

გ. ხომერიკი

ტურიზმი

სახელმძღვანელო ტურიზმის სპეციალობის
სტუდენტებისათვის

“ტექნიკური უნივერსიტეტი”

გ. ხომერიკი

ტურიზმი

სახელმძღვანელო ტურიზმის სპეციალობის
სტუდენტებისათვის

დამტკიცებულია
.

თბილისი

2008 წ.

ტურიზმი

სახელმძღვანელოში მოცემულია მოგზაურობისა და ტურიზმის ისტორია, ტურიზმის არსი, სუბიექტები, სტრუქტურა, ძირითადი ცნებები და ტერმინები, აგრეთვე, ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენელი სისტემების, – ტუროპერეიტინგის, სასტუმრო ინდუსტრიის, სამგზავრო გადაზიდვების, ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და ტურისტული მარკეტინგის, საფუძვლები. განხილულია ტურიზმის ცალკეული ნაირსახეობები და მიმართულებები, მსოფლიოს ტურისტული რეგიონები. ვრცლადაა მიმოხილული საქართველოს ტურიზმის ბუნებრივი და კულტურული რესურსები, ტურიზმის პრაქტიკა, ტურისტული ცენტრები და მათი ფუნქციონალური პროფილი. დახასიათებულია საქართველოს თითოეული რეგიონის ტურისტული პოტენციალი.

განკუთვნილია ტურიზმის სპეციალობის სტუდენტებისა და ტურიზმით დაინტერესებულ პირთათვის, რომლებიც ბევრ საინტერესოს შეიტყობენ ტურიზმის შესახებ.

წინასიტყვაობა

ძვირფასო სტუდენტებო, თქვენ იწყებთ ტურიზმის, – საქმიანობის ამ საინტერესო სფეროს შესწავლას. ტურიზმი მსოფლიოს ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დარგია, ხოლო გეოგრაფიული არეალების მიხედვით – ყველაზე ფართო. თუ მეცნიერთა პროგნოზებს დაუჯერებთ – ის კიდევ უფრო გაიზრდება, გაფართოვდება. მსოფლიოში გამუდმებით ჩნდება ახალ-ახალი ტურისტული რეგიონები, სამოგზაურო ადგილები, სპეციალური ტურისტული მომსახურების ახალი სახეები და მარშრუტები. ტურიზმის მზარდი შესაძლებლობები სულ უფრო მეტ ადამიანს იზიდავს სამოგზაუროდ. ყოველწლიურად დედამიწაზე ტურისტების სარეკორდო რაოდენობა მოგზაურობს.

ტურისტული ინდუსტრია ბევრი ქვეყნისა და რეგიონისათვის მატერიალური შემოსავლის და მოსახლეობის დასაქმების მნიშვნელოვან წყაროს წარმოადგენს. ტურისტების რეგულარული ვიზიტები სხადასხვა ქვეყნის ტურისტულ რეგიონებში და მათი მომსახურებისთვის შექმნილი საქმიანობა მნიშვნელოვნად ცვლის ადგილობრივი მოსახლეობის მეურნეობას, ყოფას და განვითარების შესაძლებლობებს. როგორც იცით, ჩვენს ქვეყანაშიც ამ დარგს ეკონომიკის განვითარების გარკვეული პერსპექტივები უკავშირდება, კერძოდ: მატერიალური შემოსავლების ზრდა, ახალი საქმიანობების და დასაქმების ახალი ადგილების გაჩენა, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, ახალი ბაზრების ათვისება და საერთოდ, სწრაფი ცვლილებები ჩვენს ცხოვრებაში.

ტურიზმის ბიზნესი მრავალმხრივია მიმზიდველი. სწორად წარმართვის შემთხვევაში, ეს საქმიანობა სტაბილურ და სწრაფი მოვების საშუალებას იძლევა. თუმცა, მეორე მხრივ, ეს დარგი განსაკუთრებულ მოთხოვნებს უყენებს მასში მონაწილე პირებს. ტურიზმის სფეროში მომუშავე სპეციალისტი კარგად უნდა ერკვეოდეს არა მარტო ზოგადად ეკონომიკაში, მენეჯმენტსა თუ კომერციაში, არამედ, პირველ ყოვლისა, ტურიზმისა და ტურისტული საქმიანობის სპეციფიკაში. ეს კი ამ დარგის თანამიმდევრულ და ყოველმხრივ შესწავლას მოითხოვს. სახელმძღვანელო ჩაფიქრებულია, როგორც ტურიზმის სპეციალობის შესავლის სასწავლო კურსი.

შესავალი

ტურიზმის ინდუსტრია მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დარგია. მისი დაჩქარებული ტემპებით განვითარება 1950-იანი წლებიდან დაიწყო, მალე მასობრივი სახე მიიღო და გლობალური¹ მასშტაბი შეიძინა. ბოლო ათწლეულებში საერთაშორისო ტურიზმი ზრდის სტაბილური და ძალიან მაღალი მაჩვენებლებით ხასიათდება. მსოფლიოს ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით, საერთაშორისო ტურისტული ჩასვლების რაოდენობა 1990-2006 წწ. პერიოდში გამუდმებით (2001 წ. 11 სექტემბრის შემდგომ მცირე ჩავარდნას თუ არ ჩავთვლით), წელიწადში საშუალოდ 3,6%-ით იზრდებოდა და 2006 წლისათვის 846 მლნ-ს მიაღწია, ხოლო ტურისტების მიერ მასპინძელ ქვეყნებში დატოვებული თანხების მოცულობა კიდევ უფრო მაღალი ტემპით იზრდებოდა, – მარტო ერთი, – 2006 წ. მანძილზე იგი 57 მლრდ აშშ დოლარით გაიზარდა და 733 მილიარდს მიაღწია. ტურიზმი დიდი ბიზნესია და ბევრი ქვეყნის შემოსავლის სერიოზულ წყაროს წარმოადგენს.

დღეს ეს დარგი ჩვენი სახელმწიფოს ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ-ერთი პრიორიტეტი გახდა. ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით ქვეყანაში, მნიშვნელოვანი დადებითი ძვრები უკვე შეინიშნება: ტარდება ინფრასტრუქტურის გაფართოების და კეთილმოწყობის მასშტაბური სამუშაოები, უკვე ფუნქციონირებს 380-მდე და შექმნის პროცესშია რამოდენიმე ათეული სასტუმრო, თანდათან ყალიბდება კადრების მომზადების სისტემა. შესაბამისად, იზრდება ტურისტების ნაკადი. საქართველოს სასტუმროებში სხვა ქვეყნებიდან დასვენებისა და რეკრეაციის მიზნით ჩამოსულთა რაოდენობა მარტო ერთი, 2005 წლის მანძილზე 3084-დან 7317-მდე გაიზარდა, ხოლო, შემდეგ 2006 წელს ეს მაჩვენებელი 12646 კაცამდე ავიდა, ანუ ბოლო ორი წლის მანძილზე 4-ჯერ და მეტად გაიზარდა! მიუხედავად ზრდის ტენდენციისა, საქართველოში ტურიზმი ჯერ არ არის საკმარისად განვითარებული და მისი წილი საქართველოს მთლიან ეროვნულ პროდუქტში ჯერ კიდევ მცირეა. ამასთან, ქვეყანა საკმაო რესურსებს ფლობს ამ დარგის განვითარებისთვის და მათ ეფექტიან, გონივრულ ათვისებას მნიშვნელოვანი ეკონომიკური და სოციალური მოგების მოტანა შეუძლია.

ტურიზმი, ჯერ ერთი, მოგზაურობაა, ადამიანთა გადაადგილება დროსა და სივრცეში, ახალი ქვეყნების, ხალხების, კულტურების, ცივილიზაციების აღმოჩენა,

¹ გლობალური (ლათ. Globus – დედამიწის სფერო) – მსოფლიო მასშტაბის, მსოფლიოს მომცველი.

გაცნობა, გეოგრაფიული ცნობისმოყვარეობის დაკმაყოფილება; მეორე – ტურიზმი დღეს უკვე დიდი, მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი საქმიანობაა, რომელშიც ასობით მილიონი ადამიანია ჩართული და საქმიანი თუ ცხოვრებისეული ინტერესითაა დაკავშირებული; მესამე – ტურიზმი ეკონომიკის დიდი დარგია, – ინდუსტრია, საკუთარი სუბიექტებით, ობიექტებით, სახეებით, ნაირსახეობებითა და ურთიერთობების თავისებურებებით, და ბოლოს, ტურიზმი – სპეციფიკური ბიზნესია, – მომსახურების სფეროს მრავლისმომცველი სფერო. წინამდებარე სახელმძღვანელოში თანამიმდევრობით გავეცნობთ ტურიზმის ყველა ამ ასპექტს.

თავი I. მოგზაურობა

ადამიანებს ყველა დროში ახასიათებდათ სამყაროს შესწავლისა და ახალი ქვეყნების, ხალხების, ახალი მიწების აღმოჩენის, გაცნობის, შეცნობის ინტერესი. ეს ინტერესი ადამიანებში მოძრაობის, გადაადგილების, მოგზაურობის სურვილს აღძრავდა. მოგზაურობის მიზანი შეიძლება სხვადასხვა ყოფილიყო: ვაჭრობა (კომერციული მოგების მიღება), ახალი მიწების დაპყრობა და ათვისება, ახალი სატრანსპორტო გზების ძებნა თუ სხვა. ჩვენამდე მოაღწია დიდ მოგზაურთა სახელებმა, რომლებმაც ახალი მიწები და კონტინენტები, ხალხები და ბუნების მოვლენები აღმოაჩინეს. მოგზაურობათა შედეგად საფუძველი ჩაეყარა ცოდნას მეცნიერების სხვადასხვა დარგში (გეოგრაფია, ისტორია, კულტუროლოგია და სხვ). ადამიანის მოგზაურობამ გააფართოვა სამყაროს შეცნობის საზღვრები, ხალხები ეზიარნენ სხვა ერების კულტურულ და მატერიალურ ფასეულობებს. მოგზაურობამ ხელი შეუწყო თვით ადამიანთა საზოგადოების განვითარებას.

ნებისმიერ ადამიანს, რომელიც გადაადგილდება სივრცესა და დროში, დამოუკიდებლად მიმართულებისა, გადაადგილების საშუალებისა, მგზავრობის ხანგრძლივობისა თუ მიზნისა (ლაშქრობა, ექსპედიცია, მივლინება), ტურიზმში ეწოდება **მოგზაური** (Traveller). მოგზაურობის დანიშნულების ადგილის – **დესტინაციის** (Destination) მიმართ კი, ის არის **ვიზიტორი** (Visitor, visitant – სტუმარი, სხვა ქალაქელი, უცხო ქვეყნელი, უცხოელი).

მგზავრობის მიზნის, დანიშნულების, გადაადგილების საშუალების, მეთოდის და სხვა არსებითი ნიშნების შესაბამისად, თვით მოგზაურს შეიძლება ეწოდოს მოლაშქრე, მხედარი, მეზღვაური, ნატურალისტი, მონადირე, ბიზნესმენი, სპორტსმენი და ა.შ. მაგრამ, ყველა შემთხვევაში იგი იმავდროულად მოგზაურიცაა – მას უხდება ახალ ადგილებში, მხარეებში, ქვეყნებში გადაადგილება, ღამისთევა უცხო ცის ქვეშ, უცხო შთაბეჭდილებების მიღება, ახალი და უცხო ხალხის გაცნობა და მათთან ურთიერთობა.

ზოგი მეცნიერი თვლის რომ, არ იქნება მართებული თუ მოგზაურებად მოვიხსენიებთ მომთაბარეებს, რომლებიც ტერიტორიაზე საარსებო საშუალებების მოძიების მიზნით გადაადგილებიან, რადგან ეს მათი, ათასწლეულების მანძილზე ჩამოყალიბებული, **ცხოვრების წესია**. ასევე უადგილო იქნება, თუ მოგზაურებად მივიჩნევთ დევნილებსა და იძულებით გადაადგილებულ პირებს, რომლებიც იძულებულნი შეიქნენ დაეტოვებინათ საკუთარი საცხოვრებელი ადგილები.

მოგზაურობა აუცილებლად გულისხმობს უკან, მუდმივ საცხოვრებელ ადგილას დაბრუნებას. ამით მოგზაური განსხვავდება მიგრანტისაგან, რომელიც გადაადგილდება ახალი საცხოვრებელი ადგილისა და უკეთესი ცხოვრების ძებნის მიზნით.

ცალკეულმა ინდივიდებმა მოგზაურობა საკუთარი ცხოვრების წესად და შემოსავლის წყაროდ გაიხადეს. ასეთებად შეიძლება ჩაითვალოს ვაჭრები, სეზონური სასოფლო-სამეურნეო და ვახტური წესით მომუშავე მუშები, დიპლომატები, სამხედროები, კომივოიაჟერები¹. ისინი, ერთი ადგილიდან მეორეზე რეგულარულად გადაადგილდებიან პროფესიული საქმიანობის მიზნით. ამასთან, ბევრმა მათგანმა მოგზაურობის შედეგად, სხვადასხვა ქვეყნის შესანიშნავი აღწერილობა დაგვიტოვა. ასეთია მარკო პოლოს, იბნ-ბატუტას, რაფიელ დანიბეგაშვილისა და სხვა მოგზაურთა შესანიშნავი ლიტერატურული მემკვიდრეობა.

ძველი მოგზაურები

ყველაზე ძველ მოგზაურებს, პირველ ყოვლისა, შეგვიძლია მივაკუთვნოთ ვაჭრები და მოძლოცველები (პილიგრიმები, Pilgrims). პირველებს სხვა ადგილების, ქვეყნებისა და კონტინენტებისაკენ სამოგზაუროდ ახალი ბაზრებისა და რესურსების ათვისების და კომერციული მოგების ინტერესი ამოძრავებდა, მეორეებს – წმიდა ადგილების მონახულების, რელიგიური რიტუალების აღსრულებისა და საკუთარი სარწმუნოების გავრცელების სურვილი.

ისტორიიდან ჩვენთვის ცნობილ პირველ დიდ მოგზაურებად შეგვიძლია ფინიკიელები მივიჩნიოთ. გაბედულმა ფინიკიელებმა მარტივი საზღვაო გემებით, წითელი ზღვის გავლით, ინდოეთის ოკეანეს მიაღწიეს და ნაპირის გასწვრივ ცურვით, აღმოსავლეთიდან დასავლეთისკენ, ვასკო და გამაზე ორი ათასი წლით ადრე, შემოუარეს აფრიკის კონტინენტს. ცნობილმა ბერძენმა ისტორიკოსმა ჰეროდოტემ ჯერ კიდევ V ს. ძვ. წ. აღწერა იმ დროისთვის ცნობილი ყველა მოგზაურობა და გეოგრაფიული აღმოჩენა. ზღვაოსანმა, გეოგრაფმა და მკვლევარმა პითეასმა, (Pytheas) მესალიის (ამჟამად მარსელი, საფრანგეთი) მკვიდრმა, ძვ. წელთაღრიცხვის 320 წელს, იმ დროისთვის მეტად რთული მოგზაურობა მოაწყო ევროპის გარშემო, – მან ზღვით, სანაპიროს გასწვრივ ცურვით შემოუარა კუნძულ

¹ მოგზაური ვაჭრები.

ბრიტანეთს, მიაღწია ნორვეგიას და, სავარაუდოა, რომ ისლანდიასაც. პითეასმა, თავისი მოგზაურობის შედეგად უნიკალური ნაშრომი შექმნა სახელწოდებით “ოკეანის შესახებ”, რომელშიც ევროპელებისთვის უამრავი ახალი გეოგრაფიული აღმოჩენა აღწერა.

დიდ მოგზაურობათა მიზეზი ხშირად, სამხედრო ექსპედიციები ხდებოდა როგორც ცნობილია, **ალექსანდრე მაკედონელის** (356-233 ძვ.წ.) უმაგალითოდ ძლევამოსილ სამხედრო ლაშქრობებს შუა აღმოსავლეთისა და ინდოეთის ქვეყნებში, რომლის დროსაც მან, საერთო ჯამში, 32 ათასი კმ გაიარა, ბევრი ახალი გეოგრაფიული აღმოჩენა მოყვა.

ხელმწიფეები ხშირად, სპეციალურად აწყობდნენ დიდ მოგზაურობებს უცხო ტერიტორიებისა და აკვატორიების შესწავლის მიზნით. სპარსეთის მეფე **დარიოსმა** ნიჩბიანი გემებით საზღვაო ექსპედიცია მოაწყო კასპიის ზღვის მთელი სანაპიროს გასწვრივ და ამით დაადასტურა ამ ზღვის შავი ზღვისაგან დამოუკიდებელი არსებობის ფაქტი.

ანტიკურ ხანაში მოგზაურობა შეძლებული ფენების ცხოვრების წესად იქცა. ძველრომაულ ეპოქაში მდიდარი არისტოკრატები დასვენების მიზნითა და იმპერატორის ნებართვით სხვადასხვა ქვეყნებში მიემგზავრებოდნენ, ძირითადად ეგვიპტეში. რომაელები ხშირად მოგზაურობდნენ თავიანთ ქვეყანაშიც. დიდ მობილურობას (გადაადგილების სიხშირეს) ხელს უწყობდა გზების დიდებული, – ხშირი და გამართული ქსელი, რომელსაც რომაელები თავისი გიგანტური იმპერიის მართვის მიზნით აგებდნენ. მგზავრებისათვის ამ გზების გასწვრივ აწყობდნენ ფუნდუკებს და ადგენდნენ სპეციალურ გზამკვლევეებს, ე.წ. **იტერარიუმებს**, სადაც ჩამოთვლილი და აღწერილი იყო მოგზაურობის მარშრუტებზე მდებარე ქვეყნები, მდინარეები, მსხვილი ქალაქები, გზები და მანძილები დასახლებულ პუნქტებს შორის.

თითქმის ყველა ძველი ბერძენი მოაზროვნე ხშირად და ხანგრძლივად მოგზაურობდა. ცნობილია, რომ პირველი ბერძენი ფილოსოფოსი, მათემატიკოსი და ასტრონომი **თალეს მილეთელი** 20 წელზე მეტ ხანს სწავლობდა ეგვიპტეში. ნილოსის ხეობას, ცოდნის მიღების მიზნით სტუმრობდნენ ფილოსოფოსი და მათემატიკოსი **პითაგორა (Pythagoras)**, ათენის პოლიტიკური მოღვაწე და პოეტი **სოლონი**. **პლატონმა** შორეული მოგზაურობიდან დაბრუნების შემდეგ, ფილოსოფოსთა სკოლა დააარსა. ბევრს მოგზაურობდნენ: “ისტორიის მამა”

ჰეროდოტე და ანტიკური ხანის გამოჩენილი მოღვაწე, “გეოგრაფიის მამა” სტრაბონი. რომაელმა ფილოსოფოსმა და მწერალმა სენეკამ “წერილებში ლუცილიუსის მიმართ”, მოგზაურობის უმნიშვნელოვანესი პრინციპები ჩამოაყალიბა, რომლებსაც დღესაც არ დაუკარგავთ მნიშვნელობა. მოგზაურობის რაციონალურ პრინციპად ის იმას მიიჩნევდა, რომ სამოგზაურო ადგილები ჯანსაღი და სასარგებლო უნდა იყოს როგორც სხეულისათვის, ისე ზნეობისთვისაც, რაშიც ცოდნას და სულიერ ფასეულობებსაც გულისხმობდა.

მომლოცველობა

მნიშვნელოვანი ღვაწლი მოგზაურობის განვითარებაში შეიტანა მომლოცველობამ. სხვადასხვა კონფესიის მისიონერები, ისწრაფოდნენ რა გაეგრძელებინათ საკუთარი სარწმუნოება, თაყვანი ეცათ წმინდა სალოცავებისთვის ან დაეცვათ ისინი, იმ დროისათვის ურთულეს და უგრძეს მოგზაურობებს აწყობდნენ.

ბერძნები და რომაელები შორეული ტაძრებისაკენ, მაგალითად, *დეღფოს ორაკულისკენ*¹ მიემგზავრებოდნენ; გერმანელები თავს იყრიდნენ *წმინდა ტყეებში*; იუდეველები, დიდი დღესასწაულების დროს, ყოველწლიურად მიემშურებოდნენ *იერუსალმს*. ქრისტიანულ სამყაროში მომლოცველობა *პალესტინაში*, ანუ იმ ქვეყანაში, სადაც მაცხოვრის ღვთიური საქმენი აღსრულდა, ტრადიციად იქცა IV საუკუნიდან, ძირითადად წმ. ელენეს, – იმპერატორ კონსტანტინეს დედის გავლენით. მისი მოგზაურობის შედეგად წმიდა ადგილებში აღიმართ უფლის ჯვარი და აიგო იერუსალიმის ტაძარი.

დღეს მომლოცველობა რელიგიური ტურიზმის საფუძველს წარმოადგენს და ძალიან დიდი მასშტაბები აქვს. საკმარისია გავიხსენოთ ისლამის მიმდევრების ჰაჯი (მომლოცველობის განსაკუთრებული ფორმა ისლამში) წმიდა ქალაქებში – მექასა და მედინაში, ან ქრისტიანების ლტოლვა უფლის საფლავისკენ იერუსალიმში, ან წმიდა ადგილების მონახულება რელიგიურ დღესასწაულებზე და სხვა რეგულარული რელიგიური მარშრუტები.

¹ *დეღფოს ორაკული* – მისნობის ადგილი აპოლონის ტაძარში, დეღფოში (ბერძ. Δελφοί), – არქეოლოგიურ მხარესა და თანამედროვე საბერძნეთის ქალაქში, რომელიც პარნასის მთების სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილში, თოკისის ველზე მდებარეობს. ანტიკური მითოლოგიის მიხედვით, ტაძარი თვით აპოლონმა დააარსა იქ, სადაც საშინელი ურჩხული – პითონი დაამარცხა. დეღფოსის ორაკული, რომელსაც ქურუმი ქალი განაგებდა, ელინურ სამყაროში მისნობის მთავარ ადგილად ითვლებოდა.

შუა საუკუნეების მოგზაურები

ევროპის შუა საუკუნეების საზოგადოება მკვიდრი, საკუთარ მიწის ნაგლეჯს მიმაგრებული იმ ადამიანების საზოგადოება იყო, რომლებიც თითქოს მუდამ თავიანთ საზღვრებში უნდა ყოფილიყვნენ ჩაკეტილები. სინამდვილეში, – ისინი მუდმივ და საყოველთაო მოძრაობაში იყვნენ. შუა საუკუნეების ადამიანები იოლად ტოვებდნენ სამკვიდრო, ოდითგანვე ნაცნობ, მოყირჭებულ ცხოვრებას და დასავლეთ ქრისტიანული სამყაროს სივრცეებზე გადიოდნენ. მათგან ყველაზე გაბედულები კი ამ სამყაროს გარეთაც ახერხებდნენ გასვლას. ჩვენ, XXI საუკუნის მაღალგანვითარებული კომუნიკაციებისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების ეპოქის ადამიანები სათანადოდ ვერ ვაფასებთ ადამიანთა კონტაქტების მნიშვნელობას წარსულში. მაგრამ, უამრავი ფაქტი შუა საუკუნეების საზოგადოების მაღალ დინამიზმზე მეტყველებს. მატერიალური ინტერესები ხშირად ადამიანთა მთელ ფენას აიძულებდა აყრილიყო დასახლებული ადგილებიდან. ქვეყნებსა და ოლქებს შორის მუდმივი დემოგრაფიული გაცვლა მიდიოდა. ვისღა არ შეხვდებოდით ამ გზებზე: გლეხებს, რაინდებს, ვაჭრებს, მეცნიერებსა და სტუდენტებს. ბევრს დადიოდნენ სასულიერო პირები: ეპისკოპები, აბატები¹, უბრალო ბერები და მონაზვნები, – ერთნი საეკლესიო კრებებზე მიდიოდნენ, სხვებს – რომში მიჰქონდათ თეოლოგიური მოხსენება, ზოგი კი საუნივერსიტეტო ქალაქში მიიჩქარობა ლექციის წასაკითხად.

ევროპელი ვაჭრები

გზებზე ყველაზე გავრცელებული ტიპაჟი ვაჭარი იყო, ბევრი რამის გადამტანი და მნახველი. იგი ფულით სავსე ქისით, საქონლითა და უნაგირზე დაკრული ხმლით მოგზაურობდა ქალაქიდან ქალაქში, ქვეყნიდან ქვეყანაში, პატიოსნად იხდიდა ბაჟს საბაჟოებზე – ჩქარობდა, რომ მოესწრო სარფიანი გარიგების დადება. მთელ თვეებს იგი სახლის გარეთ ატარებდა, მაგრამ წარმატების შემთხვევაში, ამ ხეტიალიდან შინ მხიარული და ბედნიერი ბრუნდებოდა. სავაჭრო ხომალდების ქარავნები მდინარეებსა და ზღვებზე აღმა-დაღმა დაცურავდნენ, ხოლო გზებზე – მცველების თანხლებით მძიმედ დატვირთული ალალები დადიოდნენ.

¹ აბატი (ლათ. abba) – კათოლიკური მონასტრის წინამძღვარი

ჩვეულებრივ, ვაჭრები განათლებული წერა-კითხვის მცოდნე ხალხი იყო და უცხო ენებზეც ლაპარაკობდნენ. ბევრ მათგანს, ვისაც IX ს. ფრანკების სახელმწიფოდან ჩინეთში უწევდა მოგზაურობა, შეეძლო ფრანკების, ბერძნულ, სპარსულ, არაბულ და სხვა ენებზე ესაუბრა. ცხოვრების მოძრავი წესი, ინტერესების ერთობა და კონკურენტებთან დაპირისპირების აუცილებლობა ვაჭრებს გაერთიანებას აიძულებდა და ურთიერთმხარდაჭერას ასწავლიდა. ასე გაჩნდა სავაჭრო კორპორაციები – გილდიები, ანუ განზა¹. ვაჭრები შუა საუკუნეების ეკონომიკის მამოძრავებელი ელემენტები იყვნენ.

VI-IX სს. ადრე შუა საუკუნეების დროინდელი ევროპის მოსახლეობა შედარებით იზოლაციაში ცხოვრობდა. ჩაკეტილი კულტურული კერები თავადთა კარზე, მონასტრებისა და საეპისკოპოსო რეზიდენციების გარშემო იქმნებოდა. ამ დროს აქ ნატურალური მეურნეობა ბატონობდა და ყოველი სოფელი თუ მამული თავის თავს თვითონ უზრუნველყოფდა ყველაფრით. ბაზრისთვის არ იყო განსაზღვრული არც კვალიფიციურ ხელოსანთა პროდუქცია, რომელიც ძირითადად მეფეების, პრელატებისა² და დიდებულების შეკვეთით მზადდებოდა. ამ პირობებში უფრო შორეული ვაჭრობა სჭარბობდა. საზღვარგარეთიდან შეჰქონდათ ძვირფასეულობა, აბრეშუმის ნაწარმი, უცხო სანელებლები. მათ ცვლიდნენ პროდუქტებზე, რომლებსაც ღალის სახით აგროვებდნენ ფეოდალურად დამოკიდებული მოსახლეობისგან. ზღვისგაღმა ვაჭრობა მხოლოდ საზოგადოების ზედა ფენას ეხებოდა.

იმდროინდელი ტრანსკონტინენტური რეისები უზარმაზარ მანძილებს მოიცავდა. *ორლეანში* (საფრანგეთი) გამართულ ზეიმებზე სირიული საუბარი ისმოდა, მარსელში ეგვიპტურ პაპირუსებს აგზავნიდნენ, ხოლო არლიში ინდურ სპილოს ძვალს ყიდდნენ. IX ს. ევროპელი ვაჭრები ესპანეთსა და სამხრეთ საფრანგეთიდან მიემართებოდნენ *ალ-ჰინდის* (ინდოეთი) და *ალ-სინის* (ჩინეთი) ქვეყნებში. შორეულ აღმოსავლეთში შექმნილ *მუსკუსს*, *ალოეს*, *ქაფურს*, *დარიჩინს* ისინი ბიზანტიელებისთვის ან საფრანგეთის სამეფო კარზე ყიდდნენ. ამ ვაჭრებმა ისე დეტალურად შეისწავლეს სახმელეთო და საზღვაო მარშრუტები არაბეთის

¹ განზა (Hanse) – ჩრდილოეთ გერმანიაში სავაჭრო ქალაქების კავშირი. ზოგადად, ასე იხსენიებენ ჩრდილოევროპულ ვაჭართა ნებისმიერ გილდიასა თუ ასოციაციას.

² პრელატი (ლათ. Praelatus) – წოდება, რომელიც კათოლიკურ და ანგლიკანურ ეკლესიებში უმაღლესი სასულიერო იერარქიის პირებს ენიჭება.

სახალიფოს ოლქებში, შუა აზიაში, ინდოეთსა და ჩინეთში, რომ მათ აღმოსავლეთში გაგზავნილი ელჩების გაყოლასაც ავალებდნენ.

XII-XIII სს. შუა საუკუნეების კულტურის აყვავების პერიოდია. იცვლებოდა ცხოვრების სტილი და რიტმი. ყველაფერში იგრძნობოდა აზრისა და ცოცხალი შემოქმედებითი ენერჯის დუღილი. ევროპამ თავისი საზღვრებიდან გასვლა დაიწყო. ჯვაროსნულმა ლაშქრობებმა და მონღოლეთის დიდი იმპერიების გამოჩენამ აღმოსავლეთით სამყაროს გეოგრაფიული შემეცნების მიმართ გაზრდილი ინტერესი გააღვიძა. ინდივიდუალურმა მოგზაურობებმა ადგილი დიდი მასშტაბის კოლექტიურ წამოწყებებს – დამპყრობლურ ჯვაროსნულ ლაშქრობებს დაუთმო. აღთქმულ ქვეყანაში მეომრების კვალზე ვაჭრები და პილიგრიმები (მომლოცველები და მისიონერები) მიეშურებოდნენ, გზადაგზა მყარდებოდა კომერციული კავშირები, ეწყობოდა გასაღების ახალი ბაზრები. ევროპელები მჭიდრო შეხებაში შედიოდნენ სხვა კონტინენტების უცხო კულტურებთან. ბიზანტიასა და სირიაში ლათინური კოლონიები დაარსდა, ხმელთაშუა ზღვაზე იტალიის რესპუბლიკების ხომალდები დაცურავდნენ. ვენეციის, გენუის, პიზის ვაჭართა პროფესიულმა ფენამ მონოპოლურად ჩაიგდო ხელში *ლევანტთან* ვაჭრობა. ვენეციელები და გენუელები ალექსანდრიის და კონსტანტინოპოლის ნავსადგურებში დასრულებულ სავაჭრო ამხანაგობებს ქმნიდნენ. ამ მინიკორპორაციიდან თითოეული საკუთარი Fondaco-ს (ფუნდუკის) გარშემო იკრიბებოდა. ეს ფუნდუკები ტრადიციულად შედგებოდა: საცხოვრებელი შენობის, ტრაქტირის, საწყობის, საგამოფენო ნაგებობის, მაღაზიისა და საერთო კანტორისაგან.

XII-XIII სს. ევროპის სულიერი გამოღვიძების ეპოქა იყო. საზოგადოების ცხოვრების ყველა სფეროში აღმავლობის პროცესები ვითარდებოდა. ევროპა რაციონალიზმის ფესვებს უბრუნდებოდა. იქმნებოდა საერო სკოლები და უნივერსიტეტები. ფილოსოფოსები ცდილობდნენ ლოგიკა დაეპირისპირებინათ ბრმა რწმენისათვის, საბუნებისმეტყველო მეცნიერებებში ექსპერიმენტმა შეცვალა ავტორიტეტის აზრი. სახვით ხელოვნებაში, მუსიკაში, ლიტერატურაში, ზოგადად

¹ **ლევანტი** (ფრ. Levant, ან იტალ. Levante – აღმოსავლეთი) – აღმოსავლეთ ხმელთაშუაზღვისპირეთის ქვეყნების (სირია, ლიბანი, ეგვიპტე, საბერძნეთი, თურქეთი) საერთო სახელწოდება. ხშირად, ლევანტით მხოლოდ სირიასა და ლიბანს მოიხსენიებდნენ.

კულტურაში, აგრეთვე ინტელექტუალური საქმიანობის სხვა სფეროებში ევროპა დაუბრუნდა ინტერესს ადამიანისა და მისი გარემოს რეალური ბუნების მიმართ.

თვით დრო, “ბეზინსა და მოუსვენრობისა”, ახალი ტიპის ადამიანებს წარმოშობდა. ესენი, პირველ ყოვლისა, იყვნენ მეწარმეები, ვაჭრები, მოგზაურები, ავანტიურისტები – აფორიაქებული და დაუოკებელი სულის ადამიანები. XIII ს. შუა წლებიდან იღებს სათავეს ხანგრძლივ და სახიფათო წამოწყებათა მთელი ჯაჭვი. მონღოლების დიდ ყაენთან გაგზავნილი **პლანო კარპინისა და გიომ რუბრუკის** ფრანცისკანელ ბერთა მისიებმა აზიის შუაგულში შეადწინეს. ამ ბერ-დიპლომატთა კვალდაკვალ, საქარავნო გზებზე გამოეშურენ იტალიელი ვაჭრები – მახვილი გონების ადამიანები, გაბედულები და ნებისყოფიანები. მათ შორის, ყველაზე ცნობილია მარკო პოლოს 26-წლიანი მოგზაურობა ჩინეთსა და აღმოსავლეთის სხვა ქვეყნებში.

მარკო პოლო

მარკო პოლო (1254-1323) – ვენეციელი მოგზაური, პირველი ევროპელი, რომელმაც აზია შეისწავლა. მამამისი ნიკოლო და ბიძა მატეო ვაჭრობას მისდევდნენ და, შესაბამისად, ახალი საქონლისა და ბაზრების ძებნაში ბევრს მოგზაურობდნენ. ერთ-ერთი მოგზაურობის დროს ისინი შემთხვევით მონგოლეთის დიდი ყუბილღაი ყაენის, ჩინგიზ-ყაენის შვილის, რეზიდენციაში მოხვდნენ. ყაენმა ისინი რომის პაპთან გაგზავნა რამდენიმე მისიონერის გამოგზავნის თხოვნით. უკან, ყაენთან დაბრუნებისას, მათ თან წაიყვანეს ახალგაზრდა მარკო პოლო, რომელმაც სახანოში ცხოვრებისას კარგად შეისწავლა ადგილობრივი ზნე-ჩვეულებები და ყაენის კეთილგანწყობასაც მიაღწია. იგი ყაენის ამაღლაში დანიშნეს და მათი სამფლობელოს შორეული მხარეებისკენ მგზავრობებთან დაკავშირებულ დავალებებს აძლევდნენ. მარკომ ისარგებლა თავისი საქმიანობით და ქვეყნებისა და ხალხის შესახებ უხვი ცნობები შეაგროვა. მან ურდოში ნახევრად ტყვეობასა და ნახევრად სტუმრობაში 20 წელი გაატარა. 1292 წ. ყაენმა გაათავისუფლა მარკო პოლო და მისი ახლობლები, რომლებიც უკან დაბრუნებისას, ჯერ ოკეანისკენ გაემართნენ, შემდეგ გაიარეს *კოჩინჩინა*¹, *სუმატრა*, *ცილონი*, შემდეგ კი გაემგზავრენ დასავლეთით და *ტრაპიზონისა* და *კონსტანტინოპოლის* გავლით, 1295

¹ კოჩინჩინა (ფრანგ. Cochinchine), ანუ კოშინშინა, ან კოხინხინა, ან კუჩინ-ჩინა – ევროპულ ლიტერატურაში ასე მოიხსენიებენ შუასაუკუნეების დროინდელი ვიეტნამის სამხრეთ ნაწილს, რომელიც ინდოჩინეთის ნახევარკუნძულის სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილში მდებარეობდა და XVIII-XX სს. საფრანგეთის კოლონია იყო.

წ. ჩააღწიეს *ვენეციას*. ვენეციაში მარკო პოლომ თავისი სიმდიდრის წყალობით მაღალი საზოგადოებრივი მდგომარეობა მოიპოვა და Masser Millioni-დ იწოდებოდა.

არაბი ვაჭრები

IX-XIII სს. მუსულმანთა გეოგრაფიული თვალსაწიერი *ანდალუზიიდან ჩინეთამდე* და *აბისინიიდან* (ამჟამინდელი ეთიოპია) და *ზინჯების* ქვეყნიდან (ზანზიბარი) *სკანდინავიამდე* ვრცელდებოდა. მუსლიმანური ხანის პირველივე წლებიდანვე (VII-VIII სს.) გამოიკვეთა არაბების მოგზაურობათა გრანდიოზული მასშტაბები, რასაც ხელი შეუწყო არაბულენოვანი კულტურის ერთიანობამ, მომლოცველობამ (ჰაჯმა) მექასა და მედინაში და აქტიურობამ საერთაშორისო ვაჭრობაში.

ისლამი მბრძანებლებს ავალებდა სტუმართმოყვარე ყოფილიყვნენ იმ უცხოელთა მიმართ, რომლებიც სიკეთით მოდიოდნენ და სიკეთეს ავრცელებდნენ: კარი არ ჩაეკეტათ ვაჭრებისა და დერვიშებისათვის¹, გაეწმინდათ გზები მძარცველებისაგან, თორემ, ამ წესების დარღვევას მოყვება ზარალი როგორც ხაზინისათვის ისე სამეფოსათვის.

განსაკუთრებით ბევრს მოგზაურობდნენ და კარგად იცნობდნენ ქვეყანას მუსლიმანი ვაჭრები. გზაზე მათ თან ახლდნენ მონები, ტყვე ქალები, მეჯინიბეები. ისინი ყოველ დღეს ახალ ქალაქში, ახალ გარემოში ატარებდნენ და სარფიანადაც ვაჭრობდნენ. ვაჭარი არსად არ გრძნობდა თავს უცხოელად, დაჰქონდა და ავრცელებდა რა სხვადასხვა ქვეყანაში უამრავ ძვირფასეულობას და სხვადასხვაგვარ უცნაურობას, რჩეული და მშვენიერი ქსოვილების ათასგვარ სამოსს. ერთი ვაჭარი კუნძულ ქუშიდან საადის² თურმე თავის საქმიანობას ასე უხსნიდა: “მე მინდა ჩინეთამდე ჩავიტანო სპარსული პემზა, – როგორც გავიგე იქ ის ძვირად ფასობს, იქიდან კი რუმში ჩინურ ფაიფურს წავიდებ, რუმის აბრეშუმს – ინდოეთში, ინდურ ფოლადს – ალეპოში, ალეპოს მინას – იემენში, ხოლო იემენურ ქსოვილს – სპარსეთში”. აი, რა მასშტაბები ჰქონდა არაბულ ვაჭრობას!

¹ დერვიში – მუსლიმანი მოხეტიალე ღატაკი ბერი.

² მუსლიმიდინ საადი შირაზელი – სპარსელი პოეტი (XIII ს. დასაწყისი – 1292 წ.).

გეოგრაფიული აღმოჩენები

მოგზაურობათა უმეტესი წილი ახალი გზების აღმოჩენის, სამყაროს შეცნობის, ახალი ქვეყნებისა და მიწების ძიების მიზნით ეწყობოდა. ისტორიამ ბევრი შესანიშნავი მოგზაურის სახელი შემოგვინახა. ბევრმა მათგანმა თავისი დაკვირვება და მგზავრის ჩანაწერი დაგვიტოვა.

იბნ ბატუტა

დიდი არაბი მოგზაური, მეცნიერი და მწერალი იბნ ბატუტა (Ibn Battutah, 1304-1368/69), აფრიკის ჩრდილოეთში, ქ. ტანჯერში დაიბადა. მოგზაურობა დაიწყო 20 წლის ასაკში. თავდაპირველად, უდაბნო საჰარა ვაჭართა ქარავანთან ერთად გადაკვეთა. 1324 წ. 1324 წ. თავისი მშობლიური ქალაქიდან სამოგზაუროდ ჩინეთში გაემგზავრა, გაიარა *ჩრდილოეთი აფრიკა, სირია, სპარსეთი, არაბეთი, ანატოლია, ყირიმი, ოქროს ურდო, ბუხარა, ინდოეთი* (სადაც მიიღო სამეფოს ელჩის წოდება ჩინეთში სამოგზაუროდ), *დიდი და მცირე ზონდის კუნძულები*, ხოლო უკანა გზაზე *ესპანეთი* და *შიდა აფრიკა* ქ. ტიმბუქტუმდე. საერთო ჯამში, ამ მოგზაურობის დროს მან 70 ათასი კმ გაიარა.

1353 წ. იბნ ბატუტა 29-წლიანი მოგზაურობიდან სამშობლოში დაბრუნდა. შემდეგში, მან მთელი სისრულით აღწერა მოგზაურობისას ნანახი ქვეყნები. ამ აღწერილობათა საფუძველზე მან შეადგინა ნაშრომი სახელწოდებით “რიხლე”, რომელშიც უმეტესი ქვეყნის გეოგრაფიული აღწერილობა და ხალხის ზნე-ჩვეულება გადმოსცა.

სხვა მოგზაურები

ვასკო და გამამ ევროპელთაგან პირველმა გახსნა აფრიკის შემოვლითი გზა ინდოეთისკენ (1469-1524);

ქრისტეფორე კოლუმბის (1451-1506) ექსპედიციებს სამი კარაველათი ახალი ქვეყნის ნაწილის – ამერიკის აღმოჩენა მოჰყვა;

ფერნანდო მაგელანის (1480-1521) ფლოტმა კი პირველად შემოუარა გარს დედამიწას.

ქართველი მოგზაურები

ქართველი მოგზაურებიდან, რომელთა მოღვაწეობაზე შედარებით ზუსტი ცნობები გვაქვს, უნდა გამოვყოთ რამდენიმე. პირველ ყოვლისა, **გრიგოლ ჩახრუხაძე**, კლასიკური ხანის (XII-XIII სს.) თვალსაჩინო მოგზაური და მნიშვნელოვანი ფიგურა ქართულ მწერლობაში. იგი სამეფო კარზე კარგად ცნობილი პიროვნება, – თამარ მეფის მდივანი, ყოფილა. XII ს. მიწურულსა და XIII ს. დასაწყისში მან შექმნა სახოტბო ჟანრის ნაწარმოები “თამარიანი”, რომელშიც აღწერილია მეფე ქალზე უიმედოდ გამიჯნურებული პოეტის ათი წლის მოგზაურობა მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. მისი მოგზაურობის მარშრუტი საკმაოდ გრძელი ყოფილა და იმ დროისთვის ცნობილი მსოფლიოს ყველა მნიშვნელოვან ქვეყანას მოიცავდა. მოგზაურობა 1193-1203 წწ. მიმდინარეობდა. ჩახრუხაძემ იმოგზაურა *სპარსეთში, გურილების სამეფოში, ინდოეთში, ჩინეთში, მონღოლეთში, ხატაეთში, შუა აზიის ქვეყნებში*. მოგზაურმა აზიის ქვეყნებში 6 წელი დაჰყო. შემდეგ გაეცნო *ხაზარეთს, რუსეთს, კიევის სამთავროს*, ხმელთაშუა ზღვის შემოვლით კი გაიარა ევროპისა და აფრიკის სანაპირო ქვეყნები – *იტალია, საფრანგეთი, ესპანეთი, ეგვიპტე* და სხვ. მეწამული ზღვით მოხვდა *არაბეთში* და თითქმის მთელი ეს ქვეყანა მოიარა. ჩახრუხაძე პირველი ქართველია, რომელმაც შეძლო მუსლიმანთა წმინდა ადგილებში შესვლა და მათი გაცნობა. 1203 წ. იგი ჩავიდა *ბაღდადში*, საიდანაც საქართველოში უნდა დაბრუნებულიყო, მაგრამ სხვადასხვა მიზეზის გამო წამოიწყო ახალი მოგზაურობა, რომლის შესახებ მასალები აღარ დარჩენილა. გარდაცვალების თარიღად 1213 წ. მიჩნეული.

ნიკოლოზ ჩოლოყაშვილი (ნიკიფორე ირბახი, დაახლ. 1585-1658 წწ.) პოლიტიკური მოღვაწე, დიპლომატი და მოგზაური, პირველი ქართული ნაბეჭდი წიგნის ერთ-ერთი გამომცემელი. იგი კახეთის ერთ-ერთი უძლიერესი თავადური გვარის წარმომადგენელია. განათლება მიიღო *იტალიაში*, სადაც შეისწავლა ევროპული ენები. რომში ბერად აღიკვეცა და საერისკაცო სახელი ნიკოლოზი ნიკიფორედ შეცვალა. 1608 წ. საქართველოში დაბრუნდა და კახეთში თეიმურაზ მეფის მოძღვარი გახდა. შაჰ-აბასის შემოსევასთან დაკავშირებით, ნიკოლოზ ჩოლოყაშვილმა დატოვა საქართველო და იერუსალიმს გაემგზავრა წმიდა ადგილების მოსახილველად, სადაც თითქმის 13 წელი დაჰყო. 1626 წ. იგი დიპლომატიური მისიით გაემგზავრა *ევროპაში*, ესტუმრა *რომის* პაპს, *ესპანეთის* მეფესა და სხვა სახელმწიფო მეთაურებს. ევროპის რიგ სახელმწიფოებს გარდა,

მან *ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებიც* მოიარა. იგი ეწეოდა სასულიერო, დიპლომატიურ და კულტურულ მოღვაწეობას. იყო იტალიაში პირველი ქართული სტამბის ჩამოყალიბების ინიციატორი. საქართველოში დაბრუნების შემდეგ, იყო მეტეხის ეკლესიის წინამძღვარი; 1634 წლიდან – ხობის საეპისკოპოსო ტაძრის წინამძღვარი. 1643 წ-დან გაემგზავრა იერუსალიმში, სადაც ქართველთა ჯვრის მონასტერს ჩაუდგა სათავეში. 1651 წ. დაბრუნდა სამშობლოში და ჯერ იმერეთში, შემდეგ კი სამეგრელოში მოღვაწეობდა.

სხვა ცნობილ მოგზაურებს შორის შეგვიძლია დავასახელოთ: გიორგი ავალიშვილი (1769-1850 წწ.), გრიგოლ ბაგრატიონი (1789-1830 წწ.), თეიმურაზ ბაგრატიონი (1782-1846 წწ.), იოანე ბაგრატიონი (1768-1830 წწ.) – “კალმასობის” ავტორი, ტიმოთე გაბაშვილი (1703-1764 წწ.), ივანე (იონა) გედევანიშვილი (1737-1821 წწ.), გიორგი ყაზბეგი (1837-1921 წწ.) და სხვები. მაგრამ, ქართველ მოგზაურთა შორის ყველაზე საინტერესო მაინც რაფიელ დანიბეგაშვილის მოგზაურობებით სავსე ცხოვრება იყო.

რაფიელ დანიბეგაშვილმა, ვაჭარმა, დიპლომატმა და მოგზაურმა განსაკუთრებული კვალი დატოვა მოგზაურობის ისტორიაში. XVIII ს. დასასრულსა და XIX ს. დასაწყისში, 28 წლის განმავლობაში ხუთჯერ იმოგზაურა აზიის ქვეყნებში; გაიარა დაახლოებით 70 ათასი კილომეტრი (თითქმის ეკვატორის ორი გარშემოწერილობა), რომელიც გეოგრაფიულად მოიცავს წინა, სამხრეთი და ცენტრალური აზიის ვეებერთელა სივრცეს. იგი პირველი ქართველი მოგზაურია, რომელმაც აღწერა *ინდოეთი* და *ბირმა*, გადაკვეთა *ყარა-ყორუმის* მაღალი, მუდმივთოვლიანი მთაგრეხილი, მოინახულა რამდენიმე სახელმწიფო და იმოგზაურა ფათერაკებით აღსავსე *ინდოეთის ოკეანეში*. რაფიელ დანიბეგაშვილის მოგზაურობის მარშრუტი და ხანგრძლივობა ბევრად აღემატება სხვა ქართველ მოგზაურთა მარშრუტებს.

რაფაელის მამა იოსები, ერეკლე მეორის დავალებით რამდენჯერმე ყოფილა ინდოეთში. მოგზაურობისას თან ხლებია რაფაელიც. საერთოდ, დანიბეგაშვილების მთელი საგვარეულო მიეკუთვნებოდა მოგზაურ ვაჭართა იმ ჯგუფს, რომლებიც არა მარტო ვაჭრობას ეწეოდნენ უცხო სახელმწიფოებთან, არამედ დიპლომატიურ დავალებებსაც ასრულებდნენ. პირველი დამოუკიდებელი მოგზაურობა ინდოეთში რაფიელ დანიბეგაშვილს 1795 წ. 15 მარტს დაუწვია თბილისიდან. ეს მოგზაურობა

დიდხანს არ გაგრძელებულა და 1797 წ. ისევ საქართველოში დაბრუნებულა. მას პირნათლად შეუსრულებია ერეკლე მეფის დავალება. მეორედ იმავე წლის შემოდგომაზე გამგზავრებულა და 1799 წ. შემოდგომაზე კვლავ თბილისში დაბრუნებულა. მეორე მოგზაურობაც ძირითადად დიპლომატიურ მისიას ემსახურებოდა. პირველი ორი მოგზაურობიდან მხოლოდ საწყისი და ბოლო პუნქტებია ცნობილი. სამაგიეროდ, საკმაოდ ხანგრძლივი ყოფილა და დეტალურად აღუწერია მესამე მოგზაურობა. იგი 1799 წ. მიწურულს დაწყებულა და 15 წელს გაგრძელებულა. ეს მარშრუტი დეტალურადაა აღწერილი. ამ მოგზაურობის დროს დანიბეგაშვილი ჩასულა მოსკოვში, სადაც აღუწერია თავისი მოგზაურობის შთაბეჭდილებები. რუსეთში ძალზე დაინტერესებულან ამ მოგზაურობით და ცნობილ რუს მეცნიერს, პროფესორ ივან დეიგუბსკის მოგზაურობის შთაბეჭდილებანი 1815 წ. 5 მარტს სასწრაფოდ დაუბეჭდავს მოსკოვის უნივერსიტეტის სტამბაში. დიდხანს უცნობი იყო რ. დანიბეგაშვილის სხვა მოგზაურობა, მაგრამ XX ს. 60-იან წლებში ორენბურგისა და ომსკის არქივებში აღმოჩენილი საბუთების მიხედვით გაირკვა, რომ მან კიდევ ორჯერ იმოგზაურა მოსკოვიდან ინდოეთში. მეოთხე და მეხუთე მოგზაურობა, ისტორიული საბუთებით, თითქმის მთლიანად არის ცნობილი. თითოეული გამგზავრების მიზანი სხვადასხვა ყოფილა, – როგორც საკუთარი კომერციის ინტერესები, ასევე დიპლომატიური მისია. ჩატარებული ხუთი მოგზაურობიდან რ. დანიბეგაშვილმა ყველაზე გრძელი მარშრუტი აღწერა. აღსანიშნავია ისიც, რომ მოგზაურობიდან იგი პირდაპირ საქართველოში კი არ დაბრუნებულა, არამედ შუა აზიით ჩასულა მოსკოვს. თუ პირველი ორი მოგზაურობა, უპირველესად ერეკლე მეფის მიერ ინდოეთში დიპლომატიური ინტერესების განხორციელებას ემსახურებოდა, შემდეგი მოგზაურობებით იმ დროის რუსეთს უწევდა სამსახურს. ამას, დროის მოთხოვნები კარნახობდა. რუსეთში ჩასულ რაფიელს დახვდა გამოჩენილი სამხედრო მოღვაწე გლაზენაპი, რომელმაც მოგზაურს ხელი შეუწყო, რომ საფოსტო ცხენებით ჩასულიყო მოსკოვში. საერთოდ, რ. დანიბეგაშვილი სამგზავროდ იყენებდა ცხენს, აქლემს, საზღვაო და სამდინარო ხომალდებს და, ბუნებრივია, ფეხითაც უხდებოდა სიარული. მისი მოგზაურობების შთაბეჭდილებები გამოიცა ექვსჯერ (სამჯერ თბილისში და სამჯერ მოსკოვში). რაფიელ დანიბეგაშვილი მსოფლიოს გამოჩენილ მოგზაურთა რიცხვშია შეყვანილი.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

- 1. არის თუ არა მოგ ზაურობა ადამიანთა არსებითი საქმიანობა და შეასრულა თუ არა მან როლი კაცობრიობის განვითარებაში?*
- 2. ვიზიტორი სტუმარია თუ მასპინძელი?*
- 3. რა ეწოდებოდა ძველი რომაელების მოგ ზაურობის დასახმარებლად შედგენილ ვ ზამკველევებს?*
- 4. მორწმუნე ებრაელი ევროპიდან წელიწადში ერთხელ ჩადის იერუსალიმში ერთადერთი მიზნით – ეწვიოს “გოდების კედელს” და შეასრულოს შესაბამისი რიტუალი. რატომ უნდა ჩავთვალოთ იგი მოგ ზაურად?*
- 5. რას უნდა ნიშნავდეს მარკო პოლოს მეტსახელი Masser Millioni?*
- 6. რა ფარგლებში ვრცელდებოდა არაბი ვაჭრობის მოგ ზაურობის არეალი? (განვიხილოთ რუკასთან).*
- 7. რა მანძილი გაიარა ალექსანდრე მაკედონელმა თავისი ლაშქრობების დროს?*
- 8. რა ღვაწლი მიუძღვით კაცობრიობის წინაშე დიდ მოგ ზაურებს ვასკო და გამას, კოლუმბუსა და მაგელანს? (გაიხსენეთ სკოლის პროგრამიდან).*
- 9. რა საქმიანობას ეწეოდა თავისი მოგ ზაურობების დროს რ.დანიბევაშვილი, ვაჭრობის გარდა?*

თავი II. ტურიზმის განვითარების ისტორია

ტურიზმის ჩასახვის ეტაპი

მოგზაურობის საყოველთაო გავრცელებასა და ადამიანების მობილურობის ზრდას მოგზაურთა მომსახურების ობიექტების წარმოშობა და განვითარება მოჰყვა, განსაკუთრებით, განვითარებულ ქვეყნებში და აქტიური სამოგზაურო მარშრუტების გასწვრივ.

ანტიკურ ეპოქაში სტუმართმძღობის დაწესებულებები საზოგადოებრივი ცხოვრების მნიშვნელოვანი ელემენტი იყო. ძველ ეგვიპტეში ღუქნები მოგზაურებს არა მარტო სუფრას, არამედ ღამისთვის საშუალებებსაც სთავაზობდნენ. მაგრამ, თანამედროვე სასტუმრო მეურნეობის პირველსახე მაინც უმეტესწილად ძველ რომთანაა დაკავშირებული.

ძველ რომში ბევრს მოგზაურობდნენ: სავაჭრო საქმეებით თუ სამსახურებრივი საქმიანობისთვის, შემოსავლის ძიებაში, განათლების მიზნით ან დასვენებისა და გართობის მიზნით. ამაზე მეტყველებენ თუნდაც გზების გასწვრივ განლაგებული საფლავის ქვების ეპიტაფიებიც, რომლებიც, როგორც წესი, მგზავრისადრე მიმართული: *“. . . მგზავრო გისურვებ გრძელსა და ბედნიერ ცხოვრებას, შენ კი მისურვე მსუბუქი და თბილი მიწა”*.

სულ უფრო მზარდი რაოდენობის მოგზაური პირების მომსახურების მიზნით შეიქმნა ფუნდუკების განტოტვილი ქსელი. იგი განაწილებული იყო იტალიისა და რომის პროვინციულ ქალაქებში, საზოგადოებრივი ცხოვრების და საკულტო დღესასწაულების ცენტრებში, ძირითადი გზების გასწვრივ, სასოფლო დასახლებებში. *ქ. პომპეიში* 10-12 ათას მცხოვრებზე 78 წ. ახ. წ. 20 ფუნდუკი და 118 ღუქანი მოდიოდა, ეს ობიექტები სტუმრებს განთავსების საშუალებასაც სთავაზობდა. არქეოლოგიური გათხრების დროს ფუნდუკებში ნანახი იქნა დღიური შემოსავლის საკმაოდ დიდი თანხა, რაც მათი კლიენტურის მრავალრიცხოვნობაზე მეტყველებს.

ძველ რომში სტუმართმძღობის დაწესებულებები ერთმანეთისგან ძალზე განსხვავდებოდნენ ადგილმდებარეობით, საკუთრების ხასიათით – სახელმწიფო და კერძო, განთავსების სახეებითა და ფორმებით, კეთილმოწყობისა და მომსახურების დონით. მთავარი გზების გასწვრივ განლაგებული იყო საიმპერატორო საფოსტო სამსახურის სადგურები (ე.წ. Mutationes), რომლებსაც ეკიპაჟის შეცვლისა და გზაზე

მოკლევადიანი შესვენებისათვის იყენებდნენ, გზებზე იყო, აგრეთვე სადგომებიც (ე.წ. Mansiones), რომლებში შესაძლებელი იყო დამისთვლა.

ბოლო დროს, აქ, არქეოლოგებმა აღმოაჩინეს 535 მილის (861 კმ) სიგრძის გზა, ე.წ. ვია ეგნატია (Via egnatia), რომელიც თანამედროვე ალბანეთის, მაკედონიისა და საბერძნეთის ტერიტორიებზე გადიოდა. მის გასწვრივ, ყოველ 30-40 მილში (50-65 კმ) ფუნდუკების საძირკვლები, ხოლო ყოველ 7-14 მილში (11-23 კმ) საფოსტო სადგურები იქნა აღმოჩენილი.

საფოსტო სადგურებს და ფუნდუკებს საკუთარი სახელები ერქვათ. საფოსტო სადგურები, როგორც წესი, სახელწოდებას მანძილების შესაბამისად (“N-მილიან ბოძთან”), ან ახლო მდებარე გეოგრაფიული ობიექტების (“მდინარესთან”, “უღელტეხილთან”), ან მსხვილი დასახლებული პუნქტების მიხედვით იღებდნენ. ფუნდუკების სახელები იმ დროის შემორჩენილი გზამკვლევებისა და ეპიგრაფების¹ წყალობითაა ცნობილი. ისინი დიდი მრავალფეროვნებითა და ორიგინალობით გამოირჩეოდნენ: “ურჩხულთან”, “ცენტურიონებთან”, “შავ არწივთან”.

ქალაქებში ფუნდუკების სხვადასხვა ნაირსახეობას შეხვდებოდით: დევერსორიუმებს (Deversorium), სტაბულუმებს (Stabulum), რომელშიც საპალნე ცხოველებისთვის (ცხენების, ვირების, ჯორების, აქლემებისთვის) ცალკე სათავსი იყო განსაზღვრული, ჰოსპიტიას (Hospitia), სადაც ცალკე იყო საერთო სატრაპეზო და ცალკე დასვენების ოთახები; ქსენოდოკიუმს (Xenodokium) – ფუნდუკს მომლოცველთათვის. ტრაქტირებს დასასვენებელი ოთახებიც ჰქონდა. დევერსორიუმის ტავერნა თავისებურ ტრაქტირს წარმოადგენდა, სადაც ოთახები ქირავდებოდა, მერიტორიუმის ტავერნა მოიცავდა ტრაქტირს და საცხოვრებელ ნაწილს, ანუ, საძინებლებს ხანგრძლივადიანი ცხოვრებისთვის.

რომაული ფუნდუკების მოწყობის შესახებ გარკვეულ წარმოდგენას იძლევა პომპეისა და მის შემოგარნში ჩატარებული არქეოლოგიური გათხრების შედეგები. ქალაქიდან ორ კილომეტრში, ჩრდილოეთისკენ მიმავალ გზაზე იდგა ფუნდუკი, რომელიც უბრალო, მცირედით კმაყოფილი მგზავრებისა და გამვლელებისთვის იყო განსაზღვრული. გრძელი სკამები შესასვლელთან, თითქოს გამვლელებს შიგ შესვლასა და ჩამოჯდომას სთავაზობდნენ. დაღლილ მგზავრს გარეთაც, ფარდულის ქვეშ შექმნილ შეფარებულ ვიწმასა და მზეს და მიერთვა წინასწარ შემთბარი წყალგარეული ღვინო (ძველი ბერძნები და რომაელები სუფთა ღვინოს

¹ ეპიგრაფი (ბერძ. Ἐπιγραφή, წარწერა) – ქვაზე ან სხვა, რომელიმე მყარ მასალაზე ამოტვიფრული წარწერა

არ სვამდნენ). თუ მას უფრო დიდი ხნით უნდოდა დასვენება შეეძლო შიგნითაც, შენობაში შესულიყო, დაებანა, ეჭამა და საგზადაც ცოტა პური წაეღო: ამ ფუნდუკის მეპატრონეს საკმაოდ დიდი ფურნეც ჰქონია გამართული. მის მეზობლად წისქვილიც იდგა. შორიდან მომავალი მგზავრებისთვის დიდი ოთახი იყო გამოყოფილი. სახლს, ვირებისა და ჯორებისათვის ვიწრო და გრძელი გომური ჰქონდა მიშენებული, რომლის კუთხეში დიდი სარწყულელებელი იყო მოთავსებული. საზიდრებს გარეთ, ბაგის წინ ტოვებდნენ.

ფუნდუკებში ფასებს მხარეთა შეთანხმებით ადგენდნენ. შემორჩენილია შეთანხმების პროცესის აღწერა, რომელიც ძვ. წ. II ს. ეკუთვნის. მის მიხედვით, მოგზაურები ფუნდუკებში ყოველი პროდუქტის ფასს ცალ-ცალკე კი არ ადგენდნენ, არამედ მხოლოდ კითხულობდნენ რამდენი უნდა გადაეხადათ ყოველ კაცზე და, როგორც წესი, ფუნდუკის პატრონი თანხმდებოდა კლიენტი ყველაფერი აუცილებლად ნახევარ ასად¹ უზრუნველყო.

სასტუმრო მეურნეობის აღმოცენების მნიშვნელოვან თავისებურებას წარმოადგენდა ის, რომ მისი ჩანასახი ერთდროულად გაჩნდა როგორც ქალაქში, ასევე სოფლად, მეურნეობის სხვადასხვა სფეროში – ხელოსნობასა და მიწათმოქმედებაში. *რომში, აქვილიაში, ოსტიაში, პუტეოლაში* და სხვა მსხვილ სავაჭრო და სანავსადგურო ქალაქსა და ხელოსნობის ცენტრში, სტუმართმძღობის დაწესებულებები ეკუთვნოდა ბინათმფლობელებს, რომლებიც ხშირად ხელოსნები იყვნენ. პომპეის გათხრების შედეგად დადგინდა, რომ რამდენიმე ტრაქტირის მეპატრონე ხაბაზი იყო. ამ დაწესებულებებს მართავდნენ და სტუმრებს ემსახურებოდნენ უპირატესად მომხვდურები, ძირითადად ბერძნები და აღმოსავლეთიდან გამოსულები, – ებრაელები, სირიელები. ისინი საზოგადოების დაბალ საფეხურებზე იდგნენ, ცუდი სახელი ჰქონდათ და საზოგადოებრივ უფლებებს იყვნენ მოკლებულები.

მიუხედავად იმისა, რომ ძველ რომში მგზავრების მიღება და განთავსება ხელოსნებისა და მიწათმოქმედებისათვის მეორეულ საქმეს წარმოადგენდა და მცირეშემოსავლიან და ნაკლებად საპატიო საქმიანობად ითვლებოდა, სტუმართმძღობის სპეციალიზებული დაწესებულებების წარმოშობა და მგზავრების მომსახურებაში პროფესიული ცოდნისა და უნარ-ჩვევების დაგროვება,

¹ ასი – ხურდა ფული ძველ რომში.

მნიშვნელოვან ნაბიჯად იქცა სასტუმრო მეურნეობის, – თანამედროვე ტურიზმის ინდუსტრიის ამ ბირთვის ჩამოყალიბებაში.

ისტორიულად, სასტუმრო მეურნეობა კვების სისტემასთან ერთად ჩაისახა. დღესაც, მათ შორის მჭიდრო კავშირია, თუმცა საზოგადოებრივი კვების სფეროს დამოუკიდებელი მნიშვნელობაც აქვს.

სხვადასხვა კერძის მომზადების სპეციალისტები ძვ. წ. V-IV სს. მიჯნაზე გამოჩნდნენ. თუმცა, მზარეულის ხელოვნებამ გაფურჩქვნას ელინისტურ-რომაულ ეპოქაში მიაღწია. ამ დროს უკვე სხვადასხვა კერძის დახვეწილი რეცეპტი არსებობდა, რომლებიც მზარეულთა წიგნებში იყო ჩაწერილი.

ძველ რომსა და ძველ საბერძნეთში მზარეულის ხელოვნება ხელოსნობად ითვლებოდა, მაგრამ შრომითი საქმიანობის დამოუკიდებელ დარგს განეკუთვნებოდა. მზარეულის პროფესიამ კი მყარად დაიკავა თავისუფალი ადგილი საზოგადოებაში, განსხვავებით “მესტუმრის” პროფესიისაგან, რომელიც იმ დროს მხოლოდ იწყებდა ჩამოყალიბებას. რომაელი მზარეულები თავს ქალაქის ელიტას მიაკუთვნებდნენ და ერთმანეთს განსაკუთრებული ტიტულებით აჯილდოებდნენ. იმპერატორ ადრიანეს (ჩვ. წ. 76–138 წწ.) დროს *პალატიუმის ბორცვზე*¹ მათ კულინარული ხელოვნების აკადემიაც კი დააარსეს.

ტურიზმის ჩამოყალიბების მნიშვნელოვანი ნაბიჯი გართობის ცალკე საქმიანობად გამოყოფას უკავშირდება და ბერძნულ-რომაული ანტიკური კულტურის აყვავების ხანას ემთხვევა. შემორჩენილია ძვ. რომსა და ძვ. საბერძნეთში ზეიმების, დღესასწაულების და თამაშების მომზადებისა და ჩატარების დაწვრილებითი აღწერა. ამ პერიოდშივე, გართობასთან დაკავშირებულმა საქმიანობამ სისტემური ხასიათი მიიღო.

ძველ საბერძნეთში თეატრალური სანახაობები ძვ. წ. VI ს-დან ეწყობოდა. თავიდან ისინი კულტურულ წეს-ჩვეულებებს ეფუძნებოდნენ, დროთა განმავლობაში კი სახელმწიფო ზეიმების განუყოფელ ნაწილად გადაიქცნენ. პასუხისმგებლობა დღესასწაულების ჩატარებაზე მკაფიოდ იყო დანაწილებული. ნაწარმოების არჩევით **ქალაქის მესვეურები** იყვნენ დაკავებულები. წარმოდგენების დადგმა ევალებოდა **პოეტებს**, რომლებიც იმ დროში საყოველთაო აღიარებით სარგებლობდნენ და ბრძენთა მაღალ რანგში იყვნენ აყვანილნი. მსახიობებს თავისუფალი

¹ პალატიუმის ბორცვი – რომის შვიდი ბორცვიდან ერთ-ერთი.

მოქალაქეებისგან ირჩევდნენ. ისინი მადლები უნდა ყოფილიყვნენ, ჰქონოდათ კარგი დიქცია და კეთილშობილი უესტიკულაცია. ხმის გამოცდის შემდეგ, მათგან ყველაზე ნიჭიერებს როლებს უნაწილებდნენ. მსახიობებს, რომლებიც მაყურებლის განსაკუთრებულ მოწონებას დაიმსახურებდნენ, შემდგომ დადგმებში წინასწარი გამოცდის გარეშე იწვევდნენ. დროთა განმავლობაში, მსახიობობა მათი პროფესია ხდებოდა. მთელი პასუხისმგებლობა წარმოდგენის გამართვაზე **ქორეგს** (გუნდის ხელმძღვანელს), – რომელიმე შეძლებულ მოქალაქეს, ეკისრებოდა. იგი თავის თავზე იღებდა დადგმის, მსახიობთა და გუნდის შენახვის ხარჯებს, აგრეთვე წყვეტდა ტექნიკურ და საორგანიზაციო საკითხებს.

ძველი საბერძნეთისგან განსხვავებით, ძველ რომში გართობის ყველაზე გავრცელებული სახეობა საზოგადო თამაშები იყო – საცხენოსნო-სპორტული, ბერძნული (ჭიდაობა), მუსიკალური, სცენიური და სხვა. ძვ. წ. 264 წ. **გლადიატორების** პირველი ბრძოლა ჩატარდა, რომელიც მალე რომაელების საყვარელ სანახაობად გადაიქცა. იმპერატორ **აგუსტუსს**, რომელიც ხშირად ატარებდა ბრძოლებს, არენაზე 625 წყვილამდე გლადიატორი გამოჰყავდა; იმპერატორმა **ტრაიანემ** 107 წ. ჩვ. წ. დაკიაზე გამარჯვების აღსანიშნავად, ჩაატარა დიდი თამაშები, რომლებიც ოთხ თვეს გრძელდებოდა და მათში 10 ათასამდე გლადიატორმა მიიღო მონაწილეობა.

გლადიატორები იყვნენ პროფესიონალი მებრძოლები, რომლებიც მონებისგან და თავისუფალი მოქალაქეებისგან აჰყავდათ. მათი შეგროვებით, შესყიდვითა და გადაყიდვით განსაკუთრებული კატეგორიის პირები – **ლანისტები** იყვნენ დაკავებული. მათი ნაწილი ერთ ადგილზე ცხოვრობდა, მეორე კი პროვინციიდან პროვინციაში დადიოდა. ხანდახან ისინი საკუთარ დასებს იჯარით გადასცემდნენ ბრძოლების ცნობილ მომწყობებს, ხანდახან კი თვითონვე აწყობდნენ სანახაობებს. გლადიატორებით ვაჭრობა და ანტრეპრენიორობა¹ საზოგადოებაში სამარცხვინო საქმედ ითვლებოდა.

ტურიზტული საქმიანობის ორგანიზაციის პირველი ფორმები

ტურიზმის ინდუსტრიის წარმოშობა XIX ს. უკავშირდება. თუმცა, ეს მოვლენა მთელი რიგი ისტორიული წანამძღვრებით იყო შემზადებული.

¹ ანტრეპრენიორი (ფრანგ. Entrepreneur) – კულტურულ-სანახაობითი ღონისძიების ორგანიზატორი.

ადრეული ცნობები მგზავრობის ორგანიზაციისა და საშუამავლო ოპერაციების შესახებ, ჯერ კიდევ ძველი რომის დროიდან შემორჩა. იმპერატორების პერიოდში ამ საქმეში ჩართულნი იყვნენ სახელმწიფო სამსახურები, ხალხთა პროფესიული გაერთიანებები და კერძო პირები, რომლებიც მოგზაურობის მომზადებაში დახმარებას უწევდნენ მოქალაქეებს. განსაკუთრებულ როლს ასრულებდა რომის სახელმწიფო ფოსტა. მისი სპეციალიზებული ქვეანაყოფები გზაზე სატარებლად გასცემდნენ სასამსახურო “პასპორტებს” და სხვა ნებისდამრთველ დოკუმენტებს, რომლებიც საგზაო ინფორმაციას და საფოსტო სადგურების და ფუნდუკების მომსახურების სარგებლობის წესებსაც შეიცავდნენ. მოგზაურობის სფეროში საორგანიზაციო და საშუამავლო საქმიანობის საწყისები ე.წ. კოლეგიების საქმიანობაშიც ჩანს. კოლეგიები ადამიანებს საქმიანობის სახეებით აერთიანებდნენ და სხვა საქმიანობასთან ერთად, საკუთარ წევრებს მოგზაურობისას დახმარებას უწევდნენ. ამათ გარდა, იყვნენ კერძო მრჩეველები, რომლებიც სამგზავროდ მომზადებულ ადამიანებს თავის სამოგზაურო გამოცდილებას უზიარებდნენ.

რომის იმპერიის დაცემის შემდეგ, საორგანიზაციო და საშუამავლო საქმიანობა მოგზაურობის სფეროში მთელი ათი საუკუნით შეჩერდა და მხოლოდ XV საუკუნეში, – სავაჭრო საქმიანობისა და მომლოცველობის გაფართოებასთან ერთად, აღორძინდა.

XVII-XVIII სს. გაჩნდნენ სამეწარმეო უნარისა და შესაბამისი ინტერესის მქონე პირები, რომლებმაც შესამჩნევი კვალი დატოვეს მოგზაურობის ისტორიაში. ერთ-ერთი მათგანი იყო **ტეოფრასტ რედონდო**. იგი საფრანგეთში, 1586 წ. დაიბადა. ცხოვრების მანძილზე ბევრი საქმიანობა აითვისა, – იყო მკურნალი, ააწყო საგამომცემლო საქმე და გახსნა მოგზაურობის სპეციალიზებული კანტორები, სადაც ნებისმიერ მსურველს შეეძლო მიემართა რჩევისათვის. ფართოდ იყო ცნობილი მისი დაწესებულება “ოქროს მამალი”, რომელიც აერთიანებდა ბანკს, სამხატვრო გალერეას, ნივთების გაქირავების სამსახურს და თავისებურ სამოგზაურო ბიუროს, რომელიც კლიენტებს სხვადასხვა მიზნით ჩაფიქრებული მოგზაურობის მომზადებასა და განხორციელებას სთავაზობდა.

