

**კულტურული ტურიზმის ლოკაციის რესურსული პოტენციალი აჭარაში**

**Resource potential of the cultural tourism localization in Ajara**

**თემურ ზოიძე**

*ბათუმის საზღვაო აკადემია, ბიზნეს ადმინისტრირების დოქტორი,*

*აჭარის ა.რ. ტურიზმის გიდების ასოციაციის დამფუძნებელი და*

*აჭარის ა.რ. ტურიზმის ფედერაციის ვიცე-პრეზიდენტი*

**Temur Zoidze**

*Batumi Maritime Academy, Doctor of business administration,*

*Founder of the Association of Tourism Guides of Ajara Autonomous republic,*

*Vice-president of tourism Federation of Ajara Autonomous republic*

**DOI: <https://doi.org/10.52340/gmg2023.01.25>**

**აბსტრაქტი:** ტურიზმის და კერძოდ კულტურული ტურიზმის განვითარებისათვის განსაკუთრებულია აჭარის რეგიონი. ამ მხრივ ქ. ბათუმს გააჩნია მნიშვნელოვანი რესურსული პოტენციალი მუზეუმებისა და სხვა კულტურული ღირსშესანიშნაობების სახით. ბათუმში არსებული მუზეუმები მყარი გარანტიაა კულტურული ტურიზმის განვითარების კონკურენტუნარიანი ბაზის შესაქმნელად. გარდა მუზეუმებისა ქ. ბათუმს გააჩნია შემეცნებით ტურების ორგანიზების რესურსი როგორც ქალაქში ასევე მის ფარგლებს გარეთ. ერთ-ერთი ასეთ მარშრუტად შეიძლება გნვიხილოთ თამარის დასახლების მიმდებარედ არსებული ბათუმის ციხე. მნიშვნელოვანია ამ რესურსის ლოკალიზება კულტურული ტურიზმის ძირითად მარშრუტებში შესაყვანად.

განსაკუთრებულია აჭარის რეგიონში არსებული როგორც კერძო მუზეუმები, ასევე მუნიციპალიტეტების კულტურული ობიექტები. კულტურული ტურიზმის ლოკალიზების ადგილებზე მნიშვნელოვანია მოეწყოს ინფრასტრუქტურა: მისასვლელი გზები, განთავსების და კვების ობიექტები, სველი წერტილები. მიმზიდველი და საინტერესო უნდა გახდეს კულტურული ტურიზმის მარშრუტები-მუზეუმის გზა- მთიან აჭარაში. კულტურული ტურიზმის ბილიკებზე გასვლა მნიშვნელოვნად შეაფერხა 2020 წლის გაზაფხულზე კორონავირუსის გავრცელებამ. მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციის მიერ გამოცხადებულმა პანდემიამ ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა საქართველოში, როგორც მთლიანად ქვეყნის, ასევე რეგიონულ დონეებზე ტურიზმის დარგი. ახლა პოსტპანდემიის პერიოდში კიდევ უფრო მეტი შესაძლებლობები გაიშალა კულტურული ტურიზმის რესურსული პოტენციის ახლებურად წარმოჩენისათვის.

**საკვანძო სიტყვები:** კულტურა, ტურიზმი, პანდემია, მუზეუმი, მარშრუტი.

**Abstract:** Adjara region is special for the development of tourism and cultural tourism in particular. In this regard St. Batumi has significant resource potential in the form of museums and other cultural attractions. Museums in Batumi are a solid guarantee for creating a competitive base for the development of cultural tourism. In addition to museums, St. Batumi has the resources to organize educational tours both in the city and outside of it. One of these routes can be considered the Batumi Castle located near Tamari settlement. It is important to localize this resource to include it in the main routes of cultural tourism.

Both private museums and municipal cultural facilities in the Adjara region are special. It is important to organize infrastructure in the places of cultural tourism localization: access roads, accommodation and catering facilities, bathrooms. Cultural tourism routes - museum road - in mountainous Adjara should become attractive and interesting. The spread of the coronavirus in the spring of 2020 significantly hampered the cultural tourism routes. The pandemic announced by the World Health Organization has brought new challenges to the field of tourism in Georgia, both at the national and regional levels. Now, in the post-pandemic period, even more opportunities have opened up to present the resource potential of cultural tourism in a new way.

**Keywords:** culture, tourism, pandemic, museum, route

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების პერსპექტივებისათვის კოვიდ - 19-მა უარყოფითი და ნეგატიური ზეგავლენა მოახდინა. ამ მხრივ განსაკუთრებულად მგძნობიარე აღმოჩნდა კულტურული ტურიზმის განვითარება. აჭარაში და კონკრეტულად ქ. ბათუმში დაიხურა მუზეუმები, საგამოფენო სივრცეები, ჩაიკეტა ტურისტული მარშრუტები აჭარის ყველა კულტურულ ობიექტზე. საბედნიეროდ დადგა პოსტ-პანდემიური პერიოდი და კიდევ უფრო გაიზარდა მოთხოვნები კულტურული ტურიზმისა და საქალაქო მარშრუტების მიმართ. თანამედროვე ტურიზმს, როგორც ეკონომიკურ მოვლენას გააჩნია ინდუსტრიული ფორმა, რეალიზაციისათვის გამოდის ტურისტული პროდუქტი მომსახურების სახით, რომელიც არ შეიძლება დააგროვო, შეინახო ან მოახდინო მისი ტრანსპორტირება; კულტურული ტურიზმი ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და გამოდის, როგორც ახალი ეკონომიკური განვითარების წინაპირობა. ჩვენს რეგიონში ეკონომიკური შემოსავლის გადანაწილება განსაკუთრებულია, ვინაიდან ცალკეული დარგები სპეციალიზებული არიან ტურიზმზე; შეიძლება ითქვას კულტურული ტურიზმი წარმოადგენს ეროვნული შემოსავლის ზრდის, დასაქმების, ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლების ერთ-ერთ

