



PROMOTING HERITAGE - AND CULTURE - BASED EXPERIENTIAL TOURISM IN THE BLACK SEA BASIN

Project No BSB-1145



რეგიონული საჭიროებების შეფასებების ანგარიში

პრო ექსტურის და შავი ზღვის აუზის ქვეყნებში
გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობისთვის

COMMON BORDERS. COMMON SOLUTIONS.



*მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის
განვითარება შავი ზღვის აუზის ქვეყნებში*

პროექტის ნომერი BSB-1145

რეგიონული საჭიროებების შეფასებების ანგარიში

პროექტის და შავი ზღვის აუზის ქვეყნებში
გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობისთვის

იანვარი 2021



ავტორები და კონტრიბუტორები:
ვარნა მენეჯმენტის უნივერსიტეტი (VUM)

რეგიონალური
საჭიროებების შეფასების
ანგარიშისთვის: შავი ზღვის
აუზის რეგიონი

თესალონიკის არისტოტელეს უნივერსიტეტი (AUTH)

რეგიონალური
საჭიროებების შეფასების
ანგარიშისთვის: საბერძნეთი

„სითი სფაის ფლუქს“-ის კვლევითი ჯგუფი
ათენა იანაკუ, პროფესორი, AUTH
ანგელინა აპოსოლუ, მკვლევარი, AUTH
ვასიკილი ბირუ-ათანასიუ, მკვლევარი, AUTH
აპოსტოლუსი პაპაიანაკისი, ასოცირებული პროფესორი, AUTH, პრო ექსტურის პროექტის
კოორდინატორი
კონტრიბუტორი:
ათინა ვიტოპულუ, ასოცირებული პროფესორი, AUTH დისკუსიის მონაწილე
კონსტანტინა დიმიტრა სალატა, AUTH -ს მკვლევარი და დიმიტრიოს ანგელისი, მორატუვას
უნივერსიტეტის ასპირანტი, სტატისტიკური ანალიზის დამუშავების მონაწილეები

საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრი (GACC)

რეგიონალური
საჭიროებების შეფასების
ანგარიშისთვის:
საქართველო

ლელა ხარტიშვილი, საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის, პრო ექსტურ
პროექტის ტურიზმის ექსპერტი/მკვლევარი
მარიამ დვალაშვილი, საქართველოს საერთაშორისო ცენტრის, პრო ექსტურ პროექტის
მენეჯერი
ნათია ტრაპაიძე, საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის, პრო ექსტურ
პროექტის კოორდინატორი
მარიამ კახნიაშვილი, საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის, პრო ექსტურ
პროექტის ასისტენტი

ერევნის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (YSU)

რეგიონალური
საჭიროებების შეფასების
ანგარიშისთვის: სომხეთის
რესპუბლიკა

გორ ალექსანიანი, ასოცირებული პროფესორი, YSU, მკვლევარი
სეირან სუვარიანი, ასოცირებული პროფესორი, YSU, მკვლევარი
ალექსანდერ მაკაროვი, პროფესორი, YSU პრო ექსტურ პროექტის კოორდინატორი



კულინარიული ხელოვნებისა და სტუმართმასპინძლობის ასოციაცია (CAHA)

რეგიონალური საჭიროების
შეფასების ანგარიშისთვის:
ბულგარეთი



საავტორო უფლება © 2020 პრო ექსტურ პროექტი

ყველა უფლება დაცულია. პუბლიკაციის მთლიანი ან ნაწილობრივი გამოყენება ან გავრცელება
ნებადართულია იმ პირობით, თუ მითითებული იქნება პროექტის ურთიერთთანამშრომლობის წყარო,
გარდა კომერციული მიზნებისა.

აღნიშნული დოკუმენტი შეიქმნა ევროკავშირის ფინანსური მხარდაჭერით. პუბლიკაციის
შინაარსზე პასუხისმგებლები არიან მხოლოდ ავტორები და მათი მოსაზრება არც ერთ
შემთხვევაში არ ასახავს ევროკავშირის პოზიციას.

სარჩევი

აკრონიმები	8
წინასიტყვაობა.....	9
რეგიონული საჭიროებების შეფასების ანგარიში: სომხეთი	10
1. სომხეთის რესპუბლიკის ზოგადი მიმოხილვა.....	10
2. სომხეთის რესპუბლიკის ეკონომიკური პროფილი	11
3. სომხეთის რესპუბლიკის ტურისტული სექტორის ძირითადი მიმოხილვა.....	13
საერთაშორისო ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში	14
შიდა ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში	17
სომხეთის რესპუბლიკის ძირითადი ტურისტული რესურსები, პროდუქტები და კონკურენტული უპირატესობები	18
ტურისტული სექტორის მენეჯმენტი სომხეთის რესპუბლიკაში	21
ტურისტული ინდუსტრია სომხეთის რესპუბლიკაში	22
ტურიზმის სექტორის ძირითადი საკითხები სომხეთის რესპუბლიკაში	24
4. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში.....	25
არსებული მდგომარეობა.....	26
5. მდგრადობა და ინოვაციები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში სომხეთის რესპუბლიკაში	35
6. ძირითადი დებულებები	36
რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: ბულგარეთი	37
1. ქვეყნის პროფილი: ბულგარეთი და შავი ზღვის აუზის რეგიონები.....	37
2. ქვეყნის ტურისტული სისტემა და შავი ზღვის რეგიონი.....	38
3. ტურიზმის მენეჯმენტი ბულგარეთში	40
4. კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების რესურსები ბულგარეთსა და შესაბამის რეგიონებში	41
5. სფეროში ჩართული მხარეების დამოკიდებულებისა და აღქმის კვლევა კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაზე ბულგარეთსა და შესაბამის რეგიონში.....	43

6. დასკვნები.....	51
1. ქვეყნის ზოგადი მიმოხილვა.....	53
2. საქართველოს ტურისტული სისტემა	54
3. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი საქართველოში.....	58
4. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების საჭიროება კვლევის ანალიზის საფუძველზე	60
5. შედეგების შეჯამება და ანალიზი.....	69
რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: საბერძნეთი.....	73
1. ეკონომიკური პროფილი, ტურიზმის სექტორის წილი და კულტურული სექტორების განვითარება შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში	74
2. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში: მისი სპეციფიკა, ძირითადი პრობლემები და საჭიროებები.....	78
3. დასკვნები: მოქმედების შესაძლებლობები და შედეგები	89
რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: რუმინეთი, მოლდოვა, უკრაინა და თურქეთი შავი ზღვის აუზის ფარგლებში	91
1. ტურისტული სისტემები რუმინეთში, მოლდოვაში, უკრაინასა და თურქეთში და გამოცდილებაზე დაფუძნებული შეთავაზების შესაძლებლობები	92
2. დაინტერესებული ჩართული მხარეების დამოკიდებულებისა და აღქმის კვლევა კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმზე შავი ზღვის აუზის ქვეყნებში: რუმინეთი, მოლდოვა, უკრაინა და თურქეთი.....	96
3. სამოქმედო დასკვნები და შედეგები.....	106
წყაროები	108



აკრონიმები

AA	ასოცირების ხელშეკრულება
BSB	შავი ზღვის აუზი
BSC	შავი ზღვის კომისია/ შავი ზღვის დაბინძურებისგან დაცვის კომისია
BSEC	შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაცია
DMO	დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაცია
ENPARD	სოფლისა და სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის ევროპის სამეზობლო პროგრამა
ET	გამოცდილებით ტურიზმი
EU	ევროსაბჭო
FDI	პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები
GDP	მთლიანი შიდა პროდუქტი
GNTA	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
HCBET	მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი
MEPA	საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო
NAR	საჭიროების შეფასების ანგარიში
NGO	არასამთავრობო ორგანიზაცია
PPP	სახელმწიფო და კერძო პარტნიორობა
RA	სომხეთის რესპუბლიკა
RAP	რეგიონალური სამოქმედო გეგმა
SME	მცირე და საშუალო საწარმოები
STE	მცირე ტურისტული საწარმო
TA	ტურ აგენტი
TO	ტუროპერატორი
UNESCO	გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია
WTTC	მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო



წინასიტყვაობა

დოკუმენტში გაერთიანებულია 5 რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში სადაც განსაზღვრულია სომხეთის, ბულგარეთის, საქართველოსა და საბერძნეთის მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები, რომლებიც წარმოდგენილია პრო ექსტურის პროექტში და ზოგადად მოიცავს მთლიანად შავი ზღვის აუზს. დოკუმენტი წარმოადგენს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის ნიშას, ხაზს უსვამს მისი ეკონომიკური ზრდის პერსპექტივას, ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის ძალების აღდგენისა და ადაპტაციის უნარს, რომელიც გამოწვეული იყო კოვიდ 19-ის პანდემიითა და პოსტ პანდემიის შედეგად.

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში განსაზღვრავს ქვეყნების პოტენციალს და სთავაზობს მათ უნიკალურ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ ავთენტურ გამოცდილებას, მიმოიხილავს გარემოს და რესურსებს გამოცდილებების განვითარებისათვის, იკვლევს ტურიზმის სექტორის სპეციფიკას, ვიზიტორების პროფილს, ტურისტულ შეთავაზებებსა და კომპანიებს, კულტურული მემკვიდრეობის წიაღიდან წარმოქმნილ ახალ ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებს, არსებულ სტრატეგიებსა და პოლიტიკას, განსაზღვრავს სფეროს მთავარ პრობლემასა და განვითარების გამოწვევებს რათა ბიზნეს-პოლიტიკის ჩამოყალიბების საწყის საფეხურზე დაგვანახოს მათი აღმოფხვრის გზები და შესაძლებლობები.

საჭიროებების შეფასების კვლევა შესრულდა პირველადი და მეორადი კვლევის ერთობლივი კვლევის მეთოდოლოგიის გამოყენებით, რომელიც მოიცავდა პროგრამაში მონაწილე შავი ზღვის აუზის ქვეყნებს. პრო ექსტურ პროექტში გაერთიანებული ყველა ინსტიტუციის ექსპერტ-მკვლევართა ჯგუფი ერთობლივად მუშაობდა და განიხილავდა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განსაზღვრებასა და კონცეფციას, მუშაობის ძირითად პრინციპებზე, მნიშვნელოვან სახელმძღვანელო პრინციპებზე სრულყოფილი და საჭირო დოკუმენტების შექმნისთვის რომლებიც რომლებიც ინდივიდუალური ქვეყნების და მთელი ტერიტორიის საჭიროებებზეა მორგებული.

საჭიროებების შეფასების დეტალური ანალიზი და დამუშავებული კვლევის შედეგები გამოქვეყნებულია ინგლისურ ენაზე, PRO EXTOUT პროექტის ვებ - გვერდზე. წინამდებარე დოკუმენტი მოიცავს მხოლოდ ძირითად მიგნებებსა და შედეგებს და ხელმისაწვდომია ინგლისურ, სომხურ, ბულგარულ, ქართულ და ბერძნულ ენებზე.

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განსაზღვრება

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი (HCBET) არის სოციალურად და ეკოლოგიურად პასუხისმგებელი სამოგზაურო საქმიანობისა და მომსახურებების ერთობლიობა, რომელიც სთავაზობს დაუვიწყარ გამოცდილებებსა და მემკვიდრეობისა და კულტურის ინტერპრეტაციას რასაც მოგზაურები საკუთარი თავის აღმოჩენისკენ, ახალი ცოდნის შეძენისა და შთაგონებისკენ მიჰყავს.

HCBET ეხმარება არამხოლოდ მოგზაურებს შეიცნონ ისტორია, ხალხი და კულტურა, არამედ თავად ადგილობრივ მოსახლეობასაც საკუთარი კულტურული ფასეულობების აღქმასა და დაფასებაში. შესაბამისად, იგი ხელს უწყობს მემკვიდრეობისა და კულტურის შენარჩუნებას ყოველდღიურობაში და რესურსების მდგრად გამოყენებას, რაც დამატებით ღირებულებასა და სარგებელს მატებს მთლიან რეგიონს და მასპინძელ თემს.

კონცეფცია

HCBET ის კონცეფცია - ტურისტული აქტივობების ერთობლივი შექმნა და თანაორგანიზება, რომელიც თავის მხრივ ეფუძნება მდგრადი ტურიზმის პრინციპს - „პატივი სცენ მასპინძელი თემების სოციო-კულტურულ ავთენტურობას, შეინარჩუნონ მათი აგებული და ცოცხალი კულტურული მემკვიდრეობა და ტრადიციული ღირებულებები და ხელი შეუწყონ კულტურათშორისი ურთიერთგაგებისა და ტოლერანტობის დამყარებას“.

გამოცდილებითი ტურიზმი არის მიდგომა, რომელიც ეფუძნება ემოციურ, ფიზიკურ, სულიერ ან ინტელექტუალურ დონეზე დამყარებულ კავშირს ვიზიტორსა და იმ ადგილს შორის სადაც იგი მოგზაურობს. ის რთავს ტურისტებს დაუვიწყარი მოგზაურობის სერიულ აქტივობებში, რომლებიც არსებითად პირადული, მგრძნობიარე, შინაარსიანი და ტრანსფორმაციულია.

რეგიონული საჭიროებების შეფასების ანგარიში: სომხეთი

მთელი მსოფლიო და მათ შორის სომხეთი ბოლო 20 წლის პერიოდში ტურიზმის პროგრესული განვითარებით გამოირჩევა. ამ სახის პროცესებმა კულტურათშორისი კომუნიკაციური დონის ამაღლება გამოიწვია და აგრეთვე გაზარდა ტურისტების სურვილი, გაიცნონ ან მონაწილეობა მიიღონ სხვა ქვეყნის კულტურულ ცხოვრებაში. ამ უკანასკნელმა კი თავისთავად მიიღო ე.წ. გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის სახე, როგორც ტურიზმის განხორციელებისა და განვითარების ახალმა ხედვამ ორგანიზაციებში, რომელიც ბოლო წლებში აქტიურად ვითარდება სომხეთში და წარმოადგენს ქვეყნის ტურისტული ნაკადების ზრდისა და ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშემწყობ ფაქტორს. ქვეყანაში ამ ტენდენციამ სტაბილური ტემპით დაიწყო განვითარება, რაც განპირობებულია სომხეთის მდიდარი ისტორიით და მისი მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობით, რომელიც გამოირჩევა როგორც ადგილობრივი აგრეთვე რეგიონალური და გლობალური მნიშვნელობით. HCBET-ის განვითარებას ხელი შეუწყო იმ პროგრამებმა, რომლებიც განხორციელდა არაერთი საერთაშორისო ორგანიზაციის დახმარებით და ასევე ადგილობრივი სამეცნიერო-საგანმანათლებლო რესურსების ჩართულობით, და იმ ფაქტით, რომ სომეხი ერი ძალიან სტუმართმოყვარეა. შესაბამისად, საჭიროა სომხეთში გამოცდილებითი ტურიზმის უფრო სისტემური განვითარება და განხორციელება საჭიროებების ანალიზისა და გარკვეული სამოქმედო გეგმის საფუძველზე.

1. სომხეთის რესპუბლიკის ზოგადი მიმოხილვა

დღევანდელი სომხეთის რესპუბლიკა მდებარეობს სომხეთის მთიანეთის ჩრდილო-აღმოსავლეთ ნაწილში (ეს უკანასკნელი მცირე აზიისა და ირანის პლატოებს ემიჯნება) [2].

სომხეთმა და სომეხმა ერმა, როგორც მსოფლიოს ერთ-ერთმა უძველესმა ქვეყანამ და ხალხმა (III-II ათასწლეულები ჩვ. წ. აღ.), დღევანდელ არსებულ ტერიტორიაზე მოიპოვა დამოუკიდებლობა 1991 წლის 21 სექტემბერს, სხვადასხვა ისტორიულ პერიოდებში ეს თარიღი იცვლებოდა [1]. 2015 წლეს საკონსტიტუციო ცვლილებების თანახმად, სომხეთის რესპუბლიკა გარდაიქმნა საპარლამენტო რესპუბლიკად და დღეს ქვეყანას უკვე მართავს პარლამენტის მიერ არჩეული პრემიერ მინისტრი. ქვეყნის დღევანდელი ფართობია 29743 კმ². ქვეყანას ჩრდილოეთიდან ესაზღვრება საქართველო, სამხრეთიდან ირანის ისლამური რესპუბლიკა, დასავლეთიდან თურქეთი, აზერბაიჯანი აღმოსავლეთიდან და სამხრეთ-დასავლეთიდან, ჯერ არ აღიარებული არცაზის რეგიონი კი აღმოსავლეთიდან. სომხეთის რესპუბლიკა წარმოადგენს უნიტარულ სახელმწიფოს და დაყოფილია 10 ადმინისტრაციულ რეგიონად. დედაქალაქი ერევანი წარმოადგენილია როგორც ცალკე ოლქი [2]. სომხეთის რესპუბლიკის მოსახლეობა შეადგენს 2,959,700 ადამიანს, რომელთა 63.9% გადანაწილებულია ქვეყნის 49 ქალაქში [15]. დედაქალაქ ერევნის მოსახლეობა შეადგენს 1,084,000 ადამიანს. სომხეთის რესპუბლიკა წარმოადგენს მრავალეთნიკურ სახელმწიფოს, რომლის 98.1% სომეხი ეროვნებისაა, ასევე ცხოვრობენ რუსები, ეზიდები, ასურელები, უკრაინელები, ქართველები, ბერძნები. მოსახლეობის 99% ქრისტიანია [15].

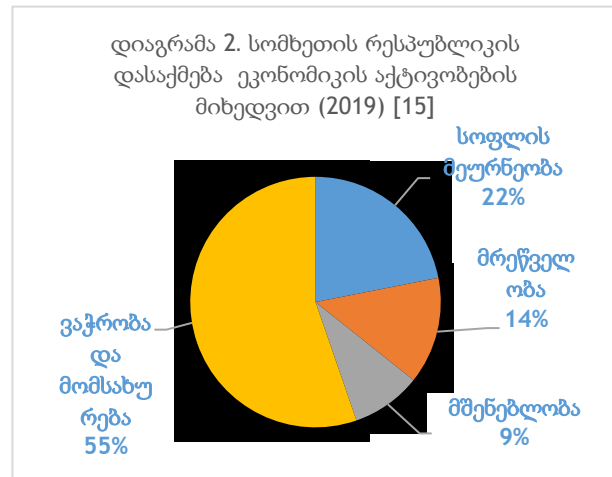
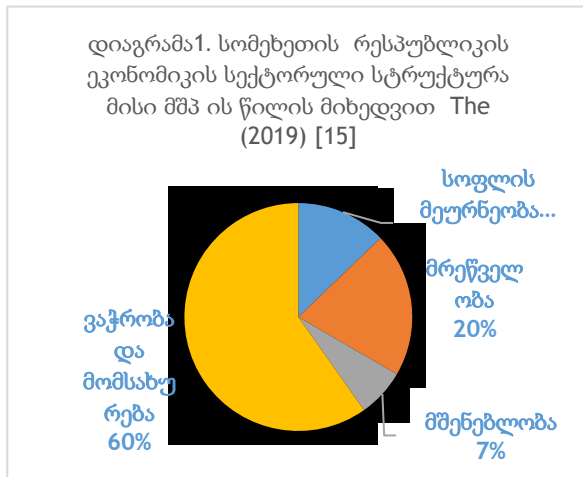
2. სომხეთის რესპუბლიკის ეკონომიკური პროფილი

ადამიანის განვითარების ინდექსის თანახმად, რაც ისაზღვრება ძირითადად სოციო-ეკონომიკურ მაკრო ინდიკატორით, სომხეთის რესპუბლიკა 2019 წლის მონაცემებით წარმოადგენილი 189 ქვეყნიდან იკავებდა 81-ე პოზიციას 0.776 მაჩვენებლით [6], რომელიც მიიჩნევა მაღალ ნიშნულად. ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტი 2019 წლის მონაცემებით 13 მილიარდ ამერიკულ დოლარს შეადგენდა, რომელიც დაახლოებით ერთ სულ მოსახლეზე 4 400 ა.შ.შ. დოლარია. სიღარიბის ნიშნული ასევე 2019 წლის მონაცემებით 26.4% დაფიქსირდა. მთლიანი მოსახლეობის 41.7%-ია ეკონომიკურად აქტიური, რომელთა 48.3%-ია დასაქმებული. ქვეყნის უმუშევრობის მაჩვენებელი კი 18% დაფიქსირდა. დღევანდელი მონაცემებით, საშუალო ნომინალური ხელფასი შეადგენს 182,673 სომხურ დრამს (დაახლოებით 350 ამერიკული დოლარი), ხოლო მინიმალური ხელფასია 68,000 სომხური დრამი (დაახლოებით 120 ამერიკული დოლარი) [15]. სომხეთის რესპუბლიკის ეკონომიკა, ეკონომიკური საქმიანობის ტიპების¹ მიხედვით დაყოფილია შემდეგ ჯგუფებად: სოფლის მეურნეობა, მრეწველობა, მშენებლობა ვაჭრობა და მომსახურება [15].

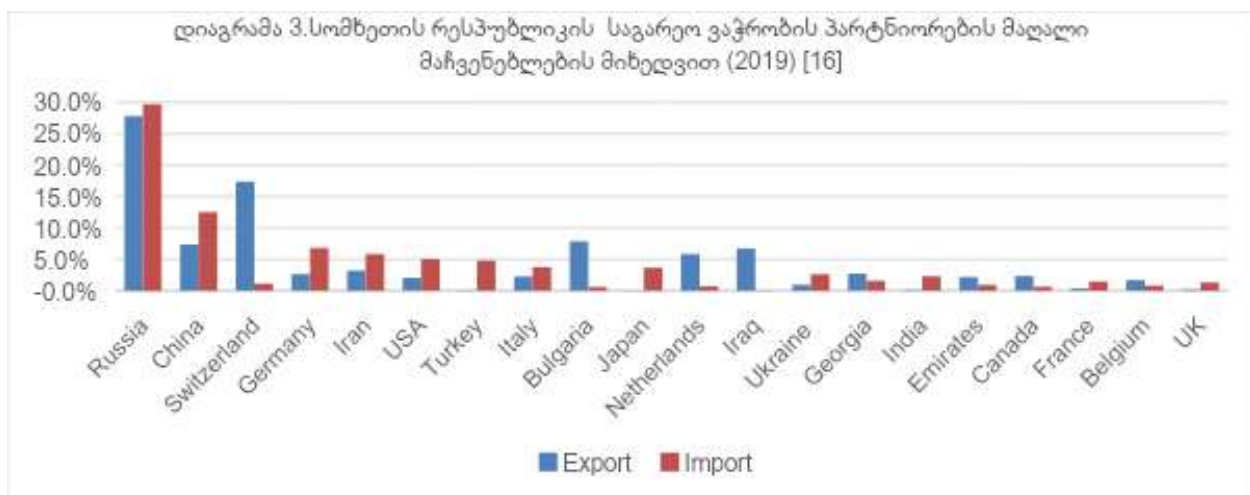
როგორც ეს დიაგრამებზე 1 და 2-ზეა ნაჩვენები, სავაჭრო და მომსახურების სფერო წარმოადგენილია წამყვან პოზიციებზე ქვეყნის ეკონომიკაში, როგორც მშპ-სა და დასაქმების თვალსაზრისით, რაც განპირობებულია ამ უკანასკნელის მნიშვნელობით ქვეყნის

¹ ეკონომიკური საქმიანობა იყოფა სამ მთავარ სექტორად: პირველადი (სოფლის მეურნეობა, სატყეო მეურნეობა და მეთევზეობა, სამთო და ღია კარიერული ნედლეულის მოპოვება), მეორადი (წარმოება, ელექტროენერგია, გაზი, გათბობა და კონდიციონერება, წყალმომარაგება, კანალიზაცია, ნარჩენების მართვა და გადამუშავება, მშენებლობა), მესამეული (საბითუმო და საცალო ვაჭრობა, ავტომობილებისა და მოტოციკლეტების რემონტი, ტრანსპორტირება და საწყობები, განთავსება და კვება, ინფორმაცია და კომუნიკაცია, ფინანსური და სადაზღვეო საქმიანობა, უძრავი ქონების საქმიანობა, პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობა, ადმინისტრაციული და დამხმარე საქმიანობა, სახელმწიფო ადმინისტრაცია და თავდაცვა, სოციალური უსაფრთხოება, განათლება, ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურებები, კულტურა, დასვენება და რეკრეაცია, სხვა სერვისები, საყოფაცხოვრებო საქმიანობა როგორც სამსახური, საქონლისა და მომსახურების წარმოება შინამეურნეოებში, რომლებიც არ არის დიფერენცირებული საკუთარი მოხმარებისთვის). ჩამოთვლილი ტიპები დაჯგუფებულია ეკონომიკის ძირითადი დარგების მიხედვით: სოფლის მეურნეობა, მრეწველობა, მშენებლობა, ვაჭრობა და მომსახურება.

ეკონომიკაში, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ მსგავსი პოზიცია გამოწვეულია არა ამ სფეროების მაღალი განვითარებით, არამედ სხვა სექტორების განვითარების დაბალი დონით.



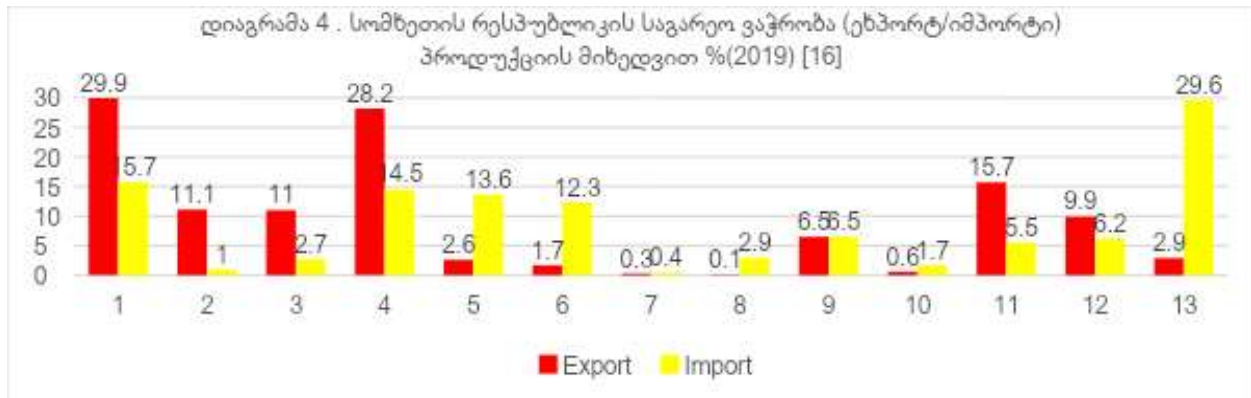
2019 წელს სავაჭრო ბრუნვა სომხეთის ეკონომიკაში შემდეგნაირად გამოიყურებოდა: ექსპორტი - 2 636 616 000 აშშ დოლარი, იმპორტი - 5 553 269 000 აშშ დოლარი. ეს კი ნეგატიური ბალანსია: იმპორტი აღემატება ექსპორტს.



როგორც ეს ნაჩვენებია დიაგრამა 3-ზე, სომხეთის რესპუბლიკას უდიდესი სავაჭრო ბრუნვა აქვს რუსეთთან, რომელსაც შემდგომ მოსდევს ჩინეთი და შვეიცარია (2019 წლის მონაცემები).

ასევე დიდი სავაჭრო ბრუნვით გამოირჩევიან შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის (BSEC) ქვეყნები: რუსეთი, თურქეთი, ბულგარეთი, უკრაინა, საქართველო. სომხეთს გარდა აზერბაიჯანისა, BSEC-ის სხვა ქვეყნებთანაც აქვს შედარებით მცირე მოცულობის სავაჭრო ბრუნვა.

დიაგრამა 4²-ის თანახმად სომხეთის რესპუბლიკის საექსპორტო საქონელს ძირითად წარმოადგენს კვების პროდუქტები, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეული, მინერალები, ძვირფასი ქვები და ლითონები, ხოლო საიმპორტო ავტომანქანები, მოწყობილობები და დანადგარები, საკვები, სასოფლო-სამეურნეო ნედლეული, მინერალები, საწვავი და ენერგო პროდუქცია, ქიმიური პროდუქტები და კაუჩუკი. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ ქვეყნის ეკონომიკა ემყარება ნედლეულის მოპოვებას და არა მათ გადამუშავება-წარმოებას.



ბოლო ათწლეულის განმავლობაში ტურიზმი, რომელსაც განსაკუთრებული ადგილი უკავია საგარეო ვაჭრობაში, გამოცხადდა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების მნიშვნელოვან პრიორიტეტად, რომელზეც უფრო ვრცლად ვისაუბრებთ სხვა თავებში. ბოლო წლებში ტურიზმის წილი მშპ-ში საგრძნობლად გაიზარდა. WTTC - მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭოს თანახმად 2019 წლის მონაცემებით მშპ-ში ტურიზმის წილმა 11.8% მიაღწია, რაც ქმნიდა 124,600 სამუშაო ადგილს (რაც მთლიანი დასაქმების 12,5%-ია), წარმოქმნა მთლიანი ექსპორტის 23.9% ანუ 1,253.7 მილიონი აშშ დოლარი, რომლის 85% მომდინარეობდა დასვენებაზე და 15% ბიზნესზე [5]. მომსახურების სფეროები, რომლებიც პირდაპირ დაკავშირებული არიან ტურიზმთან: განთავსების საშუალებები და კვების ობიექტები, რომლებიც მშპ-ის 2.2%-ია. ხოლო კულტურა, გართობა და დასვენება - 6%. აღნიშნულ სფეროებში დასაქმებულია 3.1% რაც მთლიანი შრომისუნარიანი მოსახლეობის 1.8%-ია [15]. ისევ 2019 წლის WTTC-ს მონაცემებზე დაყრდნობით კონკურენტუნარიანობის ინდექსით სომხეთის რესპუბლიკა 3.7 ქულით 79-ე ადგილზეა წარმოდგენილი 110 ქვეყნიდან.

3. სომხეთის რესპუბლიკის ტურისტული სექტორის ძირითადი მიმოხილვა

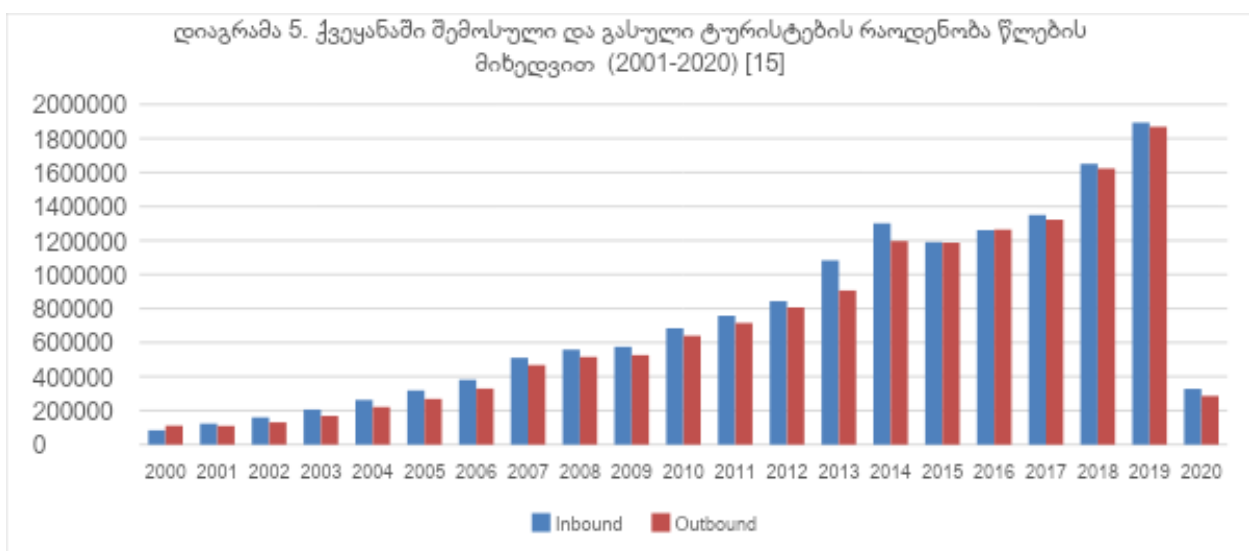
მთელი მსოფლიო და მათ შორის სომხეთი ბოლო 20 წელის პერიოდში გამოირჩევა ტურიზმის პროგრესული ზრდით. ამას მოწმობს როგორც საერთაშორისო ასევე შიდა გაზრდილი ტურისტული ნაკადები, ტურიზმის სექტორში დასაქმებული ადამიანების რაოდენობა, ტურიზმის მზარდი წილი მშპ-ში. აღნიშნული ზრდა გამოწვეული იქნა რიგი ფაქტორების

² 1- საკვები სასოფლო-სამეურნეო ნედლეული, 2-ალკოჰოლური და არა ალკოჰოლური სასმელები, 3-სიგარეტი და თამბაქოს ნედლეული, 4-მინერალები, 5- საწვავი და ენერგო პროდუქტები, 6-ქიმიური პროდუქტები, კაუჩუკი, 7- ბეჭედი და ტყავის ნაწარმი, 8-ხის და ქარაღის ნაწარმი, 9-ქსოვილები და ფეხსაცმელი, 10-ქვები, კერამიკა, მინა და თაბაშირის პროდუქტები, 11-ძვირფასი ქვები და ლითონები, 12-მეტალები და პროდუქტები, 13-ავტომობილები, დანადგარები და მანქანები.

შედეგად, მათ შორის ყველაზე მნიშვნელოვანია: გაზრდილი თავისუფალი დრო, მომატებული მსყიდველობითუნარიანობა, სტაბილური საერთაშორისო ურთიერთობები, გაუქმებული ან გამარტივებული სავიზო რეჟიმები, უახლესი საინფორმაციო და საკომუნიკაციო არხების განვითარება და სხვა.

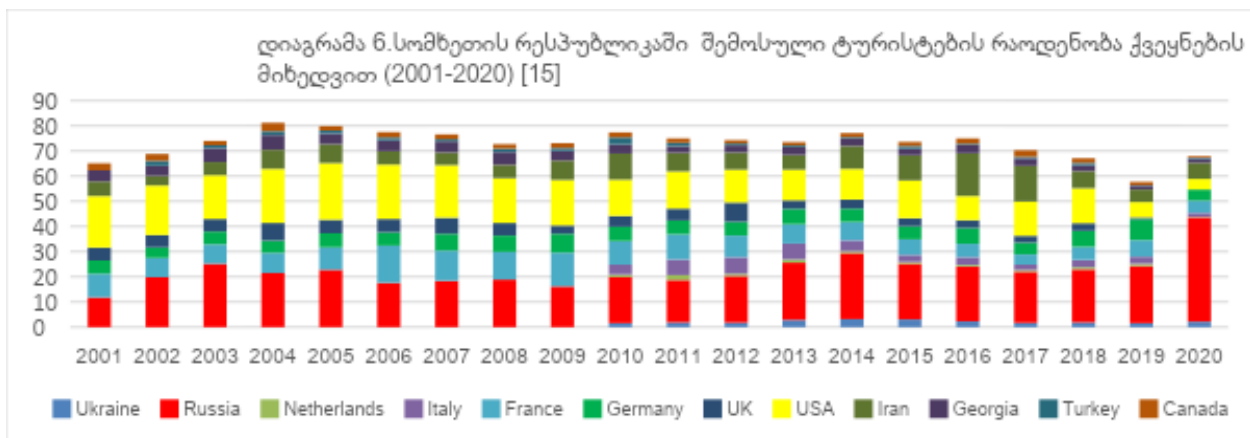
საერთაშორისო ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში

საერთაშორისო ტურისტული ნაკადები (შემოყვანა და გაყვანა) სტაბილურად იზრდება სომხეთის რესპუბლიკაში ბოლო ორი ათწლეულის განმავლობაში, რამაც გამოიწვია ტურიზმის როლის გაზრდა ქვეყნის ეკონომიკაში, მის განვითარებასა და საერთაშორისო იმიჯზე³. თუ გავითვალისწინებთ ბოლო პერიოდის მზარდ ტენდენციას, 2020 წელს შემოყვანილი ტურისტების მოსალოდნელი რაოდენობა 2 მილიონი უნდა ყოფილიყო, თუმცა კოვიდ 19-ით გამოწვეული მდგომარეობის შედეგად, რომელიც ნაჩვენებია დიაგრამა 5-ზე, 2020 წელს ქვეყანაში შემოსული და გასული ტურისტული ნაკადების რაოდენობა მკვეთრად გაუარესდა. გარდა ამისა, ვიზიტორების 70% რეგისტრირებული იყო 2020 წლის მარტამდე, საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადებამდე და ქვეყნის საზღვრების ჩაკეტვამდე. მსგავსი სურათია გაყვანის ტურიზმის მხრივაც. დიაგრამა 5-ზე ჩანს, რომ 2019 წელთან შედარებით შემოყვანილი ტურისტული ნაკადები 22-ჯერ გაიზარდა - 84 461-დან 1 894 377 ტურისტამდე. მსგავსი სურათია გაყვანის მიმართულებითაც, სადაც ნაკადები 17-ჯერ გაიზარდა იგივე პერიოდში 111 250-დან 1 867 888 ტურისტამდე. ამავდროულად, გაზრდილია იმ ტურისტების რაოდენობაც, რომლებმაც ვიზიტის დროს არ მიმართეს ტურისტულ კომპანიებს. კერძოდ, შემოსული ტურისტების მხოლოდ 18%-მა გამოიყენა ტურისტული კომპანიების სერვისი, მაშინ როცა გაყვანის ტურიზმის შემთხვევებში ეს რიცხვი არ აღემატებოდა 1%-ს [15].



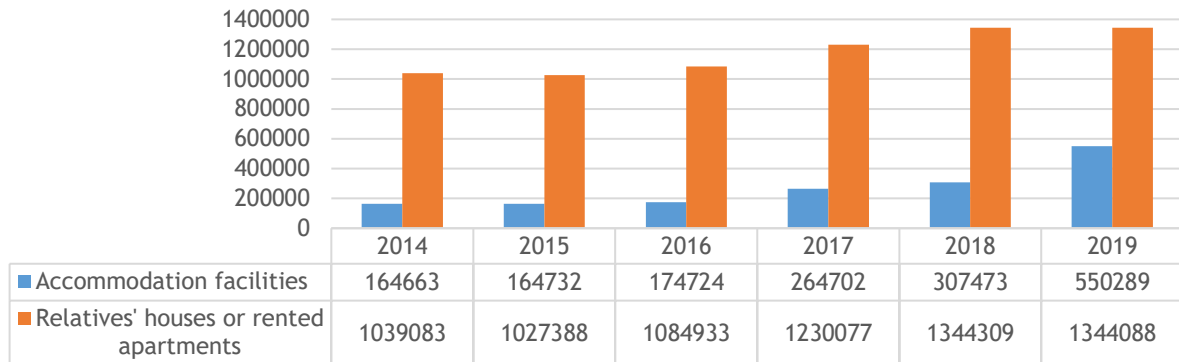
³მონაცემები ეფუძნება 2020 წლის პირველი 3 კვარტლის შედეგებს

დიაგრამა 6-ზე მოცემულია სომხეთის რესპუბლიკის შემოსული ტურისტების გენერატორი ქვეყნები, სადაც რუსეთი პირველ ადგილს იკავებს 2000 წლიდან. ასევე წამყვანი პოზიცია ეკავა ამერიკის შეერთებულ შტატებს, მაგრამ ნელ-ნელა რაოდენობამ იკლო. საფრანგეთიდან და გერმანიიდან შემოსული ვიზიტორების რაოდენობა ინარჩუნებს სტაბილურ მაჩვენებელს, და აგრეთვე 2010 წლიდან უკრაინა. ნიდერლანდების სამეფო და იტალია შედარებით ახალი ათვისებადი ბაზრებია სომხეთისთვის. გარდა ამისა, ვიზიტორების თანახმად, 3 ლიდერი ქვეყანა რუსეთი, აშშ და საფრანგეთი, ეს ის ქვეყნებია სადაც სომხური დიასპორის დიდი ნაწილია წარმოდგენილი (თანმიმდევრობა დაცულია). აღსანიშნავია რომ ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში შეინიშნება მზარდი დინამიკა შუა აღმოსავლეთის, სამხრეთის და სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნებიდან, თუმცა აღნიშნული ქვეყნებიდან შემოსული ტურისტების რაოდენობა საგრძნობლად ჩამოუვარდება ლიდერი ქვეყნებიდან შემოსულ ვიზიტორებს [15]. ეს ტენდენციები, არსებული დინამიკები და მიმდინარე მდგომარეობა ასახავს, თუ რომელი ქვეყნები უნდა იქნას მიჩნეული არსებულ და სამომავლო ბაზრებად ტურიზმის განვითარებისთვის სომხეთის რესპუბლიკაში. როგორც ვხედავთ, რუსეთი, უკრაინა, საქართველო და თურქეთი განიხილება როგორც BSEC-ის წევრ ქვეყნებად. შემოსული ვიზიტორები განთავსების საშუალებებში ღამისთევების მაჩვენებლის მიხედვით, ნათესავების სახლებსა და დაქირავებულ ბინებში გატარებული ღამისთევების რაოდენობა ჭარბობს სასტუმრო საშუალებებში (სასტუმრო, ჰოსტელი, კურორტი, საოჯახო სახლები და ა.შ.) გატარებულ ღამისთევების რაოდენობას.



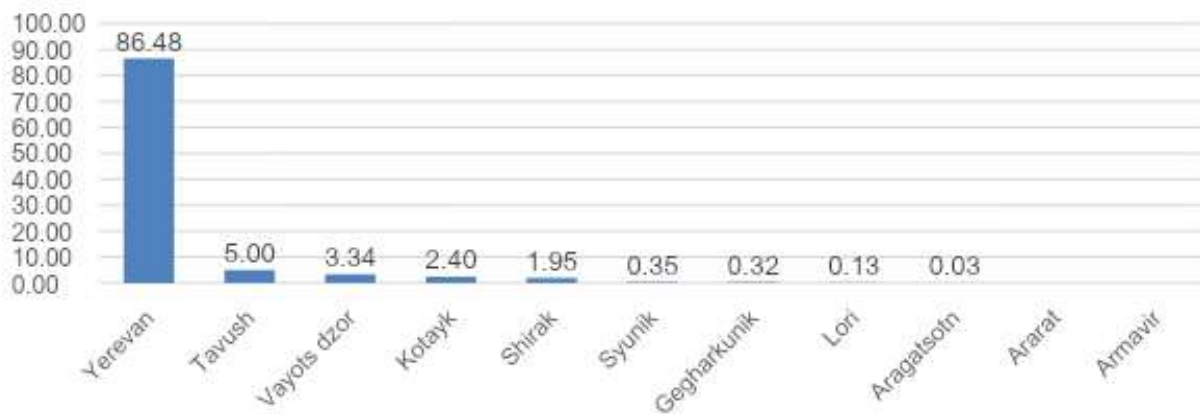
მიუხედავად ამისა, განთავსების საშუალებებში გატარებული ღამისთევების რაოდენობა ყოველწლიურად სტაბილურად მატულობს და 2019 წლისთვის მაჩვენებელმა 41%-ს მიაღწია. (დიაგრამა 7).

დიაგრამა 7. შემოსული ტურისტების რაოდენობა ღამისთევების საშუალებების მიხედვით (2014-2019) [15]

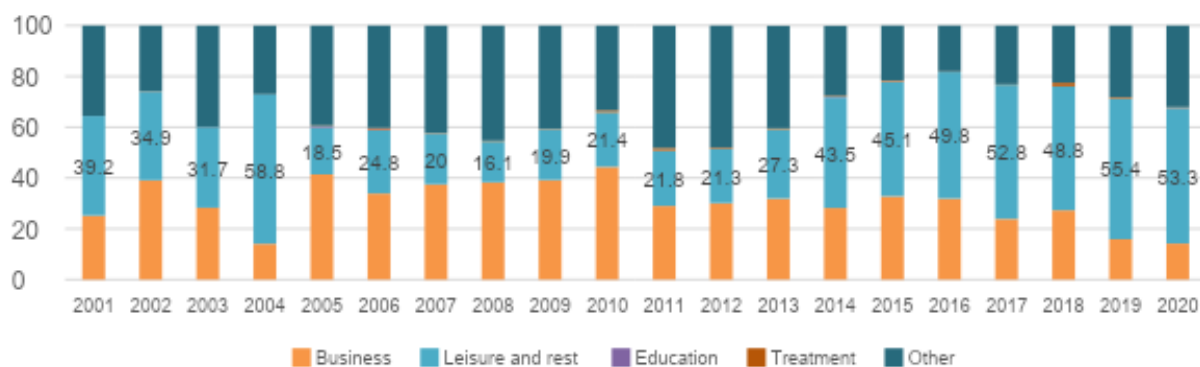


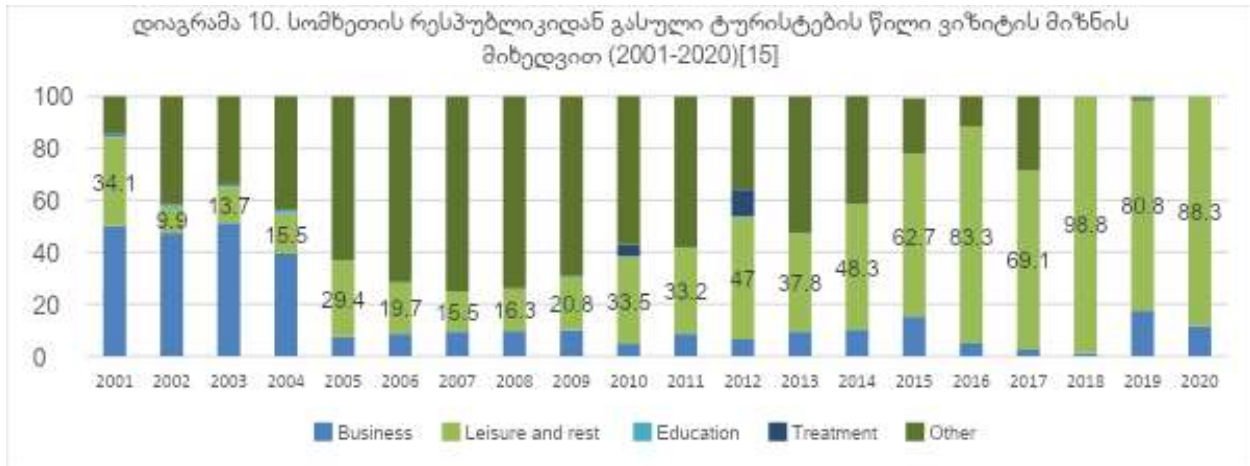
მნიშვნელოვანი სხვაობა ფიქსირდება შემოსული ტურისტების ღამისთევების გეოგრაფიულ არეალში. მთლიანი რაოდენობის 87% ერთი ღამით მაინც რჩება ერევანში (დიაგრამა 8).

დიაგრამა 8. სომხეთის რესპუბლიკის სასტუმროებში შემოსული ტურისტების წილი რეგიონების მიხედვით (2019) [15]



დიაგრამა 9. სომხეთის რესპუბლიკაში შემოსული ტურისტების წილი ვიზიტის მიზნის მიხედვით (2001-2020) [15]





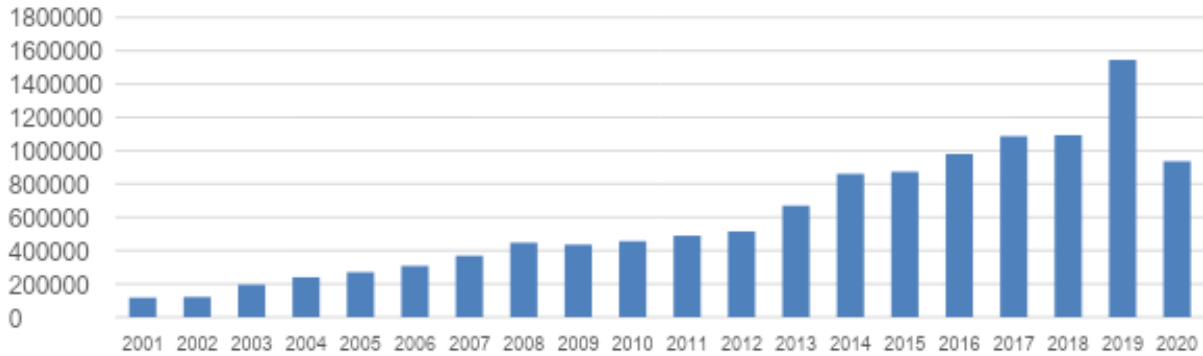
დიაგრამები 9 და 10-ზე, ჩანს შემოსული და გასული ტურისტული ნაკადები, სადაც დასვენება, რეკრეაცია და ბიზნეს ვიზიტორები ლიდერობდნენ ვიზიტის მიზნის მიხედვით. წლების განმავლობაში აღნიშნული მიზნების პროპორციული მაჩვენებლები იცვლებოდა, თუმცა 2014 წლიდან, განსაკუთრებით შემომავანი ტურიზმის ვიზიტებში დასვენება და რეკრეაცია დაწინაურდა, რაც ერთმნიშვნელოვნად განპირობებულია სომხური კულტურული მემკვიდრეობით, საკვებით, სტუმარმასპინძლობით, ბუნებით და ხარისხიანი სერვისით.

შიდა ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში

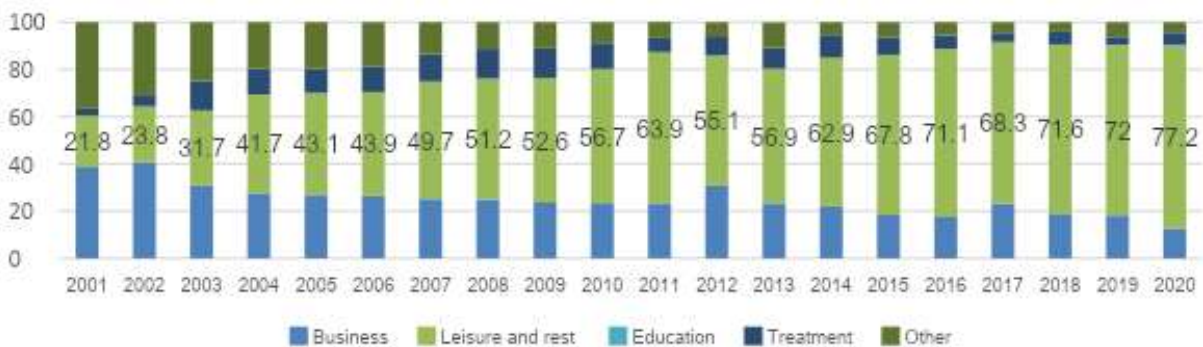
შიდა ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში, რომელიც გამოიხატება შიდა ტურისტულ ნაკადებში, განვითარდა ბოლო ორი დეკადის განმავლობაში (დიაგრამა 11). მაგალითად, 2019 წელს სომხეთში ყოველი მეორე მოქალაქე მოგზაურობდა ქვეყნის შიგნით. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მსგავსი მოგზაურობების მხოლოდ 50% იყო ორგანიზებული ტურისტული კომპანიების მიერ (აღნიშნული მაჩვენებელი მცირდება) და აქედან დაახლოებით 20% იყო ღამისთევით.

დიაგრამა 12 გვიჩვენებს, რომ სომხეთის შიდა ტურისტული ნაკადებშიც დომინირებს დასვენებისა და სარეკრეაციო ვიზიტები, მაგრამ შემომყვანი ტურიზმისგან განსხვავებით, ამ შემთხვევაში მოგზაურობის მოტივს ბუნება წარმოადგენს და მხოლოდ მეორე ადგილს იკავებს კულტურული მემკვიდრეობა.

დიაგრამა 11. სომხეთის რესპუბლიკაში ადგილობრივი ტურისტების რაოდენობა
წლების მიხედვით (2001-2020) [15]



დიაგრამა 12. სომხეთის რესპუბლიკაში ადგილობრივი ტურისტული ნაკადები
ვიზიტის მიზნის მიხედვით (2001-2020) [15]

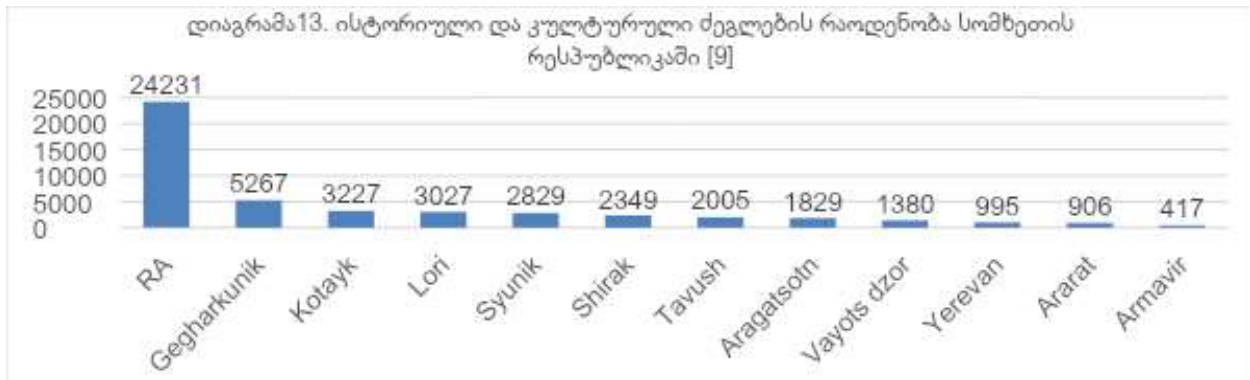


სომხეთის რესპუბლიკის ძირითადი ტურისტული რესურსები, პროდუქტები და კონკურენტული უპირატესობები

უნიკალური გეოგრაფიული მდებარეობის, მრავალფეროვანი ბუნებრივ-კლიმატური პირობების, ათასწლეულების ისტორიისა და კულტურის გამო სომხეთის რესპუბლიკა ტურისტებში განსაკუთრებული მიმზიდველობით გამოირჩევა.

