

**ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი**

სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის

ფაკულტეტი

ეკონომიკური პოლიტიკისა და ბიზნესის ადმინისტრირების

დეპარტამენტი

**მამუკა გოგელია**

**ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების**

**ფორმირება**

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის აკადემიური ხარისხის

მოსაპოვებლად წარდგენილი

**დ ი ს ე რ ტ ა ც ი ა**

სპეციალობა: ბიზნესის ადმინისტრირება

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

ეკონომიკის დოქტორი,

სრული პროფესორი როსტომ ბერიძე

ბათუმი

2013

## შინაარსი

შესავალი -----	3
თავი I. ტურიზმი როგორც სოციალურ-ეკონომიკური საქმიანობის სფერო-----	10
1.1 ტურიზმის განვითარების ორგანიზაციულ-ეკონომიკური პრობლემები-----	10
1.2 თანამედროვე დემოგრაფიული ტენდენციების გავლენა ტურიზმზე-----	27
1.3 თავისუფალი დრო და ტურისტული დანიშნულების ადგილის ეკოლო- გიური მდგომარეობა -----	35
თავი II. ეკოლოგიური ტურიზმის ძირითადი ორგანიზაციულ-ეკონომიკური მა- ხასიათებლები და პრობლემატიკა -----	44
2.1 ეკოლოგიური ტურიზმის ძირითადი პრინციპები-----	44
2.2 ეკოლოგიური ტურიზმის სახეები და ორგანიზაციული სტრუქტურა-----	60
2.3 ეკოლოგიური ტურიზმის როლი დანიშნულების ადგილის სოციალურ - ეკონომიკურ განვითარებაში-----	86
2.4 ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ზოგიერთი პრობლემა-----	99
თავი III. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ძირითადი მიმართულებები და სტრატეგიების ფორმირება -----	112
3.1 მომსახურების ხარისხის ამაღლება - ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარე- ბის მნიშვნელოვანი სტრატეგია-----	112
3.2 სარეკლამო კამპანია, როგორც ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ელემენტი -----	120
3.3 ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების სპეციფიკური მა- ხასიათებლები საქართველოში -----	138
დასკვნები და წინადადებები -----	158
გამოყენებული ლიტერატურა -----	167
დანართები -----	177

## შესავალი

**ნაშრომის აქტუალობა.** ტურიზმი ეკონომიკის ერთ-ერთი უმსხვილესი და დინამიური დარგია, ის მსოფლიოს მრავალი განვითარებული და განვითარებადი ქვეყნების საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობების მნიშვნელოვანი ნაწილია. დარგის ზრდის მაღალი ტემპი და სავალუტო შემოსავლების აკუმულირების მაღალი შესაძლებლობა დადებითად მოქმედებს ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორზე, რაც ხელს უწყობს ტურისტული დანიშნულების ადგილის საყოველთაო განვითარებას.

ტურიზმის ეკონომიკური ზემოქმედება, მისი გავლენა სოციალურ და ბუნებრივ გარემოზე მდგრადი განვითარების პრინციპების გათვალისწინებით, ტურიზმის მდგომარეობის და განვითარების პერსპექტივების კვლევების გაღრმავების აუცილებლობას განაპირობებს, რომელიც საშუალებას იძლევა კომპლექსურად გადაწყდეს ადგილობრივი მოსახლეობის გადარჩენის, ბუნებრივი რესურსებისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვასთან დაკავშირებული პრობლემები. მდგრადი ტურიზმი ხელს უწყობს ისეთი წინააღმდეგობების აღმოფხვრას, როგორცაა ბუნებრივი გარემოპირობების დაცვისა და ადგილობრივი მოსახლეობის მეურნეობის განვითარების უზრუნველყოფის მიზნების შეუთანხმებლობა. სწორედ ასეთი ტიპის საკითხების მოგვარებაზეა ოტიენტირებული ტურიზმის ისეთი სახეობა, როგორც არის ეკოლოგიური ტურიზმი (ეკოტურიზმი).

ტურიზმის, როგორც მდგრადი განვითარების მიღწევის ფაქტორის მნიშვნელობა დამოწმებული იქნა იოჰანესბურგში (სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკა, სექტემბერი, 2002წ.) გამართულ მდგრადი განვითარების საერთაშორისო სამიტზე.

გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) მირ გაკეთებული პროგნოზის მიხედვით (Tourism 2020 Vision) დადგენილია XXI-ე საუკუნის ტურიზმის სახეების ყველაზე პერსპექტიული მიმართულებები. მასზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 2020 წლისათვის ტურიზმის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული სახე იქნება ეკოლოგიური ტურიზმი.

დღეისათვის ეკოლოგიური ტურიზმი მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრიის ერთერთ დინამიკურად განვითარებად მიმართულებას წარმოადგენს, რომელზეც, სხვადასხვა შეფასებების მიხედვით, ტურისტულ ბიზნესში კაპიტალის მსოფლიო ბრუნვის 7-8% მოდის.

ეკოლოგიური ტურიზმის მზარდი პოპულარობა დიდ ინტერესს იწვევს ბუნებრივი გარემოს მიმართ, რომელიც ეყრდნობა მსოფლიოში ადამიანების ეკოლოგიური შემეცნების მაღალ დონეს. ეს თავისთავად ქმნის მოცემული სახეობის განვითარების სტრატეგიული მიდგომების ფორმირების აუცილებლობას.

მოცემული თემის აქტუალობა ეკოლოგიური ტურიზმის სპეციფიკურ თვისებებთანაა დაკავშირებული. ერთის მხრივ, მისი ძირითადი მიზანია ადამიანის სულიერი და ფიზიკური ძალების აღდგენა ბუნებრივ გარემოში დასვენების დროს; მეორეს მხრივ, ეკოლოგიური განათლება, ბუნებასთან ურთიერთობის კულტურის ამაღლება, ბუნებრივ გარემოში ქცევის ეთიკური ნორმების გამომუშავება და ამ მიმართულებით პირადი პასუხისმგებლობის გაზრდა. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარება ზრდის შემოსავლებს, რაც მნიშვნელოვანია ადგილობრივი ბიუჯეტის ფორმირებისათვის, რაც თავის მხრივ, ქმნის ეკოლოგიური ტურიზმის შემდგომი განვითარების სტრატეგიების ფორმირებისა და რეალიზაციის შესაძლებლობას.

ქართველი მკვლევრებისათვის ეკოლოგიური ტურიზმი შედარებით ახალი სფეროა, რადგანაც არ არსებობს კონკრეტული მეთოდიკა იმ ფაქტორების გამოვლენისა და შესწავლისათვის, რომლებიც ხელს უწყობს ტურიზმის ინდუსტრიის ამ მიმართულების ფორმირებას და განვითარების სტრატეგიების შემუშავებას. ასევე რეგიონის დონეზე თითქმის შეუსწავლელია დარგში მოქმედი სოციალურ-ეკონომიკური მექანიზმი. თეორიული და მეთოდოლოგიური დებულებების შემუშავების არასაკმარისმა დონემ, ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების შემუშავების პრაქტიკული ხასიათის გადაუჭრელი პრობლემების არსებობამ, განაპირობა წინამდებარე სადისერტაციო კვლევის მიმართულება.

ზემოთაღნიშნული პრობლემები სხვადასხვა ფორმითაა ასახული ქართველი მეცნიერების: ლ. ყორღანაშვილის, მ. მეტრეველის, ნ. თოდუას, მ. მარგველაშვილის, და სხვათა ნაშრომებში.

ტურიზმის, მათ შორის ეკოტურიზმის, განვითარების თეორიული და გამოყენებითი პრობლემები გამოკვლეულია Ceballos-Lascurain H., Filion F., Healy R., Jonson P., Norris R., Roe D., Steck B., Strasdas W., Valentine P., Western D., Wight P., Ziffer K. და სხვათა შრომებში. მიუხედავად ამისა, ავტორთა კვლევები არასრულია.

ეკოლოგიური ტურიზმი საქართველოში ტურიზმის ბიზნესის ინოვაციურ მიმართულებას წარმოადგენს. მისი აქტუალობა ჩვენს ქვეყანაში განპირობებულია ეკოტურიზმის განვითარების პროგრამის რეალიზაციისათვის პოტენციური, უნიკალური ბაზის არსებობით. რეგიონებს, რომლებიც შეიძლება გამოყენებული იქნას ეკოტურიზმის განვითარების ზონად, როგორც წესი, გააჩნიათ სუსტად განვითარებული საკუთარი სოციალურ-ეკონომიკური სტრუქტურა. ეს განაპირობებს იმ პროცესების ანალიზისა და შესწავლის აუცილებლობას, რომელიც მოჰყვება ეკოტურიზმის განვითარებას.

დასმული პრობლემების აქტუალობამ, მათმა თეორიულმა, მეთოდოლოგიურმა და პრაქტიკულმა მნიშვნელობამ, რიგი გადაუჭრელი და სადისკუსიო საკითხების არსებობამ განაპირობა კვლევის თემის შერჩევა, მისი მიზანი და ამოცანები, საგანი და ობიექტები.

**კვლევის მიზნები და ამოცანები.** განხორციელებული კვლევის მიზანია საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირების მეთოდური საფუძვლების ფორმირება, ცალკეული რეგიონების ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების პერსპექტივების იდენტიფიცირება, რაც შეიძლება ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ალტერნატივას წარმოადგენდეს.

საქართველოში, რომელსაც გააჩნია უნიკალური ტურისტული რესურსები, ეკოტურიზმს არ მიუღწევია პოტენციური შესაძლებლობების ადეკვატური დონისათვის. თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის სირთულე და არასტაბილურობა არსებით გავლენას ახდენს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაზე. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებას ხელს უშლის სახელმწიფო რეგულირების არასრულყოფილი მექანიზმი, მოცემული მიმართულებით კერძო ინვესტირების მოტივაციის ნაკლებობა, ტურისტული მომსახურების ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობის გამო მოთხოვნის ნაკლებობა, ტურიზმის სამეცნიერო შესწავლის არასაკმარისი დონე, ტერიტორიების დონეზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგიული გეგმის არარსებობა.

სადოქტორო ნაშრომის მიზანია საბაზრო ურთიერთობებზე გარდამავალ პერიოდში ქვეყანაში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების მეთოდოლოგიური სა-

ფუძვლების და პრაქტიკული მეთოდების სისტემური განვითარება. ამ მიზნიდან გამომდინარე საჭიროა შემდეგი ამოცანების გადაჭრა:

- რეგიონული ტურიზმის განვითარების მართვაში ორგანიზაციულ-ეკონომიკური და დემოგრაფიული თავისებურებების განსაზღვრა და ანალიზი;
- ეკოლოგიური ტურიზმის არსებული განსაზღვრების ანალიზი, საწყისი პრინციპების და შესაძლო ობიექტების გამოვლენა;
- ეკოლოგიური ტურების სახეებისა და ფორმების კლასიფიკაციის შემუშავება;
- საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის თანამედროვე მდგომარეობის და განვითარების სტრატეგიების ანალიზი;
- რეგიონში ეკოლოგიური ტურიზმის ეფექტიანი განვითარებისათვის სოციალურ-ეკონომიკური ფაქტორების განსაზღვრა და სტრატეგიების ფორმირება.

**კვლევის საგანი.** ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირების თეორიულ-მეთოდური მიდგომები და პროცესები.

**კვლევის ობიექტი.** აჭარის რეგიონში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირების პროცესი და ეკოტურისტულ კომპლექსში შემავალი ორგანიზაციები.

**კვლევის მეთოდოლოგიური და თეორიული საფუძველი.** ტურიზმის, მათ შორის ეკოტურიზმის, განვითარების თეორიისა და პრაქტიკის სფეროში განხორციელებული სამეცნიერო და პრაქტიკული კვლევები ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე.

კვლევაში გამოყენებულია საინფორმაციო ტექნოლოგიები, სისტემური მიდგომები და შედარებითი ანალიზი.

**მეცნიერული სიახლე.** სადისერტაციო გამოკვლევების სამეცნიერო სიახლეს წარმოადგენს ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიული მენეჯმენტის, კერძოდ სტრატეგიული დაგეგმვის სისტემის ელემენტების აგების თეორიული და მეთოდური მიდგომების შეთავაზება.

სამეცნიერო სიახლე შეიცავს კვლევის შემდეგ შედეგებს:

- ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ძირითადი პრინციპების განსაზღვრა, მისი სახეებისა და ფორმების კლასიფიკაცია;

- ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების ხუთი საკვანძო შემადგენელის (ანალიტიკური, პროგნოზული, მიზნობრივი, ორგანიზაციული და რესურსული) შეთავაზება და დასაბუთება;
- ეკოლოგიურ ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნისა და მიწოდების საერთო და სპეციფიკური ფაქტორების გამოვლენა;
- „მულტიპლიკატორის ეფექტის“ საფუძველზე, რეგიონის ეკონომიკის განვითარების, ეკოტურიზმის მულტიპლიკატორული გავლენის დადგენა;
- ეკოლოგიური ტურიზმის ბაზრის სუბიექტების ურთიერთობის თავისებურებების, მათი ეკონომიკური ინტერესებისა და რეგიონის განვითარებაზე დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნისა და საბიუჯეტო შემოსავლების ზრდის ფორმით ეკოტურიზმის ზეგავლენის განხილვა;
- საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების სპეციფიკური მახასიათებლების გამოვლენა;
- ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიების ფორმირების დროს ეკოტურისტული საქმიანობის ახალი მოდელის შემუშავება, რომელიც დასავლეთევროპული და ავსტრალიური მოდელების ნაზავს წარმოადგენს.

კვლევის პროცესში გამოყენებულია ეკოლოგიური ტურიზმის რეგიონული ბაზრის კვლევის მარკეტინგული მეთოდები, ბენჩმარკინგი, ეკოტურიზმის მიმართულებით რეგიონული და ლოკალური ბრენდების შექმნის ინსტრუმენტები.

**კვლევის შედეგები.** სადისერტაციო ნაშრომის ძირითადი დებულებები და კვლევის ძირითადი შედეგები 11 სტატიის სახით გამოქვეყნებულია საერთაშორისო კონფერენციების მასალებში, საერთაშორისო რეფერირებად და რეცენზირებად ჟურნალებში.

კვლევის შედეგები გამოყენებული იქნება ტურიზმის დარგის სპეციალისტების ტურიზმის მენეჯმენტში გადამზადების და უმაღლეს სასწავლებლებში სწავლების დროს.

**სადისერტაციო კვლევის თეორიული და პრაქტიკული მნიშვნელობა.** ეკოლოგიური ტურიზმის ფუნქციონირების პოტენციალის წარმოჩენისა და ეკოლოგიური ტურიზმის მართვისათვის რეკომენდაციების შემუშავება, თეორიული საკითხების შესწავლის მასშტაბების გაფართოება რეგიონში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარე-

ბის სტრატეგიული დაგეგმვის საფუძველი გახდება, რაც ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ ზრდას და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას. კვლევის შედეგები გამოყენებული იქნება ტურიზმის მენეჯმენტის სწავლების პროცესში.

კვლევის შედეგები შეიძლება გამოიყენოს ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებმა, საქართველოს სხვადასხვა ტერიტორიული ერთეულების სახელისუფლებო და კერძო სექტორების წარმომადგენლებმა ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების შემუშავების დროს.

დისერტაციაში შემოთავაზებული მეთოდები, მიდგომები და რეკომენდაციები შეიძლება გამოყენებული იქნას ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების რეგიონული და ადგილობრივი სტრატეგიული პროგრამების შემუშავებისათვის, რაც ქვეყანაში ხელს შეუწყობს ეკონომიკურ წინსვლასა და ცხოვრების პირობების გაუმჯობესებას.

განხორციელებული კვლევა ორიენტირებულია იმ ელემენტთა შესწავლაზე, რომლებიც ახასიათებს ეკოტურიზმს, როგორც საქმიანობის იმ სფეროს, რომელიც უზრუნველყოფს ბუნების დაცვით ღონისძიებებს (ეკოლოგიური ასპექტი), ზრდის შემოსავლებს (ეკონომიკური ასპექტი) და ხელს უწყობს სოციალური მდგომარეობის სტაბილიზაციას ქვეყანაში (სოციალური ასპექტი).

მთლიანად ნაშრომი მიმართულია საწარმოო სტრუქტურების იმ დარგობრივი კომპლექსების განვითარებაზე, რომლებიც უშუალოდ მონაწილეობენ ეკოტურისტული მომსახურების ფორმირებასა და ბაზარზე მის მიწოდებაში.

კვლევის შედეგები შეიძლება გამოყენებული იქნას ტუროპერირების საქმიანობაში, ბუნებრივ-ეკოლოგიური მიმართულების ექსკურსიებში, ასევე ტურიზმის სფეროს სპეციალისტების სწავლების პროცესში. ნაშრომში შემოთავაზებული ეკოტურისტული საქმიანობის მოდელი წარმოადგენს ეკოლოგიური ტურიზმის ზონების განვითარების თეორიულ ბაზას, საქართველოს კონკრეტულ რეგიონებში (კერძოდ აჭარაში) ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირებაში ანალიზის ჩასატარებლად.

სამეცნიერო ნაშრომის მიზნებმა და ამოცანებმა განსაზღვრეს ნაშრომის სტრუქტურა, რომელიც აგებულია ლოგიკური თანმიმდევრობის, ცალკეულ ნაწილებს შორის ურთიერთდამოკიდებულების, საკვლევი პრობლემის სიღრმისეული ანალიზის პრინციპებზე.



**დისერტაციის სტრუქტურა.** სადისერტაციო ნაშრომი მოიცავს 196 ნაბეჭდ გვერდს და შედგება შესავლის, სამი თავის, ათი ქვეთავის, დასკვნებისა და წინადადებებისაგან, გამოყენებული ლიტერატურისა და 8 დანართისაგან.

**დისერტაციის შინაარსი.** შესავალ ნაწილში ნაჩვენებია კვლევის აქტუალობა, იკვთება კვლევის მიზნები და ამოცანები, ნაჩვენებია სამეცნიერო სიახლე და კვლევის პრაქტიკული მნიშვნელობა.

**პირველი თავი** იკვლევს ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სოციალურ-ეკონომიკურ ფაქტორებს, ანალიზებს სოციალურ და ეკონომიკურ პრობლემებს. განიხილავს თავისუფალ დროს, როგორც დასვენების და ტურისტული მომსახურების გამოყენების განმსაზღვრელ ფაქტორს, ავლენს ტურიზმისა და ტურისტული ბიზნესის განვითარების პრობლემებს, ტურიზმის სფეროს ძირითად ცნებებსა და კატეგორიებს.

**მეორე თავში** განსაზღვრულია ეკოტურიზმის როლი და ადგილი ტურიზმის ბიზნესის სისტემაში. განხილულია დარგის საწყის პრინციპები, ეკოტურიზმის სახეები და ობიექტები. ამ თავში შემოთავაზებულია ეკოტურიზმის კლასიფიკაციის ფორმები, განხილულია საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის გადაუჭრელი პრობლემები და მისი განვითარების პროგრამულ-სტრატეგიული ღონისძიებების სისტემა.

**მესამე თავში** მოცემულია კავშირი ტურისტულ სააგენტოთა მომსახურების ხარისხსა, მომსახურებასა და მომსახურების შეთავაზებას შორის. ფორმულირებულია მეთოდური პოზიცია ეკოტურისტული საქმიანობის სარეკლამო პროგრამების შემუშავების დროს. დადგენილია მულტიპლიკატორული დამოკიდებულება ეკოტურიზმსა და რეგიონის მოსახლეობის კეთილდღეობას შორის, შეთავაზებულია რეგიონში ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების მიმართულებები.

დასკვნაში ჩამოყალიბებულია ძირითადი შედეგები და რეკომენდაციები, რომლებიც შემუშავდა და დადგინდა სადისერტაციო კვლევის შედეგად.

# თავი I. ტურიზმი როგორც სოციალურ-ეკონომიკური საქმიანობის სფერო

## 1.1. ტურიზმის განვითარების ორგანიზაციულ-ეკონომიკური პრობლემები

დღესდღეობით მეცნიერება, საერთაშორისო ორგანიზაციები და კანონმდებლობა „ტურიზმის“ მრავალ განმარტებას იძლევა (ბირჟაკოვი 2008:24; საქართველოს 1997:1; ხომერიკი 2008:37).

საქართველოს კანონის მიხედვით ტურიზმის განმარტება ბევრად ემთხვევა ტურიზმის საერთაშორისო კონფერენციებისა და გაეროს მიერ ჩამოყალიბებულ ტერმინთა საერთო პარამეტრებს. გარკვეულწილად ეს ამტკიცებს ეროვნული ტურიზმის იმ მიმართულებით სვლას, საითაც მოძრაობს მთელი მსოფლიო.

ტურიზმის დარგის ორგანიზაციული საკითხების გადაჭრისათვის აუცილებელია თეორიისა და პრაქტიკის შესაბამისობის არსებობა. განვითარებულ ქვეყნებში ტურიზმის ბიზნესის პრაქტიკამ განსაზღვრა თეორია, ახლა კი იქ ხორციელდება ტურიზმის განვითარების ორგანიზაციულ-ეკონომიკური თეორიული პრობლემების დამუშავება და გადაჭრა. ქვეყანაში ტურიზმის ისეთი გაგების ფორმირება, რომელიც გააერთიანებს მის ორგანიზაციულ, ეკონომიკურ და სოციალურ მიზნებს, დარგის განვითარების საკვანძო საკითხს წარმოადგენს, რომლის ფარგლებშიც შეიძლება მოხდეს შემდეგი ტერმინების - „ტურისტული მომსახურება“, „ტურიზმის სფერო“, „ტურიზმის ბიზნესი“ და სხვა მრავალის განსაზღვრა.

შეიძლება ვთქვათ, რომ ტურიზმი არის ადამიანის (ტურისტის) მიერ თავისუფალი დროის გამოყენება ტურისტული მომსახურების მიღებით, სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების, ჯანმრთელობის განმტკიცებისა და ახალი შთაბეჭდილებების მიღების მიზნებით. ტურიზმის განსაზღვრა მნიშვნელოვანია, რადგან იგი წარმოადგენს თეორიულ პრინციპებს ტურისტული საქმიანობის რეგულირებისა და განვითარებისათვის.

ჩამოყალიბებული განმარტება ტურისტული საქმიანობის სრულყოფის, დარგთან დაკავშირებული მრავალი საწარმოსა და საქმიანობის სახეობების ფუნქციონირების, მოსახლეობის დასაქმების უზრუნველყოფის, ეროვნული ეკონომიკისა და საზოგადოების გარდაქმნის სოციალური მექანიზმების განმტკიცების საფუძველს წარმოადგენს.

ტურიზმს დღეისათვის მთელს მსოფლიოში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან ეს არა მხოლოდ პირდაპირი გაგებით იძლევა მნიშვნელოვან შემოსავალს ქვეყნისათვის, არამედ, იმავდროულად, დამატებით კიდევ არა ერთ დადებით შედეგს განაპირობებს, მათ შორის ინფრასტრუქტურულ განვითარებას, ტურიზმის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული ბიზნესის სხვადასხვა სფეროების განვითარებას და შესაბამისად მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, ქვეყნისათვის დამახასიათებელი და მისი წარმოჩენისათვის სასარგებლო ადგილობრივი კულტურული ისტორიული ტრადიციებისა და სახალხო რეწვის შენარჩუნებასა და განვითარებას, არაფორმალური და ფორმალური კავშირების ჩამოყალიბებას სხვა ქვეყნების წარმომადგენლებთან, რაც თავის მხრივ ქვეყანაში ინვესტიციების მოზიდვას აძლიერებს, ქვეყნის იმიჯის გაუმჯობესებას საერთაშორისო არენაზე და მეგობრული, კეთილგანწყობილი მხარდამჭერების რიცხვის პროგრესულმატებას, და ა.შ. (კობალაძე 2010:3).

ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე დიდი და სწრაფად მზარდი ინდუსტრიაა. 2011 წელს, ტურიზმის წილმა მსოფლიო მთლიან შიდა პროდუქტში 9% შეადგინა, რაც 6 ტრილიონ დოლარს აღემატება. მოსალოდნელია, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის ზრდა გაგრძელდება საშუალოდ 4%-იანი წლიური ზრდის ტემპით და უახლოეს მომავალში მთლიანი შიდა პროდუქტის 10%-ს, ანუ დაახლოებით 10 ტრილიონ დოლარს გაუტოლდება. აღნიშნულ სექტორში 255 მილიონზე მეტი ადამიანი მუშაობს, რაც მსოფლიო მასშტაბით დასაქმების 8.7%-ს შეადგენს. მოსალოდნელია, რომ 2022 წლისთვის აღნიშნულ სექტორში შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა 328 მილიონამდე გაიზრდება და ის მთლიანი სამუშაო ადგილების 10%-ს შეადგენს. საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა 2011 წელს 4.6%-ით გაიზარდა და 980 მილიონს მიაღწია. ამ უკანასკნელი მაჩვენებლის 2012 წლის მოსალოდნელი ზრდის ტემპი 3დან 4%-მდე მერყეობს და UNWTO-ს ვარაუდით ის 1 მილიარდს გაუტოლდება. გარდა ამისა,

UNWTO პროგნოზირებს, რომ საერთაშორისო მოგზაურების სტაბილური, საშუალოდ 3.3%-იანი ზრდის ტემპი 2030 წლამდე შენარჩუნდება. (საქართველოს 2012ა:3).

ცხრილში 1.1.1. მოცემულია მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ გამოქვეყნებული მონაცემები საერთაშორისო ტურისტების მიერ მსოფლიოს ათი ყველაზე მონახულებადი ქვეყანის შესახებ. როგორც ცხრილიდან ჩანს, 2010 წელთან შედარებით ჩინეთმა გაუსწრო ესპანეთს, ერთი საფეხურით წინ წაიწია და მსოფლიოს მესამე ყველაზე მონახულებადი ქვეყანა გახდა. ათეულში შემავალი ქვეყნების უმრავლესობა ევროპული სახელმწიფოებია. 2000-იანი წლების ბოლოს მსოფლიო ფინანსურმა კრიზისმა ტურიზმზე საგრძნობლად (უარყოფითად) იმოქმედა. დაცემა დაიწყო 2008 წლის ივნისში და ამავე წელს საერთაშორისო ტურისტული ჩასვლების რიცხვმა 2 %-ით იკლო. ნეგატიური ტენდენცია კიდევ უფრო ინტენსიური გახდა 2009 წელს, რადგან ბევრ ქვეყანაში იფეთქა H1N1 ვირუსმა, რასაც საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის 4%-იანი კლება მოჰყვა და 880 მილიონი შეადგინა, შესაბამისად, მიღებული შემოსავლები 6%-ით შემცირდა (UNWTO 2011:8;9).

### ცხრილი 1.1.1

#### საერთაშორისო ტურისტული ჩამოსვლები

№	ქვეყანა/UNWTO-ს რეგიონული დაყოფა	საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა, მლნ.			ცვლილება (%)	
		2009	2010	2011*	2010/2009	2011*/2010
1	საფრანგეთი/ევროპა	76.8	77.1	79.5	0.5	3.0
2	აშშ/ჩრდილოეთ ამერიკა	55.0	59.8	62.3	8.8	4.2
3	ჩინეთი/აზია	50.9	55.7	57.6	9.4	3.4
4	ესპანეთი/ევროპა	52.2	52.7	56.7	1.0	7.6
5	იტალია/ევროპა	43.2	43.6	46.1	0.9	5.7
6	გაერთიანებული სამეფო/ევროპა	28.2	28.3	29.2	0.4	3.2
7	თურქეთი/ევროპა	25.5	27.0	29.3	5.9	8.7
8	გერმანია/ევროპა	24.2	26.9	28.4	10.9	5.5
9	მალაიზია/აზია	23.6	24.6	24.7	3.9	0.6
10	მექსიკა/ჩრდილოეთ ამერიკა	24.5	23.3	23.4	4.2	0.5

წყარო: UNWTO Tourism Highlights 2011-2012 Edition.

2011 წელს, საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავლებმა 1.030 მილიარდი, ხოლო 2010 წელს კი 928 მილიარდი დოლარი შეადგინა (+3.9% ზრდა რეალური თვალსაზრისით) (UNWTO 2012:2). ცხრილში 1.1.2 წარმოდგენილია გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემები, 2011 წელს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მხრივ მოწინავე ქვეყნების ათეულის შესახებ. აღსანიშნავია, რომ ამ ქვეყნების უმრავლესობა ევროპული ქვეყნებია, თუმცა ლიდერობას კვლავ აშშ განაგრძობს.

ცხრილი 1.1.2

მოწინავე ქვეყნების ათეული ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით

№	ქვეყანა/UNWTO-ს რეგიონული დაყოფა	საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები (მლრდ. დოლარი)			ცვლილება (%)	
		2009	2010	2011*	2010-2009	2011/2010
1	აშშ/ჩრდილოეთ ამერიკა	94.2	103.5	116.3	9.9	12.3
2	ესპანეთი/ევროპა	53.2	52.5	59.9	-1.2	14.0
3	საფრანგეთი/ევროპა	49.4	46.6	53.8	-6.0	15.6
4	ჩინეთი/აზია	39.7	45.8	48.5	15.5	5.8
5	იტალია/ევროპა	40.2	38.8	43.0	-3.6	10.9
6	გერმანია/ევროპა	34.6	34.7	38.8	0.1	12.0
7	გაერთიანებული სამეფო/ევროპა	30.1	32.4	35.9	7.5	10.9
8	ავსტრალია/ოკეანეთი	25.4	29.8	31.4	17.4	5.5
9	მაკაო (ჩინეთი)	-	27.8	-	53.2	-
10	ჰონკონგი (ჩინეთი)/აზია	16.4	22.2	27.7	35.3	24.7
	თურქეთი/ევროპა	21.3	-	-	-	-

წყარო: UNWTO Tourism Highlights 2011-2012 Edition (June).

გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ გამოაქვეყნა იმ ქვეყნების ათეული, რომელთაც 2010 წელს ყველაზე მეტი დახარჯეს საერთაშორისო ტურიზმში (ცხრილი 1.1.3). მათ შორის ლიდერობს გერმანია (78.1 მლრდ. დოლარი),

შემდგომ აშშ და ჩინეთი (UNWTO 2011:6; UNWTO 2012:6), ხოლო საერთაშორისო ტურისტების ყველაზე მონახულებადი ქალაქების ათეულში პირველ სამ ადგილს ინაწილებს პარიზი (15.1 მლნ ტურისტი), ლონდონი (14.6 მლნ ტურისტი) და ნიუ-იორკი (9.7 მლნ ტურისტი) (დანართი 1.) (დევაძე ...2012:178).

### ცხრილი 1.1.3.

#### დანახარჯები საერთაშორისო ტურიზმში

№	ქვეყანა/UNWTO-ს რეგიონული დაყოფა	დანახარჯები საერთაშორისო ტურიზმში (მლრდ. დოლარი)			ცვლილება (%)	
		2009	2010	2011*	2010-2009	2011*-2010
1	გერმანია/ევროპა	81.2	78.1	84.3	1.3	2.8
2	აშშ/ჩრდილოეთ ამერიკა	74.1	75.5	79.1	1.9	4.8
3	ჩინეთი/აზია	43.7	54.9	72.6	25.6	32.2
4	გაერთიანებული სამეფო/ევროპა	50.1	50.0	50.6	0.5	-2.4
5	საფრანგეთი/ევროპა	38.5	38.5	41.7	5.7	3.0
6	კანადა/ჩრდილოეთ ამერიკა	24.2	29.6	33.0	10.0	7.2
7	რუსეთი/ევროპა	20.9	26.6	32.5	27.2	22.1
8	იტალია/ევროპა	27.9	27.1	28.7	2.0	0.8
9	იაპონია/აზია	25.1	27.9	27.2	4.0	-11.2
10	ავსტრალია/ოკეანეთი	17.6	22.5	26.9	7.3	8.0

წყარო: UNTWO Tourism Highlights 2011-2012 Edition (June).

დღეს ტურიზმი მსოფლიოში წამყვანი საექსპორტო დარგი ხდება, 2011 წელს, მსოფლიო მასშტაბით 983 მილიონი საერთაშორისო ტურისტული მოგზაურობა განხორციელდა, რაც 4.6%-ით მეტია 2010 წელთან შედარებით, ხოლო 2010 წელს 940 მილიონი, რაც 6.6%-ით მეტია 2009 წელთან შედარებით (UNWTO 2011:2), (UNWTO 2012:2).

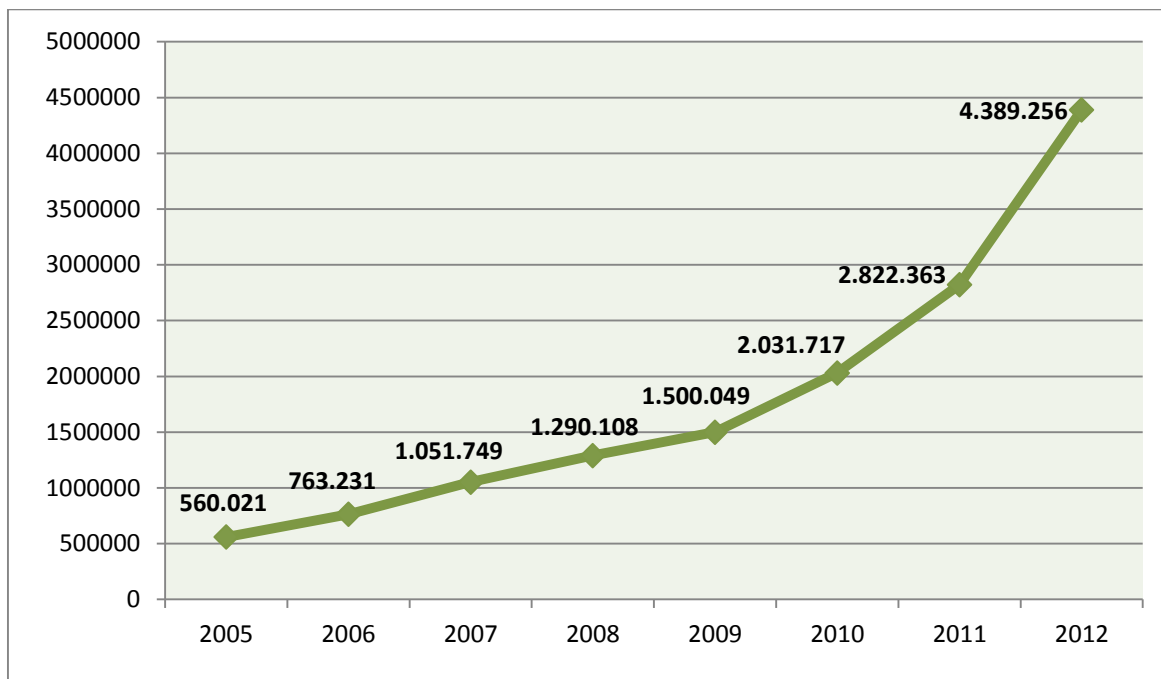
მრავალი მეცნიერ-ანალიტიკოსის აზრით საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებას საფუძვლად უდევს შემდეგი ფაქტორები:

1. ეკონომიკურმა ზრდამ და სოციალურმა პროგრესმა გაზარდა არა მხოლოდ საქმიანი მოგზაურობების მასშტაბები, არამედ შემეცნებითი მიზნით მოგზაურობების რიცხვიც;
2. სხვადასხვა სახის ტრანსპორტის სრულყოფამ გააიაფა მოგზაურობა და ის ხელმისაწვდომი გახდა საზოგადოების ყველა ფენისათვის;
3. ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში დაქირავებულ მუშა-მოსამსახურეთა რაოდენობის ზრდამ უზრუნველყო მათი მატერიალურ-კულტურული დონის ზრდა, ამან განაპირობა მათი მისწრაფება სულიერი და შემეცნებითი ფასეულობებისაკენ;
4. შრომის ინტენსიფიკაციამ და მომუშავეთა ხანგრძლივმა მივლინებებმა შესაძლებელი გახდა საფუძვლიანი დასვენების უზრუნველყოფა;
5. სახელმწიფოთაშორისი ურთიერთობების განვითარებამ და ქვეყნებს შორის კულტურათა გაცვლამ მიგვიყვანა პიროვნებათშორისი ურთიერთობების გაფართოებასთან, როგორც რეგიონის შიგნით, ასევე რეგიონებს შორისაც;
6. მომსახურების სფეროს განვითარებამ სტიმული მისცა ტექნოლოგიურ პროგრესს ტელეკომუნიკაციების სფეროში, გაზარდა სხვადასხვა ქვეყანაში მოგზაურობის ინტერესი;
7. შეზღუდვების შემსუბუქება ვალუტის გატანასთან დაკავშირებით, აგრეთვე სასაზღვრო რეჟიმების გამარტივება მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ტურიზმის განვითარებას (Гуляев 1996:28), (Качанов 1998:51) (Купер 1998:63).

ტურიზმის განვითარების ორგანიზაციულ-ეკონომიკურმა შესაძლებლობებმა საერთაშორისო მასშტაბით შექმნეს კარგი პირობები ცალკეულ ქვეყანაში ტურიზმის დარგის განვითარებისათვის. მათი უმრავლესობისათვის საერთაშორისო ტურიზმი წარმოადგენს: ვალუტის შემოდინების უმნიშვნელოვანეს წყაროს და ფაქტორს, რომელიც უზრუნველყოფს საგადასამხდელო ბალანსის ზრდას; სხვადასხვა დარგის დივერსიფიკაციისა და განვითარების მძლავრ სტიმულს (ჩნდებიან ტურიზმის სფეროს მომსახურე დაწესებულებები და ცალკეული დარგები).

საქართველოს ტურიზმის განვითარების დიდი პოტენციალი გააჩნია. ბოლო წლების განმავლობაში საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა საქართველოში

სწრაფი ტემპით იზრდებოდა. 2011 წელს, უცხოელ მოგზაურთა რიცხვმა 2 822 363 შეადგინა, რაც 39 %-ით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. ახლახან განახლებული ინფორმაციით 2012 წელს უცხოელ უცხოელ მოგზაურთა რაოდენობა 56 %-ით გაიზარდა და 4 389 256-ს მიაღწია (ნახაზი 1.1.1) (საქართველოს 2012ა:5) (დანართი: 2; 3; 4).



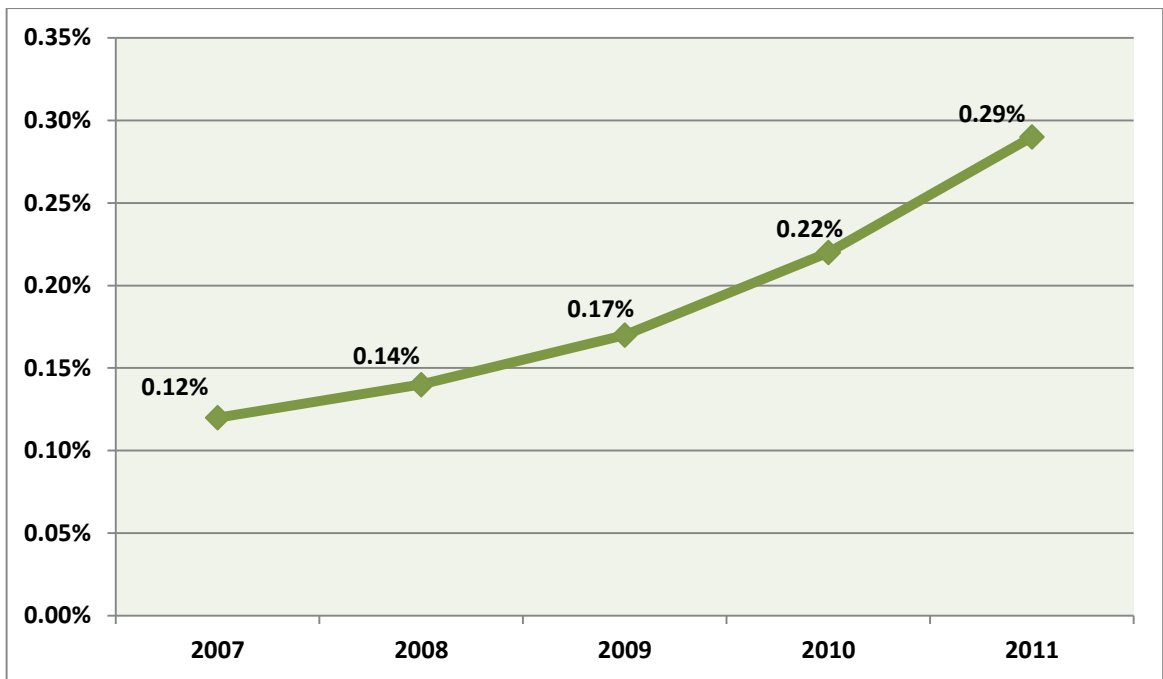
წყარო: შსს -საქართველოს სასაზღვრო პოლიცია.

ნახაზი 1.1.1. საქართველოს სახელმწიფო საზღვარზე ჩამოსული უცხოეთის მოქალაქეების რაოდენობა წლების მიხედვით.

აღსანიშნავია, რომ საქართველოში ტურიზმის ზრდა გაცილებით სწრაფი ტემპით მიმდინარეობს ვიდრე მსოფლიო ტურიზმისა. ეს ტენდენცია აისახა მსოფლიო ვიზიტორების რაოდენობაში საქართველოს უცხოელი მოგზაურების წილში, რომელიც 2007 წლიდან 2011 წლამდე 0.12%-დან 0.29%-მდე გაიზარდა (ნახაზი 1.1.2) (საქართველოს 2012ა:5).

მსოფლიოსა და საქართველოს ზრდის ტემპების შედარება აჩვენებს, რომ უკანასკნელ ხუთ წელიწადში მოგზაურების რაოდენობა საქართველოში გაცილებით უფრო სწრაფი ტემპით მიმდინარეობდა, ვიდრე მსოფლიოში. 2008 წელს, მსოფლიო ფინანსური კრიზისის დროს, როცა მსოფლიო საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა



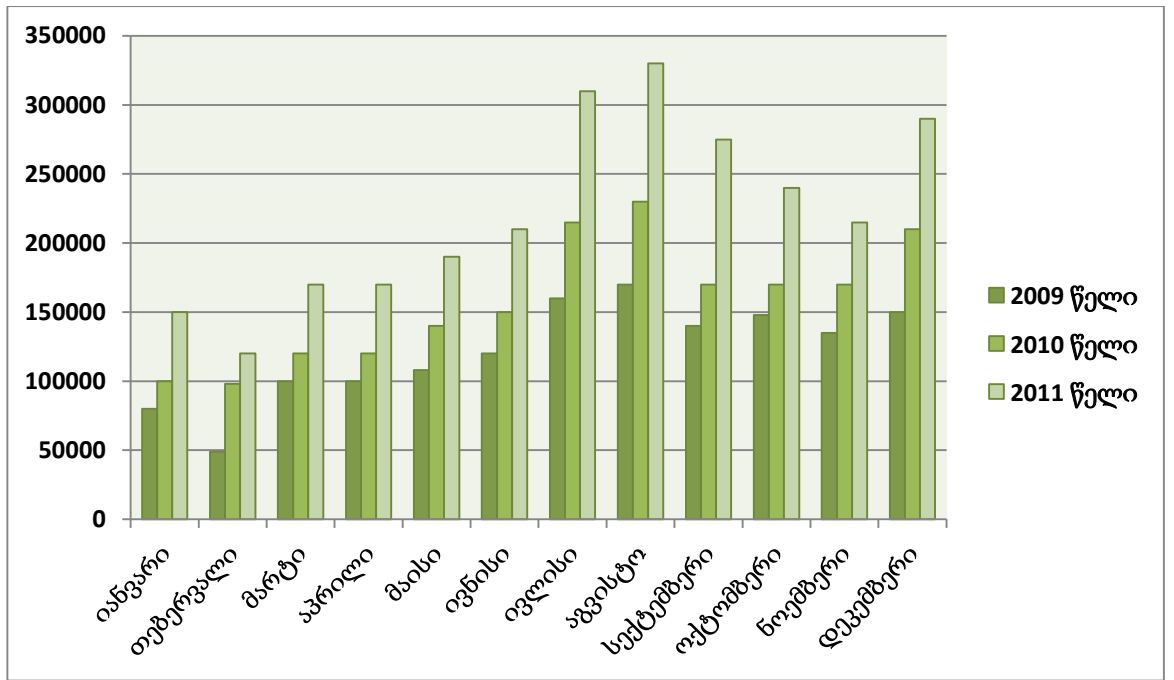


წყარო: შინაგან საქმეთა სამინისტროს მონაცემები.

ნახაზი 1.1.2. საქართველოს წილი საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობაში.

4%-ით დაეცა, საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა საქართველოში 16%-ით გაიზარდა. გარდა ამისა, 2011 წელს, საქართველოში ზრდის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი (39%) დაფიქსირდა მზარდ ტურისტულ ადგილებს შორის. უკანასკნელი სამი წლის სტატისტიკა აჩვენებს, რომ საერთაშორისო ვიზიტორების უდიდესი წილი ივლისსა და აგვისტოზე მოდის (ნახაზი 1.1.3) (საქართველოს 2012ა:6-7).

როგორც ვხედავთ, საკმაოდ მზარდია საქართველოში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა, ცხადია, მათი ვიზიტი ნიშნავს ქვეყანაში მეტი უცხოური ვალუტის შემოდინებას, ქვეყნის სხვადასხვა ბაზარზე არსებული მოთხოვნების გაზრდას, მეტი პროდუქტის და მომსახურების რეალიზებას. აქვე ისიც უნდა აღვნიშნოთ, რომ ტურისტების რაოდენობის მომატებას უნდა მოჰყვეს ეროვნული პროდუქტების და მომსახურების წარმოების გაზრდაც, რათა შესაძლო დეფიციტის აღმოფხვრა არ მოხდეს იმპორტირებული პროდუქტებით, რადგანაც ეს ვერაფერ დიდ სარგებელს ვერ მოუტანს ქვეყნის ეკონომიკას (შანიძე 2012:110).



წყარო: შინაგან საქმეთა სამინისტროს მონაცემები.

ნახაზი 1.1.3. საქართველო: საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა თვეების მიხედვით.

საქართველოში ტურიზმის განვითარების დადებით ფაქტორად შეიძლება მოვიხაროთ ტუროპერატორებისა და ტურაგენტების ისეთ გაერთიანებათა ზრდას, როგორებიცაა: საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია (GTA) და საქართველოს შემომყვან ტუროპერატორთა ასოციაცია (GITOA), რომელიც 2007 წლის ივნისში ჩამოყალიბდა და რომლის წევრებიც არიან საქართველოს წამყვანი ტუროპერატორები: (Caucasus Travel; Concord Travel; Exotour; Explore Georgia; GeorgiCa Travel; Georgian Discovery Tours; Omnestour; Visit Georgia და სხვა). (საქართველოს 2012ბ:)

საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია (GTA) დაარსდა 2006 წელს. რიგი წარმოადგენს კერძო ტურისტული კომპანიების, სასტუმროების და საოჯახო სასტუმროების ორგანიზაციას, რომელთა მიზანია ტურიზმის სფეროში ისეთი მნიშვნელოვანი ასპექტების განვითარება, როგორიცაა:

- საქართველოში ტურისტულ კომპანიებს შორის წარმატებული თანამშრომლობა;
- კერძო და სახელმწიფო სექტორებს შორის თანამშრომლობა;
- ხარისხის მართვა ტურიზმის სექტორში;

- ტურისტული ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა;
- ტურიზმის მდგრადი განვითარება საქართველოში.

ასოციაციის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია გასვლითი, ადგილობრივი და შემოსვლითი ტურიზმი, საგანმანათლებლო სემინარები და ტრენინგები, პროფესიონალი გიდების მომზადება. GTA ხელს უწყობს სასტუმროების საერთაშორისო დაჯავშნის სისტემაში ჩართვას, ტურისტული ინფორმაციის გავრცელებას, ლობირებას (საქართველოს 2013:).

საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია ახორციელებს სხვადასხვა პროექტებს, რომლებიც ხელს უწყობენ ტურიზმის განვითარებას საქართველოში. ამ პროექტებში GTA მჭიდროდ თანამშრომლობს საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტთან, დაცული ტერიტორიების სააგენტოსთან, საერთაშორისო დონორ ორგანიზაციებთან (EPF: USAID/SME; GTZ; SDC), ადგილობრივ პარტნიორებთან (Elkana, GeoLand) და ასოციაციის ასოცირებულ და წევრ კომპანიებთან (საქართველოს 2013:)

დეტალურად განვიხილოთ ტურიზმის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში, რომელსაც შეუძლია კონკურენცია გაუწიოს მსოფლიოს ბევრ სახელმწიფოს.

მართალია, ქართული ტურიზმი განიცდის რიგ სიძნელეებს, მაგრამ მისი აღიარება და განვითარების აუცილებლობა შეიძლება შემდგარ ფაქტად ჩაითვალოს. ამავე დროს, თანამედროვე ტურიზმის ბიზნესი მოითხოვს ენერჯიული, შემოქმედებითად აქტიური, ძლიერი პიროვნებების მოზიდვას, აღზრდას და მათ სათანადო ცოდნით აღჭურვას (გოგელია 2010:37).

ნებისმიერი დარგის განვითარებისათვის განათლება და მეცნიერება უდიდეს როლს ასრულებს. ტურისტული დანიშნულების ადგილები იზიდავს ვიზიტორებს თავისი ბუნებრივი თუ კულტურული ატრაქციონებით, რაც უდავოდ შეადგენს მათი მოგზაურობის ძირითად მიზანს. მაგრამ ვიზიტორის მოგზაურობას კომფორტულს და უფრო უსაფრთხოს ხდიან ტურიზმის ინდუსტრიაში დასაქმებული ადამიანები.

ამავე დროს, მრავალფეროვანი სამეცნიერო კვლევები ტურიზმსა და მასთან დაკავშირებულ ეკოლოგიურ, სამედიცინო, ისტორიულ, ეთნოგრაფიულ და მრავალ სხვა სფეროში სახელმწიფო დაწესებულებების, უნივერსიტეტების, არასამთავრობო

ორგანიზაციების, სამეცნიერო კვლევითი ინსტიტუტების, მარკეტინგული ორგანიზაციების ფარგლებში ახალი ტექნოლოგიების დანერგვისა და ახალი ტურისტული პროდუქტების შემუშავების საშუალებას იძლევა (ჩაგანავა 2012:255).

ტურიზმის განვითარების ღონისძიებების რეალიზაციისათვის საჭიროა კადრების მომზადების თანამედროვე სისტემის შექმნა. მომავალში ტურიზმისათვის კადრების მომზადება და განათლება დაიკავებს მნიშვნელოვან ადგილს, რადგან ტურიზმი არის და ხდება უფრო მეტად ტექნოლოგიური, ძალზე კონტაქტური სფერო, რომელშიც კადრები უნდა იყოს განათლებული, კომუნიკაბელური, პროფესიულად მომზადებული (გოგელია 2010:37).

კადრების მომზადება ეს ყოველთვის საკმაოდ რთული და წინააღმდეგობებით სავსე პროცესია, მიუხედავად იმისა რომ ეს არის ახალი სფერო, რომელსაც არ ჰყოფნის სამეცნიერო საფუძვლები და პრაქტიკული ჩვევები. ამასთან აუცილებელია სწავლების დროს შევუქმნათ წარმოდგენა იმაზე, თუ რას წარმოადგენს ტურიზმის მოცემული სახეობა, როგორ უნდა მოხდეს მათი სწორად ორგანიზება, მისი რომელი მიმართულებებია პერსპექტიული, როგორ იმოქმედებს ეკოტურიზმი რეგიონის ეკონომიკურ და კულტურულ განვითარებაზე, ტერიტორიის ეკოლოგიურ მდგომარეობაზე და სხვა (Бизюкова 2010:212).

საქართველოში ტურიზმის განვითარების საერთო ეკონომიკური მიზანი არის ტურიზმის სექტორიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა, რაც ხელს შეუწყობს ქვეყნის მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლებას, მათი დასაქმებისა და შემოსავლების ზრდის მეშვეობით. ამ მიზნის მიღწევა შესაძლებელია მხოლოდ ტურისტების რიგხოვნობისა და მათ მიერ საქართველოს ტერიტორიაზე გაწეული დანახარჯების მნიშვნელოვანი ზრდით.

საერთაშორისო ტურიზმი, საერთაშორისო სავაჭრო სისტემის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს, რადგანაც ტურისტული მომსახურეობის გაცვლით ორივე ქვეყანა სარგებლობს და მრავალი ქვეყნის ექსპორტსა და იმპორტზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს. ტურისტი სხვა ქვეყანაში ანუ მიმღებ ქვეყანაში თავისებურ ექსპორტს წარმოადგენს, რამეთუ სარგებლობს ყველა სახის მომსახურებით: კვება, გადაადგილება, სამედიცინო დახმარება და ა.შ. საერთაშორისო ტურიზმი ხელს უწყობს ეკონომი-

მიკის სფეროში საქონლისა და მომსახურეობის ნაკადის აქტიურ მოძრაობას (ყამარაული 2002:378-379).

ტურიზმი ქვეყნის ეკონომიკის ზრდის, სხვა დარგების (ტრანსპორტი, სოფლის მეურნეობა, მშენებლობა და ა.შ) განვითარების და ბიუჯეტის შემოსავლების გადიდების შესაძლებლობას იძლევა, ამიტომ სახელმწიფოები მის სტიმულირებას სხვადასხვა ღონისძიებებით ახორციელებენ. ერთ-ერთი მათგანია ტურიზმის თავისუფალი ეკონომიკური ზონების შექმნა, რომელთა ფუნქციონირების ზონებში შედის: ადგილობრივი და უცხოური კაპიტალის მოზიდვა, სავალუტო შემოსავლებისა და ქვეყნის მშპ-ში ტურიზმის წილის გადიდება, საგადასახდლო ბალანსის გაუმჯობესება, მოსახლეობის დონის ამაღლება და სხვა (ყორდანაშვილი 2011:256).

ტურიზმის თავისუფალი ეკონომიკური ზონები მსოფლიო პრაქტიკაში საკმაოდ გავრცელებული მოვლენაა. ისინი ძირითადად უცხოელ ტურისტებზეა (მეზობელ სახელმწიფოებზე) ორიენტირებული, ამიტომ მათი ინფრასტრუქტურა ჩვეულებრივ უფრო მაღალ დონესა და სტანდარტებს უნდა აკმაყოფილებდეს. მსოფლიო გამოცდილების გათვალისწინებით საქართველოში დაიწყო ქობულეთისა და ანაკლია-ზუგდიდის თავისუფალი ტურისტული ზონების შექმნა. მსგავსი ზონების ჩამოყალიბება საქართველოს სხვა რეგიონებშიც (სიღნაღი, დმანისი, ყაზბეგი და სხვა) იგეგმება. მათი ამოქმედებით საქართველოს ტურიზმის სფერო ახალ განზომილებას მიიღებს და როგორც ეკონომიკური ინტეგრაციის მარტივი ფორმა, მეზობელ სახელმწიფოებთან თანამშრომლობას განამტკიცებს. შესაბამისად, მეზობლობის ფაქტორის როლი საქართველოს ტურიზმის განვითარებაში კიდევ უფრო გაძლიერდება (ყორდანაშვილი 2011:256).

ტურიზმში, ისევე როგორც ეკონომიკის სხვა სფეროშიც ძლიერდება წარმოებისა და კაპიტალის კონცენტრაციის პროცესი. წარმოების კონცენტრაციის ერთ-ერთი ფორმაა მისი დივერსიფიკაცია, ე.ი. საწარმოს საქმიანობის სფეროს გაფართოება სხვა სახის ბიზნესის ხარჯზე. ამიტომ, მეტად აქტუალურია საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობის სფეროში ავიაკომპანიებისა და ტურისტული ფირმების კოოპერაციის შესაძლებლობის შესწავლა.

ტურიზმის ბიზნესში შესაძლებელია წარმოების სამი სტრატეგიის გამოყოფა:

- ჰორიზონტალური ინტეგრაცია, რომელიც მოიცავს ერთ საწარმოში ტურისტული საქმიანობის სხვადასხვა მიმართულებას;
- სატრანსპორტო ან სხვა კომპანიებთან ინტეგრაციას;
- ვერტიკალური ინტეგრაცია, ავიაკომპანიით დაწყებული ტურპროდუქტის შექმნით დაწყებული და დამთავრებული მისი რეალიზაციით, სასტუმროებითა და მომსახურებით (ბერიძე... 2001:246).

საერთაშორისო ტურიზმში მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს სასტუმროების მეურნეობის განვითარებას, ტურისტების ნაკადი უშუალოდ უკავშირდება ტურიზმის ინდუსტრიის ამ სექტორის სიდიდესა და ხარისხს.

საქართველოში უნდა განვითარდეს ისეთი სასტუმრო ინდუსტრია, რომელიც უპასუხებს საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამის ნორმებს. ამისათვის, პირველ რიგში, საჭიროა ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების ერთიანი სახელმწიფო პროგრამის შემუშავება და ინვესტიციების მოზიდვა. ამ მხრივ საინტერესოა თურქეთის რესპუბლიკის გამოცდილება, სადაც ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ერთიანი სახელმწიფო პროგრამის საფუძველზე შესაძლებელი გახდა მოკლე დროში ხმელთაშუა ზღვის სანაპიროზე აშენებულიყო ტურისტული სასტუმროების თანამედროვე ქსელი, შესაბამისი ინფრასტრუქტურით (გოგელია 2010:40-41).

ტურიზმი საქართველოში ეროვნული ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებადაა აღიარებული და ეს შემთხვევით არ არის, მისი საფუძველი დარგის უაღრესად დიდი საექსპორტო ტევადობაა. საქართველოს ბაზარი მოცულობით მცირეა და შესაბამისად, წარმოების მაღალი ტემპებით განვითარებისათვის შიდა ბაზარი საკმარისი არ არის. გარე ბაზარი კი საქართველოს სამრეწველო პროდუქციისათვის ჯერ-ჯერობით ძნელად ასათვისებელია. ამიტომ, შიდა ბაზრის გაფართოება და ექსპორტი ერთ-ერთი პირველი რიგის მაკროეკონომიკური პრობლემაა. ტურიზმს, სხვა დარგებთან შედარებით, ამ პრობლემის გადაჭრის უფრო მეტი შესაძლებლობა გააჩნია. აქედან გამომდინარე აუცილებელია ქვეყნის ეკონომიკაში ტურიზმისა და კურორტების დარგის რეალური ადგილისა და როლის განსაზღვრა (გოგელია 2010:41).

ტურისტული პროდუქტის სრულყოფისათვის მნიშვნელოვანია ტურიზმში საგზაო, საჰაერო და საზღვაო ტრანსპორტით მომსახურების რაციონალიზაცია (დანართი: 5;6). ქვეყანაში ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი ძირითადი პირობაა საჰაერო ტრანსპორტით მომსახურების ტარიფების შემცირების აქტიური პოლიტიკის გატარება (გოგელია 2010:41). სატრანსპორტო საშუალებების მისაწვდომობა, ფასისა და დროის თვალსაზრისით არის ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორი, რომელიც ამ ეტაპზე მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს ამა თუ იმ მიმართულებიდან ტურისტთა ნაკადის ზრდას.

საქართველოში, ტურიზმის განვითარების პერსპექტივებზე საუბრისას, საჭიროა განვიხილოთ შემდეგი საკითხები:

- არსებობს თუ არა ამ ტერიტორიაზე ტურიზმის განვითარებისათვის საჭირო რესურსები;
- არსებობს თუ არა შესაბამისი ტურისტული ბაზარი, რომელზეც შეიძლება გავლა;
- ეკონომიკური განვითარების მიზნების მისაღწევად ესაჭიროება თუ არა ტერიტორიას ტურიზმის განვითარება;
- არის თუ არა საკმარისი ადამიანური რესურსები ტურიზმის განვითარებისათვის, დამატებითი ადამიანური რესურსების შემოყვანის გარეშე;
- გამართლებულია თუ არა დანახარჯები სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე;
- შესაძლებელია თუ არა კონკურენტების გამოჩენა არსებული ან შესაძლო ტურისტული პროექტებიდან მეზობელ რეგიონებში (გოგელია 2010:42).

ჩნდება კითხვა: არის თუ არა არსებული რეზერვების გამოყენების შესაძლებლობა? ჩემი აზრით, ქვეყნის თითქმის ყველა რეგიონში არსებობს საკმარისი რესურსი, რომელიც ხელს უწყობს მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებას და ქვეყნის ეკონომიკური პოტენციალის გაძლიერებას. ამას ცხადყოფს ცალკეული ქვეყნების პრაქტიკა, განვითარებული საბაზრო ეკონომიკით, სადაც მცირე და საშუალო საწარმოების წილად მოდის ეროვნული ეკონომიკის ყველა საწარმოს 90-95%. ჩვენთან ეს წილი დაბალია. მცირე და საშუალო ბიზნესის ხელშეწყობა არა მხოლოდ ეკონომიკური, არამედ სოციალური პრობლემაცაა. სწორედ საშუალო ფენა უნდა გახდეს ეკონო-

მიკური და სოციალური პრობლემების გადაწყვეტის მექანიზმი თითქმის ყველა დარგში, მით უმეტეს ისეთებში, რომლებიც მჭიდრო კავშირშია ტურიზმთან, ტურისტულ ინდუსტრიასთან, ტურისტულ ბიზნესთან. საქართველოში მოიძებნება შესაძლებლობები, რათა შეიქმნას და განვითარდეს მცირე და საშუალო საწარმოები, კვების პროდუქტების გადამამამუშავებელი ობიექტები, ნადირობის და თევზჭერის მეურნეობები და ა.შ.

შეიძლება დაბეჯითებით ვამტკიცოთ, რომ საქართველოში გასვლითი ტურიზმი დამატებით სტიმულირებას არ საჭიროებს. ჩვენი დაინტერესებულნი არიან ჩვენი ტურისტების მომლოდინე ქვეყნები, ასევე რომელიმე ამ ქვეყნის (ან ქვეყნების) მონახულების მსურველი ტურისტები.

განსხვავებული მდგომარეობაა შემოსვლით ტურიზმთან დაკავშირებით, უნდა მოხდეს მათი წახალისება იმ უბრალო მიზეზის გამო, რომ ის არის ძალიან მომგებიანი. საქართველოში განვითარების სტადიაში მყოფი შემოსვლითი და გასვლითი ტურიზმის ბიზნესი, სტიმულს აძლევს არა მხოლოდ ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას, არამედ სხვა მომსახურების დარგებსაც. ტურიზმის ბიზნესი წარმოადგენს სამუშაო ადგილების ზრდის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან სტიმულატორს. ამასთან მხედველობაში უნდა ვიქონიოთ ორი სოციალურ-ეკონომიკური მოვლენა:

- დროის მონაკვეთი, რომელიც საჭირო იქნება ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდისათვის და ტურიზმის ბიზნესში ახალი სამუშაო ადგილების შექმნისათვის (Гуляев 1996:9).
- ერთი უცხოელი ტურისტის მომსახურებისთვის საჭიროა 10-12 ადამიანი.

თუ მოვიზიდავთ პოტენციური ტურისტების გარკვეულ ნაწილს, ეს ნიშნავს მაღალ მოგებასა და შემოსავლებს ჩვენი დანიშნულების ადგილებისათვის. ამისთვის კი საჭიროა არა მხოლოდ ახალი სასტუმროების მშენებლობა, არამედ ჩვენი შესაძლებლობების კარგი რეკლამირება და ტურისტული მომსახურების ხარისხის ამაღლება.

თუმცა, არასწორია ის დასკვნა, რომ გასვლითი ტურიზმი წამგებიანია ქვეყნისთვის. ჩვენი ტურისტული საქმიანობის განვითარება საზღვარგარეთ აუცილებელია, პირველ რიგში - რაც უფრო შორს წავალთ, მით უფრო უკეთესი იქნება, რადგან განვითარდება შემოსვლითი და შიდა ტურიზმი, მეორე - აუცილებელია ჩვენმა ტურისტ-



ტებმა ყურადღება მიაქციონ არა მარტო ორგანიზაციულ-ეკონომიკურ ასპექტებს, არამედ საერთაშორისო ტურიზმის სოციალურ მხარესაც. მესამე - აუცილებელია საქართველოს მოქალაქეების საზღვარგარეთ მოგზაურობის მისწრაფების გათვალისწინება.

