



იმერეთის მღვიმეების დაცული
ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და
მართვის გეგმა

სამუშაო ვესია

ტრანსსასაზღვრო გაერთიანებული სამდივნო სამხრეთ
კავკასიაში

საქართველში დაცული ტერიტორიების
ეკო-ტურიზმის პოტენციალის შეფასება და განვითარება

კონტრაქტის ნომერი: 2008.65.550 / 2013.11.001

ვერსია: სამუშაო
12.01.2014

გამოცემა/ვერსია No.:	სამუშაო ვერსია
კონტრაქტის N.:	2008.65.550 / 2013.11.001
თარიღი:	7.11.2014
საკონტაქტო ინფორმაცია:	პაულა რუიკ როდრიგო Österreichische Bundesforste AG Consulting Pummergasse 10-12 3002 Purkersdorf ავსტრია T: +43 2231 600 5570 F: +43 2231 600 5509 paula.ruiz@bundesforste.at www.oebfconsulting.at
ავტორები:	იანეც სირმე/ ლელა ხარტიშვილი
ფინანსური მხარდამჭერი	ტრანსსასაზღვრო გაერთიანებული სამდივნო / KfW

შინაარსი

შინაარსი 3	
დანართები	5
სქემების ნუსხა.....	6
ცხრილების ნუსხა	7
აკრონომები და აბრევიატურა.....	9
1 წანასიტყვაობა.....	11
2 მეთოდოლოგია.....	13
3 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების საერთო დახასიათება	15
4 იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის ძირითადი მახასიათებლები	19
4.1 ტურისტული ვიზიტები იმერეთის მღვიმეებში.....	19
4.2 იმერეთის მღვიმეების დტ.-ის ძირითადი ბაზრები და ვიზიტორთა დახასიათება.....	22
5 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების SWOT და ღირებულების ჯაჭვის ანალიზი	27
5.1 SWOT – ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობებისა და საშიშროებების შეფასება	27
5.2 იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის ანალიზი	33
6 იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ტურიზმში ჩართული დაინტერესებული მხარეები.....	37
7 იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე არსებული ტურისტული პროდუქტები და მისი პოტენციალი	40
8 ტურიზმის ტენდენციები და სახელმძღვანელო პრინციპები დაცულ ტერიტორიებზე.....	43
8.1 ტურიზმის ძირითადი ტენდენციები	43
8.2 ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე.....	43
8.3 დაცულ ტერიტორიებსა და კარსტულ მღვიმეებში ტურიზმის სახელმძღვანელო პრინციპები.....	46
9 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ბაზრის პოტენციალი.....	48
9.1 ბაზრის სეგმენტაცია	48
9.2 იმერეთის მღვიმეების ბაზრის პოტენციალი	49
10 იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ტურიზმის განვითარების ხედვა და მიზნები.....	51
11 პროდუქტის სტრატეგიული განვითარება იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე.....	53
11.1 სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის (SBU) პრინციპების და ტურისტული პროდუქტის განვითარება იმერეთის მღვიმეებში	53
11.2 სტრატეგიული ტურისტული პროდუქტის სტრუქტურა იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 2013 და 2020-ში.....	59
11.3 განვითარებისა და საინვესტიციო პროექტები	62
11.4 HR -ადამიანური რესურსები, განათლება და ტრენინგები.....	64
11.5 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ბიუჯეტი და შემოსავლები.....	66
11.6 რეკლამა და მარკეტინგი	67
11.6.1. საინფორმაციო და სარეკლამო მასალები	68
11.6.2. რეკლამა, მარკეტინგი და გაყიდვები	69
11.7. დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტის ორგანიზება და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობა	72
11.8. ხარისხის სტანდარტი და ბრენდის განვითარება.....	74
11.9. შემოსავლების პოლიტიკა.....	76
11.10 მდგრადი ტურიზმის პოლიტიკა.....	81
11.11 უსაფრთხოება და დაცვა.....	83
12 სამოქმედო გეგმა.....	85
13 ტურიზმის განვითარების ეფექტი იმერეთის მღვიმეებში	92
13.1 ეკონომიკური და სოციალური ეფექტი	92

13.2	გამოწვევები და შეზღუდვები.....	93
13.	3 განვითარების გეგმის განხორციელება და მონიტორინგი.....	94
14	დასკვნები და რეკომენდაციები.....	95
15	ძირითადი ლიტერატურა და საინფორმაციო წყაროები	97
13	დანართები.....	98
დანართი 1.	პროექტის შეფასების პერიოდში იმერეთის მღვიმეების დტ-ის შესახებ მოკვლეული სამუშაო მასალა.....	98
1	იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორია	99
1.1	დაცული ტერიტორიების საბაზისო მონაცემები /პროფილი	99
1.2	იდეალის ანალიზი, კონკურენტები და დაინტერესებული მხარეები	104
1.3	დაცული ტერიტორიების SWOT ანალიზი.....	106
1.4	არსებული და პოტენციური ტურისტული პროდუქტის ანალიზი.....	112
დანართი 2	არსებული და პოტენციური ტურისტული პროდუქტების ილუსტრაციები იმერეთის და ოკაცეს მღვიმეებისთვის.....	114
დანართი 3	იმერეთის მღვიმეების დტ-ის ახალი ტურისტული პროდუქტის და სერვისის მიმზიდველობის და კონკურენტუნარიანობის შეფასება	125
დანართი 4	შერჩეული საერთაშორისო მარკეტინგული პარტნიორები და არხები - ორიენტირებული ბუნებისა და სათავგადასავლო ტურისტულ აქტივობებზე.....	127

დანართები

დანართი 1. პროექტის შეფასების პერიოდში იმერეთის მღვიმეების დტ-ის შესახებ მოკვლეული სამუშაო მასალა	104
დანართი 2. არსებული და პოტენციური ტურისტული პროდუქტების ილუსტრაციები იმერეთის და ოკაცეს მღვიმეებისთვის.....	114
დანართი 3. იმერეთის მღვიმეების დტ-ის ახალი ტურისტული პროდუქტის და სერვისის მიმზიდველობის და კონკურენტუნარიანობის შეფასება	124
დანართი 4. შერჩეული საერთაშორისო მარკეტინგული პარტნიორები და არხები - ფოკუსირებული ბუნებისა და სათავგადასავლო ტურისტულ აქტივობებზე.....	126

სქემების ნუსხა

სქემა 1: იმერეთის მღვიმეების დ.ტ და სათაფლიის ადკვეთილის ადგილმდებარეობა	16
სქემა 2: პრომეთეს მღვიმის გეგმა	16
სქემა 3: ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე	44
სქემა 4: მიმზიდველობისა და კონკურენტუნარიანობის შეფასება იმერეთის მღვიმეების (შეფასების სისტემა 1-დან 100-მდე).....	60
სქემა 5: ვიზიტორთა სტრუქტურა იმ გამოცდილებების შესაბამისად, რომელსაც ისინი მოელიან იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 2013-შო და 2020-ში, ტურიზმის სტრატეგიის განხორციელების მოდელი - რესურსები და პროცედურები.....	61

ცხრილების ნუსხა

ცხრილი 1: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ძირითადი ინფორმაცია (2013 წლის ოლოს მონაცემებით)	18
ცხრილი 2: იმერეთის მღვიმეების თანამშრომელთა რიცხვი და სტრუქტურა (2014 წლის მდგომარეობით) 18	
ცხრილი 3: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა რიცხვი 2009-2013 წლებში	18
ცხრილი 4: იმერეთის მღვიმეების ადგილობრივი ვიზიტორების პროპორციული წილი 2009-2013 წლებში 19	
ცხრილი 6: ვიზიტების სეზონურობა იმერეთის მღვიმეებსა და საქართველოს სხვა დაცულ ტერიტორიებზე, 2013 წ.	20
ცხრილი 7: ვიზიტების ინტენსიურობა იმერეთის მღვიმეებსა და სხვა დაცულ ტერიტორიებზე თვეების მიხედვით, 2013.	20
ცხრილი 8: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების უცხოელი ვიზიტორები ქვეყნების მიხედვით, 2013	
ცხრილი 9: იმერეთის მღვიმეების მონახულების ძირითადი მოტივაცია (%)	222
ცხრილი 10: იმერეთის მღვიმეებში ჯგუფებისა და ინდივიდუალური ვიზიტორების გადანაწილება, 2013 22	
ცხრილი 11: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა დემოგრაფიული მახასიათებლების გადანაწილება, 2013 23	
ცხრილი 12: იმერეთის მღვიმეების მონახულებისას ვიზიტორთა მიერ მიღებული დადებითი გამოცდილება	22
ცხრილი 13: იმერეთის მღვიმეების მონახულებისას ვიზიტორთა მიერ მიღებული უარყოფითი გამოცდილება	25
ცხრილი 14: სათაფლიის აღკვეთილისა და პროექტის მღვიმის ფასების ფურცელი (ლარი)	25
ცხრილი 15: იმერეთის მღვიმეების SWOT ანალიზი	27
ცხრილი 16: იმერეთის მღვიმეების ტურისტული პროდუქტისა და სერვისების ღირებულების ჯაჭვის ანალიზი	32
ცხრილი 17: იმერეთის დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმთან დაკავშირებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეები	36
ცხრილი 18: არსებული ტურისტული პროდუქტის იდენტიფიცირება და სერვისის იმერეთის მღვიმეებში (2014 წლის მონაცემებით)	40
ცხრილი 19: ტურიზმის შესაბამისობისა და ეკოტურისტების მახასიათებლების მატრიცა დტ-ს კატეგორიისა და მართვის მიზნების შესაბამისად	45
ცხრილი 20: იმერეთის მღვიმეების სბუ, ბუნება	52
ცხრილი 21: იმერეთის მღვიმეების სბუ, კულტურა და განათლება	53
ცხრილი 22: იმერეთის მღვიმეების სბუ, სპორტი და თავგადასავლები	54
ცხრილი 23: იმერეთის მღვიმეების სბუ, ჯანმრთელობა	54
ცხრილი 24: იმერეთის მღვიმეების სბუ, სიამოვნება	55
ცხრილი 25: იმერეთის მღვიმეების სბუ - MICE	55
ცხრილი 26: იმერეთის მღვიმეების სბუ, გართობა და მხიარულება	56
ცხრილი 27: მიმზიდველობისა და კონკურენტუნარიანობის დონე იმერეთის მღვიმეების 11 ახალი ტურისტული პროდუქტისა და სერვისისათვის	58
ცხრილი 28: ვიზიტორთა სტრუქტურა იმ გამოცდილებების შესაბამისად, რომელსაც ისინი მოელიან იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 2013-ში და 2020-ში	59
ცხრილი 29: საინვესტიციო პროექტების, ტურისტული პროდუქტების და კვლევებისა და განვითარების პროექტების მიმოხილვა იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიებისათვის 2014-2020 წლის პერიოდისთვის	61
ცხრილი 30: იმერეთის მღვიმეების საოპერაციო ბიუჯეტი და კომერციული შემოსავლები 2013-2014 წლებში და საბიუჯეტო და კომერციული შემოსავლების შეფასება საინვესტიციო პროექტების, ახალი პროდუქტების განვითარებისა და სრული ტურისტული ფუნქციების შესრულების შემდგომ	66
ცხრილი 31: ბრენდის განვითარების ძირითადი ფაზები	73
ცხრილი 32: იმერეთის მღვიმეების შესასვლელი ფასები	75

ცხრილი 33: იმერეთის მღვიმეების დამატებითი შემოთავაზებები	76
ცხრილი 34: იმერეთის მღვიმეების სასტუმროს დამატებითი შემოთავაზებები	76
ცხრილი 35: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტების ინტენსივობის შედარებითი მიმოხილვა პოსტონას მღვიმეებთან 2013	79
ცხრილი 36: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების სამოქმედო გეგმა 2015 – 2020	83

აკრონომები და აბრევიატურა

ABTA	Association of British Travel Agents / ბრიტანეთის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია
APA /დტს	Agency for Protected Areas/დაცული ტერიტორიების სააგენტო
ATOL	Air Travel Organizers' Licencing in UK / საჰაერო მოგზაურობის ორგანიზატორების ლიცენზირება ბრიტანეთში
BKNP	Borjomi Kharagauli National Park /ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი
CBD	Convention on Biodiversity / ბიომრავალფეროვნების კონვენცია
CNF	Caucasus Nature Fund /კავკასიის ბუნების ფონდი
DMO	Destination Management Organization /ადგილის მართვის ორგანიზაცია
ETIS	European Tourism Indicators System for sustainable destinations / მდგრადი ადგილების (სამოგზაურო არეალისთვის) ტურიზმის მაჩვენებლებთან ევროპული სისტემა
FAM	Familiarization trips (for TO/TA and/or journalists) /გასაცნობი ტურები (ტურ-ოპერატორების/სააგენტოების და/ან ჟურნალისტებისთვის)
GCAA	Georgia Civil Aviation Agency / საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო
GITOA	Georgia Incoming Tour Operators Association/საქართველოს შემომყვან ტუროპერატორთა ასოციაცია
GNTA	Georgia National Tourism Administration /საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
GTA	Georgia Tourism Association /საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია
HR	Human resource /ადამიანური რესურსი
IUCN	International Union for Conservation of Nature /ბუნების კონსერვაციის საერთაშორისო კავშირი
MICE	Meetings, Incentives, Congresses, Events /შეკრებები, წამახალისებელი შეხვედრები, კონგრესი, ღონისძიებები
MoE	Ministry of Environment Protection and Natural Resources /გარემოს დაცვის და ბუნებრივი რესურსების სამინისტრო
NACRES	Centre for Biodiversity Conservation and Research /ბიომრავალფეროვნების კონსერვაციისა და კვლევის ცენტრი
NACHPG	National Agency for Cultural Heritage Preservation of Georgia /კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის საქართველოს ეროვნული სააგენტო
NGO	Non - Governmental Organization /არასამთავრობო ორგანიზაცია
NP	National Park /ეროვნული პარკი
ONS	Office for National Statistics of UK / ბრიტანეთის ეროვნული სტატისტიკის ოფისი /
PA	Protected Area / დაცული ტერიტორია
SBU	Strategic Business Unit / სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული
TA	Tourist/Travel agency ტურისტული სააგენტო
TIC	Tourist Information Center / ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი
TJS	Transboundary Joint Secretariat for the Southern Caucasus / /ტრანსსასაზღვრო გაერთიანებული სამდივნო სამხრეთ კავკასიაში
TO	Tour operator /ტურ ოპერატორი
UNDP	United nations Development Programme /გაეროს განვითარების პროგრამა
UNEP	United Nations Environment Programme/გაეროს გარემოს დაცვის პროგრამა
USAID	United States Agency for International Development /აშშ-ს საერთ. განვითარების ორგანიზაცია
UNWTO	United Nations World Tourism Organization /გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია
WB	World Bank /მსოფლიო ბანკი
WWF	World Wildlife Fund /მსოფლიო ბუნების დაცვის ფონდი

1 წანასიტყვაობა

პროექტის „საქართველოს დაცული ტერიტორიების ეკო ტურიზმის პოტენციალის შეფასება და განვითარება“ ვალდებულებაა მოამზადოს „იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმა“ როგორც ბაზარზე ორიენტირებული დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ნიმუში. დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ იმერეთის მღვიმეები დტ შეირჩა იმ შვიდი დაცული ტერიტორიიდან, რომელთა შეფასებაც პროექტის პირველ ეტაპზე განხორციელდა.

„იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმა“ არის სტრატეგიული სახელმძღვანელო დოკუმენტი დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციისათვის ტურიზმის სფეროში, დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტის მიზნების მიღწევის ხელშეწყობისათვის. ის მოიცავს ტურისტულ პროდუქტების და სერვისების, ასევე საჭირო ობიექტების შეთავაზებებს, ორგანიზაციის თანამშრომელთა და მათ დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობის შესაძლებლობებს, ინფრასტრუქტურის, ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებისათვის საჭირო ინვესტიციებს, მოსალოდნელ შემოსავლებს და საოპერაციო ხარჯებს.

წინამდებარე დოკუმენტი შემუშავებულია „საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის“ საფუძველზე, როგორც პროექტის მთავარი მოსალოდნელი შედეგი. იმერეთის ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმა წარმოადგენს, ერთი მხრივ, დაცული ტერიტორიების ტურიზმის ეროვნული სტრატეგიის განაცხადს ერთი შერჩეული დაცული ტერიტორიისათვის და მეორეს მხრივ, საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმის შემუშავების ნიმუშს.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები მოიცავს პრომეთეს მღვიმის ბუნების ძეგლს, სათაფლიის აღკვეთილს და ნაკრძალს, ასევე ოკაცის კანიონის ბუნების ძეგლს. სათაფლიის ნაკრძალი 1935 წელს გეოლოგიური, სპელეოლოგიური და ბოტანიკური ძეგლების დაცვის მიზნით დაარსდა. აღკვეთილში 5 მღვიმეა. ტურისტული თვალსაზრისით სათაფლია საკმაოდ კარგად არის ორგანიზებული და იქ მისულ ვიზიტორს სთავაზობს გასერნებას მღვიმესა და იურული პერიოდის პარკში, შემეცნებით-საგანმანათლებლო და კოლხური ტყის ბილიკებს, ასევე შუშის პანორამულ გადასახედს; მათი საერთო სიგრძე 3 110 მეტრია. პრომეთეს მღვიმე 1984 წელს იქნა აღმოჩენილი. ვარაუდობენ, რომ მღვიმის მთლიანი სიგრძე დაახლოებით 20 000 მეტრს შეადგენს, მაგრამ ამ დროისათვის მოკვლეულია მხოლოდ 3 700 მეტრი, სადაც ტურისტებისათვის გამოყოფილია 1 420 მეტრის საფეხმავლო ბილიკი. მღვიმე საკმაოდ მიმზიდველია ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის, სთავაზობს რა მათ 1 420 მეტრის სიგრძის საფეხმავლო და 380 მეტრის სიგრძის სანაოსნო მარშრუტს მღვიმის გამოსასვლელში. ტერიტორიაზე, ასევე, არსებობს რამდენიმე მომგრო ზომის მღვიმე, რომლებიც, ასევე, შესაძლებელია მოეწყოს ტურისტებისათვის. ოკაცის კანიონი ახლადჩამოყალიბებული ტურისტული ბუნების ძეგლია ვიზიტორთა ცენტრითა და ხეობის თავზე განლაგებული საფეხმავლო შეკიდული პანორამული პლატფორმით, რომელიც ოფიციალურად 2014 წლის სექტემბერში გაიხსნა.

პრომეთესა და სათაფლიის მღვიმეები ყველაზე ხშირად მონახულებადი ტურისტული ძეგლებია საქართველოში. 2013 წელს აღნიშნულ ძეგლებს 145 375 ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორი ეწვია, თითქმის თანაბარი გადანაწილებით - 72 945 ვიზიტორით პრომეთეს მღვიმესა და 72 421 ვიზიტორით სათაფლიაში. საერთაშორისო ვიზიტორების წილი მუდმივად მზარდია და 2013 წლის მონაცემების მიხედვით 23%-ს გაუტოლდა.

დტს-სა და იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციის ინფორმაციაზე დაყრდნობით, 2015 წლიდან ოკაცის კანიონი გარდაიქმნება ოკაცე-მარტვილის სათავგადასავლო ცენტრად, რომელსაც ეყოლება იმერეთის მღვიმეებისაგან დამოუკიდებელი ადმინისტრაცია. შესაბამისად, წინამდებარე დოკუმენტის უდიდესი ნაწილი ორიენტირებულია იმერეთის მღვიმეებზე აღნიშნული სათავგადასავლო ცენტრის გამოკლებით.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიებისთვის ამ დოკუმენტის მომზადების დროს სამუშაო ჯგუფმა გაითვალისწინა ასევე იმერეთის „ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული გეგმა“, რომელიც 2012 წელს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მიერ შემუშავდა.

ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმა მოიცავს 2020 წლამდე პერიოდს. იგი დაყოფილია თავებად, სადაც გაკეთებულია დაცულ ტერიტორიებზე ამჟამად არსებული სიტუაციის, ტურისტული პროდუქტების და სერვისების, ორგანიზაციული და დასაქმების მდგომარეობის, დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობის და განვითარების პოტენციალის შეფასების ანალიზი. მასში წარმოდგენილია არსებული ტურისტული ვიზიტების რაოდენობის დეტალური პრეზენტაცია, ბაზრის მდგომარეობა და პოტენციური მოთხოვნები. დოკუმენტში ასახულია ხედვა, მისია და მთავარი მიზნები, ასევე ტურიზმის პროდუქტის განვითარების სტრატეგიის შემუშავება მარკეტინგულ კონცეფციაზე დაყრდნობით. შემდგომ თავებში მოცემულია სტრატეგიის განხორციელების ნიმუში მთავარი პროექტებით, ადამიანური რესურსების საჭიროებანი, მარკეტინგი, პროცედურული ღონისძიებები და მდგრადი განვითარების განხორციელების პროცედურები. დოკუმენტი სრულდება 2020 წლამდე განსახორციელებელი ძირითადი ეკონომიკური და საინვესტიციო პროექტების შეფასებითა და სამოქმედო გეგმით. დოკუმენტს თან ახლავს რამდენიმე დანართი, რომლებშიც მოცემულია დამატებითი ინფორმაცია და კვლევის შედეგების განმარტებები, ასევე მოწინავე ქვეყნებში საუკეთესო პრაქტიკის მქონე დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების მაგალითები.

„საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარების სტრატეგია“, ისევე როგორც სხვა დოკუმენტები, დაფუძნებულია გარკვეულ პირობებსა და შეფასებებზე, ასევე შიდა და გარე ფაქტორებზე განსხვავებული შესაძლო ეფექტითა და განხორციელების დროით. შესაბამისად, სტრატეგიის განხორციელების მონიტორინგი იძლევა მინიშნებას თუ სად და როგორ უნდა იყოს ადაპტირებული სტრატეგია და განხორციელების პროცედურები, რათა დაცული იყოს ის მიმართულება, რომელიც შეინარჩუნებს გრძელვადიან ხედვას.

2 მეთოდოლოგია

„იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმა“ წარმოადგენს ტურიზმის განვითარების ეროვნული სტრატეგიის ნიმუშს დაცული ტერიტორიებისათვის და შემუშავებულია ერთი შერჩეული დაცული ტერიტორიისათვის. ამ მიზნით დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ შეირჩა იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები. ამ დოკუმენტით, ასევე ტურიზმის განვითარებისა და დაცულ ტერიტორიებზე მენეჯმენტის დაგეგმვის დამატებითი სახელმძღვანელოების გამოყენებით, დტს-ს ტერიტორიულ ადმინისტრაციებში სურს განავითაროს უფრო ორგანიზებული და შედეგზე ორიენტირებული ტურიზმი, რაც გამოწვეულია ტურისტული ნაკადების უფრო ეფექტური მართვის სურვილითა და ტურისტული ვიზიტებიდან მეტი შემოსავლის მიღების გზით.

იმერეთის მღვიმეების დოკუმენტის შემუშავება სამ ეტაპად მიმდინარეობდა. ესენია: საწყისი ფაზა, პირველადი შეფასების ფაზა და საბოლოო, სტრატეგიის განვითარებისა და მენეჯმენტის შექმნის ფაზა. თითოეული ეტაპის შედეგები განიხილა და შეფასდა ბენეფიციარებთან და დაინტერესებულ მხარეებთან სამუშაო შეხვედრების დროს.

საწყისი ფაზის დროს, პროექტის გუნდს, დამკვეთისა და ბენეფიციარების მხრიდან მიეწოდა ინფორმაცია დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების სფეროში არსებული ძირითადი გამოწვევებისა და პრობლემების შესახებ. ექსპერტებმა ასევე მოიძიეს აღნიშნულ საკითხებთან დაკავშირებული ძირითადი დოკუმენტაცია, მასალები და მონაცემები.

პირველი ფაზა ფოკუსირებული იყო დაცული ტერიტორიების ეკო ტურიზმის პოტენციალის შეფასებაზე, რომლის დროსაც განხორციელდა ბუნებრივი და არსებული ტურისტული პროდუქტების პოტენციალის ანალიზი, SWOT ანალიზი და განიხილა დაინტერესებულ მხარეთა შორის თანამშრომლობის მოდელი, რათა დამყარდეს პარტნიორობა დაცულ ტერიტორიებთან, ტურისტული სერვისის მომწოდებლებსა და ადგილობრივ მოსახლეობასთან. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცა ბაზრის სიტუციასა და არსებულ მოთხოვნას.

ეს შეფასება განხორციელდა ექსპერტთა ჯგუფის მიერ შერჩეულ 7 დაცულ ტერიტორიაზე ჩატარებული სავსე გასვლების დროს, რომელთა რიცხვს ასევე მიეკუთვნებოდა იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები - პრომეთეს მღვიმის ბუნების ძეგლი, სათაფლიის აღკვეთილი და ნაკრძალი, ოკაცის კანიონის ბუნების ძეგლი. სავსე გასვლა განხორციელდა 5-დან 27 აგვისტოს ჩათვლით. პროექტის გუნდი შეხვდა ტერიტორიული ადმინისტრაციების დირექტორებს, რეინჯერებს, ინსტრუქტორებს, ვიზიტორთა ცენტრების თანამშრომლებს, მუნიციპალიტეტებისა და ტურისტული ორგანიზაციების წარმომადგენლებს, ტურისტული სერვისის მიმწოდებლებს, როგორცაა საოჯახო სასტუმროებისა და რესტორნების მენეჯერები, სუვენირების მწარმოებლები, ასევე ტურ-ოპერატორებს და ტურისტულ სააგენტოებს, მძღოლებს, ტურისტულ გიდებსა და სხვა. სავსე გასვლების დროს, ექსპერტთა მიერ ჩატარებული დაკვირვებები და ვიზიტის განმავლობაში მიღებული დასკვნები შეჯერებულ იქნა დაცული ტერიტორიების შესახებ არსებულ ყველა დოკუმენტთან, ასევე ყველა ხელმისაწვდომ ლიტერატურულ მასალებთან, რომელთა მოპოვებაც მოხერხდა სხვადასხვა წყაროების გამოყენებით.

მზიდი დაცული ტერიტორიის შეფასების შედეგად შექმნილი სამუშაო მასალები წარმოდგენილია პროექტის პირველი ფაზის ანგარიშის დანართის სახით. იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების შეფასების სამუშაო მასალები თანდართულია წინამდებარე დოკუმენტში, დანართი 1-ის სახით.

მზიდი დაცული ტერიტორიის შეფასების ანალიზი და მონაცემები, ასევე ზოგიერთი წინასწარი დასკვნა წარმოდგენილი და განხილული იყო 2014 წლის 18 სექტემბრის სამუშაო შეხვედრაზე. მონაწილეებმა იმსჯელეს და წარმოადგინეს თავიანთი შეხედულებები და შეთავაზებები შემდგომი ნაბიჯების განხორციელებისა და გაუმჯობესებული დოკუმენტის მიღების მიზნით.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმის მომზადების მე-2 ფაზა დაიწყო შეფასების დასკვნების დახვეწით, რომლებიც მიღებულ იქნა „საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის“ შექმნის შედეგად. იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე მეორე სავსე ვიზიტის დროს (19-24 ოქტომბერი, 2014), განიხილა აღნიშნული

შეფასების გაუმჯობესებული დასკვნები, რომელთაც მიეცათ საბოლოო სახე, გამოიკვეთა სტრატეგიის მიზნები, განიხილა განხორციელების პროცედურები და მომზადდა საინვესტიციო პროექტები.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები მთლიანობაში შედგება 21 ბუნების ძეგლის, აღკვეთილისა და ნაკრძალისგან. ესენია:

1. სათაფლიის ნაკრძალი
2. სათაფლიის აღკვეთილი
3. პრომეთეს მღვიმის ბუნების ძეგლი
4. თეთრი მღვიმის ბუნების ძეგლი
5. ხომელის მღვიმის ბუნების ძეგლი
6. ცუცხვათის მღვიმის ბუნების ძეგლი
7. ნავენახევის მღვიმის ბუნების ძეგლი
8. ნაგარევის მღვიმის ბუნების ძეგლი
9. იაზონის მღვიმის ბუნების ძეგლი
10. სახაზეს მღვიმის ბუნების ძეგლი
11. წყალწითელას ხეობის ბუნების ძეგლი
12. ოკაცის კანიონის ბუნების ძეგლი
13. ოკაცის ჩანჩქერის ბუნების ძეგლი
14. გაბზარული ტბის ბუნების ძეგლი
15. საწურბლიის მღვიმის ბუნების ძეგლი
16. სალკოთას მღვიმის ბუნების ძეგლი
17. დიდდელის მღვიმის ბუნების ძეგლი
18. მელაურის მღვიმის ბუნების ძეგლი
19. ბგერის მღვიმის ბუნების ძეგლი
20. ღლიანას მღვიმის ბუნების ძეგლი
21. მუხურას ჩანჩქერის ბუნების ძეგლი

შეფასებისა და შემდგომი განხილვის დროს დადგინდა, რომ გარდა ტურისტებისათვის უკვე გახსნილი სათაფლიის ნაკრძალის და აღკვეთილისა, პრომეთეს მღვიმის და ახლადგახსნილი ოკაცის კანიონისა, ტურისტული პოტენციალი გააჩნია კიდევ დამატებით 8 მღვიმეს, რომლებშიც ამ დროისთვის განხორციელდა სპელეოლოგიური კვლევები. მათ შორის ყველაზე პრიორიტეტულია ნავენახევის, საწურბლიისა და მელაურის მღვიმეები, სადაც შესაძლებელია განვითარდეს შესაბამისი ინფრასტრუქტურა. აღნიშნული მღვიმეების ფუნქციონირება ტურისტული ვიზიტებისათვის შესაძლოა წინამდებარე გეგმის პერიოდში.

მეორე ფაზა განხორციელდა საკმაოდ ინტენსიური თანამშრომლობით იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციასთან, წყალტუბოს მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლებსა და წყალტუბოს ტურიზმისა და კურორტების მართვის ცენტრთან.