როგორც ცნობილია, სომხეთი მიჩნეულია მსოფლიოში ერთ-ერთ უძველეს ისტორიულ და კულტურულ ქვეყნად. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ სომხეთი ერთ-ერთი პირველი ქვეყანაა მსოფლიოში, რომელმაც ქრისტიანობა მიიღო როგორც სახელმწიფო რელიგია (301 ჩვ.წ), მას შემდეგ ქვეყნის კულტურა ქრისტიანული მემკვიდრეობითა და ღირებულებებით გამდიდრდა, რამაც საფუძველი ჩაუყარა რელიგიური ტურიზმის განვითარებას. ამჟამად დაახლოებით 24 231 ისტორიული და კულტურული ძეგლია (დიაგრამა 13) სომხეთის რესპუბლიკაში (უმეტესობა ხაჩკარებია - ქვის ჯვრები, ეკლესიები და მონასტრები, ციხე-სიმაგრეები), რომელიც ასევე მოიცავს ტრადიციებს, წეს-ჩვეულებებს, რიტუალებს, მუსიკას, ცეკვას, დამწერლობასა და ლიტერატურას, სამხარეულოს სომხურ სტუმარმასპინძლობას, სომხურ ოჯახს და ოჯახურ ურთიერთობებს.

ზემოთ აღნიშნული კულტურული ფასეულობებისა და მემკვიდრეობის შენარჩუნება და ზოგადად ტურიზმის მნიშვნელობა განსაკუთრებულ როლს სძენს იუნესკოს დამოკიდებულებას. (ცხრილი 1).



ცხრილი 1. სომხეთის რესპუბლიკის კულტურული მემკვიდრეობა, რომელსაც შესულია იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის სიაში [11,13]

#	მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა	არა მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა
1.	ეჩმიაძინის მონასტერი და საკათედრო ტაძარი და ზვართნოცის არქეოლოგიური ძეგლი	დუდუკი და მისი მუსიკალური ხმანობა
2.	აღპატისა და სანაინის მონასტრები	სომხური ქვის ჯვრების ხელოვნება, სიმბოლიზმი და ხაჩკარების ოსტატობა
3.	გელარდის მონასტერი და ზემო აზატის ხეობა	სომხური საგმირო ეპოსი „დავით სასუნცი“
4.	-	ლავაში, მისი მომზადება, მნიშვნელობა და ტრადიციული პურის როლის გამოხატვა სომხურ კულტურაში
5.	-	ქოჩარი - ტრადიციული სომხური ცეკვა
6.	-	სომხური დამწერლობა და მისი კულტურული მნიშვნელობა
7.	-	პილიგრიმოზა წმინდა თადეოს მოციქულის მონასტერში

სხვა უამრავი კულტურული ძეგლია, რომელიც გამორჩეულად ყურადსაღებია იუნესკოს მხრიდან, თუმცა არ აქვთ სტატუსი მინიჭებული და არა არის ცხრილი 1-ის ჩამონათვალი

(გარნის წარმართული ტაძარი, ტატევის მონასტერი და ანაპატი, ნორავანკის მონასტერი, 5500 წლის წინანდელი უძველესი ფეხსაცმელი არენის მღვიმიდან და 6100 წლის ღვინის კომპლექსი). აღნიშნული კულტურული ფასეულობები ზრდის სომხეთს რესპუბლიკის პოტენციალს გახდეს მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურისტული მიმართულება. 2000-იანი წლებიდან სომხეთში აქტიურად დაიწყო ტურიზმის განვითარება და ტურისტული პაკეტების შექმნა სწორედ ამ კულტურული ფასეულობების გამოყენებით. თავდაპირველად, ძირითად კულტურულ ტურისტულ პროდუქტებს წარმოადგენდა მატერიალური კულტურული ძეგლები (ზემოთ ნახსენებ ძეგლებთან ერთად სევანის, აღარცინის, გოშავანქის და მაკარავანქის ეკლესია-მონასტრები, ერეზუნისა და ანზერდის ციხე-სიმაგრეები, ეროვნული მუზეუმი, მატენადარანი, სარდარაპატის მემორიალი და ეთნოგრაფიული მუზეუმი და სხვა მრავალი). მოგვიანებით, განსაკუთრებით ბოლო დეკადაში, ამ სიას დაემატა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობაც (როგორც ძირითადი და არა ტურისტული პროდუქტის თანმხლები), რამაც გამოიწვია ახალი ტურისტული სახეობების შექმნა. ეს ყოველივე გამოიხატა სხვადასხვა სახის ფესტივალებში (არენის ღვინის ფესტივალი, ტოლმის ფესტივალი, წყლის ფესტივალი -ვარდავარის დღე, და სხვა მრავალი) და გასტრონომიულ ტურებში (გასტრონომიული ეზოები, ადგილობრივ-ეროვნული რესტორნები და ა.შ.) და სხვა.

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში, ჩამოთვლილ კულტურულ ფასეულობებზე დაყრდნობით (როგორც ტურისტული რესურსი) და საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებზე მონაწილეობით (2000-იანების დასაწყისი) ქვეყანა ეტაპობრივად ჩამოყალიბდა, როგორც ტურისტული მიმართულება. მას შემდეგ, სომხეთის რესპუბლიკა საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებზე პოზიციონირებს, როგორც „კულტურული ტურისტული პროდუქციის“ ექსპორტიორი. ამ თვალსაზრისით, რელიგიური (ისტორიულ-კულტურული) ტურიზმი, ღვინის ტურიზმი და გასტრო ტურიზმი, რომელიც ეფუძნება ისტორიულ და კულტურულ ფასეულობებს, მიიჩნევა ქვეყნის ტურიზმის მთავარ მამოძრავებელ ძალად.

სომხეთის რესპუბლიკა ასევე გამოირჩევა მრავალფეროვანი ბუნებრივ-კლიმატური თავისებურებებით. ქვეყანა მდებარეობს ალპურ-ჰიმალაურ გეოსინკლინურ სარტყელში და ხასიათდება მკვეთრად გამოხატული მთიანი რელიეფით, რაც განაპირობებს სუბტროპიკულ კლიმატს, ქმნის მრავალფეროვან ბუნებრივ პირობებსა და პეიზაჟებს (უდაბნო, ნახევრად უდაბნო, სტეპი, ტყე, მდელო-სტეპი, ალპური, ახლო-აპლური და დათოვლილი) [2]. მთიანი ბუნება, ზღვის სიშორე და გარდამავალი სუბტროპიკული კლიმატი, რომელიც ასევე გამოირჩევა მრავალფეროვნებით (მშრალი სუბტროპიკიდან თოვლამდე) წარმოქმნის 4 სეზონს წელიწადში. სომხეთი ხასიათდება კონტინენტური კლიმატით, რაც ხასიათდება დიდი ტემპერატურული ცვლილებებით ზამთარსა და ზაფხულში: ცხელი ზაფხულები და ცივი ზამთრები.

აღსანიშნავია ქვეყნის წყლის უნიკალური რესურსები - დაახლოებით 9479 მთის მდინარე (დებედა, აღსთაფა, რაზდანი, ქასალი, არფა, ვოროტანი და სხვა), ორი ათეული შედარებით დიდი მთის ტბები (სევანი, ქარი, პარზი, გოში და სხვა), ჩანჩქერები (შაქი, ჯერმუკი, თჩქანი, გედაროთი და სხვა), სხვადასხვა ქიმიური შემადგენლობის მინერალური წყლები (ქლორიდ-ჰიდროკარბონატი, სოდიუმ-კალციუმი, კალციუმ-მაგნეზიუმი და სხვა) (ჯერმუკი, ჰანქავანი, არზნი და სხვა) [2].

სომხეთი ტიპური მთიანი ქვეყანაა, მისი საშუალო სიმაღლე 1830 მ-ია ზღვის დონიდან, ხოლო მაქსიმალური სიმაღლე 4090 მ-ია არაგაწის მთის მწვერვალი. რელიეფი მკვეთრად ცვალებადია „მწელი მისადგომიდან ადვილ მისასვლელამდე“, რადგან წარმოადგენს ნაოჭა და ვულკანური მთების მონაცვლეობას, რაც ქმნის მრავალფეროვან პლატოებს, მთათა სისტემებს, კანიონებს (ვოროთანი, რაზდანი, დებედა და ა.შ.), მღვიმეებს (დათვის, მოზროვის, მაგილი და ა.შ.) და სხვა [2].

ზემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორების გათვალისწინებით, აგრეთვე სხვადასხვა რეგიონალური ფლორა-ფაუნის გზაჯვარედინზე (კავკასიისა და აღმოსავლეთ ხმელთაშუაზღვისპირა) სომხეთის რესპუბლიკა გამოირჩევა მრავალფეროვანი ფლორითა და ფაუნით. ქვეყანაში 3200-ზე მეტი სახეობის მცენარეა, მათ შორის 120 ერთეული ენდემურია (*Patutuk Armenian*, არაკსიანის მუხა, *Toron*), ასევე აღსანიშნავია სომხეთის ტერიტორიაზე მოზინადრე 12000 ცხოველის სახეობა, საიდანაც 75 ძუძუმწოვარია, 302 ფრინველი, 43 რეპტილია და 11000 მეტი უხერხემლოები. რამდენიმე სახეობა მხოლოდ სომხეთის მაღალმთიანებშია გავრცელებული: სომხური გარეული ცხვარი (მუფლონი), ბეზოარის თხა, კავკასიური ხოხობი და სხვა. [3].

მსგავსი მრავალფეროვანი ბუნება-პირობების დასაცავად სომხეთის ტერიტორიაზე შექმნილია დაცული ტერიტორიები: 4 ეროვნული პარკი (სევანის, დილიჟანის არევეკის და არპის ტბის), 3 ნაკრძალი (ერებუნი, შიკაქოდის, ხოსროვის ტყე) და დაახლოებით 27 აღკვეთილი (ვორდან კარმირ, სოსუ პარკი და ა.შ.), ბუნების ძეგლები (ეშმაკის ხიდი, არალერის მთა, აჯდაკის ვულკანი, ჯემუკის წყაროები, კასახის ხეობა, ძველი გორისის ვულკანური კლდე და ა.შ.) [2].

წარმოდგენილი ბუნებრივ-კლიმატური პირობების ფონზე, ჩამოყალიბდა საერთაშორისო და ადგილობრივი ტურისტული პროდუქტები, რომლებიც გამოიხატა ტურიზმის შემდეგ სახეობებში: ეკოლოგია, რაფტინგი, სამედიცინო, სანატორიუმი, ზამთრის სათხილამურო, სათავგადასავლო, გეოლოგიური (შემეცნებითი, სამეცნიერო და მღვიმეები), ჰაიკინგი (ლაშქრობა), მთამსვლელობა. მსგავსმა მრავალფეროვანმა ბუნებრივმა პირობებმა განაპირობა ქვეყანაში ტურიზმის სეზონურობა. ზოგადად, ტურისტულად მარალი სეზონია აპრილი-სექტემბრის პერიოდი, როცა ფიქსირდება შემოსული ტურისტების 60%. ბუნებრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნებამ თავისებულები კვალი დატოვა არამეტერიალური კულტურული ფასეულობების ფორმირებაში და სხვადასხვა გამოვლინება ჰპოვა კულინარიაში, ადამიანების ცხოვრების წესსა და აზროვნებაში.

ტურისტული სექტორის მენეჯმენტი სომხეთის რესპუბლიკაში

ტურისტული სექტორის სახელმწიფო მართვა სომხეთის რესპუბლიკაში შემუშავდა ტურიზმის მენეჯმენტის მესამე მოდელის საფუძველზე, რომლის დროსაც ტურიზმში სახელმწიფო რეგულაციების ფუნქციას ასრულებენ მრავალპროფილური დეპარტამენტები. აღნიშნული მოდელის თანახმად, სომხეთის ეკონომიკის სამინისტროს დაქვემდებარებაშია ტურიზმის კომიტეტი, რომლის მიზანია ტურისტულ სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება და განხორციელება. რეგიონალური მთავრობები, რომლებიც პასუხისმგებლები არიან რეგიონში ტურიზმის განვითარებაზე (რეგიონული მთავრობების განვითარების პროგრამების ჩარჩო ხელშეკრულების საფუძველზე, ტურიზმისა და ანალიზის დეპარტამენტები) მიიჩნევიან ტურისტული სექტორის სახელმწიფო მმართველებად. სომხეთის რესპუბლიკის კანონი „ტურიზმი და ტურისტული აქტივობები“ მმართველობის

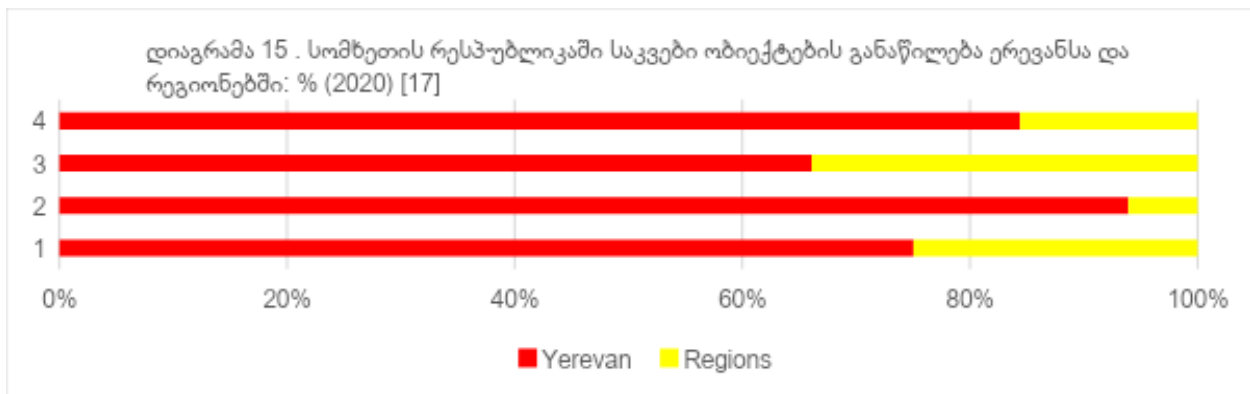
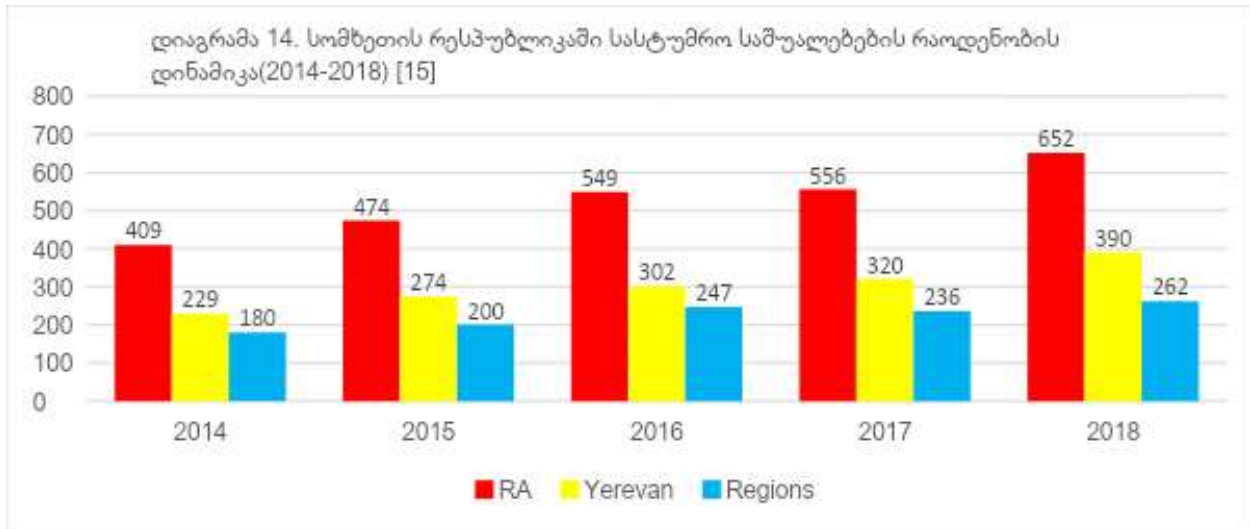
მთავარი მექანიზმია. ამჟამად, ტურისტული სექტორის ეფექტური სახელმწიფო მმართველობისთვის შემუშავდა სექტორის განვითარების სტრატეგია 2020-2030 წლებისთვის, რომელიც კვლავ ფორმირების პროცესშია და ჯერ არ არის დამტკიცებული სახელმწიფოს მიერ. ზოგადად, სექტორის ძირითადი წარმომადგენლები და საწარმოები თავიანთ საქმიანობას არსებული კანონების შესაბამისად ახორციელებენ, რომელთაგან უმნიშვნელოვანესია: კანონი „ვაჭრობასა და მომსახურებაზე“, „საგადასახადო კოდექსი“, „სამოქალაქო კოდექსი“, კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვაზე“, სომხეთის რესპუბლიკის კანონები „უცხოელებზე“, „რეკლამაზე“ და „კვების უსაფრთხოებაზე“.

საჯარო ორგანიზაციები, ისეთები როგორიცაა „სომხეთის ტურიზმის ფედერაცია“, „სომხეთის გიდების გილდია“, „სომხეთის საოჯახო სახლების განვითარების ასოციაცია“, „სომხური ფესტივალების ასოციაცია“, „ტავუშის ტურიზმის განვითარების სააგენტო“, „სომეხი შეფ-მზარეულების ასოციაცია“ და სხვა მრავალი, მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ სომხური ტურისტული სექტორის მართვაში. ორგანიზაციები, რომლებიც თავიანთი საქმიანობიდან გამომდინარე, ჩართულნი არიან შესაბამისი ტურისტული კომპონენტის განვითარების, პრობლემებისა და შესაძლებლობების გამოვლენის პროცესებში. საერთაშორისო ორგანიზაციების გარკვეული რაოდენობა მოისაზრება საჯარო ორგანიზაციებად, რომლებიც ასევე ჩართულნი არიან სექტორის მართვაში და ახორციელებენ სხვადასხვა დაგეგმვისა და განვითარების პროგრამებს მთელი ქვეყნის მასშტაბით. ეს ორგანიზაციებია: გაერთიანებული ერების განვითარების პროგრამა (UNDP), ამერიკის საერთაშორისო განვითარების სააგენტო (USAID), გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოება (GIZ), და ტურისტული გიდების ასოციაციების მსოფლიო ფედერაცია (WFTGA).

ტურისტული ინდუსტრია სომხეთის რესპუბლიკაში

ბოლო წლებში, რაოდენობრივი და თვისობრივი პოზიტიური ცვლილებები შეინიშნება სომხეთის რესპუბლიკის ტურისტულ ინდუსტრიაში. ეს განსაკუთრებით გამოიხატა და აღსანიშნავია შემდეგ სახეობებში: ტურ-ოპერატორები/სააგენტოები, განთავსების საშუალებები, კვების ობიექტები, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა.

ამჟამად სომხეთში დაახლოებით 540 ტურისტული კომპანიაა (ოპერატორი და აგენტი) რეგისტრირებული, რომლის 97% მდებარეობს ერევანში და მისი დაახლოებით 70% განთავსებულია კენტორის უბანში (ერევანი) [17]. განთავსების საშუალებების რაოდენობამაც საგრძნობლად მოიმატა ბოლო პერიოდში. დიაგრამა 14-ზე ჩანს, რომ განთავსების საშუალებები არათანაბრადაა გადანაწილებული. მათი უმეტესობა ერევანშია თავმოყრილი. ბოლო წლებში ასევე იმატა მცირე და პატარა საოჯახო სასტუმრო სახლების რაოდენობამაც, რაც სავარაუდოდ გამოიწვევს მსგავსი ობიექტების წარმოქმნას ერევნის გარეთაც და ხელს შეუწყობს სივრცითი პროპორციების გადანაწილებას. მცირე ზომის სასტუმროების მშენებლობა მიმდინარეობს სოფლებსა და მის შემოგარენში, რაც აგრეთვე გამოიწვევს ადგილობრივები მოსახლეობის აქტიურ ჩართულობას, წარმოქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და შესაძლებლობას, რომ ტურისტმა ახლოს გაიცნოს სომხური კულტურა და ყოფა-ცხოვრება.



კვების ობიექტების განვითარების მაჩვენებელიც მაღლა მიიწევს. განსაკუთრებით გამოირჩევა იმ რესტორნების მომატება, რომელთა სამზარეულო დაფუძნებულია სომხურ კულტურასა და ეროვნულ ფასეულობებზე. თითქმის ყველა სახის საკვები ობიექტის ნახვაა შესაძლებელი რეგიონებში, მიუხედავად იმისა რომ სფერო ხასიათდება არათანაბარი სივრცითი გადანაწილებით. დღეის მდგომარეობით სომხეთში დაახლოებით 1,200 კვების ობიექტია, საიდანაც 735 რესტორანია, 115 ბარი, 230 კაფე და დანარჩენი 140 კი სწრაფი კვების ობიექტებია. დიაგრამა 15-ზე ცხადად ჩანს, რომ ერევანი ლიდერობს საკვები ობიექტების მრავალფეროვნებით, მაგრამ რეგიონებში შედარებით მეტი კაფე და რესტორანია. ამ უკანასკნელის შედარებით ჩანს, რომ ხელი ეწყობა ადგილობრივების ჩართულობას ტურისტულ სექტორში, რაც ხელს უწყობს გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებას სოფლად ან ერევნიდან მოშორებით სხვადასხვა ურბანულ ტერიტორიებზე.

ასევე განვითარდა სომხეთის რესპუბლიკის სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა ბოლო წლებში, მაგრამ არსებული გეოპოლიტიკური მდგომარეობიდან გამომდინარე (აზერბაიჯანისა და თურქეთის სატრანსპორტო ბლოკადამ და რუსეთ-საქართველოს კონფლიქტმა შეაჩერა სარკინიგზო მიმოსვლა რუსეთთან), სომხეთის საერთაშორისო სატრანსპორტო ურთიერთობების პრობლემები ნეგატიურად აისახა ქვეყნის ტურიზმის განვითარებაზე. დღევანდელი მდგომარეობით ქვეყანაში ფუნქციონირებს ორი საერთაშორისო სამოქალაქო აეროპორტი - „ზვარტნოცი“ ერევანში და „სირაქი“ გიუმრიში,

რომლის საშუალებითაც ხდება ძირითადი ტურისტული ნაკადების შემოსვლა. შიდა ტრანსპორტირების საშუალებებს წარმოადგენს საზოგადოებრივი ტრანსპორტი (ავტობუსები და მინიავტობუსები) და ტაქსები. ბოლო პერიოდში (განსაკუთრებით მაღალი სეზონის დროს) განსაკუთრებით მომრავლდა კერძო ტაქსის მომსახურებები, რომლებიც სთავაზობენ ტურისტებს ტრანსპორტირებას სომხეთის რეგიონებში. შიდა რეგიონალურ სამგზავრო გადაზიდვებს ემსახურება სომხეთის რკინიგზა (ერევანი-გიუმრი-ერევანი, ერევანი-არაქსი-ერევანი, ერევანი-ერასხი-ერევანი). ბოლო წლებში დამკვიდრდა და განვითარდა ზიპლაინის (ერევანი, წახქაძორი, ენოყავანი) მიმართულება, როგორც ტურისტული სატრანსპორტო საშუალება. აგრეთვე საბაგირო გზები წახქაძორში, ჯერმუკსა და ტათევში (შესულია გინესის რეკორდების წიგნში, როგორც ყველაზე გრძელი საბაგირო გზა აგებული მხოლოდ ერთ მონაკვეთზე უწყვეტი ორმხრივი მოძრაობით).

ტურიზმის სექტორის ძირითადი საკითხები სომხეთის რესპუბლიკაში

კოვიდ 19-ის პანდემიის შედეგად წარმოქმნილი სიტუაციით ტურიზმის განვითარებას შეექმნა პრობლემები, როგორც მთელს მსოფლიოში, ასევე სომხეთის რესპუბლიკაშიც. მაგრამ გარდა ამისა, არსებობს რიგი საკითხები, რომლებიც ყურადსაღებია ტურიზმის განვითარებისთვის სომხეთის რესპუბლიკაში.

ცხრილი 2. ტურიზმის სექტორის ძირითადი საკითხები სომხეთის რესპუბლიკაში

პრობლემის ტიპი	საკითხი
მენეჯერული	ა) დღეს სომხეთის რესპუბლიკას არ აქვს ტურისტული სექტორის მართვის ერთი კონკრეტული სისტემა. ერთდერთი სახელმწიფო ორგანო, ტურიზმის კომიტეტი, შესაბამისი უფლებამოსილების არ ქონის გამო ვერ ახერხებს მენეჯმენტის ძირითადი ფუნქციების სრულყოფილად შესრულებას. ეს განსაკუთრებით გამოიხატება სექტორის მონიტორინგის დროს;
	ბ) ქვეყანაში არ არსებობს სექტორის ქვემოდან ზემოთ მართვის მოდელი, რომელიც შეძლებს გააკონტროლოს და ხელი შეუწყოს მართვის არსებულ ფორმას - ზემოდან ქვემოთ;
	გ) არაადექვატური ურთიერთთანამშრომლობა ტურიზმის სფეროს სერვის მომწოდებლებს შორის (სახელმწიფო, კერძო, საგანმანათლებლო და სამეცნიერო);
იურიდიული	ა) ქვეყანაში არსებული კანონი „ტურიზმი და ტურისტული აქტივობები“ არაა თანხვედრაში ტურიზმის მოთხოვნებთან და ახალი კანონი კვლავ განხილვის პროცესშია, რომელიც საჭიროებს სრულყოფას;
	ბ) ტურისტულ სექტორში ჩართული ორგანიზაციებისა და ერთეულების ლიცენზირების არ არსებობა;
სტრატეგიული	ა) სომხეთის რესპუბლიკას არ აქვს ტურიზმის განვითარების კონცეფცია (ბოლო კონცეფცია ეხებოდა 2008-2018 წლებს);

	ბ) სომხეთის რესპუბლიკაში არ არსებობს ტურისტული სექტორის განვითარების სტრატეგია. ახალი სტრატეგია (2020-2030) ჯერ კვლავ განხილვის პროცესშია და არაა დამტკიცებული სახელმწიფოს მიერ;
გეოპოლიტიკური	ა) სომხეთის რესპუბლიკის სატრანსპორტო და ეკონომიკური ბლოკადა მისი ორი მეზობელი ქვეყნის მიერ (აზერბაიჯანი და თურქეთი) და მათ მიერ 2020 წელს (სექტემბერ-ნოემბერი) დაწყებული ომი და შექმნილი დაძაბული ურთიერთობები საზღვრებზე; ბ) ზემოთ ნახსენები პუნქტის შედეგად გართულებული სატრანსპორტო მიმოსვლა სომხეთის არაპირდაპირ მეზობელ ქვეყნებთან;
სივრცული დისპროპორცია	ა) სომხეთის რესპუბლიკის ტურისტული ინფრასტრუქტურის სივრცული არაპროპორციული განაწილება; ბ) სომხეთის რესპუბლიკის ტურისტული რესურსების სივრცული არაპროპორციული განაწილება;
მარკეტინგი	ა) ციფრულ პლატფორმებზე ქვეყნის სუსტი პოზიციონირება; ბ) ერთიანი მარკეტინგული პოლიტიკის არ არსებობა; გ) სუსტი საერთაშორისო ცნობადობა ტურიზმის თვალსაზრისით;
ინფრასტრუქტურული	ა) ტურისტულ რესურსებზე არასაკმარისი სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა; ბ) საზოგადო ტრანსპორტის არასაკმარისი რაოდენობა ან სავალალო მდგომარეობა, რიგ ტერიტორიებზე მათი არ არსებობა;
გარემოსდაცვითი	ა) ტურისტულად მიმზიდველი ადგილების დაბინძურება (განსაკუთრებით საყოფაცხოვრებო ნარჩენებით); ბ) ტურისტული ინდუსტრიის ორგანიზაციების მიერ გარემოს დაბინძურება (განსაკუთრებით აღსანიშნავია საკანალიზაციო პრობლემა);
ბუნებრივი საფრთხეები	ა) მეწყერ საშიში ზონები ტურისტულ რეგიონებში, რომელიც განსაკუთრებულ საფრთხეს უქმნის სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურას; ბ) სეისმური ზონა.

4. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი სომხეთის რესპუბლიკაში

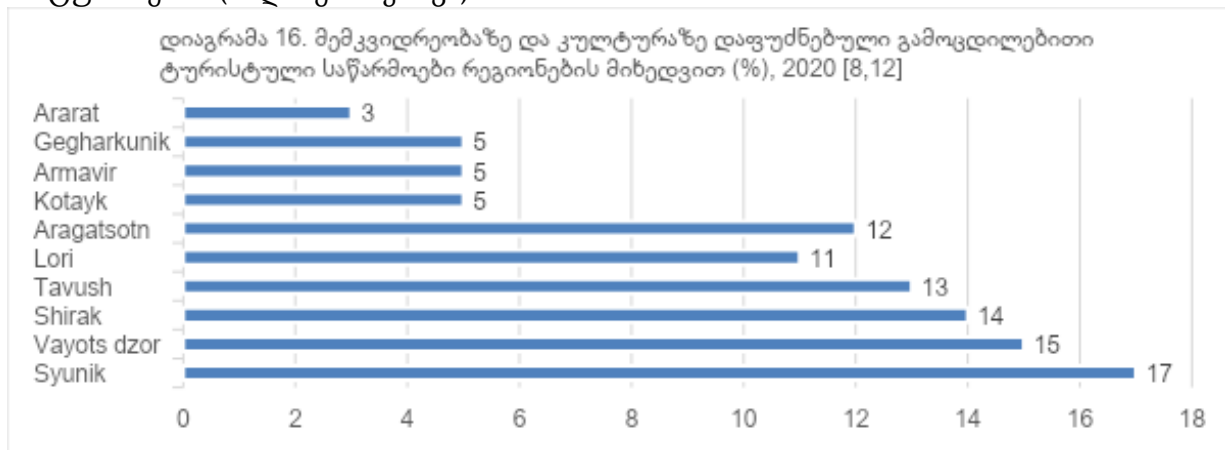
ისტორიული მიმოხილვა

კულტურული ტურიზმის საფუძვლები სომხეთის ტერიტორიაზე 1960-იანი წლებიდან ჩნდება, მაშინ როცა სომხური დიასპორა იწყებს ისტორიულ სამშობლოში მოგზაურობას,

ახლიდან გაცნობასა და გააზრებას. აღნიშნული ვიზიტები ძირითადად შემეცნებითი ხასიათის იყო, რაც გამოიხატებოდა ისტორიული და კულტურული მატერიალური ძეგლების მონახულებაში. სომხეთის რესპუბლიკის დამოუკიდებლობის გამოცხადების შემდეგ, ტენდენცია კვლავ იგივე დარჩა, მაგრამ როგორც უკვე აღვნიშნეთ წინა თავში, განსაკუთრებით ბოლო ათწლეულებში ქვეყანამ დაიწყო ტურისტულ საქმიანობაში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების ჩართვა და გამოყენება, რამაც საფუძველი ჩაუყარა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებას სომხეთში. დღეს კი ტურიზმის ეს სახეობა ორგანიზებულად ვითარდება სხვადასხვა საერთაშორისო ორგანიზაციების დახმარებითა და ხელშეწყობით. ადგილობრივმა მოსახლეობამ, რომელიც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებელია, მიიღო სხვადასხვა სახის დაფინანსება, რამაც გამოიწვია მიკრო, პატარა ან საშუალო საწარმოების შექმნა ან უზრალოდ კულტურული ტურების ფორმირება. ბოლო დეკადაში, ტურიზმის ამ სახეობის განვითარებას სომხეთში განსაკუთრებით შეუწყო ხელი USAID-ის პროგრამამ „ჩემი სომხეთი“, რომელსაც ახორციელებს სმითსონიანის ინსტიტუტი და ასევე აღსანიშნავია „ინტეგრირებული სოფლის ტურიზმის განვითარების (IRTD)“ პროექტი - გასტრო ეზოების განვითარება - რომლის დამფინანსებელი და მხარდამჭერია UNDP და შექმნილია რუსეთის ფედერაციის მხარდაჭერით სომხეთის რესპუბლიკის ტერიტორიული მართვისა და განვითარების სამინისტროსთან პარტნიორობით (აღნიშნული პროექტი უკვე დასრულებულია). აღნიშნულმა ორგანიზაციებმა სომხეთში უკვე შექმნეს არაერთი საწარმო, რომელიც არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობის გამოყენებით ხელს უწყობს კულტურულ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის პოტენციალის წარმოჩენას.

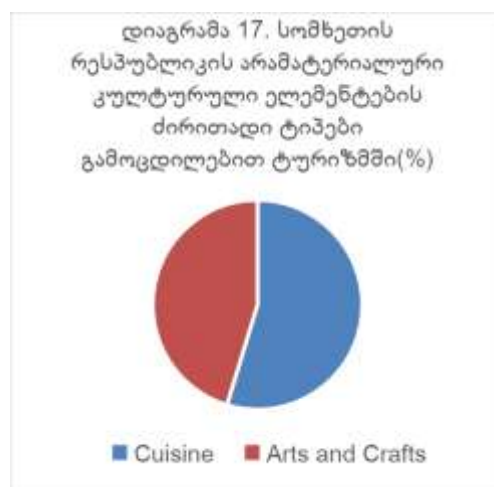
არსებული მდგომარეობა

დღეის მდგომარეობით 60-ზე მეტი ტურისტული საწარმოა სომხეთში წარმოდგენილი - ძირითადად რეგიონებში და განსაკუთრებით სოფლებში, რომელიც საქმიანობენ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის მიმართულებით (დიაგრამა 16). ერევანში მცირედ, მაგრამ მაინც გვხვდება მსგავსი შეთავაზებები: დიდ რესტორნებში (ლავაშის ცხობა, ნაციონალური ცეკვები) და სასტუმროებში (ხალიჩების ქსოვა).



როგორც უკვე ითქვა, ეს პროდუქტები ემყარება სომხეთის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნიმუშებს და ძირითადად გამოიხატება მასტერ კლასების, შემეცნებითი ვიზიტებისა (ტურებში) და ზეპირსიტყვაობის ელემენტების გამოყენებაში.

დიაგრამა 17-ზე ასახულია სომხეთის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ღირებულებებიდან ეროვნული სამზარეულო და სომხური ხელოვნება და რეწვა გამოიყენება მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში (დიაგრამა შედგენილია 60-ზე მეტი კომპანიის შეთავაზებების შესწავლის საფუძველზე, რომლებიც იყენებენ გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურისტულ სერვისებს [8,12]).



ზოგადად, ეროვნული სამზარეულო მოიცავს არამხოლოდ დაგემოვნებას, არამედ მომზადების მთლიან პროცესს, რომელშიც ტურისტი თავადაა ჩართული: ლავაშისა და პურის ცხოვას, ყველი ჩანახის, პოდინძის, ხაშილ და ხავიწი, ტანაპურის, ლაფამასა და მწვადის მომზადებას, ველური მცენარეები (სატაცური და სვინტრი), ტოლმა, წიფლის ფლოვი (pilaf with beech), იშლი კუფთა, გატა, ტკბილი სუჯუხი, ღვინო და სახლის არაყი (დეგუსტაცია), თაფლის გამოწურვა, ჟენგიალოვის პური, ფახლავა. რაც შეეხება ეროვნული ხელოვნებისა და რეწვის ელემენტებს, რომელიც გამოიყენება ტურისტული პაკეტების შექმნაში, ესენია: ტუფის სუვენირები და გრავირება, ტრადიციული ჭრელი, ხაჩკარის (ქვის ჯვარი) დამზადება, კერამიკის მოხატვა, სომხური თოჯინების დამზადება, მჭედლობა (ლითონის ხელით დამუშავება), ხელნაკეთი საპნის დამზადება, ხალიჩის ქსოვა, ბატიკის დამზადება, ხის დამუშავება და ხეზე კვეთა, ტირიფის ლერწმით ქსოვა, კამანჩაზე (მუსიკალური ინსტრუმენტი) დაკვრის გაკვეთილები. ფესტივალები, რომლებიც ბოლო წლებში ფართოდ გავრცელდა და განვითარდა, სადაც ტურისტი უნიკალურ გამოცდილებას შეიძენს, სადაც ერთ ადგილზე ტურისტებს შესაძლებლობა აქვთ გაეცნონ სომხეთის არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას მათ ბუნებრივ გარემოში. როგორც ადგილობრივ, ისევე საერთაშორისო მოგზაურებისთვის პოპულარული ფესტივალებია: ასენის ღვინის ფესტივალი (სოფ. აერნი), ერევნის ღვინის დღეები, ხელოვნება და რეწვა (ქ. დილიჟანი), გატა (სოფ. ხაჩიკი), გუთან (ეროვნული ცეკვა და სიმღერა) (ქ. ერევანში), თაფლი და კენკრა (სოფ. ბერდი), ხოროვაცი (ლორში), ტოლმა (არმავირში), ცხვრის პარსვა (ხოტში)

და ა.შ. მატერიალურ კულტურულ ღირებულებებთან ერთად, ზემოთ ჩამოთვლილი არამატერიალური კულტურული ფასეულობები, ერთობლივად ქმნიან სომხეთის ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებს, რაც ხელს უწყობს ახალი ტენდენციების დამყარებას მსოფლიო ტურიზმის განვითარებაში. ტურიზმის ეს ფორმა ეხმარება სექტორს სივრცული გადანაწილების დაბალანსებაში და ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობით იქმნება ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვი.

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა სომხეთის რესპუბლიკაში

კულტურული მემკვიდრეობის ბაზაზე ტურიზმის განვითარება მოიცავს უამრავ საფრთხესა და რისკებს, ამიტომ მისი შენარჩუნება და დაცვა უმთავრესი საკითხია. იურიდიულ საკითხებს კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში შემდეგი რეგულაციებით ხდება: სომხეთის რესპუბლიკის „სამოქალაქო კოდექსი“, „ადმინისტრაციულ სამართალდარღვევათა კოდექსი“, „სისხლის სამართლის კოდექსი“, აგრეთვე სამთავრობო გადაწყვეტილებები, ნორმატიულ-ტექნიკური დოკუმენტაცია, უწყებათსორისი და სხვა სამართლებრივი აქტები, საერთაშორისო შეთანხმებები და კონვენციები, რომლითაც ხორციელდება კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მმართველი უწყებების მიერ. გაერთიანებული ერების საგანმანათლებლო, სამეცნიერო და კულტურული ორგანიზაცია (UNESCO), მეგლთა დაცვის საერთაშორისო საბჭო (ICOMOS), მუზეუმების საერთაშორისო საბჭო (ICOM), კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებისა და აღდგენის კვლევის საერთაშორისო ცენტრი (ICCROM) - ჩამოთვლილ საერთაშორისო ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებასა და განვითარებისთვის. მათი დაცვისთვის ქვეყანაში შეიქმნა ისტორიული და კულტურული ნაკრძალები და მუზეუმ-ნაკრძალები (ცხრილი 3).

ცხრილი 3. ისტორიული და კულტურული ნაკრძალები და მუზეუმ-ნაკრძალები სომხეთის რესპუბლიკაში [9, 10]

ნაკრძალი	მუზეუმ-ნაკრძალი
„არპი“ ბუნებრივ-ისტორიული	„მეწამორი“ ისტორიულ-არქეოლოგიური
„გოშავანქი“ ისტორიულ-არქიტექტურული	„გარნი“ ისტორიულ-კულტურული
„სმბატაბერდი“ ისტორიულ-კულტურული	„გლადორის უნივერსიტეტი“ ისტორიულ-კულტურული
„ბერდი“ ისტორიულ-კულტურული	„ვზართნოცი“ ისტორიულ-კულტურული
„ზორაც ქარერი“ ისტორიულ კულტურული დასახლება	„კუმაირი“ ისტორიულ-კულტურული
„ლორე-ბერდი“ ისტორიულ-კულტურული ძველი ქალაქი-დასახლება	„ერეზუნი“ ისტორიულ-არქეოლოგიური
„ბიჯნისის ციხე-სიმაგრე“ ისტორიულ-კულტურული	„დილიჟანი“ ფოლკლორული არქიტექტურა
„აგარაკი“ ისტორიულ-კულტურული	-
„ანზერდი“ ისტორიულ-კულტურული	-

ცხრილი 4. კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სისტემებში ძირითადი ორგანიზაციული კომპონენტები სომხეთის რესპუბლიკაში [7, 14]

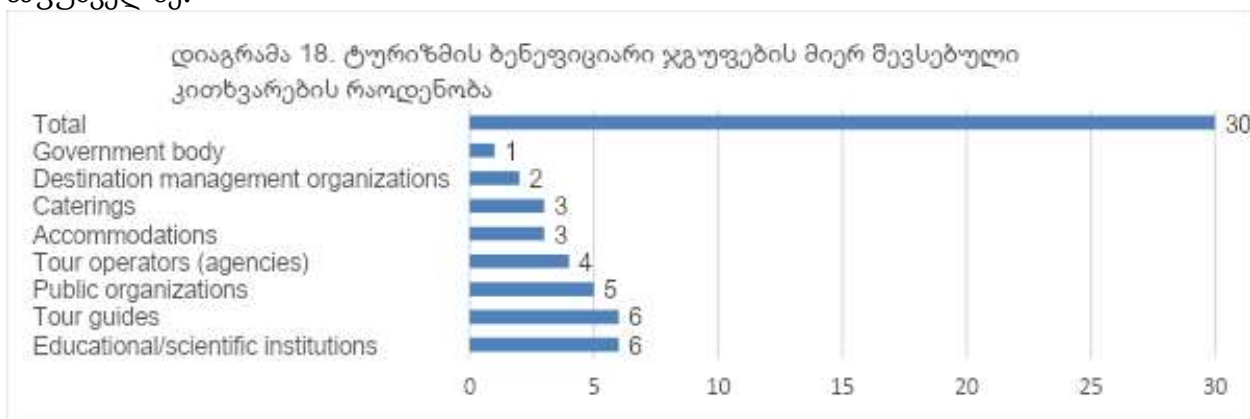
კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ ხელმოწერილი და რატიფიცირებული კონვენციები სომხეთის რესპუბლიკაში	კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ძირითადი კანონები სომხეთის რესპუბლიკაში	სამთავრობო უწყებების დაცვის მექანიზმების სფეროები სომხეთის რესპუბლიკის კულტურული მემკვიდრეობაზე
კულტურული ქონების დაცვა შეიარაღებული კონფლიქტების დროს (ჰააგა)	ისტორიის, უძრავი კულტურული ძეგლისა და ისტორიული გარემოს შენარჩუნების საფუძველი	სომხეთის რესპუბლიკა
ევროპის კულტურული კონვენცია (პარიზი)	კულტურული კანონმდებლობის საფუძველები	განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო
კულტურული ქონების უკანონო იმპორტი, ექსპორტი და საკუთრებაში გადაცემის აღკვეთის საშუალებები (პარიზი)	ისტორიული და კულტურული ძეგლები, რომლებიც არ ექვემდებარება გასხვისებას და წარმოადგენს სომხეთის რესპუბლიკის სახელმწიფო საკუთრებას	კულტურული მემკვიდრეობისა და ხალხური რეწვის დეპარტამენტი
მსოფლიო კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვა (პარიზი)	კულტურული ფასეულობების ექსპორტსა და იმპორტზე	ისტორიული და კულტურული ძეგლების დაცვის სააგენტო
ევროპის არქიტექტურული მემკვიდრეობის დაცვა (გრანადა)	არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ	კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სააგენტო
ევრო საბჭოს ჩარჩო კონვენცია საზოგადოებისთვის კულტურული მემკვიდრეობის ღირებულების შესახებ (ფარუ)	ბიბლიოთეკების და მათი მუშაობის შესახებ	"კულტურული ფასეულობების ექსპერტთა ცენტრი" სახელმწიფო არაკომერციული ორგანიზაცია
ევროპის კონვენცია არქეოლოგიური	საავტორო უფლებებისა და მასთან დაკავშირებული უფლებების შესახებ	"ისტორიულ-კულტურული მუზეუმ-ნაკრძალი და ისტორიული გარემოს დაცვის

მემკვიდრეობის შესახებ (ვალეტა)	დაცვის		სამსახური" სახელმწიფო არაკომერციული ორგანიზაცია
არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის (პარიზი)	დაცვა	საარქივო საქმის შესახებ	"ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის კვლევით ცენტრი" სახელმწიფო არაკომერციული ორგანიზაცია
კულტურული გამოხატვის მრავალფეროვნების დაცვა და პოპულარიზაცია	დაცვა	დოკუმენტაციის კოპირების აუცილებელი ვალდებულება (რეატიფიცირება)	-

*მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის
საჭიროების ანალიზი სომხეთის რესპუბლიკაში*

მეთოდოლოგია

სამიზნე კვლევები ჩატარდა, რათა განსაზღვრულიყო მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის საჭიროებები სომხეთში. ამასთანავე ზემოთ მოცემული ანალიზის შედეგები ემყარებოდა მეორადი კვლევის შედეგებს. კითხვარი შემუშავდა ტურიზმის ბენეფიციარებისთვის შემდეგი ჯგუფების მიხედვით: განთავსება, კვება, ტურ ოპერატორები (აგენტები), საგანმანათლებლო/სამეცნიერო ინსტიტუციები, სამთავრობო ორგანოები, საჯარო ორგანიზაციები (ადგილობრივი და საერთაშორისო), გიდები, დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციები (DMO), (დიაგრამა 18). გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო სულ 30-მა რესპონდენტმა, რომელთა რაოდენობა ტურიზმის ბენეფიციარების ძირითადი ჯგუფების მიხედვით მოცემულია დიაგრამაზე 18. კვლევა ასევე ჩატარდა შიდა ტურიზმის ფარგლებში, სადაც 100-მდე ტურისტი მონაწილეობდა. კვლევის შედეგები და მათ საფუძველზე გამოვლენილი სიტუაციის ანალიზი წარმოდგენილია შესაბამისი ქულებით კითხვარში საკვანძო კითხვების საფუძველზე.



მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის აღქმა სომხეთის რესპუბლიკაში

სომხეთში, ტურიზმის ამ სახეობას ერთნაირი მნიშვნელობით აღიქვამენ ექსპერტები და პრაქტიკოსები, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ ექსპერტთა ხედვა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის შესახებ უფრო მეტად კოორდინირებულია და ხაზს უსვამს მის საკვანძო საკითხებს, ხოლო პრაქტიკოსების შემთხვევაში იგი გარკვეულწილად გაიგივებულია ტრადიციულ კულტურულ ტურიზმთან, მათ შორის შემეცნებით ტურიზმთან, რომელიც ემყარება მატერიალურ კულტურულ და არქიტექტურულ რესურსებსაც (ტრადიციული მდიდრობა). მიუხედავად ამისა, უნდა აღინიშნოს, რომ ზოგადად სომხეთში არსებობს დამკვიდრებული მოსაზრება კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმზე, მაგრამ ჯერ კიდევ არ არსებობს ამის შესახებ საერთო აღქმა.

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი სამომავლო განვითარება და შესაძლებლობები სომხეთის რესპუბლიკაში

კვლევამ აჩვენა, რომ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი სომხეთში ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ მთავარ საყრდენად მიიჩნევა, რომელიც ვლინდება მრავალსაუკუნოვანი მდიდარი სომხური კულტურის პოტენციალის აღმოჩენასა და მის გამოყენებაში. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის მომავლის შესაქმნელად საჭიროა მკაფიო სახელმწიფო პოლიტიკა, რომელიც გამოიხატება სტრატეგიული პროგრამებისა და ინიციატივების მიხედვით. ძირითად შესაძლებლობას წარმოადგენს სამთავრობო ნება, რომ ტურიზმის ეს სახეობა მიჩნეულ იქნას პრიორიტეტულ ან მნიშვნელოვან მიმართულებად ქვეყნისთვის (მსგავსი განცხადება ჯერ არ გაკეთებულა). ამავე დროს ტურიზმის ამ ფორმის სამომავლო მდგრადობა დამოკიდებულია მისი მართვის სისტემაზე, როგორც სახელმწიფო, ისე რეგიონულ დონეზე. აგრეთვე აუცილებელია დაფინანსების შესაბამისი მოდელების შემუშავება მისი განვითარებისთვის. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის სამომავლო განვითარება განსაკუთრებით დაკავშირებულია სფეროს ბიზნეს წარმომადგენლებს შორის აქტიური თანამშრომლობის ზრდასა და საერთაშორისო მნიშვნელობის არამატერიალურ კულტურული მემკვიდრეობისთვის დამახასიათებელი ტურისტული ღონისძიებების ორგანიზებაზე.

შესაძლებლობები მოიცავს გასტრონომიული ტურისტული მიმართულების განვითარებასაც, რაც განპირობებულია არა მხოლოდ მდიდარი სამზარეულოთი, არამედ ეკოლოგიურად სუფთა საკვები პროდუქტებით, რომელსაც განსაკუთრებულად აფასებენ შემოსული ტურისტები. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების უნიკალურ შესაძლებლობად მიიჩნევა სომხეთის სამეცნიერო - საგანმანათლებლო ინსტიტუციები კულტურული მემკვიდრეობისა და ტურიზმის სფეროში, სადაც არსებობს შესაბამისი სამეცნიერო ბაზა, რათა მოხდეს ტურიზმში კულტურის ეფექტური, მეცნიერულად დადასტურებული ინკლუზია.

ტურიზმის ამ მიმართულების უნიკალური შესაძლებლობაა სომეხი ხალხის სტუმართმოყვარეობა, ასევე ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულება საკუთარ ტურისტულ პროდუქტთან და ადამიანურ, მატერიალურ და ტექნიკურ რესურსებთან

(სამზარეულო, მასტერკლასების ორგანიზება, უნიკალური ისტორიების ზეპირსიტყვაობა და ა.შ.) და საწარმოებთან, რომლებიც უზრუნველყოფენ შესაბამის მომსახურებას კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმისთვის.

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების ხელისშემშლელი რისკები და პრობლემები სომხეთის რესპუბლიკაში

ზოგადად, ტურიზმის ამ სახეობის რისკები სომხეთში ორი პერსპექტივიდან იქნა განხილული: გლობალური და პრაქტიკული. ძირითადი გლობალური რისკებია ადგილობრივი კულტურის შესაძლო გაუცხოება, კომოდიფიცირება და კოლონიზირება, რამაც შესაძლოა გამოიწვიოს თავად კულტურის გაუფასურება და იდენტობის დაკარგვა, მისი ფასეულობების არასწორად წარმოდგენა და ინტერპრეტაცია (შესაბამისი ცოდნისა და უნარების არარსებობის გამო), დროთა განმავლობაში ტურისტების სურვილებისა და დამოკიდებულების შეცვლა, გეოპოლიტიკური მდგომარეობის გაუარესება, კონფლიქტების წარმოქმნის ალბათობა კულტურული განსხვავებულობის გამო ადგილობრივ მოსახლეობასა და ვიზიტორებს შორის. პრაქტიკული ბუნების რისკებს კი წარმოადგენს: საკვები პროდუქტებით მოწამლის ალბათობა, ფიზიკური დაზიანებები სპეციფიური ღონისძიებების დროს, ადგილობრივი მოსახლეობის მზაობა, რომ ჩართულობა იყვნენ ტურიზმის ამ სახეობაში. ამჟამად, ტურიზმის ამ სახეობის შემაფერხებლად მოისაზრება შემდეგი ფაქტორები: შესაფერისი ადგილობრივი ტურისტული სერვისების მომზადების უნარებისა და შესაძლებლობების ნაკლებობა, გადამზადებული პერსონალის ნაკლებობა, ბიზნეს სტანდარტებისა და სამართლებრივი აქტების ნაკლებობა ტურიზმის ამ სახეობისთვის (ვინ შეიძლება მოვისაზროთ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის საწარმოებად), ფინანსური და ბუღალტრული ცოდნის ნაკლებობა, ენობრივი ბარიერები, ტურიზმის ამ სახეობისთვის შემუშავებული სამთავრობო მარკეტინგული პოლიტიკის არ არსებობა, გამოცდილებითი ტურიზმის სტატისტიკის არ ქონა, არსებული სერვისების ფასი, რომელიც ხშირად აცდენილია რეალობას - მაღალი ფასები და დაბალი ხარისხი (მომსახურების მხრივ). კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული ადგილები ხშირად დაბინძურებულია ადგილობრივი მოსახლეობის საყოფაცხოვრებო ნარჩენებით. ერთ-ერთ პრობლემას წარმოადგენს ის რომ ტუროპერატორების/აგენტების მიერ შექმნილი ტურისტული პაკეტები ძირითადად მოიცავს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მონახულებას და არა გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურისტულ აქტივობას, რიგ შემთხვევებში მისი შეთავაზება არც კი ხდება. ასევე აღსანიშნავი პრობლემაა უნივერსიტეტები, სადაც ხდება დარგის სპეციალისტების მომზადება, მათ არ აქვთ შესაბამისი საგანმანათლებლო პროგრამები. საუკეთესო შემთხვევაში ცოდნის მიღება შესაძლებელია, არსებული პროგრამების მიმდინარე კურსებზე, რომელიც მოიცავს კულტურას ან ტურიზმთან დაკავშირებულ კულტურულ ფასეულობებს. კოვიდ 19-ის პანდემიით გამოწვეული გაურკვეველი სიტუაცია და აგრეთვე თურქეთ-აზერბაიჯანის ომი - განიხილება, როგორც მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის ძირითად პრობლემად სომხეთის რესპუბლიკაში.



მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში ჩართული ორგანიზაციებისა და საწარმოების პრიორიტეტული საჭიროებები

კვლევებმა აჩვენა რომ კომპანიების დიდი ნაწილი, რომელიც ჩართულია ტურიზმის ამ სახეობაში საჭიროებენ მრავალენოვან თანამშრომლებს. ეს პრობლემა ამ ეტაპზე მოგვარებულია თარჯიმანთა დახმარებით. საწარმოებს სჭირდებათ მკაფიო საკომუნიკაციო სტრატეგია ტურიზმის სფეროში ჩართულ ყველა მომწოდებელთან, რადგან არ აქვთ თანამშრომლობა არც ერევანში მდებარე ტუროპერატორებთან/სააგენტოებთან და არც სხვა ანალოგიურ საწარმოებთან რეგიონებში. ხანდახან აუცილებელია სიღრმისეული პროფესიული კვლევა, რომ ტურისტებს სწორად მივაწოდოთ არსებული კულტურული ფასეულობები. არსებობენ ისეთი საწარმოები, რომლებსაც სჭირდებათ არსებული ინტერიერის მოწყობა და გაფორმება ავეჯით, ხელსაწყოებით. აგრეთვე საჭიროებენ გამოცდილ ადამიანურ რესურსს, რომელიც შეძლებს მომსახურების ორგანიზებას და მათი უნარების განვითარებას. აგრეთვე აუცილებელია საწარმოებში დასაქმებულთა ფინანსების ცოდნის დონის ამაღლება. მიუხედავად იმისა, რომ კომპანიები ორგანიზებას უწყვენ სპეციალიზირებულ სასწავლო კურსებს, რომ შეძლონ საკუთარი საქმიანობის სწორი დაგეგმვა და განხორციელება, მაინც აუცილებელია დამატებითი ტრენინგები საერთაშორისო და ადგილობრივ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის თეორიული და პრაქტიკული ცოდნის მისაღებად.

