგუფებს დაცულ ტერიტორიებზე პროდუქტისა და მომსახურების მომწოდებლები წარმოადგენენ, ისევე როგორც, ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორები (პოტენციურის ჩათვლით). ბარათების კომერციული ხასიათის გარდა, ჩვენ აღვნიშნეთ პრომოცია, თუმცა მათ ასევე გააჩნიათ საქართველოში დაცული ტერიტორიების მხარდაჭერის თვისებაც. ბარათს უნდა ჰქონდეს გარკვეული ფასი (მაგ.

10 ლარი) რის სანაცვლოდაც ვიზიტორი იღებს საქართველოს ორ დაცულ ტერიტორიაზე უფასოდ შესვლის უფლებას, ბარათის მფლობელი წელიწადში ერთხელ ასევე იღებს დაცული ტერიტორიის ყოველწლიურ ცნობის ფურცელს და/ან ახალ ამბებს ელექტრონული ფოსტით, ბარათის მფლობელი ფასდაკლებით სარგებობს დაცული ტერიტორიის მიერ გაყიდულ პროდუქტებზე, და იღებს მიწვევებს დაცული ტერიტორიის მიერ ორგანიზებულ ღია კარის ღონისძიებებზე. ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების მომწოდებლები ბარათის მიღების შემთხვევაში მიიღებენ ერთ ტრენინგზე უფასოდ დასწრების უფლებას, სადაც განხილული იქნება ბუნების ღირებულებები და მასპინძლობის საფუძვლები დაცულ ტერიტორიაზე, ასევე, მაგალითად წელიწადში ერთხელ დაცული ტერიტორიის ყოველწლიურ ცნობის ფურცელს, ღია კარის დღეებზე საკუთარი პროდუქტით მონაწილეობისთვის მიწვევას. ბარათის პირდაპირი ეფექტი თვალსაჩინოა, როცა მას პრომოციის მიზნით იყენებენ და კონკურსში გამარჯვების აღსანიშნავად, ან სხვაგვარად გადასცემენ დონორ ორგანიზაციებს და სპონსორებს, VIP სტუმრებს, და სხვ.

ფასდადების სტრატეგიები და პოლიტიკარომელიც დაცულ ტერიტორიებზე გამოიყენება შესასვლელი და მომხმარებელთა გადასახადებისთვის:

- > პიკური დატვირთვის ფასდადება რომელიც გამოიყენება პიკური სეზონების დროს - როგორც წესი შაბათ-კვირას, ზაფხულში.
- > შედარებითი ფასები - ერთგვარი დაცული ტერიტორიების, როგორც კონკურენტების ერთგვაროვანი ფასები
- > თვითღირებულების დაანგარიშება – ფასების დადგენა ხდება თითოეული პროდუქტის ხარჯისა და ვიზიტორთა მოსალოდნელი ნაკადის გათვალისწინებით.
- > დიფერენცირებული ფასწარმოქმნა – როცა ფასები დგინდება მომხმარებელთა სხვადასხვა ჯგუფებისთვის და სხვადასხვა სეზონების მიხედვით, დიფერენცირებული ფასწარმოქმნის ფაქტორები შეიძლება იყოს: წარმომავლობა, ასაკი, ინდივიდუალური ვიზიტორი, ჯგუფი, ვიზიტის მიზანი (რეკრეაცია თუ კვლევა), მრავალჯერადი შესვლა, ერთჯერადი შესვლა და სხვ.

უკანასკელი სტრატეგია გულისხმობს, რომ უკეთესი შედეგები მიღებული იქნას ერთეული შესვლიდან ან მომხმარებელთა მოსაკლერბლიდან.

კონსერვაციის პოლიტიკა და გამოცდილება დამოკიდებულია საჯარო და კერძო სექტორების როლზე დაცული ტერიტორიის მართვაში. საჯარო სექტორის როლი დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებაში განსხვავდება კერძო სექტორის როლისგან. საჯარო ადმინისტრირება - კონკრეტული დაცული ტერიტორიის მართვა ცენტრალური თუ ადგილობრივი ხელისუფლების მხრიდან გულისხმობს ძირითადად შემდეგ საკითხებზე ყურადღების გამახვილებას:

- > გარემოს დაცვა
- > ინფრასტრუქტურის მშენებლობა და რემონტი (გზები, ენერგიის მიწოდება, საკომუნიკაციო საშუალებები, სანკვანძები)
- > მარშრუტები, საკემპინგე ადგილები, თავშესაფრები, სათვალთვალო პლატფორმები. მისთ.
- > უსაფრთხოება და დაცვა
- > შედეგების მონიტორინგი და ხარისხის შეფასება
- > მისადგომებისა და ვიზიტორთა ნაკადების მართვა
- > ინფორმაცია (ვიზიტორთა ცენტრები, ბუნების შესახებ ინფორმაციები)
- > კონფლიქტების მოგვარება

კერძო სექტორის როლი მდგომარეობს დაბინავებისა და კვების, ტრანსპორტირების, ინფორმაციის, მედიის (წიგნები, ვიდეო, ა.შ.), მეგზურობის, ობიექტის ხელშეწყობის და რეკლამის, პროდუქტების (აღჭურვილობა, ტანსაცმელი, სუვენირები) უზრუნველყოფასა და პირადი მომსახურების გაწევაში. კერძო სექტორი აწვდის პროდუქტებსა და მომსახურებას, რასაც ტურისტები საჭიროებენ და იყენებენ დაცულ ტერიტორიაზე სტუმრობის პერიოდში, და რაც ვიზიტორთა მიერ დაცულ ტერიტორიაზე ან მის მიმდებარედ დროის კომფორტულად გატარების საწინდარია.

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმი მოიზიდავს ვიზიტორებისთვის განკუთვნილ მრავალ სხვა პროდუქტს და მომსახურებას, რომელთა მომწოდებლებიც საჯარო და/ან კერძო ინსტიტუტები და პირები არიან. ზოგადად არ ხდება ისე, რომ როცა მხოლოდ ერთი სექტორი იყოს ყველა პროდუქტისა და მომსახურების მომწოდებელი. პრაქტიკულად ჩვენ ვხვდებით შერეულ ურთიერთობებს, როცა ობიექტი არის საჯარო საკუთრებაში, და იმართება საჯარო და კერძო სექტორის მიერ, და როცა არის კერძო საკუთრებაში და იმართება კერძო სექტორის მიერ.

დაცული ტერიტორიების სააგენტოს შეუძლია კონცესიის წესით გადასცეს ღამისთვის საშუალებები, რესტორნები, მაღაზიები, ტურების გიდებით მომსახურება, ლაშქრობა, ცხენებით ლაშქრობა, საფარი ტურები,

სპორტული პროგრამები და აღჭურვილობა, და პარკირების ადგილებიც კი. რომელიმე ობიექტის კონცესიის წესით გადაცემის შესახებ გადაწყვეტილების მიღებამდე დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა გაითვალისწინოს საკუთარი შესაძლებლობები და რესურსები, რომლებიც საჭირო იქნება ამ ობიექტის ასამუშავებლად და შემოსავლები შეადაროს საკუთარი ძალებით ობიექტის მართვის პირობებში მიღებულ შემოსავლებს. ასევე მნიშვნელოვანია მოხდეს კერძო სექტორის, არასამთავრობო ორგანიზაციების ან ადგილობრივი სათემო ორგანიზაციების კონცესიის მიმართ შესაძლო ინტერესის და მათი ძლიერი მხარეების გამოვლენა.

არსებობს **კონცესიის პოლიტიკის 5 პრინციპი**რასაც ყურადღებით უნდა მოვევლიდეთ მის განხორციელებამდე. პირველი გახლავთ კონცესიონერის შეფასება მისი ფინანსური შესაძლებლობების, ტურიზმში არსებული გამოცდილების, განათლების დონისა და ენების ცოდნის მიხედვით. მეორე პრინციპი ეხება სამართლებრივ პასუხისმგებლობას კონტრაქტის ხანგრძლივობის, მოსაკრებლის გადაუხდელობის, ობიექტის ფლობის, გარემოს დაზიანების, ჯარიმებისა და კონტრაქტის შეუსრულებლობის თვალსაზრისით. მესამე პრინციპი ეხება ფინანსურ პასუხისმგებლობას ფინანსური დაზღვევის მექანიზმების ჩათვლით, კონცესია - მოხმარების გადასახადი, შემოსავლების მოთხოვნები და შეკეთება/რემონტის რეზერვაცია. გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობა წარმოადგენს მომდევნო პრინციპს სადაც გვასათვალისწინებელია ინფრასტრუქტურის მშენებლობა, მონიტორინგის გეგმა, იშვიათი რესურსების გამოყენება, ალტერნატიული ენერგიის გამოყენება და ნარჩენების მართვა და რისკების ანალიზი. ბოლო, მეხუთე პრინციპია სოციალური პასუხისმგებლობა, რომელიც გულისხმობს ადგილობრივი თემებისა და მოსახლეობისთვის სარგებლის მოტანას: ქმედუნარიანობის ამაღლება, ადგილობრივი დასაქმება, თემის შეფასება და შემოსავლის განაწილება, ადგილობრივი ბიზნესების ჩართვა.

საქართველოში დაცული ტერიტორიები ისეთ ტურისტულ პროდუქტსაც სთავაზობენ მომხმარებელს, როგორიცაა: დაბინავება, საკვები, საკონფერენციო სივრცე და აღჭურვილობა, მაღაზიები მათ კუთვნილ შენობებში (ვიზიტორთა ცენტრები ან ცალკე). აქ ასევე სთავაზობენ დამისთევას თავშესაფრებში, ზუნგალოებში და კარვებში, აქირავებენ კარვებს და საძილე ტომრებს, აქირავებენ სხვადასხვა აღჭურვილობას და ა.შ. პროდუქტებისა და მომსახურების ასორტიმენტი განსხვავდება სხვადასხვა დაცულ ტერიტორიაზე. დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებს ასევე განსხვავებული გამოცდილება აქვთ, როგორც საკუთარი ფუნქციების შესრულებაში, ისე ტურისტული კონცესიის საქმეში. ზოგადად, აქ შედეგები არ არის დამაკმაყოფილებელი. დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებს, ისევე როგორც დაცული ტერიტორიების სააგენტოს არ გააჩნიათ შესაფერისი სამტატო შემადგენლობა ტურიზმისა და მასპინძლობის საქმიანობის განსახორციელებლად, ხოლო კონცესიის პოლიტიკა ჯერ მკაფიოდ არ არის ჩამოყალიბებული და მხოლოდ რამდენიმე პრაქტიკული მაგალითი არსებობს.

საქართველოს დაცული ტერიტორიებისთვის კონცესიის რეკომენდებული პოლიტიკა იქნებოდა:

- > დამისთევის საშუალებების შერეული მოხმარება (შიდა მოხმარება თანამშრომლებისთვის ან ტექნიკური პერსონალისთვის ან ვიზიტორებისთვის) საკუთარი ძალებით.
- > მცირე მოცულობის დამისთევის ობიექტების ოპერირება საკუთარი სამტატო შემადგენლობით, მაგ. ვიზიტორთა ცენტრში, ან ამ ობიექტების მართვა სასტუმრო სახლების მფლობელებთან/მენეჯერებთან ერთად მართვაში გადაცემის ხელშეკრულებით.
- > მცირე მოცულობის კვების ობიექტის (რესტორანი, კაფე) ოპერირება სასტუმრო სახლის ან რესტორნის მფლობელთან ერთად მართვაში გადაცემის ხელშეკრულებით.
- > კონცესიონერებისთვის დამოუკიდებლობის მიცემა და მოცულობების გაზრდა.
- > ვიზიტორთა ცენტრის მთლიანად გადაცემა კონცესიით და იმ მინიმალური მომსახურებების ჩამონათვალით, რომელთა შესრულებაც აუცილებელ პირობას წარმოადგენს.
- > თუ მთლიანად ვიზიტორთა ცენტრის კონცესია არ არის მისაღები/წარმატებული, მაშინ შეიძლება განხორციელდეს ცალკეული სერვისების კონცესია (მაღაზიები, კვების ობიექტები, პროდუქტების გასაყიდი კუთხეები, მისთ.)
- > საკემპინგე და საპიკნიკე ადგილების და ბანაკებისა და კარვების, ქარავნების ან მობილური სახლების კონცესიით გადაცემა მას შემდეგ რაც დადგინდება ტიპური საკემპინგე ადგილების მდებარეობა სხვადასხვა დაცულ ტერიტორიაზე.
- > ბარბეკიუს ადგილების კონცესიით გადაცემა - საუკეთესო ვარიანტია მათი საკემპინგე ადგილებთან ერთად მოწყობა.

კონცესიის შესახებ ხელშეკრულება უნდა მოიცავდეს მინიმუმ შემდეგ პუნქტებს:

- > სავალდებულო სამუჯშაო საათების მინიმალურ რაოდენობას
- > მომსახურების ასორტიმენტს
- > მომხმარებელთა მომსახურების დონესა და სტანდარტს
- > გარემოსდაცვით პრაქტიკას

- > ფასდადების პოლიტიკას, თუ დაცულ ტერიტორიას აქვს მონოპოლიური მდგომარეობა ან არსებობს კონკურენციის პირობები
- > საზოგადოებრივ მისასვლელს ობიექტამდე
- > ინფრასტრუქტურის მოვლის პასუხისმგებლობას
- > უსაფრთხოებისა და მდგრადობის მოთხოვნებს
- > წარწერებს და ნიშნულებს - ობიექტის შიგნით და გარეთ
- > რეკლამას
- > თანამშრომლებისა და ოპერირების აკრედიტაციის/ლიცენზირების სტანდარტებს
- > ობიექტების დიზაინის მოწყობას ადგილობრივი და ბუნებრივი მასალით
- > კონცესიის შესახებ ხელშეკრულებისა და ოპერირების მონიტორინგს
- > კონცესიის გადასახადს და ანგარიშსწორების მექანიზმს
- > ხელშეკრულების ვადას
- > გარანტიებს - ფინანსურ გარანტიებს უზედური შემთხვევებისა თუ დაზიანების შემთხვევაში
- > თანამდევ შედეგებს, თუ კონტრაქტი/კონცესია წარუმატებელი აღმოჩნდება

კონცესიის გადასახადი შეიძლება გაითვალისწინოს სხვადასხვა პრონციპის გათვალისწინებით. ყველაზე ფართოდ გამოიყენება ფიქსირებული წლიურად დადგენილი გადასახადი, აგრეთვე მოქნილი გადასახადი, რომელიც მთლიანი შემოსავლის გარკვეული პროცენტით აითვლება ყოველთვიურად, ან შეიძლება გადასახადი განისაზღვროს თითოეულ ვიზიტორზე გარკვეული თანხის დაწესებით. ასევე გონივრული იქნება კონცესიონერის სტიმულირება, რათა მან დაბალი დატვირთვის სეზონზე იმუშავოს, როცა შემოსავლებიც შესაბამისად დაბალია. შეიძლება გადასახადი გაიზარდოს დროთა განმავლობაში. კონცესიის შესახებ ხელშეკრულებები უნდა შეთანხმდეს 5-7 წლის ვადით (უფრო მსხვილი ობიექტების კონცესიის შემთხვევაში 10-15 წლით) ვადის გახანგრძლივების შესაძლებლობით და წესების დარღვევის შემთხვევაში ხელშეკრულების დაუყოვნებლივ შეწყვეტის პირობით.

კონცესიის შესახებ ხელშეკრულებების გაფორმება და მონიტორინგი უნდა განხორციელდეს ცენტრალიზებულად დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ. პროცესი უნდა იყოს გამჭვირვალე. კონცესიის ხელშეკრულებების განხორციელების მონიტორინგი ძალიან მნიშვნელოვანია, განსაკუთრებით, როცა ერთსა და იმავე ადგილას ბევრი კონცესიონერია. მონიტორინგმა უნდა უზრუნველყოს ზოგიერთი რეგულაციის დარღვევის, კონცესიონერებს შორის შესაძლო კონფლიქტის და განსაკუთრებით, ვიზიტორთა უკმაყოფილების პრევენცია.

ამკარაა, რომ კონცესიის პოლიტიკა, შესყიდვების პოლიტიკა და ნორმატიული გადაწყვეტილებები, რომლებიც სახელმწიფო უწყებებს საშუალებას აძლევს განხორციელონ კომერციული საქმიანობა, უფრო მეტად მოქნილი უნდა გახდეს. დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციები ფიქრობენ, რომ შეძლებენ მართონ ტურისტული ინფრასტრუქტურა მასპინძლობის სპეციალისტებთან ერთად, მიღებული ცოდნისა და კვალიფიკაციის გამოყენებითა და ნაწილობრივ დეცენტრალიზებული სისტემით. სხვა შემთხვევაში მოუწევთ კონცესიით გასცენ ვიზიტორების ცენტრიდან დაწყებული საპიკნიკე და საკემპინგე ადგილებით და ა.შ. დამთავრებული. ისინი ხაზგასმით აღნიშნავენ, რომ ამ შემთხვევაში დაცული ტერიტორიების სააგენტომ უნდა გაითვალისწინოს ტურისტული ინფრასტრუქტურის წინასწარი სტანდარტიზაცია, რათა კონცესიის განხორციელება უფრო მარტივი და ეფექტური გახდეს.

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სააგენტოს გამოცდილების გათვალისწინებით კონცესიის პოლიტიკასთან დაკავშირებით, სასარგებლო იქნებოდა გამოცდილებისა და შეხედულებების გაზიარება დაცული ტერიტორიების სააგენტოსთვის. ასევე სასარგებლო იქნებოდა დაცული ტერიტორიების სააგენტოს გამოცდილება და შეხვედროდა არსებულ და პოტენციურ კონცესიონერებს პრაქტიკული და სწრაფი გადაწყვეტილებების მისაღებად მათი ხედვების, გამოცდილებისა და წინადადებების გაზიარებისთვის.

12.3.4 მდგრადი ტურიზმის პოლიტიკა

დაცული ტერიტორიების ვიზიტორებს სურთ რაც შეიძლება მეტი გამოცდილება მიიღონ, განსაკუთრებით ბუნების იმ ატრაქციებისგან, რომლებიც უნიკალურია და მხოლოდ გარკვეულ დაცულ ტერიტორიაზე მდებარეობს. ამდენად ცდილობენ თავი აარიდონ ხალხმრავლობას და ისეთ სიტუაციებს, რაც სიამოვნების მიღებაში შეუშლის ხელს. მეორესმხრივ, დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციამ თავიდან უნდა აიცილოს ბუნებრივი ატრაქციის არასწორი გამოყენება, ბუნებისთვის მიყენებული ზიანი და ვიზიტორებს უნდა შესთავაზოს მათთვის სასურველი უნიკალური გამოცდილება. ამდენად, დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციამ ჯეროვანი ადგილი უნდა დაუთმოს მდგრადობის პოლიტიკის ზომებსა და პრაქტიკას. მდგრადი ტურიზმის პოლიტიკა ძირითადად შედგება დაცულ ტერიტორიებზე გამტარუნარიანობის შეფასებით, ვიზიტორთა ქცევის

წესებით, ვიზიტების მონიტორინგითა და ვიზიტორთა ნაკადების მართვით, ფასწარმოქმნის პოლიტიკის და ბუნებაზე მიყენებული ზეგავლენისა და მონიტორინგისაგან.

გამტარუნარიანობა

იდეალური იქნებოდა გვექნოდა საქართველოს დაცული ტერიტორიების ან მათი ტურისტული დანიშნულების ნაწილების გამტარუნარიანობის გაანგარიშება. რამდენადაც გამტარუნარიანობის ასეთი დათვლები ჯერ არ არსებობს, შეიძლება გამოვიყენოთ რამდენიმე მარტივი მეთოდი. გთავაზობთ ევროპის შესადარ დაცულ ტერიტორიაზე ყოველი პარკისა თუ ყოველი ღია კარის დღის განმავლობაში ვიზიტების რაოდენობის სესახებ შესადარებელ მონაცემებს. საქართველოს დაცული ტერიტორიების შემთხვევაში ჩვენ წარმოვადგენთ ასევე საშუალო დღიურ რაოდენობას ისეთი პიკური თვის განმავლობაში, როგორიცაა აგვისტო. აშკარაა, რომ საქართველოში დაცული ტერიტორიების მონახულების მაჩვენებლები ბევრად ჩამორჩება ევროპულ დაცულ ტერიტორიებს. ტურიზმის განვითარებასთან და იმერეთის მღვიმეებში გაზრდილი სტუმრობების შედეგს, ვიზიტების ინტენსივობამ შეიძლება ლიმიტის ზედა ზღვარს მიაღწიოს, მაგრამ არსებობს მღვიმეებში მარშრუტების გაგრძელების და ზედაპირზე პროგრამების განვითარების შესაძლებლობა. აქვე უნდა გავითვალისწინოთ თუშეთში ვიზიტების საკმაოდ ინტენსიური ზრდა ტურიზმის განვითარებასთან ერთად.

სქემა 29: ვიზიტების ინტენსივობის სხვადასხვა კრიტერიუმის შედარება საქართველოს შერჩეულ და ევროპის ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიებზე

#	ვიზიტების ტერიტორიის	საქართველოს ვიზიტორები სულ	საქ. ვიზიტორები ჰა/წ	საერთაშორისო შედარ. ვიზიტორები ჰა/წ	საერთ. ვიზიტორები /დღე	საქ. ვიზიტორები დღე/სამუშაო თვეები	საქ. ვიზიტორები დღე/აგვისტო
1.	მტირალა	16 358	1,04	0,15 - 17,92	69 - 8.050	45	105
2.	იმერეთის მღვიმე	145 375	51/4*	128/26*	1 510	404	761
3.	ბორჯომი-ხარაგ	42 490	0,50	1,76 - 78,26	164 - 2.466	118	292
4.	ჯავახეთი	1 000	0,06	0,92 - 4,16	41 - 55	4	10
5.	თბილისი	20 215	0,87	6,22 - 19,40	330 - 1.030	56	169
6.	თუშეთი	7 663	0,07	1,76 - 12,90	164 - 1.030	64	102
7.	ლაგოდეხი	32 318	1,32	6,06 - 12,90	484 - 1.030	90	197
	სულ:	265 419	0,95			860	1 636
	სულ საქართველო	350 642	0,67			974	1 980

* ვიზიტორების რაოდენობა დათვლილია ვიზიტორის მარშრუტის 1მ/ მღვიმის მთელი სიგრძის 1მ-ზე წყარო: დაანგარიშებულია დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მონაცემების და სხვადასხვა საერთაშორისო დოკუმენტებისა და დაცული ტერიტორიების მონაცემების მიხედვით

ამ ეტაპზე ხაზგასმით უნდა აღვნიშნოთ, რომ დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რაოდენობების საერთაშორისო შედარებითი დახასიათების მიხედვით და საქართველოში მოქმედი გარემოსდაცვითი და ეკოლოგიური ბუნების დაცვის ორგანიზაციების მონაცემების მიხედვით საქართველოში დაცული ტერიტორიების მონახულება ჯერ კიდევ იმდენად დაბალ ნიშნულზეა, რომ არ დგას რაიმე ამკრძალავი და შეზღუდვის ზომების მიღების საჭიროება.

ვიზიტორთა ნაკადების მართვა განსხვავებულია სხვადასხვა ადგილის მიხედვით და შეიძლება მიღებული იქნას სხვადასხვა დროს, ვიზიტორთა სხვადასხვა ჯგუფებისთვის.

"ვიზიტორთა ნაკადის" მართვა იწყება დაცულ ტერიტორიაზე მისასვლელი გზიდან. რის შემთხვევები, როცა საქართველოს ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიაზე მისასვლელი გზა მუდმივად შეკეთებას და მაღალ დანახარჯებს მოითხოვს. საერთაშორისო პრაქტიკით განსაზღვრულია ავტოტრანსპორტისგან თავისუფალი გზები. სპეციალური კვლევები მოგვცემდა პასუხს კითხვაზე მიზანშეწონილი იქნებოდა თუ არა ალტერნატიული მისასვლელის გაკეთება (მაგ. საზაფხურო გზა მტირალაზე ასასვლელად). დაცულ ტერიტორიებზე ორგანიზებული მოგზაურობა - დაგეგმილი გრაფიკის მქონე ჯგუფებად, კიდევ უფრო შეამცირებდა ინფრასტრუქტურასა და ბუნებრივ რესურსებზე ზეწოლას და ზემოქმედებას. ეს შეამცირებს მისასვლელ გზებზე მანქანების რაოდენობას და დაცულ ტერიტორიაზე პარკინგის სივრცის საჭიროებას. ვიზიტორთა ცენტრს ან

ადგილობრივ ტურსაგენტოს შეუძლია ორგანიზება გაუწიოს დაცულ ტერიტორიაზე მსგავსი ჯგუფური ვიზიტების მოწყობას.

დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა ნაკადების მართვა შეიძლება სხვადასხვა ზომით განხორციელდეს:

- > **ზონირება** არის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული და მიღებული ზომა, რომელსაც უკვე იყენებენ დაცული ტერიტორიების დაგეგმვისას. ვიზიტორებს შეუზღუდავად მოინახულონ და შესაბამისად მიმართულება ეძლევათ იმ ზონებისკენ, რომლებიც უკვე აღჭურვილია საბაზისო ინფრასტრუქტურით (მაგ. საინფორმაციო დაფები, დასასვენებელი ადგილები, ტუალეტები, სათვალთვალო პლატფორმები, მუდმივი ან დროებითი კვების ობიექტები,
- > **“ტკბილი ადგილები”**: როგორც სახელიდან ჩანს, ეს არის ტკბილი მიმზიდველი ადგილი სადაც განზრახ აგზავნიან ვიზიტორებს, რათა უზრუნველყოთ მთავარი ბუნებრივი არტაქციიდან მათი უსაფრთხო მანძილით დაშორება;
- > **ტრანსპორტის მართვა** დაცულ ტერიტორიაზე მიმავალ გზებთან ერთად: ტრანსპორტის ორგანიზება საშუალებას გვაძლევს უზრუნველყოთ უსაფრთხო, ეკოლოგიურად მისაღები და ეფექტური მისვლა დაცულ ტერიტორიაზე, და ასევე, ტერიტორიის შიგნით გადაადგილება. ორგანიზებული ჯგუფების ტრანსპორტირების შემთხვევაში შესაძლებელია ინფრასტრუქტურასა და გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის შემცირება და უსაფრთხოების პირობების უზრუნველყოფა, რამდენადაც ამით მცირდება ავტოტრანსპორტის რაოდენობა და შესაბამისად არ ხდება ავტოსადგომების გადატვირთვა. ეს ზომები ხელს უწყობს ვიზიტორთა კმაყოფილების ზრდასაც.
- > **ტურისტული მარშრუტები**: იგება ვიზიტორების მიმზიდველ ადგილებამდე მისაყვანად უსაფრთხო ადგილებზე და ამავე დროს თავიდან გვაცილებს ბუნებაზე უარყოფით ზეგავლენას. ზოგჯერ საჭიროა ალტერნატიული ბილიკებისა და მარშრუტების გამოყენება, როცა ძირითადი ბილიკები ძალიან იტვირთება ზაფხული თვეებში. ასეთი ბილიკები იგება სხვადასხვა საშუალებებისთვის - საფეხმავლოდ, საცხენოსნო და ველოტურებისთვის, და ა.შ., რომლებიც ასევე ექვემდებარება შეზღუდვებს დაცულ ტერიტორიაზე სპეციფიკური ვითარების შექმნის შემთხვევაში.
- > **საინტერპრეტაციო და საინფორმაციო დაფები**: ვიზიტორებს სთავაზობს სხვადასხვა სასარგებლო ინფორმაციას, აღწერას, ყურადღებას იპყრობს ბუნებრივი ღირებულებების და ატრაქციების მიმართ, რომლების მონახულებაც მათ სურთ. აქვეა მოცემული ინფორმაცია, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ ეროვნულ პარკსა თუ დაცულ ტერიტორიაზე. ინფორმაცია უნდა იყოს ხელმისაწვდომი და ვიზიტორებს უნდა ეხმარებოდეს როგორც დასვენებაში, ისე ბუნების მიმართ სწორი დამოკიდებულების ჩამოყალიბებაში.
- > **ფასები და გადასახადები**: მონეტარული ზომები როგორც წესი ყველაზე ეფექტურია, თუმცა არა პოპულარული და მიღებული ვიზიტორებისთვის. სპეციალური გადასახადები - შეიძლება დაწესდეს დაცულ ტერიტორიაზე შესვლის ან ინფრასტრუქტურის (მისასვლელი გზის, სათვალთვალო პლატფორმის, ხიდეების, ა.შ.) გამოყენებისთვის; სპეციალურ ზონებში შესვლისთვის, ვიზიტორებისთვის განკუთვნილი ინფრასტრუქტურის გამოყენებისთვის, და ა.შ. ეს ზომები უნდა ჩამოყალიბდეს წლის სხვადასხვა პერიოდისთვის, კვირის სხვადასხვა დღეებისთვისაც კი, ან დღის განმავლობაში ვიზიტორთა სხვადასხვა ჯგუფებისთვის და ა.შ. მკაფიოდ უნდა აღინიშნოს და ვიზიტორებისთვის ნათელი გახდეს რომ მათ მიერ გადახდილი თანხები ხმარდება ბუნების დაცვას.
- > **რეგულაციები & შეზღუდვები**:
 - o **ზოგიერთი ზონის პერმანენტული და დროებითი დაკეტვა.**
 - o **ვიზიტორების ჯგუფის მოცულობა**
 - o **შეზღუდვები ვიზიტორთათვის ასაკობრივი ან ფიზიკური მდგომარეობის გამო**
 - o **ადგილზე დაყოვნების ხანგრძლივობა** გარკვეული ზონების მონახულებისთვის უნდა დადგინდეს მონახულების ხანგრძლივობის ისეთი პერიოდი, რაც არ გამოიწვევს ნეგატიურ ზემოქმედებას.
 - o **ვიზიტების განრიგი** უნდა შედგეს ცხოველთა სასიცოცხლო რიტმის, მცენარეთა ყვავილობის პერიოდების გათვალისწინებით, ზოგიერთ ზონაში შეიძლება საჭირო გახდეს დღის მანძილზე განრიგის დაწესებაც.
 - o **ბარიერები** გამიზნულად მონტაჟდება ტრანსპორტის მოძრაობის შესაწესებლად, მაგალითად, ზოგიერთ ადგილამდე მისასვლელ გზებზე.
- > **ნებართვები და სპეციალური მოთხოვნები**:
 - o **გარკვეულ ადგილებზე შესვლის სპეციალური ნებართვა**: მაგალითად მეცნიერებისა და მკვლევარებისთვის, ფოტოგრაფებისთვის და სხვ.
 - o **ვიზიტორის და/ან ოპერატორის კვალიფიკაცია და უნარები**: გარკვეულ აქტივობებში მონაწილეობის მისაღებად, როგორიცაა: კლდეზე ცოცვა, მღვიმეში ჩასვლა, უსაფრთხოების ზომების მიღება და სხვ.
 - o **ტექნოლოგიური მოთხოვნები**: სპეციალური ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი, აღჭურვილობა, ...