პროექტის საბოლოო ფაზაში შემუშავდა „იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმის“ პრეზენტაცია, რომელიც პრომეთეს მღვიმის ადმინისტრაციის საკონფერენციო დარბაზში 7 ნოემბერს წარდგენილი იყო. სამუშაო შეხვედრას ესწრებოდნენ დტს-ს ხელმძღვანელი პირები და იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის თანამშრომლები.

პროექტის განხორციელების პროცესში პროექტის გუნდმა გამოიყენა რამდენიმე სახის მეთოდი: სამაგიდო კვლევა, სავლე გასვლები, რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მეთოდი, სამუშაო შეხვედრები, ფოკუს ჯგუფები და ინტერვიუს მეთოდი. შეფასება განხორციელდა SWOT ანალიზის, დამხმარე კითხვარების და დამხმარე მასალების გამოყენებით. იმერეთის მღვიმეებისთვის ასევე გაკეთდა ღირებულების ჯაჭვის გამარტივებული ანალიზი. სტრატეგიის ჩამოყალიბება დაფუძნებული იყო ბიზნეს-ერთეულის სტრატეგიის მეთოდოლოგიაზე (SBU), რომლის დროსაც გაკეთდა აქცენტი ტურისტული პროდუქტის განვითარებაზე ვიზიტორების გამოცდილებაზე დაყრდნობით. ასევე, პრიორიტეტული ტურისტული პოტენციალის მქონე პროდუქტის გამოვლენისთვის გამოყენებული იყო მიმზიდველობა - კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მეთოდი. პროექტის მომზადების დროს ექსპერტთა გუნდმა გამოიყენა დოკუმენტების სტანდარტული ფორმები და ნიმუშები, რაც საშუალებას იძლევა აღნიშნული დოკუმენტები როგორც პროექტის განვითარების პროცესში, ასევე სხვა შემთხვევებშიც იყოს გამოყენებული.

3 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების საერთო დახასიათება

ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვას საქართველოში ას წელზე მეტი ხნის ტრადიცია აქვს. პირველი დაცული ტერიტორია - ლავოდების ნაკრძალი, 1912 წელს დაარსდა. ამ დროისათვის ყველაზე ახალგაზრდა დაცული ტერიტორია კი ფშავ-ხევსურეთის დაცული ტერიტორიაა (110 205 ჰა), რომელსაც ოფიციალური სტატუსი 2014 წლის აპრილში მიენიჭა.

2014 წლის დასასრულისთვის საქართველოში ირიცხება სხვადასხვა კატეგორიის (ბუნების შენარჩუნების საერთაშორისო კავშირის IUCN-ის კატეგორიების მიხედვით) მქონე 87 დაცული ტერიტორია: 14 ნაკრძალი (140 672 ჰა), 11 ეროვნული პარკი (352 459.219 ჰა), 41 ბუნების ძეგლი (2 257.74 ჰა), 19 აღკვეთილი (70 392.255 ჰა) და 2 დაცული ლანდშაფტი (43 708 ჰა). დაცული ტერიტორიები საქართველოს მთლიანი ტერიტორიის 8.62%-ს წარმოადგენენ (600 490.04 ჰა).

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები 1935 წელს დაარსდა. ისინი დასავლეთ საქართველოში, იმერეთის რეგიონში მდებარეობენ. დაცული ტერიტორიები მოიცავს ოთხ მუნიციპალიტეტს - წყალტუბოს, ხონს, თერჯოლასა და ტყიბულს. იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები შეიძლება დახასიათდეს როგორც **სპელეოლოგიური და მიწისქვეშა საიდუმლოების** მქონე ტერიტორიები. დამატებით სანახაობას სათაფლიაში, დინოზავრის გაქვავებული ნაკვალევი წარმოადგენს.

რეგიონის მასშტაბით უკონკურენტო, გამორჩეული ბუნებრივი მიმზიდველობის, თითქმის 1 000 კილომეტრის ფართობის მქონე იმერეთის მღვიმეები ადვილად მისაღწევია ქვეყნის დასავლეთისა და აღმოსავლეთის დამაკავშირებელი ცენტრალური სატრანსპორტო მაგისტრალიდან, ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტიდან. მღვიმეები წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტის და შავი ზღვის დამსვენებელთათვის, ასევე ქუთაისში არსებული იუნესკოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების - ზაგრატიისა და გელათის ტაძრების ვიზიტორთათვის შესანიშნავ, დამატებით ტურისტულ სანახაობას წარმოადგენს.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების საერთო ფართობი დაახლოებით 504.6 ჰექტარია და მათ შემადგენლობაში შედის **სათაფლიის სახელმწიფო ნაკრძალი** (330 ჰა), **სათაფლიის აღკვეთილი** (34 ჰა), **პრომეთეს მღვიმის ბუნების ძეგლი** (46.6 ჰა) და **17 ბუნების ძეგლი**. ადმინისტრაციული შენობა მდებარეობს სათაფლიის აღკვეთილში და ადმინისტრირებას უწევს იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებს.

სათაფლიის სახელმწიფო ნაკრძალი გეოლოგიური, სპელეოლოგიური და ბოტანიკური ძეგლების დაცვის მიზნით დაარსდა. ნაკრძალი ზღვის დონიდან 500 მეტრ სიმაღლეზე მდებარეობს. კლიმატი სუბტროპიკულია. წლიური ნალექის რაოდენობა 1900 მილიმეტრს აღწევს. ნაკრძალის ტერიტორიაზე განლაგებულია ხუთი კარსტული მღვიმე, რომელთაგან ერთ-ერთში, მთავარი შესასვლელიდან 100 მეტრში არსებული გუმბათოვანი დარბაზის ცენტრში შესაძლებელია მრავალი შესანიშნავი, მიწიდან ამოშვერილი სტალაგმიტისა და ჭერიდან ჩამოვიდებული სტალაქტიტის ხილვა. სათაფლიის მღვიმე ზღვის დონიდან 360 მეტრზე მდებარეობს.

სათაფლიის მღვიმე პირველად 1925 წელს, ქუთაისელი მხარეთმცოდნის, პეტრე ჭაბუკიანის მიერ იქნა აღმოჩენილი. მანვე აღმოაჩინა პრიმიტიული ადამიანის საცხოვრებელი და დინოზავრის ნაკვალევი. მღვიმის სახელწოდება მომდინარეობს სათაფლიის მთის სახელწოდებიდან, რომელიც წარმოადგენს 494 მეტრის სიმაღლის ჩამქრალ ვულკანს. უძველესი დროიდან ეს მთა ველური ფუტკრის იდეალურ საცხოვრებელ ადგილს წარმოადგენდა და მიმდებარე სოფლების მოსახლეობა ოდითგანვე ეწეოდა მეფუტკრეობას და ასევე, მოიპოვებდა ველური ფუტკრის თაფლს მთის კლდოვანი ფულუროებიდან.

სათაფლიის ნაკრძალის 98% დაფარულია ახალგაზრდა სუბტროპიკული, კოლხური ტიპის ტყით. ტყეში დომინირებს წიფლნარი და ბუჩქები, ასევე რცხილნარი ჭალები და ჯაგრცხილას ბუჩქნარი. წიწვოვან მცენარეთა შორის გვხვდება უთხოვარი (*Taxus baccata*). ნაკრძალის ტერიტორიაზე აღწერილია 67 სახეობის მერქნიანი მცენარე, რომელთა შორის 30 ხის, ხოლო 37 ბუჩქოვანი სახეობებია; მათ შორის 59 ფოთლოვანი და 8 მარადმწვანე მცენარეა. მერქნიან მცენარეთა თითქმის ნახევარი რელიქტურია. აღსანიშნავია, რომ იშვიათი და გადაშენების საფრთხის წინაშე მყოფი, საქართველოს წითელის ნუსხის 9 მერქნიანი სახეობა გავრცელებულია ნაკრძალში, რომელთა შორის 3 კავკასიის ენდემია, ხოლო ერთი კი - საქართველოსი. სათაფლიის ნაკრძალში ბინადრობს 12 სახეობის მუძუმწოვარი, 5 სახეობის რეპტილია, 4 სახეობის იშვიათი ამფიბია და 30 სახეობის ფრინველი. +14 C ტემპერატურა მუდმივად შენარჩუნებულია სათაფლიის მღვიმეში, როგორც ზამთარში, ასევე ზაფხულის განმავლობაში. მღვიმის განსაკუთრებული მიკროკლიმატის გამო, ცოცხალმა ორგანიზმებმა

განიცადეს სიბუნელსთან ადაპტაცია (მტკნარი წყლის მოლუსკები, ბრმა კიბოები, ობობა, ღამურა და სხვ.). სათაფლიის მღვიმის მთლიანი სიგრძე 900 მეტრია, ხოლო ტურისტებისათვის გამოყოფილი საფეხმავლო ბილიკის კი - 310 მეტრი. მღვიმეში შესაძლებელია სტალაქტიტების, სტალაგმიტების, ქვის ფარდების, თაღოვანი ჭერისა და გუმბათოვანი დარბაზის ხილვა.

სათაფლიის აღკვეთილის ინფრასტრუქტურა მოიცავს ვიზიტორთა ცენტრს, დინოზავრის ნაკვალევის საკონსერვაციო ნაგებობას, საგამოფენო დარბაზს, შუშის პანორამულ გადასახედს, კაფეტერიას, სუვენირების მაღაზიას, კარგად მოწყობილ მღვიმესა და მონიშნულ ბილიკებს. ვიზიტორებს შესაძლებლობა აქვთ მოინახულონ დინოზავრის გაქვავებული ნაკვალევი, კლდოვანი ბილიკები, კარსტული მღვიმეები, კოლხური ტყე და პანორამული გადასახედი.

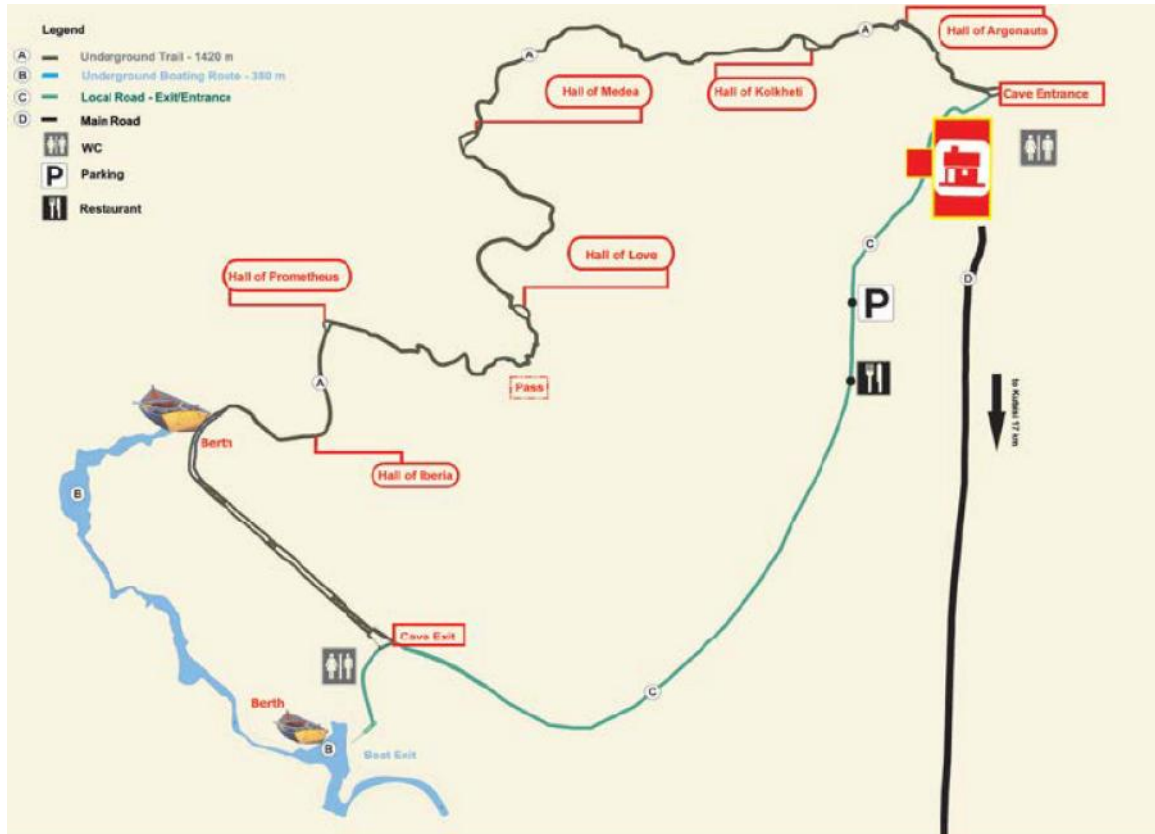


წყარო: დტს-ს ვებგვერდი და იმერეთის მღვიმეების საინფორმაციო ბროშურა

სქემა 1: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიებისა და სათაფლიის აღკვეთილის ადგილმდებარეობა

პრომეთეს მღვიმე სათაფლიდან 14 კმ-ში, წყალტუბოს მუნიციპალიტეტის სოფელ ყუმისთავში მდებარეობს. მღვიმე პირველად 1984 წელს აღმოაჩნეს. იგი ზღვის დონიდან 100 მეტრზე მდებარეობს. მის საპირისპირო მხარეს, 35 მეტრის სიგრძის ორპირის მღვიმეა განლაგებული, რომელსაც პრომეთეს მღვიმესთან საერთო გასასვლელი გააჩნია. ორპირის მღვიმიდან 600 მეტრის მოშორებით ოფიჩოს მღვიმე მდებარეობს. მღვიმეში მოედინება ნაკადული, რომელიც იქვე, 8 მეტრის მოშორებით ქმნის მომცრო ზომის ტბას. პრომეთეს მღვიმეში აღმოჩენილია 17 დარბაზი, რომელთაგან 6 ღიაა დამთვალიერებლებისათვის. ამჟამად გამოკვლეული მღვიმის 3 700 მეტრიდან, ვიზიტორთათვის მხოლოდ 1 420 მეტრიანი ტურისტული ბილიკია გაჩუქვნილი, რომელიც 380 მეტრის სიგრძის სანაოსნო გამოსასვლელით სრულდება.

პრომეთეს მღვიმის ინფრასტრუქტურა მოიცავს ვიზიტორთა ცენტრსა და კარგად მოწყობილ მღვიმეს. ვიზიტორებს საშუალება აქვთ დაათვალიერონ მღვიმე როგორც ქვეითად, ასევე ნავის საშუალებით.



წყარო: დტს-ს ვებგვერდი და იმერეთის მღვიმეების საინფორმაციო ბროშურა

სქემა 2: პრომეთეს მღვიმის გეგმა

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციას გააჩნია ერთ-ერთი ყველაზე კარგად აღჭურვილი ინფრასტრუქტურა, განლაგებული სათაფლიის აღკვეთილსა და პრომეთეში. იმერეთის მღვიმეები ვიზიტორთათვის ღიაა მთელი წლის განმავლობაში, თუმცა ვიზიტორთა უმრავლესობა - 82% მღვიმეს მაისიდან ოქტომბრამდე სტუმრობს.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების მართვა ცენტრალიზებულია და იმართება დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ როგორც სააგენტოს დაქვემდებარებული ერთ-ერთი ტერიტორიული ადმინისტრაცია. იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები შედგება სამი ტერიტორიისაგან - სათაფლიის სახელმწიფო ნაკრძალი, პრომეთეს მღვიმე და ოკაცის კანიონი. უკანასკნელი, 2015 წლიდან, მარტვილის კანონთან ერთად გარდაიქმნება დამოუკიდებელ ადმინისტრაციად. იმერეთის მღვიმეების დაცული

ტერიტორიები სპელეოლოგიური სისტემის მქონე ერთადერთი ადგილია საქართველოში. მღვიმეები, ქვეყნის მასშტაბით ყველაზე მცირე ზომის დაცული ტერიტორიებია.

