



საქართველოს ტურიზმის
ეროვნული ადმინისტრაცია



საქართველოს ეკონომიკისა
და მდგრადი განვითარების
სამინისტრო

ტურიზმის განვითარების პრესკაქტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნები

www.georgia.travel
[www.fb.com/GeorgiaAndTravel](https://www.facebook.com/GeorgiaAndTravel)



საქართველოს ტურიზმის
ეროვნული ადმინისტრაცია



საქართველოს ეკონომიკისა
და მდგრადი განვითარების
სამინისტრო

კრებულში თავმოყრილია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ორგანიზებული თბილისის კონფერენციის “ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და სტრატეგიული მიზნები” ფინალურ ეტაპზე გასული 20 ნაშრომი.

კონფერენციის მიზანია სტუდენტების ინოვაციური იდეებისა და არგუმენტირებული მოსაზრებების წარმოჩენა ქვეყანაში ტურიზმის პოლიტიკის მიმართულეებსა და განვითარების პერსპექტივებზე.





სარჩევი

უცნობი კახეთი - სოფელ ახალსოფლის ტურისტული პოტენციალი	7
ღვინო ხელოვნებისთვის და "Georgian Wine Art"	11
საჯარო და კერძო სექტორის პარტნიორობა (PPP) თეთრინყაროს ტურისტულ რეგიონში	15
„BIRDWATCHING“-ი ევროპასა და საქართველოში	19
ფესტივალი, როგორც ბათუმის დაბალი ტურისტული სეზონის გამოცოცხლების ინსტრუმენტი	23
ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრები და გიდები	27
„კესანე - Forget-me-not“ „არ დაივიწყო თბილისი“	31
ტურიზმი, რომელიც ცერებზე დგას	34
ინოვაციები ღვინის ბიზნესში და მისი გავლენა ღვინის ტურიზმზე (მარანი მერვე სართულზე, „ბინა 37“-ის მაგალითზე)	37
ტურისტული ტაქსი - ტურისტების მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების ინოვაცია	41
ინოვაციური მუსიკალური პროექტების მნიშვნელობა ტურისტებისთვის	45
ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განვითარების პერსპექტივები საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე	48
„Street Food“ (ქუჩაში კვება)-ახალი მიმართულება საქართველოს გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებაში: პერსპექტივები და გამოწვევები.	52
ინოვაციები აგრო ტურიზმში	55
ჩაის ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში	59
ინოვაციური მობილური აპლიკაცია „Maplace“	63
ქართული ფირმების მონაწილეობა ღვინის ფესტივალებში, გამოფენებსა და კონკურსებში და მისი მნიშვნელობა ღვინის ტურისტული პროდუქტის შექმნასა და განვითარებისათვის	66
ტურისტულად მიმზიდველი ქალაქი რუსთავი „როგორ დავამსხვრიოთ სტერეოტიპები“	70
საღვინე ჭურჭელი და მისი მნიშვნელობა ღვინის ტურიზმის განვითარებისათვის	74
ტოლერანტული თბილისი და პილიგრიმული ტურიზმის განვითარების პოტენციალი	78



უცელ ახალსოფლის ტურისტული პოტენციალი

ავტორი: რევაზ ნიკლაური
სულხან-საბა ორბელიანის სასწავლო უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: თინათინ მოსიაშვილი

კახეთი ერთ-ერთი პოპულარული ტურისტული რეგიონია საქართველოში. თითქმის ყველა ტურისტული კომპანია სთავაზობს ტურისტებს ამ რეგიონის ტურებს. თუმცა მარშრუტების უმეტესობა ხშირად ძალიან ჰგავს ერთმანეთს. ჩვენი მიზანია, შედარებით უცნობი მიმართულება გავაცნოთ საზოგადოებას.

საქართველოს აღმოსავლეთ ნაწილში მდებარე რეგიონს – კახეთს - ჩრდილოეთიდან თუშეთი და დიდი კავკასიონის ქედი ესაზღვრება, აღმოსავლეთით და სამხრეთით აზერბაიჯანია, ხოლო მის დასავლეთით ქართლი მდებარეობს. ამ რეგიონს ორი ძირითადი მდინარე ჩამოედინება: ალაზანი აღმოსავლეთ ნაწილში და ორი - დასავლეთში.

მერვე საუკუნის ბოლოს ჩვ. წელთაღრიცხვის კახეთი წარმოადგენდა დამოუკიდებელ სამთავროს.

დავით აღმაშენებელმა მეთორმეტე საუკუნის დასაწყისში კახეთი შეიყვანა საქართველოს გაერთიანებული სამეფოს ფარგლებში და ამ მხარემ აღნიშნული სტატუსი შეინარჩუნა 300 წელზე დიდხანს.

1460-იან წლებში, როდესაც საქართველოს გაერთიანებული სამეფო დაიშალა, კახეთი გახდა დამოუკიდებელი სამეფო.

1762 წელს კახეთი შეუერთდა მეზობელ სამეფოს ქართლს, ამის შედეგად კი აღმოსავლეთ საქართველოს გაერთიანებული სამეფო - ქართლ - კახეთი შეიქმნა. კახეთი ძლიერ დასუსტდა სპარსელების ხშირი შემოსევების დროს, ხოლო 1801 წელს რუსთა ხელმწიფემ მისი ანექსია მოახდინა.

მთელი საუკუნის განმავლობაში კახეთი რუსეთის ბატონობის ქვეშ იყო, შემდეგ სრულიად საქართველოსთან ერთად საბჭოთა სოციალისტური რესპუბლიკების კავშირშიც აღმოჩნდა. <http://elitetravel.ge>

იმ პერიოდებიდან მთელ საბჭოთა კავშირში კახეთი მეღვინეობის რეგიონად ითვლებოდა. ღვინის ტურიზმი დღესაც ტურიზმის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული სახეა კახეთში. კახეთი მდიდარია კულტურული ძეგლებით. დავასახელოთ რამდენიმე ყველაზე ცნობილი ძეგლი:

ალავერდი — საკათედრო ტაძარი და მონასტერი. ალავერდის ეპარქიის ცენტრი. მდებარეობს ალაზნის ველზე სოფ. ალავერდთან (ახმეტის მუნიციპალიტეტი), თელავიდან 20 კმ-ზე. ალავერდის წმ. გიორგის ტაძარში დაკრძალულია მისი დამაარსებელი – წმინდა იოსებ ალავერდელი, ერთ-ერთი ასურელი მამათაგანი.

იყალთო — სამონასტრო კომპლექსი თელავის ჩრდილოეთით, 7-8 კმ-ზე. დააარსა ერთ-ერთმა ასურელმა მამამ ზენონმა VI საუკუნეში. გადმოცემის თანახმად, არსენ იყალთოელს (XI-XII საუკუნეები) აქ აკადემია დაუარსებია. ჩვენამდე მოღწეულია აქაური ხელნაწერები, რომლებიც შედარებით გვიანდელი ხანისაა და იყალთოს აკადემიის შესახებ ცნობებს არ შეიცავს.

დავით-გარეჯა — ფეოდალური ხანის საქართველოს ერთ-ერთი თვალსაჩინო რელიგიურ - კულტურული ცენტრი, სამონასტრო გამოქვაბულთა კომპლექსი. კომპლექსი დაარსდა VI საუკუნის I ნახევარში ერთ - ერთი ასურელი მამის დავითის მიერ.

გრემი — ქართული მართლმადიდებლური ტაძარი, მდებარეობს ყვარლის მუნიციპალიტეტის სოფელ გრემის აღმოსავლეთით ციტადელში, მაღალ გორაკზე. ააგო კახთა მეფე ლევანმა 1565 წელს. გრემის კომპლექსში ფუნქციონირებს გრემ - ნეკრესის ისტორიულ - ხუროთმოძღვრული სახელმწიფო მუზეუმი - ნაკრძალი. იგი მოიცავს XVI ს-ის მთავარანგელოზის სახელობის ტაძარს, XVI ს-ის მარანს ქვევრებით და სანახელით, სავაჭრო და მეფე - დიდებულთა უბნებით, სადაც შემორჩენილია დიდებულთა აბანოს ნაშთები. <http://www.knews.ge> <https://sputnik-georgia.com>

ჩამოთვლილი ძეგლები დიდ დაინტერესებას იწვევენ ტურისტებში, თუმცა კახეთს აქვს ბევრად დიდი პოტენციალი აუთვისებელი ტურისტულად საინტერესო ტერიტორიებით, რომლებიც შედარებით უცნობია. ჩემს ნაშრომში მე მინდა ვისაუბრო ყვარლის რაიონზე, კერძოდ, სოფელ - ახალსოფელზე.

სოფელი ახალსოფელი, იგივე ძველი გავაზი, მდებარეობს ალაზნის ვაკეზე, მდინარეებს ავანისხევსა და შოროხევს შორის. ყვარლიდან დაშორებულია 15 კილომეტრით.

ვიკიპედიაში სოფელზე მცირე ინფორმაციაა: 2014 წლის აღწერის მონაცემებით, ახალსოფელში ცხოვრობს 4158 ადამიანი. მეზობელი სოფლები: ბალოჯიანი, თივი, სარუსო საცხენე და თხილისწყარო. აქედან მდინარის პირა სოფლებია საცხენე და თივი, სადაც ცხოვრობს დაღესტნიდან ჩამოსახლებული ლეკები (ავარიელები). <https://ka.wikipedia.org/wiki> <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php?a=term&d=14&t=20000>

ჩემი აზრით, პირველ რიგში, ახალსოფლის ღირსეულობა ადგილებიდან აუცილებლად აღსანიშნავია VI საუკუნეში აგებული მნიშვნელოვანი არქიტექტურული ძეგლი - ძველი გავაზის სახელით ცნობილი ეკლესია.

ძველი გავაზის ღვთისმშობლის ეკლესია, VI ს. ქართული ხუროთმოძღვრების ძეგლია კახეთში, ყვარლის მუნიციპალიტეტის სოფ. ახალსოფლის მიდამოებში (ისტორიული გავაზის ტერიტორია), რომელმაც XIX ს. რესტავრაციის გამო ჩვენამდე შეცვლილი სახით მოაღწია. ეკლესია გეგმით ტეტრაკონქია — ცენტრალურ კვადრატს ოთხივე მხრიდან ეკვრის ნალისებრი ფორმის აფსიდებით დაბოლოებული კონქები, რომელთა გუმბათქვეშა თალებიც აგრეთვე ნალისებრი ფორმისაა. ეკლესიას შესასვლელი სამხრეთიდან და დასავლეთიდან აქვს. რვაკუთხა გუმბათის ყელი, რომელიც უფრო გვიანდელ ხანას მიეკუთვნება, საგრძნობლად წაგრძელებულია, აქვს სამი სარკმელი (აღმ., სამხრ. და დას.). კონსტრუქციულად ცენტრალური კვადრატიდან გუმბათის წრეზე გადასვლა განხორციელებულია ტრომპების მეშვეობით. ეკლესიას მოგვიანებით მიაშენეს გარშემოსასვლელი, რომელიც, როგორც ჩანს, მთელ ტეტრაკონქს ეკვროდა, მაგრამ შემდეგ დაზიანდა და ნაწილობრივ დაინგრა; ამჟამად იგი ჩრდ. კონქთან წყდება. ეკლესია და გარშემოსასვლელი რიყის ქვითაა აგებული. 1850 წ., როდესაც ხელმეორედ დაასახლეს მიტოვებული სოფელი ძველი გავაზი და ახალსოფელი უწოდეს, აღადგინეს და საფუძვლიანად შეაკეთეს გავაზის ეკლესიაც. სამხრეთ ფასადზე, გარშემოსასვლელის კარების თავზე, მოთავსებულია ნითელი ქვის ფილა წარწერით, რომელშიც ნათქვამია, რომ 1852 წ., თავადმა ივანე ამილახვარმა ალაშენა და დაასახლა ძველადვე განთქმული სოფელი გავაზი და განაახლა ტაძარი. <http://saunje.ge/index.php?id=831&lang=en>

ახალსოფელი - ძველი გავაზი, ისტ.ძეგლი, ბაბანთ კოშკი და ეკლესია (ბაბაშვილების ვენახებში, გვიანი შუა საუკუნეები), ეკლესია დავითაიშვილების ნაკვეთზე (გვიად.შუა საუკ.), ეკლესია დიდმინდვრებზე (განვითარ. შუა საუკ.), ეკლესია ნაბაზრალაზე (განვითარ.შუა საუკ.), ორი მცირე ეკლესია და ეკლესია სასაფლაოზე, ძველი გავაზის ღვთისმშობლის

ეკლესია (მე-6 ს.), დავითგარეჯი (მე-11ს.), ნათლისმცემელი (მე-19 ს.), წმ.ბარბარე (მდ.ავანისხევის ნაპირას გვიანი შუა საუკ.), თავნინდა გიორგის ეკლესია (IX-X სს.), თუშის ციხე (გვიანდ. შუა საუკ.), კვირაცხოვლის ეკლესია (XVIII ს.), კობალეს წმ.გიორგი (განვით.შუა საუკ.), კოშკი ბაბაშვილების ვენახებში, სამაროვანი (ეკლესიის ეზოში X-XIV სს.), სამაროვანი ლომიდის ვენახებში (VI-VII სს.), სამების ეკლესია (გზის პირას), ღვთისმშობლის ეკლესია სოფლის განაპირას (VIII-IX სს.), წმ.ელიას ეკლესია (ელიანთ გორაზე, დაგრეული). http://pandusi.blogspot.com/2013/01/blog-post_7691.html

რა პოტენციალი აქვს სოფელ ახალსოფელს ტურისტული კუთხით.

სოფელი ახალსოფელი მდებარეობს ლაგოდეხის ნაკრძალის სიახლოვეს, შესაბამისად მისი ეკოსისტემა, ფლორა და ფაუნა ლაგოდეხის დაცული ტერიტორიების ეკოსისტემის მსგავსია. სოფელი, როგორც აღვნიშნეთ, მდებარეობს მთის მდინარეებსა ვანისხევსა და შოროხევს შორის. სამხრეთიდან - კი ესაზღვრება სასოფლო - სამეურნეო სავარგულები, რომლებზეც ძირითადად გაშენებულია ვენახი.

ყვარლის რაიონში უნდა აღვნიშნოთ მეღვინეობის კულტურა. გამოირჩევა „ქინძმარაულის ვენახები“.

ახალსოფელში გავრცელებული მეურნეობის დარგებია: მევენახეობა, მეფუტკრეობა, მემინდვრეობა, მეღვინეობა, ბაღჩეული კულტურები: მარწყვი, გოგრა, საზამთრო, ნესვი. განვითარებულია ფერმერული მეურნეობა: მეთევზეობა, მეცხვარეობა და მეღორეობა. ეს ყველაფერი აგროტურიზმის განვითარების საშუალებას იძლევა. ამ ბოლო დროს სულ უფრო მატულობს ტურიზმის ამ მიმართულებით დაინტერესებულ ტურისტთა რაოდენობა.

სოფელ ახალსოფლიდან რამდენიმე კილომეტრში მდებარე ტერიტორია, სადაც შერეული ტყე თანდათან გადადის ალპურ მდელოებში, წლების განმავლობაში გამოიყენებოდა რეკრეაციული მიზნით. ამ ადგილს ძირითადად სტუმრობდნენ ადგილობრივი დამსვენებლები დასვენებისა თუ სამკურნალო მიზნით. ბოლო წლებში ცალკეულ შემთხვევებში შეინიშნება უცხოელი ტურისტების ინტერესიც.

გასულ ზაფხულს ტურისტებმა დაგეგმეს ექსტრემალური ტური და ამავე ღოლოიანის მთიდან პარაპლანით დაეშენენ. აღნიშნული აქტივობაც ადასტურებს, რომ სოფელს ექსტრემალური სპორტის განვითარების პოტენციალიც გააჩნია. ახალსოფელს, როგორც უკვე აღინიშნა, აკრავს ორი მდინარე, სადაც აგრეთვე შესაძლებელია სპორტული აქტივობა, კერძოდ, ჯომარდობის მოწყობა, განსაკუთრებით გაზაფხულისა და შემოდგომის პერიოდში. ვფიქრობ, რომ აღნიშნულ ტერიტორიებზე შესაძლებელია დაიგეგმოს აშენდეს სასტუმრო-კოტეჯები, რომლებიც გათვლილი იქნება ტურისტებზე.

სოფელში შესაძლებელია მოწყოს საცხენოსნო ტურები. ამისთვის სასურველია ადგილობრივი მოსახლეობის გადამზადება და ამით, რა თქმა უნდა, ხელი შეეწყობა მათ დასაქმებას და გააქტიურებასაც სოციალური კუთხით. ტურისტებისთვის, ჩემი აზრით, ახალსოფელი საინტერესო იქნება ადგილზე წარმოებული სხვადასხვა პროდუქციის გამო. სოფელში, მისი ჰავიდან გამომდინარე, ინარმობა, პრაქტიკულად ყველა სახის ბოსტნეული და ხილი, ასევე რძის ნაწარმი, კვერცხი და ა. შ. ტურისტებისთვის გასაკუთრებით საინტერესოა ის ფაქტი, რომ ყველა ოჯახი მისდევს მცირე მეღვინეობას, ამიტომ თითქმის ყველა ოჯახს შეუძლია ჩაერთოს ღვინის ტურიზმში და სტუმარს გააცნოს ტრადიციული კახური წესით ღვინის დაყენება.

სოფელში არის სამი ღვინის ქარხანა, რომლებიც ქარხნული წესით სხვადასხვა ღვინოს აწარმოებენ.

ტურისტებს შეუძლიათ დათვალიერონ ღვინის ქარხანა, დააგემოვნონ და სურვილის შემთხვევაში შეიძინონ ორიგინალურ ბოთლში ჩამოსხმული „საფერავი“, „რქანითელი“, „მანავის მწვანე“ თუ სხვა ღვინო.

სოფელში ბოლო პერიოდში პოპულარული გახდა მეფუტკრეობა. ტურისტებს საშუალება აქვთ დააგემოვნონ ნაბლის, ცაცხვის, აკაციის, თუ მინდვრის ყვავილების არომატებით შექმნილი ნატურალურად სუფთა თაფლი. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რომ სოფელში ყოველ კვირას იმართება ღია ბაზარი, სადაც ადგილობრივ მოსახლეობას (და არა მარტო მათ) გასაყიდად გამოაქვს სოფლის მეურნეობის საკუთარი ხელით მოყვანილი ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქცია. ბაზარში შეხვედებით ადგილობრივი ფერმერული წესით დამზადებული მზესუმზირის ზეთს, სხვადასხვა ხილის ჩირს, ბადაგს, ჩურჩხელებს, ძროხის, ცხვრის ყველს, ბოსტნეულს, ხელნაკეთ ნივთებს და ა. შ.

სოფელში ჯერ კიდევ ბევრ ოჯახს ჰყავს ცხენები და მოთხოვნილების შემთხვევაში, ადგილობრივი რესურსით, მთლიანად უზრუნველყოფილი იქნება ტურები ახალსოფლის ტყის შემოგარენში ცხენით, ტურები შეიძლება დაიგეგმოს „ღოლოიანის“ მიმართულებით, ავანის ხევისა და შროხევის ბუნებრივად წარმოქმნილი ჩანჩქერების მიმართულებით. ზემოთ აღნიშნულ მდინარეებში, ბუნებრივად გამრავლებულია, მთის მდინარის მურწა და კალმახი, რაც საშუალებას გვაძლევს დაინტერესებულ ტურისტებს შევთავაზოთ სპორტული მეთევზეობა. ადგილობრივი რესურსის გათვალისწინებით, საჭიროების შემთხვევაში ასევე შეიძლება გამოიყოს ორხიდიანი ჯიპის ან მინივენის ტიპის მანქანები ტურისტების შორ მანძილზე გადაადგილების უზრუნველსაყოფად. მათ შორის ღოლოიანის მიმართულებითაც.

მოსალოდნელი გამოწვევები და მათი გადაჭრის გზები.

სოფლისტურისტულიპოტენციალისსწორიგამოყენებისთვის საჭიროა სწორი სტრატეგიის შემუშავება. თავდაპირველად, უნდა გამოვყოთ ისეთი ფაქტორები, რომლებიც გათვალისწინებულია რესურსების მობილიზაციის კუთხით.

1. ტურიზმის განვითარების მნიშვნელობის გააზრების კუთხით და ასევე მათი ჩართულობის უზრუნველყოფა პროცესში შესაბამისი კონსულტაციების დახმარებით. (ვასნავლოთ, როგორ დაარეგისტრირონ საოჯახო სასტუმრო booking.com-ზე ან airbnb.com-ზე...)

2. საკომუნიკაციო სისტემების განვითარება. აღსანიშნავია, რომ სოფელი მთლიანად უზრუნველყოფილია გაზომომარაგებით და ელექტრო ენერგიით. ასევე არის საკაბელო ინტერნეტიც ყველა ქართული მობილური ოპერატორი მუშაობს შეუფერხებლად. ერთადერთი პრობლემა, საკომუნიკაციო კუთხით, არის საავტომობილო გზა. სოფლამდე მისასვლელი გზა დამაკმაყოფილებელ მდგომარეობაშია, თუმცა თვითონ სოფელსა და მის მიმდებარე პუნქტებამდე მიმავალი გზა არის ცუდ მდგომარეობაში. თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ტურისტებს ნაწილობრივ მოსწონთ ეგზოტიკა და ზოგ შემთხვევაში გაურბიან კიდევ ურბანულ გარემოს, შეიძლება ითქვას, არც არის აუცილებელი მთლიანად ამ ტურისტულ მარშრუტებზე გზების მოასფალტება, თუმცადა სასურველია, სოფლის შიდა გზები იქნეს რეაბილიტირებული.

3. ღამის გასათევი ადგილები - აუცილებელია სოფელში, საწყის ეტაპზე, შეიქმნას საოჯახო სასტუმროები და მოხდეს მოლაპარაკებები სხვადასხვა დონორ კომპანიებთან, რათა დავაინტერესოთ, მაღალი სტანდარტების სასტუმროების ასაშენებლად. იმ ძირითადი დანიშნულების პუნქტებში

საჭიროა მოენწყოს ტურისტების, მოლაშქრეების მისაღები სახლები, რომლებსაც პირობითად შეიძლება ერქვას „ტურისტის ქოხი,“ „მოლაშქრის ქოხი“ ან „მონადირის ქოხი“. შენობა იქნება ხისგან აგებული და გადახურული. გვერდზე ექნება მოსასვენებელი კუთხე. მოლაშქრეებს შეეძლება ადგილზე ფინჯანი ჩაის დალევა. შესაძლებელი იქნება საკვების შეთავაზებაც (კალმახი, ტყის ხილი: კუნელი, ნაბლი, ჟოლო, მაცვალი და ა.შ.). ამ პუნქტებში იქნება საკემპინგე ადგილები და გადასასვლელები. შესაძლებელია პირველადი სამედიცინო დახმარების კუთხის გაკეთებაც.

4. ეკოლოგია - სოფელში ჯერაც პრობლემაა სანაგვე ურნების არარებობა, ამიტომ სასურველი იქნება სოფლის და სალაშქრო ტერიტორიების მომარაგება სანაგვე ურნებით.

ასევე საჭიროა ალიჭურვოს ხეობები ვიდეო ხაფანგებით, რათა ალიკვეთოს ბრაკონიერობის შემთხვევები, ვინაიდან უკანონო თევზაობა და ნადირობა საფრთხეს უქმნის ადგილობრივ ეკოსისტემას.

5. იმისათვის, რომ სოფელში შეიქმნას მნიშვნელოვანი ტურისტული ცენტრი, აუცილებელია მხარის პოპულარიზება, საჭიროა დაიგეგმოს სხვადასხვა აქტივობები, მაგალითად ვირუსული ვიდეო რეკლამები სოციალურ ქსელში გასავრცელებლად, რომლის სამიზნე აუდიტორია იქნება: ექსტრემალები, ღვინის მოყვარულები, ახალგაზრდები თუ შუა ასაკის ადამიანები, პენსიონერები.

ასევე შეიძლება სხვადასხვა ფესტივალებისა და კონკურსების ჩატარება, მაგალითად, ჯომარდობის ჩემპიონატის ორგანიზება, ლოლოიანის რეკრეაციული ზონის გახსნაზე ექსტრემალური, სპორტული ღონისძიებების ჩატარება ცოცხალი მუსიკის თანხლებით. აუცილებელია ამ ღონისძიებების გაშუქება სხვადასხვა მედია საშუალებებით. სასურველია თბილისისა და ყვარლის რაიონის ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებს ჰქონდეს სრული ინფორმაცია ახალსოფლის ტურისტული მარშრუტების შესახებ და თვითონ ახალსოფელშიც მოენწყოს საინფორმაციო ცენტრი.

ცენტრში ტურისტებს შეეძლება კვალიფიციური გიდის, მოლაშქრის დაქირავება და სხვა სერვისების მიღება.

რა თქმა უნდა, ამ ყველაფერს სჭირდება სერიოზული ფინანსური მხარდაჭერა, ამდენად, აუცილებელია კერძო ინვესტორების დაინტერესება ახალსოფელში ტურიზმის განსავითარებლად. ამავდროულად აუცილებელია პოლიტიკური ნება სახელმწიფო და რეგიონულ დონეზე.

საჭიროა მხარდაჭერა ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მხრიდან, ასევე რეგიონული განვითარების სამინისტროსა და ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის ჩართულობაც.

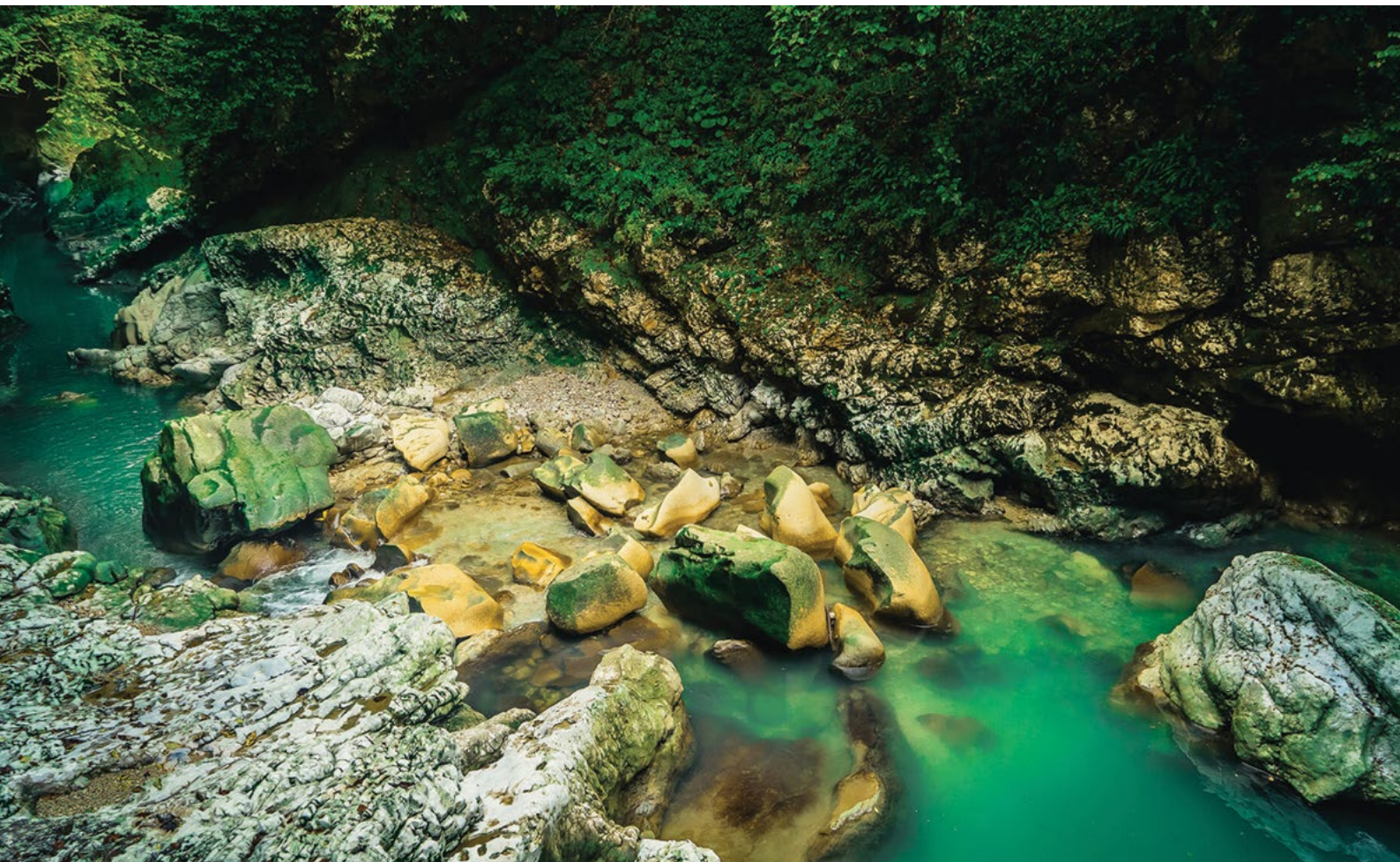
შესაძლებელია საქველმოქმედო ფონდის შექმნა, რომელიც ორიენტირებული იქნება სოფელში ტურიზმის განვითარებისთვის შესაბამისი პირობების შექმნაზე.

მნიშვნელოვანია ამ პროექტით დაინტერესებული ადამიანების ჩართულობა მოხალისეობრივ აქტივობებში, რათა საწყის ეტაპზე ზოგიერთი ამოცანების გადაჭრა განხორციელდეს, მაგალითად ტურისტული ზონის დასუფთავება და ა.შ.

ამდენად, სოფელ ახალსოფელს საინტერესო ტურისტული პოტენციალი გააჩნია და ჩვენი მიზანია სწორედ ასეთი შედეგებით უცნობი ადგილები გავაცნოთ საზოგადოებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- <http://kvareli.gov.ge/ge/search?keyword=%E1%>
- <http://www.geostat.ge/index.php?action=search&lang=geo>
- https://ka.wikipedia.org/wiki/%E1%83%90%E1%83%AE_%E1%83%90%E1%83%9A



ღვინო ხელოვნებისთვის და "Georgian Wine Art"

ა(ა)იპ პროფესიული კოლეჯი „იკაროსი“
ავტორი: ქეთევან ჯალაღონია
ხელმძღვანელი ა(ა)იპ პროფესიული
კოლეჯის „იკაროსი“ ტუროპერატორის პროგრამის
კოორდინატორი - ლალი მიქელაძე

ვაზის სამშობლოში ღვინის ტურიზმის განვითარებისთვის საკმარისი რესურსი არსებობს.

ღვინის ადგილი ტურიზმში ქვეყანაში არსებული რესურსებისა და შესაძლებლობებით განისაზღვრება. იგი კულტურის ნაწილია და სარფიანი შემოსავალია მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნისთვის.

ღვინის ტურიზმს დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ქვეყნის პოპულარიზაციისა და დარგის განვითარებისთვის. ამ მიმართულების მექანიზმი მარტივია და შთამბეჭდავი. ის ითვალისწინებს ღვინის დაგემოვნებას სწორედ იმ ადგილებში, სადაც ის დაიწერა და დაღვინდა. მთელი მისი ხიბლი კომპლექსურობაშია - ღვინოსთან ერთად გაიცნობ გეოგრაფიულ ადგილს, ისტორიას, კულტურას, ხალხს, დააგემოვნებ ქვეყნის და კუთხის ტრადიციულ საკვებს და შეხედები, თუნდაც იმ ადამიანებს, რომლებმაც ეს ღვინო დაწერეს. როგორც აღვნიშნეთ, ღვინის ტურიზმი კარგი საშუალებაა ქვეყნის გასაცნობად. ის, როგორც გამორჩეული და ახალი ტურისტული ინდუსტრიის ტიპი საფრანგეთში ჯერ კიდევ 1980 წლიდან არსებობს, თუმცა ტურიზმის ეს სექტორი ევროპაში პოპულარული მხოლოდ 2005 წლიდან გახდა. მის ცენტრად ბორდო ითვლება, რომელიც ყოველწლიურად უამრავ ტურისტს მასპინძლობს (საფრანგეთის ვენახების სანახავად ყოველ წელს დაახლოებით 5 მილიონი ფრანგი და 2.5 მილიონი უცხოელი ტურისტი ჩადის). ტურიზმის ამ სექტორში, საფრანგეთის გარდა პოპულარულია იტალია, ესპანეთი, პორტუგალია.

საქართველოსაც ამ მიმართულების განვითარებისთვის საკმაოდ დიდი პოტენციალი გააჩნია. ტურიზმის ექსპერტები ამბობენ, რომ 2020 წელს ტურიზმის ერთ-ერთ პოპულარულ სახეობად სწორედ თემატური ტურიზმი იქცევა. ტურისტების დიდი ნაწილი დაიღალა ძვირი და ხმაურიანი მეგაპოლისებით, დღეს მათთვის პატარა, მყუდრო ქვეყნები და ქალაქები უფრო მიმზიდველია. ღვინის ტურების მსურველები პირობითად შეიძლება სამ ჯგუფად დავყოთ:

- პირველი - ეს მომხმარებლების საკმოდ ფართო წრეა, რომელთა ფოკუსშიც უფრო მოგზაურული შთაბეჭდილებებია მოქცეული, ანუ მათთვის ღვინო და გასტრონომია არ არის მთავარი თემა, ე.წ. „ეკონომ“ კლასის მომხმარებლებს სჯერდებათ.
- მეორე - ჯგუფში შეგვიძლია ის ტურისტები გავაერთიანოთ, რომელთაც სურთ სრულიად სხვა რაკურსით დაინახონ მათთვის ნაცნობი ქვეყანა. ამგვარ ვიზიტორთათვის მიზანშეწონილია თემატური ტურები.
- ყველაზე პოპულარული კი მესამე ჯგუფია. მას შეიძლება ის ადამიანები მივაკუთვნოთ, რომელთა პროფესია, სწორედ ღვინოსთან არის დაკავშირებული. ეს ტურისტები მზად არიან სოლიდური თანხა გადაიხადონ ექსკლუზიური „სანახაობისთვის.“ მათთვის მთავარია „შეეხო“ თვითონ პროცესს და შეიგრძნონ თითოეული დეტალი ღვინოსთან დაკავშირებით.

მოთხოვნის საფუძველზე, მნიშვნელოვანია ახალი მიმართულების დანერგვა ღვინის ტურიზმში, რომელიც

თავისი მნიშვნელობით და ორიგინალობით გაზრდის ვიზიტორთა რაოდენობას.

ღვინო ბევრი დანიშნულების მატარებელია და მრავალ მიმართულებაში თავის სათქმელს ამბობს. იგი წარმატებულად გამოიყენება მედიცინაში, როგორც „ველნეს“ - გამაჯანსაღებელი, ასევე სამედიცინო მიმართულებით.

„ველნესი - Wellness“ - ინგლისურიდან პირდაპირ თარგმანში ნიშნავს კარგ ჯანმრთელობას (განსაკუთრებით, როგორც ჯანმრთელი ცხოვრების წესის შედეგს). ველნეს კონცეფცია - კარგი ფიზიკური და სულიერი მდგომარეობის შენარჩუნება სასიამოვნო მეთოდებით.

საქართველოში „ველნეს“ მიმართულებით რამდენიმე საწარმო ფუნქციონირებს, რომლებიცაა: ბიოლი, ყვარლის ედემი, შუხმან ვაინს ჯორჯია.

მნიშვნელოვანია, ახალი მიმართულების დანერგვა, როგორცაა ღვინო ხელოვნებაში-ანუ ღვინით მხატვრობა.

ღვინო ხშირად ყოფილა შემოქმედთა შთაგონების წყარო, მაგრამ შესაძლებელია მისი სრულიად სხვანაირად გამოყენება ტურისტულ სერვისებში. ღვინით ხატვის ისტორია არც თუ ისე ცნობილია საქართველოში, თუმცა ამერიკაში ხელოვნების ამ მიმართულებას ბევრი მიმდევარი ჰყავს და მათი რაოდენობა უფრო და უფრო იზრდება.

ზუსტი ისტორია, თუ ვინ და როდის გადაწყვიტა ღვინით მხატვრობა არ არსებობს, მაგრამ დაზუსტებით შეგვიძლია ვთქვათ რომ ამ ტექნოლოგიას ჯერ კიდევ რენესანსის პერიოდშიც ფლობდნენ, მაგრამ ცალკეულ მიმართულებად არ იყო ჩამოყალიბებული.

ღვინით მხატვრობის ისტორია მე-11 მე-12 საუკუნიდან იღებს სათავეს. წმინდა ოდემარის ქრონიკებში აღწერილია, ღვინის მხატვრობაში გამოყენების სხვადასხვა მეთოდები და ხერხები, თუ როგორ იქმნებოდა ნახატები ზეთისა და ღვინის შერევით. ოდემარი ამტკიცებდა, რომ ჯერ თეთრი ღვინო უნდა გადაეცვას პერგამენტზე, უნდა გადაეფარათ, გაეშროთ, რის შედეგადაც ნახატზე ფერები უფრო დიდ ხანს ინარჩუნებდა საუცხოო ტონალობებს.

სერ ჩარლზ ლოკ ისთლეიქი იყო ადრეულ მე-19 საუკუნეში მოღვაწე ინგლისელი მხატვარი, მწერალი, გალერიის დირექტორი, კოლექციონერი, რომელმაც დაწერა ნიგნი „მატიერიალები ზეთით ხატვის ისტორიისთვის,“ სადაც ასევე განხილულია ღვინით მხატვრობის ტექნოლოგიებიც.

დღესდღეისობით, ღვინით მხატვრობას რამდენიმე ადამიანი პროფესიონალურად უდგება. ერთ-ერთია სერბი მხატვარი სანჯა იანკოვიჩი, რომელიც საღებავებზე სხვადასხვა ტიპის ღვინოს იყენებს. წითელ ღვინოს შედარებით მუქი და ცივი შუქრდილებისთვის, ხოლო ვარდისფერ ღვინოს იყენებს შედარებით ნათელი და თბილი ტონების შესაქმნელად.

მას საკუთარი ფერთა გამა აქვს გამოყვანილი, სხვადასხვა ღვინოებიდან სხვადასხვა სპექტრის ფერებს იღებს, ყველაზე დაბალი ტონალობიდან, ყველაზე მაღალამდე. მისი თქმით, ხატვის დანყების წინ მნიშვნელოვანია მინიმუმ სამი ტონის ფერი გვექონდეს. ეს სამი ტონალობა ერთდროულად გადმოსცემს ღვინის არმატს, გემოვნებას და მიქსტურას. როგორც ღვინის ეს სამი მახასიათებელი უმჯობესდება დროთა განმავლობაში, ასევე არის ფერებიც, რომლებიც დაძველებასთან ერთად უფრო იხვენებიან და მეტ სინათლეს იძენენ.

საქართველოში ამ მიმართულების დანერგვისთვის ქართულ ღვინოს საკმარისი პოტენციალი გააჩნია. ღვინით მხატვრობას, თავისი ორიგინალობით საკმაოდ ეფექტური შთაბეჭდილების მოხდენა შეუძლია ვიზიტორებზე, რაც გაზრდის ინტერესს ქართული ღვინისა და ქვეყნის მიმართ.

“Georgian Wine Art”-სანარმოს (კაფის) ფუნქციონირების კონცეფცია.

კაფის ადგილმდებარეობა

ჯერჯერობით, როგორც საცდელი ტურისტული მომსახურების პროდუქტი, „Georgian Wine Art“ კაფის გახსნა, სავარაუდოდ ქალაქის ტურისტებით ყველაზე დატვირთულ უბანში - შარდენზე რეკომენდირებული. წელიწადის ოთხივე სეზონზე საჭიროა მუშაობდეს კვებისა და გართობის ინდუსტრიის სანარმოები (ძალიან ხშირად, არა სეზონზე და ცუდ ამინდებში თითქმის ყველა ობიექტი ამ ქუჩაზე დახურულია. ასეთი სეზონებისთვის არსებობს მხოლოდ რამდენიმე კაფე-ბარი, სადაც ტურისტებს შეუძლიათ ესტუმრონ დაწესებულებას და განიტვირთონ), მაგრამ ქვეყნისთვის მისაღებია ისეთი ობიექტების გახსნა და ფუნქციონირება, რომელიც ხაზს გაუსვამს ადგილობრივ, ტრადიციულ ღირებულებებს და კულტურას.

შემოთავაზებული “Georgian Wine Art” კაფის გახსნა, სწორედ ქართული ღვინისა და პროდუქციის პოპულარიზაცია, რეალიზებას შეუწყობს ხელს.

სანარმოს სივრცული მოწყობა

სანარმოში იმუშავებს ორი დარბაზი.

• **პირველი, გურმანული დარბაზი** - აქ იქნება კვებისა და სასმელის შეთავაზება. კვება - წარმოდგენილი იქნება საქართველოს ტურისტული რეგიონების შესაბამისად მხოლოდ პურის ძველი სახეობები - ქართული ხორბლის ცნობილი ჯიშებია: **ზანდური, მანა, ასლი, დიკა, თავთუხი, იფქლი, დოლის პური, ხულუგო, ხოზო, ხოტორა** და სხვა, რომელთაგანაც უგემრიელესი ქართული პურის დამზადება შესაძლებელია. ა(იმუშავებს მინი პურის საცხობი-ტონე-ცეცხლზე) და ასევე, შეთავაზებული იქნება რეგიონული ტრადიციული ყველის ნაირსახეობა: **იმერული ყველი, სულუგუნი, გუდა, დამბალხაჭო, ჩოგი, ჩეჩილი, ტენილი, კალტი, კობი**. ყველის სახეობების ამოყვანა დაკავშირებულია საინტერესო ისტორიულ ფაქტთან. მაცივრის არ არსებობის გამო, ჩვენი წინაპრები სულუგუნს, ღვინოში, ჭაჭასა და თავლში ინახავდნენ, ანუ „აბერებდნენ“, რათა ის არ გაფუჭებულიყო. სწორედ აქედან მოდის შემდეგი ყველის სახეობები, რომლებიც საოცარი და სპეციფიკური საგემოვნო თვისებებით გამოირჩევიან და იდეალურად ეხამებიან შესაბამისი ინტენსივობის ღვინოს.

- საფერავში დაბერებული სულუგუნი.
- თეთრ ღვინოში დაბერებული ყველი.
- „კანკო“- ორი თვე დაძველებულია წიფლის ნაცარში.
- ნაცრისფერი პირამიდა - დაძველებულია 6 თვე ნაცრისფერ ობში.
- მესხური ყველი ბულგარული წინაკით, ყვითელი ყვავილით, ქონდარით
- ყველი ტიბაანური
- თავლიანი გურუთები,ქონდარით,წინაკით შერეული.
- ყველი აბული-სეზამის მარცვლებით და წინაკით ლუდში გარეცხილი
- სვანური სულგუნი

აღნიშნული ყველის სახეობები ასევე შეეთავაზება მომხმარებელს.

სასმელი - წარმოდგენილი იქნება ქართული ჯიშის ყურძნებისგან დამზადებული (ტრადიციული და თანამედროვე ტექნოლოგიებით) ღვინოები. ასევე, ღვინოსთან შესაბამეულად სომელიე ღვინოს შეუსაბამებს აპოხტს - რაც ღვინის გემოვნების შეგრძნებას გაამძაფრებს, სწორი შეთავაზებით.

აპოხტი - ეს არის ხმელი ხორცი. სულხან-საბა ორბელიანის განმარტებით - შაშხი პოხილი, მსუქანი ხორცია, ლორი კი მეტად პოხილი. ფშავ-ხევსურულ და მთიულეთ-გუდამაყრული მასალით, „საპოხი“ ყველანაირი ცხიმის-ქონის აღმნიშვნელია. აჭარულ-ლაზურში „აპოხტი“ ქათმის შაშხია, სვანურში - „აპეხტ“ ღორის შაშხს ნიშნავს, საქონლის შაშხს კი „კენჭ“ ეწოდება. აპოხტის ნაირსახეობაა თუშური ყალი . იგი მზადდება ცხვრის, ძროხის, თხის, ნადირის ხორცისგან. საპოხტე ფერცნლებს, მკერდს, დააჭრიდნენ დიდ ან პატარა ნაჭრებად, 3-4 დღე მარილწყალში ამყოფებდნენ და შემდეგ გაკიდებდნენ მზეზე. მას შემდეგ, რაც ხორცი გამოშრებოდა, გახმებოდა- „გაყალდებოდა“ , შეინახავდნენ. მეორე ხერხით, მარილს მოაყრიდნენ და მშრალად ჩადებდნენ ქვაბში, ხის ჭურჭელში ან გუდაში, 3-4 დღის შემდეგ კი გაკიდებდნენ გასაშრობად.

• **მეორე, ხელოვნების დარბაზი** - ამ განყოფილებაში წარმოდგენილი იქნება მოლბერტები, ღვინის საწყისზე დამზადებული ნატურალური საღებავებით. დარბაზში მყოფი გაზამკვეცი მხატვარი შესთავაზებს სტუმარს შესასრულებელი ნახატების არჩევანს. შესრულებული ნახატი სტუმარს შეუძლია თან წაიღოს, როგორც ყველაზე ძვირფასი სუვენირი, რომლის შექმნაში თავად მიიღო მონაწილეობა.

სანარმოს ინტერიერი-ექსტერიერი



“Georgian Wine Art” კაფის ინტერიერი ძველი ქართული ეთნოგრაფიული ელემენტებით იქნება გაჯერებული, ძველი იმიტირებული ავეჯით, ღვინის, ქვევრის და ყურძნის თემატიკით გაფორმებული.

მთლიან დარბაზში, მუდმივად შესაძლებელი იქნება მაღალი ხარისხის ქართული ფოლკლორული მრავალმხიანობის აუდიო-ვიდეო ჩანაწერების მოსმენა.

გურმანულ დარბაზში წარმოდგენილი იქნება საქართველოს ყველაზე ცნობადი ღვინის ქარხნები, თავისი პროდუქციით. შესაძლებელია, ბიოღვინის მწარმოებელი ფიზიკური პირების პროდუქციის გამოფენაც.

სანარმოს პერსონალი

სანარმომი მხოლოდ მაღალი კვალიფიკაციის მქონე პერსონალი იმუშავებს. ძირითადად, სანყის ეტაპზე, მხოლოდ სომელიე, მხატვარი (შესაძლებელია, სამხატვრო აკადემიის დამამთავრებელი კურსის სტუდენტები) და დამხმარე პერსონალი (დამლაგებელი) დასჭირდება ობიექტს.

აღსანიშნავია, რომ ორივე პროფესიის წარმომადგენელი (სომელიე-მხატვარი) უნდა ფლობდეს ორ ან რამოდენიმე უცხო ენას და რა თქმა უნდა, წარმოდგენა უნდა ჰქონდეს საქართველოს ძირითად ისტორიულ-კულტურულ მონაცემებზე.

ტარიფები შეთავაზებული სერვისებისთვის

გურმანულ დარბაზში - გადახდის მოცულობა - სასურველი პროდუქტის შესაბამისი ექვივალენტი.

ხელოვნების დარბაზში - გადახდის მოცულობა - შესრულებული ნახატის სირთულისა და სიდიდის მიხედვით, დამხმარე მხატვრის მონაწილეობის მოცულობის მიხედვით შესაბამისი ექვივალენტი.

წარმოდგენილი „Georgian Wine Art“ კაფის კონცეფციის საცდელი ვარიანტი, რომელიც რეკომენდირებულია თავდაპირველად გაიხსნას დედაქალაქში, ხოლო შემდეგ ტურისტულ რეგიონებშიც, ხელს შეუწყობს ტურიზმის განვითარების „სტრატეგია 2025“-ის დოკუმენტში დასახული მიზნების შესრულებას. შესაბამისად, წარმოდგენილი ახალი ტურისტული პროდუქტი უზრუნველყოფს:

- ქართული ღვინის პოპულარიზაციას და განათლებით რეალიზაციას.
- ტურისტული მომსახურების გამრავალფეროვნებას.
- ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება, წელიწადის ოთხივე სეზონის მეტ-ნაკლებად დატვირთვას.
- ღვინის მწარმოებელი ქარხნების რეკლამას და გაყიდვების სტიმულირებას.
- საქართველოს, როგორც ღვინის სამშობლოს იმიჯის დამკვიდრებისა და პოპულარიზაციის გაძლიერების საშუალებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია - „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025.“
2. მალხაზ ხარბედია - ქართული ღვინის ისტორია www.rio-carnival.net
3. „Materials for a history of oil painting“ by Eastlake, Charles Lock, Sir, 1793-1865
4. Suzanne Bearne - Art and Wine
5. www.thedrinksbusiness.com/2017/03/painting-with-wine/
6. <https://archive.org/details/materialsforahi03eastgoog>
7. http://feelcity.ge/?read_review=146
8. <https://www.dievole.it/en/blog/wine-in-renaissance-painting/>
9. http://feelcity.ge/?read_review=146
10. <http://www.vinoge.com/samzareulo/zanduri-ifqli-TavTuxi-da-qarTuli-xorblis-istoria>



საჯარო და კერძო სექტორის პარტნიორობა (PPP) თეთრინყაროს ტურისტულ რეგიონში

ავტორი: თამარ გაბისონია
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი
ფაკულტეტი; ბიზნესის ადმინისტრირება
მიმართულება: ტურიზმი
ხელმძღვანელი: ლალი მიქელაძე

ტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული კერძო და სახელმწიფოს სექტორს შორის აქტიურ თანამშრომლობაზე, რასაც ბევრი ქვეყნის მაგალითი ადასტურებს. საქართველოში არსებულ ეტაპზე კერძო და სახელმწიფო სექტორს შორის თანამშრომლობა ტურიზმის სექტორში საწყის ეტაპზეა. ამ მხრივ გარკვეული ნაბიჯები გადადგმულია და პროცესების გათვალისწინებისთვის გარკვეული დროცაა საჭირო, რომ ორივე სექტორმა კარგად გააცნობიეროს მსგავსი თანამშრომლობის დადებითი შედეგები და კიდევ უფრო გააქტიურდეს თანამშრომლობა. ეკონომიკური და რეგიონალური პოლიტიკა უნდა იყოს მიმართული ტურისტული კლასტერის ფორმირებაზე და ამისთვის საჭირო შესაბამის ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე რეგიონში უნდა არსებობდეს ტურიზმის მდგრადი განვითარების კარგად დაგეგმილი სტრატეგია, რომელიც მიმართული იქნება რეგიონის სოციალურ-კულტურული და ეკოლოგიური რესურსების რაციონალურად გამოყენებაზე PPP ანუ კერძო და სახელმწიფო სექტორს შორის თანამშრომლობა ტურიზმის განვითარების უმნიშვნელოვანესი ფორმაა, მაგრამ ეს საჭიროებს მრავალ ნინაპირობას, ორივე მხარის სურვილს კომუნიკაციისა და პარტნიორობის კუთხით და შესაბამისი გარემოს ფორმირებას.

საკონფერენციო თემაში განხილულია საჯარო და კერძო სექტორის (PPP) პარტნიორობის მნიშვნელობა ტურიზმის განვითარებისთვის თეთრინყაროს რაიონში, რომელიც მიეკუთვნება ქვემო ქართლის რეგიონს. 2016 წელს ქ.თეთრინყაროს დაარსებიდან 200 წელი შეუსრულდა. 2014 წლის აღწერის მონაცემებით 3,076 მცხოვრები დარჩა. მუნიციპალიტეტში 88 დასახლებული პუნქტია (მათგან 6 პუნქტი დაცლილია: მათ შორის ერთი ქალაქია. მუნიციპალიტეტის ქალაქის მოსახლეობა შეადგენს 4,200 ადამიანს, ხოლო სოფლის 23,400 ანუ მუნიციპალიტეტის მოსახლეობის 85% სოფლად ცხოვრობს.

თეთრინყარო ისტორიულად ცნობილია დასახლებული და სანახაობითი ტურიზმით. მაგალითად, დაბა მანგლისის ტურისტული მნიშვნელობა, განპირობებულია განსაკუთრებული მიკრო კლიმატით, რომელსაც ქმნის კავკასიის რეგიონში უკიდურესი სამხრეთის კავკასიური ფიჭვის ენდემის არსებობა.

მას შემდეგ რაც, გარემონტდა თბილისი-მანგლისის (56 კმ) საავტომობილო გზა, დამსვენებელთა რაოდენობამ სეზონში 7-8 ათასს მიაღწია. მუნიციპალიტეტის ტერიტორიაზე 400 ამდე ისტორიულ - კულტურული ძეგელია. თეთრინყარო მუნიციპალიტეტის ადმინისტრაციული ცენტრია, მდებარეობს თბილისისა და რუსთავის სიახლოვეს, აქვს მაღალი საკურორტო ტურისტული პოტენციალი 21-ე საუკუნის დასაწყისიდან საერთაშორისო სატრანზიტო დერეფანშიც მოექცა (ბაქო-თბილისი-ჯეიჰანი ნავთობსადენი, სამხრეთ კავკასიის მილსადენი. ბაქო-თბილისი-ყარსის საერთაშორისო რკინიგზა), თუმცა ქალაქის განვითარება არ ხდება შესაბამისად. 2002-2014 პერიოდში მისი მოსახლეობა 23% შემცირდა აღნიშნული ტურისტული პოტენციალის ამოქმედება მთლიანად ინფრასტრუქტურის განვითარებაზეა დამოკიდებული, რომლის სათანადო დაონებე მოწყობა უპირველესი ამოცანაა, ადგილობრივი

ხელისუფლებისათვის. მათ შორის პრიორიტეტების გამოყოფა შეიძლება, მაგალითად წყალით მომარაგებაზე და გზის პრობლემა. წყალი ტექნიკური ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებისათვის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს საკითხს წარმოადგენს.

„მრავალეროვანი საქართველო“ გაეროს განვითარების UNDP მხარდაჭერით თეთრინყაროს მუციპალიტეტში ახორციელებს პროექტს, რათა ხელი შეეწყოს თეთრი ნყაროს მუნიციპალიტეტის სოციალური და ეკონომიკური კლიმატის გაჯანსაღებას არსებული ტურისტული პოტენციალის სრულფასოვნად გამოყენების გზით. პროექტი ითვალისწინებს თეთრინყაროს მუნიციპალიტეტში მცხოვრები, დამწყები და მოქმედი მცირე მენარმეების გადამზადებას, რათა მათ უკეთ შეძლონ საკუთარი საქმიანობის სფეროს ტურისტულ პოტენციალთან ინტეგრირება და ამის საფუძველზე საკუთარი შემოსავლების გაზრდა. ტრენინგში მონაწილეობა შეუძლიათ როგორც მოქმედ მცირე მენარმეებს, ასევე იმ ახალგაზრდებს რომლებიც დაინტერესებულნი არიან წამოიწყონ საკუთარი ბიზნეს საქმიანობა და საკუთარი წვლილი შეიტანონ თეთრინყაროს მუნიციპალიტეტში ტურისტული პოტენციალის გაჯანსაღების პროცესში.

„ევროკავშირი თეთრინყაროში სოფლის განვითარების საგრანტო კონკურსს იწყებს.“ საგრანტო კონკურსის მიზანია ხელი შეუწყოს თეთრინყაროს მუნიციპალიტეტში ცხოვრების დონის გაუმჯობესებას. „თეთრინყაროს განვითარების ჯგუფმა“ 2018 - 2022 წწ.ადგილობრივი განვითარების სტრატეგია შეიმუშავა. სტრატეგიის ამოცანებსა და პრიორიტეტებს წარმოადგენს გარემოს დაცვა, ბუნებრივი რესურსების მართვა და კატასტროფის რისკის შემცირება: სასოფლო-სამეურნეო და არასასოფლო - სამეურნეო ინიციატივების კონკურენტუნარიანობისა და მოდერნიზების მხარდაჭერა; სოფლად ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა; სოფლის ინფრასტრუქტურის განვითარება და რეაბილიტაცია.

ქალაქი გაზიფიცირებულია, 2010-2014 წლებში თითქმის მთლიანად მოხდა წყალსადენების რეაბილიტაცია, მოასფალტდა ქუჩების დიდი ნაწილი, ამდენად მაღალი ღირებულების ძირითადი საქალაქო ინფრასტრუქტურა უკვე რამდენადმე მონესრიგებულია, მაგრამ ქალაქს არ გააჩნია რაიმე კონცეფცია ან გეგმა რომლის მიხედვითაც მიზან მიმართული ბიძგი მიეცემა, როგორც უნდა იყოს რაიონებში, მხოლოდ ხელისუფლების გადასაწყვეტი არ არის, მნიშვნელოვანია თავად თეთრინყაროელების ხედვა და იდეები.

საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს მიერ მთის განვითარების ეროვნული საბჭოსათვის 2015 წლის 14 დეკემბერს წარდგენილ მაღალ-მთიან დასახლებათა ნუსხის პროექტში შეტანილია თეთრინყაროს მუნიციპალიტეტის 47 დასახლება: დაბა მანგლისი და სოფლები: ახალსოფელი, გოხნა, პატარა თონეთი, დიდი თონეთიდან, ცხრაკუდაანი, მოხისი, ნავთიანი, მენკალისი, ივანოვკა, დიდიკლდეისი, პატარა კლდეისი, ალგეთი, ამლივი, ღვევი, ვანათი, დრე, ლოლოვანი და ა.შ მათგან 6 სოფელში მოსახლეობა აღარ არის მაგრამ თუ ვინმე მომავალში დასახლდა ან სანარმო ამუშავდა მიიღებს „მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ“ საქართველოს კანონის მიხედვით გათვალისწინებულ შეღავათებს, გარდა ამისა მაღალმთიან დასახლებაში მუდმივად მცხოვრებლები ისარგებლებენ საშემოსავლო და ქონების გადასახადებში საგადასახადო შეღავათებით. შეღავათები გათვალისწინებულია საგადასახადო კოდექსით სანარმოსა და მენარმე ფიზიური პირისათვის, რაც ნიშნავს საშემოსავლო მოგებისა და ქონების გადასახადებისაგან გათავისუფლებას 10 წლის ვადით. ეს ყველაფერი მნიშვნელოვანია, თუმცა კერძო სექტორის აქტიურობა უმნიშვნელოვანესია რეგიონის ტურიზმის განვითარებისთვის, სწორედ ამიტომ გადავწყვიტე საკუთარი ბიზნესის წამოწყება, რომლის წარმატებასაც განაპირობებს „საჯარო და კერძო სექტორის ურთიერთობა თეთრინყაროს ტურისტულ რეგიონში.“

ქვემო ქართლის ბუნებრივ - გეოგრაფიული პირობები აგრეთვე ბუნებრივი კულტურული, ისტორიული ძეგლები ქმნის, რეგიონში ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობას, ტურიზმის პერსპექტიული მიმართულებები: ცხენოსნობა, სამონადირეო ტურიზმი, ეკო ტურიზმი, შემეცნებითი ტურიზმი, ოჯახური ტურიზმი, ეთნოგრაფიული ტურიზმი, აგრო ტურიზმი, სამკურნალო სარეაბილიტაციო ტურიზმი და სხვა. ქვემო ქართლში ტურისტებს შეუძლიათ იხილონ დასახლებები, რომლებიც ჩ.წ პირველი ათასწლეულით თარიღდება. დიდ არქეოლოგიურ აღმოჩენადაა მიჩნეული წინა ისტორიული დასახლების და ადამიანის ნაშთების პოვნა დმანისში. ექსპერტთა დასკვნებით დმანისში ჰომინიდი 18 მილიონი წლის წინ ცხოვრობდა, შესაბამისად დმანისი ევროპისა და აზიის ყველაზე ადრეულ დასახლებად შეიძლება იყოს მიჩნეული. მთლიანობაში ქვემო ქართლში 650 ისტორიული ძეგლია, რომელთაგან 300 სხვადასხვა ტურისტულ მარშრუტშია შესული.

პროექტი "WHITE WATER" განხორციელდება თეთრწყაროში სოფ. ბოგვეში 3.1 ჰა მიწის ფართობზე, რომელიც პირადი საკუთრებაა, სადაც უკვე დაწყებულია მშენებლობა სასტუმროსი და რესტორნის. ტერიტორია საკმაოდ დიდია, რაც იძლევა საშუალებას ტურისტული მომსახურების მრავალფეროვნებისა და სიახლეების დანერგვისთვის, აღსანიშნავია, რომ საქართველოში ტურისტული და ეკონომ კლასის თითქმის ყველა სასტუმრო მსგავსი კონცეფციით მუშაობს. რეგიონში ბიზნეს სექტორის განვითარების ხელშეწყობი ფაქტორებია: მისი სტრატეგიული მდებარეობა - სიახლოვე ქ. თბილისთან, აგრეთვე მეზობელ აზერბაიჯანსა და სომხეთთან. რაც მნიშვნელოვანია ტურისტული ნაკადების მოსაზიდად.

ქვემო ქართლში სასტუმროების ნაკლებობა აღინიშნება, ჩემს მიერ ადგილობრივ მაცხოვრებელთა გამოკითხვის შედეგად, დადგინდა მოზონდარეთა დადებითი დამოკიდებულება ტურიზმის განვითარების და სექტორში დასაქმების. კვლევის დროს გამოიკითხა 170 მაცხოვრებელი, აქედან 78 -კაცი და 92-ქალი. გამოკითხულთა 100%-ს ერთსულოვნად სურთ ამუშავდეს ახალი სასტუმრო კომპლექსი, რაც გაზრდის ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლებს და სოფლის ცნობადობას.

პროექტის ფარგლებში გათვალისწინებულია მოენყოს ადგილი, სადაც განურჩევლად ასაკისა, ეროვნებისა თუ სქესისა, ნებისმიერი ადამიანი შეძლებს დასვენებას, როგორც შაბათ-კვირას (რადგან თბილისთან ახლოს არის). ასევე დიდი ხნის პერიოდითაც.

როგორც ზევით აღვნიშნე ადგილი და ფართობი ხელს უწყობს, ჩემი ბიზნესი იყოს სრულიად განსხვავებული საქართველოში არსებულ სასტუმროებთან შედარებით, აქედან გამომდინარე მივიღეთ გადაწყვეტილება, მოენყოს პატარა ეზოიანი კოტეჯები, რომელსაც საკუთარი ბაღები ექნება სადაც დამსვენებელი შეძლებს თავისი ხელით დაკრიფოს ეკოლოგიურად სუფთა, სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტები. მოგახსენებთ, რომ მთელ მსოფლიოში დიდი ყურადღება ექცევა ნატურალურ საკვებს, ამიტომ მიმზიდველი იქნება უცხოელი ტურისტისთვის საკუთარი ხელით დაკრიფილი საკვები, (რეგიონის კლიმატური პირობები განსაკუთრებით ხელსაყრელია სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოებისთვის. მოსავლის მიღება შესაძლებელია წელიწადში 2-3-ჯერ, რაც განაპირობებს ქვემო ქართლის მაღალ კონკურენტუნარიანობას სხვა რეგიონებთან შედარებით).

ეს სასტუმრო მხოლოდ ვიზიტორთა განტვირთვისთვისა და ლამაზი ხედებისთვის არ იფუნქციონირებს, დიდი ყურადღება დაეთმობა სპორტულ აქტივობებს, ანიმაციურ პროგრამებს, მოენყობა „ბატუტ პარკ“ (TRAMPOLINE PARK), ველობილიკები.

ტერიტორიას 2 ნაწილად ჰყოფს მდ. ალგეთი, რომელიც გამოირჩევა მრავალი თევზის სახეობით და სიუხვით. შესაბამისად გაკეთდა ტბა, რომლის მთავარი მარაგი მდ. ალგეთია, აქედან გამომდინარე სასტუმრო-კომპლექს საკუთარი ტბის ხარჯზე თევზაობის მოყვარულთათვის საუკეთესო დესტინაცია გახდება.

წარმოგიდგენთ ბიზნეს პროექტის „WHITE WATER“ SWOT - ანალიზს :

S - STRENGTHS – (ძლიერი მხარე) საკუთარი მიწა, იდეა, განსხვავებული ტიპის სასტუმრო-კომპლექსი რეგიონში და არა მხოლოდ რეგიონში ქვეყანაში, იაფი მუშახელი, კლიმატური პირობები, ბუნებრივი რესურსი, (ტბა მდინარე), კავშირგაბმულობა (რეგიონის ტერიტორიაზე ვრცელდება ფიჭური კავშირგაბმულობის მობილური ქსელები. რეგიონში ინტერნეტ-ქსელი, ძირითადად, ფუნქციონირებს მობილური ქსელების (მოდემები) და სატელიტური თევზების საშუალებით. **DSL -** ინტერნეტკავშირი) (გაზიფიცირებული, მუდმივი ელექტროენერგია, დაცულობა) (მუდმივი საპატრულო ეკიპაჟის მოძრაობა ტრასაზე), ბიომრავალფეროვნება ადვილად მისაღწევი, ქალაქიდან ახლოს, 30-მდე ტურისტული მარშრუტი, კონკურენტ უნარიანობა, ინოვაციური, მოსახლეობის მხარში დგომა. სახელმწიფოსგან და ტურისტებისგან დიდი ოდენობით დაინტერესება რეგიონში საერთაშორისო მნიშვნელობის გზებისა და რკინიგზის არსებობა (საავტომობილო გზების საერთო სიგრძე (დასახლებების შიდა გზების ჩათვლით) რეგიონში 3,036 კმ-ია. ქვემო ქართლის ტერიტორიაზე გადის საერთაშორისო მნიშვნელობის სამი გზა: თბილისი - ნითელი ხიდი (აზერბაიჯანის საზღვრისკენ), თბილისი - მარნეული-გუგუთი და მარნეული - სადახლო (სომხეთის საზღვრისკენ). ქვემო ქართლის ტერიტორიაზე არსებული რკინიგზა ფუნქციონირებს ორი მიმართულებით: თბილისი-ბაქო, თბილისი-ერევანი. მიმდინარეობს თბილისი-ნალკა-ახალ ქალაქის რკინიგზის მშენებლობა. საგზაო და სარკინიგზო კომუნიკაციები უზრუნველყოფს ქვემოქართლის რეგიონის თანამშრომლობას მოსაზღვრე ტერიტორიებთან. ამჟამად მიმდინარეობს თბილისი-რუსთავის დამაკავშირებელი ავტობანის მშენებლობა. მდიდარი ნიაღისეული რესურსები.

W - WEAKNESS – (სუსტი მხარე) მოსახლეობის მრავალფეროვნება და გამოუცდელი პერსონალი, რომელსაც დასჭირდება დატრენინგება, სასმელი წყლით მოსახლეობის არასრული უზრუნველყოფა და ხარისხის სტანდარტებთან სასმელი წყლის შეუსაბამობა.

O - OPPORTUNITIES – (შესაძლებლობები) ინოვაციური და გახდეს ტურისტების მოზიდვის მთავარი წყარო, გაითქვას სახელი და ამით გაიზარდოს მნახველთა რაოდენობა, აკმაყოფილებდეს საერთაშორისო სტანდარტებს, საერთაშორისო ბაზრებზე ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტზე მოთხოვნის გაზრდა, ინვესტორების გაზრდილი ინტერესი.

T- THREATS (მოსალოდნელი საფრთხე)-ბუნებრივი კატასტროფები, ეთნიკური უმცირესობების წარმომადგენელთა მიერ სახელმწიფო ენის არცოდნა და მათი სუსტი ინტეგრაცია.

პროექტის მიზანია: საზოგადოების ეკონომიკური განვითარებისა და გარემოს დაცვის ინტერესების გათვალისწინებით უზრუნველყოთ ადამიანის კეთილდღეობის ცხოვრების დონის ზრდა და რეგიონის მდგრადი განვითარება, რომელიც გულისხმობს ეკონომიკური ზრდის ისეთ ფორმას, რომელიც უზრუნველყოფს საზოგადოების კეთილდღეობას მოკლე, საშუალო და რაც მთავარია, ხანგრძლივი ვადით. თეთრწყაროს მუნიციპალიტეტის მოსახლეობა არის მთავარი ფაქტორი, რომელზეც უშუალო გავლენას ახდენს პრობლემის გადაჭრა: მაგალითად, დადებითს, თუ წყალმომარაგების სისტემა გაუმჯობესდა, უარყოფითს, თუ მდგომარეობა არ შეიცვალა.

შედეგად, მოსახლეობა წყლის დებეტის ნაკლებობის გარდა ტურისტული ბიზნესიდანაც ნაკლებ შემოსავალს მიიღებს, როგორც დამსვენებლებისთვის არამიზიდველი რეგიონის მცხოვრები; ადგილობრივი მოსახლეობა დაინტერესებულია წყალმომარაგების სისტემის გაუმჯობესებით ასევე გზით, რადგან მეტი ტურისტი რეგიონში გულისხმობს მეტ შემოსავალს ადგილობრივ ბიუჯეტში; ადგილობრივი ბიზნეს-სექტორი და ტუროპერატორები დაინტერესებულნი არიან მიიღონ მეტი შემოსავალი და გააფართოვონ თავიანთი საქმიანობის გეოგრაფიული არეალი შესაბამისად ისინი ემხრობიან პრობლემის რაც შეიძლება ეფექტურად და მოკლე დროში გადაწყვეტას; ცენტრალური ხელისუფლება - დაინტერესებულია გაიზარდოს ადგილობრივი თვითმართველობის ბიუჯეტი რასაც შედეგად შეიძლება მოყვეს სოციალური პრობლემების გარკვეულწილად მოგვარება მუნიციპალიტეტის დონე მანც: დამსვენებლები უშუალოდ არიან დაინტერესებულნი გამართული ტექნიკური ინფრასტრუქტურით, ასეთ შემთხვევაში გაცილებით მეტი სტიმული და მოთხოვნილება ექმნებათ აირჩიონ დასასვენებლად სწორედ აღნიშნული ტურისტული ზონა.

ამ პროექტის როგორც, ავტორისთვის და განმასხორციელებლისთვის საჭიროდ მივიჩნევ სახელმწიფო სექტორისგან პარტნიორობას: კულტურულ-ისტორიული ძეგლების კონსერვაციას, მათ დაცვას და მოვლას, კემპინგის პუნქტების, განათების სისტემების, საზოგადოებრივი საპირფარეოების, მანქანების პარკირებისა და სუვენირების მაღაზიების მოწყობის წახალისება-ხელშეწყობა ტურისტული ღირსშესანიშნაობების გარშემო, ისტორიულ - კულტურულ ძეგლებთან მისასვლელი ადგილობრივი გზებისა და ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაცია - კეთილმოწყობა, მხარის საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება; ქალაქებში, სოფლებში გზებზე და მაგისტრალ-ტრასებზე ტურისტული ობიექტების მიმანიშნებელი საგზაო ნიშნების, ასევე ქუჩების სახელდებებისა და ნუმერაციის აღმნიშვნელი (მიმართულების მიმანიშნებელი) ფირნიშების და აბრების დამონტაჟება ქართულ და ინგლისურ ენებზე, მუნიციპალური ტრანსპორტის ოფიციალურ გაჩერებებზე ტრანსპორტის მოძრაობის გრაფიკის ორენოვანი (ქართული და ინგლისური) დაფების მოწყობა, რათა ტურისტებს გაუადვილდეთ გადაადგილება რეგიონის ტერიტორიაზე.

პროექტი ემსახურება არა ერთი კონკრეტულად რომელიმე მიზნის მიღწევას არამედ რამოდენიმეს ერთად. პირველი მიზანია:

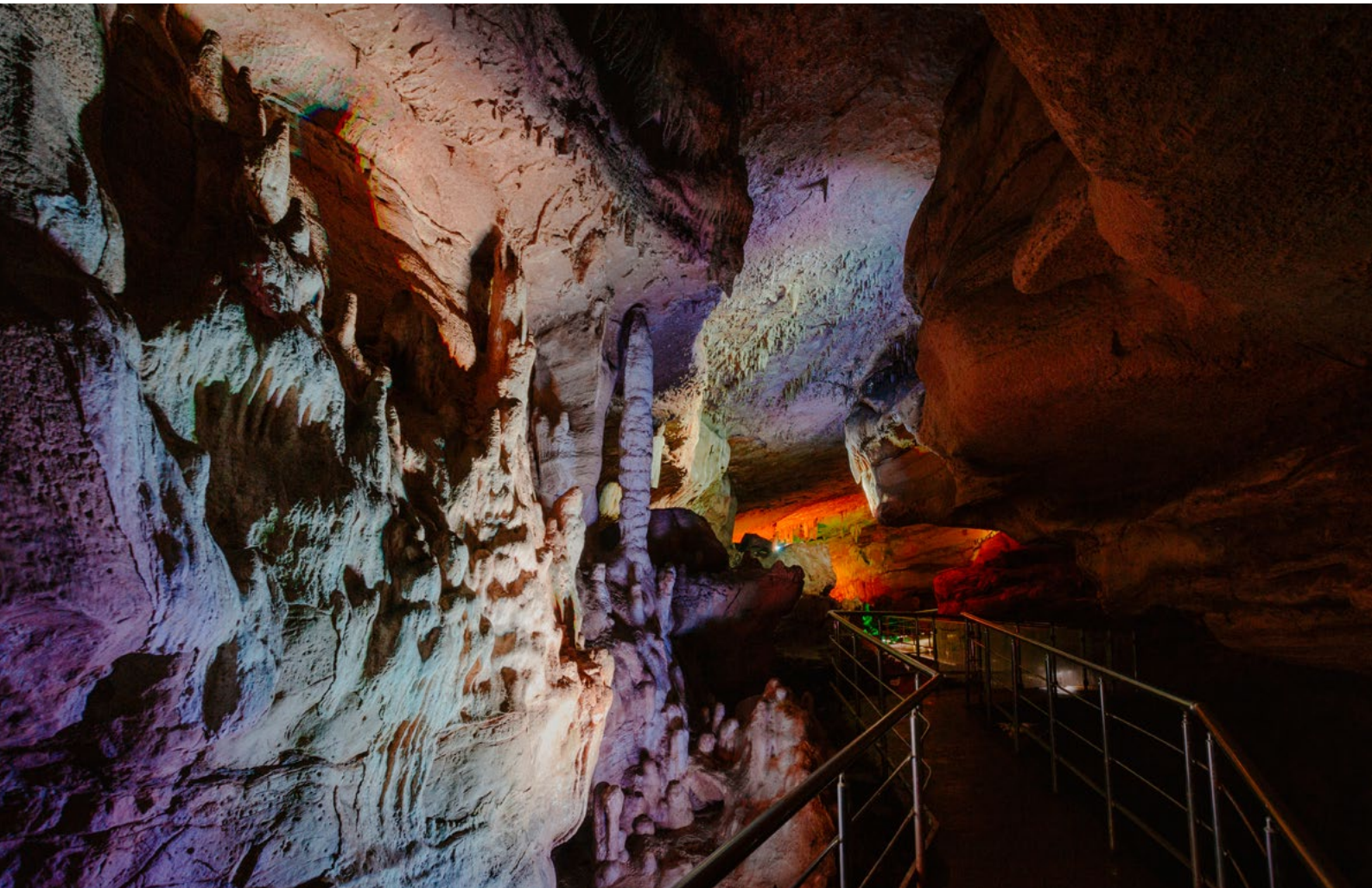
- 1) ჩამოყალიბდეს კერძო და სახელმწიფო სექტორის შორის აქტიური თანამშრომლობა (PPP), რომელიც მჭიდროდ დააკავშირებს საჯარო და კერძო პარტნიორობას და ეს კავშირი სარგებელს მოუტანს თეთრი წყაროს მუნიციპალიტეტს დაიმკვიდროს ადგილი, როგორც საუკეთესო ტურისტულის დესტინაციამ .
- 2) პროექტის სტრატეგიული გეგმა მიზნად ისახავს კლიენტთა ძირითადი სეგმენტისათვის ინფორმაციული მომსახურების პლატფორმის შექმნა სეგმენტზე ორიენტირებული მიდგომა კლიენტთან მომსახურებასთან მიმართულებაში.
- 3) ტურისტისთვის მნიშვნელოვანი ასპექტია მის მიერ შერჩეულ მოგზაურობაში საკვები, რომელშიც გადამწყვეტ როლს ჯანმრთელი საკვები თამაშობს, ტურისტული საკვები შეიძლება ჩაითვალოს, როგორც, ადამიანის პოტენციური, სარგებელი ჯანმრთელობისთვის, მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში დიდი ყურადღება ექცევა „ჯანმრთელ პროდუქტს“ რადგან ტურისტები თვლიან, რომ სჭირდებათ ჯანსაღი კვება, მათი თვალსაზრისით სურსათი, ჯანმრთელობა და ტურიზმი პირდაპირ დაკავშირებულია ერთმანეთთან, მსოფლიოს კვლევებიდან გამომდინარე, კვლევარები ამტკიცებენ რომ „ჯანსაღი“ საკვები ყველაზე მოთხოვნიანია . ასევე ტურისტებს შევთავაზებთ მონაწილეობა მიიღონ დათესვა, დარგვაში და მოსავლის აღებაში.
- 3) პროექტის ერთ-ერთი სტრატეგიული მიზანი ისევ და ისევ ჯანმრთელობასთან და ჯანსაღი ცხოვრების წესთან არის დაკავშირებული, რომელიც სპორტული აქტივობებიდან

გამომდინარე განხორციელდება.

4) მუდმივად დატრენინგდება ადგილობრივი დასაქმებული კადრი, რაც მომსახურების ხარისხის მუდმივი გაუმჯობესებისკენ იქნება მიმართული. პროექტის მთავარი სტრატეგიული მიზანია რეგიონში ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა, მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლება და ინოვაციური სრულიად ახალი კონცეფციის სასტუმრო ბიზნესის წარმოება, რომლის ანალოგიც ჯერ საქართველოში არ ფიქსირდება.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. თეთრინყაროს მუნიციპალიტეტი <http://www.tetriskaro.gov.ge>
2. ქვემო ქართლის რეგიონის განვითარების სტრატეგია 2014 - 2021 წლებისთვის - <http://gov.ge>
3. საქართველოს კანონი მალაშვილის რეგიონების განვითარების შესახებ - 16/07/2015 <https://matsne.gov.ge>
4. თანამონაწილეობითი დაგეგმვა ურბანულ გარემოში (2016)-[HTTP://WWW.IVOTE.GE](http://WWW.IVOTE.GE)
5. რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, მათი დაძლევის გზები და განვითარების პერსპექტივები-ნ.სამჭკუაშვილი-2013წ.
6. საქართველოს ინფრასტრუქტურისა და რეგიონული განვითარების სამინისტრო. "საქართველოს რეგიონალური განვითარების 2010-2017 წწ.-2010 წ.
7. <https://sputnik-georgia.com>



„BIRDWATCHING“-ი ევროპასა და საქართველოში

ავტორი: თეა ბროლაძე
საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტი
საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი
ხელმძღვანელი: მანანა ალადაშვილი

თანამედროვე ტურიზმი წარმოადგენს საკმაოდ განვითარებულ სფეროს, რომელიც სულ ახალი მიმართულებებით გვაოცებს. დღესდღეობით, ევროპაში საკმაოდ აქტიურია ტურიზმის ისეთი მიმართულება, როგორცაა „BIRDWATCHING“-ი, ანუ ფრინველებზე დაკვირვება. ის მოიცავს ფრინველების გამიზნულ აღწერას, აღრიცხვასა და შესწავლას.

ფრინველებზე დაკვირვება 1930-იანი წლებიდან იღებს განვითარების სათავეს, დურბინებისა და სხვა გამაძიებელი საშუალებების წარმოებასთან ერთად. დაახლოებით ამავე დროს იყო გამოქვეყნებული პირველი პუბლიკაციები, რომლებიც მოიცავდნენ ინფორმაციას ფრინველებზე და ამ ინფორმაციას თანდართული ჰქონდა სურათები. იმის შემდეგ მსოფლიოში იმ ხალხის რაოდენობა, რომლებიც „ნადირობენ“ ფრინველებზე, რათა დააკვირდნენ და შეისწავლონ ისინი, გეომეტრიული პროგრესით იზრდება.

დღესდღეობით, „BIRDWATCHING“-ს ეწევიან არა მხოლოდ პროფესიონალი ორნითოლოგები, არამედ უბრალოდ დაინტერესებული პირები და მოყვარული ნატურალისტები.

ამით მილიონობით ადამიანი დაკავებული და უმეტესობა განვითარებული ქვეყნიდანაა, ძირითადად ევროპასა და აშშ-დან. ფრინველებზე დაკვირვება არ ნიშნავს მათ სროლას, ან მონამვლას. დაკვირვებისთვის უბრალოდ საჭიროა, რაც შეიძლება მეტი იშვიათი და სხვადასხვა სახეობის ფრინველის ნახვა. ევროპაში ეს მიმართულება ისეა განვითარებული, რომ ყოველი კვირის დასასრულს, ჭაობებზე, ტბებსა და ტყის ბილიკებზე შესაძლოა ვიხილოთ ადამიანები, რომელთაც ხელში დურბინი უჭირავთ.

ადამიანები ფრინველებზე დაკვირვებას სხვადასხვა მიზნებით იწყებენ. ზოგისთვის ეს უბრალოდ ბავშვობის ჰობია, ზოგი მეგობრებს უერთდება, მაგრამ, როდესაც ამას სერიოზულად უდგებიან, იწყება ყველაზე საინტერესო. რამდენიმე თვეში ამჩნევენ, რომ უკვე ნახა აქვთ ყველა ფრინველი მათ მიდამოებში და უნვეთ მოგზაურობა სხვა ადგილებში, თავის ქვეყანაში, ან საზღვარს გარეთ იმისთვის, რომ იხილონ ახალი, მათთვის უცნობი სახეობის ფრინველები.

განვიხილოთ ევროპის ორი ეროვნული პარკი, სადაც ინტენსიურად ხორციელდება ფრინველებზე დაკვირვება და მათი შესწავლა.

შვედეთი. სტორე მოსეს ეროვნული პარკი, სმოლანდის ლენი.
თუ გადავთარგმნით სახელწოდებას, ის ნიშნავს „დიდ ჭაობს“. სწორედ ჭაობები და ტბები ქმნიან ადგილობრივი ეკოსისტემის ფუძეს. ეს ადგილი ითვლება ერთ-ერთ საუკეთესოდ ფრინველებზე დასაკვირვებლად. სტორე მოსეში ყოველწლიურად ბუდობს 100 სახეობის ფრთოსანი ფრინველი. პარკში ჩრდილოეთისა და სამხრეთის ფრინველების ნახვაცაა შესაძლებელი. სწორედ იმისთვის, რომ შესაძლებელი იყოს ფრინველებზე დაკვირვება, პარკში ააშენეს სათვალთვალო კოშკები. აქ ბუდობენ დიდი კოლონიები ტბის თოლიების. პარკში შესვლა უფასოა.

საფრანგეთი. კამარგის ეროვნული პარკი
ეროვნულ პარკში შესვლის ღირებულება \$4-8 ღირს. კამარგის ეროვნულ პარკი ძალიან ჰგავს სამკუთხედს.

აქ მრავლადაა ჭაობები, მარილიანი ტბები და ზღვის ლაგუნები. ფაუნა წარმოდგენილია ძუძუმწოვრების 30 სახეობით. ტურისტებს შეიძლება შეხვდეთ გარეული ღორი, ზღარბები, ციყვები და ა.შ. ამარგის პარკი ითვლება განსაკუთრებულად საინტერესოდ მდიდარი ორნითოფაუნის გამო. სპეციალისტები ამ პარკს მიიმჩნევენ ყველაზე დიდ ეზოდ ფრინველებისთვის ევროპაში. აქ ბინადრობს 30 000 ფრთოსანი. მათ შორის უმეტესობა წყალმცურავია, ან წყალთან ახლოს მობინადრე. არიან ასევე მტაცებელი ფრინველებიც, მაგრამ ორნითოფაუნის ყველაზე კაშკაშა წარმომადგენელია ვარდისფერი ფლამინგო. ეს ფრინველები აქ დასასვენებლად ჩერდებიან, აფრიკაში გადაფრენის დროს. მტაცებელ ფრინველებზე დაკვირვება, როგორც ერთ-ერთი ტურისტული შეთავაზება, დასავლეთ ევროპისა და ჩრდილოეთ ამერიკის ქვეყნებში განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს. ამ ხაზის განვითარებისთვის დიდი პოტენციალი აქვს საქართველოს.

საქართველოში ფრინველთა 300-ზე მეტი სახეობა გვხვდება. გადამფრენი ფრინველების მნიშვნელოვანი დასასვენებელი და დასაზამთრებელი ადგილებია კოლხეთის დაბლობი (სანაპირო ზოლისა და პალიასტომის ტბის ჩათვლით) და ჯავახეთის ზეგანის ტბების სისტემა. საქართველოში გავრცელებული ფრინველებიდან სამი კავკასიის ენდემურ სახეობას წარმოადგენს. ესენია:

- 1) კავკასიური როჭო.**
აღმოჩენილია ლაგოდეხის ნაკრძალის ტერიტორიაზე 1875 წელს. გავრცელებულია მთავარი კავკასიის ქედსა და მცირე კავკასიონის ალპურ ველებზე. მამალი კავკასიური როჭო შავია, ხოლო დედალი ჭრელი. ბუდეს მინაზე იკეთებს და დებს 2-დან 10 კვერცხამდე. შეტანილია „ნითელ წიგნში“ და 700-მდე ინდივიდი ბინადრობს ლაგოდეხში.
- 2) კავკასიური შურთხი.**
ქათმისნაირთა რიგის ფრინველია. მისი სხეულის სიგრძე 50 სმ-ა, წონა 2 კგ. წერილი შავი და წითელი ბოლოები აქვს და კოპოლები. ლაგოდეხის ნაკრძალში მისი 70-მდე ინდივიდი.
- 3) კავკასიური ყარანა.**
გავრცელებულია ბანარა-ბაბანეულის დაცულ ტერიტორიაზე. სწორედ ეს ფაქტი, რომ საქართველოში ფრინველების 300-ზე მეტი სახეობაა და აქედან სამი ენდემური კავკასიის ფრინველი, მეტყველებს იმაზე, თუ რამხელა პოტენციალი აქვს ტურიზმის ამ მიმართულების განვითარებას.

განვიხილოთ ის დაცული ტერიტორიები, რომლებიც შეიძლება გამოვიყენოთ „BIRDWATCHING“-ისთვის.

ვაშლოვანის ეროვნული პარკი.
ვაშლოვანის დაცულ ტერიტორიებზე მრავალფეროვანი ფაუნაა, აქ გავრცელებულია ძუძუმწოვრების 62, ფრინველის 135, ქვეწარმავალის 30, თევზების 20 და ამფიბიების 4 სახეობა.

ორნითოლოგიური თვალსაზრისით ვაშლოვანის ნაკრძალი ძალიან მდიდარია. ვაშლოვანში შოშიების და ტარბების ათასიანი გუნდები გვხვდება. მრავლად არიან სხვა მცირე ზომის ფრინველები: ბელურები, მელორიები, ჩიტბატონები, სკვინჩები. ზამთრობით აქ სარსარაკების, უფრო იშვიათად კი, უზარმაზარი სავათების ნახვაა შესაძლებელი. მტაცებელი ფრინველებიდან ვაშლოვანში ბექობის არწივების, სვავების, ორბების, ძელქორების და კაკაჩების ნახვაა შესაძლებელი. მრავლადაა კაკაბი. იშვიათად, მაგრამ მაინც შეხვდებით დურაჯს. ხოლო ალაზნის ჭალებში, რომლებიც უკვე ეროვნული პარკის შემადგენლობაშია შესული, მრავლად არის კოლხური ხოხობი.

ვაშლოვანის თიხის ციცაბო ფლატეებზე კი მერცხლების კოლონიები ბუდობენ, რომელსაც „მერცხლების ქალაქს“ უწოდებენ. აქ წყლის ფრინველების სიმრავლეა, აქ გვხვდება ყანჩები, ჩვამები, იხვინჯები, გარეული იხვები, წითელი იხვები, შაკი, თეთრკუდა ფსოვი. ფრინველებზე დაკვირვებისთვის შესანიშნავი პერიოდია გაზაფხული-შემოდგომა.

თუშეთის ეროვნული პარკი

თუშეთი ორნითოლოგიური თვალსაზრისითაც საკმაოდ მრავალფეროვანი მხარეა. აქ მრავალი სხვადასხვა ზომისა და განსხვავებული ცხოველების წესის მქონე ფრინველი ბინადრობს. თუშეთის მიუვალ კლდეები უზარმაზარი ფრინველების ორბების, ბატკანძერებისა და მთის არწივების საბუდარია. ეროვნულ პარკში ასევე მრავლად არის წარმოდგენილი: ნაძვის ნისკარტმარწყვა, რამდენიმე სახეობის კოდლა, ნითელთავა მთიული, მთის მწყერჩიტები და ნითელფრთიანი კლდეცოცია, კაკბი, ბუემი, მთის კირკიტა, კაკაჩა და პლანეტის ყველაზე სწრაფი ფრთოსანი შევარდენი. ფრინველებზე დაკვირვებისთვის შესანიშნავი პერიოდია ივლისიდან - ოქტომბრის ჩათვლით.

ჭაჭუნას ალკვეთილი

ჭაჭუნას ალკვეთილში ფრინველთა ბევრი სახეობაა წარმოდგენილი: ქედანი, გვრიტი, შევარდენი, მიმინო, კაჭკაჭი, კაკაბი, ბექობის არწივი. ჭაჭუნის კირქვული წარმოშობის კლდეებში არსებული გამოქვაბულები ორბების და ფსკუნჯების საბუდარია. ღვიის ხეებზე ბინადრობს სვაგი. ჭაჭუნას ალკვეთილი ულამაზესი ფრინველი დურაჯის პოპულაციითაც მნიშვნელოვანი ჰაბიტატია. ჭაჭუნას ალკვეთილში იშვიათი და გადაშენების პირას მყოფი 10 სახეობის ფრინველი ბინადრობს, რომლებიც საქართველოს „ნითელ ნუსხაში“ არიან შეყვანილნი. ესენია: ბექობის არწივი, სვაგი, ველის არწივი და სხვ. ალკვეთილზე ფრინველებზე დაკვირვებისთვის ხელსაყრელი სეზონია გაზაფხული - შემოდგომა.

მტირალას ეროვნული პარკი

მიუხედავად იმისა, რომ ჯერ არ არის სრულყოფილად გამოკვლეული ეროვნული პარკის ორნითოლოგია, შეგვიძლია დავასახელოთ აქ მობინადრე მტაცებელი ფრინველებიდან რამდენიმე სახეობა: დიდი მყივანი არწივი, ჩია არწივი, გავაზი, ძერა, ქორი და მიმინო. ტყის ეკოსისტემებში ასევე გვხვდება: ულამაზესი ოფოფი, ტყის ქათამი, კოდლას რამოდენიმე სახეობა, გუგულები, შაშვები, ჩხიკეები, მტრედები და სხვ. განსაკუთრებულ ყურადღებას იქცევს პეპლების სიჭრელე. მათ შორის აღსანიშნავია გლობალური საფრთხის წინაშე მყოფი სახეობები: ოლენდრისა, მკვდართავა სფიქსი, დათუნელა ჰერა, აპოლონი, კავკასიური ზერინთია. ეროვნულ პარკში გავრცელებულია საქართველოს „ნითელ ნუსხაში“ შემავალი 6 ფრინველი.

პარკში ფრინველებზე დაკვირვებისთვის კარგი პერიოდია აგვისტოდან - ოქტომბრის ჩათვლით.

ძირითადი ისტორიული საჰაერო გზა, რომლითაც ხდება ფრინველთა გადაფრენა საქართველოზე გავლით, არის შავი ზღვის სანაპირო გზა. ამ გზით, ჩრდილოეთიდან სამხრეთით და პირიქით, მიფრინავს ფრინველთა სხვადასხვა სახეობის უდიდესი რაოდენობა. შავი ზღვა-კავკასიის ზღვისპირეთ-სანაპირო გადასაფრენი გზა მიემართება ქერჩის სრუტედან შავი ზღვის სამხრეთ-აღმოსავლეთ სანაპიროს გაყოფებით, გაივლის საქართველოს მთელ ზღვისპირეთს და გრძელდება მცირე აზიას, ეგვიპტესა და აფრიკისკენ.

ამ გზას უერთდებიან ან მისგან სხვადასხვა მხრისაკენ განშტოვდებიან ფრინველთა ზოგიერთი სახეობის გადაფრენის ცალკეული, მეორეხარისხოვანი გზები. ეს ფრინველები უერთდებიან იმ ფრინველთა საერთო ნაკადს, ან შორდებიან მას სახეობის ბიო-ეკოლოგიურ თავისებურებებთან ოვანი ქარავნები.

ფრინველთა გადაფრენის საქართველოს მეორე მნიშვნელოვანი გზა იწყება ქ. ორჯონიკიძის მხრიდან მდ. თერგის დიდების გასწვრივ, გადადის ჯვარისა და გუდაურის უღელტეხილზე, მიემართება მდინარეების თეთრი და შავი არაგვის გაყოფებით, ჩადის მტკვარზე და გარდაბნის ველის შემდეგ, მიჰყვება ამ მდინარის დინებას სამხრეთ-აღმოსავლეთით, ძირითად საზამთრე ადგილამდე, ლენქორანთან, ყიზილ-აგაჩის ყურეში და ირანული ტალიშის საზღვრებამდე.

ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ორგანიზებით და დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მხარდაჭერით ფრინველებზე დაკვირვების თემატიკაზე მომუშავე ფურნალისტებისთვის ერთკვირანი პრესტური მოენყო. ტურის ფარგლებში ბრიტანული მედიის წარმომადგენლებმა საქართველოს დაცული ტერიტორიები: ყაზბეგი, ვაშლივანი და ჭაჭუნა მოინახულეს. პრესტურის დასრულების შემდეგ ბრიტანელი ფურნალისტები საქართველოში ფრინველებზე დაკვირვების შესახებ ვრცელ სტატიას მოამზადებენ.

„BIRDWATCHING MAGAZINE UK“- ფურნალისტის როდრიკ სტენდინგის თქმით ყაზბეგი ერთ-ერთი საუკეთესო ადგილია, სადაც ფრინველებზე დაკვირვება შეიძლება: „ფრინველებზე დასაკვირვებლად საქართველო ბრიტანეთისთვის ძალიან საინტერესო ქვეყანაა, რომელიც მრავალფეროვანია ფრინველთა სახეობებით. მათ შორის საკმაოდ რთულად აღმოსაჩენი ფრინველებიც არიან, მათი მთებში და გამყოლის გარეშე რთულია მიგნება. ეს შესანიშნავი ადგილია ფრინველებზე დაკვირვების მოყვარულთათვის. აქ ბევრი სასტუმროა. ტრანსპორტი და კომუნიკაციები სრულყოფილად გამართულია. საქართველოში ყველაფერია იმისთვის, რომ უსაფრთხოდ იმოგზაურო. ასევე თქვენ გაქვთ შესანიშნავი კერძები და ღვინო.“- განაცხადა როდრიკ სტენდინგმა.

ქობულეთის მუნიციპალიტეტში მდებარე სოფლები - სახალვაშე და ჩაისუბანი, საუკეთესო ადგილია მათთვის, ვინც ერთმანეთს ინფორმაციას უზიარებს. მტაცებელი ფრინველების ეკოლოგიისა და მიგრაციის შესახებ. აქ ფრინველებზე დაკვირვებისთვის პლატფორმებია მოწყობილი და მათთან მისასვლელი ბილიკებიც დამარკულია.

აღსანიშნავია, საქართველოს გარემოს დაცვისა და ბუნებრივი რესურსების სამინისტროს მიერ სკოლის მოსწავლეთათვის შექმნილი პროექტი „ბალის ფრინველთა საათი“, რომელიც უკვე მრავალი წლის განმავლობაში ფუნქციონირებს. პროექტის ძირითად მიზანია ახალგაზრდების ცნობიერების ამაღლება ბიომრავალფეროვნების ღირებულებისა და სასიცოცხლო გარემოსთვის მისი მნიშვნელობის შესახებ.

მე ჩავატარე მცირე კვლევა „BIRDWATCHING“-ის შესახებ და კვლევის შედეგად გავარკვიე, თუ როგორია ცნობიერების დონე საქართველოში. გამოვიკითხე ძირითადად სტუდენტები (61 ადამიანი).

1. გაგიგიათ თუ არა ფრინველთა დაკვირვების შესახებ? 46-ს გაუგია, 15-ს არ გაუგია.
2. მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა ფრინველთა დაკვირვებაში? 11-ს მიუღია, ხოლო 50-ს არ მიუღია.
3. ჩამოთვლილთაგან, რომელიმე ფრინველი გეცნობათ? კავკასიური როჭო, შურთხი თუ ყარანა? ჩამოთვლილთაგან არცერთი ფრინველი არ იცოდა 11-მა ადამიანმა, ხოლო დანარჩენებს სმენიათ ამ ფრინველების შესახებ.
4. საქართველოში 300-ზე მეტი ფრინველთა სახეობაა. როგორ ფიქრობთ, აქვს თუ არა საქართველოს „BIRDWATCHING“-ის განვითარების პოტენციალი? 57 ადამიანი ფიქრობს, რომ საქართველოს აქვს ამ მიმართულების განვითარების პოტენციალი, ხოლო 4 არ ფიქრობს, რომ არ აქვს.
5. მიიღებდით, თუ არა მონაწილეობას ფრინველებზე დაკვირვებაში? 40 ადამიანი დიდი სიამოვნებით დააკვირდებოდა ფრინველებს, ხოლო 21-ს ეს არ აინტერესებს.

მნიშვნელოვანია ის ფაქტი, რომ აჭარა, როგორც მტაცებელი ფრინველების მიგრაციის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი კორიდორი მსოფლიოში, ყოველწლიურად სულ უფრო და უფრო მეტ უცხოელ ტურისტს იზიდავს. 2012 წლიდან აჭარაში ყოველწლიურად ტარდება ბათუმის ფრინველთა საერთაშორისო ფესტივალი, რომელიც ფრინველებზე

დაკვირვების მოყვარულთათვის მნიშვნელოვანი მოვლენაა და მის ფარგლებში ბევრი უცხოელი ბერდვორჩერი სტუმრობს სექტემბერში რეგიონს. ეს ფესტივალი აჭარის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის მხარდაჭერით ტარდება. ფესტივალის ფარგლებში ტარდება. ექსკურსიები ფრინველებზე დაკვირვების ადგილებში და თემატური კონფერენციები, რომლებშიც მონაწილეობას იღებენ, როგორც ქართველი, ისევე უცხოელი ექსპერტები.

ფრინველთა სპეციალური დაცული ტერიტორიები საქართველოში - 1979 წელს ევროპის გაერთიანებამ მიიღო დირექტივა 79/409/EEC, რომელიც ასევე ცნობილია ფრინველთა დირექტივის სახელით. ფრინველთა დირექტივის მიზანია ფრინველთა იმ სახეობების დაცვა, რომლებიც ბინადრობენ ევროპის გაერთიანების ტერიტორიაზე.

დირექტივა განიხილავს ფრინველთა სახეობების შემცირების მრავალ სხვადასხვა მიზეზს და აყალიბებს ქმედებებს მათ შესარბილებლად. ფრინველთა კონსერვაციისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია ფრინველთათვის მნიშვნელოვანი ჰაბიტატების დაცვა. სწორედ ამ მიზნით ფრინველთა დირექტივაში შევიდა ვალდებულება შეიქმნას სპეციალური დაცული ტერიტორიები ფრინველთათვის (SPECIAL PROTECTION AREAS SPA). შექმნის შემდგომ მოხდა სპეციალური დაცული ტერიტორიების ინტეგრაცია ევროპის გაერთიანების სხვა დირექტივების და სქემების ქვეშ (ნატურა 2000 ქსელი, ემერალდის ქსელი).

ყოველივე ზემოაღნიშნულის გათვალისწინებით საქართველოს ტურისტული მიმართულების განვითარებისთვის საჭირო პირველი სტრატეგიული გადაწყვეტილება გახლავთ ტურიზმის იმ სექტორების განსაზღვრა, რომლებშიც უნდა გახდეს კონკურენტუნარიანი.

სწორედ აღნიშნული პოტენციალის შესწავლით საქართველოს გააჩნია კონკურენციის წარმატებულად განვითარების უნარი მსოფლიოს მონინავე ტურისტული ქვეყნებისათვის. საქართველოს ბიომრავალფეროვნება გვაძლევს საშუალებას, რომ განვითარდეს ეს ახალი დარგი. ფრინველებზე დაკვირვებისთვის ჩამოსული ტურისტები საკმაოდ დიდ დანახარჯებს აწარმოებენ და ეს გაზრდის ქვეყნის ბიუჯეტს. რათქმაუნდა, განვითარებისთვის და ტურისტების მოზიდვისთვის საჭიროა კარგი რეკლამა. უნდა მოხდეს საქართველოს დაცული ტერიტორიების რეკლამირება და მათში მოზინადრე ფრინველების განსაკუთრებით კი იმ სამი კავკასიის ენდემური ფრინველის.

საქართველოში ამ მიზნით მრავალი პროექტია ჩართული, კერძოდ: "SABUKO" – ს პროექტი ბექობის არნივის შესახებ, რომელიც განსაკუთრებული ენდემიზმით გამოირჩევა და მიეკუთვნება ლემიჭამიათა რიცხვს, ბექობის არნივი (AQUILA HELIACA) კლასიფიცირებულია, როგორც გლობალურად მონყვლადი სახეობა და მისი რაოდენობა მცირდება. აღმოსავლეთ საქართველოს სტეპები მნიშვნელოვან საბუდარი და გამოსაზამთრებელ ადგილს წარმოადგენს ამ სახეობისათვის. მოსახლეობის რაოდენობის ზრდასთან ერთად იზრდება ახალი ტერიტორიების ათვისება და შესაბამისად ბექობის არნივისათვის საბუდარი ადგილების შემცირება. აღნიშნული პროექტის მთავარ მიზანს წარმოადგენს ბექობის არნივის ქართული პოპულაციის გაზრდა, რაც მიღწეულ იქნება უკვე არსებული საბუდარი ადგილების დაცვით და დამატებით ახალი საბუდარი ადგილების შექმნით, ასევე პროექტი მოიაზრებს ადგილობრივ მოსახლეობასთან საგანმანათლებლო სამუშაოების ჩატარებას მათი ცნობიერების გაზრდის მიზნით.

ჩვენი რეკომენდაციის სახით შეიძლება ითქვას, რომ ვაშლოვანის დაცული ტერიტორია, სადაც ბინადრობს ბექობის არნივი, გარშემორტყმულია საქონლის ფერმებით,

სადაც მრავლადაა ლემი, თუ ასეთ ადგილებზე მოენყოლა სპეციალური საკვებურები ეს ხელს შეუწყობს ბექობის არნივზე ჭვრეტას და ტურისტების ნაკადების მოზიდვას.

სასურველია საქართველოში მოენყოს საჭვრეტი მოედნები (მიუხედავად არსებულისა) სპეციალური აღჭურვილობებით, გაუმჯობესდეს დაცული ტერიტორიების ინფრასტრუქტურა, მოენყოს თავშესაფრები ტურისტებისათვის, საქართველოს ხელისუფლებამ ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან ერთად უნდა მოახდინონ დარგის სტიმულირება, რაც ხელს შეუწყობს ეკოსისტემების დაცვა/შენარჩუნებას და ტურისტების მოზიდვას. ასევე სასურველი იქნება თუ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა ცენტრებში მოენყოლა მუზეუმები, სადაც წარმოდგენილი იქნება საქართველოში მოზინადრე და გადამფრენ ფრინველთა კოლექცია, რაც პირველად ვიზუალურ ეფექტს მოახდენს ფრინველებზე დამკვირვებელ ტურისტებზე.

აღნიშნული მოსაზრებები ხელს შეუწყობს ტურიზმის მომავალი სტრატეგიული დოკუმენტის შემუშავებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- [HTTP://AGROKAVKAZ.GE/DARGEBI/MEFRINVELEOBA/BATHUMI-PHRINVELE-BZE-DAKVIRVEBIS-PHESTIVALS-UMASPINDZLEBS.HTML](http://AGROKAVKAZ.GE/DARGEBI/MEFRINVELEOBA/BATHUMI-PHRINVELE-BZE-DAKVIRVEBIS-PHESTIVALS-UMASPINDZLEBS.HTML)
- [HTTP://APA.GOV.GE/GE/BIOMRAVALFEROVNEBA](http://APA.GOV.GE/GE/BIOMRAVALFEROVNEBA)
- [HTTP://TRAVELINGGEORGIA.GE/NEWS/1407/](http://TRAVELINGGEORGIA.GE/NEWS/1407/)
- [HTTP://ADJARA.GOV.GE/BRANCHES/DESCRIPTIONASPX?GTID=133056&GID=7#.WSAHP0vviw](http://ADJARA.GOV.GE/BRANCHES/DESCRIPTIONASPX?GTID=133056&GID=7#.WSAHP0vviw)
- [HTTP://WWW.FORBES.RU/STIL-ZHIZNI-SLIDESHOW/HOBBI/72937-10-PRI-RODNYH-PARKOV-V-KOTORYH-MOZHNO-NABLYUDAT-ZA-PTITSAMI?PHOTO=4](http://WWW.FORBES.RU/STIL-ZHIZNI-SLIDESHOW/HOBBI/72937-10-PRI-RODNYH-PARKOV-V-KOTORYH-MOZHNO-NABLYUDAT-ZA-PTITSAMI?PHOTO=4)
- [HTTPS://RU.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/%D0%9D%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B7%D0%B0_%D0%BF%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B0%D0%BC%D0%B8](https://RU.WIKIPEDIA.ORG/WIKI/%D0%9D%D0%B0%D0%B1%D0%BB%D1%8E%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5_%D0%B7%D0%B0_%D0%BF%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B0%D0%BC%D0%B8)



ფესტივალი, როგორც ბათუმის დაბალი ტურისტული სეზონის გამოცოცხლების ინსტრუმენტი

ავტორი: თინათინ გოგოლიშვილი

შესავალი

ბათუმში ტურისტების ძირითადი ნაკადი მაისიდან ოქტომბრის ჩათვლით ფიქსირდება. დანარჩენ თვეებში ქალაქისთვის დაბალი სეზონი დგება, რაც გამოწვეულია იმით, რომ ამ პერიოდში (თუ საახალწლო ღონისძიებებს არ ჩავთვლით) ქალაქს პრაქტიკულად არ გააჩნია ტურისტებისთვის მიმზიდველი ატრაქციები. ამდენად, დაბალი სეზონი მნიშვნელოვან პრობლემას წარმოადგენს ქალაქისთვის.

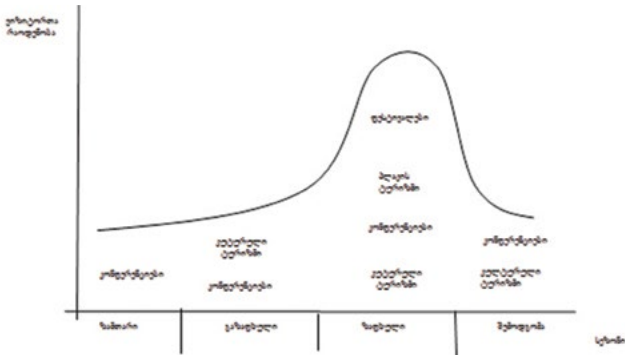
კვლევის ძირითად მიზნად დასახულ იქნა დაბალი სეზონის პრობლემის აღმოფხვრის ეფექტიანი ინსტრუმენტის შემუშავება. ყურადღება მიექცა იმ ფაქტსაც, რომ ქალაქის დაბალი სეზონის გამოცოცხლების ინსტრუმენტი ერთდროულად სხვა მიზანსაც შეიძლება ემსახურებოდეს - საქართველოს სხვა რეგიონების პრომოუშენს უზრუნველყოფს.

მიზნის მისაღწევად გადაჭრილ იქნა შემდეგი კვლევითი ამოცანები:

- 1) შესწავლილ იქნა დაბალი სეზონის გამოცოცხლების საერთაშორისო ანალოგები და დადგინდა იქნა, რომ ყველაზე ეფექტურ ინსტრუმენტს ფესტივალები წარმოადგენს;
- 2) ჩატარებულ იქნა კვლევა, რომლის ფარგლებშიც გამოკითხულ იქნა საერთაშორისო მოგზაურები. ანკეტირების შედეგებზე დაყრდნობით შედგინდა იქნა ფესტივალის „საწინააღმდეგარ“ 10 დღიანი გეგმა;
- 3) დადგინდა, რა გავლენა შეიძლება იქონიოს ამგვარი ფესტივალის განხორციელებამ ქალაქის ეკონომიკაზე.

დაბალი სეზონის პრობლემა ბათუმში

მოცემული ნახაზიდან გამომდინარე ჩანს, რომ ზაფხულის სეზონის გარდა, სხვა პერიოდებში ვიზიტორთა რაოდენობა დაბალია - ისინი მხოლოდ კულტურული ტურიზმისა და იშვიათად დაგეგმილი კონფერენციების მიზნით მოგზაურობენ.



ნახ. 1. მაღალი და დაბალი ტურისტული სეზონები ბათუმში

ზაფხულის პერიოდისთვის მოგზაურთა ძირითადი ნაკადი პლაჟზე დასვენების მიზნით მოგზაურობს, ნაკადს ავსებს კონფერენციებზე, ქალაქის დასათვალიერებლად და ფესტივალებზე ჩამოსული მოგზაურები.

ანკეტირება და მისი შედეგები

ფესტივალებზე მოთხოვნის გასაგებად ჩატარებულ იქნა გამოკითხვა, რომელიც ძირითადად გულისხმობდა შემდეგ კითხვებზე პასუხის მიღებას:

- 1) როდესაც გეხმობს „საქართველო“, რა ასოციაციები გიჩნდებათ? 2) 10 დღიანი ფესტივალის არსებობის შემთხვევაში ჩამოხვიდოდით თუ არა ბათუმში ზამთარში? 3) საქართველოში ტურიზმის განვითარების კუთხით, რას უნდა მიექცეს ყურადღება? გამოკითხვაში მოიცვა საერთაშორისო მოგზაურები, რომლებიც ესტუმრნენ ბათუმს ან გამოკითხვის მომენტში იმყოფებოდნენ ქალაქში. როგორც აღმოჩნდა, გამოკითხულთათვის საქართველო ასოცირდება მასპინძლობასთან, ღვინის სამშობლოსთან, მზესთან, მეგობრულობასთან, ხაჭაპურთან. გამოკითხულთა უმეტესობამ მიუთითა, რომ აუცილებლად ეწვეოდა ქალაქს

დაბალ სეზონზე, საცდელად ან პერმანენტულად, თუკი ბათუმში ორგანიზებული იქნებოდა 10 დღიანი ფესტივალი. გამოკითხვები აღნიშნავენ, რომ საქართველოში ტურიზმის განვითარების პროცესში ყურადღება უნდა მიექცეს, ხარისხს, სისუფთავეს და მოწყობის ისეთი ექსკურსიები, რომლებიც ტურისტებს მისცემს შესაძლებლობას უკეთ გაეცნონ ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების პირობებს.

დაბალი სეზონის გამოცოცხლების აპრობირებული ინსტრუმენტები.

ზოგიერთი ქვეყნის მაგალითზე დაყრდნობით ჩანს, რომ ამგვარი ფესტივალები თავდაპირველად უბრალოდ ადგილობრივ ტრადიციას წარმოადგენდა და ადგილობრივი მოსახლეობის გართობის საშუალება იყო. თუმცა, თანამედროვე პირობებში, ისინი დაბალი სეზონის პრობლემის გადაჭრის და ტურისტული ნაკადების მოზიდვის ინსტრუმენტებად იქცა. მაგალითის სახით შეიძლება განვიხილოთ რუსული „მასლენიცა“, „ვენეციის კარნავალი“ და ედინბურგის ფესტივალები.

„მასლენიცა“ - ძველი სლავიანური დღესასწაული, უკავშირდება დიდი მარხვის წინა კვირას (ყველგერის კვირა). დღესასწაული გრძელდება 7 დღის მანძილზე და თითოეულ დღეს თავისი მნიშვნელობა აქვს. ამ დღესასწაულში გაერთიანებულია ქრისტიანული და წარმართული, ტრადიციების ელემენტები. ამ დღეებში იმართება სახალხო სეირნობები, აცხობენ სპეციალურ ბლინებს, სტუმრობენ ახლობლებსა და მეგობრებს. ბოლო დღეს წვავენ ფიტულას იმის ნიშნად, რომ გაზაფხული მოვიდა.

„ვენეციის კარნავალი“ დასაბამს X საუკუნიდან იღებს და ყოველწლიურად, დიდმარხვის დაწყებამდე, 12 დღის განმავლობაში მიმდინარეობს. ის მიეკუთვნება ისტორიულ-კულტურულ კარნავალთა ტიპს. მოსახლეობა სხვადასხვა ნიღბებსა და კოსტიუმებში გამოწყობილი მხიარულობს ქალაქის ქუჩებში. ყოველწლიურად კარნავალს უამრავი ტურისტი სტუმრობს მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხიდან. ფესტივალის მთავარი ატრიბუტი ნიღაბი იყო, რაც დაბალი ფენის წარმომადგენლებს საშუალებას აძლევდა, მდიდართა გვერდით თანაბარუფლებიან მოქალაქეებად ეგრძნოთ თავი. დღეისათვის კი მათ მხოლოდ დეკორაციული ფუნქცია გააჩნიათ.

ზოგიერთ შემთხვევაში, ფესტივალები სპეციალურად ტურისტული სეზონის გამოცოცხლებისთვის იქნა მოფიქრებული, მაგალითად, ედინბურგში. დღეისათვის ის ცნობილია, როგორც ფესტივალების ქალაქი. აქ სხვადასხვა პროფილის ფესტივალები იმართება მთელი წლის მანძილზე. მაგალითად: საერთაშორისო სამეცნიერო ფესტივალი (31 მარტი - 15 აპრილი), საერთაშორისო საბავშვო ფესტივალი (26 მაისი - 3 ივნისი), საერთაშორისო კინოფილმის ფესტივალი (20 ივნისი - 1 ივლისი), საერთაშორისო ჯაზ-ბლუზ ფესტივალი (13-22 ივლისი), ედინბურგის ხელოვნების ფესტივალი (26 ივლისი - 26 აგვისტო), ედინბურგის საერთაშორისო წიგნების ფესტივალი (11 - 27 აგვისტო) და ა.შ.