- > **დაცულ ტერიტორიებზე ქცევის წესი:** აღწერს ქვეყნის ყველა დაცულ ტერიტორიაზე ქცევის საბაზისო წესებსა და ნორმებს, თუმცა შესაძლოა გარკვეული დაცული ტერიტორიებისთვის დაადგინოს დამატებითი კონკრეტული წესები.

მართვის რონისზიებების გამოყენება როგორც წესი შერეულად ხდება ზოგადი და კონკრეტული სიტუაციებიდან გამომდინარე ყველა ან კონკრეტულ დაცულ ტერიტორიაზე. გთავაზობთ რამდენიმე რეკომენდაციას, თუ როგორი სტრატეგია და ტაქტიკა უნდა იქნას გამოყენებული ვიზიტორების ნაკადის/დაცული ტერიტორიის გამოყენების მაღალი დონის შემთხვევაში:

- > შეამცირეთ ვიზიტების რაოდენობა მთლიანად ან დაცული ტერიტორიის კონკრეტულ უბანზე და გადაამისამართეთ ვიზიტორები სხვა დაცულ ტერიტორიაზე; კატეგორიულად შეამცირეთ ვიზიტორების რაოდენობა, დააწესეთ ტერიტორიაზე შესვლისთვის მაღალი გადასახადი, დაამონტაჟეთ ბარიერები ან სხვა წინაღობები.
- > ახალი სიტუაციის მიხედვით ადაპტაციის მიზნით შეცვალეთ ვიზიტის ლოკაციები - ზონები, სატრანსპორტო საშუალებები, ან ინფრასტრუქტურის გამოყენება.
- > დააჯგუფეთ და გადააჯგუფეთ ვიზიტორები ასაკის, ფიზიკური შესაძლებლობების, ინტერესებისა და მოლოდინების, თავისუფალი დროის მიხედვით და ა.შ.
- > წახალისეთ ვიზიტორების მოსვლა არა პიკურ პერიოდებში
- > ჩვლილებში შეიტანეთ ვიზიტორთა ქცევის წესებში გარკვეული საზიანო აღჭურვილობის, ინფრასტრუქტურის, დამისთვის სასუალებების გამოყენების აკრძალვით.
- > შეატყობინეთ ვიზიტორებს პრობლემების შესახებ და მიმართეთ ისინი სხვა დაცული ტერიტორიისკენ ან თქვენსავე ტერიტორიაზე არსებულ ნებადართული ზონისკენ.
- > გაზარდეთ ბუნებრივი რესურსების ზეწოლის მიმართ მედეგობა, მოუარეთ და აღადგინეთ როგორც კი ამის შესაძლებლობა მოგეცემათ.

ფასდადების პოლიტიკა არის დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმის ყველაზე ეფექტური ზომა. შესასვლელი ბილეთის ფასის, მომხმარებლის ფასების, სხვადასხვა საქმიანობის ლიცენზირებითა და ლიცენზირების ფასების გაზრდით შესაძლებელია დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რადიკალური შეზღუდვა მდგრადობის მოთხოვნებიდან გამომდინარე ზღვრამდე. ასეთი ზომები შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა დაცულ ტერიტორიებზე, და სხვადასხვა პერიოდებში, შეიძლება ერთი დღის მანძილზეც და სხვადასხვა ოპერატორებისა თუ ვიზიტორთა ჯგუფებისთვის.

ბუნებაზე მიყენებული ზეგავლენის შეფასება და მონიტორინგი

სხვადასხვა მდგრადი ტურიზმის ზომების გასატარებლად, განსაკუთრებით გახშირებული ვიზიტების დროს, საჭიროა ვიზიტორთა ნაკადების მონიტორინგი. დაცული ტერიტორიებზე ვიზიტორების ნაკადების მონიტორინგი მოიცავს ერთდღიან ვიზიტორებსაც და დამისმთვევლებსაც. მდგრადობის თვალსაზრისით ერთდღიანი ვიზიტორების რაოდენობა როგორც წესი აჭარბებს დამისმთვევლების რაოდენობას და მათი სტუმრობა უფრო კონცენტრირებულია კვირისა თუ დღის ყველაზე პიკურ პერიოდებში.

არსებობს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა რეგისტრაციის რამდენიმე მეთოდი:

- > **თვით-რეგისტრაცია** სტუმართა ჟურნალში საკუთარი სახელისა და მოსაზრებების/შთაბეჭდილებების დაფიქსირებით; ასეთი ჟურნალები უნდა იყოს განთავსებული ვიზიტორთა ცენტრებში, დამისთვის, კვების და სხვა ორგანიზებული მომსახურების ობიექტებზე, (კომპიუტერული პროგრამის საშუალებით ვიზიტორთა შესვლის კონტროლი თავიდან აგვაცილებს შეცდომებსა და გაორებას).
- > **ვიზიტორის რეგისტრაციის ფორმა** – ვიზიტორების რეგისტრაციის სტანდარტული ფორმა, რომელიც თავსდება ვიზიტორთა ცენტრებში, დამისთვის, კვების და სხვა ორგანიზებული მომსახურების ობიექტებზე; (კომპიუტერული პროგრამის საშუალებით ვიზიტორთა შესვლის კონტროლი თავიდან აგვაცილებს შეცდომებსა და გაორებას).
- > **ვიზიტორების გამოკითხვა** – პირისპირ გამოკითხვა ყველაზე სასარგებლოა და ძალიან კარგი შედეგები მოაქვს თუ კითხვარი კარგადაა მომზადებული. ნაკლებად სარწმუნოა ინდივიდუალურად შესასვები კითხვარები; შეიძლება ვიზიტორთა კითხვარების ჩანაცვლება **ინტერვიუებით**.
- > **ინტერნეტ - ონლაინ გამოკითხვა** გამოკითხვის კიდეც ერთი საშუალებაა და შეიძლება დაიყოს ორი ჯგუფისთვის, მათთვის ვინც გეგმავს დაცული ტერიტორიის მონახულებას, და მათთვის ვინც უკვე იმოგზაურა დაცულ ტერიტორიაზე.
- > **განხილვები ფოკუს ჯგუფში** ეწყობა დაინტერესებული მხარეების მიერ დაცული ტერიტორიების მონახულების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი ასპექტების განსახილველად.
- > **საგზაო მოძრაობის გაზომვა დისტანციური ელექტრონული ხელსაწყოთა მეშვეობით:** მონაცემები ავტომობილების ან სატრანსპორტო საშუალებების შესახებ ხელმისაწვდომია მაშინ, როცა ვიზიტორთა რაოდენობა მხოლოდ გათვლებს ეყრდნობა.

უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ შეუძლებელია ვიზიტორთა 100%-ის რეგისტრაცია, გარდა ისეთი ადგილებისა, როგორიცაა მღვიმეები, სადაც მხოლოდ ერთი შესასვლელია. ამდენად, ვიზიტორების მომსახურების მომწოდებლების ობიექტებზე რეგისტრაციის კომბინირება ვიზიტორთა გამოკითხვის შედეგებთან უკეთეს შედეგებს მოგვცემს როგორც რაოდენობრივი, ისე ხარისხობრივი თვალსაზრისით.

ბუნებრივ გარემოზე, სოციალურ გარემოზე და ეკონომიკურ სიტუაციაზე ტურიზმის ზეგავლენის სისტემატური და პერიოდული ანალიზი მოგვცემდა უფრო გრძელვადიან შედეგებს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ზეგავლენის შესახებ, და მოგვცემდა რესურსების მდგრადი გამოყენებისა და ტურიზმის განვითარებისთვის საჭირო ზომების მიღების საფუძველს.

12.3.5 უსაფრთხოება და დაცვა

დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებმა ასევე უნდა იზრუნონ ვიზიტორთა უსაფრთხოებისა და დაცვის ღონისძიებებზე. ეს ქვეყნის რეპუტაციის, შემადგენელი ნაწილია. დაცული ტერიტორიებს სააგენტო მარტო ვერ გაუმკლავდება აღნიშნულ პრობლემას და ამდენად უნდა ითანამშრომლოს და კოორდინირებულად იმუშაოს სხვა შესაბამის სახელმწიფო უწყებებთან ერთად, როგორიცაა: პოლიცია, სამედიცინო ცენტრები, სახანძრო სამსახური, და ა.შ., რომლებიც პასუხისმგებელი არიან საზოგადოებრივ წესრიგსა და უსაფრთხოებაზე.

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმი სხვადასხვა რისკის ფაქტორის წნაშე დგება, რასაც შეუძლია ვიზიტორებისთვის ზიანის მიყენება და უბედური შემთხვევების გამოწვევა. მცირედ დაზიანებებს შეიძლება ადგილი ჰქონდეს საფეხმავლო ბილიკებზეც კი, შეიძლება მწერებმა დაკბინონ ვიზიტორი და დისკომფორტი შეუქმნან; გარეულ ცხოველებთან შეხვედრა სულ ცოტა ძალიან შეაშინებს ვიზიტორებს, იგივე შეიძლება მოხდეს ქექა-ქუხილისა და ცუდი ამინდის შემთხვევაშიც. შეიძლება ვიზიტორი დაიკარგოს ტერიტორიაზე, ან გემო გაუსინჯოს რომელიმე მცენარეს და მოიწამლოს, და ა.შ. დაშავების ალბათობა იზრდება დაცულ ტერიტორიებზე გამართულ სპორტულ და სათავგადასავლო ღონისძიებებთან დაკავშირებით.

აქედან გამომდინარე, დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებმა უნდა უზრუნველყონ შემდეგი:

- > შექმნან დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციისთვის უბედური შემთხვევების შესახებ განგაშის სიგნალის დაუყოვნებლივ გადაცემის სისტემა SOS ტიპის კოშკების და/ან მობილური გადამცემების საშუალებით, რომელთა დაქირავებაც შესაძლებელია ვიზიტორთა ცენტრებში. ამ შემთხვევაში მოსახერხებელი იქნება მობილური ტელეფონების დამტენებიც. მნიშვნელოვანია, რომ ამ სისტემის საშუალებით შესაძლებელი იყოს ინციდენტის ან დაზარალებული ვიზიტორის ადგილმდებარეობის შესახებ.
- > მაშველთა ჯგუფის და მომსახურების ორგანიზება პირველადი დახმარების გაწევა (მედიცინის ან სამედიცინო ცენტრის სხვა სპეციალისტების მიერ)
- > ვიზიტორებს შეატყობინეთ პოტენციური საფრთხის შესახებ და ურჩიეთ როგორ ჩაიცვან ან აღიჭურვონ., როგორ მოიქცნენ ან რა მოიმოქმედონ საფრთხის საპასუხოოდ და როგორ ითხოვონ დახმარება. ამასთანავე შეიძლება ვიზიტორებს მივაწოდოთ ინფორმაცია ადგილობრივი მოსახლეობის ჩვეულებების, ტრადიციების და წესების შესახებ, რათა თავიდან აიცილონ კულტურული გაუგებრობები და კონფლიქტები.

ვიზიტორების მიერ მსგავს სიტუაციებში მოხვედრის შესაძლებლობები კიდევ ერთხელ ადასტურებს რამდენად აუცილებელია სერტიფიცირებული მომწოდებლების მომსახურებით სარგებლობა, პროფესიონალი გიდების გაყოლა, ჯგუფური მოგზაურობა, დაუნიშნავ ბილიკზე სიარულისგან თავის შეკავება, და დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციის მიერ შემოღებული წესების პატივისცემა. დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორების უსაფრთხოების სამსახური დაკავშირებულია დაცვის სამსახურთან, საიდანაც ვიზიტორებს შეუძლიათ დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციისთვის შეტყობინება საფრთხის შესახებ განგაშის სიგნალის იმავე სისტემის საშუალებით.

ამგვარი სრულყოფილი და ეფექტური უსაფრთხოების სამსახურის დაარსებისთანავე განათავსეთ შესაბამისი ინფორმაცია დაცული ტერიტორიების სააგენტოს და დაცული ტერიტორიის საინფორმაციო დაფებზე და სარეკლამო მასალებში.

1.3 შერჩეულ დაცულ ტერიტორიებზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარების მოსაზრებები

წარმოგიდგენთ პროექტით შერჩეული ექვი დტ-ისთვის სამომავლოდ ტურიზმის განვითარების მოსაზრებებს და ასპექტებს. იმერეთის მღვიმის დტ-სთვის ცალკე დეტალური დოკუმენტი შემუშავდა ტურიზმის განვითარების გეგმის სახით.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი - ველური ბუნება და ეკოსისტემების თავგადასავლები

გზავნილი ვიზიტორებს:

ისიამოვნე დრამატული პიზაჟებით და ხელუხლებელი ბუნებით, მდიდარი და მრავალფეროვანი ველური ბუნებით, ბუნებრივ გარემოსთან სიახლოვით.

ბორჯომ-ხარაგაულის დაცული ტერიტორია მდებარეობს კავკასიის ეკორეგიონის ცენტრში და უჭირავს 85.1 ათ.ჰა. მისი დაცვისა და მდიდარი ბიომრავალფეროვნების გამო ეკორეგიონი შედის ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდის 35 პრიორიტეტი ეკორეგიონებისა და 34 ბიომრავალფეროვანი ადგილის/ცხელი წერტილის კონსერვაციის საერთაშორისო ნუსხაში. დტ-ის ტყეები და მაღალი მთები მდიდარი რელიქტური, ენდემური, იშვიათი და გადაშენების პირას მყოფი სახეობების ცხოველებით და მცენარეებით უნიკალურ ეკოსისტემას წარმოადგენს. ტერიტორიაზე აღრიცხულია 217 სახეობის მიგრაციული და მოზუდარი ფრინველი. მათ შორის 13 სახეობა შესულია საქართველოს წითელ ნუსხაში. ქვეწარმავლების 30 სახეობა ცხოვრობს დაცული ტერიტორიის ტენიან ტყეებში, მათ შორის 3 სახეობა კავკასიის ენდემია და 2 სახეობა აღრიცხულია საქართველოს წითელ ნუსხაში.

რეგიონში 30-ზე მეტი მინერალური წყაროა. მათ შორის აღსანიშნავია: ბორჯომი, ზვარე, მიტარბი და ნუნისი. ცნობილი მინერალური წლის ბორჯომის ბოთლში ჩამოსხმა და ექსპორტი დაიწყო 1891 წელს.

ტურიზმის დაცულ ტერიტორიაზე

დტ უზრუნველყოფს მდგრადი ტურიზმის აქტივობების მრავალფეროვან სპექტრს: მოკლე და ხანგრძლივ საფეხმავლო და საცხენოსნო ბილიკებს, ველოსიპედით გასეირნება, ბუნებისა და ლანდშაფტზე დაკვირვება და ფოტოების გადაღება, საგანმანათლებლო და კულტურული ტურები, ჩიტებზე და ცხოველებზე დაკვირვება, საზაფხულო ბანაკები და სხვ. ყველა ამ აქტივობისთვის შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნას და შენახვას აწარმოებს დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია.

პირველი ოფიციალური ტურისტული სეზონი ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკში გაიხსნა 2003 წელს. ამ დროისთვის დტ მცირე მასშტაბით ფუნქციონირებდა. პირველ სეზონზე მიიღო 1,021 ვიზიტორი. ტურისტული ვიზიტები მუდმივად იზრდება, 2014 წელს პირველი 10 თვის მანძილზე მიაღწია 46,840-ს. მათ სორიოს 42.4% - უცხოელი ვიზიტორია. მათი უმრავლესობა პარკს ერთი დღით სტუმრობს. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი იმერეთის მღვიმეების დტ-ის შემდეგ ვიზიტორთა რ-ით პირველია. პარკის ვიზიტოს ძირითადი მოტივები, როგორც ვიზიტორთა კვლევამ აჩვენა არის 1) ფაუნა, ფლორა, ბიომრავალფეროვნება; 2) ლანდშაფტი; 3) კარგი და უსაფრთხო ტრეკინგის შესაძლებლობა და ადგილობრივი ტრადიციები და კულტურული მემკვიდრეობა. სეზონი იწყება აპრილში და გრძელდება ოქტომბრამდე, ტურისტული სეზონის პიკი ივლისში.

SWOT – ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის სიძლიერის, სისუსტის, შესაძლებლობების და საშიშროებების ანალიზი

ბორჯომ-ხარაგაულის დაცული ტერიტორიას აქვს ბევრი შესაძლებლობა და უპირატესობა ეკოტურიზმის განვითარების კუთხით. იგი იმერეთის შემდეგ უკვე ცნობილია როგორც ყველაზე განვითარებული ტურისტული დტ საქართველოში, რადგან PAN პარკის ასოციაციასთან მიერთების შემდეგ ადრდანვე გახდა საერთაშორისოდ ცნობილი. BKNP -ის სიძლიერე პროფესიონალი მენეჯმენტის დამსახურებაა, უმცა მათ სჭირდებათ ტურიზმის პროფესიონალების გაზრდა, განსაკუთრებით მარკეტინგსა და პროდუქტის განვითარებაში, ასევე ტურისტული სასტუმრო სახლების, კვების მომსახურების სერვისებსა და ხარისხის მართვაში.

დტ-ის სიძლიერე	დტ-ის სისუსტე
> მდიდარი ბიომრავალფეროვნება, მრავალფეროვანი ლანდშაფტი, ველური ბუნება > საქართველოს ცენტრალურიმდებარეობა,ადვილადმისასვლელი > კარგი ობიექტი (ადმინისტრაციული შენობა კონფერენციის ოთხით და კარგი სამუშაო ატმოსფეროთი) > 12 ბილიკი ვიზიტორთა სხვადასხვა დონის მოთხოვნა მიხედვით > კარგად აღჭურვილი დტ მრავალფეროვანი ტურისტული შეთავაზებებით > ხანგრძლივი ისტორია, პირველი დტ კავკასიაში > პროექტის განვითარების გამოცდილება > BKNP მდებარეობს საქართველოს ისტორიულად ცნობილ რეგიონების ტერიტორიაზე - თორი, არგვეთი და სამცხე. ბორჯომი ხეობა თორის პროვინციის ნაწილია, რომელიც შეიქმნა 2-4 საუკუნეებში. > კარგად ცნობილი სათხილამურო კურორტი ბაკურიანი ოჯახური დასვენებებისთვის ზამთარსა და ზაფხულში > ცნობილი ბორჯომის მინერალური წყალი და გამაჯანსაღებელი კურორტი ბორჯომი	> ცენტრალიზებული მენეჯმენტი (დტ-ის ადმინისტრაციები დამოკიდებულები არიან თბილისის მთავარ ოფისზე და იზღუდებიან რესურსებითა და გადაწყვეტილების მიღებით) > დტ-ის საქმიანობებში ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობის სიმცირე, არ არის რომელიმე ადგილობრივი ასოციაცია პროექტის განვითარებასა და ფონდების მოძიების საკითხში ტანამშრომლობისთვის > სერვისის უნარების სიმცირე (კვება, შესაბამისი კოტეჯი/სასტუმრო) > ინფრასტრუქტურა, განსაკუთრებით შესაბამისი ნიშნულები, კვება > ირგვლივ კონკურენტი ტურისტული ღირშესანიშნაობები (ვარძია ...) > ცუდი გზის გამო ძნელად მისადგომი იმერეთის რეგიონიდან > უსაფრთხოების ზომების, აღჭურვილობის და პირველად დახმარების და მასშველთა მენეჯმენტის სიმცირე > არ არის ბორჯომის და ბაკურიანის განვითარების/მარკეტინგის გეგმა
დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> შესაძლებლობა რომ იმერეთის დამსვენებლებიც ეწვიონ დტ-ს > მეტი საგანმანათლებლო ტურების შექმნა > ფერმერული/სოფლის ტურების შეთავაზების გაყიდვა > ბორჯომ-ხარაგაულის დტ-ის ირგვლივ ტური: ბორჯომი-აბასთუმანი-ზეკარი-საირმე > იმერეთის და ჯავახეთის დტ-ის კომბინირებული ტურები > მსოფლიო ბანკი იწყებს ინფრასტრუქტურულ პროექტს რომელიც მოიცავს სამცხე-ჯავახეთის კულტურულ ღირშესანიშნაობებს და დტ.	> არ არის სტაბილური და დამაკმაყოფილებელი - ეფექტური ფინანსები > ნაგვის მართვა დტ-ში და მის ირგვლივ

სქემა30: ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის შემოკლებული SWOT ახალიზი

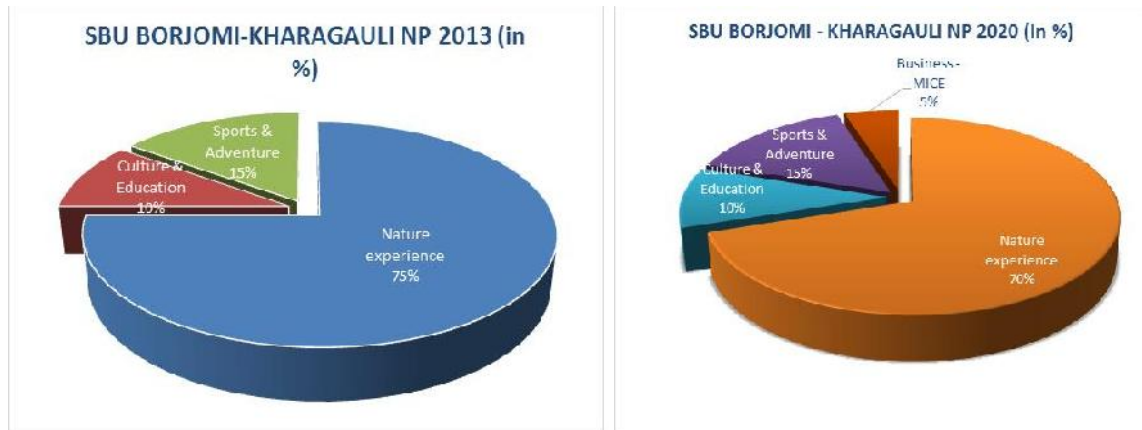
მომავალში ტურიზმის განვითარება ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკში

ბორჯომ-ხარაგაულის ეპ შესაძლოა იყოს ლიდერი დტ საქართველოს ეკოტურიზმის განვითარების კუთხით. მას აქვს ტურისტული მოთხოვნის მაღალი პოტენციალი რაც გამოწვეულია ბორჯომის გამაჯანსაღებელი და ბაკურიანი სამთო სათხილამურო კურორტებით, ტურისტების მრავალდღიანი ვიზიტებით საქართველოში და გაზრდილი მოთხოვნებით. ბორჯომ-ხარაგაულის დტ-ის ვიზიტორთა საკმაოდ კონსერვატიული შეფასებით 2020 წლისთვის დტ-ს ეყოლება 100,000 ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორი. ზაზარის ანალიზზე დაყრდნობით, ჩვენ ვვარაუდობთ რომ ვიზიტორთა უმრავლესობა პარკს ეწვევა ბუნებაში გამოცდილების, სპორტი და თავგადასავლებისა და კულტურულ საგანმანათლებლო მიზნებითა და მოტივით. ბორჯომის გამაჯანსაღებელი კურორტის გამო, ეროვნული პარკი ითვალისწინებს ასევე ბიზნეს-MICE ტურისტული საქმიანობების გან-ბის შესაძლებლობებს მათთვის ვინც ბიზნეს შეხვედრებისთვის ეძებს ბუნებასთან სიახლოვეს გუნდის შექმნის (team building) და მსგავსი აქტივობების ორგანიზებისთვის.

ამიტომ, ჩვენ ვთავაზობთ ტურიზმის სპროდუქტების, მომსახურების და საქმიანობების განვითარებას რომელიცქმნის SBUS- სტრატეგიული ბიზნესერთეულს, როგორც ჩანს ავემთ მოცემულ სქემაზე და

ცხრილში, როგორც ტურისტთა აქტივობების %, ბუნების გამოცდილების და ბიზნეს MICE განვითარების 5%-მდე გაზრდით; ასევე გაიზარდება ბუნებისგამოცდილების ვიზიტორთა აბსოლუტური რაოდენობა (ორჯომეტად).

დტ-ის დასახელება	სიახლოვება		მხიარულება და გართობა		ბუნების გამოცდილება		კულტურა და განათლება		სტუმარი და თავგადასავალი		ჯანმრთელობა		ბიზნესი - MICE		სულ	ვიზიტორთა რიცხვი 2013	ვიზიტორთა რიცხვი 2020
	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020			
ბორჯომ-ხარაგაული დტ					75	70	10	10	15	15				5	100	42,490	100,000



ეროვნული პარკის ტერიტორიის სიღრმისეული განვითარებისთვის, განსაკუთრებით ტურიზმის განვითარებაში სჭირდება მეტი ავტონომია გადაწყვეტილებების დამოუკიდებლად მისაღებად. მეტი თანხები უნდა იყოს ხელმისაწვდომი მარკეტინგსა და რეკლამირებისთვის მათ შორის ვებგვერდისთვის. ბორჯომ-ხარაგაულის ეპ-ის ადმინისტრაციას სჭირდება მეტი პროფესიონალი კადრები ტურიზმში, მარკეტინგსა და პროდუქტის განვითარებისთვის და მასპინძლობის ობიექტების მართვისთვის. დტ-ს კარგი პროდუქტის და სერვისის განვითარების საფუძველზე აქვს საშუალება დააწესოს შესვლის საფასური. თუმცა არსებობს შესაძლებლობა გაიზარდოს ტურისტული შემოსავლები (და აისახოს შესვლის საფასური ფასებში) პარკში ტურისტული პროდუქტის კომერციით. ამ მიზნით, ბორჯომ-ხარაგაულის სერთიფიცირებული პროდუქტის და სერვისის განვითარება მნიშვნელოვანია.

ტურისტული ვიზიტების ინტენსივობა ბორჯომ-ხარაგაულის პარკში ერთ-ერთი მაღალია საქართველოში. თუმცა კიდევ შორს არის საერთაშორისო საშუალო მაჩვენებელთან. აქედან გამომდინარე, არ არის იმის საშიშროება, რომ ტევადობის ბარიერი მიაღწევს დტ-ის მდგრადი განვითარების შესაძლო ზღვარს.

13.1 ჯავახეთის დაცული ტერიტორია -ცა და მიწა ერთად: ჩიტები, ტბები და მიწა

გზავნილი ვიზიტორებს:

ისიაშოვნეთ შთამბეჭდავი ლანდშაფტით და ველური ბუნებით, ასევე მრავალფეროვანი და ხელშეუხებელი ბუნებით რაც მაქსიმალურად მიახლოებულია ბუნებრივ პირობებთან.

ჯავახეთის დტ დაარსდა 2011 წელს და მოიცავს 16.2 ათ. ჰა-ს. ტერიტორია ძირითადად მდებარეობს კავკასიურ პლატოზე არსებული მაღალი მთის მდელოებისა და მთის ყოფილი დაბლობების სტეპური ლანდშაფტებისგან, მაღალმთიანი ვულკანური ტბებისა და ჭარბტენიანი პეიზაჟებისგან. ხელუხლებელი ბუნების ზონის დასაცავად შეიქმნა მკაცრი დაცვის ზონა, სადაც შესაძლებელია არამნიშვნელოვანი სამეცნიერო კვლევებისა და საგანმანათლებლო საქმიანობების ჩატარება. ბუნების დაცვის, რეკრეაციული საქმიანობებისა და საგანმანათლებლო აქტივობების თვალსაზრისით შეიქმნილია ვიზიტორთა ზონა. იგი მოიცავს იმ ადგილებს, სადაც ადამიანის საქმიანობა არ ახდენს დიდ გავლენას და სადაც წარმოადგენს საერთო ეკოსისტემების ნიმუშებს. ეროვნული პარკის ვიზიტორთა ზონას აქვს ორი სხვადასხვა სეგმენტი: კარწახის ტბა და ე.წ ვეფხვის კანიონი. რბილი, ვულკანური ფორმების მრავალფეროვნება – პლატოები, კონუსები და ვულკანური ნაკადები, ასევე ამ ფორმებში შექმნილი პატარა და მცირე ზომის ვულკანური ტბები – მკვეთრად განსხვავებს ჯავახეთის

ლანდშაფტს საქართველოს სხვა რომელიმე რეგიონის ლანდშაფტებისგან. მთელი პლატოს უნიკალირობას ასევე განსაზღვრავს – მისი, როგორც კავკასიის ეკორეგიონის საზღვრებში არსებული ტერიტორიის არსებობა სომხეთის (არპის ტბის მიმდებარე ტერიტორია და თურქეთის (ჩილდირის ტბის ირგვლივ ტერიტორია) ტერიტორიებთან ერთად. ამ ტერიტორიის ერთ-ერთი თავისებურება არის მოზუდარ და მიგრატორ ფრინველთა სიმდიდრე და მრავალფეროვნება.

