MARINA METREVELI

TOURISM AND ENVIRONMENT
(PRINCIPLES OF ECOTOURISM)

Tbilisi
2008

მარინა მეტრეველი

ტურიზმი და გარემოს დაცვა
(ეკოტურიზმის საფუძვლები)

თბილისი
2008

უაკ (UDC) 796.5 (075.8)
ბ 596

წიგნში განხილულია ტურიზმის მდგრადი განვითარება და მისი კავშირი გარემოს დაცვის საკითხებთან; ეკოტურიზმი, როგორც ტურიზმის მდგრადი განვითარების საფუძველი, მისი გარემოსდაცვითი პრინციპები და მახასიათებლები; ეკოტურიზმის დაგეგმვა და მართვა; გარემოს დაბინძურების მინიმიზაციის ღონისძიებები. ნაშრომის დანართში, მაგალითების სახით, მოცემულია ინფორმაცია საქართველოში ეკოტურიზმის განვითარებისათვის სამთავრობო, არასამთავრობო, კერძო ორგანიზაციათა და ინვესტორთა საქმიანობის და მათ მიერ წარმოებული ეკოტურისტული პროდუქტის შესახებ. წიგნის ბოლოს წარმოდგენილია ტურისტულ ტერმინთა განმარტებითი ლექსიკონი.

ნაშრომი განკუთვნილია, როგორც ტურიზმის ფაკულტეტის სტუდენტების, პედაგოგებისა და ტურიზმის სფეროში დასაქმებული სპეციალისტებისათვის, ასევე, ტურიზმისა და გარემოს დაცვის საკითხებით დაინტერესებულ მკითხველთა ფართო წრისათვის.

რედაქტორი
დ. ონოფრიშვილი
ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორი

რეცენზენტები:
გ. ქაჯაია
ბიოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
ი. ხელაშვილი
გეოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
ზ. ღულუნიშვილი
პროფესორი

ეროვნული ბიბლიოთეკა
ეროვნული ბიბლიოთეკა
ეროვნული ბიბლიოთეკა

in the development of ecotourism in the region, planning techniques of ecotour, safety measures for tourist and management of tourist services. The annex provides information on ecotourism activities and products developed by governmental, non-governmental, private organizations and investors in Georgia. The book also comprises Glossary.

The book will help the reader not only to understand ecotourism issues, but also change his/her behavior towards the environment and as a potential tourist be guided by the 10 commandments of ecotourism, compiled by the U.S. Association of travel agencies on environmental protection.

ASTA'S TEN COMMANDMENTS ON ECOTOURISM

Whether on business or leisure travel:

1. Respect the frailty of the earth.
2. Leave only footprints. Take only photographs.
3. To make your travels meaningful, educate yourself about the geography, customs, manners, and cultures of the region you visit.
4. Respect the privacy and dignity of others.
5. Do not buy products made from endangered plants or animals.
6. Always follow designated trails. Do not disturb animals, plants or their natural hobitats.
7. Support conservation-oriented programs and organizations.
8. Walk or utilize environmentally-sound methods of transportation.
9. Patronize those who edvance energy and environmental conservation; water and air qiality, recycling; safe management of waste toxic materials; noise abatement; community involvement; and which provide experienced, well-trained staff dedicated to strong principles of conservation.
10. Identify those organizations which subscribe to ASTA Environmental Guidelines for air, land and sea travel.

ავტორისაგან

გარემოს ოპტიმალური მდგომარეობის შენარჩუნება ტექნიკის განვითარებისა და ბუნებრივი რესურსების ინტენსიური ათვისების ფონზე კაცობრიობის არსებობის ერთადერთი პირობაა. გარემოს, ბუნებრივი რესურსებისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვასა და შენარჩუნებაზე ზრუნვას არა მხოლოდ ადგილობრივი, არამედ გლობალური მნიშვნელობა აქვს.

მსოფლიოს კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობა გარემოსდაცვითი ანუ ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორია. იგი მნიშვნელოვანი რეკრეაციული რესურსია, რომლის გონივრული გამოყენება არა მხოლოდ ქვეყნის ეკონომიკური აღმავლობის, არამედ რეგიონების ჰარმონიული განვითარების საწინდარია.

ეკოლოგია მჭიდრო კავშირშია ეკონომიკის ყველა დარგთან. ამ მხრივ გამონაკლისს არც ტურიზმი წარმოადგენს. ტურიზმის ერთ-ერთი მიმართულების "ეკოტურიზმის" განვითარებას დიდი მნიშვნელობა აქვს ტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის, რაც იმას ნიშნავს, რომ ტურისტული საქმიანობის უმთავრესი პრიორიტეტი გარემოს მიმართ სათუთი დამოკიდებულებაა ანუ იგი ქმნის გარემოს დაცვის ეკონომიკურ სტიმულებს. ცნება "ეკოტურიზმი" მოიცავს მოგზაურობის ფართო სპექტრს – მოსწავლეთა შემეცნებითი ტურებიდან რეგულარულ მოგზაურობამდე ეროვნულ პარკებსა და ნაკრძალებში.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის ექსპერტთა პროგნოზით XXI საუკუნეში ეკოტურიზმის განვითარება დიდ ეკონომიკურ სარგებელს მოუტანს მსოფლიოს ბევრ ქვეყანას, განსაკუთრებით კი განვითარებად ქვეყნებს, რაც ხელს შეუწყობს ამ ქვეყნების, პირველ რიგში, მთიანი რეგიონების ეკონომიკურ წინსვლას.

ნაშრომის მიზანია ტურიზმის ფაკულტეტების სტუდენტებს, ამ დარგში მომუშავე პრაქტიკოსებსა და ტურიზმით დაინტერესებულ ადამიანებს გააცნოს, თუ რას ნიშნავს ეკოლოგიურად მდგრადი გარემო ტურიზმის განვითარებისათვის; რა როლს ასრულებს ამ

საქმეში ეკოტურიზმი, როგორც ტურიზმის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი კომპონენტი; როგორია ტურიზმის ზეგავლენა გარემოზე და მისი შედეგები; ადგილობრივი მოსახლეობის, ხელისუფლებისა და კერძო სტრუქტურების როლი რეგიონში ეკოტურიზმის განვითარებაში; როგორ ხდება ეკოტურის დაპროექტება, მოგზაურობის დროს ტურისტთა უსაფრთხოების დაცვა და ტურისტული მომსახურების მენეჯმენტი. ნაშრომის დანართში მოცემულია ინფორმაცია საშოგირობო, არასამთავრობო, კერძო ორგანიზაციათა და ინვესტორთა საქმიანობის და მათ მიერ წარმოებული ეკოტურისტული პროდუქტის შესახებ. დასასრულ კი წარმოდგენილია ტურისტულ ტერმინთა განმარტებითი ლექსიკონი.

წიგნი მკითხველს დაეხმარება არა მარტო გაერკვეს ეკოტურიზმის საკითხებში, არამედ, შეცვალოს მისი დამოკიდებულება გარემოს მიმართ და როგორც პოტენციურმა ტურისტმა იხელმძღვანელოს ტურისტული სააგენტოების ამერიკის საზოგადოების მიერ შედგენილი ეკოტურიზმის ათი მცნებით.

ეკოტურიზმის ათი მცნება

იმყოფებით საქმიან მოგზაურობაში, თუ მოგზაურობთ დასვენების მიზნით გახსოვდეთ:

1. ნუ დაარღვევთ დედამიწაზე არსებულ წონასწორობას.
2. ნუ დატოვებთ თქვენ შემდეგ ნურავითარ კვალს, გარდა თქვენი ფეხისა. სახსოვრად მხოლოდ ფოტოები წაიღეთ.
3. იმისათვის, რომ თქვენი მოგზაურობა უფრო შინაარსიანი იყოს, ეცადეთ შეისწავლოთ მოსანახულებელი რეგიონის გეოგრაფია, ადათები, ყოფა და კულტურა.
4. პატივი ეცით სხვის ცხოვრებასა და ღირსებას.
5. ნუ იყიდით ნივთს, რომელიც დამზადებულია ცხოველებისაგან ან მცენარეებისაგან, რომელთაც გადაშენება ემუქრებათ.
6. ყოველთვის მიჰყვეთ აღნიშნულ მარშრუტს.
7. დახმარება გაუწიეთ ბუნების დაცვის ორგანიზაციებს.

8. გადაადგილდით ფეხით ან "ეკოლოგიურად სუფთა" ტრანსპორტით.
9. დაეხმარეთ მათ, ვინც თავისი სამუშაოს ფარგლებში ცდილობს ელექტროენერგიის დაზოგვასა და გარემოს დაცვას, წყლისა და ჰაერის მაღალი ხარისხის შენარჩუნებას, ნარჩენების მოცილებას, ნარჩენებისა და ტოქსიკური ნივთიერებების უსაფრთხო გადამუშავებას, ხმაურის დონის შემცირებას, ვინც მაღალი კვალიფიკაციისა და გარემოს დაცვის ჭეშმარიტი პრინციპებისაკენ მოწოდებულ პროფესიონალებს ზრდის.
10. გაეცანით იმ ორგანიზაციების საქმიანობას, რომლებიც მისდევენ გარემოს დაცვის ტურისტული სააგენტოების ამერიკის საზოგადოების ძირითად მიმართულებებს საჰაერო, სახმელეთო და საზღვაო ტურიზმში.

წიგნზე მუშაობისას საგულისხმო რჩევებს ვიღებდი კოლეგებისაგან. ესენია, პირველ რიგში, წიგნის რედაქტორი – ეკონ. მეცნ. დოქტორი დ. ონოფრიშვილი, რეცენზენტები: ბიოლ. მეცნ. დოქტორი, პროფესორი გ. ქაჯაია, ზ. ღულუნიშვილი, გეოგ. მეცნ. დოქტორი, პროფესორი ს. ხელაშვილი, ასევე ეკონ. მეცნ. დოქტორი, პროფესორი ი. გოგორი-შვილი, ეკონ. მეცნ. დოქტორი, პროფესორი ზ. ღუდუშაური, ლ. გარსევანიშვილი. ცალკეულ თავებზე მუშაობისას საგულისხმო დახმარება გამიწიეს: კომპანია "Caucasus Travel"-ის პრეზიდენტმა ს. კიკნაძემ, კომპანია "Explore Georgia"-ს მენეჯერმა ნ. ერქომაიშვილმა, კომპანია "Via Travel"-ის დირექტორმა ნ. ნამგალაძემ, ამავე კომპანიის მენეჯერმა თამარ აბულაძემ, ბიოლოგიურ მეურნეობათა ასოციაცია "ელკანას" მენეჯერმა დ. დუნდუამ, საქართველოს "აგროტურიზმის" ასოციაციის პრეზიდენტმა ლ. ფა-ლა-ვა--ნდიშვილმა, ტურიზმის მდგრადი განვითარების არასამთავრობო ორგანიზაციის ხელმძღვანელმა ვ. ვაშაყმაძემ, ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის ეკოლოგიური განათლების სამსახურის უფროსმა ნ. მულაძემ. ვსარგებლობ შემთხვევით და დიდ მადლობას ვუხდი მათ.

თავი I

ტურიზმი და გარემოს დაცვა

1.1. ტურიზმის განვითარების მოკლე ისტორია
(უძველესი მოგზაურობებიდან მეოცე საუკუნემდე)

ტურიზმს, როგორც ადამიანის საქმიანობის ნებისმიერ სახეს, უძველესი ისტორია აქვს. ადამიანებს ყოველთვის იზიდავდა აქტიური დასვენება, რომელიც ხშირ შემთხვევაში მოგზაურობაში გამოიხატებოდა.

ცნობები პირველი მოგზაურების შესახებ ანტიკური დროიდან ჩნდება. ჩვენს წელთაღრიცხვამდე 776 წლიდან, ათასობით ადამიანი მიემგზავრებოდა ოლიმპიაში სპორტულ შეჯიბრებებსა და კულტურულ ღონისძიებებში მონაწილეობის მისაღებად ან მათ სანახავად. საინტერესოა, რომ ასეთი მოგზაურები სრული ხელშეუხებლობით სარგებლობდნენ შეზობელ სახელმწიფოთა ტერიტორიაზე. ისეთი ცნობილი მოღვაწეები, როგორებიც იყვნენ: ციცერონი, ლეონარდო და ვინჩი და სხვა მრავალი, მოგზაურობდნენ სამყაროს შესწავლისა და ცოდნის შეძენის მიზნით, რადგან მოგზაურობა უძველესი დროიდან ითვლებოდა ადამიანის განსწავლულობის წყაროდ.

გზების სისტემა ეგვიპტიდან ბრიტანეთამდე რომის იმპერიის დროიდან შეიქმნა. მდიდარ რომაელებს იტაცებდა მოგზაურობა ეგვიპტესა და საბერძნეთში. მათი ცნობისმოყვარეობა ახლისა და საინტერესოსადმი თითქმის არაფრით განსხვავდებოდა თანამედროვე ტურისტების ინტერესებისაგან. ისინი ათვალიერებდნენ ბერძნულ ტაძრებს, ეგვიპტის პირამიდებსა და სფინქსებს, ადგილებს, სადაც განისვენებდა ალექსანდრე მაკედონელი, ცხოვრობდა ფილოსოფოსი სოკრატე და ა.შ.

შუა საუკუნეებში ხშირად მოგზაურობდნენ რელიგიური მიზნებით: ქრისტიანი მოჰლოცველები – იერუსალიმში, მუსულმანები – მექაში. რენესანსის ეპოქაში განვითარდა ვაჭრობა და ხელოსნობა, რამაც განაპირობა ცხოვრების დონისა და კულტურული მოთხოვნილებების მნიშვნელოვანი აღმავლობა. ამან, თავის მხრივ, ხელი შეუწყო მოგზაურობის განვითარებას.

ვაჭრობის განვითარებამ და მასთან დაკავშირებულმა მოგზაურობამ საჭირო გახადა მოგზაურთათვის დასასვენებელი ადგილების მოწყობა. იმის გამო, რომ იმ დროს გადაადგილება ხდებოდა ნელა, მოგზაურობა კი იყო ხანგრძლივი და დამქანცველი, გაჩნდა დასასვენებელი სახლების ტიპის შენობები, რომლებსაც, მაგალითად ძველ რომში, ყველა მთავარ გზაზე აშენებდნენ. ასეთი დასასვენებელი სახლები საკმაოდ მოხერხებული იყო და კომფორტულობით გამოირჩეოდა, რაზეც შემდეგ მარკო პოლო აღნიშნავდა "მეტად დიდი სიამოვნებით დაისვენებდა ასეთ პირობებში".

ტურიზმის უმთავრეს კომპონენტს "სტუმარმასპინძლობის" კულტურა და ხელოვნება წარმოადგენს. ცნება "სტუმარმასპინძლობა" ისეთივე ძველია, როგორც თვითონ ცივილიზაცია.

დროთა განმავლობაში "სტუმარმასპინძლობის" ინდუსტრია იხვეწებოდა და იცვლიდა როგორც სახეს, ასევე დანიშნულებასაც. მაგალითად, პირველი იდეა "საქმიანი ადამიანების სადილის" შესახებ ეკუთვნის რომაელ მედუქნეს სეკსტა ლაკამას. მოუცლელი ვაჭრები, მაკლერები და კლიენტები აღარ კარგავდნენ ძვირფას დროს სახლში სადილობისათვის, რადგან დუქანში გამართულ სადილზე ისინი აგრძელებდნენ საქმიან მოლაპარაკებებს და ხშირად შეტ წარმატებებსაც აღწევდნენ.

1788 წელს საფრანგეთის ქ. ნანტში, აშენდა ევროპაში პირველი სასტუმრო "ჰენრიხ IV-ის ოტელი" (60 საწოლი ადგილით), რომელიც იმ დროისათვის საკმაოდ მნიშვნელოვანი თანხა – 17500 დოლარი დაჯდა.

XVIII-ში ინგლისში ჩამოყალიბდა ტავერნები ღარიბებისთვის, ხოლო 1800 წლიდან ფრანგების მიბაძვით გაჩნდა პირველი რესტორნები მაღალი დონის მომსახურებით.

ადამიანების იმ ფენებს, რომლებიც სხვადასხვა მიზნებით მოგზაურობდნენ უცხო ქვეყნებში, XVIII საუკუნის მიწურულიდან ტურისტებს უწოდებდნენ. ვებსტერის ინგლისური ენის ლექსიკონში სიტყვა "ტურისტი" განმარტებულია, როგორც ადამიანი, რომელიც მოგზაურობს სიამოვნებისათვის ან შემეცნების გაფართოებისათვის (one who makes a tour for pleasure or culture).

თანამედროვე ტექნიკურმა საშუალებებმა არსებითად შეცვალეს გადაადგილებისა და მოგზაურობის ხასიათი. ინგლისიდან საფრანგეთ-

ში ორგანიზებული ტურები ჯერ კიდევ 1815 წლიდან ხორციელდებოდა. ასეთი ტურების ინიციატორი და ორგანიზატორი იყო მწერალი და მოგზაური დ. გალინიანი. 1829 წელს პარიზში გამოვიდა მსოფლიოში პირველი გზამკვლევი მოგზაურთათვის, რომელიც მოამზადა და გამოსცა კ. ბაიდეკერმა. ეს გზამკვლევი დღესაც გამოიცემა და ევროპაში მოგზაურთა და ტურისტთა შორის დიდი პოპულარობით სარგებლობს.

ზემოთქმულის მიუხედავად, ტურიზმის ისტორიკოსები და მკვლევრები, თანამედროვე ტურისტული მოძრაობის დამფუძნებლად თომას კუკს თვლიან. აბალგაზრდა ბრიტანელმა მღვდელმა 1841 წელს რკინიგზით ლანკასტერიდან დოლინგბორუგამდე მოაწყო პირველი გასეირნების ორგანიზება, რომელშიც 600 ადამიანი მონაწილეობდა.

XIX საუკუნის დასასრულს კუკის ტურისტული კომპანია მსოფლიოს 53 ქვეყანაში 324 ფილიალს ფლობდა, რომლებშიც დასაქმებული იყო 12 ათასი ადამიანი. ამ დროს ტურიზმი გულისხმობდა მხოლოდ სატრანსპორტო მომსახურებასა და განთავსებას. ტურიზმი ჯერ კიდევ არ იყო "განკითარებული სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრია", იგი მხოლოდ პირველ ნაბიჯებს დგამდა.

იმისათვის, რომ თანამედროვე ტურიზმის განვითარების თავისებურებანი გამოვაკლინოთ, საჭიროა იგი დავყოთ შემდეგ ეტაპებად:

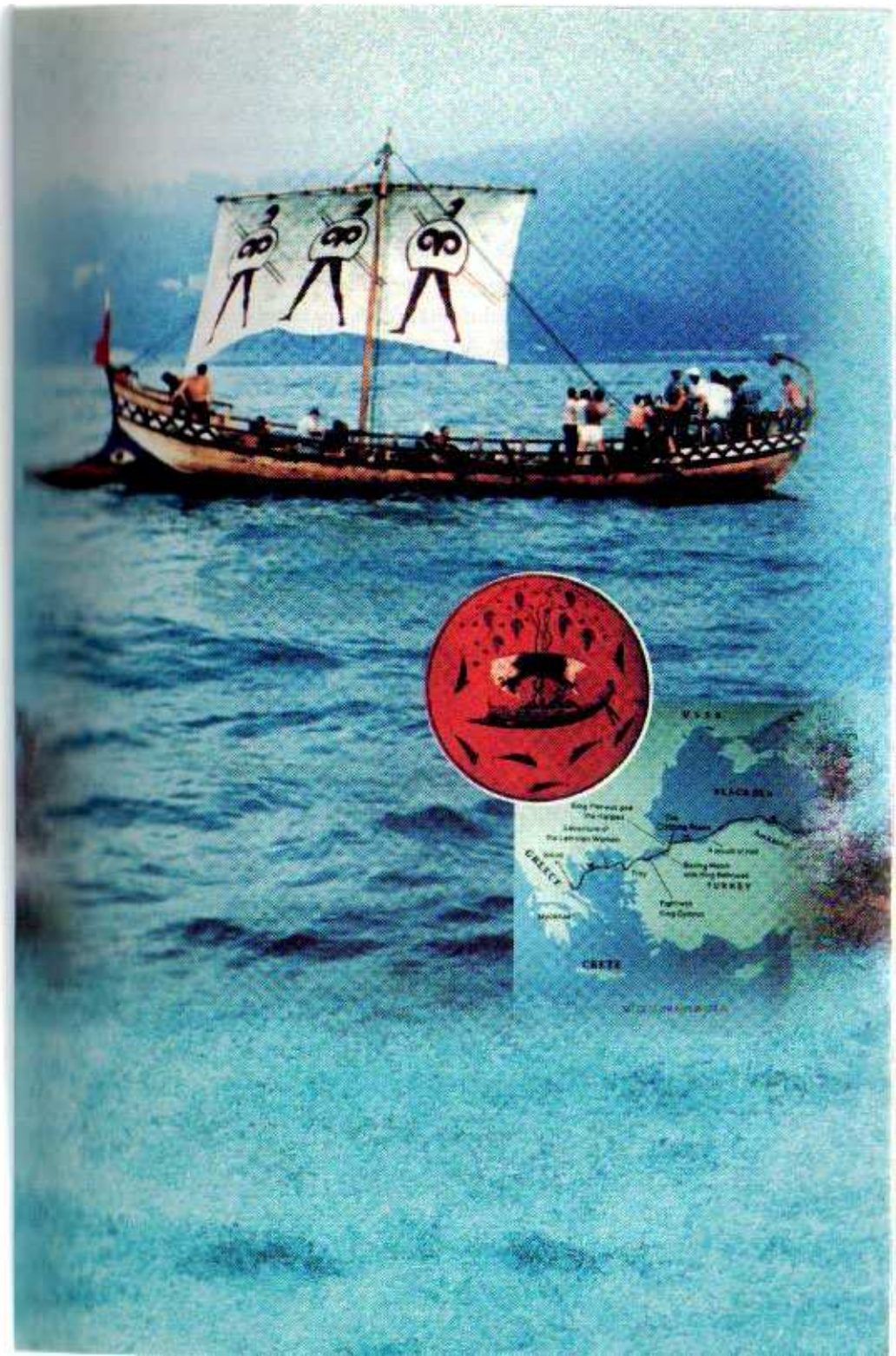
XIX ს-ის დასაწყისამდე - ტურიზმის განვითარების წინაპერიოდი;

XIX-XXსს - ელიტარული ტურიზმის განვითარების დასაწყისი;

XX ს-ის დასაწყისიდან II მსოფლიო ომამდე - სოციალური ტურიზმის განვითარების პერიოდი;

II მსოფლიო ომის შემდეგ კი დაიწყო ტურიზმის განვითარების თანამედროვე ეტაპი, როდესაც ჩამოყალიბდა ტურისტული ინდუსტრია, როგორც დარგთაშორისი კომპლექსი, ტურისტული მომსახურებისა და ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელი.

XX საუკუნის II ნახევარში იწყება მასობრივი საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ხანა. 1950 წ. საერთაშორისო ტურის-



ტია რაოდენობა 25 მლნ-ს აღწევს, 1960 წ. - 71 მლნ-ს, 1971 წ. - 168,4 მლნ, 1980 წ. - 286 მლნ, 1990 წ. - 400 მლნ, 2000 წ. კი 668 მლნ-მდე გაიზარდა.

მსოფლიო მდიდარია უძველესი თუ თანამედროვე ძეგლებით, რაც ასე აუცილებელია ტურიზმის განვითარებისათვის და ადამიანის შემეცნებითი ზრდისთვის. ძველი მოგზაურებისაგან განსხვავებით, თანამედროვე ტურისტების მოგზაურობის მიზანს არა მხოლოდ კულტურული ღირსშესანიშნაობების მონახულება წარმოადგენს, არამედ ისინი დიდი ინტერესით ეცნობიან ბუნების სხვადასხვა სახის ღირსშესანიშნაობებს, მაგალითად: განთქმულ ეროვნულ პარკებს, ჩანჩქერებს, მღვიმეებს და სხვა.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის გამოთვლით, XXI საუკუნეში ტურიზმის განვითარების მაჩვენებლების საფუძველზე ნათელი ხდება, რომ ტურისტული რესურსების რაციონალური გამოყენებისას ტურისტული მოთხოვნის დაკმაყოფილება შეიძლება სულ უფრო მეტ წინააღმდეგობას წააწყდეს. ეს დაკავშირებულია ტურიზმის მასობრიობასთან ანუ ბუნებრივ და კულტურულ-ისტორიულ ძეგლებზე მზარდ დატვირთვასთან. პრობლემის გაჩენასთან ერთად საფუძველი ჩაეყარა ტურიზმის ერთ-ერთი მიმართულების "ეკოტურიზმის" განვითარებას, რომელიც გულისხმობს ბუნებრივი და კულტურული ძეგლების, როგორც გამოყენებას, ასევე მის დაცვას, შენახვასა და განვითარებას.

საქართველოს მიმართ მოგზაურთა ინტერესი უძველესი დროიდან არსებობდა, რაზეც მეტყველებს თქმულება არგონავტების შესახებ.

უკვე XIX საუკუნიდან საქართველოს მთიანი მხარეებისა და საზღვაო სანაპიროს დასასვენებელად და სამოგზაუროდ ათვისების ცდები შეინიშნება. დღეს, საქართველოში ტურისტებს შესაძლებლობა აქვთ მოინახულონ 35 ათასი ისტორიული ძეგლი, რომელთაგან 5 ათასს სახელმწიფო იცავს. 1994 წლიდან ოთხი მათგანი იუნესკოს მსოფლიო მნიშვნელობის ძეგლთა დაცვის სიაში შეიტანა: 1. საქართველოს უძველესი დედაქალაქი მცხეთა, როგორც ქალაქი - მუზეუმი, 2. გელათის სამონასტრო კომპლექსი (XI ს.),

1.2. ტურიზმის ეკოლოგიური წანამძღვრები

ეკოტურიზმის მიზნებისა და ამოცანების სწორად გაგებისათვის საჭიროა განიმარტოს ზოგიერთი ეკოლოგიური (გარემოსდაცვითი) ტერმინი, პირველ რიგში, ის ცნებები და კატეგორიები, რომელსაც წიგნში ვეხებით.

უპირველეს ყოვლისა, ტერმინ "ეკოლოგიის" შესახებ. იგი შემოგვთავაზა 1866 წელს გერმანელმა მეცნიერმა ე. ჰეკელმა. ტერმინი ორი ბერძნული სიტყვისაგან შედგება და ნიშნავს "მეცნიერებას საბინადრო ადგილის შესახებ" ("ოიკოს" საბინადრო ადგილი, "ლოგოს" მეცნიერების დარგი).

თანამედროვე გაგებით, ეკოლოგია მეცნიერების დარგია, რომელიც მცენარეთა და ცხოველთა ცალკეული ინდივიდების, მათი ერთობლიობისა და თანასაზოგადოებების დონეზე შეისწავლის ორგანიზმთა ურთიერთდამოკიდებულებას მათ გარემომცველ ცოცხალ და არაცოცხალ ფაქტორებთან.

ხშირად ცნება "ეკოლოგია" გარემოს დაცვასთანაა გაიგივებული, რაც არაა სწორი. ატმოსფეროს, ხმელეთისა თუ ჰიდროსფეროს გარკვეული მონაკვეთების, ნიადაგის, ფლორისა და ფაუნის წარმომადგენელთა დაცვისა და გაფრთხილებისათვის გადადგმული ნაბიჯები არ საჭიროებს ეკოლოგიის კანონების ცოდნას; ეს წმინდა ორგანიზაციული და ტექნიკური პრობლემებია, მაგრამ ამ ნაბიჯებს წინ უნდა უსწრებდეს გარემოსდაცვითი მოთხოვნების დასაბუთება, ანუ იმის განსაზღვრა, თუ რა მნიშვნელობა აქვს მათ უგულებელყოფას. ასეთი დასაბუთება კი ეკოლოგიურ პრინციპებს უნდა ეფუძნებოდეს.

თუ თანამედროვე ეკოლოგიას გლობალიზაციის ასპექტში განვიხილავთ, დავრწმუნდებით, რომ იგი პლანეტარული პროცესის შემადგენელი კომპონენტია. ეკოლოგიური მოვლენების გლობალიზაციის ტენდენციები ეკოლოგიური კრიზისის საფრთხის ზრდასთან ერთად ვითარდებოდა. საზოგადოების გამოფხიზლება მხოლოდ გასული საუკუნის 60-იან წლებში დაიწყო, როდესაც გამოჩნდა პლანეტის დეგრადაციის სიმპტომები და აშკარა გახდა ეკოლოგიური

კრიზისის პირველი ნიშნები.

1968 წელს ჩამოყალიბდა "რომის კლუბი", 1987 წელს დამუშავდა მდგრადი განვითარების კონცეფცია. 1992 წელს რიო-დე-ჟანეიროში ჩატარდა საერთაშორისო კონფერენცია გარემოს განვითარების საკითხებზე, რომელმაც მიიღო ისტორიული დოკუმენტი – "პროგრამა-21". პარალელურად იქმნებოდა საერთაშორისო დეკლარაციები და კონვენციები, საერთაშორისო სამართლებრივ საკითხებთან დაკავშირებული გადაწყვეტილებები და კანონმდებლობები, რომლებიც ეკოლოგიის და გარემოს დაცვის თითქმის ყველა აქტუალურ საკითხს მოიცავდა.

ეკოტურისტული საქმიანობის ერთ-ერთი ძირითადი კომპონენტი ბიოლოგიური მრავალფეროვნებაა. **ბიოლოგიური მრავალფეროვნება განიმარტება, როგორც ცოცხალი სისტემების მრავალგვარობა მათი ორგანიზაციის სხვადასხვა დონეზე – ინდივიდთა ლოკალური დაჯგუფებიდან მაკროსისტემებამდე.** ბიომრავალფეროვნებაში იგულისხმება სახეობრივი მრავალფეროვნება, ანუ სახეობათა რიცხვი მოცემულ თანასაზოგადოებაში ან რეგიონში.

ადამიანის მიერ ბუნებრივი რესურსებისადმი მომხმარებლური დამოკიდებულების მიზეზით მცენარეთა და ცხოველთა მრავალფეროვნება ახლო მომავალში შემცირდება და ისეთ დონეს მიაღწევს, როგორიც არ ყოფილა უკანასკნელი 65 მლნ წლის მანძილზე.

სახეობათა გადაშენების ინტენსივობა კავშირშია მოსახლეობის რაოდენობასთან: რაც უფრო იზრდება მოსახლეობა, მით მეტია გადაშენებულ სახეობათა რიცხვი. მხოლოდ ბოლო საუკუნეში მცენარეთა და ცხოველთა ასობით სახეობა გადაშენდა, ათასობით კი გადაშენებამდეა მისული.

ხშირად ისმის კითხვა: რა მნიშვნელობა აქვს ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნებას?

სახეობის მოსპობა ხშირ შემთხვევაში მთელი თანასაზოგადოების ცვლილებას იწვევს. ცხოველების მრავალი წარმომადგენელი მხოლოდ გარკვეული სახეობის მცენარით იკვებება, ამიტომ ამ მცენარის ბიოცენოზიდან ამოვარდნამ შესაძლოა მასზე

თანამედროვე მდგომარეობის დახასიათებით. სახეობის წითელ წიგნში შეყვანა ნიშნავს ქვეყნის მორალურ და იურიდიულ პასუხისმგებლობას მის მოვლა-პატრონობაზე.

არსებობს წითელი წიგნის საერთაშორისო, ნაციონალური და ადგილობრივი ვარიანტები. წიგნის შექმნის იდეა XX ს-ის დასაწყისში გაჩნდა. მისი ინიციატორი იყო ბუნების დაცვის საერთაშორისო კავშირი, რომელიც 40-იან წლებში შეუდგა მონაცემების შეკრებას მცენარეთა და ცხოველთა იშვიათი სახეობების შესახებ. 1966 წელს კი უკვე მომზადდა პირველი გამოცემები ცხოველთა ზოგიერთი ჯგუფის იშვიათი წარმომადგენლების შესახებ.

ბუნების ცალკეული მონაკვეთების დაცვის მაგალითები ანტიკური ხანიდანაა ცნობილი. იმ დროს ტერიტორიების დაცვა ძირითადად საზოგადოების რელიგიურ წარმოდგენებთან იყო დაკავშირებული. შუა საუკუნეებში ლანდშაფტს ძირითადად მათი სამონადირეო სავარგულებად გამოყენების მიზნით იცავდნენ. XIXს-ის მეორე ნახევრიდან ტერიტორიების დაცვამ უფრო მიზანმიმართული და ნაკლებად მომხმარებლური ხასიათი მიიღო.

XX საუკუნეში დაცული ტერიტორიების რიცხვი სწრაფად იზრდებოდა. ამაში მნიშვნელოვანი წვლილი მიუძღვის ეროვნულ და მეტადრე საერთაშორისო ორგანიზაციებს. ერთ-ერთი ასეთი არასამთავრობო ორგანიზაციაა ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდი - WWF, რომელიც ამჟამად შესაბამის პროგრამებს 100-ზე მეტ ქვეყანაში ახორციელებს. WWF-ის ქსელი შედგება 25-ზე მეტი ეროვნული ორგანიზაციის, 30-მდე ეროვნული წარმომადგენლობისა და საპროექტო ოფისისაგან.

სხვადასხვა რეგიონში დაცული ტერიტორიების კატეგორიები და სტატუსი ერთობ განსხვავებულია. ერთი და იმავე კატეგორიის მიმართ ხშირად განსხვავებული მოთხოვნებია დაწესებული. ეს, პირველ რიგში, აისახება ტერიტორიების ნაციონალურ სისტემებში, სადაც ხშირად მხოლოდ გარკვეული დანიშნულების ობიექტებს აერთიანებენ.

ამჟამად მსოფლიოში 40 000-მდე სხვადასხვა კატეგორიის დიდი თუ მცირე დაცული ტერიტორიაა.

გარემოსა და ბიომრავალფეროვნების დაცვის მიზნით 1966 წლის მარტში ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდმა შეიმუშავა კონსერვაციის პროგრამის საკანონმდებლო აქტი, რომელიც ითვალისწინებს დაცული ტერიტორიების შემდეგ ძირითად კატეგორიებს:

საბლმწიფო ნაკრძალის დაარსება ხდება კონკრეტული ტერიტორიის დინამიკურ და ხელუხლებელ მდგომარეობაში შენარჩუნების მიზნით.

ეროვნული პარკი იქმნება ეროვნული და საერთაშორისო მნიშვნელობის შედარებით მსხვილი ეკოსისტემის დაცვის მიზნით, აგრეთვე მეცნიერული კვლევის, საგანმანათლებლო და რეკრეაციული საქმიანობისათვის.

ბუნების ძეგლი შეიძლება დაარსდეს შედარებით მცირე, მაგრამ უნიკალური ტერიტორიის ან ობიექტის დაცვის მიზნით.

ადგილობრივი დანიშნულებაა ველური სახეობების, სახეობათა ჯგუფების, ბიოცენოზების და არაცოცხალი ობიექტების შენარჩუნება.

დაცული ლანდშაფტი იქმნება მაღალი ესთეტიკური ღირსების ბუნებრივი ან ადამიანის მონაწილეობით შექმნილი ლანდშაფტის დაცვის მიზნით რეკრეაციულ-ტურისტული და ტრადიციული სამეურნეო საქმიანობისათვის.

მრავალმხრივი გამოყენების ტერიტორიის დაარსება დაკავშირებულია განახლებადი ბუნებრივი რესურსების გამოყენებაზე ორიენტირებულ სამეურნეო საქმიანობასთან.

როგორც ვხედავთ, დაცული ტერიტორიების ახლებური სისტემა გამოირჩევა მრავალფეროვნებით, ანუ სხვადასხვა დანიშნულების კატეგორიების სიმრავლით. ზოგიერთ შემთხვევაში შედარებით დიდი ტერიტორია აერთიანებს დაქვემდებარებულ ზონებს და მცირე ზომის დაცულ ტერიტორიებს. წინათ არსებული სისტემა ძირითადად ტერიტორიების მკაცრ დაცვას ითვალისწინებდა. ახალი სისტემა კი, ამასთან ერთად რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პერსპექტივებსაც ითვალისწინებს.

ბიომრავალფეროვნების თვალსაზრისით, კავკასია ხმელეთის ერთ-ერთი უმდიდრესი უბანი და მნიშვნელოვანი ეკორეგიონია. იგი

გამოირჩევა ფლორისა და ფაუნის განსაკუთრებული მრავალფეროვნებით. აქ გავრცელებულია მცენარეებისა და ცხოველების მრავალი ენდემური სახეობა. საქართველო მდებარეობს კავკასიის რეგიონის შუაგულში და ბიომრავალფეროვნების მხრივ უმნიშვნელოვანეს ადგილს წარმოადგენს.

1994 წელს WWF-ის ხელშეწყობით საქართველოში ახალი დაცული ტერიტორიების სისტემის დაგეგმვა განხორციელდა. 1997 წელს კი გერმანიის მთავრობამ დააფინანსა ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის დაარსებისა და მისი დამხმარე ზონის განვითარების პროგრამები.

დაცული ტერიტორიების ჩამოთვლილი კატეგორიებიდან ეროვნული პარკები ეკოტურისტული პროდუქტის ერთ-ერთი მთავარი კომპონენტია, რომელსაც დაწვრილებით მომდევნო თავში განვიხილავთ.

საკონტროლო კითხვები:

1. რას სწავლობს მეცნიერების დარგი "ეკოლოგია"?
2. რამ განაპირობა ეკოლოგიური პრობლემების გლობალიზაცია?
3. რა არის ბიომრავალფეროვნება?
4. რა მნიშვნელობა ენიჭება ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნებას?
5. რა არის კონსერვაციული ბიოლოგია?
6. რა იცით "წითელი წიგნის" შესახებ?
7. რას უკავშირდება დაცული ტერიტორიების შექმნის იდეა?
8. დაასახელეთ და დაახასიათეთ დაცული ტერიტორიების კატეგორიები.

1.3. ეროვნული პარკი ეკოტურიზმის ძირითადი კომპონენტი

ეროვნული პარკი – ბუნების დაცვის, ეკოლოგიური განათლებისა და მეცნიერული კვლევისთვის განკუთვნილი ტერიტორიაა, რომელიც შეიცავს საგანგებო ეკოლოგიური, ისტორიული და ესთეტიკური ღირებულების მქონე ბუნებრივ კომპლექსებს და განკუთვნილია ბუნების დაცვის, განათლების, მეცნიერულ-კულტურული მიზნებისა და რეგულირებული ტურიზმისთვის.

ეროვნული პარკის ძირითადი ამოცანებია: ბუნებრივი კომპლექსების, უნიკალური და სანიმუშო ბუნებრივი ნაკვეთებისა და ობიექტების შენარჩუნება; ისტორიულ-კულტურული ობიექტების დაცვა; მოსახლეობის ეკოლოგიური განათლება; პირობების შექმნა რეგულირებული ტურიზმისა და დასვენებისთვის; ბუნების დაცვისა და ეკოლოგიური განათლების მეცნიერული მეთოდების შემუშავება და დანერგვა; ეკოლოგიური მონიტორინგის განხორციელება; დაზიანებული ბუნებრივი და ისტორიულ-ეკოლოგიური კომპლექსებისა და ობიექტების აღდგენა.

ეროვნული პარკი არის საგანგებოდ დაცული ტერიტორია, რომელიც ეროვნული საკუთრებაა. მის ფუნქციებს წარმოადგენს რეკრეაციული საქმიანობის ორგანიზება და ბუნების დაცვა.

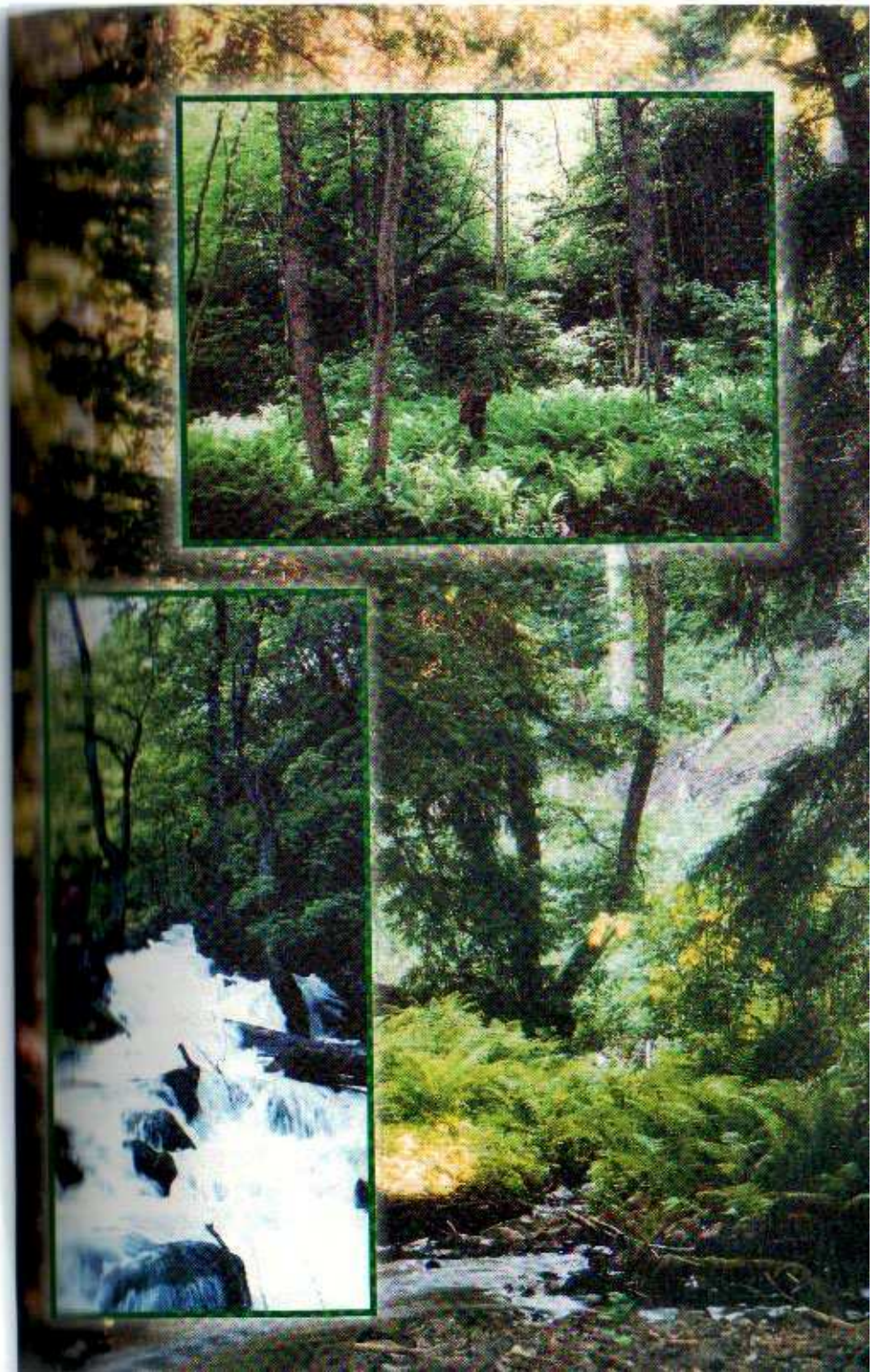
ეროვნული პარკის პერსპექტიული ფორმებია ბუნებრივი პარკები, სადაც გათვალისწინებული უნდა იქნას მეცნიერული მნიშვნელობის ზონები (რეზერვატები და ნაკრძალები); ბუნებრივი ან ორგანიზებული ლანდშაფტის რეკრეაციული ზონები (კარვებიანი ბანაკები და ტურისტთა სადგომები, ტურბაზები, ტყეპარკები); აგროპარკები, სადაც ერთმანეთს ერწყმის რეკრეაციისა და სოფლის მეურნეობის ინტერესები; სამეურნეო მნიშვნელობის ზონები (საბოლოო და საბუფერო მეურნეობები, თევზის სარეწები).

ეროვნულ პარკში ტურისტული საქმიანობა რეგულირდება შემდეგნაირად: აკრძალულია დასვენების ხმაურიანი ფორმები (მოტორიანი ნავებით ცურვა, აერომარხილების გამოყენება და ა.შ.).

რეგულირება ხორციელდება დაგეგმვის მეთოდებით (ტერიტორიის ფუნქციური ზონირება (იხ. 3.4.) და მნიშვნელოვანი საორიენტაციო ღონისძიებებით (ტურისტული ტრასების გაყვანითა და მარკირებით, ტურიზმის მატერიალური ბაზის ელემენტებისა და რეკრეაციული ინფრასტრუქტურის გონივრულად განთავსებით). ეროვნული პარკის ტერიტორიაზე რეგულირებული ტურიზმისა და დასვენების უზრუნველყოფა, მათ შორის – მიწის ნაკვეთების, ბუნებრივი ობიექტების, შენობებისა და ნაგებობების იჯარით გაცემა ხორციელდება ლიცენზიების მეშვეობით.

ეროვნული პარკის დაგეგმარების სტრუქტურა გულისხმობს მეცნიერული ღირებულების მქონე ზონის განლაგებას პარკის სიღრმეში, მის ძნელად მისაღწევ რაიონებში, რომელთაც ემივნება ბუნებრივი ლანდშაფტის ზონები. პერიფერიულ ზონაში თავმოყრილია ტურისტული ბაზები, დასახლებები, მომსახურების პუნქტები, სამეურნეო ტერიტორიები. იქვე განლაგებულია ტრანზიტული საგრანსპორტო ქსელი.

სამომავლოდ ეროვნული პარკები უნდა იქცეს რეკრეაციული სისტემის საფუძვლად. მათ შეიძლება გააერთიანონ: **ლანდშაფტური პარკები** – მრავალფეროვანი ბუნებრივი ზონებისა და ლანდშაფტების ტიპიური წარმომადგენლები, რომლებიც საგანგებოდაა ორგანიზებული სეირნობების, ეკოლოგიური ტურიზმისა და სამეცნიერო ეკოლოგიურ-ლანდშაფტური კვლევების ჩასატარებლად; **სპორტული პარკები** – საგანგებოდ ორგანიზებული ტერიტორიები, რომლებიც მოიცავს ტრენინგისა და დამოუკიდებელი საკვალიფიკაციო ტურიზმისათვის, აგრეთვე სასწავლო-სპორტული ღონისძიებებისათვის (ალპინიადებისათვის, ტურისტული შეკრებებისათვის და ა.შ.) განკუთვნილ ობიექტებსა და ადგილებს; **სათევზაოსანადირო პარკები** – საგანგებოდ გამოყოფილი ტერიტორიები ლიცენზირებული ნადირობის და სამოყვარულო თევზჭერისათვის, აგრეთვე ეკოლოგიური, ზოოლოგიური, იხტიოლოგიური კვლევებისა და ღონისძიებების ჩასატარებლად; **აკვაპარკები** – ატრაქციული აკვატორიების ბაზაზე საგანგებოდ ორგანიზებული, საწყლოსნო ტურიზმისათვის (იახტინგისათვის, ცურვისათვის, ნავებით



ხელოვნობისათვის, საწყლოსნო ლაშქრობებისათვის, ატრაქციონებისათვის, პლაჟებზე გასარუჯად და ა.შ.), აგრეთვე – ეკოლოგიური და ლანდშაფტური კვლევებისა და სამეურნეო საქმიანობის ზოგიერთი სახეობებისათვის გამოყოფილი ზონებია; **აგროპარკები** საგანგებო ატრაქციული ტერიტორიებია, რომლებიც განკუთვნილია სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობისა და ექსკურსიებისათვის.

განვიხილოთ ეროვნული პარკების შემდეგი სახეობები:

ეროვნული ბუნებრივი პარკი საგანგებოდ დაცული ტერიტორიაა, რომელიც არ გამოიყენება სამეურნეო დანიშნულებით. მას აქვს ეკოლოგიური, გენეტიკური, სამეცნიერო, ეკოლოგიურ-საგანმანათლებლო, რეკრეაციული მნიშვნელობა, როგორც ტიპობრივ ან იშვიათ ლანდშაფტებს, ველურ მცენარეთა და გარეულ ცხოველთა არსებობის გარემოს, დასვენების, ტურიზმის, ექსკურსიათა, მოსახლეობის განათლების ადგილს.

ბუნებრივ-ისტორიულ რეკრეაციულ პარკებს განეკუთვნება ისტორიასტრო, საკარმიდამო ან ეთნოგრაფიული კომპლექსები. **თემატური პარკი** უზრუნველყოფს ვიზიტორებს ზოგადი თემით გაერთიანებული გასართობების ფართო სპექტრით (ბრაიმერი, 1995). ყველაზე ცნობილი თემატური პარკებია: "დისნეი უორლდი" ფლორიდაში (აშშ), "ხლვის სამყარო" ოჰაიოს შტატში, კალიფორნიაში, ქ. სანდიეგოში (აშშ), "ფუტუროსკოპი" ქ. პუატიეში (საფრანგეთი), "დისნეილენდი" კალიფორნიაში, "ბუშ გარდენი" ვირჯინიაში და ა.შ.

თემატური პარკის ძირითად ელემენტს წარმოადგენს მიმზიდველი და უხიფათო ატრაქციონი, რომელმაც სიამოვნება უნდა მიანიჭოს ადამიანებს. თემატურ პარკებს, ატრაქციონებთან ერთად, გააჩნიათ მოშსახურების სფეროს დაწესებულებები: რესტორნები, კაფეები, სუვენირთა კიოსკები, მოედნები წარმოდგენებისათვის.

თემატური პარკის კონცეფციის საფუძველს წარმოადგენს ძირითადი თემა, რომელსაც ითვალისწინებენ რესტორნები, ატრაქციონები, მაღაზიები, "ცოცხალი წარმოდგენები". პარკში ხშირად სტუმრობისათვის მათ უნდა წაახალისონ მაყურებლები. თემატური პარკი წარმოადგენს ერთიან შოუს, სადაც ატრაქციონთა მენეჯერები ამ სანახაობის ცალკეული ნომრების ე.წ. მენეჯერებად

გვეკლინებიან. მათი მოვალეობაა ვიზიტორთათვის ხალისიანი განწყობილების შექმნა.

ცალკეული ატრაქციონების, კაფეების, ავტოსადგომებისა და მომსახურების სხვა ზონების გამტარუნარიანობის (იხ. 2.4.) საფუძველზე აიგება სტუმართა მოძრაობის სქემა, განისაზღვრება პარკის გამტარუნარიანობა.

პარკები ავტოტურებისათვის საგანგებოდ მოწყობილი ატრაქციული ავტომაგისტრალია, რომლის მეშვეობით შეიძლება რეკრეაციულ ტერიტორიებსა და ნაციონალურ პარკებში მისვლა.

ეროვნული პარკების ტერიტორიებზე ფუნქციონირებს საგანგებო დაცვის რეჟიმი ანუ ტერიტორიათა დაცვის დიფერენცირებული რეჟიმი მათი ბუნებრივი, ისტორიულ-კულტურული და სხვა თავისებურებების გათვალისწინებით. აქედან გამომდინარე, ეროვნული პარკის ტერიტორიაზე გამოყოფენ შემდეგ ფუნქციურ ზონებს: ნაკრძალის ზონა, საგანგებოდ დაცული ზონა, ისტორიულ-კულტურულ ობიექტთა დაცვის ზონა, რეკრეაციული ზონა, ვიზიტორთა მომსახურების ზონა და სამეურნეო დანიშნულების ზონა.

თანამედროვე მსოფლიოში სულ უფრო მეტ ადამიანს აქვს სურვილი დაისვენოს თბილ ქვეყნებში, ნახოს რაღაც ახალი და არაჩვეულებრივი, აღსანიშნავი, ის რაც ღირსია ფოტოზე აღბეჭდვის. ზოგჯერ მათ სურვილი აქვთ იმოგზაურონ კომფორტულად, ნაკლები ენერგიის დახარჯვით, სურთ თავგადასავლები შეუთავსონ დასვენებას.

დღევანდელი საქართველოსათვის აქტუალური საკითხია მსოფლიო მნიშვნელობის ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება და მისი გონიერული გამოყენება. ამ პრობლემის გადაწყვეტის ერთ-ერთი რაციონალური გზაა დაცული ტერიტორიების ქსელის შექმნა.

საბჭოთა პერიოდში, საქართველოში ველური ბუნების ტერიტორიული დაცვა ძირითადად ნაკრძალების — ამ მკაცრად დაცული, სოციალური სივრცისაგან იზოლირებული ტერიტორიების შექმნა-ფუნქციონირებით იფარგლებოდა. თანდათან ნათლად გამოიკვეთა ჩვენში დაცული ტერიტორიების ახალი, უფრო მოქნილი,

რაც მოიაზრია, რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებასთან მჭიდროდ დაკავშირებული სისტემის ჩამოყალიბების აუცილებლობა.

1990–1991 წლებში გერმანელი და ქართველი სპეციალისტების მონაწილეობით ჩამოყალიბდა საპროექტო წინადადება საქართველოში საერთაშორისო კრიტერიუმების შესატყვისი ეროვნული პარკების დაარსების შესახებ. კერძოდ, გადაწყდა კოლხეთის, ბორჯომის, ტრუშოვის, აღმოსავლეთ კავკასიონის, იფრის, სვანეთ-რაჭა-ლეჩხუმის, აჭარა-გურია-იმერეთის ეროვნული პარკის რეგიონების დაარსება. ზემოთ ტერიტორიათა ქსელის შესაქმნელად შემუშავდა პროექტი, რომელიც "ეროვნული პარკების" სახელწოდებითაა ცნობილი.

პროექტში წარმოდგენილი ეროვნული პარკები 6 000 – 7000 კმ²-ს (მიწის ფართის 8-10%) დაფარავს, ხოლო 21 000კმ². დაფარება დამხმარე ზონებით.

საქართველოში ეროვნული პარკების და მათში ტურისტული საქმიანობის გეგმაზომიერი და გააზრებული განვითარება ხელს შეუწყობს არა მარტო ქვეყნის ეკოსისტემის რეაბილიტაციას, არამედ მიიტანს მაღალ ეკონომიკურ შემოსავლებს, როგორც რეგიონის მოსახლეობისთვის, ასევე მთლიანად ქვეყნისათვის. ყოველივე ეს კი ქვეყანაში ტურიზმის მდგრადი განვითარების ძირითადი ამოცანაა. (საქართველოში ეროვნული პარკების და მათში ტურისტული საქმიანობის შესახებ იხილეთ დანართში).

საკონტროლო კითხვები:

1. რა არის ეროვნული პარკი?
2. როგორ ხდება ეროვნულ პარკში ტურისტული საქმიანობის რეგულირება?
3. რომელი პარკები შეიძლება გააერთიანოს ეროვნულმა პარკმა?
4. დაასახელეთ ეროვნული პარკების სახეობები და განიხილეთ მათი ფუნქციები.
5. რა სარგებელი შეიძლება მოუტანოს საქართველოს რეგიონებს ეროვნული პარკების განვითარებამ?

თავი II

ეკოტურიზმის გარემოსდაცვითი პრინციპები და მახასიათებლები

2.1. ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია

მდგრადი განვითარება ცვლილებების უწყვეტი პროცესია, რომლის ჩარჩოებშიც მიმდინარე რესურსების გამოყენება, ინვესტიციების განხორციელება, ტექნიკური პროგრესი, ინსტიტუციონალური განახლებები შეესაბამება ახლანდელ და მომავალ მოთხოვნებს.

ბუნების დაცვის მსოფლიო კავშირის განსაზღვრებით: "**მდგრადი განვითარება არის პროცესი, რომლის ჩარჩოებშიც განვითარების პროცესი რესურსების ზიანის მიუყენებლად და მათი განადგურების გარეშე მიმდინარეობს. ეს, როგორც წესი, მიიღწევა რესურსების ისეთი მართვით, რომლის დროსაც შესაძლებელია მათი განახლება ისეთივე ტემპით, როგორითაც ისინი მოიხმარებიან ან რესურსების ნელა განახლებადი პროცესი იცვლება სწრაფად განახლებადით. ასეთი მიდგომის დროს რესურსების გამოყენებას შეეძლებთ, როგორც ჩვენ, ასევე მომავალი თაობები**".

არსებობს მდგრადი განვითარების სამი ძირითადი პრინციპი (მტო, 1993):

- **ეკოლოგიური მდგრადობა** უზრუნველყოფს განვითარების შეთავსებას საბაზო ეკოლოგიური პროცესების, ბიოლოგიური მრავალფეროვნებისა და ბიოლოგიური რესურსებისადმი;
- **სოციალური და კულტურული მდგრადობა** განაპირობებს ისეთ მდგომარეობას, რომლის დროსაც განვითარება უზრუნველყოფს ადამიანების თავიანთ ყოფაზე კონტროლის ზრდას კულტურული და მატერიალური ფასეულობების ზრდასთან ერთად, რომლებსაც ეხება განვითარების ეს პროცესები. ასევე ხელს უწყობს ადგილობრივი თვითმყოფადობის მოვლასა და შენარჩუნებას;
- **ეკონომიკური მდგრადობა** უზრუნველყოფს განვითარების ეკონომიკურ ეფექტიანობას და ისეთ მდგომარეობას, როცა რესურსების მართვის შერჩეულ მეთოდებს მომავალი თაობები გამოყენებენ.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ტურიზმი და გარემო მჭიდრო კავშირშია ერთმანეთთან. ბუნებრივი და ადამიანის მიერ შექმნილი გარემო შეიცავს ტურისტებისათვის მრავალ მიმზიდველ ელემენტს. ამასთან ერთად, ტურიზმი მოიცავს მომსახურების ისეთ სფეროებს, როგორებიცაა: სასტუმროები, რესტორნები, ტრანსპორტი, საექსკურსიო მომსახურება და ა.შ. ტურიზმის ინდუსტრია ყოველწლიურად ემსახურება დაახლოებით 500მლნ საერთაშორისო ტურისტს (ადგილ ტურიზმით დაკავებულ ტურისტთა რიცხვი მნიშვნელოვნად მეტია). ტურისტული ინდუსტრიის განვითარების ყოველწლიური ტემპი 4% აღწევს (ჯ. უოკერი, 1999). ტურისტული ინდუსტრია ექსპლუატაციას უწევს ბუნებრივ რესურსებსა და გარემოს, ბინძურდება ნარჩენები, ბინძურდება ჰაერი, წყალი და ა.შ. ტურიზმის განვითარება და მართვა საჭიროა შეესაბამებოდეს გარემოს, ისეთნაირად, რომ მან კი არ დაანგრიოს გარემო და ბუნება, არამედ მისი მდგრადი განვითარების მთავარი ფაქტორი გახდეს.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების ცნება და მისი ანალიზი ერთი გულისხმობდეს ზრდის შესაძლო შედეგებს და არა მარტო ზრდას. ამაზე მეტყველებს 1992 წელს რიო დე ჟანეიროში ჩატარებული მსოფლიო სამიტის მიერ განცხადებული "მდგრადი განვითარების" პრიორიტეტი, რაც უნდა განაპირობებდეს ტურისტულ საქმიანობაში ფაქიზ მიდგომასა და მზრუნველობას კულტურული და ბუნებრივი ფასეულობებისადმი.