„საწინააღმდეგარ“

საერთაშორისო გამოცდილებაზე, ასევე კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, შეიძლება ითქვას, რომ 10 დღიანი ფესტივალი, დაბალ სეზონზე, სახელად „საწინააღმდეგარ“, შეიძლება ქალაქის გამოცოცხლების ეფექტიანი მეთოდი აღმოჩნდეს. სახელი შერჩეულ იქნა იქედან გამომდინარე, რომ საქართველო აღიქმება, როგორც ღვინის სამშობლო. გარდა ამისა, გათვალისწინებულ იქნა, რომ ბევრ მოგზაურს სურს ადგილობრივთა ყოფა-ცხოვრების გაცნობა და ამდენად, საინტერესო იქნება, თუ ფესტივალი საქართველოს ყველა რეგიონს წარმოადგენს. აქ ქალაქის დაბალი სეზონის გამოცოცხლების პარალელურად, მიიღწევა მეორე მიზანი - ქალაქის სტუმარი დაინტერესდება საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებში მოგზაურობითაც.

თითოეული დღე განვიხილავთ იქნება შემდეგი სტრუქტურის მიხედვით: 1) ცეკვა; 2) სიმღერა; 3) ღვინო; 4) ადგილობრივი სამზარეულო; 5) ხელნაკეთი ნივთები; 6) რიტუალებისა და წარმართული დღესასწაულების ორგანიზება; 7) შეჯიბრებები; 8) ტრადიციული სამოსი (დამახასიათებელი თითოეული რეგიონისათვის); 9) ფერწერის გაკვეთილები; 10) 3D ტურები. ვიზიტორს ეძლევა ზემოთ მითითებულ თითქმის ყველა აქტივობაში მონაწილეობის მიღების შესაძლებლობა.

ფესტივალის აღწერა. დღე 1. აჭარა ფესტივალის გახსნა მოხდება მასპინძელი მხარის ჩვენებით. **ცეკვა:** წარმოდგენილი იქნება ცეკვა აჭარული, ხორუმი. **სიმღერა:** საკრავ ინსტრუმენტებზე - ფანდურსა და ჭიბონზე დაკვრის სწავლების ერთჯერადი გაკვეთილები და კიდევ სხვადასხვა აქტივობები, რომლებშიც მოხდება სტუმრების ჩართვა და იქნება პრიზები. **ღვინო:** მოხდება ადგილობრივი წარმოების ღვინის შეთავაზება და მათი დეგუსტაცია. **სამზარეულო:** განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმობა აჭარული სამზარეულოს წარმოჩენას - აჭარული ხაჭაპური, ბორანო, სინორი, კაიმალი და ბაქლავა. **ხელსაქმე:** წარმოდგენილ იქნება ადგილობრივი ხალხური რეწვის ნიმუშები, რომელთა შექმნაც ნებისმიერ მსურველს შეეძლება. **შეჯიბრები:** იქნება კონცერტები და პატარ-პატარა შეჯიბრებები. **ტანისამოსი:** სტუმრების შესვენარა-გაცილება მოხდება ტრადიციულ სამოსში გამონყობილი მასპინძლების მიერ. **3D ტურები:** მოეწყობა 3D ტურები, რომელთა მეშვეობითაც სტუმრები შეძლებენ „იმოგზაურონ“ მაღალმთიან აჭარაში და გადმოცემული ინფორმაცია უფრო უკეთ აღიქვან.

დღე 2. გურია
სტუმრებს ექნებათ შესაძლებლობა „იმოგზაურონ“ გურიაში. აქ უფრო მეტი ყურადღება დაეთმობა ტრადიციებისა და დღესასწაულების გაცნობას სტუმრებისათვის. **ცეკვა:** გურული ცეკვები: „ფარცაკუკუ“, „კალმახობა“, „ფოთლით ცეკვა“, „მოკვლა-გაცოცხლება“, „მიმიკით ცეკვა“, „ფერხული“. **სიმღერა:** „კრიმანჭული“ და „ყანური“, ანუ „ნადური“. **რიტუალი:** გაიმართება პატარ-პატარა წარმოდგენები იმ დღესასწაულებისა, რომლებითაც ცნობილია გურია. კერძოდ: „ალეგრობა“, „კალანდობა“, „ფერისცვალების დღესასწაული“, ტრადიციული დოლი, ლულო. (რომელიმე ერთის) რეალურად ორგანიზება მოხდება. **სამზარეულო:** განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთებული იქნება სამზარეულოზე. არამარტო ადგილობრივი წარმოების ღვინო და სანთლის არაყი, ასევე „ჯანჯუხა“ (ჩურჩხელა), ტკბილისკვერი და ფელამუში. ვიზიტორებს ექნებათ შესაძლებლობა დააკვირდნენ მათი დამზადების პროცესს და პარალელურად ჩაერთონ მასში. **სამოსი:** მასპინძლები გამოწყობილნი იქნებიან ტრადიციულ სამოსში. ადგილი გაფორმებული იქნება ურმებითა და ქვევრებით. დეკორაციისათვის იქნება ხის ღობეები.

დღე 3. იმერეთი
3D ტურები: ორგანიზებულ იქნება 3D ტურები, ასევე პატარა ზომის მაკეტების დამზადება ბაგრატის ტაძრისა და გელათის მონასტრისა, ასევე ჯვრის მონასტერი და სვეტიცხოველი. **რიტუალი და ტრადიციები:** იმერეთი განსაკუთრებით ცნობილია სუფრის ეტიკეტით, თამადის ტრადიციით. იქნება პატარ-პატარა მაგიდები (სხვადასხვა ენაზე მოსაუბრე) თამადებითა და სუფრის ნევრებით - იმიტიაცია ქართულ ტრადიციულ ოჯახში სტუმრობისა. ცალკე გამოყოფილ იქნება ადგილი საბავშვო თეატრებისათვის. გადაადგილება შესაძლებელია მოხდეს ურემში შებმული პირუტყვებით (ცხენებით). იქნება პატარა დახლები - სადაც გაიყიდება სხვადასხვა ტკბილეულობა და სასმელები. საღამო დასრულდება ფიერვერკებით.

დღე 4. კახეთი
სიმღერა: წარმოდგენილი იქნება კახური ტრადიციული საკრავი ინსტრუმენტი დიპლიპიტო - იქნება მასტერ-კლასები დიპლიპიტოზე დაკვრის სწავლის მსურველთათვის. **ღვინო:** კახეთი განსაკუთრებით ცნობილია ვაზის ჯიშებითა და ღვინის დამზადების ტექნოლოგიით. ერთ-ერთი მეთოდი არის

ღვინის დამზადება ქვევრში, რომელიც სხვადასხვა რეგიონში სხვადასხვაგვარად ხდება. **სამზარეულო:** წარმოდგენილი იქნება კახური სამზარეულო, რომელშიც უფრო პოპულარული ხორცის კერძებია. ხშირად მზადდება მწვადი, ხინკალი, ხაშლაძა. კახური ჩურჩხელა - ადგილზე ტურისტებს ექნებათ შესაძლებლობა ამოავლონ ჩურჩხელა და დაამზადონ თათარა. **მოეწყობა 3D ტურები.** დეკორაციისათვის იქნება წარმოდგენილი საწინახელი, ქვევრი, მარანი. **შეჯიბრები:** თვითონ რეგიონში მცხოვრები ერი გამოირჩევა იუმორის გრძნობით, ამიტომაც გაიმართება შეჯიბრება კახურ-ანეგდოტებში. **ფერწერა:** ასევე შესაძლებელი იქნება ადგილზე გაიარონ ხატვის ერთჯერადი გაკვეთილები.

დღე 5. მცხეთა-მთიანეთი
სამზარეულო: შეთავაზებათ სხვადასხვა სახის ხინკალი - მათი დამზადება მოხდება ადგილზე და სტუმრებსაც შეეძლებათ ამ პროცესში მონაწილეობის მიღება. **დეკორაცია:** ერთ მხარეს მონყობილ იქნება მცხეთა (სვეტიცხოვლის მაკეტით), მეორე მხარეს კი - პატარა ყაზბეგი. ასევე მონყობილ იქნება სოფელი შატლი (პატარ-პატარა კოშკებით), რომელიც წარდგენილია იუნესკოს ნეკრობის კანდიდატად. ტრადიციული სიმღერები და ცეკვები. საღამო დასრულდება ფიერვერკებით.

დღე 6. რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი
წარმოდგენილ იქნება რაჭა და მისი ფოლკლორი. **სიმღერა:** „რაშოვდა“, „ქვედრულა“, „მალა მთას მოდგა“. **ცეკვა:** ფერხული და რაჭული. **მასტერ კლასები:** ასევე წარმოდგენილი იქნება ინსტრუმენტი რაჭული სტვირი, რომელზედაც დაკვრის მსურველებს ექნებათ შესაძლებლობა ხანმოკლე გაკვეთილები გაიარონ. მოეწყობა ანსამბლსა ხელად „რაჭა“, რომელიც შეეცდება ამ დღის გალამაზებას. **ღვინო:** წარმოდგენილი იქნება ამ რეგიონში არსებული ღვინის სახეობები - „ხვანჭარა“, „ალექსანდრული“, „ოჯალეში“, და „თეთრა“. **სამზარეულო:** რაჭული სამზარეულოდან ჩქერული, ლობიოს მეჭამნდი და ლობიანი (თონეში გამოცხვარი). თითოეული მათგანი წარმოდგენილ იქნება ამ დღეს.

დღე 7. სამეგრელო-ზემო სვანეთი
მეშვიდე დღეს სტუმრები გაეცნობიან სამეგრელო-ზემო სვანეთს. **შეჯიბრები:** მშვილდოსნობა, ნიშანში სროლა, ჭიდაობა, ცხენოსნობა. მოეწყობა სპეციალური ადგილი, სადაც ვიზიტორებს შეეძლება არამარტო დააკვირდნენ, ასევე მონაწილეობა მიიღონ მოცემულ სპორტულ აქტივობებში (**მასტერ კლასები**). **რიტუალი:** მოხდება დღესასწაულის, კერძოდ „ჭეჭეთობის“ ადგილზე ორგანიზება. **სამზარეულო:** მეგრული ყველი - სულგუნი, ლომი ელარჯი, საცივი და სხვა კერძები. მეგრული ხაჭაპური, ხორცი მწარე სანებლით (ავჯიკით), სვანური პური, გადახელილი ყველი პიტნით, მჭადის ფქვილში შეხელილი ყველის კვერი, პურის ცომში ჩამუშავებული ნერილად ჩაკეპილი ხორცი, ქერის ფქვილით შეზავებული ჭინჭრის ნვნიანი (ამ კერძს ემერნალო დანიშნულებითაც იყენებენ), ფხალეულის ღვეხელები, სვანური მარილი და სხვა კერძები. **ღვინო:** სამეგრელო ცნობილია ოჯალეშისაგან დამზადებული ღვინით, ამიტომაც სწორედ მისი დეგუსტაციის შესაძლებლობა ექნებათ სტუმრებს. **სიმღერა:** წარმოდგენილი იქნება მეგრული სიმღერები, საკრავი ინსტრუმენტები ჩონგური და ჭუნორი (ერთჯერადი გაკვეთილები მათთვის, ვისაც სურს მოცემულ ინსტრუმენტებზე დაკვრის სწავლა). **ტანისამოსი:** მასპინძლები გამოწყობილნი იქნებიან მეგრულ ტრადიციულ სამოსში. **დეკორაცია:** ცალკე ადგილი დაეთმობა სვანეთს - იქნება პატარ-პატარა კოშკები. წარმოდგენილი იქნება ადგილობრივი სამზარეულო, სიმღერები და ცეკვები. იქნება მასტერ-კლასები ცეკვის სწავლის მსურველთათვის.

დღე 8. სამცხე-ჯავახეთი
მერვე დღეს წარმოდგენილი იქნება სამცხე-ჯავახეთი. ეს რეგიონი ძირითადად მეცხოველეობით არის ცნობილი, ამიტომაც კერძები უმეტესწილად ხორცისგან არის დამზადებული - მაგალითად აპოხტი. მთელი ხელოვნებაა მესხური ხაჭაპურის გამოცხობა. რეგიონი ცნობილია ქაღებითაც (ტკბილი და უშაქრო გულსართით).

მესხეთში ასევე ძალიან პოპულარულია ცხიმში შემწვარი ცომის ნაწარმიც - ბიში, ლუხუმი, ფათიბიში, გულამა და თუთის ნაყოფისგან დამზადებული თაფლი. მოხდება მათი ადგილზე დამზადება და შეთავაზება სტუმრებისათვის. ასევე დამზადდება გოზინაყი, რომლის გარეშეც ამ რეგიონში ახალი წელი არ აღინიშნება.

დღე 9. ქვემო ქართლი

მეცხრე დღეს ვიზიტორებს გავაცნობთ ქვემო ქართლს. განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთდება დმანისზე. ამ დღის მთავარი მიზანი იქნება სტუმრები დავაბრუნოთ უკან წარსულში. **რიტუალი:** მოხდება ისტორიული ფაქტების და მასალების გაცნობა. **სამზარეულო:** წარმოდგენილი იქნება ადგილობრივი სამზარეულო და ტრადიციები. საღამო დასრულდება ფიერვერკებით.

დღე 10. შიდა ქართლი

ფესტივალის ბოლო დღეს ვიზიტორები გავაცნობიან საქართველოს დედაქალაქს - თბილისს. **რიტუალი:** შესაძლებელია მოენყოს პატარა დადგმა - დედაქალაქის დაარსების ისტორიაზე დაყრდნობით. **3D ტურები,** პატარა ნარიყალას ციხე, აბანოთუბანი - მოენყობა პატარა თბილისი. **სამზარეულო:** თბილისურ სამზარეულოს რაც შეეხება, აქ სხვადასხვა რეგიონების გავლენა შეიმჩნევა, თუმცა არის დამზადების ტექნოლოგიასა და საჭირო ინგრედიენტებს შორის განსხვავებები - რისი წარმოდგენაც მოხდება ფესტივალზე. აქ გვხვდება ღვეზელის ფართო ასორტიმენტი - სოკოთი, ფარშით, ტარხუნათი და ა.შ. მოენყობა სპორტული შეჯიბრებები. პატარა კონცერტები.

დაბალი სეზონის გამოცოცხლების სოციალურ-ეკონომიკური შედეგები.

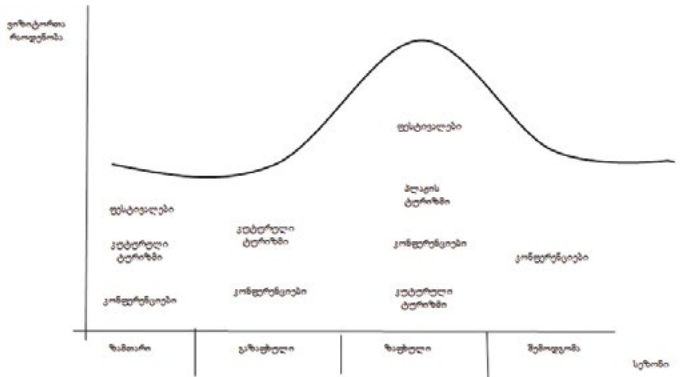
- 1) გამოცოცხლება დაბალი სეზონი - 10 საფესტივალო დღის მანძილზე გაიზრდება როგორც უცხოელი, ისე შიდა ტურისტების რაოდენობა, რაც გაზრდის მოთხოვნას განთავსების, კვების, ტრანსპორტირებისა და სხვა სერვისების მიმართ. მკაფიოდ გამოკვეთილი სხვაობა სეზონებს შორის შერბილდება (იხ. ნახ.2) ამავდროულად ხელს შეუწყობს ბათუმის, როგორც საფესტივალო ქალაქის იმიჯის ფორმირებას - იქედან გამომდინარე, რომ ბათუმს აქვს რეალური პოტენციალი ამ კუთხითაც განვითარდეს და მთელი წლის განმავლობაში უმასპინძლოს როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ტურისტებს.
- 2) დაბალ სეზონზე კონფერენციების რიცხვის ზრდას შეუწყობს ხელს - ძირითადი კონფერენციების დაგეგმვა ხდება ზაფხულის პერიოდში - თავისუფალი დროის შემთხვევაში პლიაჟზე გასვლისა და დასვენების მიზნით, თუმცა მას შემდეგ, რაც მოხდება 10 დღიანი ფესტივალის ორგანიზება, კონფერენციების დაგეგმვა მოხდება ზამთრის იმ პერიოდისათვის, როცა დაგეგმილი იქნება ფესტივალი.
- 3) მოხდება სხვა რეგიონების პრომოუშენი - ფესტივალი ხელს შეუწყობს საქართველოს სხვა რეგიონების ცნობადობის ამაღლებას, მათი კულტურული თუ ისტორიული ღირებულებების წარმოჩენას და, საერთო ჯამში, მომავალი პოტენციური ვიზიტორების რაოდენობის ზრდას.

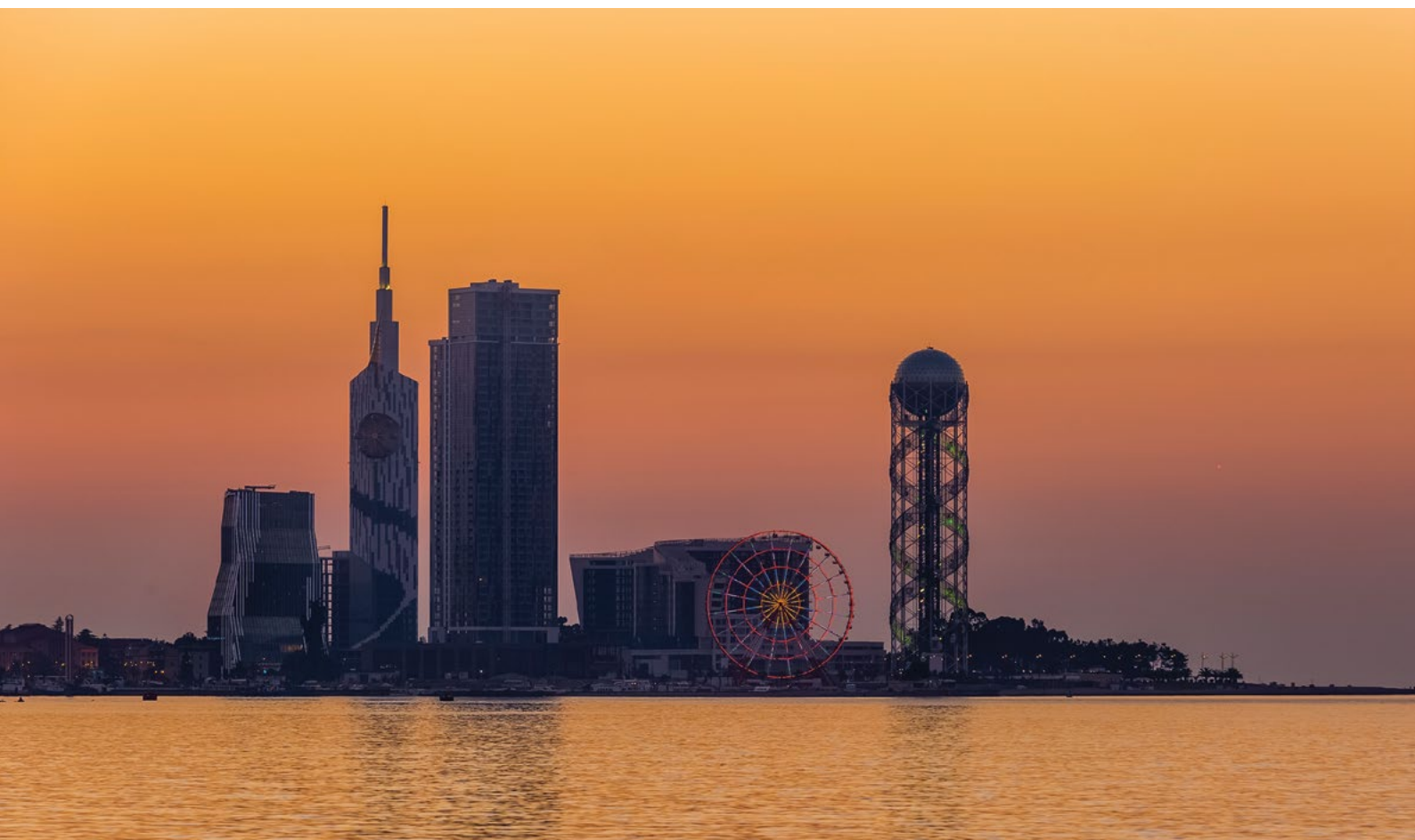
დასკვნები

კვლევის პროცესში წარმოდგენილ იქნა ძირითადი პრობლემა - დაბალი სეზონი ზამთარში. შესწავლილ იქნა საერთაშორისო მაგალითები, ჩატარებულ იქნა გამოკითხვა, რომლის შედეგებზე დაყრდნობითაც დაგეგმილ იქნა პრობლემის გადაჭრის კონკრეტული ინსტრუმენტი - ფესტივალი. მისი ორგანიზება გამოაცოცხლებს დაბალ სეზონს, გაზრდის ზამთრის პერიოდში კონფერენციების რაოდენობას და მოახდენს საქართველოს სხვა რეგიონების პოპულარიზაციას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ახვლედიანი ნ. სეზონური რხევები ტურიზმის სტატისტიკაში (ეკონომიკურ-სტატისტიკური ანალიზი). ტურიზმი, ეკონომიკა და ბიზნესი. V საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 5-6 ივლისი. ბათუმი-ხიხანის ხეობა, კრებული 2014. გვ. 49-53.
2. როსტიაშვილი თ., სოსელია მ., ყურაშვილი გ. გამოფენა-ბაზრობა, როგორც საქმიანი ტურიზმის ფორმა. ინოვაციები ტურიზმში, ეკონომიკა და ბიზნესი. IV საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 8-9 ივნისი. ბათუმი-ტრაპიზონი, კრებული 2013. გვ.350-354.
3. ფირანაშვილი მ., ბიბიჩაძე დ., მელაძე მ. EVENT მენეჯმენტი მსოფლიოში და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში. ინოვაციები ტურიზმში. ეკონომიკა და ბიზნესი. IV საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 8-9 ივნისი. ბათუმი-ტრაპიზონი, კრებული 2013. გვ.292-298.
4. ფირანაშვილი მ. ტურისტული ატრაქციების და გართობის განვითარება მსოფლიოში და მისი პერსპექტივები საქართველოში. მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი. III საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 2-3 ივნისი. ბათუმი, კრებული 2012. გვ.113-117.
5. ლვინჯილია მ., ლვინჯილია მ. მუსიკალური ფესტივალი, როგორც კულტურული ტურიზმის რესურსი. ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი. IV საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 8-9 ივნისი. ბათუმი-ტრაპიზონი, კრებული 2013. გვ. 355-360.
6. ТАБИДЗЕ Н. СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ И КВЕСТЫ КАК НОВЫЕ ФОРМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ ტურიზმი, ეკონომიკა და ბიზნესი . VI საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 10-11 ივლისი, ბათუმი. კრებული 2017. გვ. 248-249.
7. ARMAITIENE A, BERTUZYTE R. FRAMEWORK OF TOURISM EVENTS MANAGEMENT STUDIES- ITEM APPROACH ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი. V საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. 5-6 ივლისი. ბათუმი-ხიხანის ხეობა , კრებული 2014. გვ. 340-343.
8. A PLANNING GUIDE FOR EVENT MANAGERS. ALCOHOL, SAFETY AND EVENT MANAGEMENT. FIRST ADDITION JUNE 1999. PP.1-20.
9. BUTLER R. ADDRESSING SEASONALITY IN TOURISM: THE DEVELOPMENT OF PROTOTYPE. CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS RESULTING FROM THE PUNTA DEL ESTE CONFERENCE, REPORT FOR UNWTO. MAY 2014. JUNE 2014.
10. CONNELL J. VISITOR ATTRACTIONS AND EVENTS: RESPONDING TO SEASONALITY. (PRE-PRINT VERSION). UNIVERSITY OF EXETER BUSINESS SCHOOL, UK. CORRESPONDING AUTHOR: STEPHEN J. PAGE, SCHOOL OF TOURISM, BOURNEMOUTH UNIVERSITY, UK. DENNY MEYER, SWINBURNE UNIVERSITY, AUSTRALIA.
11. KARABAĞ S.F., YAVUZ M.C., BERGGREN C. THE IMPACT OF FESTIVALS ON CITY PROMOTION: A COMPARATIVE STUDY OF TURKISH AND SWEDISH FESTIVALS. ORIGINAL SCIENTIFIC PAPER. VOL. 59 No 4/ 2011/ PP.447-464.
12. MELBOURNE EVENT PLANNING GUIDE, OCTOBER 2017. MELBOURNE. PP.1-51





ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრები და გიდები

ავტორი: თამარ ექვთიმიშვილი
ივ.ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

შესავალი

ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრების მთავარი დანიშნულებაა ქვეყანაში ჩამოსული და ადგილობრივი ტურისტების სრულყოფილი ინფორმირება ტურისტული მომსახურებისა და ტურისტული პროდუქტების შესახებ. ქვეყანაში რეგიონების ტურისტული პოტენციალისა და არსებული და ახალი პროდუქტების პოპულარიზაცია.

ინფორმაციის გავრცელების სწორი არხების მიგნებას გადამწყვეტი როლი შეუძლია ითამაშოს ქვეყანაში არსებული ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების წარმატების საკითხში. ინოვაციური პროექტები საშუალებას მოგვცემს უფრო მიზანმიმართული და ხარჯეფექტური გავხადოთ მარკეტინგული აქტივობები.

ინოვაციური პროექტის "ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრები და გიდები", მთავარი მიზანია უფრო ეფექტურად მოხდეს ინფორმაციის გავრცელება ტურისტებით დატვირთულ ადგილებში.

ზემოაღნიშნული პროექტის მთავარი ამოცანაა ქალაქის ტურისტულ ადგილებში მოხდეს ინფორმაციის აქტიური გავრცელება საქართველოს ტერიტორიაზე არსებული მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების შესახებ და მოხდეს მათი აქტიური პოპულარიზაცია. პროექტი ხელს შეუწყობს ტურისტებს გააცნოს კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობით მდიდარი, უნიკალური კულტურის დასტუმართმასპინძლობის უძველესი ტრადიციით გამორჩეული ქვეყანა.

პროექტი ხელს შეუწყობს განხორციელდეს სხვადასხვა პიარ კამპანიები. მობილური საინფორმაციო ცენტრები მოემსახურება ადგილებს, რომელსაც ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია განსაზღვრავს. მათ შორის გამოფენებს, კონფერენციებს და სხვა სახის ღონისძიებებს.

მობილური საინფორმაციო ცენტრი

მობილური საინფორმაციო ცენტრის მიზანია წარმოადგინოს იყოს, როგორც საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაციის დაქვემდებარებაში არსებული მობილური საინფორმაციო ცენტრი, რომელიც იმობილურ ტურისტებით დატვირთულ ადგილებში.

მობილური საინფორმაციო ცენტრი - "შენი მეგობარი დედაქალაქში" წარმოადგენილი უნდა იყოს სატრანსპორტო საშუალებით, მიკროავტობუსით, რომელზეც დატანილი იქნება გარეგანი დეკორაციები ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ლოგო და სლოგანი, რომელიც შექმნის შთამბეჭდავ ბრენდს. მიკრო ავტობუსი პერიოდულად გადაადგილდება სხვადასხვა ტურისტებით დატვირთულ ტერიტორიებზე და ექნება თავისი გაჩერებები ქალაქის მასშტაბით. მობილურ საინფორმაციო ცენტრს საჭიროა ჰქონდეს სისტემა, რომლის საშუალებითაც მისი უმეტესი ნაწილი იქნება გახსნილი მუშაობის პროცესში, სწორედ ამ ღია ნაწილიდან მოხდება კონტაქტი ტურისტებთან. მიკროავტობუსში საჭირო იქნება ფიქსირებული ავეჯი და ტექნიკური აღჭურვილობა როგორებიცაა: ეკრანები, კომპიუტერი, ტელეფონი, ასევე სარეკლამო ბანერები, ბროშურები და ა.შ. მობილური საინფორმაციო ცენტრის თანამშრომლები უნდა იყვნენ სპეციალური ჩაცმულობით წარმოდგენილი.

ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრისთვის სპეციალურად გადაზადდება ამ მიმართულებით დაინტერესებული ახალგაზრდები, რომლებიც ტრენინგის შემდეგ უშუალოდ ჩაერთვებიან ტურისტებთან კომუნიკაციაში.

მობილური საინფორმაციო ცენტრები და გიდები კარგი მაგალითი იქნება საქართველოს სტუმართმოყვარე კულტურის გავრცელებისთვის. პროექტისთვის მნიშვნელოვანია ტრენინგების, განათლების ხელშეწყობისა და საზოგადოებაში ტურიზმის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება.

პროექტის "ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრები და გიდები" მთავარ მიზანს წარმოადგენს მობილური საინფორმაციო ცენტრის და გიდების გუნდის შექმნა, რომლებიც მოემსახურებიან ტურისტებით დატვირთულ ადგილებს. მობილური საინფორმაციო ცენტრები და გიდები გაავრცელებენ ინფორმაციას ტურისტული ობიექტების, სერვისების, დაგეგმილი ღონისძიებების შესახებ. დაეხმარებიან ტურისტებს კოორდინირებაში ქალაქის მასშტაბით, მიაწვდიან ინფორმაციას სხვადასხვა რეგიონების შესახებ და დაეხმარებიან საჭირო ინფორმაციის მიღებასა და მათი მოგზაურობის დაგეგმვაში.

მობილური საინფორმაციო ცენტრი იქნება მნიშვნელოვანი დამხმარე ობიექტი იმ მოგზაურებისთვის, რომლებიც მოგზაურობენ დამოუკიდებლად ტურ-ოპერატორების და ტურისტული კომპანიების გარეშე.

პროექტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზანია, ტურისტებმა ქვეყანაში დახარჯონ მეტი თანხა მეტი სერვისისა და პროდუქტის გამოყენების ხარჯზე, რაც ხელს შეუწყობს ტურისტების მიერ ქვეყანაში საშუალოდ დახარჯული თანხის მოცულობას გაზრდას.

მობილური საინფორმაციო ცენტრის საშუალებით ტურისტებს შესაძლებლობა უნდა ჰქონდეთ მიიღონ ინფორმაცია შემდეგ ტურისტულ ობიექტებზე და სერვისებზე:

- განთავსების ობიექტები, სატრანსპორტო საშუალებები და საზოგადოებრივი ტრანსპორტის მიმოსვლის განრიგი, მუზეუმები, გალერეები, ღვინის საწარმოები, ღვინის მარნები, კინო-თეატრი, პარკები და სხვა;
- ღირშესანიშნაობების, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლები, დაცული ტერიტორიები, ეროვნული პარკები, კურორტები და სხვა;
- ტურისტების ინტერესებიდან გამომდინარე უნდა მოხდეს სხვადასხვა მარშრუტების შეთავაზება და მის დაგეგმვაში დახმარება;
- ინფორმაციის მიწოდება მიმდინარე და დაგეგმილი ღონისძიებებისა და ფესტივალების შესახებ;
- საპრომოციო-ბეჭდვითი მასალის გავრცელება (რეგიონებისა და ქალაქის რუკები, ბროშურები, გზამკვლევები).

ტურისტებს შესაძლებლობა უნდა ჰქონდეთ მიიღონ სხვადასხვა საინტერესო შეთავაზებები და ფასდაკლებები, მაგალითად:

- ფასდაკლების ბარათები სხვადასხვა ობიექტებზე (რესტორანი, კინო-თეატრი, სასტუმრო, გასართობი ადგილები)
 - ტურისტის უფასო სიმ ბარათები
- მობილური საინფორმაციო ცენტრის საშუალებით უნდა მოხდეს ინფორმაციების მაღალ დონეზე გაცემა, რაც დადებითად იმოქმედებს ადგილობრივი ბიზნესების განვითარებაზე. ტურისტებისთვის მრავალფეროვანი სერვისების და მოსანახულებელი ობიექტების შეთავაზება მათ დაეხმარება შეარჩიონ სასურველი პროდუქტი ან მომსახურება.

პროექტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაწილი იქნება შექმნას ონლაინ პლატფორმა, რაც იქნება ელექტრონული ჯავშნების ჰაბი, სადაც შესაძლებელი იქნება სხვადასხვა ტურისტული სერვისების მარტივად დაჯავშნა. ტურისტებისთვის მიმზიდველი იქნება ავტომატურად ირთვებოდე სპელაგათო ფასდაკლებები და საინტერესო აქციები. ქალაქის ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრის და გიდების მუშაობის მთავარი მიზანია ხელი შეუწყოს ტურისტული ობიექტების შესახებ ინფორმაციის ეფექტურად გავრცელებას, რაც ხელს შეუწყობს ტურისტების მიზიდვას სხვადასხვა ადგილების მონახულებაში ქვეყნის მამტაბით. მობილური საინფორმაციო ცენტრი და გიდები უშუალოდ გაუკეთებენ რეკლამირებას სხვადასხვა ტურისტულ ობიექტებს, ეს იქნება საქართველოს რეგიონები, მოთხოვნადი ტურისტული მიმართულებები, სავაჭრო ცენტრები, რესტორნები, კონკრეტულ დღეებზე დაგეგმილი ღონისძიებების, კინო-თეატრი და ა.შ.

მობილური საინფორმაციო გიდები

მობილურ საინფორმაციო ცენტრთან ერთად მნიშვნელოვანია კვალიფიციური და დატრენინგებული ახალგაზრდა გიდები, რომლებიც იმოდრავებენ ტურისტებით დატვირთულ ტერიტორიებზე სლოგანით "ASK ME I KNOW THE CITY" (მკითხე მე ვიცი ქალაქი) და გაუწევენ ტურისტებს პრაქტიკულ დახმარებას ქალაქის მამტაბით კოორდინირებაში.

ინოვაციური პროექტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია თანამედროვე ტექნოლოგიების აქტიური გამოყენება, გიდების შემთხვევაში ეს იქნება სწრაფი სამოდრაო საშუალება ჰოვერბორდი სეგვეით, რაც გაუადვილებთ მათ გადაადგილებას. მათ ასევე დასჭირდებათ პლანშეტები, რაც დაეხმარებათ მათ ინფორმაციის მოძიებასა და გამომწმებაში, ტურისტებისთვის სხვადასხვა ობიექტების ჩვენებაში.

პროექტში ჩართული გიდების ძირითადი მოვალეობა აქტიური მოძრაობა და კონტაქტი ტურისტებთან. გიდების მთავარი მიზანი იქნება ტურისტებს ქვეყანაში შეუქმნან მეგობრული გარემო და წარადგინონ საქართველო, როგორც სტუმართმოყვარე, ტურიზმის განვითარებაზე ორიენტირებული ქვეყანა. მიანოდონ ტურისტებს პრაქტიკული ინფორმაცია და დაეხმარონ ქალაქის მამტაბით კოორდინირებასა და ინფორმაციის მიღებაში.

საქართველოში სტუმართმოყვარეობის კულტურა მომსახურების სფეროზე უნდა განივრცოს ტრენინგების, განათლებისა და ხელშეწყობისა და საზოგადოებაში ტურიზმის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამალღების გზით.

სპეციალურად პროექტისთვის საჭირო იქნება კადრების გამამზადება რამოდენიმე მიმართულებით: ტურისტული ობიექტები და საქართველოს ტურისტულად მიმზიდველი რეგიონები, გასართობი ადგილები, მომსახურება და სტუმართმასპინძლობა და ა.შ

მობილური გიდები წარმოდგენილები იქნებიან როგორც ქვეყნის სახეები, რაც ხელს შეუწყობს საქართველოს სტუმართმოყვარე კულტურის განვრცობას მომსახურების სფეროზე. ასევე, მათი არსებობა ქვეყანაში ხელს შეუწყობს ადგილობრივ ტურიზმში მომსახურების სფეროების სტუმართმოყვარეობის და მაღალი ხარისხის მომსახურების მნიშვნელობის წინ წამონეგვას.

მობილური გიდები "ASK ME I KNOW THE CITY" გარდა იმისა, რომ შეასრულებენ ფუნქციას - "შენი მეგობარი დედაქალაქში", ისინი წარადგენენ ქვეყანას, იქნებიან ქვეყნის სახეები, რაც ტურისტებზე შთაბეჭდილების მოხდენის და დადებითად განწყობის ერთ-ერთი საშუალება იქნება.

პროექტში კერძო ბიზნესის ჩართულობა

ტურიზმის განვითარებაში კერძო სექტორს წამყვანი როლი უკავია, ტურიზმი უნდა განვითარდეს საბაზრო ტენდეციებზე დაყრდნობით, ინდუსტრიის თაოსნობითა და მთავრობისა და სამოქალაქო საზოგადოების თანამშრომლობით. ზემოაღნიშნული პროექტისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის აქტიური ჩართულობა. პროექტი მიზნად ისახავს სახელმწიფო და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის გაღრმავებას.

ტურიზმის მობილური საინფორმაციო ცენტრის ერთ ერთი მთავარი მისიაა ხელი შეუწყოს ქვეყანაში შემოსული ტურისტების მიერ დახარჯული თანხის გაზრდას და მეტი ყურადღება დაეთმოს ვიზიტორებისთვის ხარისხიან მომსახურებას.

პროექტის დახმარებით შესაძლებელი იქნება დაიგეგმოს სხვადასხვა საერთო ღონისძიებები და პიარ კამპანიები სახელმწიფო და კერძო სექტორის თანამშრომლობის საფუძველზე.

მობილური საინფორმაციო ცენტრის მნიშვნელოვანი ფაქტორი და როლი უნდა იყოს მისი მრავალფუნქციურობა, სადაც ერთ ადგილას მოხდება სხვადასხვა სერვისის მიღება, ეს იქნება ტურისტული სიმ ბარათები, ფასდაკლების გაუჩრეები, სასტუმროს ჯავშნები, ტრანსპორტის ბილეთების შეძენა, მუზეუმების და გალერეების ბილეთების შეძენა, რესტორნის დაჯავშნა და ა.შ

მობილური საინფორმაციო ცენტრი იქნება ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ობიექტი, სადაც მოხდება ადგილობრივი ტურისტული პროდუქტების, მიმართულებების და სერვისების რეკლამირება სხვადასხვა სარეკლამო ვიდეო რგოლებით, ბანერებით, ფლაერებით და ა.შ. რაც სახელმწიფო და კერძო სექტორის თანამშრომლობას უფრო მეტად გააღრმავებს.

დასკვნა

მობილური საინფორმაციო ცენტრის დახმარებით მარტივად მოხდება მნიშვნელოვანი და მთავარი შეტყობინებების გადაცემა ტურისტებისთვის. მობილური საინფორმაციო ცენტრი დადებით განწყობას შექმნის ქვეყანაში ჩამოსული ტურისტებისთვის, ქვეყანა წარდგება როგორც სტუმართმოყვარე და ტურიზმის განვითარებაზე ორიენტირებული ქვეყანა, ტურისტები კი თავს უფრო დაცულად იგრძნობენ, რაც ქვეყნის გარეთ ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების სახელზე დადებითად აისახება.

მობილური საინფორმაციო ცენტრი "შენი მეგობარი დედაქალაქში" და მობილური გიდები "ASK ME I KNOW THE CITY" უნდა იყოს მნიშვნელოვანი ხელსაწყო ეფექტიანი მარკეტინგისა და საინფორმაციო კამპანიის საშუალებებით ვიზიტორების მოზიდვის ერთ-ერთი საშუალება სხვადასხვა ტურისტულ სერვისებზე და პროდუქტებზე.

პროექტის მეშვეობით მეტი ყურადღება დაეთმოვა ვიზიტორთა ხარისხს და მრავალფეროვნებას, სხვადასხვა მარკეტინგული აქტივობები, ხელს შეუწყობს ვიზიტორების მხრიდან დახარჯული თანხები გაზრდის ტურიზმის წვლილს საქართველოს ეკონომიკის ზრდასა და განვითარებაში. აღნიშნული პროექტი მნიშვნელოვანი დამხმარე ობიექტი იქნება ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისთვის, როგორც მონაცემების შეგროვებისა და ანალიზის, ბაზრის კვლევის საშუალება. მიღებული ინფორმაცია და შეფასებები ქვეყანას საშუალებას მისცემს განავითაროს და დაგეგმოს შემდეგი პრიორიტეტული ნაბიჯები ტურიზმის განვითარებაში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/11329.1_city_info_centre_case_study.pdf
2. http://sustain.pata.org/wp-content/uploads/2014/12/Deery_VICs-Best-practice.pdf
3. <http://www2.unwto.org/>
4. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია - "საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025"



„კესანე - Forget-me-not“ „არ დაივინყო თბილისი“

ავტორი: ლიკა ვარდოსანიძე
ევროპის უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: პროფ. ეკა დევიძე

აბსტრაქტი

წარმოდგენილი ნაშრომის მიზანია ქ. თბილისში არსებული ტურისტული პოტენციალის ათვისება და ახალი ტურისტული პროდუქტის ფორმირება, ინოვაციური ტიპის „მებაღეობის მოყვარულთა (ყვავილების ტური - მწვანე თბილისი)“ ტურიზმის დანერგვა. დაინტერესებული პირების (ტურის მონაწილეები: ადგილობრივი/საერთაშორისო მოგზაურები) ფსიქოპორტრეტის შექმნა სამიზნე პირის მიერ შერჩეული ყვავილისა და ყვავილის ფერის მიხედვით. ფსიქოთერაპია - ჰარმონიისა და ფერების აღქმა. საქართველოს ეროვნული ბოტანიკური ბაღის ორანჟერეასა და გარდენია შევარდნაძის სანერგეების, ეკოლოგიისა და გამწვანების საქალაქო სამსახურის - მწვანე ლანდშაფტის დაგეგმარების დეპარტამენტის დათვალისწინებით, სამებაღეო და ფლორისტული workshop ორგანიზება, ფოტოსესიის მონაწილეობა და ა.შ.

საკვანძო სიტყვები: ტური, თბილისი, ინოვაცია, ყვავილები, მებაღეობა.

შესავალი

ადამიანთა მოგზაურობა უძველესი დროიდან იღებს სათავეს. „მოგზაურობის მოტივაცია“ წლების განმავლობაში იცვლებოდა, რაც განპირობებული იყო სხვადასხვა ინტერესით. ცივილიზაციის კვლადაკვალ საზოგადოებაში ჩნდება ახალი მოთხოვნები. ადამიანის მისწრაფებაა ეზიაროს რაიმე ახალს, შეუცნობელს. ტურიზმის მიმართულებით ინოვაციური მიდგომების მხარდაჭერა და ფრომუშენი კი ერთერთი წინაპირობაა დარგის განვითარებისათვის, ქალაქებსა და რეგიონებში არსებული რესურსის ათვისებისა და ცნობადობის გაზრდისათვის. წარმოდგენილი „პროექტი“ გვსურს ქ. თბილისის „ახალ ჭრილში/მიმართულება“ წარმოდგენა. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის 2016-2017 წწ მონაცემების მიხედვით საქართველოში რეგისტრირებულია 630-მდე ტურისტული სააგენტო. ჩვენს მიერ წარმოებული კვლევის საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ ტურისტული სააგენტოების აბსოლუტურ უმრავლესობას შეთავაზებაში აქვს ისეთი ტურები, როგორცაა: „კულტურული ტური თბილისში“, „ღამის თბილისი“, „ძველი თბილისი“ და ა.შ. უმეტეს შემთხვევაში შეთავაზება შაბლონური და ერთმანეთის მსგავსია. მაშინ, როცა ქ. თბილისს სხვა მრავალი პოტენციური ტურისტული რესურსი გააჩნია. ჩვენი ინიციატივა მიზნად ისახავს ახალი ტურისტული პროდუქტის ფორმირებას და ტურისტული სააგენტოებისათვის შეთავაზებას.

1. ზოგადი მიმოხილვა

წარმოდგენილი ნაშრომის შექმნის იდეა წმ. ნიკოლოზ სერბის (ველიმიროვიჩი) სიტყვებმა განაპირობა: „მთელი სამყარო უზარმაზარ ფორტეპიანოს ნაგავს, მისი კლავიშები ღვთის შექმნილია, რომელ მათგანსაც არ უნდა შეეხო, საკუთარი სულის გამოძახილს მოისმენ“. სამყარო - ბუნება - მწვანე ლანდშაფტი ადამიანთა სულების თამესაფარია. ადამიანის ბუნება შეიძლება დავახასიათოთ იმ ყვავილების მიხედვით, რომელიც უყვარს. ამბობენ, რომ კაქტუსების მოყვარულები მებრძოლი სულისანი არიან და დიდად აფასებენ გონიერებას და სიბრძნეს. მიხაკის მოყვარულები დარწმუნებულნი არიან, რომ სამყაროს ცენტრნი და დიდი ფანტაზიორები არიან, მათ სიყვარულის და გრძობების გამოხატვაში არ უყვართ მკაცრი ჩარჩოების დაცვა. ხელოვნური ყვავილების სიყვარული იმის ნიშანია, რომ ცხოვრებამ მენვრილმანე

გაგხადათ, ეგოცენტრიზმი, ნაღვლიანობა და აპათია შემოგაპარათ და ა.შ. ბუნებასთან ზიარება, მწვანე თბილისი, მებაღეობის მოყვარულთა საზოგადოება, ყვავილების ტური სახელწოდებით „კესანე - Forget-Me-Not - არ დაივინყო თბილისი“ ის „ნიშა“, რომელიც შესაძლებელია მოენყოს საქართველოს ეროვნული ბოტანიკური ბაღის („ციხის ბაღს“, „სეიდაბაღის“ ბაღს და „ცოდნის ნყაროსაც“ უწოდებდნენ), გარდენია შევარდნაძის, ეკოლოგიისა და გამწვანების საქალაქო სამსახურის - მწვანე ლანდშაფტის დაგეგმარების დეპარტამენტის და ყვავილთა სალონების ბაზაზე. ტური დაინტერესებული პირებისთვის დაინყება „კესანეს“ შესახებ ინფორმაციის მიწოდებით (კესანე - ინგლისურად *Forget-me-not*, გერმანულად *Vergimeinnicht*, ფრანგულად კი *nem'oubliez-pas* და ა.შ.). ერთერთი ლეგენდის თანახმად ყვავილი, ცისფერთვალეა ეგლეს ცრემლებზე ამოვიდა, რომელიც თავის საქმროს ლიკასს დააშორეს. ლიკასი და ეგლე მწყემსები იყვნენ. ლიკასმა ბიძისაგან მემკვიდრეობა მიიღო და სახლში აპირებდა დაბრუნებას. ეგლეს ეწინააღმდეგებოდა, რომ გამდიდრების შემდეგ, ის ღარიბ გოგონას დაივინყებდა და გამომშვიდობებისას ტირილი დაინყო. იქ სადაც ცრემლები ეცემოდა, მისი თვალისფერი ყვავილები ამოდიოდა. ეგლემ დაკრიფა ყვავილები და ლიკასს გაუწოდა ნიშნად დიდი სიყვარულისა, მან ყვავილს „არ დამივინყო“ დაარქვა. საინტერესო ისტორიებსა და ლეგენდებთან ერთად ტურის მონაწილეები იმოგზაურებენ ფლორის სამყაროში, ეწვევიან საქართველოს ეროვნულ ბოტანიკურ ბაღს და გარდენია შევარდნაძეს, გაცნობიან კავკასიურ ენდემურ ჯიშებს, დეკორატიულ მცენარეებს, ორანჟერეას, ნახავენ და დააკვირდებიან როგორ ხდება მცენარეთა კონსერვაცია, როგორია ჰერბარიუმის დამზადების ტექნოლოგია და ა.შ.

აღსანიშნავია, საქართველოს დამოუკიდებლობის დღისადმი მიძღვნილი ყვავილების ფესტივალი „ვარდობისთვე თბილისში“, ფესტივალის ფარგლებში ყოველწლიურად იმართება ყვავილების საგაზაფხულო გამოფენა-გაყიდვა. ასევე, ყვავილების წვეულება, სადაც ქართველი მოდელები ყვავილებით გაფორმებულ საქორწინო კაბების კოლექციას წარმოადგენენ.



2. სამიზნე მოსარგებლები

„მებაღეობის მოყვარულთა ტურიზმი, მწვანე თბილისი, ყვავილების ტური“-ს შესახებ მოკლე აღწერილობა მიეწოდება თბილისში რეგისტრირებულ ტურისტულ სააგენტოებს, დაინტერესების შემთხვევაში მოეწოება ინფო ტური. ფლორისტი და ფსიქოლოგი წინასწარმემუშავებული კითხვარის საფუძველზე მოიპოვებს ინფორმაციას ტურის სამიზნე მოსარგებლის შესახებ, რაც დაეხმარება ფსიქოლოგს კონკრეტული პირის ხასიათის/ბუნების ფსიქო-პორტრეტის დახატვაში. ჩვენს მიერ ჩატარებულ Facebook გამოკითხვის თანახმად, რამდენად დიდია დაინტერესება საზოგადოების მხრიდან და მიიღებენ თუ არა მონაწილეობას აღნიშნულ ტურში, ასეთი სურათი გამოიკვეთა. გამოკითხული 100 მონაწილიდან გამოვლინდა რომ 70% დაინტერესებულია „მებაღეობის მოყვარულთა ტურიზმით“, 20% სურს ფსიქოლოგიისა და ფლორისტის დახმარებით საკუთარი ფსიქო-პორტრეტი შექმნას, 10% კი workshop-ში მიიღოს

მონაწილეობა (მებაღეობა, დარგვა, მორწყვა და ა.შ.).

3. ფსიქოპორტრეტი - ყვავილები ზოდიაქოს ნიშნის მიხედვით

ასტროლოგები ირწმუნებიან, რომ ყვავილები, რომლებიც ადამიანს ზოდიაქოს ნიშნის მიხედვით შეესაბამება, დადებითად მოქმედებს მის ჯანმრთელობაზე, უქმნის კარგ განწყობას და სასიცოცხლო ენერჯით ალავსებს. არის შემთხვევები, როცა ერთი და იმავე მცენარესთან ახლოს ერთი ადამიანი კარგად გრძნობს თავს მეორე კი პირიქით, დისკომფორტს განიცდის. ან კიდევ, მცენარეები ერთი ადამიანის მოვლის შედეგად კარგად ხარობენ, ხოლო მეორესთან კი ჭკნებიან. ცხრილში №1. წარმოგიდგენთ ზოდიაქოს ნიშნის შესაბამის ყვავილებს:

ცხრილი № 1.

ზოდიაქო	ყვავილის დასახელება
ვერძი	კუნელი, ია, ლილილო
კურო	შროშანი, იასამანი
ტყუპი	ყაყაჩო, ფასმინი, ნარცისი
კირჩხიბი	წყლის შროშანი, ყველა თეთრი ყვავილი
ლომი	იორდასალამი (პეონი), გლადიოლუსი, ქრიზანთემა
ქალწული	ასტრა, წითელი ყაყაჩო
სასწორი	ვარდი, ია, გულყვითელი
მშვილდოსანი	მიხაკი, ნარცისი, ლილილო
თხის რქა	თეთრი მიხაკი, შავი ყაყაჩო, სურო
მერწყული	ია, ნარცისი
თევზები	ნარცისი, ფასმინი, ია

4. სამომავლო ღონისძიებები

- სანერგების, ყვავილთა სალონების ტურისტული რუკის შედგენა (ელ. ვერსია)
- ფლაერებისა და ბროშურების შექმნა და გავრცელება
- ტრენინგებისა და მასტერკლასების ორგანიზება თემებზე: თაიგულების და ინტერიერის დიზაინი, იკებანას ხელოვნება, ყვავილების მოვლა, ყვავილების მოვლის მეთოდები და ა.შ.

საგულისხმოა, რომ შპს „თბილსერვის ჯგუფმა“ პარკებსა და ბაღებში დაინყო გამწვანების სამუშაოები. დაგეგმილია „9 აპრლის ბაღის“, „დედაენის ბაღის“, „ვასო გოძიაშვილის სახელობის ბაღის“, „დიდმის ტყე-პარკის“, „რიყის პარკის“, „თბილისის ზღვის პარკის“, „ვაკის პარკის“, „ვერის ბაღის“ და „ვეტერანთა პარკის“ გამწვანება და გამრავალფეროვნება. გარემოს დაცვის საქალაქო სამსახური, რომელიც 2018 წლის 22 თებერვალს შეიქმნა უზრუნველყოფს, თბილისის გარემოს დაცვას, მწვანე ინფრასტრუქტურის განვითარებას. აღდგენილი და განახლებული ლანდშაფტურ-რეკრეაციული ზონები კი გამოყენებული იქნება, როგორც პოტენციური ტურისტული რესურსი.

გამოყენებული წყაროები:

1. <http://www.gardenia.ge/ge>
2. <http://botanikuri-bagis-istoria.blogspot.com/>
3. <http://sibrdzne.ge>
4. <http://camellia.ge/>
5. <http://www.geobotanic.ge/>
6. <http://astrologia.ge/>



ტურიზმი, რომელიც ცერებზე დგას

ავტორი: ქეთევან ზირაქაშვილი
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ტურიზმი რომელიც ცერებზე დგას

“ქართული სული!-სად არის
ჰაერში? ღრუბლებში? ნამში?...
(გურამ ასათიანი)

ამ ორზროვან შეკითხვას შეიძლება არაორზროვნად და მარტივად ვუპასუხოთ, ქართულ ენაში, ქართულ ხასიათში, ქართულ კულტურაში. ზოგადად ერს გააჩნია თავისი ფუნქციები და ბევრ ფუნქციათაგან, ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია კულტურის, როგორც მოსახმარი ობიექტის შექმნა და ქონა, ანუ ერმა უნდა შექმნას და შეინარჩუნოს ის, რასაც შეგვიძლია ვუწოდოთ “ეროვნული მოსახმარი კულტურა,” რომელსაც ერი “ქმნის და ინახავს, როგორც სიმბოლოს.” ეროვნული კულტურა “ასიმბოლებს” ერის სტატუსს სხვა ერთა შორის.

ქორეოგრაფიული ხელოვნება - კულტურის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია, რომელსაც მკვეთრად განსაზღვრავს და განისაზღვრება ეროვნული ხასიათით, ხოლო ეს უკანასკნელი ყველაზე სახიერადაა და ხელშესახებად, სწორედ ადამიანის ენასა და პლასტიკაში ვლინდება. მსოფლიო ქორეოგრაფიის აზრით, ცეკვა “ეს არის ბუნების მიბაძვა”. ამიტომ ცეკვის ძირითადი არსი ბუნებაში უნდა ვეძებოთ.

როგორც ჩვენთვის ცნობილია, საქართველო უმდიდრესი კულტურის მქონე ქვეყანაა, სადაც ჯერ კიდევ ძვ.წ IV-III ათასწლეულებში საფუძველი ეყრებოდა პირველ ტომობრივ გაერთიანებებს, სწორედ ამ პერიოდიდან იწყება უძველესი რელიგიური წარმოდგენები და მასთან დაკავშირებული საკულტო რიტუალები, რომელთა ნიაღვივება ისახება სანახაობითი კულტურის პირველსაწყისებზე. ცეკვა როგორც ნესი არა მხოლოდ ადამიანის წარმომავლობაზე, ანუ გვარტომობაზე, არამედ ხშირად განსაზღვრავდა ამა თუ იმ ტომის მსოფლმხედველობასაც. ქართველურ ტომთა მდიდარი კულტურის საწყისი ეტაპის შესახებ საინტერესო მასალას გვანდის უძველესი საკულტო დანიშნულების ნივთები, მათზე გამოსახული რიტუალური თუ მითოლოგიური სცენები. სწორედ ამ დროიდან ქართველმა ხალხმა შექმნა უაღრესად მაღალმხატვრული და ორიგინალური ქორეოგრაფიული ხელოვნება. ქართველები არა მარტო ასრულებდნენ უძველეს ცეკვებს, არამედ ქმნიან ქორეოგრაფიული ხელოვნების ახალ სახეებს, რომლებიც ამკვიდრებს ხალისს, ჰუმანიზმს, სიყვარულს და აღსავსეა სიცოცხლისუნარიანობით.

ქართულ ხალხურ ცეკვაში ქართველი ადამიანის სხეულის მრავალფეროვანი მოძრაობის, მდგომარეობის, პოზის, ჟესტისა და მიმიკის საშუალებით იქმნებოდა მხატვრული სახეები.

დროთა განმავლობაში მოძრაობები თანდათანობით შეიცვალა და დაექვემდებარა მხატვრულ გაზოგადებას, რის შედეგადაც ჩამოყალიბდა ქართული საცეკვაო ხელოვნება - ქართული ხალხური გენიის გამოვლინება.

ვფიქრობ, რომ ქართული ქორეოგრაფია ზუსტად ის განძია ქვეყნისთვის, რომელიც მსოფლიოს ჩვენ თავს გააცნობს, რა თქმა უნდა, ჩვენივე უნიკალური საგანძური პოპულარიზაციაში დაგვეხმარება, ასევე ტურიზმის განვითარებაში და სტატეგიული მიზნების დასახვაშიც.

ვთვლი, რომ ეს შესაძლებლობა სამომავლოდ აუცილებლად

უნდა გამოვიყენოთ. დღესდღეისობით, ქვეყნის გზებზე ცერით დააქვთ საქართველოს ისტორია ანსამბლ “სუბივილებს”, რომელთაც ძალიან კარგად გამოსდით ეს საქმე. მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში ანსანბლის ნაცეკვს ასეთი წინადადებებით ამკობენ: “დიდი ქართული ბალეტი-პოეტური მატრიანე”, “ესპანელებს არ გვეგონა, თუ თქვენ ასეთი ცეკვები გექნებოდათ! თქვენ რა გაგიძლებთ?! ღმერთო, რა ფენომენურია თქვენი სანახაობა! ეს მართლაც “მერვე საოცრებაა!”, “ტიტანური ენთუზიაზმის ჩანჩქერი! ჰუმანიზმის პათოსი!”, “ათიანი და ტუზი სცენის სარკეში!”, “ქართველებმა მეზუთეჯერ მოაჯადოვეს ინგლისი” და ა.შ. ქართული ქორეოგრაფია ხომ ზუსტად ასახავს ქართველის ეთნოგრაფიას.