ჯავახეთის დაცული ტერიტორიების სარარის განვითარებული ტურისტული თვალსაზრისით დაიგივე შეიძლება ითქვას მთელი რეგიონისთვის. ბოლო პერიოდში დაარსებულ დტ-ს აქვს ტურიზმის განვითარების დიდი პოტენციალი მისი ბუნებრივი მიმზიდველობის, ადგილობრივი მაცხოვრებლების სტუმარ-მასპინძლობის, კულტურის, ასევე მისი სომხეთთან და თურქეთთან ტრანზიტური მდებარეობის გათვალისწინებით. ჯავახეთის დტ-ს და სომხეთს არპის ტბის დტ-ს უკვე საერთო ტურისტული პორდუქტის განვითარების გეგმები აქვს. ჯავახეთის დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაცია გეგმავს ახალ ადმინისტრაციულ შენობაში და ვიზიტორთა ცენტრში გადასვლას, რომელიც შექმნის ტურიზმის განვითარებისთვის უკეთეს პირობებს.

SWOT – ჯავახეთის დაცული ტერიტორიის სიძლიერის, სისუსტის, შესაძლებლობების და საშიშროებების ანალიზი

ჯავახეთის ტერიტორიის მთავარი უპირატესობაა მისი მდებარეობა დიდ და მრავალფეროვან პლატოზე რომელიც არ მოითხოვს ვიზიტორებისგან ძლიერი ფიზიკური მონაცემების ქონას ბუნების, ტბების, ჩიტების და სიმშვიდის გამოცდილებისთვის/განცდისთვის. ტერიტორია ტურიზმის განვითარების საწყის ეტაპზეა რაც იძლევა შესაძლებლობას თავიდან ავიცილოთ ტურიზმის განვითარების საერთო შეცდომები. ჯავახეთის დაცული ტერიტორიების კიდევ ერთი დიდი შესაძლებლობაა სომხეთსა და თურქეთთან ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობა.

დტ-ის სიძლიერე	დტ-ის სისუსტე
> ხელსაყრელია დგილმდებარეობა და კარგი მისაღწეა სომხეთსა და თურქეთთან გაზაფხულზე მდებარეობის გამო > ეკოლოგიურად ხელსაყრელია ბუნება და გარემო > განსაკუთრებულია ლანდშაფტის-ვულკანური ტიპით, მცირე კავკასიონით, ჯავახეთის პლატოთი > ბიომრავალფეროვნების, განსაკუთრებით გამაფრენი ფრინველების და ენდემური ყვავილების კუთხით > უნიკალური ინტერესი ან უნიკალური მემკვიდრეობით (აბული, შაორი, სარო, ჭიქიანი) > ეთნიკური მრავალფეროვნება (დუხობურები) > სტუმართმოყვარე ხალხისა და ინტერესობის მქონე ბით > გრილი ზაფხული (17-25 გრადუსი)	> შეზღუდული ტურისტული სეზონი (ივნისი-სექტემბერი) > ტურისტული ინფრასტრუქტურის, ობიექტების და მომსახურების ნაკლებობა > დტ ადმინისტრაციაში ტურიზმის პროფესიული კადრების ნაკლებობა > ადგილობრივი მოსახლეობის არაქვეყნული ესურსების და ტურიზმის პოტენციალის შესახებ ინფორმაცია > კომუნიკაციის პრობლემა - სოფლების მაცხოვრებლები ძირითადად საუბრობენ სომხურად და ზოგიერთ შემთხვევაში რუსულად > არ არის საგზაო მანიშნებლები, რეკლამა > დაშლილი და დაზარალებული კოლმეურნეობების შენობების გამო ლანდშაფტის პრობლემები
დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> კარგი საგზაო მდებარეობა თბილისთან, სომხეთსა და თურქეთთან > ტერიტორიის ცხენებით, ველოსიპედებით და ფეხით შგაცნობის კარგი შესაძლებლობები > სამომავლოდ ჩიტებზე დაკვირვების ობიექტების გან-ბა > არპის ტბასთან (სომხეთი) ერთდ საზღვრის პირა ბუნებაზე ორიენტირებული ტურისტული პროდუქტების და მომსახურების განვითარება > არქეოლოგიური გათხრების »ამირანის გორა« და ტურების გან-ბა > ტრადიციული პროდუქტის, ხელსაქმის, სუვენირების და რეგიონალური ბაზრის	> ნათელი ხედვისა და სტრატეგიის გარეშე სპონტანური ტურიზმის განვითარება > ადგილობრივი ხალხის ტურიზმის განვითარების მიმართ მცირე ინტერესი > ეკონომიკური მდგომარეობის გამო არეალის დეპოპულაცია > ფინანსური რესურსები და მეწარმეობის ინიციატივების სიმცირე > ტურიზმის განვითარების ინიციატივებზე ნელი რეაგირება სომხეთიდან > ჩირდილის ტბის ინტენსიური გამოყენება ირიგაციისთვის თურქეთში - გარე ფაქტორით გამოწვეული საშიშროება

განვითარება > ცნობილ ტურიტულ ღირშესანიშნაობებთან ვარძოა და ბორჯომ-ხარაგაული ეროვნული პარკი სიახლოვე > საქართველო-თურქეთის რკინიგზის გახსნა > მსოფლიო ბანკის პროექტი სამცხე-ჯავახეთში სადაც დაგეგმილია ტურისტული ადგილების რეაბილიტაცია ახალგზისა და ასპინძის ირგვლივ	
--	--

სქემა 31: ჯავახეთის დტ-ის შემოკლებული SWOT ანალიზი

ჯავახეთის დტ-ზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარება

ტრანს-სასაზღვრო არეალის განვითარების შესაძლებლობები სომხეთსა და თურქეთთან, იმ ფაქტის გათვალისწინებით რომ ტერიტორია ადვილად მიღწევადია საგზაო ტრანსპორტით ჯავახეთის დტ-ს აძლევს ტურიზმის განვითარების კარგ შესაძლებლობას. ტურიზმის განვითარება უნდა მოხდეს მსუბუქი ეკოტურისტული პროგრამებით და საქმიანობებით იმ ვიზიტორთათვის ვინც ეძებს ბუნების გამოცდილებას, ორიგინალურ და აუთენტურ ბუნებრივ გარემოს, მშვიდობას და სიმშვიდეს. ჯავახეთის დტ შესაფერისია ადგილზე, საექსკურსიო და ტრანზიტული (კომბინირებული) ტურ პროგრამების და სერვისებისთვის. ვიზიტორთათვის კარგი შესაძლებლობებია შექმნილი რომ დარჩეს ტერიტორიაზე რამოდენიმე დღით და ისიამოვნოს ბუნებით და სხვადასხვა აქტივობებში მონაწილეობით.

დღესდღეობით ჯავახეთის დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორები ჩამოდიან ბუნების ინტერესის გამო, თუმცა არ არსებობს ჯერ -ჯერობით მათი რაოდენობის აღრიცხვა და სტატისტიკა. ბუნება კვლავ დარჩება მთავარი მოტივი სამოგზაუროდ ჩამოსული ტურისტებისთვის, ამიტომ ჩვენ ვთავაზობთ პროდუქტების, სერვისებისა და აქტივობების განვითარებაზე აქცენტის გაკეთებას სხე - სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის „ბუნება“ ფორმირებისთვის, რომელიც კვლავ დომინანტური რჩება მომავალში და შექმნის ჯავახეთის დტ-ის უნიკალურ იმიჯს. ჯავახეთის დტ შეძლებს ასევე საგანმანათლებლო და კვლევითი აქტივობების შეთავაზებას ბუნების მოყვარულთათვის და სპეციალისტებისთვის, ასევე მსუბუქი რეკრეაციული სპორტული ღონისძიებების ორგანიზებას.

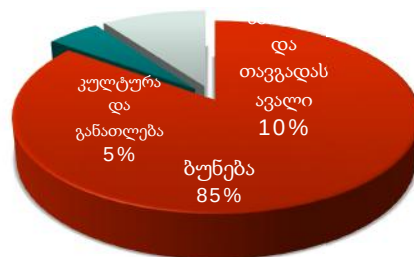
ჯავახეთის დტ-ზე ვიზიტორთა ძირითადი მოტივაციები და სხე - სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის განვითარება წარმოდგენილია ქვემოთ მოცემულ ცხრილსა და სქემაზე (სხე-ის პროცენტული ცვლილება, მაგრამ მაღალი რაოდენობრივი ზრდა):

დტ-ის დასახელება	სიამოვნება		მხიარულება და გართობა		ბუნების გამოცდილება		კულტურა და განათლება		სპორტი და თავგადასავალი		ჯანმრთელობა		ბიზნესი - MICE		სულ	ვიზიტორთა რცხვი 2013	ვიზიტორთა რცხვი 2020
	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020			
ჯავახეთის დტ					100	85		5		10					100	1,000	45,000
სულ 7 დტ		2		2	62	60	33	16	5	16	0	0	0	4	100	265,419	820,000

სხე ჯავახეთის ევ 2013 (%)



სხე ჯავახეთის ევ 2020 (%)



მთელი ტერიტორია ჯავახეთის ფტ-ის ცათვლით, არ არის ტურიზმის კუთხით განვითარებული. ეს არის შესანიშნავი შესაძლებლობა მომზადდეს ერთდროულად (და ინტეგრირებული) ზოგადი ტურიზმის განვითარების სტრატეგია ჯავახეთისთვის, ასევე სპეციალურად ჯავახეთის დტ-ისთვის ტურიზმის განვითარების სტრატეგია, და შემდეგ შესრულდეს.

13.2 ლაგოდების დაცული ტერიტორია - უსასრულო ბუნებაში ჰაიკინგი

ყველაზე პირველი დაცული ტერიტორია საქართველოში იყო ლაგოდების ნაკრძალი, რომელიც დაარსდა 1912 წელს. მას უჭირავს 24.4 ათ. ჰა და ხასიათდება ფლორისა და ვეგეტაციის მრავალფეროვნებით, დაწყებული ტყიან დაბლობებში, დამთავრებული მთაში, ერთიშეხედვით უსიცოცხლო ტყეებით. ტოპოგრაფიული და გეომორფოლოგიური სტრუქტურით, ნიადაგისა და კლიმატური პირობების მაღალი მრავალფეროვნებით. ტყე კარგად არის შემონახული და ფაქტიურად ხელიხლებელია. ტყე მთავრდება არყის ხეებით, Rhododendron ბუჩქებით - დაახლოებით 2700 მ ზ.დ. ლაგოდების ნაკრძალში 1000-ზე მეტი ჭურჭლოვანი მცენარეა, სულ მცირე 130 მათ სორისო ენდემურია რეგიონისთვის და ქვეყნისთვის. დამატებით, აქ აღირიცხება კავკასიური ჯიხვი, ირემი, მურა დათვი და სხვა ძუძუმწოვრები. ლაგოდების დტ ესაზღვრება აზერბაიჯანსა და რუსეთს რაც კარგ საშუალებას ქმნის ტრანს-სასაზღვრო თანამშრომლობისთვის.

ტურიზმი კარგად არის განვითარებული აღჭურვილი ვიზიტორთა ცენტრით, 5 ბილიკით, მათ შორის ერთი საგანმანათლებლო "ბუნების ცოდნის ბილიკი" ბავშვებისთვის, პროფესიონალი გამყოლით. ლაგოდების დტ ყველაზე მეტი ვიზიტორებით მესამე ადგილზეა – იმერეთის მრგვლების დტ, ბორჯომ-ხარაგაულის დტ-ის შემდეგ, 37,000-ზე მეტი ვიზიტორით 2014 წელს პირველი ათი თვის მონაცემებით. მთელ ვიზიტორთა 20% წარმოადგენს საერთაშორისო ვიზიტორებს. სტუმრებს შეუძლიათ დაათვალიერონ საქართველოში არსებული ბიოლოგიური ზონების 90% ლაგოდებსა და მის შემოგარენში.

ლაგოდების დტ-ს კარგი მდებარეობა აქვს ძირითად სატრანზიტო გზაზე რაც აკავშირებს აზერბაიჯანს თბილისსა და შავ ზღვასთან.

SWOT – ლაგოდების დაცული ტერიტორიის სიძლიერის, სისუსტის, შესაძლებლობების და საშიშროებების ანალიზი

ლაგოდების დტ-ის ძირითადი უპირატესობა არის შედარებით არც ისე დიდ ტერიტორიაზე მდიდარი ბიომრავალფეროვნება, ვიზიტორთათვის ადვილი მისადგომობა, უკვე განვითარებული ტურისტული ობიექტები, პროდუქტი და მომსახურება და პროფესიონალი nature committed მენეჯმენტი, სადაც საჭიროა ტურიზმის მასპინძლობის და მარკეტინგის სპეციალიტებით გაძლიერება. სწრაფი ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა არის ასევე მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციის ცნობიერებისა მაღლება და ტურიზმისა და მარკეტინგული სააგენტოს შექმნა რაც დააკავშირებს საზოგადო და ადგილობრივი თემის კერძო ინიციატივებს დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციასთან, გაამდიდრებს ტურისტულ შეთავაზებებს და მის ბაზარზე გატანას.

დტ-ის სიძლიერე	დტ-ის სისუსტე
> პირველი დტ, რომელიც დაარსდა 1912 წელს > მდიდარი ბიომრავალფეროვნება. > ძირითადად ხლუხლებელი ბუნება > 300 წლის ხეები. არსებობს წიწვოვანი ხეები (Taxus baccata) და სხვა ენდემური ფლორა ზედა ტყის ზოლში. > ცხოველების დაკვირვება/შეხვედრა უსაფრთ. უსაფრთხო და ძირითადად მარტივი საფეხმავლო > აზერბაიჯანიდან კარგი ტრანზიტული მდებარეობა > კულუტურული მემკვიდრეობის ღირშესანიშნაობა (მაჭს ციხე) > ტურისტული კახეთის რეგიონი საუკეთესო	> ცუდი საგზაო მანიშნებლები მთავარ გზაზე > ბილიკების მეტი მრავალფეროვნება, თემატური და მოკლე ბილიკები > არაეფექტური ინფრასტრუქტურა ვიზიტორთათვის – საკემპინგე ადგილები, მოსასვენებელი ოთახები, საპიკნიკე ადგილები > არასაკმარისი ნაგვის მართვა > არასაკმარისი პროფესიონალი გიდები > რეგიონში ღვინის მარნების და ღვინის დაჭამნიკების გარდა არასაკმარისი, სუსტი ტურისტული შეთავაზება > მწირი საჯარო ტრანსპორტი და საგზაო მანიშნებლები > უცხო ენების ცოდნის, სერვისების და

დვინით და სასიამოვნო ადგილები როგორც არის სიღნაღი, ყვარელი, თელავი	ტურიზმის ინდუსტრიის სტანდარტების სიმცირე
დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> დტ-ზე ახალი მარშრუტები > ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესი ტურიზმის განვითარებასა და შეთავაზებების გაუმჯობესებაში > მუნიციპალიტეტში ტურიზმის განვითარებისა და მარკეტინგის დეპარტამენტის შექმნა > მეტი თანამშრომლობა ზაქათალას დტ-სთან აზერბაიჯანში, საზღვართან ახლოს > საქართველოში და კერძოდ კახეთში ტურიზმის ზრდა და ეკოტურიზმზე ინტერესის გაზრდა	> ფინანსური რესურსების სიმცირე > ლეგალური და ადმინისტრაციული ბარიერები დტ-ზე ტურიზმის განვითარებისთვის > კახეთის რეგიონში ადგილობრივი მოსახლეობის არასაკმარისი მხარდაჭერა > მწირი და/ან არაშესაბამისი ნარჩენების მართვა

სქემა 32: ლაგოდეხის დტ-ის შემოკლებული SWOT ანალიზი

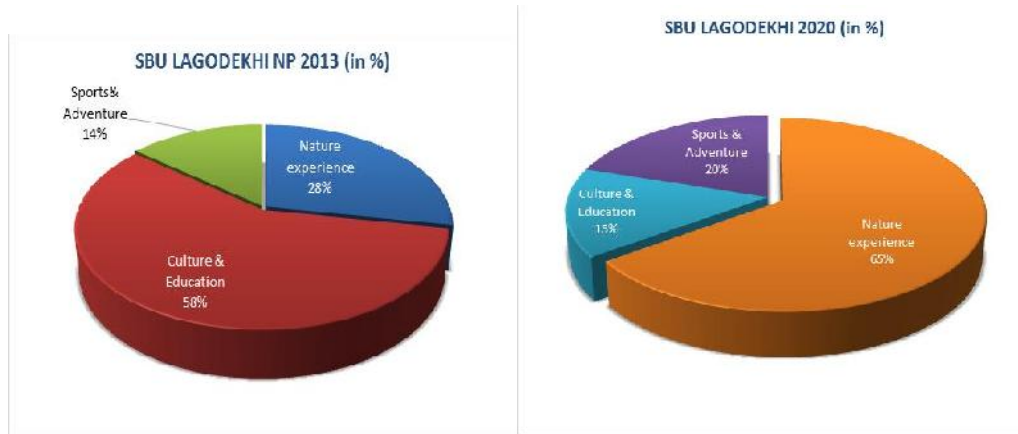
ლაგოდეხის დტ-ზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარება

ჩვენ ველით ლაგოდეხის დტ-ზე ტურიზმის შეუფერხებლად როგორც წინა წლების ტენდენციების გაგრძელებას. არსებული პროგნოზით სტუმრების რაოდენობა შეიძლება გაორმაგდეს მომდევნო 7 წლის განმავლობაში. საერთაშორისო ვიზიტორების რიცხვის წილი ჰაიზრდება კიდევ უფრო სწრაფად ლაგოდეხის დტ-ის ადმინისტრაციის და კახეთის მუნიციპალიტეტის ტურიზმის სფეროში ინტენსიური მარკეტინგული საქმიანობებით. ტურისტების უმრავლესობა იქნება ერთ-დღიანი ან მოკლე პერიოდის ვიზიტორები. შესაძლოა საერთო გეგმა არსებობდეს მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციასთან და სააგენტოსთან ერთად რომ განვითარდეს მეტი ტურისტული პროდუქტი მიმდებარე ტერიტორიაზე და გაიზარდოს ვიზიტების ხანგრძლივობა.

არსებული ვიზიტორთა კვლევის საფუძველზე, დტ-ზე უმრავლესობა ჩამოდის კულტურისა და განათლების მიზნით – განათლების მოტივაცია ჭარბობს ბავშვებში, სკოლის ჯგუფებში, მკვლევარებსა და მემკვიდრეებში. ჩვენ გვჯერა რომ ბუნება არის და იქნება მთავარი მოტივაცია მომავალში, მაგრამ ვიზიტორთა წილი ვინც ეძებს ინფორმაციას, ცოდნასა და განათლებას ბუნების შესახებ მნიშვნელოვნად გაიზარდება. მნიშვნელოვან წილს დაიკავებს ასევე რეკრეაციის, მსუბუქი სპორტული აქტივობების და ბუნებაში თავგადასავლების მოტივები. ეს მიუნიშნებს სტრატეგიული პროდუქტის განვითარებას სხე ბუნება, სხე სპორტი და თავგადასავალი და სხე კულტურა და განათლება.

ლაგოდეხის დტ-ზე ვიზიტის ძირითადი მოტივი და სხე – სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის განვითარება მოცემულია ქვემოთ მითითებულ ცხრილსა და სქემაზე (ტურისტების % რაოდენობა ცალკეული სხე-სთვის; ბოლო სვეტში მთლიანი რაოდენობა); 2020 წლის კულტურისა და განათლების დაბალი პროცენტი წარმოადგენილია სხვა სხე-ის გაძლიერების ფონზე:

Name of PA	Pleasure		Fun & Entertainment		Nature experience		Culture & Education		Sports & Adventure		Health		Business - MICE		TOTAL	No of visitors 2013	No of visitors 2020
	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020			
Lagodekhi PA					28	65	58	15	14	20					100	32,318	65,000
Total 7 PAs		2		2	62	60	33	16	5	16	0	0	0	4	100	265,419	820,000



ლაგოდების დტ-ზე ტურიზმის განვითარება კიდევ უფრო ეფექტური გახდება გადაწყვეტილების მიღებაში მეტი ავტონომიის პირობებში, მეტი პროფესიონალი კადრების აყვანაში, კერძოდ ტურიზმში, მარკეტინგსა და პროდუქტის განვითარებისთვის და მასპინძლობის ობიექტების მართვისთვის. დტ-ს აქვს საშუალება დააწესოს შესვლის საფასური, რადგან აქ უკვე არსებობს განვითარებული პროდუქტი და სერვისები და კარგი ტექნიკური პირობები დაწესდეს დტ-ის ორ შესასვლელში ორგანიზებული ფასიანი შესასვლელი. დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციის, მეგობართა ასოციაციის და მუნიციპალიტეტის ტურიზმის განვითარების და მარკეტინგის სააგენტოს ერთობლივი თანამშრომლობით შესაძლოა მიმდებარე ტერიტორიაზე სინერგიის შექმნა. ლაგოდების დტ-ზე ვიზიტების ინტენსივობა საერთაშორისო შედარებებთან კიდევ შორს არის, ჯერ კიდევ მეტი ზარიერია მისი ტევადობის ზღვრამდე ტურიზმის გაფართოების შემთხვევაში.

საჭიროა ლაგოდების დტ-ის ტურიზმის განვითარების სტრატეგია რომელიც უნდა გახდეს მუნიციპალიტეტის და მიმდებარე ტერიტორიის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ნაწილი.

13.3 მტირალას დაცული ტერიტორია – სათავგადასავლო პარკი

გზავნილი ვიზიტორებს:

ისიამოვნეთ მტირალას სიმწვანით და შავი ზღვის სილურგიტ და იგრძენი ბუნების ძალა.

მტირალას დტ მდებარეობს აჭარა-იმერეთის ქედის დასავლეთ ნაწილში, ქობულეთი-ჩაქვის ქედზე. ტერიტორიას უკავია 15.7 ათ. ჰა. დტ იცავს ფლორას და ფაუნას - იშვიათი და გადაშენების პირას მყოფ ენდემურ და რელიქტურ სახეობებს. გამორჩეულია კოლხური ტყის მაგალითით, დასავლეთ საქართველოში ნაპოვნი ტყის ჰაბიტატების ტიპით. ეს ტყეები გამოირჩევიან ხშირი მარადმწვანე ქვეტყით და ლიანებით და საოცრად მდიდარი ენდემური და რელიქტურის სახეობით. მტირალას დტ ცნობილია ხშირი წვიმით და ნისლით რაც მტირალას ლანშაფტს განსაკუთრებულს ხდის (სახელწოდება "მტირალა" გამომდინარეობს სიტყვა "ტირილიდან"). იგი გრძელი ტურისტული მარშრუტით უკავშირდება ქობულეთის დტ-ს.

მტირალას დტ მდებარეობს ტურისტულ რეგიონში - აჭარას ავტონომიურ რეგიონში რომელიც ცნობილია საერთაშორისო კურორტი ბათუმით. კურორტი 25 კმ-ში მდებარეობს მტირალას დაცული ტერიტორიიდან. მიუხედავად ამ დიდი უპირატესობისა, მტირალას დტ -ზე არ აღირიცხება ბევრი ვიზიტორი. აქ 2014 წლის პირველ 10 თვის მანძილზე იყო 22.142 ტურისტი რომელთაგან 27,7% იყო საერთაშორისო ვიზიტორი.

მტირალას დტ აქვს კარგად აღჭურვილი ვიზიტორთა ცენტრი, ადმინისტრაციის შენობა და თავლის სახლი ადგილობრივი ბუნებრივი პროდუქტებით. აქ არის 2 ტურისტული ბილიკი - 1- დღე »ცივწყაროს ბილიკი « - 7 კმ და 2-დღიანი ბილიკი »წაბლის ბილიკი« - 23კმ. და ახალი ორო მიმზიდველი პროდუქტი უფრო თავგადასავლების მოყვარულთა ვიზიტორებისთვის: ზიპლაინი და კანიონინგი.

SWOT – მტირალას დაცული ტერიტორიის სიძლიერის, სისუსტის, შესაძლებლობების და საშიშროებების ანალიზი

მტირალას დტ-ის ძლიერი მხარეა მდიდარი ბიომრავალფეროვნება და გეოგრაფიული მდებარეობა მაღალი ტურისტული მოთხოვნით რაც გამოწვეულია შავ ზღვაზე ჩამოსული ტურისტებით. დტ ადმინისტრაცია არ

აკეთებს დიდ აქცენტს ტურიზმის განვითარების მიმართულებით და იგი ასევე არ თანამშრომლობს ბათუმის პროფესიონალ სააგენტოსთან-აჭარის DMO (ადგილის მართვის ორგანიზაციასთან). მტირალას სუსტი მხარეა ცუდი გზის გამო ძნელი მისადგომობა, ავტოსადგომის პრობლემა დაარაორგანიზებულობა, მარკეტინგისა და HR, ტურიზმისსფეროში.

დტ-ის სიძლიერე	დტ-ის სისუსტე
> მიმზიდველი ბუნებება, მდიდარი ბიომრავალფეროვნება, სუფთა გარემო > კარგად აღჭურვილი ვიზიტორთა ცენტრი > რამდენიმე მიმზიდველი ბუნების დასათვაგადასავლო ბილიკი > სხვა დაცულ ტერიორიებთან კავშირი (ქობულეთთან) > მთავარი გზიდან ადგილად მისადგომი ადმინისტრაციულ შენობასთან > საკმაოდ კარგად ცნობადი, თანამშრომლობენ აჭარის ტურისტული ინსტიტუტები	> პარკთან მისასვლელი გზა ცუდ მდგომარეობაშია > ავტოსადგომის პრობლემა > უსაფრთხოების ზომები და ბილიკების შეკეთება ხშირი წვიმისა და სარისკოსათვაგადასავლო აქტივობებისთვის > პროფესიონალი გიდების და კადრების ნაკლებობა > მობილურისატელეკომუნიკაციო საშუალებების ცუდი დაფარვა > ნარჩენების მართვის პრობლემა
დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> ჩაქვისთავის მოსახლეობა - შესთავაზოს ტურისტული მომსახურება, რომელიც გათვალისწინებულია ტურიზმის განვითარების გეგმაში > ბევრისაერთაშორისო და ადგილობრივი ტურისტის ვიზიტი შავი ზღვის სანაპიროზე განსაკუთრებით აზიზებისთვის > ბათუმი მნიშვნელოვანი საკრუიზო არეალი ხდება > სწრაფად განვითარებადი ბიზნესი – MICE ტურიზმი არაზაფხულის თვეებში ვიზიტორებით > კარგად ორგანიზებული და ბაზარზე ორიენტირებული აჭარის DMO/ადგილის მართვის ორგანიზაცია > თურქეთთან სიახლოვე	> დტ-ზე ტურისტული ობიექტების არაკონტროლირებადი განვითარება > დტ-ის ადმინისტრაციის არასაკმარისი ინტერესი ტურიზმის განვითარების მიმართ > სამართლებრივი და ადმინისტრაციული ტურიზმის განვითარების დაბრკოლებები > ავტოსადგომის ინფრასტრუქტურა არ არის გაუმჯობესებული > კოლხური ტყის შემცირება სხვა სახეობებთან ერთად - ინტენსიური სოფლის მეურნეობის განვითარების ხარჯზე

სქემა 33: მტირალას დტ-ის შემოკლებული SWOT ანალიზი

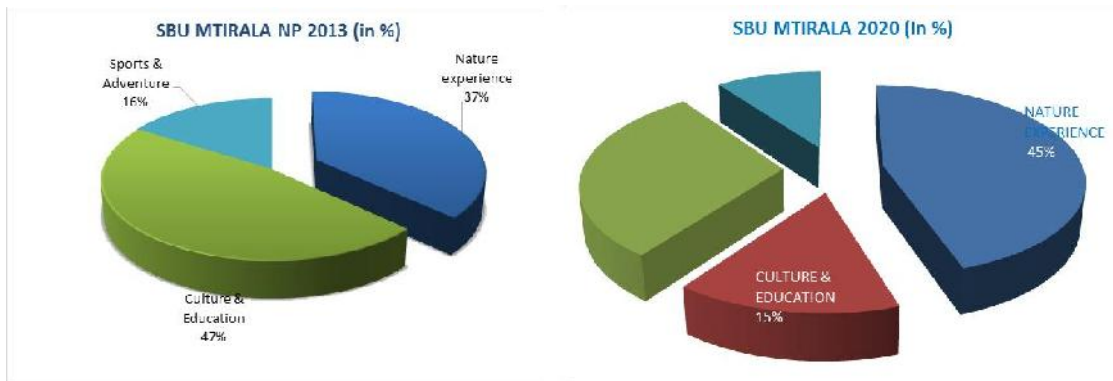
მტირალას დტ-ზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარება

მტირალას დტ-ზე ტურიზმის განვითარება მომავალში უნდა ეფიქნებოდეს მდგრად სტრატეგიას რომელიც ემყარება ძირითად ბაზარს: შავი ზღვის აუზის ვიზიტორებს და ბუნების მოყვარულებს. დტ იქნება უფრო დომინანტური ერთი დღის ვიზიტორთათვის და ამ შემთხვევაში არ არის ღამის გასათევი საშუალებების საჭიროება. საოჯახო სასტუმროები, კოტეჯები და საკარვე ადგილები დააკმაყოფილებს ვიზიტორებს ვინც დიდი ხნით რეგულარულად ტერიტორიაზე. შავი ზღვის რეგიონში დასასვენებლად ჩამოსული ტურისტების მაღალი მოთხოვნის პოტენციალის არსებობს გამო, საჭიროა ნახევარი და მთელი დღის ტურისტული მარსრუტების განვითარება ბუნებაში ექსკურსიების განსახორციელებლად, კარგი კვების ადგილების, ექსკურსიების, ტრადიციული პორტუგალიის, ხელსაქმისა და სუვენირების შეთავაზების მომსახურების შეთავაზება. უნდა აღინიშნოს რომ მტირალას დტ-ზე ტურისტული პროდუქტის განვითარება, მარკეტინგი, ექსკურსიების ორგანიზება და სტუმრებთან ურთიერთობა მოითხოვს პროფესიული კადრების არსებობას.