XVIII ს. მანძილზე და XIX ს. დასაწყისში ევროპაში კიდევ უფრო გავრცელდა სამეწარმეო საქმიანობა, რომელიც ჯგუფური მოგზაურობების ორგანიზაციასთან იყო დაკავშირებული. ამით, ძირითადად, მდიდარი სამოგზაურო გამოცდილების მქონე ერთეული ენთუზიასტი-მეწარმეები იყვნენ დაკავებულნი.

საუკუნეთა მიჯნაზე მოგზაურობის ორგანიზების ევროპაში ჩამოყალიბებულ პრაქტიკას ავითარებდა ჯოვანი გალინიანი (Galinyany). წარმოშობით იტალიელი გალინიანი 1790 წ. პარიზში დასახლდა. 1800 წ., ინგლისიდან იძულებითი ემიგრაციიდან დაბრუნების შემდეგ, მან გახსნა წიგნის მაღაზია (Boutique), სადაც ე.წ. “შეხვედრების დარბაზში” რეგულარულად ატარებდა საუბრებს სხვადასხვა თემაზე, მათ შორის, უცხო ქვეყნებზე საუბრებს, რომლის დროსაც მოსაუბრეები თავიანთი მოგზაურობის გამოცდილებას უზიარებდნენ ერთმანეთს. გალიანი გამოსცემდა მაცნეს, რომელშიც გახსნა რუბრიკა ”მოგზაურობათა დღიურები”, ხოლო 1815 წ. მოაწყო მოგზაურობა პარიზში, ძირითადად ინგლისელებისათვის.

თუ გადავხედავთ მოგზაურობის განვითარების ისტორიას ბოლო 200 წლის მანძილზე, ვნახავთ, რომ იტალიაში ტერმინი “ტურიზმი” (*Turismo*) XIX ს. მეორე ნახევარში გაჩნდა. თუმცა, ეს სიტყვა თანამედროვე მნიშვნელობით, ჯერ კიდევ ნაპოლეონის ომების შემდგომ პერიოდში იხმარებოდა, როდესაც მოგზაურობა, როგორც თავისუფალი დროის გამოყენების საშუალება, აღარ იყო მხოლოდ საზოგადოების მდიდარი წარმომადგენლების პრივილეგია, არამედ, საზოგადოების უფრო ფართო ჯგუფების ტრადიციად გადაიქცა. იტალიელი ეკონომისტი ფრანკო პოლოშია (*Poloschia*) თვლის, რომ სიტყვა ტურიზმი ძველბერძნულ-ლათინური “ტორნოს-ტორნუს”-ის საფუძველზე ჩამოყალიბდა, რაც “მგზავრობას, გასეირნებას, მოგზაურობას” ნიშნავს.

XVIII ს. ბოლოდან ევროპიდან ამერიკის კონტინენტზე გადასახლების ნაკადის ზრდა დაიწყო. ემიგრაციის ამ ტალღას ევროპის მსხვილ ქალაქებში მოჰყვა მრავალრიცხოვანი კერძო კანტორების გაჩენა, რომლებიც ოკეანის გაღმა გამგზავრების მსურველებს დახმარებას უწევდა და ამით, ამ სტიქიურ პროცესს ორგანიზებულ სახეს აძლევდა. მართალია, კანტორები გადასახლებაზე იყო დასპეციალებულები და არა კლასიკურ (ტურისტულ) მოგზაურობაზე, მაგრამ მათ მუშაობას მაინც დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა დასვენების სფეროში საორგანიზაციო და საშუამავლო საქმიანობის განვითარებისათვის.

XIX ს. დასაწყისში ამ საქმიანობამ დამახასიათებელი თავისებურებები შეიძინა და საქმიანობის დამოუკიდებელ სახედ გადაიქცა. მაგრამ, ეს პირველადი სამეწარმეო ფორმები მხოლოდ მომავალი ტურისტული ფირმების წინამორბედებად შეიძლება ჩაითვალოს, რადგან მათ ჯერ კიდევ არ ახასიათებდა მოგზაურთა

მომსახურების მრავალფეროვნება და კომპლექსურობა, – ტურისტული ფირმების წარმოშობისათვის აუცილებელი ისტორიული პირობები ჯერ კიდევ მოსამწიფებელი იყო. ისინი მხოლოდ XIX საუკუნეში, ეკონომიკური, ტექნოლოგიური, სოციალური, პოლიტიკური ძვრების ეპოქაში ჩამოყალიბდნენ.

ტურიზმის ინდუსტრიის აღმოცენება

XIX ს. სამრეწველო გადატრიალებების, ეკონომიკის რადიკალური სტრუქტურული გარდაქმნებისა და ინდუსტრიული საზოგადოების ფორმირების პროცესმა მნიშვნელოვანი ცვლილებები გამოიწვია ეკონომიკურ სისტემასა და მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაში, კერძოდ:

- ა) საფაბრიკო სისტემის გაბატონების შედეგად საზოგადოდ დაინერგა უკიდურესად ორგანიზებული და დისციპლინირებული შრომა;
- ბ) დადგინდა ნორმირებული სამუშაო დღე;
- გ) პროფკავშირებსა და დამსაქმებლებს შორის მოლაპარაკების საფუძველზე შემოღებულ იქნა ყოველწლიური შვებულება;
- დ) დროთა განმავლობაში, დაქირავებულმა მუშაკებმა მიაღწიეს რეალური ხელფასის ზრდას.

ამ ეპოქალური ცვლილებების შედეგად, ჯერ-ერთი, მოსახლეობის საშუალო და ქვედა ფენებს გაეზარდა შემოსავალი, ადამიანების დიდ რაოდენობას გაუჩნდა თავისუფალი დრო, ანუ შეიქმნა ტურიზმის სამომხმარებლო ბაზარი; მეორე მხრივ, კი წარმოების საფაბრიკო ორგანიზაციის პრინციპები გავრცელდა საყოველთაოდ, მათ შორის მოგზაურობის სფეროზეც, რაც ტურისტული მომსახურების შეთავაზების ზრდას, ტურისტული მომსახურების მასობრივი სამომხმარებლო ბაზრის ჩამოყალიბებას და საბოლოო ჯამში, ტურიზმის ინდუსტრიად გადაქცევას ნიშნავდა.

ისტორიული შინაარსის მქონე ტურისტული ბიზნესის ისტორია სათავეს თომას კუკის საქმიანობიდან იწყებს.

თომას კუკი

თომას კუკი, ბაპტიستي პასტორი, რომელიც დღეს თანამედროვე ტურიზმის ფუძემდებლად ადიარებული, პირველი მიხვდა მოგზაურთა ორგანიზებული მასობრივი გადაადგილების არსსა და მომგებიანობას. იგი ფხიზელი ცხოვრების წესისათვის დაუცხრომელი მებრძოლი იყო. სპირტიანი სასმელებისგან თავის

შეკავების მომხრეთა რიგების გაფართოების მიზნით, მან 1841 წ. 5 ივლისს თავისი მრევლის 570-კაციანი ჯგუფისათვის სპეციალური მატარებლით პირველი სარკინიგზო ტური მოაწყო ქ. *ლესტერიდან* მეზობელი ქ. *ლაფბოროში*. ამ ხანმოკლე მოგზაურობის მნიშვნელობა ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში ძალზე დიდი აღმოჩნდა. ამ მოვლენით ტურისტულ საქმიანობაში ახალი ერა დაიწყო. თომას კუკის მიერ ორგანიზებულმა პირველმა ტურმა მასობრივი ტურიზმის დიდი შესაძლებლობები გამოავლინა.

ამ დროიდან, სამოგზაურო ტურების ორგანიზაცია და ჩატარება თ. კუკის ცხოვრების წესად იქცა. პასტორის წამოწყებას საექსკურსიო საქმიანობაში წარმატება სდევდა და საბოლოოდ, წარმატებულ ტურისტულ ბიზნესში გადაიზარდა. პირველად, სწორედ კუკმა მიაღწია მნიშვნელოვან ფასდაკლებას ტურისტების მგზავრობასა და სხვა ტურისტულ მომსახურებაზე. მან ორგანიზება გაუწია ინგლისის პროვინციებიდან მსურველების მონაწილეობას *ლონდონის საერთაშორისო გამოფენაში*. მან მოახერხა გამოფენაზე 165 ათასი დამთვალიერებლის ჩამოყვანა. საგამოფენო ტურები მომგებიანი აღმოჩნდა. ამიტომ, შემდეგ ნაბიჯად კუკმა ინგლისელების მასობრივი ჩასვლა მოაწყო *პარიზში*, 1855 წ. მსოფლიო გამოფენაზე. 1856 წლიდან მოგზაურობა ევროპაში რეგულარული გახდა და მოდაში შემოვიდა, შეიქმნა კუკის ტურისტული სააგენტო და მრავალი ფილიალი სხვა ქვეყნებში.

ტურისტული კომპანიის ფანტასტიკური წარმატება დასტურდება იმ 8000 სასტუმროს კატალოგით, რომლებშიც კუკი თავის ტურისტებს განთავსებას სთავაზობდა. ტურისტული “თომას კუკის” ფირმის კლიენტებად 1870 წლისათვის უკვე 1 მლნ ინგლისელი და ამერიკელი ირიცხებოდა. სწორედ, თ. კუკმა დააყენა ინდუსტრიულ საფუძველზე მოგზაურობა ეგვიპტეში, – *ქაიროში* და *ნილოსის კრუიზი*, ააგო ორი სასტუმრო სპორტული მოედნებით *ლუქსორსა* და *ასუანში*. მან მიერუებული ეგვიპტე პოპულარულ ტურისტულ დესტინაციად აქცია, მოწყვიტა ფელაჰები¹ თოხს, ასწავლა ინგლისური ენა, და ტურისტების მომსახურება და ათასობით ახალ სპეციალისტს მაღალანაზღაურებადი სამუშაო მისცა, ამასთან, უზრუნველყო კაპიტალის მძლავრი ჩადინება სახელმწიფოს ხაზინაში.

თომას კუკის ტურისტული სააგენტო **Thomas Cook & Son** აქტიური ორგანიზატორი იყო მგზავრობებისა იტალიაში, რის გამოც მან “ექსკურსიების

¹ *ფელაჰები* (არაბ. Fallah) – ეგვიპტელი გლეხები – მიწაზე დამკვიდრებული მიწათმოქმედები, განსხვავებით მომთაბარე *ბედუინებისგან*.

ნაპოლეონის” ტიტულიც მიიღო. ამ ტურისტულმა ფირმამ 1860 წ. თავისი ფილიალები გახსნა ნეაპოლსა და პალერმოში. მარშრუტი მოიცავდა *ნეაპოლის, ვეზუვის, პომპეის, სორენტოსა და კაპრის* მონახულებას. ეს ტური დიდი პოპულარობით სარგებლობდა. მგზავრობა იტალიაში ამ უცხოური ფირმის მხრიდან ძალზე მკაცრად იყო ორგანიზებული: იმ ადგილებში, რომლებსაც ტურისტები მონახულებდნენ, მომსახურების მკაფიო სისტემა არსებობდა. მომსახურება უმეტესწილად ინდივიდუალურ ხასიათს ატარებდა და განკუთვნილი იყო კერძო პირებისათვის. ხშირად, ტურისტებისთვის სხვადასხვა სახის მომსახურების შეთავაზებაზე ნამდვილი საბაზრო კონკურენცია იმართებოდა. მაგალითად, – სათავსების გაქირავებაზე; ადგილობრივი გზამკვლელების, სარეკლამო მასალების და ნაბეჭდი გამოცემების გავრცელებაზე; სუვენირების გაყიდვაზე; თარჯიმანთა და ჩიჩერონების¹ მომსახურების შეთავაზებაზე; უცხოურ აფთიაქებში წამლების გაყიდვის დროს.

თ. კუკი თანდათან აფართოებდა თავის საქმეს და სიცოცხლის ბოლოს მთელი ტურისტული იმპერია შექმნა. მისი საქმიანობა მოიცავდა მოგზაურობათა მარშრუტების დამუშავებას და რეალიზაციას, გზამკვლელებისა და პერიოდული ტურისტული ლიტერატურის გამოცემას, ასევე ბევრ სხვა საქმიანობას, მათ შორის საგზაო ჩეკების გამოშვებასა და მომსახურებას, უცხოური ვალუტის გაცვლასა და სხვა საბანკო ოპერაციებს. კომპანიას საკუთარი ფილიალები და წარმომადგენლობები ჰქონდა ევროპაში, ამერიკაში, ახლო აღმოსავლეთში, ავსტრალიასა და ინდოეთში. კუკის წყალობით მსოფლიოს მთელ რიგ ქვეყანაში ტურიზმის ეროვნული ინდუსტრია აღმოცენდა. ამის ყველაზე ნათელ მაგალითს ეგვიპტე წარმოადგენს.

თომას კუკის ღვაწლს ტურიზმის განვითარებაში ყველაზე ზუსტად გამოხატავს მისი საფლავის ქვაზე ამოჭრილი წარწერა: “He made the world travel easier” (მან მსოფლიო მოგზაურობა იოლი გახადა).

თ. კუკის სიკვდილის შემდეგ (1892 წ.) ტურისტული კომპანია მისი შვილის, ჯონ მეისონ კუკის მფლობელობაში გადავიდა. XX ს. დასაწყისში კუკების ტურისტული ბიზნესი საოჯახო საქმედ რჩებოდა. ამ დროისთვის ფირმა Thomas Cook & Son აქტიურ საქმიანობას აფართოებდა, ახალ ტურისტულ პროდუქტებს ამუშავებდა და მოგზაურობის სფეროში ინოვაციების გენერირებას აგრძელებდა: 1908 წ. გამოიცა ბროშურა სპორტის ზამთრის სახეობების შესახებ; 1919 წ.

¹ ჩიჩერონე (იტალ. Cicerone) – იტალიელი ექსკურსიამძღოლი, გიდი.

კომპანიამ, ტურსააგენტოებს შორის პირველმა წარმოადგინა წინადადება გასართობი ტური საჰაერო ტრანსპორტის გამოყენებით; 1922 წ. კომპანია Thomas Cook & Son-მა მოაწყო პირველი ტური მთელი აფრიკის კონტინენტის შემოვლით, რომლის ხანგრძლივობა 5 თვეს შეადგენდა, აქედან, ერთი თვე საფარისთვის¹ იყო განკუთვნილი.

1924 წ. თომას კუკის ტურფირმა სააქციო საზოგადოებად გადაიქცა. ამას მოჰყვა ჯერ კომპანიის ნაციონალიზაცია, შემდეგ კვლავ პრივატიზაცია. საიუბილეო 2001 წ. იგი შთანთქა უმსხვილესმა გერმანულმა ტურისტულმა ჯგუფმა “Condor & Nekkerman Touristik AG”, რომელმაც კომპანიას სახელი შეუცვალა და “Tomas Cook AG” დაირქვა. გაერთიანების შემდეგ, ეს კომპანია მეორე ადგილზე აღმოჩნდა ევროპის უმსხვილეს ტურისტულ ჯგუფებს შორის, ხოლო მსოფლიოში – მესამეზე. 2003 წ. მისმა ბრუნვამ 8 მლრდ ევრო შეადგინა. ამავე წელს იგი 12,6 მლნ კლიენტს მოემსახურა. ჯგუფში შედის 33 ტუროპერატორი, 3600 სააგენტო, ოთხი ავიოკომპანია, მათ შორის “Lufthanza”. Tomas Cook AG-ს ეკუთვნის 76 ათასი სასტუმრო ადგილი, მას განყოფილებები აქვს გერმანიაში, დიდ ბრიტანეთში, ირლანდიაში, საფრანგეთში, ნიდერლანდებში, ბელგიაში, ლუქსემბურგში, ავსტრიაში, უნგრეთში, პოლონეთში, სლოვაკიაში, სლოვენიაში, აშშ-ში, კანადაში, კარიბის ზღვის ზოგიერთ ქვეყანაში, ეგვიპტეში, ინდოეთში, ტაილანდში.

ტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბება

თ. კუკს ბევრი მიმდევარი გამოუჩნდა, თავდაპირველად ინგლისში, ხოლო შემდეგ – სხვა ქვეყნებშიც. გამოჩნდა პირველი კონკურენტიც ჰენრი გეიტსის სახით, რომელმაც საკუთარი სამოგზაურო ბიურო გახსნა. XIX ს. მეორე ნახევარში, ინგლისში “პიკფორდ ტრეველ სერვისის” და “ფრემ ტურსის” ტურისტულმა კანტორებმა გაშალეს საქმიანობა. გერმანიაში თანამედროვე ტურიზმის ისტორია 1842 წ. იოჰანეს რომინგერის საქმიანობით იწყება. აშშ-ში უილიამ ჰარდენმა 1848 წ. თ. კუკის მაგალითით გახსნა სამოგზაურო ბიურო, რომელიც დროთა განმავლობაში “ამერიკან ექსპრესად” (American Express), – ამერიკული ტურისტული ინდუსტრიის ამ გიგანტად, გადაიქცა.

XIX ს. მეორე ნახევარში ევროპას ტურისტული ფირმების აღმოცენების ტალღამ გადაუარა. 1868 წ. ბერლინში მუშაობას შეუდგა “ქარლ შთანგენ

¹ საფარი (Safari) – სამონადირეო ექსპედიცია აფრიკაში.

რაიზებიურო”, პირველი სამოგზაურო ბიურო დააარსეს: საფრანგეთში ალფონს ლუბენმა, იტალიაში – მასიმილიანო კიარიმ 1874 წ., ბელგიაში – ჟოზეფ დუმოლიმ 1893 წ., შვეიცარიაში – ალფრედ კუნინი 1908 წ.

XIX ს. ბოლო ათწლეულში ველოსიპედისა და ავტომობილის გამოჩენასა და განვითარებასთან ერთად, მოგზაურობის ორგანიზაციის ახალი ფორმები აღმოცენდა. ცენტრალური და ჩრდილო იტალიის, ანუ ქვეყნის ყველაზე განვითარებული მხარეების, ბურჟუაზია ძალზედ დაინტერესდა მოგზაურობაში ტრანსპორტის ახალი სახეების შესაძლებლობების გამოყენებით და აქტიურად უწყობდა ხელს ტურიზმის ეროვნული სისტემის განვითარებას. ტურიზმის საჭიროებისთვის ახალი სატრანსპორტო საშუალებების გამოყენების ინიციატორი გახდა ქ. მილანი. ეს მნიშვნელოვანწილად განაპირობა იმან, რომ მოწინავე ევროპული სახელმწიფოების ურთიერთობებში მილანს ცენტრალური პოზიცია ეკავა და, ასევე მისმა ხელსაყრელმა სატრანსპორტო-გეოგრაფიულმა მდებარეობამ ძირითადი სარკინიგზო, სამდინარო და საავტომობილო გზების გადაკვეთაზე. აქ 1894 წ. მოყვარულმა-ველოსიპედისტებმა შექმნეს კლუბი სახელწოდებით “Touring Club Ciclistico Italiano”, რომელმაც სახელი გაითქვა კლუბის მიერ მილანი-რომის ველოგარბენის ორგანიზებითა და ჩატარებით. გარბენში მონაწილეობდა 70 ველოსიპედისტი, რომლებმაც რომამდე 700 კმ მანძილი დაფარეს, რომში კი გარბენის ორგანიზატორებსა და მონაწილეებს თვით დედოფალი მარგარიტა შეხვდა.

ტურინგ-კლუბის პოპულარობა სწრაფად იზრდებოდა, – თუ თავდაპირველად მისი წევრი 784 კაცი იყო, – 1900 წ. ანუ 6 წლის შემდეგ, უკვე 20 ათასს მიაღწია, ხოლო 1910 წლისათვის 80 ათასი გახდა.

კლუბი ძალიან აქტიურად მოქმედებდა ტურიზმის პოპულარიზაციისა და ორგანიზაციის სფეროში. ტურიზმის ხელისშეწყობის მიზნით, მათ დაიწყეს იტალიის მთავრობასთან თანამშრომლობა და მთელი რიგი საკანონმდებლო აქტების მიღებას მიაღწიეს. მათ შორის, კანონისა – ”ქეგლების, მხატვრული ფასეულობებისა და ისტორიული ობიექტების დაცვის შესახებ”, კანონისა ”ისტორიული და ბუნებრივი ინტერესის მქონე ვილების, პარკების და ბაღების დაცვის შესახებ”, ხოლო 1939 წელს მიღებულ იქნა ერთიანი კანონი ”ისტორიული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის კომპლექსური დაცვის შესახებ”, რაშიც გარკვეული დამსახურება კლუბსაც ეკუთვნის.

ამ პერიოდშივე ჩაეყარა საფუძველი საავტომობილო მოგზაურობებსაც. ავტოტურისტების დახმარების მიზნით 1898 წ. მილანშივე დაარსდა ავტომობილისტების კლუბი – Automobile Club Italiano, – ACI, რომელიც დღესაც აქტიურად საქმიანობს.

ტურიზმის ბარდაქმნა მსოფლიო ეკონომიკის მოწინავე ღარბად

ტურიზმის მსოფლიო ინდუსტრიის აყვავება ემთხვევა მეორე მსოფლიო ომის შემდგომ პერიოდს, როცა ტურიზმი მასობრივ საზოგადოებრივად მნიშვნელოვან მოვლენად გადაიქცა. ამას სხვადასხვა ფაქტორმა შეუწყო ხელი. განმსაზღვრელი, მათ შორის, გახდა ომისშემდგომი მსოფლიოს ეკონომიკის ზრდის მაღალი ტემპები და, შესაბამისად, მოსახლეობის ფართო ფენების შემოსავლებისა და თავისუფალი დროის ზრდა.

სხვა ფაქტორებიდან აღსანიშნავია ტრანსპორტის თანამედროვე საშუალებების განვითარება. დიდი და სწრაფი ლაინერების გამოჩენამ ხელი შეუწყო მასობრივ ტურიზმს და ახალი, ადრე ყურადღების მიღმა დარჩენილი რეგიონების ჩართვას საერთაშორისო ტურისტულ მიმართულებებში. გარდა ამისა, მაღალსიჩქარიანმა საფრენმა აპარატებმა ტურიზმის ახალი სახეობები შექმნეს. ამის მაგალითებია – “მოგზაურობა დროში”¹ და ე.წ. “Weekend shuttle”² ტურები.

XX ს. ტურიზმის არნახული ზრდა და ტერიტორიული გავრცელება ერთ-ერთი შემადგენელია გლობალიზაციის საერთო პროცესისა, რომლის ძირითადი განმსაზღვრელი პირობებია: საზღვრების გახსნილობა, ქვეყნების ეკონომიკური სისტემების კონვერგენცია (დაახლოება, შერწყმა), გლობალური საინფორმაციო, საფინანსო, სატრანსპორტო სისტემის ჩამოყალიბება, ინტერესის ზრდა სხვა ხალხების, ადგილობრივი კულტურების, მცირე ეთნოსების მიმართ. ამ პერიოდში ტურიზმმა ბევრ ქვეყანასა და რეგიონში ერთობ დადებითი როლი შეასრულა,

¹ ომის გამო, რომ თანამედროვე თვითმფრინავების სიჩქარე დედამიწის ბრუნვაზე უფრო სწრაფი გადაფრენების საშუალებას იძლევა, შესაძლებელი გახდა “დროში მოგზაურობა”. მაგ., თუ ევროპიდან აშშ-სკენ აღმოსავლეთის მიმართულებით გავფრინდებით და, შესაბამისად, გადავკვეთთ თარიღის შეცვლის საერთაშორისო საზს (180-ე მერიდიანს), შესაძლებლობა გვექნება, რომ გუშინდელ დღეში მოვხვდეთ (ე.წ. Eastbound travel). უკანა გზით დაბრუნებისას საპირისპირო გარდაქმნასთან გვექნება საქმე – ხვალინდელ დღეში მოვხვდებით (Westbound travel).

² ევროპაში არსებობდა მდიდარი ტურისტების განსაკუთრებული კლუბი, რომლის წევრები რეგულარულად, კვირაში ერთხელ Weekend-ზე (უქმე დღეებში), ზებგერით ლაინერ “კონკორდით” 2-3 დღიან ტურებს ახორციელებდნენ მთელი მსოფლიოს მასშტაბით.

როგორც სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების კატალიზატორმა. კერძოდ, ტურისტული საქმიანობის ზრდამ გამოიწვია სხვა, მასთან დაკავშირებული დარგების (მშენებლობა, ვაჭრობა, ადგილობრივი წარმოება, სოფლის მეურნეობა, ენერგეტიკა, ტრანსპორტი, საზოგადოება და სხვ.) გააქტიურება, რამაც, საბოლოო ჯამში, ეკონომიკის საერთო განვითარებას შეუწყო ხელი.

ტურიზმის მსოფლიო ინდუსტრია XXI ს. დასაწყისში

დღეს, ტურიზმის მძლავრი გლობალური (მსოფლიოს მომცველი) ინდუსტრიაა, რომელიც მსოფლიოს მთლიანი პროდუქტის 10%-ს აწარმოებს. მასში ჩართულია მომუშავეთა, მატერიალური საშუალებების, კაპიტალის ძალზე დიდი მოცულობა. ესაა მსხვილი ბიზნესი, დიდი ფული და გლობალური მასშტაბის სერიოზული პოლიტიკა. საზოგადოების განვითარებასთან ერთად, მოსახლეობის სულ უფრო დიდი რაოდენობა ერთვება ტურიზმის სფეროში. ტურისტული ნაკადების სიდიდეს ე.წ. ტურისტული ჩასვლების, ანუ წლის მანძილზე ტურისტულ ცენტრებში ჩასული ტურისტების რაოდენობით ზომავენ. 1950-2006 მანძილზე საერთაშორისო ტურისტული ჩასვლების რაოდენობა 25--დან 846 მილიონამდე, ანუ თითქმის 34-ჯერ გაიზარდა.

ტურიზმის ზრდის საერთო ტენდენციას ვერ ცვლის მასშტაბური უარყოფითი მოვლენები, რომლებსაც თითქოსდა ხელი უნდა შეეშალა ტურისტების აქტიურობისთვის. მაგალითად, მიუხედავად საშინელი ბუნებრივი კატაკლიზმებისა (მიწისძვრები, ცუნამი, ფრინველის გრიპი) და ტერორიზმის ახალი ძლიერი ტალღისა (11 სექტემბრის, თურქეთის, ეგვიპტის და სხვ.), საერთაშორისო ტურიზმი კრიზისში არ ჩავარდნილა და გააგრძელა ზრდა. 2006 წ. ქვეყნების შემოსავალმა ტურისტული საქმიანობიდან 733 მლრდ ამერიკულ დოლარს მიაღწია. 2006 წ.ლისათვის საშუალო შემოსავალმა ერთ ტურისტზე შეადგინა: მსოფლიოში – 670 ამერ. დოლარი, ევროპაში – 580 დოლ., ხოლო აზიასა და წყნარი ოკეანის რეგიონში – 1010 დოლ.

სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიაში 2004 წ. დეკემბერს მომხდარი სტიქიური უბედურება – მძლავრი და დამანგრეველი ცუნამი¹ ყველაზე საშინელი კატასტროფა იყო დიდი ხნის მანძილზე. მაგრამ ტურიზმის დარგმა შექმნილ გაურკვეველ და არასაიმედო ვითარებაში გადარჩენის მაღალი უნარი გამოავლინა.

¹ ცუნამი (ინგ. Tsunami) – ოკეანის ფსკერზე წარმოქმნილი მძლავრი მიწისძვრის შედეგად გაჩენილი გიგანტური დამანგრეველი ტალღები.

შეიქმნა პარადოქსული ვითარება, როდესაც კატასტროფულმა მოვლენებმა მართალია ლოკალურად უარყოფითად იმოქმედა ტურისტულ ინდუსტრიაზე, მაგრამ გავლენა არ იქონია საერთო ზრდის ტენდენციაზე¹. ანალოგიურ ეფექტს ჰქონდა ადგილი 1997/98 წწ. აზიის ქვეყნებსა და რუსეთში შექმნილი ფინანსური კრიზისის, და 2003 წ. აზიაში ფრინველის გრიპის ეპიდემიის შედეგად შექმნილი კრიზისული ვითარების დროს, როდესაც ტურისტული ნაკადების სწრაფი ვარდნის შემდეგ, ტურისტულმა ბაზარმა სწრაფად აღიდგინა თავისი მდგომარეობა.

თუმცა, XXI ს. დასაწყისის მოვლენებმა მაინც გარკვეულწილად შეცვალა ტურისტული აქტიურობის მიმართულებები და პრიორიტეტები. ტურისტები უპირატესობას უკვე უსაფრთხო მიმართულებებს ანიჭებენ. მოწინავე პოზიციას მსოფლიოს ტურისტულ რეგიონებს შორის, ტურისტული ნაკადების სიდიდის მხრივ, მყარად ინარჩუნებს ევროპა. ამ რეგიონში კი პირველი ადგილი ხმელთაშუაზღვისპირეთს (იტალია, ესპანეთი, საბერძნეთი) უჭირავს, რომელზედაც მსოფლიო ბაზრის 20% მოდის. მეორე ადგილზე გადაინაცვლა აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონმა, რითაც უკან ჩამოიტოვა ამერიკის რეგიონი, რომლის მიმართაც ტურისტების აქტიურობის დინამიკა შემცირდა. უნდა აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო ტურიზმის ბაზარი მთელი ტურისტული ბაზრის მხოლოდ ნაწილს შეადგენს, მნიშვნელოვანი წილი მასში შიდა ტურიზმს უკავია და კრიზისულ ვითარებაში სწორედ შიდა ტურიზმი აღმოჩნდა ყველაზე მომგებიან მდგომარეობაში.

ახალი ეპოქის თვისებრივი ცვლილებები თანამედროვე ტურიზმში

XX საუკუნის ბოლოს ტურიზმის ინდუსტრიამ სერიოზული ცვლილებები განიცადა, რამაც განსაზღვრა მისი ევოლუცია მესამე ათასწლეულში. ეს ცვლილებები იმდენად ღრმაა, რომ შეგვიძლია ტურისტული ბიზნესის ბუნების ტრანსფორმაციაზეც კი ვისაუბროთ. ის დაკავშირებულია გლობალურ პროცესებთან, რომლებიც საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების უსწრაფესი პროგრესის ზეგავლენით ვითარდება.

XX საუკუნის 70-იანი წლების ტექნოლოგიურმა რევოლუციამ საფუძველი დაუდო კაცობრიობის გადასვლას ახალ ეპოქაში, რომელსაც თანამედროვეობის ერთ-ერთმა ყველაზე ავტორიტეტულმა სოციოლოგმა მ. კასტელსმა

¹ ქვეყნები, რომლებმაც ცუნამი გადაიტანეს, საერთაშორისო ტურისტების მხოლოდ 3 %-ს იღებენ.

“საინფორმაციო” უწოდა. აღიარებს, რა ინფორმაციის და მისი გაცვლის მნიშვნელობას მთელი ისტორიის მანძილზე, კასტელსი თვლის, რომ “ინფორმაციის გენერირება, დამუშავება და გადაცემა მხოლოდ საინფორმაციო საზოგადოებაში გახდა დოვლათის ზრდისა და ძალაუფლების არსებითი წყარო”.

ინდუსტრიული ერის საინფორმაციო ეპოქაზე გადასვლის გლობალური პროცესი უკვე განსაზღვრავს ტურიზმის მსოფლიო ინდუსტრიის თანამედროვე მდგომარეობას და უფრო მეტად – მის მომავალს. დღეს ტურიზმი ელექტრონული ვაჭრობის ერთ-ერთი წამყვანი დარგია. ძალიან სწრაფად იზრდება ელექტრონული ტურისტული ბიზნესის სუბიექტების (ფირმების, საწარმოების) რაოდენობა. ასევე, სწრაფად ფართოვდება მსოფლიო ელექტრონულ ქსელში განთავსებული ტურისტული მომსახურების მომხმარებელთა რაოდენობა. სწრაფად იზრდება ტურისტული პროდუქტის გასაღება ელექტრონული არსების მეშვეობით.

პირველი მსხვილი ტურისტული ინტერნეტ-სააგენტო აშშ-ში 1996 წ. შეიქმნა. მაგრამ, უკვე 2004 წლისთვის მარტო ამ ქვეყანაში ტურისტული პროდუქტების ონლაინ-გაყიდვებმა, ზოგი შეფასებით, 52,4 მლრდ დოლ. შეადგინა (სულ მთელი ამერიკული საცალო ონლაინ-ვაჭრობის მოცულობა, იმავე წელს, 144.6 მლრდ ამერ. დოლ. იყო). დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში ელექტრონული ტურისტული გაყიდვების მოცულობამ 20 მლრდ დოლარს გადააჭარბა, ხოლო აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონში 13,3 მლრდ დოლარს მიაღწია. ტურისტულ პროდუქტზე განვითარებულ ქვეყნებში მთელი ელექტრონული კომერციის ბრუნვის 42% მოდის. ტურისტულ ელექტრონულ ბიზნესში მომუშავე მოწინავე ამერიკული ფირმები, ტურისტული ინდუსტრიის მოწინავეთა რიცხვში შედიან და ისეთი უმსხვილესი ტრანსნაციონალური კომპანიების გვერდით დგანან, როგორებიცაა “ამერიქენ ექსპრესი”, TUI, “კარლსონ ვაგონლი თრეველი”. ასეთ მნიშვნელოვან შედეგებს დარგმა ინტერნეტის აქტიური ათვისებიდან სულ რაღაც 7-8 წელიწადში მიაღწია.

ტურისტული პროდუქტები შედარებით სრულადაა წარმოდგენილი მსოფლიო ელექტრონულ ქსელში. 1996-2007 წწ. ტურიზმთან დაკავშირებული ინტერნეტ-საიტების (გვერდების) რაოდენობა 5 ათასიდან 280 ათასამდე გაიზარდა და კვლავაც აგრძელებს ზრდას.

დღეს ელექტრონული ტექნოლოგიები, პირველ ყოვლისა, ინტერნეტი, არა მარტო ინფორმაციის გადაცემისა და გაცვლის, არამედ კომერციული საქმიანობის ფუნქციასაც ასრულებს. 1990-იანი წლების მეორე ნახევარში ინტერნეტმა, დააგროვა რა მომხმარებელთა საკმარისი რაოდენობა და მნიშვნელოვნად

გააფართოვა ტერიტორიული მოცულობა, მარკეტინგის იარაღიდან გაყიდვების ინსტრუმენტად, – გასაღების სრულყოფილ, საკმაოდ წარმომადგენლობით არხად გადაიქცა. ამ არხს აქტიურად ითვისებენ ტურიზმის ინდუსტრიის საწარმოები. ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის მოცულობამ მეგასაიტების “თრეველსიტის” და “მაიკროსოფტ ექსპიდიას” მეშვეობით 2001 წ. შესაბამისად 250 მლნ და 285 მლნ ამერ. დოლარი შეადგინა.

ინტერნეტი პრინციპულად განსხვავდება ტურისტული პროდუქტის აქამდე არსებული ყველა გამყიდველისგან. ქსელის უნიკალურობა მომხმარებელთან ინტერაქტიური ურთიერთობის შესაძლებლობაში მდგომარეობს. მისი მეშვეობით გამყიდველს შეუძლია გაითვალისწინოს მისი რეაქცია და მიიღოს მის მიერ ინტერნეტით გაგზავნილი ინფორმაცია. მსოფლიო საინფორმაციო ქსელის არსებობამ ძალიან დიდი როლი შეასრულა ტურიზმის ასეთ დინამიკურ განვითარებაში.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

- 1. სად იყო ანტიკურ ეპოქაში ყველაზე განვითარებული სტუმართმძღობის დაწესებულებები და მოვზაურობის ხელშემწყობი პირობები?*
- 2. რა არის ანტრეპრენიორი?*
- 3. რას უწოდებენ იტალიელ ექსკურსიამძღოლებს?*
- 4. მაინც რატომ გადაიქცა ტურიზმი ინდუსტრიად სწორედ XIX საუკუნეში?*
- 5. ვის დაერქვა “ტურიზმის ნაპოლეონი” და რატომ?*
- 6. რა ფაქტორებმა განაპირობა ტურიზმის გარდაქმნა მსოფლიო ეკონომიკის მოწინავე დარგად და როდის მოხდა ეს?*
- 7. განვითარების რა ახალი საშუალება მისცა ტურიზმს ინფორმაციულმა ერამ?*
- 8. რა მაჩვენებლით იზომება ტურისტული ცენტრის პოპულარობა ტურისტებს შორის?*

თავი III. ტურიზმის არსი, ძირითადი ცნებები, ტერმინები, სტრუქტურა

ჩვენ მიმოვიხილეთ მოგზაურობისა და ტურიზმის ჩამოყალიბების ისტორია და ის, თუ ადამიანების შინაგანმა მისწრაფებამ გადაადგილებისა და მოძრაობისადმი როგორ მიიღო მნიშვნელოვანი საზოგადოებრივი საქმიანობის სახე. დღეს ტურიზმში მთელ მსოფლიოში ასობით მილიონი ადამიანია ჩართული – ზოგი როგორც ტურისტი, ზოგიც როგორც ტურისტული პროდუქტის შემქმნელი, ან როგორც უშუალოდ ტურისტების მომსახურე ფირმის წარმომადგენელი, ან როგორც დარგის მართვის რომელიმე ორგანოს ფუნქციონერი.

თუ ტურისტული საქმიანობის შინაარსში გარკვევას მოვიხდომებთ, აღმოვაჩინებთ, რომ იგი უკიდურესად რთული მოვლენაა. პირველ ყოვლისა, იგი რთულია ტურიზმში მონაწილე სუბიექტების განსხვავებული ინტერესების გამო. ამ კითხვაზე სხვადასხვა პასუხს მიიღებთ იმისდა მიხედვით, თუ ვინ იქნება შეკითხვის ადრესატი. ტურისტული საქმიანობა მოგზაურისათვის არის დასვენება, გართობა, გარემოს გამოცვლა, ახალი ქვეყნების, ქალაქებისა და მხარეების გაცნობა, ჯანმრთელობის გაკაუება; ბიზნესმენისთვის – კომერციული საქმიანობა; ეკონომისტისთვის – ეკონომიკის ერთ-ერთი დარგი; კულტუროლოგისთვის – კულტურული ურთიერთობების სფერო; ეკოლოგისთვის – ბუნებასთან აქტიური კონტაქტით წარმართული საქმიანობა. გარდა ამისა, ტურიზმი სხვადასხვა ხასიათის საქმიანობის სფეროს, ეკონომიკის დარგისა და სოციალური ყოფის ერთობლიობაა. ეს თავისებურება ართულებს ტურიზმის ცალსახოვან განმარტებას.

დეფინიცია¹

მოდით ვნახოთ როგორ განმარტავს ტურიზმს სხვადასხვა ავტორი. ქ. ბერნის (შვეიცარია) უნივერსიტეტების პროფესორებმა ჰუნზიკერმა და კროპფმა ერთ-ერთმა პირველებმა მოგვცეს ტურიზმის განმარტება:

“ტურიზმი ესაა ადამიანთა მოგზაურობის შედეგად წარმოქმნილი მოვლენებისა და ურთიერთობების წყება, გავრძელებული მანამდე, სანამ მას (მოგზაურობას) არ მოჰყვება ადამიანთა მუდმივ ადგილზე დასახლება და რომელიც არ უნდა დაუკავშირდეს მათ მიერ რაიმე სახის შემოსავლის მიღებას.”

¹ დეფინიცია (ლათ. Definitio, ინგლ. Definition) – რაიმე ცნების ან მოვლენის მოკლე განმარტება.

შევიცარიელი პროფესორების დეფინიცია ძალიან ზოგადია. ის შეიძლება გამოყენებულ იქნას როგორც საფუძველი დარგის სამართლებრივი ან ინსტიტუციური სტანდარტების შემუშავებისთვის, მაგრამ ნაკლებად თუ გაგვარკვევს ტურიზმის საგანში.

საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის ოფიციალურად მიღებული განმარტებით:

“ტურიზმი მოიცავს ადამიანთა (პირების) საქმიანობას, რომელსაც ისინი მისდევენ მათი ჩვეული გარემოს გარეთ მდებარე ადგილებში მოგზაურობისა და ყოფნის დროს, არა უმეტეს ერთი სრული წლის ხანგრძლივობით, დასვენების, ბიზნესის ან სხვა მიზნით.”

ტერმინი “ჩვეული გარემო” გულისხმობს იმ სივრცეს ბინადრობის მუდმივი ადგილის ფარგლებში, რომელშიაც ადამიანს უხდება ხშირი და რეგულარული მოძრაობა საცხოვრებელ და სამუშაო ადგილებს შორის და სხვა სახის ყოველდღიური გადაადგილება.

ტურიზმის ცნობილი მკვლევარი ვ. ბირჟაკოვი ასეთ განსაზღვრებას იძლევა:

“ესაა ადამიანთა დროებითი გადაადგილება თავიანთი საცხოვრებელი ადგილიდან სხვა ქვეყანაში (ან თავისი ქვეყნის სხვა კუთხეში) სამუშაოდან თავისუფალ დროს სიამოვნებისა და დასვენების ან გამაჯანსაღებელი და სამკურნალო, სტუმრობის, შემეცნების, ფიზიკულტურულ-სპორტული, რელიგიური ან პროფესიული საქმიანობის მიზნით, მაგრამ დროებითი ცხოვრების ადგილზე, ადგილობრივი ფინანსური წყაროებიდან ანაზღაურებადი, მუშაობის გარეშე.”

ეს ძალიან ზოგადი, ტურიზმის ყველანაირი გაგებისთვის საერთო, განმარტებებია. მაგრამ, ჩვენი სახელმძღვანელოსთვის უფრო მნიშვნელოვანია ტურიზმის არა ყოველმხრივი, არამედ როგორც ეკონომიკური საქმიანობის, ან როგორც ამბობენ – ინდუსტრიის, შესწავლა. ამიტომ, შეგვიძლია უფრო დავაკონკრეტოთ ტურიზმის შინაარსი..

ტურიზმი, როგორც ინდუსტრია, არის სხვადასხვა საქმიანობის, წარმოებისა და მომსახურების ნაკრები, რომლის დანიშნულებაა ცალკეული ადამიანებისა და ადამიანთა ჯგუფების მოგზაურობის უზრუნველყოფა ტრანსპორტით, განთავსებით, საზოგადოებრივი კვების დაწესებულებებით, სავაჭრო ობიექტებით, გართობისა და სტუმართა მომსახურების სხვა საშუალებებით.

უბრალოდ, რომ ვთქვათ, – ტურიზმის ინდუსტრია მოიცავს მთელ მსოფლიოს და მისი დანიშნულებაა მოგზაურობის მოწყობა, მოგზაურების უზრუნველყოფა სასტუმროებით, ტრანსპორტით, კვების, გართობისა და დასვენების ობიექტებით. ტურისტები სარგებლობენ ამ ინდუსტრიის მიერ შექმნილი მომსახურებით, ხოლო ტურისტების მიერ გაწეული დანახარჯები რჩება ტურისტების მიმღებ ქვეყანაში, მის რეგიონებსა და არეალებში.

ტურიზმის “ადამიანური” საფუძვლები

თანამედროვე ეკონომიკის ცენტრში დგას ადამიანი, თავისი მოთხოვნილებების რთული სამყაროთი. ეს ყველაზე პირდაპირ, სწორედ ტურიზმს შეეხება. მთელი ტურისტული ინდუსტრია, მსოფლიო ეკონომიკის ეს გრანდიოზული დარგი ადამიანის რეკრეაციული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზეა აწეობილი.

რომელ მოთხოვნილებებს შეგვიძლია ვუწოდოთ რეკრეაციული? ესაა თავისუფალი დროის გამოყენება, დასვენება, ფიზიკური და სულიერი ძალების აღდგენა, გარემოს გამოცვლა, ახალი ქვეყნების, ხალხების, ხედების მონახულება, გართობა, ესთეტიკური¹ სიამოვნების მიღება და სხვ. მათი დაკმაყოფილების სურვილი და შესაძლებლობა უშუალოდაა დაკავშირებული თავისუფალ დროსთან არ არის შემთხვევითი, რომ ტურიზმი, როგორც ეკონომიკის დარგი, აღმოცენდა ინდუსტრიულ ეპოქაში, რომელშიც დრო მკვეთრად დაიყო სამუშაო და სამუშაოსგან თავისუფალ პერიოდებად.

თავისუფალი დრო (ინგ. – Leisure, რუს. – Досуг) არასამუშაო (საწარმოო საქმიანობისგან თავისუფალი) დროის ნაწილია. **არასამუშაო დროში** შედის:

1. სამსახურში მგზავრობის დრო;
2. ბუნებრივი მოთხოვნილებების (ძილი, კვება, პირადი ჰიგიენა) დაკმაყოფილების დრო;
3. დრო ოჯახური საქმეებისა და საყოფაცხოვრებო მოთხოვნილებებისათვის;
4. დრო ფიზიკური, ინტელექტუალური განვითარებისა და დასვენებისათვის.

თავისუფალი დროის სწორედ ეს ბოლო ნაწილი წარმოადგენს **თავისუფალ დროს** თავისი არსით.

¹ ესთეტიკური (ბერძ. Aisthētikos) სილამაზის, მშვენიერების გრძობიერ აღქმასთან დაკავშირებული.

საზოგადოების (ეკონომიკის, ტექნიკის, ყოფის, საზოგადოებრივი კვების სისტემის) განვითარების შედეგად სულ უფრო იზრდება თავისუფალი დრო; მეორე მხრივ, სულ უფრო იზრდება სამუშაოზე დახარჯული ძალების აღდგენის მოთხოვნილება. თანამედროვე, – ინდუსტრიული და პოსტინდუსტრიული, საზოგადოების ადამიანებს სულ უფრო მეტად სჭირდებათ მომქანცველი რეჟიმისგან გადართვა, ძალების აქტიური აღდგენა.

ადამიანთა საქმიანობას სამუშაოსგან თავისუფალ დროს, რომელიც დაკავშირებულია დასვენებასთან, ფიზიკური, სულიერი, ნერვიული ძალების აღდგენასთან, ეწოდება რეკრეაცია¹.

რეკრეაციული საქმიანობა

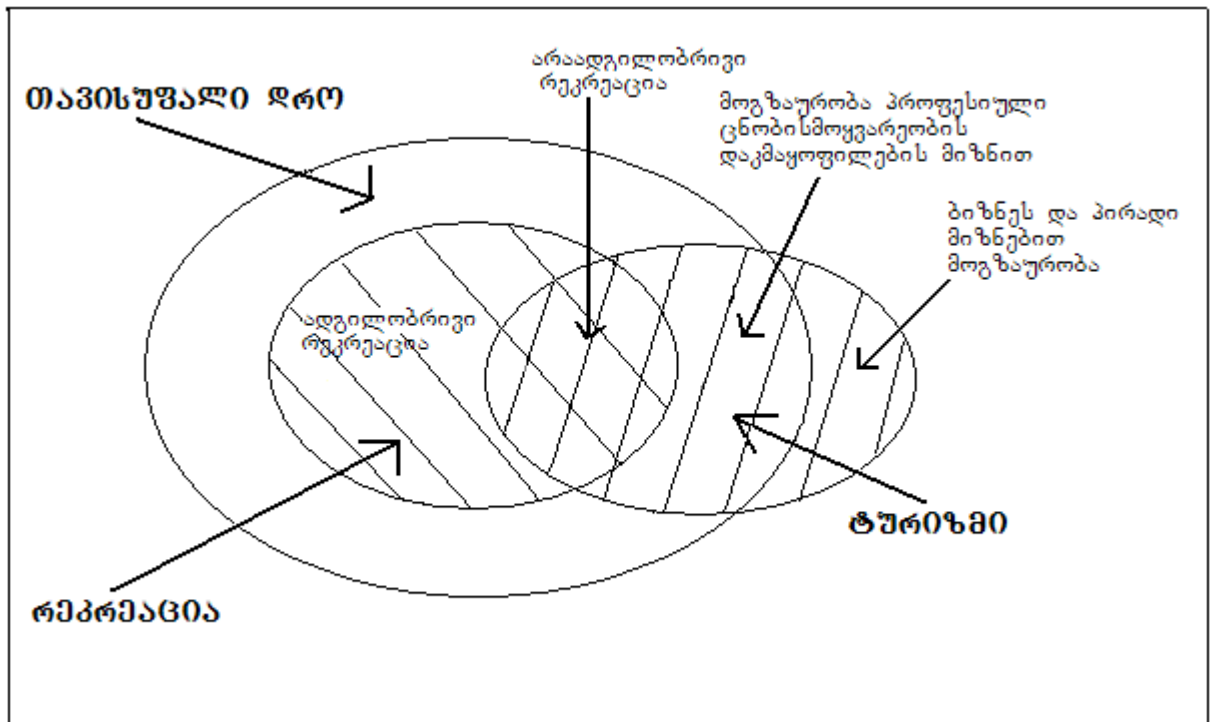
ადამიანის რეკრეაციული საქმიანობა შეიძლება დაჯგუფდეს შემდეგნაირად:

1. საქმიანობა, რომელიც დაკავშირებულია გარკვეულ ფიზიკურ დატვირთვასთან – სპორტული საქმიანობა, სეირნობა;
2. სამოყვარულო საქმიანობა – ნადირობა, თევზაობა, კენკრებისა და სოკოს კრეფა, კოლექციონირება და სხვ;
3. ხელოვნების სამყაროსთან ზიარება – თეატრებში, საკონცერტო დარბაზებში, სამხატვრო გალერეებში სიარული და სხვ; აგრეთვე შემოქმედება ხელოვნების სფეროში – მუსიკა, ფერწერა, ჭედურობა და სხვ.);
4. ინტელექტუალური საქმიანობა – თვითგანათლება, ლიტერატურის, გაზეთების, ჟურნალების კითხვა);
5. საკუთარი ინტერესებისა და თავისუფალი არჩევანის შესაბამისი ურთიერთობა სხვა ადამიანებთან;
6. აქტიური (თამაშები, ცეკვები) ან პასიური (სანახაობებზე დასწრება) გართობა;
7. სეირნობა სიამოვნების მიღების მიზნით.

რეკრეაციული საქმიანობა შეიძლება მოეწყოს საკუთარ საცხოვრებელ ადგილზე, ან საკუთარ დასახლებულ პუნქტში, მაგრამ როცა ადამიანი გადაადგილდება სხვა ადგილისკენ (საკუთარი ქვეყნის სხვა კუთხეში, ან სხვა ქვეყანაში) და იქ იღებს სარეკრეაციო მომსახურებას, ეს უკვე **ტურიზმია**, ხოლო რეკრეანტი – **ტურისტის** რანგში გადადის. როგორც ამბობენ, “ტურიზმი ბორბლებზე შემდგარი რეკრეაციაა”.

¹ რეკრეაცია (ლათ. Recreatio – აღდგენა).

როგორც ვნახეთ, ცნებები – თავისუფალი დრო, რეკრეაცია და ტურიზმი, მჭიდრო ურთიერთობაშია ერთმანეთთან და, ფაქტიურად, ნაწილობრივ ფარავენ ერთმანეთს. მაგალითად, საკუთარ ქალაქში რომელიმე მუზეუმის დათვალიერება ერთდროულად თავისუფალი დროის გატარებაცაა, რეკრეაციაც და ტურიზმიც. დამოკიდებულება ამ სამ მოვლენას შორის კარგად ჩანს ქვემოთ მოყვანილ სქემაზე.



ნახ. 1. დამოკიდებულება თავისუფალ დროს, რეკრეაციასა და ტურიზმს შორის.

ტურისტული მოტივები

როგორც გავარკვეეთ, მათ შორის ზემოთ მოცემული სქემიდანაც, ტურიზმის განსხვავება თავისუფალი დროის გატარებასა და რეკრეაციისგან ისაა, რომ იგი აუცილებლად დაკავშირებულია საკუთარი საცხოვრებელი ადგილიდან (ქალაქიდან, სოფლიდან, ქვეყნიდან) გასვლასთან. იმისთვის, რომ ადამიანი სხვაგან წავიდეს დასვენების, თავისუფალი დროის გატარების ან გართობის მიზნით, გარკვეული შინაგანი მოთხოვნილებაა საჭირო. ასეთ მოთხოვნილებებს მოგზაურობის, ანუ ტურისტული მოტივები ეწოდება. მოგზაურობის მოტივი სხვადასხვა შეიძლება იყოს:

- **გაჯანსაღება:** ფიზიკური და სულიერი ძალების აღდგენა, დაძაბულობის მოხსნა, განმუხტვა, მკურნალობა;
- **შემეცნება:** ბუნების მოვლენების, კაცობრიობის წარსულისა და თანამედროვე ისტორიის შესწავლა, ახალი კულტურის, ცხოვრების წესის, ეროვნული სამზარეულოს, ტრადიციების, ზნე-ჩვეულებების გაცნობა, სხვა ხალხებისა და ქვეყნების შესახებ ცოდნის დახვეწა და გაღრმავება;
- **ესთეტიკური სიამოვნების მიღება:** ბუნების იშვიათი პეიზაჟების ან ხელოვნების ნიმუშების უცხო სილამაზით ტკბობა;
- **სხვა ადამიანებთან ურთიერთობა.** ეს ადამიანთა არსებითი ე.წ. სოციალური ინტერაქტივის მოთხოვნილებაა. ადამიანები ცდილობენ შეიქმნან მიკროსოციალური გარემო, – შეხვდნენ ახლობლებს, მეგობრებს, გაიცნონ ახალი ადამიანები, მიიღონ ახალი შთაბეჭდილებები მათთან ურთიერთობების შედეგად. ეს მოტივი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მაღალგანვითარებული ქვეყნების ქალაქების მცხოვრებლებისათვის, რომლებიც ცხოვრების ინტენსიური საქმიანი რეჟიმის შედეგად ადამიანური ურთიერთობების დეფიციტს განიცდიან;
- **გართობა:** მასობრივ სანახაობრივ და კულტურულ ღონისძიებებში, ფესტივალებში, კარნავალებში, ქალაქების ღამის ცხოვრებაში მონაწილეობა, რესტორნებში, კლუბებში, გასართობ დაწესებულებებში სიარული, შოპინგი;
- **ფიზკულტურულ-სპორტული მოტივები:** შეჯიბრებებისა და თამაშებისათვის მზადება და მათში მონაწილეობის მიღება როგორც პროფესიონალთა ისე სამოყვარულო დონეზე, სპორტსმენთა თანხლება, აგრეთვე ამ ღონისძიებებში მაყურებლის სახით მონაწილეობა;
- **პროფესიული და საქმიანი მოტივები:** საქმიანი მგზავრობა, სხვა ქვეყნებში პოტენციური ბიზნესისთვის საჭირო პირობების შესწავლა, კონგრესებში, კონფერენციებში, სემინარებში მონაწილეობა, გამოცდილების გაცვლა, პროფესიული სწავლება, გარდა მრავალსემესტრული ხანგრძლივი სწავლისა;
- **რელიგიური მოტივები:** მომლოცველობა და საკულტო მოგზაურობა, სხვა რელიგიების და კულტების შესწავლა;
- **სხვა,** რომლებიც რომელიმე ზემოთ ჩამოთვლილის ნაირსახეობა შეიძლება იყოს. მაგ.: ნათესაგებისა და ისტორიული სამშობლოს მონახულება და ა.შ.

ტურიზმის ეს მოტივები ზოგჯერ წმინდა სახით ვლინდება – ტურისტი სახლიდან მიემგზავრება ერთი კონკრეტული მოტივით, – ან გასართობად, ან პროფესიულ საქმიანობასთან დაკავშირებული თუ სხვა მიზნებით, მაგრამ უფრო ხშირად მასზე მოქმედებს არა ერთი, არამედ რამდენიმე, მოტივი, მაგ., – “ვინახულო ნათესავები და გავეცნო ახალ ქვეყანას”, “გავიცნო ახალი ხალხი და მონაწილეობა მივიღო რელიგიურ რიტუალებში” და ა.შ.

რეკრეაციული (ტურისტული) რესურსები

ზემოთ ჩამოთვლილი რეკრეაციული მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად ადამიანები არჩევენ ისეთ ადგილებს, რომლებიც მათი მოთხოვნილებების შესაბამის რეკრეაციულ თვისებებს ფლობენ.

გეოგრაფიულ ობიექტებს, რომლებიც რეკრეაციულ თვისებებს ფლობენ და, ამის გამო, ძირითად საფუძველს წარმოადგენენ ტურისტულ-რეკრეაციული საქმიანობისთვის, რეკრეაციული რესურსები ეწოდება.

ტურისტების თვალსაზრისით, ყველაზე სასურველი რეკრეაციული რესურსებია:

1. **ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსები.** ისინი ტურიზმისთვის ერთ-ერთი ძირითად ფაქტორს წარმოადგენენ. მაგალითად, ზღვა, მთები, მცენარეულობა, მზე და ა.შ. ეს რესურსები არსებით როლს ასრულებენ ტურიზმის გარკვეული ფორმების შექმნაში, განსაკუთრებით საზღვაო, სამთო, სპორტული, ზამთრის ტურისტული სახეობებისთვის. ბუნების ელემენტები ტურიზმისთვის ძალზე სასარგებლოა და აქტიურადაა გამოყენებული ურბანიზებული რეგიონების მოსახლეობის მიერ ფსიქოლოგიური და ბიოლოგიური მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად, რომლებიც ტურიზმში ეძებენ დასვენებას, ფიზიკური გარემოს შეცვლას, გართობას.

2. **ისტორიასა და კულტურასთან დაკავშირებული რეკრეაციული რესურსები.** ამ კატეგორიას განეკუთვნება ქვეყნების, ხალხებისა და ცივილიზაციების კულტურული ფასეულობების მთელი ნაკრები, რომელთა მონახულებასაც სთავაზობენ ტურისტებს. მათ მიეკუთვნება ისტორიული ადგილები, არქეოლოგიური ძეგლები, მუზეუმები, სამხატვრო გალერეები, ხალხური რეწვის ნიმუშები და სხვ.

კულტურული მოტივები ნაკლებადაა პოპულარული იმ ტურისტებში, რომლებიც მასობრივ ტურიზმს ირჩევენ.

3. **სოციალურ ინტერაქტივთან დაკავშირებული რესურსები**, ესაა ადამიანთა ურთიერთობის ხელშემწყობი პირობები. ასეთია – გამართული ინფრასტრუქტურა და ბუნებრივი თუ კულტურული გარემო, რომელიც ბევრი ადამიანის თავშეყრის დასვენებისა და გართობის (ან პირიქით ადამიანთა მცირე ჯგუფის განმარტოების) საშუალებას იძლევა; ესაა, აგრეთვე, საინტერესო სოციალური გარემო, – ასეთ რესურსებს შეიცავს ის ადგილები (ქვეყნები, რეგიონები, ქალაქები, უბნები), სადაც ცხოვრობენ ან იკრიბებიან (სხვადასხვა მიზნით ან საბაბით) ჩვენთვის საინტერესო ადამიანები: ჩვენთვის ჩვეული (მეგობრები, ნათესავები, ნაცნობები), ან ჩვენგან განსხვავებული – სხვა ერის, სხვა ცივილიზაციის, სხვა კულტურის წარმომადგენლები. ეს ბოლო მოტივი განსაკუთრებულად ტურისტულია, მაგ., – ჩრდილოეთელებს სამხრეთელების ემოციურობა, ტემპერამენტულობა, უშუალობა, სტუმართმოყვარეობა, მოდუნებულობა, თავისუფალი დროის გატარების სიყვარული და უნარი ხიბლავთ, სამხრეთელებს – ჩრდილოეთელების ემოციური თავშეკავებულობა, სიმკაცრე, ორგანიზებულობა და სხვ.

რეკრეაციული რესურსები ტერიტორიულად გაფანტულია, – ტურისტული რეგიონებისა და ცენტრების **რეკრეაციული პოტენციალი** ერთმანეთისგან გასხვავდება, როგორც ხასიათით, ისე სიდიდით. ამიტომ მოგზაური ირჩევს ისეთ ადგილს, რომლის რეკრეაციული თვისებები მის სამოგზაურო მოტივებს დააკმაყოფილებს. რეკრეაციულ რესურსებს, რომლებიც საკუთარი საცხოვრებელი პუნქტიდან მოშორებით მდებარეობს და მოგზაურობის მიზეზი ხდება – უკვე **ტურისტული რესურსები** შეგვიძლია ვუწოდოთ.

ტურიზმის სუბიექტები

ტურისტულ საქმიანობაში რამდენიმე სხვადასხვა ინტერესის მიმდევარი მხარე მონაწილეობს. ინტერესების მიხედვით, შეიძლება გამოიყოს ოთხი ძირითადი სუბიექტი.

1. **ტურისტი**. ტურიზმისთვის იგი მთავარი სუბიექტია. ადამიანებში გადაადგილების სურვილი ერთ-ერთი არსებითი, მუდმივი და ძლიერი მოთხოვნილებაა. მოგზაურობაში ადამიანი ეძებს ახალ ფსიქიკურ და ფიზიკურ გამოცდილებას და სიამოვნებას, მოგზაურობის მოტივი, როგორც ვთქვით,

მნიშვნელოვანწილად განსაზღვრავს არჩეულ დესტინაციას (მოგზაურობის ადგილს) და დასვენების, გართობის თუ სხვადასხვა საქმიანობის ფორმას;

2. **ბიზნესი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტებს საქონლითა და მომსახურებით.** ბიზნესში ჩართული ადამიანები ტურიზმს უყურებენ როგორც მოგების მიღების საშუალებას, რომელიც მიიღწევა ტურისტული ბაზრის საქონლითა და მომსახურებით მომარაგებით;

3. **ტურისტების მიმღები ქვეყნის ან რეგიონის მთავრობა.** პოლიტიკოსები ტურიზმს უყურებენ, როგორც მათი სამართავი რეგიონის ეკონომიკის განვითარების ფაქტორს, – მათი მომავალი იმაზეა დამოკიდებული, თუ როგორ შეძლებენ მოსახლეობის კეთილდღეობის გაუმჯობესებას. პოლიტიკოსებს, ასევე აინტერესებთ უცხოური ვალუტის მოზიდვით შექმნილი შემოსავალი და ტურისტების მიერ გაწეული დანახარჯებიდან შემოსული შემოსავალი. მთავრობას მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლია ტურიზმის პოლიტიკაში, – მისი განვითარების, ხელის შეწყობის, მხარდაჭერისა და ტურისტული პროექტების განხორციელების საქმეში;

4. **ტურისტების მიმღები საზოგადოება.** ადგილობრივი მოსახლეობა ტურიზმს უყურებს როგორც კულტურულ და დასაქმების ფაქტორს. ამ ჯგუფის ინტერესები მეტად მნიშვნელოვანია, რადგან ურთიერთობამ ადგილობრივ საზოგადოებასა და უცხოელი ვიზიტორების დიდ ჯგუფებს შორის როგორც დადებითი (მხარის სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული განვითარება) ისე უარყოფითი (ტრადიციული კულტურის და გარემოს რღვევა) შედეგები შეიძლება მოიტანოს.

მოგზაურის ამსახველი სამართაშორისო ტერმინები

როგორც ვთქვით, მოგზაური ტურიზმის მთავარი სუბიექტია. სწორედ მან უნდა მიიღოს მოგზაურობის გადაწყვეტილება და სწორედ ეს გადაწყვეტილება ამოძრავებს ტურიზმის ინდუსტრიას, მის ყველა შემადგენელ დარგსა და სახეს. ყველაზე ზოგადი განმარტებით,

მოგზაური არის ნებისმიერი პირი, რომელიც მოძრაობს ორ ან მეტ ქვეყანას შორის, ან მისი საკუთარი ქვეყნის ორ, ან მეტ კუთხეს, შორის.

ტურიზმში ჩართული ყველა სახის მოგზაურს ეწოდება **ვიზიტორი (Visitor)**. ეს ტერმინი უფრო ოფიციალური ხასიათისაა და ძირითადად ტურიზმის სტატისტიკაში გამოიყენება.

საერთაშორისო ვიზიტორები (International visitors) არიან პირები, რომლებიც მოგზაურობენ არა უმეტეს 12 თვის ხანგრძლივობით, ქვეყანაში, რომელიც არ წარმოადგენს მათ საცხოვრებელ ქვეყანას (რომლის რეზიდენტებიც არ არიან), და რომელთა მიზანი არაა ანაზღაურებადი საქმიანობის წარმოება ვიზიტის ადგილზე.

შიდა ვიზიტორები (Internal visitors) არიან პირები, რომლებიც მოგზაურობენ საკუთარი ქვეყნის შიგნით, ოღონდ მათი ყოველდღიური გარემოს გარეთ, არსებულ დესტინაციებზე არა უმეტეს 12-თვიანი ვადის განმავლობაში.

ყველა ვიზიტორი ორ კატეგორიად იყოფა:

ერთდღიანი ვიზიტორები (Same-day visitors): ვიზიტორები, რომლებიც ღამეს არ ათევენ ვიზიტის ქვეყანაში მდებარე განთავსების კოლექტიურ ან კერძო საშუალებებში. მაგალითად, ასეთად შეიძლება ჩაითვალოს საკრუიზო გემის მგზავრი, რომელიც რომელიმე პორტში ოთხ საათს ატარებს, ან ერთი დღით რაიმე სანახაობაზე, ან გასართობად გასული პირი.

ტურისტები (Tourists): ვიზიტორები, რომლებიც ვიზიტის ადგილებში ერთ ღამეს მაინც ათევენ. მაგ., ორკვირიანი შვებულებით ჩასული ვიზიტორები.

ტურიზმის სახეები

ტურისტების ძირითადი საცხოვრებელი ადგილის და მათი ვიზიტის მიმართულების მიხედვით, ტურიზმის ინდუსტრია 4 განსხვავებულ სახედ იყოფა.

1. საერთაშორისო ტურიზმი

- ა. **შემომყვანი ტურიზმი:** კონკრეტულ ქვეყანაში სხვა ქვეყნების მცხოვრებლების (არარეზიდენტების) შემოსვლა ტურისტული მიზნებით;
- ბ. **გამყვანი ტურიზმი:** კონკრეტული ქვეყნის მცხოვრებლების (რეზიდენტების) სხვა ქვეყნებში გასვლა ტურისტული მიზნებით.

2. შიდა ტურიზმი: კონკრეტულ ქვეყანაში ადგილობრივი მცხოვრებლებისა (რეზიდენტების) და სხვა ქვეყნების მცხოვრებლების (არარეზიდენტების) მოგზაურობა;

3. შინაური (ადგილობრივი) ტურიზმი: ქვეყნის მცხოვრებლების (რეზიდენტების) მოგზაურობა საკუთარ ქვეყანაში

4. ეროვნული ტურიზმი: შიგა და გასეზონი ტურიზმი ერთად. ეროვნული ტურიზმი არის ქვეყნის ტურისტული ბაზარი სამოგზაურო აგენტების, საავიაციო კომპანიების და მომსახურების სხვა მიმწოდებლისათვის

ტურისტული პროდუქტი

ტურისტები არიან ტურისტული მომსახურების, სამუშაოებისა და საქონლის, ანუ ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლები. ჩვეულებრივ, ტურისტული პროდუქტი მოიცავს ტურს, ტურისტულ-საექსკურსიო მომსახურებას და ტურისტების მიერ შესაძენ (შეძენილ) საქონელს.

ტური ეწოდება ტურისტების მომსახურების კომპლექსს (ნაკრებს), რომელშიც შედის მათი მგზავრობა, განთავსება, კვება, საექსკურსიო მომსახურება, აგრეთვე გიდების და თარჯიმნების მომსახურება და სხვ. მომსახურების ეს ნაკრები გაერთიანებულია მოგზაურობის მთავარი მიზნის საფუძველზე და ტურისტებს მიეწოდება განსაზღვრულ მარშრუტზე და განსაზღვრულ დროს. მოგზაურობას შეიძლება სხვადასხვა მიზანი ჰქონდეს, მაგრამ ტურმა აუცილებლად უნდა დააინტერესოს კლიენტი, რომ იყიდოს იგი.

ტური ფორმდება საგზურის ან ვაუჩერის სახით. ტურისტული საგზური არის დოკუმენტი, რომელიც ადასტურებს ტურისტის მიერ ტურის პროგრამით გათვალისწინებული მომსახურების შეძენას და წარმოადგენს საფუძველს, რომ ამ ტურისტმა (ან ტურისტების ჯგუფმა) მიიღოს ეს მომსახურება. ვაუჩერი, ანუ ორდერი არის დოკუმენტი, რომლის საფუძველზე ტურისტებს მიეწოდება მომსახურება და წარმოებს ანგარიშსწორება ფირმებთან. ტური წარმოადგენს ტურისტული პროდუქტის პირველად გასაყიდ ერთეულს (სავაჭრო ფორმას), რომელიც ბაზარზე (მომხმარებლის სფეროში) გადის.

ტურისტული მომსახურება, ჩვეულებრივ, შემდეგნაირად ჯგუფდება:

- ტურისტების განთავსება (სასტუმროები, გესტჰაუზები, მოტელები, კემპინგები, პანსიონატები, სანატორიუმები, ტურისტული ბაზები, ბანაკები და სხვ.);
- ტურისტების უზრუნველყოფა კვებით (რესტორნები, კაფეები, ბარები და სხვ.);
- ტურისტების გადაადგილება სხვადასხვა სატრანსპორტო საშუალებით (როგორც ვიზიტის, ანუ დესტინაციის, ადგილზე, ისე სხვა ქვეყნის ტერიტორიაზე გავლის, ანუ ტრანზიტის დროს);

- რეკლამასა და გასაღებასთან დაკავშირებული სამსახური (ტურისტული ფირმების მომსახურება მოგზაურობის მარშრუტების დამუშავების, სატრანსპორტო და განთავსების საშუალებებზე ადგილების დაჯავშნის მიზნით);
- საექსკურსიო სამსახური (ექსკურსიამძღოლები და თარჯიმნები);
- კულტურული ინტერესების დაკმაყოფილება (ტურისტების მიერ თეატრებში, კინოში, საკონცერტო დარბაზებში, მუზეუმებში, სამხატვრო გალერეებში, პარკებში, ატრაქციონებზე, ბუნების და ისტორიულ ნაკრძალებში ვიზიტის, ისტორიისა და კულტურის ძეგლების მონახულების, ფესტივალებზე, სპორტულ და სხვა ღონისძიებებზე დასწრების მოწყობა-ორგანიზება);
- ტურისტების საქმიანი და სამეცნიერო ინტერესების დაკმაყოფილება (კონგრესებში, ასამბლეებზე, სამეცნიერო კონფერენციებში, სიმპოზიუმებში, თათბირებში, სემინარებში, ბაზრობებში, ზოგად და სპეციალურ სავაჭრო ღონისძიებებში მონაწილეობის ორგანიზება);
- მაკონტროლებელ-ადმინისტრაციული ორგანოები (სასაზღვრო, საბაჟო, საკარანტინო, სავალუტო, პოლიციური სამსახურების საქმიანობა, აგრეთვე დოკუმენტაციის, – ვიზების, პასპორტებისა და სხვა დოკუმენტების გაფორმებასთან დაკავშირებული ორგანოების მომსახურება);
- საიფორმაციო სამსახურები (დედამიწის ამა თუ იმ რეგიონის ტურისტული რეგიონის ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსების, იქ არსებული განთავსების საშუალებების, საბაჟო და სასაზღვრო ფორმალობების, ვალუტის კურსების, ტრანსპორტის საშუალებების, მარშრუტებისა და მათი ფასების შესახებ ინფორმაციის უზრუნველყოფა);
- ინფორმაციის მასობრივი საშუალებები (გაზეთები, ჟურნალები, წიგნადი გამოცემები);
- ბუნების, ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სამსახურები;
- ზოგადი და სპეციალური დანიშნულების სავაჭრო დაწესებულებები (სუვენირების, საჩუქრების, საფოსტო ბარათებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის ხელსაქმის და ხელოსნობის ნიმუშების გაყიდვა);
- ტურისტების დაჯავშნა და მათი სამედიცინო დახმარება;
- ტურიზმის სახელმწიფო ორგანოები;

- უცხოელი იურიდიული პირები და საზოგადოებრივი ტურისტული ორგანიზაციები.

ტურისტული მომსახურება იყოფა ძირითად, დამატებით და თანმხლებად.

ძირითადი ტურისტული მომსახურება ჩართულია ტურში, განისაზღვრება ხელშეკრულებით ტურისტული მომსახურების შესახებ და დაფიქსირებულია საგზურში. ჩვეულებრივ, ესაა განთავსება, კვება, სატრანსპორტო და საექსკურსიო მომსახურება.