მსაზღვრელს. ასევე კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა ეფექტური საშუალებაა ბუნებისა და ადამიანის ურთიერთკავშირისათვის.

ბოლო პერიოდში აჭარის რეგიონში დაწყებულმა აღმშენებლობამ ახალი მასშტაბები გამოკვეთა კულტურული ტურიზმის დარგის წარმატებული განვითარების საქმეში. პანდემიის შემდგომ პერიოდში დღის წესრიგში დადგა ახალი კულტურული ტურიზმის მშენებლობა. მოკლე პერიოდში წარმატებები მნიშვნელოვანია. ახლებური სახე შეიძინა მუზეუმების საქმიანობა, მუზეუმები და საგამოფენო სივრცეები მოზრუნდა ტურისტის მიმართულებით და მზად არიან მათთან შეხვედრისათვის. ბათუმი ორჯერ გახდა ე.წ. ტურიზმის ოსკარის მფლობელი და მომავალ წელს მსოფლიო ტურიზმის დაჯილდოება გაიმართება ჩვენს ქალაქში. წარმატება და ცნობადობა იჩენს დიდ ინტერესს ჩვენი რეგიონის მიმართ და კიდევ უფრო იზრდება პასუხისმგებლობა.

კულტურული ტურიზმი რეგიონში წარმოდგენილია მატერიალური და არამატერიალური ფასეულობების სახით. მატერიალური ფასეულობები აერთიანებს არქიტექტურულ, ხელოვნების, სასოფლო, არქეოლოგიურ, ანთროპოლოგიურ, ეთნოგრაფიულ, მონუმენტური ტექნიკის განვითარებასთან დაკავშირებულ უძრავ ან მოძრავ ობიექტებს, დოკუმენტურ მასალებს, ასევე ბაღებს, პარკებს, ლანდშაფტური არქიტექტურის ობიექტები, ისტორიული დასახლებები, ისტორიულად ჩამოყალიბებული გარემოს, დაკავშირებული ქვეყნის ისტორიასთან, განვითარებასთან, ფოლკლორთან, რწმენასა და ტრადიციებთან, ადრე ან ამჟამად არსებულ ცივილიზაციასთან; არამატერიალურ ფასეულობები: ზეპირსიტყვიერების ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები, ენის, როგორც მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლის, ჩათვლით, საშემსრულებლო ხელოვნება, ადათ-წესები, ჩვეულებები, ტრადიციულ ხელოვნებასთან დაკავშირებული ცოდნა და უნარ-ჩვევები, ასევე მათთან დაკავშირებული ინსტრუმენტები, საგნები, არტეფაქტები და კულტურული სივრცეები, რომლებიც საზოგადოების, ჯგუფებისა და, ზოგიერთ შემთხვევაში, ცალკეული პირების მიერ აღიარებულია მათი კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილად.

პროფესორი მარინა მეტრეველი მიიჩნევს რომ კულტურული ტურიზმი ეს არის მატერიალური და არამატერიალური ფასეულობების ერთობლიობა.

უდავოა, რომ აჭარა თავისი განუმეორებელი ლანდშაფტით, გეოგრაფიული მდებარეობით, ზღვისა და მთის შერწყმული უიშვიათესი ჰავით, ისტორიულ-არქიტექტურული და ბუნებრივი ძეგლებით, სტუმართმოყვარეობითა და ტრადიციებით განსაკუთრებული ინტერესის საგანი იყო ყველა ეპოქაში ყველა სახელმწიფოსათვის და ოდითგანვე იზიდავდა უცხოელ მოგზაურებს.

მუზეუმი (ბერძ. μουσείο[v] - მუზათა ტაძარი), როგორც წესი, საზოგადოების განვითარების სამსახურში მყოფი მუდმივი ინსტიტუტია და ღიაა ფართო საზოგადოებისთვის. მუზეუმი