კომპანიებისა და საწარმოების მარკეტინგული კომუნიკაციები, რომლებიც ჩართულნი არიან მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის საქმიანობაში სომხეთის რესპუბლიკაში

აღნიშნული კომპანიები იყენებენ ისეთ ციფრულ მარკეტინგულ პლატფორმებს როგორიცაა ფეისბუქი, ინსტაგრამი, გუგლი, დაჯავშნისა და ციფრული მარკეტინგის ინსტრუმენტებს: სოციალური მედიის მარკეტინგი (SMM), ბლოგი, სამიუზო ძრავის ოპტიმიზაცია (SEO), ელექტრონული კომერცია და ბეჭდვითი მედია. უნდა აღინიშნოს რომ ე.წ. „პი მარკეტინგი“ საკმაოდ ეფექტურია სომხეთში, განსაკუთრებით მაშინ, როცა საქმე ეხება განთავსებისა და კვების საშუალებებს. როცა მომხმარებელმა უშუალოდ პირდაპირი კომუნიკაციით მიიღო ინფორმაცია მეგობრისგან, ნაცნობისგან ან თანამშრომლისგან რომელიმე ობიექტის შესახებ. მიუხედავად ამისა, მაინც აუცილებელია აღნიშნული საწარმოებისთვის შემუშავებული იქნას მარკეტინგული კომუნიკაციური სტრატეგიები, როგორც ადგილობრივი ასევე საერთაშორისო ბაზრებისთვის.

კოვიდ 19-ის გავლენა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის საქმიანობაზე სომხეთის რესპუბლიკაში

კოვიდ 19-მა საგრძნობლად დიდი გავლენა მოახდინა განსაკუთრებით შემომყვან ტუროპერატორებზე/აგენტებზე და გიდებზე, რომელთა საქმიანობა არ უკავშირდებოდა ადგილობრივ ბაზარს. პანდემიის დაწყების შემდგომ ხანებში, რამდენიმე კომპანია ფოკუსირდა ადგილობრივ ბაზარზე და საკუთარი სერვისები შესთავაზა ადგილობრივ ტურისტებს. ამასთანავე უნდა აღინიშნოს რომ მსგავსი საწარმოები და ადგილობრივ ბაზარზე სპეციალიზირებულები გიდები გამოირჩეოდნენ მაღალი კონკურენტუნარიანობით.

განთავსების საშუალებები და კვების ობიექტებიც დაზარალებულნი პანდემიის გამო. უნდა აღინიშნოს, რომ თუ დიდ დასახლებებში განთავსებულმა რესტორნებმა შეძლეს კრიზისის შედეგების გარკვეულწილად შემცირება შიდა ბაზარზე საკვების მიწოდების სერვისის შეთავაზებით, სოფლად მდებარე რესტორნები, რომლებიც ძირითადად მხოლოდ ტურისტებს ემსახურებოდნენ, ამის საშუალება არ ჰქონდათ. ტერიტორიული თავისებურებებიდან გამომდინარე ადგილობრივი მოსახლეობა არ სარგებლობდა საკვების ადგილზე მიწოდების სერვისით. განთავსების საშუალებების შემთხვევაში, სიტუაცია შედარებით უკეთესია, რადგან მათ უმეტესობას მცირე სასტუმროები და საოჯახო სახლები წარმოადგენენ, რომლებიც ხელმისაწვდომია ადგილობრივი ტურისტებისთვის, იქირაონ და ოჯახთან ერთად დაისვენონ და მიიღონ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული სერვისები. აგრეთვე საჭიროა არსებულ პირობებში მუშაობის ახალი სტანდარტების შემუშავება, რაც სავალდებულო იქნება ყველასთვის და ხელს შეუწყობს დარგის განვითარებას. ზოგადად, შეიძლება ითქვას რომ, შიდა ტურიზმის დახმარებით ტურისტულმა კომპანიებმა შეძლეს კოვიდ 19-ით გამოწვეული ზოგიერთი შედეგების შერბილება. პანდემიამ დიდი ზიანი მიაყენა გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმს, რადგან შექმნილი ვითარებიდან გამომდინარე კომუნიკაცია აკრძალული იყო, ხოლო გამოცდილებითი ტურიზმი კომუნიკაციის გარეშე უზრალოდ არ არსებობს.

სფეროში ჩართული მხარეების თვალსაზრისი სომხეთის მთავრობის როლზე მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებისთვის

სფეროში ჩართული მხარეები დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ სახელმწიფოს როლს კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებისთვის. მათი თვალსაზრისით სახელმწიფომ უნდა შეიმუშაოს განვითარების შესაბამისი სტრატეგია და ხელი შეუწყოს საინვესტიციო პროგრამების განხორციელებას, კოორდინაცია გაუწიოს აღნიშნულ სექტორში შემავალი საწარმოების საერთაშორისო მარკეტინგულ კამპანიებს, რომელიც ხელს უწყობს ქვეყნის ცნობადობის გაზრდას სამიზნე ბაზრებზე. ასევე განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებენ სახელმწიფოს მხრიდან პირობებით სესხების გაცემასა და საგადასახადო შეღავათების შემუშავებას.

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის ბიზნეს მოდელი სომხეთის რესპუბლიკაში

ტურიზმის ამ სახეობაში ჩართული საწარმოების უმეტესი ნაწილი იურიდიული თვალსაზრისით ინდივიდუალურ მეწარმეებად არიან რეგისტრირებულები უკეთესი ხელსაყრელი საგადასახადო პირობების გამო. მოცულობის მიხედვით, საწარმოები არიან მიკრო, მცირე ან საშუალო ზომისები, და მათი უმეტესობა საოჯახო ბიზნესია (ძირითადად რესტორანი ან საოჯახო სახლი). ასევე საინტერესოა აღინიშნოს რომ ეს საწარმოები ხშირად ეს საწარმოები აღიქმებიან სოციალურ საწარმოებად. საქმიანი სავაჭრო ურთიერთობების თანახმად, ეს საწარმოები ძირითადად ე.წ. „B2B“ მოდელით მუშაობენ (ბიზნესი ბიზნესისთვის), თუმცა ასევე იყენებენ „B2C“ მოდელსაც (ბიზნესი მომხმარებლისთვის). ისინი აგრეთვე იყენებენ გაზიარების ეკონომიკის მოდელს.

ადგილობრივი ტურისტების თვალსაზრისით მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარება სომხეთის რესპუბლიკაში

გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 100-მდე ადგილობრივმა ტურისტმა. ტურისტების 70% მოგზაურობს 1 დღით, 25% კი 2-3 დღე, ხოლო 5% მოგზაურობაზე ხარჯავს 4-5 დღეს. დაახლოებით 60% ირჩევს ახალი ადგილების მონახულებას, მშვიდ გარემოში დასვენება და კულტურის გაცნობა, როგორც მოგზაურობის მთავარი მიზანია. სხვა მიზნების მაჩვენებელი (ახალი რეცეპტებისა და ტრადიციული კერძების სწავლა, ღონისძიებებში მონაწილეობა, სოციალიზაცია, აქტიური დასვენება, მკურნალობა) შედარებით დაბალი იყო. ტურისტული ადგილის შესახებ მოპოვებული ინფორმაციის ძირითად წყაროს სოციალური ქსელები, მეგობრები და ნათესავები წარმოადგენდნენ (დაახლოებით 80%). ადგილზე ტურისტების უმეტესობა (დაახლოებით 70%) უპირატესობას ანიჭებდა მასტერ კლასებს, ეროვნულ წარმოდგენებს (ასეთის არსებობის შემთხვევაში). გამოკითხული ტურისტების უმრავლესობა კმაყოფილია სტუმარმასპინძლობით, სერვისის ხარისხით და ადგილობრივი საკვებით. ძირითად უკმაყოფილებას იწვევდა სერვისის შეზღუდული შესაძლებლობა და მათი ფასები, ბავშვებზე გათვლილი აქტივობების ნაკლებობა ან არ არსებობა, განსაკუთრებული უკმაყოფილებას იწვევდა ინტერნეტში განთავსებული არასაკმარისი რაოდენობის და შეუსაბამო ხასიათის ინფორმაციის არსებობა ტურისტულ ობიექტებსა თუ ძეგლებზე.

5. მდგრადობა და ინოვაციები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში სომხეთის რესპუბლიკაში

მდგრადობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პრინციპი - „პატივი სცენ მასპინძელი თემების სოციო-კულტურულ ავთენტურობას, შეინარჩუნონ მათ აგებულ და ცოცხალ კულტურულ მემკვიდრეობას და ტრადიციული ღირებულებებს და ხელი შეუწყონ კულტურათაშორისი ურთიერთგაგებისა და ტოლერანტობის დამყარებას“, და შემდეგი თორმეტი მიზანი ეფუძნება შემდეგს: „ეკონომიკური სიცოცხლისუნარიანობა (გრძელვადიანი სარგებლის მიღება)“, „ადგილობრივი კეთილდღეობა (ტურიზმის კონტრიბუცია დანიშნულების ადგილის ეკონომიკურ აღმავლობაში)“, „დასაქმების ხარისხი (ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა და ხარისხის გაუმჯობესება ქვეყანაში), „კულტურული სიმდიდრე“ (ადგილობრივი კულტურის პატივისცემა, ისტორიული მემკვიდრეობა), რომელიც შენარჩუნებულია სომხეთის რესპუბლიკის გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურისტულ შეთავაზებებში. ისინი ძირითადად დამოკიდებულნი არიან ადგილობრივ საზოგადოებაზე, იყენებენ ადგილობრივ კულტურასა და ადამიანურ რესურსებს, ქმნიან სამუშაოს ადგილობრივებისთვის და ხელს უწყობენ ადგილობრივი საზოგადოების ტურიზმის ღირებულებების ჯაჭვში ჩაბმას. ამავდროულად, ტურიზმის ამ სახეობის განვითარება გამოიწვია არამხოლოდ სომხეთის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების დაცვამ, არამედ მოახდინა მათი აღორძინება გლობალიზაციის შედეგად (რაც მდგრადობის მნიშვნელოვანი კომპონენტია), დაიმკვიდრეს განვითარების ახალი საფეხური, გახდნენ მსოფლიო კულტურული ფასეულობები და ტურისტულად მიმზიდველი ობიექტები. არსებობს გარკვეული რისკები, რომელიც შექმნილი საწარმოების მდგრადი მუშაობის გრძელვადიან პერიოდში შეიძლება წარმოიქმნას, რაც გამომდინარეობს პროფესიონალებითა და პროფესიული უნარ-ჩვევების ნაკლებობით. ამან შეიძლება საწარმოები მიიყვანოს სრულ ჩამოშლამდე. ეკოლოგიური თვალსაზრისით, რადგან საწარმოები მცირე რაოდენობისაა,

შესაბამისად მცირეა მათი გავლენა გარემოზე (ძირითადად გამოიხატება წყლისა და ენერგორესურსების გამოყენებაში). ამის მიუხედავად, მათ მიერ გამოყენებული წყლები ყოველგვარი გაწმენდისა და დამუშავების გარეშე, პირდაპირ ჩაედინება წყლის სისტემის სხვადასხვა აუზებში, რამაც დროთა განმავლობაში შეიძლება გამოიწვიოს ეკოლოგიური პრობლემები (ეს არის სომხეთის რესპუბლიკაში არასათანადოდ განვითარებული კანალიზაციის გამწმენდი სისტემის პრობლემა). ტურიზმის ეს ფორმა, მისი ბუნებიდან გამომდინარე, მიჩნეულია გარდაქმნებისა და ინოვაციების გაუმჯობესების საშუალებად სომხეთში. რადგან მან ახალი სიცოცხლე მიანიჭა კულტურულ ფასეულობებს და ბაზარზე გამოიტანა ახალი ტურისტული პროდუქტები, ძირითადად დაფუძნებული სომხურ სამზარეულოზე, რეწვასა და ხელოვნებაზე. გავრცელების არეალის მიხედვით, იგი ითვლება ადგილობრივ ინოვაციად, რადგან პროდუქტებს ჯერ კიდევ არ აქვთ მიღებული ფართო საერთაშორისო აღიარება და არ მომხდარა მისი ქვეყნის გარეთ დისტრიბუცია.

სომხეთში, ეკონომიკური ინოვაციების თვალსაზრისით, კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი მიეკუთვნება გამოცდილებისა და გაზიარების ეკონომიკური მოდელის ინოვაციურ ტიპს (შემოთავაზებულ პროდუქტებს შეუძლიათ დაუვიწყარი შთაბეჭდილებები მოახდინონ, ხოლო საწარმოები ფუნქციონირებენ გაზიარების ეკონომიკის ფილოსოფიით), მაგრამ ასევე შეიძლება წარმოდგენილი იყოს, როგორც სოციალური ინოვაცია (რადგან ზოგიერთი საწარმო ახორციელებს სოციალურ მეწარმეობას). ნებისმიერ შემთხვევაში, უნდა აღინიშნოს, რომ ამ სფეროში ინოვაციების გამოყენება საჭიროებს ბევრად მეტ სიფრთხილესა და ყურადღებას, რადგან საქმე გვაქვს კულტურასთან, სადაც ტრადიციული ღირებულებები უაღრესად მნიშვნელოვანია.

6. ძირითადი დებულებები

1. სომხეთის რესპუბლიკაში მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი უკვე ვითარდება, ძირითადად საერთაშორისო ორგანიზაციების საინვესტიციო პროგრამების საშუალებით.
2. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი ძირითადად განვითარდა რეგიონებში, განსაკუთრებით სოფლებში
3. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი ემყარება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენებას სომხურ სამზარეულოში, ხელოვნებისა და რეწვაში.
4. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმს ჯერ კიდევ არ მიუღია ქვეყანაში მასშტაბურად გავრცელების ფორმა
5. სომხეთს არ აქვს მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა, რომელიც გამოხატულია კონცეფციის, სტრატეგიისა და განვითარების პროგრამების სახით.
6. სომხეთში თითქმის არ არსებობს სახელმწიფო-კერძო-საგანმანათლებლო/სამეცნიერო თანამშრომლობა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმზე
7. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებას ხელს უშლის საწარმოებში მომსახურების პრობლემები, გამოწვეული ადამიანური რესურსების დაბალი კვალიფიკაციითა და არასრულყოფილი სამართლებრივი რეგულაციებით (სტანდარტიზაციისა და ლიცენზირების

- ფარგლებში), მსგავსი პროფილის საწარმოებს შორის დაბალი თანამშრომლობა ან მისი არარსებობა, ტუროპერატორების მიერ შემუშავებულ ტურისტულ პროდუქტებში მათი სიმცირე
8. საგანმანათლებლო პროგრამების ნაკლებობა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმზე სომხურ უნივერსიტეტებში.
 9. საჭიროა სპეციალური ტრენინგი მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში ჩართული ადამიანებისთვის
 10. საჭიროა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში ჩართული კომპანიების მარკეტინგული სტრატეგიის გაუმჯობესება.
 11. აუცილებელია კოვიდ 19-ით გამოწვეული პანდემიის გაიდლაინები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმში ჩართული კომპანიებისთვის

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: ბულგარეთი

ბულგარეთს უზარმაზარი პოტენციალი გააჩნია მისი მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობის, ბუნებრივი რესურსებისა და უნიკალური ღირსშესანიშნაობების გამო. ქვეყანაში არსებულმა ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის ტრადიციამ, მოგზაურობის სფერო აქცია ქვეყნის პოლიტიკის შემუშავების დღის წესრიგის პრიორიტეტად. 2020 წელს ქვეყანა მოინახულა 12.55 მილიონმა ტურისტმა და სექტორის წილმა ბულგარეთის მშპ-ში 10.8% შეადგინა რაც 8.17 მილიარდი ბულგარული ლევია (დაახლოებით 4.09 მილიარდი ევრო). ტურიზმის სფეროში დასაქმებულთა საერთო რაოდენობა 340,600 ადამიანია (WTTC, 2020). ქვეყნის რესურსების სიმრავლის მიუხედავად, ტურისტული აქტივობა ძირითადად დასვენებაზეა მიმართული. ამავე დროს, ბულგარეთი კულტურული და ისტორიული ძეგლების რაოდენობით ევროპის წამყვან ქვეყნებს შორისაა და ამაყობს 10 ძეგლით, რომლებიც იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლების სიაშია შესული. აშკარაა რომ ქვეყანას არ აქვს ათვისებული მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების პოტენციალი.

წინამდებარე დოკუმენტი შეეცდება შეაჯამოს მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებული პრობლემები, რისთვისაც გამოიყენება დაინტერესებული მხარეების აზრისა და დამოკიდებულების კვლევა. მოცემულია ბულგარეთის ტურისტული სექტორის ზოგადი მიმოხილვა, განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებული რესურსებზე, მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების პოტენციალსა და გამოწვევებზე. ასახულია სამომავლო ტენდენციები და ემსახურება რეგიონალური სამოქმედო გეგმის შემუშავებას.

1. ქვეყნის პროფილი: ბულგარეთი და შავი ზღვის აუზის რეგიონები

ბულგარეთი იყოფა დაგეგმვის ექვს რეგიონად. შავი ზღვის აუზის ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობის პროგრამის (BSB პროგრამა) მიხედვით დაშვებული ადგილებია ჩრდილო-აღმოსავლეთის და სამხრეთ-აღმოსავლეთის დაგეგმვის რეგიონები.

ჩრდილო-აღმოსავლეთის დაგეგმვის რეგიონი მოიცავს 14,645 კმ²-ს, რომელსაც ესაზღვრება შავი ზღვა აღმოსავლეთით და მდინარე დუნაი ჩრდილოეთით. ძირითადი ადმინისტრაციული რაიონებია: ვარნა, დობრიჩი, შუმენი, ტარგოვიშტე. ქვეყნის ამ ნაწილში ბულგარეთის მოსახლეობის 13,2% ცხოვრობს. რეგიონებმა გამოიმუშავეს 5,95 მილიარდი ევრო, რაც ბულგარეთის მშპ-ს 10,6%-ია. მომსახურების სფერო (ძირითადად ტურიზმი და სტუმარმასპინძლობა) განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ჩრდილო-აღმოსავლეთის რეგიონისთვის და შეადგენს მთლიანი ქონების ღირებულების 66.8%-ს.

სამხრეთ-აღმოსავლეთის დაგეგმვის რეგიონი სიდიდით მესამეა ბულგარეთში, რომლის ფართობი 19,664 კმ²-ია, რაც მოიცავს მთლიანი ქვეყნის ტერიტორიის თითქმის მეოთხედს. აღმოსავლეთით ესაზღვრება შავი ზღვა და სამხრეთით თურქეთი. მისი მთავარი უბნებია ბუგრასი, სლივენი, იამბოლი და სტარა ზაგორა. მთლიან რეგიონში 1,032,079 მოსახლე ცხოვრობს. სამხრეთ-აღმოსავლეთის რეგიონი ძირითადად ჩართულია მომსახურების სფეროში (54,1%), შემდეგ მოდის ინდუსტრია (41%), და სოფლის მეურნეობა მხოლოდ 4,9% - ს შეადგენს. შავი ზღვის სანაპიროს სიახლოვის გამო, ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი და სწრაფად მზარდი სფეროა.

2. ქვეყნის ტურისტული სისტემა და შავი ზღვის რეგიონი

ტურიზმის სამინისტროსა და სტატისტიკის ეროვნული ინსტიტუტის მონაცემების მიხედვით, 2019 წელს ბულგარეთმა 9,311,681 საერთაშორისო ვიზიტორი მიიღო, რაც 0,4%-ით გაზრდილი მაჩვენებელია 2018 წელთან შედარებით. ბულგარეთის ტურისტულმა სექტორმა 2019 წელს 3,6 მილიარდ ევროზე მეტი შემოსავალი გამოიმუშავეს და 2018 წელს კი 3,7 მილიარდი ევრო.

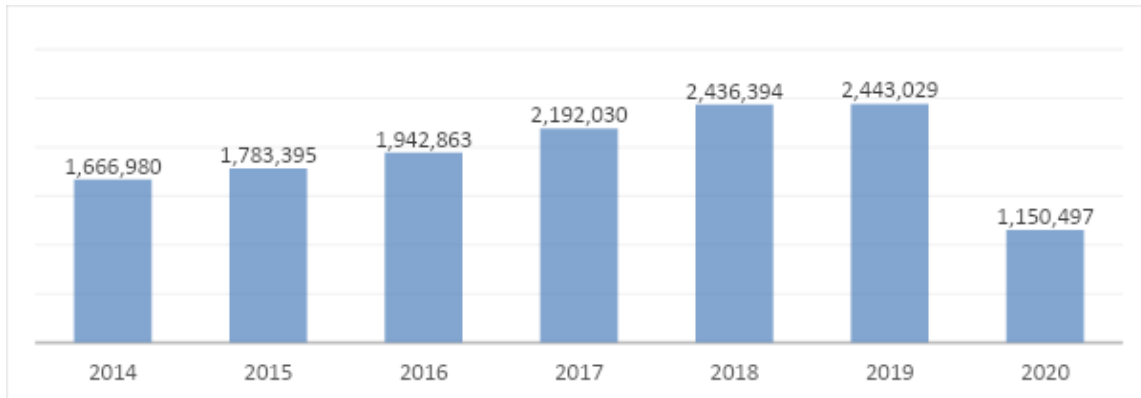
ბულგარეთში ტურისტების მოზიდვის ძირითადი ფაქტორებია: ხელმისაწვდომი ფასები, ხარისხიანი განთავსება, მომსახურების მაღალი ხარისხი, კლიმატი და ბუნება, უსაფრთხო გარემო, სისუფთავე და ღირსშესანიშნაობების მონახულება.

ტურიზმის სამინისტროს მიერ ჩატარებული კვლევის თანახმად, ბულგარეთში საერთაშორისო ვიზიტორების საერთო კმაყოფილების დონე ძალიან მაღალია (მაჩვენებელი მერყეობს 88-95%-ს შორის). ტურისტებს მოსწონთ ლამაზი ბუნება, ტრადიციული სამზარეულო და ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობა. ისინი ასევე აფასებენ ადგილობრივი მოსახლეობის მეგობრულ და კეთილგანწყობილ დამოკიდებულებას, რომელთა უმეტესობა საუბრობს მინიმუმ ერთ უცხო ენაზე.

საერთაშორისო ვიზიტებთან ერთად, მნიშვნელოვანი ზრდა ფიქსირდება შიდა ტურიზმშიც. მისმა რაოდენობამ 3,300,000 ვიზიტორი შეადგინა, რაც 7%-ით მეტია ხუთი წლის წინანდელ შედეგებთან შედარებით. ბულგარელები ასევე აქტიურად მოგზაურობენ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ. მაგალითად, 2017 წელს 6 227 623 ბულგარელმა იმოგზაურა სხვა ქვეყნებში, რითაც 15,5%-იანი ზრდა დააფიქსირა 2016 წელთან შედარებით.

სამწუხაროდ, კოვიდ 19-ით გამოწვეული გლობალური პანდემია დამანგრეველ გავლენას ახდენს ქვეყნის ტურისტულ ინდუსტრიაზე. თუ შევადარებთ 2020 წლის იანვარ-მაისსა და 2019 წლის იმავე პერიოდის მონაცემებს, დავინახავთ ტურისტული ნაკადების რაოდენობის 52,9%-იან შემცირებას (უახლესი ხელმისაწვდომი სტატისტიკა). შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ 2020 წლის განმავლობაში წინა წელთან შედარებით ბულგარეთში ჩამოსულთა რაოდენობა ორჯერ ნაკლები იყო ხოლო ყველაზე მეტად დასვენებისა და არდადეგების ტურიზმი (-57,1%) შემცირდა.

დიაგრამა 1. ჩამოსული ტურისტების რაოდენობა იანვარ-მაისის პერიოდისთვის (აბსოლუტური მაჩვენებლები)



წყარო: ტურიზმის სამინისტრო, 2020 წ

სტუმარმასპინძლობის სექტორიდან მიღებულმა მთლიანმა შემოსავალმა 1.5 მილიარდი ბულგარული ლევი (0.75 მილიარდი ევრო) შეადგინა. ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 3.5 დღეა, ხოლო საშუალო შემოსავალი თითო ტურისტიდან 186 ბულგარული ლევი (93 ევრო). ერთი ღამისთვის საშუალო ღირებულება კი 56 ბულგარული ლევი (28 ევრო), რითაც ბულგარეთი ნაკლებად ძვირადღირებულ მიმართულებად სახელდება ევროპაში (2019 წლის ევროსტატის მონაცემები).

ბულგარეთში ტურისტები ძირითადად ფულს ხარჯავენ განთავსების საშუალებებზე, კვებასა და სასმელებზე. მოხმარების მხრივ, მესამე ადგილს იკავებს ტრანსპორტირება. კულტურული სერვისები კი მე-4 ადგილზეა 471,56 მილიონი ბულგარული ლევის ოდენობით.

ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის სექტორი ინვესტირებისთვის ხელსაყრელ პირობებს ქმნის. სტატისტიკის თანახმად, 2016 წელს აღნიშნულმა სექტორმა მოიზიდა 1 294 მილიონი ლევის ოდენობის კაპიტალი (645 მილიონი ევრო). 2017 წელს ინვესტიციები გაიზარდა 5,8%-ით პროგნოზის თანახმად, მომდევნო ათი წლის განმავლობაში ტურისტული ინვესტიციები ყოველწლიურად 1,5%-ით გაიზრდება და 2027 წელს 1,586,8 მილიონ ლევს მიაღწევს (WTTC-ის 2017 წელის ანგარიში).

მონაცემებიდან ჩანს, რომ შავი ზღვის აუზში შემავალი ბულგარეთის ტერიტორია (ჩრდილო-აღმოსავლეთი და სამხრეთ-აღმოსავლეთი) მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ტურიზმსა და სტუმარმასპინძლობაზე, რაც გამოწვეულია ძირითადად შავი ზღვის სანაპიროსთან სიახლოვით. მომსახურების სექტორი მოიცავს მთლიანი დამატებითი ღირებულების 66.8%-ს და შესაბამისად 54.1% გადანაწილებულია რეგიონებში.

ორივე რეგიონში მრავლადაა მნიშვნელოვანი ისტორიული ძეგლი და კულტურული რესურსი, რაც მათი უძველესი ისტორიითა და ტერიტორიაზე შემონახული კულტურული არტეფაქტების რაოდენობითაა განპირობებული.

მთლიანი ქვეყნის მასშტაბით ტურისტების განთავსების საშუალებების უდიდესი წილი მოდის აღნიშნულ ორ რეგიონზე სასტუმროებში საწოლი ადგილების რაოდენობის 71%-ზე მეტი ქვეყნის ჩრდილო-აღმოსავლეთ ან სამხრეთ-აღმოსავლეთის რეგიონშია. აღნიშნულმა ფაქტმა გამოიწვია საერთაშორისო ვიზიტორების 57%-ის ინტერესი და 2019 წელს

ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავალმა 72% შეადგინა. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში მოყვანილია ტურისტული სექტორის მაჩვენებლები ჩრდილო-აღმოსავლეთ და სამხრეთ-აღმოსავლეთ რეგიონებში მთლიან ქვეყანასთან შედარებით. .

ცხრილი 1. ტურისტული ინდუსტრიის მიმოხილვა ჩრდილო - აღმოსავლეთ და სამხრეთ - აღმოსავლეთ რეგიონებში

რეგიონი	განთავსების საშუალება	საწოლები	ღამისთევა	ვიზიტორები	გადახდის ქვითრები ტურიზმში (ლევები)
ჩრდილო- აღმოსავლეთი	735	103 763	7 888 370	1 784 731	465 919 010
ვარნა	468	71 550	5 526 625	1 231 463	326 422 781
დობრიჩი	180	29 788	2 223 237	476 364	133 884 857
ტარგოვიშტე	17	683	45 740	23 961	2 115 612
შუმენი	70	1 742	92 768	52 943	3 495 760
სამხრეთ- აღმოსავლეთი	1 140	141 229	10 565 610	2 089 330	576 950 103
ბურგასი	994	134 411	10 080 396	1 874 375	554 375 806
სლივენი	66	2 181	88 011	53 627	3 676 979
სტარა ზაგორა	58	3 912	356 454	140 622	17 180 905
იამბოლი	22	725	40 749	20 706	1 716 413
ბულგარეთი (ჯამი)	3 664	341 506	27 154 791	8 187 634	1 521 865 800

წყარო: სტატისტიკის ეროვნული ინსტიტუტი, 2020 წელი

3. ტურიზმის მენეჯმენტი ბულგარეთში

ეროვნულ დონეზე, მოგზაურობის, ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიას ბულგარეთში მართავს ტურიზმის სამინისტრო ტურიზმის ეროვნულ საბჭოსთან ერთად, რომელიც საკონსულტაციო ორგანოს ფუნქციას ასრულებს. ადგილობრივ დონეზე ტურიზმის პოლიტიკა ხორციელდება ქვეყნის მუნიციპალიტეტების მიერ. გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ჩართულია არაერთი პროფესიონალი; აგრეთვე რეგიონალური, სამოქალაქო და არასამთავრობო ორგანიზაცია- ისეთი როგორცაა ბულგარეთის ტურიზმის პალატა, რეგიონალური ტურისტული პალატები, ბულგარეთის სასტუმროების ასოციაცია, ბულგარეთის ალტერნატიული ტურიზმის ასოციაცია და ა.შ. ტურიზმისა და

სტუმარმასპინძლობის უმნიშვნელოვანეს საკანონმდებლო დოკუმენტს წარმოადგენს კანონი ტურიზმის შესახებ.

ტურიზმის მდგრადი განვითარება და გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული გამოწვევები ტურიზმის სამინისტრომ პრიორიტეტად მიიჩნია და შედეგად 2014-2030 წლებში მომზადდა მდგრადი ტურიზმის განვითარების ეროვნული სტრატეგია და ხელმისაწვდომია საჯარო განხილვებისთვის. სამინისტრომ ასევე შეიმუშავა და დაამტკიცა კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული 8 ტურისტული მარშრუტი, რომელთაგან სამი შავი ზღვის აუზის რეგიონში მდებარეობს.

4. კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების რესურსები ბულგარეთსა და შესაბამის რეგიონებში

4.1. კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლები და რესურსი

ბულგარეთი წარმოადგენს აღმოსავლეთისა და დასავლეთის კულტურული მემკვიდრეობის ნაზავს, რაც აშკარად გამოსახულია მის არქიტექტურაში, რელიგიაში, ტრადიციებში, რეწვასა და სამზარეულოში. ბულგარეთის ტერიტორიაზე დაახლოებით 40,000 კულტურული და ისტორიული ძეგლია, რის გამოც ქვეყანა შესულია ევროპის წამყვან სამეულში (საბერძნეთისა და იტალიის შემდეგ). ბულგარეთი განსაკუთრებით ამაყობს იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლების სიაში შესული 10 ძეგლით, რომელთაგანაც ოთხი შავი ზღვის სანაპიროზე (ბულგარეთის შავი ზღვის აუზის შესაბამისი რეგიონები) მდებარეობს.

ჩრდილო-აღმოსავლეთ რეგიონში აღმოჩენილია მსოფლიოში უძველესი დამუშავებული ოქროს ნიმუში, რომელიც ძვ. წელთაღრიცხვით 4000 წლით თარიღდება. აღმოსავლეთის ორივე რეგიონი მდიდარია უძველესი საკრალური ადგილებითა და სამარხებით. მაგალითად, როგორიცაა თრაკიის კლდეების საკურთხეველი კაბილეში (იამბოლის მახლობლად), კაზანკილის აკლდამა, კლდეში ნაკვეთი მონასტერი დობრიჩის რაიონის სოფელ ონოგურთან და ა.შ. ქვეყანაში მრავლადაა უნიკალური მემკვიდრეობის ძეგლები, რომლებიც წარსულის დიდებას ინახავს. ისეთები როგორიცაა ბულგარეთის პირველი დედაქალაქების ნანგრევები პლისკა და პრესლავი, მადარის ცხენოსანი (კლდეში ნაკვეთი ქანდაკება) შუმენის მახლობლად, ვილა არმირა ივანილოვგრადის მახლობლად, რომელიც სახვითი მოზაიკის ხელოვნების ნიმუშს წარმოადგენს. ნესებარის სანაპირო სოფლები (ძველად მესაბრია) და სოზოპოლი (ძველი აპოლონია) წარმოადგენს რომაული, თრაკიული და ბულგარული შუასაუკუნეების მემკვიდრეობისა და მრავალსაუკუნოვანი ისტორიის ცოცხალ მუზეუმს.

აღსანიშნავია ქვეყნის დანარჩენი ტერიტორია სადაც შეხვდებით უძველეს ციხესიმაგრეებს (მაგალითად, ოვეჩს პროვადიასთან), მუზეუმებსა და მემორიალურ კომპლექსებს, არქეოლოგიურ ძეგლებს (მაგალითად, კალიაკრას კონცხს შაბლას მახლობლად და უძველეს ქალაქ მარკიანოპოლს დევნასთან), ეზინოვგრადის ციხეს ვარნას მახლობლად და რუმინეთის დედოფალ მარიას ციხეს ბალჩიკში.

საჭიროა ცალკე ვახსენოთ სპეციალურად აშენებული მიზნობრივი ატრაქციონები. მაგალითად, ისტორიული პარკი სოფელ ნეოფიტ რილსკისთან, სადაც ნაჩვენებია ბულგარეთის მთლიანი ისტორია - ბულგარეთის პირველი სახელმწიფოს დაარსებიდან (681 წელი) დღემდე. პარკში თავმოყრილია უამრავი ატრაქცია (როგორიცაა მშვილდოსნობა,

ცხენოსნობა და ა.შ.) და ვიზიტორებს სთავაზობს ტრადიციული და თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით უნიკალურ გამოცდილებას.

4.2. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რესურსები

ტრადიციული დღესასწაულების აღორძინების საკითხი სულ უფრო და უფრო პოპულარული ხდება, რაც მოიცავს ქრისტიანულ და წარმართულ რიტუალებსა და დღესასწაულებს, როგორებიცაა სახელობის დღეები (აღმოსავლურ მართლმადიდებლური ქრისტიანული კალენდრის მიხედვით გარკვეული წმინდანის სახელობითი დღეების აღნიშვნა), კუკერი (წარმართული მასკარადის მსგავსი ფესტივალი, რომლის დროსაც ადამიანები მოირგებენ ურჩხულებისა და მონსტრების ფორმებს ბოროტი სულების გასადევნად), ლაზარკი (რიტუალი ცვეტნიცას კვირას, როდესაც ახალგაზრდა გოგონები იკრიბებიან და გალობით ულოცავენ სამეზობლოს); კოლდერარი (ტრადიციულ კოსტიუმებში გამოწყობილი ახალგაზრდა მამაკაცთა ჯგუფები, რომლებიც შობის დღესასწაულის დროს ატარებენ დალოცვის რიტუალს); მარტენციტი ფართო გავრცელებული ტრადიციაა, როდესაც ადამიანები ერთმანეთს სჩუქნიან ხელნაკეთ „მარტენიცებს“ (სამაჯური ან ბროში, რომელიც თეთრი და წითელი ძაფებითაა გაკეთებული - ჯანმრთელობისა და ხანგრძლივი სიცოცხლის სიმბოლო).

კიდევ ერთი ამგვარი უნიკალური რიტუალია "ნესტინარსტვო" იგივე ცეცხლზე სიარული, რომლის შესრულებისას ახალგაზრდა ქალები და კაცები ცეკვავენ ჩამქრალი ცეცხლის ნაკვერჩხალზე. ტრადიცია წარმოიშვა სტრანჯას რეგიონში (სამხრეთ-აღმოსავლეთის რეგიონი), მაგრამ დღესდღეობით იგი ტურისტულ ობიექტად ითვლება შავი ზღვის მთელ სანაპიროზე.

4.3. ბულგარული სამზარეულო

ბულგარეთი ცნობილია თავისი ჯანსაღი და გემრიელი ტრადიციული კერძებით, რომლის ძირითადი შემადგენელია ახალ და ქორფა პროდუქტები, მწვანილი და სუნელები. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებით ტურიზმთან დაკავშირებული კულინარიული საქმიანობა შეიძლება ფოკუსირებული იყოს არა მხოლოდ გემრიელ, ავთენტურ ან უნიკალურ პროდუქტებსა და კერძებზე, არამედ მთლიან პროცესზე - მომზადება, სერვირება და სოციალური ურთიერთობები, რომელიც გრძელდება კერძის დაგემოვნების შემდეგაც.

ტრადიციული რეგიონალური ბულგარული რეცეპტების გამოყენებით ჩატარებული კულინარიული მასტერკლასები შეიძლება მივიჩნიოთ ქვეყნის უკეთესი გაცნობის შესანიშნავ გზად, რომლის დროსაც ტურისტებს საშუალება ექნებათ საკუთარი ხელით მოამზადონ კერძები და მიიღონ ის ცოდნა და უნარები, რომელთა გამოყენება მომავალშიც იქნება შესაძლებელი. ამგვარად, კულინარიული აქტივობები შეიძლება მოიცავდეს ყველაფერს ერთად: სოციალიზაცია, განათლება, რელაქსაცია, ტრანსფორმაცია და გართობა.

4.4. ღონისძიებები, ფესტივალები და გამოფენები

ბულგარეთის ღონისძიებების კალენდარი ყოველწლიურად მრავალფეროვანი ხდება. 2017 წელს ჩატარდა 120-ზე მეტი სხვადასხვა ჯგუფური ღონისძიება, და ვიზიტორებს შეეძლოთ მთელი ქვეყნის მასშტაბით მონაწილეობის მიღება.

ეს ღონისძიებები მრავალფეროვანია და მოიცავს მუსიკისა და ცეკვის ფესტივალებს, კულინარიული შეჯიბრებებს, საკარნავალო აღლუმებსა და სხვა მრავალს. რამდენიმე ყველაზე გამორჩეული კულტურული ღონისძიება, რომელიც ყოველწლიურად ტარდება ბულგარეთში, არის ე.წ. "ივლისის დილა": როცა მუსიკის ფესტივალი პირველად გაიმართა ათი წლის წინ კამენ ბრიაგის ულამაზეს სანაპიროზე. ფესტივალი იწყება 1 ივლისის გამთენიას სადაც ათასობით მონაწილე და მყურებელი იკრიბება მთელი ქვეყნის მასშტაბით. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ღონისძიებაა ხალხური კოსტუმების ეროვნული ფესტივალი ჟერავნაში, რომლის დროსაც წარმოდგენილია ბულგარეთის სხვადასხვა რეგიონის ტანისამოსი. ეს არის იმ თანამოაზრეთა თავშეყრის ადგილი, რომლებიც პატივს ცემენ ბულგარეთის ტრადიციას და ზრუნავენ ეროვნული სიამაყისა და სულის შენარჩუნებაზე.

ვარდების კრეფის ფესტივალი - კიდევ ერთი მთავარი ღირსშესანიშნაობაა, რომელიც ტურისტებს იწვევს ვარდის ხეობაში (კაზანლაკის მახლობლად, სამხრეთ-აღმოსავლეთის რეგიონში). ზეთოვანი ვარდი ჩვენი ქვეყნის ეროვნული სიმბოლოა. ვარდის ზეთი იხდება ვარდის სპეციალური ჯიშისგან, რომელსაც „როზა დამასცენას“ უწოდებენ. ფესტივალი ტარდება მაისის შუა რიცხვებში და შესანიშნავი მოვლენაა სუნამოების მოყვარულთათვის, რათა მონაწილეობა მიიღონ ვარდების კრეფაში, გაეცნონ ვარდების მოყვანისა და მისგან ზეთის წარმოების პროცესს ახლომდებარე ვარდების მუზეუმში.

არსებობს სხვა მრავალი მნიშვნელოვანი და დასამახსოვრებელი ღონისძიება და ფესტივალი, რომელშიც მონაწილეობის მიღება შეუძლია ყველა ტურისტს ბულგარეთში მოგზაურობის დროს. მაგალითად, უამრავი ისტორიული მოვლენის გაცოცხლებით, როგორიცაა ბრძოლები თუ დღესასწაულები, დაეხმარება ტურისტს წარსული ატმოსფეროს სრულ შეგრძნებაში. ეს სანახაობები ხშირად ადგილობრივი დრამატული ჯგუფების ან მოხალისეების მიერაა წარმოდგენილი, რომლის დროსაც გამოყენებულია სხვადასხვა დეკორაციები, კოსტუმები და ა.შ.

5. სფეროში ჩართული მხარეების დამოკიდებულებისა და აღქმის კვლევა კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაზე ბულგარეთსა და შესაბამის რეგიონში

საჭიროებების შეფასების ანალიზის ფარგლებში შეიქმნა და ჩატარდა პირველადი კვლევა. ანგარიში მოიცავს აქტიური და პოტენციური ვიზიტორების, გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების მომხმარებლებისა და სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეთა დამოკიდებულებებისა და აღქმების კვლევას ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუს საფუძველზე. კითხვარი შესავსებად გადაეგზავნა 300 ადამიანს და მხოლოდ 80-მა მათგანმა დააბრუნა შევსებული ფორმა, რაც 27%-ს შეადგენს.

5.1. შედეგები

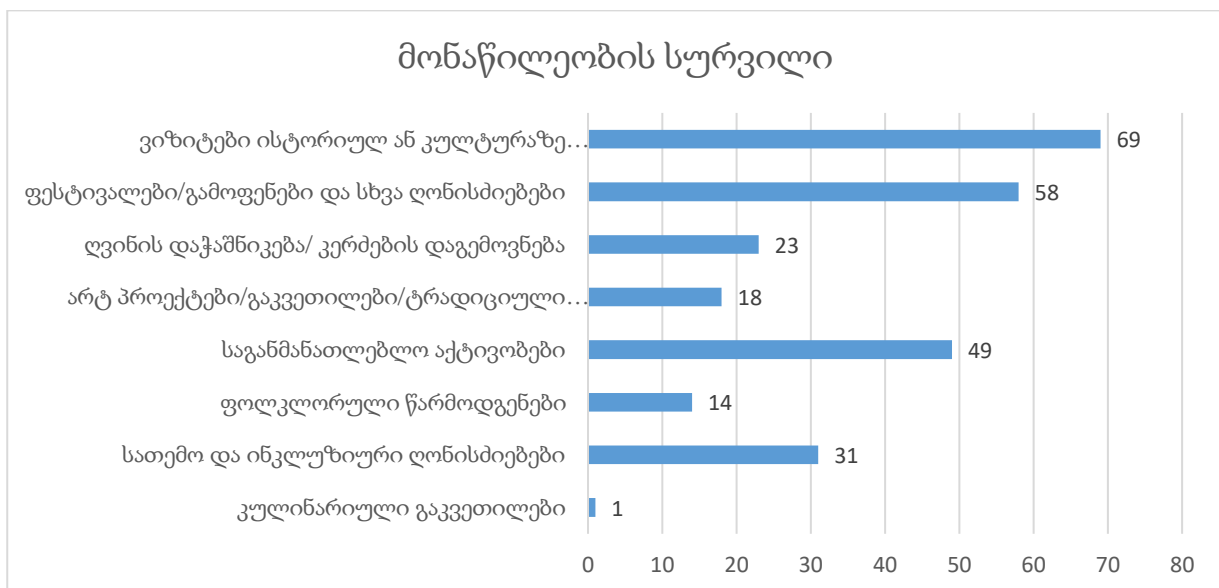
5.1.1. თვისობრივი კვლევა: შედეგები

გამოკითხვის თანახმად, მოგზაურობის დაგეგმვისას ტურისტების ძირითადი მოტივატორია სხვა ადამიანებისა და კულტურის გაცნობა (90%), რასაც მოსდევს დასვენება და რეკრეაცია

(61,3%). მესამე მნიშვნელოვანი მოტივატორი ადგილობრივი კულტურისა და ცხოვრების წესის შეცნობაა.

ტურისტებს ძირითადად აინტერესებთ ისტორიული ძეგლებისა და კულტურული ღირსშესანიშნაობების მონახულება (შემთხვევათა 86,3%). ასევე სხვადასხვა ღონისძიებებსა თუ აქტივობებში მონაწილეობა -72,5%. კულინარია და ღვინის დეგუსტაცია მესამე ადგილზეა პასუხების 61,3%-ით. სახალხო წარმოდგენებით, რეწვითა და სათემო ღონისძიებებით დაინტერესებულია გამოკითხულთა 29-32%.

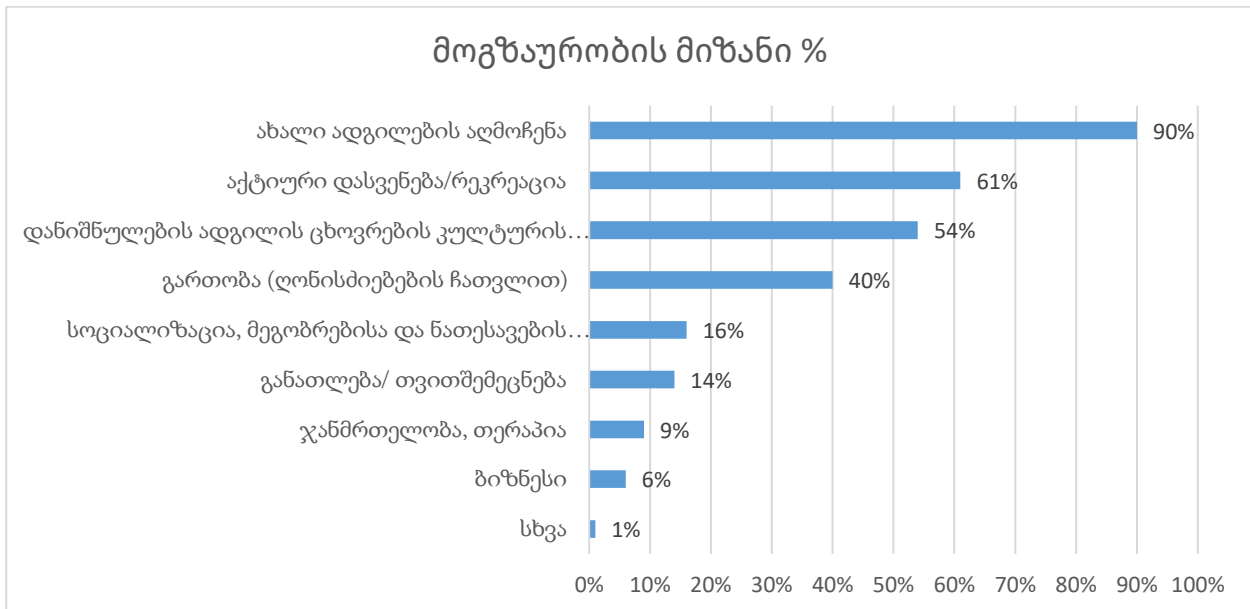
დიაგრამა 2. კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებულ რომელ ღონისძიებებში გსურთ მონაწილეობის მიღება თქვენი მოგზაურობის დროს?



რაც შეეხება ტურისტების გადაწყვეტილების მიღებისა და მოხმარების ხასიათს, უმრავლესობა აცხადებს, რომ ისინი ყოველთვის ან ზოგჯერ წინასწარ გეგმავენ მოგზაურობის ყველა დეტალს. 80 გამოკითხულიდან მხოლოდ ერთმა გასცა ამ კითხვას პასუხი "არასოდეს".

ორგანიზებული ან ინდივიდუალური მოგზაურობის უპირატესობასთან დაკავშირებული პასუხები მეტწილად თანაბრად გადანაწილდა და მერყეობს 16-21-ს შორის. თითქმის ყველა რესპონდენტს (90%) სურს მოგზაურობისას რაიმე ახალი შეიძინოს ან განიცადოს, რამაც კიდევ ერთხელ გაუსვა ხაზი კარგად კონსტრუირებული ტურისტული გამოცდილების მნიშვნელობას. ტურიზმის მნიშვნელობას. მსგავსი პასუხები გაეცა რეგიონისთვის დამახასიათებელი ახალი საკვები პროდუქტების დაგემოვნების შესახებ დასმულ კითხვებს. 80-დან 62-ს ყოველთვის მოსწონს ახალი გემოები, ხოლო 15-ს რიგ შემთხვევაში მოსწონს. ვიზიტორთა უმეტესობას მოსწონს ადგილობრივ მოსახლეობასთან ურთიერთობა, კომუნიკაცია და მათთან დამეგობრება (75%). მათ ასევე სურვილი გამოთქვას მონაწილეობა მიიღონ შემეცნებითა და სიმულაციურ აქტივობებში (36 - ზოგჯერ, და 21 - ყოველთვის). მონაწილეთა 60% დაინტერესებულია კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების მონახულებით. 30 მათგანს სურს მონაწილეობა მიიღოს ზოგიერთ ადგილობრივ ტრადიციულ რიტუალსა და საქმიანობაში.

დიაგრამა 3. ძირითადად რა მიზანს ემსახურება თქვენი მოგზაურობა?



ტურისტებს აქვთ მრავალფეროვანი პასუხები იმის შესახებ, შესძენს თუ არა ტექნოლოგიები დამატებით ფასეულობას ტურისტულ გამოცდილებას. უმეტესობამ დადებითად უპასუხა (ან "ყოველთვის" ან "ზოგჯერ"), მაგრამ არიან ისეთებიც, რომელთაც არ სურთ რეალური გამოცდილებისა და შეგრძნებების ჩანაცვლება ხელოვნურად დადგმული წარმოდგენებითა თუ აქტივობებით.

რესპონდენტთა უმრავლესობა მზადაა გაიღოს მსხვერპლი და დახარჯოს მეტი, ან თანხმდება ნაკლებ კომფორტს, იმის სანაცვლოდ, რომ მოგზაურობა იყოს აზრიანი, შინაარსიანი და საინტერესო გამოცდილების მომტანი (დაახლოებით 68%-მა უპასუხა დადებითად).

რესპონდენტთა დემოგრაფიული განაწილებით ქალ მონაწილეთა რაოდენობა აღემატებოდა მამაკაცების რაოდენობას (82.5% ქალი, 17.5% კაცი). მონაწილეები წარმოადგენდნენ სხვადასხვა ასაკობრივ ჯგუფებს, 19-დან 56 წლის და ზემოთ.

5.1.2. ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუების შინაარსობრივი ანალიზი

კითხვების შინაარსობრივი ანალიზი:

Q1. როგორ გესმით ტერმინი "კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი?"

აშკარაა, რომ რესპონდენტთა უმეტესობას არსებითად ესმის ცნება კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი (HCBET)". ზოგი მათგანი განმარტავს მას, როგორც

"...ტურიზმის ტიპს, რომელიც ემყარება სხვადასხვა ტიპის გამოცდილებას, ემოციებს, ადგილობრივი საკვებისა და სასმელების დაგემოვნებას, ადგილობრივი ცხოვრების წესისა და კულტურის გაცნობას".

ან

"...ეს არის ტურიზმი, რომელიც ასოცირდება ისტორიული მოვლენების, ხალხური წეს-ჩვეულებებისა და კულტურული მოვლენების გაცოცხლებასთან. მე ვფიქრობ, რომ ამ ტიპის

ტურიზმი ძალზე პერსპექტიულია, რადგან აქცენტი გაკეთებულია ემპათიასა და შემოქმედებითობაზე, აგრეთვე ტურისტის თვითშეგნებაზე და არა მხოლოდ ამა თუ იმ ტიპის ტურისტულ მომსახურებასა თუ პროდუქტზე”.

ეს არის ყველაზე ხშირად ნახსენები სიტყვები, რომლებიც ასოცირდება კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის ცნებასთან: დასამახსოვრებელი, პოზიტიური ემოციები, ავთენტური, დანიშნულების ადგილთან სრული შერწყმა, გაზიარება, გატაცება, ახალი ადამიანების გაცნობა, საკვების დაგემოვნება, ინტერაქტიულობა, ჩართულობა, სათემო ტურიზმი, ცოდნის მიღება, ისტორიის და კულტურის გაცნობა.

Q2. როგორ ხედავთ თქვენი ორგანიზაციის როლს კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაში?

რესპონდენტთა უმეტესობა, რომლებიც არიან სფეროს სერვის მომწოდებლები, როგორიცაა სასტუმროები, აპარტამენტების მფლობელები, რესტორნები, ტურისტული სააგენტოები, თავიანთ როლს ხედავენ შემდეგნაირად:

- ფასეულობის გაზრდა/დამატება პროდუქტზე
- ყოველდღიურ ცხოვრებაში კომფორტის, განსხვავებული გამოცდილებისა და შეგრძნებების შემოტანა და დაძაბულობისა და სტრესის მოხსნა
- ეფექტური კოორდინირება სხვა ჩართულ მხარეებთან
- საზოგადოების კულტურულ ცხოვრებაში უფრო აქტიური მონაწილეობა და ჩართულობა
- ღონისძიებების, ფესტივალების, ღვინისა და კერძების დეგუსტაციის, და დღესასწაულების ორგანიზება
- ტრადიციული რეწვისა და კულინარიული ხერხების ტრენინგების ორგანიზება
- დაუვიწყარი მოგონებებისა და ორიგინალური პროდუქტების შექმნა უცნობი ან ახალი ტურისტული ძეგლის ან რესურსების გამოყენებით

შემდეგნაირად აფასებენ საკუთარ როლს საზოგადოებრივი და სამთავრობო ინსტიტუტები:

- ინფორმატიულობა
- სხვადასხვა ადგილების (მაგ. ძველი ქალაქის) თუნდაც პატარა ნაწილის წარმოჩენა და მისი სულისკვეთების აღორძინება
- ისტორიული და არქეოლოგიური ძეგლების პოპულარიზაცია და მისასვლელი ინფრასტრუქტურის შექმნა
- ღონისძიებების ორგანიზება და საერთაშორისო ცნობადობის გაზრდა და მოზიდვა

Q3. რა სახის კულტურულ გამოცდილებაზე დაფუძნებული აქტივობის ორგანიზება შეგიძლიათ ტურისტებისთვის?