დამატებითი მომსახურება ანაზღაურდება მისი მოხმარების მომენტში მოგზაურობის დროს ან ვიზიტის ადგილზე (დესტინაციაზე). მათ განეკუთვნება დამატებითი ექსკურსიები, ფიზკულტურულ-გამაჯანსაღებელი, სამედიცინო მომსახურება, კულტურულ-სანახაობითი ღონისძიებები.

თანმხლები მომსახურება მოიცავს სუვენირებით უზრუნველყოფას, სავაჭრო, სავალუტო-საკრედიტო, საინფორმაციო და სხვა სახის მომსახურებას, კავშირგაბმულობის სპეციალური საშუალებებით მომსახურებას და სხვ.

დამატებით და თანმხლებ მომსახურებას შორის მკაფიო საზღვარი არ არსებობს.

ტურისტული პროდუქტი შედგება სპეციალური ნაწილისაგან, რომელიც უშუალოდ ტურისტებისთვისაა განსაზღვრული (რუკები, ბარათები, ბუკეტები, სუვენირები, ტურისტული აღჭურვილობა და სხვ.) და არასპეციალური ნაწილისაგან, რაშიც შედის როგორც ტურისტებისათვის, ასევე ჩვეულებრივი მოქალაქეებისათვის განსაზღვრული საქონელი.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

1. ჩაითვლება თუ არა რეკრეაციად მძიმე შრომა კოლეუმბის კარაველას მოდელის აწყობის მიზნით?
2. თბილისელი ბატონი შალვა, როგორც წესი, ყოველკვირეულად დილიდან ადის კუს ტბაზე და საღამომდე რეკრეაციულ სამიანობას ეწევა: დარბის,

ცურავს, ჭადრაკს თამაშობს და მეგობრებს ხვდება კაფეში. შეგვიძლია მას ვუწოდოთ ტურისტი?

3. *გულისხმობს თუ არა რეკრეაციული საქმიანობა რეგულარული ანაზღაურების მიღებას?*
4. *რას მოიცავს ტურისტული მოტივები?*
5. *როგორ განვმარტოთ რეკრეაციული რესურსები?*
6. *რამდენი დამე უნდა გაათენოს მოგზაურმა სხვა ქვეყანაში, რომ ტურისტად ჩაითვალოს?*
7. *რა განსხვავებაა შიგა ტურიზმსა და შინაურ ტურიზმს შორის?*
8. *რა არის ტური?*
9. *რა სახით ფორმდება ტური?*

თავი IV. მსოფლიოს ტურისტული რეგიონები

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია (UN WTO) მსოფლიოს 5 მსხვილ ტურისტულ რეგიონს გამოყოფს. ესენია:

1. აფრიკა;
2. ამერიკა;
3. აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონი;
4. ევროპა;
5. ახლო აღმოსავლეთი;

ეს რეგიონები იყოფა ქვერეგიონებად, რომლებიც ცალკეულ ქვეყნებს აერთიანებენ, ესენია:

აფრიკაში:

- ჩრდილოეთი აფრიკა: ალჟირი, მაროკო, სუდანი, ტუნისი;
- დასავლეთი აფრიკა: ბენინი, ბურკინა ფასო, კაბო ვერდე, კოტ დივუარი, გამბია, განა, გვინეა, გვინეა-ბისაუ, მალი, მავრიტანია, ნიგერი, ნიგერია, სენეგალი, სიერა ლეონე, ტოგო;
- ცენტრალური აფრიკა: ანგოლა, კამერუნი, ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა, ჩადი, კონგო, კონგოს დემოკრატიული რესპუბლიკა, ეკვატორიული გვინეა, გაბონი, სან ტომე და პრინსიპი;
- აღმოსავლეთი აფრიკა: ბურუნდი, კომორის კუნძულები, ჯიბუტი, ერიტრეა, ეთიოპია, კენია, მადაგასკარი, მალავი, მავრიტანია, მოზამბიკი, რეიუნიონი, რუანდა, სეიშელის კუნძულები, ტანზანია, უგანდა, ზამბია, ზიმბაბვე;
- სამხრეთი აფრიკა: ბოტსვანა, ლესოტო, ნამიბია, სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკა, სვაზილენდი.

ამერიკაში:

- ჩრდილოეთი ამერიკა: კანადა, მექსიკა, შეერთებული შტატები;
- კარიბის ზღვის ქვეყნები: ანგილია, ანტიგუა-ბარბუდა, არუბა, ბაჰამის კუნძულები, ბარბადოსი, ბერმუდის კუნძულები, ბონერი, ბრიტანეთის ვირჯინიის კუნძულები, კაიმანის კუნძულები, კუბა, კიურასაო, დომინიკა, დომინიკის რესპუბლიკა, გრენადა, გვადელუპე, ჰაიტი, იამაიკა, მარტინიკა,

მონსერატი, პუერტო-რიკო, საბა, სენტა ლუსია, სინტ ესტატიუსი, სენტ კიტს-ნევისი, სენ მარტენი, სენტ ვინსენტი, გრენადინები, ტრინიდადი ტობაგო, ტურკისი და კაიკოსი, აშშ-ს ვირჯინიის კუნძულები;

- **ცენტრალური ამერიკა:** ბელიზი, კოსტა-რიკა, სალვადორი, გვატემალა, ჰონდურასი, ნიკარაგუა, პანამა;
- **სამხრეთი ამერიკა:** არგენტინა, ბოლივია, ბრაზილია, ჩილე, კოლუმბია, ეკვადორი, საფრანგეთის გვიანა, გაიანა, პარაგვაი, პერუ, სურინამი, ურუგვაი, ვენესუელა.

აზია-წყნარი ოკეანის რეგიონში:

- **ჩრდილო-აღმოსავლეთი აზია:** ჩინეთი, ჰონგკონგი, იაპონია, ჩრდილოეთი კორეა, სამხრეთი კორეა, მაკაო, მონღოლეთი, ტაივანი;
- **სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზია:** ბრუნეი, კამბოჯა, ინდონეზია, ლაოსი, მალაიზია, მიანმა (ბირმა), ფილიპინები, სინგაპური, ტაილანდი, ვიეტნამი;
- **ოკეანია:** ამერიკის სამოა, ავსტრალია, კუკის კუნძულები, ფიჯი, საფრანგეთის პოლინეზია, გუამი, კირიბატი, მარშალის კუნძულები, მიკრონეზია, მარიანის ჩრდილოეთი კუნძულები, ახალი კალედონია, ახალი ზელანდია, ნიუე, პალაუ, პაპუა ახალი გვინეა, სამოა, სოლომონის კუნძულები, ტონგა, ტუვალუ, ვანუატუ;
- **სამხრეთი აზია:** ავღანეთი, ბანგლადეში, ბუტანი, ინდოეთი, ირანი, მალდივის კუნძულები, ნეპალი, პაკისტანი, შრი ლანკა.

ევროპაში:

- **ჩრდილოეთი ევროპა:** დანია, ფინეთი, ისლანდია, ირლანდია, ნორვეგია, შვეცია, დიდი ბრიტანეთი;
- **დასავლეთი ევროპა:** ავსტრია, ბელგია, საფრანგეთი, გერმანია, ლიხტენშტაინი, ლუქსემბურგი, მონაკო ნიდერლანდები, შვეიცარია;
- **ცენტრალური და აღმოსავლეთი ევროპა:** აზერბაიჯანი, ბელორუსი, ბულგარეთი, ესტონეთი, თურქმენეთი, ლატვია, ლიტვა, მოლდოვა, პოლონეთი, რუმინეთი, რუსეთი, საქართველო, სლოვაკეთი, სომხეთი, ტაჯიკეთი, უზბეკეთი, უკრაინა, ყაზახეთი, ყირგიზეთი, ჩეხეთი;

- **სამხრეთი ევროპა:** ალბანეთი, ანდორა, ბოსნია, ესპანეთი, მაკედონია, იტალია, მალტა, პორტუგალია, საბერძნეთი, სან მარინო, სერბეთი, სლოვენია, ჩერნოგორია, ხორვატია;
- **აღმოსავლეთ ხმელთაშუაზღვისპირეთი ევროპა:** კვიპროსი, ისრაელი, თურქეთი.

ახლო აღმოსავლეთი (ქვერეგიონების გარეშე):

- არაბეთის გაერთიანებული საამიროები, ბაჰრეინი, ეკვიპტე, ერაყი, კატარი, იემენი, იორდანია, ლიბანი, ლიბია, ომანი, პალესტინა, საუდის არაბეთი, სირია, ქუვეითი.

მოკლედ დავახასიათოთ თითოეული მაკრორეგიონი და ზოგიერთი საინტერესო ქვერეგიონის ბუნებრივ-რესურსული და ეკონომიკური პოტენციალი აგრეთვე ტურიზმის განვითარების დონე.

ევროპას ევრაზიის კონტინენტის დასავლეთი ნაწილი უჭირავს. მისი ტერიტორიის ფართობია 10,8 მლნ კმ². ევროპის საზღვარი აზიასთან გადის: ურალის ქედის აღმოსავლეთ ძირზე, მდინარეებზე – ელბაზე, კუმასა და მანიჩზე; კასპიის, შავი და აზოვის ზღვებზე. ევროპის სახელმწიფოთა უმეტესობა ესაზღვრება ატლანტის და ჩრდილო ყინულოვან ოკეანეებს და მათ ზღვებს, რაც ხელს უწყობს მათ საზღვაო-ტურისტულ კავშირს სხვა რეგიონებთან.

ევროპის ტერიტორიის ძირითადი ნაწილი უკავია დაბლობებსა და ბორცვიან ადგილებს. ყველაზე მსხვილი დაბლობები – აღმოსავლეთ ევროპის, შუა ევროპის; შუა და ქვემო დუნაის, პარიზის აუზი. მთებს ტერიტორიის 17% უჭირავს. ძირითადი მთიანი სისტემებია: ალპები, კარპატები, აპენინები, პირინეები, სკანდინავიის მთები.

ტერიტორიის უმეტეს ნაწილზე ჰავა ზომიერია; დასავლეთით – ოკეანური, ხოლო აღმოსავლეთით – კონტინენტური. ჩრდილოეთი კუნძულების ჰავა სუბარქტიკული და არქტიკულია, სამხრეთ ევროპისა კი – ხმელთაშუაზღვისპირული. ჩრდილოეთი ევროპის ნაწილი თანამედროვე მყინვარებითაა დაფარული. **ისლანდიის, შპიცბერგენისა და ახალი მიწის** ბევრ კუნძულზე საფარისეული გამყინვარებაა, ხოლო **ალპებში** – მთის.

მართალია, ევროპას დედამიწის ხმელეთის მცირე ნაწილი უჭირავს (სულ 4%), მაგრამ იგი მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე მჭიდროდ დასახლებული რეგიონია, აქ 800 მლნ ადამიანამდე ცხოვრობს. თანამედროვე ევროპის ეთნიკური რუკა საკმაოდ

ჭრელია. მოსახლეობის უმეტესი ნაწილი ინდოევროპული ოჯახის ენებზე ლაპარაკობს: გერმანული ენების ჯგუფში შედიან: *გერმანელები, ჰოლანდიელები, ფლამანდიელები, ავსტრიელები, შვეიცარიელების* ნაწილი, *სკანდინავიელები, ინგლისელები* და სხვ.; რომანული ენების ჯგუფში – *იტალიელები, ფრანგები, ეპანელები, პორტუგალიელები, რუმინელები* და სხვ.; სლავური ენების ჯგუფში – *(რუსები, უკრაინელები, პოლონელები, ჩეხები, სლოვაკები, სერბები, ხორვატები და სხვ.* გაბატონებული რელიგიაა ქრისტიანობა. *კათოლიკეები* სჭარბობენ იტალიაში, ესპანეთში, პორტუგალიასა და საფრანგეთში; *პროტესტანტები* – ნორვეგიაში, შვეციაში, დანიაში, ისლანდიაში, ფინეთსა და შვეიცარიაში, გერმანიისა და დიდი ბრიტანეთის უმეტეს ნაწილში. *მართლმადიდებლობა* უფრო მეტად გავრცელებულია აღმოსავლეთ და სამხრეთ-აღმოსავლეთ ევროპაში: საბერძნეთში, სერბეთში, ბულგარეთში, რუმინეთში, რუსეთში, უკრაინასა და ბელორუსში.

კაცობრიობის განვითარების ისტორიაში ევროპის ხალხებმა მნიშვნელოვანი როლი შეასრულეს. აქ ჩაისახა საბაზრო ეკონომიკა, ხოლო ევროპის კულტურამ დიდი გავლენა მოახდინა მსოფლიოს ხალხების კულტურაზე. ევროპის ეკონომიკის პოტენციალი ძალზე დიდია – მსოფლიოს მთლიან შიდა პროდუქტში მას 27-28 % უჭირავს (თითქმის 11 ტრლნ დოლ.). ეკონომიკის დარგობრივ სტრუქტურაში მომსახურების სფეროს წილი (რომელშიც ტურიზმიც შედის) 70%-მდე აღის. უფრო სწრაფი ტემპებით ვითარდება მეცნიერ- და ტექნოლოგიატევადი დარგები: მიკროელექტრონიკა, მიკრობიოლოგია, ატომური მრეწველობა, საავიაციო და კოსმოსური მრეწველობა, ელექტროტექნიკა, საინფორმაციო ტექნოლოგიები და სხვ. ძალიან კარგადაა განვითარებული სატრანსპორტო სისტემა – რკინიგზა, საავტომობილო და საავიაციო ტრანსპორტი, მილსადენები. **როტერდამი** (ნიდერლანდები) მსოფლიოს ყველაზე მსხვილი ნავსადგურია. კომპიუტერიზაციის დონით ევროპას მე-2 ადგილი უჭირავს მსოფლიოში. ევროპის ქვეყნების უმეტესობა ევროკავშირშია გაერთიანებული. ამჟამად, ევროკავშირის წევრია ევროპის 27 ქვეყანა: *ავსტრია, ბელგია, ბულგარეთი, გერმანია, დანია, დიდი ბრიტანეთი, ესპანეთი, ესტონეთი, ირლანდია, იტალია, კვიპროსი, ლატვია, ლიტვა, ლუქსემბურგი, მალტა, ნიდერლანდები, პოლონეთი, პორტუგალია, რუმინეთი, საფრანგეთი, საბერძნეთი, სლოვაკეთი, სლოვენია, უნგრეთი, ფინეთი, შვეცია და ჩეხეთის რესპუბლიკა.*

2002 წ. 1 მარტს შემოღებულ იქნა საერთო ვალუტა – ევრო.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით, ევროპის რეგიონმა 2007 წ. 470 მლმ-მდე ტურისტი მიიზიდა – მსოფლიოს ყველა ტურისტის 50%-ზე მეტი.¹

ამერიკის მაკრორეგიონი დასავლეთ ნახევარსფეროში მდებარეობს. იგი ოთხი მსხვილი ტურისტული ქვერეგიონისგან შედგება – ჩრდილო ამერიკის, ცენტრალური ამერიკის, სამხრეთ ამერიკისა და კარიბის ზღვის ქვეყნების.

ჩრდილო ამერიკის ქვერეგიონს განეკუთვნება აშშ-ს, კანადისა და მექსიკის ტერიტორიები, ასევე *გრენლანდია*, რომელიც სახელმწიფოებრივად დანიას ეკუთვნის. ამ რეგიონის ტერიტორიის ფართობია 23,5 მლნ კმ². ჩრდილოეთიდან მას ესაზღვრება ჩრდილო ყინულოვანი ოკეანე, დასავლეთიდან – წყნარი, ხოლო აღმოსავლეთიდან – ატლანტის ოკეანეები. სამხრეთიდან მას ესაზღვრება ცენტრალური ამერიკა და კარიბის ზღვის აუზი. ეს რეგიონი მოიცავს კლიმატურ ზონებს არქტიკული სარტყლიდან (ჩრდილოეთით) ტროპიკულ სარტყლამდე (მექსიკა და აშშ-ს სამხრეთი). რელიეფისთვის უმეტესწილად დამახასიათებელია დაბლობები და დაბალი მთები, თუმცა *კორდილიერების* მაღალ მთათა სისტემა რამდენიმე ათას კილომეტრზე გაჭიმული ჩრდილოეთიდან სამხრეთისაკენ (უმაღლესი მწვერვალია – მთა *მაკ-კინლი* – 6193 მ). მცენარეულობა მოიცავს წიწვოვან და ფართოფოთლოვან ტყეებს. *ფლორიდისა* და *კალიფორნიის* შტატებში, ასევე მექსიკაში *პალმები* და *ფიკუსები* იზრდება.

აღიასკაზე, კანადის ჩრდილო ნაწილში, გრენლანდიის სამხრეთით *იშვიათი წიწვოვანი ჯიშებიც* გვხვდება.

ამერიკა მდიდარია შიდა წყლებით – მდინარეთა სისტემებით, ტბებით, ხელოვნური წყალსაცავებით. მდ. *მისისიპი* შემდინარე *მისურისთან* ერთად, დედამიწის ერთ-ერთი ყველაზე გრძელი მდინარეა (6420 კმ).

უზარმაზარ საწყლოსნო სისტემას წარმოადგენს *დიდი ტბები*, რომელთაგან სამი (*ზედა, შურონი* და *მიჩიგანი*) მსოფლიოს უდიდეს ტბებს შორის არიან. *წმ. ლავრენტის მდინარე* მათ ატლანტის ოკეანესთან აერთებს. მდ. ნიაგარამ “გაჭრა” ბორცვიანი მაღლობი და ტბები – *ერი* და *ონტარიო* შეაერთა. *ნიაგარა* ვარდნობიდან მკვეთრად ეშვება და სახელგანთქმული ჩანჩქერების სისტემას ქმნის. მოკლე და სწრაფი მდინარეები დასავლეთით მიედინება – წყნარი ოკეანისკენ. მათგან ყველაზე დიდია *კოლუმბია* და *კოლორადო*. მდ. კოლორადოს ხეობაშია

¹ ეს მაჩვენებელი ქვეყანაში წლის განმავლობაში ჩასული ტურისტების რაოდენობით – ე.წ. ჩასვლების რიცხვით განისაზღვრება.

სახელგანთქმული *გრანდ-კანიონი*, რომლის სიგრძე 320 კმ-ს აღწევს. ამ უზარმაზარ ხეობას ციცაბო, საფეხურებიანი ფერდობები აქვს, რომლებიც სხვადასხვა ასაკის, შემადგენლობის და შეფერადების ქანებითაა აგებული.

ჩრდილო ამერიკის მოსახლეობის რაოდენობა 420 მლნ კაცს შეადგენს. ძალიან ჭრელია მოსახლეობის რასობრივი და ეთნიკური შემადგენლობა. აშშ-ში მოსახლეობის 83% თეთრკანიანია, 12% – აფროამერიკელი, ხოლო 4% აზიური წარმოშობისა. კანადაში მოსახლეობის 40%-ს *ანგლო-კანადელები* წარმოადგენენ, ხოლო 27% – *ფრანკო-კანადელები*, მოსახლეობის 1/3 – სხვა ეთნიკურ ჯგუფებს განეკუთვნება. მექსიკის მოსახლეობის 60%-ზე მეტი *მეტიცისია*.

კათოლიკეებს მიეკუთვნება მოსახლეობის 30%, მექსიკაში – 90%.

ქვეყნებს შორის ცხოვრების დონე არათანაბარია. ადამიანის განვითარების ინდექსის მაჩვენებლით¹ კანადა მსოფლიოში მე-3 ადგილს იკავებს, აშშ – მე-6, ხოლო მექსიკა – მხოლოდ 51-ს. მთლიანი ეროვნული პროდუქტის მოცულობით აშშ პირველ ადგილზეა (12 ტრლნ დოლ.), კანადა მე-8 (1,1 ტრლნ დოლ.), ხოლო მექსიკა მე-10 ადგილზეა (1 ტრლნ დოლ.).

ცენტრალური და სამხრეთ ამერიკის ქვერეგიონი, რომლის ფართობია 19,14 მლნ კმ², გაჭიმულია მექსიკის სამხრეთი საზღვრიდან მატერიკის უკიდურეს სამხრეთ წერტილამდე – *ფროუერდის კონცხამდე*. რეგიონს აღმოსავლეთით ატლანტის ოკეანე აკრავს, სამხრეთით – წყნარი. რეგიონში სხვადასხვა სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების დონისა და პოლიტიკური ორიენტაციის 48 ქვეყანაა.

სამხრეთ ამერიკის დასავლეთ სანაპიროს გასწვრივ, მთელს სიგრძეზე გაჭიმულია მსოფლიოს ერთ-ერთი უგრძესი მთიანი სარტყელი – *ანდეზი*, რომლის უმაღლესი წერტილია *მთა აკონკაგუა* (6960 მ ზ/დ). ტერიტორიის დანარჩენ ნაწილზე სჭარბობს ზეგნები და დაბლობები, რომელთა შორის გამოირჩევა დედამიწის ყველაზე დიდი – *ამაზონის დაბლობი*.

ჰავა რთულია – ტროპიკულიდან სუბარქტიკულამდე (ჩრდილოეთიდან სამხრეთისაკენ) იცვლება. სამხრეთი ამერიკა დედამიწაზე ყველაზე ტენიანი კონტინენტია. ამის შედეგად აქ შეიქმნა ყველაზე დიდი სამდინარო აუზი – *მდ. ამაზონის*, რომლის ფართობი 7 მლნ კმ² (ანუ სამხრეთ ამერიკის ტერიტორიის

¹ ადამიანის განვითარების ინდექსი (Human Development Index) – ქვეყნის მოსახლეობის კეთილდღეობის საერთო დონის სინთეტური მაჩვენებელია, რომლის საფუძველზეც გაერო ქვეყნების რეიტინგს ადგენს..

თითქმის 40%) აღწევს, ამ მდინარის უზარმაზარი მასა, – 300 000 მ³ (წვიმიან სეზონში) ატლანტის ოკეანეში ჩაედინება. თუ ამაზონის შუა წელში მისი კალაპოტის სიგანე 5 კმ-მდეა, შესართავთან 325 კმ-ს აღწევს. ამაზონის წყალი ძალზე მდიდარია ფლორითა და ფაუნით. მის შენაკადებსა და ყურეებში იზრდება **ვიქტორია-რეგია**, რომლის მოცურავე ფოთლები 2 მ-ს აღწევს. თევზის მრავალრიცხოვან სახეობათაგან ყველაზე ცნობილია: **პირანია** – მტაცებელი თევზი, **ელექტრონული გველთევზა**, **ამაზონის ზეიგენი**, **მტკნარი წყლის დელფინი**, **ნიანგები**, **კაიმანები**.

ანდებიდან, გვიანისა და ბრაზილიის ზეგნებიდან ჩამოსულ მდინარეებზე ბევრი **ჩანჩქერია**. მაგრამ მოგზაურები სხვებზე მეტად იცნობენ **იგუასუს** (722 მ) – ჩანჩქერს მდ. პარანას ერთ-ერთ შენაკადზე, რადგან იგი უფრო ადვილი მისადგომია. ეს მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე ლამაზი ჩანჩქერთაგანია. მისი ხმა რამდენიმე კილომეტრზე ისმის.

მოსახლეობის რაოდენობა 450 მლნ კაცს აღწევს. აქედან, ინდიელები 10%, თეთრკანიანები – 10%, მეტისები და მულატები 80%-ია.

მოსახლეობის უდიდესი ნაწილი კათოლიკე ქრისტიანია (85%), პროტესტანტულ ეკლესიას მიეკუთვნება მოსახლეობის 8%. ამ კონფესიების გარდა, გავრცელებულია ისლამი, ბუდიზმი და მრავალრიცხოვანი მცირე რელიგია (ძირითადად ინდიელთა).

ამ რეგიონში ჩასული ტურისტებისთვის რაოდენობით პირველ ადგილზეა აშშ. ამ ქვეყნიდან ყოველწლიურად 50 მილიონზე მეტი (51,1 მლნ 2006 წ.) ტურისტი ჩადის, მექსიკიდან – 21,4 მლნ, ხოლო კანადიდან – თითქმის 20 მლნ (19,5 მლნ 2006 წ.).

მიღებული ტურისტების რაოდენობით, ლათინურ ამერიკაში მეორე ადგილზეა ბრაზილია – 6 მლნ-მდე მიღებული ტურისტი 2006 წ., მესამეზეა არგენტინა – 3,5 მლნ, ხუთეულში ასევე შედიან – დომინიკის რესპუბლიკა და ურუგვაი. ყველაზე სწრაფი ტემპებით ხასიათდება კუბა, აქ ჩასული ტურისტების რაოდენობა ბოლო ათი წლის მანძილზე 120 %-ით გაიზარდა და უკვე 2 მლნ-ს გადააჭარბა.

აზია-წყნარი ოკეანის ტურისტული მაკრორეგიონი სივრცითი განფენილობით ყველაზე დიდია.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ქვერეგიონის ტერიტორიის ფართობი, რომელიც ევრაზიის კონტინენტის სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილსა და მიმდებარე კუნძულებს მოიცავს, 4,5 მლნ კმ²-ს შეადგენს. რეგიონის ტერიტორიის ნახევარზე მეტს

ინდონეზიის ნახევარკუნძული (ფართობით მსოფლიოში მესამეა) და მის ჩრდილო-აღმოსავლეთით მდებარე მთიანი რეგიონი იკავებს. სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ტურისტული რეგიონის კუნძულოვანი ნაწილს შეადგენს *მაღაის არქიპელაგი*, რომელიც 20 ათასზე მეტი კუნძულისგან შედგება, რომელთაგან მხოლოდ 5-ის ტერიტორიის ფართობი აღემატება 100 ათას კმ²-ს. ეს რეგიონი ორ – წყნარსა და ინდოეთის ოკეანეს შორისაა მოქცეული. რეგიონის შემადგენლობაში შედის: *ბრუნეი, ვიეტნამი, ინდონეზია, კამბოჯა, ლაოსი, მაღაიზია, მიანმა (ბირმა), სინგაპური, ტაილანდი, აღმოსავლეთი ტიმორი, ფილიპინები.*

ოკეანია მოიცავს 7 ათას კუნძულს წყნარ ოკეანეში. იგი 3 ნაწილად იყოფა: *მელანეზიად*, რომელიც წყნარი ოკეანის სამხრეთ-დასავლეთ ნაწილშია და 4 სუვერენულ სახელმწიფოს აერთიანებს (*პაპუა-ახალ გვინეას, სოლომონის კუნძულებს, ვანუატუსა და ფიჯის*); *მიკრონეზიად* წყნარი ოკეანის ჩრდილო-დასავლეთ ნაწილში, სადაც 3 სახელმწიფოა (*მიკრონეზიის ფედერაციული შტატები, მარშალის კუნძულები და პალაუ*), და *პოლინეზიად*, რომელიც მერიდიანული მიმართულებითაა გაჭიმული ოკეანის ცენტრალურ ნაწილში, და აქ 6 სახელმწიფოა თავმოყრილი (*ახალი ზელანდია, სამოა, კირიბატი, ნაურუ, ტონგა და ტუვალუ*).

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის კონტინენტურ და კუნძულოვან ნაწილებს საერთო გეოლოგიური წარმოშობა აქვთ და ასევე ბევრი რამა აქვთ საერთო ზედაპირის თანამედროვე მოწყობაში. პირველ ყოვლისა, ეს ეხება რელიეფის ძლიერ დანაწევრებას, სადაც სხვადასხვა ასაკის მთის მასივები ენაცვლება დაბლობებს, რომლებიც უმსხვილესი მდინარეების დელტებში (ინდონეზიის ნახევარკუნძულზე) და ვიწრო სანაპირო რაიონებში (მაღაის არქიპელაგის კუძულებზე და მაღაიის ნახევარკუნძულზე) მდებარეობენ. ამ რეგიონში ბევრი ვულკანია, მათ შორის მოქმედიც.

ოკეანიის კუნძულებიდან უმეტესი ან ვულკანური წარმოშობისაა ან მარჯნული. მათი ნაწილი *წყალქვეშა ქედების მწვერვალებს* წარმოადგენს. თუმცა, კუნძულებს შორის გვხვდება მატერიკული კუნძულებიც. ავსტრალიის აღმოსავლეთი სანაპიროს გასწვრივ 2300 კმ სიგრძეზე *დიდი ბარიერული რიფია* გაჭიმული.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზია 2 კლიმატურ სარტყელშია მოქცეული: ეკვატორულ (მაღაის ნახევარკუნძულის დიდი ნაწილი) და სუბეკვატორულ, ანუ ეკვატორული მუსონების სარტყელში. ამ რეგიონისათვის დამახასიათებელია ტემპერატურის მცირე რყევა (2-3°C, საშუალოწლიური ტემპერატურა – 26°C) კუნძულებზე და შედარებით მეტი – კონტინენტის ზოგიერთ ნაწილში. ძალიან დიდ გავლენას ახდენს მუსონური წვიმები, რომელთა ცვლა მშრალი და ტენიანი სეზონების არსებობას განაპირობებს. რეგიონის დასავლეთი ნაწილი უფრო ტენიანია. ტერიტორიის ძლიერი დანაწევრება ჰავის დიდ სხვაობებს უწყობს ხელს.

ოკეანიის უმეტესი ნაწილი ეკვატორულ, სუბეკვატორულ და ტროპიკულ სარტყლებშია მოქცეული. მხოლოდ ახალი ზელანდია და მასთან მიმდებარე კუნძულები მდებარეობენ სუბტროპიკულ და ზომიერ სარტყლებში. ოკეანიის ჰავა თბილი და რბილია და განსაკუთრებით ხელსაყრელია დასვენებისათვის მთელი წლის მანძილზე. ტემპერატურის რყევა დღე-ღამის მანძილზე და სეზონებს შორის დიდი არ არის.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ტერიტორიის ნახევარზე მეტი ტყითაა დაფარული. გვხვდება 2 ათასამდე სახეობის ხე. ბევრია *პალმა, ბანანი, ბამბუკი, ორქიდეა, გვიმრა, ხავსი*. ცხოველებიდან ინტერესს წარმოადგენს *სპილო, მარტორქა, გარეული ხარი, ვეფხვი, პანტერა, მაიმუნი*.

ოკეანიის მცენარეულობასა და ცხოველთა სამყაროზე დიდი გავლენა იქონია დანარჩენი სამყაროსგან იზოლირებულობამ. აქ არც მტაცებლები არიან, და არც შხამიანი გველები. მარჯნის კუნძულების ბუნებრივი კომპლექსები მჭიდროდაა დაკავშირებული ოკეანესთან. აქ ცხოვრობენ წყალხმელეთა ცხოველები. ბევრ ატოლზე თავმოყრილნი არიან ზღვის ფრინველები. ახალი ზელანდიის კუნძულები ცნობილია თავისი *გეიზერებითა* და მცენარეულობისა და ცხოველთა სამყაროს *ენდემური*¹ წარმომადგენლებით.

ოკეანიის ქვერეგიონის მოსახლეობა დაახლოებით 550 მლნ კაცს შეადგენს. მოსახლეობის აბსოლუტური უმრავლესობა განეკუთვნება სამხრეთაზიულ მცირე რასას, რომელსაც შეხამებული აქვს მონღოლოიდური და ავსტრალიური ნაკვთები. ოკეანიის კუნძულები თავდაპირველად *პაპუასების*, – ავსტრალიური რასის

¹ **ენდემური სახეები** (ფრანგ. Endémique) – მხოლოდ კონკრეტული გეოგრაფიული ადგილისათვის დამახასიათებელი ცოცხალი ბუნების სახეები.

წარმომადგენლების მიერ იქნა დასახლებული, შემდეგ აქ მოვიდნენ მონღოლოიდური რასის წარმომადგენლები, რის შედეგადაც წარმოიშვნენ მელანეზიელები და მიკრონეზიელები.

რელიგიურ მიმართულებათა შორის სჭარბობს *ბუდიზმი, ინდუიზმი* და *ისლამი*.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზია მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად განვითარებადი რეგიონია. მისი ეკონომიკა ბოლო 10 წლის მანძილზე ყოველწლიურად საშუალოდ 5%-ით იზრდებოდა. ეკონომიკური განვითარების დონით აქ სამი გჯუფი გამოიყოფა:

- ყველაზე ნაკლებგანვითარებული ქვეყნები (*კამბოჯა აღმ. ტიმორი, ლაოსი, მიანმა*);
- საშუალოდ განვითარებული ქვეყნები (*ვიეტნამი, ინდონეზია, ფილიპინები*);
- ახალი ინდუსტრიული ქვეყნები (*მალაიზია, ტაილანდი, სინგაპური, ბრუნეი*).

ეკონომიკის დარგებს შორის მომსახურების ექსპორტში წინ არის ტურიზმი, რომლის შემოსავლები მსოფლიოს საშუალო ტემპებზე უფრო მაღალია (9%). ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში 11%-ს აჭარბებს. ყველაზე მეტი ტურისტი ჩადის *ტაილანდში, მალაიზიაში, სინგაპურსა და ინდონეზიაში*.

ჩასული ტურისტების უმეტესობა ჩინეთიდან მოდის, რომლებიც აქ ხშირად, თავიანთი ნათესავებისა და ნაცნობების მოსანახულებლად ჩამოდიან.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ მიმართულებად ითვლება *კამბოჯა* და *ვიეტნამი*, სადაც მოთხოვნა ტურისტულ მომსახურებაზე ბევრად აჭარბებს მიწოდებას. განსაკუთრებით დინამიკურად იზრდება ტურისტული ნაკადები ამ რეგიონის უნიკალურ მხარეებში – *ფხუკეტისა და კრობის* (ტაილანდი), *პინონგის* (მალაიზია) და *ბალის* კუნძულებზე.

აფრიკის მაკრორეგიონში შედიან კონტინენტური აფრიკის სახელმწიფოები, და, აგრეთვე, რიგი კუნძულოვანი სახელმწიფოებისა და ტერიტორიებისა ატლანტისა და ინდოეთის ოკეანეებში (სულ 69 სახელმწიფო). ამ მაკრორეგიონის ტერიტორიის ფართობია 24,3 მლნ კმ². მასში გამოიყოფა 5 ქვერეგიონი: ჩრდილოეთი, აღმოსავლეთი, დასავლეთი, ცენტრალური და სამხრეთი აფრიკა.

რელიეფი, უმეტესად ვაკეა. აღმოსავლეთ აფრიკისთვის დამახასიათებელია ღრმა ნაპრალები მიწის ქერქში. ჩრდილოეთიდან სამხრეთისაკენ გაჭიმულია აღმოსავლეთ აფრიკის რიფტი – გიგანტური რღვევის ხაზი, რომლის ცალკეული უბნები შემოფარგლულია მასშტაბური ფლატეებითა და ღრმა ტბებით. რეგიონის კლიმატური პირობები მთელმა რიგმა ფაქტორმა განაპირობა. პირველი ფაქტორია ეკვატორი, რომელიც საჰარის სამხრეთით მდებარე ბევრ სახელმწიფოს გადაკვეთს. მაგრამ მისი გავლენის შედეგად ცხელი და ტენიანი ჰავის ჩამოყალიბებას ხელს უშლის მეორე ფაქტორი – გრანდიოზული უდაბნოს – *საჰარას* ტერიტორიაზე ცხელი, მაგრამ მშრალი ჰაერის მასების არსებობა. მესამე ფაქტორია აფრიკის კონტინენტის კონფიგურაცია, კერძოდ, მისი შევიწროება სამხრეთისაკენ. ამ თავისებურების წყალობით, ოკეანის გავლენა ღრმად იჭრება სამხრეთ აფრიკის ტერიტორიაზე. მეოთხე ფაქტორია ის, რომ აფრიკას არ გააჩნია მაღალი და სიგრძეში შორს გაჭიმული მთათა მასივები (მთის ქედები მხოლოდ *ეთიოპიის* მთიანეთიდან *კენიის* მთებამდე, *კილიმანჯარომდე* და *რუვენზორის მთავრებილამდე* თუ გრძელდება. ეს კი იმას განაპირობებს, რომ სხვადასხვა კლიმატური ზონები ერთმანეთშია შეჭრილი.

მაკრორეგიონის მოსახლეობა 674 მლნ კაცს შეადგენს. იგი ნაწილობრივ ნეგროიდულ რასას განეკუთვნება, ნაწილობრივ კი – შერეულ ჯგუფებს. რელიგიის ძირითადი სახეებია – ქრისტიანობა, ისლამი და ანიმიზმი. აფრიკულ სახელმწიფოთა უმრავლესობა 1960-70-იან წლებამდე ევროპული იმპერიების კოლონიურ სისტემაში იყო მოქცეული. დღეს ყველა მათგანი დამოუკიდებელი ქვეყანაა. სხვა მაკრორეგიონებთან შედარებით, აფრიკას ერთი თავისებურება ახასიათებს – მისი უკიდურესი ჩრდილოეთი და სამხრეთი წერტილები თანაბრად არიან დაშორებულნი ეკვატორისაგან. კონტინენტის უმეტესი ნაწილი მოქცეულია ტროპიკებსა და ეკვატორულ, სუბეკვატორულ და ტროპიკულ კლიმატურ სარტყლებს შორის. მისი სამხრეთი კიდე სუბტროპიკებში გადადის. აფრიკის სანაპირო ხაზი ნაკლებადაა დანაწევრებული. თავისი მდებარეობის წყალობით, აფრიკა დედამიწაზე ყველაზე ცხელი მატერიკია, განსაკუთრებით გამოირჩევა *უდაბნო საჰარა*.

აფრიკაში მოედინება მსოფლიოს ყველაზე გრძელი მდინარე – *ნილოსი* (6671 კმ). აფრიკის მეორე და ყველაზე წყალუხვი მდინარეა *კონგო*. წყალუხვობითა და აუზის ფართობით იგი მხოლოდ ამაზონს ჩამორჩება. მდ. *ზამბეზიზე* არის მსოფლიოს ერთ-ერთი ყველაზე დიდი და ცნობილი ჩანჩქერი – *ვიქტორია*.

მდინარის თითქმის ორკილომეტრიანი სიგანის ნაკადი 120-მეტრიანი ფლატედან ვიწრო ხეობაში ეშვება. მრავალი კილომეტრის დაშორებითაც კი ისმის ჩანჩქერის გუგუნის და გრუნის ხმა. აფრიკის თითქმის ყველა ტბა ტექტონიკური ნაპრალების ზონაშია მოქცეული, ამიტომ მათ წაგრძელებული ფორმა აქვთ. მაგალითად, ტბა **ტანგანიკის** სიგანე 80კმ-ია, მაგრამ სირძეში 650 კმ-ზეა გაჭიმული, – იგი დედამიწის ყველაზე გრძელი მტკნარი ტბაა. **ვიქტორია** აფრიკის ყველაზე დიდი ტბაა.

ბუნებრივ ზონებს შორის ყველაზე დიდ შთაბეჭდილებას ტურისტებზე ეკვატორული ტყეები ახდენს. აქ მარტო ხეების 1000 სახეობა ცოცხლობს. ტყეთა ზედა იარუსებში იზრდება **ფიკუსები, პალმები**, ქვედა იარუსებზე – **ბანანები, ხისმაგვარი გვიმრები, ლიანები**. ბევრი ცხოველი ხეებზე ბინადრობს. იშვიათ სახეობებს მიეკუთვნება **ფუნჯისყურა ღორი, ჯუჯა ბეჭემოთი, ოკაპი** – ჟირაფის ნათესავი, **ლეოპარდი**. გაუვალ ტყეებში მცირე რაოდენობით შემორჩნენ ადამიანისმაგვარი მაიმუნები – **გორილები**.

ეკვატორზე მუდმივი ზაფხულია და მუდმივი ბუნიაობა, ანუ დღე და ღამე თანაბარი სიდიდისაა.

სავანებს მატერიკის ტერიტორიის 40% უჭირავს. მსხვილი ცხოველების ისეთ სიმრავლეს, როგორც აფრიკულ სავანებშია, დედამიწაზე ვერსად შეხვდებით. აქ არის სხვადასხვა სახის **ანტილოპა**, ზოლებიანი **ზებრა**, გრძელფეხება **ჟირაფი** და დედამიწის ყველაზე მსხვილი ცხოველები – **სპილო, აფრიკული კამეჩი** და **მრისხანე მარტორქა**.

ბალახისმჭამელი ცხოველების გვერდით ცხოვრობენ მტაცებელთა მრავალრიცხოვანი ჯგუფები – **ლომები, ლეოპარდები, გეპარდები, გიენები**. არაჩვეულებრივად მდიდარია ფრინველთა სამყარო, აქ ბინადრობს ყველაზე პატარა ფრინველიც – **”ნექტარის ჩიტო”** და ყველაზე დიდიც – **სირაქლემა**.

აფრიკის ტურისტულ მაკრორეგიონს სხვებისგან განსხვავებით, არ ახასიათებს ტურისტული ნაკადების მკვეთრი ცვლილებები. ცალკეულმა ქვეყნებმა, როგორებიცაა: **კენია, ზამბია, მავრიკია, მაროკო, ალჟირი** მნიშვნელოვნად გააუმჯობესეს მაჩვენებლები. ბოლო წლებში (2003 წ. შემდეგ) შესამჩნევად გამოცოცხლდა ტურისტების ინტერესი **სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის** მიმართ.

ახლო აღმოსავლეთი მსოფლიო ტურიზმის ვრცელი მაკრორეგიონია, რომელიც დასავლეთით, – ხმელთაშუა ზღვის ნაპირებიდან, აღმოსავლეთით – პაკისტანამდეა

გადაჭიმული, ხოლო სამხრეთით, უდაბნო საჰარიდან ჩრდილოეთით კუნძულ კვიპროსამდე. საერთო ფართობია 14,8 მლნ კმ². მაკრორეგიონი მოიცავს 16 სახელმწიფოს. ამ რეგიონში ტურიზმის განვითარებისთვის დიდი მნიშვნელობა აქვს *სუეცის არხსა და გიბრალტარის სრუტეს*.

მოსახლეობის რაოდენობა 450 მლნ-ს მიუახლოვდა. მათი 90%-ზე მეტი მდინარეთა ხეობების ნაყოფიერ მიწებსა და სანაპირო ხაზის გაყოლებაზე განსახლებული. იმის გამო, რომ მოსახლეობის ძირითად ნაწილს მუსლიმანი არაბები წარმოადგენენ, მოსახლეობის ეთნიკური და რელიგიური შემადგენლობა ძირითადად ერთგვაროვანია. სხვა რელიგიური მიმართულებებიდან მნიშვნელოვანია ქრისტიანობა (*კოპტები* – ეგვიპტეში, *მარონიტები* – ლიბანსა და სირიაში და სხვ.), არაბული ენა ფაქტიურად გაბატონებულია.

მომსახურების სფერო მაკრორეგიონის ეკონომიკაში ძალიან დიდ როლს ასრულებს, განსაკუთრებით კი – ტურიზმი.

XXI საუკუნის დასაწყისში *ახლო აღმოსავლეთის რეგიონი* ტურისტული ნაკადების ზრდის მიხედვით მსოფლიოს ლიდერი გახდა. ტურისტები და მომლოცველები მთელი მსოფლიოდან წმინდა ადგილებისკენ მიემართებიან, ხოლო დამსვენებლები – ეგვიპტისა და სპარსეთის ყურის კურორტებისაკენ. მიუხედავად ტერორისტების აქტივობისა და საომარი ვითარებისა, ტურისტების ნაკადის ზრდა ძალიან შთამბეჭდავია (10-მილიონიანი ზრდა ბოლო ათწლეულში, 27,3 მლნ ჩასული 2006 წ.). ეს ზრდა ძირითადად მოდის *ეგვიპტეზე, არაბთა გაერთიანებულ საამიროებსა და ირანზე*.

სამხრეთი აზია. რეგიონის ტერიტორიის საერთო ფართობია 4,6 მლნ კმ². ჩრდილოეთიდან იგი შემოსაზღვრულია *ჰიმალაისა და ჰინდუკუშის* მთათა სისტემებით, ირანის მთიანეთით, აღმოსავლეთით – ასამო-ბირმის მთებით. სამხრეთით მაკრორეგიონი ინდოეთის ოკეანეზე, არაბეთის ზღვასა და ბენგალის ყურეზე გადის.

რეგიონში 7 ქვეყანა შედის და მათგან მხოლოდ *ნეპალსა და ბუტანს* არა აქვთ ზღვაზე გასასვლელი. ყველაზე დიდი ქვეყანაა – *ინდოეთი*, ყველაზე პატარა – *მალდივის რესპუბლიკა*, რომელიც ინდოეთის ოკეანეში მდებარეობს.

სამხრეთი აზიის ქვეყნების ბუნება თვალწარმტაცი და მრავალფეროვანია. აქ არის მსოფლიოს ყველაზე მაღალი მთათა სისტემა – *ჰიმალაი* (უმაღლესი წერტილი მ. *ჯომოლუნგმა* – 8848 მ ზ/დ), რომელიც მკვეთრად მაღლდება ინდ-

განგის დაბლობიდან. მთების სამხრეთ კალთებზე მკაფიოდ გამოკვეთილია მუსონური ჰავა. ყველაზე მეტი ნალექი მოდის განგის ქვემო წელში (2500-3000 მმ წელიწადში) და თანაც პერიოდული თავსხმა წვიმების სახით. მაგრამ ინდის აღმოსავლეთით ჰავა მშრალია. აქ მდებარეობს *თარის* უდაბნო.

სამხრეთ აზიის მოსახლეობა 1500 მლნ-მდეა. აქ სჭარბობს ინდოევროპული ოჯახის ინდური ჯგუფის ხალხები: *ბენგალელები, პენჯაბელები, ბიჰარელები, ორია, სინგალელები* და სხვ. ინდოეთის სამხრეთით – *დრავიდული* ოჯახის ხალხები, ჰიმალაებში – ჩინურ-ტიბეტური ოჯახის ტიბეტურ-ბირმანული ჯგუფის ხალხები, პაკისტანში ინდოევროპული ოჯახის ირანული ჯგუფის ძალიან ბევრი ხალხი ცხოვრობს: *პუშტუნები, ბელუჯები* და სხვ. რელიგიათა შორის ინდუიზმი სჭარბობს ინდოეთსა და ნეპალში, ისლამი – პაკისტანში, ბანგლადეშში და მალდივებზე, ბუდიზმი – შრი-ლანკასა და ბუტანში.

რეგიონი მსოფლიო ცივილიზაციის ერთ-ერთ აკვანს წარმოადგენს. ყველაზე ადრეული სახელმწიფოები მდ. ინდის აუზში ახ. წ. მე-2 ათასწლეულში გაჩნდა. 1947 წლამდე თითქმის მთელი ეს რეგიონი დიდი ბრიტანეთის კოლონია იყო.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

- 1. რომელი ქვეყნები შედიან კარიბის ზღვის ტურისტულ რეგიონში? (აჩვენეთ რუკაზე).*
- 2. მსოფლიოს ტურისტების რა წილი მოდის ევროპაზე 2007 წ. მონაცემებით?*
- 3. რითაა ცნობილი როტერდამი?*
- 4. კუნძული გრენლანდია, დანიის საკუთრებაა. რომელ ტურისტულ მაკრორეგიონში შედის იგი?*
- 5. რომელი ტურისტული მაკრორეგიონის მახლობლადაა დიდი ბარიერული რიფი?*
- 6. რა არის ადამიანის განვითარების ინდექსი?*
- 7. ერთი საუბელი ტურისტის ინტერესის საგანია გვიზერები. რომელ ქვეყანაში უნდა ჩავიდეს იგი მათ სანახავად?*
- 8. რა ეწოდება მსოფლიოში ყველაზე მაღლა მდებარე სასტუმროს?*

თავი V. ტურიზმის ტიპები (ნაირსახეობები, მიმართულებები)

ტურისტული მოტივებისა და რესურსების შესაბამისად, ტუროპერატორები (ტურისტული საქმიანობის ორგანიზატორები) სხვადასხვა შინაარსის ტურებს ქმნიან. ბუნებრივია, ოლიმპიური თამაშების დასწრების მსურველებს განსხვავებული მარშრუტი, მომსახურების სახეები და მომსახურების პირობები უნდა შესთავაზო, ვიდრე ბუნებაში მოგზაურობის მოყვარულებს. მოგზაურობის დანიშნულებისა და ტურისტული პაკეტების შინაარსის შესაბამისად განასხვავებენ ტურიზმის ტიპებს, ანუ ნაირსახეობებს.

ჩვენს დროში ტურიზმი აღმავლობის გზაზეა, სულ უფრო სპეციფიკური ხდება ადამიანების მოტივაცია დასვენებისა და მოგზაურობისთვის და შესაბამისად, ახალ-ახალი ტურპროდუქტი ჩნდება ტურისტების უფრო და უფრო დახვეწილი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ასე ჩნდება ტურიზმის ახალი ნაირსახეობები და იზრდება მათი რაოდენობა. ჩამოვთვალოთ ტურიზმის ყველაზე მნიშვნელოვანი ტიპები.

სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი

სამკურნალო ტურიზმი – დასვენება და ჯანმრთელობის გაკააქება საკურორტო ადგილებში: ზღვაზე, მთებში, მინერალურ წყლებზე, სამკურნალო თვისებების მქონე ადგილებში (მაგ., წიწვოვან ტყეებში, მარილის მადაროებში). ტურიზმის ეს ნაირსახეობა გეოგრაფიულად მისადაგებულია იმ ადგილებთან, რომლებიც ჯანმრთელობისათვის სასარგებლო ბუნებრივი თვისებებით გამოირჩევიან. ამ ადგილებში იქმნება კურორტები – სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ცენტრები, რომელთა ფუნქციას ჩამოსული ადამიანების დასვენებისა და ჯანმრთელობის აღდგენის მიზნით სპეციალური მომსახურების გაწევა შეადგენს.

ძირითადად, სამი სახის კურორტებს გამოყოფენ

1. **კლიმატური კურორტები** იმ ადგილებში იქმნება, რომლებიც ჯანსაღი ჰავით გამოირჩევა და სამკურნალო თვისებებით ხასიათდება: ტყეებში, მთებში, ზღვის სანაპიროზე და ა.შ.;
2. **ბალნეოლოგიურ კურორტებზე** მთავარ სამკურნალო ფაქტორს ბუნებრივი მინერალური წყალი წარმოადგენს;

3. სამკურნალო ტალახის კურორტები გეოგრაფიულად სამკურნალო ტალახის საბადოებთანაა შექმნილი. ზოგჯერ სამკურნალო ტალახის კურორტებს ბალნეოლოგიური კურორტების შემადგენლობაში განიხილავენ.

ყველაზე ძველი და ტრადიციული კურორტები ევროპაში მდებარეობს. ბევრი მათგანი ჯერ კიდევ XX საუკუნემდე ჩამოყალიბდა შეძლებული ფენების დასვენებისა და მკურნალობის მოდურ ცენტრებად და დღესაც ინარჩუნებენ ამ ფუნქციას. მათგან ყველაზე ცნობილები და პოპულარულია ცენტრალური ევროპის ბალნეოლოგიური კურორტები: *ბადენ-ბადენი*, *ვისბადენი*, *ვილდბადი*, *ბად-ჰომბურგი* (გერმანიაში), *ბადგასტაინი* (ავსტრიაში, – შექმნილია რადონის წყაროებთან), *ბადენი*, *ბაგ-რაგაცი* (შვეიცარიაში), სამთოკლიმატური კურორტები: *დავოსი*, *აროზი*, *სანკტ-მორიცი*, *ცერმატი* (შვეიცარიაში).

ავსტრიაში ვითარდება სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი, რომელიც ყოველწლიურად 1 მილიონამდე ტურისტს იზიდავს.

საკმაოდ განვითარებულია სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ცენტრები ჩეხეთში, რომლებსაც ასევე უძველესი ტრადიციები აქვს. ამ კურორტებს ყოველწლიურად ასობით ათასი ადამიანი სტუმრობს ევროპიდან და მთელი მსოფლიოდან. ბოლო ათწლეულებში განსაკუთრებით გაიზარდა ტურისტების ნაკადი რუსეთიდან და სხვა პოსტსაბჭოთა ქვეყნებიდან. ყველაზე ცნობილი ჩეხური კურორტებია: *კარლოვი-ვარი*, *ტეპლიცე* – ევროპის ერთ-ერთი უძველესი კურორტი, მსოფლიოში პირველი რადონული სანატორიუმი კურორტ *იახიმოვში*, კურორტი *იანსკე-ლაზნე*, სადაც ასევე, მსოფლიოში პირველი სანატორიუმია ბავშვთა დამბლის სამკურნალოდ, *მარიანსკე ლაზნე*, *ლუგაჩოვიცე* და სხვ. ამჟამად ჩეხეთის ხელისუფლება ძალზე დაინტერესებულია ამ კურორტების გააქტიურებით და მსოფლიოსა და ევროპის ბაზარზე წინწაწევით, ამისათვის, იგი ხელს უწყობს კურორტების მიერ ტურისტული მომსახურების ახალი ფორმების დანერგვას. კერძოდ, კურორტები აფართოებენ თავიანთ შესაძლებლობებს ტურისტების აქტიური დასვენების, გართობისა და შემეცნებითი აქტიურობის ორგანიზებისათვის. ჩეხეთის კურორტები ატარებენ ფესტივალებს, სხვადასხვა კონკურსებს, გამოფენა-გაყიდვებსა და სხვ.

ევროპის საკურორტო ცენტრებს შორის ღირსეული ადგილი უჭირავს უნგრეთის კურორტებს, რომლებიც, ძირითადად წყლის სამკურნალო თვისებებს იყენებენ. ქვეყანაში რამდენიმე ათასი თერმული წყაროა. უნგრეთში ჩასული

ტურისტებიდან ყოველი მესამე წყლებზე სამკურნალოდ მიემართება. ძირითადი ნაკადები მიემართება *ბუდაპეშტისა* და *ბალატონისკენ*. ბუდაპეშტმა, ჯერ კიდევ XIX ს. დაიმკვიდრა აღმოსავლური აბანოების ქალაქის სტატუსი. აქ დღემდე მოქმედებენ XVI-XVII სს. თურქული აბანოები. ბალატონის ტბა კი შესანიშნავი ადგილია სათევზაოდ, წყლის თხილამურებით სასრიალოდ, ცურვისათვის, ნიჩბოსნობისა და საიალქნო სპორტისათვის.

ამერიკის ტურისტულ მაკრორეგიონში სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმის სფეროში ლიდერობს აშშ.

შეერთებულმა შტატებმა მედიცინისა და სამედიცინო ტექნიკის ძალიან მაღალ დონეს მიაღწია. საყოველთაოდ ცნობილია მათი წარმატებები ორგანოების გადანერგვის დარგში, კარდიოქირურგიაში, ფარმაციაში, სხვადასხვა დაავადებათა მკურნალობაში. ამერიკელი ექიმები და დამხმარე სამედიცინო პერსონალი მსოფლიოში ერთ-ერთ საუკეთესოდ ითვლებიან. კლინიკები ულტრათანამედროვე სამედიცინო ტექნიკითაა აღჭურვილი. მაგრამ სამედიცინო დახმარება აშშ-ში ძალიან ძვირი ღირს, ამიტომ სულ უფრო მეტი ამერიკელი ცდილობს პირველჯერადი ყურადღება მიაქციოს საკუთარ ჯანმრთელობის გაკაპებას, სხვადასხვა დაავადებათა პროფილაქტიკას. ამ მიზნით ისინი აქტიურად დადიან კურორტებზე.

ჩრდილოამერიკული კურორტები ძირითადად ბალნეოლოგიურ ტიპს მიეკუთვნება. ბევრ შტატს საკუთარი საკურორტო ცენტრი აქვს. ასეთია მაგალითად, არკანზასის შტატის ცნობილი მინერალური წყლების – *მამოთ-სპრინგსის*, *ჰიბერ-სპრინგსის*, *ჰოტ-სპრინგსის* კურორტები აშშ-ს ცენტრალური ნაწილის სამხრეთში. დიდი მოთხოვნით სარგებლობს დასვენება ზღვისპირა კლიმატურ კურორტებზე: *ლონგ-ბიჩზე* ნიუ-იორკის გარეუბანში, *ჰატერასზე* (ატლანტის ოკეანის სანაპირო, შტატი ჩრდილოეთი კაროლინა), *მაიამი-ბიჩზე* ფლორიდაში, *სან-დიეგოსა* და *სანტა-კრუზში* (კალიფორნია) და ა.შ. პოპულარულია, ასევე ტბისპირა კურორტები, თუმცა ამერიკელების ძირითადი მასა უპირატესობას ანიჭებს დასვენებასა და მკურნალობას ცენტრალური ამერიკის, *ბარბადოსის*, *კუბისა* და *ბაჰამის კუნძულების* კურორტებზე.

ახლო აღმოსავლეთში ტურისტების ნაკადი, სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი მიზნებით, ძირითადად *მკვდარი ზღვისკენ* მიემართება. ამ ზღვის წყალი

მარილებითა და მინერალური ნივთიერებებითაა გაჯერებული და უმარტივესი ორგანიზმების არსებობისთვისაც კი უვარგისია. მაგრამ ტურისტებმა, რომლებიც ისრაელში ჩამოდიან მკვდარ ზღვაზე მდებარე *ეინ-ბოკეის, ეინ-გედის, ნევე-ზოხარის* კურორტებზე დასასვენებლად იციან, რომ იქ საუკეთესო თერაპიულ მკურნალობას მიიღებენ.

მკვდარი ზღვის რაიონი სამკურნალო ბუნებრივი ფაქტორების – თერმული მინერალური წყლის, სამკურნალო ტალახის და განსაკუთრებული ბიომეტეოროლოგიური პირობების უნიკალური შეხამებით გამოირჩევა. ცალ-ცალკე და ერთად ეს ფაქტორები სასიკეთო გავლენას ახდენს ადამიანის ჯანმრთელობაზე.

თერაპია მკვდარი ზღვის კურორტებზე ძირფესვიანად ცვლის წარმოდგენას სამკურნალო პროცესზე. აქ იგი უფრო ნებიერ დასვენებასა და გართობას მოგაგონებთ, ვიდრე რაღაც მომაბეზრებელ სამკურნალო პროცედურებს.

სამხრეთ აზიის, აღმოსავლეთი და სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიის ქვეყნებში სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი, ჯერჯერობით სუსტადაა განვითარებული. არატრადიციული მედიცინა, ფიტოთერაპია და აკუპუნქტურა, რომელიც ძალიან გავრცელებულია აღმოსავლეთში, ნაკლებად ხიბლავს უცხოელ ტურისტებს.

ავსტრალია სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმის განვითარებისთვის აუცილებელ ყველა ბუნებრივ რესურსს ფლობს. მსხვილი ბალნეოლოგიური კურორტები *დეილსფორდი, მორკი, სპრინგეუდი* კონტინენტის სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილშია თავმოყრილი. ავსტრალიის ზღვისპირა კლიმატური კურორტები, ასევე ფართოდაა მსოფლიოში ცნობილი. *”ოქროს ნაპირი”, დეიდრიმ-აილენდი, კერნსი* იდეალურ ადგილებად ითვლება დასვენებისა და მკურნალობისათვის. მაგრამ ავსტრალიის სიმორე ვეროპისა და ამერიკისაგან – იმ რეგიონებისაგან, რომლებიც ქმნიან ძირითად მოთხოვნას ტურისტულ მომსახურებაზე, ხელს უშლის შემოსული ტურისტული ნაკადების ზრდას. ამიტომ ავსტრალიის კურორტები, ისევე როგორც ამერიკისა, ძირითადად შიდა ტურისტების მიღებაზეა ორიენტირებული.

აფრიკაში სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი ახლა იკრებს ძალას. იზრდება *ტუნისის* კურორტების პოპულარობა. ათიოდე წლის წინ აქ გაიხსნა

წელითა და ტალახით მკურნალობის ახალი ცენტრი, რომელიც მსოფლიოს ერთ-ერთ უმსხვილეს ცენტრად გადაიქცა. იგი აღჭურვილია თანამედროვე მოწყობილობით და უზრუნველყოფილია მაღალკვალიფიციური კადრებით. ცენტრში მკურნალობა მოიცავს მასაჟის სხვადასხვა სახეს ზღვის წყლისა და ტალახის გამოყენებით.

ჩრდილო აფრიკის სანაპიროზე ზღვისპირა კლიმატური კურორტებია გავრცელებული. ეგვიპტის ქალაქები – *შარმ ელ-შეიხი* და *ჰურგადა*, *კუნძული ელ-გუნა*, – წითელ ზღვაზე მდებარე სახელგანთქმული კურორტებია, ასევეა – *დაჰაბი* და *ნუეიბა*. მაროკოს კურორტებიდან ცნობილია: *აგადირი*, *მოჰამედია*, *ტანჟერი*, *ელ-ჰოსეიმა* და სხვ. ინდოეთის ოკეანის სანაპიროზეა განლაგებული კენიის ზღვისპირა კურორტები: *მომბასა*, *კიპინი*, *მალინდი*, *ლამუ*, *კილიფი*. რამდენიმე კურორტი აქვს სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკას. აფრიკის სხვა ქვეყნებს არც ბუნებრივი რესურსები აქვთ და არც შესაძლებლობა საკურორტო საქმის განვითარებისთვის.

სათავგადასავლო ტურიზმი გულისხმობს მოგზაურობასა და კვლევას მოშორებულ, ეგზოტიკურ და შეძლებისდაგვარად რთულ გარემოში, სადაც მოგზაურს ბევრი მოულოდნელობა ელის (Expect unexpected). როგორც წესი, ეს უცნობ გარემოში რისკიან მოგზაურობასთანაა დაკავშირებული, სათავგადასავლო ტურიზმი მათ იზიდავს, ვინც მოულოდნელობით სავსე თავგადასავალს ეძებს. ამ სათავგადასავლო მოგზაურობის მიზანია ახალი შეგრძნებების, შთაბეჭდილებების მიღება და ჯანმრთელობის გაკაქება. მოგზაურობისას ტურისტებს აუცილებლად უნდა ჰყავდეთ კვალიფიციური ინსტრუქტორები, გიდები და გამყოლები. თავგადასავლებით სავსე მოგზაურობა შეიძლება განხორციელდეს სხვადასხვა გარემოში და სხვადასხვა ფორმით: *სამთო*, *სამდინარო*, *საცხენოსნო ლაშქრობები*, *ტრავერსები*, *რაფტინგი* (მთის მდინარეზე ტივებით დაშვება¹) და ა.შ. სათავგადასავლო ტურიზმი შეიცავს რისკის და უჩვეულო სატრანსპორტო საშუალებების გამოყენების იდეას. ასე რომ, ხისგან გამოთლილი კანოეთი მოგზაურობა *მდ. ამაზონის აუზში* (ბრაზილია, სამხრეთი ამერიკა), მთელი თავისი სირთულეებით, უდავოდ სათავგადასავლო ტურიზმს განეკუთვნება, მაშინ როცა, მაგ., ქალაქის ტური *პარიზში* (საფრანგეთი), შეიძლება მოულოდნელობებსაც

¹ საქართველოში რაფტინგისთვის ძირითადად გამოყენებულია მდინარეები: მთიულეთის არაგვი (ფასანაური-მენესო), ფშავის არაგვი (კოპალა-სოფ. თვალივი), მტკვარი (ჭითახევი-ბორჯომი და მირაშხანი-ასპინძა), რიონი (სხვადასხვა მონაკვეთები ამბროლაურიდან).

შეიცავდეს, მაგრამ არსებითი ნიშნებით იგი სათავგადასავლო ტურიზმად არ ჩაითვლება.

სათავგადასავლო ტურიზმთან ახლო დგას **ეგზოტიკური¹ ტურიზმი**. ეგზოტიკურს ეუწოდებთ შორეულ (უმეტესად სამხრეთისა და აღმოსავლეთის) ქვეყნებს, მათ ბუნებას, ყოფას, ჩვეულებებს, ხელოვნებას, ასევე მათი ყოფითი და მატერიალური კულტურის საგნებს, რომელთაც გაოცების მომგვრელი, უცნაური, უჩვეულო თავისებურებები ახასიათებს. თანამედროვე ინტერპრეტაციით ეგზოტიკურ ტურიზმთან დაკავშირებულია არა მარტო შემეცნება, ახლის შეცნობასთან დაკავშირებული ემოციები, არამედ უჩვეულო, ავანტიურიზმის ელფერის მქონე მძაფრი შეგრძნებები.

ეგზოტიკური ადგილები დედამიწაზე ძალიან ბევრია, მაგრამ ტურიზმისთვის საჭირო ინფრასტრუქტურა (გზები, სასტუმროები, კვების ობიექტები და ა.შ.) ყველგან არ არის განვითარებული. მაგალითად, პოლინეზიის კუნძულებზე მხოლოდ ერთი საერთაშორისო აეროპორტია – **პაპუეტე**, რომელიც კუნძულ **ტაიტიზე** მდებარეობს, საიდანაც ტურისტები ადგილობრივი თვითმფრინავებით მოგზაურობენ კუნძულიდან კუნძულზე. ამ გზით შეგვიძლია ვეწვიოთ სახელგანთქმულ **ლაგუნა ბორა-ბორას**, შემდეგ – **ატოლ მურეას** და **მანიჰის**, სადაც შავი მარჯნის უიშვიათესი პლანტაციებია გაშლილი. **ფრანგული პოლინეზია**, – თავგადასავალთა და ეგზოტიკის მოყვარულთა ნამდვილ სამოთხეს წარმოადგენს და ყოველწლიურად ნახევარ მილიონამდე ტურისტს იზიდავს.

კარგადაა განვითარებული ტურისტული ინფრასტრუქტურა **კ. ფიჯიზეც**. ძალიან თავისებური კუნძულებია **სეიშელები** და **მავრიკია**. ბოლო დროს აქ თანამედროვე არქიტექტურული ტექნოლოგიისა და მასალების გამოყენებით, რამდენიმე მაღალი კლასის სასტუმრო აშენდა. ასეთებია – “ლემურია” და “ბანიანა II”. ახალი სასტუმროები კარგად ეწერება აქაურ სამოთხისსადარ გარემოში. ასეთი ჰარმონიის შენარჩუნება სეიშელის ხელისუფლების ტურისტული პოლიტიკის ერთ-ერთ უმთავრეს ამოცანას წარმოადგენს. კერძოდ, ამ მიზნით, განზრახ გაიზარდა კუნძულზე დასვენების ფასები იმისთვის, რომ შემცირდეს ტურისტების ნაკადი და შენარჩუნებულ იქნეს კუნძულების უნიკალური ბუნება. შედეგად სეიშელის კუნძულები წელიწადში მხოლოდ 100-120 ათას ტურისტს იღებს.

¹ **ეგზოტიკური** (ბერძ. Exōtikos, ლათინ. Exoticus, ფრანგ. Exotique) – უცხო, უცხოური.

კუნძული მავრიკია, მსოფლიოს სხვა ეგზოტიკურ მხარეებს შორის, ლიდერობს დიდებული და ძვირადღირებული სასტუმროების რაოდენობით. ტურისტების მომსახურების სისტემა კუნძულზე ევროპულ დონეზეა აწყობილი. ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროების სერვისი მთელს ფრანგულ პოლინეზიაშია განთქმული და ხშირად, მავრიკიიდან, მომსახურე პერსონალს სასტუმროებში სამუშაოდ იწვევენ სეიშელის კუნძულებიდანაც. მავრიკია ინდოეთის ოკეანის ტალღებისგან დაცულია მარჯნის რიფებით, ამიტომ წყალი აქ ყოველთვის წყნარია და ტურისტებს მშვენიერი საშუალება აქვთ, რომ შეისწავლონ *მარჯნის კოლონიების, ტროპიკული თევზების, წყალმცენარეებისა და აქტინიას* ჯადოსნური წყალქვეშა სამყარო. წყალქვეშა სამყაროს სილამაზეს აძლიერებს კუნძულის ზღაპრული პეიზაჟები: გამჭვირვალე ლაგუნები, ქვიშიანი პლაჟები, ჰორიზონტზე კი – მთის მწვერვალები, რომელთა ფერდობები ტყის მასივებში იძირება.

დაბოლოს, *მალდივის* ორი ათასი ციციქნა კუნძული – სამოთხე დაივინგის¹ მოყვარულთათვის. მარჯნები, რომლებიც გარს ერტყმის კუნძულებს, ქმნის ბუნებრივ აუზებს, სადაც ყვინთვა პირდაპირ ბუნგალოს ხიმინჯებიდანაცაა შესაძლებელი. მალდივები იდეალური ადგილია შეყვარებულთათვის. შეიძლება კუნძულიდან კუნძულისკენ იახტით გადაადგილება, ყოველ მათგანზეა რესტორანი და სასტუმრო.

ეკოლოგიური ტურიზმი, ანუ ეკოტურიზმი – “სუფთა” მოგზაურობა ბუნებაში ბუნებრივი გარემოს შენარჩუნებითა და ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურული და ეკონომიკური ინტერესების დაცვით, ტურიზმის ინდუსტრიაში შედარებით ახალი მიმართულებაა. ფართო გაგებით იგი ბუნებაში მოგზაურობასთან დაკავშირებული ტურიზმის ყველა იმ სახეობას მოიცავს, რომელთა მთავარი მოტივია ბუნებაზე დაკვირვება და ბუნებასთან კავშირის დამყარება. თუმცა, კლასიკური გაგებით ეს ცნება სხვა, უფრო მნიშვნელოვან რამეს გულისხმობს. ეკოტურიზმის საერთაშორისო საზოგადოების მიერ ეკოტურიზმი განმარტებულია, როგორც:

“პასუხისმგებლობითი (Responsible) მოგზაურობა ბუნებაში, რომელსაც გარემოს შენარჩუნება და ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების გაუმჯობესება მოყვება.”

¹ დაივინგი (Diving) – წყალში ყვინთვა აკვალანგით წყლის ეგზოტიკური სამყაროზე დაკვირვების მიზნით

მაგალითად, ტროპიკულ ტყეებში სიარული ეკოტურიზმად არ იქცევა მანამ, სანამ ის რამეთი არ დაეხმარება გარემოს და იქ მცხოვრებ ხალხს. ასევე, რაფტინგი მხოლოდ მაშინ იღებს ეკოტურიზმის სახეს, როცა იგი ხელს უწყობს მდინარის ხეობის ეკოსისტემის შენარჩუნებას, პრობლემის შეცნობისა და მისი ფინანსური მხარდაჭერის გზით. ეკოტურიზმის ტერმინის არასწორი ინტერპრეტაცია ბევრ კომპანიას საშუალებას აძლევს ისეთად წარმოაჩინოს თავი (გარემოს დამცველად), რასაც სინამდვილეში არ წარმოადგენს. მთავარი ეკოტურიზმში არის ის, რომ თქვენმა მოგზაურობამ “შენარჩუნოს და გააუმჯობესოს” ვიზიტის ადგილი.

ეკოტურიზმი ბუნების სხვადასხვა ლანდშაფტებს მოიცავს – ტყეებს, უდაბნოებს, წყალსატეხებს, მათ შორის წყალქვეშა ფლორასა და ფაუნას და ა.შ. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იგი დაცული ტერიტორიებისათვის. ეკოტურისტული საქმიანობა მოითხოვს ლანდშაფტური ტევადობის მეცნიერული ნორმატივების დაცვას, კვალიფიციური ინსტრუქტორებისა და გიდების მონაწილეობას.

საქართველოს ბუნებას ჯერჯერობით შემორჩენილი აქვს პირველადი სახე. ველური ბუნების ნიმუშები, – ალპური ლანდშაფტები, უნიკალური ტყეები, ველური მდინარეები, მდიდარი ფლორა და ფაუნა საქართველოს თითქმის ყველა კუთხეში გვხვდება. ვიზიტორებს განსაკუთრებით ხიბლავთ ბუნებრივი რესურსების – წყლის, ჰაერის, ნიადაგის სისუფთავე. სწორედ ეს არის ჩვენი სიმდიდრე და ეკოლოგიური ტურიზმის, ამ მეტად მნიშვნელოვანი დარგის, უმნიშვნელოვანესი რესურსი.

ეკოტურიზმის ერთ-ერთ მიმართულებად შეიძლება ჩაითვალოს მოგზაურობა ბუნებრივ რეზერვატებში, – **დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე**. ამათში შედის ეროვნული პარკები, ნაკრძალები, აღკვეთილები. ეს საკმაოდ აქტიური მიმართულებაა. ასე, მაგალითად, ლათინურ ამერიკაში ჩასული ტურისტების 40%-მდე ბუნებრივ რეზერვატებში მიემართება.