ქორეოგრაფიამ შეიმუშავა მოძრაობების თავისებური მანერა, მიუსადაგა მთავარ არსს, რომელიც ამ რიტუალს შეეფერებოდა და ჩვენ დღეს შეგვიძლია “ნავიკითხოთ” აზრობრივი ქვეტექსტები, რომლებიც ამ მოძრაობაში დევს, ზედაპირზე ან იგულისხმება მასში.

საქართველოს თითქმის ყველა კუთხეს თავისი დამახასიათებელი ცეკვა აქვს, რომლებიც იმ კუთხის ხასიათსა და წეს-ჩვეულებებზე დაყრდნობით არის შექმნილი ამ მხრივ ძალიან მრავალფეროვანი ქვეყანა გამოვდივართ. ქართული ხალხური ქორეოგრაფიის, ქართველი ერის გენიის, სულიერი საგანძურის ნიმუშებში კომპოზიციური აღნაგობის ასტრალური სტრუქტურების ცოდნაა საჭირო, რადგან ქართული ხალხური ცეკვები, ესაა ქართველი ერის ისტორიაც, ქართველი ერის მორალური კოდექსიც, რომელშიც დაცული იყო საუკუნეებში ჩამოყალიბებული ცხოვრებისა და ყოფის, ადამიან-ტრადიციებისა და მისწრაფებების წესები. ცეკვებში დაფარული ასტრალური კულტები მონოგრაფიულ შესწავლას მოითხოვს. აღსანიშნავია სვანური ფერხული, ეს სამსართულა ცეკვა წარმოადგენს წარმართულ-რელიგიურ მოდელს, მზის გვირგვინის სიმბოლოს დემონსტრაციას, რომელიც დღესდღეისობით მასობრივ სანახაობად შეიძლება ჩაითვალოს.

ახლა უშუალოდ გადავალ საკუთარ იდეაზე. სამომავლოდ მინდა შემოგთავაზოთ, ჩემს მიერ შემუშავებული გეგმა, რომელიც გვიჩვენებს თუ როგორ უნდა მოხდეს ჩვენი ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის ზრდა ქართული ხალხური ქორეოგრაფიის მეშვეობით.

ვფიქრობ, რომ ეს ყველაფერი, რასაც ახლა განვიხილავ, იქნება ძალიან საინტერესო და უფრო შემცენებითი ხასიათის ტურიზმი ადამიანების ჯგუფისთვის, ვისაც თავგადასავალი, ინტერესი და უბრალოდ ბევრი ლამაზი დღის გატარება სურს. პირველ რიგში, ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციამ უნდა გამოყოს საქართველოს ყველა კუთხეში, ისეთი დანესებულებები, სადაც ტურისტს დაეხმარებინ ინფორმირდნენ ამ ტურის შესახებ (ქორეოგრაფიული ტური). ტური მოიცავს ქორეოგრაფიულ ნომრებს, იმის მიხედვით თუ საქართველოს რომელ რეგიონში ვიმყოფებით ამჟამად. სურვილისამებრ ტურისტებს შესაძლებლობა ექნებათ, ადგილზევე შეისწავლონ ცეკვის ილეთები და მიიღონ მონაწილეობა დადგმებში. მივანოდოთ ინფორმაცია ამა თუ იმ ცეკვის წარმოშობის შესახებ, რაც უფრო მისტიურს გახდის ყოველივეს. ასევე მათ შეუძლიათ შეიძინონ იმ კუთხის/რეგიონის ნაციონალური ტანსაცმელი, რაც ორმაგ შემოსავლად შეიძლება ჩაითვალოს. ამასთან ერთად უნდა ვანარმოოთ, როგორც აქსესუარების ისე დისკების გაყიდვაც. უნდა შევძლოთ ქორეოგრაფიული მუზეუმების გახსნა, რადგან უფრო თვალსაჩინო გახდეს ყველა ის დეტალი, რაც კი ქორეოგრაფიას უკავშირდება. ვანარმოოთ ქართული ვორკშოპები.

რაც შეეხება განთავსების საშუალებებს, ეს მომსახურება ერთ სრულ პაკეტში იქნება მოთავსებული, რომელიც ტურისტის გემოვნებაზე იქნება მორგებული.

ეს ტურისტული მომსახურება, განვიხილოთ, როგორც ერთი კონკრეტული ქორეოგრაფიული ტური, სადაც მომხარებელს შევთავაზებთ დაუფინყარ თავგადასავალს. იგი გაცნობა საქართველოს ეთნოგრაფიას ქორეოგრაფიის მეშვეობით, რაც ორმაგ შთაბეჭდილებას გამოიწვევს.

მინდა ამასთან ერთად განვიხილო ერთი გარემოება. საქართველოში შიდა ტურიზმი არ გვაქვს განვითარებული (საქართველოს მოქალაქეებზე მაქვს საუბარი). ჩემი აზრით განსაზღვრული უნდა იყოს ფასები საქართველო მოქალაქეებზე. უმრავლესობას არც კი უნახავს საქართველოს ძალიან ბევრი ლამაზი კუთხე, ფასების გამო. მათ შორის ვარ მეც.

ახლა კი მეორე გარემოებას მინდა შევეხო. ეს არის ამ ტურის მრავალ დადებით მხარეთაგან ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი. ამ მომსახურების ფასად დასაქმდება მრავალი ადამიანი საქართველოს ყველა კუთხეში, როგორც ახალგაზრდა მოცეკვავეები ასევე სტაჟიანი ქორეოგრაფები და კიდევ მრავალი ადამიანი სხვადასხვა პოზიციებზე, რაც სამუშაო ადგილების ინტერესს და მომატებას გამოიწვევს.

მიმაჩნია, რომ ქართულ ცეკვას შეუძლია ადამიანში ყველაზე საუკეთესო თვისებები აღზარდოს, მასში გმირული სანყისები გააღვიძოს და საქვეყნო საქმეებისადმი ერთგულების გრძნობები გააღვივოს. ამ ეტაპზე საქართველოს გამარჯვება სჭირდება, როგორც გეოგრაფიულად ისე შიდა სამზარეულოშიც, ამიტომ მინდა პარალელი ცეკვაშიც დაგანახოთ, თუ რა იგულისხმა ერთხელ ილიკო სუხიშვილმა თავის სიტყვებში და გაგცემთ იმ კითხვაზე პასუხი, თუ რატომ უყვარს ხალხს ცეკვა ? – “ იმიტომ, რომ ქართველი ცეკვის დროს გამარჯვებულია და ჩვენ სწორედ გამარჯვება გვენატრება.”

ქართული ცეკვა ადამიანს ზრდის, აყალიბებს პიროვნებად და სძენს უდიდეს გამოცდილებას.

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ არტისტიზმითა და პლასტიკურობით მსოფლიო ხალხთა შორის ქართველები აშკარად გამოირჩევიან. ჩვენი ერის ეს მოჭარბებული ნიჭიერება ყველაზე სრულფასოვნად ქართულ ცეკვებში ვლინდება.

ვფიქრობ, რომ ჩემი იდეა, ზუსტად ემსახურება იმ სტრატეგიული გეგმის ნაწილს, რომელიც ითვალისწინებს მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტისა და საუკეთესო შთაბეჭდილების შეთავაზებას.



ინოვაციები ღვინის ბიზნესში და მისი გავლენა ღვინის ტურიზმზე (მარანი მერვე სართულზე, „ბინა 37“-ის მაგალითზე)

ავტორი: ელენე ლოსურაშვილი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: ნოდარ ბაკურაძე

აბსტრაქტი

ახალ ათასწლეულს ცვლილებები შეაქვს ტურიზმის განვითარებაში, განსაკუთრებით ტურისტთა მოთხოვნილებებსა და პრეფერენციებში. მოთხოვნილებები კი წარმოშობს ტურიზმის ახალი მიმართულებების შექმნის აუცილებლობას. შესაბამისად წარმოიშვა და ვითარდება ტურისტული ინდუსტრიის ახალი დარგი - ღვინის ტურიზმი. ღვინის ტურიზმი წარმოადგენს მთელს მსოფლიოში, მათ შორის საქართველოშიც, პოპულარულ და სწრაფად მზარდ მიმართულებას. ღვინის ტურიზმის დანიშნულების ერთ-ერთი კონკრეტული ადგილია მარანი, მიუხედავად იმისა, ქალაქში მდებარეობს ის თუ სოფლად. მარანი წარმოადგენს სპეციალური დანიშნულების ობიექტს, სადაც სამეურნეო საქმიანობასთან ერთად შეიძლება განხორციელდეს ღვინის გასინჯვა (დეგუსტაცია) და ამდენად იგი ტურისტული მოტივაციის მნიშვნელოვანი ადგილია. ღვინის ტურიზმის სტრატეგიის ერთ-ერთი თანამედროვე მიმართულებაა ინოვაციების დანერგვა ამ სფეროში, რადგანაც იგი მიჩნეულია ღვინის ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის გაზრდის საშუალებად. სამარნე მეურნეობა თავისი არსით კონსერვატულია და ამდენად აქ განხორციელებული ტექნოლოგიები და ორგანიზაციული ღონისძიებანი ძნელად უთავსდება ინოვაციებს. ინოვაციის საბაზით განხორციელებული ზოგიერთი ღონისძიება იმდენად ენიშნაღმდეგება მარნის დანიშნულებას და არსს, რომ ხშირად მას სანინაღმდეგო ეფექტის გამოწვევა შეუძლია. ამ კონტექსტში ჩვენთვის საინტერესო აღმოჩნდა ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ კონკრეტულმა მეურნე-სუბიექტმა განიზრახა მარნის მოწყობა მრავალსართულიანი საცხოვრებელი სახლის მე-8 სართულზე. გამოკვლევის შედეგებით დასტურდება, რომ ინოვაციამ, რომელიც საფუძვლად დაედო აღწერილ ბიზნესს, თვალსაჩინოდ შეუწყო ხელი ობიექტში ტურისტთა სტუმრობის გაზრდას.

ახალი ათასწლეული სწრაფი ცვლილებებით არის გამოჩენილი, განსაკუთრებით კი ისეთ სფეროში, როგორც ტურიზმი. რეგიონები ორიენტირებულები არიან, რაც შეიძლება მეტი ტურისტი მიიღონ, ამისათვის საჭიროა ჯანსაღი კონკურენცია გაუწიონ სხვა რეგიონებს, რისთვისაც გამუდმებით სთავაზობენ მომხმარებლებს ინოვაციებს: ცვლილებები შეაქვთ მომსახურებაში, ქმნიან ახალ ტურებს, ანახლებენ სასტუმროებს და სხვა.

მოგზაურობასთან ერთად, ტურისტებს უჩნდებათ ახალი მოთხოვნები, ისინი ელიან რაღაც ახალს, რაც განაპირობებს ტურიზმის ახალი მიმართულებების ჩამოყალიბებას. ადრე მოგზაურობდნენ პილიგრიმობისთვის, ნათესავების მოსანახულებლად. შემდეგ გაჩნდა ისეთი მიმართულებები, როგორებიცაა სთავაზოვანო ტურიზმი, ეკოტურიზმი და სხვა. ბოლო პერიოდში კი გამოჩნდა ტურიზმის კიდევ ერთი ახალი მიმართულება, რომელსაც ღვინის ტურიზმი ეწოდება. ამ დარგით მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანა დაინტერესებული და ერთმანეთს „ეჯიბრება“ ღვინის ინდუსტრიაში. ხვენავენ ტექნოლოგიებს, მონაწილეობენ ღვინის ფესტივალებში და ცდილობენ წარმოაჩინონ საკუთარი ღვინის საუკეთესო თვისებები.

ღვინის ტურიზმი წარმოადგენს ყველაზე სწრაფად მზარდ მიმართულებას, როგორც მსოფლიოში, ასევე საქართველოშიც. პენსილვანიის უნივერსიტეტის მუზეუმის პროფესორის, ბიოქიმიკოსისა და ღვინის ისტორიკოსის პატრიკ მაკგოვერნის ხელმძღვანელობით ექვსი მეცნიერი 3 წლის განმავლობაში ზედმიწევნით იკვლევდა ლეგენდარული სასმელის სამშობლო. მეცნიერებმა საფუძვლიანად შეისწავლეს სხვადასხვა პერიოდის არქეოლოგიური მასალები, მათ შორის, ყურძნის უძველესი ნიპნები, თიხასა და თიხის ჭურჭელზე დანალექი მყავა, რომელიც, საბოლოო ჯამში ღვინო აღმოჩნდა. რომლის თანახმად მოხდება აღიარება, რომ საქართველო ღვინის სამშობლოა.

საქართველოში ღვინის დაყენების ტრადიციას უწყვეტი 8 ათას წლიანი ისტორია აქვს და მას ქართულ კულტურაში განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს. საქართველოში ყურძნის 525 აბორიგენული ჯიშია და პოტენციურად მათგან ნაწარმი ღვინო. ღვინის სახეობების დათვლა კი პრაქტიკულად შეუძლებელია. მსოფლიოში ცნობილი ყურძნის 4 ათასი სახეობიდან დაახლოებით 500-ს ქართული ფესვები აქვს.

ამასთან ერთად, 2013 წელს, იუნესკოს გადაწყვეტილებით, ქვევრში ღვინის დაყენების ქართული ტრადიციული მეთოდი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა წუსხაში შევიდა. ამ მეთოდს ეწოდება ჭაჭა-კლერტი.

ამ ყველაფერმა ხელი შეუწყო იმას, რომ ქართულ ღვინოს სათანადო ადგილი დაეკავებინა მსოფლიო ბაზარზე და დაინტერესებინა, როგორც ღვინის სპეციალისტები, ასევე ტურისტები, რომლებსაც იზიდავთ ღვინო.

ღვინის ტურიზმი სოფლის ტურიზმის ერთ-ერთი სახეობაა, რაც გულისხმობს იმას, რომ ეს მიმართულება მხოლოდ ღვინის დაგემოვნებას არ მოიცავს, ის კომპლექსური ხასიათისაა და ღვინოსთან ერთად საჭიროებს იმ რეგიონისთვის და ღვინისთვის შესაფერისი კერძების დაგემოვნებას, ამასთან ერთად ტურისტს უჩნდება სურვილი თავიდან ბოლომდე შეისწავლოს ის გზა, რომელსაც მტევანი გადის დაღვინებამდე. ისინი ათვალთვლებენ ვენახებს, მონაწილეობას იღებენ მოკრეფასა და დაწურვაში, აკვირდებიან დუღილის პროცესს და ა.შ. საქართველოში, თითქმის ყველა რეგიონში გვხვდება საოჯახო ღვინის მარნები, რომლებიც ზუსტად ამ მომსახურებას სთავაზობენ ტურისტებს, აცნობენ როგორც ღვინოს, ასევე ადგილობრივ კულინარიას, რაც თავის მხრივ ხელს უწყობს ტურისტის ინტერესის კიდევ უფრო გაღრმავებას ამ რეგიონის მიმართ და მათ კი ამ ყველაფრის გარდა აინტერესებთ ტრადიციები და ღონისძიებანიც.

ასევე გვხვდება ღვინის მწარმოებელი კომპანიები, როგორიცაა „მატო მუხრანი“, „თელიანი ველი“ და სხვა, რომლებიც ტურისტებს ექსკურსიებს სთავაზობენ ღვინის ქარხანაში.

ღვინის გასინჯვა შესაძლებელია, როგორც ადგილობრივ მარნებში, ასევე ფესტივალებზე, რომლებიც ხშირად იმართება ქვეყნის და მსოფლიოს მასშტაბით. ეს ღონისძიებები მიზნად ისახავს ღვინის ცნობადობის ამაღლებას და პოპულარიზაციას, თავის მხრივ კი ფესტივალები ეხმარება მწარმოებელს ბაზრის კვლევასა და მოთხოვნის შესწავლაში. პირველი ფესტივალი, რომელიც 2010 წელს გაიმართა საქართველოში 15 ღვინის მწარმოებელი კომპანია მონაწილეობდა. 2017 წელს გამართულ ფესტივალზე კი 110-ზე მეტმა ღვინის მწარმოებელმა მიიღო მონაწილეობა, რაც იმას გულისხმობს, რომ ღვინის ტურიზმზე მოთხოვნა გაიზარდა, რამაც მწარმოებლის დაინტერესება გამოიწვია.

სპეციალისტებმა და ღვინის მოყვარულებმა, კარგად იციან, რომ „ნამგზავრი“ ღვინო თავის გემოვან თვისებებს იცვლის, ამიტომ ღვინის სრულად აღსაქმელად საჭიროა, მისი დაგემოვნება წარმოშობის ადგილზე, წარმოშობის ადგილი კი ის მარანია, რომელშიც ის დაინურადა დაღვინდა, ამიტომ რეგიონებში გვხვდება საოჯახო მარნები, რომლებიც მასპინძლობენ ტურისტებს.

მარანმა შეიძინა ახალი, ტურისტული დანიშნულება - იგი მასპინძლობს სტუმრებს და მარანშივე ხდება დეგუსტაცია. ქართულმა ტრადიციამ დღემდე შემოინახა ორი ტიპის მარანი: ღია და დახურული. დახურული მარანი უპირატესად გვხვდება აღმოსავლეთ საქართველოში, ქვევრები მარანშივეა ჩაფლული და იქვეა საღვინე ინვენტარი, იქვე წურავენ და აყენებენ ღვინოს. ღია მარანი კი დასავლეთ საქართველოში გვხვდება, მარნის წინ, ღია ცის ქვეშ, ჩაყრილია ქვევრები, რომელსაც დასავლეთში ჭურებს უწოდებენ.

როგორც ტურიზმის ყველა დარგისათვის, ღვინის ტურიზმისთვისაც საჭირო და აუცილებელია ინოვაციების დანერგვა, რათა მსოფლიო ბაზარზე ქართულმა პროდუქტმა კონკურენცია გაუწიოს ისეთ ნამყვან ქვეყნებს, როგორებიც არის საფრანგეთი და იტალია. სამარნე მეურნეობა თავისი არსით კონსერვატიულია და ამდენად აქ განხორციელებული ტექნოლოგიები და ორგანიზაციული ღონისძიებანი ძნელად უთავსდება ინოვაციებს. ინოვაციის საბაბით განხორციელებული ზოგიერთი ღონისძიება იმდენად ენინააღმდეგება მარნის დანიშნულებას და არსს, რომ ხშირად მას საწინააღმდეგო ეფექტის გამოწვევა შეუძლია.

ამიტომ ჩვენთვის საინტერესო აღმოჩნდა ინფორმაცია იმის შესახებ, რომ კონკრეტულმა მეურნე-სუბიექტმა განიზრახა მარნის მონყობა, მრავალსართულიანი შენობის მერვე სართულზე.

2015 წლიდან ღვინის ტურიზმით დაინტერესებულ ტურისტთა მასპინძელია არაორდინალური „ბინა 37“, რომელიც სტუმრებს მრავალსართულიანი შენობის, მერვე სართულზე გაკეთებულ მარანში ეპატიჟება.

რესტორან-მარანი მდებარეობს ქ. თბილისში, ვეძისზე, მგალობლიშვილის 5 ნომერში. მისი შექმნის საფუძველი ქართული ღვინისა და სუფრის სიყვარული იყო.

ათწლეულების წინ, თბილისში იყო შემთხვევები, როდესაც ღვინის მოყვარულმა ადამიანებმა ქვევრები მრავალსართულიანი კორპუსების მაღალ სართულებზე აიტანეს და იქ ღვინოსაც აყენებდნენ. თუმცა, ის იყო ცალკეული შემთხვევები და ეს ყველაფერი ერთი ან მაქსიმუმ ორ ქვევრის ზემოთ არასოდეს წასულა. მაგრამ ის რაც თბილისში, ვეძისში, სოფრომ მგალობლიშვილის ქუჩაზე მოხდა, შეიძლება დასაჯერებლადაც კი რთული იყოს.

სპეციალობით ექიმებმა, ზურაბ ნატროშვილმა მცირე მარანი და ღვინის ბარ-რესტორანი, მაღალსართულიანი კორპუსის სახურავზე დააფუძნა და იქვე, 200-300 ლიტრამდე მოცულობის 43 ქვევრი ჩაყარა. ამდენი ქვევრი კორპუსის სახურავზე კი არა, ალბათ ზოგიერთ ჩვეულებრივ მარანშიც კი იშვიათად გვინახავს და მთელი უცნაურობა ისიცაა, რომ ეს ქვევრები და მარანი მთელს ქალაქს ზემოდან გადმოჰყურებს და გვარწმუნებს, რომ ღვინისა და მეღვინეობის სიყვარული ადამიანს ხშირად სრულიად წარმოუდგენელ რამესაც კი გააკეთებინებს.

ხალხი კითხულობს, თუ რა არის „ბინა 37“, მარანი თუ რესტორანი. მასპინძლის თქმით, ყველას შეუძლია თავისებურად აღიქვას მისი დანიშნულება. შექმნის მიზანი იყო ქართული ღვინისა და სამზარეულოს საუკეთესო კუთხით წარმოჩენა უცხოელი ტურისტებისათვის. მარან-რესტორნის ძირითადი ფასეულობებია: „IN VINO VERITAS“, „საუკეთესო ხალხია ის, ვისაც უყვარს გემრიელი საჭმელი“ და „სტუმარი ღვითისაა“.

2017 წელს, მარანმა მონაწილეობა მიიღო მთაწმინდაზე გამართულ ღვინის ფესტივალში. დამფუძნებლის თქმით, როგორც სპეციალისტებისაგან ასევე ღვინის მოყვარულებისაგან უამრავი დადებითი შეფასება და რეკომენდაცია მიიღო, რაც შესაძლებელია სამომავლოდ, ინოვაციის შეთავაზებაში გამოიყენონ.

კომპანიის ძირითადი მარკეტინგული ინსტრუმენტია ინტერნეტი და სხვადასხვა ღონისძიება. მარანი აქტიურად აკეთებს რეკლამას სოციალურ ქსელებში და მართავს ისეთ დღეებს, როგორებიცაა: „ჯანსაღი ცხოვრება“ - სადაც მომხმარებელს სთავაზობს „ბინა 37“-ში სამჯერად კვებას, რომელიც მოიცავს ჯანსაღ პროდუქტს და კერძისთვის შესაფერის ღვინოს; „ბინა 37“-ში ასევე აკეთებს „ეთნიკური სამზარეულოს დღეებს“ და მომხმარებელს სთავაზობს, სხვადასხვა ქვეყნის სამზარეულოს.

დამაარსებელმა აღნიშნა, რომ მიუხედავად ამისა, მისი მარან-რესტორნის მთავარი მარკეტინგული საშუალება კმაყოფილი მომხმარებელია, ამისათვის კი პერსონალი ბოლომდე იხარჯება.

აქვერძებს შედარებით მაღალი ფასიაქვს, თუმცა აღსანიშნავია ის, რომ მწარმოებელი იყენებს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებს. არ ხდება პროდუქტების: ხორცის, თევზის, ბოსტნეულის თუ მწვანის გაყინვა. რესტორანში ხინკალიც კი იხვევა ხელით, და მისი ცომისათვის გამოიყენება წითელი დოლის ხორბლის ფქვილი. მწარმოებელი მომარაგებისათვის იყენებს ფერმერებს სხვადასხვა კუთხიდან.

„ბინა 37“-ში წლების მიხედვით სხვადასხვა რაოდენობისა და სხვადასხვა სახეობის ღვინო დაინურა:

- 2015 წელი - დაინურა 4 ტონა ყურძენი და შეთავაზებულ იქნა შემდეგი ღვინოები: რქანითელი, კახური მწვანე, ქისი და საფერავი;
 - 2016 წელი - დაინურა 10 ტონა ყურძენი და დაყენდა: რქანითელი, გურული მწვანე, ქისი, საფერავი, ალექსანდროული, თავკვერი, ჩინური, კრახუნა, ციცქა და ცოლიკაური;
 - 2017 წელი - დაინურა 7 ტონა ყურძენი და დაყენდა: რქანითელი, საფერავი, გურული მწვანე, ალექსანდროული, ქისი, ციცქა და ცოლიკაური. დღეს მარაგში დარჩენილია: რქანითელი, საფერავი და ალექსანდროული.
- მარანში ხდება ღვინის ბოთლში ჩამოსხმაც, თუმცა გამოიყენება ისევე ადგილობრივი წარმოებისათვის, არ ხდება მისი ბაზარზე გატანა და ექსპორტი.

ზემოთ ჩამოთვლილი ღვინოებიდან აქცენტი გავაკეთეთ საფერავსა და ქისზე.

„საფერავი“ (ყურძნის ჯიში 100% საფერავი)

ქართული წითელყურძნიანი საღვინე ვაზის ჯიშისაგან მზადდება, რომელიც წარმომავლობით კახურია. ამ ჯიშის ვაზი გვხვდება საქართველოს თითქმის მთელ ტერიტორიაზე, თუმცა „ბინა 37“ იყენებს კახურ საფერავს, რომელიც ძირითადად თელავის რაიონში ირჩევა. მისგან ყენდება მშრალი წითელი ღვინო, აქვს მუქი ლალისფერი შეფერილობა, გამოირჩევა ხილის არომატით. დაძველების მიხედვით საფერავის ჯიშის ვაზისგან ყენდება სამი სხვადასხვა სახეობის ღვინო: „საფერავი“- ერთ წლიანი დაძველებით; „ქინძმარაული“- ორ წლიანი დაძველებით; „მუკუზანი“- სამი და მეტ წლიანი დაძველებით.

„საფერავის“ დაგემოვნება რეკომენდირებულია ცოცხალ ბოსტნეულთან, ზღვის პროდუქტებთან, მოხარულ ხორცთან და ხილთან. ალკოჰოლის მოცულობა 13%.

„ქისი“ (ყურძნის ჯიში 100% ქისი)

ძველად ქისისაგან აყენებდნენ კახური ტიპის მაღალი ხარისხის ღვინოს, ამჟამად ქისის მცირედ გავრცელების გამო მარტო მისგან იშვიათად მზადდება ღვინო, ხშირად იგი სხვა ჯიშებთან ერთად იწურება. მევენახეობა-მეღვინეობის ინსტიტუტის მიერ მრავალი წლის მანძილზე წარმოებული ცდებით დადასტურებულია ქისის ღვინოს მაღალი ხარისხი, როგორც ევროპული, ისე კახური წესით დაყენების შემთხვევაში, განსაკუთრებით აღსანიშნავია კახური წესით დაყენებული ღვინოს მაღალი ხარისხი.

ქისის ღვინო უდავოდ მაღალი ღირებულებისაა, იგი კრიალაა, ევროპულად დაყენებული მოყვითალო ჩალისფერია, ოქროსფერი იერით. არომატი კარგად გამოსახული, ნაზი, სასიამოვნო, ხოლო გემო სრული, ჰარმონიული აქვს. კახურად დაყენებული ღვინო უფრო მაღალი ღირებულებისაა, იგი მუქი ჩალისფერია, კარგად გამოსახული ხილის სასიამოვნო არომატი, ნაზი, სრული, შინაარსიანი ღვინოა, გემო ჰარმონიული, ხავერდოვანი აქვს. ქისის კახურად დაყენებული ღვინო უდავოდ ღირსშესანიშნავია, იგი ამ ტიპისათვის სანიმუშოა.

ქისი პერსპექტიულია აგრეთვე ბუნებრივად ნახევრადტკბილ, მაგარ და სადესერტო ღვინოების დასაყენებლად.

ჯიშის უარყოფით თვისებებს მიეკუთვნება მისი საშუალოზე მცირე მოსავლიანობა, ნაცრისა და მარცვლების სიდამპლისადმი სუსტი გამძლეობა, განსაკუთრებით წვიმიან ამინდებში.

დააგემოვნეთ მოხარშულ ქათამთან, თევზთან, ყველთან, ბოსტნეულთან და ხილთან. 14-15 გრადუსზე. ალკოჰოლის მოცულობა 12,5%.

აღსანიშნავია ისიც, რომ „ბინა 37“-დან არ წასულა სტუმარი, რომელიც უკმაყოფილო იყო პროდუქტით ან მომსახურებით. დაარსების დღიდან მარან-რესტორანმა 2000-მდე ტურისტი მიიღო. წლების თანაფარდობით ადგილობრივ და უცხოელ მომხმარებელთა ვიზიტები ასე ნაწილდება:

- 2016 წელი- ადგილობრივი 70% : უცხოელი 30%
- 2017 წელი- ადგილობრივი 50% : უცხოელი 50%

ეს ტენდენცია ცხადყოფს, რომ ამ მარნით დაინტერესება უცხოელების მხრიდან სულ უფრო იზრდება, ზრდის მთავარ ფაქტორად კი სახელდება ნატურალური ქართული კერძები და ნამდვილი ქვევრის ღვინო, რომლებსაც უცხოელები ყველაზე კარგად აფასებენ.

დასკვნა

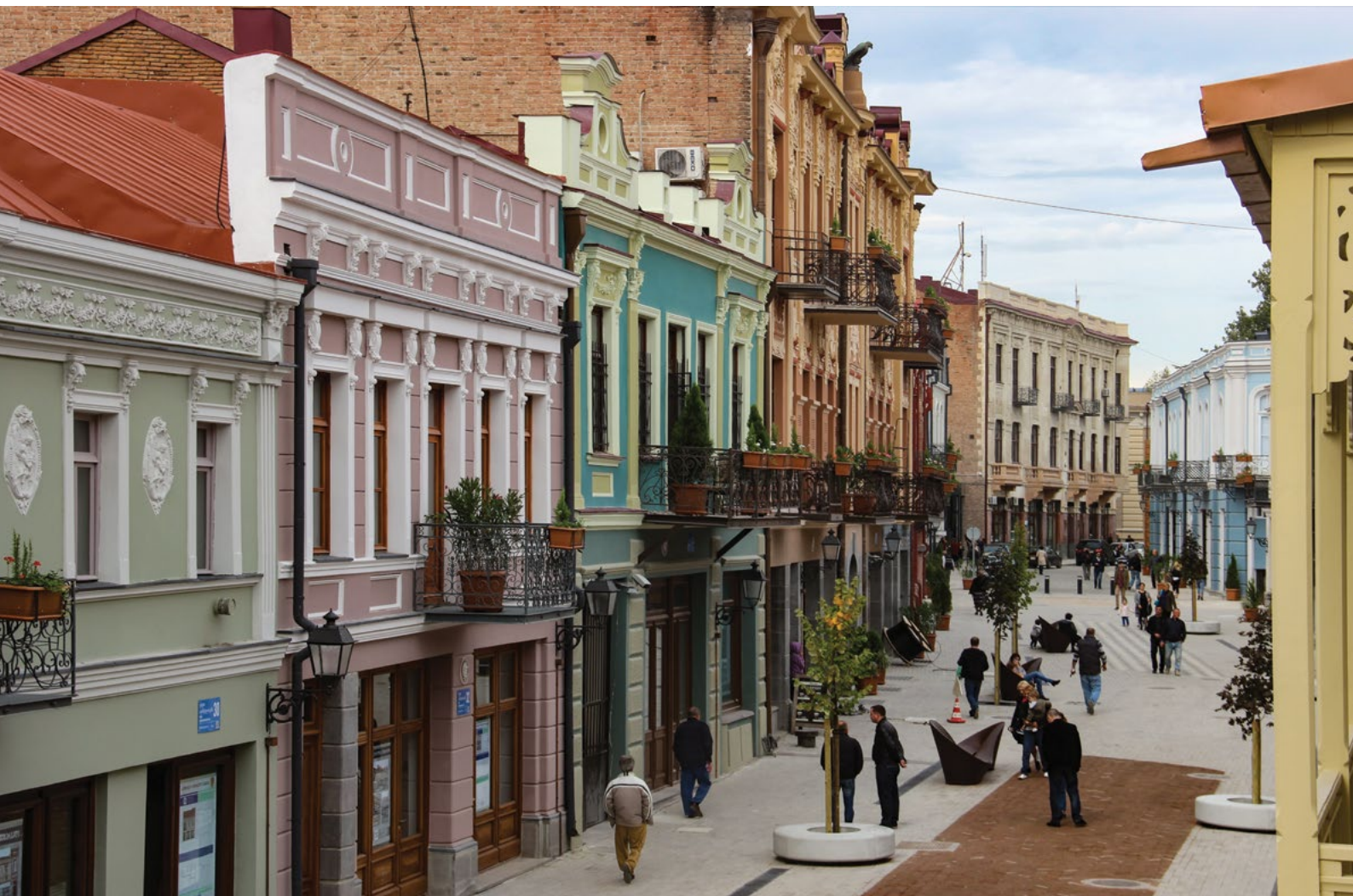
ღვინო საქართველოს ეკონომიკის ერთ-ერთი მთავარი მამოძრავებელი ძალაა. საბჭოთა კავშირის დროს, მივიწყებული იყო ნამდვილი ქართული მეთოდით ღვინის დამზადება, რომელიც ბოლო 10-15 წელია ისევ აღდგა. ბოლო ათწლეულია ასევე აქტიურად დაიწყო ღვინის ჩამოსხმა ბოთლებში, რამაც ხელი შეუწყო ქართული ქვევრის ღვინის პოპულარიზაციას. თუმცა საჭიროა კიდევ უფრო ბევრი სიახლე ტურისტების დასაინტერესებლად.

ის არ უნდა შემოიფარგლოს მხოლოდ ღვინის მოხმარებითა და გაყიდვით საზღვარგარეთ. ხელი უნდა შეეწყოს საქართველოს ღვინის ტურიზმის განვითარებას და მან კი თავის მხრივ წვლილი უნდა შეიტანოს ამ პროდუქტის ცნობადობის ამაღლებაში. საერთაშორისო გამოცდილებამ ცხადყო, რამდენად მნიშვნელოვანია ღვინისა და ტურიზმის ერთმანეთთან დაკავშირება და რამდენად მომგებიანია ამ ორი სექტორის ურთიერთთანამშრომლობა არა მხოლოდ

მარნისთვის, არამედ ზოგადად, ქვეყნის ეკონომიკისთვის.

საქართველომ საკუთარი ნიშა უნდა იპოვოს. ევროპული ტექნოლოგიებით დაყენებული ღვინით ევროპული ბაზარი ისედაც გაჯერებულია. ამიტომ საქართველოს შეუძლია ღვინის დაყენების ტრადიციული მეთოდები დახვეწოს და ქართული ქვევრის ღვინით მსოფლიო ბაზრისკენ გზა უფრო ადვილად გაიკვლოს. ასე ქვეყანა საკუთარი ღვინის იდენტურობის შენარჩუნებასაც მოახერხებს და მის გემოსაც უფრო თანამედროვეს გახდის. თუმცა ეს ხანგრძლივი და შრომატევადი საქმე იქნება.

სწორედ ამ მიზანს ემსახურება არაორდინალური „ბინა 37“



ტურისტული ტაქსი - ტურისტების მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების ინოვაცია

ავტორი: ეთერ მუჯრიშვილი
პროფესიული კოლეჯი იკაროსი

ხელმძღვანელი: ასოც. პროფესორი ლალი მიქელაძე

საქართველოს, როგორც მრავალფეროვანი ტურისტული პოტენციალის მქონე ქვეყანას, ბევრი რამის შეთავაზება შეუძლია ვიზიტორებისთვის. ქვეყანაში წარმოდგენილია თვალწარმტაცი და დაუვიწყარი ბუნება, კავკასიონის ქედი და ზღვის შესანიშნავი პეიზაჟები, მდინარეები, ტბები და ჩანჩქერები, კურორტები და მინერალური წყლები, ისტორიული ძეგლები და კლდეში ნაკვეთი უძველესი ძეგლები, ქართული ღვინო და უგემრიელესი სამზარეულო, უძველესი ტრადიციები და გულთბილი სტუმართმოყვარე ადამიანები... ეს ყველაფერი თავმოყრილია ერთ პატარა ქვეყანაში და ქმნის შესანიშნავ შესაძლებლობას იმისა, რომ საქართველო გახდეს მსოფლიოში ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ტურისტული დესტინაცია.

დღეისათვის საქართველოში ტურიზმი სტაბილურად ვითარდება და ყოველწლიურად იზრდება ჩვენი ქვეყნისადმი ინტერესი. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით 2017 წელს საერთაშორისო შემოსავლეთა რიცხვმა რეკორდულ მაჩვენებელს მიაღწია და ქვეყნის ისტორიაში პირველად დაფიქსირდა 7 554 936 ვიზიტორი, რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 18%-ით მეტია. მხოლოდ ვიზიტორების რაოდენობით ტურიზმის განვითარების დონეს ვერ შევადარებთ. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ გამოქვეყნებული კონკურენტუნარიანობის ინდექსის მიხედვით საქართველომ 2017 წელს 136 ქვეყანას შორის 70-ე ადგილი დაიკავა. ტურიზმში არსებული მდგომარეობისთვის მიზნით, დარგის განვითარების შემაფერებელი ფაქტორების კვლევა და შესაბამისი პოლიტიკის დაგეგმვა მნიშვნელოვანია. „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ის მიხედვით გამოკვეთილია მთავარი გამოწვევები: მომსახურების ხარისხის განვითარება, ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება, ტურისტული შესაძლებლობების განვითარება, ბუნებრივი გარემოს გაუმჯობესება და დარგის სწორი ორგანიზება. საკონფერენციო თემაში „ტურისტული ტაქსი - ტურისტული მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების ინოვაცია“ წარმოდგენილია ტურისტული მომსახურების ახალი პროდუქტი, რომელიც გაზრდის ტურისტთა კმაყოფილების დონეს.

ჩავატარეთ საქართველოში ჩამოსული ტურისტების მიზნობრივი გამოკითხვა, აპლიკანტებს წარმოადგენდნენ სასტუმროები: „ბილთმორი“, „ძველი მეიდანის“, „ქისი“ და „აივანი“-ს მომხმარებლები. დადგინდა, რომ გამოკითხული 98 ტურისტიდან 46%-მა ერთ-ერთ უმთავრეს პრობლემად ქალაქში სატრანსპორტო მომსახურების დაბალი ხარისხი დააფიქსირა, რაც გარკვეულწილად ამ სფეროში მომსახურე პერსონალის არაკეთილსინდისიერებით, უსაფრთხოების ნორმების დარღვევით და ხარისხთან შეუსაბამო ფასებითაა გამოწვეული. ასევე ცნობილია, რომ თბილისის ძველ და ამავე დროს ტურისტულად აქტიურ უბნებში საერთაშორისო ვიზიტორებს ხვდება ქუჩებზე ჩამწკრივებული მანქანები, მძღოლებით, რომლებიც ყველა „ტურისტულ სერვისს“ ერთად სთავაზობენ, რაც საკმაოდ აზარალებს, როგორც ტურისტულ სანარმოებს ასევე ქვეყნის იმიჯს. ამ პრობლემის გადასაჭრელად წარმოვადგენთ რეკომენდაციას საქართველოში შეიქმნას ტურისტული ტაქსის კომპანია, რომელიც იქნება კერძო სექტორის ან სახელმწიფო უწყების ინიციატივა. თემაში განხილულია „ტურისტული ტაქსის“ ფუნქციონირების სქემები, ტრანსპორტის ვიზუალი,

პერსონალის საკვალიფიკაციო მოთხოვნები.

ტაქსების ისტორია საქართველოში XIX საუკუნიდან იწყება, ამ დროიდან თბილისში სხვადასხვა სახეობის ეტლები გამოჩნდა. ეს იყო პირველ რიგში ერთცხენიანი დროშები - მსუბუქი ოთხთვალა რკინისბორბლიანი ეტლები, რომლებიც თანდათან დაიხვეწა და ტყავით და ბრეზენტით გადაიხურა. 1824 წელს კი რამდენიმე „ფხიანმა“ მოქალაქემ მგზავრების გადაყვანისთვის ქირა დაანესა და ამგვარი დროშა გახდა თანამედროვე ტაქსის პირველი წარმომადგენელი საქართველოში. თავდაპირველად თბილისში მხოლოდ 15 ფასიანი ეტლი დადიოდა, თუმცა მალევე შეიქმნა სადგურები, საიდანაც შეიძლება ტაქსის აყვანა. დროშის შემდეგ ფაქტონი გაჩნდა, რომელიც გადასახდელსახურავიან ეტლს წარმოადგენდა და 1887 წელს თბილისში ოფიციალურად 520 მეფაეტონი ირიცხებოდა. დღეისათვის შეუძლებელია ჩვენს დედაქალაქში ტაქსების რაოდენობის დადგენა, რადგან ორგანიზებულ კომპანიებთან ერთად უამრავი არაორგანიზებული და თვითნებურად დასაქმებული მძღოლი მუშაობს.

დავის საგანს არ წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ თანამედროვე მსოფლიოში ტაქსი ტრანსპორტირების ყველაზე სწრაფ და კომფორტულ საშუალებას წარმოადგენს. საინტერესოა ერთ-ერთი ყველაზე განვითარებული ქვეყნის, ნორვეგიის მაგალითი და ეკონომიკის სამინისტროს მიერ შექმნილი საზოგადოებრივი ტრანსპორტის მახასიათებლების ცხრილი, სადაც მოცემულია სხვადასხვა ტიპის ტრანსპორტის ტევადობა, სამოგზაურო მანძილი, დრო ახალი მიმართულებების დასაგეგმად, ღირებულება მომსახურების გაუმჯობესებისთვის და მოქნილობა, მოხერხებულობა.

	Capacity	Trip distance	Time horizon for creating a new link or line	Cost of service expansion	Flexibility
Heavy rail	high	5 km +	years	very high	Low
Metro	high	1 km +	years	very high	low
Light Rail	medium - high	1 km +	years	high	low
BRT	medium - high	1 km +	months	medium	medium
Buses	medium	500 m +	hours - days	medium	medium
Paratransit	low - medium	0+	minutes - hours	low	high
Taxis	low	0+	minutes	non	high

როგორც ცხრილიდან ჩანს, ტაქსი ყველაზე მოხერხებული, სწრაფი და ადვილად განვითარებადი საშუალებაა ტრანსპორტის სხვა სახეობებთან შედარებით. თანამედროვე ტექნოლოგიების მეშვეობით კი არ გვჭირდება კონკრეტულ სადგურამდე მისვლა, ავტობუსის ან მეტროს ლოდინი, ტაქსი თავად მოვა ჩვენთან და მიგვიყვანს დანიშნულების ადგილამდე.

ევროპაში ტაქსი გადაადგილების ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული საშუალებაა, როგორც ტურისტებს, ისე ადგილობრივებს შორის. საავტომობილო ტაქსების რეგულირება გასული საუკუნის 60-70 წლებში დაიწყო და საკმაოდ მკაცრად მიმდინარეობდა ევროპულ სახელმწიფოებში. 2009 წელს პარიზში კომპანიამ la Ville en Mouvement (IVM) გამოიკვლია ტაქსის ინდუსტრია სხვადასხვა ქალაქებში, ესენია: ლონდონი, პარიზი, ნიუ იორკი, ამსტერდამი, ლისაბონი, ბერლინი, დუბლინი და სტოკჰოლმი. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ამ ქალაქებში ტაქსის გამოყენების სიხშირე განსხვავებულია. დუბლინში, ლისაბონში და ნიუ იორკში გამოკითხულთა ნახევარზე მეტმა დააფიქსირა, რომ რეგულარულად სარგებლობს ტაქსის მომსახურებით. ამ მხრივ ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი პარიზსა და ამსტერდამში ფიქსირდება, სადაც გამოკითხულთა 20%-ზე მეტი ამბობს, რომ საერთოდ არ იყენებს ტაქსის.

უმსხვილესმა შვეიცარიულმა ბანკმა UBS მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში ტაქსით მგზავრობის ფასი შეადარა და ამ კრიტერიუმით ყველაზე ძვირია ქალაქების სია შეადგინა. ევროპულ ქალაქებს შორის ნორვეგიის დედაქალაქი ოსლო აღმოჩნდა, სადაც UBS-ის მონაცემებით ხუთკლომეტრიანი მანძილის დაფარვა საშუალოდ 29.42 ევროდ შეიძლება. რეიტინგის მეორე და მესამე ადგილებზე ციურიხი და ლუქსემბურგი არიან, შესაბამისი 25.18 და 20.47 ევროთი. ყველაზე ძვირია სატაქსო სისტემის მქონე ქალაქების ათეულში არიან: ჟენევა (18.86 ევრო), სტოკჰოლმი (17.01 ევრო), მილანი (15.85 ევრო), ამსტერდამი (14.86 ევრო). შედარებით იაფი ტაქსით მგზავრობა შესაძლებელია კოპენჰაგენში (14.16 ევრო), ჰელსინკიში (13.96 ევრო), ფრანკფურტში (13.72 ევრო), ბერლინში (13.54 ევრო), ვენაში (13.21 ევრო), რომა (13.05 ევრო) და მიუნხენში (12.85 ევრო). 21-22-ე ადგილებს ბრიუსელი და პარიზი ინანილებენ შესაბამისად (11.66 და 11.40 ევრო), მათ სულ რამდენიმე პოზიციით ჩამორჩებიან ლონდონი და ბარსელონა, სადაც ტაქსით 5 კილომეტრის მგზავრობისთვის 9.25 და 9.39 ევროს გადახდა მოგიწევთ. როგორც გაირკვა ტაქსით ყველაზე იაფად მგზავრობა ბუქარესტში (3.03 ევრო), სოფიაში (2.79 ევრო) და კიევიში (1.46 ევრო) შესაძლებელია.

ზოგადად ტაქსებისთვის რეგულაციების დანერგვა დიდი ხნის წინ დაიწყო. თავდაპირველი პრობლემები (ცხენების გადაადგილება, ქუჩების დასუფთავება და საგზაო სისტემის მოწყობა) დღეისთვის ძირფესვიანად შეცვლილია და გამოკვეთილია სხვა გამოწვევები, როგორცაა მძღოლების პროფესიონალიზმი, ტექნიკურად გამართული და დასუფთავებული სატრანსპორტო საშუალებების ქონა, ადეკვატური საგადასახადო სისტემა, ტაქსის გამოძახების მეთოდები და სხვა.

მსოფლიო ბანკის რეკომენდაციით, განვითარებადი ქვეყნებისთვის აუცილებელია ამოქმედდეს ტაქსის ბაზრის რეგულაციები იმისათვის, რომ დაცული იყვნენ მგზავრები (ტურისტები) თაღლითობისა და არასათანადო მოპყრობისაგან ტაქსის არაკეთილსინდისიერი მძღოლებისა და კომპანიების მხრიდან. როგორც წესი, რეგულაციები დაკავშირებულია შემდეგ საკითხებთან:

- მიწოდების რაოდენობა: საჭირო რაოდენობის მძღოლები და მანქანები;
- მიწოდების ხარისხი: მანქანის ტექნიკური გამართულობა, მძღოლების კომპეტენცია და სანდობა, ტაქსის გამოძახების ეფექტური სისტემა;
- მგზავრობის საფასური: ფიქსირებული გადასახადი ან ტარიფები კილომეტრების მიხედვით;

ხარისხის რეგულირება აუცილებელია, რადგან თავად მომხმარებლებს არ შეუძლიათ წინასწარ განსაზღვრონ რამდენად უსაფრთხოა მათთვის მომსახურება. განსაკუთრებით დიდ ყურადღებას მოითხოვს სატრანსპორტო საშუალების კონტროლი, უნდა განისაზღვროს შიდა სივრცე მგზავრებისთვის, ძრავის მინიმალური სიმძლავრე, ავტომობილის ასაკობრივი ზღვარი, უნდა შემოწმდეს უსაფრთხოება, მოხდეს ავტომობილების იდენტიფიკაცია და გამრიცხველიანება. ტარიფები ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას წარმოადგენს რადგან ისეთ ქვეყნებში, სადაც არ არის ფიქსირებული ტარიფები ან მრიცხველები, არაკეთილსინდისიერი მძღოლები მომსახურების საფასურს აძვირებენ ამინდის, საცობის, დღელამის მონაკვეთის, შვებულებების პერიოდის და სხვადასხვა მიზეზების მიხედვით. მძღოლისთვის სავალდებულოა წარმოადგინოს ნასამართლეობის ცნობა, ჩაიტაროს მკაცრი სამედიცინო გამოკვლევა, ჰქონდეს მართვის რამდენიმე წლიანი გამოცდილება, აკმაყოფილებდეს ასაკობრივ ნორმებს და გააჩნდეს იმ ტერიტორიის ადეკვატური გეოგრაფიული

ცოდნა, სადაც აპირებს მუშაობას. ასევე აუცილებელია მენარმეებს ჰქონდეთ სუფთა კრიმინალური წარსული და სრული დაზღვევა მათი კომპანიებისთვის. რეგულაციები გამოიყენება მსოფლიოს არაერთ ქვეყანაში. დიდ ბრიტანეთში დაიწყო შეზღუდვები მას შემდეგ როდესაც დადგინდა, რომ ძირითადი პრობლემები ტაქსის მძღოლებისთვის მონმობების ხშირი გაცემის შედეგად იყო გამოწვეული.

XXI საუკუნეში არაერთმა ქვეყანამ მიიღო უმნიშვნელოვანესი გადაწყვეტილება და ტაქსოკომპანიები სახელმწიფო გადასახადისგან გაათავისუფლა, ამით დაიწყო ჯანსაღი კონკურენცია არაორგანიზებულ ტაქსისტებსა და კომპანიებს შორის. სახელმწიფოს მიერ მიღებული ასეთი გადაწყვეტილება ჩვენს ქვეყანაშიც ხელისშემწყობი ფაქტორი იქნება შიდა ტრანსპორტის განვითარებისათვის, საერთაშორისო ტურისტთა ხარისხიანი მომსახურებისთვის და, რა თქმა უნდა, ქვეყნის იმიჯის ამაღლებისთვის.

თბილისის მერია უკვე ცდილობს დაიწყო ტაქსებისთვის ფუნქციონირების რეგულაციების დანერგვა. პირველ ეტაპზე, 2018 წლის შემოდგომაზე დაიწყება მხოლოდ მძღოლების ლიცენზირება, მას შემდეგ კი, რაც საქართველოს პარლამენტი კანონს დაამტკიცებს მოხდება ავტომობილების აღრიცხვა. იმედს ვიტოვებთ, თბილისის მერია გაითვალისწინებს მსოფლიო ბანკის რეკომენდაციებს და სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილებას, მაგრამ სანამ არსებული სატრანსპორტო სისტემა საერთაშორისო სტანდარტებს მიუახლოვდება მსოფლიოს სხვადასხვა განვითარებული ქვეყნებიდან ჩამოსულ ტურისტებს მაქსიმალური კომფორტი უნდა შეეუქმნათ. ამისათვის გათავაზობთ შეიქმნას ქართული ტურისტული ტაქსი.

ქართული ტურისტული ტაქსის კომპანია იქნება თვალსაჩინო მაგალითი სხვა კომპანიებისთვის და არაორგანიზებული მძღოლებისთვის, თუ როგორი ხარისხის მომსახურება უნდა შესთავაზონ მომხმარებლებს. შეიქმნება ტაქსო პარკი, რომელიც უნდა მოიცავდეს როგორც სედანის ტიპის მანქანებს, ასევე მინივენებს და მიკრო ავტობუსებს რეგიონებში სამოგზაუროდ. ავტომობილები უნდა იყოს ტექნიკურად გამართული და მონესრიგებული. კომპანია დაიქირავებს და გადაამზადებს მძღოლებს, მათგან მოითხოვს ენების საბაზისო ცოდნას, კომუნიკაბელურობას და პროფესიონალიზმს. უნდა შეიქმნას ტურისტული ტაქსის მობილური აპლიკაცია, რომლის მეშვეობითაც ყველა ტურისტს შეეძლება ნებისმიერი ადგილიდან გამოიძახოს ტაქსი. იმის გათვალისწინებით, რომ გამოძახებისას რთულია ტურისტმა ზუსტად იცოდეს სად იმყოფება, მძღოლი მას ჯიბიის საშუალებით იპოვის. ტურისტებს შეეძლება აპლიკაციის მეშვეობით შეაფასონ მიღებული მომსახურება და შენიშვნები შეიტანონ სპეციალურად გამოყოფილ გრაფაში. ტურისტული ტაქსი არ იქნება მხოლოდ ტრანსპორტირების საშუალება, ის შეასრულებს რეკლამის ფუნქციასაც და ტურისტებს ავტომობილებში დამონტაჟებული მონიტორებიდან უკეთ გააცნობს საქართველოს. მონიტორებზე იტრიალებს ის კლიპები და გადაცემები, რომლებიც ვიზიტორებს დააინტერესებს და ჩვენს ქვეყანაში არაერთხელ მოგზაურობის სურვილს აღუძრავს. ტურისტული ტაქსი ჩვენი ქვეყნის სტუმრებს მეტ უსაფრთხოებას და კომფორტს შეუქმნის და მათი რიცხვიც ყოველწლიურად სულ უფრო მეტად გაიზრდება. აღნიშნული პროექტის განხორციელება მნიშვნელოვანი იქნება სასტუმროებისთვისაც, რადგან კომპანია მათ სატრანსფერო მომსახურებას შესთავაზებს.

ტურისტული ტაქსის “ვიზუალი” - ტაქსო პარკში არსებული ყველა ავტომობილი გარეგნულად იქნება იდენტური. სასურველია გამოყენებულ იქნას საქართველოს ხუთჯვრიანი დროშის თემატიკის ფერები და ელემენტები. ძირითადი ფერი იქნება თეთრი და გაფორმდება ნითლით. იმ

შემთხვევაში თუ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია იქნება ამ პროექტის თანამონაწილე, ავტომობილებზე დაიტანება ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ლოგო. ტაქსის ტრაფარეტი უნდა იყოს წითელი, რაც მეტ თვალსაჩინოებას შესძენს და გამოარჩევს სხვა ტაქსებისაგან. ტრაფარეტი იქნება ინგლისურ და ქართულ ენაზე. ავტომობილებში დამონტაჟებული მონიტორების საშუალებით ტურისტები უკეთ გაიცნობენ საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებს და გაულმავდებათ ჩვენი ქვეყნისადმი ინტერესი. კლიპები და ვიდეორგოლები, რომლებიც მუდმივ რეჟიმში იტრიალებს, განწყობას აუმაღლებს ჩვენი ქვეყნის სტუმრებს. სალონში იქნება სისუფთავე და ნეიტრალური, არაგამაღიზიანებელი სუნი. აიკრძალება მგზავრობისას თამბაქოს მოწევა, რაც ხელს შეუწყობს სასიამოვნო გარემოს შექმნას.

ტურისტული ტაქსის მძღოლი - მძღოლი უნდა იყოს მოწესრიგებული, სასიამოვნო გარეგნობის, არანასამართლევო და ჯანმრთელი ადამიანი, 25-60 ასაკობრივ კატეგორიაში, ჰქონდეს მძღოლობის მინიმუმ 5 წლიანი გამოცდილება, იყოს კომუნიკაბელური და ფლობდეს უცხო ენებს საბაზისო დონეზე, რომ შეძლოს ტურისტებთან მინიმალური კონტაქტის დამყარება მაინც. ტურისტული ტაქსის მძღოლების სქესი არ იქნება შეზღუდული, სასურველია იყოს 50% მამაკაცი და 50% ქალი. მის სამსახურებრივ ფორმას უნდა წარმოადგენდეს შავი შარვალი და წითელი პერანგი, რომელზეც დატანილი იქნება ქართული ტურისტული ტაქსის ლოგო.

მობილური აპლიკაცია - საქართველოში ჩამოსული ყველა ტურისტის ინფორმირება უნდა მოხდეს აეროპორტებში ან საბაჟოებზე განთავსებული ბანერებიდან, რომ გაიგონ თუ რა არის ტურისტული ტაქსი და ჰქონდეთ იმედი, რომ საჭიროების შემთხვევაში მათი გადაადგილება, სწრაფად, უსაფრთხოდ და იაფად მოხდება. სარეკლამო ბანერებიდან უნდა ჩანდეს მობილური აპლიკაციის გადმოწერისა და გამოყენების შესაძლებლობები. აპლიკაციის საშუალებით ტურისტებს შეეძლება თვალყურის ადევნონ სად იმყოფება უახლოესი ტურისტული ტაქსი და რამდენ ხანში შეძლებს მომსახურებას. მძღოლებისთვის აპლიკაცია იქნება ერთგვარი გზამკვლევი ტურისტამდე მისასვლელად, რასაც ჯიპიების საშუალებით მოახდენს. მოცემულ პროგრამაში იქნება სპეციალურად განკუთვნილი გრაფა, სადაც მომხმარებლებს შეეძლება დააფიქსირონ შენიშვნები ან დადებითი შთაბეჭდილებები მომსახურებასთან დაკავშირებით.

მომსახურების საფასური - ანგარიშსწორება განხორციელდება მრიცხველის საშუალებით კილომეტრაჟის მიხედვით. გადასახადი ერთ კილომეტრზე განისაზღვრება დანახარჯებისა და ბაზარზე არსებული კონკურენტულობის მიხედვით. ტურისტული ტაქსი უნდა იყოს ყველაზე კომფორტული და ყველაზე იაფი სატრანსპორტო საშუალება საქართველოში.