ეკონომიკისა და პოლიტიკის სტაბილიზაციის შემთხვევაში მოსალოდნელია შემოსვლითი ტურიზმის მოცულობის ზრდა, ამის მისაღწევად საქართველოში გარკვეული ცვლილებებია განსახორციელებელი:

1. ფუნდამენტური ცვლილებები გაწეულ მომსახურებაში (ყოფითი კომფორტი, ტურპროგრამების სახეთა მრავალფეროვნება, ტურის სწრაფი შეცვლა, სპონტანური მეცადინეობის შესაძლებლობა);
2. ცვლილებები მომსახურების შეთავაზებაში;
3. ცვლილებები ფასწარმოქმნაში.

შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში ორგანიზაციულ-ეკონომიკური პრობლემები შეიძლება დავეყოს ორ ძირითად ჯგუფად: პირველი - ქართული საზოგადოების შემოსავლების ზრდით, გასვლითი ტურიზმის რაოდენობა გაიზრდება, რაც შესაბამისად გაზრდის ქართველი მომხმარებლების მოთხოვნას ტურისტული მომსახურების ხარისხზე. მეორე - შემოსვლითი ტურიზმი წარმოადგენს სავალუტო შემოსავლების მნიშვნელოვან წყაროს. თუ შემცირდება შემოსვლითი ტურისტების რაოდენობა, ადგილობრივი ფირმები დაიწყებენ იმის გარკვევას, თუ რა არ მოსწონთ უცხოელ ტურისტებს, შესაბამისად შეეცდებიან საკუთარი ხარვეზების აღმოფხვრას.

შემოსვლითი და გასვლითი ტურიზმის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების განხილვის შედეგად შეიძლება დავასკვნათ: პირველ რიგში აუცილებელია სამუშაოების მკვეთრი გაუმჯობესება უცხოელი ტურისტების მოსაზიდად. მეორე - მნიშვნელოვნად გაიზარდოს შემოსავლები ტურიზმიდან და დასაქმდეს შრომისუნარიანი მოსახლეობა. ტურიზმის ინდუსტრიაში მსოფლიოში დაახლოებით 235 მლნ ადამიანია დასაქმებული, რაც დასაქმებულთა 8%-ს შეადგენს. გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის შეფასებით, საქართველო უცხოელი ტურისტების ზრდის ტემპით გამორჩეული ქვეყანაა, ტურისტული ნაკადის ასეთი მკვეთრი ზრდა ინფრასტრუქტურისა და მომსახურების სფეროს სწრაფ განვითარებას იწვევს, რაც ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას შეუწყობს ხელს. 2011 წლის აგვისტოს

მონაცემებით, საქართველოს ტურიზმის სექტორში 60 982 ადამიანი იყო დასაქმებული, ანუ ყოველი 75 ადამიანიდან ერთი დაკავებულია ტურისტული საქმიანობით (ახალი 2012:).

**ყოველივე ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე, შეიძლება აღინიშნოს, რომ:**

1. „ტურიზმის“ სწორი დეფინიცია მნიშვნელოვანია აღნიშნული სფეროს ორგანიზაციული და ეკონომიკური საკითხების მოგვარებისა და რეგულირებისათვის;
2. ბოლო პერიოდში ტურიზმი გლობალური მნიშვნელობის დარგი გახდა, რასაც მოწმობს როგორც საერთაშორისო, ისე ქვეყნების სტატისტიკური მაჩვენებლები;
3. ეკონომიკური ზრდა, სოციალური პროგრესი, სატრანსპორტო საშუალებების სრულყოფა, დასაქმებულთა თავისუფალი დროის გადიდება, სახელმწიფოთა შორის ეკონომიკური და კულტურული ურთიერთობების გაძლიერება, ტექნოლოგიური პროგრესი ტელეკომუნიკაციების სფეროში, სასაზღვრო რეჟიმის შერბილება ხელს უწყობს ტურიზმის ეკონომიკური როლის ზრდას საერთაშორისო დონეზე;
4. ტურიზმი ქმნის ორგანიზაციულ-ეკონომიკურ პირობებს ქვეყნაში სხვადასხვა დარგის განვითარებისათვის;
5. ტურიზმის ასოციაციები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ დარგის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური პრობლემების გადაჭრაში;
6. ტურიზმის განათლების სისტემის ჩამოყალიბება, სოციალურ-კულტურული და ეკოლოგიური ფაქტორების გავლენის გაცნობიერება, შემოსვლითი ტურიზმის სტიმულირება, განთავსების საშუალებათა მაღალი სტანდარტების უზრუნველყოფა, სატრანსპორტო საშუალებათა სერვისის რაციონალიზაცია, ტურისტული რესურსების გამოყენების ოპტიმალურობა - ესაა ის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური პრობლემები, რომლებიც ტურიზმის დარგის განვითარების პროცესში უნდა გადაიჭრას.

## 1.2. თანამედროვე დემოგრაფიული ტენდენციების

### გავლენა ტურიზმზე

გარდამავალ პერიოდში დაწყებულმა საქართველოს ეკონომიკის რეფორმირების პროცესებმა სოციალურ-დემოგრაფიული გარემოს მნიშვნელოვანი გაუარესება და ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაზე უარყოფითი ზეგავლენის მოხდენა გამოიწვია.

ეკონომიკურ დონეზე ეს გაუარესება ხასიათდებოდა ისეთი უარყოფითი მოვლენებით, როგორებიცაა: გადაუხდელობის მასშტაბების ზრდა და შრომის ანაზღაურების მკვეთრი დიფერენციაცია.

საოჯახო მეურნეობების ეკონომიკური პრობლემები მოსახლეობის ცხოვრების დონის მკვეთრ შემცირებას ასახავენ, რაც არა მხოლოდ მოსახლეობის ეკონომიკური შესაძლებლობებით, არამედ სხვა უსიამოვნო მოვლენების განვითარებითა განპირობებული, კერძოდ: შობადობის შემცირება, შრომისუნარიანობის ასაკის შემცირება, საპენსიო ასაკის მოსახლეობის რაოდენობის გაზრდა, ზეწოლა ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის ჯგუფების წარმომადგენლებზე.

ქვემოთ წარმოდგენილი ცხრილი 1.2.1 ნათლად ასახავს ამ დინამიკას, - სახეზეა ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის ოდენობის შემცირება.

#### ცხრილი 1.2.1

#### ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობა 2007-2011წლებში

	2007	2008	2009	2010	2011	2007-2011
ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობა (სამუშაო ძალა), ათასი კაცი	1965.3	1917.8	1991.8	1944.9	1959.3	-6.0
დასაქმებული (ათასი კაცი)	1704.3	1601.9	1656.1	1628.1	1664.2	-40.1
უმუშევარი (ათასი კაცი)	261.0	315.8	335.6	316.9	295.1	+34.1
უმუშევრობის დონე (პროცენტებში)	13.3	16.5	16.9	16.3	15.1	+1.8

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2012.

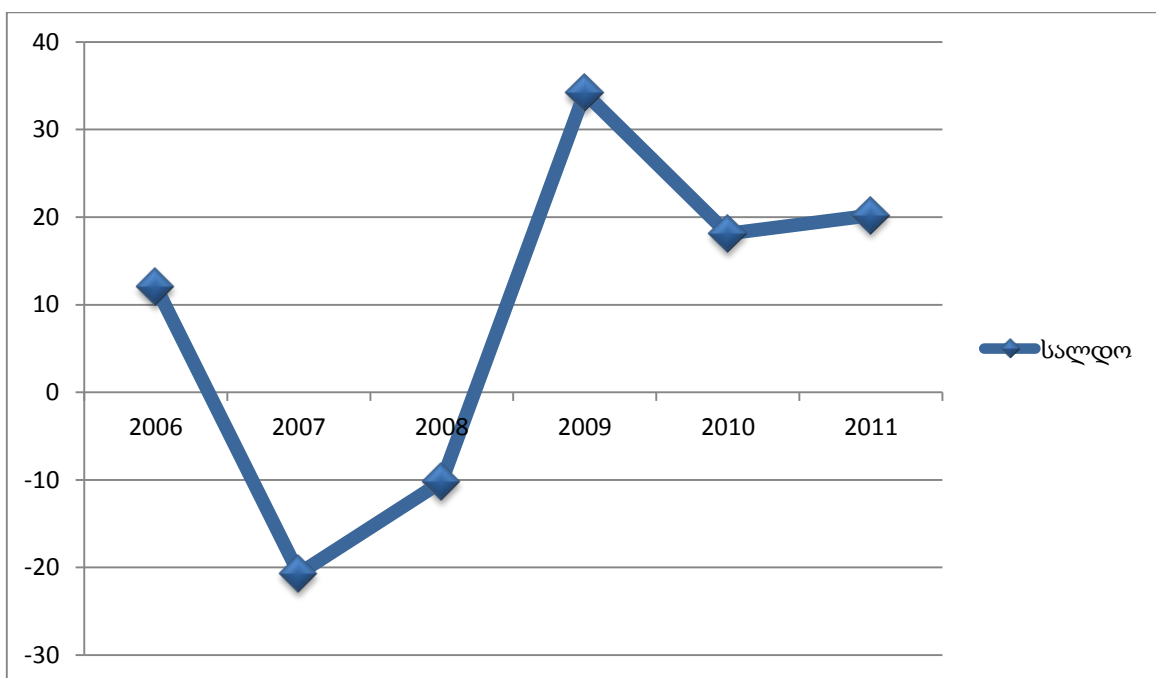
საქართველოში დემოგრაფიული სიტუაციის მოდიფიკაციის არსებული ტენდენციები მოითხოვენ აუცილებელ ჩარევასა და სასწრაფო ზომების მიღებას, რომლებიც მიმართული იქნებიან არა მარტო ტურიზმის ინდუსტრიის სისტემის განმტკიცებისაკენ, არამედ რეგიონის გარემო პირობების ხარისხისა და ამ პრობლემების თანამდევი პრაგმატული ამოცანების გადაწყვეტისაკენ. ეს უკანასკნელი უკავშირდება სამკურნალო-პროფილაქტიკური და სპორტულ-გამაჯანსაღებელი ღონისძიებების გატარებას ქვეყნის სანატორიულ-საკურორტო ზონებში. უნდა აღდგეს ხელოვნურად შეწყვეტილი სამედიცინო-გამაჯანსაღებელი ტექნოლოგიების ერთიანობა და უნდა შეიქმნას დასასვენებელი კომპლექსის მართვის ერთიანი სისტემა.

ამჟამად საქართველოში ყალიბდება მოსახლეობის გაჯანსაღების კომპლექსური სისტემა, რომელმაც უნდა მოიცვას:

- ტერიტორიების ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესება, იმ სახსრების გამოყენებით, რომლებიც მიმართულნი იქნებიან სამრეწველო წარმოების ეკოლოგიზაციისაკენ;
- მოსახლეობის კეთილდღეობის ღონის ამაღლება შრომის ანაზღაურების ამაღლების ხარჯზე და პენსიონერებისა და ბევრი სხვა ნაკლებად უზრუნველყოფილი ჯგუფების სოციალური უზრუნველყოფა;
- ჯანდაცვის სისტემის სრულყოფა და პროფილაქტიკური ღონისძიებების გატარება გამოვლენილი დაავადებების წინააღმდეგ;
- საკურორტო-გამაჯანსაღებელი, ტურისტული და სპორტული ორგანიზაციების სოციალური გარანტიებისა და სოციალური დაცვის ერთიან სისტემაში ჩართვა;
- რეგიონული სტრუქტურების გაძლიერება. ჯანდაცვის განვითარების და სპორტულ-გამაჯანსაღებელი ღონისძიებების ჩატარება ტურიზმის ეგიდით.

სოციალური გაგებით შეიძლება აღმოვაჩინოთ პირდაპირი კავშირი მოსახლეობასა და მათი ჯანმრთელობის შენარჩუნების პირობებს შორის. როგორც ვხედავთ, აქ აუცილებლად გავდივართ ტურიზმის განვითარების აუცილებლობაზე, როგორც საქმიანობის განსაკუთრებულ სფეროზე, რომელსაც შეუძლია ხელი შეუწყოს ჯანმრთელობის დაცვასა და სხვა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტას.

საწყის ეტაპზე შეიძლება არც კი არსებობდეს პირდაპირი კავშირი ტურიზმის განვითარებასა და ახალი ადგილების ათვისებას შორის. თუმცა, თუ დავეყრდნობით ადამიანთა კანონიერ უფლებას დასვენებასა და ფასიან შვებულებაზე, მიგრანტები წარმოადგენენ ქვეყნის დემოგრაფიული ფონდის მუდმივ შემავსებელ ბლოკს. წინა წლებისაგან განსხვავებით, 2011 წელს ქვეყანაში დადებითი მიგრაციული ტენდენცია შეინიშნებოდა: 2009 წელს მიგრაციულმა სალდომ 34.2 ათასი, 2010 წელს 18.1 ათასი, ხოლო 2011 წელს კი 20.2 ათასი კაცი შეადგინა ნახაზი 1.2.1 (დემოგრაფიული... 2012:94).



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2012.

ნახაზი 1.2.1. გარე მიგრაციის სალდო (ათასი კაცი).

მოსახლეობის კეთილდღეობის საერთო დონის ამაღლება, მოსახლეობის ეკონომიკურად აქტიური ნაწილის შევსება სხვა ქვეყნის მიგრანტებით და სხვა ფაქტორებით, მოსახლეობის ტურიზმში მზარდი ჩართულობის მაჩვენებლად შეიძლება მივიჩნიოთ.

განხილული კონტიგენტის საქონლით და მომსახურებით უზრუნველყოფის პოზიციიდან, ნებისმიერი ჩამომსვლელი ან ქვეყნიდან გამსვლელი ჯგუფი შეიძლება განვიხილოთ ქვეყანაში რეალურად არსებული „ტურისტული მომსახურების“ (მიღების, განთავსების, კვების, დასვენების ორგანიზაციის და სხვა) მომხმარებლად. ტუ-

რიზმის განვითარების, შედარებით თვალსაჩინო მახასიათებელს, კულტურულ-გამაჯანსაღებელ და სხვა ღონისძიებებთან ერთად, მონაწილეთა რაოდენობრივი მახასიათებლებიც წარმოადგენს.

ტურიზმის პოტენციურ მონაწილეებად შეიძლება ჩაითვალოს მოსახლეობის შედარებით უზრუნველყოფილი ფენა, ე.წ. „საშუალო ფენა“. საქართველოში საშუალო ფენის ფორმირების პოტენციური ბაზა დიდია, მაგრამ მთავარ დამაბრკოლებელ ფაქტორს წარმოადგენს მოსახლეობის არც ისე მაღალი შემოსავალი, ეკონომიკური დარგებისა და რეგიონების კრიზისი. საქართველოში საშუალო კლასის ფორმირებისა და ტურისტული მომსახურების გამოყენების სფეროების გაფართოებისთვის ტურიზმი მეტად შესაფერის სფეროს წარმოადგენს. ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი ტენდენციაა ტურისტების რიცხვის ზრდაც (ხანდაზმული ადამიანების ხარჯზე).

ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნილებების გაზრდის ერთ-ერთ განმსაზღვრელ პირობას ქცევის მოტივაცია და ამ მოთხოვნების დაკმაყოფილების ხერხები წარმოადგენს.

მასლოუმ წამოაყენა მოტივაციის მეტად მარტივი თეორია, რომელიც მოიცავს მოთხოვნათა 5 ჯგუფს (Гаврильчак...2001:26), (Голубков 1995:43).

- ფიზიოლოგიური - შიმშილი, წყურვილი, დასვენება, საქმიანობა;
- უსაფრთხოება - შიშისა და მღელვარებისგან გათავისუფლება;
- სიყვარული - ურთიერთდამოკიდებულება (მისწრაფება);
- პატივისცემა - როგორც საკუთარი თავის, ასევე სხვების პატივისცემა;
- თვითრეალიზაცია.

ტურისტების ქცევის მოტივაციის შესწავლამ საფუძველი დაუდო სხვა სისტემების გამოყოფასაც. ცნობილია მოტივაციის 7 მთავარი (ძირითადი) ელემენტი (გელდენერი ...2013:239-255):

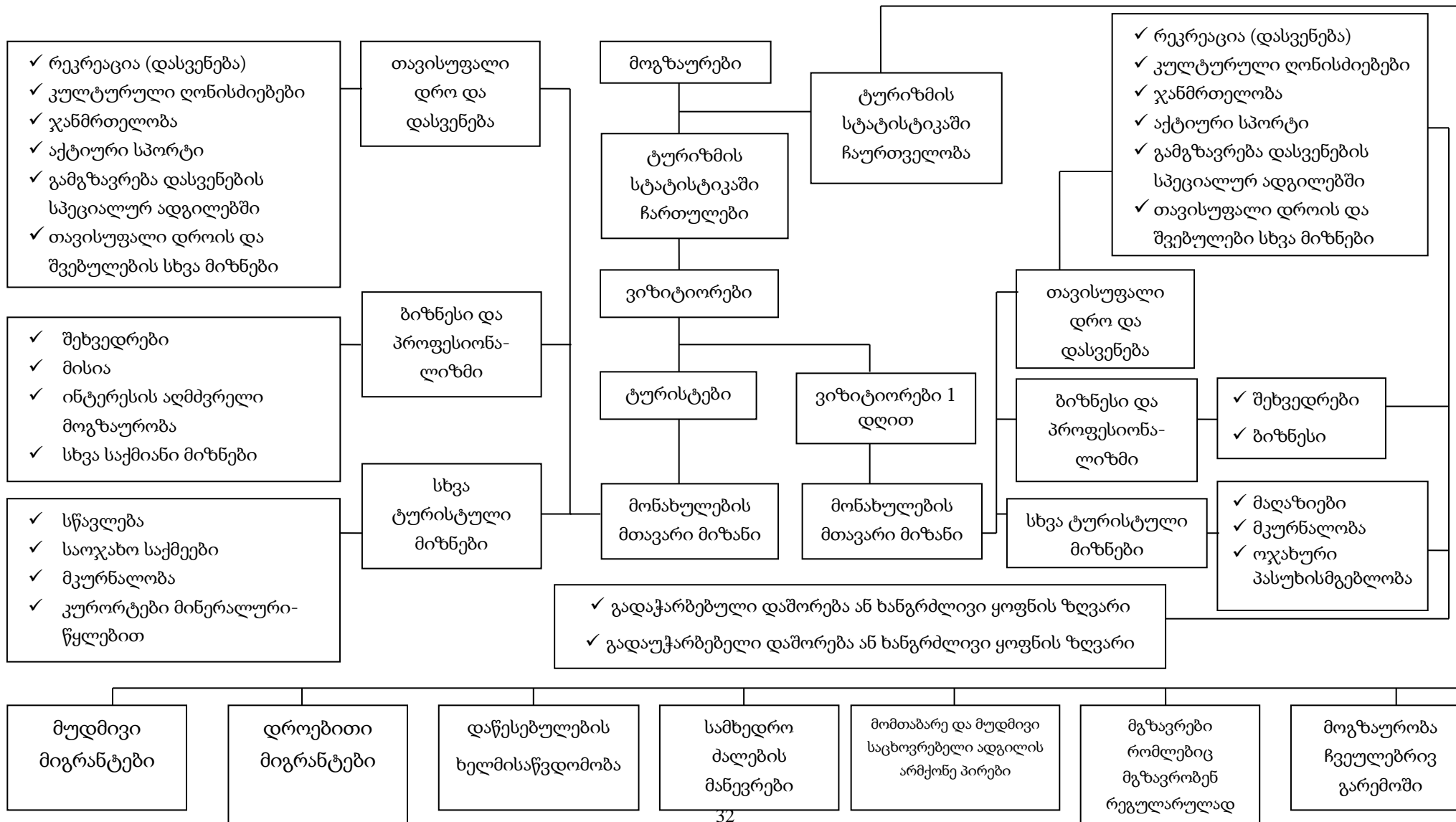
- მოგზაურობა - როგორც რეაქცია სურვილის არქონაზე. სურვილი - გამოსცადო რაღაც არაჩვეულებრივი, რომელიც განსხვავდება მისი ჩვეულებრივი გარემოსგან;
- ლტოლვა რომელიმე რეგიონისა ან ქვეყნისაკენ, როგორც რეაქცია მოგზაურობის მიმართულების მოტივაციაზე;

- მოტივაცია - როგორც ფანტაზია. მოგზაურობის შერჩევა ქმედების განხორციელების მიზნით, რომელიც ტურისტის თვალთახედვით განსხვავდება მისი ჩვეულებრივი გარემოსაგან;
- მოტივაცია, როგორც კლასიფიკაციური მიზანი - მოგზაურობის მოტივების ფართო კრებულიდან მიზნის ამორჩევა - მეგობრების, მშობლების მონახულება, დასვენება, განათლების გაღრმავება;
- მოტივირებული ტიპოლოგია - დასასვენებლად ხელსაყრელი პირობების მოძებნა. გამოვიჩინოთ ცნობისმოყვარეობა ყველაფერი ახლისა და უცნობის მიმართ;
- ტურისტის მოტივაცია და ცოდნა - მისი გაცნობიერების საიმედოობა;
- მოტივაცია, როგორც ტურისტის მიერ საკუთარი მდგომარეობის თვითგამორკვევა.

ეს შეფასებები საშუალებას იძლევა დავასკვნათ, რომ მოტივაციის სახეები და მისი შემადგენელი ნაწილები გამოიყენება პირადი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ამ პოზიციიდან ტურისტი, როგორც პიროვნება და აგენტი, წარმოგვიდგება საზარო ოპერაციების მონაწილის როლში, ინდივიდუალური კითხვარებითა და შემოთავაზებით. ინდივიდუალური მოთხოვნა ტურისტულ პროდუქტზე ბევრადაა დამოკიდებული მის ხარისხსა და ფასზე. ამ კატეგორიების უკან უკვე სხვა - რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მახასიათებლები დგანან (Романова 1996:89). ეს მახასიათებლები მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში ბიზნესტურიზმის განვითარების ძირითად პირობად რჩება (ნახაზი 1.2.2. შედგენილია ი. გავრილჩაკისა და მ. სინციპის მიხედვით):

- თავისუფალი დროის გამოყენება გამაჯანსაღებელი, დასვენებისა და კულტურული მიზნებისათვის;
- ბიზნესის განვითარებისათვის მოლაპარაკებებსა და სხვა საქმიან ურთიერთობებში მონაწილეობა;
- სანატორიულ-კურორტული მკურნალობის ჩატარება, ოჯახური და სხვადასხვა პრობლემების მოგვარება, გარემო ხარისხის გაუმჯობესების გათვალისწინებით.

მოგზაურების კლასიფიკაცია





ტურიზმის სისტემის წარმომადგენლობითი ურთიერთობები შეიძლება განვიხილოთ, როგორც „ცხოვრების სტილის რეალიზაციისა და მხარდაჭერის უნივერსალური, ეფექტური საშუალება, რომელიც აყალიბებს ხელოვნებას, სპორტს, რელიგიას“ (Запесоцкий 1999:274).

ტურისტული მოთხოვნებისა და ტურიზმის ბიზნესის შესაბამისი რეაქციის გართულებამ გამოიწვია ბაზრის გარკვეული სეგმენტაცია და ტურიზმის კომბინირებული სახეობებისა და ფორმების რაოდენობის ზრდის ხარჯზე, ტურისტული მომსახურების ახალი სახეობების წარმოშობა. მოცემული პრობლემის შესახებ ეროვნული და უცხოური პუბლიკაციების გაცნობის საფუძველზე შეიძლება გამოვეყოთ ამ სფეროში საბაზრო ურთიერთობების განვითარების შემდეგი მიმართულებები:

- მასობრივ სტანდარტული, კონვეირული ტურიზმისგან მასობრივ დიფერენბულ მომსახურებაზე გადასვლა;
- ტურიზმის განვითარების ტემპების სტაბილიზაცია და ვარდნა (შემცირება) მაღალგანვითარებულ ქვეყნებში (ტურისტული ინტენსივობა 50 %-ზე მეტია მოსახლეობის მთელ რაოდენობასთან მიმართებაში);
- სპეციალობების გაღრმავება და ტურისტული მომსახურების მიწოდების შესახებ წინადადებების დივერსიფიკაცია;
- ორგანიზებული ტურიზმის ბაზარზე კონკურენტული ბრძოლის გაძლიერება, მათ შორის სხვადასხვა ფორმების ტუროპერატორების როლში გამოსვლის ხარჯზე (ავიაკომპანიების, მსხვილი კორპორატიული სტრუქტურების და სხვა);
- ტურისტული მომსახურების ბაზრის სუბიექტების კოოპერაცია (ტურისტული კორპორაციები);
- ტუროპერატორებისა და ტურსააგენტოების ფუნქციური ურთიერთობების მოწესრიგება - საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება ტურსააგენტოებს საშუალებას აძლევს შექმნან და რეალიზება გაუკეთონ საკუთარ ტურისტულ პროდუქტებს.

**ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე შემდეგი დასკვნების გაკეთება შეიძლება:**

1. დემოგრაფიული კომპონენტი ტურიზმის დარგის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ელემენტია, რადგან იგი ზემოქმედებს ტურისტული პროდუქტის ბაზრის როგორც მოთხოვნის, ისე მიწოდების მხარეზე;
2. დემოგრაფიული პროცესები ერთი მხრივ, ემსახურებიან დარგის ადამიანური რესურსებით უზრუნველყოფის საკითხის გადაჭრას, მეორე მხრივ, თანამედროვე დემოგრაფიული ტენდენციები ცვლიან ტურისტული პროდუქტის შინაარსსა და მიმართულებას;
3. მოტივაციის სახეები და მისი შემადგენელი ნაწილები გამოიყენება პირადი მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ამ პოზიციიდან ტურისტი, როგორც პიროვნება და აგენტი, წარმოგვიდგება საბაზრო ოპერაციების მონაწილის როლში, ინდივიდუალური კითხვარებითა და შემოთავაზებით. ინდივიდუალური მოთხოვნა ტურისტულ პროდუქტზე ბევრადაა დამოკიდებული მის ხარისხსა და ფასზე;
4. თანამედროვე სამყაროში მიმდინარე დემოგრაფიული ტენდენციები აიძულებს ტურიზმის სფეროში მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს მეტი ყურადღება მიაქციონ ტურისტული პროდუქტის რეკრეაციულ-გამაჯანსაღებელ და ეკოლოგიურ ელემენტებს.

### 1.3. თავისუფალი დრო და ტურისტული დანიშნულების ადგილის ეკოლოგიური მდგომარეობა

ყოველი ადამიანისთვის, ვინც მონაწილეობს სამეწარმეო, საზოგადოებრივ ან სხვა სახის საქმიანობის მოსამზადებელ აქტიურ ან პასიურ პერიოდში, თავისუფალი დროის გაგებას განსაკუთრებული ადგილი უკავია, ადამიანის ეკონომიკურ და საზოგადოებრივ საქმიანობაში სამუშაოსაგან განსხვავებით. თავისუფალი დრო არ არის რეგლამენტირებული საზოგადოების მიერ. მისი გამოყენება დამოკიდებულია ადამიანის სურვილზე.

თავისუფალი დრო – ეს არის მოცემული საზოგადოების სოციალურ-კულტურული ღირებულებებით განსაზღვრული იმ დროის რაოდენობა, რომელიც აუცილებელია ადამიანის ინტელექტუალური, სოციალური და სხვა მოთხოვნილებების დასაკმაყოფილებლად.

თავისუფალი დრო - ეს არის სივრცე ადამიანის შესაძლებლობების გამოსავლენად. თუ სამუშაო დრო არის შემოქმედებითი სიმდიდრის არსი, მაშინ თავისუფალი დრო თვითონ არის სიმდიდრე, რომელიც გვაძლევს შესაძლებლობას ვისარგებლოთ შრომის პროდუქტებით და დავკავდეთ თავისუფალი საქმიანობით. ის გათვალისწინებულია განათლებისათვის, ინტელექტუალური განვითარებისათვის, სოციალური ფუნქციების შესასრულებლად, ფიზიკური და ინტელექტუალური ძალების თავისუფალი თამაშისათვის, მეგობრებთან ურთიერთობისათვის, და სხვა.

თავისუფალი დროის რეალიზება ხდება შემდეგი ფორმებით:

- **დასვენების ფორმა** - სხვადასხვა რეგიონში გამოიყენება სწავლისა და თვითშემეცნებისათვის, საზოგადოებრივი სამუშაოების შესასრულებლად, შემოქმედებითი სწავლისათვის, კვებისათვის, სპორტისათვის, კულტურულ-საგანმანათლებლო ღონისძიებებისათვის და ბავშვების აღზრდისათვის;
- **სადღესასწაულო დროის ფორმა** - სხვადასხვა სახის საზეიმო ღონისძიებების და საერთაშორისო ფესტივალების ჩატარება. აქვე შედის დროის გამოყენების ისეთი ფორმა, როგორცაა - „არაფრის კეთება“. ბოლო დროს თავისუფალი დროის ეს ფორმა შეიძლება დავუკავშიროთ ისეთ ფორმას, როგორცაა დასვენება ეგზოტიკურ პირობებში მსოფლიოს სხვადასხვა ტურისტულ ზონაში;

- **უმუშევრობის ფორმა** - იძულებითი უმუშევრობა, რომელიც გამოწვეულია სხვა ჭარბად დასახლებულ რეგიონში „გადასახლებით ან სამუშაო ძალის გათავისუფლებით ადრე დაკავებული თანამდებობებიდან. ეს არის სამუშაო დროის გამოყენების ყველაზე „არასასიამოვნო“ ფორმა, რომელიც გამოწვეულია სხვადასხვა სამეურნეო სტრუქტურების კონკრეტული საბაზრო პირობებით;
- **პასიური დროის ფორმა** - თავისუფალი დროის გატარება გარკვეული მიზნისკენ მისწრაფების გარეშე, გარკვეული საშუალებების არქონის გამო, პასიური მსოფმხედველობის ან ეკონომიურ და საზოგადოებრივი ურთიერთობების განვითარების მიმდინარე პროცესებისას და გარემოს სოციალურ - ეკონომიკური მდგომარეობის სხვა ფაქტორებისადმი პასიური დამოკიდებულების მიზეზით;
- **აქტიური დროის ფორმა** - მან თავისი გამოხატულება ჰპოვა ისეთ სოციალურ-ეკონომიკურ ფორმაში, როგორცაა ტურიზმი. თავისუფალი დროის ეს ნაწილი განპირობებულია თავისუფალი დროის ისეთი ფორმით, როგორცაა - შვებულება. სხვადასხვა კატეგორიის მოსახლეობისათვის ამ ფორმას აქვს შესაბამისი ღირებულებითი, რაოდენობრივი (დღეებში) და ხარისხობრივი შემადგენლობა, ამასთანავე მისთვის დამახასიათებელია ცხოვრების ციკლის აუცილებელი ნაწილის ეკონომიკურ საქმიანობასთან რაციონალური შეთანაწყობა და შრომის პროცესის პერიოდული შეწყვეტა.

შვებულების თავისუფალი დრო, სხვა კომპონენტების შენარჩუნებით, იძენს სოციალურ-ეკონომიკური კატეგორიის მქონე სპეციფიკურ მნიშვნელობას - პიროვნების მიზნობრივ ორიენტაციას, მოტივირებულად გამოიყენოს თავისუფალი დრო პირადი ინტერესების მიღწევის მიზნით.

პირადი ინტერესების მისაღწევად სუბიექტი, მოგზაურობაში მონაწილეობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღების შემდეგ (ის უკვე შეიძლება ჩაითვალოს ტურისტად) ელოდება არა მარტო ამ მიზნით გამოყოფილ პერიოდს, არამედ ახორციელებს განსაზღვრული სახის მომზადებას: აგროვებს ფულად რესურსებს, სწავლობს მოსახლურ რეგიონს, ეცნობა მის რეკრეაციულ ღირსშესანიშნაობებს, სოციალურ-ეკონომიკურ გარემოს და (ქვეყნის) სხვა თავისებურებებს.

აქედან გამომდინარე თავისუფალი დრო ასრულებს მისთვის დამახასიათებელ ფუნქციებს, ესენია:

- **ეკონომიკური** - რესურსული პოტენციალის განვითარების ფუნქცია, ძირითადი კომპონენტის - სამუშაო ძალის „გაჯანსაღებაზე“ დაყრდნობით;
- **სოციალური** - უკავშირდება ადამიანის პირველად მოთხოვნილებას, დასვენების სურვილის რეალობად გადაქცევას და პიროვნების ყოველმხრივ განვითარებას;
- **კულტურულ-აღმზრდელობითი** - (მორალურ-ეთიკური) - ანუ კულტურის საერთო დონის ამაღლება, თვალთახედვის და მეგობრული ურთიერთობების გაფართოება.

თავისუფალი დრო განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს დასვენებისა და გართობის ორგანიზებისათვის.

დასვენების კომპლექსში შედის, ისეთი მოქმედებები, როგორებიცაა: სიტუაციის შეცვლა, სტრესის მოხსნა, გამაჯანსაღებელი და ემოციური ღონისძიებების ჩატარება. დასვენების უფლება უზრუნველყოფილია სამართლებრივი ნორმებით. ადამიანის უფლებათა საყოველთაო დეკლარაციაში ეს პოსტულატი ფორმულირებულია შემდეგნაირად: „ყველა ადამიანს აქვს დასვენების, სამუშაო დღის გონივრული შეზღუდვისა და ანაზღაურებადი პერიოდული შვებულების უფლება“.

საქართველოს შრომის კოდექსში ეს უფლება განმტკიცებულია შემდეგი სახით: შრომითი ხელშეკრულებით მომუშავე ადამიანებისათვის გარანტირებულია კანონმდებლობით დადგენილი სამუშაო დღის ხანგრძლივობა, გამოსასვლელი და სადღესასწაულო დღეები, ყოველწლიური ფასიანი და უფასო შვებულება. (**საქართველოს 2010:1-20**).

ამრიგად, უფლება შრომის შესახებ, როგორც სასიცოცხლო აუცილებლობა შეთავსებულია დასვენების უფლებასთან, ისინი კი თავის მხრივ განაპირობებენ ანაზღაურებადი შვებულების უფლებას.

თავისუფალი დრო, როგორც სოციალურ-ეკონომიკური კატეგორია - არის დასვენების ორგანიზებისა და შვებულების გატარების განმსაზღვრელი ფაქტორი. ჩვენს მიერ განხილული პოზიციებიდან გამომდინარე თავისუფალი დრო წარმოადგენს პირის ფინანსური შესაძლებლობების განმსაზღვრელ ფაქტორს და უზრუნველყოფს,

ერთი მხრივ კვალიფიცირებული სამუშაო ძალის გაფართოებულ კვლავწარმოებას, ხოლო მეორე მხრივ - დასვენების უზრუნველყოფასა და მრავალი სოციალურ-ეკონომიური პრობლემების გადაჭრას.

თავისუფალი დრო გავლენას ახდეს შიდა საწარმოო ურთიერთობებზეც. მისი სწორი მენეჯმენტი აგვარებს ბევრ შიდა სოციალურ პრობლემას, რომელთა გადასაწყვეტად ორგანიზაციებს მოეთხოვებათ შემდეგი პირობების შესრულება:

- **ყოველდღიური დასვენება სამუშაო დღის ხანგრძლივობის შემცირების ხარჯზე** - დასვენების, ძილის და სოციალურ-ყოფითი პრობლემების გადაწყვეტა ოჯახის კეთილდღეობის უზრუნველყოფით (პირობითად);
- **მოკლევადიანი დასვენება** - გამომდინარე ერთკვირიანი ან ერთვიანი დასვენების რეჟიმისაგან, სამუშაო კვირის შემცირებით ან დასვენებისა და სადღესასწაულო დღეების ხარჯზე;
- **გრძელვადიანი დასვენება** - შვებულებისა და ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის შესაძლებლობები სხვა რესურსების ხარჯზე.

გრძელვადიანი დასვენების მონაწილეების კონტიგენტი შეიძლება გაიზარდოს ბავშვების და ასაკოვანი მოსახლეობის ჯგუფების ხარჯზე. თავისუფალი დროის ეფექტური გამოყენების დონე შეიძლება შეფასდეს შემდეგი რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლებით:

1. თავისუფალი დროის სიდიდე, რომელიც განსაზღვრავს დასვენების დროის შესაძლო სამოქმედო დიაპაზონს;
2. დასვენების სხვადასხვა ფორმების პოპულარობა, რომლებიც შეიძლება განისაზღვროს გამოკითხვების (ან სხვა საინფორმაციო წყაროების) საფუძველზე და გაიზომოს კონკრეტული სახის რეკრეაციით დაკავებული ადამიანების რაოდენობის, გამოკითხულთა საერთო რაოდენობასთან ფარდობით;
3. ბიუჯეტში საკვირაო დროის ხარჯვის მასშტაბებით (ყოველი ცალკეული სახის აქტივობის მიხედვით დანახარჯების მოცულობის დამოკიდებულება დროის შესაბამის საკვირაო ფონდთან);
4. ინტელექტუალურ მოღვაწეობასა და მომსახურების სფეროში დახარჯული დროის მიხედვით;

5. დასვენების აქტიური და პასიური ფორმების შეთანხმების სპეციფიკის მიხედვით;
6. კულტურული მოთხოვნების დაკმაყოფილების საზოგადოებრივ ფორმებზე თავისუფალი დროის ხარჯვის წილით და სხვა.

ზემოთ განხორციელებული ანალიზიდან შეიძლება დავასკვნათ, საერთაშორისო სამართლებრივი ნორმები, ტექნოლოგიური პროგრესი, მსოფლიო მასშტაბით შრომითი უფლებების დაცულობის ხარისხის გადიდება, ბევრ ქვეყანაში ერთ სულ მოსახლეზე მოსული ეროვნული პროდუქტის მაღალი დონის მიღწევა, ხელს უწყობს ტურისტების წარმომშობ ქვეყნებში თავისუფალი დროის მასშტაბების გადიდებას, ასევე ამ დროის ეფექტიანად გამოყენებისათვის აუცილებელი ფინანსური რესურსების ოდენობის ზრდას.

ყოველივე ეს ნიშნავს, რომ სულ უფრო მეტ ადამიანს უჩნდება დრო და შესაძლებლობა იმოგზაუროს მსოფლიოს ირგვლივ და მიიღოს შთაბეჭდილებები სხვადასხვა ტურისტული დანიშნულების ადგილებში. რაც ასახვას ჰპოვებს ტურისტული აქტიურობის სტატისტიკურ მონაცემებში.

თავისთავად ცხადია, რომ თავისუფალი დროის და შესაბამისი ფინანსური რესურსების მოცულობის გადიდება პირდაპირ კავშირშია ადამიანების სურვილთან და შესაძლებლობასთან. ამ სურვილისა და შესაძლებლობების პასუხად მსოფლიოში ჩნდება სულ უფრო მეტი ტურისტული დანიშნულების ადგილი და ტურისტული პროდუქტი, რაც პოზიტიურ მოვლენას წარმოადგენს, რადგან ნიშნავს, რომ სულ უფრო მეტ „ჩამორჩენილ“ რეგიონს ეძლევა საშუალება ტურიზმის განვითარების საფუძველზე შექმნას საკუთარი ტერიტორიის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მყარი ბაზისი, აამაღლოს ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლები, გაზარდოს დასაქმება, ხელი შეუწყოს ეროვნული ეკონომიკის ტურიზმთან დაკავშირებული დარგების განვითარებას და ა.შ.

ე.ი. მეტი თავისუფალი დრო და მეტი ფინანსური რესურსები მოქალაქეების ხელში მეტ მოგზაურობას ნიშნავს, ხოლო მეტი მოგზაურობა კი ტურისტული დანიშნულების ადგილების ეკონომიკური განვითარების ტემპების გადიდებას იწვევს.

ამავე დროს, მხედველობაში ისიც უნდა მივიღოთ, რომ მეტი მოგზაურობა ეკოლოგიაზე მზარდ ზეწოლას ნიშნავს. ეს ზეწოლა პირდაპირ აისახება ტურისტული დანიშნულების ისეთ ადგილებზე, რომლებიც ადგილობრივი ლანდშაფტების, ფლორისა და ფაუნის პრეზერვაციას ახდენენ. ეროვნული პარკებისა და დაცული ტერიტორიების ეკოლოგიური ბალანსი ირღვევა ტურისტული ნაკადის გაზრდასთან ერთად. როგორც ცნობილია, ტურისტული ნაკადის გარკვეულ დონემდე ზრდა უსაფრთხოა ეროვნული პარკისათვის, რადგან მას გააჩნია კვლავწარმოებისა და ეკოლოგიური ბალანსის თვითრეგულირების უნარი. მაგრამ გარკვეული პერიოდის შემდეგ ტურისტულმა ნაკადმა შეიძლება გადააჭარბონ ამ დონეს და მოცემულ ტერიტორიაზე ეკოლოგიური ბალანსის თვითაღდგენა უკვე შეუძლებელი გახდეს.

აღნიშნული სიტუაციის სპეციფიკურობა იმაში მდგომარეობს, რომ რაც უფრო მეტად პოპულარულია ესა თუ ის ეროვნული პარკი, მით უფრო დიდი ტურისტული ნაკადი ფიქსირდება ამ ტერიტორიაზე და მით უფრო უახლოვდება მოცემული ნაკადის სიდიდე მოცემული ტერიტორიის ეკოლოგიური ბალანსისათვის სახიფათო ნიშნულს.

ამავე დროს, რაც უფრო დიდია ტურისტული ნაკადი მოცემულ ტერიტორიაზე, მით უფრო მეტია ადგილობრივი მოსახლეობის და ადგილობრივი ბიუჯეტის შემოსავლები, მით უფრო მეტი ადამიანია დასაქმებული ტურისტულ ინდუსტრიაში და მით მეტია მოქალაქეთა კმაყოფილება ტურიზმის განვითარების შედეგებით. ამ პირობებში ადგილობრივი საზოგადოების წევრებმა და ადგილობრივი თვითმმართველობის წარმომადგენლებმა შეიძლება არ მიაქციონ ყურადღება ეკოლოგიურ საფრთხეებს იმ იმედით, რომ კრიტიკული წერტილი, რომლის შემდეგაც ეკოლოგიური ბალანსის შეუქცევადი დარღვევა დაიწყება, ჯერ კიდევ შორსაა. მაღალი შემოსავლების შემყურე საზოგადოება სწორედ იმ მომენტში ადუნებს ყურადღებას ეკოლოგიური პრობლემების მიმართ, როდესაც ამ პრობლემებს ყველაზე დიდი ყურადღება უნდა მიექცეს.

ეკოლოგიური პრობლემა დგას ბუნებრივი ლანდშაფტების მქონე ტურისტულ დანიშნულების ადგილებში. ტერიტორიები, რომლებიც იზიდავენ ტურისტებს არა იმდენად ბუნებრივი, არამედ კულტურული ატრაქციონების საშუალებით, ასევე დგანან ეკოლოგიური ბალანსის დარღვევის საფრთხის წინაშე. ურბანულ ტერიტო-



რიებზე ტურისტების დიდი ნაკადი ნიშნავს ზეწოლას ტრანსპორტირების, წყალკანალიზაციის და სანდასუფთავების სისტემებზე. სანამ ადგილობრივი ინფრასტრუქტურა ახერხებს მზარდი ტურისტული ნაკადის მავნე ზემოქმედების უტილიზაციას, ტურიზმის განვითარებას მხოლოდ სარგებელი მოაქვს მოცემული ტერიტორიისათვის, თუმცა თუ ნაკადი მნიშვნელოვნად გაიზარდა, მოცემული ტერიტორია მიიღებს პრობლემებს დაჭუჭყიანებული ჰაერის, გადატვირთული გზების, წყლის მიწოდების შეზღუდვების და სანიტარული მდგომარეობის გაუარესების სახით.

გამოდის, რომ თავისუფალ დროსა და მეტ შემოსავლებს, ტურიზმზე დადებითი გავლენის გარდა, უარყოფითი ეფექტიც ახლავს: ეკოლოგიური პრობლემების გაძლიერება.

რა თქმა უნდა ეკოლოგიური პრობლემების გადაჭრა შეიძლება - ადამიანის მავნე ზემოქმედება ბუნებრივ ლანდშაფტებზე შეიძლება აღმოიფხვრას, ხოლო ურბანულ რეგიონებში შეიძლება არასაკმარისი ინფრასტრუქტურა განვითარდეს. თუმცა აქ მთელი რიგი სპეციფიკური თანამდევი პრობლემები ჩნდება. უპირველეს ყოვლისა, უნდა ითქვას, რომ ეკოლოგიური ბალანსის დარღვევა ადვილია, მის აღდგენას კი შეიძლება ათწლეულები და დიდი მოცულობის ფინანსური რესურსები დასჭირდეს. მეორე, ეკოლოგიური ბალანსი თუ ერთხელ დაირღვა, შესაძლოა თავდაპირველი სახით არც არასდროს აღდგეს, ან საერთოდ არ აღდგეს. ეს ნიშნავს, რომ მაღალი შემოსავლების ადგილობრივი საზოგადოება და თვითმმართველობა ეკოლოგიის მიმართ უყურადღებობის შემთხვევაში ანადგურებს იმ ფაქტორს, რომელმაც ამგვარი მაღალი შემოსავლები გამოიწვია, რითაც ნულამდე დაჰყავს მოცემული ტურისტული ტერიტორიის სამომავლო განვითარების პერსპექტივები.

თავისუფალი დრო და ფინანსური რესურსების დიდი ოდენობა ეკოლოგიაზე სხვაგვარადაც მოქმედებს - იგი ზრდის ტურისტული ტერიტორიის საგადასახადო შემოსავლებს, რომლებიც შემდეგ შეიძლება ეკოლოგიური პრობლემების გადასაჭრელად იქნეს გამოყენებული. მაგრამ აქ ისმის სხვა კითხვა - საკმარისია თუ არა ტურიზმის განვითარების შედეგად მიღებული ფინანსური ნაკადი ეკოლოგიური ბალანსის აღდგენის სამუშაოების ჩასატარებლად?

ურბანული ტერიტორია დროთა განმავლობაში ვითარდება: ადგილობრივი თვითმმართველობა ზრუნავს ახალი გზების, კომუნალური სისტემების, სოციალუ-

რი ინფრასტრუქტურის მშენებლობაზე. მზარდი ტურისტული ნაკადის შედეგად მიღებული საბიუჯეტო შემოსავლები ასევე შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარების მიზნით, რაც ურბანული ტერიტორიის ეკოსისტემაზე მზარდ ზეწოლას ახშობს, თუმცა აქაც იგივე კითხვა ისმის - რამდენად მოახერხებს ადგილობრივი ურბანული განვითარების პროგრამა ტურისტული ნაკადის გადიდებაზე პასუხის გაცემას? ტურისტული ნაკადის ზრდით მიღებული საბიუჯეტო შემოსავლები ხომ არ დაიხარჯება უპირატესად პრომოუშენის ტიპის ღონისძიებებზე, რომელთა მიზანიც ტურისტული ნაკადის შემდგომი ზრდა იქნება.

**ყოველივე ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, შეგვიძლია რამდენიმე დასკვნის ჩამოყალიბება:**

1. ადამიანს შეუძლია აირჩიოს თავისუფალი დროის გამოყენების სხვადასხვა ფორმა, გამომდინარე მისი შემოსავლებიდან, სოციალურ-კულტურული მდგომარეობიდან, გემოვნებიდან და სხვა პიროვნული ფაქტორებიდან. მოგზაურობა კი ერთ-ერთ ასეთ ფორმას წარმოადგენს;
2. მსოფლიოში მიმდინარე თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური პროცესები უზრუნველყოფენ პიროვნების თავისუფალი დროისა და მის ხელთ არსებული ფინანსური რესურსების მოცულობის გადიდებას, რაც პირდაპირ კავშირშია მოგზაურობათა ინტენსივობის ზრდასთან;
3. ვიზიტორთა ოდენობის გადიდება, თავის მხრივ, დადებითად მოქმედებს ტურისტული დანიშნულების ადგილების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაზე ადგილობრივი მოსახლეობისა და საბიუჯეტო შემოსავლების, დასაქმების და ადგილობრივი დარგების განვითარების ტემპების გადიდების თვალსაზრისით, თუმცა ამ ზემოქმედებას გააჩნია ასევე უარყოფითი მხარე ეკოლოგიური ბალანსის დარღვევის მხრივ;
4. მზარდი ტურისტული ნაკადების უარყოფითი ზემოქმედება ეკოლოგიურ ბალანსზე შეიძლება დაფიქსირდეს არა მარტო ტიპურ ბუნებრივ ტურისტულ კომპლექსებში, არამედ ურბანულ ტერიტორიებზეც;
5. ადგილობრივი ეკოსისტემა გარკვეულ დონემდე ახორციელებს ტურისტული ნაკადის მავნე ზემოქმედების უტილიზაციას, მაგრამ ამ დონის მიღწევის შემ-

დეგ ეკოლოგიური ბალანსი შეუქცევად რღვევას იწყებს და მისი აღდგენა შემდგომში ძალიან რთული ან შეუძლებელი ხდება;

6. ტურისტული შემოსავლების მაღალი დონის გამო, ადგილობრივმა საზოგადოებამ და თვითმმართველობამ შესაძლოა სწორედ იმ მომენტში მოადუნონ ყურადღება ეკოლოგიური პრობლემების მიმართ, როდესაც ამ პრობლემებს ყველაზე მეტი ყურადღება ესაჭიროებათ;
7. ტურისტული დანახარჯებიდან ბიუჯეტში შესული თანხები შეიძლება მოხმარდეს ეკოლოგიური ბალანსის აღდგენას, თუმცა წარმოიშობა კითხვა იმის თაობაზე, საკმარისი იქნება თუ არა ეს თანხები დარღვეული ეკოლოგიური ბალანსის აღდგენისათვის, რომელიც, როგორც წესი გრძელვადიან და დიდ დანახარჯებთან დაკავშირებული პრობლემაა.

## თავი II. ეკოლოგიური ტურიზმის ძირითადი ორგანიზაციულ-ეკონომიკური მახასიათებლები და პრობლემატიკა

### 2.1. ეკოლოგიური ტურიზმის ძირითადი პრინციპები

მსოფლიოში ეკოლოგიური სიტუაციის გაუარესება, რომელიც გამოწვეულია კლიმატის შეცვლით, ოზონური ფენის რღვევით, დემოგრაფიული აფეთქებით, ეკოსისტემის რღვევითა და ბიომრავალფეროვნების მკვეთრი შემცირებით, ენერგორესურსების დასუსტებით, გარემოს დაბინძურებით, სასმელი წყლის დეფიციტით, რედუცენტების კრიზისით, განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების შემცირებით ან განადგურებით, ბიოსფეროში მიმდინარე ბუნებრივი პროცესების ცვალებადობით, ბევრი ექსპერტისათვის ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების შესახებ პროგნოზის გაკეთების საფუძველს იძლევა. გარემოს დეგრადაცია მიმდინარეობს სულ უფრო გაძლიერებული ტემპებით, რაც უარყოფითად აისახება პლანეტის მოსახლეობის ყოველდღიურ ცხოვრებაზე. ეკოტურიზმი შესაძლოა იქცეს ქვეყნის ან რეგიონის ბუნებრივი რესურსების გაძლიერებულ ექსპლუატაციაზე ორიენტირებული ინდუსტრიის სერიოზულ ალტერნატივად (ბერიძე... 2012:196).

ეკოტურიზმი მდგრადი ტურიზმის ის სეგმენტია, რომელიც გულისხმობს შედარებით წყნარი ბუნებრივი ლანდშაფტების დათვალიერებას, მათ შორის დაცულ ტერიტორიებზე. მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობს ზუსტი მონაცემები, მიახლოებითი გამოანგარიშებით საერთაშორისო ტურიზმის დაახლოებით 15-20% ეკოტურიზმს განეკუთვნება. ეკოტურიზმი არის ბუნებრივი და კულტურული რესურსების (მათ შორის ბიომრავალფეროვნების) კონსერვაციის მექანიზმი და ასევე, პერიფერიების მდგრადი განვითარების საშუალება (გოგელია... 2011ა:418).

მდგრადი ტურიზმი განისაზღვრება მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მიერ: „მდგრადი ტურიზმის განვითარების შემუშავებული მართვის პრინციპები ვრცელდება ყველა სახის ტურიზმსა და დანიშნულების ადგილზე, როგორც მცირე, ისე მასობრივ სეგმენტებზე. მდგრადობის პრინციპი მოიცავს ტურიზმის განვითარების ეკოლოგიურ, ეკონომიკურ და სოციალურ-კულტურულ ასპექტებს, ამიტომ საჭი-

როა სამივე მიმართულების ბალანსირება, რათა გარანტირებული იყოს მისი გრძელვადიანი მდგრადობა“.

მდგრადი ტურიზმი უნდა უზრუნველყოფდეს:

1. გარემოს რესურსების ოპტიმალურ გამოყენებას, მნიშვნელოვანი ეკოლოგიური პროცესების შენარჩუნებას, ბუნებრივი რესურსებისა და ბიომრავალფეროვნების დაცვას, რომლებიც ტურიზმის განვითარების მთავარ ელემენტებს წარმოადგენს;
2. მასპინძელი საზოგადოების სოციო-კულტურული იდენტურობის პატივისცემას, მათი კულტურული მემკვიდრეობისა და ტრადიციული ფასეულობების შენარჩუნებას და კულტურათაშორის ტოლერანტობას;
3. ეფექტიანი და გრძელვადიანი ეკონომიკური საქმიანობით უნდა უზრუნველყოფდეს სოციალურ-ეკონომიკური დოვლათის სამართლიან განაწილებას, სტაბილურ დასაქმებას, ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ წინსვლასა და სიღარიბის დაძლევას;
4. მდგრადი ტურიზმის განვითარება კონსესუსის მისაღწევად მოითხოვს ყველა დაინტერესებული მხარის ინფორმირებულ მონაწილეობას და ძლიერ პოლიტიკურ ხელმძღვანელობას. მდგრადი ტურიზმის მიღწევა უწყვეტი პროცესია და საჭიროებს შედეგების მუდმივ მონიტორინგს, საჭიროების შემთხვევაში კი პრევენციული და/ან მაკორექტირებელი ღონისძიებების დანერგვას;
5. მდგრადი ტურიზმი ასევე უნდა უზრუნველყოფდეს ტურისტების შთაბეჭდილებებისა და კმაყოფილების მაღალ დონეს, მდგრადობის საკითხებსა და მის მეთოდებზე ცნობიერების ამაღლებას (გელდნერი ... 2013:431-432).

ტურიზმის ინდუსტრიაში ეკოტურიზმი შეიძლება ტურიზმის ალტერნატიულ სახეობად ჩაითვალოს. რაც შეეხება ეკოლოგიურ, სოციალურ-კულტურულ პასუხისმგებლობასა და მდგრადობის ელემენტებს, ესენი ეკოტურიზმის, როგორც პროდუქტის მახასიათებლებს წარმოადგენენ (გოგელია 2012ა:112).

ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია შესაბამისი სამეცნიერო-მეთოდური უზრუნველყოფა, რაც გულისხმობს ეკოლოგიური ტურიზმის,

როგორც ბუნების რაციონალური გამოყენებისა და დაცვის კონსტრუქციულ-გეოგრაფიული შეხედულებების ფორმირებას.

ეკოლოგიური ტურიზმის სამეცნიერო-მეთოდოლოგიურ პრინციპებს წარმოადგენს:

- ეკოლოგიური განათლების პროცესის ორგანიზება და წარმართვა, ტურისტებისა და დამსვენებლების ბუნებასთან ურთიერთობის კულტურის ამაღლება, ეკოკულტურული ნორმების შემუშავება და დანერგვა;
- ტურისტებსა და დამსვენებლებში ბუნებით ტკბობის მოთხოვნილების გარდამის მომავალზე ზრუნვის, გარემოს, როგორც ეკოლოგიური ტურიზმის მთავარი რესურსის დაცვისა და განახლების მხარდაჭერის ხედვის ფორმირება;
- ინტეგრაციული საწყისის შექმნა ტურიზმის სხვა სახეობებისათვის, რათა მათ გამოიყენონ ბუნების რეკრეაციული პოტენციალი ადამიანების სულიერი ძალების აღდგენისა და სრულფასოვანი დასვენების უზრუნველყოფისათვის;
- ბუნების დაცვის სფეროში საბაზრო - ინფორმაციული ფაქტორების დანერგვა ეკოტურისტულ, გეომარკეტინგულ საწყისებზე (ზოგჯერ მას „მწვანე მარკეტინგს“ უწოდებენ) დაყრდნობით - გარემოს რეკლამირება, ტურისტების ინფორმირება იმის შესახებ, თუ რა შედეგები შეიძლება მოჰყვეს ბუნების მიმართ მათ უდიერ დამოკიდებულებას. ეფექტური ურთიერთობის დამყარება დაცული ტერიტორიების, ბოტანიკური ბაღების ადმინისტრაციასა და ბუნებისდამცველ ორგანიზაციებს შორის;
- ეკოტურიზმის მენეჯმენტი უნდა მოქმედებდეს ქალაქის ტერიტორიაზე ბუნებრივი გარემოს ეკოლოგიური მდგომარეობის საერთო გაუმჯობესებისა და განახლების მიმართულებით;
- ეკოტურისტული საქმიანობის ბუნებისდაცვითი ფუნქციების ეკონომიკური შინაარსის გაღრმავება, რენტაბელური ტურებისა და მომსახურების შექმნა და რეალიზაცია, მათ შექმნაზე დანახარჯების მინიმიზაცია, მოგების მიღება, ეკოტურიზმის მდგრად ეკონომიკურ საწყისებზე განვითარებისათვის ახალი საშუალებების ძიება.

ბუნება ადამიანის მიერ მატერიალური და სულიერი საჭიროებების დაკმაყოფილების მთავარ წყაროს წარმოადგენს. ამ ფაქტის შეგნებას ადამიანი ბუნებისადმი პატივისცემისა და სიყვარულისაკენ მიჰყავს. ამიტომ საჭიროა მიზანმიმართულად ჩამოვყალიბოთ ბუნების მიმართ მზრუნველი დამოკიდებულება, აღვზარდოთ ადამიანებში მაღლიერების გრძნობა იმ როლისათვის, რომელსაც იგი ასრულებს ახლანდელი და მომავალი თაობების ცხოვრებაში. ამ მიმართებით ეკოლოგიურ ტურიზმს რეალური პოტენციალი გააჩნია, რომელიც თავისი უზარმაზარი რეკრეაციული და შემეცნებითი შესაძლებლობებით მოწოდებულია ჩამოაყალიბოს ბუნების დაცვაზე, ბუნებრივი სიმდიდრეების რაციონალურ გამოყენებაზე მიმართული საზოგადოებრივი შეგნება. ეკოლოგიური ტურიზმი ცდილობს ადამიანებამდე მიიტანოს გარემოს დაცვის საკითხების გადაუდებლობა და აუცილებლობა (გოგელია... 2011:173).

ტურისტული საქმიანობის დროს თავიდან ვერ ავიცილებთ გარემო ბუნების ცვლილებას. დღესდღეისობით მსოფლიოში მთავარი ადგილი გარემოს დაცვის პრობლემასა და მის გაუმჯობესებას უკავია. ადრე ტურისტული საქმიანობის შედეგების გამოკვლევას არ ეთმობოდა დიდი ყურადღება, უფრო მეტიც მას განიხილავდნენ დედამიწის ზოგიერთ წერტილზე ან განიხილავდნენ ტურიზმის მხოლოდ სახეობების ზემოქმედების შედეგებს.

ტურიზმის ზემოქმედება გარემოზე შეიძლება იყოს პირდაპირი და ირიბი, ასევე დადებითი და უარყოფითი. ტურიზმი ვერ განვითარდება გარემოსთან ურთიერთობის გარეშე, მაგრამ ტურიზმის განვითარების სწორი და მიზნობრივი დაგეგმვის დახმარებით შეიძლება შევამციროთ ნეგატიური და გავზარდოთ დადებითი შედეგები (Аникина 2001:4).

საერთაშორისო ტურიზმის დადებითი ზემოქმედება მოიცავს ისტორიული ძეგლების დაცვას და რესტავრაციას, ეროვნული პარკების და ნაკრძალების შექმნას, სანაპიროებისა და წყალქვეშა ბუნების დაცვას, ტყეების შენარჩუნებას და ა.შ.

განვითარებად ქვეყნებში არავითარ ნაბიჯებს არ დგამენ ბუნების დაცვისა და შენარჩუნებისათვის, რადგან არ გააჩნიათ საჭირო ფინანსური სახსრები, ტურიზმიდან შემოსული მოგება კი გადაედინება ისეთ პრიორიტეტულ სფეროებში რომლებსაც ეკონომიკურად უფრო მომგებიანად მიიჩნევენ.

ტურიზმის ბუნებაზე გავლენის შეფასებისას ასევე დიდი მნიშვნელობა აქვს, თუ რა თვალსაზრისით განიხილავენ მას, რადგან ის რაც ტურისტის თვალსაზრისით პოზიტიურია, ადგილობრივი მოსახლეობისათვის შეიძლება ნეგატიური იყოს. მაგალითად, პარკების შენარჩუნება შეიძლება ნახირის სამოვრების შემცირების მიზეზი გახდეს, რაც კვებითი პროდუქტების შემცირებას გამოიწვევს.

ტურიზმის ნეგატიური მოქმედება სამწუხაროდ აჭარბებს დადებითს. უფრო ხშირად ესაა ზემოქმედება მდინარეების, ზღვის, ტბების, წყლის სისუფთავეზე, ასევე ჰაერის ხარისხზე, რადგან გამოიყენება ტრანსპორტი შიგაწვის ძრავებით, სხვადასხვა გასართობი დაწესებულებების ხმაური, ტურისტების მიერ ადგილობრივი და ველური ფაუნის განადგურება, ისტორიული ძეგლების დაშლა ვანდალების მიერ, მათზე წარწერების გაკეთება და ა.შ. ეს გარემოზე მიყენებული უმნიშვნელო მაგალითებია.

ახალი სასტუმრო კომპლექსების და ინფრასტრუქტურის მშენებლობა სანაპიროების გასწვრივ უარყოფითად მოქმედებს გარემოზე. ზოგიერთ ქვეყანაში მაგალითად ინდოეთში დაწესდა შეზღუდვები ზღვასთან ახლოს სახლების მშენებლობაზე.

გარემოს დაცვის პოლიტიკა უნდა იყოს გათვლილი გრძელვადიან პერიოდზე, რადგან უზრუნველყოფილი იყოს ტურისტული საქმიანობის გაგრძელება. მაგრამ ზოგიერთი განსაკუთრებით განვითარებადი ქვეყნები ყოველივე ამას იგნორირებას უკეთებენ და ამჯობინებენ კომერციულ და სწრაფ, იმწუთიერ მოგებას.

გარემოზე ზემოქმედების შეფასებისათვის მიღებულია სხვადასხვა მოდელები. ზოგიერთ ტურისტულ ადგილებში სუსტად მოქმედებენ ნორმატიული აქტები და საერთოდ არ არის ბუნების დაცვის სამსახური. გარემოს დაცვის უზრუნველყოფისათვის ნორმატიული ბაზის არსებობამ არ უნდა შეუშალოს ხელი ტურიზმის განვითარების და დაგეგმვის პროცესს. ამ დარგის სპეციალისტებმა თვითონ უნდა შეაფასონ გარემოზე ზემოქმედება. უნდა აღინიშნოს, რომ გარემოს დაცვა არის უფრო ადვილი და იაფი, ვიდრე მიყენებული ზიანის გამოსწორება მომავალში (გოგელია... 2012:142).