ტურიზმის მდგრადი ეკონომიკის უზრუნველყოფისათვის საჭიროა ტურიზმის ეკოლოგიური მდგრადობა. ტურიზმის მდგრადი განვითარების დროს რესურსების მოხმარება ხდება ისე, რომ მან დააკმაყოფილოს ეკონომიკური, სოციალური და ესთეტიკური მოთხოვნები, მაგრამ ამავე დროს შეინარჩუნოს ქვეყნის კულტურული თვითმყოფადობა, გარემოს უმთავრესი ბიოლოგიური მრავალფეროვნება და მთავარი სასიცოცხლო სისტემები. ტურიზმის მდგრადი განვითარება უნდა უზრუნველყოფდეს სოციალური, კულტურული, ეკოლოგიური და ეკონომიკური კრიტერიუმების ჰარმონიულ შერწყმას, რაც არა მარტო ბუნებრივი და კულტურული რესურსების შენარჩუნების შესაძლებლობას

მოგვცემს, არამედ მათი განახლებისა და განვითარების წინაპირობა გახდება.

ტურიზმის მდგრადი განვითარება ეფუძნება ეკონომიკური განვითარების მოდელს, რომლის მიზანია:

1. ტურისტთათვის სასიამოვნო მოგზაურობის უზრუნველყოფა;
2. გარემოს მდგომარეობის შენარჩუნება, რომელიც პირდაპირ ზემოქმედებას ახდენს, როგორც ტურისტებზე, ასევე ადგილობრივ მოსახლეობაზე.
3. ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება;

ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრინციპები

(ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდის მიხედვით)

რესურსების მდგრადი მოხმარება

ბუნებრივი, სოციალური და კულტურული რესურსების დაცვა და მდგრადი მოხმარება ხანგრძლივი და წარმატებული საქმიანობის საწინდარია;

ტურისტულ ტერიტორიებზე დატვირთვისა და ნარჩენების შემცირება

რესურსების მოხმარების რეგულირება და ნარჩენების შემცირება ხელს უწყობს ტურისტული პროდუქტის ხარისხის ზრდას და ამასთან ერთად ამცირებს ბუნების კონსერვაციის ხარჯებს;

ბუნებრივი და კულტურული მრავალფეროვნების შენარჩუნება

ბუნებრივი და კულტურული მრავალფეროვნება ტურისტული საქმიანობის წარმატებისა და მიმზიდველობის განმსაზღვრელი ფაქტორია;

ტურიზმის ინტეგრირება დაგეგმვის პროცესში

ტურიზმის განვითარების ინტეგრირება გარემოსდაცვითი და ეკონომიკური საკითხების დაგეგმვის პროცესში უზრუნველყოფს ტურისტული საქმიანობის წარმატებას;

ადგილობრივი ეკონომიკის მხარდაჭერა

ეკოტურიზმი ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებას, ითვალისწინებს გარემოზე მიყენებული შესაძლო ზიანის კომპენსაციას, თავის მხრივ იცავს და ამცირებს ველურ გარემოზე უარყოფით ზემოქმედებას;

ადგილობრივი მოსახლეობის თანამონაწილეობა

ადგილობრივი მოსახლეობის (თემების) თანამონაწილეობას არა მარტო ეკონომიკური სარგებელი მოაქვს, არამედ გაცილებით უფრო საინტერესოსა და მიმზიდველს ხდის ტურისტულ პროდუქტს;

კონსულტაციები და თანამშრომლობა

კონსულტაციები და თანამშრომლობა დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტს, ადგილობრივ თემებს, ადმინისტრაციასა და ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლებს შორის, ინტერესთა კონფლიქტების თავიდან აცილებას უზრუნველყოფს;

პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება

დაცული ტერიტორიების თანამშრომელთა პროფესიული ტრენინგების (ეკოტურიზმის სფეროში) მიზანია ვიზიტორთა მომსახურებისა და სერვისის გაუმჯობესება, მომსახურების ოპერატიულობა და მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფა;

მარკეტინგი

სტუმართა უზრუნველყოფა ადგილობრივი ბუნებრივი და კულტურული გარემოს შესახებ სრული და ობიექტური ინფორმაციით სტუმართა მხრივ პატივისცემის, ინტერესისა და კმაყოფილების განმსაზღვრელი ფაქტორია;

კვლევა და შეფასება

ტურისტული ინდუსტრიის ეფექტური მონიტორინგი და სრულფასოვანი საინფორმაციო ბაზა პრობლემათა დროული გადაჭრისა და ეფექტური ოპერირების აუცილებელი პირობაა, რაც უზრუნველყოფს ბუნებრივი და კულტურული გარემოსა და მომხმარებელთა ინტერესების დაცვას.

ტურიზმის განვითარების, დღეს მიღებული კონცეფციების საფუძველს მდგრადი განვითარების მიღწევები წარმოადგენს, რაც გულისხმობს ბუნებრივი, კულტურული და სხვა ტურისტული რესურსების გამოყენებას, შენახვასა და დაცვას.

მდგრად განვითარებაზე დაფუძნებული ტურიზმი განსაკუთრებულია, რადგანაც საქმიანობის უმეტესი მოცულობა დაკავშირებულია ღირსშესანიშნაობებთან და მოქმედების იმ სახეებთან, რომელიც კავშირშია ბუნების, ისტორიული მემკვიდრეობისა და შესაბამისი ტერიტორიის კულტურული თვითმყოფადობის დაცვასთან. თუ ამ რესურსების მდგომარეობა უარესდება ან ნადგურდება ამ შემთხვევაში ტურისტული რეგიონები ვერ მიიზიდავენ ტურისტებს და ტურიზმი არ იქნება წარმატებული. ტურისტებს იზიდავს ბუნებრივი, სუფთა და გადაუტვირთავი ადგილები. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ სოციალური პრობლემების გაუარესებამ და ბუნებრივი რესურსების განადგურებამ ტურისტული რეგიონის მოსახლეობა არ დაზაარალოს.

სხვა სიტყვებით, ტურიზმის მდგრადი განვითარების შედეგად შესაძლებელია დაფინანსდეს კულტურული და ბუნებრივი რესურსების დაცვა და მოვლა რეგიონში.

21-ე საუკუნეში, როდესაც მიმდინარეობს ტურიზმის სწრაფი განვითარება, ტურისტული კომპანიები იძულებულნი არიან ეკოლოგია პრიორიტეტად აღიარონ, ვინაიდან დღეს ტურიზმი წარმოადგენს ეკონომიკის უმსხვილეს დარგს, ეკოლოგია კი ცენტრალურ ადგილს იკავებს ტურიზმის განვითარებაში.

საგულისხმოა, რომ მომავალში ეკოლოგიას უფრო მეტი ყურადღება დაეთმობა, ამიტომ ეკონომიკურად ძლიერი, მაგრამ ეკოლოგიურად საშიში პროექტები არ უნდა განხორციელდეს. გარემო ტურისტული პროდუქტის ბირთვია, ამიტომ ტურიზმის რენტაბელობა დამოკიდებულია დამსვენებელთათვის სასურველი ტურისტული ობიექტების მიმზიდველობის შენარჩუნებაზე.

ტურიზმს შესწევს ძალა გააფართოვოს გარემოს შესაძლებლობები, მის დასაცავად (შესანახად) აწარმოოს საჭირო სახსრები, შეინარჩუნოს კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობა,

განსაზღვროს სარგებლობის მდგრადი ზღვარი და დაიცვას ბუნების სანახაობები, მაგრამ თუ ტურისტული საქმიანობა არ არის სათანადოდ დაგეგმილი და მართული, მას შეუძლია გაანადგუროს მწვანე საფარი, გამოიწვიოს ტურისტების სიჭარბე ცალკეულ ადგილებში, დააბინძუროს გარემო, აწარმოოს გაუთავებელი მშენებლობები, რაც თავის მხრივ შეამცირებს ბუნებრივ გარემოს.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ტურიზმმა, განსაკუთრებით ეკოტურიზმმა, უნდა დაიცვას გარემო და ბუნების სანახაობები გადაგვარებისაგან (რათა არ შეწყდეს ტურისტული ნაკადების რიცხვი) და მათი მდგრადობის შენარჩუნების მიზნით განსაზღვროს ტურისტული ობიექტებით სარგებლობის ზღვარი. აქედან გამომდინარე შეიძლება გამოიყოს ტურიზმის მდგრადი განვითარების შემდეგი მახასიათებლები:

ა) არ არღვევს იმ საზოგადოების (ქვეყნის) ფასეულობებსა და ინტეგრაციას, სადაც ის ფუნქციონირებს;

ბ) ტურისტული საწარმოები ეფექტურად იყენებენ რესურსებს და პასუხს აგებენ ადგილის მენეჯმენტზე, ნარჩენებისა და გარემოს დაბინძურების კონტროლზე;

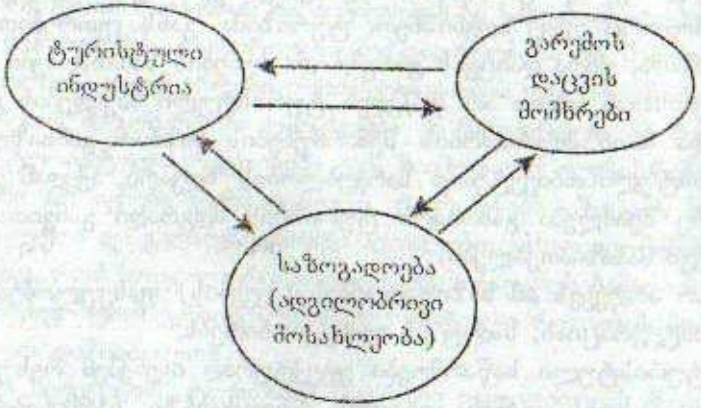
გ) ტურისტების ქცევა ზედმეტ ზიანს არ აყენებს იმ ობიექტებს, რომლებსაც ისინი სტუმრობენ;

დ) არ იწვევს იმ ბუნებრივი რესურსების დეგრადაციას, რომლითაც სარგებლობს ტურისტული ინდუსტრია;

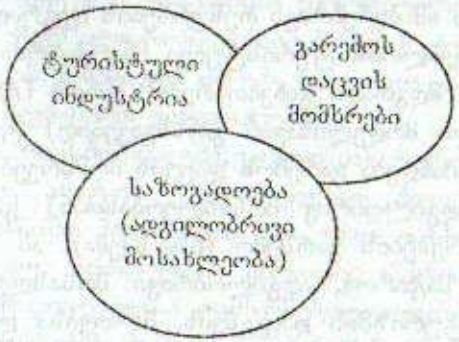
ტურიზმის მდგრადი განვითარების დროს (ტურიზმის განვითარების ძველი მოდელისაგან განსხვავებით) ტურისტული ინდუსტრია ერთიანდება გარემოს დაცვის მომხრეებთან და საზოგადოებასთან (ადგილობრივ მოსახლეობასთან) გარემოს დაცვის საერთო ინტერესების გარშემო (იხ. სქემა). ამ შემთხვევაში კი ზედმიწევნით საჭიროა, ადგილობრივი მოსახლეობის აქტიური მონაწილობა ტურიზმის დაგეგმვის, მართვისა და განვითარების საკითხების გადაწყვეტაში.

როგორც აღვნიშნეთ, ტურიზმის მდგრადი განვითარება ხელს უწყობს ეკონომიკური, სოციალური და ესთეტიკური მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, რომლის დროსაც პარალელურად

ტურიზმის მდგრადი განვითარების პროცესის თანამონაწილეები



ტურიზმის განვითარების ძველი მოდელი



ტურიზმის მდგრადი განვითარება

წყარო: „ტურიზმის მდგრადი განვითარება", სახელმძღვანელო ადგილობრივი დაგეგმვის სპეციალისტებისათვის, მტო, მადრიდი, 1993

ნიშნულია კულტურული თვითმყოფადობა და ეკოლოგიური წონასწორობა. მას შეუძლია უზრუნველყოს თანამედროვე სტუმრებისა და მასპინძლების მოთხოვნები, ამავე დროს დაიცვას და, უფრო მეტიც, სტიმული მისცეს მომავალი თაობებისათვის ტურისტული რესურსების განახლებას. ეს არის ამ საქმიანობის დადებითი ზემოქმედების შედეგი (იხ. 2.3.). ტურიზმის მდგრადი განვითარება ითხოვს რიგი რთული პოლიტიკური გადაწყვეტილებების მიღებას, რომელსაც საუკეთესოდ უდევს ურთულესი ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური კომპრომისები და ნოვატორული მიდგომა. ადგილობრივი დაგეგმვითი ორგანოების, პოლიტიკური და პრაქტიკული ამოცანების გადაწყვეტისადმი ნოვატორული და მასშტაბური მიდგომის დასაყრდენია შემდეგი ძირითადი პრინციპები:

- რეგიონის, რაიონის ან სახელმწიფოს მასშტაბით ტურიზმის განვითარება და მართვა უნდა გახდეს მდგრადი განვითარებისა და გარემოს დაცვის შემადგენელი ნაწილი. ტურიზმის დაგეგმვა, განვითარება და მართვა უნდა ატარებდეს კომპლექსურ ხასიათს და ხორციელდებოდეს სხვადასხვა სამთავრობო უწყებების, კერძო კომპანიების, სპეციალური ჯგუფებისა და ცალკეული მოქალაქეების პირდაპირი მონაწილეობით, რაც საზოგადოებისათვის მაქსიმალური სარგებლის გარანტი იქნება.
- უწყებები, კომპანიები, სოციალური ჯგუფები და მოქალაქეები უნდა იცავდნენ ეთიკურ და მორალურ პრინციპებს და პატივისცემით ეკიდებოდნენ ტურისტების მიმღები ქვეყნის გარემოს, მის პოლიტიკურ წყობას, ეკონომიკას, კულტურასა და ტრადიციებს.
- ტურიზმის მართვა უნდა ატარებდეს მდგრად ხასიათს. ამასთან ერთად საკმარისი ყურადღება უნდა ექცეოდეს მიმღები ქვეყნის ბუნებრივი და ადამიანის ხელით შექმნილი გარემოს დაცვასა და მის გონივრულ გამოყენებას.
- ტურიზმის განვითარება საჭიროა ითვალისწინებდეს ადგილობრივ ხელისუფლებას, მოსახლეობასა და მეწარმეებს შორის ეკონომიკური სარგებლის სწორად გადანაწილებას.
- ადგილობრივი მოსახლეობა აქტიური საქმიანობისათვის არა

მარტო უნდა წასალისდეს, არამედ მთავრობის, მეწარმეების, ფინანსური და სხვა ორგანიზაციების მეშვეობით, დაგეგმვისა და განვითარების პროცესებში თვითონ უნდა შეასრულოს წამყვანი როლი.

- ნებისმიერი მსხვილი პროექტის განხორციელების დაწყების წინ საჭიროა, ტურიზმის სხვადასხვა სახეობების განვითარების ფრთხილი გაანალიზებით, აგრეთვე, იმ უკვე არსებულ საქმიანობასთან ჰარმონიული კავშირებით, ცხოვრების სწორი წესისა და ეკოლოგიური მოთხოვნების გათვალისწინებით, ჩატარდეს კომპლექსური ეკოლოგიური, სოციალური და ეკონომიკური დაგეგმვა.
- ტურიზმის ფუნქციონირებისა და განვითარების ყველა ეტაპზე უნდა განხორციელდეს ანალიზის, მონიტორინგისა და შეფასებების მთელი რიგი კომპლექსური ღონისძიებები, რაც ადგილობრივ მოსახლეობასა და სხვა დაინტერესებულ პირებს საშუალებას მისცემს გამოიყენონ შეთავაზებული შესაძლებლობები და დროულად და ეფექტურად იმოქმედონ მიმდინარე ცვლილებებზე.

ზოგადად შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარება გულისხმობს არსებული ფაქტორული რესურსების ეფექტურად გამოყენების ხარჯზე შესაძლებელი ზრდის მიღებას, რადგან მდგრადი განვითარების კონცეფციის მნიშვნელოვანი ასპექტია ისეთი ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა, რომლის ბაზასაც წარმოადგენს, როგორც ადგილობრივი ბუნებრივი და მატერიალური, ასევე, შრომითი რესურსები. ამ დროს ხდება ტურიზმის იმ სახეობის განვითარება (პირველ რიგში ეკოტურიზმის განვითარება), რომელთაც შეუძლიათ მაქსიმალური სარგებელი მოუტანოს ადგილობრივ მოსახლეობას. ამ შემთხვევაში საზოგადოება უკეთ აღიქვამს ტურიზმის განვითარების მნიშვნელობას და აქტიურად უწყობს ხელს ადგილობრივი ტურისტული რესურსების შენარჩუნებასა და მათ კომპლექსურ და თანმიმდევრულ ამუშავებას (მ. მეტრეველი, 2001).

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა არის მდგრადი განვითარება?*
2. *დაახასიათეთ მდგრადი განვითარების პრინციპები.*
3. *რას გულისხმობს ტურიზმის მდგრადი განვითარება (მიზნები, ამოცანები)?*
4. *რიგორია ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრინციპები და მახასიათებლები?*
5. *რა სარგებელი შეიძლება მოუტანოს ტურიზმის მდგრადმა განვითარებამ ქვეყანასა და მის რეგიონებს?*

2.2. „ეკოტურიზმი“ – ტურიზმის მდგრადი განვითარების საფუძველი

„ეკოტურიზმი“ ახალი მოვლენაა ტურიზმის ინდუსტრიაში და მის ერთ-ერთ სეგმენტს წარმოადგენს. **ეკოტურისტული პროდუქტი შედარებით ხელუხლებელი ბუნება და მასზე დაკვირვებით მიღებული სიამოვნებაა, უძველესი კულტურული ძეგლები და ნებისმიერი როგორც ბუნებრივი, ისე ადამიანის მიერ შექმნილი ღირებულებებია.** ტურიზმის ეს მიმართულება მასობრივი და საკურორტო ტურიზმისაგან იმით განსხვავდება, რომ იგი არ საჭიროებს მნიშვნელოვან ინფრასტრუქტურას და ნაკლებ ზიანს აყენებს გარემოს.

ეკოტურიზმი, როგორც მოვლენა, თავისი მრავალფეროვნებით საკმაოდ ფართო დიაპაზონისაა – სეროზული სამეცნიერო მიდგომიდან, ბუნებაში დასვენების მიზნით არარეგულარულ მოგზაურობებამდე. დღეს, ეკოტურისტები ტურისტული ბაზრის მზარდ სეგმენტს წარმოადგენენ. მათ, უპირველეს ყოვლისა, გარემო და კულტურის ტრადიციული ფორმები აინტერესებთ, განსაკუთრებულად იზიდავთ შორს მანძილზე მდებარე ეკოლოგიურად ფაქიზი და სუფთა რეგიონები. ეკოტურიზმის მიზანია ტურისტული შემოსავლების გენერირება და ამ შემოსავლების ხარჯზე თემებისა და გარემოსდაცვითი საქმიანობის ხელშეწყობა. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ასეთი საქმიანობის მთავარ პრიორიტეტს ბუნებრივი რესურსებისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა წარმოადგენს.

ეკოტურიზმს არ შეუძლია დამოუკიდებლად უზრუნველყოს რეგიონში მდებარე ბუნების ძეგლების განვითარება. იგი უნდა განიხილოთ, როგორც ტრადიციული მეურნეობის ან ამ ტერიტორიების მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი კომპონენტი, რომელიც უზრუნველყოფს დამატებით შემოსავლებს. ტურისტული ბიზნესი ამ გზით ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებას, ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობა კი უზრუნველყოფს გარემოსდაცვითი საქმიანობის სწორად წარმართვასა და მიმზიდველი და უნიკალური ტურისტული პროდუქტის ჩამოყალიბებას.

ეკოტურიზმის ცნება 1980-იანი წლების ბოლოს გაჩნდა, თუმცა პირველად იგი გამოიყენა ბ. ჰილერმა 1978 წელს და გულისხმობდა ტურიზმის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთ ვარიანტს.

ტერმინი "ეკოტურიზმი" შემოიტანეს მარკეტოლოგებმა და არა მეცნიერებმა და ტურიზმის ანალიტიკოსებმა, რაც იმას ნიშნავს, რომ ეკოტურიზმი თვითონ ტურისტების მოთხოვნილებების ანუ ეკოტურიზმზე მოთხოვნის წარმოშობის შედეგად გაჩნდა. შესაბამისად, არსებობდა ეკოტურიზმის ისეთი სახეობები, როგორებიცაა: "ბუნების მოყვარულთა ტურიზმი", "მწვანე ტურიზმი", "მსუბუქი ტურიზმი", "საპასუხისმგებლო ტურიზმი", "აგროტურიზმი" და სხვა. 1989 წლიდან კი გამოიკვეთა ეკოტურიზმის მიზნები და ამოცანები და დამკვიდრდა, როგორც გარემოს დაცვის ეკონომიკური განვითარების ხელშეწყობის საშუალება.

"ეკოტურიზმის" მნიშვნელობის სწორად გააზრებისათვის იგი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მოგზაურობა, რომლის დროსაც:

- ბუნება მთავარი ფასეულობაა;
- მოგზაური სწავლობს გარემოს;
- შემოსული ფინანსები მიიმართება გარემოს დაცვის დასაფინანსებლად;
- მონაწილეები ანუ "ეკოტურისტები" პირადად მონაწილეობენ საქმიანობებში, რაც მიმართულია ველური ბუნების დაცვისა და შენარჩუნებისაკენ;
- ყველა საქმიანობა "ეკოლოგიურად სუფთა და მსუბუქია".

თანამედროვე ტურიზმის ერთ-ერთ წამყვან ტენდენციას ტურიზმის ეკოლოგიზაცია წარმოადგენს. ამ მიმართულებით გამოიკვეთა ტურისტული საქმიანობის ორი სახეობა. პირველი დაკავშირებულია თვითონ ეკოლოგიურ ტურებთან, რომლის მიზანია მოგზაურობა და ორიენტირებულია ტურისტთა გადაადგილებაზე იმ რაიონებში, სადაც შეიძლება ითქვას, რომ ბუნება ჯერ კიდევ "ხელუხლებელია". მეორეა ტურის ყველა კომპონენტში ეკოდამცავი ტექნოლოგიების ფართოდ გამოყენება და დანერგვა (ნ. კაზაკოვი, 2002).

ეკოტურიზმი, როგორც ბუნებრივ გარემოში სპეციალური მოგზაურობა, ემსახურება გარემოს დაცვასა და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლებას. ამასთან დაკავშირებით შესაძლებელია გამოიყოს ეკოტურიზმის სამი ძირითადი კომპონენტი:

1. **"ბუნების შეცნობა"**, ანუ მოგზაურობა გვთავაზობს ბუნების მრავალი ელემენტის შესწავლას და ტურისტების მიერ ახალი ცოდნისა და გამოცდილების მიღებას;
2. **"ეკოსისტემების დაცვა"** გულისხმობს არა მარტო ჯგუფის

მარშრუტზე ქცევის წესებს, არამედ ტურისტების და ტუროპერატორების მონაწილეობას ბუნების დაცვის ღონისძიებებსა და პროგრამებში;

3. **"ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების გათვალისწინება (პატივისცემა)"** არა მარტო ადგილობრივი კანონებისა და ადათ-წესების დაცვაა, არამედ ტურიზმის შენატანია ტურისტული დესტინაციების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში. როგორც იტყვიან მოგზაურობის ხელოვნება ნიშნავს იყო კარგი სტუმარი.

ეკოტურისტებს მკაფიოდ აქვთ გათვითცნობიერებული ბუნების მიმართ თავიანთი პასუხისმგებლობა, რასაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა იმ რეგიონებში აქვს, სადაც ბუნება ჯერ კიდევ თავისი პირვანდელი სახითაა შემორჩენილი. ეკოტურიზმს მინიმუმამდე დაყავს სოციალური, კულტურული და ეკოლოგიური ხასიათის უარყოფითი ზეგავლენა და რადგან ხელს უწყობს გარემოს დაცვითი ღონისძიებებისათვის დაფინანსების მოზიდვას, ამიტომ იგი ეკოლოგიური პროექტების დაფინანსების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წყაროა.

ამჟამად მიმდინარეობს ეკოტურიზმის დაცული ტერიტორიების მართვაში ინტეგრირების მცდელობა. დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის მართვისა და განვითარებისათვის შემუშავდა დიაგნოსტიკისა და დაგეგმარების სახელმძღვანელო წესები. ჯანსაღი ეკოტურიზმის განვითარება გაზრდის ბუნების "შენახვისათვის" საჭირო სახსრებს და აამაღლებს ტურისტთა ცნობიერებას იმ ზეწოლის შესახებ, რასაც გარემო განიცდის. ეს ვრცელდება ადგილობრივ მოსახლეობაზეც, რომლებიც იღებენ შემოსავალს ეკოტურიზმიდან.

როგორც ვიცით, ტურიზმის მდგრადი განვითარება უნდა პასუხობდეს სოციალური, კულტურული, ეკოლოგიური და ეკონომიკური კონკურენტუნარიანობის კრიტერიუმებს. გრძელვადიან ჭრილში, დღევანდელ და მომავალ თაობებთან მიმართებაში, ტურიზმის მდგრადი განვითარება ეკოლოგიურად სიცოცხლისუნარიანი და ეკონომიკურად მართებული პროცესია. სწორედ ამ კუთხით ეკოტურიზმი ტურიზმის მდგრადი განვითარების საფუძველს წარმოადგენს და მის ქვეკომპონენტად გვევლინება, რადგან იგი მოწოდებულია ტურიზმი აქციოს ბუნების დაცვისა და მდგრადი განვითარების პოზიტიურ ძალად ანუ მისი საშუალებით შემცირდეს გარემოზე ტურიზმის ნეგატიური ზემოქმედება.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა არის ეკოტურისტული პროდუქტი?*
2. *რა არის "ეკოტურიზმი"? როდის და ვინ გამოიყენა პირველად ეს დეფინიცია?*
3. *რა ნიშნებით განსხვავდება ეკოტურისტი ტურიზმის სხვა სახეობების მოყვარული ტურისტისაგან?*
4. *როგორი სახის მოგზაურობები შეიძლება მივაკუთვნოთ ეკოტურიზმს?*
5. *რატომ შეიძლება ჩავთვალოთ ეკოტურიზმი ტურიზმის მდგრადი განვითარების საფუძვლად?*

2.3. ტურიზმის ზეგავლენა გარემოზე და მისი შედეგები

მსოფლიოს მრავალი ტურისტული რეგიონის გამოცდილებიდან ჩანს, რომ ტურიზმის გეგმაზომიერი განვითარება არ იწვევს განსაკუთრებულ უარყოფით შედეგებს, არამედ უზრუნველყოფს ტურისტული ბაზრის დაკმაყოფილებას და აქედან გამომდინარე, ხელს უწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებას. რეგიონებში, სადაც ტურიზმი ქაოტურად ვითარდება, წნდება ეკოლოგიური და სოციალური პრობლემები. ეს კი თავის მხრივ უარყოფითად მოქმედებს როგორც ტურისტებზე, ისე ადგილობრივ მოსახლეობაზე, რაც ხელს უშლის ტურისტული ბაზრის განვითარებას და ზრდის ეკონომიკური პოტენციალის ღაცვმის შანსს. უკონტროლოდ განვითარებული ტურისტული რეგიონები ვერ გაუწევენ ეფექტურ კონკურენციას სხვა ტურისტულ ცენტრებს, რომლებიც სწორად ვითარდებიან.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების უზრუნველსაყოფად საჭიროა გამოიყოს ხმელეთის განსაზღვრული ნაწილი დაცული ტერიტორიებისა და ეროვნული პარკების სახით. მსოფლიოს თითქმის ყველა განვითარებად ქვეყანაში დაცული ტერიტორიები და ნაციონალური პარკები ტურიზმის განვითარებაში ერთ-ერთ მთავარ როლს ასრულებენ, რადგან ეს ტერიტორიები და უმეტესად მთიანი რეგიონები, თავისი ველური ბუნებით, საერთაშორისო ტურიზმისათვის მეტად მიმზიდველია და ამასთანავე, ტურისტული საქმიანობის დასაწყებად ნაკლებ კაპიტალდაბანდებებს საჭიროებს. ასეთი ტერიტორიების დაცვა და მოვლა დიდ როლს ასრულებს საზოგადოების თვითშეგნების ჩამოყალიბებაში და ხელს უწყობს ქვეყანაში, როგორც დემოგრაფიული, ასევე ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას.

იმ შემთხვევაში თუ, ქვეყანაში ან რეგიონში, ტურიზმი მიზანმიმართულად იგეგმება, იმართება და ვითარდება, მაშინ იგი შესაბამისად დადებით ეკოლოგიურ ზემოქმედებას ახდენს გარემოზე, რომლის დროსაც ტურიზმის განვითარება:

- ხელს უწყობს განსაკუთრებული ბუნებრივი ტერიტორიების, ფაუნის, საზღვაო ეკოსისტემების და ნაკრძალების, როგორც ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობების, დაფუძნებასა და დაფინანსებას, განსაკუთრებით ისეთი ქვეყნებისათვის, რომლებშიც გარემოს დაცვითი ღონისძიებების დაფინანსება შეზღუდულია;
- შესაძლებელს ხდის არქეოლოგიური და ისტორიული ობიექტების შენარჩუნებისათვის დაფინანსების მოძიებას;
- იცავს გარემოს დაბინძურებისაგან, რადგან ასეთი გარემო უკეთესად იზიდავს ტურისტებს;
- ხელს უწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის, განსაკუთრებით ახალგაზრდობის, ეკოლოგიური თვითშეგნების ამაღლებას (როდესაც ისინი ხედავენ ტურისტების განსაკუთრებულ ეკოლოგიურ ინტერესებს, მაშინ თვითონ იწყებენ ამ საკითხების უკეთ გაცნობიერებას თავიანთ რაიონში).

მთიან რეგიონში სამთო ტურიზმის განვითარებით შესაძლებელია მივიღოთ შემდეგი სარგებელი:

- ტურიზმის სექტორში დასაქმდება ადგილობრივი მოსახლეობა;
- განვითარდება ადგილობრივი მეურნეობა (სასტუმროები, რესტორნები, სატრანსპორტო სისტემა, სუვენირების წარმოება და ხალხური რეწვა, გიდების მომსახურება და სხვა);
- ადგილობრივ ბიუჯეტში შემოვა უცხოური ვალუტა;
- ტურიზმის სწორად განვითარებისას შესაძლებელია მთიანმა რეგიონმა შეძლოს თვითდაფინანსება და შეინარჩუნოს ბუნებრივი რესურსები;
- მრავალფეროვანი გახდება ადგილობრივი ეკონომიკა, განსაკუთრებით მაღალმთიან რაიონებში, სადაც სოფლის მეურნეობა არასაკმარისად და არასისტემურად არის წარმოდგენილი და განვითარებული;
- გაიზრდება მოთხოვნა სოფლის მეურნეობის პროდუქციაზე;
- ხელი შეეწყობა იმ მიწების პროდუქტიულად ათვისებას, რომლებიც ნაკლებ ვარგისია სოფლის მეურნეობისათვის;
- ადგილობრივი მოსახლეობისათვის მომგებიანი გახდება ინ-

ფრასტრუქტურის, კავშირგაბმულობისა და ტრანსპორტის განვითარება;

- შეიქმნება რეკრეაციული ობიექტები, რომლებითაც სარგებლობის საშუალება ექნებათ არა მარტო ტურისტებს, არამედ ადგილობრივ მოსახლეობასაც;

ასეთი შედეგები დამახასიათებელია ტურიზმისათვის მთიანი რეგიონების იმ ტერიტორიებზე, სადაც, როგორც აღვნიშნეთ, მიწები ნაკლებად ვარგისია და არ გამოიყენება სამეურნეო დანიშნულებით. სწორად დაგეგმილი და მართვადი ტურიზმი საშუალებას იძლევა არ დაბინძურდეს ბუნებრივი რესურსები და მოხდეს მისი მუდმივი განახლება.

იმ შემთხვევაში, თუ ტურიზმი არამიზანმიმართულად იგეგმება, იმართება და, რაღა თქმა უნდა, შესაბამისად ვითარდება კიდეც, შესაძლებელია მან მოახდინოს უარყოფითი ეკოლოგიური ზემოქმედება (იხ. ცხრილი):

- ტურისტულ ობიექტებზე ნარჩენების დაყრით და საკანალიზაციო სისტემების გაუმართაობით დაბინძურდეს მდინარეები, ტბები, ჩამდინარე და მიწისქვეშა წყლები;
- ტურისტულ რაიონებში სატრანსპორტო საშუალებების გადაჭარბებულმა გამოყენებამ (რაც გამოიხატება გამონაბოლქვით ჰაერის გაჭუჭყიანებაში) შესაძლებელია ნორმაზე მეტად დაბინძუროს ჰაერი;
- არასწორად დაგეგმილმა და აშენებულმა ტურისტულმა საწარმოებმა და ობიექტებმა, მათმა არასწორმა განლაგებამ და ზედმეტად თვალშისაცემმა რეკლამებმა შესაძლებელია გააუარესოს ლანდშაფტის ესთეტიკური მხარე და მოშალოს ტურისტისათვის საინტერესო ულამაზესი ხედები, დააზიანოს ისტორიული და არქიტექტურული ძეგლები;
- წარმოშვას ტურისტების მიერ ბუნებაში დატოვებული ნარჩენების შეგროვებისა და გატანის პრობლემა, მოხდეს ტურისტული ობიექტებიდან მისი არასწორი უტილიზება;
- ტურისტების მიერ ტურისტული ობიექტების გადაჭარბებული და არასწორი გამოყენების შედეგად ზიანი მიადგეს ისტორიულ და არქეოლოგიურ ძეგლებს;
- ტურისტული საწარმოებისა და ობიექტების წარუმატებელმა დაპროექტებამ, დაგეგმვამ და განთავსებამ წარმოშვას მიწათსარგებლობასთან დაკავშირებული ეკოლოგიური რისკი და პრობლემა;
- ტურისტების მიერ ტურისტული ობიექტების გადაჭარბებულმა გამოყენებამ გამოიწვიოს ბუნებრივი ობიექტების ეკოლოგიის რღვევა.

ცხრილი

ტურისტული საქმიანობის უარყოფითი ეკოლოგიური ზემოქმედება დაცულ ტერიტორიებზე

ტურისტული საქმიანობა	ზემოქმედების ფაქტორები	შედეგები
ლაშქრობა/გასეირნება	გზებისა და ბილიკების გაყვანა	მცენარეული საფარის დაზიანება, ეროზია და ნიადაგის გამკრეფება
დაკვირვება ცხოველებზე/ ფოტოსაფარა	ხმაური, ცხოველთა კვება	ცვლილებები ცხოველთა ქცევებში
გასეირნება ნაეებით/კანოებით	ბუნებაში ტურისტთა გადაადგილება	წყლის სამყაროს მობინადრეების ყოფაში დისონანსის შეტანა, წყლის მცენარეებისათვის ზიანის მიყენება
კემპინგი/პიკნიკი	ბანაკების მოწყობა, ფეხით სიარული, ხმაური	მცენარეული საფარის დაზიანება, ცხოველთა სამყაროზე უარყოფითი ზემოქმედება
	წყალსაცავებში სარეცხი საშუალებების გამოყენება	წყლის დაბინძურება
ხალხური რეწვის ნამუშევით ვაჭრობა	ფრინველთა ბუმბულით, ცხოველთა ნაწილებით ან ცოცხალი ცხოველებით ვაჭრობა	იშვიათი ჯიშების გადაშენება

წყარო: „ეკოტურიზმი დსთ-ს ქვეყნების დაცულ ტერიტორიებზე", BTE-ს სემინარის მასალების მიხედვით, 2002 (ცვლილებებით)

ტურიზმის განვითარების ეკოლოგიურად მისაღები ფორმების სწორად შერჩევა ხელს შეუწყობს ნეგატიური ეკოლოგიური ზემოქმედების შეზღუდვასა და დადებითის გააქტიურებას. ტურიზმის განვითარება საჭიროა დაექვემდებაროს ერთიანი გეგმის ეტაპობრივი პრინციპით განხორციელებას, რაც მოგვცემს დროს ეკოლოგიურ ზემოქმედებაზე დასაკვირვებლად და განვითარების კონცეფციაში ცვლილებების შესატანად, იმ შემთხვევაში, თუ ამ პერიოდში, ადგილი ექნება რაიმე პრობლემის გაჩენას.

არანაკლებ სასარგებლოა ტურისტული სეზონების დროს გადატვირთვების გამარტივების მეთოდების გამოყენება. ხშირად ეკოლოგიური პრობლემები თავს იჩენს სწორედ ტურისტული სეზონების დროს, რადგან გასაგები მიზეზების გამო, ხდება ინფრასტრუქტურის გადატვირთვა, რასაც სეზონის ამ პერიოდში, ტურისტული ობიექტებით, ღირსშესანიშნაობებითა და მომსახურებით გადაჭარბებული სარგებლობა იწვევს. ნეგატიური ეკოლოგიური ზემოქმედების შესაზღუდად საერთო მიდგომების გარდა უნდა გამოიყენონ შემდეგი სპეციალური ღონისძიებები:

- ტურისტული ობიექტებისათვის უნდა დაპროექტდეს წყლის, ელექტრომომარაგების, კანალიზაციის, მყარი ნარჩენების მოცილების კომუნალური სისტემები. ასევე, საჭიროა ეკონომიის ისეთი ზომები, როგორებიცაა: სანიაღვრე წყლის გადამუშავება და გასუფთავება; გათბობისათვის მზის ბატარეების გამოყენება და სხვა.
- დაინერგოს დამზოგავი და ეკოლოგიურად სუფთა ტურისტული საგზაო და სხვა სატრანსპორტო სისტემები.
- ტურისტული რაიონების შესაბამისად უნდა დაპროექტდეს ღია სივრცის, პარკებისა და სათანადო ტერიტორიების კეთილმოწყობა;
- ტურისტულ რაიონებში უნდა გამოიყენონ მიწათსარგებლობისა და ობიექტების დაგეგმარების ეკოლოგიურად მისაღები პრინციპები, ზონირების წესები, მშენებლობისა და არქიტექტურული დაპროექტების ნორმები, სწორად შეირჩეს ფირნიშების და სარეკლამო ფარების განთავსების ადგილები;

- ტურისტული ღირსშესანიშნაობების ზონებში, მოხდეს დამსვენებელთა რაოდენობის რეგულირება. ეკოლოგიურად განსაკუთრებულად სათუთ ობიექტებზე შესაძლოა, წლის განმავლობაში ან ცალკეულ პერიოდებში, მოხდეს დამსვენებელთა რაოდენობის შეზღუდვა ან აიკრძალოს მათი შეყვანაც კი. ზოგიერთი მნიშვნელოვანი ძეგლის შემთხვევაში კი შესაძლებელია გამოიყენონ მოდელირების ტექნიკა ანუ ღირსშესანიშნაობების ასლის მონტაჟი ტურისტებისათვის სპეციალურად განკუთვნილ ტერიტორიაზე;
- კემპინგების ზონაში ტურისტებს აეკრძალოს ხეების მოჭრა, ხოლო ფეხით სიარულისას მცენარეებისა და ცხოველების იშვიათი სახეობების შეგროვება, ნადირობა და თევზაობა კი ნებადართულ იქნას კონტროლირებადი პირობების დროს;
- საზღვაო ზონებში გატარდეს საქმიანობის სხვადასხვა სახეობების კონტროლი: ოპერაციები, რაც დაკავშირებულია გემების კორპუსის დასუფთავებასთან; ფსკერზე რიფების მჭონე წყლებში ღუზების გამოყენება; ეკოლოგიურად სათუთ ზონებში მოტორიანი ნავების გამოყენება; საზღვაო იარაღით ნადირობა; პლაჟის ქვიშის და რიფების სამშენებლო მიზნებისათვის გამოყენება; ნავმისადგომების დაპროექტება, რათა შედეგად არ მივიღოთ ეროზია და სხვა ეკოლოგიური პრობლემები;

რეგიონების დაცულ ტერიტორიებს არ გააჩნიათ იმუნიტეტი გადაგვარებისაგან (იმისდა მიუხედავად რომ მათ სახელმწიფო იცავს). თუ ამ ტერიტორიებს ადგილობრივი მოსახლეობისაგან აქვს დაწოლა ან ზედმეტად გამოიყენება ტურისტების მიერ, ეს ნიშნავს, რომ გავრცელებული ტურიზმის სახეობები არ იმართება სწორად. ამ შემთხვევაში არასწორად დაგეგმილმა ტურისტულმა საქმიანობამ შეიძლება გამოიწვიოს სოციალური სახის შემდეგი უარყოფითი ზემოქმედებები:

- შესაძლებელია ადგილობრივ მოსახლეობას გაუჩნდეს ეჭვი, რომ რეგიონში ტურიზმის განვითარება ხდება მხოლოდ უცხოელებისათვის და არა მათი კეთილდღეობისათვის;
- მთავრობამ შეიძლება მოინდომოს მაქსიმალური მოგების აღება,

ტურიზმის საშუალებით, ასეთი ტერიტორიებიდან (დიდი რაოდენობის ტურისტების მოზიდვით), რაც გამოიწვევს ბუნებრივი ფასეულობების გაპარტახებას და გადააქცევს მას მასიური ტურიზმის ზონად და არა ბუნებრივი რესურსების მთავარ დამცავ მექანიზმად.

ქვეყნებისა და რეგიონების დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმიდან მიღებული სარგებელი შეიძლება იყოს მნიშვნელოვანი, მაგრამ აუცილებელია, ზუსტი დაგეგმვისა და ეფექტურ მმართველობაზე დაყრდნობით ვებრძოლოთ უარყოფით შედეგებს, რომლებიც აუცილებლად თან სდევს დადებით ეფექტს.

როგორც აღვნიშნეთ, ტურიზმის პოტენციური ეკოლოგიური უარყოფითი ზეგავლენა ანუ დაცულ ტერიტორიებზე დამთვალიერებელთა ქმედებებით გამოწვეული ნეგატიური ზემოქმედება კონტროლს უნდა ექვემდებარებოდეს.

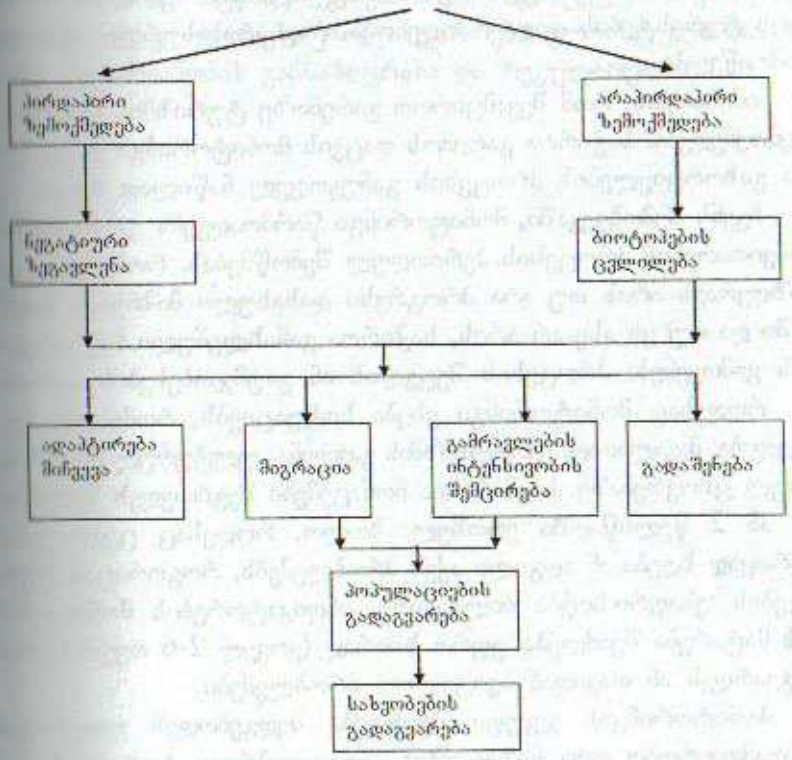
ეკოტურიზმის უარყოფითი ზეგავლენა დამოკიდებულია სამ ფაქტორზე: ა) ობიექტის დამახასიათებელ ნიშნებზე; ბ) სარგებლობის ტიპსა და ინტენსიურობაზე; გ) დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტის შუამდგომლობაზე ამ ორ ფაქტორს შორის.

გასულ ათწლეულებში ტურისტის მენეჯმენტის შესაბამისი ინსტრუმენტების გამოყენების დიდი გამოცდილება დაგროვდა, რის შედეგადაც პარკებს შეუძლიათ მიიღონ ტურისტების დიდი რაოდენობა, თუ, რა თქმა უნდა, ამას თან ახლავს სათანადო მენეჯმენტი.

გარემოზე ტურისტული საქმიანობის ეკოლოგიური ზეგავლენა (პირდაპირი და არაპირდაპირი) განისაზღვრება ზემოქმედების ადგილისა და დროის მიხედვით (იხ. სქემა).

სქემა

გარემოზე ტურისტული საქმიანობის ეკოლოგიური ზეგავლენა



წყარო: „ეკოტურიზმი დსთ-ს ქვეყნების დაცულ ტერიტორიებზე", IUCN-ს სემინარის მასალების მიხედვით, 2002 (ცვლილებებით)

პირდაპირი გავლენის (ველურ ბუნებაში შეჭრა იწვევს ცხოველების გადაადგილებას) განსაზღვრა ადვილია, არაპირდაპირი გავლენა მხოლოდ გარკვეული პერიოდის შემდეგ იჩენს თავს. მაგალითად, გარკვეული სახეობების შობადობის მაჩვენებელი. გავლენა შეიძლება უფრო მეტი იყოს წლის გარკვეულ მონაკვეთში (შეწყვილების სეზონზე).

ტურიზმის ნეგატიური ზეგავლენა შესაძლებელია გავრცელდეს ტურისტული ტერიტორიის გარეთაც (ნაგავსაყრელის მოწყობით ან შემავალი გზების გაყვანით). მეორე მხრივ, დაცული ტერიტორიის გარეთ სასტუმროების მშენებლობამ შეიძლება მოიზიდოს ტურისტების დიდი რაოდენობა, რაც არასასურველ შედეგებს გამოიწვევს.

იმისათვის, რომ შეკამციროთ გარემოზე ტურიზმის ნეგატიური ზემოქმედება, საჭიროა გარემოს დაცვის მონიტორინგი დაგეგმვისა და განხორციელების პროცესის განუყოფელ ნაწილად იქცეს.

ჩვენს შემთხვევაში, მონიტორინგი წარმოადგენს ეკოტურიზმის განვითარების პროცესის პერიოდულ შემოწმებას, რომელიც განსაზღვრავს არის თუ არა პროგრესი დასახული მიზნების მიღწევაში და თუ ეს ასე არ არის, საჭიროა განახლებული სტრატეგიების გამოყენება პროცესის შეცვლის ან გაუმჯობესების მიზნით.

როდესაც მონიტორინგი ეხება სიტუაციებს, რომელიც ნელა იცვლება, მაგალითად, ეკოტურიზმის გავლენა კულტურულ და ტრადიციულ ცხოვრებაზე, საკმარისია მონაცემები შეგროვდეს წელიწადში ან 2 წელიწადში ერთხელ. ხოლო, როდესაც ცვლილებები სწრაფად ხდება ან ადგილი აქვს პრობლემებს, როგორიცაა ტურისტების უსაფრთხოება ბილიკებზე, ინდიკატორების მონიტორინგის ჩატარება შეიძლება უფრო ხშირად (ყოველ 2-6 თვეში), რათა მოგვარდეს ან თავიდან ავიცილოთ პრობლემები.

მონიტორინგის ჯგუფი შეიძლება შედგებოდეს გიდებისგან, არასამთავრობო ორგანიზაციების, ადგილობრივი ტურიზმის საბჭოს და თემის წარმომადგენლებისაგან. არსებობს მონაცემთა შეგროვების შემდეგი მეთოდები:

- საოჯახო კითხვარები და გამოკითხვები;
- კითხვარები ტურისტთათვის;
- რეგულარული კვლევები;
- ადგილობრივი გიდების დაკვირვებების ჩანაწერების ფორმები;
- ფოტოები. (მაგალითად, ბილიკების ფოტოები გარკვეული პერიოდის შემდეგ, ეროზიის დონის მონიტორინგის მიზნით);

- მონაწილე თემებთან დისკუსიებისა და სემინარების ჩატარება.

ამ საკითხთან დაკავშირებით დიდ როლს თამაშობს ეკოლოგიური დაგეგმვისა და მდგრადი განვითარების კონცეფციის გამოყენება, მათ შორის კი უდიდესი როლი ეკისრება ტურისტული რაიონის გამტარუნარიანობის განსაზღვრასა და რეგულირებას.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა დადებითი ზეგავლენა შეიძლება მოახდინოს ტურისტულმა საქმიანობამ გარემოზე?*
2. *რა იწვევს ტურისტული საქმიანობის უარყოფით ზეგავლენას გარემოზე?*
3. *რა ღონისძიებები შეიძლება გამოიყენოთ გარემოზე ტურიზმის ნეგატიური ზემოქმედების შესაზღუდად?*
4. *რა სარგებელი შეიძლება მიიღონ მთიანმა რეგიონებმა ტურიზმის გეგმაზომიერი განვითარებით?*
5. *როგორია დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის დაუგეგმავი განვითარებით მიღებული უარყოფითი ზეგავლენა?*
6. *რითი განსაზღვრება გარემოზე ტურისტული საქმიანობის პირდაპირი და არაპირდაპირი ზემოქმედება?*

2.4. გამტარობის პოტენციალი და მისი რეგულირება

ნებისმიერ გარემოს მაქსიმალური დატვირთვის ზღვარი გააჩნია, რომლის გადალახვამ შეიძლება გამოიწვიოს სერიოზული ზიანი და საშიშროება ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური თვალსაზრისით. მაგალითად, ზღვისპირა ობიექტები, როგორიცაა რუმინეთის შავი ზღვისპირა და ჰონოლულუს (ჰავაის კუნძულები) სანაპირო ზოლიდან გაქრა ქვიშა, იქ მიმდინარე საშენებლო სამუშაოების გამო, რამაც გამოიწვია პლაჟის ღრმა ეროზია; ბევრ ადგილას დასახლებაში, იტალიურ მეთევზეთა პორტებიდან დაწყებული, ეკვადორის ალპური სოფლებით დამთავრებული, დღეს ტურისტებს ნაკლები სიხარულით ხვდებიან, ვიდრე ადრე, რადგან ისინი ადგილობრივ მოსახლეობას შეურაცხყოფდნენ და აღიზიანებდნენ.

წარსული შეცდომები დღეს აისახა დაბინძურებულ წყალსა და ჰაერში, დახურულ პლაჟებზე, საჭმელად უვარგის თევზეულსა და მოშიშვლებულ (უტყეო) მთის ფერდობებზე, რაც სერიოზულად ზღუდავს ეკონომიკის სხვადასხვა დარგის და, მათ შორის, ტურიზმის სიცოცხლისუნარიანობას. მაგალითად, არგენტინაში სამრეწველო ნარჩენებით დაბინძურებულმა ლა ბოკამ, როგორც ბუენოს აირესის ერთ-ერთმა პირველმა ტურისტულმა ობიექტმა, დაკარგა ის მიმზიდველობა, რაც მას წარსულში გააჩნდა. იმ ტურისტებიდან, რომლებიც მაინც სტუმრობენ მას კამკამა ფერის სახლების სანახავად, ძალიან მცირე ჯგუფი ატარებს გარკვეულ დროს ამ ადგილზე, ბევრი კი საერთოდ არ გადმოდის ტრანსპორტიდან მდინარიდან მომავალი აუტანელი სუნის გამო.

იმისათვის, რომ მივაღწიოთ ტურიზმის მდგრად განვითარებას, საჭიროა ტურისტული საქმიანობის ხასიათი და მოცულობები ოპტიმალისწინებდნენ არსებული ბუნებრივი და ხელოვნური რესურსების გამტარობის პოტენციას.

ეროვნული პარკების ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებამ შეიძლება მოიტანოს, როგორც მატერიალური სარგებელი, ასევე

გასდეს ბუნების დაცვისა და რეაბილიტაციის მძლავრი ინსტრუ-
მენტი. ეს შესაძლებელი იქნება მხოლო იმ შემთხვევაში, თუ სწო-
რად შეირჩევა ტურიზმის განვითარების დონე და სახეები, მართვა
და, რაც ყველაზე აუცილებელია, დაცული იქნება შესაბამისი ტერი-
ტორიების ტურისტთა გამტარობის პოტენცია, ანუ ე.წ. "გამტარუნა-
რიანობა".

გამტარუნარიანობის ცნება დაფუძნებულია საძოვრების
გამოცდილებაზე, როცა განსაზღვრულია საძოვარი რა რაოდენო-
ბის საქონლისათვის გამოიყენება. თუ ეს ზღვარი ირღვევა საძოვა-
რი არა თუ ზიანდება, არამედ საერთოდ გამოუსადეგარი ხდება.
გამტარუნარიანობა საზღვრავს სწორედ იმ დონეს, რომელიც მდგრად
განვითარებას უზრუნველყოფს. გამტარუნარიანობას კომპლექსური
ხასიათი აქვს, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც პროდუქტებისა და
მომსახურების უმეტესობა იწარმოება ერთი და იმავე გარემოდან,
როგორც ამას ადგილი აქვს ტურიზმის შემთხვევაში.

გამტარუნარიანობას უდიდესი მნიშვნელობა აქვს გარემოს
დაცვისა და ტურიზმის მდგრადი განვითარების საქმეში. ტერმინი
გულისხმობს ნებისმიერი ადგილის მაქსიმალურ დატვირთვას.

სხვა სიტყვებით – **"გამტარუნარიანობა" ვიზიტორთა მიერ
ტერიტორიების გამოყენების ის დონეა, რომელიც რესურსე-
ბზე უმნიშვნელო ზემოქმედებით უზრუნველყოფს მათი დაკ-
მაყოფილების მაღალ დონეს** (WTO, 1994). ეს კონცეფცია
გულისხმობს იმას, რომ არსებობს ვიზიტორთა მიერ ტერიტორიე-
ბის გამოყენების საზღვრები და ფორმები. განვიხილოთ გამტარუნა-
რიანობის რამდენიმე ფორმა:

ეკოლოგიური გამტარუნარიანობა – მოგზაურთა ის რაოდე-
ნობაა, რომლის დროსაც ტურისტების ქცევა, ან შესაბამისი ინ-
ფრასტრუქტურის ფუნქციონირება ეკოლოგიურად გამოუსწორებელ
შედეგებს არ იწვევს.

ტურისტული სოციალური გამტარუნარიანობა – ის დონეა,
რომლის გადაჭარბება (ტურისტთა ნაკადის ზედმეტად დიდი
რაოდენობა), იწვევს მოგზაურობის დროს ნეგატიურ შთაბეჭ-
დილებებს.

ადგილობრივი სოციალური გამტარუნარიანობა – ის
დონეა, რომლის გადაჭარბება ადგილობრივ კულტურაზე უარყო-
ფით ზემოქმედებას და ადგილობრივი მოსახლეობის ტურისტები-
სადმი უარყოფით დამოკიდებულებას იწვევს.

გამტარუნარიანობის ზღვრების დადგენა მეტად რთულია, მა-
გრამ მისი გამოთვლის გარეშე პრაქტიკულად შეუძლებელია გა-
კეთდეს ტურიზმისა და რეკრეაციის ეკოლოგიური დაგეგმვა. ტური-
ზმისათვის გამტარუნარიანობას არსებითი მნიშვნელობა აქვს, ვი-
ნაიდან ის საზღვრავს რესურსების გამოყენების დასაშვებ დონეებ-
სა და საზღვრებს, ანუ ე.წ. ზღვრულ სიმჭიდროვეს.

ზღვრული სიმჭიდროვე ანუ "ზღვრული დატვირთვა" –
სიმჭიდროვის ის დონეა, რომლის გადაჭარბება იწვევს ლანდშაფ-
ტის კომპონენტთა შეუქცევად რღვევებს.

გამტარუნარიანობის განსაზღვრის აუცილებლობა გამოწვეულია
ბიოლოგიური და კულტურული ზღვრის დარღვევის თავიდან აცი-
ლების მიზნით, იმ მოსალოდნელი რისკის შემცირების საჭიროე-
ბით, რომელმაც შესაძლოა გამოიწვიოს ტურისტული პროდუქტის
დეგრადაცია და ზიანი მიაყენოს გარშემო მყოფთ.

ტურისტული გამტარუნარიანობა ხასიათდება ტურიზმის ფიზი-
კური, ბიოლოგიური, სოციალური, ფსიქოლოგიური ასპექტებით.
ის შეიძლება დაიყოს სამ ძირითად კატეგორიად:

- ეკოლოგიური – მიეკუთვნება ბუნებრივ გარემოს;
- სოციალურ-კულტურული – მიეკუთვნება ადგილობრივ მო-
  სახლეობაზე და კულტურაზე ზემოქმედებას;
- ყოფითი – მიეკუთვნება მოგზაურობიდან მიღებულ შთაბეჭ-
  დილებებს.

გამტარუნარიანობა იცვლება სეზონთან დაკავშირებით. მისი
ცვლილება, ასევე, დამოკიდებულია ისეთ ფაქტორებზე როგორები-
ცაა: ტურისტთა ქცევის ნორმები (იხ. ავტორისაგან – ტურისტის
ათი მცნება), ობიექტების კონსტრუქციული განსაკუთრებულობა
და მათი მართვის მეთოდები და ადგილობრივი მოსახლეობის
დამოკიდებულება.

გარემოს ხარისხისა და ტურისტული მოთხოვნის დაკმა-

ყოფილების დონის შენარჩუნებისათვის ტურიზმის მდგრადი განვითარების პროცესი უნდა ითვალისწინებდეს გამტარუნარიანობის მახასიათებლებს და შეფასდეს სარგებლობის შემდეგი კრიტერიუმით:

ა) გარემოს შესაძლებლობები, კერძოდ ძირითადი ელემენტების მდგომარეობა, რასაც ყველა პოტენციური მომხმარებელი ითხოვს;

ბ) გარემოს თითოეული ობიექტის მიერ უზრუნველყოფილი პროდუქტი და მომსახურება, კერძოდ ვის ან რის სარგებლობაშია დღეს ეს გარემო?

გ) გარემოს თითოეული ობიექტის მგრძნობელობა, როგორც ბუნებრივი, ასევე კულტურული თვალსაზრისით ჩვენს ქმედებებთან დამოკიდებულებაში. კერძოდ, რამდენად ექვემდებარება გარემო მიმდინარე ცვლილებებს და რა არის თითოეული ელემენტის ცვლილების დასაშვები ზღვარი.

დ) ჩვენი ქმედებების გავლენა გარემოს შესაძლებლობებზე და აქედან გამომდინარე შედეგების გავლენა გარემოს უნარზე გაავრძელოს მთელი რიგი ფუნქციების შესრულება.

