

აღმოსავლეთ ევროპის უნივერსიტეტი



მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების და ხელშეწყობის  
თანამედროვე ტენდენციები და პერსპექტივები

ოთარ ჯაფარიძე

ნაშრომი წარდგენილია აღმოსავლეთ ევროპის უნივერსიტეტის ბიზნესისა და  
ინჟინერიის ფაკულტეტზე ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის აკადემიური  
ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: პროფესორი მარინა მეტრეველი

ქ. თბილისი,  
საქართველო  
2025

## განაცხადი

ნაშრომი „მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების და ხელშეწყობის თანამედროვე ტენდენციები და პერსპექტივები“. წარმოადგენს ჩემს ორიგინალ ნამუშევარს და როგორც წარდგენილი ნაშრომის ავტორი ვაცხადებ, რომ ნაშრომი არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, დასაცავად წარდგენილ და გამოსაქვეყნებლად მიღებულ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის აღნიშნული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

პატივისცემით

ოთარ ჯაფარიძე

..... 2025

## აბსტრაქტი

ნაშრომში განიხილავს სამთო ტურიზმის განვითარების ტენდენციები, მსოფლიოს რამდენიმე ქვეყნის მაგალითები და საქართველოში მიმდინარე პროცესები სამთო ტურიზმთან მიმართებით. მისი როგორც მნიშვნელოვანი ფაქტორის როლი სამთო რეგიონების ეკონომიკური განვითარებისა და უკუმიგრაციის საქმეში. გამოკვლეულია ის საფრთხეები, რომლებსაც ის შეიცავს ადგილობრივ კულტურასთან, სოციალურ იდენტობასთან, ტრადიციულ ეკონომიკასთან და ეკოლოგიასთან მიმართებაში. აჩვენებს მისი ინდუსტრიალიზაციის პროცესი მსოფლიოში, თუ რა ეტაპები გაიარა მან, დღეს რა ეტაპებს გადის და რა როლს თამაშობს მის სწორად დაგეგმვაში სახელმწიფო. ჩანს მდგრადი განვითარების მნიშვნელობა, რათა მოხდეს რეგიონების ჰარმონიული განვითარება და მასში ყველა სეგმენტის თანაბრად გათვალისწინება, რაც ხელს შეუწყობს რეგიონებში ადგილობრივი ტრადიციული ეკონომიკის გაჯანსაღებას და ბუნების შენარჩუნებას. სამაგალითოდ წარმოდენილია სერბეთის ორი სამთო კურორტის კოპონიკისა და ტარას მაგალითები.

ასევე ჩანს სექტორის კლასტერული განვითარების მნიშვნელობა, როგორც ინოვაციური მიდგომა რომელიც ეხმარება რეგიონებში სხვადასხვა მიმართულებების განვითარებას. მოყვანილია მსოფლიოს სამთო ტურიზმში არსებული წარმატებული კლასტერების მაგალითი: საფრანგეთი **Montagne** დაარსებული 2012 წელს, **IDM სამხრეთ ტიროლის კლასტერი**, რომელიც შეიქმნა 2016 წელს და ასევე მათ გვერდით წარმოგიდგენთ საქართველოს ტურისტულ კლასტერს **საქართველოს ტურიზმის ასოციაციას (GTA)** რომელიც თავის მხრივ დაარსდა 2006 წელს და თავისი არსებობის მანძილზე არაერთი პროექტი განახორციელა. მას პირდაპირ სამთო ტურიზმთან კავშირი არ აქვს თუმცა მისი ძირითადი ინტერესის სფერო ეკო ტურიზმია. აღწერილ კლასტერში შედის ისეთი კომპანიები როგორებიცაა ჯეო ლენდი, ელკანასაქართველოს მტელი რეგიონებიდან 49 სასტუმრო და თამდე ტურისტული კომპანია. წარმოადგენს საქართველოში კლასტერული განვითარების წარმატებულ სახეს.

ბოლო პერიოდში, როგორც რეგიონალური, ასევე მსოფლიო მასშტაბის კრიზისები გავლენას ახდენენ მთლიანად ტურიზმის და კონკრეტულად სამთო ტურიზმის განვითარების ტენდენციებზე. ნაშრომში გაანალიზებულია სამთო სამაშველო სამსახურების ევროპული მაგალითები და ვეტმფრენის გამოყენების კრიტერიუმები სამთო სამაშველო ოპერაციების დროს ევროპასა და საქართველოში.

მეორადი კვლევის (desk reserch) საფუძველზე გაკეთდა SWOT და PESTEL ანალიზები საქართველოს მაღალმთიანი რეგიონების პოტენციალთან მიმართებით. კვლევიდან გამომდინარე ანალიზი გამოყენებულია თვისებრივი და რაოდენობრივი

კვლევის ჩასატარებლად, რომლის მიზანიც იყო დაედგინა საქართველოს მთიანი რეგიონების ბიზნეს-პოტენციალი, მისი განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები გამოეკვითა დარგში არსებული პრობლემები და მათი გადაწყვეტის გზები.

კვლევის შედეგებით მიღებულ მონაცემთა მრავლობითი რეგრესიის შედეგად, გამოითვალა დამოუკიდებელი ცვლადების სტატისტიკური წონა დამოკიდებულ ცვლადთან. ანუ ჩვენ შემთხვევაში მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონესთან მიმართებით. რომლის მიხედვითაც ყველაზე მაღალი წონის მატარებელი არის 1. საგზაო და ტურისტული ინფრასტრუქტურის ხარისხი, 2. ტურისტული და რეგიონული უსაფრთხოება. 3. ტურისტული სერვისები, 4. მარკეტინგული აქტიობები და ა.შ.

კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე შემუშავებულ იქნა მთელი რიგი რეკომენდაციები, კვლევით იდენტიფიცირებულ პრობლემათა გადაწყვეტის მიზნით.

## სარჩევი

შესავალი .....	6
ლიტერატურის მიმოხილვა .....	14
<b>თავი I სამთო ტურიზმის მდგრადი განვითარება.....</b>	<b>18</b>
1.1 სამთო ტურიზმის განვითარების დადებითი ფაქტორები და საფრთხეები.....	18
1.2 სამთო ტურიზმის განვითარება .....	21
1.3 სამთო ტურიზმის ინდუსტრიალიზაცია .....	23
1.4 სახელმწიფოს როლი სამთო ტურიზმის განვითარებაში .....	25
1.5 მდგრადი განვითარება და სამთო ტურიზმი.....	29
1.6 სამთო ტურიზმის მდგრადი განვითარება სერბეთის მთის კურორტ კოპონიკისა და ტარას მაგალითებზე.....	36
1.7 სამთო კურორტი ტარა .....	42
1.8 საქართველოში მთის ტურიზმის კლასტერული განვითარება .....	48
1.9 კლასტერიზაცია ტურიზმის სექტორში.....	50
<b>თავი II კრიზისები და სამთო ტურიზმი.....</b>	<b>55</b>
2.1 კრიზისების მართვა ტურიზმში.....	55
2.2 მთიან რეგიონებში ექსესებისა და სამაშველო ოპერაციების მართვა.....	57
<b>თავი III. საქართველოს მთიანი რეგიონების პოტენციალი .....</b>	<b>69</b>
3.1 საქართველოს მთიანი რეგიონის SWOT ანალიზი .....	69
3.2 საქართველოს მთიანი რეგიონის PESTEL ანალიზი .....	81
<b>თავი IV. საქართველოს მთის ტურისტული ბიზნესი და მისი დღევანდელი მდგომარეობა (თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევა).....</b>	<b>99</b>
დასკვნა .....	166
სადოქტორო ნაშრომის აქტუალობის და მეცნიერული სიახლის დასაბუთება .....	167
გამოყენებული ლიტერატურა .....	170

## შესავალი

საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობა - მისი მრავალფეროვანი მთიანი რელიეფი და შესაბამისად განსხვავებული კულტურული თავისებურებები, ლოგიკურად ქმნის ქვეყანაში მთის ტურიზმით დაინტერესების საფუძველს - განსაკუთრებით ტურისტული ბიზნესის აღმავლობის ხანაში, როდესაც მსოფლიოს საზღვრები ღიაა ტურისტული მიმოსვლებისთვის და თითქმის ყველა ქვეყნის ეკონომიკაში სერიოზულ წილს სწორედ ტურისტული ბიზნესიდან მიღებული შემოსავლები ქმნის.

ჩვენი ქვეყნის ბუნებრივი, გეოგრაფიულ-კულტურული შესაძლებლობები მაქსიმალურადაა მობილიზებული ტურისტული ინტერესების დასაკმაყოფილებლად. შესაბამისად, ტურისტულ მიმოსვლებს შორის ადგილი აქვს განსხვავებული ტიპის ტურებს - რაც ტურისტთა მაქსიმალურად მრავალფეროვანი ინტერესების დაკმაყოფილებას ემსახურება. (მეტრეველი მ. 2017წ)

ტურიზმის მიმართულებით სტატისტიკების არსებობის მიუხედავად, ვერსად ვნახავთ უშუალოდ მაღალმთიანი ტურიზმის მიმართულებით განხორციელებული ვიზიტების, რაოდენობების და შემოსავლების სტატისტიკას - რაც ბუნებრივია, მაღალმთიანი ტურისტული ბიზნესის განვითარებისთვის ხელსაყრელი არაა, რადგან კონკრეტული ციფრების გარეშე მომავლის დაგეგმვა და განვითარება რთულია. არადა ჩვენი ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის წილი, შეიძლება ითქვას რომ დიდწილად მოდის სწორედ მაღალმთიანი ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობასა და პოპულარიზებაზე, რადგან მთის ტურიზმის სახეობები საინტერესო და მიმზიდველია არამხოლოდ სათავგადასავლო ტურების მოყვარულთათვის, არამედ მას შეუძლია თითქმის ყველა ტიპის ინტერესის მქონე ტურისტის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილება. მაგრამ, დეტალური, უშუალოდ მთის ტურიზმზე და მთაში მოგზაური ადამიანების ინტერესებზე მორგებული, კვლევების და სტატისტიკის არარსებობის გამო - ბუნებრივია ვერ მოხდება კონკრეტული პრობლემების - როგორც გარე, ასევე შიდა ტურისტების შეხედულებების და ინტერესების გათვალისწინება

მთის ტურიზმის ხელშესაწყობად გასატარებელი ღონისძიებების დაგეგმვაში. (UNDP Georgia. 2014)

ამასთან, პანდემიამ და პოსტ-პანდემიურმა პერიოდმა რადიკალურად შეცვალა ტურისტული ბიზნესის მიმართ არსებული მოთხოვნები და ეს სფერო ახალი, თანამედროვე გამოწვევების წინაშე დააყენა - როგორც მთელს მსოფლიოში, ბუნებრივია საქართველოში. ეს ეხება ტურიზმის ბიზნესს მაღალმთიან რეგიონებშიც, რადგან მთის რეგიონებისთვის პანდემია ერთის მხრივ გახდა შემაფერხებელი ფაქტორი (ისევე როგორც ყველა სფეროს ტურიზმისთვის) და მეორეს მხრივ - უდიდესი შესაძლებლობა, რადგან პოსტ-პანდემიური პერიოდის ტურიზმი მეტად ორიენტირებული გახდა დისტანცირებაზე, სუფთა ჰაერზე, ბუნების წიაღში მოძრაობაზე და ა.შ. რისთვისაც მთის ტურიზმის შესაძლებლობები სწორედ რომ აქტუალურია, ამიტომაც სამთო ტურიზმა სხვა მიმართულებებთან შედარებით ბევრად ადრე დაიწყო აღდგენა.

შესაბამისად, ტურიზმის წინაშე არსებული გამოწვევების და მოთხოვნების იდენტიფიცირება და შემდგომ უკვე მოგვარება - პირველ რიგში ქვეყნის, შემდეგ კი ტურისტული ბიზნესის პრიორიტეტს წარმოადგენს - თან ისე, რომ საფრთხე არ შეექმნას ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობის ავთენტურობას, ამდენად - ტურიზმის მდგრად განვითარებას. (მეტრეველი, მ. 2011)

### **თემის აქტუალობა**

ტურიზმის დღევანდელი აქტუალობიდან, როგორც მსოფლიო ასევე, საქართველოს დღის წესრიგში მისი მუდმივი ფიგურირებიდან გამომდინარე, ამ სფეროს მიმართ ინტერესი სულ უფრო და უფრო იზრდება - ისევე როგორც ფინანსები, რომელიც ტრიალებს ტურისტულ ბიზნესში.

უამრავი ადამიანია ჩართული ტურიზმის მომსახურების სფეროში და ამით ხელს უწყობს როგორც საკუთრი თავის, ოჯახის - ასევე ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებას. თუმცა, ტურიზმს მარტო ეკონომიკური ეფექტი არ აქვს - ის საუკეთესო საშუალებაა მსოფლიო ასპარეზზე ქვეყნის ცნობადობის გაზრდისთვის, რომლის

პოზიტიურ ასპექტში წარმოჩენა ხელს შეუწყობს ქვეყნის ასიმილაციას თანამედროვე მსოფლიოსთან - ჩვენთვის ღირებული მიმართულებების ჭრილშიც. (მეტრეველი, მ. 2012)

ამდენად, ჩვენი ტურისტული პოტენციალის მაქსიმალიზაცია და მისი მაღალ დონეზე აყვანა ატარებს სტრატეგიულ მნიშვნელობას, როგორც გრძელვადიან, ასევე მოკლევადიან პერსპექტივაში და როგორც რეგიონალურ, ასევე სახელმწიფოებრივ დონეზე. ამ მიზნის მიღწევას ემსახურება ქვეყნის სახელმწიფო პოლიტიკაც, რომელშიც მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ტურიზმის სფეროს ხელშეწყობას, მისი საჭიროებების იდენტიფიცირებას და მთელი რიგი ღონისძიებების დაგეგმვას - ტურიზმის საერთაშორისო სტანდარტებთან მისაახლოვებლად. (UNDP 2014)

ეს მით უფრო აქტუალური გახდა პანდემიის და პოსტ-პანდემიის გათვალისწინებით, რომელმაც ტურიზმის ბიზნესის მიმართ (ისევე როგორც ყველა ტიპის ბიზნესის მიმართ) ახალი, განსაკუთრებული მოთხოვნები დააყენა და ამით აქტუალური გახდა მაღალმთიანი ტურიზმის საერთაშორისო, თანამედროვე, საუკეთესო პრაქტიკების და საკანონმდებლო ბაზების იდენტიფიცირება და მისი ჩვენი ქვეყნის შესაძლებლობებთან მისადაგება/იმპლემენტაცია. (მეტრეველი, მ. 2011)

ზემოთ ჩამოთვლილი მიზნების მიღწევას ემსახურება ჩემი სადოქტორო ნაშრომი, რომელიც ტურისტული ბიზნესის განვითარების მნიშვნელოვნების აქტუალობიდან გამომდინარე, ტურისტების მოზიდვისთვის და მათთან ეფექტურად მუშაობისთვის საჭირო ღონისძიებების იდენტიფიცირებას, უახლესი - თანამედროვე გამოწვევებზე მორგებული საუკეთესო მსოფლიო გამოცდილებების გაზიარებასა და ამის საფუძველზე რეკომენდაციების შემუშავებას გულისხმობს.

### **თემის მიზანი**

მთის ტურიზმის ბიზნესის განვითარების თემის აქტუალობიდან გამომდინარე, ნაშრომის მიზანს წარმოადგენს მთის ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება, რომელთაც

ტურისტულ ადგილებზე ვაწყდებით და რომლებიც ყველაზე უკეთ ჩანს იმ გადმოსახედიდან, სადაც ის რეალურად ხორციელდება.

ასევე, ტურისტული ბიზნესის განვითარებისთვის თანამედროვე რეალობაში ძალზედ აქტუალურია დღეს არსებული გამოწვევების და მოთხოვნების იდენტიფიცირება, გააზრება და მისი ჩვენი ქვეყნის ტურისტულ ბიზნეს-ინდუსტრიაში იმპლემენტირება.

სადოქტორო ნაშრომის მიზანი, სწორედ ამ ფაქტორთა იდენტიფიცირება და გადაწყვეტა და მათ საფუძველზე მთის ტურისტული ბიზნესის ხელშესაწყობად კონკრეტული და მიზანმიმართული რეკომენდაციების შემუშავებაა - რომელებიც ერთნაირად ღირებული იქნება როგორც, ტურისტული ბიზნესებისთვის, სფეროში ჩართული ცალკეული ადამიანებისთვის, ასევე სახელმწიფო სამთავრობო თუ არასამთავრობო სტრუქტურებისთვის - მითუმეტეს, რომ მთის ტურიზმის საჭიროებებზე და მისი განვითარების პერსპექტივებზე, მასში მონაწილე მხარეების ემპირიული კვლევის მონაცემების საფუძველზე ვიმსჯელებთ.

ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის ფარგლებში ჩვენ მოვიძიეთ და სტრუქტურირება გავუკეთეთ (desk reserch მეშვეობით), პირველ რიგში დეტალური და მიზანმიმართული ულტრა-თანამედროვე გამოწვევებზე მორგებული მასალას, ხოლო ემპირიული კვლევის საფუძველზე გამოვკვეთეთ მთის ტურიზმის განვითარების პრობლემებსა და პერსპექტივებს, რაც პოზიტიური ნაბიჯია ტურიზმის სფეროში გასატარებელი ღონისძიებებისთვის, რადგან ეს დაეხმარება ამ საქმეში ჩართულ და დაინტერესებულ ყველა მხარეს უკეთ განსაზღვროს ის საჭიროებები, რომელიც აქვს მაღალმთაში ტურიზმს და რომელთა მოგვარებაც მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს დარგის განვითარების პერსპექტივებს და წინ წაწევს ტურისტულ ბიზნესს.

## **სიახლე**

სადოქტორო თემის პრაქტიკული ღირებულება სწორედ მისი მეცნიერული სიახლიდან და შესასწავლი სფეროს - ტურისტული ბიზნესის განვითარების მნიშვნელოვნებიდან გამომდინარეობს.

ჩემს მიერ წარმოდგენილი სადოქტორო თემის დანიშნულება არის საქართველოში მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა, საგანგებოდ შერჩეული და დამუშავებული ტურიზმის დარგის უახლესი სამეცნიერო ლიტერატურის და ემპირიულად მიღებული მონაცემების შერწყმის საფუძველზე.

მთის ტურიზმის წინაშე არსებული გამოწვევების - მისი ხელისშემშლელი და ხელისშემწყობი ფაქტორების იდენტიფიცირება, რომლის საფუძველზეც შესაძლებელი გახდება სათანადო რეკომენდაციების შემუშავება და ამ მეტად პერსპექტიული ბიზნეს-მიმართულების განვითარებისთვის საჭირო ნაბიჯების გადადგმა - ამდენად, თემის პრაქტიკული ღირებულება სწორედ მთის ტურიზმის განვითარებისთვის საჭირო ღონისძიებების იდენტიფიცირებასა და დაგეგმვის შესაძლებლობაში მდგომარეობს.

ტურისტული ბიზნესის მიმართულებით დღემდე არსებულ სამეცნიერო ლიტერატურასა თუ კვლევებში, არ და ვერც იქნებოდა ასახული ის ახალი საჭიროებები და გამოწვევები, რომელიც პანდემიამ და რეგიონში მიმდინარე ომმა დაუყენა თანამედროვე მსოფლიოს და მათ შორის - საქართველოს. ამდენად, სადოქტორო ნაშრომით განხილული თემის სამეცნიერო სიახლე უკავშირდება მთის ტურიზმის ბიზნესის თანამედროვე/დღევანდელ და მომავლის გამოწვევების იდენტიფიცირებას, სტრუქტურირებას და ამის საფუძველზე ე.წ. სამეცნიერო სახელმძღვანელოს შემუშავებას - როგორ განვავითაროთ და გამოვიყენოთ მთის ტურისტული პოტენციალი და ამასთან - ბიზნესი ისე, რომ საფრთხე არ შეექმნას ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფციას.

ამდენად, სადოქტორო ნაშრომის საფუძველზე შესაძლებელი გახდება მთის ტურისტული ბიზნესის ხელშესაწყობად თანამედროვე გამოწვევების გათვალისწინებით მიზანმიმართული ღონისძიებების დაგეგმვა და საქართველოს მთიანი რეგიონების ტურისტული ბიზნეს-პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენება.

ტურიზმი ბიზნესის არცთუ მარტივი და ძალზედ პერსპექტიული მიმართულებაა და მასში წარმატების მიღწევა დიდწილად არის დამოკიდებული

იმაზე, თუ რამდენად კარგად ვიცნობთ სფეროს თავისებურებებს, დარგის მიღწევებს, თანამედროვე გამოწვევებს და ამ გამოწვევების მოგვარების საუკეთესო პრაქტიკებს. ასევე ტურიზმის და ტურისტების კლასიფიკაციებს, ტურისტული ქცევის მახასიათებლებს, მათ მოთხოვნებს, მოგზაურობების მოტივატორებს და შესაძლო რეჟექტორებს, ასევე ქვეყნის ისტორიას, კულტურას და იმ განსხვავებულობებს, რის სანახავადაც ტურისტები დადიან მოსანახულებელ ადგილებში. აქვე ისიც არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ტურისტისთვის მიწოდებული სერვისი, მისი შეთავაზების შესაბამისი უნდა იყოს, რაც საბოლოო ჯამში განაპირობებს კიდევ მის სამომავლო ქცევას ჩვენს ქვეყანაში/ტურისტულ ადგილებში განმეორებით დაბრუნებასთან დაკავშირებით.

სწორედ ამ ყოველივეს ემსახურება ჩემი სადოქტორო ნაშრომი და ამით ვფიქრობ მისი პრაქტიკული ღირებულება ეჭვგარეშა.

### **კვლევის მეთოდოლოგია**

სადოქტორო ნაშრომის ფარგლებში დაგეგმილი კვლევის მეთოდოლოგია შემდეგნაირად განისაზღვრა:

**მთავარი ჰიპოთეზა:** სხვა ტურისტული მიმართულებებისგან განსხვავებით, მთის ტურიზმის მეტ „გამძლეობას“ ჯერ-ჯერობით განაპირობებს მხოლოდ მთიანი რეგიონების ბუნებრივი/ავთენტური გარემო და დასვენებისთვის სასურველი ბუნებრივად არსებული მრავალფეროვნება და არა მთის რეგიონების ზედმეტი „ინფრასტრუქტურული განვითარება“;

**ქვე-ჰიპოთეზა:** შესაბამისად, მთის ტურიზმის ბიზნეს-პოტენციალის მდგრადობის შენარჩუნებისთვის მთავარ ხელისშემშლელ ფაქტორს წარმოადგენს ბუნებრივად მაღალი ტურისტული პოტენციალის მქონე მთიანი რეგიონების ქაოსური განაშენიანება - რომელიც ემუქრება ტურისტებისთვის მთაში დასვენების მთავარ მოტივატორებს - რეგიონების ავთენტურობას, კულტურული - ისტორიულ და გასტრონომიულ მემკვიდრეობას, ტრადიციული სამთო ტურისტულ ატრაქციებს, რაც თანდათან ამცირებს მთიანი რეგიონების მიმართ ტურისტულ ინტერესებს.

### **კვლევის მიზანი**

კვლევის მიზანს წარმოადგენს საქართველოს მთიანი რეგიონების ბიზნეს-პოტენციალისა და განვითარების დღევანდელი ტენდენციების, მსოფლიოს მთიანი ქვეყნების კარგი გამოცდილების იდენტიფიცირებას და განვითარების პერსპექტივების გამოკვეთას, შესაბამისად ქვეყანაში სამთო ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობის გაზრდას თანამედროვე სტანდარტების დანერგვის საშუალებით.

კვლევა მიზნად ისახავს მიღებული შედეგების საფუძველზე: მთიანი რეგიონების ტურისტული პოტენციალის, მთის ტურიზმის ბიზნეს-პოტენციალის ამაღლების და ტურიზმის ამ მიმართულების უწყვეტი მდგრადი განვითარების რეკომენდაციების შემუშავებას.

### **კვლევის ამოცანები**

1. მსოფლიო გამოცდილების გაანალიზება და მისი საქართველოს რეალობაში იმპლემენტაციის/ადაპტირების შესაძლებლობის განსაზღვრა;
2. მსოფლიოში არსებული კრიზისების განსაზღვრა და მისი ჩვენ ქვეყანაში თავიდან აცილების, ან უარყოფითი ეფექტის შერბილების გზების გარკვევა;
3. მდგრადი განვითარების მიმართულებით, მთიან რეგიონებში არსებული მდგომარეობის შესწავლა და პროცესების ეფექტურობის შეფასება;
4. როგორც რეგიონული, ასევე ცენტრალიზებული მმართველობის დონეზე გატარებული ღონისძიებების ეფექტიანობის შეფასება და განსაზღვრა;
5. მთის ტურიზმის განვითარების ხელისშემწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიცირება - იმ გამოწვევების და შესაძლებლობების გარკვევა, რომელიც აქვს თანამედროვე რეალობაში მთის ტურიზმს და მასში მონაწილე სუბიექტებს (რეგიონების შედარება).
6. მთის ტურიზმის ცალკეული მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება - კონკრეტული რეგიონების და განსხვავებული ტურისტული პროფილების მიხედვით. ასევე პოსტ-კრიზისული აუცილებლობების გათვალისწინებით;

7. მთის ტურისტების პროფილების განსაზღვრა და მათი ქცევის მახასიათებლების იდენტიფიცირება - მთაში სიარულის მოტივატორების და რეჟექტორების ვიზუალიზაცია;

**კვლევის დაგეგმილი მეთოდები:**

I ეტაპი - კაბინეტური კვლევა

II ეტაპი - თვისებრივი კვლევა: ტურიზმის დეპარტამენტი, ტურისტული კომპანიები, ტურიზმის ექსპერტები, ადგილობრივი მთის გიდები და სასტუმროების წარმომადგენლები, საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები;

III ეტაპი - რაოდენობრივი კვლევა: საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები, ადგილობრივი მთის გიდები;

## ლიტერატურის მიმოხილვა

წარმოდგენილ სადისერტაციო ნაშრომში განხილულია მსოფლიოში არსებული მდგომარეობა სამთო ტურიზმთან მიმართებაში. მეორადი ანალიზისათვის გამოყენებულ იქნა, როგორც საქართველოს ასევე, მსოფლიოს სხვადასხვა წამყვანი სპეციალისტების ნაშრომები, ასევე გაანალიზებულია სერბეთის ორი სამთო კურორტი, რომელთა დღევანდელი მდგომარეობა და განვითარების ეტაპების გაანალიზება წაადგება საქართველოში სამთო რეგიონების განვითარებას.

ნაშრომში ტურიზმის განვითარების საფუძვლების განსახილველად გამოყენებულია პროფესორი მარინა მეტრეველის 2017 წელს გამოცემული წიგნი **„ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები“**. რის მიხედვითაც მოხდა ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის არსის განსაზღვრა - თუ როგორი უნდა იყოს ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა და მისი განხორციელება ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულებებთან დაკავშირებით. ასევე, ტურიზმის პერსპექტივების გაანალიზება. წიგნში განხილულია სამთო ტურიზმის ინდუსტრიალიზაციის ისტორია და მისი განვითარების ეტაპები, სადაც გამოყენებულია მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) 2018 წელს გამოცემული სტატია **„Sustainable Mountain Tourism-Opportunities dor Local Communities“**.

UN Tourism - ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის (ძველი აბრევიატურა UNWTO) სტატიაში **„Indicators of Sustainable Developmentfor Tourism Destinations A Guidebook. Retrieved“** (2004) მოცემულია მდგრადი განვითარების ინდიკატორები და ამ ინდიკატორებით ხელმძღვანელობის დადებითი მხარე ტურიზმის განვითარების ხარისხის დადგენაში. შემდგომში კი სერბეთის მაგილეთებზე მათი გამოყენება, სადაც გადმოცემულია კოპონიკისა და ტარას სამთო კურორტების ანალიზი. შრომაში **Sustainable tourism development of mountain tourism destinations in Serbia (2018)** რომელთა

ავტორებიც გახლავთ Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. სწორედ საქართველოს ეკონომიკასთან და განვითარების სტადიებთან სიახლოვის გამო მოხდა ამ კურორტების შერჩევა სადაც ნათლად ჩანს მდგრადი განვითარების მნიშვნელობა სამთო რეგიონის პოტენციალის სრულად წარმოჩენაში.

ასევე მდგრადი განვითარების მნიშვნელობაზე საუბრისას გამოყენებულ იქნა Nepal, S. სტატია „*Mountain Ecotourism and Sustainable Development*“ (2002). სადაც ავტორი ხაზს უსვამს თავად ტურისტების პასუხისმგებლობას ეკოლოგიასთან მიმართებაში, ადგილობრივი კულტურისა და ტრადიციების დაფასებას.

ევროკავშირის მამულებით ინოვაციური მიდგომის მნიშვნელობა თანამედროვე ტურიზმის განვითარებაში გამოყენებულია ეკონომიკის დოქტორ ქალბატონ ქეთევან ქველამეს სტატიაში „*ინოვაციური სისტემის ფორმირება და განვითარება ევროკავშირის ტურიზმში.*“ (2017). სტატიაში განხილულია საერთაშორისო მამულებით, ინოვაციური მიდგომის მნიშვნელობა, ტურიზმის განვითარებისთვის. რაც საბოლოოდ ეხმარება ქვეყნის ეკონომიკის გაჯანსაღებას არამარტო აღნიშნულ დარგთან მიმართებაში, არამედ ისეთ გადამკვეთ მიმართულებებში როგორებიცაა ტრანსპორტის, ქვეყნის ინფრასტრუქტურისა და შიდა კომუნიკაციების განვითარება. ასევე ხაზი აქვს გასმული ინოვაციური სისტემების ელემენტებს როგორებიცაა კლასტერები და კლასტერული განვითარება ტურიზმის ინდუსტრიაში, რომლებიც თავის მხრივ ხელს უწყობენ დარგის წარმატებას.

კლასტერის არსისა და მის ფორმირების და მნიშვნელობის საკითხების დამუშავებისას გამოვიყენეთ თამარ ხახიშვილის დისერტაცია „*ეკოტურისტული კლასტერი, როგორც საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ეფექტური მექანიზმი*“ (2021) და მერაბ დიასამიძის დისერტაცია „*ტურიზმის ინდუსტრიაში კლასტერის ფორმირება და რეგიონული ტურისტული ბაზრის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება*“ (2015). ნაშრომში ასევე გამოყენებულ იქნა თურქი ავტორების Yalcinkaya, T., & Gruzel, T 2019 წელს გამოცემული სტატია „*A general overview of tourism clusters*“. წარმოდგენილ შრომაში ზემოთ აღნიშნული სტატიებისა და ნაშრომების ანალიზით

გადმოცემულია ტურისტული კლასტერის ფორმირების აუცილებლობა, როგორც ერთ-ერთი ინოვაციური მიდგომა. სადაც კონკრეტული ტურისტული კლასტერების მაგალითებით ხდება მათი მახასიათებლების ჩვენება. აქვე მოყვანილია საქართველოში არსებული კლასტერი და მასთან ერთად, სამთო ტურიზმთან დაკავშირებული კონკრეტული წარმატებული კლასტერების მაგალითები როგორებიცაა ფრანგული **Montagne** და სამხრეთ ტიროლში არსებული კლასტერი **IDM**.

რა თქმა უნდა ტურიზმზე საუბრისას ვერ გაექცევი ისეთ საკითხს როგორიცაა კრიზისები და პოსტკრიზისული პერიოდები, მათი გავლენები ზოგადად ტურიზმზე და კერძოდ, სამთო ტურიზმზე. ის თუ რა უპირატესობები და რა პრობლემები აქვს სამთო ტურიზმის ინდუსტრიას სხვა ტურისტულ მიმართულებებთან შედარებით. აღნიშნული თემების კვლევაში გამოყენებულ იქნა შემდეგი ორი სტატია Liyun, Z., Rita Yi, M., Jotikasthira, N., Jinkun, S., & Yunyi, M. (2022). **Economic Development and Mountain Tourism Research from 2010 to 2020: Bibliometric Analysis and Science Mapping Approach**. და Naciye, G. U., & Akbiyik, A. (2020). **Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison**.

ასევე ტურიზმზე და კერძოდ, სამთო ტურიზმზე საუბრისას განსაკუთრებული ყურადღება მივაქციეთ ისეთ უმნიშვნელოვანეს საკითხს როგორიც არის სამაშველო სამსახურების მუშაობისა და ზოგადად, მთაში მოგზაურობისას ექსესების მართვას, ვეტმფრენების გამოყენების საფუძვლებს სამაშველო ოპერაციების დროს, ევროპული გამოცდილება, რაშიც გამოყენებული იქნა სამაშველო სამსახურების ისეთი ევროპული ქვეყნების მაგალითები როგორებიცაა: [www.bergrettung.at](http://www.bergrettung.at). (ავსტრია); [www.rega.ch](http://www.rega.ch). (შვეიცარია); [www.gendarmerie.interieur.fr](http://www.gendarmerie.interieur.fr) (საფრანგეთი); [www.drk.de](http://www.drk.de) (გერმანია); ასევე, ნაშრომში აღწერილია ქართული რეალობა და გაზიარებულია ევროპული გამოცდილება.

აქვე უნდა აღინიშნოს ის სამუშაო, რომელიც გავწიეთ მონაცემების შეგროვებაში სადაც გადმოცემულია საქართველოს მთიანი რეგიონის განვითარების ტენდენცია და

იქ არსებული მდგომარეობა. რაშიც დაგვეხმარა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ვებგვერდი: [www.geostat.ge](http://www.geostat.ge), საიდანაც შეგროვდა ინფორმაცია რეგიონების შესახებ. ასევე, SWOT და PESTEL ანალიზების გაკეთებისას დაგვეხმარა თავად მოსახლეობის მიგრაციის, ვიზიტების რაოდენობის, რეგიონებში საცხოვრებელი პირობებისა და პრობლემების განსაზღვრაში, შესაბამისად ჩვენთვის საინტერესო საკვლევი საკითხების დადგენაში. ანალიზების გაკეთებისას გამოყენებულ იქნა საქართველოში არსებული საკანონმდებლო აქტები, რომლებიც განაპირობებენ ტურიზმის დარგის რეგულირებასა და სამთო ტურიზმის მდგრად განვითარებას. ისეთები როგორებიცაა, „საქართველოს კანონები: „ტურიზმის შესახებ“, „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“, „მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ“ და სხვა. ასევე. დარგის განვითარების სტრატეგიები როგორებიცაა: „ტურიზმის განვითარების სტრატეგია 2015-2025“ (კოვიდიდან გამომდინარე გაგრძელდა 2030 წლამდე), „სვანეთის განვითარების სტრატეგია“, „ეკოტურიზმის განვითარების სტრატეგია“, „იმერეთის სათავგადასავლო ტურიზმის განვითარების სტრატეგია“ და სხვა.

კვლევის დროს გამოყენებულ იქნა მსოფლიოს წამყვან მეცნიერთა კვლევები და სამთო ტურიზმის ორგანიზაციებისა და გამყოლთა პერსონალური ვებგვერდები.

## თავი I სამთო ტურიზმის მდგრადი განვითარება

### 1.1 სამთო ტურიზმის განვითარების დადებითი ფაქტორები და საფრთხეები

UN Tourism (ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაცია) სამთო ტურიზმს განსაზღვრავს როგორც ტურისტულ აქტიობას, რომელიც მიმდინარეობს კონკრეტულ გეოგრაფიულ არეალში, როგორსაც წარმოადგენს ბორცვები, მთები რომლებიც გამოირჩევიან მახასიათებლებითა და კონკრეტული ატრიბუტიკით რაც ახასიათებს ამ კონკრეტულ ლანდშაფტს, მის ტოპოგრაფიასა და კლიმატს, ასევე გამოირჩევა როგორც ფლორით ასევე ფაუნით და რათქმაუნდა ადგილობრივი საზოგადოება. სამთო ტურიზმი მოიცავს გარე დასვენებისა და სპორტული აქტიობების ფართო სპექტრს. (UN Tourism 2023)

მთიანი რაიონები შეადგენს დაახლოებით გლობალური მიწის ფართობის 27%-ს და უმეტესად მათი ტერიტორიის 54% განლაგებულია განვითარებად ქვეყნებში, საქართველოს 65%-ზე მეტს მთიან რელიეფი შეადგენს, რაც თავის მხრივ მას ერთ-ერთ მიმზიდველ ქვეყნად აქცევს მსოფლიო ტურიზმის ბაზარზე. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის სტატისტიკის მიხედვით სამთო ტურიზმი დაახლოებით გლობალური ტურიზმის 20%-ია და უდიდეს როლს თამაშობს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაში. მთიანი ტერიტორიები ასევე დიდ როლს თამაშობს მსოფლიო ბიომრავალფეროვნებისა და გლობალური კლიმატის ცვლილებაზე. აუცილებელია გავითვალისწინოთ სამთო ტურისტული მიმართულებების რეაგირება გარემოსა და სოციალურ პირობებზე. მათი განვითარება უნდა მოხდეს მთავრობების კოორდინირებული კვლევების საფუძველზე მდგრად ტურიზმში. მთელ რიგ შემთხვევებში ტურიზმი ცვლის სამთო საქმიანობებს მთიან რეგიონებში. მთავრობების გადაწყვეტილებით იგი ხშირ შემთხვევებში თანაარსებობს სამთო მოპოვებასთან ერთად მთიან რაიონებში. ასე რომ მდგრადი განვითარების პრინციპებითა და მთავრობების მხრიდან სწორი პოლიტიკის შემთხვევაში ტურიზმს მოაქვს დიდი ეკონომიკური სარგებელი რეგიონებისთვის. მთის ტურიზმი დიდ როლს ასრულებს რეგიონის ეკონომიკური ზრდისა და ასევე სოციალური ცვლილებების

პროცესებში. მთა ერთ-ერთი დიდი აქტივია ტურისტული ინდუსტრიისათვის მთელ მსოფლიოში. მისი ბუნებრივი რესურსები უზრუნველყოფს მრავალფეროვანი სტუმრების მოზიდვას. რაც თავის მხრივ მას ერთ-ერთ საუკეთესო ტურისტულ ადგილად აქცევს. იგი უდიდეს როლს თამაშობს მშპ-ს ზრდასა და სამუშაო ადგილების შექმნაში. (Liyun, Z., Rita Yi, M., Jotikasthira, N., Jinkun , S., & Yunyi, M. 2022)

ამავე დროს იგი ხშირად დაუცველი ხდება ისეთი ფაქტორების მიმართ როგორებიცაა გარემოზე ზეწოლა, სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული ფაქტორები. მთის გარემო ბევრად მგრძობიარეა მსგავსი ჩარევების მიმართ და ხშირად საფრთხეებსაც შეიცავს. ამიტომაც ტურიზმის განვითარება მთაში უნდა მოხდეს არსებულზე ზრუნვით და აუცილებლად ქვეყნის ეკონომიკური ხედვის საერთო სტრატეგიაში. რათა მოხდეს ტურიზმის განვითარება არა მხოლოდ ტურისტების ხარჯზე არამედ კონკრეტული ტურისტული მიმართულებებით, შესაბამისი ინფრასტრუქტურის განვითარებითა და ამით მაქსიმალური სოციალური სარგებლის მიღებით. რაც თავის მხრივ დაკავშირებული იქნება მავნე ეკოლოგიური და სოციალურ-კულტურული ზეგავლენის მინიმუმამდე დაყვანასთან. მთაში არსებული რესურსების წინაშე მყოფი გამოწვევები, როგორც წესი არის ტურიზმის სფეროში მომუშავე ადამიანების მთავარი საფიქრალი. განსაკუთრებით ეს ეხება მათ კონსერვაციას. აქედან გამომდინარე მთის ტურიზმი პირდაპირ უკავშირდება ბუნების დაცვას. გარემოსდაცვითი ღირებულებები უნდა იდგეს სხვა ღირებულებებზე წინ რათა მოხდეს მთის ტურიზმის უწყვეტი განვითარება. ასევე მთის ტურიზმის განვითარებისთვის უმნიშვნელოვანესია ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურული მემკვიდრეობა. ბუნებრივი და კულტურული რესურსების უმეტესობა, მთიან ზონებში, ეფუძვნება მათ თანაბარ ექსპლუატაციას, რაც თავის მხრივ მთლიანად შეესაბამება მდგრადი განვითარების პრინციპებს. გამომდინარე აქედან, ბოლო პერიოდში მოუწოდებენ ეკოლოგიურად მგრძობიარე, სოციალურ-ეკონომიკურად მდგრადი და კულტურულად პასუხისმგებლიანი ტურისტული აქტივობების შეთავაზების აუცილებლობაზე. თავის მხრივ ტურისტული პროდუქტებისა და

პრაქტიკის მსგავსი დივერსიფიკაციით შესაძლებელი ხდება არა მხოლოდ ტურისტების გარემოსდაცვითი ზეწოლის შემცირებისა არამედ მასპინძელ თემებს ანიჭებთ ტურიზმით სარგებლობის მეტ შესაძლებლობას. (Nepal, S. 2002)

ტურიზმი მთაში უპირატესად ბუნებაზე დაფუძნებული, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს ალტერნატიულ ეკონომიკურ საქმიანობას ადგილობრივი ადამიანებისთვის, რომლებსაც სხვაგვარად შეზღუდული შესაძლებლობები აქვთ. აქიდან გამომდინარე მთიან რეგიონებში უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვის ტენდენცია არსებობს. სწორედ ამ თვისებებიდან გამომდინარე მთაში ტურისტები გამუდმებულად მოდიან. რაც თავის მხრივ ადგილებზე აჩენს მომსახურების ობიექტებს, რადგან მათ სჭირდებათ საკვები და თავშესაფარი. საბოლოოდ კი ჩნდება შესაბამისი ინფრასტრუქტურა რომელიც მორგებულია ტურისტების მოთხოვნილებებზე. (Nepal, S. 2002) თუმცა მსგავსი განვითარების ტენდენციების სერიოზულ ნაკლს წარმოადგენს ის, რომ ხდება მასიური ტურიზმისთვის დამახასიათებელი ტურისტული ინფრასტრუქტურის მშენებლობა (სახეზეა სტეფანწმინდისა და მესტიის მაგალითი).

ტურისტული საქმიანობა მთიან გარემოში ხასიათდება ლანდშაფტის, კლიმატისა და ველური ბუნების მკაფიო ელემენტებით, ასევე ადგილობრივი თემების ტრადიციებითა და სოციო-კულტურული გარემოთი, რაც თავის მხრივ ზრდის მისადმი მიმზიდველობას პოტენციური ტურისტებისათვის. მთების უნიკალური ბუნებრივი გარემო, სუფთა ჰაერი და მისი წარმტაცი პეიზაჟები აღძრავს ტურისტების სურვილს მეტად დაუხალოვდნენ მას. მთაში არსებული რელიგიური და კულტურული ტრადიციები, მისი მწვერვალები და თოვლიანი რელიეფი ამ ადგილებს იდეალურს ხდის ჯამრთელობაზე ორიენტირებული ტურისტებისათვის, მთასვლელებისათვის და თხილამურებზე სრიალის მოყვარულთათვის. სამთო ტურიზმი მოიცავს გარე დასვენებისა და სპორტული აქტივობების ფართო სპექტრს. ეს ეკონომიკური აქტივობები განსხვავდება ხელმისაწვდომობის პერიოდის, მდებარეობის, ფიზიკური/ვარჯიშის მოთხოვნებისა და მოგზაურობის ხანგრძლივობისა და მოთხოვნების მიხედვით. (UN

Tourism 2023). ყოველივე აქიდან გამომდინარე მთის ტურიზმი დიდ როლს თამაშობს რეგიონების განვითარების საქმეში და ადგილობრივი ეკონომიკური ზრდის პროცესში, აქიდან გამომდინარე კი მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) ზრდასა და სამუშაო ადგილების შექმნაში. თუმცა ამავე დროს აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ ის რომ მთის ტურიზმის პოპულარობის ზრდამ შეიძლება ბუნებრივ გარემოს ზიანი მიაყენოს, რადგან ტურისტული კომპანიები, თავიანთი შემოსავლის ზრდიდად გამომდინარე ახდენენ კონკრეტული მიმართულებების გადატვირთვას, ხოლო თავად კონკურენტული ბაზარი ვერ ანაწილებს რესურსებს. ამ უარყოფითი ფაქტორების შესამცირებლად აუცილებელია სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის კოორდინაცია, მთის ტურიზმის მდგრადი განვითარების შენარჩუნება და მისი როლის როგორც ტურისტული ინდუსტრიის გადამრჩენელის შენარჩუნება კრიზისების დროს.

## **1.2 სამთო ტურიზმის განვითარება**

სამთო ტურიზმა თავისი განვითარება დაიწყო მე-18 საუკუნეში და იგი ძირითადად ევროპული ელიტის დანიშნულების ადგილს წარმოადგენდა. ამ პერიოდში სხვადასხვა ინოვაციურმა მეწარმეებმა დაიწყეს სასტუმრო სახლების მშენებლობა მთიან რეგიონებში, ასევე მოხდა მთაში რკინიგზის აყვანა, რამაც ხელი შეუწყო მთიან რელიეფზე გადაადგილებას. აქ დამსვენებლებს ძირითადად არისტოკრატიული კლასი წარმოადგენდა. ყოველივე ამან ხელი შეუწყო ალპური ტურიზმის განვითარებას და მის პოპულარობას. შემდგომი ბუმი ალპებში უკვე მე-19 საუკუნის შუა პერიოდიდან დაიწყო. როდესაც ომების შემდეგ მოხდა სოციალური და ტექნოლოგიური ცვლილებები, ასევე ფასიანმა შვებულებებმაც, მოსახლეობაში, გამოიწვია მეტი შესაძლებლობების გაჩენა, ამ პერიოდიდან შეიცვალა ის კლასი რომელიც აქამდე ისვენებდა მთიან რეგიონებში. (UN Tourism 2018)

დიდი ხნის განმავლობაში მთები განიხილებოდა როგორც მომხიბლავი თუმცა ამავე დროს საშიში და არაპროგნოზირებადი სფეროები. ისინი მოსახლეობის დიდ ნაწილში გაუცნობიერებელ შიშს იწვევდა, რაც თავის მხრივ გარკვეულ დაბრკოლებას

წარმოადგენდა. მთების ეს საშიში სახე შეიცვალა მას შემდეგ რაც უამრავმა პოეტმა, მხატვრებმა და ფილოსოფოსებმა დაიწყეს მათი აღწერა როგორც ხელუხლებელი ბუნებისა და მიწიერი სამოთხის ადგილების. განსაკუთრებით დიდი პოპულარულობა, მთაში მოგზაურობამ, ბრიტანეთში მოიპოვა, სადაც განათლების დასრულების შემდეგ ერთ-ერთ აუცილებელ მიმართულებად ჩამოყალიბდა. სწორედ მთაში დაიწყეს პირველმა საოჯახო სასტუმროებმა ფუნქციონირება. ევროპული ელიტისთვის მთაში მოგზაურობა ერთგვარ სავალდებულო საქმიანობად იქცა. (UN Tourism 2018) ომის დამთავრების შემდეგ, პროფკავშირებმა და სახელმწიფო ორგანიზაციებმა მთის მიმართულება ყველასათვის ხელმისაწვდომი გახადეს და ის ოჯახებისთვის დასასვენებელ ადგილად გადააქციეს. ამ პერიოდიდან სამთო ტურიზმი მასობრივი დასვენების ფორმად გადაიქცა.

რათქმაუნდა სამთო ტურიზმის ბუმი არ იყო მხოლოდ სოციალურ-ეკონომიკური ფენომენი. პარალელურად ამ პერიოდშივე მოხდა ინდივიდუალური კერძო მანქანების მატება, რამაც გაზარდა ვიზიტორების რიცხვი მთაში. მანქანა გახდა მთავარი სატრანსპორტო საშუალება. იგი ბევრად უფრო სწრაფი და კომფორტული იყო მთაში მოგზაურობისთვის ვიდრე აქამდე არსებული სხვა საშუალებები: მატარებელი, ცხენი. რათმაუნდა დღეს ამ ყველაფერმა გამოიწვია სულ მცირე ბუნებრივი გარემოს დაბინძურება თუმცა იმ ეტაპზე ამ პრობლემის გაანალიზება არ ხდებოდა.

ამავე დროს ბრიტანულმა კორპორაციამ British Overseas Airways-ს. კორპორაცია (BOAC), 1952 წელს შეასრულა რეისი ლონდონი-იოჰანესბურგის მარშრუტზე და გახდა როგორც გლობალური ტურიზმის დასაწყისი, ასევე შექმნა შესაძლებლობა ზამთრის ალპიური ტურიზმისა. 1980-იანი წლებიდან სამხრეთ ნახევარსფეროში იაფმა შორ მანძილზე ფრენებმა შექმნა ზამთრის არდადაგების კონცეფცია. ამან კი მეტად განავითარა ზამთრის სათხილამურო მიმართულებები. (UNWTO 2018)

### 1.3 სამთო ტურიზმის ინდუსტრიალიზაცია

ალპური ან სუბალპური მთის ზონები, დიდი ხანია მიმზიდველი ტურისტული მიმართულებებია, რაც რათმაუნდა იქ არსებული უნიკალური ეკოსისტემიდან მომდინარეობს, რომელიც თავის მხრივ უზრუნველყოფს ტურიზმის განვითარებისთვის აუცილებელ რესურსებს. სამთო ტურიზმის მოთხოვნადობა და განვითარება კი გამომდინარეობს ისეთი ფაქტორებიდან როგორებიცაა: კლიმატი, ტოპოგრაფია, პეიზაჟები, სეზონური ციკლი და რათმაუნდა ის სოციო-კულტურული გარემო რომელიც მთის საზოგადოებაშია ჩამოყალიბებული. ამიტომაც უმნიშვნელოვანესია, რომ ტურიზმის განვითარება მოხდეს მდგრადი განვითარების პრინციპებით, რაც თავის მხრივ გულისხმობს არსებული რესურსების დაცვას და შენარჩუნებას ეს კი თავის მხრივ უზრუნველყოფს ტურიზმის გრძელვადიან ზრდას და მის სიცოცხლისუნარიანობას. თუმცა ამავე დროს უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ ყველა მთის რაიონი არ ითვლება ტურიზმისთვის აქტიურ მიმართულებათ. მხოლოდ ის მიმართულებებია პოპულარული, სადაც ვხდებით საკმარისი რაოდენობის ტურისტულ ობიექტებს რომლებიც პოტენციურ ვიზიტორებს აიძულებს ესტუმროს ამა თუ იმ რეგიონს. როგორც წესი მსგავსი ტურისტული ობიექტები არიან შერწყმული, ბუნებრივი და ადამიანის მიერ შექმნილ ადგილებთან: მაგალითად მწვერვალები, მდინარეები და სათხილამურო, მდინარის მიმდებარედ საჯომარდე ბანაკები. სწორედ რეგიონებში ინვესტიციების სიმრავლე, საბაგირე გზები, კურორტზე მდებარე სასტუმრო სახლები ეხმარება ვიზიტორს არჩევანის გაკეთებაში და ამ რეგიონებში ფულის დახარჯვაში. ალპები, მიუხედავად იმისა, რომ არ არის ყველაზე დიდი მთათა სისტემა, მაინც ლიდერობენ მსოფლიოში, მათი იდეალური გეოგრაფიული მდგომარეობის გამო. დასავლეთ ევროპის შუაგულში განვითარებული ქვეყნების ხანგრძლივი ტურისტული ტრადიციებით (UNWTO 2018)

სამთო ტურიზმი, უპირველეს ყოვლისა, არის დასასვენებელი ტურისტული საქმიანობა, რომელიც გვხვდება განვითარებულ ქვეყნებში, სადაც ის არის ტურიზმის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ფორმა. მაგრამ მიუხედავად მისი

მნიშვნელობისა, არ არსებობს სამთო ტურიზმის საერთაშორისოდ აღიარებული განმარტება ან შესადარებელი მონაცემების შეგროვების ნორმები. ქვეყნებსაც კი, რომლებშიც მთის ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეროვნულ ეკონომიკაში, არ შეუძლიათ მოგვაწოდონ ზუსტი სტატისტიკა.

სამთო ტურიზმის პირველ და მეორე ტალღების პერიოდში ზამთრის დასვენებას დაემატა სპორტული გასართობები, მდიდარი კლიენტების დაკმაყოფილების მიზნით. ვინაიდან სტუმრები ხშირად რჩებოდნენ მთელი სეზონის განმავლობაში საკურორტო სასტუმროებში. მათვის სპეციალურად შეიქმნა ისეთი მიმართულებები როგორებიცაა: პოლო გაყინულ მთის ტბებზე, ან ბუნებრივ ყინულზე სრიალი.

სკანდინავიაში პირველი თხილამურების ადაბტაცია ციცაბო ფერდობებზე იყო პირველი ნაბიჯები დაღმართზე სათხილამურო სრიალის დანერგვაში. ამ ყველაფერს კი მოყვა მთელი რიგი ტექნოლოგიური ინოვაციები, რამაც თავის მხრივ გამოიწვია მნიშვნელოვანი ცვლილებები მთიან რაიონებში. რამაც საბოლოოდ გამოიწვია ტრადიციული დასასვენებელი სპორტის ინდუსტრიალიზაცია. სატრანსპორტო დანადგარები და ფერდობები კურორტების ინდუსტრიულ ზონებად იქცა. მაღალი მთები კი ყველასათვის ხელმისაწვდომი გახდა, ყველანაირი დიდი ძალისხმევის დახარჯვის გარეშე. (იხ. ცხრილი 1.)

**ცხრილი 1. ძირითადი ისტორიული მოვლენები და ტექნოლოგიური ინოვაციები, რომლებიც მასობრივი თხილამურებით სრიალის საშუალებას იძლევა**

წელი	ისტორიული მოვლენა/ ტექნოლოგიური ინოვაცია
1864 - დან	ზამთრის სეზონის განსაზღვრა
1932 - დან	პირველი სათხილამურო საბაგირო დავოსში
1960 - დან	მექანიკურად მოვლილი სათხილამურო ტრასები
1960 - დან	სათხილამურო ტრასების მშენებლობა და მომზადება
1980 - დან	მაღალი ტევადობის საბაგირო გზები
1985 - დან	ხელოვნური თოვლის წარმოება კურორტებზე
1995 - დან	მთის საბაგირო გზების კომპიუტერიზაცია

(შედგენილია ავტორის მიერ. 2023)

ეკონომიკური თვალსაზრისით, ეს მოვლენები ძირითადად დადებით როლის მატარებელი იყო. ათწლეულების განმავლობაში, სათხილამურო მიმართულება ჩამოყალიბდა ერთ-ერთ მომგებიან ფორმად. თუმცა სათხილამურო ზონების განვითარება ძვირად ღირებული პროექტები იყო. ხშირად ცუდად აშენებული სათხილამურო ობიექტები უარყოფითი კომერციული შედეგებით გამოირჩეოდნენ. მაღალმთიანი ტურიზმის ინდუსტრიალიზაციამ ასევე გამოიწვია დაპირისპირება კონსერვატორებსა და ეკოლოგებს შორის.

თხილამურით სრიალის მსურველთათვის აშენდა ფუნქციულორები. ეს საშვალეებს აძლევდა ვიზიტორებს დამტკბარიყვნენ ხედებით მაღალი სიმაღლიდან. ასე რომ არსებულ ფუნქციულორებს იყენებდნენ არამარტო მოთხილამურეები. პირველი საბაგროს იდეა იყო ესპანელი გამომგონებლის.

თავდაპირველი პროექტით პირველი საბაგრო შვეიცარიაში უნდა აშენებულიყო, თუმცა გარკვეული სამართლებლივი მიზეზების გამო ეს პროექტი ვერ განხორციელდა, მოგვიანებით, 1907 წელს პირველი საბაგრო გზა აშენდა ბოზენში, სამხრეთ ტიროლის ტერიტორიაზე 1932 წელს ერნესტ გუსტავ კონსტამის მიერ. მანვე ციურიხში და დავოსში, ბოლგენის გორაზე დაამონტაჟა, ხოლო ხუთი წლის განმავლობაში მის მიერ იყო თხუთმეტი საბაგრო დამონტაჟებული შვეიცარიაში, ექვსი საფრანგეთში და ორიც იტალიაში, ავსტრიაში და ნორვეგიაში. შემდგომში იგი გაემგზავრა ემიგრაციაში, ამერიკის შეერთებულ შტატებში და 1940 წელს კიდევ ორმოცი საბაგრო გზა დაამონტაჟა. (UNTourism 2018)

#### **1.4 სახელმწიფოს როლი სამთო ტურიზმის განვითარებაში**

სამთო ტურიზმი მნიშვნელოვანი მიმართულებაა დღევანდელ მსოფლიოში, განსაკუთრებით იმ ქვეყნებისთვის, რომელთა გეოგრაფიული მდებარეობა მთებით არი გარშემორტყმული. ტურიზმის სახეობა და მასთან დაკავშირებული, ხელმისაწვდომი აქტიობები განისაზღვრება რეგიონის ეკოსისტემით და გეოგრაფიული მახასიათებლებით. ყოველივე აქიდან გამომდინარე აღნიშნული ქვეყნების მთავრობები ცდილობენ ისეთი განვითარების სტრატეგიების მოძიებას,

რომელსაც ნაკლები ნეგატიური გავლენა ექნება ამათუ იმ სამთო რეგიონის ეკოლოგიასა და სოციალურ-ეკონომიკურ ცხოვრებაზე. ეს კი თავისთავად მოიცავს არსებული სექტორის მოტივებისა და მიზნების სწორად გაანალიზებას და სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების: ინვესტორები, ტურისტული კომპანიები, ოპერატორებისა და მომხმარებლების მეტად ჩართულობის უზრუნველყოფას. მთის ტურიზმი თავის მხრივ როგორც იზიარებს ერთიდაიგივე მახასიათებლებს სხვა ტურისტული მიმართულებებთან, ასევე სარგებლობს სხვადასხვა უპირატესობებით. მისი ძირითად სამოქმედო არეალს ალპური ან სუბალპური კლიმატი წარმოადგენს. თავდაპირველად პირველი სამთო კურორტების უმეტესობა, განლაგებული იყვნენ შედარებით დაბალ სიმაღლეებზე, რომლებიც გამოირჩეოდნენ სუბალპური კლიმატით, თუმცა შემდგომში სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის განვითარებასთან ერთად დაიწყო უფრო მაღალი ადგილების განვითარება და ათვისება სამთო ტურიზმისთვის. შემდგომში სიმაღლის მითითება ამა თუ იმ კურორტის ირგვლივ მარკეტინგის ნაწილად იქცა, მაგალითისთვის შეგვიძლია მოვიყვანოთ საფრანგეთის კურორტი „კურშაველი 2000“.

სამთო ტურისტული მიმართულებები, როგორც წესი გვთავაზობენ ერთმანეთის მსგავს პროდუქტებს, თუმცა ისინი უნდა ცდილობდნენ ერთმანეთისგან განსხვავებული პროდუქციის შექმნისკენ და თავისი ნიშის პოვნას. განსხვავებული პროდუქციის შეთავაზებით კი ცდილობენ ბაზარზე უფრო ძლიერად პოზიციონირებას. სწორედ ქვეყნის მთავრობების უდიდესი როლი მდგომარეობს შესაბამისი კვლევების ჩატარებასა და სიახლეების მოძიებაში. ფაქტობრივად ამ ეტაპზე უმეტესი სამთო ქვეყანა ეძებს მათი პროდუქციის დიაპაზონის ზრდისა და სეზონური დივერსიფიკაციის შესაძლებლობებს. სახელმწიფო ადმინისტრაციები გადამწყვეტ როლს თამაშობს მთის ტურიზმის ზრდის სტიმულირებაში. ეს კი ხშირ შემთხვევაში გადამწყვეტია ღარიბი მთიანი რეგიონებისთვის. ისტორიულად, დამოუკიდებელი მეწარმეები განიხილავდნენ ინდუსტრიული ქვეყნების მთიან რაიონებს როგორც ინვესტიციების მომგებიან ადგილს. თუმცა მთის ტურიზმის

განვითარებასთან ერთად მოხდა დამოუკიდებელი მეწარმეებისა და ნოვატორების ჩართულობის შემცირება. ამ ფონზე კი სახელმწიფოსა და პარალერულად საზოგადოებრივი სექტორის ჩართულობა და თანამაშრომლობა გადამწყვეტი გახდა. რათქმაუნდა სახელმწიფოს ჩართულობა მეტწილად დამოკიდებულია ამათუიმ ქვეყნის განვითარების დონეზე, სადაც მოცემული მთის ტერიტორია მდებარეობს. ამ პერიოდში მიმდინარე ინდუსტრიალიზაციის პროცესმა გააჩინა ახალი რესურსები ზოგადად ტურიზმის განვითარებისთვის, ანუ მოსახლეობას გაუჩნდა საკმარისი სახსრები მთის აქტივობებით დროის გასატარებლად და დასასვენებლად. სამთო კუროტებზე მოიმატა უცხოელი ვიზიტორების შემოდინებამ, რაშიც უდიდესი როლი ითამაშა რეგიონების სწორად წარმართულმა ეკონომიკურმა პოლიტიკამაც. თემზე დაფუძნებულმა განვითარების მოდელებმა, რომელიც სახელმწიფოს მხარდაჭერით განხორციელდა, გამოავლინა სხვადასხვა ნიშათა საჭიროებები.