შესწავლის, განათლების მიზნით ან ვიზუალური სიამოვნებისთვის იძენს, ინახავს, იკვლევს და გამოჰფენს ადამიანთა შემოქმედებისა და მათი გარემოს აღმწერ ფაქტებზე არსებულ მნიშვნელოვან მასალას. მუზეუმები გალერიებისგან განსხვავებით, როგორც წესი, ფინანსური მოგებისთვის არ არსებობენ. მუზეუმი შეიძლება იყოს სამთავრობო, არასამთავრობო ან არამომგებიანი, და ასევე კერძო ან საოჯახო. თანამედროვე მუზეუმები გარკვეულ ობიექტზე არიან კონცენტრირებული, და მათი უმრავლესობა შემდეგი კატეგორიებიდან ერთ-ერთს ეკუთვნის ხოლმე, როგორცაა: სახვითი ხელოვნება, არქეოლოგია, ანთროპოლოგია, ეთნოლოგია, ისტორია, კულტურის ისტორია, მეცნიერება, ტექნოლოგია, ბუნებისმეტყველება. ამ კატეგორიებში შეიძლება უფრო სპეციალიზირებული მუზეუმები არსებობდეს, მაგ. თანამედროვე ხელოვნების მუზეუმები, ადგილობრივი ისტორიის, ტექნოლოგიის ისტორიის, სასოფლო-სამეურნეო ან გეოლოგიის მუზეუმები. მათში, როგორც წესი, არის გამოფენილი ან შენახული მოცემული სფეროს მნიშვნელოვანი ნიმუშები. ეს ნიმუშები კატეგორიზებულია და რეგისტრირებულია მუზეუმის კოლექციაში ნიმუშის ნომრით და მის წარმომობასა და მნიშვნელობაზე დეტალური ჩანაწერი არსებობს. ღია-ცისქვეშა მუზეუმები აგროვებენ და თავიდან აგებენ ძველ შენობებს იმ დროისთვის შესაფერისი ბუნებრივი გარემოს შეხამებით. მაგალითისათვის ქემალ თურმანიძის კერძო მუზეუმი.

კულტურული ტურიზმის შემადგენელია არქეოლოგიური ტურიზმი, რომელსაც ზოგჯერ არქეოტურიზმით მოიხსენიებენ. ეს გახლავთ მოგზაურობა, რომელიც ფოკუსირებულია უძველესი ისტორიული ადგილების მონახულებაზე. ტურისტის/ვიზიტორის მთავარი მოტივაციაა წარსულის წვდომა და უძველესი ისტორიული კულტურებისადმი ინტერესი. არქეოლოგიური ტურიზმი შეიძლება მოიცავდეს ვიზიტს მუზეუმებში, ისტორიული დანიშნულების ადგილებში, არქეოლოგიურ პარკებში, და უფრო მეტიც, ტრადიციულ ეროვნულ ცეკვებსა თუ ფესტივალებზე დასწრებას და ა.შ. არქეოლოგიური ტურიზმი მსოფლიოში არ გახლავთ ტურიზმის ახალი სახე, იგი დღესდღეობით ძალზედ პოპულარული გახდა, ყოველწლიურად მრავალი ტურისტი მოგზაურობს არქეოლოგიური ადგილების მოსანახულებლად, და ფაქტობრივად იგი გახდა შემოსავლიანი ბიზნესი. რისთვის გვჭირდება არქეოლოგიური ტურიზმი? აქ შეიძლება გამოვყოთ რამოდენიმე ფაქტორი: ინტერესი-წარსულის წვდომა, თავგადასავლები და აღმოჩენა, სახელმწიფო შემოსავლები-არქეოლოგიური ტურიზმი შემოსავლიანი ბიზნესია. ტუროპერატორები, სახელმწიფო, ადგილობრივი თემი იღებს ტურიზმიდან შემოსავლებს (შესვლის დროს დაწესებული თანხა და ა.შ) ტურიზმი ასევე ეხმარება ლოკალურ ბიზნესს (სასტუმროები, რესტორნები, სუვენირის მაღაზიები) და ქმნის უამრავ სამუშაო ადგილს.

აღიარება/ცნობადობა-პოპულარიზაცია, რეკლამირება არქეოლოგიური ადგილების, საზოგადოების ინფორმირებულობა იზიდავს გაცილებით მეტ ვიზიტორს/დამთვალიერებელს.