ზოგადად ტერიტორიის ტურისტული გამტარუნარიანობის დადგენა არ საჭიროებს საშუალო ინდივიდუალურ "სტანდარტს" (რომელიც, როგორც წესი გამოიხატება m^2 1 ადამიანზე). თუმცა ინდივიდუალური სტანდარტი გამოთვლილი უნდა იყოს თითოეული კონკრეტული შემთხვევისათვის, იმდენად, რამდენადაც იგი მოიცავს სულ ცოტა სამ გარდამავალ გამტარუნარიანობას: მატერიალურს, ფსიქოლოგიურს და ეკოლოგიურს. სპეციფიკური საშუალო სტანდარტი უნდა გამოითვალოს საქმიანობის სხვადასხვა სახეებთან მიმართებაში, რომლითაც დაკავებულნი იქნებიან ეკოტურისტები. ამ შემთხვევაში (მტო, 1993):

$$\text{გამტარუნარიანობა} = \frac{\text{ტურისტების მიერ გამოყენებული ტერიტორია}}{\text{საშუალო ინდივიდუალური სტანდარტი}}$$

შემდეგ გამოითვლება **ყოველდღიური ვიზიტების საერთო რაოდენობა**, რომელიც ტოლია: **გამტარუნარიანობა X როტაციის კოეფიციენტი**

$$\text{სადაც } \textbf{როტაციის კოეფიციენტი} = \frac{\text{საათების რაოდენობა დღეში, რომლის განმავლობაშიც ტერიტორია ღიაა ტურისტებისათვის}}{\text{ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა}}$$

გამტარუნარიანობის გამოთვლისას უნდა გავითვალისწინოთ:

1) ბუნებრივი ფაქტორები:

ა) ტერიტორიის ზომა და გამოსაყენებელი ფართობი;

ბ) გარემოს სიმყიფე;

გ) ცხოველთა სამყაროს რესურსები (გამტარუნარიანობაზე გავლენას ახდენს ველური ცხოველების რაოდენობა, სახეობები და გავრცელების სიხშირე);

დ) ტოპოგრაფია და მცენარეული საფარი;

ე) ადამიანის დანახვაზე ზოგიერთი ცხოველის სპეციფიკური ქცევითი მგრძნობელობა.

2) სოციალური ფაქტორები:

ა) დაკვირვების მოდელი. დაკვირვება ნაწილდება თანაბრად ან კონცენტრირებულად. მაგალითად, პარკის 10%-ზე შეიძლება მოდიოდეს გამოყენების 90%, აქედან ვიზიტების 50% მიმდინარეობდეს 15:30-დან 18:30-მდე;

ბ) ტურისტები უპირატესობას ანიჭებენ ცხოველებზე დაკვირვებას;

გ) ვიზიტორთა ასაკი;

დ) განთავსების ადგილების რაოდენობა.

შესაბამისად, გამტარუნარიანობის გაზრდისათვის შეიძლება შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

- ტურისტების პარკის ტერიტორიაზე განაწილების მიზნით ცხოველებზე დაკვირვებისათვის საჭირო ბილიკების დაგეგმვა;
- გამოყენების კონკურენტულ ობიექტებს შორის დაპირისპირების შემცირება (მაგალითად, სპეციალური კემპინგებისა და სასტუმროებისათვის ტერიტორიების გამოყოფა);
- შესაბამისი საინფორმაციო-განმარტებითი სამუშაოების ჩატარება;
- აქტიურად გამოყენებადი რესურსების გამძლეობის ამაღლება (მაგალითად გზის საფარი);
- ტურისტების მომსახურებისა და განთავსების საშუალებების მშენებლობა, პარკში, ნალექიან ან არასეზონურ პერიოდებში, ვიზიტების სტიმულირების პოლიტიკის შემუშავება.

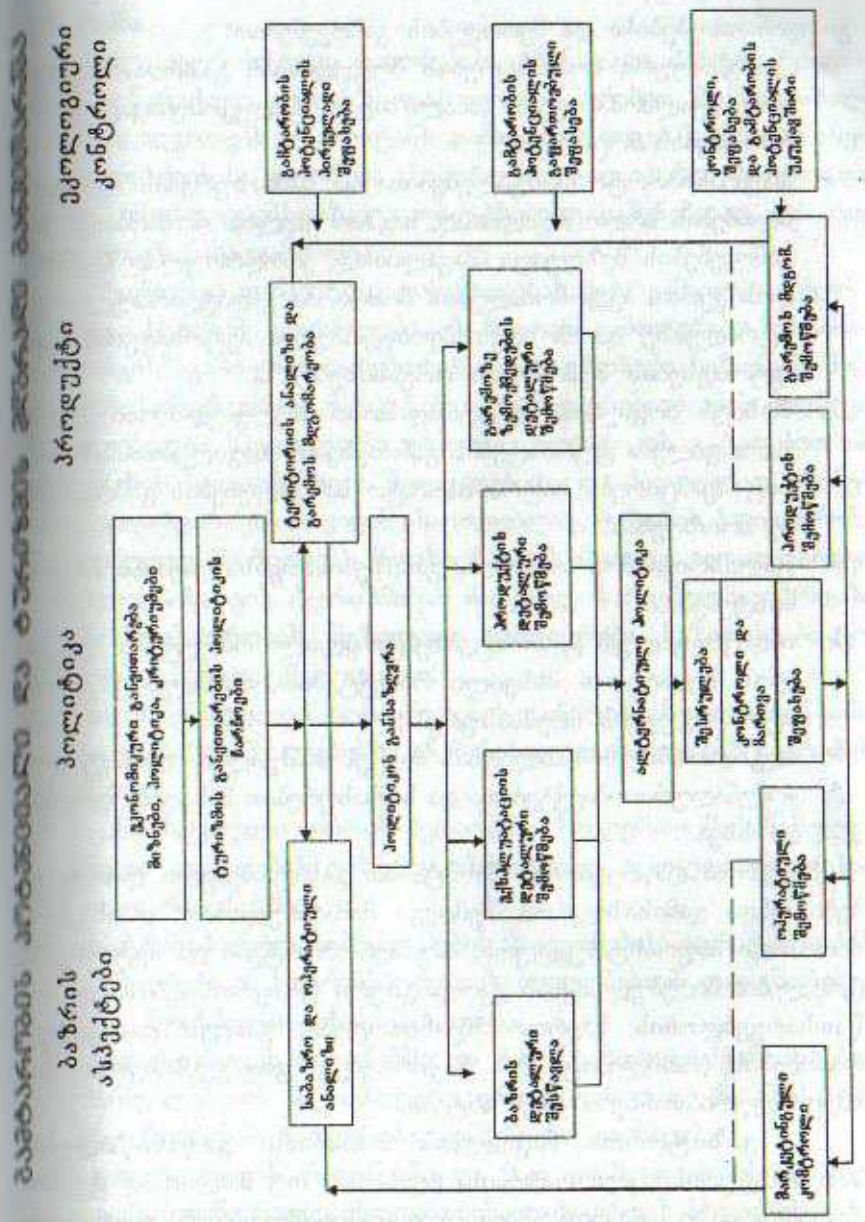
იმისდა მიუხედავად, რეგიონში ტურიზმი გეგმაზომიერად ვითარდება თუ ქაოტურად, ყოველთვის არსებობს საშიშროება, რომ განსაზღვრულ მომენტში მივუახლოვდეთ ბუნებრივ, სოციალურ გარემოს, ან ინფრასტრუქტურის გამტარობის პოტენციალის კრიტიკულ ზღვარს, რის შედეგადაც, როგორც აღვნიშნეთ, წარმოიქმნება ადგილობრივ მოსახლეობასა და გარემოზე ზემოქმედების უარყოფითი შედეგები. შესაბამისად, შემცირდება ტურპროდუქტისა და ტურისტთა დაკმაყოფილების ხარისხი. ამ დროს ტურიზმის განვითარება ექცევა სტაგნაციის მდგომარეობაში და შესაძლებელია პროცესები დაცემისაკენ წარიმართოს. ამ საშიშროების თავიდან ასაცილებლად, საჭიროა შემუშავდეს მართვის შესაბამისი სტრატეგიული მექანიზმები ანუ დაიგეგმოს გამტარობის პოტენციალი (იხ. სქემა).

ასევე, ინდივიდუალურად ან ერთმანეთთან მიმართებაში ვაანალიზდეს სტრატეგიის შემდეგი სამი ვარიანტი:

1. გამტარობის პოტენციალის გაზრდა;
2. ვიზიტორთა თანაბარი გადანაწილება;
3. მოგზაურობის შეზღუდვა.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი:

1. **გამტარობის პოტენციალის გაზრდა** მიიღწევა შემდე-



Vყარო: „ტურიზმის მდგრადი განვითარება“, სახელმძღვანელო ადგილობრივი დაგეგმვის სპეციალისტებისათვის, მტო, მადრიდი, 1993

გი ღონისძიებებისა და მეთოდების გამოყენებით:

- კომუნალური მომსახურების მოცულობის გაზრდა, მაგალითად, წყალმომარაგება, კანალიზაცია, ტელეკომუნიკაციები და ნარჩენების მოცილება;
- სატრანსპორტო საშუალებებისა და სამსახურების შესაძლებლობების ზრდა (მაგალითად, საგზაო ქსელი) ან ამ ობიექტების გამოყენების შეზღუდვა (მაგალითად, ერთდროულად შეიზღუდოს კერძო ავტომობილების მოძრაობა გადატვირთულ მაგისტრალებზე და მოხდეს პერიფერიული ავტოსადგომებიდან ავტობუსების მოძრაობის ორგანიზება);
- მოხდეს ზოგიერთი აქტიურად მოსანახულებელი ობიექტების გადადგილება ტურისტების განთავსების ადგილებთან ახლოს, რაც შეამცირებს სატრანსპორტო საშუალებების გამოყენებაზე მოთხოვნას;
- ცალმხრივი მოძრაობის ორგანიზებისათვის შეიქმნას საგზაო სისტემები;
- ინდივიდუალურ ტურისტებზე გათვლილი ობიექტები შეიცვალოს შედარებით მსხვილი ობიექტებით, რომლებიც ტურისტთა ჯგუფებს მოემსახურება;
- ადგილობრივ მოსახლეობას მიეცეს საშუალება ისარგებლონ კომუნალური ობიექტებითა და სამსახურებით მისაღები ფასებით და სხვა.

ქვეყნისა და რეგიონის მასშტაბით გასატარებელი ღონისძიებები უნდა განისაზღვროს შემდეგი მიმართულებით: დაიხვეწოს ძირითადი ინფრასტრუქტურა, ანუ აეროპორტები და ავტომაგისტრალები; მიღებულ იქნას ეკოლოგიური უსაფრთხოებისა და მიწათსარგებლობის საერთო სტანდარტები; გაიცეს ცალკეული რაიონების (რომლებიც ამას საჭიროებენ) გადაგვგმარებისათვის სპეციალური თანხები ან გრანტები.

2. ვიზიტორთა ნაკადების თანაბარი გადანაწილებისათვის ტურისტული რაიონის, რეგიონის თუ მოლიანად ქვეყნის ტერიტორიაზე საჭიროა ახალი ღირსშესანიშნაობების, ტურისტული ობიექტების შექმნა ან არსებულზე სატრანსპორტო სისტემების მიბმა.

ახალი ტურისტული რაიონების გახსნა, არა მარტო შეამცირებს კონკრეტულ ცენტრზე დატვირთვას, არამედ შექმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და მოიტანს დამატებით მოგებას. მაგრამ ასეთი ღონისძიების გატარება საჭიროებს დიდ სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციებს ახალი ობიექტების ასაშენებლად და მათ მარკეტინგს (იხ. დანართი).

ვიზიტორთა თანაბარი გადანაწილების მეორე მეთოდია ტურისტული სეზონის გაგრძელება. ეს მეთოდი გამოიყენება "ანტიმარკეტინგის" გამოყენებით სეზონის პიკის დროს და სეზონებს შუა ან არასეზონურ დროს მარკეტინგის გაძლიერებით. ამის მიღწევა შესაძლებელია სპეციალური ფასების პოლიტიკის გატარებით ან სხვა სახის საგადასახადო შეღავათებითა და მეთოდებით, რომელიც, გადატვირთვის თავიდან ასაცილებლად, სეზონის პიკის დროს, ხელოვნურად შეამცირებს მოთხოვნას. ეს მეთოდი ადგილობრივი მოსახლეობისათვის ტურიზმიდან მიღებულ სარგებელს გაზრდის.

3. მოგზაურობის შეზღუდვა გამოიყენება სეზონის პიკურ პერიოდში შემდეგი მეთოდებით:

- თვითშემზღუდავი ღონისძიებების გატარება, მაგალითად, განთავსების საშუალებებზე ან შესასვლელ ბილეთებზე ფასების ზრდა;
- განსაზღვრული დროის პერიოდში ზოგიერთი მოსანახულებელი ადგილების დახურვა, მაგალითად, ეკოლოგიურად სათუთ რაიონებში;
- სატრანსპორტო საშუალებების სადგომების ტერიტორიების შემცირება ან სატრანსპორტო საშუალებებთან დაკავშირებული ნებისმიერი სახის შეზღუდვა;
- გადატვირთვის რაიონებში და მათ სიახლოვეს განთავსების საშუალებების მაქსიმალური ერთეულის დადგენა (სასტუმრო ნომრების რაოდენობა, კემპინგები და სხვა);
- გადატვირთვის რაიონებში და მათ სიახლოვეს სხვადასხვა ღირსშესანიშნაობების გაცნობისათვის დროის სხვადასხვა პერიოდში ვიზიტორთა მაქსიმალური რიცხვის დადგენა;

- ახალი ობიექტების მშენებლობები, მხოლოდ ზონირების გათვალისწინებითა და სპეციალური ნებართვების გაცემის შემთხვევაში.

ხშირად, ასეთი შეზღუდვები თავისთავად ხდება. მაგალითად, თუ სეზონის პიკის დროს ყველა სასტუმრო ნომერი ან ავიაბილეთები წლის განმავლობაში უკვე დაჯავშნულია, ტურისტი თვითონ ცდილობს სამოგზაუროდ წლის სხვა პერიოდი შეარჩიოს. გამტარობის პოტენციალის დაგეგმვა და განსაზღვრა ტურისტული პროდუქტის ხარისხის გაზრდის, გარემოზე და საზოგადოებაზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირების საშუალებას გვაძლევს, რაც იმას ნიშნავს, რომ გამტარუნარიანობის სწორად დადგენით შესაძლებელია ტურისტული ობიექტების ანუ ბუნებრივი რესურსების ზომიერი გამოყენების შესაძლებლობის დონის რეგულირება.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ეკოტურიზმის განვითარებისათვის დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ბუნებრივ რესურსებს, რადგან სწორედ ისინი წარმოადგენენ ტურისტული ბიზნესის განვითარების საწინდარსა და ტურისტული პროდუქტის საფუძველს. ბუნებრივი ანუ ტურისტული რესურსების დაცვა და განვითარება კი ეკოტურიზმში მიიღწევა, როგორც საქმიანობის სწორად დაგეგმვითა და მართვით, ასევე შესაბამის ტერიტორიაზე ეკოტურიზმის მიმართულებების სწორად შერჩევითა და განხორციელებით.

საკონტროლო კითხვები:

1. რა შეიძლება გამოიწვიოს გარემოს მაქსიმალურმა დატვირთვამ?
2. რა არის ტერიტორიების გამტარობის პოტენციალი ანუ "გამტარუნარიანობა"?
3. რა არის "ხლვრული სიმჭიდროვე"?
4. დაასახელეთ და დაახასიათეთ გამტარუნარიანობის ფორმები.
5. რა კრიტერიუმებით ხდება ტერიტორიათა გამტარუნარიანობის შეფასება?
6. როგორ გამოითვლება გამტარუნარიანობა და რა უნდა იყოს გათვალისწინებული მისი გამოთვლისას?
7. რა მექანიზმები არსებობს ტერიტორიების გამტარობის პოტენციალის დასაცავად?
8. რა ნიშნებით ხასიათდება ტურისტული გამტარობის პოტენციალი და რა იწვევს მის ცვლილებას?
9. როგორია ტურისტული გამტარუნარიანობის თვითდამცავი შეზღუდვები?

2.5. ეკოტურიზმის ძირითადი მიმართულებები

ბევრ ქვეყანაში ორგანული კავშირი არსებობს ტურიზმსა და დაცული ტერიტორიების შექმნასთან დაკავშირებით. შერჩევის პროცესში უმთავრეს ფაქტორს მიმდებარე ტერიტორიის ტურისტული პოტენციალი წარმოადგენს. სტატისტიკის მიხედვით, სულ უფრო მეტი დამსვენებელი და ტურისტი ცდილობს ნახოს რაღაც ახალი ან დაისვენოს "ხელუხლებელ ბუნებაში". მათ ძალიან მოსწონთ, როდესაც მოგზაურობის დროს აწყდებიან სათავგადასავლო მომენტებს და დასვენება აქტიურად მიმდინარეობს. სწორედ ამ მოთხოვნების გათვალისწინებით ყველაზე საინტერესო პაკეტ-ტურებში შედის გართობის სხვადასხვა ფორმები: სპორტი და დასვენება, ველური ბუნების დათვალიერება, ადგილობრივი ადათ-წესების გაცნობა, ისტორიული ადგილების მონახულება, ულამაზესი ბუნების ფოტოგრაფირება და ჩახატვა, ეგზოტიკური კერძებისა და სასმელების დეგუსტაცია და, რაღა თქმა უნდა, აქტიური დასვენება წყალზე (ზღვები, ტბები, მდინარეები, აუზები, ჩანჩქერები) — ყოველივე ამას, უდიდესი მნიშვნელობა აქვს განსაკუთრებით ეკოტურიზმის მოყვარულთათვის.

გარეშე დიდ შანსს აძლევს ბუნების მოყვარულებს ეზიარონ ბუნების საოცრებებს და იმავდროულად იზრუნონ მასზე. ეკოტურისტები არიან ადამიანები, რომლებიც უპირატესობას ანიჭებენ სამეცნიერო, ბუნების მოყვარულთა, სათავგადასავლო, სპეციალიზებულ, სოფლის, ფერმერულ და აგროტურიზმს, წყლის ტრანსპორტზე დაფუძნებულ ტურიზმს, კემპინგების ბაზაზე და ქარავნებით მოგზაურობას. სხვა სიტყვებით, რომ ეთქვათ ტურიზმის ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი მიმართულება თამამად შეიძლება მივაკუთვნოთ ეკოტურიზმს.

1. **სამეცნიერო ტურიზმი.** სამეცნიერო ტურებით დაინტერესებული ტურისტები მონაწილეობას იღებენ ბუნების სხვადასხვა სახის კვლევებში და აკეთებენ საველე დაკვირვებებს. მაგალითად, ცნობილი ეკოტურები, რომლებიც დაკავშირებულია ლათინურ ამერიკაში ფრინველების ქცევებზე დაკვირვებასთან, წყნარ ოკეანეში ვეშაპების პოპულაციის რაოდენობის დათვლასთან და სხვა. როგორც

წესი, ტურისტულ დესტინაციებად, ასეთ შემთხვევებში, გვევლინება დაცული ტერიტორიები: ნაკრძალები, ეროვნული პარკები, ბუნებრივი ძეგლები. სამეცნიერო ტურიზმს მიეკუთვნება სამეცნიერო-კვლევითი ექსპედიციები და სტუდენტთა პრაქტიკული საველე გასვლები.

2. **"ბუნების მოყვარულთა ტურიზმი".** ქვეყნებში და რეგიონებში, სადაც დაინტერესებული არიან ტურიზმის მდგრადი განვითარებით, "ბუნების მოყვარულთა ტურიზმის" განვითარებას დიდი ყურადღება ექცევა. ეს არის ტურიზმის ისეთი სახეობა, რომლის კომპონენტების სრულად ჩამოთვლა ძალზე რთულია, ვინაიდან ის მოიცავს დასვენებისა და გართობის ფართო წრეს. ბუნების მოყვარულთა ტურიზმით დაინტერესებულნი შეიძლება იყვნენ ადამიანები — წყნარად მოსეირნენი ტყეებში ან მარჯნის რიფების სიამოვნებით დამთვალიერებელი აკვალანგისტები ან ფრინველების მოტრფიალენი და ა.შ. აქედან გამომდინარე, გასაკვირია არ არის, რომ ტურისტული ბაზრის ეს სექტორი გარეშის დაცვით იყოს დაინტერესებული.

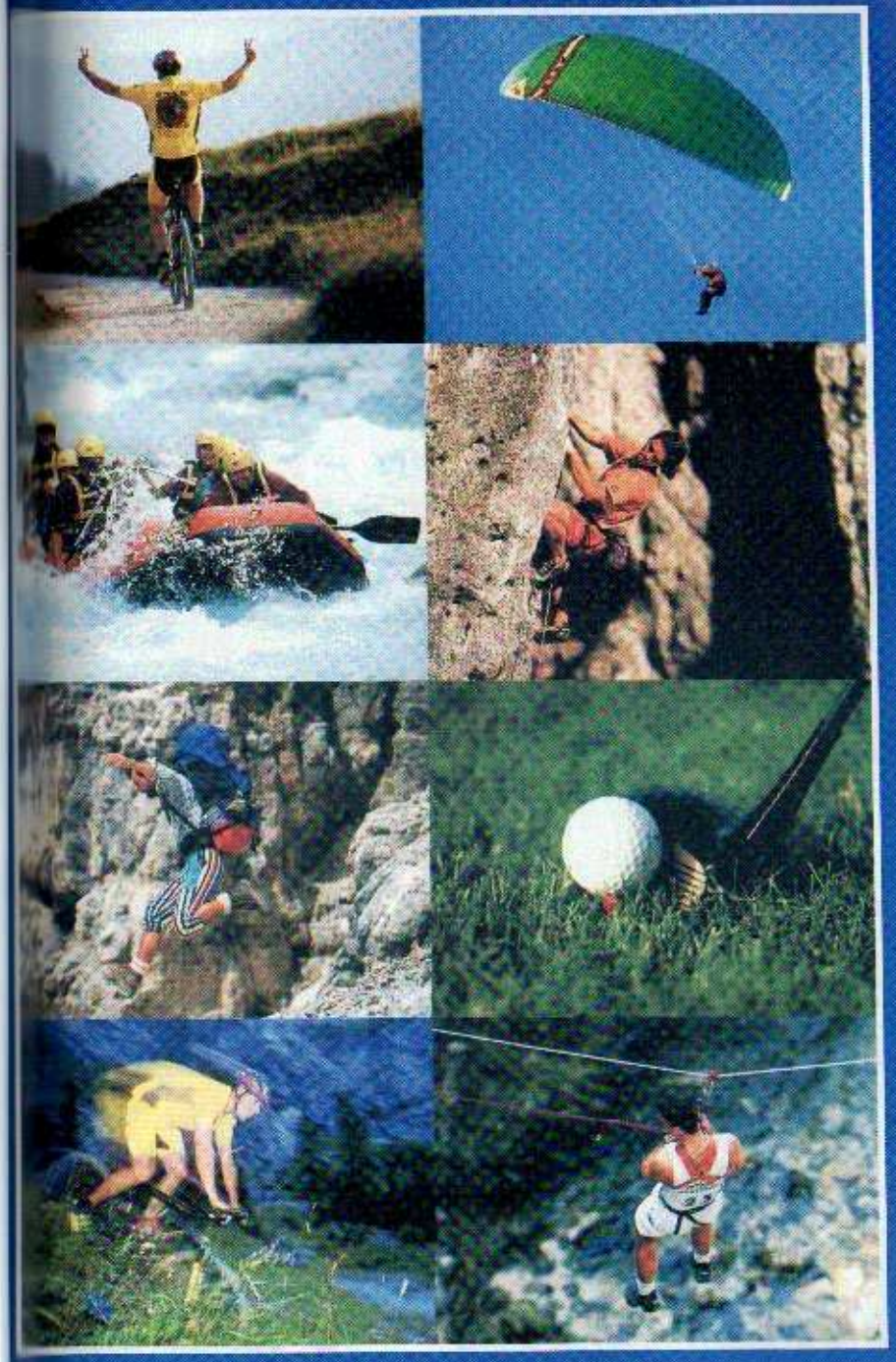
3. **ბუნების ისტორიის ტურები.** მოგზაურობის ეს მიმართულება დაკავშირებულია ადგილობრივი კულტურისა და გარეშის შეცნობასთან. როგორც წესი, ასეთი ტურები სპეციალურად მოწყობილ ბილიკებზე აერთიანებენ სასწავლო, სამეცნიერო-პოპულარულ და თემატურ ექსკურსიებს. ხშირად ასეთი მოგზაურობები ორგანიზებულია ნაკრძალებისა და ეროვნული პარკების ტერიტორიებზე. გერმანიაში ძალიან პოპულარულია სკოლის მოსწავლეთა ისეთი მოგზაურობები, რომლის დროსაც მასწავლებელი-გიდი მოსწავლეებს აცნობს ბუნებას და ესაუბრება მასზე უშუალოდ ბუნებაში. ეკოტურიზმის ეს სახეობა იმდენად პოპულარულია გერმანიაში, რომ მას "ეკოტურიზმის განვითარების გერმანულ მოდელს" უწოდებენ.

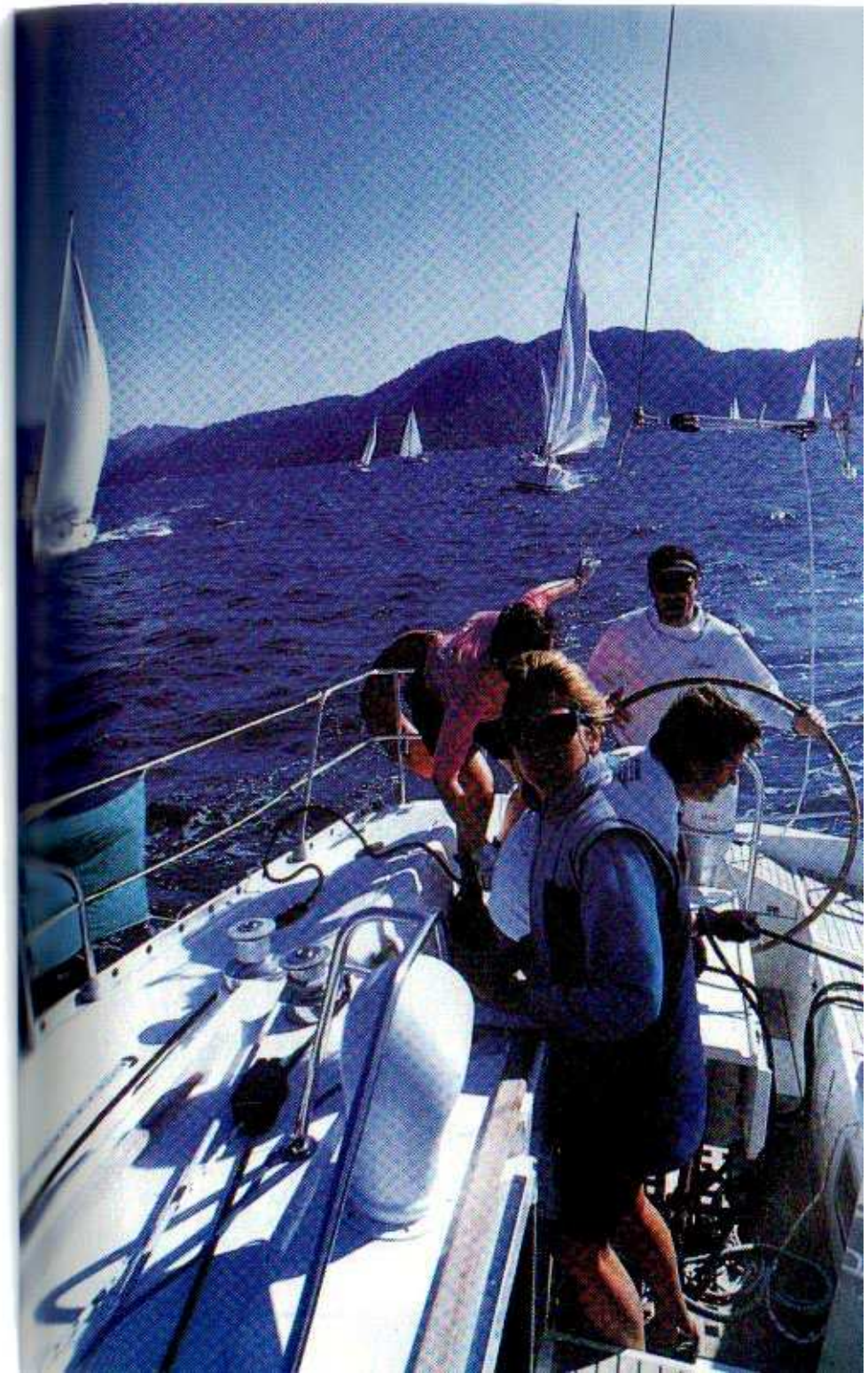
4. **სათავგადასავლო ტურიზმი** წარმოადგენს გასვლით გასართობ მოგზაურობას (ღონისძიებას), რომელიც ხორციელდება უჩვეულო, ეგზოტიკურ, შორეულ ან ველურ პირობებში (ბუნებაში). ასეთი მოგზაურობისას გამოიყენება ტრანსპორტირების არაორდინალური საშუალებები და დაკავშირებულია სუსტ ან ძლიერ ფიზიკურ დატვირთვასთან. სათავგადასავლო ტურისტული ღონისძიებები არის როგორც მარტივი, ასევე რთული. ეს დამოკიდებულია ტურ-

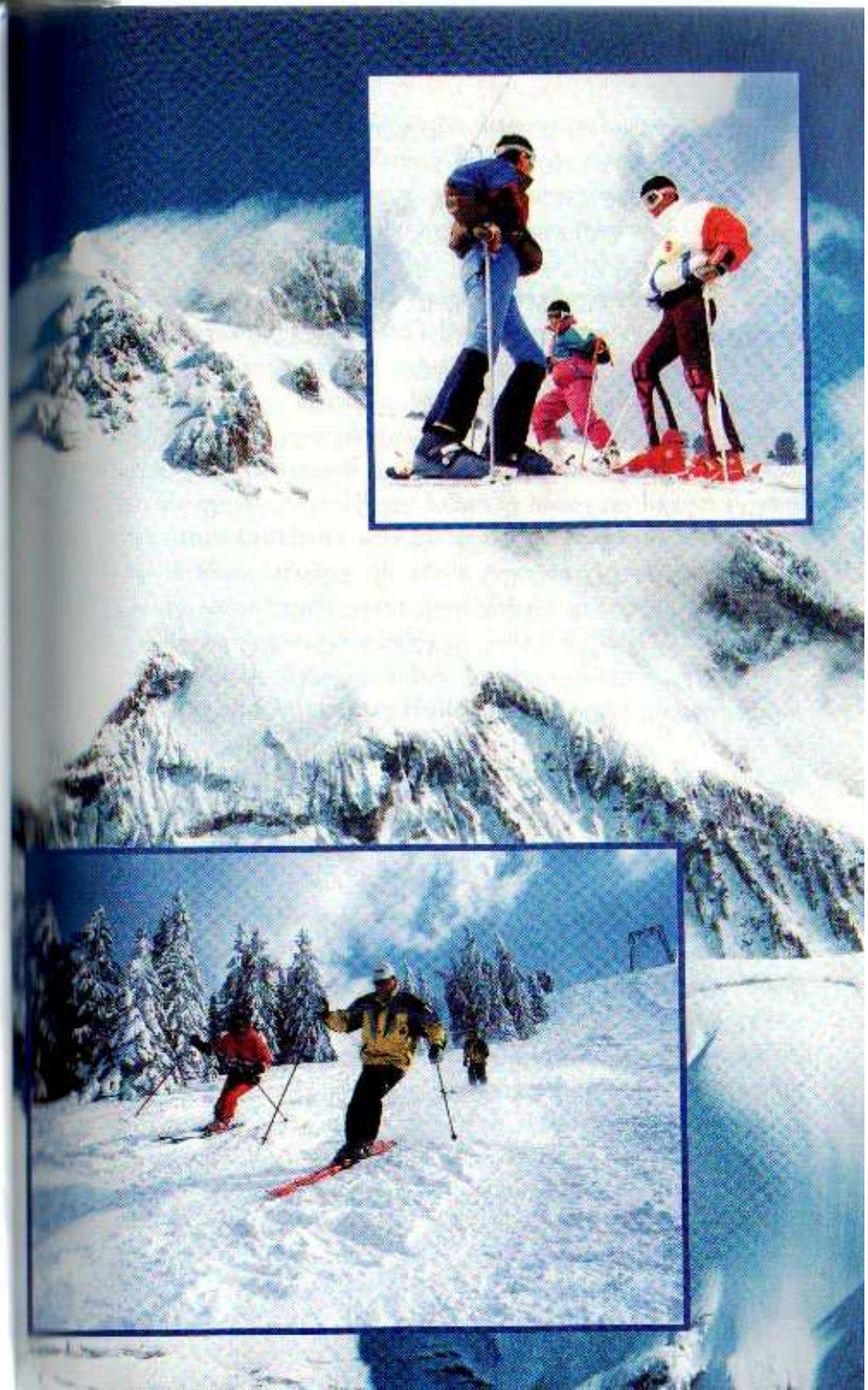
ისტის რისკზე და მის ფიზიკურ მომზადებაზე. მარტივი ანუ "სუსტი" ღონისძიებები საჭიროებს ნაკლებ ფიზიკურ დატვირთვას და ძალზე მცირე ან არავითარ რისკს. მაგალითად, ფრინველებზე დაკვირვება არის "სუსტი", მარტივი ღონისძიება. რთული ღონისძიება შესაბამისად მოითხოვს მაქსიმალურ ფიზიკურ გამძლეობას, ხშირად კი სპეციალურ მომზადებასაც, მაგალითად, ტიკით მოგზაურობა ჩქარ მდინარეებზე და მთამსვლელობა. ტურიზმის ეს მიმართულება ინფორმაციული, საინტერესო და უნიკალურია და გარეობის გარდა, ტურისტებს სთავაზობს მთელ რიგ საინტერესო ღონისძიებებს ბუნებრივ გარემოში. ასეთი მოგზაურობა შეიძლება გაგრძელდეს ნახევარი ან მთელი დღე, ექსკურსია – შაბათი-კვირა ან უფრო მეტხანს; ექსპედიცია კი – რამდენიმე კვირა. მოგზაურობა შეიძლება ერთი ღონისძიებით შემოიფარგლოს (მაგალითად, მთამსვლელობა) ან რამდენიმე ღონისძიების კომბინაციით (ლაშქრობა, ფრინველებზე დაკვირვება, კანოე, ტრეკინგი, რაფტინგი და სხვა).

ტურიზმის ეს მიმართულება ბუნებაში აქტიური საშუალებებით გადადგილებასა და დასვენების ყველა სახეობას აერთიანებს (outdoor), ასეთი მოგზაურობის მიზანია ახალი შთაბეჭდილებები, განცდები, ტურისტთა ფიზიკური ფორმისა და სპორტული მიღწევების გაუმჯობესება. აქ შედის ტურიზმის სპორტული სახეობები, როგორებიცაა: ალპინიზმი, სპელეოტურიზმი, სამთო და ფეხით მოსიარულეთა ტურიზმი, საწყლოსნო, სათხილამურო და სამთო-სათხილამურო ტურიზმი, კანიონინგი, საცხენოსნო ტურიზმი, მაუნთბაიკინგი, დაივინგი, პარაპლანერიზმი და სხვა (იხ. ტურისტულ ტერმინთა განმარტებითი ლექსიკონი). ტურიზმის ამ სახეობიდან ბევრი მიმართულება ახალი წარმოშობისაა და იმის გამო, რომ მაღალ რისკთანაა დაკავშირებული, ითვლება ექსპერიმენტულ სახეობებად. ტურისტულ ბაზარზე, ტურიზმის ეს მიმართულება ყველაზე სწრაფად განვითარებადი, მაღალშემოსავლიანი და ძვირად ღირებულია.

"სათავგადასავლო ტურიზმს", იმისდა მიუხედავად, რომ იგი ეკოტურიზმის ერთ-ერთ მიმართულებად შეიძლება განვიხილოთ, ხშირად ბუნების მიმართ "მძიმე ტურიზმსაც" უწოდებენ, რადგან ამ სახეობით დაინტერესებული ტურისტების მოტივაცია აჭარ-







ბებს გარემოს დაცვისადმი ინტერესს. სათავგადასავლო ტურიზმი, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ხშირად მოიაზრება როგორც აქტიური ტურიზმი, როდესაც ტურისტები გადაადგილდებიან ე.წ. აქტიური საშუალებებით (ფეხით, ველოსიპედით, ნავით, ტივით და ა.შ.), მაგრამ ეს ასე არ არის.

სათავგადასავლო ტურიზმი შეიცავს მოგზაურობის ისეთ სახეებს, რომლებიც არ გულისხმობს აქტიურ გადაადგილებას. მაგალითად, ჯიპინგი – მოგზაურობა ავტომობილებით ძნელად გასავლელ გზებზე, ან ბეისი – ხტომები საფრენაპარატებიანი სპეციალური პარაშუტებით სალი კლდეებიდან, მაღალი ნაგებობის ობიექტებიდან (ხიდებიდან, ტელეანძებიდან და ა.შ.) ან წყლის სიღრმეში ყვინთვა.

დღეს მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე სათავგადასავლო ტურიზმი (**adventure tourism**) არა მხოლოდ მოგზაურობაა თავგადასავლების მიზნით, არამედ ეს არის ტურები ტურისტებისათვის უჩვეულო და არაორდინალური ელემენტებით. მაგალითად, წამყვანი ინგლისური ტუროპერატორული კომპანია "**EXODUS**" ტურისტებს სთავაზობს შემდეგი სახის სათავგადასავლო ტურებს:

Discovery and Adventure Holiday – აქტიური გადაადგილება მსოფლიოს ნებისმიერ რეგიონში;

European Destinations – იაფი, ხანმოკლე ტურები ევროპის ქვეყნების დაცულ ტერიტორიებზე ველოსიპედებით ან ფეხით;

Walking and trekking – სათავგადასავლო ტურიზმის ძირითადი სახეობაა. ეს არის სპეციალურ ეკოლოგიურ ბილიკებზე, ტვირთის გარეშე, ფეხით მოგზაურობა (ტურისტის ტვირთი გადაატანთ სპეციალური მზიდავის ან ტრანსპორტის საშუალებით);

Multi Activity Holidays – ერთკვირიანი მოგზაურობა მძიმე ფიზიკური დატვირთვებით, რომელიც შეიცავს რაფტინგს, კანიონინგს, სპელეოტურიზმს, კლდეზე ცოცვას, თევზაობას და ჯიპინგს;

Overland – მოგზაურობა მიმდინარეობს ძნელად გასავლელ გზებზე, საცხოვრებლად მოსახერხებელი შესაძლებლობების მქონე, გადაკეთებული სატვირთო ავტომობილებით. როგორც წესი, ტური განსაზღვრულია თბილ ქვეყნებში სამოგზაუროდ (აფრიკა, სამხრეთ ამერიკა, სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზია), ამასთან ერთად ტურისტები

მოგზაურობენ ერთდროულად რამდენიმე ქვეყანაში.

გერმანულ ტუროპერატორულ კომპანიათა გამოკვლევებზე დაყრდნობით (**BASTA, Koln** და ა.შ.) გერმანიაში ყოველწლიურად იყიდება ეგზოტიკურ ქვეყნებში სამოგზაურო, დაახლოებით 50 000 სამოგზაურო პაკეტი. მოგზაურთა ასაკი მერყეობს 35-50 წლამდე, ისინი ძირითადად მაღალი შემოსავლების ადამიანები არიან. აქედან საწყლოსნო ტურიზმის მოყვარულნი ნაკლებად ორგანიზებულ ტურისტთა ჯგუფს მიეკუთვნებიან, რადგან ისინი ძირითადად დამოუკიდებლად მოგზაურობენ. მკვლევართა შეფასებით გერმანიაში ყოველწლიურად იყიდება 100 000 სპორტული ორიენტაციის სამოგზაურო პაკეტი (ინდივიდუალურ მოგზაურთა გარეშე). მათ შორის 30 000 – 40 000 სარგებლობს ორგანიზებული აქტიური, სპორტული ხასიათის, ტურებით.

გერმანიაში საცხენოსნო ტურები განსაკუთრებით პოპულარულია, თუმცა მოყვარულთა შორის ორგანიზებული ტურებით მხოლოდ 10 000 კაცი სარგებლობს. მოგზაურობის ხანგრძლივობა ასეთი ტურების დროს 8-10 დღეა. ტურისტთა საშუალო დღიური დანახარჯი 60 აშშ დოლარს შეადგენს. ასეთი ტურები, როგორც წესი, მოითხოვს მაღალი დონის სამაშველო სერვისსა და გადაუდებელი სამედიცინო დახმარების სამსახურს, რომლებსაც შეუძლიათ მოგზაურობის რისკის მიუხედავად, უზრუნველყონ ტურისტთა უსაფრთხოების შესაბამისი ნორმები. საცხენოსნო ტურების მომხმარებლები მეტად მომთხოვნი არიან სერვისის მიმართ (უპირველეს ყოვლისა ცხენებისა და საცხოვრებელი პირობების მიმართ). აღსანიშნავია, რომ ტურისტთა შორის უმეტესობა ქალებია. ამ ტიპის მოგზაურობები განმეორების მაღალი კოეფიციენტით ხასიათდება. (TACIS, ტექნიკური რეპორტი, 2001)

5. **ტურიზმი კემპინგებში და ქარავნებით** დიდი პოპულარობით სარგებლობს, როგორც თავგადასავლების მოყვარულ, ასევე გარემოს დაცვით დაინტერესებულ ტურისტთა შორის. ტურიზმის ამ სახეობიდან ადგილობრივმა მოსახლეობამ შემოსავლები შეიძლება კემპინგებისა და ქარავნებისათვის გასაჩერებელი ადგილების გაქირავებით, ასევე პირველი მოხმარების საგნებისა და

საჭირო რეწვის ნიმუშების გაყიდვით მიიღონ. კემპინგები და ქარავნები განლაგებული უნდა იყოს შესაბამის ადგილებზე და იდეალურად ეწერებოდეს მიმზიდველ გარემოში და, რა თქმა უნდა, უზრუნველყოფილი უნდა იყოს შესაბამისი ინფრასტრუქტურით.

6. **მოგზაურობა ბუნებრივ რეზერვატებსა და დაცულ ტერიტორიებზე.** დაცულ ტერიტორიებზე არსებული უნიკალური და ეგზოტიკური ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობები ბევრ ტურისტს იზიდავს. მაგალითად, ლათინურ ამერიკაში მოგზაურ ტურისტთა 48%-ის მიზანი ბუნებრივ რეზერვატებში მოგზაურობაა. მრავალი ეროვნული პარკის დირექცია, ტურისტების მიზიდვის მიზნით, ცდილობს ეკოლოგიური ექსკურსიები ნამდვილ სანახაობად გადაქცეიოს. მაგალითად, ამერიკის შეერთებული შტატების იელოსტოუნის ეროვნულ პარკში ექსკურსიები გათვლილია წუთებით და დაკავშირებულია იმ პერიოდთან, როდესაც ხდება გეიზერების გააქტიურება. ძალიან ხშირად ბუნების ობიექტების ჩვენება, განსაკუთრებით კი გამოქვაბულებში, ფერადი განათებებისა და მუსიკის თანხლებით მიმდინარეობს, აქვე იდგმება თეატრალური წარმოდგენები ბორიგენთა ცხოვრებაზე. ეკო ტურიზმის ეს სახეობა განსაკუთრებით გავრცელებულია ავსტრალიაში, ამიტომ ხშირად მას "ეკოტურიზმის განვითარების ავსტრალიურ მოდელთან" აიგივებენ.

7. **აგროტურიზმის** იდეა გაჩნდა რამდენიმე წლის წინ ესპანეთსა და იტალიაში, სადაც ტურიზმის ამ სახეობის განვითარებისათვის შესაბამისი საკანონმდებლო ბაზაც კი მომზადდა. აგროტურიზმისათვის ტურისტული პროდუქტის საფუძველს სხვადასხვა დონის ფერმერული მეურნეობები ქმნიან. ესპანელი და იტალიელი სპეციალისტების განსაზღვრებით, ფერმერული მეურნეობა, რომელიც ღებულობს სტუმრებს ანუ ტურისტებს, უნდა მდებარეობდეს ეკოლოგიურად სუფთა გარემოში, ღამაზ ბუნებაში, მიმდებარე ტერიტორიებზე უნდა იყოს კულტურულ-ისტორიული ძეგლები, მისასვლელი გზები და შესაბამის ტერიტორიაზე იწარმოებოდეს სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის მინიმუმ 40% და შენარჩუნებული იყოს მეურნეობის ტრადიციული ტექნოლოგიები. სოფლად აგროტურიზმის განვითარებისათვის არანაკლებ მნიშ-

ვნელოვანია ადგილობრივი მოსახლეობის პროფესიული მომზადება და ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის შესწავლა.

სქემა

რა შეიძლება მისცეს ტურიზმმა სოფლის მეურნეობას და მთლიანად სოფელს	რა შეძლია გააკეთოს სოფლის მეურნეობამ ტურიზმისათვის
– სოფლის ინფრასტრუქტურის განვითარება, – სოფლის ეკონომიკური განვითარება, – მოსახლეობის ეკოლოგიური და სოციალურ-კულტურული თვითშეგნების ამაღლება, – ეროვნული მემკვიდრეობის შენარჩუნება, – სიღარიბის დაძლევა, – ხალხური რეწვის განვითარება, – ძველი ტრადიციების შენარჩუნება	– ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების მიწოდება, – რეკრეაცია (სულიერი და ფიზიკური ძალების აღდგენა), – ტურიზმის სხვადასხვა სახეობების განვითარების შესაძლებლობა

ეკო ტურიზმის ეს სახეობა დიდი პოპულარობით სარგებლობს საფრანგეთშიც. ქალაქში მცხოვრები ფრანგებისა და მათი ევროპელი მეზობლების ახალი გატაცებაა დასვენება და არდადეგების გატარება სხვადასხვა წარმოშობისა და ტრადიციების სოფლებში. თავისი სივრცით, პეიზაჟის მრავალფეროვნებით, წარმომაღლობისა და ტრადიციების სიმდიდრით ფრანგული სოფელი ძალზე მიმზიდველია. ზემოთქმულს ემატება კარგად განვითარებული სატრანსპორტო და საკომუნიკაციო სისტემები, გლეხების სტუმართმოყვარეობა, კვების პროდუქტების მაღალი ხარისხი და სასმელების მრავალფეროვნება (ფერმერთა პროდუქცია ხასიათდება ორი ძირითადი თვისებით: ნატურალურობა და გემო), ასევე ადგილობრივი ფესტივალების სიუხვე, შინარეწვისა და ხელოსნობის ნიმუშები და სოფლური ცხოვრება სხვადასხვა შთამბეჭდავი ასპექტებით. შესაბამის ფრანგულ ლიტერატურაში აღნიშნული ტურიზმი მოიხსენიება სხვადასხვაგვარად: "აგროტურიზმი", "მწვანე ტურიზმი", "სოფლის ტურიზმი" და სხვა.

საფრანგეთში აგროტურიზმის მოყვარულ ტურისტთა მოთხოვნების საპასუხოდ არსებობს შესაბამისი შეთავაზება განთავსების საშუალებებზე, კერძოდ სახეობების მიხედვით: 50 000 – სოფლური საცხოვრებელი, 4 500 – სოფლის სასტუმრო, 22 000 – ოჯახლისიანი ოთახი, 2 500 – კემპინგი, 1 200 – ეტაპური საცხოვრებელი, 1 000 – ფუფუნებიანი საცხოვრებელი (სასახლეები, ციხესიმაგრეები და სხვა.) (ჯ. უოკერი, 1999).

საფრანგეთში აგროტურიზმით დაინტერესებულია ფერმერთა 2% და მათ რაოდენობას აქვს ზრდის დინამიკა, რაც ცხადია, გამოწვეულია თავად აგროტურიზმის ზრდადი პოპულარობით.

8. ფერმერული და სასოფლო ტურიზმი – რიგ ევროპულ ქვეყნებში დიდი პოპულარობით სარგებლობს. ტურიზმის ეს სახეობა თავისი პროდუქტით თითქმის იდენტურია "აგროტურიზმისა", რომლის მონაწილენი განთავსების საშუალებებად იყენებენ ფერმების, რანჩოებისა და პლანტაციების ტერიტორიებს ან ცალკე კერძო სახლებს. ზოგიერთი ფერმერი თავის ტერიტორიაზე აწყობს კემპინგებს და ტურისტებს აძლევს თევზაობის ან ნადირობის საშუალებას. ფერმის საბაზო ადგილად გამოყენებით კი ტურისტებს შეუძლიათ მთელი რაიონის მასშტაბით გადაადგილდნენ, რათა მოგზაურობით მიიღონ მეტი შთაბეჭდილება და დასვენება უფრო აქტიური და შინაარსიანი გახადონ.

ტურიზმის ამ სახეობის მოყვარულ ტურისტთა მოტივაციებია: ბუნებასთან განმარტოება, სუფთა ჰაერი, ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტები (იხ. დანართი), მდგომარეობის ცვლილება, ადამიანთა ნაკლები რაოდენობა, ცხოვრების სხვა განრიგი და კულტურა და რაც არანაკლებ მიმზიდველია – ტურის იაფი ფასი. ქალაქიდან ჩასულ ადამიანებს სოფელში მცირე დროით ცხოვრება, ანუ ცხოვრების სტილის კარდინალური ცვლილება უხსნის სტრესს, რაც მათ მთელი წელი ქალაქის პირობებში დაძაბული ცხოვრებითა და მუშაობით დაუგროვდათ. ასეთი დასვენებით ისინი იუმჯობესებენ ჯანმრთელობას და იღებენ ფსიქოლოგიურ განტვირთვას.

საკონტროლო კითხვები:

1. რა არის ბუნებით დაინტერესებულ ტურისტთა მოგზაურობის მოტივაციები?
2. ტურიზმის რა სახეობები შეიძლება განვითარდეს დაცულ ტერიტორიებზე?
3. ტურიზმის რა სახეობები შეიძლება მივაკუთვნოთ "ეკოტურიზმს"?
3. დაახასიათეთ ეკოტურიზმის მიმართულებები.

თავი III

ეკოტურიზმის დაგეგმვა და მართვა

3.1 ტურიზმის ეკონომიკა დაცულ ტერიტორიებში

ტურიზმის ეკონომიკა არის ტურიზმის სფეროში წარმოებისა და მოხმარების პროცესში წარმოშობილ ურთიერთობათა სისტემა (ი. ბალაბანოვი 2003). იგი მრავალმხრივი ეკონომიკური საქმიანობაა, როგორც ტურიზმის ორგანიზატორებისათვის, ასევე მომხმარებლებისათვის – ტურისტებისათვის.

ტურისტების ნაკადების მიზიდვის იდეის განსახორციელებლად შესწავლილ უნდა იქნას, როგორც ტურისტული რესურსები და პოტენციალი, ასევე მოსახლეობის იმ ნაწილის პრობლემები და მოთხოვნილებები, რომლებმაც უნდა შეძლონ ტურისტთა მიღება. შესწავლის პროცესში არ შეიძლება სამოგზაურო ტერიტორიის ეკოლოგიური მდგომარეობის უგულებელყოფა, რადგან ტურისტული საქმიანობა არ იქნება ეკონომიკურად მომგებიანი, თუ იგი უარყოფით ზეგავლენას ახდენს მიმღები ქვეყნის ეკოლოგიასა და საზოგადოებაზე (მ. ბირჟაკოვი, 2003).

ტურიზმში, ეკოლოგია და ეკონომიკა არ უნდა განიხილებოდეს, როგორც ურთიერთსაწინააღმდეგო ფაქტორები. ტურიზმისა და ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისათვის საჭიროა ეკოსისტემის შენახვა-შენარჩუნების ღონისძიებები. სხვა სიტყვებით ეკოსისტემის შენახვის გრძელვადიანი ეკონომიკური მოგება (შემოსავალი), როგორც წესი, უნდა აღემატებოდეს დანახარჯს. შედეგად გვაქვს ეკონომიკური თვალსაზრისით საღი გარემოსდაცვითი პოლიტიკა, რადგან ის იძლევა ბუნებრივი რესურსებიდან მაღალ შემოსავალს და დანაზოგს დაცვის ღონისძიებებისათვის. ასეთია ეკოლოგიური (მწვანე) ეკონომიკის ძირითადი პრინციპები.

შედარებით განსხვავებულია მოკლევადიან პერსპექტივაში დანახარჯებისა და მოგების ურთიერთშეფარდება (მაგალითად, ენერგოეფექტურობა პირდაპირ იძლევა ეკოლოგიურ და ეკონომიკურ მოგებას). ეროვნული პარკებისა და შესაბამისი ეკოსისტემის დაცვა ხშირად იძლევა დაუყოვნებელ მოგებას, რომელიც აღემატება გაწეულ დანახარჯებს, იმ გადასახადების ფორმით, რომელსაც ტურისტები

იხდიან ველური ბუნების დათვალიერებისათვის (მაგალითად, აღმოსავლეთ აფრიკის ეროვნულ პარკებში).

მოკლევადიანი ეკონომიკური მოგება მცირეა ბუნებისა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის თვალსაზრისით. მოკლევადიანი მოგების ძიებამ, როდესაც ტურისტული საქმიანობა ზიანს აყენებს გარემოს, შესაძლებელია ძირი გამოუთხაროს ეკოსისტემების გრძელვადიანი რეგენერაციის შესაძლებლობებს და ამგვარად, გამოიწვიოს ცხოვრების დონისა და ხარისხის გაუარესება მომავალში. ეს კარგად ჩანს მსოფლიოში თევზის რეწვის მეურნეობის მაგალითზე: პრობლემა არ წარმოიქმნება მანამ, სანამ საზღვაო ეკოსისტემა იძლევა თევზჭერის შესაძლებლობებს. მაგრამ, საკმარისია თევზჭერამ დასაშვებ ზღვარს გადააჭარბოს, რომ თევზი შემცირდება, რაც, მოთხოვნა-მიწოდების კანონზომიერების თანახმად, გამოიწვევს შესაბამისი პროდუქტის გაძვირებას. ეს კი თავის მხრივ იწვევს არასეზონური თევზჭერის გაზრდას, როდესაც ბიოლოგიური სისტემის შესაძლებლობები შემცირებულია. ეს მაგალითი ასახავს იმ საშუალო და გრძელვადიან შედეგებს, რაც ახასიათებს ტურისტული მიზნებისათვის ნებისმიერი რესურსების გამოყენებას, ბუნებრივი გარემოს სარგებლობის ჩათვლით.

ამგვარად, მოკლე და, ზოგიერთ შემთხვევაში, საშუალოვადიანი საღი ეკოლოგიური პოლიტიკა შესაძლებელია დაკავშირებული იყოს მიმდინარე შემოსავლების (მოგების) კარგვასა და პირველადი ხარჯების გაზრდასთან, რომლებიც აღემატება მოგებას.

გარემოსდაცვითი მოგება-დანახარჯის ანალიზს ართულებს ის ფაქტი, რომ გარემოს გამოყენებაზე გადასახადი არარეალურად დაბალია, ტურიზმის შემთხვევაში კი გადასახადი თითქმის არ უიგნორირებს. ბუნებრივი რესურსები, ტურიზმის რესურსების ჩათვლით, ითვლება "ზეციურ საჩუქრად" ფასის აღმნიშვნელი ეტიკეტის გარეშე. ასეთი მიდგომის სტიქიური შედეგები კარგად ჩანს ყოფილი კომუნისტური ქვეყნების მაგალითზე: ბუნებრივი რესურსები განიავდა და უზომოდ გაიზარდა დაბინძურების ხარისხი. თუმცა არც განვითარებულ ქვეყნებშია კარგი მდგომარეობა. მაგალითად, ევროკავშირის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების ფასების სუბ-

სიდირება ზიანს აყენებს გარემოს, ახორციელებს რა მოსავლის რაოდენობის გაზრდის სტიმულირებას, რისთვისაც იყენებს გარემოსთვის საზიანო სასუქებს და აფართოებს სავარგულებს (კულტივირებულ ფართობს) ტყიანი, ჭაობიანი და მარგინალური მიწების (რომელთა დამუშავება ანაზღაურებადი თითქმის არ არის) ხარჯზე. ეს ტერიტორიები ფაქტობრივად უნდა გამოიყენონ სულ სხვა მიზნებისათვის, მათ შორის რეკრეაციული მიზნით. თუ რესურსების ასეთი არასწორი განაწილება შემცირდება, ტურიზმსა და რეკრეაციასაც ექნება სარგებელი.

ბუნებრივი რესურსებისადმი, როგორც „უფასო საჩუქრისადმი" მიდგომა და ეკონომიკურ გაანგარიშებებში მისი გაუთვალისწინებლობა „საშიშ ასიმეტრიას" ქმნის. ეკონომიკურ გაანგარიშებებში ბუნებრივ რესურსებზე გასაწევი ხარჯების გათვალისწინების გარდა (გარემოს დაზიანების აღკვეთისა და/ან შემცირების მიმართულებით, ფასდაკლების დაბალი ტარიფის გამოყენების გზით), მიზანშეწონილია ეკოლოგიური ხარჯებისადმი სპეციალური რეჟიმი გამოიყენებოდეს. შეუძლებელია დოლარით შეფასოთ ჯანსაღი ეკოსისტემების, ლამაზი ხედების, სუფთა წყლის ესთეტიკური თუ რეკრეაციული ღირებულება. გარკვეული ეკოლოგიური ხასიათის არასწორი გადაწყვეტილებების შედეგები გამოუსწორებელია. შესაძლებელია დაბინძურებული მდინარის გაწმენდა, მაგრამ შეუძლებელია გადაშენებული სახეობის აღდგენა. მიღებულმა ეკოლოგიურმა გადაწყვეტილებებმა შესაძლებელია დაუყოვნებლივ შეაჩეროს საშიშროება, რომელიც შეიძლება გამოჩნდეს შორეულ მომავალში, მაგალითად, გლობალური დათბობა, ან სტრატოსფეროს ოზონის ფენის გათხელება; არასწორი ეკოლოგიური გადაწყვეტილებები ხშირად ხდება ხარჯებსა და შემოსავალს შორის დიდი განსხვავების მიზეზი; სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, დღევანდელი თაობა ფარავს ხარჯებს და მომავალი თაობა იმკის მოსავალს (იღებს მოგებას).

ყველა ეს პრობლემა განსაზღვრავს ეკოლოგიურ მოგება-დანახარჯის ღირებულებას და წარმოაჩენს ეკოლოგიური გადაწყვეტილებებისა და დასკვნების პოლიტიკურ ხასიათს. ეს ღირებულება

მოიცავს ისეთ არამატერიალურ ფაქტორებსაც, როგორიც არის ცხოვრებისა და გართობა-დასვენების დონე და ბოლოს, კაცობრიობის გადარჩენაც კი.

ამ სირთულეების მიუხედავად, სამეცნიერო და პოლიტიკურ წრეებში საყოველთაოდ აღიარებულია, რომ ეკოლოგიური გადასახადები უნდა გადახადონ არა მარტო მათ, ვინც იყენებს რესურსებს, არამედ შემდეგი კატეგორიის ეკოდამრღვევებმაც (დამნაშავეებმაც):

1. ვინც აბინძურებენ გარემოს (მომწამლავი ნივთიერების მოცულობის მიხედვით);
2. მავნე ნარჩენების მწარმოებლებმა (ნარჩენების მოცულობისა და ტიპის მიხედვით);
3. ვინც ამახინჯებს გარემოს ვიზუალურ სახეს.

