



Polish aid

**POZnan\***  
\*Eastern energy, Western style



ტურისტული მაგნიტი. პოზნანსა და ქუთაისს  
(Kutaisi Attracting tourism) შორის გამოცდილების გაზიარება.



ქუთაისსა და მის შემოგარენში ტურიზმის განვითარების  
მდგომარეობა.  
მოხსენება გაცნობითი ტურის შესახებ და სამოქმედო რჩევები

დოქტორი ვოიცებ მანია

პოზნანი 2014

[www.kutaisi.poznan.travel](http://www.kutaisi.poznan.travel)



## შინაარსი

1. გაცნობითი ტურის მიზანი და ხასიათი.....	5
2. ქალაქ ქუთაისის მახასიათებელი.....	6
2.1. გეოფიზიკური აღწერა.....	6
2.2. დემოგრაფია და საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ვითარება.....	7
3. ქალაქ ქუთაისის ტურისტული მიმზიდველობის ანალიზი.....	9
3.1. კომუნიკაციური ხელმისაწვდომობა .....	9
ა. საფრენი.....	9
ბ. სარკინიგზო.....	10
გ. საავტობუსო და მსუბუქ საავტომობილო.....	10
3.2. ქუთაისისა და მისი შემოგარენის ბუნებრივი პოტენციალი და ღირშესანიშნავი ადგილები.....	11
3.3. კულტურული მემკვიდრეობა.....	13
3.4. კულინარიული ტრადიციები და მემკვიდრეობა.....	19
3.5. განთავსების (ღამის სათევზი) ბაზა.....	22
4. ტურისტული ინფორმაციის სისტემა.....	23
4.1. ტურისტული ინფორმაციის პუნქტები .....	24
4.2. საჯარო ინფორმაციის სისტემა.....	26
4.3. გამოცემები .....	26
4.4. საზოგადოებრივი მედია და ინტერნეტ გვერდები.....	27
5. მნახველთა და ტურისტთა რაოდენობა .....	30
5.1. აეროპორტში გატარებული მგზავრების რაოდენობა.....	30
5.2. ტურისტული ინფორმაციის პუნქტით მოსარგებლე სტუმრები და ტურისტები.....	31
5.3. ბაგრატის ტაძრის სტუმრები.....	32
5.4. პრომეთეს მღვიმესა და სათაფლიის ნაკრძალში ტურისტული აქტივობა.....	33
6. ქუთაისში ტურიზმის განვითარების მდგომარეობა.....	33
6.1.ტურიზმის საკითხებზე პასუხისმგებელი საზოგადოებრივ-ადმინისტრაციული ერთეულები .....	34
6.2. ტურიზმის სფერო და პარტნიორები.....	35
6.3. საგარეო თანადგომა.....	36
6.4. ქუთაისის ტურისტული პოტენციალის ანალიზი (SWOT).....	37

7. ტურიზმის საკითხებში საქმიანობის წინადადებები.....	39
7.1. საჯარო და ტურისტული საინფორმაციო სისტემების შეჯერება.....	39
7.2. ადმინისტრაციულ ერთეულებსა და ტურისტულ სფეროს შორის თანამშრომლობის ინიცირება.....	40
7.3. ინტერნეტში უკვე არსებული და ახალი აქტიურობის შეჯერება.....	42
7.4. ქუთაისის პრომო აქციათა სტრატეგიის გამომუშავება.....	44
7.5. ტურისტულ სფეროში მოხელეთა კვალიფიკაციის ამაღლება.....	44
8. დასასრული.....	45

## სურათებისა და ცხრილების ჩამონათვალი

ფოტო: ვოიცექ მანია, თუ კი არ არის მინიშნებული

ნახ. 1. საქართველოს პოლიტიკურ რუქაზე ქუთაისის გეოგრაფიული მდებარეობა .....	6
ნახ.2. 2002-2014 წწ_ში ქუთაისში მოსახლეობის ზრდის მაჩვენებლები .....	8
ნახ. 3. ქუთაისის ხედი სათაფლიის ნაკრძალის პანორამული ტერასიდან.....	12
ნახ. 4.ბაგრატის ტაძარი - ქუთაისის სიმბოლო და ერთ-ერთი უმსხვილესი ტურისტული ღირსშესანიშნაობა .....	16
ნახ. 5. ქუთაისი - ქალაქსა და გარეუბნებში არსებული უმნიშვნელოვანები ტურისტული ობიექტების ადგილმდებარეობა .....	18
ნახ. 6. ქართული სამზარეულო.....	21
ნახ. 7. ქუთაისის ღამის სათევზი ბაზის სტრუქტურა.....	23
ნახ. 8. მერიის შენობაში ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის ამჟამინდელი ადგილი .....	25
ნახ. 9. ახალი პორტალი VisitKutaisi.com.....	29
ნახ. 10. ქუთაისის აეროპორტში გატარებული მგზავრების რაოდენობა.....	31
ნახ. 11. 2012 და 2013 წწ_ში „ტი“ პუნქტის მიერ მომსახურე ტურისტთა რაოდენობა .....	32
ნახ. 12. 2013 წელს ქუთაისში უცხოელ ტურისტთა შემადგენლობა .....	33
ნახ. 13. დაკეტილი ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი.....	40
ნახ. 14. საზოგადოებრივი სექტორისა და ტურისტული სფეროს საიდენტიფიკაციო ამოცანები .....	42

Table 1. SWOT – ის ანალიზი ქუთაისში ტურიზმის განვითარების  
მდგომარეობის შესახებ.....38

---

The publication expresses exclusively the views of the author and cannot be identified with the official opinions  
of the Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland.

## 1. სასწავლო-გაცნობითი ტურის მიზანი და დახასიათება

ქუთაისში გაცნობითი ტური განხორციელებულ იქნა პროექტ „ტურისტული მაგნიტი“-ს ფარგლეფში. „პოზნანსა და ქუთაისს შორის გამოცდილების გაზიარება“ (*Attracting tourism. Exchange of experience between Poznań and Kutaisi*), განხორციელებულია პოლონეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტროს მხარდჭერით (პროგრამა „პოლონეთის დახმარება“).

შესწავლის ტერიტორიად მიჩნეულ იქნა ქალაქი ქუთაისი და მისი შემოგარენი (იმერეთის რეგიონი). გაცნობითი ტური მიზნად ისახავდა შემდეგს:

- ქუთაისსა და მის შემოგარენში ტურიზმის განვითარების მდგომარეობის შეფასება,
- ტურისტად ყოფნის მოდელირება ცენტრალური და დასავლეთ ევროპის ტურისტთა მოთხოვნილებებისა და მოლოდინების დეტალური გათვალისწინებით,
- ინსტიტუტების, ცალკეული დანაყოფების, ორგანიზაციებისა და იმ პირთა დადგენა, რომლების ჩართულნი არიან ქუთაისის ტურისტული სექტორის განვითარებაში,
- პოზნანში ჩატარებულ სემინარებში მონაწილეთა შერჩევა, რომელთა მიზანია ქალაქ ქუთაისისათვის დანიშნულების ადგილზე მართვის ორგანიზაციის საწყისების (*destination management organisation – DMO*) შექმნა, რომელიც ინსპირირებულ იქნა პოლონეთში ცნობილი უფლებამოსილი ტურისტული ორგანიზაციების მიერ,
- ქალაქ ქუთაისის ტურისტული სფეროსათვის სემინართა პროგრამის მისადაგებისათვის საჭირო ინფორმაციისა და მასალების შეგროვება, ასევე სამოქმედო გეგმების უკეთ შემუშავება (*action plans*), რომელთა საორგანიზაციო და საფინანსო სპექტრი მათი პერსპექტიული რეალიზაციის შესაძლებლობას იძლევა.

გაცნობითი ტური ჩატარდა 2014 წლის 6-13 აპრილს. მასში მონაწილეობდნენ:

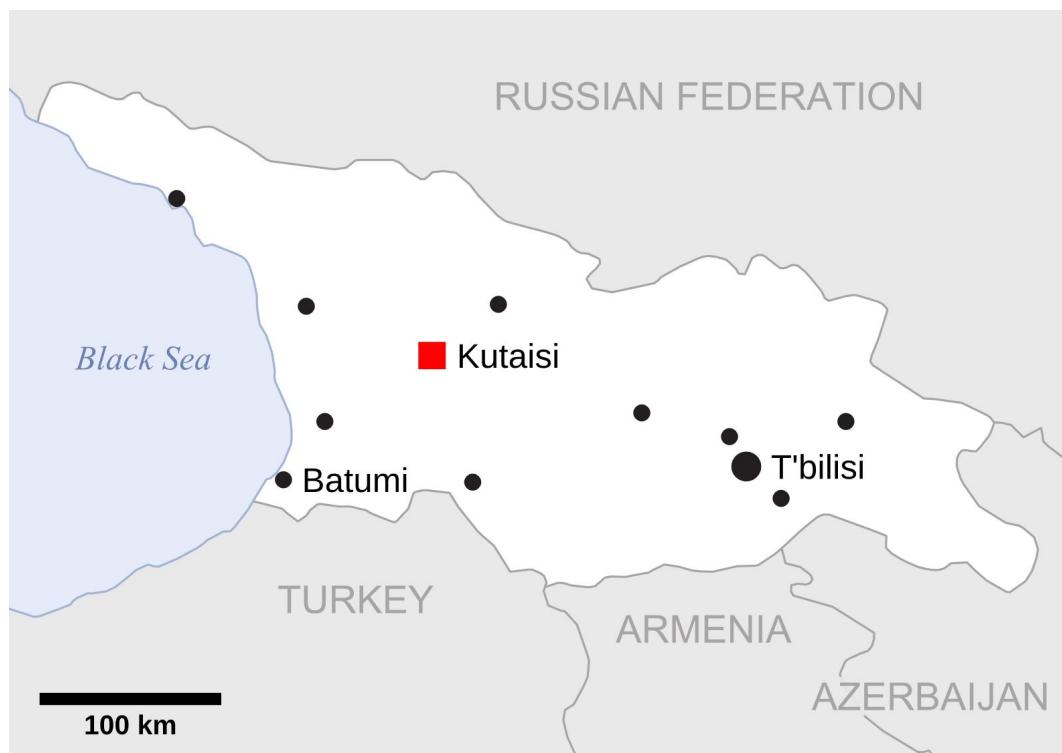
- ანა ალექსანდრეაკ (ქალაქ პოზნანის მერია) - პროექტის ხელმძღვანელი,
- დ-რი ვოლცე მანია (პოზნანის ადგილობრივი ტურისტული ორგანიზაცია)
- ექსპრტი (კულტურული ლანდშაფტი, ბუნებრივი ღირშესანიშნაობა და კულტურული მემკვიდრეობა, ტურისტული ინფორმაციის სისტემა, პიარი, ინფორმაციული ტექნოლოგიები)
- იაკუბ პინდიხ (პოზნანის ადგილობრივი ტურისტული ორგანიზაცია) - ექსპერტი (სასტუმრო ბიზნესი, გასტრონომია, ტურისტული ბიზნესი, შეხვედრები ბაზარზე, პიარი).

პოზნანის ადგილობრივი ტურისტული ორგანიზაცია დაარსდა 2003 წელს და ამჟამად წარმოადგენს პოზნანის აგლომერაციის ტერიტორიაზე ტურიზმთან დაკავშირებული საქმიანობის მთავარ რეალიზატორს.

## 2. ქალაქ ქუთაისის დახასიათება

### 2.1. გეოგრაფიული აღწერილობა

ქუთაისი განლაგებულია დასავლეთ საქართველოში; იმერეთის მხარის ადმინისტრაციული ცენტრი მდინარე რიონზე. ქალაქი მდებარეობს ზღვის დონიდან დაახლ. 125-დან 30 მ ზე. ჩრთილოეთიდან ქალაქს აკრავს ეგრისისა და რაჭის მთათა ჯვაფი, აღმოსავლეთით იმერეთის პლატო, სამხრეთით მცირე კავკასიონის მთები, ხოლო დასავლეთით კოლხეთის მდაბლობი (ნაბ.1).



ნაბ.1 ქუთაისის გეოგრაფიული მდებარეობა  
(შემუშავებულია OCHA, Wikimedia Commons საფუძველზე)

ქუთაისი განლაგებულია სუბტროპიკული ნოტიო ჰავის ზონაში. საშუალო წლიური ტემპერატურაა  $14,5^{\circ}\text{C}$ , ყველაზე ცხელი ივლისის თვეში ( $23,6^{\circ}\text{C}$ ) და ცივი იანვარში ( $5,2^{\circ}\text{C}$ ). ჰავის ტემპერატურა საშუალოდ უფრო მაღალია ვიდრე იმერეთის დანარჩენ ნაწილში.

ნალექების საშუალო რაოდენობა  $1500 \text{ mm}_\text{s}$  ოდნავ აღემატება. ზამთარში თავს იჩენს დიდთოვლობა წვიმებთან ერთად, ამასთან თოვლის საფარი როგორც წესი, ერთ კვირაზე მეტ ხანს არ ნარჩუნდება. გარშემო მთები ხელს უწყობენ ძლიერ ქარებს (kutaisi.gov.ge).

ქუთაისის უახლოეს გარეუბნებში ჭარბობს სამეურნეო მიწები, ვენახები, ბალები და მდელოები, რომლებიც დასახლებებსა და სოფლებთან ერთად

იმერეთის რეგიონის დამახასიათებელ სამეურნეო ლანდშაფტს ქმნიან. ჩრდილოეთით ქალაქს გარს აკრავს მთის ფერდობებზე ფართო ფოთლოვანი ტყეები.

ლანდშაფტის ამგვარი მრავალფეროვნება უდაოდ ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარებას, რაც კულტურული, აქტიური, დასასვენებელი და აგრო ტურიზმის ჩათვლით ფართო შეთავაზებების სამუალებას იძლევა. ქუთაისის შემოგარენის პოტენციალის დამწევ ფაქტორს გავრცელებული დანაგვიანება წარმოადგენს, რაც განსაკუთრებით ჩანს გზისპირა სამრშრუტო ბილიკებზე. ამასთან ერთად უნდა აღინიშნოს, რომ ჩვენი ვიზიტის დროს დაცვის ქვეშ მყოფი სამარშრუტო (კერძოდ სათაფლიის ნაკრძალი) გზები იყო ძალიან კარგად მოვლილი.

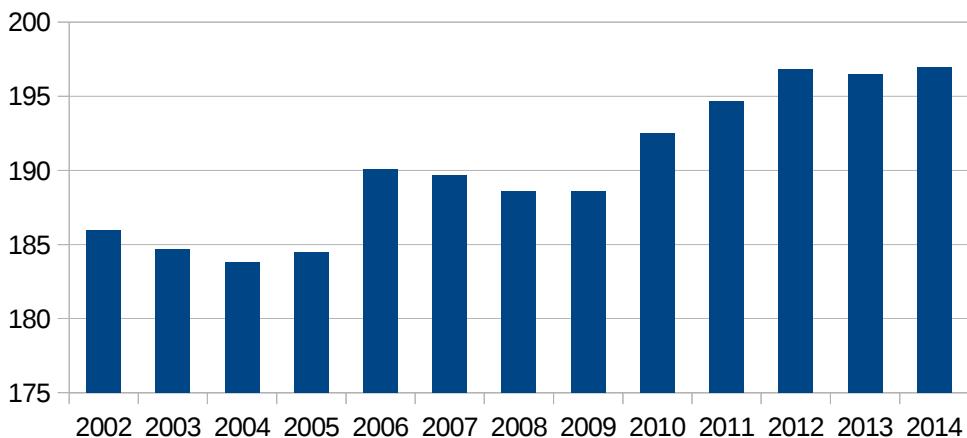
## 2.2. დემოგრაფიული და საზოგადოებრივ-ეკონომიკური ვითარება

ქუთაისის მოსახლეობა შეადგენს 197 ათას მაცხოვრებელს. (ნახ.2), ხოლო მისი ფართობი დაახლ. 80 კმ<sup>2</sup>. ამდენად, ის სიდიდით, საქართველოს უმსხვილეს ქალაქებს შორის (თბილისის შემდეგ) მეორე ადგილზეა. წამყვანი რელიგია მართლმადიდებლობაა.

ქუთაისი აგრეთვე მნიშვნელოვან სამრეწველო ცენტრს წარმოადგენს, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ სამეურნეო ვითარება არასტაბილურია. ეს ქვეყნისათვის მშფოთვარე 90\_იანი წლებიდან, როდესაც დაიწყო საბჭოთა კავშირიდან გამოყოფა, შემორჩენილი მემკვიდრეობაა. აღნიშნული პერიოდის სიმბოლური დასასრული ე.წ. „ვარდების რევოლუცია“, რომლის შედეგი პრეზიდენტ ედუარდ შევარდნაძის მიერ თანამდებობის დატოვება იყო. მისი მორბედი პროდასავლური პოლიტიკოსი მიხეილ სააკაშვილი გახდა. მისი მმართველობის პერიოდში ადგილი ჰქონდა კავკასიაში უკანასკნელი 10 წლის განმავლობაში ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან მოვლენებს. ეს იყო სამხრეთ ოსეთთან შეიარაღებული კონფლიქტი 2008 წლის აგვისტოში („ხუთდღიანი ომი“), რომელშიც ასევე მონაწილეობდნენ აფხაზეთისა და რუსეთის შეიარაებული ძალები. მიუხედავად იმისა, რომ საომარი მოქმედებები ხანმოკლე ხასიათს ატარებდა რუსულმა თუ რუსეთთან დაკავშირებულმა ძალებმა შეძლეს თბილისთან მოახლოვება. ამ მოვლენებმა უარყოფითი ზეგავლენა მოახდინა პოლიტიკურ და სოციალურ-ეკონომიკურ ვითარებაზე მთელი ქვეყნის მასშტაბით, მათ შორის ქუთაისზეც. კოპიტნარის აეროპორტი რუსეთის საპარავო ძალების მიერ ორჯერ იქნა დაბომბილი.