დეგიონის განვითარება-ადგილობრივი თემის ჩართულობა არქეოლოგიური ადგილების სიცოცხლიუნარიანობის შენარჩუნებაში, რაც თავის მხრივ ადგილობრივი რეგიონის ეკონომიკურ აღმავლობას განაპირობებს. ტუროეპრატორები და ტურისტები-ტუროპერატორები (ფინანსურად) და ტურისტები (გამოცდილებას იღებენ) სარგებლობენ არქეოლოგიური ადგილების ვიზიტის დროს, კარგად დაგეგმილი ტური ზრდის ტურისტთა ინტერესს და ცნობიერებას. აღსანიშნავია, რომ არქეოლოგიური ტურიზმის განვითარებას თან ახლავს გარკვეული საფრთხეები, ეს შეიძლება იყოს: არქეოლოგიური ადგილების დაზიანება-ტურისტთა არაინფორმირებულობის შემთხვევაში შესაძლებელია დათვალიერების დროს დაზიანდეს გარემო. ტურისტული დესტინაციის მზარდმა ინტერესმა, შესაძლოა ასევე გაზარდოს ვანდალური შემთხვევები (ძარცვა), კარგი მენეჯმენტის შემთხვევაში წინასწარ უნდა იქნას მიღებული უსაფრთხოების ზომები. ბევრ ქვეყანას აქვს მკაცრი კანონი, მაგრამ ხშირ შემთხვევაში მიუხედავად მკაცრი კანონისა ვანდალიზმის ფაქტები მაინც ფიქსირდება და აქ უკვე ტუროეპრატორების, ვიზიტორების ვალია მონიტორინგი აწარმოონ. სამიზნე ვიზიტროთა ჯგუფი სწორად არ არის შერჩეული-თემატურობა (მისი ინტერპრეტაცია). არქეოლოგიური ადგილები განხილულ უნდა იქნან, როგორც საერთო რესურსი-ჯერ ერთი, მას სარგებელი მოაქვს ყველასთვის (ზრდით) და მეორე, ყველას თავისი წვლილი შეაქვს ამ საერთო რესურსში. არქეოლოგიური ტურიზმის სახელმძღვანელო პრინციპები ასეთია: შევინაჩუნოთ და დავიცვათ არქეოლოგიური ძეგლი (არქეოლოგიური ადგილი უნდა პასუხობდეს ადეკუატურ ინფრასტრუქტურას და მზად იყოს ვიზიტორისათვის) არქეოლოგიური ადგილის მხარდაჭერის მცდელობა უარყოფითად არ უნდა ვიმოქმედოთ არქეოლოგიური ადგილის შენარჩუნებაზე . სამიზნე ჯგუფებმა უნდა მოინახულონ არქეოლოგიური ადგილები მხარი უნდა დაუჭიროთ ადგილობრივი თემის ჩართულობას პროექტებში, რაც მიზნად ისახავს არქეოლოგიური ადგილებისათვის ინვესტიციების მოზიდვას ან სხვა ღონისძიებებს. უნდა მივაწოდოთ ამომწურავი ინფორმაცია ვიზიტორს. არქეოლოგიური ადგილების ვიზიტის დროს ტურისტმა სასურველია იცოდეს შემდეგი სახის ინფორმაცია: მოსანახულებელი ადგილის კულტურული და ისტორიული ინფორმაციის ფლობა საბაზისო დონეზე. დადგენილი ქცევის წესები/ნორმების დაცვა ყურადღივს ტუროპერატორის თუ გიდის მითითებები ყურადღება მიაქციოს მინიშნებებს. ტურისტს ეკრძალება: აცოცება, ჩამოჯდომა ან დგომა არქეოლოგიურ სტრუქტურებზე რაიმეს გადაადგილება, ის რაც ზედაპირიდან აიღე დააბრუნე იმავე ადგილზე (ნუ დაარღვევ წესებს) არასოდეს გადააბიჯო იმ ადგილებს, სადაც მიმდინარეობს გათხრები გაითვალისწინე ყოველი აკრძალვა ნუ დატოვებ საკუთარ ნივთებს/ნუ დააბინძურებ გარემოს ვიზიტისას წააწყდებით თუ არა ვანდალურ გამოვლინებებს დაუყონებლივ აცნობეთ ამის შესახებ პასუხისმგებელ პირს, შესაძლოა მხოლოდ თქვენ ხართ ამ ფაქტის მომსწრე. ჩვენი აზრით, ყოველივე ზემოთაღნიშნული უფლება-მოვალეობანი, რომელიც მკაცრად უნდა

დაიცვას ტურისტმა არქეოლოგიური ძეგლების მონახულებისას ხელს შეუწყობს აჭარაში ლოკალიზებულ კულტურული მემკვიდრეობის სიცოცხლისუნარიან და გრძელვადიანი განვითარების გეგმას.

ტურიზმის განვითარების სტრატეგია ეყრდნობა ტურიზმის მდგრადი განვითარების მსოფლიოში აღიარებულ პრინციპებს და აშკარა უპირატესობას ანიჭებს ბაზრის მოთხოვნის სტიმულირებას. ისეთი მაღალი ტურისტული და საკურორტო პოტენცი-ალის მქონე ქვეყანაში, როგორც საქართველოა, იკვეთება ტურიზმის პრიორიტეტულობის შემდეგი კრიტერიუმები:- ტურიზმისექსპორტაბელურობისმაღალიდონედააქედანგამომდინარე,ქვეყნისშემოსავლების ზრდაში მისი დიდი პოტენციალი;- მოსახლეობის დასაქმების მასშტაბური შესაძლებლობა;- რეგიონული ეკონომიკური განვითარების დონის გამოთანაბრების რეზერვების არსებობა (ამის შესაძლებლობას იძლევა ტურისტული პოტენციალის ბუნებრივ-გეოგრაფიული გაადგილება ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე;-ეკონომიკის სხვა დარგების (ტურიზმის მომიჯნავე დარგები) განვითარების სტიმულირება და სხვა. უკანასკნელ წლებში კი აღინიშნება შემოსულ უცხოელ ტურისტთა ზრდის მკვეთრი ტენდენცია, თანამედროვე პირობებში ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის მიმართულებებია: შემომყვანი ტურიზმის ხელშეწყობა და სტიმულირება, შიდა ტურიზმის განვითარება, კომპეტენტური კადრების მომზადება და გადამზადება, ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირება , საკანონმდებლო ბაზის სრულყოფა და ევროკავშირის კანონმდებლობასთან მისი ჰარმონიზაცია , საქართველოს რეგიონების ტურისტული რესურსების პოპულარიზაცია, რეკლამირებისა და საზოგადოებასთან ურთიერთობის გზით და ა.შ. უდავოა, რომ საქართველოს ტურისტულ რეგიონში- აჭარაში დაწყებულმა აღმშენებლობამ ახალი მასშტაბები გამოკვეთა ტურიზმის დარგის წარმატებული განვითარების საქმეში.

კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმი ყველაზე გრძელვადიანია (ხანგრძლივი პერიოდის ტურებია) ტურიზმის სხვა სახეობებთან შედარებით, იგი არ არის სეზონური.

აჭარა ქ. ბათუმთან ერთად 5 ადმინისტრაციულ ერთეულს მოიცავს, თითოეული მუნიციპალიტეტი სპეციფიკური ტურისტული რესურსით გამოირჩევა, აღსანიშნავია, რეგიონის გეოგრაფიული მდებარეობა, კურორტებისა და საკურორტო ზონების სიმრავლე, წარმოდგენილია დაცული ტერიტორიების კატეგორიები სამიზნე ობიექტებით (ნაკრძალი, აღკვეთილი, ბუნების ძეგლი/მღვიმე/კანიონი, ეროვნული პარკი), კულტურა, ხელოვნება და ტრადიციები. ქ. ბათუმს ჰქონდა და აქვს ტურისტების მიღებისა და განაწილების ფუნქცია, რასაც განაპირობებს შავი ზღვისა და საახმელეთო საზღვრებთან სიახლოვე.

სრულყოფილად რომ მოხდეს მოხდეს აუთოვისებელი კულტურული ტურიზმის ტურისტული რესურსების ათვისება სტრატეგიული გეგმის მომზადების პროცესში გათვალისწინებული უნდა იქნას შემდეგი ფაქტორები: ისტორიული, კულტურული და რელიგიური მემკვიდრეობის გამოყენება მეტი ტურისტების მოსაზიდად . რეგიონის

მუნიციპალიტეტების და სოფლების საზოგადოებრივი აღიარება, არსებული რესურსის სათანადო რეკლამირება . ტურისტულ ობიექტებისათვის სწორი სტრატეგიის შემუშავება. დადგინდეს კრიტერიუმები, რომლებიც უნდა იქნას გამოყენებული რეგიონის ეკონომიკური განვითარების მოკლე თუ გრძელვადიან სტრატეგიაში და უნდა იყოს გაზომვადი. ამ კომპონენტის გათვალისწინების გარეშე შეუძლებელია განხილულ და შეფასებულ იქნას წარმატება ან გატარებული რეფორმის შედეგი. დაიგეგმოს გაზომვადი ღონისძიებები, რომელთა შეფასება გარკვეული კრიტერიუმებით არის შესაძლებელი; გასათვალისწინებელი გარემოება: შეფასებები მოზდეს არა უშუალოდ გეგმის დასრულების შემდგომ, არამედ შუალედურ პერიოდშიც, რათა გადახრების შემთხვევაში შესაძლებელი იყოს მათი გამოსწორება. აქტივობების შესაბამისად განხორციელდეს

მონიტორინგის ზოგადი აღწერა: მიზნები, რომლებთა განხორციელებას ისახავს რეგიონში ტურიზმის განვითარებისა და ეკონომიკური წინსვლის სტრატეგია უნდა იყოს მიღწევადი ანუ შედეგზე ორიენტირებული. ადგილობრივი თვითმმართველობების მიერ დაგეგმილი სხვადასხვა ღონისძიებების შედეგები უნდა იყოს მიღწევადი. გასათვალისწინებელი გარემოებაა: მიზნის მისაღწევად დასახული ამოცანების განხორციელება უნდა დაეკისროს პასუხისმგებელ პირებსა თუ უწყებებს, რათა გამოჩნდეს თითოეული რგოლის ვალდებულება და პასუხისმგებლობა (სამოქმედო გეგმის ცალკეული კომპონენტების შეუსრულებლობაზე). რეგიონულ და ლოკალურ დონეზე ეკონომიკური განვითარების ღონისძიებები უნდა იყოს მიზანთან მიმართებაში ადეკვატური (შესაბამისი). დასახული ამოცანების განხორციელება უნდა გამომდინარეობდეს სტრატეგიის მიზნებისაგან გასათვალისწინებელი. ღონისძიებები უნდა გატარდეს გაწერილი სამოქმედო გეგმის შესაბამისად. ყველა ქმედება ერთმანეთთან მიზეზ-შედეგობრივი კავშირებით უნდა იყოს დაკავშირებული.

ქ. ბათუმის განვითარების კონცეფციის ორგანულ ნაწილად შეიძლება განვიხილოთ კულტურული (საქალაქო) ტურიზმის განვითარება და მისი როლი ქალაქის ეკონომიკური სრულყოფისათვის. აღსანიშნავია, რომ ტურისტები, რომლებიც ეწვევიან ქალაქს, მოხიბლული არიან ბათუმის განვითარების ტემპებით, მისი სილამაზით, ზღვით, ბუნებით და შეთავაზებული სხვადასხვა ატრაქციებით. ამავ დროს პარალელურად მათ შეუძლიათ გამოიყენონ ქალაქის გარეგანი და შინაგანი ერთობლიობა.