მთის ტერიტორიის სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნება ნამდვილად არის მთავრობების მიზანი და მათ მხარი დაუჭირეს ისეთი მიმართულებების განვითარებას რომელიც მიმზიდველი გახდა როგორც ინვესტორებისთვის ასევე ადგილობრივი მოსახლეობისთვის. ეს უპირველეს ყოვლისა მნიშვნელოვანია მდგრადი განვითარების უზრუნველსაყოფად. რაც თავის მხრივ ეფუძნება იმ ფაქტს, რომ გენერაციული ზრდა თავდაპირველად ქმნის პოზიტიურ გარე ფაქტორებს და აქვს დადებითი გავლენა ადგილობრივ მოსახლეობაზე. რაც რათქმაუნდა უდრის მეტ დასაქმებასა და მეტ შემოსავლებს.

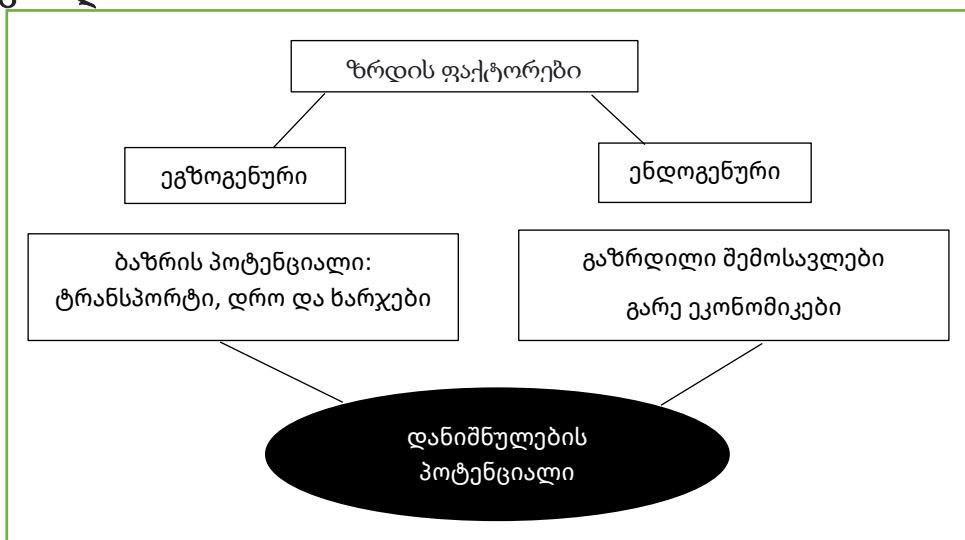
აქვე კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი როლი რომელიც აკისრია რეგიონის მთავრობებს. როდესაც ვხედავთ მეტ შემოსავლებს და დასაქმების ხარისხს, ეს პარალერულად მეტყველებს ისეთ ნეგატიურ ფაქტორებზე როგორცაა მიწის „ოკუპაცია“ სასტუმროების მიერ, ნარჩენებისა და ტრანსპორტის სახის პრობლემებს, ესენი კი არღვევენ რეგიონის ცხოვრების ხარისხს. ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ მუნიციპალიტეტებმა წარმოადგინონ ისეთი ზრდის პირობები სადაც მინიმალურად

იქნება მსგავსი ნეგატიური ფაქტორები მოცემული ტერიტორიის ზრდის ზემოქმედების რელატივიზაციისა და ოპტიმიზაციის მიზნით.

მთის ტურიზმზე დიდ გავლენას ახდენს იქ არსებული ეკოსისტემები. კლიმატის ნებისმიერმა ცვლილებამ შეიძლება ღრმა კვალი დაამჩნიოს ტურიზმს. მაგალითად თოვლის ნაკლებობამ შეიძლება მნიშვნელოვანი ინვესტიციები მოითხოვოს, ამ პრობლემის გამოსასწორებლად. ამავე დროს მთის ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია მისთვის დამახასიათებელი პეიზაჟი და ლანდშაფტი, რომელიც ასე იზიდავს ვიზიტორებს., ეს კი ტოპოგრაფიას აქცევს მნიშვნელოვან ფაქტორად რეგიონის განვითარებასა და მის შენარჩუნებაში.

კურორტის მიმზიდველობა ასევე დამოკიდებულია მისი ატრაქციონების რაოდენობასა და ხარისხზე. რომელიც ატარებს გარკვეული წრის სახეს სადაც სახელმწიფოს მიერ გენერირებული ტურიზმის ოპერატორებსა და ინვესტორებს აძლევს შესაძლებლობას გაზარდონ თავიანთი კაპიტალი, რითაც მათ საშუალება ეძლევათ გააფართოვონ და გააუმჯობესონ თავიანთი ობიექტები, რაც საბოლოოდ გაზრდის მოთხოვნილებას. აღნიშნულ საბაზრო პროცესს შეუძლია გამოიმუშაოს გაზრდილი ანაზღაურება კომპანიებისთვის, რომლებიც ამ თანხების რეინვესტირებას ახდენენ თავისივე ობიექტებში. (იხ. ცხრილი 2)

ცხრილი 2.



(UN Tourism 2018)

ტურისტული ობიექტების მნიშვნელობა და რაოდენობა განსაზღვრავს მოცემული მთის რეგიონის ძლიერების ხარისხს მისი დანიშნულების ზომით. სწორედ სახელმწიფოებისა და რეგიონალური მართველები განსაზღვრავენ იმ მარკეტინგულ ღონისძიებებს, რომლებიც დაკავშირებულნი არიან აღნიშნული რეგიონის რეალურ შესაძლებლობებთან. დღეს მსოფლიოში დაახლოებით 2000 ზე მეტი სათხილამურო კურორტია, მაგრამ მხოლოდ 48 მათგანი იზიდავს ყოველდღიურად მილიონზე მეტ დამსვენებელს. რაც თავის მხრივ რეგიონის წარმატებულ, მდგრადი განვითარების კონცეპციაზე დაფუძნებულ ინფასტრუქტურაზე მიუთითებს, ეს კი რეგიონალურ თუ სხვა დონის სახელმწიფო მეთაურთა ჩართვის გარეშე ვერ განხორციელდებოდა.

### **1.5 მდგრადი განვითარება და სამთო ტურიზმი**

ტურიზმს ორი ძირითადი ზემოქმედების სფერო აქვს სასიცოცხლო გარემოზე. ესაა ბუნებრივი რესურსები და ეკოსისტემის ზიანი. მის უკონტროლო განვითარებას საბოლოო ჯამში მიყვავართ სასიცოცხლო გარემოს დეგრადაციამდე. უკონტროლოდ განვითარებული ტურიზმი წარმოადგენს საფრთხეს ადგილობრივი ეკონომიკისათვის და გარემოსთვის. ასე, რომ მდგრადი განვითარების პრინციპების არსებობა ქვეყნის ტურიზმის უწყვეტი განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია. მრავალრიცხოვანი ზემოქმედების საფრთხეები გარემოზე შეგვიძლია დავყოთ შემდეგნაირად:

**ეკონომიკური:** რესურსების მართვის ეკონომიკური ეფექტიანობის განვითარების უზრუნველყოფა - ტურიზმის დაუგეგმავი განვითარება იწვევს ბიზნესის ტრადიციული ფორმების განადგურებას, განსაკუთრებით საფრთხის ქვეშ დგება სოფლის მეურნეობა, რის გამოც იზრდება იმპორტზე დამოკიდებულება, მატულობს არაკვალიფიცირებული და ცუდად ანაზღაურებადი სამუშაო, და ა.შ.

**სოციოკულტურული:** ხელს უწყობს ადგილობრივი თვითმართველობის დაცვასა და შენარჩუნებას, იგი განაპირობებს ისეთ მიდგომებს როდესაც განვითარება ეხმარება ადამიანებს საკუთარ ყოფაზე კონტროლის ზრდაში და კულტურული და მატერიალური ფასეულობების შენარჩუნებაში. - წინააღმდეგ შემთხვევაში

უკონტროლოდ განვითარებული ტურიზმი გამოიწვევს; კულტურული იდენტობის დაკარგვას, ტრადიციული ღირებულებათა სისტემების გაქრობას, კრიმინალის მაღალ საფრთხეს და ადგილობრივი მოსახლეობის სტრატეგიკაციასა და ზოგიერთ შემთხვევაში მარგინალიზაციასაც.

**ეკოლოგიური:** იგი ეხმარება საბაზრო ეკოლოგიური პროცესების, ასევე ბიოლოგიური მრავალფეროვნებისა და რესურსებისადმი განვითარების შეთავსებას. - ასევე ქაოსურად განვითარებული ტურიზმის შემთხვევაში ხდება სასოფლო-სამეურნეო მიწისა და ტყის ტურისტული მიზნებისთვის ოკუპაცია, რის ხარჯზე ხდება ბუნებრივი რესურსების არასწორი გამოყენება, დიდი რაოდენობით იზრდება ნარჩენები, გაზრდილი ხმაური და მავნე აირების გამოყოფა და კიდევ მრავალი სხვა.

გარემოზე ტურიზმის უარყოფითი ზემოქმედების გარდა, ასევე არსებობს ტურიზმით გამოწვეული არაპირდაპირი ზემოქმედება. არაპირდაპირი გავლენა ეხება ახლად აშენებულ საცხოვრებლებს, ან ტურისტული ინდუსტრიისთვის დამახასიათებელ სხვა შენობა-ნაგებობებს კონკრეტულ სამთო ტურისტულ რეგიონში, რომლებიც უზრუნველყოფს როგორც ადგილობრივი ასევე სხვა რეგიონებიდან ჩამოსული მოსახლეობის სამუშაო ადგილების ზრდას, რაც რათქმაუნდა ტურიზმის დადებითი არაპირდაპირი ეფექტია, თუმცა ამავე დროს ეს გაზრდილი შესაძლებლობები იწვევს ტურისტების რაოდენობის ზრდას, რომლებიც თავის მხრივ მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ ცხოვრების ტრადიციულ გარემოზე და ბუნებრივი რესურსების გამოყენებაზე. ამ შემთხვევაშიც მეორე არაპირდაპირი დადებით გავლენასთან გვაქ საქმე, რადგან მომატებული ვიზიტოები, სწორად განვითარებულ ტურიზმთან ერთად, იწვევენ ადგილობრივი სოფლის მეურნეობის ზრდას, რადგან იზრდება მოთხოვნილება საკვებზე რაც თავის თავად ზრდის სასოფლო-სამეურნეო მაშტაბებს. თუმცა აქ აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ის ფაქტორი, რომ ზოგადად მთიანი რეგიონები გამოირჩევიან მცირე მიწიანობით, ხოლო გაზრდილი ტურისტული ნაკადები თავის მხრივ სასოფლო სამეურნეო სავარგულების ადგილზე იწვევს სასტუმროებისა და ტურისტებისათვის განკუთვნილი სხვადასხვა შენობა

ნაგებობისა და ობიექტების გაჩენას (რესტორანი, ბარი, კლუბი, კინო). ეს კი იწვევს სასოფლო პროდუქციის კლებას და ის ხდება იმპორტზე მეტად დამოკიდებული რაც თავის თავად იწვევს დიდი რაოდენობის თანხების რეგიონიდან გადინებას.

სწორედ ბოლო პერიოდში უკონტროლოდ განვითარებული ტურიზმიდან გამომდინარე, არ მიექცა დიდი ყურადღება ბუნებრივი რესურსებისა და სასიცოცხლო გარემოს დაცვას, მთლიანი ყურადღება მომენტალურ ეკონომიკურ მოგებაზე იყო გადატანილი. დღეს მსოფლიოს სხვადასხვა მთიანი რეგიონები, სწორედ უკონტროლო და დაჩქარებული განვითარების გამო, დადგა მთელი რიგი პრობლემების წინაშე და დაიწყო რეგიონებში ტურისტების კლება. დროთა განმავლობაში ტურიზმისა და სახელმწიფოს მესვეურები მივიდნენ იმ დასკვნამდე, რომ საჭიროა მდგრადი განვითარების კონცეფციის შექმნა და მისი რეალობაში გამოყენება, რამაც თავისმხრივ უნდა უზრუნველყოს ბუნებრივი რესურსებისა და სასიცოცხლო გარემოს შენარჩუნება. მდგრადი ტურიზმის კონცეფცია ხელს შეუწყობს უარყოფითი ზემოქმედების მინიმიზაციას გარემოსადმი და გაზრდის ტურიზმის დადებით ეფექტს, ეს კი თავის მხრივ უზრუნველყოფს ტურიზმის გრძელვადიან განვითარებას.

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის (UN) მიერ შემუშავებულ იქნა მდგრადი განვითარების მიზნები, სადაც ტურიზმის ხელშეწყობას დიდი ადგილი უჭირავს. 2015 წელს შემუშავებული მდგრადი განვითარების 17 მიზანი ასე გამოიყურება: 1. ნულოვანი შიმშილი, 2. სიღარიბის აღმოფხვრა. 3. ხარისხიანი განათლება 4. თანასწორობა. 5. ჯამრთელი ცხოვრება და კეთილდღეობა. 6. ხელმისაწვდომი და მდგრადი ენერჯია. 7. სუფთა წყალი და სანიტარია. 8. მრეწველობა, ინფრასტრუქტურა და ინოვაცია. 9. ღისეული სამუშაო ეკონომიკური ზრდა 10. უთანასწორობის შემცირება. 11. კლიმატის ცვლილების საწინააღმდეგო ქმედებები. 12. მდგრადი დასახლებები. 13. მდგრადი მოხმარება და წარმოება. 14. დედამიწის ეკოსისტემა. 15. ოკეანესა და ზღვის რესურსების მდგრადი გამოყენება. 16. ძლიერი ინსტიტუტები, მშვიდობა და სამართლიანობა. 17. მიზნების მიღწევის მიზნით პარტნიორობა. (UNICEF Georgia)

ყოველივე აქიდან გამომდინარე მნიშვნელოვანია ტურიზმის განვითარების ეფექტიანი მონიტორინგი, უნდა მოხდეს არსებული პროგრესის შემოწმება მდგრადი ტურიზმის განვითარების სპექტრის შესაბამისად, ეს წარმოუდგენელია შესაბამისი ინდიკატორების გარეშე. არსებული ინდიკატორები გვეხმარებიან ცვლილებების მონიტორინგში და მის გაზომვაში დროთა განმავლობაში. განვითარების ტენდეციებზე უფრო ადვილად დაკვირვებაში. ეს ყოველივე კი საბოლოოდ გვეხმარება არაპროგნოზირებადი და არასასურველი ზემოქმედების თავიდან აცილებაში. ინდიკატორები არის ინფორმაციის ერთობლიობა, რომელიც ფორმალურად იყო შერჩეული რეგულარული გამოყენებისთვის, რაც კარგად ასახავს ტურიზმის მნიშვნელოვან ცვლილებებს. კარგი ინდიკატორები თავის მხრივ იძლევა შემდეგ სარგებელს: (WTO 2019):

1. გვეხმარება უკეთესი გადაწყვეტილებების მიღებაში
2. ამცირებს რისკებს და ხარჯებს.
3. ხდება გადაუდებელი საკითხების იდენტიფიკაცია.
4. უზრუნველყოფს პრევენციას
5. აკეთებს ზემოქმედების იდენტიფიკაციას.
6. ეხმარება მაკორექტირებელ ქმედებაში მაშინ როდესაც ეს საჭიროა
7. უკვე განხორციელებული გეგმებისა და მენეჯერული აქტივობების ეფექტიანობის გაზომვა
8. უზრუნველყოფს პროგრესს ტურიზმის მდგრად განვითარებაში.
9. ამცირებს შეცდომების რისკს დაგეგმვის ეტაპზე
10. ხდება შეზღუდვებისა და შესაძლებლობების განსაზღვრა
11. პასუხისმგებლობის მატება
12. უზრუნველყოფს აუთენტურ ინფორმაცია საზოგადოებასა და სხვადასხვა ტურისტული ინტერესების ჯგუფებთან, რომლებიც თავის მხრივ ხელს უწყობენ პასუხისმგებლობას გონივრული გადაწყვეტილების მიღებაზე.
13. უწყვეტი მონიტორინგი იწვევს მუდმივ გაუმჯობესებას.

შედარებითი ინდიკატორები თავის მხრივ ერთიანდებიან ხუთ ჯგუფად რომლებსაც წარმოგიდგენთ (იხ. ცხრილ 3.) ეს ჯგუფებია **ეკონომიკურ, ეკოლოგიურ, სოციალურ, კულტურულ და ტურისტების კმაყოფილება.** (UN Tourism 2018)

**ეკონომიკური ინდიკატორი** - იგი აჩვენებს ტურისტული ბიზნესის ეკონომიკურ გავლენას ტურისტული ადგილზე და რეგიონზე.

**ტურისტების კმაყოფილება** - გამოხატავს ტურისტული ნაკადის მიმღები რეგიონის სოციალურ-კულტურულ მახასიათებლებს და საცხოვრებელი გარემოს მდგომარეობას. აღწერს ტურისტების კმაყოფილების დონეს, ტურისტული მომსახურების ხარისხისა და შესაძლებლობების შესახებ.

**სოციალური ინდიკატორები** - ასახავს ადგილობრივი საზოგადოების სოციალურ მთლიანობას, ტურისტული დანიშნულების ადგილზე მცხოვრები მოსახლეობის სუბიექტური კეთილდღეობა.

**კულტურული ინდიკატორები** - გამოხატავს ტურისტულად აქტიურ რეგიონში, ადგილობრივ საზოგადოებაში კულტურული იდენტობის შენარჩუნების დონეს. განსაკუთრებით საგულისხმოა ის რეგიონები რომლებსაც აქვთ განსხვავებული კულტურული მახასიათებლები.

**სასიცოცხლო გარემოს მდგომარეობის ინდიკატორი** - აქ წარმოჩინდება ტურიზმის გავლენა კონკრეტულ რესურსზე ისეთზე როგორცაა: წყალი, ჰაერი, ბიომრავალფეროვნება, მიწა და სხვა. თუ როგორია მათი სასიცოცხლო მახასიათებლებთან თანხვედრა. (იხ. ცხრილი 3) (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

**ცხრილი 3: მდგრადი ტურიზმის შედარებითი მაჩვენებლები**

ინდიკატორების ტიპი	ინდიკატორები	ინტერპრეტაცია
ეკონომიკა	ვიზიტების რაოდენობა აქტიურ სეზონზე (აქტიური სეზონი 3 თვე)	<40% - მწვანე ზონა 40/50% - ყვითელი ზონა >50% - წითელი ზონა
	ლამეებისა და განსახლების დატვირთულობის თანაფარდობა	>150% - მწვანე ზონა 120/150% - ყვითელი ზონა <120%- წითელი ზონა
	ადგილობრივი ტურისტული ზრდის კოეფიციენტი	არ არის მითითებული
ტურისტის კმაყოფილება	განმეორებითი ვიზიტების რაოდენობა 5 წლის განმავლობაში	>50% - მწვანე ზონა 30/50% - ყვითელი ზონა <30% - წითელი ზონა
კულტურული	ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობა და ვიზიტორების განსახლების შესაძლებლობა	<1,1:1 - მწვანე ზონა 1,1-1,5:1 - ყვითელი ზონა >1,6:1 - წითელი ზონა
	ტურიზმის იტენსივობა, ლამეების რაოდენობა მოსახლეობასთან მიმართებაში	<1,1:1 - მწვანე ზონა 1,1-1,5:1 - ყვითელი ზონა >1,6:1 - წითელი ზონა
სოციალური	ტურიზმის წილი ადგილობრივ სოციალური ცხოვრებაში	უნდა შევადაროთ ტურიზმი წილი ადგილობრივების დასაქმებაში
	ტურ ოპერატორების გარეშე შემოსული ტურისტების რაოდენობა	>70% - მწვანე ზონა 50/70% - ყვითელი ზონა <50% - წითელი ზონა
ცხოვრების გარემოს მდგომარეობის ინდიკატორი	განუხორციელებელი მშენებლობების პროცენტულობა (დაიწყო მაგრამ არ დამთავრებულა)	<10% - მწვანე ზონა 10/20% - ყვითელი ზონა >20% - წითელი ზონა
	ბოლო 5 წელიწადში მიწის გამოყენება მშენებლობის მიზნით	არ არის მითითებული
	ტრანსპორტი: შემოსული ტურისტები რომლებმაც გამოიყენეს ადგილობრივი ტრანსპორტი	>20%- მწვანე ზონა 10/20% ყვითელი ზონა <10% - წითელი ზონა

(Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

ზემოთ აღნიშნული კოდირების სისტემის მიხედვით, შემოღებულია სამი ზონა და ყოველი მათგანი ასახავს ტურიზმის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობას კონკრეტული მიმართულების მიხედვით: (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

**მწვანე ზონა** - ტურიზმის განვითარების არსებულ მდგომარეობას აფასებს დადებითად და როგორც მდგრადს. რაც რათქმაუნდა სწორი მენეჯმენტისა და

მიზანმიმართული ღონისძიებების შედეგია, რომელიც წინა პერიოდში განხორციელდა.

**ყვითელი ზონა** - მიგვანიშნებს იმაზე, რომ არსებული მდგომარეობა ასატანია, თუმცა საჭიროებს ადეკვატურ და საჭირო ღონისძიებების გატარებას პრევენციის მიზნით, რათა არ მოხდეს მდგრადი ტურიზმის ზრდის შეჩერება.

**წითელი ზონა** - აღნიშნავს, რომ არსებული სიტუაცია კრიტიკულია და სასწრაფო დაუყოვნებლივ იქნეს ამოქმედებული შესაბამისი ზომები და მკაცრი კონტროლი ან თუნდაც შეჩერებაც. (მაშინ როდესაც კრიტიკული ზღვარი აღემატება დაშვებულს და საფრთხის წინაშე დგას როგორც ადამიანთა სიცოცხლე ასევე არსებული ტურისტული ობიექტის გადარჩენის საკითხიც.) (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

არსებული ინდიკატორების მიხედვით ხდება შეფასება ტურიზმის მდგომარეობისა და მისი განვითარების ტემპების შესახებ, როგორც: მდგრადი, ასატანი და კრიტიკული.

მთები ფასდაუდებელია ეკოლოგიური თუ რეკრეაციული თვალსაზრისით და რატომღაც საჭიროებს მდგრად მართვას. მდგრადი ეკონომიკის განვითარება და გარემოს დაცვა აუცილებელია სამთო ტურიზმის განვითარებისა და მისი პოტენციალის სრული გამოვლენისთვის. ის სარგებლიანი უნდა იყოს ადგილობრივი მოსახლეობისთვის. მდგრადი ტურიზმის განვითარება რეგიონებში წარმოშობს ახალ სამუშაო ადგილებს, ხდება ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება და გაუმჯობესება, ბიზნესის შესაქმნელად ყალიბდება ხელსაყრელი გარემო. მთის ტურიზმის განვითარებისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, რომ მისი განვითარება ხდებოდეს კონსულტაციებით ადგილობრივ მოსახლეობასთან და დაინტერესებულ მხარეებთან, მიმართულების ექსპერტებთან უნდა მოწმდებოდეს ისეთი სოციალური ინდიკატორები როგორებიცაა ხელმისაწვდომი საცხოვრებელი ადგილი, სამართლიანი ხელფასები და დასაქმების დონეები. უნდა ხდებოდეს ეკოლოგიური საკითხების განუწყვეტელი მონიტორინგი, როგორიცაა ნარჩენების გატანა და ველური

ბუნების კონსერვაცია. სამთო ტურიზმში გრძელვადიანი მდგრადობის უზრუნველსაყოფად, ადგილობრივი შემოსავლების გასაზრდელად და დასაქმების შესაძლებლობების თვალსაზრისითაც, აუცილებელია მეტი ადგილობრივი ინვესტიციების მობილიზება. აქვე აღსანიშნავია ისიც, რომ მდგრადობის თვალსაზრისიდან გამომდინარე მთის თემები უნდა გამოიყურებოდეს მიწოდებისა და მოთხოვნის საკითხების მიღმა და ხდებოდეს განხილვა იმისა თუ როგორ შეიძლება ტურიზმის მართვა ეფექტურად.

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმი არ არის პანაცეა მთიან რეგიონებში სიღარიბის დასაძლევად, თუმცა ტურიზმის დაგეგმვა და განვითარება უნდა ხორციელდებოდეს მდგრადი დებულებების შესაბამისად, რათა მოხდეს ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების პირობების გაუმჯობესება. ასევე რეკრეაციული მიწათსარგებლობისა და მასთან დაკავშირებული რესურსების მართვა უნდა ხდებოდეს გრძელვადიანი გეგმის შესაბამისად.

### **1.6 სამთო ტურიზმის მდგრადი განვითარება სერბეთის მთის კურორტ კოპაონიკისა და ტარას მაგალითებზე**

ამ თავში წარმოგიდგენთ სერბეთის მთის კურორტების განვითარების ტენდენციებს ორი სამთო კურორტ კოპაონიკისა და ტარას მაგალითებზე და მის ანალიზს. სერბეთში არსებული პრობლემატიკა და ის განვითარების ეტაპები ახლოსაა და ძალიან გავს საქართველოს მთაში მიმდინარე დღევანდელ მოვლენებს. სერბეთის მაგალითთან ერთად შევეცდები გავაანალიზო საქართველოს სამთო კურორტების მდგრადი განვითარების პერსპექტივები, იქ არსებული პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები. სადაც აუცილებლად გათვალისწინებული იქნება სერბეთის სამთო კურორტების განვითარების გამოცდილება.

#### **კაპაონიკი**

წარმოგიდგენთ ევროკავშირის მდგრადი ტურიზმის შედარებითი ინდიკატორების გამოყენებას, სერბეთის სამთო კურორტ კოპაონიკის მაგალითზე,

ნაჩვენებია თუ რამდენად მდგრადი განვითარება აქვს ტურიზმს ამ კონკრეტულ რეგიონში. წარმოგიდგენთ ცხრილს სადაც ნაჩვენებია და გაანალიზებულია ბოლო წლების მონაცემები. (იხ. ცხრილი 4)

**ცხრილი 4. კოპაონიკის მდგრადი ტურიზმის ინდიკატორები**

ინდიკატორის ტიპი	ინდიკატორი	ინტერპრეტაცია	
ეკონომიკა	ვიზიტების რაოდენობა აქტიურ სეზონზე	51.02%	წითელი ზონა
	დამეებისა და განსახლების შესაძლებლობის თანაფარდობა	91.74%	წითელი ზონა
	ადგილობრივი ტურისტული ზრდის კოეფიციენტი	პატარა	
ტურისტების კმაყოფილება	განმეორებითი ვიზიტების რაოდენობა 5 წლის განმავლობაში	75%	მწვანე ზონა
კუკლტურული	განსახლების შესაძლებლობები და ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობა	3,38:1	წითელი ზონა
	ტურიზმის იტენსივობა: დამეების რაოდენობა მოსახლეობასთან მიმართებაში	30,94:1	წითელი ზონა
სოციალური	ტურიზმის წილი ადგილობრივ სოციალური ცხოვრებაში	მნიშვნელოვანი და მზარდი	
	ტურ ოპერატორების გარეშე შემოსული ტურისტების რაოდენობა	დასრულებული	მწვანე ზონა
ცხოვრების გარემოს მდგომარეობის ინდიკატორი	მიწა: მიწის % სადაც მშენებლობა დაშვებულია მაგრამ არ არის განხორციელებული	-	-
	ბოლო 5 წელიწადში მიწის გამოყენება მშენებლობის მიზნით	ზედმეტად გაშენებული	
	ტრანსპორტი: შემოსული ტურისტები რომლებმაც გამოიყენეს ადგილობრივი ტრანსპორტი	10%	წითელი ზონა

(Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

**ტურისტული მიმოქცევის სეზონური ხასიათი** - რესპუბლიკური ბიუროსა და სერბეთის რესპუბლიკის სტატისტიკის სამსახურის მონაცემებით კურორტ კოპაონიკზე 2018 წლის განმავლობაში 495753 ვიზიტორი დაფიქსირდა. ამ ვიზიტორებიდან ყველაზე მეტი 252,919 დამე ანუ მთლიანი რაოდენობის 51,02% ზამთრის თვეებში განხორციელდა (იანვარი, თებერვალი და მარტი) როგორც ჩანს ტურისტული მიმოქცევის სეზონური კონცეტრაცია სამი ყველაზე მონახულებადი თვეების პერიოდში, მიღებული ინდიკატორის მნიშვნელობა მიენიჭა **წითელი ზონა**

51.02% პუნქტით, ანუ არამდგრადია აღნიშნული სამთო კურორტის ბუნებრივი რესურსებისა და ცხოვრების მდგომარეობა.

**ღამეებისა და განსახლების შესაძლებლობები** - თანაფარდობა არის 91,74 ღამე თითო საწოლზე და ასევე მიენიჭა ქულები რომლის მიხედვითაც ასევე წითელი ზონის სტატუსი განისაზღვრა. ანუ განსახლების შესაძლებლობების დაბალი დონე. კურორტ კოპაონიკს ამ ინდიკატორის მიხედვით აქვს არამდგრადი მნიშვნელობა, რაც თავის მხრივ მიუთითებს დასკვნაზე, რომ არ არის საკმარისი განსახლების შესაძლებლობები და საჭიროებს მეტ ინსვესტიციებს რეგიონში აუცილებელი სასტუმროებისა და ახალი საწოლი ადგილების განვითარებისთვის.

**ადგილობრივი ტურისტული ზრდის კოეფიციენტი** - კურორტ კოპაონიკზე ტურიზმის განვითარებამ ხელი შეუწყო სამრეწველო დარგების განვითარებას, როგორცაა: სოფლის მეურნეობა, ვაჭრობა, ტრანსპორტი და ა.შ. სამწუხაროდ ტურიზმს აღნიშნულ რეგიონში მნიშვნელოვანი წვლილი არ მიუძღვნის სხვა სამრეწველო დარგების განვითარების საქმეში, რომელთა პროდუქცია და მომსახურება მთლიანად ტურისტული შეთავაზების მნიშვნელოვანი და განუყოფელი კომპონენტია. აქიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ადგილობრივი ტურისტების ზრდის კოეფიციენტი მცირეა, რადგან კაპაონიკის რეგიონი ტურიზმს არ იყენებს ადგილობრივი ეკონომიკის განსავითარებლად და გასაზრდელად.

**ტურისტების განმეორებითი ვიზიტები** - წარმოადგენს კონკრეტული ტურისტული მიმართულების მიმართ კმაყოფილების ინდიკატორს. ამ ინდიკატორის დასადგენად გამოიკითხა კოპაონიკის ვიზიტორები, რომელთა 80%-მა დაადასტურა რომ აღნიშნულ კურორტზე ისინი რამდენჯერმე არიან ნამყოფები. ხოლო 75%-ი თქმით კი ისინი აუცილებლად ეწვევიან კიდევ ამ ადგილს. ევროკავშირის სტანდარტების მიხედვით კი ეს პროცენტი მიეკუთვნება **მწვანე ზონას** რაც თავისთავად ნიშნავს, რომ კოპაონიკის სამთო კურორტი არის მიმზიდველი და ის კარგადაა პოზიციონირებული სამთო ტურისტულ ბაზარზე. ის ტურისტული

პროდუქტი და მომსახურების ხარისხი რასაც ის სთავაზობს თავის მომხმარებელს მაღალი ხარისხის სტანდარტისაა და შესაბამისად მისაღები.

**კოპონიკზე განსახლების შესაძლებლობებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობის თანაფარდობა** - არამდგრადია, ზუსტად კი რეგიონში განსახლების შესაძლებლობა იყო 5404 ობიექტი, ხოლო რეგიონში მცხოვრები ადამიანები, რომლებიც თავის ხრივ დასაქმებულები არიან ტურისტულ მომსახურებაში პოპულაცია შეადგენდა 1600 -ს ამ ორი ფაქტორის ერთად შეჯამებით მივიღებთ შემდეგ პროპორციას 3,38:1. ევროკავშირის კრიტერიუმებით კი აღნიშნული თანაფარდობა მიეკუთვნება **წითელ ზონას**, რაც ნიშნავს, რომ რეგიონში ტურიზმი არამდგრადია საცხოვრებელი ადგილების გადაჭარბებული რაოდენობის გამო რაც თავის მხრივ შესაძლებელია უარყოფითად აისახოს ადგილობრივი საზოგადოების კულტურულ იდენტობაზე. ასევე იქმნება შთაბეჭდილება, რომ ტურისტული ადგილი გადატვირთულია რაც რათქმაუნდა უარყოფით გავლენას მოახდენს ხარისხზე.

**ტურიზმის ინტენსიობა** - გვიჩვენებს ღამისთევების რაოდენობასა და მოსახლეობის თანაფარდობას. კოპონიკაზე ეს მაჩვენებელი შეადგენდა 495,753, ხოლო ადგილობრივი მოსახლეობა, რომლებიც ტურისტულ მომსახურებას სთავაზობდა, როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ შეადგენდა 1600-ს. პროპორცია 30,94:1 რაც თავისთავად ნიშნავს, რომ ადგილობრივი თემის კულტურული იდენტობა ტურიზმის გადაჭარბებული ზემოქმედების ქვეშ იმყოფება. მოცემული პროპორცია კი თავის თავად **წითელ ზონას** ეკუთვნის. ტურისტების ამხელა ბრუნვა კი საფრთხეს უქმნის კოპონიკის და ადგილობრივი საზოგადოების კულტურულ იდენტობას და ზოგადი გამოცდილებითაც ამცირებს ტურისტული მომსახურების ხარისხს. (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

**ტურიზმის წილი ადგილობრივ შიდა პროდუქტში** - აღნიშნული ინდიკატორი გვიჩვენებს ტურიზმის წვლილს ადგილობრივი შიდა პროდუქტის შექმნაში. ამ ინდიკატორის დასადგენად არ არსებობს ზუსტი ფორმულა ან მონაცემები, თუმცა ვაკეთებთ ხარისხობრივ შეფასებას. ვინაიდან კაპონიკზე ტურიზმი არის

დომინანტური ინდუსტრია, მისი უწყვეტი და მდგრადი განვითარება დადებითად მოქმედებს თავად თემის ეკონომიკურ განვითარებაზე, აქიდან გამომდინარე კი შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტურიზმის წილი ადგილობრივ შიდა პროდუქტის ზრდაზე დიდია რაც თავის მხრივ პოზიტიურად ახასიათებს მდგრადი ტურიზმის განვითარებასაც.

**ტურისტების პროცენტული მაჩვენებელი, რომლებიც არ ჩამოდიან ტუროპერატორების მეშვეობით** - ტურისტების ჩამოსვლასთან დაკავშირებით ზუსტი მონაცემების არ არსებობის გამო, აღნიშნული ინდიკატორის გამოყენების საიმედო გზა არ არსებობს. ასევე ვარაუდის სახით შეიძლება ითქვას, რომ ტურისტების 70%-ზე მეტი არ შემოდის ტუროპერატორების დახმარებით, ეს კი ევროკავშირის კრიტერიუმის მიხედვით არის **მწვანე ზონა**, ანუ აღნიშნული ინდიკატორის ღირებულება კონკრეტულ სიტუაციაში განიხილება როგორც მდგრადი ტურიზმის ინდიკატორად.

**მიწის გამოყენება და ოკუპაცია ტურისტული ინფრასტრუქტურის მშენებლობის მიზნით, როგორც ცხოვრების გარემოს მდგომარეობის მაჩვენებელი** - გვიჩვენებს მიწით სარგებლობის ცვლილებას, ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიზნით. აღნიშნული ინდიკატორი ზუსტად არ განსაზღვრავს საზღვარს როდის უნდა გაჩერდე თუმცა გამოხატავს იმ უარყოფით გავლენას რასაც ახალი მიწების დანიშნულების ცვლილებას მოყვება რეგიონისთვის. სტატისტიკის რესპუბლიკური ბიურს მონაცემებით 2016 წელს იყო 4325 საწოლი ადგილი, ხოლო 2018 წლებში ეს რიცხვი 20% - ით გაიზარდა და მან 5404 - მდე საწოლი ადგილი შეადგინა. კურორტზე ტურიზმის განვითარებიდან გამომდინარე გამოიწვია ურბანიზაციის ზრდის განსაკუთრებული დონე, განსახლების რაოდენობის გარზდილი სიმძლავრეები იმაზე მეტი იყო ვიდრე ეს თუნდაც რამოდენიმე წლის წინ. გაზრდილმა მოთხოვნილებამ გაზარდა განაშენიანების ტემპები და ამან თავის მხრივ მნიშვნელოვანი ცვლილება მოუტანა კურორტის გვერდით მდებარე დაცულ ტერიტორიას, რომელიც ნაციონალური პარკის სტატუსს ატარებს და გამოიწვია მისი რესურსების პოტენციალის შემცირება. ასე რომ ტურისტული ინფრასტრუქტურის დონის თვალსაზრისით, შეგვიძლია ვთვათ, რომ

კოპაონიკი ზედმეტად განაშენიანებულია. რაც თავის მხრივ არღვევს მდგრადი ტურიზმის მომავალს. (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

**ტურისტების პროცენტული მაჩვენებლები, რომლებიც არ ჩამოდიან კერძო მანქანით** - ეს ინდიკატორი უკავშირდება წინამორბედს, ტურისტების პროცენტს რომლებიც არ ჩამოდიან ტუროპერატორების მეშვეობით. მთავარი ტურისტული სეზონის დროს კურორტზე წარმოიშვება დიდი საცობები და ასევე გადავსებულია პარკინგის ადგილებიც, ეს კი თავისთავად მიუთითებს, რომ ტურისტების უმრავლესობა საკუთარი მანქანებით მოდის. ვინაიდან ამ ინდიკატორის ზუსტი მონაცემების დადგენაც დაკავშირებულია მთელ რიგ სირთულეებთან, თუმცა გარკვეული მონაცემების ანალიზით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ვიზიტორების მხოლოდ 10% არ მოდის საკუთარი ტრანსპორტით. ეს კი ევროკავშირის კრიტერიუმის მიხედვით შედის **წითელ ზონაში**, ანუ ტურიზმის არამდგრადობის ზონაში. ასე რომ მდგრადი ტურიზმის გაანალიზების საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ არც წინა ინდიკატორი არ შეესაბამებოდა მდგრადი განვითარების პრინციპებს და ის მიუღებელია გრძელვადიან პერსპექტივაში.

არსებული ათი ინდიკატორის გაანალიზების შემდეგ ვხედავთ, რომ ხუთი მათგანი წითელ ზონას ეკუთვნის, მწვანე ზონაში კი მხოლოდ ორი მათგანია. ეს კი მიუთითებს იმაზე, რომ სამთო კურორტ კოპაონიკაზე ტურიზმის განვითარება არ შეესაბამება მდგრადი განვითარების პრინციპებს, ეს საბოლოოდ გამოიწვევს რეგიონის ეკონომიკური ვარდნას და ტურისტების ინტერესის კლებას. მთლიანი ეფექტის გასაუმჯობესებლად საჭიროა არსებული ფორმების შეცვლა ან შევსება ახალი ფორმებით, რომლებიც მეტად იქნება მდგრადი ტურიზმის შესაბამისი.

ასე რომ კოპაონიკზე ტურიზმის განვითარების ანალიზის შემდეგ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კურორტზე ძირითადი სეზონი გამოხატება ზამთრის თვეებზე, რაც თავის მხრივ არ არის მისაღები გადაწყვეტილება მდგრადი ტურიზმის განვითარების ასპექტიდან. რეგიონს გააჩნია განსახლების შესაძლებლობების დაბალი დონე და ამიტომაც საჭიროა მეტი ინვესტიციები ტურიზმის ახალი ფორმების

განვითარებისთვის, რაც საბოლოოდ ხელს შეუწყობს აქტიური სეზონის გაზრდას სხვა პერიოდებზე. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ კოპაონიკს აქვს ეროვნული პარკის სტატუსი, ხოლო აქამდე განხორციელებულმა უკონტროლო ინფრასტრუქტურულმა მშენებლობებმა შეცვალა ამ დაცული ტერიტორიის პირვანდელი სახე და გამოიწვია მისი რესურსების დეგრადაცია, ასევე რეგიონში დგას სეზონზე კერძო მანქანების დიდი კონცენტრაცია, რადგანაც ვიზიტორების უმეტესობა კურორტზე სწორედ საკუთარი ავტომანქანით მოდის, რაც ასევე არამდგრადია. (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

### 1.7 სამთო კურორტი ტარა

წარმოგიდგენთ ევროკავშირის მდგრადი ტურიზმის შედარებითი ინდიკატორების გამოყენებას ტარას მაგალითზე. წარმოგიდგენთ პრეზენტაციას (იხ. ცხრილი 5.)

**ცხრილი 5. ტარას მდგრადი ტურიზმის ინდიკატორები**

ინდიკატორის ტიპი	ინდიკატორი	ინტერპრეტაცია	
ეკონომიკა	ვიზიტების რაოდენობა აქტიურ სეზონზე	38,62%	მწვანე ზონა
	დამეებისა და განსახლების შესაძლებლობის თანაფარდობა	347,03	მწვანე ზონა
	ადგილობრივი ტურისტული ზრდის კოეფიციენტი	საშუალო	
ტურისტების კმაყოფილება	განმეორებითი ვიზიტების რაოდენობა 5 წლის განმავლობაში	50%	მწვანე ზონა
კულტურული	განსახლების შესაძლებლობები და ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობა	0,25:1	მწვანე ზონა
	ტურიზმის იტენსივობა: დამეების რაოდენობა მოსახლეობასთან მიმართებაში	8,68:1	წითელი ზონა
სოციალური	ტურიზმის წილი ადგილობრივ სოციალური ცხოვრებაში	მნიშვნელოვანი და მზარდი	
	ტურ ოპერატორების გარეშე შემოსული ტურისტების რაოდენობა	60%	ყვითელი ზონა

ცხოვრების გარემოს მდგომარეობის ინდიკატორი	მიწა: მიწის % სადაც მშენებლობა დაშვებულია მაგრამ არ არის განხორციელებული	-	-
	ბოლო 5 წელიწადში მიწის გამოყენება მშენებლობის მიზნით	საკმარისად გაშენებული	
	ტრანსპორტი: შემოსული ტურისტები რომლებმაც გამოიყენეს ადგილობრივი ტრანსპორტი	20%	ყვითელი ზონა

(Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

წარმოგიდგენთ მდგრადი ტურისტული განვითარების ცალკეულ ინდიკატორებს, სამთო კურორტ ტარას, წლის მაჩვენებლების მიხედვით.

**ტურისტული მიმოქცევის სეზონური ხასიათი** - 2018 წელს ტარაზე განხორციელდა 63,651 ტურისტული ვიზიტი. სადაც ტურისტების ძირითადი ნაწილი სამ ყველაზე პოპულარული თვის, აპრილი, მაისი და ივნისის განმავლობაში განხორციელდა. ამ პერიოდში დაფიქსირდა 24,580 ტურისტი ანუ ამ წლის მთლიანი რაოდენობის 38,62%. რეგიონში პიკური თვეების დატვირთულობის შესწავლისას აშკარა ხდება, რომ ცენტრალური პიკი ვიზიტორების კონცენტრაციისა 38,61% უდრის **მწვანე ზონას** ანუ კურორტის ტურიზმი შეესაბამება მდგრადი განვითარების მდგომარეობას. რეგიონში მეტად ჰარმონიულადაა გადანაწილებული ვიზიტები მთელი წლის განმავლობაში და აქ ნაკლებადაა დამოკიდებული კლიმატურ ცვლილებებთან ტურისტების მატება ან კლება. ამით ტურიზმი თანაბარ ზეწოლას ახდენს ბუნებრივ რესურსებზე და ცხოვრების გარემოზე. ეს კი თავის მხრივ აჩვენებს, რომ აქ განვითარებულია ტურიზმის სხვადასხვა ფორმები.

**ღამეებისა და განსახლების შესაძლებლობები** - თანაფარდობა იყო 347,03 ღამე ერთ საწოლ ადგილზე. ეს ციფრიც თავის მხრივ მიუთითებს კურორტ ტარაზე განსახლების შესაძლებლობების მაღალ დონეს. რაც ასევე მიუთითებს ინდიკატორის მდგრად მნიშვნელობაზე და ჯდება მწვანე ზონაში.

**ადგილობრივი ტურისტული ზრდის კოეფიციენტი** - ვინაიდან არ არსებობს ზუსტი მონაცემები ამ ინდიკატორის განსაზღვრისთვის, მაინც უნდა ვივარაუდოთ, რომ ტურიზმის განვითარება ხელს უწყობს, რეგიონში სხვა სამრეწველო დარგების

განვითარებასაც, თუმცა უნდა ითქვას, რომ მაინც არ არის მიღწეული სასურველი დონე. აქიდან გამომდინარე კი შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ადგილობრივი ტურისტების ზრდის კოეფიციენტი **საშუალოა**.

**ტურისტების განმეორებითი ვიზიტები** - გამოკითხულ რესპოდენტთა საერთო რაოდენობის 50%-მა დაადასტურეს, რომ ისინი ტარას სამთო კურორტზე ერთხელ ან რამდენჯერმე დარჩნენ, ხოლო 45%-მა აღნიშნა, რომ ისინი აუცილებლად კიდევ ეწვევიან კურორტს მინიმუმ ერთხელ მაინც. ევროკავშირის კრიტერიუმის მიხედვით კი ეს პროცენტები **მწვანე და ყვითელ ზონებს** შორისაა, რაც საკმაოდ მაღალი მაჩვენებელია და მიუთითებს, რომ ტარას სამთო კურორტი კარგად არის პოზიციონირებული ტურისტულ ბაზარზე და ასევე იმასაც, რომ მის მიერ შეთავაზებული ტურისტული პროდუქცია აკმაყოფილებს უმაღლეს სტანდარტებს და მისაღებია რეგიონის ვიზიტორებისთვის.

**ტარაზე განსახლების შესაძლებლობებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობის თანაფარდობა** - არის 0,25:1. ეს ინდიკატორი განეკუთვნება **მწვანე ზონას**. რაც თავის მხრივ ნიშნავს, რომ სამთო კურორტ ტარაზე ტურიზმი მდგრადია, რადგან განსახლების უამრავი შესაძლებლობებია, თუმცა ის მნიშვნელოვნად ჩამორჩება ადგილობრივი მოსახლეობის რაოდენობას. ეს მაჩვენებელი კი თავის მხრივ მიუნიშნებს ტურიზმის უმნიშვნელო ზემოქმედებაზე ადგილობრივი საზოგადოების კულტურულ ინდეტობაზე.

**ტურიზმის ინტენსიობა** - რეგიონის ტურისტული ინტენსივობის ინდიკატორი შეადგენს 8,68:1. ევროკავშირის კრიტერიუმის მიხედვით აღნიშნული პროპორცია ეკუთვნის **წითელ ზონას**. მაჩვენებლები ხაზს უსვამს, რომ ადგილობრივი საზოგადოება ტურისტების გავლენის ქვეშ იმყოფება და ის საფრთხეს უქმნის ადგილობრივი საზოგადოების კულტურულ იდენტობას რაც, მსოფლიოში არსებული გამოცდილებიდან გამომდინარე, საბოლოოდ აისახება და ამცირებს ტურისტული მომსახურების ხარისხზე.

ტურიზმის წილი ადგილობრივ შიდა პროდუქტში - ასევე ამ ინდიკატორის დასადგენად არ არსებობს ზუსტი მონაცემები, თუმცა შეგვიძლია ხარისხობრივი შეფასება მივცეთ. ვინაიდან ვხედავთ, რომ სამთო ტურისტულ რეგიონ ტარაში დომინანტურ ინდუსტრიას წარმოადგენს ტურიზმი და მისი განვითარება დადებითად აისახება ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკურ შესაძლებლობებზე და მათ განვითარებაზე. აქიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტურიზმის წილი ადგილობრივ შიდა პროდუქტის შექმნაში მნიშვნელოვანია და თან მზარდი, რაც რათქმაუნდა ტურიზმის მდგრადი განვითარების ასპექტიდან გამომდინარე დადებითად მეტყველებს.

ტურისტების პროცენტული მაჩვენებელი, რომლებიც არ ჩამოდიან ტუროპერატორების მეშვეობით - მიუხედავად იმისა, რომ არ არსებობს ზუსტი მონაცემები, მაინც შეიძლება ითქვას, რომ ტურისტების დაახლოებით 60% არ მოდის ტუროპერატორების მეშვეობით. აღნიშნული ციფრი ევროკავშირის კრიტერიუმის მიხედვით არის ყვითელი ზონა, ანუ არსებული ინდიკატორი განიხილება როგორც მდგრადი ტურიზმის ინდიკატორად.

მიწის გამოყენება და ოკუპაცია ტურისტული ინფრასტრუქტურის მშენებლობის მიზნით, როგორც ცხოვრების გარემოს მდგომარეობის მაჩვენებელი - რესპუბლიკის სტატისტიკის ბიუროს მონაცემებით 2016 წელს განსახლების შესაძლებლობა რეგიონში შეადგენდა 1117 საწოლ ადგილს, ხოლო 2018 წელს 702 საწოლი ადგილი დაემატა. ტურისტების განთავსებისთვის საჭირო მშენებლობები დამაკმაყოფილებელია, მითუფრო იმის გათვალისწინებით, რომ თავად ტარა ატარებს ეროვნული პარკის სტატუსს, ხოლო ზომიერი ინფრასტრუქტურული მშენებლობების ფონზე არ შეცვლილა აღნიშნული დაცული ტერიტორიის პირვანდელი სახე, ეს კი თავისთავად კარგია ტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის.

ტურისტების პროცენტული მაჩვენებლები, რომლებიც არ ჩამოდიან კერძო მანქანით - ვინაიდან რეგიონში თავიდანვე მოხდა ავტობუსების ხაზების ქსელის ნორმალური განვითარება, ამიტომაც ამ კურორტზე ჩამოდიან სტუმრები

ავტომანქანების გარეშე. (კოპაონიკიდან განსხვავებით). ეს მაჩვენებელი დაახლოებით შეადგენს ტურისტების 20%-ს. ევროკავშირის კრიტერიუმის მიხედვით კი იგი არის ყვითელ ზონაში, ანუ ნაწილობრივ მდგრადობის ზონაში ტურიზმის სასიცოცხლო გარემოს ასპექტიდან. (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

განხორციელებული ანალიზის საფუძველზე ვხედავთ, რომ ათი გაანალიზებული ინდიკატორიდან, მდგრადი ტურიზმის ოთხი ინდიკატორი ეკუთვნის მწვანე ზონას, ორი ყვითელ ზონას და მხოლოდ ერთი ინდიკატორია წითელ ზონაში. აქიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტარაზე ტურიზმის განვითარება ხდება მდგრადი განვითარების შესაბამისად, რაც რეგიონში სწორ ეკონომიკურ პოლიტიკაზე მიუთითებს.

სერბეთის მთის მიმართულებები და მათში არსებული რესურსები არის საფუძველი ქვეყნის მომავალი ეკონომიკური განვითარებისა. სერბეთში შედარებით შემონახულია ბუნებრივი რესურსები, ამიტომაც ტურიზმის განვითარება უნდა მოხდეს მდგრადი განვითარების პრინციპებით. თუმცა ტურიზმის განვითარება წინა პერიოდში იყო მასობრივ ტურიზმზე ორიენტირებული, რაც კარგად ჩანს კოპაონიკისა და ტარას მაგალითებზე. ტურისტების გადაჭარბებულმა ვიზიტებმა გამოიწვია რეგიონში მასიური მშენებლობები, კუროტზე ტრაფიკის მაღალი კონცენტრაცია, რამაც საბოლოო ჯამში დააქვეითა ბუნებრივი რესურსების ხარისხი და სასიცოცხლო გარემო. მთიანი რეგიონების განვითარება, სერბეთის ტურიზმში, ორიენტირებული იყო ზამთრის ტურიზმზე, რომელიც ეკონომიკურად მომგებიანია, თუმცა იწვევს მგრძნობიარე მთის ბუნების დეგრადაციას.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ კოპაონიკი, როგორც ამ ორ რეგიონს შორის ეკონომიკურად მეტად განვითარებული ტურისტული მიმართულებაა. თუმცა აქვე შეინიშნება, რომ ტურისტების მოზღვავებასთან ერთად დადგა ტურისტული ინფრასტრუქტურის გადაჭარბებული და უკონტროლო მშენებლობების წინაშე. რამაც თავის მხრივ გამოიწვია სივრცის ბუნებრივი იერსახისა და სასიცოცხლო გარემოს გაუარესება, ამავე დროს ბუნებრივი

რესურსების შემცირებამ გამოიწვია ტურიზმის მდგრადი განვითარების შესაძლებლობების შეფერხება შემდგომ პერიოდებში.

მეორე მხრივ ტარა, რომელიც თითქოს ნაკლებ განვითარებული მიმართულებაა, ახასიათებს ხელუხლებელი ბუნებით შენარჩუნებული ბუნებრივი რესურსები, რაც თავის თავად ხელს უწყობს რეგიონში მდგრადი განვითარების პოტენციალის ზრდას შემდგომ პერიოდებში.

ტურიზმის მდგრადი განვითარების მისაღწევად საჭიროა მთელი რიგი შეზღუდვების შემოღება, საჭიროა შეამციროს ან დააბალანსოს ტურისტების კონცენტრაცია, ეს კი თავის მხრივ მიიღწევა ტურისტული პროდუქტის დივერსიფიკაციის გზით და წლიური ტურიზმის განვითარებით. ასევე აუცილებელია, რომ შეიზღუდოს კერძო მანქანებით გადაადგილება და აუცილებელია საზოგადოებრივი ტრანსპორტის მეტი განვითარება და მისი ინტეგრირება რეგიონების ცხოვრებაში, ან ეკოლოგიური ტრანსპორტის ინოვაციური ფორმების დანერგვა. ზოგადად მთელ მსოფიოში, მთიანი რეგიონები მდიდარია სხვადასხვა ბუნებრივი რესურსებით, რომლებიც შეიძლება გამოყენებულ იქნას მდგრადი ტურიზმის განვითარებისთვის და მის დივერსიფიკაციას მთელი წლის განმავლობაში. ამ ეტაპზე როგორც სერბეთს ასევე საქართველოს მთიან რეგიონებს ახასიათებთ ის რომ ისინი ჩამორჩებიან მდგრადი განვითარების ასპექტით ევროპის უმეტეს ქვეყნებს, ვინაიდან არ არსებობს მკაფიოდ განსაზღვრული განვითარებისა და დაცვის სტრატეგია მთიანი რაიონებისთვის, რომ არაფერი ვთქვათ მდგრადი განვითარების ეფექტურ მენეჯმენტზე, რათმაუნდა ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიზნის სრული მიღწევა ფაქტიურად შეუძლებელია, თუმცა ეს არის მიზანი რომლისკენაც უნდა ისწრაფვოდეს ნებისმიერი სახელმწიფო გრძელვადიან პერიოდში. რომლის უზრუნველსაყოფადაც საჭიროა ქვეყნის მხარდაჭერა და წახალისება, ისევე როგორც ეკოლოგიურად მისაღები ტურისტული შეთავაზებების უპირატესობის უზრუნველსაყოფად. დღეს ჩვენ ქვეყნებში, მდგრად ტურიზმში განვითარების უდიდესი პოტენციალი აქვს იმ მთიან რეგიონებს რომლებიც ამ ეტაპზე ნაკლებად

არიან ტურიზმის ინტერესის ქვეშ და მეტადაა შენარჩუნებული ბუნებრივი რესურსები და ცხოვრების ტრადიციული გარემო.

ერთის მხრივ სწორედ ეკოლოგიის გათვალისწინებით და ბუნების შენარჩუნებით შესაძლებელია უზრუნველყო ისეთი გარემო სადაც იქნება უკეთესი: ბაზრის პოზიცია, ექნება ძლიერი კონკურენტუნარიანობა, გრძელვადიანი განვითარების მდგრადობა და სბოლოო ჯამში, ყოველივე აქიდან გამომდინარე ბევრად მაღალი მომგებიანობა.

მეორეს მხრივ კი ტურისტების საჭიროებების გათვალისწინებით არსებობს მისი დაკმაყოფილებისა და გარემოს შენარჩუნების სურვილის ჰარმონიზაცია (მთავარი მარკეტინგული კონცეფცია, როგორც ყველა ეკონომიკური სუბიექტის ძირითადი ბიზნეს ფუნქცია.) (Kostic, M., Lakicevic, M., & Milicevic, S. 2018)

### **1.8 საქართველოში მთის ტურიზმის კლასტერული განვითარება**

დღეს მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენებიდან და არსებული გამოწვევებიდან გამომდინარე ტურიზმში დადგა ინოვაციური მიდგომების საჭიროებების საკითხი დადგა. ერთ-ერთი ასეთი მიდგომა წარმოადგენს კლასტერული გაერთიანებები. სამთო ტურიზმში კლასტერული მიდგომის განვითარება დაეხმარება ქვეყანას საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის გაზრდაში. რაც რათქმუნდა საქართველოსთვის, როგორც მთიანი ქვეყნისთვის, უმნიშვნელოვანესია მისი ტურისტული შესაძლებლობების გაზრდისთვის. (ხახიშვილი, თ. 2021)

კლასტერები ეს არი კომპანიების, საჯარო დაწესებულებების, უნივერსიტეტებისა და სხვა სექტორების ჯაჭვური გაერთიანება გეოგრაფიული ღირებულების მიხედვით. თანამედროვე განსაზღვრებით კლასტერი განისაზღვრება როგორც გეოგრაფიული კონცეტრაცია ინდუსტრიების, რომლებიც დაკავშრებულნი არიან ცოდნით, უნარებით, შემოსავლებით, მოთხოვნით ან სხვა კავშირებით. (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019)

მთავრობებს შეუძლიათ ხელი შეუწყონ კლასტერების განვითარებას მათი მხარდაჭერით, ეს კი კომპანიებს ხელს შეუწყობს შეძლონ სრული პოტენციური გაერთიანება. რაც თავის მხრივ გულისხმობს, რომ ბიზნეს აქვს შესაძლებლობა შექმნას კლასტერი ან დამოუკიდებლად განახორციელოს ადგილობრივი ინიციატივები, რომლებიც უფრო მეტ დამოუკიდებლობას იძლევა. ასევე დიდი ყურადღება ექცევა ფირმებს შორის ქსელურ ურთიერთობებს. კლასტერში ქსელის მიერ ხელშეწყობილი თანამშრომლობის საშუალებით და ამ გზით წარმოშობილი სინერჯის წყალობით, აწარმოებენ ინფორმაციას და ანაწილებენ მას ერთმანეთში, რაც საბოლოოდ გვთავაზობს აუცილებელ რესურსებს რეგიონალური და ეროვნული კომერციის წინსვლისთვის. შედეგად ისინი ქმნიან საკუთარ შესაბამის რეგიონულ და ეროვნულ ეკონომიკას. კლასტერების მთავარი იდეა არის „ერთად მუშაობა“. ხშირად ხდება, რომ კლასტერში შემავალი კომპანიების მენეჯერები ერთმანეთის კომპანიებს აღიქვამენ როგორც კონკურენტებს რაც თავისთავად შეცდომაა ხოლო კლასტერად მუშაობა საშუალებას გვაძლევს, რომ მასში შემავალი ყველა კომპანია გავიდეს ახალ ბაზრებზე. (დიასამიძე, მ. 2015)

კლასტერიზება არის ხანგრძლივი პროცესი, რომლის თითოეული ეტაპი მოითხოვს სიღრმისეულ მომზადებას. ამ მიზეზით იმ რეგიონებს რომლებსაც სურთ გააუმჯობესონ თავიანთი კონკურენტუნარიანობა წარმართონ კლასტერიზაციის პროცესი შესაბამისი სტრატეგიით. ქვეყნები, რეგიონები და ქალაქები ცდილობენ შექმნან სამრეწველო კლასტერები, რათა ამით უზრუნველყონ ნოყიერი ნიადაგი ინოვაციებისათვის, ძლიერი ეკონომიკისთვის, ტექნოლოგიების გაცვლის სწრაფი ტემპებისთვის და რესურსების ეფექტური გამოყენებისთვის. ასევე ხელს უწყობენ საერთო მონაცემთა ბაზის შექმნას და მასთან წვდომის წყალობით კლასტერის წევრ კომპანიებს საშუალება ეძლევათ აწარმოონ კვლევები და ბაზრის ანალიზი, რითაც ისინი განსაზღვრავენ თავიანთ საბაზრო სტრატეგიას.