კვლევა აჩვენებს რომ 2020 წელს მტირალას დტ უმასპინძლებს დაახლოებით 85,000 ვიზიტორს – 4-ჯერ მეტს ვიდრე 2014 წელს. პოტენციური მოთხოვნა ბევრად დიდია და მტირალას დტ შესაძლოა გახდეს უფრო ტურიზმზე ორიენტირებული და მეტად ეფექტური დტ საქართველოში, მოსალოდნელია რომ ვიზიტორთა უმრავლესობა ეწვევა დტ-ს ბუნებაში გამოცდილების მისაღებად. ამიტომ ტურისტული პროდუქტის განვითარებისას მეტი აქცენტი უნდა გაკეთდეს ბაზარზე. ჩვენი ვარაუდით ზიპლაინის და კანიონინგის განვითარება გაზრდის სპორტისა და თავგადასავლების მოყვარულ ვიზიტორებს. მისი წილი შეამცირებს კულტურისა და განათლების გამოცდილების მოყვარულთა რიცხვს 2014 წელთან შედარებით, და ჩვენ ვიმედოვნებთ ასევე ბიზნეს ვიზიტორების – MICE ვიზიტორების როგორც არის სემინარები, სამუშაო ჯგუფი ჩამოყალიბება, მცირე შეხვედრები და ტვინისშტორმი ბუნებრივ გარემოში მოთხოვნადი გახდება სამომავლოდ, განსაკუთრებით ბათუმში MICE ტურიზმის გაზრდით.

სბე-ის, სტრატეგიული ბიზეს ერთეულის როგორც პორდუქტების და სერვისების ჯგუფის შემადგენლობა რომელიც აკმაყოფილებს სხვადასვა მოტივაციის მქონე ვიზიტორთა მოთხოვნას მითითებულია ცხრილსა და სქემაში (სბე-ის რაოდენობა წარმოადგენს ბოლო ორ სვეტში მითითებული მთელი რ-ის %-ს):

Name of PA	Pleasure		Fun & Entertainment		Nature experience		Culture & Education		Sports & Adventure		Health		Business - MICE		TOTAL	No of visitors 2013	No of visitors 2020
	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020			
Mtiral PA					37	45	47	15	16	30			10		100	16,358	85,000
Total 7 PAs		2		2	62	60	33	16	5	16	0	0	0	4	100	265,419	820,000



მეტი ინტენსიური ტურიზმის განვითარებით და დტ-ის შეთავაზებების მრავალფეროვნებით, ორგანიზებული მსპინძლობით და დტ-ის ადმინისტრაციის პროფესიონალი კადრებით შესაძლოა მეტი წლიური შემოსავლის მიღება კომერციული აქტივობებიდან. მტირალამ შესაძლოა შემოიღოს შესასვლელის ფასი. მიზანშეწონილია დტ-ზე ადმინისტრაციის ინიციატივით ჯგუფური ვიზიტების ორგანიზება სადაც საწყისი წერტილი იქნება ადმინისტრაციის შენობასთან ახლოს ხოლო ადმინისტრაციის შესასვლელი დარბაზი გამოიყენება როგორც ვიზიტორთა ცენტრი.

რადგან ამ ეტაპზე დტ-ზე მისასვლელი ცუდ მდგომარეობაშია, ალტერნატიული იდეაა გონდოლით მისასვლელის გაუმჯობესება – საბაგირო შესაძლოა შეფასდეს. ეს საგრძნობლად შეამცირებს მგზავრობის დროს მაღალმთიან ადგილებში, იქნება მიმზიდველი და ტრანსპორტის და გზაზე საცობების შემცირებით დადებითად იმოქმედებს პარკის მდგრადობაზე.

13.4 თბილისის დაცული ტერიტორია - ქალაქ თბილისის სიმწვანე და დასასვენებელი პარკი

გზავნილი ვიზიტორებს

ისიამოვნე მწვანე ბუნებით თქვენს სახლთან ახლოს, აღიდგინეთ თქვენი ცხოვრების ენერგია, დაისვენეთ და იგრძენით თავისუფლება

თბილისის ეროვნული პარკი საგურამოს ნაკრძალის საფუძველზე დაარსდა, რომელიც შეიქმნა 1957 წელს. პარკი თბილისიდან 25 კმ-ში მდებარეობს და შედის ქალაქის მწვანე ზონაში. საგურამოს ნაკრძალი დაარსდა საქართველოსთვის დამახასიათებელი ტყის და ტყის ბინადართა დაცვის მიზნით. მისი ფართობია 23.2 ათ. ჰა. დამატებით 328 ჰა საგურამოს, გლდანის, მარტყოფის, ლუღელს და გარდაბანის ჩათვლით. იგი მდებარეობს საქართველოს ორ მნიშვნელოვან ქალაქთან - მცხეთა და თბილისი ახლოს.

თბილისისდაცულტერიტორიაზე მცენარეები საკმაოდმრავალფეროვანია. აქ შეგიძლიათიხილოთ675 სახეობისბალახოვანიდამერქნიანიმცენარე, მათშორის 104 სახეობისხედაბუჩქი. თბილისის ფაუნა საკმაოდ მდიდარია. ძუძუმწოვრებს შორის ყველაზე გავრცელებული სახეობებია წითელი მელა და რუხი მგელი. ტყის კვერნა და სინდიოფალა შეგიძლიათ იხილოთ თითქმის ყველგან. მტაცებლებს შორის იშვიათად შეხვდებით ფოცხვერს, მურა დათვს.

თბილისი დტ უშუალოდ ესაზღვრება ქართული არქიტექტურის შედევრს მცხეთას და მის შემოგარენს, რაც UNESCO დაცვის ქვეშ არის, ესენია: სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი (მე -11 ს), ამავე პერიოდის სამთავროს ეკლესია, შიო მღვიმის სამონასტრო კომპლექსი (მე -6 ს), ჯვრის მონასტერი და ზედაზენი.

თბილისის დტ-ის ტერიტორია ტურისტული თვალსაზრისით საინტერესოა, მაგრამ დღეისათვის ტურისტული ინფრასტრუქტურა ძლიან მწირია, არ არსებობს გზის მანიშნებლები, ტურიზმის-მასპინძლობის სპეციალისტები, არ არის ტურიზმის განვითარების გეგმა. მხოლოდ ველი ადმინისტრაციული შენობაა ტურიზმის ინფორმაციის ცენტრით. დტ-ს სტატისტიკით, 2014 წლის პირველი 10 თვის მანძილზე დარეგისტრირდა 7,910 ვიზიტორი, მთ შორისო 23.2% იყო საერთაშორისო ვიზიტორი. ამჟამად, დტ-ზეარის 10 კმ საფეხმავლო ბილიკი და 38 კმ სიგრძის საშუალო სირთულის და რთული ბილიკები.

SWOT – თბილისის დაცული ტერიტორიის სიძლიერის, სისუსტის, შესაძლებლობების და საშიშროებების ანალიზი

თბილისის დტ-ის შემთხვევაში ჩვენ შეგვიძლია მხოლოდ მის პოტენციალზე ვისაუბროთ. მისი ბუნების, კულტურული მემკვიდრეობისა და სულიერი ფასეულობების სიმდიდრე და მიმზიდველობა ქმნის მოთხოვნის დიდ შესაძლებლობებს. ესმისცემსთბილისისდტ-ს ტურისტული კუთხით ერთ-ერთიყველაზემიმზიდველი დაცულ ტერიტორიის სტატუსს თავისი მაღალი ბუნებრივი, მიმზიდველი ტურისტული და საგანმანათლებლო ღირებულებებით.

დტ-ის სიძლიერე	დტ-ის სისუსტე
> მდიდარი და ხელუხლებელი ბუნება > მიმზიდველი ხედები > სასიამოვნო - გამაგრებელიკლიმატიზაფხულში > ძალიანკარგადგელმდებარეობა, თბილისთანახლოს > მარტივად წვდომადი თბილისიდან და ყაზბეგში და შემდეგ რუსეთში მიმავალი სატრანზიტო გზიდან > პოპულარულისანახაობა / ატრაქციონებიპარკისტერიტორიაზე - ჯვრისმონასტერი, ზედაზენი > მცხეთა: ტურისტულად მიმზიდველი, სადაც ძალიან ბევრი ტურისტია ყოველწლიურად > სიონისწყალსაცავი, კარგი ადგილიოჯახური დასვენებისთვის, ოჯახები ქირაობენ სახლებსანაქვთ ისვენებენ საკუთარგარაკებზე > სოფელი ცხვარიჭამია, სადაც ბევრ ოჯახს აქვს აგარაკი ან აქირავენს სახლებს ზაფხულში	> ტურისტებისთვის მწირი ინფრასტრუქტურა > არ არის ადმინისტრაციული შენობა და ვიზიტორთა ცენტრი > არ არის გზის მაჩვენებლები > არ არის ცნობადი თბილისის მაცხოვრებლებსა და ჩამოსულ ვიზიტორთათვის
დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> თბილისის მაცხოვრებლების მაღალი	> დტ-ის სპონტანური განვითარება რომელსაც

პოტენციური მოთხოვნა შაბათ-კვირის დასვენებასა და რეკრეაციაზე > ტრანზიტული მოგზაურების პოტენციური მოთხოვნა ვინც ყაზბეგის და რუსეთის მიმართულებით და/ან პირიქით მოგზაურობს	უარყოფითი გავლენა მოჰყვება > მასიური ვიზიტი, ვიზიტორთა ნაკადების არასათანადო მართვით
--	---

სქემა 34: თბილისის დტ-ის შემოკლებული SWOT ანალიზი

თბილისის დტ-ზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარება

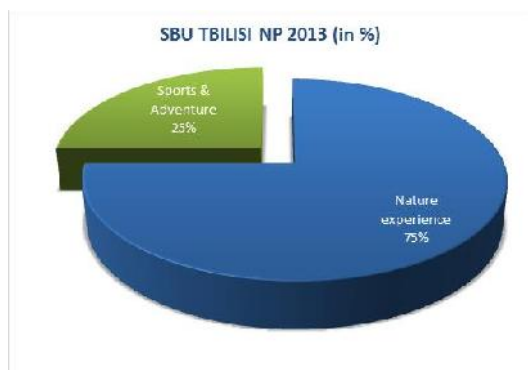
თბილისის დტ აქვს ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების პოტენციალი.

მთელი ტერიტორია შესაძლოა განვითარდეს როგორც მწვანე დასვენებისა და გართობის პარკი თბილისის მაცხოვრებელთათვის, ოჯახებისთვის და ბავშვებისთვის, სპორტსმენებისთვის და ბუნებრივი რესურსების სპეციალისტებისთვის. ტრანზიტული მოგზაურები ყაზბეგის და რუსეთის მიმართულებით და/ან პირიქით შესაძლოა გაჩერდნენ დტ-ზე. ბევრი ვიზიტორია მცხეთაში, ჯვრის მონასტერსა და ზედაზენზე, ვინც დტ-ის პროდუქტისა და სერვისების პოტენციური მოსარგებლეა.

ჩვენი ვარაუდით, გონივრული ტურიზმის განვითარების პოლიტიკით, თბილისის დტ-ზე უნდა ღირებოს სულ ცოტა 150,000 ვიზიტორი 2020 წელს, ძირითადად თბილისიდან ჩასული ან საქართველოში მცხოვრები ვიზიტორები, თუმცა საერთაშორისო მოგზაურებიც. თუკი დღეს დტ-ს ვიზიტორთა უმეტესობა უბრალოდ დასვენებისა და ბუნების განცდის მიზნით სტუმრობს ტერიტორიებს, 2020 წელს დტ-ზე გაჩნდება ის ვიზიტორებიც რომელთა მოტივაცია იქნება სპორტი და თავდასასვალი, ან გართობა და შემეცნება. დამატებით, ბინეს -MICE სეგმენტიც საინტერესოა თბილისის ბიზნესს და MICE ღონისძიებებსთვის.

სბე – სტრატეგიული ბიზნესს ერთეული რომელიც გვიჩვენებს იმ ტურისტული როდუქტის განვითარებას რაც პოტენციურ ტურისტთა მოტივაციაზეა დაფუძნებული ნაჩვენებია ქვემოთმოცემულ ცხრილსა და სქემაზე (სბე-ის რაოდენობა, როგორც მთლიანი ვიზიტორთა რიცხვის % რაც მითითებულია ბოლო ორ სვეტში):

Name of PA	Pleasure		Fun & Entertainment		Nature experience		Culture & Education		Sports & Adventure		Health		Business - MICE		TOTAL	No of visitors 2013	No of visitors 2020
	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020	2013	2020			
Tbilisi PA				10	75	40		10	25	30				10	100	20,215	150,000
Total 7 PAs		2		2	62	60	33	16	5	16	0	0	0	4	100	265,419	820,000



თბილისის დტ -ს ესაჭიროება ტურიზმის განვითარების გეგმა სწრაფად და მარკეტინგის და მასპინძლობის პროდუქტის და სერვისების განვითარება. ტურიზმის განვითარება უნდა ემყარებოდეს მდგრადობის პრინციპებს, რადგან აქ არის მასიური ტურიზმის განვითარების რისკი (განსაკუთრებით სეზონის პიკზე) რამაც შეიძლება დააზიანოს ბუნება და ნეგატიურად აისახოს იმ ვიზიტორებზე რომლებიც მომსახურების მაღალი ხარისხის მომსახურებას. თბილისის დტ უნდა იყოს ღია ვიზიტორთათვის შესასვლელის საფასურის გარეშე, თუმცა უნდა არსებობდეს პროდუქტის და სერვისის გამოყენებისას გადასახადი, დაწყებული ავტომობილების სადგომიდან, ექსკურსია მძღოლის გიდის, აღჭურვილობის დაქირავების, სხვადასხვა კურსების, კვების, სუვენირების და სხვ. დამთავრებული. დტ ტურისტული კომერციული საკმინაზის საფუძველზე შესაძლოა იყოს თვითდაფინანსებაზე.

13.5 თუშეთის დაცული ტერიტორია - კარგად შემონახული სილამაზე და ბუნების საიდუმლო

გზავნილი ვიზიტორებს

ისიამოვნე სუფთა ხელუხლებელი ბუნებით, გასაოცარი ხედებით და შეეხე ცას, და მოუსმინე თუშეთის ლეგენდას

თუშეთი კავკასიის მთების აღმოსავლეთში მდებარეობს. ევროპაში ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დტ, რომლის ფართობია 113.6 ათ. ჰა, ულამაზეს მაღალმთიან რელიეფს მოიცავს, თუშეთს ესაზღვრება დაღესტანი აღმოსავლეთით, ფშავ-ხევსურეთი დასავლეთით, ჩეჩნთ -ინგუშეთი ჩრდილო აღმოსავლეთით და კახეთი სამხრეთით. თუშეთის ესაზღვრება წყალგამყოფი მაღალი ქედები სიმაღლით 3,000-4,500 მეტრი. ამ მაღალმთიანი კუთხის მთელი ზედაპირი დაფარულია სწრაფი მდინარეებით რომლებიც მაღალი მწვერვალებიდან მოედინებიან ორი დიდი მდინარის სახით - გომეწრის ალაზანი და პირიქით ალაზანი.

თუშეთის საფრთხისწინაშე მყოფი აღმოსავლეთ კავკასიური ჯიხვის, არჩვის დანია მორის სახლია. სხვა ცხოველები, მათ შორის შველი, გარეული ღორი, მურადათვი, მელადა მგელი. 120 სახეობის ფრინველი ბინადრობს თუშეთში, მათ შორის გადაშენების პირას მყოფი კავკასიური მურთხი დაროჭი. 230

ენდემური ჯიშის მცენარეები გვხვდება რეგიონში; მათ შორის არის წითელი არყი, დეკა.

ეროვნული პარკში მდებარეობს ადმინისტრაციულ შენობა, სადაც ინტეგრირებულია სასტუმრო ოთახები, კაფეტერია და ვიზიტორთა ცენტრი, საკონფერენციო და საგამოფენო დარბაზებით, სადაც საინტერპრეციო და საინფორმაციო დაფებია სტუმართათვის მოთავსებული. სტუმრებს შეუძლიათ დაგვემონ სხვადასხვა სახის ტური თუშეთის ღირსშესანიშნაობების სანახავად და მოიპოვონ ინფორმაცია არსებული მომსახურების შესახებ.

თუშეთში მოგზაურობა შესაძლებელია მხოლოდ 4-5 თვის მანძილზე წელიწადში, მაგრამ კიდევ უფრო მეტი ვიზიტორს იზიდავს თავისი თოვლიანი მწვერვალებით, ალპური სამოვრებით, უნიკალური ხელშეუხებელი ფიჭვის ტყეებით, კრილა ნაკადულებით და მდინარეებით; ძველი სოფლებით და კარგად შემონახული შუასაუკუნოვანი კოშკებით. დღესდღეობით ვიზიტორთათვის შემდეგი სახის სერვისები/შეტავაზებებია თუშეთში: სასტუმრო მოსახურება, სასტუმროს, გიდის, ცხენების, ჯიპების ქირავნობა და სხვ. აღჭურვილების ქირავნობა არის ასევე შესაძლებელი. თუშეთის დტ აქვს 11 მარშრუტი, მელიც ვიზიტორებს საშუალებას აძლევს დაიცვან და გახდეს თუშეთის უნიკალური ისტორიული-კულტურული და ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობები. მიუხედავად თუშეთის დტ-ის ადმინისტრაციის პროფესიონალიზმისა და ტა ძალიან პროფესიონალიზმისა და ადგილზე ტურიზმის განვითარებისა, ადმინისტრაციას ესაჭიროება ტურიზმის-მასპინძლობის პროფესიონალი კადრები. თუშეთის დტ-ზე კარგად ორგანიზებული ვიზიტორთა ცენტრია რომელსაც ზემოთ აღნიშნული სტუმრის ოთახების, კაფეტერიისა და დარბაზების გარდა აქვს დიდი პლატფორმა შენობის წინ სხვადასხვა ღონისძიებების მოსაწყობად.

თუშეთის დტ, ერთე-ერთი ყველაზე პოპულარული ტურისტული დტ ტურისტებისთვის, განსაკუთრებით საერთაშორისო ვიზიტორებისთვის. ოფიციალური სტატისტიკა ვერ გვაჩვენებს ზუსტ ვიზიტორთა ზუსტ ციფრს. 2014 წლის პირველ 10 თვის მანძილზე დტ-ს ეწვია 9,786 ვიზიტორი, მათი 54.8% უცხოელია. ჩვენი ვარაუდიტ დტ-ზე 3-ჯერ მეტი ვიზიტორია ვიდრე ოფიციალური სტატისტიკა გვიჩვენებს.

SWOT – თუშეთის დაცული ტერიტორიის სიძლიერის, სისუსტის, შესაძლებლობების და საშიშროებების ანალიზი

მრავალფეროვანი პროდუქტითა და სერვისებით და სამომავლოდ განვითარების უდიდესი პოტენციალით. მოკლე ზაფხულის სეზონი ზღუდავს ტურიზმის განვითარებას, ასევე ალვანიდან რთული მისასვლელი გზა ერთი მხრივ თუშეთს მასიური ვიზიტებისგან იცავს. თუშეთში ტურიზმის განვითარების დამატებითი ღირებულებაა მისი კავშირი ფშავ-ხევსურეთის დტ-სთან, კარგად განვითარებული ტურიზმი კახეთში, ძველი თუშური დასახლების ურბანული და არქიტექტურული რეაბილიტაცია და მეგობრული ადგილობრივი მოსახლეობა, ვინც მასპინძლობს სტუმრებს თავის პატარა სასტუმრო სახლებში, ასევე სთავაზობს ზურგჩანთა მოკიდებულ სტუმრებს საკარვე ადგილებს თავიანთ ეზოებში.

დტ-ის სიძლიერე	დტ-ის სისუსტე
> გამორჩეული	> მისასვლელი გზა ცუდ მდგომარეობაშია და რთულად მისასვლელია

ხალხური არქიტექტურა და ტრადიციული შენობები > ხელშეუხებელი ბუნება და დიდი მრავალფეროვნება > სტუმართმოყვარე ადგილობრივი მოსახლეობა ადგილობრივი და ორგანიზებული პროდუქტით > კარგი ვიზიტორთა ცენტრი კავსთან და საგამოფენო დარბაზთან ერთად > საფეხმავლო / საცხენოსნო ბილიკები, კარგი კავშირი კახეთთან, ფშავ-ხევსურეთთან სადაც ასევე კარგი ბილიკებია ხევთან/ყაზბეგთან დასაკავშირებლად > მოტივირებული ადგილობრივი ხალხი / საზოგადოება > საოჯახო სასტუმროების უმეტესობას აქვს მზის სისტემის აღჭურვილობა და ცხელი წყლის და ელექტროენერგიის მიწოდება > კახეთის ღვინის რეგიონი, რომელიც ძალიან პოპულარულია ტურისტებში > კულტურული ძეგლები და მონასტრები: შუამთა, წინანდალი, დავით გარეჯის, ნეკრესი, ალავერდი	> მოკლე ზაფხულის სეზონი > წყლის მიწოდების პრობლემა > ნარჩენების და კანალიზაციის პრობლემა > ცუდი ადგილობრივი გზები > შეზღუდული ინტერნეტი > ომსახურების უნარების სიმცირე > არანაირი გასართობი და ალტერნატიული შეთავაზებები ტურისტებისთვის > არ არის ტრადიციული პორდუქტი შეფუთული და მარკირებული, გარდა ხელნაკეთი ნივთებისა > სასტუმროს სახლების მფლობელების დამწარმოებლების ბიზნეს ურთიერთობების ნაკლებობა > რამდენიმე ბილიკის მანიშნებლები არ არის ზუსტი ანუ ადგილოა > ზოგიერთი განმარტებითი მნიშვნელობის ცუდი დგომარეობაა > არასაკმარისი გზის მანიშნებლები თელავსა და ალვანში > უსაფრთხოებისთვის არ არის პირველადი დახმარების სერვისი
--	---

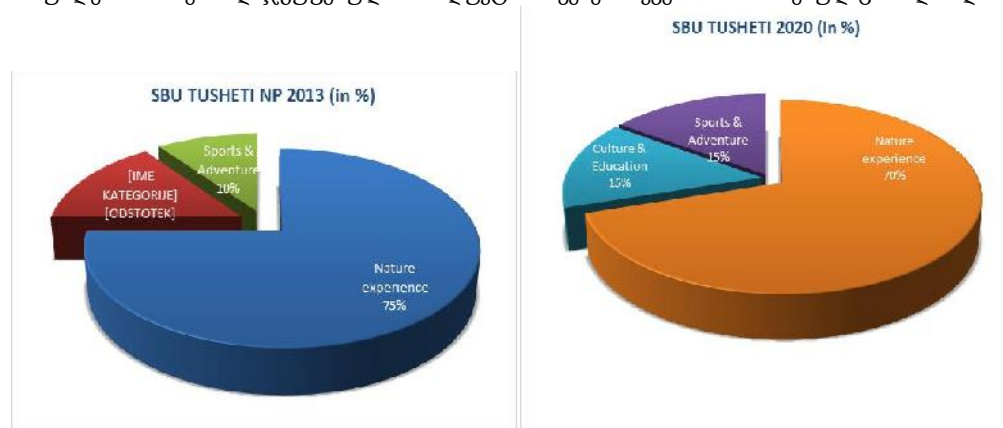
დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> კარგი შესაძლებლობები განვითარდეს მაღალი ხარისხის სათემო დაეკო-ტურიზმის > ბევრი შესაძლებლობები განვითარდეს სახლი, მრავალფეროვანი, თემატური, მოკლედ აგრძელები ტურისტული ბილიკები > კულტურული ტურები უკავშირდება პრეისტორიული ძეგლებს და ძეგლებს მაშინდელი მემკვიდრეობის სახლი სეგმენტით უმეტეს ტურიზმის განვითარებისთვის > შესაძლებლობა განვითარდეს ტრადიციული პროდუქტი (ყველი, თაფლი), სამზარეულოს და დონის ძეგლები > ტრადიციული არქიტექტურის რეაბილიტაცია და განვითარება (სოფელი დართლო)	> ტურისტებისგან მაღალი „ზეწოლა“ ტურისტული სეზონის პერიოდში > მზის სისტემები ძველია და ძალიან მალე შეიძლება შეწყვეტოს მუშაობა > წყლის დანარჩენების პრობლემები, რომლებიც განსაკუთრებით წარმოიქმნება კომპაქტურად დასახლებულ ადგილებში > ტურისტულ ადგილებში ზოგიერთ სოფელში ადგილობრივი მოსახლეობა შენებთან არემონტებს სახლებს არაა დეკორატიული, მაგალითად, არ ინახება ტრადიციული არქიტექტურის. > არსებობს კონფლიქტი ადგილობრივ მოსახლეობასა და ვიზიტორებს შორის ძირითადად ტურისტების მხრიდან ადგილობრივი ტრადიციების იგნორირებისა და დარღვევის შედეგად.

სქემა 35: თბილისის დტ-ის შემოკლებული SWOT ანალიზი

თუშეთის დტ-ზე სამომავლოდ ტურიზმის განვითარება

თუშეთის დტ-ზე ტურიზმი უნდა ეფუძნებოდეს მაღალი ხარისხის სტარტაპების პროდუქტებსა და სერვისებს არა მასიური ტურიზმისთვის, ნამდვილი ეკოტურისტებისთვის ვინც პატივს სცემს ბუნებას და მის ღირებულებას. ჩვენი ვარაუდით, ასევე იმის გათვალისწინებით რომ 2013 წლის ოფიციალური სტატისტიკით მეტად ნაკლები ტურიზტი დაფიქსირებული დტ-ზე, 2020 წლისთვის ტურიზტების მატება ძალიან გაიზარდება. ამდენად, ჩვენ ვარაუდით, საერთო რაოდენობისათვის თუშეთის დტ-ის დეველოპმენტს 75,000. ვიზიტორთა მთავარი მოტივაცია კვლავ დარჩება ბუნება და მისი ღირებულება, როგორც მცირე რაოდენობით იქნება კულტურა და განათლება და სპორტი და რეკრეაცია. ეს იწვევს სბე- სტრატეგიული ბიზნესს ერთეულის პროდუქტის განვითარების ორიენტაციას სადა შეთავაზდება ფოკუსირებულია მათთვის ვინც ეძებს ბუნებაში დასვენებას, აუთენტური ბუნების შეგრძნებას, თავის წარმომავლობასთან დაბრუნებას, მშვიდისა და სიმშვიდის განცდას ბუნებრივ გარემოში, ურბანული გარემოდან გაქცევას, ბუნებრივი რესურსების/გარემოს შესწავლა, დასვენება და რელაქსაცია

ბუნებაზე, როგორც დომინანტ სბე-ზე ფოკუსირება გვაძლევს თუშეთის უნიკალური იმიჯის და ბრენდის შექმნის სასაუბრებს. 3 სბე-ში დაჯგუფებული პროდუქტი ნაჩვენებია ქვემოთ მოთხრობულ ცხრილსა და სქემებზე.



სამომავლოდ ტურიზმის განვითარება თუშეთში უნდა განხორციელდეს პროდუქტის განვითარებისა და მარკეტინგის მეტი პროფესიონალი კადრებით. პროდუქტის და სერვისის მაღალი ხარისხი მიიღწევა სპეციალური ხარისხის ნიშნის მინიჭებით – მაგალითად »თუშეთის დტ-დან« ან »თუშეთის დტ-ის «ან» »თუშეთის დტ- Q« რაც იმის გზავნილია რომ თუშეთის დტ-ის პროდუქტი მაღალი ხარისხის არის, დაკავშირებულია დტ-სთან და ნატურალურია. ეს მეტ საშუალებას იძლევა გაიყიდოს პროდუქტი/სერვისი დტ-ის ვიზიტორებზე, რაც დაფინანსების წყაროს შექმნის ადგილზე. თუშეთის დტ-ზე შესვლა შესაძლოა იყოს ფასიანი,

თუმცა ამ ეტაპზე გარკვეულ პრობლემებს შექმნის იმ ადამიანისებითვის ვიც აქ არის თუშეთის მკვიდრი, თუმცა სეზონურად უწევთ რეგიონში ასვლა, რადგან ჩართული არიან ტურისტულ საქმიანობაში, ეხმარებიან საოჯახო სასტუმროს მფლობელებს და/ან მეგობრები ან ნათესავები, ვინც თუშეთში ადის სტუმრად და სხვ. მეორეს მხრივ, შესასვლელი გადასახადის დაკისრება თუშეთის მსვლელი მგზავრებისთვის /გზის გამოყენებისთვის ასევე გამოიწვევს გაუგებრობას და უარყოფითეფექტს.