ეს ყოველივე გულისხმობს ფინანსური ინსტრუმენტების გამოყენებას ეკოლოგიური დეგრადაციის წინააღმდეგ ბრძოლაში. ამგვარად, ეკოლოგიური გადასახადები დაბინძურებისა და ნარჩენების მოცულობის პროპორციული უნდა იყოს. მას კანონისა და წესების დამრღვევთათვის ჯარიმის სახე უნდა ჰქონდეს.

სუფთა და მწვანე გარემოს შენარჩუნებისათვის შეიძლება დაწესდეს შემდეგი სახის სპეციალური გადასახადები: ქალაქურ დასახლებაში შემავალ ავტომობილებზე, სატრანსპორტო საცობებზე, ხმაურიან თვითმფრინავებზე, საწვავზე, ჰაერის დაბინძურებაზე, რაც საზიანო გამონაბოლქვის მოცულობის ზრდასთან ერთად პროგრესულად იზრდება, მუნიციპალური გადასახადები, რომელიც განისაზღვრება ნარჩენების მოცულობით და სხვ. ეს ღონისძიებები უნდა განხორციელდეს, როგორც ტურისტული და რეკრეაციული საწარმოების (ავიახაზები და სასტუმროები), ასევე ინდივიდუალური ტურისტების მიმართაც.

„მწვანე რეჟიმისათვის" საგადასახადო სტიმულები იძლევა ეკონომიკურ სარგებელს მაშინ, როდესაც ბაზარზე დამყარებული გარემოს დაცვის ხელშემშლელი ფაქტორები განსაზღვრავენ საქონლისა და მომსახურების ეკოლოგიურ, სოციალურ და ეკონომიკურ ღირებულებას, რაც ემატება მათ საბაზრო ფასს. ფაქტიურად, ეს არის ეკოლოგიურ პოლიტიკაში ეკონომიკის სრული ინტეგრაცია

ანუ ბაზარზე დამყარებული ჭეშმარიტი "მწვანე ეკონომიკა".

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მონაცემებით, 1993 წელს ეკოტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები მსოფლიო ტურიზმის შემოსავლების 7%-ს შეადგენდა. სპეციალისტების გამოთვლით მსოფლიოს საერთაშორისო ტურისტების 40-დან 60%-ი ეკოტურისტები არიან, რომელთაგან 20-40%-ის მოგზაურობის მოტივაცია ველური ბუნების ნახვაა. ეკოტურიზმით დაინტერესებულ ტურისტთა ყველაზე დიდი მაჩვენებელი კი აზიისა და წყნარი ოკეანის ტურისტულ რეგიონებს აქვთ.

აშშ-ის მოგზაურობის საინფორმაციო ცენტრის მონაცემებით მოგზაურ ამერიკელთა 7%-ზე მეტი (დაახლოებით 8 მლნ ადამიანი) ერთხელ მაინც იყვნენ ეკოტურიზმის მონაწილენი და 30%-ზეტი (დაახლოებით 35 მლნ ადამიანი) აპირებს უახლოეს სამ წელიწადში განახორციელონ ასეთი სახის მოგზაურობა. ასეთი გამოთვლებით დაახლოებით 43 მლნ ამერიკელი შეიძლება მივაკუთვნოთ ეკოტურისტთა კატეგორიას. აშშ-ში ჩატარებულმა გამოკვლევებმა ცხადყო, რომ ტურისტთა 77%-ს ერთხელ მაინც დაუკავშირებია თავისი შვებულების გატარება ბუნებასთან, თავგადასავლებთან და სხვა ხალხების კულტურის შესწავლასთან. მაგალითად, აშშ-ში რეინერის მთას წელიწადში 10 000-ზე მეტი ტურისტი ნახულობს. 1994 წელს 54 მლნ-მა ამერიკელმა მიიღო მონაწილეობა ფრინველებზე დაკვირვებაში, რაც 157%-იანი ზრდაა 1982-1983 წელთან შედარებით. აშშ-ი დაცულ ტერიტორიებზე მოგზაურობიდან ღებულობს 14,2 მლრდ აშშ-ის დოლარის ერთობლივ შემოსავალს და უზრუნველყოფს 300 ათას თავის მოქალაქეს პირდაპირ, თუ არაპირდაპირ ტურიზმთან დაკავშირებული სამუშაო ადგილებით.

მსოფლიო ეკოტურიზმის ბაზრის შემოსვლების ზრდის დინამიკა (მლნ ადამიანი)

მაჩვენებლები	1988	1994
შემოსვლების საერთო რაოდენობა	393	528,4
შემოსვლები ეკოტურიზმის დესტინაციებში	157	211
ველურ ბუნებაზე ორიენტირებულ ეკოტურისტთა შემოსვლები	79	106

შენიშვნა: ტურისტული შემოსვლები ანუ ქვეყანაში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა გაიანგარიშება მათი ქვეყანაში შემოსვლისა და ტურისტად დარეგისტრირების რაოდენობის მიხედვით (arivals)

ეკოტურიზმიდან შემოსავლების ზრდის დინამიკა (მლრდ აშშ დოლარი)

მაჩვენებლები	1988	1994
შემოსავლები საერთო შემოსვლებიდან	388	416
ეკოტურიზმის დესტინაციებიდან მიღებული შემოსავლები	93	166
ველურ ბუნებაზე ორიენტირებულ ეკოტურისტთა შემოსვლებიდან მიღებული შემოსავლები	47	83

წყარო: ვ. ხრაბოვჩენკო, „ეკოლოგიური ტურიზმი", მოსკოვი, 2003

ნეპალში 1980-1991 წლებში ტრეკინგის ტურებში მონაწილე ტურისტთა რიცხვი 255%-ზე მეტით გაიზარდა. მაგალითად, 2000 წლის გაზაფხულზე ევერესტის მიდამოებში იმყოფებოდა 50 საერთაშორისო ექსპედიცია. ყოველწლიურად ნეპალი ეკოტურიზმიდან ღებულობს 200 მლნ აშშ დოლარს.

კოსტა-რიკაში, რომელიც მსოფლიოში ეკოტურისტთა ლიდერ ქვეყნად ითვლება, ყოველწლიურად შემოსულ ეკოტურისტთა რიცხვი 700 ათასით იზრდება, ხოლო ქვეყანაში შემოსული ტუ-

რისტების 66%-ზე მეტი მოგზაურობს დაცულ ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებში. ჰონდურასში ეკოტურისტთა რიცხვი ყოველ წლიურად 13-15%-ით მატულობს. კენიაში შემოსულ ტურისტთა 80%-ის მოგზაურობის მოტივაცია ბუნებრივი ტურისტული რესურსების დათვალიერებაა (ნ. ხრაბოვჩენკო, 2003).

საერთაშორისო მოგზაურობების დინამიკის ანალიზიდან გამომდინარე, მტო-ს პროგნოზების ("Tourism Vizion 2020") მიხედვით 2020 წელს ტურისტული მოგზაურობების რიცხვი 2000 წელთან შედარებით 1,6 მილიარდამდე გაიზრდება. საერთაშორისო მოგზაურთა რაოდენობა 2000 წელს შეადგენდა 702 მლნ-ს, 2010 წლისათვის იგი მიაღწევს 1.018 მლრდ-ს, ხოლო 2020 წლისათვის კი 1,6 მლრდ-მდე გაიზრდება. ეს 3-ჯერ მეტია ვიდრე 1996 წლის მონაცემები (592 მლნ შემოსვლა). საჭიროა გვახსოვდეს, რომ ტურიზმში აღრიცხვის უნიფიკაციის ეროვნული სისტემების შექმნაზე მუშაობა ახალი დაწყებულია, სწორედ ამიტომ ამ ციფრებზე დაყრდნობა, როგორც საბოლოო მონაცემებზე, სწორი არ იქნებოდა. ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პროგნოზებზე დიდ გავლენას ახდენს ისეთი პროცესებიც, როგორიცაა ქვეყნების პოლიტიკური და ეკონომიკური ცვლილებები, ბუნებრივი და სტიქიური მოვლენები, მაგრამ ამის მიუხედავად, ტურიზმის სპეციფიკიდან გამომდინარე, დარგის განვითარების ოპტიმისტური პროგნოზები შეიძლება მივიჩნიოთ მიზანშეწონილად (მტო, 2000).

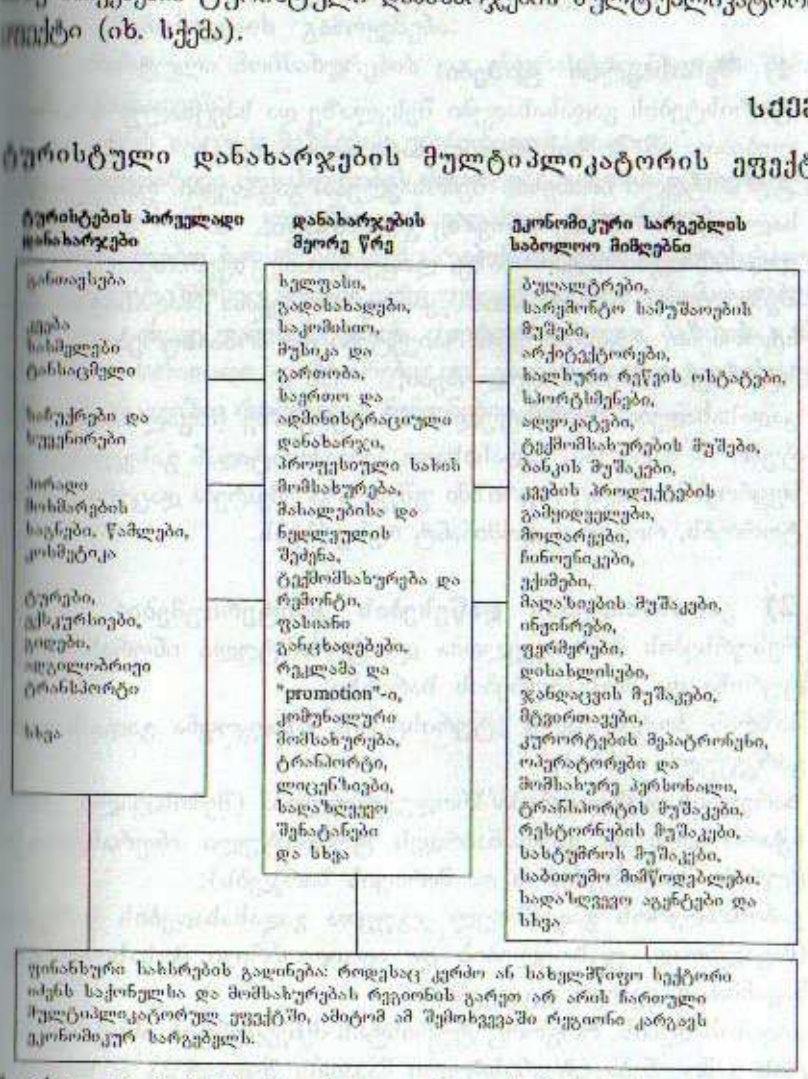
ტურიზმის საერთაშორისო კავშირის საინფორმაციო დოკუმენტში ხაზგასმულია, რომ 2010 წელს ტურიზმი მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს დაცული ტერიტორიებისა და ეროვნული პარკების ეკონომიკის განვითარებაში. იგი შექმნის 100 მლნ-ზე მეტ სამუშაო ადგილს. აღნიშნულია აგრეთვე, რომ ეკოტურიზმი ტურიზმის მდგრადი და მსოფლიოს ჩამორჩენილი რეგიონების განვითარების ყველაზე მოქმედი ინსტრუმენტი გახდება.

ზემოთ აღნიშნული შესაძლებელი გახდება მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ, როგორც აღვნიშნეთ, რეგიონში შესაძლებელი იქნება ტურისტული ბაზრის გაზრდა. შემოსავლები ეკოტურიზმიდან არა მარტო დაიცავს გარემოს, არამედ განავითარებს მთლიანად ეკონომიკას.

ეკოტურიზმის ეფექტურობის დადგენისათვის კი ძალზე მნიშვნელოვანია მისი ეკონომიკური დარგთაშორისი კავშირების დადგენა ანუ მულტიპლიკატორის ეფექტის განსაზღვრა. ქვემოთ მოცემულ სქემაზე ნაჩვენებია ტურისტული დანახარჯების მულტიპლიკატორის ეფექტი (იხ. სქემა).

სქემა

ტურისტული დანახარჯების მულტიპლიკატორის ეფექტი



წყარო: „ტურიზმის მდგრადი განვითარება", სახელმძღვანელო ადგილობრივი დაგეგმვის სპეციალისტებისათვის, მტო, მადრიდი, 1993

ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტურობა საზოგადოებრივი შრომის საერთო ეფექტურობის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს. იმისათვის, რომ ეკოტურიზმის ფინანსური პოტენციალი ეფექტიანად იქნეს რეალიზებული, უნდა განისაზღვროს

1) შემოსავლის ტიპები:

- ტურისტების გადასახადები შესვლაზე და სპეციალური საშუალებებით ან მომსახურებით სარგებლობაზე;
- ტურისტული ბიზნესის შემოსავლები: გაყიდვები, ფასდაკლება, საღიცენზიო ან ნებართვაზე გადასახადი;
- გადასახადები ნადირობაზე, ლიცენზია თევზჭერაზე;
- შემოსავლის დამატებითი წყაროების შექმნა (მაღაზიები, რესტორნები, ტურისტული ობიექტები და მომსახურება);
- სტუმრების შემოწირულობები;
- გადასახადები ტურისტულ მომსახურებაზე (მაგალითად, სასტუმროს ხარჯები, გადასახადი აეროპორტიდან გასვლაზე) იმ სფეროებში, სადაც ტურიზმი უშუალოდ ემყარება დაცულ ტერიტორიებს, როგორც დომინანტ რესურსებს.

2) გადასახადების დაწესების კრიტერიუმები:

- რესურსების მიმზიდველობა და ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და მომსახურების ხარისხი;
- ბაზრის პოტენციალი (ტურისტების მზადყოფნა გადაიხადონ გარკვეული თანხა);
- ხარჯების ანაზღაურება/პროდუქტიულობა (შემოსავალი უნდა სჭარბობდეს ან გაუთანაბრდეს ტურისტული ინფრასტრუქტურის, მომსახურების და მართვის ხარჯებს);
- განისაზღვროს გადამხდელ ჯგუფთა გადასახადების სახეები (მაგალითად, უცხოელების და ადგილობრივი მოსახლეობის; საგანმანათლებლო ჯგუფები);
- გადასახადების, როგორც ტურისტის მენეჯმენტის ინსტრუმენტის გამოყენება (ტურისტული ნაკადის შემცირება დაზიანებულ ადგილებში ან მისი გაზრდა იმ ადგილებში, სადაც სტუმ-

რობების რაოდენობა დაბალია, ან არასეზონურ დროს);
- ელასტიკურობა სიტუაციების ცვალებადობის მიხედვით (მაგალითად, ცვლილება მოთხოვნაში).

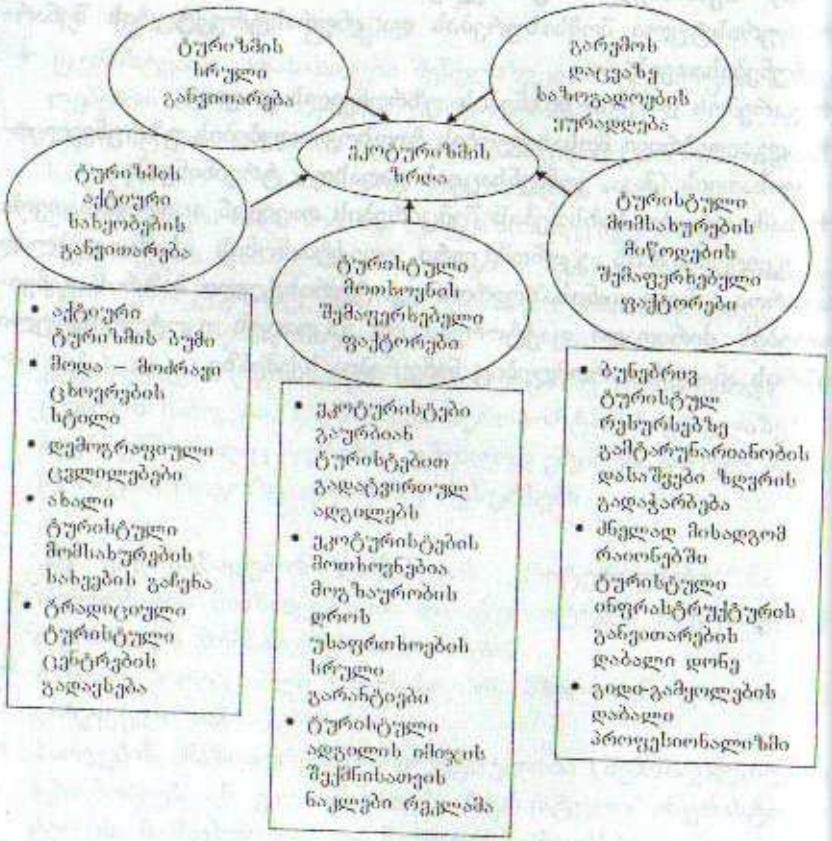
3) შემოსავლის გამოყენება:

- ტურისტული მომსახურების და ინფრასტრუქტურის შენარჩუნებისათვის;
- გარემოს დაცვის მიზნების უზრუნველსაყოფად;
- ადგილობრივი მოსახლეობის მოთხოვნილებების უზრუნველყოფისათვის (მაგ., კომპენსაციის გადახდა, ტრეინინგი);
- სამთავრობო სახსრების შემცირების თავიდან აცილებისათვის.

ეკოტურიზმის ეკონომიკური ეფექტიანობის ასამაღლებლად საჭიროა, ასევე განისაზღვროს ეკოტურისტული ბაზრის განვითარების ძირითადი ფაქტორები და გაკეთდეს ეკოტურისტული ბაზრის ანალიზი, რომლებიც ნაჩვენებია სქემებზე.

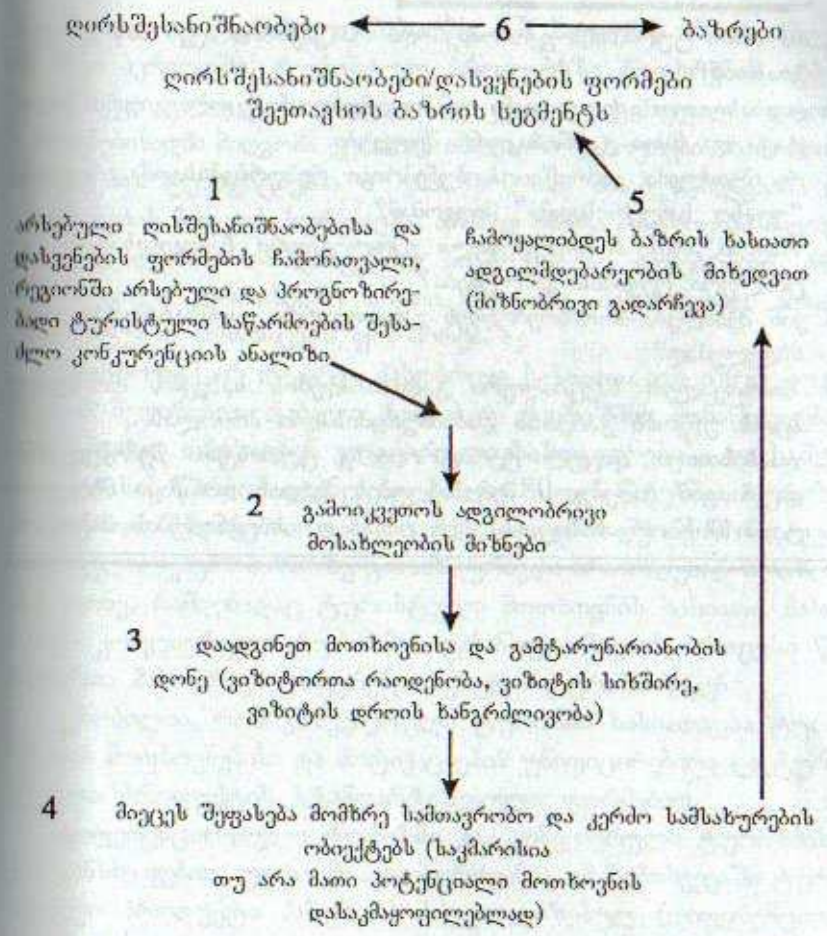
სქემა

ეკოტურისტული ბაზრის განვითარების თანამედროვე ფაქტორები



წყარო: ვ. ხრაბოვეცკი, „ეკოლოგიური ტურიზმი", მოსკოვი, 2003

ეკოტურისტული ბაზრის ანალიზი



წყარო: „ტურიზმის მდგრადი განვითარება", სახელმძღვანელო ადგილობრივი დაგეგმვის სპეციალისტებისათვის, მტო, მადრიდი, 1993

ეკოტურისტული ბაზარი ხასიათდება ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნისა და მიწოდების დაბალანსებით ანუ ბაზარს არეგულირებს ჩვეულებრივი საბაზრო მექანიზმები: მოთხოვნა და მიწოდება, რომლებსაც განვიხილავთ მომდევნო თავში.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა არის ტურიზმის ეკონომიკა და რა კავშირი აქვს მას ეკოლოგიასთან?*
2. *დაახასიათეთ გძელვადიანი და მოკლევადიანი ეკოლოგიური პოლიტიკა და მათი ეკონომიკური შედეგები.*
3. *რა შეიძლება გამოიწვიოს ბუნებრივი რესურსებისადმი, როგორც "უფასო საწყისისადმი" მიდგომამ?*
4. *რატომ არის მიზანშეწონილი ეკოლოგიური ხარჯებისადმი სპეციალური რეჟიმის გამოყენება?*
5. *ვინ შეიძლება მოიაზრებოდნენ ეკოლოგიური გადასახადების გადამხდელებად?*
6. *ჩამოთვალეთ სპეციალური გადასახადების სახეები, რომლებიც ხელს უწყობს გარემოს დაბინძურებისადმი ბრძოლას.*
7. *დაახასიათეთ დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტთა შემოსვლებისა და მათგან მიღებული შემოსავლების ზრდის დინამიკა მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის კვლევებისა და პროგნოზების მიხედვით.*

3.2. მოთხოვნა და მიწოდება ეკოტურიზმში

მსოფლიოს ტურისტულ ბაზარზე, XX საუკუნის 70-იანი წლების შუა პერიოდში, ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის არსში შესამჩნევი გარდატეხა მოხდა. შეიცვალა თავისუფალი დროის გამოყენებისადმი მიდგომა. კერძოდ, იმძლავრა "ცხოვრების ხარისხის" ამაღლების ტენდენციებმა – არა მხოლოდ შთაბეჭდილებისა და სიამოვნების მიღების სურვილმა, არამედ იმატა მოთხოვნამ მკვეთრ შთაბეჭდილებასა და დახვეწილ სიამოვნებაზე. ბუნებრივია, რომ თავისუფალი დროისადმი ასეთი მიდგომა შესაბამისად აისახა ტურისტული მოთხოვნის ფორმირებაზე.

მოთხოვნამ არ დაკარგა მასობრივი ხასიათი, იგი იზრდებოდა, მაგრამ შედარებით დაბალი ტემპებით. ტურიზმის მონაწილეებად ძველებურად რჩებოდნენ ელიტარული საზოგადოებისა და საშუალო კლასის წარმომადგენლები, ხოლო 80-იან წლებში ტურიზმში ჩაერთო შედარებით დაბალი შემოსავლების მქონე მოსახლეობაც. ცვლილებებს ბაზარზე განსაზღვრავდა არა იმდენად მოთხოვნის დონე, რამდენადაც ტურისტული მოთხოვნის ხასიათი. მასობრივი კონვეიერული ტურიზმის ტრანსფორმაციის პროცესი წარიმართა მასობრივი დიფერენცირებული ტურიზმისაკენ.

ცნობილია, რომ კონვეიერული ტურიზმი ხასიათდება ტურისტების მოთხოვნებისა და მოტივაციების უნიფიცირებითა და ტურისტული პროდუქტის სტანდარტიზებული ფორმებით.

დიფერენცირებული ტურიზმი კი, კონვეიერული ტურიზმისაგან განსხვავებით, უფრო მრავალფეროვანია. ამ შემთხვევაში ტურისტული პროდუქტი პასუხობს სპეციალიზებულ (დიფერენცირებულ) და არამარტო უნიფიცირებულ მოთხოვნებს, რომელსაც შეესაბამება, ასევე სპეციალიზებული მიწოდება.

ბაზრის მდგომარეობა, რომელიც ჩამოყალიბდა XX საუკუნის 80-იანი წლების შუა პერიოდისათვის და ამჟამადაც გრძელდება შეიძლება დავახასიათოდ, როგორც ისეთი სიტუაცია, რომელიც, სპეციალიზაციისა და ეკოლოგიზაციის გაღრმავებასთან დაკავშირებით, ახლოსაა მაღალი დონის მოთხოვნების სტაგნაციასთან.

ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ტემპის არსებითი შენელება მიგვანიშნებს ბაზრის გაჯერებაზე, როცა ტურისტული პროდუქტის ახალი სახეობების ფორმირებისა და ჯერ კიდევ ბოლომდე არასრულად გამოვლენილი მოთხოვნილებებისას, მოთხოვნის შემდგომი აქტივიზაცია შესაძლებელია მხოლოდ მიწოდების განსაზღვრული სიღრმისეული ცვლილებების პირობებში.

როგორც აღვნიშნეთ, თანამედროვე ტურიზმისათვის დამახასიათებელია მოთხოვნის ეკოლოგიზაცია, რაც ნიშნავს მომხმარებლის მიერ გარემოს სათუთი ხასიათის აღიარებას და ითვალისწინებს იმ დანაკარგებს, რომელიც შესაძლებელია ტურისტული მოთხოვნების ზოგიერთმა სახეობამ მიაყენოს ბუნებას.

მიმდინარე დიფერენციაციისა და მოთხოვნის ეკოლოგიზაციის შესაბამისად ძლიერდება მიწოდების შედარებით ღრმა სპეციალიზაციისა და ტურპროდუქტის ეკოლოგიზაციის ტენდენციები (მ. მეტრეველი, 2001).

ეკოტურიზმის განვითარების უმთავრესი კონცეფცია, ეკოტურისტული საქმიანობა, უნდა განიხილონ მიწოდებისა და მოთხოვნების ურთიერთდაკავშირებულ ფაქტორთა სისტემად. როგორც ზოგადად ტურიზმის, ასევე ეკოტურიზმის მოთხოვნების ფაქტორებს წარმოადგენს საერთაშორისო და შიდა ტურისტული ბაზრები და ადგილობრივი მოსახლეობა, რომლებიც სარგებლობენ ტურისტული ღირსშესანიშნაობებით, ობიექტებითა და მომსახურებით. მიწოდება მოიცავს ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებს, მომსახურების სახეობებს, განთავსების საშუალებებსა და სხვა ტურისტულ ობიექტებსა და მომსახურებას. **ღირსშესანიშნაობები** აერთიანებს ბუნებრივ, კულტურულ და სპეციალურ ობიექტებს (ნაკრძალები და ეროვნული პარკები, თემატური პარკები, ბოტანიკური ბაღები და სხვა). **მომსახურების სახეობები** კი იმ საქმიანობებს, რომლებიც დაკავშირებულია ამ ღირსშესანიშნაობების მონახულებასთან. **განთავსების საშუალებებია:** სასტუმროები, მოტელები, სასტუმრო სახლები, კემპინგები, ბანაკები და განთავსების სხვა ობიექტები, სადაც ტურისტები ჩერდებიან ღამის გასათევად. **სხვა ტურისტული ობიექტებისა და მომსახურების** კატეგორია აერთიანებს ტურებისა და მოგზაურობების ორგანიზებას, რესტორნებს, მაღაზიებს, საბანკო მომსახურებას, ვალუტის გადაცვლას, სამედიცინო მომსახურების პუნქტებსა და სამსახურებს.

არსებობს პირველადი და საწარმოო ანუ მეორადი მიწოდება. ხშირად საბაზო ინფრასტრუქტურას, რომელიც საჭიროა ტურიზმის განვითარებისათვის (სატრანსპორტო ხაზები, უტილიზაციისა და მომარაგების სისტემები, კომუნიკაციების საშუალებები) მიაკუთვნებენ პირველად მიწოდებას (ხ. რეინი, 2002).

აუცილებელია გაიმიჯნოს პირველადი და საწარმოო მიწოდება. პირველად მიწოდებას მიეკუთვნება:

- ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობები (ლანდშაფტი, კლიმატი, წყალსაცავები, პლაჟები, ველური ცხოველები, ჩანჩქერები, ფლორა);
- კულტურული ღირსშესანიშნაობები (ისტორიული, რელიგიური ან ტიპიური არქიტექტურული ნაგებობები, ხალხური რეწვის ნიმუშები, ეროვნული დღესასწაულები, ადათ-წესები, ტრადიციები, ყოფის კულტურა, სტუმარმასპინძლობა, ნაციონალური კერძები და ა.შ.).

ტურიზმში ბუნებრივი და კულტურული ღირსშესანიშნაობების გამოყენებისათვის საჭიროა ისინი ადვილად მისაწვდომი და აღსაქმელი იყოს. სწორედ ამისათვის არსებობს საწარმოო მიწოდება ანუ მეორადი მიწოდება ტურიზმში:

- სატრანსპორტო საწარმოები;
- მომსახურების ობიექტები (განთავსება, კვება, მაღაზიები, გასართობი და ტურისტებისათვის საჭირო სხვა ობიექტები, ისეთები, როგორიცაა, მაგალითად, მარშრუტები ფეხით გადაადგილებისათვის).

ტურიზმში პირველადი და საწარმოო ანუ მეორადი მომსახურების ერთობლიობა ქმნის ტურისტულ ინდუსტრიას.

ტურიზმის სფეროში მიწოდება მოთხოვნას შორის ფარდობა განსხვავდება სხვა ეკონომიკური პროცესებისაგან. მთავარი არის ის, რომ ტურპროდუქტი, როგორც სხვა ნებისმიერი პროდუქტი, არ შეიძლება ყიდვის დროს ადგილზე შევამოწმოთ, ან დავაბრუნოთ უკან, თუ იგი არ მოგვეწონება და ა.შ. ტურისტული პროდუქტის

ამ სპეციფიკიდან გამომდინარე მიწოდება გარკვეულწილად განსაზღვრავს მოთხოვნას და არა პირიქით, რადგან ტურკომპანიამ შეიძლება გავლენა მოახდინოს ტურისტის გადაწყვეტილების მიღებაზე, მომხმარებელთა ჯგუფების ინტერესების შესაბამისი მაღალი ხარისხის ინფორმაციით ტურისტულ პროდუქტსა და დროებითი გადაადგილების ადგილზე და ა.შ.

დასვენების დაგეგმვისას გადაწყვეტილების მიღების პროცესში მომხმარებლისათვის უმთავრეს როლს თამაშობს ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა: პირადი მოტივაცია, შემოსავლების დონე, თავისუფალი დროის სიდიდე, სოციალური ზემოქმედება (ფასეულობების შკალა) და სხვა.

ეკოტურიზმის სტრუქტურებისა და მასშტაბების ფორმირების ტენდენცია მსოფლიოს ბევრი ქვეყნის ტურიზმში ვლინდება, ერთ მხრივ ტურისტულ ბაზარზე მოთხოვნის ზემოქმედებით, მეორე მხრივ გარემოს დაცვის აუცილებლობით, რომელიც საზოგადოების ცხოვრების სულ უფრო დიდ მასშტაბებს მოიცავს და მნიშვნელოვან წილად უზრუნველყოფს მოთხოვნის აქტივიზაციას.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის რეკომენდაციით დარგის შემდგომი განვითარებისათვის, აუცილებელია მიღებულ იქნას შემდეგი ზომები: ა) ყოველი ქვეყნის იმიჯის დიფერენციაციისათვის, კულტურულ-ისტორიული და ბუნებრივი რეგიონების შესაძლებლობების გამოყენება აუთვისებელი ნიშების დონეზე, კერძო სექტორთან, მეზობელ ქვეყნებთან და რეგიონებთან თანამშრომლობის გაფართოება; ბ) ტურისტული კომპანიების მიერ ახალი ტერიტორიების ათვისება და ეკოტურიზმის განვითარება იმ რაიონებში, სადაც ჯერ კიდევ "ხელუხლებელი ბუნებაა".

ეკოტურიზმის ბაზრის სიდიდე ტურიზმზე მოთხოვნათა საერთო მოცულობასთან შედარებით მერყეობს 1%-იდან 40%-მდე. მთელ მსოფლიოში დაცული ტერიტორიები ყოველწლიურად მილიონობით ტურისტს ღებულობს. გარდა ამისა, ექსპერტები ერთხმად აღიარებენ, რომ ეკოტურიზმი წარმოადგენს მოთხოვნის ერთ-ერთ იმ სეგმენტს, რომელიც ზრდის უმაღლეს მაჩვენებელს იძლევა. განვითარებად ქვეყნებში ძირითადად უცხოელი ეკოტურისტები

(განსაკუთრებით ჩრდილოეთ ამერიკიდან და ევროპიდან) მიემგზავრებიან, თუმცა ასეთ ქვეყნებში შიდა მოთხოვნა იზრდება და ბევრ გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყანაში იგი აღემატება უცხოური მხარის მოთხოვნების რაოდენობასაც კი.

რაც შეეხება ეკოტურიზმის მოთხოვნათა ხარისხობრივ ასპექტებს, იგი განსაზღვრულია გარკვეული საერთო მაჩვენებლებით (მახასიათებლებით), კერძოდ: ეკოტურისტებს აქვთ საშუალოზე მეტი შემოსავალი და სპეციალური განათლება, ისინი გათვითცნობიერებულნი არიან ეკოლოგიურ საკითხებში და უფრო მეტად დაინტერესებულნი არიან ადგილობრივი კულტურით, ვიდრე „ჩვეულებრივი" ტურისტები. ამ ასპექტების გარდა ეკოტურისტები არ წარმოადგენენ მოთხოვნის ერთგვარ სეგმენტს. მოთხოვნა დიფერენცირებულია ღონისძიებების, ბუნებით დაინტერესების დონისა და კომფორტის სტანდარტების მიხედვით. ეკოტურიზმის ზრდა მეტწილად მოდის იმ ტურისტებზე, რომლებიც უბრალოდ დაინტერესებულნი არიან ბუნებრივი გარემოთი და დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტს აერთიანებენ „ტრადიციულ" ტურისტულ ვიზიტთან. სწორედ თითოეული კონკრეტული კატეგორიის ეკოტურის მოთხოვნის (ბაზრის სეგმენტის) შესწავლა, ტურპროდუქტის დაგეგმვა და მართვა ხდება ტურისტული მარკეტინგისა და მენეჯმენტის საშუალებით.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა ცვლილებები მოხდა XX საუკუნის 70-იან წლებში ტურისტულ ბაზარზე? განიხილეთ გამომწვევი მიზეზები.*
2. *რა არის დიფერენცირებული ტურიზმი და რითი განსხვავდება იგი კონვეიერულისაგან?*
3. *რა არის დამახასიათებელი თანამედროვე ტურისტული პროდუქტისათვის?*
4. *ჩამოთვალეთ მოთხოვნის ფაქტორები.*
5. *ჩამოთვალეთ მიწოდების ფაქტორები.*
6. *რა განეკუთვნება პირველად და საწარმოო მიწოდებას და რას ქმნის მათი ერთობლიობა?*
7. *რა ფაქტორები ახდენს გავლენას ტურისტულ მოთხოვნაზე?*
8. *რა განსაზღვრავს ეკოტურიზმის მოთხოვნის ხარისხობრივ ასპექტებს?*

3.3. ეკოტურიზმის მარკეტინგი

XX საუკუნის მეორე ნახევარში ტურისტულ ბაზარზე აღინიშნება მსხვილი ფირმების წილის შემცირება და მცირე და საშუალო ტუროპერატორების გააქტიურება. ძლიერდება ტურისტული მიწოდების სპეციალიზაციისა და ინდივიდუალიზაციის ტენდენცია, როგორც მცირე და საშუალო, ასევე მსხვილ ფირმებს შორის. აგრესიული კონკურენცია თანდათანობით იცვლება კოოპერაციისა და მომხმარებლის მიზნობრივი ჯგუფების მოძებნის ტენდენციით. ჩნდება "ფირმის იმიჯისა" და "სისტემური გაყიდვების" მარკეტინგული კონცეფციები.

ტურისტული მომსახურების მარკეტინგი არის საქმიანობა, ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის, კლიენტის მოთხოვნის გამოვლენისა და მისი შესაბამისი მომსახურებით დაკმაყოფილებისათვის. ტურისტული მარკეტინგი ნიშნავს საწარმოო პროცესისადმი კომპლექსურ მიდგომასა და ტურისტული პროდუქტის მოცულობის გაზრდის მიზნით აქტიურ ზემოქმედებას მოთხოვნაზე (ი. ბალაბანოვი, 2003).

ტურისტულ მარკეტინგს, როგორც მარკეტინგს ბიზნესის სხვა სფეროებში აქვთ შემზღუდავი ჩარჩოები, რომლებსაც აყენებს საზოგადოება და გარემო. ტურიზმის გამოჩენილი შვეიცარიელი მკვლევარი კრიპენდორფის განმარტებით "ტურისტული მარკეტინგი არის ტურისტული საწარმოების საქმიანობის სისტემატური ცვლილება და კოორდინაცია, ასევე ტურიზმის სფეროში კერძო და სახელმწიფო სექტორების პოლიტიკა". ასეთი ცვლილებების მიზანი მდგომარეობს იმაში, რომ მაქსიმალურად დაკმაყოფილდეს მომხმარებელთა განსაზღვრული ჯგუფების მოთხოვნილება და ამასთან ერთად გავითვალისწინოთ შესაბამისი მოგების მიღების შესაძლებლობები.

მარკეტინგი, რომელიც უზრუნველყოფს ვიზიტორებს სამოგზაურო გარემოს მიმართ სრული და ნათელი ინფორმაციით, ტურიზმით მათი ინტერესის დაკმაყოფილების წინაპირობაა. როგორც ტურიზმის ნებისმიერი მიმართულების, ასევე ეკოტურიზმის ან

ბუნების მოყვარულთა ტურიზმის წარმატებით განვითარების უზრუნველყოფისათვის საჭიროა პროფესიული მარკეტინგული მიდგომა.

თითოეული დაცული ტერიტორიისათვის საჭიროა განისაზღვროს მარკეტინგისა და რეკლამის შესაბამისი მეთოდები. ტუროპერატორებისათვის (როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე ქვეყნის გარეთ) ხელმისაწვდომი უნდა იყოს პოტენციური ტურისტებისათვის განკუთვნილი, ბროშურებსა და სხვა სარეკლამო მასალებში განსათავსებელი ინფორმაცია (რეკომენდაციებთან ერთად ვიზიტის შესახებ) ეროვნული პარკებისა და დაცული ტერიტორიების შესახებ (ვ. ხრაბოვჩენკო, 2003).

ეკოტურიზმის მოყვარულთათვის ბუნებაში რამდენიმე ადგილიანი ბანაკის მოსაწყობად შეიძლება 2-3 წლის მარკეტინგული სამუშაოების ჩატარებაც კი გახდეს საჭირო, სანამ მისი დატვირთვა არ მოგვცემს დანახარჯების ამოღების საშუალებას.

მარკეტინგული სამუშაოების ჩატარებისას, თითქოს ისეთი წვრილმანიც კი, როგორიცაა დაცული ტერიტორიისა და ეროვნული პარკის სახელწოდება, ადვილად აღსაქმელი და მისაღები უნდა იყოს ტურისტისათვის.

დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის პროფესიულ დონეზე განხორციელებისათვის საჭიროა განისაზღვროს, განვითარდეს და გაიყიდოს ტურისტული პროდუქტი. ასეთი საქმიანობის სწორად წარმართვისათვის, პირველ რიგში უნდა განისაზღვროს მარკეტინგის საერთო მიზანი. შემდგომ საჭიროა რეგიონის ტურისტული პოტენციალის დეტალური ანალიზი, რომელიც უნდა მოიცავდეს არა მარტო თვით რეგიონს (სანახაობებს, არსებულ ტურისტულ ობიექტებს), არამედ პოტენციურ ბაზრებს და ამ რეგიონის გარეთ კონკურენტუნარიანი დანიშნულების ადგილებსა და ძირითადად პირობებს. გარდა ამისა, აუცილებელია ეკოტურიზმის განვითარებისათვის ხელმისაწვდომი რესურსების ანალიზი, რომლის ჩატარების მეთოდი შედგება შემდეგი 10 საფეხურისგან (ვ. სტრასდასი, 2001):

1. რა მიზნები გვაქვს (ეკოლოგიური შესაბამისობა, დაცვის ღონისძიებების დაფინანსება, ადგილობრივი შემოსავლის წარმოება);
2. რა ბუნებრივი და კულტურული სანახაობები გაგვაჩნია (პირველადი სახით მიწოდება);
3. რა ხარისხის ტურისტულ პროდუქტს ვთავაზობთ ჩვენ დღეს (წარმოებული სახით მიწოდება), თუ გვაქვს ასეთი საერთოდ?
4. რა სახის და სად არის ჩვენი დღევანდელი და პოტენციური (მომავალი) ბაზრები (მიმართულებები, სეგმენტები)? არის თუ არა მარკეტინგი სათანადო დონეზე?
5. არის თუ არა კონკურენტული დანიშნულების ადგილები მსგავსი სანახაობებით? რა ხარისხს გვთავაზობენ ისინი ღირებულებასთან შედარებით?
6. ქვეყნის/რეგიონის საერთო პირობები ხელს უწყობს თუ არა ტურიზმის განვითარებას, თუ პირიქით?
7. არსებული სიტუაციის შეფასება (SWOT ანალიზი – ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და რისკი);
8. რა რესურსები (ადამიანური, ფინანსური, ინსტიტუციონალური) გაგვაჩნია მოცემულ მომენტში?
9. რა სახის ტურიზმის განვითარება იქნება სიცოცხლისუნარიანი და პროდუქტიული? მიიღწევა თუ არა დასახული მიზნები?
10. სტრატეგიის შემუშავება, პროდუქტის განვითარება და მარკეტინგი.

ეკოტურიზმის პოტენციალის ანალიზის საფუძველზე შესაძლებელი ხდება შესაბამისი პროდუქტის განვითარება ე.წ. პრომოუშენი (PROMOTION). ეს კი მოიცავს შემდეგ ელემენტებს:

- მიზნობრივი ბაზრების განსაზღვრა;
- მთავარი პროდუქტის განვითარება, რომელიც კონცენტრირდება ძირითადად რეგიონის უნიკალურ ან სხვა მხრივ გამორჩეულ ატრიბუტებზე (USP=Unique Sales Proposition);
- პროდუქტის სხვადასხვაობის ხაზგასმა: დამატებითი ან სპეციალიზებული პროდუქტების წარმოება;
- „პაკეტის" შექმნა (განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება და მომსახურების სხვა სახეები);
- პროდუქტის ხარისხისა და ფასის განსაზღვრა (მაღალი ხარისხის ან სპეციალიზებული პროდუქტი);

- სხვა რეგიონული თუ ეროვნული ტურიზმის პროდუქტებთან კომბინაცია.

მარკეტინგი შედგება ღონისძიებების ან ინსტრუმენტების 3 ტიპისაგან: საქმიანობასთან, კომუნიკაციასთან და დისტრიბუციასთან დაკავშირებული. მარკეტინგის სტრატეგია უნდა მოიცავდეს შემდეგ ელემენტებს:

- მიზნობრივი ჯგუფების განსაზღვრა (ქვეყანა ან წარმოშობის ადგილი, ძირითადი ან სპეციალიზებული ბაზრის სეგმენტები);
- იმიჯის შექმნა და მარკირება (ძირითად ან სხვადასხვა პროდუქტებზე კონცენტრირებული);
- სარეკლამო მასალის შექმნა (ბროშურები, პოსტერები, ვიდეოფილმები, საფოსტო ბარათები);
- ინტერნეტ-საიტების შექმნა და ამოქმედება (ლინკებით შესაბამის ინტერნეტ-საიტებზე);
- ინფორმაცია (მიმზიდველი, მაგრამ სარწმუნო, პრაქტიკული ხასიათის);
- სარეკლამო მასალისა და ინტერნეტ-საიტების დიზაინი (პროფესიონალების მიერ შექმნილი მაღალი ხარისხის პროდუქტი; ეკოტურიზმის შემთხვევაში: „ბუნების" ფერები და გამოსახულება, „ეთნიკური" დიზაინი და ა.შ.)
- დისტრიბუცია მედიის საშუალებით (რეკლამა და ინტერნეტ-საიტები, სპეციალიზებული ტურისტული ჟურნალები, ტურისტული სახელმძღვანელოები, ტელევიზია)
- დისტრიბუცია საშუამავლო კომპანიებით (სპეციალიზებული ტურ-ოპერატორები, ტურისტული სააგენტოები, ტურისტული საინფორმაციო ცენტრები, სასტუმროები);
- ტურისტული სავაჭრო ბაზრობები;
- სარეკლამო კამპანიები (დანიშნულების ადგილებზე ან პოტენციური ტურისტების მშობლიურ ქვეყნებში);
- მართვის მოთხოვნები.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა არის ტურისტული მომსახურების მარკეტინგი?*
2. *რა არის საჭირო დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის წარმატებული განვითარებისათვის?*
3. *ჩამოთვალეთ რესურსების მარკეტინგული ანალიზის 10 საფეხური.*
4. *დახასიათეთ ტურისტული პროდუქტის მარკეტინგისა და PROMOTION-ის ღონისძიებები.*

3.4. ეკოტურიზმის მენეჯმენტი

მნიშვნელოვანია, რომ ტურიზმის საკანონმდებლო ბაზა და განვითარების ეროვნული სტრატეგიები ხელს უწყობს ეკოტურიზმის განვითარებას. თავის მხრივ, მთიანი რეგიონების მდგრადი განვითარების გეგმები და დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტი ტურიზმის დარგში უნდა შეესაბამებოდეს ქვეყანაში არსებულ ეკონომიკურ კონცეფციასა და ტურიზმის წარმატებულ პრაქტიკას.

ეკოტურიზმის წარმატებული ფუნქციონირების ერთ-ერთი წინაპირობაა ინფორმირება, კონსულტაციები და თანამშრომლობა ტურისტულ ბიზნესს, ადგილობრივ მოსახლეობასა და დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტს შორის.

დაცული ტერიტორიებისა და ეროვნული პარკების მენეჯმენტის პროგრამებში უნდა გაითვალისწინონ ეკოტურისტული საქმიანობის ინტეგრირება.

კლასიკური სახით, ეკოლოგიური მენეჯმენტი, ნებისმიერი გარემოსდაცვითი სახის საქმიანობისათვის, პრინციპების, მეთოდების, საშუალებებისა და მართვის ფორმების ერთობლიობაა (ნ. კაზაკოვი, 2002).

ეკოლოგიური მენეჯმენტი ტურიზმში მოწოდებულია, ტურისტული ინდუსტრიის ობიექტებზე გარემოსდაცვითი საქმიანობის პრობლემების კომპლექსური გადაწყვეტისაკენ. ეკოლოგიური მენეჯმენტის განვითარება დღითი დღე, არსებული ეკოლოგიური პრობლემების გადაწყვეტის, საყოველთაოდ აღიარებული გზა ხდება მსოფლიოში.

1992 წელს რიო-დე-ჟანეიროში მიღებულ დოკუმენტში ხაზგასმულია, რომ ეკოლოგიური მენეჯმენტი მგრადი განვითარების და ამასთან ერთად საწარმოო საქმიანობისა და მეწარმეობის მთავარ დომინანტს წარმოადგენს.

1992 წელს, დიდ ბრიტანეთში ეკოლოგიური მენეჯმენტის სფეროში დამუშავდა პირველი სტანდარტი - BS 7750. 1996 წელს ახალი საერთაშორისო ИСО 14000 სტანდარტების გაჩენით დაიწყო ახალი ეტაპი, რომელიც მოიცავდა ეკოლოგიური მენეჯმენტისა

და აუდიტის საკითხებს. ИСО14000 სტანდარტები ნებაყოფლობითია. ორგანიზაციას შეუძლია გამოიყენოს ისინი ორგანიზაციის შიგნით, როგორც ეკოლოგიური მენეჯმენტისა და აუდიტის სისტემის მოდელი. ასევე სტანდარტები შესაძლებელია გამოიყენონ ორგანიზაციის გარეთ, რითაც მას საზოგადოებისათვის ეკოლოგიური მენეჯმენტის თანამედროვე მოთხოვნებთან თავისი ორგანიზაციის საქმიანობის შესაბამისობის დემონსტრირების საშუალება მიეცემა.

ფირმის კარგი ეკოლოგიური რეპუტაცია ძლიერი საკონკურენტო იარაღი ხდება. ფირმის მენეჯმენტის ფორმირებისას ეკოლოგიური იდეის დომინირება არ ეწინააღმდეგება მოგების მაქსიმიზაციის იდეას, მაგრამ ცვლის დროის მასშტაბებს (ნ. პახომოვა, კ. რიხტერი, 1999).

ეკოლოგიური სტრატეგიის მიღება მოგების მაქსიმიზაციის მიზნებისათვის უფრო მნიშვნელოვანია ხანგრძლივი დროის პერიოდისათვის, იმისდა მიუხედავად, შედარებით პატარა დროის მონაკვეთში ეკოლოგიური მიზნების უგულებელყოფა მოგვიტანს მეტ მოგებას თუ არა.

დღეს ეკოლოგიური მენეჯმენტით მომუშავე ტურისტული კომპანიები, როგორც წესი, სულ უფრო კონკურენტუნარიანნი არიან, რადგან XXI საუკუნის მსოფლიოს და მით უფრო ეკონომიკურად განვითარებული ქვეყნების მოსახლეობის საზრუნავი ბუნებრივი და კულტურული გარემოს დაცვა და შენარჩუნებაა.

იდეალურ შემთხვევაში ეკოლოგიური მენეჯმენტის ერთ-ერთი ძირითადი მიზანია უარყოფითი ზეგავლენის აღკვეთა. ბიომრავალფეროვნების გამოყენებაზე გავლენის ნებისმიერი ფორმა ასახულია მისაღები ცვლილებების ზღვარის (LAC – Limits of Acceptable Change) მენეჯმენტის ჩარჩოში, რომელიც თავდაპირველად შემუშავდა აშშ-ში, მაგრამ დღეს გამოიყენება მთელ მსოფლიოში.

LAC-ის სტრუქტურა (ჩარჩო) შედგება 9 საფეხურისგან:

1. ტერიტორიის საჭიროებების და საკითხების განსაზღვრა (მაგალითად, ტურიზმიდან მცირე შემოსავალი, გარკვეულ ტერიტორიაზე ტურისტების რაოდენობა);
2. მენეჯმენტის მიზნების განსაზღვრა და აღწერა (მაგალითად,

ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის ზრდა, ეკოლოგიური გავლენის შემცირება);

3. რესურსებისა და სოციალური პირობების ინდიკატორების შერჩევა (მაგალითად, ძირითადი სახეობების რეპროდუქციის მაჩვენებელი, წყლის ხარისხი, ტურისტის კმაყოფილება);
4. რესურსებისა და სოციალური პირობების არსებული ინვენტარი (აუცილებელია საბაზისო ეკოლოგიური გამოკვლევების მონაცემების და ტურისტების მონაცემთა ბაზის ქონა; ეს კომბინირებული უნდა იყოს სპეციალურად შემუშავებულ კვლევებთან);
5. რესურსებისა და სოციალური პირობების სტანდარტების განსაზღვრა: რა არის სასურველი და რეალური?
6. ალტერნატივების განსაზღვრა (მაგალითად, ტურისტების განაწილება (გაბნევა) და/ან მათი კონცენტრირება ნაკლებად ფაქიზ ტერიტორიებზე, ტურისტების რიცხვის შემცირების მიზნით სარგებლობაზე გადასახადის გაზრდა ან სხვადასხვა კატეგორიის ტურისტების მოზიდვა);
7. მენეჯმენტის თითოეული ალტერნატივისთვის შესაფერისი ღონისძიებების განსაზღვრა;
8. ალტერნატივის შეფასება და შერჩევა;
9. ღონისძიებათა განხორციელება და პირობების მონიტორინგი (არსებული მაჩვენებლის წარსულ მაჩვენებელთან შედარების გზით).

ეკოსისტემებზე პროგნოზირებული ზიანის თავიდან აცილების მიზნით (რომლის რეაბილიტაცია ძნელი, ძვირი, ან შეუძლებელი იქნება) სასურველია აიკრძალოს ტურიზმის გარკვეული სახეობების განვითარება დაცულ ტერიტორიებზე. ასეთი სახეობების განვითარება საჭიროებს მძლავრი შესაძლებლობების საკურორტო ინფრასტრუქტურას და რეკრეაციულ ღონისძიებებს, რომელიც მოითხოვს ლანდშაფტის ფართო მასშტაბის მოდიფიკაციას (მაგალითად, სათხილამურო გზები) ან ძრავიან ტრანსპორტს (ძრავიანი თხილამურები).

დაცულ ტერიტორიაზე ტურიზმის დაგეგმვა და მენეჯმენტი

უნდა აერთიანებდეს ეკოლოგიურ კონკურენტუნარიანობას და პროდუქტის ხარისხს. გარდა ამისა, მან უნდა უზრუნველყოს ადგილობრივი მოსახლეობის შესაბამისი მონაწილეობა, როგორც გადაწყვეტილებათა მიღების პროცესში, ასევე ადგილობრივ ეკონომიკაში.

ეკოტურიზმის განვითარების დაგეგმვა და მართვა უნდა ხორციელდებოდეს შემდეგი კრიტერიუმების გათვალისწინებით (ვ. ხრაბოვჩენკო, 2003):

- **მდგრადი** (ეკოლოგიურად, სოციალურად, კულტურულად და ეკონომიკურად);
- **დეტალური** (ყოვლისმომცველი), ანუ მოიცავდეს ეკოტურიზმის განვითარებისა და მართვისათვის ყველა მნიშვნელოვან საკითხს;
- **სექტორთაშორისი.** ძირითადად ეკოტურიზმის დაგეგმვა მოიცავს 3 მიმართულებას: ა) დაცულ ტერიტორიაზე „რეგულარულ" ეკოლოგიურ და დაცვაზე ორიენტირებულ დაგეგმვას; ბ) ტურისტული დანიშნულების ადგილის დაგეგმვას; გ)სასოფლო-სამეურნეო ტერიტორიების რეგიონულ დაგეგმვას.
- **დაცული ტერიტორიის მართვის დაგეგმვაში გაერთიანებული,** სხვა მნიშვნელოვან გეგმასა და პოლიტიკაში რეგიონულ და სხვა დონეებზე;
- **მონაწილეობაზე დამყარებული,** ანუ ადგილობრივი საზოგადოების მოსაზრებების გათვალისწინებით უნდა მოიცავდეს ყველა მნიშვნელოვან მონაწილეს;
- **პროცესზე ორიენტირებული,** ანუ ხანგრძლივი, ელასტიური, რომელიც საპასუხო შედეგს იძლევა;
- **სიცოცხლისუნარიანი,** ანუ რეალური, ფინანსურად შესაძლებელი და განხორციელებაზე ორიენტირებული.

ეკოტურიზმის დაგეგმვის და მართვის უმთავრესი მიზანია დაბალანსოს განსხვავებული, ხშირ შემთხვევაში, წინააღმდეგობრივი მიზნები და მონაწილეთა ინტერესები. მონაწილეთაგან კი, ხელისუფლებასა და კერძო სტრუქტურებთან ერთად, განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესები და მათი მონაწილეობა ეკოტურიზმის დაგეგმვასა და მართვაში.

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის ეკოლოგიური მენეჯმენტი უნდა მოიცავდეს ტურიზმის სხვადასხვა კომპონენტს მენეჯმენტის სპეციალური ინსტრუმენტებით, მაგალითად, **ზონირებას** ანუ ტერიტორიების ზონებად დაყოფას.

ზონირება

ზონებად დაყოფა დაცული ტერიტორიის მენეჯმენტის ერთ-ერთი ძირითადი კომპონენტია. იგი ასახავს იმ ფაქტს, რომ დაცული ტერიტორიების სხვადასხვა ნაწილს, განსაკუთრებით კი დიდ ტერიტორიებს, ხშირად დაცვის სხვადასხვა ღირებულება და/ან სარგებლობის ინტენსიურობის სხვადასხვა ხარისხი აქვთ. ტურიზმის მიზნით ზონებად დაყოფა ეფუძნება იმავე პრინციპს, მაგრამ ამის გარდა ტურისტს სთავაზობს რეკრეაციული ღონისძიებების სხვადასხვა სახეობას, უკაცრიელი ველური ბუნებით დაწყებული, ხალხმრავალი ადგილებით დამთავრებული. ტურისტული ზონები უნდა შეესაბამებოდეს დაცული ტერიტორიის მთლიან ზონურ სისტემას, მაგრამ შესაძლებელია განსხვავდებოდეს ტერიტორიების სახეობების მიხედვით. ზოგადად, არსებობს ზონების შემდეგი ტიპები:

- **გამოუყენებადი ზონები** (უკიდურესად ფაქიზი ეკოსისტემები, ტურისტებისათვის დახურული ან სარგებლობისთვის აკრძალული);
- **ქვეყნის განაპირა/ველური რაიონები** (პირველყოფილი, ფაქიზი ეკოსისტემები, არავითარი ინფრასტრუქტურა, გარდა უბრალო ბილიკებისა, ტურისტების მცირე რაოდენობა, გიდების საჭიროება);
- **ზომიერი სარგებლობის ზონები** (ზომიერად ფაქიზი ეკოსისტემები, ძირითადი ინფრასტრუქტურა გაუმჯობესებული ბილიკების ჩათვლით, ტურისტების საშუალო რაოდენობა);
- **ინტენსიური სარგებლობის ზონა** (ნაკლებად მგრძნობიარე ეკოსისტემები, გამკვრივებული მიწის საფარი (ზედაპირი) და გაუმჯობესებული ინფრასტრუქტურა გზების, კომფორტული

ბილიკების, დასასვენებელი ადგილების ჩათვლით; ტურისტების დიდი რაოდენობა);
- **ინფრასტრუქტურის ზონა** (ნაკლებად მგრძნობიარე ეკოსისტემები, კონცენტრირებული შენობები, მომსახურება, ავტოსადგომების ადგილები, რომლებიც პარკის პერიფერიაზე ან მის გარეთ და გამოუყენებადი ან ველური ზონებისგან დაშორებითაა განლაგებული);
- **სათევზაო და სანადირო ზონები:** თევზჭერა სპეციალური ლიცენზიით ნებადართული იქნება ზოგიერთ ზემოხსენებულ ზონაში (გამოუყენებადი ზონების გარდა). ნადირობა კი, პირიქით, არ არის კონკურენტუნარიანი ტურიზმის სხვა სახეების მიმართ და აუცილებელია სპეციალურად მართულ სანადირო ტერიტორიებად მისი შეზღუდვა, რომელიც ხშირად განლაგებულია დაცული ტერიტორიების სიახლოვეს, ბუფერულ ზონებში.