ეკონომიკური მხარდაჭერით, ტრენინგებით და სერტიფიცირებით საჭიროების შესაბამისად აძლიერებს კომპანიების კომპეტენციას და რათმაუნდა ამით ძლიერდება მათი კონკურენტუნარიანობა. (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019)

## 1.9 კლასტერიზაცია ტურიზმის სექტორში

თითქმის ყველა ტურისტული ადგილი შეიცავს აგლომერაციის მახასიათებლებს. ამიტომაც გეოგრაფიული კონცეპტრაცია შეიძლება ჩაითვალოს მნიშვნელოვან კომპონენტად. მიუხედავად ამისა, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ტურიზმში ჩართული ყველა ჯგუფი არ შეიძლება კლასიფიცირდეს როგორც ტურისტული კლასტერი. ეს გამოწვეულია იმით, რომ მათ სჭირდებათ კონკრეტული დრო და ადგილმდებარეობა, რათა დაამყარონ ურთიერთსასარგებლო საქმიანი ურთიერთობები და ისარგებლონ ტურიზმის ინდუსტრიაში გეოგრაფიული სიახლოვით. (ქველაძე, ქ. 2017)

ერთ-ერთი განმარტებით ტურისტული კლასტერი არის გეოგრაფიული კონცეპტრაცია ურთიერთ დაკავშირებული კომპანიებისა და ინსტიტუტების ტურისტული საქმიანობა. ტურისტული კლასტერი ემსახურება მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას, ეხმარება ფირმებს მეტი შესაძლებლობის შექმნაში. ტურისტული კლასტერი იძლევა თანამშრომლობის ფართო შესაძლებლობებს, მაგალითად ტურისტის სულ რაღაც ერთ კვირიანი დასვენება გულისხმობს დაახლოებით 30/50 სხვადასხვა სუბიექტთან თანამშრომლობას. ესენია: ტურისტული კომპანია, სადაზღვევო კომპანია, გადამზიდავი, სასტუმრო, რესტორანი, ტურისტული ატრაქციები, ტაქსისი მძღოლი, სუვენირების მაღაზია, ადგილობრივი თვითმართველობები და სხვა. სწორედ ამ მომსახურებათა ერთობლიობა ქმნის ღირებულებით ჯაჭვს. (ხახიშვილი, თ. 2021)

კლასტერებს აქვთ გავლენა კონკურენციაზე შემდეგი სამი გზით:

1. კომპანიების პროდუქტიულობის გაზრდა მოცემულ ფართობში.
2. ინოვაციების მიმართულებებისა და განვითარების მაღალი ტემპი.

3. კლასტერს გააჩნია მასტიმულირებელი ეფექტი ახალი ბიზნესი განვითარებაში. ტურიზმის ინდუსტრიას აქვს პოტენციალი მოემსახუროს გლობალურ აუდიტორიას. პერსპექტიულ სფეროებში კონკურენციის გასაძლიერებლად, ტურიზმის განვითარების სტრატეგიები კლასტერულ სისტემებს იყენებს. ტურიზმის გაძლიერებისადმი მიდგომა გულისხმობს კლასტერული სისტემის ღირებულების მაქსიმალურად გაზრდას ყველა ასპექტის მნიშვნელობის გაზრდით, ისეთების როგორებიცაა: შემოსავლისა და ზარალის, დისტრიბუცია, ტურიზმის რეკლამის მომსახურება და პროდუქტები, საინფორმაციო მომსახურება და ა.შ. ყველა ამ ასპექტის ხარჯები შეიძლება შემცირდეს კლასტერული სტრუქტურის ფარგლებში. ასე რომ კლასტერული სისტემით განვითარებული ქვეყნები მიუთითებენ, რომ კლასტერული პროცესები ფუნქციონირებენ როგორც საფუძველი მდგრადი განვითარებისა და გარანტია ინდუსტრიის ყველა წარმომადგენლის შორის დიალოგს. (საჯარო დაწესებულებები, ტურისტული კომპანიები, მედია, საინფორმაციო სერვისები და სხვა) რაც საბოლოო ჯამში ტურიზმს აძლევს განვითარების საშუალებას. როგორც ვხედავთ ტურისტული კლასტერის წარმატება ეფუძნება მისი წევრების ძლიერ და მდგრად ურთიერთკავშირს. კლასტერიზაციის დადებითი გავლენა თითოეულ წევრზე ადვილად დაკვირვებადია. მაგალითად სასტუმროები აშშ-ში რომლებიც მდებარეობს კლასტერების შიგნით და მის გარეთ და რომლებიც ეფუძნება მათ ვარსკვლავურ კატეგორიას, მდებარეობას და სტრუქტურად. კვლევის შედეგები აჩვენებს, რომ კლასტერული სისტემა აძლიერებს აშშ-ს სასტუმროების ეკონომიკას. (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019)

ევროკავშირში ტურიზმის განვითარების მიზნით მიმდინარეობს კლასტერის გაძლიერების მასშტაბური ღონისძიებები. აღნიშნულ ღონისძიებაში ჩართული იყვნენ 13 პარტნიორი ქვეყნის წარმომადგენლები. შეიქმნა ESCA - ევროპის სამდივნო კლასტერული ანალიზისთვის რომელსაც ევალეზობდა შეექმნა პრაქტიკული შეთავაზებები კლასტერული მენეჯმენტისათვის. წარმოგიდგინთ აღნიშნული

პროექტის სამ გამორჩეულ მონაწილეს რომლებიც დაკავშირებულნი არიან სამთო ტურიზმთან (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019):

### **სამთო კლასტერი საფრანგეთში**

ერთ-ერთი ძლიერი კლასტერი რომელიც მონაწილეობს აღნიშნულ პროექტში არის საფრანგეთდან სამთო ტურიზმის კლასტერი **Montagne** რომელიც დაარსდა 2012 წელს საფრანგეთში. აღნიშნული კლასტერი მდებარეობს საფრანგეთის ალპებში. მისი დამფუძნებლების მიხედვით მათი მიზანია წარმოადგინონ და განავითარონ საფრანგეთის მდგრადი სამთო ტურიზმი. იგი არის „საფრანგეთის მოგზაურობის“ სტრატეგიის მთავარი მამოძრავებელი და უცხოურ ბაზარზე ცდილობს საფრანგეთის სამთო ტურიზმის გაყიდვას. სწორედ ამ მიმართულებით ისინი ცდილობენ განავითარონ საზაფხულო ტურიზმი რასაც ისინი ანხორციელებენ საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროსთან, სპორტის, ფინანსთა სამინისტროებთან ერთად. კლასტერი ძირითადად თანამშრომლობს ისეთ ქვეყნებთან როგორებიცაა: ჩილე, ჩინეთი, ირანი, შეერთებული შტატები ასევე მრავალი საერთაშორისო ორგანიზაციები და სხვა. კლასტერი Montagne თავის წევრებს სთავაზობს პროფესიონალების მომსახურებას და მასში გაერთიანებულია 172 კომპანია: 10 განათლების დაწესებულება, კვლევითი ცენტრები, გარემოს, მმართველობითი და საჯარო პოლიტიკის განმსაზღვრელი კომპანიები და ექსპერტები, ეკოლოგიის, მარკეტინგული, სერვისის, ტრენინგების, არქიტექტურული ორგანიზაციები. ასევე როგორც საზაფხულო ასევე ზამთრის დასვენების განვითარებისკენ მიმართული ორგანიზაციები (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019)

### **IDM სამხრეთ ტიროლის კლასტერი**

IDM სამხრეთ ტიროლი შეიქმნა 2016 წელს რათა ხელი შეეწყოს სამხრეთ ტიროლი, იტალიაში, ბიზნეს სერვისებით სარგებლობას. ამრიგიატურა **IDM** - ინოვაციური განვითარების მარკეტინგი. ასევე არის ერთ ერთი თვალსაჩინო წარმომადგენელი კლასტერული ტურიზმისა. კლასტერის მიზანია უზრუნველყოს მდგრადობა რეგიონის განვითარება და ბიზნესის მხარდაჭერა. ასევე მათი ერთ-ერთ

ძირითად საქმიანობას წარმოადგენდა რეგიონის პოპულარიზაცია როგორც ტურისტული ადგილი. ვინაიდან რეგიონის სტუმრების ძირითად ნაწილს წარმოადგენენ გერმანულენოვანი ქვეყნები (90%), აღნიშნული კლასტერი ცდილობს მოახდინოს ბაზრის დივერსიფიკაცია და მათი ვიზიტორი ქვეყნების გაფართოვება. (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019)

სწორედ 2016 წლის მარტში სამხრეთ ტიროლის მთავრობამ გააცნო საზოგადოებას რეგიონის ტურიზმის მარეგულირებელი პოლიტიკა სახეწოდებით „ტურიზმის მომავლისთვის“. პროექტის ფარგლებში ადგილობრივებმა დაარსეს ტურისტული ორგანიზაციები, მთავრობამ მოახდინა სრული ტურისტული სტრუქტურის რეორგანიზაცია. ასევე კლასტერი პასუხიმგებელია ადგილობრივი კომპანიების მხარდაჭერაში, მარკეტინგულ კომუნიკაციაში.

#### **საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია - (GTA)**

საქართველოს ტურისტული კლასტერი „საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია“ - (GTA) დაარსდა 2006 წელს. იგი შედგებოდა სასტუმროების, ტურისტული და ღვინის კომპანიებისგან. კლასტერის მუშაობის მიზანს წარმოადგენს ტურისტული კომანიების თანამშრომლობის გაძლიერება და მდგრადი ტურიზმის განვითარება საქართველოში. კლასტერში შედის საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია, დაცული ტერიტორიების სააგენტო, საერთაშორისო ორგანიზაციები (USAID, GIZ Private სექტორის განვითარების პროექტი, GIZ რეგიონული განვითარების პროექტი, ევრაზიის ფონდი, SDC, IUCN და ა.შ.), ადგილობრივი პარტნიორები (ელკანა, ჯეოლანდი და სხვ.) GTA-მ უკვე დაასრულა 10-ზე მეტი პროექტი, რომელთაგანაც რამოდენიმე იყო საერთაშორისო ხასიათის. კლასტერის წევრების რაოდენობა 65-ს შეადგენს: 49 შემომავალი და გამავალი სამოგზაურო/ტურისტული, 10 სასტუმრო, 4 ღვინის და 2 სხვა ტურიზმთან დაკავშირებული კომპანიები. კლასტერი ძირითადად ორიენტირებულია ეკოტურიზმზე. ტურიზმის განვითარების მიზნით მდგრადობის გაუმჯობესებაზე. მათ წარმატებით ჩაატარეს რამდენიმე მნიშვნელოვანი პროექტი, მათ შორის: „მდგრადი ტურიზმი განვითარება დაცულ ტერიტორიებზე“ 2009 წელს და

პროექტი „ტურიზმის მდგრადობის გაძლიერება, განვითარება საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე“(2010) (Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. 2019)

დღევანდელი კლასტერების წარმატება დამოკიდებულია მათი წევრების მდგრად თანამშრომლობაზე და იმ არხებზე რომლის გამოყენებითაც ისინი თანამშრომლობენ. დღევანდელი საინფორმაციო, ტექნოლოგიების წყალობით ეს საკითხი დღითი დღე უმჯობესდება.

## თავი II კრიზისები და სამთო ტურიზმი

### 2.1 კრიზისების მართვა ტურიზმში

ტურიზმი და მოგზაურობა 21-ე საუკუნეში პირველად მოთხოვნილებად იქცა, ადამიანები მასზე უარს ვერ ამბობენ მიუხედავად უამრავი დაბრკოლებებისა რომელიც დღევანდელ მსოფლიოში დგას. მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის ინდუსტრია იკავებს მსოფლიოს სხვადასხვა ინდუსტრიებს შორის წამყვან პოზიციებს, მასზე გავლენას ახდენს ყველა ის მოვლენა რომელიც ჩვენს ირგვლივ ხდება, ან ზოგ შემთხვევაში თავად ტურიზმი და ის მაღალი მიმოსვლა ქვეყნებს შორის ხდება მაპროვინცირებელი მრავალი კრიზისისა რომლის მომსწრეც მსოფლიო იყო უკანასკნელ წლებში. ზოგადად ტურიზმი საუკეთესო საშუალებაა უცხო ადამიანებისა და მათი კულტურის გასაცნობად და ამავე დროს მრავალ საფრთხესაც შეიცავს თავის თავში. სწორედ მოგზაურები ხდებიან სხვადასხვა ვირუსის უნებლიე გადამტანები, რის შედეგადაც ხდება მათი სწრაფი გავრცელება. (მსოფლიოში მაღალი ხარისხის მიმოსვლის შედეგად 2019/20-ში მოხდა COVID 19-ის სწრაფი გავრცელება, გამოიწვია საერთაშორისო კრიზისი და ტურიზმის ტოტალური გაჩერება).

კრიზისები სივრცული განზომილების თანახმად იყოფა სხვადასხვა გეოგრაფიულ დიაპაზონებად: **ადგილობრივი, რეგიონალური, ეროვნული და საერთაშორისო.** (Naciye, G. U., & Akbiyik, A. 2020)

**ადგილობრივი** კრიზისია ისეთი შემთხვევა როდესაც კონკრეტულ ადგილზე ან კურორტზე ხდება რაიმე სახის შეფერხება, მაგალითად წყლის დაზიანება. ეს კონკრეტული სერიოზული პრობლემაა ადგილობრივი სასტუმროებისთვის, თუმცა არა მეტი და მისი მოგვარებაც ხანმოკლე დროშია შესაძლებელი. ამ ყოველივეს კარგი მაგალითია 2021 წელს გუდაურში და ბაკურიანში შექმნილი პრობლემა რომელიც ორიოდ კვირაში მოგვარდა თუმცა გამოიწვია ისედაც რთული სეზონის კიდევ უფრო მძიმე პირობებში წარმართვა.

რეგიონალური კრიზისი ბევრად უფრო მძიმეა და მოიცავს კონკრეტულ რეგიონს, ის შეიძლება გამოწვეული იყოს ბუნებრივი კატაკლიზმით, ისეთით როგორცაა წყალდიდობა.

ეროვნული სახის კრიზისი გავლენას ახდენს კონკრეტულ ქვეყანაზე, ეს კრიზისი თავის თავში მოიცავს ისეთ ფაქტორს როგორცაა სამოქალაქო ომი. ტურიზმის თვალსაზრისით იგი უმეტესად გავლენას კონკრეტულ სახელმწიფოზე ახდენს თუმცა მის სამეზობლოზეც გადააქ თავისი გავლენა და ვხედავთ ტურიზმის კლებას რადგან რეგიონი მოიაზრება საფრთხის შემცველად.

საერთაშორისო კრიზისი კი მოიცავს ქვეყნების ფართო სპექტრს და ითრევს მრავალ ქვეყანას. უკანასკნელი პერიოდის ისეთი კრიზისები როგორც იყო COVID 19 პანდემია, მსოფლიო ფინანსური კრიზისი და რუსეთ უკრაინის ომი ნეგატიურ გავლენას ახდენს გლობალური ტურიზმის ინდუსტრიაზე. (Naciye, G. U., & Akbiyik, A. 2020)

აუცილებლად ხაზი უნდა გავუსვათ იმას, რომ ზოგადად ტურიზმი გამოირჩევა მაღალი მგრძობელობით ზემოთ ჩამოთვლილი კრიზისების მიმართ, რატომაუნდა კრიზისის სიმძიმისა და სირთულესთან მიმართებით. თუმცა ამასთანავე უნდა ავღნიშნოთ, რომ სამთო ტურიზმი თავისი მხასიათებლებიდან გამომდინარე, მეტად მდგრადი აღმოჩნდა COVID 19 ის მიერ გამოწვეული კრიზისის მიმართ. ბუნებრივმა დისტანციამ და გარე აქტივებმა გამოიწვია მეტი დაინტერესება, რამაც თავის მხრივ სხვა მიმართულებებთან შედარებით, დააჩქარა მისი აღდგენა. მთის ბუნებრივმა გარემომ, ბუნებრივი და კულტურული რესურსების მრავალფეროვნებამ, შორეულ და ხშირ შემთხვევაში მიუდგომელ გეოგრაფიულ გარემოში მოგზაურობამ, სადაც ქალაქებისან განსხვავებით პანდემიის გავრცელების დაბალი საშიშროებაა, მსოფლიო მაშტაბით მიიზიდა მოგზაურები. (UN Tourism. 2023, 07 03)

სწორედ სამთო ტურიზმის როგორც დაავადების გავრცელებისთვის უსაფრთხო საქმიანობას აქვს პოტენციალი მეტად სტაბილური განვითარებისთვის და ხელს უწყობს მთიან რეგიონების ტურისტული პოტენციალის სწრაფ აღდგენას. თავად

სამთო ტურიზმი მოიცავს ისეთ ტურისტულ აქტივობებს რომლებსაც ვხდებით ბარში, ისეთები როგორცაა ღირშესანიშნაობების დათვალიერება, დასვენება, ტურები, დამატებით: ცოცვა, ლაშქრობა, თავგადასავლები, რაფტინგი, ველოსიპედით სიარული. ეს ყოველივე კი განსაკუთრებულად აქტუალური გახდა COVID 19-ი პანდემიის დროს, როდესაც არსებული სექტორის მზარდი ტენდენციები შენარჩუნდა მიუხედავად პანდემიის მძიმე შედეგებისა და მან უფრო მეტი დანიშნულებაც შეიძინა. იგი დღეს ტურისტებს შორის მაღალი მოთხოვნადობით გამოირჩევა. მისი უწყვეტი განვითარება კი გამოიწვია იმ მრავალფეროვანმა შესაძლებლობებმა რომლებიც გვხდება მთიან რეგიონებში და რომელიც ეპასუხება ტურისტების ფართო სპექტრის მოთხოვნილებებს.

სამთო ტურიზმის ალიანსის 2021 წლის კომფერენციის მიხედვით, რომელიც ყოველწლიურ ხასიათს ატარებს, მთის ტურისტულ ზონებში პანდემიის განვითარების დაბალი რისკებია, ვინაიდან ხალხის კონცენტრაციის დაბალი ხარისხია, რაც თავის მხრივ ადამიანთა ბუნებრივ დისტანცირებას უწყობს ხელს. ამან კი თავის მხრივ ხელი შეუწყო სოფლის ტურიზმისა და სამთო ტურიზმის განვითარებას, რამაც თავის მხრივ საშუალება მისცა მოკლე და საშუალო ვადიან პერიოდებში საერთაშორისო ტურიზმის აღდგენას. (UN Tourism. 2023, 07 03)

## **2.2 მთიან რეგიონებში ექსესებისა და სამაშველო ოპერაციების მართვა**

როდესაც ვსაუბრობთ მთიან რეგიონებში ექსესებსა და სამაშველო ოპერაციების მართვაზე, რათქმაუნდა პირველ რიგში გვახსენდება ისეთი განვითარებული ქვეყნის მაგალითი როგორცაა ევროპა და ალპების მიმდებარედ მდებარე ქვეყნების გამოცდილება. საქართველოში არსებული სამაშველო ოპერაციების მართვის სიტემა მნიშვნელოვნად განსხვავდება ევროპული გამოცდილებისგან. შემოგთავაზებთ ორივე მათგანის სიტემურ აღწერასა და იმ შედეგებს რომელზეც ხშირად გადიან როგორც ევროპული ასევე ქართული სამაშველო სამსახურები.

მთა და ის ტურისტული საქმიანობა რომლითაც დაკავებულია აქ მდებარე ტურისტი, მუდმივად თანმდევია ისეთი რისკები როგორცაა: ზვავები და მეწყერული

პროცესები, ტრამვები, სხვადასხვა ტიპის ავარიები, გზის დაკარგვა. რისი პრევენციის ერთერთი წყაროც სწორედ მაღალგანვითარებული და ტექნოლოგიურად სრულყოფილი სამაშველო სამსახურების შექმნაა. ჩვენთვის სწორედ საინტერესოა ალპების მაგალითი რომელიც ხშირ შემთხვევაში ბუნებრივ საზღვარს წარმოადგენს ისეთი ევროპული ქვეყნებისთვის როგორებიცაა: შვეიცარია, საფრანგეთი, გერმანია, იტალია, ავსტრია, სლოვენია. მათ თავის მხრივ შექმნილი აქვთ მაღალტექნოლოგიური, ძლიერი ბიუჯეტით სამაშველო და ექსესების მართვის სამსახურები. რომლებიც ასევე გამოირჩევიან როგორც შიდა ასევე ქვეყნებს შორის კოორდინირების მაღალი ხარისხით. (drk. 2025)

### **ალპები**

ალპები თავისი საუკუნოვანი გამოცდილებით და მზარდი ტურისტული პოტენციალით, რომელიც ასევე საუკუნეზე მეტია იზიდავს ისეთი აქტიობების მოყვარულებს როგორიცაა: ალპინიზმი, სამთო თხილამურები და კიდევ მრავალი სხვა ექსტრემალურ სახეობები, მნიშვნელოვანია სამაშველო ოპერაციების მართვისა და სხვადასხვა კრიზისების გადაჭრის გამოცდილებით. საინტერესოა ფინანსური მხარდაჭერის სისტემა რომელიც ამ ქვეყნებში არსებობს და ეფექტური სადაზღვევო სისტემასთან ერთად ქმნიან ფრიად ძლიერ ორგანიზაციებს.

### **ვეტმფრენის გამოყენების კრიტერიუმები ალპებში**

როდესაც საუბარია სამაშველო ოპერაციაზე, დღევანდელ სამყაროში მის ერთ ერთი მთავარ ინსტრუმენტს სპეციალური სამაშველო ვეტმფრენი წარმოადგენს. რომელიც მნიშვნელოვანია როგორც დროული და სწრაფი რეაგირებისთვის, ასევე დაშავებულის ადგილსამყოფელის დროულად აღმოსაჩენადაც. ვეტმფრენის გამოყენების ძირითად კრიტერიუმებს წარმოადგენს:

1. დაშავებული პირი იმყოფება რთულად მისადგომ ადგილზე: როდესაც საფრთხე ექმნება მაშველებს ხმელეთზე გადაადგილებისას, რთული რელიეფის გამო ვერ მოხერხდება ფეხით დროულად მისვლა.
2. როდესაც დაზიანებიდან გამომდინარე დრო ასრულებს გადამწყვეტ როლს.

3. ამინდის გამო რთულდება ხმელეთიდან სამაშველო ჯგუფის სწრაფი მისვლა.
4. ხშირად ვეტმფრენი გამოიყენება ზემოდან დაკვირვებისთვის, სახმელეთო ჯგუფის მხარდასაჭერად. (Readkong 2024)

**დაფინანსება:** ალპებში ქვეყნებიდან გამომდინარე არსებობს სამთო სამაშველო ორგანიზაციების შერეული დაფინანსების წყაროები. როგორც სახელმწიფო ასევე კერძო დაფინანსება რომელიც წევრობაზეა დაფუძნებული.

**სახელმწიფო დაფინანსება** - ისეთ ქვეყნებში როგორცაა საფრანგეთი, იტალია გერმანია ძირითადი წყარო დაფინანსების სწორედ ცენტრალური ბიუჯეტიდან და რეგიონალური სუბსიდირებით ხდება. აღნიშნული დაფინანსება ძირითადად მიმართულია: სამაშველო ინფრასტრუქტურისადმი; ტექნიკური აღჭურვილობის შესაძენად და ასევე მაშველთა გადამზადებასა და უზრუნველყოფისთვის. (*Gendarmerie.interieur 2025*)

**კერძო დაფინანსება** - როგორც ზემოთ ავლინებთ კერძო დაფინანსება ძირითადად წევრობაზეა დაფუძნებული. როდესაც ვსაუბრობთ აღნიშნულ სისტემაზე აუცილებლად უნდა აღინიშნოს **შვეიცარიის** მაგალითი. სადაც სამაშველო ვეტმფრენების არაკომერციული ფონდი **REGA** - ძირითადი წყარო სწორედ მოქალაქეთა წევრობისგან შემოსული ფინანსები წარმოადგენს. ასევე მათი დაფინანსების მნიშვნელოვანი წყაროა დონორებისგან მიღებული შემოსავლები. **REGA-ს** წევრობის გადასახადი შეადგენს წლიურ 40 შვეიცარიულ ფრანკს, რითიც მის წევრებს ორგანიზაცია უწევს უფასო სამაშველო მომსახურებას. (Rega 2024)

ასევე უნდა გამოვყოთ **ავსტრიული Bergrettung** - რომლის კონტიგენტიც ძირითადად მოხალისე მაშველები არიან თუმცა ყოველი მთგანი მაღალი პროფესიონალიზმით გამოირჩევა. მნიშვნელოვანია ასევე ისიც რომ მათ აქვთ წვდომა სახელმწიფო რესურსებზე. (*Bergrettung 2025*)

უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად იმისა სამაშველო სამსახური არის სახელმწიფო დაფინანსებით თუ კერძო და საიდანაა მათი ძირითადი შემოსავლის წყარო კოორდინაცია როგორც სხვადასხვა დონის სამაშველო სამსახურებისა, ასევე

ქვეყნებს შორის არის ძალიან მაღალი. რაც ზრდის სამაშველო ოპერაციის ოპერატიულობასა და აქიდან გამომდინარე წარმატების ალბათობასაც. ყველაზე ცნობილ სამაშველო ორგანიზაციებს ევროპაში წარმოადგენენ. (იხ. ცხრილი 6):

**ცხრილი 6**

ქვეყანა	ძირითადი სამაშველო ორგანიზაცია	სპეციფიკა
შვეიცარია	<b>REGA</b> (ვეტმფრენების სამაშველო ფონდი)	კერძო, არაკომერციული. ძირითადი დაფინანსების წყარო: კერძო პირების საწევრო, კერძო დონაცია.
საფრანგეთი	<b>PGHM</b> (Peloton de Gendarmerie de Haute Montagne)	მთაში სპეციალიზირებული საპოლიციო და სამხედრო დანაყოფი
ავსტრია	<b>Österreichischer Bergrettungsdienst</b>	სახელმწიფოს მიერ მხარდაჭერილი მოხალისეობრივი გაერთიანება
იტალია	<b>Corpo Nazionale Soccorso Alpino e Speleologico (CNSAS)</b>	სამაშველო სისტემა რომელიც მოქმედებს სამთავრობო დონეზე
გერმანია	<b>Bergwacht</b>	ტექნოლოგიურად თანამედროვედ აღჭურვილი სამაშველო ორგანიზაცია რომელიც მდებარეობს ბავარიაში

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

ზოგადად ევროპაში სამაშველო ორგანიზაციების სტრუქტურა და მართვის სისტემა შემდეგნაირი სქემით განისაზღვრება: (იხ. ცხრილი 7.)

## ცხრილი 7

დონე	ფუნქცია	ძირითადი ორგანიზაციები
ლოკალური	პირველადი ინფორმაციის მოძიება, პირველადი დახმარების გაწევა, ადგილზე სწრაფი რეაგირება.	სათხილამურო პატრული, ლოკალური სამაშველო ჯგუფები.
რეგიონული	ვეტმრენით წრაფი რეაგირება, კოორდინაცია, დაზარალებულის სწრაფი გადაყვანა	სამედიცინო დაწესებულებები, რეგიონალური სამაშველო სამსახურები.
ეროვნული	სტანდარტების განსაზღვრა, პოლიტიკისა და დაფინანსების განსაზღვრა, მაშველების გადამზადება,	შვეიცარიის REGA, ავსტრიის Bergrettung, საფრანგეთის PGHM
საერთაშორისო	სასაზღვრო რეგიონის შემთხვევაში ქვეყნებს შორის კოორდინაცია	EU Civil Protection Mechanism, EUSALP (EU Strategy for the Alpine Region)

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

### ფინანსები და სამაშველო ოპერაციის ანაზღაურება (დაზღვევა)

როგორც უკვე აღნიშნეთ ალპებში სამაშველო ოპერაციის ფინანსური უზრუნველყოფა დამყარებულია შერეულ მოდელზე. რის ყველაზე წარმატებულ მაგალითიც შვეიცარული REGA -ა. რომელსაც როგორც მოგეხსენებათ წევრობით დაფინანსებული მოდელი აქვს. ევროპულ რეგიონში ალპინიზმის, სათხილამურო ტურიზმისა და სხვადასხვა ექსტრემალური მიმართულებების განვითარების მთავარი მამოძრავებელი სწორედაც წლების განმავლობაში ჩამოყალიბებული სამაშველო სამსახურებია. სწორედ ამიტომაც ყოველწლიურად ალპებს მილიონობით ტურისტი სტუმრობს. აქვე რათმაუნდა ცნობილია, რომ სამთო რეგიონში ჩატარებული სამაშველო ოპერაციები საკმაოდ მაღალი ბიუჯეტით გამოირჩევა რომელსაც საკმაოდ დიდი ტექნიკური მხარდაჭერა ჭირდება. მაგალითისთვის:

1. ვეტმფრენებით მომსახურება 3000 – 10000 ევრო ( გააჩნია ხანგრძლიობას და სირთულეს)
2. სამთო სამაშველო ჯგუფების ჩართულობა - 500 – 2000 ევრო
3. პირველადი დახმარების აღმოჩენა - 200 – 1000 ევრო
4. კლინიკაში ტრანსპორტირება - 300 – 1500 ევრო

როგორც ხედავთ ნებისმიერი სამთო სამაშველო ოპერაციის ჩატარება დიდ ხარჯებთან არის დაკავშირებული. რომელსაც შვეიცარიული მოდელის მიხედვით REGA-ს წევრებისთვის უფასოდ ანხორციელებს, თუმცა ტურისტებისთვის სრული მომსახურება ხშირ შემთხვევაში საშუალოდ 5000 ევროს აღემატება. ეს კი უმეტეს შემთხვევაში დაზღვევის მეშვეობით იფარება. უმეტეს შემთხვევაში ის სადაზრვევო პოლისები რომლებიც მუშაობენ ევროპულ ქვეყნებში და სავალდებულოა ნებისმიერი მოგზაურისთვის.

1. სამოგზაურო დაზღვევა
2. სამთო სათხილამურო დაზღვევა
3. სამაშველო ევაკუაციის დაზრვევა

ხშირ შემთხვევაში იმის მიხედვით თუ რა აქტივობით აპირებს სტუმარი დროის გატარებას, ესა თუ ის სადაზღვევო პოლისი აუცილებლობას წარმოადგენს. რათქმუნდა სადაზღვევო კომპანიები ითვალისწინებენ ისეთ რისკებს როგორცაა: ნასვამი მდგომარეობით გამოწვეული სხვადასხვა შემთხვევებით; არაოფიციალური მარშუტით მოძრაობას; ექტრემალურ სპორტებს, თუ რათქმუნდა ეს უკანასკნელი არ არის სპეციალურად მითითებული. ასევე ევროპულ ქვეყნებში კარგად მუშაობს სპეციალური დაზღვევა რომელიც აქვს ადგილზე მომუშავე სხვადასხვა ტიპის და მიმართულებების გიდებს რომელთა დაზღვევაც ითვალისწინებს მათი სტუმრების დაზღვევასაც და ძირითად პირველად ხარჯებს, როგორცაა: ვეტმფრენით მომსახურება, პირველადი დახმარება და კლინიკაში გადაყვანა. რაც ხელს უწყობს სტუმრებში მათი დაქირავების აუცილებლობას, ასევე პრევენციულად ამცირებს დაზღვევის გარეშე გადაადგილებასაც, რაც ჯერ კიდევ გამოწვევად რჩება რადგან

ბევრი ტურისტი თავს არიდებს წინასწარ აღნიშნული „ხარჯის“ გაწევას. სადაზღვევო სტრუქტურა თავისი ფუნქციების მიხედვით განსხვავდება შემდეგი ტიპებით:

1. სამოგზაურო დაზღვევა - ფარავს სამაშველო ხარჯებს (მათ შორის ვეტმფრენის ხარჯსაც)
2. სპეციალური სამთო დაზღვევა - მოქმედების არიალი მხოლოდ სათხილამურო კურორტები და მისი მიმდებარე ტერიტორია
3. საზოგადოებრივი/ჯამრთელობის დაზრვევა - ზოგიერთ ქვეყანაში ნაწილობრივად ფარავს სამაშველო მომსახურეობასაც
4. წევრობა სამაშველო ორგანიზაციაში - აძლევს საშუალებას შესაბამისი ფაქტის დადგომის შემთხვევაში უფასო ან ფასდაკლებული სამაშველო დახმარებაზე. მაგალითად შვეიცარიული REGA საწევროს ფარგლებში ფარავს ვეტმფრენით მომსახურეობას სამაშველო საჭიროების დადგომასთან ერთად კლების წევრებისთვის, ხოლო უცხოელებისთვის და არაკლების წევრებისთვის საჭიროა, რომ სამოგზაურო დაზღვევა მოიცავდეს ვეტმფრენით ევაკუაციის ხარჯებს. (Rega 2024)

### **სამაშველო სამსახური საქართველოში**

როდესაც საუბარია საქართველოში სამთო ტურიზმის განვითარებაზე მისი ერთ-ერთ უმიშვნელოვანესი კომპონენტი სწორედაც სამთო სამაშველო სამსახურია. სწორედ უსაფრთხოებაზე გადის ტურიზმის განვითარება. გამოწვევები კი ისევე როგორც მთელ მსოფლიოში საქართველოშიც დიდია. პირველ რიგში ერთ-ერთი დიდი გამოწვევაა კლიმატის სწრაფი ცვლილება, რამაც არაერთი ტრაგედია მოიტანა ქვეყანაში, (დევდორაკის მყინვარის ჩამოსვლა, შოვის ტრაგედია და სხვა) ხშირია წყალმოვადნებისა და გზაზე მეწყერული პროცესების განვითარება, რაც ხშირად ართულებს სამაშველო სამსახურის მუშაობას. ასევე ტურისტების მხრიდან სიტუაციის არასწორი შეფასება, შეუსაბამო აღჭურვილობა. აღნიშნულ პრობლემას პრევენციის მიზნით ტურიზმის დეპარტამენტი, შშს. სამინისტროსთან ერთად ატარებს სხვადასხვა ღონისძიებებს: უშუალოდ ადგილებზე პერიოდულად მიმდინარეობს ბროშურების

დარიგება სადაც ხდება მოწოდება აღჭურვილობის გამოყენებასთან დაკავშირებით და საჭირო აღჭურვილობის ჩამონათვალი (პოლონეთის სამაშველო სამსახურთან ერთად 2021/22 წლებში დარიგდა აღნიშნული ბროშურები), 112 დან მოდის ინფორმაციები ამინდის მკვეთრ გაუარესებასთან დაკავშირებით და გზებზე სხვადასხვა სახის შეფერხებების შესახებ. ტუროპერატორები და მთის ცალკეული გიდები ცდილობენ გააკეთონ მოკლე ინსტრუქციები და მოწოდებები საჭირო ინვენტარის გამოსაყენებლად (თოკი, წერაყინი, ჩაფხუტი) რათა თავიდან აარიდონ ჯგუფებს შესაძლო დაზიანებები. თუმცა აქვე უნდა ითქვას, რომ სამწუხაროდ ჯერჯერობით არ არსებობს ერთიანი პრევენციული კამპანია, რაც რათქმაუნდა აფერხებს პროცესს.

### **საქართველოს სამაშველო სამსახურის ორგანიზაციული ჩარჩო**

როდესაც ვსაურობთ სამაშველო სამსახურზე აუცილებლად უნდა გავიაროთ მისი ორგანიზაციული სტრუქტურა. ის დაქვემდებარებულია საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროში არსებულ საგანგებო სიტუაციათა მართვის სამსახურს:

1. **კოორდინაცია:** ძირითადი დაკავშირება ხდება 112 სამსახურით, ასევე გიდების მიერ პირადი კავშირებით.
2. **მოქმედი ძალები:** საჰაერო მხარდაჭერა საზღვრის პოლიციისგან, ადგილობრივი მუნიციპალიტეტები, მოხალისე ადგილობრივი გიდები და მთასვლელები, განსაკუთრებით მესტიასა და ყაზბეგის რეგიონებში, საერთაშორისო პროექტებით ჩამოსული სამაშველო სამსახურები პოლონეთიდან, შვეიცარიიდან, ICAD Foundation და სხვ.

სამაშველო სამსახურები განთავსებულია შემდეგ რეგიონებში:

1. თბილისი
2. სტეფანწმინდა
3. გუდაური
4. მესტია
5. უშგული
6. ამბლორაული

7. ბაკურიანი

8. ომალო

აღნიშნულ ადიგილებზე განლაგებულია მუდმვ მოქმედი სპეციალური ბაზები რომლებიც აღჭურვილია სპეციალური ალპინისტური აღჭურვილობით, პირველადი დახმარების ინვენტარით. საჭიროების შემთხვევაში საჰაერო მხარდაჭერას იღებენ შსს მიერ შექმნილი ახალი Airbus H145 ტიპის ვეტმფრენებით. ასევე უნდა აღინიშნოს პოლონეთის დიდი მხარდაჭერა როგორც მაშველების გადამზადების ასევე სამთო პირობებში სამაშველო ოპერაციების ჩატარების საქმეში. უკვე წლებია რაც პოლონეთის სამაშველო სამსახური ხსნის საველე ბაზას მცინვარწვერის საბაზო ბანაკში და ქართველ გიდებთან ერთად ჩართულები არიან ადგილზე საჭირო ყველა სამაშველო ოპერაციაში რომელიც თითქმის ყოველდღიური საჭიროებაა. (შსს საგანგებო სიტუაციების მართვის სამსახური 2025)

**ტრენინგები:** საგანგებო სამსახური ყოველწლიურად ახდნს თავისი მაშველების საერთაშორისო სტანდარტებით გადამზადებას UIAA და ICAR სტანდარტებით რაშიც მათ ეხმარებათ საერთაშორისო პარტნიორობის ეგიდით ზემოთ აღნიშნული პოლონეთისა და შვეიცარიის სამაშველო სამსახურები. ხდება ზვავში ძებნის ტექნიკის (მათ შორის ძაღლების მომზადება), ვეტმფრენის ოპერაციის ჩატარებისა და სხვა სამაშველო სწავლება. (შსს საგანგებო სიტუაციების მართვის სამსახური 2025)

**ფინანსები:** სამაშველო ოპერაციებს აფინანსებს სახელმწიფო შსს. მათ შორის საჰაერო მხარდაჭერის დროსაც. სამწუხაროდ სამთო ექსტრემალური მიმართულებით, საქართველოში არ მოქმედებს სადაზღვევო პოლისები, ახალი კანონით გათვალისწინებული დაზღვევა გაუკვეველი პერიოდით არის გადაწეული. სამაშველო ოპერაციების მთლიანი ფინანსური სიმძიმე აწევს სახელმწიფო ბიუჯეტს. აქიდან გამომდინარე ბიუროკრატიული აპარატი ხშირ შემთხვევაში სხდება სამაშველო ოპერაციების დაგვიანების მიზეზი. ეს კი შესაძლებელია გადაწყდეს სადაზღვევო კომპანიებისა და სახელმწიფოს მჭიდრო მუშაობით. მოხდეს შესაბამისი სადაზღვევო პოლისების შეთავაზება რომელიც მთაში მიმავალი ტურისტებისთვის

იქნება სავალდებულო. აღნიშნული ღონისძიება, სახელმწიფო ბიუჯეტს ყოველწლიურად მოუხსნის საკმაოდ დიდ ფინანსურს ვალდებულებას და ვეტმფრენით სამაშველო ოპერაციას გახდის უფრო მომგებიანს და დროულს. რადგან ხშირ შემთხვევაში დროული და სწრაფი რეაგირება არის გადაწყვეტი ადამიანის სიცოცხლის გადასარჩენად.

**გამოწვევები და პრობლემები:** საქართველოში სამთო სამაშველო სამსახური და მისი სისტემა ამ ეტაპზე ჩამოყალიბების პროცესშია. საჭიროებს ძირეულ რეფორმას როგორც ფინანსური უზრუნველყოფის თვალსაზრისით ასევე მისი სტრუქტურა. მეტად უნდა მოხდეს მასში კერძო სექტორისა და მოხალისეების ინტეგრირება როგორც ეს ევროპული მაგალითებით არის გამყარებული.

**გამოწვევები:** საქართველოს მთიანი რეგიონებისთვის უდიდეს გამოწვევას წარმოადგენს არამდგრადი კლიმატური პირობები. გლობალურმა დათბობამ საქართველოს მყინვარებზე დიდი ზემოქმედება მოახდინა და პერიოდულად ვხედავთ მათ მოვარდნებს და კატაკლიზმებს რომლებიც ჩვენ ტურისტულად აქტიურ სამთო რეგიონებში ვხედავთ: შოვი, დარიალი, ცოტა ხნის წინ სტეფანწმინდა, ჯუთა (მეწყერის გამო წლებია არსებობს სოფელთან მისასვლელი გზის პრობლემა), თუმეტი (სადაც მთელი სეზონი იყო დაკეტილი გზაზე ჩამოსული მეწყერის გამო), მესტია 2021 მაისში, როდესაც უდიდესი საფრთხე შეექმნა მესტიის მოსახლეობას მწვერვალ ბანგურიანიდან ჩამოსული მეწყერის გამო რომელმაც ჩაკეტა მდინარე მესტიაჭალის კალაპოტი და მოსალოდნელი იყო მესტიის დიდი ნაწილის დაზიანება. (მოხდა მოსახლეობის ძირითადი ნაწილის ევაკუაცია შედარებით უსაფრთხო ადგილებზე) და კიდევ მრავალი სხვა. ხშირია გზებზე ქვათაცვენის ფაქტები. ეს ყველაფერი კი იწვევს ადგილობრივი მაშველების ისედაც მწირი ძალების კიდევ უფრო დანაწევრებასა და შესუსტებას. ამ გახმაურებულ და ზოგ შემთხვევებში გაუხმაურებელი ფაქტების დროს მთლიანი დაწოლა გადადის სწორედ საგანგებო სიტუაციათა სამსახურზე. რომელთა ძალებიც ხშირ შემთხვევაში არ არის საკმარისი. დიდ გამოწვევად რჩება ტურისტების არასერიოზული მიდგომა. როგორც გამოცდილებამ გვაჩვენა ხშირია ტურისტების

მხრიდან დაუდევარი და არასერიოზული მიდგომა კავკასიონის მთის მარშუტებისადმი. განსაკუთრებით ეს შეინიშნება მყინვარწვერისა და მესტიის საფეხმავლო მარშუტებზე. სადაც ხშირ შემთხვევაში ტურისტები გადაადგილდებიან სრულიად შეუსაბამო აღჭურვილობითა და არასწორ პერიოდებში.

**პროფესიონალიზმი:** სამაშველო სამსახური მაშველები გადიან წვრთნებს საერთაშორისო სტანდარტებით და მათი კონტიგენტი ნამდვილად ღირსეული და პროფესიონალი ადამიანია, თუმცა აქ ვაწყდებით ერთ საკითხს. მაშველთა მომზადება ძირითადად ხდება სამთო პირობებისთვის და ხელმძღვანელობას ხშირ შემთხვევაში ავიწყდება, რომ მთიანი რელიეფის გვერდით მოედინება მთის წყალუხვი მდინარეებიც. სამწუხაროდ, გამონაკლისი შემთხვევების გარდა, არ ხდება მდინარეზე სამაშველო ოპერაციების ჩატარების არც სწავლება და არც ამ მიმართულებით მცოდნე კადრების დაქირავება. არადა როდესაც ვსაუბრობთ საქართველოს მთის ტურიზმის განვითარებაზე ეს მხოლოდ მთაში სიარული, ალპინიზმი არ არის. აქვე აუცილებლად უნდა გვახსოვდეს ის საწყლოსნო მიმართულებები როგორცაა: ჯომარდობა და კაიაკინგი. გარდა ამ სპორტული თუ ტურისტული მიმართულებების, მთის მდინარეების მოვარდნის გამო ხშირ შემთხვევაში საფრთხე ექმნებათ ადგილობრივ მოსახლეობას. ყოფილა შემთხვევები როდესაც გამოძახებული მაშველები სრულიად უსუსურები აღმოჩნდნენ მოდიდებული მდინარის წინააღმდეგ და ადგილობრივ მოსახლეობას ისევ პოლონეთიდან ჩამოსული კაიაკის ინსტრუქტორები დაეხმარნენ.

**ვეტმფრენები** - როდესაც ვსაუბრობთ ვეტმფრენებზე და იმ ოპერაციებზე რომელშიც მათი გამოყენების საჭიროება დგება გვახსენდება უბედური შემთხვევა გუდაურში. ამ შემთხვევამ გამოყო ის საკითხი, რომ არ არსებობს ვეტმფრენის გამოყენების გეგმა. როდის და რა შემთხვევების დროს უნდა მოხდეს მათი გამოყენება, ასევე გამოჩნდა ისიც, რომ სახელმწიფოს არ ყავდა შესაბამისი სამაშველო ვეტმფრენი. აღნიშნულ ოპერაციას კი საბჭოთა პერიოდში წარმოებული მოძველებული მი - 8 ანხორციელებდა. რომელიც აქამდეც არაერთ სამაშველო ოპერაციაში იყო გამოყენებული (მანამდე რომ არ დადგა ტრაგიკული შემთხვევა მხოლოდ და მხოლოდ

მფრინავების პროფესიონალიზმის დამსახურებაა). ასევე შოვის ტრაგედიის შემდეგ გამოჩნდა რომ საქართველოში იმ დროს არსებული საფრენ აპარატებს არ ქონდათ შესაბამისი ღამის ხედვის სისტემები. რამაც გაართულა ადგილზე სამაშველო ოპერაციის ჩატარება. ამ ეტაპზე მოხდა თანამედროვე Airbus H145 ტიპის ვექტორების შეძენა თუმცა აქ ვაწყდებით მათი გამოყენების მკაცრი გეგმისა და სტრუქტურის არასაიმედოობას. ხშირ შემთხვევაში, მიუხედავად საფრენი ამინდისა, არ ხდება მათი დროული გამოყენება (კერძოდ იყო შემთხვევები როდესაც მყინვარწვერზე 4500 მ.ზ.დ. მოხდა ფაქტი და უცხოელი მოქალაქე დაზიანდა. მოხდა ქართველი გიდებისა და პოლონელი მაშველების მიერ მისი ევაკუაცია ვექტორებისთვის უსაფრთხო ადგილამდე, თუმცა ეს უკანასკნელი მაინც არ მიფრინდა და მაშველებს მოუწიათ 2 დღის განმავლობაში ნელნელა დაეშვათ დაბა სტეფანწმინდაში. უმეტეს შემთხვევაში მსგავსი ფაქტები არ ხმაურდება). ვექტორების დროული ჩართულობა კიხშირად სიკვდილ სიცოცხლის საკითხია.

**კოორდინაცია მეზობელი ქვეყნის სამაშველო სამსახურებთან** - როგორც მოგეხსენებათ მთიანი რელიეფი წარმოადგენს საქართველოს ჩრდილოეთ საზღვრს. ხშირ შემთხვევებში ხდება გარკვეულ მონაკვეთებზე საზღვრის კვეთა როგორც საქართველოდან ასევე რუსეთის მხრიდან. (მაგ. მყინვარწვერის კლასიკური მარშუტი, შხარის ცენტრალური მწვერვალი და სხვა). ბოლო პერიოდში განსაკუთრებით რუსეთ უკრაინის ომის შემდეგ უფრო გართულდა სამაშველო ოპერაციები მსგავს რეგიონებში. რაც გამოწვეულია შესაბამისი სამსახურების კოორდინაციის არ არსებობაში და ამავე დროს რუსეთის მხრიდან ხდება GPS სიგნალის სპეციალური დაბლოკვა. რაც ართულებს ამ მონაკვეთებში, დაზარალებულის ზუსტი კოორდინატის დადგენას, მაშველთა გადადგილებას და სამაშველო ოპერაციის ჩატარებას. ხშირია ამინდის გაფუჭებასთან ერთად უცხოელი ჯგუფების დაკარგვის ფაქტები. (2025 წლის ივლისში პოლონეთის 11 კაციანი ჯგუფი. საბედნიეროდ ყველა მშვიდობით გადარჩა, იგივე პერიოდში 4 კაციანი შერეული ჯგუფი, დაეშვა ასევე სხვა მიმართულებით და კიდევ მრავალი სხვა შემთხვევა). ამიტომ პირველ რიგში უნდა მოხდეს შესაბამისი

სამსახურების ურთიერთ თანამშრომლობა ჰუმანიტარული მიზნებით, რათა მოხდეს მაქსიმალური პრვენცია შემდგომი უბედური შემთხვევებისა.

### თავი III. საქართველოს მთიანი რეგიონების პოტენციალი

#### 3.1 საქართველოს მთიანი რეგიონის SWOT ანალიზი

ლიტერატურის მიმოხილვისა და წინასწარ ჩატარებული კვლევების საფუძველზე შემოგთავაზებთ რეგიონების SWOT ანალიზს სადაც უფრო ნათლად დავინახავთ რეგიონების ტურისტულ პოტენციალსა და მათ განვითარების ხარისხს. ასევე PESTEL ანალიზის საფუძველზე მთლიანად საქართველოს განვითარების ტენდენციას. საბოლოოდ შესაძლებელი იქნება კონკრეტული რეკომენდაციების ჩამოყალიბება.

რეგიონების SWOT ანალიზი საშუალებას გვაძლევს დავინახოთ მათი ძლიერი და სუსტი მხარეები, შევაფასოთ ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები და საფრთხეები.

პირველ რიგში წარმოგიდგენთ შეჯამების ცხრილს რომელშიც ნაჩვენებია რეგიონების ინფრასტრუქტურული შესაძლებლობები (იხ. ცხრილი 8):

ცხრილი 8.

რეგიონი	პოტენციალი	მომს. პრსონალი	ფინ. რესურსი	ინფრ.	საწოლი ფონდი
სვანეთი	მაღალი	დაბალი კვალიფიკაციის	საშუალო	ზომიერი	9 626
რაჭა/ლეჩხ. ქვ-სვანეთი	მზარდი	სეზონური, დაბ. კვალ.	სუსტი	საშუალო	1272
თუშეთი	უნიკალური, მაღალი	თვითორგანიზებული	მცირე	მხოლოდ სეზონური, სუსტი	316
მცხეთა მთიანეთი	მაღალი	საშუალო მზარდი.	ძლიერი. გამოირჩევა ინვესტიციებით	კარგი	7729
ბორჯომ/ ბაკურიანი	მაღალი/სტაბილური	მომზადებული	მაღალი ინვესტიციებით	განვითარებული	12000
გურია/ აჭარა	მზარდი	დაბალი კვალიფიკაციის	მცირე	სეზონური /სუსტი	5630
მთიანი იმერეთი	მზარდი	დაბალი კვალიფიკაციის	მცირე	სეზონური /სუსტი	1140

### **მთიანი რეგიონების ტურისტული დატვირთულობა და საწოლი ფონდი**

როდესაც საუბარია მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაზე აუცილებლად უნდა განვიხილოთ ის ის თუ რა ტენდენციით გამოირჩევიან ისინი. ემატება თუ პირიქით კლებულობს სასტუმროების რაოდენობა, ან თუ ემატება რა კატეგორიის სასტუმროებზეა საუბარი. უნდა აღინიშნოს, რომ მთის ტურისტული მიმართულება მთელ მსოფლიოში გამოირჩევა მზარდი ტენდენციით და მათ შორის საქართველოშიც. მთაში დასვენება პოპულარულია როგორც საქართველოს შიდა ბაზარზე ასევე უცხოელ სტუმრებში. როგორც თბილისში ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა მოსახლეობის 20%-მდე ყოველწლიურად ერთხელ მაინც მიემგზავრება სხვადასხვა მთიან რეგიონებში, სადაც პოპულარულობის თვალსაზრისით ადგილები ასე გადანაწილდა: სვანეთი, რაჭა, ხევსურეთი, ყაზბეგი და თუშეთი. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული პროცენტი ყოველკვარტლულად მზარდია და 2024 წლის სეზონზე მაღალ ნიშნულს მიაღწია. რაც შეეხება უცხოელ სტუმრებს მათი ფავორიტები შემდეგნაირად გადანაწილდა: სვანეთი, თუშეთ, ხევსურეთ, ყაზბეგი. უნდა აღინიშნოს რომ ამ მიმართულებით ინტერესი უცხოელი ვიზიტორების მხრიდან 2025 წლის მონაცემებით 37% ით გაიზარდა, არსებობს მოლოდინები, რომ ის კიდევ უფრო გაიზარდება.

სამწუხაროდ ზუსტი სტატისტიკა და მონაცემები რეგიონების მიხედვით არ არსებობს და მხოლოდ შეგვიძლია ვივარაუდოთ თუ რამდენი ადამიანი გაემართა საქართველოში შემოსული ვიზიტორებიდან მთიან რეგიონებში. აღნიშნული პრობლემა სისტემურია და იმედია გამოსწორდება. მანამდე კი შეგვიძლია განვიხილოთ თუ რა რაოდენობის საწოლი ფონდი არსებობს ამათუ იმ რეგიონში და როგორი დატვირთულობით გამოირჩევიან. განვიხილოთ რეგიონები საქსტატის მონაცემების საშუალებით.

**სამეგრელო- ზემო სვანეთი** 2024 წლის მონაცემებით რეგიონში განთავსებული სხვადასხვა ტიპის სასტუმროები 598 ერთეულს აღწევს. რომელთა უმრავლესობასაც

საოჯახო და საშუალო დონის (3 ვარსკვლავამდე) სასტუმროები წარმოადგენს. ჯამურად მათი საწოლი ადგილები - 9626 საწოლს წარმოადგენს. აღნიშნული სასტუმროებიდან კი 425 განთავსების ობიექტი სწორედ მესტიის რაიონს ეკუთვნის. აღსანიშნავია, რომ მესტიის რაიონში ყოველწლიურად შეინიშნება მზარდი ტენდენცია.

**რაჭა/ლეჩხუმი/ქვემო სვანეთი** რეგიონის ბოლო მონაცემებით არი 1272 საწოლი ადგილი. სამწუხაროდ დეტალური მონაცემები ცალცალკე ამ სამი რეგიონის მონაცემებთან დაკავშირებით არ მოიპოვება თუმცა შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საწოლი ფონდის უმეტესი ნაწილი რაჭის რეგიონზე მოდის, თუმცა ბოლო პერიოდში შეიმჩნევა ლეჩხუმის რეგიონის გააქტიურება.

**მთიანი იმერეთი** რეგიონის ბოლო მონაცემებით იმერეთის მთიანი მუნიციპალიტეტების: ჭიათურა, საჩხერე, ტყიბული, ბაღდადი, წყალტუბოს საწოლი ფონდი მოიცავს 1140 საწოლ ადგილს. რეგიონში მაღალი კატეგორიის სასტუმროები თავმოყრილია წყალტუბოსა და ბაღდადის მუნიციპალიტეტებში, ხოლო ჭიათურა, საჩხერე, ტყიბულის მუნიციპალიტეტებში მეტწილად საოჯახო ტიპის სასტუმროებს ვხვდებით.

**მცხეთა - მთიანეთი** რომელიც მოიცავს საკმაოდ დიდ ტერიტორიებს, მათ შორის: სტეფანწმინდა ყაზბეგის რეგიონს, გუდაურს, ხევსურეთს, მცხეთა. ჯამში ამ რეგიონში 2025 წლისთვის არის 7729 საწოლი ადგილი. 3168 ოთახში. მათი უმეტესობა განთავსებული ყაზბეგსა და გუდაურში დაახლოებით 75%.

**თუშეთი** ბოლო მონაცემებით თუშეთში 316 საწოლი ადგილია. თუმცა ამავე დროს უნდა აღინიშნოს, რომ თუშეთში ძირითადად არის საოჯახო სასტუმროები რომელთა უმრავლესობაც არის არაოფიციალური. რაც ართულებს სრული მონაცემების მოძიებას. თუმცა მზარდი ტენდენცია აქაც ცალსახად შეიმჩნევა. ასევე რეგიონში ნაკლებადაა მაღალი კლასის სასტუმრო.

**მაღალმთიანი აჭარა** გამორჩეული მხარეა თავისი ბუნებრივი პირობებით და სამთო, სათავგადასავლო ტურისტული პირობებით როგორც ზამთრის აქტიური, ასევე ზაფხულის ტურისტებისთვისაც. რასაც ის მზარდი საწოლი ფონდიც მიუთითებს

რომელიც არის ამ რეგიონში. ჯამში 5450 საწოლ ადგილს მოიცავს, რომლებიც უმეტესად განლაგებულია საოჯახო ტიპის სასტუმროებში, თუმცა ადგილზე ბოლო პერიოდია უკვე მრავლადაა საშუალო და შედარებით მაღალი კლასის სასტუმროებიც.