ქალაქის განვითარების იმპულსად მიჩნეული იყო 2012 წელს თბილისიდან პარლამენტის შენობის გადმოტანა. ეს გადაწყვეტილება დღემდე მწვავე უთანხმოების საკითხად რჩება, განსაკუთრებით საქართველოს პრეზიდენტის თანამდებობაზე მომხდარი ცვლილებების შემდეგ (2013 წლის არჩევნების შედეგად გახდა გიორგი მარგველაშვილი) მთავარი საკანონმდებლო ორგანოს შენობის ისევ თბილისში დაბრუნების აუცილებლობის შესახებ.

მნიშვნელოვანი მოვლენა იყო ასევე რემონტის შემდეგ ახალი საერთაშორისო აეროპორტ კოპიტნარის (*David the Builder Kutaisi International Airport*) გახსნა.



ნახ.2. 2002-2014 წწ-ში ქუთაისის მოსახლეობის ზრდის მაჩვენებლები (წყარო:Geostat.ge, 2014)

გარდა ამისა ქუთაისში გადამწყვეტ როლს თამაშობენ ეკონომიკის ისეთი სფეროები როგორიცაა: ვაჭრობა, სოფლის მეურნეობა, კვების, ხე-ტყის გადამამუშავებელი, ქიმიური, ასევე მსუბუქი და მძიმე მრეწველობა (მათ შორის, სასოფლო-სამეურნეო მანქანა-დანადგარების წარმოება - შემორჩენილია ადრეული „KAZ“ საავტომობილო წარმოებიდან). 2009 წლიდან ფუნქციონირებს ასევე სპეციალური ეკონომიკური ზონა.

იმერეთის დედაქალაქი მთელი ქვეყნის მასშტაბით ასევე მნიშვნელოვან საგანმანათლებლო ცენტრს წარმოადგენს, რითაც კარგი განათლებული კადრების მომზადებას უწყობს ხელს, მათ შორის ტურისტული სექტორის დასაკმაყოფილებლადაც.

მნიშვნელოვან ეკონომიკურ სექტორად, თუმცა ზემოაღნიშნულ არასტაბილურ პოლიტიკური სიტუაციის ფონზე მოუვლელი, რჩება ტურიზმი. ქუთაისს და მის შემოგარენს (მათ შორის ქალაქ წყალტუბოს) უწინ მიმზიდველი სამკურნალო კურორტის რენომე გააჩნდა, რომელიც უპირველეს ყოვლისა დაკავშირებული იყო ბალნეოლოგიურ და „სპელეოთერაპიულ“ მკურნალობასთან. გამაჯანსაღებელ კურორტებს თავისი აქტივობის პიკის პერიოდში ყოველწლიურად დაახლ. 125 ათასი მსურველი სტუმრობდა. ამჟამად მათი რიცხვი ძლივს რამოდენიმე ათას აღწევს, ხოლო დასასვენებელ და სანატორიულ პანსიონატების ნაწილში აფხაზეთის ომის (1992-1993) შედეგად დევნილები იქნენ განთავსებული.

უკანასკნელი წლების მანძილზე დაიწყო საყოველთაო სარემონტო და

აღდგენითი სამუშაოები, რომლებმაც მოიცვეს არა მარტო თვით შენობები, არამედ კომუნალური ინფრასტრუქტურაც. მათი მიზანი არის კურორტის მიმზიდველობის აღდგენა და ტურისტების მოზიდვა.

აღმშენებლობოთი ხასიათის საქმიანობა, თუ უფრო სწორად აღდგენითი, წარიმართა ასევე ქუთაისის ცენტრალურ ნაწილშიც. მათი წყალობით ამაღლდა ქალაქის ესთეტიკური და ინფრასტრუქტურული ხარისხი (მათ შორის ძველი ხიდებიც), ასევე განახლდა შენობები, ხუროთმოძღვრების ძეგლები, თუმცა ქალაქის ფონზე ბევრი დაცარიელებული ნაგებობა ჩანს.

**დასკვნა:** ქუთაისს, საქართველოს დადებითი იმიჯის წყალობით, როგორც სტუმართმოყვარე, აგრეთვე ახალი ინვესტიციების ფონზე (როგორიცაა აეროპორტი) აქვს ტურისტული ფუნქციის განვითარების შანსი. თუმცა საჭიროა გამოიკვეთოს რეალური მიზნები და ადგილობრივი თვითმმართველობის მხრიდან ქმედითი დახმარება. არ არის აუცილებელი, რომ მას ყოველთვის ფინანსური ხასიათი ჰქონდეს. ასევე მნიშვნელოვანია სათავსოების დათმობა (მაგ. ტურისტული ინფორმაციის პუნქტებისთვის, შეხვედრების ორგანიზებისთვის), გარდა ამისა, ურთირთთანამშრომლობის სამართლებრივი ჩარჩოების შემუშავება და დასახული ამოცანების რეალიზაცია.

### 3. ქალაქ ქუთაისის ტურისტული მიმზიდველობის ანალიზი

#### 3.1. კომუნიკაციური ხელმისაწვდომობა

##### ა. საფრენი

ტურისტული ფუნქციის განვითარების თვალსაზრისით დადებით მხარეს წარმოადგენს ქუთაისის ადგილმდებარეობა საქართველოს გეოგრაფიულ ცენტრში. განვითარების იმპულსი, რომელმაც ასევე ქალაქის მმართველობის ყურადღება მიიპყრო ტურიზმის განვითარების შესალებლობებზე, იყო 2012 წელს საერთაშორისო აეროპორტის (*David the Builder Kutaisi International Airport*) გახსნა ქალაქის ცენტრიდან 14 კმ-ის მოშორებით. მას საქართველოს უმსხვილეს აეროპორტებს შორის მესამე ადგილი (თბილისა და ბათუმის შემდეგ) უკავია.

მისი მომსახურების ქსელი მოიცავს სტამბულს (Atlasjet), ორივე მხარეს, მინსკს (Belavia), მოსკოვსა (Georgian Airways) და ბაგდადს (Iraqi Airways). მაგრამ უმთავრეს ავიახაზებს, ტურიზმის თვალსაზრისით წარმოადგენენ Wizz Air -ის რეისები, რომლებიც ემსახურებიან კიევის, ვილნიუსის, ბუდაპეშტის, და ბოლოს კატოვიცესა და ვარშავის მიმართულებებს. ვარშავიდან ფრენის ხანგრძლივობა 3 საათს ოდნავ აღემატება.

„Wizz Air“-ის მიერ განხორციელებული რეისები შესაბამისად დაკავშირებულია მგზავრთა წარდასთან (2012 წელს დაახლ. 12 ათასიდან 2013 წელს 188 ათასამდე), რაც ქალაქსა და მთლიანად რეგიონში ტურიზმის განვითარების ბიძგს იძლევა. თუმცა უნდა გვახსოვდეს, რომ ქუთაისი ჯერ კიდევ პაექრობს ტურისტულად არამიმზიდველი ქალაქის

იმიჯთან. ამდენად აეროპორტი ერთგვარი გამანაწილებელის (*hub\_ის*) ანდა ქვეყნის სხვა მიმართულებებით სატრანზიტო როლს ასრულებს, განსაკუთრებით ბათუმსა და თბილისისკენ. ავტობუსები და „მარშრუტკები“ ხსენებული ქალაქებისკენ უშუალოდ აეროპორტის მიმდებარე ტერიტორიიდან გადიან. ტურისტებს ხშირად საბაბიც კი არ გააჩნიათ ქუთაისის მოსანახულებლად.

მიუხედავად ამისა, აეროპორტი გიგანტურ შესაძლებლობებს აჩენს, თუნდაც *city-break* (შაბათ-კვირის დღეებში) ტიპის ტურიზმის განვითარებისათვის. არსებობს პოლონეთსა და უნგრეთთან იაფფასიანი რეისების გაუქმების საფრთხე. ამიტიმ საჭიროა კომპლექსური ქმედებები ქუთაისში ტურიზმის განვითარებისათვის ხელისშესაწყობად. მათი განხორციელება უნდა მოხდეს ერთობლივად ტურისტული სფეროსა და ადგილობრივი თვითმმართველობის მიერ.

### **ბ. სარკინიგზო**

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს არ გააჩნია კარგად განვითარებული დამაკავშირებელი ქსელი, ქუთაისს გააჩნია თბილისთან უშუალო მიმოსვლა. მგზავრობა დაახლ. 6 საათს გრძელდება. შესაძლებელია ამგვარი მიმოსვლითი დაკავშირება სხვა ქალაქებთანაც, მათ შორის ბათუმთანაც, თუნდაც სარკინიგზო სადაც ქუთაისიდან მომავალი მატარებლები ჩერდებიან ქალაქის შემოგარენში მდებარეობდეს.

### **გ. საავტობუსო და მსუბუქ საავტომობილო**

ქუთაისი მდებარეობს საქართველოს ერთ-ერთ უმთავრეს საგზაო მაგისტრალზე: თბილისიდან განედურად მკვეთ დასავლეთის მიმართულებით არსებულ E60 ტრასაზე, რომელიც 230 კმ\_ს შეადგენს. უმთავრესი ქალაქების მიმართულებით, ორივე მხარეს (თბილისი, ბათუმი, ფოთი, ბორჯომი) შესაძლებელია დაკავშირება „მარშრუტკებითა“ და ავტობუსებით. თბილისამდე მგზავრობა შეადგენს 4-5 საათს, ხოლო ფასი 10 ლარი, (დაახლ. 19 ზლოტი) ღირს.

თვით ქუთაისში ფუნქციონირებს ერთი საავტობუსო ხაზი. ამას გარდა შეიძლება ტაქსითაც სარგებლობა. უნდა აღინიშნოს, რომ ქალაქის მასშტაბით დათვალიერების უპირატესობა ფეხით მიმოსვლას ენიჭება, თუმცა ისეთი ადგილების მონახულება როგორიცაა გელათის მონასტერი, მოწამეთა სამონასტრო ანსამბლი თუ აეროპორტიდან მგზავრობა მოითხოვს „მარშრუტკით“ სარგებლობას, რომელიც ქუთაისსა და მის გარეუბნებში მთავარი სატრანსპორტო საშუალებაა. ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით პრობლემას მოძრაობის განრიგის ზუსტი, ცალსახა და მუდმივოქმედი საფასურის არ არსებობა წარმოადგენს, განსაკუთრებით დასავლეთ ევროპის ტურისტთა წინაშე. არსებობს აგრეთვე ავტომანქანის

დაქირავების საშუალება, მაგრამ ხშირად გაისმის პრეტენზია, რომ ამ ტიპის მომსახურეობისათვის საფასური თბილისის ფასებს აღემატება.

და ბოლოს, ურიგო არ იქნება მოვიხსენიოთ მსუბუქ საავტომობილო მოძრაობა, რომელიც პოლონეთსა თუ სხვა ცენტრალური და დასავლეთ ევროპის ქვეყნებთან შედარებით ქაოტური და საფრთხის მომტანიც კი ჩანს. ჭარბი სამანქანო სიგნალები ჩვეულებრივ ნორმად არის ქცეული. ქუჩებში არ არსებობს საველოსიპედო მოძრაობა. გარდა ამისა, ქალაქის მსხვილი გზაჯვარედინების გარდა არ არის შუქნიშნები და ფეხით მოსიარულეთათვის მკვეთრად მონიშნული გზის გადასასვლელები. ამრიგად, ფეხით მოსიარულემ საკუთარი უსაფრთხოების გათვალისწინებისას უპრიანად უნდა მიიჩნიოს, რომ ავტომობილს ყოველმიზეზგარეშე გააჩნია პირველობა.

**დასკვნა:** ქუთაისი თავისი მდებარეობის თვალსაზრისით არის კომუნიკაციურად ადვილად ხელმისაწვდომი. მეორე მხრივ კი, დგება ქალაქში სტუმრების მოზიდვის და ტურისტულად არამიმზიდველობის ცვლილების საკითხი. პრობლემას შესაძლოა წარმოადგენდეს ასევე საჯარო ტრანსპორტის მოწესრიგება თვით ქალაქში, ამავე თვალსაზრისით ტურისტების მიერ ქალაქგარეთ მდებარე ღირშესანიშნაობების მონახულების ორგანიზება.

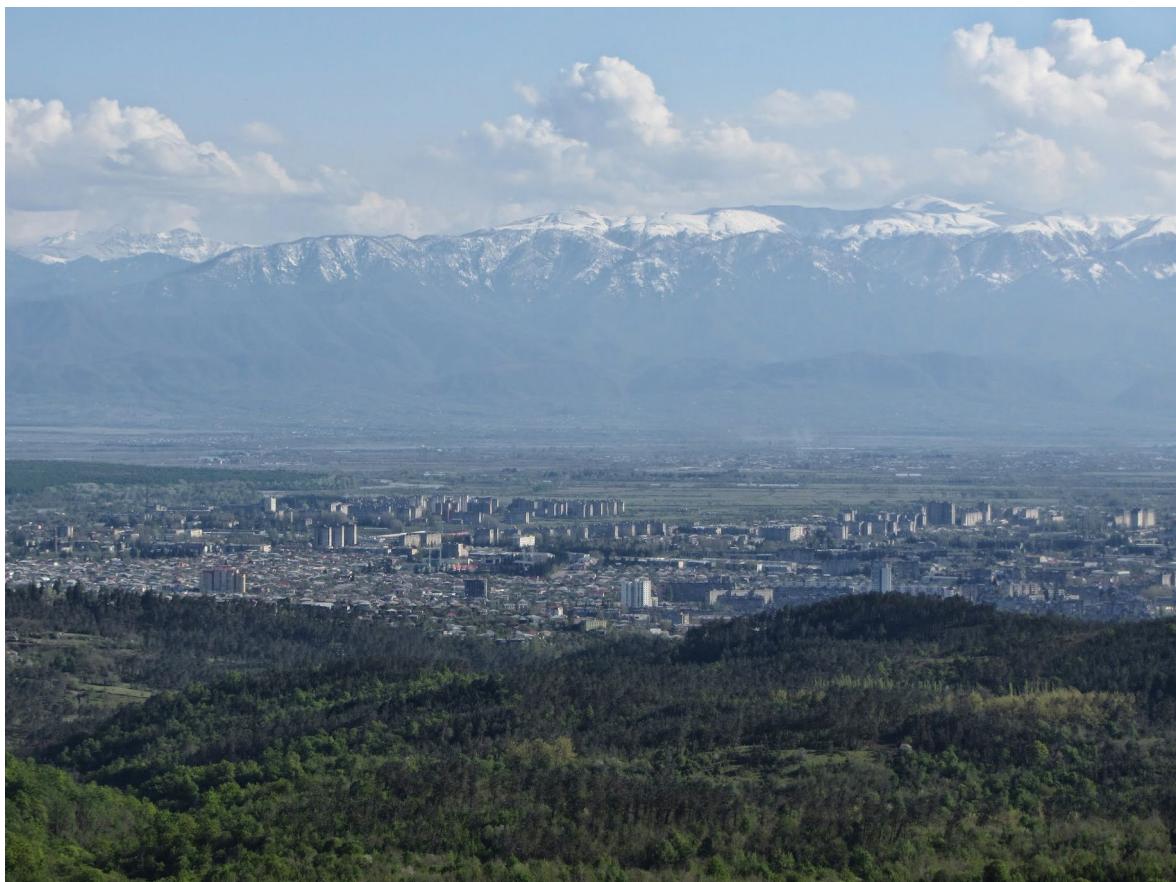
### 3.2. ქუთაისისა და მისი შემოგარენის ბუნებრივი პოტენციალი და ღირშესანიშნავი ადგილები

ქვემოთ მოყვანილია ქალაქ ქუთაისისა და მის შემოგარენში (დაახლ. 20 კილომეტრის ფარგლებში მისი ცენტრიდან) არსებული ტურისტული თვალსაზრისით საინტერესო უმნიშვნელოვანესი ღირშესანიშნავი ადგილები. მათი ჩამონათვალი შერჩეულია როგორც ტურისტული ინფორმაციის სამსახურის თანამშრომლების მიერ მოწოდებული რეკომენდაციების, ასევე ქალაქში მოქმედი ტურისტული სექტორის საფუძველზე. ღირშესანიშნავ ადგილებს შორის აღმოჩნდნენ ასევე ობიექტები, რომლებიც ქალაქიდან მოშორებით მდებარეობენ ანდა მასთან და მთლიანად რეგიონთან ასოცირდებიან.

ქუთაისის გეოგრაფიული მდებარეობა ხელს უწყობს ტურიზმს. დადებით მხარეებს მიეკუთვნება კლიმატი, მთების სიახლოვე, ასევე გარშემო მდებარე სოფლები. რის გამოც იქმნება ტურიზმის სხვადასხვა ფორმის განვითარების შესაძლებლობა, საქალაქო კულტურული ტურიზმიდან დაწყებული, კულინარიული ტურიზმის (მათ შორის ენოლოგიური), აგროტურიზმის ჩათვლით, მრავალფეროვანი აქტიური დასვენების ფორმებით დამთავრებული: ლამქრობები, ტრეკინგი, რაფტინგი, სპორტული სიარული (ნახ.3).

ამასთან, უპრიანი იქნებოდა გავიხსენოთ საკურორტო ტრადიციების (ზემოთ აღწერილი წყალტუბოს) შესახებ, ასევე ბუნებრივი პოტენციალი, მათ შორის დაცვის ქვეშ მყოფი ხუროთმოძღვრების ძეგლები, მაგ. სათაფლიის

ნაკრძალი. ისინი არა მარტო კარგად მომზადებულ საფეხმავლო მარშრუტებს გვთავაზობენ მრავალფეროვნებით აღსავსე მთიული ხედების ფონზე, არამედ უნიკალურ პრომეთეს გამოქვაბულს (აღმოჩენილია 1984 წელს) და ამ მიდამოებში გაქვავებულ მაგალითზე ნამდვილად არსებულ დინოზავრებს. ყურადრებას იპყრობს ასეთი ღირშესანიშნაობების თანმხლები მაღალი ხარისხის ინფრასტრუქტურული გარემო (ექსპოზიციური პავილიონები, სამარშრუტო ბილიკების მოვლა, გადმოსახედი პანორამული ტერასები და ა.შ.).