ცხრილი 1: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ძირითადი ინფორმაცია (2013 წლის ბოლოს მონაცემებით)

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები	ზედაპირი (ჰა)	მღვიმის მთლიანი სიგრძე (მ)	ტურისტული ბილიკის სიგრძე (მ)	ბიუჯეტი (ლარი)	თანამშრომელთა რაოდენობა	ვიზიტორთა მთლიანი რაოდენობა	ლია ვიზიტორთათვის
იმერეთის მღვიმეები	504			1,460,197	42	145,888	
სათაფლია	364	900	3.110/310	-	13	72.421	I-XII
პრომეთეს მღვიმე	47	20.000/3.700	1.420+380	-	19	73.467	I-XII
ოკაცე				-	-	0	-
საქ. დაც. ტერ.	520.27₃		-	6,215,696	492	350,641	

წყარო: დტს და ინფორმაცია ტერიტორიული ადმინისტრაციებიდან

შენიშვნა: იმერეთის მღვიმეების მონაცემები მოიცავენ სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეებს

იმერეთის მღვიმეების თანამშრომელთა მთლიანი რიცხვი შეადგენს - 42 სრული განაკვეთით მომუშავე და 28 ნახევარი განაკვეთით მომუშავე თანამშრომელს პიკის სეზონის დროს. ასევე, 9 თანამშრომელი ემსახურება როგორც სათაფლიას, ასევე პრომეთეს, ხოლო 19 პრომეთეს და 13 სათაფლიის სახელმწიფო ნაკრძალსა და ალკვეთილს.

ცხრილი 2: იმერეთის მღვიმეების თანამშრომელთა რიცხვი და სტრუქტურა (2014 წლის მდგომარეობით)

იმერეთის მღვიმეების დტს ადმინისტრაცია	თანამშრომელთა რაოდენობა	მენეჯმენტი	ოფისი	ბუნების დაცვა	ინჟინერი	პროექტის განვითარება	მარკეტინგი / ვიზიტორთა მომს.	რეინჯერები	ტურისტული გიდები	მოლარე	სხვა
პრომეთე		3	1	2	1	0	2	5	8	2	3
სათაფლია								5	5	2	3
სულ	42	3	1	2	1	0	2	10	13	4	6

წყარო: ინფორმაცია დტს და იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციიდან

ასევე, 2015 წლიდან დაგეგმილია ოკაცის კანიონის თანამშრომელთა დაქირავება.

იმერეთის მღვიმეები განიცდის თანამშრომელთა სიმცირეს, თუმცა ეს პრობლემა გადაჭრილია სეზონური მუშახელის დაქირავებით. განსაკუთრებით პრობლემურია ტურისტული / მომსახურების სერვისის თანამშრომელთა სიმცირე. ადმინისტრაცია საუბრობს თანამშრომელთათვის საგანმანათლებლო ღონისძიებებისა და ტრენინგების ჩატარების საჭიროების შესახებ მარკეტინგის, გაყიდვებისა და ბრენდინგის, გიდის მომსახურების, უცხო ენებისა (ინგლისური, რუსული) და პროექტის მომზადების საკითხებში.

4 იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის პირითადი მახასიათებლები

4.1 ტურისტული ვიზიტები იმერეთის მღვიმეებში

იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების აღმრიცხავი სტატისტიკური მონაცემები 2009 წლით თარიღდება. ეს სტატისტიკა დაფუძნებულია ვიზიტორთა რეგისტრაციაზე, რომლებიც ყიდულობდნენ შესასვლელ ბილეთებს და შესაბამისად, ის საკმაოდ სანდოა საქართველოს სხვა დაცული ტერიტორიების ზოგად სტატისტიკასთან შედარებით, სადაც არ არსებობს შესასვლელი ბილეთები, რომელთა საშუალებით ხორციელდება სტატისტიკური მონაცემების ბაზის ფორმირება.

ტურისტული ვიზიტების თვალსაზრისით, იმერეთის მღვიმეები წარმოადგენენ ბოლო წლების მოწინავე დაცულ ტერიტორიებს. 2009 წლიდან მოყოლებული, 4 წლის მანძილზე ვიზიტების რაოდენობა სათაფლიასა და პრომეთეს მღვიმეებში 3-ჯერ გაიზარდა. აღნიშნული მატება უფრო თვალსაჩინოა პრომეთეს მღვიმის გახსნის შემდგომ, სადაც არსებობს თანამედროვე და მიმზიდველი ინფრასტრუქტურა და ორგანიზებული ტურები. დღესდღეობით, ორივე ბუნების ძეგლთან მიმართებაში ირიცხება თითქმის თანაბარი რაოდენობის ტურისტი - დაახლოებით 72 500 თითოეულზე, რაც მთლიანობაში შეადგენს დაახლოებით 145 000 ადგილობრივსა და საერთაშორისო ვიზიტორს.

იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა რაოდენობის სტატისტიკური ციფრები გვიჩვენებენ მნიშვნელოვან ზრდას 2014 წლის პირველი 10 თვისათვის - 152 065 ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორი. შესაბამისად, ეს რიცხვი ბევრად მაღალია, ვიდრე 2013 წლის ვიზიტორთა მთლიანი რაოდენობა. აღნიშნულ ვიზიტორთა შორის 66% ადგილობრივი და 43% საერთაშორისო ტურისტია, რომელთა წილი 2013 წლის მონაცემებით 29%-ს წარმოადგენდა.

იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა უდიდესი წილი - 71% მოდის ადგილობრივ ვიზიტორებზე, მაგრამ მათი წილი საგრძნობლად შემცირდა ბოლო 4 წლის განმავლობაში; 2009 წელს ადგილობრივი ვიზიტორების წილი წარმოადგენდა 97%-ს! ადგილობრივი ბაზარი ძალიან მნიშვნელოვანია იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების განვითარებისათვის, განსაკუთრებით კი სათაფლიის ადკვეთილისათვის, რომელიც უმეტესწილად სასკოლო ექსკურსიებს მასპინძლობს. პრომეთეს მღვიმეში საერთაშორისო ტურისტების წილი - 34% - ბევრად მეტია, ვიდრე ზოგადად საქართველოს სხვა დაცული ტერიტორიებისათვის, სადაც მათი წილი 28%-ს შეადგენს.

ცხრილი 3: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა რიცხვი 2009-2013 წლებში

წელი	სათაფლია			პრომეთე			იმერეთის მღვიმეები			საქ. დაც. ტერ.		
	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგი ლობრ ივი	საერთ აშორ რისო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ
2009	48,141	1,361	49,502	0	0	0	48,141	1,361	49,502	62,997	5,764	68,670
2010	23,116	322	32,438	0	0	0	23,116	322	32,438	105,215	21,294	126,509
2011	67,815	7,338	75,153	24,558	3,604	28,162	92,373	10,942	103,315	255,477	48,246	302,643
2012	48,598	8,427	57,025	31,044	8,356	39,400	79,642	16,783	96,425	230,955	67,995	299,074
2013	55,832	16,589	72,421	48,225	25,242	73,467	104,057	41,831	145,888	255,540	101,078	356,618

წყარო: დაცული ტერიტორიების სააგენტო

დღეს-ს სტატისტიკის მიხედვით, სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეებში ვიზიტების რაოდენობა წარმოადგენდა საქართველოს ყველა დაცულ ტერიტორიაზე განხორციელებული ვიზიტების 41%-ს, 2013 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით. აღნიშნული წილი 2009 წლიდან მოყოლებული შემცირდა, როდესაც იმერეთის მღვიმეებზე - სათაფლიისა და პრომეთეზე მოდიოდა ყველა რეგისტრირებული ვიზიტების 72.1%. ეს მხოლოდ და მხოლოდ მიგვანიშნებს საქართველოს დაცული ტერიტორიების მიმზიდველობის გაუმჯობესების პოზიტიურ ტენდენციაზე როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის.

ცხრილი 4: იმერეთის მღვიმეების ადგილობრივი ვიზიტორების პროპორციული წილი 2009-2013 წლებში

წელი	სათაფლია - ადგილობრივი (%)	პრომეთე - ადგილობრივი (%)	იმერეთის მღვიმეები - ადგილობრივი (%)
2009	97,3%	0,0%	97,3%
2010	71,3%	0,0%	71,3%
2011	90,2%	87,2%	89,4%
2012	85,2%	78,8%	82,6%
2013	77,1%	65,6%	71,3%

წყარო:დაცული ტერიტორიების სააგენტო

იმერეთის მღვიმეები ღია ვიზიტორთათვის მთელი წლის განმავლობაში. ორივე ბუნების ძეგლი - სათაფლია და პრომეთე დაკეტილია ვიზიტორთათვის მხოლოდ კვირაში ერთი დღე - ერთი ყოველ ორშაბათს, ხოლო მეორე კი ყოველ სამშაბათს. ვიზიტორთა ყველაზე დიდი ნაკადი შეიმჩნევა ივნისში, როდესაც სკოლის მოსწავლეების სტუმრობენ იმერეთის მღვიმეებს, როგორც მათი სასწავლო პროცესის ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილი. აღნიშნული ვიზიტები განსაკუთრებულად აისახება სათაფლიაზე, სადაც ადგილობრივი ტურისტების 41% სათაფლიას, 2013 წელს, ივნისის თვეში ეწვია.

ვიზიტორთა 81%, იმერეთის მღვიმეებს 5 თვის მანძილზე-მაისიდან სექტემბრის ბოლომდე სტუმრობს. ეს უფრო მაღალი კონცენტრაციის მაჩვენებელია, ვიდრე მთლიანად საქართველოს სხვა დაცულ ტერიტორიებზე, სადაც მათი წილი აღნიშნული 5 თვის განმავლობაში 78%-ს შეადგენს. თუ იმერეთის მღვიმეების სტატისტიკაში, ივნისის სასკოლო ვიზიტებით გამოწვეულ ეფექტს გამოვრიცხავთ, დავინახავთ, რომ იმერეთის მღვიმეებსა და ზოგადად დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების ყველაზე დიდი რაოდენობა აგვისტოს თვეზე მოდის. მეორეს მხრივ კი, საერთაშორისო ვიზიტორები დაცულ ტერიტორიებს უმეტესწილად მაისში, ივნისსა და ივლისში სტუმრობენ და ასევე, ოქტომბერშიც, როდესაც ისინი მოგზაურობენ საქართველოს გარშემო და ახორციელებენ თითქმის სავალდებულო გაჩერებას იმერეთის მღვიმეებში. ის გარემოება, რომ იმერეთის მღვიმეები ღია ვიზიტორთათვის მთელი წლის განმავლობაში და ვიზიტორთა წილი 7 თვის მანძილზე აღწევს მხოლოდ 19%-ს, წარმოადგენს მნიშვნელოვან შესაძლებლობას, რათა გაიზარდოს ვიზიტორთა ზოგადი რიცხოვნობა იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე.

ცხრილი 5: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა გადანაწილება თვეების მიხედვით, 2013 წელი

თვე 2013	სათაფლია			პრომეთე			იმერეთის მღვიმეები			საქ. დაც. ტერ.		
	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ
იანვარი	200	115	315	356	213	569	556	328	884	2,114	669	2,783
თებერვალი	427	165	592	305	158	463	732	323	1,055	2,995	760	3,715
მარტი	834	447	1,281	586	368	954	1,420	815	2,235	4,411	1,737	6,148
აპრილი	1,273	950	2,223	935	938	1,873	2,208	1,888	4,096	7,745	3,796	11,541
მაისი	5,786	2,326	8,112	3,553	3,174	6,727	9,339	5,500	14,839	22,978	12,170	35,148
ივნისი	22,828	3,060	25,888	16,054	3,718	19,772	38,882	6,778	45,660	55,473	9,483	64,956
ივლისი	6,262	3,000	9,262	7,675	2,789	10,464	13,937	5,789	19,726	34,869	19,640	54,509
აგვისტო	8,310	2,200	10,510	11,846	1,212	13,058	20,156	3,412	23,568	38,815	22,576	61,391
სექტემბერი	3,974	1,985	5,959	7,118	961	8,079	11,092	2,946	14,038	23,391	16,648	40,039
ოქტომბერი	3,268	2,000	5,268	4,000	1,834	5,834	7,268	3,834	11,102	19,736	9,577	29,132
ნოემბერი	2,000	644	2,644	3,000	1,119	4,119	5,000	1,763	6,763	11,875	3,202	11,775
დეკემბერი	300	67	367	1,000	42	1,042	1,300	109	1,409	3,326	975	4,290
2013 წელი	55,832	16,589	72,421	48,225	25,242	73,467	104,057	41,831	145,888	227,728	101,233	325,427

წყარო:დაცული ტერიტორიების სააგენტო

ცხრილი 6: ვიზიტების სეზონურობა იმერეთის მღვიმეებსა და საქართველოს სხვა დაცულ ტერიტორიებზე, 2013 წ

თვე 2013	სათაფლია			პრომეთე			იმერეთის მღვიმეები			საქ.დაც.ტერ.		
	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ	ადგილ ობრივ ი	საერთ აშორი სო	სულ
იანვარი	0.4%	0.7%	0.4%	0.6%	1.3%	0.8%	0.5%	1.0%	0.6%	0.9%	0.7%	0.9%
თებერვალი	0.8%	1.0%	0.8%	0.5%	1.0%	0.6%	0.7%	1.0%	0.7%	1.3%	0.8%	1.1%
მარტი	1.5%	2.6%	1.8%	1.0%	2.2%	1.3%	1.3%	2.4%	1.5%	1.9%	1.7%	1.9%
აპრილი	2.3%	5.6%	3.1%	1.7%	5.7%	2.6%	2.0%	5.6%	2.8%	3.4%	3.7%	3.5%
მაისი	10.4%	13.7%	11.2%	6.3%	19.2%	9.2%	8.3%	16.4%	10.2%	10.1%	12.0%	10.8%
ივნისი	41.2%	18.0%	35.7%	28.5%	22.5%	27.1%	34.8%	20.2%	31.4%	24.4%	9.4%	20.0%
ივლისი	11.3%	17.7%	12.8%	13.6%	16.9%	14.3%	12.5%	17.3%	13.6%	15.3%	19.4%	16.7%
აგვისტო	15.0%	13.0%	14.5%	21.0%	7.3%	17.9%	18.0%	10.2%	16.2%	17.0%	22.3%	18.9%
სექტემბერი	7.2%	11.7%	8.2%	12.6%	5.8%	11.1%	9.9%	8.8%	9.7%	10.3%	16.4%	12.3%
ოქტომბერი	5.9%	11.8%	7.3%	7.1%	11.1%	8.0%	6.5%	11.4%	7.6%	8.7%	9.5%	9.0%
ნოემბერი	3.6%	3.8%	3.7%	5.3%	6.8%	5.6%	4.5%	5.3%	4.7%	5.2%	3.2%	3.6%
დეკემბერი	0.5%	0.4%	0.5%	1.8%	0.3%	1.4%	1.2%	0.3%	1.0%	1.5%	1.0%	1.3%
2013 წელი	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

წყარო: დაანგარიშებულია დტს-ს მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

მსგავსი სეზონურობა გავლენას ახდენს ვიზიტების ინტენსივობაზე პიკის სეზონის განმავლობაში, ვიზიტორებისა და თანამშრომლების კმაყოფილებასა და ბუნებრივი და სოციალური გარემოს მდგრადობაზე. აშკარაა, რომ 863 ვიზიტორი ივნისის თვეში სათაფლიაში და 659 ვიზიტორი ივნისის თვეში პრომეთეში საკამოდ დიდ რაოდენობას წარმოადგენს. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ორივე ბუნების ძეგლი ღიაა ვიზიტორთათვის დღეში 10 საათის განმავლობაში, ეს ნიშნავს იმას, რომ სათაფლიას ყოველ საათში 86 ვიზიტორი, ხოლო პრომეთეს ყოველ საათში 66 ვიზიტორი სტუმრობს, რაც საკმაოდ დიდი რიცხვია ტურისტული ჯგუფისათვის. აღნიშნული რიცხვები მოითხოვენ ვიზიტორთა ნაკადების მენეჯმენტის გაუმჯობესებას, სულ მცირე ივნისის თვისთვის მაინც.