ევროპაში დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების (დბტ) სისტემა მჭიდროდ დასახლებული და მთლიანად ათვისებული ლანდშაფტის ფონზე განვითარდა. ამის გამო, მისთვის დამახასიათებელია ტერიტორიული გაფანტულობა და მცირე ზომები. ეს სისტემა წარმოდგენილია: დაცული ლანდშაფტებით, სამეცნიერო რეზერვატებითა და მკაცრად დაცული რეზერვატებით, ეროვნული პარკებით,

ბუნების ძეგლებით, ბუნებრივი მართული რეზერვატებით. ეკოლოგიური ტურიზმისთვის ყველაზე დიდ ინტერესს წარმოადგენს ჩრდილოეთი ევროპის ქვეყნები. სწორედ აქ, *შვეციაში* შეიქმნა ევროპის კონტინენტზე პირველი ეროვნული პარკი. *ლაპლანდიაში*, რომელიც ნორვეგიის, შვეციის, ფინეთისა და რუსეთის ტერიტორიებს მოიცავს, შექმნილია ეროვნული პარკები, რომელთა საერთო ფართობი 4 ათას კმ²-ს მოიცავს. ესაა ევროპაში ველური ბუნების ყველაზე დიდი რეზერვატი, სადაც გადამფრენი წყლის ფრინველების საბუდეებია განლაგებული. ფინეთის ზოგიერთ პარკებში დაცულია *საამების*, – ჩრდილო ევროპის მკვიდრი მოსახლეობის დასახლებები. ცენტრალური ევროპის ქვეყნებს შორის გამოირჩევა გერმანია, სადაც 80-მდე დაცული ბუნებრივი ტერიტორიაა შექმნილი.

მსოფლიოს დაცულ ტერიტორიებს შორის ყველაზე ცნობილია: ჩრდილოეთ ამერიკაში – *აღიასკის არქტიკული ნაციონალური ფაუნისტური რეზერვატი* (აშშ, 78 ათასი კმ²), რომელიც იცავს 135 სახეობის ფრინველს, დათვ *გრიზლის, არქტიკულ მელას, ირმების ჯოგებს, დალის ცხვრებს* (იშვიათი სახეობა), *მგლებს, ამერიკულ ცხენირებს*. ამერიკის კლდოვან მთებში შექმნილია სახელგანთქმული *იელოუსთონის ეროვნული პარკი*, რომელიც 900 ათას ჰექტარზეა გადაშლილი. მის ტერიტორიაზე თავმოყრილია 300 ათასი: ცხელი წყლის წყარო, გეიზერი, ორთქლის ჭავლი, ტალახის ვულკანი და ცხელი ტბა; ეროვნული პარკი *გრანდ ტიტონი*, რომელსაც ყოველწლიურად 3 მლნ ადამიანი სტუმრობს. აქ 300 კმ-ზე მეტი საცალფეხო და სამთო ბილიკია გაყვანილი. *კინგს-კანიონისა და სეკვიას* პარკებში დაცულია გიგანტური სეკვიას ტევრები. ეს ხე პლანეტაზე ერთ-ერთი ყველაზე დიდხანს მცხოვრებია და 5-6 ათას წელიწადს ცხოვრობს. იოსემიტის პარკში დაახლოებით 750 მარშრუტია, ერთ-ერთი ბილიკი (ჯონ მიურის) 340 კმ სიგრძისაა; *გრანდ კანიონის* ეროვნული პარკის სიგრძეა 460 კმ, სიგანე 30 კმ, ხოლო სიღრმე – 1,6 კმ. აქ, ბილიკებზე გადაადგილებისათვის გამოიყენება ცხენები, ჯორები, სამთო ველოსიპედები. სამხრეთ ამერიკაში – *მანოს* და *პანტანალის* (ბრაზილია) ეროვნული პარკები პირველადი დაცული ტყეების უდიდეს მასივს წარმოადგენს, რომელიც იუნესკოს ბიოსფერულ ნაკრძალადაა გამოცხადებული. პანტანალი – ამერიკის კონტინენტზე ველური ცხოველების თავმოყრის უდიდესი ადგილია, – აქ 600 სახეობის ფრინველი და ცხოველი თანაარსებობს, მათ შორის ისეთი ცხოველების იშვიათი სახეებია, როგორებიცაა: *ჭაობის ირემი, გიგანტური ჭიანჭველა, ვიდრა, პუმა, ანაკონდა* და სხვ. აფრიკაში –

ლეიკ ნაკურუს ეროვნული პარკი (კენია), რომელიც *ვარდისფერი ფლამინგოს* დასაცავადაა შექმნილი; *ეტოშას* ეროვნული პარკი (ნამიბია) 22 ათას კმ²-ს მოიცავს. აქ ამრავლებენ *შავ მარტორქას*. სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის ტერიტორიაზე განლაგებული ცნობილი *კრუგერის* ეროვნული პარკი; აზიაში ყველაზე ცნობილია: *როიალ-ჩიტვანის* ეროვნული პარკი ჰიმალაებში (ნეპალი); ავსტრალიაში *კაკადუს* ეროვნული პარკი და სხვ.

ბევრი ეროვნული პარკისა და ნაკრძალის ხელმძღვანელობა ეკოლოგიურ მოგზაურობას თავიანთ ტერიტორიაზე ნამდვილ სანახაობად აქცევენ. მაგალითად გამოდგება აშშ-ს იელოსთონის ეროვნული პარკი, სადაც ექსკურსიის ხანგრძლივობა წუთებითაა გათვლილი და დაკავშირებულია გეიზერების აქტივობის პერიოდებთან. ძალიან ხშირად ბუნებრივი ობიექტების, განსაკუთრებით მღვიმეების, ჩვენებას თან ერთვის ფერადოვანი განათება, მუსიკა, თეატრალიზებული წარმოდგენები, რომლებიც მკვიდრი მოსახლეობის ცხოვრების სცენებს ასახავს. ეკოტურიზმის ასეთი ფორმა განსაკუთრებით განვითარებულია ავსტრალიაში, ამიტომ ხშირად მას “ეკოტურიზმის განვითარების ავსტრალიურ მოდელსაც უწოდებენ”.

საქართველოში თანდათან ფეხს იკიდებს ტურიზმის ერთი საინტერესო მიმართულება – **ფრინველებზე დაკვირვება** (Birdwatching). როგორც ცნობილია, მსოფლიოში მას ათობით მილიონი მოყვარული ჰყავს. საზღვარგარეთ მოქმედებს და აქტიურად იქმნება “ბერდვოჩერების” კლუბები, რომელთა წევრობა პრესტიჟულად ითვლება. ფრინველებზე დაკვირვებისათვის მსოფლიოს საუკეთესო რეგიონებად ითვლება:

- ევერგლეიდსის სუბტროპიკული ჭაობები (აშშ);
- კოსტა-რიკის ტროპიკული ტყეები;
- გალაპაგოსის კუნძულების აკვატორია (ეკვადორი);
- პანტანალის რეგიონის ჭაობის ეკოსისტემები (ბრაზილია);
- დასავლეთ-ესტონეთის არქიპელაგის კუნძულები (ესტონეთი);
- ესტრემადურის პროვინციის ხმელთაშუაზღვისპირული ტყეები და ბუჩქნარი (ესპანეთი);
- დიდი რიფტული ხეობა (კენია);
- კაკადუს ეროვნული პარკი (ავსტრალია);

- ანტარქტიკის ნახევარკუნძული.

ტურისტები, იშვიათი ფრინველების სანახავად სულ უფრო ხშირად სტუმრობენ ჩვენს ქვეყანასაც. საქართველოს ფრინველთა ენდემურ (ჩვენი ბუნებისთვის დამახასიათებელ) სახეობებად ითვლება: *კავკასიური როჭო, შურთხი* და *ჭივჭავი*.

სპელეოლოგიური ტურიზმი

სპელეოტურიზმი, ესაა მოგზაურობა მიწისქვეშა სამყაროში.

სპელეოტურიზმისთვის განვითარებისთვის ბუნებრივ რესურსებს წარმოადგენს სხვადასხვა გეოლოგიური აგებულების, რელიეფის, სტრუქტურის, ჰიდროგრაფიული ქსელის, ფაუნის მქონე მღვიმეები, რომლებსაც გარკვეული ტურისტულ-რეკრეაციული ღირებულება აქვს. ტურისტებს მღვიმეებში იზიდავს უცხო, განსხვავებული, თავისებურად მიმზიდველი ბუნებრივი გარემო: რელიეფის მრავალფეროვნება, დიდი მიწისქვეშა დარბაზები, მინერალებისგან სხვადასხვაფრად შეღებილი კარსტული ფორმები (*სტალაგმიტები* და *სტალაქტიტები*), მიწისქვეშა მდინარეები და ტბები, ვიწრო გასასვლელები, უნიკალური ბიოლოგიური სახეობები და სხვ.

მღვიმური ლანდშაფტის თავისებურება და უცხო გარემოს ატრაქტულობა განაპირობებს იმას, რომ მღვიმეები ტურისტების მიერ ერთ-ერთი ყველაზე დათვალიერებადი ობიექტია. ეს კანონზომიერება მსოფლიოს ყველა რეგიონზე ვრცელდება.

სპელეორესურსები საკმაოდ ფართოდაა გავრცელებული მსოფლიოში და ყველა კონტინენტზე გვხვდება. თუმცა, ტურისტული საქმიანობის განვითარების თვალსაზრისით ყველა ქვეყანა სათანადოდ ვერ იყენებს მათ. განსაკუთრებით კარგადაა განვითარებული სპელეოტურისტული ბიზნესი აშშ-ში, დასავლეთ ევროპაში, ავსტრალიაში, ჩინეთში. თანდათანობით ეს დარგი თანამედროვე დონეზე იწეებს განვითარებას რუსეთსა და უკრაინაში.

როგორც გამოცდილება გვიჩვენებს, სპელეოტურიზმი, ტურიზმის ერთ-ერთი ყველაზე სტაბილურად მაღალშემოსავლიანი, თუმცა საკმაოდ რთული დარგია. ბუნების სხვა ობიექტებისგან განსხვავებით, მღვიმეთა მომზადება და ტურისტულ-რეკრეაციულ ობიექტად გადაქცევა ინვესტორისგან მნიშვნელოვანი პირობების

შესრულებას მოითხოვს, როგორცაა: დიდი პირველადი დანახარჯების გაწევა, უსაფრთხოების მაღალ დონეზე ორგანიზება, მენეჯმენტის თანამედროვე მეთოდების გამოყენება და მაღალი ეკოლოგიური სტანდარტების უზრუნველყოფა. ამიტომაც, რომ, მიუხედავად მსოფლიოში სპელეორესურსების სიუხვისა და გლობალური განფენილობისა, ყველაზე ეფექტიანი სპელეოტურისტული ინდუსტრია სწორედ, მაღალგანვითარებულ ქვეყნებს და რეგიონებს აქვთ. მაგალითად, მსოფლიოში უგრძეს – *მამონტის მღვიმეთა* – სისტემას (Mammoth Cave, აშშ, შტატი კენტუკი. მიწისქვეშა სივრცის საერთო სიგრძე – 591 კმ), რომელსაც აშშ-ს ეროვნული პარკის სტატუსი აქვს მინიჭებული, ყოველწლიურად 600 ათასამდე (2006 წელს - 597,934) ტურისტი სტუმრობს. ზოგიერთი ცნობით, სხვადასხვა წლებში აქ ვიზიტორების წლიური რაოდენობა 2 მლნ კაცს აღწევდა.

ასობით ათასი ვიზიტორი ჰყავს აშშ-ს მეორე დიდ სპელეოტურისტულ ობიექტს – *კარლსბადის მღვიმეს* (Carlsbad Cavern, აშშ, შტატი ნიუ მექსიკო), რომელიც ხასიათდება კარსტულ მღვიმეთა რთული სისტემით, მიმზიდველი კარსტული ფორმებითა და ღამურების უმდიდრესი პოპულაციით, აგრეთვე *ალაბასტერის მღვიმეს* – სახელმწიფო პარკს (Alabaster Cavern State Park, ოკლაჰომა), თავისი უნიკალური თაბაშირის მღვიმეებით. ასევე, ძალზე დიდია ტურისტების ნაკადი ევროპის მღვიმეებში: *გროტ დე დემუაზელში* (Grotte des Demoiselles, საფრანგეთი, ლანგედოკის პროვინცია), *დან ირ ოგოფში* (Dan yr Ogof, დიდი ბრიტანეთი, სამხრეთ უელსი) და სხვა ცნობილ მღვიმეებში.

ბლანჩარდის უნიკალურ მღვიმეებში (Blanchard Springs Caverns, აშშ, შტატი არკანზასი) მისი განსაკუთრებული ეკოლოგიური ღირებულების გამო, ვიზიტების რაოდენობა შეზღუდულია – მღვიმეთა სამი დონიდან ტურისტებს მხოლოდ ორში უშვებენ. აქ სამი სპეციალური ტური ეწყობა (Dripstone Trail, Discovery Trail, Wild Cave Tour). პირველი და მეორე ტურები დღეში 30 მნახველით იზღუდება, ხოლო მესამე – 12 კაცით. ამიტომ ვიზიტორების რაოდენობა აქ შედარებით მცირეა, მაგრამ, შესაბამისად, ერთი რიგით მაღალია ტურების ღირებულება. მაგალითად, Wild Cave Tour-ის ფასი 2007 წ. 1 ივლისიდან 75 აშშ დოლარამდე გაიზარდა.

ტურისტული მოტივაციის თვალსაზრისით, თანამედროვე სპელეოტურიზმი 3 ძირითად მიმართულებად იყოფა: ექსტრემალურ, სანახაობრივ და სამკურნალო.

ექსტრემალური სპელეოტურიზმი (Caving) რეკრეაციული სპორტის სახეობაა, რომელიც დაკავშირებულია კეთილმოუწყობელი, პირველსახემნარჩუნებელი მღვიმეების აღმოჩენასთან, დალაშქვრასთან, შესწავლასთან. შესაბამისად, ამ მიმართულების ობიექტს უნდა ახასიათებდეს შეუსწავლელი, ხშირ შემთხვევაში გარკვეული სიფათის შემცველი, ექსტრემალური გარემო, რომლის დალაშქვრაც სპეციალური სპორტული უნარის გამოვლენას მოითხოვს. ექსტრემალური სპელეოტურიზმისთვის აუთვისებელი მღვიმეები მსოფლიოში სულ უფრო ნაკლები დარჩა, ამიტომ შეუსწავლელობის ფაქტორი, ჩვენი რამდენიმე მღვიმისთვის შეიძლება ხელსაყრელიც კი აღმოჩნდეს.

სანახაობითი სპელეოტურიზმი (Show Cave Tourism) ეწეობა ყველაზე მიმზიდველ და ადვილად მისადგომ მღვიმეებში, რომლებშიც შესაძლებელია დაუშვან მნახველები და შესაბამისად კეთილმოწყობილია: გაყვანილია ელექტრობა, მოწყობილია სავალი ბილიკები, მოაჯირები, ზოგ შემთხვევებში - ესკალატორები, რკინიგზა. უზრუნველყოფილია დაცვის სამსახურის და გიდების მომსახურებით, სპეციალური აღჭურვილობით.

სამკურნალო სპელეოტურიზმი (Speleotherapy) დაკავშირებულია მღვიმეების უნიკალურ მიკროკლიმატურ პირობებთან: ჰაერის განსაკუთრებულ სიმშრალესთან ან სინოტივესთან, მუდმივ ტემპერატურასთან, მინერალური მარილების კონცენტრაციასთან. სპელეოთერაპია თანამედროვე აღდგენითი მედიცინის, კურორტოლოგიისა და ფიზიოთერაპიის ნაწილია. მღვიმეების სამკურნალო თვისებები დიდი ხანია გამოიყენება ბრონქიალური ასთმის, ბრონქიტის, ალერგიული დაავადებების, გულ-სისხლძარღვთა სისტემის ფუნქციონალური დაავადებების, იმუნოდეფიციტური მდგომარეობის მკურნალობისას. დადგენილია, რომ მღვიმეების მიკროგარემო, მკურნალობის სწორად წარმართვის შემთხვევაში ორგანიზმზე დადებით, - ჰიპოსენსიბილაციურ, რელაქსაციურ და იმუნიტეტის მაკორექტირებელ გავლენას ახდენს. განვითარებული სპელეოტურიზმის რეგიონებში მღვიმეთა სამკურნალო თვისებები რეკრეანტების დიდ რაოდენობას იზიდავს. მაგალითად, ჩეხეთში, *კარლოვი ვარის* (Karlovy Var) ცნობილ მღვიმეებს სამკურნალოდ ყოველწლიურად 500 ათასამდე კაცი სტუმრობს.

საქართველო ძალიან მდიდარია სპელეორესურსებით. კარსტულ მღვიმეთა სიმრავლით საქართველო ერთ-ერთ პირველ ადგილზეა მსოფლიოში. გამოვლენილია 1 300-ზე მეტი მიწისქვეშა ბუნებრივი ძეგლი, რომელთა საერთო სიგრძე 240 კმ-ს, ხოლო ჯამური სიღრმე (აღმოჩენილი და დაფიქსირებული) – 55 კმ-ს აღწევს.

საქართველოში კარსტული წარმონაქმნები უმთავრესად გვხვდება კავკასიონის სამხრეთ ფერდობზე, ძირითადად საშუალო და მაღალმთიან ზონებში, დასავლეთით მდ. ფსოუს ხეობიდან, აღმოსავლეთით ერწოს ტბის მიდამოებამდე. კარსტი გვხვდება აგრეთვე საქართველოს მთათაშორისი ბარის ზონაში და მცირე ფართობზე – საქართველოს სამხრეთ მთიანეთში.

ჩვენი ქვეყნის კარსტული მღვიმეებიდან ყველაზე მეტად აღსანიშნავია: *აბრსკილის, ახალი ათონის, კრუბერის* (აფხაზეთში), *სათაფლიას, ტობას მღვიმოვანი, უშოლთას, წყალტუბოს (ყუმისთავის), წყალტუბოს (თეთრა)* და სხვ.

საქართველოს აქვს შესაძლებლობა, რომ სამივე სპელეოტურისტული მიმართულება განავითაროს.

ექსტრემალური სპელეოტურიზმი შეიძლება განვითარდეს იმ მღვიმეებში, რომლებსაც რთული და აუთვისებელი სივრცეები აქვს და რომელთა გადალახვა სპეციალურ ცოდნას, უნარ-ჩვევებს და გამბედაობას მოითხოვს.

სანახაობითი სპელეოტურიზმი უფრო მეტად შეესაბამება სანახაობრივად მდიდარ მღვიმეებს, რომლებიც უკვე კეთილმოწყობილია ან ასეთებად შეიძლება იქცნენ.

სამკურნალო სპელეოტურიზმი კი შეიძლება დაინერგოს სამკურნალო-თერაპიული თვალსაზრისით ღირებული თვისებების მატარებელ მღვიმეებში. ამ თვისებების აღმოჩენა, დაზუსტება და მთელი პოტენციალის გამოვლინება სპეციალურ კურორტოლოგიურ კვლევას მოითხოვს.

ბუნებაში მოგზაურობასთან დაკავშირებულ ტურიზმის სხვა ნაირსახეობებს შეგვიძლია მივაკუთვნოთ:

ტრეკინგი (Trecking) – საფეხოსნო ლაშქრობა ბუნებაში;

სპორტული ტურიზმი – მოგზაურობა სპორტულ ღონისძიებაში მონაწილეობის მიზნით. სპორტული ტურები მოგზაურობის მოტივაციის შესაბამისად ორ ძირითად სახეობად იყოფა: აქტიურ და პასიურ სპორტულ ტურიზმად. პირველ შემთხვევაში მოტივი სპორტული საქმიანობაა: მეკლდეურობა, სამთო თხილამურები, სერფინგი, სამთო ველოსიპედი (Mountain biking), სპორტული სპელეოტურიზმი და ა. შ.), ხოლო მეორე შემთხვევაში – მონაწილეობა სპორტულ შეჯიბრში მაცურებლის სტატუსით.

კულტურული ტურიზმი მრავალ ნაირსახეობას მოიცავს. თუმცა, ყველა მათგანი დაკავშირებულია კონკრეტული ქვეყნის ან კუთხის კულტურასთან. ტურიზმის ეს სახე მათთვისაა, ვინც ინტერესდება მსოფლიოს ხალხების ხელოვნების, ტრადიციების, ზნეჩვეულებების და საზოგადოებრივი ყოფის უნიკალური თავისებურებებით. კულტურული ტურიზმი მოიცავს მოგზაურობას ისტორიული და დიდი ქალაქების კულტურის დაწესებულებებში, როგორებიცაა მუზეუმები და თეატრები. ის ასევე მოიცავს მოგზაურობას სასოფლო რეგიონებში მკვიდრი მოსახლეობის ტრადიციულ ღონისძიებებზე (მაგ. ფესტივალებზე, რიტუალებზე) დასასწრებად და მონაწილეობის მისაღებად. როცა თქვენ უყურებთ თუ როგორ ქსოვენ ხელოსნები ხალიჩას და უსმენთ მათ მონათხრობს ტრადიციული ჩაცმულობის შესახებ, თქვენ კულტურულ ტურიზმში მონაწილეობთ; მაგრამ, როცა მხოლოდ ხელით ნაკეთობას იძენთ და თქვენი ურთიერთგაცვლა ადგილობრივ მცხოვრებლებთან მხოლოდ ვალუტის გაცვლით შემოიფარგლება, ეს არ შეიძლება ჩაითვალოს კულტურულ ტურიზმად.

კულტურული ტურიზმი მიმდები ქვეყნისთვის საკმაოდ შემოსავლიანად ითვლება – ცნობილია, რომ კულტურული ტურისტები სხვებზე გაცილებით მეტს ხარჯავენ. მსოფლიოს ერების კულტურული მემკვიდრეობა ტურისტული მოტივაციის ერთ-ერთი ყველაზე ძლიერი შემქმნელია. ტურიზმის ეს სახე სულ უფრო პოპულარული ხდება მსოფლიოში.

კულტურული ტურიზმი გლობალიზაციის პროცესების მნიშვნელოვანი შემადგენელია. იგი დიდ როლს ასრულებს ხალხების ურთიერთგაცნობაში, ურთიერთპატივისცემის გაჩენაში. თუმცა, მასაც თან სდევს უარყოფითი შედეგების საფრთხე. კერძოდ, ტურისტების ნაკადებს ვიზიტის ადგილებში თან მოაქვს უცხო ჩვეულებები, “ცივილიზაციური ცდუნებები”, რომლებიც ძლიერ ზემოქმედებენ ადგილობრივ საზოგადოებაზე, და შეიძლება ტრადიციული კულტურისა და

ეროვნული თვითმყობადობის კრიზისი და დეგრადაცია გამოიწვიონ. განსაკუთრებით ეს სახიფათოა ცენტრებისგან მოშორებული კუთხეებისა და ეთნიკური უმცირესობებით დასახლებული რეგიონებისათვის.

კულტურული ტურიზმის ერთ-ერთი საინტერესო და საქართველოსათვის პერსპექტიული მიმართულებაა – არქეოტურიზმი ან **არქეოლოგიური ტურიზმი**. იგი ითვალისწინებს ტურისტების ვიზიტს არქეოლოგიური გათხრების ადგილებში, მუზეუმებში, კვლევით ცენტრებში, აგრეთვე, – სიძველეთა პრეპარაციისა და აღდგენის პროცედურების, გათხრებთან დაკავშირებული საკითხების გაცნობას და, ნაწილობრივ მონაწილეობასაც არქეოლოგიურ კვლევებში მსურველებისათვის. იდეა მდგომარეობს იმაში, რომ დაკმაყოფილდეს ინტერესი ისტორიის გაცოცხლებული ნაშთების, საერთოდ მსოფლიოს ისტორიული მემკვიდრეობის მიმართ, გაიზარდოს ინტერესი თვით არქეოლოგიის მიმართ, რამაც ხელი უნდა შეუწყოს მის დაფინანსებას და არქეოლოგიური ძეგლების დაცულობას. ასეთი მიდგომის გამო, საერთაშორისო ორგანიზაციები და მთავრობები მას უკვე განიხილავენ როგორც ერთ-ერთ სიცოცხლისუნარიან ალტერნატიულ საქმიანობას, რომელმაც უნდა უზრუნველყოს ქვეყნებისა და რეგიონების მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება. ზოგიერთმა ქვეყანამ უკვე მიიღო არქეოლოგიური ტურიზმის განვითარების პროგრამა, რომელიც ეკონომიკური შემოსავლების მოზიდვაზეა ორიენტირებული. მათ შორისაა ისეთი ქვეყნები, როგორიცაა ეგვიპტე, მექსიკა და პერუ.

ტურიზმის თავისებურ, მაგრამ საკმაოდ პოპულარულ მიმართულებებს წარმოადგენს სოფლის რეგიონებთან დაკავშირებული სახეები: აგროტურიზმი და სასოფლო ტურიზმი

სასოფლო ტურიზმი (Rural tourism) არის ტურისტების მცირე ჯგუფების მოგზაურობა საქალაქო არეალების გარეთ, სასოფლო დასახლებებში დასვენებისა და ადგილობრივი ყოფის გაცნობის მიზნით. ტურისტული ობიექტების მფლობელები და მმართველები თვითონ სოფლის მცხოვრებლები არიან. სასოფლო ტურებით გათვალისწინებულია ტურისტთა განთავსება ადგილობრივი ტრადიციებით აგებულ და მოწყობილ სახლებში, დასვენება მშვიდ, “პასტორალურ” გარემოში, კვება ადგილობრივი წარმოების კვების პროდუქტებით, ადგილობრივი

ნაკეთობების შექმნა, სოფლის ცხოვრების გაცნობა და მასში მონაწილეობა. ტურიზმის ეს მიმართულება საქართველოში უკვე სერიოზულად იკიდებს ფეხს. ჩვენი ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონში უკვე ბევრი მოსახლეა ჩართული სასოფლო ტურებში, ისინი აქტიურად ახორციელებენ ტურებით გათვალისწინებულ პროგრამას და საკმაო ანაზღაურებასაც იღებენ. ბევრი ასეთი ტურისტული მინიმუმურნეობა უკვე აქტიურად მოქმედებს კახეთში, სვანეთში და სხვა მხარეებში.

აგროტურიზმი (Agrotourism, Agritourism) ჩვეულებრივ გულისხმობს შვებულების გატარებას ფერმებში და სასოფლოსამეურნეო ობიექტებზე. აგროტურიზმი სასოფლო ტურიზმის ელემენტებს შეიცავს, მაგრამ მასში არსებითია მონაწილეობა სასოფლო-სამეურნეო წარმოებაში. როგორც წესი, ეს გულისხმობს ადგილობრივი გლეხებისა და ფერმერების დახმარებას მათს საქმიანობაში. აგროტურიზმი ყველაზე აქტიურად იტალიისა და ესპანეთის მევენახეობის მხარეებშია განვითარებული. აგროტურისტული საქმიანობა ფართოდაა გავრცელებული აშშ-ს სასოფლო რეგიონების ფერმებშიც, რომლებიც ღიაა ვიზიტორებისთვის მთელი წლის მანძილზე ან წლის გარკვეულ პერიოდში. ტურისტები კრეფენ ხილსა და ბოსტნეულს, დადიან ცხენებით, აგემოვნებენ თაფლს, ეცნობიან მეღვინეობის საიდუმლოებებს და ა.შ. აგროტურიზმი სწრაფად ვითარდება და მალე, როგორც ჩანს, ტურიზმის ერთ-ერთ ყველაზე ძლიერ დარგად გადაიქცევა. საქართველოში მის განვითარებას კარგი პერსპექტივა აქვს კახეთში და მევენახეობის სხვა რეგიონებში.

რელიგიური ტურიზმი

მოგზაურობა რელიგიური მოტივებით მოგზაურობის ერთ-ერთი უძველესი და უაღრესად გავრცელებული სახეა. იგი მოიცავს მომლოცველობას, შემეცნებით მოგზაურობას რელიგიური და საკულტო ძეგლების ან რელიგიის ისტორიის გაცნობის მიზნით, აგრეთვე რელიგიურ მოღვაწეთა და მეცნიერ-რელიგიათმცოდნეთა სამეცნიერო მგზავრობას.

ყოველწლიურად 200 მლნ კაცზე მეტი ადასრულებს მომლოცველობის აქტს. ამ საქმიანობაში ჩართულები არიან სხვადასხვა სარწმუნოების მიმდევრები, რომლებიც წმინდა ადგილების მოსანახულებლად მოგზაურობენ – ე.წ. მომლოცველები (პილიგრიმები). მათგან 150 მლნ ქრისტიანია, 20-30 მლნ ინდუისტი, 40 მლნ ბუდისტი, მუსლიმანი და სხვა რელიგიათა წარმომადგენელი.

მსოფლიოს საკულტო ცენტრებს შორის განსაკუთრებულ ადგილს *იერუსალიმი* იკავებს, როგორც სამი სარწმუნოების, – იუდაიზმის, ქრისტიანობისა და ისლამის, მიმდევართა წმინდა ადგილი. ებრაელები, რომლებიც იუდაიზმს ქადაგებენ, წმინდა ქალაქში *“გოდების კედელთან”* მისაახლებლად მიემგზავრებიან. ქრისტიანებისთვის იერუსალიმი იესო ქრისტეს მიწიერ ყოფნასთანაა დაკავშირებული. მათი სამომლოცველო პროგრამის უმნიშვნელოვანესი ცენტრია *ამაღლების ტაძარი* – ქრისტიანული სამყაროს მთავარი სიწმინდე. მუსლიმანები მიემართებიან შეიხ ომარის მეჩეთის სანახავად, რომელიც უძველესია ჩვენამდე მოღწეულ ისლამურ საკულტო ნაგებობათაგან. მის ცენტრში აღმართულია *“წმინდა კლდე”*, საიდანაც, რელიგიური თქმულების თანახმად, ცად ამაღლდა მოჰამედი. მაგრამ მომლოცველობის ცენტრთაგან უმეტესი ერთ რომელიმე რელიგიასთანაა დაკავშირებული. ქრისტიანების მიერ ყველაზე სათაყვანებელი წმინდა ადგილები მდებარეობს ევროპაში. განსაკუთრებით ისეთი, რომლებიც იესოს ჯვარცმასა და სიკვდილთანაა დაკავშირებული. მაგალითად, *ეკლის გვირგვინი*. იგი *ნოტრ-დამში – პარიზის* ღვთისმშობლის ტაძარში ინახება და თაყვანისცემისთვის ვნების (წითელ) პარასკევს გამოეფინება. მრავალი მომლოცველი თავს იყრის აქ ქრისტიანული ახალგაზრდობის მსოფლიო დღეებში, რომელიც რომის ყოფილი პაპის იოანე პავლე მეორის ინიციატივით ტარდება 1985 წლიდან. მეორე სიწმინდე – იესო *ქრისტეს სისხლის წვეთი* ბელგიის ქალაქ ბრიუგეში ინახება. ოდესღაც იერუსალიმის პატრიარქმა იგი საჩუქრად გადასცა ჯვაროსან გრაფ ტიერი ელზასელს, რომელმაც ლაშქრობიდან დაბრუნების შემდეგ *ბრიუგეში* სპეციალურად ააგო კაპელა რელიკვიის შესანახად და დასაცავად. დღეს, ბროლის ჭურჭელში მოთავსებული წმინდა სისხლის ხილვა ყოველ პარასკევს შეიძლება, ხოლო “სისხლის დღეების” დღესასწაულის დროს – შეგიძლიათ ემთხვიოთ კიდევ ამ სიწმინდეს. წელიწადში ერთხელ ვნების კვირის ხუთშაბათს რელიკვია ვერცხლისა და ოქროს ლამაზი ზარდახშით გამოაქვთ კაპელიდან და ზეიმით დაატარებენ ქალაქის ქუჩებში.

ქრისტიანების მომლოცველობის უმსხვილესი ცენტრი, სადაც ბევრი თაყვანსაცემი სიწმინდეა თავმოყრილი, არის ქ. *რომი*. ყოველწლიურად მას 8 მილიონამდე ქრისტიანი სტუმრობს. *წმ. იოანეს საკათედრო ტაძარში* (San Giovanni in Laterano) თავმოყრილია ისეთი რელიკვიები, როგორცაა *წმ. პეტრესა და წმ. პავლეს თავები*, მაგიდა, რომლის გარშემოც, გადმოცემის თანახმად, მაცხოვარმა ჩაატარა საიდუმლო სერობა, *წმ. მარიამ ღვთისმშობლის მოსახსამი*, “ჯვარი

ჭეშმარიტის” კადონი. ჩვენამდე მოაღწია პილატეს იერუსალიმის სასახლის კიბეშაც, რომლითაც ჯვარცმის წინ ჩამოიყვანეს იესო.

მართმადიდებელი სამყაროს ერთ-ერთ ყველაზე დიდ სიწმინდეს *ათონის წმინდა მთა* (საბერძნეთი) წარმოადგენს. გადმოცემით, ეს ადგილი ღვთისმშობლის მადლითაა მოფენილი. აქ თავმოყრილია მამათა მონასტრები, სადაც მხოლოდ მომლოცველი მამაკაცების ყოფნაა დაშვებული. ათონის მთის მონასტრის ტაძრებში სასწაულმოქმედი ხატები, მოციქულთა და დიდმოწამეთა წმინდა ნაწილები და მრავალი სხვა სიწმინდე ინახება.

კათოლიკური ეკლესიის ცენტრისა და მისი მეთაურის – რომის პაპის რეზიდენცია მდებარეობს *ვატიკანში*, სადაც მილიონობით მომლოცველი ჩადის მთელი მსოფლიოდან. წესისამებრ, აქ მიღებული რიტუალის შესაბამისად, ვიზიტორი უნდა ემთხვიოს მოციქულთა წინამძღოლის სახელგანთქმული ქანდაკების ტერფს. განსაკუთრებული ხალხმრავლობა აქ კათოლიკური აღდგომის დღესასწაულზეა, როდესაც პაპი *წმ. პეტრეს მოედანზე* შეკრებილ ხალხს აკურთხებს.

საქართველოში ბევრი რელიგიური სიწმინდეა თავმოყრილი. ბევრი მათგანი მომლოცველობის ობიექტია როგორც ადგილობრივი, ისე მთელი ქვეყნის მორწმუნეთათვის. ასეთებად, პირველ ყოვლისა, შეგვიძლია მივიჩნიოთ: **სვეტიცხოვლის საკათედრო ტაძარი მცხეთაში** (XI-X სს), სადაც გადმოცემით, ინახება, ერთ-ერთი უდიდესი სიწმინდე – *უფლის კვართი*, აგრეთვე, *ასურელ მამათა* მოღვაწეობასთან დაკავშირებული ადგილები, *ბოდბეს დედათა მონასტერი*, სადაც *წმ. ნინოს დაკრძალვის ადგილია* და სხვ. მართალია, ისინი ჯერ არ ქცეულან საერთოქრისტიანული, ან მსოფლიოს მართმადიდებელთა საყოველთაო მომლოცველობის ობიექტად, მაგრამ საკმაოდ დაფასებულები არიან მსოფლიოში ამ სფეროში გარკვეული სასულიერო პირებისა და მეცნიერების წრეში. **ქ. მცხეთა, სვეტიცხოველი** და **გელათი** UNESCO-ს მიერ მსოფლიოს ისტორიისა და კულტურული მემკვიდრეობის ნუსხაშია შეტანილი.

მუსლიმანთა მთავარი რელიგიური ცენტრებია ქალაქები *მექა* და *მედინა* საუდის არაბეთში. მექაში დაიბადა მუჰამედი – ისლამის დამაარსებელი. ყურბან-ბაირამის დღესასწაულის დღეებში აქ, – *ალ-ჰარამის მეჩეთში*, რომელიც უძველესი სიწმინდის, – *ქააბას* გარშემოა აგებული, 2 მილიონამდე ადამიანი იკრიბება. ეს მეჩეთი მსოფლიოს ღია ცის ქვეშ არსებულ ტაძართა შორის უდიდესია. *მედინას*

მეჩეთი არაჩვეულებრივი სილამაზით გამოირჩევა, იგი ვარდისფერი გრანიტითაა აგებული და შორენკეცებით, მოზაიკით, ჭედურობითა და ოქროთია მორთული. მეჩეთის ცენტრში შემოსაზღვრულია ადგილი, სადაც, გადმოცემის თანახმად, ოდესღაც მუჰამედის თიხით ნაგები ქოხი იდგა. აქვეა საფლავი, სადაც იგი დაკრძალეს.

ბუდისტების მომლოცველობის ადგილები აზიის ქვეყნებში მდებარეობს. ჩინეთში, *ტიბეტის* ავტონომიური რაიონის ადმინისტრაციულ ცენტრ *ლჰასაში*, ზღვის დონიდან 3650 მ-ზე მდებარეობს *პოტალას სასახლე-მონასტერი* – დაღაილამას, ბუდისტების სულიერი მეთაურის, რეზიდენცია. სასახლის კომპლექსის თანამედროვე სახე XVI-XVII სს. ჩამოყალიბდა. იგი 1000-ზე მეტ სათავსს, თაყვანისცემის სულ მცირე 10 ათას საგანსა და 20 ათას ქანდაკებას მოიცავს.

ბუდისტური სამყაროს სხვა სიწმინდე *ქ. ქანდიში* (შრი-ლანკა) მდებარეობს. ქალაქის ცენტრში ხელოვნური ტბის ნაპირზე დგას თხრილით გარშემორტყმული *დალიდ მალიგავის ტაძარი* (“ბუდას კბილის” ტაძარი), რომელშიც, როგორც უდიდესი საგანძური, ისე ინახება ბუდას მარცხენა ეშვი. მორწმუნეები დარწმუნებულნი არიან, რომ იგი ქვეყნის მთავარი მონაპოვარი, მისი სუვერენიტეტის საწინდარი და გარანტიაა. თქმულებით, ბუდას მიწიერი სხეულის კრემაციის მომენტში მისმა ერთ-ერთმა მოსწავლემ დაკრძალვის კოცონიდან გამოიტაცა კბილი. რვა საუკუნის მანძილზე კბილი ინდოეთში ინახებოდა, შემდეგ კი ინდოელმა პრინცესამ საიდუმლოდ (თმებში დამალული) გაიტანა შრი-ლანკაში.

მომლოცველობა კონკრეტული სარწმუნოების რიტუალებში მონაწილეობას გულისხმობს, განსხვავებით მათგან ვისი მოგზაურობის მოტივიც მსოფლიოს რელიგიებისა და მათთან დაკავშირებული ისტორიული და კულტურული ადგილების გაცნობაა. მომლოცველობით ტურებში შედარებით მცირე მოცულობით შედის გასართობი პროგრამები, დასვენებისა და შემეცნებითი ღონისძიებები.

საზღვაო ტურიზმი ოდითგანვე რომანტიკულად ითვლებოდა. მასში განასხვავებენ უშუალოდ საზღვაო მგზავრობას, ან სეირნობას (Marine trip) და საზღვაო კრუიზს (Marine cruise). საზღვაო მოგზაურობისთვის იყენებენ ნებისმიერ, თუნდაც არასამგზავრო მცურავ საშუალებებს, კერძოდ, საერთაშორისო საზღვაო წესების შესაბამისად, ნებისმიერ სავაჭრო გემს, სამგზავრო რეგისტრაციის გარეშეც შეუძლია ბორტზე (გემბანზე) აიყვანოს 12 მგზავრამდე.

კრუიზი, ესაა საზღვაო მოგზაურობა დიდი საზღვაო ან საოკეანო სახაზო გემით, რომელიც დიდ საპორტო ქალაქებში შედის. ტურისტები ჩვეულებრივ ხომალდზე ცხოვრობენ და იკვებებიან, ხოლო ნაპირზე ჩადიან განსაზღვრული დროით ქალაქების დათვალიერების, დასვენების და გართობის მიზნით. კრუიზი პრესტიჟულ, ძვირადღირებულ მოგზაურობას წარმოადგენს. ტურიზმის ეს სექტორი ერთ-ერთი ყველაზე მზარდია.

ჯერ კიდევ 1822 წ. ინგლისელმა რობერტ სმარტმა შექმნა ფირმა, რომელიც აგროვებდა მგზავრებს ბრისტოლის არხში საზღვაო მოგზაურობისათვის. 1835 წ. ინგლისში რეგულარული სასაგარეო რეისები ეწყობოდა ბრიტანეთსა და ისლანდიას შორის. თანამედროვე კრუიზი, როგორც წესი, ჩაკეტილ წრეზე ეწყობა, ერთი და იმავე გემით, გარკვეული მარშრუტით და გაჩერებებით ტურისტული თვალსაზრისით საინტერესო ადგილებში.

დღეს, მსოფლიოს საკრუიზო ბაზარზე მუშაობს დაახლოებით 50-მდე კომპანია, რომელთა დიდი უმეტესობა ჩრდილოამერიკელია. პირველ სამეულში, რომლის წილად გაყიდვების 80% მოდის, შედიან Carnival Cruises, P&O Princess Cruises და Royal Caribbean. სხვა მსხვილი კომპანიებია – Star Cruises, Norwegian Cruise Lines, Holland America Line, Crystal და სხვ. ყველაზე მასშტაბური თანამედროვე პროექტია ლაინერი Carnival Legend, რომელიც 3850 ადგილზეა განსაზღვრული.

სამონადირეო ტურიზმი მოიცავს ნადირობისა და თევზაობის მოყვარულთა ექსპედიციებს.

ყველაზე ცნობილი სამონადირეო მიმართულებაა საფარი (Safari) – აფრიკული ნადირობა ეგზოტიკურ ცხოველებზე. ეს ეგზოტიკური და სათავეადასავლო ტურიზმის სახეობაა, რომელიც მდიდარი ადამიანებისთვისაა განსაზღვრული და ელიტარულ ხასიათს ატარებს. *სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკაში, კენიაში, ტანზანიაში* სანადიროდ ჩამოსულ ტურისტებს სთავაზობენ განთავსების სამ სახეს. პირველი, ესაა მცირე სტაციონარული სასტუმრო (ზოგჯერ აუზით), მეორე – “კარვის ლოჯია”, რომელიც ტყეშია გაშლილი და რამდენიმე საფეხურიანი საძირკველი აქვს, რაც ჯუნგლებში დაუპატიჟებელი სტუმრებისგან თავდაცვის ჩვეულებრივ საშუალებას წარმოადგენს. მტაცებლებისგან საფეხურები ვერ დაგიხსნით, ამიტომ მათ სპეციალური ჩხარუნებით ერეკებიან ადგილობრივი მცხოვრებლები. და მესამე – “საცხოვრებელი ხეებზე”, ანუ მაღალ ხიშინჯებზე შედგმული სახლი.

ტურისტული კომპანიები საინტერესო პროგრამებს სთავაზობენ მოგზაურებს *ავსტრალიაში, ახალ ზელანდიაში, დიდი ბარიერული რიფის კუნძულებზე და ოკეანიაში*. ეს პროგრამები შეიცავს ავსტრალიისა და ახალი ზელანდიის ქალაქების გაცნობას, საფარის ჯიპებით, ნადირობას კენგურუზე ან ნიანგზე (ნანადირების თან წაღებაც შეიძლება), წყალქვეშ ყვინთვას გიგანტური თევზების სამყაროში და თევზაობას დიდ ბარიერულ რიფზე, ასევე სპორტის სხვა ექსტრემალური სახეობით გართობას.

ბოლო პერიოდში, გავრცელდა სამონადირეო ტურიზმის ისეთი მშვიდობიანი მიმართულებები, როგორცაა ველური ცხოველების თვალთვალი, ბუნების იშვიათობების თვალიერება (Sightseeing tours), და ფოტონადირობა. ეს ტურები ძირითადად დაცულ ტერიტორიებზე (ნაკრძალებში, აღკვეთილებში და ეროვნულ პარკებში) ეწეობა.

შოპ-ტურიზმი (ან შოპინგ ტურიზმი – Shopping tourism) მოიცავს მოგზაურობას საყიდლების შეძენის მიზნით. რა თქმა უნდა, შოპინგი ყოველ მოგზაურობას თან ახლავს, მაგრამ ტურისტებს შორის ბევრია ისეთიც, ვინც სპეციალურად მიემგზავრება საზღვარგარეთ სადღესასწაულო ფასდაკლების სეზონებში (Sales), ან უბრალოდ ფეშენებელური მაღაზიებისა და მოდური ბუტიკების მოსანახულებლად და საყიდლების შესარჩევად. ამ სახის მოტივაცია სულ უფრო მეტად იზრდება და იხვეწება. ასე რომ, ტურისტულ ინდუსტრიაში ახალი მიმართულება შეიქმნა. შესაბამისად იზრდება ტურისტების გემოვნებაზე მორგებული სპეციალური მაღაზიების და მაღაზიათა ქსელების რიცხვი.

ეს მიმართულება განსაკუთრებით განვითარდა პოსტსაბჭოთა ქვეყნების შოპ-ტურისტების აქტიურობის ხარჯზე, რომლებმაც სსრკ-ს რღვევის შემდეგ სწრაფად დაიწყეს საზღვარგარეთ რეგულარული მიმოსვლა ფართო მოხმარების საგნების შეძენის მიზნით: ფეხსაცმლის, ტრიკოტაჟის და სხვა საქონლის შესაძენად – თურქეთში, იტალიაში, პორტუგალიაში, სირიაში; მსუბუქი ტექსტილისა – ინდონეზიაში; ქურქების – საბერძნეთსა და არგენტინაში; ავეჯის – პოლონეთში და იტალიაში; ტელე- და რადიოსაქონლისა – არაბეთის გაერთიანებულ საამიროებში; ავტომანქანებისა – გერმანიაში, შვეციაში, ფინეთსა და ჰოლანდიაში. ბოლო დროს განსაკუთრებულად გაიზარდა შოპ-ტურების რაოდენობა ჩინეთში.

სასწავლო ტურიზმი. ძირითადად იგულისხმება ენის სწავლების მიზნით მოწოდებული მოგზაურობა, თუმცა, მათ გარდა, შეიძლება იყოს სპორტის რომელიმე სახეობის შესასწავლი ან კვალიფიკაციის ასამაღლებელი ტურები.

ჰობი-ტურიზმი. მოგზაურობა საყვარელი საქმიანობის (ავტოსამოყვარულო, ფილატელია, გურმანების) წარმართვის მიზნით.

თაიმშეიზინგი (Timesharing) სიტყვა-სიტყვით დროის განაწილებას ნიშნავს და გულისხმობს ტურისტულ რეგიონებში უძრავი ქონების ერთობლივ ფლობას სარგებლობის უფლებით. მოწოდებს, მათი ფულადი შენატანის პროპორციულად, გამოეყოფათ გარკვეული დრო ამ ქონებით სარგებლობისათვის.

თაიმშერი საკლებო მომსახურებაა და პოპულარულ არჩევანს წარმოადგენს იმ ადამიანებისათვის, ვისაც სურს უზრუნველყოს დასვენების უფლება სასურველ ადგილზე ხანგრძლივი პერიოდის მანძილზე.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

1. რამდენი სახის კურორტებს გამოყოფენ?
2. რითაა ცნობილი მკვდარი ზღვა?
3. რა არის ეკოტურიზმი?
4. რა ხიბლავთ ბერდვოჩერებს საქართველოში?
5. რა განსხვავებაა სტალაგმიტებსა და სტალაქტიტებს შორის?
6. საქართველოს რომელ სოფელში ურჩევდით ჩასვლას სასოფლო ტურიზმის მოყვარულებს?
7. სად ინახება ბუდას კბილი?
8. ჩამოთვალეთ დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების სახეები.
9. რა არის კრუიზი?
10. ჩამოთვალეთ ბუნებაში მოგზაურობასთან დაკავშირებული ტურიზმის სახეობები.

თავი VI. ტურიზმის ინდუსტრია

ტურიზმი ადამიანთა მოგზაურობაა, რეკრეაციული საქმიანობაა, ხალხების ურთიერთგაცნობისა და ურთიერთდაახლოების, სულიერი და მატერიალური ურთიერთგაცვლის საშუალებაა, მაგრამ, ყველაფერთან ერთად, ტურიზმი ეკონომიკის რთული, მაგრამ კარგად აწყობილი დარგია ანუ, როგორც ამბობენ ინდუსტრიაა. ამ დარგში ძალიან ბევრი ადამიანი მონაწილეობს. დღევანდელი მონაცემებით მსოფლიოში ყოველი მე-7 დასაქმებული ადამიანი ტურიზმის ბიზნესში მუშაობს. ტურიზმის ინდუსტრია საქმიანობის რამოდენიმე ჯგუფს მოიცავს. ძირითადად, – ტურისტული საქმიანობის ორგანიზატორებს, ტურისტული მომსახურების მომწოდებლებს და ტურიზმის ინფრასტრუქტურას.

ტურისტული საქმიანობის ორგანიზატორები

ტურისტული პროდუქტის დამუშავებითა და რეალიზაციით დაკავებულნი არიან ორი სახის ტურისტული ორგანიზაციები, რომლებიც ტურისტული ინდუსტრიის ძირითად ნაწილებად შეგვიძლია განვიხილოთ, ესენია: ტუროპერატორები და ტურაგენტები.

ტუროპერატორი (საერთაშორისო პრაქტიკაში ზოგჯერ გვხვდება ტერმინი “ტურორგანიზატორი”) არის ორგანიზაცია, რომელიც ტურების კომპლექტაციითაა დაკავებული და ამას აკეთებს მომსახურების მომწოდებლებთან დადებული ხელშეკრულების და ტურისტების მოთხოვნების საფუძველზე. ტუროპერატორი ამუშავებს ტურისტულ მარშრუტს, უზრუნველყოფს მას მომსახურებით, აწყობს რეკლამას, ითვლის და აწესებს ფასებს ტურებზე, ყიდის ტურებს ტურაგენტებზე ტურისტული საგზურების გამოშვებისა და რეალიზაციისთვის. ტუროპერატორი პასუხისმგებელია ტურპაკეტებში შეტანილი მომსახურების მიწოდებაზე. ზოგჯერ იგი ამ მომსახურებას თვითონ აწვდის მომხმარებელს, იმ შემთხვევაში, თუ კონტრაგენტისგან მიიღებს, ან თუ სასტუმროს, რესტორნის და სხვა ობიექტის მფლობელია.

ყველაზე ხშირად ტუროპერატორები ტურებს ადგენენ საბითუმო სააგენტოსათვის, რომელიც ამ პაკეტებს უკვე მომხმარებელს სთავაზობს თავისი საცალო სააგენტოების ან ავიაკომპანიების მეშვეობით.

ტურაგენტი არის ორგანიზაცია, რომელიც იძენს ტუროპერატორის მიერ დამუშავებულ ტურებს, ამ ტურებზე უშვებს საგზურებს და ყიდის მათ მომხმარებელზე (ტურისტებზე).

ტურაგენტი ორ მთავარ ფუნქციას ასრულებს:

1) **საინფორმაციო მომსახურება** (ატყობინებენ მომხმარებელს ტურისტული რაიონების შესახებ, სთავაზობენ განთავსების ვარიანტებს, ეხმარებიან მოგზაურობის ხარჯთაღრიცხვის შედგენაში);

2) **ტურისტული მომსახურების გაყიდვა.**

მსოფლიოში ტურისტული სააგენტოების რიცხვის დადგენა ძნელია ქვეყნებს შორის ტერმინოლოგიური განსხვავებების გამო. ტურსააგენტოები, ძირითადად, წარმოადგენენ მცირე კომპანიებს უმნიშვნელო კაპიტალითა და შეზღუდული ბაზრით. ამასთან, საწარმო ერთდროულად შეიძლება იყოს ტურსააგენტოცა და ტუროპერატორიც. მაგალითად, ტურისტული ბიურო ამუშავებს მარშრუტებს როგორც ტუროპერატორი და ყიდის მათ ტურსააგენტოებზე, და იმავდროულად, როგორც ტურაგენტი იძენს ტურებს სხვა ბიუროსაგან და ყიდის მათ ტურისტებზე.

ტუროპერატორი და ტურაგენტი ერთმანეთისგან პრინციპულად ორი რამით განსხვავდება: შემოსავლების სისტემითა და ტურპროდუქტის კუთვნილებით.

პირველ შემთხვევაში ტუროპერატორი იძენს განსაზღვრულ ტურპროდუქტს. მისი შემოსავალი იქმნება შექენის ფასსა და გაყიდვის ფასს შორის განსხვავების საფუძველზე. ძალიან ხშირად ტუროპერატორი იძენს ცალკეულ მომსახურებებს (ტრანსპორტირება, განთავსება, კვება და ა.შ.), რომელთაგან შემდეგ აყალიბებს **ტურპაკეტს**. ფასწარმოქმნის საკუთარი მექანიზმით. ტურაგენტი კი მოქმედებს, როგორც საცალო გამყიდველი და მისი მოგება სხვისი ტურისტული პროდუქტის გაყიდვისთვის მიღებული საკომისიო გასამრჯელოთი იქმნება.

განსხვავება მეორე ნიშნით უფრო ნაკლებად გამოკვეთილია და იმაში მდგომარეობს, რომ ტუროპერატორს ყოველთვის აქვს გასაყიდად გამზადებული ტურპროდუქტების მარაგი, ხოლო ტურაგენტი გარკვეულ ტურპროდუქტს ითხოვს მხოლოდ მაშინ, როცა მას მიმართავს კლიენტი.

ტუროპერატორები ტურიზმში წამყვან როლს ასრულებენ, რადგან სწორედ ისინი აყალიბებენ (კრავენ) მოლიან ტურისტულ პროდუქტად ძირითად და დამატებით მომსახურებას. საერთაშორისო პრაქტიკაში მიღებულია ტუროპერატორების დაჯგუფება სხვადასხვა ნიშნით.

საქმიანობის ტიპის მიხედვით, ტუროპერატორები იყოფა:

მასობრივი ბაზრის ოპერატორებად, რომლებიც ყიდიან ტურპაკეტებს მასობრივი ტურიზმის ადგილების (დესტინაციების) მიმართულებებით, ჩვეულებრივ

ჩართვითი ავიარების გამოყენებით (ამჟამად მასობრივ ოპერატორებად შეიძლება ჩაითვალოს კომპანიები, რომლებიც ტურისტებს აგზავნიან ეგვიპტეში, თურქეთში, ბულგარეთში);

სპეციალიზებულ ტუროპერატორებად, რომლებიც დაკავებულნი არიან კონკრეტული პროდუქტითა და ბაზრის სეგმენტით (განსაზღვრული ქვეყნით, ტურიზმის გარკვეული სახეობით და ა.შ.).

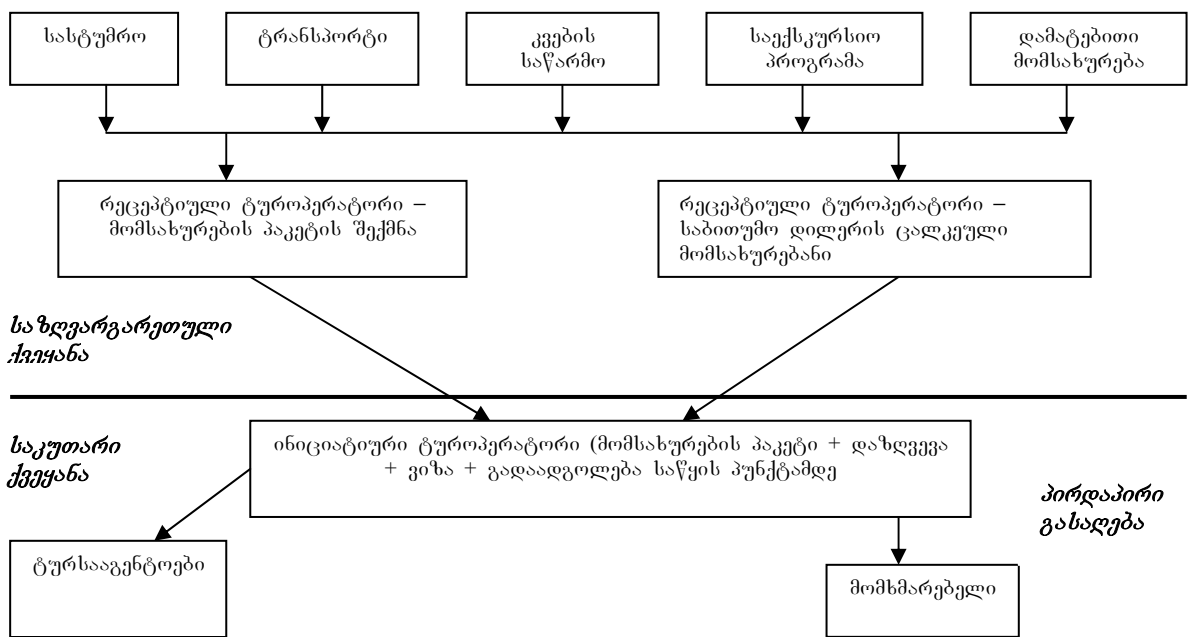
თავის მხრივ, სპეციალიზებული ტუროპერატორი შეიძლება იყოს:

- ა) კონკრეტული დესტინაციის (დანიშნულების ადგილის) ტუროპერატორი (მაგალითად, რომელიც აწყობს ტურებს ესპანეთში);
- ბ) სპეციალური ინტერესის ტუროპერატორი (მაგ., რომელიც რელიგიურ ტურიზმზეა დასპეციალებული);
- გ) განსაზღვრული კლიენტურის ტუროპერატორი (მაგ., ახალგაზრდებთან, ან დაოჯახებული წყვილებთან მომუშავე);
- დ) განთავსების განსაზღვრული ადგილის ტუროპერატორი (მაგ., რომელიც ტურისტებს განათავსებს პანსიონატებში, ტურბაზებში, ელიტურ ვილებზე);
- ე) ტუროპერატორი, რომელიც ტრანსპორტის გარკვეულ სახეს (მაგ., თვითმფრინავებს, თბომაველებს, მატარებლებს) იყენებს.

საქმიანობის ადგილით განასხვავებენ:

- **შიდა ტუროპერატორებს**, რომლებიც ადგენენ ტურპაკეტებს საკუთარი ქვეყნის ფარგლებში არსებულ მარშრუტებზე;
- **გამყვან ტუროპერატორებს**, რომლებიც უცხოეთში მოგზაურობის ტურპაკეტებს ქმნიან. ასეთ ტუროპერატორებს ხშირად, **ინიციატიურ ტუროპერატორებს** უწოდებენ. საერთაშორისო ინიციატიური ტუროპერატორები არიან ტუროპერატორები, რომლებიც ტურისტებს საზღვარგარეთ აგზავნიან მიმდებ (რეცეპტიულ) ტუროპერატორებთან ხელშეკრულების საფუძველზე, ან პირდაპირ, ტურისტულ საწარმოებთან დადებული ხელშეკრულების საფუძველზე. კლასიკური ინიციატიური ტუროპერატორი ტურებს რთულ მარშრუტებზე ქმნის, აკომპლექტებს მათ ვიზიტის ადგილზე (მარშრუტზე) მომუშავე ადგილობრივი ტუროპერატორების მომსახურებებისგან, უზრუნველყოფს მგზავრობას მოგზაურობის საწყის პუნქტამდე და უკან, და ორგანიზებას უკეთებს შიდასამარშრუტო ტრანსპორტის მიწოდებას და ა.შ.;

- მიმღებ ტუროპერატორებს, რომლებიც მოგზაურობის დანიშნულების (ესტინაციის) ქვეყანაში არიან და ემსახურებიან ჩამოსულ ტურისტებს. ასეთი ფირმები შეიძლება აღინიშნოს, როგორც რეცეპტიული ტუროპერატორები. რეცეპტიული ტუროპერატორული კომპანიები აკომპლექტებენ ტურებს და მომსახურების პროგრამებს ტურისტების მიღებისა და მომსახურების ადგილებში, იყენებენ რა პირდაპირ ხელშეკრულებებს მომსახურების მიმწოდებლებთან (სასტუმროებთან, რესტორნებთან და ა.შ.), ეს ტუროპერეიტინგის სუფთა ფორმაა.



ნახ. 2. ინიციატიური და რეცეპტიული ტუროპერატორის მუშაობის სქემა

ინიციატიური და რეცეპტიული ტუროპერატორების მუშაობის სქემა საკმაოდ მარტივია (ნახ. 1). ამ სქემის მიხედვით, ინიციატიური ტუროპერატორული კომპანია: ა) ყიდის პარტნიორის მიერ შექმნილ ტურპაკეტებს, ბ) ტურისტებს უფორმებს დაზღვევას, სავიზო დოკუმენტებს და ჯავშნის ავიაბილეთებს და გ) ყიდის ცალკეულ მომსახურებას თავისი პაკეტებიდან, რისთვისაც საკომისიო ანაზღაურებას უხდის ტურსააგენტოებს. რეცეპტიული ტუროპერატორი ურთიერთობს მომსახურების მიმწოდებლებთან, აგროვებს და აკონტროლებს რა ცალკეულ მომსახურებას ერთ ტურპაკეტში. მომსახურების პაკეტის ეს ნაწილი, ჩვეულებრივ, შედგება განთავსების ადგილის, კვების და საექსკურსიო

პროგრამებისაგან (დანარჩენს უმატებს ინიციატიური ტუროპერატორი). ასეთი სქემა ძირითადად დამახასიათებელია პოსტსაბჭოთა ქვეყნებისთვის - საქართველოს, რუსეთის, უკრაინისთვის და სხვ.

მართალია, ინიციატიური ტუროპერატორის სამუშაო ტურსააგენტოს სამუშაოს მაგვარია, მაგრამ იგი მაინც ტუროპერატიულად ითვლება, რადგან ფირმა ქმნის საკუთარ პროდუქტს, რომელიც მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის¹ ნორმებით არანაკლებ სამი აუცილებელი მომსახურებისგან უნდა შედგებოდეს: განთავსება, ტურისტების ტრანსპორტირება და სხვა ნებისმიერი მომსახურება, რომელიც პირველ ორთან იქნება დაკავშირებული. ინიციატიური ტუროპერატორი ამ ტურპროდუქტზე საგზურს ან ვაუჩერს უშვებს.

ტურისტულ ბაზარზე მუშაობისას ტუროპერატორული კომპანია შემდეგ ფუნქციებს ასრულებს:

- ტურების მიმართ პოტენციური მომხმარებლების მოთხოვნილებების შესწავლა და მომსახურების პერსპექტიული პროგრამების შედგენა, მათი სურვილების გათვალისწინებით;
- ტურისტული პაკეტის კომპლექტაცია, სადაც შეიძლება შედიოდეს ვიზა, დაზღვევა, ტრანსფერი, ცხოვრება განთავსების გარკვეულ ადგილზე, საექსკურსიო პროგრამა;
- ურთიერთობა მომსახურების მომწოდებლებთან ტურებთან დაკავშირებით სახელშეკრულებო საფუძველზე. მათ შორის: ა) სასტუმროებთან; ბ) კვების ობიექტებთან; გ) სატრანსპორტო საწარმოებთან; დ) საექსკურსიო ფირმებთან, მუზეუმებთან, პარკებთან – საექსკურსიო მომსახურების მოწოდებაზე; ე) სპორტულ ნაგებობათა, ფიტნეს-ცენტრების, SPA-სალონების, სამონადირეო და სათევზაო მეურნეობების და სხვა ობიექტების ადმინისტრაციებთან;
- სარეკლამო-საინფორმაციო საქმიანობა ბაზარზე ტურისტული პროდუქტის წინ წაწევის (გავრცელების და გასაღების) მიზნით;
- ტურისტული პროდუქტის ღირებულების გაანგარიშება, ტურის ფასის დადგენა საბაზრო სიტუაციის გათვალისწინებით;

¹ მსოფლიოს ტურისტული ორგანიზაცია (United Nations World Tourism Organization - UNWTO) – გაეროსთან არსებული წამყვანი საერთაშორისო ორგანიზაციაა ტურიზმის სფეროში. მსო-ს შტაბ-ბინა მადრიდში (ესპანეთი) აქვს. იგი დაკავებულია მდგრადი და საყოველთაოდ ხელმისაწვდომი ტურიზმის განვითარებით. გენერალური მდივანია ფრანჩესკო ფრანჯიალი.

- ტურისტების უზრუნველყოფა აუცილებელი სარეკლამო და საინფორმაციო მასალებით, სპეციალური აღჭურვილობით;
- ტურების წინწაწევა და რეალიზაცია ტურსააგენტოების სისტემის მეშვეობით ან საკუთარი ძალებით;
- ტურისტების მომსახურების საიმედოობისა და ხარისხის კონტროლი.

ტუროპერატორებს შეიძლება ფუნქციების განსხვავებული ნაკრები ჰქონდეთ. მაგალითად, არიან ტუროპერატორები, რომლებიც პირდაპირ ტურისტებზე არ ჰყიდიან ტურპაკეტებს, არამედ ამას ტურსააგენტოების მეშვეობით აკეთებენ.

ამდგავარად, ტუროპერატორული კომპანია ბაზარზე პოზიციას იკავებს ორ მხარეს შორის. ერთი მხრივ, ესენია მომსახურების მწარმოებლები, ხოლო მეორე მხრივ – ან ტურსააგენტოები, რომლებიც ტურისტულ პაკეტებს ყიდიან კლიენტებზე, ან ტურისტები, რომლებიც ტუროპერატორთან ყიდულობენ საგზურებს. ტუროპერატორის ამოცანაა, წინ წასწიოს, მომხმარებლებს შორის გაასაღოს ცალკეული მწარმოებლის მომსახურება უკვე ტურპროდუქტის სახით, ამასთან ეს ეხება როგორც ძირითად მომსახურებას (განთავსება, კვება), ასევე დამატებითს.

ტურსააგენტოები შუამავლის ფუნქციებს ასრულებენ – ყიდიან ტუროპერატორის მიერ შექმნილ ტურისტულ პროდუქტს.

ურთიერთობა ტუროპერატორსა და ტურაგენტს შორის ზოგადად მოიცავს:

- ტუროპერატორის საჯარო ოფერტას¹;
- ხელშეკრულების დადებას ტუროპერატორსა და ტურაგენტს შორის;
- ტუროპერატორის მიერ წინადადებების დაგზავნას პრაის ლისტებისა და სარეკლამო მასალების საშუალებით;
- ტურაგენტის განაცხადს ტურპროდუქტის დაჯავშნის შესახებ;
- ტუროპერატორის მიერ განაცხადის დადასტურებას და ანგარიშის წარდგენას;
- ტურაგენტის მიერ ანგარიშის განაღდებასა და ტუროპერატორისათვის ტურისტის საზღვარგარეთული დოკუმენტების გადაცემას.

¹ ოფერტა – გამყიდველის წერილობითი წინადადება, შეთავაზებული სავარაუდო მყიდველისადმი, საქონლის ან მომსახურების მიყიდვის შესახებ, გამყიდველის მიერ განსაზღვრულ პირობებზე.

ტურსააგენტოები ტურებს ყიდვიან ტუროპერატორების მიერ დადგენილ და მათ პროსპექტებში მითითებულ ფასებად.

ტურისტული პროდუქტის გასაღებასთან ერთად ტურსააგენტოების მნიშვნელოვან ფუნქციას შეადგენს საინფორმაციო მომსახურების მიწოდება. როგორც მეცნიერთა კვლევები გვიჩვენებს, კლიენტების მხოლოდ 48%-მა თუ იცის სად სურს გამგზავრება, 35%-ს ამის შესახებ ბუნდოვანი წარმოდგენა აქვს, ხოლო 17%-ს – საერთოდ არა აქვს იგი. ტურაგენტები პოტენციურ მყიდველს აწვდიან ცნობებს დესტინაციებისა და ტურისტული რაიონების, ტრანსპორტის მოძრაობის განრიგის, განთავსების ვარიანტების, არსებული ფასების შესახებ, ეხმარებიან მას მოგზაურობის ხარჯთაღრიცხვის შედგენაში. კლიენტებთან ურთიერთობას და მოთხოვნილი წინადადებების ძებნას დახარჯული დროის ნახევარზე მეტი მიაქვს. თავისი საქმიანობისათვის ტურსააგენტოები იღებენ საკომისიო გასამრჯელოს, რომელიც ტურის ღირებულების 7-15%-ს შეადგენს. ზოგიერთ შემთხვევაში იგი შეიძლება გაიზარდოს, მაგალითად, შეთანხმებულზე მეტი ტურისტული მომსახურების გასაღების შემთხვევაში.

ტუროპერატორების მიერ შეთავაზებული ტურების რეალიზაციის გარდა, ტურსააგენტოები ცალკეული ტურისტული საწარმოების მომსახურების საცალო გაყიდვებითაც არიან დაკავებულნი. ისინი შეიძლება ყიდდნენ სხვადასხვა ტრანსპორტის ბილეთებს, ჯავშნიდნენ ადგილებს სასტუმროებში და განთავსების სხვა ბაზებზე, იჯარით გასცემდნენ ავტომანქანებს, უკვეთავდნენ ექსკურსიებს, აფორმებდნენ გასამგზავრებელ დოკუმენტებს, აზღვევდნენ ტურისტებს, ცვლიდნენ ვალუტას, გასცემდნენ დისკონტურ¹ ბარათებს, ყიდდნენ ტურისტულ ლიტერატურას და სუვენირებს, ასრულებდნენ ფოტოსთან დაკავშირებულ სამუშაოებს (ფირების გამჟღავნება, დაბეჭდვა) და სხვ.

კონტრაგენტების² ფართოდ განტოტვილი ქსელი ტუროპერატორებს საშუალებას აძლევს, რომ გაზარდოს გაყიდული ტურისტული მგზავრობების რაოდენობა, გავიდეს გამსვლელი ტურიზმის ახალ, მათ შორის პროვინციულ ბაზრებზე; გასწიოს ეკონომია პერსონალის შენახვის, შენობისა და მოწყობილობის იჯარის ხარჯებზე და ა.შ. მაგრამ ამ პირობებში ტუროპერატორს უჭირს საკუთარი მარკეტინგული კონცეფციის განხორციელება, რადგან ტურსააგენტო, რომელიც ათეულობით ფირმის ტურებს ყიდის, ვერ შეძლებს ყველა მათგანის მარკეტინგული

¹ დისკონტი (Discount) – ფასჩამოკლება, ფასდაკლება.

² კონტრაგენტი (Contractor, counteragent) – ხელშეკრულების მეორე მონაწილე მხარე.

კონცეფციის რეალიზაციას. ამიტომ ტუროპერატორები ეძებენ გასაღების არხების მართვის ხარისხის გაუმჯობესების გზებს ვერტიკალური თანამშრომლობის მეშვეობით, – ტურსააგენტოების აქციების შესყიდვით, ასევე ფრანჩაიზინგული შეთანხმებების დადებით.

ფრანჩაიზინგული სქემა ნაკლებდანახარჯიანია და ფართოდაა გავრცელებული ტურისტულ ბიზნესში. იგი დამყარებულია ხელშეკრულების საფუძველზე ტუროპერატორის მიერ, რომელიც ამ შემთხვევაში **ფრანჩაიზერია** (Franchiser), ტურაგენტის, – **ფრანჩაიზის მიმღებისათვის** (Franchisee) მუშაობის საკუთარი მეთოდების, მათ შორის ნოუ-ჰაუ-ს¹ და სავაჭრო ნიშნის (მარკის) გადაცემაზე, ასევე საკონსულტაციო მხარდაჭერასა და პერსონალის სწავლებაზე. ფრანჩაიზინგული ხელშეკრულების დადებისას ტურაგენტს შეაქვს წინასწარი შენატანი, და შემდეგ იხდის ყოველთვიურ როიალთის² სავაჭრო ბრუნვიდან (ჩვეულებრივ ბრუნვის 0,5-დან 6%-მდე).

ფრანჩაიზინგულ ქსელში ჩართული ტურსააგენტოები ერთიანი მარკეტინგული კონცეფციის ფარგლებში მოქმედებენ, რაშიც შედის შემუშავებული მიდგომა ბაზრის შესწავლისადმი და მოქნილი პროგრამა რეკლამისა და სავაჭრო ნიშნის წინ წაწევის სფეროში. ფრანჩაიზინგული ტურსააგენტოები ტუროპერატორისგან იღებენ გაზრდილ საკომისიოებსა და ბონუსებს (პრემიებს). საქმიანი ურთიერთობის ასეთი ფორმა საშუალებას იძლევა, ერთი მხრივ, მკაფიოდ განცალკევდეს ოპერატორისა და აგენტის ფუნქციები, ხოლო, მეორე მხრივ, – კარგად იქნეს დანახული პროდუქტის მთელი სასიცოცხლო ციკლი – შექმნიდან გაყიდვამდე, აგრეთვე, დროულად დარეგულირდეს მოთხოვნა და მიწოდება. მსხვილი ტუროპერატორების მიერ შექმნილი ქსელები, ტურსააგენტოების გაყიდვებსაც აკონტროლებენ: მაგ., შვეიცარიული ტუროპერატორი “Cuoni” თავისი ფრანჩაიზინგული ფირმებისგან ითხოვს, რომ მათ მიერ გაყიდული ტურების 60% მოდიოდეს “Cuoni”-ზე და მხოლოდ 40% – სხვა ოპერატორების ტურებზე.