ნახ.3. ქუთაისის ხედი სათაფლიის ნაკრძალის გადმოსახედი პანორამული ტერასიდან. ქალაქის მდებარეობა ხელს უწყობს ტურიზმის სხვადასხვა ფორმის განვითარებას: კულტურული, კულინარული, ტრეკინგი.

<sup>1</sup>სათაფლიის ნაკრძალის ტერიტორია დაცვის ქვეშ იმყოფება ჯერ კიდევ მე\_ XX საუკუნის 20\_იანი წლებიდან. დაცვის ქვეშ ასე ხანგრძლივად ყოფნის გამო, საერთო ჯამში არ იქმნება აქ კონფლიქტები ადამიანის მიერ წარმოებულ კომერციულ საქმიანობასთან. საფრთხეებიდან თავს იჩენს ბუნებრივი (მაგ. ხეების სოკოვანი დაავადებები). თუმცა არმოჩენილია ანტროპოგენური ტიპის

1 ზეპირი ინფორმაცია მოპოვებულია ნაკრძალის თანამშრომელთან საუბრისას

საფრთხეც პრომეთეს გამოქვაბულის მაგალითზე. ტურისტთა მზარდი ნაკადი განაპირობებს გამოქვაბულის მიკროკლიმატის შეცვლას.

ადგილობრივი მიდამოებში ასევე არსებობს ვენახები, თუმცა ტურისტული ინფორმაციის თანამშრომელთა გადმოცემით ისინი ჯერ კიდევ არ წარმოადგენენ ტურიზმისთვის სრულყოფილად განვითარებულ პროდუქტს და კონცენტრაციას ახდენენ მხოლოდ ღვინის გაყიდვაზე. მეორე მხრივ კი, ტურისტთა შორის მზარდია მარნების დათვალიერების დაინტერესება, აგრეთვე ღვინის დამზადების პროცესის გაცნობა. საქართველო ძალიან მყარად ასოცირდება ღვინისა და სუფრის კულტურასთან. ამდენად ენოლოგიური თემა ტურიზმისთვის კარგ პოტენციალს წარმოადგენს.

ადგილობრივი ტურისტული სფერო დიდ იმედებს ამყარებს აგროტურიზმის მიმართ. ესსტენსიური სოფლის მეურნეობა, მოშენებისა და დამუშავების ტრადიციული მეთოდები, მუდმივად ცოცხალი ადგილობრივი სამზარეულო, ეს ყველაფერი დღეს მოდაშია და პოპულარული თანამედროვე ტურიზმის გაგებით. მათი სრულყოფილად განვითარებისთვის არანაკლები მნიშვნელობა აქვს ინფრასტრუქტურის განვითარებას. „ბუნების წიაღში დაბრუნების“ სურვილი გამოთქმულია მრავალრიცხოვან ტურისტთა შორის, თუმცა არ დაგვავიწყდეს, რომ ეს გამონათქვამი დაკავშირებულია ერთგვარ წარმოდგენებთან. სინამდვილეში კი საყოველთაოდ არის სასურველი კომფორტი, ისეთი როგორიცაა თბილი წყლის მქონე აბაზანა, სულ უფრო ხშირად ინტერნეტის მოთხოვნილება.

უპირველეს ყოვლისა ზემოხსენებული პირობებით დაკმაყოფილება იძლევა ტურების მომზადების და შემდგომ ფართოდ შეთავაზების საშუალებას. ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ამჟამად არ არსებობს იმერეთში აგროტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა. მაგრამ უნდა შევეგუოთ ფაქტს, რომ შესაძლოა მან მრავალფეროვნული ტურიზმის რიცხვში ერთ-ერთი დაბალი საფეხური დაიკავოს, რითაც აიცილებს „ტურიზმის ჭეშმარიტი გურმანების“ მნიშვნელოვან ნაწილს. ამგვარად იგი ვერ ნახავს სტაბილურ მოგებას იმ დონეზე, რასაც დეციდენტები ელოდნენ.

**დასკვნა:** ქუთაისის შემოგარენში უხვად არის როგორც ბუნებრივი, ასევე ეკოტურიზმის პირობების დამაკმაყოფილებელი ღირშესანიშნავი ადგილები. ყურადღებას იპყრობს ძეგლთა დაცვის ქვეშ არსებულ ტურისტული მიმოსვლის მარშრუტებზე კარგი დონის მომზადება, თუმცა წინაღობად შესაძლოა მიჩნეულ იქნეს ადგილზე მისვლის შესაძლებლობები, კერძოდ საზოგადოებრივი ტრანსპორტით კონკრეტულ ადგილებამდე.

### 3.3. კულტურული მემკვიდრეობა

მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა უდაოდ წარმოადგენს საქართველოს უდიდეს ტურისტულ ფასეულობას.

ევროპასა და აზიის გასაყარზე მდებარეობა, მდიდარი ისტორია, რომლის მაჩვენებელი კავკასიონის მთების შთამბეჭდავი ხედებია, ხელს უწყობენ ტურისტული ნარატივის მშენებლობას, რის საფუძველზეც შეიძლება ტურებისა და შეთავაზებების აგება.

ყოველივე ამის შემდეგ, უნდა აღინიშნოს, რომ ქუთაისი, თუმცა კი წარმოადგენს საქართველოს სიდიდით მეორე ცენტრს, არ არის ის ადგილი, რომელიც აღიქმება ტურისტულად საინტერესოდ. ეს აზრი ბოლო ხანებში დამკვიდრდა, ე.წ. ბოლო 20 წლის მანძილზე. უწინ, საბჭოთა პერიოდში, ქუთაისი და მისი შემოგარენი პოპულარულ სამკურნალო-დასასვენებელ მიმართულებებს წარმოადგენდნენ.

არანაკლებად, შუაგული მდებარეობა, ახალი აეროპორტი, რომელსაც გააჩნია იაფფასიანი ავიახაზის (WizzAir) მომსახურება, ასევე მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა, რომლის შესახებ ქვემოთ ვისაუბრებთ, გააჩნია პოტენციალი იქცეს „საქართველოს კარიბჭედ“.

ამას ხელს უწყობს ანტიკური ისტორია. ქალაქის სესახებ პირველი მოხსენიება ჯერ კიდევ ჩვ. წ. აღ-დე VI საუკუნით თარიღდება. ქუთაისი ასევე დაკავშიორებულია ბერძნულ მითოლოგიასთან. წარმოადგენს ევროპულ და დასავლურ კულტურასთან იდენტურობის პირველწყაროს. ლეგენდის თანახმად, სწორედ ქუთაისისკენ („აიად“ წოდებულ) გამოემართა იასონი არგონავტებთან ერთად ოქროს საწმისის მოსაპოვებლად. ეს თემა ხშირად არის მოხსენიებული ტურისტულ გზამკვლევებში, თუმცა სამწუხაროდ მას თან ვერ ახლავს ადგილის ან ღირშესანიშნაობის მონახულება, თუნდაც რაიმე სამახსოვროს მიღების შესაძლებლობა.

თუმცა ქუთაისი არის მსოფლიოს ერთ-ერთი უძველესი ქალაქი, რაც ტურისტულად საინტერესოდ გამოჰყოფს მას. ამ უძველესი ისტორიის თვალსაჩინოება შადრევანი გაიხსნა 2011 წელს (დავით გოგიჩაიშვილის პროექტი) ქალაქის მთავარ მოედანზე, რომელიც ცხოველთა ოცდაათი ფიგურისგან შედგება და წარმოადგენს კოლხეთის დაბლობის მიდამოებში არქეოლოგიური გათხრების შედეგად მოპოვებული ექსპონატების რეპროდუქციებს, რომლებიც დათარიღებულია ბრინჯაოს ეპოქით (ჩვ. წ. აღ-დე 3400 წ.).

მეორეს მხრივ, ქალაქისა და ქვეყნის გაბრწყინების ხანა მოიცავს XI და XII საუკუნეებს. ეს ცნობილ მმართველთა პერიოდია. დავით IV აღმაშენებლისა და თამარ მეფის. ორივე პიროვნება ქუთაისთან არის დაკავშირებული და მუდმივად ისტორიულ გადმოცემებსა და მოსახლეობის მეხსიერებაში არიან დამკვიდრებულნი. შემდგომ, მონღოლთა შემოსევების შედეგად დაცემის პერიოდი დადგა.

იგი ხასიათდება კულტურული და რელიგიური იზოლაციის პერიოდად. საქართველო კვლავ რჩებოდა ქრისტიანულ სახელმწიფოდ მეზობელი მუსლიმანური ქვეყნების ზეწოლისა და კონფლიქტებში ჩათრევის მიუხედავად.

ეს მომდევნო მნიშვნელოვანი პერიოდია საქართველოს თვითმყოფადობის შენარჩუნებისათვის. მე\_XVIII საუკუნეში ქუთაისი ხანმოკლედ თურქეთის, ხოლო შემდგომ რუსეთის გავლენის ქვეშ ექცევა. ოქტომბრის რევოლუციის შედეგად წარმოიშვა საქართველოს ეფემერული დემოკრატიული რესპუბლიკა, რომელიც 1921 წელს ბოლშევიკების მიერ იქნა დაპყრობილი და საბჭოთა კავშირის ნაწილი ხდება.

თანამედროვე ქუთაისის არქიტექტურა და ურბანისტიკა ძირითადად XIX და XX საუკუნეებს განეკუთვნება, ამიტომ მასში იკვეთება ნიშანდობლივ რუსული და საბჭოთა ზეგავლენა. ქალაქის ცენტრში გხვდება როგორც ასწლიანი სახლები, ასევე საჯარო ინსტიტუტების კლსიცისტური შენობები.

პოპულარობით მოსარგებლე ადგილებს შორის წარმოჩნდება აღდგენილი „ძველი ქალაქი“ მდინარე რიონზე კოლორიტული ხიდებითა თუ ებრაული უბნებით, მე\_XIX საუკუნის დიდი სინაგოგით. ტურისტულ ღირშესანიშნაობად შესაძლოა მიჩნეულ იქნას 2012 წელს აშენებული პარლამენტის ულტრათანამედროვე შენობაც (დაპროექტებულია ესპანური სახელოსნო CMS Ingenieros არქიტექტორების მამორუ კავაგუხისა და კენიხი კავაგუხის მიერ).

პერიოდი, რომელიც დღემდე აღაგზნებს საქართველოში ძლიერ ემოციებს და საკუთარი დაღი დაასვა ქუთაისისა და მისი შემოგარენის სახეს არის სტალინიზმი (1929-1953). იმ პერიოდის სოცრეალისტური არქიტექტურის მაგალითია ლადო მელიქიშვილის სახელობის სახელმწიფო თეატრისა და უპირველეს ყოვლისა კი, წყალტუბოს დასასვენებელ კომპლექსთა შენობები. ისინი დიქტატორის მიერ პირადად იქნა მონახულებული.

შენობათა უმრავლესობა პირვანდელი სახით არის შენარჩუნებული (მე\_XX ს. 40\_იან და 50\_იან წწ.), თუმცა სულ უფრო ხშირად ტარდება სარემონტო სამუშაოები, რომლებიც ფარავენ ორიგინალურ არქიტექტურულ ფორმებს. იოსებ სტალინის პირვენების მიმართ ქართველთა უთანხმოებისა და არაერთგვაროვანი დამოკიდებულების მიუხედავად, იმ პერიოდისათვის დამახასიათებელი გადმონაშთები, დასავლეთის ტურისტების მხრიდან „ეგზოტიკურად“ მიიჩნევა და შეიღება უფრო მეტად მიმზიდველად წარმოჩნდეს ვიდრე სანატორიული შეთავაზება. თუმცა მისი სავარაუდო გამოყენება ნარაციის გამოყენებისას ისტორიული კონტექსტის გათვალისწინებასაც მოითხოვს.

ყველაფრის მიუხედავად ქუთაისის ხუროთმოძღვრების ძეგლები საქართველოს ოქროს ხანას უკავშირდება, ე.ი. XI - XIII საუკუნეების პერიოდს. UNESCO-ს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა სიაში მოხვედრილია ორი ობიექტი, რომელიც არა მარტო ინდივიდუალური ტურისტების მიერ არის სათანადოდ აღქმული, არამედ უპირველეს ყოვლისა, ტურიზმის ორგანიზატორების მხრიდან, რომლებიც სიამოვნებით არჩევენ უმაღლესი კლასის ხუროთმოძღვრების ძეგლებსა და ამ თვალსაზრისით მდიდარ მიმართულებებს. ქუთაისში ესენია:

- ბაგრატის ტაძარი (საკუთრივ ღვთისმშობლის მიძინების სახელობის ტაძარი) ქუთაისში მე XI საუკუნიდან (ნახ.4). სილამაზე განლაგებულია ფერდობზე (ქალაქის ცენტრიდან 2 კილომეტრში) არის შუა საუკუნეების არქიტექტურის ცოცხალი მაგალითი, საკრალური ამ რეგიონისათვის. მე XVII საუკუნის ბოლო დეკადაში თურქების მიერ იქნა აფეთქებული. კონსერვაციული და არქეოლოგიური სამუშაოები გრძელდებოდა 1952-დან 2012 წ-დე. 1994 წელს ობიექტი შეყვანილ იქნა UNESCO-ს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა სიაში. 2001 წელს ტაძარი დაუბრუნდა საქართველოს ეკლესიას. ხოლო 2008-2012 წწ-ში მიმდინარეობდა ტაძრის რეკონსტრუქცია. სამწუხაროდ იგი არ შეესაბამებოდა UNESCO-ს კონსერვაციული სამუშაოების მოთხოვნილებებს და მას სიიდან ამოღება ემუქრება. ყოველ შემთხვევაში იგი რჩება, თავისი ისტორიული, ესთეტიკური და ასევე მისვლის სიადვილის გამო (კომუნიკაციურობის და თვით ობიექტში მოხვედრის და მისი აღწერის თვალსაზრისით) ქალაქის მთავარ ღირშესანიშნაობად.



ნახ.4 ბაგრატის ტაძარი - ქუთაისის სიმბოლო და ქალაქის ერთ-ერთი უნიშვნელოვანესი ტურისტული ღირშესანიშნაობა

- გელათის მონასტერი (მე XII საუკუნე). უშუალოდ არის დაკავშირებული დავით IV აღმაშენებლის პიროვნებასთან, რომელიც მისი დამაარსებელია, და აქვე არის დაკრძალული. შესანიშნავად შემონახულ ტაძარში შემონახულია მისი პირადი ფრესკები. საკუთარი ბრწყინვალების პერიოდში არა მარტო სასულიერო ცენტრს, არამედ საქართველოს ინტელექტუალურ, სამეცნიერო, ფილოსოფოსთა და თეოლოგთა კრების ცენტრს წარმოდგენდა გელათის აკადემიაში (განხორციელდა შენობის რეკონსტრუქცია).

1994 წელს მონასტერი UNESCO-ს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა სიაში იქნა შეტანილი ბარატის ტაძართან ერთად. მდებარეობს ფერდობზე ქუთაისის ცენტიდან ჩრდილო-აღმოსავლეთით 8 კმ-ში. მისვლა „მარშრუტკით“ ანდა საფეხმავლო გზით. ადგილზე არ არის საინფორმაციო მანიშნებლები.

გარდა ამისა ქუთაისის მახლობლად განლაგებულია კიდევ ერთი ტურისტულად საინტერესო ძველი მონასტერი - მოწამეთა. კლდის ფერდობზე აშენებული კომპლექსი მე XI საუკუნეს განეკუთვნება, თუმცა მისი მშენებლობა სავარაუდოთ უფრო ადრინდელ პერიოდს - მე VII-მე VIII საუკუნეებს ეხება. მისდამი ინტერესი მდინარის მოსახვევ ადგილზე, ხევის თავზე განთავსებაში მდგომარეობს. აქ მოსვლა შესაძლებელია ფეხით ან „მარშრუტკით“.

ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის პერსონალი ხშირად სთავაზობს მსურველებს იმერეთის რეგიონის ცენტრიდან უფრო შორს მდებარე საინტერესო ღირშესანიშნაობებს, მათ შორის კაცის სვეტს, რომლის მწვერვალზე მიუდგომელი ეკლესია და ქოხი მდებარეობს.

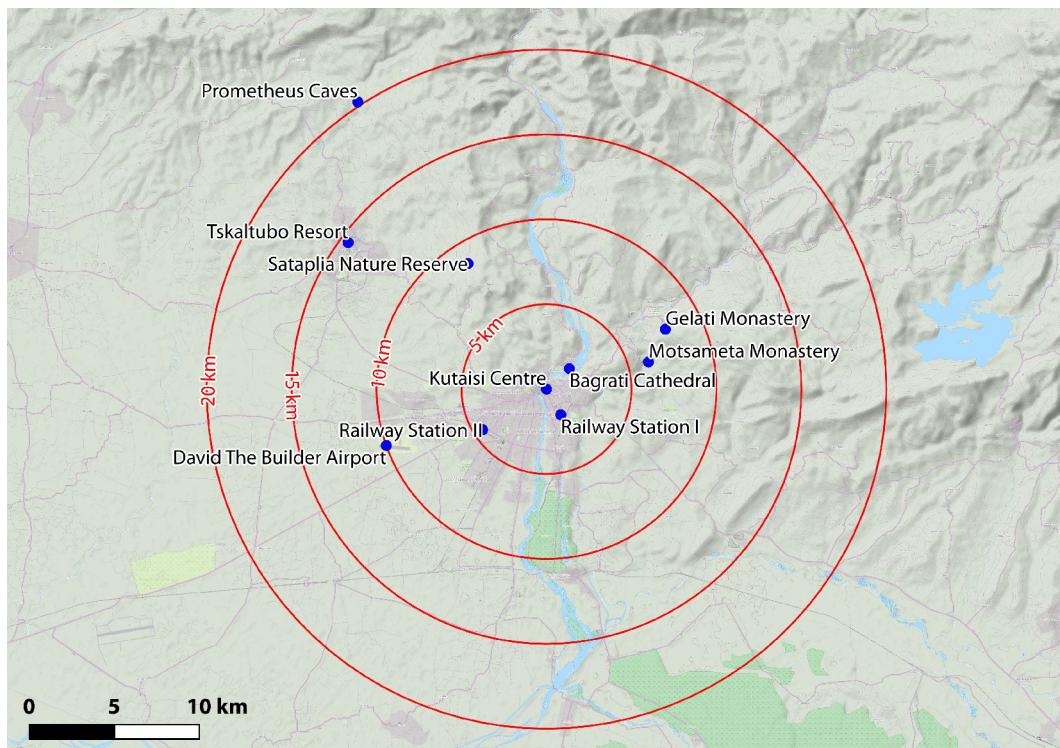
ქუთაისში აგრეთვე ფუნქციონირებს რამოდენიმე მუზეუმი. გაცნობითი ტურის დროს მოგვეცა საშუალება გავცნობოდით ისტორიულ-ეთნოგრაფიულ სახელმწიფო მუზეუმს. მასში ინახება რეგიონთან დაკავშირებული არქეოლოგიური და ეთნოგრაფიული ექსპონატების კოლექცია. სამწუხაროდ ხარვეზს წარმოდგენს ექსპონატებზე უცხო ენაზე სათანადო მინიშნების არ არსებობა.