ასევე აღსანიშნავია, რომ იმერეთის მღვიმეები, დღეში საშუალოდ 1 522 ვიზიტორით, წარმოადგენენ ყველა დაცულ ტერიტორიაზე დღიური ვიზიტორების 70%-ს. დღიური ვიზიტორების რიცხვი ყველა დაცულ ტერიტორიაზე შეადგენს დაახლოებით 2 165 ვიზიტორს ივნისის თვის განმავლობაში.

ცხრილი 7: ვიზიტების ინტენსიურობა იმერეთის მღვიმეებსა და სხვა დაცულ ტერიტორიებზე თვეების მიხედვით, 2013

თვე 2013	სათაფლია		პრომეთე		ერეთის მღვიმე		საქ.დაც.ტერ.	
	სულ	ვიზიტ ორები /დღე	სულ	ვიზიტ ორები /დღე	სულ	ვიზიტ ორები /დღე	სულ	ვიზიტ ორები / /დღე
იანვარი	315	10	569	18	884	29	2,783	90
თებერვალი	592	21	463	17	1,055	38	3,715	133
მარტი	1,281	41	954	31	2,235	72	6,148	198
აპრილი	2,223	74	1,873	62	4,096	137	11,541	385
მაისი	8,112	262	6,727	217	14,839	479	35,148	1,134
ივნისი	25,888	863	19,772	659	45,660	1,522	64,956	2,165
ივლისი	9,262	299	10,464	338	19,726	636	54,509	1,758
აგვისტო	10,510	339	13,058	421	23,568	760	61,391	1,980
სექტემბერი	5,959	199	8,079	269	14,038	468	40,039	1,335
ოქტომბერი	5,268	170	5,834	188	11,102	358	29,132	940
ნოემბერი	2,644	88	4,119	137	6,763	225	11,775	393
დეკემბერი	367	12	1,042	34	1,409	45	4,290	138
წელი 2013	72,421	198	73,467	201	145,888	400	325,427	892

წყარო: დაანგარიშებულია დტს-ს მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

4.2 იმერეთის მღვიმეების დტ.-ის ძირითადი ბაზრები და ვიზიტორთა დახასიათება

იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა 23%-ს საერთაშორისო ტურისტები წარმოადგენენ და მათი რაოდენობა უფრო სწრაფად მზარდია, ვიდრე ადგილობრივი ვიზიტორებისა. ძირითად უცხოურ ბაზარს მეზობელი და რუსულენოვანი ქვეყნები წარმოადგენენ. ასევე, მათ შორისაა აღმოსავლეთ ევროპისა და ბალტიისპირეთის ქვეყნები, ისრაელი და გერმანია. 2013 წელს იმერეთის მღვიმეებს 15 ქვეყნიდან ჩამოსული ტურისტი სტუმრობდა. მათ შორის იყვნენ, ასევე, ტურისტები ისეთი შორეული ქვეყნებიდან, როგორებიცაა აშშ და ჩინეთი.

ცხრილი 8: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების უცხოელი ვიზიტორები ქვეყნების მიხედვით, 2013

იმერეთის მღვიმეების დტ	ვიზიტორები (სულ)	უცხოელი	ქვეყანა 1	ქვეყანა 2	ქვეყანა 3	ქვეყანა 4	ადგილობრივი ვიზიტორი
იმერეთის მღვიმეები	145,888	41,831	უკრაინა	ისრაელი	პოლონეთი	რუსეთი	104,057
საქართველო	350,642	101,642					249,000

წყარო: დტს და ტერიტორიული ადმინისტრაციები

ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტის გახსნის შემდგომ, ვიზიტორთა რიცხვი იმერეთის რეგიონში საგრძნობლად გაიზარდა, რაც ძირითადად, ქუთაისში ბიუჯეტური ავიაკომპანიების ოპერირებით არის განპირობებული. საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის ცნობით, 2013 წლის მანძილზე ქუთაისის აეროპორტში დაფიქსირდა 68 568 ჩამოსული ვიზიტორი. აეროპორტის ვებგვერდზე განთავსებული ინფორმაციის მიხედვით, ქუთაისის აეროპორტში ოპერირებს 5 ავია გადამზიდავი. ესენია: WizzAir, S7, URAL, Bellavia და საქართველოს ავიახაზები, რომლებიც ფრენებს რვა მიმართულებით ასრულებენ. ქუთაისის აეროპორტში ჩამოსული ყველა ვიზიტორი თავის მოგზაურობს იმერეთის მღვიმეებით იწყებს. საქართველოს ბაზარზე დამატებითი ბიუჯეტური ავიაკომპანიის შემოსვლა, საერთაშორისო ვიზიტორების რიცხვის კიდევ უფრო სწრაფ ზრდას განაპირობებს.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით, საერთაშორისო ვიზიტორების უმრავლესობა არიან ინდივიდუალური ტურისტები, რომლებიც თავად გეგმავენ თავიანთ მოგზაურობას. ორგანიზებული ტურისტების წილი, რომლებიც მოგზაურობენ ტუროპერატორი კომპანიების მეშვეობით არ აღემატება მთლიანი ვიზიტორების წილის 30%-ს. აღნიშნული ფაქტის მიუხედავად, დაახლოებითი მონაცემების მიხედვით იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა 70%-ს ჯგუფური (ორგანიზებული ტურის მონაწილეები) ვიზიტორები წარმოადგენენ. სასკოლო ექსკურსიების გარდა, თითქმის ყველა საერთაშორისო ვიზიტორი საქართველოში მოგზაურებისათვის ადგილობრივ ტუროპერატორ კომპანიას იყენებს. იმერეთის ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგიიდან (GNTA 2012) ნათელი ხდება, რომ ტუროპერატორები თავიანთ პროგრამებში რეგულარულად რთავენ იმერეთის კულტურულ ღირსშესანიშნაობებს, ხოლო მათგან 60% კი, იმერეთის მღვიმეებს.

შესაბამისად, ჩვენ ვასკვნით, რომ ჯგუფური ტურიზმი საკმაოდ მნიშვნელოვანი კომპონენტია იმერეთის მღვიმეებისათვის, რაც ასევე მარკეტინგული თვალსაზრისითაც ხელსაყრელია - მიუხედავად ინდივიდუალ მომხმარებელზე ორიენტირებული მარკეტინგისა B2C, მეტად მნიშვნელოვანია ბიზნეს პარტნიორებზე ორიენტირებული მარკეტინგი B2B. ბიზნესი ბიზნესისათვის (B2B) მარკეტინგი იმერეთის მღვიმეების მაგალითზე მოიცავს სასკოლო პროგრამებს, ტუროპერატორებსა და ტურისტულ კომპანიებს, სასტუმროების მფლობელებს წყალტუბოსა და ქუთაისში და ადგილობრივ სპელეოლოგიურ ასოციაციებს.

ვიზიტორთათვის სათაფლიის და პრომეთეს მღვიმის მონახულების მთავარ მოტივს ბუნების შეცნობა და განათლება წარმოადგენს.

ცხრილი 9: იმერეთის მღვიმეების მონახულების ძირითადი მოტივაცია (%)

სახელწოდება	მოტივაცია 1	მოტივაცია 2
სათაფლიის და პრომეთეს მღვიმეები	ბუნება - 67%	განათლება - 37%

წყარო დაანგარიშებულია დტს-ს მიერ იმერეთის მღვიმეებში ჩატარებული გამოკითხვის საფუძველზე

სათაფლიასა და პრომეთეს მღვიმეს ვიზიტორები ძირითადად ჯგუფური სახით სტუმრობენ, სასკოლო კლასების, ან ტუროპერატორების მიერ ორგანიზებულ გუნდებად სქართველოში ტურისტული მოგზაურობის დროს.

ცხრილი 10: იმერეთის მღვიმეებში ჯგუფებისა და ინდივიდუალური ვიზიტორების გადანაწილება, 2013

სახელწოდება	ინდივიდუალური ვიზიტორები	ჯგუფები (TO/TA)	სულ
სათაფლიის და პრომეთეს მღვიმეები	30%	70%	100%

წყარო: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია

იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციის დაანგარიშებით სტუდენტები და სკოლის მოსწავლეები შეადგენენ ვიზიტორების ყველაზე დიდ ჯგუფებს, შემდგომ მოდიან ინდივიდუალური ვიზიტორები, ოჯახები და წყვილები.

ცხრილი 11: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა დემოგრაფიული მახასიათებლების გადანაწილება, 2013

სახელწოდება	ოჯახები	წყვილები	ინდივიდუალური რივიზიტორები	მკვლევარები / მეცნიერები	სტუდენტები	ბავშვები / სკოლები	სულ
სათაფლიისდაპრომეთესმღვიმეები	16%	7%	20%	1%	28%	28%	100%

წყარო: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია

იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორები საკმაოდ კრიტიკულად აფასებენ თავიანთ გამოცდილებას. ისინი რამდენიმე პოზიტიურ გამოხმაურებას იძლევიან სათაფლიასა და პრომეთეს მღვიმეზე. პოზიტიურ შეფასებებს განეკუთვნება ბუნება და ლანდშაფტი, ხელსაყრელი მდებარეობა - დასავლეთ-აღმოსავლეთის მთავარ ტრანზიტულ გზასთან სიახლოვე, სტუმართმოყვარე თანამშრომლები, კარგი სერვისი და მიმზიდველი ტურისტული ბილიკები.

ცხრილი 12: იმერეთის მღვიმეების მონახულებისას ვიზიტორთა მიერ მიღებული დადებითი გამოცდილება

სახელწოდება	კმაყოფილება 1	კმაყოფილება 2	კმაყოფილება 3	კმაყოფილება 4
პრომეთეს მღვიმე	ბუნება და ლანდშაფტი	ბილიკი	ადგილმდებარეობა	
ვიზიტორთა ცენტრი და მომსახურება	სტუმართმოყვარე თანამშრომლები	შენობა-ნაგებობები		
დამატებითი ტურისტული პროდუქტი და მომსახურება	პატარა მატარებელი და ნავი	აუდიო გიდი	ვიზიტორთა მომსახურება	
სათაფლიის მღვიმე	ბუნება ლანდშაფტი	შუშის გადასახედი	ბილიკი	ადგილმდებარეობა

ვიზიტორთა ცენტრი და მომსახურება	სტუმართმოყვარე თანამშრომლები	შენობა-ნაგებობები		
დამატებითი ტურისტული პროდუქტი და სერვისები	ვიზიტორთა სერვისი			

წყარო: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია

ვიზიტორების მიერ გამოთქმულია ბევრი კრიტიკული შენიშვნა, რომლებიც აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციამ და ყველაფერი გააკეთოს, რათა აღმოფხვრას არსებული ნაკლოვანებები. კრიტიკის ერთი ჯგუფი ეხება ტურისტული ინფრასტრუქტურის ორგანიზების საკითხს: ვიზიტორთა ცენტრს, კვების ობიექტს, პარკინგს, საპირფარეშოებს, რომლებიც არ არის სათანადოდ გამართული და ღჭურვილი. შემდგომი კრიტიკა ეხება თანამშრომელთა სიმცირეს, გიდებსა და ჯგუფების სიდიდეს, ასევე ინიფორმაციის სიმცირეს, ლოდონის დროს განკუთვნილი ადგილებს და სერვისებს, განსაკუთრებით კი ბავშვებისათვის.

ცხრილი 13: იმერეთის მღვიმეების მონახულებისას ვიზიტორთა მიერ მიღებული უარყოფითი გამოცდილება

სახელწოდება	უკმაყოფილება 1	უკმაყოფილება 2	უკმაყოფილება 3	უკმაყოფილება 4	უკმაყოფილება 5
პრომეთეს მღვიმე					
ვიზიტორთა ცენტრი და მომსახურება	მოსაცდელი ადგილი არ არის მოწყობილი და აღჭურვილი	მცირე ზომის კვების ობიექტი	კვალიფიციური თანამშრომლების ნაკლებობა	ვიზიტორთა ცენტრის შენობის ნაწილი გამოუყენებელია	
დამატებითი ტურისტული პროდუქტი და სერვისები	თანამშრომელთა არასაკმარისი რაოდენობა	ძალიან დიდი ჯგუფები			
სათაფლიის აღკვეთილი					
ვიზიტორთა ცენტრი და მომსახურება	ვიზიტორთა ცენტრი შორია მთავარი შესასვლელიდან	ცუდი, არასაკმარისი ტუალეტები	გიდების სიმცირე		
დამატებითი ტურისტული პროდუქტი და სერვისები	არასაკმარისი ინფორმაცია სამუშაო საათების შესახებ	საპიკნიკე ადგილების არქონა	არაფუნქციონალური კაფე	არ არის სათანაშო მოედანი ბავშვებისთვის	ბილიკები საჭიროებენ მოვლას
ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა და ფრომოუშენი	ტურისტები არ არიან წინასწარ ინფორმირებულნი ბილიკის სიგრძის შესახებ	საინტერპრეტაციო დაფების სიმცირე			
ტრანსპორტის ხელმისაწვდომობა და პარკინგი	არარეგულარული საზოგადოებრივი ტრანსპორტის	საზოგადოებრივი ტრანსპორტის განრიგი არასანდოა	პარკინგი არ არის ორგანიზებული	წვიმიანი ან მზიანი ამინდისგან დასაცავი თავშესაფრის არარსებობა	
მანიშნებლები გზებზე	მანიშნებელთა სიმცირე				
ტურისტული პროდუქტები და სერვისები მოსახლეობაში / დანიშნულების	შეზღუდული ტურისტული შეთავაზებები, განსაკუთრებით ბავშვებისათვის				

ადგილი					
--------	--	--	--	--	--

წყარო: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია

დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის წარმოადგენს და ეფექტური განვითარება დტს-სა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების ფინანსური მდგრადობის წყაროს წარმოადგენს, რაც მათ საშუალებას აძლევს განახორციელონ თავიანთი მისია- შეინარჩუნონ, დაიცვან და მართონ ბუნებრივი გარემო, ბუნებრივი ფასეულობები და ბუნებრივი მემკვიდრეობა. 2013 წელს, ტურისტული აქტივობებით გამოწვეული ეკონომიკური ეფექტი დტს-სა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების ბიუჯეტის 16%-ს წარმოადგენდა. ყველაზე დიდი შემოსავალი იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებს მოაქვთ, რაც ყველა დაცული ტერიტორიიდან მიღებული მოგების 90%-ს უტოლდება.