ქართული ტურისტული ტაქსი იქნება ინოვაციური პროექტი და პირველი საერთაშორისო სტანდარტების მქონე ბრენდული შიდა სატრანსპორტო კომპანია, რომელიც ხელს შეუწყობს ამ სფეროში პრობლემების აღმოფხვრას, ტურისტთა კმაყოფილების დონის ამაღლებას და საქართველოს პოპულარიზაციის გაზრდას. არსებული კომპანია იმოქმედებს ქვეყნის იმიჯზე და ტურისტთა რაოდენობის ზრდაზე. აღნიშნულ თემაში „ტურისტული ტაქსი - ტურისტების მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების ინოვაცია“ წარმოდგენილი პროექტის რეალურად განხორციელება ქვეყანას დაეხმარება „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ის მიზნებისა და ამოცანების მიღწევაში. „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ის ერთ-ერთ უმთავრეს მიზანს კი წარმოადგენს - ვიზიტორთა მომსახურების გაუმჯობესება და გამრავალფეროვნება (ტრანსპორტირების, განთავსების საშუალებებისა და უცხო ენის ფლობის თვალსაზრისით),

რათა ქვეყნის შესახებ მიზნობრივი მარკეტინგული აქტივობების შედეგად ჩამოყალიბებული წარმოდგენა გამართლდეს; შესაბამისად, ჩამოსულმა ტურისტებმა პოზიტიური გზავნილები გაავრცელონ საქართველოზე და განმეორებით ესტუმრონ ქვეყანას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია - საერთაშორისო მოგზაურები - <https://gnta.ge/ge/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%98%E1%83%99%E1%83%90/>
2. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია - „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“;
3. „ტრანსპორტის როლი ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებაში“ - ტექნიკის აკადემიური დოქტორი ნანა ლუხუტაშვილი; ქუთაისის ა. წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2016 წელი;
4. „რა ღირს ევროპაში ტაქსით მგზავრობა?“ - <http://autoradio.ge/ckhovrebis-stili/ra-ghirs-evropashi-taqsit-mgzavroba/>
5. დავოსის მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმი - 2017 - <https://www.weforum.org/events/world-economic-forum-annual-meeting-2017>
6. პირველი ტაქსი თბილისში - Businesspresnews - <https://bpn.ge/analizi/11276-pirveli-taqsebi-thbilisshi.html?lang=ka-GE>
7. ტაქსის ბაზრების რეგულაციები განვითარებად ქვეყნებში - World Bank Document-<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/11780/33896a10TRN131Taxi1Reg.pdf?sequence=1>
8. Taxis as a Part of Public Transport - Federal Ministry for Economic Cooperation and Development http://sutp.org/files/contents/documents/resources/B_Technical-Documents/GIZ_SUTP_TD16_Taxi_EN.pdf



ინოვაციური მუსიკალური პროექტების მნიშვნელობა ტურისტებისთვის

ავტორი: ნინო მკალავიშვილი
კავკასიის უნივერსიტეტის ტურიზმის სკოლა
ხელმძღვანელი: ნანა ტაბიძე

შესავალი

ბევრ განვითარებად და ნაკლებად განვითარებულ ქვეყანაში, დიდ როლს თამაშობს ტურიზმის ისეთი მომიჯნავე მიმართულება, როგორცაა მუსიკალური კულტურა თავისი ფესტივალებითა და კონცერტებით. სპეციალისტები მიიჩნევენ, რომ ახლო მომავალში მოვლენათა ტურების მონაწილეთა რიცხვი გადააჭარბებს საექსკურსო ტურების მონაწილეთა რიცხვს. აქედან გამომდინარე, დარწმუნებული ვართ ქალაქის განსხვავებული მუსიკალური პროგრამა უდიდეს როლს თამაშობს/ითამაშებს ამ კონკრეტული ქალაქის ტურიზმის განვითარებაში.

როდესაც ვსაუბრობთ მუსიკალურ კულტურაზე, ჩვენ ვგულისხმობთ მუსიკის ყველაწარმოებელს: კლასიკურს, ფოლკლორს, ქალაქურს, თანამედროვეს და ა.შ. საერთო კულტურის განვითარებაში ყველაფერს თავისი როლი აქვს.

მუსიკალური ფესტივალები და კონცერტები ისეთი ღონისძიებებია, სადაც ხდება უამრავი ტურისტის თავმოყრა განურჩევლად ასაკის, სქესის და წარმომავლობისა.

მოდით ვაღიაროთ, რომ ძალიან რთულია ისეთი ადამიანის მოძებნა, რომელსაც არ უყვარს მუსიკა. ეს სიყვარული იმდენად ძლიერია, რომ ბევრი მუსიკის მოყვარული მზად არის ქვეყნის დასალიერშიც კი გაემგზავროს მხოლოდ იმისათვის, რომ საყვარელ შემსრულებლებს მოუსმინოს.

ასევე აღმოჩნდა, რომ მრავალი ადამიანი მოგზაურობას კონკრეტული ქვეყნის სილამაზის სანახავად კი არ იწყებს, არამედ იმისათვის, რომ იქ არსებულ რომელიმე მუსიკალურ ფესტივალს დაესწროს. „მუსიკალურ ტურისტად“ შეიძლება ჩაითვალოს ნებისმიერი ადამიანი დაწყებული კიკინიანი ახალგაზრდა ბიჭით და დასრულებული შედარებით ასაკოვანი რესპექტაბელური მამაკაცით. ალბათ ისიც ცხადია, რომ მუსიკის ის სახეობები, რომელთა მოსასმენადაც ისინი მიემგზავრებიან, ისეთივე განსხვავებულია, როგორც ამ ადამიანთა გარეგნობა.

ძირითადი ნაწილი

მუსიკალური ტურიზმი შეიძლება ჩაითვალოს ტურიზმის ერთ-ერთ უძველეს მიმართულებად. ჯერ კიდევ მე-18 საუკუნეში ადამიანები მთელი ევროპიდან მოგზაურობდნენ ვენისა თუ ჰამბურგის მიმართულებით მოცარტისა და ჰენდელის მოსასმენად. იმ პერიოდში კონცერტები არ იწვევდა ხმოვან რეჟიმში, რის გამოც მუსიკის მოსასმენად მოგზაურობა ერთადერთი გამოსავალი იყო. სწორედ ამიტომ, შეიძლება ხმამაღლა ითქვას, რომ მუსიკალური კულტურის არსებობა ერისთვის, ქვეყნისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია.

წლებია რაც მუსიკის ფესტივალები მელიმანებისთვის იმ ადგილად იქცა, სადაც ერთდროულად უამრავი მუსიკოსის მოსმენა, მთელი მსოფლიოდან ახალი მეგობრების შექმნა და უბრალოდ, დასვენება შეიძლება. მსგავსი პროექტების მხრივ ევროპა განსაკუთრებით მიმზიდველია, რადგან გამოირჩევა როგორც კარგი მენეჯმენტით, ისე საუკეთესო პროგრამებითაც. თუმცა, მსგავსი ფესტივალები, გარდა ევროპისა, რა თქმა უნდა, მსოფლიოს სხვა მრავალ წერტილშიც იმართება.

ალბათ გასაკვირი სულაც არ იქნება თუ ვიტყვით, რომ საქართველოშიც უდიდეს როლს ასრულებს ფესტივალები თუ ფართომასშტაბიანი ღონისძიებები. ნუ დავივიწყებთ იმასაც, თუ რამდენად ღირებულია ქართული მუსიკა. UNESCO-ს მიერ, 2001 წელს მსოფლიო უნიკალურ,

ხელთუქმნელ 19 შედეგს შორის სწორედ „ქართული მრავალ ხმიანობა“ დასახელდა.

მუსიკალური ღონისძიებები / პროექტები რა თქმა უნდა ჩვენს ქვეყანაშიც იმართება, თუმცა არა საკმარისი რაოდენობით. ზოგჯერ, ადამიანი უცხო ქვეყანაში მხოლოდ კონკრეტულ ფესტივალზე დასასწრებად მიდის მაშინ, როდესაც საქართველოს შემთხვევაში ასე სულაც არ ხდება. ჩვენს ქვეყანაში ჯერ მოდიან ბუნებისა და ღვინის გამო. ხოლო თუ მათი მოგზაურობის პერიოდს დაემთხვა, რომელიმე ფესტივალზეც კი შეიძლება რომ შეიარონ.

ვფიქრობთ, რომ საჭიროა მუსიკალური კულტურის განვითარებას ახალი ხედვით შევხედოთ. დღევანდელ თბილისში მუსიკალური ნომრების ხილვა შესაძლებელია რესტორნებში, კლუბებში, რამდენიმე კაფეშიც კი... ყურადსაღებია ის ფაქტიც, რომ არც ფილარმონია და არც სხვა დიდი დარბაზები არ ატარებენ რეგულარულ კონცერტებს.

ჩვენ გადავწყვიტეთ მიმოხილვა გაგვეკეთებინა იმ საინფორმაციო ვებსაიტებისა, სადაც ფესტივალების ანონსირება ხდება. მაგ: info.tbilisi, სადაც არის რამდენიმე კატეგორია: **ცოცხალი მუსიკა** (რომელსაც ძირითადად შეხვდებით კლუბებსა და რესტორნებში). კონცერტების განყოფილებაში თუ შევალთ, დავინახავთ რომ არანაირი წინასწარი ანონსი არ არის. ამ მხრივ, შეიძლება ითქვას, რომ საქმე ძალიან ცუდად არის.

კიდევ ერთ საიტს გადავავლოთ თვალი - artgeorgia.ge აფიშა, თბილისი. ამ ბლოგში რამდენიმე ანონსია, სადაც ნათლად დანახავთ რომ არის მხოლოდ ან უცხოეთიდან შემოსული არტისტების, ან სუბივივლების კონცერტი. მოკლედ, გვხვდება მხოლოდ ზოგადი ინფორმაცია, ხოლო ანონსები როგორც ასეთი, საერთოდ არ არის.

ასევე შეგვიძლია თვალი გადავავლოთ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ვებ-გვერდს (Georgia.travel) და მოვიძიოთ ინფორმაცია საქართველოში ჩასატარებელი მუსიკალური პროექტების შესახებ. გვამცნობენ, რომ ქარიზმატული ღამის კლუბები, არქტიპული ბარები, ტრადიციული ღვინის მარნები და თავბრუდამხვევი კაზინოები საქართველოში ტურისტთა დასვენებას გიჟურ დაუფინყარ მოგონებებად აქცევენ. ვებ-გვერდიდან ციტირებას თუ მოვხადებთ, გავიგებთ, რომ ელექტრონული მუსიკა თბილისს 10 წლის წინ მოედო, განსაკუთრებით კი ქალაქში ძველ საბჭოთა პერიოდის შენობებს და ისინი უმაღლესი დონის ღამის კლუბებად აქცია. ამ მხრივ ავტორიტეტული ევროპული მუსიკალური გამოცემები თბილისს დიდი ხანია, ბერლინს ადარებენ. აქაური კლუბები ყოველ ვიქენდზე მასპინძლობენ ტოპ დიჯეებს ევროპიდან და დანარჩენი მსოფლიოდან. ასეთი ადგილები ქალაქში ბევრია: ბასიანი, მტკვარზე, ელექტროვერკი, ძველი იპოდრომი, ლისი ვანდერლენდი, ეზო მთაწმინდის პარკში, 4 GB საგურამოში და სხვა. ყველა მათგანს საკუთარი ისტორია, ინდივიდუალური სული და თავისებურად შთამბეჭდავი აურა აქვს. ვებ-გვერდიდან ვიგებთ, რომ ჩვენთვის საინტერესო ივენთის მოძებნას მარტივად შეძლებთ მათ ფეისბუქ გვერდებზე.

მოკლედ რომ შევაჯამოთ, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ აღნიშნულ საიტზე ბევრ ზოგად ინფორმაციას შევხვდებით საქართველოში გასამართი მუსიკალური პროექტების შესახებ, თუმცა ერთი სიტყვაც კი არ არის იმ ზუსტი თარიღების შესახებ, როდესაც ესა თუ ის აქტივობა უნდა ჩატარდეს.

ქართულ მუსიკალურ პროექტებს თუ გადავავლებთ თვალს, შეუძლებელია შეუმჩნეველი დარჩეს პროექტი „Check in Georgia“, რომელიც 2016 წელს შეიქმნა საქართველოს მთავრობის ინიციატივითა და მხარდაჭერით. „Check in Georgia“ მასშტაბური კულტურული და სპორტული ღონისძიებების სერიას მოიცავს, რომელიც თბილისსა და ქვეყნის რეგიონებში იმართება. პროექტი ტრადიციულ

ხასიათს იღებს და პროგრამა ყოველწლიურად კიდევ უფრო მრავალფეროვანი ხდება.

პროექტის განხორციელების მიზანია წლის განმავლობაში ჩვენი ქვეყნის კულტურულ ცენტრად ქცევა და დიდი რაოდენობით ტურისტის მოზიდვა. ამ გზით ადგილობრივი მენარმობის ხელშეწყობა. შედეგად, დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნა და როგორც თბილისში, ისე რეგიონებში ჩვენი მოსახლეობის შემოსავლების ზრდა.

ეს ყველაფერი კარგია, მაგრამ მიუხედავად ამისა, აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ მსგავს პროექტებში არ ხდება ქართული მუსიკის პოპულარიზაცია ტურისტთა შორის. მსმენელები საქართველოში ისევ და ისევ უცხოური მუსიკის მოსასმენად მოდიან. ამიტომაც, ვფიქრობთ, რომ ამ პროექტებთან ერთად, საჭიროა მივმართოთ პატარა მუსიკალურ მიმართულებებსა თუ ფორმებს, რომლებიც ასეთი მიმზიდველია ტურისტებისათვის. ჩვენი პროექტი უფრო მეტად მიბმულია აუთენტურ შეგრძნებებთან, რომლებიც ტურისტებს „საოჯახო“ ატმოსფეროს უქმნის.

ჩვენს იდეაზე რომ დავინყეთ მუშაობა, ჩავატარეთ გამოკითხვა იმის გასარკვევად, თუ რა ტიპის მუსიკა აინტერესებთ საქართველოში ჩამოსულ ტურისტებს. ამ კვლევაში მონაწილეობა მიიღო ოცდაათმა ტურისტმა, რომლებმაც ჩვენს მიერ მიწოდებული ანკეტი შეასრულეს. შედეგად აღმოჩნდა, რომ საქართველოში ჩამოსულ ტურისტთა 65% დიდ ინტერესს გამოხატავს ქართული მუსიკის სხვადასხვა მიმართულებებისადმი. ასევე გაირკვა, რომ ტურისტებს არ სურდათ ქართული პროგრამისთვის მხოლოდ რესტორნებში ეყურებინათ და უნდოდათ, რომ მისი ხილვა სხვა ადგილას, სხვა სიტუაციაშიც შესძლებოდათ.

რაც შეეხება აი ამ ტურისტულ მოთხოვნას, ამის შესახებ ტურიზმის ადმინისტრაციის ვებ-გვერდზე ინფორმაციას საერთოდ ვერ ვნახულობთ.

ჩვენი ყურადღება და ინტერესი სწორედ აღნიშნული მუსიკალური პროექტებისკენაა მიპყრობილი. ჩვენ მივაგენით ახალ ინოვაციურ მიდგომას, რომელიც ემსახურება ტრადიციული, ქალაქური და თანამედროვე ქართული მუსიკის პოპულარიზაციას ტურისტთა შორის. თავისი შინაარსით, ის გულისხმობს რეგულარული **მინი კონცერტების** გამართვას თბილისის ძველ უბნებში, სადაც იმდენივე ნაკლებად ცნობილი თბილისელი მომღერლები. ეს მინი კონცერტები ჩატარდება თბილისის უჩვეულო ადგილებში. პირველი ეტაპისთვის, ჩვენ ამოვარჩიეთ სამი უჩვეულო სივრცე: თბილისური ეზო, სასტუმროს აივანი ძველი თბილისის ხედით და ღვინის ბარი. აგრეთვე, ხაზგასასმელია ის ფაქტი, რომ ამ მინი-კონცერტის პროგრამა წინასწარ შედგენილია და შეიცავს 10-12 სიმღერას / კომპოზიციას ქართული მუსიკის ყველა სახეობიდან / მიმდინარეებიდან. მათ შორის: აკაპელა, სიმღერა გიტარაზე, დუდუკიც კი...

საინტერესოა ის ფაქტიც, რომ მინი-კონცერტის მომღერლები არ არიან პროფესიონალები, რაც ნიშნავს იმას, მისი მონაწილე შეიძლება იყოს ნებისმიერ ადამიანი, რომელსაც უბრალოდ უყვარს და შეუძლია სიმღერა. მათ შორის კონსერვატორიისა და სხვა მუსიკალური სასწავლებლის სტუდენტები, რომელთა არჩევაც ხდება მუსიკალური ექსპერტის მიერ.

უკვე მოფიქრებულია ამ პროექტის დასახელება „**Sounds of Georgia / Звуки Грузии** / საქართველოს ჰანგები“ და შერჩეულია ლოგო. შექმნილია გვერდები სოციალურ ქსელში (**Facebook / В Контакте / Instagram**). გადაღებულია სარეკლამო ვიდეო-რგოლი, რომელიც გავრცელებულია **Youtube**-ში. მომზადებულია საინფორმაციო პრეზენტაცია მუსიკალური სასწავლებლების სტუდენტებისთვის.

იმისთვის, რომ დავაინტერესოთ ქართული ტურისტული სააგენტოები და უშუალოდ გიდებიც, არის მომზადებული ტექსტური **Direct Mailing**-თვის. ადრესატთა მეილები მიღებულ იქნება ნაციონალური ადმინისტრაციისა და **TravelinGeorgia.ge**-ს ბაზებიდან. ბილეთები გაიყიდება **biletebi.ge**-ზე.

გარდა ამისა, ფაქტია, რომ ქვეყნისთვის სწორედ ტურიზმი წარმოადგენს შემოსავლის ძირითად წყაროს, ხოლო ტურიზმით მიღებული შემოსავლებით ყველაზე მეტ სარგებელს მოსახლეობა იღებს. აღნიშნული პროექტით ჩვენ ვქმნით ახალ სამუშაო ადგილებს, განსაკუთრებით ახალგაზრდა ნიჭიერი ადამიანებისთვის. ამის მეშვეობით, ქართველ მუსიკოსებს აქვთ შანსი, რომ იმოღვაწეონ არა მარტო მუსიკის, არამედ ტურიზმის სფეროშიც.

დასკვნა

ჩვენი ნაშრომი თეორიული ცოდნის, კვლევისა და პრაქტიკული ნაბიჯების შერწყმას, რომელზე მუშაობაც თავად დავინყე.

შეიძლება ხმამალა ითქვას, რომ მუსიკა და ტურიზმი ახალი მომგებიანი შერწყმაა, რომელიც მრავალი ფორმით შეიძლება გამოიხატოს. ჩვენ ფეხს ვუბამთ ახალ მუსიკალურ ტენდენციებს და შესანიშნავად გვესმის, რომ მსოფლიოში უკვე მიმდინარეობს გემიფიკაცია. მეორე ტენდენცია არის ის, რომ ტურისტები უკვე დამოუკიდებლად მოგზაურობენ. თავად ჯავშნიან სასტუმროებსა და სატრანსპორტო სერვისს. სწორედ ამ შემთხვევაში, მათთვის ძალიან მნიშვნელოვანია ისეთი რამ, რაც კონკრეტულ ქვეყანაში ვიზიტისკენ უბიძგებს. სწორედ ამიტომ არის მუსიკალური პროექტების არსებობა მნიშვნელოვანი. ნაშრომში მოფიქრებული ჩვენი მინი - კონცერტები კი ზუსტად ამ ორი ტენდენციის შეწყობაა.

ეს პროექტი :

- 1) გართობის ერთ-ერთი ელემენტი
- 2) ტურისტს აძლევს საშუალებას, რომ მოისმინოს ადგილობრივი მუსიკა.
- 3) მომღერლებს აძლევს დასაქმების საშუალებას
- 4) განსხვავებული მუსიკალური მიმართულებების შესრულება ამაღლებს ქართულ მუსიკალურ კულტურას.





ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განვითარების პერსპექტივები საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე

ავტორი: მამუკა ოშიაძე
საქართველოს უნივერსიტეტის ბიზნესის, ეკონომიკისა და მართვის სკოლა
ხელმძღვანელი: თინათინ მოსიაშვილი

შესავალი

ტურიზმის სფეროს ბოლო ტენდენციებით, ათასობით ადამიანისათვის დასვენება ასოცირდება ექსტრემთან და საკუთარი შესაძლებლობების გამოცდასთან. ტურიზმის ამ მიმართულებას ექსტრემალური ტურიზმი ეწოდება. მსოფლიოს ტურისტულ ბაზარზე, ბოლო პერიოდში, აქტიური გახდა სათავგადასავლო, კერძოდ, ექსტრემალური ტურიზმი, რომლის შეთავაზების პრივილეგია, პირველ რიგში, ისეთი ბუნებრივი პირობების მქონე ქვეყნებს შეუძლიათ, როგორც საქართველოა. ტურისტები უპირატესობას ანიჭებენ გამოცდილებაზე/თავგადასავალზე დაფუძნებული ტურისტული პროდუქტის მოხმარებასა და ახალი ადგილების აღმოჩენას. ამ კუთხით საქართველოს დაცულ ტერიტორიებს უპირატესობა გააჩნია, იმიტომ, რომ ისინი მოგზაურებისთვის ჯერ კიდევ უცნობი ადგილებია მრავალფეროვანი ლანდშაფტით.

ექსტრემალური ტურიზმის სახეობები

ექსტრემალური ტურიზმი თავის მხრივ იყოფა სახეობებად: ჯომარდობა (რაფტინგი), პარაპლანით ფრენა, დაივინგი, ალპინიზმი, ზიპლაინი, ველო ტურები, საჰაერო ბურთით ფრენა, კლდეზე ცოცვა (via ferratas) და სხვა. ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ექსტრემალური ტურიზმის სახეობა, რომელთა განვითარების შესაძლებლობები არსებობს საქართველოს არაერთ დაცულ ტერიტორიაზე.

საქართველოს დაცული ტერიტორიები

ტურიზმის სექტორის გლობალურ განვითარებაში დაცული ტერიტორიების როლზე მიანიშნებს ფაქტი, რომ ჯერ კიდევ 1983 წელს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ და UNEP-მა (გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის პროგრამა გარემოს დაცვის დარგში) მოამზადეს და ხელი მოაწერეს ერთობლივ დეკლარაციას ტურიზმისა და გარემოს დაცვის ურთიერთკავშირის შესახებ. ამ დეკლარაციის ხელმოწერამ მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებაში.

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებს საუკუნეზე მეტი ხნის ისტორია აქვს. პირველი ნაკრძალი ლაგოდეხში, 1912 წელს დაარსდა. სწორედ აქედან იწყება საქართველოში დაცული ტერიტორიების ქსელის განვითარება. ამ მიზნით 1996 წლის 7 მარტს საქართველოს პარლამენტმა მიიღო კანონი „დაცული ტერიტორიების სისტემის შესახებ“.

დღეს საქართველოში სულ 90-მდე დაცული ტერიტორია გვაქვს, რომელთა საერთო ფართობი 600, 490 ათას ჰექტარია (ქვეყნის ფართობის 8,6%). ისინი სხვადასხვა კატეგორიებად იყოფა მიზნებისა და დასაცავი ტერიტორიის თავისებურების შესაბამისად. დაცული ტერიტორიების კატეგორიებია: სახელმწიფო ნაკრძალი, ეროვნული პარკი, ბუნების ძეგლი, აღკვეთილი, დაცული ლანდშაფტი, მრავალმხრივი გამოყენების ტერიტორია. ჩამოთვლილთაგან ექსტრემალური ტურიზმის განვითარებისათვის ხელსაყრელ პირობებს ყველაზე მეტად ეროვნული პარკები იძლევა, რომელთა ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენს რეკრეაციული პირობების შექმნა და ტურიზმის განვითარება.

დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების სისტემაში განსაკუთრებული ადგილი უკავია ეროვნულ პარკებს, რომლებსაც მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის გადარჩენაში. ეროვნული პარკი ზოგადად იქმნება ეროვნული

და საერთაშორისო მნიშვნელობის, შედარებით დიდი ბუნებრივი მშვენიერებით გამორჩეული ეკოსისტემების დასაცავად და არსებული ბიომრავალფეროვნების კონსერვაციის მიზნით. გარდა აღნიშნულისა, ეროვნული პარკი მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეკოტურიზმის განვითარებაში, განსაკუთრებით კი, საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის საერთაშორისო დონეზე პოპულარიზაციაში.

საქართველოში პირველი ეროვნული პარკი, რომელსაც „თბილისის ეროვნული პარკი“ ეწოდა, შეიქმნა 1973 წელს. 1995 წელს ბორჯომის სახელმწიფო ნაკრძალის ბაზაზე დაარსდა საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი პირველი ეროვნული პარკი, რომელსაც „ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი“ ეწოდა.

ამჟამად, საქართველოში 11 ეროვნული პარკია, რომელთა საერთო ფართობი 349327,1 ათას ჰა-ს შეადგენს. ესენია: ალგეთის, ბორჯომ-ხარაგაულის, ვაშლოვანის, თბილისის, თუშეთის, კოლხეთის, მაჭახელას, მტირალას, ფშავესურეთის, ყაზბეგის, ჯავახეთის ეროვნული პარკები. თითოეული მათგანი უნიკალურია დასაცავი ტერიტორიის ლანდშაფტის, ბიომრავალფეროვნებისა და არსებული ტურისტული პოტენციალის მიხედვით.

სტატისტიკური ანალიზი

სტატისტიკური მონაცემის მიხედვით, რომელსაც გვთავაზობს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, 2017 წელს საქართველოში სულ 7 902 509 საერთაშორისო მოგზაურის ვიზიტი განხორციელდა, რაც წინა წლის მაჩვენებელს 17,6%-ით აღემატება. აქედან ტურისტული ვიზიტების რაოდენობა 4 069 354, რაც წინა წლის მაჩვენებელს 23,4%-ით აღემატება.

ასევე საინტერესოა დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ შემოთავაზებული სტატისტიკური მონაცემები, რომლის თანახმადაც 2017 წელს საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა რაოდენობა 954 692 დაფიქსირდა, რაც წინა წლის მონაცემებს 29,9%-ით აღემატება. 2018 წლის იანვარ-თებერვლის მონაცემების მიხედვით ვიზიტორთა რაოდენობა გაზრდილია წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით და 43 111 ვიზიტორს შეადგენს.

ზემოთ მოყვანილი სტატისტიკური მონაცემების გათვალისწინებით, ნათლად ისახება ტურისტთა ნაკადის ზრდის ტენდენცია საქართველოში, რომელიც ასევე პირდაპირ პროპორციულად აისახება დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტორთა ნაკადის ზრდაზე. ტურისტთა მზარდი რაოდენობა ბაზარზე ახალი სერვისებისა და მომსახურების დანერგვას მოითხოვს. სწორედ მზარდი სტატისტიკური მონაცემები გვაძლევს საშუალებას ვივარაუდოთ, რომ დაცულ ტერიტორიებზე ახალი ექსტრემალური სერვისების დანერგვა ხელს შეუწყობს როგორც დაცული ტერიტორიებზე ვიზიტორთა, ასევე ქვეყნის მასშტაბით ტურისტთა ნაკადის ზრდას.

კვლევა

გამომდინარე იქედან, რომ ამ დარგში მომუშავე ადამიანებისა და სპეციალისტების აზრი მნიშვნელოვანია კონკრეტულ გეგმებსა თუ იდეებზე მუშაობის პროცესში, გადავწყვიტეთ კვლევის ნაწილი ორ მიმართულებად გაგვეყო.

პირველი - დაეუკავებოდით თერთმეტივე ეროვნული პარკის ადმინისტრაციას, სატელეფონო კომუნიკაციის საშუალებით ვესაუბრეთ თითოეული მათგანის ვიზიტორთა მომსახურების სპეციალისტებს. მათგან მივიღეთ კონკრეტული და დეტალური ინფორმაცია არსებული სერვისების შესახებ და ვისაუბრეთ იმ შესაძლებლობებზე, რაც გააჩნია კონკრეტულ ეროვნულ პარკს. აღნიშნული კვლევის შედეგად, დაზუსტდა დღემდე არსებული სერვისების მასშტაბები და ეფექტიანობა,

ასევე ხაზი გაესვა უდიდესი პოტენციალის არსებობას და ვიზიტორთა ექსტრემალური ტურიზმის სახეობებით დაინტერესებას.

მეორე მიმართულება მოიცავს დარგის სპეციალისტების შეხედულებების გამოკვეთას. თემის სპეციფიკიდან და დროის სიმცირიდან გამომდინარე, კვლევის მეორე მიმართულების შედეგები ჯერ უცნობია. კვლევა ტარდება ჩალრმავებული ინტერვიუების სახით დაცული ტერიტორიების სააგენტოს და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის სპეციალისტებთან, ასევე ტურიზმის სფეროში მოქმედავ არასამთავრო ორგანიზაციებთან. იმედი გვაქვს, შემდეგ ეტაპზე მოგვეცემა კვლევის შედეგების წარმოდგენის საშუალება.

არსებული სერვისები

აღსანიშნავია, რომ რამდენიმე დაცულ ტერიტორიაზე უკვე არსებობს ექსტრემალური ტურიზმის კონკრეტული სახეობებისათვის განკუთვნილი ინფრასტრუქტურა და ტურისტებს საშუალება აქვთ, გამოსცადონ თავი ექსტრემალურ სახეობებში. მაგალითისათვის, მტირალას ეროვნულ პარკში ბოლო წლებია არსებობს ზიპლაინ ბილიკები. ასევე, თითქმის ყველა დაცულ ტერიტორიაზე შესაძლებელია სამთო ველოტურის სერვისით სარგებლობა. კოლხეთის ეროვნულ პარკში, კერძოდ, პალიასტომის ტბაზე შეგიძლიათ სანყლოსნო ექსტრემალური ტურიზმის ისეთი სახეობებით ისიამოვნოთ, როგორცაა კაიაკით, პონტონითა და კატერით გასეირნება. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ არსებული სერვისები ძალიან მცირეა იმ პოტენციალთან შედარებით, რაც გააჩნია თითოეულ დაცულ ტერიტორიას ექსტრემალური ტურიზმის განსავითარებლად.

განვითარების პერსპექტივები და უცხოური გამოცდილება
საქართველოში არსებული დაცული ტერიტორიების სიმრავლე საშუალებას იძლევა სხვადასხვა ექსტრემალური სახეობის განვითარებისთვის. ნაშრომის ფარგლებში მიმოვიხილოთ ის უნიკალური ექსტრემალური სახეობები და კონკრეტული ეროვნული პარკები, რომლებიც აღნიშნული სახეობების განვითარებისათვის ყველაზე ხელსაყრელ ბუნებრივ პირობებს გვაძლევენ.

ამ მიმართულებით შეუძლებელია ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის პოტენციალის უგულვებელყოფა, ვინაიდან იგი იძლევა დღემდე საქართველოში არ არსებული ექსტრემალური ტურიზმის ორი სახეობის განვითარების შესაძლებლობას. ესენია: კლდეზე ცოცვა (via ferratas-ი, რკინის ბილიკი) და ხის კენწეროების ბილიკი.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი საქართველოს ცენტრალურ ნაწილში მდებარეობს და მცირე კავკასიონის მთების აღმოსავლეთ ნაწილს ქმნის. სწორედ მცირე კავკასიონთან სიახლოვე და ლიხის ქედის გავლენა უქმნის ეროვნულ პარკს კლდეზე ცოცვის განვითარების შესაძლებლობას. კერძოდ, კლდეზე ცოცვის განვითარება შესაძლებელია მდინარე ქვაბისხევის მიმდებარედ. აღნიშნული მდინარის კალაპოტი გამოირჩევა კანიონების სიმრავლით, რომელთა ბუნებრივი შემადგენლობა მას სიმაგრესა და მდგრადობას ანიჭებს. აღნიშნული კანიონები საშუალო სიმაღლისაა და თვალწარმტაცი ხედებით ტკობის საშუალებას იძლევა. ზემოთ აღნიშნული ფაქტორები უმთარესია კლდეზე ცოცვისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურის შექმნისათვის. კლდეზე ცოცვის უმთარესი ინფრასტრუქტურა არის ფოლადის გაჭიმული თოკი, რომელიც გარკვეული პერიოდულობით მიმაგრებულია კლდეზე. ამით იქმნება ერთიანი ქსელი, რომლისავე აქვს სანყისი და საბოლოო დანიშნულების წერტილები. კლდეზე ცოცვის მსურველი მიმაგრებულია აღნიშნულ თოკზე და გადაადგილდება სანყის წერტილიდან საბოლოო წერტილისაკენ. კლდეზე ცოცვის მთავარი ხიბლი იმაში მდგომარეობს, რომ სანყის და საბოლოო წერტილებს შორის უამრავი დაბრკოლების გადალახვა

უნეეს მოყვარულს, რითაც იგი იღებს სიამოვნებას, თუმცა მისი უსაფრთხოება თითოეულ დაბრკოლებასთან უნდა იყოს გარანტირებული. კლდეზე ცოცვის სპეციალისტები გამოჰყოფენ დაბალი, საშუალო და მაღალი სირთულის კლდოვან გზებს. გასათვალისწინებელია, რომ მდინარე ქვაბისხევის მიდამოები სამივე სირთულის გზის განვითარების საშუალებას იძლევა.

დღევანდელ მსოფლიოში კლდეზე ცოცვისათვის ყველაზე მოთხოვნიდი ადგილი გახლავთ ალპების მიდამოები იტალიაში. ტურისტული კომპანია „ფოდორს ტრეველის (FodoursTrevel)“ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოვლინდა ათი მონიშნავ ქვეყანა ექსტრემალური ტურიზმის ამ სახეობის განვითარების მაშტაბით, სადაც იტალია პირველ ადგილს იკავებს. სწორი მენეჯმენტის და დაგეგმვის პირობებში, შესაძლებელია იტალიური გამოცდილების გაზიარება, რათა ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკში, მდინარე ქვაბისხევის მიდამოებში განვითაროთ კლდეზე ცოცვა (via ferratas).

გარდა ბორჯომ - ხარაგაულის ეროვნული პარკისა დამახასიათებელი და მსგავსი ლანდშაპტური პირობებიდან გამომდინარე, ამ სახეობის განვითარება შესაძლებელია ვაშლოვანის, თბილისის (მამკოდის მიდამოები), ალგეთის (ბირთვისები), ყაზბეგისა და ფშავეს-ხევსურეთის ეროვნულ პარკებში.

ექსტრემალური ტურიზმის კიდევ ერთ სახეობად შეიძლება ჩაითვალოს ხის კენწეროების ბილიკი (Top Tree Trail), რომლის მოწყობასაც დაცული ტერიტორიების სააგენტო ლაგოდეხის დაცულ ტერიტორიაზე გეგმავს. ხის კენწეროების ბილიკი არის საგანგებოდ მოწყობილი საფეხმავლო ბილიკები დედაძინის ზედაპირიდან რამოდენიმე მეტრით ზემოთ, რომლის სიმაღლე ხშირ შემთხვევაში უტოლდება ადგილზე არსებული ხეების სიმაღლეს. ხის კენწეროების ბილიკები მოიცავს კომპლექსურ, საპაერო ბილიკს, ხიდებს, საგანმანათლებლო და საინტერპრეტაციო ინტერაქტიულ პორტალებს. გარდა ლაგოდეხისა ამ სახეობის განვითარება შესაძლებელია, ბორჯომ-ხარაგაულისა და მტირალას ეროვნულ პარკებში. ალბათ ჩნდება კითხვა, რატომ მხოლოდ აღნიშნულ ეროვნულ პარკებში. პასუხი მარტივია, ზოგადად ხის კენწეროების ბილიკი მიმზიდველია იმ ტერიტორიებში, რომელიც გამოირჩევა ხშირი და მაღალი ხეების სიმრავლით. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის შემთხვევაში ცალკე მიმართულებად შეიძლება ჩაითვალოს აღნიშნულის მარადმწვანე, მუქწიწვოვან სახეობებზე განვითარება, რაც განსხვავებულ ელფერს სძენს ხის კენწეროების ბილიკს. აღნიშნული სახეობის დადებით მხარედ უნდა ჩაითვალოს, რომ მისი არსებობის შემთხვევაში თითქმის მინიმალურია გავლენა ეკოსისტემაზე, რაც კიდევ უფრო მიმზიდველად აქცევს მას ეროვნული პარკებისათვის.

ხის კენწეროების ბილიკი (Top Tree Trail) მაღალ დონეზე განვითარებული კანადის დაცული ტერიტორიების სისტემაში. მათთან არსებული დაცული ტერიტორიების უმრავლესობაში გვხვდება დიდ სიმაღლეზე გაჭიმული საფეხმავლო ხიდები, ბილიკები და ბაგირები. კანადის დაცული ტერიტორიების მართვის დეპარტამენტის მიხედვით, ყოველწლიურად იზრდება იმ დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა რაოდენობა, სადაც არსებობს ხის კენწეროების ბილიკებისთვის დამახასიათებელი ინფრასტრუქტურა. მათი განცხადებით იგეგმება ამ სახეობის კიდევ უფრო მეტად განვითარება, ვინაიდან მოთხოვნა ბაზარზე დიდია.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ მტირალას ეროვნულ პარკში უკვე არსებობს ზიპლაინის ინფრასტრუქტურა და ამ სერვისით სარგებლობა შეუძლიათ ვიზიტორებს. ბოლო წლებში მტირალას ეროვნული პარკის შემოსავლის დიდი ნაწილს სწორედ ზიპლაინის სერვისიდან მიღებული შემოსავალი წარმოადგენს. თუმცა საფიქრებელია, რატომ მხოლოდ

მტირალას ეროვნული პარკი. ზიპლაინის განვითარების შესაძლებლობას იძლევა ისეთი ბუნებრივი პირობების მქონე ეროვნული პარკები, როგორებიცაა თბილისის, თუშეთის, ალგეთის, ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკები. ზიპლაინი-ხეებს შორის დახრილ სივრცეზე გაბმული ბაგირია, რომელზეც სპეციალური მონყობილობის საშუალებით შესაძლებელია ერთი პუნქტიდან მეორე პუნქტისკენ დაშვება. მთავარი გასათვალისწინებელი ფაქტორი ზიპლაინის ინფრასტრუქტურის განსავითარებლად არის ხის მგდრადობის განსაზღვრა. ასევე ყურადღება ექცევა დახრის კუთხეს-სიჩქარის განსაზღვრად და ბაგირის სიგრძეს, რომელიც ხშირ შემთხვევაში განსაზღვრავს იმ ძირითად ფაქტორს, რომელსაც ზიპლაინის სპეციალისტები დაშვების ხანგრძლივობას უწოდებენ. ზიპლაინის მოყვარული ტურისტები განსაკუთრებულ ყურადღებას აქცევენ ზემოთ მოყვანილ ორ ძირითად მახასიათებელს, ბაგირის სიგრძეს და მასზე დაშვების სიჩქარეს. კვლევებით დგინდება, რომ ყველაზე ოპტიმალურია საშუალო სიჩქარისა და დახრილობის ზიპლაინ-ბაგირები. ზემოთ აღნიშნული ეროვნული პარკების პოტენციალი ამ მიმართულებით სწორედ ისაა, რომ მათ ტერიტორიაზე შესაძლებელია არც მეტი, არც ნაკლები, საშუალო სიჩქარისა და დახრილობის ზიპლაინ-ბილიკების მონყობა.

აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში არსებული ეროვნული პარკების, თუშეთისა და ფშავ-ხევსურეთის, შესაძლებლობები ზამთრის ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განსავითარებლად განუზომელია. მაშინ როდესაც აღნიშნულ ეროვნულ პარკებში ზამთრის სეზონის ხანგრძლივობა 6 თვემდე აღწევს და ბუნებრივი პირობები ყველა მიმართულებით ხელს გვინყობს, ალბათ დანაშაულიც კია, რომ თუშეთისა და ფშავ-ხევსურეთის ეროვნული პარკები ზამთრის სეზონზე იხურება. როდესაც ვსაუბრობთ ეროვნულ პარკებში ზამთრის სახეობების განვითარებაზე, რა თქმა უნდა, არ მოვიანებთ, რომ აქ უნდა მოეწყოს სასრიალო ტრასები, გონდოლები და ა.შ. თუმცა აქ შესაძლებელია ისეთი მიმზიდველი სახეობის განვითარება როგორცაა თხილამურებით გაუკვალავ თოვლში სრიალი ან ბურანებით გადაადგილება გრძელ მარშუტზე.

სამხრეთ-აღმოსავლეთ საქართველოს უკიდურეს ნაწილში, ხელის გულივით ვაჟაქვს გადაშლილი უდიდესი პოტენციალი, ვაშლოვანის ეროვნული პარკი. ვაშლოვანის ეროვნული პარკი არიდული, ნათელი ტყის კორომების ერთობლიობაა, რომელიც მოგვავაგონებს აზიურ ან აფრიკულ უდაბნოს ლანდშაფტს. ვაშლოვანში შეიძლება განვითარდეს საცხენოსნო ან საფარი ტურები.

SWOT ანალიზი (ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები).

ისევე, როგორც ყველაფერი სამყაროში, ექსტრემალური ტურიზმის განვითარებას საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე აქვს ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები (SWOT).

ძლიერი მხარეები: ტურისტთა და ვიზიტორთა მზარდი ნაკადი, სახელმწიფო ორგანოების ნების არსებობა, საქართველოს დაცული ტერიტორიების ქსელის მრავალფეროვნება, ტურისტთა დაინტერესება დაცული ტერიტორიებით, ექსტრემალური ტურიზმით დაინტერესებული ტურისტების რიცხვის ზრდა გლობალურად.

სუსტი მხარეები: ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განვითარებისათვის საჭირო ინფრასტრუქტურის არ არსებობა, ამ მიმართულებით ადამიანური რესურსების ნაკლებობა და დაბალი კვალიფიკაცია, დაცული ტერიტორიების ქსელში დაბალი ანაზღაურება.

შესაძლებლობები: საბიუჯეტო სახსრების გამოყოფა, საერთაშორისო პარტნიორებისთან და დონორებთან თანამშრომლობა - ინფრასტრუქტურის მოსაწყობად, სწორი მენეჯმენტის დასახვა, უცხოური გამოცდილების გაზიარება.

საფრთხეები: შესაძლოა ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განვითარებამ ხელი შეუშალოს დაცული ტერიტორიების მთავარი მიზნის განხორციელებას,

დაიცვას უნიკალური და იშვიათი სახეობები, ხელი შეუწყოს ბიომრავალფეროვნების არსებობას.

პირადი დამოკიდებულება

ყველანი ვთანხმდებით, რომ ერთი საკითხია პოტენციალის არსებობა და მეორე, ამ პოტენციალის სწორი კუთხით დანახვა და განვითარება. უდავოა, რომ ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განვითარება დაცულ ტერიტორიებზე ხელს შეუწყობს: ვიზიტორთა ნაკადის ზრდას კონკრეტული დაცული ტერიტორიის და ქვეყნის მასშტაბით, ეს ყოველივე დადებით ასახავს ჰპოვებს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე, ხელს შეუწყობს ადამიანური რესურსების დასაქმებას, დაცული ტერიტორიების ქსელის განვითარებას, ქვეყნის საერთაშორისო მასშტაბით ცნობადობის გაზრდას. თუმცა, მხედველობიდან არ უნდა გამოგვეპაროს უმთავრესი, რომ ექსტრემალური ტურიზმის სახეობების განვითარებამ ხელი არ უნდა შეუშალოს დაცული ტერიტორიების მთავარი მიზნის განხორციელებას, დაიცვას უნიკალური და იშვიათი სახეობები, ხელი შეუწყოს ბიომრავალფეროვნების არსებობას.

მთავარი საკითხი სწორედ გრძელვადიანი გეგმის დასახვაა, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება არსებული პოტენციალის ფარგლებში როგორ შეიძლება სწორი მიმართულებით განვითარდეს დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტი ტურიზმის მიმართულებით, სწორად გავთვალოთ რისკები, საფრთხეები და მოსალოდნელი შედეგები.

ჩემთვის, როგორც ტურიზმის ფაკულტეტის სტუდენტისათვის და ამავდროულად, მომავალში ტურიზმის სექტორში მომუშავე ადამიანისათვის, მნიშვნელოვანია, არა მხოლოდ ორიენტირება ტურისტთა ან ვიზიტორთა ნაკადის ზრდაზე, არამედ მნიშვნელოვანია არ დავკარგოთ ჩვენი თვითმყოფადობა, უნიკალური ისტორიული და ბუნებრივი მემკვიდრეობა, რითაც ჩვენ გამოვიჩვენებთ მსოფლიოს მასშტაბით. ხშირად გვსმენია, რომ ტურისტთა დიდი ნაკადები ცვლის ჩვენს თვითმყოფადობასა და კულტურას. ეს საკითხი მწვავედ დგას დღევანდელ საზოგადოებაში. თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, ყოველი ერის გადარჩენის ერთადერთი გზაა ფენი აუწყოს ეპოქის მოთხოვნებს. ჩვენ უნდა შევძლოთ ჩვენივე კულტურულ და ბუნებრივ მემკვიდრეობაზე დაყრდნობით ჩვენი შესაძლებლობები ვაჩვენოთ მსოფლიოს. არ ვიყოთ ობიექტები და გავხდეთ მოქმედი სუბიექტები. მთავარია რისი გეგერა და რისი მიღწევა გვსურს. მე მსურს, მსოფლიომ გაიცნოს ჩვენი ბუნებრივი მემკვიდრეობა, ჩვენი შესაძლებლობები და ის უდიდესი პოტენციალი რაც არა მხოლოდ ექსტრემალურ ტურიზმში, არამედ ყველა მიმართულებით გავავანია.

გამოყენებული ლიტერატურა და ვებ-გვერდები:

- 1 „საქართველოს დაცული ტერიტორიები“, თბილისი, „ნიგინის სახელოსნო“, 2007 წ.
- 2 „საქართველოს დაცული ტერიტორიები“, ცნობარი, თბილისი
3. „ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი“, გზამკვლევი
4. „ჯავახეთი, გზამკვლევი“, თბილისი, 2014
5. „თუშეთის დაცული ტერიტორიები. სამახსოვრო“
6. ეკოლოგიური ტურიზმი, ნაზი ალხანაშვილი, თბილისი, „უნივერსალი“, 2012წ.
7. www.apa.gov.ge
8. <http://moe.gov.ge/>
9. <https://gnta.ge/>
10. <https://matsne.gov.ge/>
11. http://wwf.panda.org/what_we_do/where_we_work/black_sea_basin/caucasus/
12. <https://www.fodors.com/news/photos/worlds-10-best-via-ferrata-routes>
13. <https://www.canada.ca/en/environment-climate-change/services/environmental-indicators/protected-areas.html>



“Street Food” (ქუჩაში კვება)- ახალი მიმართულება საქართველოს გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებაში: პერსპექტივები და გამოწვევები.

ავტორი: ნინო რაზმაძე
კავკასიის უნივერსიტეტის ტურიზმის სკოლა
ხელმძღვანელი : კავკასიის უნივერსიტეტის ასისტენტი-
პროფესორი ნანა ტაბიძე

შესავალი

გასტრონომიულ ტურიზმს, როგორც ტურიზმის სპეციფიკურ სახეობას, უდიდესი ადგილი უკავია ტურიზმის მსოფლიო მიმართულებებს შორის, რომელიც სულ უფრო მეტ პოპულარობას იძენს. ეს ეხება საქართველოსაც, რადგან უამრავი ადამიანი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნიდან სტუმრობს ადგილობრივი კერძების დასაგემოვნებლად. ქართული კულინარია მართლაც, რომ გამორჩეულია მთელს მსოფლიოში. 2013 წელს “Huff Post Travel” -მა იგი, ესპანეთის შემდეგ ერთ-ერთ საუკეთესო სამზარეულოდ დაასახელა¹.

ტურიზმის სფეროში თითოეული ქვეყანა ცდილობს წარმოაჩინოს საკუთარი უნიკალური და ეგზოტიკური კულინარია. სწორედ ასეთი ქვეყნების რიცხვს შეიძლება თამამად მივაკუთვნოთ ჩვენი ქართული გასტრონომიული კულტურა, რომლის პოპულარიზაციაც სწრაფად ხდება. გასტრონომიულ ტურიზმს აქვს სხვადასხვა მიმართულება. მათ შორის “Fast Food” -ია, ხოლო მის ერთ - ერთ სახეობას კი “Street food” („ქუჩაში კვება“) წარმოადგენს.

“Street Food” (ქუჩაში კვება) მსოფლიოს გარშემო ურბანულ გარემოში კვების ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული, მოსახერხებელი, სწრაფი და ხელმისაწვდომი საშუალებაა. იგი მიეკუთვნება ისეთ საკვებ და სასმელ პროდუქტებს, რომელთა მომზადება ან/და რეალიზაცია ხდება ქუჩის პირობებში. მიუხედავად რისკებისა, რომელიც “Street Food“-თან არის დაკავშირებული (სანიტარული პირობების და ჰიგიენის დაცვის ნაკლებობა, კერძო და საჯარო სივრცის არაკანონიერი მითვისება და სხვ.), აღნიშნული ტიპის საკვები დაბალი და საშუალო ფენის წარმომადგენლებისათვის მატერიალური თვალსაზრისით ერთ-ერთ ყველაზე ხელმისაწვდომ და ნოყიერ საშუალებას წარმოადგენს სახლის გარეთ პირობებში საკვებად. ამასთანავე, იგი ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული საშუალებაა საშუალო ან/და დაბალ ბიუჯეტზე მოგზაურ ტურისტთა შორის სწორედ მისი ფიზიკური (ხილვადობა და სიმარტივე) თუ მატერიალური ხელმისაწვდომობის გამო. გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ “Street Food” (ქუჩაში კვება) ტურისტთა შორის განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს მისი ადგილობრივ კულტურასთან კავშირის გამო.² “Street Food“-ის დამზადება და რეალიზაცია მოსახლეობის საგულისხმო ნაწილის შემოსავლის წყაროა განვითარებად ქვეყნებში.³ საქართველოც შედის განვითარებადი ქვეყნების სიაში და მისი მოსახლეობის გარკვეული ნაწილი დასაქმებულია ამ სფეროში.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია მიიჩნევს, რომ გასტრონომიული ტურიზმის განვითარება მსოფლიო ბაზრის ერთ-ერთ ნამყვან ადგილს დაიკავებს.

ამ და სხვა ფაქტებზე დაყრდნობით, ჩვენი პროექტის მიზანია საქართველოს გასტრონომიულ ტურიზმში, კერძოდ “Street Food“-ში, შევიტანოთ ცვლილებები და განვითაროთ ეს სფერო.

ძირითადი ნაწილი

საქართველოში სწრაფი კვების ინდუსტრია, ისევე როგორც მთელს მსოფლიოში, მზარდი სფეროა. თბილისში ვხვდებით უამრავ რესტორანსა და კვების ობიექტს, სადაც ადგილობრივ მოსახლეობასა და ტურისტებს შეუძლიათ ნაციონალური

საკვების დაგემოვნება. ამგვარად, ტურისტს შეუძლია შეიცნოს, დააგემოვნოს, მოამზადოს მრავალფეროვანი კერძები და ამით შეიცნოს ქვეყნის საუკუნოვანი ტრადიციები.

საქართველოში ჩამოსულ ტურისტს ქალაქში სეირნობისას უპირველეს ყოვლისა თვალში ხვდება “Fast Food” -ის კვების ობიექტები, როგორც საზღვარგარეთული ფრანჩაიზინგების მაგალითები (მაგალითად McDonald’s, KFC, Wendy’s), ისე საშაურმები და, რაც ჩვენი თემის ობიექტს წარმოადგენს, დახლები (თონები და საცხობები). ეს არის ის კვების ობიექტები ქუჩაში, სადაც ტურისტს შეუძლია დააგემოვნოს ქართული საკვები. ჩვენთან ძალიან პოპულარულია ხაჭაპური და ლობიანი. შესაბამისად, მხოლოდ ასეთი ტიპის ქართულ საჭმელს მიერთმევს ტურისტი ქუჩაში.

სანამ პროექტის შესახებ ვისაუბრებ, მინდა გავაცნოთ ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგები, რომელიც ჩავატარეთ პირდაპირი ინტერვიუს მეთოდით. ჩვენი მიზანი იყო გავგეგო, რამდენად მოთხოვნადია ტურისტების მიერ მჭადი და ფხალეულობა ქართულ რესტორნებში. მათ ვთხოვეთ მოეცათ ინფორმაცია, თუ რა თანმიმდევრობით ირჩევენ ტურისტები მენიუდან ქართულ კერძებს. კერძების დაახლოებით თანმიმდევრობა კი ასეთია: 1-ხინკალი, 2-ხაჭაპური, 3-მწვადი. ფხალეულობამ კი სადაც შუა ადგილი დაიკავა, ხოლო რაც შეეხება მჭადს, ის მოხვდა სის ბოლოში. ხოლო ზოგიერთი ტურისტის მიერ მჭადი არც ყოფილა დასახელებული. ქვეყანაში მისი პოპულარობის მიუხედავად, ტურისტებმა მის შესახებ არაფერი იცოდნენ. ეს იმას ნიშნავს, რომ აღნიშნული პროდუქტი ტურისტთა შორის პოპულარობით არ სარგებლობს.

მეორე ანკეტა მოიცავდა კითხვას: მზად ხართ თუ არა რომ ქართული პროდუქტი გასინჯოთ ქუჩაში? პასუხებმა ჩვენს მოლოდინს გადააჭარბა. მათი თქმით, ყველა ტურისტი დააგემოვნებს ჩვენს მიერ შეთავაზებულ პროდუქტს თუ ნამდვილად ქართული, ჯანსაღი და ხელმისაწვდომი იქნება.

ასევე, ჩვენ მიერ მოფიქრებული პროდუქტი გავაცანით ტურისტებს, გავაკეთეთ ე.წ. “Testing”. ყველა ტურისტი კმაყოფილი დარჩა. მათ აღნიშნეს, რომ ეს არის ნოყიერი და მარტივი დასაგემოვნებელი საჭმელი, რომელიც ქუჩას ერგება. სწორედ ამიტომ, ჩვენი იდეა მიზნად ისახავს ახალი ბრენდის შექმნას ქართულ ბაზარზე, რომელიც იქნება ახალი მიმართულება საქართველოს გასტრონომიული ტურიზმში, კერძოდ “Street Food“-ში. ჩვენ გვსურს ტურისტებსა და მოსახლეობას შევთავაზოთ ქართული, უსაფრთხო და ჯანსაღი პროდუქტი ქუჩაში, რომელიც იქნება მარტივად დასაგემოვნებელი. ჩვენ მოვიფიქრეთ ამ ბრენდის დასახელება - „ჭადი-და“ (Chadida). “ჭადი-და“- იქნება “Street Food“-ის პირველი კომპანია საქართველოში, რომელიც ქართულ, ტურისტებისთვის ნაკლებად პოპულარულ საკვებს გამოიტანს ქუჩაში გასაყიდად. იმისათვის, რომ ჩვენი პროდუქტი წარმატებით სარგებლობდეს ტურისტებსა და ადგილობრივ მაცხოვრებლებში, საჭიროა პროდუქტის მაღალი ხარისხი, ადგილმდებარეობის სწორი შერჩევა, ადეკვატური ფასი და ეფექტური რეკლამა.

ეს იქნება (მ)ჭადი , სტანდარტული ზომით 7 X 7 X 1 სმ და ზევიდან დადებული (დაახლოებით 1 დიდი კოვზი) ფხალეულობა (ისპანახი, ჭარხალი, ეკალა), ყველი და სხვა საინტერესო ინგრედიენტები). ჩვენი პროდუქტია იქნება სრულიად განსხვავებული, რომლის მსგავსაც ვერსად ვერ შევხვდებით. ეს არ იქნება ტარტალეტკა ან/და კანაპე. წარმოიდგინეთ, რომ მიდიხართ ჩვენს დახლთან, სურვილისამებრ ირჩევთ მჭადთან ერთად რომელი სახეობის ფხალს, ყველს ან სხვა ინგრედიენტს მიერთმევთ, სასიამოვნო და მომღიმარი გოგონა აიღებს თბილს ან/და ცხელ მჭადს, მაცივრიდან ამოიღებს თქვენს მიერ არჩეულ გარნირს და ზედ დაადებს მას. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ ჩვენს მიერ შემოთავაზებული ნიმუში მაგალითია ქართული ჯანმრთელი “Street Food“-ისა განსხვავებით უცხოური

52 ¹https://www.huffingtonpost.com/elyse-pasquale/travel-food-2013_b_2339009.html
²<https://bkkp.me/streetfood-around-the-world/>
³<http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>

“Fast Food“-გან, რომელთა მომზადებაც არ ხდება ჯანსაღი ინგრედიენტებით. ჩვენი პროდუქტი იქნება გემრიელი, თბილი (სურვილისამებრ) და სწრაფი.

რაც არ უნდა იყოს, პროდუქტის შექმნისას ყველასთვის პრიორიტეტული მაინც მისი ღირებულებაა. ჩვენი პროდუქტის ფასი დაახლოებით იქნება 1.5 - 2.5ლ-მდე, რაც იმას ნიშნავს, რომ ეს იქნება ყველასთვის ხელმისაწვდომი.