სააგენტოების საკუთარი ქსელები აქვთ უმსხვილეს ევროპულ ოპერატორებს “Thomas Coock”-ს, “Tui”-ს, “Neckermann”-ს.

¹ ნოუ-ჰაუ (Know-how) – ტექნიკური, ადმინისტრაციული, კომერციული, ფინანსური ან სხვა სახის ცოდნა და გამოცდილება, რომელიც კონკრეტული კომპანიის ინტელექტუალურ საკუთრებას და კორპორაციულ საიდუმლოებას წარმოადგენს.

² როიალთი (Royalty) – ლიცენზიური გადასახადი შემოსავლიდან პერიოდული ფიქსირებული პროცენტული გადარიცხვების სახით.

ტურისტული პროდუქტის ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით, ტუროპერატორები საკუთარ სასტუმროებს (და განთავსების სხვა საშუალებებს) იძენენ, ან განთავსების საწარმოებში წილობრივ მონაწილეობას იღებენ. იმავე მიზნით, ისინი აძლიერებენ ვერტიკალურ ინტეგრაციას პარტნიორ-ტუროპერატორებთან ტურისტულ ცენტრებში (შინ და საზღვარგარეთ), რომლებიც დესტინაციებში ტურისტების მიღებაზე არიან პასუხისმგებლები (მაგ., ამ საწარმოთა აქციების შესყიდვის ფორმით) და ქმნიან სტრატეგიულ ალიანსებს.

მომსახურების მომწოდებლები

მოგზაურობის დროს ტურისტების მომსახურებაში მრავალი სხვადასხვა საწარმო და ორგანიზაცია მონაწილეობს. ისინი ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგენელი ნაწილები არიან. მათ განეკუთვნება: საწარმოები, რომლებიც განთავსების მომსახურებას აწარმოებენ (სასტუმროები, პანსიონატები, ტურბაზები და სხვ.); საზოგადოების საწარმოები (რესტორნები, კაფეები და სხვ.); საქეკურსიო ფირმები; სატრანსპორტო კომპანიები; შოუ-, კინო-, ვიდეოორგანიზაციები; სპორტული საწარმოები; სავაჭრო ორგანიზაციები და მრავალი სხვა. ამ ორგანიზაციებს ტურისტულ პრაქტიკაში, **ტურისტული მომსახურების მომწოდებლებს** უწოდებენ.

განთავსების სექტორი

ტურისტული ინდუსტრიის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ბლოკია ტურისტების განთავსების საშუალებები. მათ განეკუთვნება: სასტუმროები, სასტუმრო სახლები (Guesthouse), მოტელები, კემპინგები, ტურისტული ბაზები, პანსიონატები, ტურისტული საერთო საცხოვრებლები, როდტელები, ბოტელები, ფლოტელები და სხვ.

სტანდარტების საერთაშორისო კლასიფიკაციის თანახმად, განთავსების ყველა საშუალება ორ კატეგორიად იყოფა – **კოლექტიურ: სასტუმროები, გესთჰაუზები, პანსიონატები** და **ინდივიდუალურ: ბინები, ვილები, ოთახები, რომლებსაც კერძო პირები აქირავებენ.**

სასტუმროები ტურისტების განთავსების მთავარი, კლასიკური სახეა. მათი ერთ-ერთი ძირითადი ნიშანია ნომრების რაოდენობის დასაშვები მინიმუმი. საფრანგეთში სასტუმროს უნდა ჰქონდეს 5 და მეტი ნომერი, იტალიაში – 7 და მეტი, გერმანიაში – 10 და მეტი. სასტუმროები სთავაზობენ მომსახურების

აუცილებელ ნაკრებს: ლოგინების ყოველდღიურ გასწორებას, ნომრების და სანკვანძების დალაგებას, აგრეთვე დამატებითი და თანმდევი მომსახურების ფართო ჩამონათვალს: კონდიციონერებს, ხმის იზოლაციას, “ბები-სითინგს”, სერვისს ნომერში, ფიტნეს-ცენტრს, საპარიკმახეროს, ბაღს, მასაჟს, სუვენირების მაღაზიას, საცურაო აუზს, რესტორანს, ბარს, სამრეცხაოს, კაზინოს, პლაჟს, პარკინგს, ავტომანქანების და ველოსიპედების გაქირავებას, მინიმარკეტს, ტურისტულ ბიუროს და სხვ.

დღევანდელი მდგომარეობით მსოფლიოში 39 მლნ სასტუმრო ადგილია, 360 ათასზე მეტი კომფორტული სასტუმრო. ამასთან, ბოლო 20 წლის მანძილზე მსოფლიოს სასტუმრო მეურნეობაში ნომრების რაოდენობა ყოველწლიურად 3-4% იზრდება.

სასტუმრო ნომრების ყველაზე დიდი ფონდი აქვს ევროპის რეგიონს (მსოფლიოს სასტუმროების ფონდის დაახლოებით 45% – 10 მლნ ადგილზე მეტი), პირველ ყოვლისა, იტალიას – 2 მლნ ადგილზე მეტი, გერმანიას, საფრანგეთს, ესპანეთსა და ბრიტანეთს (თითოეულს 1 მლნ სასტუმრო ადგილზე მეტი). თუმცა, სასტუმრო ფონდის ზრდის ტემპებით (წელიწადში 2-2,5%) ევროპა ჩამორჩება სხვა რეგიონებს.

მეორე ადგილზეა ამერიკის კონტინენტი (37% – 9 მლნ ადგილზე მეტი). აქ გამოირჩევა აშშ (თითქმის 3,5 მლნ ნომერი), მექსიკა და კარიბის ზღვის რეგიონი.

სამხრეთ-აღმოსავლეთი აზიისა და წყნარი ოკეანის რეგიონი ფლობს 3 მლნ ნომერზე მეტს (მსოფლიო ფონდის 11%). ამ რეგიონის სასტუმრო ინდუსტრიის ზრდის ტემპები 3-ჯერ აღემატება საშუალომსოფლიოსას.

დღეს, სასტუმროების თანამედროვე ქსელს ნებისმიერი გემოვნების დაკმაყოფილება შეუძლია.

მსოფლიოს ყველაზე დიდი სასტუმროა **MGM Grand**-ი ლას-ვეგასში (აშშ), რომელიც ოთხი ოცდაათსართულიანი კოშკისგან შედგება (სულ 5005 ნომერი) და 45,3 ჰა ფართობს იკავებს.

მსოფლიოს ყველაზე მაღალმთიანი სასტუმროა “**ხედი ევერესტზე**”, რომელიც ნეპალში, პატარა სოფელ ნაჩმესთან მდებარეობს. კარგ ამინდში მისი ფანჯრებიდან ევერესტის დიდებული ხედი იხსნება.

მსოფლიოში ყველაზე ძვირი ნომრებია სასტუმრო **Royal Towers** (ქ. ატლანტისი, ბაჰამის კუნძულები). ესაა ათოთახიანი აპარტამენტები, რომელიც დღევამეში 25 ათასი დოლარი ღირს.

მსოფლიოში ყველაზე დიდი ნომერი სასტუმრო “ექსელსიორშია” (Excelsior) ქ. რომში. მისი ფართობი 1100 კმ-ს აღწევს. ამ ნომერში ორი საძინებელია, ექვსი ოთახი სტუმრებისთვის, სამუშაო კაბინეტი, სალონი თაღოვანი ჭერით, სასადილო, სამი გადახურული ტერასა, ტრენაჟორების დარბაზი, საცურაო აუზი, საუნა, კინოდარბაზი, ღვინის მარანი.

ლას ვეგასში (აშშ) თავმოყრილია 16 თემატური სასტუმრო, მათ გარეგნულ სახესა და ინტერიერში აღდგენილია სხვადასხვა ადგილი და ეპოქა, “განძობა კუნძულით” დაწვებული და “შუასაუკუნების ვენეციით” დამთავრებული.

ერთ-ერთ ყველაზე ფეშენებელურად და ამასთან ერთად, უჩვეულოდ ითვლება სასტუმრო “Jumeirah Beach Hotel” (დუბაი, არაბთა გაერთიანებული საამიროები), რომელიც ღია ზღვაშია შექმნილი. განსაკუთრებულ გაოცებას იწვევს მისი მთავარი კორპუსი – “არაბული კოშკი” ანუ ”იალქანი”, როგორც მას სხვანაირად უწოდებენ. იგი 56 სართულიანია, შედგება 202 ნომრისგან, რომლებიც მთელი მდიდრულობითაა მოწყობილი. სასტუმროს მთავარი შესასვლელი 200 მ სიმაღლეზე მდებარეობს, ხოლო ჰოლისა და რესტორნების ნაწილი – წყალქვეშაა აგებული.

სასტუმროს ამორჩევა საკმაოდ რთული საქმეა, განსაკუთრებით – მოგზაურთა დიდი ჯგუფისთვის, მაგრამ ავსტრალიურ სასტუმრო Panhas-ს ნებისმიერი გემოვნების დაკმაყოფილება შეუძლია. აქ ნომრები ხეების წვერზეა მოთავსებული. ამას რამდენიმე მიზეზი აქვს. ჯერ-ერთი, ამ ადგილებში წყალდიდობის დროს წყლის დონე 20-25 მ აღწევს. მეორე, აქ ბევრი სახიფათო ცხოველია. განსაკუთრებული ინტერესით სარგებლობს საიმპერატორო ნომერი (ყველაზე დიდი და მდიდრული) და ნომერი “ტარზანის სახლი” (35 მ სიმაღლეზე). დამსვენებლებს სთავაზობენ სამსახურის სტანდარტულ ნაკრებს: ნომრები აბაზანებითა და კონდიციონერებით, გიდეები, რომლებიც რამოდენიმე ენაზე მეტყველებენ, ორი აუზი, რომლებიც მიწიდან 4 მ-ითაა აწეული.

ნიდერლანდების დედაქალაქში მდებარეობს მსოფლიოში ყველაზე დიდი მცურავი სასტუმრო. ეს კომფორტაბელური ხუთსართულიანი “ხომალდი” ამსტერდამის ერთი ნავმისადგომიდან მეორისკენ დასრიალებს და საზღვაო მოგზაურობის სრულ ილუზიას ქმნის.

ბაჰრეინში არსებობს წყალქვეშა სასტუმრო, რომელიც სპარსეთის ყურის ფსკერზე მდებარეობს. იგი შედგება ექვსი კორპუსისგან, რომლებიც ორიგინალური გადასასვლელით არის ერთმანეთთან დაკავშირებული. შიგნით მოხვედრა

შესაძლებელია მხოლოდ სპეციალური გამჭვირვალე ლიფტების მეშვეობით, რომლებსაც ეგზოტიკის მოყვარულები ზღვის სიღრმეში ჩაჰყავს.

ტრინიდადისა და ტობაგოს დედაქალაქ პორტ-ოფ-სპეინში კი ააგეს პატარა სასტუმრო მძაფრი შეგრძნებების მოყვარულთათვის. იგი კლდეზე, ფლატეს თავზე ჰკიდია და იქ მოხვედრა მხოლოდ სახურავიდან შეიძლება.

სასტუმროების კლასიფიკაციისათვის სხვადასხვა ქვეყანაში განსხვავებული სისტემა გამოიყენება. დღეისთვის ოცდაათზე მეტი ასეთი სისტემა არსებობს. საერთო კლასიფიკაციის შემოღებას ხელს უშლის მთელი რიგი ფაქტორებისა, რომლებიც დაკავშირებული არიან ქვეყნების ისტორიულ-კულტურულ განვითარებასთან, ეროვნულ თავისებურებებთან, მომსახურების ხარისხის შეფასების განსხვავებულ კრიტერიუმებთან და სხვ.

სასტუმრო მეურნეობის თეორიასა და პრაქტიკაში საკმაოდ გავრცელებულია სასტუმროების დაჯგუფება ყოფითი პირობებისა და მომსახურების ნაკრების მიხედვით. კლასიფიკაციის მიზანია მომსახურების მიღებულ სტანდარტებთან სასტუმროების შეაბამისობის დადგენა. ატესტაციის შედეგების მიხედვით, თითოეულ სასტუმროს შესაბამისი თანრიგი მიეკუთვნება. იგი დამოკიდებულია შენობის რაოდენობრივ და ხარისხობრივ მახასიათებლებზე, ნომრების ფონდზე, ინფრასტრუქტურაზე, სასტუმროს უსაფრთხოების (სიცოცხლის უზრუნველყოფის) სისტემაზე, აგრეთვე კომფორტის დონეზე, ძირითადი, დამატებითი და თანამდევი მომსახურების ასორტიმენტზე, პერსონალის კვალიფიკაციაზე, სერვისის კულტურაზე და ა.შ.

თანრიგი აისახება პრესტიჟზე, კლიენტურის შემადგენლობასა და სასტუმროს ფასებზე. მოგზაურს და ტუროპერატორულ კომპანიას იგი საშუალებას აძლევს თავისუფლად გაერკვნენ ტურისტული მომსახურების ბაზარზე, – თანრიგი წარმოადგენს გვიქმნის სასტუმროების მომსახურების ხარისხსა და იქ არსებულ ფასებზე, რაც შესაფერისი სასტუმროს შერჩევის საშუალებას გვაძლევს.

ევროპის უმეტეს ქვეყანაში სასტუმროების კლასიფიკაცია საყოფაცხოვრებო პირობებისა და მომსახურების ნაკრების მიხედვით, სახელმწიფო სტრუქტურების კომპეტენციაში შედის (ცენტრალური ორგანოებისა, მაგალითად, როგორც საფრანგეთშია, ან – ადგილობრივის, მაგალითად, როგორც ესპანეთშია) და სპეციალური საკანონმდებლო აქტების საგანს წარმოადგენს. სხვაგან, მაგალითად, შვეიცარიაში მას (სასტუმროების კლასიფიკაციას) ოფიციალური ხასიათი არა

აქვს და სასტუმრო ბიზნესის წარმომადგენლების ინიციატივით ან სასტუმროების მფლობელების ერთმანეთთან შეთანხმებით არის შემოღებული.

კატეგორიისგან დამოუკიდებლად, ყველა სასტუმრო უნდა პასუხობდეს შემდეგ საწყის მოთხოვნებს.

1. უნდა ჰქონდეს: ხელსაყრელი მისასვლელი გზა, რომელსაც ექნება აუცილებელი საგზაო ნიშნები, კეთილმოწყობილი და განათებული ტერიტორია, მაგარსაფარიანი მოედნები ავტომანქანების (მათ შორის ავტობუსების) მოკლევადიანი დგომისა და მანევრირებისათვის, აბრა სახელწოდებისა და კატეგორიის აღნიშვნით, თუ რესტორანს ცალკე შესასვლელი აქვს – აბრა სახელწოდებით მასაც უნდა ჰქონდეს. სასტუმროს, რომელიც შენობის ნაწილს იკავებს უნდა ჰქონდეს ცალკე შესასვლელი;

2. არქიტექტურულ-გეგმარებითი და საამშენებლო ელემენტები და გამოყენებული ტექნიკური აღჭურვილობა უნდა შეესაბამებოდეს საამშენებლო ნორმებსა და წესებს;

3. უზრუნველყოფილი უნდა იყოს სიცოცხლის უსაფრთხოება, ტურისტების ჯანმრთელობა და მათი ქონების დაცულობა. შენობას უნდა ჰქონდეს საავარიო გასასვლელები, კიბეები, კარგად შესამჩნევი საინფორმაციო მაჩვენებლები, რომლებიც თავისუფალი ორიენტირების საშუალებას იძლევა როგორც ჩვეულებრივ, ისე საგანგებო სიტუაციაში.

4. უნდა ჰქონდეს სახანძრო დაცვის და შეტყობინების სისტემა, ხანძრისგან თავდაცვის საშუალებები, რომლებიც საცხოვრებელი სახლებისა და სასტუმროების უსაფრთხოების წესებითაა გათვალისწინებული.

5. დაცული უნდა იყოს სანიტარულ-ჰიგიენური ნორმები და წესები, რომლებიც სანიტარულ-ეპიდემიოლოგიური ზედამხედველობის ორგანოების მიერაა დადგენილი, კერძოდ, ის ნაწილი, რომელიც ეხება შენობების სისუფთავეს, სანტექნიკურ მოწყობილობათა მდგომარეობას, ნარჩენების მოშორებასა და მწერებისა და მღრღნელებისაგან ეფექტურ დაცვას;

6. აღჭურვილი უნდა იყოს საინჟინრო სისტემებითა და მოწყობილობით, რომლებიც უზრუნველყოფენ:

- ცხელ და ცივ წყალმომარაგებას დღეღამის განმავლობაში. რაიონებში, სადაც წყალმომარაგებას შეფერხებები ახასიათებს, აუცილებელია წყლის რეზერვუარების არსებობა წყლის არანაკლებ ერთდღიანი მარაგით;
- კანალიზაციას;

- გათბობას, რომელიც საცხოვრებელ და საზოგადოებრივ სათავსებში ჰაერის ტემპერატურას ინარჩუნებს არა ნაკლებ 18,5°C;
- ვენტილაციას (ბუნებრივს და იძულებითს), რომელიც ჰაერის ნორმალურ ცირკულაციას უზრუნველყოფს, აღკვეთს ნომრებსა და საზოგადოებრივ სათავსებში უცხო სურნელის შეღწევას;
- რადიოს და ტელევიზიას (შეყვანილი უნდა იყოს ყველა ნომერში);
- სატელეფონო კავშირს;
- ნომრების განათებას: ბუნებრივს (არა ნაკლებ ერთი ფანჯრისა) და ხელოვნურს, რომელიც უზრუნველყოფს განათებას, – ვარვარების ნათურების შემთხვევაში – 100 ლუქსის რაოდენობით, ხოლო ლიუმინესცენციური ნათურების შემთხვევაში – 200 ლ; დერეფნებში დღეღამური ბუნებრივ ან ხელოვნურ განათებას.

სასტუმროების კლასიფიკაციათა შორის ყველაზე გავრცელებულია **ევროპული** ანუ **ვარსკვლავების სისტემა**, რომელიც გამოიყენება საფრანგეთში, ავსტრიაში, უნგრეთში, ეგვიპტეში, ჩინეთში, საქართველოში, რუსეთსა და მთელ რიგ ქვეყანებში, რომლებიც საერთაშორისო გაცვლაში მონაწილეობენ. ამ კლასიფიკაციის შესაბამისად, სასტუმროები კომფორტულობის შესაბამისად ჯგუფდებიან კატეგორიებად, რომლებიც პირობითად ვარსკვლავებითაა აღნიშნული.

მთლიანობაში, ორი უმაღლესი კატეგორიის სასტუმროები თავიანთ მაღალ კატეგორიულობას ამართლებენ ფართო ნომრებისა და შეთავაზებული მომსახურების დიდი ჩამონათვალის წყალობით. ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროები ოთხვარსკვლავიანებისგან განსხვავდებიან დამატებითი სისტემური ერთეულებით (საცურაო აუზი და სხვ.) და მომსახურების უფრო მაღალი დონით. მაგრამ ხანდახან სამვარსკვლავიანი სასტუმროები უკეთაა აღჭურვილი, ვიდრე ოთხვარსკვლავიანი (მაგ., აქვს აუზი).

ეგვიპტეში, ევროპულ სისტემასთან შედარებით, შეფასების კრიტერიუმები ერთი-ორი ვარსკვლავით მომატებულია.

ჩინეთში ევროპულ კლასიფიკაციასთან ერთად არსებობს საკუთარი სკალა, რომლის შესაბამისად სტუმრის მიღების ყველაზე პრიმიტიულ ბაზას განეკუთვნება

“სასტუმრო სახლი” (Zhaodaisu): ფუნდუკები ან ჰოსთელები¹, რომლებიც სტუდენტურ საერთო საცხოვრებლებს ჰგავს. უფრო კომფორტულად ითვლება “სახლები სტუმრებისათვის” (Binguan). ფაქტიურად, ეს ორ და სამ ვარსკვლავიანი დონის სასტუმროებია. განთავსების ყველაზე პრესტიჟულ საშუალებებს, რომლებიც სამ და ოთხ ვარსკვლავიანი კატეგორიის სასტუმროების მოთხოვნებს პასუხობს შეიძლება მიეკუთვნოს ტურისტული სასტუმროები, ხოლო ოთხ და ხუთ ვარსკვლავიან სასტუმროებს – “ღვინის სახლები” (Jindian). ამასთან, ჩინური სტანდარტები სულაც არ ჩამოუვარდება ევროპულს.

საბერძნეთი სასტუმროების კლასიფიკაციაში **ასოთა სისტემას** იყენებს.

ყველა ბერძნული სასტუმრო ოთხ კატეგორიად იყოფა: A, B, C, D. A კატეგორიის სასტუმროები შეესაბამება ოთხვარსკვლავიან დონეს, B – სამვარსკვლავიანს, C – ორვარსკვლავიანს. უმაღლესი კლასის სასტუმროებს ხშირად ენიჭება კატეგორია “De Luxe”. მაგრამ, მიუხედავად მოტანილი კლასიფიკაციისა, ერთსა და იმავე კატეგორიას მიკუთვნებული განთავსების საშუალებები საბერძნეთში ერთმანეთისგან მნიშვნელოვნად განსხვავდება.

ბრიტანეთის სასტუმროების კლასიფიკაცია საკმაოდ რთულია. ზოგიერთი კატალოგი სრულიად ტრადიციული ვარსკვლავების კატეგორიებს სთავაზობს, მაგრამ, როგორც წესი, გამოიყენება **გვირგვინების სისტემა** (შესაბამისად, სასტუმროთა ფასადზე გამოსახულია არა ვარსკვლავები, არამედ გვირგვინები). სასტუმროთა კატეგორიის გვირგვინების სისტემიდან ვარსკვლავურზე გადასაყვანად საჭიროა გვირგვინების საერთო რაოდენობას გამოაკლდეს ერთი. ასე, მაგალითად ლონდონის **Royal Norfolk Hotel**-ი შეიძლება წარმოდგენილ იქნას როგორც სამვარსკვლავიანი, ან როგორც ოთხგვირგვინიანი სასტუმრო.

გვირგვინების სისტემასთან ერთად, დიდ ბრიტანეთში გავრცელებულია ბრიტანეთის ტურსააგენტოების ასოციაციის – “British Travel Authority” (BTA) მიერ შემოთავაზებული კლასიფიკაცია, რომლის შესაბამისად გამოყოფენ:

- ბიუჯეტურ სასტუმროებს (*), რომლებიც განლაგებული არიან ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში და მინიმალურადაა კეთილმოწყობილი;

¹ **ჰოსთელი** (ინგ. Hostel) – ახალგაზრდული სასტუმრო ან დასასვენებელი ბაზა. სხვადასხვა ქვეყნის სტუდენტებისათვის ჰოსთელი უცხოეთში ცხოვრების ყველაზე პოპულარულ და იაფ საშუალებას წარმოადგენს.

- ტურისტული კლასის სასტუმროებს (**). ასეთი სასტუმროები აუცილებლად უნდა ფლობდეს რესტორანსა და ბარს;
- საშუალო კლასის სასტუმროებს (***), რომლებშიაც მომსახურების დონე საკმაოდ მაღალია;
- პირველი კლასის სასტუმროებს (****). ეს სასტუმროები უზრუნველყოფენ ცხოვრების ძალიან მაღალ ხარისხს და მომსახურების ჩინებულ დონეს;
- უმაღლესი კლასის სასტუმროებს (*****). უზრუნველყოფილია ექსტრაკლასის მომსახურება და ცხოვრება.

ინგლისური სასტუმროები უცხოურისგან მთელი რიგი თავისებურებით განსხვავდება. მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული, რომ ზოგიერთი ლონდონური სასტუმრო მთლიანად კერძო მფლობელობაშია, ზოგი – სააქციო საზოგადოებას, კომპანიას ან სხვა ამდაგვარ იურიდიულ პირს ეკუთვნის. სხვა თანაბარი გარემოებების შემთხვევაში უპირატესობა ეძლევა სასტუმროებს, რომლებიც ერთი პატრონის ხელშია მოქცეული.

მიუხედავად იმისა, რომ ბრიტანული სასტუმროების მნიშვნელოვანი ნაწილი ადგილობრივი მენეჯერების მიერ იმართება, ბევრი მათგანი სასტუმროების მსხვილ საერთაშორისო ჯაჭვშია გაერთიანებული. ამასთან, ინტერესი ბრიტანული საკუთრების მიმართ ამ ჯაჭვების წარმომადგენლების მხრიდან წლიდან წლამდე იზრდება.

იტალიაში, ისრაელში, ესპანეთსა და ზოგიერთ სხვა ქვეყანაში გამოიყენება **კატეგორიების სისტემა**.

იტალიური სასტუმროების კლასიფიკაცია საკმაოდ დახლართულია. მართალია, მოგზაურებს სასტუმროთა კარის თავზე ხშირად ნაცნობი ვარსკვლავები შეუძლიათ შეამჩნიონ, მაგრამ, ოფიციალურად, ვარსკვლავების სისტემა ქვეყანას არ მიუღია. იტალიაში მიღებული ნორმების თანახმად, სასტუმროები სამ კატეგორიად ჯგუფდება. პირველი კატეგორია უფრო შეესაბამება ოთხი ვარსკვლავის დონეს, მეორე – სამის, მესამე – ორის. გარდა ამისა, თვითოეული კატეგორიის ფარგლებში არსებობს საკუთარი თავისუფალი გრადაცია.¹

¹ გრადაცია – თანმიმდევრული სისტემით დაყოფა.

იტალიური სასტუმროების ყველაზე შესამჩნევ თავისებურებას შეგვიძლია მივაკუთვნოთ ის, რომ უმეტესობა მათგანი მცირე ზომებისაა (50-80 ადგილი). როგორც წესი, ასეთი პატარა სასტუმროები პრეტენზიას არ აცხადებენ მაღალ კატეგორიაზე და ძირითადად ორვარსკვლავიან დონეს შეესაბამებიან, თუმცა ალპიურ კურორტებზე შეიძლება შეგვხვდეთ მცირე ზომის სასტუმროები, რომელთა ადჭურვილობა და მომსახურების დონე ყველაზე მაღალ მოთხოვნებსაც კი პასუხობს.

მართალია, იტალიურ სასტუმროებს შეიძლება ესა თუ ის ნაკლი შენიშნოთ, მაგრამ, მათ გარკვეული უპირატესობებიც ახასიათებთ. მაგალითად, აქვთ კარგად ადჭურვილი საკონფერენციო დარბაზები.

ისრაელში ვარსკვლავური კლასიფიკაცია, რომელიც ჯერ კიდევ 10 წლის წინ მოქმედებდა, გაუქმებულია. მის მაგივრად იყენებენ სასტუმროების სამ-კატეგორიან დაჯგუფებას. მიუხედავად ამისა, ტურისტული ფირმები, კლიენტებისათვის რომ მოსახერხებელი იყოს, აგრძელებენ სასტუმროების შეფასებას ვარსკვლავური სკალის შესაბამისად.

ესპანეთში ასევე არსებობს განთავსების ადგილების გრადაცია კატეგორიების მიხედვით:

- სასტუმროები (Hoteles), დაყოფილი ხუთ კატეგორიად: ერთიდან ხუთ ვარსკვლავამდე;
- სასტუმროს ტიპის სახლები (Hoteles-apartamentes), ბუნგალოები და ა.შ. დაყოფილი ოთხ კატეგორიად: ერთიდან ოთხ ვარსკვლავამდე;
- ფუნდუკები (Hostales), დაყოფილი სამ კატეგორიად: ერთიდან სამ ვარსკვლავამდე;
- პანსიონები (Pansiones), დაყოფილი სამ კატეგორიად.

გარდა ამისა, ტურისტების მიმღები ბევრი ობიექტი (Paradores) ტურიზმის სახელმწიფო სამინისტროს დაქვემდებარებაშია. ძირითადად, იგი ყველაზე ლამაზი ბუნებრივი გარემოს მქონე რაიონებშია განლაგებული, სადაც ჩამოსულების მიღების სხვა საშუალება თითქმის არ არსებობს. ასეთ პრადორებს განეკუთვნება ძველი ციხე-სიმაგრეები, ციხე-დარბაზები, სასახლეები, რომლებიც “სასტუმრო-ლუქსებივითაა” მოწყობილი.

სასტუმროების კლასიფიკაციის მიმართ თავისი მიდგომა აქვს სასტუმროთა ქსელებსაც. ჩვეულებრივ, ამ კლასიფიკაციებში გამოყოფენ არა კატეგორიებს, არამედ მარკებს, რომლებიც კონკრეტული ქსელის ყველა სასტუმროზე ვრცელდება. მაგალითად, უმსხვილესი ევროპული ქსელი **Accor** (საფრანგეთი) სასტუმროთა რამდენიმე მარკას მოიცავს, რომლებიც სტუმრებს მომსახურებისა და ფასების სხვადასხვა ნაირგვარობას სთავაზობს. ასეთებია: “Sofitel”, “Novotel”, “Merkury” (რომელიც კომფორტის დონისა და ფასების მიხედვით, კიდევ სამ ჯგუფად იყოფა); “Relais/Inn” (სტანდარტული ნომრები, ხარისხიანი მომსახურება ზომიერ ფასად); “Hotell/Mercury” (შედარებით მაღალი დონის მომსახურება, ინდივიდუალური მიდგომა, კომფორტული განთავსება); “Grand/Hotell” (სასტუმროს საუკეთესო მდებარეობა, დახვეწილი კომფორტი და მომსახურების მაღალი დონე დღე-ღამის განმავლობაში); “Ibis”; “Etap”; “Formule 1”.

ამდგომარად, თითოეულ ქვეყანას სასტუმროების საკუთარი კლასიფიკაცია აქვს ისე, რომ სასტუმროები, რომლებიც ერთ კატეგორიას მიეკუთვნება, მაგრამ სხვადასხვა სახელმწიფოში მდებარეობს, გარკვეულწილად განსხვავდებიან ერთმანეთისგან. მაგრამ, მიუხედავად ამ განსხვავებისა ერთი კატეგორიის სასტუმროები სტუმრებს საყოფაცხოვრებო პირობებისა და მომსახურების ნაკრების დაახლოებით ერთნაირ დონეს სთავაზობენ. ასე, მაგალითად, მაღალი თანრიგის სასტუმროებს, კეთილმოწყობილი ნომრების გარდა, ჩვეულებრივ აქვთ ფართო ჰოლები, ბარები, რესტორნები, ვარიეტე, კლუბები, საუნა, საცურაო აუზები, კონფერენც-დარბაზები და სხვ. გარდა ამისა, სასტუმროების კლასიფიკაცია, რომელიც საწარმოთა მატერიალური ბაზისისა და მისი საექსპლუატაციო მდგომარეობის მიმართ მოთხოვნებზეა დამყარებული, ამდგომარადვე ითვალისწინებს სერვისის ხარისხსა და მომსახურების კულტურას. რაც უფრო უკეთაა ორგანიზებული სტუმრების მიღება, მით უფრო მაღალია განთავსების საშუალების კატეგორია.

კლასიფიკაციაში არსებული განსხვავებების გამო, ტურისტულ კატალოგებში ტურისტებისთვის მოსახერხებელი რომ იყოს პირობითი ნიშნების, – იყენებენ პიქტოგრამების სისტემას, რომლებიც სამსახურის ამა თუ იმ სახეს აღნიშნავენ და თან ორ-სამ ენაზე შედგენილი მოკლე განმარტება ერთვის. ჩვეულებრივ, დამატებით მოტანილია კიდევ სხვა, მაგალითად, ვარსკვლავების სისტემის, კლასიფიკაცია.

ბოლო 15-20 წლის განმავლობაში სასტუმროების კიდევ ერთი, – *ეკონომიკური კლასის*, კატეგორია განვითარდა. ამ შედარებით იაფმა, მაგრამ კომფორტულმა სასტუმროებმა კარგად გამოავლინეს თავი დასავლეთის ბევრი ქვეყნის ტურისტულ ბაზარზე, პირველ ყოვლისა ამერიკის შეერთებულ შტატებში, დიდ ბრიტანეთსა და საფრანგეთში. ისინი სთავაზობენ მომსახურების მაღალ სტანდარტს, უზრუნველყოფენ რა კომფორტულ განთავსებას თანამედროვე, ფუნქციურად გააზრებულ ნომრებში, ზომიერ ფასებად. განთავსების დაბალი ღირებულება ასეთ სასტუმროებში მიიღწევა მოკრძალებული დიზაინის, სამსახურების შეზღუდული ჩამონათვალითა და ნაკლებად ხელსაყრელი მდებარეობის (ცენტრიდან მოშორებით) წყალობით.

ტურისტულ ბიზნესში ბოლო პერიოდის სიახლედ Resort¹ კლასის სასტუმროების ქსელის განვითარება იქცა. ამ კლასის სასტუმროები, როგორც წესი, სანაპიროს თვალწარმტაც ადგილებში არიან განლაგებული, გარშემორტყმულნი არიან ტროპიკული ბაღებისა და პარკების მწვანე სარტყლით, აქ შექმნილია ტურისტების დასვენებისა და გართობის პროგრამები, ასე რომ, რესორტები დასვენების საუცხოო ოაზისს წარმოადგენს, რაც ასე იზიდავს სხვადასხვა ქვეყნის ტურისტებს. ამ კატეგორიის სასტუმროებს კომერციული წარმატება “ოლ-ინკლუზივის”² სისტემამ მოუტანა.

მსოფლიოს ტურიზმის ინდუსტრიაში სასტუმროებს განასხვავებენ აგრეთვე, სასტუმროს მეპატრონესა და მენეჯმენტის რგოლს შორის ურთიერთობის ხასიათის მიხედვით.

დამოუკიდებელი სასტუმროებს მეპატრონეები განკარგავენ და დამოუკიდებლად, ან დაქირავებული სპეციალისტების, ან სპეციალიზებული მენეჯერული კომპანიების მეშვეობით მართავენ. დამოუკიდებელი კომპანიები უფრო თავისუფლები არიან ხარისხის კონტროლის, საკუთრების განკარგვისა და სასტუმროს მართვის საქმეში. ჩვეულებრივ, ისინი ფინანსურად საკმაოდ მყარად დგანან, რაც მათ დამოუკიდებლობის საშუალებას აძლევთ. დამოუკიდებელი სასტუმროები ძირითადად მცირე ქალაქებსა და საკურორტო დასახლებებშია განლაგებული, სადაც ნაკლებია კონკურენცია სასტუმრო ქსელების (ჯაჭვების)

¹ Resort (ინგ) – კურორტი.

² All-inclusive (ინგ) – “მოიცავს ყველაფერს”. სასტუმროების კომპლექსური მომსახურების სისტემა, რომლის დროსაც კლიენტის მიერ გადახდილ თანხაში ყველა ძირითადი სახის მომსახურება შედის.

მხრიდან. მათი წლიური ბრუნვა, როგორც წესი, არ აღემატება 5 მლნ დოლარს, ხოლო ტევადობა – 300 ადგილს. კონკურენტუნარიანობის გაზრდისათვის დამოუკიდებელი სასტუმროები ქმნიან კონსორციუმებს, რომლებიც ერთობლივად ატარებენ მარკეტინგულ კამპანიას, არჩევენ კადრებს და უძღვებიან მათ პროფესიულ მომზადებას. გარდა ამისა, საქმიანობის ასეთი ფორმის წყალობით დანახარჯები ერთობლივი ცენტრალიზებული შესყიდვების დროს გაცილებით ნაკლებია. დღეს, ასეთ უმსხვილეს კონსორციუმს წარმოადგენს Juptel International (დიდი ბრიტანეთი), რომელიც მსოფლიოს 137 ქვეყნის 6,5 ათას სასტუმროს აერთიანებს.

მსოფლიოს სასტუმრო საწარმოების უმეტესობა რომელიმე **სასტუმრო ქსელში** შედის. ქსელში იგულისხმება სასტუმროთა ჯგუფი, რომელიც კოლექტიურ ბიზნესს ახორციელებს და ქსელის ხელმძღვანელობის უშუალო კონტროლის ქვეშაა მოქცეული.

სასტუმრო ქსელები მსოფლიო ბაზარზე მომსახურების მაღალი სტანდარტების გატანისა და დაწინაურების საშუალებას იძლევა, აგრეთვე, ტურისტების სასტუმრო მომსახურების მიღწეული დონის შენარჩუნებას უზრუნველყოფს. მოგზაური, რომელიც უცხო ქვეყანაში მისი ნაცნობი კორპორაციის სასტუმროს შეხვდება, თავს თითქმის შინაურად, ჩვეულ კომფორტულ გარემოში გრძნობს.

მსოფლიოში დაახლოებით 300 სასტუმრო ქსელი ჩამოყალიბდა. მათ წილად სასტუმრო ნომრების ფონდის 90% და მსოფლიოს სასტუმროების შემოსავლის 98% მოდის.

ყველაზე ცნობილი ის ქსელებია, რომლებიც ბევრ სახელმწიფოს მოიცავს. მაგალითად, **Bass Hotels** სასტუმროები 98 ქვეყანაში აქვს, **Best Western**-ს 84-ში, **Accor**-ს – 81-ში, **Starwood Hotels** – 80-ში.

საერთაშორისო სასტუმრო ქსელების უმეტესობა აშშ-ს აქვს. ესაა “ლუქსის” კლასის ქსელები, მაგალითად, **Bass Totels, Hilton, West Inn**, და ასევე – საშუალო კლასის სასტუმროთა ქსელები – **Holiday Inn, Marriott, Sheraton, Ramada**.

პოპულარობით სარგებლობს ისეთი ქსელები, როგორცაა **Accor** და **Club Meditrans** (საფრანგეთი), **Transtours Forte** (დიდი ბრიტანეთი), **Sol Melia** (ესპანეთი).

ქსელში შესვლის პირობების მიხედვით, სასტუმროები შემდეგი ნიშნებით შეგვიძლია დავაჯგუფოთ:

ა) სასტუმროები, რომლებიც ქსელის სრულუფლებიანი წევრებად ითვლებიან და გაერთიანებულნი არიან მფლობელის საერთო საკუთრების საფუძველზე. ქსელის ხელმძღვანელობა სრულ პასუხისმგებლობას იღებს ბიზნესის შედეგებზე და სრული უფლება აქვს მოგების მიღებისა;

ბ) სასტუმროები, რომლებიც ქსელის ასოცირებული წევრები არიან და ბიზნესში მონაწილეობას იღებენ ფრანჩაიზინგის საფუძველზე. ეს ნაირსახეობა განსაკუთრებით აშშ-შია გავრცელებული, სადაც ფრანჩაიზინგული ურთიერთობები ამა თუ იმ სახით სასტუმრო ბიზნესის ბაზრის 90%-ს მოიცავს. უმსხვილესი ფრანჩაიზინგული სასტუმრო ქსელებია: **Holiday Inn, Marriott, Choice International**. ევროპაში კი ფრანჩაიზინგული სტრატეგია არ არის წამყვანი და ბევრი სასტუმრო დამოუკიდებელ სტატუსს ინარჩუნებს;

გ) სასტუმროები, რომლებსაც სასტუმროთა პროფესიული მართვის კომპანიებთან (სპეციალიზებულ მენეჯერულ კომპანიებთან) დადებული კონტრაქტი აერთიანებს. ასეთი კომპანიები სასტუმროთა და პროფესიული მართვისათვის მფლობელისგან გასამრჯელოს იღებენ, მაგრამ, საწარმოს ქონებაზე არავითარ უფლებას არ ფლობენ, ჩვეულებრივ, შეზღუდულ ფინანსურ პასუხისმგებლობას კისრულობენ, შემოსავალს კი სასტუმროს მომგებიანობის შესაბამისად იღებენ.

ყველა კომპანია, რომელიც “ლუქსის” და, ასევე, საშუალო კლასის სასტუმროებს ფლობს, სასტუმროს მართვის შესახებ კონტრაქტებს დებს პროფესიული მართვის კომპანიებთან. მსოფლიოს უმსხვილესი კორპორაცია Holiday Inn მართავს 1600-ზე მეტ სასტუმრო საწარმოს აშშ-ში, კანადაში, ევროპის, აზიისა და სამხრეთ ამერიკის ქვეყნებში. კორპორაცია Hilton Hotels მართავს 270 სასტუმროს აშშ-ს 220 ქალაქში.

1980-იანი წლებიდან საქართველოში სასტუმროების მშენებლობაში, რეკონსტრუქციასა და მართვაში უცხოური კომპანიები მონაწილეობენ: Sheraton, Marriott, Intercontinental (აშშ), Marco Polo (ავსტრია) და სხვ.

კვება ტურისტული მომსახურების სისტემაში

კვების ორგანიზაცია ტურისტული მომსახურების ტექნოლოგიაში ერთ-ერთ ძირითად სამსახურს წარმოადგენს. აშშ-ში მეწარმეობის ამ სახის აქტივებს მეოთხე ადგილი უჭირავს და 200 მლრდ დოლარს შეადგენს. მასში უფრო მეტი ადამიანია

დასაქმებული, ვიდრე ეკონომიკის სხვა ნებისმიერ დარგში – დაახლოებით 8 მლნ მუშა და მოსამსახურე. ჟურნალ Newsweek-ის მონაცემებით, რესტორნების ქსელ **MacDonalds**-ის საწარმოებში უფრო მეტი ადამიანი მუშაობს, ვიდრე უმსხვილეს ფოლადსამსხმელო კომპანიის United States Steel-ის საწარმოებში, ხოლო ”მაკდონალდსის” სავაჭრო ნიშანი, – ოქროს თაღი, ხშირად ამერიკული ეკონომიკის სიმბოლოდაც კი აღიქმება.

კვების სამსახური მოიცავს კულინარული პროდუქციის დამზადებას, რეალიზაციას და მოხმარების პირობების შექმნას საწარმოს კლასის შესაბამისად. ჩვეულებრივი და აუცილებელი მოთხოვნების გარდა, კვება ტურიზმში გართობისა და ადგილობრივი კულტურის შეცნობის მნიშვნელოვან საშუალებად განიხილება. ეროვნული სამზარეულო ხალხის კულტურის მნიშვნელოვანი ელემენტია და მკაფიოდ გამოკვეთილ თავისებურებით ხასიათდება.

გარდა ამისა, კვების საწარმოები სხვა ამოცანებსაც ემსახურებიან, როგორცაა: კლიენტის თავისუფალი დროის ორგანიზაცია (მაგალითად, კონცერტების ჩატარება, რესტორნის ვარიეტეს მოწყობა), საინფორმაციო-საკონსულტაციო მომსახურება (შეფ-მზარეულის კონსულტაცია ორიგინალური და რჩეული კერძების დამზადების დარგში), აგრეთვე ისეთი სამსახურის გაწევას, როგორცაა: კვების საწარმოში შექმნილი ნაწარმის შეფუთვა, მომხმარებლებისთვის სატელეფონო და ფაქსის კავშირის საშუალების მიცემა, პირადი ნივთების (ზედა ტანსაცმლის, ჩანთების, ძვირფასეულობის) გარანტირებული შენახვა, ტაქსის გამოძახება შეკვეთით, პირადი ავტომანქანების დაყენება ამ კვების ობიექტთან მოწყობილ სადგომზე და სხვ.

კვების საწარმოს ტიპი განისაზღვრება მომსახურების დამახასიათებელი თავისებურებებით, კულინარული პროდუქციის ასორტიმენტით და მომხმარებლებისთვის შეთავაზებული სამსახურის ნომენკლატურით. გამოყოფენ: რესტორნებს, კაფეებს, ბარებს, სასადილოებს, ბისტროს, პიცერიებს, სამწვადეებს, კულინარულ ჯიხურებს და სხვ.

ეს საწარმოები ტურისტულ ფირმებს შეიძლება საკუთრებაში ჰქონდეთ, ან იჯარით ამუშავედნენ. უმეტესი მათგანი, ტურისტულ-სასასტუმრო ბლოკის ნაწილს წარმოადგენს, უფრო იშვიათად კი დამოუკიდებლად მუშაობს.

გარდა ამისა, ტექნიკური აღჭურვილობის დონის, მომსახურების ხარისხისა და მოცულობის, განლაგების ადგილის, ფასების, შენობის არქიტექტურულ-მხატვრული

გაფორმების, კერძების ასორტიმენტის, ავტომატიზაციის ხარისხის და სხვა მაჩვენებლების მიხედვით, კვების საწარმოები კატეგორიებად იყოფა.

კვების საწარმოთა (ობიექტთა) კლასიფიკაციათა შორის ყველაზე მიღებულია მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მიერ რეკომენდებული კლასიფიკაცია, რომელიც სასტუმროებისა და რესტორნების ევროკავშირის ქვეყნების ეროვნულ ასოციაციათა კონფედერაციის მიერ შედგენილ “თეთრ წიგნშია” ჩამოყალიბებული. კატეგორია ვარსკვლავით აღინიშნება. უმაღლეს კატეგორიას შეესაბამება ხუთი ვარსკვლავი, უმაღლესს – ერთი. საწარმოები, რომლებიც ვერ გაივლიან სერტიფიკაციას, უნარჩუნდებათ ძველი კლასიფიკაციით მიღებული კატეგორია: უმაღლესი, პირველი ან მეორე.

ტურისტებს შორის ყველაზე მეტად პოპულარულია რესტორნები. ისინი ორ დიდ ჯგუფად იყოფა: კლასიკურ და სწრაფი მომსახურების რესტორნებად.

სახელგანთქმული კლასიკური რესტორანი ხელოვნების ნაწარმოებს უტოლდება. იგი უნიკალურია, ესთეტიკურ სიამოვნებას იწვევს და თანამესუფრესთან ხანგრძლივი ურთიერთობისათვის განაწყოებს ადამიანს. კლასიკური რესტორნები ძალზე ძვირია, – მათზე მოთხოვნა მაღალია მხოლოდ VIP-კლასით მოგზაურ ტურისტებს შორისა.

სასტუმროებთან არსებული მსოფლიოს საუკეთესო რესტორნების სიას ყოველწლიურად აქვეყნებს ცნობილი ჟურნალი *Hotels*. ბოლოს გამოქვეყნებულ სიაში, პირველ ადგილს იკავებს რესტორანი **Truffe** (ტორონტო, კანადა), რომელიც სასტუმროთა ქსელს **Four Seasons** ეკუთვნის, მეორე ადგილზეა – **Le Chanteclair** სასტუმრო **Negresco** (ნიცა, საფრანგეთი).

რესტორნების მეორე ჯგუფს შეადგენს სწრაფი მომსახურების რესტორნები. პირველად ისინი ამერიკის შეერთებულ შტატებში გამოჩნდნენ, მაგრამ შემდეგ რესტორნის ეს ტიპი მთელს მსოფლიოში გავრცელდა.

ბოლო ათწლეულში მსოფლიოში საზოგადოებრივი კვების სფეროს ძირითადი თავისებურება გახდა რესტორნების ქსელების წარმოშობა და განვითარება. ამაში, მოწინავე უდავოდ ამერიკის შეერთებული შტატებია. ამერიკული რესტორნების ქსელები თავისი ქვეყნის გარეთ აქტიურ ექპანსიონისტურ¹ პოლიტიკას ატარებენ.

¹ **ექსპანსია** (ლათ. *Expansio*, გაფართოება, გავრცელება) ეკონომიკაში ნიშნავს ეკონომიკური საქმიანობის გაფართოებას, ახალი ბაზრების დაპყრობას, გავლენის სფეროს გავრცელებას, ძირითადად დიდი, ტრანსნაციონალური კომპანიების მიერ.

მათი წარმატება ძირითადად დაკავშირებულია მთელ მსოფლიოში ამერიკელი ტურისტებისა და საზღვარგარეთ მცხოვრები ამერიკელების დიდ რაოდენობასთან, აგრეთვე, ბევრ უცხოელთან, რომლებიც სხვადასხვა დროს მუშაობდნენ და სწავლობდნენ აშშ-ში. სწრაფი კვების რესტორნები განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს ამ კატეგორიის ადამიანებს შორის. განსაკუთრებით სწრაფად ის სარესტორნო ქსელები იზრდება, რომლებიც ჰამბურგერებზე და პიცაზე არიან სპეციალიზებული.

რესტორანების ქსელების მთელი გაყიდვებიდან, 40%-ზე მეტს სენდვიჩი¹ შეადგენს. ამასთან, NRN Research-ის მიერ შედგენილი კლასიფიკაციის მიხედვით, სენდვიჩის კატეგორიაში შედის, “მაკდონალდსის” ჰამბურგერები, ფრანგული სენდვიჩები **Subway**-ს რესტორანთა ქსელში და **Taco Bell**-ის ტექს/მექსი (Tex Mex).

რესტორნების რაოდენობით ლიდერობს ქსელი **7-Eleven**, რომელშიც 13760 რესტორანი შედის, შემდეგ მოდის “მაკდონალდსი” 13093 რესტორნით.

ბოლო დროს მსოფლიოში სწრაფად ვითარდება მსხვილ სავაჭრო ცენტრებში განლაგებული რესტორნების კონცეფცია, მაგალითად, დიდ ბრიტანეთში 1000-ზე მეტი ასეთი რესტორანია. ამგვარი მომსახურების წყალობით იზრდება როგორც ცენტრის კლიენტების რაოდენობა, ისე ცენტრში მათი ყოფნის დროის ხანგრძლივობა, რაც კიდევ უფრო ზრდის გაყიდვების მოცულობას. სხვადასხვა შეფასებით ამ გზით სავაჭრო ცენტრის ნავაჭრი 10-30%-ით იზრდება.

ამ კონცეფციის ნაირსახეობას წარმოადგენს სავაჭრო ცენტრებში არსებული “შიდა ეზოების” კონცეფცია. ასეთ ეზოებში თავმოყრილია რამდენიმე კაფე და სწრაფი მომსახურების რესტორანი. მაგალითად, მოსკოვის სავაჭრო ცენტრ **Атриум**-ში ასეთ “ეზოში” შემომსვლელებს ერთდროულად რვა პატარა რესტორანი ემსახურება.

საერთაშორისო ტურისტულ პრაქტიკაში კვება, როგორც წესი, დაკავშირებულია განთავსებასთან. მისი ღირებულება, ბინადრობასთან ერთად შედის სასტუმროს ტარიფში. ტურისტს შეუძლია აირჩიოს ნომერი სამჯერად (სრული პანსიონი, ანუ “ამერიკული გეგმა”), ორჯერად (ნახევარპანსიონი, ანუ კონტინენტური გეგმა), ან ერთჯერად (საწოლი და საუზმე) კვებასთან კომპლექტში. ბევრი სასტუმრო “ევროპული გეგმით” მუშაობს. ეს გეგმა

¹ სენდვიჩი (ინგ. Sandwich) – ბუტერბროდის ნაირსახეობა. ეს სახელი ეწოდა ლორდი სენდვიჩის გამოს, რომელმაც იგი გამოიგონა.

წარმოადგენს სასტუმროს ტარიფს, რომელიც განისაზღვრება განთავსების ღირებულებით კვების გარეშე. ამ შემთხვევაში, ტურისტები თვითონ ირჩევენ კვების ობიექტს, სამზარეულოსა და კერძებს.

ტუროპერატორები ხშირად ცდილობენ ტურპაკეტის ფასის შემცირებას კვებაზე გასაწევი ხარჯების შემცირების გზით. ჩვეულებრივ, განსაკუთრებით საქეკურსიო ტურების შემთხვევაში, ტურისტებს სთავაზობენ “საწოლსა და საუზმეს”. ასეთი ვარიანტის დროს ტურისტი არ არის “მიბმული” სასტუმროზე და ტურის ფასიც მცირდება. ტურისტებისთვის, რომლებსაც მხოლოდ დასვენება, პლაჟზე წამოწოლა და მზეზე გარუჯვა სწადიათ, უფრო ხელსაყრელია ნახევარპანსიონის ან, უფრო იშვიათად, სრული პანსიონის ვარიანტი.

განსხავებულია მომსახურების ფორმებიც. სისტემა **“À la carte”** კლიენტს რესტორნის მენიუდან კერძის თავისუფალი არჩევის საშუალებას აძლევს, **“Table dot”**, ესაა ყველა კლიენტისთვის საერთო მომსახურება კერძის არჩევანის გარეშე, ხოლო **“შეედური მაგიდა”** – საერთო მაგიდაზე გამოფენილი კერძების თავისუფალი არჩევის საშუალება და თვითმომსახურება.

კვების ბევრი საწარმო არა მარტო გემრიელ საკვებს სთავაზობს კლიენტებს, არამედ გართობისა და დაუვიწყარი შთაბეჭდილების მიღების საშუალებასაც უქმნის.

ზოგი მოგზაური სპეციალურ გასტრონომიულ და სასმელების ტურში მიემგზავრება, რათა სხვადასხვა ქვეყნის ეროვნულ სამზარეულოს გაეცნოს. ასეთი მოგზაურობის დროს ტურისტები ადგილობრივ ტრადიციებსა და ჩვეულებებს ეზიარებიან, ხშირად თვითონ მონაწილეობენ ფოკლორულ ზეიმებში. გერმანიასა და ჩეხეთში მოგზაურობა, მაგალითად, იშვიათად თუ ჩაივლის ლუდის დაწესებულების მონახულების გარეშე, სადაც თქვენ არა მარტო გაგიმასპინძლებიან ლუდით, არამედ, სუვენირსაც მოგართმევენ ლუდის კათხის სახით. ძნელია წარმოიდგინო ესპანეთი **“პასეოსა”** და **“ტაპეოს”**, ანუ ბარებში გასეირნებისა და მსუბუქი წახემსების, გარეშე, რომლის დროსაც თქვენ აუცილებლად შემოგთავაზებენ ღვინოსა და ლუდს.

ტურისტებში დიდად პოპულარულია ეთნოგრაფიული რესტორნები და კაფეები. მათში ეროვნული ტრადიციები ვლინდება არა მარტო ინტერიერში, არამედ ოფიცინტების ტანსაცმელში, ორკესტრების რეპერტუარში და შემოთავაზებული კერძებისა და სასმელების ასორტიმენტშიც.

კვების საწარმოს ხელმძღვანელები ცდილობენ, კლიენტისათვის ბრძოლაში ახალ-ახალი სიხლეები შემოიღონ მომსახურების ფორმებში, კერძებში, ინტერიერში და სხვ. ბევრი ტუროპერატორული კომპანია რესტორნებისა და კაფეებისგან ხელსაყრელ წინადადებებს იღებს ტურისტების მომსახურების დარგში. მაგრამ, მიუხედავად ამისა, ტურისტული ფირმა მუდმივად უნდა აკონტროლებდეს მომსახურების ხარისხსა და დადგენილ ფასებთან მის შესაბამისობას, რადგან ამის გარეშე წარმატებული თანამშრომლობა არ შედგება.

სატრანსპორტო გადაზიდვები ტურიზმში

სატრანსპორტო გადაზიდვები კიდევ ერთი მნიშველოვანი სამსახურია ტურიზმში. მათზე მოდის ტურის ფასის ძირითადი ნაწილი, რომელიც მოგზაურობის ხანგრძლივობისა და სიშორის მიხედვით 20-დან 60%-მდე მერყეობს. მოგზაურობის დროს ტურისტს შეუძლია სხვადასხვა სახის ტრანსპორტი გამოიყენოს, მათ შორის:

- საჰაერო;
- საწყლოსნო;
- სახმელეთო.

საერთაშორისო ტურისტული გადაზიდვების 44% საჰაერო ტრანსპორტზე მოდის. ამჟამად მსოფლიოში 1300-ზე მეტი ავიაკომპანიაა, მათ ყოველწლიურად 1,5 მილიარდამდე ადამიანი გადაჰყავთ. საერთაშორისო საჰაერო კავშირს 470-ზე მეტი გადამყვანი ახორციელებს, ამათგან 250-მდე რეგულარულ რეისებს აწყობს. საერთაშორისო გადაზიდვების ქსელი მსოფლიოს 150 სახელმწიფოს მოიცავს. საერთაშორისო საჰაერო კავშირს მსოფლიოს 1 000-მდე აეროპორტი ემსახურება. მსოფლიოს უმსხვილეს ავიაკომპანიებად გადაზიდვების რაოდენობის მიხედვით, ითვლება: **Delta Airlines, Pan American, American** და **United** (აშშ), **O New Men** (იაპონია), **Air France** (საფრანგეთი), **Lufthansa** (გერმანია) და სხვ. კომპანიათა პოზიცია ტურისტულ ბაზარზე განისაზღვრება აგრეთვე, მომსახურების ხარისხით. ამ ნიშნით საუკეთესოდ ითვლება **Lufthanza, Singapore Airlines** (სინგაპური), **Swissair** (შვეიცარია).

პრაქტიკაში საჰაერო ტრანსპორტზე, ფასდაკლებებისა და ზოგიერთი სხვა მაჩვენებლის მიხედვით, მომსახურების კლასის დაახლოებით 20-მდე ნაირსახეობა

არსებობს – ჩარტერული რეისებით დაწყებული და ზებგერითი თვითმფრინავით გადაფრენებით დამთავრებული.

ფრენის ხანგრძლივობის მიხედვით იცვლება თვითმფრინავში შეთავაზებული კვების ფორმები: საუზმე, სადილი, ვახშამი, მსუბუქი კვება, მრავალჯერადი კვება, მაგრამ ყველა რეისზე აუცილებლად, სთავაზობენ სასმელის სხვადასხვა სახეობას.

ავიაგადაფრენის ფასი დამოკიდებულია ავიაკომპანიის სახეობაზე, ფრენის სიშორესა და მარშრუტზე, დესტინაციაზე (ქვეყანაზე, სადაც მივფრინავთ) და მასში ყოფნის ვადაზე, მომსახურების კლასზე, დაჯავშნის პირობებსა და ბილეთის დაბრუნების შესაძლებლობაზე, ასევე მგზავრების სოციალურ მდგომარეობასა და ასაკზე. მომსახურების კლასი განისაზღვრება რეგისტრაციის გავლის წესით, თვითმფრინავში კვების ტიპით და ტვირთის უფასო გატანის ნორმით.

მსოფლიოს ყველა ავიაკომპანიაში არის სამი ძირითადი კლასი: *პირველი, ბიზნეს-კლასი და ეკონომ-კლასი*. რაც უფრო მაღალია კლასი, მით უფრო ძვირია ბილეთი. მასობრივი ტურისტები ჩვეულებრივ ეკონომ-კლასით სარგებლობენ. პირველ ორ კლასს კი უფრო ავსებენ შეძლებული მგზავრები, რომელთათვის ფასზე მეტად კომფორტია მნიშვნელოვანი.

ავიაბილეთის კლასი ასევე დამოკიდებულია ტარიფზე. განასხვავებენ ნორმალურ და სპეციალურ ტარიფებს. საბაზო ტარიფი ითვალისწინებს წინ და უკან გადაფრენას. საბაზო ტარიფიდან იწყება სხვადასხვა ფასდაკლების ათვლა. თანამედროვე ავიაკომპანიებს რამდენიმე ტარიფი აქვთ. მაგალითად: *საექსპრესიო, PEX* (ბილეთის მოქმედების ვადა 2 ან 3 თვეა, გაფრენისა და მოფრენის თარიღი აღინიშნება დაჯავშნის მომენტში), *APEX* (სხვადასხვა მიმართულებაზე ბილეთს სხვადასხვა ვადა აქვთ), ახალგაზრდული, საპენსიო, ოჯახური და სხვ.

ბილეთის ცალკე კატეგორიაა *ოჯახური*. ეს ტარიფი სპეციალურად განკუთვნილია ორგანიზებული ტურისტული ჯგუფებისათვის და დიდი პოპულარობით სარგებლობს. ამ შემთხვევაში წესდება შეზღუდვა უცხო ქვეყანაში (დესტინაციაზე) ტურისტების ყოფნის ვადებისა და ჯგუფში ადამიანების რაოდენობის შესაბამისად.

არსებობს: ა) **რეგულარული რეისები**, რომლებიც სრულდება კონკრეტული მარშრუტით გარკვეულ დღეებში განრიგის მიხედვით მგზავრების რაოდენობისგან დამოუკიდებლად, და ბ) **ჩარტერული**, ანუ განრიგის გარეშე, **რეისები**. რეგულარულ

რეისზე ბილეთის აღება გაფრენამდე ერთი წლით ადრეც კი შეიძლება. ჩარტერული კი კონკრეტული ტურფირმის ან ტურფირმების მიერ არის ორგანიზებული ტურისტების კონკრეტული ჯგუფის გადასაცვანად. როგორც წესი, ჩარტერული ავიაგადაფრენების ბილეთები უფრო იაფია ვიდრე რეგულარული რეისებისა.

მსხვილი ტუროპერატორები ხშირად მჭიდროდ თანამშრომლობენ ავაკომპანიებთან, აქვთ საკუთარი ჩარტერული რეისები და უფრო წვრილი ტუროპერატორებისათვის საავიაციო ბროკერის (შუამავლის) ფუნქციას ასრულებენ. თუ ერთ ტუროპერატორს სხვებიც შეუერთდებიან, შეიქმნება ე.წ. პული¹. ეს ხელსაყრელია როგორც პულის ორგანიზატორისთვის, რომელიც ამ შემთხვევაში თვითმფრინავის სრული დატვირთვის გარანტიას იღებს, ასევე შემოერთებული კომპანიებისთვისაც, რადგან მომსახურების პაკეტზე ფასის შემცირების შედეგად უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვა ხდება შესაძლებელი.

მაგალითად, ზამთრობით ჩნდება მოთხოვნა ჩარტერებზე სამთოსათხილამურო კურორტების მიმართულებით. ავსტრიაზე მომუშავე ტუროპერატორებმა მოილაპარაკეს პულის შექმნაზე 2002/2003 წწ. სამთოსათხილამურო სეზონისთვის. ამ პულმა თავის თავზე აიღო მთელი სეზონის მანძილზე ზალცბურგში ორი ჩარტერული ჯაჭვის მოწყობა (Transaero, Boeing-737, KrasAir, Boeing-767). პულში ტუროპერატორულ კომპანია “Accent Travel”-თან ერთად შევიდნენ “Jet Travel”, “UTE Megapolis” და კიდევ რამდენიმე კომპანია. შედეგად, დანახარჯები ბილეთებზე შემცირდა, ხოლო მოგება – გაიზარდა.

ზოგჯერ, ავიაგადაამზიდავები ქმნიან საკუთარ ტუროპერატორულ კომპანიას, რომელიც სახსრებს ტურისტულ ბიზნესში აბანდებს და ბილეთების გასაღების დროს საკუთარი პირობების კარნახიც შეუძლია.

ავიაცია არ არის ტრანსპორტის ერთადერთი თანამედროვე სახეობა, რომელსაც ტუროპერატორული კომპანიები იყენებენ. სარკინიგზო, სანაოსნო და საავტობუსო კომპანიები აქტიურად იჭრებიან ტურისტულ ბიზნესში. სანაოსნო კომპანიები აწეობენ კრუიზებსა და ექსკურსიებს, რკინიგზა ახორციელებს ტურისტულ მგზავრობებს შეღავათიანი ტარიფებით, ხოლო საავტობუსო

¹ პული (ინგ. Pool) – კომპანიების დროებითი გაერთიანება რომელიმე სპეციალური ამოცანის გადასაწყვეტად, რომლის დროსაც მოგება შემოდის საერთო ფონდში და პულის მონაწილეებს წინასწარ მოლაპარაკებული ქვოტების მიხედვით ურიგდება.

კომპანიები დამოუკიდებლად აწეობენ ექსკურსიებსა და მოგზაურობებს. საავტომობილო კომპანიები ასევე, იჭრებიან ტურიზმის სფეროში, ისინი ტურისტებს ძირითადად ავტომანქანების გაქირავებას სთავაზობენ მასპინძელ ქვეყანაში (დესტინაციაში).

საავტომობილო ტრანსპორტით მსოფლიოში ტურისტების 42 % მოგზაურობს. საავტომობილო სამსახური, რომელიც ტურისტულ მომსახურებაში, შედის სამ ძირითად მიმართულებად იყოფა:

- ავტობუსებით მოგზაურობის ორგანიზება;
- ტურისტების პირადი მანქანით მოგზაურობის ორგანიზაცია;
- ავტომანქანების გაქირავება.

საავტობუსო ტურიზმი შედარებით ახალგაზრდა სახეობაა. მან განვითარება 1970-იან წლებში დაიწყო. 1986 წ. ევროპაში შეიქმნა ავტობუსებით გადამყვანთა გაერთიანება, რომელშიც 33 ევროპელი პარტნიორი შევიდა. ახლა იგი ერთ-ერთ მოწინავე საავტობუსო კომპანიად გადაიქცა, რომელიც 36 ევროპულ გადამყვანს აერთიანებს.

გადაზიდვის დანიშნულების მიხედვით, ავტობუსები რამდენიმე ჯგუფად შეიძლება დაიყოს:

- საქალაქო და საგარეუბნო, რომლებიც მგზავრებისა და ტურისტების ქალაქის ფარგლებში და საგარეუბნო ზონაში გადასაყვანადაა გამიზნული;
- სატრანსფერო – ტურისტების გადასაყვანად აეროპორტიდან სასტუმროებში და უკან;
- სპეციალური – განსაკუთრებული მიზნებისთვის;
- საექსკურსიო – ტურისტების გადასაყვანად ტურისტულ ობიექტებზე;
- შორი მარშრუტების ავტობუსები, სარეისო და ჩარტერული;
- კემპერებად¹ და ქარავნებად მოწყობილი ავტობუსები;
- ავტობუსები საფარისა და სათავგადასავლო ტურებისთვის.

¹ კემპერი (ინგ Camper) – სახლი-ავტომისაბმელი.

ტურისტების გადაზიდვაში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს **სარკინიგზო ტრანსპორტი**. ყველაზე მეტად იგი გამოიყენება ევროპის ტურისტულ ცენტრებს შორის მოგზაურობისას და, აგრეთვე, სასაზღვრო ტურისტული გადაზიდვებისათვის.

ამჟამად, ბევრი კომპანია, რომელიც რკინიგზის ხაზებს ფლობს, დიდ ძალისხმევას ანდომებს ტურისტული სამგზავრო ნაკადების გაზრდას: აგებენ მაღალსიჩქარიან მაგისტრალებს, სასტუმროს დონეზე აწყავთ მომსახურების კომფორტულობა, აწყობენ სპეციალურ თემატურ ტურისტულ მატარებლებს და ა.შ.

საწყლოსნო ტრანსპორტზე, ჯერჯერობით ტურისტული გადაზიდვების მცირე წილი მოდის. მაგრამ XXI ს. ტურიზმის ხუთ ყველაზე პერსპექტიულ მიმართულებათა რიცხვში ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციის ექსპერტებს საკრუიზო მოგზაურობებიც შეაქვთ. სპეციალისტების პროგნოზით 2010 წ. წყალზე იმოგზაურებს 14 მლნ ტურისტი. ყველაზე მეტად საწყლოსნო მოგზაურობები სარგებლობენ აშშ-ში, დიდ ბრიტანეთსა და გერმანიაში. საზღვაო კრუიზების ყველაზე პოპულარული რაიონებია კარიბის ზღვის აუზი, ხმელთაშუა ზღვა, აშშ-ს დასავლეთი სანაპირო, ჩრდილო ევროპა და აზია.

ამჟამად, მსოფლიო საკრუიზო ბაზარზე 170-მდე სამგზავრო გემი მუშაობს. მთელს მსოფლიოში მოქმედებს რამდენიმე ათეული სპეციალიზებული საკრუიზო კომპანია, რომლებიც 1-2-დან 15-20 გემს ამუშავენ. კრუიზებზე მომუშავე ოპერატორების უმეტესობა გაერთიანებულია პროფესიულ საერთაშორისო ასოციაციაში Cruise Line International Association (CLIA).

ტექნიკური აღჭურვილობის, გემების კომფორტულობის, გემბანზე სერვისის დონის მიხედვით საკრუიზო კომპანიები ოთხ კატეგორიად იყოფა: სტანდარტული, პირველი კლასის, პრესტიჟული და სუპერლუქსი.

ტურიზმის ინფრასტრუქტურა

ტურისტული ინფრასტრუქტურა ეწოდება იმ მატერიალურ ობიექტებსა და სისტემებს, რომლებიც უშუალოდ ტურისტულ საქმიანობას არ განეკუთვნებიან, მაგრამ მას აუცილებელი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზით უზრუნველყოფენ. ინფრასტრუქტურაში შედის: შენობა-ნაგებობები, საინჟინრო და საკომუნიკაციო ქსელები, საავტომობილო და სარკინიგზო გზები, სადგურები, ტერმინალები,

ჰაერში, მდინარეზე, ზღვაზე გადაადგილების მარეგულირებელი სისტემები (დისპეტჩერული სამსახურები და სხვ.), წყლის, გაზის და თბომომარაგების სისტემები, ელექტრო- და ტელესაკომუნიკაციო ქსელები, საწვავისა და კვების პროდუქტების მომწოდებელი და გამანაწილებელი სისტემები.

ინფრასტრუქტურის მდგომარეობა ტურიზმის ინდუსტრიის წარმატებული მუშაობის მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მაგალითად, როგორი მიმზიდველიც არ უნდა იყოს ტურისტული რესურსი, თუ ტურისტს უჭირს მასთან მისვლა, ის ვერ გახდება მასობრივი ტურიზმის ობიექტი. ხშირად მოაქვთ ასეთი მაგალითი, – სამხრეთ ამერიკაში, ვენესუელაში მდებარეობს მსოფლიოს ყველაზე მაღალი ჩანჩქერი *ანხელი* (საერთო სიმაღლე, სხვადასხვა მონაცემებით – 979-დან 1059 მ-მდე, წყლის პირდაპირი ვარდნის სიმაღლე – 807 მ). მიუხედავად მისი ნახვის უამრავი მსურველისა იგი ძალზე იშვიათად იღებს ტურისტებს. ამის მიზეზია პრობლემური სატრანსპორტო კომუნიკაცია, – ფაქტიურად არ არსებობს მასთან მისადგომი გზები. აქ არის თვითმფრინავების პატარა დასაჯდომი მოედანი, სადაც მხოლოდ მცირე საფრენ აპარატებს შეუძლია დაშვება. ამ უნიკალურ ბუნებრივ ობიექტთან მიდგომა, დიდი გაჭირვებით, მხოლოდ ნავით და ჩქარი მდინარის *კორონას* გადალახვით შეიძლება.

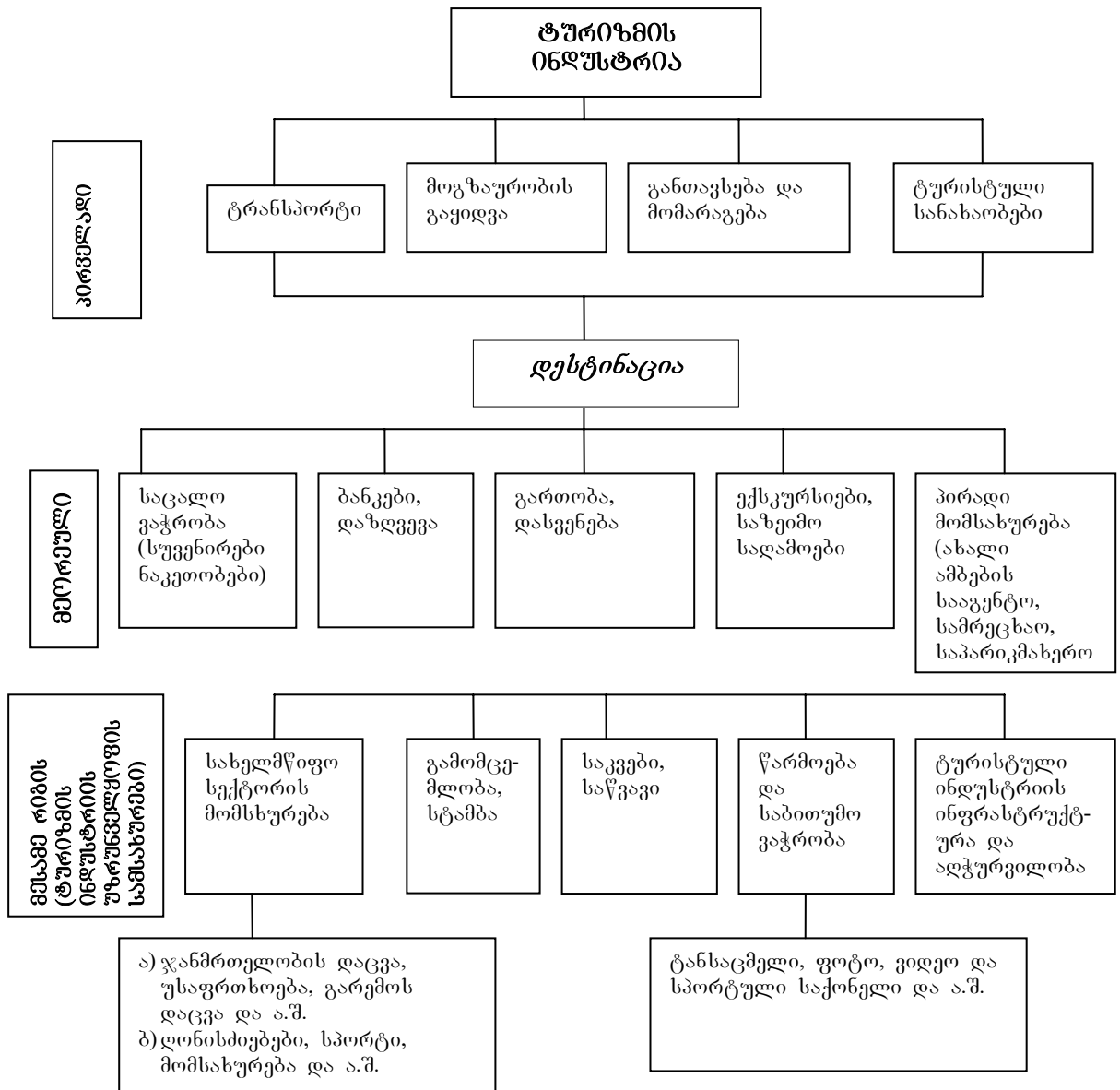
გარდა სატრანსპორტო საშუალებებისა, ტურისტების სრულყოფილ მომსახურებას ინფრასტრუქტურის მატერიალური ბაზისა და სხვადასხვა უამრავი სამსახურების ეფექტური მუშაობა სჭირდება. ამდენად, ტურისტული ინდუსტრიის ეს ნაწილი მთელი ამ დარგის სიცოცხლისუნარიანობას უზრუნველყოფს.