ტერიტორიული ტიპების დადგენის საკითხი წყდება ორი გზით: ა) რეკრეაციული დანიშნულების მიწათა ტიპოლოგიით და ბ) ტერიტორიათა ფუნქციური ზონირების სისტემის შემუშავებით.

რეკრეაციული დანიშნულების მიწებია დადგენილი წესით გამოყოფილი მიწის ნაკვეთები, რომლებიც განკუთვნილია და გამოიყენება მოსახლეობის ორგანიზებული მასობრივი დასვენებისა და ტურიზმისათვის. რეკრეაციული დანიშნულების მიწებს განეკუთვნება ის ნაკვეთები, რომლებზეც განთავსებულია: დასასვენებელი სახლები, პანსიონატები, სანატორიუმები, კემპინგები, სპორტულ-გამაჯანსაღებელი კომპლექსები, ტურისტული ბაზები, სტაციონარული და კარვებიანი ტურისტულ-გამაჯანსაღებელი ბანაკები, მეთევზეთა და მონადირეთა სახლები, საბავშვო ტურისტული სადგურები, პარკები, ტყეპარკები, სასწავლო-ტურისტული ბილიკები, მარკირებული ტრასები, სპორტული ბანაკები, გარეუბანთა გამწვანებული ზონები, რომლებიც განლაგებულია გამაჯანსაღებელი დანიშნულების მიწების გარეთ. რეკრეაციული დანიშნულების მიწებზე აკრძალულია ისეთი სახის საქმიანობა, რომელიც ხელს უშლის მათ მიზნობრივ გამოყენებას.

ტურიზმში ბუნებით სარგებლობის ერთ-ერთ კონსტრუქციულ კონცეფციას წარმოადგენს ლანდშაფტის პრინციპული სქემა. კონცეფციის ამოსავალი დებულება – „დიდი ქალაქი და შეურყვნელი ბუნება" – თანამედროვე ბიოსფეროს ორი პოლუსია, რომლებიც ერთნაირად აუცილებელია ადამიანისათვის. იმისათვის, რომ ბუნებრივი ლანდშაფტი ქალაქის სიახლოვის გამო არ შეილახოს და ხელი არ შეეშალოს მის ზრდას, საჭიროა მათი მაქსიმალურად დაცილება და, იმავდროულად, გაერთიანება შუალედური ფუნქციური ზონების "ამორტიზაციული ფენით", იმგვარად, რომ მუდმივი მოსახლეობის სიმჭიდროვე, სამეურნეო გამოყენების ხარისხი და ადამიანების გადაადგილების სიხშირე, ქალაქის ცენტრიდან – ბუნების რეზერვაციისაკენ, თანდათან მცირდებოდეს. პოლარიზებული ლანდშაფტის კონცეფცია რეკრეაციული ტერიტორიების ფუნქციური ზონირების კონცეფციის დანამატს წარმოადგენს, რომელიც შემუშავებულია ქალაქმშენებლობის თეორიათა და რაციონული დაგეგმარების ჩარჩოებში. ამ კონცეფციის თანახმად, ზონირების პროცესის (იხ. სქემა) დროს ხორციელდება იმ ტერიტორიების იდენტიფიცირება, რომლებზეც ესა თუ ის მოვლენა სხვადასხვაგვარი ინტენსივობით იჩენს თავს. კერძოდ, ფუნქციური ზონირება სხვა არაფერია, თუ არა ტერიტორიის ტიპოლოგიური დარაიონების პროცესი, მასზე ფუნქციურ ზონათა საზღვრებისა და მათი ტევადობის დაფიქსირება.

ამ ორი კონცეფციის სინთეზი საშუალებას იძლევა, გამოვყოთ ბუნებით სარგებლობის ოთხი ტიპი, მათ ჩარჩოებში კი ფუნქციური ზონების რიგი:

1. **ნაკრძალით სარგებლობა** ხელმისაწვდომია მეცნიერ-მუშაკთათვის (ექსპერიმენტებისა და კვლევების ჩასატარებლად), სტუდენტთათვის – პრაქტიკული მეცადინეობის განსახორციელებლად, და ბოლოს ფართო საზოგადოების ხანმოკლე ექსკურსიებისათვის. ადამიანის ჩარევა, მათ შორის ცხოველების დაჭერა და ხოცვა, აქ დასაშვებია მხოლოდ ბუნებრივი მდგომარეობის შენარჩუნებისა და ბუნებრივი კომპლექსის დაკარგული ელემენტების აღდგენის მიზნით.

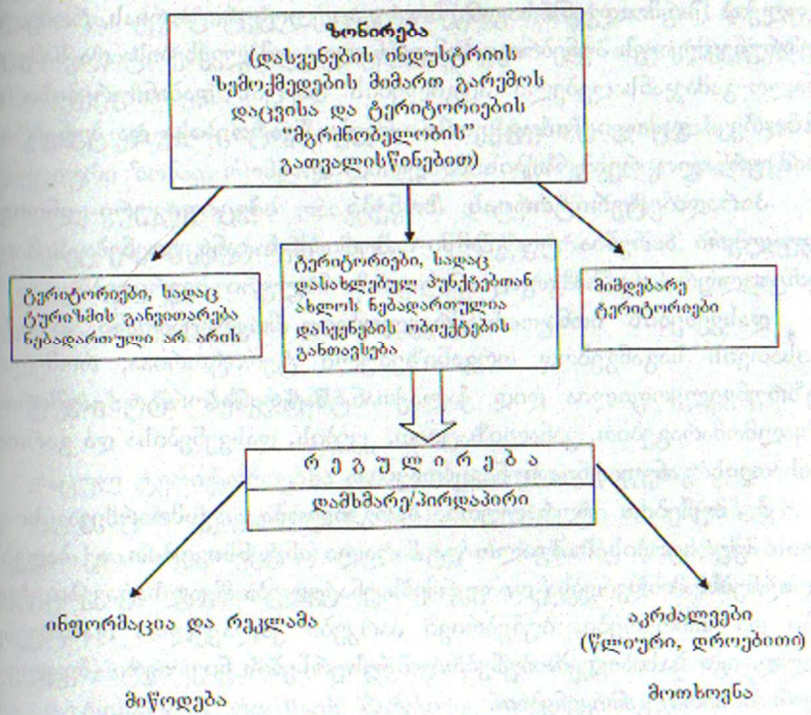
საგანგებოდ დაცული ზონა – ფუნქციური ზონაა, რომლის

ფარგლებში უზრუნველყოფილია ბუნებრივი კომპლექსებისა ობიექტების შენარჩუნებისათვის აუცილებელი პირობები. ზონის ტერიტორიაზე დასაშვებია მხოლოდ მკაცრად რეგულირებული ეიზიტები.

ნაკრძალი ზონები – ფუნქციური ზონებია, რომელთა საზღვრებში აკრძალულია ნებისმიერი სამეურნეო საქმიანობა და ტერიტორიის რეკრეაციული გამოყენება.

სქემა

ტერიტორიათა ზონირება



წყარო: „ეკოტურიზმი დსთ-ს ქვეყნების დაცულ ტერიტორიებზე", BTE-ს სემინარის მასალების მიხედვით, 2002

2. ბუნების რეკრეაციული გამოყენება ემყარება საგარეუბნო ბუნებრივი პარკების განვითარებულ ქსელს, რომელიც განკუთვნილია ხანგრძლივი დასვენებისა და ტურიზმისთვის, სატყეო და სამონადირეო მეურნეობის, ბუნებრივი სათიბებისა და იალაღებისათვის, ე.ი. გულისხმობს ბუნებრივი კომპლექსის ზომიერ ექსპლუატაციას. ისევე, როგორც ნაკრძალის გამოყენებისას, აქაც არსებითი მნიშვნელობა ენიჭება ექსკურსიებს და ღირებულ ფაქტორად გვევლინება პეიზაჟი, მაგრამ ნებადართულია ბალახზე წოლა, ცურვა, სოკოსა და კენკრის შეგროვება, თევზჭერა და ა.შ. ამ ზონაში შეიძლება განლაგდეს ტურბაზები, საგარაკო დასახლებები, ტურისტული ბილიკები და მარშრუტები.

სანიტარული (სამთო-სანიტარული) დაცვის ზონა (ოლქი) წარმოადგენს საგანგებოდ დაცულ ტერიტორიას, რომელიც უზრუნველყოფს ბუნებრივი სამკურნალო კომპლექსებისა და სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი ადგილების დაცვას დაბინძურებისა და ნაადრევი გამოფიტვისაგან. ის იქმნება წყაროებისა და ბუნებრივი სამკურნალო რესურსების მახლობლად.

პირადი ტერიტორიის ზონები – სპეციფიკური ინდივიდუალური ზონებია. ტურიზმში მათ რიცხვს განეკუთვნება პირადი, სოციალური და საზოგადოებრივი ზონალური სივრცეები.

დასვენების ზონა – მრავალობითი მოკლევადიანი ვიზიტებისათვის საგანგებოდ ორგანიზებული ტერიტორიაა, რომელიც უზრუნველყოფილია დიდ ქალაქთან სატრანსპორტო კავშირით, წყალმომარაგებით, კანალიზაციით, კვების, დასვენებისა და გართობისათვის განკუთვნილი ნაგებობებით.

3. ბუნებით რურალური სარგებლობა გამოირჩევა სოფლის მეურნეობის საშუალო და მაღალი ინტენსივობით. აქ ბაღებს, ბოსტნებს, მინდვრებსა და ფერმებს ენაცვლება წყალსაცავები, ტყეები და საძოვრები, ბუნებრივი პარკები ქალაქელთა დასასვენებლად. იგი ხასიათდება ბუნებრივი რესურსების ნივთიერი (ნედლეულის სახით) გამოყენებით.

ბუნებით ტრადიციული ექსტენსიური სარგებლობის ზონა. ეს ფუნქციური ზონა გამოიყოფა ძირეული მოსახლეობის

ბინადრობის რაიონებში, სადაც დაშვებულია ტრადიციული სამეურნეო საქმიანობა, კუსტარული და სახალხო სარეწები, აგრეთვე ბუნებრივი რესურსებით სარგებლობის სხვა სახეობები.

სამეურნეო დანიშნულების ზონა. ამ ფუნქციური ზონის საზღვრებში ხორციელდება რეკრეაციული ტერიტორიის ფუნქციონირებისათვის საჭირო სამეურნეო საქმიანობა.

4. ბუნებით ურბანიზებული სარგებლობა მოიცავს ქალაქის მუდმივ საცხოვრებელ ნაგებობებს, საზოგადოებრივი მომსახურების ზონებსა და საწარმოებს, რომელთა შორის განლაგებულია ქალაქის პარკები და სკვერები.

ვიზიტორთა მომსახურების ზონა ფუნქციური ზონაა, რომელიც განკუთვნილია ღამის გასათევი ადგილების, კარვებიანი ბანაკებისა და ტურისტული სერვისის სხვა ობიექტთა განსათავსებლად, ვიზიტორთა კულტურული, ყოფითი და ინფორმაციული მომსახურებისათვის.

კულტურულ-ისტორიული ობიექტების დაცვის ზონა ფუნქციური ზონაა, რომლის საზღვრებში უზრუნველყოფილია ისტორიულ-კულტურული ობიექტების დაცვის პირობები.

შემეცნებითი ტურიზმის ზონა – ფუნქციური ზონაა, რომელიც განკუთვნილია ეკოლოგიური განათლების ორგანიზებისა და ღირსშესანიშნავი ობიექტების დათვალიერებისათვის.

ტურისტის მენეჯმენტი

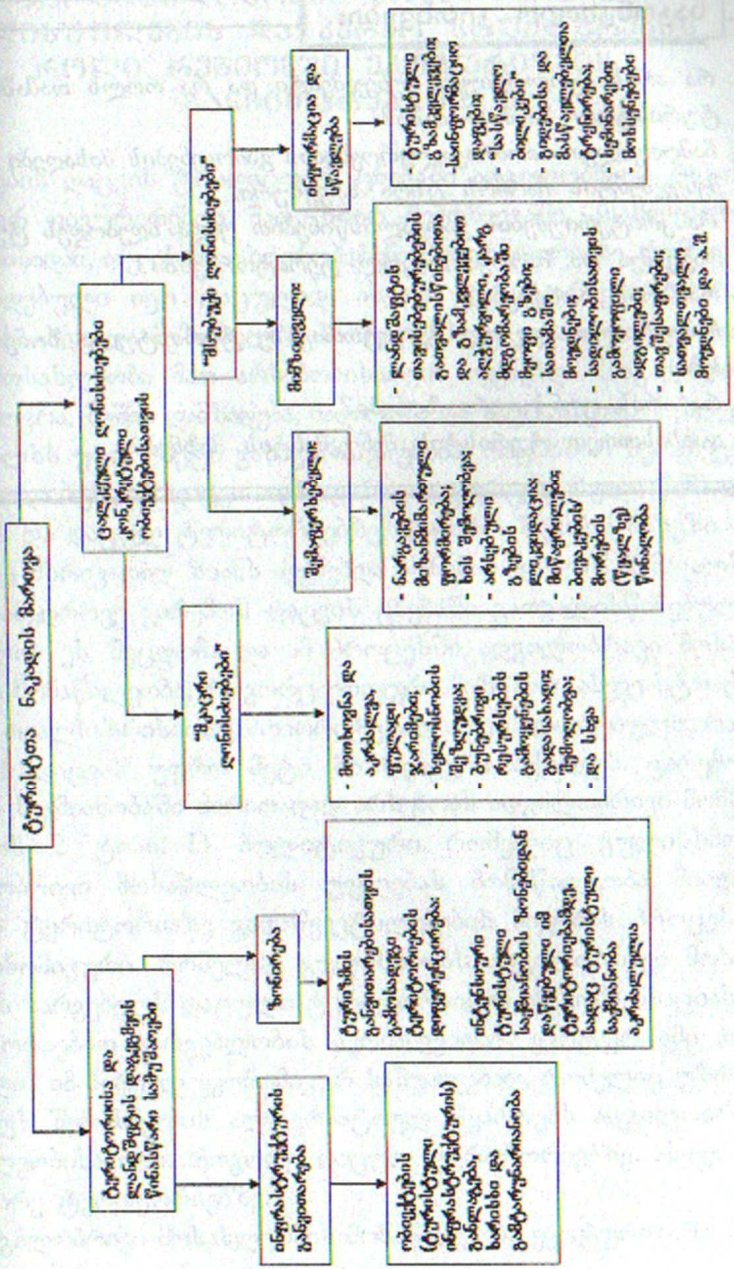
დაცულ ტერიტორიებსა და ეკოლოგიურად სათუთ რეგიონებში ტურისტის მენეჯმენტის მიზანია ორი ტიპის პრობლემის აღკვეთა და მოგვარება: ა) ტურისტების სიჭარბე (რაოდენობითი ასპექტი); ბ) ტურისტების უარყოფითი ქცევა (ხარისხობრივი ასპექტი).

ტურისტების ჭარბი რაოდენობის შემთხვევაში ტერიტორიაზე ტურისტების რიცხვის მარტივი შემცირების გარდა არსებობს ტურისტთა ნაკადების მართვის ორი ძირითადი ვარიანტი (იხ. სქემა): 1) ტურისტების კონცენტრაცია მაღალი გამტარუნა-

რიანობის მქონე ობიექტებზე (განხორციელდეს დამატებითი ღონისძიებები, რომელიც გავლენას მოახდენს ტურისტის ქცევაზე); და 2) ტურისტების გაბნევა (განაწილება) ნაკლებად გამოყენებულ ტერიტორიებზე ან დაბალი აქტიურობის სეზონზე.

ტურისტის ქცევაზე გავლენა ხშირად უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ტურისტების რიცხვის მართვა. ამის მიღწევა შეიძლება „რბილი" ან „ძლიერი" ზომებით. ეს უკანასკნელი ემყარება წესებსა და მათ განხორციელებას (მაგალითად, ჯარიმა უკანონო ქმედებებზე), ხოლო პირველი ეფუძნება ტურისტების შეგნებას და ნებაყოფლობით თანამშრომლობას.

ტურისტის ნეგატიური გავლენის შემცირების თვალსაზრისით ტრანსპორტის მენეჯმენტსაც დიდი მნიშვნელობა აქვს. რაც შეიძლება ნაკლებად უნდა გამოიყენონ ძრავიანი სატრანსპორტო საშუალებები. ბუნების შესაცნობად საუკეთესო გზაა ფეხით სიარული, კანოე ან საწყლოსნო გზებით სარგებლობა, თუმცა მოტორიანი ტრანსპორტის გამოყენება შესაძლებელია იმ შემთხვევაში, თუ მანძილი საკმაოდ დიდია და დგას ტურისტის უსაფრთხოების საკითხი, განსაკუთრებით ველურ ბუნებაში. ამ შემთხვევაში უკეთესია გამოიყენონ კოლექტიური სატრანსპორტო საშუალებები.


ტურისტთა ნაკადების მართვის ღონისძიებები
(ს. ჯაბის მიხედვით)
ტურისტთა ნაკადის მართვა
ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარება
ტურიზმის და ადგილობრივი ეკონომიკის დაგეგმვა, ბალანსი, ხარისხი და გამტარუნარიანობა
ინფორმაცია
ტურისტული ინფორმაციის ბიუროებიდან მიწოდებული ინფორმაციის ხარისხი
ტურიზმის განვითარებისათვის ადამიანური რესურსების ტურისტული საქმიანობის ზონებიდან
ინფრასტრუქტურის
ტურისტული ობიექტების ინფრასტრუქტურის
ტურიზმის
ტურიზმის ეკონომიკურ ეფექტიანობა
ტურიზმის ეკონომიკურ ეფექტიანობა
ტურიზმის ეკონომიკურ ეფექტიანობა

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა არის ეკოლოგიური მენეჯმენტი და რა როლს თამაშობს იგი ტურისტულ საქმიანობაში?*
2. *ჩამოთვალეთ ბიომრავალფეროვნების გამოყენების მისაღები ზღვრის მენეჯმენტის ჩარჩოს ცხრა საფეხური.*
3. *რა კრიტერიუმების გათვალისწინებით უნდა ხდებოდეს ტურიზმის დაგეგმვა და მართვა დაცულ ტერიტორიებში?*
4. *რა არის ზონირება?*
5. *ჩამოთვალეთ დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული ზონების ტიპები.*
6. *რა არის ფუნქციური ზონები?*
7. *დაახასიათეთ ტურისტის მენეჯმენტის მიზნები.*

3.5. ადგილობრივი მოსახლეობის, ხელისუფლების და კერძო სტუქტურების როლი რეგიონში ეკოტურიზმის განვითარებაში

ბუნების დაცვის ტრადიციულ ცნებაში ადგილობრივი მოსახლეობა არ ფიგურირებდა. მათ, ხშირ შემთხვევაში, ასახლებდნენ საცხოვრისიდან, თუ ისინი ცხოვრობდნენ იმ ტერიტორიაზე, რომელიც გამოცხადებული იყო დაცულად. ასეთი ტერიტორიები ხშირად გავლენას ახდენდა მეზობელ დასახლებებზეც, ვინაიდან ადგილობრივი მოსახლეობა მათ არსებობისათვის იყენებდა (მაგალითად, ხეების მოჭრა, შეშის დამზადება, ნადირობა და სხვ.). ასეთმა შეზღუდვებმა ხალხს უფრო მეტი გასაჭირი გაუჩინა, რაც ხშირ შემთხვევაში ხდებოდა ბუნების დაცვისადმი ფართოდ გავრცელებული წინააღმდეგობის და დაცულ ტერიტორიებზე უკანონო შეჭრის მიზეზი. ეს კი თავის მხრივ დიდ ზიანს აყენებდა ბუნების დაცვას მომავალში.

თანამედროვე გარემოს დაცვის ცნებაში გათვალისწინებულია წარსულის ეს შეცდომა და ამ პროცესში ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობა, როგორც ეთიკური მიზეზით, ასევე სტრატეგიული თვალსაზრისითაც პრიორიტეტად არის აღიარებული, რათა გარემოს დაცვას უფრო მეტი მხარდაჭერა ჰქონდეს. გარემოსდაცვით საქმიანობაში ძირითადად არსებობს ადგილობრივი მონაწილეობის 2 ტიპი: 1) **პოლიტიკური**, რომელიც გულისხმობს ადგილობრივი მოსახლეობის უფლებას მონაწილეობა მიიღოს დაცულ ტერიტორიაზე გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში; 2) **ეკონომიკური**, რომელიც გულისხმობს ადგილობრივი მოსახლეობის სარგებელს დაცული ტერიტორიიდან ან კომპენსაციას ამ ტერიტორიებით სარგებლობის აკრძალვიდან. ეკოტურიზმი აღიარებულია იმ პირველ ეკონომიკურ საშუალებად, რომელიც უზრუნველყოფს შემოსავლის ალტერნატიულ წყაროებს ადგილობრივი მოსახლეობისათვის, როგორც დაცულ ტერიტორიებზე, ასევე მის მიმდებარე ტერიტორიებზე.

ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობა ეკოტურიზმში შეი-

ძლება დაეფუძნოს ან დაცულ ტერიტორიას, ან სასოფლო-სამეურნეო ტერიტორიაზე არსებულ სპეციალურ კულტურულ სანახაობებს.

ტურიზმის განვითარებაში არსებობს ადგილობრივი ეკონომიკური მონაწილეობის სხვადასხვა ტიპი, დაწყებული სარგებლის პასიური მიღებიდან (ტურიზმში უშუალო მონაწილეობის გარეშე) დამთავრებული დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი ორგანიზაციებით.

ეკონომიკური მონაწილეობის ტიპები

- დაცული ტერიტორიით სარგებლობიდან შემოსული თანხები;
- მიწის მიყიდვა ინვესტორისათვის; მიწის იჯარით გაცემა ან სარგებლობაზე უფლების მინიჭება;
- გარეშე ინვესტორზე მუშაობა; პროდუქციისა და მომსახურების მიწოდება;
- საზოგადოებრივი და კერძო სექტორის ერთობლივი საწარმო;
- დამოუკიდებელი საზოგადოებრივი ორგანიზაცია;
- ინდივიდუალური ადგილობრივი საწარმო.

ადგილობრივი მონაწილეობა, რომელსაც საუკეთესო პერსპექტივა გააჩნია, ძირითადად დამოკიდებულია 2 ფაქტორზე: ა) ადგილობრივი მოსახლეობის სურვილი და შესაძლებლობა მონაწილეობა მიიღონ ტურისტულ საქმიანობაში; ბ) ეკოტურიზმის ბაზრის სეგმენტები.

მოგება, რომელიც მიმართული იქნება ადგილობრივი მოსახლეობისაკენ, მომგებიანია მთელი ქვეყნისათვის, იმის გამო, რომ მიღებული სარგებელი უზრუნველყოფს ქვეყნის რეგიონების ეკონომიკურ აღმავლობას.

ტურისტულ საწარმოსა და საზოგადოებას, როგორც ერთ მთლიანობას შორის კავშირი ძალზე მნიშვნელოვანია იმის უზრუნველსაყოფად, რომ სასურველი სარგებელი მართლაც აღწევს საზოგადოებამდე. აქედან გამომდინარე ტურიზმის ისეთი სტრუქტურა უნდა ჩამოყალიბდეს, რომელიც:

- დაცულ ტერიტორიაზე წარმოადგენს საზოგადოებას, როგორც ერთ მთლიანს და არა მხოლოდ მის განსაკუთრებულ ცალკეულ ჯგუფებს და ელიტარულ ფენას;

- იმუშავებს ეფექტურად – ინფორმაციას მიაწვდის ფართო საზოგადოებას და გადაწყვეტილებებს მიიღებს დროულად;
- არ იქნება დიდი მოცულობის (რაც ერთგვარად ეწინააღმდეგება I პუნქტს);
- აღიარებული იქნება ადგილობრივი მონაწილეების (საზოგადოების წევრების) მხრიდან;
- მოცემულ ტერიტორიაზე ტურიზმის დარგში ჩამოაყალიბებს განვითარების პერსპექტივას;
- იმუშავებს სამართლიანად;
- წევრებს შორის მიიღებს მათ, ვისაც გააჩნიათ შესაბამისი უნარ-ჩვევა და კვალიფიკაცია ტურიზმის დაგეგმვასა და მენეჯმენტში.

ტურიზმის განვითარება შეიძლება მოითხოვდეს ცვლილებებს ქცევებში, რომელიც დაკავშირებულია გარემოს ექსპლუატაციიდან მის დაცვაზე გადასასვლასთან. აუცილებელია, რომ საზოგადოება და ადგილობრივი მოსახლეობა ტურიზმის განვითარებიდან ღებულობდეს სარგებელს, რომელიც საკმარისი იქნება მათთვის სასურველი ცვლილებების სტიმულირებისათვის. ამ საქმიანობიდან ძირითადი სარგებელი არის ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება. მაშინ, როდესაც საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტი საზოგადოებრივ ცხოვრებაში თავიანთ მონაწილეობას გაითავისებს, მათი ქცევა უფრო მოტივირებული ხდება და ისინი გრძნობენ პასუხისმგებლობას.

ჯერ კიდევ ცივილიზაციას ნაკლებადნაზიარები ტერიტორიების მოსახლეობა საჭიროებს განსაკუთრებულ ყურადღებას, რადგან მოსახლეობის რაოდენობის ზრდა და მრეწველობის განვითარება ზემოქმედებას ახდენს მათ ტრადიციულ ყოფაზე. ამ ადამიანებს უფლება აქვთ შეინარჩუნონ თავიანთი კულტურული თვითმყოფადობა და იცხოვრონ წინაპრების ადათ-წესებით. ადგილობრივი ხელისუფლება პატივს უნდა სცემდეს საზოგადოების თითოეული სეგმენტის მოთხოვნებს, ფართოდ ერთვებოდეს მათ საქმიანობაში და უზრუნველყოფდეს ტურიზმის განვითარებიდან შემოსული სარგებელის წილის მათთვის გადაცემას.

განვითარების დაგეგმვის საწყის ეტაპზე ადგილობრივმა ხელისუფლებამ უნდა წაახალისოს მოსახლეობის მონაწილეობა ტურიზმში, რათა მათ გაუჩნდეთ ტურიზმიდან სარგებლის მიღების რეალური რწმენა. ასეთი დამოკიდებულება წინაპირობაა იმისა, რომ ტურიზმის განვითარებამ რეგიონს მოუტანოს, როგორც ეკონომიკური, ისე სოციალური, ფსიქოლოგიური, კულტურული და სხვა სახის სარგებელი. რაც უფრო დიდი იქნება სარგებელი ტურიზმიდან რეგიონის მოსახლეობისათვის, იმდენად მეტად გაუფრთხილდებიან და შეინარჩუნებენ ისინი გარემოსა და თვითმყოფადობას. ადგილობრივმა მოსახლეობამ ხელი უნდა შეუწყოს რეგიონში ან შესაბამის ტერიტორიებზე, ტურიზმის განვითარებას.

ხელისუფლება წამყვან როლს ასრულებს გარემოს დაცვაში. ტერმინში „ხელისუფლება" უნდა მოიაზრებოდეს ადგილობრივი, რეგიონული, ეროვნული და საერთაშორისო სახელმწიფო სტრუქტურები, რომლებსაც სრული პასუხისმგებლობა ეკისრებათ გარემოს დაცვაზე და ხელს უწყობენ საზოგადოების სხვადასხვა დონეს შორის თანამშრომლობას.

თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის პირობებშიც კი, საჭიროა მთავრობამ მეტი ყურადღება დაუთმოს ეკოლოგიურ საკითხებს. ეს არ გულისხმობს იმას, რომ მათ ტურიზმის ინდუსტრია თავის გავლენას დაუმორჩილონ, არამედ ეს ნიშნავს, რომ მთავრობები, შესაბამისი კანონმდებლობის შექმნის, რეგულირებისა და კონტროლის გზით, მეტ პასუხისმგებლობაა იღებენ ტურიზმის განვითარებასა და მართვაზე. ეს ღონისძიებები მოიცავს ნებაყოფლობითი სახელმძღვანელო წესების შემუშავებას ისევე, როგორც აუცილებელი ეკოლოგიური სტანდარტებისა და მონიტორინგის სისტემების შექმნასა და განხორციელებას. ეკოლოგიურად და სოციალურად ტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის მთავრობის მიერ განსახორციელებელი აუცილებელი პირობები შესაძლებელია შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს:

- გარემოს დაცვისათვის მიიღება სახელმწიფო კანონმდებლობა (გარემოსდაცვითი სტანდარტები, რომელიც აუცილებლად უნდა დაიცვან ტურისტულმა კომპანიებმა; მსხვილი ტურისტული

პროექტების ექსპერტიზა, დაცული ტერიტორიების საკანონმდებლო უზრუნველყოფა და სხვა);
- პოლიტიკური და ადმინისტრაციული სტრუქტურების ანუ ადგილობრივი ტერიტორიების წარმომადგენლების საკუთრების უფლებებისა და უფლებამოსილების განსაზღვრა;
- სახელმწიფო დაფინანსებისა და საგადასახადო პოლიტიკის შემუშავება, რომელიც შესაძლებლობას იძლევა ტურიზმიდან შემოსული გადასახადების ნაწილი გამოყენებულ იქნას ადგილობრივი ხელისუფლების საჭიროებისა და ბუნებრივი რესურსების დაცვისათვის;
- მხარდაჭერის ინსტრუმენტების/წახალისების სისტემების შემუშავება, რომელთა საშუალებითაც საწარმოებისათვის ეკონომიკურად მომგებიანი ხდება გარემოს დაცვისათვის, მიმდებარე ტერიტორიების განვითარებისთვის ან ადგილებზე მუშაკთა კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის ჩადებული ინვესტიციები;
- ადგილებზე ეკოლოგიურად სუფთა ტექნოლოგიებისა და მართვის მეთოდების შესახებ ინფორმაცია/კონსულტაციების მუდმივი ჩატარება.

ხელისუფლება ყველა დონეზე განსაკუთრებულ როლს თამაშობს თავისუფალი საბაზრო ეკონომიკის განვითარებაში, მათ შორის ეკოლოგიური საკითხების მოგვარებაში. სამთავრობო სტრუქტურების გარდა, არც ერთი სხვა ორგანიზაცია არ არის აღჭურვილი შესაბამისი ინსტრუმენტებითა და უფლებამოსილებით, რათა გააკონტროლონ და განახორციელონ კანონები. ხელისუფლების ამოცანაა შეიმუშაოს გრძელვადიანი და ინტეგრირებული პოლიტიკა საზოგადოებისა და გარემოს ურთიერთდამოკიდებულების შესახებ, იმისათვის რომ მიღწეულ იქნეს ბალანსი გარემოს დაცვასა და მდგრად განვითარებას შორის.

მხოლოდ მთავრობას გააჩნია ის საჭირო ინსტრუმენტები და უფლებამოსილება, რათა არა მხოლოდ აღმოფხვრას სიმპტომები, არამედ საფუძვლიანად შეისწავლოს ეკოლოგიური პრობლემები. ეკოლოგიური პრობლემების გავრცელების მასშტაბების გამო მათი

უფლებამოსილება ვრცელდება არა მხოლოდ ადგილობრივ, არამედ რეგიონულ და ეროვნულ დონეებზე. მათ ასევე შეუძლიათ არაეკონომიკური, მაგალითად, ესთეტიკური, ფასეულობების შენარჩუნება გადასახადების გადამხდელთა თანხებით. მთავრობები ხშირად დიდი მიწათმფლობელნიც არიან, რომლებიც შემდგომში გვევლინებიან ტურისტული/რეკრეაციული შესაძლებლობების მიმწოდებლებად. ასე მაგალითად, აშშ-ის ფედერალური მთავრობა ფლობს 2 მლნ კვ.კმ-ზე მეტ ფართობს, ანუ ქვეყნის ტერიტორიის დაახლობით 20%-ს, რაც მთავრობას აიძულებს აიღოს აქტიური კურსი გარემოს დაცვის სასარგებლოდ ნაცვლად იმისა, რომ ელოდოს, თუ როდის გახდება ეკოლოგიური პრობლემა აშკარა და ხშირ შემთხვევაში სავალალო.

მთავრობის ერთ-ერთი ძირითადი ამოცანაა გადასახადებიდან შემოსული თანხების ხარჯვის პრიორიტეტების განსაზღვრა. გადაწყვეტილების მიღება ამ პრიორიტეტების შესახებ ხდება პოლიტიკურ დონეზე, მათ შორის ტურიზმთან და ეკოლოგიასთან მიმართებაში.

საზოგადოება დაინტერესებულია დღევანდელი და მომავალი ცხოვრების ხარისხით, რასაც უნდა პასუხობდეს მთავრობის პოლიტიკაც. ეს კი საჭიროებს აუცილებელ სტრუქტურულ ცვლილებებს ეკონომიკაში. მთავრობა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეკოლოგიურად დადებითი ეკონომიკური და ტექნოლოგიური რესტრუქტურიზაციის პროცესების განხორციელებაში, რაც იმას ნიშნავს, რომ აიძულონ შესაბამისი კომპანიები აღკვეთონ ან გამოასწორონ ეკოლოგიური ზარალი.

გარემოს დაცვის პროცესში მთავრობის მონაწილეობის ტრადიციული მეთოდია ბავშვებისა და მოზრდილებისთვის გარემოსდაცვითი (ეკოლოგიური) განათლების მიცემა. რაც შეეხება მწარმოებლებსა და მომხმარებლებს, მათ მიმართ მთავრობა იყენებს რეგულირებისა და კონტროლის საკანონმდებლო მექანიზმებს.

მთავრობამ შეიძლება განახორციელოს ისეთი ეკოლოგიური ღონისძიებები, როგორიც არის ტურისტულ ობიექტებზე ტურისტთა დაშვების შეზღუდვა ადგილობრივ (მაგალითად, გარკვეულ

ბუნებრივ ნაკრძალზე), ან ეროვნულ დონეზე წლიური კვოტების, ან შესაძლებლობების ლიმიტის დადგენის გზით; მიწათსარგებლობაში ზონური სარგებლობის განვითარება; ტურისტული/რეკრეაციული ობიექტების მშენებლობაზე ნებართვის შემოღება; ტურისტულ პროექტებში გარემოზე ზემოქმედების შეფასების პუნქტის ჩადება; წყლით სარგებლობის კონტროლი; რესტორნებში კვების ხარისხის კონტროლი; ავტომობილების გამონაბოლქვის კონტროლი; სატრანსპორტო საშუალებებით გამოწვეული ხმაურის აღკვეთა (განსაკუთრებით კი რეკრეაციული ობიექტების სიახლოვეს); სასტუმროს ნომრების კედლების სტანდარტის კონტროლი ხმის გამტარობის თვალსაზრისით; ხედის დამახინჯების საწინააღმდეგო წესების შემუშავება (ასეთ დამახინჯებად ითვლება ზოგიერთი კომერციული ბილბორდი. ასეთი ბილბორდები ჯერ კიდევ უხვად არის ევროპის ზოგიერთ ტურისტულ რეგიონში, ბილბორდების გაუქმების მხრივ დიდ წარმატებას მიაღწია ჩრდილოეთ ამერიკამ, სადაც ასეთი ბილბორდების აღმართვა კანონით აკრძალულია).

მთავრობების ხელში სუბსიდიები ძალზე მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია. ეკოლოგიურად უარყოფითი პროექტები და კომპანიები ვერ იღებენ სუბსიდიებს, დაფინანსება და მხარდაჭერა აქვთ მხოლოდ ეკოლოგიურად მომგებიან პროექტებს.

იცვლება როგორც მომხმარებელთა, ასევე კომპანიათა დამოკიდებულება გარემოსადმი. ადრეულ, 1970-იან, წლებში ეკოლოგიური ზარალის აღქმის დონე ძალზე დაბალი იყო, მაგრამ დღეს საზოგადოება არჩევანს აკეთებს სად და ჯანმრთელ ბუნებაზე. ადამიანები უფრო მეტად არიან გათვითცნობიერებულნი ბუნების დაცვის (შენახვის) საკითხებში და მონაწილეობასაც კი ღებულობენ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში, როგორც ინდივიდუალურად, ასევე არასამთავრობო ორგანიზაციების სახით.

მომხმარებელი თანდათან აცნობიერებს, რომ კავშირი მოხმარებასა და ბედნიერებას (კმაყოფილებას) შორის სუსტია, რომ „ბევრი“ არ გულისხმობს აუცილებლად „უკეთესს“ და რომ ცხოვრების საბოლოო მიზანია შემოქმედებითი დასვენება, რომელიც აკმა-

ყოფილებს ადამიანის არა იმდენად მატერიალურ, რამდენადაც სოციალურ, ფსიქოლოგიურ და სულიერ მოთხოვნილებებს.

წარმოების ხელმძღვანელებს გათვითცნობიერებული აქვთ, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარება ჯანსაღ გარემოს ჯანსაღ ეკონომიკასთან მჭიდროდ აკავშირებს. შედეგად კერძო სექტორის ლიდერები მზად არიან საქმიანი გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში ეკოლოგიური საკითხებიც შეიტანონ.

საწარმოთა პროეკოლოგიური ძალისხმევა განსაკუთრებით თვალსაჩინოა ტურიზმთან დაკავშირებულ ტრანსპორტირების სფეროში: საავტომობილო ინდუსტრია ექსპერიმენტებს ატარებს ალტერნატიული საწვავის გამოყენებაზე; საავიაციო ინდუსტრია ქმნის ნაკლებხმაურიან თვითმფრინავებს; სატრანსპორტო კონტროლის სააგენტოები ცდილობენ მინიმუმამდე დაიყვანონ საცობებისა და გადატვირთვის მოცულობა მიწაზე და ჰაერში; ყველა საწარმო ცდილობს შეამციროს ნარჩენების წარმოება.

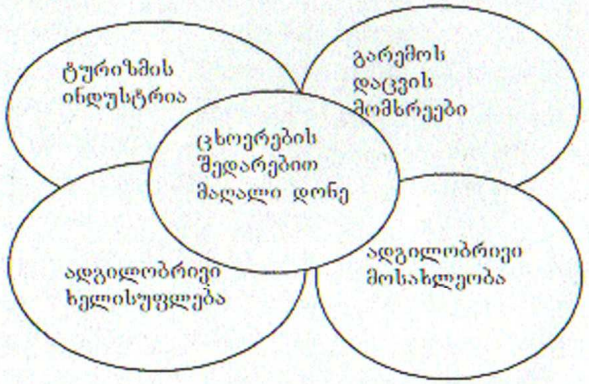
ბუნების დაცვასა და ტურიზმის მდგრად განვითარებასთან, ასევე დაკავშირებულია ხარისხიანი ტურიზმის კონცეფცია. იგი მისაღებია ორი მთავარი მიზეზის გამო: ა) მარკეტინგიდან გამომდინარე ის უზრუნველყოფს ტურიზმის წარმატებულობას და ბ) ის, ასევე მომგებიანია ადგილობრივი მოსახლეობისა და გარემოსათვის. ხარისხიანი ტურიზმი არ ნიშნავს ძვირადღირებულ ტურიზმს, რადგან უზრუნველყოფს "ფასებისა და ხარისხის სწორ შეფარდებას", იცავს ტურისტულ რესურსებსა და იზიდავს ისეთ ტურისტებს, რომლებიც გარემოსა და ადგილობრივი მოსახლეობის პატივისცემას გამოხატავენ. ასეთი სახის ტურიზმის განვითარება საშუალებას მოგვცემს მივიზიდოთ მაღალი მოთხოვნილების ტურისტები. ხარისხიანი ტურიზმის განვითარება საზოგადოებისა და კერძო სექტორის მთავარი ამოცანაა. ეს კონცეფცია საფუძვლად უნდა დაედოს ტურიზმის დაგეგმვის, განვითარებისა და მართვის პროცესს.

დიდი ქვეყნებისა და რეგიონების ცენტრალურ უწყებებში ტურიზმის განვითარების გეგმები საზოგადოების ფართო მასების მონაწილეობით მიმდინარეობს. ამ მიდგომას შეიძლება ეწოდოს

"ზევიდან ქვევით". ზოგ შემთხვევაში გამოიყენება სხვა მიდგომებიც მაგალითად, "ქვევიდან ზევით". ეს მიდგომა გულისხმობს თათბირების ჩატარებას ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოებთან და ადგილობრივ საზოგადოებასთან ერთად იმისათვის, რომ განისაზღვროს განვითარების ის ტიპი, რომელსაც ისინი უპირატესობას მიანიჭებენ. ეს ადგილობრივი იდეები და ამოცანები ჯგუფდება ნაციონალური და რეგიონული გეგმების ჩარჩოებში. სწორედ ასეთი მიდგომით მაღლდება საზოგადოების მონაწილეობა დაგეგმვის პროცესებში. შეთანხმებული გეგმის ფორმირებისათვის საჭიროა აზრთა სხვადასხვაობა დარეგულირდეს ნაციონალურ და რეგიონულ დონეზე. განვითარების მოდელები ადგილობრივ ტერიტორიებზე, ავსებდნენ და ხელს უწყობდნენ ერთმანეთის განმტკიცებას და ამასთან ერთად გამოხატავდნენ ადგილობრივი საზოგადოების მოთხოვნილებებსა და სურვილებს. საუკეთესო შედეგების მიღწევა შესაძლებელია „ზევიდან ქვევით" და „ქვევიდან ზევით" კონცეფციების შეჯერებით (იხ. სქემა).

სქემა

ტურისტული ინდუსტრია, გარემო და საზოგადოება



წყარო: „ტურიზმის მდგრადი განვითარება", სახელმძღვანელო ადგილობრივი დაგეგმვის სპეციალისტებისათვის, მტო, მადრიდი, 1993

საკონტროლო კითხვები:

1. რატომ არის აუცილებელი ადგილობრივი მონაწილეობა გარემოსდაცვით საქმიანობაში? დასახელეთ და დახასიათეთ ასეთი საქმიანობის ტიპები.
2. რა მნიშვნელობა აქვს ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობას ტურისტული საქმიანობის დაგეგმვასა და მართვაში?
3. რა როლი ეკისრება ხელისუფლებასა და მთავრობას რეგიონში გარემოსდაცვითი საქმიანობის მიმართებით?
4. რა პოლიტიკა უნდა გააჩაროს მთავრობამ რეგიონში ეკოლოგიურად და სოციალურად მდგრადი ტურიზმის განვითარებისათვის?
5. რამ გამოიწვია გარემოსადმი ტურისტულ კომპანიათა დამოკიდებულების შეცვლა და რაში მდგომარეობს ივი?
6. დახასიათეთ ტურისტული ინდუსტრიის, გარემოსა და საზოგადოების ურთიერთკავშირი.

თავი IV

ტუროპერეიტინგი, მომსახურების მენეჯმენტი, განათლება და გარემოს დაბინძურების მინიმიზაცია ეკოტურიზმში

4.1. ეკოტურის დაპროექტება

ტურიზმის ინდუსტრიაში ეკოტურიზმი ბიზნესის ახალი სახეობაა. ასეთი სახეობის ტურიზმით, უფრო მეტად, გამოცდილი ტურისტული კომპანიებია დაკავებული. მენეჯერთათვის ეკოტურისტული საქმიანობის მთავარ სირთულეს წარმოადგენს ტურპროდუქტის შედგენა და ტურისტთა მარშრუტზე მომსახურება.

დასაპროექტებელი ეკოტურისტული მომსახურების პროდუქტისადმი (პაკეტისადმი) მოთხოვნები იყოფა აუცილებელ და რეკომენდებულ მოთხოვნებად. აუცილებელ მოთხოვნებს მიეკუთვნება ტურისტთა სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის უსაფრთხოება, მათი ქონებისა და გარემოს დაცვა. რეკომენდებულ მოთხოვნებს მიეკუთვნება: დანიშნულებისადმი შესაბამისობა, სიზუსტე და შესრულების დროულობა, კომპლექსურობა, მომსახურების ეთიკურობა, კომფორტულობა, მოგზაურობის ეთიკურობა და ერგონომიკულობა. განვიხილოთ თითოეული მათგანი (ვ. ხრაბოვჩენკო, 2003):

დანიშნულებისადმი შესაბამისობა – მომსახურება უნდა პასუხობდეს მომხმარებლის ფიზიკურ შესაძლებლობებსა და მოლოდინს. ძნელი წარმოსადგენია, რომ შეზღუდული ფიზიკური შესაძლებლობის ან ქრონიკული დაავადების მქონე ადამიანები შეძლებენ ასვლას 5000 მ-ის სიმაღლეზე ან ძნელად გასავლელ გზებზე დღეში 20 კმ-ზე მეტს გაივლიან. ამიტომ ტუროპერატორმა უნდა შეადგინოს ეკოტურისტების ფიზიკური მომზადების მონაცემთა სრული ჩამონათვალი.

სიზუსტე და შესრულების დროულობა – მიწოდებული მომსახურება დროისა და მოცულობის მიხედვით უნდა შეესაბამებოდეს იმას, რაც ასახულია ხელშეკრულებაში ან მომსახურების პროგრამაში (საგზურში, ვაუჩერში და ა.შ). ეს იმას ნიშნავს, რომ ტრანსპორტი და კვება უნდა მიეწოდებოდეს დროულად და შეესაბამებოდეს მომსახურების კლასს, სასტუმრო უნდა იყოს დადგენილი კატეგორიის, ხოლო ექსკურსიები უნდა ჩატარდეს მთელი დატვირთვით.

კომპლექსურობა – შეთავაზებული მომსახურება უნდა უზრუნველყოფდეს სხვა მომსახურების მიღების შესაძლებლობასაც, რომელიც ეკოტურისტებს შეუქმნის ნორმალურ შემოქმედებით პირობებს. მაგალითად, ტურისტთა განთავსება სამთო თავშესაფარში უნდა შეიცავდეს კერძების მომზადების საშუალებებს (სამზარეულოს, გაზქურას), ხოლო ტურისტთა გადაადგილება მარშრუტზე და ავადმყოფების ან დაზარალებულების ევაკუაცია უნდა ხდებოდეს ტრანსპორტის საშუალებით.

მომსახურების ეთიკურობა – ეკოტურისტები გარანტირებულნი უნდა იყვნენ მომსახურე პერსონალისა და გიდების კეთილგანწყობილებაზე, კომუნიკაბელურობასა და თავაზიანობაზე, რომელიც მათთვის მიბაძვის საგანიც კი შეიძლება გახდეს. ძნელად დასაჯერებელია, რომ ტურისტები ბოლომდე იხელმძღვანელებენ ეკოტურიზმის მცნებებით, თუ დაინახავენ, რომ გიდი ძირს აგდებს ქაღალდს ან პლასტმასის ყუთს.

კომფორტულობა – ტურიზმის ნებისმიერი სახეობა, უპირველეს ყოვლისა, დასვენებაა. დასვენება კი, რა მცირედიც არ უნდა იყოს ის, საჭიროებს კომფორტულობას.

მოგზაურობის ეთიკურობა – ეკოტურისტული მარშრუტი უნდა გადიოდეს საექსკურსიო ჩვენების, რაც შეიძლება მიმზიდველ ადგილებზე, საინტერესო ობიექტებსა და ულამაზეს პეიზაჟებზე.

ერგონომიკულობა – ტურისტებისადმი მიცემული აღჭურვილობა უნდა შეესაბამებოდეს ტურისტების მიერ მათი ექსპლოატაციის შესაძლებლობებს. არ არის საჭირო ტურისტებს მიეცეთ რადიოსადგური, თუ მათ მისი გამოყენება არ იციან. ამასთანავე, მათთვის გადაცემული ფეხსაცმელი, ტანსაცმელი, დასაგები, საძილე ტომრები და ზურგჩანთები ტურისტების ფიზიკური აღნაგობის, ფეხსაცმლისა და ტანსაცმლის ზომის ადეკვატური უნდა იყოს.

ტურის შემუშავების დოკუმენტაცია უნდა დაეფუძნოს ტურისტული ბაზრისა და მოთხოვნის მარკეტინგულ კვლევას, ეკოტურისტების მომსახურების ტექნოლოგიის განსაზღვრასა და აღწერას. მასში უნდა გაითვალისწინონ უსაფრთხოების ნორმები ტურისტთა სიცოცხლის, ჯანმრთელობის, ქონებისა და გარემოს დაცვის მიმართებით.

ტურისტული მოთხოვნის მარკეტინგული კვლევა შემდეგი სახისაა:

1. მიმოხილვა იმისა, თუ სად დაფუძნდება ან მოხდება მომავალი ტურისტული მომსახურების მომხმარებელთა სეგმენტირება.
2. სეგმენტის დახასიათება, მისი აღწერის ჩათვლით (ტურისტული ფირმისათვის ჯგუფებს შორის ჰეტეროგენურობა, ჰომოგენურობა, ზომადობა, მოცულობა, მიღწევადობა, მისი ათვისების შესაძლებლობა და სხვა).
3. სეგმენტირება გეოგრაფიული ნიშნების მიხედვით (ესთეტიკური მიმზიდველობა, უნიკალურობა, ეგზოტიკურობა და სხვა) ბუნებრივი ობიექტების ტურისტული ჩვენების მომხმარებლებისათვის, სხვადასხვა რეგიონიდან, თუ ქვეყნიდან ჩამოსულ ტურისტთა ქცევის სტერეოტიპები, ასაკობრივი მახასიათებლები, ცხოვრების ადგილი, ოჯახური შემადგენლობა და ა.შ.
4. სეგმენტირება სოციალ-ეკონომიკური ნიშნების მიხედვით: შემოსავლების დონე; სოციალური სტატუსი; პროფესია; განათლების დონე; სხვადასხვა ორგანიზაციების წევრობა და ა.შ.
5. სეგმენტირება ფსიქო-ქცევითი ნიშნების მიხედვით: რეკრეაციული მოთხოვნილების დახასიათება; დასვენების გამორჩეული სტილი; მოდურ ტურისტულ მომსახურებასთან და რაიონებთან დამოკიდებულება; ტურებისა და მომსახურების მოხმარების ინტენსიურობა და სხვა.
6. გამოკვლეული სეგმენტიდან ეკოტურისტის მარკეტინგული პროფილი.
7. რეზიუმე, რომელიც შეიცავს დასკვნებს ტურისტული მომსახურების (მომსახურების ხარისხი, ღირებულება, მომსახურების გაწევის ადგილი, ჯგუფის წევრთა რაოდენობა, საექსკურსიო მომსახურების სახეობა და ა.შ.), ტურის დაგეგმვის (შემუშავების ვადები და ეტაპები, ტურისტული მომსახურების მომწოდებლები და სხვა) და სარეკლამო კამპანიის ორგანიზაციების (მოცვის სეგმენტი, სარეკლამო კონტაქტების სიხშირე და დრო, სარეკლამო პრეზენტაციების სქემა და ა.შ.) შესახებ.

სამთო-სათავგადასავლო ტურიზმის საფუძველზე განვიხილოთ ეკოტურის ფორმირების ეტაპები ალპებში ეკოტურიზმის განვითარების გერმანული ფირმის გამოცდილების მასალებზე დაყრდნობით.

ეკოტურის ფორმირების საწყისი საფუძველია: 1) ბუნებრივი ტურისტული რესურსები, 2) მიზნობრივი აუდიტორია, 3) ტურინდუსტრიის საწარმოები (ტრანსპორტი, განთავსების საშუალებები, კვება, გიდები, მაშველები, რეინჯერები და ა.შ.).

პირველ ეტაპზე შერჩეულ ტერიტორიაზე აუცილებელია მოხდეს ბუნებრივი რესურსების შეფასება. ასეთი შეფასების ტექნოლოგიური ასპექტი შესაძლებლობას მოგვცემს სხვადასხვა სეზონებში გამოვყოთ ტურისტული საქმიანობის შედარებით პერსპექტიული სახეობები. მაგალითად, მდგრადი თოვლის საფარი რელიეფთან შერწყმით ზამთარში სამთო-სათხილამურო ტურების განვითარების შესაძლებლობას იძლევა. ზაფხულში კი შეიძლება მოეწყოს კლდეზე ცოცვა. ბიოწარმონაქმნების მაღალი დონე კი ბუნების ისტორიის, ფრინველებზე და ცხოველებზე დაკვირვებითი ტურების საფუძველი გახდება.

ამ ეტაპის შედეგია ეკოტურისტული საქმიანობისა და მარშრუტების რაიონების რუკებისა და სქემების შედგენა. ამის შემდეგ მიმდინარეობს ბუნებრივი რესურსების შეფასება. განისაზღვრება არასასურველი, საშიში კლიმატური მოვლენები და მათი განმეორების სიხშირე. აქვე მუშავდება ტურისტებისათვის მთაში აკლიმატიზაციის პროგრამები და დგება მარშრუტების სიმაღლის პროფილი, ასევე ცალკე სიით განისაზღვრება ჯგუფური და ინდივიდუალური მოგზაურობებისათვის საჭირო აღჭურვილობა.

შემდეგი ეტაპი ითვალისწინებს ტურისტების ფიზიკური მომზადებისადმი მოთხოვნების შემუშავებას. ტრეკინგისა და ბუნების ისტორიის ტურების შემთხვევაში საკმარისია დღეში 8-12 კმ-ის გადალახვა. სათავგადასავლო ტურიზმის ექსპერიმენტული სახეობები კი მოითხოვენ ტურისტების მაღალი დონის ფიზიკურ, ტექნიკურ და მორალურ მომზადებას.

ტურის ფორმირების მესამე ეტაპი ყველაზე მოცულობითი და

საპასუხისმგებლოა. იგი ითვალისწინებს ტუროპერატორის მიერ ყველა ტურისტული მომსახურების ერთ პაკეტში გაერთიანებას. ტურის პროგრამა არა მხოლოდ მის ხანგრძლივობას უნდა ითვალისწინებდეს, არამედ უნდა შედგეს გადაადგილების ყოველდღიური გრაფიკი, შეირჩეს სიმაღლეები და დასვენების ადგილები. ასევე, გათვალისწინებული უნდა იყოს მიღწევის ადგილამდე ტრანსპორტის სახეები, ჯგუფის შეხვედრა და ტრანსფერები (უცხოელ ტურისტებთან მიმართებაში საჭიროა გავითვალისწინოთ ტურისტული ფორმალობები). მარშრუტზე ტურისტების გადასაყვანად ტრანსპორტის სახეების შერჩევა უნდა ითვალისწინებდეს საგზაო-საბილიკო სისტემის დონეს, დაცული ტერიტორიების მიერ წარმოდგენილ გარემოს დაცვის მოთხოვნებს. მაგალითად, აშშ-ში ყველა ბუნებრივი რეზერვატი ერთმანეთთან ბრწყინვალე ავტოსტრადებითაა დაკავშირებული. კენიაში, გამოიყენება ჯიპები, ხოლო სამხრეთ ამერიკის მთებში (აკონკაგუა) კი ცხენები.

განთავსების ადგილების შერჩევის დროს უნდა გავითვალისწინოთ კონკრეტულ რეგიონში სტუმრმასპინძლობის ინდუსტრიის განვითარების დონე. ეს შესაძლებელია იყოს, როგორც სამთო ოტელები, ასევე სამთო თავშესაფრები ან საკარვო ბანაკები.

აუცილებელია განისაზღვროს ტურისტების ტვირთის ტრანსპორტით ან მზიდავის მიერ გადატანა და ტურისტებისა და მათი ქონების დაზღვევის მისაღები სქემა.

ტურის დაპროექტებისათვის აუცილებელია სწორად და სრულად შევსებული:

- ტურისტული მოგზაურობის ტექნოლოგიური რუკა;
- ორგანიზაციის დატვირთვის გრაფიკი – ტურისტული მომსახურების მომწოდებლები;
- ტურისტული საგზური – დანართი საინფორმაციო ფურცელი;
- ტურისტების მომსახურების პროგრამა.

ტურის ფორმირებისას, გიდი-გამყოლის შერჩევა, ერთ-ერთი საპასუხისმგებლო ეტაპია. უპირველეს ყოვლისა, მან უნდა იცოდეს მარშრუტი და იყოს ჯგუფის უსაფრთხოების გარანტი, კომუნიკაბელური და ფაქიზი ფსიქოლოგი, კეთილგანწყობილი და უშუალო,

უნდა შეეძლოს ჯგუფის განწყობის დაკმაყოფილება – ეს არის გიდის ძირითადი პროფესიული უნარ-ჩვევები. მას ადგილობრივ მოსახლეობასთან უნდა ჰქონდეს კარგი დამოკიდებულება და უცხოელი ტურისტების შემთხვევაში შეასრულოს თარჯიმნის ფუნქციები. იგი უნდა ფლობდეს ცოდნას ბუნების, ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურის შესახებ, იყოს სასიამოვნო მოსაუბრე და ექსკურსიამძღოლი. მარშრუტის სირთულიდან გამომდინარე განისაზღვრება ტურისტთა რაოდენობა ერთ გიდზე. ტრეკინგ ტურებში ერთ გამცილებელზე შეიძლება მოდიოდეს 5-დან 20 ტურისტამდე.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა მოთხოვნები წაეყენება დასაპროექტებელ ეკოტურისტულ პროდუქტს?*
2. *განიხილეთ ეკოტურისტული პროდუქტისადმი რეკომენდებული მოთხოვნები.*
3. *რას ეწუმნება ტურის შეძუშავების დოკუმენტაცია?*
4. *განიხილეთ ტურისტული მოთხოვნის მარკეტინგული კვლევის სახეები.*
4. *ჩამოთვალეთ და განიხილეთ ტურის ფორმირების ეტაპები (საქთო-სათავგადასავლო ტურიზმის მაგალითზე).*
5. *რა სახის მასალა უნდა შედგეს ტურის სრულად დაპროექტების შემდეგ?*
6. *რა მნიშვნელობა აქვს ტურის ფორმირებისას გიდი-გამყოლის შერჩევას და რა უნარ-ჩვევებს უნდა ფლობდეს იგი?*

4..2. ეკოტურისტული მომსახურების ხარისხის მენეჯმენტი, გიდის მუშაობა ტურისტებთან

ეკოლოგიური და სათავგადასავლო ტურიზმის სფეროში დაკავებულ ტუროპერატორთა საქმიანობა საჭიროებს სერტიფიცირებას. სახელმწიფომ უნდა გააკონტროლოს შესაბამისი მომსახურების ხარისხის მინიმალურ პირობათა (პერსონალის სათანადო მომზადება, აუცილებელი მოწყობილობებით უზრუნველყოფა, ფირმის მიერ ტურისტული კანონმდებლობის მოთხოვნათა დაცვა და ა.შ.) შესრულება.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ტურისტების უფლებას მომსახურების მაღალ ხარისხზე, აგრეთვე მათ მოვალეობას – გაუფრთხილდნენ გარემომცველ ბუნებას, უნდა არეგულირებდეს შესაბამისი საკანონმდებლო აქტები.

ეკოტურისტული ფირმებისათვის ტურისტული მომსახურების ხარისხი ნიშნავს მომსახურების დონის შესაბამისობას ტურისტთა მოლოდინისადმი. ამ მოლოდინის ხორცშესხმა გულისხმობს: ტურფირმის პერსონალის მიერ მომხმარებელთა მოთხოვნების მკაფიოდ გათვითცნობიერებას, მომსახურების ხარისხის სტანდარტების ცოდნასა და ამ სტანდარტების დაცვის საქმეში ფირმის მუშაკთა როლის გააზრებას. ფირმის მუშაკებმა უნდა იცოდნენ, რა ნიშან-თვისებები და მოქმედებები არ შეესაბამება ხარისხის სტანდარტებს.