რაც შეეხება გაყიდვის ფორმატს, ეს იქნება გარეთ გამოტანილი მაცივარი - ვიტრინა, რათა შევამციროთ საწყისი ინვესტიციის მოცულობა. აგრეთვე, გავითვალისწინეთ, რომ პარკირებისას „მაცივარი-ვიტრინა“ ნაკლებ ადგილს დაიკავებს და ეს ფაქტიც ძალიან მნიშვნელოვანი იქნება ადგილის მოძიებისას. როგორც ვიცით, სწრაფი კვების ინდუსტრიაში არსებობს სტანდარტი 3P (Place, Place, Place) , ანუ წარმატებას განაპირობებს ერთადერთი რამ, ეს არის ადგილმდებარეობის სწორი შერჩევა.⁴ ობიექტი უნდა განთავსდეს დატვირთულ და თავშეყრის ადგილებში. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ჩვენი პროდუქტია კი გაიყიდება ტურისტებით დატვირთულ ადგილებში, როგორცაა: თბილისში ლელვთაზევი, ახალი ტფილისი აღმაშენებელზე და საქართველოს სხვა ქალაქებში, სადაც ტურისტები იყრიან თავს (მაგალითად, პრომეთეს მღვიმე ქუთაისში, მარტვილის კანონი, ბათუმის ბუთუმის და სხვა). თავდაპირველად, გვექნება მხოლოდ ერთი ადგილი თბილისში, რათა გავგიმარტივდეს ხარისხის და პროცესების კონტროლი. გარკვეული პერიოდის შემდეგ კი დავამატებთ ობიექტებს. სამომავლოდ კი გავალთ რეგიონებშიც.

ჩვენი მაცივარი-ვიტრინის ვიზუალი აუცილებლად იქნება ტურისტებისათვის თვალშისაცემი. მათ დანახვისთანავე უნდა გაუჩნდეთ მოსვლის და დაგეგმვების სურვილი. მაცივარზე წარმოდგენილი იქნება კომპანიის ლოგო მეტი თვალსაჩინოებისთვის. ახლო მომავალში შეიქმნება ლოგოს საბოლოო ვარიანტი, გვერდები სოციალურ ქსელში (Facebook / VK / Instagram), მომზადდება საინფორმაციო პრეზენტაცია ტურისტებისა და მოსახლეობისთვის, დაიბეჭდება ფლაერები და დარიგდება ტურისტულად პოპულარულ ადგილებში, რათა ყველამ გაიგოს „ჭადი-და“-ს შესახებ. მივიღებთ მონაწილეობას სხვადასხვა ფესტივალებში და აგრეთვე, Street Food – ფესტივალებშიც, რაც ჩვენი ცნობადობისთვის აუცილებელია.

საქართველოში კარგი იქნება თუ ყოველწლიურად ჩატარდება “Street Food” ფესტივალები. ასეთი ტიპის ღონისძიებები მიზნად ისახავს ხელი შეუწყოს ტურისტული ნაკადის ზრდას, გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებას და ნაციონალური სამზარეულოს მრავალფეროვნებისადმი ინტერესის ამაღლებას.

მართალია, 2017 წლის 1 ივლისს საქართველოში პირველად ჩატარდა “Street Food” ფესტივალი, სადაც იყო წარმოდგენილი ქართული და უცხოური კერძები და ასევე ქუჩის საჭმელიც, მაგრამ მომავალი წლისთვის ჩატარდება თუ არა არავინ იცის.⁵

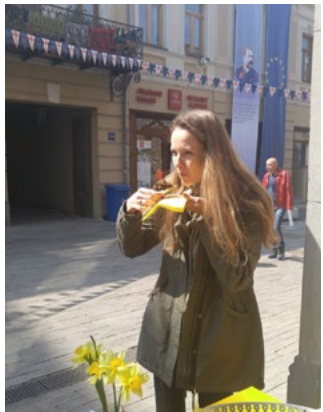
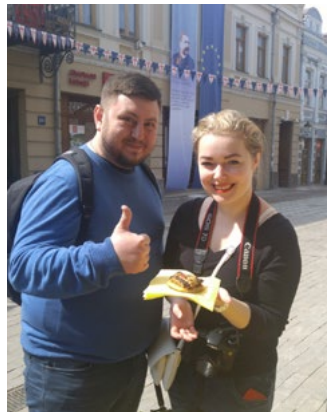
საქართველოში ტურიზმის სხვა მიმართულებების მსგავსად, გასტრონომიაშიც ვხვდებით პრობლემებს. იმისათვის, რომ საქართველოში გასტრონომიული ტურიზმის უკეთ განვითარება მოხდეს, საჭიროა მომსახურების სერვისის დონის ამაღლება და ხარისხთან დაკავშირებული პრობლემების აღმოფხვრა. ამასთან ერთად, აუცილებელია მომსახურე პერსონალის დატრენინგებაც, რათა ჩამოსულ ტურისტს დახვდეს მაქსიმალურად მაღალი სერვისი და რაც ყველაზე სამწუხაროა, საქართველოს “Street Food“-ში ყველაზე მეტად თავის დამკვიდრება არაქართულმა საკვებმა - შაურმამ შეძლო. ქართველები თუ რამით ვამაყობთ, ეს ჩვენი უგემრიელესი და მრავალფეროვანი კერძებია და ნამდვილად გვაქვს შესაძლებლობა ქართული

კერძებით ჩავანაცვლოთ ქუჩის არაქართული პოპულარული საკვები. ასევე, მნიშვნელოვანია საქართველომ მიიღოს მონაწილეობა საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებში და თავი წარადგინოს გასტრონომიის თვალსაზრისით, რადგან ტურიზმის ამ სახეობას აქვს დიდი პერსპექტივები და პოტენციალი, რომელიც უმნიშვნელოვანესია ქვეყნის განვითარებისა და ეკონომიკური ძლიერებისთვის.

დასკვნა

სწორედ „Street Food“-ის სოციალური და ეკონომიკური მნიშვნელობიდან გამომდინარე, ჩვენ მიერ წარმოდგენილი ნაშრომი შეეხება „Street Food“-ის პერსპექტივებისა და გამოწვევების მიმოხილვას საქართველოს გასტრონომიული ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით.

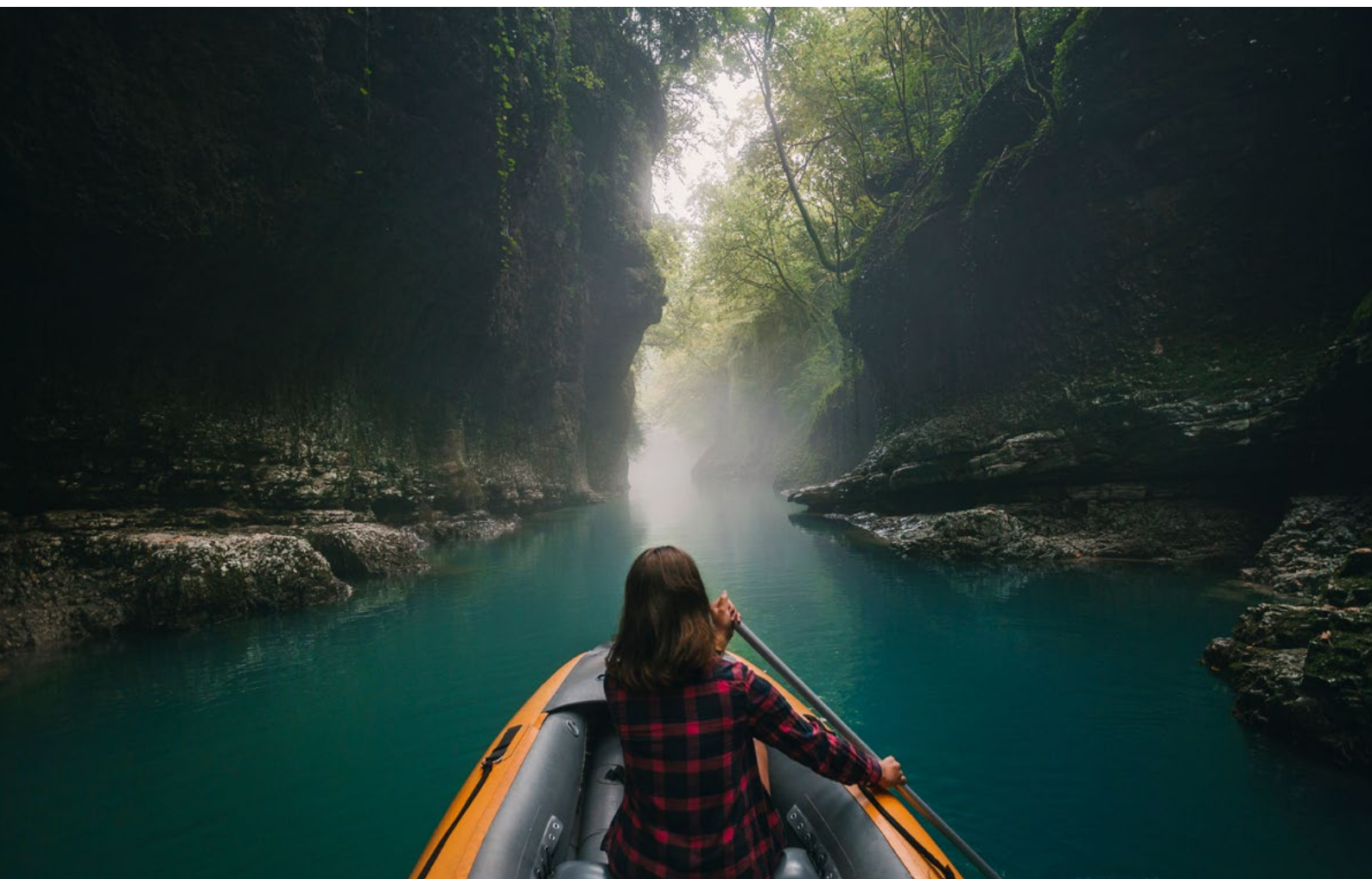
საქართველოს ტურიზმის 2025 წლის სტრატეგიის ხედვა ხომ სწორედ ეფექტური პარტნიორობით ადგილობრივი კერძო სექტორის ხელშეწყობა და განვითარებაა? ჩვენს პროდუქტზე ვიზიტორების მიერ დახარჯული თანხები კი ხელს შეუწყობს საქართველოს ეკონომიკის ზრდასა და განვითარებას, ეს კი თითოეული ქართველის კეთილდღეობაზე აისახება. აქედან გამომდინარე, თამამად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ნაციონალური და ჯანსაღი საჭმლის გაყიდვა ქუჩაში უდიდეს როლს ითამაშებს საქართველოს გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებაში და ეს იქნება ინოვაციური ტურისტული პროდუქტი ქართულ ბაზარზე. ჩვენს მიერ წარმოდგენილი იდეა უდაოდ იმსახურებს ყურადღებას და საჭიროებს ფინანსურ მხარდაჭერას, რადგან პროექტს ნამდვილად აქვს განვითარების პერსპექტივა როგორც მენიუს არჩევანის, ისე რეგიონალური განვითარების მხრივ.



გამოყენებული ლიტერატურა:

<http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>
<https://bkpk.me/streetfood-around-the-world>
<http://agenda.ge/news/82543/eng>
<https://bpn.ge/biznesi/11191-stsrafi-kveba-borblebze.html?lang=ka-GE>

53 ⁴ <https://bpn.ge/biznesi/11191-stsrafi-kveba-borblebze.html?lang=ka-GE>
⁵ [HTTP://AGENDA.GE/NEWS/82543/ENG](http://agenda.ge/news/82543/eng)



ინოვაციები აგრო ტურიზმში

ავტორი: ნინო საჩაღელი
გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: თამარ ქობლიანიძე

უკანასკნელ ხანებში ინოვაციების მნიშვნელობა განუწყვეტლივ იზრდება, რამდენადაც ბიზნეს-პრაქტიკა აიძულებს ყველა კომპანიას შემოიტანონ სიახლეები და აიმაღლონ კონკურენტუნარიანობა. ტურიზმის სფეროში ინოვაციების აუცილებლობა ნაკარნახევია სწრაფად ცვალებადი გარემოთი და ტურისტთა სამომხმარებლო კვალიფიკაციის ამაღლებით.

გარემოს ტრანსფორმაციის შედეგად წარმოიქმნება ახალი მოთხოვნილებები და ახალი ცოდნა და მეთოდები, რომლებსაც შეუძლია ამ მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება. ტურისტული კომპანიები, დესტინაციები და რეგიონები, რასაც ტექნოლოგიური პროცესის მოდერნიზება არ ძალუძთ, ადგილს უთმობენ ინოვაციურ კომპანიებს / ინოვაციებზე ორიენტირებულ ტურისტულ დესტინაციებს.

ინოვაციასთან დაკავშირებით ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ დაანონსებული ერთ-ერთი პირველი „ნიუსი“ საქართველოში სოფლის ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობას ეხება.

საქართველოში აგრო ტურიზმი განვითარების სტადიაზეა და ცნობილია ის ხელშემშლელი ფაქტორები, რასაც რეგიონებში ვაწყდებით. ამ თვალსაზრისით ბევრი რამეა მოსაწესრიგებელი, თუმცა პრობლემები მნიშვნელოვანწილად მოგვარებადია მთავრობის ახალი ხედვით, რომელიც მან შემოგვთავაზა: „გრძელვადიანი სტრატეგია დეცენტრალიზაციისა და ადგილობრივი თვითმმართველობის განვითარებისათვის“, იგი ინოვაციების წახალისებას გულისხმობს აგრო მიმართულებით (მელვინების, ტრადიციული რენვის, ადგილობრივი ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და სხვა), რაც ხელს შეუწყობს აგრო ტურიზმის წინსვლას და განვითარებას. ჩვენ მოკლედ წარმოგიდგინებთ ინოვაციის შესაძლო მიმართულებებს.

რამდენადაც გადამჭრელი სიტყვა მაინც ტექნოლოგიებს ეხება (იხ, <http://innovation2017.wflucerne.org/winners>), აგრო ტურიზმის განვითარებას მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს აგრო ტურიზმით დაკავებული ადამიანების ერთიან ბაზაში მოქცევა, საინფორმაციო ვებ-გვერდის შექმნა. ხშირად, რეგიონებში მაცხოვრებელი ადამიანები ვერ ახერხებენ საკუთარი პროდუქტის, როგორც ადგილობრივ ასევე საერთაშორისო ბაზარზე გატანას, მათ შორის ენობრივი ბარიერის გამო. ვებ-გვერდზე ასევე შესაძლებელია იყოს აგრო-პროდუქტების ონლაინ მაღაზია, მაგრამ სურსათის უვნებლობის ხარისხი და უსაფრთხოება ყოველთვის მნიშვნელოვანია აგრო პროდუქტებისათვის, სასურსათო უზრუნველყოფა განიხილება, როგორც ხარისხისა და უსაფრთხოების გარანტი. სურსათის ხარისხი და უსაფრთხოება, მსოფლიო მასშტაბით ასევე რეგულირდება და იხილება საერთაშორისო სტანდარტების მიხედვით, როგორცაა საერთაშორისო კრიტიკული ანალიზის საკონტროლო წერტილები (ინგ. HACCP - Hazard Analysis and Critical Control Points), კარგი წარმოების პრაქტიკა (ინგ. GMP - Good manufacturing practices) და კარგი აგრო კულტურული პრაქტიკა (ინგ. GHP – Good agricultural practice), შესაბამისად ადგილობრივი აგრო პროდუქტების განვითარებისათვის აუცილებელია ადგილობრივი პროდუქტების საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობა და ადგილობრივი მოსახლეობის ინფორმირება ამ მიმართულებით.

მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში ფერმერებსა და ტურისტებს შორის ურთიერთობა WWOOF (ინგ. World Wide Opportunities

on Organic Farms) პროგრამის მეშვეობით ხორციელდება, სადაც ამჟამად მსოფლიოს 52 ქვეყანაა ჩართული. ორგანიზაციის ინტერნეტ მისამართია: <http://www.woof.net>, აქედან გამოდინარე აგრო ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის თვალსაზრისით სასურველია საქართველოს ჩართვაც მოხდეს აღნიშნულ სისტემაში.

ვებ-გვერდზე ასევე განთავსდება ნაციონალური კერძების ვიდეო რეცეპტები ქართულ და უცხოურ ენებზე, რათა ტურისტს ჰქონდეს ინფორმაცია, თუ რა სერვისებით სარგებლობა და რომელი კერძების დაგემოვნება შეეძლება კონკრეტულ ადგილზე სტუმრობით. ვებ-გვერდზე ასევე სასურველია განთავსდეს რეგიონებში არსებული ტურისტული ობიექტები, ინფორმაცია სავაჭრო ცენტრების, კვების ობიექტების და ტრანსპორტის შესახებ. სასურველია ვებ-გვერდს ჰქონდეს მობილური აპლიკაცია, რომ უფრო ხელსაყრელი იყოს ტურისტებისთვის გამოსაყენებლად.

მეორე ინოვაციური მიმართულება რეგიონებში ახალი ტიპის მუზეუმის - აგრო კულტურული მუზეუმის შექმნაა. საქართველოს შემთხვევაში იგი ადგილობრივ მოსახლეობას და ტურისტებს შესთავაზებს აგრო კულტურების, ქართული სახლების განვითარების ისტორიას და გაცოცხლებული იქნება ძველი ქართული ყოფა და ტრადიციები. მუზეუმი გარკვეულწილად თბილისის ეთნოგრაფიულ მუზეუმს დაესესება იდეებს, თუმცა რეგიონული თვალსაზრისით ბევრი ისეთი მომენტის დაჭერა შეეძლება, რასაც ანალოგი არ ეყოლება.

აგრო კულტურული მუზეუმების ისტორია 1896 წლიდან იწყება და პირველი მუზეუმი ამ მიმართულებით შეიქმნა ბუდაპეშტში. მუზეუმში წარმოდგენილია უნგრეთის სოფლის მეურნეობის ისტორია დასაბამიდან დღემდე.

ასეთი მუზეუმი წარმატებით ფუნქციონირებს, მაგალითად, კანადაში "Canada Agriculture and Food Museum", რომელიც როგორც ადგილობრივ მოსახლეობას ასევე ტურისტებს სთავაზობს საინფორმაციო ტურებს ნაციონალური პროდუქტების შესახებ: მაგალითად: თაფლის შესახებ. ვებ - გვერდის საშუალებით შესაძლებელია წლიური აბონიმენტის შესყიდვაც, რაც მის მფლობელს ინფო ტურებზე და სხვა პროდუქტებით ხელსაყრელი პირობებით სარგებლობის საშუალებას აძლევს.

რაც შეეხება ტოკიოს, აქკვებისა და აგრო კულტურის მუზეუმი 2004 წელს შეიქმნა აგრო კულტურის უნივერსიტეტის ბაზაზე და მისი მიზანია პოპულარიზაცია გაუწიოს აგრო კულტურას. მუზეუმი მოიცავს საგამოფენო დარბაზებს, გაკვეთილებს და ლექციებს კვებისა და აგრო კულტურის განვითარების შესახებ. მუზეუმში რეგულარულად დაგეგმილია თანამონაწილეობითი პროგრამები, როგორცაა ბრინჯის დარგვა, ბრინჯის დალაგება, ბრინჯის გაპრიალება და ა.შ.

მისაბამია ამ მხრივ დიდი ბრიტანეთი და ირლანდია, სადაც 120 სოფლის მეურნეობის მუზეუმი არის წარმოდგენილი, ქვეყნის თითქმის ყველა წერტილში. ამერიკის შეერთებულ შტატებში კი არსებობს ყველაზე დიდი ცენტრალური ვაშინგტონის სოფლის მეურნეობის მუზეუმი. აღნიშნულ მუზეუმში წარმოდგენილია 150-ზე მეტი ანტიკური ტრაქტორი, 1,000 ცალზე მეტი ისტორიული მანქანა და ათასობით ჰექტარზე ნაჩვენებია ექსპონატები, რომ წარმოგვიდინოს ფერმერთა ცხოვრება უკანასკნელი 100 წლის განმავლობაში.

სასოფლო-სამეურნეო და აგრო მუზეუმებს შეუძლიათ მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს როგორც საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაში, ასევე ჩვენთვის ადგილობრივი მოსახლეობისათვის აგრო კულტურული ისტორიის დაცვასა და შენარჩუნებაში. თანამედროვე საქართველოში მუდმივად ხდება ცვლილებები საზოგადოებაში, ტექნოლოგიაში,

იდეებში, შეხედულებებში, ტრადიციებში, შესაბამისად აუცილებელია ამ ცვლილებების იდენტიფიცირება და ერთად თავმოყრა. აგრო კულტურული მუზეუმი უზრუნველყოფს კავშირს მომავალი თაობებისათვის წარსულთან. ბევრ განვითარებულ ქვეყანაში მკვეთრად შეწყდა ძველი სოფლის ცხოვრება და თანამედროვე საზოგადოება დააყენა სრული ინფორმაციული ვაკუუმის წინაშე, შესაბამისად განჩნდა ქვეყნები, სადაც საზოგადოებას არ გააჩნია არანაირი ცოდნა მისი წარსულის შესახებ, აქედან გამომდინარე რამოდენიმე წლის შემდეგ საქართველოც არ უნდა დადგეს ასეთი მტკივნეული ფაქტის წინაშე.

მსგავსი იდეაა ფრანგული წარმოშობის ეკომუზეუმებიც, რომლის მიზანი კონკრეტული ადგილის კულტურის განვითარებაა. ეს არის დროის, სივრცისა და საქმიანობის მუზეუმი. პირველ ორს ადგილი უკვე ქონდა კიდეც, ხოლო მესამე - საქმიანობის მუზეუმი - გულისხმობს ახალი სტრუქტურების შექმნას: სახელოსნოები, კლუბები, მაღაზიები, ბაზრობები, რენვისა და ფოლკლორის შემსწავლელი ცენტრები, რომლებშიც აქტიურადაა ჩართული როგორც ადგილობრივი მოსახლეობა. ასევე მუზეუმის ვიზიტორები. საქართველოს ეთნოგრაფიული მრავალფეროვნება ასეთი მუზეუმების განვითარების მთავარი პირობაა.

ჩვენი დროის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ტენდენციაა ისტორიული გარემოს შენარჩუნება - არქიტექტურული ძეგლები, ანსამბლები, კულტურული და ისტორიული გარემოს ფრაგმენტები. რეგიონული განვითარების იდეების და ტრადიციული მუზეუმის განახლებისა და დემოკრატიზაციის გზების ძიებასთან ერთად, ამ ტენდენციამ გამოიწვია ახალი ტიპის მუზეუმის ინსტიტუტის წარმოქმნა სახელწოდებით "ეკომუზეუმი". ტერმინი "ეკომუზეუმი" 1971 წელს საფრანგეთში დამკვიდრდა. ეკომუზეუმი ასრულებს კონსერვაციის, კვლევის, გამოფენის, განათლებისა და დიფუზური ფუნქციების როლს, რომელსაც მკაცრი სოციალური და საზოგადოების როლიც ემატება. შედეგად, ის ხელს უწყობს საზოგადოების მონაწილეობას თავის საქმიანობაში, ის უძღვება თავის საზოგადოებას და ხელს უწყობს მის განვითარებას. ეკომუზეუმი გამოირჩევა ფართო საგანმანათლებლო საქმიანობით, რომელიც მიზნად ისახავს არა მარტო ისტორიისა და კულტურის ძეგლების შესახებ ცოდნის გაღრმავებას, არამედ ადამიანის და მისი გარემოსთან ურთიერთობების გაუმჯობესებას. ეკომუზეუმი მნიშვნელოვანი მახასიათებელია ის, რომ იგი ერთდროულად ქმნის, ინარჩუნებს და ადამიანებთან ერთად იყენებს ეკოლოგიურ ფასეულობებს. ასეთი მუზეუმის მაგალითები უხვადაა მსოფლიოში, კერძოდ საფრანგეთში, გერმანიაში, კანადაში (კვებერკი) და ჩინეთში.

ეკომუზეუმი არის რეგიონზე ორიენტირებული, ლოკალური ორგანიზაცია, რომელიც ხელს უწყობს მდგრადი საზოგადოების განვითარებას და ეფუძნება ადგილზე კულტურული მემკვიდრეობის კონსერვაციასა და ინტერპრეტაციას. დღეს, ასობით სხვადასხვა მასშტაბის ეკომუზეუმი მოქმედებს მთელს მსოფლიოში (ზოგიერთი მოიცავს ფართო ტერიტორიებს, ზოგიერთი კი პატარა იზოლირებული ადგილებია. ერთგან წარმოდგენილია ადგილობრივი ხელოვნების ნიმუშების გამოფენა, სხვები ადგილობრივი მრეწველობისა და მასთან დაკავშირებულ უნარებს გვიზიარებენ; მრავლადაა ისეთი მუზეუმებიც, სადაც აქცენტი ძირითადად საზოგადოების ჩართულობის წახალისებაზე კეთდება. ზოგიერთი მათგანი შექმნილია ადგილობრივი ხელისუფლებისა და უნივერსიტეტების მეშვეობით. მიუხედავად ვარიაციის სიმრავლეებისა, ეკომუზეუმი იზიარებს მთელ რიგ საერთო მახასიათებლებს. რეგიონში ეკომუზეუმის არსებობისას ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ გამოყოფილია ადგილი, სადაც ხალხი თანამშრომლობს ცვალებად სამყაროსთან, საკუთარი ლანდშაფტებით და ცხოვრების წესით. დაინტერესებული მხარეები მოიცავს ბიზნესს, მემკვიდრეობას, საზოგადოებრივ

ჯგუფებს და ადგილობრივი გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს. მათი საქმიანობა, როგორც წესი, გულისხმობს მხარის განვითარებას ან ალდგენას, ბიოლოგიურ და გარემოსდაცვით კვლევებს და ტურისტების მოზიდვის მიზნით განხორციელებულ საქმიანობას. ისინი ერთად ქმნიან "მუზეუმს", რადგან ისინი ინტერპრეტაციას ახდენენ ისტორიებისა და მახასიათებლების იდენტიფიცირებაზე, რომლებიც რეგიონის კულტურულ და ბუნებრივ მემკვიდრეობას, მათ შორის, წარსულსა და ამჟამინდელ საქმიანობის, პოტენციურ შესაძლებლობებს ატარებენ. ეკომუზეუმი არის საზოგადოების მუზეუმი, რომელიც უზრუნველყოფს საზოგადოების ჩართულობის უნიკალურ მექანიზმს, რომელშიც თანამეგობრობის წევრები მუშაობენ ცოცხალი ფორმით ხელსაყრელი და არამატერიალური მემკვიდრეობის შესანარჩუნებლად. უშუალო საკომუნიკაციო კონსულტანტები, დაინტერესებული მხარეები თანხმდებიან ბუნებრივი და კულტურული აქტივობების შესახებ, რომელსაც ისინი აფასებენ და ქმნიან გეგმებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ მათ შენარჩუნებას და ხელს შეუწყობენ მდგრადობის კულტურის განვითარებას. ეკომუზეუმები თანაბარ აქცენტს აკეთებს ბუნებრივი და კულტურული აქტივობის, მათ შორის ადგილობრივი მრეწველობის დაცვაზე და შენარჩუნებაზე. ეკომუზეუმი, როგორც პირდაპირი მნიშვნელობით მუზეუმი, მიზნად ისახავს მემკვიდრეობის აქტივობის შენარჩუნებას, ინტერპრეტაციას და ფოკუსირებას მდგრადობაზე.

ეკომუზეუმის აქცენტის არეალს მიღმა არსებული ობიექტები, შენობები, ველური და სხვა ხელშესახები აქტივობა, რომლებიც მოიცავს მუსიკის, ცერემონიების, ტრადიციებისა და არამატერიალური მემკვიდრეობის სხვა ასპექტებს და მას შეუძლია ხელი შეუწყოს კულტურული ადაპტაციის პროპაგანდას. საბოლოო ჯამში, იკვეთება ის ფაქტი, რომ ეკომუზეუმთან დაკავშირებული ყველა აქტივი განაგრძობს "სიცოცხლეს" და მისი არსებობა ქვეყნისთვის და რეგიონებისთვის აუცილებელია.

ინოვაციები აგროტურიზმში მისი კონკურენტუნარიანობის ამაღლების გარანტიაა. აგრო ტურიზმის განვითარება საქართველოში ბევრი სხვა სპეციფიკური და მკაცრად მიზნობრივი ამოცანის გადაწყვეტასაც მოითხოვს, რამაც საერთო ჯამში უნდა შექმნას აგროტურიზმის ერთიანი, ცენტრალიზებული სისტემა და სამსახური, რომლის რეალიზაციაც განამტკიცებს ქვეყნის ეკონომიკურ და სოციალურ პოტენციალს და აამაღლებს მის როლსა და ფუნქციას მსოფლიო თანამეგობრობაში.

გამოყენებული მასალები:

1. აგრო ტურიზმი და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში: <https://agroturizmi.blogspot.com/2015/05/blog-post.html?m=1>
2. აგრო ტურიზმის განვითარების გზები და მისი პერსპექტივები საქართველოში: <http://agrokavkaz.ge/agro-plus/agroturizmis-ganvitharebis-gzebi-da-perspeqtivebi-saqarthveloshi.html>
3. Community and resilience: Two villages tackle depopulation: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/presentation-valledaicavalieri.pdf>
4. კანადის აგრო კულტურისა და კვების მუზეუმი: <https://ingeniumcanada.org/agriculture/whats-on/event-daily-demos-march.php>
5. კვებისა და აგრო კულტურის მუზეუმი და უნივერსიტეტი ტოკიოში: <http://www.gotokyo.org/en/kanko/setagaya/education/127.html>
6. კვებისა და აგრო კულტურის მუზეუმი: <https://whereintokyo.com/venues/25434.html>
7. მუზეუმები და აგრო კულტურა: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001273/127375eo.pdf>

8. ბუდაპეშტის აგრო კულტურის მუზეუმი:
<https://www.atlasobscura.com/places/budapest-agriculture-museum>
9. ეკომუზეუმის კონცეფცია:
http://saskmuseums.org/files/FINAL_Web_Ecomuseums_Report.pdf
10. ეკომუზეუმები:
<http://www.philol.msu.ru/~tezaurus/library.php?view=d&course=5&raz=3&pod=2&par=3>
11. ეკომუზეუმის დეფინიცია:
<http://ecomusee.qc.ca/en/ecomuseum/definition-of-an-ecomuseum/>
12. ბრიტანეთის აგრო კულტურის ისტორიის ასოციაცია:
<http://www.bahs.org.uk/friends.html>
13. ცენტრალური ვამინგტონის აგრო კულტურის მუზეუმი:
<http://centralwaagmuseum.org/>



ჩაის ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში

ავტორი: ანგი სოხაძე
სულხან-საბა ორბელიანის სასწავლო უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: გიორგი მიქანაძე
თინათინ მოსიაშვილი

ჩაი ერთ-ერთი პოპულარული კულტურაა საქართველოში. თუმცა ჩემი დღევანდელი ნაშრომის თემაა ჩაის ტურიზმი. როგორ გავრცელდა ჩაის კულტურა მსოფლიოში და საქართველოში. გაგაცნობთ ჩაის ტურების შესახებ ჩინეთის, იაპონიისა და ინდოეთის მაგალითზე. პირველ რიგში, საქართველოს ახლო წარსულის მაგალითზე, ვისაუბრებ თუ რამდენად დიდი პერსპექტივაა საქართველოში ჩაის წარმოების მხრივ, ვისაუბრებ საქართველოში ჩაის კულტურის აღდგენა-რეაბილიტაციაზე და შემდეგ ვეცდები წარმოვაჩინო ჩაის ტურების პერსპექტივა.

ჩაის სამშობლოდ ჩინეთი ითვლება. 3 700 წლის შემდეგ იაპონიის განუყრელი ნაწილი ხდება. მხოლოდ მე-19 საუკუნის დასაწყისში იწყებს მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში მასშტაბურ გავრცელებას, კერძოდ აზიის ქვეყნებში იწყებენ წარმოებას. 2016 წელს მსოფლიომ მოიხმარა 2.9 მილიონი ტონა ჩაი.

ჩაის ტურები ჩინეთში იაპონიასა და ინდოეთში ჩინეთის ტური

დაახლოებით 5000 წელია, რაც ჩაი ჩინეთის არსებითი ნაწილია, ჩაის ტურები საშუალებას იძლევა ჩაერთოთ ამაღლებულ თავგადასავალში, სადაც გაიგებთ ჩაის უძველესი ცოდნის შესახებ, სადაც დაიბადა ლეგენდები ჩაიზე. ტური მოიცავს ანტიკური ქალაქების, სასახლეების და სხვა ისტორიული ლანდშაფტების სტუმრობას. ცნობილი ჩაის მწარმოებელი და კულტურული რეგიონების მონახულებით გაეცნობით ჩინეთის მრავალფეროვან ტრადიციებს.

ტურის რამდენიმე განსაკუთრებული ნაწილი მოიცავს ჩინეთის დიდი კედლის და აკრძალული ქალაქის ნახვას, გასეირნებას თვალწარმტაც სამოთხის ტაძარში. ექსკურსია ჩაის ბაღებში, სადაც შეიძლება ჩაის საკუთარი ხელით არჩევა და დამზადება. დასწრება ჩაის მცენარის ბიოლოგიის სიმპოზიუმზე, ჩაის ქარხნების ტური, შეხვედრა და დეგუსტაცია ჩაის ექსპერტებთან. მაღაზიასა და სუპერმარკეტებში საკუთარი გამოცდებით შერჩევა კუსტარულად და კომერციულად დამზადებულ ჩაის ნაირსახეობებს შორის.

ბეიჯინგის ღირსშესანიშნაობების შემდეგ გაემგზავრებით ცენტრალურ ჩინეთში, ნავით მიაღწევთ ჩაის ბაღის კუნძულს სადაც ნახავთ იშვიათი ჯიშის ჩაის. იხილავთ ბოტანიკური ბაღის მთებზე გაშენებულ ჩაის, ფაიფურის ქარხანასა და მუზეუმებს.

შანხაის მონახულების შემდეგ მოგზაურობას დაასრულებთ ჩაიდნების ქარხანაში, კერამიკის მუზეუმებსა და სახელოსნოში, სადაც თავად შეიძლება ჩაიდნის გაკეთება.

ნახავთ შანხაის ღირსშესანიშნაობებს და საშუალება გექნებათ ისიამოვნოთ გემრიელი საკვებით მისაღებ ფასად. აგრეთვე შეგიძლიათ განიტვიტოთ ჩაის სახლ "Mid-Lake Pavillion"-ში.

ეს თორმეტდღიანი ტური სავსეა საინტერესო და ამაღლებელი გამოცდილებით. ეს შთამბეჭდავი მარშუტი აუცილებლად გაახარებს, როგორც ჩაის პროფესიონალს, ასევე დამწყებ მოყვარულს. უზრუნველყოფს უბადლო განათლებასა და განსაკუთრებულ მოგონებებს, რომელიც მთელი ცხოვრება გაგრძელდება.

იაპონიის ტური
ჩაის კულტურა 1300 წელზე მეტი ხანია, რაც იაპონიის განუყრელი ნაწილია. ბუდისტური რიტუალებიდან დაწყებული შემდგომში ელიტურ კლასებში მიღებული, დღესდღეობით ჩაი იაპონიის ყოველდღიურობის ნაწილია.

ამ თავგადასავალში თქვენ გამოცდით ულამაზეს და უმშვენიერეს ჩაის ისტორიას. იაპონიის ჩაის ექსპერტების ხელმძღვანელობით თქვენ მონახულებთ მდიდრულ სასახლეებსა და მოკრძალებულ ტაძრებს უცნაურ ისტორიულ ადგილებს და თანამედროვე ქალაქებს. მყუდრო ჩაის ბაღებსა და ხმაურიან ჩაის ქარხნებს. შესაძლებლობა გექნებათ დააგემოვნოთ ათობით ჩაის სახეობა.

ტური მოიცავს განსაკუთრებულ ადგილებს ტოკიოს იმპერატორის სასახლის პლაზა, ნარონის შთამაგონებელი ბაღები, სიძოკის ჩაის ბაღები და ქარხნები, სადაც შეგიძლიათ შეარჩიოთ ჩაი თქვენვე და დაკავდეთ სპეციალური ჩაის სმის ცერემონიით, დაესწროთ ჩაის ისტორიის ლექციებს, კულტურასა და წამოებაზე. მონახულებთ ჩაის მსოფლიო მუზეუმს. შეისწავლით **Gyokuro**-ჩაის უნიკალური დაყენების პროცესს. შეისწავლით თითქმის დაკარგული ტემომის ხელნაკეთი ჩაის ხელოვნებას. ექსკლუზიურ შეხვედრებზე გაესაუბრებით ზოგიერთ გავლენიან პირს ჩაის წარმოებაში.

კოტო არის ერთ-ერთი ყველაზე ლამაზი ქალაქი იაპონიაში, სადაც თქვენ შეიგრძნობთ ძველი დროის სულს, გაეცნობით კერამიკის დამზადების უძველეს მეთოდებს. გაჩერდებით ტრადიციულ რესტორან-**Ryokan**-ში (სასტუმრო). ისაუბრებთ **Kaiseki**-ის დახვეწილ ცერემონიაზე. მოიპოვებთ განძეულობას ნინენაკის ტრადიციული ბაზრობის ქუჩაზე.

შესაძლებლობა გექნებათ, ისეირნოთ სამედიტაციო და ძენის ბაღებიან ტაძრებში. განიტვიტოთ ტრადიციულ ჩაის სახლებში და მოიხსნათ დაძაბულობა ონსენის დამამშვიდებელ აბაზანებში. გადაიხადეთ სპეციალური ვიზიტის საფასური უძველესი იაპონური ბალის სანახავად. ჩაის პატარა ქალაქ ვაზუკაში შეხვედებით ჩაის ფერმერებს. იქ შეიძლება ჩაის მომზადებას თავად, თქვენივე ხელით და აგრეთვე გააკეთებთ "Mat-Cha"-ს ფხვნილს. საღამოს შეგიძლიათ ისიამოვნოთ ვაშმით, ბულიონი რომელშიც გამოყენებულია მოხალული მწვანე ჩაი.

რამდენიმე განსაკუთრებული ტური მოიცავს უძველესი ქალაქების და ისტორიული ღირსშესანიშნაობების მონახულებას. ორიგინალური არომატული ჩაის დაგემოვნებას, სტუმრობას ბაღებში ჩაის შემოდგომის სეზონზე. „მსოფლიოს მწვერვალზე“ შეიგრძენით სიღიადე ექსპანსიური მთების მწვერვალისა. დაესწარით ადგილობრივი მოსახლეობის ცეკვებსა და სიმღერებს, გაისეირნეთ ჩაის წარმოების ისეთ ცნობილ რაიონებში როგორცაა: დარჯილინგი, ასამი და კანგრას ველი. გაიგეთ როგორ ამოვარჩიოთ და მოვამზადოთ ჩაი. ექსკურსიები ჩაის ქარხნებში და შეიტყობთ ჩაის დეგუსტაციის ინსტრუქციებს, შეხვედრით ჩაით მოვაჭრებს, ბროკერებს და პლანტაციების მფლობელებს. მოხვედრით ჩაის აუქციონზე, აგრეთვე სემინარზე რომელიც შეეხება დარჯილინგის ჩაის ისტორიას და წარმოებას. ტურის განმავლობაში ისიამოვნებთ შესანიშნავი ბუნების პეიზაჟებით და მიიღებთ ზევრ დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას. ცნობილ ჩაის ქალაქ უძიში შეიძლება ნახოთ როგორ კეთდება "Mat Cha" და დააგემოვნოთ ახალდაყენებული სხვადასხვა სახის ჩაი. შეგიძლიათ მონაშე გახდეთ იაპონური კერამიკის ისტორიის უძველეს აგურის ქარხანაში.

იაპონელების უმეტესობამაც კი არ იცის რომ იყო და ახლაც მზადდება დაპრესილი და ფერმენტებით გამდიდრებული ჩაი. ჩვენ ვესტუმრებით სოფელს, რომელიც საუკუნეებია ამზადებს ამ იშვიათ ჩაის. სამხრეთ მდებარე კიოუმე არის

ქვეყნის მთავარი ჩაის მწარმოებელი. კუნძული აგრეთვე ცნობილია თავისი ვულკანური წარმოშობით. იამა და საგაში შეისწავლით ამ რაიონის კულტურას და სანამ ტოკიოში დაბრუნდებით ისიამოვნებთ ლექციითა და ჩაის დეგუსტაციით.

ინდოეთი

ინდოეთი მრავალფეროვნების მიწაა, თუმცა ამ ქვეყნის რომელ ნაწილშიც უნდა იმყოფებოდეთ მათ ერთი ელემენტი აერთიანებთ, ეს არის ჩაი. იგი მსოფლიოში რიგით მეორე ჩაის მწარმოებელი ქვეყანაა. ჩაის ექსპორტებისა და ავტორიტეტების ხელშეწყობით გაივლით მთელ გზას ჩაის კულტივაციიდან ფინჯნამდე, ამასთანავე აღმოაჩენთ ინდოეთის კულტურას, ტრადიციებსა და ისტორიას ამ ვრცელი ქვეყნის გავლით. და ბოლოს გაატარებთ რამდენიმე დღეს შრი-ლანკაზე, რათა შეისწავლოთ ამ შთამბეჭავი ქვეყნის არაჩვეულებრივი ჩაი.

ზოგიერთი განსაკუთრებული ტური მოიცავს უძველესი ქალაქების, მდიდრულად მოკაზმული ტაძრების, სასახლეებისა და ისტორიული ღირსშესანიშნაობების მონახულებას. დააგეგმონებთ ორიგინალ არმატულ ჩაი "მასალას". ესტუმრებით ჩაის ბაღებს შემოდგომის სეზონის პიკზე. ენვეით ვრცელ და საუცხოო მთის მწვერვალებს, მოსამენთ და იხილავთ ადგილობრივი მაცხოვრებლების მიერ შესრულებულ ტრადიციულ სიმღერებსა და ცეკვებს. ტური ასევე მოიცავს ცნობილი ჩაის მწარმოებელი ტერიტორიების, მათ შორის, დარჯელინგის, ასამის და კანგარ ველის სტუმრობას. შეიტყობთ თუ, როგორ უნდა აირჩიოთ და დაამზადოთ ჩაი. ტურში შედის ჩაის ქარხანების მონახულება და დეგუსტაციის ინსტრუქცია, შეხვედრები ჩაის მომწოდებლებთან, ბროკერებთან და მემცენარეებთან. გახდებით დამსწრე ნამდვილი ჩაის აუქციონის. გაცნობით ბაზრებს და შეუდგებით საგანძურის ძიებას. დაესწრებით სემინარს დარჯელინგის ჩაის ისტორიისა და წარმოების შესახებ. გასინჯავთ ახლად დამზადებულ დახვეწილი, რჩეული ჩაის გემოებს, ამავდროულად კი ისიამოვნებთ ასამის შესანიშნავი ნაკრძალების ბუნების პეიზაჟებით. დააგეგმონებთ ჩაის, როგორც მდიდრულ სასტუმროებში, ასევე ადგილობრივ ჩაის სახლებში.

ამაღელვებელ ხუთდღიან ტურამდე შეგიძლიათ საფარისთან ერთად ნახოთ სპილოები მშობლიურ გარემოში; ენვიით ქვეყანაში საუკეთესო ჩაის მწარმოებელ რაიონებს, სახელგანთქმულ ბაღებს და დააგეგმონებთ მათი საუკეთესო ჩაი; პრაქტიკულად შეისწავლით ჩაის შეფასებას და დეგუსტაციას; ისიამოვნებთ ელევანტური შუადღის ჩაით იმპერიულ ბრიტანულ სტილში.

ეს თოთხმეტდღიანი ტური სავსეა ამაღელვებელი და საინტერესო გამოცდილებით. კიდევ უფრო დასამახსოვრებელი იქნება ხუთდღიანი ცეილონის პრეტური. გასართობი მარშრუტი აუცილებლად გაახარებს, როგორც ახალბედებს ასევე გამოცდილ ჩაის მოყვარულებს და მთელი ცხოვრება გაყვებათ ამ ტურის სასიამოვნო მოგონებებით.

ჩაის კულტურის განვითარება საქართველოში

ჩაის კულტურის განვითარება საქართველოში მე-19 საუკუნის დასაწყისში იღებს სათავეს. მისი მასშტაბური წარმოება კი მე-20 საუკუნის 20-იან წლებში იწყება. 1899 წელს ქართული ჩაი პარიზში დიდი ოქროს მედლით დაჯილდოვდა. ქართული ჩაი მსოფლიოში ცნობილი გახდა თავისი საუკეთესო შემადგენლობით და თვისებებით. გასულ საუკუნეში საქართველო მსოფლიოში ჩაის მწარმოებელ ქვეყნებს შორის მე-5 ადგილს იკავებდა. ჩაის პლანტაციების მთლიანი ფართობი 66,0 ათას ჰექტარს შეადგენდა. ყოველწლიურად მზადდებოდა 450-500 ათასი ტონა ნედლეული. პროდუქციის ძირითადი მომხმარებელი

საბჭოთა კავშირი იყო, სადაც მოხმარებული ჩაის 87% ქართული იყო, ასევე საქსპორტოდ გადიოდა ევროპისა და აზიის ქვეყნებში.

ჩაის კულტურას საქართველოს ტენიან სუბტროპიკულ ზონაში დიდი ეკოლოგიური დატვირთვა გააჩნია. ჩაის პლანტაციები იცავენ ფერდობებს ეროზიული და მენყერული მოვლენებისგან, ამდიდრებენ და აკეთილშობილებენ ნიადაგს და მიკროკლიმატს.

უკანასკნელი 20-25 წლის მანძილზე ქვეყანაში შექმნილი მძიმე პოლიტიკური და ეკონომიკური მდგომარეობის გამო ჩაის პლანტაციების დიდი ნაწილი სტიქიურად განადგურდა. ახლოწარსულში ჩაის მწარმოებელი და ექსპორტიორი ქვეყანა გახდა იმპორტიორი, რომელიც რამდენიმე მილიონ დოლარს ხარჯავს ჩაის პროდუქციაზე საკუთარი მოსახლეობის მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად. ამ ფონზე საქართველოში ყოველწლიურად იზრდება მოთხოვნილება ადგილობრივი წარმოების ეკოლოგიურად სუფთა ჩაის პროდუქციაზე, რისთვისაც გადაუდებელ ამოცანას წარმოადგენს ფერმერულ და გლეხურ მეურნეობაში არსებული ჩაის პლანტაციების რეაბილიტაციასთან ერთად ახალი პლანტაციების გაშენება მაღალპროდუქტიული სელექციური ჯიშებითა და კლონებით.

საქართველოში ძირითადად ჩაის ჩინური სახეობებია წარმოდგენილი, მათი ვეგეტაციის ხანგრძლივობა 150-210 დღეა, ყინვაგამძლეობა -14-15°C. თუმცა თოვლის საფარის ქვეშ -20°C. ტემპერატურასაც უძლებს. სავეგეტაციო პერიოდში, მრავალწლიანი საშუალო ნალექების წლიური ჯამი 1200-1300 მმ-ის დროს, ნალექების ჯამი არა ნაკლებ 600 მმ-ს უნდა შეადგენდეს. ნიადაგის ტენიანობის ოპტიმუმი უნდა მერყეობდეს ზღვრული ტენტევალობის 80-85%-ის, ხოლო ჰაერის 70-80%-ის ფარგლებში. ჩაი სხვა კულტურებთან შედარებით, ყველაზე მეტად გამძლეა აგროკლიმატური რისკების მიმართ (ყინვა, სეტყვა, გვალვა, თოვლი და სხვა).

ჩაის არსებული პლანტაციების აღდგენა-რეაბილიტაცია საქართველოში

ჩაის პლანტაციის რეაბილიტაციის სახელმწიფო პროგრამაში, რომელიც უკვე მეორე წელია მიმდინარეობს, ჩართულია კერძო კომპანები, კოოპერატივები სამეგრელოს, გურიის, იმერეთის რეგიონებიდან. რეაბილიტაციის პროცესში გამოჩნდა ბევრი ხარვეზი და გაუთვალისწინებელი მომენტები, თუმცა პირველ ეტაპზე ჩაის პლანტაციების რეაბილიტაცია მაინც ერთჯერადი დროებითი ღონისძიებაა, რადგან ისედაც ასაკოვანი (70-80 წელი) ჩაის ბუჩქები სტადიური გაახალგაზრდავების მიუხედავად ვერ მოგცემენ ჩვენთვის სასურველ მაღალ და ხარისხიან ნედლეულს. გამოსავალი მდგომარეობს იმაში, რომ რეალურად ვიფიქროთ ჩაის ახალი პლანტაციების გაშენებაზე ისე, როგორც ამას აკეთებენ ჩაის მწარმოებელი კლასიკური ქვეყნები, სადაც ყოველწლიურად ხდება მთელი წარგაობის 2-3%-ის ამოძირკვა და ახალი პლანტაციების გაშენება მაღალპროდუქტიული ჯიშებით. ქვეყნის ინტერესებიდან გამომდინარე, ასევე ჩაის პროსუქციაზე მზარდი მოთხოვნების გამო, ფერმერულ და გლეხურ მეურნეობებში ჯერ კიდევ შემორჩენილ ჩაის პლანტაციებს სასწრაფოდ ესაჭიროება რეაბილიტაცია.

სტატისტიკური მონაცემებით ამჟამად საქართველოში ჩაის პლანტაციებს 19200 ჰა უკავია. აქედან ჩაის ფოთოლი იკრებება 2500 ჰა-დან, შეიძლება აღდგენა 7200 ჰა-ზე, ამოსაძირკვია და ახალი პლანტაციების გაშენება შეიძლება 9500 ჰა-ზე. მიტოვებული ჩაის პლანტაციების აღდგენა-რეაბილიტაციის კომპლექსურ ღონისძიებებს შორის ძირითადი ფუნქცია სარეველებისგან განმწენა და ბუჩქების გასხვლა-ფორმირების საკითხებს მიეკუთვნება. მცენარის მიერ გასხვლის შედეგად დაკარგული ვეგეტატიური

ნაწილების აღდგენა - რეგერაცია კი მეტად რთული ბიოლოგიური პროცესია და იგი არ შეიძლება განვიხილოთ მცენარის ასაკობრივი მდგომარეობისა და სხვა თანმხლებ ეკოლოგიურ ფაქტორთა გათვალისწინების გარეშე. საყოველთაოდ ცნობილი ფაქტია, რომ ონტოგენიზის პირველ ეტაპზე ცოცხალი მცენარე და მათ შორის ჩაის კულტურა უკეთ იტანს გასხვლის მძიმე სახეებს, მაგრამ როდესაც ბუჩქი ციკლური დაბერების მეორე მესამე სტადიაშია (70-80 წელი), ამ შემთხვევაში მძიმე გასხვლის სახეების გამოყენება გარკვეულ რისკებთანაა დაკავშირებული. მიტოვებული ჩაის პლანტაციები წინასწარ საჭიროებენ დეტალურ შესწავლა-გამოკვლევას.

ჩაის ტურები საქართველოში

ჩაის ტურები საქართველოში ჩვენი ქვეყნისთვის ერთი დიდი ნაბიჯი იქნება როგორც ტურისტული, ისე შიდა პროდუქციის წარმოების ერთ-ერთი უნიკალური საშუალება. პირველ რიგში ჩაის პლანტაციების ხელახალი გაშენებით უნდა დაიწყოს, რადგან 70-80 წლის ბუჩქების რეაბილიტაციით იმ ხარისხს მაინც ვერ მივიღებთ რისკენაც ჩვენ მივისწავფით. მართალია ისეთი მასშტაბით შესაძლოა ვერ მოხერხდეს ჩაის ტურიზმის განვითარება საქართველოში, როგორც ჩინეთში, იაპონიაში, ინდოეთსა და შრილანკაზეა მაგრამ ჩვენ შეგვიძლია ვიპოვოთ გზა თუ როგორ გავუწიოთ კონკურენცია ჩაის წარმოების მხრივ გიგანტ ქვეყნებს.

ჩვენ არ გვაქვს ისეთი ძველი ჩაის კულტურა როგორც ჩინეთს და არ შეგვიძლია ტურისტს ვაჩვენოთ ის სასახლე სადაც ჩვენი მეფეები ჩაით ხელში მართავდნენ ქვეყანას. მაგრამ ჩვენ შეგვიძლია შევქმნათ ისეთი ჩაის სახლები განსაკუთრებულ ადგილებში სადაც ნებისმიერი ტურისტი იოცნებებდა ჩაის დალევას. საქართველოში შეგვიძლია ჩაის პლანტაციების აღდგენასთან ერთად განსაკუთრებული სილამაზის ადგილებში ავაშენოთ ჩაის სახლები ან ჩაის კოტეჯები სადაც ტურისტი შეძლებს მშვიდ გარემოში განსაკუთრებული ხედებით მოცულ ადგილას გემრიელი ჩაის დალევას. ტურისტებს გავაცნოთ საქართველოს კულტურა, როგორც ეს იაპონიის, ჩინეთის და ინდოეთის ტურებშია, ქართული სიმღერა, ქართული ცეკვა. გარკვეულმა ჯგუფმა სხვადასხვა ჩაის ქვეყნებში შეისწავლოს ჩაის მომზადების სხვადასხვა ტრადიციები და ტექნოლოგიები, რომელიც შემდეგ საშუალებას მოგვცემს ტურისტებს მივართვათ და შევასწავლოთ ამა თუ იმ ტრადიციით მომზადებული ჩაი. ასევე განსაკუთრებით დიდ ინტერესს და ჩაის ხარისხის მუდმივ მატებას გამოიწვევდა თუ ჩატარდებოდა ჩაის კონკურსები და გამოვლინდებოდნენ გამარჯვებული ჩაის პლანტაციების მფლობელები, ჩაის მწარმოებლები და ასევე დამწყები მეჩაიეები, რომელთათვისაც ეს ერთგვარი სტიმული იქნებოდა. კონკურსზე მონაწილე იქნებოდნენ მსოფლიოს ჩაის ექსპერტები რომლებიც გამოავლენდნენ გამარჯვებულებს სხვადასხვა ნომინაციებში. ეს ასევე გამოიწვევდა ქართული ჩაის მნიშვნელობის რეკლამირებას მსოფლიოში. იმდენად მამუტაბური და დიდი ჩემპიონატები უნდა ჩატარდეს, რომ საქართველოს ფარგლებს გარეთ გავიდეს მისი არსებობის შესახებ. ამ შემთხვევაში ვერასდროს შეძლებენ პლანტაციების მფლობელები თუ ჩაის ქარხნები რომ პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესებაზე არ იზრუნონ. რაც განაპირობებს იმას, რომ ქართული ჩაი გახდება მოთხოვნადი და ჩაის ტურები საქართველოში ასევე მიმზიდველი იქნება ნებისმიერი ჩაის მოყვარული ტურისტისათვის.

საქართველოში ჩაი 4 რეგიონში მოდის: სამეგრელოში, გურიაში, აჭარასა და იმერეთში. ამ ეტაპზე ყველაზე დიდი პოპულარობით სარგებლობს სამეგრელოში, კერძოდ ნალენჯიხაში წარმოებული ჩაი. აქ ხდება ჩაის ჩინური მეთოდით გადამამუშავება თანამედროვე ქარხანაში და შემდეგ გადის ექსპორტზე ჩინეთში. როგორც ჭეძანის ქარხნის ბიოტექნოლოგიური კომპანიის დამფუძნებელი ჭან ვან ხუ ამბობს იგეგმება ქართულ ჩაიზე დიდი პროექტები, სადაც დიდი ინვესტიციები განხორციელდება.

ამ ეტაპზე ყველაზე ხელსაყრელი ჩაის ტურიზმის განვითარებისთვის სამეგრელო - ზემო სვანეთის რეგიონია სადაც ეს პროექტი ხორციელდება. ნაშრომზე შემდგომი მუშაობისას ასევე განვიხილავთ ჩაი ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობას იმერეთის, გურიისა და აჭარის რეგიონებში.

გამოყენებული მასალა:

- <https://www.worldteatours.com/>
- <http://srca.gov.ge/files/%E1%83%A9%E1%83%90%E1%83%98.pdf>
- http://www.geo-tea.ge/page_40_89492.html



ინოვაციური მობილური აპლიკაცია „MaPlace“

ავტორი: მარიამი ტყეშელაშვილი
თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია
ხელმძღვანელი: მედეა აბულაძე

რა არის პირველი კითხვა, რომელიც ადამიანს უცხო ქვეყანაში ჩასვლისას უჩნდება? ალბათ – „სად წავიდე?“ ან „რა ვნახო?“. დღესდღეობით ის ფაქტი, რომ საქართველოს ტურიზმის ნებისმიერ სფეროში დიდი პოტენციალი აქვს, უდავოა. ჩვენი ქვეყანა ყველა მიმართულებით საინტერესოა



დამთვალიერებლისათვის, იქნება ეს ისტორია, არქიტექტურა, ხელოვნება, ბუნება, გასტრონომია, მკურნალობა თუ უბრალოდ განტვირთვა.