**გურია/ზახმარო** ძალიან საინტერესო და მრავალფეროვანი მიმართულებაა რომელიც დიდი პოტენციალით გამოირჩევა. მაღალმთიანი აჭარა და გურიის ეს მხარე გამოირჩევა უხვთოვლიანობით. რაც აჩენს მაღალმოთხოვნას სათხილამურო სპორტის მოყვარულებისთვის. თუმცა სამწუხაროდ, როგორც ავღნიშნეთ ცნობები აქ მდებარე სასტუმროებზე ფაქტიურად არაა. თუმცა მაცხოვრებლების ინფორმაციით ის მცირე ზომის სასტუმროები რომლებიც თავის მომსახურებას სთავაზობს დამსვენებლებს როგორც ზამთარში ასევე ზაფხულში დაახლოებით 20 ამდე იქნება, რომლებიც ჯამში 180 საწოლ ადგილს სთავაზობენ აქ ამოსულ ტურისტებს. (Geostat 2025)

**სვანეთი SWOT ანალიზი**

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<p>კავკასიონის ძირითადი მწვერვალები მყინვარები (ადვილად მისასვლელი) უნიკალური კულტურული მემკვიდრეობა, არქიტექტურა UNESCO მფარველობის ძეგლი.</p> <p>მზარდი ინფრასტრუქტურა, სასტუმროები, გზები (ძირითადი გზის დასრულება) ეკოლოგიურად სუფთა გარემო</p> <p>UIAGMI სერტიფიცირებული ადგილობრივი სამთო გიდები</p> <p>ბუნებრივი რესურსები</p> <p>ჩამოყალიბებული ბრენდი მსოფლიო ტურისტულ რუკაზე.</p> <p>მარშუტების მრავალფეროვნება (როგორც ალპინისტური ასევე საფეხმავლო) როგორც ზამთრის ასევე ზაფხული სეზონზე მაღალი დატვირთულობა.</p> <p>ზამთრის კურორტის განვითარება</p>	<p>სასტუმროსა და მომსახურე პერსონალის ნაკლებობა.</p> <p>კულტურული გიდების ნაკლებობა რეგიონში</p> <p>მძიმე მეტეოროლოგიური პირობები ზამთარში</p> <p>ავია მიმოსვლის არასტაბილურობა ამინდიდან გამომდინარე</p> <p>დაბალი დასაქმების დონე და ეკონომიკური სიღუბე. რის გამოც მაღალია მიგრაცია რეგიონიდან.</p> <p>მარშუტებზე მობილური კომუნიკაციის დაბალი ხარისხი.</p> <p>რთული შიდა გზები. (შიდა გზებზე მხოლოდ მაღალი გამავლობის მანქანითაა შესაძლებელი გადაადგილება.</p>
შესაძლებლობები	საფრთხეები

<p>როგორც სამანქანო ასევე ფრენის შესაძლებლობა.</p> <p>მრავალფეროვანი სასტუმრო ინფრასტრუქტურა.</p> <p>ტურისტული პროდუქტების მრავალფეროვნება: სათავგადასავლო, ექსტრემალური, კულტურული.</p> <p>ზამთრის კურორტის განვითარება.</p> <p>ინფრასტრუქტურული პროექტები; გზებისა და სასტუმროების დაფინანსება. გრანტები და საბანკო სესხები.</p> <p>ეკოლოგიური გარემო მდგრადი ტურიზმის მხარდაჭერა.</p>	<p>კლიმატური ცვლილებები; მცინვარების სწრაფი დნობა, გზებზე კლდეების ხშირი ჩამოშლა.</p> <p>ზამთრის პერიოდში გართულებული საგზაო მიმოსვლა, ხშირად გზის ჩაკეტვა.</p> <p>მასობრივი ტურიზმიდან გამომდინარე ზეწოლა ავთენტურ გარემოზე და მდგრად განვითარებაზე.</p> <p>ქვეყანაში არსებული ეკონომიკური არასტაბილურობა.</p> <p>კავკასიის რეგიონში არსებული გეოპოლიტიკა რომელიც გავლენას ახდენს ზოგადად ტურიზმის განვითარებაზე.</p> <p>ადგილობრივი ტრადიციების კომერციალიზაცია.</p>
--	--

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

### რაჭა/ლეჩხუმი SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<p>1. მდიდარი ბუნებრივი რესურსები, რეგიონი მდიდარია შერეული ტყეებით, წყალუხვი მდინარეებით, მცინვარებით.</p> <p>2. კულტურული მემკვიდრეობა, მნიშვნელოვანია ადგილობრივი სამზარეულო და ცნობილი ღვინის ბრენდი ხვანჭკარა.</p> <p>3. მდიდარი სამკურნალო-მინერალური წყლები მდიდარია ჰიდროენერგეტიკული შესაძლებლობებით.</p> <p>4. ეკოლოგიურად სუფთა გარემო. მდიდარი მთის ტბებით ულამაზესი ლანდშაპტით</p> <p>7. საინტერესო მთის საფეხმავლო მარშუტებით</p>	<p>მიგრაციის მაღალი დონე, რაც იწვევს სამუშაო ძალის ნაკლებობას რეგიონში, ეს კი თავის მხრივ ართულებს პერსონალის მობილიზებას.</p> <p>რთული რელიეფი ტრანსპორტისთვის. დამახასიათებელი მთიანი რეგიონებისთვის. მძიმე ეკონომიკური გარემო, რაც ართულებს ინვესტიორების მოზიდვას რეგიონში.</p> <p>ზოგადად რეგიონის როგორც ტურისტული ბრენდის ჩამოყალიბების სუსტი სტრატეგია. ნაკლები ცნობადობა უცხოელ ტურისტებში.</p>
შესაძლებლობები	საფრთხეები
<p>ტურიზმის ფართო სპექტრის განვითარება: აეკოტურიზმი, კულტურული, ღვინის ტურიზმის განვითარების პოტენციალი (ცნობილი ადგილწარმოშობის ღვინო ხვანჭკარა.), სათავგადასავლო, ალპინიზმი,</p>	<p>კლიმატის ცვლილება, რაც რეგიონში იწვევს მეწყერებს, მცინვარების დნობას, წყალდიდობას. რაც თავის მხრივ საფრთხეს უქმნის როგორც ადგილობრივი მოსახლეობისა თუ ტურისტების</p>

<p>საწყლოსნო მიმართულებები (რაფტინგი, კაიაკინგი), ველნეს ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები (მდიდარია ბალნეოლოგიური, თერმული სამკუნალო თვისებების მქონე წყლებით) მინერალური წყლების ექსპორტის შესაძლებლობა. (ეს კი გაზრდის მხარის მეტ ცნობადობას) გაუმჯობესებული საგზაო და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა. აეროპორტი და სხვა რეგიონებთან საჰაერო კავშირი. საოჯახო სასტუმროების ქსელის მეტად განვითარება.</p>	<p>სიცოცხლეს ასევე საგზაო ინფრასტრუქტურის გამართულობას. ეკონომიკური არასტაბილურობა. მიგრაციის მაღალი ხარისხი, რაც საბოლოო ჯამში იწვევს მომსახურე პერსონალის ნაკლებობას.</p>
---	---

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

### თუშეთი SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<p>სათავგადასავლო ტურიზმის დიდი პოტენციალი (საფეხმავლო,საცხენოსნო, ჯომარდი)          უნიკალური ბუნებრივი ლანდშაპტი (ტყეებისა და ალპური მდელოების კომბინაცია)          ავთენტური კულტურული გარემო.          დაცული ტერიტორია და მისი რეკრეაცია          ბოლო პერიოდში გაზრდილი საოჯახო სასტუმროებისა და მცირე ზომის სასტუმროების რიცხვი. (დადასტურებული 300 ზე მეტი საწოლი ადგილი თუმცა რეალური რიცხვი უფრო მეტი უნდა იყოს)          ეკოლოგიური გარემო.          კულინარია და თუშური ტრადიციები</p>	<p>რთული გზა. მსოფლიოს ერთ ერთი რთული გზა რომელიც მხოლოდ გვიანი გაზაფხულიდან ადრეულ შემოდგომამდეა ხელმისაწვდომი.          სუსტი მობილური კავშირი. სადაც ან საერთოდ არაა ან ძალიან სუსტი კავშირია.          რთული რელიეფიდან გამომდინარე არ არის პირველადი სასიცოცხლო ინფრასტრუქტურა (ბენზინგასამართი სადგურები, სამედიცინო პუნქტები, ბანკომატები და სხვა)          მაღალი კატეგორიის სასტუმროების სიმცირე. უმეტესად მხოლოდ საოჯახო სასტუმროები          ტურისტული მარშუტების მარკირება ან არაა ან მხოლოდ ნაწილობრივი მარკირებით.          მაღალი მიგრაცია. ზამთრის პერიოდში მთელი თუშეთი თითქმის დაცლილია. მხოლოდ სეზონურად ადის ადგილობრივი მოსახლეობაც.          უმეტეს შემთხვევაში არსებობობს ენობრივი ბარიერი.</p>

შესაძლებლობები	მოკლე ტურისტული სეზონი. საფრთხეები
<p>ეკოტურიზმისა და ეთნო ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა.</p> <p>საცხენოსნო ტურიზმისთვის კარგი გარემო საფეხმავლო ტურიზმისთვის მრავალფეროვანი მარშრუტები.</p> <p>აგრო ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა, მრავალფეროვანი და საინტერესო ადგილობრივი სამზარეულოთი.</p> <p>ბრენდინგი: საერთაშორისო ბაზარზე როგორც ავთენტური გარემო ფოტო ტურიზმისთვის უნიკალური მიმართულება</p> <p>UNESCO მფარველობის სტატუსის შესაძლებლობა, რაც კიდევ უფრო გაზრდის მის ცნობადობას</p> <p>მრავალფეროვანი საგრანტო პროგრამები,</p>	<p>მოსახლეობის მასობრივად ტურიზმში ჩართვამ გამოიწვია ტრადიციული მეურნეობების მოშლა რითაც საფრთხე ექმნება ტრადიციულ მეურნეობებს და აქიდან გამომდინარე რეგიონის მდგრად განვითარებას.</p> <p>გლობალური დათბობითა და კლიმატის ცვლილებით გამოწვეული საფრთხეები რთული გზა, ხშირი მეწყერული პროცესები გზაზე.</p> <p>უსისტემო მშენებლობები რაც უკარგავს ტრადიციულ არქიტექტურას სახეს.</p> <p>მასიური ტურიზმისგან გამოწვეული პრობლემები, მათ შორის ნაგვის გატანის პრობლემა.</p> <p>მოსახლეობის მიგრაცია, ადგილობ-რივების მაღალი გადინება როგორც საქართველოს სხვა ქალაქებში ასევე უცხოეთში.</p>

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

### მცხეთა/თიანეთი SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<p>ტრადიციულად ცნობილი რეგიონები რომელიც, გამოირჩევა თავისი ბუნებრივი სილამაზით: ყაზბეგის, ხევსურეთი ცნობილი და პოპულარული მარშრუტები: მწ. ყაზბეგი, აბუდეაურის ფერადი ტბები, შატილი, ჯუთა და სხვები.</p> <p>მწვერვალი მყინვარწვერი, სადაც შესაძლებელია დამწყები და მოყვარული მთასვლელის ასვლა.</p> <p>თბილისთან ახლოს მდებარეობა, აეროპორტთან მარტივი წვდომა.</p> <p>მდიდარი ისტორიულ/კულტურული მემკვიდრეობა. (შატილი, დბ. სტეფანწმინდა, ანანური, ქ. დუშეთი და სხვა) რომელიც წარმოადგენენ ყოველწლიურად უამრავი ტურისტის სავიზიტო ადგილს.</p>	<p>1. მაღალმთიანი რეგიონისთვის დამახასიათებელი რთული საგზაო ინფრასტრუქტურა. რაც ართულებს რეგიონის სოფლებთან წვდომას და ტურისტულ მიმოსვლას.</p> <p>2. ეკონომიკური სიდუხჭირე. მოსახლეობის უმეტესობა დაკავებულია სოფლის მეურნეობით, თუმცა რთული გზების პირობებში რთულია პროდუქტის ბაზრამდე მიტანა.</p> <p>3. სტეფანწმინდისა და რამდენიმე ტურისტული ცენტრის გარდა მაღალი მიგრაცია. ახალგაზრდების გადინება დიდ ქალაქებში.</p> <p>4. ადგილობრივი ტურისტული მიმართულებების უცხოელ ტურისტებზე დამოკიდებულება.</p>

<p>სხვადასხვა კატეგორიის სასტუმროების მრავალფეროვანი არჩევანი, როგორც სტეფანწმინდაში ასევე გუდაურში. მაღალი კლასისი ზამთრის კურორტი გუდაური. ჰელისკის და სკიტურის დიდი არჩევანი და ფართო შესაძლებლობა. როგორც ზაფხულის ისე ზამთრის აქტიური კურორტები.</p>	
<p><b>შესაძლებლობები</b></p>	<p><b>საფრთხეები</b></p>
<p>მსოფლიოში ისეთი მზარდი ტურისტული სახეობების დიდი შესაძლებლობები როგორცაა: ეკოტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, კულტურული ტურიზმი. სასტუმროების ინფრასტრუქტურის ფართო სპექტრი და კარგი განვითარება. MICE ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა. ყოველწლიურად საგზაო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება. გარემოსა და ბუნებრივი პირობებიდან გამომდინარე 4 სეზონიანი ტურიზმის განვითარების მაღალი შესაძლებლობა. ტრადიციული მეურნეობების მეცხოველეობა, მეცხვარეობა, განვითარება. რეგიონში მდიდარი მინერალური წყლების წარმოება და ექსპორტი. რაც თავის მხრივ გაზრდის რეგიონის საერთაშორისო ცნობადობას.</p>	<p>გარემოს დაცვითი საფრთხეები რაც გამოწვეულია რიგ ტურისტულ მიმართულებებზე უცხოელი ტურისტების დიდი ნაკადებით, რაც თავის მხრივ საფრთხეს უქმნის ადგილის ავთენტურ გარემოს.</p> <p>კლიმატური ცვლილება რაც იწვევს მყინვარების დნობას, ქვათა ცვენას და სხვადასხვა ბუნებრივი კატასტროფებს რომლებიც საფრთხეში აგდებენ როგორც ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტულ ჯამრთელობას ასევე აზიანებს ადგილობრივ ინფრასტრუქტურას.</p> <p>0. ისედაც მცირემიწიანობის პირობებში სოფლის მეურნეობისთვის განკუთვნილი მიწების ტურისტული ობიექტების მიერ ოკუპაცია, რაც იწვევს რეგიონის ტრადიციული მეურნეობების მოშლას.</p> <p>1. მაღალი დონის მიგრაციიდან გამომდინარე ახალგაზრდებისა და მუშა ძალების დეფიციტი რეგიონებში.</p> <p>2. მაღალი კონკურენცია რუსეთში მდებარე სხვა ზამთრის კურორტებთან.</p>

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

**ბორჯომ/ზაკურიანი SWOT ანალიზი**

<p><b>ძლიერი მხარეები</b></p>	<p><b>სუსტი მხარეები</b></p>
<p>რეგიონში მრავალფეროვანი ველნეს, ბალნეოლოგიური და სამთო კურორტების არსებობა შიდა ტურიზმის თვალსაზრისით მაღალი მოთხოვნადობა.</p>	<p>ბოლო პერიოდში გაზრდილი მოთხოვნილებიდან გამომდინარე, არასაკმარისი მომსახურე პერსონალი, გიდები.</p>

<p>განვითარებული სატრანსპორტო და სარკინიგზო ინფრასტრუქტურა უნიკალური ბუნებრივი პირობებიდან გამომდინარე მრავალფეროვანი ტურისტული მიმართულებების განვითარება 4 სეზონის განმავლობაში. სათხილამურო სპორტის განვითარება. აქტიური და მაღალი ინვესტიციები რეგიონის განვითარებაში. „ბრენდების“ ცნობადობა და სანდოობა როგორცაა ბორჯომი, ბაკურიანი, წუნისი. სხვა რეგიონებთან შედარებით უკეთესი სერვისი და პერსონალის მომზადების ხარისხი. ხელსაყრელი მდებარეობა, როგორც თბილისიდან ასევე დასავლეთ საქართველოდან ადვილი მისასვლელი.</p> <p>1. MICE ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა.</p>	<p>გარემოს არასწორი გამოყენება, ხშირია ადგილის გაფუჭება სხვადასხვა ტიპის შენობა ნაგებობებისგან. არასათანადო და სტანდარტებთან შეუსაბამო საცხოვრებელი ფართები რეგიონის ისტორიულ ნაწილში კულტურული მემკვიდრეობის შენობების ავარიული მდგომარეობა. შიდა სატრანსპორტო კავშირები არის გასაუმჯობესებელი (წლებია არ მუშაობს ბორჯომისა და ბაკურიანის დამაკავშირებელი რკინიგზა რომელიც ასევე კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილია) გაზრდილი მოთხოვნილებებიდან გამომდინარე კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა ტურიზმის სფეროში. მობილური და ინტერნეტ კავშირი უმეტეს საფეხმავლო მარშრუტებზე.</p>
<p><b>შესაძლებლობები</b></p>	<p><b>საფრთხეები</b></p>
<p>საერთაშორისოდ ცნობილი ბრენდი ბორჯომი, ბაკურიანი რაც ზრდის ზოგადად მისი ცნობადობის გაზრდის როგორც ეკოტურისტული მიმართულების პოტენციალს. ახალ მაგისტრალთან სიახლოვე და სარკინიგზო ხაზი ზრდის რეგიონის დატვირთულობის ხარისხს წლის ნებისმიერ პერიოდში. საქართველოში ერთ ერთი დიდი დაცული ტერიტორია ნაკრძალი. რაც იძლევა საშუალებას უამრავი საინტერესო საფეხმავლო მარშუ-ტისთვის. მრავალფეროვანი ტურისტული მიმართულებების განვითარების შესაძლებლობა: ველნესი, MICE ეკო, სათავგადასავლო, კულტურული და სხვა. რაც იძლევა რეგიონის ოთხივე სეზონზე მაღალი დატვირთულობის შესაძლებლობას. ადგილობრივ მოსახლეობის მზაობა ტურიზმში მუშაობასთან დაკავშირებით რაც იძლევა სათანადო ტრენინგების შემდეგ</p>	<p>კლიმატური პირობები, შერეული და წიწვოვანი ტყის საფარიდან გამომდინარე გაზრდილია ზაფხულის პერიოდში ხანძრების რისკები, ასევე მეწყერების, ქვათაცვენის და სხვა ბუნებრივი რისკები. უკონტროლო მშენებლობები, განსაკუთრებით ბაკურიანში. სადაც მაღალია ადგილობრივი კლიმატზე ზეწოლის საფრთხე გაზრდილი მშენებლობების ფონზე. უკონტროლოდ გაზრდილი ტურისტული ნაკადების უარყოფითი გავლენა გარემოზე. რისკი საერთაშორისო ტურიზმზე დამოკიდებულების რაც საერთაშორისო ნაკადების ცვლილებებიდან გამომდინარე შესაძლებელია გახდეს რეგიონისთვის ეკონომიკური კრიზისის საფუძველი. ნაკრძალის მიმდებარედ გარეულ ცხოველებთან ურთიერთობის პრობლემა. ნარჩენების გატანის პრობლემა, განსაკუთრებით საფეხმავლო ბილიკების მიმდებარედ.</p>

<p>საკადრო პრობლემების მოგვარების შესაძლებლობას.</p> <p>ინვესტიციების მაღალი მობილობა, სასტუმროებისა და სხვა ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიმართულებით.</p> <p>ოჯახური დასვენების შესაძლებლობა.</p> <p>ველნეს ტურიზმის დიდი პოტენციალი და უკვე ცნობილი ცენტრები იძლევა შესაძლებლობას კიდევ უფრო განვითარდეს და მიიღოს საერთაშორისო მნიშვნელობის ცენტრის სტატუსი.</p> <p>საერთაშორისო სპორტული ღონისძიებები, როგორც ზამთრის სათხილამურო ასევე ველო და სხვა აქტივობებით.</p>	<p>გიდის გარეშე გადაადგილებისას, უმეტეს საფეხმავლო ბილიკებზე ხშირია გზის დაკარგვის საფრთხე.</p>
---	---

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

### მთიანი იმერეთის SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<p>მდიდარი სამკურნალო-მინერალური წყლებით და ბუნებრივი რესურსებით მინერალური წყლები (საირმე, ზედა ვანის რეგიონი), სუფთა ეკოლოგიური გარემო.</p> <p>მდიდარია ჰიდროენერგეტიკული შესაძლებლობებით.</p> <p>გამორჩევა გეოგრაფიული მრავალფეროვნებით – მთა, ხეობა, კანიონები: ჭიათურა, ოკაცეს კანიონი, ტეხურის ხეობა.</p> <p>მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა – უძველესი ეკლესიები, მონასტრები, ტრადიციული კომპლექსები და ძეგლები კაცხის მონასტერი, კაცხის სვეტი, მღვიმევის მონასტერი, 9 ჯვარი და მრავალი სხვა.</p> <p>ადგილობრივი ტრადიციები- ენდემური ყურძნის ჯიშები, თაფლის, ადგილობრივი ყველის წარმოება.</p> <p>დასავლეთ საქართველოს ცენტრალური მდებარეობა, რაც ამარტივებს რეგიონთან წვდომას. საერთაშორისო აეროპორტი რეგიონში.</p> <p>ეროვნული პარკებისა და დაცული ტერიტორიების არსებობა (სათაფლიის, ოკაცეს, ბაღდეს ტერიტორიები).</p>	<p>1. მიგრაციის მაღალი დონე, რაც იწვევს სამუშაო ძალის ნაკლებობას რეგიონში, ეს კი თავის მხრივ ართულებს პერსონალის მობილიზებას.</p> <p>2. მძიმე ეკონომიკური გარემო, რაც ართულებს ინვესტიციების მოზიდვას რეგიონში.</p> <p>3. ზოგადად რეგიონის როგორც სათავგადასავლო ტურისტული ბრენდის ჩამოყალიბების სუსტი სტრატეგია. ნაკლები ცნობადობა როგორც უცხოელ ასევე ადგილობრივ ტურისტებში.</p> <p>4. ტურისტული სერვისების ნაკლებობა რეგიონში</p> <p>0. იმერეთის მთიან რეგიონებში ტურისტული მომსახურების დაბალი დონე, ადგილობრივი გიდების ფაქტიური არ არსებობა.</p> <p>1. მაღალი მიგრაცია რეგიონიდან.</p> <p>2. რეგიონის როგორც ტურისტული მიმართულების არასაკმარისი ბრენდინგი, დაბალი ცნობადობა</p>

სათავგადასავლო ტურიზმის: მეკლდეურობა, სალაშქრო, ვიაფერატა, კაიაკინგი, რაფტინგი და სხვა განვითარების შესაძლებლობა;	
<b>შესაძლებლობები</b>	<b>საფრთხეები</b>
<p>ტურიზმის ფართო სპექტრის განვითარება: ეკოტურიზმი, კულტურული, ღვინის ტურიზმის განვითარების პოტენციალი, მეკლდეურობა, ვია-ფერატა, საფეხმავლო, მდინარის სახეობების (კაიაკინგი, რაფტინგი, კანიონინგი) განვითარების შესაძლებლობა</p> <p>ველნეს ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები რეგიონი მდიდარია ბალნეოლოგიური, თერმული სამკურნალო თვისებების მქონე წყლებით (საირმე, წყალტუბო)</p> <p>მინერალური წყლების ექსპორტის შესაძლებლობა რაც გაზრდის მხარის მეტ ცნობადობას.</p> <p>საერთაშორისო აეროპორტი; გაუმჯობესებული საგზაო და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა.</p> <p>კომბინირებული მარშუტების განვითარების შესაძლებლობა: საფეხმავლო, მდინარის და კულტურული.</p> <p>UN Tourism-ს და სხვა საერთაშორისო ორგანიზაციების მაღალი მხარდაჭერა.</p> <p>სხვა სამთო რეგიონებთან მარტივი დაკავშირება. როგორც სახმელეთო ასევე საჰაერო ტრანსპორტი: სვანეთი, რაჭა.</p>	<p>კლიმატის ცვლილება, რაც რეგიონში იწვევს მეწყერებ, მყინვარების დნობას, წყალდიდობას. რაც თავის მხრივ საფრთხეს უქმნის როგორც ადგილობრივი მოსახლეობისა თუ ტურისტების სიცოცხლეს ასევე საგზაო ინფრასტრუქტურის გამართულობას.</p> <p>ეკონომიკური არასტაბილურობა.</p> <p>მიგრაციის მაღალი ხარისხი, რაც საბოლოო ჯამში იწვევს მომსახურე პერსონალის ნაკლებობას.</p> <p>მაღალი კონკურენცია მეზობელ რეგიონებთან სამთო სათავგადასავლო მიმართულების მხრივ დაბალი ცნობადობა დაბალი ინვესტიციები – კერძო სექტორის ინტერესის სიმცირე მაღალი რისკის გამო.</p> <p>გლობალური ფაქტორები – ტურიზმის საერთაშორისო კრიზისები (პანდემია, ეკონომიკური ვარდნა, პოლიტიკური გაურკვეველობა).</p>

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

### გურია/აჭარა SWOT ანალიზი

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
<p>1. მრავალმხრივი და ფართო ტურისტული შესაძლებლობა, მათ შორის ისეთი მიმართულებები როგორებიცაა; ეკო, სათავგადასავლო, სათხილამურო, საფეხმავლო, საწყლოსნო (რაფტინგი, კაიაკინგი) ველნეს, MICE და სხვა.</p>	<p>არასაკმარისი სასტუმრო ინფრასტრუქტურა. მაღალმთიან რეგიონში მაღალი კლასის სასტუმროების დაბალი რაოდენობა.</p> <p>საგზაო ინფრასტრუქტურის რთული მდგომარეობა რაც თავის მხრივ ართულებს რეგიონთან დაკავშირებას. საზოგადოებრივი ტრანსპორტიც ნაკლებადაა</p>

<p>2. მდიდარი თავისი ბუნებრივი რესურსებით სადაც ზღვასთან სიახლოვე აძლევს განსაკუთრებულ ჰავას და გურია აჭარის მაღალმთიან რეგიონში იწვევს უხვ ნალექს თოვლის სახით ზამთარში სხვა სამთო რეგიონებთან შედარებით ბევრად ადრეულ პერიოდში.</p> <p>3. მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა და განსხვავებული სამზარეულო.</p> <p>4. დაცული ტერიტორიების მრავალფეროვნება რეგიონში.</p> <p>5. ხელსაყრელი გეოგრაფიული მდებარეობა რითაც რეგიონი უკავშირდება ბორჯომ-ხარაგაულის ნაკრძალს და იძლევა საშუალებას კომბინირებული მარშრუტებისთვის როგორც საფეხმავლო ასევე სკიტურინგისა და სამანქანეთაც. ასევე ზღვასთან სიახლოვე იძლევა ზღვისა და მთის ტურების კომბინირების საშუალებას.</p> <p>6. თურქეთის საზღვართან სიახლოვე ასევე იძლევა მიმდებარე ტერიტორიიდან სტუმრების შემოსვლის შესაძლებლობას.</p>	<p>განვითარებული, განსაკუთრებით ზამთრის პირობებში როდესაც მთელი სეზონის განმავლობაში მხოლოდ სპეციალური ტექნიკითაა გადაადგილება შესაძლებელი. ზამთრის სეზონის გურია-აჭარის მაღალმთიანი რეგიონებში მხოლოდ მცირე მამტაბითაა განვითარებული. აჭარა გოდერძის სათხილამურო კურორტი და გურია ბახმარო.</p> <p>მობილური კავშირგამბულობისა და ინტერნეტის დაბალი ხარისხი. რთული რელიეფიდან გამომდინარე ზამთრის პერიოდში მთელი რიგი სოფლები კავშირის გარეშე ხშირად რჩება.</p> <p>მომსახურე სფეროში კვალიფიციური კადრების სიმცირე.</p> <p>რეგიონების ცნობადობა. მიუხედავად გურია-აჭარის მაღალმთიანი რეგიონების მაღალი პოტენციალისა მათ შესახებ ნაკლებადაა ცნობილი შესაძლო მომხმარებლურ ქვეყნებში, რაც თავის მხრივ სარეკლამო აქტივობების სიმცირეზე მიუთითებს.</p> <p>საბაგრო გზების ნაკლებობა, მხოლოდ გოდერძის საბაგრო ორივე რეგიონში.</p>
<p><b>შესაძლებლობები</b></p>	<p><b>საფრთხეები</b></p>
<p>თურქეთის საზღვართან ახლო მდებარეობა შესაძლებლობას იძლევა მეზობელი ქვეყნის წარმომადგენლების მოზიდვისთვის, რაც ზრდის მუდმივი კლიენტის წყაროს.</p> <p>შიდა ტურიზმის სტიმულირება და დაინტერესება.</p> <p>სათავგადასავლო, ეკო, აგრო და ფესტივალური-MICE ტურიზმის განვითარების დიდი შესაძლებლობა.</p> <p>შიდა გზებისა და ინფრასტრუქტურის მაქსიმალური მოწესრიგება ისეთი სამთო მიმართულებებით როგორცაა: გომისმთის გზის მშენებლობა, გოდერძის უღელტეხილის გზის მშენებლობის პროექტი, ბახმაროსა და გოდერძის კურორტების განვითარების შესაძლებლობა. ინვესტიციებისა და საგრანტო პროგრამების მაქსიმალური მობილიზება.</p>	<p>რეგიონებში უსისტემო მშენებლობები, რომლებიც აზიანებს გარემოს ავთენტურობას.</p> <p>კლიმატური მაღალი რისკები; წყალდიდობები, ქვათაცვენები, მეწყრული პროცესები და სხვა.</p> <p>საზღვრისპირა რეგიონისთვის დამახასიათებელი რისკები.</p> <p>ქვეყნის შიგნი არსებული უფრო ძველი და დიდი მთის კურორტებთან კონკურენცია.</p>

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

არსებული SWOT ანალიზი გვეხმარება გავაანალიზოთ ის არსებული რეალობა რომელიც საქართველოს მთიან რეგიონებშია სამთო ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებით. მნიშვნელოვანია რათა გავიაზროთ ის სუსტი მხარეები და საფრთხეები რომლებიც მსგავსია ყველა სამთო რეგიონში.

საფრთხეები და სუსტი მხარეები რომელიც ყველა ან უმეტეს რეგიონში გვხვდება:

1. მაღალი მიგრაცია
2. გართულებული ეკოლოგიური მდგომარეობა (გახშირებული მეწყერები, წყალდიდობები)
3. უსისტემო მშენებლობები
4. ადგილობრივი გიდებისა და მომსახურე პერსონალის ნაკლებობა
5. რთული საგზაო ინფრასტრუქტურა

სწორედ ამ და სხვა ფაქტორების აღმოფხვრა შემცირება უნდა წარმოადგენდეს როგორც რეგიონალური ასევე ცენტრალური ხელისუფლების მთავარ მიზანს და გაძლიერება იმ ძლიერი მხარეების და შესაძლებლობების რომელიც რეგიონებში არსებობს:

1. დაცული ტერიტორიების მრავალფეროვნება
2. რეგიონების და საქართველოს ხელსაყრელი ბუნებრივი ადგილმდებარეობა, მთის ტურიზმის განვითარებისთვის. (ტერიტორიის უდიდეს ნაწილს სწორედ მაღალმთიანი რეგიონები წარმოადგენს.)
3. ველნეს ტურიზმის განვითარების მაღალი პოტენციალი
4. განვითარებული სათხილამური ინფრასტრუქტურა
5. და სხვა.

### **3.2 საქართველოს მთიანი რეგიონის PESTEL ანალიზი**

დღეს არსებული ტენდეციებიდან გამომდინარე, როდესაც მსოფლიომ გადაიტანა რამდენიმე ეკონომიკური კრიზისი, გლობალური პანდემია, საფრთხე

შეიქმნა მსოფლიო ომის და დღესაც არი უამრავი ცხელი წერტილი მსოფლიო რუკაზე, ტურიზმა შეიძინა განსხვავებული მნიშვნელობა. ბოლო პერიოდის მოვლენებმა ცხადყო, რომ ტურიზმი ზოგადად ძალიან მყიფე ბიზნეს მიმართულებაა და როდესაც ხდება მასზე ორიენტირება საჭიროა ყველა მიმართულებით და ყველა რისკის კარგად გაანალიზება. საქართველოს მთის ტურიზმის შესაძლებლობები და საფრთხეები: (იხ. ცხრილი 9)

**ცხრილი 9**

ფაქტორები	შესაძლებლობები	საფრთხეები
P-პოლიტიკური	ინფრასტრუქტურის განვითარება საერთაშორისო პარტნიორების მხარდაჭერა ტურიზმის მხარდაჭერა	ქვეყანაში არსებული ოკუპირებული ტერიტორიები გამუდმებული პოლიტიკური რყევები პოლიტიკის შეცლასთან დაკავშირებული ინვესტიციებისა და საერთაშორისო მხარდაჭერის დაკარგვა
E - ეკონომიკური	უცხოელი ვიზიტორების სწრაფი ზრდა ტურიზმის ზრდა ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკური განვითარება განსხვავებული ტურისტული პროდუქტების შექმნის მაღალი პოტენციალი	მთის ტურიზმისთვის დამახასიათებელი სეზონურობა. გლობალური ეკონომიკური მოვლენების მძაფრი გავლენა ტურიზმის ზრდაზე ადგილობრივი/რეგიონალური ეკონომიკის ზედმეტად დამოკიდებულება ტურიზმზე, რაც საფრთხეს შეუქმნის ტრადიციულ მეურნეობას.
S - სოციალური	ადგილობრივი მოსახლეობის მაღალი დასაქმების შესაძლებლობა ტრადიციული სტუმართმოყვარეობა რაც ხელს უწყობს სფეროს განვითარებას ადგილობრივი უნიკალური კულტურა, ფოლკლორი და ტრადიციები.	დემოგრაფიული პრობლემები, მოსახლეობის მიგრაციის მაღალი მაჩვენებელი სტუმარმასპინძლობის სფეროში არასაკმარისი პროფესიონალის არსებობა უცხო ენების ვოდნის პრობლემა რეგიონებში
T - ტექნოლოგიური	სათხილამურო კურორტებზე საბაგიროების განვითარება და მთლიანად სამთო სპორტული ინფრასტრუქტურის განახლება. სამთო ტურიზმის მიმართულებით ციფრული სერვისების შემოტანა: მარშუტების ონლაინ რუკები,	უმეტეს შემთხვევაში მომველებული ინფრასტრუქტურა. ისეთ სამთო ტურისტულ კურორტებზე როგორცაა თეთნულდი, გოდერძი არასრული საბაგირო გზების სისტემა.

	სხვადასხვა მობილურის აპები და VR ტურები. ჯავშნების ინტერნეტ პლატფორმები როგორცაა : TripAdvisor, Booking და სხვა განვითარება	მაღალმთიან რეგიონებში ინტერნეტ და მობილური კავშირის დაბალი ხარისხი.
E - გარემოსდაცვითი	ეკო და სათავგადასავლო ტურიზმისადმი მზარდი მოთხოვნილება მდგრადი ტურიზმის განვითარების მოთხოვნილება დაცული ტერიტორიების სიმრავლე და უნიკალური ბუნება. განსხვავებული და მრავალფეროვანი მთის ლანდშაპტები საქართველოს რეგიონებში.	მასობრივი ტურიზმის გავლენა ბუნებაზე. ნარჩენების მართვის პრობლემა კლიმატის ცვლილება და მისგან გამოწვეული სხვადასხვა პრობლემები: თოვლის ნაკლებობა, გაზრდილი მეწყერული პროცესები, გზებზე ქვათაცვენის გახშირებული შემთხვევები, ზვავები და სხვა.
L - სამართლებრივი	ტურიზმის კანონმდებლობის განვითარება მთის კანონისა და სხვა მისი ქვემდებარე აქტების მიღება რომელიც პირდაპირ და ირიბად გავლენას ახდენს ტურიზმის განვითარებაზე. ინვესტიციების მოსაზიდად სამართლებრივი გარემოს დახვეწა. უსაფრთხოების სტანდარტების დანერგვა და მისი მსოფლიო სტანდარტებთან დაახლოება.	სამთო-სამაშველო სისტემის საკანონმდებლო სუსტი ჩარჩო. მთიან რეგიონებში სააშშენებლო რეგულაციების ხშირი დარღვევა. ბიუროკრატიის პროცედურების სირთულე, რაც ართულებს უცხოელი ინვესტორების მოძიებას.

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

ეხლა კი განვიხილოთ თითოეული მათგანი დეტალურად.

### P - პოლიტიკური ანალიზი

ტურიზმის მაღალი შემოსავლებისა და ასევე იმ ეფექტით რაც მას აქვს ქვეყნის ცნობადობის ამაღლების თვალსაზრისით, მას სახელმწიფოს მხრიდან განსაკუთრებული ყურადღების ქვეშ აქცევს. როგორც მოგეხსენებათ საქართველოს მთავრობა ზოგადად ტურიზმს პრიორიტეტულ მიმართულებად აღიარებს და განსაკუთრებული ყურადღება სწორედაც, რომ მთიან ტურიზმს ეთმობა. ისეთი რეგიონებისთვის როგორცაა: სვანეთი, რაჭა, ყაზბეგი, აჭარის მთიანეთი, გურიის მთიანეთი და სხვა. ტურიზმი შესაძლოა გადამწყვეტი მიმართულება აღმოჩნდეს რეგიონის განვითარებისა და მიგრაციის შეჩერებისთვის. ცალკეულ შემთხვევაში, სადაც ტურიზმი მეტნაკლებად განვითარდა, ვხედავთ უკუმიგრაციის პროცესებსაც რაც ცალსახად დადებითი მოვლენაა. სახელმწიფოს მხრიდან შემუშავებულია მთის

განვითარების სტრატეგია. ხდება სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურისა და გზების მოდერნიზაცია კეთილმოწყობა. ძალიან დიდ როლს თამაშობს „მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების კანონი“, „ტურიზმის კანონი“, და სხვა მათი ქვემდებარე აქტები. რომლებიც სახელმწიფომ სწორედაც მთის მდგრადი ტურიზმის განვითარებისთვის შეიმუშავა.

საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაცია და მასთან ერთად რეგიონალური DMO (Destination Management Organization - დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაცია) მჭიდროდ თანამშრომლობენ ისეთ საერთაშორისო ორგანიზაციებთან როგორებიცაა UN Tourism, WTTC, IATA, ATTA და სხვებთან. მაქსიმალურად ცდილობს საქართველოს პოზიციონირებას საერთაშორისო გამოფენებზე როგორც „საქართველო მთის ტურიზმის დანიშნულების ადგილი“.

თუმცა ამავე დროს ზოგადად თანამედროვე მსოფლიოში და მასთან ერთად ქვეყანაში მიმდინარე პოლიტიკური ცხოვრება დიდ გავლენას ახდენს ზოგადად ტურიზმის განვითარებაზე. დღეს არსებული გამოწვევები რომელიც საქართველოს წინაშე დგას, როგორებიცაა: რუსეთის მიერ საქართველოს ტერიტორიის ოკუპაცია (ამ ოკუპაციიდან გამომდინარე მუდმივი ცხელი წერტილების არსებობა საქართველოს შიგნით), გამუდმებული შიდა არეულობები, რეგიონში მიმდინარე კონფლიქტები (რუსეთ-უკრაინის ომი; სომხეთ-აზერბაიჯანის ომი), საერთაშორისო მოგზაურებისთვის რისკების შემცველია, ხშირ შემთხვევაში იწვევს საქართველოში მოგზაურობსგან თავის შეკავებას. თუმცა ამავე დროს გასათვალისწინებელია მსოფლიო ბანკის შეფასებები ქვეყანაში არსებული პოლიტიკური მდგომარეობასთან დაკავშირებით.

აღნიშნული შეფასება ხდება მმართველობითი ინდიკატორების 6 კომპონენტით:

1. გამოხატვს თავისუფლება და ანგარიშვალდებულება.
2. პოლიტიკური სტაბილურობა და ტერორიზმის აღმოფხვრა.
3. ეფექტური მმართველობა.
4. რეგულირების ხარისხი.

5. კანონის უზენაესობა.
6. კორუფციის წინააღმდეგ ბრძოლა.

ბოლო წლების განმავლობაში ქვეყანამ ამ მიმართულებით პროგრესი განიცადა ყველა ზემოთ ჩამოთვლილ ინდიკატორებთან მიმართებაში და რეიტინგში საგრძნობლადაც დაწინაურდა. თუმცა ამავე დროს უკანასკნელ პერიოდში ევროკავშირთან გართულებული ურთიერთობები, სავიზო მიმოსვლასთან დაკავშირებული პრობლემები ქვეყნის იმიჯზე უარყოფითად აისახება და მიუხედავად იმ პროგრესისა რომელიც სხვადასხვა რეიტინგებში ცალსახად აისახება ხშირ შემთხვევაში ხდება ტურისტული ნაკადების შემცირება ან მატების შეფერხება.

როგორც ვხედავთ მთის ტურიზმის პოლიტიკურ გარემო გამოიხატება როგორც პოზიტიურად ასევე სახეზეა ის საფრთხეები რომლებიც აღნიშნული გარემოდან მომდინარეობს. აუცილებელია ქვეყანამ თავის სტრატეგიულ მიმართულებად დაისახოს პოლიტიკური არასტაბილურობიდან გამოსვლა, ადგილობრივი თვითმართველობების გაძლიერება და მათვის მეტი თავისუფლების მიცემა და რაც ყველაზე მთავარია უსაფრთხოების სისტემების დახვეწა.

#### **E - ეკონომიკური ფაქტორები**

როდესაც საუბარია ტურიზმის ინდუსტრიაზე და კერძოდ სამთო ტურიზმზე პირველ რიგში ყურადღება უნდა გავამახვილოთ იმ ეკონომიკურ გარემოზე სადაც ის უშუალოდ ხორციელდება, იმ სარგებელზე რომლის მოტანაც შეუძლია ტურიზმის მდგრადი პრინციპებით განვითარებას.

ტურიზმის ინდუსტრიას მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია საქართველოში მშპ-ს (მთლიანი შიდა პროდუქტი) ფორმირებაში. 2024 წელს ერთ სულ მოსახლეზე მშპ წარმოადგენდა 9141\$ საიდანაც ტურიზმის წილს დაახლოებით 7.3%-ი შეადგენს. აღსანიშნავია რომ აღნიშნული მონაცემი საკმაოდ დაბალია კოვიდამდე პერიოდისგან თუმცა ბოლო ორი წლის მონაცემებით სახეზეა დადებითი ტენდენცია. 2023 წელს მშპ ერთ სულ მოსახლეზე შეადგენდა 8284\$ ხოლო 2024 წლისთვის, როგორც ავლნიშნეთ, ის უკვე 9141\$ რაც ჯამში 10.7% ზრდა იყო. აღნიშნული ეკონომიკური ზრდა განაპირობა იმანაც, რომ საქართველო ასევე სხვადასხვა ევროპული კვლევების

მიხედვით დაწინაურდა საინვესტიციო პოლიტიკაში. რაც რათქმუნდა განპირობებულია იმ საკანონმდებლო ცვლილებებით და ეკონომიკური გარემოთი რაც გვხდება ადგილზე.

საქართველოს მთის ტურიზმის განვითარების ეკონომიკური ფაქტორები მოიცავს როგორც ძლიერ ასევე სუსტ მხარეებს.

**ძლიერი მხარეები:** მიზანმიმართული ინვესტიციები სფეროში, მაღალი შემოსავლები, ადგილობრივი ეკონომიკის გაძლიერება ტურიზმის დახმარებით.

**სუსტ მხარეები:** სეზონურობა, ჭარბი ტურიზმის ზეწოლა გარემოზე, ინფრასტრუქტურული პრობლემები.

სწორი მიდგომების შემთხვევაში სამთო ტურიზმი თავისი პოტენციალიდან გამომდინარე შეიძლება გახდეს ერთ-ერთი მამოძრავებელი რეგიონალური ეკონომიკის განვითარების საქმეში. თავისი განვითარებიდან და გეოგრაფიული მდებარეობიდან გამომდინარე, მთის ტურიზმის ძირითად მიმართულებად ჩამოყალიბდნენ შემდეგი რეგიონები: ყაზბეგი, ბაკურიანი, სვანეთი, რაჭა, თუშეთი და ზემო აჭარა. როგორც ავლნიშნეთ ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში 7%-ზე მეტია. სადაც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ზამთრის სპორტები, სათავგადასავლო და ეკო ტურიზმი, ასევე კულტურული ტურიზმი. როდესაც საუბარია ტურიზმზე აუცილებელ ფაქტორს წარმოადგენს ისეთი ინფრასტრუქტურული პროექტები როგორებიცაა სასტუმრო ინფრასტრუქტურის გამუდმებული განახლება, საბაგროები და სხვა მნიშვნელოვანი მიმართულებები. ინვესტიციების მოსაზიდად, სახელმწიფოს მიერ შექმნილი მთელი რიგი საკანონმდებლო ბაზა, სხვადასხვა დარგობრივი აქტები. შედგენილია განვითარების გეგმები, როგორებიცაა: ტურიზმის განვითარების 10 წლიანი გეგმა, ბაკურიანის განვითარების გეგმა, იმერეთის რეგიონის სათავგადასავლო ტურიზმის განვითარების გეგმა და სხვა. ეს კი საბოლოოდ ხელს უწყობს სამთო რეგიონებში ინვესტორების მოძიებას. გადადგმულია ნაბიჯები რეგიონებში სეზონური დატვირთულობის შესამცირებლად. მნიშვნელოვანი ყურადღება ექცევა ეკოტურიზმის, მთის სალაშქრო და კულტურული ტურიზმისთვის

საჭირო ინფრასტრუქტურის განვითარებას, ასევე პარალელურად ყოველწლიურად ვითარდება ზამთრის სახეობებისთვის საბაგირო გზები, მიმდინარეობს სათხილამურო ტრასების მშენებლობა. ყოველწლიურად ტარდება მაღალი კატეგორიის საერთაშორისო ტურნირები ბაკურიანში, გუდაურში და სვანეთის სათხილამურო ტრასებზე.

მნიშვნელოვანია ის დადებითი ეფექტები რომელიც ტურიზმიდან გამომდინარეობს. მთის ტურიზმი პირველ რიგში აჩერებს ახალგაზრდების მიგრაციის პროცესს და ხელს უწყობს მათ დამაგრებას რეგიონებში, როგორც სამუშაო ადგილებით ასევე გასართობი ინფრასტრუქტურით. ადგილობრივ მოსახლეობას ეძლევა საშუალება მიიღოს შემოსავალი ისეთი დარგების განვითარებით როგორცაა ხელნაკეთი ნივთების გაყიდვა, ტრადიციული სამზარეულო, აგროტურიზმი. ეხმარება სოფლის მეურნეობის განვითარებას. ვითარდება მცირე და საშუალო ბიზნესი, საოჯახო სასტუმროები, კვების ობიექტები, ადგილზე ვითარდება ტუროპერატორების საქმიანობა, სატრანსპორტო სერვისები. ასევე ტურიზმში არაპირდაპირ ჩართული ბიზნესი როგორცაა საამშენებლო ბიზნესი, მცირე წარმოებები და სხვა.

ამავე დროს გასათვალისწინებელია ის ნეგატიური ფაქტორები რომელიც ტურიზმს შეიძლება ქონდეს მისი ქაოსური განვითარებით, რაც სამწუხაროდ ბოლო პერიოდში შეინიშნება მთელ რიგ რეგიონებში:

1. რეგიონალური ეკონომიკის ზედმეტად დამოკიდებულება ტურიზმზე.
2. გლობალური კრიზისების განვლენა (პანდემია, ომები რეგიონში და სხვა)
3. სასტუმროებისა და საწოლ ფონდის ნაკლებობა (მაგ: რაჭა, თუშეთი)
4. ფასების მატება და ინფლაციური პროცესები.
5. გზებზე ხშირი პრობლემები.

თუმცა მიუხედავად ამ და სხვა ნეგატიური ფაქტორებისა რომლებიც გვხვდება მთიან რეგიონებში, საქართველოში ტურიზმის განვითარების მაღალი პოტენციალია, რაც თავის მხრივ ზრდის როგორც ინვესტიციების შესაძლებლობას ასევე

დასაქმებისაც. რაც საბოლოოდ გააუმჯობესებს როგორც მომსახურეობის ხარისხს ასევე ტურისტულ ინფრასტრუქტურას.

### **S - სოციალური ფაქტორები**

სამთო ტურიზმს, მისი სწორი მიმართულებით განვითარების შემთხვევაში, აქვს უდიდესი პოტენციალი გახდეს რეგიონებში სოციალური განვითარების მამოძრავებელი. მას შეუძლია ისეთი პროცესების სასიკეთოთ მართვა როგორცაა მიგრაციის შემცირება, სამუშაო ადგილები, განათლება. იგი ახდენს ადგილობრივი კულტურის პოპულარიზაციას. თუმცა ამავე დროს თუ მოხდა ტურიზმის უკონტროლო და ქოსური განვითარება, როგორც უმეტეს შემთხვევაში მას აქვს, არის მაღალი რისკები მთელი რიგი უარყოფითი მოვლენებისა, მაგალითად: სოციალური უთანასწორობის, რეგიონებში ცხოვრების გაძვირების და სხვა.

ტურიზმის განვითარებამ უკვე გამოიწვია მთელ რიგ რეგიონებში ისეთში როგორცაა სვანეთი, რაჭა, აჭარის მთიანეთი სოციალური პირობების გაუმჯობესება. მოხდა გზების დაგება და გაუმჯობესდა მობილური კავშირი, ინტერნეტი. რაც თავის თავად პირდაპირ დადებით გავლენას ახენს ადგილობრივი მოსახლეობის ყოველდღიურობაზე. რათმაუნდა ტურიზმის განვითარება თავის მხრივ იწვევს ისეთი სოციალური ინსტიტუტების განვითარებას როგორცაა: სკოლა, საზოგადოებრივი ტრანსპორტი და სამედიცინო დაწესებულებები. ტურიზმი აჩერებს ისეთ პროცესს როგორცაა ახალგაზრდების მიგრაცია და ახდენს მის გამოსწორებას რაც ცალსახად სახეზე გვაქვს ისეთი რეგიონების მაგალითზე როგორცაა ყაზბეგი და სვანეთი. ორივე მხარეში შეიმჩნევა მაღალი რემიგრაციის პროცესი რაც თავის მხრივ ტურიზმის განვითარებითაა გამოწვეული. სამწუხაროდ დანარჩენ რეგიონებში: რაჭა, მთიანი აჭარა, თუშეთი სახეზე გვაქვს სამუშაო ძალის ნაკლებობა, რადგან ამ რეგიონებში მიუხედავად მათი დიდი პოტენციალისა ჯერჯერობით ვერ ხერხდება მათი ისეთი დატვირთვა რომ დაიწყოს უკუმიგრაციის პროცესი. ადგილობრივ ახალგაზრდებში ჩნდება განათლებისა და კერძოდ უცხოენების ცოდნის მოთხოვნილება. ასევე ისეთი პროფესიულ განათლებას რომელიც როგორც პირდაპირ ასევე ირიბად დაკავშირებულნი არიან ტურიზმთან. გიდების, ტუროპერატორებისა და სასტუმროს

მართვასთან ერთად გაჩნდა მოთხოვნილება ისეთ პროფესიებზე როგორცაა: ელექტროობის ხელოსანი, მზარეულები, მშენებლები და სხვა. ტურიზმი ზოგადად იძლევა შესაძლებლობას ქალების დასაქმებისთვის და შესაბამისად მათი როლის წინ წამოწევისთვის, რაც მაღალმთიანი რეგიონებისთვის პრობლემას წარმოადგენს.

მაღალია კულტურული გავლენები და პოპულარიზაცია. საერთაშორისო ინტერესს წარმოადგენს ადგილობრივი არქიტექტურა, სამზარეულო და ყოველდღიური ცხოვრებისეული ტრადიციები. თუმცა ამავე დროს ტრადიციების კომერციალიზაციასთან ერთად არსებობს ეგრეთწოდებული კულტურული ეროზიის რისკიც რაც ტრადიციული ელემენტების მხოლოდ ტურისტული შოუს ელემენტებად გახდომაში მდგომარეობს.

სწორად და დაბალანსებულად განვითარების შემთხვევაში თანაბრად ნაწილდება მოგება. წინააღმდეგ შემთხვევაში არსებობს რისკი იმისა, რომ შემოსავლის კონცეტრირება მოხდეს მსხვილ ინვესტორებთან და კორპორაციებთან, რაც ადგილობრივი მოსახლეობის როლსა და შემოსავლებს დააკნინებს. ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებასთან ერთად ვითარდება სამედიცინო მომსახურებაც. რადგან სამთო სათხილამურო კურორტებზე მაღალია ტრამპების რისკი, ასევე მატულობს ექიმებთან მიმართვიანობაც რასაც ადგილობრივი სოფლის ან მცირე ქალაქის ამბულატორია ან სამედიცინო ცენტრები ვერ აუდიან. აქიდან გამომდინარე მოთხოვნილებიდან გამომდინარე ვითარდება საავადმყოფოებიც, რაც თავის მხრივ ეხმარება ადგილობრივ მოსახლეობასაც და ხელს უწყობთ მათ მაღალი ხარისხის სამედიცინო მომსახურებასთან წვდომაში.

ასე, რომ საქართველოს მთიან რეგიონებში აუცილებელია ტურიზმის განვითარება მოხდეს მდგრადი პრინციპებზე დაყრდნობით რათა თავიდან ავიცილოთ მთელი რიგი პრობლემები და მაქსიმალურად იყოს უზრუნველყოფილი ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესები. კერძოდ:

1. უზრუნველყოფილი იყოს ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა რეგიონისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების გადაწყვეტილებაში.

2. კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა.
3. შემოსავლების სამართლიან გადანაწილება.

ასე რომ საქართველოს მთიანი რეგიონების სოციალურ-კულტურული ფაქტორები ქმნის კარგ ავთენტურ ბაზას ტურიზმის განვითარებისთვის.

## **T - ტექნოლოგიური ფაქტორები**

დღეს მსოფლიო მთლიანად დამოკიდებულია ტექნოლოგიურ განვითარებაზე და რათმაუნდა ტურიზმის განვითარებას მთლიანად უზრუნველყოფს სხვადასხვა ტექნოლოგიების მაქსიმალური დანერგვა. ტექნოლოგიური ფაქტორები საქართველოს სამთო ტურიზმისთვის არის როგორც შესაძლებლობა ასევე გემოწვევაც. სწორედ ტექნოლოგიების მდგრადი პრინციპების გამოყენებით დანერგვა საქართველოს სამთო ტურიზმს გახდის ერთ ერთ მოწინავეს რეგიონალურ და გლობალურ ბაზარზეც, ხოლო მისი იგნორირება პირიქით დიდი უკან გადადგმული ნაბიჯი იქნება.

როდესაც ვსაუბრობთ ტექნოლოგიებზე სამთო ტურიზმთან მიმართებაში რათმაუნდა პირველ რიგში გვახსენდება სათხილამურო ტრასები და ის საყოველთაო პრობლემა რაც გლობალური დათბობიდან გამომდინარეობს. კერძოდ ბუნებრივი თოვლის ნაკლებობა მთელ მსოფლიოში. სწორედ ხელოვნური გათოვლიანების თანამედროვე სისტემები ქმნიან სათხილამურო სპორტს მეტად მდგრადს. რადგან უმეტეს შემთხვევაში მთელ რიგ სამთო რეგიონებში სეზონების განმავლობაში გვაქვს ბუნებრივი თოვლის ნაკლებობა. დღეს საქართველოში ბაკურიანისა და გუდაურის სამთო სათხილამურო კურორტები აღჭურვილია ხელოვნური გათოვლიანების თანამედრო სისტემებით, რაც ამ კურორტებს დამატებით შესაძლებლობებს ანიჭებს. ასევე მნიშვნელოვანია თანამედროვე საბაგირო გზების მშენებლობა, რაც თავის მხრივ ზრდის სტუმრების გამტარუნარიანობას. ასევე სამთო რეგიონებში აუცილებელია ეკოლოგიური ტრანსპორტის სისტემა რაც სამწუხაროდ ჯერჯერობით საქართველოს მთიანეთში ინტეგრირებული არ არის. (იყო ცალკეული პროექტები ბახმაროში და ბაკურიანში თუმცა ბოლომდე მისი გახორციელება ვერ მოხერხდა.)

აქვე ჩანს ის შესაძლებლობა რასაც თანამედროვე ინოვაციური ტექნოლოგიები გვაძლევენ განახლებადი ენერჯის (მზის, ჰიდრო და ქარის) განვითარებით. დღეს საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში სახეზე გვაქვს ტურისტული ინფრასტრუქტურა რომლებიც აღჭურვილნი არიან განახლებადი ენერჯის სიტემებით რაც საშუალებას აძლევთ მათ კომფორტულად მიიიღონ მეტი სტუმარი და შექმნანს მაქსიმალური შესაძლებლობა. ამ მხრივ განსაკუთრებული აღსანიშნია თუშეთის რეგიონი სადაც საერთაშორისო დონორების დახმარებით შეძლეს მთლიანად მზის ენერჯით რეგიონის განათება. ასევე გამოსაყოფია ყაზბეგის რეგიონი სადაც ბოლო პერიოდში მომრავლდა სამთო ქოხები მდგრადი და განახლებადი ენერჯის წყაროებით.

უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველო ერთ ერთ მოწინავე ქვეყანაა 5G ხარისხის ინტერნეტის გავრცელებით მსოფლიოში. რაც თავის მხრივ შესაძლებლობას იძლევა ისეთი ტექნოლოგიების დასანერგად როგორებიცაა: GPS -სანავიგაციო სისტემები, და ელექტრონული გიდები, QR - კოდის სისტემა, VR - ვირტუალური რეალობა (კარგად გამოიყენება მუზეუმებში), AR დამატებითი რეალობა, (გამოიყენება არქიტექტურული ძეგლების ვიზუალიზაციაში) Google Maps, Maps.me, AllTrails, Komoot პლატფორმები სადაც მოცემულია სხვადასცვა მარშუტები. ამ ყოველივეთი კი საბოლოოდ იზრდება სხვადასხვა რთულად მისაღწევი ტურისტული პროდუქტის ხელმისაწვდომობა. მნიშვნელოვანია ის თანამედროვე აღჭურვილობები რომელიც გამოიყენება სამთო მარშუტებზე და სამთო სამაშველო ოპერაციების დროს. სწორედ თანამედროვე ტექნოლოგიურმა განვითარებამ ხელი შეუწყო სამაშველო ოპერაციების წარმატებებს.

აქვე უნდა გამოვყოთ საერთაშორისო ჯავშნების სისტემები რომლებიც ხელს უწყობს სასტუმროებს და საოჯახო სასტუმროებს იყენენ მაქსიმალურად დატვირთულები როგორებიცაა: Booking, Airbnb, TripAdvisor და სხვა. საბანკო ტექნოლოგიებმა გაამარტივა დღეს მოგზაურობა. საბანკო გადარიცხვები და საბარათე

ოპერაციებმა მეტად უსაფრთხო გახადა მოგზაურობა და გაზარდა კომფორტის ხარისხი.

თუმცა ამდენ დადებით ფაქტორებთან ერთად არსებობს რისკები რომელიც უმეტესად გამომდინარეობს მოსახლეობის მხრიდან ტექნოლოგიების დაბალი ცოდნით, ხშირად მაღალმთიან რეგიონებში ხარისხიან ინტერნეტთან ან კავშირთან წვდომა, კიბერ უსაფრთხოება და თანამედროვე ტექნოლოგიების მაღალი ღირებულება.

ასე, რომ საქართველოს მთის ტურიზმისთვის ტექნოლოგიური ფაქტორები არის როგორც შესაძლებლობა ასევე გამოწვევა. აუცილებელია ძირითადი აქცენტები გაკეთდეს ციფრულ ეკოსისტემებზე, თანამედროვე ტურისტული ტექნოლოგიების დანერგვაზე და მაქსიმალურად მოხდეს ინტერნეტიზაცია მთიან რეგიონებში.

#### **E-გარემოსდაცვითი ფაქტორები**

როგორც ვიცით მთის ეკოსისტემა ძალიან მგრძობიარეა და როდესაც ტურიზმის განვითარება ხდება ქაოტურად იგი ბუნებაზე ზემოქმედებს ნეგატიურად. პირველ რიგში არასასურველი ზემოქმედება ხდება ბუნებრივ გარემოზე. ხდება ტყეებისა და სასოფლო მეურნეობისთვის მიკუთვნებული ტერიტორიების სასტუმროებითა და სხვა გასართობი თუ საგზაო ინფრასტრუქტურით დაკავება. რაც არღვევს რეგიონის მდგრად განვითარებასა და მის ბუნებრივ გარემოს. ამავე დროს გზებთან ერთად მატულობს სატრანსპორტო ნაკადები რაც თავის მხრივ იწვევს ჰაერის დაბინძურებას. ხშირ შემთხვევაში გაუმართავი და მოძველებული ავტოპარკი ასევე ხდება მიზეზი გარემოს დაბინძურებისა.

სახეზეა სამთო ბილიკების გადატვირთვა. ამავე დროს პრობლემას წარმოადგენს ნარჩენების მართვა. ისეთი კურორტებისთვის როგორებიცაა: გუდაური, ბაკურიანი და მესტია. უმეტეს შემთხვევაში ერთ ერთ გადაუჭრელ პრობლემად რჩება ნაგვის გატანა. სამთო რეგიონებისთვის დიდ პრობლემას წარმოადგენს კანალიზაციის სისტემის გაუმართაობა, რაც ასევე დიდ ზიანს აყენებს გარემოს და საკმაოდ სერიოზული პრობლემაა ეკოლოგიის თვალსაზრისით. ამ ყოველივეთი კი საბოლოოდ ზიანდება

მთის ეკოსისტემა. როგორც ცნობილია მთაში ბუნებრივი აღდგენის ციკლი ბევრად უფრო ნელია ვიდრე ეს დაბლობებში.

უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ უმეტესად ადგილობრივ მოსახლეობაში ნაკლებია მდგრადი განვითარების პრინციპების ცოდნა და ის სარგებელი რაც მის დაცვას შეუძლია მას მოუტანოს ხანგრძლივ პერიოდში. ამას ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევაც მოწმობს. ამიტომაც მათი უმეტესობა მომენტალური მოგების მიზნით ყურადღებას აღარ აქცევს გარემოს დაცვას, რაც პირველ რიგში მათ ნორმალურ განვითარებას უშლის ხელს.