კულტურული ტურიზმის განვითარება მოითხოვს კარგად ორგანიზებული მომსახურების ინფრასტრუქტურის შექმნას. ამგვარი ინფრასტრუქტურა მოიცავს მომსახურების სფეროს სისტემას, რომელიც ქალაქის სტუმრებს შესაბამის კომფორტს უქმნის. ამიტომაც აუცილებელია შეთანხმდეს იმ ორგანიზაციების საქმიანობა, რომლებიც, ერთი მხრივ, აგვარებენ ტურისტების მიღებისა და მათი საექსკურსო მომსახურების საკითხებს, და მეორეს მხრივ, იმ ორგანიზაციებისა, რომლებიც უზრუნველყოფენ ცხოვრების, კვებისა

და მომსახურების სხვა სერვისის კომფორტულ პირობებს, ანუ სტუმართმომსახურების ობიექტების მთელი ქსელის საქმიანობას.

ტურისტებს ქვეყნის შესახებ წარმოდგენა ექმნებათ არა მარტო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების, ფესტივალებში მონაწილეობით, ფერწერული თუ თეატრალური ხელოვნების ნაწარმოებების გაცნობით, არამედ ძალიან ხშირად ქალაქის როგორც ტურისტული ცენტრის იმიჯს სასტუმრო კომპლექსის, ტრანსპორტის, ვაჭრობისა და კვების სისტემის დაწესებულებები განსაზღვრავენ. ქალაქის ტურისტული ინფრასტრუქტურის ამ მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილების განვითარება ხელს შეუწყობს ქალაქსა და ზოგადად ქვეყანაში კიდევ უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვას.

კულტურის ამგვარი გააზრება თავის კვალს ტოვებს არა მარტო ტურისტებისათვის მხატვრული, არქიტექტურული და სხვა ღირსშესანიშნაობების წარდგენის კონცეფციის შემუშავებაზე, არამედ სტუმარმასპინძლობის, სტუმართმომსახურების ინდუსტრიის ორგანიზებაზეც, რომელსაც ჩვენ განვიხილავთ კულტურული ტურიზმის შემადგენელ ნაწილად, რაც შეუძლებელია არ გავითვალისწინოთ მისი განვითარების სტრატეგიის ფორმირებისას.

პირველ რიგში, მუდმივად იზრდება მოსახლეობის ტერიტორიული მობილობა, რაც გამოიხატება არა მარტო ტურისტულ და შემეცნებით, არამედ საქმიანი, საგანმანათლებლო, პირადი და სხვა სახის მოგზაურობებშიც.

მეორე, მიმდინარეობს სოციალურ-კულტურული ფასეულობების, იდეების, ტრადიციებისა თუ სამომხმარებლო სტანდარტების გაცვლის პროცესი.

მესამე, ცალკეული მომსახურების გამოყენებისა და ქცევის სტანდარტების უნიფიკაცია, სოციალურ-ეკონომიკური და სოციალურ-კულტურული ქცევის კოსმოპოლიტიზმი პირველ რიგში ვლინდება მასპინძლობის ინდუსტრიის საწარმოთა მომსახურების გამოყენებაში.

მეოთხე, სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის საწარმოთა მომსახურების მოხმარების ინტერნაციონალიზაციის მიმდინარე პროცესები გამოიხატება იმაში, რომ მოსახლეობის იოლი გადაადგილება, ინფორმაციის გაცვლა იწვევს ტურისტის მუდმივი საცხოვრებელი ადგილისათვის ჩვეული, ტრადიციული მომსახურების სხვა ქვეყნებში მიღების ობიექტური შესაძლებლობების გაზრდას.

ბოლო წლებში მსოფლიო ტურისტულ ბიზნესში ძლიერად განვითარდა უნიფიკაციისა და კოსმოპოლიტიზმის ტენდენცია. მაგრამ პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ ამერიკელი ტურისტებიც კი, რომლებიც ყველაზე მეტად მიეჩვივნენ სასტუმრო და ტურისტული მომსახურების უნიფიცირებულ სტანდარტებს და ყველგან მომსახურების წმინდა ამერიკულ ფორმებს მოელოდნენ, ისინიც კი საკმაო ინტერესს ავლენენ გარკვეული ეროვნული თავისებურების, ტრადიციის მიმართ, თუნდაც შეზღუდული მასშტაბით, იქნება ეს ნაციონალური სამზარეულოს



ელემენტები, მუსიკალური თანხლება თუ სხვა.

ქ. ბათუმში გაცილებით ძნელია იპოვოთ დახვეწილი რესტორანი უცხოური ქვეყნის სამზარეულოთი. მასპინძლობის სფერო ტურისტული ინფრასტრუქტურის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს წარმოადგენს. შესაბამისი პირობების შექმნა ტურისტებს საშუალებას აძლევს მოახდინონ ეროვნული ხასიათის, ტრადიციებისა და ყოფა-ცხოვრების ძირითადი თვისებების სწორი იდენტიფიცირება. უფრო მეტიც, ბევრი ტურისტი ქვეყნის კულტურულ თვითმყოფადობას აღიქვამს არა თეატრების, მუზეუმების, საკონცერტო დარბაზებისა და ა.შ. მეშვეობით, არამედ სწორედ მასპინძლობის დაწესებულებათა საქმიანობის იმ შემადგენელი კულტურული მომენტებით, რომლებსაც აწყდებიან ჩვენს ქვეყანაში ყოფნისას.