სამხედრო მუზეუმი დაკეტილი იყო გაურკვეველი მიზეზების გამო, სამაგიეროდ სპორტის მუზეუმი რენოვაციული მიზეზით დაგვხდა დახურული. გარდა ამისა ქალაქში ფუნქციონირებს კომპოზიტორ ზაქარია ფალიაშვილის მუზეუმი და დავით კაცაბაძის ხელოვნების გალერეა.

კულტურული ღონისძიებებიდან ქალაქი გვთავაზობს უპირველეს ყოვლისა ორ დიდ თეატრს - ზემოაღნიშნულის გარდა, ლადო მელიქიშვილის სახელობის სახელმწიფო და ოპერის თეატრებს. პირველ მათგანში იდგმება ფოლკლორულ ანსამბლთა წარმოდგენები. მიუხედავად იმისა, რომ ხშირად ხაზგასმულია ტურისტულ გზამკვლევებში ქუთაისის კავშირი მდიდარ კინემატოგრაფიულ (საქართველოს უძველესი კინოთეატრი „რადიუმი“)

ტრადიციებთან, ამჟამად ქუთაისში არ ფუნქციონირებს არც ერთი კინოთეატრი. სამუზეუმო და კულტურული ინსტიტუტების მაგალითზე ყველაზე

დიდ პრობლემას ტურისტული თვალსაზრისით წარმოადგენს ამგვარ ობიექტებზე დასწრების შესახებ ინფორმაციის მიუწვდომლობა. მუზეუმებს არ გააჩნიათ ინტერნეტ გვერდები. ერთადერთი წყარო ამიტომ ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი აღმოჩნდა და ადგილობრივ ტურისტულ სფეროში შეუთანხმებლობიდან გამომდინარე მის პერსონალს არ გააჩნდა ინფორმაცია სამხედრო მუზეუმის დახურვის მიზეზების შესახებ.



ნახ. 5. ქუთაისი - ქალაქისა და მის შემოგარენში არსებული უმნიშვნელოვანესი ტურისტული ობიექტების ადგილდებარეობა. ღირშესანიშნაობების ახლომდებარეობა განაპირობებს city break ტიპის ტურიზმის განითარებას (კარტოგრაფიული სააგენტო: © OpenStreetMap Contributors 2014).

ღირს მოვიხსენიოთ „ქუთაისობაც“, ანუ ყოველწლიურად 2 მაისს აღსანიშნავი ქალაქის დღესასწაული. მისი მნიშვნელოვანი ნაწილია ტრადიციული სამოსის წარმოდგენა, ასევე ცეკვები და სიმღერები. ამ დროს ბავშვები ჰყიდიან გვირილას თაიგულებს (ამ გზით შეგროვილ თანხას კი უმწეოთა დასახმარებლად გადასცემენ).

ზემოაღნიშნული შემოთავაზებებით არ იწურება ტურისტულად საინტერესო ადგილების ჩამონათვალი, თუმცა ისინი ისეთ ობიექტებს მოიცავენ, რომლებიც პირველ რიგში უნდა იქნან გამოყენებულნი ქალაქის

## ტურისტულ პრეზენტაციაში საერთაშორისო ბაზარზე.

**დასკვნა:** გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს რეალური მიზნების დასახვას ტურიზმის განვითარების საკითხში, მათ სვლას შესაძლებლობების პარალელურად, თუნდაც ტურისტული საქმიანობიდან გამომდინარე, მაგალითად ღამისთვის (განსახლების) უზრუნველსაყოფად. ქუთაისს გააჩნია ყველა საშუალება, რომელიც ხსნის მის წინაშე კონკრეტული ტურისტული სახეობების (city-break, 2-3 დღიანი, როგორც წესი შაბათ-კვირის დროს დასვენება, კულტურული ელემენტების გამოყენება, კულინარული, ხშირ შემთხვევაში რეკრეაციული) განსავითარებლად. ამ მიზნის განხორციელება მოითხოვს ტურისტული შეთავაზების ელემენტების დამუშავებას, რომელიც დაკავშირებულია უპირველეს ყოვლისა ღირშესანიშნაობასთან მიწვდომისა და ინფორმაციის მიღების გაადვილებასთან.

### 3.4. კულინარიული ტრადიციები და მემკვიდრეობა

კულინარიულ ტრადიციებს უპრიანია დავუთმოთ ცალკე ნაწილი, რადგან იგი ქუთაისის ერთ-ერთ უძლიერეს ტურისტულ პოტენციალს მოიცავს. ამის თქმის საფუძველს რამოდენიმე მიზეზი გვაძლევს. პირველი, ის, რომ კვება არის ტურისტული შეთავაზებების ნუსხაში უმნიშვნელოვანესი „მანათობელი“. პირდაპირ, რომ ვთქვათ, ყოველ ტურისტს მგზავრობის მიზნის მიუხედავად, ესაჭიროება კვება. როგორც წესი იგი ეძებს ადგილობრივ პროდუქტსა თუ კერძებს. აქედან გამომდინარე, საჭმელი, თავისითავად, ჩვეულებრივი ფიზიოლოგიური მოთხოვნილების დაკმაყოფილებიდან ტურისტული ღირშესანიშნაობის რანგში გადადის.

კულინარიული ტურიზმი, კლასიკური გაგებით, ნიშნავს იმას, რომ რეგიონალური (ადგილობრივი) სამზარეულო, იქ გამზავრების ერთადერთ თუ არა, მის ერთ-ერთ მთავარ მიზანს წარმოადგენს. ასეთ ტურისტთა რაოდენობა რამოდენიმე პროცენტს შეადგენს, მაგრამ უკვე 10-15% ელის, რომ აუთენტური რეგიონალური სამზარეულო ტურისტული წინადადების ნაწილს მოიცავს (Žiurantskaite 2009). კარპატებში ჩატარებულმა პოლონურმა გამოკვლევებმა მეტად თამამი შედეგები აჩვენა. ადგილობრივი რეგიონის კულტურასთან დაკავშირებულ ყველაზე უფრო მიმზიდველ დასვენების ფორმებს შორის სიაში პირველ ადგილზე (უკან მოიტოვა ლოკალურ ძეგლებსა და ისტორიასთან გაცნობა) ადგილობრივი კერძების გასინჯვა აღმოჩნდა - რეკომენდაციებმა 85%-საც კი მიაღწია (Apetyt na Region 2013).

კულინარული ტურიზმის განვითარების მტკიცებულებები ადგილობრივ მონაცემებშიც აისახება. საქართველოს ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციის (Georgian National Tourism Administration) მოხსენების თანახმად, 2012 წელს გასტრონომიულმა შემოსავალმა 503 მილიონი ლარი შეადგინა და მეორე ადგილზე აღმოჩნდა შემოსავლის მაჩვენებლით სასტუმრო ობიექტების შემდეგ.

იმერეთის რეგიონის სამზარეულოს ყველა წინაპირობა გააჩნია იმისათვის, რომ ქუთაისის ორიგინალურ ტურისტულ სახედ წარმოჩნდეს. მის

უპირატესობებს უდავო დახვეწილ გემოვნებით თვისებებთან ერთად წარმოადგენს აგრეთვე:

- ადგილობრივი პროდუქტების გამოყენება, ხშირად მცირე ახლომდებარე მეურნეობებიდან (მინიშნება ე.წ. slow food – ზე),
- გამოიყენება ცნობილი და უსაფრთხო პროდუქტები, ამას გარდა ტურისტებს არანაირი წინააღმდეგობრივი საფუძველი რათა გასინჯონ ადგილობრივი კულინარების კერძი არ გააჩნიათ,
- რეცეპტები ხასიათდება უბრალოებით, ხოლო მეორე მხრივ მრავალფეროვნებით, რაც კერძების მიმართ ინტერესს ზრდის.

ყველაზე უფრო ცნობილ კერძებს მიეკუთვნება ხაჭაპური (მრავალი სახეობით), ხინკალი (პეროგი, პელმენი), ხარჩო (სუპი), თონის პური (ლავაში), ასევე ჩურჩხელა (ყურძნის წვენში ამოვლებული თხილი). რა თქმა უნდა, აქ მხოლოდ რამოდენიმე მაგალითია მოყვანილი. სუფრის მნიშვნელოვან შემადგენელ ნაწილს დვინო წარმოადგენს. დაინტერესების საგანია ასევე დაყენებული ბრენდი - ჭაჭა. ხშირ შემთხვევაში სახლის პირობებში დამზადებული გამოწურული ყურძნისაგან. ხანდახან იტალიურ grapp\_ას ამსგავსებენ.

პოპულარულია ესევე მრავალფეროვანი გემოს მქონე ლიმონათები (მათი მთავარი მწარმოებელი ფირმა „ნატახტარია“), აგრეთვე მინერალური წყლები, რომლებიც პოლონეთშიც - („ბორჯომი“) ლიდერის პოზიციაზე დგას.

საქართველოზე საუბრისას არ შეიძლება არ გავისენოთ „სუფრისა“ და სადღეგრძელოების წარმოთქმის (თამადის როლი) წესჩვეულებების შესახებ. ისინი ქართველთა მემკვიდრეობისა და თვითმყოფადობის მნიშვნელოვან ელემენტებს წარმოადგენენ. მათი გამოყენება ტურისტიკაში ადგილობრივი კულტურის მნიშვნელობით არ უნდა იქნას დაკნინებული.

ქუთაისის კულინარული მომსახურების სფერო მოიცავს რამოდენიმე ათეულ სხვადასხვა ტიპის სამზარეულო დაწესებულებას (რესტორნებს, ბარებს კაფეებს და სხვ.). გაცნობითი ტურის პროცესში მოხერხდა მხოლოდ რამოდენიმე მათგანის მონახულება. საინტერესოთა შორის აღსანიშნავია: „ქუთაისი პალატი“ (რესტორანი და ბარი), „ფოე-ფოე“ (ჩაის სახლი და ბარი), „მირზაანი“ (რესტორანთა ქსელი), ასევე „ელ დეპო“ (ხინკლის რესტორანი). პირველ ორ მათგანს გააჩნია მუდმივმოქმედი კულტურული პროგრამა, რა დროსაც იმართება მრავალფეროვანი შეხვედრები და კონცერტები. ფასები პოლონეთთან შედარებით ოდნავ დაბალია, რითაც ტურისტებისათვის ხელმისაწვდომი (ნახ.6).

სულ უფრო იშვიათ დაბრკოლებას წარმოადგენს ენობრივი ბარიერი. დაწესებულებათა უმეტესობას გააჩნია ინგლისურენოვანი ბარათები (კერძების დასახელებებით, თუმცა მათი აღწერილობის გარეშე), ხოლო მომსახურე პერსონალი ხშირად იყენებს ინგლისურ ენას. ჯერ კიდევ შესაძლებელია და ხშირად მოსახერხებელიც კი რუსულ ენაზე ურთიერთობა.

სამაგიეროდ გადამწყვეტ წინააღმდეგ შესაძლოა რჩებოდეს ბევრი დასავლეთ ევროპის ტურისტისათვის ფაქტი, რომ დაწესებულებებში ნებადართულია თამბაქოს მოწევა. ხანდახან პრობლემას წარმოადგენს ასევე გადახდილი საფასურის ჩეკებისა და ქვითრების დეფინიცია (წაკითხვადობა) უცხოელთა მიერ ენისა და ქართული ანბანის არ ცოდნის თვალსაზრისით.



ნახ.6. ქართული სამზარეულო ხაჭაპურით პირველ პლანზე, თავისი მრავალფეროვნებით, ნატურალურობითა და რა თქმა უნდა, გემოვნებით, არის ქუთაისის ერთ-ერთი მიმზიდველი ღირშესანიშნაობა (ფოტო: ანა ალექსანდრეავა)

ტურისტების მიერ ძიების ობიექტად სულ უფრო ხშირად ადგილობრივი ბაზრები და ბაზრობები ხდება. ქუთაისშიც მოიპოვება ასეთი ადგილები და შესაძლებელია მათი პოპულარიზაცია, როგორც ტურისტულად საინტერესო, წარმოდგენილია არა მარტო პროდუქცია, არამედ ადგილობრივი ადათ-წესების შეცნობის შესაძლებლობაც.

ჯერ კიდევ სრულყოფილად გამოუყენებელია ქალაქის შემოგარენში არსებული ღვინის მარნები. საქართველო აღმრავს საკმაოდ ძლიერ ასოციაციებს ღვინის კულტურის მიმართ და სულ უფრო მეტი ღვინის სათავსო იხსნება ტურისტებისთვის. მაგრამ კვლავ ვერ ხერხდება ადგილზე ღვინის შესყიდვის შესაძლებლობის გარდა სხვა აღტერნატივის შეთავაზება. ეს შესაძლოა ყოფილიყო მარანის დათვალიერება, მევენახეობისა და მეღვინეობის სასწავლო

კურსები, მათ შორის, ადგილობრივ ტრადიციებზე დამყარებული, და ბოლოს დეგუსტაცია.

**დასკვნა:** ადგილობრივი კულინარიული ტრადიციები და კერძები სულ უფრო მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ ტურიზმის სფეროში. იმერეთის სამზარეულო მოიცავს რიგ დადებით უპირატესობებს კულინარიულ ტურიზმში: თვით პროდუქტებისა და კერძებიდან დაწყებული, ტრადიციებზე დამყარებული, ხოლო უკვე არსებულ სამზარეულო დაწესებულებებში ფასები ხელმისაწვდომია ტურისტებისათვის. ეს ქუთაისი ტურიზმის სეგმენტს წარმოადგენს, რომელიც უკვე შედარებით სრულყოფილ პროგრამებს გვთავაზობს შემდგომი დამატებითი ელემენტებით გამდიდრების შესაძლებლობებით (დვინის სათავსოების მონახულება და ა.შ.).

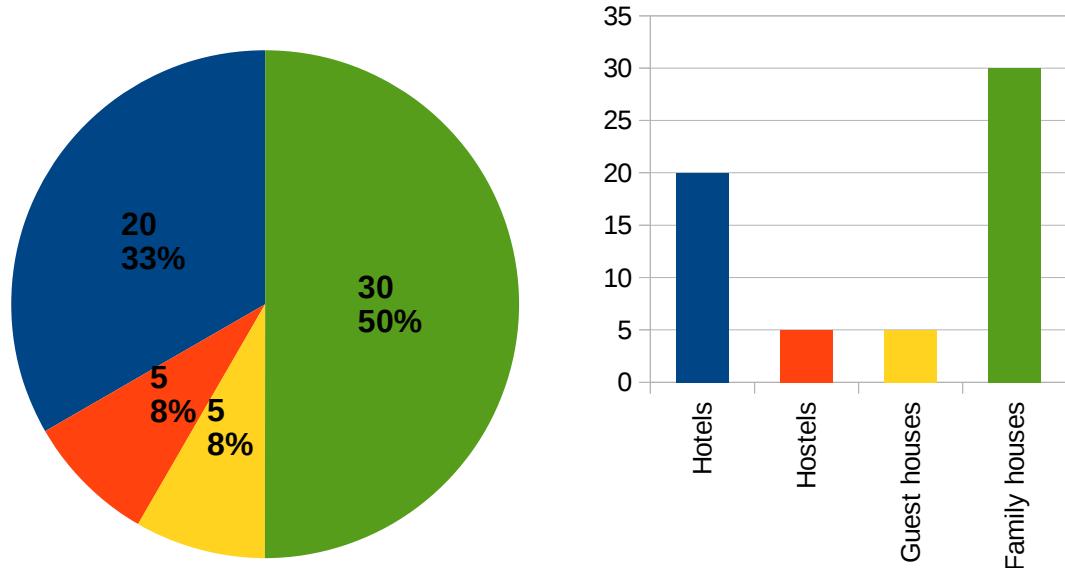
### 3.5. განთავსების (დამის სათევი) ბაზა

მრავალფეროვანი მდებარეობის, სტანდარტისა და ფასების თვალსაზრისით განთავსების (დამის სათევი) ბაზა წარმოადგენს ერთგვარ „შუქურას“ ტურიზმის მომსახურეობის სფეროში. ქუთაისში მათი რიცხვი 60 ობიექტს შეადგენს, რომელიც ოთხი კატეგორიიდან ერთ-ერთს მიეკუთვნება. საერთო ჯამში გვთავაზობენ 1274 ადგილს (საწოლს) 627 ოთახში. მათი უმეტესობა სახლებსა და კერძო ოთახებშია ლოკალიზებული, რომლებიც ქალაქში არსებული ღამის სათევი ადგილის მთლიანი რაოდენობის ნახევარს წარმოადგენენ (ნახ.7). მეორეს მხრივ, სასტუმროებსა და საერთო საცხოვრებლებს გააჩნიათ ადგილების მეტი რაოდენობა (დაახლ. 60 %). ცალკეულ ობიექტებზე საწოლების რაოდენობა მერყეობს 2\_დან 150\_დე. ერთი საწოლის ფასი კი მერყეობს 15 ლარიდან (დაახლ. 26 ზლოტი) 130 ლარამდე (დაახლ. 230 ზლოტი).