ამ შემთხვევაში პასუხები დამოკიდებულია დაინტერესებულ მხარეთა ძირითადი საქმიანობებზე.

განთავსების სფეროს წარმომადგენლები სთავაზობენ თემატურ სადილებს და სამზარეულოს, გემრიელ საოჯახო კერძებს, სხვადასხვა აქტივობებს როგორიცაა თევზაობა, ნაოსნობა, სოფლის ტურიზმი. ზოგიერთი მათგანი ღამისთევას სთავაზობს ძველ ტრადიციულ ბულგარულ სახლებში (რაც დამატებით ფასეულობას შესძენს მათ ავთენტურ გამოცდილებას), ზოგი კი ღონისძიებების ორგანიზების შესაძლებლობას მიიჩნევს.

გიდები, ტურ ოპერატორები და ტურ აგენტები ატარებენ ონლაინ პრეზენტაციებს; ორგანიზებას უწევენ სიტყვით გამოსვლებსა და ისტორიების თხრობას, და დისკუსიაში და

თამაშობებში აბამენ ტურისტებს აცნობენ დანიშნულების ადგილის კულტურულ კალენდარს და ვიზიტორებს აგულიანებენ, რათა უფრო აქტიურად მიიღონ მონაწილეობა ღონისძიებებში; ვიზუალიზაციისთვის შესაძლებელია ჰოლოგრამებისა და მაღალტექნოლოგიური საშუალებების გამოყენება, ; ადგილობრივი რეწვის დემონსტრირების ორგანიზება.

საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს შეუძლიათ დახმარება გაუწიონ ისტორიული და სხვა მნიშვნელოვან მოვლენებთან დაკავშირებული გამოფენების ორგანიზებას; ისტორიული ადგილების აღდგენა; ქალაქის მოულოდნელი და არასტანდარტული იერსახის დემონსტრირება (კარგად ნაცნობი და ცნობილი ტურისტული ადგილების გარდა).

Q4. რა სახის კულტურულ ან ანიმაციურ აქტივობებს აწყობთ ტურისტებისთვის?

აქ პასუხები საკმაოდ ჰგავს წინა კითხვის პასუხებს, მაგალითად, ფოლკლორულ პროგრამებთან ერთად თემატური სადილის დადგმა; ტურისტების ჩართვა სოფლისა და ფერმერულ საქმიანობაში (საჭიროების შემთხვევაში); თამაშობების, ღონისძიებების, შეჯიბრებების და დღესასწაულების ორგანიზება.

საოჯახო სასტუმრო სახლი ორგანიზებას უწევს ყოველწლიურ კონცერტს, რომელსაც სტუმრობენ ადგილობრივი და საერთაშორისო ტურისტები. რესტორანი აწყობს მუსიკალურ ღონისძიებებს, პოეტურ სადამოებს, ეროვნულ და რელიგიურ დღესასწაულებს ბულგარეთ-რუსეთის ინტერკულტურული ურთიერთობის ხელშესაწყობად.

ტურ ოპერატორი სთავაზობს ექსკურსიებს, რომლებსაც კულტურასა და შემეცნებაზეა ორიენტირებული. ერთ-ერთმა ტუროპერატორმა შეიმუშავა 1000-ზე მეტი ტურისტული პროდუქტი/პაკეტი, რომლებიც დაკავშირებულია გამოცდილებით ტურიზმთან სხვადასხვა ხარისხით, სადაც აქცენტი გაკეთებულია ადგილობრივ ტრადიციებსა და რეწვაზე და მასპინძელი თემის ყოველდღიურ ცხოვრებაზე.

საჯარო ორგანიზაციები სთავაზობენ ტრადიციული წეს-ჩვეულებების გაცოცხლებას, ლიტერატურული ძეგლების გამოფენებს, შემოქმედებითი ხელოვნების ინსტალაციებს მთელი ქალაქის მასშტაბით, რათა გამოიწვიონ ხალხის პროვოცირება და გაუჩინონ სურვილი ახალი და უცნობი ადგილების შესაცნობად, შესასწავლად, დასალაშქრად, მოსანახულებლად და უბრალოდ გასართობად.

ერთმა ორგანიზაციამ განაცხადა, რომ კოვიდ 19-ის პანდემიის გამო მათი ყველა საქმიანობა შეჩერებულია.

Q5. რა სახის რესურსები გესაჭიროებათ კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების გასაზრდელად?

რაზეც მივიღეთ შემდეგი სახის პასუხები:

- მატერიალური რესურსი: მაგ. თემატური კერძები, სასმელი, კოსტიუმები და სხვა
- ადამიანური რესურსი
- მულტიმედიური საშუალებები და ტექნიკური უზრუნველყოფა
- ფინანსური რესურსი/ფონდები
- სახელმწიფო მხარდაჭერა, ადგილობრივ და მუნიციპალურ დონეზე
- ტურისტული რესურსები: რეწვა, ისტორიული და კულტურული ადგილები, ძეგლები და მოვლენები
- გაუმჯობესებული ინფრასტრუქტურა

- ყველა დაინტერესებული მხარისა და მომწოდებლის ნოუ-ჰაუ და უნარები რელევანტურ ორგანიზაციებთან და გადაწყვეტილების მიმღებ პირებთან ურთიერთ კავშირი და თანამშრომლობა
- საზრიანი სტრატეგია და მმართველობა

Q6. კომუნიკაციური მარკეტინგის რა სახის სტრატეგიებს (ტექნოლოგიებს) იყენებთ? რესპონდენტებმა განაცხადეს, რომ ძირითადად იყენებენ ინტერნეტს (საკუთარი კომპანიის საიტებს და სხვა ონლაინ პლატფორმებს) და სოციალურ მედიას რეკლამირებისთვის ან ეყრდნობიან ე.წ. „პირისპირ“ შეფასებებს (სიტყვიერი). რამდენიმე იყენებს ბეჭდურ მასალას (ბროშურები, ბუკლეტები) და რეკლამირებას მასმედიით. ერთ-ერთი დაწესებულება საკუთარ ფოლკლორულ პროგრამას რეკლამირებას უწევს სასტუმროს ლობიში.

Q7. რა უნარები გესაჭიროებათ თქვენ (თქვენ და თქვენს თანამშრომელს), რომ უფრო საინტერესო გახდეთ ტურისტებისთვის მოგზაურობა?

პასუხების ჩამონათვალი ასეთია:

- კრეატიულობა / ინოვაციები
- არასტანდარტული აზროვნება
- ერთგულება და ენთუზიაზმი
- კომუნიკაცია და მარკეტინგი
- არტისტიკული/შემოქმედებითი უნარები
- პროფესიონალიზმი
- პირადი კონტაქტები და ადამიანურობა

ორმა რესპონდენტმა უპასუხა, რომ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტის შესაქმნელად სპეციალური უნარები არ არის საჭირო.

Q8. უწევთ თუ არა ტრენინგების ორგანიზებას თქვენი თანამშრომლებისთვის? რა სახის ტრენინგს აწყობთ?

პასუხების ანალიზის შედეგად, მხოლოდ რამდენიმე მათგანი უთმობს დროსა და რესურსს საკუთარი თანამშრომლების მომზადებას კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმში

Q9. როგორ ხედავთ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების მომავალს ბულგარეთში და ზოგადად მსოფლიოში?

გამოკითხულთა უმეტესობა ეთანხმება მოსაზრებას, რომ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმს აქვს უზარმაზარი პოტენციალი, სწრაფად მზარდია და მომავალში უფრო და უფრო მეტად იქნება მიჩნეული პრიორიტეტულ მიმართულებად. ზოგი მას ანტიდოტად მიიჩნევს პანდემიით გამოწვეული კრიზისის სავალალო შედეგების წინააღმდეგ. პასუხების უმეტესობა კი მსგავსი შინაარსისაა: *”ვფიქრობ, ტურიზმის ეს სახეობა ძალიან პერსპექტიულია და ჩვენს ქვეყანას ეძლევა შანსი მოიპოვოს კონკურენტული უპირატესობა და წარსდგეს ბაზარზე ახალი იმიჯით”*.

Q10. რა სახის რისკებს ხედავთ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაში თქვენი კომპანიის / ორგანიზაციისთვის და ზოგადად?

რესპონდენტთა უმეტესობა ვერ ხედავს რაიმე სახის რისკს საკუთარ ორგანიზაციაში/კომპანიაში, რაც დაკავშირებულია კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებასთან. თუმცა ზოგიერთმა აღნიშნა,

რომ ამ მიმართულებაზე გადართვა/გადაწყობამ შესაძლოა გამოიწვიოს დამატებითი ხარჯები. მაგალითად, ზოგიერთმა რესტორანმა შესაძლოა დაკარგოს მომხმარებელი, თუ გადაწყვეტს დაუთმოს მეტი დრო მუსიკას, წარმოდგენებს, ხმაურიან დრესასწაულებს და ა.შ., რადგან ყველას შესაძლოა არ მოეწონოს ეს ცვლილებები.

ტუროპერატორმა კი რისკის ფორმად დადგმული/ხელოვნური ავთენტურობა დაასახელა: *"ყალბი, ფსევდო-გამოცდილების შეთავაზება, რომელიც დაფუძნებულია არარსებულ, გამოგონილ ისტორია-ტრადიციებზე ან სანდო პროდუქტის შეთავაზება, მაგრამ არაპროფესიონალური გზით"*.

სხვა რისკი, რომელიც ემუქრება ტურ ოპერატორებს, მათ ბიზნესსა და შემოსავლებს, გამოწვეულია იმ ფაქტით რომ გამოცდილების მიღებით დაინტერესებულ ტურისტებს თავად შეუძლიათ დაგეგმონ და ორგანიზება გაუწიონ საკუთარ მოგზაურობას და უარი თქვან შუამავალ ორგანიზაციასთან ანუ ტურ ოპერატორთან თანამშრომლობაზე.

რისკების კიდევ ერთი ჯგუფი დაკავშირებულია სუსტ ინფრასტრუქტურასთან, მაგალითად როგორცაა მიუვალი ადგილები, ცუდი გზები, სუსტი საკომუნიკაციო სიგნალები, საზოგადოებრივი საპირფარეშოების ნაკლებობა და ა.შ. ერთმა რესპონდენტმა რისკად დაასახელა ჩრდილოვანი ეკონომიკა ან ბიზნეს საქმიანობა, რომლებიც არ რეგულირდება სახელმწიფოს მიერ. რამაც შეიძლება არამხოლოდ ბიუჯეტს მოუტანოს ზარალი და წარმოქმნას არათანაბარი კონკურენცია, არამედ საფრთხე შეუქმნან ადგილობრივი თემების კეთილდღეობასა.

Q11. როგორ ხედავთ ბულგარეთის სახელმწიფოს/მთავრობის როლს კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაში?

გამოკითხულთა აზრით, მთავრობამ ხელი უნდა შეუწყოს და დააფინანსოს ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობა. მთავრობის სხვა ფუნქციებია ინფრასტრუქტურული პროექტები, მათი მშენებლობა და მოვლა-შენარჩუნება, პერსონალის განათლება და ტრენინგები, დანაშაულის შემცირება და უსაფრთხოების უზრუნველყოფა.

რესპონდენტთა უმეტესობა მიიჩნევს, რომ მთავრობა სათანადოდ არ უჭერს მხარს ამ ტიპის აქტივობებს და უკეთესი იქნება, თუ მეტად იქნება ჩართული საზოგადოებრივი კულტურული ღონისძიებების ორგანიზებაში, დანიშნულების ადგილებისა და ძეგლების რეკლამირებასა და პრომოუშენში, ინტენსიურად ითანამშრომლებს კერძო და საჯარო ინსტიტუციებთან.

Q12. როგორ ხედავთ ადგილობრივი მოსახლეობის/დაინტერესებული მხარეების როლს ბულგარეთში კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაში?

კვლევის მონაწილეთა აზრით, ადგილობრივი მოსახლეობა პირდაპირ თუ ირიბად ჩართულია გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტების შექმნაში, ამიტომ მათი როლი უპირობოდ მნიშვნელოვანია. "ადგილობრივი ხალხი საკუთარი ადათ-წესებით, ფოლკლორით, ტრადიციებით, კერძებით და რეწვით ყოველთვის იზიდავს ტურისტებს, განსაკუთრებით კი უცხოელ მოგზაურებს და ამ თვალსაზრისით მათი როლი ძალიან მნიშვნელოვანია" უფრო მეტიც, მასპინძელ თემს/კომუნას შეუძლია შექმნას მეგობრული და სტუმართმოყვარე ატმოსფერო.

ასევე მნიშვნელოვანია ისეთი სხვა მომწოდებლების როლი, როგორებიცაა სასტუმროები, რესტორნები და ტუროპერატორები (საჯარო დაწესებულებების აზრით). მათი

მხარდაჭერითა და ხელშეწყობით შექმნილი აქტივობებისა და სერვისის ხარისხი მთლიანობაში აისახება ვიზიტორის გამოცდილებაზე

Q13. რა სახის გამოწვევებს ხედავთ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებისთვის?

ზოგიერთი რესპონდენტის აზრით, ბულგარელი ტურისტი ჯერ კიდევ არ არის მზად იყოს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტი. სხვები კი ხედავენ მარკეტინგულ ბარიერებს ამ სახის პროდუქციის პოპულარიზაციისთვის. სხვა გამოწვევები შეიძლება მოიცავდეს შესაბამისი მომწოდებლების მოძიებას ან ადგილობრივი თემისა თუ კომუნის ჩართვას.

Q14. რა სახის შესაძლებლობებს ხედავთ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებისთვის ბულგარეთში?

გამოკითხულთა უმეტესობა ადასტურებს, რომ ბულგარეთში არის დიდი პოტენციალი, რომ ქვეყანა განვითარდეს და პოზიციონირდეს როგორც კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმისთვის სასურველი მიმართულება. თუმცა ამის მიღწევას სჭირდება ყველა დაინტერესებული და ჩართული მხარის კოორდინირებული ძალისხმევა და მკაცრი ეროვნული პოლიტიკა. ხშირად რესპონდენტები იყენებენ შემდეგ ფრაზებს: "უსაზღვრო და საოცარი შესაძლებლობები, უზარმაზარი პოტენციალი და ტურიზმის პერსპექტიული ფორმა".

Q15. რა სარგებლის მიღება ან გაცემა შეუძლია თქვენს ორგანიზაციას კოვიდ 19-ის კრიზისში აღმოჩენილი ტურიზმის სექტორისთვის?

აღნიშნულ კითხვაზე რესპონდენტთა უმეტესობა ირჩევს ახალ რეალობასთან ადაპტაციის გზას, მაგალითად, დივერსიფიცირებული პროდუქციისა და მომსახურების შეთავაზებას ან ბაზრის სხვა სეგმენტზე გადართვას (მაგ: ადგილობრივი ტურისტები და მეზობელი ქვეყნების რეზიდენტები).

ტუროპერატორი გამოსავალს ხედავს ახალი ციფრული ტექნოლოგიებით ონლაინ ვირტუალური ტურების ორგანიზებაში. სხვა ტურ ოპერატორის აზრით კი ნიშური ტურისტული პროდუქტის შემუშავებაა საჭირო. ერთ-ერთი მომწოდებელი ბაზრის ხელახალ გადანაწილებას და უკეთესი პოზიციის დაკავებას, რაც გამოწვეულია კონკურენტი კომპანიების გაკოტრების შედეგად.

Q16. კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის რა ბიზნეს მოდელებს იყენებს თქვენი კომპანია? / რა მენეჯერული ან სტრატეგიული მოდელებია შესაფერისი ამ სახის ტურიზმის განვითარებისთვის?

გამოკითხულთა უმეტესობამ არ აღწერა საკუთარი ბიზნეს სპეციფიკა ან სტრატეგიული მოდელი, რომელსაც იყენებს კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებისათვის. კომპანიის მფლობელი უარს აცხადებს მათი ბიზნეს მოდელის გასაჯაროებაზე, ინდუსტრიაში შესაძლო ჯაშუშობის გამო.

რესპონდენტთა ჯგუფი ხაზგასმით გამოარჩევს ადეკვატური პოპულარიზაციისა და კომუნიკაციის სტრატეგიების საჭიროებას. მაგალითად, ინფორმაციული პორტალის შექმნას. სხვების აზრით კი ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა ძალზედ მნიშვნელოვანია, როგორცაა 3D ვიზუალიზაცია, სტერეო ხმის სისტემები მუზეუმებსა და ღირსშესანიშნაობებზე, პოლოგრამები და ა.შ.

ზოგი ამტკიცებს, რომ საჭიროა დიდი ცვლილებები და ახალი მიდგომა გრძელვადიანი სარგებლის მომტანი უნდა იყოს, იმის ნაცვლად რომ მოკლევადიანი გამოსავალი შემოგვთავაზოს. სხვების აზრით, წარმატების გასაღები ყველა დაინტერესებულ მხარს შორის

თანამშრომლობა, სადაც მოიაზრება როგორც ადგილობრივი თემი და მომსახურების მომწოდებლები, ასევე სამთავრობო და საჯარო უწყებები.

6. დასკვნები

საჭიროებების შეფასების ანალიზი ადასტურებს, რომ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმს აქვს განვითარების დიდი პოტენციალი. კერძოდ, ბულგარეთს შეუძლია ისარგებლოს უხვი ტურისტული რესურსებით, კულტურული და ისტორიული ადგილებით, არტეფაქტებით, შენარჩუნებული და დაცული ტრადიციებით, ფოლკლორითა და უნიკალური სამხარეულოს უპირატესობით და ღირსეულად წარმოჩინდეს როგორც შიდა ასევე საერთაშორისო ბაზარზე.

მეორადმა, სამაგიდო კვლევამ აჩვენა, რომ ქვეყანას აქვს ყველა ბერკეტი და საშუალება, გახდეს კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული ადგილი. ერთის მხრივ, ბულგარეთი გამოირჩევა ძლიერი ტურისტული სერვისებითა და ინდუსტრიის სწორი პოზიციონირების ტრადიციით, და მეორე მხრივ, ქვეყნის მთავრობამ არ დაიშურა ძალისხმევა და შექმნა სტრატეგიული პოლიტიკის ჩარჩო-ხელშეკრულება მდგრადი, ნიშური ტურისტული შეთავაზებებისთვის, კერძო და საჯარო ორგანიზაციებთან ერთობლივი კოორდინაციით. ასევე აშკარაა, რომ ბულგარეთის კულტურული მემკვიდრეობის სიმდიდრე აუთვისებელია და ქვეყანა რჩება "terra incognita" (უცნობი მიწა) ან "საუკეთესოდ შემონახულ საიდუმლოდ" როგორც საერთაშორისო ასევე შიდა ადგილობრივი ტურისტებისთვის. სასწრაფოდ აუცილებელია ტურისტული შეთავაზებების სტრუქტურული დივერსიფიკაცია, პრიორიტეტი მიენიჭოს ეკოლოგიურ, საზოგადოებისთვის მეგობრულ და მაღალი შემოსვლის მქონე ტურიზმის მდგრად ფორმას. ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს ქვეყნის ახალი იმიჯის შექმნა, თუ გვინდა რომ უარი ვთქვათ მასობრივი, იაფი ტურიზმის მიმართულებაზე. ქვეყნის ახალი იმიჯის შექმნა კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ამოცანაა, თუ გვინდა უარი თქვას მასობრივი, იაფი ტურიზმის მიმართულებით ასოცირებაზე. გამოვლინდა შემდეგი კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების უპირატესობები:

1. გლობალურ ტურისტულ ბაზარზე ბულგარეთის, როგორც ტურისტული მიმართულების იმიჯის გაუმჯობესება ("მასობრივი ტურიზმის" იმიჯის ხაფანგიდან თავის დაღწევა/განთავისუფლება)
2. ინდივიდუალური ტურისტების წილის გაზრდა, სეზონურობის გაწონასწორება და საშუალო შემოსავლის გაზრდა თითო ვიზიტორზე
3. კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების შეფასება, ხარისხის გაუმჯობესება, დაცვა და შენარჩუნება
4. ბულგარეთის ტურისტული ინდუსტრიის ზოგადი კონკურენტუნარიანობის ამაღლება

პირველადი კვლევის შედეგად გამოიკვეთა, რომ მხარეები მზად არიან და მიესალმებიან მხარი დაუჭირონ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებას. ტურისტები დაეძებენ ახალ, აზრიან აქტივობებს. მათ სურთ უფრო მეტად იყვნენ ჩართულნი ადგილობრივი მოსახლეობის ყოველდღიურ ცხოვრებაში. შეუძლიათ დათმონ კომფორტული პირობები და გადაიხადონ მეტი, რათა მიიღონ შემეცნებითი და ტრანსფორმაციული გამოცდილება. ტურიზმში ჩართული მხარეები მიიჩნევენ, რომ კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი

პერსპექტიული, მაღალშემოსავლიანი და პოტენციური საშუალებაა გლობალური კრიზისის დასაძლევად. ყველა მათგანს მიაჩნია, რომ ქვეყანას აქვს კულტურული მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების პოტენციალი და მას უნდა მიენიჭოს პრიორიტეტული მიმართულების სტატუსი საჯარო და კერძო სექტორის ერთობლივი პოლიტიკური გადაწყვეტილებით. წარმატების მიღწევა შესაძლებელია მხოლოდ კოორდინირებული ძალისხმევით და პარტნიორობით, სადაც ყველა დაინტერესებული მხარე იქნება წარმოდგენილი.

რეგიონალური საჭიროების განვითარების ანგარიში: საქართველო

საქართველოს, თავისი უძველესი ისტორიის, მდიდარი კულტურული რესურსებითა და მემკვიდრეობით აქვს პოტენციალი, დააკმაყოფილოს პოსტ-მოდერნ ტურისტების მოლოდინები და საჭიროებები. ქვეყანას ტურიზმისა და მასპინძლობის ხანგრძლივი ტრადიცია გააჩნია. ბოლო ათწლეულებში ტურიზმი იქცა საქართველოს წამყვან ინდუსტრიად, რაც გამოიხატება ქვეყანაში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლებითა და სავაჭრო დეფიციტის კომპენსაციით. ტურიზმი გახდა მრავალი სამთავრობო ორგანიზაციის და მათი სტრატეგიული დოკუმენტების განუყოფელ ნაწილად, რადგან მას მას გააჩნია რეგიონების, და განსაკუთრებით მაღალმთიანი სოფლების გამოცოცხლების (რევიტალიზაციის) და დივერსიფიცირების პოტენციალი, სადაც უმუშევრობა, ეკონომიკური ინფრასტრუქტურის ნაკლებობა და მაღალი მიგრაცია კვლავ მნიშვნელოვან გამოწვევად რჩება.

2019 წელს ქვეყანას ესტუმრა 9.4 მილიონი საერთაშორისო ვიზიტორი, რომლიდანაც დაახლოებით 5.5 მილიონი იყო ჩამოსული ტურისტული მიზნით და მთლიანად სექტორის კონტრიბუციამ საქართველოს მშპ-ში 10.4% შეადგინა (WTTC, 2019). საქართველოს ბრენდინგი და ქვეყნის პოზიციონირება საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე ძირითადად ხორციელდება შემდეგი მიმართულებების პოპულარიზაციით⁴: ბუნება და თავგადასავლები, ისტორია, კულტურული მემკვიდრეობა და ტრადიციები, ღვინო და გასტრონომია, სტუმარმასპინძლობა და ქართველი ერი. ქვეყანა მდიდარია კულტურული და ისტორიული ძეგლებით, რომელთაგან ოთხი მათგანი შესულია იუნესკოს მატერიალურ ძეგლთა დაცვის სიაში; ქართულ ოთხ ელემენტს მინიჭებული აქვთ არამატერიალური მემკვიდრეობის სტატუსი და დაცულია იუნესკოს კონვენციით (UNESCO.org, 2019).

ქვეყანას გააჩნია მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების პოტენციალი, იგი თავდაპირველად აღინიშნა საქართველოს კულტურის ეროვნულ სტრატეგიაში, რომელიც ხაზს უსვამს მდგრადი ტურიზმის კულტურულ რესურსებს (მატერიალური, არამატერიალური მემკვიდრეობა, ფესტივალები და სხვა ღონისძიებები), და შემოქმედებით ინდუსტრიას (მუზეუმები, რეწვა, კულტურული და ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობები, ძეგლები, ფოლკლორი, ეროვნული სამზარეულო, ღვინო და ა.შ.), როგორც ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პოტენციალს და ხელს უწყობს საქართველოს, როგორც უნიკალურ და კონკურენტულ ადგილს ახალი აღმოჩენებისა და გამოცდილებების მისაღებად (გვ. 40).

⁴ საქართველოს მუნიციპალური განვითარების ფონდი და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, GNTA, 2018

აღნიშნულ დოკუმენტში მოცემულია საქართველოში გამოცდილებითი ტურიზმის კონცეფციის თანამედროვე გაგება კულტურული ტურიზმის კონტექსტში და შეჯამებულია ქვეყანაში მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებული პრობლემური საკითხები, სხვადასხვა ჩართული მხარეების აზრისა და გამოცდილებით ჩატარებული კვლევის საფუძველზე. დოკუმენტი მიმოიხილავს ტურისტულ სექტორს, ხაზს უსვამს ძირითად რესურსებს, შეზღუდვებს და შესაძლებლობებს და ამავდროულად იგი წარმოადგენს რეგიონალურ სამოქმედო გეგმის საფუძველს.

1. ქვეყნის ზოგადი მიმოხილვა

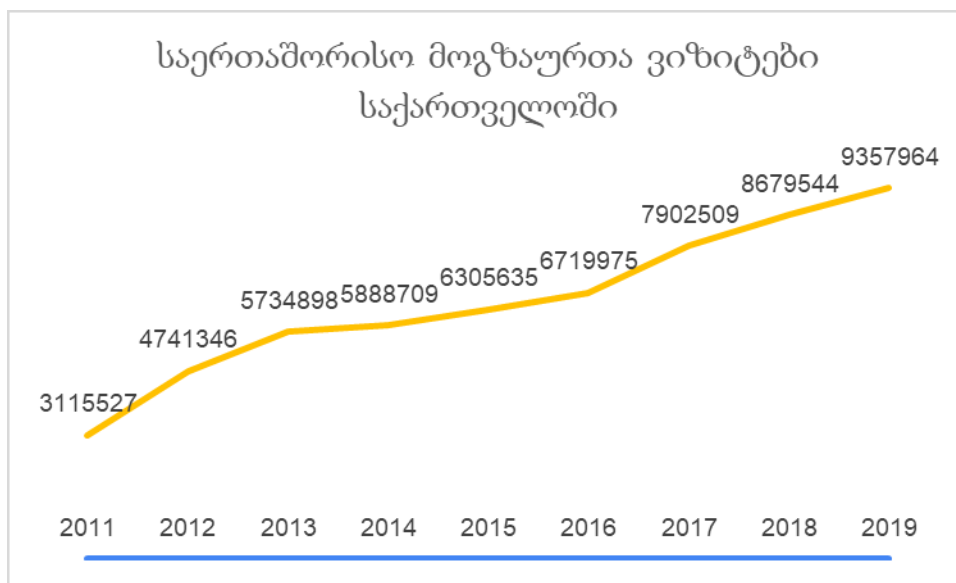
საქართველო პატარა მთიანი ქვეყანაა სამხრეთ კავკასიის რეგიონში, რომლის ფართობი 69,700 კმ²-ია, ხოლო მოსახლეობა - 3.7 მილიონი. ქვეყანა მდებარეობს ევროპისა და აზიის გეოგრაფიული გადაკვეთის წერტილში და საუკუნეების განმავლობაში გამოირჩეოდა კულტურული ტრადიციების მრავალფეროვნებით. ქვეყნის ტერიტორიის დაახლოებით 54% ზღვის დონიდან 1000 მ-ზე მაღლა მდებარეობს, ხოლო მოსახლეობის 43% ცხოვრობს სოფლად და მთიან რეგიონებში. ქვეყანა დაყოფილია 11 რეგიონად და 69 ადმინისტრაციულ ოლქად. საქართველოში პროვინციები გამოირჩევა ხელუხლებელი ბუნებითა და ცოცხალი კულტურით, ტრადიციებით, რაც თავისებურად ქმნის ეთნოგრაფიულ მოზაიკასა და ქვეყანას განსაკუთრებულად მიმზიდველს ხდის; დანართში მოცემულია საქართველოს ყველა რეგიონის არამატერიალური კულტურის ძეგლთა გრძელი ჩამონათვალი (GACC, 2012).

მშპ სექტორების მიხედვით გადანაწილებულია: ინდუსტრია 14.8%, ვაჭრობა 13.9%, უძრავი ქონება 11.4%, მშენებლობა 8.3% სოფლის მეურნეობა 7.8%, სახელმწიფო ადმინისტრაცია 7.5%, ტრანსპორტირება და საწყობი 6.3%, ფინანსები და სადაზღვევო საქმიანობა 6.1%, განთავსებისა და კვების ობიექტები 4.6% (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021 წელი). 2019 წლის პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების ეკონომიკური სექტორების მიხედვით იყოფა: ტრანსპორტი და კომუნიკაცია 10%, ფინანსური სექტორი 21%, მშენებლობა 2%, ენერგეტიკა 20%, სასტუმროები და რესტორნები 9%, წარმოება და სხვა სექტორები 29%.

ევროკავშირსა და საქართველოს შორის ასოცირების ხელშეკრულების (AA) თანახმად (დოკუმენტს ხელი მოეწერა 2014 წელს) (საქართველოს რესპუბლიკის პარლამენტი, 2014წელი), საქართველო ხელს უწყობს სოფლის მრავალფუნქციურ განვითარებას და სოფლის მაცხოვრებლების ეკონომიკურ კეთილდღეობას. ევროპულ გამოცდილებაზე დაყრდნობით, სოფლის ეკონომიკის დივერსიფიკაცია და სოფლის მეურნეობის ინტერ-სექტორული ღონისძიებები საქართველოს სოფლის რეგიონების განვითარების მნიშვნელოვანი საკითხებია. ასოცირების ხელშეკრულება ხელს უწყობს ტურიზმის სფეროში თანამშრომლობას, რომლის მიზანია კონკურენტუნარიანი და მდგრადი ტურისტული ინდუსტრიის განვითარება და გაძლიერება (პუნქტი 9). დოკუმენტი ასევე ხელს უწყობს ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობის განვითარებას სხვა მომიჯნავე სექტორებში, რომლებიც წარმოადგენენ ამ შეთანხმების ნაწილს და მათ შორისა, ტრანსპორტი, ენერგეტიკა, საკომუნიკაციო ქსელები, კულტურა, განათლება, ტურიზმი და ჯანდაცვა (374).

2. საქართველოს ტურისტული სისტემა

2019 წელს საერთაშორისო ტურიზმმა რეკორდულ რაოდენობას მიაღწია 9,357,964 შემოსული ვიზიტორით, რომლის ყოველწლიური ზრდის მაჩვენებელი 7,8%-ია. საერთაშორისო მოგზაურთა რაოდენობაში შედის საერთაშორისო ვიზიტორების (83%) და სხვა (არა ტურისტული) ვიზიტები (17%).



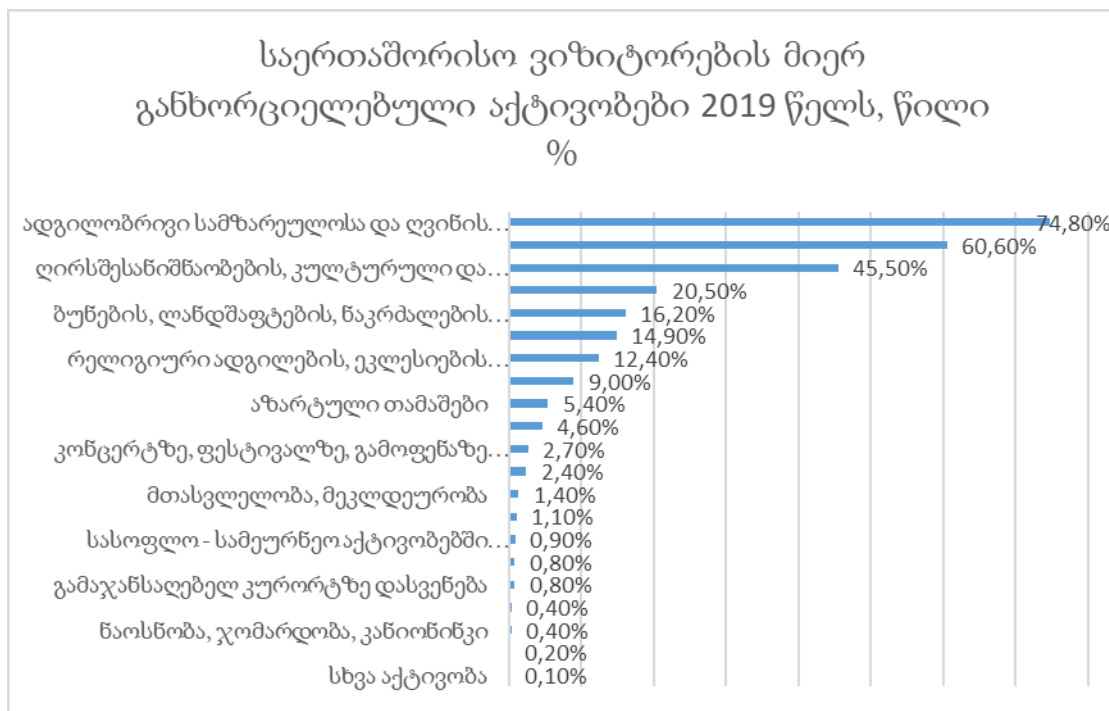
დიაგრამა 1. საერთაშორისო მოგზაურთა ვიზიტები საქართველოში. წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია GNTA

საერთაშორისო ვიზიტორთა უმრავლესობა (80%) მეზობელი ქვეყნებიდან შემოვიდა: აზერბაიჯანი, სომხეთის რესპუბლიკა, თურქეთი და რუსეთი, ძირითადად საზღვაო კურორტებზე დასასვენებლად აჭარაში (ქობულეთი, ურეკი, ბათუმი და სამთო კურორტებზე (წყალტუბო, ბორჯომი, საირმე). შესაბამისად, საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორთა მოგზაურობის ყველაზე მეტი წილი (74,8%) შესრულდა სახმელეთო ტრანსპორტით, რასაც მოჰყვება საჰაერო სატრანსპორტო შემოსვლები (23,7%). სარკინიგზო და საზღვაო მაჩვენებელი მხოლოდ 1,5%-ია. ევროკავშირის ქვეყნებიდან საქართველოს ძირითადად სტუმრობდნენ გერმანელი, პოლონელი და ბრიტანელი მოგზაურები. მოგზაურთა ასაკის მიხედვით ლიდერობს 31-დან 50 წლამდე ტურისტი (48%), მეორე ადგილზეა 15-30 წლის ვიზიტორები (26%), და 51-70 ასაკის კატეგორია 25%-ით მესამე ადგილზეა (GNTA, 2019).

საერთაშორისო მოგზაურობის სეზონური გადანაწილება გვიჩვენებს, რომ ყველა მოგზაურობის დაახლოებით 80% ხორციელდება მაისი-ოქტომბერში, რომელიც პიკს აღწევს აგვისტოში (მილიონზე მეტი ტურისტი). იანვარში საერთაშორისო მოგზაურობის მაჩვენებელი მხოლოდ 6%-ია.

საერთაშორისო ვიზიტორთა მოგზაურობები მიზნობრიობის მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება: დასვენება ან რეკრეაცია (43,5%), მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება

(19%), ტრანზიტი (16,1%), საქმიანი და პროფესიული მოგზაურობა (10,8%) შოპინგი (6,8%) და გამაჯანსაღებელი და სამედიცინო ტურიზმი (1,8%). საერთაშორისო ვიზიტორებს ყველაზე ხშირი იყენებენ შემდეგ სერვისებს: ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნება (75%), ღირსშესანიშნაობების მონახულება, კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის ნიმუშების დათვალიერება და მუზეუმები (45%), საზღვაო-სანაპიროებზე, ტბებსა და მდინარეებზე რეკრეაცია (20 %), ეროვნული პარკების მონახულება, ბუნება, ლანდშაფტი, შორეული და ადგილების შესწავლა (16%) და სხვა (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021). ქვემოთ მოცემულ დიაგრამა 2-ზე ჩამოთვლილია საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ საქართველოში განხორციელებული აქტივობები. საერთაშორისო ტურიზმის მოთხოვნების სტატისტიკის თანახმად, ტურისტების 60% იღებს ინფორმაციას მეგობრებისგან, ხოლო 15% იყენებს ინტერნეტს და მიმართავს ტურისტულ სააგენტოებს (3,4%).



დიაგრამა 2. საერთაშორისო მოგზაურების ტურისტული აქტივობები. წყარო: GNTA

ცხრილი 2. საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ ყველაზე მოთხოვნილი ტურები საქართველოში

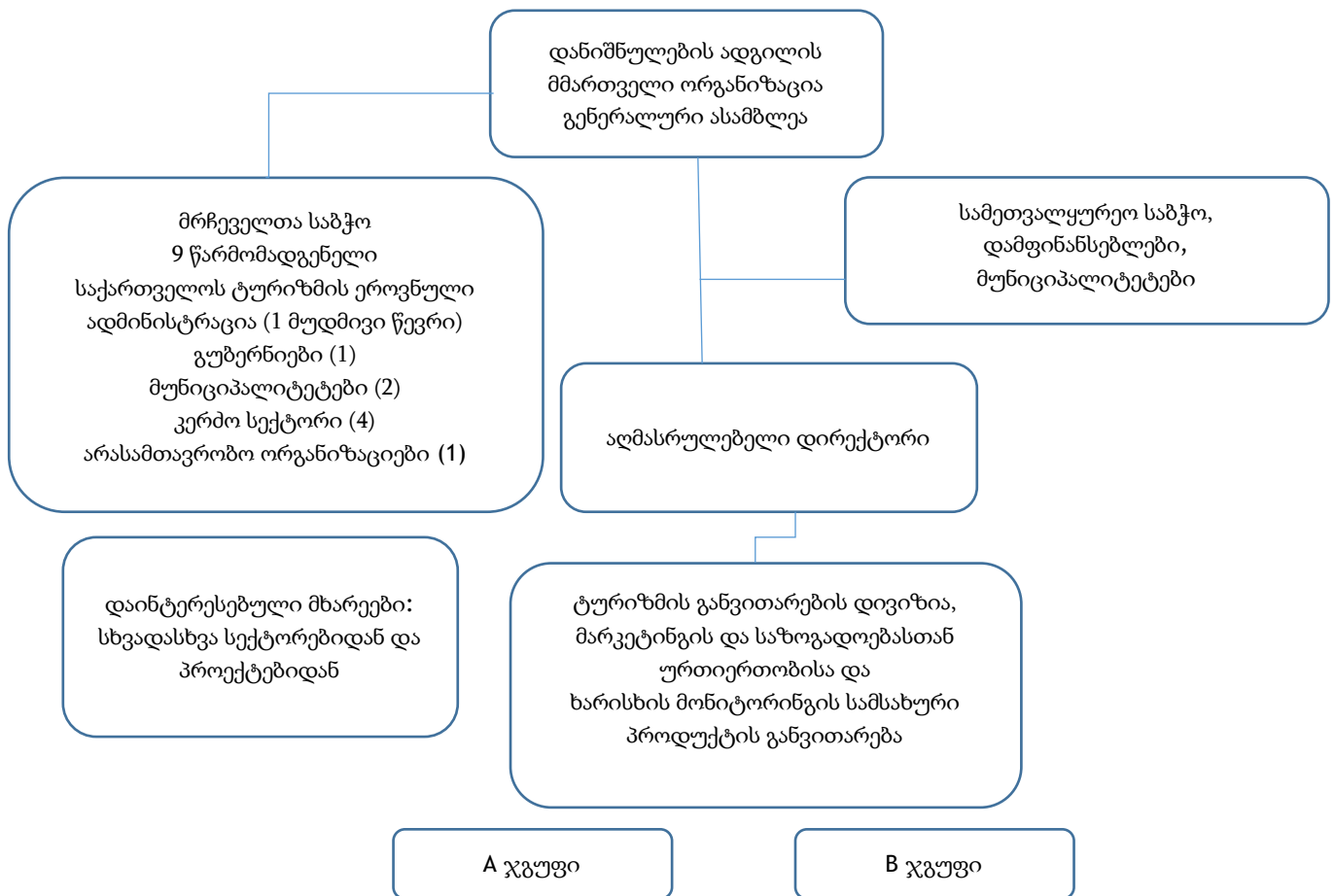
ტურის დასახელება	საერთაშორისო	შიდა
კულტურული მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნაობების ტურები	15.6%	14.6%
ღვინის ტურები	15.6%	12.1%

საზღვაო ტურები	12.4%	12.1%
გასტრონომიული ტურები	11.7%	11.3%
ბუნება / ეკოტურიზმი / სათავგადასავლო ტურები	11.7%	12.6%
ზამთრის ტურიზმი	10.4%	10.5%
გაჯანსაღება, სპა და სარეკრეაციო ტურები	8.6%	8.8%
MICE საქმიანი ტურიზმი	7.7%	3.8%
აგრო ტურები	3.4%	5%
სათამაშო ტურები კაზინოებში	2.3%	4.2%
სხვა	0.7%	5%

შენიშვნა: ევროპის მოგზაურობის კომისიის პროგნოზის თანახმად ტურიზმის აღდგენის პირველი ნიშანი იქნება შიდა და ხანმოკლე პერიოდის მოგზაურობები. ექსპერტები ითვალისწინებენ მომხმარებელთა ქცევის ცვლილებებს. ამასთანავე, მოგზაურობის დაგეგმვა მოხდება უშუალოდ გამგზავრების წინა პერიოდში, მუდმივ საცხოვრებელ ადგილთან ახლოს ან მეზობელ ქვეყნებში და უპირატესობა მიენიჭება ავტომობილით გადაადგილებას, რათა თავი აარიდონ საზოგადოებრივი ტრანსპორტის გამოყენებას (ავტობუსი, მატარებელი, თვითმფრინავი). კოვიდ 19-ის პანდემიის პირობებში შესაძლებელია შიდა ტურიზმის გაზრდა და მეზობელი ქვეყნებიდან ვიზიტების წახალისებაც, თუ კოვიდ 19-ის შედეგად მიღებული რეგულაციები და შეზღუდვები იძლევა ამის შესაძლებლობას (ევროპის მოგზაურობის კომისია, 2020).

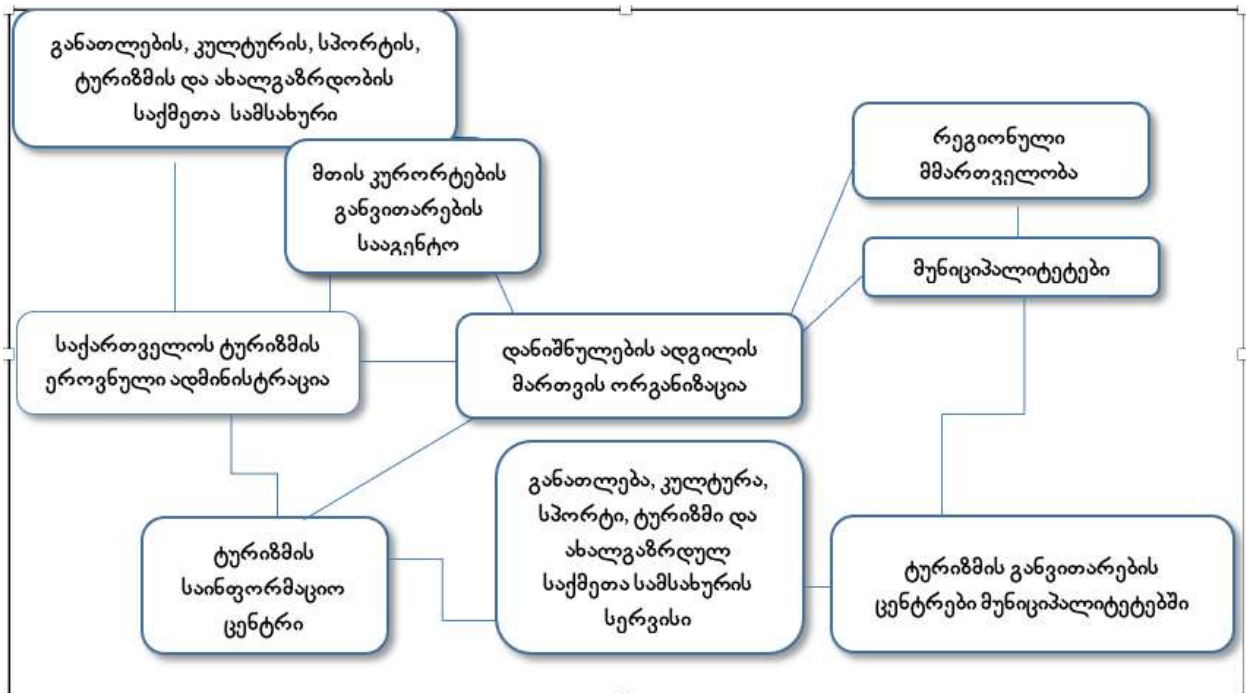
2019 წელს საქართველოში, შიდა მოგზაურთა რაოდენობამ 14.3 მილიონი შეადგინა. ადგილობრივი ვიზიტორების ქვეყანაში მოგზაურობის მოტივაცია იყო: მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება (66,6%), შოპინგი (55,4%) ქართული სამზარეულოს დაგემოვნება (40%), აგრეთვე დასვენება შავი ზღვის სანაპიროზე, ეროვნული პარკების მონახულება, ღირსშესანიშნაობების დათვალიერება, კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის ძეგლებსა და მუზეუმებში ვიზიტები. შიდა ტურისტების მოთხოვნის სტატისტიკის თანახმად მომხმარებელთა უმეტესობა (27%) ტურისტული ადგილის შესახებ ინფორმაციას იღებს მეგობრებისგან, რომლებმაც უკვე იმოგზაურეს და მოინახულეს ესა თუ ის ადგილი.

ქვეყნის ტურისტულ ინდუსტრიას ეროვნულ დონეზე მართავს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA). ხოლო ადგილობრივ და რეგიონალურ დონეზე მართვა ხორციელდება დანიშნულების ადგილის ორგანოების მიერ (DMO) კახეთში, სამცხე-ჯავახეთში, სამეგრელოში, იმერეთსა და ზემო სვანეთში, აგრეთვე ტურიზმის საინფორმაციო 17 ცენტრის მიერ (TIC).



დიაგრამა 3. ქვეყანაში ტურიზმის მართვის მოდელი

დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაცია (DMO) არის საქართველოში ტურიზმის რეგიონალური მართვის ახალი მოდელი. ის ემსახურება დიალოგს, კერძოდ ადგილობრივი ხელისუფლებისა და თემის წარმომადგენლების თანამშრომლობას, რომლებიც ერთობლივად გეგმავენ ტურიზმის მომავალს, რათა მოხდეს დანიშნულების ადგილის ეფექტური მართვა, მოზიდულ იქნას ინვესტიციები და შეიქმნას ახალი სამუშაო ადგილები. DMO ფინანსდება ადგილობრივი მუნიციპალიტეტების მიერ (გარდა ახლად შექმნილი ზემო სვანეთის, მესტიის ორგანიზაციისა), და საკონსულტაციო საბჭოები დაკომპლექტებულია ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, ადგილობრივი მთავრობის, კერძო ბიზნესისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენლებით.



დიაგრამა 1. DMO დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციის სტრუქტურა

2. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი საქართველოში

საქართველოს რესურსების უნიკალურობა მის უწყვეტობაშია. ადგილობრივი წეს-ჩვეულებების მრავალფეროვნება კარგად არის შენარჩუნებული მაღალმთიან სოფლებში და სახასიათო ნიშან-თვისებებით გამოირჩევა. საქართველოს არამატერიალური ძეგლების ნუსხა, რომელიც 2011 წლიდან არსებობს, მოიცავს ისეთი ცოცხალი კულტურის მაგალიტებს, როგორიცაა ხალხური ცეკვები, ქართული მრავალხმიანობა, კულინარია და გასტრონომია, ხალხური ტრადიციული რეწვა და ვიზუალური ხელოვნება, სოციალური პრაქტიკა, რიტუალები, ფესტივალები და სახალხო დღესასწაულები, ზეპირსიტყვაობა და გამოთქმები. და ა.შ.

მათ შორის 4 მოვლენა შეტანილია იუნესკოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კონვენციის წარმომადგენლობითი სიაში (UNESCO.org, 2019):

1. ქართული მრავალხმიანი სიმღერა აღიარებულია ადამიანურ შედეგად იუნესკოს მიერ 2008 წელს შეტანილია წარმომადგენლობით სიაში;
2. უძველესი ქართული ტრადიცია - ღვინის ქვევრში დაყენების მეთოდი - სიაშია 2013 წლიდან;
3. ქართული ანბანის სამი სახეობის ცოცხალი კულტურა - სიაშია 2016 წლიდან
4. ქართული ჭიდაობა - სიაშია 2018 წლიდან

კულინარია და გასტრონომია

ქართულ სამზარეულოს ბევრი რამ აკავშირებს კავკასიურ სამზარეულოსთან. საქართველოს თითოეული რეგიონი სთავაზობს უნიკალურ და ტრადიციულ კერძებს, რომლებიც გამოირჩევიან მკაფიოდ განსხვავებული მზადების სტილით, სუნელებისა და ნიგვზის შეზავებითა და გამოყენებით. მაგალითად, ხაჭაპური განსხვავდება ფორმითა და გემოთი რეგიონების მიხედვით. აჭარული ხაჭაპური და აჩმა აჭარის რეგიონში, იმერული ხაჭაპური და კორკოტი იმერეთში, გურული ხაჭაპური გურიიდან, ხაბიზგინა და ფხლოვნები ხევში და ა.შ. საქართველო აბრეშუმის გზის ერთ-ერთი ქვეყანა იყო, რის გამოც უძველესმა მოგზაურებმა ასევე თავისებური გავლენა მოახდინა ქართული სამზარეულოს ფორმირებაში. ქართული გასტრონომიითა და ღვინით საქართველო თავს იწონებს გასტრო-ტურისტულ ბაზარზე. ქვეყანა აღიარებულია ღვინის სამშობლოდ. ქართული ღვინის საერთაშორისო აღიარება გამოწვეულია ღვინის დაყენების უძველესი მეთოდის პოპულარიზაციით, თიხაში ღვინის ფერმენტაციისა და დაძველების პროცესით; და როგორც უკვე აღვნიშნეთ ქვევრში ღვინის დაყენების ქართული მეთოდი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობაა და 2013 წლიდან შესულია იუნესკოს სიაში. ცალკე აღნიშვნას იმსახურებს ქართული ხორბლის ჯიშის მრავალფეროვანი და სხვა მარცვლეული კულტურების გავლენა ქართული კულინარიული ტურიზმის განვითარებაში. საშემოდგომო (იფელი, წითელი დოლი და სხვა) და საგაზაფხულო (დეკა, ზანდური) ხორბლის ჯიშები და უძველესი პარკოსანი კულტურები, რომელიც დღემდე არსებობს და ხდება მათი მოყვანა სხვადასხვა რეგიონებში, განსაკუთრებით კი კახეთში, ქართლსა და სამცხეში.

სოციალური აქტივობები, რიტუალები, და სახალხო დღესასწაულები

სოციალური აქტივობები და რიტუალები ბევრის მთქმელია ჩამოსული ტურისტებისთვის - აჩვენებს საზოგადოების სტრუქტურულ (სოციალური და იერარქიული) მოდელებს, როგორიცაა მაგალითად მაჩუბი სახლები სვანეთში. მთის წეს-ჩვეულებები, ისტორია, ოჯახური ცხოვრების ტრადიცია და ა.შ. უნიკალურია ეთნო-კულტურული ტრადიციები მთის თემში. შთამბეჭდავია რეგიონებში არსებული ციხე-ქალაქები და იქ არსებული ისტორიული ჯვარ-ხატების ნიმუშები. სვანური, ფშავ, ხევსურული სახლები, რომელიც ტრადიციულად 2 ან 3 სართულიანი ქვის ნაგებობაა და განსხვავებული ურბანული არქიტექტურული სტილით გამოირჩევიან.

ადგილობრივი სადღესასწაულო ღონისძიებები მთიან სოფლებში უკეთაა დაცული. მაგალითად, სვანეთში ლამარიას დღეობა ემთხვევა ახალი წლის ციკლს და ადრეული გაზაფხულის დასვენების დღეებს. ერთ-ერთი ულამაზესი დღეობაა ლამპრობა, რომელიც მხოლოდ სვანეთში აღინიშნება. ეს დღესასწაული იმართება გაზაფხულის მოსვლამდე, კარგი ამინდისა და უხვი მოსავლიანობისთვის. ამ დღის მთავარი ატრიბუტებია სპეციალური ხის სანათები, რიტუალის დასრულებისას ხალხი იკრიბება ცეცხლის გარშემო და მღერიან სიმღერებს. ქართული ჭიდაობაც ამ დღესასწაულის ნაწილია.

სხვა დღეობები რომლებიც დღემდე შემორჩენილია მთაში არის „მატილობა“, „შუამთობა“, რომლის დროსაც იმართება სპორტული შეჯიბრები, დოლი, რასაც თან ახლავს სიმღერა და შაირობა. მაღალმთიან რეგიონებში ერთ-ერთი ყველაზე დიდი და პოპულარული ხალხური დღესასწაული „ათენგენობა“, რომელიც ტარდება ზაფხულში, ივლისის მეორე ნახევარში,

რომლის დროსაც ბარად ჩამოსახლებული ადგილობრივებიც კი უბრუნდებიან მთას საზეიმო მსვლელობით.