ყოველწლიური კვლევები აჩვენებს, რომ საქართველოში ტურისტების რაოდენობა ყოველწლიურად იზრდება. ვიზიტორთა მზარდი რიცხვის ფონზე, მიმაჩნია, რომ ჩვენც მაქსიმალურად უნდა ვეცადოთ მათთვის სრულყოფილი, მრავალფეროვანი სერვისების შეთავაზებას. მოგზაურობისას ნებისმიერი ჩვენგანი ცდილობს მცირე დროში მაქსიმალურად ბევრი, საინტერესო და განსაკუთრებული რამ მოინახულოს. ამასთანავე თითოეული ადამიანის მოთხოვნები, ინტერესები და გემოვნება განსხვავდება ერთმანეთისაგან და უცხო ქალაქში ჩასვლისას ყველას თავისი ინდივიდუალური მოლოდინი აქვს, რა უნდა გააკეთოს და რა უნდა მოინახულოს. მიუხედავად ყველაფრისა, დაბრუნებისას ისეთი შეგრძნებაა, რომ რაღაც გამოგრჩა, შეგეძლო კიდევ უფრო ბევრი მოგესწრო... და ა. შ. როგორ უნდა იპოვო უცხო ქალაქში შენთვის სასურველი ადგილი თუ ღონისძიება? სწორედ ასეთი პრობლემების მარტივად გადაჭრა შეუძლია აპლიკაციას – MaPlace, რომელიც მომხმარებლის პერსონალური რუკა იქნება.

ჩემი იდეა ისეთი პლატფორმის შექმნა, რომლის მეშვეობითაც თავისუფალი დროის დაგეგმვა და ქალაქის რესურსების მაქსიმალურად გამოყენება იქნება შესაძლებელი. სწორად ხდება ისე, რომ ჩვენთვის საინტერესო ღონისძიების შესახებ გვიან ვიგებთ ან გვაქვს თავისუფალი დრო, რომლის გამოყენებაც გვინდა ჩვენი ინტერესების შესაბამისად. მობილური აპლიკაციაში განთავსებული იქნება ქალაქის რუკა. ავტორიზაციისას მომხმარებელს შეეძლება ნინასნარ განსაზღვრული კატეგორიებიდან (მაგალითად: ხელოვნება, მუსიკა, სპორტი, გამოფენები, ღამის ცხოვრება, განათლება, ფასდაკლებები, შოპინგი, ჯანმრთელობა და სხვ.) აირჩიოს მისთვის საჭირო და საინტერესო ქვეკატეგორიები. ინტერესების შევსების შემდეგ მომხმარებლის პერსონალურ რუკაზე ავტომატურად აღინიშნება ყველა ის ობიექტი და ღონისძიება, რომელიც პასუხობს და შეესაბამება მის მოთხოვნებს. რუკა იქნება მუდმივად განახლებადი, რაც მომხმარებელს შესაძლებლობას მისცემს ყოველთვის იყოს მისთვის საინტერესო მოვლენების ეპიცენტრში.

როგორ იმუშავებს აპლიკაცია?

აპლიკაცია ორენოვანი – ქართული და ინგლისური იქნება. სასურველ ენას, აპლიკაციის გახსნისას მომხმარებელი თავად აირჩევს. ენის არჩევის შემდეგ აპლიკაციის გამოსაყენებლად საჭირო იქნება რეგისტრაცია.



ძირითადი პირადი ინფორმაციის (სახელი, გვარი, დაბადების თარიღი, საცხოვრებელი ადგილი) შეყვანის შემდეგ მომხმარებელი დაინყებს საკუთარი გვერდის, ანუ პერსონალური რუკის აწყობას. ამისათვის პირველ რიგში ის აირჩევს მისთვის საინტერესო კატეგორიებსა და ქვეკატეგორიებს. მაგალითად მუსიკა, ხელოვნება, ღამის ცხოვრება, შოპინგი, სპორტი და ა.შ.



ეკრანზე გამოტანილ ინტერესებში თქვენ ირჩევთ სასურველ კატეგორიას, ხოლო თუ უფრო დანერჩილებით გასურთ მიუთითოთ თქვენი ინტერესის სფეროები გადახვალთ ქვეკატეგორიებში. მაგალითისათვის ზემოთ ნაჩვენებ ილუსტრაციაზე გამოსახულია ინტერესების კატეგორიები, ხოლო შემდეგ ერთ-ერთი, მუსიკის ქვეკატეგორიები. ეს თითოეულ მომხმარებელს საშუალებას მისცემს მაქსიმალურად ზუსტად ასახოს საკუთარი ინტერესის სფეროები.

ინტერესების არჩევის შემდეგ აპლიკაცია შექმნის თქვენს პერსონალურ რუკას (თქვენი ლოკაციის მიხედვით, მაგალითად თუ თქვენ თბილისში იმყოფებით, ჩაიტვირთება თბილისის რუკა, თუმცა თქვენ სურვილისამებრ შეგეძლება ლოკაციის შეცვლა და სხვადასხვა ქალაქის აქტივობების ნახვა.) პერსონალურ რუკაზე დატანილი იქნება ყველა ის ღონისძიება, აქცია თუ უბრალოდ ადგილი, რომელიც თქვენს მიერ არჩეულ ინტერესებს უკავშირდება. უფრო მეტი სიმარტივისათვის ლოკაციის აღმნიშვნელი სიმბოლოს შესაბამისი ინტერესის კატეგორიის ფერი ექნება.



სასურველ პინზე თითის შეხებით, ეკრანზე პატარა ფანჯარა გამოვა, რომელშიც შესაბამისი ღონისძიების მოკლე აღწერა იქნება, უფრო მეტი ინფორმაციის სანახად კი აპლიკაცია ცალკე გვერდზე გადაგიყვანთ.

თქვენი ინტერესების რედაქტირება მთავარ მენიუში დაბრუნებით ნებისმიერ დროს შეგიძლება.

ლონისძიების განთავსება

ინფორმაციის განთავსებისთვის ორგანიზატორები დარეკავენ ცხელ ხაზზე, მოგვანვდიან მათ მიერ დაგეგმილი ლონისძიების ზუსტ ადგილას, გაივლიან მოდერაციას და ამის შემდეგ მათი ლონისძიება აიტვირთება რუკაზე.

კონკურენტები

მობილურ აპლიკაცია **maplace**–ს თავისი კონცეფციითა და შინაარსით საქართველოს ბაზარზე კონკურენტი არ ჰყავს. ინტერნეტ სივრცეში არსებობს სხვადასხვა აპლიკაცია, რომლებიც გვანვდიან ინფორმაციებს მომავალი ლონისძიებებისა თუ ცალკეული ადგილების შესახებ, მაგრამ მთავარი განსხვავება ის არის რომ **maplace**–ი მომხმარებლის პირადი, პერსონალური რუკაა, რომელიც ინტერესების არჩევის შემდეგ, ფილტრავს ინფორმაციას თავად გვთავაზობს მხოლოდ იმ ადგილებს რომლებიც ჩვენთვის საინტერესოა.

შემოსავალი

თავდაპირველად, აპლიკაციაში ლონისძიების განთავსება უფასო იქნება, თუმცა გარკვეული პერიოდის შემდეგ, გახდება ფასიანი, თუმცა ფასი არ იქნება მაღალი და დამოკიდებული იქნება ლონისძიების მასშტაბებზე.

შემოსავლის წყარო ასევე იქნება სხვადასხვა რეკლამა, რომელიც განთავსდება აპლიკაციაში.

აპლიკაცია არა მხოლოდ ტურისტებისთვის, არამედ ადგილობრივებისთვისაც სასარგებლო იქნება, რადგან ნებისმიერს ექნება საშუალება მარტივად განათავსოს თავისი ლონისძიებები (მაგ. ღვინის დეგუსტაცია, გამოფენა ან უბრალოდ წვეულება) რუკაზე შესაბამის კატეგორიაში (ხელოვნება, მუსიკა, გასტრონომია და ა.შ) და ყოველგვარი რეკლამის გარეშე, პირდაპირ მიაწვდინოს ხმა თავის სამიზნე ჯგუფს.

აპლიკაციის სახელსაც თავისი სიმბოლური დატივრთვა აქვს **Maplace**, სადაც **map** ნიშნავს რუკას, **place** ადგილს, ხოლო გამოთქმა „მა ფლეის“ ითარგმნება როგორც „ჩემი ადგილი“. აპლიკაციის დანიშნულებაც სწორედ ის არის, რომ ნებისმიერმა ადამიანმა, უცნობ რუკაზე თავისი ადგილი მარტივად, ყოველგვარი ზედმეტი ძეხვის გარეშე იპოვოს.



ქართული ფირმების მონაწილეობა ღვინის ფესტივალებში, გამოფენებსა და კონკურსებში და მისი მნიშვნელობა ღვინის ტურისტული პროდუქტის შექმნასა და განვითარებისათვის

ავტორი: სოფიკო ქოქუაშვილი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: ინეზა ვანაძე

რეზიუმე. ღვინის ფესტივალი, გამოფენა და კონკურსი ბიზნესლონისძიებებია, რომლებიც მიზნად ისახავენ ღვინის პოპულარიზაციისა და ცნობადობის ამაღლებას. ისინი წარმოადგენენ ერთი მხრივ, ბაზრის კვლევისა და ღვინოზე მოთხოვნის შესწავლის, ხოლო მეორეს მხრივ, ღვინის ტურისტების განვითარების ეფექტურ საშუალებებს. ჩვენი მთავარი მიზანია გაგაცნოთ, თუ რა ღონისძიებები ჩატარდა, რომელშიც საქართველომ მიიღო მონაწილეობა და რა გავლენის მოხდენა შეუძლია აღნიშნულს ღვინის ტურიზმის განვითარებაზე. ღვინის ტურიზმი უნდა განვიხილოთ როგორც ეკონომიკური სისტემა, რომელსაც შეუძლია შექმნას სამუშაო ადგილები, დამატებითი შემოსავლები ადგილობრივებისთვის, რაც საქართველოსთვის უმნიშველოვანესი საკითხია. ასევე შესაძლებელია წახალისოს ტურიზმის სხვა ფორმებიც რეგიონში, რაც ხელს შეუწყობს ეკონომიკის განვითარებას.

შესავალი. საქართველო თავისი ბუნებრივ-კულტურული რესურსებით ერთ-ერთი უნიკალური ქვეყანაა ტურიზმის, მათ შორის ახალი მიმართულების ღვინის ტურიზმის განვითარებისათვის. ღვინის ტურიზმი მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთი სწრაფმზარდი და საინტერესო მიმართულებაა, რომელსაც დამატებითი ღირებულების შექმნის და ქვეყნის რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების საშუალებად მიიჩნევენ. ღვინოს ბევრი ქვეყანა აწარმოებს, მაგრამ მსოფლიოში არსებობენ ღვინოები, რომელთა გამო ნამდვილად ღირს ერთი კიდიდან მეორეში მისვლა. ამან განაპირობა ღვინის ტურიზმის ფართოდ გავრცელება. ღვინის ტურიზმის მექანიზმი მარტივია. იგი ითვალისწინებს ღვინის დაგემოვნებას სწორედ იმ ადგილებში სადაც ის დაიწურა და დაღვინდა. ღვინის ფესტივალი, გამოფენა და კონკურსი ბიზნესლონისძიებებია, რომლებიც მიზნად ისახავენ ღვინის პოპულარიზაციისა და ცნობადობის ამაღლებას. ისინი წარმოადგენენ ერთი მხრივ, ბაზრის კვლევისა და ღვინოზე მოთხოვნის შესწავლის, ხოლო მეორეს მხრივ, ღვინის ტურისტების განვითარების ეფექტურ საშუალებებს.

ექსპორტი. ღვინის ექსპორტის ზრდის კუთხით, 2018 წელი პოზიტიურად დაიწყო. ექსპორტის ზრდა, იანვრის თვის მონაცემების ანალოგიურად, შენარჩუნებულია თებერვლის თვის მდგომარეობით. გარემოსა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სსიპ ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით, 2018 წლის იანვარში, საქართველოდან, მსოფლიოს 24 ქვეყანაში 5,12 მლნ ბოთლის (0,75 ლ) ექსპორტი განხორციელდა, რაც 18%-ით აღემატება 2017 წლის ამავე პერიოდის მაჩვენებელს. სულ ექსპორტირებულია 11,4 მლნ-მდე აშშ დოლარის ღირებულების ღვინო, ზრდამ გასული წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 31% შეადგინა.

ექსპორტის მატება აღსანიშნავია შემდეგ ქვეყნებში: ყაზახეთი – 108% (220 776), ჰონგ-კონგი 100% (15 486), იაპონია – 95% (26 892), ლატვია – 90% (116 226), უკრაინა – 55%(624 030), რუსეთი – 24% (3 534 780), პოლონეთი – 13% (177 018), ისრაელი – 12% (19 680), ნიდერლანდები – 39% (2 248) და სხვა.

ექსპორტიორი ქვეყნების პირველი ხუთეულია: რუსეთი (3 534 780), უკრაინა (624 030), ჩინეთი (250 238), ყაზახეთი (220 776) და პოლონეთი (177 018).

წლის დასაწყისში სხვადასხვა მოცულობის ღვინის ექსპორტი 70-მდე კომპანიამ განახორციელა. ამასთან, იანვარში ექსპორტირებულია 1,06 მლნ ბოთლი (0,5 ლ) ბრენდი და 8,2 ათასი ბოთლი (0,5 ლ) ჭაჭა.

ქართული ღვინოები საერთაშორისო გამოფენაზე
საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მხარდაჭერით, გამოფენაზე ქართული სტენდია წარმოდგენილი, სადაც ქართული კომპანიები საკუთარ პროდუქციას - ღვინო, ჭაჭა, ლუდი, ლიმონათი, წვენი, ჩაი, ჩურჩხელა, გოზინაყი, ტყლაპი, ტყემალი, ჯემი, თხილი - წარადგენენ. ბერლინის საერთაშორისო გამოფენაზე ასევე წარმოდგენილია ქართული სამზარეულო ტრადიციული კერძებით - ხაჭაპური, ჭვჭვჭარი, ფხალი და ა.შ. გამოფენის სტუმრებს ქართულ შემოქმედებას და მრავალმხიან ფოლკლორულ სიმღერებს ანსამბლი „შვიდაცა“ გააცნობს.

Gruene Woche 2016-ზე საკუთარი პროდუქცია წარადგინეს ქართულმა კომპანიებმა: „ქიერიონი“, „ჩელი“, „ტიბანელი“, „ბადაგონი“, „მილდინი“, „კორპორაცია ქინძმარაული“, „შურხმან ვაინსი“, „კახური“, „კულა“, „ლივო“, „გეოპაუსი“, „მაკოვსკი რუსა“. გამოფენაში მონაწილეობას იღებდნენ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და ტურისტული კომპანიებიც.

ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების ხელმოწერის შემდეგ, ქართული პროდუქციის პოპულარიზაციას საერთაშორისო ბაზრებზე განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. ბერლინის საერთაშორისო გამოფენა კი, სოფლის მეურნეობის მიმართულებით მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე მასშტაბური და პრესტიჟულია. **Gruene Woche 2016-**ში 65 ქვეყნის 1600-მდე კომპანია მონაწილეობდა. გამოფენის ვიზიტორთა რაოდენობა 400 000-ს აღემატებოდა და მათი რიცხვი ყოველწლიურად იზრდება.

საფრანგეთის რამდენიმე ქალაქში ღვინის პროფესიონალები, მედიისა და ბიზნესის წარმომადგენლები ქვეყნის ღვინოსა და ქართული ღვინის კულტურას გაეცნენ. ღვინის ეროვნული სააგენტოს მხარდაჭერით, ქვეყნის ღვინის მწარმოებლები მონაწილეობდნენ ბუნებრივი ღვინოების გამოფენაში - ქალაქ ანჟეში „Les Penitentes“-ში და ქალაქ სომურში „La Dive Bouteille“-ში. ღვინის პროფესიონალებს, მოყვარულებს, მედიისა და ბიზნესის წარმომადგენლებს შესაძლებლობა ჰქონდათ დაგემოვნებინათ შემდეგი მწარმოებლების ღვინოები: „იაგოს ღვინო“, „ხობის ცრემლები“, „რამაზ ნიკოლაძის მარანი“, „ოქროს ღვინო“, „მეღვინეობა ნიკი ანთაძე“, „ნათენაძის ღვინის მარანი“ და „მარიამ იოსების ღვინო“. გამოფენა ტრადიციულად ცქრიალა ღვინოების მწარმოებელი კომპანიის Ackerman ისტორიული გვირაბში ჩატარდა. ორდღიან გამოფენაში მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის ასობით მეღვინე მონაწილეობდა. მსგავს ღონისძიებებში ქართული ღვინის წარდგენით იზრდება შესაძლებლობა, რომ საქართველო სულ უფრო მეტმა ადამიანმა გაიცნოს როგორც ღვინის მწარმოებელი ქვეყანა. ამ გამოფენებზე ქართულ ღვინოს არა მარტო ფრანგები, ასევე სხვა ქვეყნების წარმომადგენლებიც ეცნობიან, ამიტომ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ქართული ღვინის პრომოციას და მის მაქსიმალურად წარმოდგენას ყველა მსგავს გამოფენაზე. საფრანგეთში ღვინის წარდგენით, ქართული ქვეყნის ღვინო ცნობილი ხდება ფაქტობრივად მსოფლიოს ყველა მნიშვნელოვან ბაზარზე.

ბოსტონში გამართულ ღვინისა და სპირტიანი სასმელების მასშტაბურ საერთაშორისო გამოფენაში "Boston Wine Expo", ღვინის ეროვნული სააგენტოს მხარდაჭერით, ქართული ღვინის მწარმოებელი 18 კომპანია მონაწილეობდა. "Boston Wine Expo" წელს 26-ედ ჩატარდა და მას ტრადიციულად ათასობით სტუმარი - ღვინის იმპორტიორი, დისტრიბუტორი, სომელიე და მედიის წარმომადგენელი სტუმრობდა. გამოფენაზე მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნიდან ათასობით დასახელების ღვინო იყო წარმოდგენილი. ქართულმა სტენდმა გამოფენის სტუმრების დიდი ინტერესი და მოწონება დაიმსახურა. ამასთან ერთად, ღვინის ეროვნული სააგენტოსა და მარკეტინგული კომპანია "Marqenergy"-ს ერთობლივი ორგანიზებით, ნიუ-იორკში "ქართული ღვინის დღე" მოეწყო, სადაც წარმოდგენილი იყო 20-მდე ქართული ღვინის მწარმოებელი კომპანიის 40 დასახელების როგორც ქვევრის, ისე კლასიკური მეთოდით დაყენებული ღვინოები. ღვინის დღის ფარგლებში გაიმართა ორი დეგუსტაცია-სემინარი - პირველი ღვინის იმპორტიორებისა და მეორე - ღვინის დამფასებლებისა და მოყვარულებისათვის.

იაპონიის დედაქალაქ ტოკიოში საერთაშორისო გამოფენა „Wine and Gourmet Japan 2017“ გაიმართა, სადაც ღვინის ეროვნული სააგენტოს ორგანიზებით და იაპონიაში საქართველოს საელჩოს მხარდაჭერით, 14 ქართული ღვინის კომპანია იყო წარმოდგენილი. ქართული ღვინის იმპორტი წლიდან წლამდე 15-20%-ით იზრდება. იაპონიის ბაზარს ყოველწლიურად მინიმუმ სამი იმპორტიორი კომპანია ემატება, რომელსაც ქართული ღვინო შემოაქვს, მომავალში საქართველოდან იაპონიაში ღვინის ექსპორტი კიდევ უფრო გაიზრდება. ქართული ღვინო, განსაკუთრებით ქვევრის ღვინო, ძალიან კარგად ეხამება იაპონურ სამზარეულოს, რაც ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

ჩინეთში, სიჩუანის პროვინციის ქალაქ ჩენგდუში ღვინისა და საკვების საერთაშორისო გამოფენა - The 96th China Food & Drinks Fair გაიმართა, რომელშიც ღვინის ეროვნული სააგენტოს ხელშეწყობით, ქართული ღვინის მწარმოებელი 27 კომპანია მონაწილეობდა. გამოფენაზე ქართულმა ღვინომ დიდი მოწონება დაიმსახურა. ქართული ღვინის კომპანიების წარმომადგენლებმა შეხვედრები გამართეს როგორც უკვე არსებულ პარტნიორებთან, ასევე პოტენციურ იმპორტიორებთან. გამოფენის მიმდინარეობის დროს გაფორმდა ახალი საპარტნიორო ხელშეკრულებები. აღნიშნული გამოფენა ტარდება 1955 წლიდან და მიჩნეულია უმნიშვნელოვანეს გამოფენად ჩინეთში. ის არის საუკეთესო შესაძლებლობა, რომ ქართული ღვინო უფრო ცნობადი და პოპულარული გახდეს სამხრეთ აღმოსავლეთ აზიის ბაზარზე.

ლონდონის საერთაშორისო გამოფენაში „London Wine Fair 2017“, რომელიც 22-24 მაისს საგამოფენო ცენტრ „Kensington Olympia“-ში გაიმართა, ქართული ღვინის მწარმოებელი 17 კომპანია მონაწილეობდა. აღნიშნული გამოფენა არის ერთ - ერთი წარმატებული გამოფენა დიდ ბრიტანეთში, რომელიც ღვინის ინდუსტრიაში მოღვაწე უამრავ ვიზიტორს იზიდავს. გამოფენას ესწრებიან იმპორტიორები, დისტრიბუტორები, რესტორნებისა და ბარების მფლობელები, ბლოგერები და მედიის წარმომადგენლები. გამოფენაში მონაწილეობა არის უნიკალური შანსი ქართული ღვინის მწარმოებელი კომპანიებისთვის, რომ წარუდგინონ საკუთარი პროდუქცია ევროპელ მომხმარებელს, რაც ხელს უწყობს ქართული ღვინის ექსპორტის ზრდას და ბაზარზე ლოიალურობის დამკვიდრებას. მონაწილეობას იღებდა შემდეგი 17 ქართული კომპანია: „კახეთის ტრადიციული მეღვინეობა“, „ქინძმარაული მარანი“, „Georgian Wine Hospitality Investment“, „თბილღვინო“, „CAP-Georgia“, „კახური ღვინის მარანი“, „ასკანელი ძმები“, „შუმი“, „მეღვინეობა ხარება“, „დეგლაძეების ღვინის კომპანია“, „მილდინი/ ნინანდლის ძველი მარანი“, „მათრობელა ღვინოები“, „გიუანი“, „ვაზიანი კომპანი“, „ტყუპების ღვინისმარანი“, „მარნისკარი“ და „ჯიმშერი“.

ბორდოში, ღვინის მსოფლიო ცივილიზაციის ცენტრის

შესასვლელში ქვევრი დაიდა
საფრანგეთის ქალაქ ბორდოში, ღვინის ცივილიზაციის მსოფლიო ცენტრში გამოფენა „საქართველო - ღვინის აკვანი“ ქართულ ფოლკლორულ ანსამბლ „ბასიანის“ საზეიმო კონცერტით დასრულდა, სადაც ამავე პროექტის ფარგლებში გადამღებული დოკუმენტური ფილმის „საქართველო - ღვინის აკვანი“ პრემიერაც გაიმართა. კონცერტის დასასრულს სტუმრებისთვის ქართული ღვინის დეგუსტაცია გაიმართა.

გამოფენამ ათეულ ათასობით სტუმარს მისცა შესაძლებლობა დაეგემოვნებინა ქართული ღვინოები და გაცნობოდა წარმოდგენილ ექსპონატებს, რომლებიც ადასტურებს რომ საქართველო უძველესი მეღვინეობის კერაა. გამოფენა „საქართველო - ღვინის აკვანი“ 2017 წლის 31 ივლისს გაიხსნა. 14 სექტემბერს ცენტრის შესასვლელში მუდმივ ექსპოზიციად ქართული ქვევრიც დაიდგა იმის აღსანიშნავად, რომ „იუნესკომ“ 2013 წელს ქვევრში ღვინის დაყენების ქართული ტრადიციული მეთოდი მსოფლიო არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა ნუსხაში შეიყვანა.

ამერიკელი ღვინის მაგისტრი ლიზა გრანიკი ქართულ ღვინოზე ნიგნს წერს

ცნობილი ღვინის პროფესიონალი საქართველოში იმყოფება და ქვეყნის სხვადასხვა კუთხეში საოჯახო ტიპის მარნებსა და ღვინის საწარმოებს სტუმრობს. ვიზიტის ფარგლებში ლიზა გრანიკი ეწვია კახეთს, იმერეთს, გურიას, სამცხე-ჯავახეთს, ქართლს, ასევე აგრარული უნივერსიტეტის მეღვინეობა-მევენახეობის ფაკულტეტს, გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სამეცნიერო-კვლევითი ცენტრის ჯილაურას ექსპერიმენტულ ბაზაზე გაშენებულ ვენახს.

საქართველოს სხვა კუთხეებთან ერთად ლიზა გრანიკი შიდა ქართლს, კერძოდ ატენის ხეობას ესტუმრა, დაათვალიერა რამდენიმე საოჯახო მარანი და დააგემოვნა ადგილობრივი ღვინოები „თავკვერი“, „ატენური“, „ჩინური“, „გორული მწვანე“ და სხვა.

ლიზა გრანიკის თქმით, იმისათვის, რომ ქართული მეღვინეობის უდიდესი პოტენციალის შესახებ მსოფლიოს საზოგადოებამ მაქსიმალურად მეტი ინფორმაცია მიიღოს, აუცილებელია ბევრი ინგლისურენოვანი ნაშრომის მომზადება და წიგნებად გამოცემა.

ამერიკელი მწერლის მიერ ქართულ ღვინოზე დაწერილი წიგნი საუკეთესოდ აღიარეს. ცნობილი ამერიკელი ღვინის მწერლის, ელის ფეირინგის ქართული ღვინის კულტურაზე დაწერილმა წიგნმა „ღვინის სიყვარულისთვის: მოგზაურობა მსოფლიოს უძველეს ღვინის კულტურაში“ გურმანების სამზარეულო წიგნების მსოფლიო დაჯილდოების ნომინაციაში - „ღვინოზე დაწერილი წლის საუკეთესო წიგნი“ - გაიმარჯვა. ფეირინგის წიგნის პრეზენტაცია ნიუ-იორკში მიმდინარე წლის ნოემბერში, ბუნებრივი ღვინოების საერთაშორისო გამოფენა RAW New York-ის ფარგლებში გაიმართა და ღვინის პროფესიონალების დიდი ინტერესი დაიმსახურა.

ღვინის ეროვნული სააგენტო
ღვინის ეროვნული სააგენტო სოფლის მეურნეობის სამინისტროს დაქვემდებარებაშია და მისი საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები ბიუჯეტის კანონითაა განსაზღვრული. ღვინის ეროვნული სააგენტო განსაკუთრებით ზრუნავს ქართული ღვინის პოპულარიზაციაზე მსოფლიო მასშტაბით და მისი ხელშეწყობის მიზნით სხვადასხვა ღონისძიებას ახორციელებს. ქართული ღვინის გაცნობისა და პოპულარიზაციის მიზნით, 2017 წელს 200-მდე ღონისძიება გაიმართა - ღვინის გამოფენები, კონკურსები, დეგუსტაციები, პრეზენტაციები. ქართული ღვინო წარმოდგენილი იყო ყველა მნიშვნელოვან ღონისძიებაზე მსოფლიო მასშტაბით. ქართული ღვინო წელს 20-მდე პროფესიონალურ საერთაშორისო გამოფენაში მონაწილეობდა.

განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იყო ქართული ღვინის კულტურის გამოფენა ბორდოში, ღვინის ცივილიზაციის ცენტრში, რომელმაც რამდენიმე თვეს გასტანა. გაფართოვდა იმ ქვეყანათა ჩამონათვალი, სადაც უფრო მეტად იზრდება ქართული ღვინოზე მოთხოვნა. ქართული ღვინის ხარისხის ზრდასა და მის სულ უფრო მეტ პოპულარიზაციაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს კანონმდებლობაც. „ვაზისა და ღვინის შესახებ კანონი“ ნელს თითქმის სრულად განახლდა და სააგენტო იმედოვნებს, რომ კანონის მოთხოვნების შესრულება უდავოდ შეუწყობს ხელს ზოგადად ექსპორტის ზრდას.

კონკურსები

სხვადასხვა დასახელების შვიდმა ქართულმა ღვინომ იაპონიაში, „საკურას“ კონკურსში უმაღლესი ჯილდოები მოიპოვა:

ჯილდოს მფლობელი ღვინოების ჩამონათვალი ასე გამოიყურება: „ორმაგი ოქრო“ – „ქისი 2016“, კორპორაცია ქინძმარაული; „ოქრო“ – „მწვანე 2016“, „მელვინეობა ვაზიანის“ ხაზი „მაყაშვილის ღვინის მარანი“; „ოქრო“ – „მწვანე 2015“, შალაურის ღვინის მარანი; „ვერცხლი“ – „საფერავი როზე 2015“, კორპორაცია ქინძმარაული; „ვერცხლი“ – „საფერავი 2016“, „მელვინეობა ვაზიანის“ ხაზი „მაყაშვილის ღვინის მარანი“; „ვერცხლი“ – „რქანითელი მწვანე 2014“, შალაურის ღვინის მარანი; „ვერცხლი“ – „ქისი 2016“, „მელვინეობა ვაზიანი“.

საერთაშორისო კონკურსი „საკურა“ (The 5rd “Sakura” Japan Women’s Wine Awards 2018) მასშტაბური ღონისძიებაა მასში 33 ქვეყნის ოთხი ათსაზე მეტი სხვადასხვა დასახელების ღვინო იყო წარმოდგენილი. კონკურსის ფიურე დაკომპლექტებულია იაპონიაში ღვინის სფეროში მოღვაწე ქალბატონებით – სომელებით, ღვინის მწერლებითა და ჟურნალისტებით. მსგავს პრესტიჟულ კონკურსებში გამარჯვება ხელს შეუწყობს როგორც კონკრეტული კომპანიის, ასევე ზოგადად ქართული ღვინის ცნობადობის გაზრდას, პოპულარიზაციასა და დამკვიდრებას იაპონიის მნიშვნელოვან საექსპორტო ბაზარზე. საქართველოს ღვინის კლუბმა უმასპინძლა ახალი ღვინის ფესტივალს, რომელიც მიზნად ისახავდა ქართული ღვინის პოპულარიზაციას, საქართველოში ღვინის განათლების დონის ამაღლებასა და სამომხმარებლო კულტურის გაზრდას.

ახალი ღვინის ფესტივალი ერთადერთი ღონისძიებაა, რომელშიც ყველას მონაწილეობის თანაბარი შესაძლებლობა ეძლევა – ღვინის მწარმოებელი დიდი კომპანიებიდან – საოჯახო მარნებამდე. ფესტივალის მონაწილეების პოპულარიზაციას ითვალისწინებს ორენოვანი კატალოგი, რომელშიც წარმოდგენილი იყო ინფორმაცია ახალი ღვინის ფესტივალის მონაწილე ღვინის მწარმოებლების შესახებ. მონაწილეებს გადაეცათ სპეციალური სერტიფიკატები და სამახსოვრო საჩუქრები „საქართველოს ღვინის კლუბისგან“. ფესტივალის მხარდამჭერი იყვნენ ღვინის ეროვნული სააგენტო და ქ. თბილისის მერია.

საქართველო ღვინის სამშობლო საქართველო რომ ღვინის სამშობლოა – ეს 7 ქვეყნის წამყვანმა სპეციალისტებმა 3 წლიანი კვლევის შემდეგ დაადასტურეს. ამ მნიშვნელოვან პროექტს ხელმძღვანელობდა პენსილვანიის უნივერსიტეტის მუზეუმის პროფესორი, ბიოქიმიკოსი და ღვინის ისტორიკოსი პატრიკ მაკოვერნი. 11 ოქტომბერს, ღვინის ცივილიზაციის ქალაქში, ბორდოში, ქართული ღვინის გამოფენის ფარგლებში, რომელსაც „საქართველო – ღვინის სამშობლო“ ჰქვია, გაიმართა ამ სამეცნიერო ჯგუფის შეკრება და საზოგადოებას აღნიშნული კვლევის ანგარიში წარუდგინეს. წამყვანი მეცნიერები 3 წლის განმავლობაში ზედმიწევნით

იკვლევდნენ სხვადასხვა დროს მოპოვებულ მდიდარ არქეოლოგიურ მასალას, მათ შორის, ყურძნის უძველეს ნიპნებს, თიხასა და თიხის ჭურჭელზე დანალექ მჟავას, რომელიც, საბოლოოდ, ღვინო აღმოჩნდა. საქართველო არის პირველი მინვეული ქვეყანა ბორდოს ღვინის ცივილიზაციის ცენტრში.

დასკვნა. ღვინო საქართველოს ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ტურისტული პროდუქტია, რომელსაც საქართველოს ტურისტული განვითარების სტრატეგიაში დიდი როლი უჭირავს. საქართველო - ღვინის აკვანი, ეს არის ძირითადი გზავნილი რომელსაც ჩვენი ქვეყანა კომუნიკაციისთვის სხვადასხვა საერთაშორისო ბაზარზე იყენებს. ჩვენს ქვეყანას ღვინის კულტურასთან 8 000 წლიანი ისტორია აკავშირებს და ამ მიმართულებით ტურიზმს დიდი პოტენციალი გააჩნია, რასაც ადასტურებს ყველა ის ღონისძიება და პროექტს, რომელიც ამ ეტაპზეც მიმდინარეობს. ამრიგად, შეგვიძლია ვთქვათ რომ ღვინის ფესტივალი, გამოფენა და კონკურსი მიზნად ისახავს ღვინის ცნობადობის ამაღლებას და წარმოადგენს ქვეყნის განვითარებისთვის მნიშვნელოვან წინ გადადგმულ ნაბიჯს. ღვინის ტურიზმი უნდა განვიხილოთ როგორც ეკონომიკური სისტემა, რომელსაც შეუძლია შექმნას სამუშაო ადგილები, დამატებითი შემოსავლები ადგილობრივებისთვის, რაც საქართველოსთვის უმნიშვნელოვანესი საკითხია. ასევე შესაძლებელია ნაახალისოს ტურიზმის სხვა ფორმებიც რეგიონში, რაც ხელს შეუწყობს ეკონომიკის განვითარებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- <http://georgianwine.gov.ge/Ge/News/93>
- <http://vinoge.com>
- ლაზარიშვილი თამარ. ღვინის ბაზრის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში. თსუ. სამეცნიერო კონფერენციის მასალები. თბ.2016.
- Рыбинцев В.О., Хоффман Д. Винный туризм как инструмент оживления хозяйственной деятельности // Виноград и вино России. – 2000.–№2.– С. 45–47.
- Экономика



WWW.NATIONALPARKS.GE

ტურისტულად მიმზიდველი ქალაქი რუსთავი „როგორ დავამსხვრიოთ სტერეოტიპები“

ავტორი: ქეთევან ღვინიაშვილი
ევროპის უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი - პროფ. ეკა დევიძე

აბსტრაქტი

წარმოდგენილი ნაშრომის მიზანია ქ. რუსთავის, როგორც ტურისტული ქალაქის / დესტინაციის ცნობადობის გაზრდა, ადგილობრივი და საერთაშორისო მოგზაურების დაინტერესება, მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტის შექმნა და ჩართვა ტურისტულ მარშრუტებში. ადგილობრივი ხელისუფლებისა და სახელმწიფოს მხრიდან მხარდაჭერა, ინვესტიციების მოზიდვა, ფონდების მოძიება, პრომოუშენი და ა.შ.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმი, რუსთავი, ტურები, კულტურული მემკვიდრეობა.

შესავალი

ქვემო ქართლი აღმოსავლეთ საქართველოში ერთერთი უმნიშვნელოვანესი მხარეა, იგი მდიდარია კულტურული მემკვიდრეობით, დიდია ინტერესი ბოლნისის, დმანისის და სხვა მუნიციპალიტეტების ტურისტული დანიშნულების ადგილების მიმართ, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ქ. რუსთავი (ქვემო ქართლის მხარის ადმინისტრაციული ცენტრი) ნაკლებად ცნობილი დესტინაციაა, როგორც ადგილობრივი, ისე საერთაშორისო მოგზაურისათვის. ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე გამოიკვეთა, რომ ქ. რუსთავის, როგორც ტურისტული პოტენციალის მქონე ქალაქის შესახებ ინფორმაცია არ არსებობს და უფრო მეტიც, რუსთავი ასოცირდება მხოლოდ „მეტალურგიული ქარხნასთან“ და ქალაქთან, სადაც ავტობაზრობაა. აღნიშნული კვლევა მიზნად ისახავდა ქ. რუსთავის პოტენციური ტურისტული რესურსის ცნობილი თუ ნაკლებად ცნობილი ღირსშესანიშნაობების მოკვლევას, აღწერას, „გამეფებული სტერეოტიპების მსხვრევას“ და ტურისტულად მიმზიდველი ქალაქის პრომოუშენს.

1. ქ. რუსთავის რუკა



2. ქ. რუსთავის შესახებ ზოგადი ცნობები

ქ. რუსთავი ქვემო ქართლის მხარის ადმინისტრაციული ცენტრია. იგი მდებარეობს თბილისის სამხრეთ-აღმოსავლეთით მდინარე მტკვრის ორივე ნაპირზე, ქვემო ქართლის ვაკის აღმოსავლეთ ნაწილში, 370მ. სიმაღლეზე.

რუსთავში მშრალი სუბტროპიკული ჰავაა, იცის ზომიერად ცივი ზამთარი და ცხელი ზაფხული. ჭალის ტყის კორომები ქალაქის გამწვანების ზოლს ქმნის, ნაწილი ჩართულია კულტურისა და დასვენების პარკში.

ქართლის სამეფოს ჩამოყალიბების პერიოდში (ძვ.წ. IV-III სს) ქ. რუსთავი ცნობილი იყო ბოსტან ქალაქის სახელწოდებით (ვოსტან - სპარსულად სამეფო კარი), IV ს. მეორე ნახევარში ამ ადგილებში მდ.მტკვრიდან სარწყავი არხი (ძვ.ქართ. რუ) გაიყვანეს, ამ ფაქტის მიხედვით მიიჩნევენ, რომ ქალაქის სახელწოდება სიტყვა რუდან წარმოდგება (რუსთავი, ანუ არხის სათავე). V საუკუნეში მეფე ვახტანგ გორგასალმა აქ საეპისკოპოსო კათედრა დაარსა, VIII ს-ში არჩილ ერისმთავრის მმართველობის ხანაში, რუსთავი ადარნასე ბაგრატიონს გადაეცა, ამავე დროს წყაროებში ჩნდება რუსთავის კიდევ ერთი სახელწოდება - „რიშა“. თბილ. საამიროს წარმოქმნის (VIII ს. 30-იანი წწ) შემდეგ რუსთავი მის შემადგენლობაში შედიოდა, XI ს-ში კი ქალაქს დამოუკიდებელი ამირა განაგებდა. 1115წ. რუსთავი უცხოელ დამპყრობთაგან გაათავისუფლდა. ამ პერიოდიდან რუსთავი გაერთიანებული საქართველოს სახელმწიფოს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ცენტრი გახდა, მნიშვნელოვან სავაჭრო - სატრანზიტო გზა გასაყარზე მდებარეობა ხელს უწყობდა რუსთავში საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარებას. XII ს 80-იან წლებში რუსთავს ამირთამირა აბულასანი განაგებდა, 90-იან წლებში გადაეცა ამირსპასალარ ზაქარია მხარგრძელს, XIII ს 60-იანი წწ ბოლოს ოქროს ურდოს ყაენმა ბერქამ დაარბია, ამის შემდეგ რუსთავი მცირე დაბა იყო. XVII საუკუნის ბოლოს მეფე ერეკლე პირველმა აქ სასახლე ააგო, შესაძლოა მასთან იყოს დაკავშირებული ამ პერიოდის ქალაქის სახელწოდება - „ნაგები“.

არქეოლოგიური გათხრები რუსთავის ნაქალაქარზე 1944 წლიდან დაიწყო. არქეოლოგიური მასალების მიხედვით დასტურდება, რომ რუსთავი X-XIII სს-ში მნიშვნელოვანი პოლიტიკური და ეკონომიკური ცენტრი იყო, შედგებოდა ორი ძირითადი ნაწილისაგან: ციხისა და უშუალოდ ქალაქისაგან. ქალაქის ძლიერ საქალაქო მეურნეობაზე მიუთითებს გათხრების შედეგად აღმოჩენილი მასალები (მხატვრული კერამიკა, მინის ნაწარმი და მონეტები), მრავალრიცხოვანი იმპორტული ნაწარმის აღმოჩენა ადასტურებს, რომ რუსთავი ჩაბმული იყო საერთაშორისო ვაჭრობაში და მჭიდროდ უკავშირდებოდა იმ მნიშვნელოვან სავაჭრო გზას, რომელიც თბილისის ირანთან აკავშირებდა. 1940-იან წლებში ისტორიული რუსთავის მიდამოებში დაიწყო მეტალურგიული ქარხნისა (1944) და ახალი ქალაქის მშენებლობა. ამ ადგილის შერჩევა სამრეწველო მშენებლობისათვის ნაკარნახევი იყო სათბობ-სანედლეულო ბაზებთან მისი მოხერხებული მდებარეობით (ამიერკავკასიის ცენტრში, თბილისის მახლობლად), აგრეთვე კარგი სამშენებლო მოედნებისა და ტექნიკური წყლის სიუხვით. 1945წ 5 იანვარს რუსთავი დაბად გამოცხადდა. 1948წ 19 იანვრიდან კი ქალაქია.

3. არსებული მდგომარეობის ანალიზი

რუსთავის მუნიციპალიტეტში დაწყებულმა აღმშენებლობამ ახალი მასშტაბები გამოკვეთა ტურიზმის დარგის წარმატებული განვითარებისათვის. რუსთავის ხელისუფლება ქალაქის ინფრასტრუქტურის მონესრიგებისა და მისი ურბანული განვითარების ხელშეწყობის მიზნით არაერთ პროექტს ახორციელებს. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად გატარებული თუ გასატარებელი ღონისძიებებისა, ტურიზმის მიმართულებით ქ. რუსთავში მრავალი პრობლემა ფიქსირდება, როგორცაა: აუთვისებული ტურისტული რესურსი, ინფორმაციული ვაკუუმი, ენობრივი ბარიერი, მომსახურების დაბალი დონე, პროფესიული კადრების სიმცირე (გიდები), მუნიციპალიტეტში შემოსულ ვიზიტორთა აღურიცხაობა, განთავსების საშუალებების სიმცირე და ა.შ. (ცხრილი № 1)

SWOT ანალიზი
ცხრილი

ძლიერი მხარეები
<ul style="list-style-type: none"> • ადგილობრივი ხელისუფლების მხარდაჭერა, ახალი ინიციატივების ნახალისება, ინვესტიციების მოზიდვა • გეოგრაფიული მდებარეობა • რუსთავის ეპარქია, ეკლესიები/ტაძრები/სამლოცველოები • არქეოლოგიური ძეგლები: ციხე, ციხე-ქალაქი • კულტურისა და დასვენების პარკი, ხელოვნური ტბა, ამფითეატრი • ჭალის ტყე • რუსთავის ისტორიული მუზეუმი • არქიტექტურული ნაგებობანი • კულტურული მემკვიდრეობა (ტრადიცია, კულტურა, ხელოვნება) • გერმანული კულტურა და მემკვიდრეობა • სოფეტოლოგია (საბჭოური კულტურა და მემკვიდრეობა) • თბილისთან შედარებით ბაზარზე არსებული დაბალი ფასები • საერთაშორისო მნიშვნელობის საავტომობილო გზა თბილისი-ნითელი ხიდი -აზერბაიჯანის საზღვარი • საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის (ავტობაზრობა) ობიექტთან სიახლოვე • თბილისის საერთაშორისო აეროპორტთან სიახლოვე • რკინიგზა • მუნიციპალურ ცენტრებსა და შესაბამის დასახლებებს შორის სატრანსპორტო მიმოსვლის არსებობა • სანარმოების არსებობა • ნარჩენების გატანის პრაქტიკის არსებობა • სიახლოვე მეზობელ ქვეყნებთან (აზერბაიჯანის საზღვარი - 30 კმ, სომხეთის საზღვარი - 45 კმ) • თბილისის ცენტრამდე - 27 კმ
შესაძლებლობები
<ul style="list-style-type: none"> • ტურიზმის განვითარების მოკლევადიანი და გრძელვადიანი სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება • ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება • ტურიზმის პოლიტიკის გამტარებლების, ექსპერტების, მუნიციპალიტეტის სპეციალისტების ერთობლივი შეხვედრების ორგანიზება, დისკუსიადებატები და პრობლემათა პრიორიტეტიზაცია • ახალი ტურისტული დესტინაციების ტურისტულ ატრაქციად აღიარება • მომსახურების გაუმჯობესება • ტურისტული ნაკადების შესახებ სტატისტიკური ინფორმაციის აღრიცხვა და მონაცემთა ბაზის შექმნა • ადგილობრივ მოსახლეობაში ტურიზმში არსებული კულტურული ღირებულებების წინ წამოწევა • არსებული პოტენციური ტურისტული რესურსების სათანადო გამოყენება/მართვა, მარკეტინგი და პრომოუშენი • ინვესტიციების მოზიდვა და ფონდების მოძიება • დამოხილვებულ ქვეყნებთან და ქალაქებთან ერთობლივი ტურისტული პროექტებისა და პროგრამების ამუშავება • ახალგაზრდების წამახალისებელ პროექტებში ჩართულობა • ადგილობრივი მოსახლეობის დაინტერესება და ჩართულობა მცირე ბიზნესში, გადამზადება (საჭირო უნარ-ჩვევების გამოუმუშავება) • თემის თანამონაწილეობისა და მოხალისეობრივი ინიციატივების გაძლიერება • საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება (განათლება ტურიზმში, ბიზნესის საფუძვლები, ენები) • ტურისტული ცენტრის შექმნა • პროფილური/დარგობრივი სემინარების დაინტერესება და მოზიდვა • მჭიდრო თანამშრომლობა კერძო და სახელმწიფო სტრუქტურებთან • საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებზე მონაწილეობა • საპრეზენტაციო და სასუვენირო ტურისტული პროდუქტების წარმოების ნახალისება (ხელობის სახლები, სახელოსნოები, კულინარიული სკოლა და ა.შ.) • თემატური პარკებისა და სკვერების მოწყობა • საქმიანი (ბიზნეს) ტურების ორგანიზება რუსთავში არსებული სამრეწველო ობიექტების გათვალისწინებით

სუსტი მხარეები
<ul style="list-style-type: none"> • მოუწესრიგებელი ტურისტული ინფრასტრუქტურა, ქ. რუსთავში ტურისტული მარშრუტების/ტურების სიმცირე (რუსთავი არ შედის ადგილობრივი თუ უცხოელი ვიზიტორებისათვის შეთავაზებულ მარშრუტებში) • აუთვისებელი პოტენციური ტურისტული რესურსი • ისტორიულ-არქიტექტურული და კულტურული ძეგლების დაუცველობის ხარისხი • ინფორმაციული ვაკუუმი • სანარმოების მცირე რაოდენობა (მრეწველობა) • ენობრივი ბარიერი • მომსახურების დაბალი დონე • პროფესიული კადრების სიმცირე • მუნიციპალიტეტში შემოსულ ვიზიტორთა/ტურისტთა აღურიცხაობა • ტურისტული ნიშნების მარკირების არარსებობა • განთავსების საშუალებების სიმცირე • მიმდინარე დემოგრაფიული პროცესები • შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის სერვისის უქონლობა • ტურიზმის განვითარების სამოქმედო გეგმისა და სტრატეგიის არარსებობა • მოუწესრიგებელი ჰიგიენური ადგილები (ბიო ტუალეტების არ არსებობა) • მეზობელ ქვეყნებთან თანამშრომლობის ნაკლები ინტერესი ტურისტული პროექტებისა და ინიციატივების მხრივ • რუსთავის მუნიციპალიტეტის ტურისტული პოტენციალის მიმართ დამკვიდრებული უარყოფითი სტერეოტიპები • ინვესტორებისთვის ნაკლებად მიზმიდგელი გარემო • პოტენციურ ტურისტულ რესურსზე ორიენტირებული სარეკლამო და პიარ კამპანიების არარსებობა • პროფესიული სასწავლებლების ნაკლებობა • კულტურის ცენტრების, პარკების, ბიბლიოთეკების, სამუსიკო და სამხატვრო სკოლების, სპორტული სკოლების/კლუბების/წრეების და საცურაო აუზების არასაკმარისი რაოდენობა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არადაბაკაყოფილებელი მდგომარეობა
საფრთხეები
<ul style="list-style-type: none"> • არასტაბილური (ეკონომიკური, პოლიტიკური) გარემო • არასაკმარისი ინვესტიციები ტურისტული ობიექტების აღსადგენად • ინფორმაციული ვაკუუმი • ადგილობრივი მოსახლეობის მხრიდან პასიური დამოკიდებულება და ნაკლები ინტერესი • ტურისტთა განთავსების საშუალებების სიმცირე • ენების მცოდნე პროფესიული კადრების სიმცირე • არაკორდინირებულობა სახელმწიფოსა და კერძო სექტორებს შორის • ტურისტული ბაზრის შეუსწავლლობა მოთხოვნა მიწოდების დასარეგულირებლად • საერთაშორისო უარყოფითი მოსაზრებები საქართველოში მოგზაურობის უსაფრთხოების შესახებ • მომსახურების დაბალი დონე • მსხვილი კომპანიების მიერ აღებული მონოპოლია • მიგრაცია-ახალგაზრდა თაობის გადინება • დასაქმების ნაკლები შანსი • ეკოლოგიური გარემოს გაუარესება

SWOT ანალიზის საფუძველზე გამოიკვეთა ტურიზმის მიმართულებით არსებული პრობლემები ქ. რუსთავში.

4. შედეგები

ინიციატივის: „ქ. რუსთავის ტურისტული პოტენციალის კვლევა და ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებული საკონსულტაციო მომსახურებები“ (რუსთავის მუნიციპალიტეტის მხარდაჭერით) განხორციელების შედეგად მიღებული შედეგები

1. ქ. რუსთავის მუნიციპალიტეტში არსებული პოტენციური ტურისტული რესურსის - ცნობილი თუ უცნობი (ნაკლებად ცნობილი) ტურისტული ობიექტების / დანიშნულების ადგილების (განთავსების ობიექტები: სასტუმრო, ჰოსტელი, საოჯახო სასტუმრო), კვების ობიექტების (სწრაფი კვების ობიექტი, რესტორანი, კაფე, ბარი, ლიტერატურული კაფე), ტურისტული სააგენტოების, კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების შესახებ ინფორმაციის მოძიება, აღრიცხვა, ფოტო მასალის მომზადება და მონაცემთა ბაზის შექმნა (<https://www.facebook.com/Cultural-Heritage-of-Rustavi-Municipality-422359584832262>)

2. მოკვლეული მასალის/ინფორმაციის დამუშავება, ტურების შედგენა, ფლაიერებისა და ბროშურის მომზადება (<http://tourismreality.ge/rustavi-3/>)

3. ტურისტული გამოფენის ორგანიზება „რუსთავქალაქობის“ ფარგლებში (https://www.facebook.com/pg/tourismreality1/photos/?tab=album&album_id=1819115918398502)

4. პროექტის სამიზნე მოსარგებლებისათვის ტრენინგითა და კონსულტაციებით უზრუნველყოფა (https://www.facebook.com/pg/Cultural-Heritage-of-Rustavi-Municipality-422359584832262/photos/?tab=album&album_id=457831997951687)

წყარო:

1. ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია, #8, პედაგოგი-სამეული, მთავარი სამეცნიერო რედაქცია, თბილისი, 1984წ

2. E. Devidze, L. Mikeladze, article: „Cultural heritage of Rustavi Municipality as means of creating the concept of tourismally attractive and smart city”, Heritage for Planet Earth, International Symposium, Florence, Italy, 2018

3. E. Devidze, L. Mikeladze, article: „Increasing the flows of tourists and support to tourism development in Bolnisi and Rustavi municipalities through German culture and heritage promotion, as niche products”, IJAS conference, Germany, 2017

4. <https://www.facebook.com/Cultural-Heritage-of-Rustavi-Municipality-422359584832262/>

5. <http://patriarchate.ge>

6. <http://rustavi.gov.ge/>

7. <https://rustavimuseum.wordpress.com/>

8. www.tourismreality.ge



საღვინე ჭურჭელი და მისი მნიშვნელობა ღვინის ტურიზმის განვითარებისათვის

ავტორი: სალომე შავგულიძე
ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ხელმძღვანელი: ინეზა ვანაძე

ღვინის მრეწველობაში დიდი მნიშვნელობა აქვს ჭურჭელს. ღვინისათვის დამახასიათებელი ყველა ძირითადი პროცესი (ფორმირება, დუღილი, დაძველება) ჭურჭელში მიმდინარეობს. აქედან გამომდინარე, ღვინის ჭურჭელი წარმოადგენს ტურისტული ინტერესის ობიექტს. იმისათვის, რომ საღვინე ჭურჭელი გამოიყენებოდეს ტურიზმის მოზნებისათვის, აუცილებელია, რომ ტურისტის ფლობდეს საკმარის ინფორმაციას საღვინე ჭურჭლის შესახებ. ასეთი ინფორმაციის მიწოდება შესაძლებელია ღვინის ტურიზმის მეშვეობით, რომელიც ითვალისწინებს საღვინე ჭურჭლის გაცნობასაც. საღვინე ჭურჭელში იგულისხმება, როგორც კერამიკული და სპილენძის, ისე ვერცხლის, ხის, რქისგან და მინისგან დამზადებული ინვენტარი. ნაშრომში განხილულია როგორც ღვინის დასაყენებელი ჭურჭელი, ასევე ღვინის გადასატანი, სახმარი, საზომ-საწყაო, გადასაზიდი ჭურჭელი და სასმისები. წარმოდგენილია რიგდელის დინამიკის როლი ღვინის მრეწველობის სპეციალური სასმისების შექმნის სფეროში.

შესავალი

ღვინის მრეწველობაში დიდი მნიშვნელობა აქვს ჭურჭელს. ღვინისათვის დამახასიათებელი ყველა ძირითადი პროცესი (ფორმირება, დუღილი, დაძველება) ჭურჭელში მიმდინარეობს. საღვინე ჭურჭლის არსებობა საქართველოში ენოლოგიის ეპოქიდან დასტურდება. პირველ რიგში ესაა ამ პერიოდის ნამოსახლარებში აღმოჩენილი თიხის მოზრდილი დერგი ყურძნის მტყენის გამოსახულებით, რომელიც სავარაუდოდ ღვინის ჭურჭლის წარმოადგენდა. დიდი რაოდენობით ღვინის ჭურჭლის ფრაგმენტები აღმოჩენილია მეოთხე, მესამე ათასწლეულების არქეოლოგიურ მასალაში. ეს მეტყველებს ჩვენი ქვეყნის მდიდარ ისტორიასა და მეღვინეობის ტრადიციებზე. აქედან გამომდინარე საღვინე ჭურჭელი ტურისტული ინტერესის ობიექტს წარმოადგენს. სწორედ ამიტომ ღვინის ტურიზმის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ტურისტების მოზიდვა საუკეთესო ღვინეობითა და ქართული ტრადიციული სასმისების მდიდარი კოლექციით. საქართველოს ეროვნულ მუზეუმში მეღვინეობასთან დაკავშირებული მრავალფეროვანი ეთნოგრაფიული და არქეოლოგიური მასალა და ხელოვნების ნიმუშებია დაცული. მათ შორის ოქროს, ვერცხლის, ბრინჯაოს, თიხის, სპილენძის და ხის ჭურჭელი, რაც საქართველოში მეღვინეობის მაღალ დონეზე მიუთითებს.

იმისათვის, რომ საღვინე ჭურჭელი გამოიყენებოდეს ტურიზმის მოზნებისათვის, აუცილებელია, რომ ტურისტი ფლობდეს საკმარის ინფორმაციას საღვინე ჭურჭლის შესახებ. ასეთი ინფორმაციის მიწოდება შესაძლებელია ღვინის ტურიზმის მეშვეობით, რომელიც ითვალისწინებს საღვინე ჭურჭლის გაცნობასაც. საწინააღმდეგო ყურძნის დასაყენებელი, დასაწინი, დასაწერი და ღვინის დასაყენებელი ჭურჭელია. ამჟამად ხის საწინააღმდეგო ხმარებიდან გამოსულია. უძველესი კლდეში ნაკვეთი საწინააღმდეგო ელინისტური ხანით თარიღდება (უფლისციხე, ზენითი), გვხვდება ადრინდელ და შუა ფეოდალურ ხანებშიც. უფრო მოგვიანებით, მეღვინეობის განვითარების უფრო მაღალ დონეზე, გაჩნდა დამოუკიდებელი მოწყობილობა - ჭაჭის მექანიკური საწინააღმდეგო. საწინააღმდეგო იშვიათად დღესაც იყენებენ. რაჭა-ლეჩხუმსა და იმერეთში ტკბილის ჭაჭაზე დადებულია ძირითადად საწინააღმდეგო ხდება.