ყურადღებას იპყრობს ის ფაქტი, რომ ზემოაღნიშნულ ციფრებთან მიახლოებული რაოდენობის ობიექტები (ქალაქის უახლოეს შემოგარენთან ერთად 77) შესაძლებელია ვიზილოთ სარეზერვაციო ინტერნეტ გვერდზე Booking.com. მეორეს მხრივ,  $\frac{3}{4}$  \_ს ობიექტებისა არ გააჩნიათ საკუთარი ინტერნეტ გვერდი, ხოლო ნახევარ მათგანთან შეუძლებელია ელექტრონული ფოსტის (e-mail) მეშვეობით დაკავშირება.

ღამის სათევი ბაზის ნაკლოვანებებს წარმოადგენენ: ცალსახა კლასიფიკაციური სისტემის არ არსებობა (გარკვეულწილად მათი როლის შესრულებას იწყებენ რეკომენდაციები, შეფასებები და რეცენზიები ინტერნეტ მომსახურეობის ისეთ გვერდებზე როგორიცაა Booking.com თუ TripAdvisor) ასევე მისი თანმხლები, ობიექტების სტანდარტულობისა და მომსახურეობის უსწორმასწორობა. გარდა ამისა, მხოლოდ ხუთ სასტუმროს გააჩნია ადგილების რაოდენობა, რომელიც 50 აღემატება და ამიტომ შეუძლებელს ხდის ტიპიური

საავტობუსო ექსკურსიის წევრების მიღებას.



ნახ. 7. ქუთაისის დამის სათევი ბაზის სტრუქტურა (ქუთაისის ტურისტული ინფორმაციის პუნქტზე დაყრდნობით)

ლურჯი – სასტუმრო, სტაფილოსფერი – საერთო საცხოვრებელი, ყვითელი – პანსიონატები, მწვანე – (კერძო) სახლები

**დასკვნა:** დამის სათევი ბაზა ადგილების რაოდენობის ტვალსაზრისით ადექვატურია და შეესაბამება ქუთაისში ინდივიდუალური ტურიზმის განვითარების ამჟამინდელ მოთხოვნებს. თუმცა შენისვნები არსებობს მომსახურეობის დონის მიმართ (რა თქმა უნდა განცხადებული სტანდარტის მიმართ). სამწუხაროდ ზემოაღნიშნული შეზღუდვების ფონზე ორგანიზებული და საქმიანი ტურიზმის განვითარება შესაძლებელია ძალიან შეზღუდული რაოდენობით.

#### 4. ტურისტული ინფორმაციის სისტემა

ტურისტული ინფორმაციის სისტემის ამოცანაა ტურისტებისათვის საინტერესო ინფორმაციის, წინადადებების, ზოგადი შეტყობინებებისა და ქალაქისა თუ რეგიონის შესახებ რჩევების შეგროვება და მათთვის მიწოდება. უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის პერსონალისთვის განკუთვნილ საკითხთა მოცულობა გაცილებით სცდება ზემოაღნიშნულ განსაზღვრებებს.

ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის მუშაობის წარმატება დამოკიდებულია აქტუალურ მონაცემებთან ხელმისაწვდომობაზე, ხოლო შემდგომ ტურისტულ სფეროსთან ურთიერთთანამშრომლობაზე (მუზეუმები,

ღირშესანიშნავი ადგილები, სასტუმროები, რესტორნები და ა.შ.). საქართველოში ტურისტული ინფორმაციის პუნქტები ფუნქციონირებს საქართველოს ეროვნულ ტურისტულ ადინისტრაციასთან (Georgian National Tourism Administration) თანამშრომლობის საფუძველზე, ცენტრალიზებული მართვით. პუნქტის ფინანსური შენახვის ხარჯები იყოფა ზემოაღნიშნულ სააგენტოსა და ადგილობრივ თვითმმართველობას შორის.

ქვემოთ მოყვანილია ქუთაისის ტურისტული ინფორმაციის სისტემის მთავარი ელემენტების დახასიათება.

#### 4.1. ტურისტული ინფორმაციის პუნქტები

ადგილებზე განლაგებულ ტურისტული ინფორმაციის პუნქტების („ტიპ“) ოფისებში მოსულ ტურისტებს შეუძლიათ მიიღონ შეკითხვებზე პასუხი, ასევე პუბლიკაციები, შეთავაზებები თუ წინადადებები დროის გატარების შესახებ ქალაქსა და რეგიონში. ეს ყველაფერი ტურისტული ინფორმაციის სისტემის მნიშვნელოვან ელემენტებს წარმოადგენს. მიუხედავად იმისა, რომ მათ ფუნქციებს სულ უფრო ხშირად ინტერნეტი ითავსებს, სულ უფრო მზარდია ინდივიდუალური გადაწყვეტილებების მიღების ტენდენციები (ინტერნეტი, i-Pad, i-phone\_ები, ტაბლეტები და ა.შ.), „ტიპ“\_ები მაინც რჩებიან ტურისტულად საინტერესო ინფორმაციის დისტრიბუციის სარწმუნო წყაროდ. ყოველთვის ფასდაუდებელია ტურისტების კონტაქტი კვალიფიციურ პერსონალთან.

ქუთაისში ფუნქციონირებს ქალაქის მერიის მიერ ორგანიზებული ორი ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი, საქართველოს ეროვნულ ტურისტულ ადინისტრაციასთან ურთიერთთანამშრომლობის საფუძველზე. პირველი მათგანი აეროპორტში მდებარეობს. ერთი შეხედვით იგი არ წარმოადგენს ქალაქის მთავარ „ტიპ“\_ს, მაგრამ რჩება ბევრი ტურისტისათვის ქუთაისთან „პირველი გაცნობის“ ადგილად. აქ მეტწილად პრაქტიკული ინფორმაციის მაგ. სატრანსპორტო მიმოსვლის, თვით ქალაქის შესახებაც საძიებლად მოდიან.

ქუთაისის „ტიპ“\_ი უმნიშვნელოვანესი და სისტემის ყველაზე ნევრალგიული ელემენტია. არ არის „ტიპ“\_ების რაოდენობის გაზრდის საჭიროება, მაგრამ სამაგიეროდ, აუცილებელია მისთვის სათანადო ადგილის შერჩევა, მიწვდომის და პირველ რიგში საჭირო ინფორმაციით უზრუნველყოფის თვალსაზრისით. გაცნობითი სტუმრობის შემდეგ იქმნება შთაბეჭდილება, რომ ტანამშრომლების მაღალი ენობრივი და არსობრივი კომპეტენტურობის მიუხედავად, არ არის დაცული ხელმისაწვდომობის პოსტულატი. ქვემოთ აღწერილია მიზეზები და ამგვარი სიტუაციის შესაძლო შედეგები.

2011 წელს, რუსთაველის ქუჩის სკვერში. გაიხსნა კარგად მონიშნული და მოხერხებლად ლოკალიზებული ტურისტული ინფორმაციის თანამედროვე პავილიონი. სამწყუხაროდ კონსტრუქციული შეცდომების გამო იგი ვერ იქნა გამოყენებული და „ტიპ“\_ი გადატანილ იქნა ქალაქის მერიის მთავარ შენობაში.

ამ ეტაპზე დაშვებულ იქნა რიგი შეცდომებისა (შესაძლოა გამომდინარე ტურიზმის მართვის სფეროში ადგილობრივ დონეზე ადრე შემუშავებული კომპეტენციების გადანაწილების მონახაზის გამო). მათ შორის უნდა აღინიშნოს ტურისტული ინფორმაციის სენობის ფაქტობრივი მიტოვება, მისთვის განკუთვნილი საინფორმაციო მანიშნებლების გაუქმების გარეშე, მოკლედ, რომ ვთქვათ, დაკვალიანებული ტურისტები მოდიოდნენ და ხვდებოდათ დაკეტილი ტურისტული ინფორმაციის ცენტრი და იქვე ვერ ნახულობდნენ ინფორმაციას თუ სად ფუნქციონირებს გახსნილი პუნქტი.



ნახ. 8. ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის ამჟამინდელი ოფისი ქალაქის მერიის მთავარ შენობაში. პატარა ბარათი წარწერით „ტიპ“ მოჩანს ხელმარცხნივ კარებზე, წარმოადგენს ერთადერთ მინიშნებას

მერიის შენობაში არსებული ტურისტული ინფორმაციის ოთახები თუმცა კი მდებარეობენ მთავარ შესასვლელთან ახლოს, არ არიან სათანადოთ მონიშნულნი - კარებზე მიწებებულია პატარა საინფორმაციო ბარათი შეტყობინებით, რომ შიგნით არის ტურისტული ინფორმაცია (ნახ.8). გარედან არ ჩანს არანაირი ელემენტი (ისრები, მინიშნებები) რომელიც დაგვაკვალიანებდა

პუნქტის ადგილმდებარეობას.

ყოველი ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი მიიჩნევა დროებითად, საჭიროა მისი განმასხვავებელი ნიშნებით უზრუნველყოფა.

#### 4.2. სამოქალაქო ინფორმაციის სისტემა

სამოქალაქო ინფორმაციის სისტემა (სის) არის ვიზუალური და სამკითხველო მატარებლების განზოგადოებული კრებული, ქალაქის შესახებ ინფორმაციის გადმოსაცემად. მის შემადგენელ ელემენტებს წარმოადგენენ ქუჩების დასახელებისა და მათი მისამართების აბრები, მიმართულების მაჩვენებლები, ინფორმაციული დაფები თუ ქალაქის კარტოგრაფიული გეგმები. ინფორმაციული წარწერები სასურველია მშობლიურ ენასა და სულ მცირე ერთ უცხო ენაზე მაინც იყოს შესრულებული (ყველაზე ხშირად ინგლისური ენა გამოიყენება).

საინფორმაციო სისტემა ქუთაისში არ არის საკმაოდ განვითარებული. ელემენტების უმრავლესობა მირითადად ქალაქის ცენტრშია კონცენტრირებული. სამწუხაროდ, ქალაქის ფარგლებში ტურისტების მისამართით არსებული დღევანდელი სახით წარმოდგენილი მანიშნებლები თავისი არსით დეზინფორმირებას ახდენენ, აგზავნიან რა, ტურისტებს დახურულ ტურისტულ პუნქტამდე.

ამგვარ სიტუაციაში ოფიციალური ტურისტული იფორმაციის პუნქტების ფუნქციას კერძო ფირმები ითვისებენ, ისეთი როგორიცაა მაგ „InfoKutaisi“. ეს გარემოება მართალია მიანიშნებს ტურიზმის განვითარების შესაძლო მიმართულებას, დაყრდნობილს ადგილობრივ ტურისტულ აქტივობაზე, მაგრამ ამგვარი ქმედებების წარმატება დამოკიდებულია ურთიერთთანამშრომლობაზე, ადგილობრივი თვითმმართველობისა და საქართველოს მთავარი ტურისტული სააგენტოს მხრიდან მხარდაჭერაზე.

#### 4.3. გამოცემები და საინფორმაციო წყაროები

ტურისტული ინფორმაციის სისტემაში შემავალი მომდევნო ელემენტია ხსენებულ პუნქტებში გამოცემების, ბროშურებისა და საინფორმაციო წყაროების მიწვდომლობა. ქუთაისის ტურისტული პუნქტი მრავალფეროვნების მხრივ კარგად მომარაგებულია. ნაკლებობას განიცდის სამაგიეროდ სინტეტიკური გამოცემები, რომლებიც კონცენტრირებულია თვით ქალაქსა და მის უახლოეს გარეუბნებზე. მასალების უმრავლესობა მთლიანად იმერეთის რეგიონს ეხებოდა. მიზეზი შესაძლოა იყოს ის, რომ გამოცემაზე პასუხისმგებელი საქართველოს სახელმწიფო ტურისტული სააგენტოა ე. ი. ინსტიტუტი, რომელიც მთელი ქვეყნის მასშტაბით მოქმედებს.

მომდევნო გამოცემებში ღირს ადგილობრივი ინფორმაციის მომზადებისას უფრო პრაქტიკულ საკითხებზე კონცენტრირების მოხდენა. ღვინოსთან დაკავშირებულ ღირსესანიშნაობების აღწერისას მითითებულ იქნას

მუშაობის საათები, ბილეთების ფასი, ასევე ტრანსპორტით მისვლის საშუალებები. ყურადსაღებ ინფორმაციას მიეკუთვნება უკაბელო ინტერნეტით სარგებლობის საშუალება და საზოგადოებრივი ტრანსპორტის ორგანიზებულობაც. მნიშვნელოვანია, რომ მისამართები შეძლებისდაგვარად მაქსიმალურად იქნას შევსებული, კონტაქტის ყველა საშუალებით (ინტერნეტ გვერდი, e-mail, ტელეფონი, ფეისბუკის პროფილი და სხვ.). გასათვალისწინებელია, რომ საქართველოში როლმინგზე მაღალი ფასების გამო შესაძლოა ბევრმა ტურისტმა ელქტრონული ფოსტით სარგებლობა არჩიოს ადგილებში სადაც უფასო ინტერნეტით სარგებლობაა შესაძლებელი.

ტურისტული იფორმაციის პუნქტებში წარმოდგენილი მასალები უფასოდ რიგდება. ამიტომ საჭიროა მათი სათანადოთ მომზადება შემდეგი კრიტერიუმების გათვალისწინებით:

- ინფორმაციის კომპლექსურობა, ზოგადი გამოცემა (სარეკლამო ბუკლეტი) უნდა შეიცავდეს თვით ღირშესანიშნაობის მოკლე აღწერას (მაგ. 10 უმნიშვნელოვანეს შორის ჩამონათვალში), ასევე პრაქტიკული იფორმაცია და ქალაქის გეგმა,
- სიმარტივე: გამოცემა უნდა იყოს დამუშავებული ერთი დასაკეცი ფურცლის გვერდზე; თავი უნდა ავარიდოთ ქაღალდის მსხვილ მოცულობასა და ბროშურის ყდიანი ფორმით ანდა წებოს დამუშავებით - მათი მიზანი გამოცემის, აგრეთვე ტრანსპორტირების თუ შენახვის ხარჯების შემცირებაა (მაგ. საზღვარგარეთ გამოფენებზე გატანა).
- რამოდენიმე ენაზე შესრულება: ენის შერჩევა შეიძლება მოხდეს ტურისტთა რაოდენობის შესახებ მონაცემების საფუძველზე. (ნაწ.5); ქუთაისის მაგალითზე სვარაუდო ენებია: ქართული, ინგლისური, პოლონური, რუსული და უკრაინული.

#### 4.4. ინტერნეტ გვერდები და საზოგადოებრივი მედია

ინტერნეტი მუდმივად იგებს თავისი მნიშვნელობით, როგორც ტურისტული ინფორმაციის წყარო ინტერნეტ გვერდებისა და პორტალების გვერდით თანაცხოვრობს ე.წ. ბლოგერული სფეროც, ასევე საზოგადოებრივი მედია, რომელთა განმასხვავებელი ნიშანი ისაა, რომ მათი შინაარსი მიიღება უამრავი მომხმარებლის მიერ, ხოლო ყოველი შეტყობინება შესაძლოა შეფასებული და კომენტარდართული გახდეს.

გარდა ამისა გაჩნდა რიგი ტურისტული მომსახურეობისა, პირველ რიგში სარეზერვაციო (მაგ. Booking.com, HRS) და დამატებითი ფუნქციების შემცველი ქალაქებისა და ღირშესანიშნაობების რეკომენდაციებით (TripAdvisor).

თვით ინტერნეტ გვერდების კონსტრუქციაზე ზეგავლენას ახდენს მობილური ტელეფონების, სმარტფონებისა და ტებლეტების განვითარება.

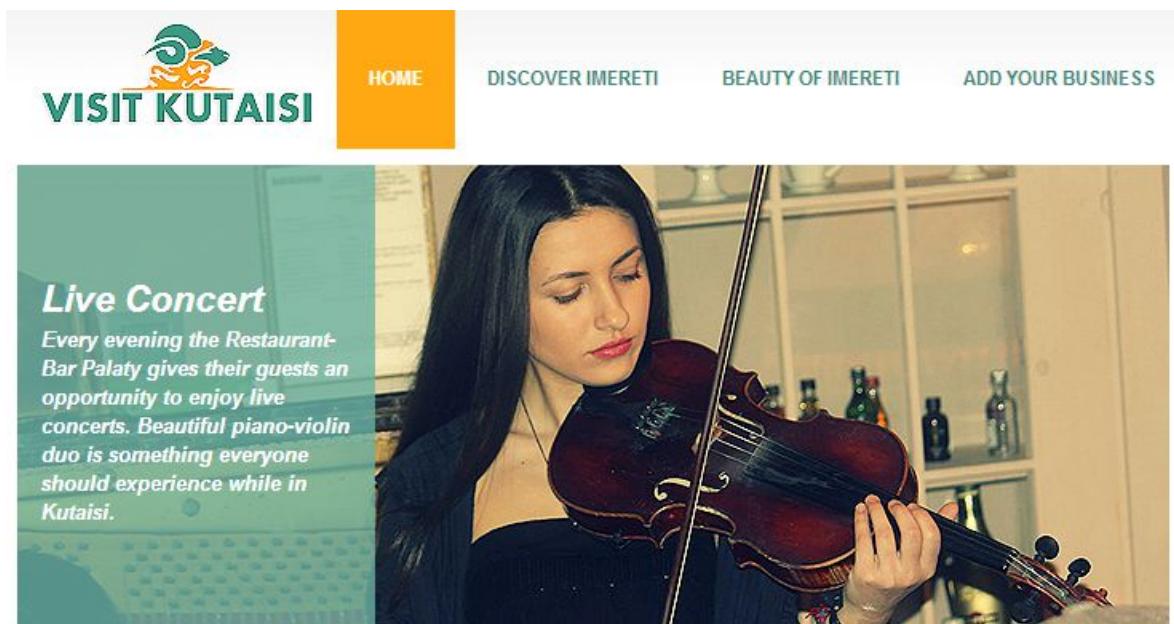
ამ მრავალფეროვნების მიუხედავად, ინფორმაციის წყაროს მუდმივად ძიების საგნად მოცემული რეგიონისა თუ ქალაქის ოფიციალური ტურისტული

გვერდია. იგი უნდა შეიცავდეს ტურისტული ღირშესანიშნაობების გვერდით, აქტუალურ ინფორმაციას, ითვალისწინებდეს პრაქტიკული რჩევების მიცემას. შინაარსი უნდა იყოს გასაგები, რამოდენიმე ენაზე (ნაწ. 4.2).