ტურისტული ინდუსტრიის მნიშვნელობა

არსებობს თუ არა ტურისტული ინდუსტრია? ეკონომისტ-მეცნიერთა ნაწილი ტურიზმს ინდუსტრიის ცალკე დარგად არც მიიჩნევს, რადგან იგი მოიცავს ძალიან ბევრ დამოუკიდებელი საქმიანობას, რომელთა უმეტესობა არსებითად არც არის დამოკიდებული ტურისტებსა და მათ მოგზაურობაზე.

მაგრამ, ტურიზმის შეფასებისას მთავარია ის, რომ ტურისტულ ინდუსტრიაში შემაჯავალი საქმიანობის სფეროები საბოლოო ჯამში, ტურისტის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას ემსახურებიან, ხოლო ტურისტის მიერ ქვეყანაში დატოვებული დანახარჯები მომსახურებითი საქმიანობის ფართო სპექტრზე ნაწილდება და სახელმწიფოსა და საზოგადოების მნიშვნელოვანი ნაწილის შემოსავლის წყაროს წარმოადგენს. ქვემოთ მოტანილ სქემაზე (ნახ. 3) ნახვენებია ტურიზმის

ინდუსტრიაში შემაგალი საქმიანობების ურთიერთდამოკიდებულება პირველი, მეორე და მესამე რიგის კომერციული საქმიანობების მიხედვით.



ნახ. 3. კომერციული საქმიანობის სახეები ტურიზმში

ტურისტის დანახარჯები მისი მარშრუტის შემადგენლობაში მყოფი დასასვენებელი და სავაჭრო ობიექტების სოციალურ და ეკონომიკურ სტრუქტურაზე ახდენს გავლენას. ტურისტების კვებისა და დაბინავების აუცილებლობა ახალი კომერციული საქმიანობის წამოწყების საჭიროებას ბადებს, ცალობით მოვაჭრენი საფოსტო ბარათებსა და სუვენირებს იმარაგებენ, საბოლოოდ კი საქმეში ერთვება ადგილობრივი ხელისუფლება, რომელიც ავტოსადგომების, გართობის სერვისისა

და სხვა ინფრასტრუქტურის შექმნას უზრუნველყოფს, რაც ხელს უწყობს ახალი გამოცდილების დაგროვებას და აუმჯობესებს მომსახურების ხარისხს.

წარმატებულ ტურისტულ რეგიონში ტურისტის დანახარჯი საზოგადოების უფრო ფართო სპექტრზე ნაწილდება, რაც რეგიონის ეკონომიკურ მაჩვენებელს ზრდის. ასეთი ადგილი უფრო მეტ მომუშავე პერსონალს იზიდავს, რაც, თავის მხრივ, მათთვის მეტ სახლს, მაღაზიასა და სერვისს მოითხოვს, მათი შეიღებისთვის კი – მეტ მასწავლებელს. შედეგად, მრავლდება მაღაზიებისა და ბენზინგასამართი სადგურების რიცხვი, იმატებს ტაქსებისა და საზოგადოებრივი ტრანსპორტის რაოდენობა. ასეთი ზრდა ხელს უწყობს ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებას, მომხმარებლებს ეძლევა არჩევანის უფრო დიდი საშუალება და საბოლოოდ, ტურისტული რეგიონის მიმზიდველობა ერთ-ორად იმატებს, უმჯობესდება ადგილობრივი მოსახლეობის მატერიალური ბაზა და ეკონომიკური მდგომარეობა.

უკუკავშირი ორმხრივი და თანაბარია – თუ ტურისტების რიცხვმა და დანახარჯმა იკლო, ტურისტული რეგიონიც ზარალდება, მაღაზიები იხურება, სატრანსპორტო მომსახურება იზღუდება, უმუშევრობის რიცხვი კი მატულობს. მაგალითად, უცხოელ ტურისტებს ლონდონის მონახულება რომ აუკრძალონ, სასტუმროებისა და თეატრების მენეჯერების ნახევარს მათი დახურვა მოუწევდა, რაც ქალაქს გააღატაკებდა და ტურისტებისთვისაც გაცილებით ნაკლებ მიმზიდველი გახდებოდა.

საერთაშორისო ტურისტული ბიზნესი ექსპორტის სახეობაა, თუმცა ექსპორტის ყველა დანარჩენი სახეობისაგან განსხვავებით, ტურიზმის პროდუქტი კი არ გადის საზღვარგარეთ, არამედ თავად უცხოელი მომხმარებელი ჩამოდის მის შესაძენად. მიუხედავად იმისა, რომ საერთაშორისო ტურიზმს “უხილავი შემოსავლის წყაროს” უწოდებენ, მისი ნებისმიერი მნიშვნელოვანი წარუმატებლობის კვალი ეკონომიკაზე მეტად თვალსაჩინოდ აისახება.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

- 1. რა განსხვავებაა ტუროპერატორებსა და ტურაგენტებს შორის?*
- 2. რას ითვალისწინებს ფრანჩაიზინგული ხელშეკრულება ტურიზმში?*
- 3. ჩამოთვალეთ ტურისტების განთავსების საშუალებები.*

4. რამდენი ვარსკვლავით აღინიშნება ყველაზე მაღალი დონის სასტუმროები კლასიფიკაციის ევროპულ სისტემაში?
5. რა ახასიათებს კლასიკურ რესტორანს?
6. რა კლასის ბილეთებს სთავაზობენ მგზავრებს მსოფლიოს ავიაკომპანიები?
7. რა განსხვავებაა რეგულარულ და ჩარტერულ რეისებს შორის?
8. რა არის პული?
9. რა შედის ინფრასტრუქტურაში?
10. საერთაშორისო ტურისტული ბიზნესი ექსპორტის სახეობაა, თუ იმპორტის? რატომ?

თავი VII. ტურიზმის მარკეტინგის საფუძვლები

მარკეტინგი, ტრადიციული გაგებით არის საქმიანობა წარმოებული პროდუქციის, მომსახურების ან იდეების უკეთ გასაღების მიზნით. მარკეტინგი მოიცავს შესწავლას (ბაზრის, მომხმარებლის), დაგეგმვასა და მარკეტინგული სტრატეგიის რეალიზაციას.

თანამედროვე პირობებში, რომელსაც მომხმარებლისა და გასაღების ბაზრებისათვის მწვავე კონკურენტული ბრძოლა ახასიათებს, ეფექტიანი მარკეტინგი ბიზნესის სტრატეგიის საკვანძო ნაწილს წარმოადგენს. ეს, განსაკუთრებით მართებულია ტურიზმისთვის, რადგან, ჯერ-ერთი, ეს დარგი მომსახურების სფეროს წარმომადგენელია, ამიტომ, მასში წარმატების მიღწევა და შენარჩუნება უშუალოდაა დამოკიდებული ადამიანების რთული რეკრეაციული მოთხოვნილებების, ინტერესების, განწყობილებების სწორ შეფასებასა და მართვაზე; გარდა ამისა, ტურიზმის ბაზარი ჭეშმარიტად პლანეტარულ მასშტაბებს მოიცავს, შესაბამისად მისი შესწავლა და მარკეტინგული სტრატეგიის წარმოება ასევე პლანეტარულ მასშტაბებს უნდა მოიცავდეს; დაბოლოს, ტურიზმში კონკურენცია უკვე დიდი ხანია ძალიან მძაფრია, – სწორი მარკეტინგის გარეშე აქ წარმატების მიღწევაზე ფიქრიც კი ზედმეტია.

საქართველოს ტურისტული ინდუსტრია მსოფლიო ბაზარზე ახალბედა მონაწილეა და ამიტომ, ჯერ კიდევ, ნაკლებადაა ადაპტირებული მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნებთან. მარკეტინგი, თავისი ფუნქციური თავისებურებების გამო, აახლოებს ბაზარსა და წარმოებას, ხელს უწყობს ადაპტაციის პროცესს. ამიტომ, მსოფლიო ბაზარზე ჩვენი მონაწილეობის გაფართოებისა და კონკურენტუნარიანი ტურისტული ინდუსტრიის შექმნისათვის, აუცილებელია აქტიური მარკეტინგული საქმიანობის წარმოება. მნიშვნელოვანია მარკეტინგის ყველა ეტაპი, – ბაზრის შესწავლა, საკუთარი შესაძლებლობების შეფასება, ტურიზმის განვითარების ხანგრძლივადიანი სტრატეგიის აგება, და ბოლოს, – ქართული ტურისტული ინდუსტრიის ტურიზმის მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად ორგანიზება.

ტურისტული ინდუსტრიის ეფექტიანი მარკეტინგით უზრუნველყოფის ამოცანა კერძო სექტორთან ერთად, სერიოზულ ზრუნვას მოითხოვს შესაბამისი სახელმწიფო ორგანოებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების მხრიდან.

თანამედროვე მარკეტინგი ძალიან განვითარებული და დახვეწილია. იგი მყისიერად პასუხობს ბაზრის მოთხოვნებს, ითვალისწინებს ტენდენციებს და პროგნოზს. ეს განსაკუთრებით ეხება ტურიზმს, როგორც მომსახურების სფეროს ყველაზე დინამიკურად განვითარებად დარგს; განსაკუთრებით იმ პირობებში, როცა თანამედროვე ტურისტულ ბაზარს სამომხმარებლო მოთხოვნის ინდივიდუალიზაციის, დივერსიფიკაციის ტენდენციები ახასიათებს, რაც ადეკვატურ მარკეტინგს მოითხოვს.

საერთოდ, შეიძლება ითქვას, რომ მარკეტინგში მნიშვნელოვნად გაიზარდა მომხმარებლის ფაქტორი. ტურიზმისა და სასტუმრო ინდუსტრიის მარკეტინგის ცნობილი სპეციალისტები ფ. კოტლერი, ჯ. ბუენი და ჯ. მეიკენზი თავის ცნობილ წიგნში¹ მარკეტინგის ბუნების კვლევას იწყებენ მტკიცებით, რომ მარკეტინგი ბიზნესის ერთ-ერთი ფუნქცია კი არ არის, რომელსაც შესაბამისი, – მარკეტინგის, განყოფილება ასრულებს, არამედ **კლიენტზე ფოკუსირებული ბიზნესის ფილოსოფიაა**. კლიენტზე ორიენტაცია უნდა განმსჭვალავდეს მთელს ორგანიზაციას. ამ ფილოსოფიის მთავარი იდეა კლიენტის საჭიროებათა დაკმაყოფილებაში მდგომარეობს. ეს უნდა იყოს ტურიზმში დასაქმებული კომპანიისა და მისი ყველა სამსახურის მთავარი ამოცანა. ამისათვის ავტორებს შემოაქვთ **მარკეტინგ-მიქსის (Marketing-mix)**, - მარკეტინგული ღონისძიებების კომპლექსის, ცნება. მარკეტინგ-მიქსი შედგება შემდეგი კომპონენტებისგან:

- კომპანიის მიერ ისეთი პირობების შექმნა, რომელიც ხელს შეუწყობს წარმოებულ პროდუქციასა და მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდასა და გასაღებას;
- სასაქონლო პოლიტიკა;
- საფასო პოლიტიკა;
- გასაღების არხების ჩამოყალიბების პოლიტიკა.

თუ მარკეტინგი სწორადაა წარმართული ანუ, თუ სწორად განვსაზღვრავთ კლიენტის მოთხოვნილებებსა და საჭიროებებს, თუ ვაწარმოებთ საჭირო საქონელს, თუ შესაბამის ფასს დავადებთ, თუ შევქმნით საქონლის გასაღების ხელსაყრელ პირობებს და ავაწყოთ მისი განაწილების ეფექტიან სისტემას, შედეგად, მიმზიდველ საქონელსა და კმაყოფილ კლიენტს მივიღებთ.

¹ **Kotler P., Bowen J., Makens J.** Marketing for Hospitality and Tourism. Prentice Haal Int., 2005.

როგორც ვნახეთ, მარკეტინგში სხვადასხვა ეკონომიკური ელემენტია გადაჯაჭვული, ესაა: *მოთხოვნილებები, სურვილები, მოთხოვნა, საქონელი, ღირებულება, ფასი, მომხმარებლის კმაყოფილება, გაცვლა, გარიგება, ურთიერთობა და ბაზარი*. მოდით, ჩამოვაყალიბოთ ამ ელემენტების განმსაზღვრელი ცნებები და განვმარტოთ ისინი.

მოთხოვნილებები მარკეტინგის საფუძველში ჩადებული ყველაზე მთავარი ცნებაა. როგორც წინა თავებში აღვნიშნეთ, ადამიანური მოთხოვნილებები, ეს არის ის, რაც სჭირდება ადამიანს, ანუ, რისი არქონაც მას გაცნობიერებული აქვს.

ადამიანური მოთხოვნილებები მრავალნაირი და რთულია. ეს არის საკვების, ტანსაცმლის, სითბოს და საცხოვრებელი ადგილის საჭიროება. გარდა ამისა, ესაა სოციალური საჭიროებები: დაცულობის, სიყვარულის, სიხარულის, გართობის მოთხოვნილება, ესაა აღიარებისა და პატივისცემის მოთხოვნილება; ესაა ცოდნისა და თვითგამოხატვისა პირადული საჭიროებები. როგორც ამბობენ, მართალია, ამ მოთხოვნილებებს მოდის ჟურნალები არ აყალიბებენ, მაგრამ, მათ საჭიროებას ადამიანი ისევე განიცდის, როგორც თანამედროვე ქალი – კოსმეტიკისას.

როდესაც მოთხოვნილება არ არის დაკმაყოფილებული, ადამიანის სულში სიცარიელე ისადგურებს და რაღაცით შევსებას მოითხოვს. ამ სიცარიელის შევსება ორი საშუალებით შეიძლება: მონახოს – ის, რაც გვჭირდება და შეიზღუდოს თვითონ მოთხოვნილება. განვითარებული ინდუსტრიული საზოგადოების ადამიანები, ძირითადად, ცდილობენ იმ საგნის მოძიებას ან გამოგონებას, რომელიც დააკმაყოფილებს მათ მოთხოვნილებებს. ღარიბ ქვეყნებში მცხოვრები ადამიანები ცდილობენ შეზღუდონ თავიანთი მოთხოვნილებები და დაკმაყოფილდნენ იმით, რაც აქვთ.

ზოგიერთი რესტორანი თავიანთ ბიზნესს ადამიანთა პრესტიჟისა და აღიარების მოთხოვნილების დაკმაყოფილებაზე აწყობს. რესტორანი **Tony's** ერთ-ერთი საუკეთესო და ძვირადღირებული რესტორანია ჰიუსტონში (აშშ, ტეხასის შტატი). აქ სადილობა (მით უმეტეს, ხშირად სტუმრობა) მატერიალური წარმატებულობის ნიშანია. ზოგიერთი მომსვლელი მოითხოვს, რომ დარბაზის ცენტრში დასვან, რათა დარწმუნებულნი იყვნენ, რომ მეტი ადამიანი შენიშნავს მათ. ეს კი საჭიროა, რომ დაკმაყოფილდეს საკუთარი მნიშვნელოვანობის შეგრძნების მათი მოთხოვნილება.

სხვა რესტორნები, ისეთები, როგორცაა **Bennigan's**, თავის ბიზნესს სოციალური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე აგებენ. ასეთებია: სხვა ადამიანებთან ურთიერთობის, მხიარულების, რელაქსაციის საჭიროებები. ეს რესტორნები შეუბოჭველ, უშუალო ატმოსფეროს ქმნიან. ბარის ღია კონფიგურაცია კი ხელს უწყობს იმას, რომ ადამიანებმა რესტორანი გამოიყენონ გვერდით მყოფ ადამიანებთან შეხვედრისა და ურთიერთობისათვის.

სურვილები. ადამიანთა სურვილები მარკეტინგის მეორე ძირითადი ცნებაა. ეს არის ის კონკრეტული ფორმები, რომლებსაც ადამიანის მოთხოვნილებები იღებს საზოგადოების კულტურისა და კონკრეტული პიროვნების ინდივიდუალური თვისებების ზეგავლენით. სურვილები ისაა, რითაც ადამიანები სხვებს თავიანთი მოთხოვნილებების შესახებ აცხობინებენ. მშვიერი ავსტრალიელი აბორიგენის სურვილები ხოჭოს, ხვლიკის კვერცხების, საკვებად ვარგისი ფესვების იქით არ მიდის. მშვიერ ამერიკელს კი სხვა სურვილი უჩნდება – მიირთვას ჰამბურგერი შემწვარი კარტოფილით და დააყოლოს კოკა-კოლა. სურვილების აღწერისას მათ იმას უკავშირებენ, რაც დააკმაყოფილებს ამ მოთხოვნილებებს. საზოგადოების განვითარებასთან ერთად, სულ უფრო ფართოვდება მისი წევრების მოთხოვნილებათა წრე. რაც უფრო მეტ ცდუნებას განიცდიან ადამიანები, რომლებიც მათში სულ ახალ და ახალ მოთხოვნილებებს აღძრავენ, მით მეტად ცდილობენ მწარმოებლები შექმნან პროდუქტი მათი სურვილების დასაკმაყოფილებლად, ანუ შესაბამისი საქონლისა და მომსახურების სულ უფრო მეტი რაოდენობისა და ნაირსახეობის მიწოდებას ცდილობენ. ოდესღაც, რესტორანში შესვლისას მომსვლელი უბრალოდ თეთრ ღვინოს უკვეთავდა, ახლა რესტორნის მენიუში ღვინის სხვადასხვა ნაირსახეობაა აღნიშნული: შარდონე, სოვინიონი, რისლინგი და ა.შ. რესტორნის სტუმარი უკეთაა გარკვეული და ელის, რომ მას მისი საყვარელი ჯიშის ღვინოს მიართმევენ.

ბევრი გამყიდველი სურვილებს და მოთხოვნილებებს ერთმანეთში ურევს. საბურღი მანქანების მწარმოებელს შეიძლება ეგონოს, რომ მყიდველს მისი საბურღი მანქანის მოთხოვნილება აქვს, მაშინ როცა მას მხოლოდ, ჭაბურღილის გაბურღვა სჭირდება, რასაც საბურღი მანქანების მეშვეობით მიაღწევს. ასეთი გამყიდველები “მარკეტინგული სიბეცით” არიან დაავადებულნი. საქონელს იმდენად მოუცავთ მათი გონება, რომ თავიანთ საქონელზე ისინი მხოლოდ მყიდველის მიერ მათი შეძენის სურვილის ტერმინებით თუ ფიქრობენ და მხედველობიდან უშვებენ

მყიდველის მოთხოვნილებებს. და შედეგად, ამ გამყიდველებს სასტიკი იმედგაცრეუბა ელით, როდესაც ბაზარზე გამოჩნდება ახალი საქონელი, რომელიც მეტი წარმატებით დააკმაყოფილებს მომხმარებლის მოთხოვნილებებს და, ამასთან, უფრო იაფიც ეღირება. მაშინ მყიდველი ამ საქონლის შექენას სწორედ სხვა გამყიდველთან ისურვებს, თუმცა მისი მოთხოვნილებები იგივე დარჩება.

მოთხოვნა. ადამიანთა სურვილები თითქმის უსაზღვროა, მაგრამ მათი რესურსები შეზღუდულია; მათ შეუძლიათ მხოლოდ იმ საქონლის შექენა, რომელიც სხვებზე მეტად დააკმაყოფილებს მათ მოთხოვნილებებს იმ თანხად, რომლის დახარჯვის საშუალებაც ექნებათ ამ შენაძენზე. როდესაც ადამიანთა სურვილები მათი მყიდველუნარიანობითაა გამაგრებული, მათი სურვილები მათივე სამომხმარებლო **მოთხოვნად** გარდაიქმნება.

ყველაზე ადვილია ადამიანთა საზოგადოებაში გარკვეული პერიოდის მანძილზე არსებული სამომხმარებლო მოთხოვნის განსაზღვრა. მხოლოდ ერთი წლის მანძილზე 230 მლნ ამერიკელს შეუძლია გაანადღოს რესტორნის 45 მლრდ სადილის, 675 მლნ სასტუმრო ნომრის და შიდა სამგზავრო ავიახაზებზე მოძრავი თვითმფრინავის 1133 მლრდ ადგილის საფასური. სტუმართმძღებისა და ტურიზმის ინდუსტრიის მიერ შეთავაზებული ესა და სხვა ამდაგვარი პროდუქტი (საქონელი და მომსახურება), ეროვნული ეკონომიკის მხოლოდ ნაწილს შეადგენს.

მომხმარებლები საქონელს გარკვეული სიკეთეების რაღაც ნაკრებად წარმოიდგენენ და მათგან ისეთებს არჩევენ, რომლებიც მათ მეტ სიკეთეს მისცემს მათ მიერ გადახდილ ფულში. მაგალითად, **Motel-6**-ის ნომერი, ნიშნავს ადგილს, რომელიც საცხოვრებლად ვარგისია, აქვს პირობების მხოლოდ მინიმუმი, მაგრამ დაბალი ფასი ადევს. ნომერი **Four Seasos**-ში, ესაა კომფორტი, ფუფუნება და სტატუსი. ადამიანები თავისთვის იმ საქონელს ირჩევენ, რომლებიც მაქსიმალურად დააკმაყოფილებს მათ მოთხოვნილებებს მათი სურვილებისა და შესაძლებლობების დიაპაზონში.

საქონელი

რადგან არსებობს ადამიანური მოთხოვნილებები, სურვილები და სამომხმარებლო მოთხოვნა, შესაბამისად, უნდა არსებობდეს საქონელიც, რომელიც როგორც ერთის, ასევე მეორისა და მესამის, დააკმაყოფილებას შეძლებს. **საქონელი** ეწოდება ყველაფერს, რაც ბაზარზე მომხმარებლის ყურადღებას

მიიპყრობს, რასაც შეიძენს იგი შემდგომი გამოყენებისათვის ან მოხმარებისათვის რომელიმე მისი მოთხოვნილების ან სურვილის დასაკმაყოფილებლად.

დავუშვათ, ეკონომიკის რომელიმე დარგის ერთ-ერთი ხელმძღვანელი მუშაკი, რომელიც მძიმე კონკურენტულ ბრძოლას განიცდის, გრძნობს, რომ საჭიროა მოიხსნას დაძაბულობა, სტრესი, რომელიც მისმა დაძაბულმა სამსახურებრივმა საქმიანობამ გამოიწვია. არსებობს საქონელი, რომელსაც შეუძლია დააკმაყოფილოს მისი ეს მოთხოვნილება, მოდით, მათ **ასარჩევად გამზადებული საქონლის კომპლექტი** დავარქვათ. ამ კომპლექტმა შეიძლება მოიცვას კლასიკური მუსიკის კონცერტი, სადილი რესტორანში, ოთხდღიანი დასვენება კარიბის ზღვაში, სპორტული გართობა. ამ საქონლიდან ყველა ერთნაირად სასურველი არ არის. უფრო იოლად მისაღებ და ნაკლებად ძვირადღირებულს, როგორცაა კონცერტი, ან სადილი რესტორანში, ყველაზე უფრო ხშირად მიმართავენ და პირველ ყოვლისა, ისინი მოაგონდებათ ხოლმე. რაც უფრო მეტად შეესაბამება საქონელი მომხმარებლის სურვილებს, მით მეტ სარგებელს მიიღებს მწარმოებელი.. ამგვარად, მწარმოებელმა უნდა იცოდეს მომხმარებლის მოთხოვნილებები და ის საქონელი შესთავაზოს, რომელიც ყველაზე მეტად დააკმაყოფილებს მის მოთხოვნილებებს ან სურვილებს.

“საქონლის” ცნება არ შემოიფარგლება მატერიალური საგნებით. ყველაფერს, რასაც მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების უნარი შესწევს, შეიძლება ეწოდოს საქონელი. მატერიალური საგნებისა და სხვადასხვა სახის მომსახურებასთან ერთად ეს ცნება, ასევე მოიცავს ადამიანებს, ადგილებს, ორგანიზაციებს, საქმიანობის სახეებს და იდეებს. მომხმარებელი იღებს გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, თუ რომელ რესტორანში წავიდეს, რომელ ადგილს ეწვიოს, რომელ ავიახაზებს მისცეს უპირატესობა, რომ იმ ადგილამდე მიაღწიოს; რომელ ორგანიზაციაში გაწევრიანდეს, რომელ იდეებს დაუჭიროს მხარი. მომხმარებლის თვალსაზრისით, ეს ყველაფერი საქონელია. თუ სხვადასხვა საგანთან მიმართებით ტერმინი “საქონელი” შეუფერებლად მიგვაჩნია, ჩვენ ყოველთვის შეგვიძლია მის მაგივრად გამოვიყენოთ ისეთი სიტყვები, როგორებიცაა: “მოთხოვნილების დამკმაყოფილებელი”, “მიწოდება”, “საშუალება”. ყველა ეს ტერმინი აღწერს იმას, რამაც უნდა შეძლოს ჩვენი სურვილების დაკმაყოფილება.

ფასეულობა, ღირებულება და სამომხმარებლო კმაყოფილება

ვილიპ კოტლერს თავის წიგნში მოყავს ჯეინ ბერის მაგალითი, რომელიც ნიუ იორკიდან ვაშინგტონში მიემგზავრება და ამისათვის შესაბამისი ტრანსპორტი უნდა შეარჩიოს. მას შეუძლია დაჯდეს თვითმფრინავზე, მატარებელზე, ავტობუსზე ან იქირაოს ავტომანქანა. ეს ალტერნატივები¹ მისთვის ასარჩევად გამზადებული საქონლის კომპლექტს შეადგენს. დავუშვათ, მოგზაურობის მიმართ მას შემდეგი მოთხოვნები აქვს: მოგზაურობა უნდა იყოს უსაფრთხო, არ იყოს ძვირი, იყოს სწრაფი და არ დაღალოს. ამ ყველაფერს *სურვილების კომპლექტი* ვუწოდოთ. იოლად შენიშნავთ, რომ ზემოთ აღნიშნული “სასაქონლო კომპლექტის” თითოეული საქონელს მისი “სურვილების კომპლექტიდან” რაღაცის სრულად დაკმაყოფილება შეუძლია. თვითმფრინავი ყველაზე სწრაფ მგზავრობას სთავაზობს, ავტობუსი – ყველაზე იაფს, ხოლო ავტომანქანით მგზავრობა ყველაზე კომფორტულია. მიუხედავად ამისა, ჯეინ ბერმა უნდა გადაწყვიტოს, შემოთავაზებული საქონლიდან, საბოლოო ჯამში, რომელი საქონელი დააკმაყოფილებს მას მაქსიმალურად.

ამ სიტუაციაში საკვანძო ცნებაა **ფასეულობა**. ჯეინმა თითოეული საქონელი მათი ფასეულობის თვალსაზრისით უნდა შეაფასოს, ანუ, მისი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების შესაძლებლობის მიხედვით. მას შეუძლია დააღაგოს საქონელი “რანგის მიხედვით”: დაწყებული იმ საქონლით, რომელიც ყველაზე უკეთ დააკმაყოფილებს მის მოთხოვნებს და დამთავრებული იმით, რომელიც ყველაზე ნაკლებად შეძლებს ამას.

ფასეულობის განსაზღვრით ჩვენ წინასწარ ვაანალიზებთ იმას, თუ რამდენად შეუძლია საქონელს მომხმარებლის მოთხოვნილების დაკმაყოფილება.

ჩვენ შეგვიძლია ვთხოვოთ ჯეინს, რომ დაახასიათოს იდეალური საქონელი. შეიძლება მან გვითხრას, რომ იდეალურმა საქონელმა იგი ვაშინგტონამდე ხმელეთით უნდა ჩაიყვანოს, შეაჩეროს მოძრაობა მარშრუტის ყველაზე ღამაზ ადგილებში და სწრაფად ჩაუქროლოს უინტერესო ადგილებს. ეს ტრანსპორტი უნდა იყოს სრულიად უსაფრთხო, და თანაც ჯეინს უნდა, რომ იგი თავის განკარგულებაში თითქმის მუქთად მიიღოს. ამ შემთხვევაში, საქონლის შეთავაზებული რეალური სახეებიდან თითოეულის შეფასება დამოკიდებული იქნება იმაზე, თუ რამდენად ახლო დგას იგი იდეალურ საქონელთან. ფასეულობის

¹ ალტერნატივა (ფრანგ. Alternative, ლათ. Alter – ორიდან ერთი) – ეკონომიკური ქმედების ერთ-ერთი ვარიანტი, რომელიც სხვა ვარიანტიდან უნდა იქნეს არჩეული.

განსაზღვრა მყიდველის წინასწარი დასკვნაა საქონლის შესაძლებლობის შესახებ, დააკმაყოფილოს მისი მოთხოვნილება.

დავუშვათ, რომ ჯეინი ყველაზე მეტად სიჩქარეშია დაინტერესებული. მისი ჩაყვანა დანიშნულების ადგილზე სხვა სატრანსპორტო საშუალებებთან შედარებით, უფრო სწრაფად თვითმფრინავს შეუძლია. მაგრამ, ეს შესაბამისად ყველაზე ძვირიც დაჯდება. რადგან საქონლის შეფასება მის ღირებულებასთანაა დაკავშირებული, ჯეინი, მაინცადამაინც თვითმფრინავს არ აირჩევს. თვითმფრინავის ბილეთი გაცილებით ძვირი ღირს, ვიდრე ავტობუსისა. ღირებულებას არა მარტო ფულადი გამოხატულება აქვს, არამედ შეიცავს ყველაფერს იმას, რაც უნდა დავთმოთ საქონლის შესაძენად. ბიზნესმენი ალბათ იმ დროს, რომელსაც იგი გარიგების დადებაში ან საქონლის შექენაში დახარჯავს, დოლარებად შეაფასებს. ამიტომ იგი მომსახურებისა და მოგზაურობის სფეროს იმ საქონელში გადაიხდის მეტს, რომელიც უფრო მეტ დროს დაუზოგავს. ჯეინსაც, არჩევანის გაკეთებამდე, საქონლის ფასეულობის განსაზღვრა მოუწევს. ის იმ საქონელს აირჩევს, რომელიც უფრო მეტ სარგებელს მოუტანს იმ ფულად, რომელსაც იგი მის შექენაზე დახარჯავს, ანუ რომლის ფასეულობაც მეტი აღმოჩნდება.

სამომხმარებლო კმაყოფილება განისაზღვრება იმით, თუ რამდენად გაამართლა საქონელმა მყიდველის მოლოდინი. თუ საქონელი გაამართლებს ჯეინის მოლოდინს, ის მისით კმაყოფილი დარჩება, თუ არ გაამართლებს – უკმაყოფილო. მაგალითად, თუ ჯეინმა დროის დაზოგვის მიზნით თვითმფრინავი აირჩია, მაგრამ, ტექნიკური საკითხების მოუგვარებლობის გამო, თვითმფრინავის გაფრენა რამდენიმე საათით გადაიდო – ის ძალიან უკმაყოფილო დარჩება.

ბაცვლა, ბარიბება და ურთიერთობა

გაცვლით მარკეტინგს ადგილი აქვს იმ შემთხვევაში, როცა ადამიანები გადაწყვეტენ თავიანთი მოთხოვნილებები და სურვილები გაცვლის მეშვეობით დაიკმაყოფილონ. **გაცვლა** ეწოდება პროცესს, რომლის დროსაც თქვენ ვინმესგან თქვენთვის საჭირო საგანს იძენთ და სანაცვლოდაც რაიმე სხვას სთავაზობთ. გაცვლა მხოლოდ ერთ-ერთი საშუალებათაგანია, რომლითაც ადამიანები იმას იძენენ, რის საჭიროებასაც გრძნობენ. მაგალითად, მშიერ ადამიანს საკვები შეუძლია ნადირობით, თევზაობით ან ბუნების ნობათის შეგროვებით მოიპოვოს.

მას შეუძლია საკვები მათხოვრობით იშოვოს, ან სხვას წაართვას; ანდა, მას შეუძლია მიმართოს გაცვლას და ადამიანებს საკვების სანაცვლოდ შესთავაზოს ფული, რაიმე სხვა პროდუქტი ან მომსახურება.

როგორც მოთხოვნის დაკმაყოფილების საშუალება, გაცვლას ბევრი უპირატესობა აქვს: არ არის საჭირო ვინმეს გაძარცვა ან სხვისი წყალობის იმედად ყოფნის აუცილებლობა. და, არც იმის საჭიროებაა, რომ თვითონ ვაწარმოოთ ყველაფერი, რაც გვჭირდება. ადამიანს შეუძლია მხოლოდ იმას დაუთმოს დრო და ძალისხმევა, რაც კარგად გამოხდის, და ეს გაცვალის საჭირო ნივთებში, რომლებსაც სხვები დაამზადებენ. შრომის დანაწილებისა და სპეციალიზაციის მეშვეობით, ადამიანთა საზოგადოება იმაზე მეტს აწარმოებს, ვიდრე სხვა ნებისმიერი საშუალებით აწარმოებდა.

გაცვლა მარკეტინგის მთავარი ცნებაა. გაცვლა რომ შედგეს საჭიროა რამდენიმე აუცილებელი პირობის დაცვა. მასში უნდა მონაწილეობდეს, სულ მცირე, ორი შემთავსებელი მხარე, რომელთაგან თითოეული ფლობს რაღაცას, რაც მეორის თვალში ფასეულობას წარმოადგენს, და თითოეული მხარის ნებაში უნდა იყოს მეორე მხარის წინადადების მიღება ან უარყოფა. დაბოლოს, ორივე მხარეს ერთმანეთთან ურთიერთობისა და საჭირო ნივთების მიწოდების საშუალება უნდა ჰქონდეს.

ეს პირობები გაცვლას გახდის შესაძლებელს. შედგება თუ არა იგი, სინამდვილეში დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად შეთანხმდებიან მხარეები. თუ შეთანხმდებიან, აქედან ჩვენ შეგვიძლია იმ დასკვნის გაკეთება, რომ გაცვლის დროს თითოეულმა რაღაც სარგებელი მიიღო (ან, ყოველ შემთხვევაში, არაფერი დაკარგა), რადგან თითოეული საკუთარი ნებით წყვეტდა წინადადების მიღებისა ან უარყოფის საკითხს. გარკვეული აზრით, გაცვლა ისევე ქმნის ღირებულებას, როგორც წარმოება; ის ადამიანებს დამატებით სამომხმარებლო საშუალებებს აძლევს.

გარიგება. გარიგება მარკეტინგული ზომის ერთეულია. იგი მხარეებს შორის ფასეულობათა გაცვლაში აისახება. ვინმე “A” ვინმე “B”-ს რაღაც “X”-ს გადასცემს და ამაში სანაცვლოდ რაღაც “Y”-ს იღებს განსაზღვრულ ადგილზე, განსაზღვრულ დროსა და განსაზღვრული პირობების დაცვით. კორპორაცია IBM სასტუმრო Hilton-ს 2000 დოლარს ურიცხავს და თავის განკარგულებაში იღებს დარბაზს კონფერენციის ჩასატარებლად. ეს კლასიკური ფულადი გარიგებაა. მაგრამ ყველა

გარიგება ფულთან არ არის დაკავშირებული. რესტორან Anchorage-ს შეუძლია უფასო სადილით უზრუნველყოს რადიოსადგური WBUC და სანაცვლოდ უფასო რეკლამა მიიღოს. ასეთ გარიგებას ბარტერული ეწოდება. მაგრამ ყველა შემთხვევაში გარიგება სულ მცირე ორი ფასეულობის, შეთანხმების პირობების, შეთანხმების ადგილისა და შეთანხმების დროის არსებობასთანაა დაკავშირებული.

ფართო გაგებით მარკეტინგი გამოიყენება იმისათვის, რომ ჩვენს გარკვეულ წინადადებაზე გარკვეული რეაქცია გამოვიწვიოთ. ეს რეაქცია კი უფრო მეტ რამეში გამოიხატება, ვიდრე, უბრალოდ საქონლის შექმნა ან გაცვლაა. პარლამენტის წევრობის კანდიდატს ესაჭიროება რეაქცია, რომელსაც “ამომრჩეველთა ხმები” ეწოდება, ეკლესიას სჭირდება საკუთარი მრევლის “გაზრდა”, საზოგადოებრივი ორგანიზაციის აქტივისტებს სჭირდებათ “მასების მხარდაჭერა”. მარკეტინგი არის ჩვენი მოქმედება, რომელიც ჩავატარეთ რათა სასურველი რეაქცია გამოგვეწვია იმათი მხრიდან, ვინც ჩვენთვის სასურველ საქონელს, მომსახურებას, იდეას ან რაიმე სხვას ფლობს.

საქმიანი მარკეტინგი უფრო ფართო ცნების – **ურთიერთობების მარკეტინგის** ნაწილს წარმოადგენს. მარკეტინგის კარგი სპეციალისტები გამუდმებით მუშაობენ სასურველ კლიენტებთან, დისტრიბუტორებთან, დილერებთან და მომწოდებლებთან კარგი ურთიერთობების დასამყარებლად. ისინი მყარ ეკონომიკურ კავშირებს ქმნიან, რისთვისაც უზრუნველყოფენ გონივრულ ფასებს, იძლევიან მაღალხარისხოვანი საქონლის მიწოდების პირობას და ყოველთვის ასრულებენ ამას, კარგად ემსახურებიან კლიენტებს.

მარკეტინგი სულ უფრო შორდება თითოეული გარიგებიდან მაქსიმალური მოგების “გამოწურვის” მისწრაფებას და მომხმარებლებთან და ბიზნეს-პარტნიორებთან მაქსიმალური ურთიერთხელსაყრელი ურთიერთობის დამყარებისკენ მიიღტვის. ჩვენი განსჯის საწყისი გზავნილი შეგვიძლია ასე ჩამოვაყალიბოთ: **ააწყვე კარგი ურთიერთობები და ხელსაყრელი გარიგება მათ თავისით მოყვება.**

ურთიერთობების მარკეტინგი განსაკუთრებით გამართლებულია, როცა საქმე გვაქვს ისეთ კლიენტთან, რომელსაც ფირმის ბედზე ძლიერი გავლენის მოხდენა შეუძლია. ბევრი ფირმა შემოსავლის დიდ ნაწილს კლიენტების შედარებით მცირე ჯგუფისაგან იღებს. მოსამსახურეები, რომლებიც ასეთ “საკვანძო” კლიენტებთან მუშაობენ, არა მარტო თვითონ უნდა ურეკავდნენ კლიენტს, როდესაც მას

შეკვეთის მოცემა შეუძლია. ისინი, მუდამ, თითოეული სოლიდური კლიენტის საქმეების კურსში უნდა იყვნენ, უნდა იცნობდნენ მის პრობლემებს და ყოველთვის მზად იყვნენ “სამსახურისათვის”. ისინი რეგულარულად უნდა ურეკავდნენ მათ, მიდიოდნენ ვიზიტებით, ეცადონ რჩევებით გაუწიონ დახმარება, დროდადრო რესტორანშიც დაპატიჟონ და საერთოდ, ცოცხალი ინტერესი გამოავლინონ კლიენტისა და მისი პიროვნების მიმართ.

ურთიერთობების მარკეტინგის მნიშვნელობა, მომავალში, უდავოდ გაიზრდება. კომპანიათა უმეტესობა იმ დასკვნამდე მიდის, რომ მათ უფრო მეტი მოგების მიღება შეუძლიათ იმ რესურსებიდან, რომელთაც მუდმივ კლიენტებთან გარიგებაში ჩადებენ, ვიდრე იმავე სახსრების ახალი კლიენტის მოძიებაზე დახარჯვით. სულ უფრო მეტი და მეტი კომპანია ამყარებს სტრატეგიულ პარტნიორობას მუდმივ კლიენტებთან, რისთვისაც უნარიანად იყენებს ურთიერთობების მარკეტინგს. თავის მხრივ, იმ კლიენტებისათვის, რომლებიც ძვირადღირებულ, რთულ საქონელს იძენენ, ისეთს, როგორცაა კონფერენციისა და დიდი სხდომების მოსაწყობი დარბაზი და მოწყობილობა, მათ მიერ გაკეთებული შენაძენი ურთიერთხელსაყრელი ურთიერთობების მხოლოდ დასაწყისს წარმოადგენს. ამგვარად, ურთიერთობების მარკეტინგის მნიშვნელობა სულ უფრო იზრდება, თუმცა, რა თქმა უნდა, იგი ყოველ საქმიან სიტუაციაში არ არის შესაძლებელი.

ტურიზმის ინდუსტრიის სფეროში ურთიერთობების მარკეტინგი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია შემდეგ სიტუაციებში:

- ერთი მხრივ, ტურიზმის ინდუსტრიის მომსახურების (მაგალითად, სასტუმროები და ავიახაზები) დისტრიბუტორებსა და, მეორე მხრივ, ბაზრის შეამავლებს (მაგალითად, ტურისტული საგზურების საბითუმო გამსაღებლები და ტურისტულ სააგენტოები) შორის;
- ერთი მხრივ, ტურიზმის ინდუსტრიის მომსახურების დისტრიბუტორებსა და, მეორე მხრივ, “საკვანძო” კლიენტებს, როგორცაა სახელმწიფო სააგენტოები და მსხვილი კორპორაციები, შორის;
- ერთი მხრივ, საზოგადოებრივი კვების მომსახურების (მაგალითად, მაკდონალდსის) დისტრიბუტორებსა და, მეორე მხრივ, იმ ორგანიზაციებს შორის, რომლებსაც იგი საკვებს აწვდის (მაგალითად, უნივერსიტეტები, ავტოსადგურები, მსხვილი კორპორაციები);

- ტურიზმის ინდუსტრიაში ერთი სახის მომსახურების (მაგალითად, მოტელებისა და რესტორნების ქსელის) დისტრიბუტორებს შორის. ეს ქსელები ერთმანეთზე არიან დამოკიდებულები;
- ტურიზმის ინდუსტრიის მომსახურების დისტრიბუტორებსა და “საკვანძო” მომწოდებლებს შორის;
- ტურიზმის ინდუსტრიის მომსახურების დისტრიბუტორებსა და მათ მოსამსახურეებს შორის;
- ტურიზმის ინდუსტრიის საწარმოებსა და მათ მარკეტინგის აგენტებს, ასევე ბანკებს, იურიდიულ ფირმებს შორის.

მარკეტინგი

გარიგების ცნება ბაზრის ცნებასთან გვაახლოებს. **ბაზარი**, ესაა არსებული ან პოტენციური მყიდველების გარკვეული რაოდენობა, რომლებსაც გამყიდველთან გარიგების დადება შეუძლიათ. ბაზრის სიდიდე იმ ადამიანთა რაოდენობაზეა დამოკიდებული, რომლებიც საერთო მოთხოვნილებებს ავლენენ, აქვთ ფული ან სხვა რესურსი, რომლითაც სხვა ადამიანების დაინტერესება შეუძლიათ და უნდათ რომ ეს რესურსები შესთავაზონ სხვებს, იმის სანაცვლოდ, რაც მათ ესაჭიროებათ.

თავდაპირველად “ბაზარი” აღნიშნავდა (ჩვენში, და სხვა განვითარებად ქვეყნებში – ახლაც აღნიშნავს) ფიზიკურ სივრცეს, – ადგილს, სადაც ადამიანები საქონლის გაცვლისთვის მიდიან. დასავლეთის ქვეყნებში ასეთ ფუნქციას ქალაქის მოედანი ასრულებდა. თანამედროვე გაგებით ბაზარში, რომელიც არა ფიზიკურ სივრცეს, არამედ ეკონომიკურ კატეგორიას წარმოადგენს, გამყიდველები იმ მხარეს შეადგენენ, რომელსაც საბაზრო ინდუსტრია ეწოდება, ხოლო მყიდველები კი – თვითონ ბაზარს. გამყიდველებსა და მყიდველებს ოთხი მიმართულება აერთიანებს. ეს ოთხი მიმართულება მართავს ბაზარს. გამყიდველებს ბაზარზე გამოაქვთ **საქონელი**, ასევე ამარაგებენ ბაზარს **ინფორმაციით** ამ საქონლის შესახებ. ამის საპასუხოდ ბაზრისგან ისინი იღებენ **ფულს** და **ინფორმაციას** იმის შესახებ, თუ როგორ შეიძლება მისი დახარჯვა. ფაქტიურად, ბაზარი თანამედროვე ეკონომიკის კვინტესენციაა¹, ეკონომიკისა, რომელიც მოქმედებს შრომის დანაწილების პრინციპით, რომლის შესაბამისად, თითოეული ადამიანი დასპეციალიზებულია

¹ კვინტესენცია – რაიმე მოვლენის მთავარი არსი ან მთავარი შემადგენელი ელემენტი.

რადაციის წარმოებაზე, რისი გაკეთებაც შეუძლია, იღებს ხელფასს და ამ ფულით იძენს იმას, რაც სურს.

ბაზრები

ბაზრის ცნება კვლავ **მარკეტინგის** ცნებასთან დაგვაბრუნებს. მარკეტინგი ნიშნავს ბაზართან მუშაობას, რამაც უნდა შექმნას პირობები გაცვლის მეშვეობით, ადამიანთა მოთხოვნილებებისა და სურვილების დასაკმაყოფილებლად. ამგვარად, ჩვენ ვუბრუნდებით მარკეტინგის ჩვენეულ განმარტებას, რომლის მიხედვითაც, ესაა საქმიანობა მიმართული ადამიანების მოთხოვნილებებისა და სურვილების დაკმაყოფილებაზე, საქონლის გაცვლის გზით.

გაცვლის პროცესი დიდ სამუშაოსთანაა დაკავშირებული. გამყიდველებმა უნდა გამოთვალონ თავიანთი მყიდველი, განსაზღვრონ მათი მოთხოვნილებები, შეიმუშაონ მომხმარებლისთვის მომხიბლავი საქონელი, გაუწიონ მას რეკლამა, მიაწოდონ ბაზარს და დაადონ ფასი. მარკეტინგული საქმიანობისათვის ძირითად ამოცანებს წარმოადგენს ბაზრის შესწავლა, საქონლის შემუშავება, მისი რეკლამირება და სტიმულირება, გასაღების ქსელის აგება, ფასწარმოქმნა და მომსახურება.

ჩვეულებრივ, მარკეტინგს ჩვენ მხოლოდ საქონლის გამყიდველის საქმედ მივიჩნევთ; მაგრამ მყიდველებიც ხომ მონაწილეობენ ამ საქმიანობაში, როდესაც მათთვის საჭირო საქონელს ეძებენ იმ ფასად, რომლის გადახდაც შეუძლიათ. კონფერენციის ორგანიზატორები სწორედ მარკეტინგით არიან დაკავებულნი, როდესაც მოლაპარაკებას აწარმოებენ სასტუმროს გასაღების მენეჯერთან და ცდილობენ ვაჭრობით თავისთვის უკეთესი პირობები მიიღონ.

ეგრეთ წოდებული “გამყიდველის ბაზარი”, ესაა სიტუაცია, რომელსაც ახასიათებს მოთხოვნის გადაჭარბება მიწოდებასთან შედარებით, რომელშიც გამყიდველი მყიდველზე უფრო “ძლიერია” და ამის გამო უკვე მყიდველი მიმართავს მარკეტინგს. “მყიდველის ბაზარზე” მყიდველები უფრო ძლიერები არიან და ამიტომ მარკეტინგს უკვე გამყიდველები მიმართავენ. 1950-იანი წლების დასაწყისში ბაზრის საქონლით მომარაგებამ მოთხოვნის გადაჭარბება დაიწყო. მაშინ მარკეტინგი უკვე გამყიდველთან გაიგივდა.

მარკეტინგული მართვა

ის, ვინც გაცვლითი ოპერაციებითაა დაკავებული, დროთა განმავლობაში ამის კეთებას სულ უკეთ და უკეთ სწავლობს. ეს კი სხვა არაფერია, თუ არა მარკეტინგული მართვა, რომელიც ჩვენ შეგვიძლია განვმარტოთ შემდეგნაირად:

მარკეტინგული მართვა არის იმ პროგრამების ანალიზი, დაგეგმვა, რეალიზაცია და კონტროლი, რომელთა ამოცანაა მიზანდასახულად შემუშავდეს, აეწიოს და ხელი შეეწიოს ურთიერთგაცვლით ოპერაციებს მიზნობრივი ბაზრების მყიდველებთან, კომპანიის სტრატეგიული მიზნების მისაღწევად.

ადამიანების უმეტესობა თვლის, რომ მარკეტინგის მენეჯერის სამუშაო თავისი კომპანიის მიმდინარე პროდუქციისათვის საჭირო რაოდენობის მყიდველის მოძიებაში მდგომარეობს. ეს წარმოდგენა ზედმეტად ავიწროებს მარკეტინგის მენეჯერის საქმიანობის სფეროს, რომლის ინტერესები შეგვიძლია განვსაზღვროთ, როგორც კომპანიის პროდუქციასა და მომსახურებაზე მოთხოვნის დონისა და სტრუქტურის ჩამოყალიბება, აგრეთვე იმ დროის განსაზღვრა, როცა უნდა გაჩნდეს იგი (მოთხოვნა). დროის ყოველ კონკრეტულ მონაკვეთს ახასიათებს მოთხოვნის უქონლობა, არასაკმარისი მოთხოვნა, უთანაბრო ან ჭარბი მოთხოვნა. მაგალითად, სასტუმრო, რომელიც საშუალოდ 75%-ით ივსება, შეიძლება სრულიად კარგად მომუშავედ ჩაითვალოს. მაგრამ ეს 75% შეიძლება შედგებოდეს 90%-ისგან სამუშაო დღეებში და 30%-ისგან – უქმეებზე. ბევრი რესტორანი 11 სთ 30 წთ-ზე პრაქტიკულად ცარიელია, 12:30-ზე მათ წინ რიგი ჩნდება, ხოლო დღის 2 საათისთვის ისინი კვლავ ცარიელდება. ეს ფაქტი მარკეტინგის მენეჯერის ერთ-ერთ გადასაწყვეტ პრობლემად შეიძლება იქცეს.

ამგვარად, მარკეტინგის მენეჯერის ინტერესები მოთხოვნის მარტო აღმოჩენასა და გაზრდაზე კი არ ვრცელდება, არამედ, ხანდახან მის დაწვევაზეც. მარტივად რომ ვთქვათ, მარკეტინგის მართვა *ესაა მოთხოვნის მართვა.*

მარკეტინგის მენეჯერებს ჩვენ ვუწოდებთ კომპანიის იმ თანამშრომლებს, რომლებიც ანალიზის, დაგეგმვის, რეალიზაციისა და კონტროლის საკითხებით

არიან დაკავებულნი. მათ რიცხვში შედიან გენერალური მენეჯერები, გასაღების მენეჯერები და გამყიდველები, რეკლამისა და გასაღების სტიმულირების განყოფილების ხელმძღვანელები, საზოგადოებასთან ურთიერთობის სამსახურის კოლექტივი და კონსულტანტები.

კითხვები ცოდნის შემოწმებისა და განხილვისათვის

1. რა კომპონენტებისგან შედგება მარკეტინგ-მიქსი?
2. რამდენი მხარე მონაწილეობს ვარიგებაში?
3. განმარტეთ ბაზარი, როგორც ეკონომიკური კატეგორია.
4. რატომ მოითხოვს რესტორან Tony's ზოგიერთი კლიენტი, რომ მაინცდამაინც დარბაზის ცენტრში დასვან?
5. არდადეგებზე თქვენ სამოგზაუროდ წასვლა გადაწყვეიტეთ. ჩამოთვალეთ თქვენი, როგორც მომხმარებლის სურვილების კომპლექტი.
6. მოიტანეთ ბარტერული გაცვლის მაგალითი ტურიზმის ინდუსტრიაში.
7. ჩამოაყალიბეთ ურთიერთობების მარკეტინგის მთავარი დევიზი.
8. რა სიტუაციებშია მნიშვნელოვანი ურთიერთობების მარკეტინგი ტურიზმის ინდუსტრიაში?

თავი VIII. საქართველოს ტურიზმი

ბოლო პერიოდში ჩვენმა ქვეყანამ, მნიშვნელოვან წინსვლას მიაღწია ტურიზმის განვითარების საქმეში. თუმცა, ამ მხრივ, ჯერჯერობით, საგრძნობლად ჩამოვრჩებით სხვა ქვეყნებს. მიუხედავად ამისა, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოს ტურიზმს განვითარების საკმაოდ კარგი პერსპექტივები აქვს. კერძოდ, – ჩვენი ქვეყანა მდიდარია ტურისტული რესურსებით, ქვეყანაში ვითარდება ეკონომიკა, შემოდის ინვესტიციები და, რაც მთავარია, ტურიზმი სახელმწიფოს ეკონომიკურ პოლიტიკაში ერთ-ერთ პრიორიტეტულ ადგილს იკავებს.

ბოლო წლებში დაძლეულ იქნა სამეურნეო პოტენციალის ნგრევისა და ეკონომიკური სტაგნაციის ვითარება. ქვეყანაში აქტიურად იქმნება ტურისტული ინფრასტრუქტურა – აშენდა და კვლავ შენდება ახალი, თანამედროვე სასტუმროები, იგება გზები, იქმნება მთელი ტურისტული ქალაქები და უბნები (სიღნაღი, თბილისის, ბათუმისა და სხვა ქალაქების ცალკეული უბნები და ქუჩები), გამართულად ამუშავდა ელექტროენერგეტიკა, გაზომარაგება, ტრანსპორტი.

ამის შედეგად, ქვეყანაში უკვე აქტიურად მოქმედებენ შიდა ტურიზმზე მომუშავე ტუროპერატორები და სააგენტოები, თანამიმდევრულად იზრდება ჩამოსული ტურისტების რიცხვი. ტურისტული ინფრასტრუქტურა და სტუმართმძღობის ბიზნესი სწრაფად ვითარდება ქვეყნის რეგიონებშიც – ყველაზე ინტენსიურ ტურისტულ მიმართულებებზე (სვანეთი, კახეთი, გუდაური, ბაკურიანი, შავი ზღვის სანაპირო ზოლი და სხვ.).

საქართველოში ტურიზმის განვითარების ბედი მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ინვესტიციების მოზიდვაზე, ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე და პროფესიული კადრების მომზადებაზე. მაგრამ ყველაზე მეტად ჩვენს ტურისტულ ინდუსტრიას საქმიანობის პროფესიული გაძღოლა სჭირდება.

ტურისტული რესურსები

როგორც ვთქვით, საქართველო ტურიზმის განვითარებისთვის მნიშვნელოვან რესურსებს ფლობს. წინა თავებში აღვნიშნეთ, რომ ტურისტული რესურსები გეოგრაფიული ობიექტებია, რომლებიც ტურიზმისთვის აუცილებელ რეკრეაციულ თვისებებს შეიცავენ. როგორც ვიცით, ტურისტული რესურსები ორ ძირითად

ჯგუფად იყოფა: ბუნებასთან დაკავშირებული რეკრეაციული რესურსები და ისტორიასა და კულტურასთან დაკავშირებული რეკრეაციული რესურსები.

საქართველოს ბუნებრივი ტურისტული რესურსები მოიცავს კლიმატურ, ბალნეოლოგიურ, ზღვის, თოვლ-მყინვარების, სპელეოლოგიურ, შიდა წყლების, ტყის რესურსებს და ბუნების სხვა კომპონენტებს, რომლებიც ტურისტებისათვის, ამა თუ იმ ნიშნით, საინტერესოა.

სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი მიზნებისათვის განსაკუთრებით ხელსაყრელი **კლიმატური პირობებია** დაბალ- (500-1000 მ ზღ/დ) და საშუალომთიან (1000-1500 მ ზღ/დ) საკურორტო ზონებში, სადაც განლაგებულია პოპულარული კლიმატური კურორტები: *ბაკურიანი, კეიშხეთი, რიჭა, ბახმარო, ბეშუმბი, ლიკანი, ცემი, პატარა ცემი*. ასევე, თბილისის საგარეუბნო დასასვენებელი ადგილები – *წყნეთი, წაგვისი, კიკეთი, კოჯორი, სიონი, მანგლისი, ოქროყანა* და სხვ. სულ საქართველოში 43 კლიმატური კურორტია.

ბალნეოლოგიურ რესურსებს წარმოადგენს როგორც სხვადასხვა შემადგენლობის, მინერალიზაციისა და ტემპერატურის მქონე წყლები, ისე სამკურნალო ტალახები. სწორედ ამ რესურსების ბაზაზე შეიქმნა დაავადებათა ფართო სპექტრის მკურნალობაზე ორიენტირებული პირველი სამკურნალო-ბალნეოლოგიური კურორტები. საქართველოში გამოვლენილია 2 ათას 400-მდე მინერალური წყარო, რომელთა საერთო დღეღამური დებიტი 130 მლნ ლიტრს აღემატება. მინერალური წყლების სიმდიდრით გამოირჩევა ყაზბეგის, წყალტუბოს, ჯავის, ბორჯომის რაიონები. ჩვენში არსებული 103 კურორტიდან 59-ის ფუნქციონირება მეტ-ნაკლებად დაკავშირებულია სამკურნალო წყლებთან, მათგან 28 მხოლოდ ბალნეოლოგიურია, 31 კი შერეული: 17 – ბალნეო-კლიმატური და 14 კლიმატო-ბალნეოლოგიური მიმართულებისაა. ცნობილი ბალნეოლოგიური კურორტებია: *მენჯი, ნაბეღლაფი, ჯავა, საირმე, ნუნისი, სქური, წყალტუბო, ცაიში*, ხოლო შერეული ტიპის კურორტებიდან ყველაზე პოპულარულია: *ბორჯომი, აბასთუმანი, ზვარე, ავადპარა, ახალდაბა, ვარძია, კვერეთი, ლეპარდო, უწერა, ფასანაური, შოვი* და სხვ.

მინერალური წყლების გარდა, საქართველოში სამკურნალო ტალახებიცაა გავრცელებული. აღსანიშნავია გომბორის ქედის მთისწინეთის ტალახის ბორცვები, ე.წ. “სოპკები”, მაგრამ ისინი ნაკლებადაა შესწავლილი და მხოლოდ ეპიზოდურად

გამოიყენება. ამჟამად ფუნქციონირებს მხოლოდ ორი ტალახსამკურნალო კურორტი *ახტალა* და *კუმისი*.

ზღვის სანაპირო. ზღვის საკურორტო ადგილები ძალიან ბევრ ტურისტს იზიდავს. საქართველოს სანაპირო ხაზის სიგრძე 300 კმ-ს აღემატება. ჩვენს სანაპიროზე დასვენებისათვის ხელსაყრელი დღეების რაოდენობა 130-ს აჭარბებს, როცა, მაგალითად, ბალტიისპირეთში იგივე მაჩვენებელი 60-90 ფარგლებშია, ყირიმში კი 120 დღეა. ჩვენი სანაპიროს მთელ სიგრძეზე საკმაოდ სივრცის ქვიშიან-ხრეშიანი პლაჟებია. ამას ემატება მიმდებარე ტერიტორიების ლანდშაფტების სილამაზე. ზღვისპირა კურორტების უმეტესობა აფხაზეთის (*ლესელიძე, განთიადი, გაგრა, ბიჭვინთა, ოქროს ნაპირი, მიუსერა, გუდაუთა, ახალი ათონი, ეშერა, გუმისთა, სოხუმი, ბესლეთი, გულრიფში, აგუძერა, კინდლი, ოჩამჩირე*) და აჭარის (*ქობულეთი, ციხისძირი, მწვანე კონცხი, მახინჯაური, ბათუმი, გონიო, კვარიათი, სარფი*) ტერიტორიაზეა განლაგებული. ზღვისპირეთის ცენტრალური ნაწილის ჭარბტენიანი ტერიტორიები ხელს უშლის დასვენების ინდუსტრიის სრულფასოვან განვითარებას, რის გამოც, აქ მხოლოდ რამდენიმე კურორტი ფუნქციონირებს (*ანაკლია, მალთაყვა, გრიგოლეთი, ურეკი, შეკვეთილი*). ურეკის პლაჟებს ხელსაყრელი თავისებურება ახასიათებს **მაგნიტური ქვიშების** სახით, რომლებიც მნიშვნელოვან სამკურნალო თვისებებს ფლობენ. ეს ქვიშები 4%-მდე მაგნეტიტსა და ტიტანო-მაგნეტიტს შეიცავენ, რაც მათ მუდმივ მაგნიტურ ველს უქმნის. ეს თვისებები დადებითად მოქმედებს გულ-სისხლძარღვთა სისტემაზე და ბავშვთა ორგანიზმზე, ასევე გამოიყენება მენჯ-ბარძაყისა და ადამიანის სამოძრაო აპარატის დაავადებათა მკურნალობაში.

XX ს-ის მეორე ნახევრიდან მთელს მსოფლიოში გაძლიერდა დასვენებისა და სპორტის ზამთრის სახეობებით გატაცება. მათი განვითარებისათვის აუცილებელია თოვლის მდგრადი საფარის (30 სმ და მეტი) არსებობა გარკვეული პერიოდის (3 თვე და მეტი) განმავლობაში და ასევე, ხელსაყრელი რელიეფური პირობები (ფერდობის გარკვეული სიგრძე და დახრილობა). ამ მოთხოვნებს საქართველოში პასუხობს *სვანეთის, თუშეთის, აბასთუმნის, ბაკურიანის, გუდაურის, ბახმაროს* მიდამოები. მათგან სამთო-სპორტული კომპლექსები მხოლოდ ბაკურიანსა და გუდაურშია შექმნილი.

საქართველო მდიდარია **სპელეორესურსებით**, რაზეც ზემოთ გვქონდა საუბარი.

შიდა წყლებიდან საქართველოში რეკრეაციული მიზნებისათვის შეიძლება აქტიურად იყოს გამოყენებული მდინარეები შავი ზღვის შესართავის სიახლოვეს, ასევე, *მტკვარი, არაგვი, ალაზანი* და ტბები – *რიწა, პალიასტომი, ბაზალეთი, ტაბაწყური, კახისის, კუს* და *ლისის* ტბები და წყალსაცავები – *ჟინვალის, სიონისა* და *თბილისის*.

ქვეყანაში ტყეების საერთო ფართობია 2,7 მლნ ჰა. ტყეთა სიდიდითა და მრავალფეროვნებით გამოირჩევა გაგრის, ბორჯომის, ადიგენის, ბაღდათის, ხარაგაულის, ქედის, შუახევის, სოხუმის, ხელვაჩაურის, ამბროლაურის, ქობულეთის, წალენჯიხის, ცაგერისა და ტყიბულის რაიონები. 90-იანი წლებიდან საქართველოში დაიწყო დაცული ტერიტორიების სისტემის განვითარება, კერძოდ, შეიქმნა რამდენიმე ეროვნული პარკი – *ბორჯომ-ხარაგაულის, ვაშლოვანის, კოლხეთისა* და *ლაგოდეხის*. დაცული ტერიტორია, რომლებიც გარემოს დაცვასთან ერთად, რეკრეაციულ ფუნქციასაც ასრულებენ და საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების საფუძველი უნდა გახდნენ. ჩვენი ბუნება მდიდარია ფაუნით (ფრინველებითა და ცხოველებით), რაც სამონადირეო ტურიზმისა და ბერდვოჩინგისათვის ხელსაყრელ საფუძველს წარმოადგენს.

საქართველო მდიდარია ბუნების ძეგლებითა და უნიკალური ლანდშაფტებით (ჩანჩქერებით, კანიონისებრი ხეობებით, მყინვარებით, კარსტული და ფსევდოკარსტული ფორმებით, მწვერვალებით), რომლებიც არა მარტო მეცნიერულ, არამედ, იშვიათ ესთეტიკურ ღირებულებასაც შეიცავს.

საქართველო რთული და მდიდარი ისტორიისა და კულტურის ქვეყანაა, რამაც განაპირობა ჩვენს ტერიტორიაზე ისტორიულ-კულტურული რესურსების სიმრავლე. საქართველოში სხვადასხვა ეპოქის არქიტექტურული, რელიგიური, თავდაცვითი, არქეოლოგიური ძეგლია შემორჩენილი და დაცული. ქრისტიანული რელიგიის ძეგლებიდან აღსანიშნავია: *ბოლნისის სიონი, ანჩისხატი, მცხეთის ჯვარი, სვეტიცხოველი, სამთავრო, ნიკორწმინდა, სამთავისი, ქვათახევი, ალავერდი, ყინწვისი, გელათი, ბაგრატის, გურჯაანის ყველაწმინდა, გერგეტის სამება, შიომღვიმე, ვარძია, დავით-გარეჯა*. სხვა ისტორიული და არქიტექტორული ძეგლებიდან – *უფლისციხე, იგივე ვარძია, გორის* და *ქსნის* ციხეები, *ალ. ჭაბჭავაძის სახლ-მუზეუმი* წინანდალში და *დადიანების სასახლე* ზუგდიდში, *სვანეთისა* და *ხევსურეთის* არქიტექტორული ანსამბლები და სხვ.

ტურისტულ მარშრუტებში ასევე შესულია ანტიკური ხანის ნაქალაქარები: არმაზის ციხე, ციხე-გოჯი (არქეოპოლისი, ნოქალაქევი, სენაკი), ვანი, ანტიკური ხანის კოლხეთის ცენტრი, ნასტაკისი, ძალისი და სხვ.

საქართველოში აღრიცხულია 35 ათასი ისტორიული ძეგლი, რომელთაგან 5 ათასი სახელმწიფოს დაცვის ქვეშაა მოქცეული, სამი კი – შესულია იუნესკოს¹ მსოფლიოს კულტურული მემკვიდრეობის სიაში.

დმანისის არქეოლოგიური გათხრები, იქ აღმოჩენილი ადრეული ადამიანის, – *ჰომინიდის ნაშთების* წყალობით, ტურისტული ინტერესის სრულიად უნიკალურ ობიექტს წარმოადგენს. შთამბეჭდავია ამ ნაშთების ასაკი – 1,7-1,8 მლნ წელი, რაც ამ ადგილს ძალიან მნიშვნელოვან ტურისტულ ობიექტად აქცევს. “ჰომო ერექტუსის” ნაშთების გარდა, აქ აღმოჩენილია იმ ეპოქის ცხოველების (*ხმალებილა ვეფხვის, მარტორქის, ჟირაფის* და სხვათა – სულ 30 სახეობის) ნაშთები.

გარდა ამისა, მნიშვნელოვან რესურსს წარმოადგენს საქართველოს მხარეების ერთმანეთისგან გასაოცრად განსხვავებული კულტურა და ყოფა, ტრადიციები, ეროვნული სამზარეულო და სხვ.

ანთროპოგენურ (ადამიანის ხელქმნილ) რესურსებს შორის უნდა მოვიხსენიოთ თეატრები, მუზეუმები, საკონცერტო დარბაზები, სპორტული კომპლექსები, რომლებიც საქართველოში სხვადასხვა მასობრივი, მათ შორის საერთაშორისო კულტურული, გასართობი და სპორტული ღონისძიების მოწყობის საშუალებას იძლევა. ასევე აღსანიშნავია – თბილისისა და ბათუმის ბოტანიკური ბაღები, ზოოპარკი, ღვინისა და კონიაკის ქარხნები და მათი სარდაფები, ვენახები და სხვა კულტურათა პლანტაციები, რომლებიც ასევე ტურისტების ინტერესს იწვევს (შემეცნებითი, აგრო- და სასოფლო ტურიზმისთვის).

საქართველოს ტურიზმის პრაქტიკა

საქართველოში, ოფიციალურად, ტურიზმის სახელმწიფო დეპარტამენტის მონაცემებით, 103 კურორტი, 30 საკურორტო ზონა და რაიონია. ძალიან ბევრია ტურისტული ობიექტები, რომლებიც მთელ საქართველოშია გაბნეული და ბევრი მათგანი უკვე ტურისტულ აქტიურ მარშრუტებშიც ზის.

¹ იუნესკო (UNESCO) – გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის სპეციალიზებული ორგანო.

კურორტების შენება საქართველოში XIX ს-ის პირველი ნახევრიდან დაიწყო. შემდგომ პერიოდში ათვისებულ იქნა ბორჯომი, აბასთუმანი, აგარაკად იქცა კოჯორი. XIX ს. ბოლოდან იწყება შავი ზღვისპირეთის რესურსების ათვისება.

საბჭოთა პერიოდში საკურორტო და ტურისტული მეურნეობის განვითარებამ საკმაოდ მაღალ დონეს მიაღწია. სსრკ-ში საქართველო თავისი ტურისტულ-საკურორტო პოტენციალით რუსეთისა და უკრაინის შემდეგ, მესამე ადგილს იკავებდა. საბჭოთა რესპუბლიკებსა და ევროპის სოციალისტურ სახელმწიფოთა შორის საქართველო თითქმის ერთადერთი იყო, რომელიც სუბტროპიკულ კლიმატურ ზონაში იყო მოქცეული და სადაც მასობრივი ტურიზმის, დასვენებისა და სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი საქმიანობისთვის შესაბამისი ობიექტების ფართო ქსელი შეიქმნა (სანატორიუმები, დასასვენებელი სახლები, პანსიონატები, ტურბაზები და სხვ.).

1990 წლამდე საქართველოს ტურიზმის მთავარი საფუძველი იყო მინერალური წყლები, რომლებსაც საბჭოთა მშრომელები აქტიურად ითვისებდნენ შეგებულების პერიოდში. ამ პერიოდში საქართველო წელიწადში საშუალოდ 4 მილიონამდე ტურისტს იღებდა. იმ ეპოქაში განთავსების საშუალებები ძირითადად სახელმწიფოს და პროფკავშირების საკუთრებაში იყო. ტურისტების ნაკადის განაწილება და ორგანიზება, ცენტრალიზებული დაგეგმვის წყალობით მთელი წლის განმავლობაში თანაბრად ხდებოდა როგორც დროის თვალსაზრისით, ისე კურორტების თანაბარი დატვირთულობის თვალსაზრისითაც. საქართველოში ტურიზმის ტიპებს შორის გაბატონებული ადგილი ეჭირა კურორტებზე დასვენებასა და გართობას. სხვა სახეობებიდან აღსანიშნავია კულტურული ტურიზმი. ტერიტორიულად ყველაზე მრავალრიცხოვანი კურორტი თავმოყრილი იყო შავი ზღვის სანაპიროზე და ერთდროულად ჯანმრთელობის გააქაჟებისა და კულტურულ-შემეცნებით ფუნქციას ასრულებდნენ.

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაზე ნეგატიური გავლენა იქონია 1990-იანი წლების დასაწყისის მოვლენებმა. კერძოდ, შიდასახელმწიფოებრივმა კონფლიქტებმა. ამ პერიოდში სახიფათო გახდა საქართველოში მოგზაურობა და საერთაშორისო ასპარეზზე შეილახა ქვეყნის იმიჯი, რის გამოც საქართველოში უცხოელ ტურისტთა ჩამოსვლა საგრძნობლად შემცირდა.

1990-იანი წლების ბოლოდან ტურიზმს ერთგვარი გამოცოცხლება დაეტყო. ამის ძირითადი მიზეზები გახდა: ქვეყანაში მიღწეული სტაბილურობა, კერძო საკუთრების ლეგალიზაცია და საერთაშორისო კავშირების გააქტიურება.