რეწვის მემკვიდრეობა და ვიზუალური ხელოვნება

საქართველოში რეწვის მემკვიდრეობა ძირითადად მოიხსენიება როგორც "ხალხური რეწვა", რაც მოიცავს ტრადიციულ რეწვას, თუმცა იდენტიფიკაციის მთავარი კრიტერიუმი მისი "ხალხური" საფუძველია. საქართველოს საერთაშორისო კულტურის ცენტრი ჩატარებულ კვლევაში განმარტავს როგორც „მემკვიდრეობის რეწვა“ უფრო ფართო გაგებისაა, ვიდრე „ხალხური რეწვა“, რაც არამხოლოდ მატერიალური კულტურის ძეგლებსა და სამუზეუმო კოლექციებს ასახავს, არამედ აერთიანებს მის ფორმებსა და ორნამენტულ ნიმუშებს; არ ზღუდავს „ხალხური“ წარმომადგენლობის მარწუხებით. აქვე უნდა აღინიშნოს, ტერმინი „რეწვა“ ძირითადად მოიცავს ტრადიციულ ტექნოლოგიებს, რომლის ცოდნა თაობიდან თაობას გადაეცემა. თუმცა, ხელობა განიცდის თავისებურ ტრანსპორმაციას ტრანსფორმაციას ტექნოლოგიურ პროცესებთან ერთად, რაც გულისხმობს ტექნოლოგიურ ინოვაციებს და გარკვეულ ცვლილებებს იწვევს პროცესში.

4. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების საჭიროება კვლევის ანალიზის საფუძველზე

საჭიროებების შეფასების ანალიზის დასკვნა ემყარება სამაგიდო და ემპირიულ კვლევებს. მეორადი მონაცემები ეყრდნობა პოლიტიკურ დოკუმენტებს, ტურისტულ პროექტებსა და სამეცნიერო სტატიებს. ემპირიული კვლევა მოიცავს როგორც რაოდენობრივი, ისე თვისობრივი კვლევის მეთოდების კომბინაციას. კონკრეტულად, კითხვარებს ვიზიტორთა დამოკიდებულებისა და პერსპექტივებზე, და ასევე თემატურ ნახევრად სტრუქტურირებულ (სიღრმისეული) ინტერვიუებს სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან. გამოკითხულ 100 რესპონდენტს შორის იყო ტურიზმის ეროვნული და რეგიონული ორგანიზაციების (5), არასამთავრობო ორგანიზაციების (5), ტუროპერატორებისა და სოფლის ტურიზმის მეწარმეების წარმომადგენლები (29), ტურიზმის ეროვნული და საერთაშორისო კონსულტანტები (3) და ტურისტები (59).

4.1 სხვადასხვა სუბიექტების აღქმული მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის აღქმა (აკადემიური პერსონალიდან პრაქტიკოსებამდე)

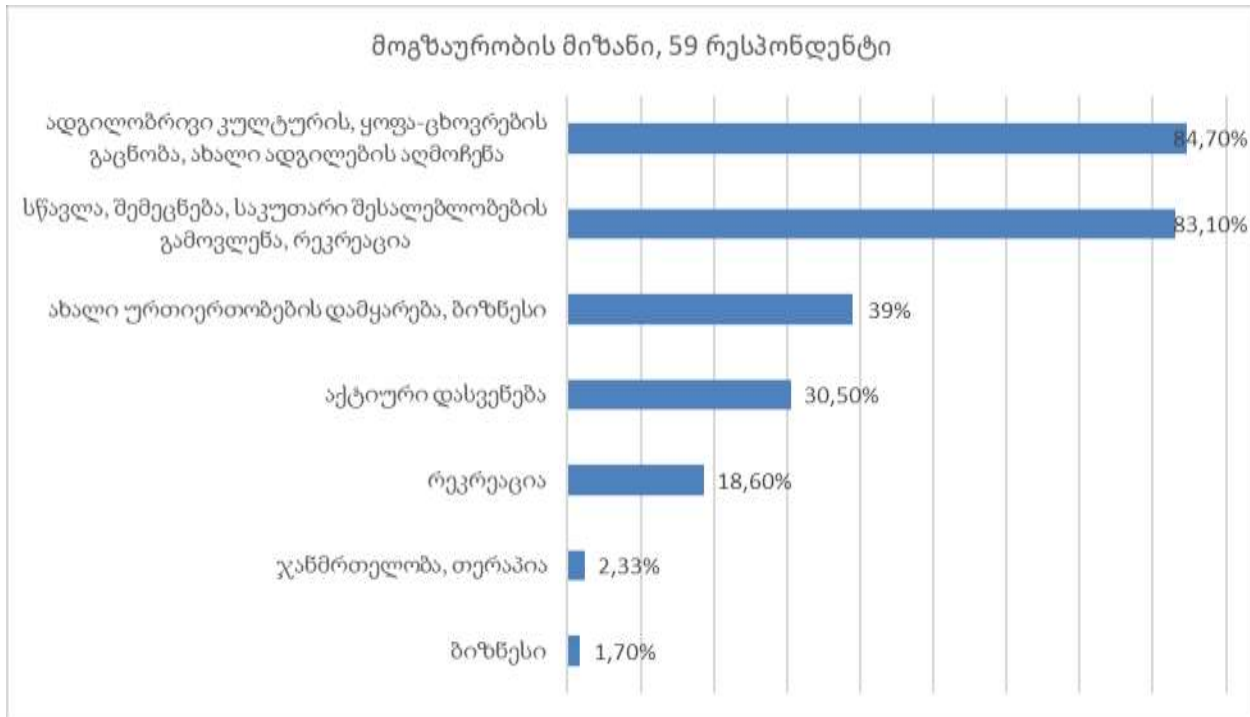
ადგილობრივი ცოდნა და ცოცხალი კულტურა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის ძირითადი აქტივებია საქართველოში; და ძირითადად განიხილება ფართო კონტექსტში. პრაქტიკოსები აღიქვამენ ტურიზმის ამ სახეობას, როგორც ალტერნატიულ ფორმას, რომელსაც პოსტ-მოდერნისტი ტურისტები მოითხოვენ, რომლებიც ეძებენ ახალ ემოციებს და შემეცნებებს. ისინი ზოგადად იყენებენ ტერმინს კულტურულ, გასტრო, სოფლის ტურიზმთან მიმართებაში, რომლის ძირითადი მონაწილეები უნიკალური კულტურისა და ტრადიციების მატარებელი თემის წარმომადგენელი და საზოგადოებაა. აკადემიური სფეროს წარმომადგენლები გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმის სინონიმად „მონაწილეობითი ტურიზმი“ დაასახელეს, როცა სტუმარიც და მასპინძელიც თანაბრადაა ჩართული შემეცნებისა და ახალი გამოცდილების მისაღებად. (ხარტიშვილი, 2020). მათ ხაზი გაუსვეს რომ პროდუქტის

განვითარება ეფუძნება და ორიენტირებულია ადგილობრივ თემსა და მათ წეს-ჩვეულებებზე, აქცენტს აკეთებს ვიზიტორების ფასეულობებსა და საჭიროებებზე და ხასიათდება მათ შორის აქტიური და ინტერაქტიული კავშირებით. რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ თავგადასავალი და ახალი აღმოჩენები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის მთავარი ელემენტია, რომლის შეზღუდვა შეუძლებელია. ეს ფაქტი ხაზგასმით გამოიკვეთა მომხმარებელთა რაოდენობრივი კვლევის კითხვარშიც, სადაც რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ თავგადასავალი და ახალი ადგილები მათი მთავარი ინტერესიცაა.

ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლები/მიმწოდებლები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურისტულ საქმიანობას აღწერენ, როგორც ბუნებასთან ჰარმონიაში ყოფნის, სიხარულისა და შემეცნებითი გარემოს შექმნის და კულტურული ტრადიციების გადაცემას სხვებისთვის გაზიარების საშუალებად (მეგრელიძე, კომლის მასპინძელი გურიაში). არტ რეზიდენციის მფლობელები მას უწოდებენ ტურისტული აქტივობის ისეთ სახეობას, რომელიც საშუალებას აძლევს ქართველ და უცხოელ მხატვრებს გადაიკვეთონ ხელოვნების თანამედროვე სივრცეში საქართველოში. ბერძენიშვილი სკიჯის სახლი (გურია) მას აღწერს როგორც კონტექსტზე დამოკიდებულ ტურისტულ საქმიანობას: „ადგილობრივი ფერმერებისთვის ესაა სოფლის, ეკო და აგრო ტურიზმი, რომელიც სთავაზობს სტუმრებს ახლოს გაიცნონ და გაითავისონ ტრადიციული გარემო, სოფლის ან ფერმის ყოფელდღიური საქმიანობა და ა.შ.“. ეთნო სოფელის მასპინძელი სამეგრელოდან და სასტუმრო „მოყვარეს“ მფლობელი ზემო აჭარიდან კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმს მიიჩნევენ უნიკალური კულტურის გაზიარების საშუალებად მთელს მსოფლიოში.

4.2 მომხმარებელთა აღქმა და დამოკიდებულება

რაოდენობრივმა კვლევამ გამოავლინა, რომ რესპონდენტები ძირითადად მოგზაურობენ საქართველოში ცოცხალი კულტურის გაცნობის მიზნით (85%), ახალი ადგილების აღმოსაჩენად (84%), სწავლა/თვითშემეცნებისთვის (51%) და გართობისთვის (41%).



დიაგრამა 5. მოგზაურობის მიზანი

ტურისტები მოგზაურობას გეგმავენ ონლაინ, ძირითადად „Booking.com, და TripAdvisor;“ საშუალებით, ასევე ითვალისწინებენ მეგობრებისა და ნათესავების რჩევებსა და სოციალური მედიას (Facebook, Twitter.). რესპონდენტთა უმეტესობა წინასწარ გეგმავს მოგზაურობის ყველა ასპექტს; დაეძებენ თავგადასავლებს და სურთ გააკეთონ და განიცადონ რაიმე ახალი ყოველი ახალი მოგზაურობისას. მოსწონთ ადგილობრივი ადამიანების გაცნობა და მათთან ყოველდღიური ცხოვრების გაზიარება. გამოკითხულთა 80%-მა აღნიშნა რომ მოგზაურობის დროს მოსწონთ ახალი საკვების დაგემოვნება, რომელიც დამახასიათებელია კონკრეტული რეგიონისთვის. სხვადასხვა გამამხნეველ/გამაჯანსაღებელ ღონისძიებებში მონაწილეობას იშვიათად მიმართავენ მოგზაურები. კვლავ აქტიურია დასვენების ტრადიციული ფორმები. მათი ძირითადი ინტერესია კულტურული და ისტორიული ძეგლების მონახულება, ასევე კვება და ღვინის დეგუსტაცია. მოგზაურთა 50% მიიჩნევს რომ ტექნოლოგიები და ინოვაციები (მაგ. ციფრული ტურები) დამატებით ფასეულობას სძენენ მათ გამოცდილებას, თუმცა არ წარმოადგენს მათი ინტერესის მთავარ წყაროს. მზად არიან გადაიხადონ მეტი მრავალფეროვანი და აზრიანი ტურისტული გამოცდილების მისაღებად. მრავალფეროვანი და უზომოდ საინტერესო გამოცდილებისა და თავგადასავლების მიუხედავად, გამოკითხულთა 30%-ზე მეტი კომფორტის გარეშე მოგზაურობის წინააღმდეგია და არ არიან მზად თუნდაც დაუვიწყარი შეგრძნებების მიღების სანაცვლოდ უარი თქვან მასზე.

4.3 პროდუქტი და სერვისის მომწოდებლები

თვისობრივი კვლევით გამოვლინდა რომ კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტის მომწოდებლების დიდი ნაწილი ე.წ. „ახალ

სოფელთა“ - ისინი ვინც გადაცხოვრდნენ სოფლად, დაუბრუნდნენ წინაპართა სახლებს და წამოიწყეს ტურისტული და ფერმერული ბიზნესები. გამოაცოცხლეს სივრცე ავთენტური გარემოს შექმნით. ზოგიერთმა შეიძინა ტრადიციული სახლი, შეაგროვა ძველი ნივთები, მოიძია ძველი რეცეპტები, ადგილთან დაკავშირებული ისტორიები და ლეგენდები. ადგილობრივ წეს-ჩვეულებებსა და ტრადიციებზე დაყრდნობით შექმნეს ტურისტული პაკეტები, რომელიც აგრეთვე მოიცავდა ქართულ სიმღერასა და ცეკვას, კულინარულ მასტერკლასებს, პოეტურ სადამოებს და სხვა საინტერესო ელემენტებს. მაგალითად აჭარულ ოჯახებს (საოჯახო სასტუმრო „მოყვარე“), რომლებიც ცნობილი არიან აჭარული ფოლკლორით, სტუმრობენ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნიდან ვიზიტორები ქართული ცეკვისა და სიმღერის შესასწავლად. „არტი რეზიდენსი“, რომელიც თბილისიდან 40 კმ-ში მდებარეობს ცნობილია ტრადიციული კერამიკის შექმნით. სტუდია ასევე სთავაზობს გრაფიკული დიზაინის ვორქშოპებს, მურანოს მინის, ქართული ტიხრული მინაწერის, სამკაულების დამზადება, ოფშორული ტექნოლოგია და ბეჭდვას. მუსიკალური სადამოების, ცოცხალი ქართული მუსიკისა და ოჯახური ღვინის დეგუსტაციის ორგანიზებაც შესაძლებელია სტუმართა სურვილის შემთხვევაში. მასპინძლებმა გამოაცოცხლეს და სული ჩაჰბერეს მიტოვებულ ადგილს. ტურისტული პროდუქტი, რომელსაც მელიტას ცეკვის სტუდია სთავაზობს მომხმარებლებს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტის კარგი მაგალითია და ყურადღება გამახვილებულია ჩართულობის ხარისხზე. მელიტა ქმნის ტურებს უშუალოდ საცეკვაო სტუდიაში და საქართველოში ჩამოსულ ტურისტებს სთავაზობს ცეკვის გაკვეთილებს. ტურის ღირებულება 60 ევროა, რომელიც მოიცავს ტრანსპორტირებას, ღვინის დეგუსტაციას, მსუბუქ სადილს, ცეკვის გაკვეთილს და ფოტოგრაფის მომსახურებას. კარგი ამინდის შემთხვევაში მელიტა ორგანიზებას უწევს ექსკურსიებს სტუდიის ფარგლებს გარეთ ბუნებაში.

4.4. ყველაზე მეტად მიმზიდველი ტურები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის ბაზარზე საქართველოში

ქართული მასპინძლობა და კულინარია წარმოადგენს ქართული ტურიზმის ყველაზე მიმზიდველ მიმართულებას. გასტრო ტურიზმის ნიშა მოიცავს რეგიონებში მოგზაურობის დროს დაუვიწყარ კულინარულ გამოცდილებასა და ავთენტურობას. ლოკაციები მხოლოდ გასტრონომიული გამოცდილების მიღების საშუალებას წარმოადგენენ (კვებასთან დაკავშირებული აქტივობები, რომელიც მოიცავს შიგნიდან დაკვირვების საშუალებას, კულტურულ/რელიგიური ტრადიციების შემეცნება და ხშირად პრაქტიკული მონაწილეობა, და ბოლოს საჭმლისა თუ სასმელის მიღებისას). გასტრო ტურიზმის კიდევ ერთი პოპულარული ელემენტი ქართული ღვინოა. საქართველოს ღვინის სამშობლოდ აღიარების საერთაშორისო მიზეზი გახდა ცოდნის გამოყენების უწყვეტი პროცესი, ქვევრში (თიხის ჭურჭელში) ღვინის ფერმენტაციისა და დამკვლევის პროცესი. კულტურული მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული კრეატიული პროგრამების ძირითადი მახასიათებელია სათემო აქტივობები. მაგალითად, იმერეთში, აგროტურიზმის ობიექტი „ქორენა“ შეთანხმებულია გელათის მონასტრის გუნდთან და ერთობლივად აწყობენ სპეციალურ სადამოებს სტუმრებისთვის. მათ შექმნეს ახალი ფოლკლორული ანსამბლი "ტრიო ოკრიბა", შეიძინეს ახალი ფორმები და მოამზადეს სპეციალური პროგრამა "ქორენას" აგროტურიზმის სტუმრებისთვის. მათ ასევე გამოსცეს დისკო, რომლის შეძენა ადგილზეა შესაძლებელი. „ხევსურეთი და თემი“ სოფელ კორმაში მუშაობს ახალგაზრდებთან (ადგილობრივი

ხელოსნები, ეთნოგრაფები, თექაზე მომუშავე ქალები). ისინი სთავაზობენ თემზე დაფუძნებულ აქტივობებს, რომელიც დამახასიათებელია ადგილობრივი წეს-ჩვეულებებისა და კულტურულ ცხოვრებაში. გურიაში ოჯახმა გააცოცხლა ჩაის წარმოების დავიწყებული ტრადიცია. აღადგინა ჩაის კულტურა ადგილობრივი თემის ცოდნისა და პრაქტიკის საშუალებით. აგროტურისტული ფერმა, რომელიც სთავაზობს კულინარულ მასტერკლასებს და გასტრო ტურებს ჩამოსულ ვიზიტორებს. სამეზობლოს დახმარებით მოიძიეს ძველი ტრადიციული კერძების რეცეპტები, სამედიცინო მცენარეების გამოყენების წესები და ა.შ. და მათთან ერთად მართავენ სხვადასხვა ღონისძიებებს ტურისტებისთვის. სამეგრელოში „სახლი ოდას“ მფლობელები თანამშრომლობენ ადგილობრივ თემის იმ წარმომადგენლებთან, ვისაც შეუძლიათ ოდაში ჩასული სტუმრების ღამისთევით უზრუნველყოფა.

მომწოდებლები, ტურისტების მიღებისა და მომსახურებისთვის ცდილობენ საკუთარი სახლების, ფერმის და ტერიტორიის ტურისტულ ბიზნესზე მორგებას და სტუმარმასპინძლობის ელემენტების ინტეგრირება საკუთარ საცხოვრებელ სივრცეში, რაც სტუმრებს საშუალებას მისცემს მონაწილეობა მიიღონ პროდუქტის დამზადების პროცესში. მათ ეს საქმიანობა შემოსავლის ალტერნატიულ (დამატებით) წყაროდ აირჩიეს. მათ მოახდინეს. მაგალითად, აჭარაში „ბორჯღალო“ ბათუმიდან ჰკმ-ში, საკუთარ ოჯახურ მუზეუმში წარმოდგენილი აქვს საქართველოს ისტორია, სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა დარგის ნიმუშები, სოფლის ძველებური სახლების ნიმუშები, ხის დეკორატიული პანელები ამოკვეთილი ორნამენტებით, 11 მეტრიანი ჩანჩქერი. მასპინძელი თავად ამზადებს ყველა ამ ნივთს და სტუმრებს შეუძლიათ დაათვალიერონ ისინი ღია ცის ქვეშ მოწყობილ მუზეუმში. ადგილობრივი წარმოების ხელნაკეთი სუვენირები წარმოდგენილია რეგიონულ ცენტრებში. სწორი დაგეგმვის შემთხვევაში, ქვეყანაში არის როგორც ხელნაკეთი ნივთების, ასევე სოფლის მეურნეობის პროდუქციის პირდაპირი რეალიზაციის პოტენციალი. არსებული სუვენირების არჩევანი საჭიროებს დახვეწვას. ჩატარებული კვლევის თანახმად, რესპონდენტთა წარმოებული პროდუქტებია: თექის, ბაშბის, ბავშვთა დეკორატიული საგნებისა და სათამაშოებისგან დამზადებული ნივთები; მინანქარი, კერამიკა და ვიტრაჟები; ხის მაგიდები, ღვინის ბარები, პანელები, ხის სუვენირები; ხალიჩები, საფულეები; მრავალფეროვანი დეკორაციები: ჯვრები, სუვენირები, მედალიონები; ოქროსა და ვერცხლის სამკაულები. ე.წ. „ფერმიდან მაგიდაზე“ კონცეფცია უფრო და უფრო პოპულარული ხდება, რაც იმას ნიშნავს რომ, საოჯახო სახლები და სასტუმროები საკუთარ ფერებში მოწეულ პროდუქტებს სთავაზობენ ვიზიტორებს საკვებად. პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლის განვითარება ითვალისწინებს ადამიანისა და ბუნების ჰარმონიულ ურთიერთობას და ტურისტების ჩართულობას აგროტურისტულ მეურნეობებში - ბოსტნეულის კრეფა, სეზონური ხილი, დეგუსტაცია, მომზადება და ა.შ. რაც იწვევს როგორც პროცესში სტუმრის ჩართულობას, ასევე ფერმაში მისი ვიზიტის გახანგრძლივებას. მაგალითად, „ლაგაზის“ მასპინძელი (სოფელი ალვანი, კახეთი), ვიზიტორებს აჩვენებს პურის ცხობის სრულ ციკლს. ტური იწყება ხორბლის მინდორში ვიზიტით, რომელიც გრძელდება ძველი წისქვილის მონახულებით, სადაც იფქვება ხორბალი და ბოლოს მთავრდება პურის ცხობით. ამით ისინი ცდილობენ, რომ ყველა ეტაპი ხელშესახები იყოს სტუმრებისთვის. იგივე კონცეფციით ხდება ღვინისა და ყველის დეგუსტაციები. მაგალითად, აგროტურისტული ფერმის მფლობელები (მეგრული ოდა, რუისპირის ბიოდინამიური მეღვინეობა კახეთში და ა.შ.) ათვალიერებინებენ ვიზიტორებს ვენახებს, უყვებიან ისტორიებს მათი ტრადიციების,

მევენახეობისა და ბიოფერმის შესახებ (ასეთის არსებობის შემთხვევაში), ღვინის შექმნისა და შენახვის ტრადიციებს, სპეციალური ინსტრუმენტების დემონსტრირებით, რაც ქვევრის რეცხვისთვისაა საჭირო და ა.შ. „კომლი“-ის მფლობელი გურიაში ტურს იწყებს საოჯახო სახლთან ახლოს მდებარე პატარა პლანტაციაში ჩაის ბუჩქების შესწავლით, ფოთლების მოგროვებით, დაპრესვით, გამოშრობით, რაც ბოლოს სრულდება ჩაის დეგუსტაციით. ინტერპრეტაცია წარმოადგენს მნიშვნელოვან, ცენტრალურ ასპექტს მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურების შექმნის პროცესში. „კომლის“ მფლობელმა შექმნა წინაპრების ისტორიაზე დაფუძნებული ტურისტული პაკეტი. განსაკუთრებულია ისტორიები საქართველოს საბჭოთა კავშირსა და მათი ოჯახის წევრების მონაწილეობაზე მეორე მსოფლიო ომში. ეს ყველაფერი ასახავს ქვეყნის პოლიტიკურ და ისტორიულ მოვლენებს. სტუმრები ათვალიერებენ ფოტოებს, კითხულობენ ოჯახის ისტორიასთან დაკავშირებულ წერილებს. ვიზიტორებს აინტერესებთ კოლმეურნეობის (კოლხოზის) საბჭოთა კავშირის დროინდელი ამბები და ისტორია.

მიუხედავად მრავალფეროვანი აქტივობებისა, სერვის-მომწოდებლებმა აღნიშნეს, რომ ვიზიტორები დაინტერესებულები არიან ისეთი რეკრეაციული აქტივობებით როგორიცაა საფეხმავლო ტურები, სოკოს შეგროვება და ა.შ. მაგალითად, „სისატურა“-ს მფლობელები სამეგრელოდან ვიზიტორებს ურჩევენ სათევზაო ადგილების მონახულებას, სხვები, აჭარიდან და გურიიდან, სთავაზობენ ექსკურსიებს უახლოეს ჩანჩქერებთან, ზღვის სანაპიროზე საინტერესო გადმოსახედების მონახულებას და სხვა. დაკას ოჯახმა გურიაში მოაწყო სარეკრეაციო ზონა საკუთარი ტერიტორიის გარშემო, სადაც ვიზიტორებს შეუძლიათ დასვენება, მზის ჩასვლის ყურება და ადგილობრივებთან კომუნიკაცია. რესპონდენტები კახეთიდან გეგმავენ ტალახის ვულკანებსა და ეროვნულ პარკებში მისასვლელი ბილიკების დაგეგმვას, რაც დამატებით ფასეულობას შემატებს მათ მომსახურებასა და პროდუქტს.

4.5 ბაზარზე წვდომა

სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის სერვის-მომწოდებლები ძირითადად იყენებენ ისეთ ინტერნეტ პლატფორმებს როგორცაა Booking.com, Airbnb.com, TripAdvisor (იშვიათ შემთხვევაში), place.ge,; google.com. ზოგიერთი საოჯახო სასტუმროს აქვს საკუთარი ვებ-გვერდი. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ვიზიტორების უმეტესობა ყოფილი ტურისტების რეკომენდაციით სტუმრობენ მათ ობიექტებს. ისინი ხშირად იყენებენ ინსტაგრამსა და ფეისბუქს, განსაკუთრებით ადგილობრივი ტურისტების მოსაზიდად. კოვიდ 19-ის პანდემიამდე ტურ ოპერატორების ჯგუფიც საკმაოდ დიდ სეგმენტს შეადგენდა მათთვის (განსაკუთრებით აგრო და გასტრო ფერმერებისთვის). ზოგიერთი მათგანი გაწევრიანებულია ეროვნული ტურიზმისა და სოფლის ტურიზმისა და ფერმერთა ასოციაციებში. მაგრამ არ არსებობს რეგიონალურ დონეზე კრეატიული ტურისტული საწარმოების კოორდინებული ქსელი. დედიფლისწყაროს გარდა რეგიონალურ დონეზე ტურიზმის ქსელის შექმნის შესაძლებლობა არ არსებობს. ბაზარზე შემოსვლასა და დამკვიდრებას ტურისტული კომპანიებისა და სხვადასხვა საინფორმაციო საიტების მეშვეობით ახერხებენ.

საქართველოში ორი ონლაინ პლატფორმაა, სადაც სერვის მომწოდებლები საკუთარ გამოცდილების შეთავაზებას ახდენენ: **Expago.ge** და **20.ge**. ორივე მათგანი განვითარების საწყის ეტაპზეა და ცდილობენ კონკურენცია გაუწიონ Airbnb.com-ს. აღნიშნული სერვისების გარდა, ორგანიზებას უწევენ ტურისტული ღირსშესანიშნაობების მონახულებას და სხვადასხვა აქტივობებში მონაწილეობის მიღებას მასპინძელი ადგილობრივი თემის

წევრებთან ერთად. ტურისტების უკუკავშირი პოზიტიურია, მასპინძლებს ახასიათებენ როგორც კარგ მთხრობლებს, ქვეყნის მეგობრულ ატმოსფეროს და ხაზს უსვამენ ქართული სტუმართმოყვარეობის უნიკალურობას. „სტუმარმასპინძლობა ჩვენი მეორე სახელია“ - ასეთი სლოგანი ხვდებოდათ აეროპორტში ჩამოსულ ვიზიტორებს (დათიშვილი, 2020). ბოლო პერიოდში შექმნილი ვებ-გვერდი www.georgiastartshere.com („საქართველო იწყება აქ“) - ესაა საპრეზენტაციო ვებ კამპანია უნიკალური ძეგლებისა და ისტორიების შესახებ ქვეყნის მასშტაბით გამოცდილების მისაღებად. Airbnb.com-ის პლატფორმაზე გაჩნდა ისეთი უნიკალური გამოცდილების მიღების შესაძლებლობა, როგორიცაა ქართული ოჯახური ტრადიციები. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ ქართული სუბიექტების შესაძლებლობები (სხვა რეგიონალური სუბიექტების მსგავსად) არ აკმაყოფილებს ხარისხის იმ სტანდარტს, რომლის მიღებასაც სერვის მომწოდებლები ჰპირდებიან ადგილზე ჩასულ ვიზიტორებს. როგორც მეცნიერებმა აღნიშნეს (პაულაუსკაიტე და სხვები) ავთენტური გამოცდილების მიღება Airbnb-ის საშუალებით დაკავშირებულია სამ საკითხთან - საცხოვრებელთან, მასპინძელთან ურთიერთობასთან და ადგილობრივ კულტურასთან. მასპინძელთან და ადგილობრივ თემთან ურთიერთობა, ადგილობრივი (შინაური) მოგზაურობა და კულტურულის გაცნობა არის აუცილებელი ასპექტები, რომლებიც უნდა შესრულდეს Airbnb-ზე წარმოდგენილი შეთავაზებებით გლობალური აუდიტორიისთვის ახალი საერთაშორისო ტურისტული კლიმატის პირობებში.

4.6 ტურ ოპერატორებთან და პროფესიულ ეროვნულ ასოციაციებთან თანამშრომლობა

სოფლის საოჯახო სახლების მფლობელების უმეტესობა სტუმრებს პირადი კონტაქტის საშუალებით იღებს. სტუმრების მხოლოდ 12-14%-ია ტურისტული სააგენტოებისა და ოპერატორების ჯავშნებიდან. ინდივიდუალი მოგზაურები, რომლებიც ვიზიტორთა უმრავლესობას წარმოადგენენ საქართველოში, მასპინძლებს უშუალოდ ვებ-გვერდების საშუალებით უკავშირდებიან. ამგვარად, ტურ ოპერატორები არ წარმოადგენენ სოფლად ტურისტების გაგზავნის მთავარ წყაროს. მაგალითად ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში, საერთაშორისო ტურისტების დაახლოებით 25% მიმართავს ტურისტული კომპანიებს, გიდებსა და ვიზიტორთა საინფორმაციო ცენტრებს, და განთავსების საშუალების სერვისის მისაღებად 10%-ზე ნაკლები მიმართავს ტურ-ოპერატორს. სოფლის, ეკო და აგროტურისტული სერვისები ტურ ოპერატორთა ტურისტულ პაკეტებში შესულია. საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე, საქართველოსა და კავკასიის ქვეყნებში მოგზაურობის პოპულარიზაცია ხდება საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების საშუალებით. ზოგიერთ შემთხვევაში, ვიზიტორები პირდაპირ უკავშირდებიან ადგილობრივ გიდებსა და მძღოლებს კონკრეტული ადგილის მონახულების დროს (GEA და DEPA Consulting, 2019).

4.7 ინტერვიუერების გარკვეული გეგმები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისთვის

ვინაიდან ღვინის ტურები პოპულარულ სეგმენტად მიიჩნევა საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე, სერვის მომწოდებელთა უმეტესობა გეგმავს მარნების მოწყობას და ღვინის დეგუსტაციის და სხვა დამატებითი სერვისების შეთავაზებებს. ისინი ასევე ფიქრობენ

გარემო-პირობების დამატებით გაუმჯობესებას, რაც შესაძლებელს გახდის ხანგრძლივი ვადით მათთან ჩასული ტურისტის დარჩენას. მაგალითად, „კომლის“ მფლობელები გეგმავენ ხისგან კასრის ფორმის კოტეჯების აშენებას, სახლების მოწყობას ხეებზე და ა.შ. ზოგი კი აპირებს ადგილობრივი კოლორიტული ისტორიული ნაგებობების ინტეგრირებას შეთავაზებებში, მაგალითად ცნობილი ქართველი მწერლების სახლ-მუზეუმები (დუმბაძის მუზეუმი ხიდისთავში, კალანდაძე და ა.შ.). აჭარასა და სამეგრელოში ოჯახებმა აღადგინეს ტრადიციული ტანსაცმელი, დავიწყებული კერძების სპეციალური რეცეპტები, განსაკუთრებით სეზონური კერძები, ძველი ქართული ინსტრუმენტები, რომელსაც დღეს იშვიათად იყენებენ და სხვა. „ხევსურეთი და თემი“-ის სურვილია განახორციელოს თემის ჩართულობით ისეთი საქმიანობები, როგორიცაა სალაშქრო ბანაკებისა და კაფეების მოწყობა, რაც საინტერესო მიმართულებაა როგორც საერთაშორისო ასევე ადგილობრივ ვიზიტორებისთვის. აგრეთვე სურთ დამატებითი სივრცეების მოწყობა (ღია სამზარეულო, საცეცხლე ადგილი, საგამოფენო სივრცე ვორჭოფებისთვის, სალაშქრო ბანაკები და ა.შ.), რათა შეძლონ მოზრდილი ტურისტული ჯგუფების მიღება და უფრო სახასიათო, დასამახსოვრებელი გამოცდილების შეთავაზება. ფიქრობენ ალტერნატიული ენერგიაზე გადასვლას (მაგ. მზის სისტემა) და ამისთვის ეძებენ დაფინანსების წყაროებს. მასპინძლებმა აღნიშნეს, რომ ისინი სპონტანურად ავითარებენ ტურისტულ შეთავაზებებს და საჭიროებენ თემატურ მიდგომას - სხვადასხვა ტურისტული პაკეტების პოპულარიზებას ინტერნეტის საშუალებით. აუცილებელია ახლომდებარე ტერიტორიის შესწავლა და საინტერესო ტურისტული მარშრუტების შექმნა.

4.8 მენეჯმენტისა და პროფესიული უნარების განვითარების საჭიროება

სერვის მომწოდებლებმა, დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციისა და ადგილობრივი ტურისტული საინფორმაციო ცენტრების წარმომადგენლებმა გაიარეს სერტიფიცირებული ტრენინგ კურსი სტუმარმასპინძლობის ტურიზმისა და სერვისების სტანდარტებზე, რომლის ორგანიზატორები იყვნენ ეროვნული არასამთავრობო და დონორი ორგანიზაციები, როგორიცაა USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამები, GIZ-ის კერძო სექტორის განვითარების და ტექნიკური პროფესიული განათლებისა და ტრენინგის პროგრამა, ელკანა, საქართველოს ეკოტურიზმის ასოციაცია და სხვები და ეს პროცესი კვლავ მიმდინარეობს. მათ აღნიშნეს, რომ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტები ახალი თემაა ამ სფეროში. საჭიროებენ თანამშრომლებისთვის კურსების ორგანიზებას გასტრო-კულინარიული საკითხებსა და საკვების მიწოდების თემებზე. ზოგადად, შეინიშნება პროფესიული კადრების ნაკლებობა კულინარიასა და გასტრო ტურისტულ ბაზარზე. მაგ. მზარეულები და მიმტანები. წარმატების გასაღები სტუმართმოყვარეობა და შემოქმედებითი უნარებია და მასპინძლები ასეთ გამოცდილებას ბიზნესად აქცევენ. აგროტურიზმის თვალსაზრისით, კულინარიული და ორგანული მეურნეობის ცოდნა ტურისტული ბიზნესისთვის აუცილებელია. საჭიროა ციფრული ბრენდინგისა და მარკეტინგის, საკომუნიკაციო უნარების, უცხო ენის (ინგლისური, რუსული), კულტურული ტურიზმის მენეჯმენტის საფუძვლების, სოციალური მედია მენეჯმენტის კომპეტენციების, ბიზნესის დაგეგმვის, ბუღალტრული აღრიცხვის, კანონმდებლობის, (ციფრული) მარკეტინგისა და ფინანსების მოძიების სწავლა ან გაუმჯობესება. ფინანსური დაგეგმვა, დოკუმენტაციის წარმოება და მომსახურების ფასის გაანგარიშება კვლავ რჩება სერვის მომწოდებლების მთავარ გამოწვევად. მასპინძლები იღებენ

საბაზრო ფასებს რეალური ღირებულებისა და შემოსავლის გარკვევის გარეშე, რაც წარმოშობს ტექნიკური დახმარების საჭიროებას.

მომსახურების ფასები არ არის მაღალი, მაგრამ არ შეესაბამება მომსახურების ღირებულებას. მაგალითად, განთავსების საშუალების მფლობელები იღებენ საბაზრო ფასებს მათი მომსახურების რეალური ღირებულების, ტურისტული ბიზნესის მოგებისა და შემოსავლის მკაფიოდ გააზრების გარეშე.

4.9 მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებაში სახელმწიფოსა და სხვა დაინტერესებული მხარეების როლი ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების მომწოდებლებისთვის

რესპონდენტებმა აღნიშნეს რომ ძირითადი ინფრასტრუქტურა წარმოადგენს ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების მთავარ საკითხს. კერძოდ კი წყლისა და ბუნებრივი აირის მიწოდება რეგიონებში, აგრეთვე ტურისტული საშუალებები, როგორიცაა საგზაო ნიშნები და რეგიონებში მისასვლელი გზები. კიდევ ერთი გამოწვევაა ადგილობრივ მოსახლეობასთან საკომუნიკაციო საჯარო სივრცეები - სარეკრეაციო ზონის მოწყობა მდინარეების ნაპირებზე, ადგილობრივი ბაზრობებისა და ფერმერთა ბაზრების მოწყობა, ფოლკლორული თამაშებისა და ადგილობრივი ტრადიციული დღესასწაულების შენარჩუნება, რომლებიც დღემდე შემორჩენილია ზოგიერთ რეგიონში და ემუქრებათ დავიწყება ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის მხარდაჭერის გარეშე. ყურადღება გაამახვილეს ინფორმაციული მხარდაჭერის აუცილებლობაზე, მცირე გრანტები და ცნობიერების ამაღლების პროგრამები, პრომოუშენი და მარკეტინგი, მაგ. საიმიჯო ვიდეოები, საგრანტო პროგრამებში მონაწილეობის გზამკვლევები. სერვის მომწოდებლების მიერ აღნიშნულ ერთ-ერთ მთავარ დაბრკოლებას წარმოადგენდა ქვეყანაში მაღალი საგადასახადო პოლიტიკა. პროვაიდერები, რომელთა ბრუნვა 200,000 ლარზე მეტია (50,000 ევრო) იხდიან საშემოსავლო გადასახადის 20% ყოველწლიურად. რესპონდენტებმა ისაუბრეს რეგიონებში ადგილის დანიშნულების მართვის ორგანიზაციების როლზე, ინტეგრირებული ტურიზმის პროდუქტისა და პოპულარიზაციის თვალსაზრისით.

გამოვლინდა საზოგადოების მობილიზაციისა და ერთობლივი პროდუქტების განვითარების საჭიროებები. მაგალითად, ცნობილი ერქომამიშვილის სტუდია გურიაში მზადაა საზაფხულო წარმოდგენები დადგას რეგიონის ვიზიტორებისთვის, თუ მომღერლებისთვის ფორმები დამზადდება (როგორც ეს ოკრიბის ფოლკლორულმა ჯგუფმა გააკეთა). მომღერლებს ძირითადად აცვიათ ჩოხა-ახალუხები, რომელიც არაა კომფორტული ზაფხულის ცხელ დღეებში. ვიზიტორებს სჭირდებათ ადგილობრივი გიდი თემთან საკომუნიკაციოდ და ადგილების უკეთ გასაცნობად. გამოკითხული 25 სერვის მომწოდებლიდან 10 თანამშრომლობს ადგილობრივ დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციასთან, ტურიზმის ადმინისტრაციასთან და ადგილობრივ ფოკუს ჯგუფებთან (LAG). მათგან 20 არის პროფესიული ასოციაციის წევრი, როგორიცაა ბიოლოგიურ მემკვიდრეობათა ასოციაცია ელკანა, საქართველოს ფერმერთა ასოციაცია, ეკოტურიზმის ასოციაციები და სამი მათგანი თანამშრომლობს კავკასიის გარემოსდაცვითი არასამთავრობო ორგანიზაციების ქსელთან (CENN). სერვის მომწოდებელი, როგორიცაა სისატურა, კასა დე ხასია, მეგრული ოდა სამეგრელოში, კორენა იმერეთში და სხვები თავიანთ სერვისებს ყიდნიან ქართველ და საერთაშორისო ტურ-ოპერატორებზე.

4.10 პანდემიის დროს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის გამოწვევები

კოვიდ 19-ის რეგულაციის ფარგლებში დაწესებული შეზღუდვები, უსაფრთხოების სტანდარტები და ბარიერები ზღუდავს მასპინძლისა და ვიზიტორების ჩართულობას და ურთიერთქმედების აქტიურ პროცესებს. არსებულ მდგომარეობას ამძაფრებს ბოლო დროს შექმნილი პოლიტიკური მოვლენებიც კავკასიის რეგიონში. თუმცა, როგორც ექსპერტები და რესპონდენტები აღნიშნავენ, ახალი შესაძლებლობები გაჩნდა ტურისტულ ბაზარზე არსებული გამოწვევების ფონზე. ამასთან დაკავშირებით გამოიკვეთა სამი მიმართულება:

- გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმში მიღებული გამოცდილების გადატანა ონლაინ პრაქტიკაში კონკრეტული გამოცდილების დისტანციური გაზიარებით;
- შიდა ტურიზმის განვითარების წარმოქმნილი პოტენციალი;
- მოკლევადიანი გეგმების დასახვა და არსებული ტურიზმის სტრატეგიაში ცვლილებების შეტანა.

ონლაინ ფორმატში, გასტრონომია ინარჩუნებს პოპულარობას. გარდა ამისა, ზოგიერთი ტურში ყურადღება გამახვილებული მედიტაციაზე, ჯანსაღ გონებასა და სხეულზე, ქალაქის ტურებზე და ა.შ. ონლაინ იმპროვიზებული ტურები, სასიამოვნო კომუნიკაციის, იუმორის გრძნობითა და კარგი განწყობით, ვერ უწყევს კონკურენციას და ვერ ანაცვლებს ნამდვილ ურთიერთობასა და ინტერაქციას. თუმცა არსებობს წარმატებული ონლაინ ტურების მაგალითებიც (მელიტას ცეკვის პროექტი). ამ შემთხვევაში რამდენიმე სხვადასხვა მიმართულების გაერთიანება ერთ ტურისტულ პროდუქტად სასურველია. ვინაიდან თემატური დატვირთვა მნიშვნელოვანია, ექსპერტები რეკომენდაციით, ამ სახეობის ტურების დაყოფას პროფესიონალურ და სამოყვარულო ჯგუფებად სასურველია. პანდემიამ ბიძგი მისცა სტრატეგიების გადახედვასა და მოკლევადიანი გეგმების შექმნის საჭიროებას. ონლაინ პლატფორმებთან ერთად პანდემიამ ხელი შეუწყო შიდა ტურიზმის პოტენციალის განვითარებასაც. ქართული კულტურა ადგილობრივი მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილისთვის უცნობია. მაია კეზევადის თქმით, აგრო-გასტრო ტურისტული ობიექტის „ქორენას“ მფლობელი, შექმნილმა პრობლემამ კარი გაუხსნა შიდა ტურიზმის პოპულარიზაციასა და დანიშნულების ადგილების განვითარების ახალ შესაძლებლობებს. ადგილობრივი დაინტერესებული მხარეები (მეწარმეები, დანიშნულების ადგილის მმართველი ორგანიზაციები, სასტუმრო ბიზნესის წარმომადგენლები და სხვა) ერთობლივი ძალებით განახორციელებს პროექტები რეგიონში ტურიზმის მხარდასაჭერად. ერთ-ერთი ასეთი პროექტი იყო „მუსიკოსები ტურიზმის მხარდასაჭერად“, რომლის მიზანი იყო მუსიკოსების ერთგვარი სოლიდარობის გამოხატვა მსოფლიო პანდემიით დაზარალებული ტურიზმის ინდუსტრიის მიმართ. პროექტი მიზნად ისახავდა ტურისტული მიმართულებებისა და კულტურის სფეროს პოპულარიზაციას, და დაფინანსების ალტერნატიული საშუალებების შეთავაზებას. წარმოდგენები მოეწყო იმერეთის მუნიციპალიტეტში 15 სხვადასხვა ადგილას.

იმერეთთან თანამშრომლობის ერთ-ერთი შედეგი იყო რეგიონის მუნიციპალიტეტის საიმიჯო, განსხვავებული რუკების მომზადებაც.

5. შედეგების შეჯამება და ანალიზი

ამ თავში თავმოყრილი და შეფასებულია ძირითადი პრობლემური ასპექტები და განვითარების გამოწვევებით ბიზნეს პოლიტიკის შემუშავება გამოსავლის გზების დასახვის

მიზნით. ამზადებს ნიადაგს რეკომენდაციების შემუშავებისათვის და ქმნის მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის სამომავლო სტრატეგიული დაგეგმარების ინტერაქციულ სივრცეს რეგიონის სამოქმედო გეგმისთვის.

ამჟამად, მომხმარებლების მოთხოვნა ინდივიდუალური სამოგზაურო გამოცდილება - აქტივობები, რომელიც მოიცავს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების მონახულების ნაზავს ადგილობრივი რეწვის ან ტრადიციული ხელოვნების, სიმღერის, ცეკვის შესწავლის ელემენტებთან და რეწვის მასტერ კლასებს. ასევე სურთ მოინახულონ მოდური ტურისტული ღირსშესანიშნაობისგან განსხვავებული ადგილები. მოგზაურობის დროს ესაჭიროებათ ცოდნის გაღრმავება ტურისტულ ადგილსა თუ ძეგლზე და არა ნიუ იორკის 5 ვარსკვლავიანი სასტუმროების დიდი სასადილოების მსგავსი ადგილების მონახულება. ადგილობრივი ადათ-წესების სათანადო ცოდნა და მათი ახსნა გადამეტებული თქმულებებისა და ლეგენდების გარეშე; და ენის სათანადო დონეზე ცოდნა. როგორც კვლევამ აჩვენა საქართველოში კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის ძირითადი მიმართულებებია: 1) რეწვა, 2) კულინარია და გასტრონომია, 3) პოლიფონია და მუსიკა. დათიშვილისა და ხელაშვილის აზრით მეოთხე მიმართულებაა საბჭოთა ეპოქის ისტორია როგორც კულტურული ტურიზმის კომპონენტი.

პოსტ-მოდერნისტი მომხმარებლები დაეძებენ ისეთ ტურისტულ მიმართულებებს სადაც ფასი ხარისხთან მიმართებაში შესაბამისია, ამავდროულად იმიჯი და სტაბილობა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ მათ სურვილებზე. აცნობიერებენ სოციალურ და გარემო პრობლემებს და ხშირად ე.წ. „მწვანე“ ცხოვრების წესით ცხოვრობენ და მოგზაურობენ.

ახალგაზრდებს სამწუხაროდ აღარ აინტერესებთ მშობლების მოყოლილი ისტორიები, ან აღარ უნდათ რეწვის/ხელობის სწავლა, რომელმაც მათი წარსული შეინარჩუნა და შემოინახა. ზემოთ ხსენებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გარდა, საქართველოს 70-წლიანი ისტორია საბჭოთა კავშირში ასევე საინტერესოა გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის კონტექსტში. ტურისტებს ხშირად იზიდავს სპა სასტუმროები და პოსტსაბჭოთა პერიოდის შენობები და იქ ან მსგავს შენობაში გახსნილი თანამედროვე კაფე-ბარები. აბრეშუმის გზის თემა მივიწყებულია და არ ჩანს საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ და რეგიონულ ბაზარზე.

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებითი ტურისტულ საქმიანობებზე გაზრდილმა მოთხოვნებმა და ინტერესმა, განსაკუთრებით ეს ეხება გასტრონომიასა და კულინარიას, საჭირო გახდა შექმნილიყო შესაბამისი მარკეტინგის, პოპულარიზაციისა და უსაფრთხოების ნიშა, რაც ხალხის ტრადიციების მატარებელია და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მდგრადობის უზრუნველყოფის გარანტია. ტრადიციული რეწვის პოპულარიზაციისა და დაცვის კიდეც ერთი მექანიზმია საავტორო უფლებების დაცვა, რომელიც ემსახურება ამ უფლებების მქონე თემებს და ქმნის წინაპირობას მათი პროდუქციის დასაცავად.

მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი არის ახალი დარგი ქვეყანაში. ეს არის ტურიზმისა და კულტურის კომბინირებული პროდუქტი, რომელსაც ძლიერი მხარდაჭერა სჭირდება საქართველოს ეროვნული ტურისტული ადმინისტრაციისგან, კულტურის სამინისტროსგან, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროსგან და ა.შ. ტრადიციულ პროდუქციას ესაჭიროება სახელმწიფო მხარდაჭერა რეგულაციების განვითარება, იდენტიფიკაცია, შენარჩუნება, კატეგორიზაცია და ბრენდინგი. როცა საქმე ეხება კულტურული მემკვიდრეობის

გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმს, მნიშვნელოვანია გვესმოდეს მისი საქმიანობის სფერო - მთელი სისტემა და შემადგენელი ელემენტები, რომლებიც ჩართულნი არიან ტურიზმის ამ სახეობის ღირებულებათა ჯაჭვში. ბოლო პერიოდის დისკუსიებში მდგრადობის კონცეფცია სულ უფრო მეტ ყურადღებას იქცევს ტურიზმის მდგრადი მომავლის შესახებ და მის სოციალურ-ეკოლოგიურ ადაპტაციას სწრაფად ცვალებად სამყაროში. იგი ყურადღების ცენტრში აქცევს განვითარების შესაძლებლობის პროცესს და გულისხმობს მმართველობაში გადასვლას, რაც საზოგადოებას საშუალებას აძლევს რადიკალურად შეცვალოს იდეები და საქმიანობა. მსგავსი ერთობლივი მმართველობა ამსუბუქებს ინტერესთა კონფლიქტს, ზრდის მიღებული გადაწყვეტილებების ხარისხსა და ლეგიტიმურობას, და აგრეთვე აუმჯობესებს თანამშრომლობას ყველა საფეხურის სხვადასხვა წარმომადგენლებს შორის. ეს უზრუნველყოფს ინდივიდუალური პროექტების თანმიმდევრულობას და დაბალანსებულ, რენტაბელურ კომპრომისს.

დღეს არ არსებობს ერთი სტრუქტურა, რომელიც ხელს შეუწყობს და კოორდინაციას გაუწევს მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმს საქართველოში და შეძლებს ყველა დონეზე მის მართვას. დანიშნულების ადგილის მმართველი ორგანიზაციები ძლიერი პარტნიორები არიან რეგიონალურ დონეზე, მაგრამ ისინი მხოლოდ ხუთ რეგიონში არიან წარმოდგენილნი.

დასკვნებისა და ზემოთ აღნიშნული ყველა ასპექტის საფუძველზე, ძირითადი შეზღუდვები და გამოწვევები ტურისტულ ბაზარზე შეიძლება შეჯამდეს შემდეგნაირად:

ცხრილი 6. გამოვლენილი პრობლემები და ინტერვენციის სფეროები RAP-ის განვითარებისათვის

#	გამოვლენილი პრობლემები (შეჯამებული)	ინტერვენციის სფეროები
1	- მრავალფეროვანი და მიზნობრივი ტურისტული პროდუქტის ნაკლებობა (პროდუქტი ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტის კატეგორიებზე მორგებული) - დამატებითი სერვისების ნაკლებობა (როგორცაა ორგანიზებული ტურები), ახალი მარშრუტები და ტურისტული მიმართულებები, წყალთან დაკავშირებული ტურისტული აქტივობების ჩათვლით - სეზონურობა, ზამთრის შეთავაზებების არარსებობა	ბაზარზე ორიენტირებული მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტების და მომსახურების განვითარება
	- მომსახურების არასათანადო ხარისხი განთავსების საშუალებებში (არაადეკვატური მომსახურება, ჰიგიენა და კომფორტი) - რეწვის სახელოსნოებში ტურისტების მისაღები შესაბამისი	

	ზონისა და საქმიანობის ინტერპრეტაციის (ენობრივი ბარიერი) არ არსებობა სუვენიერების არასაკმარისი არჩევანი და ტრადიციული რეწვის ვორქშოფების ნაკლებობა	
2	- ინფორმირებულობის დაბალი მაჩვენებელი ინოვაციურ და თემატურ პროდუქტებზე - ადგილზე გასართობი ელემენტების ნაკლებობა, ფესტივალებისა და სხვა ღონისძიებების ჩათვლით - ადგილობრივი რესურსების უტილიზაციის ნაკლებობა ან არარსებობა პროდუქციის დივერსიფიკაციისთვის - ახალგაზრდების სუსტი ინტერესი ფოლკლორული მემკვიდრეობის განვითარებაში - ტურისტულ ბაზარზე არსებულ საოჯახო სასტუმროებისა და კვების ობიექტების მენიუებში ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის ნაკლებობა	საზოგადოების ხელშეწყობა, ახალგაზრდების, კულტურული გამოცდილებაზე ტურისტული განვითარებაში ჩართულობის განსაკუთრებით მდგრადი მემკვიდრეობის დაფუძნებული პროდუქტის
3	- ინოვაციური მიდგომისა და ციფრული მარკეტინგის ნაკლებობა - ტურისტულ ბაზარზე მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის დაბალი ცნობადობა და ხილვადობა	მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტის ხილვადობისა და ცნობადობის გაზრდა და ტურისტულ ბაზარზე შესვლა
4	- მიდგომა და თანამშრომლობა სხვადასხვა სტრუქტურებს შორის, როგორც ადგილობრივ, ისე ეროვნულ დონეზე - სერვის მიმწოდებლებს შორის სუსტი კავშირი (ხელოსნების გაერთულებული ჩართულობა ტურისტულ ბაზარზე)	ურთიერთთანამშრომლობის განმტკიცება რეგიონალურ და ადგილობრივ დონეზე, მმართველობა და კავშირების დამყარება

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: საბერძნეთი

აღნიშნული ანგარიში წარმოადგენს ევროკავშირის პრო ექსტურ პროექტისთვის შავი ზღვის აუზში მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების სტრატეგიული მიზნების დასახვის ნაწილს და ეხება საბერძნეთის რეგიონს, რომელიც მიეკუთვნება შავი ზღვის აუზს (ამჟამად შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონი). შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონი შედგება ორი ადმინისტრაციული ერთეულისგან ქვეყნის ჩრდილოეთ ნაწილში: ცენტრალური მაკედონია და აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონი (სტატისტიკის ნომენკლატურული ტერიტორიული ერთეულის შესაბამისი კოდები EL52 და EL51). აღნიშნული ტერიტორიების საერთო ფართობია 33,352 კმ², და თითქმის სრულად მოიცავს ქვეყნის ჩრდილოეთ ნაწილს. შავი ზღვის აუზის საბერძნეთის მოსახლეობა თითქმის 2.5 მილიონია, რაც ქვეყნის მთლიანი მოსახლეობის 23%-ია.