ქვემოთ მოყვანილი ანალოგები ქართული ენის არმცოდნე პირთა თვალთახედვის პოზიციიდან იხილება, რომლებიც უცხო ენოვანი წყაროს ძიებაში (უპირველეს ყოვლისა ინგლისურად) არიან. აღწერილი პოზიციები არ შემოიფარგლება ქუთაისის შესახებ არსებული ინტერნეტ გვერდების რაოდენობით. მათ გვერდით დგანან ისეთი ინტერნეტ გვერდები და პორტალები, თუნდაც ოფიციალური, რომელთა მოძებნა დიდ სირთულეს არ წარმოადგენს.

- ქალაქის ოფიციალური ინტერნეტ გვერდი ([www.kutaisi.gov.ge/eng/kutaisi-tourism](http://www.kutaisi.gov.ge/eng/kutaisi-tourism)) მოიცავს ტურიზმისადმი მიძღვნილ ნაწილს. სამწუხაროდ მასში მოცემული ინფორმაცია ხშირ შემთხვევაში არასრულია ან ინგლისურ ენაზე გაკეთებული აღწერების გარეშეა. ამასთანავე გასათვალისწინებელია, რომ ტურისტული ნაწილის ჩართვა მთავარ გვერდზე ართულებს ნავიგაციას და საძიებელი ინფორმაციის მოპოვებას.
- ინტერნეტ გვერდი ([www.sustourism.net](http://www.sustourism.net)) არის საერთაშორისო პროექტ „An integrated approach for the sustainability of the tourism production“ (უფრო დაწვრილებით მე\_6 ნაწილში) ეფექტურობის შედეგი. მას მაღალი რეიტინგი გააჩნია. შეიცავს ზოგად ინფორმაციებს იტალიურ და ინგლისურ ენებზე, მაგრამ უფრო დაწვრილებითი ცნობებისათვისგვაგზავნის ქალაქის ზემოთაღნიშნულ ოფიციალურ გვერდებზე.
- საქართველოს ოფიციალური ინტერნეტ პორტალი [www.georgia.travel](http://www.georgia.travel) გვთავაზობს ქუთაისის შესახებ მხოლოდ ზოგად ინფორმაციას, ასევე შესაბამის განყოფილებაში - ტურისტული პუნქტის კონტაქტურ მონაცემებს.
- შინაარსის თვალსაზრისით გამოირჩევა ინგლისურ და რუსულ ენაზე არსებული ინტერნეტ გვერდი [www.travelkutaisi.ge](http://www.travelkutaisi.ge). მოიცავს იგი ცნობებს როგორც ღირშესანიშნაობებისა და შემოთავაზებების (ტურისტულ პაკეტებს) შესახებ, ასევე პრაქტიკულ ინფორმაციებსაც. შესაძლებელია იქ ჩვეულებრივი მობილური განაცხადის გაკეთებაც. მიუხედავად იმისა, რომ გვერდი საჭიროებს შესწორებებსა და მცირე ცვლილებების შეტანას, იგი წარმოადგენს ტურისტული ორგანიზაციის მიერ შემუშავებულ, კარგად გააზრებული პორტალის შესანიშნავ მაგალითს.
- ინტერნეტ გვერდი [www.visitkutaisi.com](http://www.visitkutaisi.com) უახლესი ინიციატივაა (ნაბ.9). ეს „იმერეთის რეგიონში ტურისტული პოტენციალის განვითარება. რეგიონში სამუშაო ადგილების შექმნის ბაზრის მხარდაჭერა“ პროექტის ეფექტურობის შედეგია და რომელიც „პოლონეთის თანადგომით“ განხორციელდა. იგი პოლონურ და ინგლისურ ენებზე ხელმისაწვდომია

და მტელ რეგიონს მოიცავს. მასში შედის ტურისტული ღირშესანიშნაობების აღწერა, რეგიონალური სამზარეულოს დახასიათება, თავისუფალი დროის გატარების შეთავაზებები, ასევე ინფორმაცია ტრანსპორტით მისვლის შესახებ. ამჯამად პრაქტიკული ინფორმაციის ნაკლებობაა, თუნდაც საინტერესო ობიექტებთან მიწვდომასთან დაკავშირებით (მუშაობის საათები, ბილეთები და ა.შ.). ინტერნეტ გვერდი ქართულ ენაზე უნდა ითარგმნოს, გარდა ამისა საჭიროა მისი ფეისბუკის სოციალურ ქსელში პროფილური ინტეგრაცია, სათანადო სარეკლამო ბარათის, ქალაქის კომპლექსური რუქისა და სხვა საჭირო ინფორმაციის გადმოწერის შესაძლებლობით. პორტალი შეიქმნა ადგილობრივ ტურისტული სფეროს წარმომადგენლობებთან თანამშრომლობის საფუძველზე.



ნახ.9. ახალ ინტერნეტ გვერდს აქვს შანსი გახდეს ქალაქისა და რეგიონის მთავარი ტურისტული პორტალი.

ქუთაისი ამჟამად არის ზემოთდახასიათებულ პორტალებისა და ინტერნეტ გვერდების ტურისტული მომსახურების სერვისებში. ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია მათ შორის TripAdvisor-ი. იქ შეიძლება 60-დე ღამის სათევზი ობიექტის, 11 საკვები პუნქტისა და სამწუხაროდ მხოლოდ ოთხი ღირშესანიშნაობის მოძებნა. ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის პერსონალი ვალდებულია მოამზადოს სტატიები, რომელთა გამოყენება შესაძლებელი იქნებოდა სერვისში.

**დასკვნა:** ქუთაისის ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი მოიცავს ყველა საჭირო ელემენტს, თუმცა ყოველი მათგანი საჭიროებს მათი სწორად ფუნქციონირებისათვის საჭირო ქმედებების განხორციელებას. სასწრაფო ზომებიდან ვფიქრობთ საჩვენებელი ნიშნების მოწესრიგების საკითხია. საგრძნობლად ასუსტებს მდგომარეობას ოფიციალური ტურისტული ინტერნეტ პორტალის არ ქონა, რომლის მეშვეობითაც ქალაქისა და რეგიონის პრომირება იქნებოდა შესაძლებელი. ამგვარი მედიალური შანსი გააჩნია [www.visitkutaisi.com](http://www.visitkutaisi.com) სერვისს, თუმცა ამ წამოწყების წარმატება დამოკიდებულია ტურისტულ სფეროსა და ადგილობრივი თვითმმართველობის ურთიერთთანამშრომლობაზე. ეს უკანასკნელი ვალდებულია შექმნას ორგანიზაციული და პრომო მექანიზმები, ხოლო სფერომ შეიმუშაოს ტურისტული პროდუქტები, რომლებიც პრომირებული და გამოტანილი იქნებოდა წინადადებების სახით.

## 5. მნახველ ტურისტთა რაოდენობა

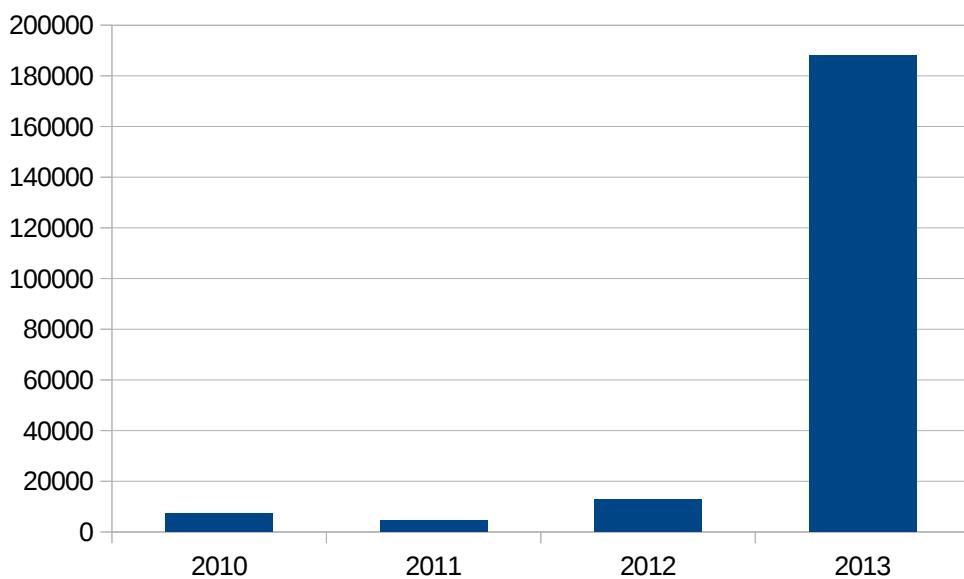
გაცნობითი ტურის დროს შეგროვილ იქნა მონაცემები სხვადასხვა წყაროებიდან: აეროპორტიდან (*(David the Builder Kutaisi International Airport)*), ტურისტული ინფორმაციის პუნქტიდან, ბაგრატის ტაძრის, სათაფლიის ნაკრძალისა და პრომეთეს მღვიმიდან. უნდა აღინიშნოს, რომ ეს მონაცემები მეტწილად ქუთაისის სტუმრებს ეხება. ტურისტებზე საერთო ჯამში მსჯელობა უპრიანია (WTO\_ს მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის სტანდარტების შესაბამისად) იმ მომენტიდან როდესაც მოცემულ ქალაქში ჩამოსული პიროვნება ერთხელ მაინც ისარგებლებს ღამის თევის მომსახურეობით. ამ დროს არც ერთი წყარო არ ითვალისწინებს ამგვარ გამორჩევას.

### 5.1. აეროპორტში გატარებული მგზავრების რაოდენობა

Miejszynarodowy Port Lotniczy im. Dawida Budowniczego w Kutaisi jest trzecim lotniskiem Gruzji. W 2013 roku obsłużył około 188 tys. pasażerów (Tbilisi ok. 1 mln. 436 tys., Batumi ok. 209 tys., źródło: Gruzińska Agencja Lotnictwa Cywilnego). W 2011 obiekt przeszedł gruntowny remont. Bodźcem rozwojowym dla lotniska było uruchomienie połączeń z Budapesztem, Kijowem, Katowicami i Warszawą, obsługiwanych przez tanie linie Wizz Air (ნახ. 10). ქუთაისის დავით აღმაშენებლის სახელობის საერთაშორისო აეროპორტი არის სიდიდით მესამე საქართველოში. 2013 წელს იგი მოემსახურა დაახლ. 188 ათას მგზავრს (საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტოს მონაცემებით: თბილისი - დაახლ. 1 მილიონ 436 ათასი; ბათუმი - დაახლ. 209 ათასი). 2011 წელს ობიექტზე ჩატარდა კაპიტალური რემონტი. აეროპორტის განვითარებას ბიძგი მისცა ბუდაპეშტან, კიევთან, კატოვიცესა და ვარშავასთან დაკავშირებამ, რომლებსაც ემსახურება Wizz Air \_ის აიაფფასიანი ავიახაზები (ნახ.10).

უნდა გვახსოვდეს ისიც, რომ ქუთაისის აეროპორტი, როგორც ეს აღნიშნული იყო 3.1 ნაწილში, უმეტესი მგზავრებისთვის საქართველოს სხვა ქალაქებისა თუ რეგიონებისთვის ერთგვარ ტრანზიტულ საშუალებას

წარმოადგენს, ანდა ადგილს საიდანაც შეიძლება იაფფასიანი ფრენის შესრულება სხვა ქვეყნების მიმართულებით. მიუხედავად ამისა, მგზავრთა რაოდენობა პოტენციალზე ცხადჰყოფს.



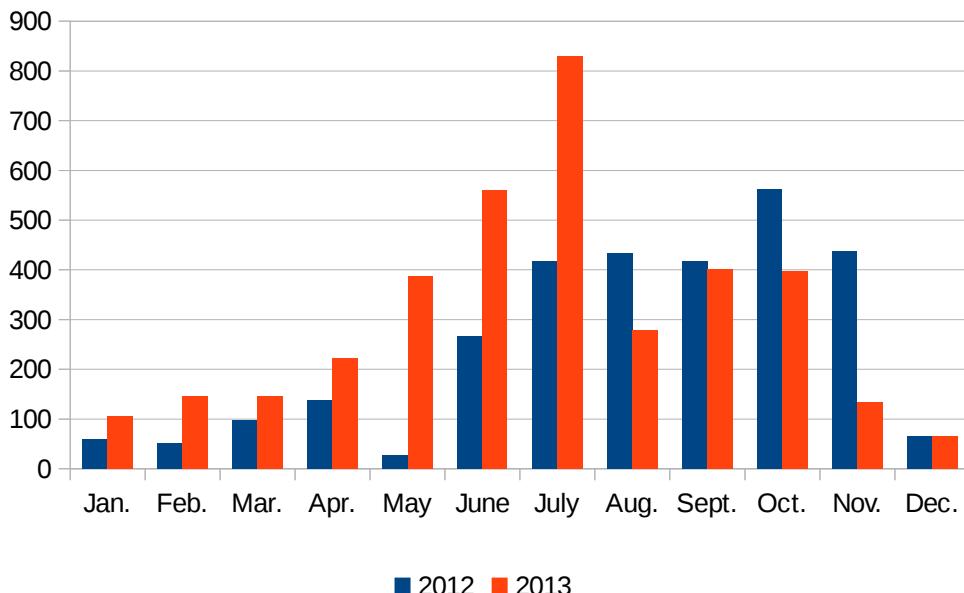
ნახ. 10. აეროპორტში გატარებული მგზავრების რაოდენობა  
(წყარო: საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო).

## 5.2. ერთდღიანი სტუმრები და საინფორმაციო პუნქტით მოსარგებლე ტურისტები

პრობლემა, რომლის გადაწყვეტასაც „პაექტობაში“ ცდილობს ქუთაისის ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი აღწერილია მე\_4 ნაწილში. ალბათ ეს გარემოება ასახავს საკმაოდ მცირერიცხოვან პირთა რაოდენობას, რომლებიც სარგებლობენ ტურისტული ინფორმაციით. მეორე მხრივ, სახეზეა ზრდის ტენდენცია, თუ კი შევადარებთ 2012 და 2013 წლებს (ნახ.11). ეს ახალი, იაფფასიანი ფრენების შემოღების შედეგია.

შეგროვილი მონაცემების საფუძველზე შესაძლებელი ხდება გაირკვეს ტურისტული სეზონის ყველაზე დიდი ნაკადის დრო, რომელიც ზაპხულის პერიოდს ემთხვევა (ივნისი და ივლისი). პოპულარულია აგრეთვე სექტემბერიც. სამაგიეროდ მოულოდნელი აღმოჩნდა ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის თანამშრომლების მიერ მოწოდებული მონაცემები სტუმართა ეროვნული შემადგენლობის შესახებ. მათი დაკვირვების თანახმად, ქართველები ნაკლები მოცულობით სარგებლობენ. იმდენად ნაკლებად, რომ არც კი იქნენ ნახსენები სტატისტიკურ მონაცემებში. 2013 წელს პირთა ყველაზე მრავალრიცხოვან ჰავუფს, რომლებმაც მიმართეს საინფორმაციო პუნქტს, შეადგენდნენ

პოლონელები, შემდეგ უკრაინის მაცხოვრებლები, გერმანიის, იზრაელისა და ჩეხეთის (ნახ. 12 ა). ტურისტთა დიდი რაოდენობა პირველი ორი ქვეყნიდან შეიძლება აიხსნას Wizz Air \_ის იაფთასიანი რეისების შემოღებით.

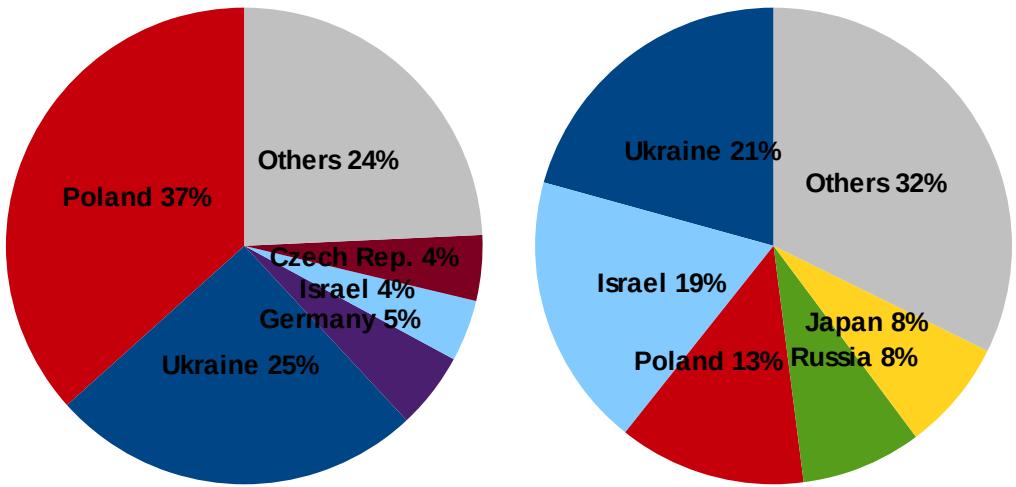


ნახ.11. ქუთაისის ტურისტული ინფორმაციის პუნქტში მოსული ტურისტთა რაოდენობის შედარება 2012 და 2013 წწ\_ში (წყარო: ქუთაისის ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი)

### 5.3. ბაგრატის ტაძრის სტუმრები

ბაგრატის ტაძარი ერთადერთია იმ ადგილთაგან სადაც დაწვრილებითი სტატისტიკის კონცენტრაცია ხდება. 2013 წელს იგი მოინახულა დაახლოებით 121 ათასმა პირმა, აქედან დაახლ. 15 ათასი უცხოელი სტუმარი იყო (დაახლ. 12%). ტურისტთა ჯგუფთა შორის, რომლებმაც მოინახულეს ტაძარი, პირველ ხუტეულში შევიდნენ: უკრაინა (3120), იზრაელი (2803), პოლონეთი (1914), რუსეთი (1233) და იაპონია (1135) ნახ.12 ბ). სეზონის მწვერვალი მოდის მაისიდან ივლისის შუა რიცხვებამდე, როდესაც ტაძარი მოინახულა მთელ ტურისტთა რაოდენობის 55% \_მა.