საქართველოში დამკვიდრდა ე.წ. მომსახურება კომბინირებული მარშრუტით. ტურის ხანგრძლივობა 7-დან 21 დღემდე გრძელდება, ხოლო კომბინირებულია იმიტომ, რომ იგი ითვალისწინებს, როგორც დიდი ქალაქების – თბილისის, ქუთაისის, თელავის, ბათუმისა და სხვათა დათვალიერებას, ისე საკურორტო ცენტრებში – *ბორჯომში, წყალტუბოში, ქობულეთში, ბაკურიანსა და გუდაურში* დასვენებას. ასეთი ტურები შეიცავს საინტერესო კულტურულ პროგრამებს, მიმოხილვით და თემატურ ექსკურსიებს, მუზეუმებისა და ღირშესანიშნაობების დათვალიერებას.

მაღალია ზამთრის კურორტების განვითარების პოტენციალი. ტურისტულ ბაზარზე ამ სეგმენტს ზრდის ტენდენცია ახასიათებს. ბევრი უცხოური ტურისტული კომპანია ინტერესდება საქართველოს სამთო-ტურისტული ცენტრებით.

ტურისტული აქტიურობა საქართველოში მკვეთრად სეზონურია: შიდა ტურიზმის პიკური სეზონებია – ივლისი-აგვისტო და დეკემბერი-იანვარი-თებერვალი, ხოლო საერთაშორისო სათავგადასავლო ტურებისა – აპრილი-მაისი და სექტემბერი-ოქტომბერი. ეს სხვადასხვა სახის ტურიზმის პერიოდების შერწყმის პრობლემას ქმნის. როგორც სპეციალისტები თვლიან, საქართველოში შესაძლებელია ტურიზმის ქვემოთ ჩამოთვლილი სახეობების ტურპროდუქტების წარმოება.

1. სათავგადასავლო ტურები – ერთ-ორკვირიანი სამოგზაურო ტურპაკეტები საქართველოსა და სამხრეთ კავკასიის დანარჩენ ქვეყნებში;
2. საქმიანი ტურები (საქმიანი შეხვედრები და საერთაშორისო კონფერენციები) – ამ მიმართულების განვითარებას საქართველოში, კავკასიის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, ხელს უწყობს რეგიონში მისი ცენტრალური მდებარეობა და მსოფლიოს მოწინავე სასასტუმრო ქსელების (მარიოტი, შერატონი, კემპინსკი, ჰაიატი) მიერ შექმნილი, ამ მიმართულების შესაბამისი დონის სასტუმრო კომპლექსების არსებობა;
3. კულტურული ტურები – ეს მიმართულება ჯერჯერობით ყველაზე მოთხოვნადია. და დაკავშირებულია ქვეყნის ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის გაცნობასთან;
4. სპეციალიზებული ტურები – ინდივიდუალური და ჯგუფური არქეოლოგიური, ეთნოგრაფიული, გეოლოგიური, “ღვინის” ტურები;

5. რელიგიური ტურები – საქართველოს რელიგიური ცენტრებისა და სიწმინდეების მოსანახულებლად და რიტუალებში მონაწილეობის მისაღებად;
6. ზამთრის სპორტული ტურები – დასასვენებელი, სანახაობითი და სპორტული მიზნებით ხორციელდება. *გუდაური* საერთაშორისო სამთო-სათხილამურო სპორტული ცენტრია. ტურპაკეტები სტუმრებს სთავაზობენ სამთო-სათხილამურო და სნოუბორდის ტურპაკეტებს;
7. ეკოლოგიური ტურები – ქვეყნის დაცული ტერიტორიებისა და რეზერვატების ჩართვით;
8. სამთო ტურები – ჩვენი ქვეყანა, რომლის ტერიტორიის დიდ ნაწილს მთები შეადგენს კავკასიონის 1500 კილომეტრიანი მთიანი სისტემით და მაღალი მწვერვალებით – *შხარათი* (5068 მ ზ/დ) და *მყინვარწვერით* (5047 მ ზ/დ) დიდ ინტერესს იწვევს მსოფლიოს პროფესიონალ ალპინისტებსა და მოყვარულ მთასვლელელებში;
9. სასოფლო და აგროტურიზმი – საქართველოს გლეხური მეურნეობის ტრადიციები მნიშვნელოვან ინტერესს იწვევს უცხოელ ტურისტებში.

ტურისტული ცენტრები და რეზიონები

აჭარის რეკრეაციულ რესურსებს წარმოადგენს: ”რბილი” ჰავა, თბილი ზღვა, მთებისა და ზღვის სანაპიროს უშუალო სიახლოვე, უხვი სუბტროპიკული მცენარეულობა და ტყეებით დაფარული მდინარეთა განსხვავებული ხეობები, ცხოველთა მდიდარი სამყარო, ენდემიკების სიმრავლე, ბუნების ძეგლებისა და იშვიათი ლანდშაფტების არსებობა, სხვადასხვა ეპოქის ისტორიული, არქეოლოგიური, კულტურისა და არქიტექტურის ძეგლები, მდიდარი ფოლკლორი, მრავალფეროვანი სამზარეულო, სტუმარმასპინძლობის ტრადიციები, კულტურისა და რელიგიის ცენტრები (ეკლესიები, მეჩეთები, თეატრები, მუზეუმები, ბოტანიკური ბაღი და სხვ.).

რესურსების მრავალფეროვნება ამ რეგიონში ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულების განვითარების საშუალებას იძლევა.

პირველ ყოვლისა, ეს ეხება ბუნებაში მოგზაურობასთან დაკავშირებულ მიმართულებებს. ამ მხრივ აღსანიშნავია ორი ეროვნული პარკი: *“კინტრიშისა”* და *“მთა ტირაღა”* (ან მტირაღა). ეს ობიექტები ეკოტურიზმის განვითარების

საფუძველს წარმოადგენს. ამ მხარის ტურისტულ მომსახურებაში შედის საცხენოსნო, სათევზაო, სამონადირეო ტურები. ბევრს აჭარაში იზიდავს გადამფრენი და წყალმცურავი ფრინველები (ბერდვონინგი), გარეული ცხოველები და მათზე დაკვირვება (ფოტოსაფარი). განსაკუთრებულად საინტერესოა მოგზაურობა *კინტრიშისა* და *სხალთის* ხეობებში.

მთიან ნაწილში, ასევე მდ. *მაჭახელას ხეობაში* დღემდე შემორჩენილია უძველესი ეთნოგრაფიული სანახაობები – ხის ტრადიციული სახლები, ხალხური დღესასწაულები და რიტუალები, ხელოსნობა, ხალხური ხელოვნება (ჭედურობა) და ა.შ.

სასოფლო და აგროტურიზმის განვითარებისთვის მეტად საინტერესო რესურსს წარმოადგენს ქედის რაიონი, როგორც აჭარის მევენახეობის ცენტრი. აქ ყურძნის იშვიათი და უნიკალური ჯიშები მოყავთ: *ქედის ცოლიკაური, ჯინეში, ჭოდი, შავშური, ხიფათური, კლარჯული, ალიგოტე, ადესა, ხევარდული, მელისკულა, შავი ყურძენი, სირექი, გორგოული, ჩხავერი. ყურძნის ადგილობრივი ჯიშებია: მეკრენჩხი, ცხენის ძუძუ, ბროლა, საწური, ხარისთვალა*. მალღარი ვენახი საკმაოდ მაღალ ზონამდე, – ზღვის დონიდან 1200 მ-ზე ვრცელდება. ქედის ღვინის ქარხნის ყველაზე ცნობილი პროდუქტია “*ქედის ცოლიკაური*”.

რელიგიური ტურიზმისთვის მნიშვნელოვანია პირველ ქრისტიანთა საქართველოს ტერიტორიაზე მოღვაწეობასთან დაკავშირებული ძეგლები. ერთ-ერთი ვერსიით, საქართველოში ქრისტიანობის გამავრცელებელი ანდრია პირველწოდებული ჩვენს ქვეყანაში სწორედ აჭარიდან შემოვიდა. ამ პერიოდს უკავშირდება აჭარის მთავარი რელიგიური სიწმინდე – წმინდა მოციქულთა სწორის *მატათას* დაკრძალვის ადგილი გონიოს ციხეში.

აჭარის ტერიტორია მოფენილია ტაძრებით, თანაც მათ შორის საკმაოდ დაშორებებიცაა და მოგზაურს ულამაზეს ბუნებაში უხდება სიარული, დასვენება და ანკარა წყაროების წყლის მირთმევა. ეს დამატებით ეფექტს აძლევს რელიგიური ტურიზმის მოყვარულთა მოგზაურობას. ამ მხარის ძირითადი ქრისტიანული ძეგლებია: *ქაქუთის მთავარანგელოზი, წმ. გიორგის ეკლესია (თეთროსანი), ცხრაფონას ამადლებისა და ჯიხანჯურის საყდარი, ხინოს სამონასტრო კომპლექსი, სხალთის ტაძარი* და სხვ.

გარდა ქრისტიანული სიწმინდეებისა, აჭარის ტერიტორიაზე სხვა რელიგიურ კონფესიებთან დაკავშირებული ადგილებიცაა. აქ კარგადაა შემორჩენილი ოსმალეთის ბატონობის დროინდელი ძეგლები და ტრადიციები. ეს კიდევ ერთი

რესურსია როგორც რელიგიური, ისე ეთნოგრაფიული ტურების შექმნისათვის აჭარაში.

შავი ზღვის სანაპირო წყლებში გვხვდება მრავალფეროვანი და ეგზოტიკური წყალქვეშა ლანდშაფტები, მოლუსკებითა და წყალმცენარეებით მდიდარი მარჩხობები. აქვეა წყლის სიღრმეთა მდუმარებაში ჩაძირული ნაქალაქარები და ხომალდები. ბობოყვათის მახლობლად, 30 მეტრის სიღრმეზე მიკვლეულია ნაქალაქარი, რომელიც ძვ.წ. VII-VI სს თარიღდება. 1990-იანი წლების ბოლოს, ბათუმი-ციხისძირის მონაკვეთზე, მეთევზეების ბადეს დაუზიანებელი ამფორები ამოყვა, რომლებიც, სპეციალისტების აზრით, ანტიკური ხანის ხომალდის ტვირთის ნაწილს წარმოადგენს. შავი ზღვა ხმელთაშუა ზღვის შემდეგ ერთ-ერთ ყველაზე საინტერესო ობიექტადაა მიჩნეული წყალქვეშა არქეოლოგიისათვის. არქეოლოგიური ძიების გაფართოების შემთხვევაში, აქ წყალქვეშა არქეოლოგიური ტურების ამუშავებაცაა შესაძლებელი.

ჩაქეში ფუნქციონირებს წყალქვეშა ცურვის სასწავლო ცენტრი, ხოლო კვარიათი-სარფის სანაპირო ზონაში შექმნილია თანამედროვე დაივინგ-ცენტრი. ტურისტული სეზონის დროს აქ ეწყობა შეჯიბრებები წყალქვეშა ცურვის სხვადასხვა სახეობებში, აგრეთვე სპეციალური გამოფენა-კონკურსები და კინო-(ვიდეო) ფესტივალები, რომლებიც დაივინგის განვითარებას უწყობს ხელს.

აჭარის ტერიტორიაზე ამჟამად ფუნქციონირებს 6 კურორტი და 19 საკურორტო ადგილი, რომლებიც როგორც ზღვისპირეთში, ისე მთიან რეგიონებშია განლაგებული.

აჭარის ზღვის კლიმატური კურორტებიდან განსაკუთრებული მიკროკლიმატით გამოირჩევა კურორტი *ქობულეთი*. კურორტის ძირითადი სამკურნალო ფაქტორია შავი ზღვის თბილი და ზომიერად ტენიანი ჰავა. მაქსიმალური თერაპიული ეფექტის მისაღწევად აქ ერთმანეთთან შეხამებულია თალასოთერაპია (წყლით მკურნალობა) და სამკურნალო პროცედურები.

კურორტი *ციხისძირი* ზრვის დონიდან 60-90 მ სიმაღლეზე, ციხისძირის მაღლობზეა აშენებული. ციხისძირის სამკურნალო თვისებებს ქმნის მისი ჰაერის უშვიათი შეხამება, რომელიც მთისა და ზღვის ჰაერის ნაზავს წარმოადგენს. აქ ზაფხულობით უფრო გრილა და ზამთარში კი უფრო თბილა, ვიდრე ბათუმსა და მახინჯაურში.

საკურორტო ადგილთა შორის გამოირჩევა *ჩაქვი*, რომელიც ისტორიულად, ქართული ჩაის სამშობლოა. სწორედ აქ შემოიტანა და გააშენა პირველად ჩაი ჩინელმა მეცნიერმა **ლაო ჯონ ჯიანომ**.

საქართველოს ერთ-ერთი ულამაზესი კურორტია *მწვანე კონცხი*. ეს სახელწოდება მას მარადმწვანე საფარველის გამო უწოდეს. ამ ადგილის კეთილმოწყობით XIX ს. ბოლო წლებიდან დაინტერესდნენ და 1903 წელს აქ მოეწყო კლიმატური სადგური. მწვანე კონცხის ულამაზეს ფერდობზეა გაშენებული მსოფლიო მნიშვნელობის *ბოტანიკური ბაღი*. მწვანე კონცხის ზღვისპირა ზოლი საუკეთესო ადგილია არა მხოლოდ ცურვისა და მზის აბაზანების მისაღებად, არამედ დაივინგის მოყვარულთათვისაც.

მახინჯაური ზღვისპირა კლიმატურ-ბალნეოლოგიური კურორტია. აქაური ჰავა ტენიანი სუბტროპიკების ტიპს განეკუთვნება. ზამთარი უფრო თბილია, ხოლო ზაფხული – გრილი. ზაფხულობით განსაკუთრებულ სიგრილეს ხელს უწყობს მთაგორიანი რელიეფი და ბრიზები (დღე-ღამური ქარები). მახინჯაურის მიდამოებში მოედინება თბილი მინერალური წყარო, რომელსაც სამკურნალოდ იყენებენ. 1904 წლიდან აქ ფუნქციონირებს მახინჯაურის გოგირდოვანი აბაზანები, რომლებიც სახსრების, პერიფერიული ნერვიული სისტემისა და გინეკოლოგიური დაავადებების მკურნალობაში გამოიყენება.

კლიმატოთერაპია, ჰელიოთერაპია და თალასოთერაპია *ბათუმის*, როგორც კურორტის მთავარი უპირატესობებია. აქ ზღვის წყალი მაღალი მინერალიზაციით გამოირჩევა.

საკურორტო ადგილები *გონიო*, *კვარიათი* და *სარფი* ბათუმის სამხრეთით, მისგან 13-18 კმ-ის დაშორებითაა განლაგებული. სარფი უშუალოდ საქართველო-თურქეთის საზღვარზე მდებარეობს. ამ შესანიშნავ საზღვაო კურორტებზე წყლის საშუალო ტემპერატურა ივლისში 25°C-მდე აღის. აქაც შეჯერებულია ზღვისა და მთის ჰავა.

აჭარის სამთო კურორტების სიამაყეს ალპურ ზონაში განლაგებული კურორტი *ბეშუმი* წარმოადგენს. ის მდებარეობს არსიანის ქედის აღმოსავლეთ ფერდობზე, ზღვის დონიდან 1850-1900 მ სიმაღლეზე. ბეშუმი ჰაერის განსაკუთრებული სისუფთავითა და გამჭვირვალობით გამოირჩევა. კურორტზე არსებული წიწვოვანი ტყე ჰაერის განსაკუთრებულ იონიზაციას ახდენს. ბეშუმი საუკეთესო ადგილია მათთვის, ვისაც სასუნთქი გზების ქრონიკული დაავადებები და ბრონქიალური ასთმა აწუხებს.

2006 წ. აჭარაში დაისვენა 266300-ზე მეტმა ადამიანმა, რაც წინა წლის რაოდენობას 2,5%-ით აღემატება. ამათგან, 165 ათასი შიდა ტურისტი იყო, 100 ათასზე მეტი კი – უცხოელი. აღსანიშნავია, რომ აჭარის მრავალმხრივი ტურისტული რესურსებიდან ძირითადად გამოყენებულია საზღვაო კურორტები.

გურია დასავლეთ საქართველოს ზღვისპირეთში, კოლხეთის დაბლობსა და მიმდებარე მთიან ზონაში მდებარეობს. გურია საქართველოს ყველაზე პატარა ადმინისტრაციული ერთეულია. მისი ფართობი მხოლოდ 2,03 კმ²-ს აღწევს. ბუნებრივი პირობების მიხედვით, გურია მთისა და ბარის ნაწილებად იყოფა.

ამ მხარეში კარგადაა განვითარებული სატრანსპორტო ქსელი, – ძირითადად საავტომობილო და სარკინიგზო ტრანსპორტი. სიახლოვის გათვალისწინებით, ხელსაყრელია ბათუმისა და ფოთის ნავსადგურების, ასევე ბათუმისა და სენაკის აეროპორტების გამოყენებაც.

გურიაც მდიდარია ბუნებრივი და ისტორიულ-კულტურული ძეგლებით. ამ მხარის ძეგლები: *ლიხაურის ეკლესია, შემოქმედის სამონასტრო კომპლექსი, ჯუმათის მონასტერი, პეტრას ნაქალაქარი, ასკანის ციხე, გურიელების სასახლე, აცანისა და ჯიქეთის მონასტრები, ბუკისციხე, გორაბერეჟოულის ციხე-გალავანი და ეკლესია, გურიის უდაბნოს სამონასტრო კომპლექსი შუაგანახლებაში* და სხვა კულტურული ტურიზმის მნიშვნელოვან ობიექტებს წარმოადგენს.

ტურისტულ რესურსებს შორის გამოსაყოფია ხალხური შემოქმედება და ტრადიციული რიტუალები. გურული სიმღერები უნიკალურია თავისი პოლიფონიურობით (მრავალხმიანობით) და უცხოელების გაოცებასა და აღფრთოვანებას იწვევს. აქ დღემდეა შემორჩენილი ხალხური ტრადიციები, მაგალითად: *კალანდა* – საახალწლო რიტუალი, *ალილო*, „*აგუნა*“ – ღვინის დაწურვის რიტუალი, *ნადი* – სასოფლო-სამეურნეო სამუშაოებში ურთიერთდახმარების ტრადიცია, *ჩიჩილაკის გადალოცვა*. აგროტურიზმისათვის საინტერესოა მონაწილეობა ხალხურ რეწვაში, მაგ., *თაფლის გამოხდაში, ყაგარის გახდაში, ხისა და თიხის ნაკეთობების დამზადებაში* და სხვ. ბახმაროში ყოველ წელს, ფერისცვალების დღესასწაულზე ტრადიციული დოღი ტარდება.

გურიის ტერიტორიაზე არაერთი არქეოლოგიური ძეგლია მიკვლეული, ზოგი მათგანი გათხრილი და დაკონსერვებულია, ზოგი ჯერ კიდევ ელოდება გათხრას,

ზოგი კი უკვე აქტიური გათხრების პროცესშია. არქეოლოგიური ექსპედიციები გახსნილია რამდენიმე ადგილზე, მათ შორის აღსანიშნავია: *ურეკი; წვერმაღალა; ციხისფერდი (პეტრა); ქორბუდე; ვაკიჯვარი; გრიგოლეთი.*

ბუნებაში მოგზაურობის მსურველებს გურიის სუბტროპიკული გარემო მრავალ საინტერესოს სთავაზობს. ბუნების ძეგლებად ითვლება: *ჩაქუხა, მგლის ნაწოლი, მზის ამოსავალი და მზის ჩასავალი მთები ბახმაროში, თავაკჯვარი, სპილენძის საბადო, ეშმაკის ღელე, გონთიმერე, ტობაჩხო, წყალმბარა, არწივის ბუდე, ჯაჯის ტბა, მეფის წყარო, საკალმახე, ქორბუდე* და ა.შ.; უაღრესად საინტერესო და აუთოვისებელია გურიის ტყეები: *შემოქმედის, გომის მთის ტყის მასივები, ვაკიჯვარის, ქორბუდეს, ლიხაურ-მაკვანეთის, ბახვის, ასკანას, მთისპირის, ვანისქედის, უკანავას, ნასაკირალის, ბაილეთის, ჯუმათის;* ჩანჩქერები: მდ. აგიდაყვას – სამ სართულიანი (მაკვანეთი), მდ. ნატანებზე – *ქორბუდე* (ვაკიჯვარი), მდ. ბუუუზე – *ჩაქუხა ჰესის სათავე* (შემოქმედი); ტბები: *ჭინჭაოს ტბა, გომის ტბა, თამარის სევედა* (ასკანა); გამოქვაბულები: *ქორბუდე* (სოფ. ვაკიჯვარი); მდინარეები: *სუფსა, ნატანები, აჭი, ბახვის წყალი, ბუუუთ;* მთები: *გომის მთა* (ზღვის დონიდან 2200 მ), *სომლიის მთა* (ზღვის დონიდან 2100 მეტრი), *ვაკიჯვარის სიმაღლეები* (ზღვის დონიდან 300-450 მეტრი).

გურია სასოფლო ტურიზმის განვითარებისთვის მეტად ეგზოტიკურ რეგიონს წარმოადგენს. ამ კუთხის თავისებურება, ბუნების სილამაზე, ყოფითი წეს-ჩვეულებები, ტრადიციული ხალხური დღესასწაულები და ადგილობრივი მოსახლეობის განუმეორებელი სტუმარმასპინძლობა სოფლის ცხოვრებით დაინტერესებულ ბევრ ტურისტს იზიდავს.

აგროტურიზმით დაინტერესებულებს შეუძლიათ მონაწილეობა მიიღონ ხალხური რეწვის ნიმუშების შექმნაში, გურული კერძების თუ რიტუალური კვერების გამოცხობა-მომზადებაში, ადგილობრივი და ქართული ჯიშის ყურძნის მოყვანა-დაწურვაში, შეუძლიათ დააჭაშნიკონ ადგილობრივი ღვინო.

კურორტები.

გურიის რეგიონში არის, როგორც ზღვისპირა, ისე მთის კურორტები:

ურეკი – ზღვისპირა კურორტი მაგნიტური ქვიშით. აქ იკურნებიან ადამიანები, რომელთაც აწუხებთ სისხლის მიმოქცევის ორგანოთა, ნერვული სისტემისა და სუნთქვის ორგანოთა დაავადებები.

ბახმარო – მთის კლიმატური კურორტია, რომელიც გამოიყენება სასუნთქი ორგანოების ქრონიკული დაავადებებისა და ჰიპოტონიის, სისხლნაკლებობის, ნერვიულ დაავადებათა და ლიმფადენიტის მკურნალობაში.

ნაბეღლავი ცნობილია თავისი მინერალური წყლით. იგი გამოიყენება საჭმლის მომნელებელი ორგანოების სამკურნალოდ.

ნასაკირალის ტერიტორიაზე ამოსული მინერალური წყალი გამოიყენება საყრდენ-მამოძრავებელი აპარატის, პერიფერიული ნერვიული სისტემის, გინეკოლოგიურ და კუჭის ქრონიკულ დაავადებათა სამკურნალოდ.

გარდა ზემოთ ჩამოთვლილი კურორტებისა, ჩოხატაურის რაიონში სოფელ ზოდთან მდებარეობს ლამაზი ადგილი **სანისლია** საკუთარი სამკურნალო წყლით; გურიაში არის, აგრეთვე **განახლების**, **კოხნარის** და **იანუელის** სამკურნალო წყლები; სოფელ **სურეში** მდებარეობს კურორტი **შუაგორა**, ხოლო **გომისმთა** საუკეთესო ადგილია დასასვენებელი კომპლექსის მოსაწყობად. ეს ადგილი საბჭოთა პერიოდშიც გამოიყენებოდა დასასვენებელ ობიექტად.

გურიაში პერსპექტივა აქვს ტურიზმის შემდეგ სახეობებს:

- **სამთო-სათხილამურო ტურიზმს:** ბახმარო, გომისმთა;
- **სათავედასავლო ტურიზმს:** სურები, ვაკიჯვარი, აჭი, ქორბუდე;
- **ექსტრემალური საწყალოსნო ტურიზმს** (ჯომარდობა): მდ. სუფსა, სურები (ჩოხატაური, მაის-ივნისის პერიოდი, – სოფ. ძიმითი–შავი ზღვა, მაისი-აგვისტოს პერიოდში); მდ. ბჟუუი, ჩაქუხა (ოზურგეთი, მაისი-ივნისი); მდ. აგიდაყვა (სოფ. გოგიეთი);
- **საცხენოსნო ტურიზმს:** სურები-მეფისწყარო; სურები-გომთიმერე; ბახმარო-ბაისურა-ვაკიჯვარი; ბახმარო-ვანისქედი-ასკანა; ოზურგეთი-გომისმთა-ჭინჭაოს ტბა-ხასანადის ველი;
- **საღაშქრო ტურებს:** ოზურგეთი-აჭის ხეობა;
- **ალპინიზმისთვის:** საყორნია;
- **დაივინგს:** მდ. სუფსა, პალიასტომის მიმდებარე არხები, მდ. ნატანების შესართავი;
- **სამონადირეო ტურიზმს:** ბაზიერებით ნადირობა, მდ. ნატანების ჭალები, მდ. სუფსა, ლანჩხუთის რ-ნი, ჩოხატაურის რ-ნი;
- **თევზაობას:** მთისა და ბარის მდინარეებზე, კარვებში ღამისთევით;

- **ბალუნინგ¹**: ბახმარო-შავიზღვისპირეთი (ურეკი, შეკვეთილი) 40-50 კმ., ბახმარო-გომისმთა;
- **ველოტურიზმს**: ბახმარო, სურები, ლანჩხუთი, ურეკი, ბახმარო-ბაისურა-სიპნარი-ვაკიჯვარი-ურეკი;
- **საწყლოსნო ტურიზმს** (Boating): შავი ზღვის სანაპირო.

გურიის ტურისტული ცენტრები

ზღვის კლიმატური კურორტების (*კრივოლეთი, ურეკი, შეკვეთილი*) ცენტრია **ურეკი**. ურეკის ტურისტული ინფრასტრუქტურა გურიის რეგიონში ყველაზე კარგადაა განვითარებული. იგი ასევე გამოირჩევა ტურისტულ-გეოგრაფიული მდებარეობით, სასტუმროსა და კეების ობიექტთა სიმრავლით, მოსახერხებელი სატრანსპორტო სისტემით (რკინიგზა და ავტოსადგურები).

ოზურგეთს, როგორც გურიის რეგიონის ადმინისტრაციული და საქმიანი ურთიერთობების ცენტრს, სტრატეგიული მდებარეობა უჭირავს, აქედან შესაძლებელია სხვადასხვა მიმართულებით მოკლე და საშუალო მარშრუტებზე სიარული.

კახეთი საქართველოს ერთ-ერთი ყველაზე დიდი რეგიონია. იგი ადმინისტრაციულად მოიცავს როგორც კახეთის ძირითად ტერიტორიას, ისე – ისტორიულ **თუშეთს**. აქ წარმოდგენილია ჰავისა და ლანდშაფტის მრავალფეროვნება, გვხვდება როგორც სუბტროპიკული, ისე სტეპური ზონისთვის დამახასიათებელი ლანდშაფტები.

კახეთის ბუნება მეტად მრავალფეროვანია. რეგიონის ფარგლებში გვხვდება ნახევარუდაბნოც, მარადმწვანე ტყეებიც და სუბალპური მცენარეული საფარიც. ყველაზე დაბალი ადგილი **ელდარის ვაკეა** ზღ/დ. 90-150 მ, ხოლო უმაღლესი წერტილი **თებულოს** მთაა – 4493 მ. თუშეთის საშუალო სიმაღლეა – 1880 მ.

კახეთი ცნობილია კულტურულ ძეგლთა სიმრავლით. არაერთი ეკლესია-მონასტერი თუ ციხე-სიმაგრე იპყრობს ტურისტებისა და ექსკურსანტების ყურადღებას.

¹ ბალუნინგი (ინგ. Ballooning) – საჰაერო ბურთით ფრენა.

კახეთის ყველაზე ცნობილი ძეგლებია: *ნინოწმინდა, ბოდბე, ხორნაბუჯი, უჯარმა, სიღნაღი, გურჯაანის ყველაწმინდა, ალავერდი, ახალი და ძველი შუამთა, იყალთო, გრემი, ნეკრესი* და სხვ.

კახეთის რეგიონში რელიგიურ, და მათ შორის, მომლოცველობით ტურიზმს, კარგი პოტენციალი აქვს, აქაური ტაძრები და სალოცავები ინახავენ და აღადგენენ ძველ რელიგიურ ტრადიციებს; დღემდე შემორჩენილია მრავალი რელიგიური დღესასწაული. ეს კი მნიშვნელოვანი ფაქტორია მომლოცველთა და უბრალოდ, რელიგიური ტურიზმით დაინტერესებულ ტურისტთა მოსაზიდად.

მხარეს **ღვინის ტურიზმის** განვითარების დიდი პოტენციალიც აქვს. კახეთის მეღვინეობის ისტორია ახ. წ. აღრიცხვამდე III-II საუკუნეებში იწყება და დღემდე მხარის ეკონომიკის უმნიშვნელოვანეს დარგს წარმოადგენს. საქართველოს ღვინის ქარხნები უმეტესად კახეთშია კონცენტრირებული. აქ ტურისტებს სხვადასხვა მომსახურებას სთავაზობენ: ღვინის დეგუსტაციას, აცნობენ საწარმოო პროცესს, ქართულ ტრადიციებს ამისათვის სპეციალურად მოწყობილ ეთნოგრაფიულ კუთხეებში. ღვინის გასინჯვა შესაძლებელია ტრადიციულ ქართულ ოჯახებშიც, სადაც ტურისტს შეუძლია ძველ მარნებში კახური ტექნოლოგიით დამზადებული ღვინო დააგემოვნოს და გასინჯოს ქართული სამზარეულოს კერძები (ხშირად, ხალხური სიმღერების ფონზე). ყოველწლიურად იმართება **ღვინის ფესტივალი**.

კახეთის ტერიტორიაზე ექვსი დაცული ტერიტორიაა: *ბაწარას, ბაბანეულის, მარიამჯვრის, გაშლოვანის ნაკრძალები, თუშეთის, გაშლოვანისა და ლაგოდეხის ეროვნული პარკები*. თითოეული მათგანი ბუნების მოყვარულს ბუნების საოცარ ძეგლებს სთავაზობს. ამის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კახეთს **ეკოტურიზმის და სამეცნიერო ტურიზმის** განვითარების კარგი პოტენციალი აქვს. იგივე შეიძლება ითქვას ბერდგოჩინგზეც.

კახეთის რელიეფი ხელს უწყობს ველო- და საცხენოსნო ტურიზმის განვითარებას, მდინარეთა ხეობები კი კარგი რესურსია ლაშქრობის მოყვარულთათვის. *ალავერდსა და გრემში* არის **ბალონინგის** განვითარების შესაძლებლობა. დღითიდღე იზრდება ტურისტების ინტერესი კახეთის მიმართ, ღვინისა და ტურიზმის საკითხები ხელს უწყობს ბიზნეს-ტურიზმის განვითარებას.

რაც შეეხება სამკურნალო-გამაჯანსაღებელ ტურიზმს, კახეთში კურორტის სტატუსის მქონე 8 ადგილია (*არხილოსკალო, ახტალა, ლაგოდეხი, უჯარმა, ცივი კოდა, თეთრი წყარო, თორღვას აბანო, ყვარელი*), თუმცა, არც ერთს არა აქვს შესაბამისი ინფრასტრუქტურა.

თუშეთი ცნობილია თავის ძველი ნასახლარებით. ბევრ სოფელს დღემდე არ შეუცვლია საუკუნეების მანძილზე შენარჩუნებული არქიტექტურული იერი. დიდებული ბუნება და მთებზე შეფენილი სოფლები ძალიან საინტერესო პეიზაჟებს ქმნის.

თუშეთში, გარდა კულტურული ტურიზმისა, ვითარდება **სალაშქრო, საცხენოსნო და სათავგადასავლო ტურიზმი**. ამას გარდა, თუშეთი, ფრინველთა მდიდარი პოპულაციისა და ლამაზი პეიზაჟების გამო, ხელსაყრელი ადგილია ბერდვოჩინგისათვის. აქ არის შესაძლებლობა, რომ განვითარდეს სამთო- და ველოტურიზმი, აგრეთვე სათევზაო ტურიზმი (ნადირობა აკრძალულია).

თუშეთის ტრადიციული ცხოვრების წესი საინტერესოა სასოფლო ტურიზმის მოყვარულთათვის. ძველი თუშური წეს-ჩვეულებები კი შეიძლება ჩამოყალიბდეს უცხოელ, ასევე შიდა ტურისტებისთვის გამართულ სახალხო სანახაობებად.

კახეთის რეგიონის ტურისტული ცენტრებია: **თელავი** და **სიღნაღი**. მდებარეობისა და ინფრატსრუქტურის მდგომარეობის გათვალისწინებით, ისინი ტურისტული მარშრუტების საუკეთესო საწყისი პუნქტები არიან. 2007 წელს სიღნაღის ცენტრში ჩატარდა აღდგენითი-სარემონტო სამუშაოები, რომელმაც უძველესი ქალაქი საქართველოს ტურიზმის ერთ-ერთ ულამაზეს ცენტრად აქცია.

ქვემო ქართლის რეგიონი საქართველოს სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილს მოიცავს. მასში შედის შვიდი ადმინისტრაციული ერთეული: გარდაბნის, მარნეულის, ბოლნისის, დმანისის, თეთრიწყაროს, წალკის რაიონები და ქალაქი რუსთავი. სამხრეთ კავკასიაში თავისი მნიშვნელოვანი პოლიტიკურ-გეოგრაფიული მდებარეობის გამო, ქვემო ქართლი მრავალი ათასწლეულების მანძილზე წარმოადგენდა სხვადასხვა ცივილიზაციებისა (**მტკვარ-არაქსის, თრიალეთის, იბერიის, საქართველოს**) და ხალხების (ქართველების, სომხების, აზერბაიჯანელების, ბერძნების, გერმანელების, ასირიელების) დაახლოების, თანაცხოვრების, კულტურათა ურთიერთშეღწევის ადგილს. აქედან გამომდინარე ქართველების გარდა ამ რეგიონში მრავლად შეხვდებით სხვა ერების ხალხების მატერიალური კულტურის ნიშნებსაც, რაც ქვემო ქართლის ტურისტულ თემატიკას უფრო მიმზიდველს ხდის. მთლიანობაში, ქვემო ქართლი საინტერესოა არა მარტო უძლიდრესი მატერიალური კულტურის თვალსაზრისით (650-მდე ისტორიული ძეგლი), არამედ მისი იშვიათი ლანდშაფტებით (მაგალითად, **ბორთვისის კანიონი**)

და ბუნებრივ-კლიმატური პირობებით. კერძოდ, აქ გვხვდება, როგორც ნახევარუდაბნო და მშრალი სტეპები, ისე შერეული ტყის და ალპური ზონები. ქვემო ქართლში არის ვრცელი ვაკე და მასიური ტყით დაფარული მთიანი ქედები. ეს რეგიონი საშუალოდ ზღვის დონიდან 280 მ-ზე მდებარეობს, უმაღლესი წერტილი კი ზღ/დ-დან 3 300 მ-ზეა.

დმანისის უნიკალურობა მისი უმდიდრესი ისტორიული პოტენციალითაა განპირობებულია. **დმანისის ნაქალაქარის** ტერიტორიაზე ბოლო წლების არქეოლოგიური გათხრების შედეგად აღმოჩენილმა უძველესი ევროპელის ნაშთებმა დმანისი მსოფლიოს ყურადღების ცენტრში და საერთაშორისო ტურისტული მარშრუტების სიაშიც მოაქცია. აქვეა დმანისის არის ფეოდალური ხანის ციხე-ქალაქის ნაშთები (სასახლეების, აბანოების, სხვა სამეურნეო და სამხედრო ნაგებობების), აგრეთვე დმანისის სიონის ტაძარი. ეს ყველაფერი ორი მდინარის, **მაშავერასა** და **ფინეზაურის** კანიონებს შუა მდებარე კონცხზეა მოქცეული.

დმანისის რაიონში ასევე საკმაოდ დიდი პერსპექტივები აქვს სამონადირეო (**გომარეთის პლატო**), სათევზაო (**პანტიანის ტბა**), საცხენოსნო, საჯომარდო ტურიზმის განვითარებას. რაიონის ძალზე ჯანმრთელი მთის კლიმატი, სასმელი და მინერალური წყლები (**მარდის წყალი**) სამკურნალო-საკურორტო ტურიზმის განვითარების ფართო ასპარეზს იძლევა.

ბოლნისი ტურიზმისთვის ერთ-ერთი ყველაზე მდიდარი პოტენციალის მქონე რაიონია. ისტორიულ-არქიტექტურული (**ბოლნისის სიონი, წუღრულაშენი, ქვეშის ციხე, ორსაყდრები და სხვ.**) და ისტორიული (**სულხან-საბა ორბელიანის მუზეუმი ტანძიაში, XIX საუკუნის გერმანული ფოლადსადნობი ბრძმედები ფოლადაურის ხეობაში** და სხვ.) ძეგლების სიმრავლე საუკეთესო პირობებს ქმნის კულტურულ-შემეცნებითი ტურიზმის განვითარებისთვის. გარდა ამისა, ბოლნისის რაიონში საუცხოო ბუნებრივი ტურისტული რესურსებია, რაც სალაშქრო, სათავგადასავლო, სამონადირეო (**ლოქისა და თრიალეთის ქედებზე**) ტურების შექმნისა და მათი კომბინირების საშუალებას იძლევა. ბოლნისი მდიდარია აგრეთვე სამკურნალო რესურსებით (საკურორტო ადგილები – **ბოლნისი, კაზრეთი, დარბაზი**).

თეთრი წყაროს ტერიტორია უნიკალური ბუნებრივ-კლიმატური ზონაა, სადაც 250-მდე ისტორიული ძეგლი მდებარეობს. აქაა **სამშვილდის ციხე** – ერთ-ერთი პირველი ქართული ძეგლი, რომელიც ლეგენდის მიხედვით, თვით ქართლოსის

ბრძანებით ააგებს. ამას გარდა, მრავლადაა მნიშვნელოვანი ციხე-სიმაგრე და მონასტერი: *მანგლისი, ფიტარეთი* და სხვ.

მდინარე ხრამის ხეობაში საუკეთესო პირობებია *მეკლდეურებისათვის*. ხრამზე, რომელიც მაის-ივნისში წყალუხვობით გამოირჩევა შესაძლებელია ჯომარდობის განვითარებაც. დაბა თრიალეთიდან (ხრამჭესიდან) სოფ. ნახიდურამდე შესაძლებელია 60 კმ მანძილზე ტურისტებისათვის რამდენიმე დასასვენებელი ადგილის მოწყობა.

თეთრი წყაროს რაიონში უნიკალური კურორტი – *მანგლისი* მდებარეობს. ეკოტურების მოწყობის საუკეთესო ადგილია *ალგეთის ნაკრძალი*. თეთრი წყაროში არსებობს მხარეთმცოდნეობის მუზეუმი უნიკალური ექსპონანტებით. ამ რაიონის მცხოვრებთა შორის დღემდე შემონახულია ფოლკლორი, ხალხური რეწვის სხვადასხვა საინტერესო მიმართულება. ღირშესანიშნავი დღესასწაულებიდან აღსანიშნავია *დიდგორობა* (აგვისტოში). თეთრი წყაროს ტერიტორიაზე კარგი პირობებია *საცხენოსნო ტურიზმის* განვითარებისათვის.

ჰავა ცივი ზამთრითა და ხანგრძლივი ზაფხულით გამოირჩევა. საშუალო წლიური ტემპერატურა $+6^{\circ}\text{C}$, აბსოლუტური მინიმუმი -34°C , წლიური ნალექი 600-750 მმ. შიდა წყლები ძირითადად „მიბმულია“ მდ. ხრამის ხეობაზე. აღსანიშნავია ტბები: *ბაშქოის, უზუნგიოლის, ჯამუშ-გიოლის, ხადიკის ტბა, ლელიანის, გრძელი ტბა და წალკის წყალსაცავი* (სარკის ფართობი – 34 კმ²). წალკის რაიონი ძირითადად ალპურ ზონაში მდებარეობს და შესაბამისად ტურისტული სეზონიც წელიწადში მხოლოდ 2-3 თვით შემოიფარგლება.

რაიონს გარკვეული ისტორიულ-არქიტექტურული პოტენციალიც აქვს. პირველ რიგში აღსანიშნავია – *მარტყოფ-ნორიოს ეკლესიები*, ციხე-სიმაგრეები, საგვარეულო კოშკები, აგერთვე *შავნაბადას სამონასტრო კომპლექსი* სოფ. თელეთში. აქ მდებარეობს უნიკალური ისტორიული ძეგლები, *კლდეკარის მუზეუმ-ნაკრძალი, ოლიანგის ეკლესია, ბეშთაშენის ეკლესია*, რამდენიმე *ციკლოპური ტიპის ციხე-სიმაგრე*, საუკეთესო პირობებია *სათევზაო და სამთო, აგროტურიზმისა და ეკოტურიზმის* განვითარებისათვის. სამონადირეო და სათევზაო ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობას იძლევა მტკვრის ჭაღის ტყეები, აგრეთვე კუმისისა და ჯანდარის ტბები. დაბოლოს, აღსანიშნავია *სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმი*, რომლის მიხედვითაც გარდაბნის რაიონს დღეისათვის წამყვანი პოზიცია უჭირავს რეგიონში. თუმცა, თითქმის ყველა კურორტი და საკურორტო ადგილი

(*კიკეთი, კოჯორი, ოქროყანა, წაგვისი, წოდორეთი, ტაბახმელა*) ძირითადად დედაქალაქის მცხოვრებთა სააგარაკო ადგილებს წარმოადგენს.

მარნეულის ტურისტული მახასიათებლებით საუკეთესო ადგილად მიჩნეულია *შულავერის ხეობა*. აქ თავმოყრილია ისეთი ისტორიული ძეგლები, როგორცაა: X-XI სს. *ოფრეთის ციხე-სიმაგრე*, X-XII სს. *წოფის ციხე-სიმაგრე*, *ხოფორნიას ეკლესია*, *წერაქვის XIII ს. ღვთისმშობლის ეკლესია*, *მიხეილ ჯავახიშვილის სახლ-მუზეუმი* და სხვ.

მანგლისი ცნობილი კლიმატური კურორტია. იგი თეთრიწყაროს რაიონში, ზღვის დონიდან 1200 მეტრზე მდებარეობს. სამედიცინო პროფილი პულმონოლოგიურ-პროფილაქტიკური აქვს. აქ მკურნალობენ სასუნთქი ორგანოების დაავადებებს (ტუბერკულოზი, ბრონქული ასთმა).

კიკეთი, კოჯორი, ოქროყანა, წაგვისი, წოდორეთი – თბილისის სიახლოვეს მდებარე კლიმატური კურორტებია გარდაბნის რაიონში, რომელთა სიმაღლე ზღვის დონიდან 670-დან 1350 მეტრამდეა. ამ კურორტების სამედიცინო პროფილიც ანალოგიურია – პულმონოლოგიური, პროფილაქტიკური და სასუნთქი ორგანოების დაავადებათა სამკურნალო (ტუბერკულოზები, ანთებები).

კუმისი – სამკურნალო ტალახის კურორტი გარდაბნის რაიონში, ზღვის დონიდან 480 მეტრზე მდებარეობს. სამედიცინო პროფილით: ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნევროლოგიური, დერმატოლოგიური. აქ მკურნალობენ – საყრდენ-მამოძრავებელი აპარატს, პერიფერიული ნერვული სისტემას, კანისა და გინეკოლოგიური დაავადებებს.

ზემოთ ჩამოთვლილის გარდა, რეგიონში არის მრავალი საკურორტო ადგილი: *ბოლნისი, დარბაზი, კაზრეთი* (ბოლნისის რაიონში); *ამამლო და შარდის წყარო* (დმანისი); *თეთრი წყარო, ალექსეევკა, ასურეთი* (თეთრი წყარო); *ტაბახმელა და ბევრეთი* (გარდაბანი); *წაღკა; ახკერპი* (მარნეული), სადაც მკურნალობენ პულმონოლოგიურ, ნევროლოგიურ, გინეკოლოგიურ, უროლოგიურ, გასტროენტეროლოგიურ, კარდიოლოგიურ დაავადებებს.

ქვემო ქართლის ტურისტული ცენტრებია: *დმანისი, თეთრი წყარო, ბოლნისი, რუსთავი*.

სამცხე-ჯავახეთი საქართველოს სამხრეთ ნაწილში მდებარეობს. მასში ორი ისტორიული მხარე შედის – სამცხე და ჯავახეთი. რეგიონში 6 ადმინისტრაციული რაიონია: ახალციხის, ადიგენის, ასპინძის, ბორჯომის, ნინოწმინდისა და ახალქალაქის. სამცხე-ჯავახეთს სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმის მნიშვნელოვანი პოტენციალი აქვს კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სახით. გარდა ამისა აღსანიშნავია, ბუნების და ისტორიულ-კულტურული წარმოშობის მრავალფეროვანი რესურსები, ჯერაც შეუსწავლელი უძველესი პერიოდის ნასახლარები, არქეოლოგიური ძეგლები, მოქმედი ეკლესია-მონასტრები და მათში დაცული სიწმინდეები.

ახალციხის რაიონი მდიდარია კულტურული და სამკურნალო ტურიზმის პოტენციალით. ქალაქთან ახლოს მდებარეობს ცნობილი და დიდი ისტორიული მნიშვნელობის ძეგლი – *საფარის მონასტერი*. ასევე ახლოსაა *აწყურის* დიდებული ტაძრის ნანგრევები და ციხე. ცოტა მოშორებით, თვალთავან მოფარებულ ადგილასაა აღმართული *წრიოხის ციხე*.

აღსანიშნავია: თავად *ახალციხის* საკურორტო პოტენციალი – 38°C *მინერალური წყალი, ურაველის, ურთუბნის, შურდოს, წყალთბილას მინერალური წყლები*.

ახალციხესთან არსებული *ურაველის ხეობა* საუკეთესოა სალაშქრო და ეკოტურებისათვის. ეკოტურისტებს იზიდავს *ბორჯომ-ხარაგაულის პარკიც*, რომლის შესასვლელი და საგუშაგო სოფელ *აწყურის* მახლობლად მდებარეობს.

ახალციხეში არაერთი რელიგიური და სახალხო დღესასწაულია შემონახული, მაგალითად, *შალვაობა* – შალვა ახალციხელის ხსენების დღე, საფარაში განსაკუთრებულად აღინიშნება *ღვთისმშობლის მიძინებისა და წმ. საბა განმწმენდელის ხსენების დღეები*.

ხელსაყრელი კლიმატური პირობების წყალობით ადიგენის რაიონში არაერთი საკურორტო ადგილია. არსებულ კურორტთაგან ყველაზე მნიშვნელოვანი და ცნობილია *აბასთუმანი, ფლატეს* და *მლაშეს* მუავე წყლები.

აბასთუმანი განსაკუთრებული კლიმატის გამო მსოფლიოს უკნიკალურ კურორტთა რიცხვს მიეკუთვნება (ტუბერკულოზით დაავადებულთათვის). აბასთუმანში ამოდის თერმული წყლები, რომლებიც საყრდენ-მამოძრავებელი აპარატის, პერიფერიული ნერვული სისტემისა და გინეკოლოგიური პროფილის დაავადებათა სამკურნალოდ გამოიყენება.

ადიგენის რაიონი კულტურული ძეგლებითაც მდიდარია: **ზარზმა, ჭულევი, აბასთუმანი, ოქროს ციხე, ზანავის ციხე, ბენარა**. არქეოლოგიური თვალსაზრისით საინტერესოა **სოფ. უდესთან** აღმოჩენილი ნასახლარები. აბასთუმანში არის მსოფლიო მნიშვნელობის **ობსერვატორია**, რომელსაც შეუძლია ტურისტები მიზიდვა. **ნამარხი ტყე – სოფ. უტყვისუბანთან (ძინძეს ხეობა), ნამარხი ფაუნა სოფ. ბენარასთან**. მსოფლიო მნიშვნელობის ბუნების უნიკალური ძეგლებია. მილიონობით წლის ასაკის გაქვავებული ტყეები მსოფლიოში მხოლოდ საქართველოსა და ახლო აღმოსავლეთშია აღმოჩენილი. ნამარხი ტყის ხაზი მთელს ძინძეს ხეობაზე ვრცელდება და **გოდერძის უღელტეხილით** აჭარის ტერიტორიაზე გადადის. ამ გზით შესაძლებელია სალაშქრო ტურების მოწყობა – ადიგენიდან მთიან აჭარაში. ტბები – **შავი ტბა, კოტა, თლილი, თრიალა** და მათი მიმდებარე ტერიტორიები საუკეთესო ადგილებია ლაშქრობის, კემპინგისა თუ შაბათ-კვირის დასვენებისა და პიკნიკებისთვის. მდინარეების ხეობები (**ოცხე, დაღვი, ძინძე**) ასევე კარგ საშუალებას იძლევა სალაშქრო და ეკოტურებისათვის.

ბორჯომი ძირითადად წარმოდგენილია კურორტებით (სამკურნალო და ზამთრის კურორტებით). **ბორჯომის მინერალური წყალი** XIX ს-ის 40-იან წლებიდან სამკურნალოდ გამოიყენება. ბორჯომის ხეობა ცნობილია, როგორც სამკურნალო კლიმატური ზონაც.

ბორჯომიდან სამხრეთ-აღმოსავლეთით განლაგებულია კლიმატურ-ბალნეოლოგიური კურორტების ქსელი – **დაბა, წაღვერი, ცემი, ტბა, ლიბანი, ლიკანი, ბაკურიანი, ციხისჯვარი, ჩითახევი**. წაღვერთან ახლოს, პლატოზე (ზღ/დ. 1200 მ.) მდებარეობს ბავშვთა სამკურნალო-პროფილაქტიკური კურორტი – **მზეთამზე**, სადაც მზე წელიწადში 2200 საათს ანათებს.

ბორჯომის ზამთრის კურორტი ბაკურიანი ზღვის დონიდან 1700 მ-ზე მდებარეობს. მისი ჰავა და რელიეფი ზამთრის სპორტის განვითარების იდეალურ პირობებს ქმნის. ზამთარი უმეტესად მზიანია, თოვლის საბურველი კი 50 სმ-ს აღწევს და დეკემბრიდან აპრილამდეა შენარჩუნებული.

თანამედროვე **ბაკურიანი**, რომელიც ზამთარში „სპორტული დედაქალაქი“ ხდება, ტურისტებისთვის მიმზიდველია არა მარტო სამთო-სათხილამურო ტრასებით, საბაგრო გზებით, სპორტული და სამკურნალო გამაჯანსაღებელი ბაზებით, სასტუმრო მომსახურებით, დასვენებისა და ჰელიოთერაპიის პროცედურებით, არამედ აქტიური ტურიზმის ფართო შესაძლებლობებითაც.

ბორჯომის რაიონი გამორჩეულია თავისი ბუნებით და არანაკლებ მნიშვნელოვანი კულტურის ძეგლებით. ბორჯომის ხეობაში 200-ზე მეტი ისტორიული ძეგლია აღრიცხული. მათ შორის განსაკუთრებით საინტერესოა *ტაძრისის, ნეძვის, კვირიკეთის, ტიმოთესუბნის, ქვაბისხევის, ლიკანის, ჩითახევის („მწვანე“) მონასტრები, აგრეთვე სლესის, პეტრეს, გოგიას, ახალდაბის ციხეები, თორის პლატოს ნასოფლარები* და სხვ.

ბუნების ძეგლების თვალსაზრისით საინტერესოა *სადგერის ლავური პლატოს ტყე-პარკი*, ტბები: *ტაბაწყური, კახისი, წერო* და სხვ. ეკოტურებისთვის შემუშავებულია მარშრუტები და მოწყობილია ინფრასტრუქტურა ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ ტყე-პარკში.

ასპინძის რაიონის უმთავრესი ტურისტული ღირებულება მის კულტურულ მემკვიდრეობაშია: ახალციხიდან ასპინძის ვახე გვხვდება *სოფ. რუსთავი*, სადაც გადმოცემის თანახმად, დაბადებულია შოთა რუსთაველი; მდ. მტკვრისა და მდ. ფარავნის შესაყარზე დგას ლეგენდარული *ციხე-ქალაქი ხერთვისი*, V საუკუნის რელიგიური ცენტრი – *წუნდა* და *მითიური წუნდის ტბა*, აუღებელის სახელით ცნობილი *თმოგვის ციხე-ქალაქი, ვანის ქვაბები* – გამოქვაბული მონასტერი, სახელგანთქმული ქალაქი-გამოქვაბული *ვარძია*.

მტკვრის ხეობა ცნობილია კულტურული ძეგლების სიმდიდრით, ამავე თვალსაზრისით შთამბეჭდავია მდინარეზე ნავით დაშვება – ეს სანახაობა სრულიად განსხვავებულ შთაბეჭდილებას უქმნის ტურისტს.

ასპინძის რაიონი ასევე ცნობილია კურორტებითა და მინერალური წყლებით. თავად *ასპინძა* ბალნეოლოგიური კურორტია – მისი თერმული წყლები გამოიყენება საყრდენ-მამოძრავებელი აპარატის ქრონიკული, პერიფერიულ ნერვული სისტემის, რევმატიზმის, გულ-სისხლძარღვთა სისტემის, ქრონიკული გინეკოლოგიური და კანის დაავადებების სამკურნალოდ.

საკურორტო ადგილებია ასევე, *ნაქალაქევი* და *ვარძია* – თერმული, რადიოაქტიური და სამკურნალო-მინერალური წყლებით.

ახალქალაქი და ნინოწმინდა, ჯავახეთის ზეგანი ერთ-ერთი ყველაზე ეგზოტიკური ადგილია საქართველოში. *ვულკანური წარმოშობის პლატო, ათობით ვულკანური წარმოშობის ტბა*, უნიკალური ენდემური თევზებით, ფრინველებით, ცხოველებითა და მცენარეული საფარით.

მოყვარულ მთამსვლელთათვის ზეგანზე აღმართულია ჩამქრალი ვულკანი – *აბულის მთა* (3301 მ). აღმოჩენითი ტურებით დაინტერესებულებს შეუძლიათ

მოიარონ ძვ. წ. II ათასწლეულით დათარიღებული ნასახლარები – მცირე აბულზე, შაორის ნაქალაქარზე, აღმოაჩინონ *დარნები¹ ვარდიციხეზე* და სხვ.

სამეცნიერო და ეკოტურებისთვის, ფრინველებსა და მცენარეებზე დაკვირვებისთვის ჯავახეთის ზეგანი უნიკალურ საშუალებებს იძლევა. ამას გარდა, ჯავახური ყოფა მეტად საინტერესო, თითქმის შეუსწავლელია, ამით იგი გარკვეულწილად ეგზოტიკურ სახეს იძენს, რაც სასოფლო ტურიზმით დაინტერესებულთათვის დიდი აღმოჩენა იქნება.

ჯავახეთის ზეგანი, ლამაზი ხედები, მეზობლად განლაგებული კულტურის ძეგლები კარგ საშუალებას იძლევა **საცხენოსნო ტურიზმის** განვითარებისთვის. რაც შეეხება **კულტურულ ტურიზმს**, ეს მხარეც ამ მხრივ საუკეთესო ძეგლებს გვთავაზობს. ე.წ. ჯავახური არქიტექტურა განთქმულია თავისი მაღალმხატვრული ორნამენტებითა და ტაძრების ფერადი ქვებით გაფორმების ტრადიციით. ამ თვალსაზრისით, ყველაზე ღიღებულნი სანახავია *კუმურდოს გუმბათოშლილი ტაძარი, ბარაღეთის ეკლესია, ვარდისციხე, სამსარის გამოქვაბულთა კომპლექსი, იხტილა, განძანი, ფოკა, საღამოს ეკლესიები* და სხვ.

რეგიონში შესაძლებელია კულტურული ტურიზმის, აგროტურიზმის, ეკოტურიზმის, სანადირო, საცხენოსნო, საჯომარდო, სათავგადასავლო ტურიზმის განვითარება. მეკლდეურობის განვითარებისათვის დიდი პოტენციალია: *ხერთვისის, ვარძიის, ვანის ქვაბების, მინაძის გამოქვაბულთა კომპლექსის, გელსუნდას, წაღვერის (ტიმოთესუბნისკენ გზაზე), ქვაბლიანის ხეობის* ტერიტორიებზე.

არქეოლოგიური გათხრები აქტიურად წარმოებს *აწყურში, თავფარავანში* (ტბა ფარავანთან), *ამირანის გორაზე* (ახალქალაქში), *ბორნიღელეში* (ბორჯომი), *ორჭოსანში* (ვაღე). რეგიონის ტურისტული ცენტრებია: **ბორჯომი, ახალციხე და ახალქალაქი.**

შიდა ქართლის ისტორიული მხარე, ლიხის ქედსა და მდინარე არაგვს შორის მდებარეობს. მისი ფართობი მთლიანობაში 5770 კმ²-ს შეადგენს. ჰავა ზომიერად თბილი და ტენიანია (ზოგან მშრალი), ლანდშაფტი კი მრავალფეროვანი.

¹ **დარანი** – სულხან-საბა ორბელიანის განმარტებით, “არის – სახლი მიწას ქვეშ ნაგები, ან კლდეში, ანუ მიწის ქვეშ შესასვლელი სამალავი”.

შიდა ქართლის რეგიონის ტურისტულ პოტენციალს განსაზღვრავს: გეოგრაფიული მდებარეობა, ბუნება, ანკარა წყაროები, დიდი და პატარა მდინარეები, ბუნებრივი და ხელოვნური ტბები, თრიალეთისა და ღიხის უმშვენიერესი სანახები, ბუნებრივი და კულტურული ძეგლების სიმრავლე.

შიდა ქართლში შესაძლებელია ტურიზმის შემდეგი მიმართულებების განვითარება: **სამკურნალო ტურიზმი, ეკოტურიზმი, კულტურული ტურიზმი და ტურიზმის ექსტრემალური სახეობები.**

რეგიონის ლამაზი ბუნება, ბუნების ძეგლები, ხეობები, ჩანჩქერები და მრავალი სხვა ღირსშესანიშნაობანი ხელს უწყობს ეკოტურიზმის განვითარებას. ბუნების სანახაობებიდან გამოირჩევა: **ბატეთის მეწყრული წარმოშობის ტბა, მოხისის ორი ტბა, ბებნისის ტბა, ძამის ხეობა; თრეხვის ხეობა; ფრონეს ხეობა, სოფ. თრეხეთან „თრეხვის ქვაბები“** (ქარელის რაიონი). **ნაჭარმაგვეის ტბა, ნადარბაზევის ტბა, ატენის (მდ. ტანას) ხეობა, დანახვისი, ძველი აბრეშუმის გზის მონაკვეთი, ატენის ხეობის ჩანჩქერი** (გორის რაიონი), **ყელისა და ყელიწადის ტბები** (ახალგორის რაიონი), **უსტარაულის ჩანჩქერი** (კასპის რაიონი).

შიდა ქართლის რეგიონის სამკურნალო პოტენციალი საკმაოდ ფართო სპექტრითაა წარმოდგენილი. რეგიონის უმთავრესი კლიმატური კურორტია **სურამი**. სამკურნალო პროფილია: ართროლოგიური, ჰულმონოლოგიური, პროფილაქტიკური, ნევროლოგიური; მინერალური წყლის ტიპი – სუსტად სულფიდური; ზღვის დონიდან 760 მ. **ქვიშხეთი** კლიმატურ-ბალნეოლოგიური ტიპის კურორტია ზღვის დონიდან 750 მ-ზე. მისი სამკურნალო პროფილია პროფილაქტიკური და ჰულმონოლოგიური.

საკურორტო ადგილებს მიეკუთვნება: **ხცისი** – ბალნეოლოგიური, ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნევროლოგიური; **აბანო** – ბალნეოლოგიური, ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნევროლოგიური, პროფილაქტიკური; **ბატენი** – კლიმატური, ნევროლოგიური, პროფილაქტიკური, ჰულმანოლოგიური; **ხვედურეთი** – ბალნეოლოგიური, ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნევროლოგიური; **ხოვლე** – ბალნეოლოგიური, ართროლოგიური; **პელი** – კლიმატური პროფილაქტიკური, ზღ. 1250 მ. **საყავრე** – კლიმატური, ნევროლოგიური; პროფილაქტიკური; ზღ./დ 1250 მ-ზე; **ბიისი** – ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნევროლოგიური.

შიდა ქართლის რეგიონი ერთ-ერთი ყველაზე მდიდარია ისტორიული ძეგლებით – კულტურული და მონუმენტული ტურიზმის მოყვარულთათვის. **სურამის ციხე-სიმაგრე, ქვიშხეთის ციხე, წრომის ტაძარი, ურბნისი, სიონის**

ტაძარი, მეტეხის ღვთისმშობლის ტაძარი, ქვათახევი, სამთავისი, ერთაწმინდა, გორიჯვარი, ყინწვისის მონასტერი, წინარეხი, ბიეთის მონასტერი, წვერის წმ. გიორგის ეკლესია, რკონი, ძამის ციხე და არქეოლოგიური ძეგლები, რომლებიც მრავლად გვხვდება რეგიონის მასშტაბით. მარტო ქარელის რაიონში მდებარეობს საქართველოს ისტორიისთვის ისეთი მნიშვნელოვანი არქეოლოგიური ძეგლები, როგორებიცაა: *დედოფლის მინდორი და ნაცარგორა, ციხიაგორა* კასპის რაიონში და სხვ. რაც შეეხება ღვინის ტურიზმს, რეგიონში ეს დარგი არ არის იმდენად განვითარებული, როგორც კახეთში, თუმცა ამ დარგის აქაური რესურსები ბევრად არ ჩამოუვარდება კახეთისას. ამაზე მეტყველებს შიდა ქართლში აღმოჩენილი უძველესი ღვინის კულტურის ნიშნები და ყურძნის წიპწიპები (მსოფლიოში უძველესი – ძვ.წ. 8000 წ.).

იმერეთის გეოგრაფიული მდებარეობა, ლანდშაფტი, ისტორიულ კულტურული და ბუნებრივი ძეგლები, სოფლის მეურნეობა, მდიდარი ხალხური სტუმართმასპინძლობის ტრადიციები კარგ წინაპირობას ქმნის რეგიონში ტურიზმის განვითარებისთვის. იმერეთში ასობით ისტორიული ძეგლია, რომელთა ასაკიც გვიან ანტიკური ხანიდან XX საუკუნის დასაწყისამდე პერიოდს მოიცავს. ეს ძეგლები ნათელ წარმოდგენას უქმნის სტუმარს ქართული თვითმყოფადი მდიდარი კულტურისა და ისტორიის შესახებ.

მხარეში დიდია *სათავგადასავლო, აღმოჩენითი, აგროტურიზმის, ეკოტურიზმის და კულტურული ტურიზმის, ჯომარდობისა და სპელეოტურიზმის* განვითარების პოტენციალი. მდიდარი რელიეფი საშუალებას იძლევა განვითარდეს *ალპინიზმი და ველოტურიზმი*.

იმერეთის რეგიონი ასევე გამორჩეულად მდიდარია კურორტებითა და საკურორტო ადგილებით, რაც დასასვენებელი და სამკურნალო ტურიზმის წარმატების წინაპირობაა. თითოეულ რაიონს გარკვეული პოტენციალი აქვს ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულების განვითარებისთვის.

კარსტული მღვიმეები და საინტერესო გეომორფოლოგიური წარმონაქმნები ხელს უწყობს *მეკლდეურობისა და სათავგადასავლო, სპელეოტურიზმის* განვითარებას. მშვენიერი ბუნება მრავალფეროვანი ფლორითა და ფაუნით ის პირობაა, რომელიც რეგიონში *სალაშქრო, საცხენოსნო და ეკოტურებს* განავითარებს.

იმერეთის მდიდარი ისტორიული მემკვიდრეობა უძველესი ხანიდან უახლეს პერიოდამდე რეგიონში *კულტურული* ტურიზმის განვითარების წინაპირობაა. ამ მიმართულებით შეიძლება კიდევ უფრო აქტიურად იქნეს ჩართული მუზეუმები და მიმდინარე არქეოლოგიური გათხრები. არსებული ლანდშაფტისა და ბუნების ძეგლების გათვალისწინებით, რეგიონს დიდი პოტენციალი აქვს, საღაშქრო და საცხენოსნო ტურიზმის გასავითარებლად. იმერეთის სოფლებში ტურიზმის განვითარების ახალი პერსპექტივები წარმოშვა აქ განვითარებულმა **სასოფლო ტურიზმმა** (230 გლეხური მეურნეობა). აგროტურისტებისათვის მომსახურების პროგრამები, გარდა სოფლად ცხოვრებისა, ითვალისწინებს მოგზაურობას ბუნებრივი ძეგლების, ფლორისა და ფაუნის გაცნობის მიზნით, შემეცნებით ტურებს ისტორიულ ადგილებში, ქართული ხალხური ტრადიციების, სიმღერებისა და ცეკვების შესწავლასა და სხვ. ამ თვალსაზრისით, იმერეთის რეგიონს უძველესი ტრადიციები აქვს.

იმერეთი და ქუთაისი „დიდი აბრეშუმის გზის“ დასავლეთ საქართველოს გასაყარზე მდებარეობს. იგი ყველა ეპოქაში სატრანსპორტო მაგისტრალურ კვანძს წარმოადგენდა, ყველა სახის სატრანსპორტო საშუალებებისათვის.

წყალტუბოს რაიონი მდიდარია მინერალური წყლებით. სხვა რაიონებთან შედარებით, უკეთაა შემორჩენილი საკურორტო ინფრასტრუქტურა. თავად **წყალტუბო** მრავალპროფილიანი ბალნეოლოგიური კურორტია უნიკალური თერმულ-რადიონული მინერალური წყლებით, რომლებიც სხვადასხვა სახის 60 დაავადებას კურნავს (კარდიოლოგიური, პულმონოლოგიური, ნევროლოგიური, ფთიზიატრიული, ნევროლოგიური და დერმატოლოგიური ტიპის ბალნეოლოგიური მიმართულებები).

რაიონში არსებული სპელეოლოგიური ძეგლების სიმრავლე – *სათაფლია* (დინოზავრის ნაკვალევით), *ყუმისთავი*, *თეთრა*, *წყალტუბო*, *საწურბლია*, *საწვეთელა*, *ფაცრისთავი* – სპელეოტურიზმისა და სამკურნალო სპელეოთერაპიის განვითარების საშუალებას იძლევა. წყალტუბოს რაიონში დაახლოებით სამი ათეული ისტორიული ძეგლია, მათ შორის აღსანიშნავია *გეგუთის სასახლე* (VIII-XII სს); *დერჩის ნათლისმცემლის ეკლესია* (XII-XIII სს.) და მრავალი სხვ.

საინტერესო ლანდშაფტები, მთისა და ტყის მასივები მდიდარი ფლორითა და ფაუნით, ნაკრძალებითა და გამოქვაბულებით კარგ საშუალებას იძლევა ეკო-ტურიზმის, აგროტურიზმის, სამთო ქვეითი და სამთო საცხენოსნო ტურიზმის განვითარებისათვის.

ხარაგაულის რაიონის უმთავრესი ტურისტული სიმდიდრე ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკია. ამ პარკს აქვს როგორც ეკოლოგიური, ისე დიდი ისტორიული მნიშვნელობა. პარკში, რომლის ფართობიც 24 000 ჰა-ია, შევხვდებით მთის მდინარეებსა და ტბებს უნიკალური ენდემური ფლორითა და ფაუნით. პარკის ტერიტორიაზე 200-ზე მეტი ისტორიული ძეგლია.

ხარაგაულის უმთავრესი კურორტია *ნუნისი*, თავისი უნიკალური წყლებით, რომლებიც კურნავს კანის დაავადებებს და ჰავით – ბრონქიალური ასთმის სამკურნალო. ამავე რაიონში ამოედინება ცნობილი მინერალური წყალი *ზღვარე*. ხარაგაულის რაიონს, თავისი ყოფითი კულტურიდან გამომდინარე, შესანიშნავი საშუალება აქვს, რომ **გასტრონომიული და ღვინის ტურიზმი** განავითაროს.

ფოლკლორი და იმერული სტუმარმასპინძლობა სავიზიტო ბარათი იქნება ამ რაიონში **საოჯახო ტურიზმისთვის**. რაიონის საკურორტო ადგილებია: **ზეკარი, მამანეთი, წითელი მინდორი, ქლიბული, უდაბნო, ნერგეთი, ნიქაბეთი, ლიანთხა, ბუნების საოცრებების თვალსაზრისით ლამაზი სანახავია მდინარე ხანის ხეობა** – მრავალი ჩანჩქერით და უნიკალური ფლორითა და ფაუნით, რომელიც ესაზღვრება ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკს.

ვანის რაიონი ცნობილია თავისი მსოფლიო მნიშვნელობის არქეოლოგიური გათხრებით, რაც **არქეოლოგიური ტურიზმის** განვითარების შესაძლებლობას იძლევა. ვანის უმნიშვნელოვანესი კურორტებია *სულორი* და *ამაღლება*, რომლებიც ეფექტურია მარილების, რევმატიული, გულსისხლძარღვთა დაავადების სამკურნალოდ (თერმული წყლები).

ლამაზი მთის ლანდშაფტები, მდიდარი ფლორა-ფაუნით და საინტერესო ბუნებისა და კულტურის ძეგლები, მნიშვნელოვანი რესურსია აქ საცხენოსნო ტურიზმის განვითარებისთვის. მდინარე რიონი, მისი შენაკადები და ტყიანი მთები იძლევა **სათევზაო და სამონადირეო ტურიზმის** კარგ პოტენციალს. ვანის რაიონის მასშტაბით ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებისთვის ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ შერჩეულია ტერიტორიები სოფ. *გადიდის მთაზე, სოფ. ონჯოხეთში* და *ვანში „მშვიდობის გორაზე“*.

ტყიბულის რაიონი ყურადღებას იქცევს კარსტული მღვიმეების სიმრავლით: **ცუცხვათის 13-სართულიანი მღვიმე, ცხრაჯვარის გამოქვაბულები მიწისქვეშა მდინარეებით, ტბეებითა და ჩანჩქერებით, ასევე საკაჟიას, ჭახათის, მუხურას მღვიმეები**, რომლებიც სპელეოლოგების კვლევის ინტერესს წარმოადგენენ.

დასასვენებელი და სამკურნალო კომპლექსების გამართვის საშუალებას იძლევა კურორტები: *სოჩხეთი, საწირე, ხრესილი, ცხრაჯვარი* (ზღ.დ. 1570 მ).

ტყიბულის რაიონი ცნობილია თავისი ისტორიული ძეგლებით, რომელთაგან გამორჩეული ადგილი *გელათის სამონასტრო კომპლექსს და მოწამეთას* უკავია. არსებული სანახაობრივი და საინტერესო ბუნებისა და კულტურის ძეგლები აქ *სათავგადასავლო, საცხენოსნო და სალაშქრო ტურების მოწყობის საშუალებას* იძლევა.

ჭიათურის რაიონში არაერთი მნიშვნელოვანი ისტორიული ძეგლია, მათ შორის გამორჩეულია *მღვიმევის დედათა მონასტერი* თავისი გასაოცარი ფასადური დეკორითა და ფრესკული მხატვრობით და, ასევე, *კაცხის მონასტერი*, X საუკუნის დახვეწილი არქიტექტურით. ტურისტებზე შთაბეჭდილებას ახდენს *კაცხის სვეტი*, 40 მ სიმაღლის ბუნების ძეგლი. გარდა ამისა, ჭიათურაზე ადრე გადიოდა ძველი საქარავნო გზა და ახლაც მისი ტერიტორია მოფენილია ანტიკური და გვიანი რენესანსის ისტორიული ძეგლებით. ეს კი მიმზიდველია აღმოჩენების მოყვარული ტურისტებისთვის. როგორც იმერეთის სხვა რაიონებში, ჭიათურაშიც არაერთი კარსტული გამოქვაბულია: *შვილობისის, ნაკაჭკარი, ხრეთის ვერტიკალური, ხრეთის მრავალსართულიანი, გუნდაეთის, დარკეთის, ნიგოზეთისა და ტყემლოვანას* შუა მდებარე დიდი გამოქვაბული...

რაიონი ასევე მდიდარია მთის მდინარეებითა და ტბებით: *ყვირილა, შემოსარები, ღუნღუმელას, მანდაეთის, ტყემლოვანის, ბერეთის, ხრამის ტბები*. მათ გააჩნიათ კარგი პირობები, იმისთვის, რომ აქ მოეწყოს დასასვენებელი უიკენდ-ტურები, სათევზო ტურიზმი, მდინარეებზე არის საჯომარდო ადგილები.