აქვე დგას მსოფლიო გამოწვევა რაც კლიმატის ცვლილებაა. მას უდიდესი გავლენა აქვს ზოგადად ტურიზმზე და კერძოდ სამთო ტურიზმზე. კლიმატურმა ცვლილებებმა მსოფლიოში გამოიწვია თოვლის დეფიციტი. საბედნიეროს საქართველოში, ევროპის სამთო რეგიონებიდან განსხვავებით, ბევრად მეტი და კარგი ხარისხის თოვლია თუმცა მისი ნაკლებობა მაინც ცალსახადაა და სამთო კურორტები სულ უფრო მეტად ხდება ხელოვნული გათოვლიანებაზე დამოკიდებული. რაც თავის მხრივ წყლის რესურსის დამატებით მობილიზაციას მოითხოვს. ეს კი ისედაც რთული მომარაგების პირობებში კიდევ უფრო რთული ხდება. ბოლო წლებია საქართველოს სათხილამურო კურორტებზე პრობლემას წარმოადგენს სამსელი წყლით მომარაგება, განსაკუთრებით სეზონის პიკის დროს.

ასევე სახეზეა მყინვარების დნობა და მათი „უკან დახევა“. რაც თავის მხრივ ხშირ შემთხვევაში არის სხვადასხვა სტიქიური უბედურებების: მეწყერები, ზვავი, წყალმოვადნების გამომწვევი. ეს ყოველივე კი თავის მხრივ საფრთხეს უქმნის ისეთ ტურისტულ მიმართულებებს როგორცაა ალპინიზმი, საფეხმავლო და ეკო ტურიზმი. ასევე ზამთარში ნაკლები თოვლიანობა პირდაპირ აზარალებს სათხილამურო ტურიზმს.

ამ ყოველივესგან დაცვა კი პირველ რიგში მდგრადი განვითარების პრინციპებშია. კერძოდ ისეთი სახეობების როგორებიცაა მწვანე ტურიზმში: აგრო და ეკო ტურიზმში. რაც თავისთავად მოითხოვს გარემოზე ზრუნვას. ასევე აუცილებელია

ტურისტული ნაკადების სწორი მართვა, მათი გადანაწილება საქართველოს სხვადასხვა მთიან რეგიონებში. რაც თავის მხრივ ამ ნაკლებად განვითარებული მხარეების მეტად წინ წამოწევას შეუწყობს ხელს. აუცილებელია განახლებადი ენერჯის პროექტების მეტად პოპულარიზება. ისეთების როგორცაა: მზის პანელები, მცირე ჰესები, ქარის გენერატორები და სხვა. ისეთი როგორც თავის დროზე თუშეთის დაცულ ტერიტორიაზე განხორციელდა. აუცილებელია, რომ სახელმწიფომ უნდა იზრუნოს გარემოსდაცვის ცნობიერების ამაღლებაზე რაშიც დიდ როლს ასრულებს დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციები. სწორედ დაცული ტერიტორიების განვითარებაა ერთ ერთი ხელიშემწყობი მწვანე ტურიზმისთვის.

საქართველოს მთის ბუნებრივი გარემო წარმოადგენს მთის ტურიზმის მთავარ ღირებულებას და მასზე ზრუნვა უნდა იყოს ძირითადი ამოცანა. აუცილებელია ეკოტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ზედმიწევნით გაკონტროლება. ყურადღება უნდა გამახვილდეს მდგრად ტურიზმზე, ეკონომიკისა და ბუნებრივი რესურსების მართვაზე ეს კი თავის მხრივ ხელს შეუწყობს მთის როგორც ეკონომიკურად ასევე ეკოლოგიურად განვითარებულ რეგიონებად ჩამოყალიბებას.

#### **L-სამართლებრივი ფაქტორები**

საქართველოში ტურიზმის განვითარების უზრუნველსაყოფად სხვადასხვა წლებში მიღებულია მთელი რიგი აქტები თუ კანონები. ტურიზმის მდგრადი განვითარებას ხელმძღვანელობს სიპ. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. (საჯარო სამართლის იურიდიული პირი) რომელიც ფუნქციონირებს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს დაქვემდებარებით. იგი პასუხისმგებელია:

1. სახელმწიფო პოლიტიკაზე ტურიზმთან მიმართებით
2. ადამიანური რესურსების მობილიზებაზე
3. ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებაზე
4. როგორც შიდა ასევე შემომყვანი ტურიზმის პოპულარიზებაზე.

ძირითადი საკანონმდებო ბაზა, რომელიც საქართველოში არეგულირებს ტურიზმის განვითარებას, შემდეგია: „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ საქართველოს კანონი“ (2011წ.) მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ კანონი“ (2015წ.), „ტურიზმის კანონი“ (2023წ.) ასევე სხვადასხვა აქტები და ეროვნული სტრატეგიები: „ტურიზმის განვითარების ეროვნული სტრატეგია 2015-2015 (კოვიდიდან გამომდინარე ვადებმა განიცადა ცვლილებები და 30 წლამდე გაგრძელდა, „საქართველოს ეკოტურიზმის სტატეგია 2020-2030“) ასევე მნიშვნელოვანია რეგიონალური განვითარების სტრატეგიები რომლებიც თავის მხრივ მოიცავს მთიან რეგიონებსაც: სვანეთის, გურიის მაღალმთიანი რეგიონების, იმერეთის სათავადასავლო ტურიზმის განვითარების სტრატეგია და სხვა.

დღემდე საქართველოში ძირითად სამართლებრივ ბაზას, ტურიზმის სფეროში, წარმოადგენდა „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ საქართველოს კანონი“. რომელიც მიღებულ იქნა 2011 წლის 24 ნოემბერს. იგი მოიცავს საკითხებს როგორცაა: ტურიზმის სფეროში საინვესტიციო პოლიტიკის ხელშეწყობა; სექტორში ჩართული ადამიანების კვალიფიკაციის ამაღლებასა და მათ სოციალური დაცვის უზრუნველყოფას; ინფრასტრუქტურის განვითარებას; ტურისტული ზონებისა და კაპიტალის რეგულაციების შემუშავებას. (საქართველოს პარლამენტი 2011)

თუმცა ბოლო პერიოდში საქართველოში ტურიზმის განვითარებამ და თანამედროვე გამოწვევებმა დააყენა ახალი კანონპროექტის მიღების საჭიროება. 2025 წელს 13 მაისს პარლამენტმა დაამტკიცა კანონპროექტი სადაც მეტი ყურადღება დაეთმო მაღალი რისკის ტურისტულ მომსახურებებს, ისეთებს როგორებიცაა: ალპინისტური, სალაშქრო, სათხილამურო, პარაგლაიდინგი, რაფტინგი და სხვა. აღნიშნული სახეობების უმრავლესობა კი სწორედაც მთიანი რეგიონებისთვისაა დამახასიათებელი. კანონი მოიცავს ტურიზმისთვის ისეთ საჭირო საკითხებს როგორებიცაა უსაფრთხეობი, სადაზღვევო რეგულაციების, გიდების მომზადება გადამზადების აუცილებლობებს. კანონი მოიცავს საჯარიმო სანქციებს თუ გიდი

მუშაობს სერტიფიკატის გარეშე ან ისეთი სერტიფიკატით რომელიც არ არის აღიარებული სახელმწიფოს მიერ.

ასევე მნიშვნელოვანი ყურადღება დაეთმო ტურისტების დაცვას არაკეთილსინდისიერი ტურისტული კომპანიებისგან და კანონში ჩაიდო შესაბამისი მუხლები და ჯარიმები. ზოგადად „ტურიზმის კანონს“ პოზიტიური გავლენა აქვს მთაში წარმართულ ტურიზმზე, ქმნის ხელსაყრელ გარემოს მთაში ინფრასტრუქტურის განვითარებისთვის და მეტი ინვესტიციის მოზიდვისთვის. ხელს უწყობს რეგიონების მდგრად განვითარებას. (საქართველოს პარლამენტი 2023)

როდესაც საუბარი მთაში მიმდინარე ტურიზმზე და საკანონმდებლო ბაზაზე რომელიც ხელს უწყობს რეგიონებში ტურიზმის განვითარებას, გვერდს ვერ ავუვლით „მთის კანონს“ სრული დასახელება: „მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ კანონი“. რომელმაც პოზიტიური როლი შეასრულა მთიანი რეგიონების გამოცოცხლებაში. კანონის ამოქმედებამ დადებითი როლი შეასრულა ისეთი ფაქტორების მიმართ როგორებიცაა: ადგილობრივი მოსახლეობის მიგრაციის შეჩერება და უმეტეს შემთხვევაში უკუმიგრაციის პროცესისთვის ხელშეწყობა; სოციალური და ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება; როგორც კულტურული მემკვიდრეობის ასევე ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვა; ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებას. ყოველივე ამან კი პირდაპირი გავლენა იქონია მთიან რეგიონებში ტურიზმის განვითარების საკითხზე. კანონი ითვალისწინებს ადგილობრივი მოსახლეობისთვის მთელი რიგი საგადასახადო შეღავათების დაწესებას; რაც საბოლოოდ ეხმარება მოსახლეობას მეტი ტურისტული ობიექტი გახსნას და საბანკო შეღავათებთან და სუბსიდიებთან ერთად, რომელსაც ასევე აღნიშნული კანონი უზრუნველყოფს, შეძლონ მათი წარმატებული ფუნქციონირება. ეს კი რათქმაუნდა ზრდის დასაქმებას. ასევე კანონით სახელმწიფო ვალდებულია უზრუნველყოს, თუნდაც შორეული და მიუდგომელი სოფელი ენერგომამარგებით, გზით და სხვა აუცილებელი საკომუნიკაციო საშუალებებით. ეს კი რათქმაუნდა, მოსახლეობასთან ერთად ხელს უწყობს ტურისტის მისვლასაც. ასევე კანონში დიდი ყურადღება ეთმობა

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვას რაც რათმაუნდა უცხოელი ტურისტის მოსაზიდად მნიშვნელოვანი ფაქტორია. ასე, რომ კანონი გახდა ძირითად ინდიკატორად მაღალმთიანი რეგიონის მდგრადი განვითარების საქმეში.(საქართველოს პარლამენტი 2015)

ასევე აღსანიშნავია ის საკანონმდებლო მიმართულებები რომლებიც პირდაპირ თუ არაპირდაპირ გავლენას ახდენს ზოგადად საქართველოში ტურიზმის განვითარებაზე:

1. ინვესტიციების სამართლებრივი ჩარჩო
2. გარემოსდაცვითი რეგულაციები
3. უსაფრთხოებისა და ხარისხის სტანდარტები
4. სატრანსპორტო რეგულაციები
5. საბაჟო ნორმები
6. შრომითი და სოციალური კანონმდებლობა

ეს და სხვა კანონები თუ სამართლებრივი აქტები უმეტეს შემთხვევაში ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარებას, თუმცა მთელ რიგ შემთხვევებში არის გარკვეული რისკების მატარებელი. ერთ ერთი სერიოზული პრობლემას წარმოადგენს აღსრულება. მთელ რიგ შემთხვევებში ხდება მიღებული კანონების უგულებელყოფა რაც საბოლოოდ საფრთხეს უქმნის რეგიონებში ავთენტურობის შენარჩუნებას.

ასე რომ საქართველოში საკანონმდებლო დონეზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საკმაოდ დახვეწილი და ლიბერალური საკანონმდებლო პოლიტიკას ატარებს. ძლიერია ინვესტორთა მხარდაჭერა რაც რათმაუნდა ხელს უწყობს მთაში ინფრასტრუქტურული და ტურისტული ობიექტების განვითარებას. თუმცა როგორც ჩვენმა კვლევამაც აჩვენა დიდ გამოწვევათ რჩება კანონის აღსრულება და ურბანული დაგეგმარება. მთელ რიგ შემთხვევებში სახეზე გვაქვს კანონის პირდაპირი დარღვევა და ისეთ ადგილებში დიდი მშენებლობების დაწყება სადაც კანონი პირდაპირ კრძალავს. მაგალითად ბაკურიანი, გუდაური, მესტია და სხვა. გამოწვევათ რჩება უსაფრთხოებისა და სამაშველო ოპერაციებთან დაკავშირებული რეგულაციები. ზოგიერთ შემთხვევაში

საჭირო აღჭურვილობის უქონლობისა ან არასაკმარისი ადამიანური რესურსიდან გამომდინარე.

SWOT და PESTEL ანალიზების გაკეთებით ვხედავთ, რომ საქართვეოში მთის ტურიზმის განვითარებას დიდი პოტენციალი აქვს, თუმცა ამავე დროს სახეზე მთელი რიგი გამოწვევები რაც საბოლოოდ იმედია დადებითად დასრულდება და საქართველოს მთის მდგრად განვითარებას საფრთხე არ შეექმნება. ანალიზიდან გამომდინარე გამოვყავით ემპირიულ კვლევაში გასაზომი დამოკიდებული ცვლადი - მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე და მისი მდგენელი დამოუკიდებელი ცვლადები, რომელთა მნიშვნელოვნების და სტატისტიკური წონების დასადგენად ჩავატარეთ თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევა.

## თავი IV. საქართველოს მთის ტურისტული ბიზნესი და მისი დღევანდელი მდგომარეობა (თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევა)

### კვლევის მეთოდოლოგია

სადოქტორო ნაშრომის ფარგლებში დაგეგმილი კვლევის მეთოდოლოგია შემდეგნაირად განისაზღვრა:

#### ჰიპოთეზები

**მთავარი ჰიპოთეზა:** სხვა ტურისტული მიმართულებებისგან განსხვავებით, მთის ტურიზმის მეტ „გამძლეობას“ ჯერ-ჯერობით განაპირობებს მხოლოდ მთიანი რეგიონების ბუნებრივი/ავთენტური გარემო და დასვენებისთვის სასურველი ბუნებრივად არსებული მრავალფეროვნება და არა მთის რეგიონების ზედმეტი „ინფრასტრუქტურული განვითარება“;

**ქვე-ჰიპოთეზა:** შესაბამისად, მთის ტურიზმის ბიზნეს-პოტენციალის მდგრადობის შენარჩუნებისთვის მთავარ ხელისშემშლელ ფაქტორს წარმოადგენს ბუნებრივად მაღალი ტურისტული პოტენციალის მქონე მთიანი რეგიონების ქაოსური განაშენიანება - რომელიც ემუქრება ტურისტებისთვის მთაში დასვენების მთავარ მოტივატორებს - რეგიონების ავთენტურობას, კულტურული - ისტორიულ და გასტრონომიულ მემკვიდრეობას, ტრადიციული სამთო ტურისტულ ატრაქციებს, რაც თანდათან ამცირებს მთიანი რეგიონების მიმართ ტურისტულ ინტერესებს.

#### კვლევის მიზანი

კვლევის მიზანს წარმოადგენს საქართველოს მთიანი რეგიონების ბიზნეს-პოტენციალის დადგენა, მისი განვითარების ტენდენციების და პერსპექტივების იდენტიფიცირება.

კვლევა თეორიულთან ერთად პრაქტიკული ხასიათისაა და მიზნად ისახავს მიღებული შედეგების საფუძველზე რეკომენდაციების შემუშავებას - მთიანი რეგიონების ტურისტული პოტენციალის, მთის ტურიზმის ბიზნეს-პოტენციალის ამაღლებისა და ტურიზმის ამ მიმართულების უწყვეტი მდგრადი განვითარების მიზნით

## კვლევის ამოცანები

1. მსოფლიო გამოცდილების გაანალიზება და მისი საქართველოს რეალობაში იმპლემენტაციის/ადაპტირების შესაძლებლობის განსაზღვრა;
2. მსოფლიოში არსებული კრიზისების განსაზღვრა და მისი ჩვენ ქვეყანაში თავიდან აცილების, ან უარყოფითი ეფექტის შერბილების გზების გარკვევა;
3. მდგრადი განვითარების მიმართულებით, მთიან რეგიონებში არსებული მდგომარეობის შესწავლა და პროცესების ეფექტურობის შეფასება;
4. როგორც რეგიონული, ასევე ცენტრალიზებული მმართველობის დონეზე გატარებული ღონისძიებების ეფექტიანობის შეფასება და განსაზღვრა;
5. მთის ტურიზმის განვითარების ხელისშემწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიცირება - იმ გამოწვევების და შესაძლებლობების გარკვევა, რომელიც აქვს თანამედროვე რეალობაში მთის ტურიზმს და მასში მონაწილე სუბიექტებს (რეგიონების შედარება).
6. მთის ტურიზმის ცალკეული მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება - კონკრეტული რეგიონების და განსხვავებული ტურისტული პროფილების მიხედვით. ასევე პოსტ-კრიზისული აუცილებლობების გათვალისწინებით;
7. მთის ტურისტების პროფილების განსაზღვრა და მათი ქცევის მახასიათებლების იდენტიფიცირება - მთაში სიარულის მოტივატორების და რეჟექტორების ვიზუალიზაცია;

**კვლევის მიზნიდან და ჰიპოთეზიდან გამომდინარე, კვლევის დამოკიდებულ და დამოუკიდებელ ცვლადებად განისაზღვრა:**

დამოკიდებული ცვლადი:

**მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე**

დამოუკიდებელი ცვლადები:

- ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
- ტურისტული სერვისები და ტურისტების უსაფრთხოება;

- სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობა ტურიზმში;
- მარკეტინგული კამპანიების სიხშირე და მოცულობა;
- მდგრადი განვითარების პოლიტიკა;
- რეგიონული უსაფრთხოების დონე;
- კულტურულ-ისტორიული ღონისძიებების ჩატარების სიხშირე და მათში ტურისტების ჩართულობის/დაინტერესების მაჩვენებელი;

### **კვლევის დიზაინი:**

#### **I ეტაპი:**

**მეორად მონაცემთა ანალიზი** (შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები, ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოების, ტურიზმის დეპარტამენტის და სხვა შესაბამისი სტრუქტურების წლიური ანგარიშები, მეორადი კვლევები, საერთაშორისო და ადგილობრივი ტურიზმის ექსპერტების სამეცნიერო სტატიები/შრომები. დეტალური ინფორმაციისთვის იხ. გამოყენებული ლიტერატურის თავი)

#### **II ეტაპი:**

##### **თვისებრივი კვლევა:**

**სეგმენტი:** ტურიზმის დეპარტამენტი, ტურისტული კომპანიები, ტურიზმის ექსპერტები, ადგილობრივი მთის გიდები და სასტუმროების წარმომადგენლები, საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები;

**შერჩევის ზომა:** 30 რესპონდენტი;

**კვლევის ტექნიკა:** ჩაღრმავებული ინდივიდუალური ინტერვიუ (სიღრმისეული ინტერვიუ);

**კვლევის ინსტრუმენტი:** ნახევრადსტრუქტურირებული სადისკუსიო გეგმა/ინტერვიუს გზამკვლევი (იხ. დანართი: სადისკუსიო გეგმა);

**შერჩევის ფორმა:** არაალბათური შერჩევა - მიზნობრივი/საექსპერტო შერჩევა და „თოვლის გუნდის“ პრინციპით შერჩევა;

### III ეტაპი:

**რაოდენობრივი კვლევა:** საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები - ადამიანები, რომელთაც ახასიათებთ საქართველოს მთიან რეგიონებში ტურისტულად მოგზაურობის ქცევა;

სეგმენტი: საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები;

შერჩევის ზომა: 700 რესპონდენტი (500 ქართველი, 200 უცხოელი);

კვლევის ტექნიკა: ონლაინ დაუსწრებელი ანკეტირება, პირისპირი სტრუქტურირებული ინტერვიუ;

კვლევის ინსტრუმენტი: სტრუქტურირებული კითხვარი/ანკეტა

(იხ. დანართი II);

შერჩევის ფორმა: არაალბათური შერჩევა - ქვოტური და მოხერხებული შერჩევის ქვეტიპები;

**კვლევის მეთოდოლოგიის და დიზაინის დეტალური აღწერა-დასაბუთება:**

მეორად მონაცემთა ანალიზი

მეორად მონაცემთა ანალიზის ეტაპზე, გასაანალიზებელი დოკუმენტებად შეირჩა კვლევის ამოცანებით განსაზღვრული მთელი რიგი ღონისძიებების შესასწავლად საჭირო სხვადასხვა ოფიციალური ტიპის ინფორმაცია: სტატისტიკები და მეორადი კვლევები, მუნიციპალიტეტების, რეგიონული სამსახურების და ტურიზმის დეპარტამენტის მონაცემები, ექსპერტების სამეცნიერო სტატიების თუ შეფასების დასკვნები - ის მონაცემები, რომელთა მოპოვებაც შესაძლებელია სხვადასხვა ფორმალური წყაროებიდან და რომელთა მონაცემების გათვალისწინება მნიშვნელოვანია დამოუკიდებელი ცვლადების შესახებ ინფორმაციის შეგროვების პროცესში (იხ. ცვლადთა ოპერაციული განსაზღვრებების მატრიცა).

დოკუმენტების შესწავლის და გაანალიზების შედეგები მონაწილეობს კვლევის ერთიან ანალიტიკურ ანგარიშში - დისკუსიის, დასკვნების ნაწილში და რეკომენდაციების ნაწილში.

ასევე, დოკუმენტების ანალიზის/მეორად მონაცემთა ანალიზის შედეგად მიღებული ინფორმაცია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს პირველადი კვლევის შედეგების ვალიდაციის პროცესში, როგორც ტრიანგულაციის მეთოდი პირველადი კვლევით მიღებული შედეგების სანდოობის გადასამოწმებლად.

### თვისებრივი კვლევა

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში სამიზნე სეგმენტს წარმოადგენდნენ: ტურიზმის დეპარტამენტი, ტურისტული კომპანიები, ტურიზმის ექსპერტები, ადგილობრივი მთის გიდები და სასტუმროების წარმომადგენლები, საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები;

აღნიშნული სეგმენტისგან მონაცემების შესაგროვებლად გამოყენებული იქნა თვისებრივი კვლევის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული მეთოდი - ინდივიდუალური სიღრმისეული ინტერვიუ, რომელიც მხოლოდ ორი მონაწილის - რესპონდენტის და ინტერვიუერის ჩართულობით წარიმართება და თვისებრივ კვლევაში ბაზისურ და ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ მეთოდად მიიჩნევა, რადგან ემპირიული მონაცემების მოპოვებას შესაბამისი, კომპეტენტური რესპონდენტის გამოცდილებაზე დაყრდნობით ახორციელებს. თუმცა, სიღრმისეული ინტერვიუს ერთ-ერთი მთავარი მახასიათებელი და წარმატების წინაპირობაა მკვლევარსა და რესპონდენტს შორის მიზანმიმართული ინტერაქცია, სადაც ინტერვიუერი არის არა უბრალოდ “ინფორმაციის შემგორვებელი”, არამედ ინტერაქციის აქტიური მონაწილე - ისევე, როგორც თავად რესპონდენტი (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.73).

თავად ინდივიდუალური სიღრმისეული ინტერვიუები წარიმართა ნახევრად-სტრუქტურირებული ფორმატით, წინასწარ შემუშავებული სადისკუსიო გეგმის საფუძველზე (იხ. დანართი I: სადისკუსიო გეგმა), რომელშიც გაწერილი იყო შეკითხვები, თუმცა ეს არ გამორიცხავდა საჭიროების შემთხვევაში, მთელ რიგ რესპონდენტებთან ჩაკითხვების წარმოებას (დამატებითი შეკითხვების დასმას, შეკითხვათა გადანაცვლებას ან საერთოდ გამოტოვებას. დამატებითი შეკითხვების

საჭიროება და მიმართულება დამოკიდებული იყო მათ პასუხებზე ამათუიმ საჭირობოროტო საკითხებთან დაკავშირებით). შეკითხვების ვარიაციული გამოყენება - ჩაკითხვა ან/და გადანაცვლება აპრობირებული მეთოდია ნახევრადსტრუქტურირებული ინტერვიუს მსვლევლობისას (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.78).

სადისკუსიო გეგმა (ინტერვიუს გზამკვლევი) ფორმირებული იყო ღია შეკითხვებით, როგორც ეს მეთოდოლოგიურადაა განსაზღვრული სიღრმისეული ინტერვიუს ჩატარებისას, ხოლო ცალკეული შეკითხვა დასმული იყო ისეთნაირად, რომ რესპონდენტებს შეძლებოდათ მასზე დამოუკიდებელი მსჯელობა, საკუთარი პოზიციების მაქსიმალური, ვრცელი კონსტატირება და არა მხოლოდ კი/არა პასუხების დაფიქსირება (რაც წარმოადგენს სიღრმისეული ინტერვიუს სადისკუსიო გეგმის მომზადების მთვარ რეკომენდაციას). ინტერვიუს გზამკვლევის მომზადების პროცესში გამოყენებული იყო შესავალი შეკითხვები, რომლის მიზანია საუბრის დაწყება და ძირითადი ინტერვიუსთვის საფუძვლის მომზადება, ასევე თანმდევი შეკითხვები - ახლახანს ნათქვამზე ყურადღების გასამახვილებლად, ჩაკითხვა - დეტალური ინფორმაციის ამოსაღებად, დამაზუსტებელი შეკითხვები - ზოგადი არგუმენტებიდან, დეტალურ ინფორმაციაზე გადასასვლელად, პირდაპირი და ირიბი შეკითხვები, ასევე შეკითხვები მის მიერვე ნათქვამი ინფორმაციის უკეთ განსამარტად და სპონტანური შეკითხვებიც, რომელთა წარმოშობა რესპონდენტის მიერ ნათქვამი კონტენტის საინტერესობას უკავშირდებოდა (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.87).

სიღრმისეულ ინტერვიუში გამოყენებული ინტერვიუს გზამკვლევის შეკითხვების ფორმირება მოხდა კვლევის მეთოდოლოგიაში განსაზღვრული კვლევის ამოცანების შესაბამისად და მათზე ინფორმაციის ამოსაღებად (იხ. კვლევის ამოცანები).

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში რესპონდენტების შესარჩევად გამოყენებული იქნა არაალბათური შერჩევა, რომელიც მიზანმიმართულადაა განკუთვნილი

რესპონდენტთა შერჩევითვის თვისებრივ კვლევებში. უფრო კონკრეტულად, კი გამოყენებული იქნა არაალბათური შერჩევის ორი ქვე-ტიპი: მიზნობრივი/ექსპერტული შერჩევა და მთელ რიგ შემთხვევებში - „თოვლის გუნდა“. როგორც ქრესტომათიულადაა განსაზღვრული, თვისებრივ კვლევაში არაალბათური შერჩევა გამოიყენება, რომლის დროსაც მიზანმიმართულად ხდება სამიზნე ჯგუფის იმ წევრების/ერთეულების ამორჩევა, რომლებიც უშუალოდ მიიღებენ კვლევაში მონაწილეობას. თვისებრივი კვლევის შემთხვევაში ეს შერჩეული ჯგუფი საკმაოდ მცირერიცხოვანია და სხვადასხვა ავტორის აზრით, საშუალოდ 20-30 (Creswell, 2013) ფარგლებში მერყეობს.

აქედან გამომდინარე, მის საფუძველზე მოპოვებული მონაცემების მთელ სამიზნე ჯგუფზე განზოგადება არ ხდება - მკვლევარი ამ ინფორმაციის საფუძველზე, იმ ძირითად ტენდენციებზე საუბრობენ, რაც სამიზნე ჯგუფისთვისაა მახასიათებელი (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.46).

სწორედ იმ მიზეზით, რომ თვისებრივი კვლევა რესპონდენტების ამორჩევის პროცესში მიზანმიმართულია, დომინანტურ მეთოდად შერჩევითვის სწორედ მიზნობრივი შერჩევა ხასიათდება, რომლის დროსაც რესპონდენტებს ვარჩევთ მათი კომპეტენციებიდან გამომდინარე - ჩვენთვის საჭირო სფეროში, ანუ იმ სფეროში რაზეც გვჭირდება სიღრმისეული ინფორმაცია. მსგავსი ფაქტორების გათვალისწინებით - მიზნობრივი შერჩევის ნაირსახეობას წარმოადგენს სწორედ ექსპერტული შერჩევა, რომელიც რესპონდენტებისგან სპეციფიურ კვალიფიკაციას ან/და გამოცდილებას მოითხოვს.

ხოლო რაც შეეხება ჩვენს მიერ გამოყენებულ კიდევ ერთი შერჩევის ქვე-ტიპს - “თოვლის გუნდის” პრინციპს - ესეც მიზნობრივი შერჩევის ნაირსახეობაა (თუმცა, ზოგიერთი ავტორი (Bernard, 2006), მას თვისებრივი კვლევის დამოუკიდებელ შერჩევის მეთოდათაც ახასიათებს. ამ მეთოდის უპირატესობა იმაში მდგომარეობს, რომ მისი მეშვეობით ადვილია ე.წ. ჩაკეტილ ჯგუფებში შეღწევა და რესპონდენტთა შედარებით დიდ მოცულობაზე გასვლა, ასევე ისიც - რომ, თოვლის გუნდის

გამოყენებით, მკვლევარს საშუალება აქვს ერთ საწყის რესპონდენტთან დაკავშირებით და მათი მეშვეობით გავიდეს სხვა მისთვის საჭირო რესპონდენტებზე და კვლევაში ჩართოს ისინიც (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.46).

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, წინამდებარე თვისებრივი კვლევის ფარგლებში სულ შეირჩა და კვლევის შედეგებში ჩართულია 30 რესპონდენტი:

- 1 - ტურიზმის დეპარტამენტის წარმომადგენელი;
- 3 - მთის ტურიზმის მიმართულებით მომუშავე ტურისტულ კომპანიის წარმომადგენელი;
- 3 - მთის ტურიზმის საკითხებში მომუშავე კომპეტენტური ადამიანი;
- 5 - მთის რეგიონებში არსებული მსხვილი, თუმცა არა ქსელური სასტუმროს წარმომადგენელი;
- 7 - მთის გიდი;
- 11 - საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაური (4 საერთაშორისო, 7 ადგილობრივი);

რესპონდენტთა მოცემული რაოდენობა წინასწარ მკაცრად განსაზღვრული არ იყო და დამოკიდებული იყო თვისებრივი კვლევის შერჩევის ქრესტომათიულ მოთხოვნაზე, რომლის მიხედვითაც სიღრმისეული ინტერვიუების ჩატარება შეგვიძლია შევწყვიტოთ, თუ რესპონდენტებისგან, კვლევის ფარგლებში მისაღები მასალის ირგვლივ, ახალი ინფორმაცია აღარ ამოდის.

კონკრეტული მიმართულებით რესპონდენტის რაოდენობა დამოკიდებული იყო ასევე, იმაზეც თუ რა ტიპის ექსპერტთან გვქონდა საქმე, მაგალითად: ტურიზმის დეპარტამენტიდან რესპონდენტი იყო საკვლევი მიმართულებით ერთი კომპეტენტური ადამიანი, რადგან ეს არის ოფიციალური მხარე, რომელიც ინტერვიუს ფარგლებში წარმოადგენდა არა მის პირად მოსაზრებას - არამედ სტრუქტურის პოზიციას და ამდენად, რესპონდენტთა რაოდენობის გაზრდა ამ მიმართულებით არც შესაძლებელი და არც გონივრული იქნებოდა, მიღებული ინფორმაციის

იდენტურობიდან გამომდინარე. ამასთან, თუ გავითვალისწინებთ იმასაც, რომ ოფიციალური მხარის მხრიდან მოწოდებული ინფორმაციის ვალიდურობას ასევე ამოწმებს ოფიციალური ანგარიშები, რომელიც მეორაად მოანცემთა ანალიზის ეტაპზე არის შესწავლილი - წინამდებარე სტუქტურიდან ერთი რესპონდენტის არსებობა სრულიად გამართლებულია.

დანარჩენ რესპონდენტების ინტერვიუების პროცესში - რომელსაც ასევე უშუალოდ ატარებდა დოქტორანტი - ინტერვიუების რაოდენობა ყოველ კონკრეტულ ქვე-სეგმენტთან წყდებოდა მაშინ როცა მათ მიერ მოწოდებულ ინფორმაციებს შორის რაიმე განსხვავებული და ახალი მასალა აღარ იდენტიფიცირდებოდა.

ცალკეულ ქვე-სეგმენტში უშუალო რესპონდენტს წარმოადგენდა ისეთი ადამიანი, ვისაც ქონდა ყველაზე მეტი გამოცდილება და კომპეტენცია არსებულ თემატიკაზე სასაუბროდ. შესაბამისად, მათი შერჩევის პროცესში ტურიზმის დეპარტამენტის, სასტუმროების, ექსპერტების და სასტუმროების წარმომადგენლები შეირჩნენ მიზნობრივი შერჩევის იმ ნაირსახეობის საფუძველზე, რომელიც ექსპერტების შესარჩევად გამოიყენება და რომელიც გულისხმობს რესპონდენტთა შერჩევას მათ კვალიფიკაციასა და გამოცდილებაზე დაყრდნობით (ექსპერტული შერჩევა) (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.47). ხოლო მთის გიდების და ტურისტების შესარჩევად გამოყენებული იქნა “თოვლის გუნდის” პრინციპის შერჩევა, რომელიც როგორც წესი ისეთ დროს გამოიყენება, როცა რესპონდენტთა შედარებით დიდი რაოდენობა გვყავს მოსაძიებელი და შესაბამისად, მათი მოძიება რთულად ხელმისაწვდომია - “თოვლის გუნდის” შერჩევით მიღებული ე.წ. “ჯაჭვი” კი ქმნის რესპონდენტთა სათანადო რაოდენობას, როგორც რაოდენობრივად, ასევე მათი მახასიათებლების თვალსაზრისით. (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.50).

რესპონდენტთა მსგავსი დავიწროვებული და მრავალფეროვანი კატეგორიზაცია (ტურიზმის დეპარტამენტი, მთის ტურიზმის მიმართულებით მომუშავე ტურისტულ კომპანია, მთის ტურიზმის საკითხებში მომუშავე

კომპეტენტური ადამიანი, მთის რეგიონებში არსებული მსხვილი, თუმცა არა ქსელური სასტუმროები, მთის გიდეები, საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები) გადაწყდა მისაღები ემპირიული მონაცემების სანდოობის გასაზრდელად, რადგან როგორც ცნობილია კვლევაში მონაცემთა სანდოობის უზრუნველყოფის ერთ-ერთი მეთოდი არის სწორედ ერთზე მეტი საზომის გამოყენება და კონკრეტულ საკითხებზე რამოდენიმე მიმართულებით შეკითხვების დასმა. ამის მიზანი კი კონკრეტული ფენომენის ირგვლივ მონაცემების სხვადასხვა მხრიდან შეგროვება/სხვადასხვა მეთოდით (ტრიანგულაცია) და ამ მეთოდით მკვლევარისთვის საინტერესო საკითხზე ინფორმაციის მიღება/ვალიდაციაა (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.56). მთის ტურიზმის მიმართულებით დაინტერესებული ყველა შესაძლო მხარის გამოიკითხვა, სწორედ მონაცემთა სანდოობის გასაზრდელად გამოვიყენეთ. რაც შეეხება ტურიზმის დეპარტამენტის წარმომადგენლის მიერ მოწოდებულ ინფორმაციას - ამ მონაცემების სანდოობისთვის - ოფიციალური მონაცემები: სტატისტიკები, ვებ-გვერდის კონტენტი, საკანონმდებლო აქტები და ა.შ. დაგვეხმარა, რომელიც როგორც უკვე აღვნიშნეთ - მეორად მონაცემთა ანალიზის საფუძველზე იქნა შესწავლილი.

წინამდებარე კვლევის მონაცემების ვალიდურობას უზრუნველყოფს პირველ რიგში კვლევით მიღებული შედეგების შინაგანი ვალიდობა, რომელიც მიზეზ-შედეგობრივ კავშირებზეა დამოკიდებული და გვიჩვენებს, რომ დამოკიდებული ცვლადები იწვევს კვლევაში ხაზგასმული დამოკიდებული ცვლადის არსებულ მდგომარეობას - შესაბამისად, დამოუკიდებელ ცვლადთა შეფასება და საჭიროების შემთხვევაში მათზე სათანადო რეაგირება, ლოგიკურად გამოიწვევს დამოკიდებული ცვლადის სასურველი კონდიციის მიღწევას (იხ. ცვლადთა ურთიერთდამოკიდებულების და წონების გრაფიკი - რაოდენობრივი კვლევის აღწერა).

## დამოკიდებული და დამოუკიდებელი ცვლადები

პირველ რიგში უნდა აღნიშნოთ ის ქრესტომათიული მოცემულობა, რომლის მიხედვითაც კვლევაში ცვლადების არჩევა დამოკიდებულია იმაზე, კონკრეტულად რას ვიკვლევთ.

ზოგადად, **დამოკიდებული ცვლადი** ყოველთვის არის ის შედეგი, რასაც ვზომავთ და რაც იცვლება სხვა ფაქტორების გავლენით. ჩვენს მიერ წარმოებული კვლევის შემთხვევაში, დამოკიდებული ცვლადი არის:

- **მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე;**

ხოლო თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ **დამოუკიდებელი ცვლადი** ის ფაქტორებია, რომელიც შესაძლოა გავლენას ახდენდეს დამოკიდებულ ცვლადზე - ანუ ჩვენს შემთხვევაში მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეზე. დამოუკიდებელი ცვლადები იქნება:

- ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
- ტურისტული სერვისები და ტურისტების უსაფრთხოება;
- სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობა ტურიზმში;
- მარკეტინგული კამპანიების სიხშირე და მოცულობა;
- მდგრადი განვითარების პოლიტიკა;
- რეგიონული უსაფრთხოების დონე;
- კულტურულ-ისტორიული ღონისძიებების ჩატარების სიხშირე და მათში ტურისტების ჩართულობის/დაინტერესების მაჩვენებელი;

კვლევის შედეგებით ვნახავთ, რომ დამოუკიდებელ ფაქტორთა მიმართ სამიზნე აუდიტორიის დამოკიდებულება და მათი შეფასების შედეგები ქმნის მთის ტურიზმის როგორც ხელისშემშლელ, ასევე ხელისშემწყობ პირობებს და ამასთან, აიდენტიფიცირებს განვითარების პერსპექტივებს. მოცემულ ფაქტორებზე და მათ მდგომარეობაზე საუბრობენ თვისებრივი კვლევის ყველა კატეგორიის რესპონდენტები, რაც ასახულია თვისებრივი კვლევის ანალიტიკურ ანგარიშში.

ხოლო თუ როგორია ცვლადთა შორის შეჭიდულობა და მათი სტატისტიკური წონები დამოკიდებულ ცვლადთან მიმართებით - ამის გრაფიკული ვიზუალიზაცია წარმოდგენილი იქნება რაოდენობრივი კვლევის ანგარიშთან ერთად, რადგან როგორც ვიცით სტატისტიკური წონების დადგენა თვისებრივი კვლევის მახასიათებელი და შესაძლებლობა არაა (იხ. ცვლადთა ურთიერთდამოკიდებულების და წონების გრაფიკი - რაოდენობრივი კვლევის აღწერა).

თუმცა თვისებრივი კვლევის მონაცემთა მეცნიერულობას ეს არ აკნინებს, რადგან მისი ვალიდობის კიდევ ერთი მეთოდი არის თვისებრივთან ერთად რაოდენობრივი კვლევის ჩატარებით მიღებული მონაცემებიც, რომელიც ტრიანგულაციის პრინციპით ამოწმებს თვისებრივ კვლევაში ამოსული ფაქტორების სისწორეს - როგორც ორივე მეთოდით მიღებული დასკვნების ურთიერთშეჯერების, ასევე ურთიერთდამოკიდებულ და დამოუკიდებელ ცვლადთა წონების განაწილების პრინციპით. (იხ. ცვლადთა ურთიერთდამოკიდებულების და წონების გრაფიკი).

ასევე აღსანიშნავია, რომ თვისებრივი კვლევის შედეგების მაქსიმალური ვალიდაციისთვის გამოვიყენეთ რესპონდენტების მხრიდან ვალიდაციის პრინციპიც, რომელიც კვლევის შედეგებსა და დასკვნებზე სამიზნე საგემნეტის მხრიდან უკუკავშირის მიღებას გულისხმობს და არასწორი ინტერპრეტაციის თავიდან აცილებას ისახავს მიზნად (ლ. წულაძე 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.57).

კვლევა წარიმართა კვლევის ეთიკით განსაზღვრული ნორმების დაცვით, რაც თვისებრივი კომპონენტის შემთხვევაში გულისმობდა რესპონდენტთა ინფორმირებული თანხმობის მიღებას ინტერვიუებში მონაწილეობის და ამ მონაცემების ჩაწერის თაობაზე. ასევე მკაცრად იყო დაცული როგორც რესპონდენტთა, ასევე მონაცემთა კონფიდენციალობის დაცვის მოთხოვნა, რაც თავის მხრივ ინფორმაციის მხოლოდ სამეცნიერო მიზნებისთვის, განზოგადებულად და დაჯამებულად გამოყენებას გულისმობდა.

იქედან გამომდინარე, რომ წინამდებარე კვლევა არ განეკუთვნებოდა განსაკუთრებით სენსიტიურ თემას მასში ჩართული მხარეებისთვის - ამდენად, ნაკლებად აქტუალური იყო ეთიკური მოთხოვნა “ზიანის მიყენებისგან დაცვა” და “სარგებლისა და დანაკარგის დაბალანსება”.

რაც ყველაზე მთვარია - კვლევის მონაცემები დამუშავებული და ინტერპრეტირებულია სრულიად მიუკერძოვებლად და ობიექტურად და ასახავს მხოლოდ რესპონდენტების თვალთ დანახულ სოციალურ რეალობას. წინამდებარე გარემოებაზე, კვლევით მიღებულ დასკვნებზე გაზიარებულია ასევე რესპონდენტების მხრიდან უკუკავშირიც, რაც გამოყენებული გვაქვს მონაცემთა ვალიდაციის ინსტრუმენტადაც (რესპონდენტების მხრიდან ვალიდაციის პრინციპი) (ლ.წულაძე, 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.59).

ჩატარებული ინტერვიუების მონაცემების საფუძველზე, პირველ ეტაპზე მომზადდა მათი ტრანსკრიპტები (აუდიოჩანაწერის წერილობითი ვერსია), შემდეგ მოხდა ამ ტრანსკრიპტების კოდირება და კატეგორიზაცია - რაც ინტერვიუს მასალიდან ჯერ საკვანძო ცნებების და იდეების ამოღებას და მათ შეჯამებას გულისხმობს, ხოლო შემდეგ იმ ინფორმაციის კატეგორიზაციას (შეჯამებას/შეკრებას), რომელსაც რესპონდენტების კოდირებული მასალის ირგვლივ ახდენენ. ბოლოს კი მოხდა შეგროვებული კონტენტის ჯერ ლოკალური ინტეგრაცია - ანუ, თითოეული საკვანძო ცნების ქვეშ არსებული ინფორმაციის ანალიზი და ინტერპრეტაცია, ხოლო შემდეგ - ინკლუზიური ინტეგრაცია, რაც ინფორმაციების ურთიერთმიმართებით ანალიზს და ერთიან ნარატივად შეკვრას გულისხმობს (ლ. წულაძე 2020 “სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები”, გვ.101).

წინამდებარე ნარატივი კი ნაშრომში წარმოდგენილი და დაჯგუფებულია კვლევის ამოცანებად - ანუ, პასუხებად კვლევის შესაბამის ამოცანებზე, რომელთა ამოსაღებადაც მომზადდა სიღრმისეული ინტერვიუს გზამკვლევი/სადისკუსიო გეგმა და ასევე რაოდენობრივი კვლევის ინსტრუმენტი/კითხვარი.

## რაოდენობრივი კვლევა

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში სამიზნე სეგმენტს წარმოადგენდნენ ადგილობრივი და საერთშორისო მოგზაურები - ისეთი ადამიანები, რომელთაც ახასიათებთ საქართველოს მთიან რეგიონებში ტურისტულად მოგზაურობის ქცევა წელიწადში მინიმუმ ერთხელ.

აღნიშნული სეგმენტისგან მონაცემების შესაგროვებლად გამოვიყენეთ **ონლაინ დაუსწრებელი ანკეტირების მეთოდი**, რომელიც განეკუთვნება რაოდენობრივი კვლევის, ანკეტირების ტექნიკის ისეთ ქვე-ტიპს, რომელიც განსაკუთრებით ეფექტურია გეოგრაფიულად გაფანტული სამიზნე სეგმენტის მობილიზებისთვის, განსაკუთრებით უცხოელ რესპონდენტთა კვლევაში ჩართვის უზრუნველსაყოფად. ხოლო რესპონდენტთა შერჩევის მეთოდად განისაზღვრა არაალბათური შერჩევის - ქვოტური და მოხერხებული შერჩევის ქვეტიპები; ქვოტური შერჩევა გამოვიყენეთ იმისთვის, რომ მოგვეცვა საქართველოს ყველა მთიანი რეგიონის ტურისტი - რაც იმას გულისმობდა, რომ წინასწარი ქვოტების ფარგლებში განვსაზღვრეთ კონკრეტულ რეგიონში მოგზაურობაზე მეტნაკლებად ორიენტირებული რესპონდენტების რიცხვი, იმისთვის რომ რეგიონის ჭრილის გაანალიზებაც შესაძლებელი ყოფილიყო.

ხოლო დადგენილი ქვოტების შესავსებად, კონკრეტული საკვლევი ელემენტები მოვიძიეთ **მოხერხებული შერჩევის** მეთოდით - მოხერხებული შერჩევა მართალია არაალბათური შერჩევის ქვეტიპია, თუმცა ხშირად გამოიყენება რაოდენობრივ კვლევებში რესპონდენტთა სწრაფი და ოპერატიული ორგანიზებისთვის. ამასთან, შერჩევის მოცემული ქვეტიპი თითქმის ერთადერთი ყველაზე შესაბამისი მეთოდია ონლაინ დაუსწრებელი ანკეტირებით მონაცემთა შესაგროვებლად.

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში მონაცემების შეგროვება ხდებოდა მკაცრად სტუქტურირებული კითხვარის/ანკეტის საფუძველზე (იხ. დანართი II და დანართი III), რომელიც მომზადდა ცალკე ქართველი მოგზაურებისთვის და ცალკე - უცხოელებისთვის. შემდეგ მოხდა მოცემული კითხვარების ბაზაში აწყობა და ლინქის სახით პოტენციური რესპონდენტებისთვის გაზიარება (რაც ახასიათებს ონლაინ

დაუსწრებელ ანკეტირებას). კვლევის შედეგების შეგროვების პროცესში ეტაპობრივად ხდებოდა რეგიონების მიხედვით დადგენილი ქვოტების და რესპონდენტთა შესაბამისობის კონტროლი ანკეტაში ინტეგრირებული ფილტრი-შეკითხვების მეშვეობით. შეუსაბამობის აღმოჩენის შემთხვევაში, კი ხდებოდა მოცემული ანკეტის ბათილად ცნობა და მონაცემთა ბაზიდან ამოშლა.

რაოდენობრივი კვლევის საველე სამუშაოების პროცესიც მიმდინარეობდა ეთიკური ნორმების სრული დაცვით, რომელიც გულისხმობდა რესპონდენტთა სრულ ანონიმურობას და მათთვის კვლევის მიზნობრივობის ახსნას ანკეტის შესავალ ნაწილში. აქვე, დაინტერესების შემთხვევაში რესპონდენტს საშუალება ჰქონდა მოეთხოვა კვლევის შედეგების გაცნობა და ამისთვის დაეტოვებინა თვისი საკონტაქტო ელექტრონული ფოსტის მისამართი.

რაოდენობრივი კვლევის მონაცემების სტატისტიკური დამუშავება მოხდა spss პროგრამის მეშვეობით, რამაც საშუალება მოგვცა დაგვედგინა როგორც პროცენტული მაჩვენებლები ცალკეულ შეკითხვებთან მიმართებით, ასევე შეგვემუშავებინა მრავალფაქტორული მოდელი, რომლითაც განისაზღვრა თუ რამდენად ახდენს გავლენას თითოეული დამოუკიდებელი ცვლადი, დამოკიდებულ ცვლადზე - ჩვენს შემთხვევაში მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეზე (იხ. ცვლადთა ურთიერთდამოკიდებულების და წონების გრაფიკი).

აქედან გამომდინარე, რაოდენობრივი კვლევის მონაცემთა ვალიდაციის მეთოდად გამოვიყენეთ “კონსტრუქტის ვალიდობა,, რომელიც ცვლადებს შორის ლოგიკურ კავშირებზეა დამყარებული და გვაჩვენებს, რომ სწორედ დამოუკიდებელი ცვლადების ერთობლიობა - რომელიც ჩვენი კვლევის შემთხვევაში არის: ინფრასტრუქტურის ხარისხი, ტურისტული სერვისები და ტურისტების უსაფრთხოება, სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობა ტურიზმში, მარკეტინგული კამპანიების სიხშირე და მოცულობა, მდგრადი განვითარების პოლიტიკა, რეგიონული უსაფრთხოების დონე და კულტურულ-ისტორიული ღონისძიებების ჩატარების სიხშირე და მათში ტურისტების ჩართულობის/დაინტერესების მაჩვენებელი -

პირდაპირ კორელაციაშია დამოკიდებულ ცვლადთან - ჩვენს შემთხვევაში მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე და ქმნის პირობებს მისი განვითარებისთვის. (იხ. ცვლადთა ურთიერთდამოკიდებულების და წონების გრაფიკი).

მონაცემთა ვალიდაციისთვის გამოდგება მონაცემთა გარეგანი ვალიდაციის პრინციპიც, რომლის მიხედვითაც რაოდენობრივი კვლევის შედეგები განზოგადებადია გენერალურ ერთობლიობაზე.

რაც შეეხება დამოკიდებულ და დამოუკიდებელ ცვლადებს და მათ ოპერაციულ განსაზღვრებათა მატრიცას - ასეთნაირად გამოიყურება:

### **დამოკიდებული და დამოუკიდებელი ცვლადები**

პირველ რიგში უნდა ავლნიშნოთ ის, რომ კვლევაში ცვლადების არჩევა დამოკიდებულია იმაზე, კონკრეტულად რას ვიკვლევთ.

**დამოკიდებული ცვლადი** ყოველთვის არის ის შედეგი, რასაც ვზომავთ და რაც იცვლება სხვა ფაქტორების გავლენით. ჩვენს მიერ წარმოებული კვლევის შემთხვევაში, დამოკიდებული ცვლადი არის:

- **მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე;**

ხოლო თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ **დამოუკიდებელი ცვლადი** ის **ფაქტორებია**, რომელიც შესაძლოა გავლენას ახდენდეს დამოკიდებულ ცვლადზე - ანუ ჩვენს შემთხვევაში მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეზე - დამოუკიდებელი ცვლადები იქნება:

- ინფრასტრუქტურის ხარისხი;
- ტურისტული სერვისები და ტურისტების უსაფრთხოება;
- სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობა ტურიზმში;
- მარკეტინგული კამპანიების სიხშირე და მოცულობა;
- მდგრადი განვითარების პოლიტიკა;
- რეგიონული უსაფრთხოების დონე;

- კულტურულ-ისტორიული ღონისძიებების ჩატარების სიხშირე და მათში ტურისტების ჩართულობის/დაინტერესების მაჩვენებელი;  
ცვლადთა ოპერაციული განსაზღვრებების ცხრილი ასეთნაირად გამოიყურება: (იხ. ცხრილი 10)  
**ცხრილი 10**

#	ცვლადი	ცვლადის ტიპი	ოპერციული განსაზღვრება	საზომი ერთეული /შკალა	მონაც. ფორმატი	წყარო
1	მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე	დამოკიდებული	<b>ინდექსი</b> , რომელიც მოიცავს: ტურისტების რაოდენობას, ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავალს, მთის ტურისტულ ბიზნესში დასაქმებულთა რიცხვს, ახალი ინფრასტრუქტურული ობიექტების რაოდენობას.	0-100 ქულა, ინტერვალური	0-100 ქულა	შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები; კმაყოფილების კვლევის მონაცემები;
1.1.	ტურისტების რაოდენობა	დამოკ. ცვლადის კომპონენტი	ვიზიტორთა რაოდენობა მთიან რეგიონში	ადამიანი; ინტერვალური	რიცხვითი	შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები;
1.2.	ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები	დამოკ. ცვლადის კომპონენტი	წლიური შემოსავლები ტურიზმიდან მთიან რეგიონში	მლნ. ლარი, ინტერვალური	რიცხვითი	შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები;
1.3.	დასაქმებულთა რაოდენობა	დამოკ. ცვლადის კომპონენტი	მთის ტურისტულ ბიზნესში დასაქმებულთა რაოდენობა	ადამიანი; ინტერვალური	რიცხვითი	შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები;
1.4.	ინფრასტრუქტურული ობიექტების რ-ბა	დამოკ. ცვლადის კომპონენტი	ახალი ინფრასტრუქტურული ობიექტების რაოდენობა მთიან რეგიონებში;	ობიექტი; ინტერვალური;	რიცხვითი	შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები;
2	ინფრასტრუქტურის ხარისხი;	დამოუკიდებელი	გზების, ტურისტული მარშრუტების, სასტუმროების, ტრანსპორტის, ტურისტული მომსახურების ობიექტების, ინტერნეტის და საკომუნიკაციო ქსელის შეფასებები - ექსპერტები, ტურისტები, სექტორში ჩართული სხვა პირების მიერ;	0-10 ქულა; ინტერვალური	0-10 ქულა;	საველე დაკვირვების და ემპირიული კვლევის მონაცემები; შეფასების ოფიციალური ანგარიშები;

3	ტურისტული სერვისები;	დამოუკიდებელი	მთიან რეგიონებში ტურისტული ატრაქციების მრავალფეროვნება და მათით ტურისტების დაინტერესების მაჩვენებელი;	ატრაქციების რიცხვი; პროცენტული;	რიცხვითი	ემპირიული კვლევის მონაცემები; ოფიციალური ანგარიშები;
	ტურისტების უსაფრთხოება;	დამოუკიდებელი	მთიან რეგიონებში ტურისტული ობიექტებისა და მარშრუტების უსაფრთხოების ღონისძიებები და ინსტრუმენტები და მათი ეფექტურობა;	ინსტრუმენტების ჩამონათვალი; ქულა (0-5); ორდინალური (ადგენს ინდიკატორები)	რიცხვითი	საველე დაკვირვების და ემპირიული კვლევის მონაცემები; შეფასების ოფიციალური ანგარიშები;
	ინვესტიციების მოცულობა ტურიზმში;	დამოუკიდებელი	მთის ტურიზმზე გამოყოფილი წლიური ბიუჯეტი;	მლნ ლარი; ინტერვალური;	რიცხვითი	შესაბამისი ფინანსური სტატისტიკა;
	მარკეტინგული აქტივობების სიხშირე და მასშტაბი;	დამოუკიდებელი	ტურისტული კამპანიების რაოდენობა და დაფარვის არეალი (% საერთაშორისო ბაზარზე);	კამპანიების რიცხვი; პროცენტული;	რიცხვითი	ტურიზმის ადმინისტრაციის შესაბამისი სტატისტიკა; მედიის კონტენტ-ანალიზი;
	მდგრადი განვითარების პოლიტიკა;	დამოუკიდებელი	მდგრადი განვითარების პოლიტიკით განსაზღვრული მთის რეგიონის განვითარების დინამიკის შეფასება - გარემოს ავთენტურობა, ეკო-პოლიტიკა, ტრადიციების და კულტურული მემკვიდრეობის მოვლა, გასტრო-ავთენტურობა;	ქულა (0-5); ორდინალური (ადგენს ინდიკატორებს გარკვეულ თანმიმდევრობას)	ქულა (0-5);	საველე დაკვირვების და ემპირიული კვლევის მონაცემები; შეფასების ოფიციალური ანგარიშები;
	რეგიონული უსაფრთხოების დონე;	დამოუკიდებელი	კრიმინალის და საგანგებო შემთხვევების წლიური რაოდენობა მთიან რეგიონებში;	შემთხვევა; ინტერვალური	რიცხვითი	ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემები;
	კულტ-ისტ. ღონისძიებების ჩატარების სიხშირე და ამით ტურისტების დაინტერესების დონე;	დამოუკიდებელი	მთიან რეგიონებში ტრადიციული კულტურული ღონისძიებები და ფესტივალები, მათში ტურისტების ჩართულობის და დაინტერესების მაჩვენებლები	ღონისძიებების რიცხვი; პროცენტული;	რიცხვითი	ტურიზმის ადმინისტრაციის შესაბამისი სტატისტიკა; საველე დაკვირვებების და ემპირიული კვლევის შედეგები;

(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

რაოდენობრივი კვლევის მონაცემთა სტატისტიკური ანალიზისას, შემუშავდა **მრავლფაქტორული მოდელი**, რომლითაც განისაზღვრა თუ რამდენად ახდენს გავლენას თითოეული დამოუკიდებელი ცვლადი, მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეზე (კვლევის დამოკიდებულ ცვლადზე).

**ზეგავლენის განსაზღვრის ლოგიკა კი ასეთია:**

დამოკიდებული ცვლადი - მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონე - განისაზღვრება იმით, თუ რამდენად ძლიერია თითოეული ფაქტორი;

- ინფრასტრუქტურის ხარისხი - პირდაპირ ზრდის ტურისტების რაოდენობას, ხანგრძლივ ჩასვლას და ხარჯვას;
- ტურისტული სერვისები და ობიექტები - ხარისხიანი და მრავალფეროვანი მომსახურება ამ ყველაფრით ტურისტების კმაყოფილება ზრდის განმეორებითი ვიზიტების ალბათობას;
- უსაფრთხოება (როგორც სამთო, ასევე რეგიონული) - მნიშვნელოვანი ფაქტორია ტურისტების მოზიდვისთვის;
- ინვესტიციები (როგორც შიდა, ასევე გარე) - ზრდის ინფრასტრუქტურისა და სერვისების შესაძლებლობებს, შესაბამისად - ტურისტების კმაყოფილებას და განმეორებით ვიზიტების ალბათობას;
- მარკეტინგული აქტივობები - ქმნის ცნობადობას, იზიდავს ახალ სეგმენტებს - როგორც ადგილობრივ, ასევე საერთაშორისო მასშტაბით;
- მდგრადი განვითარების პოლიტიკა - აძლიერებს გრძელვადიან სტაბილურობას და საერთაშორისო იმიჯს, ინარჩუნებს გარემოს ავთენტურობას და ადგილობრივ ღირშესანიშნავობებს - როგორც ისტორიული მემკვიდრეობის, ასევე გასტრონომიის თვალსაზრისით და ამდენად, ინარჩუნებს ტურისტების ჩვენი ქვეყნით დაინტერესების მაჩვენებელს;
- კულტურული ღონისძიებები, ფესტივალები - ზრდის სეზონის გახანგრძლივებას და მრავალფეროვნებას, ასევე როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო

ტურისტების ჩართულობას და რეგიონით დაინტერესებას. ახდენს ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ ადგილობრივი წარმოებების სტიმულირებას;

ეს ყველაფერი კი თვის მხრივ მოქმედებს რეგიონის შემოსავლიანობაზე და ზოგადად, ტურისტული ბიზნესის განვითარებაზე მთიანი რეგიონის მიმართულებით.

კვლევის შედეგების სტატისტიკული ანალიზი საშუალებას მოგვცემს მრავლობით რეგრესიის მოდელით, მივიღოთ ფაქტორების გავლენების მატრიცა და ვნახოთ ცალკეული მათგანის სტატისტიკური წონა დამოკიდებულ ცვლადთან მიმართებით.

### **კვლევის შეზღუდვა**

როგორც აღვნიშნეთ, რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში მონაცემთა შეგროვებისთვის შერჩეულ იქნა ოპტიმალური მეთოდი, სამიზნე სეგმენტის სპეციფიკის გათვალისწინებით - ონლაინ დაუსწრებელი ანკეტირების სახით. ხოლო ამ მეთოდის სპეციფიკიდან გამომდინარე - რესპონდენტთა შერჩვისთვის განისაზღვრა არაალბათური შერჩევის ქვოტური და მოხერხებული შერჩევის ქვე-ტიპები. სწორედ წინამდებარე გარემოება წარმოადგენს კვლევისთვის შეზღუდვას, იმდენად რამდენადაც არაალბათური შერჩევის მახასიათებლებიდან გამომდინარე, ართულებს შერჩევის ცდომილების განსაზღვრას და მონაცემთა განზოგადებას გენერალურ ერთობლიობაზე. ამის მიზეზად, კი გვევლინება ის, რომ რესპონდენტთა ამორჩევის პროცესში არაა გათვალისწინებული გენერალური ერთობლიობის მკაცრი სტატისტიკური ჩანაწილების პარამეტრები და შერჩევის ერთობლიობა ნაკლებად წარმოადგენს გენერალური ერთობლიობის მიკრო- მოდელს.