ეს მონაცემები მოიცავენ ორგანიზებული ჯგუფების (ინდივიდუალურ ტურისტებთან შედარებით, რომლებმაც მოინახულეს ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი) დიდ რიცხვს. ისინი მოგზაურობის დროს მოხვდნენ, ამიტომ საჭიროა ტურ-ოპერატორებთანაც მჭიდრო კონტაქტის დამყარება ქუთაისში ამგვარი კატეგორიის ტურისტთა ყოფნის შესაძლო გახანგრძლივების მიზნით. ეს საკითხი ადგილობრივ თვითმმართველობის ორგანოებთან თანამშრომლობას, საინტერესო ტურისტული შეთავაზებებისა და მომსახურეობის გამომუშავებას მოითხოვს.



ნახ. 12. 2013 წელს ქუთაისში უცხოელ ტურისტთა სტრუქტურა, რომლებმაც მოინახულეს ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი.

#### 5.4. პრომეთეს მღვიმესა და სათაფლიის ნაკრძალში ტურისტული აქტივობა

ნაკრძალის თანამშრომელთა მიერ შეგროვილი მონაცემები ერთპიროვნულად ცხადჰყოფს, რომ სათაფლიისა, ხოლო უპირველეს ყოვლისა პრომეთეს მღვიმე ქუთაისის უდიდესი ღირშესანიშნაობების რიცხვს მიეკუთვნება. ეს უკანასკნელი მოინახულა 100 ათასამდე ადამიანმა, რაც ყოველ წელს ხდება. ხოლო, დინოზავრების გაქვავებული საფეხურების სანახავად ნაკრძალში წელიწადში 75 ათასი ადამიანი მოდის. დღის განმავლობაში ყველაზე დიდა რაოდენობამ 4 ათასს მიაღწია. უცხოელ ტურისტთა შორის დომინირებენ იზრაელი, პოლონეთი, უკრაინა, ასევე რუსეთი.

**დასკვნა:** მიუხედავად იმისა, რომ ქუთაისის სტუმართა რიცხვი არასრული და არაზუსტია (არ მოიძებნება ინფორმაცია ჩამოსვლის თუნდაც დროისა თუ მოტივაციის შესახებ), შეიძლება დავასკვნათ, რომ წელიწადში ქალაქის და მისი შემოგარენის მნახველთა რიცხვი აჭარბებს 100 ათასს. როგორც წესი ეს ერთდღიანი სტუმრები არიან, რომლებიც სარგებლობენ საქართველოში ორგანიზებული ექსკურსიებით. არსებობს პოტენციალი, პრომო აქციებისა და ინფრასტრუქტურული განვითარების შედეგად, 24 საათით მაინც მოხდეს ზემოაღნიშნული კატეგორიის სტუმართა დაყოვნება ადგილზე.

#### 6. ქუთაისში ტურიზმის განვითარების მდგომარეობა

რეალიზებული პროექტის შესწავლის ერთ-ერთი საგანი იყო ადგილობრივ თვითმმართველობას შორისა და ტურისტული სფეროს ურთიერთთანამშრომლობის დადგენა, რომლის შედეგი უნდა იყოს პოზნანის

ადგილობრივი ტურისტული ორგანიზაციის მსგავსი, ტურისტული მიმართულებების ხელმძღვანელობის ორგანიზაცია (DMO – Destination Management Organisation),

ორივე აღნიშნული სეგმენტის მონაწილეობა გადამწყვეტია თანამედროვე ტურისტიკის მართვის საქმეში. განსაკუთრებით აქტუალურია ის ქუთაისის მსგავს ქალაქებში (ასევე პოზნანისთვისაც), რომლებიც არ არიან ტურიზმის თვალსაზრისით ლიდერების პოზიციაზე საკუთარ ქვეყნებში. მხოლოდ ერთობლივი ზალისახმევით არის შესაძლებელი ქალაქის გამორჩევა, უპირველეს ყოვლისა კი ტურისტთა მოზიდვისა და ამის საფუძველზე მოგების ნახვა.

ამის მხარდაჭერი არგუმენტები მოინახება ასევე ადგილობრივ სპეციალისტთა ნაშრომებში ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის შესახებ:

*In order to create program a working group should be established, which will determine the key indicators of tourism development, general policy and expenditures for the development of this policy.<sup>2</sup>*

ამგვარი კონცეფციის მხარდაჭერას გამოხატავენ აგრეთვე ართ-ერთი საერთაშორისო პროგრამის (ნაწილი 6.3) ავტორები:

*Very important the City Hall has to create a networking able to diffuse the reputation and tourist offers of the city.<sup>3</sup>*

## 6.1. ტურიზმის საკითხებზე პასუხისმგებელი საზოგადოებრივ-ადმინისტრაციული ერთეულები

W strukturach urzędu miasta znajduje się komórka odpowiedzialna za turystykę, która podlega Wydziałowi Gospodarki. Jej kierownikiem jest Konstantine Tcharkhalashvili. Do jej głównych zadań należą: ქალაქის მმართველობის სტრუქტურაში შედის ტურიზმზე პასუხისმგებელი განყოფილება, რომელიც ეკონომიკის სფეროს განეკუთვნება. Mისი ხელმძღვანელი კონსტანტინე ჭარხალაშვილია. Mის მთავარ ამოცანებში შედის:

- ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის წარმართვა საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ სააგენტოსთან (Georgian National Tourism Administration) თანამშრომლობით - (ნაწ. 4.),
- ტურისტული გამოცემებისა და ინტერნეტ გვერდების შინაარსით უზრუნველყოფა,
- ტურისტული მონაცემების შეგროვება და დამუშავება (მაგ. ღირშესანიშნაობების ბაზის, ღამის სათევი ობიექტების, გასტრონომიული, ასევე „ტიპ“\_ში სტატისტიკის შესახებ),
- სარეკლამო საქმიანობა (ტურისტულ ბაზარზე მონაწილეობის მიღება),
- ტურისტიკის სტრატეგიისა და გეგმების დამუშავება.

<sup>2</sup> Tcharkhalashvili K., Gulua G., 2010: For strategy of tourism development in Kutaisi. Kutaisi.

<sup>3</sup> Tourism development strategy and action plan for Kutaisi City, Georgia, 2010, Sustour, Kutaisi.

## 6.2. ტურიზმის სფერო და პარტნიორები

როგორც ზემოთ აღინიშნა ტურიზმის განვითარება შეუძლებელია ადგილობრივ ადმინისტრაციასა და ტურისტულ სფეროზე მომუშავე ორგანიზაციებს შორის. მათ რიცხვში როგორც საზოგადოებრივი ინსტიტუტები ასვე კერძო ფირმებიც შედიან. გაცნობითი ტურის შედეგად მოხერხდა კონტაქტების დამყარება რიგ სუბიექტებთან, რომლებიც უკვე არიან, ანდა იმყოფებიან ტურიზმის მართვის საკითხში პარტნიორებად ჩამოყალიბების პროცესში. მათ საქმიანობაზეა დამოკიდებული ტურისტული პროდუქტის ხარისხი, რეგიონის მიმზიდველობა, და ბოლოს, შედეგად კვალიფიციური კადრების მიღება.

პირველ ჯგუფში გაერთიანდნენ სასწავლებლები, საგანმანათლებლო და სამეცნიერო საქმიანობით დაკავებული ორგანიზაციები:

- აკაკი წერეთლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (დაარსებულია 1930 წელს. გააჩნია ფაკულტეტები ირიბად დაკავშირებული ტურისტიკასთან: მენეჯმენტი, ადმინისტრაცია, ჟურნალისტიკა, ასევე ისტორია, არქეოლოგია, გეოგრაფია თუ გარემოს დაცვა).
- ქუთაისის უნივერსიტეტი წარმოადგენს კერძო სასწავლებელს სულ ცოტა 20 წლიანი ისტორიით. მის სასწავლო პროგრამაში ჩართულია ტურიზმი (ბაკალავრის ხარისხი), ასევე ადმინისტრაცია და ეკონომიკა.
- იმერეთის სამეცნიერო ამხანაგობა „სპექტრი“ (The Imereti Scientists' Union „Spectri“) არის არასამთავრობო ორგანიზაცია, რომელიც კონცენტრირებულია განათლების, გარემოს დაცვის, ჯანმრთელობისა და კერძო საკუთრების საქმიანობაზე.
- „Tourism and Reality“, მთელს იმერეთის რეგიონში ტურიზმის მხარდაჭერი არასამთავრობო ორგანიზაცია.

მომდევნო კატეგორიაში გაერთიანდნენ ორგანიზაციები, რომლებიც უფრო აქტიურად მონაწილეობენ ტურისტულ სფეროში და თავიანთი გამოცდილებითა თუ ინიციატიური საქმიანობით შეიძლება მიაღწიონ ტურიზმის განვითარების ლიდერულ პოზიციებს. მათი ხმა ასევე გამაწყვეტია სფეროს მოთხოვნილებების კუთხით, წარმოადგენს ინფორმაციის ღირებულ წყაროს მოქმედი შემოთავაზებების და ქალაქში ჩამოსული ტურისტების შესახებ. ქვემოთ მოყვანილი სია არ არის სრული და წარმოადგენს ტურისტიკის სფეროში მოღვაწე ინსტიტუტებისა და ფირმების მაგალითებს, რომლებთანაც მოხერხდა კონტაქტის დამყარება.

- ღირშესანიშნაობების პატრონატი კულტურული ორგანიზაციები: სათაფლიის ნაკრძალი, პრომეთეს მღვიმე, ისტორიულ-ეთნოგრაფიული ინსტიტუტი, სამხედრო მუზეუმი, სპორტის მუზეუმი, დავით კაკაბაძის ხელოვნების გალერეა, ლადო მელიქიშვილის სახელობის სახელმწიფო თეატრი, ოპერა და ასევე საქრთველოს მართლმადიდებლური ეკლესია,

- რომელიც მეურვეობას უწევს ხუროთმოძღვრების ძეგლებს (ბაგრატის ტაძარი, გელათის მონასტერი და მოწამეთა),
- ტურმიზმის ორგანიზატორი ტურ-ოპერატორები, მათ შორის: Wonderland, Best Travel, Kolkha Tour, Galant Travel, Georgian Earth Travel,
  - ღამის სატევი ობიექტები: ბაგრატი 1003, Old Town, Rcheuli-Palace, Imperial, Hostel Kutaisi by Kote,
  - გასტრონომიასთან დაკავშირებული რესტორნები და ობიექტები: პალატი, მირზაანი, ელ დეპო,
  - აეროპორტი

საყურადღებოა ურთიერთთანამშრომლობის შედეგად მოქმედი: InfoKutaisi.com ან აგროტურისტული ამხანაგობა „კორენა“ (Agro Tourist Association „Korena“)

ტურიზმის მხარდამჭერ მნიშვნელოვან პარტნიორად წარმოჩნდება ადგილობრივი მედია, რომელიც ხელს უწყობს ტურიზმის მიმართ დადებითი საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებას როგორც პოტენციურ ტურისტთა, ასევე ადგილობრივ საზოგადოებას შორის.

### **6.3. გარე მხარდაჭერა**

ქალაქი ქუთაისი და მასში მოქმედი ინსტიტუტები ძალიან აქტიურად მონაწილეობენ გამოცდილების გაცვლის საერთაშორისო პროგრამებში. ბოლო წლებში განხორციელებულია რამოდენიმე პროექტი.

- „SusTour – An integrated approach for the sustainability of the tourism production“ (2007-2010): CIUDAD (Cooperation in Urban Development and Dialogue) ევროკავშირის ფარგლებში ქართულ - იტალიური საფინანსო პროგრამა. ეფექტური შედეგების მიხედვით შეიძლება გამოიყოს: ტურიზმის განვითარების სტრატეგია („Tourism development strategy and action plan for Kutaisi City, Georgia“), გამოცემა ქალაქის შესახებ ინგლისურ და რუსულ ენებზე, ასევე ინტერნეტ გვერდი [www.sustourism.net](http://www.sustourism.net).
- „WeNeT: E-Learning Network for further Education and Training in the Field of Tourism (Belarus, Georgia and Ukraine)“ (2010-2013): საგანმანათლებლო პროგრამა, რომლის რეალიზატორი ქუთაისის უნივერსიტეტი იყო,
- საერთაშორისო (საქართველო, მოლდოვა, სომხეთი, რუმინეთი) საგანმანათლებლო პროექტი დაკავშირებული ნარჩენების შეგროვებასა და მის სეგრეგაციასთან (2013). მისი რეალიზატორი „იმერეთის სამეცნიერო ამხანაგობა „სპექტრი“ გახდა, ხოლო მათი ერთ-ერთი მიზანი დანაგვიანების შემცირება, გარემოს ესთეტიური სახის ამაღლება იყო.
- იმერეთის რეგიონში ტურისტული პოტენციალის განვითარება. რეგიონში სამუშაო ადგილების შექმნის ხელშეწყობა“ (2014): ქართულ - პოლონური პროგრამა რეალიზებულია ICAD - საერთაშორისო დახმარების ცენტრის მიერ „პოლონური მხარდაჭერის“ (MSZ)

ფინანსური დახმარებით.

- „ტურისტული მაგნიტი. პოზნანსა და ქუთაისს (Kutaisi Attracting tourism) შორის გამოცდილების გაზიარება“ (2014): ქალაქ პარტნიორებს შორის მორიგი თანამშრომლობის პროგრამა, „პოლონური მხარდაჭერის“ (MSZ) ფინანსური დახმარებით. წინამდებარე ნაშრომი ამ პროგრამის ნაწილია.

#### 6.4. ქუთაისის ტურისტული პოტენციალის ანალიზი (SWOT)

ქუთაისის ტურიზმის საკითხის ირგვლივ ჩატარებული შესასწავლი ტურის, საუბრებისა და დაკვირვებების შედეგად მოძიებულმა და მომზადებულმა ნაშრომმა შესაძლებლობა მოგვცა დავადგინოთ ის პრობლემები და ბარიერები, რომლებიც ხელს უშლიან ტურიზმის განვითარებას. მათ შორის ურიგო არ იქნებოდა გავიხსენოთ არასაკმარისი ფინანსური, ორგანიზაციული და პოლიტიკური თანადგომა მხარეებს შორის. ინფორმაციის გაცვლის ნაკლებობა და ტურიზმის სფეროსთან არასაკმარისი თანამშრომლობა. ეს უკანასკნელი განიცდის შემოთავაზებებისა და ტურისტული პაკეტების ნაკლებობას, რომლებიც რეალურად გახდებოდნენ რეკლამირების საგნად (მაგ. გამოფენებზე წარდგენისას).

ქუთაისში ყოფნის დროს ხშირი იყო ტურისტულ ინფორმაციასთან შეზღუდული ხელმისაწვდომობა (მაგ. სამხედრო მუზეუმი და სპორტის მუზეუმი). არა ერთ სიტუაციაში შესაძლოა ტურისტების (განსაკუთრებით დასავლეთ ევროპის) მხრიდან ცუდათ იქნას აღქმული მუდმივმოქმედი საფასურების არ არსებობა ზოგიერთ მომსახურებაზე (მაგ. სატრანსპორტო).

შემჩნეულია ასევე ქალაქის ინფრასტრუქტურის განვითარების დეფიციტი (მაგ. გზების ხარისხი, საჯარო ინფორმაციის სისტემის არ არსებობა) და ტურისტული (სათანადო სტანდარტებისა და მომსახურეობის მქონე სასტუმროების ნაკლებობა).

ზემოთაღნიშნული კრიტიკული შენიშვნები არ ამცირებენ ქუთაისის ტურისტულ პოტენციალს. ამგვარი გამოწვევები მათი გადალახვის შემართებას უფრო ამწვავებენ და პოზნანის მრავალ ანალოგთან ერთად პროექტის რეალიზაციით დაამტკიცებენ, რომლის ნაწილსაც წინამდებარე ნაშრომი წარმოადგენს.

ქუთაისისა და მისი შემოგარენის ტურისტული განვითარების დახასიათება SWOT \_ის მატრიცული სახით არის შეჯამებული (ტაბ. 1).

Table 1. SWOT analysis of the state of tourism development in Kutaisi, based on the results of a study visit.