ყურადსაღებია აგრეთვე ტურისტულ საქმიანობას კიდევ რა ნეგატიური შედეგები შეიძლება მოჰყვეს: მთის არასასურველი შეცვლა, მათი დაბინძურება ნარჩენებით და სხვა. რეკრეაციული საქმიანობის განვითარება იწვევს ადამიანთა სიმ-



რავლეს, რომელსაც თან ახლავს ავტოტურისტების რიცხვის სწრაფი ზრდა. ბუნებრივი რესურსების დაცვის კითხვები უნდა გადაწყდეს რეკრეაციული ტერიტორიების ექსპლუატაციის დაწყებამდე, ანუ დაპროექტების პროცესში. ეს განპირობებულია იმით, რომ სწორედ ბუნებრივი რესურსების ბაზა არის მთავარი რეკრეაციული მეურნეობის განვითარებისათვის. ეს ბაზა კი მაქსიმალურად უნდა იქნეს დაცული.

ტურიზმი, როგორც წესი არის ფაქტორი, რომელიც სტიმულს აძლევს გამოვლინებას, დაცვას, რესტავრაციას, ბუნებრივი რესურსების და კულტურულ-ისტორიული ღირებულებების რაციონალურად გამოყენებას. ეს ხდება იმიტომ, რომ სხვა ქვეყნის ტურისტების მიმღები ქვეყანა მობილიზაციას უკეთებს რეკრეაციულ რესურსებს, რათა ღირსეულად შეხვდეს სტუმრებს და დააყოვნოს თავის ტერიტორიაზე.

პირველ რიგში ყოველივე ეს მიიღებს სარეკლამო ხასიათს პოტენციური ტურისტებისათვის. მეორე მხრივ ეს არის ვიზიტორთა შემხვედრი მისწრაფება ეპიოს და იპოვოს ახალი, საინტერესო და სასარგებლო სხვა ქვეყანაში მოგზაურობის დროს. მესამე - ესაა საშუალება გამოიყენოს ტურიზმიდან შემოსული თანხები ეროვნული სიმდიდრის აღდგენისა და დაცვისათვის.

დღესდღეისობით ევროპის ბევრმა ქვეყანამ შემოიღო ბუნებრივი და ისტორიული ღირებულებების პასპორტიზაცია, რაც საშუალებას აძლევს გაატაროს სწორი კურსი ტურიზმის განვითარებასა და ეროვნული სიმდიდრის დაცვის საქმეში. ბოლო წლებში რიგ ქვეყნებში შემოიღეს მკაცრი ზომები, რომლებიც მიმართულია ბუნების დაცვისკენ, იქმნება ახალი ეროვნული პარკები და ნარძალები, ხდება ბუნებაზე მოხდენილი ზეწოლის მეცნიერული განსაზღვრის მცდელობა და ა.შ.

ყოველივე ეს მნიშვნელოვნად აისახა მისწრაფებაზე გაანეიტრალოს მძლავრად განვითარებადი საერთაშორისო ტურიზმის მიერ გამოწვეული ნეგატიური მხარეები და ამავდროულად შექმნას მისთვის ხელსაყრელი სიტუაცია, შეინარჩუნოს და გააუმჯობესოს ბუნებრივ-გეოგრაფიული სიტუაცია. ქალაქების გამწვანება, ხმაურის წინააღმდეგ ბრძოლა და სისუფთავის დაცვა ტურიზმის განვითარებისათვის ცნობილი მოთხოვნაა.

ტურიზმის უარყოფითი გავლენა პირველ რიგში აისახება ქვეყნის ბუნებრივ სიმდიდრეზე ან მასობრივი დასვენების და მოგზაურობის ადგილებზე. ტურისტებს განსაკუთრებით იზიდავს ტყის ნატურალური ლანდშაფტი. მართალია, ტყის ხან-მარი რომელიც უკავშირდება დანთებულ კოცონს, მიეკუთვნება მოვლენას, რომელიც ახასიათებს შიგა ტურიზმს და არა საერთაშორისოს, რადგან საზღვარგარეთელი ტურისტების მარშრუტები კომფორტულადაა მოწყობილი და როგორც წესი არ ხდება საჭმლის კოცონზე მომზადება.

ეროვნული პარკი ერთ-ერთი მიმზიდველი ობიექტია ტურისტებისათვის. მაგალითად აშშ-ის ეროვნული პარკების სტუმრობის წლიური რაოდენობაა 90 მლნ, ამიტომ რაც უნდა მოერიდონ ბუნებას მოგზაურობის ორგანიზატორები, შეზღუდულ ტერიტორიაზე ხალხის ასეთი დიდი რაოდენობით არსებობა მაინც იწვევს ცხოველების დაფრთხობას და მცენარეების გასრესვას, აგრეთვე კომუნიკაციების დახვეწა, ტურიტებისათვის სრულყოფილი სერვისის შექმნისა და გაზრდილი შემოსავლის მისაღებად ნაკრძალის ტერიტორიაზე აშენებული სავაჭრო ცენტრები და სასტუმროებიც ხელს უშლიან პირველქმნილი ლანდშაფტის შენარჩუნებას.

ტურიზმის მასიური განვითარება მალავს ბევრ საშიშროებას ცხოველთა სამყაროსთვისაც, რადგან ზოგიერთი ტურისტი არ კმაყოფილდება დათვალიერებით, ფაუნის წარმომადგენლების კინო-ფოტოგადაღებით და ცდილობს რომ ცხოველის მოკვლით მიიღოს სიამოვნება ნადირობაში, ცოტას ფიქრობს იმაზე, თუ რა დანაკლისს აყენებს ბუნებას.

ბუნებრივი სიმდიდრის დაცვა სპეციალური ტექნიკური საშუალებების შექმნასაც მოითხოვს. ეს პირველ რიგში ეხება საკურორტო საქმეში სხვადასხვა ტიპის მანქანების დანერგვას: სანაპიროს, სასმელი და ზღვის წყლის, ტბების და წყალსაცავების გამწმენდი, მეორე რიგში - ტექნიკის უფრო ფართო გამოყენებას ბუნების მდგომარეობაზე დამსვენებელთა ქცევაზე დაკვირვებისათვის, მესამე - ტურისტების ტრანსპორტის ახალი სახეობებით მომარაგება და აღჭურვა, რომელთა გამოყენება გამორიცხავდა ბუნებაზე მიყენებულ ზიანს (გოგელია... 2012:143).

ბევრ ქვეყანაში ეკოლოგიური ტურიზმი წარმოადგენს ყველა სხვა სახის, ტურიზმის განუყოფელ ნაწილს. იგი მაქსიმალურად ხელმისაწვდომია ნებისმიერი მსურველისათვის და საკუთარ თავში ატარებს დიდ აღმზრდელობით პოტენციალს.

ამდენად ურბანიზაციული პროცესების მართვაში, ბუნების რაციონალურ გამოყენებასა და დაცვაში ეკოლოგიური ტურიზმი შეიძლება ჩაითვალოს, თითქმის ერთადერთ მარეგულირებელ საკვანძო ინსტრუმენტად. ის საშუალებას გვაძლევს შევამციროთ ბუნებაზე ადამიანის დაუფიქრებელი ზემოქმედება და შევინარჩუნოთ ხელუხლებელი ბუნება, რაც ხელს შეუწყობს ბუნებრივი სიმდიდრის გამრავლებას.

ზემოთაღნიშნული პრინციპები ერთიანობაში ქმნიან ეკოლოგიური ტურიზმის მენეჯმენტის ძირითად ვექტორს. ეკოტურიზმის მიმართულებათა კონსტრუქციულ-გეოგრაფიული მიმართულებების საწყისი ფუნქცია და მოქმედების შინაარსი მოიცავს შემდეგ ასპექტებს: ორგანიზაციულ-დაგეგმარებითს, მოტივაციურს და მაკონტროლებელს.

დაგეგმარებითი ასპექტის რეალიზაცია ხდება ეკოტურიზმის მენეჯმენტის ბუნებრივ რესურსებზე გავლენის საფუძველზე. ბუნებრივი რესურსების გამოყენების დროს ეკოტურიზმი გვთავაზობს მიზანმიმართული და გეგმაზომიერი სისტემების ჩამოყალიბებას, მის რეგულირებასა და კონტროლს. ამიტომ მენეჯმენტის სისტემაში იქმნება შესაბამისი მართვის მექანიზმი, რომელიც განკუთვნილია ეკოტურიზმში ბუნებრივი რესურსების გამოყენების უზრუნველსაყოფად. აქედან გამომდინარე, ეკოტურიზმის მენეჯმენტის დაგეგმილი ფუნქციის რეალიზაცია გულისხმობს ბუნებრივ-რესურსული კომპონენტების გამოვლენას (მაგ: ტერიტორიის ზონებად დაყოფა ტურისტული საქმიანობისათვის, ეკოტურისტული მარშრუტების საექსკურსიო მნიშვნელობის, პეიზაჟის ვიზუალური, აკუსტიკური და სხვა ეკოლოგიური მახასიათებლების მიხედვით).

ამრიგად, ეკოლოგიური ტურიზმის გეგმიური ფუნქცია ივსება კონკრეტული ეკოლოგიური შინაარსით, ეკოტურიზმის რესურსებით უზრუნველყოფის და მათი რაციონალურად გამოყენების მოთავსებას მართვის ერთიან სისტემაში, ეკოტურისტული საქმიანობისაგან მაქსიმალური ეკონომიკური ეფექტის მიღების, რაციონალური ბუნებათსარგებლობისა და ბუნების დაცვის ინტერესების დაკმაყოფილების მიზნით.

ეკოტურიზმის მენეჯმენტის ორგანიზაციული ასპექტი ორიენტირებულია ხარისხიანი პროდუქტის შექმნასა და მისი რეალიზაციისაგან მოგების მიღებაზე, რაც გულისხმობს ორგანიზაციული, ეკონომიკური, სოციალურ-კულტურული, ფსიქო-

ლოგიური, პედაგოგიური, მატერიალურ-ტექნიკური, ადამიანური რესურსების საფუძველზე კომპლექსური ღონისძიებების შემუშავებასა და შესრულებას. ეს ღონისძიებები განკუთვნილია ტურისტებისათვის, რათა მათ აქტიურად შეისწავლონ ბუნებასთან ურთიერთობის კულტურა, რაც მოიცავს: სხვადასხვა მეცნიერულ-მეთოდოლოგიური, ნორმატიული, სახელმძღვანელო მასალების შექმნას, თემატური პროგრამების შემუშავებას, ვიდეოკადრების, ბუნების დაცვის თემაზე შექმნილი გამოფენების ორგანიზებას, ნაკრძალებში ბუნებრივი მუზეუმების შექმნას, მარკირებული მარშრუტების და სარეკლამო ილუსტრირებული მასალების ეკომხატვრულ და ეკოდიზაინერულ დამუშავებას, ტურისტებისათვის სხვადასხვა რეკომენდაციებისა და სამახსოვროების შექმნას, სემინარების, სიმპოზიუმების, პრეზენტაციების, ეკოტურისტული შეკრებების, შეჯიბრებების, ეკოტრენინგების, ეკოთამაშების ჩატარებას და ა. შ. ეს ღონისძიებები უნდა შესრულდეს ადმინისტრაციასთან, სპეციალურ ადგილობრივ სამეურნეო-ადმინისტრაციულ და ბუნებისდამცველ ორგანიზაციებთან ერთად, ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირების და ბუნების დაცვის ორგანიზაციებთან მჭიდრო კავშირში.

ეკოტურიზმის მენეჯმენტში სპეციფიკური როლი ეკისრება მოტივაციას, რომელსაც აკისრია მენეჯმენტის უმთავრესი ფუნქცია - იქონიოს დიდი გავლენა იმ ადამიანებს შორის ურთიერთობათა ფართო სპექტრზე, რომლებიც პირდაპირ ან ირიბად არიან ჩართული ეკოტურისტულ საქმიანობაში. სადაც იგულისხმება ტურორგანიზაციების თანამშრომლების, ბუნებისდამცველი ორგანიზაციების პერსონალის და მოსახლეობის (დამსვენებლები და ტურისტები) მოტივაცია.

მოტივაციის ფორმა და შინაარსი შეიძლება სხვადასხვა იყოს, თუმცა ძირითადად იგი გულისხმობს შემდეგს:

- ტურიზმის ინდუსტრიაში შემავალი ორგანიზაციების, დაცული ტერიტორიების და ბოტანიკური ბაღების ადმინისტრაციის, ბუნების დამცველი ორგანიზაციების, მოსახლეობის და ტურისტებისათვის ბუნების რაციონალური გამოყენებისა და ბუნების დაცვის წამახალისებელი მოტივაციის ფორმირებას;
- ეკოლოგიის მიმართულებით საგანმანათლებლო საქმიანობაში მორალური და მატერიალური წინაპირობების შექმნას, დაცული ტერიტორიების, ბოტანიკუ-

რი ბაღების, ბუნების დამცველი ორგანიზაციების თანამშრომლების, ასევე ადგილობრივი მოსახლეობის მოზიდვისათვის;

- ადამიანის მდგრადი ეკოლოგიურ-დაცვითი ქცევის ფორმირებას მისი ეკო-ტურისტულ პროგრამებში მონაწილეობის საწყისებზე.

ეკოტურიზმის მენეჯმენტში კონტროლის ფუნქციის რეალიზაცია - ტურისტების ბუნებაში ქცევის ნორმების დაცვაზე, პირდაპირი პასუხისმგებლობის ხარჯზე. ეს პასუხისმგებლობა არ დელეგირდება დაცული ტერიტორიების, ბოტანიკური ბაღების და გარემოს დაცვითი ორგანიზაციების ადმინისტრაციაზე და შეადგენს ეკოლოგიური ტურიზმის ან ტურისტული კომპანიების (ტურაგენტების, ტუროპერატორების) მენეჯერების პირდაპირ მოვალეობას. ასეთი პასუხისმგებლობა უნდა აისახოს დაცული ტერიტორიების, ბოტანიკური ბაღების და გარემოს დაცვის ორგანიზაციებთან მოლაპარაკებაში (გოგელია 2011ა:174).

აქედან გამომდინარეობს გაზრდილი მოთხოვნები დაცულ ტერიტორიებზე მაკონტროლებელ-სადაცვირვებლო სისტემების მიმართ, რომელთა შემუშავება და რეალიზაცია ხდება მეცნიერ-მკვლევარების (გეოგრაფების, ეკოლოგების, ბიოლოგების), მენეჯერების და ასევე ადგილობრივი მოსახლეობის, ტურისტებისა და დამსვენებლების მიერ.

დღეს ეკოტურიზმი გამოდის, როგორც ალტერნატივა ისეთი დარგებისათვის, რომლებიც ზიანს აყენებენ ბუნებას (ნადირობა, სასარგებლო წიაღისეულის მოპოვება, ტყის დამზადება და სხვა).

ეკოტურიზმისათვის მნიშვნელოვანია მოგზაურთა რაოდენობა და მათი მოტივაცია, მაგრამ ეს ფაქტორები არ არის გადამწყვეტი. ეკოტურიზმის შედეგი უნდა გახდეს არა მარტო ახალი ინფორმაციის მიღება და გარემოს სილამაზით ტკბობა, არამედ ბუნებისადმი დამოკიდებულებების შეცვლა, გამოყენებითიდან მის მოვლაზე, ამას გარდა ის უნდა გულისხმობდეს გარემოს დაცვის გაუმჯობესებას.

ეკოლოგიური ტურიზმი უნდა ითვალისწინებდეს ეკოლოგიურ განათლებას. ტურფირებისა და გიდი ექსკურსიამბლოლებისაგან იგი მოითხოვს ეკოლოგიის საფუძვლების ცოდნას, რაც დღეისთვის აუცილებელია. ამ გაგებით ეკოლოგიური ტურიზმი არის ერთდერთი საშუალება კაცობრიობის გადასარჩენად იმ გარემოში, რო-

მელიც თვითონ გახადა სიცოცხლისათვის შეუსაბამო. სამწუხაროდ, დღეისათვის ასეთი ცოდნა ტურფირმების თანამშრომლებს საკმარისად არ გააჩნიათ (გოგელია... 2011ა:175). ეკოტურიზმით დაინტერესებული სხვადასხვა ავტორებისა და ორგანიზაციების მიერ გაჩნდა მრავალი ახალი განსჯა და განხილვა. მაგრამ უნდა აღვნიშნოთ, რომ ამ ტერმინის დიდი პოპულარობის მიუხედავად, თვით „ეკოტურიზმის“ მნიშვნელობა საქართველოში და საზღვარგარეთ განიხილება მეტად თვითნებურად. მასში ყოველი მათგანი საკუთარ აზრს დებს: მეცნიერები - ერთს, პრაქტიკოსები - მეორეს, ოფიციალური პირები - მესამეს, რაც ხელს უშლის ერთმანეთის გამოცდილებების გაზიარებას და გამოყენებას. წარმოქმნილი კამათი და უთანხმოება აფერხებს ეკოტურიზმის განვითარებას და ბადებს დაბნეულობას მისი გაგების ცნებაში (Сенин 2003:148), (Биржаков 2001:186). უნდა აღვნიშნოთ, რომ ზოგიერთი ავტორის განმარტებაში არის არებითი უზუსტობანი. ნაკლოვანებები მდგომარეობს იმაში, რომ არ არის გათვალისწინებული ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესები, სათანადო ყურადღება არ ექცევა ეკოსისტემის დაცულობას, უვნებლობას, ბუნების შემეცნებას და ტურისტული პროცესის მონაწილეების მიერ ეკოლოგიური განათლების მიღების მიზნებს (დანართი 7).

ეკოტურიზმის მეტნაკლებად თანამედროვე ფორმულირება ეკუთვნის ტ. კ. სერგეევს, ის აკუმულირებას უკეთებს და აკონკრეტებს ამ სახეობის საქმიანობის რიგ ძირითად მომენტებს და მთლიანად ხსნის მის არსს. ავტორის აზრით ეკოლოგიური ტურიზმი - არის „იმ უნიკალური ბუნებრივი ტერიტორიების მონახულება, რომლებსაც ნაკლებად ეხება სამეურნეო საქმიანობა, სადაც შემონახულია ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიციები, ის ზრდის ტურისტულ პროცესში მონაწილე ყველა ტურისტის ეკოლოგიური კულტურის და ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონეს. ამასთანავე ის არის ბუნების დაცვის ნორმებისა და ტექნოლოგიების გამოყენება ეკოლოგიური ტურებისა და პროგრამების შესრულებისას“ (Сергеева 2004:33).

ზუსტი ფორმულირების არარსებობას გარკვეული გაუგებრობა შეაქვს ეკოტურისტების ნაკადის სიდიდის განსაზღვრისას, რაც ხელს უშლის ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ზუსტი სტატისტიკური მონაცემების მიღებას. გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) ექსპერტები ტურიზმის სახეობებიდან იყენებენ ცნებას - „ბუნებრივ ტურისტულ რესურსებზე ორიენტი-

რებული ტურიზმი“ ან „ბუნებრივი ტურიზმი“ (nature based tourism), რომელსაც მიაკუთვნებენ ეკოტურიზმსაც. ტერმინოლოგიის ერთიანობის არარსებობა იძულებულს ხდის ზიგიერთ ტურისტულ ფორმას უარი თქვას ტერმინების გამოყენებაზე, რადგან ისინი სხვადასხვა ჯგუფებისა და მომხმარებლის მიერ სხვადასხვანაირად გაიგება.

ეკოლოგიური ტურიზმის მნიშვნელობა და შინაარსი ბოლომდე ჯერ კიდევ არ ჩამოყალიბებულა, პარალელურად არსებობს მთელი რიგი ტერმინების, რომლებიც ძალზედ ახლოს არიან მასთან და ზოგ შემთხვევაში მას ანაცვლებენ კიდევ: ბუნებრივი ტურიზმი, მწვანე ტურიზმი, ტურიზმი ველურ ბუნებაში, სათავგადასავლო ტურიზმი, რბილი ტურიზმი, ალტერნატიული ტურიზმი, აგროტურიზმი და სხვა.

განვიხილოთ ზოგიერთი მათგანი:

ეკოლოგიური ტურიზმისაგან განსხვავებით „ბუნებრივი ტურიზმის“ გაგება დაფუძნებულია ტურისტების (დასვენება ბუნებაში) მოტივაციაზე და ითვალისწინებს ასეთი ტურების ეკოლოგიურ, კულტურულ და ეკონომიკურ გავლენას. ამიტომ ამგვარი ტურიზმის დროს ბუნებრივი რესურსების გამოყენება ყოველთვის არ ითვლება რაციონალურად.

„მწვანე“ (სასოფლო) ტურიზმი ან აგროტურიზმი, განსაკუთრებით პოპულარულია აშშ-ში და დასავლეთ ევროპის ქვეყნებში, ეს არის - დასვენება სოფლის პირობებში (სოფლებში, დაბებში, კეთილმოწყობილ გლეხურ ოჯახებში). ტურისტები ცხოვრობენ ისე, როგორც სოფლის ადგილობრივი მოსახლეობა, ეცნობიან ადგილობრივ კულტურას, ტრადიციებს და წესებს, იღებენ მონაწილეობას ტრადიციულ სასოფლო - სამეურნეო საქმიანობაში, იქაურ დღესასწაულებში, ფესტივალებში და ბაზრობებში.

„მწვანე“ ტურიზმი გულისხმობს ტურიზმის ინდუსტრიაში ეკოლოგიური მეთოდებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებას.

გერმანულენოვან ქვეყნებში სიტყვა „ეკოლოგიური“ იშვიათად გვხვდება და ტერმინი „მწვანე“ ტურიზმის განმარტებებში საერთოდ არ გამოიყენება. იქ უფრო ხშირად გვხვდება ტერმინი „რბილი ტურიზმი“ ან „ეკოლოგიურად და სოციალურად საპასუხისმგებლო ტურიზმი“.

არსებული ტერმინების ანალიზმა აჩვენა, რომ ტურიზმის სახეების აღწერისა და განსაზღვრისას ფიგურირებს 3 განსხვავებული ნიშანი:

- განსაკუთრებით გამოყენებადი რეკრეაციული რესურსები;

- მოგზაურობის მიზანი ან რეკრეაციული საქმიანობით დაკავება;
- მოგზაურობის საშუალებები და ხასიათი.

აქედან, რომელი ნიშანი გამოიყენება უფრო ფართოდ და რომელი პრიორიტეტები წარმოჩნდება წინა პლანზე, დამოკიდებულია სხვადასხვა ავტორების მიერ შემოთავაზებულ განმარტებებზე.

გამოვყოთ ეკოტურიზმის მთავარი პრინციპები:

- ეკოლოგიურ სისტემაში არსებული ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნება, რომელსაც დიდი მნიშვნელობა აქვს დასვენების ორგანიზებისას. ლამაზი ლანდშაფტები, მდიდარი ხედები (ბუნება, პეიზაჟები და ა. შ.), ეკოსისტემის მრავალფეროვნება ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ერთადერთი მთავარი წინაპირობაა. ბუნების რაციონალური გამოყენების პირობებისა და ნორმების დაცვა შეუძლებელია ეკოლოგიური და ბიონესის მენეჯმენტის პროგრამის დანერგვის გარეშე. ამგვარი პროგრამა ითვალისწინებს ტერიტორიის ბუნებრივი პოტენციალის ინვენტარიზაციას, ეკოტურიზმის განვითარების დროს ეკოლოგიური და მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებას, უარყოფითი ანთროპოგენური ზემოქმედების თავიდან აცილების მიზნით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ზონებად დაყოფას. ნებისმიერი ღონისძიების, ტურიზმისა და ეკოლოგიური უფლებების სფეროში არსებული საკანონმდებლო ბაზის მოთხოვნებისა და ნორმების შესაბამისად დაგეგმვას; ბიონეს გეგმაში ეკოლოგიური ღონისძიებების ჩართვას; ტერიტორიაზე ეკოტურიზმის განვითარებისათვის მენეჯმენტის შესაბამისი გეგმის შემუშავებას; რეგიონალური განვითარების გეგმაში ეკოტურიზმის ინტეგრირებას; ეკოტურიზმის, ეკოლოგიისა და ეკოლოგიური უფლებების საკითხების გადაწყვეტისათვის სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურებთან თანამშრომლობას; ეკოლოგიის, ეკოლოგიური უფლებებისა და ბუნებათსარგებლობის საკითხებში საინვესტიციო პორტფელის ფორმირებას; ბუნებისდაცვითი ღონისძიებების ჩატარებას;
- ეკოლოგიური ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტიანობის მიღწევა. რეგიონებში ეკონომიკური სტაბილურობის ზრდა, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა და ადგილობრივი მოსახლეობისათვის დამატებითი შემოსავლების გაჩენა, ადგილობრივი წარმოების განვითარება, მოსახლეობის დაინტერესება ითანამშრომლონ ეკოლოგიური ტურიზმის სახელმწიფო ორგანიზაციებთან, ადგილობრივ მოსახ-



ლეობაში არსებული კადრებიდან გიდეებისა და ექსკურსიამდლოების შერჩევა და მომზადება, ადგილობრივებისათვის ეკონომიკური სტიმულის შექმნა, რათა მათ შეინახონ და იზრუნონ უნიკალურ ბუნებრივ კომპლექსებზე, ინფრასტრუქტურის განვითარება რეგიონებში, მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდა, რეგიონების ბიუჯეტის ფინანსური უზრუნველყოფა;

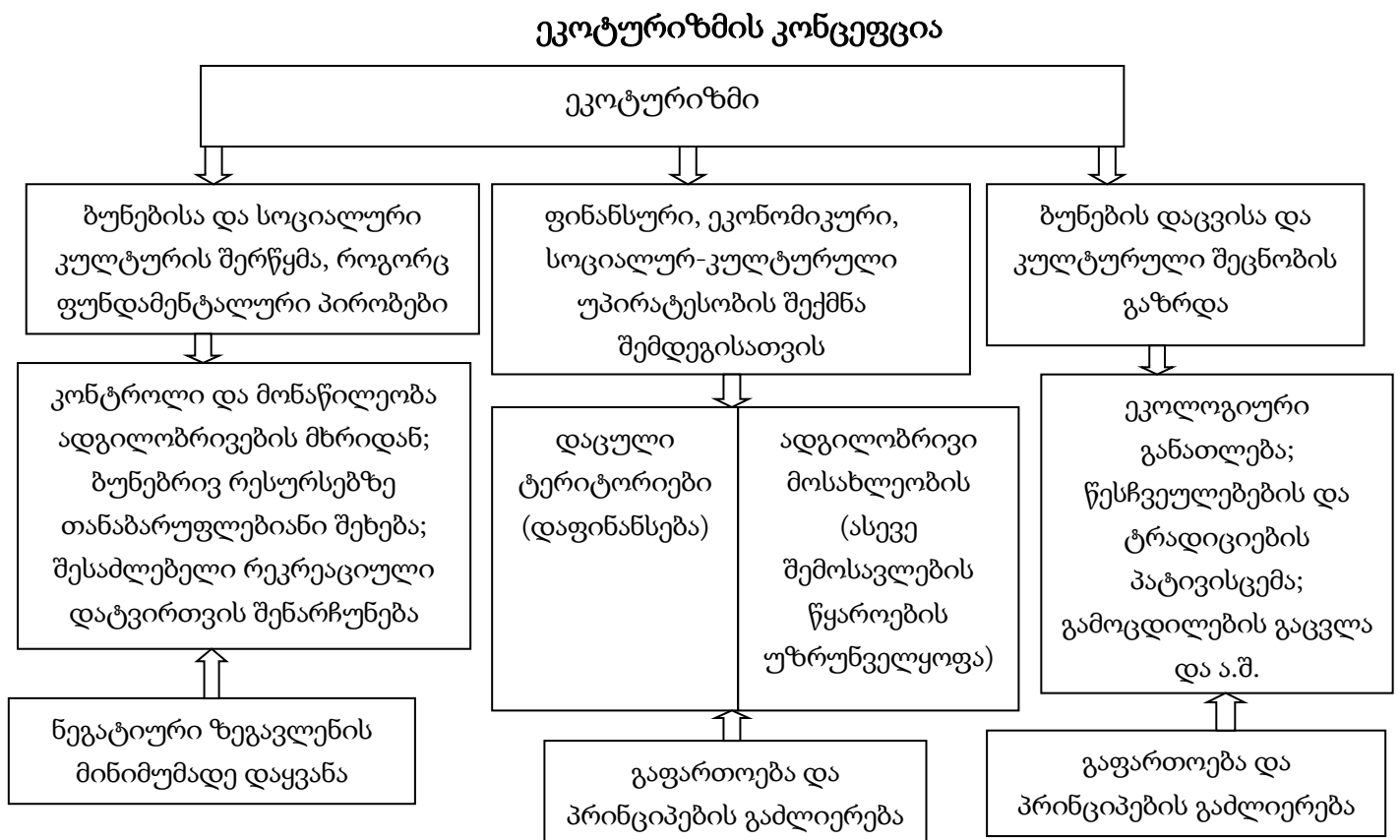
- განათლება ეკოლოგიის სფეროში - ეკოტურისტებისა და ეკოტურიზმში მომუშავე პერსონალის ეკოლოგიური კულტურის ამაღლება, მდგრადი განვითარების პრინციპების დანერგვა განათლების სფეროში, განათლებაზე მოთხოვნის განსაზღვრა, სხვადასხვა პროფილის ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობა პერსონალის სწავლებისა და გადამზადების სფეროში, რეკრეაციული რეგიონების გაცნობა, ბუნების დაცვის პროექტებში ეკოლოგიური ტურიზმის პროპაგანდა, ეკოლოგიური მსოფმხედველობისა და ეკოლოგიური კულტურის ფორმირება. ყველა შემთხვევაში ეკოტურისტები - არიან ის ადამიანები, რომლებისთვისაც სულერთი არაა ეკოლოგიური პრობლემები. ეკოლოგიაში გათვითცნობიერება და ეკოტურისტული საქმიანობის შერწყმა განსაკუთრებით დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე გაზრდის ეკოლოგიური ცოდნის ეფექტურობას, ასევე მოგვცემს ბუნების დაცვის საკითხებში საზოგადოების ჩართვის საშუალებას, რაც გაზრდის განსაკუთრებით დაცული ტერიტორიებისადმი საზოგადოების მხარდაჭერას;
- სოციალური და კულტურული მრავალფეროვნების შენარჩუნების უზრუნველყოფა. ადგილობრივი ტრადიციების, ადათ-წესების პატივისცემა, ადგილობრივ კულტურასთან ფრთხილი დამოკიდებულება, კულტურათაშორისი გაგების ზრდა, სოციალური დაწესებულებებისა და ინსტიტუტების შექმნა, რეკრეაციული ტერიტორიების ეთნოგრაფიული სტატუსის შენარჩუნება, ადგილობრივ მოსახლეობაში საკუთარი მემკვიდრეობისადმი პასუხისმგებლობისა და პატრიოტული გრძნობის აღზრდა იმისათვის, რომ შეინარჩუნონ და იზრუნონ საკუთარ ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე.

ეკოტურიზმის განსაკუთრებულობა მდგომარეობს იმაში, რომ ის სტიმულს აძლევს და აკმაყოფილებს ბუნებასთან ურთიერთობის სურვილს, აღმოფხვრის ნეგატიურ ზემოქმედებას ბუნებაზე და კულტურაზე, ტუროპერატორებსა და ტურისტებს

ტებში აღვიძებს სურვილს მხარი დაუჭირონ ბუნების დაცვასა და სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებას.

ბუნებრივი და კულტურული რესურსების რაციონალურად გამოყენების მიზნით ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვას უფრო რეალური პერსპექტივა აქვს, რადგანაც „გარედან“ მოსული მეწარმეები მხოლოდ ეკონომიკური სარგებლის (რაც შეიძლება სწრაფად) მიღებით არიან დაინტერესებულნი. ადგილობრივი მოსახლეობა სავარაუდოდ უფრო იზრუნებს ტრადიციებისა და ადგილისათვის დამახასიათებელი ცხოვრების სტილის შენარჩუნებაზე. ორივე მხარის თანამშრომლობა ასევე მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს კონსერვაციის წესების დარღვევის (ბრაკონიერება, ტყის გაჩეხვა) თავიდან ასაცილებლად. ადგილობრივი მოსახლეობას უნდა მიეცეს საკუთარი რესურსების დაფასებისა და შეფასების საშუალება, რომ ისინი ტურიზმის განვითარების პროცესს არც ფიზიკური და არც ფინანსური თვალსაზრისით არ ჩამოშორდნენ. ადგილობრივმა მოსახლეობამ უნდა შეძლოს საკუთარი რესურსით სარგებლობა და გართობა (გოგელია... 2011ა:418).

სტეკის თანახმად ეკოტურიზმის კონცეფცია შეიძლება წარმოვიდგინოთ შემდეგნაირად (ნახაზი 2.1.1).



ნახაზი 2.1.1. ეკოტურიზმის კონცეფცია, (Steck,1999).

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის საფუძველზე შეიძლება გამოვიტანოთ რამდენიმე დასკვნა:

1. გლობალურ დონეზე გარემო პირობების გაუარესებასთან დაკავშირებულმა პროცესებმა წინა პლანზე გამოიტანა მოგზაურობის და დასვენების ისეთი სახეობა, როგორცაა ეკოლოგიური ტურიზმი;
2. ეკოლოგიური ტურიზმის სამეცნიერო-მეთოდოლოგიურ პრინციპებს წარმოადგენს ეკოლოგიური განათლების უზრუნველყოფა, ტურისტებში ახლებური ხედვის ჩამოყალიბება, ტურიზმის სხვა სახეობებთან ინტეგრაციის ხელშეწყობა, „მწვანე მარკეტინგის“ პრინციპების ამოქმედება, საერთო ეკოლოგიური მდგომარეობის გაუმჯობესების მეთოდოლოგიური ბაზის მომზადება, ეკოტურისტული ბიზნესის ბუნებისდაცვითი ფუნქციის ეკონომიკური შინაარსის გაღრმავება;
3. გამოიყოფა ეკოტურიზმის ორგანიზაციულ-დაგეგმარებითი, მოტივაციური და მაკონტროლებელი ასპექტები;
4. ეკოლოგიური ტურიზმი - არის ტურიზმის სახეების და რეკრეაციის თვითმყოფადობა, იგი უშუალოდ დაკავშირებულია ბუნების გამოყენებასთან, რომლის მიზანია ეკოლოგიური განათლება, ბუნების შეცნობა, ეკოლოგიური კულტურის ამადლება, თვალ-ყურის დევნება ფლორასა და ფაუნაზე, გაჯანსაღება ბუნებრივი საშუალებების გამოყენებით, ფიზიკური სრულყოფა, საკუთარი წვლილის შეტანა ეკოსისტემების დაცვის საქმეში და ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების პატივისცემა;
5. ეკოტურიზმის ძირითადი პრინციპებია: ბიომრავალფეროვნება, ეკონომიკური ეფექტიანობა, ეკოლოგიური განათლება, სოციალური და კულტურული მრავალფეროვნების შენარჩუნება.

## 2.2. ეკოლოგიური ტურიზმის სახეები და ორგანიზაციული

### სტრუქტურა

ეკოლოგიური ტურიზმი მიეკუთვნება ბუნებრივი ტურიზმის ფართო, საყოველთაოდ მიღებულ ტიპს. ასეთი მტკიცებულების საფუძველს წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ ბუნება ეკოლოგიურ ტურიზმში არის მიზანიც, საბაზი მოგზაურობისათვის და გარემოც, სადაც უშუალოდ იმყოფება ეკოტურისტი ეკოტურის შესრულების დროს. ამ მოცემული კრიტერიუმით ეკოტურიზმი განსხვავდება ტურიზმის სხვა ტიპებისაგან. მაგ: საქმიანი, ფესტივალების, შეხვედრების და სხვა. ეკოლოგიურ და მასთან დაკავშირებულ ტურიზმის სხვა ტიპებს მიაკუთვნებენ საქმიანობის ფართო დიაპაზონს - ხანგრძლივი მეცნიერულ-შემეცნებითი ეკოტურებიდან გამოსასვლელი დღის ხანმოკლე მარშრუტებამდე.

ბოლო ათწლეულში საქართველოში ტურიზმი აქტიურად ვითარდება, მაგრამ ისეთი მიმართულება როგორც ეკოტურიზმია, განვითარების საწყის ეტაპზე იმყოფება. სწორი მენეჯმენტის პირობებში ეკოტურიზმს შეუძლია უზრუნველყოს არსებითი შემოსავლების მიღება, ხოლო წარმატებული განვითარების შემთხვევაში ითამაშოს მნიშვნელოვანი როლი ქვეყნის, რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური პირობების გაუმჯობესებაში.

ტურიზმის სფეროში მენეჯმენტის ეფექტიანობის სწორად შეფასება შესაძლებლობას იძლევა აქტიური ზემოქმედება განხორციელდეს ტურისტული ფირმების საქმიანობასა და მათი განვითარების ტენდენციებზე და შედგეს ტურისტული ბიზნესის განვითარების დასაბუთებული გეგმები (შუბლაძე...2008:241).

სანამ გადავდგამდეთ პირველ ნაბიჯებს ეკოტურიზმის განვითარებაში, აუცილებელია გავიგოთ, გამართლებული და პერსპექტიულია თუ არა ტურიზმის განვითარება ჩვენი ტერიტორიებისათვის. დანართი 8-ში მოყვანილია მეთოდის, რომელიც ხელმისაწვდომია არაპროფესიონალთათვის (შემუშავებულია E. Ю. Ледовских, Н. В. Моралева-ს მიერ). იგი ემყარება ძირითად შეკითხვებზე პასუხების მიღებას. საჭირო ინფორმაციის მიღება შეიძლება: მეცნიერებისა და ბუნებისდაცვითი სამსახურების ანგარიშებიდან, ადგილობრივი გამოკვლევებით, ტურისტთა გამოკითხვებით და სხვა წყაროებიდან.

ჩქარი შეფასების მექანიზმის ბაზას წარმოადგენს მიახლოებითი რაოდენობრივი და შესაძლო დასაშვები მონაცემები, სერიოზული ეჭვის არსებობის დროს რეკომენდებულია რამდენიმე სცენარის „გათამაშება“ სხვადასხვა დაშვებათა ბაზაზე.

- ექსპრეს-შეფასების გზით ჩატარებული განხილვები ტურიზმის განვითარების პერსპექტიულობისა და მართებულობის შესახებ შეიძლება იყოს საკმაოდ პირობითი. შემდეგ ეტაპზე (კონცეფციის შემუშავება) აუცილებელია ჩატარდეს სერიოზული ანალიზი;
- ექსპრეს-შეფასების შედეგები საშუალებას გვაძლევს გავიგოთ თუ რომელი მიმართულებით განვავითაროთ ტურიზმი მოცემულ ტერიტორიაზე, ასევე გავიგოთ თუ რა პოტენციალი და რისკები ახლავს;
- სასურველი ტურისტული პოტენციალისა და დაგეგმვისათვის მოვიწვიოთ ტურიზმის სფეროს ექსპერტი. ეს განსაკუთრებით საჭიროა ტურისტული საქმიანობის განვითარების კონცეფციის შემუშავების სტადიაში;
- კონკრეტული პროექტებისათვის ყველა კითხვას აქვს ერთნაირი მნიშვნელობა. აუცილებლობის დროს რეკომენდებული კითხვების ჩამონათვალს შეიძლება დაემატოს კონკრეტული სპეციფიკური, სიტუაციიდან გამომდინარე კითხვები (Ледовских... 2012:132).

ეკოტურიზმის განვითარება უზრუნველყოფს:

- უნიკალური ტერიტორიების ბუნებრივი სილამაზის შენარჩუნებას;
- ბუნებრივ გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის შემცირებას;
- მოსახლეობის განათლების დონის ამაღლებას ბუნებრივი გარემოს მიმართ, აგრეთვე სკოლის მოსწავლეების ცოდნის ამაღლებსა და ბუნების უსაფრთხოების სფეროში გამოცდილების მიღებას;
- ეკოლოგიურ კანონდარღვევებზე სახელმწიფო ზედამხედველობისა და კონტროლის გაუმჯობესებას;
- ბუნებრივი გარემოს მდგომარეობის შესახებ მონაცემთა ბაზის შექმნას და მის სისტემატურ შევსებას.

ეკოტურიზმზე მოთხოვნის ზრდამ განაპირობა დაცული ტერიტორიების და ეროვნული პარკების დაარსების აუცილებლობა. დღეისათვის სწორედ ეს ტერიტორიები წარმოადგენს ეკოტურიზმის ძირითად ობიექტებს.

განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები მიეკუთვნება საერთო სახელმწიფოებრივ ღირშესანიშნავ ობიექტებს, სადაც განლაგებულია ბუნებრივი კომპლექსები, ობიექტები, რომლებსაც გააჩნიათ განსაკუთრებული კულტურული, ესთეტიკური და რეკრეაციულ-გამაჯანსაღებელი მნიშვნელობა.

განსაკუთრებით დაცულს მიეკუთვნება ის ბუნებრივი ტერიტორიები, რომლებზეც მათი ბუნებრივი თავისებურებებისა და მახასიათებლების შენარჩუნების მიზნით ბუნებრივი ობიექტების მართვა და გამოყენება რეგულირდება სპეციალური ნორმატიული აქტებით. დაწესებულია ბუნებათსარგებლობის სპეციალური რეჟიმი, რომელიც მოიცავს სრულ ან ნაწილობრივ, მუდმივ ან დროებით შეზღუდვებს ბუნებით სარგებლობაზე, ხოლო რიგ შემთხვევებში გულისხმობს ბუნებით სარგებლობისათვის განსაკუთრებული მეთოდების გამოყენებას ან აღდგენითი ღონისძიებების გატარებას.

განასხვავებენ დაცული ტერიტორიების შემდეგ კატეგორიებს: 1. სახელმწიფო ნაკრძალი; 2. ეროვნული პარკი; 3. ბუნებრივი ძეგლი; 4. აღკვეთილი; 5. დაცული ლანდშაფტი; 6. მრავალმხრივი გამოყენების ტერიტორია (საქართველოს 1996:4).

პირველ ორ კატეგორიას ბუნების დაცვისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს. დაცული ტერიტორია წარმოადგენს ბიოლოგიური მრავალფეროვნების, ბუნებრივი რესურსებისა და ბუნებრივ გარემოში ჩართული კულტურული ფენომენების შესანარჩუნებლად შექმნილი განსაკუთრებული მნიშვნელობის მქონე სახმელეთო ტერიტორიას და (ან) აკვატორიას, რომლის დაცვა და მართვა ხორციელდება გრძელვადიან, მყარ სამართლებრივ საფუძველზე.

დაცული ტერიტორიების საერთაშორისო ქსელი წარმოადგენს ბიორეზერვაციების, მსოფლიო მემკვიდრეობის უბნების და საერთაშორისო მნიშვნელობის ჭარბტენიანი ტერიტორიების დაცვის, დაკვირვების, ზრუნვისა და ფინანსური ხელშეწყობის სტატუსის მქონე დაცული ტერიტორიების ქსელს, რომლებიც იქმნება უმნიშვნელოვანესი ეროვნული მემკვიდრეობის - უნიკალური, იშვიათი და სპეციფიკური ეკოსისტემების, მცენარეთა და ცხოველთა სახეობების, ბუნებრივი წარმონაქმნები-

სა და კულტურული არეალების დასაცავად, მათი სამეცნიერო, საგანმანათლებლო, რეკრეაციული და ბუნებრივი რესურსების დამზოგავი მეურნეობის განვითარების მიზნით გამოყენების უზრუნველსაყოფად.

დაცული ტერიტორიების სისტემის ჩამოყალიბება საქართველოში ემსახურება თვითმყოფადი ბუნებრივ-კულტურული გარემოსა და მისი ცალკეული კომპონენტების მომავალი თაობებისათვის შენარჩუნებას, ადამიანის სულიერი და ფიზიკური ჯანმრთელობის პირობების დაცვას, რომელიც საზოგადოების ცივილიზებული განვითარების ერთ-ერთი უმთავრესი საფუძველის შექმნაა (საქართველოს 1996:3).

დაცული ტერიტორიების შექმნის დროს აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ შემდეგი:

- ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალური, ეკონომიკური და კულტურული უფლებები, წეს-ჩვეულებები და ტრადიციები გათვალისწინებულ უნდა იქნას დაცული ტერიტორიების შექმნისა და მართვის პროცესში;
- განხილულ იქნას რეგიონის დონეზე დაცული ტერიტორიების განვითარების ფონდის დაარსების იდეა, რათა ამ უკანასკნელის მიერ მაქსიმალურად ხელი შეეწყოს ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალური და ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას (მათი ეკონომიკური და სოციალური უფლებების დაცვას);
- ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით, დაცული ტერიტორიების სისტემის პარალელურად, რეგიონის დონეზე უნდა მომზადდეს დამხმარე ზონის პროექტები, რაც ხელს შეუწყობს შემოსავლის ალტერნატიული წყაროს შექმნას (მაგ. ეკოტურიზმის განვითარება, ოჯახური სასტუმროების და საზოგადოებრივი კვების ობიექტების მოწყობა, გიდეების დაქირავება და ა.შ.)
- რეგიონული ადმინისტრაციის მიერ უნდა მოხდეს შესწავლა დაცული ტერიტორიების მიმდებარე ტერიტორიებზე მცხოვრები მოსახლეობის შესაძლო ჩართვისა ამ ტერიტორიების ფარგლებში განვითარებულ ტურისტულ საქმიანობაში; რეგიონის განვითარების სტრატეგიულ დოკუმენტებში ტურისტულ საქმიანობებში ადგილობრივი მოსახლეობის როლის მკაფიოდ განსაზღვრა;

- ადგილობრივი თვითმმართველობების უფლება გამოვიდნენ ინიციატივით არსებული კანონით განსაზღვრული ადგილობრივი მნიშვნელობის დაცული ტერიტორიების კატეგორიების (მაგ. ბუნებრივი ძეგლი) შექმნის შესახებ მაქსიმალურად უნდა იყოს გათვალისწინებული და დაცული;
- დაცული ტერიტორიები გამოყენებულ უნდა იქნას ადგილობრივ ბიომრავალფეროვნებაზე, კლიმატზე და ბუნებრივ რესურსზე მონიტორინგის მიზნით, რადგან აქ ანთროპოგენური ჩარევა ნაკლებია და ყველა ცვლილება გამოწვეულია ბუნებრივი პროცესების ფონზე (გლობალური დათბობა და სხვა) (საქართველოს 2010ა:101-102).

ეროვნული პარკი იქმნება ეროვნული და საერთაშორისო მნიშვნელობის, შედარებით დიდი და ბუნებრივი მშვენიერებით გამორჩეული ეკოსისტემების დასაცავად სასიცოცხლო და რეკრეაციული საქმიანობისათვის. ეროვნული პარკისათვის შეიძლება შეირჩეს შედარებით დიდი, ბუნებრივი სახმელეთო ტერიტორია ან/და აკვატორია, სადაც წარმოდგენილია უნიკალური, იშვიათი ან საფრთხის წინაშე მყოფი ერთი ან რამდენიმე დაუზიანებელი ან ნაკლებად დაზიანებული ეკოსისტემა, ბიოცენოზი და საქართველოს „წითელ ნუსხაში“ შეტანილი, გადაშენების საფრთხის წინაშე მყოფ გარეულ ცხოველთა და ველურ მცენარეთა სახეობა (საქართველოს 1996:4-5).

საქართველოში სახელმწიფო ნაკრძალის დაარსება დაიწყო 1912 წლიდან (ლაგოდების სახელმწიფო ნაკრძალი). განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების რეკრეაციული მნიშვნელობით გამოყენება შესაძლებელია, მაგრამ აქ ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება უნდა ითვალისწინებდეს გარკვეულ შეზღუდვებს. ეს შეზღუდვები გულისხმობს არა მასობრივი, არამედ ტურიზმის ალტერნატიული სახეების განვითარებას, რომელიც უზრუნველყოფს ბუნებრივი კომპლექსების დაცვას და ამავდროულად ხელს შეუწყობს ეკოლოგიურ განათლებასთან და რეკრეაციული ეფექტის მიღებასთან დაკავშირებული მიზნების მიღწევას (Архипенко... 2000:184).

დასვენების მიზნით მოგზაურობათა თანამედროვე პრაქტიკაში პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს ტურიზმის შემეცნებით ფორმებს, რომელთა განვითარება ხელს შეუწყობს დასასვენებლად განათლებული ადამიანების მოზიდვას და მოსახლეობაში



ეკოლოგიური და კულტურულ-ისტორიული ცოდნის პოპულარიზაციას. ტურიზმის შემეცნებითი ფორმების განვითარების ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებას წარმოადგენს ტურისტული ან ეკოლოგიური მარშრუტები და ბილიკები, რომლებიც ხელს შეუწყობს ბუნებრივი პროცესებისა და მოვლენების შესახებ ცოდნის გაღრმავებას. მეორე უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა - ადამიანში ეკოლოგიური კულტურის ჩამოყალიბება.

ეკოტურიზმი ბუნებით სარგებლობის ეკოლოგიურად ყველაზე უსაფრთხო სახეა. მის ფარგლებში შეიძლება მოვიაზროთ ორი განსხვავებული პროცესი: პირველი - საგანმანათლებლო, რომელიც დაკავშირებულია ეკოსისტემის ელემენტების შესახებ ინფორმაციის მიზანმიმართულ და თემატურ მიღებასთან, ხოლო მეორე - გაცნობა და ბუნებაზე პროფესიონალური დაკვირვება.

ეკოტურიზმის ფორმების დიფერენციაცია ითვალისწინებს ორ შესაძლო პოზიციას: პირველი დაფუძნებულია იმაზე, რომ რაც უფრო ინტენსიურად გადაადგილდება ტურისტი ბუნებრივ სივრცეში, მით უფრო „აგრესიულია“ ეკოტურიზმის რეალიზებადი ფორმა. ინტენსიურობა განისაზღვრება ტურისტის აქტიური გადაადგილების დროითა და სიჩქარით თავისი რეკრეაციული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მიზნით. მეორე პოზიციას საფუძვლად უდევს ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსების რაციონალური გამოყენების პრინციპი. მისი არსი შემდეგშია: მეცნიერულ-შემეცნებითი ინფორმაცია, რომელსაც მოიცავს ბუნებრივი ობიექტი, რაც შეიძლება სრული მოცულობით უნდა იყოს გამოყენებული. პირველი პოზიციისაგან განსხვავებით შემეცნებითი პოტენციალის რაციონალური გამოყენება ბუნებრივ ტერიტორიაზე ტურისტული ნაკადების სწორად განაწილების შესაძლებლობას იძლევა.

განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს რგოლს ეკოტურიზმის განვითარებაში, რადგან მათ გააჩნიათ რიგი უპირატესობები:

- განლაგებულია მიმზიდველ, შემეცნების თვალსაზრისით საინტერესო ადგილებში;
- ფლობს ტურისტული ჯგუფების მომსახურების ჩამოყალიბებულ, ტურისტული მარშრუტების სრულყოფილ და საგანმანათლებლო სამუშაოების ორგანიზების სისტემას;

- გააჩნია განსაკუთრებული ინფრასტრუქტურა და მომზადებული პერსონალი;
- აყალიბებს ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულებას კონკრეტულ ტურისტებთან და არსებულ შეზღუდვებთან (Кусков... 2004:144-150).

სანამ განვიხილავდეთ ეკოტურისტული პოტენციალის შეფასების სქემას, აუცილებელია განვსაზღვროთ, რა კომპონენტებს მოიცავს ის. მთელი რიგი კომპონენტებისა უნდა დაიყოს ორ ჯგუფად: „ბუნებრივ-კულტურული ლანდშაფტები“ და მისი კომპონენტები; „საშუალებები და პირობები“ და მისი კომპონენტები.

პირველი ჯგუფი - „ბუნებრივ-კულტურული ლანდშაფტები“ და მისი კომპონენტები მოიცავს შემდეგ ელემენტებს:

- პარკების ტერიტორიები და აკვატორია, ბუნების ძეგლები, ბოტანიკური და ზოოლოგიური ბაღები და განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებთან სხვა ობიექტების სიახლოვე;
- ბუნებრივ-ისტორიული მუზეუმები (განსაკუთრებით ადგილობრივი ისტორიის), ასევე საინტერესო და სასწავლო ეკოლოგიური პრინციპების დემონსტრირებისათვის აუცილებელი გარემოსდაცვითი ობიექტები;
- კულტურული ლანდშაფტები თავისი ესთეტიკური თვისებებით, ტერიტორიები განსაკუთრებული ისტორიულ-კულტურული ღირებულებებით.

მეორე ჯგუფი „საშუალებები და პირობები“ და მისი კომპონენტები მოიცავს შემდეგ ელემენტებს:

- ეკოტექნოლოგიური - ტრანსპორტის სახეები, ტურისტთა განთავსების საშუალებები და აღჭურვილობა;
- ეკოლოგიურად სუფთა ადგილობრივი კვების პროდუქტები;
- კვალიფიციური გიდი-ეკოლოგები, ასევე საგანმანათლებლო, აღმზრდელი-თი და საინფორმაციო მასალები;
- ეკოლოგიურ ტერიტორიებზე გარემოს დაბინძურების ასპექტები, სანიტარულ-ეპიდემიოლოგიური სიტუაცია, ბუნებრივ კატასტროფათა შემცირება.
- ტერიტორიის ვარგისიანობა და მისი ხელმისაწვდომობა ტურების განხორციელებისათვის;

- დასაშვები რეკრეაციული დატვირთვები, წყლის მოცულობის, ენერგეტიკული და სხვა რესურსების გამოყენება, დროისა და დასწრების სხვადასხვა ფორმები ობიექტზე დაკვირვებასთან დაკავშირებით.

როგორც წესი, რესურსების შეფასება რეკომენდებულია ხუთ - ფუნქციონალურ, ჰიგიენურ, ესთეტიკურ, ტექნიკურ-ეკონომიკურ და ბუნების დაცვით ასპექტებში. იგივე ასპექტები გამოიყენება ტერიტორიის ეკოტურისტული პოტენციალის შეფასებისას.

ბუნებრივი და კულტურული ლანდშაფტების ელემენტების შეფასების კრიტერიუმებად პირველ რიგში უნდა გამოდიოდეს მათი წარმოშობა და ისტორია, უნიკალურობა, უსაფრთხოება, მიმზიდველობისა და მრავალფეროვნების განსხვავებული მახასიათებლები, მათ შორის ფლორისა და ფაუნის სახეობათა სიმდიდრე. ტურების განხორციელების საშუალებათა შეფასების კრიტერიუმად უნდა განვიხილოთ ამ საშუალებათა ეკოტექნიკური მაჩვენებლები და ზოგადი ჰიგიენური სტანდარტები, როგორც ადამიანებთან, აგრეთვე ლანდშაფტების კომპონენტებთან მიმართებაში.

ეკოტურისტული პოტენციალის შეფასებისა და დაგეგმვისასთვის აუცილებელია ტურიზმის სფეროში მომუშავე ექსპერტების მოწვევა, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტურისტული საქმიანობის კონცეფციის განვითარების ეტაპზე.

თანამედროვე ლიტერატურაში ეკოტურიზმის განვითარების დაგეგმვის ორი ძირითად ეტაპი გამოიყოფა, რომელიც თავის მხრივ შედგება მთელი რიგი კითხვებისა და მიმართულებებისაგან:

**ეტაპი I. ეკოტურისტული საქმიანობის მიზნის განსაზღვრა:**

1. პერსპექტივები, იდეები, შემოქმედებითი წინადადებები;
2. განსაკუთრებით დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის საერთო მენეჯმენტის მიზნები;
3. განსაკუთრებით დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებში სხვა მოქმედი პირების მიზნები/ინტერესები;

**ეტაპი II. ეკოტურიზმის განვითარების მიმდინარე სიტუაციის და პოტენციალის ანალიზი:**

1. ტურიზმის განვითარების სტადია;

2. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები და მის ირგვლივ ტურისტული პოტენციალის შეფასება;
3. ბაზრის ანალიზი;
4. შესაძლო ან უკვე არსებული ეკოლოგიური შედეგების ანალიზი;
5. სოციალური, კულტურული, ეკონომიკური, პოლიტიკური ფაქტორების ანალიზი;
6. ეკონომიკური და პოლიტიკური პირობების ანალიზი, აგრეთვე დაცული ტერიტორიებიდან შემოსავლის მიღების პირობები;
7. აუცილებელი დანახარჯების შეფასება (ინვესტიციები, მარკეტინგი და ა.შ.);
8. SWOT ანალიზი;
9. „დანახარჯები-შედეგი“ - მეთოდის ეფექტურობის ანალიზი;
10. პრინციპული გადაწყვეტილებები.

**ამგვარი შეფასებით შესაძლებელია შემდეგი შედეგების მიღება:**

1. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებში დარგის პერსპექტიული განვითარება შესაძლებელია;
2. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებში ტურიზმის განვითარებას გააჩნია განსაზღვრული აზრი;
3. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებში ტურიზმის განვითარებას აზრი აქვს მხოლოდ გარკვეული მასშტაბით;
4. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებში ტურიზმის განვითარებას არა აქვს აზრი.

**ეროვნული პარკებისათვის დამახასიათებელია ტურისტული მომსახურებისა და საქონლის შემდეგი სახეები:**

- შემუშავებული და კონტროლირებადი მარშრუტები;
- სხვადასხვა სახის საგანმანათლებლო და საკონსულტაციო მომსახურება;
- სპორტული, სათავგადასავლო, სამკურნალო და სარეაბილიტაციო ტურიზმი;
- სპეციალური ეკოლოგიური და ეკოლოგიურ-კულტურული ტურები;
- საექსკურსიო მომსახურება;

- განსაკუთრებული ღონისძიებები (ბაზრობები, აუქციონები, ფესტივალები, კონკურსები, გამოფენები და სხვა);
- ეკოლოგიურად სუფთა ადგილობრივი კვების პროდუქტების გაყიდვა;
- ეკოტექნოლოგიური და სატრანსპორტო მომსახურება;
- ტურისტული აღჭურვილობის გაქირავება;
- სავაჭრო ნიშნების გაყიდვა პარკის სიმბოლოებით, სარეკლამო მომსახურება;
- სუვენირების დამზადება და გაყიდვა;
- სპეციალური აუდიო, ვიდეო, ფოტო და კინოპროდუქტის დამზადება-რეალიზაცია.

ეროვნულ პარკებს გააჩნია ეკოტურიზმის განვითარების უდიდესი პოტენციალი, რომელთა ძირითად მიზანს ეკოსისტემის დაცვასთან ერთად წარმოადგენს ადამიანებში ეკოლოგიური ცნობიერების ჩამოყალიბება.

ყველა ტიპის განსაკუთრებით დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიაზე შესაძლებელია ეკოტურიზმის განვითარება, მაგრამ დაცულ ტერიტორიებზე სხვებისგან გასხვავებით დაწესებულია ეკოტურიზმის განვითარების უფრო მკაცრი რეჟიმები. სამეცნიერო-კვლევითი მიზნების მისაღწევად შექმნილი დაცული ტერიტორიები საშუალებას იძლევა ისინი გამოყენებული იყოს სამეცნიერო ეკოლოგიური ტურიზმისათვის. მაგრამ მისი განვითარებისათვის აუცილებელია ტერიტორიის ზონირება, სადაც ნორმირებული უნდა იყოს ვიზიტორთა რაოდენობა.

ეკოტურიზმის რესურსებს აგრეთვე წარმოადგენს მატერიალური და არამატერიალური კულტურული ობიექტები, აღსანიშნავია, რომ ეკოტურიზმის რესურსებს მიეკუთვნება აგრეთვე ისტორიულ-კულტურული ძეგლები, რომლებიც განლაგებულია განსაკუთრებით დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე ან მის ირგვლივ ტურისტული ხელმისაწვდომობის ფარგლებში (ბერიძე... 2012:195).

ეროვნული პარკების ტერიტორიაზე მარშრუტების ორგანიზება შესაძლებელია მხოლოდ ბილიკებზე, ხოლო დაცულ ტერიტორიებზე ეკოტურიზმის განხორციელებისათვის დაწესებულია უფრო მკაცრი მოთხოვნები. აქ ტურისტული მარშრუტების განხორციელება შემოისაზღვრება მხოლოდ ბუფერულ ზონაში, მკაცრად განსაზღვრული მიმართულებებით.

ეროვნული პარკების და დაცული ტერიტორიების ბუფერულ ზონებს შეუძლია მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს ეკოტურიზმის მდგრად განვითარებაში, შემდეგი მიზეზების გამო:

- დაცულ ტერიტორიებს შეუძლიათ თავის თავზე აიღონ ეკოტურიზმის საქმიანობის დაგეგმვის, მართვისა და მონიტორინგის ფუნქციები;
- ეკოტურიზმი არის ეკოლოგიური განათლების ეფექტური საშუალება და ხელს უწყობს ადამიანთა ყურადღების მიმართვას ბუნების დაცვისაკენ;
- დაცული ტერიტორიები და ეროვნული პარკების ქსელი მოიცავს უნიკალურ ლანდშაფტებს, რომლებიც არ არის შეცვლილი ადამიანის ზემოქმედების შედეგად;
- ეროვნული პარკები მნიშვნელოვან როლს ასრულებენ რეგიონის საზოგადოებრივ-კულტურულ ცხოვრებაში;
- ეკოტურიზმის განვითარება ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებას, უზრუნველყოფს საერთაშორისო ყურადღებისა და ინვესტიციების მოზიდვას, აგრეთვე ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს.

ეკოტურიზმის წარმატებული განვითარებისა და ტურისტული პოტენციალის სრული გამოყენებისათვის, პირველ რიგში დაცულ ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებში ტურისტული ნაკადების მოცულობა მკაცრად უნდა იყოს განსაზღვრული და რეგულირებული; მეორე, მნიშვნელოვანია დაცული ტერიტორიების ზონირება; მესამე, თუ მარშრუტები ხორციელდება უშუალოდ დაცულ ტერიტორიებზე, მაშინ მარშრუტის დაგეგმვა და განხორციელება უნდა მიმდინარეობდეს, ისე, რომ შესაძლებელი იყოს ბუნებრივი რესურსების შენარჩუნება და კონტროლის განხორციელება; მეოთხე, ეკოტურიზმის განვითარება არ საჭიროებს დაცულ ტერიტორიებზე ახალი სასტუმროების მშენებლობას. ეკოტურისტების განთავსება უნდა მოხდეს არა დაცულ ტერიტორიაზე, არამედ ირგვლივ არსებულ დასახლებულ პუნქტებში. ყველა ეს ღონისძიება შესაძლებელს ხდის გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის მინიმუმამდე დაყვანას.

აქედან გამომდინარე, ეკოტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი არა მხოლოდ დაცული ტერიტორიების შენარჩუნებისაკენ, არამედ ადგილობრივი მოსახლეობის

სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნების დაკმაყოფილებისაკენ უნდა იყოს მიმართული. ეკოტურიზმის სოციალური ეფექტი შეიძლება იყოს, ის, რომ ადამიანთა უმრავლესობა, მათ შორის ვისაც მნიშვნელოვანი ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია საზოგადოებრივ აზრზე, შეეძლებათ ეწვიონ მათთვის ადრე მიუწვდომელ ტერიტორიებს (ბერიძე... 2012:197).

სხვადასხვა ქვეყნებში შექმნილი ტრადიციების შესამაბისად, ეკოლოგიური ტურიზმის სახეობები და ფორმები შეიძლება დაიყოს 2 ძირითად ტიპად: ეკოტურიზმი განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის ფარგლებში და ეკოლოგიური ტურიზმი განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებს გარეთ (მელაძე 2012:232).

მოკლედ დავახასიათოთ თითოეული:

ეკოტურიზმი განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის ფარგლებში ეკოტურიზმის კლასიკურ მიმართულებას წარმოადგენს. ამ მიმართულების ფარგლებში განხორციელებული ტურები მიეკუთვნება ეკოტურიზმის „ავსტრალიურ“ ან „ჩრდილო-ამერიკულ“ მოდელს. ავსტრალიისათვის დამახასიათებელია საკმაოდ ვრცელი ტყის მასივები, ბიოსხვადასხვაობა, ხოლო განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის რაოდენობა შეადგენს 1000-ზე მეტს. ამ მოდელის საფუძველს წარმოადგენს კონცეფცია, რომელიც შემუშავებულია ავსტრალიის ბუნებისდამცველი ორგანიზაციების მიერ და ეყრდნობა ბუნებრივ გარემოში ეკოლოგიური წონასწორობის შენარჩუნებას და დაცვას, ბუნების შემეცნებას, მისი თავისებურებების გაცნობას, ბუნებაში დასვენებას ემოციური და ესთეტიკური მიზნებით. ასეთივე პოლიტიკას ახორციელებს აშშ-ის ეკოტურიზმის საზოგადოება.