ვინაიდან ეკოტურისტთა მომსახურება ნიშნავს, უპირველეს ყოვლისა, ტურისტებისა და მომსახურე პერსონალის უშუალო ადამიანურ ურთიერთობებს, ამდენად მომსახურების ხარისხს, მუშაკთა პროფესიულ მომზადების გარდა, ხშირად განსაზღვრავს მათი მორალური თვისებები. კონკურენციის თანამედროვე პირობებში პერსონალის უწყვეტი განვითარება (პროფესიული დონის მუდმივი ამაღლება) არის წარმატების მიღწევის ერთადერთი პირობა. ხატოვნად რომ ვთქვათ, პერსონალს გულწრფელად უნდა სჯეროდეს, რომ მხოლოდ "ხარისხის დიქტატურას" – (Total Quality Management) ძალუძს აქციოს ფირმა ტურბიზნესის ლიდერად. მაგა-

ლითად, "Niagara nature tours" რეგულარულად მიმართავს თავისი გიდების განსწავლას კვალიფიკაციის ასამაღლებელ კურსებზე და საერთო რაოდენობიდან ირჩევს პედაგოგიური გამოცდილების მქონე ადგილად გაწვრთნად პიროვნებებს, ე.ი. იმათ, ვისაც ეხერხება ადამიანებთან მუშაობა და მათთვის ბუნების შესახებ ინფორმაციის გადაცემა. ასეთთა რიცხვს უმეტესად მიეკუთვნება მეცნიერმუშაკები და მასწავლებლები.

ეკოტურისტი იმით განსხვავდება ტურიზმის სხვა სახეობების მოყვარული ტურისტებისაგან, რომ გარდა გიდისა და ჯგუფის თანმხლები პირისაგან მიღებული ინფორმაციისა, ისინი თვითონაც ფლობენ განსაზღვრულ ცოდნას ბუნების დაცვის აუცილებლობის შესახებ. მათ იციან, რომ სტუმართა ტრადიციული შეხედულება საკუთარი კომფორტის უპირველესი ღირებულების შესახებ ეკოტურებში მიუღებელია. აქ, კომფორტის ნაცვლად, ძირითადი მნიშვნელობა ენიჭება ბუნების დაცვას. გამოცდილი ეკოტურისტები ხალისით თანხმდებიან საველე, ნაკლებკომფორტულ პირობებში ცხოვრებას.

მაგალითად, კომპანია "EARTH RHYTHMS" თავის კლიენტებს წინასწარ აწვდის კომფორტის შემზღუდველი პირობების ნუსხას, რაც უზრუნველყოფს სტუმრების მიერ ქცევის სათანადო კულტურული და ეკოლოგიური წესების დაცვას.

კომპანია "ESPISIT Rafting"-ში ამბობენ: ჩვენ დაწესებული არა გვაქვს კლიენტთა ქცევის "ოფიციალური ნორმები", მაგრამ მათ წინასწარ ვაფრთხილებთ, რომ მოგზაურობის დროს აკრძალულია სპირტიანი სასმელებისა და ნარკოტიკების გამოყენება. ჩვენ ვთხოვთ ტურისტებს, მონაწილეობა მიიღონ ბუნების დაცვის პრობლემათა გადაწყვეტის საქმეში და არ წარმოგვიქმნან ახალი პრობლემები, როდესაც საქმე ეხება ეკოლოგიურად საკამათო საკითხებს, მაგალითად, ორგანული ნარჩენების აკრეფას და მთელი ნარჩენების შეგროვებას (და არა მიმოფანტვას ბუჩქებში). ბევრი ამგვარი "ქცევის ნორმა" ცხოვრებისეული მაგალითების საფუძველზე ჩამოყალიბდა. ამის მეშვეობით ვიზიდავთ ისეთ ტურისტებს, რომლებიც პასუხისმგებლობის გრძნობით ეკიდებიან ეკოლოგიის საკითხებს.

რა თქმა უნდა, შეიმჩნევა მნიშვნელოვანი განსხვავებები ეკოლოგიური ან სათავგადასავლო ტურების მონაწილეთა ქცევაში. ეს უკანასკნელნი უფრო ეგოისტურად ექცევიან ბუნებას. ხშირად მათ იციან, რომ აუცილებელია ბუნების დაბინძურების მინიმიზაცია, მაგრამ არ სურთ დაუთმონ დრო ან, მითუმეტეს უარი თქვან კომფორტზე, რათა საკუთარი წვლილი შეიტანონ ეკოტურისტთა საერთო საქმეში. ეკოტურიზმში მომსახურების ხარისხი, ასევე, გულისხმობს ტურისტთა მაღალხარისხოვან განსწავლას იმ საკითხებში, რომლებიც შეეხება ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურას, ბუნების დაცვასა და შესწავლას. ამასთან, უნდა გვახსოვდეს, რომ ეკოტურისტები ბავშვები კი არა, მოზრდილი ადამიანებია საკუთარი მყარი შეხედულებებით. ამიტომ სწავლების ჩვეულებრივი მეთოდები (ლექცია, მონოლოგი და ა.შ.) და რჩევა-დარიგებები აქ მიუღებელია. საჭიროა, დავეყრდნოთ თვით ეკოტურისტების გამოცდილებას და მოვუყვეთ მათ თვალსაჩინო შთამბეჭდავი ცხოვრებისეული მოვლენების შესახებ. სასურველია რჩევების მიცემა ტანსაცმლის, ფეხსაცმლისა და ტურისტული აღჭურვილობის შესახებ. საგანგებო ყურადღება უნდა მიექცეს ჯგუფის თავშეყრის დროისა და ადგილის დათქმას. გიდმა ტურისტებს უნდა შეახსენოს ისეთი მნიშვნელოვანი დეტალები, როგორიცაა მზის სხივებისაგან დამცავი მალამოსა და მუქმინიანი სათვალის, აგრეთვე სასმელებიანი თერმოსების მომარაგების შესახებ (მაღალმთიან რეგიონში მოგზაურობის შემთხვევაში).

"Niagara Nature Tours"-ის მიერ შემუშავებული ეკოტურისტთა განსწავლის პროგრამა მოიცავს ჰუმანიტარულსა და საბუნებისმეტყველო დისციპლინებს. ამასთან, ის ითვალისწინებს, როგორც ტურისტთა თეორიულ გათვითცნობიერებას, ასევე – მათ პრაქტიკულ მოქმედებებს:

- მთხრობელთა, მუსიკოსთა, ადგილობრივ ხელოვანთა და ხელოსანთა დაქირავება ტრადიციული ხელობების გაცნობის მიზნით;
- საგანგებოდ შემუშავებულ ლამინირებულ ბარათებზე იმგვარი ინფორმაციის, სურათებისა და დიაგრამების აღბეჭდვა (მაგა-

ლითად, წიაღისეულის, ან კიდევ – ველური ბუნების პატარა, პრაქტიკულად უხილავი წარმომადგენლების შესახებ), რომლებიც გაამძაფრებენ კლიენტების მიერ საველე პირობებში მიღებულ შთაბეჭდილებებს;

- ფონის სახით ცხოველებისა და ფრინველების ხმათა ჩანაწერების გამოყენება;
- გამოფენებსა და განხილვებზე ბუნებრივი ნიმუშების წარდგენა;
- ადგილობრივი (ლიცენზირებული) ბაზრების გამოყენება იმ ველური ფრინველების საჩვენებლად, რომლებთანაც ერთად სურათების გადაღება ძალზე იზიდავს ტურისტებს.

განსწავლის ხარისხი და ტურისტთა მომსახურების ხარისხი ეკოტურიზმში უშუალოდაა დამოკიდებული ერთმანეთზე. მაგალითად, კომპანიაში "Warner Guaiding" ამტკიცებენ, რომ "მაშინ, როდესაც დამოუკიდებელი დასვენება ("ველურ პირობებში"), კემპინგი და ა.შ. ჯერ კიდევ დიდი პოპულარობით სარგებლობს, ჩვენს კონკურენტულ უპირატესობად მიგვაჩნია კლიენტების განსწავლა, თუმცა კარგი კვება, თავაზიანი გიდები, ჯიშიანი ცხენები და მოგზაურობის საინტერესო სცენარები ყოველთვის მნიშვნელოვანია და ორგანიზებული ტურიზმი ამით განსხვავდება დამოუკიდებელი დასვენებისაგან".

ყოველივე ამის წყალობით მიიღწევა მჭიდრო ურთიერთქმედება ტურისტებსა და მათ ინსტრუქტორებს შორის. დემონსტრირების ბოლოს ტურისტებს მიღებული ცოდნის განსამტკიცებლად, ეძლევათ სარეკლამო ფურცლები, ბუკლეტები, გარემოს დაცვის რეგიონულ ორგანოთა მიერ გამოცემული ბროშურები. გიდები ცდილობენ ტურისტთა ყურადღების მიქცევას მათ მიერ მიწოდებულ ინფორმაციაზე. იმისათვის, რომ მონათხრობი საინტერესო იყოს ტურისტებისათვის, ისინი ცხოვრებისეულ შემთხვევებს იშველიებენ სხვადასხვაგვარი სიტუაციების განსამარტავად. მაგალითად, ღვინის ქარხანაში ექსკურსიის დროს აჩვენებენ სლაიდებს, რომლებზედაც აღბეჭდილია ყურძნის, ქანებისა და ნიადაგის სახეობათა ნიმუშები. შემდეგ ტურისტები მიყავთ სადეგუსტაციო დარბაზში და ასინჯებენ ღვინოებს. ბოლოს, მსჯელობენ ყურძნის ამა თუ

იმ ჯიშის მოყვანის თავისებურებებზე გეოლოგიის ზეგავლენის შესახებ და განმარტავენ, როგორ იცვლება ტურისტების მიერ გასინჯული ღვინის გემო იმისდა მიხედვით, თუ სადაა მოყვანილი კონკრეტული ყურძნის ჯიში. ეს მეთოდი საშუალებას აძლევს ადამიანებს, დაეყრდნონ თავიანთ შეგრძნებებს და გამოცდილებას.

მომსახურების ხარისხზე მნიშვნელოვან ზემოქმედებას ახდენს გიდებისა და ტურისტების რაოდენობრივი თანაფარდობა ჯგუფში. პრაქტიკა ადასტურებს, რომ ეს თანაფარდობა დამოკიდებულია მარშრუტის სიძნელეებსა და ექსკურსიათა სირთულეზე: სათავგადასავლო ტურიზმში – 1:1 (1 გიდი – 1 ტურისტი), მაგრამ საშუალოდ 1:5; ბუნების ისტორიის ტურებსა და სამეცნიერო ტურიზმში – 1:10-დან 1:20-მდე; ბუნებრივ რეზერვატებში (ეროვნულ პარკესა და ნაკრძალებში) მოგზაურობისას – 1:8 (ვ. ხრაბოვჩენკო, 2003).

როგორც წესი, გიდის სამუშაო დღე გრძელდება 6 საათიდან 23 საათამდე. მას მიჰყავს ჯგუფი შერჩეული მარშრუტით, აკონტროლებს თითოეული ტურისტის ქცევას, აგვარებს კვებისა და დასვენების საკითხებს. იგი მოუთხრობს მათ რეგიონის ბუნების ისტორიისა და კულტურის შესახებ, არკვევს ადგილობრივ მოსახლეობასთან და შემხვედრ ჯგუფებთან მარშრუტის თავისებურებებს, ითვალისწინებს ამინდის ცვალებადობას, უწევს მათ საჭიროების შემთხვევაში, პირველად სამედიცინო დახმარებას და ასრულებს მრავალ სხვა ოპერაციას. გიდის პროფესია მძიმე, დამქანცველი და საპასუხისმგებლო სამუშაოა, მაგრამ, ამასთან ძალზე საინტერესო, მნიშვნელოვანი და საჭირო საქმეა, რადგან ის საშუალებას აძლევს ადამიანებს (ტურისტებს), არა მარტო დაისვენონ და აღიდგინონ ძალები, არამედ გაიფართოვონ თვალსაწიერი, დაეუფლონ დიდძალ საინტერესო ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს, ზოგჯერ კი დაძლიონ შიშები, შინაგანი ბარიერები და ფსიქოლოგიური დისკომფორტი.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რატომ საჭიროებს ეკოლოგიურსა და სათავგადასავლო ტურიზმის სფეროში დაკავებულ ტუროპერატორთა საქმიანობა ლიცენზირებას?*
2. *რას ნიშნავს ეკოტურისტული ფირმებისათვის ტურისტული მომსახურების ხარისხი?*
3. *რას განსაზღვრავს მუშაკთა მაღალი პროფესიული დონე და მორალური თვისებები?*
4. *რა მნიშვნელობა ენიჭება ეკოლოგიურ ტურებში მონაწილე ტურისტების განსწავლის პროგრამებს (როგორც თეორიული გათვითცნობიერებას, ასევე პრაქტიკულ საქმიანობებს)?*
7. *რა ახდენს მნიშვნელოვან ზემოქმედებას მომსახურების ხარისხზე?*
6. *რა საჭირო რჩევები და რეკომენდაციები უნდა მისცეს გიდმა ტურისტებს გაუგებრობისა და საფრთხის თავიდან ასაცილებლად?*
7. *რა ხანგრძლივობისაა გიდის სამუშაო დღე და ზოგადი სახის რა სირთულეები ახლავს ამ საქმიანობას?*

4.3. ეკოტურისტთა განთავსების ორგანიზება

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის განსაზღვრით, განთავსების საშუალებას წარმოადგენს ნებისმიერი ობიექტი, რომელიც რეგულარულად ან ეპიზოდურად უზრუნველყოფს ტურისტებს ღამის გასათევი ადგილებით. არსებობს კოლექტიური და ინდივიუალური განთავსების საშუალებები (იხ. ცხრილი).

ცხრილი

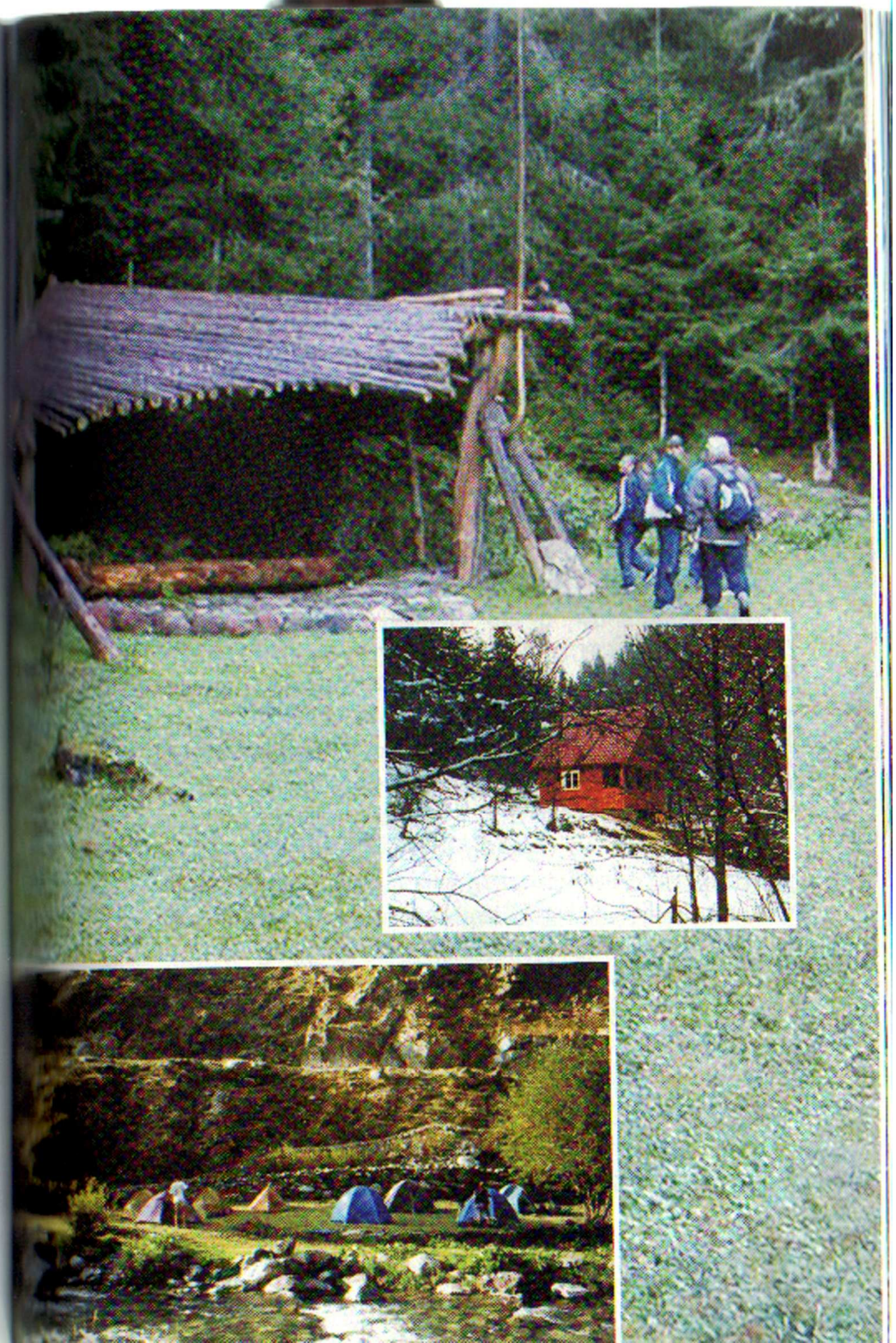
განთავსების საშუალებათა კატეგორია	**თანრიგი**	**ჯგუფი**
კოლექტიური	სასტუმროები და ანალოგიური დაწესებულებები	სასტუმროები, სამოთ სასტუმროები, თემატური სასტუმროები, ტურბაზები, მონადირისა და მეთევზის სახლები
	განთავსების სპეციალიზირებული საშუალებები	ტურისტთა თავშესაფრები, ალპბანაკები, ტურისტთა სადგომები
	კოლექტიური განთავსების ადგილები	სტაციონარული კარვებიანი ბანაკები, საბაზო ბანაკები, ღამის გასათევი ადგილები
ინდივიდუალური	ინდივიდუალური განთავსების საშუალებები	საკუთარი საცხოვრებლები (აგარაკები, სახლები); ოჯახის კუთვნილ სახლებში ოჯახით გაქირავებული ოთახები; კერძო პირებისაგან ან სააგენტოების მეშვეობით დაქირავებული საცხოვრებელი; ნათესავებისათვის ან ნაცნობებისათვის უფასოდ დათმობილი ბინები; ინდივიდუალური განთავსების სხვა საშუალებები (ავტოფურგონები, კარვები და ა.შ.)

კოლექტიური განთავსების საშუალება იმით გამოირჩევა ინდივიდუალურისაგან, რომ მასში ადგილთა რაოდენობა უნდა აღემატებოდეს გარკვეულ მინიმუმს, ობიექტს უნდა ჰყავდეს ერთიანი ხელმძღვანელობა და მისი მართვა უნდა ხორციელდებოდეს კომერციულ საფუძველზე.

ეკოტურისტები ძირითადად სარგებლობენ განთავსების სპეციალიზებული საშუალებებით, რომლებიც სასტუმროებისაგან განსხვავებით, ხასიათდება აუცილებელი და დამატებითი მომსახურების მინიმალური დონით, ნაკლებკომფორტული ნომრებითა და კოტეჯებით, აგრეთვე – ტურისტთა განსაზღვრული კატეგორიების (მეთევზეების, მონადირეების, ალპინისტების, ადგილობრივი ბუნებისა და მოსახლეობის კულტურის მკვლევრების და ა.შ.) მომსახურებით. მომსახურების სახეობათა ნუსხა უშუალოდ ასახავს მითითებულ პირთა მოთხოვნილებებსა და საჭიროებებს: ალპინისტებისათვის – მთიანი მარშრუტების აღწერა და აღჭურვილობის გაქირავება, მეთევზეებისა და მონადირეებისათვის – მოწყობილობები, რომლებიც საჭიროა თევზის ან ნანადირევის გაქნისა და გამოშიგვნისათვის, აგრეთვე – სანადირო ძაღლების სადგომი და საკვები, ვაზნები, ბადეების შესაკეთებელი მასალა და ა.შ. ან, მაგალითად, ავტოტურბაზები, რომლებიც, ჩვეულებრივი ტურბაზებისაგან განსხვავებით ძირითადად განკუთვნილია ავტოტურისტებისათვის და გააჩნიათ ავტოსადგომები, ავტომანქანების გასარეცხი მოწყობილობები, სარემონტო იარაღები.

განვიხილოთ განთავსების სპეციალიზებული და სხვა კოლექტიური საშუალებები სამთო ტურიზმისა და ალპინიზმის მაგალითზე.

ტურისტული ბაზები (ტურბაზები) – სასტუმროს ტიპის დაწესებულებებია, რომლებიც უზრუნველყოფენ ტურისტთა ჯგუფებს ღამის გასათევი საშუალებებით, საკვებით, აგრეთვე – ტურისტულ-საექსკურსიო, კულტურულ-ყოფითი და ფიზკულტურულ-გამაჯანსაღებელი მომსახურებით. უწინ ტურბაზები შენდებოდა ე.წ. გეგმიური ტურისტული მარშრუტების საწყის ან ბოლო პუნქტებში, ან კიდევ – რამდენიმე მარშრუტის ურთიერთგადაკვეთის ადგილზე. ისინი განკუთვნილი არ იყო ტურისტთა ხანგრძლივი ბინადრობისათვის, ამიტომ ხასიათდებოდა მინიმალური კომფორტითა და ტევადი ნომრებით. სასტუმროებისაგან განსხვავებით, ტურბაზები განლაგებულია რამდენიმე შენობაში და, ასევე, გააჩნია სეზონური საცხოვრებელი ნაგებობები. ზოგიერთ ტურბა-



ხას მარშრუტებზე აქვს საკუთარი თავშესაფრები.

ალპინისტური ბანაკი (ალპბანაკი) — სპორტული ბაზაა, რომელიც განკუთვნილია ალპინისტთა განსწავლისა და მათი ოსტატობის სრულყოფისათვის. ამჟამად ისინი ორიენტირებულია ჩვეულებრივ ტურისტებზე — ინდივიდუალებზე, საბავშვო ტურისტულ ჯგუფებსა და იმ სპორტსმენებზე, რომლებიც გადიან მომზადებას საშუალო სიმაღლის მთიან რაიონებში. როგორც წესი, ალპბანაკში არსებობს საზაფხულო სახლები, კაპიტალური ნაგებობები (ადმინისტრაციული და საცხოვრებელი კორპუსები), მეთოდური და სამკურნალო კაბინეტები, ალპინისტური და სამთოსათხილამურო აღჭურვილობის გამქირავებელი პუნქტი, მაშველი რაზმი, ადგილი კარვებისათვის. ის გათვალისწინებულია ტურისტების განთავსებისა და კვებისათვის, მათი კულტურულ მასობრივი და ყოფითი მომსახურებისათვის, ალპინისტების მიერ სასწავლო-საწრთვნელი და სპორტული გეგმების შესრულებისათვის. ყოფილი საბჭოთა კავშირის ტერიტორიაზე მდებარე, სეზონური და წლიური ალპბანაკების უმრავლესობა ეკუთვნოდა პროფკავშირებს, მათი უმნიშვნელო ნაწილი კი — სხვადასხვა უწყებებსა და ორგანიზაციებს. ზამთარში ალპბანაკები გამოიყენებოდა სამთოსათხილამურო ბაზების სახით.

განთავსების კიდევ ერთი სპეციალური საშუალება, რომელიც ფართოდაა გავრცელებული ალპებში, ხოლო XX საუკუნის დასაწყისიდან — კავკასიაშიც, **სამთო ქოხები და თავშესაფრებია.** როგორც წესი, მათ აგებენ ტურისტული, ალპინისტური კლუბები და ფედერაციები, ზოგჯერ კი — სახელმწიფო ან სამაშველო სამსახურები. ისინი განკუთვნილია მთამსვლელთა მოკლევადიანი ბინადრობისათვის მწვერვალთა დაპყრობამდე ან დაპყრობის შემდეგ, აგრეთვე ცუდი ამინდის დროს. სამთო ქოხები და თავშესაფრები ხშირად აღჭურვილია ღამის გასათევი ოთახებით, სამზარეულოთი, ტუალეტითა და რადიოკავშირით. ისინი, ჩვეულებრივ, განლაგებულია მთამსვლელი ტურისტებისა და ალპინისტებისათვის ყველაზე პოპულარულ ადგილებში.

სადგომი ტურისტთა ჯგუფის ღამის გასათევი ან დასასვენე-

ბელი ადგილია. საათავგადასავლო ტურიზმში არჩევენ სადგომთა რამდენიმე სახეობას – ბივაკი, ღამის გასათევი ადგილები, საბაზო და შუალედური ბანაკები. სადგომებზე გამოიყენება კარვები და საძილე ტომრები, გამოყოფილია საგანგებო ადგილები საკვების მოსამზადებლად და სანიტარული ადგილებისათვის. სადგომისათვის ადგილის შერჩევისას ძირითადად ითვალისწინებენ ტურისტთა უსაფრთხოებას, კომფორტულ დასვენებას (სადგომის მახლობლად უნდა იყოს წყლის ობიექტი, ტყიან ზონაში – შეშა და, მოსწორებული ადგილი კარვის დასადგმელად, აგრეთვე – ქარსარიდი საშუალებები). უნდა გვახსოვდეს, რომ ტურისტთა ჯგუფის მიერ სადგომიდან ევაკუირებულ უნდა იქნას ნარჩენები, მისი უტილიზაციისა და საგანგებოდ გამოყოფილ ადგილებში ჩამარხვის მიზნით.

ბივაკი მარშრუტზე (ღამის გასათევად ან დასასვენებლად) ტურისტული ჯგუფის განთავსების ადგილია. ზამთრობით მაღალმთიან რაიონებში ბივაკის მოსაწყობად აგებენ ხოლმე თოვლის მღვიმებს, თხრიან ორმოებს. მთების ძნელად ასასვლელ კალთებზე, სადაც შეუძლებელია ჩვეულებრივი კარვის დადგმა (ჰორიზონტალური მოედნების არარსებობის გამო) იყენებენ საგანგებო პლატფორმიან დასაკიდ კარვებს.

„შუალედური ბანაკის" ცნება, თავისი მნიშვნელობით, უახლოვდება "ბივაკის" ცნებას. იგი გამოიყენება ძირითადად მაღალმთიან რაიონებში (6 000 მეტრზე მაღლა ზღვის დონიდან) განხორციელებულ ლაშქრობებში. ბივაკისაგან განსხვავებით, ტურისტები და ალპინისტები აქ ტოვებენ დადგმულ კარვებს (ან ამოთხრილ თოვლის მღვიმეებს), სადაც ინახება აღჭურვილობა, პროდუქტები და განსაზღვრული დროის შემდეგ კვლავ უბრუნდებიან მათ. როგორც წესი, შუალედური ბანაკის ლიკვიდირება ხდება მწვერვალის დალაშქვრის შემდეგ ან მარშრუტიდან ჯგუფის დაბრუნებისას.

ღამის გასათევი ადგილები ალპინისტური ჯგუფების განთავსების ადგილებია იმ მთების ძირას, რომელთა დალაშქვრასაც ისინი აპირებენ. ღამის გასათევი ადგილები მრავლადაა კავკასიონის მთებზე. მათ აქვთ საკუთარი სახელწოდებები, რომლებიც ხშირად აღინიშნება ტურისტულ რუკებზე.

საბაზო ბანაკი – წარმოადგენს ჯგუფის ყველა მონაწილის მიერ მოწყობილ, მრავალგზის და ხანგრძლივად გამოყენებულ ბივაკს, საიდანაც ტურისტები (ალპინისტები) მიდიან სასწავლო და საწვრთნელ მეცადინეობებზე, მარშრუტებსა და მწვერვალებზე. სადგომთა ეს სახეობა უპირატესად გამოიყენება სპორტულსა და სამეცნიერო ექსპედიციებში, ალპინიადებსა და ტურიადებზე, ტურისტებისა და ალპინისტების სასწავლო-საწვრთნელი შეკრებების ორგანიზებისას. აქ მოიპოვება მოგზაურობისათვის აუცილებელი პროდუქტები, აღჭურვილობა, არის რადიოსადგური, აბანო, მაშველი რაზმი, მოწყობილია ტუალეტი, ორმო ნარჩენებისათვის. საბაზო ბანაკებში ხშირად იდგმება დიდი კარვები სამზარეულოსათვის (რომელიც მუშაობს ბალონებით მომარაგებულ ბუნებრივ აირზე), სასადილოსათვის (კაიუტ-კომპანიისათვის), მედპუნქტისათვის. ბივაკის ეს სახეობა ითვალისწინებს მრავალი ადამიანის ბინადრობას 10 დღის განმავლობაში, ამიტომ აქ აუცილებელია გარემოს დასაცავად განკუთვნილი ყველა ღონისძიების განხორციელება.

განთავსების ინდივიდუალურ საშუალებათა შორის, აღსანიშნავია **ლოჯიები** – ადგილობრივი მოსახლეობისაგან ნაქირავები ნაგებობები (ისინი ხშირად გვხვდება ჰიმალაებში) და განთავსება კერძო სექტორში, რაც ფართოდ გამოიყენება ეთნოგრაფიულ ტურებსა და აგრარულ ტურიზმში.

ტურისტული მომსახურების პროგრამის, ეკოტურის მარშრუტისა და მისი გავლის ტაქტიკის შესაბამისად შეიძლება გამოყენებულ იქნას განთავსების ესა თუ ის ზემოთ მითითებული საშუალება.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა არის განთავსების საშუალება?*
2. *დაასახელეთ ინდივიდუალური და კოლექტიური განთავსების საშუალებების სახეობები.*
3. *განიხილეთ განთავსების სპეციალიზებული საშუალებები.*

4.4. ეკოტურიზმი, როგორც გარემოსდაცვითი განათლების კომპონენტი

ეკოტურიზმის როლი არ შემოიფარგლება მხოლოდ კომერციული საქმიანობით, მისი მთავარი მიზანია საგანმანათლებლო-პროპაგანდისტული და გარემოსდაცვითი საქმიანობა. გარემოს დაცვისადმი მიმართული მოძრაობების გააქტიურება საშუალებას მოგვცემს სულ უფრო გაიზარდოს ტურისტების ეკოლოგიური განათლების დონე.

დღევანდელ ისტორიულ სინამდვილეში ჩნდება იმის ვალდებულება და აუცილებლობა, რომ რადიკალურად შეიცვალოს დამოკიდებულება გარემოსადმი, გადაიხედოს და ხელახლა შეფასდეს ადამიანური ფასეულობები და ცხოვრების სტილი. ამ მნიშვნელოვანი ამოცანის შესასრულებლად საზოგადოებამ ხელი უნდა შეუწყოს ეკოლოგიური (გარემოსდაცვითი) განათლების განვითარებას და გავრცელებას, რაც შესაბამისად გათვალისწინებულია ტურიზმის მდგრადი განვითარების დეკლარაციაში, რომელიც მიიღეს ესპანეთში 1995 წლის 27-28 აპრილს ჩატარებულ ტურიზმის მდგრადი განვითარების მსოფლიო კონფერენციაზე: „ტურიზმზე პასუხისმგებელმა მთავრობებმა და სტრუქტურებმა ხელი უნდა შეუწყონ შესაბამისი ღია საინფორმაციო, კვლევითი, ტურისტული და ეკოლოგიური (გარემოსდაცვითი) ცოდნის და ტექნოლოგიების გავრცელების განვითარებას“.

გარემოსდაცვითი განათლება წარმოადგენს ეკოლოგიურ უცოდინრობასთან ბრძოლის მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს, რომელიც ხელს უწყობს გარემოს დაცვისადმი ერთიანი მიდგომის განვითარებას. ამგვარი განათლების მიზანია საზოგადოების ბუნების ეთიკის, ანუ გარემოსდაცვისადმი თვითშეგნების ამაღლება.

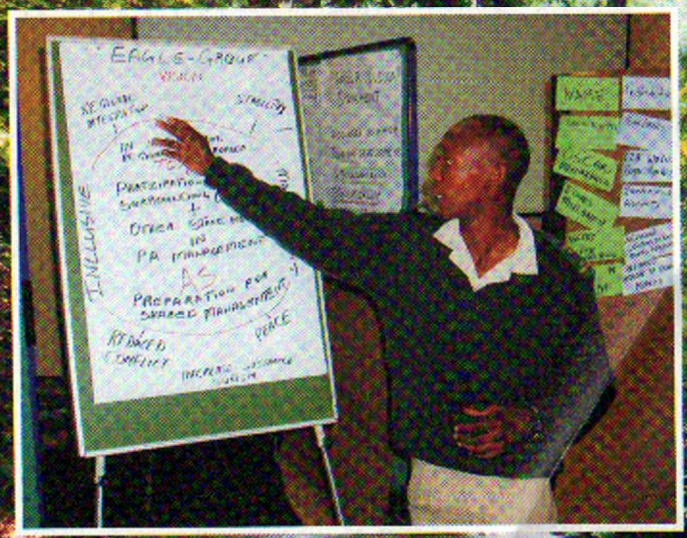
გარემოსდაცვითი განათლება მიმართულია უბრალოდ განუმარტოს საზოგადოებას, რომ დედამიწის გარემო არ არის ის ობიექტი, რაც ადამიანებმა უნდა დაიპყრონ. რესურსები არ არის ის ამოუწურავი საჩუქარი, რასაც ბუნება გვთავაზობს - დედამიწის შესაძლებლობებს საზღვარი გააჩნია, მისი რესურსები ამოწურვადია, გარემო კი ძალზე სუსტია და რომ კაცობრიობა არ წარმოადგენს ყველაფ-

რის საზომს, ის მხოლოდ ერთიანი ეკოსფეროს განუყრელი ნაწილია, ანუ მან ამ სისტემის ეკოლოგიურ კომპონენტებთან ჰარმონიაში უნდა იარსებოს. ადამიანებმა უნდა იცოდნენ, რომ ამ პირობის დარღვევა გამოიწვევს ეკოსფეროს მთლიანობის რღვევას, რამაც შეიძლება თავად კაცობრიობა დიდი რისკის წინაშე დააყენოს.

გარემოსდაცვითი განათლება უნდა დაიწყოს საბავშვო ბაღის დონიდან და გამიზნული იყოს ყველა ასაკისა და ინტელექტუალური შესაძლებლობების მქონე ადამიანებისათვის. XX საუკუნის ბოლო ათწლეულში გარემოსდაცვითი სწავლების პროგრამები დაინერგა უნივერსიტეტებში და შემუშავდა ზოგადი სასწავლო პროგრამები. ბუნებისა და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტები სთავაზობენ სხვადასხვა სასწავლო კურსებს ეკოლოგიის მენეჯმენტში, პროდუქტის წარმოებაში, განვითარებასა და ეთიკაში.

ეკოლოგიური სწავლება ხელმისაწვდომი უნდა იყოს იმ ადამიანებისათვის, რომლებიც თავისი სამუშაოთი თუ პროფესიით არ არიან დაკავშირებულნი სასწავლო დაწესებულებებთან. ამისთვის საუკეთესო საშუალებაა მედია და ეკოლოგიისა და დაცული ტერიტორიების საკითხებზე პოპულარული და სამეცნიერო გამოცემები, რაც ხელს უწყობს კომერციული ეკოტურიზმის პოპულარიზაციას. ამ საშუალებების გარდა არსებობს, ასევე მრავალი არასამთავრობო ორგანიზაცია, როგორიც არის, მაგალითად, მსოფლიო ველური ბუნების ფონდი (WWF – World Wildlife Fund), რომელიც სპეციალურ ეკოლოგიურ სასწავლო პროგრამებს ამუშავებს.

საყურადღებოა, რომ ყველაზე მწირი განათლება არსებობს სასოფლო-სამეურნეო დასახლებების მოსახლეობაში, განსაკუთრებით კი მათ შორის ვინც ეროვნულ პარკებთან სიახლოვეს ცხოვრობს. ამისათვის საჭიროა მათ ადრეული ასაკიდან მიეწოდოს გარემოსდაცვითი ინფორმაცია, როგორც ეროვნული მემკვიდრეობის ბატონ-პატრონთა, რომლებსაც მნიშვნელოვანი როლი ეკისრებათ ამ ტერიტორიების დაცვასა და მოვლაში. მცდარი მსოფლმხედველობის საწინააღმდეგოდ და ადგილობრივი მოსახლეობისათვის ბუნების გადარჩენის აუცილებლობლობის დასაბუთები-



სათვის იქმნება მრავალი ახალი შემეცნებითი პროგრამა და ეწყობა სასწავლო ტურები.

ყველა ქვეყანაში, იქნება ის მდიდარი თუ ღარიბი, ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს გარემოსდაცვითი განათლების განვითარებაში. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ (WTO – World Tourism Organisation) აკაპულკოში მიღებულ დოკუმენტში ხაზგასმულია ტურიზმის ინდუსტრიის მუშაკთა ეკოლოგიური განათლების მიღების აუცილებლობა და მნიშვნელობა. ტურისტის ქცევის წესები გარემოსდაცვასთან მიმართებაში ჩადებულია სხვადასხვა კანონსა თუ კოდექსში, ასეთია მაგალითად, მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის ტურისტის კოდექსი და ტურისტის უფლებათა ბილი, ასევე, მრავალი სხვა ადგილობრივი წესები და კანონები. 1995 წლის ტურიზმის მდგრადი განვითარების დეკლარაციაში ამასთან დაკავშირებით ნათქვამია: „მიზანშეწონილი და სასურველია ნებაყოფლობითი ქცევის წესების მიღება ტურიზმის მოვავარ მონაწილეთა მიერ იმ შემთხვევაში, თუ ეს წესები იქნება ტურისტული საქმიანობის განვითარების ეფექტური ინსტრუმენტების ჯგუფის შემადგენელი ნაწილი (ელემენტი)".

ტურიზმის მასობრიობის ზრდასა და გარემოს დაზიანების მოსალებულ შესაძლებლობასთან ერთად სულ უფრო მეტ აქტუალურობას იძენს მოგზაურთა ეკოლოგიური აღზრდის პროგრამა. აქ იგულისხმება არა ჯარიმები და სხვა სახის სანქციები, არამედ თვით ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნის ეკოლოგიზაცია, იმ ნებისმიერი ტურისტული პროდუქტის შეგნებული უგულვებელყოფა, რომელმაც შეიძლება ზიანი მიაყენოს ლანდშაფტს, შენობებსა და სხვა ობიექტებს. ტურიზმის ეკოლოგიური ასპექტის აქტუალურობა იმაშიც მდგომარეობს, რომ გარემოს ყოველგვარი დაზიანება ართულებს ტურისტული ფირმების მუშაობას, რადგან ისინი აწყდებიან წინააღმდეგობას, როგორც ადგილობრივი მოსახლეობის, ასევე ხელისუფლების მხრიდან.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რითია გამოწვეული საზოგადოების გარემოსდაცვითი განათლების აუცილებლობა და რაში მდგომარეობს მისი არსი?*
2. *რა საშუალებებით ხდება გარემოსდაცვითი განათლების უზრუნველყოფა საზოგადოების სხვადასხვა ფენებისათვის?*
3. *რა იცით გარემოსდაცვითი განათლების ხელშეწყობის საკანონმდებლო ბაზის შესახებ?*

4.5. გარემოს დაბინძურების მინიმიზაციის ტექნოლოგიები ეკოტურიზმში

გარემოს დაბინძურების მინიმიზაციის მეთოდებისა და ტექნოლოგიათა გამოყენება ხელსაყრელია ყველასათვის – ტურფირმებისა და განთავსების საშუალებათა მენეჯერთათვის, ეკოტურისტებისათვის, ადგილობრივი მოსახლეობისა და დაცული ტერიტორიების ხელმძღვანელთათვის. როგორც წესი, ამგვარი ტექნოლოგიები და მეთოდები ითვალისწინებს ბუნებრივი რესურსების რაციონალურ გამოყენებას. ეს განაპირობებს დანახარჯთა შემცირებასა და ტურების გაიაფებას, რაც იზიდავს სულ უფრო მეტ ეკოტურისტს და პოპულარობას უხვევს ტურისტულ რაიონსა თუ რეგიონს. ზემოაღნიშნული ტექნოლოგიების იგნორირება კი, პირიქით, იწვევს დანაკარგებს ეკოტურისტულ ბაზარზე, კონფლიქტებს ბუნების დაცვის ორგანიზაციებთან, რასაც შეიძლება მოჰყვეს კრიზისი ტურისტულ ბიზნესში (ტურისტული საქმიანობის ლიცენზიებისა და სერტიფიკატების გაუქმება, დაცულ ტერიტორიებში მუშაობის აკრძალვა, მსხვილი ჯარიმები). მომდევნო ქვეთავებში მოცემულია გარემოს დაბინძურების მინიმიზაციის ტექნოლოგიები, რომელიც შემუშავებულია Commonwealth Department of Tourism - ის დაკვეთით Australian Conservation Foundation - ის მიერ.

საკვების მომზადება

საკვების მომზადებისას უმჯობესია ბუნებრივი აირის ან ბენზინის გამოყენება საწვავის სახით. ამასთან, აუცილებელია მათი მომჭირნედ ხარჯვა, ქარსაცავი და სითბოამრეკლავი კედლების (ეკრანების) მოწყობა, ჭურჭლის ხუფების, ავტოკლავების, საკვების სწრაფად მოსამზადებელი ქვაბების და ა.შ. ხმარება. ხის საწვავის (ჩინჩხვარის, ზეხმელის) გამოყენება მიზანშეწონილი არაა, რადგან ბუნებრივ პროცესებში ამგვარი ჩარევა ხელს უწყობს წვის პროდუქტების (ნარჩენების) წარმოშობას და ხშირად იწვევს ტყის ხანძარს. გარდა ამისა, ხის საწვავით სარგებლობა მოითხოვს დიდძალ დროსა და ძალღონეს შეშის, კვარის ძებნასთან, აგრეთვე ჭვარტლისაგან ჭურჭლის

გაწმენდის აუცილებლობასთან დაკავშირებულ სირთულეებს.

თავი უნდა ავარიდოთ საკვების ხელმეორედ შეთბობას, რაც აუარესებს კერძების გემოს და მოითხოვს საწვავის ზედმეტი რაოდენობით ხარჯვას. საკვების მომზადების შემდეგ ქვაბი შეიძლება შევინახოთ თბოიზოლაციურ გარემოში (შევახვიოთ საბანში, სამილე ტომარაში).

მენიუს შედგენისას მეტი როლი უნდა დაეთმოს სალათებსა და სწრაფად მოსამზადებელ კერძებს. ეს სასარგებლოა არა მარტო ადამიანის ჯანმრთელობისათვის, არამედ – ბუნებისთვისაც, რადგან მცენარეული ნარჩენების უტილიზება უფრო ადვილია, ვიდრე ცხოველური საკვებისა.

თეთრეულისა და ჭურჭლის რეცხვა

თეთრეულისა და ჭურჭლის რეცხვაც ტრადიციულად იწვევს ნიადაგისა და წყლის დაბინძურებას მავნე ნარჩენებით.

აუცილებელია ჭურჭლის სარეცხად ცხელი წყლის მინიმალური რაოდენობის გამოყენება. ამისათვის საჭიროა: წყალში გავლების ნაცვლად, ჭურჭლის გულმოდგინედ გასუფთავება საკვების ნარჩენებისაგან; მთელი ჭურჭლის ერთად (და არა ცალ-ცალკე) გარეცხვა. შედეგად მცირდება ენერგიის (რომელიც საჭიროა წყლის გასაცხელებლად) ხარჯვა, აგრეთვე ჭურჭლის რეცხვის გამო დაბინძურებული წყლის რაოდენობა. ჭურჭელი ირეცხება საღამოს, ლაშქრობის შემდეგ (მანამდე მისი ტრანსპორტირება ხდება საგანგებო ტომრით).

გამართლებული არაა ერთჯერადი ჭურჭლის ხმარება. სასურველია ფერადი პლასტმასის მრავალჯერადი ჭურჭლის გამოყენება, რომელიც ეძლევა ტურისტებს ტურის დასაწყისში. ასეთ შემთხვევაში ტურისტები „ცნობენ " საკუთარ თეფშს, ჭიქას და საჭირო აღარაა მათი ხშირად გარეცხვა.

რეცხვისას გამოყენებული უნდა იქნეს საშუალებები, რომლებიც არ შეიცავენ ფოსფორს, ან შეიცავს მას მცირედი რაოდენობით.

ჭურჭელი და თეთრეული უნდა გაირეცხოს უახლოესი ობიექტისაგან (წყარო, ტბა, მდინარე და ა.შ.) არანაკლებ 50 მ – ის დაშორებით. ჭუჭყიანი წყალი ძიწაზე უნდა მოვასხუროთ, რათა ის

ნიადაგში გაიფილტროს.

მაგალითად, ბანაკში "Odyseey Safaries" (ავსტრალია) სტუმრებს ეძლევათ ინდივიდუალური ფერადი ჭიქები. პერსონალი მათ რეცხავს ერთხელ, საღამოს კი ერთჯერადი ჭურჭლის ნაცვლად იყენებენ პლასტმასის თეფშებსა და ფოლადის დანა-ჩანგალს. ამგვარად, მიღწეულ იქნა იმ საშუალებებისა და დროის მნიშვნელოვანი ეკონომია, რომელიც ეთმობა მომსახურებას, საწყობ სათავსოებს. გარდა ამისა, შეიქმნა "გარემოსადმი მეგობრულად განწყობილი" ბანაკის ხატი.

თავშესაფრების, სასტუმროების, ბივუაკების მოწყობა

თავშესაფრების, სასტუმროთა მშენებლობისას, აგრეთვე ბანაკებისა და ბივაკების მოწყობისას მიზანშეწონილია სითბოს დანაკარგების მინიმიზაციისა და ენერგიის ეფექტიანად გამოყენებისათვის გამიზნული ტექნოლოგიებით სარგებლობა.

აუცილებელია თბოიზოლაციური მასალების ფართოდ გამოყენება. მაგალითად, ავსტრალიაში თავშესაფრებისა და ქოხების კედლები და სახურავები დაფარულია ფოლგით. გარდა ამისა, მუქი ფერის კედლები და სახურავები მზისგან უფრო მეტად ხურდება, ვიდრე ბაცი ფერის ნაგებობები, რასაც ითვალისწინებენ მათი დაპროექტებისა და მშენებლობისას.

კარვებიან ბანაკებსა და ბივუაკებს სჭირდება ქარამრიდი კედლები. შესაბამისი ღონისძიებები განაპირობებენ ენერგიისა და საწვავის ეკონომიურ ხარჯვას და აუმჯობესებენ ტურისტთა კომფორტს.

სახლების (ქოხების) ვერანდები, სასტუმროთა აივნები და კარვების ტამბურები წარმოადგენს სადგომებში ტემპერატურის რეგულირების ეფექტურ და პოპულარულ საშუალებას.

ფანჯრებში იკარგება 10-ჯერ მეტი სითბო, ვიდრე კედლებში. ამიტომ მთიანი რაიონების სასტუმროებსა და ქოხებში აუცილებელია ფანჯრის ორმაგი ჩარჩოების გამოყენება. ფანჯრის ფარდები აირეკლავენ სითბოს ცივ ამინდში და ხელს უშლიან მზის სხივების შემოჭრას – ცხელ დღეებში.

ფანჯრები და კარები განლაგებულ უნდა იქნას ქარის (მთის,

ველის, ფენების, ბრიზების და ა.შ.) მიმართულებათა შესაბამისად; სხვა შემთხვევაში გაგვაწამებს ორპირი ქარები, დაშსხვრეული მინები და თბოდანაკარგები. აუცილებელია ენერგიის არატრადიციული ბუნებრივი წყაროების (ქარის, თერმ-ული წყლების, მზის სხივების და ა.შ.) უფრო ფართოდ გამოყენება.

შენობათა გასანათებლად ყველაზე გამოსადეგია ფლოურესცენტული ნათურები, რომლებიც დასამუხტ ბატარეებზე მუშაობენ. ეფექტიანობის მხრივ მათ ჩამორჩება მხოლოდ გაზსა და ნავთზე მომუშავე ნათურები.

კორპუსები და სახლები არ საჭიროებენ ცენტრალურ გათბობას, რადგან მიზანშეწონილი არაა შენობის ყველა ოთახის ერთდროულად გათბობა. ამიტომ სჯობს იზოლირებული გათბობების, თერმოსტატების, გათბობის ტაიმერების ხმარება. ამგვარად, ხორციელდება თითოეული ზონის ინდივიდუალური გათბობა.

ღია ცეცხლის (ბუხრების, მაყლების) გამოყენება გათბობის მიზნით ნაკლებ ეფექტურია, თუმცა იზიდავს ტურისტებს. ეს გამართლებულია მხოლოდ ჰატარა ბარებსა და რესტორნებში.

უფრო აქტიურად უნდა ვისარგებლოთ მზის ბატარეებზე მომუშავე ყოფითი ხელსაწყოებით ან ეკონომიური ელექტროხელსაწყოებით (კალკულატორები, საათები).

მაგალითად, ბანაკი "Forest Walks" კუნძულ ტასმანიაზე უზრუნველყოფილია სითბოთი და ელექტრობით მზისა და წყლის ენერგიის ხარჯზე. ის საერთოდ არაა მიერთებული რაიონის ელექტროქსელთან. ყველა ხელსაწყო და მოწყობილობა შერჩეულია ენერგიის მომჭირნედ მოხმარების თვალსაზრისით.

საველე პირობებში ტურისტთა ცხოვრების ყველაზე უსიამოვნო ასპექტს ტუალეტები წარმოადგენს. მამაკაცთა და ქალთა გაფანტვა ტყეში ან ბუჩქებში (ინგლისური ეკვივალენტია Free disposal) შესაძლებელია მხოლოდ იქ, სადაც ტურისტები იშვიათად მიდიან ხოლმე, რადგან ადამიანის ფეკალიები წარმოადგენს გარეულ ცხოველთა კუჭ-ნაწლავის დაავადებებით დასნებოვნების მიზეზს. გარდა ამისა, ამგვარი ტუალეტები მოუხერხებელია თვით ტურისტებისათვის. ისინი, წყლის უახლოესი ობიექტისაგან არანაკლებ 100 მ-ის დაშორებით უნდა მოეწყოს. აუცილებელია ფეკალების ჩამარხვა არანაკლებ 15 სმ-ის სიღრმეზე, ხოლო იქ სადაც ეს შეუძლებელია, უნდა დაიფაროს ქვებით.

საპირფარეშო ორმოები უნდა ამოითხაროს იქ, სადაც მიწისქვეშა წყლები დიდ სიღრმეზე მიედინება. არ შეიძლება ასეთი ორმოების მოწყობა წყლის ობიექტების მახლობლად ან დამრეცი რელიეფის პირობებში. ორმოსთვის ადგილის მოძებნისას გასათვალისწინებელია ქარების მიმართულება, რათა ტურისტებს დისკომფორტი არ შეექმნათ. მიზანშეწონილია ტუალეტების გამწოვი მილების შავად შეღებვა გაწოვის გასაუმჯობესებლად.

ბანაობის პროცესში იხარჯება ტურისტთა მომსახურებისათვის მომარაგებული წყლის ნახევარი მაინც. ამიტომ სავსებით გამართლებულია დოზატორების მიერთება სანტექნიკურ ხელსაწყოებზე. ყველაზე უფრო ეფექტიანია მოწყობილობები, რომლებიც წუთში 6-9 ლ წყალს ატარებს.

საშხაპე ოთახები საჭიროებს სათანადო თბოიზოლაციას ორპირი ქარისა და სითბოს დანაკარგების თავიდან ასაცილებლად. მიზანშეწონილია დოზატორებიანი თხევადი საპნისა და შამპუნის გამოყენება.

იმ შემთხვევაში, თუ ჭუჭყიანი წყალი უშუალოდ წყალსატევში ჩაედინება, საპნისა და შამპუნის ხმარება დაუშვებელია. დაბინძურებული წყალი უნდა დავასხათ მიწაზე, უახლოესი წყალსატევიდან 50მ-ის დაშორებით.

წყლისა და ენერგიის ეკონომიის მიზნით პირსახოცები და საწოლის თეთრეული უნდა გამოცვალონ სტუმრების თხოვნით და არა რეგულარულად.

სტუმრებმა არჩევანი უნდა გააკეთონ ქალაქის პირსახოცებს, ელექტროგამაშრობელსა და რულონებად დახვეული ქსოვილის პირსახოცებს შორის, რადგან მონაცემების მიხედვით უპირატესობა არც ერთს არ ენიჭება.

ფართოდ უნდა გამოვიყენოთ საზაფხულო შხაპები. მუქ ფერად შეღებილ ბაკებში ჩასხმულ წყალს ათბობს მზის სხივები.

ნარჩენების უტილიზაცია

კულინარიული ნარჩენების უტილიზაციაც გარკვეულ პრობლემას წარმოადგენს, განსაკუთრებით დაცულ ტერიტორიებში.

მცენარეული საკვების ნარჩენთა უმეტესი ნაწილის უტილიზაციას ახდენს თვით ბუნება, რასაც ვერ ვიტყვით ცხოველური წარმოშობის ნარჩენთა შესახებ. დაუშვებელია ცხიმებისა და ცხიმიანი საკვების მოხვედრა გაუმდინარე წყალსატევებში. ამიტომ ჭურჭლის რეცხვისას ცხიმი ჩვრით უნდა გავწმინდოთ ან გამოვიყენოთ სათანადო ფილტრები.

საკომპოსტე ორმოების ექსპლუატაცია მოითხოვს ცოდნასა და შესაბამის უნარ-ჩვევებს, რადგან ისინი ხშირად იქცევა უსიამოვნო სუნისა და აირების გაერცელებას წყაროდ.

მინის, პლასტმასისა და ლითონის ნაკეთობათა უტილიზაცია ყველაზე ძნელია, რადგან ეს მასალები მდგრადია ბუნების ზემოქმედების მიმართ. ზოგიერთ ქვეყანაში წარმოებული მინის 80%-მდე გამოიყენება შესაფუთად, განსაკუთრებით – ალკოჰოლური სასმელებისათვის. ეს უკანასკნელნი პოპულარობით სარგებლობს დამსვენებელთა შორის, ამიტომ ადვილად წარმოსადგენია სიტუაციის მთელი დრამატიზმი. მინის უტილიზება ბუნების მიერ პრაქტიკულად შეუძლებელია (გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც მყინვართა ნაპრალებში ჩაყრილი მინის ტარა ქუცმაცდება მოძრავი ყინულისა და ნაშალი ქანების ზეგავლენით). პლასტმასაც და მინაც მდგრადი ნარჩენებია, რომლებიც ექვემდებარება მხოლოდ ევაკუირებას. ამიტომ საუკეთესო გამოსავალს წარმოადგენს მინისა და პლასტმასის ტარის ოდენობის შემცირება და ქაღალდისა და მუყაოს შესაფუთი მასალის გამოყენება. არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება პლასტმასის დაწვა, რადგან ის ამ დროს გამოყოფს ადამიანისათვის უაღრესად მავნე აქროლად ნაერთებსა და ნივთიერებებს.

აუცილებელია საღებავებსა და ქიმიკალების საფუთი ლითონის ჭურჭლის ევაკუირება მათი დაცლის შემდეგ. თავი უნდა ავარიდოთ ლითონის ჭურჭლის, განსაკუთრებით აეროზოლური საფუთავების გამოყენებას.

საკონტროლო კითხვები:

1. *რას ითვალისწინებს გარემოს დაბინძურების მინიმიზაციის მეთოდები და ტექნოლოგიები?*
2. *როგორ ხდება ბუნებაში საკვების მომზადება გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების გარეშე?*
3. *როგორ უნდა გავრეცხოთ თეთრეული და ჭურჭელი ისე, რომ არ დავაბინძუროთ ნიადაგი და წყალი?*
4. *რა ტექნოლოგიებით უნდა უზრუნველვყოთ ენერგიის ეფექტური გამოყენება ბუნებაში განთავსების საშუალებების მოწყობისას?*
5. *როგორ ხდება ნარჩენების უტილიზება?*

4.6. ტურისტთა გადაყვანა ტრანსპორტით და მოგზაურობის დროს მათი უსაფრთხოების დაცვა

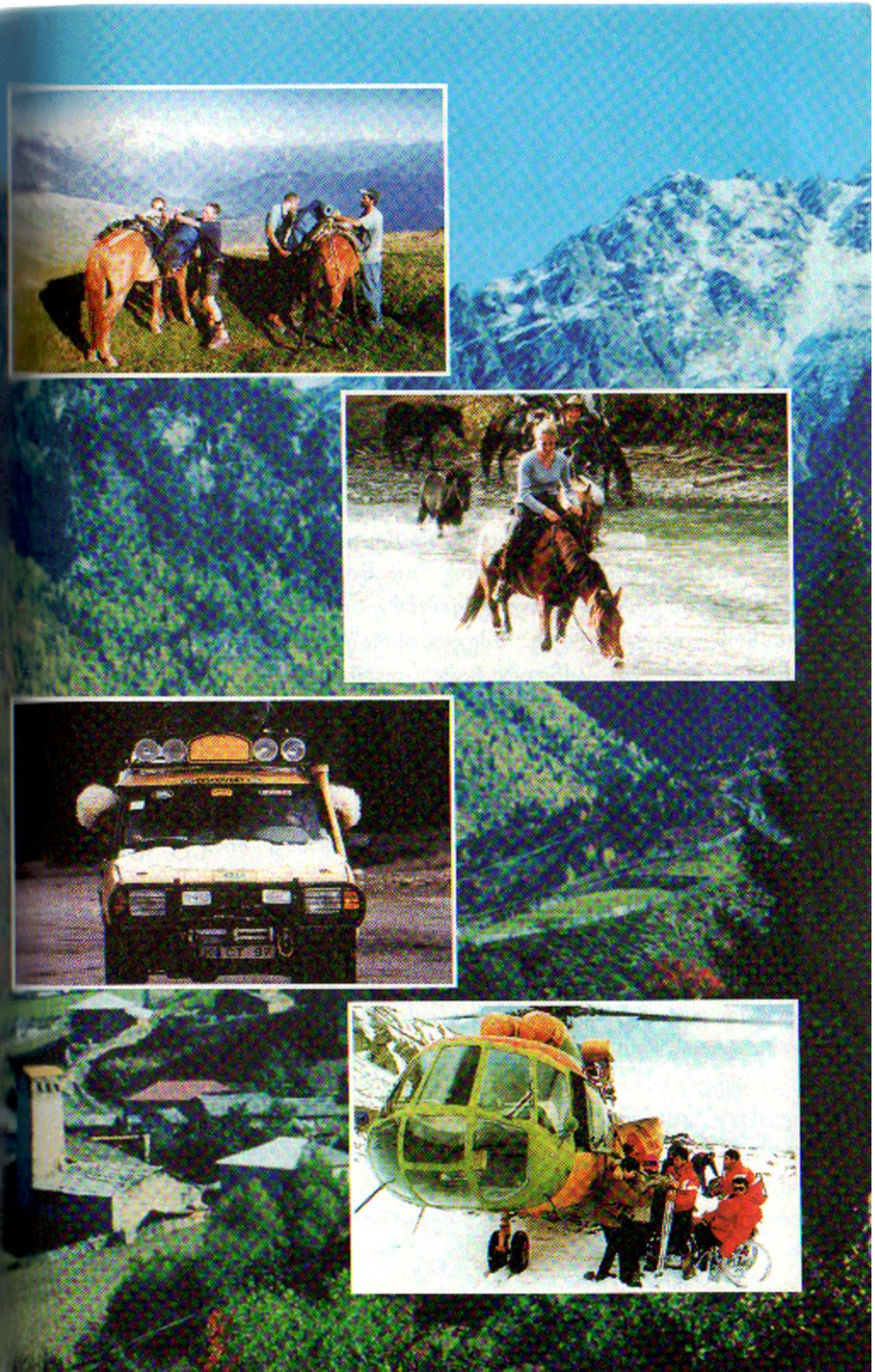
მიწისზედა ტრანსპორტი ხშირად იწვევს ატმოსფერული ჰაერის დაბინძურებას, მცენარეული საფარის დაზიანებასა და მისი ხმაური გარემოს სიმშვიდეს არღვევს.