<b>ძლიერი მხარეები (strengths)</b>	<b>სუსტი (Weaknesses)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- გეოგრაფიულად ხელსაყრელი ადგილმდებარეობა „საქართველოს კარიბჭე“,</li> <li>- თანამედროვე აეროპორტი</li> <li>- ღირშესანიშნაობათა და ადგილების მრავალფეროვნება კულტურული ტურიზმით დაწყებული, კულინარიულის გამოყენებით, აქტიური და რეკრეაციულით დამთავრებული</li> <li>- თვით ქალაქი შინაარსობრივად და უმთავრესი ღირშესანიშნაობების სიახლოვე</li> <li>- UNESCO_ს სიაში შეტანილი ორი ხუროთმოძღვრების ძეგლი</li> <li>- კვალიფიციური კადრები</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- თვითმმართველობასა და სფეროს (DMO) შორის ფორმალური თანამშრომლობის საფუძვლის არ არსებობა,</li> <li>- რიგი საქმიანობის დამოკიდებულება ცენტრალურის პოზიციისაგან</li> <li>- ქალაქის მმართველობის მხრიდან არასაკმარისი ფინანსური და ორგანიზაციული მხარდაჭერა</li> <li>- ბიზნეს, საოჯახო და ორგანიზებული ტურიზმის განვითარებისათვის არასაკმარისი ინფრასტრუქტურის არსებობა</li> </ul>
<b>შანსები (opportunities )</b>	<b>საფრთხეები (threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- WizzAir _ის იაფფასიანი ფრენების არსებობა</li> <li>- ქვეყნის პოზიტიური სახე (სტუმართმოყვარეობა, ლამაზი ბუნება, მდიდარი ისტორია)</li> <li>- საერთაშორისო თანამშრომლობა და მრავალი დახმარების პროგრამები</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- იაფფასიანი ფრენების გაუქმება ან მათი სხვა აეროპორტში გადატანა</li> <li>- მომსახურეობის სფეროს ზოგიერთი წარმომადგენლის მიერ არაპატიონსანი პრაქტიკის ცხოვრებაში გატარება (მაგ. „მარშრუტკებში“ ფასების ხელოვნურად აწევა)</li> <li>- სტრატეგიული დაგეგმარების შეზღუდული შესაძლებლობები არასტაბილური პოლიტიკური სიტუაციიდან გამომდინარე</li> </ul>

**დასკვნა:** ქუთაისის ტურისტულ სფეროში ჩართულია ბევრი სუბიექტი. დაწყებული ქალაქის მმართველობიდან, ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის გავლით, ტურისტული სფეროს პირადი წარმომადგენლებითაც კი დამთავრებული. ყურადღებაა გასამხვილებელი იმ ინსტიტუტებზეც რომლებსაც ძალუდა მხარდაჭერა. მათ რიცხვში უმაღლესი სასწავლებლები და არასამთავრობო ორგანიზაციებია. ბევრ მათგანს უდიდესი გამოცდილება გააჩნიათ გარე საშუალებების მოსამართლად.

## 7. ტურიზმის საკითხებში საქმიანობის წინადადებები

შეთავაზებული წინადადებები ისეთნაირად არის შერჩეული, რომ შეესაბამებოდნენ ტურიზმის განვითარების მოთხოვნილებებს სტრატეგიულ დოკუმენტებში და რომლებიც გამოვლინდნენ გაცნობითი ტურის დროს. რაც მნიშვნელოვანია, შემუშავდნენ ისე, რომ მათი განხორციელება მხოლოდ ადგილობრივ დონეზე, ტურიზმზე პასუხისმგებელი სუბიექტების მიერ ყოფილიყო შესაძლებელი, ანუ მერიის ტურიზმის დეპარტამენტის, ასევე ტურისტული სფეროს მიერ. მათი ურთიერთთანამშრომლობა გადამწყვეტ როლს თამაშობს ქვემოთმოყვანილი მიზნების სარეალიზაციოდ.

შემუშავებულია ასევე პირობა, რომ საქმიანობის რეალიზაცია უნდა იქნას შესაძლებელი მოკლე დროში (რამოდენიმე კვირიდან 1-2 წლამდე ვადით), ხოლო მათი ეფექტები უნდა იქნენ შეფასებადი ან ადვილად შესამჩნევი. არ უნდა მოითხოვდნენ დიდ ფინანსურ ხარჯებს და გარე დახმარებას.

### 7.1. საჯარო და ტურისტული საინფორმაციო სისტემების შეჯერება

**აღწერა:** ტურისტული საინფორმაციო პუნქტის დახურვის აუცილებლობასთან დაკავშირებით (ნაწ. 4.1) დარჩა არნიშვნების მოუგვარებელი პრობლემა, რომლებიც კვლავ აგზავნიდნენ ხალხს არაფუნქციონირებად პავილიონისკენ. თუ კი ფინანსური ან ორგანიზაციული მიზეზებით ვერ ხერხდება შენობის ლიკვიდაცია ანდა შეკეთება მაშინ უნდა იქნეს განხორციელებული ქალაქის საინფორმაციო სისტემის სათანადო მოსაწესრიგებელი ქმედება.

- ქმედებები:**
1. ლიკვიდაცია ანდა ლოკალიზაციისა და ქალაქის საინფორმაციო სისტემის ელემენტების შინაარსის (მიმართულების მაჩვენებლების, აბრების) შეცვლა. კარგია მათი შენახვა შესაძლო მომავალში გამოსაყენებლად.
  2. ტურისტული ინფორმაციის სიმბოლოების გადაფარება დახურულ პავილიონებში და მათზე ინფორმაციის განთავსება მოქმედ „ტიპ“\_ის შესახებ.
  3. ამჟამად მოქმედი ტურისტული ინფორმაციის პუნქტის მკაფიოდ აღნიშვნა (პლანშეტების, აბრების და სხვ. მეშვეობით)
  4. ცალსახა ინფორმაციის განთავსება „ტიპ“\_ის ამჟამინდელი ლოკალიზაციის შესახებ ინტერნეტ წყაროებსა და გამოცემებში.

<b>საკოორდინაციო</b> <b>სუბიექტი:</b> <b>პარტნიორები:</b>	Departament Turystyki Urzędu Miasta / Punkt „it” ქალაქის მერიის ტურიზმის დეპარტამენტი/ქალაქის „ტიპ“_ი ქალაქ ქუთაისის მერია
---	--



ნახ 13. მიუხედავად იმისა, რომ ფოტოზე გამოსახული ახალი ტურისტული ინფორმაციის პუნქტი არ მუშაობს ტექნიკური მიზეზების გამო, ტურისტები აქ მაინც მოდიან.

<b>სარეალიზაციო ვადა:</b> <b>დაფინანსების წყარო:</b> <b>ფინანსური ხარჯები</b> <b>(1-3):</b>	3 თვემდე ქალაქ ქუთაისის მერია 1 (1-3):
--	---

## 7.2. ადმინისტრაციულ ერთეულებსა და ტურისტულ სფეროს შორის თანამშრომლობის ინიცირება

<b>აღწერა:</b>	ტურიზმის თვითმართველობის	განვითარება ადმინისტრაციასა	მოითხოვს და
----------------	-----------------------------	--------------------------------	----------------

ტურისტულ სფეროს შორის თანამშრომლობას. პირველი მათგანი როგორც წესი კოორდინაციას უწევს საქმიანობას; არის გავრცელებაზე პასუხისმგებელი. ამ ქმედებების ეფექტურობისათვის საჭიროა მაინც ტურისტული პროდუქტი *sensu strict,* რომლის დამფუძნებელი არის სფერო. ინფორმციის გაცვლა ყველა სუბიექტს შორის, რომლებსაც კავშირი აქვთ ტურიზმთან არის გადამწყვეტი რეალური მიზნების დასახვის და დაგემვის დროს (ნახ 14.).

გარდა ამისა მიმართულებების მართვის ორგანიზაცია (DMO – *destination management organisation*) არის კომპეტენტური, ყველაზე ძლიერი და სანდო პარტნიორი ქალაქის მერიასთან და საქართველოს ტურისტულ ორგანიზაციასთან ურთიერთობის დროს.

#### ქმედებები:

1. შესაძლო რეგულარული (ხელსაყრელი ინტერვალით, თვე ან კვარტალი) შეხვედრების ინციატივა ადმინისტრაციის საინფორმაციო ტურისტული ცენტრის თანამშრომელთა და ტურისტული სფეროს წარმომადგენლების მონაწილეობით.
2. განვითარების ბარიერების დადგენა და მათ წინაშე საკუთარი შესაძლებლობების შეფასება.
3. პაკეტებისა და შეთავაზებების შემუშავება, ასევე ერთობლივად დასახული პრომო სტრატეგიის გამომუშავება.
4. ერთობლივი ორნისძიების ორგანიზება (დღესასწაული, ფესტივალი, კონცერტი), რომელსაც გააჩნდება პრომო პოტენციალი.
5. ორგანიზაციისა თუ ამხანაგობის სახით თანამშრომლობის ფორმალიზების შესაძლებლობების შეთანხმება DMO\_სთვის დამახასიათებელ პრინციპებზე.
6. სხვა პარტნიორებთან ურთიერთთანამშრომლობა (შიდა და საგარეო), რომელთა მიზანია შეთავაზებების გაყიდვა, კომპეტენციის ამაღლება და ა.შ. (ნაწ. 6).

მაკოორდინირებელი  
სუბიექტი:

ქალაქის მერიის ტურისტული დეპარტამენტი,  
„ტიპ“\_ი

<p><b>პარტნიორები:</b> ქუთაისის ქალაქის მერია, ტურისტული სფერო, აეროპორტი კოპიტნარი, საქართველოს ეკლესია (ხუროთმოძღვრების ძეგლები)</p> <p><b>სარეალიზაციო ვადა:</b> მუდმივად</p> <p><b>დაფინანსების წყარო:</b> ქალაქის მერია, ტურისტული სფერო</p> <p><b>ფინანსური ხარჯები 1 (1-3):</b></p>
--



ნახ. 14. საზოგადოებრივი სექტორის და ტურისტული სფეროს წინაშე მდგარი ამოცანების დადგენა ( ქუთაისის ტურიზმის განვიტარების სტრატეგიის საფუძველზე, კ. ჭარხალაშვილი, გ.გულუა) და მათი ურთირთდაკავშირება.

### 7.3. ინტერნეტში უკვე არსებული და ახალი აქტიურობის შეჯერება

**აღწერა:** ინტერნეტი გახდა არა არტო არდადეგებზე დროის საინტერესოდ გატარების შესაძლებლობის ძიების საშუალება, არამედ კონკურეტული ინფორმაციის მოძიების წყარო (ავია ბილეტების შეძენა, სასტუმროების დაჯავშნა და ა. შ.) ქუთაისს აკლია საკუთარი ოფიციალური საინფორმაციო პორტალი, რომელიც ქართულ ენაზე იქნებოდა ხელმისაწვდომი და ასევე სხვა ენებზეც. აქვს შანსი ასეთად გახდომის- VisitKutaisi.com (ნაწ.

4.4), მაგრამ მისი მუშაობა დამოკიდებულია ქალაქის ხელმძღვანელობის მხარდაჭერაზე. მნიშვნელოვანია დაკისრებული პასუხისმგებლობის გარკვევა. (მომგებიანი პოზიციიდან იქნებოდა Facebook, TripAdvisor, Instagram, Twitter გამოყენება)

**ქმედებები:**

1. კომპეტენციის გარკვევა ქალაქის ტურისტული პორტალის რედაქტირებისა და ჰოსტინგის საკითხში
2. ტურისტული პორტალის შინაარსის დამუშავება (ასევე სხვა გამოცემებში გამოყენება) პრაქტიკული ინფორმაციები (ხელმისაწვდომობა, ბილეთები, ტრანსპორტი).
3. შინაარსის კორექტირება მისი ოპტიმიზაციისა და ინტერნეტის (SEO) საძიებელ სისტემებში განსათავსებლად.
4. სტატისტიკის ანალიზი
5. Georgia.travel პორტალის რედაქციასთან თანამშრომლობის დამყარება და ამ თანამშრომლობის პირობების შეთანხმება ქუთაისის შესახებ მონაცემების უზრუნველსაყოფად.
6. კონტაქტის დამყარება სახელმწიფო კორპორაცია United Airports of Georgia, განიხილოს ცალკე ქუთაისის აეროპორტის ოფიციალური სერვისის გახსნის შესაძლებლობა
7. ტურისტული სფეროს დაბირება შეიმუშაონ ღირშესანიშნაობების ჩამონათვალი ტურისტული მომსახურების პორტალებზე (მაგ. TripAdvisor) და საზოგადოებრივ მედიაში განსათავსებლად.

**მაკონკრეტული სუბიექტი:** ქალაქის მერიის ტურიზმის დეპარტამენტი/ტურისტული საინფორმაციო პუნქტი, ტურისტული სფერო

**პარტნიორები:** ქუთაისის ქალაქის მერია, ტურისტული სფერო, აეროპორტი

**რეალიზაციის დრო:** მუდმივი

**დაფინანსების წყარო:** ქუთაისის ქალაქის მერია, ტურისტული სფერო

**ფინანსური ხარჯები (1-3):**

#### **7.4. ქუთაისის პრომო აქციათა სტრატეგიის გამომუშავება**

**აღწერა:** ტურისტული პრომირების მიზანი არის ქალაქის სახის ძლიერი მხარეების მაქსიმალურად სრულად წარმოჩენა. მისი დაკანინება ტურისტული შთავაზების დროს დაუშვებელია. ეს მიზანი წარმატებით შეიძლება იქნეს მიღწეული ქალაქის მერიის ტურისტული განყოფილების მიერ. სამაგიროდ ტურიზმის ფაქტობრივი განვითარება შეუძლებელია მეორე ელემენტის გარეშე, რომლის მამოძრავებელი ძალა ტურისტული სფეროა. ეს კიდევ ერთი არგუმენტი იმისათვის, რომ ამ „ორმა სამყარომ“ ერთად იმუშაოს.

- ქმედებები:**
1. აქამდე ჩატარებული პრომო საქმიანობის აუდიტი, მათ შორის სავაჭრო გამოფენებში მონაწილეობისაც.
  2. ქალაქის ტურისტული ადგილების იდენტიფიკაცია
  3. ტურისტული სფეროს მიერ არსებული შეთავაზებებისა და პაკეტების გადახედვა
  4. ტურისტულ სფეროსთან თანამშრომლობით პრომირების ახალი ფორმების შემუშავება (მაგ. სასწავლო (study tours, press trips) ტურების ორგანიზაცია).
  5. მედიის მონიტორინგი

**მაკომინირებელი სუბიექტი:** დეპარტამენტი/ტურისტული საინფორმაციო

სუნქტი, ტურისტული სფერო

**პარტნიორები:** ქუთაისის ქალაქის მერია, ტურისტული სფერო

**რეალიზაციის ვადა:** 2 წლამდე

**დაფინანსების წყარო:** ქუთაისის ქალაქის მერია, ტურისტული სფერო

ფინანსური

**დანახარჯები:** 2

#### **7.5. ტურისტულ სფეროში მოხელეთა კვალიფიკაციის ამაღლება**

**აღწერა:** ქვემოთ მოყვანილია სასწავლო თემატიკასთან დაკავშირებული წინადადებები, რომლებსაც შეუძლიათ აამაღლონ პირთა კვალიფიკაცია და რომლებიც პროფესიონალურად არიან დაკავებულნი

ტურიზმით. სასწავლო პროგრამები შეიძლება იქნან რეალიზებული როგორც ადგილობრივ პარტნიორებთან თანამშრომლობით, ისე საერთაშორისო დონეზეც.

- ქმედებები:**
1. ღია წყაროებით სარგებლობის საშუალება (*Open Source*)
  2. ინტერნეტ გვერდების ოპტიმიზაცია საძიებელი სისტემებისათვის
  3. შეღავათების შესახებ ინფორმაცია საზოგადოებრივ მედიაში.
  4. გასვლითი სწავლებები პერსონალისთვის “ტურისტთან პირველი კონტაქტი” ქალაქის ტურისტული შეთავაზებიდან (მაგ. სასტუმროს სარეგისტრაციო განყოფილების თანამშრომლებისთვის).
  5. ტურიზმის მოთხოვნილებების შესაბამისი ბიზნეს გეგმების შედგენა
  6. ენების კურსები
  7. გარემოს ესთეტიკა და დაცვა

**საკოორდინაციო ქალაქის მერიის ტურისტული განყოფილება / „ტიპ“.**  
**სუბიექტი:**

**პარტნიორები:** ქუთაისის მერია, ტურისტული სფერო, ადგილობრივი სასწავლებლები, ამხანაგობები, არასამტავრობო ორგანიზაციები, გარე პარტნიორები.

**რეალიზაციის ვადა:** მუდმივად

**დაფინანსების წყარო:** ქუთაისი მერია, ტურისტული სფერო

**ფინანსური ხარჯები (1- 3):** 1

## 8. დასასრული

ქუთაისის ტურისტულ პოტენციალს, მისი ადგილმდებარეობიდან, კომუნიკაციის შესაძლებლობისა და მრავალფეროვანი ღირშესანიშნაობების ფონზე შორეულ პერსპექტივაში აქვს შანსი გახდეს „საქართველოს კარიბჭე“. ქალაქის უდიდესი სიმდიდრე ყველაფრის მიუხედავად მაინც ხალხია (ამასთანავე მონდომებული): მაღალი კლასის სპეციალისტები ტურისტიკის სფეროში, მომუშავე ქალაქის მერიასა თუ ტურისტული ინფორმაციის პუნქტში. სწორედ მათგან არის დამოკიდებული ქუთაისის ტურიზმის განვითარება.

მეშვიდე ნაწილში ჩამოთვლილი საქმიანობებით არ ამოიწურება ქუთაისის ტურისტული სექტორის მოთხოვნილებები, მათ ძალუდთ მოკლე დროში მიაღწიონ თვალნათლივ შედეგებს დიდი დანახარჯების გარეშე. არანაკლები მნიშვნელობა აქვს მიექცეს ყურადღება იმ საკითხებს, სადაც საჭიროა გარკვეული ხარჯების გაწევა და სხვა სუბიექტეთან თანამშრომლობა. ზემოთმოყვანილი მოსაზრებები გაჩნდა გაცნობითი ტურის პროცესში დაკვირვების შედეგად. მათზე ამახვილებენ ყურადღებას ასევე პირები, რომლებიც დაკავებულნი არიან ტურისტიკით და მისი განვითარებით თვით ქუთაისში.

ზემოთაღნიშნულს არ აქვს მიზნად ქუთაისის ტურიზმის მდგომარეობის განვითარების კრიტიკა, ეს გამოწვევებია ქალაქის წინაშე, რომელთა გადალახვა ასევე საფუძველს ქმნის მომდევნო ქალაქ-პარტნიორული: ქუთაისაა და პოზნანს შორის ურთიერთობის დასამყარებლად და ახალი პროექტების სარეალიზაციოდ. უნდა დავასკვნათ, რომ მათი ეფექტი გამოიხატება ქალაქის ურბანული სივრცის ხარისხის დონის ამაღლებაში. ნებისმიერი მოთხოვნილების მქონე ტურისტი პირველ რიგში ქალაქის ინფრასტრუქტურის, ხოლო შემდეგ ღირშესანიშნაობებისა და ღირებულებების მომხმარებელია.