ეკოლოგიური ტურიზმი განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებს გარეთ გულისხმობს ეკოლოგიურად ორიენტირებული ტურიზმის სახეობების ფართო სპექტრს. რეკრეაციული (გამაჯანსაღებელი) ეკოტურების ასეთი ტიპი მიეკუთვნება „გერმანულ“ ან „დასავლეთ – ევროპულ“ მოდელს. ამ ქვეყნების (იტალია, ესპანეთი, გერმანია, საფრანგეთი და სხვა) პოლიტიკა, ხანგრძლივი დროის განმავლობაში ემსახურებოდა ადამიანის ცხოვრებისათვის მაქსიმალური კომფორტის შექმნას: სახლების, ხიდების, მშენებლობა, ტრანსპორტის განვითარება და სხვა. თუმცა ამან ისინი მიიყვანა ბუნებრივი ლანდშაფტების შეცვლამდე, ურბანიზაციის

მაღალ ხარისხამდე, ბუნებრივი გარემოს დაბინძურებამდე, ტყის გაჩეხვამდე, საბოლოო ჯამში კი - ბუნებრივი ბალანსის დარღვევამდე. სწორედ ამ მიზეზის გამო დასავლეთ-ევროპული მოდელი აქცენტს აკეთებს ეკოტურიზმის მდგრადობაზე და იმ ბუნებრივი რესურსების შენარჩუნებაზე, რომელიც ჯერ კიდევ დარჩა.

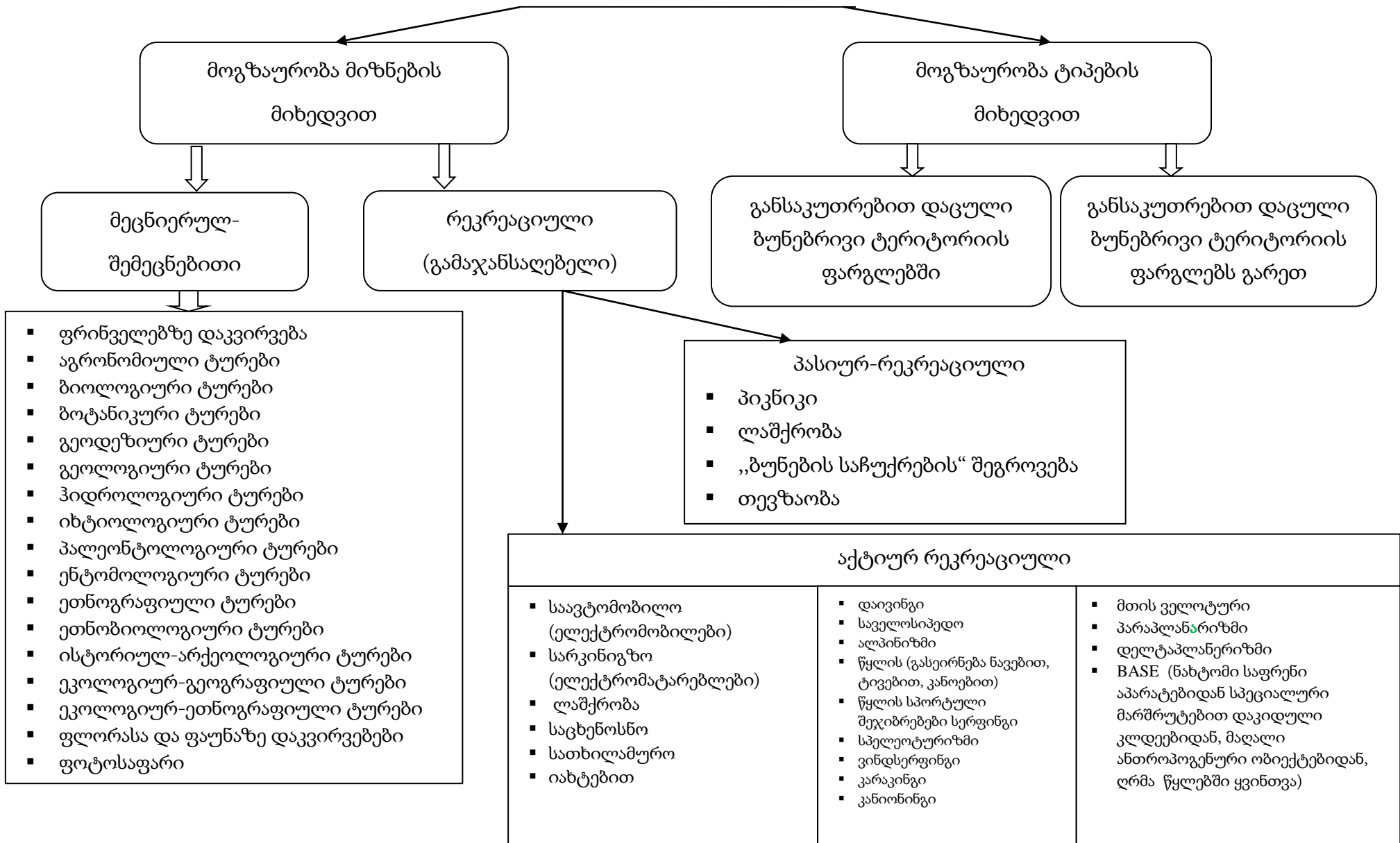
ეკოტურიზმისათვის მნიშვნელოვანი ნიშანია შემოთავაზებული ეკოლოგიური ტურის მიზანი და ობიექტი. ამის გათვალისწინებით, მრავალი ლიტერატურული წყაროების გაანალიზებით და მასალების განზოგადებით, ჩვენ გთავაზობთ ეკოტურების სისტემატიზირებას ძირითადი მიზნისა და ძირითადი ობიექტების მიხედვით, (ნახაზი 2.2.1). ობიექტი ეკოტურიზმში განსაზღვრავს ეკოტურის პროგრამის შემადგენლობას და ნაწილობრივ მისი ორგანიზაციის ფორმასაც. დღევანდელი დღისათვის ეს მიმართულებები უფრო პერსპექტიული და მოთხოვნადია, რეკრეაციული ეკოტურები შეიძლება დანაწილდეს შემდეგნაირად: პასიურ-რეკრეაციული და აქტიურ-რეკრეაციული.

მეცნიერულ-შემეცნებით ეკოტურიზმს მიაკუთვნებენ ეკოტურებს, დაკავშირებულს ეკოსისტემების შესწავლასა და კვლევასთან, ფლორასა და ფაუნაზე დაკვირვებასთან. მაგ: ეკოტურები მცენარეებსა, მდელოებსა, ტყეებსა და ბუჩქოვან მცენარეებზე, ფრინველების უნიკალურ კომპლექსზე დაკვირვებისათვის. მასვე მიეკუთვნებიან ბიოლოგიური, ფსიქოლოგიური, ბოტანიკური, გეოლოგიური, პალეონტოლოგიური, ენტომოლოგიური, ეკო-ბიოლოგიური და ის ეკოტურები, რომლებიც დაკავშირებული არიან კულტურისა და ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების წესის შემეცნებასთან, მაგალითად აგრონომიული, ეკო-ისტორიული, ეკო-ეთნოგრაფიული და სხვა ეკოტურები (ნახაზი 2.2.1.), რომლებიც წარმოადგენენ სამეცნიერო-პოპულარული და ეკოთემატური მოგზაურობების ან ექსკურსიების ერთობლიობას. ეკოტურების განხორციელების შედეგად მიღებული ინფორმაცია შეიძლება გამოყენებული იყოს მეცნიერულკვლევითი მიზნებისათვის და რეგიონში მყარ საფუძველზე ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებისათვისაც.

ეკოტურიზმის მოცემულმა სახემ შეიძლება ხელი შეუწყოს მეცნიერულ და საგანმანათლებლო კავშირების განვითარებას ქვეყნებს შორის და გახდეს სხვადასხვა საერთაშორისო პროექტების დაბადების მიზეზი. ასეთ ეკოტურებში, როგორც წესი,



ეკოლოგიური ტურიზმი (ეკოლოგიური ტურების კლასიფიკაცია)



ტურისტულ ობიექტებად გამოდიან განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები: ნაკრძალები, ეროვნული პარკები, ბუნების ძეგლები.

ეკოლოგიური ტურიზმის ფართო გაგების შესაბამისად ეკოტურისტების მიერ მონახულებად ძირითად ობიექტებს წარმოადგენენ: სხვადასხვა კატეგორიების და სახეების განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები, თუმცა ეკოლოგიურ მოგზაურობებსა და ექსკურსიებში საჩვენებელი ობიექტების დიდ ნაწილს შეადგენენ სხვადასხვა სახეობის ბუნებრივი და ბუნებრივ კულტურული ობიექტები, მათ შორის:

- შედარებით პოპულარული და შესამჩნევი ბიოლოგიური სახეები (ფლორის და ფაუნის) ეგრეთწოდებული - ფლაგმანები, ენდემური სახეები;
- არაცოცხალი ბუნების უნიკალური ობიექტები და მოვლენები (გეოლოგიური, გეომორფოლოგიური, ჰიდროლოგიური და ლანდშაფტის სხვა ელემენტები);
- ეგზოტიკური მცენარეული ერთობლიობა, მაგ: ტყეები და ველები წელიწადის სხვადასხვა დროს;
- კარიერები, სადაც შეიძლება გააკეთო კოლექციებისათვის პალეონტოლოგიური, პეტროგრაფიული, ბოტანიკური და სხვა მონაპოვარი;
- ბუნებრივ-ანტროპოგენული (კულტურული) ლანდშაფტები მთლიანობაში, აგრეთვე მათ ფარგლებში მყოფი კულტურულ-ეთნოგრაფიული, არქეოლოგიური, ისტორიული და მემორიალური ობიექტები.

განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის ფარგლებში ეკოტურიზმის ორგანიზატორები უპირატესობას ანიჭებენ მეცნიერულ-შემეცნებით ტურიზმს, რადგანაც თვლიან, რომ ასეთი ეკოტურების ჩატარება რთული არ არის. საზღვარგარეთის ზოგიერთი, განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები, ისეთი კვლევების ჩატარებისათვის, რომლებიც არ მოითხოვენ მაღალ კვალიფიკაციას, გვთავაზობენ მათში ეკოტურისტების მონაწილეობას. მაგალითად, ბევრი ეკოტურისტი ხალისიანად არის დაკავებული ბიოცენოზებში სხვადასხვა პოპულაციების რაოდენობის და სიმჭიდროვის აღრიცხვით.

სიამის ყურეში განთავსებული „kung krabaenis” ცენტრი ეკოტურისტებს სთავაზობს სამახსოვროდ დარგონ მანგოს ხე. შედეგად ეკოტურისტების დახმარებით მანგოს ხეების თითქმის 160 ჰა იქნა აღდგენილი.

რეკრეაციული ეკოტურიზმის ძირითადი მიზანი არის დასვენება ბუნებაში, თუმცა მისთვის ასევე დამახასიათებელია განსაზღვრული შემეცნებითი მიზნებიც. როგორც უკვე აღვნიშნეთ რეკრეაციული ეკოლოგიური ტურები, თავის თავად იყოფა: პასიურ და აქტიურ ტურებად. აქტიურ ფორმას განეკუთვნება: ქვეითი, საცხენოსნო და სათხილამური ლაშქრობები, სპელეოტურიზმი, კანიონინგი და სხვა სამთო და წყალზე მოგზაურობის სახეები, ალპინიზმი, ლაშქრობა, მაუნთინბაიქი (მთის ველოტური), იალქოსნები, კარაკინგი, დაივინგი, სერფინგი (ნახაზი 2.2.1), ახლანდელ დროში მსოფლიო ბაზარზე ინერგება ეკოტურები ეგზოტიკის ელემენტებით. ერთ და იმავე ტუროპერატორს ბაზრის მოცემულ სეგმენტზე, შეუძლია შემოგვთავაზოს მომსახურების ფართო სპექტრი: ტყეებში ფეხით გასეირნებიდან ანტარქტიდაში ექსპედიციამდე.

XX საუკუნის ბოლოს ტურიზმის რეკრეაციული სახის მნიშვნელობის ზრდა დაკავშირებულია სტრესების რაოდენობის ზრდასთან, რადგან ისინი აღაფრთოვანებენ თანამედროვე მეგაპოლისების მაცხოვრებლებს და განაწყობენ მათ დაიცვან გარემო არასასურველი ზემოქმედებისაგან.

ტურიზმის პასიურ ფორმებს შორის ჩვენ აღვნიშნეთ დასვენება კარვების ბანაკებში, პიკნიკები, ლაშქრობები და გასეირნებები, „ბუნების საჩუქრების“ შეგროვება (ნახ. 2.2.1), რომლებიც ეფუძნება ეკოლოგიური მდგრადობის პრინციპებს. უნდა აღინიშნოს, რომ ეკოტურიზმის კატეგორიების გამოყოფა საკმაოდ პირობითია. ზოგჯერ შეიძლება რთული იყოს გაავლო ზღვარი ეკოტურიზმის სხვადასხვა სახეობებს შორის. მიუხედავად ამისა, ეკოტურიზმის სხვადასხვა სახეების მახასიათებლების აღრიცხვა შეიძლება ძალიან სასარგებლო იყოს იმათთვის, ვისაც სურს განსაზღვროს მნახველების რომელ კატეგორიებთან ისურვებდა მუშაობას და რომელი მათგანი უფრო ემთხვევა მოცემული ტერიტორიის სპეციფიკას.

ნებისმიერი ორგანიზებული ეკოტურისტული მოგზაურობის რეალურ პროგრამაში მიზანი და ობიექტი მჭიდროდაა დაკავშირებული ერთმანეთთან. ისინი უმეტეს შემთხვევაში შეესაბამება და შეეწყობა ერთმანეთს, მათ შორის კონკრეტული მარშრუტის დასახელებაშიც. ეკოტურის თითოეულ ორგანიზატორს და მონაწილეს შეუძლია განსაზღვროს მისი მთავარი მახასიათებლები და მიაკუთვნოს თითოეული კონკრეტული ტური ამა თუ იმ სახეს. აუცილებელია გამოიყოს ეკოლოგიური ტურე-

ბის სხვადასხვა ფორმები. ეკოლოგიური ტურების ფორმების გამოსაყოფად საკლასიფიკაციო ნიშნებად ითვლება:

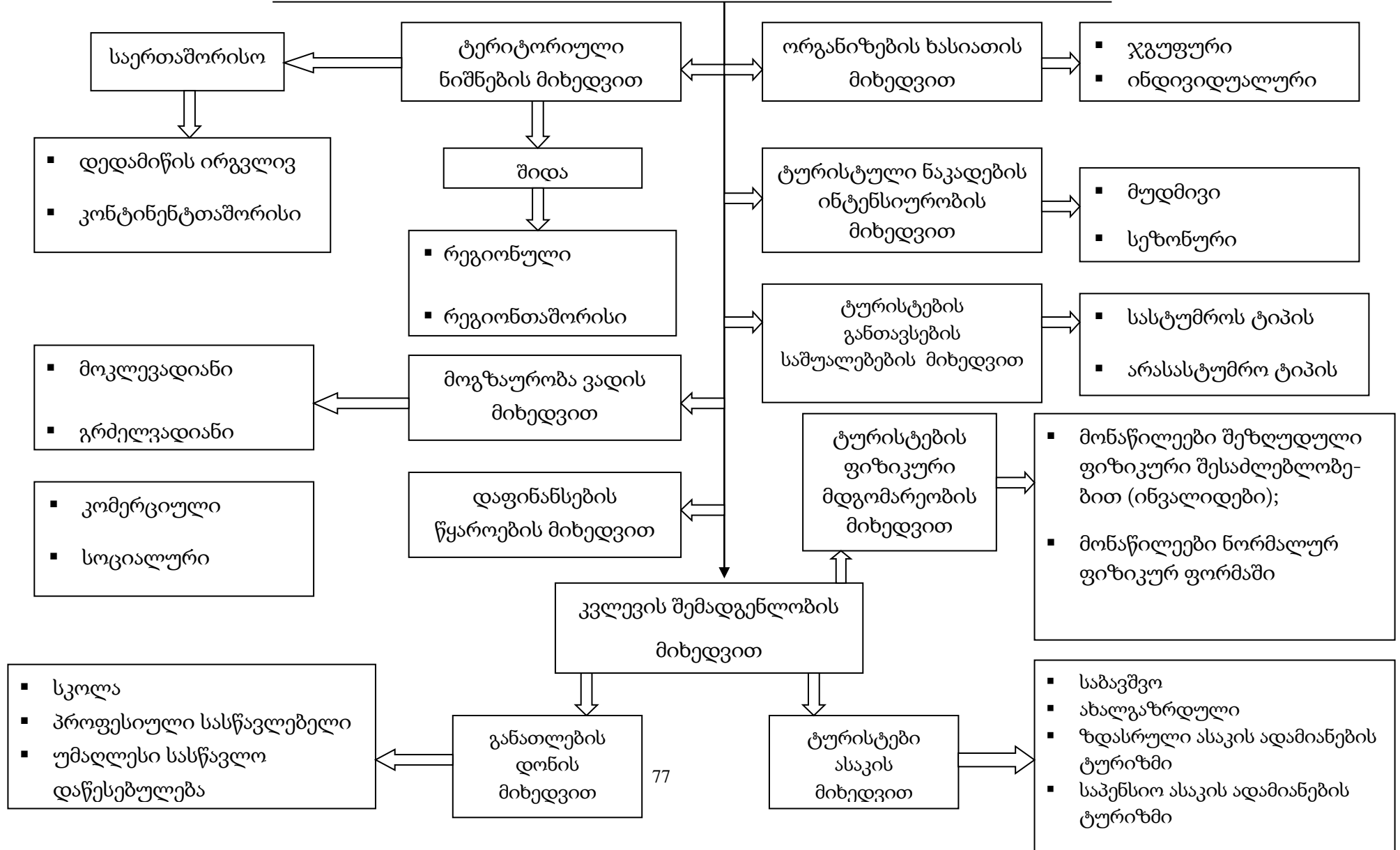
- ტერიტორიული ნიშანი (საერთაშორისო და ადგილობრივი);
- ეკოტურის ორგანიზაციის ხასიათი (ჯგუფური და ინდივიდუალური);
- ტურისტული ნაკადების ინტენსივობა (მუდმივი და სეზონური);
- ეკოტურისტების განთავსება (სასტუმრო თუ არასასტუმრო ტიპი);
- ჯგუფის შემადგენლობა (განათლების დონე, ფიზიკური მდგრადობა, ეკოტურისტის ასაკი);
- მოგზაურობის ვადა (მოკლევადიანი თუ გრძელვადიანი);
- დაფინანსების წყარო (კომერციული და სოციალური).

სავსებით გასაგებია, რომ ეკოტურების პროგრამების შინაარსი და მათი საორგანიზაციო თავისებურებები პრინციპულად განსხვავებულია საბავშვო ეკომარშრუტებისათვის და იმ მოგზაურობებისათვის, რომლებიც გათვალისწინებულია ზრდასრული ადამიანებისათვის.

თანამედროვე მეცნიერებაში ეკოლოგიური ტურიზმის სახეებისა და ფორმების კლასიფიკაციისადმი უამრავი მიდგომა არსებობს. წყაროების ანალიზის საფუძველზე მოხდა მათი სისტემატიზირება და შემდეგი სქემის სახით წარმოდგენა (ნახაზი 2.2.2.)

შემოთავაზებული სქემა საკმაოდ მოსახერხებელია ეკოტურების მთავარი შემადგენელი და საორგანიზაციო თავისებურებების გამოსაყოფად, რაც აუცილებელია მისი დაგეგმარებისა და განხორციელებისათვის. მაგ.: ეკოტურის პირველი ტიპის განხორციელებისას (განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის საზღვრებში) აუცილებელია მასში პროფესიონალური გიდების მონაწილეობა, რადგან ის პასუხისმგებელია ტურისტების მიერ ქცევის მკაცრი წესების დაცვაზე. მეორე ტიპის ეკოტურის მონაწილეებისათვის დამახასიათებელია საკმაოდ დამოუკიდებლობა გარკვეული შეზღუდვების დაცვით. ამ ტიპის ეკოტურებს ჩვეულებისამებრ ახასიათებთ კომფორტის უფრო მაღალი დონე.

ეკოლოტიური ტურიზმი (ეკოლოგიური ტურიზმის ტიპები)



მთლიანობაში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებისათვის ბოლო წლებში დამახასიათებელია რამდენიმე ტენდენცია. ერთის მხრივ, ეკოტურიზმი ხდება სულ უფრო მრავალფეროვანი, მუდმივად წარმოიშობა მისი ახალი სახეობები. მეორეს მხრივ კი - იზრდება მისი ინტეგრაცია ტურიზმის ინდუსტრიის სხვადასხვა დარგებთან.

კლასიკური ბუნებისდამცველი ეკოტურიზმის მიმდევრები, მისი ვიწრო გაგებით, შეწუხებულნი არიან გარემოზე ეკოტურისტთა მნიშვნელოვანი ნაკადების მიერ მიყენებული ნეგატიური ზემოქმედების გაზრდის გამო. ისინი მოგვიწოდებენ იმისაკენ, რომ ეკოტურები გასცდეს განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების საზღვრებს და გადავიდეს კულტურული ლანდშაფტების სივრცეში (Ceballos 2001:57).

ტურიზმის ისეთ მასიურ სახეობებში, როგორებიცაა „კულტურული“ და „საექსკურსიო“ ფორმები, თანდათან ჩნდება ეკოტურიზმისათვის დამახასიათებელი ელემენტები, მაგალითად, ეროვნული პარკების მოკლევადიანი დათვალიერება. ამრიგად, ეკოლოგიური ტურიზმის ძირითად ფორმას წარმოადგენს ეკოტური, რომელთა მოწყობაც უნდა ეფუძნებოდეს ეკოლოგიური ტურიზმის საწყის პრინციპებს.

ეკოტურის საწყისი საფუძველია: ბუნებრივი ტურისტული რესურსები; მიზნობრივი აუდიტორია; ტურინდუსტრიის საწარმოები (ტრანსპორტი, განთავსების საშუალებები, კვება, გიდი, მაშველები, რეინჯერები და ა.შ). შემდეგი ეტაპი ითვალისწინებს ტურისტების ფიზიკურ მომზადებისადმი მოთხოვნების შემუშავებას. ტურის ფორმირების მესამე ეტაპი ყველაზე მოცულობითი და საპასუხისმგებლოა. იგი ითვალისწინებს ტუროპერატორის მიერ ყველა ტურისტული მომსახურების ერთ პაკეტში გაერთიანებას (მეტრეველი 2012:285-286).

ტურის დაპროექტებისათვის აუცილებელია სწორად და სრულად შევსებული:

- ტურისტული მოგზაურობის ტექნოლოგიური რუკა;
- ორგანიზაციის დატვირთვის გრაფიკი - ტურისტული მომსახურების მიმწოდებლები;
- ტურისტული საგზური;
- ტურისტების მომსახურების პროგრამა.

დასაგეგმი ეკოტურისტული პროდუქტისადმი მოთხოვნები იყოფა აუცილებელ და რეკომენდირებულ მოთხოვნებად. აუცილებელ მოთხოვნებს მიეკუთვნება ტურისტთა სიცოცხლისა და ჯანმრთელობის უსაფრთხოება, მათი ქონებისა და გარემოს დაცვა. რეკომენდირებულ მოთხოვნებს მიეკუთვნება: დანიშნულებისადმი შესაბამისობა, სიზუსტე და შესრულების დროულობა, კომპლექსურობა, მომსახურების ეთიკურობა, კომფორტულობა, მოგზაურობის ეთიკურობა და ერგონომიკულობა (მეტრეველი 2012:284).

თანამედროვე ეკოლოგიური ტურის ძირითადი მახასიათებლები წარმოდგენილია ცხრილში 2.2.1. შემოთავაზებული ჩამონათვალი შედგენილია Westem D.-ის იდეებისა და შეხედულებების გათვალისწინებით.

ცხრილში საკმაოდ სრულადაა მოცემული ტურის ეკოლოგიურობის განსაზღვრისათვის აუცილებელი ინფორმაცია. მოცემული ჩამონათვალი არ უკავშირდება მხოლოდ არაკომფორტულ მოგზაურობას „ველურ ბუნებაში“. ამ პრინციპის შესაბამისად წყლის აკვატორიაში ლაინერზე ცურვაც კი შეიძლება ჩავთვალოთ ეკოლოგიურ ტურად, იმ პირობებშიც კი, თუ ეს ლაინერი ეკოტექნოლოგიურად გამართულია, თუ ტურისტები ხშირად ტოვებენ გემს ნავით, ფეხით ან ცხენით გასავლელი მარშრუტების გამო, თუ ისინი ეცნობიან ადგილობრივ ბუნებას, კულტურას, მოცემული რეგიონის ეკონომიკურ პრობლემებს და შეიტანენ გარკვეულ წვლილს მათ გადაწყვეტაში, თუნდაც მარტივი მეთოდით (Дроздов 2000:33). მაგალითად, შემოწირულობის შეგროვება ადგილობრივი ბუნებისდაცვითი პროექტებისათვის.

მდგრადობის პრინციპებზე დაფუძნებული ეკოტურიზმის თანამედროვე გაგება, ტრადიციული წარმოდგენების გადახედვას მოითხოვს. ამდენად, აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ტრადიციული კრიტერიუმები - ტურისტების მოტივაცია და ტურისტული ნაკადების მოცულობა, მაგრამ ისინი თავისთავად არ თამაშობენ განმსაზღვრელ როლს. მთავარია როგორ ზემოქმედებას მოახდენს ბუნებრივ და სოციალურ-კულტურულ გარემოზე ჩატარებული ტური და როგორია ამ ზემოქმედების შედეგი. ეს კი პირველ რიგში, განისაზღვრება იმით, რამდენად აკადემიურად და სწორად არის ორგანიზებული მოგზაურობა.

ეკოლოგიური ტურის ძირითადი მახასიათებლები

№	პრინციპები	ეკოტურიზმის განმასხვავებელი თავისებურებანი
1	<p>ეკოლოგიური და სოციალურ-კულტურული ხასიათის შედეგების მინიმუმამდე დაყვანა, ეკოსისტემების ეკოლოგიური მდგრადობის მხარდაჭერა.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ არ არის გადაჭარბებული დასაშვები რეკრეაციული დატვირთვა;</li> <li>▪ ეკოსისტემის განვითარება გულმოდგინედ იგეგმება, კონტროლდება და იმართება დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიაზე ქვევის წესები;</li> <li>▪ ეკოლოგიური ტრანსპორტი, რომლითაც სარგებლობენ ეკოტურისტები;</li> <li>▪ ნაგავი გროვდება სპეციალური სახით, გააქვთ ტერიტორიიდან და გადააქვთ სპეციალურ ეკო-ტექნოლოგიური გადამუშავებისათვის;</li> <li>▪ ბივაკები (ღამის გასათევად ან დასასვენებლად გაშლილი ბანაკი) და კოცონი, - ეწყობა სპეციალურად აღჭურვილ ადგილებში;</li> <li>▪ არ დაიშვება იმ სუვენირების ყიდვა, რომელიც გაკეთებულია ცოცხალი ბუნების რაიმე ობიექტისაგან;</li> <li>▪ სოკოები, კენკრა, ყვავილები, სამკურნალო მცენარეები და სხვა ბუნებრივი სუვენირი გროვდება მხოლოდ მაშინ და იქ სადაც ეს დაშვებულია;</li> <li>▪ სასტუმროები, კემპინგები, სადაც ჩერდებიან ეკოტურისტები, ისე არიან განლაგებულნი, რომ არ დაირღვეს ლანდშაფტის ნორმალური, ეკოლოგიურად მდგრადი განვითარება და არ დამახინჯდეს მისი სახე;</li> <li>▪ სასტუმროები და კემპინგები აშენებულია ეკოლოგიურად სუფთა მასალისაგან, გათვალისწინებულია წყლისა და ენერჯის ეკონომია, ნარჩენები იწმინდება, იყენებენ „ჩაკეტილ“ ეკოტექნოლოგიას;</li> <li>▪ ეკოტურისტების საკვები ეკოლოგიურად სუფთა და სასარგებლოა, ამიტომ რაციონში არის ადგილობრივი წარმოების პროდუქტები.</li> </ul>
2	<p>ბუნების დაცვაში და ადგილობრივი სოციალურ-კულტურული გარემოს თანადგომა.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ეკოტურის მონაწილეები იღებენ მონაწილეობას ბუნების დაცვაში (მოხალისეები, საბავშვო ეკოლოგია და სხვა);</li> <li>▪ ეკოტურისტები პატივისცემით ეპყრობიან ადგილობრივ კულტურულ ტრადიციებს, ჩვეულებებს, ცხოვრების წესს, ისწრაფვიან შეისწავლონ და გაიგონ ის;</li> <li>▪ ეკოტურისტული საქმიანობა უზრუნველყოფს და-</li> </ul>



		<p>საცავი ტერიტორიებისა და ბუნებისდაცვითი ღონისძიებებისათვის დაფინანსების დამატებით წყაროებს;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ეკოტურიზმის განვითარება ხელს უწყობს განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების თანამშრომლობას ადგილობრივ მოსახლეობასთან, ამდღებს მის საზოგადოებრივ პრესტიჟს, აფართოებს განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების საერთაშორისო კონტაქტებს.</li> </ul>
3	<p>ეკოგანვითარება და ეკოგანათლება, ეკოლოგიური მსოფმხედველობის ფორმირება.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ეკოტურისტები ეკოტურის დაწყებამდე იღებენ აუცილებელ ინფორმაციას განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიაზე უნიკალური ეკოსისტემების შესახებ, ეცნობიან მარშრუტზე ქცევის წესებს;</li> <li>▪ ეკოტურისტებს გაცნობიერებული აქვთ პასუხისმგებლობა ბუნების დაცვაზე, იცავენ განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე ქცევის წესებს;</li> <li>▪ ეკოტურები და ეკოექსკურსიები აუცილებლად ითვალისწინებენ ეკოშემეცნებით კომპონენტებს, რომელიც მოიცავს ეკოაღზრდას და ეკოგანათლებას, როგორც მომავლის აუცილებელი წინაპირობას;</li> <li>▪ ეკოტურებს ატარებენ მაღალკვალიფიციური გიდი-ეკოლოგები, გეოგრაფ-ეკოლოგები, ბიოლოგ-ეკოლოგები, მენეჯერ-ეკოლოგები, ამავე დროს აუცილებელია ერთ-ერთი უცხო ენის ცოდნა;</li> <li>▪ მონახულების ობიექტები არის უნიკალური და აქვს ეკოლოგიურად სასიამოვნო ბუნებრივი და კულტურული ლანდშაფტი;</li> <li>▪ პროგრამაში შედის სასწავლო ეკოლოგიური ბილიკების, სამხარეო და ბუნებისმცოდნეობის მუზეუმების და სხვათა დათვალიერება;</li> <li>▪ ეკოტურისტები ეცნობიან ადგილობრივ ეკოლოგიურ პრობლემებს და მათი გადაჭრის გზებს, რომლებიც ხორციელდება ბუნებისდაცვითი პროექტებით;</li> <li>▪ ეკოტურისტები, მათთვის ხელმისაწვდომი საშუალებებით მონაწილეობას იღებენ ადგილობრივი ეკოლოგიური პრობლემების გადაწყვეტაში.</li> </ul>
4	<p>ადგილობრივი მცხოვრებლების მონაწილეობა და მათ მიერ ტურისტული საქმიანობისაგან შემო-</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ უმეტესწილად გამოიყენება ადგილობრივი პროდუქცია და სამუშაო ძალა;</li> <li>▪ ადგილობრივი მცხოვრებლები ჩართულნი არიან</li> </ul>

	სავლის მიღება შემოქმედებისგან, რაც მათ უქმნის ეკონომიკურ სტიმულს ბუნების დაცვისათვის.	<p>ეკოტურისტულ ბიზნესში და აქვთ შესაძლებლობა გააფართოონ თავისი მეურნეობის ტრადიციული ფორმები;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ეკოტურიდან შემოსავალს ღებულობენ სხვადასხვა სოციალური ფენის წარმომადგენლები. ამიტომ ბუნებრივი გარემოს შენახვა და დაცვა ადგილობრივი მოსახლეობისათვის ეკონომიკურად ხელსაყრელი ხდება.</li> </ul>
5	ეკონომიკური ეფექტიანობა და წვლილის შეტანა მოსანახულებელი რეგიონის მდგრად განვითარებაში.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ეკოტურისტული საქმიანობის განვითარებისადმი კომპლექსური მიდგომა;</li> <li>▪ გულმოდგინე დაგეგმვა, მონიტორინგი და მართვა;</li> <li>▪ ეკოტურიზმის ინტეგრაცია რეგიონული განვითარების ადგილობრივ გეგმებში;</li> <li>▪ მჭიდრო თანამშრომლობა სხვადასხვა პროფილის ორგანიზაციებთან;</li> <li>▪ ეკოტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი ადგილობრივი ბიუჯეტიდან მთლიანად არ ამოიღება, პირიქით ავსებს მას ადგილობრივი ეკონომიკის მხარდაჭერისათვის.</li> </ul>

თუ მარშრუტი არ არის სწორად დაგეგმილი და ორგანიზებული, მაშინ ათობით მნახველს შეუძლია მოუტანოს იმაზე მეტი ზიანი, ვიდრე ამას შეძლებდა ასობით ორგანიზებული მნახველი.

განსაკუთრებულად უნდა აღვნიშნოთ ეკოლოგიური ტურიზმის სიახლოვე საქართველოში ადრე პოპულარულ თვითშემოქმედებითი ტურიზმის ფორმებთან. ამასთან, ზოგიერთი ასეთი თვითშემოქმედი ტური შეილება ანტიეკოლოგიურიც კი იყოს. მაგალითად, თვითშემოქმედებითი ნადირობა და სპორტული ტურები, რომლებსაც თან ახლავს ნადავლის მოპოვება ცოცხალი ბუნებიდან ან მიზნის მიღწევა ნებისმიერი გზით, მაგალითად, გადასასვლელების მოწყობა მოჭრილი, ცოცხალი ხეების საშუალებით.

ამ კონტექსტში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ეკოლოგიურად ორიენტირებული ტურიზმის განვითარებას და იმ სტრატეგიის კომპონენტებს, რომლებიც სპეციალურადაა მიმართულია ეკოტურისტთა ეკოლოგიური კულტურის ფორმირებისაკენ.

დღეს მსოფლიოში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების „აბსოლუტურად დადებითი“ მაგალითები ძალიან ცოტაა. უმეტეს შემთხვევაში საქმე ეხება ეკოტურიზმის ცალკეული პრინციპების რეალიზაციას.

განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების საზღვრებში, რაციონალური ბუნებათსარგებლობა, ეკოლოგიური ტურების ორგანიზაციისა და განხორციელებისათვის ერთ-ერთი აუცილებელი პირობაა.

ადმინისტრაციის მხრიდან დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე ეკოტურების ჩატარებისას აუცილებელია მკაცრი კონტროლი. ბუნებრივი ტერიტორიების მონახულებისას, აუცილებელ პირობად გვევლინება მყარი ტურისტული საქმიანობა, ქცევის გარკვეული წესებისა და რეკრეაციული ტევადობის ნორმატივების დაცვა, რათა თავიდან ავიცილოთ ეკოსისტემის დიგრესია.

როგორც ცნობილია, რეკრეაციული რესურსების ხარისხის დაცემა ხშირად ხდება ტერიტორიის დამსვენებლებით მნიშვნელოვანი გადატვირთვის მიზეზით, ანუ დამთვალიერებელთა დასაშვები ზღვარის ფაქტობრივი რაოდენობით გადაჭარბების მიზეზით. ამასთანავე ბუნებრივი კომპლექსი არსებითად იცვლება საწყის მდგომარეობასთან შედარებით და კარგავს თვითრეგულირებისა და აღდგენის თვისებას. ხდება ე.წ. ლანდშაფტის დიგრესია - სტრუქტურის დეგრადაცია, რასაც მივყავართ ეკოლოგიური, სარესურსო პოტენციალის, ესთეტიკური მიმზიდველობისა და კომფორტულობის დაქვეითებამდე.

ასეთი დიგრესიის თავიდან აცილების ერთ-ერთ შედეგებით ეფექტურ საშუალებას წარმოადგენს დამსვენებელთა გადანაწილება მოცემული ლანდშაფტისათვის, რეკრეაციული დატვირთვის დასაშვები ზღვრული დონის გათვალისწინებით. ჩვეულებრივ დასაშვები რეკრეაციული დატვირთვის ქვეშ იგულისხმება ის მაქსიმალური რეკრეაციული დატვირთვა, რომლის დროსაც ბუნებრივი კომპლექსი ინარჩუნებს თვითაღდგენის თვისებას. სხვადასხვა მკვლევარის მიერ შემოთავაზებული ნორმები საკმაოდ სხვადასხვაგვარია, ხოლო ერთიანი ნორმატიული დოკუმენტის არარსებობას დროდარო მივყავართ სერიოზულ სიძნელეებამდე ტერიტორიის რეკრეაციული გამოყენების პროექტების შედგენისას (Чижова 2012:163).

**ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავსკვნათ:**

1. ეკოლოგიური ტურიზმი უზრუნველყოფს გარემოს შენარჩუნებას, ეკოლოგიურ განათლებას, გარემოს მდგომარეობის შესახებ მონაცემთა ბაზის შექმნა-განახლებას, ეკოლოგიურ კანონდარღვევებზე კონტროლის გაძლიერებას;
2. ეკოლოგიურ ტურიზმზე მოთხოვნის საპასუხოდ იქმნება სხვადასხვა სახის დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები, რომლებიც რეგულირდება სახელმწიფოს მიერ;
3. ტერიტორიის ეკოტურისტული პოტენციალის შეფასება შეიძლება მოხდეს ბუნებრივ-კულტურული ლანდშაფტების, ტერიტორიის საშუალებებისა და პირობების გაანალიზების საფუძველზე;
4. ეკოტურისტული საქმიანობის დაგეგმვა გულისხმობს ეკოტურისტული საქმიანობის მიზნის განსაზღვრას, ეკოტურიზმის განვითარების მიმდინარე სიტუაციისა და პოტენციალის ანალიზს;
5. ეკოტურიზმის წარმატებული განვითარებისა და ტურისტული პოტენციალის სრული გამოყენებისათვის მკაცრად უნდა იყოს განსაზღვრული და რეგულირებული ტურისტული ნაკადების მოცულობა დაცული ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებში, უნდა მოხდეს ტერიტორიის ზონირება, მარშრუტი უნდა დაიგეგმოს და განხორციელდეს ბუნებრივი რესურსების შენარჩუნებისა და კონტროლის პრინციპებიდან გამომდინარე, ხოლო განთავსების ადგილების მშენებლობა უნდა განხორციელდეს მიმდებარე ტერიტორიებზე;
6. ეკოტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი არა მხოლოდ დაცული ტერიტორიების შენარჩუნებაზე, არამედ ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მოთხოვნების დაკმაყოფილებისაკენ უნდა იყოს მიმართული;
7. გამოარჩევენ ეკოტურიზმს განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიის ფარგლებში და ეკოლოგიურ ტურიზმს განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ფარგლებს გარეთ. ასევე გამოარჩევენ პასიურ-რეკრეაციულ და აქტიურ-რეკრეაციულ ეკოტურიზმს;
8. ეკოლოგიური ტურიზმის კლასიფიცირება სხვადასხვა ნიშნის მიხედვითაა შესაძლებელი: ტერიტორიული ნიშანი, ეკოტურის ორგანიზაციის ხასიათი, ტუ-

რისტული ნაკადების ინტენსივობა, ეკოტურისტების განთავსების ხერხი, ჯგუფის შემადგენლობა, მოგზაურობის ვადა, დაფინანსების წყარო;

9. თანამედროვე ეკოლოგიურ ტურს ახასიათებს არა მარტო მოგზაურობის კლასიკური ნიშნები, არამედ სხვა მაჩვენებლებიც, რომლებიც ბუნებისადმი დამოკიდებულების ცვლილებასთან და ეკოლოგიურ განათლებასთან არიან დაკავშირებული;
10. საქართველოში ფართოდ გავრცელებული თვითშემოქმედებითი ეკოლოგიური ტურები შესაბამისი დაგეგმვისა და სტრატეგიული მიდგომის გარეშე, შეიძლება გარემოსათვის ზიანის მომტანი იყოს.
11. ადმინისტრაციის მხრიდან დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე ეკოტურების ჩატარებისას აუცილებელია მკაცრი კონტროლი. ბუნებრივი ტერიტორიების მონახულებისას, აუცილებელ პირობად გვევლინება მყარი ტურისტული საქმიანობა, ქცევის გარკვეული წესებისა და რეკრეაციული ტევადობის ნორმატივების დაცვა, რათა თავიდან ავიცილოთ ეკოსისტემის დიგრესია.

## 2.3. ეკოლოგიური ტურიზმის როლი დანიშნულების ადგილის სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში

ეკოტურიზმი მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთი ყველაზე დინამიურად განვითარებადი დარგია, რომელიც ვიწრო სეგმენტიდან მასიურ მიმართულებად გადაიქცა. ამასთან ყოველწლიურად 30 %-ით იზრდება ეკოტურისტების რაოდენობა. ეკოტურიზმის განვითარების ტენდენცია დადგენილია გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) მიერ. ამ ორგანიზაციის პროგნოზით ეკოტურიზმი შედის 2020 წლამდე ტურიზმის სფეროს განვითარების ხუთ ძირითად სტრატეგიულ მიმართულებათა რიცხვში (Фомин 2010:9).

ბევრმა ქვეყანამ მიაქცია ყურადღება თავის ეკოპოტენციალს: ჩინეთი, მალაიზია, კუბა, აღმოსავლეთ ევროპა. ისეთი ქვეყნები როგორცაა: კენია, კოსტა-რიკა მიჩნეულია ძირითად ეკოტურისტულ ობიექტებად.

გაეროსა და მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემებით 2000 წელს ეკოტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავალმა 154 მლრდ აშშ დოლარი შეადგინა. როგორც კანადელი მეცნიერები ამტკიცებენ, რეალურ სიტუაციასთან შედარებით მონაცემები შემცირებულია 5-7-ჯერ. ეს დაკავშირებულია იმასთან, რომ საერთაშორისო ტურიზმი ტურისტების საერთო რაოდენობის 9%-ს შეადგენს, მაშინ როდესაც 91% მოდის შიდა ტურიზმზე. ექსპერტების შეფასებით, ეკოტურიზმის საჭიროებისათვის ყოველწლიურად იწარმოება 55 მლრდ დოლარის ღირებულების საქონელი .

ჩრდილოეთ ამერიკაში ველურ ცხოველებზე და განსაკუთრებით ფრინველებზე დაკვირვება – birdwatching (ფრინველებზე დაკვირვების მარშრუტი) სამეცნიერო-შემეცნებითი ტურიზმის განსაკუთრებულად მიმზიდველ ეკოტურს წარმოადგენს. სხვადასხვა შეფასებებით ყოველწლიურად ამ ტურებში მონაწილეობას იღებს 30-78 მილიონამდე ეკოტურისტი, რასაც დაახლოებით 78 მლრდ დოლარის შემოსავალი მოაქვს (Filion.... 1992:136). კოსტა-რიკაში სწორედ კვეზალების (ყველაზე დიდი ფრინველი, რომელიც შესულია წითელ წიგნში) მოპოვებით მიღებული შემოსავალით დაინტერესებული ბერდვოჩერების ნაკადი გახდა ადგილობრივი ინიციატივის რეალიზაციის სტიმული, გადაშენებისაგან დაიცვან ტროპიკული ტყეები (Ceballos-Lascurain 2001:135).

უნდა აღინიშნოს, რომ ბოლო 20 წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა ტურისტების ნაკადი განვითარებად ქვეყნებში, რომლებიც გამოირჩევიან უნიკალური ეკოსისტემებით. ამ ქვეყნებში წარმოიშობა დიდი მოცულობის შემოსავლები. ისეთ ქვეყნებში როგორცაა კენია, ეკვადორი, კოსტა-რიკა და ნეპალი ეკოტურიზმი წარმოადგენს შემოსავლების ძირითად წყაროს და წელიწადში შეადგენს 1140-1550 მილიონ დოლარს (Whelan 1991:147). მარტო კოსტა-რიკაში შემოსავალი 650 მილიონ დოლარს შეადგენს წელიწადში. სამხრეთ აფრიკაში ეკოტურიზმი ითვლება რიგით მეორე შემოსავლის წყაროდ, ალმასების მოპოვების შემდეგ, ალიასკაზე კი - მეორეა ნავთობის მოპოვების შემდეგ.

მეორე მაგალითი: ეკვადორი ეკოტურიზმიდან გალაპაგანის კუნძულებზე წელიწადში იღებს 180 მლნ-ზე მეტ შემოსავალს. რუანდის ვულკანის ეროვნულ პარკში შესვლისათვის ეკოტურისტები წელიწადში ტოვებენ 1 მლნ დოლარს და 2-3 მლნ-ს სხვა ხარჯებისათვის. ეროვნული პარკების გამოყენებით კენია წელიწადში იღებს შემოსავალს 450 მლნ დოლარის ოდენობით (Серева 2004:25).

ბიოლოგიური რესურსების ეკოტურიზმის ობიექტებად გამოყენება უფრო ადვილია, ვიდრე მათი უტილიტარული გამოყენება. ამბოსელის (კენია) პარკში, ერთ ლომს მოაქვს 27000 აშშ დოლარზე მეტი შემოსავალი, ხოლო სპილოების ჯოგს - 61000 აშშ დოლარი. მთლიანობაში ეს თანხა აღემატება იმ შემოსავალს, რომლის მიღებაც შესაძლებელია ტყავისაგან და ეშვებისაგან. ყოველივე ეს ამართლებს მოცემული პოპულაციების დაცვასა და აღდგენაზე გაწეულ ხარჯებს.

განვითარებულ ქვეყნებშიც ეკოტურიზმი წარმოადგენს მომგებიან ბიზნესს. მაგალითად, კანადაში ეკოტურებიდან მიღებული შემოსავალი წარმოადგენს შიდა ტურიზმის მთლიანი შემოსავლების 1/4-ს. სახელმწიფო ხაზინაში ეკოტურიზმის გადასახადების სახით წელიწადში შედის დაახლოებით 1.7 მლრდ აშშ დოლარი, რაც 5-ჯერ აღემატება იმ თანხას (300 მლრდ აშშ დოლარი), რომელსაც სახელმწიფო ხარჯავს ბუნების დაცვის ღონისძიებებზე. კანადის ეროვნულ პარკებს 90-იან წლებში სტუმრობდა დაახლოებით 20 მლნ ეკოტურისტი, ხოლო რეგიონალურ პარკებს - 47 მლნ ეკოტურისტი. აშშ-ს ეროვნული პარკები, იმავე წლებში წელიწადში ღებულობდა 270 მლნ ეკოტურისტს, ხოლო ცალკეული შტატების პარკები კი კიდევ 500 მლნ ეკოტურისტს. ამასთანავე, ზოგიერთ შტატში ეკოტურისტების რაოდენობა წელიწადში აჭარ-

ბებდა შტატის მოსახლეობის რაოდენობას. ამრიგად, ეკოტურიზმს შეუძლია სერიოზული ფინანსური მხარდაჭერა გაუწიოს ბუნებისდაცვით ღონისძიებებს (Filion.... 1992:136).

ტუროპერატორების საერთო რიცხვში იზრდება ეკოტურისტული პროდუქტის მიმწოდებლების რიცხვი. გერმანიაში ტურაგენტების მონაცემების მიხედვით (DRV), სულ 2000-ზე მეტი ტუროპერატორია და მათგან 6-8 % სპეციალიზირებულია ეკოტურიზმზე (Сергеева 2004:24).

ეკოტურიზმიდან შემოსავლის მნიშვნელობა დამოკიდებულია ქვეყნის სპეციფიკაზე, ეკონომიკის დივერსიფიკაციის დონესა და ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მასშტაბებზე. როგორც ელიზაბეტ ბუ (Boo 1990:133) აღნიშნავს, ერთ ქვეყანაში ეკოტურიზმიდან მიღებული ერთი და იგივე შემოსავალი შეიძლება მნიშვნელოვანი იყოს, ხოლო მეორესათვის არა, რაც დამოკიდებულია ეკონომიკის განვითარების დონეზე. ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ ისეთ ქვეყნებში სადაც ეკოტურისტების ნაკადები შედარებით მცირეა, ეკოტურიზმის სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა გაცილებით მაღალია მუნიციპალურ (ადგილობრივ) და რეგიონულ დონეზე.

აუცილებელია დავაკონკრეტოთ ეკოტურიზმის პირდაპირი და არაპირდაპირი ზემოქმედების თავისებურებები რეგიონის ეკონომიკის განვითარებაზე.

ჩემი აზრით, პირდაპირი ზემოქმედება ეროვნულ ეკონომიკაზე გულისხმობს იმას, რომ ეკოტურისტების ხარჯები აყალიბებენ ეკოლოგიური ტურიზმის სფეროს შემოსავლებს, ხოლო ეკოტურიზმის ირიბი ზემოქმედება გულისხმობს, რომ ეკოლოგიური პირდაპირი ზემოქმედება წარმოშობს მოთხოვნის ზრდას იმ დარგებში, რომლებიც დაკავშირებულია ეკოტურიზმთან.

პირდაპირი ზემოქმედება ეკონომიკაზე ხასიათდება ისეთი მაჩვენებლებით როგორცაა, ტურისტული ხარჯების წილი და საგადასახადო შემოსავლების წილი მთლიან შიდა პროდუქტში, ხოლო არაპირდაპირი ზემოქმედების შეფასება ხდება ისეთი ინსტრუმენტით, როგორცაა მულტიპლიკატორი.

ეკოლოგიურ ტურიზმს შეუძლია მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს ეროვნული ეკონომიკის განვითარებაში და ქვეყანას მისცეს მნიშვნელოვანი რესურსები. ჩვენ ვფიქრობთ, რომ ფინანსური შემოსავლის არხები და ფორმები შეიძლება იყოს სხვადასხვაგვარი: ეკოტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის ნაწილის გადარიც-



ხვა ადგილობრივ ბიუჯეტსა და სპეციალურ ფონდებში, როგორც კომპენსაცია ბუნე-  
ბათსარგებლობისათვის; მთლიანი შიდა პროდუქტის შექმნა; გადასახადი სარგებ-  
ლობისათვის, რომლის უფლება ტურისტულ კომპანიებს გადაეცემათ ადგილობრივი  
მართვის ორგანოების მიერ (იჯარა და მისთანები); ვალუტის დამატებითი შემოდინე-  
ბა; ინვესტიციების შემოდინება; ინფრასტრუქტურის განვითარება; ტურფირმები-  
სათვის ადგილზე მოსამზადებელი სამსახურის გაწევა (მაგ: კვების პროდუქტებით,  
ადგილობრივი წარმოების სუვენირებით მომარაგება და სხვა); მოსახლეობის დაფი-  
ნანსება; რეგიონისა და მოსახლეობის ეკონომიკური მოგების მაქსიმალიზაცია.

დღეს არსებული კვლევები უმთავრესად მეთოდური სახის პრობლემებს წყვე-  
ტენ - მაგ: როგორ გავზომოთ ეკოტურიზმის პირდაპირი ან ირიბი გავლენა. ჩვენი  
აზრით, პრობლემამ უნდა შეიძინოს სხვა შინაარსი, ის უნდა უკავშირდებოდეს ეკო-  
ტურიზმის განვითარების უპირატეს მიმართულებებში პრიორიტეტების არჩევას, რა-  
თა ამ სფეროში დამკვიდრდეს სახელმწიფო პოლიტიკა.

ჩვენი ქვეყნის ტურიზმის პოლიტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ნაკლია ის,  
რომ ჯერ კიდევ არ არის საბოლოოდ შემუშავებული აზრი იმის შესახებ თუ მთლია-  
ნად ქვეყანა და მისი ცალკეული რეგიონები რა ტიპის ტურისტული მომსახურების  
ჩამოყალიბებას აპირებენ, ანუ როგორი იქნება მომავალში ტურიზმის განვითარების  
სპეციალიზაცია. გარდამავალი ქვეყნის ეკონომიკის პირობებში მყოფი ქვეყნისათვის,  
ყველაზე სწორი იქნებოდა მომგებიანი სახეობების განვითარება, რამაც ასახვა უნდა  
ჰპოვოს საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე. ამ შემთხვევაში განსაკუთრებული  
მნიშვნელობა ენიჭება პასიურიდან აქტიურ დასვენებაზე ორიენტაციის გადატანას,  
მოთხოვნის ინდივიდუალიზაციას, მომხმარებელთა აზროვნების ეკოლოგიზაციას,  
ინდივიდუალიზმის წინ წამოწევას, აქტიურ მუშაობას ბაზრის სეგმენტაციასა და  
დივერსიფიკაციაზე (მიქაშავიძე ...2012:35).

ეკოტურიზმის განვითარებაში ასევე მნიშვნელოვანია არამონეტარული უპირა-  
ტესობები და ეკოტურიზმის არაპირდაპირი ზემოქმედება რეგიონალურ და მუნიცი-  
პალურ დონეზე, მისი შეფასება ყოველთვის არ არის შესაძლებელი. ისინი შესაძლე-  
ბელია ირიბად გამოიხატოს ეკონომიკური კატეგორიებით. მათ განეკუთვნება: ახალი  
სამუშაო ადგილების შექმნა; ინვესტიციების შემოდინება; ეკოლოგიური განათლება;  
მოსახლეობის კულტურული დონის ამაღლება; ინფრასტრუქტურის ქსელის გან-

ვითარება; „ჩამორჩენილი“ რეგიონების ეკონომიკის გაუმჯობესება; სამომხმარებლო საქონლისა და მომსახურების ბაზარი; ეკოლოგიური მსოფმხედველობის ჩამოყალიბება; ეკოტექნოლოგიების დანერგვა; კულტურათაშორისი გაგებისა და გაცვლის ზრდა; ინფორმაციის გაცვლა; ტექნოლოგიების გადაცემა; სოციალური ინსტიტუტებისა და სამსახურების შექმნა.

ტურიზმისა და ეკოტურიზმის ზემოქმედება ხშირად რჩებოდა სახელმწიფო ყურადღების მიღმა, რადგან იგი იფარგლებოდა მომხმარებელთა ინტერესების დაცვისა და კონტროლის საერთო ზომებით სამეწარმეო საქმიანობის ადმინისტრაციული და უფლებრივი ნორმების დაცვის მიზნით.

სიძნელე მდგომარეობს იმაშიც, რომ პირდაპირი ზემოქმედება მნიშვნელოვნად ვითარდება სახელმწიფო დონეზე სახელმწიფო ბიუჯეტიდან, საგადასამხდელო ბალანსიდან და მთლიანი შიდა პროდუქტის გათვლიდან, ხოლო ირიბი ზემოქმედება უფრო თვალსაჩინოა რეგიონალურ და მუნიციპალურ დონეზე, როცა ეკონომიკის ბრუნვაში ერთვება სხვა დარგები, იზრდება მოსახლეობის დასაქმება, ბაზარზე მიწოდება და მოთხოვნა.

ქვეყნის ეკონომიკურ სისტემებზე გადასვლა მოითხოვს ტურიზმის, კერძოდ ეკოტურიზმის მიმართულებების გადახედვას, მისი ირიბი კომპონენტების, რომლებიც ორიენტირებულნი არიან ეკოტურიზმისა და საერთოდ ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ფორმირებისათვის შესაბამისი პირობების შექმნაზე, გაძლიერებაზე, ინვესტიციების მოზიდვაზე, სამეურნეო კავშირების განმტკიცებაზე.

სახელმწიფო დონეზე აუცილებელია გავაძლიეროთ სახელმწიფო რეგულირების შერჩევითი ზომები, კერძოდ, ტურისტული კომპანიები, სასტუმრო, სარესტორნო და ეკოტურიზმთან დაკავშირებული სხვა ბიზნესის მწარმოებლებისათვის.

რეგიონულ და მინიციპალურ დონეზე, განსაკუთრებით იქ, სადაც ეკოტურიზმი წარმოადგენს ეკონომიკის სტრუქტურაწარმომშობ სფეროს, აუცილებელია ინტეგრაციისა და წარმოებათაშორისი თანამშრომლობის სტიმულირება, ინვესტიცირებული პროექტების ერთობლივი დაფინანსების ფონდების შექმნა, არაკომერციული ორგანიზაციებისათვის ეკოტურისტულ საქმიანობაში დახმარების გაწევა, მოსახლეობის იმ ჯგუფების ინტერესების გათვალისწინება, რომელთა შემოსავალი არ ჰყოფნის

ისეთი თანხის შეგროვებას, რომელიც საკმარისი იქნებოდა ორგანიზებული დასვენებისათვის.

უახლოეს პერსპექტივაში აუცილებელია რბილ, სახელმწიფოებრივ რეგულირებაზე გადასვლა, რომელსაც შეეძლება აამაღლოს ეკოტურიზმის ირიბი მულტიპლიკატორული ეფექტი, განსაკუთრებით რეგიონალური ეკონომიკის სინამდვილეში. ჩვენი აზრით, ამისათვის მიზანშეწონილია გამოვიყენოთ ისეთი ხელსაწყოები, როგორებიცაა: ინდიკატორული დაგეგმარება და პროგრამების ისეთი მიზნობრივი კომპლექსები, რომელიც დაადგენს დარგთაშორის, დარგობრივ და რეგიონული ურთიერთქმედების ორიენტირებს, რაც საშუალებას მოგვცემს შევაფასოთ მისი ეფექტურობა.

ეკოტურიზმის განვითარებისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა უპირატესად ენიჭება ბუნების დაცვის სხვადასხვა ასპექტებს. განსაზღვრული წვლილი ბუნების დაცვაში ეკოტურიზმს შეაქვს განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების მხარდაჭერით. ეს უკანასკნელი უდიდეს როლს თამაშობს პლანეტის ეკოლოგიური ბალანსის შენარჩუნებაში.

სწორი გზით განვითარების პირობებში ეკოტურიზმს შეუძლია გადამწყვეტი როლი ითამაშოს თანამედროვე სოციალურ-ეკოლოგიური კრიზისის დასრულებაში. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების უმრავლესობა იქმნება ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების მიზნით.

მაგალითად, განვითარებად ქვეყნებში ეკოტურიზმი წარმოადგენს ბუნებრივი რესურსების გამოყენების შედარებით არარაციონალური ფორმების ალტერნატივას - ხე-ტყის დამზადება, სასარგებლო წიაღისეულის მოპოვება, ფართომასშტაბური ნადირობა და ა.შ. რომლებსაც თავდაპირველად მოაქვთ სწრაფი და დიდი მოგება, მაგრამ ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსების ექსპლუატაციის მუდმივად მზარდი მასშტაბები შესაბამისად ზრდიან მათი არარაციონალური მოხმარების შედეგად გამოწვეულ უარყოფითი შედეგების მასშტაბებსაც. არარაციონალურ ბუნებათსარგებლობას მივყავართ რეკრეაციული პოტენციალის განადგურებამდე. ყოველწლიურად ტროპიკებში იჩეხება ტყის 17 მილიონი ჰექტარი. ეკოტურიზმის განვითარებას თავისი წვლილი შეაქვს ტყის ჩეხვის შეჩერების საქმეში, ისეთ ქვეყნებში როგორებიცაა კოსტა-რიკა, ბრაზილია, კენია და სხვა.

იმ შემთხვევაში, როცა ტურიზმი არ არის მომგებიანი, სახელმწიფო ახდენს მისი განვითარების სტიმულირებას, იძლევა დოტაციებს (სუბსიდიებს), საგადასახადო და სხვა შეღავათებს, რადგან ირიბი უპირატესობა რეგიონალურ და ადგილობრივ დონეზე ზრდის მისი განვითარების მნიშვნელობას.

ეკოტურიზმი დიდ გავლენას ახდენს სხვადასხვა ეკონომიკური დარგების განვითარებაზე. მაგ: ტრანსპორტზე, კავშირგაბმულობაზე, კერძო სექტორზე და სხვა.

საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება აჩვენებს, რომ ეკოტურიზმის განვითარება იწვევს სხვადასხვაგვარ შედეგებს, ადგილობრივ, რეგიონულ და ეროვნულ დონეზე, ძალზედ სასარგებლოდან - უკიდურესად დამანგრეველამდე. ყველა ამ დონეზე ეკოტურიზმის ეკონომიკური, ეკოლოგიური და სოციალური შედეგები შეიძლება სხვადასხვაგვარი იყოს, ქვეყნის ან რეგიონის კულტურული თავისებურებებისა და ადგილობრივი ეკონომიკის, მისი მასშტაბებისა, განვითარების დონესა და დივერსიფიკაციის მიხედვით. ამასთანავე ძალზედ მნიშვნელოვან მომენტს წარმოადგენს ის, თუ ეკოტურიზმის რომელი ფორმა და სახეობა ვითარდება კონკრეტულ რეგიონში.

ასევე აუცილებელია გავითვალისწინოთ ის დადებითი და უარყოფითი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტები, რომლებიც შეიძლება წარმოიშვას ეკოტურიზმის განვითარებისა და დაგეგმვის დროს.

მიუხედავად იმისა, რომ საერთაშორისო ეკოტურიზმისაგან ბევრი ქვეყანა მნიშვნელოვან სარგებელს იღებს, მაინც სარისკოა მასზე დამოკიდებულება, რადგან ეკოტურიზმი წარმოადგენს არასტაბილურ შემოსავლის წყაროს, რომელიც განიცდის ისეთი შიდა ფაქტორების გავლენას, რომლებიც არ ექვემდებარებიან კონტროლს. მაგ.: შეიძლება ეს იყოს არასტაბილური პოლიტიკური მდგომარეობა, ბუნებრივი კატაკლიზმები, ასევე ვალუტის კურსის ცვლილება, არასწორი დაგეგმვა რომელიც დიდ ზეგავლენას ახდენს ქვეყანაში ტურისტების ნაკადზე. უნდა ავლნიშნოთ, რომ ქვეყანაში ტურიზმის რაც უფრო მეტ წილს უზრუნველყოფს ეკოტურიზმი, მით უფრო არსებითია შიდა ფაქტორების წილი (ცხრილი 2.3.1).

იმისათვის, რომ გამოვრიცხოთ რეგიონების, მითუმეტეს ქვეყნების ეკონომიკური პრობლემები, სრულიად არ უნდა დავეყრდნოთ ეკოტურიზმიდან მიღებულ შემოსავლებს. აუცილებელია ეკონომიკის დივერსიფიკაცია და მეურნეობის სხვა დარგების განვითარება.

ეკოტურიზმის გავლენა რეგიონული ეკონომიკის განვითარებაზე

დადებითი გავლენა	უარყოფითი გავლენა
ეკოტურიზმი ეკონომიკის განუყოფელი ნაწილი გახდა მრავალ განვითარებად ქვეყანაში და წარმოადგენს ყველაზე მყარი ვალუტის საჭირო და ერთადერთ წყაროს (კენია, ნეპალი, კოსტარიკა და სხვები).	ეკოტურიზმი - ეს არის ეკონომიკის დარგი, რომელსაც ემუქრება კრიზისი.
უცხოური ვალუტის ნაკადის გაზრდა.	მიმღები ქვეყნებისათვის საშიშია ტურისტული მონოსტრუქტურა, რამდენადაც ეკოტურიზმს ემუქრება მოთხოვნის ძლიერი ცვლილებები.

წყარო: Ceballos - Lascrain, 1996 и Stack et al., 1999.