ლამაზი ბუნება და ზემო იმერეთისათვის დამახასიათებელი სტუმარმასპინძლობა შესანიშნავი პირობაა სასოფლო ტურიზმის განვითარებისათვის. ამ მხრივ მოსახლეობაში დაინტერესება დიდია, უკვე 45 ოჯახია შერჩეული აგროტურიზმის ცენტრების დასაარსებლად. ხოლო 5 ტერიტორია შერჩეულია ტურისტული ცენტრისა და გამაჯანსაღებელი ბაზების შესაქმნელად: *ხრეთი, კაცხი, ჰერევისა, სვირი და ჭიათურა*.

საჩხერის რაიონში 117 კულტურის ძეგლია – *ჯრუჭის მონასტერი, მოდინახეს ციხე, ქორეთის, სავანის, ეხვევის, სპეთის, ითხვისის ეკლესიები*. გარდა ამისა, ამ რაიონში საკმაოდ ბევრი არქეოლოგიური ძეგლი მდებარეობს – *საირხის, თოღაძეების ციხის, მოდინახეს ფერდობის სამარხები*, სადაც პირველყოფილი ადამიანების სადგომები და სხვა არქეოლოგიური ნაშთებია აღმოჩენილი.

ბუნებრივი რესურსები სამონადირეო და სათევზაო ტურიზმის განვითარების საშუალებას იძლევა, ასევე დიდი პოტენციალი აქვს აგროტურიზმსაც. ამ საქმიანობით ჯერჯერობით 10-იოდე ფერმერია დაკავებული, თუმცა მსურველთა რაოდენობა გაცილებით მეტია. ასევე დიდია მზადყოფნა და მონდომება, რომ აღორძინდეს ფოლკლორი, ხალხური რეწვა, თეატრალური სანახაობები და ტრადიციები.

აღმოჩენითი ტურების მოყვარულთათვის საინტერესო იქნება *სარეკის* კარსტული გამოქვაბულები, ენდემური ჯიშის ხეები, მდიდარი ტყის მასივები, მთა-ბორცვიანი ლანდშაფტები, მდინარეები, სამკურნალო წყლები, ისტორიის და ბუნების ძეგლები.

ხელშეუხებელი ბუნება, ღრმა ხეობები და კანიონები, ჩანჩქერები, ველური მცენარეები და ცხოველები, არცთუ იშვიათად ხვდება მნახველს *ძუსას, ჭიშურას, ქვერუნას ხეობებში*.

თერჯოლის რაიონში 20-მდე ისტორიული და ბუნების ძეგლია, რომელთა მონახულებაც 3 დღეშია შესაძლებელი. მათგან გამოირჩევა *ჩხარის მთავარანგელოზის, ოქონის ღვთისმშობლის, გოდოგნის ეკლესიები*, VII-X სს-ით დათარიღებული ციხე-სიმაგრეები. თერჯოლის რაიონში შედარებით მოკლე, ადვილად დასაძლევია მარშრუტებია, სამაგიეროდ, დატვირთულია ტურისტული პროდუქტებით.

კურორტების თვალსაზრისით, ეს მხარე წარმოდგენილია კურორტ *სიმონეთით*, რომელიც კურნავს საყრდენ-მამოძრავებელი აპარატის დაავადებებს, ნივთიერებათა ცვლის მოშლას, გულ-სისხლძარღვთა სისტემის დაავადებებს და სხვ. ტურისტული კომპლექსების აშენება დაგეგმილია სოფ. *ძვერისა და ნახშირღელის* ტერიტორიებზე.

აქ შესაძლებელია განვითარდეს *თევზჭერა, ნადირობა, სპელეოტურიზმი* – სამკურნალო და ჯერაც შეუსწავლელ მღვიმეებსა და გამოქვაბულებში სოფ. *ნახშირღელეში, ძვერში, თუზში*, აგროტურიზმს დიდი პოტენციალი გააჩნია – რაიონში გვხვდება ყურძნის უნიკალური ჯიშები, ღვინო, იმერული ფუტკარი.

სამტრედიის რაიონი. აქ კურორტ *სამტრედიაში* 35⁰C-იანი თერმული წყალი ამოდის, რომელიც კურნავს საყრდენ-მამოძრავებელ აპარატს, ძვლებს, კუნთებს და ნერვულ, პერიფერიულ, ქრონიკულ სისტემებს. ამ რაიონის კულტურულ ძეგლებს მიეკუთვნება *ოფეთის, მთავარანგელოზის* (XI ს.), *საჯავახოს ღვთისმშობლის ეკლესიები, თამარ მეფის ციხე-სიმაგრე სოფ. ტოლებში*.

ისევე როგორც იმერეთში ზოგადად, რაიონშიც არის პოტენციური აგროტურიზმის, ეკო-ტურიზმის, საცხენოსნო, ღვინისა და გასტრონომიული ტურიზმის განვითარებისთვის.

ტურისტული ინფრასტრუქტურის მოწყობისთვის შერჩეულია ტერიტორიები სოფ. *ტოლებში, ნოღაში, ოფეთში, წიაღობანში, თხილგანსა და იანეთში.*

ხონის რაიონი გამოირჩევა ბუნების ძეგლების სიმრავლითა და სილამაზით. ამ მხრივ ყურადღებას იქცევს *ასხის მთის მასივი*, რომელიც ცხენისწყლისა და ტესურას შორის მდებარეობს, აქ აღმოჩენილია 70-ზე მეტი მღვიმე და უფსკრული იშვიათი სილამაზის სტალაქტიდებითა და სტალაგმიტებით.

სპელეოლოგიის თვალსაზრისით ყველაზე მიმზიდველია *მდ. ტობას აუზი 12 მღვიმით*. მათგან ყველაზე დიდია, ცნობილი ქართველი სპელეოლოგის არსენ ოქროჯანაშვილის მიერ აღმოჩენილი მღვიმე, რომლის სიგრძე 1300 მ-ს აღემატება. ბუნების ძეგლებს შორის გამორჩეული ადგილი უკავია *ოკაცეს კანიონს*, რომელიც *კინჩხა-ფერდში* 50 მეტრიან ჩანჩქერს ქმნის. იქვე 200 მეტრის სიმაღლიდან ეშვება *მდ. ნაბეჩო და მდ. ოკაცეს* უერთდება.

ასხის მთის მასივი, კინჩხას გადასასვლელებით, შერეული და ფოთლოვანი ტყის მასივები ეკოტურიზმის განვითარებისთვის საუკეთესო პირობებს იძლევა. ასხის მასივი ზღ/დ. 2400 მ – მოსახერხებელია *სათხილამურო სპორტისთვის* თითქმის ივნისამდე (ხონიდან 30 კმ., ქუთაისიდან 55 კმ.). ხელსაყრელია ასევე *მეკლდეურობისა და საცხენოსნო ტურიზმის* განვითარებისთვის.

გამაჯანსაღებელი ტურისტული ცენტრების შესაქმნელად შერჩეულია ტერიტორიები ხონში, სოფ. *კინჩხას, გორდსა და მათხოჯში*. შერჩევისას გათვალისწინებულ იქნა ამ პოტენციური ცენტრების ზომიერი და მისაღები კლიმატური პირობები და ბუნებრივი გარემოც, შედარებით უკეთესი მდგომარეობის ინფრასტრუქტურა და გზები, საკურორტო პოტენციალი, რომელიც მისცემს ამ ტურისტულ ცენტრებს ერთგვარ სამკურნალო-დასასვენებელ დანიშნულებასაც.

მცხეთა-მთიანეთის რეგიონი. მცხეთა-მთიანეთის მხარე ყველაზე ახალი ერთეულია საქართველოს ადმინისტრაციულ-ტერიტორიულ ერთეულებს შორის. რეგიონის ცენტრია ქ. *მცხეთა*. იგი შესულია იმ ქალაქთა რიცხვში, რომლებსაც იუნესკო იცავს. მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში არის სხვადასხვა ტიპის ჰავა: სუბტროპიკული. ზომიერად ტენიანი და თბილი, ტენიანი, ზომიერად ცივი, სუბალპური და ალპური.

მცხეთა-მთიანეთის რეგიონი ტურისტებისათვის ძალიან საინტერესოა თავისი ისტორიით, კულტურით, მუზეუმებითა და ეკლესია-მონასტრებით, რაც დიდ პოტენციალს ქმნის აქ კულტურული და რელიგიური ტურიზმის განვითარებისათვის.

ამ რეგიონის ძირითადი ისტორიულ-კულტურული ძეგლებია: *სვეტიცხოველი* – მართლმადიდებლურის სამყაროს წმინდა ადგილი, *ჯვრის მონასტერი*, *შიომღვიმის სამონასტრო კომპლექსი*, *ზედაზენი*, *ანანურის ციხე და ტაძარი*, *ქოროლოს ეკლესია*, *ბოდორნის ეკლესია*, *შატილი*, *მუცო*, *ჩარგალი*, *ქალეთის უძველესი ქალაქის ნანგრევები*, *ოჩანის ციხე*, *გერგეტის ეკლესია*, *სიონი*, *სნოს ციხე*, *დარიალის ციხე*, *ძალისის ნაქალაქარი* და სხვ.

რეგიონში არსებული ლამაზი ბუნება, ბუნებრივი ძეგლები, დაცული ტერიტორიები, ჩანჩქერები და სხვა ღირსშესანიშნავი ადგილები ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ეკოტურიზმის განვითარებისთვის. *საგურამოს ნაკრძალი* – აქ შეიძლება ცხოველებსა და ფრინველებზე დაკვირვება, პიკნიკების მოწყობა; შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნის შემთხვევაში კი – მარშრუტების დაგეგმვა. საგურამოს ქედი არის აღმოსავლეთ საქართველოს „კოლხური ტყის კუნძული“, სადაც გვხვდება მესამეული დროის ფლორის რელიქტები. *ყაზბეგის ნაკრძალი*, რომელიც მოიცავს ეკოტურიზმის თვალსაზრისით საინტერესო ხეობებს: *თრუსოს*, *სნოს*, *დარიალის* და *ხანდოს*.

ბოლო პერიოდში, მცხეთა-მთიანეთის რეგიონში შედარებით კარგად დაიწყო სასოფლო ტურიზმის განვითარება, თუმცა შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არსებობის შემთხვევაში შესაძლებელია მისი გავრცელების არეალისა და მომსახურების სახეების გაფართოება. ტურისტებს ქართულ სოფლებში ხიბლავთ აქაური ცხოვრების წესი. თითქმის ყველა სოფელში შემორჩენილია ძველი ტრადიციები და ყოფითი წეს-ჩვეულებები.

რეგიონში არის რამდენიმე კურორტი, სადაც სამკურნალო ტურიზმის განვითარებაა შესაძლებელი. ესენია: *ფასანაური* – კლიმატურ-ბალნეოლოგიური ტიპის კურორტი; *შუამთის* სამკურნალო ბუნებრივი რესურსია – კლიმატი და მინერალური წყლის წყაროები, რომლებიც ეფექტურია როგორც შინაგანი მიღებისთვის (საჭმლის მომნელებელ ორგანოთა დაავადებების შემთხვევაში), ისე სამკურნალო აბაზანების სახით (საყრდენმამოძრავებელი აპარატისა და გულ-სისხლძარღვთა სისტემის დაავადებათა დროს); *ვაჟას წყარო* – კლიმატურ-

ბალნეოლოგიური ტიპის კურორტი. აქ არის ორი ტიპის მინერალური წყალი, რომლებიც ძირითადად იხმარება სასმელ-სამკურნალოდ. **სიონი** – კლიმატურ-ბალნეოლოგიური კურორტი. პულმონოლოგიური, გასტროენტეროლოგიური, ნევროლოგიური დაავადებებისთვის და პროფილაქტიკური მკურნალობისთვის. აქაური კლიმატური პირობები დადებითად მოქმედებს სუნთქვის ორგანოთა ქრონიკულ დაავადებებზეც. კლიმატურ პირობებთან ერთად, საკურორტო რესურსებს მიეკუთვნება მინერალური წყლებიც. ეს წყლები გამოიყენება საჭმლის მომწელებელ ორგანოთა ქრონიკული დაავადებების სამკურნალოდ; **სტეფანწმინდა** – კლიმატო-ბალნეოლოგიური კურორტი. პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური, გასტროენტეროლოგიური დაავადებების სამკურნალოდ; **ზელაზენი** – კლიმატური კურორტი ზოგადი პროფილაქტიკისთვის; **საგურამო** – კლიმატური კურორტი, ზოგადი პროფილაქტიკისა და კარდიოლოგიური დაავადებების სამკურნალოდ; **წიწამური** – კლიმატური კურორტი, ზოგადი პროფილაქტიკისათვის; **ანანური** – კლიმატური, პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური, ნევროლოგიური; **ბაზალეთი** – კლიმატური, პროფილაქტიკური, კარდიოლოგიური; **ბარისახო** – კლიმატური, ბალნეოლოგიური, პროფილაქტიკური; **ვეძა** – კლიმატური, პროფილი-პროფილაქტიკური, გასტროენტეროლოგიური; **თვალთვი** – კლიმატური, კარდიოლოგიური; **კორშა** – კლიმატური, ნევროლოგიური, პულმონოლოგიური; **ნადიბანი** – კლიმატურ-ბალნეოლოგიური, გასტროენტეროლოგიური; **ჟინვალი** – კლიმატური, პროფილაქტიკური; **ქვეშეთი** – კარდიოლოგიური, პროფილაქტიკური, გასტროენტეროლოგიური; რეგიონის საკურორტო ადგილებია: **არტანა** – კლიმატური, პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური; **ვეძათხევი** – კლიმატურ-ბალნეოლოგიური, ართროლოგიური, პროფილაქტიკური; **თიანეთი** – კლიმატური, პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური; **საბადური** – კლიმატური, ნევროლოგიური, პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური; **ღუღუღები** – კლიმატური, პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური; **ხაცირი** – კლიმატური, ნევროლოგიური, პროფილაქტიკური, პულმონოლოგიური. აქ ჰაერი მეტად სუფთაა და გამჭირვალე, იგი დადებით გავლენას ახდენს სასუნთქ ორგანოთა არატუბერკულოზურ დაავადებებზე.

რეგიონს ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულებების განვითარების პოტენციალი აქვს: **სამთო-სათხილამურო ტურიზმი** წარმოდგენილია კურორტი **გუდაურის** სახით. **საცხენოსნო ტურიზმის** განვითარებისათვის აპრობირებულია შემდეგი მარშრუტები: **ყაზბევი – მეტეოსადგური** (მყინვარის ძირში); **სნოს ხეობა: ჯუთა, ჭაუხი, როშკა;**

კობი-თრუსოს ხეობა. მდინარე *არაგვზე - ფასანაურის* მიდამოებში შესაძლებელია წყალჯომარდობის განვითარება. საჯომარდო მონაკვეთები უკვე აპრობირებულია მდ. *ფშავის არაგვზეც (მაღაროსკარიდან ანანურამდე)*.

ხევსურეთი საქართველოს ისტორიულ-გეოგრაფიული მხარეა. ის აღმოსავლეთ საქართველოს მთიანეთში მდებარეობს, კავკასიონის ქედის ჩრდილოეთ და სამხრეთ კალთებზე. აქ შეიძლება ტურიზმის სხვადასხვა სახეობის განვითარება., კერძოდ: კულტურული ტურიზმი – დათვის ჯვრის უღელტეხილთან მდებარეობს *კისტანის ნაქალაქარი*. ასევე საინტერესოა ციხე-სოფლები: *შატილი, ანატორი, მუცო, არდოტი, ხახაბო*. ამ ადგილებში კარგი პოტენციალი აქვს სალაშქრო, საცხენოსნო ტურიზმის და ჯიბტურების მოწყობას. *მუცოში და სამძივარის გორაზე* შემორჩენილია წინა ბრინჯაოს ხანის არქეოლოგიური ძეგლები (მტკვარ-არაქსის კულტურა); ბუნებაში მოგზაურობისა და ეკოლოგიური ტურიზმით დაინტერესებულ პირებს, ხევსურეთი საინტერესო ბუნების ძეგლებს სთავაზობს, აქ შესაძლებელია დაკვირვების წარმოება ცხოველებსა და ფრინველებზე. ხევსურული ტრადიციები და ყოფითი წეს-ჩვეულებები, ხალხური რეწვა და ფოლკლორი კარგ საშუალებას იძლევა აქ სასოფლო ტურიზმის განვითარებისთვის.

ისტორიულ-გეოგრაფიული მხარე **ხევი** კავკასიონის ჩრდილოეთ ფერდობზე თერგის აუზში მდებარეობს და *თრუსოს, ბაიდარის, სნოსწყლისა და დარიალის* ხეობებს მოიცავს. თრუსოს, ბაიდარის, სნოსწყლის, დარიალის ხეობების ბუნების ძეგლები და იშვიათი ლანდშაფტები, მდინარეები, მწვერვალები, დაცული ტერიტორიები და ისტორიულ-კულტურული ძეგლები აქ, **ეკოლოგიური, საცხენოსნო, სათაფგადასავლო, კულტურული ტურიზმისა და ალპინიზმის** განვითარების საშუალებას იძლევა. დარიალის ხეობაში სანახაობრივ ინტერესს იწვევს *გველეთის ჩანჩქერი, თამარის ციხე* და თავად ვულკანური წარმოშობის ხეობა. *თრუსოს ხეობა* გამოირჩევა ულამაზესი ბუნებრივი ტრავერტინებით. *კერტის წყალი, გრიფონები თერგის სათავესთან და დევდორაკის მყინვარი* ამ ხეობის ცნობილი ბუნების ძეგლებია.

მომლოცველობითი ტურიზმის განვითარების საშუალებას იძლევა *გერგეთის მოქმედი მონასტერი, ხევის სიონი, ჩოფიკაშვილების ეკლესია, ახალციხისა და კარკუჩას* ეკლესიები სნოს ხეობაში.

მცხეთა-მთიანეთის რეგიონის ტურისტულ ცენტრებად ითვლება: *მცხეთა,*

ბაზალეთი, ჟინვალი და ყაზბეგი. ამ ტერიტორიაზე გაყვანილია გზები, მეტნაკლებად განვითარებულია ინფრასტრუქტურა (რეგულარულად ხდება ტურისტების მიღება) და ასევე მოსახერხებელია ტურისტული გასვლები ყველა მიმართულებით.

რაჭა, ლენხუმი და ქვემო სვანეთი – საქართველოს სამი ულამაზესი კუთხე ჩვენი ქვეყნის უკიდურეს ჩრდილო-დასავლეთ კიდეზე მდებარეობს. რაჭა-ლენხუმისა და ქვემო სვანეთის მხარეში შედის ამბროლაურის, ონის, ცაგერისა და ლენტეხის რაიონები. მხარის ადმინისტრაციული ცენტრია ქ. ამბროლაური.

რაჭა-ლენხუმსა და ქვემო სვანეთს ჩრდილოეთით ესაზღვრება რუსეთი (ჩრდ. ოსეთი, ყაბარდო-ბალყარეთი), საქართველოში კი მესტიის რაიონი; დასავლეთით – სამეგრელოს რაიონები; სამხრეთით იმერეთის რეგიონი, ასევე მხარის მოსაზღვრეა ამჟამად სამაჩაბლოში (ე.წ. სამხრეთ ოსეთი) შემავალი ჯავის რაიონი. მხარის ტერიტორია 4601,3 კმ²-ს მოიცავს, მისი მდებარეობა ზღვის დონიდან 400 მეტრსა და 5000 მეტრს შორის მერყეობს. აქ, ძირითადად, ქართველები სახლობენ, მათი საერთო რაოდენობა 49 000 კაცს აღწევს.

რაჭა-ლენხუმისა და ქვემო სვანეთის თვითმყოფადობას და უნიკალურობას არა მხოლოდ მისი გეოგრაფიული მდებარეობა, არამედ მდიდარი, მრავალფეროვანი ფლორა და ფაუნა განსაზღვრავს. თვითმხილველთა აღტაცებას იწვევს მხარის მთიანეთი, კავკასიონის ჭაღარა მწვერვალები და მთაგრეხილები, მდინარეები (რომლებსაც, სხვათა შორის, მცირე ჰესების განვითარებისათვის დიდი პერსპექტივები გააჩნიათ) და ჩანჩქერები, მრავალრიცხოვანი ტყის მასივები და მათში გავრცელებული ცხოველ-ფრინველები, ბუნებრივი გამოქვაბულები და მღვიმეები, უღელტეხილები, ალპური სათიბ-საძოვრები, ულამაზესი გზა-ბილიკები, **შორისა და ლაჯანის წყალსაცავები, სვანური მურყვამები (კოშკები)** და სხვა სანახაობანი. განუმეორებელ ეფექტს ახდენს ადგილობრივი წარმოშობის მოსახლეობის გაცნობა და მათთან ურთიერთობა. უმდიდრესია მათი ისტორიული წარსული, ყოფა, კულტურა, ფოლკლორი, რის შესახებაც ჯერ კიდევ ძველი ბერძენი, რომაელი, სპარსი, თურქი და ევროპელი მოგზაურები წერდნენ.

საქვეყნოდაა განთქმული აქაური სამკურნალო მინერალური წყლები და კურორტები – **შოვი, უწერა, ლაშიჭალა, ქვეშეაკე, მუაში, სორტუანი, ბუგეული, ხიდიკარი**, სადაც მათივე სახელობის 25-ზე მეტი სამკურნალო მინერალური და გოგირდოვანი წყალი მოიპოვება. განსაკუთრებული ლანდშაფტით გამოირჩევა

საკურორტო ადგილები *ხიდიკარი, წესიგორა, ურაგი, ბარი, სხეფური, ქვედის ტბა* და სხვ.

მხარეში უამრავი საინტერესო, უნიკალური ისტორიულ-ეთნოგრაფიული და არქიტექტურული ძეგლია. მათ შორის აღსანიშნავია *ნიკორწმინდა, ბარაკონი, ხონჭიორი, მრავალბაღი, პატარა ონი, ღები, კვირიკეწმინდა, ლაილაში, ჩაუაშის კომპლექსი, მინდა-ციხე, კვარაცხე, ციხეთა კომპლექსი - „დახვდი“, „დაჰკარი“ და „არ გაუშვა“, ონის საუკუნოვანი სინაგოგა, VII საუკუნის ცნობილი საეკლესიო მოღვაწის და თეოლოგის წმინდა მაქსიმე აღმსარებლის საფლავი, ცაგერის მონასტერი* და ა.შ.

საქართველოს ვაზის კულტის ისტორიული ფესვები მთელი მსოფლიოსთვისაა ცნობილი, მაგრამ ამას პრაქტიკულად იხილავს ადამიანი, როდესაც თუნდაც ერთხელ ეწვევა საქართველოს ამ ლამაზ კუთხეებს და იქაური ღვინის ჯიშებს: *ხვანჭკარას, ალექსანდროულს, ოჯალეშს* ან *თეთრას* დააგემოვნებს. საქართველოში გავრცელებული ვაზის 600 ჯიშთაგან, ამ მხარეში 300-მდე სახეობის ყურძენი მოჰყავთ. განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს ღვინო ხვანჭკარა. ეს უნიკალური ღვინო ორი იშვიათი ყურძნის ჯიშისაგან (ალექსანდროული და მუჯურეთული) მზადდება. ამ ვაზის ჯიშების კულტივირების მიკროზონა, მხოლოდ რამდენიმე ულამაზეს სოფელს მოიცავს. მათ შორის აღსანიშნავია სოფლები ხვანჭკარა და ჭრებალო, სადაც საუკუნოვანი ღვინის ქარხნები მდებარეობს და მზადდება უნიკალური ღვინო „ხვანჭკარა“.

რაჭა-ლეჩხუმისა და ქვემო სვანეთის მხარისათვის დამახასიათებელი გეოგრაფიულ-ისტორიული თავისებურებანი, ადგილობრივი საზოგადოების ცხოვრების ტრადიციები და წეს-ჩვეულებანი რეალურ საფუძველს უქმნის ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულების განვითარებას. აქ თითქმის ყოველგვარი პირობა არსებობს იმისათვის, რათა აღორძინდეს და მნიშვნელოვნად გააქტიურდეს სამთო, ალპინისტური, სამეთევზეო, სამონადირეო, საცხენოსნო, სანაოსნო, საჯომარდო, სადელტაპლანო, საოჯახო, სათავგადასავლო, მომლოცველობითი, აგრო- და ეკოტურიზმი.

ამბროლაური, გაშენებულია მდინარეების – რიონისა და კრისულის შესართავთან და საკმაოდ მდიდარია ბუნებრივი რესურსებით, ტყეებით, წიაღისეულით (დარიშხანი, თაბაშირი): წყაროებით, მდინარეებით. უზადო გეოგრაფიული მდებარეობა, უნიკალური ნატურალური გარემო, ტყეები, ალპური ლანდშაფტები, მთის ეკოლოგიურად სუფთა მდინარეები, ბუნებრივი და

ხელოვნური ტბორები, მაგ., ცნობილი *შორის წყალსაცავი*. რაიონის ისტორიულ-ხელოვნობრივ ძეგლთაგან განსაკუთრებულ ყურადღებას იმსახურებს XI საუკუნის ნიკორწმინდისა და XVIII საუკუნის ბარაკონის ტაძრები.

ონის რაიონში, ქართულ ეკლესიებთან ერთად, *ებრაული სინაგოგა* და *სომხური სალოცავიც* არსებობს. აქ საკმაოდ მრავლადაა ძველი ქართული ხელოვნობრივი ძეგლები. მათ შორის განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს *მრავალძალის* წმ. გიორგის სახელობის XI საუკუნის ეკლესია (ამჟამად დანგრეულია მიწისძვრისაგან, მიმდინარეობს აღდგენითი სამუშაოები), *ჯოისის* წმ. გიორგის სახელობის VII-VIII საუკუნის ეკლესია, *სორის* ფეოდალური ხანის ეკლესია, *ონის საუკუნოვანი სინაგოგა* და სხვ.

ყველასათვის ცნობილი კურორტი *შოვი* კავკასიონის სამხრეთ ფერდობზეა გაშენებული და ცენტრიდან 25 კილომეტრითაა დაშორებული, სადაც 16 სახეობის მინერალური წყალია.

ქ. ონიდან შოვის მიმართულებით 10 კილომეტრში ფუნქციონირებს ასევე არანაკლებ ცნობილი კურორტი *უწერა*, რომელიც მდინარე რიონის ულამაზეს ხეობაში, ზღვის დონიდან 982 მეტრ სიმაღლეზეა გაშენებული. უწერაში აღმოჩენილია 28 სახის მინერალური წყალი, რომლებიც კუჭნაწლავის დაავადებათა სამკურნალოდ უებარ საშუალებად არის მიჩნეული.

ცაგერი, გაშენებულია მდ. ცხენისწყლის მარჯვენა სანაპიროზე. ცაგერის რაიონი საქართველოში ცნობილია თავისი ძირძველი კულტურით, საეკლესიო და არქიტექტურული ძეგლებით. მის ტერიტორიაზე 50-ზე მეტი ისტორიულ-ხელოვნობრივი ძეგლია აღრიცხული. მათ შორის აღსანიშნავია VII საუკუნის *წმ. მაქსიმე აღმსარებლის ეკლესია*, სადაც თავად წმინდანი განისვენებს; ადრე ფეოდალურ ძეგლებს შორის გამოირჩევა ცაგერის ცენტრში აგებული წმ. გიორგის სახელობის ეკლესია; *ხვამლის ბუნებრივი მასშტაბური ქვაბური*, რომელიც მტერთა თარეშის დროს საქართველოს ერთგვარ განძთსაცავს წარმოადგენდა. საგულისხმოა, რომ ეკლესია-ტაძრების მშენებლობას დღესაც აქტიურად განაგრძობენ საქველმოქმედო წესით. ამის მაგალითად შეიძლება დავასახელოთ *ზუბისა და ლასურიაშის* ახლად აგებული ეკლესიები.

როგორც მთლიანად მხარეში, ისე ცაგერის რაიონში ყველა შესაძლებლობა არსებობს იმისათვის, რათა აღორძინდეს და კიდევ უფრო განვითარდეს ტურიზმი და საკურორტო მეურნეობა. საკურორტო მეურნეობისათვის ინფრასტრუქტურის შექმნა და განვითარება შესაძლებელია *ალპანის, ახალჭალის, აღვის, უსახელოს,*

ლაბგვერდის, ძულურის და ლაშიჭალის ტერიტორიებზე.

ქვემო სვანეთის ცენტრი – დაბა **ლენტეხი**, გაშენებული მდ. ცხენისწყლის ხეობაში, მისი შენაკადების – ლასკადურასა და ხელედურას აუზში, ზღვის დონიდან 700 მ სიმაღლეზე.

ქვემო სვანეთის ტერიტორია ძველისძველი ისტორიულ-არქიტექტურული ძეგლებითაა მოფენილი. იგი საქართველოს ერთგვარ განძთსაცავს წარმოადგენდა ძნელბედობის უამს. მრავალი ისტორიული ადგილი და საერო-საეკლესიო ძეგლი დაკავშირებულია თამარ მეფის სახელთან. ბევრი ეკლესია IX-XII საუკუნეებშია აშენებული: **ლუჯის, თეკალის, ტვიბის, ჟახუნდრის, სკალდის, მახაშისა** და სხვა ეკლესიები. ეკლესიების მშენებლობას დღესაც სათანადო ყურადღება ექცევა.

1975 წელს, ცნობილი პედაგოგის, ვლ. მეშველიანის მიერ შეიქმნა მხარეთმცოდნეობის მუზეუმი. 1982-83 წლებში, VIII-X საუკუნეების „ვიწის“ ციხე-დარბაზის ნანგრევების მიდამოებში აშენდა სვანური საცხოვრებელი სახლისა და კოშკის ტიპის მუზეუმის შენობა, სადაც დაცულია მრავალი საინტერესო ისტორიული ექსპონატი და დოკუმენტი.

აქაური ჰავა, წიწვოვან-ფოთლოვანი ტყეები და მინერალური წყლები საკურორტო მეურნეობის განვითარების დიდ შესაძლებლობებს იძლევა. 1936 წლიდან ხალხის სამსახურშია ულამაზესი კურორტი **მუაში**. აქ აღმოჩენილია მრავალი მინერალური სამკურნალო წყალი: **ტეხის, ბაგარის, ხოფურის, ტვიბის, ლუჯისა** და სხვ.

ქვემო სვანეთი, გეოგრაფიული ადგილმდებარეობის გამო, ტურიზმის განვითარების ბუნებრივ ბაზას წარმოადგენს. აქაური მალა აზიდული თოვლიანი მწვერვალები და უღელტეხილები მეტად მიმზიდველია ალპინიზმის მოყვარულთათვის. 1965 წლიდან აქ ფუნქციონირებდა ალპინისტური ბანაკი „**აილამა**“, ხოლო 1972 წლიდან ბანაკი „**ხესხო**“. მნიშვნელოვანია აღნიშნული ბანაკების აღდგენა, რომლებსაც ხშირად სტუმრობდნენ სხვადასხვა ქვეყნის ტურისტები.

ქვემო სვანეთის (ლენტეხის) რაიონში პრიორიტეტულ მიმართულებად უნდა მივიჩნიოთ **სამთო ტურიზმის** განვითარება. ამას ხელს უწყობს როგორც ობიექტური ბუნებრივი პირობები, ისე ადრინდანვე შემორჩენილი ინფრასტრუქტურა – ალპინისტური ბანაკები „ხესხო“ და „აილამა“. პერსპექტივაში ამას შეიძლება დაემატოს **სამთო-სათხილამურო** ტურიზმის განვითარებაც.

შემდეგი პრიორიტეტული მიმართულებაა საკურორტო-სამკურნალო ტურიზმის

განვითარება. აქაური ბალნეო-კლიმატური კურორტის – მუაშის სამედიცინო პროფილია პულმონოლოგიური, ართროლოგიური და გასტროენტეროლოგიური დაავადებების მკურნალობა, თუმცა ამჟამად ეს კურორტი არ ფუნქციონირებს.

მომვალში შესაძლებელი გახდება ტეხის, ბავარის, ხოფურის, ტვიბის, ლუჯისა და სხვა სამკურნალო წყლების ბაზაზე ახალი კურორტების ამოქმედება. გარდა ამისა, ლენტეხის რაიონში პერსპექტიული იქნება კულტურული, სალაშქრო, სათავგადასავლო, საცხენოსნო, საჯომარდო აგრო-ტურიზმის და ეკოტურიზმის განვითარება.

რეგიონი ძალზე მდიდარია სამკურნალო-საკურორტო პოტენციალით, მათ შორის: **შოვი** – კლიმატურ-ბალნეოლოგიური კურორტი ონის რაიონში, ზღვის დონიდან 1600 მ. სამედიცინო პროფილი: პულმონოლოგიური, გასტროენტეროლოგიური, ართროლოგიური, პროფილაქტიკური. მკურნალობენ – კუჭ-ნაწლავის, სასუნთქი ორგანოების არატუბერკულოზური ტიპის (ბრონქული ასთმა) დაავადებებს, ანემიას; **უწერა** – ბალნეო-კლიმატური კურორტი ონის რაიონში, ზღვის დონიდან 1600 მეტრზე. სამედიცინო პროფილი: პულმონოლოგიური, გასტროენტეროლოგიური, ალერგოლოგიური. მკურნალობა – კუჭ-ნაწლავის დაავადებები; კლიმატ-ბალნეოლოგიური კურორტი სორტუანი ართროლოგიური, გინეკოლოგიური, ნევროლოგიური პროფილით. ამბროლაურის რაიონში კი – ართროლოგიური პროფილის ბალნეოლოგიური კურორტები ხიდიკარი და ბუგეული. ლეჩხუმში, ცაგერის რაიონშია ბალნეო-კლიმატური კურორტი **ლაშიჭალა** (ართროლოგიური, ნევროლოგიური და გასტროენტეროლოგიური პროფილით), ხოლო ლენტეხის რაიონში – ასეთივე ტიპის კურორტი **მუაში** (ართროლოგიური, გასტროენტეროლოგიური და პულმონოლოგიური პროფილით).

საკურორტო ადგილების სიმრავლით რეგიონის ოთხივე ადმინისტრაციული რაიონი გამოირჩევა, ასეთია: **ბარი, სხეფური, ქვედისტბა, ძეგლები** (ონის რაიონი); **შაორი, ურავი, ცესიგორა, ხიდიკარი** (ამბროლაურის რაიონი); **აღვი, ახალჭალა, უსახელო, ხგური, ლაძვევრია** (ცაგერის რაიონი); **ლასკადურა, ჩიხარეში, კორუნდაში, ხოფური** (ლენტეხის რაიონი). **ბუგეულსა და ხიდიკარში** პერიოდულად მოქმედებს კერძო, მცირე დასასვენებელი სახლები, ძირითადად, ადგილობრივი მოსახლეობისთვის.

რაჭა-ლეჩხუმისა და ქვემო სვანეთის რეგიონში შეიძლება გამოიყოს ორი რეგიონალური ტურისტული ცენტრი: **ონი** – რომელიც თითქმის თანაბრად დაშორებული უწერა-შოვის ჯგუფის საკურორტო ადგილებსა და ქვემო რაჭასაც

(შორამდე) (დაახლოებით 70-80 კმ). ლენტეხი – რომელიც მოემსახურება ქვემო სვანეთის ალპურ ბანაკებს (ზესხო, აილამა) და ლეჩხუმის (ცაგერის რაიონის) ტურისტულ ობიექტებს.

სვანეთი საქართველოს ერთგვარი ტურისტული სავიზიტო ბარათია. მსოფლიოში იგი საქართველოს ცნობად სახეს ქმნის. ამ მხარის კოლორიტი ხიბლავს ქართველსაც და უცხოელსაც. უძველესი კოშკები და ბუმბერაზი მთები პირველივე წუთიდან ატყვევებს მნახველს.

სვანეთი მდიდარია შუა ფეოდალური ხანის ხუროთმოძღვრული ძეგლებით, საცხოვრებელი კომპლექსებით, კოშკებით (რომლებიც თარიღდება XII ს-იდან ზემოთ), სამეურნეო დანიშნულების ნაგებობებით, ორიგინალური ჩუქურთმებით შემკული ავეჯითა და საყოფაცხოვრებო ნივთებით. მხარე მდიდარია არქეოლოგიური ძეგლებითა და შუა საუკუნეების ხალხური შემოქმედების ექსპონატებით.

სვანეთის სალოცავები თავისი ძველი ტრადიციებითა და უნიკალური მხატვრობით გამოირჩევა. ისინი არა მხოლოდ მხატვრობით, არამედ ადგილობრივი თავისებური არქიტექტურითაც გამოირჩევიან. აქ დაცული სიწმინდეები რელიგიური დღესასწაულების პერიოდებში მრავალ მომლოცველს იზიდავს.

სვანური სოფლების კოლორიტი და დღემდე შემორჩენილი ისტორიული სიძველე სასოფლო ტურიზმის განვითარების წინაპირობაა. ძველი ტრადიციები და ყოფითი წეს-ჩვეულებები, მრავალფეროვანი და უნიკალური მენიუ მოხიბლავს სოფლად ცხოვრების მსურველთ.

ამ თვალსაზრისით ბოლო პერიოდში ჩატარებული კვლევისა და დაკვირვებების შედეგად შეინიშნება ადგილობრივი მმართველობისა და მოსახლეობის სრული მზადყოფნა, კერძოდ, – მაღალ დონეზე უსაფრთხოების საკითხი: დაყენებულია დამის განათებები, კეთილმოწყობილია საოჯახო სასტუმროები, გამრავალფეროვნებულია მომსახურების სახეობები. ეთნოგრაფიით დაინტერესებულთ საშუალება აქვთ დაესწონ და მონაწილეობა მიიღონ ძველ ტრადიციებსა და რიტუალებში: ოქროს მოპოვებაში, რახის გამოხდაში, ხალხური რეწვის ნაკეთობათა შექმნაში და სხვ.

სვანეთს უმდიდრესი რესურსები აქვს ბუნებაში მოგზაურობის სხვადასხვა მიმართულების (ტრეკინგი, საცხენოსნო, სალაშქრო, სათავეადასავლო, ეკოლოგიური ტურიზმი) განვითარებისთვის. ამ რესურსების გამოყენება და

რეკლამირება ამ მხარეს კიდევ უფრო გაუთქვამს სახელს. ამ კუთხის ბუნებას უიშვიათესი პეზაჟები ახასიათებს: ველურად აზიდული კლდეები, ღრმა ხეობები, ბუნების საოცარი ძეგლები და მოვლენები, ცხოველთა მდიდარი სამყარო, მათ შორის ენდემური სახეობები, მდინარეები, ჩანჩქერები. აქ ყველაზე მეტად სალაშქრო თუ საცხენოსნო ტურების განვითარებაა შესაძლებელი.

ტურისტული კომპანიებისა და ადგილობრივი გამყოლების მიერ უკვე დამუშავებულია მრავალი სალაშქრო ტური, რომლის დროსაც ტურისტს საშუალება ეძლევა ეზიაროს სვანეთის ბუნების სილამაზეს.

სვანეთში, კერძოდ მესტიის მიდამოებსა და ეწერში, შესაძლებელია **სპორტული ტურიზმის** განვითარება (სამთო-სათხილამურო სპორტი) ნოემბრის დასაწყისიდან მაისის ჩათვლით. მესტიასთან ახლოს, უშბის პლატოზე შესაძლებელია სპორტული შეჯიბრების მოწყობა, ხოლო შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოწყობის შემთხვევაში, სამთო-სათხილამურო ტურიზმის ფუნქციონირება შესაძლებელი გახდება მთელი წლის განმავლობაში.

იქვე, მესტიასთან, არის ადგილი **ლეგუმერი**, რომელიც ევროპაში უნიკალურია იმით, რომ აქ მთელი ზაფხულის განმავლობაშიც შეიძლება სათხილამურო ტურიზმის განვითარება. ზაფხულში ამ სათხილამურო მონაკვეთის სიგრძე 1 კმ-ია, რაც აღემატება ევროპის ზაფხულის სათხილამურო ადგილების სიგრძეს.

ბოლო რამდენიმე ზაფხულის განმავლობაში, ივლისში ან აგვისტოში, უშბის პლატოზე სათხილამურო შეჯიბრებები ტარდება, რომელშიც ქართველების გარდა სხვადასხვა ქვეყნის მოთხილამურეებიც მონაწილეობენ. საჭიროა შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოწყობა ამ დარგის განვითარებისთვის.

ზემო სვანეთის ბუნება საშუალებას იძლევა აქ მეკლდეურობის განვითარებისთვის. ამისთვის მესტიის რაიონში რამდენიმე ადგილია მოსახერხებელი: სოფელ **მულახში** – ე.წ. **ტვიბერის კარიბჭე**, **სოფელი ჯორკვალი**, სადაც საბჭოთა კავშირის დროს მეკლდეურობაში საქართველოს ჩემპიონატი იმართებოდა, **ბეჩოს ხეობაში**, **მაზერის პიკის კალთებზე**, **წირნიაზე** (მესტიაში).

მდინარე **მესტიაჭალა** – დაბა მესტიასთან, მდ. **მულხურა** – სოფელ მულახთან, მდ. ენგურის გარკვეულ მონაკვეთიც – სოფელ **კალადან ივარამდე** წყალჯომარდობის განვითარების კარგ შესაძლებლობას იძლევა.

მესტიის რაიონის საკურორტო ადგილებია: **ბოჭი-ხაიში** ნახშირმყავის ტიპის მინერალური წყალი, გინეკოლოგიური და პროფილაქტიკური დანიშნულებისთვის.

მესტია – გასტროენტეროლოგიური და პროფილაქტიკური დანიშნულებისთვის, **ქვედილაშა** – ნახშირმჟავას ტიპის მინერალური წყალი, გასტროენტეროლოგიური და პროფილაქტიკური დანიშნულებისთვის.

სვანეთის ტურისტულ ცენტრებად მიჩნეულია **მესტია** და **უშგული**. ტურისტული მომსახურების დონე აქ შედარებით მაღალია და თანაც, აქედან უფრო მოსახერხებელია ტურისტულ მარშრუტებზე გადაადგილება.

სამეგრელო საქართველოს ისტორიულ-გეოგრაფიული მხარეა. ეს არის რიონს, ცხენისწყალს, ენგურსა და შავ ზღვას შორის მოქცეული ტერიტორია. სამეგრელოს ტერიტორიის ძირითადი ნაწილი კოლხეთის დაბლობზეა გაშლილი.

სამეგრელოში ვხვდებით ყველა სახის ლანდშაფტს, რომელიც დამახასიათებელია დასავლეთ საქართველოსთვის: კოლხეთის ტენიანი სუბტროპიკული, კოლხური მთის ტყის, კავკასიის საშუალო მთის მუქწიწვოვანი ტყის და მაღალი მთის სუბალპური და ალპური ლანდშაფტები.

მრავალფეროვანია სამეგრელოს ჰავაც. დაბლობ ნაწილში იგი ნოტიო სუბტროპიკულია. აქ იანვრის საშუალო ტემპერატურაა $+4^{\circ}\text{C} + 6^{\circ}\text{C}$, ზაფხული კი ცხელია ($+22^{\circ}\text{C} + 23^{\circ}\text{C}$). ნალექები (1500-2000 მმ) წლის განმავლობაში თითქმის თანაბრადაა განაწილებული. შედარებით მცირე ნალექი მოდის მაისში.

სამეგრელოს ბუნება მრავალ საინტერესო ფორმასა და ბუნების ძეგლს შეიცავს, ისინი ჯერაც არაა სათანადოდ შესწავლილი და მათ შესახებ მეცნიერული ინფორმაცია თითქმის არც არსებობს. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში ჩატარებული სხვადასხვა კვლევებში სამეგრელო ნაკლებად განიხილება ტურისტულ რეგიონად, ამ მხარეს ნამდვილად აქვს ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულების განვითარების საკმაო პოტენციალი. გარდა უნიკალური ბუნებისა, ამ მხარეს თავისებური, განუმეორებელი კოლორიტი აქვს. პირველ ყოვლისა, ამას ქმნის გამორჩეული სტუმარმასპინძლობა, გემრიელი და უნიკალური კერძები, განუმეორებელი სიმღერები და მრავალი სხვა ფაქტორი.

მარტვილი მრავალფეროვანი ტურისტული პოტენციალის მქონე რაიონია. აქ ძირითადად, წარმოდგენილია **კულტურული ტურიზმის**, მათ შორის **არქეოლოგიური ტურიზმის** და **სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ტურიზმის** რესურსები.

ტეხურის ხეობით ეგრისის მთაგრეხილის სიღრმეში – დვირამდე და ლეხარდემდე აღწევს ზღვის ჰაერი, რაც ზღვისა და მთის ჰაერის ნაზავს ქმნის.

კურორტი *ლებარდე* – კლიმატო-ბალნეოლოგიური სახისაა. აქ აღმოჩენილი მინერალური წყლები მიეკუთვნება ნახშირმჟავა-რკინიანი წყლების ჯგუფს. ხასიათდება დაბალი მინერალიზაციით, სუსტი მჟავე რეაქციით, ნახშირმჟავისა და რკინის მაღალი შემცველობით. ეგრისის მთაგრეხილის კალთები მდიდარია მინერალური წყლებით. ამ მხარის მრავალფეროვანი ფლორა და ფაუნა, სამკურნალო წყლებისა და ადგილების სიმრავლე კარგ შესაძლებლობას იძლევა აქ სამკურნალო-დასასვენებელი ინფრასტრუქტურის მოსაწყობად. მარტვილის რაიონის სოფლები – *თეგოლა, კელმაკეისარი, ლებარდე და ჯორწყუ* სააგარაკო ადგილებია. ტურიზმის თვალსაზრისით საინტერესოა მდინარე აბაშისა და ტესურის ხეობები, რომლებიც კურორტ ლებარდესა და ასხის მასივთან ერთად სამთო ტურიზმის განვითარებისთვის კარგ შესაძლებლობებს ბაძებს. აქ გადაშლილია ალპური და ნახევრად ალპური მდელოები ლამაზი ხედებით (*ასხი, დვირა, მინგარიე*). აქაური მთის კალთები, ბორცვები და ზეგნები შემოსილია ვაზით, დაფნითა და ჩაით. უხვად მოდის ხილი და სიმინდი, ხოლო ბარში ვაზისა და ჩაის პლანტაციების გაშლილი მასივებია. ბანძა სპეცილიზებულია ძველი კოლხური ვაზის, *ოჯალეშის* მოყვანაზე.

მარტვილის რაიონი არქეოლოგიური ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობასაც იძლევა. რაიონის ტერიტორიაზე შემონახულია *ჯორწყუს და დოშაყის* მღვიმეები – კარსტული ქვაბები, რომლებიც ზედა პალეოლითის ხანის ადამიანს თავის პირველყოფილ საცხოვრისად უქცევია. თითოეული გამოქვაბული ბუნების იშვიათი ნახელავია, პირველყოფილ ადამიანთა ცხოვრისეული დანაშრევები კი დიდი მეცნიერული ღირებულების ისტორიული ძეგლებია. შემორჩენილია ასევე ნეოლითური ხანის ადამიანის რამდენიმე საცხოვრისი ადგილი – *ნახუნია, ბანძა და კურზუ*. ნოდელას გაყოლებით სოფელ *ხუნწამდე* ენეოლითური კულტურის საცხოვრისეული ხანია მდიდარი კულტურული ფენით. ბრინჯაოს მდიდარი საცხოვრისია გახსნილი *კურზუში, კიწიაში, გურძემში, ნახუნაოში, აბელათსა და ბანძაში*. ანტიკური ხანის მდიდარი საცხოვრისია ნაპოვნი „ქაჯის ნამარანუში“.

მარტვილის ისტორიული არქიტექტურული ძეგლები ქმნიან ხელსაყრელ პირობებს აქ კულტურული ტურიზმის განვითარებისათვის. რაიონის ხელოვნების უნიკალური ძეგლებია *ქუქითის* ეკლესია *ქვაითში* (XIII ს.), *თამაკონის ეკლესია* (XIII ს.), *ნოდის ციხე* (XVI ს.), *დგომის ციხე-სიმაგრე* (XVII ს.), *აბელათის ციხე-ქალაქი* (XVI ს.) და ა.შ. *ინჩხურში*, ადგილი „ნამანცვარზე“ თამარის ციხე-ქალაქის

ნანგრევებს უჩვენებენ. *ჟინოთაში ჟინანთარის* სარიტუალო კერაა. *კიწიაში* კი *ლეჭე-ქიაჩის* საკულტო უბანია. *ალერტში* ალავერდობის სარიტუალო დღესასწაული ტარდება. *ნაჩხურაში მოსკე (მეძევე) ღვთაებას ცემდნენ თაყვანს. თაბაკონას მთა* იჩხურში მიჩნეული იყო წარმართული ავსულთა მეთაურის – როკაპის და ეშმაკეულთა დღესასწაულის – *ტაბაკონების* ადგილსამყოფელად. ეს რიტუალები ეთნოტურიზმით დაინტერესებულთა ყურადღებასაც მიიქცევს.

მარტვილის რაიონს ეკუთვნის ასევე დადიანთა საზაფხულო რეზიდენცია სოფელ *სალხინოში*. მისი კეთილმოწყობა ისტორიული ადგილებით დაინტერესებულ მნახველებს მოიზიდავს. აგრეთვე შეიძლება დადიანების საჯირითო მოედნის გამოყენება და აქ ძველქართული საცხენოსნო თამაშობებისა და შეჯიბრებების აღდგენა.

სენაკში არსებული კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების სიმრავლე საშუალებას იძლევა გააქტიურდეს კულტურული ტურიზმი. ეს ძეგლებია *შხევის ციხე, ეკის, მისარიონის, ფოცხოს მთავარანგელოზის, მენჯის მთავარანგელოზის, ძველი სენაკის მაცხოვრის შობის ეკლესიები და თეკლათის ღვთათა მონასტერი*.

სენაკის ყველაზე დიდი ატრაქცია¹ – *ციხე-გოჯი*. ეს დიდი ისტორიის მქონე ნაქალაქარი მრავალმხრივი ტურისტული ობიექტია: აქ ერთადაა თავმოყრილი შუა საუკუნეების არქიტექტურა და ანტიკური პერიოდის კულტურა. ციხე-გოჯს მსოფლიო მნიშვნელობის არქეოლოგიური ძეგლია და მის გათხრებში უცხოელი სპეციალისტებიც მონაწილეობენ.

გარდა ამისა, ნოქალაქევი სხვა მხრივაც, მოსახერხებელ ადგილას მდებარეობს – იგი *მდ. ტეხურზე* საჯომარდო დაშვების ბოლო პუნქტია. რაიონის ლანდშაფტური და ბიოლოგიური მრავალფეროვნება, ადგილობრივი და გადამფრენი ფრინველების სახეობათა სიმრავლე, ტორფიანი ჭაობები და დაჭაობებული ტყე ეკოტურიზმის განვითარების ხელშემწყობი რესურსებია. ტურიზმის ამ სახეობის განვითარებისთვის განსაკუთრებით ხელსაყრელი პირობებია *ჭალადიდის თემში*.

ამ თემის ტერიტორიაზე ასევე შეიძლება *სამდინარო ტურების* ორგანიზება. მდორედ გამდინარე რიონზე გასეირნებით შესაძლებელია უნიკალური გარემოსა და იქ არსებული კულტურული ტრადიციების გაცნობა. ტურისტების გადაადგილება მდინარეზე შესაძლებელია მოხდეს ელექტროძრავიანი ან ნიჩბიანი ნავით. განსაკუთრებულ ეგზოტიკურ ხიბლს მატებს მდინარეზე გადებული ბორანი,

¹ ატრაქცია (ინგ. Attraction, მიზიდვა) – ტურისტული თვალსაზრისით მიმზიდველი ობიექტი.

რომელიც უბველეს დროშიც დამახასიათებელი სატრანსპორტო საშუალება იყო. მდინარეზე ნაგებით მოძრაობისას, ვიზიტორებს შესაძლებლობა ეძლევათ დააკვირდნენ წყლისა და ჭაობის ფრინველებს.

სენაკის რაიონში არსებულ მღვიმეთაგან გამოირჩევა ეკის თემში უნაგირას მთაზე, მენჯის თემში საწულეისკიროს უბანში და შხევის უბანში არსებული მღვიმეები. თუმცა აქ, სპელეოტურების მოწყობამდე, აღნიშნული მღვიმეები მოითხოვს შესწავლას და კლასიფიკაციას. მდ. ტეხური *ღებობამე-ნოქალაქევის* ტერიტორიაზე წყალჯომარდობის საშუალებას იძლევა. სენაკის ცენტრალურ ნაწილსა და თეკლათის თემში მდებარეობს *იპოდრომები*, რომელთა კეითლმოწყობაც ხელს შეუწყობს საცხენოსნო ტურიზმის განვითარებას.

კურორტი *მენჯი* კოლხეთის დაბლობზე, დაბალი ანტიკლინური სერების შერწყმის ადგილზე, ზღვის დონიდან 20-30 მ სიმაღლეზე მდებარეობს. აქ დიდი ხანია შექმნილია სააბაზანო და საბადოს ჰიდრომინერალური მეურნეობა (ბურღილები, მილსადენები). მენჯის მინერალური წყალი 1875 წლიდან გამოიყენება. კურორტი კურნავს შემდეგ დაავადებებს: გულ-სისხლძარღვთა სისტემის დაავადებების სისხლის მიმოქცევის I ხარისხის დარღვევებს; სახსრების ქრონიკულ დაავადებებს (რევმატული, ინფექციური, ენდოკრინული, პოდაგრული), აგრეთვე სხვადასხვა ხასიათის არტრალაგიებს; პერიფერიული ნერვული სისტემის დაავადებებს; ნერვული სისტემის ფუნქციონალურ დაავადებებს (ნევროზები, მსუბუქი და საშუალო ხასიათის ნევრასთენიები); კუნთების, მყესების ანთებას და სხვადასხვა წარმოშობის კუნთების ტკივილს; ნივთიერებათა ცვლის დარღვევას; ქრონიკულ გინეოკოლოგიურ დაავადებებს (საშვილოსნოს, საკვერცხეების, ფალოპიური მილების ანთება და სხვა); კანის ზოგიერთ ქრონიკულ დაავადებებს (ეგზემა და სხვ.).

წალენჯიხისა რელიეფური მრავალფეროვნებით გამოირჩევა – აქ წარმოდგენილია როგორც დაბლობი, ისე მაღალი მთები და რელიეფის მყინვარული ფორმები. ამიტომ აქ მოგზაურობა ბუნებრივი საოცრებებისა და ლამაზი ხედების მოყვარულებისთვის დიდ სიამოვნებასთანაა დაკავშირებული. სამთო ტურიზმისთვის მიმზიდველი ადგილებია – *მთა ჭითაგვარა* (ზღვის დონიდან 3226 მ.) და *ლაკუმურაშიდულის* (ზღვის დონიდან 3111 მ) *მყინვარები*. *ტბა ტობავარჩხილი*, *ჭანისწყლის ხეობა*, კოდორის ქედისა და ეგრისის ქედის სამხრეთი განშტოებები – *ოხაჩქუესა და ყვირას კირქვიანი მასივები* (ზღვის დონიდან 2200-2237 მ) ეკო- და სალაშქრო ტურიზმისთვის კარგ პოტენციალს იძლევა. აქ

საკმარისი რესურსებია სამონადირეო ტურიზმისთვის. ძნელად მისადგომი მთები და ჭიუხები გარეულ ნადირ-ფრინველთა საუკეთესო საბინადრო ადგილებს წარმოადგენს. განსაკუთრებული სილამაზისა და ინტერესის ადგილებია: მთაჭითაგვარა, ტბა *ტობავარჩხილი*, *მდინარე ნავხურწყალის ჩანჩქერი*, *მდინარე მაგანას ხეობა* და *კანიონი*, *ყვირას კირქვიანი ნაწილი*, *მოქანავე ლოდი „ქუცანცალია“*, *ოხაჩქუეს კირქვიანი ნაწილი*, *მდინარე ოკალმახეს ვოკლუზი*, *ჯვარის წყალსაცავი*, *ინზრას ჩანჩქერი*, *ჭანისწყლის ხეობა*, *კურორტი სქური*. წალენჯიხის ერთ-ერთ მთავარ მიმართულებად შეიძლება იქცეს სამკურნალო ტურიზმი. ამ რაიონის მთავარი კურორტია *სქური* – ზღვის დონიდან 400-500 მ-ზე, მდინარე ჭანისწყლის ხეობაში, სადაც ნოტიო სუბტროპიკული კლიმატი, ზომიერი ტემპერატურა, დაბალი ატმოსფერული წნევა და ქანგბადის სიუხვეა, რაც განპირობებულია მთისა და ზღვის შეზავებული ჰაერით. სქურში ზამთარი იცის რბილი, მცირეთოვლიანი. სქურის წყალი მიეკუთვნება სულფატურ-ქლორიდულ, ნატრიუმ-კალიუმიანი ტიპის წყალს. მას როგორც დასაღებად, ისე აბაზანების მისაღებადაც იყენებენ. აბაზანები ქრონიკული რევმატიზმით, ინფექციური ართრიტებით დაავადებულებს ენიშნებათ. სქურის წყალი დადებითად მოქმედებს გასტრიტის, დაბალი და მაღალი სიმჟავის, კუჭისა და თორმეტგოჯა ნაწლავის ქრონიკულ-წყლულოვანი დაავადებების, კოლიტების და ენტეროკოლიტების, ქოლეცისტიტის და სხვა დაავადებების დროს.

ხობის რაიონში მდებარე *ურთის მთა* სპელეო- და აღმოჩენითი ტურიზმის განვითარების საშუალებას იძლევა. ურთის მთაზე ძალიან ბევრია ძაბრები, ვერტიკალური შახტები, რომლებიც ხშირად ჰორიზონტალურ მღვიმეებში გადადის. მღვიმეებით განსაკუთრებით ცნობილია *ხამისქურისა და ხეთის* მიდამოები.

სოფელ ხეთაში, ურთის მთის სამხრეთ-აღმოსავლეთი ფერდობის ძირში მდებარეობს კარსტული ტბა *პაპანწყვირე*, მისი სიგრძე 80 მეტრია, სიგანე 50 მეტრი. მასში სხვადასხვა ჯიშის თევზები და ნიჟარიანები ბინადრობენ, რომელთა შორის ყველაზე საოცარია *მტენარი წყლის მემარგალიტე*.

ხობის რაიონი კოლხეთის ეროვნულ პარკს ესაზღვრება. პარკი შეტანილია საერთაშორისო მნიშვნელობის ჭაობების სიაში, როგორც საუკეთესო დასასვენებელი ადგილი მობუდარი, მოზამთრე და მიგრირებადი ფრინველებისათვის.

შესაბამისად, *ჭურიის ჭაობი* მშვენიერი ადგილია ფრინველებზე დაკვირვებისათვის, მდინარეები – სპორტული თევზაობისთვის, ხოლო *ჭურიისა და*

ნაბადის ჭაობები – ეკოტურიზმის მოყვარულთათვის, მდ. ხობისწყლის შესართავი, მდ. *მუნჩიის და ჩხაიას* სანახები, *პაპანწყვირეს ტბა*, შავი ზღვის სანაპირო. *კრთისა და ბიის მთების სანახებიდან* კი ხელისგულივით მოჩანს კოლხეთის დაბლობი, შავი ზღვა, კავკასიონის ქედი.

ხობში არსებული საინტერესო და მნიშვნელოვანი ისტორიული ძეგლები საშუალებს იძლევა აქ კულტურული და რელიგიური ტურიზმის განვითარებისთვის – *ხობის მონასტერი, ხეთის მთავარანგელოზთა ეკლესია, წმ. სოფიოს ეკლესია სოფ. პირველ მაისში, ჯეგეთის წმ. გიორგის კომპლექსი, ზემო ბიის მთავარანგელოზთა ეკლესია, ხეთის ციხე, ძველი ხიბულის ჯიშხა, ზენის ჯიხა* და სხვ.

აბაშის რაიონში რამდენიმე ცნობილი ისტორიული ძეგლია, მათ შორის გამორჩეულია – *სეფიეთის მთავარანგელოზისა და ტყვირის მაცხოვრის ეკლესია*.

აქვეა მეტად საყურადღებო ანტიკური ხანის ნაქალაქარები – *ნამარნუს* ტიპის არქეოლოგიური ძეგლები, ძეგლები სოფელ *გულეიკარის დიხაგუძუბასა* და სოფ. *კეთილარში*.

ზუგდიდის რაიონში შესაძლებელია სასოფლო და კულტურული ტურების მოწყობა. *მაცხოვრისკარი, ბოტანიკური ბაღი, დადიანების მუზეუმი, რუხის ციხე* და აქ არსებული *გერმანულ ტყვეთა პანთეონი, ანაკლიის ციხე, ჭაქვინჯის ციხე, ჩიუისკარის ციხე (კორცხელი), ნალიმა-კოკი, ცაივის ეკლესია, კორცხელის დედათა მონასტერი, ცაიშის წარმართული პანთეონი, ერგეტის დიხა-გუძუბები და არაერთი სახლ-მუზეუმი* - ზუგდიდის რაიონის კულტურული ძეგლების ჩამონათვალია, რომელიც ისტორიული ტურების სანახაობათა სიაში შედის.

ჩხოროწყუს მეტად საინტერესო ოროგრაფიული პირობები აქვს, აქ, მცირე ტერიტორიაზე ძალიან დიდი სიმაღლითი სხვაობებია – რაიონის უმაღლესი წერტილი 64 მეტრზეა მაქსიმალური კი – 3226 მმეტრზე. ეს მეტად ხელსაყრელ პირობას ქმნის სამთო ტურიზმის განვითარებისთვის. რაიონის ბუნებრივ-ტურისტულ რესურსებს შორის გამოიყოფა: *ხობისწყლის კანიონი, ალაპური ტბები, მდიდარი ფლორით და ფაუნით ენდემური ჯიშებით*; საფეხოსნო და საცხენოსნო დაბალი, საშუალო და მაღალი სირთულის მონაკვეთები.

მიგარიის კირქვულ მასივზე 2004 წ. სპელეოლოგიური ექსპედიციის შედეგად 32 ახალი მღვიმეა აღმოჩენილი. ეს მღვიმეები შეიძლება გამოყენებულ იქნას ექსტრემალური სპელეოტურიზმის განვითარებისთვის.

აქაურ მდინარეებზე შესაძლებელია საჯომარდო დაშვების მოწყობა. ამისათვის ყველაზე ხელსაყრელია მდ. *ხობისწყალი* თავის 45 კმ-იანი კანიონით და შენაკადებით, სადაც ასევე *გვალაშარას* და *ღუნჯის* კანიონები გვხვდება. ხობისწყალი შავ ზღვას უერთდება, რაც მეტ ინტერესს მატებს წყალჯომარდობის მოყვარულთათვის. ამისთვის გამოსადეგია ხობისწყლის დინების უმეტესი ნაწილი. კანიონისებურ ხეობაში რამდენიმე ნავმისადგომის მოწყობაც შეიძლება.

კულტურული ტურიზმი ჩხოროწყუს რაიონში წარმოდგენილია შემდეგი ძეგლებით: IV-V საუკუნის *ხომაკირდეს ჯიხების კომპლექსი*, IX-XI საუკუნის *ოცინდალეს წმინდა გიორგის ეკლესია სოფ. თაიაში* IX-X საუკუნის *ღეახალეს წმინდა გიორგის ეკლესია სოფ. ახუთში*, *კუნაღეიშვილების ტიპური ოდა სოფ. ახუთში*, *„უტუს ოშაყარუ“ სოფ. ლესიჭინეში*, *ჩხოროწყუს* მუზეუმი 11700 ექსპონატით. საკურორტო ტურიზმი ჩხოროწყუში წარმოდგენილია კურორტ *მუხურითა* და მინერალური წყლით *ღუგელათი*. ღუგელა გამოიყენება ყველა იმ დაავადებათა სამკურნალოდ, რომლებიც ქლორკალციუმის ნაკლებობითაა გამოწვეული.

ფოთის ტურიზმი წარმოდგენილია კოლხეთის ეროვნული პარკით. ესაა საერთაშორისო მნიშვნელობის მქონე ჭარბტენიანი დაცული ტერიტორია. ეს ადგილები ცნობილია, როგორც წყლის ფრინველთა დიდი საბინადრო. აქ *ბერდვოჩინგის* (ფრინველებზე დაკვირვების) განვითარების დიდი საშუალებებიც არის.

პარკის ტერიტორიაზე გვხვდება თავისებური ლანდშაფტური მოზაიკა და ბიოლოგიური მრავალფეროვნება – ნოტიო და თბილი კლიმატი, რელიქტური და ენდემური მცენარეული სახეობები, ადგილობრივი და გადამფრენი ფრინველების სახეობათა სიმრავლე, ტორფიანი ჭაობები, დაჭაობებული ტყეები, ზღვის სანაპირო დიუნები, დაკლაკნილ კალაპოტიანი მდინარეები და ტბები, შავი ზღვის სანაპირო აკვატორია და სხვ. პარკის ადმინისტრაციას შემუშავებული აქვს მრავალფეროვანი მარშრუტები გათვლილი სხვადასხვა ინტერესის მქონე ტურისტისთვის.

საზღვაო-სანაოსნო ტურიზმის განვითარების მყარ საფუძველს წარმოადგენს კოლხეთის დაცულ ტერიტორიებთან მოსაზღვრე შავი ზღვის სანაპირო აკვატორია, *ქობულეთიდან ანაკლიამდე*. ვიზიტორებს საშუალება ეძლევათ ზღვაზე გასეირნებასთან ერთად სანაპირო ზოლის ლანდშაფტებიც მოინახულონ.

სამეგრელოს ტურისტული ცენტრებია: *სენაკი, ზუგდიდი და ფოთი*. ამ ცენტრებიდან ადვილია მოძრაობა მთელს რეგიონში და მეზობელ რეგიონებსა და რაიონებშიც. აქედან სამოგზაუროდ საკმარისია 1-2 დღე რეგიონის მნიშვნელოვანი ნაწილის მოსაგლეჯად და გასაცნობად.

სამეგრელოს ტურისტული პოტენციალის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ რეგიონის ტურიზმის პერსპექტივები უმეტესწილად, დაკავშირებულია კულტურული, რელიგიური, ბუნებაში მოგზაურობასთან დაკავშირებული მიმართულებების და სამთო ტურიზმის განვითარებასთან. გარკვეული პერსპექტივა დაკავშირებულია მდიდარი სპელეოლოგიური რესურსების შესწავლასა და გამოყენებასთან, ადგილობრივი სასოფლო გარემო, ეთნოგრაფიული და კულტურული; თავისებურებები აუცილებლად დაინტერესებს სასოფლო და აგროტურიზმის მოყვარულებს. განვითარების ახალი ფორმები უნდა დაინერგოს სამეგრელოს ცნობილ კურორტებზე. ამ მხრივ, განსაკუთრებით საინტერესოა სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ცენტრები: *მალთაყვა, მენჯი, ცაიში, ნოქალაქევი, მუხური და ლებარდე*.

კითხვები ცოცხის შემოწმებისა და განხილვისათვის

1. ჩამოთვალეთ თქვენთვის ცნობილი ბალნეოლოგიური რესურსები საქართველოში.
2. რომელი კურორტის პლაჟებს აქვთ მაგნიტური ქვიშები?
3. რა ასაკისაა დმანისის “ჰომო ერექტუსის” (ჰომინიდის) ნაშთები?
4. რომელი ცხოველების ნაშთებია ნანახი “ჰომო ერექტუსთან” ერთად?
5. რომელი პიკური სეზონებია დამახასიათებელი საქართველოს შიდა ტურიზმისთვის? საერთაშორისო სათავადასავლო ტურიზმისთვის?
6. სად მდებარეობს წმინდა მოციქულთა სწორის მატათას დაკრძალვის ადგილი?
7. რომელმა მეცნიერმა შემოიტანა ჩაის კულტურა საქართველოში?
8. რომელი რეგიონის და რა სახის კურორტებია გონიო, კვარიათი და სარფი?

9. საქართველოს რომელი კუთხის ხალხური ტრადიციები და რიტუალებია: კალანდა, ალილო, აგუნა, ნადი, ჩიჩილაკის გადალოცვა.
10. საქართველოს რომელი რეგიონისათვისაა ყველაზე შესაფერი ღვინის ტურიზმი?
11. რომელი დაავადების სამკურნალოდ გამოიყენება აბასთუმანი?
12. ტურიზმის რომელი სახეობის ობიექტებია იმერეთში: სათაფლია, ყუმისთავი, თეთრა, წყალტუბო, საწურბლია, საწვეთელა, ფაცრისთავი?
13. რომელი საერთაშორისო ორგანიზაცია იცავს მცხეთას, როგორც მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობი მნიშვნელოვან ობიექტს?
14. ტურიზმის რომელი მიმართულება შეგვიძლია მივიჩნიოთ პრიორიტეტულად ქვემო სვანეთში?
15. სად არის ციხე-გოჯი და რა ტიპის ტურისტული ობიექტია იგი?

ლიტერატურა და ელექტრონული წყაროები

1. მაისურაძე დ., ხომერიკი გ., ხუციშვილი თ. საქართველოში სპელეოტურიზმის განვითარების პერსპექტივები და ქართული გეოგრაფიის ამოცანები// «Кавказский географический журнал», № 9, თბილისი, 2008.
2. მეტრეველი მ. ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები. თბილისი, 2008.
3. რაფიელ დანიბეგაშვილის მოგზაურობანი ინდოეთში, ბირმასა და აზიის სხვა ქვეყნებში (1795-1827). მოსკოვი, “პროგრესი”, 1969. (რუსულ, ინგლისურ და ინდურ (ჰინდი) ენებზე).
4. საქართველოს გეოგრაფია. ნაწილი I: ფიზიკური გეოგრაფია. თბილისი, “მეცნიერება”, 2000.
5. საქართველოს გეოგრაფია. ნაწილი II: სოციალურ-ეკონომიკური გეოგრაფია. თბილისი, “მეცნიერება”, 2003.
6. საქართველოს სტატისტიკური წელიწადეული 2007. საქ. სტატისტიკის დეპარტამენტის კრებული. თბილისი 2008.
7. ქართველი მოგზაურები, გეოგრაფები და ბუნების მკვლევარნი. ენციკლოპედიური ცნობარი. თბილისი, “განათლება”, 2003.
8. ხელაშვილი ს. ტურიზმის მარკეტინგი. თბილისი. 1992.
9. Goeldner C.R., Ritchie B.J.R. Tourism: Principles, Practice, Philosophies. John Wiley & Sons Inc. 2006.
10. Lickorish L.J., Jenkins C.L. Introduction to Tourism. Butterworth-Heinemann, 1997.
11. Middleton V.T.C. Marketing in Travel and Tourism, sec. ed. Butterworth-Heinemann, 1994.
12. Mill R.C., Morrison A.M. The Tourism System: An Introductory Text. Third Edition. Kendal/Hunt, 2002.
13. Tourism Highlights. 2007 Edition. UNWTO.
14. Александрова А.Ю. и др. География туризма. М.: «Кнорус», 2008.
15. Биржаков. М. Б. Введение в туризм. М., 2005.
16. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. М.: «Гардарики», 2005.
17. Все страны мира. Энциклопедический справочник. М.: «Вече», 2002.
18. Даркевич В.П. Аргонавты средневековья. М.: «Наука», 1976.
19. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. М.: ЮНИТИ: 2005.
20. Самойленко А.А. География туризма Ростов. н\Д: «Феникс», 2006.
21. <http://www.statistics.ge/publication.php?plang=2&pf>.
22. http://www.parliament.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=272&info_id=17627.
23. http://wiki.answers.com/Q/What_are_the_four_basic_types_of_tourism.
24. <http://www.unwto.org/facts/eng/highlights.htm>.
25. <http://www.unwto.org/facts/eng/indicators.htm>.
26. <http://www.unwto.org/facts/eng/economy.htm>.
27. <http://www.unwto.org/facts/eng/publication.htm>.
28. <http://www.unwto.org/facts/eng/methodological.htm>.

შინაარსი

წინასიტყვაობა -----	3
შესავალი -----	4
თავი I. მოგზაურობა -----	6
თავი II. ტურიზმის განვითარების ისტორია -----	18
თავი III. ტურიზმის არსი, ძირითადი ცნებები, ტერმინები, სტრუქტურა -----	37
თავი IV. მსოფლიოს ტურისტული რეგიონები -----	51
თავი V. ტურიზმის ტიპები (სახეობები, მიმართულებები) -----	65
თავი VI. ტურიზმის ინდუსტრია -----	88
თავი VII. ტურიზმის მარკეტინგის საფუძვლები -----	122
თავი VIII. საქართველოს ტურიზმი -----	137
ლიტერატურა -----	187