2013 წელს, იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული საქმიანობით განპირობებული შემოსავალი 918 984 ლარის შეადგენდა; 2014 წლისათვის შემოსავლების ზრდა 1.2 მილიონ ლარამდე არის ნაპირაუდევო, აღნიშნული ვარაუდი კი იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციის მიერ შედგენილ დროებით სტატისტიკასა და პროგნოზზე არის დაყრდნობილი. შემოსავლის უდიდესი ნაწილი - 89% - შესასვლელი ბილეთებიდან არის მიღებული. 2013 წელს, საშუალო შემოსავალი იმერეთის მღვიმეების თითოეულ ვიზიტორიდან, ყველა სერვისების ჩათვლით 6.3 ლარს წარმოადგენდა. აღნიშნული საშუალო შემოსავალი თითოეული ვიზიტორიდან უფრო მცირეა ვიდრე ბილეთის ღირებულება, რომელიც 7 ლარს წარმოადგენს. იმერეთის მღვიმეები იღებენ აგრეთვე სხვა შემოსავალს სათაფლიაში არსებული კაფეტერიისა და პრომეთეს ვიზიტორთა ცენტრში არსებული სუვენირების მაღაზიის კონცესიიდან.

ქვემოთ მოცემულია სათაფლის აღკვეთილისა და პრომეთეს მღვიმის ფასების ფურცელი. ცალსახაა, რომ ვიზიტორთათვის წარმოდგენილი ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების არჩევანი საკმაოდ ლიმიტირებულია და არ იძლევა შემოსავლების გაზრდის საკმარის საშუალებას.

ცხრილი 14: სათაფლის აღკვეთილისა და პრომეთეს მღვიმის ფასების ფურცელი (ლარი)

N	პროდუქტი / სერვისი	პრომეთე	სათაფლია
1	შესასვლელი ბილეთი		
	მოსწავლეები და სტუდენტები	3.5	3.0
	ჩვეულებრივი ბილეთი	7.0	6.0
2	ნავით გასეირნება	7.0	
3	აუდიო გიდი	7.0	
4	ქორწინების ცერემონიალი	100	100
5	საკონფერენციო დარბაზი /დღე	100	100
6	ვიპ სერვისი		
	1-10 ადამიანი	100 + ბილეთი	100 + ბილეთი
	11 -20 ადამიანი	200 + ბილეთი	200 + ბილეთი
7	მონეტის ამოტიფრვა		1.0

წყარო: დტს-ს ვებგვერდი, 1. 11.2014

იმერეთის მღვიმეებში არსებული ტურისტული პროდუქტის სპეციფიურობის გამო, მღვიმეების მიმდებარედ მცხოვრებ მოსახლეობა ვერ იღებს განსაკუთრებულ სარგებელს სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმის

მოსახლეობიდან მისულისევიტორისაგან. ვიზიტორები ხარჯვენ დაახლოებით მხოლოდ 3 საათს მღვიმის ექსურსიისთვის და არ საჭიროებენ დამატებით სერვისებს ადგილობრივი მოსახლეობისაგან, როგორცაა დამისთევა, კვება და სასმელი, გიდის მომსახურება, სოფლის პროდუქტი და სხვა. საერთაშორისო ვიზიტორები ძირითადად განსაზღვრული დროის მანძილზე მოგზაურობენ საქრთველოს ყველა რეგიონში და იმერეთში სტუმრობისას დამისთევისათვის ქუთაისსა და წყალტუბოში ჩერდებიან. ადგილობრივი ვიზიტორები უმეტესად მოდიან ექსურსიაზე ან წარმოადგენენ ტრანზიტულ მგზავრებს, რომლებიც გზად იმერეთის მღვიმეებს სტუმრობენ. შესაბამისად, იმერეთის მღვიმეებში ტურიზმის განვითარებით მიმდებარე მოსახლეობისაეკონომიკური მდგომარეობის გამლიერებამ უნდა მიიღოს განსხვავებული ფორმები სხვა ქვეყნის დაცული ტერიტორიების მაგალითების მიხედვით. ეს ნაწილი განხილულია დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობის ქვეთავში.

5 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების SWOT და ღირებულების ჯაჭვის ანალიზი

5.1 SWOT – ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობებისა და საშიშროებების შეფასება

SWOT-ანალიზი გვაძლევს შესაძლებლობას მიმოვიხილოთ იმერეთის მღვიმეების ფუნქციონირების ძლიერი და სუსტი მხარეები, ასევე რა შესაძლებლობები და საშიშროებები არსებობს გარემოში და რამაც მომავალში შეიძლება გავლენა იქონიოს იმერეთის მღვიმეების გამართულ ფუნქციონირებაზე.

იმერეთის მღვიმეებში სამუშაო გასვლების დროს SWOT-ი დეტალურად იქნა განხილული. იმერეთის მღვიმეების სისტემა პრომეთესა და სათაფლიის მღვიმეებით, წარმოადგენს ყველაზე მიმზიდველ ტურისტულ სანახაობას რეგიონის მასშტაბით. ეს მღვიმეები უკონკურენტო უახლოესი 1 000 კმ-ის რადიუსით. დამატებითი მღვიმეების განვითარების შემდგომ, მთლიანი სისტემა კიდევ უფრო მიმზიდველი გახდება როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის.

ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ძლიერ მხარეს წარმოადგენს ასევე მოსახერხებელი ადგილმდებარეობა და სიახლოვე საერთაშორისო აეროპორტთან, მთავარ სამანქანო მაგისტრალთან, წყალტუბოსა და შავი ზღვის კურორტებთან და იუნესკოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებთან - ბაგრატიისა და გელათის მონასტრებთან. ორივე, სათაფლიის ადკვეთილი და პრომეთეს მღვიმე ტურისტული ინფრასტრუქტურის თვალსაზრისით ყველაზე კარგად აღჭურვილი დაცული ტერიტორიებია საქართველოში. სამომავლო განვითარების შესაძლებლობა და ტურისტების ყოველწლიური მატება დასტურია იმისა, რომ საქართველო სულ უფრო მეტად პოპულარულ სამოგზაურო ქვეყნების რიცხვს განეკუთვნება, საერთაშორისო ტურისტების მნიშვნელოვანი ზრდის მაჩვენებლით.

ცხრილი 15: იმერეთის მღვიმეების SWOT ანალიზი

იმერეთის მღვიმეებისა და შემოგარენის ძლიერი მხარეები	იმერეთის მღვიმეებისა და შემოგარენის სუსტი მხარეები
ტრანსპორტი/მიღწევადობა > კარგი მდებარეობა, 240 კმ დედაქალაქიდან, 160 კმ შავი ზღვის სანაპიროდან, 20 კმ ქუთაისიდან > 30 კმ ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტიდან > საქართველოს ცენტრალურ საერთაშორისო მაგისტრალთან სიახლოვე აღმოსავლეთ-დასავლეთის დამაკავშირებელ გზასთან > კარგი მისასვლელი გზები სათაფლიასა და პრომეთეს მღვიმეში > ქუთაისის ავტო და რკინიგზის სადგურთან სიახლოვე	ტრანსპორტი/მიღწევადობა > საგზაოდა ტურისტული მანიშნებლების ნაკლებობა > არასაკმარისი საზოგადოებრივი ტრანსპორტი არასანდო განრიგით > ავტობუსის იშვიათი გაჩერებები შეზღუდული ინფრამაგიით > მიუღწევადია უნარშეზღუდული ადამიანებისთვის > ოკაცემდე მისასვლელი გზა ცუდ მდგომარეობაშია > ბიუჯეტური ავიაკომპანიების სიმცირე საქართველოში > არასაკმარისი პარკინგის ადგილი სათაფლიასა და პრომეთეში > გასანვითარებელია მისასვლელი გზები და პარკინგი დამატებითი მღვიმეებისათვის > ცუდი ინტერნეტ-კავშირი
ბუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > პრომეთეში არსებული 17 მღვიმიდან, 6 ღიაა	ბუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > თოვლის შემთხვევაში, ოკაცის კანიონი და

ვიზიტორთათვის > დაცულ ტერიტორიებზე გეოლოგიური, სპელეოლოგიური და ზუნებრივი ძეგლების მრავალფეროვნება (კოლხური ტყე და სხვ) > მდიდარი ბიომრავალფეროვნება პრომეთეს მღვიმეში (სტალაქტიტები, სტალაგმიტები, გაქვავებული ჩანჩქერები, ქვის შეკიდული ფარდები, მღვიმე დასახლებულია სხვადასხვა ორგანიზმებით: ღამურებით, მტკნარი წყლის მოლუსკებით, ობობებითა და სხვ) > გამორჩეული ლანდშაფტი, მღვიმეებისა და კანიონების სიმრავლე, უნიკალური კოლხური ჭარბტენიანი ტერიტორიები, მდინარე როინის ხეობა > დტ-ს სიახლოვეს არსებული რამდენიმე კულტურული და არქეოლოგიური ძეგლი: მე-9 საუკ. უბისის ეკლესია, მე-10 საუკ. მოწამეთას ეკლესია, პეტრე ჭაბუკიანის მემორიალი > დტ-ს სიახლოვეს იუნესკოს კულტურული მემკვიდრეობის ორი ძეგლი: მე-12 საუკ. გელთის მონასტერი და მე-11 საუკ. ბაგრატის ტაძარი > წყალტუბოს კურორტისა და ქუთაისის მაღალი ცნობადობა > რბილი კლიმატი	სათაფლის ადგილი რთულად მიღწევადია > არ არის შეფასებული რისკები მღვიმეების, შუშის პანორამული გადასახედისა და კანიონზე შეკიდული ბილიკის უსაფრთხოებასთან მიმართებაში > კულტურული ძეგლებისა და ადგილების ნელი რეაბილიტაცია და ნარჩენების არასათანადო მართვა
ინფრასტრუქტურა > კარგი და მრავალფეროვანი ინფრასტრუქტურული ნაგებობები სათაფლიასა და პრომეთეში > 16 ადგილიანი სასტუმრო საკონფერენციო დარბაზით (100 პერსონაზე) > ვიზიტორთა ცენტრადმინისტრაციული შენობები > სპელეოლოგიური მუზეუმი სათაფლიაში > შუშის პანორამული გადასახედი კაფეტერიით > ვიზიტორთა ცენტრის ახლოს მდებარე რესტორანი და კაფეტერია > საინფორმაციო და ბილეთების სალარო, ასევე სუვენირების მაღაზია სათაფლიის შესასვლელში > რამდენიმე ენაზე ადაპტირებული აუდიოგაიდი > საფოსტო მომსახურება > ღამისთვის ადგილები წყალტუბოსა და ქუთაისში (საოჯახო სასტუმროები, სასტუმროები და სხვ)	ინფრასტრუქტურა > ვიზიტორთა ცენტრი და ადმინისტრაციული შენობები გამოყენებულია არასრულად > უფუნქციო სასტუმრო და საკონფერენციო დარბაზი > წყლის, ელექტროენერგიისა და უკაბელო ინტერნეტის პრობლემა სათაფლიაში > არ არსებობს მოსასვენებელი ადგილი ტურისტებისათვის > არ არსებობს ადგილი ტურისტებისათვის, რომლებიც არ დაიშვებიან მღვიმეში (მცირეწლოვანი ბავშვები და მათი მშობლები) > არ არსებობს ინფრასტრუქტურა განსაკუთრებული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის > პირველადი დახმარების სერვისის სიმცირე > საპირფარეშოების სიმცირე > დამატებითი ტურისტული პროდუქტისა და სერვისის ნაკლებობა (შოპინგი, კულტურული ღონისძიებები, სათამაშო მოედანი, გასართობი საშუალებების სიმცირე და სხვ)
ტურიზმის განვითარება > სათაფლია და პრომეთე ღია ვიზიტორთათვის მთელი წლის მანძილზე > 2013 წელს მღვიმეებს ეწვია 150 000 ტურისტი; პრომეთეს მღვიმე - N1 ტურისტული მიმართულება რეგიონში (75 000 ვიზიტორი) > პრომეთეს მღვიმეში არსებული ტურისტული	ტურიზმის განვითარება > არ არსებობს ტურიზმის განვითარებისა და მენეჯმენტის გეგმა > კვალიფიციური მოსამსახურე პერსონალის სიმცირე (ტურისტული გიდები, ტურიზმისა და მარკეტინგის სპეციალისტები) > კონცესიის პრაქტიკის სიმცირე

სერვისები - 6 დარბაზში გადაჭიმული 1 420 მეტრის სიგრძის საფეხმავლო ბილიკი 380 მეტრიანი სანაოსნო გამოსასვლელით (საშუალო სირთულის) > პრომეთეს ტურისტული პროდუქტი: სამოქალაქო ქორწინების ცერემონიალი სიყვარულის დარბაზში > სათაფლიის აღკვეთილში არსებული ტურისტული პროდუქტი: 3.3 კმ სიგრძის საფეხმავლო ბილიკი (2 სთ, მარტივი). საფეხმავლო ბილიკი დინოზავრის ნაკვალევის საკონსერვაციო ნაგებობის შიგნით, უნიკალური კარსტული მღვიმე, საგამოფენო დარბაზი, კოლხური ტყე და ველური ფუტკრის საცხოვრებელი არეალი. ხელსაყრელია ბავშვიანი ოჯახებისათვის > ვიპ სერვისი ვიზიტორთათვის	> სეზონურობა, პიკის სეზონი ივნისში > განრიგის გარშე ორგანიზებული ტურები > დღის განმავლობაში დაიშვება ვიზიტორთა მხოლოდ ლიმიტირებული რაოდენობა პრომეთეს მღვიმის გამტარუნარიანობის გათვალისწინებით (ჯგუფში მხოლოდ 40 ადამიანი, ჯგუფური ტური იწყება ყოველ 15 წუთში ერთხელ > გარდა ტურისტული კომპანიებისა, არ არსებობს წინასწარი დაჯავშნის სისტემა > ტურისტული საინფორმაციო ცენტრის არარსებობა ადგილობრივი ადგილობრივი > გარდა დტ-ს ტურისტული რუკებისა, სარეკლამო და მარკეტინგული მასალების სიმცირე > არასაკმარისი მარკეტინგი და პიარი > ბავშვებისა და ოჯახებისთვის პროგრამების სიმცირე > რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე არსებული სტატისტიკის სიმცირე > უცხო ენების ცოდნის ნაკლებობა > არ არსებობს ფასტა დიფერენცია > არ არის ხარისხის სატენდარტიზაცია > ტურისტული მიმართულების ღირებულება ბრენდ იმიჯი
თანამშრომლობა > სტუმართმოყვარე ხალხი, დაინტერესებულნი არიან ტურიზმის განვითარებით > იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები გაწევრიანებული არიან ISCA-ში (მღვიმეების საერთაშორისო ასოციაციაში) > ადგილობრივ და საერთაშორისო ტუროპერატორებთან / ტურისტულ კომპანიებთან თანამშრომლობის კარგი მაგალითები > ადგილობრივი ადმინისტრაციების ინტერესი ტურიზმის განვითარების ასპექტებში > საერთაშორისო ფონდები დაინტერესებულები არიან შეიტანონ თავიანთი წვლილი დაცული ტერიტორიებისა და რეგიონის განვითარებაში > წყალტუბოს მუნიციპალიტეტსა და ადგილის მართვის ორგანიზაციებთან (DMO) კარგი თანამშრომლობა > თანამშრომლობა ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციასთან, ქუთაისის აეროპორტში ერთობლივი ტურისტული ცენტრის შექმნასთან დაკავშირებით	თანამშრომლობა > არ არსებობდა ადგილობრივი HORECA (სასტუმრო, რესტორანი, კაფე) ასოციაციები > ტურიზმის განვითარების საკითხებში ადგილობრივი მოსახლეობის ინტეგრირების დაბალი მაჩვენებელი > ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული გეგმის განხორციელების საკითხებში სუსტი თანამშრომლობა > სუსტი თანამშრომლობა ქუთაისის მუნიციპალიტეტსა და ტურიზმის დეპარტამენტთან > ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და საზოგადოებრივი ინიციატივების ნაკლებობა
იმერეთის მღვიმეების დტ-სა და შემოგარენის შესაძლებლობები	იმერეთის მღვიმეების დტ-სა და შემოგარენის საშიშროებები
ტრანსპორტი / მიღწევადობა > თბილისისა და შავი ზღვის დამაკავშირებელი გზის მშენებლობის შემდგომი გაგრძელება	ტრანსპორტი / მიღწევადობა > გზების მდგომარეობა და მათი მოვლა-პატრონობა