ტურების მომსახურებისათვის საჭირო სატრანსპორტო დანახარჯებისა და ბუნებისადმი მიყენებული ზარალის შესამცირებლად მიზანშეწონილია ტურბაზაში ან ბანაკში ტურისტთა ყოფნის გახანგრძლივება. ასეთ შემთხვევაში მცირდება ტურისტული ტრანსპორტის რეისთა რაოდენობა, იზრდება ტურისტებისაგან მიღებული შემოსავალი.

ტურისტების გადასაყვანად უნდა გამოიყენონ ტევადი დიზელური ავტობუსები მისაბმელი ვაგონებით ტვირთისათვის (ტრაილერები) და არა სატვირთო ავტომანქანები. ამიტომ ტურისტთა ჯგუფებს ინდივიდუალურ ტურისტებთან შედარებით უპირატესობა უნდა მიენიჭოთ. მაგალითად, ბანაკში "Fraicinet Exprience" (კუნძულ ტასმანიის აღმოსავლეთ ნაწილში) ტურისტები გადაჰყავთ 12-ადგილიანი ტრაილერიანი მიკროავტობუსებით, რითაც მიაღწიეს სატრანსპორტო ხარჯების მნიშვნელოვან დაზოგვას და გაიზარდა ტრანსპორტირებისათვის დაშვებული ბარგის მოცულობა.

სასურველია ტურისტთა გადაყვანას დავამთხვიოთ მომსახურე პერსონალის, ტვირთისა და ბარგის ტრანსპორტირება. ახლო მანძილებზე პერსონალის გადაყვანისას უკეთესია სამთო ველოსიპედების გამოყენება. პერსონალის მგზავრობა ხშირად უკავშირდება ინფორმაციის მიღების საჭიროებას. კავშირის სისტემათა (რაციების, მობილური ტელეფონების და ა.შ.) გამოყენებით შეიძლება შეკამციროთ ზედმეტი გადაადგილების რაოდენობა.

აუცილებელია, თავი ავარიდოთ ღამით მგზავრობას, განსაკუთრებით დაცულ ტერიტორიაზე. ფარების შუქი უარყოფითად მოქმედებს ცხოველთა ქცევაზე, განსაკუთრებით – მძუნვარობის პერიოდში ან ნადირობისას.



ტრანსპორტის ყველა სახეობაზე განსაზღვრულია მგზავრთა გადაყვანის, მგზავრთა და მათი ტვირთის დაზღვევის შესაბამისი წესები. მიღებულია საერთაშორისო კონვენციები საჰაერო, საზღვაო, საავტომობილო და სარკინიგზო გადაყვანაზე, როდესაც უსაფრთხოების წესებს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება (მ.ბირჟაკოვი, 2003).

ტურიზმის უსაფრთხოება

მოგზაურობის დროს, სხვადასხვა გარემოებათა გამო, ტურისტს შეიძლება შეექმნას მთელი რიგი პრობლემები, რომლებიც უარყოფითად იმოქმედებს, როგორც ტურისტის შთაბეჭდილებებზე, ასევე მის ჯანმრთელობასა და ქონებაზე

ზოგადად, **ტურიზმის უსაფრთხოება ნიშნავს ტურისტთა პირად უსაფრთხოებას, მათი ქონების შენარჩუნებასა და ბუნებრივი გარემოს დაუზარალებლობას მოგზაურობის დროს. უსაფრთხოება წარმოადგენს ტურისტული მომსახურების ერთ-ერთ ძირითად კრიტერიუმსა და სხვადასხვა კატეგორიების ტურისტულ მარშრუტთა ხარისხის შეფასების ძირითად პარამეტრს.**

პირადი უსაფრთხოება ტურიზმში განიხილება, როგორც ტურისტის უფლება (ი. ზორინი, 2001), მათ შორის მომხმარებლურიც. ტურის დაპროექტების დროს საჭიროა ყურადღებით შეისწავლონ რისკ-ფაქტორები და მისი გამომწვევი მიზეზები. შესაბამისად გაითვალისწინონ ტურისტის ჯანმრთელობის და მისი ქონების დაცვისათვის საჭირო ღონისძიებები.

მოგზაურობის დროს, განსაკუთრებით კი მთიან რეგიონებში, უბედურ შემთხვევათა უმრავლესობა განპირობებულია ტურისტთა ქცევით. ამიტომ, მოგზაურობის დაწყებამდე, ტურის სწორად ორგანიზებისათვის, საჭიროა ტურისტთა მომზადება-ინსტრუქტაჟი.

აქედან გამომდინარე, გარდა ბუნებრივი მოვლენებისა, მოგზაურობის დროს საფრთხის გამომწვევი ფაქტორები შემდეგნაირად შეიძლება ჩამოვაყალიბოთ: ტურის სუსტი ორგანიზაცია, ტურისტთა და გამყოლთა ცუდი მომზადება, ტექნიკური და ტაქტიკური

შეცდომები. არსებობს საშიშროება, რომ ტურისტმა გადაჭარბებულად შეაფასოს თავისი ფიზიკური მონაცემები. ამისათვის ტურის დაგეგმვის დროს ოპერატორი გასავლელ მარშრუტებს აგებს სირთულეების მიხედვით, მარტივიდან რთულისაკენ. რიგ შემთხვევებში მარშრუტზე დაგეგმილია გაჩერება საგანგებოდ შერჩეულ ადგილებზე, სადაც ტურისტები გადიან აკლიმატიზაციას და ამზადებენ აღჭურვილობას, რის შემდეგაც მოსალოდნელი სირთულეების გადასალახავად უტარდებათ წინასწარი ტრენინგები.

ველურ ბუნებაში მოგზაურობის დროს ტურისტთა საფრთხის თავიდან ასაცილებლად მსოფლიოში შექმნილია საგამყოლო-სამაშველო სკოლები, რომლებიც სპეციალურად რთული მარშრუტებისათვის ამზადებენ გამყოლებს, რეინჯერებსა და მაშველებს (იხ. დანართი).

საკონტროლო კითხვები:

1. *რა სახის ტრანსპორტი გამოიყენება ეკოტურებში ტურისტთა გადასაყვანად?*
2. *რითია გამოწვეული ლამით ტურისტთა გადაყვანის შეზღუდვა?*
3. *რას ნიშნავს ტურიზმის უსაფრთხოება?*
4. *ჩამოთვალეთ მოგზაურობის დროს საფრთხის გამომწვევი ფაქტორები.*
5. *ტურის დაპროექტებისას, შესაძლებელი საფრთხის თავიდან ასაცილებლად, რა უნდა უნდა გაითვალისწინოს ტუროპერატორმა?*

დანართები

სამთავრობო, არასამთავრობო, კერძო ორგანიზაციათა და ინვესტორთა საქმიანობა საქართველოში ეკოტურიზმის განვითარებისათვის

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი

საქართველოში ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდის საქმიანობა დაიწყო 1990 წელს, როდესაც პირველად ჩვენს ქვეყანაში საფუძველი ჩაეყარა დაცული ტერიტორიების (კონსერვაციის) პროგრამას. საერთაშორისო ორგანიზაციების ძალისხმევით ეს რთული სამუშაო წარმატებით ხორციელდება – დამუშავდა დაცუ-ლი ტერიტორიების ქსელის კონცეფცია და პირველი სქემა.

შიდა ქართლის რეგიონში ტურიზმის განვითარების ინტენსივობის დასადგენად უპირველესად ბორჯომ-ხარაგაულის პარკისა და მის დამხმარე ზონაში ტურიზმის განვითარების კონცეფცია შედგა.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი მდებარეობს საქართველოს ცენტრალურ ნაწილში, აჭარა-იმერეთის ქედის აღმოსავლეთი მონაკვეთის ჩრდილოეთ და სამხრეთ ფერდობებზე. ეროვნული პარკის უკიდურესი ჩრდილოეთი დაბოლოება გეოგრაფიულად იმ ადგილს ემთხვევა, სადაც აჭარა-იმერეთის ქედი ჩრდილოეთით ლიხის ქედში გადადის. ეს ქედები დასავლეთ საქართველოს აღმოსავლეთისაგან გამოყოფენ. ეროვნული პარკი წარმოადგენს 4 განსხვავებული ბიოგეოგრაფიული ერთეულის (კოლხეთის, კავკასიური, წინა აზიურისა და მცირე აზიურის) კონტაქტის არეს, რაც განსაზღვრავს მისი ბუნების უნიკალობასა და ბიოლოგიური მრავალფეროვნების მაღალ დონეს.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკში არსებული, კავკასიისათვის დამახასიათებელი პირველქმნილი ტყის ეკოსისტემები და სუბალპური მდელოები 79 000 ჰექტარს მოიცავს. ეროვნული პარკის ძირითად ზონას წარმოადგენს ბორჯომის სახელმწიფო ნაკრძალი, რომელიც მკაცრადაა დაცული ათეულობით წლების მანძილზე. დამხმარე ზონაში 450 000 ჰექტარზეა გადაჭიმული მრავალფეროვანი ლანდშაფტები. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი მისი ადგილმდებარეობის გამო კავკასიის რეგიონის ფლორისა და ფაუნის მრავალი სახეობის თავშესაფარს (რეფუ-გიუმს) წარმოადგენს. აქ თავმოყრილია უამრავი იშვიათი და გადაშენების პირას მყოფი რელიქტური და ენდემური სახეობა.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის შექმნამ სხვა საკი-თხების გადაწყვეტასთან ერთად, მის ტერიტორიაზე და დამხმარე ზონაში უნდა უზრუნველყოს ისტორიულ-ალდგენითი, რეკრეაციის, ჯანმრთელობის დაცვისა და ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელი პირობების შექმნა, ბუნებრივი რესურსების დამცავი სამეურნეო საქმიანობის სტიმულირება.

1995 წელს ქვეყანაში დაარსდა, და ოფიციალურად გაიხსნა, საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი – ბორჯომ-ხარაგაულის პირველი ეროვნული პარკი. როგორც აღვნიშნეთ, ამ პროექტის ფინანსური უზრუნველყოფა გერმანიის მთავრობამ იტვირთა. გერმანიის რეკონსტრუქციისა და განვითარების საკრედიტო ბანკმა (KIW) ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის დაარსებლად საჩუქრის სახით 2 261 000 DM გაიღო ხოლო, 1 700 000 DM – დამხმარე ზონის მოსახლეობის განათლებისა და ეროვნული პარკის პერსონალის ტრენინგისათვის. ამ სამუშაოთა შესრულება დაევალა ბუნების დაცვის მსოფლიო ფონდის (WWF-ის) საქართველოს წარმომადგენლობას და საქართველოს დაცული ტერიტორიების, ნაკრძალებისა და სამონადირეო მეურნეობის სახელმწიფო დეპარტამენტს.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი მომავალში ქვეყნის მნიშვნელოვანი ტურისტული ცენტრი უნდა გახდეს. დღეისათვის პარკში მოქმედებს 9 ტურისტული ბილიკი. ტურისტული ბილიკები კეთილმოწყობილი და მარკირებულია. ბილიკების გასწვრივ ტურისტებისათვის აშენებულია კეთილმოწყობილი თავშესაფრები. პარკის ტერიტორიაზე ტურისტული ბილიკების სიახლოვეს განთავსებულია მცველთა თავშესაფრები, რომლებიც საჭიროების შემთხვევაში შეიძლება ტუ-რისტებმაც გამოიყენონ. მარშრუტები სხვადასხვა სიგრძის, ხანგრძლივობისა და სირთულისაა, რაც ხელს უწყობს ტურისტებს თავიანთი გემოვნების, პროფესიული ინტერესებისა და ფიზიკური შესაძლებლობების მიხედვით შეარჩიონ სასურველი მარშრუტი. ბილიკები აყვანილია საქართველოს სამაშველო-საგამყოლო სამსახურის აღრიცხვაზე, რაც პარკის ტერიტორიაზე ზრდის ტუ-რისტთა უსაფრთხოებას და საჭიროების შემთხვევაში უზრუნველყოფს მათთვის ოპერატიული სამაშველო და საგამყოლო მომსახურების გაწევას. ზოგიერთ მოკლე ბილიკს საგანმანათლებლო-ეკოლოგიური მნიშვნელობა აქვს. პარკის სტრატეგიულად მნიშვნელოვან ადგილებში (სოფელ ხანში, საქონდიაზე, მარელისში, ნუნისში, ქვიშხეთში, ზანავში, აწყურსა და

ბასთუმანში) მოეწყო და თანამედროვე ტექნიკით აღიჭურვა 8 საგუშაგო, რომლებიც აკონტროლებენ პარკის შესასვლელებს.

პარკის შესასვლელებში მოწყობილია საპიკნიკე და კარვების გასაშლელი ადგილები, ასევე, ადგილები ცეცხლის დასანთებად და მანქანების გასაჩერებლად. ბილიკების უმრავლესობა მოქმედია აპრილ-მაისიდან ოქტომბრის ბოლომდე.

საუკეთესო დროს მცენარეთა მოყვარულთათვის ივნისია, როდესაც ყვავილების ზღვა ეგებება პარკის მოლაშქრეებს. განსაკუთრებულია სანახავია დეკის ყვავილობა ხარაგაულის მხარეს აპრილ-მაისში. საოცარი პეიზაჟები ელით ფოტომოყვარულებს სექტემბერ-ოქტომბერში, როდესაც ხედები იცვლება შავი ზღვიდან დიდ კავკასიონამდე და როდესაც ყოველი ფოთოლი ყვავილია.

ეროვნული პარკის სალაშქრო ბილიკების ქსელი საშუალებას იძლევა მოექცეს, როგორც ერთდღიანი, ასევე რამდენიმე დღიანი ტურები. ბილიკების სიმაღლე მერყეობს 800-დან 2642-მდე.

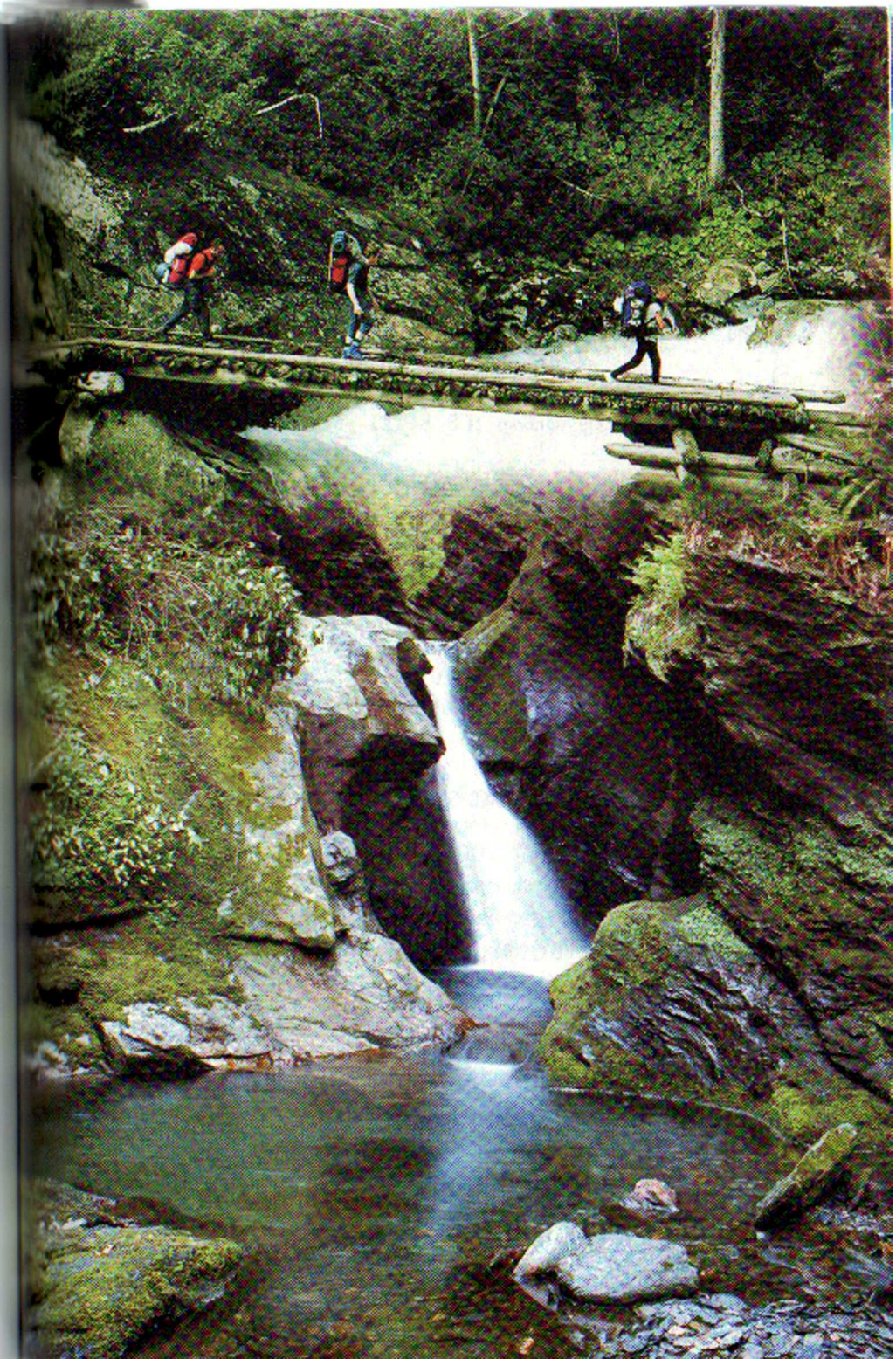
ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნულ პარკში მოქმედი ტურისტული ბილიკებია:

1. ნიკოლოზ რომანოვის ბილიკი;
2. ანდრია პირველწოდებულის ბილიკი;
3. პანორამული ბილიკი;
4. ხელუხლებელი ტყის ბილიკი;
5. ზაკარის ულელტეხილის ბილიკი;
6. ნაკვალევის ბილიკი
7. ეროვნული პარკის საინფორმაციო ბილიკი;
8. მელრუკის ხეობა.

ეროვნული პარკი მდიდარია მრავალფეროვანი პეიზაჟებით, ისტორიული და არქიტექტურული ძეგლებით, კურორტებით და დასახლებული პუნქტებით, რომელტა მოსახლეობაც გამოირჩევა განსხვავებული ეთნოგრაფიული და კულტურული მახასიათებლებით. ბორჯომი, საქართველოს ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი კურორტი განთქმულია მინერალური წყლებით, უნიკალური ბუნებითა და ისტორიული ძეგლებით.

ბორჯომ-ხარაგაულის პარკში მოქმედი ტურისტული მარშრუტების უკეთ გასაცნობად განვიხილოთ ერთ-ერთი მარშრუტი:

მარშრუტი №1 – დაბა ლიკანი (ბორჯომის რაიონი) – სოფ. მარელისი (ხარაგაულის რაიონი).



მარშრუტის სახეობა – სამთო-ქვეითი, ან საცხენოსნო.

მარშრუტის სიგრძე (ერთი მიმართულებით) – 39-41 კმ.

მოგზაურობის ხანგრძლივობა – ფეხით: 5 დღე და 4 ღამე; ცხენით: 4 დღე და 3 ღამე.

მარშრუტის ფუნქციონირების პერიოდი – 1 მაისი – 15 ოქტომბერი.

მარშრუტზე გადაადგილების გრაფიკი:

პირველი დღე: მგზავრობა თბილისიდან დაბა ლიკანამდე (170 კმ); ღამისთევა ეროვნული პარკის ვიზიტორთა ცენტრში, ლიკანის სამთავრობო რეზიდენციაში, ან კერძო სასტუმროში.

მეორე დღე: ლიკანის შესასვლელიდან ფეხით ან ცხენით 14-15 კმ მწვერვალ ლომის მთამდე (2198 მ.); ღამისთევა "ლომის მთის" ტურისტთა თავშესაფარში.

მესამე დღე: "ლომის მთის" ტურისტთა თავშესაფრიდან ფეხით ან ცხენით 14-15 კმ "სახვლარის" ტურისტთა თავშესაფრამდე; ღამისთევა "სახვლარის" ტურისტთა თავშესაფარში.

მეოთხე დღე: "სახვლარის" ტურისტთა თავშესაფრიდან ფეხით ან ცხენით 9-10 კმ მარელისის მცველთა საგუშაგომდე.

მეხუთე დღე: გამგზავრება მარელისის მცველთა საგუშაგოდან დაბა ხარაგაულში (15 კმ); დაბრუნება თბილისში (190 კმ.).

უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება პარკში ტურისტული ინფრასტრუქტურისა და სერვისის განვითარებას. ადგილობრივი მოსახლეობის გამოცდილებისა და რჩევის გათვალისწინებით, ეკოტური-ზმის ექსპერტები და პარკის მენეჯერები ერთობლივად გეგმავენ ტურისტულ მარშრუტებსა და ბილიკებს. პირველი ასეთი ბილიკი, ლიკანი – ლომის მთა – ჩითახევი, 2002 წელს ამოქმედდა.

ბორჯომის რეგიონისათვის ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის ტერიტორიაზე შესაბამისი პროგრამების განხორციელება საერთაშორისო გამაჯანსაღებელი კურორტის მომავალი სტატუსის გარანტიაა.

კომპანია "CAUCASUS TRAVEL"-ის ეკოტურისტული საქმიანობა

საქართველოში ეკოტურისტულ საქმიანობას საფუძველი ჩაუყარა რამდენიმე კაციანმა მთასვლელთა გუნდმა, რომელმაც გადაწყვიტა საგამყოლო მომსახურების გაწევა უცხოელი სტუმრებისათვის მთებში. 1989 წელს მათ მიიღეს ორგანიზებულ ტურისტთა პირველი ჯგუფი შვეიცარიიდან. ასე შეიქმნა, საქართველოში 1990 წელს ერთ-ერთი პირველი კერძო ტუროპერატორული კომპანია "Caucasian Travel – Georgian Guide Service". 1996 წელს ჩატარებული ხელახალი რეგისტრაციისას კომპანიას შ.პ.ს. "Caucasus Travel"-ი დაერქვა. 1992 წელს კომპანიამ თავისი საქმიანობის შესახებ გამოსცა პირველი შავთეთრი ბროშურა, რომელშიც შეტანილ იქნა ათზე მეტი ეკოტურისტული პაკეტი – ალპინისტური, სათხილამურო-ალპინისტური, ტურები და ტურისტული ლაშქრობები. 1993 წელს კომპანია პირველად ბერლინის საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენაზე (ITB) ვიზიტორის სტატუსით იღებს მონაწილეობას, ხოლო 1994 წლიდან იგი ITB-ზე საკუთარი სტენდით მონაწილეობს. 1996 წლიდან "Caucasus Travel"-ი რეგულარულადაა წარმოდგენილი ლონდონის სამოგზაურო ბაზრობაზე (WTM). გარდა აღნიშნული გამოფენებისა, კომპანია მონაწილეობას იღებს დსთ-ს, კიოლნის, მილანის (BIT), ჟენევის (EIBTM), მადრიდის (FITUR) ტურისტულ ბაზრობებზე. 2001-2003 წლებში კომპანიამ მონაწილეობა მიიღო ტოკიოსა (WTF) და ტაიპეის (ITF) ტურისტულ ბაზრობებზე. კომპანიის საერთაშორისო ბაზრობებში მონაწილეობის განსაკუთრებულობა გამოიხატება იმით, რომ იგი მსოფლიო ტურიზმის უმაღლესი დონის გამოფენებზე არა მხოლოდ წარადგენს თავის ტურისტულ პროდუქტს, არამედ იგი, პირველყოვლისა, საქართველოს უქმნის სასურველი ტურისტული ქვეყნის იმიჯს. აღნიშნულ ღონისძიებებში მონაწილეობის შედეგად "Caucasus Travel"-ი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის დაახლოებით 150-მდე ტურისტულ სააგენტოსთან თანამშრომლობს. მათ შორის არიან ისეთი მსხვილი კომპანიები, როგორებიცაა:

1. Geographic Expeditions, Mir Corporation, Acade-mic Travel Abroad, Distant Horizons, American Alpine Club (აშშ),
2. DER, TUI/Dr. Tigges, Frankfurter Studienreisen, Studiosus, Hauser Exkursionen (გერმანია),
3. ARR Studienreisen, Dr. Mayers Studienreisen (ავსტრია), KUONI (შვეიცარია)
4. Cricketer Holidays, Cox & Kings, British Museum Traveller, Special Tours, Exodus (დიდი ბრიტანეთი),
5. Clio, Terres D,Aventure, Esprit D,Aventure (საფრანგეთი),
6. AITO, Travel Sekai, Sofia, WAS Service, JIC Inc. (იაპონია),
7. World Expeditions (ავსტრალია) და სხვ.

"Caucasus Travel"-ის წარმოებულ ძირითად ტურპროდუქტს წარმოადგენს, როგორც კულტურულ-შემეცნებითი, რელიგიური და არქიტექტურული ტურები, ასევე კომპანიის ტუროპერატორული საქმიანობის უდიდესი ნაწილი დათმობილი აქვს ეკოლოგიურ ტურებს – ველური ბუნების, ფოტო, სამთო, სათხილამურო, ალპინისტური, სამთო-ტურისტული, ველო, საცხენოსნო, ჩიტებზე და ცხოველებზე დაკვირვების, ბოტანიკურ, აგროტურებსა და რაფტინგს.

როგორც ჩვენთვის ცნობილია, აბრეშუმის გზის ქვეყნების ტურისტული მარშრუტების უმრავლესობა შეიცავს ეკოტურისტულ პროდუქტს. კომპანია "Caucasus Travel"-ის ინიციატივით საფუძველი ჩაეყარა აბრეშუმის გზის ტუროპერატორული კომპანიების საერთო მარკეტინგულ აქციას და შეიქმნა ტუროპერატორთა ჯგუფი, რომელშიც გაერთიანდა: საქართველოს, სომხეთის, აზერბაიჯანის, ირანის, თურქმენეთის, უზბეკეთის, ყირგიზეთის, ყაზახეთისა და ჩინეთის შესაბამისი კომპანიები. ჯგუფი საერთაშორისო გამოფენებზე მონაწილეობს აბრეშუმის გზის ქვეყნების ერთიანი პროგრამებით და პოპულარიზაციას უწევს, არა მარტო ამ ქვეყნების ზოგადად ტურისტულ, არამედ ეკოტურისტულ პროდუქტსაც.

კომპანია "Caucasus Travel"-ის ბაზაზე 1994 წელს ჩამოყალიბდა საქართველოს სამთო-გამყოლთა სახელმწიფო სკოლა. სკოლის პედაგოგებმა შესაბამისი მომზადება შვეიცარიის ერთ-ერთ საგამყოლო სკოლაში გაიარეს. ამ სკოლის სპეციალური ექსპერტები დღესაც დიდ დახმარებას უწევენ ქართველ პედაგოგებს სკოლის აღჭურვილობით მომარაგებაში, საბოლოო ტრენინგებსა და გამოცდების ჩატარებაში. სკოლა გარდა თბილისელი (12-დან 16 წლის ასაკის) მოსწავლეებისა, გამყოლების სპეციალობას ასწავლის რეგიონების ადგილობრივ ბავშვებსაც, რომლებიც შემდეგ დასაქმდნენ, როგორც ადგილობრივი გამყ-

ოლები (კურსი გაიარა გაიარა 35 მოსწავლემ ყაზბეგიდან და 30-მა თუშეთიდან).

კომპანია "Caucasus Travel"-ის ეკოტურისტული პროდუქტიდან, განვიხილოთ ალპინისტური ტური მყინვარწვერზე – "ხევის პატარძალი". ტური შედგება 8-დღიანი პროგრამისაგან:

პირველი დღე: დახვედრა თბილისის აეროპორტში, განთავსება სასტუმროში.

მეორე დღე: თბილისი – ყაზბეგი (მგზავრობა შესაბამისი ტრანსპორტით), გზად მცხეთისა და ანანურის მონახულება, ინფორმაცია და რეკომენდაციები მოგზაურობის შესახებ, მგზავრობის ხანგრძლივობა 3-დან 6 საათამდე. აღჭურვილობის მომზადება და ღამისთევა ყაზბეგში (სასტუმროში ან კერძო ბინაში).

მესამე დღე: ლაშქრობა – ყაზბეგი – ბეთლემის ქოხი (ყოფილი მეტეოსადგური) (3670 მ. ზღვის დონიდან), ხანგრძლივობა 7-8 საათი.

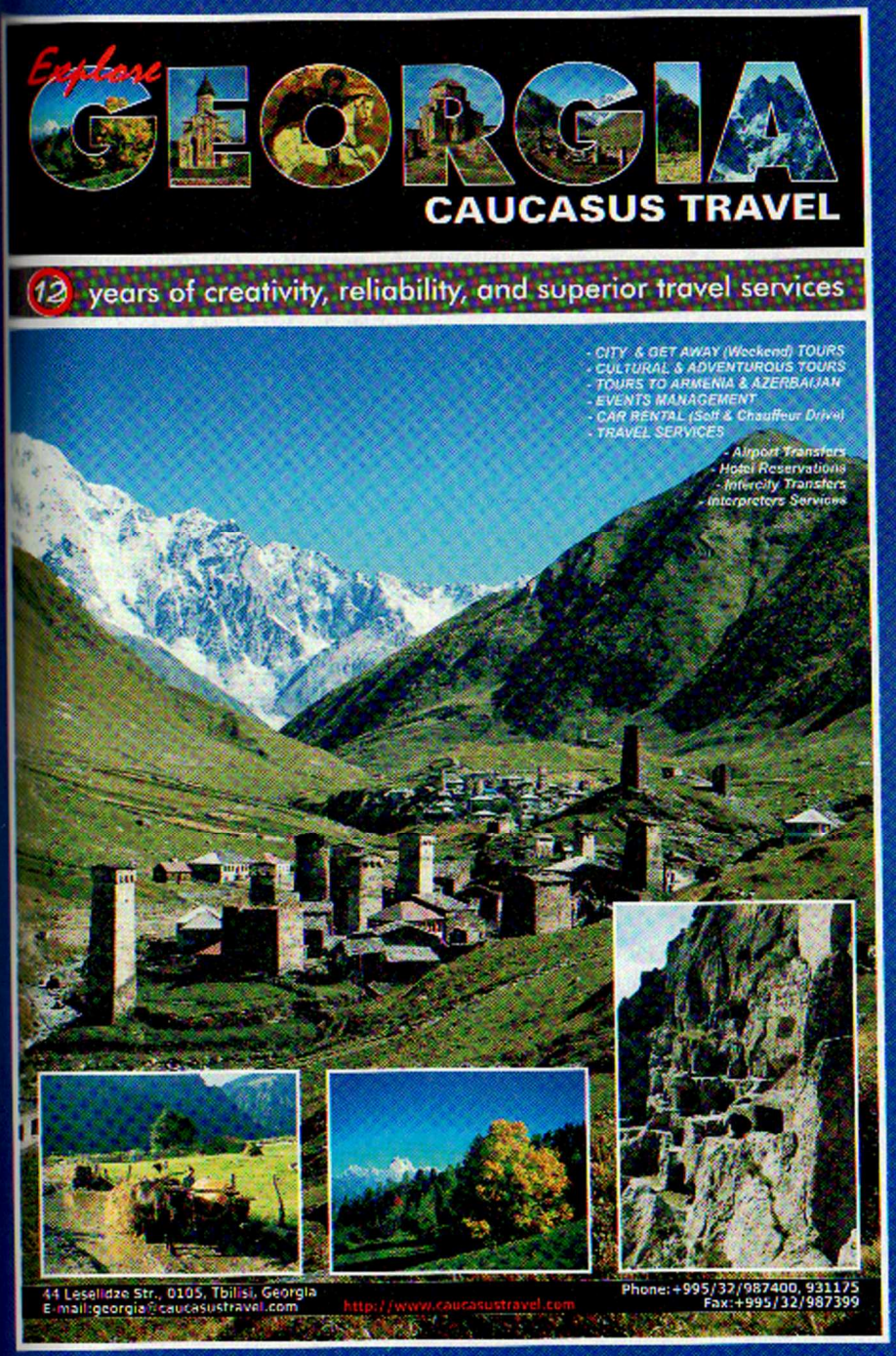
მეოთხე დღე: საკლიმატიზაციო გასვლა მწვერვალ "ორწვერზე" (4300 მ. ზღვის დონიდან) – ტურისტის მყინვარზე გადაადგილების სპორტული შესაძლებლობის შემოწმება და პრაქტიკული ტრენინგი.

მეხუთე დღე: მყინვარწვერის დალაშქრა (5047 მ. ზღვის დონიდან) კლასიკური მარშრუტით – ასვლა და ჩამოსვლა (დროის ხანგრძლივობა საშუალო მომზადების ტურისტისათვის 9-დან 12 საათდე).

მეექვსე დღე: დაბრუნება ყაზბეგში და შემდეგ თბილისში (საჭიროების შემთხვევაში, ეს დღე გამოვიყენება, როგორც სარეზერვო დღე მეორე ცდისათვის ან სხვა შემთხვევისათვის).

მეშვიდე დღე: თბილისის დათვალიერება (საექსკურსიო მომსახურება, თავისუფალი დრო ტურისტებისათვის, ბანკეტი).

მერვე დღე: გაცილება აეროპორტში.



ტურისტული კომპანია "VIA TRAVEL"-ის საქმიანობა (ღვინის ტურიზმი)

ტურისტული კომპანია „ვია თრეველი" 2006 წელს დაარსდა. კომპანიაში მუშაობს, როგორც ადგილობრივი (შიდა), ასევე საერთაშორისო (შემომყვანი და გამყვანი ტურიზმის) განყოფილება. შემოყვანის ტურიზმის განყოფილების ერთ-ერთი მთავარი მიმართულება თავიდანვე ღვინის ტურების ორგანიზება იყო.

კომპანია ითვალისწინებს ტურიზმის სფეროს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილებას და ჩვენი ქვეყნის კულტურის სპეციფიკას. კომპანიის მიერ ორგანიზებული ღვინის ტურებში შედის კულტურული ძეგლების მონახულება და გურმან-ტურების ელემენტები, რომელთა შეშვეობითაც უცხოელი თუ ადგილობრივი ტურისტი ეცნობა ქართული ტრადიციების მრავალფეროვნებას, სუფრისა და თამადის ფენომენს, მრავალსმიან ქართულ სიმღერასა და ქვეყნის ისტორიას.

ვია თრეველის კლასიკური ღვინის ტური გულისხმობს „თელიანი ველის" ღვინის ქარხნის მონახულებასა და ღვინის დეგუსტაციას. თუ ტური რამდენიმე (2-3) დღიანია, მასში აუცილებლად ერთვება სხვა ქარხნებიც, ოჯახური მარნები და სადილი ადგილობრივი მაცხოვრებლების ოჯახებში. ქვაში გაცოცხლებული ღვინის კულტურა ტაძრებისა და სხვა უძველესი ძეგლების სახით საუკეთესო თვალსაჩინოებაა მათთვის, ვინც საქართველოში პირველად ჩამოდის და საუკეთესო შთაბეჭდილებით ბრუნდება შინ.

თელიანი ველის ქარხანაში ღვინის ტურები ტარდება წლის ნებისმიერ სეზონზე. ქარხნის ტერიტორიაზე განთავსებულია სასტუმრო – „თელიანი გესტ-ჰაუსი", სადაც ღვინის ისტორიით დაინტერესებულ ქართველ თუ უცხოელ სტუმრებს შეუძლებელიათ დაისვენონ. სასტუმრო ძირითადად ემსახურება ტურისტებს. მის თითოეულ ნომერს ღვინის სახელი ქვია, ინტერიერი კი იმავე ღვინის ფერშია გადაწყვეტილი – წინანდალი-თეთრი, მუკუზანი-წითელი. სასტუმროში სულ 8 ნომერია, რომელიც ემსახურება 16 სტუმარს, აქედან 2 ლუქსია. სასტუმროში განთავსება ითვალისწინებს ორჯერად კვებას.

ღვინის ტურის ფარგლებში ტურისტებს შესაძლებლობა აქვთ დაათვალიერონ ვენახები, ღვინის ქარხანა, დაესწრონ ღვინის ჩამოსხმის

პროცესს და იქვე დააჭაშნიკონ ღვინო, ხოლო გამოცდილი გიდები მათ გააცნობენ ქართული ღვინის ისტორიას.

ყურძნის ჩაბარებისა და დამუშავების პროცესის ნახვა, ასევე მონაწილეობის მიღება რთველში, შესაძლებელია 15 სექტემბრიდან ოქტომბრის ბოლომდე. ტურისტებს ქარხანაშივე შეუძლიათ შეიძინონ თელიანი ველის ღვინოები, კონიაკი და ჭაჭა.

„თელიანი ველის" ღვინის ქარხნის ისტორია

კომპანია "თელიანი ველი" დაფუძნდა 1997 წელს "თელიანის" სამარკო ღვინოების ღვინის ქარხნის ბაზაზე, რომელიც აშენებულია წინანდალში, 1954 წელს თელიანის ვენახების გვერდით. წინანდალი, ნიადაგისა და მიკროკლიმატის თავისებურებების წყალობით, ტრადიციულად ქართული მეღვინეობის ცენტრად ითვლება. სწორედ აქ ჩაეყარა საფუძველი მეღვინეობას ყურძნის ადგილობრივი კახური ჯიშებიდან (რქაწითელი, მწვანე, საფერavი), ხოლო ყურძნის ახალი ჯიშების ათვისებაში პირველი იყო თავადი და პოეტი ალექსანდრე ჭავჭავაძე, რომელსაც ეკუთვნოდა წინანდლის მამული.

რუსეთის იმპერატორის ძმის მიხეილ რომანოვის გადაწყვეტილებით 1886–1887 წლებში თავადი ალექსანდრე ჭავჭავაძის ძველი ღვინის მარნისა და საწნახელების ადგილზე აშენდა საქართველოში პირველი ორსართულიანი ღვინის ქარხანა. წინანდლის მარნის პირველი მეღვინე იყო შვედი დიკენსონი, რომელიც მუშაობდა აქ 1887 წლიდან 1891 წლამდე. 1891 წელს მოწვეულ იქნა ფრანგი მასანო ბორდოდან, რომელმაც დანერგა ყურძნის ადგილობრივი ჯიშებიდან ღვინის წარმოების ევროპული პრაქტიკა. 1954 წელს საქართველოში ჩამოიტანეს ყურძნის ჯიშები კაბერნე სოვინიონი და კაბერნე ფრანი, რომლებიც გაშენდა თელიანის ველზე სახელმწიფოს მაღალი თანამდებობის პირებისაგვის ელიტარული წითელი ღვინის "თელიანი"-ს საწარმოებლად. თელიანის ვენახების გვერდით აშენდა წითელი დაძველებული ღვინოების მწარმოებელი სპეციალიზებული ქარხანა. თელიანის ღვინის ქარხანა ცნობილი იყო თავისი მუხის კასრებითა და დოქებით, რომელთა გამოყენება მშრალი სამარკო ღვინოების დაძველების განუმეორებელ ეფექტს იძლევა. აღნიშნული ქარხნის საკუთარი მარკები იყო: თელიანი №2, მუკუზანი №4, ნაფარეული №28, ყვარელი №13, საფერავი №5.

2005 წლის 10 სექტემბერს დაიწყო ფუნქციონირება სს "თელიანი ველის" ახალმა ქარხანამ, რომელიც მდებარეობს თელავის რაიონში. ქარხანა აშენებულია ქართული მეღვინეობისა და საერთაშორისო ღვინის ტურიზმის სპეციფიკის გათვალისწინებით, რაც გულისხმობს მუხის კასრებს, თანამედროვე

Via TRAVEL

Cultural and adventurous, business and corporate travel services in Georgia for groups and FIT

Special offer:

Wine tours to Kakheti - visit and wine-tasting at Tcliani Valley Winery
Harvest in Teliani Valley's vineyards
Accommodation at Teliani Guest House

24, Ir. Abashidze str. 0179 Tbilisi, Georgia
Tel: +995 32 912080
E-mail: info@viatravel.ge
www.viatravel.ge

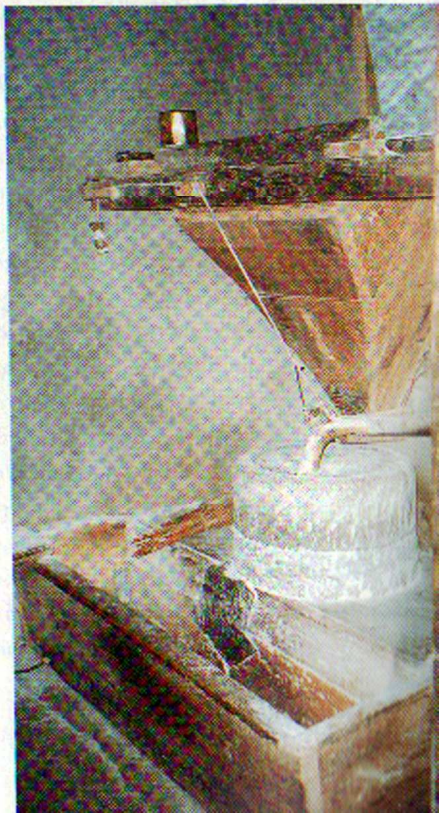
იტალურ ჩამომსხმელ და სამაცივრე დანადგარებს და რაც მთავარია მცირე ზომის სასტუმროს. სამაცივრე დანადგარების მეშვეობით შესაძლებელია ღვინის პროცესის სრული მართვა და ღვინის დამზადების კონტროლი. კომპანიამ შეიძინა დამატებით ფრანგული მუხის კასრები, რომლებშიც ხდება წითელი და თეთრი სამარკო ღვინოების დადგმა და დაკარგვა. არანაკლებ მნიშვნელოვანი როლი უკავია ქარხნის ლაბორატორიას, რომელიც აღჭურვილია თანამედროვე აპარატურით და იძლევა ხარისხის კონტროლის საშუალებას, ღვინის წარმოების ნებისმიერ ეტაპზე.

აღნიშნული ქარხნის უნიკალურობა იმაში გამოიხატება, რომ იგი დაპროექტებულია სტუმრებისა და ტურისტების მისაღებად.

საქართველოს აგროტურიზმის ეროვნული ასოციაცია

ჩვენს ქვეყანაში 2000 წელს ჩამოყალიბდა საქართველოს აგროტურიზმის ასოციაცია. ასოციაციის მიზანია აგროტურიზმის განვითარება განსაკუთრებით დაცულ ტერიტორიებზე. ასოციაციას 2003 წლისათვის დამუშავებული აქვს მონაცემთა ბაზა, რომელშიც შეტანილია საქართველოს ყველა რეგიონიდან შესაბამისი კრიტერიუმებით შერჩეული სოფლის 2500-მდე ოჯახი. ინფორმაცია ამ ოჯახების შესახებ ინტერნეტის საშუალებით (www.catsc.com) მიეწოდება მსოფლიოს მრავალ ქვეყანას. შერჩეულ ოჯახებს შეუძლიათ შესთავაზონ ტურისტებს: ლამაზი ბუნება, ადგილობრივი ტრადიციული სტუმართმოყვარეობა, კულტურულ-ისტორიული ძეგლები, ხალხური რეწვის პროდუქცია, ტრადიციული დღესასწაულები და კერძები და, რაც არანაკლებ საინტერესოა ტურისტებისათვის, სოფლის ტრადიციულ ცხოვრებაში მონაწილეობის მიღება (მოსავლის აღება, მეღვინეობა და სხვა) და გლეხური მეურნეობის ტექნოლოგიების შესწავლა.

აგროტურიზმის ასოციაციასთან 2000 წელს ჩამოყალიბდა შპს "შამრე", რომელიც ახორციელებს აგროტურისტულ საქმიანობას. შპს "შამრე" მომხმარებელს სთავაზობს, როგორც აგროტურებს, ასევე სპეციალიზებულ ტურებს ინდივიდუალური მოთხოვნის მიხედვით. კომპანია პარტნიორობს უცხოეთის სხვადასხვა ქვეყნის შესაბამის კომპანიებთან და ახდენს ტურისტული პაკეტის რეალიზაციას, რაც სოფლის აღრიცხულ ოჯახებთან ფორმდება ხელშეკრულების საშუალებით. აშკარაა, რომ ჩვენი ქვეყნის სოფლებსა და რეგიონებს, სადაც ადგილობრივი მოსახლეობის დიდი რაოდენობა თითქმის დაუსაქმებელია, აგროტურიზმის განვითარებამ შეიძლება დიდი სარგებელი მოუტანოს არა მარტო ეკონომიკური თვალსაზრისით, არამედ თავიდან ავიცილოთ ამ მოსახლეობის მიერ სოფლების მიტოვება და ქალაქში მათი მასიური მიგრაცია.



ბიოლოგიურ მეურნეობათა ასოციაცია „ელკანა"

ეკოტურიზმის ნებისმიერი სახეობით დაინტერესებულ ტურის-ტთა მოტივაციები ინდუსტრიული ქალაქებიდან დროებით გასვლასა და პირველყოფილ ბუნებასთან დაახლოებას უკავშირდება. ლამაზი ბუნება და მშვიდი გარემო, სუფთა წყლისა და და საკვები პროდუქტის გარეშე ვერ შეუქმნის "აგროტურისტს" ოპტიმალურ კომფორტს. წარმოიდგინეთ შემდეგი სურათი: ტრადიციული მთიანი სოფელი, ულამაზესი ხედი, მთის წყაროები, გლეხური კარ-მიდამო, ეზოში გაშლილ მაგიდაზე კი სუპერმარკეტებში შეძენილი უცხო-უ-რი ყველი, კარაქი, პური და სხვა პროდუქტები აწყვია. ცხადია აშკარა შეუსაბამობაა. რასაკვირველია ასეთ გარემოს ადგილობრივი, გლეხური, ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტები უფრო დაამშვენებდა.

იმის გამო, რომ საქართველოს თითქმის ყველა კუთხე და რეგიონი ბუნებრივი და კულტურული ძეგლების სიუხვით გამო-ირ-ჩევა, სხვა ფაქტორების განვითარებასთან ერთად, სწორედ ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტების წარმოება აქცევს მათ ტურისტებისათვის მუდმივად სასურველ დესტინაციებად.

XX საუკუნის დასაწყისში, ბიოდინამიკური კონცეფციის საფუძველზე ევროპაში ახალი ტიპის მეურნეობები განვითარდა,რომლებიც ბუნებასთან ჰარმონიული თანაარსებობის პრინციპებს ეფუძნებოდა. თავდაპირველად ეს იყო ეროეული ფერმები ავსტრიაში, შვეიცარიასა და გერმანიაში. საერთაშორისო მოთხოვნების მიხედვით, მეურნეობა ბიოლოგიურად შეიძლება ჩაითვალოს, თუ მისი მართვის მეთოდები მსოფლიოში აღიარებული ბიოლოგიური აგროწარმოების სტანდარტებს შეესაბამება. ბიოლოგიურ მეურნეობებში არ გამოიყენება ქიმიური პესტიციდები, სასუქები და სხვა ნივთიერებები ან მეთოდები, რომლებმაც შეიძლება უარყოფითი გავლენა იქონიონ გარემოსა და ადამიანის ჯანმრთელობაზე.

ბიოლოგიური მეურნეობების მიზნები განვიხილოთ "ელკანას" მაგალითზე, რადგან მისი საქმიანობის მიზანი საქართველოში არა მხოლოდ გარემოს დაცვა და ბიოლოგიური მეურნეობების განვითარების ხელშეწყობაა, არამედ იგი აქტიურად ეხმარება სოფლებისა და რეგიონების მოსახლეობას ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტების წარმოებაში, რასაც ასოციაცია აღწევს მოსახლეობის თვითაქტიურობის გაზრდის გზით. "ელკანამ" შეიმუშავა ბიოაგროწარმოების სტანდარ-ტები

და საფუძველი ჩაუყარა საქართველოში და სამხრეთ კავკასიაში სერტიფიცირების სამსახურის შექმნას.

ქართული არასამთავრობო ორგანიზაცია – ბიოლოგიურ მეურნეობათა ასოციაცია "ელკანა" დაფუძვნდა 1994 წელს, 1996 წლიდან ის ორგანული სოფლის მეურნეობის მოძრაობის საერთაშორისო ფედერაციის (IFOAM) წევრია. ორგანიზაციის წევრები არიან საქართველოს ფერმერები, სოფლის მეურნეობის მუშაკები, მეცნიერები, საქართველოს ბიომეურნეობის მდგრადი განვითარებითა და გარემოს დაცვით დაინტერესებული პირები. "ელკანაში" გაწევრიანებულია 450 პირი.

„ელკანას" საქმიანობის სახეებია:

- კონსულტაციები ბიომეურნეობის დარგში
- საქართველოში ბიომეურნეობის ბაზრის ჩამოყალიბებაზე ზრუნვა
- ბიოპროდუქციის გადამუშავება-რეალიზაციისა და მისი შემოსავლის მომტან ბიზნესად გადაქცევის ხელშეწყობა
- ბიოპროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ზრდის უზრუნველყოფა
- ახალი ბიოპრეპარატებისა და ტექნოლოგიების გამოცდა, პოპულარიზაცია და დანერგვა ორგანული სოფლის მეურნეობის სფეროში
- ადგილობრივი ტრადიციული, გადაშენების პირას მდგარი ძველი ქართული ჯიშების აღდგენა და მდგრადი გამოყენება
- სოფლად ტემის ჩამოყალიბებისა და გააქტიურების ხელშეწყობა
- სოფლად ტურიზმის განვიტარება და ადგილობრივი ტრადიციული საკვების და ღვინის წარმოებისა და გადამუსავების მეთოდების წარმოჩენა
- ბიომეურნეთა გაერთიანებისა და კოოპერირების ხელშეწყობა
- ბიოლოგიური სოფლის მეურნეობის ტრადიციული ჯიშებისა და ევროპროდუქციის პოპულარიზაცია ფართო საზოგადოებაში
- ბიომეურნეთა უფლებების დაცვა

მომსახურების მიმართულებებია:

- მეურნეობის მართვის ბიომეთოდებზე გადასვლის გეგმის შემუშავება
- მეურნეობის ეკონომიკური დაგეგმვა, ოპტიმიზაცია
- საკონსულტაციო მომსახურება ბიომეურნეობის სფეროში

- კონსულტაციები ბიზნეს-დაგეგმარებასა და მარკეტინგში
- ადგილობრივი ტრადიციული ქართული ჯიშების სათესლე და სარგავი მასალის მიწოდება ფერმერებისათვის
- ტრენინგები და სემინარები ბიოაგროწარმოების, სამრჩელო მომსახურების, ბიზნეს-დაგეგმარების, სატემო მობილიზაციის, სოფლის ტურიზმისა და ბიოუსაფრთხოების საკითხებზე

სუფთა, ეკოლოგიური პროდუქცია ეკოტურიზმის განუყოფელი ნაწილია, იგი ამ სახით დაინტერესებულ ტურისტთა მოგზაურობის ერთ-ერთი ძირითადი მოტივაციაა.

ინვესტიციების მნიშვნელობა საქართველოში ეკოტურისტული პროდუქტის განვითარების საქმეში

ისრაელის საინვესტიციო კომპანიამ "ნოვომენეჯმენტ ჯორჯია" 1997 წელს საქართველოში დაიწყო ტურისტულ-სარეკრეაციო ობიექტების მშენებლობებისათვის საინვესტიციო პროგრამების განხო-რციელება. პროგრამები მოიცავს თბილისსა და დუშეთის რაიონში საკურორტო-სარეკრეაციო მშენებლობების განხორციელებას. განსახორციელებელი ინვესტიციების ოდენობა შეადგენს მილიონობით აშშ დოლარს. 2000 წლიდან კომპანიის ბაზაზე შეიქმნა შპს "ცენტრი".

შპს "ცენტრის" მიერ 2008 წლისათვის განხორციელებულია 45 მლნ აშშ დოლარის ოდენობის ინვესტიცია, რომელიც ძირითადად დაბანდებულია ბაზალეთის სასტუმრო კომპლექსის კომპლექსისა და ქ. თბილისში რამდენიმე სასტუმროს მშენებლობაზე. აღნიშნული კომპლექსი და სასტუმროები ითვალისწინებს ერთდროულად 2000 ტურისტის მიღებასა და შესაბამის მომსახურებას.

კომპლექსი განლაგებულია დუშეთის რაიონში ბაზალეთის ტბის მიმდებარე ტერიტორიაზე და მოიცავს 27 ჰექტარ ფართობს მთელი აკვატორიით, აქედან 17 ჰექტარი ფართობი უკავია განთავსებისა და მომსახურების ობიექტებს. განთავსების ობიექტებს შეადგენს 7 კოტეჯი, შესაბამისად 100 საცხოვრებელი ნომრით 400 კაცზე და 3 კორპუსი – 120 ნომრით, 300 კაცზე. კოტეჯები და კორპუსები შედგება ლუქსი კატეგორიის 1, 2 და 3 ოთახიანი ნომრებისაგან. ტერიტორია-ზე განლაგებული მომსახურების ობიექტებია: ხუთი სხვადასხვა ზომის საკონფერენციო დარბაზი, სადაც შესაძლებელია ერთდროულად 500 კაცის მომსახურება, ყველა დარბაზი მოწყობილია მაღალი სტანდარტების შესაბამისი აღჭურვილობით; 2 რესტორანი და კაფე-ბარები – 1500 კაცზე; „გასართობი ცენტრი – დისკოთეკა, კინოთეატრი; 4 საცურაო აუზი – 3 დახურული და 1 ღია აუზი; პოლიკლინიკა, სამკურნალო-სარეაბილიტაციო ცენტრი 10 სამკურნალო აბანოთი და სხვა შესაბამისი ობიექტებით; ბოულინგცენტრი; სპორტული – ფეხბურთის, კალათბურთის, ჩოგბურთის, ქვაშის ფრენბურთის მოედნები; სამორინე; ბილიარდის ცენტრი. კომპლექსის ტერიტორიაზე მოწყობი-ლია სამი შადრევანი, შესასვლელში გამართულია ავტოსადგომი 150 მანქანისთვის და მოედანი შვეულმფრენისათვის, რომელიც ბაზალეთის სასტუმრო კომპლექსს

დააკავშირებს თბილისის აეროპორტთან და გუდაურთან. ასევე, ტერიტორიაზე განლაგებულია საცხენოსნო, სამონადირეო, საწყლოსნო, კულტურიზმის, სპორტ და ტურიზმის სხვ სახეობების ფუნქციონირებისათვის საჭირო ობიექტები.

ინვესტიციის ფარგლებში გარდა მშენებლობისა, კომპლექსის მთელ ტერიტორიაზე დაირგა 60 000 უნიკალური ჯიშის ხე, გასუფთავდა ბაზალეთის ტბის წყალი, მოეწყო 3-იარუსიანი პლაჟები 1000 კაცზე, პლაჟის აკვატორიის 3000 მ² ფართობზე გამოიცვალა ქვიშა, მთლიანად გამოიცვალა კომუნიკაციები, წყალგაყვანილობა და საკანალიზაციო სისტემები, მოიკირწყლა მისასვლელი გზები, დეკორატიული ქვებით მოპირკეთდა ტერიტორიის შიდა გზები შესწავლილი და დადგენილ იქნა სანიტარული დაცვის ზონები. ასევე, 25 წლის ვადით იჯარით აღებულია ბაზალეთის ტბის ზედაპირით სარგებლობა. ჩატარებულია წყლის ბიოლოგიური და ბაქტერიოლოგიური კვლევა. იხტიოფაუნის გასაჯანსაღებლად ტბაში შეყვანილია სხვადასხვა სახის თევზის ლიფსიტები, რომლებიც უახლოეს მომავალში თევზჭერის მოყვარულთა ტურიზმის სახეობის განვითარების წინაპირობას შექმნის.

2007 წლის გაზაფხულზე საქართველოს პრეზიდენტის ბატონ მიხეილ სააკაშვილის უშუალო თანადგომით ახლად დაიგო და თანამედროვე სტანდარტებით გაიმართა ბაზალეთის სასტუმრო კომპლექსამდე მიმავალი გზის მონაკვეთი, რამაც ხელი შეუწყო ტურისტების მოძრაობას და მათ მოზიდვას.

ბაზალეთის სასტუმრო კომპლექსი გარდა ტურისტულ-რეკრეაციული საქმიანობისა, რეგიონს მოუტანს ეკონომიკურ შემოსავლებს (ბიუჯეტში შენატანების სახით), დაასაქმებს ადგილობრივ მოსახლეობას, ხელს შეუწყობს მცხეთა-მთიანეთის რეგიონის ბუნებრივი გარემოს სტაბილური მდგომარეობის შენარჩუნებას.

შპს 'ცენტრი'' ჰოლდინგური მრავალპროფილიანი კომპანიაა. ამ კომპანიის უშუალო ხელმძღვანელობით შეიქმნა და დამუშავდა ახალი, სრულიად უნიკალური სადეზინფექციო-სასტერილიზაციო საშუალება 'ჯაფა'', რომელსაც მინიჭებული აქვს არაერთი უცხოური სტანდარტრის განმსაზღვრელი სერთიფიკატი.

კომპანია თბილისში ინგოროყვასა და გულიას ქუჩებზე აშენდებს ორ უმაღლესი კლასის სასტუმროს. ორივე სასტუმროს მშენებლობაზე ამ დროისათვის 20 მლნ აშშ დოლარის ინვესტიციაა ჩადებული. აღნიშნული პროექტების დასრულება დაგეგმილია 2008 წლის ბოლომდე.

ასეთი სახის ინვესტიციების განხორციელება მომგებიანია, როგორც კონკრეტული რეგიონებისათვის, ასევე მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკისათვის. მსოფლიოში მიღებული პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ განვითარებადის გარდა ეკონომიკურად მაღალგანვითარებული სახელმწიფოებიც მოწოდებულია ქვეყნისათვის მომგებიანი ინვესტიციების მოზიდვისათვის შექმნან სასურველი გარემო, ანუ მიიღონ ისეთი საკანონმდებლო აქტები, რომლებიც ხელს შეუწყობს მსხვილი ინვესტიციების, როგორც მოზიდვას, ასევე მის წარმატებულ განვითარებას.