ასევე, ცდომილების დათლისთვის პრობლემას წარმოადგენს ისიც, რომ არ არსებობს ზუსტი სტატისტიკა, თუ რამდენი უცხოელი ვიზიტორი ყავს მთიან რეგიონს წლის მანძილზე და რამდენი ქართველი ტურისტი - ეს კი ცხადია შეუძლებელს ხდის კვლევის ცდომილების დათვლას.

სწორედ ამიტომ, რაოდენობრივი კვლევის აღწერაში არაა მითითებული შერჩევის ცდომილება. თუმცა ჰიპოთეტურად რომ ავიღოთ - ქვეყნის საერთო ვიზიტორთა ლოგიკიდან გამომდინარე: 1.000.000 შიდა ტურისტის შემთხვევაში - 500 კაციან შერჩევაზე ცდომილება არის. - 4.29%, ხოლო 500.000 გარე ტურისტის შემთხვევაში - 200 კაციან შერჩევაზე - 6.79%

ცდომილების დათვლისას გამოყენებულია შერჩევის ზომის და ცდომილების გამოთვლის პროფესიული საიტი: <https://www.calculator.net/sample-size-calculator.html?type=2&cl2=95&ss2=200&pc2=60&ps2=500000&x=Calculate#findci>

## კვლევის შედეგები და ანალიზი

### თვისებრივი კვლევის ანგარიში

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული 30 რესპონდენტის პასუხები დაჯგუფდა და გაანალიზდა კვლევის მეთოდოლოგიაში განსაზღვრული ამოცანების მიხედვით.

სწორედ ამიტომ, კვლევის შედეგებს გთავაზობთ კვლევის ამოცანების კონტექსტში.

**ამოცანა 1:** მსოფლიო გამოცდილების გაანალიზება და მისი საქართველოს რეალობაში იმპლემენტაციის/ადაპტირების შესაძლებლობის განსაზღვრა;

მსოფლიოს საუკეთესო პრაქტიკების გაანალიზებისას, რესპონდენტები ხაზს უსვამენ ისეთ ფაქტორებს, როგორებიცაა მსოფლიოს ტურიზმის სტანდარტებში უკვე კარგად დანერგილი - სერტიფიცირებული სამთო გიდების არსებობა, სამთო ქოხების მშენებლობა, საფეხმავლო და ტრეკინგ ბილიკების მუდმივი განახლება და თანამედროვე სტანდარტებით მარკირება, უსაფრთხოების თანამედროვე სისტემების და სამაშველო ტექნიკის არსებობა - რომელთაც საქართველოს სინამდვილეში მართალია ადგილ-ადგილ ვხვდებით, თუმცა ამას არ აქვს სისტემური და ორგანიზებული ხასიათი - რაც თანამედროვე სტანდარტებით ქართული მთის ტურიზმის განვითარებას აფერხებს, რადგან მასზე დამოკიდებულია როგორც

ტურისტების უსაფრთხოება, ასევე მათთვის მომსახურების მაღალი ხარისხის მიწოდება და გარემოს ავთენტურობის შენარჩუნებაც.

აქედან გამომდინარე, რეკონდენტები ხაზს უსვამენ საკანონმდებლო დონეზე გიდების სერტიფიცირების პროცესის დაწყებას, ასევე სამაშველო ტექნიკების და გამართული, უსაფრთხო მარშრუტების ორგანიზების/მოწყობის აუცილებლობას - რაც მიახლოებს ქართულ მთის ტურიზმს მსოფლიოს სტანდარტებთან, რომელიც ტურისტული ობიექტების მრავალფეროვნებამდე უსაფრთხოების სტანდარტების მაქსიმალურ დაცვაზე გადის. აქვე უკვე შეგვიძლია დავინახოთ კვლევის დამოუკიდებელ ცვლადებთან რეკონდენტების დამოკიდებულება, რომელთა შორისაც აქცენტირებულად ფიგურირებს ინფრასტრუქტურის ხარისხი და უსაფრთხოების მაღალი სტანდარტების მნიშვნელოვნება;

მთის ტურიზმის საერთაშორისო გამოცდილებაზე საუბრისას, კვლევის რეკონდენტებმა განსაკუთრებული აქცენტი გააკეთეს ისეთი ქვეყნების მოდელზე როგორებიცაა შვეიცარია, საფრანგეთი, ავსტრია, იტალია - რომელთა საკურორტო მოწყობა რეგიონული მართვის პრინციპებზეა ორიენტირებული და ამ სტრუქტურით კარგად შეიძლება მოერგოს საქართველოს - რეგიონებში ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობებით.

რეკონდენტებისთვის ევროპის ქვეყნების ტურისტული მოწყობები მიმზიდველია შიდა ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისითაც. ეს გარემოება ერთიორად ეფექტური აღმოჩნდა უახლოესი კრიზისის, კოვიდ პანდემიის პირობებში, როცა მსოფლიო მიმოსვლა შეწყდა და მხოლოდ საერთაშორისო ტურიზმზე დამოკიდებული ქვეყნების ტურისტული სექტორი ფაქტიურად დაპაუზდა - მაშინ, როცა ადგილობრივი ტურიზმის მიმართულებით განვითარებულმა ქვეყნებმა, შეჩერებული საერთაშორისო მიმოსვლებით გამოწვეული ფინანსური დანაკარგები შიდა ტურიზმის გაძლიერების ხარჯზე შედარებით დააბალანსეს. ამან კი სექტორს საგრძნობი შვება მისცა პოსტპანდემიურ პირობებში.

გამოკითხულთა მიერ საუკეთესო გამოცდილების მქონე ტურისტულ ქვეყნად დასახელდა ასევე ბუტანის მთის ტურიზმის მაგალითი, სადაც ორიენტირი აიღეს მაღალბიუჯეტურ ტურისტებზე, რომლებიც მეტს ხარჯავდნენ რეგიონში სტუმრობისას - შემოსავალი იყო მაღალი, ხოლო ზემოქმედება გარემოზე დაბალი.

ხაზი გაესვა ასევე ანდორის მოდელს, სადაც დროულად მოხდა იმ ფაქტის აღმოჩენა, რომ ვიზიტორები მკვეთრად აღემატებოდნენ ადგილობრივ მოსახლეობას (1 ადგილობრივზე 2.5 ვიზიტორი). რამაც ადგილობრივი მოსახლეობის ტურისტების მხრიდან ე.წ. ოკუპაცია გამოიწვია, ხოლო ტურისტებისთვის მისაწოდებელი სერვისი - დაეცა. შესაბამისად, დაიწყო ეგრეთ წოდებული „ფატალური ზღვარის“ სხვადასხვა სახით კონტროლი და ამით დააბალანსეს ტურისტული ნაკადები ისეთნაირად, რომ ერთდროულად შესაძლებელი ყოფილიყო მხოლოდ იმდენი ტურისტის მიღება, რამდენის ეფექტურ მომსახურებასაც შეძლებდა ქვეყანა.

რესპონდენტების აზრით, მასიური ტურიზმის ტენდენცია, შეიძლება დამლუპველი იყოს მთის ისეთი ტურისტული სახეობებისთვის, რომლებიც მეტად ხარისხზე არიან დამოკიდებულები - ვიდრე რაოდენობაზე. ძირითადად კი მასიური ტურიზმისგან მომავალ საფრთხეებში ხედავენ გარემო პირობების და ბუნების ავთენტურობის რღვევას და მომსახურების ხარისხის ვარდნას.

სწორედ ამიტომ, რომ რესპონდენტებისთვის მნიშვნელოვან საჭიროებად სახელდება ისეთი საკანონმდებლო ცვლილებების გატარება, რომელიც ერთის მხრივ გარემოპირობების ავთენტურობის და მოგზაურთა უსაფრთხოების დაცვაზე იქნება ორიენტირებული და მეორეს მხრივ რეგიონული მასშტაბით ადგილობრივი მოსახლეობის და მეწარმეების საჭიროებებისა და მათი ინტერესების გათვალისწინებაზე. აქაც იკვეთება მდგრადი განვითარების პოლიტიკის მნიშვნელოვნება, რომელიც გამოკითხული რესპონდენტების მოსაზრებით და მათი საერთაშორისო მაგალითებზე ხაზგასმით, მნიშვნელოვნად ეხმარება ტურისტულ ბიზნესს ტურისტების მოზიდვასა და შენარჩუნებაში - ქვეყნის თავისებურებებზე,

ავთენტურობაზე და ადგილობრივი გასტრო თუ ისტორიულ-კულტურულ შესაძლებლობებზე ხაზგასმით.

***ამოცანა 2. მსოფლიოში არსებული კრიზისების განსაზღვრა და მისი თავიდან აცილების, ან უარყოფითი ეფექტის შერბილების გზების იდენტიფიცირება;***

კვლევის ფარგლებში, რესპონდენტებმა განიხილეს ასევე მსოფლიოში არსებული კრიზისები და მისი შესაბამისი გავლენები საქართველოს მთის ტურიზმის განვითარების პროცესში.

დღეს მსოფლიოში არსებული სხვადასხვა კრიზისების ფონზე - როგორც შეიძლება იყოს პოსტ-პანდემიური პერიოდი, ომი რეგიონში, ეკონომიკური არასტაბილურობა - საქართველოში ერთ-ერთ მთავარი გამოწვევაა ის, რომ სახელმწიფოში არ არსებობს მთის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის, ერთიანი კომპლექსური ხედვა - შესაბამისად, არ მოქმედებს არანაირი ქმედითი რეგულაცია სახელმწიფოს მხრიდან, რომელიც გლობალური კრიზისების კონტექსტში, საქართველოს მთის ტურიზმის განვითარების შეუფერხებელ განვითარებას შეუწყობდა ხელს. რეგიონულ და გლობალურ უსაფრთხოებაზე ხაზგასმა პირდაპირკორელაციურია კვლევის შესაბამის დამოუკიდებელ ცვლადთან, რომლის მიხედვითაც უსაფრთხოება და რეგიონული მშვიდობა კრიტიკული კომპონენტია ტურიზმის განვითარებისთვის და ტურისტული ბიზნესის ეფექტურობისთვის, რადგან პირდაპირაა დამოკიდებული ტურისტების გადაწყვეტილებაზე იმოგზაურონ ამათუიმ ქვეყანაში.

ასევე, მნიშვნელოვან გამოწვევად სახელდება სექტორში მომუშავე ადამიანების დაბალი პროფესიული კვალიფიკაცია და განათლება. რაც თავის მხრივ კიდევ ერთხელ ხაზს უმეკვს სექტორში დასაქმებული ადამიანების სერტიფიცირებისა და გადამზადების აუცილებლობას.

ასევე მნიშვნელოვან შემაფერხებელ გარემოებად სახელდება სამთო-სამაშველო სამსახურების გაუმართავი მუშაობა, რომელიც ძირითადად გამოწვეულია სპეციალური ვეტმფრენის არ ქონით, (ამ ეტაპზე მოხდა ვეტმფრენის ყიდვა, თუმცა

მათი გამოყენების კრიტერიუმები ჯერ კიდევ გაურკვეველია) ირღვევა უსაფრთხოების ხარისხიც. აღსანიშნავია, რომ უსაფრთხოების კომპონენტზე ხაზგასმა მოიცავს როგორც ზოგად ფონს ქვეყანაში, რომელზეც შესაძლოა ტურიზმის ადმინისტრაციას და ხელისუფლებას პირდაპირი გავლენის მოხდენა არ შეეძლოს და სხვადასხვა გარე-რეგიონულ ფაქტორებზე იყოს დამოკიდებული, ასევე უშუალოდ სექტორის სპეციფიკაციებიდან გამომდინარე, მთის ტურისტული მიმართულებების უსაფრთხოების სტანდარტებისადმი სათანადო დამოკიდებულება, რაც ამ შემთხვევაში ტურისტის სამთო-უსაფრთხოების სისტემის გამართულ და ეფექტურ მუშაობას გულისხმობს.

რესპონდენტებმა განსაკუთრებით აღნიშნეს ის ფაქტი, რომ ტურისტულად მეტად განვითარებულ რეგიონებში სახეზე გვაქვს მდგრადი განვითარების პრინციპების უგულვებელყოფა და გარემოს ავთენტურობის უხეში დარღვევა, რაც თავის მხრივ აუცილებლად იქონიებს გავლენას მომავალში ტურიზმის განვითარებაზე, რადგან ვარაუდობთ, რომ ტურიზმის განვითარებისთვის აუცილებელი საკვანძო მომენტი გარემოპირობების ბუნებრივობის შენარჩუნების აუცილებლობაზე გადის. აქაც როგორც ვხედავთ მინიშნება კეთდება დამოუკიდებელი ცვლადის - „მდგრადი განვითარების პოლიტიკა“ - მდგენელზე, როგორცაა ავთენტურობა და გარემოს თავისებურებების შენარჩუნება.

როგორც თავად ტურიზმის დეპარტამენტის წარმომადგენელი აღნიშნავს, კრიზისების ეფექტური მართვა სწორედ ტურისტული ბაზრების დივერსიფიკაციაშია. რაც გულისხმობს ცალკეულ სეგმენტზე და რეგიონზე მიზანმიმართლი და სწორი მარკეტინგული პოზიციონირების გაკეთებას, იმისთვის რომ ქვეყანამ გათვლა გააკეთოს არამხოლოდ კონკრეტული წარმოავლობის ქვეყნებზე, არამედ მისი მთის ტურიზმი მიმზიდველი გახდეს მრავალფეროვანი და მეტად მაღალბიუჯეტური ტურისტების შემოდინებაზე. თუმცა ტურისტული ბაზრების დივერსიფიცირება, სხვა მეტად შემოსავლიანი ბაზრების ათვისებასაც გამოიწვევს. ხოლო მარკეტინგული ღონისძიებების მიზანმიმართულობაზე და სისტემურობაზე ხაზგასმა, მიუთითებს

სექტორის წარმომადგენლების სწორ ხედვაზე, ამ უმნიშვნელოვანესი ცვლადის - მარკეტინგული აქტოვობები - მნიშვნელოვნებაზე ტურისტული ბიზნესის განვითარების საქმეში.

კვლების რესპონდენტები, საქართველოს როგორც ტურისტული ქვეყნის კონკურენტუნარიანის შესანარჩუნებლად, ასევე მნიშვნელოვანად მიიჩნევენ ჩვენთვის დამახასიათებელი და ტურისტებისთვის მიმზიდველი, უნიკალური პროდუქტების/შეთავაზებების ხაზგასმას და წინა პლანზე წამოწევას.

რესპონდენტების აზრით, ტურიზმის სექტორის დივერსიფიკაციის გარდა აუცილებელია შიდა ტურიზმის მეტად განვითარება. მდგრადობის თვალსაზრისით სწორედ შიდა ტურიზმია ყველაზე მნიშვნელოვანი, რადგან წამყვანი ტურისტული ქვეყნების 60 % სწორედაც შიდა ტურიზმზე მოდის. შიდა ტურიზმის აქტუალობა განსაკუთრებით დაგვანახა კოვიდ 19 ის ვირუსმა. დღეს საქართველოშიც შეცვლილია მდგომარეობა და თუკი 10 წლის წინ საქართველოს მოსახლეობა შიდა ტურიზმს მხოლოდ ზღვას განიხილავდა, დღეს მათი უმრავლესობა სწორედაც რომ მთას სტუმრობს.

***ამოცანა 3: მდგრადი განვითარების მიმართულებით, მთიან რეგიონებში არსებული მდგომარეობის შესწავლა და პროცესების ეფექტურობის შეფასება;***

ქვეყნის მდგრად განვითარებასთან მიმართებით, კვლევის რესპონდენტები ხაზს უსვამენ იმ ეკონომიკურ სარგებელს, რომელიც დღეს მიიღება რეგიონებში ტურიზმიდან და რომელშიც ადგილობრივი მოსახლეობის მონაწილეობა საგრძნობლად მაღალია. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს იმ რეგიონებში, სადაც ტურიზმი მეტნაკლებად განვითარებულია (მხედველობაშია სვანეთის და ყაზბეგის რეგიონები) შეიმჩნევა ახალგაზრდების რემიგრაცია და ადგილზე დასაქმება - ბევრი მიტოვებული სოფელი ისევ დასხლდა და სახეზე გვაქვს უკუმიგრაციის საკმაოდ მაღალი ტემპი. ხოლო თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ მიგრაცია საგრძნობლად უკან სწევს მთის განვითარებას (მათ შორის ტურიზმის მიმართულებითაც), უკუმიგრაციის ფაქტორი ცხადია პოზიტიურ მახასიათებლად უნდა მივიჩნიოთ, რადგან მთაში

ტურისტული ნაკადების გაზრდამ თავის მხრივ მათთვის შესათავაზებელი ტურისტული ობიექტების გამრავალფეროვნების საჭიროება გამოიწვია, ხოლო გასართობი კერების არსებობამ და ამით შემოსავლის მიღების შესაძლებლობამ - მთის რეგიონის მოსახლეობა გაახალგაზრდავა უკუმიგრაციის ხარჯზე.

თუმცა, ქვეყნის მდგრად განვითარებას და მასში ტურიზმის როლის ზრდას, საგრძნობლად აფერხებს ადგილობრივი მოსახლეობის ცნობადობის დაბალი ხარისხი მდგრადი განვითარების პრინციპებთან მიმართებით.

მთის ტურიზმის განვითარების ერთ ერთ მთავარ გამოწვევად რესპონდენტები ასახელებენ კანონების აღსრულების გართულებას. როგორც ტურიზმის დეპარტამენტის წარმომადგენელი აღნიშნავს კანონების დონეზე ყველაფერი ძალიან კარგადაა გაწერილი, თუმცა შეფერხებულია მისი აღსრულების მექანიზმი. მაგალითად მოყავთ საქართველოს ერთ-ერთი ყველაზე დატვირთული ზამთრის კურორტი - ბაკურიანი, რომლის განვითარების საკანონმდებლო გეგმა მართალია არსებობს, თუმცა იქ არსებულ ბიზნესებს (ვგულისხმობთ ძირითადად სამშენებლო კომპანიებს), ურჩევნიათ გადაიხადონ რეგულაციის დარღვევისთვის დაწესებული ფულადი ჯარიმა, ვიდრე დაემორჩილონ კანონით გაწერილ ნორმებს. გამოდის რომ თავად კანონი ითვალისწინებს ე.წ. “შავ ხვრელებს” რომელიც მის აღსრულებას უშლის ხელს. არადა, მთის მდგრადი განვითარება და მასში მაღალბიუჯეტური ტურისტული ნაკადების მოზიდვა პირდაპირ პროპორციულადაა დამოკიდებული მისი ავთენტურობის და გარემოპირობების შენარჩუნებაზე - როგორც ვიზუალურად, ასევე კლიმატურად, რაც იგივე ბაკურიანის პირობებში უკვე სრულად მოშლილია

ამის გათვალისწინებით, ლოგიკურია რომ მთის ტურიზმის განვითარება და მისი მდგრადი განვითარების გეგმასთან შესაბამისობაში მოყვანა - საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფით და მისი აღსრულების გამკაცრებით უნდა დაიწყო.

მდგრადი განვითარების პოლიტიკის გაუმართავობას ეხმაურება გარემოს ავთენტურობასთან დაკავშირებული პრობლემები, რომელიც ძირითადად მთის რეგიონის ტურისტული ადგილების ქაოსურ და უკონტროლო განაშენიანებას მოყვება

- მოკლევადიან პერსპექტივაში კი ქმნის დამატებით ინფრასტრუქტურულ რესურსს ტურისტებისთვის, ხოლო შემოსავალს ადგილობრივი ბაზრისთვის - თუმცა, გრძელვადიან პერსპექტივაში აზიანებს გარემოს თვითმყოფადობას, მის ავთენტურობას - რაც ცხადია ტურისტების ქვეყნით და რეგიონის დაინტესების მაჩვენებელს დაბლა სწევს და ამდენად, მნიშვნელოვან წინაპირობას იძლევა იმისთვის, რომ ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონის ერთ-ერთ მთავარ წანამნძღვრად - სწორედ მდგარდი განვითარების პოლიტიკის უპირობო დაცვა და მისი სწორხაზოვნად პრაქტიკაში რეალიზება მივიჩნიოთ.

***ამოცანა 4: როგორც რეგიონალური, ასევე ცენტრალიზირებული მმართველობის დონეზე გატარებული ღონისძიებების ეფექტიანობის შეფასება და განსაზღვრა;***

კვლევის რესპონდენტებმა ისაუბრეს იმ ღონისძიებებზე და მათ ეფექტურობაზე, რომელსაც ადგილობრივი თუ ცენტრალური ხელისუფლება ახორციელებს მთის ტურიზმის მხარდაჭერის მიზნით.

აღნიშნეს, რომ სამთო კურორტების განვითარებისთვის მიმდინარეობს როგორც კურორტული ზონების განაშენიანების დაგეგმარება, ასევე ინვესტორების მოძიება. აქტიურ ფაზაშია საფეხმავლო/სალაშქრო ბილიკების მარკირება და კონსტრუირება. არანაკლებ მნიშვნელოვან ღონისძიებად ასახელებენ ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვას მთის ტურიზმის განვითარების საქმეში და ამ კუთხით მათი ცნობიერების ამაღლებას სხვადასხვა ტრენინგების მეშვეობით.

განსაკუთრებით აღნიშნეს საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის პოზიციონირების ცვლილება მსოფლიო ბაზარზე, რაც გულისხმობს იმას, რომ საქართველოსთვის დამახასიათებელი უნიკალური გასტრონომიის, ღვინისა და სათავგადასავლო ტურიზმის შესაძლებლობებიდან გამომდინარე, ის უნდა პოზიციონირდეს როგორც უნიკალური პროდუქტების და ამდენად თავისი საკუთარი, განსაკუთრებული ნიშის მქონე სამოგზაურო ადგილი. შესაბამისად, ტურიზმის პოლიტიკასაც, როგორც რესპონდენტები აღნიშნავენ - სწორედ ამ კუთხით საქართველოს პოზიციონირებისკენ არის მიმართული,

გატარებული ღონისძიებების ეფექტურობის შეფასების თვალსაზრისით, კვლევის რესპონდენტები აღნიშნავენ იმას, რომ სამწუხაროდ ნაკლებად ხდება ხელისუფლების მიერ გადადგმული ნაბიჯების და გატარებული ღონისძიებების აფიშირება - რაც იწვევს მოსახლეობის დაბალ ცნობადობას და “მთის ტურიზმის მიმართულებით არაფერი კეთდება” პოზიციის ჩამოყალიბებას, ეს კი თავის მხრივ ნეგატიურად აისახება ქვეყნის ტურისტულ იმიჯზე. აქაც ხაზი ესმება მარკეტინგული და კულტურულ-ისტორიული ღონისძიებების, როგორც ტურიზმის ბიზნესის დონეზე ზემომქმედი ფაქტორების მნიშვნელოვნებას, რაც თავის მხრივ აღნიშნული მიმართულებით ღონისძიებების გააქტიურების საჭიროებაზე მიუთითებს.

მთის ტურიზმის მხარდაჭერის მიმართებით გატარებული თუ გასატარებელი ღონისძიებების ეფექტურობის შეფასებისას, კვლევის რესპონდენტებმა ისაუბრეს რეგიონული აღმასრულებლების დონეზე არსებულ საკადრო დეფიციტზე და კომპეტენციების ნაკლებობაზეც, რაც თავისთავად ხელს უშლის თვით გამართული საკანონმდებლო ბაზის აღსრულებასაც. ეს აქტუალურია მითუფრო, რომ როგორც რესპოდენტები აღნიშნავენ, საქართველოს შემთხვევაში არ გვაქვს ტურიზმის ერთიანი სტრატეგია, რომელიც მოაწესრიგებდა ტურიზმის ყველა მიმართულებას და მათ შორის ცხადია მთის ტურიზმის ცალკეულ მიმართულებებსაც.

ამდენად, რესპოდენტების აზრი აქაც დადის სათანადო კანონმდებლობის არსებობის და მისი ცალკეული მოთხოვნების მკაცრი აღსრულების აუცილებლობაზე. ასევე საუბრობენ ბიუჯეტისა და სტრატეგიის დეცენტრალიზაციაზე და სფეროში სათანადო, პროფესიონალი კადრების ინტეგრირებაზე. მიაჩნიათ, რომ მნიშვნელოვანია რეგიონულ დონეებზე მოხდეს ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ჩამოყალიბება და მათი კონკრეტული რეგიონის საჭიროებებზე მორგება - შემდეგ, რომ სათანადოდ პროფესიონალი კადრებით, მისი აღსრულება (ცხადია, სტრატეგიის დეცენტრალიზაცია აუცილებლობით გულისხმობს მისი აღსრულების მონიტორინგს და ცალკეული ღონისძიებების ეფექტურობის შეფასება/გადაფასებასაც).

კვლევის რესონდენტებს ასევე მნიშვნელოვან კომპონენტად მიაჩნიათ რეგიონების ადგილობრივი მოსახლეობის მეტი ჩართულობის უზრუნველყოფა - მათი დატრენინგების და მცირე ზომის გრანტებით დახმარების სახით, სესხის გაცემის ხელმისაწვდომობის გაზრდა, რაც საბოლოოდ გამოიწვევს რეგიონების ეკონომიკურ გაძლიერებას და მისი მდგრადი განვითარებას პრინციპებთან შესაბამისობაში მოყვანას.

***ამოცანა 5.: მთის ტურიზმის განვითარების ხელისშემწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიცირება - იმ გამოწვევების და შესაძლებლობების იდენტიფიცირება, რომელიც აქვს თანამედროვე რეალობაში მთის ტურიზმს და მასში მონაწილე სუბიექტებს.***

ტურიზმის ხელისშემშლელ და ხელიშემწყობ ფაქტორებზე საუბრისას, პირველ რიგში კვლევის რესონდენტები გამოყოფენ საკანონმდებლო მოთხოვნების აღსრულების ნაკლებ მონიტორინგს და ასევე ტურისტული რეგიონების სწორად დატვირთვის სტატისტიკის არარსებობას. ამის მიუხედავად, როგორც ჩვენი რესპოდენტები აღნიშნავენ, მეტნაკლებად ტურისტულად განვითარებული რეგიონებია: ზემო სვანეთი, ხევი, თუშეთი, რაჭა-ლეჩხუმისა და ხევსურეთის რეგიონები.

ლოგიკურია, რომ განსხვავებულ რეგიონებს განსხვავებული ტურისტული უნიკალობა და ამდენად, ტურისტული შესაძლებლობები ახასიათებთ - შესაბამისად, ეს რეგიონები მეტნაკლებად განსხვავებულია მათი ტურისტული მიმართულებებით, რომელიც რეგიონისთვის შესაძლებლობად შეგვიძლია განვიხილოთ. მაგალითად: ლომის წილს ტურისტულად განვითარებულ რეგიონებში თამაშობს სამთო სათხილამურო კურორტები. ზამთრის სათხილამურო კურორტებმა ხელი შეუწყო ისეთი რეგიონების როგორიცაა ზემო სვანეთი და ხევის ყველა სეზონზე დატვირთულობას. მათი გარემო პირობებიდან და ლანდშაფტიდან გამომდინარე განვითარდა ისეთი სახეობები როგორიცაა: ალპინიზმი, ტრეკინგი, ჰაიკინგი, კემპინგი, ჰელისკი და სკიტურინგი. ასევე საცხენოსნო და სალაშქრო ტურიზმი.

ეს ყველაფერი ერთის მხრივ კი არის რეგიონის ტურისტული შესაძლებლობა. თუმცა მეორეს მხრივ შეიძლება მთის ტურიზმის საფრთხედაც კი განვიხილოთ, რადგან ტურიზმის რეგიონული სტრატეგიების არარსებობიდან გამომდინარე, როგორც წესი ხდება საერთაშორისო გამოცდილებების დაკოპირება და გადმოტანა საქართველოს რეალობაში, ასევე - „ტურისტულად განვითარებულ რეგიონებში“ ხდება ერთმანეთისგან მსგავსი სერვისების შეთავაზება, რაც ცხადია კონკრეტულ რეგიონს მისი უნიკალობის შეგრძნებას უკარგავს. ეს ასევე იწვევს ტურიზმის უკონტროლოდ და თვითღინებით განვითარებას.

ეს კი მაშინ, როცა ქვეყანაში ჯერ კიდევ გვაქვს ტურისტულად ნაკლებად განვითარებული რეგიონები - თან ისეთი რეგიონები, რომელიც არანაკლები სამთო ტურისტული მიმართულებებით ხასიათდება, თუმცა მთელი რიგი საკანონმდებლო, ბიუროკრატიული, ინფრასტრუქტურული თუ კომუნიკაციური პრობლემების გამო მათი ტურისტულად განვითარება სრულად ვერ მოხდა.

მაგალითად: ცუდად განვითარებულ სამთო რეგიონებში თვალში საცემია მთიანი აჭარა, კერძოდ გოდერძის სათხილამურო კურორტი რომელიც უგზოობის გამო ამ ეტაპზე ამოვადნილია საერთო განვითარების გეგმიდან, ასევე გურიის ბახმარო და ჯავახეთი რომელსაც მართლაც უნიკალური პოტენციალი გააჩნია. ასევე ქვემო სვანეთი (ლენტეხის რაიონი). განვითარების გარკვეული პრობლემები აქვს ხევისა და ხევსურეთის რაიონებს სადაც მხოლოდ კონკრეტული ადგილებია მეტნაკლებად წინ წაწეული. ასეთივე სურათს ვხედავთ თუშეთშიც.

საქმე იმაშია, რომ როგორც კვლევის რესპონდენტები აღნიშნავენ, ტურიზმის კონკრეტულ რეგიონში განუვითარებლობის მიზეზი პირველ რიგში არის ადგილობრივი მოსახლეობის სიმცირე, რასაც თან სდევს/ან იწვევს ინფრასტრუქტურული ნაკლოვანებები, როგორებიცაა გზა, სკოლები, ამბულატორიები, ელ.ენერჯია და კომუნიკაციები - რაც თავისთავად შემაფერხებელი ფაქტორია ტურიზმისთვის და შესაბამისად, რეგიონის განვითარებისთვისაც. ხოლო წინამდებარე პრობლემების მოგვარება გაზრდის ამ რეგიონების ადგილად

მიღწევადობის საკითხსაც. როგორც ვხედავთ, მთელი რიგი ტურისტული რეგიონების განუვითარებლობის მიზეზად გვევლინება პირველ რიგში ტურისტული ინფრასტრუქტურული პრობლემები - რაც დიდი გავლენის მომხდენია რეგიონში ტურისტების მოზიდვაზე. ტურისტული ინფრასტრუქტურის ნაკლოვანებებს, კი თავის მხრივ იწვევს სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობის სიმცირე ცალკეულ რეგიონებში, რომელიც საწყის ეტაპზე დაეხმარებოდა მოცემულ რეგიონებში ტურისტული ნაკადების ზრდას, ხოლო გაზრდილი ტურისტული ნაკადები უკვე გამოიწვევდა კერძო ინვესტირების ზრდასაც. შესაბამისად, მივიღებთ ეფექტურ წრედს: სახელმწიფო ინვესტიციების ზრდა = ტურისტული ინფრასტრუქტურის ზრდა/მოწესრიგებას = ტურისტების რიცხვის ზრდა = კერძო ინვესტიციების გაზრდა რეგიონის ტურიზმის სექტორში = რეგიონის შემოსავლების, ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლების ზრდა = სახელმწიფოს შემოსავლების ზრდა ტურიზმის სექტორიდან.

რეგიონული ტურიზმის ხელშემწყობ ღონისძიებებს შორის, კვლევის რესპონდენტები ასახელებენ კონკრეტული, მხოლოდ რეგიონისთვის დამახასათებელი ტურისტული პროდუქტის შექმნას, რაც მიიზიდავს მოგზაურებს და გამოაცოცხლებს ამ რეგიონებს.

აქვე, არ შეიძლება არ აღინიშნოს რესპონდენტების დამოკიდებულება ტურიზმის წამყვან ეკონომიკურ მიმართულებად ქცევასთან მიმართებით - ყველა რეგიონის ჭრილში. საქმე იმაშია, რომ აქ საფრთხეს ხედავენ ტურისტული ბიზნესის ნაკლებმდგრადობიდან გამომდინარე, რასაც ბოლო წლების კრიზისებიდან გამომდინარე ქონდა ადგილი. კერძოდ, შემოსავლის მთავარ წყაროდ ტურისტული ბიზნესის ქცევამ შესაძლოა უკანა პლანზე გადასწიოს რეგიონის აგრალური შესაძლებლობები (მოსახლეობამ თავი დაანებოს მიწის დამუშავებას, მეცხოველეობა-მეფრინველეობას და სხვა სასოფლო სამეურნეო საქმიანობას), რაც ნეგატიურ შედეგებზე მიგვიყვანს თუ რაიმე მიზეზით კონკრეტული ტურისტული სეზონი ვერ შედგება.

ეს გვაფიქრებინებს და კიდევ ერთხელ გვარწმუნებს იმაში, რომ ტურიზმის განვითარების რეგიონული სტრატეგიები, რომელიც მორგებული იქნება უშუალოდ კონკრეტული რეგიონის ტურისტულ შესაძლებლობებზე, უნიკალურ ატრაქციებზე - იქნება გასაღები მთის და ზოგადად ტურიზმის განვითარებისთვის. ხოლო ეს სტრატეგიები, ცხადია, უნდა ითვალისწინებდეს რეგიონის არსებულ აგრალურ რესურსებს, რეგიონში საჭირო ინფრასტრუქტურული პრობლემების მოგვარებას, მოსახლეობის უკუმიგრაციისთვის საჭირო აუცილებელ ღონისძიებებს, სათანადო სტატისტიკები კონკრეტული რეგიონით ტურისტების დაინტერესების და მათ მიერ დანახული ადგილობრივი პრობლემებით

***ამოცანა 6: მთის ტურიზმის ცალკეული მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება - კონკრეტული რეგიონების და განსხვავებული ტურისტული პროფილების მიხედვით.***

რეგიონებში, მთის ტურიზმის განვითარებისთვის საჭირო ფაქტორებს შორის, კვლევის რესპონდენტები პირველ რიგში ასახელებენ იმ ტურისტული ობიექტების განვითარების აუცილებლობას, რომლის პოტენციალიც აქვს მოცემულ რეგიონს და რომელზეც მოთხოვნაა ტურისტების მხრიდან. ხოლო თუ როგორ ნაწილდება მოთხოვნები ამათუიმ სამთო რეგიონზე და შესაბამისად, ტურისტულ ობიექტებზე - ამაზე რაოდენობრივი კვლევის მონაცემების მიხედვით ვისაუბრებთ. რაც შეეხება ტენდენციებს, რომელიც თვისებრივი კვლევის რესპონდენტების მხრიდან იდენტიფიცირდება, ასეთია:

რეგიონებს შორის ძირითადად გამოყოფენ სვანეთს, თუშეთს და ხევს (ყაზბეგი), ხოლო ტურისტულ აქტივობებს შორის ყველაზე მოთხოვნადად ასახელებენ - სათავგადასავლო ტურიზმს: საფეხმავლო ტურები და ალპინიზმი, კულტურული ტურიზმი - ადგილობრივი ისტორიული (როგორც ბუნებრივი, ასევე კულტურული) ღირშესანიშნავობების მონახულება. კონკრეტულ რეგიონებთან მიმართებით, როგორცაა ხევი, სვანეთი და სამცხე-ჯავახეთი განსაკუთრებით აქტუალურად ასახელებენ ზამთრის ტურისტული სახეობების კიდევ მეტად განვითარების

საჭიროებას - სათანადო ტურისტული ინფრასტრუქტურის და სერვისების მხარდაჭრით.

ტურისტული ობიექტების განვითარებისთვის აუცილებელ საჭიროებებს შორის კი პირველ რიგში სახელდება შესაბამისი ტურისტული ინფრასტრუქტურის ნაკლებობა, სათანადო კვალიფიკაციის მქონე მომსახურე პერსონალი/გიდები და ცხადია, ტურისტული ობიექტისთვის დამახასიათებელი ინვენტარი - უსაფრთხოების დაცვის უზრუნველსაყოფად. წინამდებარე ფაქტორებს იმეორებს მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების ხელისშემშლელი გარემოებების ჩამოანთვალის, რადგან მიაჩნიათ, რომ დასახელებულ პრობლემათა მოგვარება პირდაპირი გზამკვლევაა მთის ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის საქმეში.

თვისებური კვლევის რესპონდენტებს თითქმის ერთხმად აღიარებენ, რომ მათი ტურისტების - იქნებიან ესენი ქართველები, თუ უცხოელები - მთაში პირველ რიგში იზიდავთ რეგიონის ბუნებრივი გარემო-პირობები, მისი ავთენტური მდგომარეობა და გასტრონომიული მრავალფეროვნება. შემდეგ უკვე ასახელებენ უშუალოდ ტურისტული მიმართულებების - როგორებიცაა სათავგადასავლო ტურიზმი, კულტურული ტურიზმი, ტრეკინგი და ჰაიკინგი, გასტრო ტურიზმი და ა.შ. პოპულარულობას. ეს კი პირდაპირ მიუთითებს იმაზე, რომ თითოეული ამ ფაქტორის მდგომარეობა და მათით ტურისტების კმაყოფილება მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონის განმაპირობებელი და პირდაპირპროპორციულია.

ყველა რეგიონს აქვს საფეხმავლო/ტრეკინგ ბილიკების განვითარების შესაძლებლობა, თუმცა სასურველია განსხვავებული ტურისტული პროდუქტების შექმნა და ისეთი სახეობების მეტად განვითარება რომელთა შესაძლებლობაც საქართველოს რეგიონებს აქვთ: სპელეო, ეთნო, სამეცნიერო და საგანმანათლებლო ტურიზმი, ფოტო ნადირობა, ჩიტებზე დაკვრევა, ასევე დიდ პოტენციალი აქვს მთაში სამკურნალო ტურიზმის განვითარებას.

კვლევის რესპონდენტები დიდი პოტენციალის მქონედ განიხილავენ ეკო და ეთნო ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობას - სწორედ მათი

მაღალბიუჯეტურობის გამო. ასევე ეს ის მიმართულებებია რომლებიც ნაკლებად არიან ორიენტირებული მასიურ ტურიზმზე.

ცალკე თემაა მასიური ტურიზმი, რომელიც როგორც წესი იწვევს არაერთ პრობლემას: ახდენს ტურისტული ადგილების ქაოსურ განაშენიანებას, იწვევს ტურისტებისთვის შეთავაზებული სერვისების ხარისხის ვარდნას - რაც თავის მხრივ ამცირებს ტურისტების კმაყოფილების ხარისხს და ამავდროულად ზრდის უბედური შემთხვევების რისკს. ამ ყოველივეს თავიდან აცილების მთავარ წინაპირობად კი მდგრადი განვითარების პრინციპებისადმი სწორხაზოვანი მიდევნება მიაჩნიათ.

რესპონდენტების მიერ დასახელებული, ტურისტული პოტენციალის მქონე მრავალფეროვანი სერვისების მნიშვნელოვნება და მასიური ტურიზმის დამლუპველობა - ხაზს უსვამს კვლევის დამოუკიდებელი ცვლადების - „ტურისტული სერვისები“ და „მდგრადი განვითარების პოლიტიკა“ მნიშვნელოვნებას მთის ტურიზმის განვითარების საქმეში.

#### თვისებრივი კვლევის შემაჯამებელი ანგარიში

**მსოფლიო გამოცდილების გაანალიზება და მისი საქართველოს რეალობაში იმპლემენტაციის/ადაპტირების შესაძლებლობის განსაზღვრა;**

თვისებრივი კვლევის საფუძველზე გამოვლინდა ის მნიშვნელოვანი განსახორციელებელი ღონისძიებები, რომელსაც ვხვდებით საერთაშორისო დონეზე და რომლის დანერგვა ქართული მთის ტურიზმის მიმართულებით, ეფექტური პრაქტიკა იქნებოდა.

პირველ რიგში რესპონდენტები საუბრობენ და მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ საკანონმდებლო დონეზე გიდების სერტიფიცირების პროცესის დაწყებას, ასევე სამაშველო ტექნიკების და გამართული, უსაფრთხო მარშრუტების ორგანიზების/მოწყობის, რაც მიახლოვებს ქართულ მთის ტურიზმს მსოფლიოს სტანდარტებთან, ტურისტული ობიექტების მრავალფეროვნებასთან და უსაფრთხოების სტანდარტების მაქსიმალურ დაცვასთან.

მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ ყველა ზემოთჩამოთვლილი გარემოება, რომელსაც უცხოური პრაქტიკებიდან გამომდინარე, აუცილებლად დასაწერად მიიჩნევენ თვისებრივი კვლევის რესპონდენტები - წარმოადგენენ კვლევის დამოუკიდებელ ცვლადებს, რომელთა შორისაც აქცენტირებულად ფიგურირებს ინფრასტრუქტურის ხარისხი და უსაფრთხოების მაღალი სტანდარტების მნიშვნელოვნება;

კვლევის მიხედვით, აუცილებელია ისეთი საკანონმდებლო ცვლილებების გატარება, რომელიც ერთის მხრივ გარემო-პირობების ავთენტურობის და მოგზაურთა უსაფრთხოების დაცვაზე იქნება ორიენტირებული და მეორეს მხრივ რეგიონული მასშტაბით ადგილობრივი მოსახლეობის და მეწარმეების საჭიროებები გათვალისწინებასა და მათი ინტერესების გათვალისწინებაზე. აქაც იკვეთება მდგრადი განვითარების პოლიტიკის მნიშვნელოვნება, რომელიც გამოკითხული რესპონდენტების მოსაზრებით და მათი საერთაშორისო მაგალითებზე ხაზგასმით, მნიშვნელოვნად ეხმარება ტურისტულ ბიზნესს ტურისტების მოზიდვასა და შენარჩუნებაში - ქვეყნის თავისებურებებზე, ავთენტურობაზე და ადგილობრივი გასტრო თუ ისტორიულ-კულტურულ შესაძლებლობებზე ხაზგასმით.

***მსოფლიოში არსებული კრიზისების განსაზღვრა და მისი თავიდან აცილების, ან უარყოფითი ეფექტის შერბილების გზების იდენტიფიცირება;***

გლობალური თუ ლოკალური კრიზისების გადასაზღვევად თვისებრივი კვლევის შედეგებით იდენტიფიცირდება ანტიკრიზისული ერთიანი კომპლექსური სტრატეგიის ფორმულირება. დღეისთვის, არ მოქმედებს არანაირი ქმედითი რეგულაცია სახელმწიფოს მხრიდან, რომელიც გლობალური კრიზისების კონტექსტში, საქართველოს მთის ტურიზმის განვითარების შეუფერხებელ განვითარებას შეუწყობდა ხელს. რეგიონულ და გლობალურ უსაფრთხოებაზე ხაზგასმა პირდაპირკორელაციურია კვლევის შესაბამის დამოუკიდებელ ცვლადთან, რომლის მიხედვითაც უსაფრთხოება და რეგიონული მშვიდობა კრიტიკული კომპონენტია ტურიზმის განვითარებისთვის და ტურისტული ბიზნესის

ეფექტურობისთვის, რადგან პირდაპირ დამოკიდებულია ტურისტების გადაწყვეტილებაზე იმოგზაურონ ამათუიმ ქვეყანაში.

კვლევა აქცენტირებს სამთო-სამაშველო სამსახურების გაუმართავ მუშაობაზე რითაც ირღვევა ტურისტების უსაფრთხოების გარანტიები. აღსანიშნავია, რომ უსაფრთხოების კომპონენტზე ხაზგასმა მოიცავს როგორც ზოგად ფონს ქვეყანაში, რომელზეც შესაძლოა ტურიზმის ადმინისტრაციას და ხელისუფლებას პირდაპირი გავლენის მოხდენა არ შეეძლოს და სხვადასხვა გარე-რეგიონულ ფაქტორებზე იყოს დამოკიდებული, ასევე უშუალოდ სექტორის სპეციფიკაციებიდან გამომდინარე, მთის ტურისტული ობიექტების უსაფრთხოების სტანდარტებისადმი სათანადო დამოკიდებულებას, რაც ამ შემთხვევაში ტურისტის სამთო-უსაფრთხოების სისტემის გამართულ და ეფექტურ მუშაობას გულისხმობს.

მოსალოდნელ კრიზისთა შორის განსაკუთრებით აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ტურისტულად მეტად განვითარებულ რეგიონებში სახეზე გვაქვს მდგრადი განვითარების პრინციპების უგულვებელყოფა და გარემოს ავთენტურობის უხეში დარღვევა, რაც თავის მხრივ აუცილებლად იქონიებს გავლენას მომავალში ტურიზმის განვითარებაზე, რადგან ვვარაუდობთ, რომ ტურიზმის განვითარებისთვის აუცილებელი საკვანძო მომენტი გარემოპირობების ბუნებრივობის შენარჩუნების აუცილებლობაზე გადის. აქაც როგორც ვხედავთ მინიშნება კეთდება დამოუკიდებელი ცვლადის - „მდგრადი განვითარების პოლიტიკა“ - მდგენელზე, როგორცაა ავთენტურობა და გარემოს თავისებურებების შენარჩუნება.

კრიზისების ეფექტური მართვის ერთ-ერთ მექანიზმად ტურისტული ბაზრების დივერსიფიკაცია დასახელდა, რაც გულისხმობს ცალკეულ სეგმენტზე და რეგიონზე მორგებული ტურისტული პროდუქტის შექმნას და მიზანმიმართული და სწორი მარკეტინგული პოზიციონირების გაკეთებას, იმისთვის რომ ქვეყანამ გათვლა გააკეთოს არამხოლოდ კონკრეტული წარმომავლობის ქვეყნებზე, არამედ მისი მთის ტურიზმი მიმზიდველი გახდეს მრავალფეროვანი და მეტად მაღალბიუჯეტური ტურისტების შემოდინებაზე.

კრიზისების თავიდან აცილების პრევენციად გამოიკვეთა ასვე შიდა ბაზრების ათვისების და შიდა ტურიზმის განვითარების პოტენციალის მაქსიმალური გამოყენება - რადგან მდგრადობის თვალსაზრისით სწორედ შიდა ტურიზმია ყველაზე მნიშვნელოვანი და ნაკლებად დამოკიდებული რეგიონულ გლობალურ უსაფრთხოებაზე.

მარკეტინგული ღონისძიებების მიზანმიმართულობაზე და სისტემურობაზე ხაზგასმა, მიუთითებს სექტორის წარმომადგენლების სწორ ხედვაზე, ამ უმნიშვნელოვანესი ცვლადის - „მარკეტინგული აქტივობები“ - მნიშვნელოვნებაზე ტურისტული ბიზნესის განვითარების საქმეში.

***მდგრადი განვითარების მიმართულებით, მთიან რეგიონებში არსებული მდგომარეობის შესწავლა და პროცესების ეფექტურობის შეფასება;***

მთიანი რეგიონების განვითარებაში მნიშვნელოვან წინსვლად დასახელდა უკუმიგრაცია, რომელმაც მთის ტურიზმის განვითარებასთან ერთად - საგრძნობლად მოიმატა. მთაში ტურისტული ნაკადების გაზრდამ თავის მხრივ მათთვის შესათავაზებელი ატრაქციების გამრავალფეროვნების საჭიროება გამოიწვია, ხოლო გასართობი კერების არსებობამ და ამით შემოსავლის მიღების შესაძლებლობამ - მთის რეგიონის მოსახლეობა გააახალგაზრდავა უკუმიგრაციის ხარჯზე.

მთაში მიმდინარე პროცესებს შორის დასახელდა არსებული საკანონმდებლო ნორმებისთვის თავის არიდების შესაძლებლობა, რაც ქაოსურ განაშენიანებას იწვევს. ეს მოკლევადიან პერსპექტივაში კი ქმნის დამატებით ინფრასტრუქტურულ რესურსს ტურისტებისთვის, ხოლო შემოსავალს ადგილობრივი ბაზრისთვის - თუმცა, გრძელვადიან პერსპექტივაში აზიანებს გარემოს თვითმყოფადობას, მის ავთენტურობას - რაც ცხადია ტურისტების ქვეყნით და რეგიონის დაინტესების მაჩვენებლს დაბლა სწევს და ამდენად, მნიშვნელოვან წინაპირობას იძლევა იმისთვის, რომ ტურისტული ბიზნესის განვითარების ღონის ერთ-ერთ მთავარ წამანძღვრად - სწორედ მდგრადი განვითარების პოლიტიკის უპირობო დაცვა და მისი სწორხაზოვნად პრაქტიკაში რეალიზება მივიჩნიოთ.

ამის გათვალისწინებით, ლოგიკურია რომ მთის ტურიზმის განვითარება და მისი მდგრადი განვითარების გეგმასთან შესაბამისობაში მოყვანა - საკონმდებლო ბაზის სრულყოფით და მისი აღსრულების გამკაცრებით უნდა დაიწყო.

**რეგიონალური და ცენტრალიზირებული მმართველობის დონეზე გატარებული ღონისძიებების ეფექტიანობის შეფასება და განსაზღვრა;**

მიუხედავად იმისა, რომ მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების პროგრამის ფარგლებში არაერთი მნიშვნელოვანი პროექტი დასახელდა - საფეხმავლო ბილიკების მარკირება და მოწყობა, საკურორტო ზონების განაშენიანება და ა.შ. არანაკლებ მნიშვნელოვან ღონისძიებად ასახელებენ ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვას მთის ტურიზმის განვითარების საქმეში და ამ კუთხით მათი ცნობიერების ამაღლებას სხვადასხვა ტრენინგებით. ასევე საჭიროდ მიიჩნევენ საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებას - ქვეყნისთვის დამახასიათებელი უნიკალური გასტრონომიის, ღვინისა და სათავგადასავლო ტურიზმის მიმართულებით - როგორც განსაკუთრებული ნიშის მქონე სამოგზაურო ადგილს.

არაეფექტურად მიიჩნევა ხელისუფლების მიერ გადადგმული ნაბიჯების და გატარებული ღონისძიებების აფიშირება, რაც იწვევს მოსახლეობის დაბალ ცნობადობას, ეს კი თავის მხრივ ნეგატიურად აისახება ქვეყნის ტურისტულ იმიჯზე. აქაც ხაზი ესმება მარკეტინგული და კულტურულ-ისტორიული ღონისძიებების, როგორც ტურიზმის ბიზნესის დონეზე ზემოქმედი ფაქტორების მნიშვნელოვნებას, რაც თავის მხრივ აღნიშნული მიმართულებით ღონისძიებების გააქტიურების საჭიროებაზე მიუთითებს.

მნიშვნელოვანად მიიჩნევა რეგიონულ დონეებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ჩამოყალიბება და მათი კონკრეტული რეგიონის საჭიროებებზე მორგება. შემდეგ, კი სათანადოდ პროფესიონალი კადრებით, მისი აღსრულება. განსახორციელებელ პროექტებს შორის სახელდება ადგილობრივი მოსახლეობის მეტი ჩართულობის უზრუნველყოფა მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში - მათი დატრენინგების და მცირე ზომის გრანტებით დახმარების სახით, სესხის გაცემის

ხელმისაწვდომობის გაზრდა, ადგილობრივად სხვადასვა კულტურული ღონისძიებების/ფესტივალების ჩატარება ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობით - ეს კი საბოლოოდ გამოიწვევს რეგიონების ეკონომიკურ გაძლიერებას და მისი მდგრადი განვითარებას პრინციპებთან შესაბამისობაში მოყვანას. წინამდებარე მიგნებაც კვლევის დამოუკიდებელ ცვლადთან - „კულტურული და ისტორიული ღონისძიებები“ კორელირებს.

*მთის ტურიზმის განვითარების ხელისშემწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიცირება - იმ გამოწვევების და შესაძლებლობების იდენტიფიცირება, რომელიც აქვს თანამედროვე რეალობაში მთის ტურიზმს და მასში მონაწილე სუბიექტებს.*

ტურიზმის ხელისშემშლელ და ხელიშემწყობ ფაქტორებზე საუბრისას, გამოიყოფა საკანონმდებლო მოთხოვნების აღსრულების ნაკლები მონიტორინგი და ასევე ტურისტული რეგიონების დატვირთვის სტატისტიკის არარსებობას.

მთელ რიგ რეგიონებთან მიმართებით - ბუნებრივი ლანდშაფტი, რომელიც თავის მხრივ იწვევს სხვადასხვა ცალკეული სამთო მიმართულებების განვითარებას: ალპინიზმი, ტრეკინგი, ჰაიკინგი, სკიტურინგი და ა.შ. რაც რეგიონებისთვის შესაძლებლობად შეგვიძლია მივიჩნიოთ.

თუმცა, იმ საფრთხის გათვალისწინებით, რომ ტურიზმის რეგიონული სტრატეგიების არარსებობიდან გამომდინარე, როგორც წესი ხდება საერთაშორისო გამოცდილებების დაკოპირება და გადმოტანა საქართველოს რეალობაში, იწყება ერთმანეთისგან მსგავსი სერვისების შეთავაზება, რაც ცხადია კონკრეტულ რეგიონს მისი უნიკალობის შეგრძნებას უკარგავს. ეს კი იწვევს ტურიზმის უკონტროლოდ და თვითდინებით განვითარებას.

ხელისშემშლელ ფაქტორებად სახელდება ინფრასტრუქტურული ნაკლოვანებები, რომელთა მოგვარება და თანამედროვე სტანდარტებთან მიახლოება გაზრდის რეგიონის ტურისტულ დატვირთვას.

ტურისტული ინფრასტრუქტურის ნაკლოვანებებს, კი თავის მხრივ იწვევს სახელმწიფო ინვესტიციების მოცულობის სიმცირე ცალკეულ რეგიონებში, რომელიც საწყის ეტაპზე დაეხმარებოდა მოცემულ რეგიონებში ტურისტული ნაკადების ზრდას, ხოლო გაზრდილი ტურისტული ნაკადები უკვე გამოიწვევდა კერძო ინვესტირების ზრდასაც. შესაბამისად, მივიღებთ ეფექტურ წრედს: სახელმწიფო ინვესტიციების ზრდა = ტურისტული ინფრასტრუქტურის ზრდა/მოწესრიგებას = ტურისტების რიცხვის ზრდა = კერძო ინვესტიციების გაზრდა რეგიონის ტურიზმის სექტორში = რეგიონის შემოსავლების, ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლების ზრდა = სახელმწიფოს შემოსავლების ზრდა ტურიზმის სექტორიდან.

ეს გვაფიქრებინებს და კიდევ ერთხელ გავრწმუნებს იმაში, რომ ტურიზმის განვითარების რეგიონული სტრატეგიები, რომელიც მორგებული იქნება უშუალოდ კონკრეტული რეგიონის ტურისტულ შესაძლებლობებზე, უნიკალურ ატრაქციებზე - იქნება გასაღები მთის და ზოგადად ტურიზმის განვითარებისთვის. ხოლო ეს სტრატეგიები, ცხადია, უნდა ითვალისწინებდეს რეგიონის არსებულ აგრალურ რესურსებს, რეგიონში საჭირო ინფრასტრუქტურული პრობლემების მოგვარებას, მოსახლეობის უკუმიგრაციისთვის საჭირო აუცილებელ ღონისძიებებს, კონკრეტული რეგიონით ტურისტების დაინტერესების სათანადო სტატისტიკებს და მათ მიერ დანახული პრობლემების იდენტიფიცირებას.

*მთის ტურიზმის ცალკეული მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება - კონკრეტული რეგიონების და განსხვავებული ტურისტული პროფილების მიხედვით.*

რეგიონებში, მთის ტურიზმის განვითარებისთვის საჭირო ფაქტორებს შორის, პირველ რიგში სახელდება ტურისტული პოტენციალის მქონე ობიექტების განვითარების აუცილებლობა, შესაბამისი ტურისტული ინფრასტრუქტურის, სათანადო კვალიფიკაციის მქონე მომსახურე პერსონალი/გიდების, ტურისტული ობიექტისთვის დამახასიათებელი ინვენტარის, უსაფრთხოების ღონისძიებების განსაკუთრებული მხარდაჭერა.

ყველაზე მოთხოვნად რეგიონებს შორის ძირითადად გამოყოფენ სვანეთს, თუშეთს და ხევს (ყაზბეგი), ხოლო ტურისტულ აქტივობებს შორის ყველაზე მოთხოვნადად ასახელებენ - სათავგადასავლო ტურიზმს: საფეხმავლო ტურები და ალპინიზმი, კულტურული ტურიზმი - ადგილობრივი ისტორიული (როგორც ბუნებრივი, ასევე კულტურული) ღირშესანიშნავობების მონახულებას.

კონკრეტულ რეგიონებთან მიმართებით, როგორცაა ხევი, სვანეთი და ბორჯომ-ხარაგაული განსაკუთრებით აქტუალურად ასახელებენ ზამთრის ტურისტული სახეობების კიდევ მეტად განვითარების საჭიროებას - სათანადო ტურისტული ინფრასტრუქტურის და სერვისების მხარდაჭრით.

კვლევით გამოიკვეთა, რომ ტურისტებს მთაში პირველ რიგში იზიდავთ რეგიონის ბუნებრივი გარემო-პირობები, მისი ავთენტური მდგომარეობა და გასტრონომიული მრავალფეროვნება. შემდეგ უკვე ტურისტული მიმართულებების და ობიექტების შესაძლებლობა - როგორებიცაა სათავგადასავლო ტურიზმი, კულტურული ტურიზმი, ტრეკინგი და ჰაიკინგი, გასტრო ტურიზმი და ა.შ.

ეს კი პირდაპირ მიუთითებს იმაზე, რომ თითოეული ამ ფაქტორის მდგომარეობა და მათით ტურისტების კმაყოფილება მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონის განმაპირობებელი და პირდაპირპროპორციულია.

პრობლემურ გამოწვევად რჩება მასიური ტურიზმი, რომელიც როგორც წესი იწვევს არაერთ პრობლემას: ახდენს ტურისტული ადგილების ქაოსურ განაშენიანებას, იწვევს ტურისტებისთვის შეთავაზებული სერვისების ხარისხის ვარდნას - რაც თავის მხრივ ამცირებს ტურისტების კმაყოფილების ხარისხს და ამავდროულად ზრდის უბედური შემთხვევების რისკს. ეს კი თავის მხრივ - ხაზს უსვამს კვლევის დამოუკიდებელი ცვლადების - „ტურისტული სერვისები“ და „მდგრადი განვითარების პოლიტიკა“ მნიშვნელოვნებას მთის ტურიზმის განვითარების საქმეში.