ცენტრალური მაკედონიის რეგიონი საბერძნეთში, ატიკის შემდეგ, სიდიდით მეორე ადგილზეა. დიდწილად ის ქალაქ სალონიკის ურბანული რეგიონია, რომელიც სიდიდით ქვეყნის მეორე მეგაპოლისია და წარმოადგენს მის მთავარ ურბანულ ცენტრს. მოსახლეობის საერთო რაოდენობა 1,882,108 -ია, რაც მთლიანი ბერძნული მოსახლეობის 17%-ია, რომელთა 58,7% სალონიკის რეგიონალურ ერთეულში ცხოვრობს. ადმინისტრაციული თვალსაზრისით, რეგიონი დაყოფილია 7 ერთეულად და სიდიდის მიხედვით ასეა გადანაწილებული: სალონიკი, სერესი, იმატია, პელა, პიერია, ჰალკიდისი და კილკისი. ცენტრალური მაკედონიის რეგიონალური ერთეულებიდან მაღალი ტურისტული აქტივობებით გამოირჩევა სალონიკი, ჰალკიდისი და პიერია. აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონი ერთ-ერთი ყველაზე პატარა რეგიონია საბერძნეთში, რომლის მოსახლეობა 608,182 ადამიანია, რაც ქვეყნის მთლიანი მოსახლეობის მხოლოდ 5,6%-ია. რეგიონის მოსახლეობა უფრო თანაბრადაა გადანაწილებული მის 5 რეგიონალურ ერთეულში: ევროსი, კავალა, როდოპი, ქსანთი და დრამა, ხოლო თასოსი, რომელიც მთლიანად მოიცავს თასოსის კუნძულს, ყველაზე პატარა ერთეულია. კავალასა და თასოსის რეგიონალური ერთეულები ქმნიან ტურიზმის ყველაზე მაღალ აქტივობას აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონში.

როგორც შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონებს, ასევე მთელს ქვეყანას კარგად განვითარებული, ჩამოყალიბებული ტურისტული პროფილი აქვს, განსაკუთრებით კი საზღვაო-სანაპირო ზონებს, რაც ძირითადად მასობრივ საზაფხულო დასვენების ტურიზმს მოიცავს და მხოლოდ მცირედი მაჩვენებელია ტურიზმის სხვა „ალტერნატიულ“ ფორმებში წარმოდგენილი. მათ შორისაა გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმიც. ეს უკანასკნელი მხოლოდ ბოლო ხანებში აღმოჩნდა საბერძნეთის ტურისტულ ბაზარზე, რაც გამოწვეული იყო ადგილობრივი ინიციატივებით, განსაკუთრებით კერძო სექტორის აქტიურობით, და ტურიზმის სამთავრობო 365 დღიანი კამპანიით.

რაც შეეხება მემკვიდრეობის და კულტურის რესურსს, მთლიან შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონს აქვს ძალიან მდიდარი მატერიალური კულტურული რესურსები, რომელიც დაკავშირებულია სხვადასხვა ისტორიულ პერიოდთან, მემკვიდრეობასთან, რომელიც ტურისტების მოზიდვის მთავარი წყაროა, როგორც შიდა ასევე საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე. რეგიონი ასევე გამოირჩევა მდიდარი არამატერიალური კულტურული რესურსით, რომელიც გამოხატულია წეს-ჩვეულებებსა და ტრადიციებში და ქმნის

სახასიათო, მრავალფეროვან ადგილობრივ კულტურას. ქვემოთ მოყვანილი ანგარიში მიზნად ისახავს შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონში მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების საჭიროებების და პრობლემების გადაჭრის გზების განსაზღვრას.

ანგარიში ეფუძნება ეროვნული და რეგიონალური სტატისტიკური მონაცემების კვლევასა და დამუშავებას, აგრეთვე ჩატარდა ნახევრად სტრუქტურულ ინტერვიუები მომხმარებელთა დამოკიდებულებისა და პერსპექტივების გამოსავლენად, რომელშიც მონაწილეობა მიიღო სხვადასხვა დაინტერესებულმა მხარეებმა, როგორებიცაა ტურისტული კომპანიები, კულტურისა და მემკვიდრეობის წარმომადგენლები, რომლებიც საქმიანობენ აღნიშნულ რეგიონში, ადგილობრივი, რეგიონალური და ეროვნული სააგენტოები.

1. ეკონომიკური პროფილი, ტურიზმის სექტორის წილი და კულტურული სექტორების განვითარება შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში

1.1. ეკონომიკური პროფილი და ტურიზმის წილი

2018 წელს ცენტრალურ მაკედონიის შექმნილმა წილმა სრულიად საბერძნეთის მშპ-ში 13.7% შეადგინა (24,607 მილიონი ევრო) და ატიკას შემდეგ, მეორე ადგილი დაიკავა. სალონიკის რეგიონალური ერთეული ზრდის ძირითად ცენტრს წარმოადგენს სადაც რეგიონის მშპ-ს 64.1%-ია კონცენტრირებული. აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონმა 2018 წელს მთლიანად ქვეყნის მშპ-ს მხოლოდ 3,8% (6 873 მილიონი ევრო) აწარმოა.

ცენტრალური მაკედონიის მშპ ერთ სულ მოსახლეზე (13,125 ევრო) უფრო დაბალია, ვიდრე ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელი და შეადგენს 54%-ს. როგორც მოსალოდნელი იყო, თესალონიკის რეგიონალურ ერთეულს უფრო მეტი მშპ აქვს ერთ სულ მოსახლეზე (14,273 ევრო), შემდეგ მოდის ჰალკიდისკი (13,806 ევრო), რომელიც მთავარი ტურისტული რეგიონია მთელი შავი ზღვის აუზის ბერძნულ ნაწილში. აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონში ერთ სულ მოსახლეზე მშპ ყველაზე დაბალი მეორე მაჩვენებელი აქვს (11 446 ევრო), რის გამოც იგი ევროპის ერთ-ერთ უღარიბეს რეგიონად მიიჩნევა. კავალა-თასოსის რეგიონალურ ერთეულს, რომელიც ამ რეგიონის მთავარ ტურისტულ მალას წარმოადგენს, ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია მშპ ერთ სულ მოსახლეზე. ამ რეგიონის მთავარ ტურისტულ პოლუსს, ასევე აქვს ყველაზე მაღალი მშპ ერთ სულ მოსახლეზე.

აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონი წარმოადგენს საბერძნეთის სასოფლო რეგიონს და პირველადი სექტორიდან მიღებული მოგების მთლიანი ღირებულების წილი 8%-ზე მეტია. ასევე ცენტრალურ მაკედონიაში ფიქსირდება პირველადი სექტორის უფრო მაღალი წილი ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელთან შედარებით. რეგიონში მესამეული სექტორის წილი რეგიონალური მოგების მთლიანი ღირებულების 77.2%-ს შეადგენს (მთლიანი ქვეყნის 13.1%), ხოლო მეორადი სექტორის მთლიანი მოგების ღირებულების მაჩვენებელი 16.6 %-ია. აღმოსავლეთ მაკედონიასა და თრაკიაში მესამეული სექტორის მაჩვენებელი შეადგენს მთლიანი მოგების ღირებულების 72,52%-ს (რაც ქვეყნის მხოლოდ 3.4%-ია), ხოლო მეორადი სექტორის წილი 19.2%-ია. ყურადღება რომ გავამახვილოთ ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართულ მიმართულებებზე, 2019 წელს, განთავსების, კვებისა და სასმელით მომსახურეობის საქმიანობაზე (ტურიზმის ინდუსტრიის მიმართულებები, რომლის სტატისტიკური მონაცემებიც დამუშავებულია მოგების მთლიანი ღირებულების

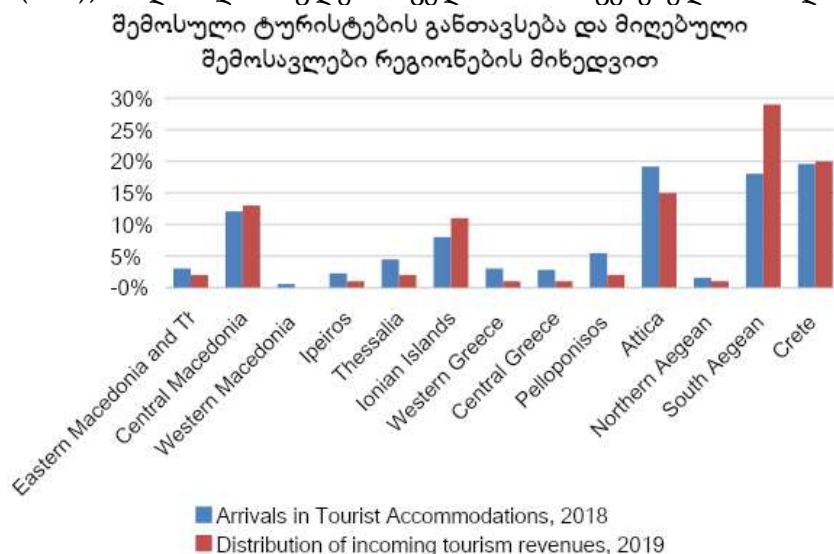
ჭრილში) ქვეყანაში მოგების მთლიანი ღირებულების წილმა 7.8% შეადგინა, რაც მზარდი სტაბილურობით გამოირჩევა 2010-2019 წლებში.

2018 წლის მონაცემებით ცენტრალურ მაკედონიაში დასაქმებულთა რაოდენობა მთლიანი ქვეყნის მასშტაბით 16.2%-ია. 73.1% დასაქმებულია მესამეხარისხოვან სექტორში, 13.4% მეორად სექტორში და 12.9% კი პირველად სექტორშია დასაქმებული. აღმოსავლეთ მაკედონიასა და თრაკიას რეგიონალურ ერთეულში დასაქმებულთა 5.1% მოდის ქვეყნის მასშტაბით. პირველად სექტორში დასაქმება მნიშვნელოვნად მაღალია (25,7%) ქვეყნის საშუალო მაჩვენებელთან შედარებით და აღნიშნულ სექტორში დასაქმების 11,7%-ს შეადგენს ქვეყნის მასშტაბით. მესამეული სექტორში 62.6%, რომლის წილი ქვეყნის მთლიან დასაქმების მაჩვენებელში მხოლოდ 4.2%-ით განისაზღვრება.

2019 წლეს მთლიანად საბერძნეთში, განთავსების, კვებისა და სასმელით მომსახურეობის სფეროში 572,518 ადამიანი იყო დასაქმებული. აღნიშნულ სფეროში დასაქმებულთა მაჩვენებელი 2010-2019 წლებში 60%-ით გაიზარდა, ხოლო 27.8%-იანი ზრდა დაფიქსირდა 2014-2019 წლებში. შავი ზღვის აუზის რეგიონში ამავე სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობამ 11.7% შეადგინა და აქედან ცენტრალურ მაკედონიის წილი 8.5%. -ია. მთლიანობაში, ორივე რეგიონში აღნიშნულ სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობამ საგრძნობლად მოიმატა 2014-2019 წლებში.

დადგენილია, რომ ტურიზმის ინდუსტრიას და მასში ჩართულ მრავალფეროვან სექტორებს, ძალზედ მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ქვეყნის ეროვნულ ეკონომიკაში. 2018 წლის მონაცემების თანახმად მშპ-ის წილმა 30% შეადგინა, ხოლო დასაქმებულთა საერთო რაოდენობა 25%-ზე მეტი დაფიქსირდა.

როგორც მოსალოდნელი იყო, ორ კუნძულოვან რეგიონში, სამხრეთ ეგეოსსა და კრეტაზე, შემომყვანი ტურიზმით მიღებული შემოსავლების ყველაზე მაღალი წილია კონცენტრირებული, რაც ბერძნული რეგიონებიდან მიღებული შემოსავლების თითქმის ნახევარია. შავი ზღვის აუზის რეგიონების წილი შემომყვანტურიზმის შემოსავლების 15%-ს შეადგენს, რაც მშპ-ს 13%-ს წარმოადგენს. ცენტრალური მაკედონიის რეგიონი მეოთხეა ყველაზე მაღალი მაჩვენებლით საბერძნეთში შემომყვანი ტურიზმისგან მიღებული შემოსავლებით (13%), ხოლო აღმოსავლეთ მაკედონიის მაჩვენებელმა მხოლოდ 2% შეადგინა.



მონაცემთა წყარო: INSETE, 2020 წელი

2018 წელს, ცენტრალური მაკედონიაში ჩამოსული ტურისტების წილი, მთლიანი საბერძნეთის 12.1% -ია. სალონიკისა და ჰალკიდის რეგიონალური ერთეულები წარმოადგენენ ორ წამყვან ტურისტულ მიმართულებას რეგიონში. 2018 წელის მონაცემების მიხედვით სალონიკი წამყვან პოზიციებს იკავებდა, მთლიან რეგიონში ჩამოსულ ტურისტთა რაოდენობის 49.2%-იანი წილით, რასაც მოჰყვებოდა ჰალკიდიკი (33.5%) და პრეია (9.5%). 2012-2018 წლებში რეგიონში ჩამოსული ტურისტების მნიშვნელოვანი 37.7%-იანი ზრდა დაფიქსირდა, თუმცა ეს მონაცემები შედარებით დაბალი იყო ქვეყანის მთლიან მაჩვენებელთან შედარებით. აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონს საკმაოდ ლიმიტირებული მაჩვენებელი აქვთ ქვეყნის ტურისტულ სექტორში, სადაც ჩამოსულ ტურისტთა რაოდენობა მხოლოდ 3%-ია. 2018 წელს, რეგიონში ჩამოსულთა თითქმის ნახევარი ესტუმრა კავალა-თასოსის რეგიონს (48.9%). მიუხედავად ამისა, 2012-2018 წლებში რეგიონში ჩამოსულთა მნიშვნელოვანი 50%-იანი ზრდა დაფიქსირდა. ღამისთევების მიხედვით ცენტრალური მაკედონიის რეგიონის წილი ქვეყნის მთლიანი მასშტაბით 10%-ია. აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიაში კონცენტრირებულია ქვეყნის მთლიანი ღამისთევების მხოლოდ 2.3%. 2012-18 წლებში ღამისთევების რაოდენობა ორივე რეგიონში გაზრდილია.

ჩამოსული ტურისტები განთავსების მიხედვით (2012-2018)				
შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონები	2012	2018	წილი ქვეყანაში, 2018	საშუალო წლიური მაჩვენებლის სხვაობა
ცენტრალური მაკედონია	1,954,631	2,691,440	12.07%	7.13%
აღმოსავლეთ მაკედონია და თრაკია	446,384	674,734	3.02%	5.48%
საბერძნეთი	14,790,696	21,304,135	100.00%	7.09%
წყარო: EL.STAT., 2019				

ღამისთევების რაოდენობა (2012-2018)				
შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონები	2012	2018	წილი ქვეყანაში, 2018	საშუალო წლიური მაჩვენებლის სხვაობა
ცენტრალური მაკედონია	7,707,423	9,538,709	10.42%	3.62%
აღმოსავლეთ მაკედონია და თრაკია	1,532,316	2,101,808	2.30%	5.41%
საბერძნეთი	64,384,415	91,569,437	100.00%	6.05%
წყარო: EL.STAT., 2019				

1.2. კულტურული სექტორები შავი ზღვის რეგიონში და მათი კავშირები ტურიზმთან

შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონები მდიდარი და მრავალფეროვანია როგორც მატერიალური, ისე არამატერიალური მემკვიდრეობით, რაც განპირობებულია მათ ხანგრძლივი უწყვეტი ისტორიით ამ ტერიტორიებზე ადამიანის არსებობის პრეისტორიული ეპოქიდან დღევანდლობამდე. რაც შეეხება მატერიალურ კულტურულ რესურსებს, ძველი მაკედონიური ცივილიზაციის აკვანი და უმდიდრესი კულტურული მემკვიდრეობა, წარმოადგენს მთავარ ტურისტულ ღირსშესანიშნაობას.

შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონში შედის ძველი მაკედონიის სამეფო ტერიტორიების უმეტესობა, სადაც იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის 4 ძეგლი მდებარეობს (მთლიანად საბერძნეთში მათი რაოდენობა 18-ია). მათ შორისაა აიგაი (თანამედროვე ვერგინა), მაკედონიის სამეფოს პირველი დედაქალაქი, სადაც მსოფლიოში ცნობილი მუზეუმი მდებარეობს, და პელა, მაკედონიის ძველი სამეფოს ისტორიული დედაქალაქი და ალექსანდრე მაკედონელის სამშობლო.

ასევე, აუცილებელია აღინიშნოს აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის ისეთი საინტერესო ადგილები, როგორიცაა ჰალკიდისკის უძველესი ქალაქი სტაგირა (არისტოტელეს დაბადების ადგილი); დიონი პიერიაში (ძველი მაკედონელების ყველაზე მნიშვნელოვანი წმინდა ქალაქი); ამფიპოლის ფილიპის არქეოლოგიური მხარე (UNESCO-ს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლი), აბდერა (დემოკრიტესა და პროტაგორას სახლი) და მარონეა (ძველი ბერძნული უმნიშვნელოვანესი კოლონია დასავლეთ თრაკიაში).

ბიზანტიის იმპერიის ეპოქაში დასავლეთ თრაკიამ ისარგებლა თავისი სტრატეგიული ლოკაციით და გახდა შუა საუკუნეების ბერძნული სავაჭრო და კულტურის ცენტრი; მოგვიანებით, ოსმალეთის იმპერიის პერიოდში, არაერთი მუსლიმი დასახლდა, რითაც მოხდა მუსულმანური უმცირესობის წარმოშობა საბერძნეთის ტერიტორიაზე. სალონიკი, რეგიონის დედაქალაქი, მნიშვნელოვნად მიმზიდველი ადგილია, რომელიც ხასიათდება გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის ზრდის განსაკუთრებული პოტენციალით. ისტორიულად, სალონიკი მნიშვნელოვან როლს ასრულებდა ბერძნული და ბალკანური კულტურის ჩამოყალიბებაში. ქალაქის ცენტრში თავმოყრილია ყველა ისტორიული პერიოდის მნიშვნელოვანი, საინტერესო არქიტექტურული შენობა-ნაგებობები. თხუთმეტი ძეგლი შეტანილია იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლთა სიაში. ქალაქში ასევე ცხოვრობდა სეფარელი ებრაელების ყველაზე დიდი საზოგადოება ევროპაში, რომლებიც იდეენებოდნენ ნაცისტებს მიერ ჰოლოკოსტის დროს.

ისტორიული ძეგლებისა და მნიშვნელოვანი მუზეუმების გარდა, სალონიკში რეგულარულად ტარდება საერთაშორისო ბაზრობები სავაჭრო სფეროსა და ხელოვნების დარგში. ასევე წარმოადგენს ტურიზმისა და გასტრონომიის მნიშვნელოვან ცენტრს. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ქალაქია ვეროვია, რომელიც გამოირჩევა ბიზანტიური ეპოქის მნიშვნელოვანი ძეგლებითა და ეკლესიებით. აღმოსავლეთ მაკედონიასა და თრაკიაში ძველი ქალაქი ქსანთი საქვეყნოდაა ცნობილი თავისი გამორჩეული არქიტექტურით. შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონის რამდენიმე ტრადიციულ დასახლებაში ადგილობრივი არქიტექტურა ხასიათდება ძველი ბერძნული და ბიზანტიური ხუროთმოძღვრული პერიოდის მსგავსი თვისებებითა და ელემენტებით.

გარდა ამისა, აღსანიშნავია ოლიმპოს მთა, საბერძნეთის ყველაზე მაღალი მთა, რომელიც მსოფლიოში ცნობილია, როგორც ბერძნული ღმერთების სახლი, ასევე გამოირჩევა განსაკუთრებული ბიომრავალფეროვნებით და მდიდარი ფლორით, და ნომინირებულია იუნესკოში; ნახევარკუნძულზე მდებარე უნიკალური ლანდშაფტით ათონის მთა, ცნობილი როგორც "აგიონ ოროსი", სადაც უამრავი მონასტერია ითვლება რელიგიური ტურიზმის მნიშვნელოვანი ცენტრად.

"ჩრდილოეთ საბერძნეთის ღვინის გზები" წარმოადგენს ღვინის მწარმოებელთა ასოციაციის ინიციატივას, რაც ხელი უწყობს მევენახეობისა და მეღვინეობის ტრადიციას და ბერძენ და უცხოელ ვიზიტორებს სთავაზობს ჩრდილოეთ საბერძნეთის ვენახების გაცნობის შესაძლებლობას. აღნიშნული ასოციაციის 33 მეღვინე პოპულარიზაციას უწევს ღვინის ტურიზმს, სთავაზობენ ვიზიტორებს ყურძნის კრეფას, ღვინოს და ადგილობრივ სხვა აქტივობებს, რაც ხელს უწყობს კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებას.

არამატერიალური რესურსების მხრივ, შავი ზღვის აუზის ბერძნული ორივე რეგიონი გამოირჩევა უმდიდრესი წეს-ჩვეულებებითა და ტრადიციებით, რაც ქმნის სახასიათო მრავალფეროვან ადგილობრივ კულტურას. ეს ტრადიციები ქმნიან მრავალფეროვან და წარმატებულ კულტურულ პროფილს. ამ ჩვეულებების უმეტესობა ხშირად დაკავშირებულია რელიგიასთან და გამოხატულია ე.წ. „პანიგიურულ“ დღესასწაულებში. ბულგარეთის მსგავსად, ზოგიერთი ცნობილი რიტუალი შემორჩენილია პირველყოფილი სახით რეგიონის გარკვეულ სოფლებში. შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონი ცნობილია თავისი სამზარეულოთი და აქვს პოტენციალი იქცეს გასტრონომიული დანიშნულების ადგილად. ადგილობრივ სამზარეულოს გამოირჩევა გემოვნების მრავალფეროვნება. ხასიათდება ბერძნული, ბალკანური და ხმელთაშუაზღვისპირეთის სამზარეულოს გავლენებით, მათ შორის ბიზანტიური და ოსმალეთის პერიოდის კერძებით. ეს გავლენები შეინიშნება კაბადოკიელ, პონტოელ, არვანიდელ Arvanide's, ებრაელ, ადგილობრივ მაკედონელ და სტამბულოსა და აზიიდან დევნილთა კერძებში. საერთო ჯამში, შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში თავმოყრილია მდიდარი ისტორია, უხვი და მრავალფეროვანი ისტორიული ძეგლები და ადგილობრივი მოსახლეობის ღრმა კულტურა. მდიდარი ბუნებრივი რესურსების გათვალისწინებით, რეგიონს შესწევს უნარი მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარებაში როგორც ქვეყანაში, ასევე მის ფარგლებს გარეთ.

2. მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმი შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში: მისი სპეციფიკა, ძირითადი პრობლემები და საჭიროებები

2.1. საველე კვლევის მეთოდოლოგია

მეთოდოლოგიაში გამოყენებულ იქნა როგორც თვისობრივი (სიღრმისეული ინტერვიუების სახელმძღვანელო პრინციპების გამოყენებით), ასევე რაოდენობრივი მეთოდები (გამოკითხვა კითხვარის გამოყენებით), რამაც საშუალება მოგვცა მიგვეღო ინფორმაცია აღნიშნულ საკითხზე. პირველი ეტაპზე, მეცნიერთა ჯგუფმა ჩაატარა ვრცელი სამაგიდო კვლევა, რომლის მიზანი იყო უკეთ შეესწავლათ ისტორიული ფონი და შავი ზღვის აუზის ბერძნული

რეგიონის კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალური, ისე არამატერიალური) რუკა.

შეიქმნა 100 მნიშვნელოვანი პოტენციური ინტერვიუერის პირველადი სია, რომლებიც წარმოადგენდნენ დაინტერესებული მხარეების ყველა კატეგორიას. საწყისი გამოკითხვის საფუძველზე ჩატარდა 26 სიღრმისეული ინტერვიუ ტელეფონით და სკაიპით სახელმძღვანელო პრინციპების გამოყენებითა და დაცვით, რომელიც პროექტის ყველა მონაწილე ქვეყნისთვისაა ცნობილი. გარდა ამისა, სტრუქტურირებული ონლაინ კითხვარის საშუალებით, რომელიც საერთოა კონსორციუმის ყველა წევრისთვის, ჩატარდა მომხმარებელთა გამოკითხვა 2020 წლის 22 დეკემბრიდან 2021 წლის 11 იანვრამდე პერიოდში. საერთო ჯამში 554 კითხვარი იქნა შევსებული.

2.2. არსებული ტურისტული პროდუქტის/მომსახურების სპეციფიკა: ძირითადი პრობლემები და საჭიროებები

ტურიზმის შერჩეული ფორმები მნიშვნელოვან როლს იძენს შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონებში, ცენტრალური და აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის ტურისტულ ბაზარზე. კერძოდ, ახალმა კონკურენტულმა გარემომ და ტურიზმის დინამიურმა ბუნებამ ბიძგი მისცა დანიშნულების ადგილის ტრადიციული მოდელის „ზღვა და მზე“ კონცეფციის ცვლილებას და გამოცდილებაზე დაფუძნებული პრაქტიკის ინტეგრირებას. როგორც ჩანს, მასობრივ ტურიზმს აქვს და ექნება უდავოდ დიდი მნიშვნელობა საბერძნეთის ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაში. ამასთან, არსებული ტურისტული მოთხოვნის ტენდენცია ცვალებადია. გამოცდილება ხდება მოგზაურობის მნიშვნელოვანი ნაწილი ისეთი მრავალგანზომილებიანი პარამეტრების ინტეგრირებით, როგორიცაა გარემო, კულტურა, გასტრონომია და საერთო მდგრადობა.

გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტი საბერძნეთში წარმოადგენს სხვადასხვა კომპლექსური ელემენტების დინამიურ კომბინაციას. ასე რომ, გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება იმ ფორმების გამოვლენას, რომლის საშუალებითაც გამოცდილებითი და ტრადიციული ტურისტული პროდუქტების დივერსიფიცირება ხდება. პირველ რიგში, პროდუქტის საფუძველია ანთროპოცენტრული მიდგომა. რაც ნიშნავს, რომ პროდუქტის განვითარება ორიენტირებულია მომხმარებელზე და ადგილობრივ საზოგადოებაზე, ვიზიტორის ღირებულებისა და საჭიროებების გათვალისწინებით. მაგალითად, შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონებში უკვე დამკვიდრდა გამოცდილებითი ტურისტული რამდენიმე აქტივობა, რომელიც ვიზიტორების სპეციფიკისა და ინტერესების გათვალისწინებით შეიქმნა. ამასთანავე, აღნიშნული პროდუქტისთვის სახასიათოა ადგილობრივ თემთან მჭიდროდ აქტიური და რეალური კავშირი. ადგილობრივ ხალხსა და ვიზიტორებს შორის პირადი ნაცნობობის დამყარება ამა თუ იმ თემატური, ალტერნატიული მარშრუტების გავლა დიდ როლს თამაშობს ტურისტული პროდუქტის ხარისხსა და გამოცდილებების მიღებაში. ბერძენი ხალხის სტუმართმოყვარეობა და მეგობრობა ის უნიკალური, "ავთენტური" ელემენტები, რომლის საშუალებითაც იქმნება დაუვიწყარი ტურისტული გამოცდილება. გამოცდილებაზე დაფუძნებული საქმიანობა იწვევს გრძნობებს და ახალ ემოციებს და ფიზიკურ აქტიურობას. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტი შეიძლება განისაზღვროს, როგორც გრძნობების, გულის, გონების და სხეულის სტიმულირების გზა.

შავი ზღვის აუზის ბერძნული ორივე რეგიონის გამოცდილებითი ტურიზმის ეკონომიკის კიდევ ერთი მთავარი ელემენტია მეხსიერება. გამოკითხული ტურიზმის ექსპერტები ემხრობიან იმ მოსაზრებას, რომ მეხსიერების კავშირი ადგილობრივ კულტურასთან მაგალითად კულინარიული გზით, აძლიერებს ვიზიტორის შეგრძნებებს და გამოცდილება გავლენას ახდენს წარსული მოგზაურობის მკაფიო შეგრძნებების მიღებაზე. საინტერესო, სამახსოვრო გამოცდილების მიღწევაში აქტიურ მონაწილეობას/ჩართულობას განსაკუთრებული როლი უკავია და რაც უფრო ნაკლები მონაწილეა ჯგუფში, მით უფრო ავთენტურია გამოცდილების აღქმა. ასე რომ, შექმნილი აქტივობების უმეტესობა მცირე ჯგუფებზეა გათვლილი.

დაინტერესებული მხარეების პასუხების გაანალიზებით გამოიკვეთა, რომ შავი ზღვის აუზის ბერძნულ ორივე რეგიონში, გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი საერთო სახელის ქვეშ აერთიანებს ისეთ მიმართულებებთან როგორიცაა კულტურა, გასტრონომია, სასოფლო და სათავგადასავლო გამოცდილებები.

კულტურის მიმართულებით უამრავის ალტერნატიული ტურისტული მარშრუტი, ქალაქისა თუ შემოგარენის თემატური ტურები არსებობს. რიგ შემთხვევაში, ტურები კომბინირებულია ფიზიკურ აქტივობებთან, მაგალითად ველოტურები, ასევე ღვინისა და კერძების დაგემოვნება ადგილობრივებთან მასტერკლასებით. არ არის აუცილებელი, რომ შერჩეულ ადგილებს ჰქონდეთ ისტორიული ძეგლის სტატუსი. უფრო საინტერესოა თუ რაიმე საიდუმლო ან დაფარული ისტორიის მატარებელია. ასეთი გამოცდილების დროს, ტურისტული პროდუქტის გასამრავალფეროვნებლად გამოიყენება ისეთი ელემენტები როგორიცაა გამოგონილი ამბავი, თავგადასავალი, გართობა და სხვა. ვიზიტორები თავად არიან ჩართულნი მისტერიებისა თუ საიდუმლოების აღმოჩენაში, ხშირ შემთხვევაში ისტორიული ინფორმაციის გადაცემა ხდება პატარა მინიატურული წარმოდგენებით დადგმით.

გასტრონომიული ტურიზმის კონტექსტი მოიცავს მეღვინეობასა და ღვინის გზებს, რომლებიც ვიზიტორებს აცნობენ ადგილობრივ კულტურასა და ტრადიციებს არა მხოლოდ ღვინის დაგემოვნების ფონზე, არამედ ისინი ჩართულები არიან ღვინის წარმოების მთლიან პროცესში (დამოკიდებულია სეზონზე, ყურძნის კრეფის პერიოდზე). ზოგჯერ ტურისტებისთვის მოწყობილ კულინარული მასტერკლასების დროს მეღვინეებთან ერთად ჩართულია ადგილობრივი თემიც.

სასოფლო ტურიზმი და მასთან დაკავშირებული საქმიანობა შავი ზღვის აუზის ბერძნულ ორივე რეგიონში ხორციელდება ძირითადად სოფლებში. სასოფლო ტერიტორიები ხშირად წარმოადგენს ისეთ მდიდრულ, უნიკალურ ბუნებრივ რესურსს, რაც ტურისტებში ნამდვილად ქმნის ავთენტურ დაუფიქრარ გამოცდილებას. გამოცდილებითი (თანამონაწილეობითი) (საქმიანობების დიდი ნაწილი დაკავშირებულია ზეთის დისტილირებასთან, ზეთისხილის ბაღებსა და ფერმებში ვიზიტებთან, სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობებში, მათ შორის ფუტკრის მოვლასთან დაკავშირებულ საქმიანობაში მონაწილეობასთან, და აგრეთვე ყოველდღიური სოფლური ცხოვრების შესახებ ტურისტულ შეთავაზებებთან. აღნიშნული აქტივობების არსებულ ტურისტულ კატეგორიებში, როგორიცაა სასტუმრო განთავსება, რესტორნები, ტურ აგენტები, გიდები და ა.შ., გადანაწილება და მიკუთვნება შეუძლებელია. ეს კი შეგვიძლია მივიჩნიოთ საბერძნეთში

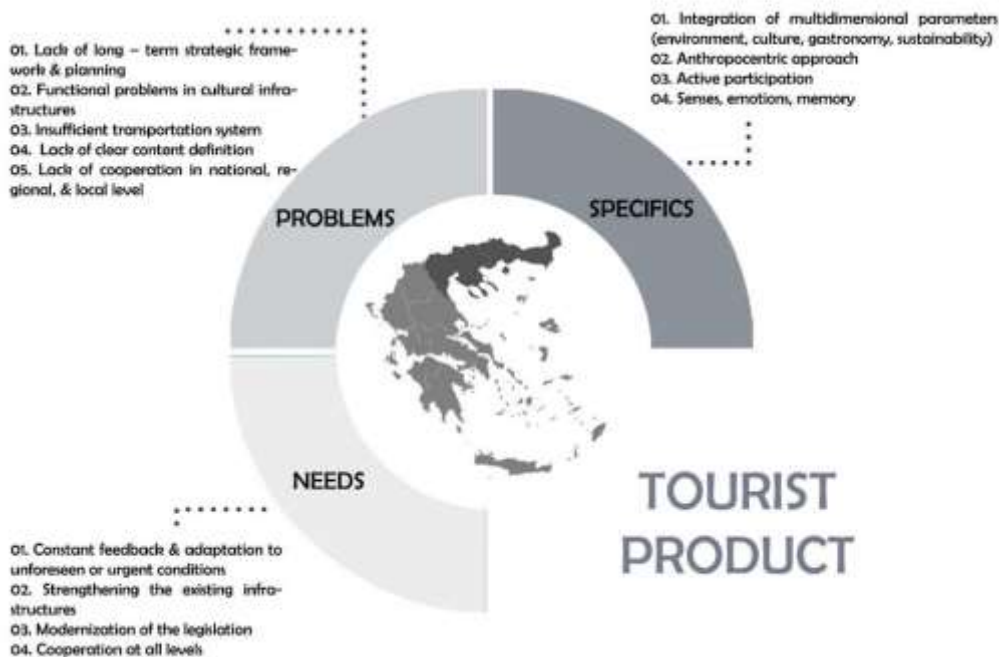
არსებული ტურისტული მოდელების გადახედვისა და მოდერნიზაციის აუცილებლობად. სასოფლო ტერიტორიებზე ბევრი ისეთი ფიზიკური და სათავგადასავლო აქტივობებია შესაძლებელი, როგორიცაა მაგალითად, საფეხმავლო ლაშქრობა, ცხენით გასეირნება, კანოე-კაიაკის მარშრუტები მდინარეებზე, ჯომარდობა და სამთო ველო-ტურები. არსებობს ისეთი მიმართულებებიც, რომელიც ადგილობრივ ცოცხალ ტრადიციებს უკავშირდება. მაგალითად, სოკოს კრეფა, ტრადიციული მცენარეების შეგროვება.

გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტები უნდა გამოირჩეოდეს მაღალი ხარისხით. ამ შემთხვევაში ხარისხის დონის გაზომვა ხდება სხვადასხვა ფაქტორების გათვალისწინებით, როგორიცაა ინფრასტრუქტურა საზოგადოებრივი ტრანსპორტი, საბანკო საქმე, დაზღვევა (დაცვა და უსაფრთხოება) და ხელმისაწვდომობა. კვლევამ აჩვენა რომ შავი ზღვის ორივე ბერძნული რეგიონი არ ხდება ინფრასტრუქტურების სტრატეგიული დაგეგმარება. განსაკუთრებული მნიშვნელობის მატარებელია სატრანსპორტო სისტემის პრობლემები. არასათანადო კავშირი ტრანსპორტის სხვადასხვა ტიპებს შორის და ცენტრსა და რეგიონებს შორის სუსტი კავშირი, რაც გამოწვეულია გეოგრაფიული მდებარეობით წარმოქმნილი პრობლემებით. ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით, ზოგიერთ არსებულ საქმიანობას, განსაკუთრებით ალტერნატიულ ტურებს, სათანადო ყურადღება უთმობენ კვალიფიციური სპეციალისტები და ქმნიან სპეციალურ ტურებს შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის, ხანდაზმულთათვის. ყველა ეს ქმედება წარმოადგენს კერძო ინიციატივებს.

პრაქტიკა გვიჩვენებს ხანგრძლივი ვადით სტრატეგიული ჩარჩო-ხელშეკრულებისა და გამოცდილების მართვის დაგეგმვის ნაკლოვანებას და მთავრობის მიერ მკაფიო განსაზღვრების არქონას. ყველა გეოგრაფიული არეალი ერთ კონტექსტშია განხილული და არაა გათვალისწინებული მცირე რეგიონების გამორჩეული, სპეციფიური და სახასიათო მარკენებლები. ანაკრონული სამართლებრივი ჩარჩო მიიჩნევა გამოცდილებითი ტურიზმის ზრდის შემაფერხებლად. კვალიფიციური კადრების ნაკლებობის გამო მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის სტრატეგიის ჩარჩო-ხელშეკრულების შემუშავების პროცესი შეფერხებით მიმდინარეობს ყველა დონეზე- ეროვნულ, რეგიონულსა და ადგილობრივ დონეზე. კვლევის მიგნებების ანალიზის შედეგად ხაზგასმით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ აუცილებელია სფეროს წამყვანი მონაწილეების მობილიზება, რათა შედგეს ეფექტური და მჭიდრო თანამშრომლობა და ჩამოყალიბდეს მიმზიდველი და ხარისხიანი გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტი. შესაძლოა საჭირო გახდეს ალტერნატიული ოპერატიული ერთეულის - დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციის (DMO) შექმნა, რომელიც თითოეული დანიშნულების უპირატესობებისა და განსაკუთრებული მახასიათებლების შესახებ ადგილობრივი ცოდნითა და ახალი მიდგომებით ხასიათდება.

ყველა ზემოაღნიშნულმა დასკვნამ დაადასტურა, რომ გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტი დინამიური და მრავალგანზომილებიანია, რომელიც საჭიროებს მუდმივ უკუკავშირსა და ადაპტირებას ისეთ გაუთვალისწინებელ, დაუგეგმავ ან გადაუდებელ პირობებთან, როგორიცაა მაგალითად კოვიდ 19-ის პანდემია, რათა გახდეს მდგრადი და დაუპირისპირდეს ყველა გამოწვევას. აუცილებელია არსებული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება და ტურიზმთან დაკავშირებული კანონმდებლობის მოდერნიზაცია და მისი ალტერნატიული ფორმების შემუშავება, თანამშრომლობისა და სოლიდარობის პირობებში

ყველა დონეზე. ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაზე შეჯამებულია ტურისტული პროდუქტის სპეციფიკა, ძირითადი პრობლემები და საჭიროებები, რომლებიც წამოიჭრა წინამდებარე კვლევის შედეგად⁵.



2.3. ტურისტული საწარმოების სპეციფიკა

ტურიზმის ალტერნატიული ფორმებით გამოწვეული გაზრდილი ინტერესი დაფიქსირდა მთლიანად საბერძნეთში და ასევე შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონების ტურისტულ ბიზნესში. საერთაშორისო მასშტაბით გამოცდილებითი ტურიზმისადმი მზარდი ყურადღების მიუხედავად, შავი ზღვის აუზის ორივე ბერძნულ რეგიონის ტურიზმში ჩართული საწარმოების მხოლოდ მცირე პროცენტმა შეიმუშავა ტურისტული პროდუქტები.

გამოკითხული მეწარმეების მხოლოდ მცირე რაოდენობა გამოირჩეოდა საკითხის სიღრმისეული ცოდნითა და გააზრებით. ეს ახლად შექმნილი ბიზნეს ერთეულები, რომლებიც დაკავშირებულია ალტერნატიულ ტურიზმთან, ფოკუსირებას ახდენენ ექსკლუზიურად გამოცდილებით ტურისტულ აქტივობებზე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მათი ფილოსოფია ეფუძნება ადგილობრივი ისტორიისა და ცხოვრების წესის საშუალებით

⁵ დიაგრამის თარგმანი: ტურისტული პროდუქტი:

პრობლემები: 01. გრძელვადიანი ჩარჩო-ხელშეკრულებისა და დაგეგმვის ნაკლებობა; 02. ფუნქციონალური პრობლემები კულტურულ ინფრასტრუქტურაში; 03. შეუსაბამო სატრანსპორტო სისტემა; 04. მკაფიოდ განსაზღვრული შინაარსის არ არსებობა; 05. ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე თანამშრომლობის ნაკლებობა.

სპეციფიკა: 01. მრავალგანზომილებიანი პარამეტრების ინტეგრაცია (გარემო, კულტურა, გასტრონომია, მდგრადობა); 02. ანთროპოცენტრული მიდგომა; 03. აქტიური მონაწილეობა; 04. გრძნობები, ემოციები, მეხსიერება.

საჭიროებები: 01. მუდმივი უკუკავშირი და გაუთვალისწინებელ ან გადაუდებელ პირობებთან ადაპტაცია; 02. არსებული ინფრასტრუქტურის გაძლიერება; 03. კანონმდებლობის მოდერნიზაცია; 04. ყველა საფეხურზე თანამშრომლობა.

დაუვიწყარი მოგონებების შექმნას. სხვა გამოკითხული პირები - განთავსების საშუალებისა და ტურისტული კომპანიების წარმომადგენლები- მასობრივი ტურიზმიდან გადავიდნენ ისეთი სერვისებისა და აქტივობების შეთავაზებებზე, როგორიცაა საცხენოსნო ტურები, ლაშქრობა ბუნებაში და სხვა. კვლევამ გამოავლინა ტურისტული საქმიანობების არსებულ კატეგორიებსა და რეალურ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის აქტივობებს შორის არსებული გარღვევა, რაც გამოიხატება ბაზარზე შეუსაბამო და არასაკმარის კლასიფიკაციით, სადაც ვერ ხდება გამოცდილებითი ტურიზმის შეთავაზება (განთავსება, რესტორანი, ტურ აგენტი, გიდი, საჯარო ინსტიტუციები და ა.შ). გარდა ამისა, დაფიქსირდა, რომ ზოგიერთ ბიზნესში (გიდები და განთავსების საშუალებები) არასწორად აღიქვამენ ტერმინს "გამოცდილებითი ტურიზმი". რაც იმის დასტურია, რომ ტურიზმის ეს სახეობა ჯერ კიდევ რჩება კვლევის საგნად საბერძნეთში.

გამოცდილებაზე ორიენტირებული ტურისტული პროდუქტების, ალტერნატიული ტურების, აგრონომიული და მეღვინეობის აქტივობების შექმნით დაკავებულები ბიზნეს ერთეულების უმეტესობა ცენტრალურ მაკედონიაშია. სოფლად და შორეულ რაიონებში არსებულმა განთავსების საშუალებების მფლობელებმა შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონებიდან, კონკურენტულ გარემოში გადარჩენის მიზნით შეიმუშავეს და შექმნეს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტები. გასტრონომიაზე დაფუძნებული აქტივობები, როგორიცაა კერძებისა და ღვინის დაგემოვნება და ტრადიციული კერძების მომზადების მასტერკლასები ორგანიზებულია მეღვინეობასა და სოფლის მეურნეობის ბიზნეს წარმომადგენლების და ტრადიციული კოოპერატივების მიერ. ეს კი მიუთითებს შავი ზღვის აუზის ორივე ბერძნულ რეგიონში არსებულ სექტორში სარესტორნო ინდუსტრიის წარმომადგენელთა ნაკლებობაზე.

ტურისტული ორგანიზაციებმა, რომლებიც გამოცდილებითი ტურიზმით არიან დაკავებულები, ხაზი გაუსვეს, რომ მათი საქმიანობა სრულ თანხვედრაში უნდა იყოს ტურისტების სურვილებსა და ასოციაციებთან. ამის მისაღწევად მიმართავენ მითებს, ისტორიებს, გამოგონილ ამბებს, რაც ძირითადად რეგიონის ადგილობრივ კულტურასა და ისტორიას უკავშირდება. იმის გათვალისწინებით რომ ვიზიტორების ისწრაფვიან ავთენტური მოგზაურობისკენ, გამოცდილებითი ტურისტული ორგანიზაციები სთავაზობენ ტურისტებს ე.წ. „დადგმულ ავთენტურობას“ ადგილობრივების ზეპირსიტყვიერების გამოყენებით. მაღალი ხარისხის გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტის შესაქმნელად აუცილებელია წინასწარ სტრატეგიულად შეიქმნას და დამუშავდეს სცენარი გარემო ფაქტორების გათვალისწინებით, რომელიც აღძრავს გრძნობებს, ემოციებს, შეგრძნებებსა და ფიქრებს. ასევე აღსანიშნავია, რომ თითქოს მასპინძლის და ვიზიტორის ჩართულობა არ არის დაგეგმილი შემოქმედებით პროცესში, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში აქტიურად შეინიშნება მათი ერთობლივი მონაწილეობა.

კვლევამ გამოავლინა ფასწარმოქმნის პოლიტიკით გამოწვეული უზარმაზარი უფსკრული გამოცდილების ტურიზმის ბიზნეს წარმომადგენლებსა და ტურისტულ კომპანიებს შორის. კარგად დაგეგმილი გამოცდილებითი ტურიზმის ბიზნესის წარმომადგენლების განცხადებით, მასობრივი ტურისტული სერვისებისგან განსხვავებით, მაღალი ხარისხის პროდუქტის მისაღებად (მაღალკვალიფიციური კადრების მიერ შექმნილი პროდუქცია) საჭიროა მაღალი საფასო პოლიტიკა. საბერძნეთში ტურისტული სააგენტოები, საერთაშორისო ტურისტულ კომპანიებთან შედარებით, გამოცდილებითი ტურიზმის პროდუქტებს მიიჩნევენ შეუსაბამოდ ძვირად. ამით მტკიცდება ამ ორ სექტორს

შორის ურთიერთკავშირის არ არსებობა, და გამოცდილებითი ტურიზმის პროდუქტის ხარისხის მნიშვნელობაზე არასაკმარისი ცოდნა.

წარმატებული გამოცდილებითი ტურიზმის შეთავაზება საჭიროებს სიღრმისეულ და სპეციფიურ ცოდნას და უნარებს, მათ შორის ისტორიისა და კულტურის გარკვეული ინფორმაციას. როგორც ჩანს ინტერდისციპლინარული მიდგომა არის იმის მთავარი ელემენტი, თუ როგორ უნდა შეიქმნას, შეიფუთოს და სარეალიზაციოდ გამზადდეს გამოცდილებითი ტურიზმის პროდუქტი. აღნიშნულ ბიზნესში ჩართული თანამშრომლების ძირითადი მახასიათებელია მუდმივი ინსპირაცია, თავდადება და კრეატიულობა. ასევე მოეთხოვებათ უცხო ენების მაღალ დონეზე ცოდნა, სოციალური და კომუნიკაციური უნარები, რომელიც აუცილებელია საინტერესო კონტაქტების მოძიებასა და მათთან მეგობრული ურთიერთობის დასამყარებლად, ბერძნული სტუმართმოყვარეობის პოპულარიზაცია, რაც ბერძნული კულტურის მთავარი ასპექტია. მდგრად ტურისტულ პროდუქტს უნდა შეეძლოს ადაპტაცია საერთაშორისო კონკურენტულ გარემოში. ამასთანავე აუცილებელია თანამშრომლების მუდმივი ტრენინგი და განათლების ამაღლება ტურიზმში ახალი ტრენდებისა და გამოწვევების კვალდაკვალ.

გამოცდილებითი ტურიზმის პროდუქტის კონცეფცია დაინერგა ძირითადად ახლად დაფუძნებული ბიზნეს ერთეულების მიერ, რომელიც ძირითადად მოიცავს მცირე საოჯახო ბიზნესს. აღნიშნული პროდუქტის ხელშემწყობისა და გავრცელების ტექნიკები ფოკუსირებულია ციფრულ მარკეტინგზე, სოციალური მედიის პლატფორმებსა და ვებ გვერდების გამოყენებაზე. თუმცა გამოკითხული საწარმოების პასუხების მიხედვით ე.წ. „პირდაპირი“ კომუნიკაცია ყველაზე ეფექტური მარკეტინგული საშუალებაა. დღეს ინტერნეტი მთლიანი მოგზაურობის პროცესის სოციალიზირების საშუალებას იძლევა. მოგზაურობის შთაბეჭდილებების სოციალიზირება იძლევა კომპანიის პოპულარიზაციის საშუალებას, როცა მიღებული მომსახურება ემთხვევა კლიენტის მოლოდინებს, მაგრამ ამავე დროს რისკის მატარებელიცაა, როცა გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტის არ აკმაყოფილებს ტურისტის მოთხოვნებს.

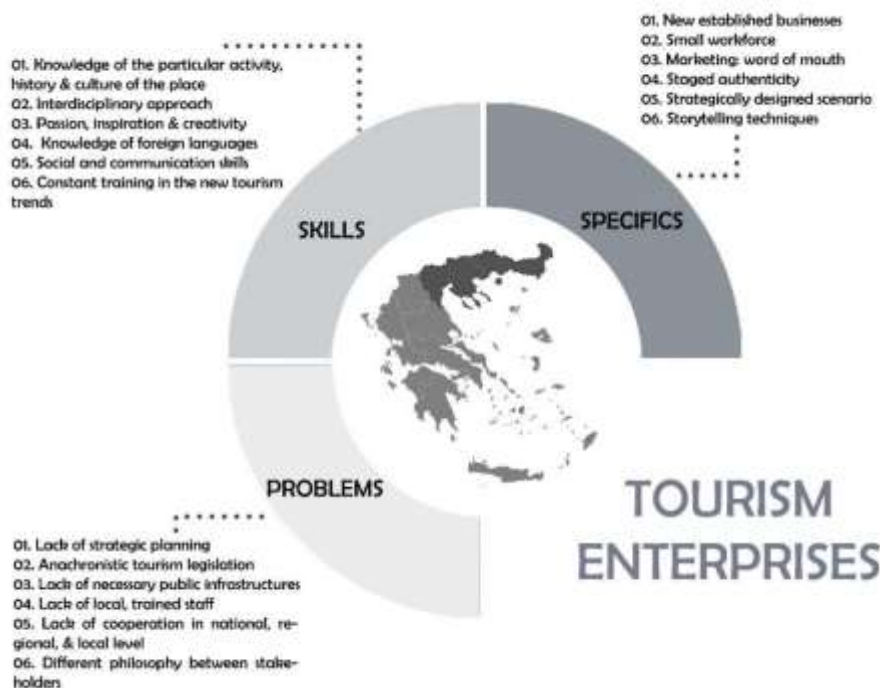
მარკეტინგისა და მენეჯმენტის პერსპექტივით, ინტერაქტიული ასპექტები და კავშირების დამყარება მნიშვნელოვანია. დღემდე, კარგად ორგანიზებულ ბიზნესებს აქვთ საშუალება დაამყარონ სტრატეგიული პარტნიორული ურთიერთობა მსხვილ ორგანიზაციებთან, ადგილობრივ მეწარმეებთან და ინსტიტუტებთან. კვლევამ დაგვანახა რომ გამოცდილებითი ტურიზმის ყველა საფეხურზე ურთიერთთანამშრომლობის ნაკლებობაა (ეროვნული, რეგიონალური, ლოკალური). ინფორმაციის გაცვლისა და სინერგიის საშუალებით გამოვლინდა, რომ მაღალი ხარისხის გამოცდილებითი ტურიზმის პროდუქტი და სერვისები საჭიროებენ ტურიზმში ჩართული ყველა დაინტერესებული მხარის ეფექტური ურთიერთთანამშრომლობას. საჯარო და კერძო სექტორის კოლაბორაცია ხელს შეუწყობს ტურისტული შემოსავლების მაქსიმალურ გაზრდას.

მიუხედავად იმისა, რომ გამოცდილებითი ტურიზმი დადებით ზეგავლენას ახდენს საზოგადოების კეთილდღეობაზე, მასობრივი ტურიზმი და მარტივად მიღებული ეკონომიკური სარგებელი ხელს უშლის ადგილობრივ მოსახლეობას აღიქვან ტურიზმის ამ სახეობის მნიშვნელობა. მათი უმრავლესობა დადებითადაა განწყობილი, თუმცა არ ცდილობენ ხელი შეუწყონ გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებას.

კოვიდ 19-ის პანდემიის პირობებში ტურიზმის სამინისტროს მთავარი საზრუნავი ტურისტული ბიზნესისა და მასში დასაქმებული ადამიანების მხარდაჭერაა.

ალტერნატიული საშუალებების განვითარებისა და ახალი უნარების წახალისება და კადრების გადამზადება წარმოადგენს სახელმწიფოს პრიორიტეტს. უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმის სამინისტროს დაქვემდებარებაშია ტურიზმის სკოლა, რომელიც სპეციალიზირებული და განახლებული კურსები საშუალებით ამარაგებს ტურისტულ საწარმოებს კვალიფიციური კადრებით, რომლებიც გამოირჩევიან თანამედროვე ტურისტული ტენდენციების საფუძვლიანი ცოდნით.

ძირითად პრობლემად რჩება მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის სტრატეგიის შექმნისა და განხორციელებისთვის მკაფიო სამართლებრივი ფორმის არარსებობა სფეროს ყველა საფეხურზე. ტურიზმის ანაკრონული კანონმდებლობა, სტრატეგიული დაგეგმვისა და შინაარსის მკაფიო განსაზღვრების არქონასთან ერთად, აფერხებს გამოცდილებითი ტურიზმის საქმიანობისა და ბიზნესის განვითარებას. ეს გულისხმობს ბიუროკრატიულ შეფერხებებსა და საგადასახადო პრობლემებს, განსაკუთრებით მცირე ტურისტული საწარმოებისთვის. მთავრობას ჯერ არ აქვს შემუშავებული სრული სამოქმედო გეგმა ტურიზმის ისეთი ალტერნატიული ფორმებისთვის როგორიცაა გამოცდილებითი ტურიზმი. თუმცა, ტურიზმის სამინისტროს თანახმად, მათი ძირითადი მიზანია ტურიზმის განვითარების 10 წლიანი ეროვნული სტრატეგიული გეგმის შემუშავება ტურიზმის ალტერნატიული ფორმების ხაზგასმით. საჭირო საზოგადოებრივი ინფრასტრუქტურის ნაკლებობა კიდევ უფრო ართულებს ტურისტული საწარმოს დაგეგმვისა და ორგანიზების საქმიანობას. სოფლად და შორეულ რაიონებში პროფესიონალი, ადგილობრივი კადრების ნაკლებობაა, რაც კიდევ უფრო აფერხებს ბიზნესის განვითარებას. ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაზე შეჯამებულია ტურისტული საწარმოების სპეციფიკა, ძირითადი პრობლემები და საჭიროებები, რომლებიც წამოიჭრა საველე კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით.



⁶ ტურისტული საწარმოები

საველე კვლევის ანალიზით ნათელი გახდა არა მხოლოდ გამოცდილებითი ტურიზმის საწარმოების სპეციფიკა, არამედ გამოიკვეთა ამგვარი საქმიანობის რისკებიც. გამოცდილებითი ტურიზმი კვლავ რჩება ახალ დარგად საბერძნეთის ტურისტულ ინდუსტრიაში. ახალი ტიპის საქმიანობის განვითარება, როდესაც ამის შესახებ საკმარისი ცოდნაც კი არ არის, მოითხოვს ფრთხილად დაგეგმვას, მრავალი ფაქტორის გაანალიზებას.