თუშეთის მგრძნობიარე ბუნების, მწირი წყლის და ენერგორესურსების დაზაფხულში ადგილობრივი მაცხოვრებლების სიმცირის გამო, ტურიზმის განვითარება უნდა იყოს მკაცრად მდგრადი, რომელიც ეფუძნება ეკოტურიზმის პრინციპებს, რომელიც პატივს სცემს ადგილობრივ ინტერესებს. თუშეთში უნდა ავიცილოთ მასიური ტურიზმი და კომერციალიზაცია რაც მოჰყვება ტურიზმის განვითარებას როდესაც ის ვითარდება მკაფიო სტრატეგიის გარეშე.

14 სტრატეგიული ტურიზმის განვითარების გავლენის შეფასება

14.1 ეკონომიკური და სოციალური გავლენა

უდავოა, რომ საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ვიზიტების რიცხვი მომავალში საგრძნობლად გაიზარდება. დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და ტერიტორიულმა ადმინისტრაციებმა სათანადო ორგანიზება უნდა გაუწიონ თავიანთ დაქვემდებარებაში მყოფ დაცულ ტერიტორიებს, რათა მათ შეძლონ ვიზიტორთა ნაკადების მართვა და დააკმაყოფილონ მათი მოთხოვნები და მოლოდინები. ვიზიტორების მოლოდინი იქნება უფრო მეტი ტურისტული პროდუქტი და სერვისები, საერთაშორისო სტანდარტები და მაღალი ხარისხი, უკეთესი ინტერპრეტაცია და აღნიშნული სერვისების მისაღებად სურვილი ექნებათ გადაიხადონ შესაბამისი თანხა. დაცული ტერიტორიები მიიღებენ სარგებელს, როგორც მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით, ასევე პროდუქტებისა და სერვისების შემდგომი განვითარებისა და ვიზიტორთა ცნობიერების ამაღლების თვალსაზრისით ბუნებრივი ფასეულობების სფეროში. ამასთანავე, ეს სარგებლის მომტანი იქნება ადგილობრივ თემებში ტურიზმის განვითარების კუთხითაც.

ჩვენ ვვარაუდობთ, რომ ტურიზმიდან შემოსავლები 2020 წლისთვის გაიზარდება 7.5 მილიონ ლარამდე (4.3 მილიონი აშშ დოლარი), რაც წარმოადგენს შემოსავლების 3.6 მილიონ აშშ დოლარით ზრდას 2013 წელთან შედარებით. შემოსავლების მატება ნაწილობრივ გამოწვეული იქნება ვიზიტორთა ზრდის ფაქტორით - 1 250 000, 2013 წლის მონაცემებით კი მათი რიცხვი შეადგენდა 350 000; ვიზიტორების საშუალო დანახარჯები მოიმატებს, ვინაიდან მათ საშუალება ექნებათ მიიღონ უფრო მდიდარი და მრავალფეროვანი სერვისები და პროდუქტი, რაც განპირობებული იქნება დაცული ტერიტორიების უფრო ეფექტური მენეჯმენტით.

დაცულ ტერიტორიებზე საერთაშორისო ვიზიტორების პროცენტული მაჩვენებელი მიაღწევს 40%-ს. ეს ვიზიტორები საქართველოს სტუმრობენ არა მხოლოდ დაცული ტერიტორიების მონახულების მიზნით, არამედ მოგზაურობენ ქვეყნის გარშემო, ნახულობენ სხვადასხვა ადგილებს და რჩებიან სქართველოში 10 დღეზე მეტ ხანს. ჩვენი ვარაუდით, საერთაშორისო ვიზიტორები საქართველოში მოგზაურობისას დაახარჯავენ 40 მილიონ დოლარზე მეტს. ეს დანახარჯები მოითხოვენ მეტი ახალი პროდუქტისა და სერვისების შეთავაზებას და უფრო დაჯინებულ მუშაობას. 2020 წლისთვის გაზრდილი ვიზიტორების რაოდენობის პირობებში, მოსალოდნელია დაცულ ტერიტორიებთან მიმართებაში არსებული ტურიზმის სამუშაო ადგილების მატება სულ მცირე 30 000 სამუშაო ადგილით.

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარება და ვიზიტორთა რიცხვის მატება ასევე დადებით გავლენას იქონიებს რეგიონულ და ქალაქებიდან დამორეზული ტერიტორიების განვითარებაზეც. შედეგად რეგიონებში გაუმჯობესდება არსებული ინფრასტრუქტურა, ტრანსპორტი და ელექტრონული კომუნიკაციის ტექნოლოგიები, ასევე დაიხვეწება განათლება, კულტურული განვითარება, რაც გამოიწვევს იქ დასახლებული ადამიანების ცხოვრების სტანდარტების გაუმჯობესებასა და მათ კეთილდღეობას. გაჩნდება დასაქმების მეტი საშუალება, განსაკუთრებით კი ახალგაზრდებისათვის, შეიქმნება ახალი ბიზნესები და განვითარდება და გაძლიერდება სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობა.

კულტურული მიმოცვლა, ადგილობრივ მოსახლეობასა და უცხოელ ვიზიტორებს შორის კომუნიკაცია გაზრდის უცხო ენების ცოდნის დონეს, გაუმჯობესდება ცნობიერება და ურთიერთგაგება, გაღრმავდება ადგილობრივი ისტორიის, ტრადიციების, კულტურისა და პროდუქტების, ასევე მოსახლეობის ცხოვრების სტილის მიმართ პატივისცემა. ეს თავის მხრივ ხელს შეუწყობს ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობებისა და მემკვიდრეობის დაცვის მიმართ ცნობიერების ამაღლებას.

საბოლოო ჯამში, ჩვენ შეგვიძლია ველოდეთ ქვეყნის, დაცული ტერიტორიებისა და რეგიონების გაუმჯობესებულ იმიჯს, საერთაშორისო აღიარებას და საქართველოს ტურისტულ და ბიზნეს მიმზიდველობას.

14.2 გამოწვევები და შეზღუდვები

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის სამომავლო განვითარება წარმოადგენს ერთგვარ გამოწვევას დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციებისათვის. ის წარმოადგენს წინ გადადგმულ ნაბიჯს საზოგადოებისათვის, ვიზიტორებისათვის, საერთაშორისო და ადგილობრივი ტურისტებისათვის ბუნების ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით, შესაძლო პოზიტიური და ნეგატიური თანამდევნი ეფექტებით. სააგენტოს, ტერიტორიულადმინისტრაციებსა და მათ თანამშრომლებს გააჩნიათ ტურიზმისა და სტუმრის მომსახურების სფეროს ლიმიტირებული ცოდნა, მწირი გამოცდილება ტურიზმის

პროდუქტების განვითარების საკითხებში, მარკეტინგში, გაყიდვებსა და ვიზიტორებთან კომუნიკაციებში. ეს მოითხოვს არა მარტო დამატებით ენერგიასა და რესურსებს დაცული ტერიტორიების ეფექტური დაგეგმვისა და განვითარებისათვის, არამედ ზოგიერთ შემთხვევაში იურიდიულ-ნორმატიული ბაზის მიღებასაც, სამეწარმეო, კომერციული საქმიანობების და დაცული ტერიტორიების უფრო დეცენტრალიზებულ მართვას. ამ მიზნების განსახორციელებლად საჭირო იქნება დაცული ტერიტორიების ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების კვალიფიციური პერსონალის რაოდენობის გაზრდა.

შეუძლებელია დაცული ტერიტორიების დახურვა და ადგილობრივი მოსახლეობისა და ვიზიტორებისაგან მათი შემოღობვა. ამ შემთხვევაში დასადგენია ის, თუ ზოგიერთი დაცული ტერიტორია რა დონემდე შესაძლებელია იყოს ხელმისაწვდომი ვიზიტორებისათვის, ან მეტნაკლებად დამოკიდებული ბუნების დაცვასა და პოტენციურ მოთხოვნაზე. ყველა შემთხვევაში, იარსებებს ტურისტული პროდუქტების, სერვისებისა და ტურიზმის პროფესიონალების არსებობის საჭიროება.

ტურიზმის განვითარებას მოაქვს გარკვეული სახის გამოწვევები დაცული ტერიტორიების სააგენტოს, ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასა და NACHPG ეროვნულ დონეზე ეფექტური თანამშრომლობის საკითხებში, ისევე როგორც სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე. კარგი თანამშრომლობა აისახება არა მარტო სინერგიების ჩამოყალიბებაში, არამედ მოაქვს უკეთესი შედეგები მოლაპარაკებების სფეროში და წარმოადგენს დიალოგებისა და კომპრომისების საწინდარს.

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების შედეგად შესაძლებელია ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობებისა და მემკვიდრეობის, დაცული ტერიტორიების მნიშვნელობის, ბუნების დაცვის შესახებ უფრო სწრაფი და ეფექტური სწავლების განხორციელება. ვიზიტორებს საშუალება ეძლევათ ადგილზე, საკუთარი გამოცდილების მეშვეობით შეიცნონ გარემო და ისიამოვნონ ბუნებითა და დაცული ტერიტორიებით, განსხვავებით იმ გამოცდილებისა, რომელიც ბუნების შესახებ წაკითხვასა და მოსმენას ახლავს თან.

ტურიზმის სწრაფი განვითარების და ვიზიტორთა ნაკადების ეფექტური მართვის ძირითად შეზღუდვებს წარმოადგენს კვალიფიციური პერსონალის სიმცირე დაცული ტერიტორიების სისტემაში, ეროვნულ და ადგილობრივ დონეზე. საერთაშორისო ორგანიზაციები ახორციელებენ ტურიზმისკენ გარდამავალი პერიოდის მხარდაჭერას პროექტების, ტექნიკური დახმარების, დონაციებისა და ფინანსური რესურსების სახით, თუმცა ამავდროულად, დაცული ტერიტორიები მოითხოვენ ბუნებრივი გარემოს მდგრად განვითარებას და გარემოს დაცვის საერთაშორისო სტანდარტების გათვალისწინებას.

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვან შეზღუდვებს ასევე განეკუთვნება ძირითადი ინფრასტრუქტურის განვითარების დაბალი დონე დაცულ ტერიტორიებსა და მათ შემოგარენში. ადგილობრივი თემები განიცდიან სასმელი წყლის, ელექტროენერგიის, მობილური კავშირის, კანალიზაციის, ნარჩენების მართვისა და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის გაუმართაობას დაცულ ტერიტორიებსა და მათ მიმდებარე ზონებში.

ადგილობრივ თემებს გააჩნიათ შეზღუდული რესურსები ინფრასტრუქტურის ინვესტიციებსა და კერძო ბიზნესის მხარდაჭერის სფეროში, ასევე განიცდიან პროფესიული და საგანმანათლებლო ტრენინგების სიმცირეს, რაც საშუალებას მისცემდა მათ განახორციელონ საზოგადოებრივი ინტერესის მქონე სექტორების - ტურიზმის, კულტურისა და ბუნების პოპულარიზაციისა და მარკეტინგის ღონისძიებები.

ეს შესაძლო შეზღუდვები ასევე წარმოადგენენ საშიშროებას რეგიონული პოლიტიკური სტაბილურობის, უსაფრთხოებისა და მოქნილი სამოგზაურო რეგულაციების სფეროებისთვის.

15 დასკვნები და რეკომენდაციები

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებს გააჩნიათ ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორების მოზიდვის საკმაოდ დიდი პოტენციალი. სინამდვილეში, ტურისტული მოთხოვნა ახდენს ზეწოლას დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტერიტორიულ ადმინისტრაციებზე, რათა მათ შეძლონ დააკმაყოფილონ სულ უფრო და უფრო მეტი ვიზიტორის მოთხოვნა შესაბამისი ინფრასტრუქტურის, ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების მიღების კუთხით. დაცვის რეჟიმის ქვეშ მყოფი ბუნებრივი ტერიტორიების სწრაფ ზრდასთან ერთად, ასევე დაცული ტერიტორიების მოვლა-პატრონობასა და ვიზიტორთა მოთხოვნასთან უკეთესი ინფრასტრუქტურისა და მომსახურების მიღების პირობებში, დაცული ტერიტორიების სააგენტო დგას იმ გამოწვევებისა და პრობლემების წინაშე, რომლებიც დაკავშირებულია ყველა ამ მოთხოვნისა და საჭიროებების დაფინანსებასთან კომერციული ტურისტული აქტივობების განსახორციელებლად. ტურიზმის განვითარებით, სააგენტო და ტერიტორიული ადმინისტრაციები მიიღებენ დამატებით რესურსებს მათი ძირითადი მისიის - ბუნების დაცვისა და მოვლა-პატრონობის შესასრულებლად; პარალელურად ხელს შეუწყობს ადგილობრივ მოსახლეობასა და საერთაშორისო ვიზიტორების ცნობიერების ზრდას ბუნების მნიშვნელობის, ფასეულობებისა და მემკვიდრეობის საკითხებში. ტურიზმი დაცულ ტერიტორიებზე წვლილს სარგებლის მომტანი იქნება ადგილობრივი თემების განვითარების კუთხითაც.

დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციებისათვის, რომელთაც გააჩნიათ ძლიერი გარემოსდაცვითი ვალდებულებები, იმის საშიშროება, რომ ტურიზმი საფრთხის ქვეშ დააყენებს დაცულ ტერიტორიებზე ბუნებრივი რესურსების მდგრად გამოყენებას მინიმალურია. საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ყოველდღიური ვიზიტების რიცხვი ბევრად ჩამოუვარდება განვითარებულ ქვეყნებში დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა რიცხვს. 2020 წლისთვისაც კი, ნავარაუდევია 100 ვიზიტორით ერთ კვადრატულ კილომეტრზე, საქართველოს დაცულ ტერიტორიებს არ ემუქრებათ ტურიზმითა და ხშირი ვიზიტებით გამოწვეული გარემოს დაზიანების საფრთხე.

ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ტურიზმი დაცულ ტერიტორიებზე შესაძლებელია განვითარდეს სპონტანურად და ტურიზმით გამოწვეული ეფექტები მხოლოდ დადებითია. წინამდებარე სტრატეგია წარმოადგენს ერთგვარ სახელმძღვანელოს საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმის სტრატეგიული განვითარებისათვის, რაც ხელს უწყობს ვიზიტორთა დიდ ნაკადებით გამოწვეული შესაძლო უარყოფითი ეფექტის კონტროლსა და სინერგიების გაძლიერებას.

ჩვენ ვამახვილებთ ყურადღებას შემდეგ დასკვნებსა და რეკომენდაციებზე:

- ტურიზმის განვითარების არსებული სიტუაციისა და პოტენციალის შეფასება გვიჩვენებს, რომ დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარება ჯერ კიდევ საწყის საფეხურზეა. ტურიზმის განვითარების **დაგეგმვის გამოცდილებისა და საუკეთესო პრაქტიკის, ასევე პროდუქტის განვითარების**, ხარისხის მართვის, მარკეტინგისა და მომხმარებელთან ურთიერთობის ცოდნის საჭიროება ძალიან დიდია. დაცული ტერიტორიების ცენტრალიზებული მართვის სისტემა უნდა გაგრძელდეს ერთიანი პრინციპების, რეგულაციებისა და განვითარების გეგმების განხორციელების გზით, რათა შეიქმნას საქართველოს დაცული ტერიტორიების გამორჩეული, უნიკალური ბრენდი. თუმცა ტურიზმის განვითარება მოითხოვს თანამშრომლობას, მოთხოვნისადმი მოქნილ და დროულ რეაგირებას, თანამშრომლობას ადგილობრივ არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და დაინტერესებულ მხარეებთან. სააგენტომ ნაბიჯ-ნაბიჯ უნდა გადასცეს და გაუზარდოს პასუხისმგებლობა ტერიტორიულ ადმინისტრაციებს, განსაკუთრებით კი იმ ტერიტორიებზე, სადაც ტურიზმი სწრაფად ვითარდება.
- დაცული ტერიტორიების მონახულების პოტენციური მოთხოვნა** დიდია და მზარდი. არსებობს მნიშვნელოვანი ადგილობრივი ბაზარი, რომელიც შედგება სკოლის მოსწავლეებისგან, სტუდენტებისა და ახალგაზრდებისგან, რომლებიც ყველაზე მეტად არიან მოტივირებული მოგზაურობისათვის. სწრაფად მზარდია საერთაშორისო ვიზიტორების რიცხვი და ეს ტენდენცია მომავალშიც გაგრძელდება, ვინაიდან საქართველოში, ტურიზმის განვითარების, ქვეყნის პოპულარიზაციის და მისი იმიჯის გაუმჯობესების დარგში მნიშვნელოვანი ინვესტიციები ხორციელდება. ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიას გააჩნია მოთხოვნის დაკმაყოფილების უფრო ხელსაყრელი პოტენციალი. ესენია: თბილისის ეროვნული პარკი, მტირალას ეროვნული პარკი და იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები, რომლებიც მდებარეობენ დიდ ურბანულ დასახლებებთან ახლოს, ასევე, მსხვილ ტურისტულ კურორტებთან და ინტენსიურ სატრანზიტო მაგისტრალებთან სიახლოვეს. ანალოგიური სიტუაცია (მაგრამ ნაკლები მოცულობით) მიესადაგება ბორჯომ-ხარაგაულის, ლაგოდეხის, ყაზბეგის, ალგეთის, კინტრიშისა და ჯავახეთის დაცულ ტერიტორიებს.
- ტურიზმის განვითარების დაგეგმვა უნდა ითვალისწინებდეს მოთხოვნის მზარდს.** მნიშვნელოვანია, რომ არსებობდეს ღირებული ბუნებრივი, კულტურული და სხვა რესურსები, მაგრამ ბაზრის წარმატებისთვის ასევე მნიშვნელოვანია პოტენციური მომხმარებლების (განსაკუთრებული ტურისტული პროდუქტების

და სერვისების ტიპის) ცოდნა. გლობალური ბაზრის ტენდენციები ამჟამად ემხრობიან დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმს განვითარებას. სულ უფრო და უფრო მეტ ვიზიტორს უჩნდება სურვილი რომ შეიცნოს ბუნება, აუთენტური ლანდშაფტი, კულტურა, გამოსცადოს სათავგადასავლო მოგზაურობა ბუნებაში და მიიღოს მეტი ცოდნა გარემოს შესახებ. ეს წარმოადგენს ტურისტული პროდუქტის განვითარების კატეგორიზაციის წინაპირობას რათა დაკმაყოფილდეს საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე მოსული ვიზიტორის მოლოდინი და შეიქმნას დაცული ტერიტორიების მყარი და უნიკალური იმიჯი. ტურიზმის განვითარება არ უნდა მიყვეს იმიტაციებს და უნდა შეიმუშაოს ინოვაციური, ბაზარზე და მოთხოვნაზე ორიენტირებული პრინციპები.

საქართველოს დაცული ტერიტორიების მონახულების მთავარ მიზანს წარმოადგენს: ბუნება დაავთენტურიზმებრივი გარემოს შეცნობა, დაბრუნება პირვანდელი/პირველყოფილისკენ და ბუნებაში მსუბუქი სახის ფიზიკური აქტივობებით დაკავება, **სპორტი და სათავგადასავლო** აქტივობები საკუთარი ფიზიკური შესაძლებლობების გამოსავლენად, ახლის შეცნობა, მსგავსი ინტერესების მქონე ადამიანებთან შეხვედრა; ეს ყველაფერი საგრძნობლად მოიმატებს 2020 წლისათვის. ასევე დაინტერესების სფერო იქნება **კულტურა და განათლება**, კულტურული ფასეულობები და მემკვიდრეობა, შეზავებული ბუნებასთან და ადგილობრივი ცხოვრების წესისა და ტრადიციებთან. ნაკლები მნიშვნელობა მიენიჭება ინსენტიურ(MICE), გამაჯანსაღებელ მოგზაურობას, მიუხედავად იმისა, რომ მათ შეუძლიათ ითამაშონ მნიშვნელოვანი როლი ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიაზე.

- d) **სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული (SBU)** ტურისტული პროდუქტების განვითარების პრინციპი გვთავაზობს უსაზღვრო შესაძლებლობებს დაცულ ტერიტორიებზე არსებული ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების გამრავალფეროვნებისა და განახლებისათვის, სამიზნე ჯგუფების მოთხოვნების გათვალისწინებისა და დაცული ტერიტორიების ტურიზმის დაკავშირება უფრო ფართომასშტაბიან ტურიზმთან - ადგილები, რომლებიც შეესაბამებიან დაცული ტერიტორიების ტურისტულ შეთავაზებებს გარემოსა და ბუნებაზე აქცენტით.
- e) **ტურიზმის განვითარების მიზნები 2020 წლისათვის** საკმაოდ რეალისტურია. ვიზიტორთა რიცხვის მატება 1 250 000-მდე (350 000 2013 წელს) და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა 7 500 000 ლარამდე (1 100 000 ლარი 2013 წელს) დაფუძნებულია არსებული მოთხოვნის ზრდის ტენდენციაზე, ასევე ახალი დაცულიტერიტორიების განვითარებაზე, რომლებიც მოიზიდავენ უფრო მეტ ტურისტს,უკეთესტურისტულშეთავაზებებზე, განსაკუთრებით კი იმ დაცულ ტერიტორიებზე, რომლებიც არსებობენ ყველაზე ხელსაყრელ საბაზრო სიტუაციაში და გააჩნიათ ტურიზმის მართვის ეფექტური და გაუმჯობესებული მეთოდები.
- f) **ტურიზმის განვითარება მოითხოვს გარკვეული პრიორიტეტების შემუშავება** და მეტ ყურადღებას, ინვესტიციებს და ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიაზე საკანონმდებლო ბაზის მხარდაჭერას, რაც პრინციპულად შეუწყობს ხელს 2020 წლისათვის დაგეგმილი მიზნების მიღწევას. პირველ რიგში, იმერეთის მღვიმეების დაცულმა ტერიტორიებმა უნდა გააძლიერონ თავიანთი ტურისტული პროგრამები, დაიქირაონ ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების სპეციალისტები და ინტენსიურად გაუწიონ პოპულარიზაცია მღვიმეებს როგორც ადგილობრივ, ასევე საერთაშორისო დონეზე. თბილისის ეროვნული პარკის განვითარება უნდა წარმოადგენდეს ერთ-ერთ მთავარ პრიორიტეტს და ვიზიტორთათვის ბუნების გაცნობისა და შეფასების კუთხით. მტირალას ეროვნულ პარკს ასევე გააჩნია დიდი პოტენციალი და საჭიროებს ტურიზმზე ორიენტირებულ განვითარებას. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი, ლაგოდეხისა და თუშეთის დაცული ტერიტორიები ტურისტული თვალსაზრისით საკმაო პოპულარობით სარგებლობენ და უკვე გააჩნიათ საკმაოდ სერიოზული ტურისტული შეთავაზებები. სომხეთის არპის ტბის ეროვნულ პარკთან ერთად, ჯავახეთის დაცულ ტერიტორიებს ასევე გააჩნიათ ტურიზმის განვითარების საკმაოდ სერიოზული პოტენციალი, რისთვისაც საჭიროა მხოლოდ მცირედი ინვესტიციები. იმისდა მიუხედავად, რომ ჩვენ ვერ მოვახერხეთ სხვა დაცული ტერიტორიების მონახულება და პოტენციალის შეფასება, თამამად შეიძლება ითქვას რომ ეს პრიორიტეტული კატეგორია ასევე შესაძლებელია მოიცავდეს სულ მცირე ყაზბეგის, ალგეთისა და კინტრიშის დაცულ ტერიტორიებს.
- g) **რამდენიმე ინვესტიცია და განვითარების პროექტები** მნიშვნელოვნად შეუწყობენ ხელს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებას. პროექტები მოიცავენ საბაზისო ინფრასტრუქტურას და ინფორმაციისა და კომუნიკაციის სისტემებს, ახალ, ალტერნატიულ და გაუმჯობესებულ მიღწევადობას დაცულ ტერიტორიებზე, არსებული და პოტენციური ვიზიტორებისათვის საინფორმაციო ინფრასტრუქტურასა და სტუმართა მომსახურების ობიექტებს. აღსანიშნავია, რომ სპეციალური ინვესტიციები და განვითარების პროგრამებმა ფოკუსირება უნდა მოახდინონ არსებული ადმინისტრაციული შენობების, ვიზიტორთა ცენტრებისა და სხვადასხვა ტურისტული ობიექტების რესტრუქტურირებაზე (პატარა სასტუმროები, საოჯახო სასტუმროები), რათა მოხდეს მათი განახლება და ვიზიტორთა მიერ უფრო ეფექტური გამოყენება.

- h) დაცული ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარება მოითხოვს დაცული ტერიტორიების სააგენტოში და ტერიტორიულ ადმინისტრაციებში **ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების სპეციალისტების რაოდენობის გაზრდას**. პროფესიონალებმა უნდა იმუშაონ განვითარებასა და განხორციელებაზე, მარკეტინგზე, ტურისტული ობიექტების მენეჯმენტზე და ინფორმაციის შემუშავებაზე.
- i) **დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და ტერიტორიულმა ადმინისტრაციებმა** უნდა ნაბიჯ-ნაბიჯ განახორციელონ პასუხისმგებლობების გადანაცვლება სააგენტოდან ადმინისტრაციებზე, უმეტესწილად ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების სფეროში. ეს მოიცავს უფრო მოქნილ ფასების პოლიტიკას, დასაქმების პრაქტიკას, თანამშრომლობას ადგილობრივ დაინტერესებულ მხარეებთან და მცირე აღჭურვილობისა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების გარკვეული საბიუჯეტო თანხების განკარგვას. დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ადმინისტრაციების ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების თანამშრომლების გუნდი უნდა ჩამოყალიბდეს მეტნაკლებად თვალსაზირო ორგანიზაციულ ერთეულებად (დეპარტამენტი, სექტორი და სხვა), რომელთა სტრუქტურა დამოკიდებულია სხვადასხვა დაცულ ტერიტორიებზე არსებულ ტურიზმის როლზე.
- j) **დაცული ტერიტორიების სააგენტომ და ადმინისტრაციებმა** უნდა ითანამშრომლონ დაინტერესებულ მხარეებთან ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე, განსაკუთრებით იქ, სადაც ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან თანამშრომლობა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. ადგილობრივ დონეზე, ჩამოყალიბდა დაცული ტერიტორიების მეგობართა რამდენიმე ასოციაცია და ეს მოდელი შესაძლებელია რომ სამომავლოდ იქნეს გამოყენებული. ამ ასოციაციების ეროვნული ქსელის მეშვეობით, უნდა დაარსდეს ფედერაცია. ამან, პოპულარიზაციისკენ მიმართულ ღონისძიებებთან ერთად, უნდა შექმნას დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციის ვიზიტორთა ბარათის შემუშავების საფუძველი.
- k) **დაცული ტერიტორიების ტურისტული პროდუქტები და სერვისები** მხოლოდ ნაწილობრივაა პოპულარული და მათი გაყიდვა ხდება ტერიტორიული ადმინისტრაციების საშუალებით. მხოლოდ იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცი აქვს დაწესებული შესვლის გადასახადი, რაც შემოსავლების მთავარ წყაროს წარმოადგენს. დაცული ტერიტორიები აყალიბებენ და აშენებენ საინფორმაციო ცენტრებს, ბილიკებს, დასასვენებელ და საპიკნიკე ადგილებს, გადასახედ პლატფორმებს, საინტერპრეტაციო დაფებსა და სხვა, თუმცა არ ეწევიან მათ კომერციულიზაციას. იმისათვის, რომ მოხდეს დაცული ტერიტორიების ავთენტური და მაღალი ხარისხის პროდუქციისა და სერვისების შემუშავება, სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების მიერ უნდა შეიქმნას შემუშავდეს შესაბამისი სტანდარტები და მოხდეს მათი სერტიფიცირება. ეს უზრუნველყოფს ვიზიტორებს პროდუქტებისა და სერვისების მინიმალური ხარისხით. ხარისხის სისტემის გამჭვირვალობამ უნ და შექმნას დაცული ტერიტორიების უნიკალური იმიჯი და მხარო დაუჭიროს დაინტერესებულ მხარეთა თანამშრომლობას დაცულ ტერიტორიებსა და მათ შემოგარენში. სტანდარტიზებული და სერტიფიცირებული პროდუქტები და სერვისები დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების პარალელურად, შესაძლებელია რეალიზებული იქნას ნებისმიერი დაინტერესებული მხარის ან მომწოდებლის მიერ. ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების განვითარება სტიმულირებული უნდა იყოს დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების, ასევე მუნიციპალიტეტების მიერ და მხარდაჭერილი უნდა იყოს საერთაშორისო დონორი პროგრამების მეშვეობით.
- l) **დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარება საჭიროებს მეტ პოპულარიზაციასა და მარკეტინგს**. ზოგადად, დაცული ტერიტორიების ბიუჯეტის 10% უნდა იხარჯებოდეს მარკეტინგისა და პოპულარიზაციისკენ მიმართულ ღონისძიებებზე. ზოგიერთ ტურისტულად ორიენტირებულ დაცულ ტერიტორიაზე შესაძლოა დასაწყისში არსებობდეს ბიუჯეტის უფრო დიდი მოთხოვნა, როგორცაა მაგალითად იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები. დაცული ტერიტორიების ცნობადობა მიღწეული უნდა იყოს ბეჭდური სარეკლამო მასალის გამოყენებით და განსაკუთრებით კი ელექტრონული საკომუნიკაციო მექანიზმის გამოყენებით, როგორცაა ინტერაქტიული ვებგვერდი, სოციალური მედია და სხვა. პოპულარიზაციის ღონისძიებები შეთანხმებული უნდა იყოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან და უნდა განხორციელდეს ერთობლივი სახის საქმიანობები საერთაშორისო და ადგილობრივ ბაზრებზე. სააგენტომ აქცენტი უნდა გააკეთოს ისეთ სარეკლამო ღონისძიებებზე, რომლებიც დაკავშირებულია ბუნებასთან, ეკოტურიზმთან და სათავგადასავლო ტურიზმთან; ითანამშრომლოს ტუროპერატორებთან და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, რომლებსაც კავშირი აქვთ ბუნებასა და დაცულ ტერიტორიებთან. აღსანიშნავია, რომ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა უმეტესობა ღებს ინფორმაციას ინტერნეტისა და სოციალური მედიის საშუალებით.
- m) იმისათვის, რომ მოხდეს **ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების** ზრდა, დაცულმა ტერიტორიებმა უნდა შეიმუშაონ ახალი ტურისტული პროდუქტები და სერვისები და შესაძლებლობა უნდა ჰქონდეთ განახორციელონ კომერციული საქმიანობები. სასურველია დაწესდეს შესასვლელი ბილეთების გადასახადი იმ დაცულ ტერიტორიებზე, სადაც არსებობს პროდუქტებისა და სერვისების მრავალფეროვნება და სადაც არსებობს იმის ტექნიკური წინაპირობა, რომ მოხდეს ბილეთის საფასურის შეგროვება (მაგ. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი,

ლაგოდების, მტირალას, თუშეთის დაცული ტერიტორიები). შესასვლელი ბილეთის საფასური უნდა იყოს ერთიდაიგივე როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის, მაგრამ შესაძლოა იყოს უფრო მარალი პიკური სეზონის თვეების განმავლობაში. უნდა ასევე არსებობდეს გადასახადების რამდენიმე დამატებითი კატეგორია ოჯახებისა და მრავალჯერადი ვიზიტორებისთვის. უნდა დაწესდეს სამომხმარებლო გადასახადი დაცული ტერიტორიების მიერ დაარსებული ინფრასტრუქტურისა და ობიექტების გამოყენებისათვის. პროდუქტებისა და სერვისების ხარისხის სტანდარტთან შესაბამისობა და მათი სერტიფიცირება უზრუნველყოფს დაცული ტერიტორიების შემოსავლების კიდევ ერთ დამატებით წყაროს.