კიდევ ერთი პრობლემა - სეზონურობაა. არსებობს პიკისა და ტურისტული აქტიურობის ვარდნის სეზონები. ეს იმას ნიშნავს, რომ სასტუმროები, ტრანსპორტი, ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურის სხვა ობიექტები და მათში მომუშავე პერსონალი უმუშევარი რჩება წლის უმეტეს პერიოდში.

ეკონომიკური დანახარჯების აღრიცხვა ეკოტურიზმში სრულდება მულტიპლიკატორის დახმარებით. ეკოტურიზმში მულტიპლიკატორი (ლათინურიდან - „multum” - ბევრი, მრავალჯერადად, მრავალჯერ გასამძიერებელი რაიმე მექანიზმი, განსაზღვრული მოვლენების, მათ შორის ეკოტურიზმის განვითარების პროცესი, ინოვაციურად გამოსაყენებელი გაგება) - არის ერთ-ერთი საკვანძო ეკონომიკური მაჩვენებლის (სფეროში დასაქმებულობა, შემოსავალი) ეკოტურისტების ხარჯების ცვლილებასთან ურთიერთობა (Гаврильчак.... 2001:142).

ეკოტურისტული საქმიანობის რეგულირების არსებით მხარეს წარმოადგენს „მულტიპლიკატორის ეფექტი”, რომელიც აძლიერებს ძირითადი, მამოძრავებელი რგოლის - ეკოტურიზმის ფუნქციონირების ეფექტს. „მულტიპლიკატორის ეფექტი” მდგომარეობს შემდეგში: ეკოლოგიური ტურიზმიდან მიღებული პირველადი შემოსავლები აგრძელებენ „ბრუნვას” ადგილობრივ ეკონომიკაში და ახდენენ ახალი შემოსავლების გამომუშავებას (გენერირებას) (Healy 1988:39).

მულტიპლიკაციის პროცესი მოიცავს ეკოტურისტთა ხარჯისა და მოგების ან მომსახურე სტრუქტურების შემოსავლების პირობების ფორმირებას. განასხვავებენ მულტიპლიკატორის რამდენიმე ტიპს:

**გარიგებათა (გაყიდვების) მულტიპლიკატორი** - ის განსაზღვრავს ეკოტურიზმის ბიზნესისაგან მიღებულ დამატებითი შემოსავლების მოცულობას, რომლებიც ეკონომიკაში წარმოიქმნება ეკოტურისტების დანახარჯების გაზრდის შედეგად.

**წარმოების მოცულობის მულტიპლიკატორი** - ის განსაზღვრავს იმ დამატებითი პროდუქციის მოცულობას, რომელიც იწარმოება ეკოტურისტების დანახარჯების გაზრდის ხარჯზე.

**შემოსავლების მულტიპლიკატორი** - ის განსაზღვრავს დამატებით (გამომუშავებული ანაზღაურება, პროცენტები, განაწილებული მოგება) შემოსავალს, რომელიც მიიღება ეკოტურისტების გაზრდილი დანახარჯების შედეგად. ეს შემოსავალი შეიძლება წარმოადგენდეს ეროვნულ შემოსავალს (რეგიონალური) შიგა ეკოტურიზმის შემთხვევაში ან სუფთა (ერთჯერად) შემოსავალს, რომელიც ოჯახს შეუძლია გამოიყენოს რეალურად მოთხოვნილებისამებრ ან დაგროვების მიზნით. შემოსავალი, რომელიც მიიღება უცხოელების ხარჯზე, რომლებსაც შემოაქვთ საქონელი, უნდა გამოვრიცხოთ ანგარიშიდან, რადგან მათგან მიღებულ შემოსავალს არ მოაქვს მოგება ადგილობრივი ეკონომიკისათვის. მეორეს მხრივ გათვალისწინებული უნდა იქნას მეორადი ეკონომიკური ეფექტი, რომელიც მიიღება უცხოელებისაგან მიღებული შემოსავლების ადგილობრივ ეკონომიკაში დაბანდებით.

**დასაქმების მულტიპლიკატორი** - ის განსაზღვრავს ან ეკოტურისტთა დამატებითი დანახარჯების ხარჯზე შექმნილ სამუშაო ადგილების რიცხვს, ან ამ დანახარჯებით შექმნილი სამუშაო ადგილების რიცხვის დამოკიდებულებას სამუშაო ადგილების საერთო რიცხვთან. დასაქმების მულტიპლიკატორი წარმოადგენს ეკოტურიზმის მეორადი ეფექტის შესახებ სასარგებლო ინფორმაციების წყაროს, მაგრამ მისი გათვლა დიდ ძალისხმევას მოითხოვს სხვა მულტიპლიკატორებთან შედარებით. ის ასევე მოითხოვს დიდ სიფრთხილეს მისი ინტერპრეტაციის დროს.

**ბიუჯეტის შემოსავლების წყაროს მულტიპლიკატორი** - ის განსაზღვრავს ბიუჯეტის შემოსავლის წყაროზე ან ყველა წყაროზე მოქმედ ზეწოლას, რომელიც დამოკიდებულია ეკოტურისტთა ხარჯების გაზრდაზე.

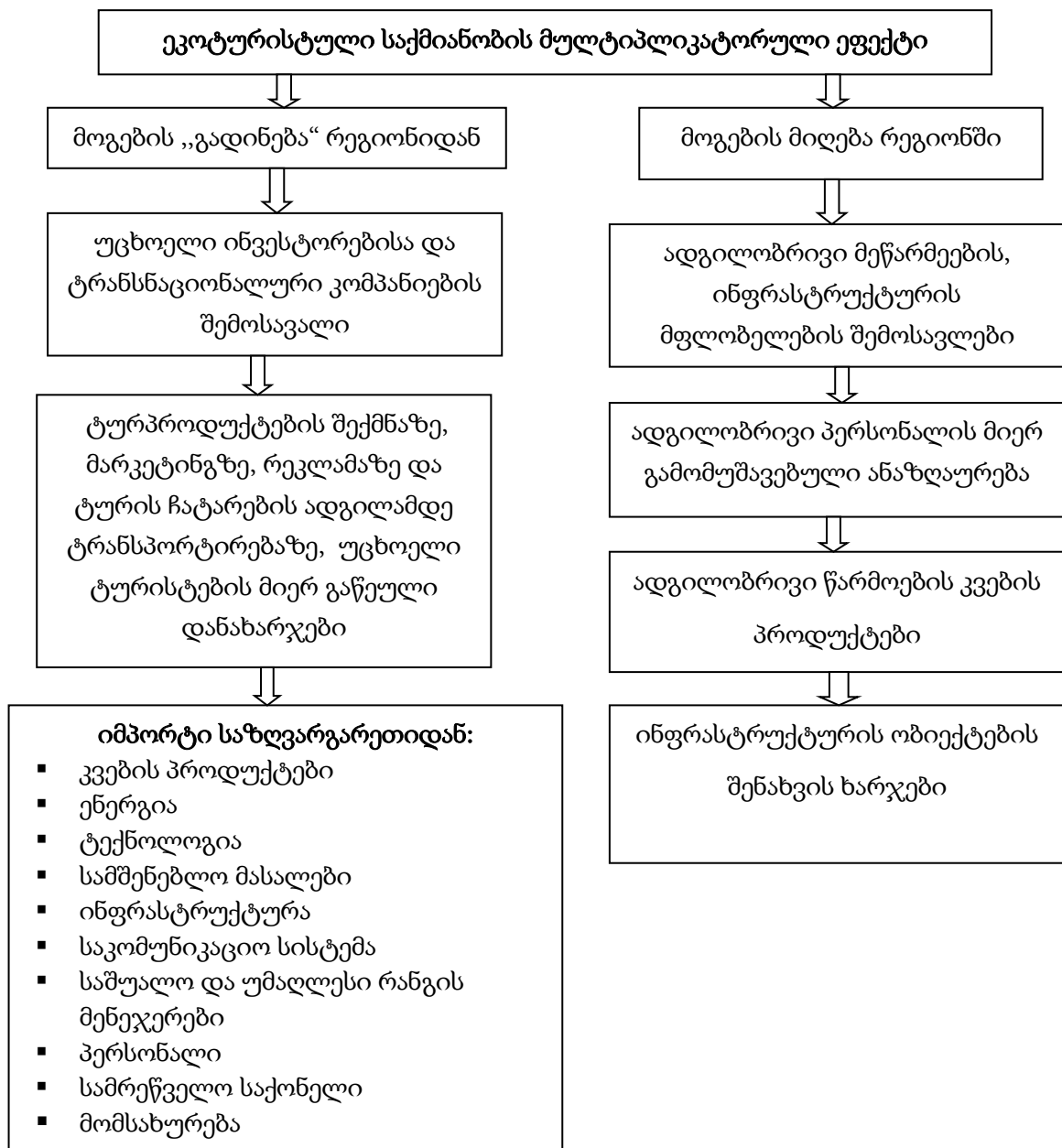
ეს მულტიპლიკატორი შეიძლება გამოიხატოს უხეში მაჩვენებლით: მაგ.: როგორც ეკოტურისტების გაზრდილი დანახარჯების ხარჯზე ბიუჯეტის შემოსავლების ზრდა ან წმინდა მაჩვენებელი, როდესაც ბიუჯეტის შემოსავლებიდან გამორიცხავენ საბიუჯეტო დანახარჯებს, რომელიც მიმართულია ეკოტურისტული საქმიანობის გაფართოებისაკენ.

რადგანაც მულტიპლიკატორების განსხვავებულ ტიპებს ძირითადად ირჩევენ ერთსა და იმავე მონაცემთა ბაზიდან, რადგანაც ისინი ურთიერთდაკავშირებულნი არიან, რაც ნიშნავს იმას, რომ ნებისმიერ ზემოთდასახელებულ მულტიპლიკატორში ჩადებული შინაარსი სხვადასხვაა. ასევე განსხვავებულია ერთი და იგივე ეკონომიკისათვის განკუთვნილი მულტიპლიკატორის სიდიდე. ასევე არსებობს სხვადასხვა კონცეფციის მულტიპლიკატორების დიდი რიცხვი, რომელიც ართულებს მათ ინტერპრეტაციას (განმარტებას).

ეკოტურიზმს მოაქვს მოგება უცხოური ვალუტის სახით, მაგრამ მისი არსებითი ნაწილი ტოვებს ქვეყანას (რეგიონს). უნდა აღინიშნოს, რომ ნაკლებად განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში „გაჟონვა“ ძალიან მნიშვნელოვანია, რადგან ეკოტურიზმის ბიზნესთან კავშირში გამოიყენება დიდი რაოდენობის უცხოური საქონელი, რომლებიც მიეკუთვნებიან „ფუფუნების ინდუსტრიას“. მსოფლიო ბანკის მონაცემების თანახმად, განვითარებად ქვეყნებში ეკოტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის საშუალოდ 55 % ბრუნდება უკან, განვითარებულ ქვეყანაში. რაც უფრო ნაკლებია განვითარებული ტერიტორიის სიდიდე და რაც უფრო დაბალია მისი ეკონომიკური განვითარების დონე, მით უფრო მაღალია „გადინება ხარჯვის ყველა ციკლის დროს“ (Healy 1988:39).

მსოფლიო ინსტიტუტების შეფასებით ზიმბაბვეში რჩება ეკოლოგიური ტურიზმისაგან მიღებული მოგების მხოლოდ 10%, ამავე დროს უნდა აღინიშნოს, რომ ეკონომიკურად განვითარებულ და გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებში იმპორტისაგან გამოწვეული „გაჟონვა“ - მინიმალურია.

D. McLaren-ის (McLaren 1998:139). თანახმად ეკოტურისტული საქმიანობიდან გამომდინარე მულტიპლიკატორული ეფექტი შეიძლება წარმოვიდგინოთ შემდეგნაირად (ნახაზი 2.3.1).



ამრიგად, ეკოლოგიური ტურიზმის წვლილი ქვეყნის ან რეგიონის ეკონომიკაში მით უფრო დიდია, რაც უფრო მეტად გამოიყენება ადგილობრივი წარმოების პროდუქცია და ადგილობრივი სამუშაო ძალა ეკონომიკურ საქმიანობაში.

რა თქმა უნდა, ეს შესაძლებელია განვითარებულ ეკონომიკურ რეგიონში, რათა უზრუნველყოფილი იქნას ბაზრის გაჯერება საქონლითა და ადგილობრივი მომსახურებით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ეკონომიკის დროს ეკონომისტები ჩერდებიან იმ სასტუმროებში, რომლებსაც ფლობენ, მართავენ და ემსახურებიან ადგილობრივი მცხოვრებლები. ისინი ძირითადად მარაგდებიან ადგილობრივი პროდუქტებით, ად-



გილობრივი ეკონომიკისათვის უფრო მეტი მოგება მოაქვს მას, ვინც მოიხმარს იმპორტირებულ მომსახურებას და „ფუფუნების საგნებს“, ასევე მათ, რომლებიც მოიხმარენ ძალიან მცირე რაოდენობის საქონელსა და მომსახურებას, ან საერთოდ არ გამოიყენებენ მათ („ველური“ ტურიზმი).

რიგ ქვეყნებში იღებენ სპეციალურ ზომებს, რათა მიღებული შემოსავლები დარჩეს ქვეყანაში. მათ შორის გავრცელებულია კერძო ორგანიზაციების გადასახადები - მიწით სარგებლობისათვის და ეკოტურისტების შემოსვლისათვის. ამ შემთხვევაში გათვალისწინებულია ნაგებობები ადგილობრივი მცხოვრებლებისათვის. ნაგებობების კატეგორიებს ასევე მიეკუთვნებიან საბავშვო და ზოგადსაგანმანათლებლო, ინვალიდების, ნაკლებად უზრუნველყოფილი ოჯახების, სტუდენტების, განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების სპონსორების, სამხედრო მოსამსახურეების და მუდმივი მომხმარებლებისათვის განკუთვნილი დაწესებულებები. სახელმწიფოს მიერ (კვების, ტრანსპორტის, ვაჭრობის, საექსკურსიო მომსახურების სფეროში და სხვა) კერძო განსაზღვრულ საქმიანობაზე უფლების მოსაპოვებლად შემოღებულია აუქციონის წესი.

წარმოებიდან, რომლებიც ირიბად უკავშირდებიან ეკოტურიზმს (მსხვილი სასტუმროები, სატრანსპორტო ფირმები, რესტორნები), შეიძლება ამოვიღოთ სარგებელი გადასახადების სახით და გამოვიყენოთ იგი ბუნების დაცვისა და ადგილობრივი მოსახლეობის საკეთილდღეოდ. ჩვენ შეგვიძლია შევამციროთ „გაჟონვა“ თუ შევძლებთ ადგილზე პატარა, კერძო საწარმოების სტიმულირებას და მივალწევთ იმას, რომ უცხოურმა კომპანიებმა შეიტანონ წვლილი ადგილობრივი გაერთიანებების განვითარებაში სასწავლო ორგანიზაციების ან ინვესტიციების დახმარებით.

აკადემიურ დონეზე მოფიქრებულ საგადასახადო პოლიტიკას ასევე შეუძლია ხელი შეუწყოს ეკოტურიზმის უპირატესობის ზრდას ადგილობრივი მოსახლეობისა და ქვეყნის ეკონომიკისათვის. ასეთი ზომების მთავარი მიზანია - ეკოტურიზმში გენერირებული (გამომუშავებული) საშუალებების უმეტესი წილის შენარჩუნება რეგიონში (Ледовских... 2002:284).

ეკოლოგიური ტურიზმი სტიმულს აძლევს ეკონომიკური საქმიანობის სხვა სფეროებსაც, სახელდობრ: სოფლის მეურნეობას, მსუბუქ მრეწველობას, ტრანსპორტს, სამშენებლო მასალების წარმოებას და სხვა. ეკოტურისტული საქმიანობისა-

გან მიღებული შემოსავლები საშუალებას გვაძლევს უფრო ეფექტურად გამოვიყენოთ რესურსები და დავნერგოთ თანამედროვე ეკოტექნოლოგიები (გამოვიყენოთ „მწვანე“ საწვავი, ავამაღლოთ განათლების დონე, მათ შორის ეკოლოგიური მენეჯმენტის კუთხით და ამით გავაუმჯობესოთ ადამიანური რესურსების მომზადების ხარისხი და სხვა). ყოველივე ეს გვაძლევს მნიშვნელოვან იმპულსს ეკონომიკის განვითარებისათვის და ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის.

#### **ამრიგად, შეიძლება გამოვიტანოთ შემდეგი დასკვნები:**

1. ეკოლოგიური ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ბევრი დანიშნულების ადგილის ეკონომიკურ განვითარებაში;
2. ეკოლოგიური ტურიზმის ტერიტორიის ეკონომიკაზე გავლენა შეიძლება აისახოს მულტიპლიკატორული ეფექტის მეშვეობით, რომელიც გულისხმობს სხვადასხვა სახის მულტიპლიკატორების კალკულაციასა და მიღებული მნიშვნელობების ინტერპრეტაციას;
3. ეკოტურიზმის განვითარება შეიძლება გახდეს ადგილობრივი ეკონომიკის ბუნებრივი რესურსების გამოყენებაზე დაფუძნებული სხვა დარგების ეფექტური ალტერნატივა;
4. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის დაგეგმვისა და რეალიზაციის დროს მნიშვნელოვანია მხედველობაში მიღებულ იქნას ეკოტურიზმის დადებითი და უარყოფითი შედეგები;
5. გონივრული ეკოტურისტული სტრატეგია შეიძლება გახდეს საფუძველი იმისა, რომ ტერიტორიის ეკონომიკიდან ეკოტურისტული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლების „გაჟონვა“ მინიმუმამდე იქნება დაყვანილი.

## 2.4. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ზოგიერთი პრობლემა

მსოფლიოს განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკის და წარმატებულ სექტორს ამჟამად მომსახურების სფერო წარმოადგენს. ჩვენს ქვეყანაში არასაწარმოო სფეროს ტრანსფორმაცია მომსახურების თანამედროვე სექტორში პრაქტიკულად დაიწყო ქვეყნის ეკონომიკის ღრმა გარდაქმნებთან ერთად. ეკონომიკური ურთიერთობების ცვლილებასთან ერთად ცენტრალიზებული ეკონომიკიდან საბაზრო ეკონომიკაზე გადასვლამ განაპირობა მომსახურების ზოგიერთი დარგიდან გამოყოფის აუცილებლობა დამოუკიდებელ სტრუქტურებად, რომელთაც შეეძლებათ პროფესიონალურად დააკმაყოფილონ მოსახლეობის მოთხოვნილება სახალხო მეურნეობის სხვადასხვა დარგზე (ბარათაშვილი... 2011:8).

ტურიზმის სფერო სოციალურ-კულტურული სფეროს შედგენილობაში მყოფი სოციალურ-კულტურული კომპლექსის ნაწილია. 20–25 წლის წინ, ამ კომპლექსის უმეტესი დარგი ან უფასო იყო, ან შეღავათიანი (მაგალითად, 1989-1990 წლებში პრაქტიკულად არ არსებობდა ფასიანი მომსახურება განათლების სფეროში, კულტურის სფეროში ფასიანი მომსახურების წილი კი ძალიან მცირე იყო და ა.შ.). XXI საუკუნის დასაწყისიდან ეს დარგები ფასიანი გახდა.

მოსახლეობის ფასიანი მომსახურების სტატისტიკა მოცემულია ცხრილში 2.4.1. მისი ანალიზი აჩვენებს მომსახურების წილის ზრდას ისეთ დარგებში, როგორცაა სასტუმრო და რესტორნები (2007 წ. მომსახურების მოცულობამ 192.8 მლნ. ლარი შეადგინა, ხოლო 2011 წელს 573.8 მლნ. ლარი), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (2007 წ. - 2766.4 მლნ. ლარი; 2011 წ - 4045.8 მლნ. ლარი), კომუნალური, სოციალური და პერსონალური მომსახურება (2007 წელს - 186.1 მლნ. ლარი; 2011 წელს 294.9 მლნ ლარი), განათლება (2007 წ. - ის 69,8 მლნ. ლარს შეადგენდა, 2011 წ. - 133.3 მლნ. ლარი შეადგინა), ჯანდაცვა და სოციალური დახმარება (2007 წ - 206.0 მლნ ლარი, 2011 წელს 490.1 მლნ. ლარი) (მომსახურების 2013: ).

ტურისტული საქმიანობის განვითარება დადებით გავლენას ახდენს არა მარტო ტურიზმის სფეროზე, არამედ მთლიანად ქვეყნის ეკონომიკაზე. განსაკუთრებით იმ რეგიონებისათვის, რომლებიც აღიარებენ ტურიზმის დადებით როლს.

რეგიონის ეკონომიკაზე ტურისტული დანახარჯები დადებით ზეგავლენას ახდენს მულტიპლიკატორული ეფექტის მეშვეობით: ტურისტები ხარჯავენ ფულს სასტუმროებზე, რესტორნებზე, ტაქსებზე, შემდეგ ციკლში ეს ხარჯები ეკონომიკის სხვა სფეროებზეც ვრცელდება. ადგილობრივი საწარმოები უზრუნველყოფენ ტურისტების მოთხოვნების დაკმაყოფილებას შესაბამის საქონელზე და მომსახურებაზე, ანუ ეკონომიკაზე ხორციელდება პირდაპირი ზემოქმედება. ერთდროულად მასზე ხორციელდება ირიბი ზემოქმედებაც: დაწესებულებები, რომლებიც ღებულობენ თანხებს პირდაპირ ტურისტებისაგან, თავის მხრივ იძენენ საქონელს და მომსახურებას სხვა ადგილობრივ დაწესებულებებისაგან. სასტუმროები უხდიან ფულს მშენებლებს, რესტორნები იხდიან ელექტროენერჯის, წყლის, კვების საფასურს და ა.შ. ტურისტების ეს პირდაპირი და ირიბი ხარჯები ადიდებს დასაქმებულთა ოდენობას სხვადასხვა დარგებში, იზრდება შემოსავლები ხელფასების სახით და ა.შ. ეკონომიკურ ეფექტს ემატება სოციალური, ტურისტების ნაკადის გადიდებასთან დაკავშირებით იზრდება ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესი.

**ცხრილი 2.4.1**

**მოსახლეობის ფასიანი მომსახურების სტატისტიკა, მლნ. ლარი**

მომსახურების სახეები	წლები					
	2007	2008	2009	2010	2011	2007-2011 ნაზრდი
სასტუმრო და რესტორნები	192.8	224.6	280.0	383.9	573.8	381.0
განათლება	69.8	74.0	90.8	121.5	133.3	63.5
ჯანდაცვა და სოციალური დახმარება	206.0	248.8	343.1	431.9	490.1	284.1
ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	2766.4	3004.7	2858.1	3313.6	4045.8	1279.4
კომუნალური, სოციალური და პერსონალური	186.1	197.3	207.5	285.8	619.7	433.6

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.

ამრიგად, ნებისმიერ ქვეყანაში ტურიზმის სოციალურ და ცხოვრების ეკონომიკურ მხარეზე სოციალურ-ეკონომიკური ასპექტების დადებითი ზემოქმედება ძალზედ დიდია. სოციალური თვალსაზრისით ის უცებ არ იჩენს თავს. ეკონომიკურ მხარეზე კი გაცილებით უფრო კარგად აისახება: ტურიზმის ბიზნესის განვითარებასთან ერთად, როგორც წესი, ვითარდება ეკონომიკის ისეთი სექტორები, როგორცაა: ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, მშენებლობა, ვაჭრობა, სახალხო მოხმარების პროდუქტის წარმოება სხვა.

ხაზი უნდა გავუსვათ ზოგადად ტურიზმის ბიზნესის არცთუ მცირე როლს, არამარტო ცალკეული ტუროპერატორებისათვის, ტურაგენტებისა და ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ორგანიზაციებისათვის, არამედ რეგიონებისა და მთლიანად ქვეყნისთვისაც. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) მონაცემებით ბოლო წლებში: მსოფლიო ეროვნული პროდუქტის დაახლოებით 6% და მსოფლიო ინვესტიციების 7%, ყოველი მეათე სამუშაო ადგილი, მსოფლიო სამომხმარებლო ხარჯების 11%, მთლიანი საგადასახადო შემოსავლების 5% ტურიზმის სფეროზე მოდის. 2020 წლისათვის საერთაშორისო ვიზიტორების რიცხვი გაიზრდება 1,6 მლრდ-მდე, წლიური შემოსავლები კი 2 ტრლნ. დოლარს მიაღწევს (Алексева 2011:176).

ეკოლოგიური ტურიზმი, რომელსაც გარდა წმინდა გარემოსდაცვითი ფუნქციებისა, ეკონომიკური მნიშვნელობა გააჩნია. იგი ვერ განვითარდება, თუ არ არსებობს შესაბამისი ინფრასტრუქტურა.

როდესაც ინფრასტრუქტურაზე საუბრობენ, როგორც წესი, გულისხმობენ საწარმოო ინფრასტრუქტურას, სოციალურ ინფრასტრუქტურას კი განიხილავენ როგორც მის შემადგენელ ნაწილს. თუმცა ეკოლოგიური ტურიზმისათვის ორივე მათგანი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს.

ცნობილია, რომ ინფრასტრუქტურის წარმოშობა წარმოადგენს საზოგადოებრივი შრომის გადრმავებული დანაწილების შედეგს. თავდაპირველად შრომის დანაწილება დაიწყო საწარმოებში. აქ გამოყოფენ: ძირითად, დამხმარე და მომსახურე წარმოებას (სასაწყობე მეურნეობა, კავშირგაბმულობა, ენერგეტიკული და სარემონტო). თანდათან შრომის დანაწილება მოიცავს სხვადასხვა დარგებს, რეგიონებს, მთლიანად ეროვნულ ეკონომიკას. ინფრასტრუქტურას მიაკუთვნეს გზების, კანა-

ლიზაციის, წყალგაყვანილობის მშენებლობა; ასევე სოციალური დარგები: ჯანდაცვა, განათლება და სხვა.

ამგვარად „ინფრასტრუქტურის“ ცნებაში შედის საწარმოო და სოციალური ინფრასტრუქტურა. სოციალური ინფრასტრუქტურა მოსახლეობის ცხოვრების დონის მნიშვნელოვან განმსაზღვრელ პირობასა და მაჩვენებელს წარმოადგენს. არსებობს აზრი, რომ ინფრასტრუქტურა კომპლექსური ცნებაა: მისი თითოეული ელემენტი (ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, ენერგომომსახურება, ჯანდაცვა) ცალ-ცალკე არ წარმოადგენს ინფრასტრუქტურას.

ეკოლოგიური ტურიზმის ბიზნესის პირობებში ინფრასტრუქტურის შინაარსი იგივე რჩება. შრომის საზოგადოებრივი დანაწილების საფუძველზე, იგი აუცილებელია ეკოტურიზმის განვითარების უზრუნველსაყოფად. მას ეკოლოგიურ ტურისტულ საქმიანობაში აქვს დამხმარე, მაგრამ აუცილებელი მნიშვნელობა, რადგან ეფუძნება ინფრასტრუქტურული პროცესების სწორად წარმართველი ელემენტების კომპლექსურ ერთიანობას. ამასთანავე გააჩნია ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურის გამოვლენისა და წარმოჩენის უდიდესი სპეციფიკურობა, რაც გამოიხატება იმაში, რომ მოგებას ეკოლოგიური ტურიზმის ბიზნესში უზრუნველყოფს ინფრასტრუქტურის სწორედ დამატებითი დარგები, საწარმოები ან საქმიანობის სახეები. ძირითად საქმიანობას ახორციელებენ ტურფირმები, რომლებიც წარმოადგენენ ინფრასტრუქტურის საწარმოო ელემენტებს და როგორც ერთი შეხედვით ჩანს, უზრუნველყოფენ მხოლოდ ეკოლოგიური ტურიზმის ინფრასტრუქტურის საწარმოების ფუნქციონირებას. სინამდვილეში ძირითადი დატვირთვა ეკოტურიზმის ბიზნესის სფეროში მოდის ტურისტულ საქმიანობაზე, ანუ ტუროპერატორულ ფირმებზე და ტურსააგენტოებზე. სწორედ ისინი განსაზღვრავენ, როგორც ეკოტურისტული პროდუქტის პირველადი მომსახურების კომპლექსს, ასევე შემდგომ მის დაყვანას კონკრეტულ ტურისტულ მარშრუტამდე.

ამ უკანასკნელზეა დამოკიდებული იმ დაწესებულებათა ერთიანობა, რომლებიც შეადგენენ ეკოლოგიური ტურიზმის ინფრასტრუქტურას, მონაწილეობას ლეზლობენ მოგების მიღებაში, საბოლოოდ კი აკმაყოფილებენ ყოველი ეკოტურისტის მოთხოვნას. რაც უფრო ხარისხიანია საქმიანობა, მით უფრო ფართო და მრავალმხრი-

ვი ხდება ეკოტურისტულ ინფრასტრუქტურაში შემავალი დაწესებულებების საორგანიზაციო-ეკონომიკური და სოციალური ცხოვრება.

ეკოტურიზმის ბიზნესი დაფუძნებულია ტურისტების მომსახურების მრავალ პროექტსა და პროგრამაზე: თავიდან, როდესაც სფეროში ხორციელდება მოსამზადებელი სამუშაოები და მაშინ, როდესაც იწყება ეკოტურის განხორციელება. მომსახურების კონკრეტულ პროგრამებში ტურსააგენტოების და ტუროპერატორების გარდა მონაწილეობენ შემდეგი ობიექტები:

- დაწესებულებები, რომლებიც ემსახურებიან ეკოტურისტთა განთავსებას;
- კვების ობიექტები;
- სატრანსპორტო მომსახურების კომპანიები;
- სარეკლამო და ინფორმაციული ტურისტული სამსახურები;
- სავაჭრო ობიექტები;
- დასვენების სფეროში მომუშავე ორგანიზაციები ( მოგზაურობა, ექსკურსიები და ა.შ.);
- ჯანმრთელობის ცენტრები და მრავალი სხვა.

სწორედ ეს ობიექტები, ერთად აღებული, შეადგენენ ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურას, ანუ ის წარმოადგენს დარგობრივ და ინდივიდუალურ საქმიანობას, რომლის საფუძველზე ეკოტურისტები მთელი მარშრუტის განმავლობაში უზრუნველყოფილნი არიან მრავალრიცხოვანი მომსახურებით, ამასთანავე ტურიზმის ინდუსტრიის ყველა დაწესებულება თავისთვის იქმნის მოგების მიღების შესაძლებლობას, ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურა ამით უზრუნველყოფს თავისი სამი: სოციალური (ტურისტების მოთხოვნების უზრუნველყოფა), ორგანიზაციული და ეკონომიკური (ბიზნესიდან მოგების მიღების შესაძლებლობა) სახეობის მჭიდრო ერთობლიობას.

ეკოლოგიური ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას გააჩნია რიგი აუცილებელი მახასიათებლები, რომლებიც, პირველ რიგში განისაზღვრებიან ბიზნესის კეთების ზოგადი მიზნებით, ხოლო მეორეს მხრივ მომსახურების სპეციფიკური თავისებურებებით.

ეკოლოგიური ტურიზმის სპეციფიკური თავისებურებები შეიძლება ჩამოვყალიბოთ შემდეგი ფორმით:

- ეკოტურისტული მომსახურება, სადაც არ უნდა ხორციელდებოდეს ის, არის ჩვეულებრივი საქონელი, რომელიც განკუთვნილია საბაზრო გაცვლისათვის;
- ეკოტურისტული საქმიანობა არ არსებობს მისი განხორციელების მომენტამდე, თუმცა, როგორც წესი, მის შექმნაში მნიშვნელოვანი ბუნებრივი რესურსები მონაწილეობენ;
- ეკოტურისტული მომსახურების მიწოდება საჭიროებს სპეციალურ ცოდნასა და ოსტატობას, რისი შეფასება და გაგება მყიდველს ზოგჯერ უჭირს. ამ გაურკვევლობამ მასში შეიძლება გამოიწვიოს გაუფრთხილებლობის, ეჭვისა და განაწყენების გრძნობა. აქედან გამომდინარე მყიდველი ცდილობს ითანამშრომლოს ერთსა და იმავე ტურისტულ ფირმასთან. ეს კი თავის მხრივ დადებითად მოქმედებს გამყიდველზე, რადგან ამ შემთხვევაში თვითონ ხდება მთავარი ფიგურა განმეორებითი კონტაქტებისათვის, რომელთა საზომი არის ხარისხი და მომსახურება. ხშირად მომხმარებელი მზადაა ზედმეტიც კი გადაიხადოს, ოღონდ მიიღოს მართლაც ხარისხიანი მომსახურება;
- გაწეული მომსახურების არამატერიალური ხასიათი მას უხილავს ხდის, ანუ შეუძლებელია მისი დემონსტრირება, გასინჯვა და შემეცნება მის მიღებამდე. მომხმარებელი იძულებულია სიტყვიერად ენდოს მომსახურების გამწევს, რის კვალობაზეც მასში ჩნდება იმედის და ნდობის ელემენტები. ამავე დროს უხილავობა ართულებს გამყიდველის მომსახურებას. იმ ორგანიზაციას, რომელიც გვთავაზობს მომსახურებას, ექმნება მინიმუმ ორი პრობლემა: ერთის მხრივ რთული ხდება მომხმარებლებს აჩვენო მომავალი საქონელი - მომსახურება; მეორეს მხრივ - უფრო რთულია აუხსნა მათ რისთვის იხდიან ფულს. გამყიდველს შეუძლია აღწეროს მხოლოდ ის უპირატესობა, რომელსაც მიიღებს მყიდველი მომსახურების მიღების შემდეგ, ხოლო თვით მომსახურება შეიძლება შეფასდეს მხოლოდ მისი შესრულების შემდეგ. აქედან გამომდინარე ეკოტურისტული მომსახურების მიწოდებისას ძირითად მახასიათებელს წარმოადგენენ: ხარისხი, მომსახურება, მოგება, სარგებელი - რომელთა მიღებასაც მოელიან მომხმარებლები, როცა მოგვმართავენ მომსახურებისათვის;



- უმნიშვნელოვანეს ფაქტორს წარმოადგენს პერსონალის ამორჩევის და სწავლების საკითხი. ხშირ შემთხვევაში მომხმარებელი გამყიდველს ექსპერტად თვლის, რომლის ცოდნას და პროფესიონალურ უნარ-ჩვევებს უნდა ენდოს;
- შესრულებული ეკოტურისტული მომსახურების ცვალებადობა დამოკიდებულია - პერსონალის მიერ შესრულებულ სამუშაოზე და თვით მომხმარებელზე - მის უნიკალურობაზე, რითაც აიხსნება მომსახურების ინდივიდუალიზაციის მაღალი დონე. ეკოტურისტული მომსახურების ცვალებადობის შემცირებისთვის უნდა შემუშავდეს მომსახურების გარკვეული სტანდარტები, რომლებიც აუცილებელია შესასრულებლად და გამიზნული იქნება ხარისხის მაღალი დონის გარანტირებისათვის;
- ეკოლოგიური ტურისტული მომსახურების მომხმარებლების მრავალფეროვნება - ტურისტული მომსახურების მწარმოებლები ორიენტირებული არიან განსაზღვრული ტიპის დამსვენებლებზე. ეკოტურების მოთხოვნაზე ზეგავლენას ახდენენ ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა - შემოსავალი, ოჯახის შემადგენლობა, მისი წევრების ასაკი, განათლება და პროფესია. აქედან გამომდინარე, შეუძლებელია ისეთი ეკოტურის შექმნა, რომელიც დააკმაყოფილებს სხვადასხვა ტიპის მომხმარებელთა ჯგუფს, ამიტომ მიზანშეწონილია საერთო საბაზრო მოთხოვნის დაკმაყოფილება. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, საჭიროა მიზნობრივ ბაზარზე ორიენტირება;
- საზოგადოებრივი ფაქტორების მნიშვნელობა - ეკონომიკური და პოლიტიკური სიტუაცია ქვეყანაში, ეკოლოგიური ფაქტორები და სხვა. ისინი დიდ გავლენას ახდენენ ეკოტურიზმზე;
- ეკოლოგიური ტურისტული მომსახურების კომპლექსურობა - ეკოლოგიური ტურისტული ბიზნესის სფეროში განსაზღვრულ მომსახურებებს შორის არსებობს მჭიდრო კავშირი, რომელსაც შეიძლება ჰქონდეს მნიშვნელოვანი შედეგები საწარმოების მართვისას. ეს წარმოებები უმაღლეს დონეზე არიან ერთმანეთზე დამოკიდებულები. გამოსავალი არსებობს თანამშრომლობის ორ ფორმაში: ჰორიზონტალური თანამშრომლობა - საერთო ინტერესების მქონე ორგანიზაციების საქმიანობის განაწილება და ვერტიკალური თანამშრომლობა - იმ საწარმოებისა და ორგანიზაციების გაერთიანება, რომლებსაც სურთ ბაზრის

მთლიანად ათვისება, სხვა დაწესებულებებისაგან დამოკიდებულობის შემცირების მიზნით;

- მოთხოვნა ეკოლოგიურ ტურისტულ მომსახურებებზე მგრძობიარეა ფასებისა და შემოსავლების დონის მიმართ;
- სეზონური მერყეობა - ეკოლოგიურ ტურისტულ მომსახურებაზე გარკვეულ გავლენას ახდენს სეზონური მერყეობა. თუმცა შეიძლება ითქვას, რომ ტურიზმის სხვა ტიპებთან შედარებით ეს მიმართულება სეზონური მერყეობისაგან უფრო ნაკლებ დანაკარგებს ღებულობს;
- ეკოტურისტული მომსახურება არის თავისებური არადრეკადი წარმოება. მას არ შეუძლია არსებითად მიესადაგოს მოთხოვნილებების ცვლილებას დროსა და სივრცეში;
- არც მაღალ ხარისხს, არც მომსახურებას ადგილი არა აქვს იმ შემთხვევაში, თუ ადგილი აქვს თუგინდ უმნიშვნელო ნაკლოვანებას;
- ეკოლოგიური ტურისტული მომსახურების შექმნაში მონაწილეობს ბევრი საწარმო, რომელიც ერთიანდებიან არამარტო ერთნაირი მიზნებით, არამედ ისეთებიც, რომლებსაც აქვთ საკუთარი სპეციფიკური მოთხოვნები და კომერციული მიზნები.

რა ფაქტორებზეა დამოკიდებული ეკოლოგიური ტურიზმის ბიზნესის განვითარება? განვიხილოთ რამდენიმე მათგანი. ძირითადი ფაქტორი არის ეკოლოგიური ტურისტული რესურსების არსებობა. აქ უნდა გამოვყოთ რეკრეაციული რესურსები. „რეკრეაციული რესურსები წარმოადგენს ბუნებრივ და ანთროპოგენურ გეოსისტემებს, სხეულებს, ბუნებრივ მოვლენებს, არტეფაქტებს (ხელოვნურად შექმნილი), რომელთაც გააჩნიათ სასარგებლო თვისებები და სამომხმარებლო ღირებულება რეკრეაციული საქმიანობისთვის. შესაძლებელია მათი გამოყენება განსაზღვრული კონტიგენტის ადამიანებისათვის, დასვენებისა და გაჯანსაღების ორგანიზება ფიქსირებულ დროში, ხელთ არსებული ტექნოლოგიებისა და მატერიალური მასალების გამოყენებით“ (Толковый 1994:190).

რეკრეაციული რესურსების დაცვა და გამოვლინება თავის თავში გულისხმობს ბუნებრივ კომპლექსებზე ზეწოლის ნორმირებას მწვანე ზონების და საკურორტო ტყეების გამოყოფას, რეკრეაციული მიწების დაცვას, ტყის გამოყენების

დონისძიებების, მიწისქვეშა წყლების, მინერალური რესურსების და წყაროების სისუფთავის დაცვას და ა.შ. (გოგელია... 2012:142).

საქართველოში არსებობს ისეთი რეკრეაციული რესურსები, რომლებსაც შეუძლიათ ეკოტურიზმი მიიყვანონ განვითარების ისეთ დონემდე, რომელიც საშუალებას მოგვცემს კომპლექსურად და მაქსიმალური მოგებით გამოვიყენოთ მათი შესაძლებლობანი. ეკოტურიზმში მნიშვნელობა აქვს არა მარტო რეკრეაციულ რესურსებს, არამედ გეოგრაფიულ მდებარეობასაც, ისტორიულ და კულტურულ მემკვიდრეობას, ღირსშესანიშნაობების თავისთავადობას, ბუნებრივ პირობებს, ტურისტულ ცენტრებს და ზონებს. ტურიზმის ბიზნესის განვითარების პრიორიტეტულ საფუძველს წარმოადგენს ბუნებრივი და გეოგრაფიული პირობები. საწყის სტადიაში ის ინტენსიურად ვითარდება სწორედ იმ ქვეყნებსა და რეგიონებში, რომლებსაც აქვთ საჭირო კლიმატური პირობები, უფრო მოგვიანებით საჭირო ხდება განათლებისა და შემეცნების დონის მოთხოვნა, შემდეგ კი - დიდ მნიშვნელობას იძენს ისტორიულ-კულტურული რესურსები. ეკოლოგიური ტურიზმის ბიზნესის განვითარების უზრუნველმყოფელ ფაქტორებს მიეკუთვნებიან: ტურისტული რესურსები, რომლებიც ამარაგებენ მათ მომსახურე პერსონალით და განვითარებული მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, რომელიც აღჭურვილია განთავსების, სატრანსპორტო, კვების და სხვა საშუალებებით.

ეკოლოგიური ტურიზმი განიხილება, როგორც ტურიზმის ერთ-ერთი მიმართულება, რომელიც ეფუძნება ბუნებრივი ობიექტების გამოყენებას. როგორც ევროპული ქვეყნების გამოცდილება გვიჩვენებს, ადგილობრივ ტერიტორიებზე ეკოლოგიურ ტურიზმს შეუძლია ადგილობრივი საზოგადოების (თემის) ეკონომიკური განვითარების უზრუნველყოფა ისე, რომ შეინარჩუნოს და გააუმჯობესოს ბუნებრივი გარემოს ხარისხი. ეკოტურიზმის სფეროში გაწეული მოღვაწეობა და მისი ინფრასტრუქტურა ჩვეულებრივ მცირემასშტაბიანია, მაგრამ ერთად აღებულმა შეიძლება განსაკუთრებული როლი შეასრულოს ახალი დარგების წარმოქმნისათვის საჭირო გარემოს შექმნაში, სამუშაო ადგილების უზრუნველყოფაში, საგადასახადო შემოსავლების მიღებაში, ინვესტორების მოზიდვაში. ეკოტურიზმის მთავარი მიზანია - ეკოლოგიური და ინფორმაციული რესურსების გამოყენება.

ეკოლოგიური რესურსები - ეს არის გარემოს კომპონენტების ბუნებრივი ბალანსი, რომელიც ფორმირდება ადამიანის აქტიური ჩარევის გარეშე. ეკოლოგიური

რესურსების მთავარ ღირებულებას წარმოადგენს ბუნების თავისთავადობა. სწორედ იგი იზიდავს ტურისტებს, ქალაქელი ადამიანები მუდმივად გრძნობენ დაბინძურებული ჰაერისა და წყლის, ხმაურისა და სოციალური კონფლიქტების უარყოფით ზემოქმედებას. ეკოლოგიური რესურსების გამოყენების შედეგად დამსვენებლები ღებულაობენ გამაჯანსაღებელ და შემეცნებით ეფექტს.

ადგილობრივ ტერიტორიაზე ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარება მოიცავს ისეთ ასპექტებს, როგორცაა:

- იმ ბუნებრივი ობიექტებისა და ტერიტორიების განსაზღვრა, რომლებიც ტურისტებისათვის ინტერესის სფეროს წარმოადგენენ;
- ისეთი ტურისტული პროგრამების შემუშავება, რომლებიც უზრუნველყოფენ ბუნებრივ კომპლექსებზე ტურისტთა მინიმალურ ზემოქმედებას და ზედმეტად არ ზღუდავენ ტურისტთა შესაძლებლობებს;
- ადგილობრივი მცხოვრებლების ეკონომიკური კეთილდღეობის მხარდაჭერა, რაც სტიმულს აძლევს ადგილობრივ მოსახლეობას დაიცვან რეგიონული ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობა;
- ტურისტული მომსახურების სფეროს განვითარება საერთაშორისო ტურისტების მოზიდვის მიზნით;
- ეკოტურიზმის სფეროში ეფექტური მარკეტინგული სტრატეგიების შემუშავება.

დღევანდელ საქართველოში ეკოტურიზმი არ წარმოადგენს ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის გარანტს. ამ სიტუაციიდან გამოსავალი შეიძლება იყოს ეკოგიდების მომზადება ადგილობრივი მცხოვრებლებიდან, დაინტერესებული პირების მეთოდური მომზადება, მათი პრაქტიკული სწავლება, საინფორმაციო მასალებით უზრუნველყოფა, რეკლამის განხორციელება საქართველოს შიგნით და საზღვარგარეთ, მათ შორის ინტერნეტ-რესურსების მეშვეობით.

ეკოტურიზმს კომპლექსურად შეუძლია გადაჭრას ბუნებისდაცვითი და სოციალურ-კულტურული პრობლემები, ტურისტებისათვის კვების პროდუქტების, ტრანსპორტის, საცხოვრებელი ადგილების მიწოდების საკითხები.

ეკოტურიზმს, როგორც მომსახურების სფეროს შემადგენელ ნაწილს, აქვს თავისი სპეციფიკა, ტიპოლოგია და ფუნქცია, რომლებიც საშუალებას გვაძლევს განვსაზ-

დვროთ იგი, როგორც სამეურნეო საქმიანობის ავტონომიური სფერო. ეკოტურისტული მომსახურების სფერო მოიცავს ბუნებრივი ობიექტების ბაზას, ინფრასტრუქტურას და მის იმ თანამდევ სერვისებს, რომლებიც გავლენას ახდენენ ტურისტული მომსახურების ხარისხსა და რეგიონში ეკოტურიზმის განვითარებაზე.

ჩვენი აზრით, ეკოტურიზმის განვითარება დამოკიდებულია ეფექტური საორგანიზაციო - ეკონომიკური პირობების უზრუნველყოფაზე, რომელიც თავის მხრივ მიიღწევა სახელმწიფო პოლიტიკის ამოცანების გადაჭრით, რომლებსაც ეს უკანასკნელი ახორციელებს ეკოტურიზმის სფეროს მხარდასაჭერად (ცხრილი 2.4.2).

**ცხრილი 2.4.2**

**ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების  
ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ამოცანების სისტემა**

ეკოტურიზმის განვითარება	
ორგანიზაციული ბლოკი	ეკონომიკური ბლოკი
1. საკანონმდებლო რეგულირება	1. პროგრამულ-მიზნობრივი ღონისძიებების ეკონომიკური მიზნობრიობის შეფასება
2. პროგრამულ-მიზნობრივი განვითარება	2. უსაფრთხო ბუნებათსარგებლობის უზრუნველყოფისათვის რესურსებისა და დანახარჯების შეფასება
3. ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურის მხარდაჭერი ფორმების განსაზღვრა	3. ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურის მხარდაჭერისათვის რესურსებისა და დანახარჯების შეფასება
4. უწყებათა შორის ფუნქციებისა და უფლებების გამიჯვნა	4. ეკოტურიზმის ფინანსური მხარდაჭერის რეალიზაცია
5. ქონებრივი ურთიერთობების მოწესრიგება	5. კონკურენციის სტიმულირება ეკოტურისტული ბიზნესის მხარდასაჭერად
6. რეგიონში ეკოტურიზმის მომსახურების სფეროს ზრდის ფაქტორების ანალიზი	6. ადგილობრივი ტერიტორიების ბუნებრივ რესურსული პოტენციალის ეფექტიანი გამოყენება
7. ეკოტურიზმის მონიტორინგის მეთოდების განსაზღვრა	
8. ეკოტურისტული მომსახურების პოზიტიურობა და ინტეგრაცია	

წყარო: Зуева Н. Н., Экотуризм: Организационно - Экономические Аспекты Развития, 2009.

საკანონმდებლო რეგულირების თვალსაზრისით აუცილებელია ტურისტული პროგრამის შესრულების საგარანტიო სისტემის შექმნა და ეკოტურისტული კადრების სათვის საკვალიფიკაციო მოთხოვნების შემუშავება.

აუცილებელ პირობას წარმოადგენს საკუთრებითი ურთიერთობების მოწესრიგება. ეკოტურიზმის განვითარებაში აგრეთვე მოისაზრება მცირე მეწარმეობის პრიორიტეტულობა.

პროგრამულ-მიზნობრივმა განვითარებამ უნდა გაითვალისწინოს საგადასახადო საშუალებები და მიზნობრივი საინვესტიციო ფონდების ორგანიზაცია (Зыба 2009:21).

საქართველოში ძირითადად ყურადღება უნდა გამახვილდეს ტურისტული პოტენციალის სარეკლამო-საინფორმაციო საშუალებებზე, რომელიც განხორციელდება საკმარისი რაოდენობის მასალების გამოცემით ქვეყნისა და რეგიონის ტურისტული შესაძლებლობების, ტურისტული სახეობების მიხედვით და ამ ინფორმაციის განთავსებით გლობალურ საინფორმაციო სისტემებში.

ორგანიზაციული და ეკონომიკური ხასიათის ღონისძიებებით უზრუნველყოფისას, ადგილობრივი ტერიტორიის ბუნებრივი ობიექტების არსებული პოტენციალის გათვალისწინებითა და მისი დაცვის უზრუნველყოფით, ეკოტურიზმს შეუძლია გახდეს მოსახლეობის სამეწარმეო საქმიანობის უმთავრესი სფერო.

**ზემოთ განხორციელებული ანალიზის შედეგად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ:**

1. ეკოტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვანია გარემოსდაცვითი, სოციალური და ეკონომიკური თვალსაზრისით, რადგან საქმიანობის მოცემულ სახეს გააჩნია განსაკუთრებული თვისება, გადაჭრას კონკრეტულ ტერიტორიაზე არსებული მრავალი განსხვავებული სახის პრობლემა;
2. ეკოტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პირობას წარმოადგენს შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არსებობა;
3. ეკოლოგიური ტურიზმი წარმოადგენს მომსახურების განსაკუთრებულ სახეობას, რომლის შექმნაში მონაწილეობს მრავალი საწარმო თუ პიროვნება, დიდი ოდენობის ბუნებრივი რესურსები. ეკოტურიზმი ინდივიდზე ორიენტირებულ-

ლი საქმიანობაა და ამდენად მაღალ პროფესიონალიზმს, გარემოსა და მომხმარებელისადმი განსაკუთრებულ ყურადღებას მოითხოვს;

4. ეკოტურიზმის განვითარება საჭიროებს მთელი რიგი ამოცანების გადაჭრას, რომელთა შორისაცაა საკანონმდებლო რეგულირება, პროგრამულ-მიზნობრივი განვითარება, მხარდამჭერი ინფრასტრუქტურის შექმნა, სახელმწიფოს როლის განსაზღვრა, ტერიტორიებზე სხვადასხვა სახის ქონებრივი ურთიერთობების მოწესრიგება, დარგის განვითარების ფაქტორებზე მუდმივი მონიტორინგი, უსაფრთხო და რაციონალური ბუნებათსარგებლობის უზრუნველყოფა, დარგში მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა, ეფექტიან სახელმწიფო დონისძიებათა დაგეგმვა, დაფინანსება და რეალიზაცია, ადგილობრივი რესურსული პოტენციალის ეფექტური გამოყენება.

## თავი III. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ძირითადი მიმართულებები და სტრატეგიების ფორმირება

### 3.1. მომსახურების ხარისხის ამაღლება - ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვანი სტრატეგია

ტურისტული პროდუქტების შექმნისა და განვითარების პროცესში გამოყენებული სოციალური და ეკონომიკური ცოდნა და გამოცდილება აისახება ეკოლოგიური ტურის ხარისხში. მომსახურების ხარისხზე შეიძლება ვიმსჯელოთ ტურისტული კომპანიებში მომხმარებლების რაოდენობრივ დინამიკაზე დაკვირვებით. ტურისტული კომპანია მომხმარებლებს უნდა სთავაზობდეს საფირმო სტილის შესაბამის, მაღალი ხარისხის მომსახურებას. საყოველთაო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ ამგვარი სერვისი ტურისტულ ფირმასა და მომხმარებელს შორის ნდობის მოპოვების საუკეთესო საშუალებას წარმოადგენს. ის ეხმარება მომხმარებლების მოზიდვაში, აყალიბებს დადებით დამოკიდებულებას კონკრეტული კომპანიის მიმართ, უზრუნველყოფს გაყიდვების სტაბილურ ზრდას.

მაღალი ხარისხის სერვისის არარსებობა წარმოადგენს ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიზეზს, რომლის გამოც ეროვნული ფირმები კონკურენციას ვერ უწევენ უცხოურ კომპანიებს. კონკურენციის პირობებში იმარჯვებს მხოლოდ ის, ვისაც ესმის ხარისხიანი მომსახურების მნიშვნელობა, ეს უკანასკნელი გულისხმობს მომსახურების კომპლექსს, რომელიც გარკვეულწილად დაკავშირებულია წარმოების ტექნიკურად რთული ფაქტორების გამოყენებასთან (მანქანა-დანადგარები და სხვა სამრეწველო ტექნიკა) და უზრუნველყოფს მათ მუდმივ მზადყოფნას მაღალეფექტიანი ექსპლუატაციისათვის.

ხარისხიანი ეკოტურისტული მომსახურება პირველ რიგში ინფორმაციის დიდ რაოდენობას გულისხმობს: რუკები, სქემები, ბროშურები სხვადასხვა ენაზე, ბილიკები ნიშნულებით, სამეთვალყურეო შენობები და ა.შ. ასევე მნიშვნელოვანია პროფესიონალურად მომზადებული თარჯიმნების, მენეჯერების (ეკოლოგიური მენეჯმენტის სპეციალიზაციით), ექსკურსიამძღოლ-ეკოლოგების და სხვა სპეციალისტების



როლი. ეკოტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი უმთავრეს პრობლემას კადრებით უზრუნველყოფა წარმოადგენს. მაღალი ხარისხის ეკოტურისტულ სერვისში იგულისხმება ისეთი მომსახურება, რომელიც უზრუნველყოფს ეკოტურისტებს მათი მოთხოვნების შესაბამისად, კომფორტით მოგზაურობის პროცესში საქონლის (ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის) და სხვადასხვა სახის მომსახურების შექმნისას.

მაღალი ხარისხის სერვისის მაგალითს წარმოადგენს ზოგიერთ კომპანიაში ეკოტურის გაყიდვისას მომხმარებლისათვის, გაყიდვამდელი და გაყიდვის შემდგომი მომსახურების არსებობა. გაყიდვამდელი სერვისი გულისხმობს კატალოგებისა და ბროშურების სისტემის შემუშავებას (რომლებიც აცნობენ მომხმარებელს კონკრეტულ ეკოტურს); კვალიფიციურ კონსულტაციას და მყიდველისათვის საინტერესო ეკოტურის ნათელ დემოსტრირებას პოსტერების გამოყენებით; ყოველი მყიდველისადმი ინდივიდუალურ მიდგომას. გაყიდვის შემდგომი მომსახურება მოიცავს საგზურების ტუროპერატორისაგან სწრაფ და უსასაყიდლო მიწოდებას მყიდველზე, ეკოტურისტის დაზღვევას. ღონისძიებათა კომპლექსი, რომელიც მიმართულია მოთხოვნის ფორმირებისა და პროდუქციის გასაღების სტიმულირებისაკენ, ასევე მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტურისტული მომსახურების უზრუნველყოფის სტრატეგიის შემადგენელ ელემენტს წარმოადგენს, რაც გულისხმობს:

1. რეკომენდაციებს - ე.წ. რეკლამას „მომხმარებლიდან მომხმარებლამდე“. მომხმარებლებისაგან, რომლებიც მთლიანად არიან დაკმაყოფილებული მათთვის გაწეული მომსახურებით, შეიძლება მივიღოთ დადებითი რეკომენდაცია;
2. მომხმარებლებთან ურთიერთობას - რადგან მომხმარებლების უმრავლესობისათვის მთავარია ის, თუ როგორ ეპყრობიან მას კომპანიის თანამშრომლები ემოციური კონტაქტის დამყარების თვალსაზრისით;
3. ტურისტული მომსახურების გაყიდვას შემდეგი სქემის მიხედვით: რა უნდა მომხმარებელს, შეთავაზებული მომსახურება მიესადაგება თუ არა მომხმარებელთა მოთხოვნებს, ხდება თუ არა მომსახურების პროცესში მომხმარებლის ჩართულობის უზრუნველყოფა;
4. სხვადასხვა ორგანიზაციებში, ტურისტულ ფესტივალებში, გამოფენებში მონაწილეობას;
5. სარეკლამო ბროშურებისა და წინადადებების პირდაპირ გაგზავნას;

6. მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების გამოყენებას საზოგადოებრივი აზრის ჩამოსაყალიბებლად.

ეკოლოგიურ ტურიზმში აუცილებელია ისეთი ეფექტური ღონისძიებების გამოყენება, როგორცაა სატელეფონო მარკეტინგი - ტელეფონის გააზრებული, დაგეგმილი გამოყენება გაყიდვებისა და მომსახურების შეთავაზებისთვის. მომსახურების ისეთი საშუალებების განვითარება, როგორებიცაა საფირმო სუვერინების გამოშვება კალენდრები, სტიკერები, საქალაქდები, წიგნაკები, სადაც მინიშნებული იქნება ეკოტურისტული კომპანიების მისამართი და ტელეფონები.

მნიშვნელოვანია, რომ ეკოლოგიური ტურის ყველა შემადგენელი, განთავსება, ტრანსპორტირება, კვება, სანახაობა და ა.შ. ერთიან კომპლექსურ-ხარისხობრივ სისტემაში იყოს გაერთიანებული და საბოლოო ჯამში უზრუნველყოფდეს ეკოტურის საერთო მაღალ ხარისხს. ეს განსაკუთრებით მიზანშეწონილია სასტუმროებისათვის. საქართველოში მოგზაურ ეკოტურისტებს ხშირად არ აქვთ წარმოდგენა, რით შეიძლება განსხვავდებოდეს ერთი სასტუმრო მეორისგან იმ ქვეყანაში, რომელშიც ისინი აპირებენ მოგზაურობას. ჩვეულებრივ მათ აცნობებენ, თუ რამდენ ვარსკვლავიანია შეთავაზებული სასტუმრო. მაგრამ სასტუმროები ვარსკვლავების რაოდენობის მიხედვით არ არის ერთნაირი, რაც გამოწვეულია ვარსკვლავების მინიჭების სხვადასხვა სისტემების არსებობით. სამვარსკვლავიანი სასტუმრო აშშ-ში მომსახურების ხარისხით ხშირად აჭარბებს ევროპულ ოთხვარსკვლავიან სასტუმროს. ამიტომ ეკოტურისტებმა წინასწარ უნდა იცოდნენ, სასტუმროს ვარსკვლავების რაოდენობა, ერთი დღე-ღამის ღირებულება, მაცივრის, კონდენციონერის და ტელევიზორის არსებობა. ბუნებრივია, ორვარსკვლავიან სასტუმროში არ უნდა ველოდეთ კონდენციონერსა და პარფიუმერიას, რაც განპირობებულია არა მხოლოდ ეკონომიური, არამედ სოციალური პარამეტრებითაც. მაგრამ მოთხოვნების ელემენტარულ ჩამონათვალს ნებისმიერი სასტუმრო უნდა იცავდეს. სანდო საკეტები კარებზე, სახანძრო უსაფრთხოება, სუფთა თეთრეული, პერსონალის ელემენტარული თავაზიანობა და მრავალი სხვა ელემენტი მომხმარებლებთან (ტურისტებთან) მიმართებაში, ის მინიმალური პირობები, რომელთა გარეშეც არ შეიძლება საუბარი სასტუმროში მაღალი ხარისხის მომსახურებაზე.

მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტურის კიდევ ერთი შემადგენელი ელემენტი მოგზაურთა ეკოლოგიური განათლების დონის ამაღლებაა, რისთვისაც ყოველ კონკრეტულ ტურში მთელი რიგი ღონისძიებები იგეგმება. მაგალითად, „Niagara Nature Tours“-ში შეიმუშავეს ეკოტურისტების სწავლების პროგრამა, რომელშიც ჩართულია როგორც ჰუმანიტარული, ისე საბუნებისმეტყველო დისციპლინები, შერწყმულია ეკოტურისტების სწავლების თეორიული და პრაქტიკული ნაწილი:

- მთხრობელების, მუსიკოსების, ადგილობრივი მსახიობების და ხელოსნების დაქირავება ტრადიციული ხელობების სადემოსტრაციოდ;
- სპეციალურად დამუშავებული ლამინირებული ბარათების გამოყენება, რომლებიც შეიცავენ ინფორმაციას, სურათებს და დიაგრამებს იმ შთაბეჭდილების გასაძლიერებლად, რასაც ეკოტურისტებს აჩვენებენ საველე პირობებში (მაგალითად, სამეცნიერო ამონარიდები წიაღისეულების ან ველური ბუნების პატარა, თვალით უხილავი წარმომადგენლების შესახებ);
- ცხოველებისა და ფრინველების ხმების ჩანაწერების გამოყენება ფონის შესაქმნელად;
- ბუნებრივი ნიმუშების გამოყენება გამოფენებსა და დისკუსიებში;
- იმ ადგილობრივი პროფესიონალი კადრების დაქირავება, რომლებსაც აქვთ ლიცენზიები გარეული ფრინველების ჩვენებისათვის, რომელთანაც ტურისტს შეუძლია გადაიღოს სურათი, რაც ძალიან იზიდავს ეკოტურისტებს (Храбовеченко 2003:43), (მეტრეველი 2008:135). ყოველივე ეს აუმჯობესებს ურთიერთობას ეკოტურისტსა და გიდ-ეკოლოგს შორის.

ექსკურსიებისა და მრავალფეროვანი ეკოლოგიური ტურების გარდა დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებს შეუძლიათ სტუმრებს შესთავაზონ დამატებითი ტურისტული მომსახურების მრავალფეროვანი სპექტრი:

- შესაძლებლობა დარჩნენ კემპინგზე და ისარგებლონ აბაზანით;
- სურვილისამებრ განთავსდნენ დაცული ბუნებრივ ტერიტორიების კუთვნილ ეკოლოგიურ სოფლებში;
- ეკოლოგიური ტრანსპორტით მომსახურება;
- საინფორმაციო მომსახურება;

- სხვადასხვა საგანმანათლებლო (ლექციები, სლაიდ-შოუ) კონსულტაციური მომსახურება;
- ბაზრობები, ფესტივალები გამოფენები და სხვადასხვა ღონისძიებები;
- ეკოლოგიური კაფეების მომსახურება, სადაც ტურისტს შეუძლია კომფორტულად დაისვენოს, მოუსმინოს „ეკოლოგიურ“ მუსიკას და შეუკვეთოს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტისაგან დამზადებული კერძები;
- ტურისტული აღჭურვილობის გაქირავება;
- ეკოტურები, სქემები, რუკები;
- სუვენირები, მათ შორის დაცული ტერიტორიების სიმბოლიკით;
- ბექდვითი პროდუქცია (ბუკლეტები, ბროშურები, კალენდრები, ღია ბარათები და ა.შ.);
- აუდიო, ვიდეო და ფოტო პროდუქცია.

ასეთი მომსახურების პოტენციალი შეიძლება ძალზედ ფართო აღმოჩნდეს. მათი რეალიზაცია დაგვეხმარება მოვიზიდოთ ტურისტების ახალი ნაკადი დაცულ ტერიტორიებში, რაც ხელს შეუწყობს ადგილობრივ მოსახლეობასთან თანამშრომლობას. ეკოტურისტები დარწმუნებულნი უნდა იყვნენ შეთავაზებული სერვისების მაღალ ხარისხში, ხოლო ადგილობრივმა მოსახლეობამ და საწარმოებმა აქტიური მონაწილეობა მიიღონ მათ მიწოდებაში.