სტრატეგიული ჩარჩოს არარსებობა, რომელიც განსაზღვრავს პასუხისმგებლობებს, მენეჯერულ და მარკეტინგულ პრაქტიკულ გამოცდილებას, სახელმწიფო და კერძო სექტორს თანამშრომლობა საფრთხეს უქმნის ადგილობრივ თემს გამოცდილებაზე დაფუძნებული პროდუქტის არათანაბარი განვითარებით. მაგალითად, საზოგადოების წევრებისთვის ფინანსური სარგებლის არათანაბარი განაწილება, ადგილობრივი ცხოვრების დისბალანსი და მოსახლეობის ყოველდღიური ხარჯების ზრდა წარმოადგენს მის უარყოფითი შედეგებს. არაპროგნოზირებადი, გაუთვალისწინებელი ან გადაუდებელი პირობები, როგორიცაა კოვიდ 19-ის პანდემია ყოველთვის ზრდის ტურისტული ბიზნესის განვითარების რისკს, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც არ არსებობს სრულყოფილი სტრატეგიული გეგმა. იმისათვის, რომ შემცირდეს ბიზნესის დისკრიმინაციის რისკი დაბალი ხარისხის გამო, აუცილებელია დაწესდეს შემოთავაზებული პროდუქტის ხარისხის კონტროლი ან ხარისხის სერტიფიცირება ტურისტული საწარმოებისთვის.

2.4. მომხმარებელთა დამოკიდებულება და აღქმა

მომხმარებელთა დამოკიდებულება მიზნად ისახავდა, გამოაშკარავებულიყო ის მოლოდინები რასაც მომხმარებლები მოელიან მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმისგან და ამით ტურიზმის მმართველებსა და პოლიტიკის გამტარებლებს საშუალება მისცემოდათ, რომ სამომავლოდ გამოიყენონ ეს შეხედულებები და დამოკიდებულებები, ტურისტული პროდუქტების/სერვისების გაუმჯობესების მიზნით. სანაცვლოდ კი მომხმარებლებს საშუალება ექნებათ მიიღონ კვლევის შედეგად გაუმჯობესებული ტურისტული პროდუქტები და დაუვიწყარი შეგრძნებები. საერთო ჯამში 554 კითხვარი იქნა შევსებული (117 ინგლისური და 437 ბერძნული).

დემოგრაფიული თვალსაზრისით, გამოკითხულთა ორ მესამედზე მეტი იყო ქალი (დაახლოებით 70%). რესპონდენტთა უმრავლესობის ასაკი - 19-დან 35 წლამდე (დაახლოებით 60%).

კვლევის შედეგებით გამოვლინდა რამდენიმე მნიშვნელოვანი ასპექტი, რაც საშუალებას გვაძლევს უკეთესად გავიგოთ და შევისწავლოთ მომხმარებლის დამოკიდებულებები და აღქმა, რომელიც დაკავშირებულია მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმთან. ესენია:

უნარები: 01. კონკრეტული ადგილის ისტორიის, კულტურისა და საქმიანობის ცოდნა; 02. ინტერდისციპლინური მიღწევები; 03. სურვილი, ინსპირაცია, კრეატივი; 04. უცხო ენების ცოდნა; 05. სოციალური და კომუნიკაციური უნარები; 06. ბურმივი ტრენინგები ტურიზმის ახალი ტრენდების გასაცნობად. სპეციფიკა: 01. ახალ შექმნილი ბიზნესები; 02. მცირე სამუშაო ძალა; 03. „პირისპირ“ მარკეტინგი; 04. დადგმული ავთენტურობა; 05. სტრატეგიულად შემუშავებული სცენარი; 06. თხრობის უნარი; პრობლემები: 01. სტრატეგიული დაგეგმვის ნაკლებობა; 02. ანაქრონისტული ტურისტული კანონმდებლობა; 03. საჭირო საჯარო ინფრასტრუქტურის ნაკლებობა; 04. ადგილობრივი გადამზადებული კადრების ნაკლებობა; 05. ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე ურთიერთ-თანამშრომლობის ნაკლებობა; 06. დაინტერესებული მხარეების განხვავებული ფილოსოფია

სამოგზაურო მიზნებიდან გამომდინარე, უმეტესობა მოგზაურობს ახალი ტერიტორიების აღმოსაჩენად და ადგილობრივი ცხოვრების კულტურის შესასწავლად, ამასთანავე დაინტერესებულები არიან აქტიური დასვენებითა და რეკრეაციით. ეს კი ხაზს უსვამს ე.წ. „გამარჯვებული ნაზავის“ მნიშვნელობას და მოიცავს 3 ფაქტორის კომბინაციას ტურისტული შეთავაზების დროს. ესენია: ა) ახალი ადგილები, ბ) ცხოვრების კულტურა და გ) რეკრეაცია. მოგზაურებს ურჩევნიათ დაგეგმონ თავიანთი ვიზიტები ონლაინ და ასევე ითვალისწინებენ შიდა სანდო წყაროების რეკომენდაციებს. დიდი რაოდენობის ინტერნეტ მომხმარებელთა გაანალიზებამ, ცხადი გახადა, რომ ნებისმიერი დანიშნულების ადგილი, იმისათვის, რომ პოტენციური ტურისტებისთვის ხილული იყოს, საჭიროებს ონლაინ პლათფორმას, რომლის საშუალებითაც სტუმრების მოზიდვა იქნება შესაძლებელი. მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტული საინფორმაციო ცენტრები და ბროშურები ვიზიტორების მოზიდვის ყველაზე ნაკლებად ხელსაყრელი საშუალებაა, ვხედავთ, რომ მაინც ხშირად გამოიყენება, განსაკუთრებით სახელმწიფო და ადგილობრივი ორგანიზაციების მხრიდან. ინტერნეტის გარდა, ისეთი ტექნოლოგიების გამოყენება, როგორიცაა ციფრული ტურები არ წარმოადგენს დიდ ფასეულობას ვიზიტორებისთვის. შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ ტექნოლოგია (ჯერ) არ არის გამოცდილებითი ტურიზმის ნაწილი და რომ ციფრული ტური ვერ შეცვლის მოგზაურობას.

როგორც ჩანს, კულინარიულ, ხელოვნებისა და რეწვის მასტერკლასებში მონაწილეობის ნაცვლად, ადამიანებს უპირატესობას ანიჭებენ ტრადიციული (და „ტიპიური“) კულტურული მემკვიდრეობის საინტერესო ადგილების მონახულებას, როგორიცაა ძეგლები, მუზეუმები და გალერეები ფესტივალები და ბაზრობები. ამგვარად მათი უმეტესობა დაინტერესებულია მემკვიდრეობისა და კულტურული ძეგლების მონახულებით, და სულაც არ საჭიროებენ ადგილობრივ/ტრადიციულ ღონისძიებებში მონაწილეობას.

ვიზიტორთა უმეტესობა წინასწარ არ გეგმავს მოგზაურობისა და დასვენების ყველა დეტალსა და ნიუანსს და არც ტურისტულ ჯგუფთან ერთად სურთ მოგზაურობა. პირიქით, მათ მოსწონთ თავგადასავლები და სურვილი აქვთ შეიცნონ რამე ახალი ყოველი მოგზაურობის დროს. ისინი ასევე მიესალმებიან ახალი კერძების დაგემოვნებას, ადგილობრივ მოსახლეობასთან შეხვედრებსა და სხვადასხვა გამამხნევებელ/გამაჯანსაღებელ ღონისძიებებში მონაწილეობის მისაღებად.

საერთო ჯამში, რესპონდენტები როგორც ჩანს, მზად არიან გადაიხადონ მეტი საზრიანი ტურისტული გამოცდილების მისაღებად და ასევე მზად არიან დათმონ თავიანთი კომფორტული გარემო, დაუვიწყარი და წარუშლელი შთაბეჭდილებების მისაღებად. და ბოლოს, უნდა ხაზი გავუსვათ იმ ფაქტს, რომ ჩვენი აღწერითი ანალიზის საფუძველზე, შედეგები, როგორც ჩანს, არ განსხვავდება რესპონდენტთა სქესის ან ასაკობრივი ჯგუფის მიხედვით, განსაკუთრებით ეს ეხება ამ უკანასკნელს. მართალია პასუხების რაოდენობა განსხვავდებოდა, თუმცა ინტერესთა თვალსაზრისი გამოირჩეოდა მსგავსებით ყველა ასაკობრივ ჯგუფში.

2.5. მდგრადობა და ინოვაციები

კვლევამ ხაზი გაუსვა გამოცდილებითი ტურიზმის სექტორში მცირე ტურისტული საწარმოების სიჭარბეს. შესაბამისად, შეგვიძლია ვივარაუდოთ რომ მცირე ტურისტულ საწარმოებს აქვთ პოტენციური წამყვანი როლი ითამაშონ მდგრადი გარემოს შესაქმნელად. ეს გამართლებულია იმით, რომ მცირე და ადგილობრივი ტურისტული ბიზნესი არ ახდენს გარემოზე დიდ ზეწოლას, არ ხდება ადგილობრივი რესურსების გადინება ან ველური ბუნებისა და მცენარეული საფარის განადგურება. ამასთანავე, ცუდად მართული მცირე მოცულობის ტურისტული ბიზნესები არასწორი ლოკაციით, შეიძლება ისეთივე ზიანის მომტანი და არამდგრადი იყოს, როგორც ერთი დიდი ზომის საწარმო.

ბოლო წლების განმავლობაში, მდგრადი გარემოს კონტექსტში განთავსების საშუალებებმა დაწერეს ეკომეგობრული პოლიტიკა და სტრატეგია. გამოცდილებითი ტურიზმის საქმიანობების დიდი ნაწილი დაკავშირებულია სოფელთან და აგრონომიასთან. და ამიტომ პოტენციურად მოისაზრებიან, როგორც მდგრადი ან დაბალანსებული გარემოს შექმნის საშუალებად, რომელიც ხელს უწყობს ადგილობრივი სოფლის მეურნეობის განვითარებას და სოციალური და ეკონომიკური რესურსების პოპულარიზებას. გამოცდილებით ტურისტულ საქმიანობებს, რომლებიც ვითარდება ისტორიული ადგილებისა და ძეგლებისგან მომხრებით შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში, შეუძლიათ მოახდინონ ვიზიტორთა ნაკადების გადანაწილება ისეთ ადგილებში, რომლებიც ერთი შეხედვით არ წარმოადგენდნენ ვიზიტორთა მთავარ ინტერესს, თუმცა ამან შეიძლება "მასობრივი ტურისტული" ობიექტების განტვირთვა მოახდინოს; აგრეთვე მემკვიდრეობის შენარჩუნების სტიმულირება და რეგიონთაშორისი უთანასწორობის შემცირება, სოციალურ-ეკონომიკური, კულტურული და ეკოლოგიური სარგებლის მიღება არამიმზიდველი ტურისტული ლოკაციებისთვის.

მდგრადობის ეკონომიკური გაგებით, გამოკითხულთა უმეტესობამ აღნიშნა, რომ გამოცდილებაზე დაფუძნებული აქტივობები და, ზოგადად, ტურიზმის ალტერნატიული ფორმები წარმოადგენს ტურიზმის დივერსიფიკაციისა და გადარჩენის ერთადერთი გზას გლობალურ კონკურენტულ ტურისტულ ბაზარზე. შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონის კონკურენტუნარიანობის სტრატეგია მოითხოვს ინოვაციების მართვას. გამოკითხულთა მიერ აღწერილი ინოვაცია წარმოადგენს რესურსების უნიკალურ ნაზავს, ხაზს უსვამს შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონის უცნობ, მიმზიდველ გამორჩეულობას, რომელიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას ინოვაციური ტურისტული პროდუქტის შესაქმნელად, რომელსაც ექნება რამდენიმე საქმიანობებისგან შემდგარი მოდულის ფორმა, რომელიც თავდაპირველად მიეკუთვნებოდა ტურიზმის სხვადასხვა ტიპებს: სოფლის, გასტრონომიული, კულტურული და ა.შ. ასეთმა პროდუქტმა მოულოდნელი სიამოვნება უნდა მოუტანოს ტურისტებს, დააკმაყოფილოს მათი მოთხოვნილებები და გამოიწვიოს აღმაფრთოვანებელი ემოციები, რაც მათ დააკავშირებს დანიშნულების ადგილთან და უბიძგებს დაბრუნებისკენ და/ან გახანგრძლივებისკენ

შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში დაინტერესებული მხარეები ინოვაციას აღიქვამენ, როგორც „კონკურენტებისგან გამორჩეულ განსხვავებულ გზად“. სავსე კვლევის დროს გამოვლინდა რომ ასეთი ტურისტული პროდუქტის შესაქმნელად საჭიროა ნდობის ჩამოყალიბება სხვადასხვა სახელმწიფო და კერძო მოთამაშეებს შორის, რომლებიც



ინოვაციური ტურისტული მოდულის სხვადასხვა ნაწილს წარმოადგენენ. მსგავსი რთული კომპლექსური პროდუქტისთვის საჭიროა დროთა განმავლობაში გამოცდილი ინგრედიენტების სიმრავლე და შეუძლებელს ხდის გყავდეს მხოლოდ ერთი მოთამაშე, რომელსაც ყველაფრის კონტროლი საშუალება ექნება. ტურისტულ ბიზნესში საჭიროა კრეატიულობა ტურიზმის გამოცდილების გასაუმჯობესებლად და უნიკალური ატმოსფეროს შესაქმნელად ტურისტული მიმართულებების. აქედან გამომდინარე, შემოქმედებითი იდეების განხორციელება საბოლოო ჯამში იწვევს ინოვაციებს. გამოკითხულთა აზრით, ახალი ტექნოლოგიების საშუალებითაც შესაძლებელია ინოვაციური ტურისტული პროდუქტების განვითარება. შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში არსებული გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტულ საწარმოთა შორის, ზოგიერთი მათგანი დაჯილდოებულია ინოვაციური საქმიანობისთვის, ზოგი კი ახორციელებს ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვას პრაქტიკაში. ამასთან, ტურისტული კომპანიების ინოვაციური ქცევა კვლავ ლიმიტირებულია.

3. დასკვნები: მოქმედების შესაძლებლობები და შედეგები

ცენტრალური მაკედონიის და აღმოსავლეთ მაკედონიის და თრაკიის რეგიონები (შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონები) რომლებიც მდიდარია ისტორიით და ბუნებრივი რესურსებით, მრავალი მნიშვნელოვანი ისტორიული ადგილითა და მოსახლეობით, რომელსაც გამოირჩევა მრავალფეროვანი ცხოვრების კულტურით.

ამრიგად, შავი ზღვის აუზის ბერძნული რეგიონი ფლობს გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების უამრავ საშუალებებს და ყველა კომპონენტს, როგორც მატერიალურს, ისე არამატერიალურს, რომელთა გამოყენებით შესაძლებელია ვიზიტორთათვის სახასიათო და გამორჩეული გამოცდილებითი ტურიზმის პროდუქტის/სერვისის შეთავაზება. შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონს უკვე აქვს კარგად ჩამოყალიბებული ტურისტული პროფილი, რომელიც ძირითადად მასობრივ ტურიზმს ეფუძნება. ამასთანავე, როგორც მოცემულმა კვლევითმა პროექტმა აჩვენა, მდგრადი ტურიზმის ალტერნატიული ფორმა კიდევ უფრო ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ, სოციალურ და ეკოლოგიურ განვითარებას არა მხოლოდ თავად რეგიონებში, არამედ უფრო ფართო არეალისა და ქვეყანაშიც. როგორც ერთ-ერთმა ინტერვიუერმა განაცხადა:

„პანდემიის პირობებში ეკონომიკური და სოციალური პირობები ქმნის ტურიზმის ალტერნატიული ფორმის საჭიროებას, "გამოცდილებების" შეთავაზებას. სხვაგვარად ვერ გადარჩები. მდგრადი განვითარება აუცილებელია, წინააღმდეგ შემთხვევაში ფართო მოხმარების საგანი გახდები. იმისათვის, რომ დაბრუნებადი ვიზიტორები გვყავდეს, საჭიროა მოვერგოთ ტურიზმის ახალ ფორმას. გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი შეიძლება ნებისმიერი ადგილისთვის ახალი ტენდენციად იქცეს.“

კოვიდ 19-ის პანდემიის შემდეგ, შესაძლოა დანიშნულების ადგილისთვის კრიტერიუმები შეიცვალოს. ამრიგად, საჭიროა ტურიზმის სტრუქტურის რეკონსტრუქცია, იმ წესების გათვალისწინებით, რასაც "ახალი ნორმალურობა" აწესებს. ამის შედეგად, როგორც ჩანს საკანონმდებლო ჩარჩოს განხილვა, რომელიც ხელს შეუწყობს გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებას აუცილებლობას წარმოადგენს. მნიშვნელოვანია, რომ პანდემიის კრიზისის დასრულების შემდეგ, ტურისტული ბაზარზე უფრო მაღალი ხარისხის პროდუქცია

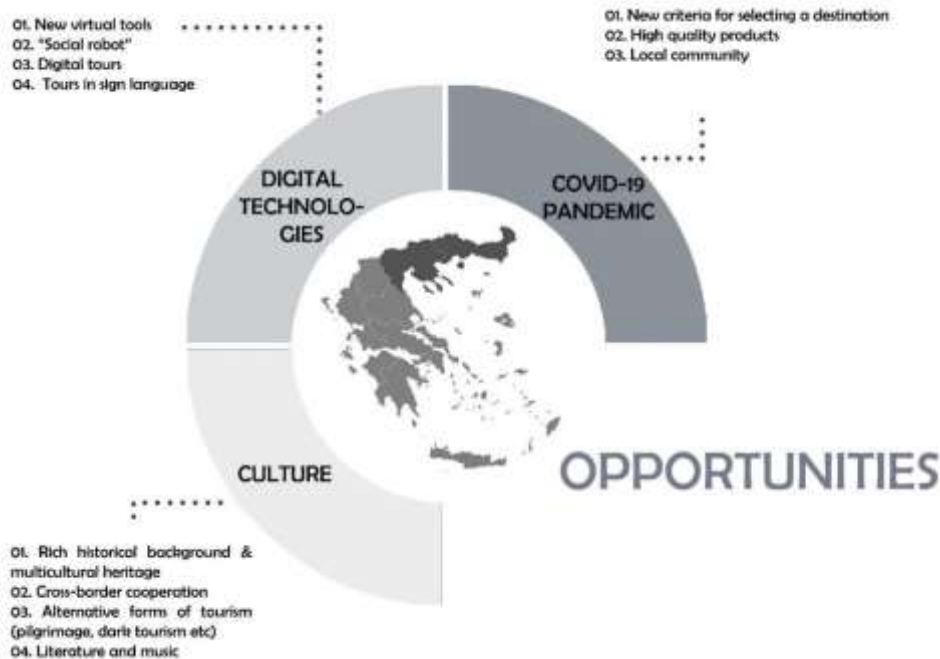
გაჩნდება, რაც დამატებით ფასეულობას შესძენს ყველა დაინტერესებულ ჩართულ მხარეს, მათ შორის ვიზიტორებსა და ადგილობრივ საზოგადოებას. ამასთანავე აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის მოდელის შეცვლა უდაოთ დიდი დროს საჭიროებს და გაურკვეველობაში ყოფნასაც გამოიწვევს, განსაკუთრებით მოკლევადიან პერიოდში. მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომელიც ასევე შექმნის გამოცდილებითი ტურიზმის შესაძლებლობას, არის ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობა. შავი ზღვის აუზის რეგიონს აქვს ძალიან მრავალფეროვანი წეს-ჩვეულებები და ტრადიციები და აღსანიშნავია, რომ ზოგიერთი მათგანი დღემდე ფართოდაა შემორჩენილი მრავალ რეგიონში. გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი ასევე ხელს შეუწყობს ტურისტულ კომპანიებსა და ადგილობრივ მწარმოებლებს შორის თანამშრომლობას რაც მნიშვნელოვანი ადგილობრივი საზოგადოების მხარდაჭერად.

ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით ახალ გამორჩეულ შესაძლებლობებს იძლევა და ვიზიტორთა გამოცდილებას ამდიდრებს ისეთი ვირტუალური საშუალებებით, როგორიცაა მაგალითად „სოციალური რობოტი“, რომელსაც ხელოვნური ინტელექტის საშუალებით შეუძლია ტურისტთან საუბარი და აწვდის სპეციალურ პერსონალიზირებულ ინფორმაციას; ციფრული და ვირტუალურ ტურებს როგორც თანამედროვე ასევე უძველესის ქალაქში; ტურებს ჟესტების ენაზე სმენის პრობლემების მქონე ადამიანებისთვის.

დისკუსიების დროს სხვადასხვა საჯარო დაწესებულებებთან (გარდა სიძველეების ეფორატა და სალონიკის არქეოლოგიური მუზეუმი) უამრავი წინადადება წამოიჭრა გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებით, როგორიცაა გათხრების სიმულაცია, როლური თამაშები, "ღამე მუზეუმში", უძველესი საქმიანობების აღდგენა და ა.შ.

შავი ზღვის აუზის რეგიონის მდიდარი ისტორიული წარსული და მულტიკულტურული მემკვიდრეობა სხვადასხვა სახის ვიზიტორებს იზიდავს და სთავაზობს მრავალფეროვან შესაძლებლობებს. გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმისთვის არაერთი სპეციალური შესაძლებლობის მოძიება შეიძლება უშუალოდ ურბანულ გარემოში, ისეთი როგორიცაა მონაწილის ინტერესებზე მორგებული თემატური ტური ქალაქში. მაგალითად, სალონიკში (ან ვეროიაში) ეს შეიძლება მოიცავდეს პილიგრიმულ ტურიზმს ისრაელიდან ჩამოსული ვიზიტორებისთვის, რომელთაც სურთ გაეცნონ ქალაქის ებრაული საზოგადოების ისტორიას, ან უძველესი, ბიზანტიური ან ოსმალური თემატური ტურები ქალაქში. შესაძლოა ტურიზმის სხვა ალტერნატიული ფორმების განვითარებაც, როგორიცაა ე.წ. ბნელი/შავი ტურიზმი - ქალაქების ისტორიული სასაფლაოების მონახულებით. ქალაქების უმეტესობა დიდ გავლენას ახდენს ლიტერატურასა და მუსიკაზე, შესაძლებელი ლიტერატურული ან მუსიკალური ტურიზმის განვითარებაც. მაგალითად, წიგნის მოყვარულთათვის შეიძლება შეიქმნას ქალაქის ისეთი ტურისტული მარშრუტი, სადაც წიგნის გმირი დადიოდა; მუსიკალური ტურიზმის იდეას კი „რებეტიკო“-ს ტური წარმოადგენს სალონიკში (იუნესკოს მიერ დაცული არამატერიალური რესურსი), რომლის დროსაც ტურისტები მოინახულებენ იმ მნიშვნელოვან ისტორიულ ადგილებს, რომლებიც 1930-იან წლებში მუსიკის ამ ჟანრის უკავშირდება.

ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაში შეჯამებულია გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები შავი ზღვის აუზის ბერძნულ რეგიონში.



7

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: რუმინეთი, მოლდოვა, უკრაინა და თურქეთი შავი ზღვის აუზის ფარგლებში

მოცემულ ანგარიშში წარმოდგენილია საჭიროებების შეფასების ანალიზი შავი ზღვის აუზისთვის, კერძოდ, რუმინეთის, მოლდოვას, თურქეთისა და უკრაინის ქვეყნებში გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების პერსპექტივების შესახებ. იგი ავსებს სომხეთის, ბულგარეთის, საქართველოსა და საბერძნეთის საჭიროებების შეფასების ანგარიშებს, რომლებიც შემუშავებულია პრო ექსტურ პროექტის პარტნიორების მიერ.

ვინაიდან რუმინეთი, მოლდოვა, უკრაინა და თურქეთი არ არიან პრო ექსტურში წარმოდგენილნი, აღნიშნული საჭიროებების შეფასება ემყარება პირველად კვლევას კითხვარებისა და სტრუქტურირებული ინტერვიუების საშუალებით და მეორად სამაგიდო კვლევის საფუძვლებს, რომელიც ემყარება პოლიტიკურ დოკუმენტებს, პროექტებს, სამეცნიერო და სტატისტიკურ კვლევებს, რომლებიც შესრულებულია აკადემიური და პოლიტიკური პირებისა, ქვეყნების რეგიონალურ და საერთაშორისო დონეზე მომუშავეები ინსტიტუციების მიერ.

⁷ დიარამის თარგმანი. შესაძლებლობები

ციფრული ტექნოლოგიები: 01. ახალი ვირტუალური საშუალებები; 02. სოციალური რობოტი; 03. ციფრული ტურები; 04. ტური ქსელური ენაზე.

კოვიდ 19-ის პანდემია: 01. სამოგზაურო ადგილის შერჩევის ახალი კრიტერიუმები; 02. მაღალი ხარისხის პროდუქტები; 03.

ადგილობრივი საზოგადოება

კულტურა: 01. მდიდარი ისტორიული წარსული და მულტიკულტურული მემკვიდრეობა; 02. ტრანს-სასაზღვრო თანამშრომლობა; 03.

ტურიზმის ალტერნატიული ფორმები (პილიგრიმობა, ბნელი/შავი ტურიზმი და ა.შ.); 04. ლიტერატურა და მუსიკა

ტურიზმმა მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი შავი ზღვის აუზში მდგრად ეკონომიკურ ზრდასა და დასაქმებას, რაც დაკავშირებულია ხელსაყრელ კლიმატურ, ბუნებრივ და მდიდარ კულტურული რესურსებთან (ENI CBC შავი ზღვის აუზის პროგრამა 2014-2020, 2020), (ევროპის სამეზობლო ინსტრუმენტების ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობა (European Neighbourhood Instrument Cross-Border Cooperation) , 2015). 2020 წლამდე ტურიზმის სექტორში ყოველწლიური თანმიმდევრული ზრდა ფიქსირდებოდა ეკონომიკური სარგებლისა და დასაქმების თვალსაზრისით. განსაკუთრებით დიდი წვლილი რეკრეაციულ და საზღვაო ტურიზმმა შეიტანდა, თუმცა ბოლოდროინდელმა გლობალურმა კრიზისმა გავლენა მოახდინა მისი ზრდის ტრაექტორიაზე. რეგიონის ქვეყნების მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობა გამოწვეული მოგზაურობისა და სტუმარმასპინძლობის მომსახურების შედარებით დაბალი ფასებით დღეს უკვე იძენს ნეგატიურ მნიშვნელობას, რაც დაკავშირებულია ბიზნესის არამდგრად საქმიანობებთან და უსაფრთხოების არასაკმარის დონესთან.

სავარაუდოა, რომ ტურიზმის და მასპინძლობის 2020 ტენდენციები შავი ზღვის აუზში განისაზღვრება სამი ძირითადი ფაქტორით: (i) რეგიონული ეკონომიკური განვითარება, (ii) მდგრადობისკენ სწრაფვა, (iii) კოვიდ 19-ის გლობალური პანდემია. გამოცდილებითი ტურიზმი, როგორც გამოცდილებითი ეკონომიკის ნაწილი, ასახავს არსებული კრიზისების დამლევს სავარაუდო გზებს, რაც დამოკიდებულია ყველა დაინტერესებული ჩართული მხარის ერთობლივ ძალისხმევასა და სამთავრობო პოლიტიკის ადეკვატური განხორციელებაზე. ამავდროულად, ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის სექტორი კულტურასა და გართობასთან ერთად კოვიდ 19-ის პანდემიის გამო ყველაზე მეტად დაზარალებულ ინდუსტრიებს შორისაა (ENI CBC შავი ზღვის აუზის პროგრამა 2014-2020, 2020). ახალი ვითარება მოითხოვს ტურიზმის პარადიგმის რადიკალურ ცვლილებებს და მოგზაურობისადმი ახალი დამოკიდებულების ჩამოყალიბებას.

1. ტურისტული სისტემები რუმინეთში, მოლდოვაში, უკრაინასა და თურქეთში და გამოცდილებაზე დაფუძნებული შეთავაზების შესაძლებლობები

1.1 რუმინეთი

რუმინეთში ტურისტული ინდუსტრიის წილი ქვეყნის მშპ-ში მერყეობს 5,2%-დან 5,97%-მდე 2010-2019 წლების მონაცემებით (სტატისტა, 2021).

ამ შემთხვევაში განსაკუთრებით საინტერესოა ის ფაქტი, რომ შიდა და საერთაშორისო ვიზიტორების სტაბილური ზრდა ფიქსირდება. (სტატისტა, 2021). შიდა მოგზაურები რუმინეთისთვის ისეთივე მნიშვნელოვანია როგორც საერთაშორისო ვიზიტორები. როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ჩამოსვლა სტაბილურად იზრდებოდა (Statista, 2021). შიდა მოგზაურობა რუმინეთის ამ სექტორისთვის ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორც საერთაშორისო. ამრიგად, საერთაშორისო დამისთვეების თითქმის მეოთხედია მოდის სამხრეთ-აღმოსავლეთის რეგიონზე, რომელიც შავი ზღვისპირა რეგიონია.

რუმინეთის ტურისტული ინდუსტრია ეფუძნება ისტორიული მემკვიდრეობის ძეგლებს, შუა საუკუნეების ციხესიმაგრეებს, მთებს, ზღვისპირა კურორტებსა და დუნაის დელტას (პოსტელნიცუ და დაბიჯა, 2016).

ბევრი ექსპერტისა და მკვლევრის აზრით (სიმონი და სხვები, 2011), საზღვაო ტურიზმი არ წარმოადგენს რუმინეთის მასპინძლობის ინდუსტრიის მთავარ სახეს. დუნაის დელტის ჩრდილოეთ ნაწილი ბევრად უფრო მიმზიდველია ბუნებაზე ორიენტირებული ტურიზმისთვის. გარდა ამისა, რუმინეთის სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილს აქვს საზღვაო ტურიზმზე არანაკლებ საინტერესო სხვა რესურსები, რომლითაც შეიძლება მოზიდოს ტურისტები. ესენია მტკნარი წყლის ტბები, მღვიმეები და პეიზაჟები, დაკთა საგვარეულოსა და უძველესი არქეოლოგიური ძეგლები, სხვადასხვა ადგილობრივი ღონისძიებები და ფესტივალები.

ტურიზმის განვითარების რუმინეთის ეროვნული სტრატეგია მიზნად ისახავს 2030 წლისთვის ქვეყანა აქციოს ყველა სეზონის ტურისტულ მიმართულებად უნიკალური კულტურაზე, ბუნებრივი მემკვიდრეობისა და მსოფლიო დონის მომხმარებელთა მომსახურებაზე ფოკუსირებითა და დაყრდნობითა. აღნიშნული 4 სეზონის წამოწყებული კამპანია მიზნად ისახავს ინფრასტრუქტურული კავშირისა და ხარისხის განვითარებას, ინოვაციებს კერძო სექტორიდან, ვიზიტორების მოლოდინებისა და ლოკაციებზე მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებას, აგრეთვე გაციფრულების გაზრდასა და შესაბამის მარკეტინგს.

1.2 მოლდოვა

ბევრი მკვლევარი მიიჩნევს მოლდოვის რესპუბლიკას, როგორც ყველაზე ნაკლებად მონახულებად ქვეყანას ევროპაში, რომელიც კვლავ უცნობია ტურისტებისთვის და არ გააჩნია შესაფერისი ტურისტული სტრუქტურა (USAID, 2018). მიუხედავად ამისა, ტურიზმის ინდუსტრია 1995 წლიდან სტაბილურად მზარდია, მაგრამ ზრდის ტემპის მაჩვენებელი 2.9%-5.2% ფარგლებში დარჩა და 2018 წელს მშპ-მა მხოლოდ 4.4% შეადგინა (WorldData.info, 2019). საერთაშორისო ტურისტების უდიდესი წილი მოდის რუმინეთზე, უკრაინაზე, რუსეთზე, ავსტრიაზე, ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და ა.შ. (დულგერი, 2019) და ამ მოგზაურთა მნიშვნელოვანი ნაწილი ოჯახის მონახულების მიზნით ჩამოდის.

მოლდოვაში მასობრივი ტურიზმი არ შეინიშნება. პრობლემის ნაწილი დაკავშირებულია ასევე ნახევრად განვითარებულ ინფრასტრუქტურასთან - განსაკუთრებით განთავსების საშუალებები, რომელიც არაა დაყოფილი კატეგორიზაციის ერთიანი სისტემით (USAID, 2018).

მოლდოვის მთავრობა ბოლო ათწლეულის პერიოდში ტურიზმის პრიორიტეტულ სახეობად მიიჩნევს შემდეგ 4 მიმართულებას: სოფლის, ღვინის, კულტურულსა და გამაჯანსაღებელ ტურიზმს. კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება (მატერიალური და არამატერიალური) და უნიკალური ეთნიკური და ეთნო-კულტურული მრავალფეროვნების დაცვა წარმოადგენს უმთავრეს პრიორიტეტს და ქვეყნის განვითარების შესაძლებლობას. მოლდოვაში 18 აღიარებული ეთნო-კულტურული უმცირესობაა ცოცხლად შემონახული და შენარჩუნებული ტრადიციებით, კულტურითა და ხელოვნებით, რომლებიც უნიკალურ მრავალფეროვან ღონისძიებებსა და ღირსშესანიშნაობებს სთავაზობს სტუმრებს (მოლდოვას რესპუბლიკის მთავრობა, ნ.დ).

USAID-ის ხელშეწყობითა და დახმარებით მოლდოვის ტურიზმის განვითარებისთვის რამდენიმე ინოვაციური ნაბიჯი გადაიდგა, მაგალითად როგორიცაა ეროვნული სოციალური მედიის კამპანია, ხარისხის სტანდარტების ამაღლება განთავსების საშუალებებსა და ღვინის

ქარხნებში საერთაშორისო სტანდარტების გათვალისწინებით, საინიციატივო კულტურული ღონისძიებების ორგანიზება და ა.შ. (USAID, 2018)

მოლდოვაში ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია სერიოზულად დაზარალდა კოვიდ 19-ის პანდემიით, რადგან მოლდოვის განთავსების საშუალებების რაოდენობა 78%-ით შემცირდა აღნიშნული კრიზისის დაწყებიდან პირველ ცხრა თვეში სახელმწიფო სტატისტიკის სამსახურის თანახმად (საფრანგეთი 24, 2020). სიტუაციის გაუმჯობესების პირობებში მეზობელი ქვეყნებიდან ტურისტები დაბრუნდება მოკლე პერიოდშია ნავარაუდევო (საფრანგეთი 24, 2020).

1.3 უკრაინა

ტურიზმის სექტორი უკრაინაში მიიჩნევა განვითარებად სექტორად, შესანიშნავი ზრდის პოტენციალით, რაც განპირობებულია ქვეყნის დიდ ტერიტორიით, მთებით, სანაპირო ზოლით, მდიდარი კულტურითა და მემკვიდრეობის რესურსებით, რომელიც ევროპა-აზიისადაა სამი რელიგიის გზაჯვარედინზე მდებარეობს. 2020 წელს ტურიზმის წილი უკრაინის მშპ-ში 5.3%-მა შეადგინა და 2001-2020 წლებში მაღალი რყევების გამო შემცირდა (კნოემა, 2020). უარყოფითი პოლიტიკური ფაქტორები ხელს უშლიდნენ სექტორის განვითარებას როგორცაა უსაფრთხოება და უკრაინის აღმოსავლეთში სამხედრო შეტაკებები, მათ შორის ყირიმის ანექსია რუსეთის ფედერაციის მიერ, მგრძნობიარე ეკოლოგიური მდგომარეობა და ჩერნობილის განმეორებითი კატასტროფა, აგრეთვე კორუფციული სკანდალები (კარაბაზა და სხვ., 2020). ამასთანავე რჩება სექტორთან დაკავშირებული პრობლემებიც - ქვეყნის რესურსების დისბალანსირებული გამოყენება ისტორიული, კულტურული და ბუნებრივი რესურსების უგულვებელყოფით და არადამაკმაყოფილებელი ტურისტული ინფრასტრუქტურა (კარაბაზა, სხვ., 2020).

უკრაინის სამხრეთ და სამხრეთ-აღმოსავლეთ რეგიონები მიეკუთვნება შავი ზღვის აუზს. ჯერ კიდევ არაა სრულად შესწავლილი და ათვისებული შავი ზღვის ტურისტული პოტენციალი, რაც დაკავშირებულია არასაკმარის ინვესტიციებთან, შეუსაბამო სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურასთან, ტურისტულ ობიექტებთან და საგრძნობლად დაბალი ხარისხის მომსახურებასთან (BSC, 2019).

უკრაინის 2017-2026 წლის ტურიზმისა და კურორტების სტრატეგია განსაზღვრავს ტურიზმის ეროვნულ პოლიტიკას ტურისტების უსაფრთხოებას მარეგულირებელი ჩარჩო-ხელშეკრულებით, ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და ადამიანური რესურსების განვითარებას, ტურიზმისა და კურორტების მარკეტინგული პოლიტიკას (კორსუნი, 2017). მთავრობა მიზნად ისახავდა ქვეყნისთვის ახალი პოზიტიური იმიჯის შექმნას და მოელოდა უცხოელი ვიზიტორების 2.5-ჯერ გაზრდას, ხოლო შიდა ტურისტების მაჩვენებელი ხუთჯერ უნდა გაზრდილიყო.

უკრაინაში ტურიზმისა და კურორტების სტრატეგია განსაზღვრავს ტურიზმის ეროვნულ პოლიტიკას ტურისტების უსაფრთხოების გასწვრივ, მარეგულირებელი ჩარჩო, ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და ადამიანური რესურსების განვითარება, ტურიზმისა და კურორტების მარკეტინგული პოლიტიკა (კორსუნი, 2017). მთავრობა მიზნად ისახავდა ქვეყნისთვის ახალი პოზიტიური იმიჯის შექმნას და ეყრდნობოდა უცხოელი ვიზიტორების 2.5-ჯერ გაზრდას და შიდა ტურისტების ხუთჯერ ზრდას.

2020 წლის ზაფხულში, შავი ზღვის სანაპიროს უკრაინულ კურორტებზე ვიზიტორების 30% - იანი ზრდა დაფიქსირდა, რადგან კოვიდ 19-ის შეზღუდვების გამო უკრაინელთა უმეტესობამ

შიდა ტურისტული მიმართულებები აირჩია უსაფრთხოებიდან გამომდინარე (დიკინსონი, 2020). მიუხედავად ამისა, ეს მაჩვენებელი დროებითია და კოვიდ 19-ის პანდემიის შედეგები ჯერ კიდევ საჭიროებს შესაფასებასა და გაანალიზებას.

1.4 თურქეთი

თურქეთი ლიდერობს ტურიზმის განვითარებაში შავი ზღვის ქვეყნებსა და ევროპაში და პოპულარულია როგორც მასობრივი ტურიზმის მიმართულება. ეროვნულ დონეზე, ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე აქტიური და სწრაფად მზარდი სექტორია, რომლის წილმა მშპ-ში 3.8%, ხოლო დასაქმებაში 7.7% შეადგინა (OECD, 2020). 2018 წელს შემომყვანი ტურიზმის ზრდასთან ერთად დაფიქსირდა შიდა ტურიზმის ზრდაც და რეკორდულ მაჩვენებელს მიაღწია ბოლო 5 წლის განმავლობაში (OECD, 2020).

2019-2023 წლების ეროვნული განვითარების გეგმა და 2019-2021 წლების თურქეთის ტურიზმის ახალი ეკონომიკის პროგრამა მოუწოდებენ სექტორს გარემოსდაცვითი საქმიანობის გაუმჯობესებისა და პოპულარული ტურისტული ადგილების განტვირთვისკენ და მიიჩნევენ ტურიზმს, როგორც რეგიონალური განვითარების ინსტრუმენტის ინოვაციურ საშუალებად, რომლის მეშვეობითაც უნდა მოხდეს მომხმარებელთა შეცვლილი ტენდენციებისა და ტექნოლოგიების დივერსიფიცირება (OECD, 2020). კულტურისა და ტურიზმის სამინისტრო თურქეთის მემკვიდრეობის რესურსების შენარჩუნებას უკავშირებს ქვეყნის იმიჯის გაუმჯობესებას და მის საერთაშორისო ბრენდინგს, ყოველწლიური სხვადასხვა თემატური აქცენტებით. მაგალითად, 2018 წელი იყო ტროას წელი, 2021 წელი - პატარას წელი და ა.შ. (ტურიზმისა და კულტურის სამინისტრო, თურქეთის რესპუბლიკა, 2020). და მაინც ზოგიერთ მკვლევარს მიაჩნია, რომ პოლიტიკური დოკუმენტები კულტურაზე დაფუძნებულ ტურიზმს განიხილავს, როგორც განვითარების ალტერნატივას და არა მთავარ მიზნად, რადგან ქვეყანა საერთაშორისო ბაზარზე განაგრძობს „მზის, ქვიშისა და ზღვის“ იმიჯით პოზიციონირებას. (ოკუმუს და სხვები, 2012). 2020 წლამდე თურქეთის შავი ზღვის რეგიონი იყო ყველაზე პოპულარულ ტურისტული მიმართულება, თუმცა 2020 წელი გამოირჩეოდა მზარდი ტურისტული ნაკადებით. მრავალფეროვანი რელიეფური და კულტურული სიმდიდრით, რეგიონი წარმოადგენს ხალხმრავალი ადგილების კარგ ალტერნატივას და პოპულარულია ადგილობრივ ტურისტებში (ოკუმუსი და სხვები, 2012). ტურიზმისა და კულტურის სამინისტრომ ჩამოაყალიბა 38 ტურისტული ცენტრი რეგიონში და კულტურისა და ტურიზმის დაცვისა და განვითარების 4 რეგიონი მდგრადობის ასამაღლებლად. (ოკუმუსი და სხვები, 2012). რეგიონში გამოცდილებაზე დაფუძნებული საქმიანობის პოტენციალი არსებობს. ზოგიერთი გამოწვევა საჭიროებს ინფრასტრუქტურის მშენებლობას, ვიზიტორების სწრაფი რაოდენობის ზრდის შემთხვევაში მდგრადობის ბალანსის შენარჩუნებას და რეგიონალური ბრენდის შექმნას.

მიუხედავად იმისა, რომ კოვიდ 19-ის პანდემიამ გავლენა მოახდინა მასობრივ ტურიზმზე, შესაძლებელია შავი ზღვის რეგიონის ხელახალი აღმოჩენა, როგორც მოკლევადიანი გამოცდილებაზე დაფუძნებული საქმიანობის დანიშნულების ადგილი.

2. დაინტერესებული ჩართული მხარეების დამოკიდებულებისა და აღქმის კვლევა კულტურულ მემკვიდრეობის გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურიზმზე შავი ზღვის აუზის ქვეყნებში: რუმინეთი, მოლდოვა, უკრაინა და თურქეთი

2.1 მეთოდოლოგია

გამოცდილებით ტურიზმში, კერძოდ, მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის სხვადასხვა დაინტერესებული ჩართული მხარეების დამოკიდებულებისა და აღქმის შესასწავლად, სამაგიდო კვლევასთან ერთად გამოყენებული იქნა ემპირიული კვლევაც კითხვარების გამოყენებით, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია ვიზიტორების აღქმისა და დამოკიდებულების შესწავლა გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურისტულ საქმიანობებთან დაკავშირებით და ასევე ნახევრად სტრუქტურული სიღრმისეული ინტერვიუები დაინტერესებული მხარეების ფოკუს ჯგუფებთან.

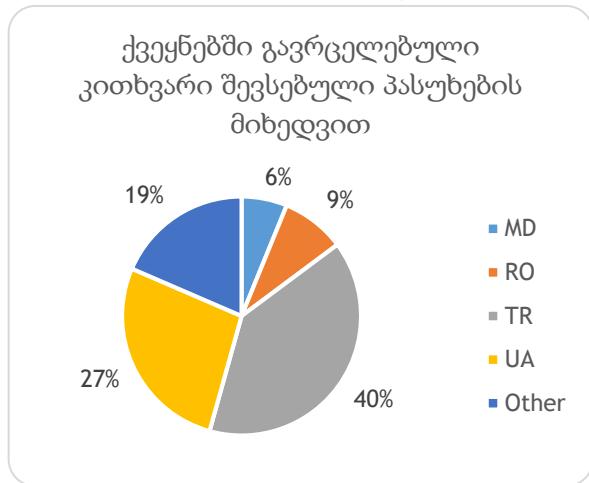
კვლევის მეთოდოლოგია არ განსხვავდებოდა სომხეთში, ბულგარეთში, საქართველოში და საბერძნეთში ჩატარებული ცალკეული ქვეყნების კვლევებისგან. გამოკითხვის გაფართოების მიზნით, კითხვარები და ნახევრად სტრუქტურირებული ინტერვიუების ფორმები ითარგმნა რუსულ და თურქულ ენებზე და რესპონდენტებს შესავსებად გადაეგზავნათ სამენოვანი ვერსია.

ონლაინ მედია და არაფორმალური ინტერესთა ჯგუფები ფართო მასშტაბით იქნა გამოყენებული ხარისხობრივი კვლევის შედეგების/პასუხის მისაღებად. შავი ზღვის აუზის ტერიტორიის გარეთ მყოფი ქვეყნების წარმომადგენლებმა ნებაყოფლობით მიიღეს მონაწილეობა კითხვარზე დაფუძნებულ კვლევაში და მოხდა მათი პასუხების განხილვაც, რადგან ისინი შავი ზღვის აუზის დაინტერესებული რეგიონის წარმომადგენლები არიან.

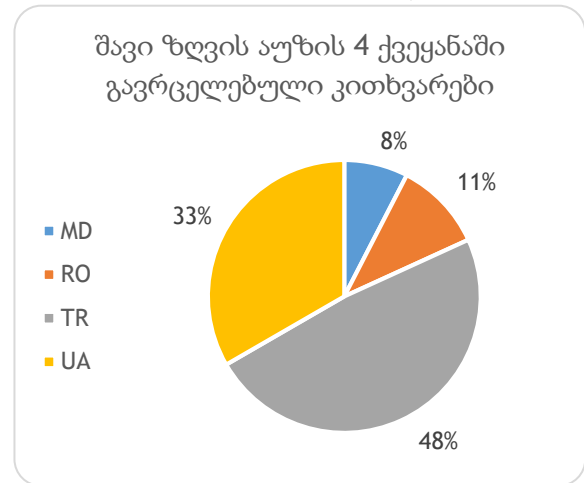
2.2. გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის მიმართ ვიზიტორების აღქმისა და დამოკიდებულების კვლევის შედეგები რუმინეთში, მოლდოვაში, უკრაინასა და თურქეთში

ინგლისურ, რუსულ და თურქულ ენებზე გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმისადმი ვიზიტორთა/ტურისტთა აღქმისა და დამოკიდებულების გამოკითხვის კითხვარები ივსებოდა 2020 წლის 1-ლიდან 31 დეკემბრამდე „Google Forms“-ის საშუალებით. ჯამში 81 კითხვარი შეივსო სამ ენაზე: 66 კითხვარი შევსებული იქნა ქვეყნის რეზიდენტების მიერ, ხოლო დარჩენილი 15 შეავსეს არარეზიდენტებმა (ავსტრალია, გერმანია, ესტონეთი, იტალია, სლოვაკია, შვედეთი, ტაჯიკეთი და რუსეთი).

დიაგრამა 1

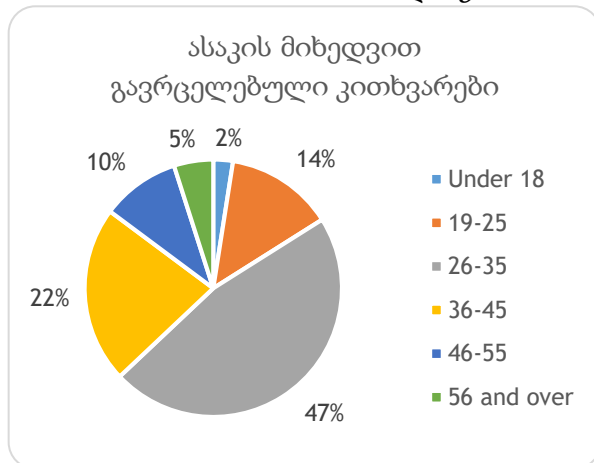


დიაგრამა 1a

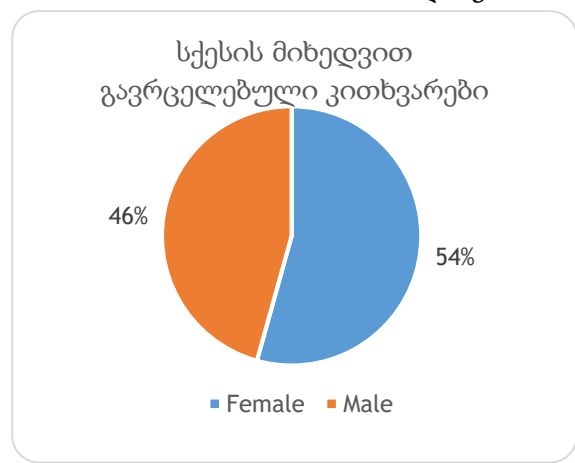


რესპოდენტთა დემოგრაფიული პროფილი

დიაგრამა 2



დიაგრამა 3



გამოკითხულთა უმრავლესობის ასაკი (47%) 26-დან 35 წლამდე მერყეობს, მეორე ასაკობრივი ჯგუფი 35-45 წელია და 22%-ს შეადგენენ. გამოკითხულთა დაახლოებით 15% 46 წელზე მეტისაა, ხოლო 16% 25 წელზე ნაკლები.

ამ უკანასკნელი ორი ჯგუფის მონაწილეობის დაბალი დონე განსხვავებულად აიხსნება - კითხვარები ძირითადად სოციალური მედიის საშუალებით იყო გაგზავნილი, სადაც უფროსი თაობის წარმომადგენლები ზოგადად ნაკლებად აქტიურობენ, შესაბამისად აღნიშნული ასაკობრივი ჯგუფიდან ნაკლებ ადამიანს შეეძლო ამის შესახებ ინფორმაციის მოძიება და გამოკითხვაში მონაწილეობის მიღება. რაც შეეხება გამოკითხულთა ახალგაზრდა თაობის წარმომადგენლებს, შესაძლოა მეტად დაინტერესდნენ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის სახეობებით, რომელიც განსხვავდება კულტურული და

ისტორიული ტურიზმისგან - შეიძლება სწორედ ეს მივიჩნიოთ მათი დაბალი აქტიურობის მიზეზად. (დიაგრამა 2).

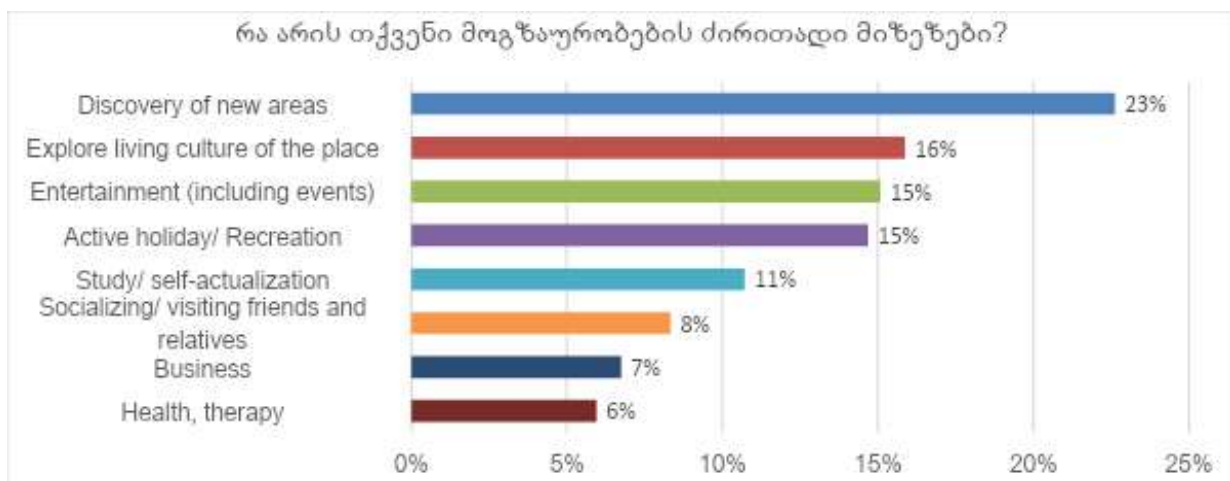
ორივე სქესი (კაცი და ქალი) თითქმის თანაბრადაა წარმოდგენილი, რაც მიუთითებს იმაზე, რომ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი ბუნებით გენდერულად ნეიტრალურია (დიაგრამა 3).

მოგზაურობის მახასიათებელი ჩვევები და უპირატესობები

კვლევის ძირითადი მიზანი იყო უკეთესად გაგვეგო მოგზაურთა დამოკიდებულება, აღქმა, ქცევის წესები და გადაწყვეტილების მიღების ფაქტორები, რომლებიც დაკავშირებულია გამოცდილებაზე დაფუძნებულ ტურისტულ საქმიანობაში. კითხვარის ძირითადი ნაწილი მოიცავდა ოთხ კითხვას, რომლებიც ამ ასპექტების შესახებ ინფორმაციის შეგროვებას ემსახურებოდა.