არსებული გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ **კონცესიით გაცემა** ამ დროისათვის არ არის მაინცდამაინც ეფექტური. დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის ვარაუდით, ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების დამატებითი და ტრენინგების შედეგად კვალიფიკაცია ამაღლებული პერსონალის პირობებში, ადმინისტრაციები თავად შეძლებენ ობიექტებისა და ინფრასტრუქტურის მართვას. ამგვარად, ეს გადაწყვეტილება ყველაზე უფრო ოპტიმალურია, განსაკუთრებით მაშინ, როცა ვიზიტორთა რიცხვი დაბალია და მათი უმეტესობა კონცენტრირებულია ზაფხულის პიკური სეზონის განმავლობაში.

- n) **ტურიზმის მდგრადი განვითარებისა და მდგრადი რეგულაციების უზრუნველსაყოფად**, საჭიროა ტურისტული ნაკადების რეგულარული მონიტორინგი რეგისტრაციებისა და გამოკითხვების თანხლებით, რათა განხორციელდეს ვიზიტების ინტენსივობის დაცული ტერიტორიების გამტარუნარიანობის შესახებ მოკვლევის ჩატარება.
დაცული ტერიტორიების ტურიზმის არსებული და მოსალოდნელი ზრდის პირობებში, ჯერ კიდევ არ არსებობს მასობრივი ტურიზმისგან ან ბუნებრივი რესურსების ინტენსიური გამოყენებისგან მიღებული უარყოფითი შედეგების საშიშროება. მიუხედავად ამისა, საჭიროა შემუშავდეს ტურისტული ნაკადების მართვა და მანაკადების მენეჯმენტის გეგმა.
- o) დაცულ ტერიტორიებზე ამჟამად არსებული **უსაფრთხოების დონე** დამაკმაყოფილებელია, რაც დადასტურებულია დაცულ ტერიტორიებზე მომხდარი შემთხვევების სიმცირით. ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდასთან ერთად, გაიზრდება შემთხვევების ალბათობა და შესაბამისად, საჭიროა დაცულ ტერიტორიებზე პოტენციური რისკების შეფასება, ასევე მარკირებისა და ინფორმაციის ერთიანი სისტემის არსებობა, გამოსაყენებელი განსაკუთრებული ინციდენტების შემთხვევაში. აუცილებელია ვიზიტორთა ობიექტების რეგულარული კონტროლი (შუშის გადასახედი პლატფორმა სათაფლიაში, ოკაცესშვიდული ბილიკი და სხვა). ტექნიკური ზომების მიღების პარალელურად, საჭიროა თანამშრომელთა, განსაკუთრებით კი რეინჯერებისა და ტურისტული გიდების დამატებითი ტრენინგები.
- p) იმისათვის, რომ დაცულ ტერიტორიებზე განვითარდეს ტურიზმი და მოხდეს ტურისტული ობიექტების მართვა, **ნორმატიული რეგულაციები უნდა გახდეს უფრო მოქნილი** შესყიდვებისა და კონცესიების/იჯარით გაცემის საკითხებთან მიმართებაში.

საბოლოოდ, ჩვენ უნდა ხაზი გავისვათ იმას, რომ საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის განხორციელება საჭიროებს მონიტორინგს. ეს მოიცავს მიზნების პროაქტიულ ხელშეწყობას, განხორციელებისა და განვითარების რეგულაციების მოდელისა და ყოველწლიურად მიღწეული შედეგების შეფასებას.

სტრატეგია შემუშავებულია გარკვეული ვარაუდებით, არსებული სიტუაციისა და ბაზრის შესაძლო განვითარების, ასევე საორგანიზაციო, ადამიანური რესურსების და ქვეყნის ზოგადი განვითარების გათვალისწინებით. ეს ვარაუდები შესაძლებელია შეიცვალოს 2020 წლისათვის და შესაბამისად, არსებობს სტრატეგიაში მოცემული მიზნების და განხორციელების რეგულაციების განახლების საჭიროება. სტრატეგიის ათვისება ასევე საჭიროა პროგნოზით გათვლილი განვითარების გეგმიდან გადახრის დროს.

16 საბაზისო ლიტერატურა და საინფორმაციო წყაროები

პროექტის განხორციელებისას გამოყენებული ძირითადი დოკუმენტაცია და წყაროები:

1. საქართველოს ეკოტურიზმის პოტენციალის შეფასება; IUCN; 2008
2. საქართველოში ტურიზმის განვითარების გაძლიერების მოკვლევა დტ-ის მაგალითზე. WWF; 2007
3. დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ანგარიში 2007 – 2012; დტ-ის სააგენტო; 2013
4. ტურიზმის კონცესიის საუკეთესო მაგალიტები დტ-ზე: სფეროს მიმოხილვა; Miriam Wyman et al, Forests; 2011/2
5. ბიომრავალფეროვნების და გეგმვის ხელშეწყობის პროგრამის. დარგობრივი ინტეგრაციის საუკეთესო პრაქტიკის სახელმძღვანელო: ბიომრავალფეროვნების ტურიზმთან ინტეგრირება.; UNEP; 2012
6. დაცულ ტერიტორიებზე დასვენებასა და მოგზაურობაზე მოთხოვნა – ტურისტთა ეკოლოგიური ქცევის გაზომილება. რ. მინსიუ. მ. პედურეან.; ტურიზმის მიმოხილვა; 2012
7. „პან პარკების“ (Pan Parks) რეგიონებში ეფექტური ტურისტული პროდუქტის განვითარება... პან პარკების“ ფონდი; 2007
8. საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2013; საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია; 2013
9. გლობალური მდგრადი ტურიზმის კრიტერიუმები; World Conservation Congress; 2008
10. ბიომრავალფეროვნების და ტურიზმის განვითარების სახელმძღვანელო პრინციპები; CBD; 2004
11. დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმი: დაგეგმვისა და მართვის გაიდლაინები; დაცული ტერიტორიებზე მსოფლიო კომიტეტი და IUCN; 2002
12. ტურისტული ადგილების მდგრადი განვითარების ინდიკატორები; UNWTO & UNEP; 2004
13. ITB მსოფლიო ტურისტული ტენდენციების ანგარიში, 2012/2013; Messe Berlin GmbH; 2012
14. ბუნების ლეგენდები – საქართველო; KfW; 2013
15. ტურიზმის მიმართ ევროპელთა პრიორიტეტები. Flash Eurobarometer 392; ევროკომისია 2014
16. საქართველოს დაცული ტერიტორიის სისტემის შესაძლებლობების განვითარების სამუშაო გეგმა; WWF; 2008
17. დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმის ევროპული ქარტია; EUROPARC; 1995
18. მოგზაურობის ტენდენციების ანგარიში 2013; ABTA; 2012
19. მდგრადი ტურიზმის დტ-ზე: დაგეგმვისა და მართვის სახელმძღვანელო პრინციპები World Commission on Protected Areas and IUCN; 2002
20. მდგრადი ტურიზმის და ბუნება 2000 – სახელმძღვანელო პრინციპები, ინიციატივები და წარმატებული მაგალითები ევროპეში; EC; 2000

პროექტის გუნდმა მუშაობის პერიოდში მიიღო ასევე სამუშაო მასალა და გამოიყენა რიგი ვებ-გვერდი :

- 4 დაცული ტერიტორიის შეფასება NACRES
- > რამოდენიმე დტ-ზე განხორციელებული თვინიწგის პროექტის მისიის ანგარიშები
- > განვითარებისა და მართვის გეგმა
- > იმერეთის განვითარებისა და მარკეტინგის სამუშაო გეგმა
- > აჭარის სტრატეგიული განვითარების გეგმა
- > კახეთის ტურიზმის სტრატეგია
- > ტურიზმისა და მარკეტინგის ქვეგეგმა თუშეთისთვის
- > ჯავახეთის მეგზური

17 დანართები

დანართები 1 GNTA მონაწილეობა საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებზე 2014 წელს

საერთაშორისო გამოფენებზე მონაწილეობის გეგმა GNTA, 2014

	International Exhibitions	Vanue	Date	N co-exhibitors	SQM2
1	FITUR	Madrid, Spain	22-26 January	5	70
2	EMITT	Istanbul, Turkey	30 January -2 February	5	30
3	IMTM	Tel-Aviv, Israel	11-12 February	8	76
4	BALTOUR	Riga, Latvia	7-9 February	10	60
5	BIT	Milan, Italy	13-15 February	3	60.75
6	TOUREST	Talin, Estonia	14-16 February	4	45
7	ITB	Berlin, Germany	5-9 February	18	63
8	MAP	Paris, France	20-23 March	1	60
9	UITT	Kiev, Ukrain	26-28 March	17	72
10	AITF	Baku, Azerbaijan	3-5 April	10	60
11	COTTM	Peking, China	9-11 April	4	60
12	KITF	Alma-Ata, Kazakhstan	23-25 April	18	60
13	ATM	Dubay, UAE	5-8 May	11	60
14	IMEX	Frankfurt, Germany	20-22 May	9	60
15	KOTFA	Seul, South Korea	29 May -1 June	6	
16	JATA	Tokyo, Japan	25-28 September	10	
17	Poznan International Travel Fair	Poznan, Poland	17-20 October	21	
18	WTM	London, UK	3-6 November	10	
19	EIBTM	Barcelona, Spain	18-20 November	8	60

დანართები 2 საქართველოს დტ-ის დეტალური SWOT ანალიზი, 2014 წ.

საქართველოს დაცული ტერიტორიების SWOT ანალიზი

დაცული ტერიტორიების ძლიერი მხარეები	დაცული ტერიტორიების სუსტი მხარეები
ტრანსპორტი / მიდწევადობა კარგი მდებარეობა, სამი ქვეყნის -სომხეთის, საქართველო აზერბაიჯანის გზაჯვარედინი დტ-ის უმრავლესობა ახლოს არის ძირითად გზასთან /მაგისტრალთან– საერთაშორისო გზასთან დტ-ის უმრავლესობა ახლოს არის აეროპორტებთან (თბილისი, ქუთაისი და ბათუმი) თითქმის ყველა დტ ადვილად მისადგომია (გარდა მტირალას და თუშეთის დტ-ისა) დიდი ქალაქებიდან ადვილად მისადგომობა (თბილისი, ბათუმი და ქუთაისი)	ტრანსპორტი / მიდწევადობა გზის ცუდი მდგომარეობა მტირალას დტ და თუშეთის დტ-ზე თუშეთი და ჯავახეთის დტ-ები მიუდწევადია ზამთარში პარკინგის ადგილების ნაკლებობა დტ-ის ცუდი/ცოტა საგზაო მანიშნებლები დტ-ზე საზოგადოებრივი ტრანსპორტის არ არსებობა ძალიან მცირე შესაძლებლობები უნარშეზღუდული ადამიანებისთვის
ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებები ულამაზესი, ველური და ხელოვნური ბუნება გამორჩეული ლანდშაფტი (კანიონები, ვულკანური ტბები, პლატო, მდინარე, არქიტექტურის და ტრადიციული მშენებლობები, დაა.შ.) ბიომრავალფეროვნება, განსაკუთრებით გადამფრენი ფრინველები და ენდემური ყვავილები სუფთა გარემო ზომიერი კლიმატური პირობები (გარდა ვაშლოვანის ზაფხულის პერიოდში, როდესაც ძალიან ცხელია) დტ-ზე გრილი ადგილები, განსაკუთრებით ზაფხულში მრავალკულტურული ძეგლები, როგორც ამონასტრები, ციხე, დაა.შ. (ქვეყნის შიგნით და გარეთ არსებული) ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიციული ცხოვრების სტილი, რაც საინტერესოა ტურისტებისთვის	ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებები სეზონურობა: შეზღუდული სეზონი (ძირითადად მაისიდან ოქტომბრამდე) ტრადიციული არქიტექტურის დეგრადაცია დტ-ზე ნარჩენების ცუდი მართვა
ინფრასტრუქტურა ვიზიტორთა ცენტრების კარგი ინფრასტრუქტურა (ძირითადად პარკის საპრეზენტაციო, საკონფერენციო და ადმინისტრაციული ოფისები)	ინფრასტრუქტურა ვიზიტორთა ცენტრები და დაცული ადმინისტრაციის შენობების რულადარარის გამოყენებული წყლის, ელექტროენერგიის მიწოდების, მობილური ტელეფონების ფუნქციონირება და WIFI ზოგიერთ დტ-ზე შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის ცუდი ინფრასტრუქტურა პირველი დახმარების სამსახურის ნაკლებობა გზის მანიშნებლების ნაკლებობა ტუალეტების ნაკლებობა არ არსებობს ვიზიტორთა ცენტრი და შესაბამისი ადმინისტრაციის შენობა თბილისი დტ-ზე

ტურიზმის განვითარება საფეხმავლო და საცხენოსნო ბილიკების განვითარება რამოდენიმე განვითარებული ტურისტული პროდუქტი დტ-ზე	ტურიზმის განვითარება მაღიანცუდად ანსაერთოდ არ არის დამონტაჟებული სიგნალიზაცია გასაყიდი ტურისტული პროდუქტისა და სარეკლამო მასალის ნაკლებობა დაგეგმილი ტურების არ არსებობა დანიშნულების ადგილების ანიმაციისა დაინტერესების არ არსებობა ტურისტული პროდუქტი არ არის დივერსიფიცირებული საპიკნიკე, დასასვენებელი და ღამის გასათევი ადგილების სიმცირე ვიზიტორტა ცენტრებში უცხო ენების ცოდნის ნაკლებობა
თანამშრომლობა სტუმართმოყვარე ხალხის აინტერესობი იმეურნეობით დაცული ტ-თან ადგილობრივი მოსახლეობას აქვს ტურიზმის განვითარებაზე პოზიტიური დამოკიდებულება ადგილობრივი ადმინისტრაციები და ინტერესებულნი არიან ტურიზმის განვითარებით საერთაშორისო ფონდები და ინტერესებულნი არიან რეგიონული განვითარების ხელშეწყობით	თანამშრომლობა ადამიანური რესურსების ნაკლებობა (გიდები, მარკეტინგი, ტურისტული სპეციალისტები დაა.შ.) PA პერსონალი მაღალი დენადობა მარკეტინგული უნარების ნაკლებობა ცენტრალიზებული მართვა (რეგიონული ადმინისტრაციები იზღუდებიან რესურსების მართვასა და გადაწყვეტილების მიღებაში) დაცული ტერიტორიების საქმიანობაში ადგილობრივი მოსახლეობის სპონტანური ჩართულობა და თანამშრომლობის წარმოების ტრადიციული პროდუქტის, სუვენირების - USP -სთან კავშირების ნაკლებობა საუკეთესო პრაქტიკის ნაკლებად გაცვლა / სასწავლო ვიზიტებისა და პარტნიორობის დასაზღვრავად აცულ ტერიტორიებს შორის

დაცულ ტერიტორიებზე შესაძლებლობები	დაცულ ტერიტორიებზე საფრთხეები
ტრანსპორტი / მიღწევადობა დტ ზე მისასვლელი გზების აღდგენა / რემონტი საქართველო-თურქეთის რკინიგზის გახსნა საზოგადო ტრანსპორტის ფუნქციონირება განსაკუთრებული უნარების შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის ხელმისაწვდომობა (ინვალიდის ეტლის მისვლის მომხმარებლებს, მოხუცებს, ბავშვებს ეტლები დაა.შ.) დტ-ზე გზების შეკეთება	ტრანსპორტი / მიღწევადობა უსაფრთხოება დტ-ზე, გზების ხვადან ხვადს სეზონურად
ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებები მონიტორინგის სისტემის გაუმჯობესება გარემოზე ზემოქმედების მდგრადი მართვა დტ-ზე ტურიზმის დარეგულირება უსაფრთხოების პოტენციური რისკების	ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებები ბუნებრივი და კულტურული ძეგლების გადამეტებული ლიგამოყენების გამო დეგრადაცია ზონირების სიმცირე ან არ არსებობა უცხო სახეობების სიმცირე არასაკმარისი მონიტორინგის სისტემა
ინფრასტრუქტურა ძველდა ახალი ინფრასტრუქტურაზე მზის სისტემის ინსტალაცია დამატებითი მშენებლობის აინტერპრეტაციული დაფების მონტაჟის ხვადან ხვად აენებზე რეკრეაციული შესაძლებლობების გან-ბა დასასვენებელი პირობების გან-ბა ველოსიპედების გაქირავების გან-ბა / მომსახურება ადგილობრივი თემის ჩართვა ტურისტული ობიექტების რეაბილიტაციის პროცესში	ინფრასტრუქტურა შენარჩუნების რესურსების ნაკლებობა სპორტული / სათავგადასავლო აქტივობებისას უსაფრთხოების ზომების გათვალისწინება ინფრასტრუქტურული პროექტები (ძირითადი გზები / ელექტროგადამცემი ხაზების მშენებლობა, ...) რამაც შესაძლოა გავლენა იქონიოს ბუნებრივ გარემოზე და ბიომრავალფეროვნებაზე
ტურიზმის განვითარება კავკასიის და შავი ზღვის კომბინაცია	ტურიზმის განვითარება ტურისტული ცნობიერების ნაკლებობა

დიდიბრეშუმისგზარომელიც კვეთავდა რამდენიმე რეგიონს აკავშირებს დტ-ს დტ-ის იმიჯის შექმნა და ბუნების დაცვა ტურიზმის განვითარების სპეციალიზაცია სხვადასხვა დტ-ზე თემატური, ეკო, სათემო ტურიზმზე დაფუძნებული ბილიკების განვითარების შესაძლებლობა კულტურული ტურების გან-ბა რომელიც წინაქრისტიანულ ადგილებს უკავშირებს დტ-ებს. ზამთრის სპორტული პროდუქტის გან-ბა (თოვლის ფესხაცმელი, სათხილამურო ტურები და სხვ.) საპიკნიკე ადგილები გან-ბა ველოსიპედების გაქირავების პუნქტების გან-ბა განვითარებისსამედიცინო / ველნესპროდუქტები სამკურნალო ტურისტული პროგრამების გან-ბა სამედიცინო/გამაჯანსაღებელი პროგრამების გან-ბა ისტორიულ პირებთან დაკავშირებული ტურისტული პროდუქტის გან-ბა საგანმანათლებლო ბილიკების გან-ბა სადანმანათლებლო ფესტივალების / ღონისძიებების გან-ბა MICE (კონფერენცია, გუნდის შექმნა, etc.) პროდუქტის გან-ბა ძლიერი მარკეტინგულიკამპანიებიდაპოზიციონირება დტ/ეროვნული პარკების ბრენდინგტურიზმის სეგმენტაციასარეკლამოსაქმიანობა ტრადიციულიპროდუქტების (ყველი, თაფლი და სხვ) განვითარებაგასაყიდად შეზღუდულიშესაძლებლობებისმქონეადამიანებისთვის მოკლეტურისტული პროგრამების განვითარება სკოლებსადაუნივერსიტეტებში თემატური / სასწავლოტურისტულიპროგრამების განვითარება მულტიმენიკურიბილიკებისგანვითარება ხარისხის ნიშნის, ეკო ნიშნის გან-ბა: სტანდარტების გან-ბა დტ-ის სუვენიერების გან-ბა გასაყიდად ვიზიტორთა სტატისტიკა და სტუმართა ანალიზი, სერვისის გაუმჯობესების, მარკეტინგისა და გარემოს გავლენის მართვის მიზნით	ტურიზმში მეწარმეობის ნაკლებობა გადატვირთულიარეალი სტუმართა მონიტორინგის/ სტუმარიმართვის არარსების გამო უკანონოგანთავსება უკანონონადირობა არამდგრადითევზჭერის
თანამშრომლობა დტ-ის მენეჯმენტის დეცენტრალიზაცია დტ-ს შორის დამაკავშირებელი ეკო ბილიკების განვითარება ტრანსს სასაზღვრო თანამშრომლობა მეზობელი ქვეყნების დტ-ებთან დტ-ზე ტურიზმთან დაკავშირებულ მომსახურებებთან (სასტუმროები, მაღაზიები, რესტორნები და სხვ)კონცესიის რეგულაციის განვითარება საზოგადო და კერძო სტრუქტურების თანამშრომლობა /PPP - Public Private Partnership და ერთობლივი ინვესტირება ადგილობრივი ეკონომიკის თანამშრომლობა ადგილობრივი პროდუქტის განვითარება საოჯახო სასტუმროებისა და თემის მიერ (ყველი, ქვის სუვენირი, თაფლი) ვიზიტორთა ცენტრებში გასაყიდად ადგილობრივი თემის ჩართვა ტურიზმის განვითარების პროცესში ეკოტურისტულ ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა “მწვანე გზა”, დტ-ზე ეკო მარშრუტების და საგანმანათლებლო პროგრამებისთვის ტუროპერატორებთან თანამშრომლობა (ადგილობრივი/საერთაშორისო) ვიზიტორთათვის ერთობლივი შეთავაზების მოსამზადებლად საერთაშორისო ფონდები დაინტერესებული არიან რეგიონის განვითარებით ადგილობრივი /რეგიონალურ დაინტერესებულ მხარეებთან ინტენსიური ტანამშრომლობა ადგილობრივი და ცენტრალურ მედიასთან ინტენსიური თანამშრომლობა უნივერსიტეტებთან და კვლევით ცენტრებთან პოტენციური თანამშრომლობის გაძლიერება პროფესიული განათლებისა და ტრენინგების შეთავაზება ადგილობრივი თემისთვის	თანამშრომლობა ნაგვის მართვის გამოწვევა/სიახლე ადგილობრივი თემისა და ვიზიტორთა შორის კონფლიქტი ადგილობრივი ტრადიციების მიმართ ნაკლები პატივისცემისა და მიღების გამო მოსახლეობის მიგრაცია ადგილობრივი თემის პასიური დამოკიდებულება და ინტერესის სიმცირე რეგიონებში ტურიზმის განვითარების მიმართ ეკოლოგიის დარღვევა განვითარების პროცესში ნაკლებად მონაწილეობის გამო

წყარო: საველი გასვლისას, სამუშაო შეხვედრებსა და სხვა დოკუმენტებიდან დტ-ზე მომძებრებული ინფორმაცია

ტურისტები ერთ ადგილას მოგზაურობით არ შემოიფარგლებიან. ისინი ძირითადად რამდენიმე ადგილას მოგზაურობენ, განსაკუთრებით თუ შორი ქვეყნიდან მოდიან. ამ შემთხვევაში მათ უნდათ გამოცადონ ბევრი ადგილი/სამოგზაურო არეალი, მიიღონ შეთავაზება და მომსახურება. ამდენად, მნიშვნელოვანია, ტურისტულიპროდუქტების, კულტურულიაქტივებისადატრაქციების შეფასებას მიმდებარე ტერიტორიაზეც. შესაბამისად,

ჩვენ გავაკეთეთ მოსაზღვრე არეალის SWOT ანალიზი – სამოგზაურო ადგილი რაც დტ-თან ერთად ქმნის საინტერესო ტურისტულ შეთავაზებას.

მოსაზღვრე არეალის SWOT ანალიზი –დტ-ის სამოგზაურო ადგილი

მიმდებარე ტერიტორიების ძლიერი მხარეები	მიმდებარე ტერიტორიების სუსტი მხარეები
ტრანსპორტი / მიღწევადობა > კარგი მდებარეობა, სამი ქვეყნის -სომხეთის, საქართველო აზერბაიჯანის გზაჯვარედინი > დტ-ის უმრავლესობა ახლოს არის აეროპორტებთან (თბილისი, ქუთაისი და ბათუმი)	ტრანსპორტი / მიღწევადობა > ზოგი რეგიონული /ადგილობრივი გზების ცუდი გაუმართაობა > მხოლოდ რამოდენიმე დაბალბიუჯეტური ფრენები მოქმედებენ საქართველოში > საგზაო მანიშნებლების სიმცირე > ტურისტული მანიშნებლების სიმცირე > მცირე საზოგადო ტრანსპორტი > სატრანსპორტო პირობების სიმცირე (სოფლად, რეგიონებში და სხვ.) > ავტობუსის სადგური არის შეზღუდული სერვისის ინფორმაციულობა მცირე
ზუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > UNESCO მემკვიდრეობის ძეგლები ახლოს არის დტ-ებთან > მდიდარი და მრავალფეროვანი კულტურული მემკვიდრეობა > ტრადიციული რეწვა და ხელოვნება > რამოდენიმე ისტორიული ადგილებისა და კურორტების ცნობადობა (წყალტურო, ბორჯომი, ბაკურიანი და სხვ.)	ზუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > ნარჩენების მართვის პრობლემა > მონიტორინგისა და განხორციელების სისტემის სიმცირე > ზუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის მცირე რესურსი
ინფრასტრუქტურა > რეგიონებში ახალი ინვესტიციები	ინფრასტრუქტურა > ინფრასტრუქტურის სიმცირე > დაბალი ხარისხის სტანდარტის ზოგიერთ ტურისტულ ორგანიზაციებში
ტურიზმის განვითარება > განვითარებული ტურისტული სამოგზაურო ადგილები (ბორჯომი, სამცხე-ჯავახეთი, კახეთი, აჭარა და სხვ.) > ღვინის პროდუქტის ძლიერი ბრენდი > ტურისტული შეთავაზებების მრავალფეროვნება	ტურიზმის განვითარება > რეგიონებში არასაკმარისი ტურიზმის განვითარების /მარკეტინგული გეგმები > არაშესაბამისი მომსახურების უნარები დანიშნულების და მის მიმდებარე ტერიტორიებზე > უცხო ენების არასაკმარისი ცოდნა > ტურისტული ობიექტების სიმცირე რე უმეტეს რეგიონში > სეზონურობა > ტურისტული პროგრამების/შეთავაზებები ნაკლებობა ოჯახებისთვის > საგანმანათლებლო/თემატური ტურისტული პროგრამების სიმცირეზვევებისთვის და მოზარდებისთვის > ტურისტული მარკეტინგისა და რეკლამირების სიმცირე > ადგილობრივ და რეგიონალურ დონეზე სტატისტიკის სიმცირე > გამოცდილი ტურიზმის სპეციალისტების სიმცირე > მოსახლეობისთვის დასასვენებელიმომსახურების ნაკლებობა > სამოგზაურო არეალის ბრენდ იმიჯის სიმცირე სისტი მენეჯმენტი > DMO -ის მცირე განხორციელება
თანამშრომლობა	თანამშრომლობა

> საერთაშორისო ტუროპერატორებთან და სააგენტოებთან კარგი თანამშრომლობა > საერთაშორისო ორგანიზაციებთან კარგი თანამშრომლობა	> ადგილობრივი მოსახლეობის ტურიზმის სფეროში სუსტი ინტეგრაცია > ადგილობრივ ასოციაციებთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან სუსტი თანამშრომლობა > ეროვნულ სააგენტოებს შორის დაბალი თანამშრომლობა – APA, GNTA, კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტო > საერთაშორისო ბიზნეს კომპანიების სუსტი თანამშრომლობა > საუკეთესო პრაქტიკების ნაკლებად გაცვლა / სასწავლო ვიზიტებისამოგზაურო არეალებს შორის/ქვეყანებს შორის
მიმდებარე სამოგზაურო არეალის შესაძლებლობები	მიმდებარე სამოგზაურო არეალის საშიშროებები
ტრანსპორტი / მიღწევადობა > საქართველო-თურქეთის დამაკავშირებელი რკინიგზა > საჰაერო მგზავრობების გაზრდა > საზღვრის გადმოკვეთისა და ადმინისტრაციის გაუმჯობესება	ტრანსპორტი / მიღწევადობა > გზის მდგომარეობა და შეკეთება
ბუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > კულტურული და ბუნებრივი ფასეულობების ცნობადობის ამაღლება > კულტურის ინტეგრაცია ტურიზმში და ეკონომიკური გამოცდილება	ბუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > სოფლის მეურნეობის აგიტაცია, ურბანიზაცია და კიდეც სხვა სახის განვითარება/წინსვლა ამცირებს მრავალი სახეობას, რაც წარმოადგენს ადგილობრივი ტყის სპექტრს. > ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებების დეგრადაცია შეუსაბამო კანონმდებლობითა და არასაკმარისი მონიტორინგის სისტემის გამო
ინფრასტრუქტურა > რეგიონებში ახალი ინფრასტრუქტურის განვითარება (ჯგუფებით, სამცხე, წყალტუბო და სხვ..)	ინფრასტრუქტურა > ალდგენითი რესურსების ნაკლებობა
ტურიზმის განვითარება > საქართველოს როგორც სამოგზაურო არეალის იმიჯის გან-ბა > საქართველოს ტურიზმში ახალი ინვესტიციები > სხვადასხვა ტურისტული ჯგუფებისთვის მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტი > სამოგზაურო არეალის ძლიერი ბრენდინგი > ტურისტული ობიექტების მომსახურების ხარისხის ზრდა > მცირე და საშუალო ბიზნესის მენეჯმენტის გაძლიერება > ტრადიციებისა და ღირებულებების დაცვა > მდგრადი ტურიზმის ბიზნესისთვის სპეციალური კლასტერის გან-ბა > DMO-ების როგორც GNTA-ის რეგიონალური ოფისების განვითარება	ტურიზმის განვითარება > ტურისტული ცნობადობის გაზრდა > მდგრადი მართვის სიმცირე > მასიური ტურიზმის განვითარება ცოდნის სიმცირისა და განვითარების გეგმის არ ქონის გამო > საქართველოს საზღვრებთან ტურიზმის მასიური განვითარება
თანამშრომლობა > რეგიონებში ახალი განვითარების პროექტები დაფინანსებული/მხარდაჭერილი საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ > საერთაშორისო ფონდები და ინტერესებულებია ტურიზმის განვითარებით > ტურიზმის განვითარების პროცესში ადგილობრივი ტემის ცართვა > საგანმანათლებლო ორგანიზაციებში თანამშრომლობის გაძლიერება > პროფესიული განათლებისა და ტრენინგების პროცესში ადგილობრივ თემთა ჩართვა > საერთაშორისო ინვესტირებაში ჩართვა	თანამშრომლობა > რეგიონში და მოსაზღვრე არეალში პოლიტიკური არასტაბილურობა > მოსახლეობის მიგრაცია > ადგილობრივი მოსახლეობის პასიური დამოკიდებულება დამცირე ინტერესი ტურიზმის ეკონომიკისადმი

წყარო: სველე გასელისას, სამუშაო შეხვედრებსა და სხვა დოკუმენტებიდან დტ-ზე მომდებული ინფორმაცია

დანართები 3 DMO – ადგილის მართვის ორგანიზაციული მოდელი

ტურისტულ ქვეყნებს აქვთ თანამედროვე DMO/ადგილის მართვის ორგანიზაცია მოდელი რაც ეფუძნება კონკურენტუნარიანობისდამდგრადობის პრინციპებს. DMO-ები შემუშავებულია ფართო ტერიტორიებზე სადაც ვიზიტორებს შეუძლიათ მათი კომპლექსური საჭიროებების და მოლოდინის, გამოცდილების მიღება, და რაც მათ სურვილს შეუქმნის -კვავ დაბრუნდნენ საქართველოში. DMO-ის განვითარება უნდა ბაზრის, რეგულაციების და კულტურის თავსებადობის ეგიდით. ქედან გამომდინარე, თითოეული DMO მოდელი უნდა ითვალისწინებდეს ადგილობრივ, ეროვნულ თავისებურებებს და ობიექტებს. DMO-ების ფორმულირება და ფუნქციონირებას აქვს საბაზისო პრინციპები და წესები. ეს ეხება DMO-ს წევრობას, საქმიანობის სფეროს, მართვას, ფინანსურ და აუდიტს და სხვ.