> მეტი ბიუჯეტური ავიაკომპანია ქუთაისის აეროპორტში > საზოგადოებრივი ტრანსპორტის განვითარება წყალტუბოს კურორტიდან სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეების მიმართულებით > განსაკუთრებული შესაძლებლობების მქონე პიერზისათვის მიღწევადობის გამარტივება > ძემილეთი - ოკაცის გზის რეაბილიტაცია / განვითარება	> ბუნებრივი კატასტროფები (წყალდიდობა და სხვ) გავლენას ახდენენ მიღწევადობაზე
ბუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > დტ-ს პოტენციური რესურსები: სოლკოთას მღვიმე, სარწყუმალის მღვიმე, გუმბრის მღვიმე, საწურბლიის მღვიმე, სათევზიას მღვიმე (ხონი), დევისხვრელი (სოფ. ლაშე), საგვარჯილე (თერჯოლა), შავლიეთის მღვიმე (მდ. ყვირილას ხეობა), დარკვეთის ეხი, მღვიმევის მღვიმე, სამგლეს მღვიმე, სამერცხლეს მღვიმე, სათოზავის მღვიმე, საძროხიას მღვიმე, საჩინქეს მღვიმე > ახალი ტურისტულ-სათავგადასავლო პარკი - მარტვილი, გოჭკადილი და ოკაცე > ბუნებრივი რესურსების გამოყენება გამაჯანსაღებელი მიზნებისათვის წყალტუბოში (წყალი, პელოიდური ტალახი, კლიმატი და სხვ) > იმერეთის სოფლებსა და პერიფერიაში ტურიზმის განვითარება > გამეოროზე ზემოქმედების მდგრადი მართვა > ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის საკითხებში ცნობიერების მაღალი დონე	ბუნებრივი და კულტურული ფასეულობები > ბუნებრივი კატასტროფებით გამოწვეული უარყოფითი ეფექტი (მაგ. მიწისძვრა) > გადაჭარბებული ექსპლუატაციით გამოწვეული ბუნებრივი და კულტურული ღირებულებების დეგრადაცია
ინფრასტრუქტურა > სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეების ტტურისტული და ადმინისტრაციული შენობების რესტრუქტურისა და უფრო ეფექტური გამოყენების მიზნით > მეტი სასტუმრო ოთახი სათაფლიაში და ბანაკები ბუნებრივი ძეგლების სიახლოვეს > განახლებადი ენერგიის წყაროების გამოყენება: მზის სისტემების დამონტაჟება > გაუმჯობესებული მანიშნებლები და საინფორმაციო დაფების დამონტაჟება > სარეკრეაციო ობიექტების განვითარება > დასასვენებელი ობიექტების განვითარება > სათამაშო მოედნები ბავშვებისათვის > პარკინგის გაუმჯობესებული სტანდარტები > პარკინგის ადგილი ველოსიპედებისათვის > წყლის სისტემის გაუმჯობესება სათაფლიაში > ახალი ტურისტული ობიექტები სათაფლიაში, წყალტუბოში, საირმეში, ქუთაისში და სხვა > იმერეთის რეგიონში ხანგრძლივი გაჩერებისათვის გაზრდილი ღამისთევის ადგილები	ინფრასტრუქტურა > ფინანსური რესურსების სიმცირე განვითარებისა და მოვლა-პატრონობისათვის > განვითარების ლიმიტი გამკაცრებული გარემოსდაცვითი სტანდარტების გათვალისწინებით > ზრდის ლიმიტი სპორტული / სათავგადასავლო უსაფრთხოების სტანდარტების გათვალისწინებით > პროექტებისა და საპროექტი იდეების სიმცირე ინვესტირებისათვის > ადამიანური რესურსების ნაკლებობა პროექტის გეგმის შესრულებისათვის

ტურიზმის განვითარება > იმერეთის მღვიმეების ტურისტულ შეთავაზებებში არსებული მღვიმეების გაფართოება და ახალი მღვიმეების განვითარება > საცხენოსნო მარშრუტების ორგანიზების შესაძლებლობა შემოგარენში, ასევე ველო და საფეხმავლო მოგზაურობა: გამოკვლეულია 8 ბილიკი პრომეთეს მღვიმის შემოგარენში > შესაძლებელია მღვიმეების დამაკავშირებელი ველო ბილიკების განვითარება: - წყალტუბო - ძეძიეთი (7-8 კმ) - წყალტუბო - ძეძიეთი - ოკაცე (20 კმ) - წყალტუბო - ძეძიეთი - ოკაცე - მარტვილი (25 კმ) > სპეციალური შეთავაზებები განსაკუთრებული შესაძლებლობების მქონე ადამიანებისათვის (მხედველობა დაქვეითებული, სმენადაქვეითებული, ეტლში მჯდომი, ოჯახები საბავშვო ეტლებით, მოხუცებულები და სხვა) > იმერეთის მღვიმეების დტ-ს გუმჯობესებული მარკეტინგი > ოკაცე-მარტვილის სათავგადასავლო პარკის განვითარება > რაჭა-ლეჩხუმის დაცული ტერიტორიების ჩამოყალიბების გეგმა > ტრადიციული პროდუქტების / სუვენირების განვითარების წახალისება (ხელნაკეთი, ქვის ნაკეთობები, თაფლის და სხვ) > სათემო და სოფლის ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები > ღვინის დეგუსტაციის სერვისის განვითარება მღვიმეებში > იმერეთის რეგიონის, როგორც ტურისტული მიმართულების იმიჯის გაუმჯობესება	ტურიზმის განვითარება > ტურიზმის განვითარება შესაბამისი სტარტეგიისა და მარკეტინგული გეგმის გარეშე > პროექტის გეგმების მომზადებისა და განვითარების ნელი ტემპი > ტურიზმის განვითარებისთვის არასაკმარისი მხარდაჭერა და თანამშრომლობა > იმერეთის მღვიმეებში და ტურიზმში > მარკეტინგისა და სარეკლამო მასალების სიმცირე > ვიზიტორთა მენეჯმენტის / მონიტორინგის ნაკლებობით გამოწვეული გადატვირთული ტურისტული ზონები
თანამშრომლობა > წყალტუბოს კურორტის ტურისტული მიმართულებების მენეჯმენტის ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა და მათი ჩართულობა > თანამშრომლობა შემომყვან ტურ-ოპერატორებთან, ტურისტულ სააგენტოებთან, ტურისტულ ასოციაციებთან > დიდ ორგანიზაციებთან თანამშრომლობა მარკეტინგის ერთობლივად განვითარებისათვის (მაგ. ხარება) > ადგილობრივ მოსახლეობის ჩართულობა პროექტებში (PPP) > იმერეთის მღვიმეების დტ-ს მეგობართა ასოციაციებთან შესაძლო თანამშრომლობის განვითარება	თანამშრომლობა > დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობის მოდელის ნელი განვითარება - ადგილის მართვის მენეჯმენტის (DMO) ორგანიზაცია ან სმგავსი > დაცული ტერიტორიების მართვის ცენტრალიზებული სისტემა > დაინტერესებული მხარეების დაბალი ინტერესი თანამშრომლობისათვის

> ადგილობრივი მეწარმეების ინტეგრირება-საოჯახო სასტიმროები, ტაქსის მძღოლები, დტ-ზე ტრადიციული ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლები > უნივერსიტეტებთან და სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტებთან თანამშრომლობის გაძლიერება > ადგილობრივი თემების ტურიზმის სფეროში ჩართულობის გაუმჯობესება (საგანმანათლებლო პროგრამები, ბიზნესი და სხვ) > ინტენსიური თანამშრომლობა ადგილობრივ მედია საშუალებებთან: „ქუთაისი“, „იმერეთის მოამბე“, „PS“, „ახალი გაზეთი“, „ქუთაისური ვერსია“, „ჩვენებურები“ (ჟურნალი), სამეცნიერო ჟურნალი „განთიადი“, ტელევიზია: რიონი; რადიო: „მველი ქალაქი“ >	
--	--

წყარო: ინფორმაცია დაცული ტერიტორიებიდან, პროექტის სამუშაო შეხვედრა, და სხვადასხვა დოკუმენტები

არსებობს სუსტი მხარეები, რომლებიც გავლენას ახდენენ ტურისტულ იმიჯსა და იმერეთის მღვიმეებისვიზიტორთა კამყოფილების ხარისხზე. იმერეთის მღვიმეების მარკეტინგული სტრატეგიის განხორციელებით, ტურიზმი რეგიონში სულ უფრო მეტად განვითარებული ხდება, უმჯობესდება ინფრასტრუქტურა, ტურიზმში ჩართულ მცირე მეწარმეთა საქმიანობა უფრო პროფესიონალურ საფეხურზე გადადის, ხოლო ტურისტული პროდუქტისა და სერვისების მრავალფეროვნება უმჯობესდება, როგორც რეგიონში, ასევე იმერეთის მღვიმეებში.

იმ უპირატესობებითა და მიზიდველობით, რაც იმერეთის მღვიმეებს გააჩნიათ, დტს-ს განზრახული აქვს მაქსიმალურად გამოიყენოს არსებული პოტენციალი და შესაძლებლობები, როგორც ბუნების დაცვის, ასევე მარკეტინგული, ვიზიტორთა კამყოფილებისა და ფინანსური მდგრადობის კუთხით.

5.2 იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის ანალიზი

ღირებულებების ჯაჭვის ანალიზი გვაჩვენებს ინდივიდუალურპროცესებსა და მთლიან ჯაჭვს პირველი ნაბიჯიდან, როდესაც ხდება იმერეთის მღვიმეების ტურისტული შეთავაზებების შესახებ ინფორმაციის მიღება და საბოლოო პროცესამდე, როდესაც დტ-ს ადმინისტრაცია რეკომენდაციას უწევს მღვიმის ხელახალ დათვალიერებას და რა გავლენას ახდებს ეს ყოველივე ვიზიტორთა შთაბეჭდილებებზე.

ვიზიტორთა მიერ იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის ღირებულებების ჯაჭვის ანალიზი გვაძლევს შემდეგი სახის შეფასებას (1 - ძალიან ცუდი, 2 - ცუდი, 3 - საშუალო, 4 - კარგი, 5 - ძალიან კარგი)

ცხრილი 16: იმერეთის მღვიმეების ტურისტული პროდუქტისა და სერვისების ღირებულების ჯაჭვის ანალიზი

გადაწყვეტილების პროცესი	ქულა	განმარტება
იმერეთის მღვიმეების შესახებ ინფორმაცია		მღვიმეებს არ აქვთ საკუთარი ვებგვერდი საინფორმაციო მასალები არ არის ხელმისაწვდომი არ ტარდება მარკეტინგული აქტივობები
იმერეთის მღვიმეებში მოგზაურობის დაჯავშნა-გამოსყიდვა		წინასწარი დაჯავშნა შეუძლებელია დაჯავშნა შესაძლებელია ქართულ ტურ-ოპერატორებთან დაჯავშნა შესაძლებელია ადგილზე
მგზავრობა იმერეთის იმერეთის მღვიმეების მიმართულებით		არსებობს სატრანსპორტო საშუალება და მძღოლი, რომელმაც იცის გზა ცუდი გზის მანიშნებლები ბუნების ძეგლებამდე საკმაოდ კარგი მისასვლელი გზა
ჩამოსვლა და მიღება		პარკინგი ხელმისაწვდომია, ხშირად გადატვირთული ვიზიტორთა ცენტრი და ინფორმაციის ნაკლებობა მღვიმეების მოსანახულებლად შექმნილი გრძელი რიგები
ბუნების ძეგლების / მღვიმეების დათვალიერება		მღვიმეების დათვალიერებისადმი დიდი ინტერესი - დინოზავრის უნიკალური ნაკვალევი კარგი ინფრასტრუქტურა მღვიმეებში და ბილიკებზე კარგი გიდეები
ხელმისაწვდომობა - დამატებითი პროდუქტისა და სერვისების მოხმარება		დამატებითი პროდუქტებისა და სერვისების დამატებითი პროდუქტისა და სერვისებისათვის არ არსებობს არა მცდური ბაზარი დამატებითი პროდუქტებისა და სერვისებისათვის
ვიზიტის შემდგომი - ხელახალი ვიზიტი / მღვიმეების ვიზიტის რეკომენდაცია		არ არსებობს სუვენირი ან პროდუქტი, რომლის შეძენას და წაღებასაც შეძლებს ტურისტი არასათანადო აქტივობა და შეთავაზება თანამშრომელთა მიერ

წყარო: შეფასება გაკეთებულია დტ-ს ადმინისტრაციისა და პროექტის ანალიზის საფუძველზე

ინფორმაცია: თითოეული მოგზაურობაიწყება სამიზნე ტურისტული ადგილის შესახებ ინფორმაციის მოგროვებით. შესაძლებელია ითქვას, რომ იმერეთის მღვიმეებს პრაქტიკულად არ გააჩნიათ რაიმე სახის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია პოტენციური ვიზიტორებისათვის. არსებობს მხოლოდ 2 სახის მოკლე ინფორმაცია სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეების ტურისტული რუკის უკანა გვერდზე. იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციას არ გააჩნია საკუთარი ვებგვერდი, და ასევე არც დტს-ს ინტერნეტგვერდი იძლევა საკმარის ინფორმაციას საქართველოში ერთ-ერთი ყველაზე ხშირად მონახულებადი დაცული ტერიტორიის შესახებ. გუგლის სამიზნე სისტემა არ ახდენს სათაფლიის, პრომეთესა და იმერეთის იდენტიფიცირებას ძიების დროს. იმერეთის მღვიმეები არ ესწრებიან ტურისტულ გამოფენებს, არ გააჩნიათ სარეკლამო ბანერები მთავარ გზებზე, არ არიან სისტემატურ კავშირში მედია საშუალებებსა და ტუროპერატორებთან. ქუთაისისა და წყალტუბოს სასტუმროებსა და საოჯახო სასტუმროებში ვერ შეხვდებით საინფორმაციო-სდარეკლამო ფლაერებს. იმერეთის მღვიმეები უბრალოდ წარმოადგენენ იმერეთის რეგიონის ყველაზე მიმზიდველ ტურისტულ სანახაობას, რომელთა შესახებ იციან და რეკომენდაციას უწევენ სასტუმროები და თვით სტუმრებს სიტყვიერად სთავაზობენ მღვიმეების მონახულებას.