იმისათვის, რომ ღვინის ტურიზმი მეტად განვითარდეს მნიშვნელოვანია ხარისხიანი ქართული ღვინის წარმოება რასაც ღვინის ჭურჭელი განაპირობებს. ქვევრი სპეციფიკური ფორმის თიხის ჭურჭელია. საქართველოში ოდითგან გვიანტური ქვევრების არსებობა მეღვინეობის მაღალ დონეზე მიგვიითებს. პირველი და ძირითადი სიკეთე ქვევრისა არის ის, რომ მასში ღვინის ტემპერატურა ღვინის შენახვის დადგენილ ზღვარს თითქმის არ სცილდება და იგი ზამთარსა და ზაფხულში სულ რამდენიმე გრადუსით იცვლება. ამრიგად ის ტემპერატურა, რაც მიღებულია ღვინის შენახვისთვის და რომელსაც ქარხნული მეღვინეობის პირობებში რიგი დანადგარები და დანახარჯები ესაჭიროება, ქვევრებში ბუნებრივადაა დაცული. ქვევრის ჭურჭლის ეკონომიკურ უპირატესობებს წარმოადგენს მისი სიიარაღე, იგი ყველა სახის ჭურჭელზე იაფი ჯდება რადგან არ საჭიროებს ცემენტს, ლითონს, ხეს. მეორე უპირატესობა ხანგრძლივობაა, ქვევრი საუკუნეებს უძლებს. ტექნოლოგიური უპირატესობა დუღილის ნორმალურად ჩატარებაა, ამას ხელს უწყობს თერმორეგულაცია. ქვევრი საქართველოს კულტურული იდენტობის და უძველესი ტრადიციის ელემენტია, ამიტომაც მისი გამოყენება ღვინის წარმოებაში მნიშვნელოვანწილად ზრდის ტურისტების ინტერესს. აღსანიშნავია, რომ ქვევრის ღვინის დაყენების ქართულ ტრადიციულ მეთოდს 2013 წელს იუნესკოს (UNESCO) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი მიენიჭა, რაც ამ მეთოდის უნიკალურობაზე მიუთითებს და გზავნილია მთელი მსოფლიოსთვის, რომ ღვინი უძველესი ქართული კულტურის შემადგენელი ნაწილია. ხოლო საფრანგეთში, ღვინის მსოფლიო ცივილიზაციის ცენტრად აღიარებულ ქალაქ ბორდოს Cité des Civilisations Du Vin-ის ცენტრალურ შესასვლელში დიდი ზომის ქართული ქვევრი დაიდგა. ეს აღიარება მნიშვნელოვანია ქვევრის ღვინის ცნობადობის ამაღლებისთვის და ქართული ღვინის მსოფლიო პოპულარიზაციისათვის.

რაც შეეხება მუხის კასრს, მასში შენახულ ღვინოს განსაკუთრებული გემო და ხარისხობრივი თვისებები აქვს. მუხის კასრი მხოლოდ ჭურჭელი არ არის, იგი ღვინის დავარგებაშიც მონაწილეობს. იგი წვრილფოროვანია, განიცდის მოლეკულური ჟანგბადის ზომიერ გავლენას, აუმჯობესებს გემოს და აძლევს მას მეტ სიმტკიცეს. მუხის კასრის ეკონომიკურ უპირატესობებს რაც შეეხება შეკეთების სიმარტივით გამოირჩევა და მისი ოვალური მოყვანილობის გამო ტრანსპორტაბელურია. მუხის კასრის ნაკლოვან მხარეებს მიეკუთვნება ღვინის მოვლის შრომატევადობა, სიძვირე და თვით სარდაფების შენების სიძვირე. ბუტი დიდი ზომის კასრია, დგას ხის სადგარზე, რკინა-ბეტონის ან ცემენტის საძირკველზე. კოდი ხის ჭურჭლის გადაჭრილი კონუსისმაგვარი ფორმაა. როგორც კასრი და ბუტი მუხის ტკეჩებისგან კეთდება. მისი დანიშნულებაა ტკბილის დაწვობა და ნითელი ღვინის დუღილი.

საღვინე ჭურჭელში იგულისხმება, როგორც კერამიკული და სპილენძის, ისე ვერცხლის, ხის, რქისა და მინისგან დამზადებული ინვენტარი. სახმარი ჭურჭლიდან აღსანიშნავია ჩაფი-ღვინის ამოსაღები და დასასხმელი ჭურჭელი, შეიძლება იყოს თიხის, ვერცხლის ან სპილენძის. გოზაური, რომელიც ქართლ-კახეთშია გავრცელებული დიდი საღვინე ჭურჭელია, მზადდება მოჭიქული თიხისაგან და სახეებითაა მორთული. დოქი აღმოსავლეთ საქართველოს ბევრ რაიონშია გავრცელებული და ქვევრიდან ამოღებული ღვინის შესანახად ან გადასატანად გამოიყენება. იგი თიხისგან მზადდება. ღვინის მორ მანძილზე გადასატანად გამოიყენებოდა ტყავის ტიკი ანუ კუმბიური, იგი, ჩვეულებრივ თიხის ტყავისგან მზადდებოდა, აქედან წარმოდგება მისი ძველქართული სახელწოდება-თხიერი, ციკინის ტყავისგან დამზადებული ტიკი-ტიკჭორაა. ძალზე გავრცელებული იყო ხარის ტყავისგან დამზადებული დიდი ტიკი-რუმბი, რომელიც დიდი რაოდენობის ღვინის ურმით გადასატანად გამოიყენებოდა.

წვენს ანუ ტკბილს რაც ეხება მის გადასატანად გამოიყენებოდა ხარის ტყავის მოუკუპრავი ქეშელი, მისი გამოყენება დღევანდელ საქართველოში მხოლოდ რაჭამ შემოინახა და იგი რაჭველთა სამეურნეო ყოფის ტრადიციული ელემენტია. სანყაოდ გამოიყენებოდა თუნგი, რომლის მოცულობა სხვადასხვა კუთხეში განსხვავდებოდა და 4-დან 8 ჩარქამდე მერყეობდა; ღვინის სასმისები საქართველოში დიდი მრავალფეროვნებით გამოირჩევა. მათ შორის, პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს კათხა, რომელიც განსაკუთრებით ხშირად მთიან რეგიონებში გვხვდება. იგი ხისგან მზადდება და ხშირად ორნამენტებით ირთვება; აღმოსავლეთ საქართველოში იყო გავრცელებული ხის ან თიხისგან დამზადებული სასმისი-კოჩხო; სასმისის ფართოდ გავრცელებული სახეა ფილა, რომელიც სხვადასხვა ფორმა-მოყვანილობისაა და მზადდება მოჭიქული თიხის, სპილენძის, ხის ან ვერცხლისგან. მთელ საქართველოში იყო გავრცელებული მრგვალმუცლიანი და მაღალმუცლიანი სასმისი ჭინჭილა, რომელსაც ამზადებდნენ თიხის, ხის ან ვერცხლისგან; ასევე გავრცელებული იყო ოქროს, ვერცხლის, სპილენძის ან ხის თასი; გავრცელებული სასმისი კულა ძირითადად ხისგან კეთდებოდა და ვერცხლით იყო მოჭედილი. აღმოსავლეთ საქართველოში გავრცელებულ ვერცხლისგან დამზადებულ ყარყარას ძირითადად ესთეტიკური დანიშნულება ჰქონდა. ჯიხვის, ხარის, ძროხის, გარეული თხის ან კამეჩის რქისაგან დამზადებულ სასმისს ყანნი ეწოდება, იგი აღმოსავლეთ საქართველოში ძალზე პოპულარულია; საღვინე ჭურჭლის ასეთი მრავალფეროვნება და ისტორია გვაძლევს უნიკალურ შესაძლებლობას მოვიზიდოთ ტურისტები. მცირე მარნებსა თუ ღვინის მწარმოებლებს კი ღვინის ტურის უფრო ეფექტიანი დაგეგმვისა.

ღვინის სასმისების დიზაინის განვითარების ისტორია ღვინის ტურიზმის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია ღვინის დეგუსტაციის პროცესია. XX საუკუნეში გაჩნდა იდეა, დეგუსტაცია დაეყვანათ სასმელის ანატომიურ დანაწევრებამდე ანუ არომატისა და გემოს შემადგენლებად დაშლამდე. თავდაპირველად (1920-1930 წწ) სწავლულმა პირებმა ღვინო ფორმულებად დაანაწევრეს, ხოლო შემდეგ (1950 -ების შუა წლები) ვატმანზე გამოიყვანეს ბოკალის, მათი აზრით, იდეალური ფორმა. თითქმის ყველა ბოკალი, რომლებსაც წინა თაობები იყენებდნენ, ქვემოდან ზემოთ ფართოვდებოდა და ღვინით პირამდე ივსებოდა. 1950-იანი წლების პირველ ნახევარში ფრანგმა მეღვინემ და დეგუსტატორმა ჟიულ შოვემ დაამტკიცა, რომ ბოკალში ჩასხმული სითხის მოცულობის დამოკიდებულება მისი ზედაპირის ფართობთან არომატის გაძლიერების არსებითი ფაქტორია. სწორედ ამან განაპირობა ბოკალისათვის ტიტის ფორმის შერჩევა, რადგანაც ეს გეომეტრიული ფორმა სასმელის არომატის კონცენტრირებას ბოკალის ზედა ნაწილში ახდენს. სერვირების წესების მიხედვით ტიტას ფორმის ბოკლები ღვინით მხოლოდ მესამედამდე ივსება. მინის ოსტატთა დინასტიის შთამომავალი, ავსტრიელი კლაუს რიდელი ამ თეორიის დამუშავებისას მივიდა დასკვნამდე, რომ სასმისის ფორმის შეცვლით შესაძლებელია აქროლადი ნივთიერებების ნაკადის მართვა და ამით ცალკეული არომატული ტონების აქცენტირება. 1961 წელს გამოჩნდა სადეგუსტაციო ბოკალების პირველი სერია, რომლებიც იყო სხვადასხვა წარმომავლობის ღვინოებისთვის განკუთვნილი, ხოლო 1970-იანი წლების დასაწყისში სტანდარტების საერთაშორისო ორგანიზაციამ (ISO) დაამტკიცა ნახევრად გაშლილი ტიტას (ან „ნაგრძელებული კვერცხის“) ფორმის 220 მილილიტრიანი სადეგუსტაციო ბოკალი, როგორც პროფესიონალური სადეგუსტაციო ეტალონი. ხუთ სხვადასხვა ბოკალში ჩამოსხმული ერთი და იგივე ღვინო სრულიად განსხვავებულია. ეფექტი ფიზიკის უმარტივესი კანონით აიხსნება: სასმისის სიმაღლის შეცვლით და ასევე ღვინის ზედაპირის ფართობის შეფარდებით ბოკალის ზედა დიამეტრთან შესაძლებელია მეტ-ნაკლებად მძიმე აქროლადი ნივთიერებების აღქმის სტიმულირება ან

შერბილება. ამას გარდა, ბოკალის ფეხი, იმის მიხედვით, თუ როგორია მისი სიგრძე, სასმელს მიმართავს ენის ახლო ან შორეულ ზონებში, რომლებიც, როგორც ცნობილია, პასუხისმგებელია სხვადასხვა გემოვნებით შეგრძნებაზე (წინა ზონა - ტკბილზე, უკანა - ცხარესა და მწარეზე, გვერდითზე - მჟავებსა და მლაშეზე). ორ საუკუნეზე მეტია Riedel-ის სახელი „სწორ“ სასმისთან ასოცირდება. „ყველაზე დახვეწილი, როგორც ტექნოლოგიური, ასევე ჰედონისტიკური თვალსაზრისით. რიდელის ლოგოტიპით დამზადებული ღვინის ბოკლები დღესდღეობით ყველა სერიოზული ღვინის მოყვარულის კოლექციამია.

მსოფლიოში ცნობილი ღვინოებისათვის შექმნილი სპეციალური სასმისები. „საფერავის სასმისი“. რიდელის დინასტიის როლი ღვინოებისათვის სპეციალური სასმისების შექმნის სფეროში. 1958 წელს კლაუს რიდელმა წითელი ბურგუნდიული ღვინისათვის შექმნა ბოკალი, რომელმაც სენსაცია გამოიწვია. შედარებითმა დეგუსტაციებმა უჩვენა, რომ რიდელის მიერ შექმნილ ბოკალში ჩასხმული ღვინო უკეთესად წარმოაჩენდა თავის თვისებებს და ბევრად უფრო ძლიერ შთაბეჭდილებას ახდენდა. დაამზადეს სპეციალური ჭიქა იაპონური ბრინჯის ღვინის, დაგინჯოსათვის. დღეს ფირმის არსენალში 60-მდე სხვადასხვა ფორმის ჭიქაა.

რიდელის მიერ საფერავის ჭიქის შექმნის იდეა შალვა ხეცურიანს, სომელიეთა ასოციაციის პრეზიდენტს, შევიდოდა წლის წინათ გაუჩნდა, როდესაც ერთ-ერთ ქვეყანაში მისი ჭიქით სასმელს აგემოვნებდა. ოცნების რეალობად ქცევას არცთუ ცოტა დრო დასჭირდა. 2014 წლის იანვარში საქართველოს სომელიეთა ასოციაციასა და კომპანია Riedel-ს შორის კონტრაქტი გაფორმდა. ამის შემდეგ დაიწყო მზადება ეროვნული სესიისთვის, რომელსაც საფერავის ჭიქის პროტოტიპი უნდა გამოეყვინა. ორგანიზატორებმა ეს ღონისძიება ღვინის საერთაშორისო გამოფენა „ვინექსპოს“ დაამთხვიეს, სადაც იმ დღეებში უამრავი მეღვინე და ენოლოგი იყრის თავს. ვიზიტის პირველ დღეს რიდელმა ქართველ ღვინის მოყვარულთა და პროფესიონალების მასტერკლასი გამართა, რომლის ფარგლებში წითელი ღვინის დეგუსტაცია მოაწყო და პრაქტიკულად აუხსნა დამსწრე საზოგადოებას, როგორ ცვლის სასმელის ფორმა ღვინის გემოს. სულ ასმა კაცმა მოიყარა თავი. ერთ-ერთი გახლდათ მეღვინე იაგო ბიტარიშვილი. საინტერესო დეგუსტაცია წყლის დაგემოვნებით დაიწყო. მეორე ეტაპი ღვინის დაგემოვნება გახლდათ. ჩამოტანილი ჰქონდა სამი ყველაზე სახასიათო წითელი ღვინო, რომელთაც სამი ჭიქიდან სინჯავდნენ - კაბერნე სოვინიონის, პინო ნუარისა და შირაზის. თითოეულ შემთხვევაში ხსნიდა, რა განსხვავებაა, როდესაც კაბერნე სოვინიონს კონკრეტულად მისთვის შექმნილი ჭიქით სინჯავ. ზოგიერთს ჰგონია, რომ ღვინის ჭიქა მხოლოდ არომატს ხსნის, ამ ადამიანმა კი დაამტკიცა, რომ გემოსა და არომატს შორის ბალანსი უნდა არსებობდეს. იდეალურია ჭიქა, სადაც სასმელის არომატი და გემური თვისებები ჰარმონიაშია. შეფასდა ვიზუალური მხარე, სურნელი და გემო. საბოლოოდ გამოვლინდა გამარჯვებული - ბოკალი ნომრით 11. მიუხედავად იმისა, რომ რეგულაციური სიახლე არ ყოფილა, ეს ფაქტი ქართული ღვინის პოპულარიზაციისთვის ძალზე მნიშვნელოვანია. რიდელი სადეგუსტაციო ბოკალთა წარმოების ლიდერია, ამიტომ მის მიერ საფერავის ჭიქის შექმნა დადებითად აისახება მომხმარებელზე, განსაკუთრებით ქვეყნის ფარგლებს გარეთ. ბოკალი ვიზუალურადაც ძალიან ლამაზი და დახვეწილია, რაც არანაკლებ მნიშვნელოვანია. რიდელთან თანამშრომლობის მომდევნო ეტაპი კახური ჯიშების ქვევრის თეთრი ღვინისთვის ასევე უნიკალური სასმისის შექმნას ითვალისწინებს, მესამე ჭიქის შექმნა კი ჭაჭისთვის იგეგმება. მსოფლიოში ღვინის სპეციალური სახეობებისთვის 20-მდე ბოკალი არსებობს და მათ შორის ერთ-ერთი „საფერავის“ სასმისია. ეს ფაქტი ჩვენი ქვეყნისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია, რადგან იგი

ადგილობრივ და საერთაშორისო ასპარეზზე ქართული ღვინის პოპულარიზაციას უწყობს ხელს. ქართული ღვინის პოპულარობა ალკოვებს ტურისტების ინტერესს, რაც ღვინის ტურიზმის განვითარების წინაპირობაა.

ქართული საღვინე ჭურჭელი საუკუნეების განმავლობაში იხვეწებოდა და ყალიბდებოდა დროისა და სიტუაციის შესაბამისად. იცვლებოდა ჭურჭლის ფორმები, დამზადების ტექნოლოგია, დამუშავება და დანიშნულება. სამწუხაროდ, დღეს ქართველი მაღალი გემოვნებით შესრულებული საღვინე ჭურჭელი უხარისხო და უგემოვნო ფორმის თიხის ჭურჭელმა ჩაანაცვლა. ხშირად ქართულ სუფრაზე საღვინე ჭურჭლად გამოიყენება პლასტმასის ერთჯერადი ჭიქები და ბოთლები, რასაც ბევრი ადამიანი ქართული ღვინის კულტურის შეურაცხყოფად მიიჩნევს. ჩვენი მიზანია რომ დავიცვათ საღვინე ჭურჭელი, შევუნარჩუნოთ მომავალ თაობებს და გამოვიყენოთ იგი ღვინის ტურიზმის მიზნებისათვის, რომელშიც საღვინე ჭურჭლის გაცნობაც არის გათვალისწინებული. ამ საქმიანობას წარმატებულად ახორციელებენ საოჯახო ტიპის მარნები. ერთ-ერთი მათგანია გიორგი ბარისაშვილის საოჯახო მარანი. სვეტიცხოვლისკენ მიმავალ გზაზე მდებარეობს XVIII საუკუნის ბოლოს აშენებული სახლი, რომელიც თავისი არქიტექტურითა და ქვევრებით მორთული ეზოთი იპყრობს დამთვალიერებლის ყურადღებას. გიორგი ბარისაშვილი პროფესიით მეღვინეა. თავისუფალ დროს საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში მოგზაურობს და გადაშენების პირას მყოფ ვაზის უნიკალურ ჯიშებს აგროვებს. გარდა ამისა, გიორგი დაინტერესებულია ეთნოგრაფიული მასალებით, განსაკუთრებით - მეტუნობა-მეჭურჭლეობის უძველესი ნიმუშებით და ამ უნიკალური კოლექციით საკუთარ მარანში ღვინის ჭურჭლის მუზეუმი გახსნა. მარანში საკუთარი ხელით გაკეთებულ თაროებზე საქართველოს სხვადასხვა კუთხიდან მოძიებული საღვინე ჭურჭლები განათავსა. ტურისტი აქ ნახავს ქართლის, კახეთის, სამეგრელოს, საინგილოსა და სხვა კუთხეების კულტურას. ამ "საოჯახო მუზეუმში" ყველაზე ძველი მცხეთური საღვინე დოქია, რომელიც ჩვ. წ. აღ.-ით III საუკუნით თარიღდება. შემდგომი წმინდა ნინოს პერიოდის დოქებია. "საოჯახო მუზეუმის" ბევრი სტუმარი ჰყავს.

როგორც ზემოთ ვნახეთ საქართველოში საღვინე ჭურჭლის დამზადება, საკმაოდ მაღალ დონეზე იყო განვითარებული. ღვინის ტურიზმი საუკეთესო საშუალებაა გავაცნოთ ჩვენი ქვეყანა სტუმრებს. ჩვენი ამოცანაა, რომ საღვინე ჭურჭელს, როგორც ჩვენი კულტურული მემკვიდრეობის აქტივს პატივი ვცეთ, დავიცვათ, შევუნარჩუნოთ მომავალ თაობებს და წარმოვაჩინოთ იგი. უნიკალური ტურისტული შთაბეჭდილებების შეთავაზების გზით გავზარდოთ ტურისტების რაოდენობა და მისგან მიღებული შემოსავლები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გიორგი ბარისაშვილი - ქვევრის მოვლა. თბილისი 2015.
2. თ. სიხარულიძე - ღვინის სადღლარი და დასაძველებელი ჭურჭელი. 1970 წ.
3. როლანდ თოფჩიშვილი - საქართველოს ეთნოგრაფია/ეთნოლოგია. თბილისი 2010.
4. <http://vinoge.com/istoria/Riedel-novatoris-genotipi>
5. <http://forbes.ge/news/14/forma-cvlis-gemos->
6. <http://www.vinoge.com/qarTuli-Rvino/saferavis-Wiqa-siax-le-ridelis-koleqciaSi>
7. <https://pia.ge/.../149723-rvinis-msofflio-civilizaciis-centrad-wodebul>
8. <https://www.shin.ge/index.php?option=com>



ტოლერანტული თბილისი და პილიგრიმული ტურიზმის განვითარების პოტენციალი

ავტორი: გვანცა ხარაიშვილი
თეოლოგიის ფაკულტეტი (მაინორი ტურიზმი)
ხელმძღვანელი: თინათინ მოსიაშვილი

შესავალი

თბილისი ერთ-ერთი მსოფლიოს იმ ქალაქთაგან, რომელიც მაგალითია რელიგიური ტოლერანტობისა. ეს კი ჩანს ქალაქში არსებული სხვადასხვა რელიგიის სალოცავების არსებობით. ილია ჭავჭავაძე წერდა: „ქართველმა, თავისი სარწმუნოებისთვის ჯვარცმულმა, იცის პატივი სხვისი სარწმუნოებისაც...“¹

ძველ თბილისში სიონის, ანჩისხატისა და მეტეხის გვერდით არის კათოლიკური სალოცავი, სომხური თემის სალოცავი, მეჩეთი და სინაგოგა... მათ მოყოლილ ისტორიებამდე კი ძველი თბილისის ისტორიასა და ხალხის რწმენა-წარმოდგენების შესახებ წარმოდგენას მაზდეანური სალოცავი გვიქმნის. მნიშვნელოვანია ასევე ისიც, რომ მსოფლიოს მასშტაბით მხოლოდ თბილისშია მეჩეთი, სადაც ერთად ლოცულობენ შიიტები და სუნიტები. ამ მხრივ, ჩვენი ქალაქი სამაგალითია. მსოფლიოს მუსლიმური სამყარო შიიტებისა და სუნიტების ერთიანობას არ აღიარებს... ცნობილია ასევე ქართველებისა და ებრაელების 26 საუკუნოვანი ისტორია. ეს ყველაფერი კი ტურისტული თვალსაზრისით საინტერესო და მიმზიდველია. სწორედ ეს ისტორიული ძეგლები და სალოცავები იზიდავს თბილისში ტურისტების უმეტესობას. უპირველესად მიმოვიხილავ თბილისის ისტორიას, ძველ თბილისში არსებულ სხვადასხვა კონფესიის სალოცავებს, მათ არსებობას და მნიშვნელობას ტურიზმის სფეროსთვის.

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ თბილისი თავისი ისტორიით, ეთნიკური და რელიგიური სიჭრელით, ტოლერანტული ბუნებით, ადგილობრივი თუ სხვადასხვა ქვეყნიდან ჩამოსული ტურისტებისთვის პილიგრიმული ტურების ჩატარების საშუალებას გვაძლევს.

I ისტორიული მიმოხილვა

საქართველოს დედაქალაქის ბედთან იყო ყოველთვის დაკავშირებული სახელმწიფოებრიობისა და კულტურის მდგრადი განვითარება. რასაკვირველია, თბილისი ყოველთვის დამპყრობელთა მთავარ სამიზნედ მიიჩნეოდა, ამიტომაც იყო რომ საუკუნეების მანძილზე, ბატონობდნენ სპარსელები, ბიზანტიელები და ხარაზები, არაბები, ხვარაზმელები, მონღოლები, თემურ-ლენგი, ოსმალები და სპარსელები. იყო მშვიდობიანი წლებიც, დავით აღმაშენებლისა (1089-1125) და თამარ მეფის (1184-1213) პერიოდი... ასევე როსტომ მეფის დროც შეიძლება შედარებით მშვიდობიან პერიოდად მოვიხსენიოთ (1632-1658). შემდგომ იყო ერეკლე II-ის (1744-1798) ეპოქა, ტრაქტატი რუსებთან (1783წ. 24 ივლისი), შემოფოთებული მაჰმადიანი მეზობლები, ალა-მაჰმად-ხანის შემოსვლა, აოხრება და ქალაქის განადგურება... ერეკლე მეორის გარდაცვალების შემდგომ რუსეთის გავლენა. იყო დამოუკიდებლობის 3 წელი, 1921 წლის 25 თებერვალს, ბოლშევიკების შემოსვლის შემდეგ, საბჭოთა მმართველობის გამოცხადება. ბოლოს კი მოვიდვართ ჩვენი მშობლებისა და ჩვენს ეპოქამდე.

ზემოთ აღნიშნული შემოსევებისა თბილისი მრავალჯერ აუოხრებიათ, გაუნადგურებიათ და მტერს თავისიანები ჩამოუსახლებია. თბილისის მოსახლეობას ამ შემოსევებმა ასწავლა თავის გატანა და თანაცხოვრება. აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ საქართველო იმ უძველეს სატრანსპორტო გზაჯვარედინზე მდებარეობს, რომელიც

აკავშირებდა და აკავშირებს ჩრდილოეთისა და სამხრეთის, დასავლეთისა და აღმოსავლეთის ქვეყნებს. სწორედ მასზე გადიოდა ყველასთვის ცნობილი ტრანსკონტინენტური სავაჭრო, საქარავნო გზა, აბრეშუმის გზა.

ვფიქრობ, აღნიშნულ მიზეზთა გამოც იყო სწორედაც თბილისი მრავალეროვანი ქალაქი. შემოსევები და დაპყრობები აიძულებდა ქალაქის მოსახლეობას მიეღოთ სხვა ეროვნებისა და რელიგიის წარმომადგენლები. საუკუნეების მანძილზე კი შეისისხლხორცა ქალაქმა და ქალაქის მოსახლეობამ ერთმანეთი. ხალხს, რომელიც ფუძნდებოდა ქალაქში, თავისი წვლილი შეჰქონდა ქალაქის განვითარებაში. სწორედ ეს იყო, ალბათ, თანამეგობრობისა და თანაცხოვრების საიდუმლო.

II ძველ თბილისში არსებული ქრისტიანული და არაქრისტიანული სალოცავები

თუკი ისტორიის კვალდაკვალ განვიხილავთ ძველ თბილისში არსებულ სალოცავებს, აუცილებელია თვალის გადავლება ქრისტეს შობამდე არსებულ პერიოდზეც. ჩვენი წინაპრების ნაწილი ქრისტეს შობამდე მონოთეისტურ და დუალისტურ თეოლოგიასაც ეზიარა, იუდაიზმისა და ზოროასტრიზმის სახით. ზოროასტრიული ტაძარი მდებარეობს თბილისში, კლდის უბანში, გომის ქ. №3-ში. სწორედ ამ ტაძრით დაიწყო და მიმოვიხილავ ნაცნობ და უცნობ სალოცავებს.

ათეშქა - ცეცხლთაყვანისმცემლური ტაძარი, ცეცხლის საგზებელი. სახელწოდება მომდინარეობს სპარსული სიტყვიდან „ათეშგაჰ“ (სპარსულად ათეშ-ცეცხლი, გაჰ-ადგილი), რომელიც ცეცხლის დასანთებ ადგილს ნიშნავს. ცეცხლის დასანთებად იყენებდნენ მხოლოდ ხეხილის შეშას, რომელიც წვის დროს სასიამოვნო სურნელს გამოჰყოფდა.

დღეს ათეშქა ეროვნული მნიშვნელობის ძეგლის სტატუსს ატარებს. ათეშქა აგურით არის ნაგები, კუბის ფორმის ტრომპებზე დაფუძნებულია ნახევრადსფერული, ამჟამად ჩამოშლილი გუმბათი. აგების კონკრეტული თარიღი უცნობია. მოსაზრებები განსხვავებულია უშუალოდ ტაძრის დაარსების შესახებ. არის სხვადასხვა ვერსიები: პირველი ვერსიის მიხედვით ვახტანგ გორგასლის დროს აიგო, მეორე ვერსიით - სტეფანოს-I ის ერისმთავრობის პერიოდს მოიაზრებენ, მესამე მოსაზრებით ათეშქა სტეფანოს - I ის ერისმთავრობამდე აგებულიყო. დრომ და შემოსევებმა არც ათეშქა დაინდო. მე-18 საუკუნეების 20-იან წლებში შენობაში მეჩეთი ფუნქციონირებდა. გადაკეთებულიც იყო. არსებობს ფოტო მასალები, რომელშიც კარგად ჩანს სხვადასხვა პერიოდის ათეშქა.

2007-2009 წლებში ათეშქა გაინმინდა და აღდგა. რეკონსტრუქცია ჩაუტარდა მისასვლელ კიბეს. დღევანდელ დღეს იგი გადახურულია, ატმოსფერული ნალექებისგან დაცვის მიზნით.

შემდეგი სალოცავი, რომლის განხილვასაც ვაპირებ, ეს არის სინაგოგა. სინაგოგა ებრაელების სალოცავია. მათ რელიგიას კი იუდაიზმი ჰქვია.

სინაგოგა - თბილისში არსებული დიდი სინაგოგა 1910 წ. აშენდა აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ებრაელები საქართველოს დასაპყრობად არ მოსულან, არამედ საქართველომ ისინი შეიფარა... პირველად ებრაელების მოსვლას ძველი ქართული საისტორიო მწერლობა ნახუქოდონოსორის მიერ იერუსალიმის აღებას უკავშირებს (ძვ. წ. 586წ.). ისტორიული წყაროებიდან კი ვიცით, რომ ებრაელებს მცხეთამდე მოუღწევიათ და მისი მამასახლისისგან ხარკით მიწები აუღიათ და ქალაქის გარეუბანში ზანავში დასახლებულან. ასევე იყო ებრაელების შემოსვლა სხვა და სხვა დროს.

¹„ზრები“-ილია ჭავჭავაძე; შემდგენელი: გ. კალანდარიშვილი, თბილისი, 1988. გვ. 17

რაც შეეხება თბილისს. თბილისში ებრაელები ქალაქის დაარსებამდეც ცხოვრობდნენ. ებრაელთა დასახლებებიც ძირითადად ქვემო კალაში იყო. მათ კლდის უბანში არაერთი სინაგოგა ჰქონდათ, რომელთაც დღევანდელ დღემდე არ მოუღწევია. დღევანდელ დღეს არსებული მოქმედი „დიდი სინაგოგა“ 1910 წ. არის აგებული და კოტე აფხაზის (ყოფილი ლესელიძის) ქუჩაზე მდებარეობს. იგი ახალციხელმა ებრაელებმა დაარსეს. ისინი მე-19 საუკუნის ბოლოს დასახლდნენ, ამიტომ მას ახალციხელი ებრაელების სინაგოგადაც მოიხსენიებენ. სინაგოგა 1895-1913 წლებში აგურით არის ნაშენები ეკლექტიკურ სტილში. შემდგომში იგი გუმბათოვანი და სარკმლით გაამშვენეს. მთავარი ჭიშკარი დავითის ვარსკვლავითაა დამშვენებული.

ისტორიიდან ვიცით, რომ XII საუკუნეში მეფე დავით აღმაშენებელს ებრაელებისა და მათი რწმენის პატივისცემის ნიშნად უბრძანებია აკრძალულიყო ქვემო კალაში ღორის დაკვლა.

თბილისში კიდევ ორი სინაგოგაა. ერთი მოქმედი, მცირე სინაგოგაა, რომელიც დიდი სინაგოგის მახლობლად მდებარეობს. ხოლო მესამე სინაგოგა, რომელიც XX საუკუნის დასაწყისში აიგო, მდებარეობს ანტონ კათალიკოსის ქუჩაზე. დღეს ის მოქმედი არ არის. 1932 წლიდან მასში ფუნქციონირებს საქართველოს ებრაელთა ისტორიულ-ეთნოგრაფიული მუზეუმი.

ახალი წელთაღრიცხვის პირველ საუკუნეში ნელ-ნელა შემოდის ქრისტიანული რელიგია. მეოთხე საუკუნის დასაწყისში კი მოციქულთა სწორ წმ. ნინოს შემოსვლისა და ქადაგების შემდგომ წმ. მეფე მირიანი ქრისტიანი ხდება და ქრისტიანობას სახელმწიფო რელიგიად აცხადებს. წმ. მეფე მირიანისა და ნანა დედოფლის ისტორიაზე ამ შემთხვევაში აღარ შევჩერდები.

ანჩისხატი - ძველ თბილისში ერთ-ერთი ძველი მართლმადიდებლური ეკლესია დღეს ანჩისხატად არის წოდებული. იგი VI საუკუნეში დაიწყო უჯარმელის მეფობის დროს აშენებულია. არსებობს მეორე მოსაზრებაც, რომლის მიხედვითაც VII საუკუნეშია აგებული, თუმცა გიორგი ჩუბინაშვილმა ძველი გეგმისა და ზოგიერთი ელემენტის საფუძველზე, დაათარღია VI საუკუნის დასაწყისის ძეგლად. გამოთქვამს ვარაუდს, რომ იგი უნდა ყოფილიყო „მოქცევა ქართლისაჲს“ ქრონიკაში მოხსენიებული „მარიამ წმიდა ეკლესია“. მის ვარაუდს ამყარებს ასევე წარწერა „უფალო მეფე დაჩის შეენი“. ტაძარს ანჩისხატი მე-17 საუკუნეში ეწოდა. მაშინ როდესაც სამხრეთ საქართველოს მონასტრიდან ბექა ოპიზარის მიერ მე-12 საუკუნეში მოჭედილი მაცხოვრის ხატი გადმოაბრძანეს.

ანჩისხატი სამნავიანი ბაზილიკაა, აშენებულია ტუფის თლილი ქვით, ხოლო კედლების ზედანაწილები და ყველა შიდა ბოძი აგურისაა. ტაძრის გეგმა ნაგრძელებულ სწორკუთხედს წარმოადგენს. შუა ნავი განაპირა ნაგებობისაგან ორჯერ განიერი და მაღალია. ანჩისხატის ტაძარს რესტავრაცია 1958-64 წლებში ჩაუტარდა. იმ პერიოდში ტაძარს მოაშორეს მე-19 საუკუნის 70 წლებში მიშენებული და დაშენებული, ტლანქი სამრეკლო და ყალბი გუმბათი. საბოლოოდ კი მივიღეთ ტაძრის სახე, რომელიც მე-17 საუკუნეში იყო.

გადმოცემებით ვიცით, რომ ანჩისხატი ერთადერთი ტაძარი იყო თბილისში, რომელსაც არაბთა ბატონობის დროს ზარების რეკვის უფლება ჰქონდა შენარჩუნებული. ამიტომაც მას ძველად „ზარის საყდარსაც“ უწოდებდნენ.

იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოს მოსახლეობის უმეტესობა მართლმადიდებელი ქრისტიანია, თბილისშიც მართლმადიდებლური ტაძრები უფრო მეტია. ისტორიკოსი პლატონ ოსელიანი ასახელებს ხუთ ეკლესიას, რომელსაც საძირკველი ჩაყვარა ვახტანგ გორგასლის დროს. ესენია: სიონი, ანჩისხატი, ჯვარის მამა, ბეთლემი და მიქაელ მთავარანგელოზის ეკლესია.

უმნიშვნელოვანესი ისტორიის მატარებელია, სიონის ღვთისმშობლის მიძინების საპატრიარქო ტაძარი. მისი მშენებლობა VI საუკუნეში დაიწყო და VII საუკუნის 20-იან წლებში დასრულდა. ტაძარი ბევრჯერ დაურბევია მტრებს, ამიტომაც რამდენიმე სამშენებლო ფენისგან შედგება. ტაძარი, რომელიც ამჟამად დგას დღესაც, მომსწრეა ბევრი უბედურების. ასი ათასზე მეტი ქართველი წამებულის სიკვდილის მხილველია.

ტაძარში უძველესი ხატებია და მათთან ერთად სინმინდებიც - თბილისის საკათედრო ტაძარში ინახება ჯვარი ვაზისა, რომლითაც შემოვიდა წმინდა ნინო საქართველოში. ტაძარში დასვენებულია წმინდა მოციქული თომას თავის ქალა. დავით გარეჯელის მიერ იერუსალიმიდან ჩამოტანილი სასწაულმოქმედი მადლის ქვა. სიონის საკათედრო ტაძარში განისვენებენ საქართველოს მეფეები, კათალიკოს-პატრიარქები.

სომხური სამოციქულო ეკლესია (სომხ. Հայաստանյայց Առաքելական Սուրբ Եկեղեցի) სრული დასახლება - სომხური წმინდა მართლმადიდებელი სამოციქულო ეკლესია. ძველ თბილისში, მეიდანზე მდებარეობს მოქმედი ეკლესია სურბ გევორქი (წმინდა გიორგი). იგი ხანგრძლივი დროის განმავლობაში სომხური სათვისტომოს მთავარი ეკლესია იყო. ტაძარი სურბ გევორქის სახელობის 1938 წელს გახდა. XX საუკუნის მანძილზე ძველი რამდენჯერმე შეკეთდა. ბოლო შეკეთება კი 2015 წელს დასრულდა და საზეიმოდ აღინიშნა.

სომეხთა წმინდა სამოციქულო მართლმადიდებელი ეკლესია ერთ-ერთი უძველესი ქრისტიანული ეკლესიაა, იგი მთელი რიგი არსებითი ნიშნებით განსხვავდება, როგორც მართლმადიდებლური ასევე რომის კათოლიკე ეკლესიებისგან. არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ისინი ეკლესიის წარმომადგენლები მართლმადიდებელ ეკლესიად მოიაზრებენ თავს და არა მონოფიზიტად. თუმცა რელიგიათმცოდნეები არაქალკედონური აღმოსავლური ეკლესიების ჯგუფს მიაკუთვნებენ.

თბილისში მცხოვრები სომხების შესახებ ისტორია უკავშირდება დავით აღმაშენებლის მოღვაწეობის პერიოდს. თამარ მეფის დროს კი სომხები ამ ქალაქში მნიშვნელოვან როლს თამაშობდნენ. XIII საუკუნის მეორე ნახევარში სომხების შესახებ საუბრობდა მარკო პოლოც.² „ამ სამყაროში არის შესანიშნავი ქალაქი სახელად ტიფლის ... მაცხოვრებლები სომხები და ქართველები - ქრისტიანები და ასევე ებრაელების რაღაც ოდენობა თუმცა ამ ბოლო დროში არც ისე ბევრი“³

ძველ თბილისში რამდენიმე სომხური ეკლესია გვხვდება, ესენია: სურბ გევორგი, სურბ ერმიადინის ეკლესია (მოქმედი ტაძრებია), ნორაშენი (არ არის მოქმედი).

არის რამდენიმე სომხური ტაძარი, რომელიც დღეს ძალიან არის დაზიანებული და ნორვა-ლოცვა არ ტარდება.

გარდა ამისა, რამდენიმე ტაძარი სადავოდ არის ქცეული სომხურ სამოციქულო ეკლესიასა და ქართულ მართლმადიდებელ ეკლესიას შორის ესენია: ნორაშენის ღვთისმშობლის მიძინების ეკლესია, მოლნისის წმინდა გიორგის ეკლესია, სურბ მინდა და შამქარეცი.

ასევე არის ერთი ეკლესია, რომესაც სომხები სურბ ნიშანს უწოდებენ, ხოლო ქართველები წმ. ნიკოლოზის ეკლესიას. ეს ტაძარიც შესულია სადავო ეკლესიების სიაში.

პირველი სომხური ტაძარი, რომელიც ტურისტს თვალში ხვდება ეს არის ქვემო კალაში, კოტე აფხაზის ქუჩაზე არსებული ნორაშენი - ღვთისმშობლის სახელობის. ამჟამად მდგომი ეკლესია აგებულია 1790-1796 წლებში, ზოგიერთი

79 ² ვენეციელი ვაჭარი, მოგზაური და მწერალი, ერთ-ერთი პირველი ევროპელთაგანი, რომელმაც აბრეშუმის გზის გავლით ჩინეთს მიაღწია.

³ „ნიგნი მსოფლიოს საოცრებებზე“ -მარკო პოლო XIII საუკუნე.

სამუშაოები კი 1830 წლამდე გრძელდებოდა. ტაძარი დღეს მოქმედი არ არის, დაკეტილია და აღდგენითი სამუშაოები მიმდინარეობს. 1925 წელს საბჭოთა ხელისუფლებას დანგრევა სურდა, თუმცა მოსახლეობის წინააღმდეგობის გამო დანგრევა გადაურჩა და შენობა საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის ბიბლიოთეკას გადაეცა. ნორაშენი ც სადაო ტაძრების ნუსხაშია შეტანილი. დავა მიმდინარეობს სომეხთა სამოციქულო წმიდა ეკლესიის საქართველოს ეპარქიასა და საქართველოს სამოციქულო ავტოკეფალურ მართლმადიდებელ ეკლესიას შორის. ტაძარში დღევანდელი მონაცემებით, რესტავრაცია მიმდინარეობს. შესრულდა გამაგრებები. ტაძრის სიდიადეს, როგორც არქიტექტურულ სიმშვენიერეს, ადასტურებს არა მარტო გარე ფასადი და მონუმენტურობა, არამედ შიდა ინტერიერი. სამწუხაროდ დღეს შიდა ინტერიერის ნახვა მხოლოდ ღია ფანჯრიდან არის შესაძლებელი, რომლის სრულად აღქმაც შეუძლებელია. ბოძები, მოხატულობა, ტაძრის სიმაღლე უზარმაზარი სივრცის შეგრძნებას ტოვებს.

კათოლიკე ეკლესია - ძველი თბილისის დასახლებაში შევხვდებით კიდევ კათოლიკე ეკლესიებს. ისტორიული წყაროებიდან ჩანს, რომ ქართველებს სარწმუნოებრივი კავშირი რომთან ქართლში ქრისტიანობის სახელმწიფო სარწმუნოებად გამოცხადებისთანავე ჰქონდა. წმ. ნინო და მეფე მირიანი და მთელი ქართლის ერი რომის პაპისგან იღებს კურთხევის წერილს, რომელსაც მთავარდიაკონი ჩამოიტანს მცხეთაში. თბილისში არის ორი კათოლიკური ეკლესია, რომლებიც მოქმედა და თარიღდება ერთი 1804 წლით, მეორე კი 1877 წლით.

ძველ თბილისში არსებული ტაძარი მდებარეობს დღევანდელ გ. აბესაძის მე-4 ნომერში. ტაძარი ნაკურთხია მარიამ ღვთისმშობლის ზეცად აღყვანების სახელზე და მოიხსენიება როგორც მარიამ ღვთისმშობლის ზეცად აღყვანების კათოლიკურ კათედრალურ ტაძრად. 1801 წელს რუსეთის მეფე ალექსანდრემ ნება დართოთ, რომ აშენებულიყო კათოლიკური ტაძარი. 1804 წელს კი იმდროინდელ კაპუცინის ქუჩაზე აშენდა. 1937 წელს ეკლესია უქმდება ხოლო 1999 წელს 15 აგვისტოს ის ამოქმედდა. ეს თარიღი ისტორიულადაც მნიშვნელოვანია, რადგან რომის პაპი იოანე პავლე II-ის პირველი ოფიციალური ვიზიტი იყო 1999 წლის 8 ნოემბერს.

თბილისის მეორე კათოლიკური ეკლესია მდებარეობს მარჯანიშვილის მეტროსთან ივ. ჯავახიშვილის №55-ში. ტაძარი ნაკურთხია წმიდა პეტრესა და პავლეს სახელზე. ტაძარი ბაროკოს სტილშია აშენებული. გამოირჩევა სიდიადითა და სილამაზით, ქანდაკებათა სიმრავლითა და ინტერიერ ექსტერიერით. ულამაზესი გუმბათით.

ბოლოს კი ვისაუბრებ მუსლიმანთა საკულტო სახლის შესახებ.

მეჩეთი - მუსლიმანთა სალოცავი და საქადაგებელი სახლია. ისლამი საქართველოში სიდიდითა და მნიშვნელობით მეორე რელიგიაა დაპყრობების ეპოქიდან. რაც შეეხება თბილისს, ქალაქში მუსლიმები არაბების ბატონობის ეპოქიდან ჩნდებიან. შუა საუკუნეების მანძილზე ქალაქში რამდენიმე მეჩეთი აიგო, მათ შორის უდიდესი იყო მტკვრის პირას, მეიდნის სამხრეთით მდგარი შიიტების, თბილისს შაჰ-ისმაილის მეჩეთი, რომელიც მეტეხის ახალი ხიდის მშენებლობის დროს დაინგრა. იგი აშენებული იყო 1522-1524 წლებში. დანგრეული კი დაინგრა 1950 წელს.

1723-1735 წლებში ოსმალებმა ააშენეს ნარიყალას ძირში სუნიტური მეჩეთი. 1740-იან წლებში სპარსელებმა დაანგრეს. საუკუნის შემდეგ ის აღადგინეს ჯოვანი სკუდიერის პროექტით. ხოლო მეცხრამეტე საუკუნის ბოლოს, 1895 წელს ბაქოელმა მილიონერმა და მეცენატმა მეჩეთი მთლიანად შეაკეთა, მაგრამ მისი აღმოსავლეთ

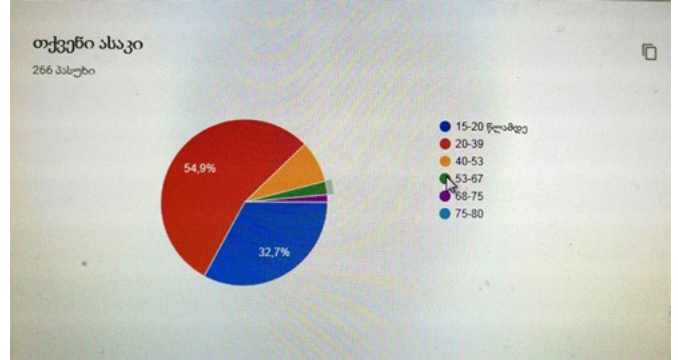
ნაწილი მთლიანად შეიცვალა. სწორედ ეს მეჩეთია დღეს ლოცვის დროს შიიტების და სუნიტების გამაერთიანებელი. თავდაპირველად შავი ფარდით იყო გაყოფილი სივრცე და ერთ მხარეს სუნიტები ლოცულობდნენ, ხოლო მეორე მხარეს შიიტები. მაგრამ დღეს მეჩეთი ყველასათვის ერთნაირად გახსნილია.

III ძველ თბილისში არსებული სალოცავების შესაძლებლობები პილიგრიმული ტურიზმის განვითარებაში

სალოცავები, რომლებიც წინა თავში განვიხილეთ, დასტური და მაგალითია სხვადასხვა ეროვნების, თუ რელიგიური მრწამსის წარმომადგენლების თანაცხოვრებისა. ზოგჯერ თანაცხოვრება იწყებოდა იძულებით, შემოსევების გამო, მაგრამ გრძელდებოდა კეთილმეზობლობით. დროთა განმავლობაში თბილისელები სწავლობდნენ თანაცხოვრებას, ერთმანეთის სარწმუნოების პატივისცემას და ერთურობის დახმარებას. ყველა ცდილობდა ქალაქის აღმშენებლობას და მის განვითარებაში წვლილის შეტანას. დღეს ძველი თბილისი მაგალითია თუნდაც საქართველოს სხვა ქალაქებისათვის. სწორედ ამ ძეგლების არსებობა იზიდავს ტურისტებს და საინტერესოს ხდის მათთვის ქალაქს.

კონფერენციის თემის ფარგლებში ჩატარებული ერთი კვლევის საფუძველზე შესაძლებელია დავასკვნათ, რომ ქართველი ებრაელების უმეტესობა ბრუნდება იმ ადგილების სანახავად, სადაც მათი წინაპრები ცხოვრობდნენ. ინტერესდებიან თბილისში არსებული სინაგოგით, ასევე ქართულ-ებრაული მუზეუმით. მუზეუმის დირექტორის, გივი ლამბაშიძის, თქმით, ბევრი ჩამოდის ინვესტიციის განსახორციელებლად. ასევე მისი თქმით ჩამოსულან, არა მარტო წინაპრების საცხოვრებლების სანახავად, არამედ ვაჟა-ფშაველას საფლავის სანახავადაც. როგორც ბატონი გივი აღნიშნავს, ხშირად ჩამოდის პანთეონის ნახვის მიზნით, რათა გააცნონ თავიან შვილებს ქართველი მწერლები და პატივი მიაგონ მათ საფლავებს. იყენენ ისეთებიც, რომლებიც არ ყოფილან და სურვილი აქვთ მოინახულონ წინაპრის სახლები და საქართველოს დედაქალაქიც.

რაც შეეხება მეორე კვლევას, თბილისში პილიგრიმულ ტურებთან დაკავშირებით გამოვიკითხეთ 267 ადამიანი. ასაკი განსხვავებული იყო: 15-დან 80 წლამდე.



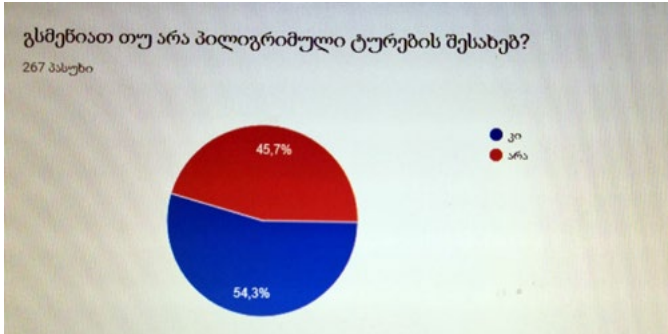
მოცემულ ფოტოზე ნაჩვენებია სხვადასხვა ასაკის ადამიანების მონაწილეობა. მართალია დიდი ნაწილი გამოკითხულთაგან 15-დან 39 წლამდე ასაკის იყვნენ. თუმცა მონაწილეობა მიიღო თითქმის ყველა ასაკის ადამიანმა. ამიტომ ამ კვლევით არა მარტო ახალგაზრდების აზრს, არამედ შუა ხნის ადამიანებისა და პენსიონერთა ასაკის ადამიანების აზრსაც ვიგებთ. 15-20 წლამდე გახლდათ 87 ადამიანი; 20-39 წლამდე - 146 ადამიანი; 40-53 წლამდე - 22 ადამიანი; 53-67 წლამდე - 7 ადამიანი; 68-75 წლამდე ასაკის კი - 4 ადამიანი.

შემდეგი კითხვა რითიც დავინტერესდით, ეს იყო სქესი და მოქალაქეობა.



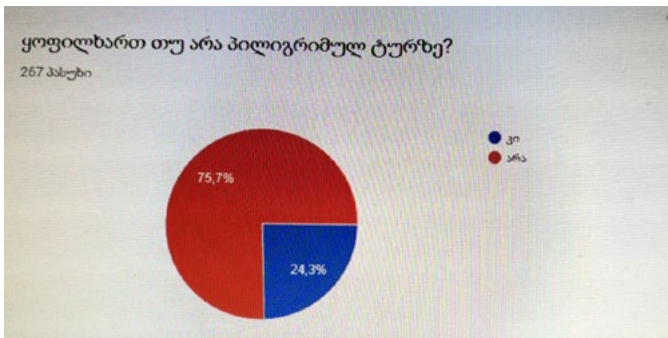
აღნიშნულ კვლევაში ჩანს რომ 68,2%-მა (182) ქალმა მიიღო მონაწილეობა, შესაბამისად მამაკაცი 31,8%(85) გახლდათ. რაც შეეხება მოქალაქეობას, საინტერესო იყო უცხო ქვეყნის მოქალაქეების ჩართულობა და ინტერესი. მართალია მცირე რაოდენობით, 13,2%-ით, თუმცა კვლევა უფრო საინტერესო გახდა ამ მცირე რაოდენობამაც კი.

რაც შეეხება „პოლიგრამული“ ტურების ცნობადობას საზოგადოებაში. შედეგები შემდეგია



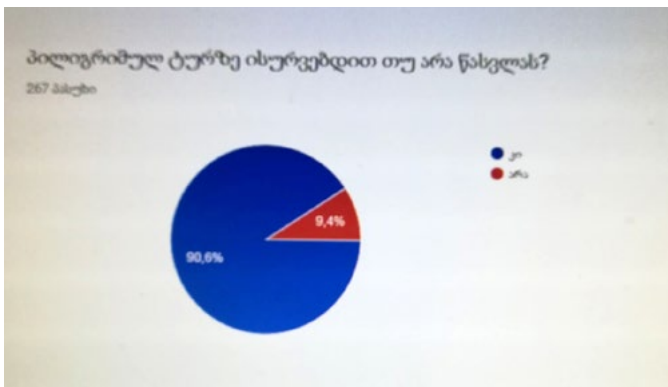
გამოკითხულთა 54,3%-ს (145 ადამიანს) სმენია პოლიგრამული ტურების შესახებ. ეს ნიშნავს, რომ ტურიზმის ამ მიმართულებას სჭირდება მეტი პიარი და ხელშეწყობა. იმის მიუხედავად, რომ გამოკითხულთა ნახევარზე მეტს სმენია აღნიშნული ტურების შესახებ შემდეგ კითხვაზე პასუხები რადიკალურად განსხვავებული იყო.

საინტერესოა ის ფაქტი, რომ კითხვაზე, ყოფილხართ თუ არა პოლიგრამულ ტურზე?



გამოკითხულთა 75,7%-ი ნამყოფი არაა. რაოდენობა შემდეგნაირად გადანაწილდა. 75,7% - 202 ადამიანი არ ყოფილა, ხოლო 24,3% - 65 ადამიანი კი ნამყოფია.

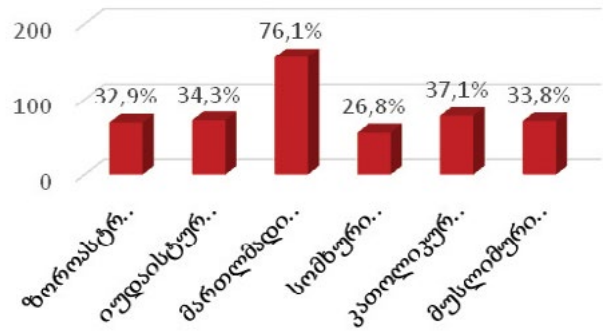
ხოლო ისურვებდნენ თუ არა წასვლას



90,6%-ი სიამოვნებით წავიდოდა. 9,4% ში კი იგულისხმება 25 ადამიანი.

რაც შეეხება კითხვას - რის ნახვას ისურვებდნენ თბილისის პოლიგრამული ტურის ფარგლებში დიარამის სახით წარმოვადგენ.

რის ნახვას ისურვებდით თბილისში პოლიგრამული ტურის ფარგლებში?



გამოკითხულთა უმეტესობას სურს ყველა რელიგიური საკულტო შენობის ნახვა. იყვნენ ისეთებიც ვინც მხოლოდ მუსლიმანური ან მართლმადიდებლური საკულტო შენობების ნახვა ისურვა. ეს კი, ჩემი აზრით, ნიშნავს რომ საზოგადოება პატივს სცემს სხვა აღმსარებლობის ადამიანს და ინტერესდება მათი რელიგიური კულტურით.

კვლევებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ თბილისის გააჩნია პოტენციალი, ქალაქში ტარდებოდეს პოლიგრამული ტურები, რომელიც შერწყმული იქნება ტოლერანტულ ტურთან. იმისთვის, რომ ცნობადი გახდეს ეს ტურები პირველ რიგში უნდა მოხდეს სასკოლო ასაკის მოსწავლეების დაინტერესება. შემდგომ სტუდენტების ბოლო პერიოდში ტოლერანტული ტურები ქალაქში სშირად ტარდება. ჩემი აზრით, სარეკლამო პიარით, უფრო მეტად დაინტერესდება ადგილობრივი და ჩამოსული ტურისტები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- რელიგიურ უმცირესობების კულტურული მემკვიდრეობის მდგომარეობა საქართველოში - ადამიანის უფლებათა ცენტრი 2016წ.
- რელიგიები საქართველოში-გამოსაცემად მომზადებულია საქართველოს სახალხო დამცველთან არსებული ტოლერანტობის ცენტრის მიერ - თბილისი 2008 წ.
- ქალაქ თბილისის მუნიციპალიტეტის მერია - სინაგოგა - <http://new.tbilisi.gov.ge/news/481>
- ენციკლოპედია „თბილისი“ - ი. აბაშიძის მთავარი სამეცნიერო რედაქცია 2002 წ.
- ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია ტომი V -1980წ. თბილისი
- ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია ტომი I - გვ.503 თბილისი 1975წ.
- „ძველი თბილისის ზოროასტრული ტაძარი,“ გურამ ყიფიანი
- „თბილისის ტაძრები“- მ. ქუთათელაძე, ტომი I , თბილისი 2010 წ.
- მართლმადიდებელი მომლოცველები საქართველოში-საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, თბილისი 2015წ.
- „საქართველოს ძველი ქალაქები: თბილისი“ , მეორე გამოცემა, 2006 წ.
- „ძველთბილისური დასახლებანი „თ. კვიციანი, გამომცემლობა საბჭოთა საქართველო, თბილისი, 1985 წ.

მადლობა

მხარდამჭერიები და სკონსორები:



ISET MA Program in Economics
Policy Institute
International School of Economics at Tbilisi State University





საქართველოს ეკონომიკისა და
მდგრადი განვითარების სამინისტრო
ჭოველიძის ქ. 10ა, 0108, თბილისი, საქართველო
ტელ: +(995 32) 299 11 11; +(995 32) 299 11 05
ფაქსი: +(995 32) 292 15 34
E-mail: ministry@economy.ge
www.economy.ge



Georgia

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
სანაპიროს ქ. №4, 0105, თბილისი, საქართველო
ტელ: +995 32 2 436 999
ფაქსი: +995 32 2 436 085
E-mail: info@gnta.ge
www.georgia.travel
www.gnta.ge

საქართველოს ტურიზმის
ეროვნული ადმინისტრაცია



საქართველოს ეკონომიკისა
და მდგრადი განვითარების
სამინისტრო