დაცული ტერიტორიები სპეციფიკული დანიშნულები/სამოგზაური ადგილებია ეკო ან სათავგადასავლო ტურიზმის მოყვარულთათვის, თუმცა არის მიმდებარე ტერიტორიები რისი ნახვაც ტურისტებს მეტად სურთ. ამ შემთხვევაში დტ თავად წარმოადგენენ მიმდებარე ტურისტული მიმზიდველი არეალის ნაწილი. ტვინინგის პროექტში “ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერა საქართველოში” განხორციელებული 2012/13 წწ DMOs შეთავაზებული იყო კახეთის, იმერეთის, სამცხე-ჯავახეთისა და აჭარისთვის.

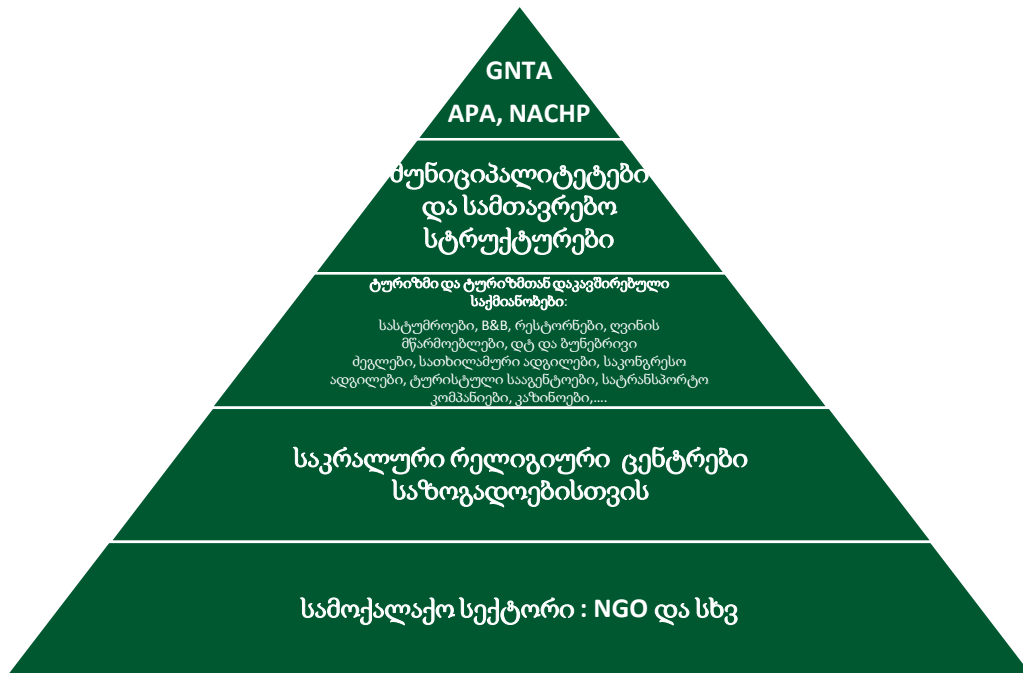
DMO-ის განვითარება კვლავ ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს და დაცული ტერიტორიების სააგენტოს გეგმებშია და დტ-მა უნდა მიიღონ DMO-ის აქტიური ფუნქცია და როლი. მაშასადამე, DMOs არის ტურიზმთან დაკავშირებული ორგანიზაციებისა და დაინტერესებულ მხარეთა საბოლოო სახე.

DMO წევრობის სტრუქტურის ძირითადი პრინციპია საჯარო და კერძო სექტორის ინტეგრაცია და თანამშრომლობა – ისინი ქმნიანე.წ. PPP-საჯარო-კერძო პარტნიორობას. გარდა ამისა, სამოქალაქო სექტორის წარმომადგენლებს შეუძლიათ გახდნენ DMO-ს წევრები, რაც განამტკიცებს მდგრადი ტურიზმის განვითარებას. DMO-ს ფორმულირება როგორც წესი ინიცირებულია საზოგადოების სექტორის მიერ – ეროვნული ტურიზმის ასოციაციის და ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციების მიერ რეგიონული და ადგილობრივი ადმინისტრაციების დახმარებით. კერძო და სხვა დაინტერესებული მხარეები ვინც ტურისტულ პორდუქტს და მომსახურებას წარმოადგენს წევრიანდებიან ნებაყოფლობით ან არიან იურიდიულად ვალდებული გაწევრიანდნენ იმ ინტენსივობის/მასშტაბის გათვალისწინებით, რითაც ტურიზმის მომწოდებლები დაკავშირებული არიან ტურიზმთან (მაგ. ტურისტული მოთხოვნის /შემოსავლის წილი).

ტურიზმის დაინტერესებული მხარეების სტრუქტურა და DMO წევრობა როგორც წესი შედგება შემდეგი პარტნიორებისგან:

- > **საზოგადოებრივი სექტორის წარმომადგენლები:**
 - > GNTA – საქართველოს ეროვნული ტურიზმის სააგენტო
 - > სამთავრობო სამსახური, მუნიციპალიტეტი
 - > დაცული ტერიტორიების სააგენტო (ეროვნული პარკები და ნაკრძალები)
 - > კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს
 - > სხვა საჯარო დაწესებულებები და ორგანიზაციები, როგორც აგანვითარების სააგენტო, დაა.შ.
- > **ტურიზმი და ტურიზმთან დაკავშირებული ბიზნეს წარმომადგენლები:**
 - > სასტუმრო ინდუსტრია
 - > B & B, სასტუმროსახლები, მსგავსი განსახლების დაწესებულებებში
 - > ოთახი, ბინები და სახლები, როგორც მეორე სახლის გაქირავება
 - > საბანაკე და საქარავნე ადგილები
 - > რესტორნები და კაფეები
 - > დაცული ტერიტორიები დანაკრძალები
 - > სათხილამური ცენტრები
 - > წყლი და სპა ცენტრები
 - > კაზინოები
 - > კონგრესის ობიექტები და ორგანიზატორები
 - > სათხილამურო სკოლები, გასართობი პარკები დაა.შ.
 - > ტურისტული პროდუქტის დასუვენირების მწარმოებლები
 - > სატრანსპორტო ორგანიზაციები (ტაქსი, მანქანის გაქირავება და სხვ)
 - > ტურიზმთან დაკავშირებული მაღაზიები და მომსახურებები
 - > TICs – ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრები
 - > ტურისტული დაჯავშნა და დაჯავშნის სისტემები

- > სასტუმროების, ტურისტული სააგენტოების, გიდების და ა.შ. ასოციაციები
 - > ტურისტული პროდუქტის მომწოდებლები (საკვები და სასმელი, ენერგეტიკული, მოწყობილობები)
 - > მარკეტინგული და სარეკლამო სააგენტოები
 - > ტურიზმის, სასტუმროს და სხვა მსგავსი სკოლები და კოლეჯები
- > **რელიგიური ცენტრები - ღია ვიზიტორთათვის**
- > **სამოქალაქო სექტორის წარმომადგენლები**
- > ადგილობრივი მაცხოვრებლები
 - > მეორე სახლების მაცხოვრებლები – ბინები და სახლები
 - > კულტურულ, სპორტულ და სხვა დოგმები ტურისტული პროდუქტების/მომსახურებების შეთავაზებით
 - > ტურიზმთან დაკავშირებული ა/ს ორგანიზაციები



სქემა 11: წვერთა სტრუქტურა DMOS – დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციები

DMO -ს რამდენიმე ბაზრეორიენტირებული საქმიანობა აქვს. ეს შეიძლება განვითარებული მთლიანად ან შეზღუდულად. სამუშაო ადგილების განვითარება შეიძლება დაიყოს რამდენიმე ეტაპად საჭიროებების, მიზნების, HR და ფინანსური რესურსების და ა.შ. მიხედვით.

სრული DMO -მ შეიძლება მოიცვას შემდეგი სამუშაო რეგიონები:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> > დაგეგმვისა და სტრატეგიული
(ტურიზმის ხედვა და სტრატეგიის მომზადება, მირითადი ტურისტული, საინვესტიციო პროექტების იდენტიფიკაცია) > ტურისტული რესურსების ინვენტარიზაცია, შეფასება და პროდუქტის განვითარება
(ტურისტული რესურსები და ატრაქციების გამოვლენა, ნუსხის შედგენა, ტურისტული პროდუქტის განვითარების არეალი, ღონიძირების ორგანიზება და მართვა, ტურიზმთან დაკავშირებული მცირე და საშუალო მწარმოების სტიმულაცია) > MICE – Meetings/შეხვედრები, Incentives/ინსენტივები, Congresses/კონგრესი და Events/გამოფენები (პროფესიონალური შეხვედრების, სამუშაო შეხვედრების, სადისკუსიო მაგიდების ორგანიზება. ტურ- ოპერატორების, მედიის, კონგრესის ორგანიზაციები, გამოფენების ორგანიზაცია და მართვა) > ბაზრის შესწავლა და სტატისტიკა (საბაზისო ტურისტული სტატისტიკა, TSA (ტურიზმის სატელიტური ანგარიში) და ტურიზმის ეკონომიკური მნიშვნელობის განსაზღვრა, სტუმრების კვლევა, ონლაინ კვლევა, ბენჩმარკინგი) | <p>განვითარების პროექტები
საქმიანობის დაგეგმვა,</p> |
|---|--|

- > **ტურისტთა ინფორმაციის შეგროვება, მართვა და დისტრიბუცია** (ტურისტული შეთავაზებების შესაძლებლობების, ღონისძიებების ბაზის განახლება, ორგანიზება და მართვა. მიზნობრივი ბაზრის, კლიენტის გათვალისწინებით ტურისტული ინფორმაციის გავრცელება და ტურისტული ინფორმაციის გამოყენება ლობირების, მარკეტინგის, PR-ისა და სარეალიზაციო არხების, ენების გასათვალისწინებლად)
- > **ტურიზმის რეკლამირება და მართვა** (მარკეტინგული სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა; იმიჯის გან-ბა და ბრენდინგი, კომუნიკაცია(გამოფენები, სამუშაო შეხვედრები, რეკლამები, PR.), პროდუქტის სარეკლამო მასალა (ბროშურები, პლაკატები, რუკები, DVDs...), ინტერნეტ გაყიდვები (ვებ პორტალი, ონლაინ მარკეტინგი, ცენტრალური რეზერვაციის სისტემა, ბილეთები და სხვ.)
- > **ტურიზმის ხარისხის მართვა და კლიენტებთან ურთიერთობის მართვა**, ტურისტული ობიექტების ხარისხის სტანდარტები (ღამის გასათევი ობიექტების კლასიფიკაცია, სათხილამურო ტრასები, სპა ცენტრები, კონგრეს კლასიფიკაცია, ტურისტული მარშრუტები და სხვ.) ტურიზმის ტურიზმისხარისხისჯილდოებიდასერტიფიკატები, ტურისტებისკმაყოფილებისგაზომვა (ტურისტებისსაჩივრებისმართვა, სტუმრისანალიზიდაა.შ..)
- > **ტურისტული განათლების მენეჯმენტი** (ტურისტული ტრენინგ პროგრამების განხორციელება, საუკეთესო პრაქტიკის ტრანსფერი, სასწავლო ვიზიტები)
- > **ლობირება, ადვოკატირებადაკომუნიკაცია (PR)** (ადვოკატირება, რომტურიზმი მნიშვნელოვანროლსთამაშობსმდგრადიგანვითარების, შეფასების,ბუნებრივი დაკულტურულირესურსების,ქვეყნის ატრაქციების შენარჩუნებაში, რეგიონულიგანვითარების, დასაქმებისადაშემოსავლის, რეგიონისადაქვეყანისიმიჯისამაღლებაში,ტურიზმის და მისი პოლიტიკურდაბიზნეს წრეებში, დაწესებულებებსა და ასოციაციებში მნიშვნელობის როლის წარდგენაში, ტურისტული ცნობიერებისამაღლებისდაგეგმვაში, ღონისძიებებისადასარეკლამო კამპანიებში , გაწევრობების მენეჯმენტში და სხვ)
- > **ტურიზმის ხარისხის და სტანდარტების კონტროლი/ზედამხედველობა**(ტურისტული სერვისის მომწოდებელთა „ქცევის წესების“ შემოღება ტურიზმის სამოგზაურო/დანიშნულების ადგილზე(ტურისტული ადგილების ზონირება, გახსნის და დაკეტვის საათები, მოთხილამურეთა ფერდობებზე სრიალის წესები), ინფრასტრუქტურისმომსახურების საოპერაციო წესები(ნავის შეგროვება, გატანა და სხვ...), კლასიფიკაციის, ხარისხის სტანდარტის, ტურისტთა ჩამოსვლების, ღამის გათევის რეგისტრაციის, დანიშნულების ადგილზე წესების დაცვის მონიტორინგი.

დანართები 4 რამოდენიმე ტურისტული პროდუქტის ილუსტრაცია რაც დაკავშირებულია ძირითად სბე დაცულ ტერიტორიებზე

სპორტი და თავგადასავლები

მთის ველოსიპედები გაუვალ გზებზე, ხშირად რთულ რელიეფზე მთის ველოსიპედებით სწრაფი სიარული. მთის ველოსიპედი ჩვეულებრივი ველოსიპედის მსგავსია, მაგრამ დამატებით ფუნქციებს ითავსებს უხეშ და რთულ რელიეფზე გამძლეობის გაზრდისა და სპეციალური მანევრების შესრულების მიზნით. მთის ველოსიპედები შეიძლება დაიყოს მრავალ კატეგორიად: cross country ქროსკანთრი, ბილიკზე სასიარულო, ყველა მთაზე, დადმართებზე, freeride ფრირაიდი (თავისუფალი ტარება, რაც გულისხმობს ბარიერების გარეშე ტარებას), dirt jumping მიწაზე ხტუნვა (გრუნტის ტრასაზე ხტუნვა როდესაც სრულდება ტრუკები) და სპეციალურ ბილიკებზე სასიარულო მთის ველოსიპედები. მათ შორის ყველაზე მეტი მოთხოვნა რეკრეაციულ cross country და ბილიკზე სასიარულო კატეგორიებზე მოდის.



მთის
ველოსიპედები



მთის
ველოსიპედები



მთის
ველოსიპედები

Climbing კლდეზე ცოცვა- აქტივობა როდესაც ხელის, ფეხის, ან სხეულის სხვა ნაწილების აქტიური ჩართვით ციცაბო კლდეზე ხდება ასვლა.



კლდეზე ცოცვა



კლდეზე ცოცვა



კლდეზე ცოცვა

Abseiling / rappelling **თოკით დაშვება** კლდის ზედაპირზე დაღმართზე თოკის გამოყენებით კონტროლდება. ალპინისტები იყენებენ მტყუნკას, როდესაც კლდე ან ფერდობი ძალიან ცივია და/ანაკლებად უსაფრთხოა.



თოკით დაშვება



თოკით დაშვება



თოკით დაშვება

პარაშუტინგი, იგივე საჰაერო დაივინგი (ხტომები პარაშუტით) არის აქტიურის სპორტის სახეობა, რომლის დროსაც მონაწილე ხტება თვითმფრინავის ბორტიდან და მიზიდულობის ძალის საშუალებით მიიწევს მიწისკენ, ხოლო დაშვებამდე გარკვეული პერიოდით ადრე, ანელებს პროცესს და ეშვება მიწაზე პარაშუტის გამოყენებით.



**პარაშუტით
ხტომა**



**პარაშუტით
ხტომა**



**პარაშუტით
ხტომა**

პარაპლანით ფრენა არის რეკრეაციული და საშეჯიბრო-სათაგადსავლო სპორტის სახეობა. პარაპლანით შესაძლებელია მსუბუქი, თავისუფალი ფრენა, ასაფრენად მოითხოვს პარაპლანერისთვის მიერ მცირე დისტანციის გარბენას და გაჩნია არახისტი, დრეკადი ძირითადი სტრუქტურა.



**პარაპლანით
ფრენა**



**პარაპლანით
ფრენა**



**პარაპლანით
ფრენა**

საჰაერო ბურთი არის აქტივობის ის სახეობა, რომლის დროსაც გამოიყენება ცხელ ჰაერზე მფრინავი საჰაერო ბურთი. საჰაერო ბურთის მიმზიდველობა გამოიხატება განსაკუთრებულ სიწყნარში (გარდა იმ მომენტისა, როდესაც იწყება პროპანის წვა ცხელი ჰაერის გამოშვების მიზნით), მოძრაობის შეგრძნების სიმცირესა და ფრინველის თვალთ დანახული ხდები დატკობაში.



საჰაერო ბურთი



საჰაერო ბურთი



საჰაერო ბურთი

A Zip Line ზიპლაინი- კაბელზე დაკიდებული ბორბლის მეშვეობით საბაგროთი დაშვება. რომელიც ძირითადად უჩანგავი ფოლადისგან არის დამზადებული დადამონტაჟებულია დაქანებაზე. იგი ისეა მოწყობილი რომ მომხმარებელმა შეძლოს ბოგირზე თავისუფლად მოძრაობა ბორბლით (შკივით)ან საბაგრო ტრანსპორტით სიმაღლიდან დაქანებულ კაბელზე თვითმავალი სიმძიმით ძირამდე დაშვება.



ზიპ-ლაინი



ზიპ-ლაინი



ზიპ-ლაინი

Paintball„ფეინტბოლი“სპორტულითამაში სადაცინდივიდები და გუნდები შეჯიბრებისას ერთმანეთს ესვრიან ბურთულებს რომლის შიგნით წყლის საღებავებია, ხოლო გარეთ ჟელატინის გარსია (ეწოდება „ფეინტბოლი“) ბურთულების სატყორცნი სპეციალურ მოწყობილობას ფეინტბოლის მარკერი ეწოდება.



ფეინტბოლი



ფეინტბოლი



ფეინტბოლი

მშვილდოსნობა არის მშვილდის გამოყენების ხელოვნება, პრაქტიკა, ან ისრებით სროლის უნარი. ამ დროს შეიძლება ტურნირების ორგანიზება.



მშვილდოსნობა



მშვილდოსნობა

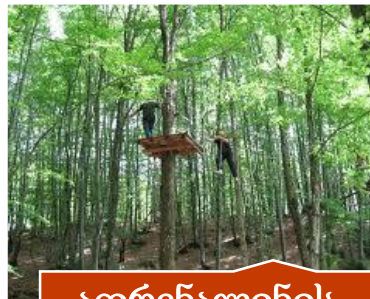


მშვილდოსნობა

Adrenalin Parks ადრენალინის პარკების აქტივობები გამიზნულია ინდივიდუალური და და სხვადასხვა ჯგუფურ (სკოლები, ბიზნეს ჯგუფები ან ათლეტური და სპორტული გუნდები) ტურებისთვის. მაღალი თოკების კურსი შესაძლოა მოცავდეს ელემენტებს, (ძირითადად მიწიდან დაშორებული 8 მ-ზე): გიგანტური ქანობა/დაკიდება, ბილიკი მაღალზე, ინდივიდუალური სავარჯიშოები, ჯგუფური სავარჯიშოები, საცოცი კედლები.



**ადრენალინის
პარკი**



**ადრენალინის
პარკი**



**ადრენალინის
პარკი**

სპორტი და თავგადასავლები : საწყლოსნო ტურები

Rafting წყალ ჯომარდობა ან კრიალა წყალზე ჯომარდობა ეს არის გასაბერი ნავით ნავიგაციაა მდინარეზე ან სხვა ტიპის წყალზე. რეკრეაციული აქტივობა ხშირად კრიალა წყალზე ან სხვადასხვა დახრილობის წყალზე ხდება იმისათვის რომ აღაფრთოვანოს და ააღელვოს მოგზაური.



წყალჯომარდობა



წყალჯომარდობა



წყალჯომარდობა

კანიონინგისთვის იდეალურია კანიონები რომლებიც დიდზეა შეჭრილია ქვის ნაპრალში და ქმნიან ვიწრო წყალმარჩხ ხეობებს, ლამაზად გამოკვეთილ კედლებს, და ხანდახან შთამბეჭდავ ჩანჩქერებს.



კანიონინგი



კანიონინგი



კანიონინგი

კაიაკინგი წარმოადგენს სპეციალური ნაგებობის, იგივე კაიაკების გამოყენებას წყლის ზედაპირზე გადაადგილების მიზნით. ის განსხვავდება კანოესაგან მასში მყოფი პიროვნების ჯდომის პოზიციით და ნიჭის ტიპით (კერძოდ ნიჭის პირების რაოდენობით).



კაიაკინგი



კაიაკინგი



კაიაკინგი

Freshwater / Cave diving(Scuba diving) „სკუბა დაივინგი“-კრიალა წყლის / მღვიმეში ყვინთვაათავისებური რისკებით. ძირითად სრულდება მტკნარი წყლის ტბაში თუმცა ხშირად მდინარესა და მღვიმეშიც. იმის მიუხედავად რომ პოტენციურად საშიშ აქტივობაა ის შეიძლება ვადიაროთ ერთ-ერთ საინტერესო აქტივობად ზღვაზე და ზოგიერთ შემთხვევაში ისეთ ადგილზე სადაც წყლის მაღალი ხილვადობაა. ეს შეიძლება იყოს მღვიმეც.



ყვინთვა



ყვინთვა



ყვინთვა

თიუბინგი, ანუ იგივე მასიური რეზინის რგოლით წყალზე დაშვება, არსებობს ორი ტიპის: ბაგირით (ბუქსირით) და თავისუფალი ცურვის, რომელიც ასევე მდინარის თიუბინგის სახელით არის ცნობილი. ბაგირიანი თიუბინგის აქტივობები ხშირ შემთხვევაში ხორციელდება მასიური წყლის ზედაპირიან საფარზე, მაგალითად ტბაზე ან მდინარეზე.



თიუბინგი



თიუბინგი



თიუბინგი

თავგადასავალი და სპორტი: ზამთარი

Ice climbing **ყინულზე ცოცვა** - ყინულის ფორმირებებზე აღმასვლა, ცოცვა. თოკის და სხვა დაცვითი საშუალებებით ყინულის ლოდზე. გაყინულ ჩანჩქერზე, კლდის ფილებზე ასვლა რომელიც დაფარულია გაყინული წყლის ნაკადით.



ყინულზე
ცოცვა



ყინულზე
ცოცვა



ყინულზე
ცოცვა

ფრირაიდი წარმოადგენს სნოუბორდით სრიალის ერთ-ერთ მიმართულებას, რომელიც ხორციელდება გაუკვალავ თოვლში, თავისუფალი სტილით, ყოველგვარი დაწესებული რეგულაციების გარეშე. ფრირაიდი აერთიანებს სნოუბორდინგის სხვადასხვა ასპექტებს და აყალიბებს სტილს, რომელიც მიესადაგება ბუნებრივ, გაუკვალავი თოვლის საფარიან ფერდებს და არაფერი აქვს საერთო ხტომასთან, სპეციალურ რელსებზე დასრიალებას, ნახევარ-სალტოებსა და გაკვალულ თოვლში სრიალთან.



ფრირაიდი



ფრირაიდი



ფრირაიდი

თხილამურებით რბოლა წარმოადგენს სპორტის ისეთ სახეობას, რომლის დროსაც მონაწილეები მიემუშავებენ მიზნისკენ თოვლიან ტრასაზე, თხილამურებისა და სათხილამურო ჯოხების გამოყენებით.



თხილამურებით
რბოლა



თხილამურებით
რბოლა



თხილამურებით
რბოლა

ყინულზე - სრიალი გაყინულ ტბაზე



ყინულზე
სრიალი



ყინულზე
სრიალი



ყინულზე
სრიალი

ბუნება და მხიარულება

Segway Personal Transport „სეგვეი“- (ელექტრონული ორთავა) პერსონალური ტრანსპორტი ორ ბორბალზე, რომელსაც თავად აბალანსებს ტურისტები. ბატარეებზე მომუშავე ელექტრო ტრანსპორტის გამოყენება ვიზიტორს შეუძლია დტ-ებზე ვიზიტას.



სეგვეის ტური



სეგვეის ტური



სეგვეის ტური

Bog walking **ჭაობზე სეირნობა** შესაძლებელია ხის ფართოსასიარულო ან ჩვეულებრივი ჭაობის ფეხსაცმლით. ჭაობზე სიარული ჭაობის ფეხსაცმლით შეიძლება უფრო სახალისო და „ველური“ იყოს ვიდრე კომფორტული ფართოდსასიარულო ფეხზე ჩასაცმელი. ჭაობის ფეხსაცმლით ჭაობზე მოსიარულე თითქოს იცავს ბალანსს მცენარეების ღრუბლოვან და რბილ ზედაპირზე სიარულისას. თუმცა, ეს სირთულეს არ წარმოადგენს, ხანდაზმულ ადამიანებსაც შეუძლიათ ჭაობზე სიარულს გაართვან თავი.



ჭაობზე
სიარული



ჭაობზე
სიარული



ჭაობზე
სიარული

ნიჩბოსნობა ფეხზე დგომით - სპორტის სახეობაა, რომელიც განკუთვნილია ყველა ტიპის მომხმარებლისათვის და წარმოადგენს გასართობ და დაბალი რისკის მქონე საწყლოსნო აქტივობას. ნიჩბოსნობის ამ სახეობის ნავი წარმოადგენს ბრტყელი ტიპის ნავს, რომელიც იმართება ცალმხრივი ნიჩბით და ამ ტიპის ნავით შესაძლებელია მარტივ მდინარეებსა და ტბებზე მიმოსვლა.



ნიჩბოსნობა ფეხზე
დგომით



ნიჩბოსნობა ფეხზე
დგომით



ნიჩბოსნობა ფეხზე
დგომით

Horse&Carriage Rides **საცხენოსნო და სამარხილო ტურები** შესაძლებელია ზაფხულშიც და ზამთარშიც ტურების ირგვლივ ან მოსწორებულ რელიეფზე ტურებისთვის დასხვ



მარხილით
სეირნობა



მარხილით
სეირნობა



მარხილით
სეირნობა

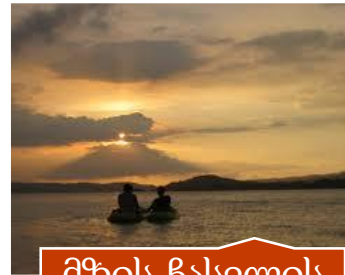
მზის ჩასვლის / მზის ამოსვლის ტურები სთავაზობს სხვადასხვა სახის აქტივობებს მზის ჩასვლა - ამოსვლის დროს (კაიკინგი, ჰაიკინგი, მედიტაცია და სხვა რეკრეაციული აქტივობა.)