ტურისტული მომსახურების შემენის მომენტში ეკოტურისტმა უნდა იცოდეს მომსახურებისაგან მისაღები სარგებლის შესახებ. მაგ.: ავიაბილეთის გაფორმების დროს შესაძლებელია გარკვეული ფასდაკლებებით სარგებლობა: როგორცაა საექსკურსიო, ახალგაზრდული და საოჯახო. თუ ცოლ-ქმარი მიფრინავს ერთი მიმართულებით და უკან ბრუნდებიან ერთად, ასეთ შემთხვევაში ერთ-ერთ მათგანს შეიძლება ჰქონდეს უფლება ისარგებლოს 50%-იანი ფასდაკლებით ბილეთზე. ამავე დროს აუცილებელია მივაღწიოთ იმას, რომ შეღავათები უზრუნველყოფილი იყოს შესაბამისი მაღალხარისხოვანი მომსახურებით. მაღალი ხარისხის სერვისის ძირითად აუცილებელ პირობას წარმოადგენს ადამიანებთან ურთიერთობის ხელოვნების ცოდნა.

ადამიანური ურთიერთობების ხელოვნება წარმოადგენს კეთილგანწყობის, კომუნიკაბელობის, შესაძლო მომხმარებლის ნდობის მოპოვების, თანამოსაუბრის მოს-

მენის ნიჭის, სიამაყის დაძლევის საფუძველს. შესაძლებელია ხასიათის კიდევ ბევრი ისეთი ნიშნის ჩამოთვლა, რომელიც წარმოიშობა სხვა ადამიანებთან ურთიერთპატივისცემის საფუძველზე დამყარებული ურთიერთობის დროს.

ეკონომიკურად განვითარებულ ბევრ ქვეყანაში მომსახურების სფეროს თანამშრომელი შეიძლება დაითხოვონ, თუ ის შესაძლო მომხმარებელთან ურთიერთობისას გამოიჩენს უმნიშვნელოდ მცირე უპატივცემულობას. შეიძლება სხვადასხვანაირად მივუდგეთ მენეჯერის ასეთ დამოკიდებულებას, მაგრამ გაგებით უნდა მოვეკიდოთ იმასაც, რომ, თუ კომპანიის თანამშრომლები არ გამოიმუშავენ თავდაჭერის უნარს, დისციპლინას და ზრდილობიანები არ იქნებიან საჭირო დროსა და ადგილას, არ იარსებებს მაღალი ხარისხის სერვისი, უიმისოდ კი არ მოხდება მისი რეალიზაცია. სწორედ პატივისცემის, მომხმარებლის მიმართ მოვალეობის გრძნობის, ელემენტარული დისციპლინის და სხვა მისი თანამდევი ფაქტორების არარსებობა იწვევს ეკოტურისტული სფეროს განვითარებაში ბევრი ნაკლოვანების არსებობას.

ამრიგად, ურთიერთპატივისცემაზე დამოკიდებული ქცევა ჩვენს მიერ განისაზღვრება როგორც არა მარტო ფსიქოლოგიური, არამედ როგორც ორგანიზაციულ-ეკონომიკური კატეგორია, რომელიც არსებით როლს თამაშობს ეკოტურისტულ ბიზნესში და მხოლოდ მისი საშუალებით ხორციელდება მაღალხარისხოვანი მომსახურება.

ბევრი მკვლევარი აღნიშნავს ადამიანებთან ურთიერთობის განმსაზღვრელ როლს მაღალი ხარისხის ტურის მომზადების და განხორციელების პროცესში. ბევრი მეცნიერი მიუთითებს იმაზე, თუ რას წარმოადგენს ტურისტი თავისი ფსიქოლოგიური და ტიპობრივი წყობით, აღნიშნავს ეკოტურისტებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ფსიქოლოგიური დახასიათების სხვადასხვაობის გათვალისწინების აუცილებლობას. ბევრ სამეცნიერო ნაშრომში ხაზგასმულია განსხვავება ძირითად ფასეულობათა სისტემისა და ლოგიკის, რელიგიურ შეხედულებების, ტრადიციების, ჩვეულებების, ცხოვრების წესის, მოქმედების, ჩაცმის მანერების, დროის განაწილებისა და უცნობი ადამიანებისადმი დამოკიდებულების შორის: აქ უნდა შევჩერდეთ ეკოტურისტებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის „სერვისული ურთიერთობების“ პრობლემებზე, ზრდილობიან დამოკიდებულებაზე პირველისა უკანასკნელის და პირიქით უკანასკნელისა პირველის მიმართ. მიუხედავად ყველაფრისა

ყველა ზემოთთქმულს მივყავართ ორიგინალურ განმარტებამდე „ტურისტის ქცევის კულტურა საზღვრებს გარეთ . . . განსხვავდება ოჯახურ პირობებში ქცევის კულტურისაგან. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტურისტი ხშირად სარგებლობს სხვა, ჩვეულებრივ განსხვავებულ ფასეულობათა მასშტაბებით“ (Купер. 1998:140).

ჩემი აზრით, ანალოგიურად უნდა წყდებოდეს „შიდა ჯგუფური სერვისის“ პრობლემა. ეკოტურისტებს შორის კეთილგანწყობილი ურთიერთობების ჩამოყალიბება საკმაოდ რთული პრობლემაა, მაგრამ მისი გადაწყვეტა არც ისე ძნელია, თუ მას ტაქტიკურად და საქმის ცოდნით მივუდგებით. თავაზიანობისა და ყურადღებიანი დამოკიდებულების საკითხები აუცილებლად უნდა შედიოდეს ტურფირმების კომპეტენციებში. იგი მნიშვნელოვანია მათი იმიჯისთვის. ეკოტურისტების ქცევის მიხედვით მსჯელობენ იმაზე, თუ რა ხარისხის პროდუქტს აწოდებს კომპანია, რომლის დახმარებითაც ტურისტები ამა თუ იმ ქვეყანაში (ან ქვეყნის შიგნით) მგზავრობენ.

ბოლო ათწლეულში მეტ-ნაკლებად მოწესრიგებულია გარემოს დაცვა, ფინანსური კონტროლის საშუალებები, საბაზრო ფაქტორები და შესაბამისი საკანონმდებლო ზომები. ევროკავშირმა შეიმუშავა დოკუმენტი EC 1893/93 „რევიზიასა და ეკოლოგიური მენეჯმენტის სისტემაში კომპანიების ნებაყოფლობითი მონაწილეობა“. ეკოლოგიური მენეჯმენტის მეთოდის თანახმად ტურფირმას ან სასტუმროს შეუძლია შეუკვეთოს ან ჩაატაროს ობიექტური ეკოაუდიტი, რომლის მიზანია ტურისტული საქმიანობის მართვის გაუმჯობესება ეკოლოგიურ ასპექტში (Сенин 2003:148).

საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის სფეროში ტუროპერატორების საქმიანობა უნდა ექვემდებარებოდეს სერტიფიცირებას. შესაბამისობის სერტიფიკატი არის დოკუმენტი, რომელიც ასაბუთებს ტურისტული და საკურორტო მომსახურების ხარისხს და მის შესაბამისობას კონკრეტულ სტანდარტთან ან სხვა ნორმატიულ დოკუმენტთან (საქართველოს 1997:3). ამრიგად, სახელმწიფო აკონტროლებს ხარისხიანი მომსახურების მინიმალურ პირობებს (პერსონალის შესაბამისი მომზადება, აუცილებელი აღჭურვილობის წილი, ფირმის მიერ ტურისტული კანონმდებლობის მოთხოვნების დაცვა და ა.შ.). ასევე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ეკოტურისტს უფლება აქვს მოითხოვოს ხარისხიანი მომსახურება, მაგრამ ამავე დროს მათი მოვალეობაა გაუფრთხილდნენ გარემოს.

**ამრიგად, ყოველივე ზემოთ აღნიშნული გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ:**

1. მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტურების არსებობა ეკოტურისტულ ბაზარზე საერთაშორისო კონკურენციაში გამარჯვების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა;
2. ხარისხიანი ეკოლოგიური ტურის ერთ-ერთი შემადგენელი ელემენტი მრავალფეროვანი ინფორმაციაა, რომელიც მიეწოდება ტურისტს სხვადასხვა ფორმით ეკოტურისტული მოგზაურობის გამარტივების მიზნით;
3. მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტური გულისხმობს პროფესიონალი კადრების არსებობას;
4. გაყიდვამდელი და გაყიდვისშემდგომი სერვისი მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტურისტული პროდუქტის კიდევ ერთი შემადგენელი ნაწილია;
5. ეკოლოგიური ტურის ტურისტების მოთხოვნების შესაბამისობა ასევე გულისხმობს ტურში ისეთი ელემენტების არსებობას, როგორებიცაა ეკოლოგიური განათლება და ეკოტურისტების ჩართულობა;
6. მნიშვნელოვანია, ეკოტურისტული სტრატეგიების დაგეგმვისა და რეალიზაციისას გათვალისწინებული იყოს პრინციპი, რომლის თანახმადაც ეკოლოგიური ტურის ყოველი ელემენტი, დაწყებული განთავსებიდან, დამთავრებული სანახაობებით შეესაბამებოდეს მაღალი ხარისხის სტანდარტებს, რაც ტურის მთლიანი ხარისხის მაჩვენებელი იქნება. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ამ პრინციპის დაცვა განთავსების საშუალებებთან დაკავშირებით;
7. ეკოლოგიური ტურის დაგეგმვის დროს არსებული შეღავათები უარყოფითად არ უნდა ზემოქმედებდნენ ტურის ხარისხზე;
8. ადამიანური ურთიერთობის ხელოვნება მაღალხარისხოვანი ეკოლოგიური ტურის კიდევ ერთ კომპონენტს წარმოადგენს;
9. ეკოლოგიური ტურების მაღალი ხარისხი უზრუნველყოფილია როგორც საერთაშორისო, ისე ქვეყნის დონეზე მიღებული ნორმატიული აქტებით, რომლებიც განსაზღვრავენ ტურისტული კომპანიების საქმიანობის ეკოლოგიური შემადგენელის სტანდარტებს.

### 3.2. სარეკლამო კამპანია, როგორც ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ელემენტი

თანამედროვე საბაზრო პირობებში ეკოტურისტულ კომპანიას არ ძალუძს იარსებოს და აწარმოოს საქმიანობა რეკლამის გარეშე. ტურიზმის გლობალურ ბაზარზე მაღალი კონკურენციაა, ამიტომ საჭიროა მუდმივი მუშაობა საკუთარი ქვეყნის ან ტერიტორიის უპირატესობათა წარმოჩინებაზე. ამ მხრივ მნიშვნელოვანია მსოფლიოს წამყვანი ტელეარხების ეთერის გამოყენება, რომელთაც მილიონობით მაყურებელი ჰყავს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. ამ არხებზე სხვადასხვა სარეკლამო რგოლებისა თუ დოკუმენტური ფილმების განთავსების მიზანია მსოფლიოსათვის იმის ჩვენება, თუ რა შესაძლებლობები აქვს ქვეყანას და რატომაა ამ ქვეყანაში მოგზაურობა საინტერესო. ასეთი გადაცემები ასევე ახდენენ პოტენციურ ინვესტორთა დაინტერესებას. თუმცა, ამგვარი სერვისის საკმაოდ ძვირადღირებულია, ამიტომ ხშირად საჭირო ხდება ალტერნატიული გზების უკეთ ათვისება (კუპრაშვილი 2011:84).

რეკლამას, ერთი მხრივ, მიაქვს ინფორმაცია მომხმარებელამდე პროდუქტის შექმნისა და გამოყენების აუცილებლობის შესახებ, მეორე მხრივ იგი ახდენს ფსიქოლოგიურ ზემოქმედებას. აქედან გამომდინარე, ზოგი მიიჩნევს, რომ რეკლამა ერთდროულად არის ბიზნესიც, ხელოვნებაც და რა თქმა უნდა, ორგანიზაციულ-ეკონომიკური მოვლენაც.

რეკლამა არის საშუალება, პოტენციური მომხმარებლის ყურადღება მიაპყროს რეკლამირების ობიექტზე, სხვადასხვა ეფექტური მეთოდებისა და მიდგომების გამოყენებით, კონკრეტული სიტუაციის გათვალისწინებით.

„რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიხედვით რეკლამა არის - „საქონელზე, მომსახურებასა და სამუშაოზე, ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გავრცელებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური და იურიდიული პირების, საქონლის, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას“ (საქართველოს 1998:2), (საქართველოს... 1998).



აღნიშნული კანონის მიზანია რეკლამის სფეროში ჯანსაღი კონკურენციის განვითარება, საზოგადოებრივი ინტერესების, რეკლამის სუბიექტებისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვა, არასათანადო რეკლამის თავიდან აცილება და აღკვეთა.

ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ამოცანები, რომლებიც გადაიჭრება მარკეტინგული მომსახურებისას გაწეული სარეკლამო საქმიანობით, დამოკიდებულია ბაზრის განვითარების ეტაპებზე (ცხრილი 3.2.1).

**ცხრილი 3.2.1.**

**რეკლამის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური ამოცანები,  
ბაზრის განვითარების სხვადასხვა ეტაპებზე**

<b>ბაზრის განვითარების ეტაპები</b>	<b>სარეკლამო დავალება</b>
ბაზრის მომზადების ეტაპი	მომხმარებლის ინფორმირება, პოტენციური მომხმარებლის ინფორმირება, წარმოდგენის შექმნა გასაწევ მომსახურებაზე
ახალი მომსახურების შემოტანის ეტაპი	პოტენციური მყიდველების რიცხვის ზრდა გაძლიერებული რეკლამის ხარჯზე. გაყიდვების სტიმულირება და მომსახურების მწარმოებელზე იმიჯის შექმნა, ინფორმირება ადგილობრივი გაყიდვების შესახებ.
მომსახურების მასიური გაყიდვების ეტაპი	გაყიდვების მიღწეული ეტაპის შენარჩუნება, მყიდველთა წრის სტაბილიზაცია და გაყიდვების (რეალიზაცია) გაფართოება.
მოთხოვნების შეცვლის ეტაპი	შეხსენება, პრიორიტეტების განსაზღვრა მომსახურების შეცვლის გზით, მყიდველთა ორიენტაციის შეცვლა

ეკოტურისტული პროდუქტის რეკლამა უზრუნველყოფს კავშირს ტურისტულ კომპანიასა და მოგზაურს შორის. თანამედროვე ეტაპზე რეკლამამ გადალახა საინფორმაციო ფუნქციის ვიწრო ჩარჩოები და თავის თავზე აიღო საკომუნიკაციო ფუნქცია, მისი საშუალებით შენარჩუნებულია „უკუკავშირი“ მომხმარებელსა და მწარმოებელს შორის, რაც ბაზარზე პროდუქტის მოძრაობის კონტროლის საშუალებას იძლევა.

თუ განვიხილავთ საბაზრო-მარკეტინგული საქმიანობის საერთო ასპექტებს, შეგვიძლია გამოვიკვლიოთ რეკლამა ტურისტულ ინდუსტრიაში და ეკოლოგიურ ტურიზმში მისი გამოვლენის სპეციფიკა.

პირველ რიგში აუცილებელია განისაზღვროს რეკლამის საგანი - იმიჯი, რომელიც პოტენციური მომხმარებლისათვისაა შექმნილი, ამიტომ აუცილებელია ჩამოყალიბდეს სარეკლამო სტრატეგიის მთავარი მიზანი. ეს საშუალებას იძლევა უფრო ადეკვატურად შეირჩეს რეკლამის ტიპი, ჩამოყალიბდეს კარგი ტექსტი და ნაბეჭდი პროდუქცია გაფორმდეს შესაბამისი დიზაინით. რაც ტურისტს ეკოტურისტულ პროდუქტზე ნათელ წარმოდგენას უქმნის. ეროვნული პარკისა და ნაკრძალის რეკლამაში გათვალისწინებულ უნდა იქნას: მოცემული რეგიონის ბუნებრივი რესურსების პოტენციალი, პოტენციური მომხმარებლების კატეგორიები, ეკოტურისტული პროდუქტის განვითარების ეტაპები და ა.შ.

საქართველოს ეროვნული პარკებისათვის სარეკლამო სტრატეგიის შექმნისა და რეალიზაციის პროცესი უნდა წარმოადგენდეს ეკოლოგიური ტურისტული პროდუქტის შემუშავების და დანერგვის ერთიანი პროცესის შემადგენელ ელემენტს, რომელიც თავის თავში გულისხმობს:

**1. მოგების მიღებაზე ორიენტირებული ეკოტურისტული პროდუქტი სააგენტოებისა და სხვა მომხმარებლებისათვის:**

- კლასიკური და არაჩვეულებრივი ეკოტურების დიდი არჩევანი მსოფლიო მასშტაბით;
- ტყეებში ეკოლოგიისადმი მიძღვნილი ტურები;
- ხელმისაწვდომი მოგზაურობა „არატურისტულ“ რეგიონებში;
- წინადადებები იმ რეგიონების მონახულების შესახებ, რომელთაც არ შეხებია მასობრივი ტურიზმი;
- მოგზაურობა გაუკვალავ ბილიკებზე.

**2. მომხმარებლებისათვის რეკლამის მგრძობიარე ენა:**

- ეკოლოგიურობა, შემეცნებითობა, პერსონალური კონტაქტები ეგზოტიკურ კულტურასთან, უჩვეულო შთაბეჭდილებები;
- ეკოლოგიური გათვინობიერება;
- კულტურებს შორის ურთიერთდამოკიდებულება;

- მეგობრული ეკოლოგიური ტურები;
- მგრძნობელობა ბუნებრივ და კულტურულ გარემოში;
- ეკოლოგიურად მდგადი განვითარება;
- ტურები იმ ხალხისათვის, რომლებიც გააზრებულად ექცევიან ბუნებას;
- ბუნებაზე ორიენტირებული ტურები;

### **3. მეცნიერებითა და ბუნების დაცვით დაინტერესებულ პირთათვის:**

- ერთკვირიანი სამუშაოები მოხალისეთათვის;
- ჯერ კიდევ ხელშეუხებელი ბუნების მქონე მსოფლიოს რეგიონების დათვალიერება და დახმარების გაწევა ბუნების დაცვის საქმეში;
- ტურები, რომელთა შედეგად მოძიებული თანხები ხმარდება ბუნებისა და კულტურის დაცვას;
- მოგზაურობა, მონაწილეების ბუნების დაცვის პროექტში ჩართვით;
- მონაწილეობა სამეცნიერო ექსპედიციებში;
- მონაწილეობა აღდგენით პროექტებში;
- ტური, რომელიც ეხმარება დაცული ტერიტორიების, ბავშვთა ფონდის დაცვას და სხვა.

### **4. იმ კონტიგენტისათვის, რომლებიც აფასებენ შემეცნებით ტურებს და მის ხარისხს:**

- პატარა ჯგუფების (8-10 კაცი) გაცილება გიდი-ნატურალისტის მიერ;
- საკუთარი, ეკოლოგიური ტრანსპორტის გამოყენება;
- სასტუმროების შემოთავაზება, რომლებიც ეკუთვნის ადგილობრივ მესაკუთრეებს;
- 10%-იანი შემოსავლის გამოკლება, ბუნებისა და მსოფლიოს დაცვის მიზნით;
- საინფორმაციო ცნობები, ბრიფინგი (გამოსვლა) გამგზავრების წინ და ლექციები მოგზაურობის დროს;
- ტური, რომელიც ეხმარება ქალების ბიზნესს და ადგილობრივ მოსახლეობას;
- ადგილობრივი ეკონომიკის დახმარება.

დანიშნულების ადგილის ცნობადობის აუცილებელი პირობა არის მომსახურების სტანდარტის ფორმირება, ორგანიზაციის საფირმო სტილის შემუშავება.

მუშაობა სტანდარტებისა და საფირმო სტილის შექმნაში დიდ როლს თამაშობს ეკოტურისტული მომსახურების სტრატეგიის ფორმირების პროცესში, სოციალური ჯაჭვის შექმნაში, მომხმარებლების ფირმებთან დაკავშირებაში. ეკოტურისტული სავაჭრო მარკებისა და პარკების ნიშნების დიზაინი არ შეიძლება იყოს შემთხვევითი. ბევრი ნაკრძალის, აღკვეთილის და პარკის საფირმო ნიშნებზე გამოხატულია ფლორისა და ფაუნის მოტივზე შექმნილი ტრადიციული კომპონენტები (Сергеева 2004:98).

პროდუქტის ნიშანი, საფირმო ფერი ან ფერთა გამა, აგრეთვე ლოგოტიპი ქმნის განსაზღვრული ორგანიზაციის საფირმო სტილს. ლოგოტიპი შეიძლება გამოსახული იყოს მომსახურე პერსონალის საფირმო ტანსაცმელზე, სუვენირებზე, კალენდრებზე, საწერ კალამზე და ა.შ. მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სავიზიტო ბარათები, ბლანკები და სხვა ნაბეჭდი პროდუქცია, რომელთათვისაც ასევე დამახასიათებელია საერთო საფირმო სტილი.

განსაკუთრებით დაცული ტერიტორიებისთვის რეკლამის მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს ეკოლოგიური ინფორმაცია. ამგვარი ინფორმაციის გადაცემის პროცესში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ყურადღება მიექცეს მოცემული ეკოსისტემის შემადგენელ ელემენტებს: ჰაერს, წყალს, ნიადაგის სისუფთავეს, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებით კვებას და ა.შ. გარდა პირდაპირი ეკოლოგიური ინფორმაციისა, ფართოდ გამოიყენება ეკოინფორმაციის მოწოდების ირიბი საშუალებები, ეკოლოგიური მარკები და ნიშნები, სერთიფიკატები, რომლებიც შეიძლება გადაეცეს ფირმებს, სასტუმროებს, სხვადასხვა საქონელმწარმოებლებს და ტერიტორიის მართვის ორგანოებს.

მაგალითად არასამთავრობო, არაკომერციულ ორგანიზაციაში - შემუშავებული ნიშანი „ცისფერი დროშა“ (Blue Flag)- ექსკლუზიური ეკოლოგიური ხარისხის ნიშანია. „ცისფერი დროშის“ არსებობა სანაპიროზე მიგვითითებს ადგილობრივ მიღწევებსა და სერვისის უსაფრთხოებაზე ეკოლოგიურ ასპექტში. „ცისფერი დროშა“ ძალაშია მხოლოდ ერთი წლის განმავლობაში, ამიტომ აუცილებელია მისი ყოველწლიურად მიღება.

„ცისფერი დროშის“ მიღების საფუძველს წარმოადგენს 27 კრიტერიუმი, რომელიც გაერთიანებულია 4 ძირითად ჯგუფში: 1. წყლის ხარისხი; 2. ეკოლოგიური გა-

ნათლება და ინფორმაცია; 3. ეკოლოგიური მენეჯმენტი; 4. უსაფრთხოება და სერვისი; (Волкова 2012:74).

„მწვანე გასაღების“ (Green Key / Den Groenne Noegle) - სერთიფიკატით ჯილდოვებიან მხოლოდ ის სასტუმროები, საკონფერენციო და ბიზნეს ცენტრები, რესტორნები და სხვა ტურისტული ობიექტები რომლებიც აკმაყოფილებენ გარკვეულ კრიტერიუმებს, რომლებიც გულისხმობს ელექტროენერჯისა და წყლის ეკონომიას, ეკოლოგიური სარეცხი საშუალებების გამოიყენებას, ნაგვის დახარისხებას მეორადი მოხმარებისთვის, ამომწურავ ინფორმაციას აწვდიან დამთვალიერებლებებს, ახდენენ პერსონალის მოტივირებას, რათა ისინი უფრო შეეუხდნენ თანამედროვე ეკოლოგიური პრობლემებით და ა.შ. (Волкова 2012:75).

არსებობს სხვა პოპულარული და ავტორიტეტული საერთაშორისო ნიშნები: „მწვანე გლობუსი“, „მწვანე ჩემოდანი“, „მწვანე ხე“, „მწვანე ვარსკვლავები“ და სხვ.

თანამედროვე მსოფლიოში არსებობს ბევრი პროგრამა და ორგანიზაცია, რომლებიც სპეციალიზირდებიან ეკოლოგიური სერთიფიცირების სფეროში. ასეთი პრაქტიკის გამოყენება ძალიან მნიშვნელოვანია, ამიტომ ტურიზმის ეკოლოგიურმა სერთიფიცირებამ ადრე თუ გვიან საქართველოშიც უნდა ჰპოვოს განვითარება. ბუნების მემკვიდრეობის გადარჩენის ინტერესებიდან გამომდინარე უკეთესია ეს რაც უფრო მალე მოხდეს.

ეკოლოგიური სერთიფიცირება განსაკუთრებით მიშვნელოვანია იმ ორგანიზაციების, საწარმოების, კურორტებისა და ტურისტული კომპლექსებისათვის, რომლებიც ადგანან ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების გზას და ისწრაფვიან საერთაშორისო ბაზრებისკენ.

ეკოლოგიური სერთიფიცირება - ეს არის ეკოლოგიური ინფორმაციის მიწოდების ირიბი მეთოდი, ეკოტურისტების მოზიდვისა და მათი ეკოლოგიური აღზრდის მიზნით (Волкова 2012:76).

საქართველოს რეგიონებს, რომლებიც დაინტერესებული არიან ეკოლოგიური პრობლემების გადაჭრით, შეუძლიათ და უნდა აირჩიონ ეს გზა. პირველმა ნაბიჯებმაც კი ამ მიმართულებით შეიძლება დიდი შედეგები გამოიღოს.

ეკოტურიზმის რეკლამას გააჩნია გარკვეული სპეციფიკა:

- ტურისტული ფირმა პასუხისმგებლობას იღებს რეკლამაში გადმოცემული ინფორმაციის ჭეშმარიტებასა და სიზუსტეზე;
- ეკოლოგიური ტურფირმის მომსახურებას ტრადიციული სერვისისა და პროდუქტისაგან განსხვავებით არ გააჩნიათ გრძელვადიანი მოქმედების ჰორიზონტი, ამიტომაც მისი ფუნქციებიდან პრიორიტეტულია რეკლამის ისეთი ფუნქციების განვითარება, როგორცაა ინფორმაციული და პროპაგანდისტული ფუნქციები;
- ეკოლოგიური ტურისტული ფირმის ინტერესის სფერო მოითხოვს უფრო სრულ, ხანგრძლივ და მკაფიო რეკლამას, ვიდრე სხვა ტიპის სერვისები.

**შეიძლება გამოვარჩიოთ ეკოტურისტული რეკლამის რამდენიმე ტიპი:**

**რეკლამა პრესაში** (გაზეთი, გზამკვლევი, ცნობარი, ჟურნალები) შეიცავს ინფორმაციულ, კომერციულ და კომბინირებულ ინფორმაციულ-კომერციულ რეკლამას. ეკოტურიზმის ოპერატორები, უმსხვილესი საზღვარგარეთული კომპანიები, სარეკლამო განცხადებას განათავსებენ სპეციალურ პუბლიკაციებში, როგორც გაზეთებში, ისე ჟურნალებში. საზღვარგარეთ არსებობს ათობით სპეციალური ჟურნალი, კატალოგი, ეკოტურიზმის გზამკვლევი და სხვა.

**რეკლამა ტელევიზიით** - (სარეკლამო-საინფორმაციო ვიდეოფილმები, კლიპები და სხვა) რეკლამის ერთ-ერთი ძვირადღირებული, პრესტიჟული და ყველაზე მასობრივი სახეა. სატელევიზიო რეკლამის ათვისების უნარი ძალიან მაღალია. მისი გავრცელების დიაპაზონი უზრუნველყოფს დაინტერესებულ პოტენციურ მომხმარებლებამდე მის წარმატებით მიტანას (შუბლაძე...2009:218).

**რეკლამა რადიოში** - ტურფირმების დიდი რაოდენობა იყენებს რადიორეკლამას, როგორც გაზეთის და სხვადასხვა სარეკლამო საშუალებების მეორეხარისხოვან დამატებას.

რეკლამა რადიოში უფრო „გაქმქროლაღია“, ვიდრე პრესაში და მოითხოვს გამორების მნიშვნელოვნად ბევრ რაოდენობას; ამავე მიზეზის გამო ძალიან მნიშვნელოვანია სარეკლამო შეტყობინებების უბრალოება (შუბლაძე...2009:218).

**გამომსახველობითი რეკლამა** - ახორციელებს რეგიონის ბუნების, დაცული ტერიტორიების, ფლორისა და ფაუნის, მარშრუტებისა და ეკოტურიზმის პროგრამების შესახებ სარეკლამო მასალების გადმოცემას ქაღალდზე, მუყაოზე, ლითონსა და სხვა მასალებზე ხელით შესრულებული წარწერებისა და სურათების დახმარებით, რაც განეკუთვნება გარე რეკლამას (აფიშები, გამოფენები, სარეკლამო პლაკატები, შუშის თაროები, მაღაზიის შიდა ექსპოზიცია და სხვა), რეკლამას ტრანსპორტზე (ეკოტურისტების შესახებ ინფორმაციის გავრცელებაში დიდ როლს თამაშობს ავიაკომპანიები, ძირითადად მათ სპეციალიზირებულ ჟურნალებში დაბეჭდილი პუბლიკაციები, ასევე თვითმფრინავის სალონებში ნაჩვენები ვიდეოფილმები, განცხადებები სარკინიგზო და მეტროს ტრანსპორტის ვაგონებზე, შიდა სალონური რეკლამა, ტექსტები გაჩერებებზე, პლაკატები ავტობუსებში), გამომსახველობით რეკლამის შერეული საშუალებები (განცხადებები ტაქსში, წარწერები თეატრის ფარდებზე, მოკლემეტრაჟიანი ფილმები), რეკლამა საჭაერო ბურთებსა და აეროპლანებზე, ტურისტული გამოფენები, ბაზრობები, აუქციონები, ლატარეა, თამაშები, ფესტივალები, ასევე ტურისტული სარეკლამო ღონისძიებები (სემინარები, სიმპოზიუმები, სარეკლამო ტურები და ა.შ.).

**პირდაპირი საფოსტო რეკლამა** მიმართულია უშუალოდ მომხმარებელზე ან ეგზავნება ნებისმიერ ადამიანს მისი პროფესიისა და ინტერესების მიუხედავად. პირდაპირი საფოსტო რეკლამის საშუალებებია: საქონლის გაყიდვა კატალოგების საშუალებით, სახლში მიტანით, ბუკლეტები ინფორმაციით ცალკეული განსაკუთრებული ტერიტორიის შესახებ, ბროშურები, საფოსტო მარკები, სარეკლამო ფურცლები - სასტუმროებში, ტურბაზებში, დასასვენებელ სახლებში, ავიახაზებზე გასავრცელებლად. რეგიონში ეკოტურიზმის ეფექტური განვითარებისათვის აუცილებელია სხვადასხვა თანხლები მასალების პუბლიკაცია და გავრცელება. როგორცაა, მაგალითად: რეგიონის მთლიანი რუკა, სადაც მითითებული იქნება დაცული ტერიტორიები და შესაძლო ეკოტურისტული მარშრუტები, ასევე მათი ცალკეული რუკები. რეგიონისა და ცალკეული საკვანძო ტერიტორიების გზამკვლევები, წიგნი ფოტოალბომები რეგიონის ბუნებისა და დაცული ტერიტორიების შესახებ, რეგიონის ეკონობარები, ფრინველების, ფლორისა და ფაუნის პოპულარული წარმომადგენლების მოკლე დახასიათება, ბროშურები ფერადი ფოტოილუსტრაციებითა და აღწერილობებით - მათ-

ზე დიდი მოთხოვნაა ეკოტურისტებს შორის. ყველა ზემოთხსენებული აუცილებელია ტურისტთა ეკოლოგიური განათლებისა და საზოგადოებაში ეკოლოგიური კულტურის ფორმირებისათვის.

**რეკლამა საზოგადოებრივი მოხმარების საქონელზე** (შეფუთვებზე, პარკებზე და სხვა) გაცილებით ეფექტურია მასობრივი მოთხოვნის პროდუქტისა და მთლიანად ტურფირმების რეკლამირებისათვის. ეკოტურის რეკლამაში დიდ როლს თამაშობს სუვენირები ნაკრძალის სიმბოლოებით, (კალმები, მაისურები, კალენდრები, საჩუქრები და ა.შ). ასეთ რეკლამას უფრო ხშირად გამოიყენებენ ტურისტული ბიზნესის სტიმულირებისათვის.

**განათებულ ნიშნებს, ელექტრონულ ტაბლოებს, მორბენალ სტრიქონებს** იყენებენ ღამის საათებში ცენტრალურ ქუჩებსა და მოედნებზე, ასევე სანახაობრივი ღონისძიებების დროს რეკლამირებისათვის.

**საფირმო გამოფენები, ოფისის ინტერიერის მისაღები და დამხმარე სათავსოების, პერსონალის, სპეცტანისამოსის გაფორმება** - ფირმის სტილის მთავარი შემადგენელი ნაწილია, რომელიც ქმნის მათ იმიჯს საქმიანი პარტნიორებისა და მომხმარებლებისათვის.

**სიტყვიერი რეკლამა** ხორციელდება პირადი ურთიერთობის ან ტელეფონის მეშვეობით.

**რეკლამა ინტერნეტში** გაჩნდა შედარებით გვიან და მას გააჩნია გამოხატვის თავისებურებანი. ინფორმაცია ტურისტული ფირმის შესახებ შეიძლება იყოს წარმოდგენილი ჰიპერტექსტული დოკუმენტის სახით, რომელიც საშუალებას გვაძლევს თანდათან, დაწვრილებით მივიყვანოთ ის პოტენციურ ეკოტურისტებამდე, მულტიმედიური საშუალებების გამოყენება (ხმა, გამოსახულება, მოცულობითი გრაფიკა) გვაძლევს საშუალებას შევქმნათ ემოციური მიმართულების რეკლამა ეკოტურისტთა ყურადღების მისაქცევად. წვრილი და მსხვილი ფირმებისთვის სოციალური ქსელის შესაძლებლობები თანაბარია. იმ დაცულ ტერიტორიებს, რომელთაც უნდათ ეკოტურისტების მოზიდვა, აუცილებლად სჭირდებათ კარგი გვერდი ინტერნეტში, რომელიც მიაწვდის ადეკვატურ ინფორმაციას, როგორც ქვეყნის მოსახლეობას, ასევე უცხოელებს. იმისათვის, რომ შეინარჩუნოს საზოგადოების ინტერესი და ნდობა წარმოდგენილი ინფორმაციისადმი, საჭიროა გვერდის რეგულარული განახლება. ეს მარკეტინგული



არხი დღეს არცთუ ისე ფართოდ გამოიყენება საქართველოს ეროვნული პარკებისა და დაცული ტერიტორიების მიერ.

ტურისტული დანიშნულების ადგილის რეკლამისათვის საზღვარგარეთ ფართოდ გამოიყენება CD-საშუალებები. ეს აიხსნება ინფორმაციული მასალის მოცულობით, კარგი გაფორმებით და ხმოვანი აკომპანიმენტით. სარეკლამო დისკების გავრცელება შეიძლება ტურისტული პროდუქტის რეკლამირებისათვის ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური ფორმა გახდეს (Серева 2004:302).

ზოგიერთი ექსპერტის აზრით რეკლამის ელექტრონული საშუალებები 6-8 ჯერ უფრო ეფექტურია ტრადიციულთან შედარებით. დღესდღეობით ინტერნეტი და სარეკლამო დისკები ეხმარება ბევრ ტურისტულ ფირმას ეფექტური სარეკლამო კამპანიის გატარებაში.

ეკოლოგიური ტურების გაყიდვის აქტივიზაციისთვის გასაღების სტიმულირებასთან ერთად უნდა გამოვიყენოთ ტურისტული პროპაგანდა (PUBLIC RELATIONS). PR კომპანიები ეკოტურისტული პროდუქტის ეფექტური გაყიდვების ძლიერ ინსტრუმენტს წარმოადგენს.

PR კომპანიის მიზანია საზოგადოებრივი აზრის ფორმირება, ტურისტული ფირმების, დაცული ტერიტორიების და განსაზღვრულ რეგიონებში ეკოლოგიური ტურების დადებითი იმიჯის შექმნა.

PR კომპანიები პოტენციურ ეკოტურისტებს აწვდიან შესაბამის ინფორმაციას ჟურნალისტების, ფოტოგრაფების, ოპერატორების, მხატვრების მეშვეობით, რომლებიც ინტერესდებიან ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების პრობლემით. ისინი იყენებენ ფილმების დემონსტრაციას ბუნების უნიკალურ ლანდშაფტებზე. მაგ.: ენდემურ და რელიქტურ სახეობებზე. PR - კომპანიები ორგანიზაციას უკეთებენ სპეციალურ ღონისძიებებს და აქციებს, ისეთებს როგორცაა ბაზრობები და გამოფენები, ფესტივალები, სამეცნიერო პრაქტიკული კონფერენციები, მრგვალი მაგიდები. ასეთი მასობრივი ღონისძიებები დიდ როლს თამაშობენ ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებაში, ხელს უწყობენ ინვესტიციების მოზიდვას. ტურიზმის ამ სახეობის განვითარების პრობლემის გადაჭრას, ორგანიზაციის იმიჯის შენარჩუნებას, ახალი პარტნიორების ძებნას და ეკოლოგიური ტურიზმის ბაზარზე შინაგანი პროცესების სისტემატურ გამოკვლევას.

ტურისტული ფირმებისა და დაცული ტერიტორიების კონტაქტები პრესასთან მიიღწევა ჟურნალისტების, ფოტოგრაფების, ოპერატორების სემინარებზე, გამოფენებზე, მრგვალ მაგიდასთან ეკოლოგიური თემატიკის კონფერენციებზე დაპატიჟებით. მონაწილეობის მიღება შეიძლება ასევე ისეთ აქციებში როგორცაა მაგ: „ეკოლოგიური ტურიზმის დღე“ და „ტურიზმი და ეკოლოგია“, ასევე „ეკოლოგიური მუსიკის“ ფესტივალი. აქედან გამომდინარე კარგი იქნება თუ საქართველოში ყოველწლიურად აღინიშნება „ეკოლოგიური ტურიზმის დღე“ და ეს მიიღებს მასიურ ხასიათს.

ჟურნალისტებისათვის განსაკუთრებით დაუვიწყარი და სასარგებლოა შთაბეჭდილებები, რომლებსაც ისინი ღებულობენ ნაკრძალის უნიკალური ფლორის და ფაუნის, ადგილობრივი ტრადიციების, ზნე-ჩვეულებებისა და კულტურის გაცნობისას, სარეკლამო საინფორმაციო ეკოლოგიური ტურების დროს ყველაფერი ეს დადებითად მოქმედებს მასმედიასთან მუშაობის შედეგზე.

მასმედიასთან შესახვედრად აუცილებელია მომზადდეს საინფორმაციო-სარეკლამო ბუკლეტები, პრესრელიზები, პრესპაკეტი, რომლებიც უნდა შეიცავდნენ საერთო ცნობებს დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების შესახებ. ჟურნალისტებისათვის საინტერესოა არაჩვეულებრივი, მიმზიდველი ისტორიები (ემოციურად დატვირთული მასალები) და სიახლეები. წარმატება დამოკიდებულია ორივე მხარის პროფესიონალიზმზე.

მასმედიის საშუალებით შეიძლება უზრუნველვყოთ მომხმარებელთა მუდმივი ყურადღება. ტურფირმების და განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების სტრატეგიულ ამოცანას წარმოადგენს ახალი მომხმარებლების მოზიდვა და ძველების შენარჩუნება, ასევე მათი განწყობა, რათა რაც შეიძლება ხშირად ისარგებლონ მათი მომსახურებით.

უნდა ითქვას, რომ საქართველოში დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების უმრავლესობას არ გააჩნიათ ხარისხიანი საინფორმაციო-სარეკლამო რგოლი და საშუალება გავიდეს ეკოლოგიური ტურიზმის სპეციფიკურ საერთაშორისო ბაზარზე.

ტურიზმის სხვა სახეობებისაგან განსხვავებით, ეკოტურიზმს გააჩნია რიგი თავისებურებანი, რომლებიც გათვალისწინებული უნდა იქნას ეკოტურისტული მომსახურების რეკლამირებისას. სარეკლამო განცხადების შედგენისას აუცილებელია მიზ-

ნობრივ აუდიტორიაზე ორიენტირება. ჩვეულებრივ გამოყოფენ ეკოტურისტთა შემდეგ ჯგუფებს:

1. სტანდარტული ტურისტი „მოგზაურები“ - სწორედ ისინი წარმოადგენენ ეკოტურების ძირითად მომხმარებლებს. ამ ჯგუფს იზიდავს ახალი შეგრძნებები. ისინი ეკოტურიზმს განიხილავენ, როგორც მოგზაურობას. სტანდარტული ტურისტები ჩვეულებრივ არიან ტურისტული მომსახურების სხვა სახეობების აქტიური მომხმარებლებიც;
2. „გატაცებული“ ტურისტები - ამ ჯგუფში შედიან ტურისტები, რომლებიც მიემგზავრებიან ეკოტურში სწორედ იმიტომ, რომ მიიღონ ახალი ცოდნა და გაეცნონ რეგიონის კულტურას, ჩვეულებებსა და ბუნებას;
3. სპეციალისტები - ეკოტურში მათი მონაწილეობის მთავარი მიზანია განსაზღვრული კვლევისათვის აუცილებელი ინფორმაციის მიღება. ჩვეულებრივ მათ მიერ არჩეული ტურები სპეციალიზირებულია: სამეცნიერო, ეთნოგრაფიული, სპელეოლოგიური და ა.შ;
4. „შემთხვევითი“ ტურისტები - ამ ჯგუფში შედიან ადამიანები, რომლებიც შეუგნებლად ირჩევენ ეკოტურებს, რაიმე განსაკუთრებული მიზნის გარეშე, უფრო ხშირად ისინი არ ფლობენ რაიმე ცოდნას ტურიზმის მოცემული სახეობის შესახებ. ამ ჯგუფში ასევე შედიან ტურისტები, რომლებთათვისაც ეკომარშუტები წარმოადგენენ რომელიმე სხვა მოგზაურობის შემადგენელ ნაწილს (მაგალითად, მათ შეუძლიათ დაათვალიერონ ნაკრძალი რაიმე ტურისტული პროგრამის ფარგლებში).

ეკოლოგიური ტურიზმის ცალკეული სახეობების რეკლამირებას ახასიათებს შემდეგი თავისებურებები:

1. სამეცნიერო ეკოტურიზმი გულისხმობს განსაზღვრული მონაცემების შეკრებას იმ ადგილის შესახებ, სადაც ხდება ექსკურსია/მოგზაურობა. აქედან გამომდინარე, სარეკლამო განცხადების შედგენისას კარგად უნდა ვიცნობდეთ მიზნობრივ აუდიტორიას, მის მოთხოვნებსა და ინტერესებს. განცხადება უნდა შეიცავდეს მცირე ემოციურ ელფერს და თუ აუცილებელია, სპეციალურ ტერმინებს შესაბამისი სამეცნიერო მიმართულებიდან. მთავარი აქცენტი უკეთესია გაკეთდეს

მოგზაურობის შემეცნებით ასპექტზე და ინფორმაციის კომფორტულ შეგროვებაზე. აუცილებლობის შემთხვევაში შეიძლება დამატებით უზრუნველვყოთ მონაწილეები ინფორმაციის მიღებისა და შენახვის საშუალებებით;

2. შემეცნებითი ეკოტურიზმი შედარებით მთლიანად შეესაბამება ეკოლოგიური ტურიზმის კონცეფციას. მისი რეკლამირებისას მიზანშეწონილია გამოვიყენოთ ემოციური მიდგომა, სარეკლამო განცხადებაში ყურადღება დავუთმოთ ახალ ცოდნასა და შთაბეჭდილებებს, რომლებიც შეიძლება მიიღოს მონაწილემ. რეკლამის სტილი - პუბლიცისტურია, გამოიყენება მოზიდვის გრაფიკული ელემენტები;
3. რეკრეაციული ეკოტურიზმი თავის თავში გულისხმობს დასვენებას ბუნებაში გარემოზე ახალი ცოდნის მიღებით. ჩვეულებრივ გამოყოფენ აქტიურ და პასიურ ეკოტურიზმს. აქტიურის (სხვადასხვა ლაშქრობები, სიმაღლეზე ასვლა და ა.შ.) დროს სარეკლამო განცხადების ადრესატი ჩვეულებრივად არის აუდიტორია, რომელიც უპირატესობას აძლევს ფიზიკურ დატვირთვას, პასიურის (პიკნიკები ბუნებაში, კარვების ბანაკში დასვენება და ა.შ) დროს დამსვენებლები უფრო ხშირად არიან წყვილები ან ოჯახები (ცხრილი 3.2.2).

მოცემული კლასიფიკაცია ძალზედ პირობითია. პრაქტიკაში ყოველთვის არ ხერხდება იმის განსაზღვრა, თუ ეკოტურიზმის რომელ სახეობას მიეკუთვნება ესა თუ ის მოგზაურობა (Карелин 2009:22).

საინფორმაციო-სარეკლამო მასალებში, რომლებიც განკუთვნილია დამწყებ ეკოტურისტებისათვის, უნდა მივუთითოთ ეკოტურიზმის ძირითად პრინციპებზე, განსაკუთრებით გარემოზე გამიზნული უარყოფითი ზემოქმედების გამორიცხვაზე. იქვე უნდა განთავსდეს ცნობები ფლორის, ფაუნის, რელიეფის, გეოლოგიური წყობისა და საერთოდ დასათვალისწინებელი ეკოსისტემის, კვების ობიექტების განლაგებისა და მისი ორგანიზების შესახებ, ასევე რეკომენდაციები იმის შესახებ, თუ რისი კეთებაა დაშვებული და აკრძალული მოცემულ ტერიტორიაზე. სარეკლამო განცხადება უნდა შედგეს ისე, რომ პოტენციურ მომხმარებელს ერთმანეთში

ეკოტურების სპეციფიკაზე დამოკიდებული რეკლამის სახეობები

#	ეკოტურის სახეობა	რეკლამის გავრცელების საშუალებები
1	სამეცნიერო	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ პრესა;</li> <li>▪ სპეციალიზირებული პერიოდული გამოცემები;</li> <li>▪ ბეჭდვითი მასალები;</li> <li>▪ პირდაპირი საფოსტო რეკლამა.</li> </ul>
2	შემეცნებითი	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ რეკლამა ინტერნეტის ქსელში;</li> <li>▪ რეკლამა პრესაში;</li> <li>▪ ბეჭდვითი მასალები;</li> <li>▪ რადიორეკლამა.</li> </ul>
3	აქტიური რეკრეაციული	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ბეჭდვითი შიდა რეკლამა:</li> <li>▪ განთავსება და გავრცელება სპორტულ კლუბებში;</li> <li>▪ ფიტნეს ცენტრებში;</li> <li>▪ სამედიცინო ცენტრებში და ა.შ.</li> <li>▪ რეკლამა ინტერნეტ ქსელში;</li> <li>▪ რეკლამა პრესაში.</li> </ul>
4	პასიური რეკრეაციული	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ გარე რეკლამა (უპირატესად ბილბორდი და ლაიტ-ბოქსი);</li> <li>▪ რეკლამა პრესაში (გამომცემლობა ფართო აუდიტორიისათვის);</li> <li>▪ ბეჭდვითი მასალები.</li> </ul>

წყარო: Карелин Н. В., „Особенности Рекламирования Экотуристических Услуг“, 2009.

არ აერიოს ეკოტურიზმი და ტურიზმის მსგავსი სახეობები, როგორცაა: ბუნებრივი (რომელიც თავის პროგრამაში გულისხმობს გარემოზე ზრუნვას, ქცევის კულტურას), სათავგადასავლო, მწვანე ტურიზმი, აგროტურიზმი.

ცხრილში 3.2.2 მითითებულია თითოეული სახეობის მომსახურებისათვის რეკლამის გავრცელების შედარებით ხელსაყრელი საშუალებები. სწორად შედგენილ სარეკლამო განცხადებასთან ერთად იგი ხელს უწყობს ეკოტურიზმის პოპულარობასა და ახალი მონაწილეების მოზიდვას.

ტურიზმი ყველა თავისი სახეობითა და ფორმებით გავლენას ახდენს ეკოლოგიური კულტურისა და პიროვნების ეკოლოგიური მსოფმხედველობის ჩამოყალიბებაზე. იგი ასევე ხელს უწყობს საზოგადოების გლობალური ეკოლოგიური პრობლემის გადაწყვეტას.

ეკოლოგიური ასპექტების გათვალისწინება და შემუშავება წარმოადგენს ტურიზმში მარკეტინგის კონცეფციების ეფექტური გამოყენების წინაპირობას. ეკოლოგიური ასპექტები გათვალისწინებული უნდა იქნას ტურისტული ბაზრის მარკეტინგული გამოკვლევის პროცესში, რეგიონის ტურისტული პოტენციალის შეფასებისას, ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციისა და შემუშავები პროცესში, ტურისტთა ტექნიკური მომსახურების სრულყოფისას, განთავსების საშუალებების სერთიფიცირებისას, ტურიზმის განვითარების პროგრამების ფორმირებისას (ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეებზე).

ტურიზმში მარკეტინგის აუცილებელ ამოცანას წარმოადგენს ეკოლოგიური მსოფმხედველობის ფორმირების ამოცანების გადაჭრა, პირველ რიგში მათთვის, ვინც დაკავებულია ტურისტული მოღვაწეობის ორგანიზებით (ტურიზმის ინდუსტრიის ყველაზე მაღალი დონის ხელმძღვანელებიდან გიდებსა და ინსტრუქტორებამდე). ამის გარეშე შეუძლებელია მივაღწიოთ ეკოლოგიური კულტურის მაღალ დონეს ტურისტული მომსახურების მომხმარებელთა შორის (Дурович 2010:35).

მარკეტინგული პრობლემები წარმოადგენენ სერიოზულ ფაქტორებს, რომლებიც აფერხებენ საქართველოში ეკოტურიზმის განვითარებას. დღემდე მსოფლიო საზოგადოება არ ფლობს ადეკვატურ ინფორმაციას საქართველოს დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ქსელის, მათი მნიშვნელობის და მონახულების შესაძლებლობის შესახებ.

საზღვარგარეთ ტურისტული რეკლამის ეფექტურობის მხრივ პირველ ადგილს იკავებს პირდაპირი საფოსტო რეკლამა, მეორეს - სპეციალიზირებული ტურისტული სარეკლამო საშუალებები, მესამეს - ტელევიზია. ბევრი ტურფირმა, რომელსაც საკმარისი სახსრები გააჩნია, უპირატესობას ანიჭებს კომპლექსურ რეკლამას პრესაში, ტელევიზიასა და რადიოში და თვლიან, რომ ასეთი ტიპის რეკლამა ძალიან ეფექტურია ტურისტული სეზონის დაწყების დროს.

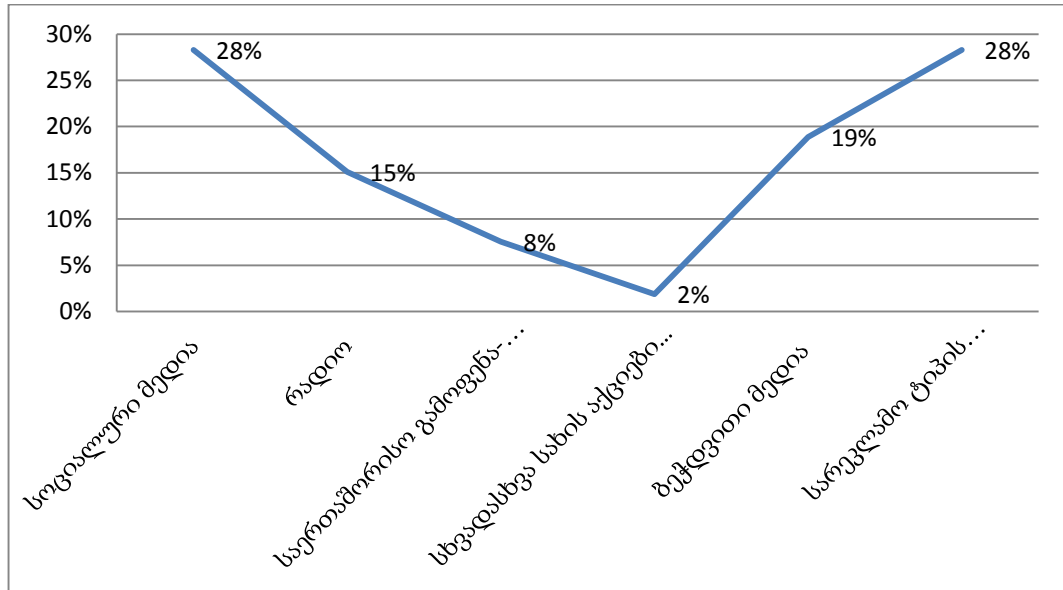
რეკლამის ძირითად სოციალურ ბუნებას წარმოადგენს ადამიანის მიერ გარემოს აღქმადობა, რომელზეც გავლენას ახდენს შიდა და გარე ფაქტორები. გარე ფაქტორებია ის, რაც ადამიანის ირგვლივ მოცემულ მომენტში ხდება, ხოლო შიდა ფაქტორებია - ყველაფერი ის, რაც ხდება ადამიანის შიგნით იმავე მოცემულ მომენტში. რეკლამა ახდენს ემოციურ ზემოქმედებას და ადამიანის მიერ აღიქმება, შედეგად მას

უჩნდება საპასუხო რეაქცია სქემით: „აღქმა - ზემოქმედება - რეაქცია“. უმეტესად ადამიანების ფსიქოლოგია ისეთია, რომ ისინი აღიქვამენ ინფორმაციას შეგნებულად ან შეუგნებლად. შეგნებული აღქმადობა ხდება იმ შემთხვევაში, თუ ადამიანი ირჩევს მისთვის საჭირო ინფორმაციას, გადაამუშავებს და შეიგნებს მას. შეუგნებელი (ქვეცნობიერი) აღქმა კი ხდება ადამიანის განცდების დონეზე, შეუგნებლად, იმ მიზეზებიდან გამომდინარე, რომ ერთის მხრივ, ადამიანს არ აქვს საშუალება გაექცეს ინფორმაციასთან კონტაქტს, მეორეს მხრივ კი გაანეიტრალოს მისი გავლენა თავის საქციელზე.

შეგნებული (ცნობიერი) არჩევანისას მყიდველს შეუძლია მასზე უარი თქვას, მაშინ, როცა რეკლამის შემქმნელისთვის მომგებიანია პოტენციურ მყიდველზე მაქსიმალური გავლენის მოხდენა. არსებობს რიგი ფაქტორებისა, რომელსაც შეუძლია ადამიანზე მოახდინოს მეტნაკლები გავლენა, მაგალითად: მატერიალური და სულიერი, მოთხოვნილებების გათვალისწინება, შინაარსი, რეკლამის ინფორმაციულობა, სარეკლამო ინფორმაციის კონკრეტულობა, ასოციაციურობა, არგუმენტების დამაჯერებლობა. გავლენის მოხდენის საშუალებები გვხვდება რაციონალურ რეკლამაში, რომელიც ორიენტირებულია პოტენციური მომხმარებლის გონებაზე, დამაჯერებელი არგუმენტების მოყვანის გზით: ემოციურ რეკლამაზე, გრძნობებზე, მომხმარებელთა ემოციებზე. ტურიზმში სარეკლამო მოღვაწეობის მთავარ თავისებურებას წარმოადგენს მასში განცხადებების გონივრული გამოყენება, რათა მან დააფიქროს მსმენელი. მაგალითად: ტურისტის დაინტერესება შეიძლება გამოიწვიოს შემდეგი სახის შინაარსმა: „ფირმა გთავაზობთ კარგ დასვენებას აჭარის დაცულ ტერიტორიებზე, არ გჯერათ? და რა იცით საერთოდ ამ ტერიტორიების შესახებ?“

კვლევის შედეგად გამოვლინდა რომ აჭარის ტურისტული სააგენტოები უცხოელი თუ ადგილობრივი ტურისტების მოსაზიდად უმეტესწილად მიმართავენ 6 ტიპის სარეკლამო კამპანიას: სოციალური ქსელი, რადიო, საერთაშორისო გამოფენა-ბაზრობა, ბეჭდვითი მედია, სარეკლამო ტიპის ფლაერები (ნახაზი 3.2.1).

სარეკლამო აქტივობა რეგულირდება საერთაშორისო, სახელწიფო და ადგილობრივ დონეზე. საერთაშორისო დონეზე რეკლამა რეგულირდება რეკლამაზე საერთაშორისო კოდექსით. მის ჩარჩოებში აკრძალულია სარეკლამო მოღვაწეობა, რომელსაც შეუძლია ზიანი მიაყენოს ადამიანის ჯანმრთელობას, ან შეცდომაში



წყარო: აჭარის ა.რ. ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო - 2012.

ნახაზი 3.2.1. ტუროპერატორების მიერ გამოყენებული სარეკლამო საშუალებების დინამიკა.

შეიყვანოს იგი (შეიცავს სარეკლამო კონკურენტების კრიტიკას, მათ სავაჭრო მარკებს, ლოგოტიპებს, სასაქონლე ნიშნებს, სლოგანებსა და მსგავს სარეკლამო კონსტანტებს, ეროვნულ და რელიგიურ გრძნობებისადმი შეურაცხყოფას). საქართველოში რეკლამის ბიზნესი რეგულირდება შემდეგი ძირითადი ნორმატიული საკანონმდებლო აქტებით: საქართველოს „სამოქალაქო კოდექსით“, საქართველოს კანონი „მომხმარებელთა უფლებების დაცვის შესახებ“, საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“ და სხვა ნორმატიულ-საკანონმდებლო აქტებით.

**ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ:**

1. სარეკლამო სტრატეგია ეკოტურისტული ბიზნესის განვითარების ერთიანი სტრატეგიის უმნიშვნელოვანეს ელემენტს წარმოადგენს;
2. ეკოტურიზმის სტრატეგიის ფარგლებში რეალიზებული სარეკლამო სტრატეგია ქვეყანაში მოქმედი საკანონმდებლო აქტების ჩარჩოებში უნდა ხორციელდებოდეს;
3. ეკოტურისტული სტრატეგიის რეალიზაციის სხვადასხვა ეტაპს სხვადასხვა სახის სარეკლამო ღონისძიებები შეესაბამება;



4. ეკოტურისტული სარეკლამო სტრატეგია ეკოტურისტული პროდუქტის მრავალფეროვან მომხმარებელზე უნდა იქნეს ორიენტირებული;
5. ეკოტურისტული სარეკლამო სტრატეგია უნდა მოიცავდეს მნიშვნელოვან ეკოლოგიურ ინფორმაციას;
6. ეკოლოგიური სერთიფიცირება ეკოტურისტული სტრატეგიის უმნიშვნელოვანესი ელემენტია;
7. არსებობს სარეკლამო საშუალებათა მრავალი სახეობა, რომელთა გამოყენებაც შესაძლებელია ეკოტურისტული სტრატეგიის რეალიზაციის მიზნით;
8. PR-კამპანია ეკოტურისტული სტრატეგიის აუცილებელ კომპონენტს წარმოადგენს.

### 3.3. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების სპეციფიკური მახასიათებლები საქართველოში

საქართველოს გააჩნია კოლოსალური პოტენციალი ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებისათვის რადგან, მას მრავალფეროვანი ბუნებრივი ზონები, ესთეტიკურად მიმზიდველი ლანდშაფტები, ურბანიზაციისა და გაკულტურების პროცესებისაგან ხელუხლებელი უნიკალური ფლორა და ფაუნა, ქართულ და საერთაშორისო წითელ წიგნში შეყვანილი არცთუ ისე ცოტა რაოდენობის რელიქტური და ენდემური სახეობები, ბუნებრივი ტერიტორიების დაცული და განვითარებული ქსელები გააჩნია. ეკოტურისტებისთვის ქვეყნის განსაკუთრებულ მიმზიდველობას ქმნის ეთნოკულტურის სიმდიდრე, სახალხო დღესასწაულების მრავალფეროვნება, ადათ-წესები, ხელობები, მოსახლეობის ტრადიციული სტუმართმოყვარეობა და თავისებური ქართული სამზარეულო.

ამ პოტენციალის გამოყენება ტერიტორიის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოსაგვარებლად, ბუნებრივი კომპლექსების მთლიანობის და ადგილობრივი მოსახლეობის სიცოცხლის ხარისხის დაურღვევლად, ქვეყნისა და ცალკეული რეგიონების ეკონომიკური განვითარების ერთ-ერთ პერსპექტიულ ვარიანტს წარმოადგენს. 21-ე საუკუნეში საქართველო შეიძლება გადაიქცეს მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე მიმზიდველ ქვეყნად, რომელიც რეალიზებას გაუკეთებს ტურიზმის განვითარებას.

საქართველო მიეკუთვნება იმ ქვეყანათა რიცხვს, რმელთაც ტურიზმის განვითარების მრავალფეროვანი პირობა აქვს. სწორედ ამიტომ, ქვეყანაში არსებული პოტენციალის გამო, ტურიზმისა და მომსახურების სფეროს კომპლექსური ინდუსტრია დარგის მდგრადი ეკონომიკური ზრდის იდეალური საფუძველია (ცეცხლაძე... 2011:525).

გარემოს დაცვა ეკოტურიზმის განვითარების სტრატეგიის განუყოფელი ნაწილია. მას ეკონომიკური სარგებლის მოტანაც შეუძლია. ეკოტურიზმში ეს მაშინ ხდება, როდესაც ჯანსაღია გარემოც და ბიზნესიც. ზოგჯერ გარემოს დაცვას მოსახლეობის ინტერესები ეწირება. მაგალითად, მოსახლეობას შეიძლება აეკრძალოს სოფლის მეურნეობის სამუშაოების შესრულება, საწვავი და სამშენებლო მასალების შეგროვება. მოკლევადიანი მოგების მაქსიმიზაციას ეწირება გარემოს დაცვა, ინგრევა არსებული

ეკოსისტემა. ტურიზმის რესურსების დეგრადაცია კი ორივე (გარემოს დაცვა და ეკოტურიზმი) ინტერესის საწინააღმდეგოდ მოქმედებს. ძალიან მნიშვნელოვანია იმის გათვალისწინებაც, რომ ტურიზმი გარემოზე გარკვეული ზეგავლენის მოხდენის გარეშე ვერ განვითარდება. შეუძლებელია მთავარი აქცენტის გაკეთება მხოლოდ ტურიზმის განვითარებაზე, ეკოლოგიაზე ზრუნვის გარეშე. ეკოტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის ერთ-ერთი მთავარი პრინციპი მასში ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვის უზრუნველყოფაა. ხშირია შემთხვევები, როდესაც ადგილობრივი მოსახლეობა ხელოვნურადაც კი არის ჩამოცილებული ამ პროცესს (გოგელია 2012ა:112).

ეკოტურიზმის ღირსშესანიშნაობანი არ მოიცავს ბიომრავალფეროვნების მთელ რესურსებს მოცემულ რეგიონში. ეს უფრო ბიომრავალფეროვნების სარესურსო ბაზის ყველაზე მიმზიდველი ელემენტების ბაზარზე გასატანად შერჩევას (ისევე როგორც ამ არეალის სხვა ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტებისა). მაგრამ ეკოტურიზმის განვითარების საბოლოო მიზანი მაინც ბუნებრივი გარემოს დაცვაა.

ბიომრავალფეროვნების გადარჩენაზე ეკოტურიზმის დადებითი გავლენა უდავოდ მრავალმხრივია. ეს პირველ რიგში გამოიხატება სხვადასხვა სექტორში გარემოს დაცვისა და ეკოლოგიის საკითხებზე საგანამანათლებლო საქმიანობით. ამასთანავე, ეკოტურიზმი ბიომრავალფეროვნების რესურსებს ეკონომიკურ ღირებულებას მატებს, ისე რომ მისი ყველა მონაწილე უკიდურესად დაინტერესებულია ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნებით (გოგელია 2010ა:153).