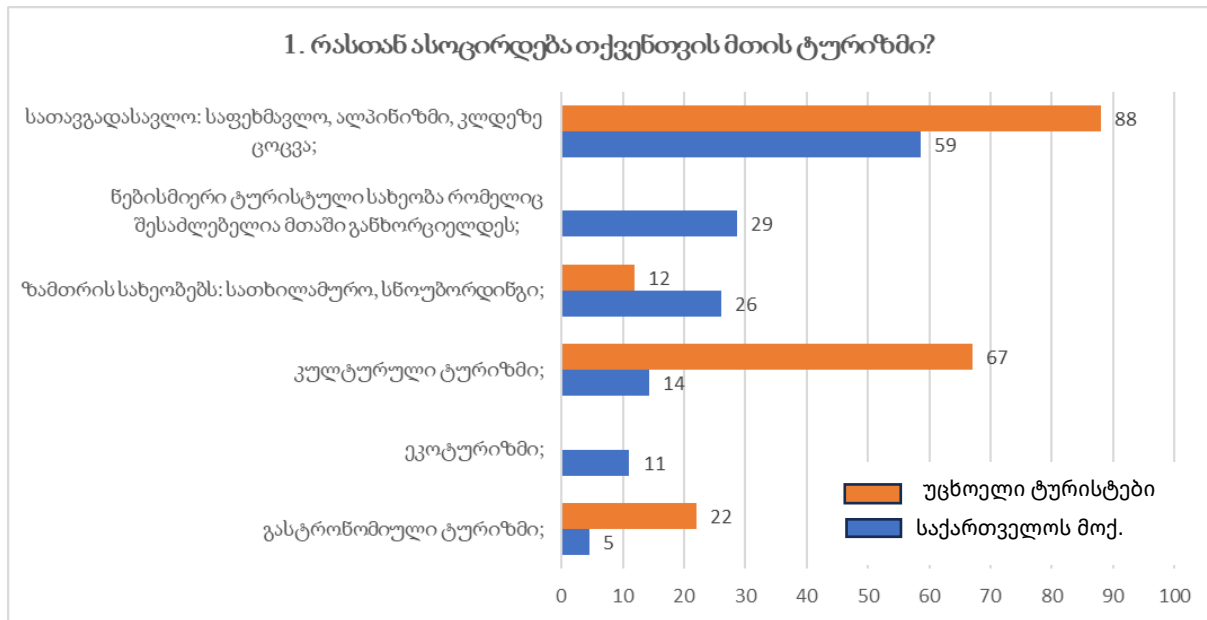
## რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში

რაოდენობრივი კვლევით მიღებული მონაცემები სრულად ჯგუფდება კვლევის მეთოდოლოგიით განსაზღვრული მეშვიდე ამოცანის პასუხად, რომელსაც ქვემოთ გთავაზობთ:

**ამოცანა 7: მთის ტურისტების პროფილების განსაზღვრა და მათი ქცევის მახასიათებლების იდენტიფიცირება - მთაში სიარულის მოტივატორების და რეჟექტორების ვიზუალიზაცია;**

კვლევის მიზნით განსაზღვრული ტურისტული პროფილების, მათი დამოკიდებულებების, მოთხოვნების, კმაყოფილება-უკმაყოფილების მიზეზების და ქცევის პრეფერენციების დასადგენად ჩატარებული რაოდენობრივი კვლევის შედეგები შემდეგნაირად გამოიყურება:

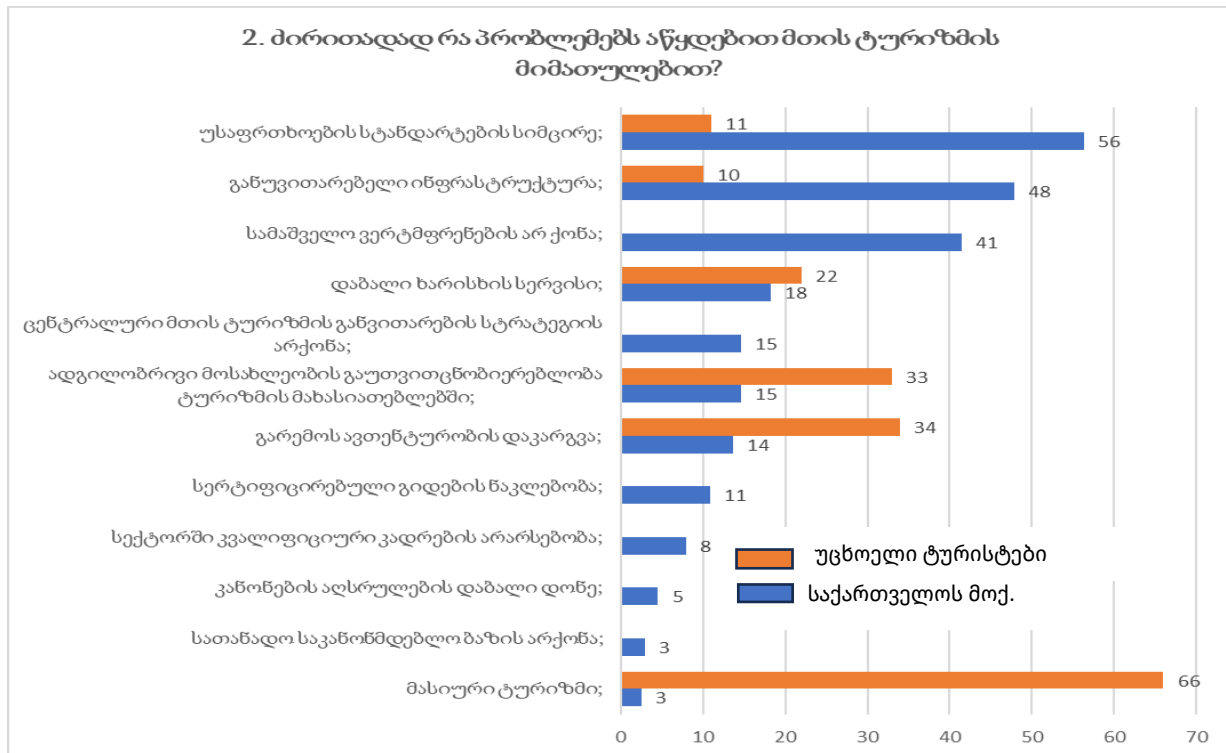
შეკითხვაზე, თუ „რასთან ასოცირდება თქვენთვის სამთო ტურიზმი“, შედეგები საინტერესოდ განსხვავებულია ქართველი და უცხოელი ტურისტების მიხედვით: (იხ. გრაფიკი 1)



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

როგორც ვხედავთ, ქართველებისგან განსხვავებით, უცხოელი ტურისტები სამთო ტურიზმში ტრადიციული სამთო დარგების გარდა, მოიაზრებენ კულტურულ ტურიზმს და გასტრო ტურიზმს. ეს მაჩვენებელი კი კარგი მინიშნებაა მთის ტურიზმის უცხოურ ბაზრებზე პოპულარიზებისთვის, სათანადო ტურისტული აქტივობის შექმნისთვის, პოზიციონირებისთვის და მისი რეკლამირებისთვის.

საინტერესო პასუხებს ვხვდებით შეკითხვაზე: „**ძირითადად რა პრობლემებს აწყდებით მთის ტურიზმის მიმართულებით?**“ (იხ. გრაფიკი 2)

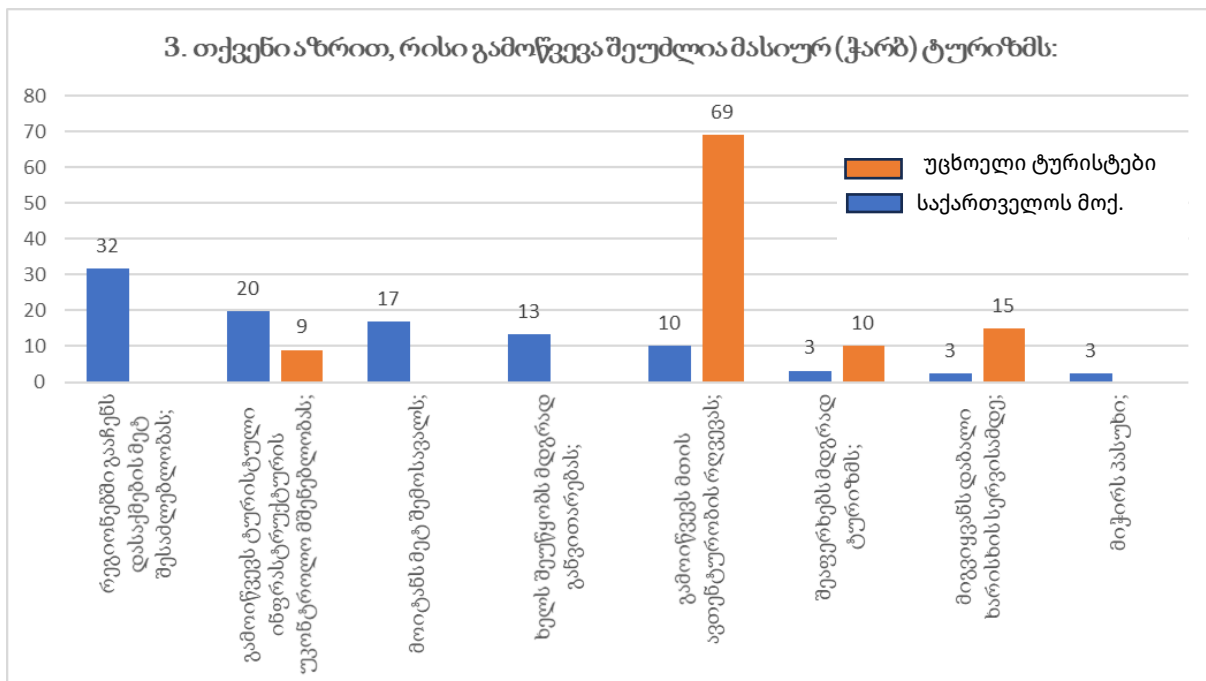


(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

როგორც ვხედავთ, მაშინ როცა ქართველი ტურისტებისთვის მთის ტურიზმის პრობლემებს შორის მთავარ ადგილს უსაფრთხოების სტანდარტების დაუცველობა და განუვითარებელი ინფრასტრუქტურა წარმოადგენს, უცხოელი მოგზაურები აქცენტირებას მასიურ ტურიზმზე, გარემოს ავთენტურობის დაკარგვასა და ადგილობრივი მოსახლეობის ტურიზმის პრინციპებში გაუთვითცნობიერებლობაზე საუბრობენ. ეს მაჩვენებლები პირდაპირ მიუთითებს იმ საჭიროებებზე, რომელიც

მთის ტურიზმს აქვს და რომელიც ხელს უშლის ტურიზმის სათანადო განვითარებას. მთის ტურიზმისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორების მსგავსი განსხვავებულობა ქართველი და უცხოელი მოგზაურებისთვის, მნიშვნელოვანი მინიშნება და სასარგებლო ინფორმაცია ტურისტული ბაზრების სწორი სეგმენტირებისთვის და მიზნობრივ აუდიტორიებზე გასვლის ადეკვატური ბიზნეს მოდელის შემუშავებისთვის.

რესპონდენტებს ასევე ვკითხეთ, თუ რა შეეძლო გამოეწვია ჭარბ/მასიურ ტურიზმს (იხ. გრაფიკი 3)

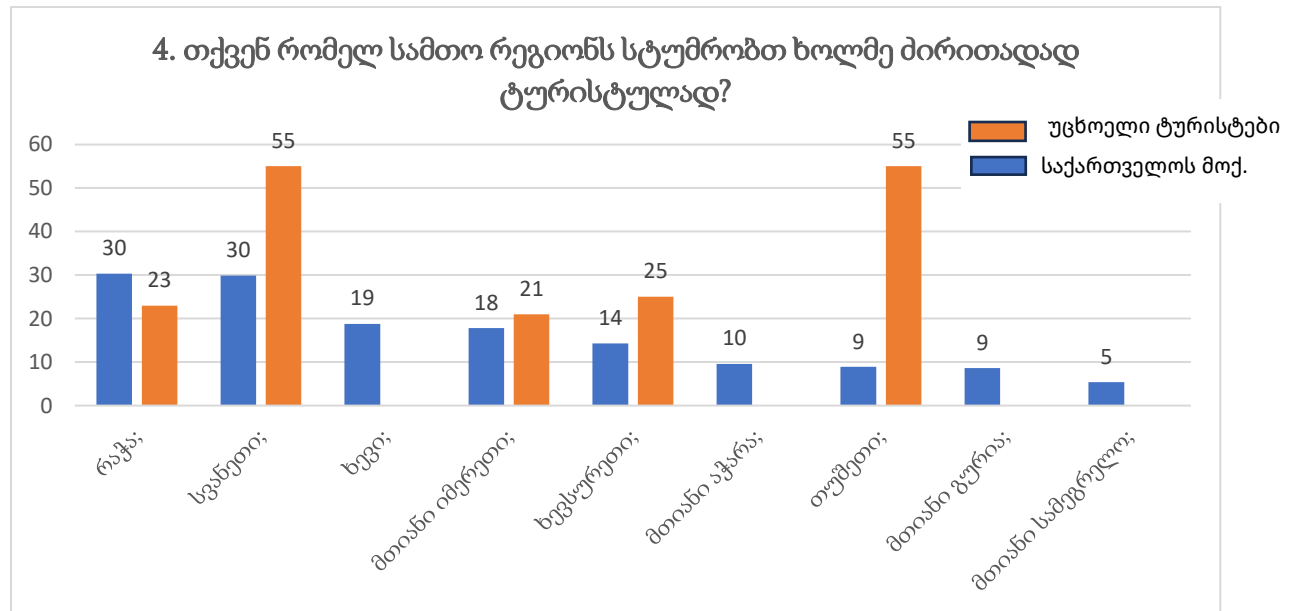


(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

როგორც გრაფიკზეც ჩანს, აქ განსაკუთრებულად განსხვავებული აღქმები აქვთ ქართველ და უცხოელ მოგზაურებს - ქართველების 32% + 17% მასიურ ტურიზმს პოზიტიურ ფაქტორად აღიქვამს და მისგან საფრთხეს არ ელოდება, მხოლოდ მათი 20%-სთვისაა ჭარბი ტურიზმი უკონტროლო მშენებლობებთან ასოცირებული. ამის საპირისპიროდ, უცხოელი ტურისტები (69%) მასიურ ტურიზმში ბუნების ავთენტურობის რღვევის სერიოზულ საფრთხეებს ხედავენ და ასევე აღნიშნავენ, რომ ის აუცილებლად გამოიწვევს მომსახურების ხარისხის ვარდნას.

ის ფაქტი, რომ ქართველი და უცხოელი მოგზაურები განსხვავებულად აღიქვამენ ჭარბი ტურიზმის საფრთხეებს - პირდაპირ მიუთითებს საქართველოში მთის ტურიზმის განვითარების სერიოზულ ხელისშემშლელ ფაქტორზე - ადგილობრივი მოსახლეობის გაუთვითცნობიერებულობაზე მდგრად განვითარებასთან და ზოგადად, ტურიზმის თავისებურებებთან მიმართებით. ის ფაქტი, რომ ქართველები პოზიტიურ მოვლენად აღიქვამენ მასიურ ტურიზმს, ხოლო უცხოელები - ნეგატიურად, უკვე მიუთითებს ტურიზმის საფრთხეებზე საქართველოში და იმ ღონისძიებების აუცილებლობაზე, რომელიც ერთის მხრივ შეზღუდავს ქვეყანაში უკონტროლო ტურისტული ნაკადების შემოდინებას და მეორეს მხრივ უზრუნველყოფს ადგილობრივი მოსახლეობის ცნობიერების დონის ზრდაზე. ეს კი თავის მხრივ სამთო ტურიზმს ახალ, განვითარების უფრო მაღალ საფეხერზე აიყვანს.

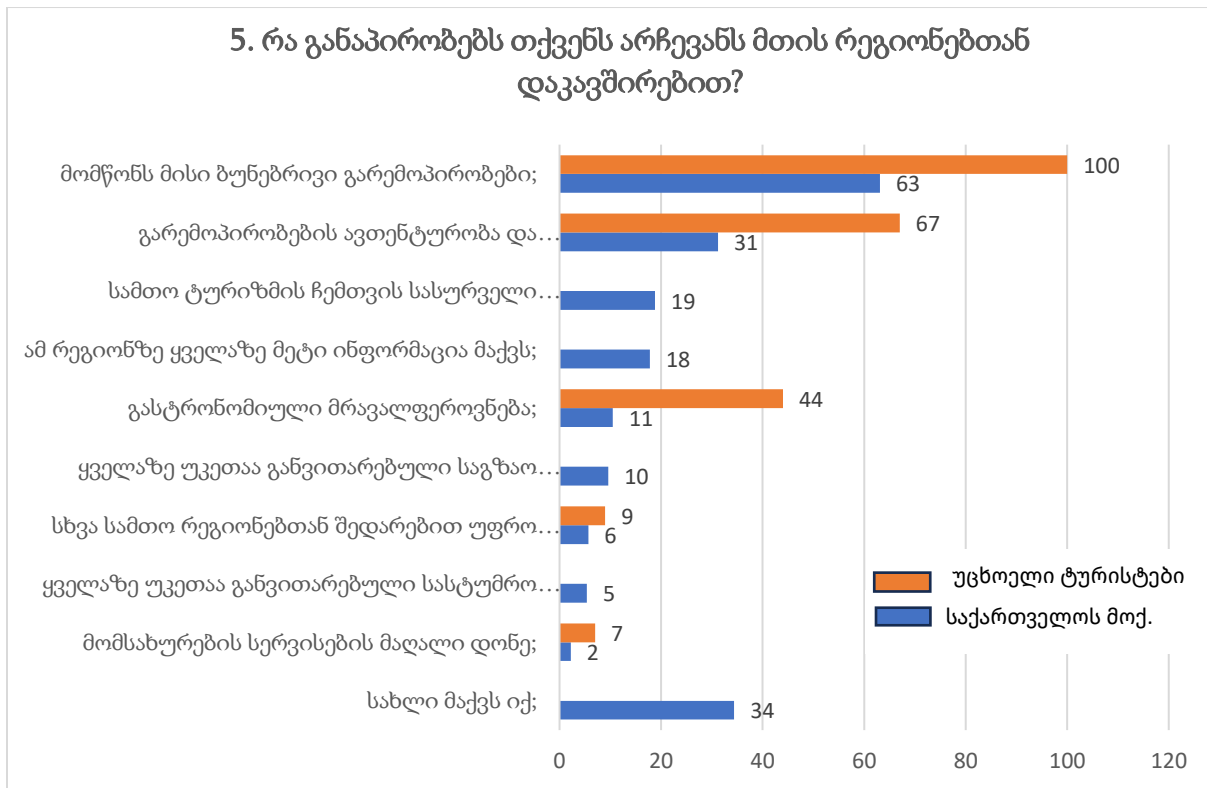
კვლევით იდენტიფიცირდა ასევე ქართველი და უცხოელი ტურისტებისთვის ტურისტულად ყველაზე პოპულარული ადგილები (იხ. გრაფიკი 4).



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

აღსანიშნავია, რომ ქართველი მოგზაურებისთვის ყველაზე პოპულარულ რეგიონებს შორის ლიდერობს რაჭა, სვანეთი, ხევი და მთიანი იმერეთი. ხოლო უცხოელი ტურისტებისთვის - თუშეთი, სვანეთი და ხევსურეთი.

შემდეგი შეკითხვის პასუხებით ირკვევა ამ არჩევანის მიზეზებიც (იხ. გრაფიკი 5),

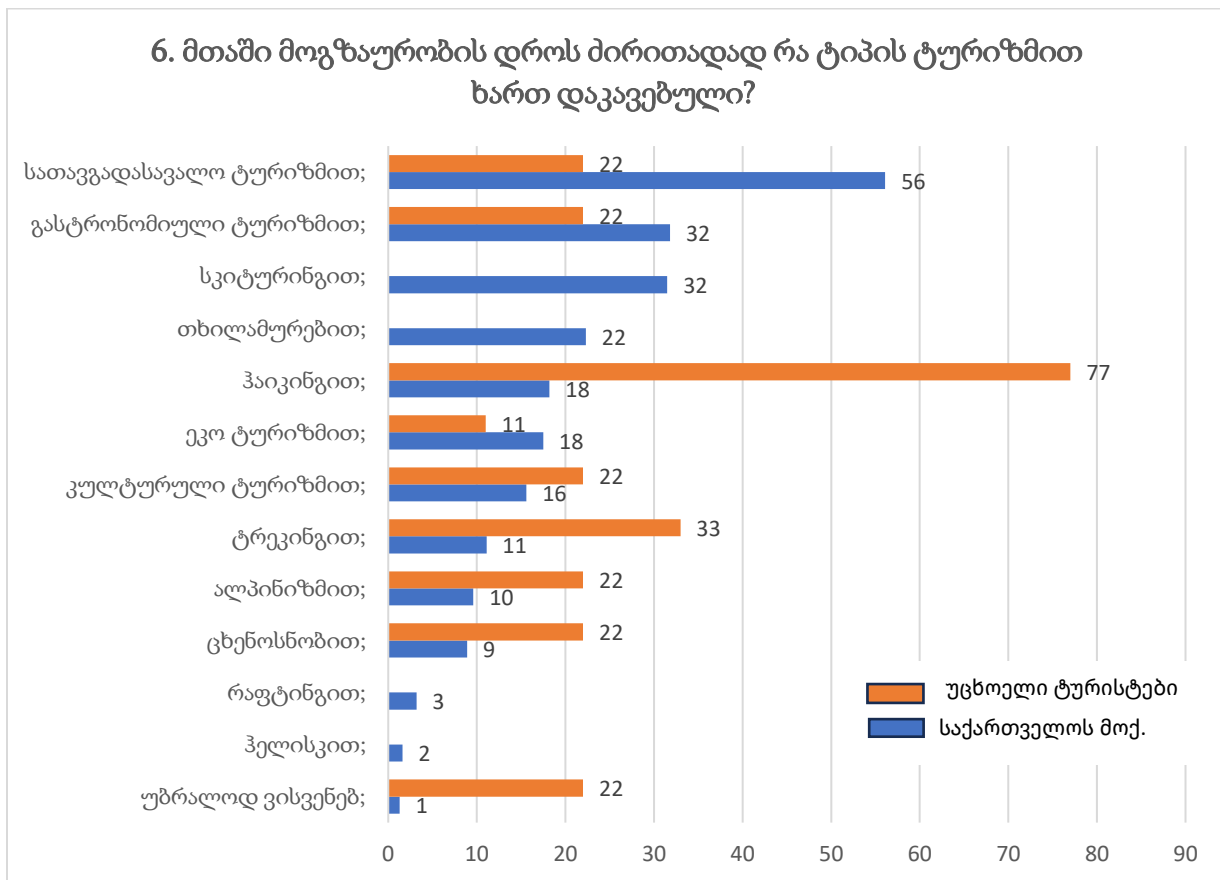


(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

რომლის მიხედვითაც როგორც უცხოელი, ასევე ქართველი ტურისტებისთვისაც რეგიონში სტუმრობის მთვარი მოტივატორი მისი ბუნებრივი და ამავდროულად ავთენტური გარემოპირობებია. თუმცა, არსებობს განსხვავებული პასუხებიც - რომლის მიხედვითაც უცხოელ სტუმრებს განსაკუთრებულად ხიბლავთ არჩეული რეგიონის გასტრონომიული თავისებურებები, ხოლო ქართველი მოგზაურების არჩევანს დიდწილად განაპირობებს კონკრეტულ რეგიონში საკუთარი სახლის ქონა (რაც ბუნებრივია, მოულოდნელი არ ყოფილა).

ის, რომ ავთენტურობა და გასტრონომიული მახასიათებლები არჩევანის გაკეთების უპირობო მოტივატორებს წარმოადგენს, პირდაპირი მინიშნებაა ამთუიმ რეგიონის პოპულარიზების და პოზიციონირების, მისი უნიკალობის გამოკვეთის მარკეტინგულ სტრატეგიაში, რომელიც ტურისტული ბაზრების სეგმენტაციის პროცესის შემადგენელი ნაწილია.

კვლევის შემდეგი შეკითხვა, ქართველი და უცხოელი ტურისტებისთვის პოპულარულ სამთო მიმართულებებს ეხებოდა (იხ. გრაფიკი 6)



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

როგორც ვხედავთ, აქაც განსხვავებული სურათი გვაქვს ქართველების და უცხოელების ჭრილში: ქართველი მოგზაურების 56% სათავგადასავლო ტურიზმს ანიჭებს უპირატესობას, 32% - სათხილამურო და სკიტურიზმს. ხოლო უცხოელების - 77% ჰაიკინგით და 33% კი ტრეკინგითაა დაკავებული. აღსანიშნავია, უცხოელი მოგზაურების განსაკუთრებული დაინტერესება ალპინიზმით და საცხენოსნო

ტურიზმით, რომლითაც ისინი ქართველი მოგზაურებისგან საგრძნობლად განსხვავდებიან (იხ. გრაფიკი 6)

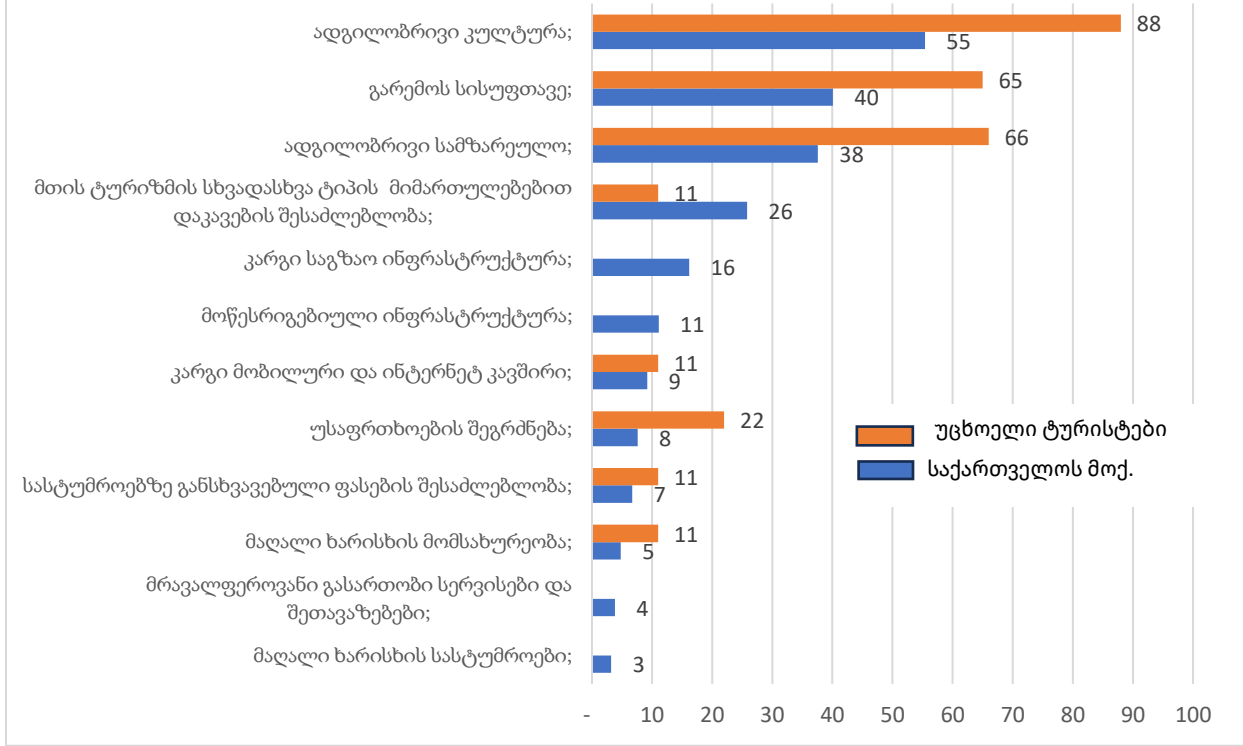
აქვე ვხვდებით ორივე ტიპის ტურისტისთვის სასურველ ისეთ ტურისტულ მიმართულებებს, როგორებიცაა: გასტრო ტურიზმი 32% და 22%, კულტურული ტურიზმი - 22% და 16%, ეკო-ტურიზმი - 18% და 11%.

მოცემული შედეგები პირდაპირ ახდენს ტურისტული ინტერესების განსაზღვრას და მათ ბუნებრივ სეგმენტაციას მთის ტურიზმის მიმართულებების თვალსაზრისით. ეს კი ტურისტული ბაზრების სეგმენტირებისთვის, უნიკალური პროდუქტების ხაზგასმისთვის და მიზნობრივი სარეკლამო კამპანიების წარმოებისთვის, იდეალურ სტარტს წარმოადგენს. ეს ყველაფერი, საბოლოო ჯამში ქვეყნის სასურველ პოზიციონირებას - გახდეს უნიკალური ტურისტული პროდუქტის შემთავაზებელი ქვეყანა - შეუწყობს ხელს.

რაოდენობრივი კვლევის რესპონდენტებმა - როგორც ქართველებმა, ასევე უცხოელებმა - ისაუბრეს ასევე მთაში მოგზაურობისას მათ წინაშე წამოჭრილ პოზიტიურ და ნეგატიურ ფაქტორებზეც.

პოზიტიურ ფაქტორებს შორის, როგორც ქართველები, ასევე უცხოელები, ერთნაირი მნიშვნელოვნებით ასახელებენ რეგიონის კულტურას, გარემოს სისუფთავეს და ადგილობრივ სამზარეულოს (იხ. გრაფიკი 7). აღსანიშნავია, რომ უცხოელი მოგზაურები პოზიტიურ ფაქტორებს შორის გამოყოფენ უსაფრთხოების შეგრძნებასაც.

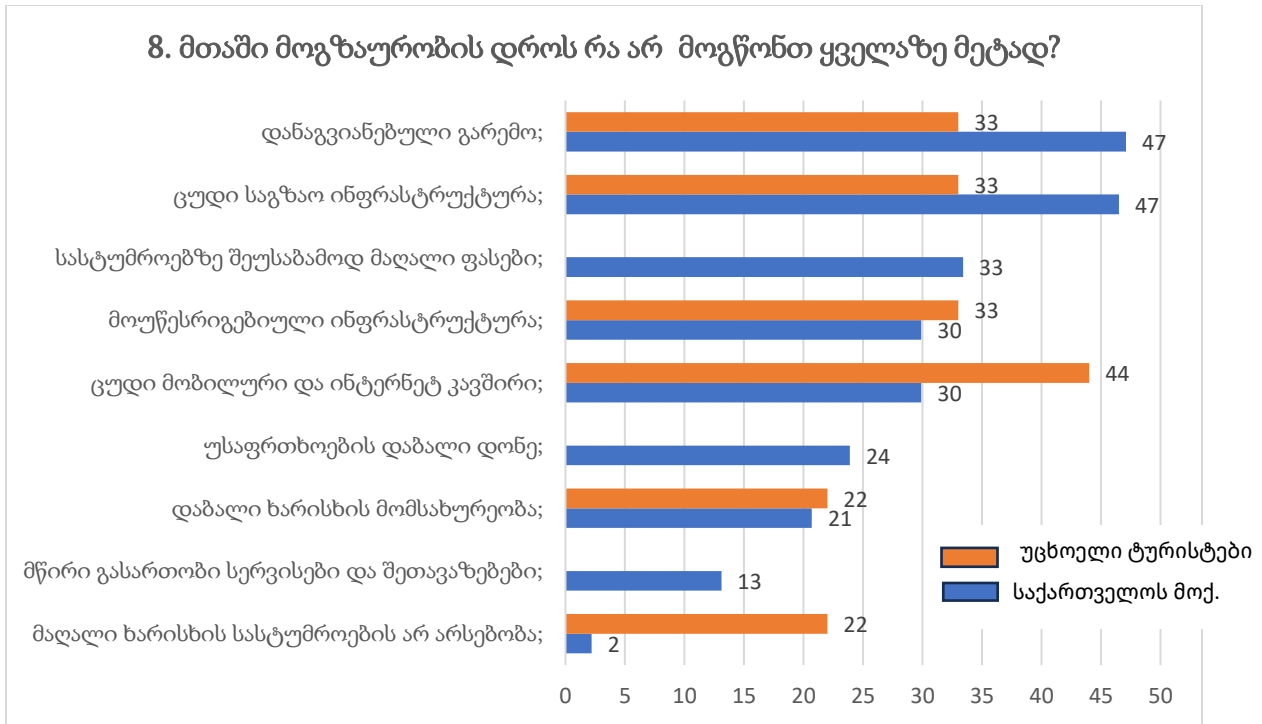
### 7. მთაში მოგზაურობის დროს რა მოგწონთ ყველაზე მეტად?



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

თუმცა უნდა ითქვას ისიც, რომ გარდა პოზიტიური მხარეებისა, კვლევის რესპონდენტები ნეგატიურ ასპექტებზეც ამახვილებენ ყურადღებას და ამბობენ, რომ მთაში მოგზაურობის ყველაზე ნეგატიური აღქმები უკავშირდება მთელ რიგ შემთხვევებში გარემოს დანაგვიანების ფაქტების არსებობას (47%/33%), ცუდ საგზაო ინფრასტრუქტურას (48%/33%), უცხოელებისთვის განსაკუთრებით მტკივნეულია ცუდი მობილური ინტერნეტი (44%) და მოუწესრიგებელი ტურისტული ინფრასტრუქტურა (33%), ასევე მათთვის თვალშისაცემია დაბალი ხარისხის მომსახურება და მაღალი დონის სასტუმროების არარსებობის შემთხვევები.

(იხ. გრაფიკი 8)

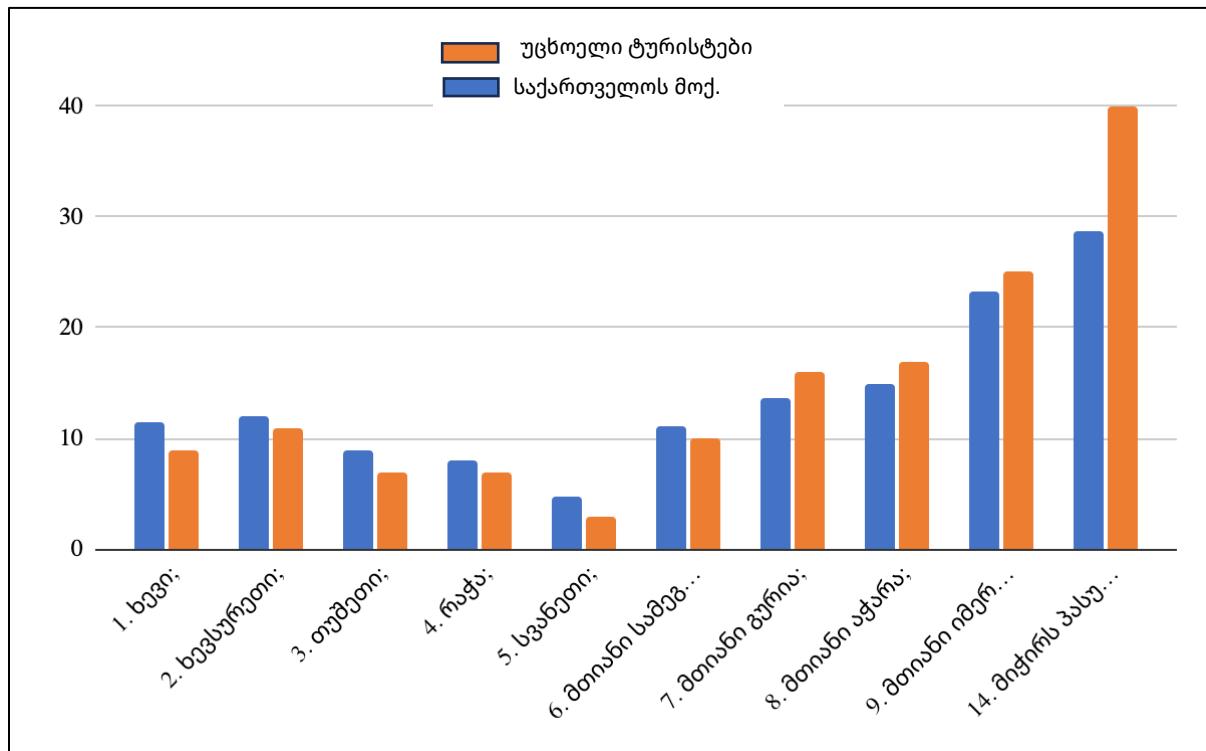


(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

კვლევის რესპონდენტების მიერ დასახელებული დადებითი და უარყოფითი ფაქტორების ჩამონათვალი, რომელიც მათი გამოცდილებით ქართული მთის ტურიზმის მახასიათებლებში გვხვდება - ინფორმაციულად ავსებს ტურისტულ პროფილებს და ნათელ სურათს ქმნის იმ საჭიროებებზე, რომელიც დღეს დგას ქართულ ტურიზმში. ეს ეხება როგორც დადებით, ასევე უარყოფით პარამეტრებს, რადგან სექტორის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია ერთის მხრივ ნეგატიური ასპექტების აღმოფხვრა, ხოლო მეორეს მხრივ დადებითი ინდიკატორების გაძლიერება. ხოლო თუ ქვეყანა აპირებს ტურისტული ბაზრების სეგმანტაციას და ტურისტული პროფილების მიხედვით განსხვავებული/უნიკალური შეთავაზებებით პოზიციონირებას, რაზეც ისეუბრეს კიდევ ტურიზმის სფეროს ექსპერტებმა თვისებრივი კვლევის ფარგლებში - მაშინ, კვლევით გამოკვეთილ პოზიტიურად აღქმულ მახასიათებლებზე ხაზგასმა, ხოლო ნეგატიური კომპონენტების გამოსასწორებელ სამოქმედო გეგმაში ჩასმა - სწორედ რომ ტურიზმის მდგრად განვითარებას შეუწყობს ხელს.

რესპონდენტებს ასევე ვკითხეთ, თუ რომელი რეგიონი იყო მათი გამოცდილებით ყველაზე ნაკლებად ტურისტულად განვითარებული საქართველოში და რა იყო ამისი მიზეზი (იხ. გრაფიკი 9 და გრაფიკი 10)

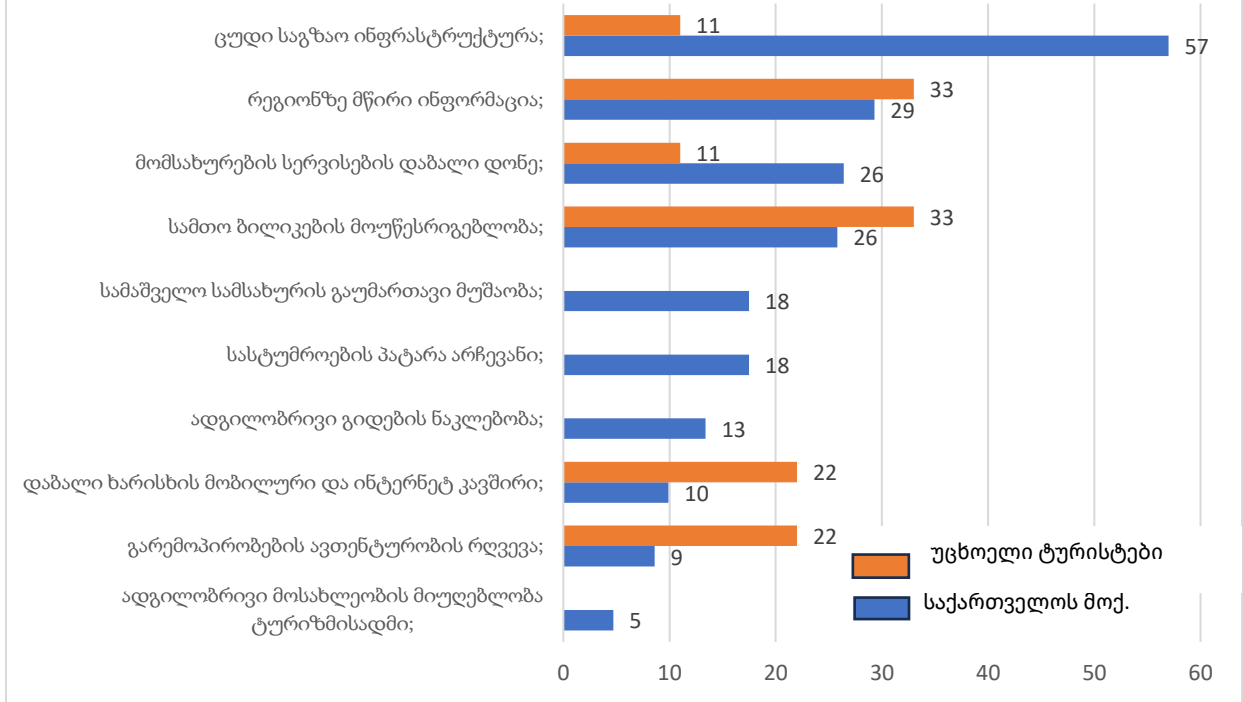
**9. თქვენი აზრით, დღეს საქართველოში რომელი სამთო რეგიონებია ყველაზე ცუდად განვითარებული ტურისტული თვალსაზრისით?**



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

როგორც გრაფიკზეც ხედავთ, ყველაზე ნაკლებგანვითარებულ ტურისტულ რეგიონებად (როგორც ქართველებში, ასევე უცხოელებში) დასახელდა მთიანი აჭარა, მთიანი გურია, მთიანი იმერეთი - მის შემდეგ უკვე თუშეთი და ხევსურეთი. ხოლო ამ რეგიონების ნაკლებად ტურისტული მიმართულებით განვითარების მიზეზებს შორის, როგორც მოსალოდნელი იყო, ყველაზე მეტი პროცენტული მნიშვნელოვნებით გამოიკვეთა: (იხ. გრაფიკი 10)

### 10. თქვენი აზრით, რა განაპირობებს ამ რეგიონების ნაკლებ განვითარებას?



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

უცხოელებს შორის - მწირი ინფორმაცია რეგიონზე (33%), სამთო ბილიკების მოუწესრიგებლობა (33%), გარემოპირობების ავთენტურობის რღვევა (22%) და ცუდი ხარისხის მობილური ინტერნეტი (22%).

ეს მაჩვენებლები პირდაპირ მიუთითებს იმაზე, რომ მთელ რიგ რეგიონებს - როგორებიცაა მაგალითად მთიანი აჭარა, გურია, იმერეთი - ფაქტიურად არც კი იცნობენ უცხოელი მოგზაურები, რადგან ქვეყანა მათ მიზნობრივ პოზიციონირებას და რეკლამირებას არ აკეთებს! ეს ისევ და ისევ ტურიზმის განვითარების ერთიანი, ისევე როგორც რეგიონული სტრატეგიების არქონით აიხსნება!

ხოლო იმ რეგიონებში, რომელთაც იცნობენ - თვალში ხვდებათ ავთენტურობის რღვევის შემთხვევები და სამთო ბილიკების მოუწესრიგებლობა (სხვათაშორის ეს უკანასკნელი აქტუალურია ქართველი ტურისტებისთვისაც). ეს ყველაფერი ტურიზმის უკონტროლო განვითარებითა და პრიორიტეტების არასწორი

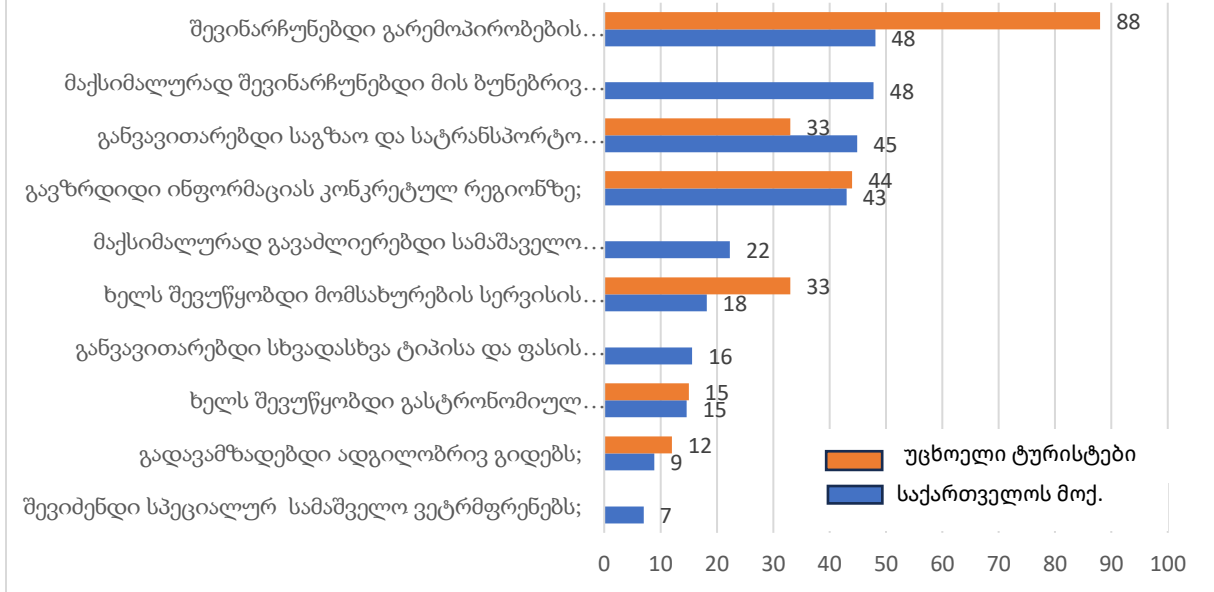
განაწილებითაა გამოწვეული - რაც შემდგომში აუცილებლად გამოიწვევს ტურისტული ინტერესების დაკლებას ამ მიმართულებით.

ქართველი მოგზაურებისთვის კი რეგიონების ტურისტულად ნაკლებად განვითარების მიზეზებს შორის სახელდება (იხ. გრაფიკი 10): ცუდი საგზაო ინფრასტრუქტურა (57%), რეგიონზე მწირი ინფორმაცია (29%), მომსახურების დაბალი დონე (26%), სამთო ბილიკების მოუწესრუგებლობა (26%),სასტუმროების მცირე არჩევანი (18%)

როგორც ვხედავთ, რეგიონის განვითარების ხელისშემშლელ ფაქტორებს შორის ქართველი ტურისტებისთვისაც აქტუალურია რეგიონზე მწირი ინფორმაცია და სამთო ბილიკების პრობლემა - რაც უკვე პირდაპირ მიუთითებს რეგიონის განვითარებისთვის აუცილებელი ღონისძიებების პრიორიტეტებზე. ხოლო ტურისტული ნაკადების მიზნობრივი და სისტემური მართვისთვის - აუცილებელია იმ შემაფერხებელი ფაქტორებისთვის ყურადღების მიქცევა, რაც ამათუიმ სეგმენტისთვის მოგზაურობის დაგეგმვის მნიშვნელოვან მამოტივირებელ, ისევე როგორც შემაფერხებელ გარემოებას წარმოადგენს.

წინამდებარე ინფორმაციის შევსებისა და სრულყოფისთვის დავსვით შეკითხვა, თუ რის დამატებას/გაუმჯობესებას ისურვებდნენ მთაში მეტად კომფორტული მოგზაურობისთვის (იხ. გრაფიკი 11)

11. რის გაუმჯობესებას/დამატებას ისურვებდით იმისთვის, რომ თქვენთვის მთაში მოგზაურობა უფრო სასურველი და კომფორტული გახდეს?



(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

როგორც გრაფიკზეც ჩანს, ორივე ტიპის მოგზაურებისთვის (ქართველები/უცხოელები), მთავარი გამოსასწორებელი პარამეტრი არის გარემოპირობების ავთენტურობის, მისი კულტურის და ბუნებრივი მახასიათებლების შენარჩუნების აუცილებლობა!

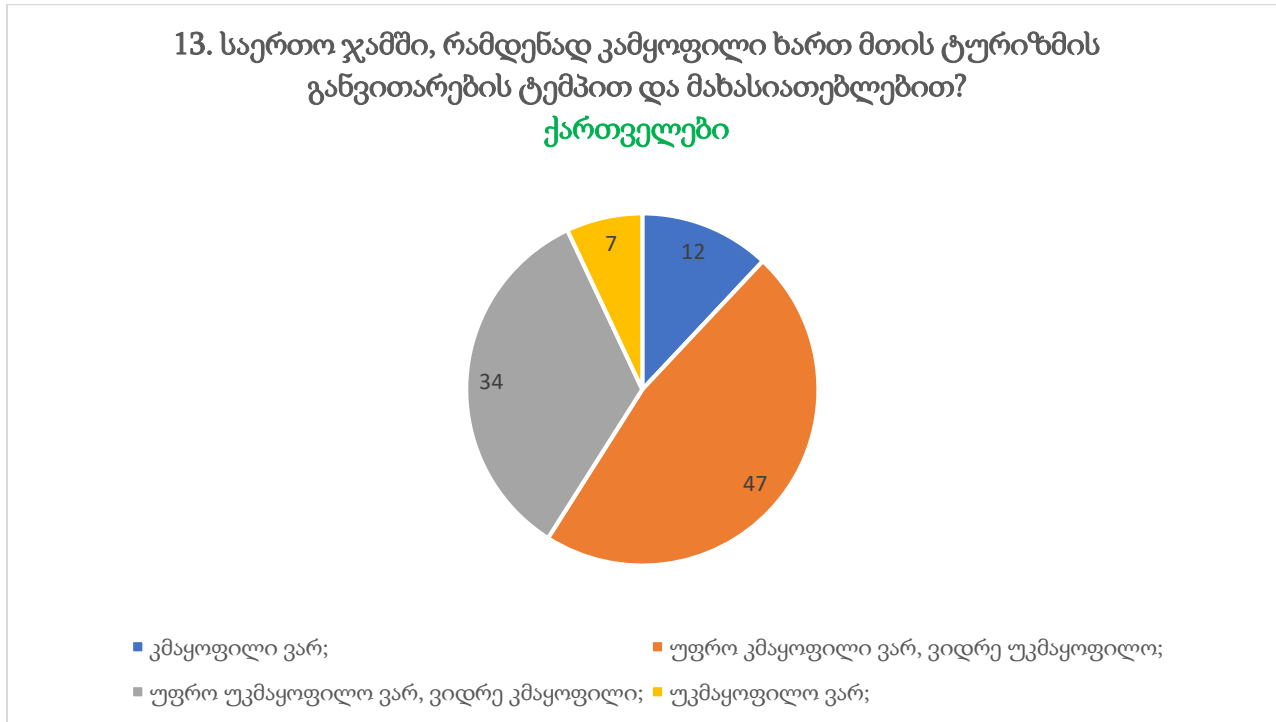
ამის შემდეგ, კი ასევე ორივე სეგმენტისთვის მნიშვნელოვანი წინ გადადგმული ნაბიჯი იქნებოდა რეგიონზე ინფორმაციის გაზრდა (43% და 44%), სატრანსპორტო და საგზაო ინფრასტრუქტურის განვითარება (45% და 33%), ასევე მომსახურების ხარისხის ამაღლების ხელშეწყობა (33%) და სამაშველო სამსახურის გაძლიერება (22%).

მოცემული შედეგებით, პირდაპირ იდენტიფიცირდება იმ რეკომენდირებულ ღონისძიებათა ჩამონათვალი, რომელიც უნდა გატარდეს მთის ტურიზმის მხარდაჭერისთვის და რომელიც გამომდინარეობს უშუალოდ ტურისტების ქცევის მახასიათებლებიდან და მათი სურვილებიდან. შესაბამისად, წინამდებარე კვლევის შედეგები პირდაპირ გადის რეკომენდაციათა სისტემაზე და აყალიბებს მთის

ტურიზმის განვითარების სტრატეგისთვის აუცილებელი ღონისძიებების ჩამონათვალს.

ბოლოს, ვნახოთ როგორია მთის ტურიზმის განვითარების ტენდენციებით კმაყოფილების მაჩვენებლები როგორც ქართველ, ასევე უცხოელ ტურისტებში (იხ. გრაფიკი 13);

### ქართველები გრაფიკი 13.1

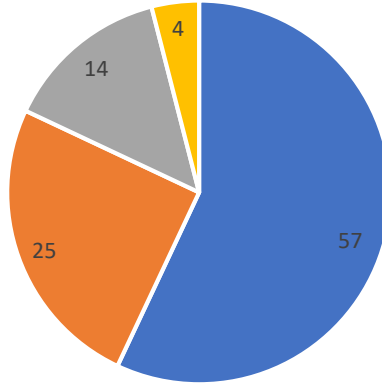


(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

უცხოელები - შემდეგნაირად: გრაფიკი 13.2

13. საერთო ჯამში, რამდენად კამყოფილი ხართ მთის ტურიზმის განვითარების ტემპით და მახასიათებლებით?

უცხოელები



- კმაყოფილი ვარ;
- უფრო კმაყოფილი ვარ, ვიდრე უკმაყოფილო;
- უფრო უკმაყოფილო ვარ, ვიდრე კმაყოფილი;
- უკმაყოფილო ვარ;

(შედგენილია ავტორის მიერ 2024წ)

მოცემული შედეგები მიუთითებს იმაზე, რომ უცხოელი ტურისტები მეტად კმაყოფილები არიან საქართველოში მთის ტურიზმის განვითარების ტენდენციით და აქვთ ნაკლები პრეტენზია ამ მიმართლებით, ვიდრე ქართველებს :)

რაც სავარაუდოდ იმითაა გამოწვეული, რომ ქვეყნის ტურიზმის განვითარების სტარტეგია მეტადაა ორიენტირებული საერთაშორისო მოგზაურებზე და მათი კმაყოფილების მიღწევაზე - შესაბამისად, მეტად ახდენს მათი შესაძლო ინტერესების გათვალისწინებას ტურისტული ბიზნესის მხარდაჭრის მიმართულებით. თუმცა, შიდა ტურისტების ინტერესების ცონდა და მათი გათვალისწინება - და ამით შიდა ტურიზმის მხარდაჭრა-განვითარება, ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის სტაბილურობისთვის არანაკლებ მნიშვნელოვანი და საჭიროა, რასაც ადასტურებს კიდევ როგორც საექსპერტო კვლევის შედეგები, ასევე საერთაშორისო გამოცდილება ამ სფეროში.

## რაოდენობრივი კვლევის შემაჯამებელი ანგარიში

*მთის ტურისტების პროფილების განსაზღვრა და მათი ქცევის მახასიათებლების იდენტიფიცირება - მთაში სიარულის მოტივატორების და რეჟექტორების ვიზუალიზაცია;*

უცხოელი და ქართველი ტურისტებისთვის, სამთო ტურიზმი ძირითადად ასოცირდება ისეთ სათავგადასავლო მიმართულებებთან, როგორებიცაა საფეხმავლო და კულტურული ტურიზმთან, ალპინიზმთან და კლდეზე ცოცვასთან, ასევე გასტრონომიულ ტურიზმთან (იხ. გრაფიკი 1) - ეს მაჩვენებელი კი კარგი მინიშნებაა მთის ტურიზმის როგორც ქართულ, ასევე უცხოურ ბაზრებზე პოპულარიზებისთვის, სათანადო ტურისტული აქტივობის შექმნისთვის, პოზიციონირებისთვის და მისი რეკლამირებისთვის.

ტურიზმის მიმართულებით პრობლემებს შორის განსაკუთრებულად ფიგურირებს: უსაფრთხოების სტანდარტების დაუცველობა, განუვითარებელი ტურისტული ინფრასტრუქტურა, დაბალი ხარისხის ტურისტული სერვისების და მათი მრავალფეროვნების სიმწირე (იხ. გრაფიკი 2). განსაკუთრებით აღნიშვნის ღირსია, უცხოელი ტურისტებისთვის მნიშვნელოვან პრობლემად აღქმული - ჭარბი/მასიური ტურიზმის ტენდენცია, რომელიც ერთი შეხედვით პოზიტიურ მაჩვენებლად აღიქმება, რადგან დამატებით შემოსავალს იძლევა - თუმცა, გრძელვადიან პერსპექტივაში იწვევს ისეთ ტურისტულ პრობლემებს, როგორებიცაა სერვისის ხარისხის ვარდნა, გაუმართავი ინფრასტრუქტურის გამძაფრებელი აღქმა, გარემოს ავთენტურობის რღვევა, უსაფრთხოების სისტემის მოშლა და ა.შ. ეს მაჩვენებლები პირდაპირ მიუთითებს იმ საჭიროებებზე, რომელიც მთის ტურიზმს აქვს და რომელიც ხელს უშლის ტურიზმის სათანადო განვითარებას. მთის ტურიზმისთვის ხელისშემშლელი ფაქტორების მსგავსი განსხვავებულობა ქართველი და უცხოელი მოგზაურებისთვის, მნიშვნელოვანი მინიშნება და სასარგებლო ინფორმაცია ტურისტული ბაზრების სწორი სეგმენტირებისთვის და მიზნობრივ აუდიტორიებზე გასვლის ადეკვატური ბიზნეს მოდელის შემუშავებისთვის.

განსაკუთრებით საინტერესოა ქართველი ტურისტების დაბალი ცნობადობა ჭარბი ტურიზმის შედეგებთან მიმართებით (იხ. გრაფიკი 3), რადგან როგორც კვლევით იდენტიფიცირდება - ქართველი ტურისტები ჭარბ ტურიზმში მხოლოდ დადებით მხარეებს ხედავენ, ხოლო უცხოელი ტურისტები - უარყოფითს და ეს უარყოფითი არის გარემოს ავთენტურობის დაკარგვა და ტურისტული სერვისების ხარისხის ვარდნა - რაც რეალურად ახასიათებს კიდევ ჭარბ ტურიზმს. ის ფაქტი, რომ ქართველი და უცხოელი მოგზაურები განსხვავებულად აღიქვამენ ჭარბი ტურიზმის საფრთხეებს - პირდაპირ მიუთითებს საქართველოში მთის ტურიზმის განვითარების სერიოზულ ხელისშემშლელ ფაქტორზე - ადგილობრივი მოსახლეობის გაუთვითცნობიერებულობაზე მდგრად განვითარებასთან და ზოგადად, ტურიზმის თავისებურებებთან მიმართებით.

როგორც მოსალოდნელი იყოს ტურისტულად ყველაზე მიმზიდველ ადგილებად დასახელდა სვანეთი და თუშეთი, შემდეგ კი ხევსურეთი, მთიანი იმერეთი და რაჭა (იხ. გრაფიკი 4) - რაც ისევ და ისევ უკავშირდება წინამდებარე რეგიონების ბუნებრივ და ავთენტურ გარემოპირობებს, გასტრონომიულ მრავალფეროვნებას, აქტიურ მარკეტინგულ კომუნიკაციას და შედარებით უკეთეს საგზაო და ტურისტულ ტურისტულ ინფრასტრუქტურას (იხ. გრაფიკი 5).

ის, რომ ავთენტურობა და გასტრონომიული მახასიათებლები არჩევანის გაკეთების უპირობო მოტივატორებს წარმოადგენს, პირდაპირი მინიშნებაა ამთუიმ რეგიონის პოპულარიზების და პოზიციონირების, მისი უნიკალობის გამოკვეთის მარკეტინგულ სტრატეგიაში, რომელიც ტურისტული ბაზრების სეგმენტაციის პროცესის შემადგენელი ნაწილია. ასევე, ეს მაჩვენებელი პირდაპირ მიუთითებს კვლევის დამოუკიდებელი ცვლადების: მარკეტინგული აქტივობები და ინფრასტრუქტურის ხარისხი - მნიშვნელობაზე, რომელთა ხვედრით წილებს დამოკიდებულ ცვლადთან მიმართებით - ქვემოთ ვნახავთ.

კვლევით გამოკვეთილი ყველაზე პოპულარული ტურისტული გასართობები/მიმართულებები არის: სათავგადასავლო ტურიზმის სახეობები,

გასტრო-ტურიზმი, სათხილამურო და სკიტურინგი, ეკო და კულტურული ტურისტული მარშრუტები. ხოლო უცხოელებისთვის განსაკუთრებით აქტუალურია ჰაიკინგი, ტრეკინგი და ალპინიზმი - როგორც მთაში დასვენების მთავარი მოტივატორი (იხ. გრაფიკი 6). მოცემული შედეგები პირდაპირ ახდენს ტურისტული ინტერესების განსაზღვრას და მათ ბუნებრივ სეგმენტაციას მთის ტურიზმის მიმართულებების თვალსაზრისით. ეს კი ტურისტული ბაზრების სეგმენტირებისთვის, უნიკალური პროდუქტების ხაზგასმისთვის და მიზნობრივი სარეკლამო კამპანიების წარმოებისთვის, იდეალურ სტარტს წარმოადგენს. ეს ყველაფერი, საბოლოო ჯამში ქვეყნის სასურველ პოზიციონირებას - გახდეს უნიკალური ტურისტული პროდუქტის შემთავაზებელი ქვეყანა, შეუწყობს ხელს.