ამგვარად, ჩნდება კულტურული შემადგენელი კომპონენტის მასპინძლობის საწარმოთა საქმიანობის მეშვეობით ტურისტთა ფართო მასებამდე მიტანის ფორმებისა და მეთოდების მოძიების ამოცანა. კულტურული ტრადიციის სპეციფიკა შეიძლება გადმოიცეს სხვადასხვა ხერხით.

პირველი, შესაბამისი დიზაინის დახმარებით, სასტუმროების, რესტორნების, ბარებისა და მასპინძლობის სფეროს სხვა საწარმოების გაფორმებაში ქართული ეროვნული ელემენტების გამოყენებით, რომლებიც ითვალისწინებენ ქ.ბათუმის და ქართული კულტურის ეროვნულ თავისებურებებს.

მეორე, მასპინძლობის სფეროში ისეთი შესაბამისი კულტურულ-გასართობი, ფოლკლორული პროგრამების შექმნით, რომლებიც მოიცავენ ეროვნული იდენტიფიკაციის ელემენტებს.

მესამე, ეთნოგრაფიული კულტურის გარკვეული ელემენტები. ეს შეიძლება იყოს მომსახურე პერსონალის ტურისტებთან ურთიერთობის დამახასიათებელი ფორმები, ეროვნული სამოსისა და სამზარეულოს ელემენტები და ა.შ., ელემენტები, რომლებიც ამა თუ იმ კულტურულ-ისტორიულ მოვლენასთან არის დაკავშირებული.

უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმის მომსახურების სფეროს საწარმოები აცნობიერებენ კულტურული შემადგენლის მნიშვნელობას, ამიტომაც ისინი ნაყოფიერ შემოქმედებით ურთიერთობას ამყარებენ კულტურის დაწესებულებებთან და სწორედ ამიტომაც ბევრი სასტუმრო და რესტორანი იქცევა ხოლმე სხვადასხვა კულტურული აქციის - გამოფენების, ფესტივალების, კონკურსების - ჩატარების ადგილად.

მსოფლიო პრაქტიკაში ჩამოყალიბდა „მაღალი“ და „დაბალი“ კულტურების ერთგვარი სტერეოტიპი. შესაბამისად, „მაღალ“ ანუ „წმინდა“ კულტურას განასახიერებენ სხვადასხვა სახის მუზეუმები, საკონცერტო დარბაზები, საოპერო თეატრები და ა.შ. დაბალი კულტურა - ეს გახლავთ ვარიეტე, კაბარე, დისკოთეკა, არტ-კაფე, სხვადასხვაგვარი შოუ, რომლებსაც

მასპინძლობის საწარმოთა ფარგლებში ატარებენ. მაგალითად, ბათუმში გავრცელებულია შოუების მოწყობა კვების ობიექტებში, რომელთა აუცილებელ ატრიბუტს წარმოადგენს ცნობილ მსახიობთა გამოსვლები. აფიშებს მთელ ქალაქში აკრავენ, ტელევიზიით გადაიცემა რეკლამა, ამიტომაც რესტორანში მოდიან არა მხოლოდ იმიტომ, რომ მეგობრებთან ერთად გაატარონ დრო, არამედ იმიტომაც, რომ მოუსმინონ ვოკალისტების გამოსვლას, გაესაუბრონ მათ, რადგანაც გარკვეულ მომენტში თავისუფალი მსახიობები სხვა სტუმრებთან ერთად ბარში სხედან.

სწორედ ასეთ დაწესებულებებშია შერწყმული კულტურული პროგრამა, გართობა, დასვენება და სარესტორნო ბიზნესი, ისინი შეიძლება ჩაითვალოს კულტურის ერთიან, დამოუკიდებელ ელემენტად.

აღნიშნული პრობლემის - „მაღალი“ და „დაბალი“ კულტურის შერწყმის კიდევ ერთი ასპექტი არსებობს. ხშირად სასტუმროები და რესტორნები დროთა განმავლობაში თავად იქცევიან ქვეყნისა და ქალაქის ერთგვარ სიმბოლოებად და ტურისტული მარშრუტის ნაწილი ხდებიან, წარმოადგენენ „მაღალი“ კულტურისა და კულტურული პროგრამის ელემენტებს.

ამგვარად, შეიძლება ითქვას, რომ საზოგადოებრივი კვების დაწესებულებები არა მარტო და არა იმდენად ტურისტის კვებით მოთხოვნილებას აკმაყოფილებენ, არამედ დამოუკიდებელ კულტურულ-ისტორიულ ღირებულებას იძენენ და ტურპროდუქტის ნაწილად იქცევა, რომელიც მეტნაკლებად სრულ წარმოდგენას უქმნის ტურისტს ქვეყნის შესახებ.