ტურისტულ ტერმინთა განმარტებითი ლექსიკონი

1. **აგენტი** (AGENT) – პირი, რომლიც მოქმედებს სხვისი ინტერესებითა და დავალებით.
2. **აგარაკი** – სარეკრეაციო საცხოვრებელი (რომელიც შეიძლება მდებარეობდეს ქალაქთან ახლოს და დანიშნულებისამებრ გამოიყენებოდეს წელიწადის სხვადასხვა პერიოდში).
3. **ადაპტაცია** (ADAPTATION) – ცვალებად პირობებთან შეგუება.
4. **ავიაკომპანია** – 1) ფირმა, რომელიც პასუხს აგებს მგზავრების გადაყვანაზე. 2) ტურისტული მომსახურების ერთ-ერთი არხი.
5. **ავტოტურიზმი** – ტურიზმის სახეობა, რომელიც ხორციელდება ავტოსატრანსპორტო საშუალებების გამოყენებით.
6. **ალპინიზმი** – 1) სპორტის სახეობა, 2) სამთო ტურიზმი, ბნელადმისაღწევი მთების სიმაღლეებზე ასვლა.
7. **ალპინიადა** – მასობრივი გასვლა მთაში რაიმე მწვერვალის დალაშქვრის მიზნით, განსაკუთრებით დამწყები მთასვლელებისათვის ან ტურისტებისათვის.
8. **ანალიზი ბაზრის კონიუნქტურის** – მუდმივი პროცესი, რომელიც მოიცავს თანმიმდევრობითი და ობიექტური ღონისძიებების გატარებას, სწორი მარკეტინგული გადაწყვეტილებების საშუალებით კლიენტთა ახალი მოთხოვნებისა და მათი დაკმაყოფილების გზების გამოვლენას.
9. **ანაზღაურება ტურისტის ზარალის** – ტურისტული ორგანიზაციის ან ტურისტის მიერ ტურისტული პროდუქტის ყიდვა-გაყიდვის ხელშეკრულების დარღვევის შემთხვევაში მხარეების მიერ კომპენსაციის მიღების უფლება. თანხა, რომელიც გადახდილ იქნება კომპენსაციის სახით, ტურისტული პროდუქტის ორმაგ ღირებულებას არ უნდა აღემატებოდეს. პრეტენზია ტურისტული მომსახურების ხარისხის მიმართ ტუროპერატორს ან ტურაგენტს უნდა წარედგინოს წერილობით ფორმაში ხელშეკრულების ამოწურვიდან 20 დღის განმავლობაში და ექვემდებარება დაკმაყოფილებას პრეტენზიის მიღებიდან 10 დღის განმავლობაში.
10. **ანაზღაურება ზიანის** (DAMAGES) – ფულადი კომპენსაცია დაკარგვის, დაზიანების, კონტრაქტის დარღვევა, სამოქალაქო

სამართალდარღვევის ან უფლებების დარღვევის შემთხვევაში.

11. **ანიმაცია** — თავისუფალი დროის გატარების სპეციალური პროგრამების შემუშავებისა და მიწოდების ოპერეიტინგის კომპლექსი. გართობისა და თავისუფალი დროის ჯანმრთელად გატარების ორგანიზება.

12. **ატრაქტულობა** — მიმზიდველობა, რეკრეაციული რესურსების, ბუნებრივი და კულტურულ-ისტორიული ობიექტების ძირითადი სისტემური თვისება, რომელიც მათი რეკრეაციული ფასეულობის ტოლფასია.

13. **არქიტექტურა ლანდშაფტის** — ადამიანთა მიერ ათვისებული ტერიტორიების, დასახლებული პუნქტების, არქიტექტურული კომპლექსების, შენობებისა და ბუნებრივი ლანდშაფტის ჰარმონიული შერწყმის შექმნის ხელოვნება.

14. **ბაზა ტურისტული** — სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის საწარმო, რომელიც მდებარეობს ტურისტულ მარშრუტზე და სპეციალურად აღჭურვილია ტურისტთა მიღებისა და მათი სალაშქროდ მოსამზადებლად.

15. **ბაზირება** — დაფუძვნება.

16. **ბაზრის სეგმენტაცია** — ბაზრის დაყოფა ცალკეულ ნაწილებად (სეგმენტებად) გასაყიდი საქონლის სახეობის, ტერიტორიული განლაგების, ბაზრის მოცემულ ნაწილში ყველაზე მეტად წარმოდგენილ მყიდველთა ტიპისა და სოციალური ნიშნის მიხედვით.

17. **ბიზნესი** — სამეწარმეო საქმიანობა; საქმიანობა, რომელსაც მოაქვს შემოსავალი.

18. **ბიზნეს-გეგმა** (BUSINESS PLAN) — 1) ფირმის სამეწარმეო საქმიანობის გამოთვლილი პროგნოზი. 2) დაწვრილებითი გეგმა დროის განსაზღვრული მომენტისათვის საწარმოს მიერ შესასრულებელი მაჩვენებლებით.

19. **ბიზნეს-გეგმა ტურისტული ფირმის** — ტურისტული ფირმის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური დახასიათება; ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების დახასიათება; ტურისტული პროდუქტის მიწოდების ბაზრის შეფასება; საწარმოო-მომსახურებითი საქმიანობის გეგმა; მენეჯმენტი; რისკისა და დაზღვევის შეფასება; ფინანსური სტრატეგია; ფინანსური გეგმა.

20. **ბიზნესი ტურისტული** — ტურისტული ბაზრის მექანიზმის რეგულირების სტრუქტურა.

21. **ბილბორდი** — დიდი ზომის სარეკლამო პლაკატი.

22. **ბილი** — ინგლისში, აშშ-ში, ირლანდიაში, კანადაში და ა.შ. ქვეყნებში საკანონმდებლო ორგანოში შესატანი კანონპროექტი.

23. **ბიოსფერო** (BIOSPHERE) — დედამიწის თხელი ფენა, სადაც არსებობს და ვითარდება სიცოცხლე.

24. **ბიოცენოზი** — ხმელეთის ან წყლის გარკვეულ ტერიტორიაზე მცენარეთა, ცხოველთა და მიკროორგანიზმების ერთობლიობა, რომელიც ხასიათდება ერთმანეთთან განსაზღვრული ურთიერთობითა და გარემოს პირობებთან შეგუებლობით (მაგალითად, ტყეები, ტბები და ა.შ.).

25. **ბიურო სამოგზაურო** — ორგანიზაცია, რომელიც ორგანიზებას უკეთებს ტურისტულ მოგზაურობებს და ყიდის მათ მომხმარებელზე.

26. **ბიურო ტურისტული** — ტურისტული პროდუქტის მიწოდების ერთ-ერთი არხი.

27. **ბუკლეტი** — ერთ საბეჭდ ფურცელზე მოთავსებული ნაბეჭდი მასალა, რომელიც დაკეცილია ნებისმიერი ფორმით (მოკლე გზამკვლევები, პროსპექტები და სხვა). ტურისტული პროდუქტის PROMOTION - ის სარეკლამო საშუალება.

28. **ბონიტირება მიწის** — სპეციალური კვლევის საფუძველზე მიწის სავარგულების შედარებითი დახასიათება (ქულებში). აუცილებელია მიწის ეკონომიკური შეფასებისათვის, მიწის კადასტრის შემოღებისათვის, მელიორაციისათვის და ა.შ.

29. **ბიუჯეტი** (BUDGET) — ნებისმიერი ეკონომიკური ობიექტის (სახელმწიფოდან დაწყებული ოჯახამდე) შემოსავლებისა და გასავლების ნუსხა.

30. **გარემო** — საგნებისა და მოვლენების ერთობლიობა, რომლის გარემოცვაში იმყოფებიან ცოცხალი ორგანიზმები. ყველა ორგანიზმის გარემო ცოცხალი და არაცოცხალი (ანუ ბიოტური და აბიოტური) ფაქტორებისაგან შედგება.

31. **გიდი** — პროფესიონალი გამცილებელი, რომელიც ტურისტებს აჩვენებს ქალაქებისა და სხვადასხვა ტერიტორიების ღირსშესანიშნაობებს.

32. **გიდ-ბუქი** — ქვეყნების, ტურისტული ცენტრების, მუზეუმებისა და გამოფენების გზამკვლევი-ცნობარი.

33. **გიდი-თარჯიმანი** — გიდი, რომელიც უცხოელებთან მუშაობს.

34. **დაივინგი** — აქტიური ტურიზმის სახეობა, ყვინთვა აკვალანგებით წყალქვეშა სამყაროს დათვალიერების მიზნით.

35. **დახვედრა** (ტურისტული) — დროის ტექნოლოგიური პერიო-

და - სტუმართა მიღებიდან მათ განთავსებამდე.

36. **დაჯავშნა** – სატრანსპორტო ან განთავსების ადგილების გამოყენების წინასწარი გარანტია.

37. **დაჯგუფება** (GROUPING) – სისტემატიზაციის ვარიანტი.

38. **დეგრადაცია** – დაცემა, რაიმეს ხარისხის თანდათანობითი დაცემა, ცვლილების პროცესი გაუარესებისაკენ, დაგროვილი თვისებების კარგვა

39. **დემოგრაფია** (DEMOGRAPHY) – მეცნიერება მოსახლეობის, მისი რაოდენობის, შემადგენლობისა და სოციოლოგიური ნიშნების შესწავლის შესახებ.

40. **დესტინაცია** – მოგზაურობის საბოლოო ადგილი, მოგზაურობის საბოლოო წერტილი, სამოგზაუროდ შერჩეული ტერიტორია.

41. **დისტრიბუცია** (DISTRIBUTION) – განაწილება

42. **დისტრიბუტორი** – ფირმა, მეწარმე, რომელიც არეგულირებს განსაზღვრული სახის საქონლის ბითუმად შესყიდვასა და გასაღებას.

43. **დიფერენციაცია** (DIFFERENTATION) – მთელის სხვადასხვა ნაწილებად, ფორმებად და საფეხურებად დაყოფა.

44. **დიფერენციაცია პროდუქტის** (PRODUCT DIFFERENTATION) – განსხვავების გამოკვეთა იმ პროდუქტებს შორის, რომლებიც განკუთვნილია ერთი და იმავე მოთხოვნების დაკმაყოფილებისათვის.

45. **ეგერი** – მონადირე, სანადირო მეურნეობის სპეციალისტი. მისი მოვალეობაა ველურ ცხოველებზე თვალყურის დევნება, მათი კვება, ნადირობის მოწყობა, ძაღლების გაწვრთნა.

46. **ეკოლოგია** – მეცნიერების დარგი, რომელიც შეისწავლის ორგანიზმებისა და გარემოს ურთიერთდამოკიდებულებას.

47. **ეკონომიკური ეფექტი** – ეკონომიკური საქმიანობის სასარგებლო შედეგი, რომელიც იზომება სამიანობის შედეგად მიღებულ ფულად შემოსავლებსა და მის განხორციელებაზე გაწეულ ხარჯებს შორის სხვაობით.

48. **ეკონომიკური ეფექტიანობა** – ეკონომიკური პროგრამებისა და ღონისძიებების ეფექტის შეფარდება იმ ფაქტორული რესურსების დანახარჯებთან, რომლებმაც განსაზღვრული რაოდენობის ღირებულების რესურსების გამოყენებით ამ შედეგების მიღება და უფრო დიდი წარმოების მოცულობის მიღწევა განაპირობეს.

49. **ეკოსისტემა (ეკოლოგიური სისტემა)** – ბიოცენოზისა და

გარემოს არაცოცხალი ფაქტორების ერთობლიობა.

50. **ერგონომიკა** – მეცნიერება, რომელიც სწავლობს ადამიანს (ან ადამიანთა ჯგუფს) და მის (ან მათ) საქმიანობას წარმოების პირობებში, საწარმოო ტექნოლოგიის, იარაღისა და შრომის პროცესის გაუმჯობესების მიზნით.

51. **ეროვნული სიმდიდრე** – 1) ქვეყნის ეკონომიკის უმთავრესი მაჩვენებელი, საზოგადოების მიერ საწარმოო საქმიანობის მთელი დროის განმავლობაში შექმნილი და დაგროვებული კეთილდღეობა, რომელიც წარმოდგენილია ფულად გამოხატულებაში. უფრო ფართოდ იგი შეიცავს იმ არამატერიალურ და სულიერ ფასეულობებსაც, რომელიც აქვს საზოგადოებას. 2) მოცემული საზოგადოების მიერ თავისი ისტორიის მანძილზე შემნილი და აწმყოში შემონახული მატერიალური კეთილდღეობის ღირებულება.

52. **ესთეტიკა** – ფილოსოფიური მეცნიერება, რომელიც სწავლობს ადამიანისა და სამყაროს ფასეულ ურთიერთობებსა და ადამიანთა მხატვრულ საქმიანობას, როგორც სპეციფიკურ მოვლენას.

53. **ეფექტი მულტიპლიკატორის** – ერთობლივი ხარჯების ცვლილებების გავლენა წმინდა ეროვნულ პროდუქტზე: გავლენა, რომელიც გამოწვეულია მოხმარების, ინვესტიციების მოცულობის, საგადასახადო შემოსავლების, წმინდა მოცულობის, საქონლისა და მომსახურებაზე სამთავრობო ხარჯების მოცულობის, ექსპორტის, მოცულობის ცვლილებებით.

54. **ექსკურსია** – გამყოლის ან ექსკურსიამძღოლის ხელმძღვანელობით, ღირსშესანიშნავი ადგილების, მუზეუმებისა და ა.შ. კოლექტიური მონახულება სასწავლო ან კულტურულ-შემეცნებითი მიზნებით.

55. **ექსპედიცია** – ადამიანთა ჯგუფების, რაზმების მოგზაურობა, ლაშქრობა რაიმე სპეციალური ამოცანებით (სამეცნიერო, სამხედრო და ა.შ.).

56. **ექსპედიცია ტურისტული** – ტურისტული ლაშქრობა, რომელიც ორგანიზებულია ახალი ტურისტული რაიონების ათვისების მიზნით, ტურისტული მაშრუტების, უსაფრთხოების ღონისძიებების, ტურისტული აღჭურვილობის გამოცდის, ბუნების დაცვითი და ეკოლოგიური ღონისძიებების ჩატარების მიზნით.

57. **ვალუტა** (CURRENCY) – 1) რომელიმე ქვეყნის ფულის ერთეული და მისი სახეობა (ოქროს, ვერცხლის, ქაღალდის). 2) ფულის ნებისმიერი სახეობა, რომელიც მიმოქცევაშია.

58. **ვალუტა უცხოური** (FOREIGN EXCHANGE) – ბანკნოტების, სახაზინო ბილეთების მონეტების სახის ფულადი ნიშნები, რომელიც მიმოქცევაშია და შესაბამისი უცხო ქვეყნის ან ქვეყნების ჯგუფის კანონიერი საგადამხდელო საშუალებას წარმოადგენს.

59. **ვაუჩერი** (VOUCHER) – საქონლისა და მომსახურების ღირებულების გადახდის დამადასტურებელი დოკუმენტი.

60. **ვაუჩერი ტურისტული** - ინდივიდუალური ან სამუშაო დოკუმენტი, რომელიც გაიცემა ტურისტული ორგანიზაციის მიერ და რომელიც წარმოადგენს ხელშეკრულების ფორმას მომხმარებელსა და ტურისტული მომსახურების მიმწოდებელს შორის და ადასტურებს ღირებულების გადახდას.

61. **ვიზა** (ტურისტული) – ოფიციალური ჩანაწერი პასპორტში მოცემულ ქვეყანაში შესვლის, მასზე გავლის, ან ქვეყნიდან გამოსვლის ნებართვის შესახებ.

62. **ზონა პერიფერიული** (ბუფერული) – ეროვნულ პარკში ფუნქციონირებადი ზონა, სადაც განლაგებულია მომსახურე ინფრასტრუქტურა.

63. **ზონირება** (ZONING) – პროცესი, რომლის დროსაც რომელიმე მოვლენის მიმართ სხვადასხვა ინტენსივობის ტერიტორიების ან მიწის ნაკვეთების ნაწილების იდენტიფიცირება ხდება.

64. **თავისუფალი დრო** – 1) დრო, რომლითაც ადამიანი თავისუფლად სარგებლობს. 2) ადამიანების, მათი ჯგუფებისა და პოპულაციების საზოგადოებრივი სიმდიდრის საზომი. 3) ტურიზმის განვითარების ფაქტორი.

65. **იერარქია** – "საამსახურებრივი კიბე", თანამდებობათა, რანგთა, დაქვემდებარებათა და ა.შ. რიგი, ქვევიდან ზევით გადასვლის რიგითობა.

66. **ინტეგრაცია** – მთლიანი ორგანიზმის ან სისტემის ცალკეული დიფერენცირებული ნაწილებისა და ფუნქციების ურთიერთკავშირის მდგომარეობა, ასევე ასეთი მდგომარეობისაკენ წარმართველი პროცესი.

67. **ინვესტიცია** – საკუთარ ქვეყანაში ან საზღვარგარეთ სხვადასხვა პროდუქტებსა და საქმიანობაში კაპიტალის გრძელვადიანი დაბანდება, რომელიც დაბანდებიდან მნიშვნელოვანი დროის გასვლის შემდეგ იძლევა ეფექტს.

68. **ინტენსიურობა** (INTENSITY) – 1) რეზულტატის დამოკიდებულება უცვლელი რესურსისადმი. ტურიზმში რეზულტატად შეიძლება ფიგურირებდეს ტურისტული პროდუქტი, მომსახურება, შესრულებული ფუნქციები, ტურისტთა და ექსკურსანტთა რაოდენობა და ა.შ., ხოლო რესურსია – შრომა, მიწა, კაპიტალი და სხვა მოდიფიკაციები.

69. **ისტორიული ქალაქი** – ქალაქი – კულტურულ-ისტორიული მემკვიდრეობის თავმოყრის ადგილი, საექსკურსიო ცენტრი.

70. **იახტინგი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა იახტებით მოგზაურობა.

71. **იხტიოლოგია** – ზოოლოგიის ნაწილი, რომელიც შეისწავლის თევზებს.

72. **კალკულაცია** (CALKULATION) – ანგარიში, ცხრილის ფორმით წარმოდგენილი სამუშაოებსა და მომსახურებზე განხორციელებული დანახარჯების საბუღალტრო გაანგარიშება.

73. **კანოე** – ერთ ნიჩბიანი მსუბუქი ნავი.

74. **კანიონინგი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა, კანიონებში მაღალი სიმაღლეებიდან დაშვება.

75. **კემპინგი** – კარვების ბანაკები, ავტოტურისტებისათვის სპეციალურად მოწყობილი ადგილები.

76. **კლასიფიკაცია** – ცოცხალი ორგანიზმების განაწილება იერარქიულად დაქვემდებარებულ ჯგუფებში, მათი მსგავსება-განსხვავების მიხედვით.

77. **კომფორტი** – მოსახერხებელი, ხელსაყრელი ყოფითი პირობები.

78. **კომპოსტი** – ორგანული სასუქი, რომელიც მიიღება ტორფისაგან ან სოფლის მეურნეობის ნარჩენებისაგან და ემატება ნაკელი ან ფოსფორის ფქვილი, ან სხვა რაიმე დანამატი. საკომპოსტე ორმოებში მათი შენახვის დროს მასში მიმდინარეობს მიკრობიოლოგიური პროცესები, რომლის მეშვეობითაც მიიღება მაღალი ხარისხის სასუქი.

79. **კონიუნქტურა** – დაკავშირება, გარემოებათა დამთხვევა, შექმნილი მდგომარეობა. გარემოება, რომელსაც შეუძლია გავლენა იქონიოს ამა თუ იმ საქმის შედეგზე.

80. **კონიუნქტურა** ბაზრის – ეკონომიკური სიტუაცია, რომელიც ბაზარზე იქმნება და მოთხოვნა-მიწოდების დონით, საბაზრო აქტიურობით, ფასებით, გაყიდვის მოცულობით ხასიათდება.

81. **კონსერვაცია** – არქიტექტურული, ისტორიულ-კულტურული და არქეოლოგიური ძეგლების და ა.შ. გრძელვადიანი დაცვის

უზრუნველყოფის ღონისძიებათა ერთობლიობა.

82. **კონპენსაცია** – ანაზღაურება, ანაზღაურების მიღება რაიმეს დაკარგვის ან დათმობის შემთხვევაში.

83. **კონცესია** – 1) ნებართვა, დათმობა, 2) სახელმწიფო საკუთრებაში მყოფი ბუნებრივი რესურსების საწარმოს ან სხვა სახის სამეურნეო ობიექტის უცხო ქვეყნისათვის, კომპანიისათვის ან კერძო პირისათვის განსაზღვრული ვადით ექსპლუატაციისათვის გადაცემის ხელშეკრულება.

84. **კონცეფცია** (CONCEPT) – 1) რაიმე მოვლენის აღქმის, ტაქტიკის განმსაზღვრელი მეთოდი; წამყვანი ჩანაფიქრი, სხვადასხვა სახის საქმიანობის კონსტრუქციული პრინციპი. 2) თეორიის არსებითი ელემენტების ერთობლიობა, რომელიც გადმოცემულია პრაქტიკისათვის მისაღებ და კონსტრუქციულ ფორმებში.

85. **კორელაცია** – ეკონომიკურ სტატისტიკაში ეს არის ცნება, რომელიც გამოხატავს არსებით კავშირებს მოვლენებს, პროცესებს შორის და მათ დამახასიათებელ სიდიდეებს.

86. **კორპორაცია** (CORPORATION) ადამიანთა ჯგუფი (ან ორგანიზაცია), რომელიც კანონით უფლებამოსილია იმოქმედოს, როგორც ერთმა იურიდიულმა პირმა.

87. **კურორტი** – საკურორტო ადგილია, რომელზეც განლაგებულია სამკურნალო და გამაჯანსაღებელი დაწესებულება, ნაგებობა და ინფრასტრუქტურის სხვა ობიექტები.

88. **მარგინალური** – მოსაზღვრე, გამოყოფილი.

89. **მაუნთბაიქინგი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა, სპეციალურად აღჭურვილი სამთო ველოსიპედებით სამთო ბილიკებზე და გრუნტის გზებზე მოგზაურობა.

90. **მარშრუტი** – (ITENERARY) – მოგზაურობის წინასწარ შერჩეული მიმართულება.

91. **მარშრუტის მარკირება** – ტურისტული ჯგუფის გადადგილების მარშრუტის მონიშვნა.

92. **მარშრუტი საექსკურსიო** – საექსკურსიო ჯგუფის მოგზაურობის წინასწარ განსაზღვრული მიმართულება.

93. **მარშრუტი ტურისტული** – ტურისტული ჯგუფის ან ინდივიდუალური ტურისტის მოგზაურობის წინასწარ განსაზღვრული მიმართულება.

94. **მენეჯერი ტურიზმის** – სპეციალისტი, რომელიც შეიმუშავებს ტურებს და აწარმოებს ტურისტულ მარშრუტზე ტურისტული მომსახურების ორგანიზაციას.

95. **მენეჯმენტი ტურიზმის** – ტურიზმის მენეჯერის მიერ, ტურისტული ფირმაში ან ფირმის განყოფილებაში, საწარმოო პროცესის ორგანიზაციისა და მართვისათვის გაწეული საქმიანობა.

96. **მენეჯმენტი სტუმარმასპინძლობის** – ტურიზმის მენეჯმენტის სისტემური ნაწილი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტების მომსახურების პროცესის კომპლექსურობას ანუ მთლიანობას.

97. **მენეჯმენტის ხარისხის** – ღონისძიებათა სისტემა, რომელიც მიმართულია პრობლემათა გადაწყვეტისა და სტანდარტების გამოყენებით ოპერაციების მწარმოებლურობისა და შემოსავლების გაზრდისაკენ.

98. **მინერალური წყალი** – წყალი, რომელიც მდიდარია არაორგანული (მინერალური) ნივთიერებებით, როგორც იონების, ასევე კალოიდების სახით მინერალურობის დონე განისაზღვრება გ/ლ ან მლგ/ლ.

99. **მონაწილე ეკონომიკური** პროცესის, ბიზნეს ოპერაციის, გარიგების – პირი, რომელიც ოპერაციის ჩატარებაში უშუალოდ მონაწილეობს და მის შედეგებზე არსებით გავლენას ახდენს.

100. **მონაცემები** (DATA) – ცნობები ნებისმიერი ობიექტის მდგომარეობის შესახებ, რომელიც წარმოდგენილია ფორმირებული ანუ ჩამოყალიბებული სახით და განკუთვნილია დამუშავებისათვის.

101. **მონიტორინგი** (MONITORING) – სისტემის ან პროცესის მდგომარეობის შესახებ უახლესი ინფორმაციის მიღება.

102. **მონიტორინგი ეკოლოგიური** – გარემო მოვლენებზე დაკვირვების სისტემა, რომელიც დაკავშირებულია ადამიანის საქმიანობის სხვადასხვა სახეობებთან.

103. **მოქალაქეობა** – ადამიანის სამართლებრივი კავშირი სახელმწიფოსთან, რომელიც გამოხატულია ურთიერთდაკავშირებული უფლებების, ვალდებულებებისა და პასუხისმგებლობების ერთობლიობაში, დაფუძნებული ღირსების პატივისცემის აღიარებაზე, ადამიანთა ძირითად უფლებებსა და თავისუფლებაზე.

104. **პარაპლანერიზმი, პარაგლაიდინგი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა, მოგრძო ფორმის პარაშუტით მთის სიმაღლეებიდან დაშვება (შესაძლებელია თხილამურების გამოყენებითაც).

105. **პოპულაცია** – ერთი და იმავე სახეობის მცენარის, ცხოველის ან მიკროორგანიზმის ინდივიდთა ერთობლიობა გარკვეულ ტერიტორიაზე.

106. **პროგრამა** ეკონომიკური, სოციალური – ურთიერთდაკავშირებული ღონისძიებების ერთობლიობა, ქმედებების გეგმა, რომლებიც მიმართულია ერთიანი მიზნების მისაღწევად, პრობლემის გადასაჭრელად.

107. **რაფტინგი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა, ჩქარ მდინარეებზე ნავებით დაშვება.

108. **რეგენერაცია** – აღდგენა, განახლება, აღორძინება.

109. **რეზუმე** – ნაამბობის, მთავარი აზრის მოკლე შინაარსი.

110. **რეინჯერი** – ტყის მცველი, დაცულ ტერიტორიებზე ასრულებს გამყოლის ფუნქციებს და ემსახურება ტურისტებს.

111. **რენტა** – შემოსავალი, რომელიც არ არის დაკავშირებული სამეწარმეო საქმიანობასთან. ეს არის კაპიტალის ან მიწის გაქირავებიდან რეგულარულად მიღებული შემოსავალი.

112. **რეკრეაცია** – 1) ადამიანის ძალების აღდგენა (ფიზიკური, ფსიქოლოგიური და ინტელექტუალური). 2) ნებისმიერი თამაში, გართობა და ა.შ., რომელიც მიმართულია ფიზიკური და ინტელექტუალური ძალების აღდგენისაკენ. 3) დასვენების ინდუსტრიის ყველაზე მზარდი სეგმენტი, რომელიც დაკავშირებულია მოსახლეობის აქტიურ დასვენებასთან სუფთა ჰაერზე (განსაკუთრებით დასვენების დღეებში, ე.წ. უიქენდებზე). 4) დღესასწაულები, არდადეგები, სკოლაში შესვენებები (მოძველებული განმარტება); 5) ცივილიზებული დასვენება, რომელიც უზრუნველყოფილია სხვადასხვა დაავადებების სტაციონარულ პირობებში მკურნალობით, საექსკურსიო-ტურისტული ღონისძიებებითა და ფიზიკური ვარჯიშებით.

113. **რეკულტივაცია ლანდშაფტის** – სამეურნეო საქმიანობით (სასარგებლო წიაღისეულის მოპოვებით, მშენებლობით, ტყის ჭრითა და ა.შ.) დარღვეული ლანდშაფტის ნაწილობრივ ან მთლიანად აღდგენა, ასევე, მოიცავს მიწის მოსწორებას, ტყის რგვას, პარკებისა და ტბორების შექმნას მთიან ადგილებში და სხვა ღონისძიებებს.

114. **რესურსები ტურისტული** – ბუნებრივი, ისტორიული, სოციალურ-კულტურული ობიექტები, ტურისტული საჩვენებელი ობიექტები, ასევე სხვა სახის ობიექტები, რომლებსაც შეუძლიათ დააკმაყოფილონ ტურისტთა მოთხოვნები, ხელი შეუწყონ მათი ფიზიკური და ინტელექტუალური ძალების აღდგენასა და განვითარებას.

115. **რურალური** (RURAL) – სოფლური.

116. **პრიორიტეტი** – ლათ. PRIOR – პირველი, პირველობა.

117. **სააგენტო** – რომელიმე ორგანიზაციის ადგილობრივი განოფილება, ასევე ზოგიერთი საინფორმაციო, საშუამავლო და ა.შ. ორგანიზაციების დასახელება, მაგალითად, სატელეგრაფო სააგენტო, სატრანსპორტო სააგენტო, ტურისტული სააგენტო.

118. **სააგენტო ტურისტული** – 1) სპეციალური ტურისტული ფირმა, რომელიც ახორციელებს მოგზაურობის შემუშავებას, რეალიზაციასა და ორგანიზებას. 2) ტურისტული პროდუქტის მიწოდების ერთ-ერთი არხი.

119. **საკურორტო ადგილი** – ტერიტორია, რომელიც შეიცავს ბუნებრივ სამკურნალო რესურსებს, ვარგისია მიზნობრივი ექსპლუატაციისათვის და არ აქვს შესაბამისი შენობა ნაგებობანი.

120. **სამკურნალო ტალახი** – ბუნებრივი სამკურნალო რესურსი.

121. **სასტუმრო** – 1) ქონებრივი კომპლექსი (შენობა, შენობის ნაწილი, მოწყობილობა და სხვა ქონება), რომელიც განკუთვნილია განთავსების მომსახურების მიწოდებისათვის. 2) ტურისტების კოლექტიურად განთავსების საშუალება – ტურისტული ინფრასტრუქტურის ელემენტი.

122. **სასტუმრო დამოუკიდებელი** – სასტუმრო, რომელიც არ შედის სასტუმრო ჯაჭვებში ან სხვა კორპორატიულ გაერთიანებებში.

123. **სასტუმრო საკურორტო** – სასტუმრო, რომელიც აღჭურვილია სტუმართა რეკრეაციისათვის საჭირო სპეციალური მატერიალური ბაზით: რეკრეაციული ცენტრებით, სავარჯიშო დარბაზებით, საცურაო აუზით, ჩოგბურთის მოედნითა და ა.შ.

124. **სასტუმრო კერძო** – კერძო მფლობელობაში მყოფი სასტუმრო.

125. **სასტუმრო ტურისტული** – სასტუმრო, რომელიც გამოიყენება ტურისტული ჯგუფების მიღებისა და მომსახურებისათვის.

126. **საფარი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა, ეგზოტიკური ექსპედიციის სახე, სამონადირეო ექსპედიცია (წარსულში – ძირითადად აფრიკაში), ახლა ასოცირებულია სათავგადასავლო მოგზაურობასთან.

127. **სახეობა** – მსგავსი ინდივიდების ერთობლიობა, რომელიც, როგორც წესი, მორფოლოგიურად გამიჯნულია სხვა ასეთივე ერთობლიობისაგან; ხასიათდება სპეციფიკური ეკოლოგიური მაჩვენებლებით და არეალით. სახეობაში შემავალი ინდივიდები

ერთმანეთს ეჯვარებიან და ნაყოფიერ შთამომავლობას იძლევიან.

128. **სტუმარი** – სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის კლიენტი (ტურისტული პროდუქტის მომხმარებელი).

129. **სტუმარმასპინძლობა** (HOSPITALITY) – ტურისტული მომსახურების წარმოების ჰარმონიული შერწყმა დასვენების გარემოს კომფორტთან და მომსახურე პერსონალის თავაზიანი ქცევა სტუმართა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით, მათი უსაფრთხოების გარანტიასთან და ფიზიკურ და ფსიქოლოგიურ კომფორტთან ერთად.

130. **სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრია** (HOSPITALITY INDUSTRY) – 1) მეწარმეობის სფერო, რომელიც შედგება სტუმარმასპინძლობაზე დამყარებული მომსახურეობების სახეობებისაგან; 2) წვრილი იუდივიდუალური საწარმოების ფართო სპექტრი. მაგალითად, სასტუმროები, ტურისტული სააგენტოები, საჩვენებელი ობიექტები და ა.შ. ყველა ამ საწარმოს აერთიანებს მათ მიერ წარმოებული "პროდუქტი" – ფიზიკური, ემოციური, სოციალური კომპონენტების კომპლექსი ანუ "სახლი სახლიდან მოშორებით".

131. **სახელმწიფო** – 1) საზოგადოების პოლიტიკური ორგანიზაცია მართვის განსაზღვრული ფორმით (მონარქია, რესპუბლიკა და ა.შ.). 2) სამეურნეო სისტემის ერთ-ერთი ეკონომიკური სუბიექტი.

132. **სპელეოტურიზმი** – ტურიზმის სახეობა, რომლის დროსაც ხორციელდება სხვადასხვა კატეგორიის მოგზაურობები გამოქვაბულებსა და მღვიმეებში.

133. **სტაგნაცია** – ტერმინი გამოიყენება ეკონომიკაში ერთ წერტილზე გაყინვის და უძრაობის აღსანიშნავად საწარმოო პროცესში, ვაჭრობაში და ა.შ.

134. **სტრატოსფერო** – ატმოსფეროს შრე (9-11კმ ზღვის დონიდან).

135. **ტენდენცია** – მიმართვა, სწრაფვა, გადახრა რაიმესაკენ, წინასწარ მოფიქრებული განზრახვა, წინასწარ გამოტანილი დასკვნა.

136. **ტრანზიტი** – მგზავრებისა და ტვირთის გადატანა ერთი პუნქტიდან მეორეში, შუალედური პუნქტების გაელით.

137. **ტრანსფერი** – ტრანსპორტი, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტის გადაადგილებას აეროპორტიდან სასტუმროდე და სასტუმროდან აეროპორტამდე.

138. **ტრანსფერტი** – 1) ერთი ქვეყნიდან მეორეში ოქროს ან

უცხოური ვალუტის ცალმხრივი გადაგზავნა, 2) ფასიანი ქაღალდების ფლობის უფლების გადაცემა.

139. **ტური** – კონკრეტული ვადით, განსაზღვრული მიზნითა და მარშრუტით მოგზაურობა, რომელიც უზრუნველყოფილია ტურისტული პროდუქტით.

140. **ტურაგენტი** – იურიდიული პირი, ან ინდივიდუალური მეწარმე, რომელიც ახორციელებს ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციას.

141. **ტურიზმი** – ადამიანის თავისუფალი, ნებაყოფლობითი, დროებითი გადაადგილება თავისი საცხოვრებელი ადგილიდან დასვენების, გაჯანსაღების, ისტორიისა და კულტურის ძეგლების დათვალიერების და/ან სხვა მიზნით.

142. **ტურისტი** – ფიზიკური პირი, რომელიც ნებაყოფლობით მოგზაურობს მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის ფარგლებს გარეთ, დასვენების, გაჯანსაღების, საქმიანი ან სხვა მიზნით, არანაკლებ 24 საათის და არა უმეტეს ერთი წლის ვადით და რომლის მოგზაურობაც არ ანაზღაურდება დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან.

143. **ტურისტი არაორგანიზებული** – ტურისტი, რომელიც მოგზაურობს ინდივიდუალურად ხელშეკრულების, საგზურის, სამარშრუტო წიგნაკის გარეშე.

144. **ტურისტული გამოფენა** – ტურისტული მარკეტინგული ღონისძიება, რომელიც დაკავშირებულია ტურისტული ორგანიზაციების მიერ ახალი ტურისტული პროდუქტის წარმოდგენასთან.

145. **ტურიზმის გეოგრაფია** – რეკრეაციული გეოგრაფიის უმთავრესი ნაწილი ტურისტთა ნაკადების, განთავსებისა და სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის შესახებ.

146. **ტურისტული პროდუქტი** – ტურისტული მომსახურების პაკეტი, ტურისტულ მომსახურების ძირითად ფორმათა (კვება, ღამის თევა განთავსების სხვადასხვა საშუალებებში, სატრანსპორტო მომსახურება, ექსკურსიები, ტურისტული ლაშქრობები და ა.შ.) არანაკლებ ორი კომპონენტისაგან შემდგარი კომპლექსი, რომელიც აუცილებელია ტურისტის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად.

147. **ტურისტული საგზური** – დოკუმენტი (ვაუჩერი), რომელიც ადასტურებს ტურისტის სტატუსს, მისთვის გასაწევი მომსახურების კატეგორიას და ამ კატეგორიით მომსახურების გარანტიას.

148. **ტურისტული საქმიანობა** – ტურისტული საქმიანობის სუბიექტის მიერ, ტურისტთა განთავსების, კვების, ტურ-ოპერატორული, ტრანსპორტირების, საექსკურსიო, გასაჯანსაღებელი, რეაბილიტაციის, სარეკლამო-საინფორმაციო, კულტურული, სპორტული, საყოფაცხოვრებო, გასართობი და ა.შ. მიზნით გაწეული მომსახურებაა, რომელიც მიმართულია ტურისტის მოთხოვნილებათა დასაკმაყოფილებლად.

149. **ტურისტული და საკურორტო ინდუსტრია** – ტურისტული და საკურორტო საქმიანობის სუბიექტებისა და ობიექტების ერთობლიობაა.

150. **ტურისტული მოგზაურობა** – ტურიზმის ფორმაა, რომლის აუცილებელი კომპონენტებია კვება, ღამისთევა და ექსკურსია.

151. **ტუროპერატორი** – იურიდიული პირი, ან ინდივიდუალური მეწარმე, რომელიც ახორციელებს ტურისტული პროდუქტის ფორმირებასა და რეალიზაციას.

152. **ტუროპერეიტინგი** – ტუროპერატორის მიერ ტურებისა და მის მიერ არაწარმოებული მომსახურების (სასტუმროს, სატრანსპორტო კომპანიებისა და რეკრეაციულ-დასასვენებელი ორგანიზაციების მომსახურების) დაკომპლექტების საქმიანობა.

153. **უნიფიცირება** – რაიმეს ერთ სისტემაში, ერთ ფორმაში ან ერთგვაროვნებაში მოყვანა.

154. **ურბანიზაცია** – სოციალურ-ეკონომიკური პროცესი, რომელიც გამოხატავს ქალაქის მოსახლეობის ზრდასა და მასში მათ კონცენტრაციას.

155. **უსაფრთხოება** – 1) ტურისტული მომსახურების ერთ-ერთი მთავარი კრიტერიუმი. 2) ტურისტული მარშრუტის კატეგორიის ხარისხის შეფასების მთავარი მაჩვენებელი.

156. **უსაფრთხოება ტურისტული** – ტურისტთა პირადი უსაფრთხოებისადმი, მათი ქონების დაცულობისა და მოგზაურობის დროს გარემოს დაცვისადმი მოთხოვნები.

157. **უტილიზაცია** – სასარგებლო გამოყენება, მაგალითად, გადამუშავების შემდეგ საწარმოო და საოჯახო ნარჩენების.

158. **ქარავანინგი** – აქტიური ტურიზმის სახეობა, ხანგრძლივი მოგზაურობებისათვის გამოსაყენებელი, სპეციალურად მოწყობილი საცხოვრებელი კომფორტის მქონე მიკროავტობუსებით მოგზაურობა.

159. **ჰეტეროგენული** – არაერთგვაროვანი, თავისი შედგენილობით სხვადასხვა ნაწილებისაგან შედგენილი.

160. **ჰომოგენური** – ერთგვაროვანი, ერთი და იმავე თვისებების მქონე.

გამოყენებული ლიტერატურა და მასალები

1. ბარკალაია ბ., ნეიძე ვ., ეროვნული პარკები და ტურიზმი, ბუნების დაცვის საქართველოს ოფისი, თბ., 1999
2. ბარკალაია ბ., ეკოტურიზმი და მოსახლეობა, TACIS,თბ., 2000
3. ბარკალაია ბ., ჟურნალი ტურიზმი და ბუნებათსარგებლობა №60, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, თბ., 2001
4. ბარკალაია ბ., ტურიზმის ეკონომიკა ეროვნულ პარკებში, ჟურნალი ეკონომიკა, №7, თბ., 2001
5. ბახტაძე ე., ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევის ინფორმაციული უზრუნველყოფის საკითხები, "მარკეტინგის აქტუალური საკითხები", სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული №4, თსუ, 2001
6. ბაბუნაშვილი გ., საქართველოს ბუნებრივი რესურსების რაციონალური გამოყენების პრობლემები, თსუ, თბ., 2000
7. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის მენეჯმენტის გეგმა, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 2000
8. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის ტურისტული მარშრუტები, WWF-ის კავკასიის პროგრამ-ოფისი, თბ., 2002
9. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის ტურისტული მარშრუტები, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 2002
10. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის ხერხემლიანი ცხოველები, საველე ცნობარი, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 2001
11. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის მცენარეები, საველე ცნობარი, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 2002
12. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი, მეგზური, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 2000
13. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის დამხმარე ზონა, გზამკვლევი, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 2001
14. განვითარებისა და მარკეტინგის სტრატეგია (სინთეზი და წინადადებები), სტრატეგიული რჩევები საქართველოში ტურიზმის განვითარებისათვის, ტექნიკური ნოტა 4, პროექტი GE 14, TACIS, თბ., 1999

15. გიგაური გ.,საქართველოს ტყის ბიომრავალფეროვნება, WWF, თბ., 2000

16. გოცირიძე ლ.,ხიტეო მეურნეობის განვითარება,ნაკრძალების შექმნა და ეროვნული პარკის დაარსება ბორჯომის რაიონში, WWF, თბ., 2001

17. გოცირიძე ლ.,ბორჯომის ხეობის ეკოლოგიური მდგომარეობა, პოლიტიკური და ეკონომიკური კრიზისის წლებში, თბ., 2003

18. ზაზანაშვილი ნ., საქართველოს დაცული ტერიტორიების აწყმო და მომავალი, WWF-ის საქართველოს ოფისი, თბ., 1997

19. თევური მ., კურორტი ბორჯომი და მისი უნიკალური მინერალური წყლები, ბორჯომი, თბ., 2000

20. სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული №4, თსუ, 2001

21. მესხვირიშვილი გ., ტურისტული რეგიონი და მისი განმსაზღვრელი ფაქტორები, ჟურნალი ეკონომიკა, №9-10 თბ., 2001

22. მეტრეველი მ., მოსაზრებები საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების განვითარების შესახებ, ჟურნალი მაკროეკონომიკა №5, თბ., 2000

23. მეტრეველი მ., საერთაშორისო ტურიზმის კვლევის ზოგიერთი მეთოდოლოგიური ასპექტი, ჟურნალი ეკონომიკა, №3-4, თბ., 2001

24. მეტრეველი მ., ტურიზმის განვითარების ზეგავლენა სოციალურ გარემოზე, ჟურნალი ეკონომიკა, №3-4, თბ., 2000

25. მეტრეველი მ., საქართველოში ტურიზმის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები, ჟურნალი ეკონომიკა, №8, თბ., 2001

26. მეტრეველი მ., ტურისტული ბიზნესის ტექნოლოგია თანამედროვე პირობებში, ჟურნალი ეკონომიკა, №9-10 თბ., 2001

27. მეტრეველი მ., ტურიზმის თანამედროვე მდგომარეობა და მისი განვითარების პერსპექტივები საქართველოში, საკანდიდატო დისერტაციის ავტორეფერატი, თბ., 2001

28. მეტრეველი მ., „ტურიზმი", უნივერსალი, თბ., 2003

29. II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია, "საქართველო/კავკასია – გზაჯვარედინი დიდ აბრეშუმის გზაზე", საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, თბ., 2000

30. რუსულ-ქართული ლექსიკონი,საქართველოს სსრ მეცნიერებათა აკადემია, საბჭოთა საქართველო, თბ., 1983

31. საქართველოში ტურიზმის განვითარების სტრატეგია, ტურიზმის სექტორის ეკონომიკური ანალიზი, ტექნიკური რეპორტი, TACIS, თბ., 2001

32. საქართველოს ტურიზმის განვითარების ეროვნული კონცეფცია და სამოქმედო პროგრამა, საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, თბ., 2001

33. სილაგაძე ა.,ეკონომიკური ლექსიკონი,თსუ,თბ.,2001

34. ტურიზმის განვითარება საქართველოში 1999-2005წწ., პროგნოზი, საქართველო-ისრაელის ბიზნეს-პალატის გამოცემა, თბ., 1998

35. ტურისტული საქართველო, პრეს-რელიზი, სტატისტიკური მონაცემები საქართველოს განთავსების საშუალებებში არსებულ საწოლ ადგილთა რაოდენობაზე, პროექტი GE 14, TACIS, თბ., 1998

36. ტურიზმის პროდუქტის ანალიზი საქართველოში, სტრატეგიული რჩევები საქართველოში ტურიზმის განვითარებისათვის, ტექნიკური ნოტა 2, პროექტი GE 14, TACIS, თბ., 1999

37. ტურიზმი და კურორტები, საქართველოს საკანონმდებლო აქტები,TACIS, ტექინფორმი,თბ. 2000

38. ტურიზმის სექტორის განვითარება საქართველოში, ტურისტულ კომპანიათა და ასოციაციათა საქმიანობის ანალიზი, ტექნიკური რეპორტი, TACIS, თბ.,2001

39. ტურიზმის სექტორის განვითარება საქართველოში, საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის მარკეტინგული ანალიზი, ტექნიკური რეპორტი, TACIS, თბ., 2001

40. ტურიზმის სექტორის განვითარება საქართველოში, საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია,ფინალური რეპორტი, TACIS, თბ., 2001

41. ქაჯაია გ., გამოყენებითი ეკოლოგიის საფუძვლები, თბილისის უნივერსიტეტის გამოცემა, თბ., 2002

42. შანშიაშვილი პ.გ., საქართველოს დაცული ტერიტორიების სისტემის განვითარება, საქართველოს სტრატეგიული კვლევებისა და განვითარების ცენტრი, ბიულეტენი №16, თბ., 1998

43. ჩხეკვაძე ნ., კერძო ტურიზმის განვითარება საქართველოში, ჟურნალი ეკონომიკური რეფორმები №2, თბ., 1999

44. ხელაშვილი ი., ტურიზმის მარკეტინგის საფუძვლები, სახელმძღვანელო, გამომცემლობა "სბა" თბ., 1992

45. Балабанов И.Т., Балабанов А.И., Экономика туризма, Финансы и статистика,М.,2003

46. БиржаковМ.Б.,Введениевтуризм,Невскийфонд,М.,2003

47. Бюллетеньтуристическойинформации,М.,1989,5

48. Бюллетеньтуристическойинформации,М.,1991,3а

49. Бюллетеньтуристскойинформфции,М.,19916

50. Бюллетеньтуристскойинформации,М.,19973

51. Глобальныйэтическийкодекстуризма,ВТО,Мадрид,1999

52. ГодфриХаррис,КеннетМ.Кац,Стимулированиемеждународноготуризма вXXIвеке,Финансыистатистика,М.,2000

53. ДжонУокер,Введениевгостеприимство,ЮНИТИ,М.,1999

54. ЕфремоваМ.В.,Основытехнологиитуристическогобизнеса,"Ось-89", М.,1999

55. Защитаибезопасностьтуристов,Практическиемерыдлятуристических центров,ВТО,Мадрид,1997

56. Зорин И.В., Квартальнов В.А., Туристический терминологический словарь,Советскийспорт,М.,1999

57. Зорин И.В., Квартальнов В.А., Энциклопедия туризма, Финансы и статистика,М.,2001

58. Казаков,Н.П.,Экологическийменеджментвтуристкойиндустрии., ТрудыАкадемииТуризма,Выпуск26,Санкт-Петербург,20002

59. КварталыновВ.А..Иностранныйтуризм,Финансыистатистика,М., 1999

60. КварталыновВ.А.,Туризм,Финансыистатистика,М.,2000

61. КварталыновВ.А.,Стратегическийменеджментвтуризме,Финансыи статистика,М.,2000

62. ЛехинИ.В.,ПетровФ.Н.,Словарыиностранныхслов,Государственное издательствоиностранныхинациональныхсловарей,М.,1949

63. ЛехинИ.В.,ПетровФ.Н.,Словарыиностранныхсловврусскомязыке, ЮНВЕС,М.,1996

64. МакарС.В.,Основыэкономикипрмродопользования.,М.,ИМПЭ,1998

65. Международныйтуризм,Правовыеакты,РоссийскаяМеждународная АкадемияТуризма,Финансыистатистика,М.,2000

66. Национальноеирегиональноепланированиетуризма,ВТО,Мадрид, 1994

67. Руководствопосборуиформепреставлениястатистическихданных международногоотуризма,ВТО,Мадрид,2000

68. Основыгуристскойдеятельности,РоссийскаяМеждународнаяАкадемия Туризма,Советскийспорт,М.,2000

69. ПапарянГ.А.,Экономикатуризма,Финансыистатистика,М.,2000

70. ПапарянГ.А.,Маркетингвтуризме,Финансыистатистика,М.,2000

71. Пахомова. Н., Рихтер К., Экономика природопользования и экологическийменеджмент,СПб.,СПбГУ.1999

72. ПузаковаЕ.П.,ЧестниковаВ.А.,Международныйтуристическийбизнес, Финансыистатистика,М.,1997

73. Развитиенациональныхпарковиохраняемыхприродныхтерриторий втуристскихцелях,ВТО,Мадрид,1992

74. Результаты экспериментальной эко-развитии на десяти туристских предприятиях,ВТО,Мадрид,1995

75. РишА.М.,Рольтуризмавустойчивомразвитиирегиональнойэкономики, ТуристскиеФирмы,выпуск22,МеждународнаяАкадемияТуризма, Санкт-Петербург,2001

76. СапруноваВ.,Туризм-Эволюция,структура,Маркетинг,М.,1999

77. Сборстатистическихданныхпотуристскимрасходам,ВТО,Мадрид, 1995

78. Сборнообработкастатистическихданныхпотуризму,ВТО,Мадрид, 1995

79. Сборстатистическихданныхповнутреннемутуризму,ВТО,Мадрид, 1995

80. СенинВ.С.,Организациямеждународногоотуризма,Учебник,Финансы истатистика,М.,1999

81. Терещенко А.А., Государственное регулирование деятельности в правовомпространстеуризма,МеждународнаяАкадемияТуризма,М., 2000

82. ТрудыАкадемииТуризма,специальныйВыпускСанкт-Петербург,1995

83. ТрудыАкадемииТуризма,Выпуск3,Санкт-Петербург,2000

84. Устойчивоеразвитиеуризма:Пособиедляспециалистовпоместному планированию,ВТО,Мадрид,1993

85. Фомин Б.с., Экономические теории и модели международных экономическихотношений,Финансыистатистика,М.,1970

86. ХрабовченкоВ.В.,ЭкологическийТуризм,Финансыистатистика,М., 2003

87. Экотуризм в заповедных зонах стран СНГ, Реин. Х., материалы к семинаруВТЕ,островВилм,2002

88. Anintegratedresortdevelopment,sixcasestudies,WTO,1992

89. BudgetsofnationaltourismAdministrations1993-1997,WTO,Мадрид, 1999

90. Changisinleisuretime:Theimpactontourism,WTO,Мадрид,1999

91. Draftprogrammeofworkandbudgetoftheorganizationfortheperiod 2000-2001,GeneralAssembly,Thirteenthsession,Santiago,Chile,1999, Мадрид,1999

92. FrancoisVellas,LionelBecherel,TheInternationalMarketingofTraveland Tourism,AStrategicApproach,London,1999

93. FreyerW.,Tourismus,Munchen,1988

94. FitzpatrickJ.,TravelandTourismintheSingleEuropeanMarket,London 1989

95. GuideforlocalAuthoritiesonDevelopingsustanabletourism,WTO,Мадрид, 1998

96. FreyerW.,Tourism,EinfurungindieFremdenverkehrsekonomie,Minchen 1988

97. HowtoSourceJapan-AMajorTouristMarketfortheSilkRoad,,WTO, Мадрид,1998

98. KasparC.,DieTourismuslehreinGrudrsiss,Bern,1991

99. MarketingTourismDestinationsOnline,Strategiesfortheinformation age,WTO,Мадрид,1999

100. MartiesonA.,WallG.,Tourism:Economic,PhisicalandSocialImpacts, NewYork,1987

101. MarketingforTourism,CaseStudyAssignments,Malta:McMillian,1992

102. ReyJ.,TourismsRoleinEconomicDevelopment,Dublin,1969

103. SilkRoadToutism-currentissues,Areportinthethirdinternationalmeet-ingontheSilkRoad,Tbilisi,Georgia,2-5November1998,WTO,Мадрид, 1998

104. VictorT.C.Middeliton,MarketinginTravelandTourism,London,1988

105. StrasdasW.,TheEcotourismTradingManualfroProtectedAreaManag-ers,DSE,ZEL,GermanFoundationforInternationalDevelopment,2002

106. StrasdasW.,TrainingManualforCommunity-basedTourism,DSE,ZEL, GermanFoundationforInternationalDevelopment,2002

107. TourismTaxation:Strikingafairdeal,WTO,Мадрид,1998

108. Tourismgeneratingmarkets,OverviewandCountryProfiles,WTO,Мадрид, 1999

109. TourismsatelliteAccount(TSA),Theconceptualframework,WTO,Мадрид, 1999

110. Tourism2020Vision,Anewforecast,ExecutiveSummaryUpdated,WTO, Madrid,1999

111. TourismHighlights1999,WTO,Madrid,1999

112. TourismHighlights1999,WTO,Madrid,2000

113. TourismandEuropeanRecovery,Paris,1991

114. TourismPolisyandInternationalTourisminOECDMemberCountres, Paris,1999

Contents

From Author 7

Chapter 1. Tourism and Environment 11
1.1. Short Review of Tourism Development (From anciente travels to ecotourism) 12
1.2. Introduction to Ecological Tourism 18
1.3. National Park – Main Component of Ecotourism 25

Chapter 2. Environmental Principles and Characteristics of Ecotourism 31
2.1. Concept of Sustainable Tourism Development 32
2.2. Ecotourism – Basis of Sustainable Tourism Development 42
2.3. Impact on Environment and its Outcome 46
2.4. Carrying Capacity and its Regulation 57
2.5. Main Trends of Ecotourism 68

Chapter 3. Ecotourism Planning and Management 77
3.1. Turist Economy in protected areas 78
3.2. Supply and Demand 91
3.3. Marketing 97
3.5. Management 102
Zoning 106
Tourist management 111
3.6. Role of local population, government and private sector in development of ecotourism in the region 115

Chapter 4. Tour operating, service management and minimization of the pollution in ecotourism 125
4.1. Ecotour planning 126
4.2. Quality management of tourist service, tourist guidance 133
4.3. Arranging Ecotourists accommodations 139
4.4. Ecotourism – a component of environmental education 145
4.5. Technologies of minimizing the pollution in ecotourism 149
Cooking 149

Washing arranging shelters 150
Hotels and bivouacs 151
Waste utilization 154
4.6. Tourist transportation and security 156

Annex – Georgian governmental, non-governmental and private organizations' and investors' activities in ecotourism development in Georgia 161
Borjomi-Kharagauli National Park 162
"Caucasus Travel" and its activities in ecotourism 166
"VIA TRAVEL" and its activities (Wine tourism) 169
Agritourism National Association of Georgia 172
"ELKANA" - Association of Biological Economics 173
Role of investments in developing products of ecotourism in Georgia (according to the example of "CENTRE" Ltd.) 176

Glossary 179

Material used 193

შინაარსი

ავტორისაგან 7

თავი I. ტურიზმი და გარემოს დაცვა 11
1.1. ტურიზმის განვითარების მოკლე ისტორია (უძველესი მოგზაურობებიდან ეკოტურიზმამდე 12
1.2. ტურიზმის ეკოლოგიური წანამძღვრები 18
1.3. ეროვნული პარკი ეკოტურიზმის ძირითადი კომპონენტი 25

თავი II. ეკოტურიზმის გარემოსდაცვითი პრინციპები და მახასიათებლები 31
2.1. ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია 32
2.2. "ეკოტურიზმი" - ტურიზმის მდგრადი განვითარების საფუძველი 42
2.3. ტურიზმის ზეგავლენა გარემოზე და მისი შედეგები 46
2.4. გამჭვარობის პოტენციალი და მისი რეგულირება 57
2.5. ეკოტურიზმის ძირითადი მიმართულებები 68

თავი III. ეკოტურიზმის დაგეგმვა და მართვა 77
3.1. ტურიზმის ეკონომიკა დაცულ ტერიტორიებში 78
3.2. მოთხოვნა და მიწოდება ეკოტურიზმში 91
3.3. ეკოტურიზმის მარკეტინგი 97
3.4. ეკოტურიზმის მენეჯმენტი 102
ზონირება 106
ტურისტის მენეჯმენტი 111
3.5. ადგილობრივი მოსახლეობის, ხელისუფლების და კერძო სტრუქტურების როლი რეგიონში ეკოტურიზმის განვითარებაში 115

თავი IV. ტუროპერეიტინგი, მომსახურების მენეჯმენტი და გარემოს დაბინძურების მინიმიზაცია ეკოტურიზმში 125
4.1. ეკოტურის დაპროექტება 126
4.2. ტურისტული მომსახურების ხარისხის მენეჯმენტი, გიდის მუშაობა ტურისტებთან 133
4.3. ეკოტურისტთა განთავსების ორგანიზება 139
4.4. ეკოტურიზმი, როგორც გარემოსდაცვითი განათლების კომპონენტი 145
4.5. გარემოს დაბინძურების მინიმიზაციის ტექნოლოგიები ეკოტურიზმში 149
საკვების მომზადება 149
თეთრეულისა და ჭურჭლის რეცხვა 150
თაეშესაფრების, სასტუმროებისა და ბივაკების მოწყობა 151
ნარჩენების უტილიზაცია 154
4.6. ტურისტთა გადაყვანა ტრანსპორტით და მოგზაურობის დროს მათი უსაფრთხოების დაცვა 156

დანართი - სამთავრობო, არასამთავრობო, კერძო ორგანიზაციათა და ინვესტორთა საქმიანობა საქართველოში ეკოტურიზმის განვითარებისათვის 161
ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი 162
კომპანია "Caucasus Travel"-ის ეკოტურისტული საქმიანობა 166
ტურისტული კომპანია „VIA TRAVEL"-ის საქმიანობა (ღვინის ტურიზმი) 169
საქართველოს აგროტურიზმის ეროვნული ასოციაცია 172
ბიოლოგიურ მეურნეობათა ასოციაციაცია "ელკანა" 173
ინვესტიციების მნიშვნელობა საქართველოში ეკოტურისტული პროდუქტის განვითარების საქმეში (შპს "ცენტრის" მაგალითზე) 176

ტურისტულ ტერმინთა განმარტებითი ლექსიკონი 179

გამოყენებული ლიტერატურა და მასალები 193

Contents 201