მთაში მოგზაურობის პროცესში გამოკვეთილ დადებით გამოცდილებებს შორის უპირობოდ ასახელებენ რეგიონის კულტურას და გასტრონომიულ შესაძლებლობებს, ხოლო უცხოელები განსაკუთრებულად აღნიშნავენ უსაფრთხოების შეგრძნებასაც (იხ. გრაფიკი 7)

თუმცა უნდა ითქვას ისიც, რომ გარდა პოზიტიური მხარეებისა, ყურადღებას აქცევენ და შესაბამისად აფასებენ იმ ნეგატიურ ფაქტორებს, რაც მთაში მოგზაურობისას განსაკუთრებულად ხვდებათ თვალში: გარემოს დანაგვიანების ხშირი შემთხვევები, ცუდი საგზაო და გაუმართავი ტურისტული (მათ შორის საკომუნიკაციო) ინფრასტრუქტურები, ტურისტული სერვისის დაბალი დონე (იხ. გრაფიკი 8)

ეს მონაცემები ინფორმაციულად ავსებს ტურისტულ პროფილებს და ნათელ სურათს ქმნის იმ საჭიროებებზე, რომელიც დღეს დგას ქართულ ტურიზმში. ეს ეხება როგორც დადებით, ასევე უარყოფით პარამეტრებს, რადგან სექტორის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია ერთის მხრივ ნეგატიური ასპექტების აღმოფხვრა, ხოლო მეორეს მხრივ დადებითი ინდიკატორების გაძლიერება. ხოლო თუ ქვეყანა აპირებს ტურისტული ბაზრების სეგმენტაციას და ტურისტული პროფილების მიხედვით განსხვავებული/უნიკალური შეთავაზებებით პოზიციონირებას, მაშინ,

კვლევით გამოკვეთილ პოზიტიურად აღქმულ მახასიათებლებზე ხაზგასმა, ხოლო ნეგატიური კომპონენტების გამოსასწორებელ სამოქმედო გეგმაში ჩასმა - სწორედ რომ ტურიზმის მდგრად განვითარებას შეუწყობს ხელს.

შესაბამისად, კვლევით იდენტიფიცირებული - ტურისტულად ნაკლებად განვითარებული რეგიონების (იხ. გრაფიკი 9), არასათანადო განვითარების მიზეზებად სახელდება გაუმართავი საგზაო და ტურისტული ინფრასტრუქტურა, დაბალი ხარისხის სერვისები, მწირი ინფორმაცია მოცემულ რეგიონზე ტურისტული მასშტაბით და ა.შ. ხოლო უცხოელი ტურისტებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი პრობლემაა გარემოპირობების და ავთენტურობის პრობლემა, რომელიც განსაკუთრებულად შეინიშნება მთელ რიგ მთიან რეგიონებში (იხ. გრაფიკი 10). ეს მაჩვენებლები პირდაპირ მიუთითებს იმაზე, რომ მთელ რიგ რეგიონებს - როგორებიცაა მაგალითად მთიანი აჭარა, გურია, იმერეთი - ფაქტიურად არცკი იცნობენ უცხოელი მოგზაურები, რადგან ქვეყანა მათ მიზნობრივ პოზიციონირებას და რეკლამირებას არ აკეთებს ან ნაკლებად აკეთებს. ეს ისევ და ისევ ტურიზმის განვითარების ერთიანი, ისევე როგორც რეგიონული სტრატეგიების არქონით აიხსნება!

ხოლო იმ რეგიონებში, რომელთაც იცნობენ - თვალში ხვდებათ ავთენტურობის რღვევის შემთხვევები და ტურისტული ინფრასტრუქტურების მოუწესრიგებლობა - რაც შემდგომში აუცილებლად გამოიწვევს ტურისტული ინტერესების კლებას ამ მიმართულებით.

როგორც ვხედავთ, რეგიონის განვითარების ხელისშემშლელ ფაქტორებს შორის ქართველი ტურისტებისთვისაც აქტუალურია რეგიონზე მწირი ინფორმაცია და სამთო ბილიკების პრობლემა - რაც უკვე პირდაპირ მიუთითებს რეგიონის განვითარებისთვის აუცილებელ ღონისძიებების პრიორიტეტებზე. ხოლო ტურისტული ნაკადების მიზნობრივი და სისტემური მართვისთვის - აუცილებელია იმ შემაფერხებელი ფაქტორებისთვის ყურადღების მიქცევა, რაც ამათუიმ

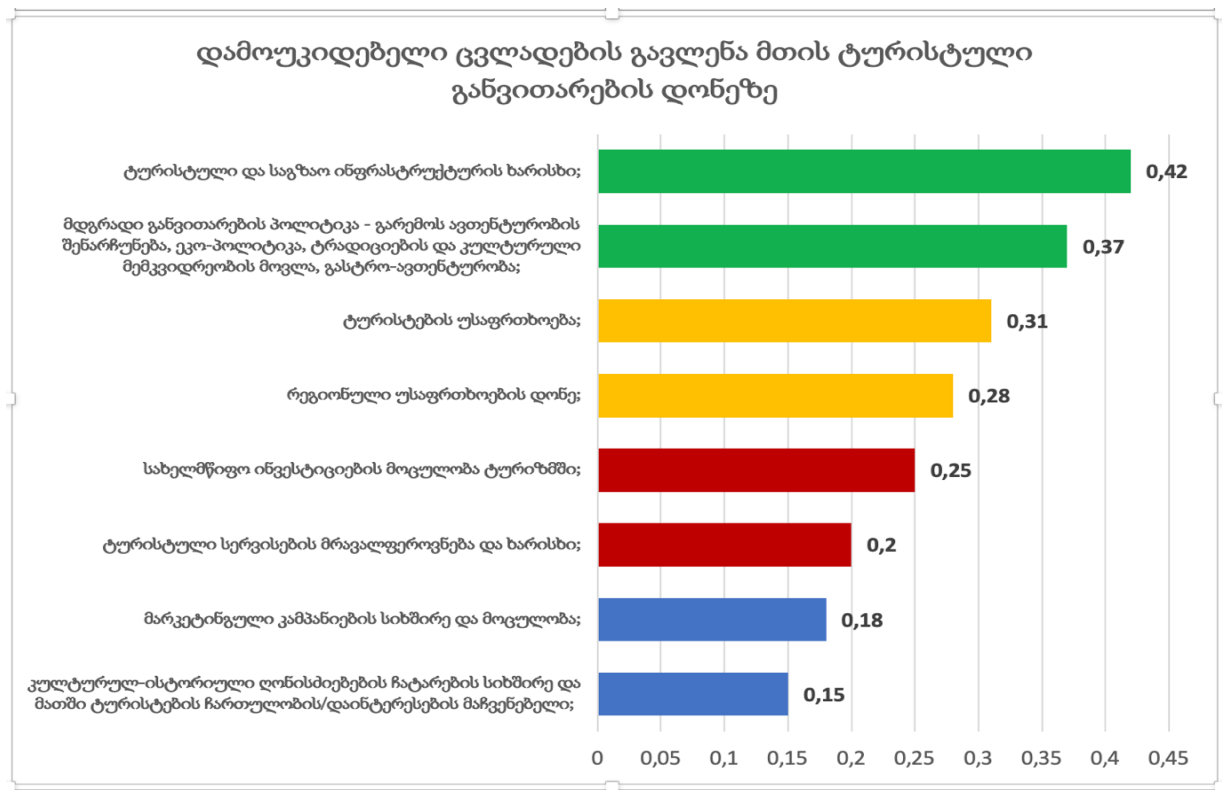
სეგმენტისთვის მოგზაურობის დაგეგმვის მნიშვნელოვან მამოტივირებელ, ისევე როგორც შემაფერხებელ გარემოებას წარმოადგენს.

ტურისტებისთვის, მთაში კომფორტული მოგზაურობის და დროის გატარებისთვის აუცილებელ კომპონენტებად სახელდება გარემოპირობების ავთენტურობის, მისი კულტურის და ბუნებრივი მახასიათებლების შენარჩუნების აუცილებლობა (იხ. გრაფიკი 11), რეგიონზე ინფორმაციის გაზრდა, სატრანსპორტო, საგზაო და ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება, ასევე მომსახურების ხარისხის ამაღლების ხელშეწყობა და სამაშველო სამსახურის გაძლიერება; მოცემული შედეგებით, პირდაპირ იდენტიფიცირდება იმ რეკომენდირებულ ღონისძიებათა ჩამონათვალი, რომელიც უნდა გატარდეს მთის ტურიზმის მხარდაჭერისთვის და რომელიც გამომდინარეობს უშუალოდ ტურისტების ქცევის მახასიათებლებიდან და მათი სურვილებიდან. შესაბამისად, წინამდებარე კვლევის შედეგები პირდაპირ გადის დამოუკიდებელ ცვლადთა მნიშვნელოვნებაზე და აყალიბებს მთის ტურიზმის განვითარების სტრატეგისთვის აუცილებელი ღონისძიებების ჩამონათვალს.

ბოლოს, კი ძალზე საინტერესო მიგნებაა ის ფაქტი, რომ უცხოელი ტურისტები მეტად კმაყოფილები არიან საქართველოში მთის ტურიზმის განვითარების ტენდენციით და აქვთ ნაკლები პრეტენზია ამ მიმართულებით, ვიდრე ქართველებს (იხ. გრაფიკი 13.1 და 13.2) - რაც სავარაუდოდ იმითაა გამოწვეული, რომ ქვეყნის ტურიზმის განვითარების სტრატეგია მეტადაა ორიენტირებული საერთაშორისო მოგზაურებზე და მათი კმაყოფილების მიღწევაზე - შესაბამისად, მეტად ახდენს მათი შესაძლო ინტერესების გათვალისწინებას ტურისტული ბიზნესის მხარდაჭერის მიმართულებით. თუმცა, შიდა ტურისტების ინტერესების ცოდნა და მათი გათვალისწინება - და ამით შიდა ტურიზმის მხარდაჭრა-განვითარება, ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის სტაბილურობისთვის არანაკლებ მნიშვნელოვანი და საჭიროა, რასაც ადასტურებს კიდევ როგორც საექსპერტო კვლევის შედეგები, ასევე საერთაშორისო გამოცდილება ამ სფეროში.

ახლა კინ ვნახოთ როგორ გამოიყურება დამოუკიდებელ ცვლადთა შეჭიდულობის მატრიცა დამოკიდებელ ცვლადთან და რამდენად განსაზღვრავს ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეს საქართველოში:

მონაცემთა მრავლობითი რეგრესიის შედეგად, მივიღეთ დიაგრამა, რომელზეც ნათლად ჩანს თითოეული ფაქტორის (დამოუკიდებელი ცვლადის) სტატისტიკური წონა დამდენად გავლენა - დამოკიდებულ ცვლადზე: **მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეზე;**



(შედგენილია ავტორის მიერ 2025წ)

აქ ჩანს თითოეული დამოუკიდებელი ცვლადის **ბეტა-კოეფიციენტი** და მათი ზეგავლენის წონა მთის ტურიზმის ბიზნესის განვითარების დონეზე. რაც უფრო მაღალია ბეტა კოეფიციენტი, მით მეტია მოცემული ცვლადის გავლენა დამოკიდებულ ცვლადზე - ჩვენს შემთხვევაში: მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონეზე.

### **ჰიპოთეზის შემოწმება:**

მოცემულ შედეგებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვისაუბროთ მთავარი და ქვე-ჰიპოთეზის სისწორეზე და ხაზგასმით აღვნიშნოთ, რომ მთიანი რეგიონების მდგრადობას რეალურად ინარჩუნებს მისი ბუნებრივი და ხელუხლებელი გარემოპირობები (0.37 ბეტა-კოეფიციენტი), რომელიც დროის საინტერესოდ გატარების მრავალფეროვან შესაძლებლობას იძლევა, რადგან ყველა კატეგორიის ტურისტისთვის მთაში მოგზაურობის მამოტივირებელ ფაქტორად უპირობოდ სახელდება ავთენტურობა - იმის გათვალისიწინებით, რომ ისინი კარგად ხედავენ იმ ნეგატიურ და მოუგვარებელ ასპექტებსაც, რომელიც იქ ხვდებათ.

თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ გამოიკვეთა მცირედი გადახრა პირვანდელი ვარაუდიდან, რადგან ყველაზე მაღალი წონა დამოკიდებულ ცვლადთან მიმართებით ქონდა ინფრასტრუქტურულ გამართულობას (0.42) - რაც იმაზე მიუთითებს, რომ გარემოს ავთენტურობის გადამზღვეველ ფაქტორს წარმოადგენს სწორედ გამართული ტურისტული ინფრასტრუქტურა, რომელიც თავის მხრივ ზრდის ტურისტების რაოდენობას, ხანგრძლივ ჩასვლას და ხარჯვას მთიან რეგიონებში;

აქედან გამომდინარე, მართალია დასტურდება კვლევის ქვე-ჰიპოთეზაც, რომლის მიხედვითაც მთის ტურიზმის განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორს წარმოადგენს ყველაფერი ის, რაც ემუქრება მთიანი რეგიონების ავთენტურობასა და ხელშეუხებლობას, თუმცა ამ საფრთხეებს შორის იკვეთება ინფრასტრუქტურული ხარვეზები, რომელიც ტურისტებისთვის უმთავრეს ფაქტორად იდენტიფიცირდა.

### **რეკომენდაციები:**

კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით მიღებულ რეკომენდაციათა ჩამონათვალი, რომელიც რეკომენდებულია გატარდეს მთის ტურიზმის მხარდაჭერისთვის და რომელიც გამომდინარეობს მთის ტურისტული ბიზნესის დონეზე ზემოქმედი ფაქტორების მიმართ ტურისტების დამოკიდებულებიდან, ქვეყნის ტურისტული

საჭიროებებიდან და უშუალოდ ტურისტების ქცევის პრეფერენციებიდან - შემდეგნაირია:

**რეკომენდაცია 1:** ცენტრალურმა ასევე რეგიონალურმა ხელისუფლებამ, მსოფლიოს წამყვანი ქვეყნების გამოცდილების საფუძველზე დაარეგულირონ უსაფრთხოების ზოგადი სტანდარტები და სამაშველო სპეც. ტექნიკის გამოყენების წესები;

- a. მაშველების მეტად საწვრთნელი პროგრამებით უზრუნველყოფა როგორც სამთო ასევე მდინარეზე ჩასატარებელი ოპერაციებისთვის
- b. უნდა მოხდეს მოხალისეებისა და სამოქალაქო აქტივისტების მეტად ინტეგრირება პროცესებში შესაბამისი ორგანიზაციებით. მოხდეს მათვის წვრთნების ორგანიზება რაც საჭიროების შემთხვევაში გაზრდის სამაშველო სამსახურის რიგებს მეტი პროფესიონალით.
- c. უნდა მოხდეს ვეტმფრენების დამატება, რადგან 3 ვეტმფრენი რომელიც შეიძინა სახელმწიფომ გაზრდილ საჭიროებებს ვერ აკმაყოფილებს. თუმცა ეს უკვე წინ გადადგმული ნაბიჯია. ასევე უნდა მოხდეს შვეიცარიული REGA-ს ტიპის ორგანიზაციის ჩამოყალიბებისთვის ხელშეწყობა რაც გაამარტივებს ვეტმფრენთან წვდომას და დროულ რეაგირებას.
- d. რეგიონალურ ტურისტულ ცენტრებში უნდა მოხდეს ტურისტებისთვის მეტი ინფორმაციის მიწოდება ამათუ იმ მარშუტის სპეციფიკასთან დაკავშირებით, მისი ზუსტი GPS მონაცემების მიცემა. (თუმცა ამ ეტაპზე რუსეთის მხრიდან სასაზღვრო ზონაში დაბლოკილია GPS სიგნალები რაც კიდევ ართულებს სამაშველო ოპერაციებს)
- e. დაჩქარდეს სპეციალური სადაზღვევი პაკეტების შემუშავება რომელიც გაამარტივებს სამაშველო ოპერაციების დაფინანსებას, ეს კი საბოლოოდ ხელს შეუწყობს ბიუჯეტის მეტად და ეფექტიანად გადანაწილებას.
- f. საჭიროა სერტიფიცირებული სამთო გიდების მეტად ინტეგრირება სადაზღვევო პაკეტებში, რის მეშვეობითაც უკვე გიდს ექნება გარკვეული რაოდენობის

ტურისტებზე სადაზღვევო ვალდებულება. რაც გაამარტივებს ტურისტებისთვის ვეტმფრენზე წვდომას და ამავე დროს ხელს შეუწყობს ჩამოსული ტურისტებისთვის ადგილობრივი გიდების დაქირავების გადაწყვეტილებას, რაც თავის მხრივ გაზრდის მათ დასაქმებას. (სამაშველო ოპერაციების პირველი ყველაზე მძიმე მომენტის უმეტესი ნაწილი მაინც ადგილობრივი გიდის კისერზე გადადის).

**რეკომენდაცია 2:** მთიან რეგიონებში ადგილობრივი კადრების პროფესიული გადამზადება ტურიზმის სექტორის და ტურისტული მოთხოვნების შესაბამისად. ეს ხელს შეუწყობს რეგიონებში ადგილობრივი ახალგაზრდების დასაქმებასა და მიახლოვებს რეგიონებს მდგრადი განვითარების პრინციპებთან;

**რეკომენდაცია 3:** მოხდეს მთიანი რეგიონების განვითარების სტრატეგიის შემუშავება, რომელიც მორგებული იქნება ცალკეული რეგიონის და მისი მოსახლეობის კონკრეტულ საჭიროებებზე;

**რეკომენდაცია 4:** განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს რეგიონებში ავთენტური გარემოს შენარჩუნებას, რაც თავის მხრივ გამოიხატება როგორც ბუნების ასევე რეგიონისთვის დამახასიათებელი არქიტექტურისა და ყოფიერების შენარჩუნებაში. პროცესის დარეგულირება უნდა მოხდეს ერთის მხრივ საკანონმდებლო ცვლილებების და მისი აღსრულების მკაცრი მონიტორინგის საფუძველზე, ხოლო მეორეს მხრივ - ადგილობრივი მოსახლეობის ცნობიერების დონის ამაღლებით;

**რეკომენდაცია 5:** შიდა ტურიზმისთვის ხელის შეწყობა და მხარდაჭერა. ეს მხარდაჭერა კი შეიძლება გამოიხატოს როგორც სწორი მარკეტინგული კამპანიით, ასევე მსოფლიოში გამოცდილ ისეთი მიდგომებით როგორცაა მაგალითად აბონიმენტების სისტემა;

**რეკომენდაცია 6:** დაინერგოს და სისტემატური ხასიათი მიეცეს მთიანი რეგიონების ტურისტული დატვირთვის ზუსტი სტატისტიკების წარმოებას. შემუშავდეს შესაბამისი მარკეტინგული აქტივობები და საკანონმდებლო

რეგულაციები, რომელიც უზრუნველყოფს მთიანი რეგიონის სწორად დატვირთვას და ჭარბი ტურიზმის თავიდან აცილებას;

**რეკომენდაცია 7:** ქვეყნის და მისი მთიანი რეგიონების მარკეტინგული სტრატეგიების შემუშავება - სეგმენტირებულად, რეგიონის და მისი უნიკალობის პოზიციონირებით. შესაბამისად, ამ მარკეტინგული კამპანიის ჩაშვება ერთის მხრივ შიდა, ასევე საერთაშორისო ბაზრებზე - მაღალბიუჯეტური ტურისტული ნაკადების მოსაზიდად;

**რეკომენდაცია 8:** სახელმწიფო ინვესტიციების ზრდა, რომელიც პირველ რიგში მოაწესრიგებს ტურისტულ ინფრასტრუქტურას. მოწესრიგებული და გამართული ინფრასტრუქტურა კი თავის მხრივ გაზრდის ტურისტების დაინტერესებას, რაც თავის მხრივ აუცილებლობით გამოიწვევს მათთვის შესათავაზებელი სერვისების მრავალფეროვნებას;

## დასკვნა

დასკვნის სახით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ კვლევამ ნათლად დაგვანახა მთის ტურიზმის რეალური მდგომარეობა როგორც ექსპერტების, ასევე მასში მონაწილე მთავარი აქტორების - მოგზაურების აღქმით.

გამოიკვეთა ქართული კულტურის მახასიათებლების, ისტორიის და ბუნებრივი გარემოპირობების უნიკალურობა მოგზაურთათვის, რაც მათი საქართველოს მთის კურორტებით დაინტერესების მთავარ მოტივაციას წარმოადგენს.

ხაზი გაუსვა იმ საჭიროებებსაც, რომელსაც მიუხედავად ქართული მთით აღფროვანებისა, ტურისტები კარგად ხედავენ - განსაკუთრებით ინფრასტრუქტურული და ტურისტული სერვისების ნაკლოვანებების მიმართულებით და რომლის მოგვარება-გამოსწორებაც ერთიორად გაზრდის მთის ტურისტული ნაკადების მოცულობას და რაც ყველაზე მთავარია, მთის ტურიზმს მეტად მაღალბიჯეტიური ტურისტების ინტერესებზე გაიყვანს.

კვლევამ დაგვანახა ის პოტენციალიც, რომელიც საქართველოს მთას გააჩნია ერთის მხრივ ტურისტულად ნაკლებად ათვისებული რეგიონების, ხოლო მეორეს მხრივ ჯერ კიდევ განუვითარებელი - თუმცა მსოფლიოს მასშტაბით ძალიან მოთხოვნადი და პერსპექტიული სამთო მიმართულებების დანერგვის ხარჯზე.

წინამდებარე კვლევით ნათლად ჩანს ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში ჩართული და დაინტერესებული მხარეების - სახელმწიფოს, ბიზნესის და ადგილობრივი მოსახლეობის როლი ამ მიმართულების განვითარების საქმეში, რომელზეც ერთნაირად საუბრობენ როგორც ტურიზმის სფეროს ექსპერტები, ასევე მოგზაურები.

ბოლოს, კვლევის მიგნებების საფუძველზე მომზადებული რეკომენდაციები წარმოადგენს მთის ტურიზმის განვითარების სტრატეგისთვის აუცილებელ წინაპირობას.

## სადოქტორო ნაშრომის აქტუალობის და მეცნიერული სიახლის დასაბუთება

მთის ტურიზმის ბიზნესის განვითარების თემის აქტუალობიდან გამომდინარე, ნაშრომის მიზანს წარმოადგენდა მთის ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება, რომელთაც ტურისტულ ადგილებზე ვაწყდებით და რომლებიც ყველაზე უკეთ ჩანს იმ გადმოსახედიდან, სადაც ის რეალურად ხორციელდება.

სადოქტორო ნაშრომის მიზანი იყო, სწორედ ამ ფაქტორთა იდენტიფიცირება და გადაწყვეტა და მათ საფუძველზე მთის ტურისტული ბიზნესის ხელშესაწყობად კონკრეტული და მიზანმიმართული რეკომენდაციების შემუშავება - რომლებიც ერთნაირად ღირებული იქნებოდა როგორც, ტურისტული ბიზნესებისთვის, სფეროში ჩართული ცალკეული ადამიანებისთვის, ასევე სახელმწიფო სამთავრობო თუ არასამთავრობო სტრუქტურებისთვის.

ნაშრომის ფარგლებში ჩატარებული კვლევის ფარგლებში - ჩვენ შევძელით პირველ რიგში დეტალური და მიზანმიმართული თანამედროვე გამოწვევებზე მორგებული მასალის მოძიება და დასრუტუქტურირება (დესქ-რისერჩს მეშვეობით), ხოლო ემპირიული კვლევის საფუძველზე კი - გამოვკვეთეთ მთის ტურიზმის პრობლემები და განვითარების პერსპექტივები, შევიმუშავეთ რეკომენდაციები - რაც პოზიტიური ნაბიჯი იქნება ტურიზმის სფეროში გასატარებელი ღონისძიებებისთვის, რადგან ეს დაეხმარება ამ საქმეში ჩართულ და დაინტერესებულ ყველა მხარეს ნათლად და დასაბუთებულად დაინახოს ის საჭიროებები, რომელიც აქვს მაღალმთიან ტურიზმს და რომელთა მოგვარებაც მნიშვნელოვნად გააუმჯობესებს დარგის პერსპექტივებს და ტურისტულ ბიზნესს.

სადოქტორო თემის პრაქტიკული ღირებულება მისი მეცნიერული სიახლიდან და ბუნებრივია, შესასწავლი სფეროს - ტურისტული ბიზნესის განვითარების მნიშვნელოვნებიდან გამომდინარეობს. თემის ფარგლებში გამოკვეთილ მეცნიერულ სიახლეს კი წარმოადგენს მთის რეგიონის ტურისტული ბიზნესის ამჟამინდელი

მდგომარეობის დეტალური ანალიზი, ტურიზმის სექტორის განვითარებაში ჩართული ყველა დაინტერესებული მხარის პოზიციის და დამოკიდებულების გათვალისწინებით. ტურისტული სექტორის, ტურისტული რეგიონების და შიდა თუ გარე ტურისტების უშუალო საჭიროებების იდენტიფიცირებით და იმ ძირითადი ფაქტორების და მათი სტატისტიკური წონების ხაზგასმით, რაც წარმოადგენს მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარების დონის მთავარ მდგენელებს.

ნაშრომით გამოკვეთილ მეცნიერულ სიახლეს ხაზს უსვამს ისიც, რომ მიუხედავად ტურიზმის სექტორში არსებული არაერთი ოფიციალური სტატისტიკისა, არ ფიქსირდება უშუალოდ მთის რეგიონის ტურისტული ნაკადების ზუსტი არც რაოდენობრივი და არც თვისებრივი მონაცემები, რომელიც მთის ტურისტული ბიზნესის საჭიროებებს და ტურისტულ პროფილებს გაუსვამდა ხაზს. მითუფრო, რომ ტურისტული ბიზნესის მიმართულებით დღემდე არსებულ სამეცნიერო ლიტერატურასა თუ კვლევებში, არ და ვერც იქნებოდა ასახული ის ახალი საჭიროებები და გამოწვევები, რომელიც პანდემიამ და რეგიონში მიმდინარე ომმა დაუყენა თანამედროვე მსოფლიოს და მათ შორის - საქართველოს.

შესაბამისად, სადოქტორო კვლევის ფარგლებში ჩატარებული ემპირიული კვლევები სასიკეთოდ წაადგება მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში ჩართულ ყველა მხარეს.

დარგის წინაშე არსებული გამოწვევების - მისი ხელისშემშლელი და ხელისშემწყობი ფაქტორების იდენტიფიცირება, რომლის საფუძველზეც შესაძლებელი გახდა სათანადო რეკომენდაციების შემუშავება შესაძლებელს გახდის მთის ტურისტული ბიზნესის განვითარებისთვის საჭირო პოლიტიკის დახვეწას და რეალურ საჭიროებებზე მორგებას - მითუმეტეს, რომ ტურისტული ბიზნესის არცთუ მარტივი და ძალზედ პერსპექტიული მიმართულებაა და მასში წარმატების მიღწევა დიდწილად არის დამოკიდებული იმაზე, თუ რამდენად კარგად ვიცნობთ სფეროს თავისებურებებს, დარგის მიღწევებს, თანამედროვე გამოწვევებს და ამ გამოწვევების მოგვარების საუკეთესო პრაქტიკებს. ასევე ტურიზმის და ტურისტების

კლასიფიკაციებს, ტურისტული ქცევის მახასიათებლებს, მათ მოთხოვნებს, მოგზაურობების მოტივატორებს და შესაძლო რეჟექტორებს. ასევე საკუთარი ქვეყნის ისტორიას, კულტურას და იმ განსხვავებულობებს, რის სანახავადაც ტურისტები დადიან მოსანახულებელ ადგილებში. აქვე ისიც არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ტურისტისთვის შეთავაზებული სერვისი, მისი მოლოდინის შესაბამისი უნდა იყოს, რაც საბოლოო ჯამში განაპირობებს კიდევ მის სამომავლო ქცევას ჩვენს ქვეყანაში/ტურისტულ ადგილებში ტურისტულად ანდა სხვა სახით დაბრუნებასთან დაკავშირებით.

სწორედ ამ ფაქტორების იდენტიფიცირების გამო, რომელიც გამოკვეთა ჩატარებულმა თეორიულმა და ემპირიულმა კვლევებმა - სადოქტორო ნაშრომის პრაქტიკული ღირებულება - ვფიქრობ ეჭვგარეშეა.

## გამოყენებული ლიტერატურა

გამოცემულია გაეროს განვითარების პროგრამის ხელშეწყობით. (2014). *კლიმატის ცვლილებასთან ზემო სვანეთის*. თბილისი: © UNDP Georgia.

დიასამიძე, მ. (2015). *ტურიზმის ინდუსტრიაში კლასტერის ფორმირება და რეგიონული ტურისტული ბაზრის კონკურენტუნარიანობის ამაღლება*.  
ბათუმი: ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი.

იმერული ტურიზმის კლუბი. (2023). იმერეთში სათავგადასავლო ტურიზმის განვითარების სტრატეგია. ქუთაისი, საქართველო.

მეტრეველი, მ. (2011). *ტურიზმის ბიზნესი (ინდუსტრია, მენეჯმენტი, მარკეტინგი)*. თბილისი.

მეტრეველი, მ. (2012). *გარემო და ეკოტურიზმი*. თბილისი.

მეტრეველი, მ. (2017). ტურიზმისა და მასპინძლობის საფუძვლები. თბილისი: სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის გამოც. და ტრენინგების ცენტრი.

(2014). *სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონის განვითარების სტრატეგია 2014-2021 წლებისთვის*. თბილისი: გამოცემულია გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP), შვეიცარიის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოს (SDC) და ავსტრიის განვითარების სააგენტოს (ADA) ხელშეწყობით.

საქართველოს პარლამენტი. (1997, 3 6). საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ. *ტურიზმისა და კურორტების შესახებ*. თბილისი, საქართველო: საქართველოს პარლამენტი.

საქართველოს პარლამენტი. (2015, 4 1). საქართველოს კანონი მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ. *მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ*. თბილისი, საქართველო: საქართველოს პარლამენტი.

საქართველოს პარლამენტი. (2023, 12 28). საქართველოს კანონი ტურიზმის შესახებ.

*ტურიზმის შესახებ*. თბილისი, საქართველო: საქართველოს პარლამენტი.

ქველაძე, ქ. (2017). ინოვაციური სისტემის ფორმირება და განვითარება ევროკავშირის

*ტურიზმში. ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო*

*უნივერსიტეტი* (p. 14). თბილისი:

[https://www.researchgate.net/publication/325176670\\_inovatsiuri\\_sistemis\\_pormireba\\_da\\_ganvitareba\\_evrokavshiris\\_turizmshi](https://www.researchgate.net/publication/325176670_inovatsiuri_sistemis_pormireba_da_ganvitareba_evrokavshiris_turizmshi). (ნანახია 29.09.2025)

წულაძე, ლ. (2020). *სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები*. თბილისი:

უნივერსიტეტის გამომცემლობა.

ხახიშვილი, თ. (2021). ეკოტურისტული კლასტერი, როგორც საქართველოს

კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ეფექტური მექანიზმი. თბილისი:

გრიგოლ რობაქიძის სახელობის უნივერსიტეტი.

NCD® Georgia. (2023). *ხულოს რაიონის გეგმარებითი ერთეულის გენერალური*

*გეგმის კონცეპტია*.

[https://khulo.gov.ge/uploads\\_script/legal\\_acts/tmp/phpNq9gAE.pdf?utm\\_source:](https://khulo.gov.ge/uploads_script/legal_acts/tmp/phpNq9gAE.pdf?utm_source:)  
(ნანახია 29.09.2025)

შსს საგანგებო სიტუაციების მართვის სამსახური 2025: <https://es.gov.ge/>

(ნანახია 30.09.2025)

აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტრო.

Retrieved from

[https://khulo.gov.ge/uploads\\_script/legal\\_acts/tmp/phpNq9gAE.pdf?utm\\_source](https://khulo.gov.ge/uploads_script/legal_acts/tmp/phpNq9gAE.pdf?utm_source)  
(ნანახია 29.09.2025)

(2024). Retrieved from [www.theglobaleconomy.com](http://www.theglobaleconomy.com):

[https://www.theglobaleconomy.com/Georgia/gdp\\_per\\_capita\\_ppp/?utm\\_source](https://www.theglobaleconomy.com/Georgia/gdp_per_capita_ppp/?utm_source)  
(ნანახია 29.09.2025)

- Bernard, H. (2014, August 29). *Research Methods in Anthropology. Qualitative and Quantitative Approaches. Natural Resources, Altamira Press.*
- Creswell, J. (2013). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* London: 4th Edition, SAGE Publications, Inc.
- <https://it.readkong.com>. (n.d.). Retrieved from იტალიის სამაშველო სამსახური:  
[https://it.readkong.com/page/2019-programma-3015861?utm\\_source](https://it.readkong.com/page/2019-programma-3015861?utm_source) (ნანახია 29.09.2025)
- Kostic, M., Lakićević, M., & Milićević, S. (2018, January). *Sustainable tourism development of mountain tourism destinations in Serbia.* Retrieved from [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net):  
[https://www.researchgate.net/publication/327193211\\_Sustainable\\_tourism\\_development\\_of\\_mountain\\_tourism\\_destinations\\_in\\_Serbia](https://www.researchgate.net/publication/327193211_Sustainable_tourism_development_of_mountain_tourism_destinations_in_Serbia) (ნანახია 29.09.2025)
- Liyun, Z., Rita Yi, M., Jotikasthira, N., Jinkun, S., & Yunyi, M. (2022). Economic Development and Mountain Tourism Research from 2010 to 2020: Bibliometric Analysis and Science Mapping Approach. *208 MDPI Journals Awarded Impact Factor, 27.* (ნანახია 26.09.2025)
- MINISTRY OF REGIONAL DEVELOPMENT AND INFRASTRUCTURE OF GEORGIA.  
(2024). *2024-2030 STRATEGY FOR DEVELOPMENT OF HIGH MOUNTAIN SETTLEMENTS OF GEORGIA.* TBILISI.  
<https://moi.gov.ge/files/1/HM%20Strategy%20ENG.pdf> (ნანახია 26.09.2025)
- Naciye, G. U., & Akbiyik, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Managment Perspectives, 36.* (ნანახია 27.09.2025)
- National statistics office of Georgia (Geostat). (2014, 11 15). *GROSS DOMESTIC PRODUCT OF GEORGIA IN 2023.* Retrieved from [www.geostat.ge](http://www.geostat.ge):

- [https://www.geostat.ge/media/66755/Gross-Domestic-Product-of-Georgia-in-2023---adjusted.pdf?utm\\_source](https://www.geostat.ge/media/66755/Gross-Domestic-Product-of-Georgia-in-2023---adjusted.pdf?utm_source) (წახსობა 29.09.2025)
- NATIONAL STATISTICS OFFICE OF GEORGIA. (2025, 03 21). *GROSS DOMESTIC PRODUCT OF GEORGIA IN 2024*. Retrieved from [www.geostat.ge](http://www.geostat.ge):  
[https://www.geostat.ge/media/69444/Gross-Domestic-Product-of-Georgia-in-2024.pdf?utm\\_source](https://www.geostat.ge/media/69444/Gross-Domestic-Product-of-Georgia-in-2024.pdf?utm_source) (წახსობა 29.09.2025)
- Nepal, S. (2018, may 1). *Mountain Ecotourism and Sustainable Development*. Retrieved from bioone.org: [https://doi.org/10.1659/0276-4741\(2002\)022\[0104:MEASD\]2.0.CO;2](https://doi.org/10.1659/0276-4741(2002)022[0104:MEASD]2.0.CO;2) (წახსობა 24.09.2025)
- UN Tourism. (2018). *Sustainable Mountain Tourism-Oportunities dor Local Communities*. Madrid. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420261> (წახსობა 27.09.2025)
- UN Tourism. (2023, 07 03). *INTERNATIONAL TOURISM AND COVID-19*. Retrieved from <https://www.unwto.org/>: <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19> (წახსობა 22.09.2025)
- UNICEF Georgia. (n.d.). *მდგრადი განვითარების მიზნები*. Retrieved from [www.unicef.org](http://www.unicef.org): <https://www.unicef.org/georgia> (წახსობა 22.09.2025)
- UN Tourism. (2023, Apr. 23). *TOURISM'S POTENTIAL FOR MOUNTAIN ECOSYSTEMS AND COMMUNITIES OUTLINED IN NEW REPORT*. Retrieved from <https://www.unwto.org/>: <https://www.unwto.org/news/tourism-s-potential-for-mountain-ecosystems-and-communities-outlined-in-new-report> (წახსობა 22.08.2025)
- WTO. (2004). *Indicators of Sustainable Developmentfor Tourism Destinations A Guidebook*. Retrieved from [e-unwto.org](http://e-unwto.org): <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407262> (წახსობა 29.09.2025)

*www.bergrettung.at.* (n.d.). Retrieved from ავსტრიის სამაშველო სამსახური Bergrettung:  
[https://bergrettung.at/?utm\\_source](https://bergrettung.at/?utm_source) (ნანახია 29.09.2025)

*www.drk.de.* (n.d.). Retrieved from გერმანიის სამაშველო სამსახური:  
[https://www.drk.de/mitwirken/ehrenamt/die-bergwacht-ehrenamtlich-professionell/?utm\\_source](https://www.drk.de/mitwirken/ehrenamt/die-bergwacht-ehrenamtlich-professionell/?utm_source) (ნანახია 29.09.2025)

*www.gendarmerie.interieur.fr.* (n.d.). Retrieved from საფრანგეთის სამაშველო  
სამსახური: <https://www.gendarmerie.interieur.gouv.fr/> (ნანახია 29.09.2025)

*www.rega.ch.* (n.d.). Retrieved from შვეიცარიული კომპანია REGA:  
[https://www.rega.ch/en/regapatron/become-a-patron?utm\\_source](https://www.rega.ch/en/regapatron/become-a-patron?utm_source) (ნანახია  
29.09.2025)

Yalcinkaya, T., & Gruzel, T. (2019). A general overview of tourism clusters. *Journal of Tourism Theory and Research*, 13.

## დანართი I

### II ეტაპი თვისებრივი კველვა

მოგესალმებით, მადლობას გიხდით გამოკითხვაში მონაწილეობის მიღებისთვის.

ამოცანა 1.: მსოფლიო გამოცდილების გაანალიზება და მისი საქართველოს რეალობაში იმპლემენტაციის/ადაპტირების შესაძლებლობის განსაზღვრა:

**კითხვა 1.1:** მსოფლიო ტურიზმის განვითარების რომელი ტენდენციები შეიმჩნევა საქართველოს მთის ტურიზმის განვითარებაში? რომელი არა?

**კითხვა 1.2.:** თქვენთვის რა არი სამთო ტურიზმი?

**კითხვა 1.3.:** რა ძირითად პრობლემებს ხედავთ სამთო ტურიზმის განვითარების მიმართულებით?

**კითხვა 1.4:** მთის ტურიზმის განვითარების საერთაშორისო გამოცდილებებიდან, კონკრეტულად რომელი ქვეყნის მაგალითს აიღებდით საქართველოსთვის ყველაზე მისაღებად. სამთო ტურიზმში არსებული რომელი პრობლემების გადაჭრისთვის გამოდგება ყველაზე უკეთ მოცემული ქვეყნის მაგალითი?

**კითხვა 1.5:** ჩამოთვალეთ, რა მიზეზების გამო მიგაჩნიათ რომ სამთო ტურიზმი შესაძლებელია გახდეს ორიენტირებული მასიურ ტურიზმზე? რა ფაქტორები შეუწყობს მას ხელს ამაში?

**კითხვა 1.6:** ახლა ჩამოთვალეთ, რა მიზეზების გამო არ მიგაჩნიათ რომ სამთო ტურიზმი შესაძლებელია გახდეს ორიენტირებული მასიურ ტურიზმზე? რა ფაქტორები შეუშლის მას ხელს ამაში?

კითხვა 1.7: საერთაშორისო გამოცდილებებიდან, რომელი მოგწონთ ყველაზე მეტად? ყველაზე ნაკლებად?

ამოცანა 2. მსოფლიოში არსებული კრიზისების განსაზღვრა და მისი თავიდან აცილების, ან უარყოფითი ეფექტის შერბილების გზების იდენტიფიცირება:

კითხვა 2.1. თქვენი აზრით რა ხერხებითაა შესაძლებელი მსოფლიო კრიზისების წინასწარი განსაზღვრა

კითხვა 2.2. რა თავდაცვითი ღონისძიებების გატარებაა შესაძლებელი მსოფლიო კრიზისების თავიდან ასაცილებლად?

კითხვა 2.3. დღეს როდესაც სახეზე გვაქვს მრავალი საერთაშორისო კრიზისი (კოვიდი, ეკონომიკური კრიზისი, რეგიონში მიმდინარე ომი) თქვენი აზრით რა იქნებოდა ყველაზე ეფექტური საშუალება ამ კრიზისებიდან ადვილად გამოსასვლელად?

კითხვა 2.4. თქვენი აზრით საქართველოს ხელისუფლებამ, ბოლო კრიზისებთან მიმართებაში, რა გააკეთა სწორად?

კითხვა 2.5. თქვენი აზრით საქართველოს ხელისუფლებამ, ბოლო კრიზისებთან მიმართებაში, რა გააკეთა არასწორად?

კითხვა 2.6. რა მიგაჩნიათ დღეს საქართველოს მთის ტურიზმისთვის ყველაზე რთული გამოწვევად?

ამოცანა 3. მდგრადი განვითარების მიმართულებით, მთიან რეგიონებში არსებული მდგომარეობის შესწავლა და პროცესების ეფექტურობის შეფასება:

კითხვა 3.1. თქვენი აზრით საქართველოში მთის რეგიონები მდგრადი განვითარების რა მოთხოვნებს პასუხობს? - ჩამოთვალეთ

რას ვერ პასუხობს, რატომ

კითხვა 3.2. რა არის ყველაზე დიდი პრობლემა მდგრადი განვითარების ხელიშემშლელ ფაქტორებში? თქვენი აზრით რა ღონისძიებაა გასატარებელი მის აღმოსაფრელად?

ამოცანა 4. როგორც რეგიონალური, ასევე ცენტრალიზირებული მმართველობის დონეზე გატარებული ღონისძიებების ეფექტიანობის შეფასება და განსაზღვრა:

კითხვა 4.1. თქვენი აზრით საქართველოს სამთო ტურიზმის განვითარებისთვის რას აკეთებს ცენტრალური ხელისუფლება?

კითხვა 4.2. თქვენი აზრით საქართველოს სამთო ტურიზმის განვითარებისთვის რას აკეთებს რეგიონალური ხელისუფლება?

კითხვა 4.3. რას შეცვლიდით როგორც ცენტრალური ხელისუფლების ასევე რეგიონალური ხელისუფლების გატარებულ ღონისძიებებში ან რას მიაქცევდით მეტ ყურადღებას?

ამოცანა 5. მთის ტურიზმის განვითარების ხელისშემწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიცირება - იმ გამოწვევების და შესაძლებლობების იდენტიფიცირება, რომელიც აქვს თანამედროვე რეალობაში მთის ტურიზმს და მასში მონაწილე სუბიექტებს (რეგიონების შედარება).

კითხვა 5.1. თქვენი აზრით დღეს საქართველოში რომელი სამთო რეგიონებია მეტად განვითარებული? იქნებ ჩამოთვალოთ ხუთი რეგიონი რიგითობის მიხედვით!

კითხვა 5.2. რა მიმართულებებია ყველაზე უკეთ განვითარებული? რა უწყობს ხელს მათ განვითარებულობას?

კითხვა 5.3. თქვენი აზრით დღეს საქართველოში რომელი სამთო რეგიონებია ყველაზე ცუდათ განვითარებული?

კითხვა 5.4. რა უშლის ტურისტულად ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებს ხელს და რა ღონისძიებები უნდა გატარდეს ამ დისბალანსის აღმოსაფხვრელად?

კითხვა 5.5. მეტად განვითარებულ რეგიონებში რა სეზონები და მიმართულებებია უფრო წინ წაწეული?

კითხვა 5.6. თქვენი აზრით რა უნდა გაკეთდეს იმისთვის, რომ სამთო რეგიონებში ყველა სეზონი თანაბრად დაიტვირთოს?

ამოცანა 6. მთის ტურიზმის ცალკეული მიმართულებების კონკრეტული საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება - კონკრეტული რეგიონების და განსხვავებული ტურისტული პროფილების მიხედვით. ასევე პოსტ-კრიზისული აუცილებლობების გათვალისწინებით:

კითხვა 6.1. დღეს მთის რეგიონებში რომელი ტურისტული მიმართულებებია მეტად განვითარებული? (ჩამოთვალეთ რიგითობის მიხედვით, რომელიც პირველივე გაგახსენდებათ)

კითხვა 6.2. რა უწყობს ხელს ამ მიმართულებების განვითარებას?

კითხვა 6.3. თქვენი აზრით ჯერ კიდევ ნაკლებად განვითარებული მიმართულებებიდან რომელს აქვს განვითარების ყველაზე დიდი პოტენციალი საქართველოში?

კითხვა 6.4. რა განაპირობებს ამ მიმართულების განვითარებას?

კითხვა 6.5. რა მთავარი ხელისშემშლელი ფაქტორი ამა თუ იმ რეგიონში ტურიზმის მეტად განვითარებისთვის ხელისშემწეობი?

კითხვა 6.6. განვლილი თუ არსებული კრიზისებიდან გამომდინარე რა მიმართულების ტურიზმია ყველაზე მნიშვნელოვანი მთიანი რეგიონებისთვის და რატომ?

ამოცანა 7. მთის ტურისტების პროფილების განსაზღვრა და მათი ქცევის მახასიათებლების იდენტიფიცირება - მთაში სიარულის მოტივატორების და რეჟექტორების ვიზუალიზაცია:

თვენი გამოცდილებით:

კითხვა 7.1. რომელი ქვეყნის ტურისტები გზვდებათ მეტად მთიან რეგიონებში?

კითხვა 7.2. რა ინტერესის ტურისტები ჭარბობენ საქართველოს მთიან რეგიონებში?

კითხვა 7.3. ძირითადად, რა განსაზღვრავს ტურისტების ინტერესს საქართველოს სამთო ტურიზმისადმი?

მადლობა გაწეული შრომისთვის!

## დანართი II

კითხვარი მიზნად ისახავს დაადგინოს მთის ტურიზმით დაინტერესებული მოგზაურების დამოკიდებულება საქართველოში მისი განვითარების პერსპექტივებთან დაკავშირებით. შეისწავლოს მოგზაურობის მამოტივირებელი და ხელისშემშლელი ფაქტორები, მთის ტურიზმის მართვის სასურველი მიმართულებების და მთაში ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებული სხვა ფაქტორები.

კვლევაში მონაწილეობა ანონიმურია და მონაცემები ემსახურება მხოლოდ სამეცნიერო მიზნებს - ამიტომ, გთხოვთ იყოთ გულწრფელები და უპასუხოთ ქვემოთ მოცემულ შეკითხვებს.

წინასწარ გიხდით მადლობას კვლევაში მონაწილეობისათვის!

## III ეტაპი

რაოდენობრივი კვლევა შესაძლო რესპოდენტები:

საერთაშორისო და ადგილობრივი მოგზაურები 350

მოგესალმებით, მადლობას გიხდით გამოკითხვაში მონაწილეობის მიღებისთვის.

კითხვა 1.: რასთან ასოცირდება თქვენთვის მთის ტურიზმი? (შემოხაზეთ არაუმეტეს ორი პასუხისა)

1. სათავგადასავლო: საფეხმავლო, ალპინიზმი, კლდეზე ცოცვა

2. ზამთრის სახეობებს: სათხილამურო, სნოუბორდინგი
3. ეკოტურიზმი
4. კულტურული ტურიზმი
5. ღვინისტურიზმი
6. გასტრონომიული ტურიზმი
7. ნებისმიერი ტურისტული სახეობას რომელიც შესაძლებელია მთაში განხორციელდეს
8. სხვა (ჩაწერეთ) -----

**კითხვა 2.:** ძირითადად რა პრობლემებს აწყდებით მთის ტურიზმის მიმართულებით?  
(შემოხაზეთ არაუმეტეს სამისა)

1. უსაფრთხოების სტანდარტების სიმცირე
2. სამაშველო ვეტმფრენების არ ქონა
3. სერტიფიცირებული გიდების ნაკლებობა
4. დაბალი ხარისხის სერვისი
5. განუვითარებელი ინფრასტრუქტურა
6. კვალიფიციური კადრების არარსებობა სექტორში
7. ადგილობრივი მოსახლეობის გაუთვითცნობიერებლობა ტურიზმის მახასიათებლებში
8. გარემოს ავთენტურობის დაკარგვა
9. მასიური ტურიზმი
10. ცენტრალური მთის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის არ ქონა
11. სათანადო საკანონმდებლო ბაზის არქონა
12. კანონების აღსრულების დაბალი დონე
13. სხვა (ჩაწერეთ) -----

**კითხვა 3:** თქვენი აზრით, რისი გამოწვევა შეუძლია მასიურ (ჭარბი) ტურიზმს:

1. მოიტანს მეტ შემოსავალს.
2. რეგიონებში გააჩენს დასაქმების მეტ შესაძლებლობას
3. გამოიწვევს დაბალი ხარისხის სერვისს
4. გამოიწვევს მთის ავთენტურობის რღვევას
5. გამოიწვევს ტურისტული ინფრასტრუქტურის უკონტროლო მშენებლობას
6. ხელს შეუწყობს მდგრად განვითარებას;
7. შეაფერხებს მდგრად ტურიზმს.
8. სხვა (ჩაწერეთ) -----

**კითხვა 4.** თქვენ რომელ სამთო რეგიონს სტუმრობთ? (შემოხაზეთ მაქსიმუმ 2 პასუხი)

1. ხევი
2. ხევსურეთი
3. თუშეთი
4. რაჭა
5. სვანეთი
6. მთიანი სამეგრელო
7. მთიანი გურია
8. მთიანი აჭარა
9. მთიანი იმერეთი

**კითხვა 5.** რა განაპირობებს თქვენ არჩევანს მთის რეგიონებთან დაკავშირებით?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 3 პასუხი.

1. სახლი მაქვს იქ
2. მომწონს მისი ბუნებრივი გარემოპირობები

3. სამთო ტურიზმის ჩემთვის სასურველი სახეობებისთვის ყველაზე ხელსაყრელია.
4. გასტრონომიული მრავალფეროვნება
5. გარემოპირობების ავთენტურობა და ისტორიული მემკვიდრეობა
6. ყველაზე უკეთაა განვითარებული საგზაო ინფრასტრუქტურა
7. ყველაზე უკეთაა განვითარებული სასტუმრო ინფრასტრუქტურა
8. მომსახურების მაღალი დონე
9. ამ რეგიონზე ყველაზე მეტი ინფორმაცია მაქვს
10. სხვა სამთო რეგიონებთან შედარებით უფრო პოპულარულია
11. მიჭრას პასუხის გაცემა
12. სხვა

**კითხვა 6.** მთაში მოგზაურობის დროს რა ტიპის ტურიზმით ხართ დაკავებული?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 3 პასუხი.

1. ტრეკინგი
2. ჰაიკინგი
3. ალპინიზმი
4. საცხენოსნო ტურიზმი
5. რაფტინგი
6. კაიაკინგი
7. სათხილამურო კურორტები
8. ჰელისკი
9. სკიტურინგი
10. კულტურული
11. მაის ტურიზმი
12. ეკო ტურიზმი
13. კულტურული ტურიზმი

14. სხვა -----

**კითხვა 7.** მთაში მოგზაურობის დროს რა მოგწონთ ყველაზე მეტად?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 3 პასუხი.

1. მაღალი ხარისხის მომსახურება
2. კარგი მობილური და ინტერნეტ კავშირი
3. კარგი გზები
4. მაღალი კვალიფიკაციის გიდები
5. სისუფთავე
6. მოწესრიგებული ინფრასტრუქტურა
7. კულტურა
8. სამზარეულო
9. მარალი ხარისხის სასტუმროები
10. სასტუმროებზე განსხვავებული ფასების შესაძლებლობა
11. სხვა -----

**კითხვა 8.** მთაში მოგზაურობის დროს რა არ მოგწონთ ყველაზე მეტად?

1. დაბალი ხარისხის მომსახურება
2. ცუდი მობილური და ინტერნეტ კავშირი
3. ცუდი საგზაო ინფრასტრუქტურა
4. დანაგვიანებული გარემო
5. მოუწესრიგებული ინფრასტრუქტურა
6. მაღალი ხარისხის სასტუმროების არ არსებობა
7. სასტუმროებზე შეუსაბამოდ მაღალი ფასები;
8. მწირი გასართობი სერვისები და შეთავაზებები;
9. უსაფრთხოების დაბალი დონე

10. მიჭირს პასუხი;

11. სხვა -----

**კითხვა 9.** თქვენი აზრით, დღეს საქართველოში რომელი სამთო რეგიონებია ყველაზე ცუდად განვითარებული?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 2 პასუხი.

1. ხევი
2. ხევსურეთი
3. თუშეთი
4. რაჭა
5. სვანეთი
6. მთიანი სამეგრელო
7. მთიანი გურია
8. მთიანი აჭარა
9. მთიანი იმერეთი
10. მიჭირს პასუხის გაცემა
11. სხვა

**კითხვა 10.** თქვენი აზრით რა განაპირობებს ამ რეგიონების ნაკლებ განვითარებას?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 3 პასუხი.

1. ცუდი საგზაო ინფრასტრუქტურა.
2. სამთო ბილიკების მოუწესრიგებლობა.
3. ადგილობრივი მოსახლეობის მიუღებლობა ტურიზმისადმი.
4. გარემოპირობების ავთენტურობის რღვევა.
5. ადგილობრივი გიდების ნაკლებობა
6. სასტუმროების პატარა არჩევანი

7. მომსახურების დაბალი დონე
8. რეგიონზე მწირი ინფორმაცია
9. სამაშველო სამსახურის გაუმართავი მუშაობა
10. დაბალი ხარისხის მობილური და ინტერნეტ კავშირი
11. მიჭირს პასუხი
12. სხვა.

**კითხვა 11.** რის გაუმჯობესებას/დამატებას ისურვებდით იმისთვის, რომ თქვენთვის მოგზაურობა უფრო სასურველი და კომფორტული გახდეს?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 3 პასუხი.

1. გავზრდიდი ინფორმაციას კონკრეტულ რეგიონზე
2. მაქსიმალურად შევინარჩუნებდი მის ბუნებრივ გარემოპირობებს
3. ხელს შევუწყობდი გასტრონომიულ მრავალფეროვნებას
4. შევინარჩუნებდი გარემოპირობების ავთენტურობასა და ისტორიულ მემკვიდრეობა
5. განვავითარებდი საგზაო და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურას
6. განვავითარებდი სხვადასხვა ტიპისა და ფასის სასტუმრო ინფრასტრუქტურას
7. ხელს შევუწყობდი მომსახურების სერვისის გაზრდას
8. გადავამზადებდი ადგილობრივ გიდებს
9. მაქსიმალურად გავაძლიერებდი სამაშველო სამსახურს
10. შევიძენდი სპეციალურ სამაშველო ვებმფრენებს
11. მიჭირს პასუხის გაცემა
12. სხვა

**კითხვა 12.** მთაში მოგზაურობისას, ძირითადად რომელი ქვეყნის ტურისტები გვხდებათ?

მონიშნეთ მაქსიმუმ 3 პასუხი.

1. აზერბაიჯანი
2. სომხეთი
3. თურქეთი
4. რუსეთი
5. გერმანია
6. არაბეთის ქვეყნები
7. ინდოეთი
8. ჩინეთი
9. ინგლისი
10. საფრანგეთი
11. პოლონეთი
12. ჩეხეთი
13. ლიტვა, ლატვია, ესტონეთი
14. აშშ
15. ფილიპინები
16. მიჭირს პასუხის გაცემა
17. სხვა

**კითხვა 13.** საერთო ჯამში, კმაყოფილი ხართ თუ არა საქართველოში მთის ტურიზმის განვითარების ტემპით და მახასიათებლებით?

1. კმაყოფილი ვარ
2. უფრო კმაყოფილი ვარ, ვიდრე უკმაყოფილო
3. უფრო უკმაყოფილო ვარ, ვიდრე კმაყოფილი
4. უკმაყოფილო ვარ
5. მიჭირს პასუხი

მადლობა გაწეული შრომისთვის!

### დანართი III

The questionnaire aims to determine the position of travelers interested in mountain tourism in Georgia with its development prospects. To study the motivating factors of travel, the preferred directions of mountain tourism management and other factors of mountain tourism development.

Participation in the study is anonymous and the data is for scientific purposes only - so please be open with questions and answer the questions below.

Thank you in advance for participating in the research!

**Question 1.** What does mountain tourism mean to you?

1. Adventure: walking, mountain climbing, etc.
2. Winter sports: skiing snowboarding;
3. Ecotourism;
4. Cultural tourism;
5. Wine tourism;
6. Gastronomy;
7. Difficult to answer:
8. Other.

**Question 2.** What problems do you generally encounter regarding mountain tourism?

select up to 3 answers

1. Lack of safety standards;
2. Absence of rescue helicopters;
3. Lack of certified tour guides;
4. Low quality service;

5. Underdeveloped infrastructure;
6. Absence of qualified professionals;
7. Lack of awareness in local population;
8. Loss of nature authenticity;
9. Massive tourism;
10. Lack of strategy to develop central mountain tourism;
11. Lack of proper law enforcement facility;
12. Low performance of law enforcement;
13. I don't see any problems;
14. Difficult to answer;
15. Other.

**Question 3.** In your opinion, what can massive tourism cause?

1. Bring more profit;
2. Increase job market in tourism regions;
3. Lower quality service;
4. Loss of nature authenticity;
5. Help steady development;
6. Uncontrolled building of tourism infrastructure
7. Hinder steady tourism
8. Difficult to answer
9. Other:

**Question 4.** Which mountain region(s) do you usually visit in Georgia?

1. Khevi;
2. Khevsureti;

3. Tusheti;
4. Racha
5. Svaneti;
6. Mountainous Samegrelo;
7. Mountainous Guria;
8. Mountainous Adjara;
9. Mountainous Imereti;
10. Difficult to answer;
11. Other;

**Question 5.** What motivates your choice(s) for visiting mountain regions?

select up to 3 answers

1. I like the nature;
2. Most favorable mountain tourism;
3. Variety of food;
4. Authentic nature and history;
5. Well-developed road infrastructure;
6. Well-developed hotel infrastructure;
7. High-quality service;
8. I am more informed about these regions;
9. More popular than other mountain regions;
10. I cannot answer;
11. Other

**Question 6.** What type of tourism do you usually choose while visiting mountain regions.

select up to 3 answers

1. Tracking;
2. Hiking;
3. Alpinism;
4. Horse riding;
5. Rafting;
6. Kayaking;
7. Skiing;
8. Heliskiing;
9. Ski touring;
10. Cultural;
11. Eco tourism;
12. Gastronomy;
13. Adventure tourism;
14. I just like relaxing in the mountain;
15. Other:

**Question 7.** What do you like most while traveling in mountain regions?

select up to 3 answers

1. High-quality service;
2. Good cell connection;
3. Good road infrastructure;
4. Clean, garbage-free environment (nature);
5. Orderly infrastructure;
6. Local culture;
7. Local cuisine;

8. High-quality hotels;
9. Wide range of hotel pricing;
10. Wide variety of entertainment;
11. Wide variety of mountain tourism;
12. Safety;
13. Difficult to answer;
14. Other:

**Question 8.** What do you dislike most while traveling in the mountains?

select up to 3 answers

1. Low-quality service;
2. Bad cell connection;
3. Bad road infrastructure;
4. Dirty environment (nature);
5. Disorganized infrastructure;
6. Low-quality hotels;
7. High price range for hotels;
8. Low variety of entertainment;
9. Lack of safety;
10. Difficult to answer;
11. Other:

**Question 9.** In your opinion, what are the causes of their under-development?

select up to 3 answers

1. Bad road infrastructure
2. Disorganized mountain paths

3. Local population's attitude towards tourism
4. Loss of nature authenticity
5. Scarcity of local tour guides
6. Lack of variety of hotels
7. Low-quality service
8. Scarcity of information about these regions
9. Unreliable rescue service
10. Poor cell/internet connection
11. Difficult to answer
12. Other:

**Question 10.** What would you improve to make your mountain travel more comfortable?

select up to 3 answers

1. Provide more information about the region;
2. Preserve the nature authenticity;
3. Develop gastronomy;
4. Preserve the authenticity of historic heritage;
5. Develop road and transportation infrastructure;
6. Provide a wider hotel price range;
7. Improve the quality of service;
8. Train more local tour guides;
9. Improve the rescue service;
10. Purchase rescue helicopters;
11. Difficult to answer;
12. Other

**Question 11.** Overall, how satisfied are you with the development of mountain tourism in Georgia?

1. Satisfied
2. Somewhat satisfied
3. Somewhat dissatisfied
4. Dissatisfied
5. Difficult to answer

Thank you for your help.