ტურისტები, რომლებიც ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებს სტუმრობენ, ხშირად მზად უნდა იყვნენ კომფორტთან დაკავშირებული ჩვეული სტანდარტების დასავიწყებლად. გარკვეული თვალსაზრისით ეს ეკოტურიზმის მიმზიდველ მხარედაც შეიძლება ჩაითვალოს. ტურისტებს უნდა ჰქონდეთ ინფორმაცია იმ ადგილის სპეციფიკის შესახებ, რომელსაც სტუმრობენ და იმის შესახებაც, თუ როგორ უნდა მოიქცნენ, რათა მაქსიმალურად შეამცირონ გარემოზე ზეგავლენა. ეს არის ტურიზმის ინდუსტრიის მთავარი პასუხისმგებლობა.

შეიძლება დავასკვნათ, რომ ეკოტურიზმს ოთხი მთავარი ქვაკუთხედი გააჩნია: განვითარების მდგრადობა, ეკონომიკური სარგებლიანობა ადგილობრივი მოსახლეობისათვის, ადგილობრივი კულტურის ინტეგრაცია და საგანმანათლებლო კომპონენტი.

რაც შეეხება საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივას, საერთაშორისო ექსპერტები მას დიდ მომავალს უწინასწარმეტყველებენ. სხვა უპირატესობებთან ერთად ისინი ხაზგასმით აღნიშნავენ ქვეყნის გეოგრაფიულ სიახლოვეზე მსოფლიოს მთავარ ტურისტულ ბაზართან - ევროპასთან.

ბოლო 10-15 წლის განმავლობაში ევროპის ქვეყნებში ეკოტურიზმის პოპულარობამ დიდად შეუწყო ხელი აგროტურიზმის განვითარებას. აგროტურიზმი ტურიზმის ის სექტორია, რომელიც ორიენტირებულია ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და სხვა სასოფლო რესურსებისა და მათი სპეციფიკის გამოყენებაზე კომპლექსური ტურისტული პროდუქციის შესაქმნელად. აგროტურიზმის მთავარი პირობა ისაა, რომ ტურისტების განთავსების საშუალებები მდებარეობდეს სოფლის დასახლებაში (გოგელია 2012ა:113).

ზოგიერთ ქვეყანის ტურიზმის ინდუსტრიაში აგროტურიზმის და ეკოტურიზმის ცნებები პრაქტიკულად იდენტურია. საქართველოს ეკო და აგროტურიზმის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი რესურსები გააჩნია: სტუმართმოყვარეობის მდიდარი ტრადიციები, საინტერესო ტურისტული მარშრუტები, ადრეული და შუა საუკუნეების ისტორიული ძეგლები, ლამაზი ბუნება. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ყველა რეგიონს განუმეორებელი თავისებურებანი ახასიათებს, რეგიონების მოსახლეობა ვერ იყენებს არსებულ პოტენციალს ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობის გამო.

საქართველოში ეკოტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გადანაწილებას რეგიონებში, სადაც მოსახლეობის უმრავლესობა სიღარიბის ზღვარზე ცხოვრობს. საქართველოსათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ეკოტურიზმის განვითარება, რამდენადაც მისი შესაბამისი სექტორი ბაზარზე ჯერ კიდევ არ არის სრულად ათვისებული. ეკოტურიზმის განვითარება არამარტო ქვეყნის ეკონომიკას წაადგება, არამედ ხელს შეუწყობს ბუნებრივი ადგილების მდგრად განვითარებას. თუ ამ გზას დროულად არ დავადგებით, ცოტა ხანში უკვე გვიან იქნება. ტურისტების ნაკვალევი თუ არ დაანგრევს, იმდენად მაინც დააზიანებს ეკოსისტემას, რომ მომავალ თაობას შეიძლება აღარ მიეცეთ ბუნებრივი ადგილებით ტკობის სიამოვნება, საქართველომ კი დაკარგოს შანსი ბუნებრივი პოტენციალის ქვეყნის ეკონომიკისათვის ძალზედ სარგებლიანად გამოყენებისა (გოგელია 2010:153).

საქართველოს ინტეგრაცია მსოფლიო ეკონომიკის სისტემაში განაპირობებს ეკოლოგიური ტურიზმის, როგორც მსოფლიო ტურიზმის ინდუსტრიის, პრიორიტეტული მიმართულების განვითარების აუცილებლობას, რომელიც საშუალებას გვაძლევს ერთდროულად შევინარჩუნოთ: ბუნებრივი ფასეულობები, განვავითაროთ ინფრასტრუქტურა და შევავსოთ სახელმწიფო ბიუჯეტი.

დღესდღეობით ტურისტულ ბაზარზე რეალური მოთხოვნით სარგებლობს კომპლექსური ეკოტურიზმი. მაგალითად ალტაი-საინის ტური, რომელიც მოიცავს ტუვას, ხაკასიას და საიანო-შუმენსკის ნაკრძალს, სადაც ეკოტურისტებს საშუალება აქვს ერთდროულად ნახონ გარეული ცხოველები, მრავალფეროვანი ლანდშაფტები და არქეოლოგიური და ეთნოგრაფიული ღირსშესანიშნაობები. ამ ყველაფრით ინტერესდებიან ეკოტურისტები ქართულ და საერთაშორისო ბაზარზე. მხოლოდ საჭიროა გონივრულად განვავითაროთ ჩვენი ტერიტორიების ღირსშესანიშნაობანი ანუ შევქმნათ რეგიონის იმიჯი.

ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებაში განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები წარმოადგენენ ძირითად რგოლს იმიტომ, რომ მათ აქვთ მთელი რიგი უპირატესობანი:

- შემეცნებითი თვალსაზრისით მდებარეობენ შედარებით ლამაზ, მიმზიდველ და საინტერესო ადგილებში;
- აქვთ ტურისტული ჯგუფების მომსახურებისა და ტურისტული მარშრუტების კარგად დამუშავებული სისტემა, საგანმანათლებლო სამუშაოებით დაკავებული ორგანიზაციების გამოცდილება;
- ფლობენ განსაზღვრულ ინფრასტრუქტურას და ჰყავთ მომზადებული პერსონალი;
- აყალიბებს ადგილობრივ მოსახლეობის დამოკიდებულებას კონკრეტული ბუნებრივი რეზერვატისა და მათ ტერიტორიაზე სამეურნეო საქმიანობისადმი ეკოლოგიური შეზღუდვების მიმართ.

ეკოლოგიურ ტურიზმს შეუძლია განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე განავითაროს თავისი ყველა სახეობა, მაგრამ ნაკრძალების რეჟიმი განსა-

კუთრებულად მკაცრია სხვა სახის დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებთან შედარებით და ეკოტურიზმს უყენებს გარკვეულ შეზღუდვებს.

საქართველოში დაცული ტერიტორიების დაარსებას დიდი ხნის ისტორია აქვს. პირველი დაცული ტერიტორია - ლაგოდეხის სახელმწიფო ნაკრძალი შეიქმნა - 1912 წელს. ამჟამად კი დაცული ტერიტორიების საერთო ფართობი 520 273 ჰა, რაც ქვეყნის ტერიტორიის დაახლოებით 7 %-ია. დაცული ტერიტორიების დაახლოებით 75 % ტყით არის დაფარული. საქართველოში 14 სახელმწიფო ნაკრძალი, 10 ეროვნული პარკი, 18 აღკვეთილი, 27 ბუნების ძეგლი, 2 დაცული ლადშაფტია (ცხრილი 3.4.1) (საქართველოს... 2012: 38-39).

### ცხრილი 3.4.1

#### საქართველოს დაცული ტერიტორიები კატეგორიების მიხედვით, 2011 წ.

	საქართველო	ფართობი (ჰა)
	<b>საქართველოში, სულ</b>	<b>520 273</b>
	<b>სახელმწიფო ნაკრძალი, სულ</b>	<b>143 218</b>
1	ბაზანეურის სახელმწიფო ნაკრძალი	862
2	ბაწარას სახელმწიფო ნაკრძალი	2 986
3	ბიჭვინთა - მიუსერის სახელმწიფო ნაკრძალი	3 645
4	ბორჯომის სახელმწიფო ნაკრძალი	14 820
5	ვამლოვანის სახელმწიფო ნაკრძალი	10 143
6	თუშეთის სახელმწიფო ნაკრძალი	12 627
7	კინტრიშის სახელმწიფო ნაკრძალი	10 703
8	ლაგოდეხის სახელმწიფო ნაკრძალი	22 295
9	ლიახვის სახელმწიფო ნაკრძალის ადმინისტრაცია	6 388
10	მარიამჯვარის სახელმწიფო ნაკრძალი	1 040
11	რიჭის სახელმწიფო ნაკრძალი	16 229
12	სათაფლიის სახელმწიფო ნაკრძალი	330
13	ფსხუ-გუმისთის სახელმწიფო ნაკრძალი	40 819
14	ქობულეთის სახელმწიფო ნაკრძალი	331
	<b>ეროვნული პარკები, სულ</b>	<b>277 433</b>
1	ალგეთის ეროვნული პარკი	6 822
2	ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი	61 235
3	ვამლოვანის ეროვნული პარკი	24 610
4	თბილისის ეროვნული პარკი	23 218
5	თუშეთის ეროვნული პარკი	69 515
6	კოლხეთის ეროვნული პარკი	44 600
7	მტირალას ეროვნული პარკი	15 806
8	ყაზბეგის ეროვნული პარკი	8 687
9	ჯავახეთის ეროვნული პარკი	14 207
10	მაჭახელას ეროვნული პარკი	8 733
	<b>სახელმწიფო აღკვეთილები, სულ</b>	<b>64 119</b>
1	აჯამეთის აღკვეთილი	5 117
2	გარდაბანის აღკვეთილი	3 484

3	თეთრობის აღკვეთილი	3 100
4	ილტოს აღკვეთილი	6 971
5	იორის აღკვეთილი	1 336
6	კაცობურის აღკვეთილი	295
7	ლაგოდების აღკვეთილი	2 156
8	ნემვის აღკვეთილი	8 992
9	ქობულეთის აღკვეთილი	439
10	ქცია- ტაბაწყურის აღკვეთილი	22 000
11	ყორუდის აღკვეთილი	2 068
12	ჭაჭუნის აღკვეთილი	5 200
13	კარწახის აღკვეთილი	158
14	სულდის აღკვეთილი	320
15	ხანჩალის აღკვეთილი	839
16	ბულდამენის აღკვეთილი	126
17	მადატაფას აღკვეთილი	1 484
18	სათაფლიას აღკვეთილი	34
	<b>ბუნების ძეგლი, სულ</b>	<b>314.5</b>
1	ალაზნის ჭალის	204
2	არწივის ხეობის	100
3	ტახტი-ტეფას	10
4	ყუმისთავის	დასადგენია
5	თეთრი მღვიმის	2
6	ხომულის მღვიმის	დასადგენია
7	ცუცხვათის მღვიმოვანის	დასადგენია
8	ნავენახევის მღვიმის	დასადგენია
9	ნაგარევის მღვიმის	დასადგენია
10	იაზონის მღვიმის	დასადგენია
11	საკაჟიას მღვიმის	დასადგენია
12	წყალწითელას ხეობის	22
13	ოკაცეს კანიონის	71
14	ოკაცეს ჩანჩქერის	დასადგენია
15	პრომეთეს მღვიმის	47
16	თეთრი მღვიმის	2
17	ხომულის მღვიმის	დასადგენია
18	გაბზარული ტბის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
19	საწურბლიას მღვიმის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
20	სალკოტას მღვიმის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
21	დიდელელეს მღვიმის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
22	მელოურის მღვიმის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
23	ბღერის მღვიმის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
24	ღლიანას მღვიმის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
25	სახიზარის კლდიდ ბუნების ძეგლი	336
26	აბანოს მინერალური ტბის ბუნების ძეგლი	დასადგენია
27	თრუსოს ტრევენტინების ბუნების ძეგლი	4
	<b>დაცული ლანდშაფტი, სულ</b>	<b>34 708</b>
1	თუშეთის დაცული ლანდშაფტი	31 518
2	კინტრიშის დაცული ლანდშაფტი	3 190

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2012.

ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარება დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე, ეს ის მნიშვნელოვანი საკითხია, რომელიც მოქმედებს რეგიონების ეკონომიკურ მდგომარეობაზე, მას ასევე შეუძლია გაააქტიუროს ბუნების დაცვა ქვეყანაში. ჩვენი აზრით მკაცრად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებს შეუძლია არამხოლოდ გააძლიეროს ეკოლოგიური ტურიზმი ქვეყანაში, არამედ სტიმული მისცეს ტურისტების შემოსვლას საქართველოს ტერიტორიაზე, ამ მიზნებისთვის დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებს აქვთ უნიკალური ორგანიზებული ტერიტორია, ჰყავთ კომპეტენტური სამეცნიერო და ადმინისტრაციული პერსონალი, დაცვისა და ეკოლოგიური სისტემების აღდგენის გამოცდილება, მჭიდრო კონტაქტები ეროვნულ ფუნდამენტურ მეცნიერებასთან, საზღვარგარეთ თანამშრომლობისა და გამოცდილების გაზიარების შესაძლებლობა, აქვთ დაცვითი სტრუქტურები.

ეკოტურიზმის სფეროს მონაწილეებმა უნდა განავითარონ ისეთი მომსახურება და შეთავაზებები, რაც შესაბამისობაში მოვა ტურისტული ბაზრის მოთხოვნებთან, რაც თავის მხრივ გახდება ტურისტთა მოზიდვის გარანტი. აქ განსაკუთრებით დიდი როლი ენიჭება სახელმწიფოს თავისი მხარდამჭერი პოლიტიკით, რაც მოიცავს ინფრასტრუქტურის მოწყობას, სხვადასხვა საგანმანათლებლო პროგრამასა და ინვესტორების მოძიებას. ამ მიმართულებით სახელმწიფოს საბოლოო მიზანს წარმოადგენს ფინანსურად მომგებიანი ეკოტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბება ბუნებრივი გარემოს დაცვისა და გაუმჯობესების პირობებში. საჭიროა ტურიზმის ექსპერტებმა აქტიური მონაწილეობა მიიღონ ეროვნული პარკებისა და დაცული ტერიტორიების განვითარების დაგეგმარებაში. მნიშვნელოვანია ტურიზმის სპეციალისტთა და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციების ერთობლივი მუშაობა ტურების დაგეგმვისა და ადმინისტრირების სფეროში, განსაკუთრებით ეროვნულ პარკებში შესაბამისი ტურისტული ინფრასტრუქტურის პროექტირებისა და შექმნის საკითხში (მნიშვნელოვანია მოგზაურობის დროს თუ როგორ უნდა დაიგეგმოს ეკოტური, ტურისტთა უსაფრთხოების დაცვა, ტურისტული მომსახურების მენეჯმენტი და ა.შ) (ცაავა 2012:204).

აღსანიშნავია, რომ განვითარების საწყისი ეტაპის სირთულის მიუხედავად აჭარის დაცულ ტერიტორიებს და ეროვნულ პარკს (მტირალას ეროვნული პარკი, ქობულ-



ლეთის და კინტრიშის დაცული ტერიტორიები) ეტყობა აშკარა წინსვლა ეკოტურიზმის განვითარების საქმეში.

2012 წლის დასაწყისისათვის რეგიონის დაცულმა ტერიტორიებმა და ნაკრძალმა თავის ტერიტორიაზე შეიმუშავა ეკოლოგიური ბილიკები და მარშრუტები, რომელთა საერთო სიგრძე 63.7კმ შეადგენს (ცხრილი 3.4.2). ყველაზე გრძელი ტურისტული მარშრუტი აქვს კინტრიშის დაცულ ტერიტორიას, რომლის სიგრძე 37 კმ-ია (უთხოვარი და ტბა ტბიყელი) (ცხრილი 3.4.2).

### ცხრილი 3.4.2

#### აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის დაცული ტერიტორიების მარშრუტები და აქტივობები

დაცული ტერიტორია	მარშრუტი	ტიპი	პერიოდი	სირთულე	სიგრძე (კმ)	აქტივობები
მტირალას ეროვნული პარკი	წაბლნარის ბილიკი	საფეხმალო	აპრილი-ოქტომბერი	მარტივი	7	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ლაშქრობა</li> <li>▪ ცხენოსნობა</li> </ul>
	ცივწყარო	საფეხმავლო საცხენოსნო	ივლისი-სექტემბერი	საშუალო	15	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ლაშქრობა</li> <li>▪ ცხენოსნობა</li> </ul>
კინტრიშის დაცული ტერიტორია	თამარის თაღვანი ხიდი და ბუჩქების კორომი	სამანქანე საფეხმავლო	აპრილი-ნოემბერი	მარტივი	1.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ლაშქრობა</li> <li>▪ ცხენოსნობა</li> <li>▪ სპორტული თევზაობა</li> </ul>
	უთხოვარი და ტბა ტბიყელი	საფეხმავლო საცხენოსნო	ივნისი-აგვისტო	საშუალო	37	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ლაშქრობა</li> <li>▪ ცხენოსნობა</li> <li>▪ სპორტული თევზაობა</li> </ul>
ქობულეთის დაცული ტერიტორიები	ისპაჰანი 2	საფეხმავლო საგანმანათლებლო	იანვარი-დეკემბერი	მარტივი	0.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ჭაობზე სიარული</li> </ul>
	დროზერა	საფეხმავლო	მაისი-სექტემბერი	მარტივი	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ჭაობზე სიარული</li> </ul>
	თეთრხავსი	საფეხმავლო	იანვარი-დეკემბერი	მარტივი	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ჭაობზე სიარული</li> </ul>

წყარო: დაცული ტერიტორიების სააგენტო, 2012 . [www.apa.gov.ge](http://www.apa.gov.ge)

ზემოთ აღნიშნული მონაცემებიდან გამომდინარე შეგვიძლია გავაკეთოთ დასკვნა, რომ ეკოტურიზმი საქართველოს დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე, განვითარების საწყის ეტაპზე იმყოფება. აქ ეკოტურისტები გაცილებით ნაკლები რაოდენობით არიან საზღვარგარეთის ეროვნულ პარკებთან შედარებით, სადაც წელიწადში რამდენიმე მილიონი ტურისტი სტუმრობს.

ევროპელი და ამერიკელი ეკოტურისტებისათვის ეკოტური მკაცრად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე არის ყველაზე პოპულარული დასვენების საშუალება, საქართველოში კი ეკოტურიზმი შედარებით ახალია და ბევრმა არ იცის რით განსხვავდება ტურიზმის ეს სახეობა ბუნებაში ჩვეულებრივი დასვენებისაგან.

კონცეპტუალური კითხვა - მიზანშეწონილია თუ არა ეკოტურიზმის განვითარება მკაცრად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე, დღემდე დისკუსიის თემად რჩება, როგორც მეცნიერულ საზოგადოებაში ასევე ამ დაცული ტერიტორიების თანამშრომლებს შორისაც. მთავარი არგუმენტი არის ის, რომ დაცული ტერიტორიების განვითარება ხდება განსაკუთრებულად, როგორც ხელშეუხებელი ბუნების ეტალონი, რომელზეც დაშვებულია მხოლოდ მეცნიერული გამოკვლევები. საქართველოს ტერიტორიაზე სახელმწიფო ნაკრძალების ძირითად ამოცანებს უნდა მიეკუთვნებოდეს შემდეგი: ნაკრძალების, ბუნებისა და მათი მუშაობის პრინციპის გაცნობა მოსახლეობისათვის, ორგანიზებული ტურიზმისა და სამეცნიერო ექსკურსიების საშუალებით, ასევე მოსამსახურეებისათვის ექსკურსიების ჩატარებას, სტუდენტური პრაქტიკებისა და ტურიზმის მხარდაჭერას.

სანაკრძალე საქმის ფუძემდებლებს შორის ყოველთვის იყვნენ ეკოტურიზმის განვითარების მხარდამჭერები. აკადემიკოსი ი.პ. ბოროდინი თავის სატატიკო წერდა „ნაკრძალების შექმნა ძალზედ აუცილებელია პედაგოგიური მიზნით, იგი ასევე უზრუნველყოფს ობიექტების ბუნების შესწავლას“.

ნაკრძალების სისტემების განვითარების განსაზღვრებებს შორის, არის ასეთიც: ნაკრძალი - ესაა ბუნების, ბუნებრივი პროცესებისა და გენეტიკური რესურსების დინამიურ და ხელუხლებელ მდგომარეობაში შენარჩუნებისა და მათზე უმნიშვნელო ზეგავლენის მქონე მეცნიერული კვლევა-ძიების, საგანმანათლებლო საქმიანობისა და გარემოს მონიტორინგის მიზნით შექმნილი დაცული ტერიტორია“ (საქართველოს 2012:34). ესაა ბუნების დაცვის სკოლა და არაა საჭირო გვეშინოდეს ადამიანებისა,

მაგრამ მათ უნდა შევუქმნათ ისეთი პირობები, რომ მათი ნაკრძალებში ყოფნა არ გადაიქცეს ნაკრძალში ყოფნის რეჟიმის უხეშ დარღვევად.

ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებაში აუცილებელია რეგიონული სტრატეგიის შემუშავება, ეკოტურიზმის კრიტერიუმისა და მაჩვენებლების განსაზღვრა, მათი მოგების მექანიზმის შემუშავება და ისეთი სისტემის აგება, რომელიც წინ აღუდგება დაცული ტერიტორიებისათვის ზიანის მიყენებას.

ნაკრძალებში ეკოტურიზმის განვითარება ეფუძნება რამდენიმე მთავარ პრინციპს:

- **სანაკრძალე საქმის საფუძვლების დაცვა** - ეკოლოგიური განათლება და გათვითცნობიერება ნაკრძალებისათვის ახალ სახეობას წარმოადგენს. ეკოლოგიური ტურიზმი უნდა ეყრდნობოდეს სანაკრძალე მეცნიერებისა და პრაქტიკის მთავარ მიღწევებს და არ უნდა ეწინააღმდეგებოდეს სანაკრძალე საქმის საფუძვლებს. ეკოლოგიური ტურიზმი ვითარდება არა მარტო კორპორაციული ნაკრძალების კულტურისა და ეთიკის საფუძველზე, არამედ მდგრადი ეკოლოგიური ტურიზმის საერთაშორისო პრინციპების ბაზაზე.

- **არჩევითობა** - ეკოტურიზმის განვითარება ყველა ნაკრძალისთვის არ არის გამართლებული და მომგებიანი. გადაწყვეტილება იმის შესახებ, რომ მოცემული საქმიანობა განვითარდეს თუ არა კონკრეტულ ნაკრძალში, მიღებული უნდა იქნას ძირფესვიანი ექსპერტული ანალიზის საფუძველზე. ნაკრძალებისთვის მიუღებელია ტურიზმის მასობრივი სახეები. ეკოტურისტების ნაკადი ნაკრძალებში განსაზღვრული უნდა იყოს და მუდმივად რეგულირდებოდეს. ეს გულისხმობს მნახველების კატეგორიის ოპტიმალურ და დეტალურ არჩევას.

- **რეგიონალურ ღირსშესანიშნაობებზე დაყრდნობა** - ეკოტურიზმის განვითარებისათვის უმთავრესად საჭიროა გამოვიყენოთ ნაკრძალების ბუნებრივი ზონები და მიმდებარე ტერიტორიები. ნაკრძალები მოიტანენ მოგებას, თუ გამოვლენ ადგილზე ეკოტურისტული პროგრამების ორგანიზატორების როლში, უზრუნველყოფენ მნახველებს კვალიფიკაციური გიდებით და მეცნიერ-კონსულტანტებით, თავისი თანამშრომლებიდან ან ადგილობრივი მოსახლეობისაგან, დააკმაყოფილებენ მათ სატრანსპორტო მომსახურებით, მოაწყობენ სუვენირების გაყიდვას და მოახდენენ სხვა საექსკურსიო უზრუნველყოფის სახეობების ორგანიზებას:

- **სპეციალიზაცია და კორპორაცია** - ტურისტული მოღვაწეობა ხორციელდება ნაკრძალების მეთოდურ ბაზაზე. სპეციალიზებული, კვალიფიციური ტურისტული სააგენტოების ქსელისა და ტუროპერატორების საშუალებით ხორციელდება მომხმარებელთა არჩევა და ექსკურსიების ორგანიზება;
- ნაკრძალის ბაზაზე ეკოლოგიური ტურიზმის მუშაობისა და განვითარების მიზნით უნდა შემუშავდეს ტურსააგენტოებისა და ტუროპერატორების ლიცენზირებისა და სერთიფიცირების პირობები;
- **შემოსავალი** - ნაკრძალებისათვის მთავარ მიზანს არ წარმოადგენს ეკოტურიზმისაგან შემოსავლის მიღება;
- **მოგება** - მიუხედავად იმისა, რომ ფული არ არის მთავარი, საქმიანობის ეს სახე ნაკრძალებისათვის არ უნდა იყოს მატერიალური ზარალის მომტანი.

როგორც ავლნიშნეთ შემოსავალი არ არის ეკოლოგიური ტურიზმის ერთადერთი შედეგი. ვერანაირი ფული ვერ დაიცავს ეროვნულ პარკს, თუ არ იქნება ლიკვიდირებული ეკოლოგიური დეგრადაციის მიზეზები. ბუნებას მეტწილად ზიანს აყენებენ ადგილობრივი მოსახლეობა, რომელიც იყენებს ბუნებრივ რესურსებს. ტრადიციული სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა, როგორცაა ნადირობა და მიწათმოქმედება, საჭიროა შეიზღუდოს არამარტო დაცული ტერიტორიის ფარგლებში, არამედ რიგ შემთხვევებში მათ ახლოსაც. ამ პრობლემის გადაჭრის ერთ-ერთი ვარიანტია - ტურიზმის ხარჯზე ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლებით უზრუნველყოფა (Kocoplაპოე 2005:32-33).

ეკოტურისტების უზრუნველყოფის მიზნით, ნაკრძალი პროდუქტებს და საქონელს უპირატესად შეისყიდის ადგილობრივი ფერმერებისაგან და ამრიგად ქმნის გასაღების ბაზარს მათი პროდუქციისათვის. საერთაშორისო, ქართული და ადგილობრივი ორგანიზაციების მიერ ფინანსური მხარდაჭერის შემთხვევაში ნაკრძალები უნდა ატარებდეს ანტიბრაკონიერულ კომპანიას. ამ კომპანიის მთავარ მომენტს უნდა წარმოადგენდეს ფერმერებისათვის კომპენსაციის გადახდა მტაცებელი ცხოველების მიერ მოკლული შინაური ცხოველების გამო.

იუნესკოს ბიოსფერული ტერიტორიებისათვის დამახასიათებელ თავისებურებას წარმოადგენს ზონირება. იგი აუცილებელია უზარმაზარი კომპლექსური ტურების ორგანიზებისას.

შიდა ზონირება მოიცავს 3 ზონის გამოყოფას: ბირთვის ზონა, ბუფერული და გარდამავალი ზონები.

**ბირთვის ზონა** - გრძელვადიანი დაცვის ქვეშ მყოფი, ბიომრავალფეროვნების დასაცავად მოწოდებული ერთი ან რამდენიმე ტერიტორია, სადაც გარემოს მდგომარეობის მუდმივი მონიტორინგი წარმოებს;

**ბუფერული ზონა** - არის ტერიტორია, რომელიც მდებარეობს ბირთვის გარშემო, და სადაც ხორციელდება ეკოლოგიურად უსაფრთხო საქმიანობა, ფუნდამენტური და გამოყენებითი მეცნიერული კვლევები, საგანმანათლებლო საქმიანობა, დასაშვებია ეკოლოგიური ტურიზმის განხორციელება;

**გარდამავალი ზონა** - არის ტერიტორია, რომელზეც განლაგებულია დასახლებული პუნქტები და შესაძლებელია სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის ზოგიერთი სახეობის წარმოება: ტერიტორია, რომლის ფარგლებშიც რაციონალური მართვის მიზნით ერთად მოღვაწეობენ ადგილობრივი მოსახლეობა, ადმინისტრაციული და სამეცნიერო დაწესებულებები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, საქმიანი წრეები და სხვა პარტნიორები. ასეთ ტერიტორიას არ გააჩნია ფიქსირებული საზღვრები (მაისურამე... 2008:101).

როგორც ზემოთ აღინიშნა, მსოფლიოში ტრადიციულად მიღებულია ეკოტურისტული საქმიანობის ორი მოდელი: დასავლეთევროპული (გერმანული) და ავსტრალიური. ეკოტურიზმის ფორმირების სტადიაზე მესამე მოდელს შეიძლება ვუწოდოთ ეკოტურიზმის „ქართული“ მოდელი, რომელიც ჩამოჰგავს ავსტრალიურ მოდელს და აქვს დასავლეთევროპული მოდელის რამდენიმე ნიშანიც და ხასიათდება განსაზღვრული სპეციფიკით.

„ქართული“ მოდელი, ისევე როგორც ავსტრალიური, განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიებს განიხილავს, როგორც ძირითად ობიექტს ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებისათვის. მისი მთავარი განმასხვავებელი ნიშანი დასავლეთევროპული და ავსტრალიური მოდელებისაგან, არის სოციალური (სოციალურ-ეკონომიკური) ფაქტორი, ანუ ეკოტურიზმი ადამიანის ბუნებასთან ურთიერ-

თობის სურვილის დაკმაყოფილებისას მოწოდებულია მინიმუმამდე დაიყვანოს ანთროპოგენური დატვირთვა, ხელი შეუწყოს ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობას და აამაღლოს როგორც დამთვალეიერებლების, ისე ადგილობრივების ეკოგანათლებისა და საერთო კულტურის დონე. ბევრი ქართული განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორია ეკოლოგიური ტურიზმის განხორციელებისას იყენებს სწორედ ამ მოდელს.

ქართული ეკოტურიზმის თანამედროვე ეკონომიკური სიტუაცია ამჟამად პრობლემას მისი გადარჩენისა და განვითარებისათვის მსოფლიო ეკოტურიზმის მიმართ კონკურენციის პირობებში, ამიტომ ის ვერ იკავებს ღირსეულ ადგილს მსოფლიო ბაზარზე.

თანამედროვე საქართველოში ეკოტურიზმის გადარჩენასა და განვითარებაში შეიძლება გამოვიყენოთ შემდეგი გადაუჭრელი პრობლემები:

- ეკოლოგიურმა ტურიზმმა ვერ მიიღო ქვეყანაში არსებული ტურისტული რესურსების შესაბამისი განვითარება;
- გაძნელებულია კოორდინაცია სახელმწიფო დონეზე;
- სახელმწიფო ფორმალურად აღიარებს ეკოტურიზმს პრიორიტეტულ სფეროდ და არ უწყვეს მას ფინანსურ დახმარებას;
- შიდა ეკოტურისტული პოტენციალი დიდია, მაგრამ ძალიან მცირეა იმ ადამიანების რაოდენობა, ვინც მისი მომსახურეობით სარგებლობს, ამიტომ არ ხდება მისი სოციალური ფუნქციის რეალიზაცია;
- განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებს შორის ეკოტურიზმის განვითარებისათვის მოქმედებათა კოორდინაციის მექანიზმის არარსებობა, რომელიც გავლენას ახდენს დაგეგმვისა და მართვის პროცესებზე, საქართველოსათვის დღემდე პრობლემას წარმოადგენს, ეკოტურიზმის განვითარებაში ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობის უზრუნველყოფა კი თანამედროვე საერთაშორისო პროგრამებისა და პროექტების შეუცვლელი კომპონენტია. ამ მიმართულების აუცილებლობა განპირობებულია იმით, რომ სწორედ ეკოტურიზმს გააჩნია პოტენციალი უზრუნველყოს ადგილობრივი მოსახლეობა ეკონომიკური სტიმულით, რათა მათ დაიცვან რეგიონის უნიკალური ბუნებრივი რესურსები;

- ტურისტული ფირმებისათვის ნათლად უნდა იყოს განსაზღვრული გაუთვინ-  
ნობიერებელი ეკო-ტურისტული საქმიანობა, სპეციალიზირებული ტუროპერა-  
ტორების არყოლა და ლიცენზიის ჩამორთმევის პირობები, იმ შემთხვევაში, თუ  
ისინი არ იცავენ შემოთავაზებულ წესებს;
- ინფორმაციული ვაკუუმი - ტრადიციული მასმედიების საშუალებების არასაკ-  
მარისი შესაძლებლობა წარმოაჩინონ ბუნებრივი და კულტურულ-ისტორიული  
ობიექტები. არასაკმარისი მონაცემები იმ რეგიონის შესახებ, სადაც უნდა ჩა-  
ტარდეს ეკოტურები და ეკოლოგიურ-საგანმანათლებლო პროგრამები, მცირე  
სპეციალიზირებული ინფორმაცია, როგორცაა, მაგალითად მცენარეთა და  
ცხოველთა სახეობების ჩამონათვალი კომენტარებით, იშვიათი და გადაშენების  
გზაზე მყოფი სახეობების ნუსხა და სხვა; არასაკმარისად გამოიყენება ინტერ-  
ნეტ რესურსები;
- არასაკმარისი ხარისხიანი სარეკლამო-საინფორმაციო მასალები და საშუალებე-  
ბი ეკოტურიზმის საერთაშორისო ბაზარზე გასასვლელად;
- არ არსებობს ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ერთიანი სტრატეგია,  
რომლის დროსაც ეკოტურიზმი ინტეგრირებული იქნებოდა რეგიონალურ, სო-  
ციალურ-ეკონომიკური განვითარების გეგმაში, რომელიც თავისთავად კომ-  
პლექსშია სოფლის მეურნეობის, ტყის მრეწველობის, სამთო მომპოვებელი ინ-  
დუსტრიის, ტრანსპორტის, კულტურის, სპორტის, სასტუმრო ინდუსტრიის,  
ჯანდაცვის, ნარჩენების უტილიზაციისა და სხვათა განვითარების გეგმებთან;
- განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივი ტერიტორიაზე ტურისტული ინფრას-  
ტრუქტურის არარსებობა ან მისი არაადაპტაციური მდგომარეობა წარ-  
მოადგენს ეკოტურიზმის განვითარებისათვის ყველაზე სერიოზულ ხელის-  
შემშლელ წინაღობას, ამიტომ განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტო-  
რიებს არ შესწევთ ძალა ადეკვატურად გააკონტროლოს ეკოტურისტული ნაკა-  
დები. ორგანიზებული ეკოლოგიური ტურისტული მარშრუტების, აღჭურვილი  
ეკობილიკებისა და სათვალთვალო კოშკების არქონა, მათი დაბალი გამოყენე-  
ბითი ხარისხი და სხვა პრობლემები განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტე-  
რიტორიებს ხდის ნაკლებად მიმზიდველსა და პრაქტიკულად არაკონკურენ-

ტუნარიანს ევროპის, ამერიკისა და აფრიკის განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებთან შედარებით;

- დაუხვეწავი კანონმდებლობა, განსაკუთრებით - საგადასახადო პოლიტიკაში, სავიზო სისტემასა და მიწათსარგებლობის კანონებში. დღეისათვის იურდიული და ეკონომიკური პირობები ხელს უშლის ინვესტიციების მოზიდვას ეკოტურიზმის განვითარების საქმეში. ბევრ შემთხვევაში განსაკუთრებულად დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებს არ აწყობს ამ სახეობის ტურიზმის განვითარება, რადგან ისინი იძულებული არიან შემოსავლების უმეტესი ნაწილი გადაუხადონ საგადასახადო სამსახურს, ამიტომ შემოსავლის ძალიან მცირე ნაწილი რჩება ადგილზე. სუსტი ნორმატიულ-მეთოდოლოგიური ბაზა აისახება ეკოტურიზმის სფეროში მართვის ეფექტიანობაზე, რაც პრობლემებს ქმნის ტურისტული მომსახურების ზონების ტერიტორიული დაგეგმარების, ეკოტურისტული ნაკადების რეგულირების, ლიცენზიების გაცემის, საიჯარო ხელშეკრულების ხელმოწერისა და ეკოლოგიური მონიტორინგისას;
- მარკეტინგის დაბალი დონე განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ეკოტურისტული პროდუქტის ფორმირებისას;
- სოფლის მცხოვრებელთა სუსტი სამეწარმეო აქტივობა. მოსახლეობაში საწყისი სამეწარმეო კაპიტალის არარსებობა აფერხებს ადგილობრივი რესურსებისა და შესაძლებლობების ხარჯზე ეკოტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარებას;
- არ არსებობს რეკრეაციული დატვირთვის განმსაზღვრელი და ეკოლოგიური მონიტორინგის ერთიანი მეთოდები;
- არ არსებობს ერთიანი ცივილური სტანდარტები იმ ფასებისა და მომსახურების ფორმირებისათვის, რომლებსაც განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები შეთავაზებენ ეკოტურისტებს. არც ისე იშვიათად შემოთავაზებული მომსახურეობა არ შეესაბამება ფასებს;
- არ არსებობს ეკოტურისტთა სხვადასხვა კატეგორიებისათვის შემუშავებული მარშრუტები, პროგრამები და ეკოტურისტული პროდუქტები, რომლებიც შეესაბამებიან საერთაშორისო ეკოტურისტული ბაზრის სტანდარტებს;
- ფასიანი მომსახურებისა და პროდუქტების მრავალფეროვნების დეფიციტი.



კვლევის შედეგად ჩამოყალიბდა ზოგიერთი სახელმწიფო სტრატეგია და რეკომენდაცია, რომლებიც შეიძლება გამოყენებული იქნას სახელმწიფო/რეგიონულ დონეზე ეკოტურიზმის განვითარების პროგრამული ღონისძიებების სისტემების შექმნისას. საქართველოს რამდენიმე რეგიონში ეკოტურიზმის სახელმწიფო-სტრატეგიული განვითარების პროგრამული სისტემების მუშავეების ეროვნული გამოცდილების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მიუხედავად დასახული მიზნისა და ამოსახსნელი ამოცანების, ანალოგიის გატარების შესაძლებლობის სახელმწიფო მიზნობრივი პროგრამების შემუშავების მეთოდის თანხედომისა, უკიდურესად სუსტადაა გათვალისწინებული სხვა რეგიონების გამოცდილება. ამასთან დაკავშირებით ძირითად პრობლემას, ჩემი აზრით, წარმოადგენს სტრუქტურული ბლოკის სახით ეკოტურიზმის სტრატეგიული განვითარების პროგრამული ღონისძიებების შემუშავების ფორმირებული პროცედურების არარსებობა.

აუცილებელია, რომ პროგრამულ ღონისძიებათა მასშტაბები გამომდინარეობდნენ საინვესტიციო საშუალებებისა და შიგა რესურსების მოზიდვის რეალური შესაძლებლობებიდან.

მუდმივად გასატარებელი ღონისძიებების სისტემამ უნდა უზრუნველყოს პროგრამების რეალიზაციის მაღალი მმართველობა დაკვირვების, ანალიზის, რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პროგნოზების გზით.

ქვემოთ მოყვანილია რეგიონში ეკოტურიზმის სახელმწიფო-სტრუქტურული განვითარების პროგრამული ღონისძიებების სტრუქტურა, რომელიც შედგება ხუთი: ანალიტიკური; პროგნოზული; მიზნობრივი; ორგანიზაციული; რესურსული ბლოკისაგან.

**ანალიტიკური ბლოკი** - იგი წარმოადგენს სტრუქტურის მთავარ დანაყოფს, რომელიც განსაზღვრავს ეკოტურისტული მომსახურების სფეროს მიმდინარე მდგომარეობის, მთლიანად ეკოტურიზმის რეგიონული ინდუსტრიისა და რეგიონის განვითარებაზე ეკოტურიზმის გავლენის ანალიზსა და მათ შემდგომ რანჟირებას, აუცილებლობის ხარისხისა და გადაწყვეტის გზების განსაზღვრის მიხედვით. ბლოკი მოიცავს: რეგიონულ და მსოფლიო ბაზარზე ეკოტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნის ცვლილების ფაქტორებისა და ტენდენციების ანალიზს, ეკოტურისტების მოტივაციებისა და უპირატესობების შესწავლას, საზოგადოებაზე ეკონომიკური და პოლიტიკუ-

რი პროცესების გავლენას; ეკოტურისტული მომსახურების შეთავაზების განმსაზღვრელი საშუალების ანალიზს - არსებული ბუნებრივ-სარესურსო, ინფრასტრუქტურული, ეკონომიკური პოტენციალის შესწავლას შემოთავაზებული მომსახურების სპექტრის გაფართოების მიზნით; გარემოს ანალიზს: - იგი მოიცავს ნორმატიულ-უფლებრივი ბაზის შესწავლას; საერთაშორისო სამეურნეო ურთიერთობების განვითარებას; ეკოტურისტული კომპლექსის სტრუქტურის ანალიზს - ეკოტურისტული დანიშნულების ახალი ობიექტების პროექტირებასა და მათ ურთიერთკავშირს მომსახურე დარგებთან, არსებული ობიექტების რეკონსტრუქციას, პროფილის შეცვლას ან საერთოდ გაუქმებას, საქმიანობის ახალი სახეობების შემოტანას; რესურსების პოტენციალის ანალიზს - მოცემული რეგიონის განვითარების პერსპექტივებისა და სხვადასხვა ეკოტურისტული მომსახურების შეთავაზების შესაძლებლობების განსაზღვრას, ეკოტურიზმის ინდუსტრიის ობიექტების დაკომპლექტების ტერიტორიულ და ფუნქციონალურ დაგეგმვას; სამშენებლო, ბუნებისდაცვითი, სოციალური ფაქტორებისა და მათი პროგრამული ღონისძიებების გათვალისწინებით, რეალიზაციის წინაპირობებისა და შედეგების ანალიზს.

**პროგნოზული ბლოკი** - ჩატარებული ანალიზის საფუძველზე ვლინდება ეკოტურიზმის განვითარების ის პერსპექტიული მაჩვენებლები, რომლებიც მიღწეული უნდა იქნას შესაბამისი პროგრამული ღონისძიებების რეალიზაციით; მოთხოვნის მოცულობის ცვლილების პროგნოზირება და რეგიონალური ეკოტურისტული პროდუქტის დივერსიფიკაციის შედეგად ეკოტურისტული მომსახურების შეთავაზება, შეთავაზებული მომსახურების ხარისხის ამაღლება, სეზონურობის პრობლემის გადაწყვეტა და ა.შ; ეკოტურისტული ინდუსტრიის ახალი ობიექტების შემოყვანის შედეგად ეკოტურისტული მომსახურების ბაზრის მოცულობის ცვლილების პროგნოზირება; ინფრასტრუქტურულ, ადამიანურ რესურსებსა და ინვესტიციური უზრუნველყოფის პარამეტრებისა და რეგიონული ეკონომიკის შემდგომი განვითარების პროგნოზირება, სპეციალიზაციის ფაქტორების მხედველობაში მიღებით.

**მიზნობრივი ბლოკი** - მიზნობრივი პროგრამული ღონისძიებები, ისინი მოიცავენ: ეკოტურისტული კომპლექსების მართვის სისტემების სრულყოფას; ეკოტურისტული რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პრობლემების გადაწყვეტას; ეკოტურისტული მომსახურების ახალი სახეობების განვითარებას. ახალი რე-

სურსების მოზიდვა, ეკოტურისტული საზღვრების ათვისების გაფართოებას; ახალი ეკოტურისტული ტერიტორიების ათვისებასა და ინჟინერულ-ტექნიკურ უზრუნველყოფას; ეკოტურისტული დანიშნულების არსებული ობიექტების რეკონსტრუქციასა და მოდერნიზაციას; ეკოტურისტული სფეროს მომსახურე დარგების (სოფლის მეურნეობა, კვებისა და მსუბუქი მრეწველობა, საწარმოო და სოციალური ინფრასტრუქტურა) მხარდაჭერას.

**ორგანიზაციული ბლოკი** - მოიცავს პროგრამული ღონისძიებების რეალიზაციის ორგანიზაციული უზრუნველყოფისათვის მუდმივად ჩასატარებელი ღონისძიებების ჩამონათვალს; პროგრამული ღონისძიებების რეალიზაციაში მონაწილეთა განსაზღვრას და მათი განხორციელების ეტაპების შესრულების კონტროლს; პროგრამული ღონისძიებების მსვლელობისას ეკონომიკური, სოციალური, ეკოლოგიური სიტუაციის ცვლილებაზე დაკვირვებასა და ამ ღონისძიებების აუცილებელ რეგულირებას; ინფორმაციული საჯაროობის უზრუნველყოფას.

**რესურსული ბლოკი** - აქ ხდება ეკოლოგიური მომსახურებისა და მთლიანად ტურინდუსტრიის სფეროების განვითარებისათვის რესურსებით უზრუნველყოფის პრინციპების განსაზღვრა; მოცემული რეგიონის ეკოტურიზმის სფეროს საინვესტიციო მიმზიდველობის უზრუნველყოფისათვის სხვადასხვა საშუალებების შემუშავება (რეგიონში მოთხოვნების რეკლამა, ისეთი რეგიონალური საინფორმაციო-ანალიტიკური ბაზის შექმნა, რომელიც შეიცავს ინფორმაციას ტურიზმის სფეროსათვის საინტერესო ობიექტების შესახებ. ბაზა შეიძლება მოცემული იყოს ნაბეჭდი გამოცემის, მაგალითად კატალოგების და ინტერნეტის სახით, გამოფენა-გაყიდვებში მონაწილეობის - მათ შორის პოტენციურ პარტნიორებთან კონტაქტის დამყარების მიზნით გააქტიურება, PR- ტექნოლოგიების გამოყენება რეგიონის დადებითი იმიჯის ფორმირებასთან დაკავშირებული ღონისძიებების გატარებისას); ცალკეული ღონისძიებების ფინანსირების მოცულობისა და წყაროების განსაზღვრა. ტურიზმის სფეროში საგადასახადო სისტემების სრულყოფისათვის ჩვენ გთავაზობთ შემოვიღოთ შემდეგი საგადასახადო საშუალებები: შევცვალოთ გადასახადი, რომელიც ემატება იმ ტუროპერატორთა მომსახურების ღირებულებას, რომლებიც მუშაობენ შიდა ბაზარში და შემოვიღოთ გადასახადი მოგებაზე – ეს შეეხება ტუროპერატორებს სახელმწიფო რეგისტრაციის გავლიდან მოღვაწეობის პირველი სამი წლის განმავლობაში; ეკოლოგიური

უსაფრთხოებისა და ბუნების დაცვითი ნორმების დაცვის გათვალისწინებით ბუნებრივ რესურსებში დამატებითი მოთხოვნების განსაზღვრა; პროგრამული ღონისძიებების (სამეცნიერო, მართვითი, შრომითი რესურსები) რეალიზაციისათვის ადამიანური რესურსების მოთხოვნის განსაზღვრა.

საქართველოს ეკოტურისტული ბაზარი მრავალმხრივ საჭიროებს სახელმწიფო მხარდაჭერას. ობიექტური და სუბიექტური სიძნელეების მიუხედავად, ქვეყანაში ეკოლოგიური ტურიზმი ვითარდება და სულ უფრო და უფრო გამოკვეთილ ფორმას იძენს. ამ პროცესებში არსებით დადებით როლს თამაშობს ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა:

- რიგი საერთაშორისო ორგანიზაციების მხარდაჭერა და დახმარება;
- მონაწილეთა გაერთიანება ეროვნული ასოციაციებისა და ფონდების შექმნის გზით;
- მიზნობრივი კონფერენციებისა და სამიტების ჩატარება.

ეკოლოგიური ტურიზმის სფეროსათვის სპეციალისტების მომზადება წარმოადგენს უმნიშვნელოვანეს პირობას დარგის წარმატებული განვითარებისათვის.

საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების მიზანს წარმოადგენს იმ ცალკეული რეგიონების ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება, რომელიც ადგილობრივი მოსახლეების ცხოვრების დონის გაუმჯობესების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ალტერნატივას წარმოადგენს.

#### **ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან შეიძლება შემდეგი დასკვნების გაკეთება:**

1. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების უმნიშვნელოვანეს პრინციპებს წარმოადგენს რესურსების დეგრადაციის და გარემოსთვის ზიანის მიყენების თავიდან აცილების აუცილებლობა; ადგილობრივი მოსახლეობისა და მრეწველობისათვის რესურსების გრძელვადიანი სარგებლობა; მორალური და ეთიკური პასუხისმგებლობის ჩამოყალიბება და ქცევის ნორმების შენარჩუნება ბუნებრივი და კულტურული გარემოს მიმართ; ინფრასტრუქტურის განვითარება; უცხოური ვალუტის კონვერტაციით მიღებული შემოსავლების ზრდა.

2. დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები საკვანძო როლს თამაშობენ ეკოტურისტულ სტრატეგიაში მათი სპეციფიკური ბუნებრივ-კულტურული მახასიათებლების გამო.
3. სპეციფიკური ქართული პირობების გათვალისწინებით ეკოტურისტული სტრატეგიის დაგეგმვისა და რეალიზაციის დროს საჭიროა ეკოტურისტული საქმიანობის „ქართულ“ მოდელზე დაყრდნობა, რომელიც თავისთავად დასავლეთევროპული და ავსტრალიური მოდელების გარკვეულ ნაზავს შეიძლება წარმოადგენდეს.
4. საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიების შემუშავებამ და რეალიზაციამ უნდა გადაჭრას ის მთელი რიგი ნორმატიული, ორგანიზაციული, საფინანსო და სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, რომლებიც დღეს ახასიათებს მოცემულ დარგს.
5. თანამედროვე ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგია უნდა ეყრდნობოდეს ხუთ ბლოკს, ესენია: ანალიტიკური, პროგნოზული, მიზნობრივი, ორგანიზაციული და რესურსული.

## დასკვნები და წინადადებები

განხორციელებულმა კვლევებმა დაამტკიცა, საქართველოში, კერძოდ აჭარის რეგიონში, ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირების აუცილებლობა.

ეკოლოგიური ტურიზმის სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობის აღიარება მსოფლიოს ბევრ ქვეყანასა და რეგიონში მისი განვითარების მიზეზი გახდა. ეკოტურიზმი სულ უფრო და უფრო ხდება ადამიანის დასვენების მასობრივი ფორმა და მისი ცხოვრების ხარისხის სრულყოფის აუცილებელი საშუალება.

საქართველოს აქვს დიდი პოტენციალი ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარებისათვის, რაც განპირობებულია მრავალფეროვანი უნიკალური ბუნებრივი ლანდშაფტებით, რომლებსაც ურბანიზაციისა და კულტურიზაციის პროცესი არ შეხება, თუმცა საქართველოს ეკოლოგიური ტურიზმის რესურსები დღემდე ფრაგმენტულად ვითარდება. კვლევის შედეგების მიხედვით შეიძლება გავაკეთოთ დასკვნები და შევიმუშავოთ შემდეგი სახის წინადადებები ქვეყანაში ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირებასა და რეალიზაციასთან დაკავშირებით:

1. ეკონომიკური ზრდა, სოციალური პროგრესი, სატრანსპორტო საშუალებების სრულყოფა, დასაქმებულთა თავისუფალი დროის გადიდება, სახელმწიფოთა შორის ეკონომიკური და კულტურული ურთიერთობების გაძლიერება, ტექნოლოგიური პროგრესი ტელეკომუნიკაციების სფეროში, სასაზღვრო რეჟიმის შერბილება ხელს უწყობს ტურიზმის ეკონომიკური როლის ზრდას საერთაშორისო დონეზე;
2. ტურიზმის განათლების სისტემის ჩამოყალიბება, სოციალურ-კულტურული და ეკოლოგიური ფაქტორების გავლენის გაცნობიერება, შემოსვლითი ტურიზმის სტიმულირება, განთავსების საშუალებათა მაღალი სტანდარტების უზრუნველყოფა, სატრანსპორტო საშუალებათა სერვისის რაციონალიზაცია, ტურისტული რესურსების გამოყენების ოპტიმალურობა - ესაა ის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური პრობლემები, რომლებიც ტურიზმის დარგის განვითარების პროცესში უნდა გადაიჭრას;
3. დემოგრაფიული კომპონენტი ტურიზმის დარგის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ელემენტია, რადგან იგი ზემოქმედებს ტურისტული პროდუქტის ბაზრის

როგორც მოთხოვნის, ისე მიწოდების მხარეზე. დემოგრაფიული პროცესები ერთი მხრივ, ემსახურებიან დარგის ადამიანური რესურსებით უზრუნველყოფის საკითხის გადაჭრას, მეორე მხრივ, თანამედროვე დემოგრაფიული ტენდენციები ცვლიან ტურისტული პროდუქტის შინაარსსა და მიმართულებას, აიძულებენ ტურიზმის სფეროში მოქმედ ეკონომიკურ აგენტებს მეტი ყურადღება მიაქციონ ტურისტული პროდუქტის რეკრეაციულ-გამაჯანსაღებელ და ეკოლოგიურ ელემენტებს;

4. მსოფლიოში მიმდინარე თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური პროცესები უზრუნველყოფენ პიროვნების თავისუფალი დროისა და მის ხელთ არსებული ფინანსური რესურსების მოცულობის გადიდებას, რაც პირდაპირ კავშირშია მოგზაურობათა ინტენსივობის ზრდასთან. ვიზიტორთა ოდენობის გადიდება, თავის მხრივ, დადებითად მოქმედებს ტურისტული ტერიტორიების სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაზე ადგილობრივი მოსახლეობისა და საბიუჯეტო შემოსავლების, დასაქმების და ადგილობრივი დარგების განვითარების ტემპების გადიდების თვალსაზრისით, თუმცა ამ ზემოქმედებას გააჩნია ასევე უარყოფითი მხარე ეკოლოგიური ბალანსის დარღვევის მხრივ. მზარდი ტურისტული ნაკადების უარყოფითი ზემოქმედება ეკოლოგიურ ბალანსზე შეიძლება დაფიქსირდეს არა მარტო ტიპიურ ბუნებრივ ტურისტულ კომპლექსებში, არამედ ურბანულ ტერიტორიებზეც. ადგილობრივი ეკოსისტემა გარკვეულ დონემდე ახორციელებს ტურისტული ნაკადის მავნე ზემოქმედების უტილიზაციას, მაგრამ ამ დონის მიღწევის შემდეგ ეკოლოგიური ბალანსი შეუქცევად რღვევას იწყებს და მისი აღდგენა შემდგომში ძალიან რთული ან შეუძლებელი ხდება;
5. ტურისტული შემოსავლების მაღალი დონის გამო, ადგილობრივმა საზოგადოებამ და თვითმმართველობამ შესაძლოა სწორედ იმ მომენტში მოადუნონ ყურადღება ეკოლოგიური პრობლემების მიმართ, როდესაც ამ პრობლემებს ყველაზე მეტი ყურადღება ესაჭიროებათ;
6. ტურისტული დანახარჯებიდან ბიუჯეტში შესული თანხები შეიძლება მოხმარდეს ეკოლოგიური ბალანსის აღდგენას, თუმცა წარმოიშობა კითხვა იმის თაობაზე, საკმარისი იქნება თუ არა ეს თანხები დარღვეული ეკოლოგიური ბა-

ლანსის აღდგენისათვის, რომელიც, როგორც წესი გრძელვადიანი და დიდ და-  
ნახარჯებთან დაკავშირებული პრობლემაა;

7. ეკოლოგიური ტურიზმი უზრუნველყოფს გარემოს შენარჩუნებას, ეკოლოგიურ განათლებას, გარემოს მდგომარეობის შესახებ მონაცემთა ბაზის შექმნა-განახ-  
ლებას, ეკოლოგიურ კანონდარღვევებზე კონტროლის გაძლიერებას;
8. ეკოტურიზმის წარმატებული განვითარებისა და ტურისტული პოტენციალის  
სრული გამოყენებისათვის მკაცრად უნდა იყოს განსაზღვრული და რეგული-  
რებული ტურისტული ნაკადების მოცულობა დაცული ტერიტორიებსა და  
ეროვნულ პარკებში, უნდა მოხდეს ტერიტორიის ზონირება, მარშრუტი უნდა  
დაიგეგმოს და განხორციელდეს ბუნებრივი რესურსების შენარჩუნებისა და  
კონტროლის პრინციპებიდან გამომდინარე, ხოლო განთავსების ადგილების  
მშენებლობა უნდა განხორციელდეს მიმდებარე ტერიტორიებზე. ეკოტურიზმი-  
დან მიღებული შემოსავალი არა მხოლოდ დაცული ტერიტორიების შენარჩუ-  
ნებაზე, არამედ ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მოთხ-  
ოვნების დაკმაყოფილებისაკენ უნდა იყოს მიმართული;
9. საქართველოში ფართოდ გავრცელებული თვითშემოქმედებითი ეკოლოგიური  
ტურები შესაბამისი დაგეგმვისა და სტრატეგიული მიდგომის გარეშე, შეიძლე-  
ბა გარემოსათვის ზიანის მომტანი იყოს. დაცულ ბუნებრივ ტერიტორიებზე  
ეკოტურების ჩატარებისას აუცილებელია მკაცრი კონტროლი. ბუნებრივი ტე-  
რიტორიების მონახულებისას, აუცილებელ პირობად გვევლინება მყარი ტუ-  
რისტული საქმიანობა, ქცევის გარკვეული წესებისა და რეკრეაციული ტევა-  
დობის ნორმატივების დაცვა, რათა თავიდან ავიცილოთ ეკოსისტემის დიგრე-  
სია;
10. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის შემუშავებისა და რეა-  
ლიზაციის დროს მნიშვნელოვანია მხედველობაში მიღებულ იქნას ეკოტურიზ-  
მის დადებითი და უარყოფითი შედეგები. გონივრული ეკოტურისტული სტრა-  
ტეგია შეიძლება გახდეს საფუძველი იმისა, რომ ტერიტორიის ეკონომიკიდან,  
ეკოტურისტული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლების „გაჟონვა“ მინიმუ-  
მამდე იქნება დაყვანილი. ეკოტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვანია გარე-  
მოსდაცვითი, სოციალური და ეკონომიკური თვალსაზრისით, რადგან საქმია-



ნობის მოცემულ სახეს გააჩნია განსაკუთრებული თვისება, გადაჭრას კონკრეტულ ტერიტორიაზე არსებული მრავალი განსხვავებული სახის პრობლემა;

11. ეკოტურიზმის განვითარება საჭიროებს მთელი რიგი ამოცანების გადაჭრას, რომელთა შორისაცაა საკანონმდებლო რეგულირება, პროგრამულ-მიზნობრივი განვითარება, მხარდამჭერი ინფრასტრუქტურის შექმნა, სახელმწიფოს როლის განსაზღვრა, ტერიტორიებზე სხვადასხვა სახის ქონებრივი ურთიერთობების მოწესრიგება, დარგის განვითარების ფაქტორებზე მუდმივი მონიტორინგი, უსაფრთხო და რაციონალური ბუნებათსარგებლობის უზრუნველყოფა, დარგში მცირე ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა, ეფექტიან სახელმწიფო დონისძიებათა დაგეგმვა, დაფინანსება და რეალიზაცია, ადგილობრივი რესურსული პოტენციალის ეფექტიანი გამოყენება;
12. მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტურების არსებობა ეკოტურისტულ ბაზარზე საერთაშორისო კონკურენციაში გამარჯვების ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი წინაპირობაა. ხარისხიანი ეკოლოგიური ტურის ერთ-ერთი შემადგენელი ელემენტი მრავალფეროვანი ინფორმაციაა, რომელიც მიეწოდება ტურისტს სხვადასხვა ფორმით ეკოტურისტული მოგზაურობის გამარტივების მიზნით. მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტური გულისხმობს პროფესიონალური კადრების არსებობას. გაყიდვამდელი და გაყიდვის შემდგომი სერვისი მაღალი ხარისხის ეკოლოგიური ტურისტული პროდუქტის კიდევ ერთი შემადგენელი ნაწილია. ეკოლოგიური ტურის ტურისტების მოთხოვნების შესაბამისობა ასევე გულისხმობს ტურში ისეთი ელემენტების არსებობას, როგორებიცაა ეკოლოგიური განათლება და ეკოტურისტების ჩართულობა;
13. მნიშვნელოვანია, ეკოტურისტული სტრატეგიების დაგეგმვისა და რეალიზაციისას გათვალისწინებული იყოს პრინციპი, რომლის თანახმადაც ეკოლოგიური ტურის ყოველი ელემენტი, დაწყებული განთავსებიდან, დამთავრებული სანახაობებით შესაბამებოდეს მაღალი ხარისხის სტანდარტებს, რაც ტურის მთლიანი ხარისხის მაჩვენებელი იქნება. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ამ პრინციპის დაცვა განთავსების საშუალებებთან დაკავშირებით. ადამიანური ურთიერთობის ხელოვნება მაღალხარისხიანი ეკოლოგიური ტურის კიდევ ერთ კომპონენტს წარმოადგენს;

14. სარეკლამო სტრატეგია ეკოლოგიური ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ერთიანი სტრატეგიის უმნიშვნელოვანეს ელემენტს წარმოადგენს. ეკოტურისტული სტრატეგიის ფარგლებში რეალიზებული სარეკლამო სტრატეგია ქვეყანაში მოქმედი საკანონმდებლო აქტების ჩარჩოებში უნდა ხორციელდებოდეს. ეკოტურისტული სტრატეგიის რეალიზაციის სხვადასხვა ეტაპს სხვადასხვა სახის სარეკლამო ღონისძიებები შეესაბამება. ეკოტურისტული სარეკლამო სტრატეგია ეკოტურისტული პროდუქტის მრავალფეროვან მომხმარებელზე უნდა იქნას ორიენტირებული. ეკოტურისტული სარეკლამო სტრატეგია უნდა მოიცავდეს მნიშვნელოვან ეკოლოგიურ ინფორმაციას;
15. ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების უმნიშვნელოვანეს პრინციპებს წარმოადგენს რესურსების დეგრადაციის და გარემოსთვის ზიანის მიყენების თავიდან აცილების აუცილებლობა; ადგილობრივი მოსახლეობისა და მრეწველობისათვის რესურსების გრძელვადიანი სარგებლობა; მორალური და ეთიკური პასუხისმგებლობის ჩამოყალიბება და ქცევის ნორმების შენარჩუნება ბუნებრივი და კულტურული გარემოს მიმართ; ინფრასტრუქტურის განვითარება; უცხოური ვალუტის კონვერტაციით მიღებული შემოსავლების ზრდა;
16. დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები საკვანძო როლს თამაშობენ ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიაში მათი სპეციფიკური ბუნებრივ-კულტურული მახასიათებლების გამო;
17. სპეციფიკური ქართული პირობების გათვალისწინებით ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიის ფორმირებისა და რეალიზაციის დროს საჭიროა ეკოტურისტული საქმიანობის „ქართულ“ მოდელზე დაყრდნობა, რომელიც თავისთავად დასავლეთევროპული და ავსტრალიური მოდელების გარკვეულ ნაზავს შეიძლება წარმოადგენდეს;
18. საქართველოში ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიების ფორმირებამ და რეალიზაციამ უნდა გადაჭრას ის მთელი რიგი ნორმატიული, ორგანიზაციული, საფინანსო და სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები, რომლებიც დღეს ახასიათებს მოცემულ დარგს. თანამედროვე ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგია

უნდა ეყრდნობოდეს ხუთ ბლოკს, ესენია: ანალიტიკური, პროგნოზული, მიზნობრივი, ორგანიზაციული და რესურსული;

19. შემოსვლითი და გასვლითი ტურიზმის ორგანიზაციულ-ეკონომიკური და სოციალური პრობლემის გადასაჭრელად აუცილებელია: სამუშაოების მკვეთრი გაუმჯობესება უცხოელი ტურისტების მოსაზიდად, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი ზრდა და შრომისუნარიანი მოსახლეობის დასაქმება;
20. მდგრადი რეგიონული განვითარების პროცესში სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს გარემოს დაცვისა და საზოგადოების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ინტერესების იმგვარი თანაფარდობა, რომელიც ხელს შეუწყობს ადამიანთა კონსტიტუციით გარანტირებული უფლების რეალიზაციას - იცხოვრონ და ისარგებლონ ჯანსაღი გარემოთი;
21. დაცული ტერიტორიების შექმნისა და მართვის პროცესში გათვალისწინებული უნდა იქნეს ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალური, ეკონომიკური და კულტურული უფლებები, წეს-ჩვეულებები და ტრადიციები;
22. ეკოტურიზმის წარმატებული განვითარებისათვის და ტურისტული პოტენციალის სრული გამოყენებისათვის აუცილებელია: დაცული ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებში ტურისტული ნაკადების მოცულობა მკაცრად იყოს განსაზღვრული და რეგულირებული; ასევე მნიშვნელოვანია დაცული ტერიტორიების ზონირება; თუ მარშრუტები ხორციელდება უშუალოდ დაცულ ტერიტორიებზე, მაშინ მარშრუტის დაგეგმვა და განხორციელება უნდა მიმდინარეობდეს, ისე, რომ შესაძლებელი იყოს ბუნებრივი რესურსების შენარჩუნება და კონტროლის განხორციელება;
23. ეკოტურიზმის განვითარება არ საჭიროებს დაცულ ტერიტორიებზე ახალი სასტუმროების მშენებლობას. ეკოტურისტების განთავსება უნდა მოხდეს არა დაცულ ტერიტორიაზე, არამედ ირგვლივ არსებულ დასახლებულ პუნქტებში. ყველა ეს ღონისძიება შესაძლებელს გახდის მინიმუმამდე დაიყვანოს გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენა;
24. ორგანიზაციული და ეკონომიკური ხასიათის ღონისძიებებით უზრუნველყოფისას, ადგილობრივი ტერიტორიის ბუნებრივი ობიექტების არსებული პო-

ტენცილის გათვალისწინებითა და მისი დაცვის უზრუნველყოფით, ეკოტურიზმს შეუძლია გახდეს მოსახლეობის სამეწარმეო საქმიანობის უმთავრესი სფერო;

25. რეგიონის ადმინისტრაციის მიერ უნდა მოხდეს დაცული ტერიტორიების მიმდებარე ტერიტორიებზე მცხოვრები მოსახლეობის ჩართვა ტურისტულ საქმიანობაში. დაცული ტერიტორიების კატეგორიების განსაზღვრისა და შექმნის პროცესში გათვალისწინებული უნდა იქნეს ადგილობრივი თვითმართველობისა და მოსახლეობის ინტერესები. ეკოტურიზმის განვითარებაში ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობის უზრუნველყოფა არის თანამედროვე საერთაშორისო პროგრამებისა და პროექტების შეუცვლელი კომპონენტი. ამ მიმართულების აუცილებლობა განპირობებულია იმით, რომ სწორედ ეკოტურიზმს გააჩნია პოტენციალი უზრუნველყოს ადგილობრივი მოსახლეობა ეკონომიკური სტიმულით, რათა მათ დაიცვან რეგიონის უნიკალური ბუნებრივი რესურსები;

26. ტურისტული მომსახურების ხარისხს, სერვისს, სერვისულ მომსახურებასა და სერვისის პირობებს შორის ურთიერთკავშირის უზრუნველყოფა ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირებისათვის წარმოადგენს ორგანიზაციულ-ეკონომიკურ საფუძველს;

27. ეკოტურიზმის პოპულარიზაციისათვის აუცილებელია ისეთი აქციების ჩატარება, როგორცაა „ეკოლოგიური ტურიზმის დღე“, „ტურიზმი და ეკოლოგია“ და „ეკოლოგიური მუსიკის ფესტივალი“, „ეკოლოგიური ტურიზმის დღე“ და ა.შ.;

28. ეკოლოგიური ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების ერთ-ერთი მთავარი ამოცანაა - ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების გათვალისწინებით მოდელური პროექტების შექმნა, რომელთა განხორციელებისას შეიძლება მივიღოთ რეალური სოციალურ-ეკონომიკური სარგებელი;

29. ეკოტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირება არსებითადაა დამოკიდებული არა მარტო რეგიონის ეკოლოგიური წონასწორობის პარამეტრებზე, არამედ მასში შესაბამისი შრომითი რესურსების არსებობაზე, რეგიონში სასტუმრო, სატრანსპორტო და სხვა დამატებითი რესურსების მოცულობაზე, რომ-

- ლებზეც მოთხოვნა წარმოიშობა ეკოლოგიური ტურიზმის სხვადასხვა პროგრამების ორგანიზებასთან დაკავშირებით;
30. ტურისტული ფირმებისათვის ნათლად უნდა იყოს განსაზღვრული გაუთვინობიერებელი ეკო-ტურისტული საქმიანობა, სპეციალიზირებული ტუროპერატორების არყოლა და ლიცენზიის ჩამორთმევის პირობები, იმ შემთხვევაში, თუ ისინი არ იცავენ შემოთავაზებულ წესებს;
31. უნდა შეიქმნას ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების ერთიანი სტრატეგია, რომლის დროსაც ეკოტურიზმი ინტეგრირებული იქნება რეგიონულ, სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების გეგმაში, რომელიც თავისთავად კომპლექსშია სოფლის მეურნეობის, ტყის მრეწველობის, სამთო მომპოვებელი ინდუსტრიის, ტრანსპორტის, კულტურის, სპორტის, სასტუმრო ინდუსტრიის, ჯანდაცვის, ნარჩენების უტილიზაციისა და სხვათა განვითარების გეგმებთან;
32. მასმედიაში უნდა წარმოაჩინოს ბუნებრივი და კულტურულ-ისტორიული ობიექტები, სრულყოფილი მონაცემები რეგიონის შესახებ, სადაც უნდა ჩატარდეს ეკოტურები და ეკოლოგიურ-საგანმანათლებლო პროგრამები;
33. ეკოტურისტთა სხვადასხვა კატეგორიებისათვის უნდა შემუშავდეს ისეთი მარშრუტები, პროგრამები და ეკოტურისტული პროდუქტები, რომლებიც შეესაბამებიან საერთაშორისო ეკოტურისტული ბაზრის სტანდარტებს;
34. უნდა შეიქმნას ერთიანი ცივილური სტანდარტები იმ ფასებისა და მომსახურების ფორმირებისათვის, რომლებსაც განსაკუთრებულად დაცული ტერიტორიები შესთავაზებენ ეკოტურისტებს. შემოთავაზებული მომსახურეობა უნდა შეესაბამებოდეს ფასებს;
35. აუცილებელია, რომ პროგრამულ ღონისძიებათა მასშტაბები გამომდინარეობდეს საინვესტიციო საშუალებებისა და შიგა რესურსების მოზიდვის რეალური შესაძლებლობებიდან;
36. მუდმივად გასატარებელი ღონისძიებების სისტემამ უნდა უზრუნველყოს პროგრამების რეალიზაციის მაღალი მმართველობა დაკვირვების, ანალიზის, რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პროგნოზების გზით;
37. შემოთავაზებული მეთოდები, მიდგომები, ეკოტურების კლასიფიკაცია შეიძლება რეკომენდებული იქნას გამოყენებისათვის ეკოლოგიური ტურიზმის გან-

ვითარებისათვის რეგიონულ ან ადგილობრივ სტრატეგიულ პროგრამებში, რაც ხელს შეუწყობს მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებასა და ეკონომიკურ ზრდას. გამოკვლევების შედეგები შეიძლება გამოყენებული იქნას ტურისტული ფირმების მიერ ტუროპერატორულ საქმიანობაში, ეკოლოგიური მიმართულების ექსკურსიების ჩატარებისას და ტურისტული სფეროს სპეციალისტების მოსამზადებელ სასწავლო პროცესებში.