პირველი კითხვა ეხებოდა **მოგზაურობის ჩვეულ მიზანს** და რესპონდენტებს შეეძლოთ აერჩიათ რამდენიმე ვარიანტი, რაც მათი მოგზაურობის მიზნებს გამოხატავდა. შედეგებმა საკმაოდ მრავალფეროვანი უპირატესობები გამოავლინა, მაგრამ შეიძლება გამოვყოთ ის ოთხი ვარიანტი, რომლებმაც 10%-ზე მეტი ხმა დააგროვა, დაკავშირებულია **გამოცდილების მრავალფეროვნებასთან**: ახალი ადგილების აღმოჩენა (23%), დანიშნულების ადგილის ცხოვრების კულტურის შესწავლა (16%), გასართობი და აქტიური დასვენება (თითოეულმა ცალ-ცალკე 15%) და სწავლა/თვითრეალიზაცია (11%). მეგობრებისა და ნათესავების მონახულების შესახებ ვარიანტი ვერ მოხვდა ზემოთ ჩამოთვლილ ოთხეულში - რაც შეგვიძლია მივიჩნიოთ, რომ ტურისტისთვის მოგზაურობის სოციალურ ასპექტებზე უფრო მნიშვნელოვანია ის შესაძლებლობები, როგორიცაა აღმოჩენა, განცდა და სიახლის შემეცნება. (დიაგრამა 4)

დიაგრამა 4. პასუხების გადანაწილება მოგზაურობის ჩვეული მიზნების მიხედვით⁸

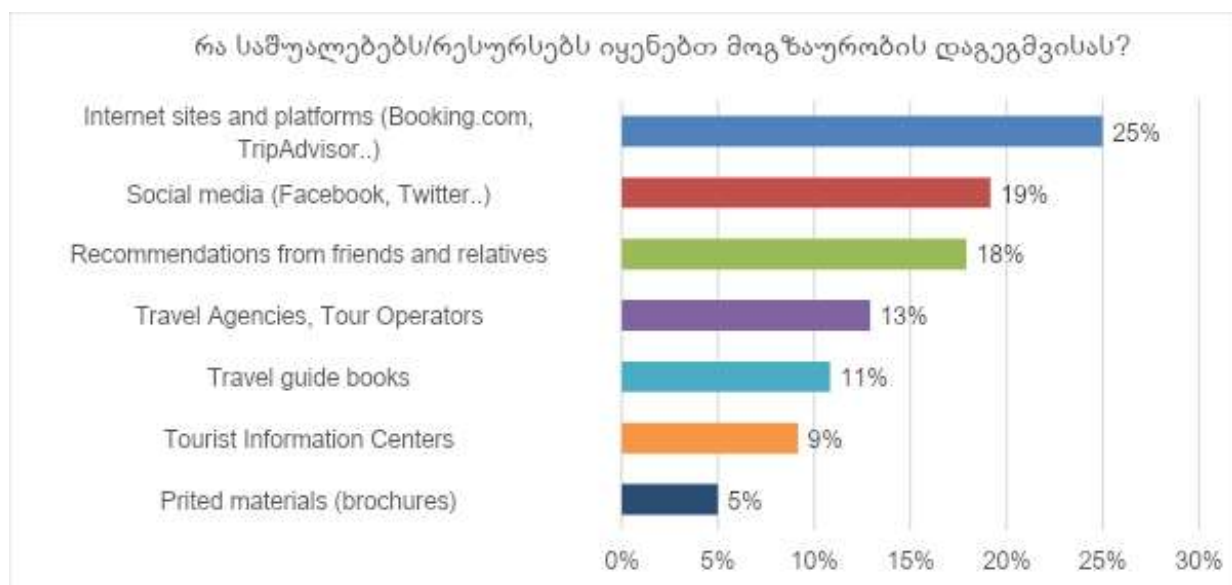


⁸ დიაგრამა 4. პასუხები

1. ახალი ადგილის აღმოჩენა; 2. ადგილობრივი ცხოვრების კულტურის შესწავლა; 3. გასართობი (მათ შორის ღონისძიებები); 4. აქტიური დასვენება/რეკრეაცია; 5. განათლება/თვით-რეალიზება; 6. სოციალიზაცია და მეგობრების მონახულება; 7. ბიზნესი; 8. ჯანმრთელობა, თერაპია

მეორე კითხვა ეხებოდა ინფორმაციის წყაროს, რომელსაც რესპოდენტები იყენებენ მათი მოგზაურობის დასაგეგმად (დიაგრამა 5). გამოვლინდა 2 ვარიანტი, რომელმაც ყველაზე მეტი ხმა მიიღო. 25% იყენებს სპეციალიზირებულ ვებსაიტებსა და პლატფორმებს ინფორმაციის მისაღებად და 19% კი - სოციალურ მედიას. მესამე ყველაზე გავრცელებული პასუხია სანდო ადამიანების (მეგობრების ან ნათესავების) რეკომენდაციები - რესპოდენტთა 18%-მა აირჩია ეს პასუხი. ეს გულისხმობს, რომ ტურისტული სერვისის მომწოდებლებმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიაქციონ ინტერნეტში მათ არსებობას, აგრეთვე "პირდაპირობას", მათ შორის სხვადასხვა ინტერესის მქონე ჯგუფებში ინტერნეტით გავრცელებულ პოზიტიურ რეკომენდაციებს. გამოკითხულთა 13% მიმართავს ტურისტულ სააგენტოებსა და ოპერატორებს, და მხოლოდ 9% ტურისტულ საინფორმაციო ცენტრებს. შედეგები იმის მაჩვენებელია რომ რესპოდენტთა დიდი უმეტესობა საკუთარ მოგზაურობას გეგმავს დამოუკიდებლად და უპირატესობას ანიჭებს ონლაინ სივრცეებს, და არა ფიზიკურს (მათ შორისაა ბეჭდვითი მასალები - ბროშურები, რომელიც მხოლოდ 5%-ის არჩევანია).

დიაგრამა 5: პასუხების გადანაწილება მოგზაურობის დაგეგმვისას გამოყენებული ინფორმაციული წყაროები⁹

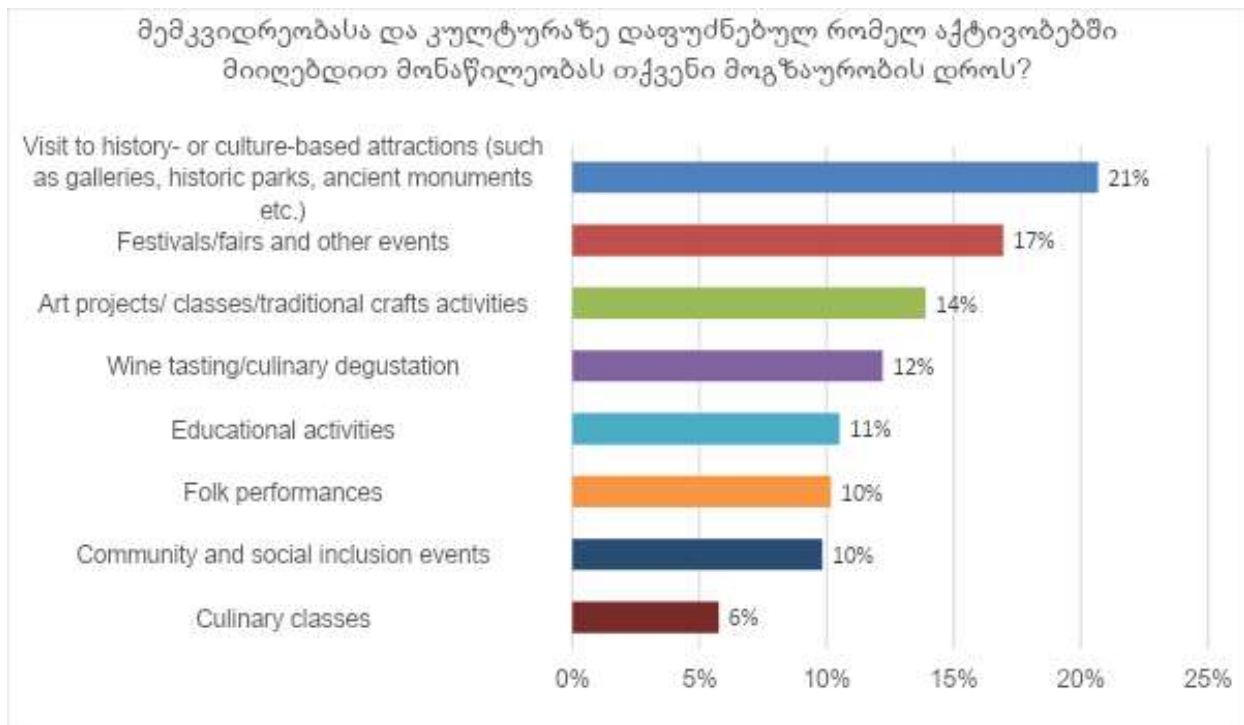


მესამე შეკითხვა ეხებოდა კულტურასა და მემკვიდრეობაზე დაფუძნებულ აქტივობებს, და რომელ მათგანს ანიჭებენ უპირატესობას (დიაგრამა 6). ყველაზე პოპულარული ვარიანტია „ვიზიტი ისტორიულ ან კულტურულ ძეგლზე (როგორიცაა გალერეა, ისტორიული პარკი, უძველესი ძეგლი და ა.შ.)“, რომელიც რესპოდენტთა 21%-მა დაასახელა. მომდევნო 3 პოპულარული პასუხი უკავშირდება აქტიურ საქმიანობებსა და გამოცდილებებს, მაგალითად „ფესტივალები, ბაზრობები და სხვა ღონისძიებები“ - 17%, „ტრადიციული რეწვა,

⁹ დიაგრამა 5-ის პასუხები: 1. ინტერნეტ გვერდები და პლატფორმები (Booking.com; TripAdvisor...); 2. სოციალური მედია (Facebook, Twitter...); 3. მეგობრებისა და ნათესავების რეკომენდაციები; 4. ტურ-აგენტები და ტურ-ოპერატორები; 5. სამოგზაურო გზამკვლევები; 6. ტურისტული საინფორმაციო ცენტრები; 7. ბეჭდვითი მასალები (ბროშურები)

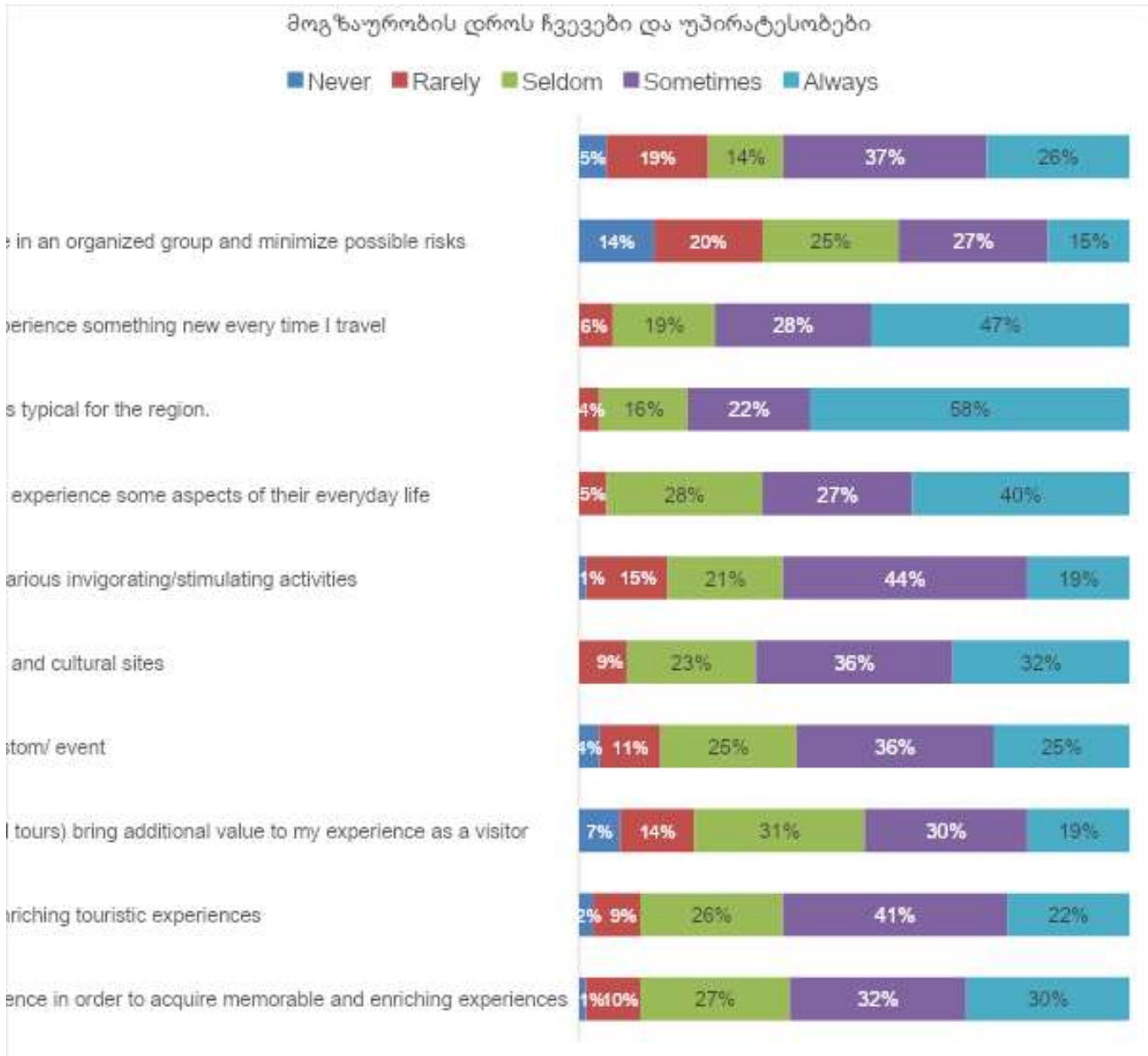
მასტერკლასები, კულტურული პროექტები“ - 14% და „ღვინისა და საკვების დეგუსტაცია“-მ 12% დაიმსახურა.

დიაგრამა 6: პასუხების გადანაწილება მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის ყველაზე სასურველი აქტივობა¹⁰



მეოთხე შეკითხვის მიზანი იყო გამოვლინა მოგზაურობის დროს ჩვევები და უპირატესობები (დიაგრამა 7). 11 სავარაუდო პასუხიდან რესპონდენტებს ვთხოვეთ აერჩიათ მათთვის ახლობელი ის ვარიანტები, რომლებიც მათ ჩვევებსა და დამოკიდებულებებს ასახავდა მოგზაურობის დროს. შედეგების შეჯამებისას გამოვლინდა, რესპონდენტთა 63% მზადაა (ყოველთვის ან ზოგჯერ) გადაიხადოს ზედმეტი და 62% კი მზადაა (ყოველთვის ან ზოგჯერ) უარი თქვას საკუთარ კომფორტზე, რათა მიიღოს დაუვიწყარი, საზრიანი სამოგზაურო გამოცდილება. გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა უპირატესობას ანიჭებს (ყოველთვის ან ზოგჯერ) ყოველი მოგზაურობის დროს ნახოს და შეიცნოს რამე ახალი (75%), შეხვდეს ადგილობრივ მოსახლეობას და გამოცადოს მათი ყოველდღიური ცხოვრების წესი (67%), დააგემოვნოს ახალი კერძები, რომელიც ამ რეგიონისთვისაა დამახასიათებელი (80%). ორგანიზებული ტურები (რომელიც ასოცირდება დაბალ ფასთან) არ წარმოადგენს გამოკითხულთა სასურველი ვარიანტს და ბოლოს, რაც შეეხება ტექნოლოგიების გამოყენებას მოგზაურობის დროს გამოცდილების მისაღებად შერჩევითია.

^{10 10} დიაგრამა 6-ის პასუხები: 1.. ისტორიული ან კულტურული ღირსშესანიშნაობის მონახულება (როგორიცაა გელერეები, ისტორიული პარკები, უშველესი ძეგლები და ა.შ.); 2. ფესტივალები/ბაზრობები და სხვა ღონისძიებები; 3. არტ პროექტები/მასტერკლასები/ტრადიციული რეწვის აქტივობები; 4. საკვებისა და ღვინის დეგუსტაცია; 5. საგანმანათლებლო აქტივობები; 6. ფოლკლორული წარმოდგენები; 7. საზოგადოებრივი და სოციალური ინკლუზიური ღონისძიებები; 8. კულინარიული მასტერ კლასები.



დიაგრამა 7: პასუხების გადანაწილება მოგზაურობის დროს ჩვევები და უპირატესობები¹¹

¹¹ დიაგრამის პასუხების თარგმანი: 1. ჯგერმავ მოგზაურობის ყველა ასპექტს; 2. ახალი ადგილის მონახულების დროს, უპირატესობას ვანიჭებ ორგანიზებულ ტურისტულ ჯგუფს და სავარაუდო რისკების მინიმალიზირებას; 3. მიყვარს თავგადასავლები და ყოველი ახალი მოგზაურობის დროს მინდა გავაკეთო და გამოვცადო რამე ახალი. 4. მოგზაურობის დროს მიყვარს ახალი კერძების დაგემოვნება, რომელიც დამახასიათებელია ამ რეგიონისთვის. ; 5. მომწონს ადგილობრივებთან შეხვედრები და კომუნიკაცია, მათი ყოველდღიური ცხოვრების გაგნობა; 6. მოგზაურობის დროს სურვილი მაქვს მონაწილეობა მივიღო გამაჯანსაღებელ/მასტიმულირებელ აქტივობებში; 7. განსაკუთრებით დაინტერესებული ვარ კულტურისა და მემკვიდრეობის ძეგლების მონახულებით; 8. სიამოვნებით მივიღებდი მონაწილეობას ტრადიციულ რიტუალებში/კარნავალებში/ღონისძიებებში; 9. ტექნოლოგიები და ინოვაციები (როგორცაა ციფრული ტურები) დამატებით ფასეულობას სძენენ ჩემს ტურისტულ

2.3 ინტერვიუები დაინტერესებულ მხარეებთან

პირველადი კვლევის მეორე ნაწილში სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების წარმომადგენლები მონაწილეობდნენ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის შეთავაზებების შექმნის პროცესში სადაც შემუშავდა:

- დაინტერესებული მხარეების მიერ კონცეფციის აღქმა მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის“ სერვის მომწოდებლებზე.
- პოტენცია, შესაძლებლობები და რისკები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებისათვის
- სამთავრობო მხარდაჭერის საჭიროებები

ინტერვიუს ფორმატი ადაპტირებული იყო ტურიზმის სხვადასხვა ტიპის მომსახურების მიმწოდებლების სპეციფიურ პროფილებზე. კვლევის დროს შექმნილი ბაზა მოიცავს 120 კონტაქტს, რომელთაგან 25 დათანხმდა ინტერვიუს და ელ. ფოსტის საშალებით უპასუხა კითხვებს.

გამოკითხვაში მონაწილეობდნენ დაინტერესებული მხარეების შემდეგი ტიპები:

ცხრილი 1:

	რუმინეთი	მოლდოვა	უკრაინა	თურქეთი	ჯამი
საზოგადოებრივი ორგანიზაციები	3	1	0	1	5
განთავსების საშუალებები	1	4	3	2	10
გიდები	2	2	1	1	6
ტურისტული კომპანიები	0	0	3	1	4
სულ	6	7	7	5	25

რუმინეთის, მოლდოვის, უკრაინისა და თურქეთის დაინტერესებული და ჩართული მხარეების მიერ აღქმული კონცეფცია მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის შესახებ

საინტერესოა, რომ დაინტერესებულ მხარეებს, რომლებიც მონაწილეობდნენ გამოკითხვაში, წარმოდგენა ჰქონდათ თუ რა არის გამოცდილებითი ტურიზმი და სწორედ ეს გახდა ერთ-ერთი მიზეზი, რის გამოც სურვილი გამოთქვეს კვლევით ჯგუფთან განეხილათ აღნიშნული საკითხი. ოცდახუთივე მონაწილეს ესმოდა გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის არსი, სწორედ ისე, როგორც ეს განმარტებულია აკადემიურ ლიტერატურაში. კერძოდ,

გამოცდილებას; 10. მზად ვარ გადავიხადო მეტი, რათა მივიღო უფრო საზრიანი, დაუვიწყარი ტურისტული გამოცდილება; 11. მზად ვარ დავთმო კომფორტული პირობები დაუვიწყარი და მრავალფეროვანი გამოცდილებების მისაღებად.

მონახულებულ ადგილთან სრული შერწყმის საშუალება, კულტურის, ტრადიციების, ცხოვრების წესის უკეთ გაცნობა, ადგილობრივი საკვებისა და სამზარეულოს დაგემოვნება, ადგილობრივ ღონისძიებებსა და დღესასწაულებში მონაწილეობის მიღება და ა.შ.

"კულტურის" აღქმის თვალსაზრისით რესპონდენტები თითქმის თანაბრად აღიარებენ ისტორიულ ასპექტებს (9 რესპონდენტმა ახსენა) და თანამედროვე კულტურა - თუ როგორ ცხოვრობენ ადამიანები ახლა, ამ ეპოქაში (7-მა რესპონდენტმა აღნიშნა). 25 გამოკითხულიდან 9 (ანუ 36%) აკავშირებს მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებით ტურიზმს, როგორც ვიზიტს გარკვეულ ადგილზე (ისტორიულ ადგილას, ძეგლზე ან თუნდაც ძველ სოფელში). 4 რესპონდენტი მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის მნიშვნელოვან ასპექტად მიიჩნევს ვიზიტორებისთვის მნიშვნელოვანი მოგონებების შექმნის პროცესს.

შესაძლებლობები, რისკები და გამოწვევები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებისათვის

გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა (25-დან 23 რესპონდენტი) ეთანხმება, რომ ტურიზმის ამ ფორმის განვითარების დიდი შესაძლებლობები არსებობს, რადგან ეს არის ახალი ნიშა, რომელიც უზრუნველყოფს მდგრადი ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობებს, რომელსაც შეუძლია მთელი წლის განმავლობაში ფუნქციონირება (ყველა სეზონზე, ნებისმიერ ამინდში).

მთავარ გამოწვევად მთავრობის მხრიდან მხარდაჭერის ნაკლებობაა, რომელიც ორ ასპექტში ვლინდება:

არასაკმარისი (ან საერთოდ არარსებული) ბიზნეს მხარდაჭერა (აღნიშნულია 6 რესპონდენტის მიერ)

ზოგადად სექტორის მხარდაჭერის არარსებობა: ტურიზმის სფეროში არათანმიმდევრული პოლიტიკა (აღნიშნულია 2 რესპონდენტის მიერ), ქვეყნისა და მისი რეგიონების, როგორც დანიშნულების ადგილის უკეთესი პოპულარიზაციის საჭიროება (აღნიშნულია 4 რესპონდენტის მიერ), ცუდი ინფრასტრუქტურა (აღნიშნულია 3 რესპონდენტის მიერ), კორუფცია (აღნიშნულია 1 რესპონდენტის მიერ)

გარდა ამისა, 3-მა რესპონდენტმა ხაზი გაუსვა მთავრობის როლს ტურიზმის ამ სახეობის სწორ რეგულაციაში, რომ არ მოხდეს (ბუნებრივი და ისტორიული) რესურსების გადამეტებული ათვისება და გამოყენება.

რესპონდენტთა დიდი ნაწილის აზრით, ამ სახეობის ტურიზმის მარკეტინგი დიდ გამოწვევას წარმოადგენს და საჭიროებს სათანადო პრეზენტაციას. 4 მათგანის აზრით ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის სფეროში დასაქმებული ადამიანები არ არიან სათანადოდ მომზადებულები, რომ მომხმარებელს წარუდგინონ და "მიყიდონ" მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურისტული პროდუქტი. რამაც შეიძლება გამოიწვიოს ტურისტების მხრიდან ინტერესის ნაკლებობამ (აღნიშნა 5-მა რესპონდენტმა). 2 ინტერვიუერის აზრით, ამ სფეროს განვითარებისთვის გლობალური მიდგომა და მასში ჩართულ მხარეებს შორის უკეთესი თანამშრომლობა საჭირო.

კოვიდ 19 და მისი გავლენა სექტორზე

25-მა ინტერვიუერმა განაცხადა, რომ პანდემიამ დიდი გავლენა იქონია მათ მუშაობაზე. მიუხედავად იმისა, რომ 19-მა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ეფექტი მკვეთრად უარყოფითი იყო, 4 მათგანის აზრით, მათმა ორგანიზაციებმა გამოიყენეს გზა უკეთესად გამოყენებინათ შექმნილი სიტუაცია და მოახდინეს ორგანიზაციული სტრატეგიის კორექტირება, ახალი პროდუქტების შემუშავება, არსებულის ტრანსფორმაცია და ადგილობრივ ტურისტებზე მორგება, მოკლევადიანი (ერთდღიანი) პაკეტების ამოქმედება, დამატებითი ონლაინ აქტივობების შექმნა და ინტერნეტ სივრცეში უკეთესი პოზიციონირება, ამავე დროს შეძლეს გაეუმჯობესებინათ უსაფრთხოების ზომები.

მთავრობის როლის აღქმა

ყველა რესპონდენტმა (25) ერთობლივად გაუსვა ხაზი საჯარო პოლიტიკის მნიშვნელობას მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარებაში. შედეგების მიხედვით, მთავრობის მხრიდან დამხმარე ქმედებები განისაზღვრა შემდეგი მიმართულებების შესაბამისად:

- მემკვიდრეობის ძეგლების გაუმჯობესებული კონსერვაცია (აღნიშნულია 13 რესპონდენტის მიერ). 3 ინტერვიუერმა აღნიშნა სათანადო კანონმდებლობის მნიშვნელობა, რომელიც არეგულირებს ტურისტებისთვის/ვიზიტორებისთვის ხელმისაწვდომობას და მემკვიდრეობის ძეგლების ექსპლუატაციის წესს, რათა დაცული იყოს ორივე მხარის უფლებები თანაბრად - შეუფერხებელი წვდომა და არტეფაქტების დაზიანების პრევენცია („ხალხს უნდა ჰქონდეს ისტორიული ძეგლის მონახულების საშუალება, მაგრამ სახელმწიფომ უნდა იზრუნოს ნაკადების კონტროლზე, რათა არ მოხდეს გადამეტებული ექსპლუატაცია“; სახელმწიფომ უნდა გააუმჯობესოს და დახვეწოს კანონმდებლობა ჩვენი კულტურული მემკვიდრეობის ”უსაფრთხოებისა და პოპულარიზაციის“ შესახებ და ა.შ.)
- ბიზნესის მხარდაჭერა, განსაკუთრებით კოვიდ 19-ის პანდემიის პირობებში (აღნიშნა 10-მა რესპონდენტმა)
- ტურიზმის ეროვნული პოლიტიკის გაუმჯობესება - ”ქვეყანაში და ცალკეულ რეგიონებში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების თანმიმდევრული და გლობალური პროგრამა”, ”ტურიზმის ამ სახეობას უნდა ჰქონდეს ძლიერი სარეკლამო კამპანია სამთავრობო დონეზე ”და ა.შ.
- ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება (განსაკუთრებით გზების), რათა სოფლები და დისტანცირებული ადგილები გახდეს ადვილად მისასვლელი და ტურისტებისთვის მიმზიდველი (აღნიშნა 3-მა რესპონდენტმა)

შეთავაზებული აქტივობები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებითი ტურიზმში

- ტურ-ოპერატორები და ტურ-აგენტები მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ გამოცდილებით ტურიზმს მიიჩნევენ როგორც ღონისძიებას ან მოვლენას, და ტურისტებს სთავაზობენ მასში მონაწილეობის მიღებას. ისინი ადგილობრივ აქტივობებს სთავაზობენ შექმნილ პროგრამებში (რეწვის მასტერკლასები ან არტ-ვორქშოპები) (განთავსების საშუალებებიდან ათივე

გამოკითხულმა აღნიშნა) და რეგიონისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული კერძებისა და სასმელის დეგუსტაცია (განთავსების საშუალებების ათივე ინტერვიუერმა აღნიშნა, რომ ფლობენ რესტორანსაც, სადაც სთავაზობენ სტუმრებს სპეციალურ მენიუს; ტურ-აგენტები და გიდებიც თავიანთ ორგანიზებულ ტურებში ითვალისწინებენ ტრადიციულ რესტორანში ვიზიტს). აგრეთვე ხდება მოკლევადიანი ტურისტული პაკეტების შეთავაზება ეროვნული ან რელიგიური დღესასწაულების დროს. 4 საჯარო ორგანიზაცია, რომელიც მონაწილეობას ღებულობდა გამოკითხვაში, და 2 განთავსების საშუალების წარმომადგენელი რეგულარულად უწევენ წვეულებებს ორგანიზებას ეროვნულ დღესასწაულებზე და ამით იზიდავენ უფრო მეტ ტურისტს. აღნიშნულმა ღონისძიებებმა ყოველწლიური ხასიათი მიიღო და მათ ადგილობრივი ბიზნესის დაინტერესებული მხარეებიც სთავაზობენ თავიანთ მომხმარებლებს.

მარკეტინგული არხები

ყველა ინტერვიუერმა (სულ 25) აღნიშნა, რომ იყენებენ ინტერნეტს საკუთარი ბიზნესის პოპულარიზაციისთვის და პოტენციური ტურისტების მოსაზიდად - ძირითადად სოციალურ მედიას. მათ უმეტესობას რამდენიმე პროფილი აქვს, რათა ხმა მიაწვდინოს და მოიზიდოს უფრო მეტი კლიენტი. ტურ-აგენტებსა და განთავსების საშუალებების წარმომადგენლებს აქვთ საკუთარი საიტები, რომელიც ინტეგრირებულია რამდენიმე ენაზე. განთავსების საშუალების ათივე წარმომადგენელს საკუთარი პროფილები აქვთ სპეციალიზირებულ პლატფორმებზეც (TripAdvisor, Booking, LonelyPlanet).

მდგრადობა და ინოვაციები

მდგრადობა და ინოვაციები შეტანილი იყო კითხვარში ბიზნეს მოდელთან და მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებით ტურისტულ საქმიანობებთან მიმართებაში, რომელსაც სთავაზობენ ტურისტებს. წინასწარი კითხვების გარდა, მდგრადობისა და ინოვაციების საკითხები არაფორმალურად განიხილეს გიდებთან და ტურ-ოპერატორებთან, რომლებიც მონაწილეობდნენ კვლევაში. როგორც ჩანს, ისინი მდგრადობას ძირითადად აკავშირებენ გარემოსდაცვით ასპექტთან (მაგალითად, ბუნების შენარჩუნების აუცილებლობა, რომელსაც ტურისტები იყენებენ ძაღლების აღსადგენად და ძირითადი მომსახურების დროს ნაკლებად დამაბინძურებელი ტექნოლოგიების გამოყენების აუცილებლობა, მაგალითად როგორიცაა მზის ენერგია სასტუმროებსა და რესტორნებში, მრავალჯერადი პირსახოცების გამოყენების პრაქტიკა, საკვების მომზადება ნარჩენების გარეშე და ა.შ.). სოციალური და ეკონომიკური ასპექტები არ იყო პირდაპირ მოხსენიებული, თუმცა რესპონდენტები ირიბად შეეხნენ მათ, როდესაც წამოაყენეს მემკვიდრეობის ძეგლების სათანადო კონსერვაციის საჭიროება და ვიზიტორთა ნაკადების ჯანსაღი ლიმიტირების საკითხი. რეალურად რესპონდენტებმა იცოდნენ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ეკონომიკურ, სოციალურ და ეკოლოგიურ ასპექტებს შორის შესაძლო ურთიერთგაგების კავშირი, თუმცა არ დაარქვეს მას მდგრადობის სახელი. ინოვაციის კონოტაცია მოხდა ICT-ის ინტერპრეტირებით რათა მომხდარიყო კომპანიისა და ღირსშესანიშნაობების ბაზარზე უკეთესი წარდგენა. ვირტუალური და/ან დამატებითი რეალობის ან ციფრული წარმოდგენების ექსპერიმენტი ჩაითვალა, როგორც დროებითი საქმიანობა, რაც მიუთითებს იმაზე, რომ განვითარების ნიშა არსებობს. მიუხედავად იმისა, რომ ახალი ბიზნეს მოდელები

მიჩნეულ იქნა ინოვაციებად, ინტერვიუერები ტურიზმისა და სტუმარტმასპინძლობის ინდუსტრიას საკუთარ ქვეყნებში კვლავაც ტრადიციულ სექტორად მიიჩნევენ და არა ინოვაციურად.

3. სამოქმედო დასკვნები და შედეგები

საჭიროებების შეფასება ადასტურებს, რომ მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებით ტურიზმს აქვს დიდი, მაგრამ აუთვისებელი პოტენციალი რუმინეთში, მოლდოვაში, უკრაინისა და თურქეთში.

ამ თავში გაანალიზების ძირითად გამოწვევას 4 ქვეყნის ტურიზმისა და სტუმარტმასპინძლობის ინდუსტრიის მრავალფეროვანი პროფილი წარმოადგენდა. ძნელია შედარებები გააკეთო ისეთ ქვეყანასთან როგორც თურქეთია, რომელიც საერთაშორისო მოგზაურებში განთქმული მიმართულებაა, თუნდაც ეს უკავშირდებოდეს ხმელთაშუა ზღვას და არა შავს, რომელიც ნაკლებადაა განვითარებული, ან რუმინეთის ახალი წარმოქმნილი მიმართულებებით, მოლდოვა, სადაც ტურიზმი ყველაზე ნაკლებადაა განვითარებული ევროპის მასშტაბით და უკრაინა, რომელიც მუდმივ ჭიდილშია ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის წარმოჩენასა თუ შიდა მიმდინარე სამხედრო კონფლიქტების მოგვარებას შორის.

შავი ზღვის აუზის ქვეყნების - რუმინეთის, უკრაინისა და თურქეთის, საერთო მახასიათებელია შიდა და ტრანსსასაზღვრო ტურიზმის საგრძნობლად მაღალი მაჩვენებელი. მოლდოვა, უკრაინისა და თურქეთის შემთხვევაში პანდემიამდე, შესანიშნავი საშუალება იყო საერთო მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული ერთობლივი პროდუქტის შეთავაზება. 2020 წლის შავი ზღვის ზაფხულის სეზონი ხასიათდებოდა შიდა და მოსაზღვრე მეზობელი ქვეყნების ტურისტული ნაკადებით და როგორც ჩანს მსგავსი სიტუაციაა მოსალოდნელი 2021 წელსაც.

სამაგიდო კვლევამ გამოავლინა რომ გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმი ცალსახად წარმოადგენს ქვეყნების სამთავრობო პოლიტიკის ნაწილს. მხოლოდ რუმინეთის ტურიზმის ეროვნული სტრატეგიაში, ინოვაციები და გამოცდილებები დაკავშირებულია კულტურასა და მემკვიდრეობასთან. დანარჩენ სამ ქვეყანაში, ფოკუსირება ხდება სპეციფიურ ინტერესებზე, რაც დაკავშირებულია მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებულ ტურიზმთან. ამ თვალსაზრისით, მეტი ინტეგრირებული მიდგომებია საჭირო პოლიტიკურ დოკუმენტებში, აგრეთვე აუცილებელია გზების, სტრატეგიული მიზნებისა და პრიორიტეტების დასახვა რეგიონებისა და თემების განვითარების მისაღწევად, სადაც კულტურის შენარჩუნება იქნება გარანტირებული. გარდა ამისა, ტურიზმისა და კულტურის პოლიტიკა თანმიმდევრული უნდა იყოს, რათა დაცული და შენარჩუნებული იყოს შავი ზღვის უნიკალური რესურსები გადამეტებული ათვისებისა და მოხმარებისგან. უკეთ უნდა იქნას გამოყენებული ეროვნული და საერთაშორისო ფლაგმანური ინიციატივები, რომლებიც პოპულარიზებას უწევენ ქალაქებსა და რეგიონებს ევროპის მასშტაბით - როგორცაა იუნესკოს სია, ევროპის კულტურული დედაქალაქი, ევროპის ახალგაზრდული დედაქალაქი, ევრო საბჭოს წლები და ა.შ.

პირველადი კვლევის შედეგად დადასტურდა რომ ტურისტები/ვიზიტორები და სერვის მომწოდებლები დაინტერესებულები არიან მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობაში. ორივე ჯგუფი გამოყოფს მოგზაურობის 2 მნიშვნელოვან ასპექტს: კონკრეტული ადგილის მონახულება და იქ მიღებული გამოცდილება/შთაბეჭდილებები. მაშინ როცა მოგზაურებისთვის ადგილის მონახულების აქტი უპირატესია, სერვის მომწოდებლები უფრო მნიშვნელოვნად გამოცდილებასა, შთაბეჭდილებას და ადგილთან დაკავშირებულ მოგონებებს მიიჩნევენ. შესაბამისად, მომსახურების მომწოდებელთა ძირითადი ამოცანაა ვიზიტორების მოზიდვა გარკვეულ დანიშნულების ადგილზე. ამასთან დაკავშირებით, როგორც რესპონდენტები, ასევე აკადემიური მკვლევრები ითხოვენ თავიანთი ქვეყნების ეროვნული ბრენდინგის გაუმჯობესებას, ადვილად ხელმისაწვდომობა/მისადგომობას, ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებას და უსაფრთხოების უფრო მაღალ სტანდარტებს.

ინფორმაციის მოძიების თვალსაზრისით, ტურისტები/ვიზიტორები იყენებენ ინტერნეტს და სოციალურ მედიას. იმავეს ადასტურებენ სერვის მომწოდებლებიც, რომლებიც დიდ დროსა და რესურს ხარჯავენ ინტერნეტში სწორ პოზიციონირებაზე. ამასთანავე, მემკვიდრეობაზე და კულტურაზე დაფუძნებული გამოცდილებითი ტურიზმის შესახებ ისინი სავარაუდოდ გამოიყენებენ ონლაინ მედიას არა მხოლოდ პოპულარიზაციისთვის, არამედ კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის პრეზენტაციისა და გამოცდილების გასაზრდელად. შავი ზღვის აუზში უკეთესი ურთიერთკავშირი ხელს შეუწყობს მას. პრობლემას წარმოადგენს ტექნოლოგიური ჩამორჩენა მაშინ როცა, ტურისტული სერვისები ტექნოლოგიების განვითარებასთან და ეკონომიკის დიჯიტალიზაციასთანაა დაკავშირებული, აუცილებელია ჩატარდეს მიზნობრივი ტრენინგები ტურიზმის სერვის მომწოდებლებისთვის, სადაც აქტიურად გამოიყენებენ ICT-სა და ონლაინ ტექნოლოგიებს გამოცდილების შესაქმნელად და რესურსების შესანარჩუნებლად.

გამოცდილება მაშინ იძენს მნიშვნელობას, როცა ვიზიტორები სტუმრობენ ადგილს. მდგრადობა და ინოვაცია აშკარად არ იყო ნახსენები, როგორც ამ პროცესის განუყოფელი ნაწილი, მიუხედავად იმისა, რომ გამოკითხული რესპონდენტები ინტუიციურად გრძნობდნენ მის აუცილებლობას. ვიზიტორები მიმართავენ ტექნოლოგიებს მხოლოდ გამოცდილების გამძაფრების მიზნით, ამიტომ მომსახურების მომწოდებლებმა გონივრულად უნდა გამოიყენონ ეს შესაძლებლობები. საჭიროა გლობალური მიდგომა, ადგილობრივი საზოგადოების, რეგიონული ხელისუფლებისა და მომსახურების მომწოდებლების ერთობლივი ჩართულობით. პერსონალური ჩართულობა ტურისტებში იწვევს ზრუნვისა და პასუხისმგებლობის გრძნობას და ქმნის მონახულებულ ადგილთან დაკავშირებულ გრძელვადიან მოგონებებს.

წყაროები

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: სომხეთი

კატვალიან მ.ა., ჰოვანისიან ფ.ჰ., მინასიან ე.გ. სომხეთის ისტორია: უძველესი დროიდან დღევანდელობამდე, საუნივერსიტეტო ბროშურა, რედაქტორი პროფ. ჰრ. რ. სიმონიანი, YSU გამომცემლობა, 2012, 874 გვერდი (სომხურ ენაზე)
სომხეთის ნაციონალური ატლასი, ტომი A. სარედაქციო საბჭო. - ერევანი, 2007 (სომხურ ენაზე)
სომხეთის რესპუბლიკის წითელი წიგნი, ერევანი, 2013 (სომხურ ენაზე)
მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში 2019, მოგზაურობა და ტურიზმი გარდამტეხ ეტაპზე, WTTC. სომხეთი 2020 ყოველწლიური კვლევა: ძირითადი მაჩვენებლები

<http://hdr.undp.org/en/content/latest-human-development-index-ranking> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), გაეროს განვითარების პროგრამა: ადამიანის განვითარების ანგარიშები

<http://www.parliament.am/> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), სომხეთის რესპუბლიკის ნაციონალური ანსამბლეა

<http://www.rtd.am/en/> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), ინტეგრირებული სოფლის ტურიზმის განვითარების პროექტი

<https://escs.am/en> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), სომხეთის რესპუბლიკის განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო

<https://hushardzan.am/> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), "ისტორიულ-კულტურული მუზეუმ-ნაკრძალი და ისტორიული გარემოს დაცვის სამსახური" სახელმწიფო არაკომერციული ორგანიზაცია

<https://ich.unesco.org/en/state/armenia-AM?info=elements-on-the-lists> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), UNESCO-ს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა

<https://myarmenia.si.edu/en/> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), ჩემი სომხეთი

<https://whc.unesco.org/en/statesparties/am> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი. 2021, 15:15), UNESCO-ს მატერიალური ტურისტული მემკვიდრეობა

<https://www.arlis.am/> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), სომხეთის იურიდიული საინფორმაციო სისტემა

<https://www.armstat.am> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), სომხეთის რესპუბლიკის სტატისტიკური კომიტეტი

<https://www.petekamutner.am/DefaultCs.aspx?sid=cs> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), სომხეთის რესპუბლიკის საბაჟო სამსახური

<https://www.spyur.am/> (ბოლოს შემოწმდა 02 თებერვალი 2021, 15:15), Spyur-ის ინფორმაციული სისტემა

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: ბულგარეთი

- გოდოვიზ მ., ტასცი, ა.დ. (2020), მომხმარებელთა გამოცდილება ტურიზმში: განმარტებების, კომპონენტებისა და მასალების მიმოხილვა, ტურიზმის მენეჯმენტის პერსპექტივები
- პაინ ჯ.ბ და გილმორ ჯ.კ. (1999), გამოცდილებითი ეკონომიკა, ჰარვარდი, ბიზნესის მიმოხილვა
- ს. ჩანგ, 2018, გამოცდილებითი ეკონომიკა სტუმარტმასპინძლობასა და ტურიზმში: მოგებისა და ზარალის ღირებულებები მომსახურებისა და გამოცდილებისთვის, ტურიზმის, 64 (2018), გვ. 55-63
- მ. ჩიქსენტმიჰაი, 1990, ნაკადი: ოპტიმალური გამოცდილების ფსიქოლოგია, ჰარპერი და როუ, ნიუ იორკი, (1990)
- პაინი და გილმორი, 1998, კეთილი იყოს თქვენი მობრძანება გამოცდილებით ეკონომიკაში, ჰარვარდი, ბიზნესის მიმოხილვა 78 (1) (1998), გვ. 97-105
- ბერი და კარბონი, 2007, გამოცდილებითი მენეჯმენტის შექმნა ლოიალურობის საშუალებით, ხარისხის პროგრესის გზით 40 (9) (2007), გვ. 26
- მაიაერი და შვაგერი, 2007, მომხმარებელთა გამოცდილება, ჰარვარდი, ბიზნეს მიმოხილვა, 85 (2) (2007), გვ. 116-126
- ქენტილი და სხვ., 2007, როგორ შევინარჩუნოთ მომხმარებლის გამოცდილება: გამოცდილების კომპონენტების მიმოხილვა, რომლებიც მომხმარებელთან ერთად ქმნიან ღირებულებას, ევროპული მენეჯმენტის ჟურნალი, 25 (5) (2007), გვ. 395-410
- ლარსენი, 2007, Larsen, 2007, ტურისტული გამოცდილების ფსიქოლოგიის ასპექტები, სტუმარტმასპინძლობისა და ტურიზმის სკანდინავიური ჟურნალი, 7 (1) (2007), გვ. 7-18
- პალმერი, 2010, მომხმარებელთა გამოცდილების მართვა: განვითარებადი იდეის კრიტიკული მიმოხილვა, სერვისების მარკეტინგის, 24 (3) (2010), გვ. 196-208
- <https://skift.com/2018/11/06/five-trends-that-will-shape-experiential-travel-in-2019/>
- <https://medium.com/vadoapp/the-rise-of-experiential-travel-how-is-the-industry-adapting-6c625519fb07>
- http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_nin2&lang=en
- <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2019/bulgaria2019.pdf>
- <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>
- <https://www.nsi.bg/en/content/7090/tourism-satellite-accounts>

<https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2020-g>
<https://www.tourism.government.bg/bg/tourist-destinations/2308>

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: საქართველო

ევროპის მოგზაურობის კომისია, 2020 წ. ევროპული ტურიზმი: ტენდენციები და პერსპექტივები, კვარტალური ანგარიში (Q3/2020)

საქართველოს ხელოვნების და კულტურის ცენტრი GACC, 2012. *ტრადიციული რეწვა საქართველოში სექტორის კომპლექსური კვლევა და განვითარების სტრატეგია*

გეა და დეპა კონსალტინგი 2019. პროექტი გრეტა: *საბაზისო და საბაზრო ტექნიკურ-ეკონომიკური კვლევა მთის მდგრადი ტურიზმისთვის*

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია GNTA, 2019. *საქართველოს ტურიზმი რიცხვებში 2018*

ხარტიშვილი ლ., 2020. საქართველოს გამოცდილებითი ტურიზმის კონცეფცია, საქართველოს ხელოვნების და კულტურის ცენტრი GACC

საქართველოს მუნიციპალური განვითარების ფონდი და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია GNTA, 2018. საქართველოს მარკეტინგი, ბრენდინგი და განვითარების სტრატეგია. *ნაწილი II-სტრატეგია*

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2021. *Geostat ოფიციალური ვებ გვერდი*. [Online]
ხელმისაწვდომია: <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/23/gross-domestic-product-gdp>

საქართველოს პარლამენტი, 2014. [Online]
ხელმისაწვდომია: <http://www.parliament.ge/en/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmehis-shesaxe/associationagreement1>

საქართველოს რესპუბლიკა, *მარკეტინგი, ბრენდინგი და სარეკლამო სტრატეგია*.

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: საბერძნეთი

ბუჰალის დ. 2001. 'ტურიზმი საბერძნეთში: სტრატეგიული ანალიზი და გამოწვევები'. *აქტუალური საკითხები ტურიზმში*. 4(5). 440-480.

ბუჰალის დ. და მეიმეზი ო. 2004. ელექტრონული ტურიზმის განვითარება საბერძნეთში: ინფორმაციული საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების მიღება საბერძნეთის ტურიზმის

ინდუსტრიის სტრატეგიული მენეჯმენტისთვის”. ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის კვლევა. 5(2). 103-130.

კოკოსის ჰ. და კონსტანტინოვ მ. 2005 „სივრცითი ტიპოლოგიების საჭიროება ტურიზმის დაგეგმვისა და პოლიტიკის შემუშავებაში - ბერძნული საქმე. ევროპის რეგიონული სამეცნიერო ასოციაციის 45-ე კონგრესზე "მიწის გამოყენება და წყლის მართვა მდგრადი ქსელის საზოგადოებაში". თავისუფალი უნივერსიტეტი, ამსტერდამი. 23-27 აგვისტო 2005.

აღმოსავლეთ მაკედონიისა და თრაკიის რეგიონი INSETE (2020 ა), კონკურენციისა და სტრუქტურული ადაპტაციის წლიური ანგარიში ტურიზმის განყოფილებაში 2019 წლისთვის. https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-01_Eastern_Macedonia_Thrace.pdf

ცენტრალური მაკედონიის რეგიონი INSETE (2020 ბ), კონკურენციისა და სტრუქტურული ადაპტაციის წლიური ანგარიში ტურიზმის განყოფილებაში 2019 წლისთვის. https://insete.gr/wp-content/uploads/2020/05/21-01_Central_Macedonia-1.pdf

INSETE (2020b)

მ. კური. 20012. კულტურისა და ტურიზმის შერწყმა საბერძნეთში: არაწმინდა ალიანსი თუ ქვეყნის კულტურული პოლიტიკის განახლების შესაძლებლობა? '. ჟურნალი ხელოვნების მენეჯმენტი, კანონი და საზოგადოება. 42(2). 63-78.

მილონას პ., ვუმვაკი ფ., სავვა მ. და კუტუზუ ა. 2014 მიწა: აქტივი საბერძნეთისთვის დიდი პოტენციალით, მაგრამ განვითარების მნიშვნელოვანი გამოწვევები. საბერძნეთის ეროვნული ბანკი: ათენი, საბერძნეთი.

პოლიზოს ს. და მინეტოს დ. 2011. რიგითი რეგრესიული ანალიზი ტურიზმის საწარმოების საბერძნეთში მდებარეობის შესახებ. ანატოლია - ტურიზმისა და სტუმართმოყვარეობის კვლევის საერთაშორისო ჟურნალი. 22(1). 102-119.

ა. სმიტი. 2011. საბერძნეთში ალტერნატიული ტურიზმის ზრდის დაბრკოლებები ". სტუმართმასპინძლობის, ტურიზმისა და დასვენების აფრიკული ჟურნალი. 1(3). 1-8.

რეგიონალური საჭიროებების შეფასების ანგარიში: შავი ზღვის აუზის რეგიონი

BSC. (2019) წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 15 იანვარი. მუდმივი სამდივნოს შავი ზღვის დაბინძურებისგან დაცვის კომისიიდან: http://www.blacksea-commission.org/_socio-economy.asp, retrieved on 15.01.2021

დიკინსონი, პ. (2020) წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 15 იანვარი. ატლანტიდის საბჭოდან: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/ukrainian-resorts-see-30-growth-as-coronavirus-crisis-boosts-domestic-tourism/>

დულგერი, მ. (2019) შემოყვანილი ტურიზმი მოლდოვას რესპუბლიკაში, ფაქტები და ციფრები. მოლდოვას ფონდი. მოლდოვას ფონდი. წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი: <https://www.moldova.org/en/inbound-tourism-in-the-republic-of-moldova-facts-and-figures>

ENI CBC შავი ზღვის აუზის პროგრამა 2014-2020. (2020) ტერიტორიული ანალიზი „Interreg NEXT“-ის შავი ზღვის აუზის პროგრამა: <https://blacksea-cbc.net/wp-content/uploads/2021/01/Territorial-analysis-Interreg-NEXT-Black-Sea-Basin-Programme.pdf>

ევროპის სამეზობლო ინსტრუმენტის ტრანსსასაზღვრო თანამშრომლობა. 20015).
ერთობლივი ოპერაციული პროგრამა შავი ზღვის აუზი 2014-2020: <https://blacksea-cbc.net/black-sea-basin-2014-2020/reference-documents>

საფრანგეთი 24. წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი:
<https://www.france24.com/en/live-news/20201206-pandemic-hits-tiny-moldova-s-hopes-for-wine-tourism-boom>

მოლდოვას რესპუბლიკის მთავრობა. (n.d) წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი
მოლდოვას რესპუბლიკის ოფიციალური ვებ - გვერდიდან:
<https://moldova.md/en/content/culture>

არაბაზა, ი. კოზუხოვა, ტ., და ივანოვა, ნ. (2020) ტურიზმის განვითარება უკრაინაში:
ტრენდები და ფაქტორების, რაც ქმნის ნეგატიურ იმიჯს. სამეცნიერო კონფერენცია
ეკონომიკისა და მეწარმეობის საკითხებზე, 38-43.

კნოემა. (2020). <https://knoema.com>. წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი
<https://knoema.com/atlas/Ukraine/topics/Tourism>

კორსუნ, პ. (2017). *სპეციალური ტურები უკრაინაში*. წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 15
იანვარი: <https://ukraine-kiev-tour.com/2017/strategy-tourism-resorts-2017-2026.html>

ტურიზმისა და კულტურის სამინისტრო, თურქეთის რესპუბლიკა. (2020) წაკითხვის
თარიღი: 2021 წლის 16 იანვარი: <https://www.ktb.gov.tr>.

„OECD“. (2020). „OECD“ ტენდენციები და პოლიტიკა ტურიზმში 2020, თურქეთი
<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3b16239-en/index.html?itemId=/content/component/f3b16239-en#:~:text=Tourism%20is%20one%20of%20Turkey's,income%20represented%203.8%25%20of%20GDP.&text=Domestic%20tourism%20is%20growing%20in,million%20trips%20recorded%20>

ოკუმუს, ფ., ავცი, უ., კილინჩ, ი. და ვოლს, ა. (2012). კულტურული ტურიზმი
თურქეთში: დაკარგული შესაძლებლობა. ჟურნალი სტუმართმოყვარეობის
მარკეტინგისა და მენეჯმენტის შესახებ, 21(6), 638-658.

ოსტელნიცუ და დაბიჯა (2016). რუმინეთში ტურიზმის გამოწვევები და განვითარების
პერსპექტივები. ეკოფორუმი, 5(1), 1-10. რუმინეთის ქალაქ სურჩეავას უნივერსიტეტის
"Stefan cel Mare" ეკონომიკისა და საჯარო მმართველობის ფაკულტეტი - ეკონომიკა,
ბიზნესის ადმინისტრირება და ტურიზმის დეპარტამენტი.



სიმონ, ტ., მარზილუ, მ., ანდრეი, მ., მარინესკუ, რ., და დიმიტრასკუ (2011).
ტურისტული განვითარების ასპექტები რუმინეთის შავი ზღვის სანაპირო ზოლზე.
WSEAS- ის მე-4 საერთაშორისო კონფერენციის შრომები ენერგეტიკისა და
განვითარების შესახებ - გარემო - ბიოსამკურნალო, 65-70.

სტატისტა. (2021). რუმინეთი წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი
<https://www.statista.com/forecasts/1153403/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-romania>

USAID. (2018). <https://www.usaid.gov>. წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი
<https://www.usaid.gov/moldova/fact-sheets/fact-sheet-moldova-competitiveness-project-tourism-industry-0>

WorldData.info. (2019). წაკითხვის თარიღი: 2021 წლის 12 იანვარი
<https://www.worlddata.info>:
<https://www.worlddata.info/europe/moldova/tourism.php>, retrieved on 12.01.2021



Georgian Arts and Culture Centre

Address: Georgia, 0108 Tbilisi, 7 Niko Nikoladze str.

Phone: 995 32 2931335

E-mail: gacc@gaccgeorgia.org

Website: <http://www.gaccgeorgia.org>

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020

Georgian Arts and Culture Centre

January 2021

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020 is co-financed by the European Union through the European Neighbourhood Instrument and by the participating countries: Armenia, Bulgaria, Georgia, Greece, Republic of Moldova, Romania, Turkey and Ukraine. This publication was produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Georgian Arts and Culture Centre and do not necessarily reflect the views of the European Union.