მზის ჩასვლის
ტურები



მზის ჩასვლის
ტურები

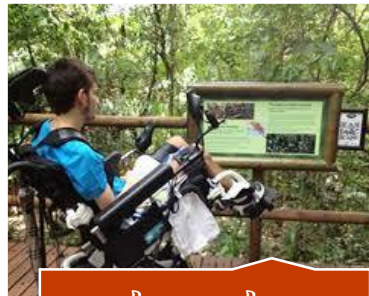


მზის ჩასვლის
ტურები

შეზღუდული უნარების მქონე პირთა ბილიკი სთავაზობს შემეცნებით, დასასვენებელ ან მსუბუქი სპორტულ აქტივობებს დტ-ზე.



ბილიკები ბარიერების
გარეშე



ბილიკები
ბარიერების გარეშე



ბილიკები
ბარიერების გარეშე

ველურ ბუნებაზე დაკვირვების ტურები პარკის ტერიტორიაზე ცხოველებზე და ველურ ბუნებაზე დაკვირვება.



ველურ ბუნებაზე
დაკვირვების ტურები



ველურ ბუნებაზე
დაკვირვების ტურები



ველურ ბუნებაზე
დაკვირვების ტურები

სათამაშო მოედნების ბილიკი შესაძლებელია ბავშვებისთვის როგორც ბილიკის ასევე ცალკე გასართობი ადგილის მოწყობა პარკის ტერიტორიაზე.



სათამაშო
მოედნები



სათამაშო
მოედნები



სათამაშო
მოედნები

განათლება

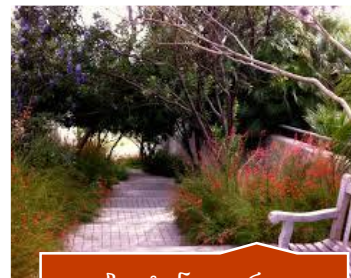
ბოტანიკური ტურებისათვის არსებულ ადგილზე ფლორისა და ფაუნის აღწერას/გაცნობას და შესაძლებელია როგორც ინდივიდუალური ასევე ჯგუფური ტურებისთვის.



ბოტანიკური
ტურები



ბოტანიკური
ტურები



ბოტანიკური
ტურები

გეოლოგიური ტურები სთავაზობს დტ-ის გეოლოგიური აგებულების აღწერასა და ისტორიას.



გეოლოგიური
ტურები



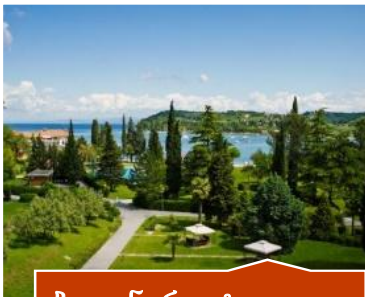
გეოლოგიური
ტურები



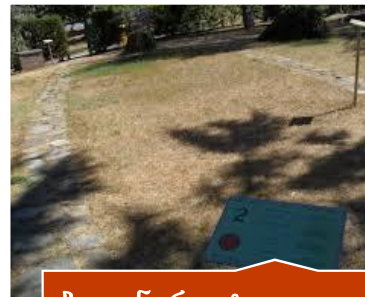
გეოლოგიური
ტურები

სიამოვნება

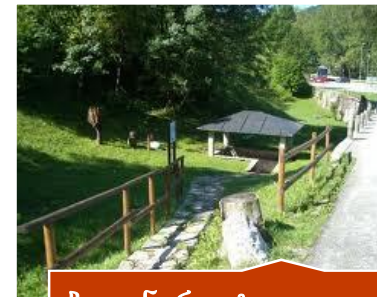
Bioenergetic Trails ბიოენერგეტიკული ბილიკი: მაგნიტური სიგნალის პულსირება ბუნებაში და სხეული ენერგიის აღდგენა ბუნებრივი გზით.



ბიოენერგეტიკული
ბილიკი

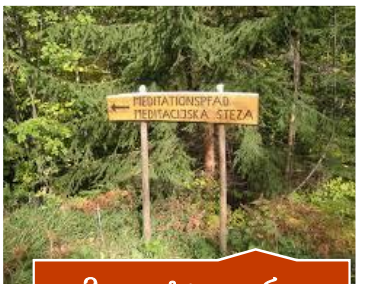


ბიოენერგეტიკული
ბილიკი



ბიოენერგეტიკული
ბილიკი

Mediation trail მედიტაციური ბილიკი- ძირითადად საფეხმავლო მედიტაციის, სულიერი შემეცნებისა და პილიგრიმულ შესაძლებლობისთვის.



მედიტაციური
ბილიკი



მედიტაციური
ბილიკი



მედიტაციური
ბილიკი

Gong Bath Trails გონგ ბას თრაილ სთავაზობს გონგის ხოვანებით (ვიბრაციით) მედიტაციის საშუალებას და იგი შესაძლებელია როგორც ინდივიდუალულებისთვის ასევე ჯგუფებისთვის.



GONG BATH
TRAIL



GONG BATH
TRAIL



GONG BATH
TRAIL

დანართი 5 შერჩეული საერთაშორისო მარკეტინგული პარტნიორები და არხები/შერჩეული ტურისტული ბაზრობები, შეხვედრები და გამოფენები - ორიენტირებული ბუნებისა და სათავედასავლო ტურისტულ აქტივობებზე

თარიღი	ტურისტული გამოფენა /დონისძიება	ქალაქი	ქვეყანა
იანვარი	Vakantiebeurs - Tourism and Leisure Fair	უტრეხტი	ნიდერლანდები
იანვარი	FITUR - Feria Internacional de Turismo	მადრილი	ესპანეთი
თებერვალი	EMITT - East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition	სტამბული	თურქეთი
თებერვალი	IMTM - International Mediterranean Tourism Market	თელავი	ისრაელი
თებერვალი	BIT - Borsa Internazionale del Turismo	მილანი	იტალია
თებერვალი	Outdoor - Outdoor Trade Fair	London	Great Britain
თებერვალი	F.R.E.E - Interactive fair for leisure and travel	München	გერმანია
თებერვალი	Holiday World - international travel fair	Prag	Czech Republic
თებერვალი / მარტი	Utazas - Travel International Tourism Exhibition	Budapest	Hungary
მარტი	ITB - Internationale Tourismus Börse	Berlin	გერმანია
მარტი	MITT - Moscow International Travel & Tourism	Moskva	რუსეთი
მარტი	UITT - Ukraine International Travel & Tourism	Kiev	უკრაინა
აპრილი	AITF – Azerbaijan International Travel & Tourism	Baku	აზერბაიჯანი
აპრილი	ARGUS Bike Festival	Wien	ავსტრია
აპრილი	COTTM - China Outbound Travel & Tourism Market	Peking	ჩინეთი
აპრილი	KITF - Kazakhstan International Tourism Fair	Almaty	Kazakhstan
მაისი	The International Birdwatching Fair of Comacchio	Po Delta Park of the Region Emilia Romagna	იტალია
აგვისტო	Eurobike - Holiday on Bike	Düsseldorf	გერმანია

აგვისტო	British Birdwatching Fair	Rutland Water Nature Reserve	Great Britain
სექტემბერი	TourNatur - The fair for trekking and hiking	Friedrichshafen	გერმანია
ოქტომბერი	ITB Asia	Singapore	Singapore
ნოემბერი	WTM - World Travel Market	London	Great Britain
ნოემბერი	EIBTM - Global Meetings & Incentives Exhibition	Barcelona	Spain
ნოემბერი	Tactical & Adventure Fair	Eindhoven	ნიდერლანდები

შერჩეული რამოდენიმე ტურ ოპერატორი / ტურისტული სააგენტო - ფოკუსირებული ბუნებასა და თავგადასავალზე და TO / TA ასოციაციები

ტუროპერატორი / ტურისტული სააგენტო / ტურისტული ასოციაცია	ვებ-გვერდი
Natural Habitat Adventures	http://www.nathab.com/
Wildside Nature Tours	http://wildsidenaturetours.com/
Backroads	http://www.backroads.com/
VBT Bicycling Vacations	www.vbt.com
BikeHike Adventures	www.bikehike.com
Trek Travel	www.trektravel.com
DuVine Adventures	www.duvine.com
Ciclismo Classico	www.ciclismoclassico.com
Great Explorations	www.great-explorations.com
Aegea Adventures	www.aegeaadventures.com
Sierra Club Outings	www.outings.sierraclub.org
GAP Adventures	www.gapadventures.com
KE Adventure Travel	www.keadventure.com
Butterfield & Robinson	www.butterfield.com
Austin-Lehman Adventures	www.austinlehman.com
REI Adventures	www.rei.com/adventures
Adventure Consultants	www.adventureconsultants.co.nz
Bio Bio Expeditions	www.bbxrafting.com
H2Outfitters	www.h2outfitters.com
Pure Adventures	www.discoverfrance.com
Country Walkers	www.countrywalkers.com
Classic Journeys	www.classicjourneys.com
The Wayfarers	www.thewayfarers.com
Distant Journeys	www.distantjourneys.com
JOURNEYS International	www.journeys.travel
EarthWatch Institute	www.earthwatch.org
iExplore	www.iexplore.com
Mountain Madness	www.mountainmadness.com
National Geographic Expeditions	www.nationalgeographicexpeditions.com
ROW Adventures	www.rowadventures.com
Explorers' Corner	www.explorerscorner.com
Mountain Travel Sobek	www.mtsobek.com
Naturalist Journeys	www.naturalistjourneys.com
Baobab Expeditions	www.baobabexpeditions.com
Geographic Expeditions	www.geoex.com
Artisans of Leisure	www.artisansofleisure.com

Kensington Tours	www.kensingtontours.com
Civilized Adventures	www.civilizedadv.com
Zegrahm & Eco Expeditions	www.zeco.com
Wild Frontiers Adventure Travel	www.wildfrontiers.co.uk
MIR Corporation	www.mircorp.com
Adventures Abroad	www.adventures-abroad.com
Lindblad Expeditions	www.expeditions.com
Natural Habitat Adventures	www.classicescapes.com
Classic Escapes	www.intrepidtravel.com
Intrepid Travel	www.intrepidtravel.com
Gecko's Grassroots Adventures	www.geckosadventures.com
TUI	www.tui.com
Jahn Reisen	www.jahnreisen.de
Alltours	www.alltours.de
Travelix	www.travelix.de
Gulet	www.gulet.at
Thomas Cook	www.thomascook.com
FTI	www.fti.de
ასოციაციები /ორგანიზაციები	
DRV (Deutscher Reiseverband)	www.driv.de
ÖRV (Österreichischer Reisebüroverband / Association of Austrian Travel Agents) ავსტრიული ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.oerv.at
WKO (Fachverband der Reisebüros) ავსტრიის ტურისტული ბიურო	www.reisebueros.at
FIT/FTI (Fédération de l'Industrie du Tourisme / Federatie van de Toeristische Industrie) ბელგიის ტურისტული ინდუსტრიის ფედერაცია	www.fti-fit.be
ABTTA (Association of Bulgarian Tour Operators and Travel Agents) ბულგარეთის ტუროპერატორების და ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.abtta.com
UHPA (Association of Croatian Travel Agencies) ხორვატიის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.uhpa.hr
TA (Association of Cyprus Travel Agents) კვიპროსის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.acta.org.cy
DRF (Danmarks Rejsebureau Forening / The Association of Danish Travel Agents and Tour Operators)) დანიის ტუროპერატორების და ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.drif-dk.dk
FETAVE (Federation Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas) ესპანეთის ტურისტული ბიზნესის სააგენტოების რეგიონალური ასოციაციების ფედერაცია	www.fetave.org

ACAVE (Asociación Catalana de agencias de Viajes Especializadas) Spain კატალონიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.acave.travel
ETFL (Estonian Association of Travel Agents) ესტონეთის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.etfl.ee
SMAL (Suomen matkatoimistoalan liitto / The Association of Finnish Travel Agents) ფინეთის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.smal.fi
SNAV (Syndicat National des Agences de Voyages) ტურისტული სააგენტოების ეროვნული ასოციაცია. საფრანგეთი	www.snav.org
HATTA (Hellenic Association of Travel and Tourist Agencies) საბერძნეთის ტურიზმის და ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.hatta.gr
MUISZ (Association of Hungarian Travel Agencies) უნგრეთის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.muisz.com
ITAA (Irish Travel Agents Association) ირლანდიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.itaa.ie
ALTA (Association of Latvian Travel Agents /ლატვიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.alta.net.lv
FATTA (Federation of Associations of Travel & Tourism Agents) მალტის ტურისტული ასოციაციებისა და ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.fatta.org
CTU – Montenegro Tourism Association მონტენეგროს ტურიზმის ასოციაცია	http://www.ctu-montenegro.org/
ANVR (Algemeen Nederlands Vereniging van Reisondernemingen), The Netherlands ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.anvr.nl
VIRKE (The Norwegian Travel Trade Association) ნორვეგიის ტურისტული ბიზნესის ასოციაცია	www.virke.no
PIT (Polska Izba Turystyki), Poland ტურიზმის პალატა	www.pit.org.pl
APAVT (Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo), Portugal ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.apavtnet.pt
ACCKA (Asociace Ceskych Cestovnich Kancelari a Agentur), Czech Republic ჩეხეთის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.accka.cz

A) SELECTION OF SOME CORPORATE ORGANIZATIONS FOCUSED ON NATUE AND ADVENTURE

ორგანიზაცია	ვებ-გვერდი
The European Outdoor Group (EOG) ღია ციკლეში, ასევე ევროპულ ბუნებაში ევროპის მოგზაურობის ჯგუფი	http://www.europeanoutdoorgroup.com/
EOCA European Outdoor Conservation Association ღია ციკლეში აქტივობების და ველური ბუნების	http://www.outdoorconservation.eu/

კონსერვაციის ევროპის ასოციაცია	
CYCLING ORGANISATIONS / ASSOCIATIONS	
Adventure Cycling Association	www.adventurecycling.org
International Mountain Bicycling Association	https://www.imba.com/ ; http://www.imba-europe.org/
Adventure Cycling Associations	http://www.adventurecycling.org/
European Cyclists' Federation	http://www.ecf.com/
European Cycling Union	www.uec.ch
International Mountaineering and Climbing Federation	www.ifsc-climbing.org
Österreichischer Wettkletterverband	www.wettklettern.at
Air and Extreme Sports Federation of Azerbaijan	www.fairex.az
ალპინიზმის ორგანიზაციები / ასოციაციები	
Climbing and Mountaineering Belgium	www.cmbel.be
Bulgarian Climbing and Mountaineering Federation	www.bfka.org
Hrvatski Planinarski Savez (Croatian Mountaineering Association)	www.plsavez.hr
Cyprus Mountaineering and Climbing Federation	www.komoaa.com
Cesky horolezecký svaz (Czech mountaineering association)	www.horosvaz.cz
Dansk Klatreforbund/Danish Climbing Federation	www.dkla.dk
Finnish Climbing association	www.climbing.fi
Fédération Française de la montagne et de l'escalade	www.ffme.fr
Georgian Climbing National Federation	
Deutscher Alpenverein	www.alpenverein.de
British Mountaineering Council	www.thebmc.co.uk
Hellenic Federation of Mountaineering and Climbing	www.eoaa.gr
Hungarian Mountaineering and Sport Climbing Federation	www.mhssz.hu
Mountaineering Ireland	www.mountaineering.ie
The Israeli Organization of Sport Climbing	
Federazione Italiana Arrampicata Sportiva	www.federclimb.it
Fédération Luxembourgeoise d'Escalade, de Randonnée et d'Alpinisme	www.flera.lu
Macedonian Sport Climbing Federation	www.climbing.mk/
Koninklijke Nederlandse Klim- en Bergsportvereniging, Netherlands	www.nkbv.nl
The Norwegian Climbing Federation	www.klatring.no
Polski Związek Alpinizmu (Polish Mountaineering Association)	www.pza.org.pl
Federação Portuguesa de Montanhismo e Escalada / Portuguese Mountaineering and Climbing Federation	www.fpme.org
Turkish Mountaineering Federation	www.tdf.org.tr
Romanian Federation of Mountaineering and Climbing	www.fralpinism.ro
Climbing Federation of Russia	www.c-f-r.ru

United Sport Climbing Federation of Serbia	www.uspfs.rs
Slovak Mountaineering Union JAMES	www.james.sk
Alpine Association of Slovenia	www.pzs.si
Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada, Spain	www.fedme.es
Swedish Climbing Federation	www.klatterforbundet.se
Swiss Alpine Club	www.sac-cas.ch
Ukrainian Mountaineering and Climbing Federation	
Latvian Alpinist Association	www.climbing.lv
Lithuania Climbing Sport Association	
Armenian Alpine Club	www.armenianalpineclub.org
Belarus Alpine Federation	
Mountaineering Union of Bosnia - Herzegovina	www.psbih.ba
Basque Mountaineering Federation, Spain	www.emf-fvm.com
Federació d'Entitats Excursionistes de Catalunya, Spain	www.feec.cat
USA Climbing	www.usaclimbing.org
Federation of Mountaineering and Rock Climbing of Uzbekistan	
Mongolia Mountaineering Federation	
Federation of Mountaineering Rock and Ice Climbing of Kirgiz Republic	
Mountaineering and Climbing Federation of Republic of Kazakhstan	www.mountain.kz
International Federation of Sport Climbing	www.ifsc-climbing.org/
ფრინველების დაკვირვების / ორნიტოლოგიის ორგანიზაციები / ასოციაციები	
American Birding Association	www.aba.org/
International Bird Life	www.birdlife.org
Armenian Society for the Protection of Birds (ASPB)	www.aspbirds.org
Austria - BirdLife Austria	www.birdlife.at
Azerbaijan Ornithological Society (AOS)	www.aos.az
Belarus - BirdLife Belarus (APB)	www.ptushki.org
Belgium - Natagora (Wallonia)	www.natagora.be
Belgium - Natuurpunt (Flanders)	www.natuurpunt.be
Bulgarian Society for the Protection of Birds (BSPB)	www.bspb.org
Canada - Nature Canada	www.naturecanada.ca
Croatia - Association BIOM	www.biom.hr
Czech Society for Ornithology (CSO)	www.birdlife.cz
Denmark - Dansk Ornitologisk Forening (DOF)	www.dof.dk
Estonian Ornithological Society (EOS)	www.eoy.ee
Finland - BirdLife Suomi	www.birdlife.fi
France - Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO)	www.lpo.fr
Germany - Nature And Biodiversity Conservation Union (NABU)	www.nabu.de
Greece - Hellenic Ornithological Society (HOS)	www.ornithologiki.gr
MME / BirdLife Hungary	www.mme.hu
Iceland - Fuglavernd – BirdLife Iceland (ISPB)	www.fuglavernd.is

Ireland - BirdWatch Ireland	www.birdwatchireland.ie
Israel - Society for the Protection of Nature in Israel (SPNI)	www.natureisrael.org/
Italy - Lega Italiana Protezione Uccelli (LIPU)	www.lipu.it
Kazakhstan - Association for the Conservation of Biodiversity of Kazakhstan (ACBK)	www.acbk.kz
Kyrgyzstan - Nature Kyrgyzstan	www.wildlife.kg
Latvian Ornithological Society (LOB)	www.lob.lv
Lithuanian Ornithological Society (LOD)	www.birdlife.lt
Luxemburg - natur&ëmwelt	www.naturemwelt.lu
Macedonian Ecological Society (MES)	www.mes.org.mk
Malta - BirdLife Malta	www.birdlifemalta.org
Montenegro - Center for Protection and Research of birds of Montenegro (CZIP)	www.birdwatchingmn.org
Netherlands - Society for the Protection of Birds (VBN)	www.vogelbescherming.nl
Norwegian Ornithological Society (NOF)	www.birdlife.no
Polish Society for the Protection of Birds (OTOP)	www.otop.org.pl
Portuguese Society for the Study of Birds (SPEA)	www.spea.pt
Romanian Ornithological Society (SOR) / BirdLife Romania	www.sor.ro
Serbia - Bird Protection and Study Society of Serbia	www.pticesrbije.rs
Slovakia - SOS/BirdLife	www.birdlife.sk
Slovenia - BirdLife Slovenia (DOPPS)	www.ptice.si
Spain - SEO/BirdLife	www.seo.org
Swedish Ornithological Society (SOF)	www.sofnet.org
Switzerland - SVS/BirdLife Switzerland	www.birdlife.ch
Turkey - DoğaDerneği (DD)	www.dogadernegi.org
Ukrainian Society for the Protection of Birds (USPB)	www.birdlife.org.ua
UK - Royal Society for the Protection of Birds (RSPB)	www.rspb.org.uk
Uzbekistan Society for the Protection of Birds (UzSPB)	www.uzspb.uz
ველური ბუნების დაცვის ორგანიზაციები	
National Wildlife Federation	www.nwf.org
Wildlife Conservation Society (WCS) Europe	www.wcseurope.org

სპელეოლოგიური ორგანიზაციები	
ევროპის სპელეოლოგიური ფედერაცია	www.eurospeleo.eu
ავსტრიის სპელეოლოგთა ასოციაცია	www.hoehle.org
<u>ბელგიის სპელეოლოგთა ეროვნული ფედერაცია</u>	http://www.speleo.be/
<u>ბულგარეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია</u>	http://www.speleo-bg.org/
<u>ხორვატიის სპელეოლოგთა ფედერაცია</u>	http://www.speleo.hr/
<u>დანიის სპელეოლოგთა საზოგადოება</u>	www.speleo.dk
<u>გერმანიის გამოქვაბულებისა და კარსტულ მამიებელთა ასოციაცია</u>	http://www.vdhk.de/
<u>ესპანეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია</u>	http://www.fedespeleo.com/
<u>საფრანგეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია</u>	http://www.ffspeleo.fr/
<u>ფინეთის მღვიმეთა ასოციაცია</u>	http://caving.fi/
<u>ბრიტანეთის მღვიმეთა ასოციაცია</u>	http://british-caving.org.uk
საბერძნეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.fhs.gr/
საბერძნეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.espeleo.gr/
უნგრეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.barlang.hu/
ირლანდიის სპელეოლოგთა კავშირი	http://www.caving.ie/
იტალიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.ssi.speleo.it/
სპელეოლოგთა კავშირი, ლიტვა	http://www.speleo.lt/
სპელეოლოგთა ჯგუფი, ლუქსემბურგი	http://www.speleo.lu/
სპელეოკლუბი, მოლდოვა	http://www.speleo.md/
<u>სპელეოლოგთა ნიდერლანდები</u>	http://www.speleo.nl/
ნორვეგიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.speleo.no/
პოლონეთის ალპინისტთა ასოციაციის სპელეო კომიტეტი	http://www.pza.org.pl/
პორტუგალიის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.fpe-espeleo.org/
პორტუგალიის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://frspeo.ro/
სლოვაკეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.sss.sk/
სლოვენის სპელეოლოგთა ასოციაცია	http://www.jamarska-zveza.si/
შვედეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.speleo.se/
შვეიცარიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.speleo.ch/
თურქეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	
<u>უკრაინის სპელეოლოგთა ასოციაცია</u>	http://speleoukraine.org/

B) შერჩეული მედია - ფოკუსირებული ბუნებასა და თავგადასავალზე

მედია	ვებგვერდი
Active & Eco	http://www.activeandeco.com/
National Geographic - Germany	http://www.nationalgeographic.de/
Alpin – die Berg Magazine	http://www.alpin.de/
Hike & Trekking Magazine	http://www.hikeandtrekking.nl/
NORR - Das skandinavien Magazin	http://www.norrmagazin.de/
Outdoor Markt - Germany's first trade magazine which solely focusses on the outdoor industry	http://www.jahr-tsv.de/
Outdoor Review	http://www.outdoor-review.co.uk/
OUTDOORMagic	http://www.outdoormagic.com/
The Great Outdoors (TGO)- UK's leading monthly hillwalking magazine	http://www.tgomagazine.co.uk/
walkingontheweb	http://www.walkingontheweb.co.uk/
Lonely Planet	http://www.lonelyplanet.com
Bird Watching Magazine	www.birdwatching.co.uk/ ; www.birdwatch.co.uk
BirdWatching - birdwatchinghotspots	www.birdwatchingdaily.com
Birdingmagazine	www.aba.org/birding
WildLife Extra	www.wildlifeextra.com
Wild Travel Magazine	http://www.wildlifeextra.com/go/world/wild-travel/
World Birdwatch	www.birdlife.org
Discover Wild Life Magazine	www.discoverwildlife.com/
Birds & Blooms	www.birdsandblooms.com/
British Wildlife	www.britishwildlife.com/
National Wildlife Magazine	www.nwf.org

C) შერჩეული ბიზნეს პარტნიორი ორგანიზაციები - ბუნების და თავგადასავლების აქტივობების აღჭურვილობებით

პარტნიორი ორგანიზაციები	ვებ გვერდი
BSI - Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. გერმანია	http://www.bsi-sport.de/
IOG - Italian Outdoor Group: promotes growth of mountain sports იტალია	http://www.italianoutdoorgroup.it/en/home.htm
The Outdoor Industries Association დიდი ბრიტანეთი	http://www.outdoorindustriesassociation.co.uk/
Scandinavianoutdoorgroup სკანდინავია	http://www.scandinavianoutdoorgroup.com
Russian Outdoor Group რუსეთი	http://www.r-o-g.ru/ru/

დანართები 6 ხარისხის სტანდარტის რამოდენიმე მაგალითი, სერთიფიცირება და დტ-ის მეგობართა ასოციაციები

ბავარიის ტყეების ეროვნული პარკის პარტნიორები (<http://www.nationalpark-partner.com/en/packages-offers/holiday-accommodation.html>)

ეროვნული პარკის პარტნიორები მხარს უჭერენ ეროვნულ პარკებს მათი ყოველდღიური მუშაობის კონცეფციაში, როგორც რეგიონის მასპინძლები. ისინი სიამოვნებითა და ენთუზიაზმით უზიარებენ ეროვნული პარკის შესახებ ცოდნასა და ინფორმაციის პარკის სტუმრებს. იმისათვის, რომ პარტნიორები პარკის შესაძლებლობებსა და შეთავაზებების საქმის კურსში იყვნენ, ისინი რეგულარულ მონაწილეობას პარკის მიერ ორგანიზებულ სემინარებსა და შეხვედრებში.

ეროვნული პარკის პარტნიორები არიან:

- > სასტუმროები
- > მცირე ზომის სასტუმროები და დამისთევისთვის განკუთვნილი ობიექტები
- > თვითმომსახურების კვების ობიექტები
- > ფერმები
- > ახალგაზრდული ჰოსტელები
- > სამთო ქოხები
- > სერვისის კომპანიები

ეროვნული პარკის პარტნიორების იდენტიფიცირება:

- > სერთიფიცირებულები არიან ეროვნული პარკის მიერ და გააჩნიათ ეროვნული პარკის ლოგოს ტარების უფლება
- > კლასიფიცირდებიან, როგორც მაღალი ხარისხის ტურისტული დაწესებულებები
- > მუშაობენ რეგიონულ პროდუქტებზე
- > მხარს უჭერენ ეკოლოგიურ სამგზავრო ავტობუსებსა და მატარებლებს
- > ბუნებაში მოგზაურობას აქცევენ საინტერესო გამოცდილებად
- >



ლეიქდისტრიქტის ეროვნული პარკი (<http://www.lakedistrict.gov.uk/caringfor/partnership>)

ლეიქდისტრიქტის ეროვნული პარკის ძირითადი დაინტერესებული მხარეები გამოხატავენ ერთად მუშაობისა და საქმის კეთების ინტერესს. პარტნიორობა დაფუძნებულია საზოგადო და კერძო ორგანიზაციების, თემებისა და მოხალისეთა სექტორის წარმომადგენლებისგან.



გლეშერის (მყინვარის) ეროვნული პარკი (<http://glacierconservancy.org/support-us/ways-to-give/friends-of-glacier/>)

პარკის მეგობრების სახით, ვიზიტორები ერთიანდებიან მხარდამჭერთა ოჯახში, რომელიც იზიარებს იგვე გატაცებასა და ერთგულებას პარკის მიმართ და ზრუნავს მომავალი თაობების მოტივაციაზე პარკთან მიმართებაში.



ვირჯინ აილენდის ეროვნული პარკი (<http://www.seaglassproperties.com/blog/2014/09/sea-glass-friends-of-virgin-islands-national-park/>)

ვირჯინ აილენდის ეროვნული პარკის მეგობრები ზრუნავენ პარკის ბუნებისა და ბუნებრივი რესურსების დაცვასა და შენარჩუნებაზე და პოპულარიზაციას უწევენ ამ უნიკალური ეროვნული საგანძურისადმი საპასუხისმგებლო დამოკიდებულების დამკვიდრებას. ორგანიზაციის უმთავრესი მიზანია შენარჩუნება, დაცვა და ცნობიერების ამაღლება.



ბანფის ეროვნული პარკი (<http://www.friendsofbanff.com/>)

ბანფის ეროვნული პარკის მეგობრები წარმოადგენს არამომგებიან, არაკომერციულ, ქველმოქმედებაზე დაფუძნებულ ორგანიზაციას, რომელიც მიმართულია პარკის ბუნებისა და კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ცნობიერების ამაღლებასა და მის დაცვისკენ.