არსებობს კიდევ ერთი ასპექტი, რომელიც შესაძლებლობას გვაძლევს ვილაპარაკოთ იმის შესახებ, რომ მასპინძლობის დაწესებულებები კულტურული ტურიზმის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენენ, თუმცა, როგორც წესი, ტურისტული ფირმების მიერ შეთავაზებულ მარშრუტებში არ შედიან. ხშირად ბათუმში ჩამოსული ტურისტი ცდილობს ეწვიოს იმ ბარებსა და რესტორნებს, სადაც ადგილობრივი მოსახლეობა ამჯობინებს დროის გატარებას. მაგალითად, ტრადიციული სახინკლები და ბათუმური ლუდის ბარები, სახაშეები. საკმაოდ მიმზიდველია სხვა ქვეყნებიდან ჩამოსული ტურისტებისათვის, თუმცა მათ ძირითად კონტინგენტს ადგილობრივები შეადგენენ.

როგორც აღვნიშნეთ, ბევრი უცხოელი ტურისტი ქვეყანას აღიქვამს იმ კულტურის დონეზე, რომელიც რესტორნებსა და სასტუმროებში იხილეს. ეს განსაკუთრებით ეხება ტურიზმის ისეთ მასობრივ ფორმებს, როგორიცაა რეკრეაციული ტურიზმი, „MIKE“ ტურიზმი, როდესაც ძირითად მიზანს არ წარმოადგენს დასათვალიერებელი ქვეყნის კულტურული ფასეულობების გაზიარება, მაგრამ მასპინძლობის საწარმოები აბსოლუტურად ყველა ტურისტისათვის არის საჭირო.

მასპინძლობის სფეროს საწარმოთა საქმიანობის კულტურულმა შემადგენელმა განსაკუთრებული განვითარება უნდა ჰპოვოს ცალკეული დაწესებულებების მარკეტინგული

სტრატეგიების ფარგლებში. მარკეტინგული შემადგენელი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ისეთ მსხვილ კულტურულ ცენტრში, როგორცაა ბათუმი, რადგანაც მუზეუმები, ქალაქის ღირსშესანიშნაობები წარმოადგენენ ტურისტულ ობიექტებს, რომლებსაც სრულიად განსხვავებული ეროვნული, სოციალური, პროფესიონალური და ა.შ. თავისებურებების ტურისტები ათვალიერებენ. ამიტომაც მარკეტინგული თვალსაზრისით საზოგადოებრივი კვების სისტემის განვითარება მიზანმიმართული უნდა იყოს ტურისტულ-საექსკურსიო მომსახურების ბაზრის სრულიად განსხვავებული სეგმენტების მოთხოვნილების დაკმაყოფილებაზე.

მიზანშეწონილია მუზეუმებისა და კულტურული ობიექტების ტერიტორიაზე განთავსებული საზოგადოებრივი კვების ობიექტების პოტენციური მფლობელებისა და ინვესტორების მოზიდვა კონკურსის წესით, რაც გაზრდის სარეალიზაციო პროექტების ხარისხს. ამრიგად, კულტურული ტურიზმი ერთიანი ტურისტული პროდუქტის განუყოფელი ნაწილია, რომელიც მოიცავს როგორც კულტურულ, ისტორიულ, რეკრეაციულ შემადგენლებს, ასევე ინფრასტრუქტურულ შემადგენელსაც, რომელიც გათვალისწინებული უნდა იქნას ტურისტული მარშრუტების დაგეგმვის დროს.

## გამოყენებული ლიტერატურა:

1. აბულაძე კ., სასტუმრო საქმის საფუძვლები, თბილისი 2015 წ.
2. ასათიანი რ. მომსახურება და საბაზრო სისტემა, თსუ გამომცემლობა, თბილისი 1993.
3. აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კანონი ტურიზმის ორგანიზების შესახებ, 2007 წლის 16 მაისი.
4. დევიძე ე. , კულტურული მემკვიდრეობა და იმერეთის ტურიზმის განვითარების პრობლემები
5. თოდუა ნ., ბახტაძე ე. ტურიზმის ბაზრის მარკეტინგული კვლევა და მისი განვითარების სტრატეგიები აჭარაში, გამომცემლობა «უნივერსალი», თბ. 2006
6. კვარაცხელია ნ. კულტურული ტურიზმი, თბილისი, 2004
7. მეტრეველი მ. ტურიზმი, გამომცემლობა «უნივერსალი», თბილისი 2003.
8. მეტრეველი მ. ტურიზმის ეკონომიკა და პოლიტიკა, თბილისი 2011.
9. საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, 1997 წლის 6 მარტი.
10. საქართველოს კანონი კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარიული დაცვის ზონების შესახებ, 1998 წლის 20 მარტი.
11. საქართველოში შემოსული და საქართველოდან გასული ტურისტების აღრიცხვის მოწესრიგების შესახებ 1998 წლის 24 დეკემბერი
12. საქართველოს კანონი თავისუფალი ტურისტული ზონების განვითარების ხელშეწყობის შესახებ, 2010 წლის 26 ოქტომბერი
13. ქათამაძე დ., ქათამაძე გ.,-მომსახურების მარკეტინგი. სახელმძღვანელო. გამომცემლობა «ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი». ბათუმი, 2013 წ.
14. შუბლაძე ვ. საქართველო და ტურიზმი (სამაგიდო წიგნი), თბილისი 2004.
15. [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
16. [www.worldheritagesite.info](http://www.worldheritagesite.info)
17. [www.ajara.gov.ge](http://www.ajara.gov.ge)
18. <http://www.gnta.ge/>