## გამოყენებული ლიტერატურა:

- 1. ახალი 2012:** ახალი 7 დღე „საზოგადოებრივ-პოლიტიკური ინტერნეტ გაზეთი“, ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ხელმძღვანელის მ. სიდამონიძის ინტერვიუ, [www.7days.ge](http://www.7days.ge), <http://7days.ge/index2.php?newsid=10687>  
ინფორმაციის განთავსების თარიღი 10.08.2012 წ  
ინფორმაციის გაცნობის თარიღი 02.03.2013 წ;
- 2. ბარათაშვილი... 2011:** ბარათაშვილი ევგენი, რამიშვილი ვალერი, ბაიდოშვილი დავით, „საინვესტიციო მენეჯმენტი საქართველოს სამთო ტურიზმის განვითარებაში“, მონოგრაფია, გამომცემლობა შპს „თეკა & კომპანია“, თბილისი;
- 3. ბერიძე... 2001:** ბერიძე როსტომ, ბერიძე ზაურ, „ტურიზმის რეგიონული განვითარების სტრატეგია“, საქართველოს რეგიონების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების მიმართულებები გარდამავალ პერიოდში. სესპსკი, ბათუმი-თბილისი;
- 4. ბერიძე... 2012:** ბერიძე როსტომ, გოგელია მამუკა, „დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების ეკოტურისტული პოტენციალი და მისი გამოყენების პრობლემები“, III საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 2-3 ივნისი, ბათუმი;
- 5. ბირჟაკოვი 2004:** ბირჟაკოვი მიხეილ, „ტურიზმის თეორია“, გამომცემლობა „შპს ფოტონი“, თბილისი;
- 6. გელდნერი ... 2013:** ჩარლზ რ. გელდნერი; ჯ.რ. ბრენტ რითჩი, „ტურიზმი - საფუძვლები - პრაქტიკა - თეორია, გამომცემლობა „ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი“, საქართველო

ველო;

7. გოგელია 2012ა: გოგელია მამუკა, „თანამედროვე ტენდენციები ეკოტურიზმში“, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის, ევროპული სასწავლო უნივერსიტეტის და ახალციხის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტის საერთაშორისო რეცენზირებადი და რეფერირებადი სამეცნიერო ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, სექტემბერ-ოქტომბერი, თბილისი;
8. გოგელია 2010: გოგელია მამუკა, „ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში“, I საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, შავი ზღვის ტექნიკური უნივერსიტეტი, 5-6 ივნისი, ბათუმი;
9. გოგელია 2010ა: გოგელია მამუკა, „ეკოტურიზმი და მისი განვითარების პერსპექტივები“, აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის შრომები „ინოვაციური ტექნოლოგიები და თანამედროვე მასალები, ქუთაისი;
10. გოგელია... 2011: გოგელია მამუკა, კორძაია ირაკლი, ცეცხლაძე ცირა, „ეკოლოგიური ტურიზმის მართვის საფუძვლები“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, საქართველოს ეკონომიკური განათლებისა და განვითარების ცენტრი, საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების ტენდენციები თანამედროვე ეტაპზე, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 24-25 სექტემბერი, ბათუმი;
11. გოგელია... 2011ა: გოგელია მამუკა, კორძაია ირაკლი, II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და



ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 4-5 ივნისი, ბათუმი;

12. გოგელია... 2012: გოგელია მამუკა, ცეცხლამე ცირა, „ტურიზმის გავლენა ბუნებაზე“, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს-ინჟინერინგის ფაკულტეტის, ევროპული სასწავლო უნივერსიტეტის და ახალციხის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტის საერთაშორისო რეცენზირებადი და რეფერირებადი სამეცნიერო ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, მაისი-ივნისი, თბილისი;
13. დევაძე ...2012: დევაძე ანზორ., გრძელიშვილი ნოდარ., „ტურიზმი საქართველოში - არსებული მდგომარეობა, პრობლემები და პერსპექტივები“, მონოგრაფია, თბილისი;
14. დემოგრაფიული... 2012 საქართველოს ბუნებრივი რესურსები და გარემოს დაცვა, სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, თბილისი;
15. თოდუა 2006: თოდუა ნუგზარი, ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და მისი განვითარების სტრატეგიები აჭარაში, მონოგრაფია, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი 2006
16. კობალაძე 2010: კობალაძე ლევან, საქართველოს ტურიზმისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოკლევადიანი და გრძელვადიანი განვითარება.  
[http://www.gvg.ge/attachments\\_p2/38.pdf](http://www.gvg.ge/attachments_p2/38.pdf);
17. კუპრაშვილი 2011: კუპრაშვილი ნათია, „მედიის როლი შიდა და გარე ტურიზმის განვითარებაში რეგიონული ტელეკომპანიების ბაზაზე განხორციელებული და დაგეგმილი პროექტების მაგალითზე“, II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭა-

რის ა.რ ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 4-5 ივნისი, ბათუმი;

18. მაისურაძე... 2008: მაისურაძე დ., ვერბეცვი ი., ხუციშვილი თ., „ეკოლოგიური ტურიზმის საფუძვლები“, გამომცემლობა „საარი“, თბილისი;
19. მარგველაშვილი 2002: მარგველაშვილი მაია, ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგია საქართველოში, დისერტაცია, თსუ, თბილისი 2002
20. მელაძე 2012: მელაძე მაია, „ეკოტურიზმი დაცულ ტერიტორიებზე, III საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 2-3 ივნისი, ბათუმი;
21. მეტრეველი 2008: მეტრეველი მარინა, „ტურიზმი და გარემოს დაცვა (ეკოტურიზმის საფუძვლები), გამომცემლობა შპს „ფორმა“, თბილისი;
22. მეტრეველი 2012: მეტრეველი მარინა, „გარემო და ეკოტურიზმის მენეჯმენტი“, გამომცემლობა „ფავორიტი პრინტი“, თბილისი;
23. მიქაშავიძე ...2012: მიქაშავიძე ვახტანგ, მიქაშავიძე ჟანი, „ტურიზმის მდგრადი განვითარების ტენდენციები, პრობლემები და პერსპექტივები“, III საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 2-3 ივნისი, ბათუმი;
24. საქართველოს 1996: საქართველოს კანონი დაცული ტერიტორიების სისტემის შესახებ 1996 წ. 7 მარტი #136 – III;
25. საქართველოს 1997: საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ

06/03/1997, # 559-II ს;

26. საქართველოს 1998: საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“ 1998 წ. 18 თებერვალი, N1228 IIს;
27. საქართველოს 2010: საქართველოს ორგანული კანონი, საქართველოს შრომის კოდექსი, 2010 წლის 17 დეკემბერი, #4113 - რს;
28. საქართველოს 2010ა: საქართველოს რეგიონალური განვითარების სტრატეგიული რეკომენდაციები 2011-2017 წლებისათვის, საქართველოს რეგიონალური განვითარების კომისია, თბილისი.  
[http://www.lsg.gov.ge/files/\\_1909\\_268966\\_RD\\_Strategy\\_Geo\\_11.05.2010\\_Clear.pdf](http://www.lsg.gov.ge/files/_1909_268966_RD_Strategy_Geo_11.05.2010_Clear.pdf);
29. საქართველოს 2012ა: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის მიმოხილვა, თბილისი;
30. საქართველოს 2012ბ: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია,  
<http://www.gnta.ge/>  
<http://www.gnta.ge/about-us/partners/>;  
წვდომის თარიღი: 25.09.2012 წელი;
31. საქართველოს 2013: საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია, GTA-ს შესახებ,  
[www.tourism-association.ge](http://www.tourism-association.ge)  
<http://www.tourism-association.ge/ge/index.php?page=about>  
ინფორმაციის გაცნობის თარიღი 11.03.2013 წელი;
32. საქართველოს 2013ა: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, მომსახურების სტატისტიკა,  
[www.geostat.ge](http://www.geostat.ge)  
[http://www.geostat.ge/index.php?action=page&p\\_id=298&lang=geo](http://www.geostat.ge/index.php?action=page&p_id=298&lang=geo)  
გვერდის განახლების თარიღი 2013 წელი.  
წვდომის თარიღი 05.03.2013 წელი;
33. საქართველოს... 2012: საქართველოს ბუნებრივი რესურსები და გარემოს დაცვა, სტატისტიკური პუბლიკაცია, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, თბილისი;

34. **ყამარაული 2002:** ყამარაული სულიკო, „მარკეტინგი“, გამომცემლობა „მეცნიერება“, თბილისი;
35. **ყორღანაშვილი 2011:** ყორღანაშვილი ლარისა, II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 4-5 ივნისი, ბათუმი;
36. **შანიძე 2012:** შანიძე გოდერძი, „ტურისტული ბიზნესის განვითარება ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებას განაპირობებს“, III საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2-3 ივნისი, ბათუმი;
37. **შუბლაძე...2008:** შუბლაძე გიორგი, დოლიკაშვილი ლარისა, ჯოლია გურამ, ჩეკურაშვილი ნინო, „ტურიზმის მენეჯმენტი“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი;
38. **შუბლაძე...2009:** შუბლაძე გიორგი, დოლიკაშვილი ლარისა, „ტურიზმის მარკეტინგი“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი;
39. **ჩაგანავა 2012:** ჩაგანავა პაატა, „ტურიზმის პოლიტიკა“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი;
40. **ცაავა 2012:** ცაავა შორენა, „ეკოტურიზმის განვითარება და მისი პერსპექტივები საქართველოში“, III საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „მდგრადი ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტურიზმის ფაკულტეტი, აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2-3 ივნისი, ბათუმი;

41. **ცეცხლაძე... 2011:** ცეცხლაძე ცირა, გოგელია მამუკა, „აგროტურიზმი - სოფლის სოციალური პრობლემის დაძლევის მნიშვნელოვანი მახასიათებელი“, I საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია: „სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების პრიორიტეტები“, ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, გამომცემლობა „თბილისის უნივერსიტეტი“, თბილისი;
42. **ხომერიკი 2008:** ხომერიკი გ. „ტურიზმი“, სახელმძღვანელო, ტექნიკური უნივერსიტეტი, გამომცემლობა „თბილისი“;
43. **Алексеева 2011:** Алексеева Виктория, „Понятие рекреационного туризма“, Проблемы современной экономики Международная заочная научная конференция г. Челябинск, декабрь;
44. **Аникина 2001:** Аникина И., „Экологический туризм“, Саратовский Государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Саратов <http://www.ref.by/refs/17/3159/1.html>;
45. **Архипенко... 2000:** Архипенко Т.В., Дудко Г.В., „Проблемы рекреационного использования особо охраняемых природных территорий“, Проблемы и перспективы развития туризма в странах с переходной экономикой: Материалы междунар. науч.-практ. конф., Смоленск;
46. **Бизюкова 2010:** Бизюкова Т. Т., „Экотуризм и образование“, Эко и Агротуризм: Перспективы развития на локальных территориях, Тезисы докладов II Международной Научно-Практической Конференции, Барановичский государственный университет, 22-23 апреля, Республика Беларусь;
47. **Биржаков 2001:** Биржаков М.Б. , „Введение в туризм“ СПб;
48. **Волкова 2012:** Волкова Н. Н., Сертификация экологически устойчивого туризма, „Экологический туризм - Информационное пособие“,

Фонд развития экотуризма „Дерсу Узала”, Отпечатано в типографии издательства „ПринТерра-Дизайн“, Волгоград;

49. **Гаврильчак... 2001:** Гаврильчак И.Н., Синицын М.П. „Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме“, Основы менеджмента в туристическом бизнесе: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГИСЭ;
50. **Голубков 1995:** Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры. - М.: Дело;
51. **Гуляев 1996:** Гуляев В.Г, „Организация туристской деятельности“, Учебное пособие -М.: Нелидж;
52. **Дроздов 2000:** Дроздов А.В., Как развивать туризм в национальных парках России. Рекомендации по выявлению, оценке и продвижению на рынок туристских ресурсов и туристского продукта национальных парков. - М.: ЭкоЦентр „Заповедники”;
53. **Дурович 2010:** Дурович А. П. „Экологические аспекты реализации концепции маркетинга в туризме Материалы Международной научно-практической конференции „Эко-и Агротуризм: Перспективй развития на локальных территориях, 3-4 апреля, г. Барановичи Республика Беларусь, Издательство УП „Орех“;
54. **Запесоцкий 1999:** Запесоцкий А.С., „Стратегический маркетинг в туризме“, Учебное пособие.- СПб.: СПбГУП;
55. **Зуева 2009:** Зуева Н. Н., „Экотуризм: Организационно - Экономические Аспекты Развития“, Материалы Международной научно-практической конференции „Эко-и Агротуризм: Перспективй развития на локальных территориях, 3-4 апреля, г. Барановичи Республика Беларусь, Издательство УП „Орех“;
56. **Карелин 2009:** Карелин Н. В Материалы Международной научно-практической конференции „Эко-и Агротуризм: Перспективй развития на локальных территориях, 3-4 апреля, г. Барановичи Республика Беларусь, Издательство УП „Орех“;

57. Качанов 1998: Качанов В.С., „Система управления туристско-экскурсионного обслуживания”, Учебное пособие. - М;
58. Купер. 1998: Купер К., Флетчер д., Гильберт д., Ванхилл С, Богданов Е., „Экономика туризма“, теория и практика: Учебное пособие, т. 1. - СПб.: Изд-во „Омега“;
59. Кусков... 2004: Кусков А.С., Феоктистова Н.В., Монография: Социально-экономическая реальность и политическая власть - Экологический туризм как форма потребления природного и культурного наследия и фактор формирования экологического сознания – М.- Ставрополь: ИСПИ РАН  
[http://tourlib.net/statti\\_tourism/kuskov\\_ecotourism2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/kuskov_ecotourism2.htm);
60. Ледовских... 2012: Ледовских Е. Ю., Моралева Н. В. Основные этапы планирования развития экотуризма. Оценка экотуристического потенциала территории, „Экологический туризм-Информационное пособие“, Фонд развития экотуризма „Дерсу Узала”, Отпечатано в типографии издательства „ПринТерра-Дизайн“, Волгоград;
61. Романова 1996: Романова А.Н., „Маркетинг“, Учебник. М.: банки и биржи. Изд. объедин. Юнити;
62. Сенин 2003: Сенин В.С., „Организация международного туризма“, Учебник. - М.: Финансы и статистика;
63. Сергеева 2004: Сергеева Т.К., „Экологический туризм“, М.: Финансы и статистика;
64. Толковый 1994: Толковый словарь туристских терминов. - Москва – Афины;
65. Фомин 2010: Фомин М.В., „Экотуризм и перспективы его развития“, Реферат, Крымский Гуманитарный Университет, Ялта;
66. Храбовченко 2003: Храбовченко В.В., „Экологический туризм“, М.: Финансы и

статистика;

67. **Чижова 2012:** Чижова В. П. Нормирование нагрузок при развитии экотуризма, Оценка экотуристического потенциала территории, „Экологический туризм-Информационное пособие“, Фонд развития экотуризма „Дерсу Узала“, Отпечатано в типографии издательства „ПринТерра-Дизайн“, Волгоград;
68. **Косолапое 2005:** Косолапое А.Б., Теория и практика экологического туризма: учебное пособие, - М: КНОРУС;
69. **Boo 1990:** Boo, E., Ecotourism: The Potentials and Pitfalls. Volumes 1,2. World Wildlife Fund. Washington, D.C.;
70. **Ceballos 2001:** Ceballos-Lascurain, H., Integrating Biodiversity into the Tourism Sector: Best Practice Guidelines. Report submitted to UNEP /UNDP/GEF/BPSP;
71. **Filion... 1992:** Filion, F., Foley, J., Jacquemot, A., The Economics of Global Ecotourism. - In: Abstracts of the IV World Congress on National Parks and Protected Areas;
72. **Healy 1988:** Healy, R., Economic Consideration in Nature-Oriented Tourism: The Case of Tropical Forest Tourism. Southeastern Center for Forest Economics Research, Research Triangle Park, N.C.: FPEI Working;
73. **McLaren 1998:** McLaren, D., Rethinking Tourism and Ecotravel. The Paving of Paradise and What You Can Do to Stop it. Kumarian Press;
74. **UNWTO 2011:** UNWTO Tourism Highlights 2011 edition;
75. **UNWTO 2012:** UNWTO Tourism Highlights 2012 edition;
76. **Whelan 1991:** Whelan.T., Nature Tourism. Managing for the Environment. Island Press;

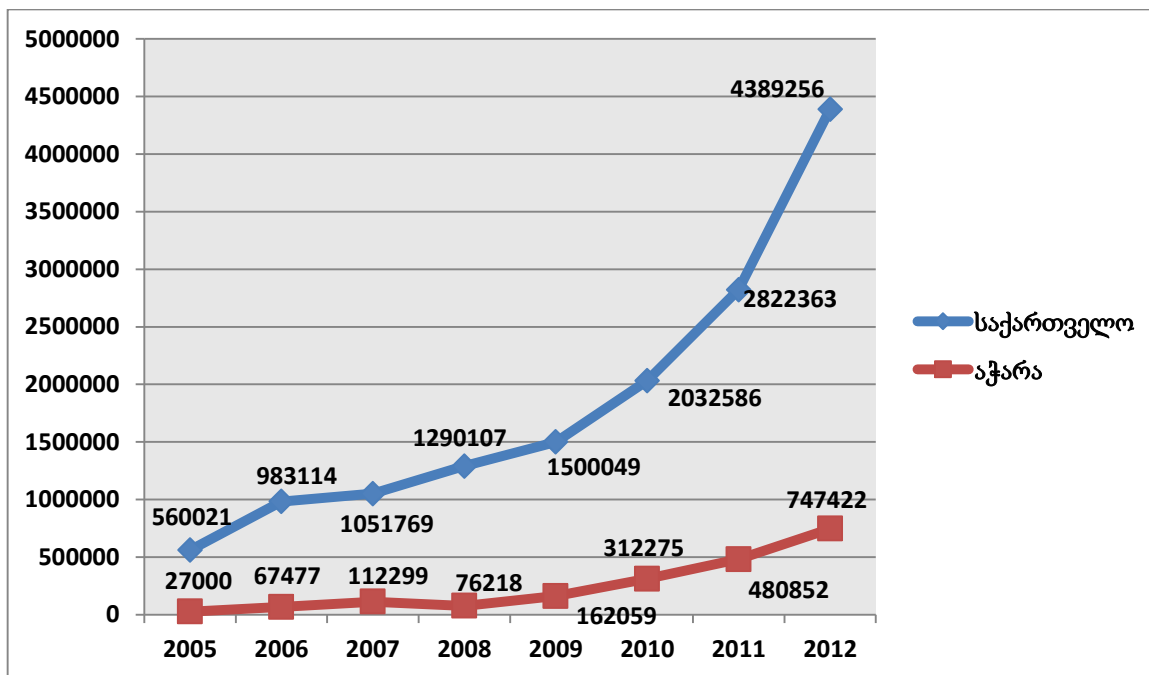


საერთაშორისო ტურისტების მხრივ ყველაზე მონახულებადი ქალაქები, 2010 წ.

#	ქალაქი	ქვეყანა	საერთაშორისო ტურისტები (მილიონი)
1	პარიზი	საფრანგეთი	15.1
2	ლონდონი	გაერთიანებული სამეფო	14.6
3	ნიუ-იორკი	აშშ	9.7
4	ანტალია	თურქეთი	9.2
5	სინგაპური	სინგაპური	9.2
6	კუალა-ლუმპური	მალაიზია	8.9
7	ჰონკონგი	ჰონკონგი	8.4
8	დუბაი	არაბთა გაერთიანებული საამიროები	8.3
9	ბანგკოკი	ტაილანდი	7.2
10	სტამბოლი	თურქეთი	6.9

წყარო: UNWTO Highlights

საქართველოში და მათ შორის აჭარის რეგიონში შემოსულ  
უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობა 2005-2012 წლებში



წყარო: აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების  
დეპარტამენტი, 2013 წ.

დანართი 3.

აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში ვიზიტორთა რაოდენობის დინამიკა,

2005-2012 წწ.

დასახელება	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
ვიზიტორთა რაოდენობა, სულ	147000	250000	352085	285000	554150	974563	1319513	1491922
მათ შორის: შიდა ვიზიტორები	120000	182523	239786	208782	392091	662288	838661	744500
უცხოელი ვიზიტორები	27000	67477	112299	76218	162059	312275	480852	747422

წყარო: აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 2013 წ.

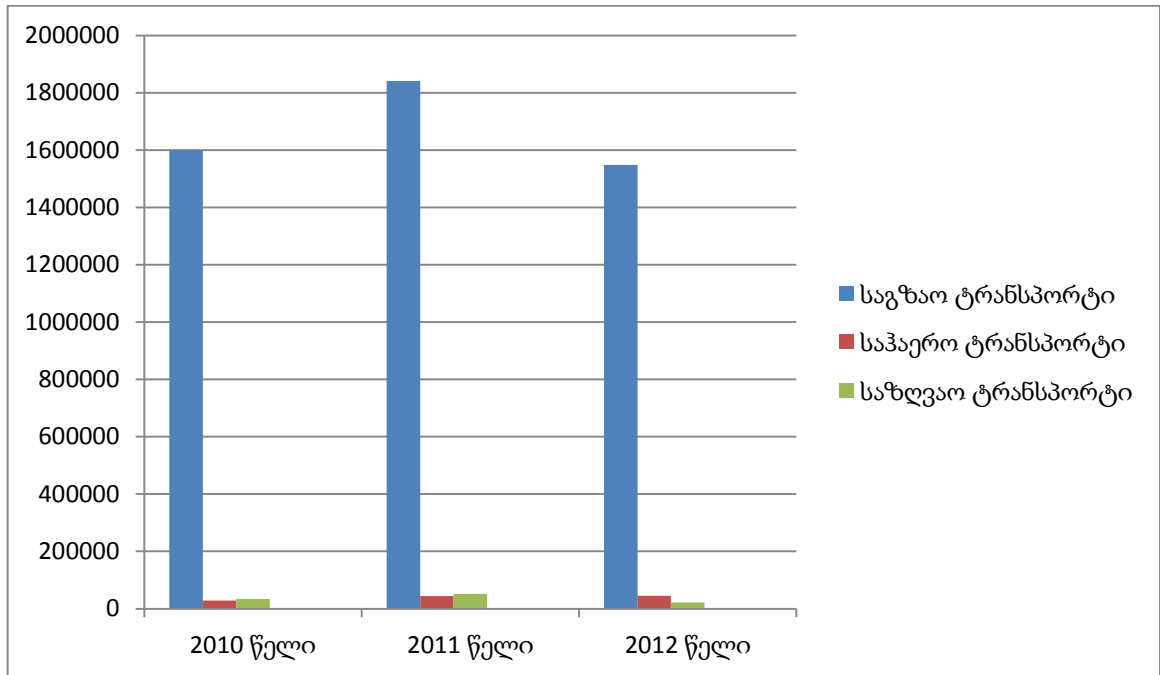
ტურისტთა რაოდენობა აჭარის რეგიონის მუნიციპალიტეტების მიხედვით,

2005-2012 წწ

წლები	ბათუმი			ქობულეთი			ხელვაჩაური			ხულო			შუახევი			სულ აჭარა		
	შიდა	უცხოელი	სულ	შიდა	უცხოელი	სულ	შიდა	უცხოელი	სულ	შიდა	უცხოელი	სულ	შიდა	უცხოელი	სულ	შიდა	უცხოელი	სულ
2005	53 655	13 120	66 775	50 808	10 037	60 845	14 087	3 843	17 930	1 450		1 450				120 000	27 000	147 000
2006	102 079	32 165	134 244	53 567	25 010	78 577	23 347	10 302	33 649	3 530		3 530				182 523	67 477	250 000
2007	131 059	58 637	189 696	75 668	43 274	118 942	26 100	10 388	36 488	6 959		6 959				239 786	112 299	352 085
2008	129 092	50 636	179 728	47 036	20 394	67 430	20 084	5 188	25 272	12 570		12 570				208 782	76 218	285 000
2009	181 160	80 623	261 783	144 199	63 651	207 850	63 474	17 785	81 259	3 258		3 258				392 091	162 059	554 150
2010	390 306	167 333	557 639	174 499	102 381	276 880	86 170	42 561	128 731	11 313		11 313				662 288	312 275	974 563
2011	543 046	297 801	840 847	205 067	117 687	322 754	83 893	65 270	149 163	4 771	59	4 830	1 884	35	1899	838661	480852	1319513
2012	417 765	430 693	848 458	191 938	182 882	374 820	127 065	133 714	260 779	5 508	86	5 594	2 224	47	2 271	744 500	747 422	1 491 922

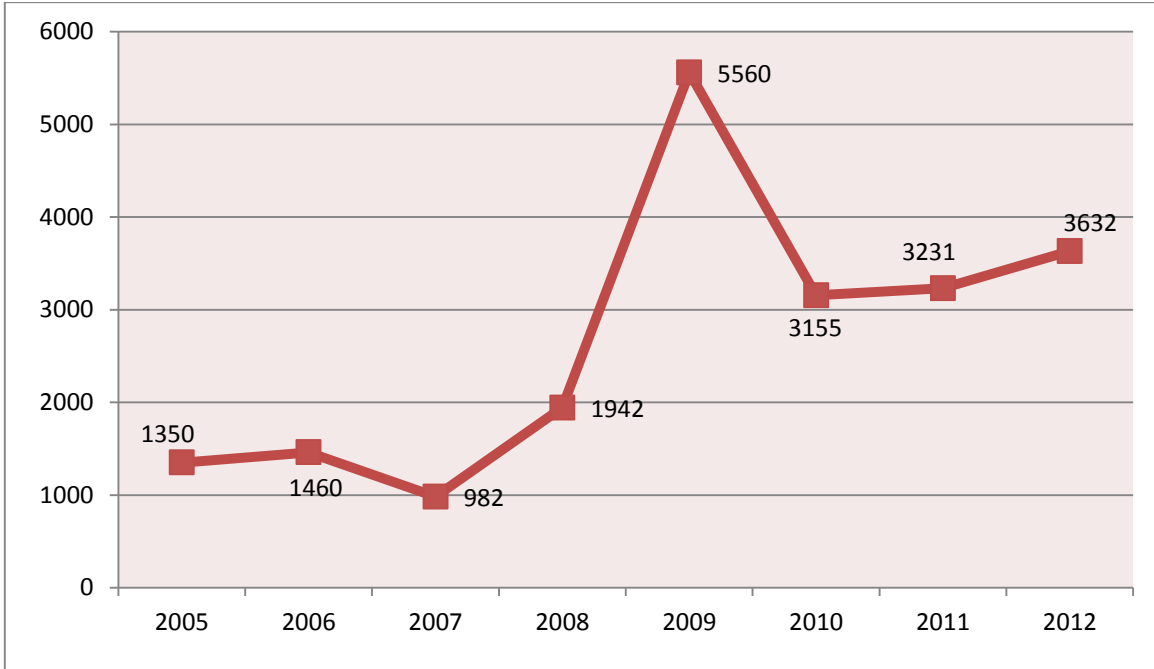
წყარო: აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 2013 წ.

ტრანსპორტი რომლითაც ისარგებლეს ვიზიტორებმა აჭარაში  
ჩამოსასვლელად (2010-2012წელი)



წყარო: აჭარის აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების  
დეპარტამენტი, 2013 წ.

აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში საკრუიზო გემებით შემოსულ  
ვიზიტორთა რაოდენობა, 2005-2012 წწ



წყარო: აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, 2013 წ.

### ეკოტურიზმის განმარტების ნაკლოვანებები

განმარტება:	ნაკლოვანებები
ეკოტურიზმი, ეს არის ...	
...ეროვნული პარკებისა და სხვა ბუნებრივი ობიექტების მონახულება. ცხოველებზე და მცენარეებზე დაკვირვება, აგრეთვე ადგილობრივი კულტურის გაცნობა.	არ ითვალისწინებს ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესებს და ეკოსისტემის დაცვას.
...შემეცნებითი მოგზაურობა ბუნების შესახებ, რომელიც ამდიდრებს ცოდნა, ეხმარება ეკოსისტემის შენახვა-შენარჩუნებას და ამავე დროს ხელშეუხებლად ინარჩუნებს ბუნებრივი გარემოს ბინადრებს.	ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების მიმართ უპატივცემულობის გამოხატვა.
...საპასუხისმგებლო ტურიზმი, რომელიც იცავს ბუნებრივ ობიექტებს და აუმჯობესებს ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობას.	გამორიცხავს ტურისტების მიერ ბუნების შემეცნებას.
...ტურიზმი, რომელიც შეიცავს მოგზაურობას შედარებით ხელუხლებელ ადგილებში. პეიზაჟის, გარეული ცხოველების, მცენარეების, აგრეთვე კულტურული ძეგლების შესწავლის და დაკვირვების მიზნით.	ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების გაუთვალისწინებლობა, ეკოსისტემების დაუცველობა.
...ტურიზმი, რომელიც დაფუძნებულია შედარებით ხელუხლებელ ბუნებრივ გარემოზე, არ არის დამანგრეველი, ხორციელდება ადეკვატური მენეჯმენტის რეჟიმში, ხელს უწყობს გრძელვადიან დაცვას და დაცული ტერიტორიების მართვას.	ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების მიმართ უპატივცემულობის გამოხატვა.
...ტურიზმი, მგრძნობიარე გარემოს მიმართ.	ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების გაუთვალისწინებლობა, ეკოსისტემების დაუცველობა.
...მოგზაურობა, ბუნების, ისტორიის და კულტურის გაცნობის მიზნით, რომელიც ამავე დროს ხელშეუხებლად ინახავს ეკოსისტემებს.	ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების მიმართ უპატივცემულობის გამოხატვა.

წყარო: В.В. Храбовченко, Экологический туризм, 2003.

ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების დაგეგმვის ძირითადი ეტაპები

ეტაპი 1. მიზნის განსაზღვრა	
1.1. პერსპექტივა (-ები), იდეები, შემოქმედებითი სურვილები	
1.2. ეკოტურიზმის მიზნის განსაზღვრა ტერიტორიების მართვის საერთო ამოცანების კონტექსტში (კონკრეტულად რომელ მიზანს უნდა მივაღწიოთ? როგორია პრიორიტეტები?)	
1.3. განსაკუთრებულად დაცული ბუნებრივი ტერიტორიების სფეროში დასაქმებული პირების მიზანი და ინტერესები	
<b>ტურიზმსა და განვითარების მიზნებს შორის ურთიერთდამოკიდებულება: რას გვინდა მივაღწიოთ, ან რა გავაუმჯობესოთ ტურიზმის დახმარებით?</b>	
შესაძლო პასუხები	დასკვნები
ადგილობრივი საზოგადოების შემოსავლების ზრდა, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა	პრიორიტეტულია განვითარების ასპექტი, ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობა და გეგმარების პროცესში, ადგილობრივი კომპანიების მხარდაჭერა, პირდაპირი და ირიბი გავლენა დასაქმებასა და შემოსავალზე
წვლილის შეტანა დაცული ტერიტორიების დაფინანსებაში	განვითარების ასპექტი პრიორიტეტულია
კონპენსაცია არამდგრადი ბუნებათსარგებლობისათვის	განვითარების ასპექტი პრიორიტეტულია
დაცული ტერიტორიების დაცულობის გაუმჯობესება რეგიონალურ დონეზე	განვითარების ასპექტი პრიორიტეტულია, არ არის აუცილებელი უპირატესობის გენერირება ადგილობრივ დონეზე; აუცილებელია ტურიზმის ბუნებისდაცვითი როლის გაძლიერება
ტურიზმის განვითარების არსებულ დონესა და ბუნებრივ (კულტურულ) გარემოს შორის შეუთავსებლობის შემცირება	პრიორიტეტულია მართვითი კომპონენტები. მინიმუმამდე უნდა შემცირდეს ეკოლოგიური და სოციალურ-კულტურული წინააღმდეგობები, ხელი შეეწყოს იმას, რომ შემოსავლის დიდი ნაწილი დაიხარჯოს ადგილობრივი განვითარების მოთხოვნებზე
დამთვალეობა ეკოლოგიური განათლება	



<b>მონაწილეთა ინტერსები, მიზნები და შესაძლებლობები: ვისი ინიციატივით უნდა ხდებოდეს ტურიზმის განვითარება?</b>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
ადგილობრივი მოსახლეობა	გამოავლინეთ ადგილობრივი მოსახლეობის შესაძლებლობანი და მოლოდინები, რადგან ეკოტურიზმთან დაკავშირებული კითხვების მათეული გაგება ზოგჯერ არცისე რეალურია, განსაკუთრებით ეკონომიკურ ასპექტში
არასამთავრობო ორგანიზაციები	აუცილებელია გამოვლინდეს მათი გამოცდილება ტურიზმში და მთლიანად ბიზნესის სფეროში
ბუნებრივი რესურსების, განსაკუთრებით კი დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია	დაგეგმარება და მართვა. ყურადღება უნდა მიექცეს ტურიზმის სფეროში გამოცდილებას და ტურიზმისგან მიღებული შემოსავლების ავტონომიური ადმინისტრირების ცოდნას
ტურიზმის სფეროს მენეჯერები	აუცილებელია შეფასდეს მათი ავტორიტეტი, ადგილობრივი მოსახლეობისა და ბუნების დაცვის მიმართ მათი დამოკიდებულება. ასევე თანამშრომლობის სურვილი, რადგან ისინი არც თუ იშვიათად ფიქრობენ „სუფთა“ ეკონომიკური (მაკროეკონომიკური) მიმართულებით
ტურისტული კომპანიები	აქვთ შესაბამისი გამოცდილება, მაგრამ აუცილებელია შეფასდეს მათი დამოკიდებულება ბუნებისდაცვითი პრობლემების მიმართ და მზადყოფნა თანამშრომლობისათვის
პროექტის მენეჯერები (პროექტების რეალიზაციის შემთხვევაში - გრანტების ფარგლებში)	უფრო შეესაბამება განვითარების მიზნებს. შეფასდეს ტურისტულ სფეროში მათი მომზადება და პროექტის რეალური შესაძლებლობა

<b>ეტაპი 2. მიმდინარე სიტუაციისა და ეკოტურიზმის განვითარების პოტენციალის ანალიზი</b>	
<b>2.1. ტურიზმის განვითარების ეტაპები: რაზე უნდა გაკეთდეს აქცენტი. არსებობს თუ არა დღეისათვის ტურიზმი დაცულ ტერიტორიაზე ან რეგიონში მთლიანად?</b>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
ტურიზმი არაა განვითარებული არც დაცულ ტერიტორიაზე და არც რეგიონში	საჭიროა დაწვრილებით გავაანალიზოთ, პერსპექტიულია თუ არა მოცემული ტერიტორია ტურიზმის განვითარებისათვის, მოხდეს მკაფიოდ კონკრეტიზირება განვითარების ასპექტებზე, განისაზღვროს პარტნიორთა შესაძლებლობანი და პროექტის რესურსები, რადგან საჭიროა დიდი ძალისხმევა ეკოტურიზმის განვითარებისათვის
ტურიზმი არაა განვითარებული დაცულ ტერიტორიაზე, მაგრამ კარგად ვითარდება მის მიმდებარე ტერიტორიაზე	სასურველი სასტარტო პოზიცია, რადგან რეგიონში არსებობს კარგი პირობები ტურიზმის განვითარებისათვის, ხოლო მოცემულ დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებაზე კიდევ შეიძლება ზეგავლენის მოხდენა. განვითარების ასპექტი პრიორიტეტულია
ტურიზმი უკვე საკმაოდაა განვითარებული დაცულ ტერიტორიაზე	პრიორიტეტია - კონტროლის ასპექტი: ნეგატიური ეფექტის მინიმიზაცია. გამოიყენეთ არსებული ტურისტული ნაკადი ადგილობრივი მოსახლეობისა და დაცული ტერიტორიების ფინანსური უზრუნველყოფის გაძლიერებისათვის

**2.2. განსაკუთრებით დაცული ბუნებრივი ტერიტორიები და მისი მიმდებარე ტერიტორიების ტურისტული პოტენციალის შეფასება: თავდაპირველი და წარმოქმნილი ტურისტული შემოთავაზებები (ბუნებრივი და კულტურული ღირშესანიშნაობები), ხელმისაწვდომობა, არსებული ტურპროდუქტი, ტურიზმის განვითარების ძირითადი პირობები ეროვნულ დონეზე**

**რამდენად მაღალია მოცემული ტერიტორიის ტურისტული მიმზიდველობა?**

<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
მაღალი მიმზიდველობა	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, თუ არ არსებობს არავითარი გამართულებელი ფაქტორი; შესაძლებელია დიდი რაოდენობის დამთვალეებლები და მაღალი შემოსავლები. მაგრამ ყურადღება უნდა მიექცეს ტურისტული ზემოქმედების მართვას
ზომიერი მიმზიდველობა	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, თუ მაღალია წარმოებული ტურისტული შემოთავაზებების ხარისხი, არსებობს მოთხოვნა და კომფორტული პირობები. ყურადღება მიაქციეთ შესაძლო კონკურენტულ წინადადებებს
დაბალი მიმზიდველობა	ტურიზმის განვითარებას აზრი არ აქვს

**რამდენად დიდია წარმოებული შემოთავაზებების ხარისხი?**

<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
მაღალი ხარისხი	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, შესაბამისად დაბალია დანახარჯები დაცული ტერიტორიებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის განვითარების ფინანსირების აქცენტით
დღეისათვის წარმოებული შემოთავაზებები არასაკმარისია რაოდენობრივად და ხარისხობრივად	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, მაგრამ დანახარჯები მაღალია, რადგან საჭიროა ინვესტიციები ინფრასტრუქტურის განვითარებისათვის და შესაძლოა ფინანსური მხარდაჭერაც
პრაქტიკულად არ არსებობს	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ პირველადი შემოთავაზე-

	ბის მაღალი მიმზიდველობა უზრუნველყოფს ჩადებული სახსრების უკუგებას
<b>არსებობს თუ არა ჩარჩო პირობები, სასურველია თუ არა ეკონომიკური პოლიტიკა</b>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
არსებობს ჩარჩო პირობები, ეკონომიკური პოლიტიკა სასურველია	ტურიზმის განვითარება ძალზედ პერსპექტიულია; პროექტის ძალისხმევა ტურიზმის განვითარებისათვის შეიძლება შეიზღუდოს მხოლოდ ადგილობრივ დონეზე
არსებობს ჩარჩო პირობები, ეკონომიკური პოლიტიკა არასტაბილურია	ტურიზმის განვითარება არც ისე პერსპექტიულია, გარდა ადგილობრივ დონეზე მუშაობისა. აუცილებელია გვექონდეს რესურსი ეკონომიკურ პოლიტიკაზე კეთილგონივრული გავლენისათვის
ჩარჩო პირობები არ არსებობს, ეკონომიკური პოლიტიკა არაკეთილგონივრულად მოქმედებს ტურიზმის განვითარებაზე	ტურიზმის განვითარებას აზრი არ აქვს
<p>2.3 ბაზრის ანალიზი: მომხმარებელთა არსებული და პოტენციური მიზნობრივი ჯგუფები, კონკურენციის ანალიზი (რეგიონები ანალოგიური ღირშესანიშნაობებით). დაინტერესებულია თუ არა რეგიონი მიზნობრივი ჯგუფებით? არის თუ არა საკმარისი ბაზარზე რეალიზაციის მოცულობა?</p> <p>არსებობს თუ არა (რეალური ან პოტენციური) მოთხოვნა ადგილობრივ შემოთავაზებებზე ბუნებრივი, კულტურული ან მეცნიერული ტურიზმის კუთხით?</p>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
მიზნობრივი ჯგუფების წარმომადგენლები უკვე მოგზაურობენ მოცემულ რეგიონში	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, არსებულ ბაზარზე „შესასვლელად“ საჭიროა უფრო დიდი ძალისხმევა
მოთხოვნის პოტენციური ჯერ კიდევ შესაფასებელია	ტურიზმის განვითარებას შეიძლება აქვს აზრი, მაგრამ ბაზრის შესწავლისა და უფრო კომპლექსური მარკეტინგული ღონისძიებების ჩატარების აუცილებლობისაგან გამომდინარე ხარჯები საკმაოდ გაიზრდება (საჭიროა მაღა-

	ლი პროფესიონალიზმი და საწყისი დაფინანსება)
მოცემულ რეგიონზე არსებობს რამდენიმე კონკურენციული ტურისტული შემოთავაზება	ტურიზმის განვითარებას შეიძლება ჰქონდეს აზრი, მაგრამ შესაძლოა გადაწყვეტილება დარჩეს განსხვავებული კონკურენციის ანალიზის შემდეგ. რომ „გაუძლო“ კონკურენციას საჭიროა მაღალი პროფესიონალიზმი
<p><b>2.4. მოსალოდნელი ან უკვე წარმოქმნილი გარემოსდაცვითი ზემოქმედების ანალიზი: ეკოსისტემის ერთიანობის ანალიზი, ტურისტული სექტორის ეკოლოგიური ცნობიერება, ბუნებისდაცვითი ორგანიზაციების გავლენა</b></p> <p><b>ტურიზმის განვითარებისა და ბუნებისდაცვითი ამოცანების შეთავსების პირობები რამდენად მგრძობიარეა მოცემული ტერიტორიის ეკოსისტემები ტურიზმის ზემოქმედების მიმართ?</b></p>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
პროგნოზირდება ეკოსისტემების მაღალი მგრძობიარეობა ტურიზმის ზემოქმედების მიმართ	ტურიზმის განვითარება გამართლებულია, ან გამართლებულია მხოლოდ შეზღუდული მასშტაბით. პირობები: ბუნებისდაცვითი ორგანიზაციები უნდა ფლობდნენ აუცილებელ უფლებამოსილებას, ხოლო ტურისტული ინდუსტრია ღია იყოს მათთან თანამშრომლობისათვის
ეკოსისტემები ან განსაზღვრული ტერიტორიები შეიძლება მოექცნენ „დაძაბულობის“ ქვეშ	ტურიზმის განვითარება გამართლებულია, თუ მიღწეული იქნება ბუნებისდაცვითი მიზნები. თუმცა, თუ არ არის ეკოსისტემის შენარჩუნების საკითხები ან მოსალოდნელია ინტენსიური ტურისტული გამოყენება, საკითხი მოითხოვს დამატებით დამუშავებას

ერთის მხრივ რამდენად აქვთ უფლება ბუნებისდამცველ და არასამთავრობო ორგანიზაციებს და მეორეს მხრივ, რამდენად დიდია თანამშრომლობისათვის მზადყოფნა ტურბინების მხრიდან?	
შესაძლო პასუხები	დასკვნები
ორგანიზაციებს თავის დაქვემდებარებაში აქვთ საკმაო სამართლებრივი ინსტრუმენტები, გამოცდილება, ფინანსური შესაძლებლობები, პოლიტიკური მხარდაჭერა და ჰყავთ პერსონალი	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი და გამართლებულია, მაშინაც კი, როცა ტურისტული ინდუსტრიისათვის მზადყოფნა არცთუ ისე მაღალია
დაწესებულებას აქვს სუსტი სამართლებრივი და პოლიტიკური პოზიცია, არასაკმარისი საშუალებები ან შესაძლებლობა	ტურიზმის განვითარება არაა გამართლებული, ან დასაშვებია მხოლოდ შეზღუდული მასშტაბებით. წინაპირობაა: ტურბინების თავისთავად მზადაა თავის თავზე აილოს პასუხისმგებლობა
ტურისტული ინდუსტრია იჩენს დიდ სურვილს, ითანამშრომლოს და თავის თავზე აილოს პასუხისმგებლობა	ტურიზმის განვითარება ძალზედ პესპექტიულია. მიჰიდროდ ითანამშრომლეთ ტურისტულ სექტორთან, შექმენით ერთიანი ორგანიზაციები ადგილობრივ ჯგუფებთან ან დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციებთან ერთად
ტურისტული ინდუსტრია არაა მზად თანამშრომლობისათვის, არ არსებობს დაინტერესება ბინების ეკოლოგიურად მდგრადი წარმოებისათვის	ტურიზმის განვითარება გამართლებული მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ შესაძლებელის ნეგატიური ეფექტების გადალახვა; აუცილებელია დამარწმუნებელი მუშაობის გაწევა და სამთავრობო რეგულირება; ალტერნატივების ძიება (კომპანიები, არასამთავრობო ორგანიზაციების შექმნა, პირდაპირი თანამშრომლობა უცხოელ ოპერატორებთან)

<p><b>2.5. სოციალური, კულტურული, ეკონომიკური და პოლიტიკური ფაქტორების ანალიზი: ადგილობრივი მოსახლეობის რესურსები და მონაწილეობის შესაძლებლობა, სავარაუდო ან უკვე წარმოქმნილი უარყოფითი შედეგები, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების საზოგადოებაში ფართო გადანაწილების წინაპირობა</b></p> <p><b>აქვთ თუ არა ადგილობრივ მოსახლეობას საკმარისი გამოცდილება და შესაძლებლობანი, რათა აქტიური როლი ითამაშონ ტურიზმის განვითარებაში?</b></p>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
<p>ადგილობრივ მოსახლეობას აქვთ ტურიზმის განვითარებისათვის საჭირო საბაზისო და უცხო ენების ცოდნის დონე</p>	<p>ტურიზმის განვითარება ძალზედ პერსპექტიულია: შეიძლება არსებითი მოგების მიღება, დიდი შანსია იმასა რომ, ადგილობრივი მოსახლეობა ჩაერთოს ტურიზმში</p>
<p>ადგილობრივი მოსახლეობის მიზნობრივ ჯგუფებს არ გააჩნიათ გამოცდილება ტურიზმში, ეკონომიკა მცირეშემოსავლიანია, სწავლების დონე დაბალია</p>	<p>ტურიზმის განვითარებას შეიძლება ჰქონდეს აზრი, მაგრამ სახეზეა კონსალტინგისა და პერსონალის სწავლების აუცილებლობა. დამოუკიდებელი საქმიანი აქტივობა უკეთეს შემთხვევაში შესაძლებელია ბაზრის ქვედა სეგმენტში. შემოსავლები შესაძლოა მხოლოდ იმ ფონდებიდან, რომლებიც ფინანსდებიან ტურისტების შემოტანების ხარჯზე</p>
<p>ადგილი აქვს ორივე ტიპს</p>	<p>ტურიზმის განვითარებას აქვს ორგანული აზრი, მხოლოდ ერთდეთ შესაძლო სოციალურ უთანასწორობას და კონფლიქტებს, რომლებიც ჩნდება ტურიზმის შედეგად. მიიღეთ ზომები ფინანსური უპირატესობის ფართოდ გავრცელებისათვის</p>

რამდენად მგრძობიარენია ადგილობრივი მოსახლეობა ტურიზმის შესაძლო (ნეგატიური, სოციალურ - კულტურული, ეკონომიკური) ეფექტების მიმართ	
შესაძლო პასუხები	დასკვნები
ძალზედ მაღალი მგრძობიარეობა	ტურიზმის განვითარება არაა გამართლებული ან უნდა განხორციელდეს ძალზედ შეზღუდული მასშტაბით, იმ შემთხვევაში თუ: 1)დავიცავთ ტურისტული ჯგუფების დაბალ დონეს; 2) ტურბიზნესის წარმომადგენლები ახდენენ პასუხისმგებლობის დემოსტრირებას ადგილობრივი მოსახლეობის მიმართ. რეკომენდირებული არაა ადგილობრივი მოსახლეობის პირდაპირი ჩარევა ტურისტულ საქმიანობაში; ადგილობრივი ორგანიზაციების მხარდასაჭერად საჭიროა სპეციალური ფონდების შექმნა, რომლებიც „შეივსებიან“ ტურისტული საქმიანობის შედეგად მიღებული შემოსავლების ნაწილის ხარჯზე
მაღალი მგრძობიარეობა	ტურისტული კომპენენტი შეიძლება გამართლებული იქნეს, მხოლოდ აუცილებელია ინტენსიური მხარდაჭერა და შუამდგომლობა მათი მხრიდან, ვინც ავითარებს ტურიზმს, ასევე საჭიროა თანამშრომლობის სურვილი ტურისტული ინდუსტრიის მხრიდან
მგრძობიარეობა შემოსავლების „გადახრების“ მიმართ	ტურიზმის განვითარებას შეიძლება ჰქონდეს აზრი, მხოლოდ განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს შესაძლო სოციალურ დისბალანსს და კონფლიქტს რომელიც გამოწვეულია ტურიზმით.
უფრო დაბალი მგრძობიარეობა (ადგილობრივი ორგანიზაციებს და მოსახლეობას უკვე აქვთ გამოცდილება ტურიზმის სფეროში ან	ტურიზმის განვითარება პერსპექტიული და გამართლებულია



საბაზრო ურთიერთობებში, შესაბამისად აკადემიურად და კარგადაა ორგანიზებული	
<b>არსებობს თუ არა წინაპირობა ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ფართო გავრცელებისათვის, საკვანძო ჯგუფებს შორის</b>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
ადგილობრივი საზოგადოება ერთგავროვანი და კარგად ორგანიზებულია, აქვთ საკმარისი უფლებები	ტურიზმის განვითარება პერსპექტიულია. თანამშრომლებმა ამისათვის დიდი ძალისხმევა უნდა დახარჯონ. საჭიროა დავაკავშიროთ ტურიზმის განვითარება და ბუნებისდაცვითი ამოცანები
ადგილობრივი საზოგადოება ერთგავროვანი და სუსტად ორგანიზებულია, საკანონმდებლო პოზიციები (მიწის ფლობა, პოლიტიკური ავტონომია) არაკეთილსაიმედო ან გაუმართლებელია	ტურიზმის განვითარება არ, ან მხოლოდ საკანონმდებო/პოლიტიკური პირობების შეზღუდვით აქვს მნიშვნელობა. არსებობს საშიშროება უთანასწორობის წარმოშობისა, მოგების განაწილებისა, ტურიზმის განვითარებისა და ბუნებისდაცვითი ამოცანების გადაწყვეტისას. მაღალია მოთხოვნა იმ პარტნიორების რომლებიც ავითარებენ ტურიზმს
დაცული ან ის ტერიტორიები რომლებზეც იგეგმება ტურიზმის განვითარება სუსტადაა დასახლებული	ტურიზმის განვითარება ძალზედ პერსპექტიულია, რამდენადაც მისგან დაბალი ფინანსური უკუგების მიუხედავად შესაძლოა რეალური წვლილის შეტან ბუნების დაცვის საქმეში. მხოლოდ ერიდეთ ტურიზმის ისეთ განვითარება, რომელმაც შეიძლება მოცემულ ტერიტორიაზე მოსახლეობის მიგრაციამდე მიგვიყვანოს
ტერიტორია, რომელზედაც იგეგმება ტურიზმის განვითარება მჭიდროდაა დასახლებული	ტურიზმის განვითარება არც ისე გამართლებულია. რადგან ძნელი იქნება ტურიზმისაგან მიღებული შემოსავლების გადანაწილება სხვადასხვა სოციალურ ფენებსა და ჯგუფებს შორის. მოახდინეთ ტურიზმის განვითარების კომბინირება ადგილობრივი განვითარების სხვა სტრატეგიებთან

<b>აქვთ თუ არა ადგილობრივ ტურისტულ ინდუსტრიას არსებითი ცოდნა და კაპიტალის ხელმისაწვდომობა?</b>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
ტურისტულ ინდუსტრიას აქვს ეკოტურისტული საქმიანობის გამოცდილება და დაფინანსების საკმარისი წყარო	ტურიზმის განვითარება ძალზედ პერსპექტიულია. იქონიეთ მჭიდრო თანამშრომლობის მისწრაფება ტურისტულ სექტორთან (განსაკუთრებით კონსალტინგისა და სწავლების ნაწილში); შესაძლოა ერთობლივი ორგანიზაციების შექმნა ადგილობრივ ჯგუფებთან და დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციასთან
ტურისტულ ინდუსტრიას აქვს არასაკმარისი გამოცდილება ეკოტურისტულ საქმიანობის	ეკოტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი; მხოლოდ აუცილებელია კონსალტინგისა და ტურპროდუქტის შემუშავების, მარკეტინგისა და მდგრადი კორპორაციული მენეჯმენტის სფეროში მომუშავე ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენელთა სწავლების ორგანიზება. საჭიროა სესხების ხელმისაწვდომობა კაპიტალის უკმარისობის შემთხვევაში
<p><b>2.6. ეკონომიკური და საერთო პოლიტიკური ჩარჩო პირობების, კერძოდ, ეროვნული ბუნებისდაცვითი პოლიტიკისა და დაცული ტერიტორიების მიერ ავტონომიური შემოსავლის პირობების ანალიზი</b></p> <p><b>აქვს თუ არა დაცულ ტერიტორიას წინაპირობები, მიიღოს დამოუკიდებელი შემოსავალი, რომელიც დაფარავს ხარჯებს?</b></p>	
<b>შესაძლო პასუხები</b>	<b>დასკვნები</b>
დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციას აქვს უფლება ამოიღოს შენატანები დათვალიერებიდან ლიცენზირებისათვის (ნაწილობრივ) და მართოს ისინი დამოიკიდებლად	ტურიზმის განვითარება ძალზედ პერსპექტიულია, თუ შენატანებისაგან მიღებული შემოსავალი აჭარბებს ტურისტულ საქმიანობასთან დაკავშირებულ ხარჯებს
დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციას არ აქვს უფლება ამოიღოს შენატანები	ტურიზმის განვითარებას არ აქვს აზრი, თუ არ შეიძლება შეიცვალოს ეს სიტუაცია
ტურისტული საქმიანობიდან მიღებული შემოსავლები აჭარბებს ჩადებულ ინვესტი-	ტურიზმის განვითარებას აქვს აზრი, თუ შემოსავლების მიმართ შესაძლოა დამოუკიდებელი

ციებს და ტურისტული საქმიანობისათვის გაწეულ ხარჯებს (ინფრასტრუქტურა, დამატებითი პერსონალი)	მართვის ან შემოსავლების გადანაწილების სხვა მექანიზმების არსებობა. წინაპირობები: ჩადებული საშუალებების ეფექტური მართვა, მოთხოვნა, ფასების დადგენის შესაძლებლობა – რომლებიც დაფარავენ ხარჯებს და იმავდროულად შეესაბამებიან ბაზარს
ტურიზმის განვითარების ხარჯებმა შეიძლება გადააჭარბონ მისგან მიღებულ შემოსავლებს (რეგიონალურ ეკონომიკაში მიღებულ შემოსავლებთან ერთად)	ტურიზმის განვითარებას აქვს ადგილი, თუ მოთხოვნა არასაკმარისია, შეუძლებელია ეფექტური მენეჯმენტის არსებობა ან მისი გატარება (მთლიანად ან ნაწილობრივ) კერძო სექტორის მიერ (შესაბამისი შეთანხმების შემდეგ)
<p><b>2.7. SWOT -ანალიზი: პლიუსები, მინუსები, შანსები, რისკები. საქმიანობის ცალკეული სფეროების შეფასება</b></p> <p><b>კითხვები ტურიზმის განვითარების ძლიერი და სუსტი მხარეების ანალიზის ჩარჩოებში</b></p>	
<b>შეთავაზებები</b>	<b>მოთხოვნა</b>
როგორი ხარისხი და თავისებურებებია დამახასიათებელი ჩვენი ლანდშაფტისათვის?	როგორი მოთხოვნაა ახლა ჩვენს შეთავაზებებზე (მოთხოვნათა რაოდენობრივი სტრუქტურა)?
როგორია ჩვენი სოციალურ-კულტურული განსაკუთრებულობა და მიმზიდველი მხარეები (მენტალიტეტი, კულტურა, წეს-ჩვეულებები)?	როგორია მოთხოვნათა სტრუქტურა?
როგორია პროფესიული შესაძლებლობები და ტურიზმის სფეროში მომსახურების შეთავაზებისადმი მზადყოფნის დონე?	როგორ გამოიყურება კონკურენტული სტრუქტურა (პირდაპირი და ირიბი კონკურენცია)?
როგორ მდგომარეობაშია ჩვენი ინფრასტრუქტურა?	როგორია ჩვენთან ურთიერთობა: „ფასი-მომსახურება“?
როგორია ჩვენი ინფრასტრუქტურის განვითარების რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლები?	<p>ჩვენ როგორ ტურისტულ პროდუქტს შემოგთავაზებთ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- შემოთავაზებათა სპექტრი</li> <li>- მიზნობრივი ჯგუფები</li> </ul>

<p>როგორია კვებისა და განთავსების სფეროში მომსახურების შესაძლებლობანი და ხარისხი?</p>	<p>როგორ წარვადგენთ პროდუქტს ბაზარზე?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- რეკლამა</li> <li>- ტურისტული პროდუქტის ცვეთა</li> <li>- საზოგადოებასთან ურთიერთობა</li> </ul>
---------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

წყარო: Ледовских Е. Ю., Моралева., „Основные этапы планирования развития экотуризма. Оценка экотуристического потенциала территории“, 2012.