იმერეთის მღვიმეები გაწვერიანებული არიან ISCA-ში (საჩვენებელი მღვიმეების საერთაშორისო ასოციაციაში), რაც მათთვის ერთადერთ საშუალებას წარმოადგენს რომ გავიდნენ საერთაშორისო ბაზარზე, გარდა მცირე სახის ურთიერთობისა მღვიმეების პარტნიორ ორგანიზაციებთან პოლონეთსა და ჩეხეთის რესპუბლიკაში.

დაჯავშნა წარმოადგენს იმერეთის მღვიმეების მონახულების გადაწყვეტილებას. იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა უმეტესობა მოდის მღვიმეების მოსანახულებლად იმერეთის რეგიონში კულტურული მოგზაურობის დროს, ან უბრალოდ ჩერდებიან გზად საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში მოგზაურობისას, რომლებიც წყალტუბოს სასტუმროებში ათევენ ღამეს. ჯავშნა იმეტესწილად კეთდება ტუროპერატორის საშუალებით, რომელიც ახორციელებს მათთვის საქართველოში სამოგზაურო ტურის დაგეგმვას (თუნდაც ინდივიდუალური მოგზაურობის დროსაც კი).

მგზავრობა იმერეთისმღვიმეების მიმართულებითუმეტესობისათვის საკმაოდ მარტივია, ვინაიდან ისინი მოგზაურობენ ადგილობრივი ტუროპერატორის მიერ დაქირავებული ტრანსპორტისა და მძღოლების საშუალებით, რომლებიც კარგად იცნობენ მცირე ტრაფარეტებიან რეგიონულ გზებს. ინდივიდუალური მოგზაურებისათვის ეს უფრო პრობლემატურია; მათ უწევთ მიმართულების კითხვა რამდენჯერმე, მას მერე, რაც მთავარი გზიდან გადაუხვევენ.

ჩამოსვლა და მიღებაკარგად არის ორგანიზებული პარკინგის ადგილას, რომელიც ხშირ შემთხვევაში საკმაოდ მცირე ზომისაა და ვიზიტორთა ცენტრში, სადაც ვიზიტორები ყიდულობენ ბილეთს და იღებენ საჭირო ინფორმაციას. ვიზიტორთა ცენტრები და მოსაცდელი ადგილები ზოგ შემთხვევაში გადატვირთულია და იქ მყოფ ტურისტებს არ სთავაზობს რაიმე სახის დამატებით აქტივობებს - განსაკუთრებით კი, ბავშვებს, რომლებიც ელოდებიან მღვიმის ტურის დაწყებას.

ბუნების ძეგლების / სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეების დათვალიერებაწარმოადგენს საინტერესო გამოცდილებას ვიზიტორთათვის, არის საკმაოდ მიმზიდველი და კარგად წარმართული ადგილობრივი გიდების მიერ. ვიზიტორების თქმით, სათაფლიის მღვიმეში ჯგუფების სიმრავლის, მათი სიდიდის, ან საფეხმავლო ბილიკის სიგრძის შესახებ ინფორმაციის არ ქონა არ აფუჭებს მათ მიერ მღვიმეში მიღებულ ძალიან კარგ შთაბეჭდილებებს.

დამატებითი პროდუქტისა და სერვისები პრაქტიკულად არ არსებობს, რასაც ასევე ადასტურებს შემოსავლების სტრუქტურა. ვიზიტორების საჩივრების უმეტესობა ამ სეგმენტზეა ფოკუსირებული, რაც ასევე იმის მანიშნებელია, რომ არსებობს ტურიზმის შემოსავლების გაზრდის მიღების დაკარგული შესაძლებლობები.

გაყიდვების შემდგომი ეტაპი - ხელახალი ვიზიტი / რეკომენდაციები იმერეთის მღვიმეების დტს-ს ადმინისტრაციის მიერ არ ხორციელდება. არ არსებობს საფოსტო ბარათები, სუვენირები, პროდუქტები და ისეთი სახის ნივთები, რაც შეიძლება ვიზიტორმა სამახსოვროდ წაიღოს; არასათანადო შეთავაზება ვიზიტორთათვის; არ არსებობს ტუროპერატორებთან თანამშრომლობისათვის განკუთვნილი ღონისძიებები, რათა მათ პერიოდულად შეიტანონ იმერეთის მღვიმეები თავიანთ სამოგზაურო პროგრამებში; ასევე, მათ არ მიეწოდებათ ინფორმაცია სიახლეების შესახებ, რამაც შესაძლოა მოახდინოს მათ სტიმულირება, რომ გაზარდონ ვიზიტებისა და ჯგუფების რაოდენობა იმერეთის მღვიმეებში.

ღირებულების ჯაჭვის საერთო ანალიზი გვაჩვენებს იმერეთის მღვიმეებში ვიზიტორთა სამოგზაურო გამოცდილების ჯაჭვის ფაზების ელემენტების საკამოდ დიდ ვარიაციებს. მაგრამ არსებობს უნიკალური და მიმზიდველი ტურისტული პროდუქტი და კმაყოფილების დონის ასამაღლებლად, საჭიროებს მხოლოდ არსებული ინფასტრუქტურის უფრო ეფექტურ გამოყენებას, მცირე ინვესტიციებს პროგრამებსა და სერვისებში, შესაძლებლობების გაზრდის პერამენტულ ღონისძიებებს, ტრენინგებს სტუმრართმომცარებასა და ბიზნესის მარკეტინგში და სხვა.

6 იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ტურიზმში ჩართული დაინტერესებული მხარეები

დაცული ტერიტორიები, ვიზიტორთა მზარდი რაოდენობით, წარმოადგენენ ადგილობრივი თემებისა და მოსახლეობის განვითარების საუკეთესო შესაძლებლობას. ზოგადად, ვიზიტორების გაზრდილი რიცხვი ადგილობრივ მოსახლეობას სტიმულს აძლევს, რომ მათ შექმნან და შემდგომ შესთავაზონ სხვადასხვა სახის პროდუქტი და სერვისები დაცულ ტერიტორიაზე მოხვედრილ ტურისტებს. მაგრამ ვიზიტორთა სიმრავლემ, ასევე, შეიძლება უარყოფითი გავლენა იქონიოს ადგილობრივი მოსახლეობის ყოფაზეც; ვიზიტორთა დიდი ჯგუფები განაპირობებენ მეტ ხმაურს, მეტი სატრანსპორტო საშუალების გამოყენებას, მეტ ნარჩენებს და ძირითადი ინფრასტრუქტურის მეტად გამოყენებას - გზები, პარკინგის ადგილები, წყალი, ელექტროენერგია და სხვა. მაშასადამე, ტურიზმის განვითარება უნდა ეყრდნობოდეს საერთო ინტერესებს და საფუძვლად ედოს დაცული ტერიტორიებისა და ადგილობრივი მოსახლეობისათვის შემოსავლების მოტანა. უნდა ჩამოყალიბდეს დაცული ტერიტორიებისა და დაინტერესებული მხარეებს შორის თანამშრომლობა, რათა მოხდეს რესურსებისა და შემოსავლების განაწილება.

დაინტერესებულ მხარეთა ჯგუფებს, დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმთან მიმართებაში გააჩნიათ გაზრდილი მოლოდინი და შეხედულებები. ადგილობრივი მუნიციპალიტეტი და მოსახლეობა ხედავენ ადგილობრივი ბიზნესის, დასაქმების, ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესების, უცხოელი ვალუტის გამოუმუშავების და შემოსავლების ხელახალი გამოყენების შესაძლებლობებს; დამატებით, ისინი ასევე ელიან ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის, კულტურული თვითმყოფადობის შენარჩუნების სშესაძლებლობას, განათლებისა და ჯანმრთელობის გაუმჯობესებას, ასევე ბუნების დაფასების და ამ საკითხებში ცნობიერების ამაღლებას და ბუნებრივი გარემოს დაფასების დამკვიდრებას. ტურიზმის ასევე უზრუნველყოფს სერვისების ხელმისაწვდომობასაც. ტურიზმი ხელს უწყობს ადგილობრივი ტრადიციებისა და კულტურული ფასეულობების პატივისცემის გაღრმავებას.

დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტი, ტურიზმიდან მოელის ბუნების და ბუნებრივი მემკვიდრეობის შენარჩუნებასა და დაფასებას, დტ-დ ფუნქციონირებისათვის შემოსავლების მიღებას, დასაქმებასა და შემოსავლებს, გრძელვადიანი მდგრადი ეკონომიკური აქტივობების განვითარებას, ადგილობრივ მოსახლეობასთან კავშირების შექმნას, რესურსების მართვას, კვლევების ხელშეწყობას, დადებითი გამოცდილებების შექმნასა და კამყოფილი და ლოიალური ვიზიტორების მატებას.

ტურისტულ ბიზნესში ჩართული მხარეები, პროდუქტისა და სერვისის მომწოდებლები მოელიან საკუთარი ბიზნესის წარმატებულ მუშაობას, ბაზრის პოტენციალის გამოყენებას, სამიზნე ბაზრისთვის პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებას, ელიან ლოიალურ ვიზიტორს და ეხმარებიან მას შეიცნოს ბუნება, ბუნებრივი ფასეულობები და ბუნებრივი მემკვიდრეობა.

ტურისტები მოელიან საინტერესო შთაბეჭდილებებისა და გამოცდილების მიღებას, ახდენენ საკუთარი თავის რეალიზაციას, იუმჯობესებენ ჯანმრთელობას, ახდენენ სოაზილიაზაციას გარემოში, ხვდებიან სხვადასხვა ადამიანებს, ეცნობიან ოჯახის ისტორიებს, ტრადიციებს, კავშირებს, ჯგუფებს, ამყარებენ კულტურულ ფასეულობებს, პოპულარიზაციას უწევენ ბუნების დაცვასა და შენარჩუნებას და ატარებენ სასიამოვნო დროს.

ყველა აღნიშნული ინტერესი მრავალფეროვანია, კონფლიქტური და ამასთანავე, არსებობს ძალიან ბევრი ინტერესი, ვინაიდან ტურიზმი წარმოადგენს ისეთი ეკონომიკური აქტივობის სახეს, სადაც ერთი მხრივ არსებობს მომწოდებელთა საკმაოდ დიდი რაოდენობა და მეორეს მხრივ, მომხმარებელთა კიდევ უფრო დიდი რიცხვი, რომელთაც გააჩნიათ განსხვავებული უპირატესობები, მოლოდინი, კულტურა და ჩვევები. შესაბამისად, საჭიროა შეიქმნას ტურიზმის მომწოდებელთა ინტერესების საკოორდინაციო მექანიზმი, რომელიც, როგორც წესი, ტურისტული მიმართულების მენეჯმენტის ორგანიზაციის, ან მომწოდებელთა ასოციაციის სახეს ატარებს.

იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის ძირითად დაინტერესებულ მხარეებს წარმოადგენენ საქართველოს ტუროპერატორი და ტურისტული სააგენტოები, რომლებიც ხმელეთზე ოპერირებას უწევენ ტურისტულ ჯგუფებს. შემდგომ, ყველაზე მსხვილ დაინტერესებულ მხარეებს წარმოადგენენ სასტუმროები წყალტუბოში, ქუთაისში, ბათუმსა და სხვა შავი ზღვის კურორტებზე. იმერეთის მღვიმეებისათვის ყველაზე მნიშვნელოვანია, რომ ვიზიტი მღვიმეში ჩართული იყოს ტუროპერატორის პროგრამაში. ასევე, ძალიან მნიშვნელოვანი იქნება დაგეგმილი ტრანსფერების მოწყობა ქუთაისისა და წყალტუბოს სასტუმროებიდან ორივე მღვიმის მიმართულებით. იმერეთის მღვიმეებისათვის ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია თანამშრომლობა საქართველოს შემომყვან ტუროპერატორების ასოციაციასა და წყალტუბოს ტურისტული მიმართულების მართვის ორგანიზაციასთან.

იმერეთის მღვიმეების დტ-ს ტურიზმთან დაკავშირებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეები	
ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის ძირითადი დაინტერესებული მხარეები	> წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტი სასტუმროებითა და სანატორიუმით > ქუთაისისა და შემოგარენის სასტუმროები და საოჯახო სასტუმროები > ტუროპერატორები და ტურისტული სააგენტოები > ქუთაისის საერთაშორისო აეროპორტი > ქუთაისის საზოგადოებრივი ტრანსპორტის კომპანია > ქუთაისისა და წყალტუბოს ტაქსები
კულტურული სანახაობა და ადგილები	> ბაგრატის საკათედრო ტაძარი (იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის უბანი) > გელათის მონასტერი (იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის უბანი) > მოწამეთას ეკლესია > ქუთაისისა და ვანის მუზეუმები
ტურისტული ორგანიზაციები	> წყალტუბოს ტურისტული მიმართულების (DMO) მართვის ორგანიზაცია > GITO - საქ. შემომყვან ტუროპერატორთა ასოციაცია > ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი ქუთაისში
ასოციაციები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, ცენტრები, კლუბები	> ISCA - საერთაშორისო საჩვენებელი მღვიმეების ასოციაცია > ETDC - ეკოტურიზმის განვითარების ცენტრი, აგროტურისტული ცენტრი „კორენა“
საგანმანათლებლო ორგანიზაციები	> ქუთაისის უნივერსიტეტი > აკაკი წერეთლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი > ქუთაისის ტექნიკური უნივერსიტეტი > ვახუშტი ბაგრატიონის სახელობის გეოგრაფიის ინსტიტუტი - გეომორფოლოგია-გეოეკოლოგიის დეპარტამენტი > საქართველოსა და რეგიონის სკოლები
ადგილობრივი თემები	> წყალტუბოს მუნიციპალიტეტი > ქუთაისის მუნიციპალიტეტი - ტურიზმის დეპარტამენტი > იმერეთის მღვიმეების სიახლოვეს მყოფი ადგილობრივი თემები: ყუმისთავი, ხომული, გუმბრანი, ბანოჯა, ჯიმატარი, გორდი, კინჩხა, ხვილიში
ტანამარკეტინგის ორგანიზაციები, დონორები და საერთაშორისო ორგანიზაციები	> ღვინის კომპანია ზარება > ბანკები > მსოფლიო ბანკი

წყარო: ინფორმაცია დტ-ს ადმინისტრაციიდან და სხვადასხვა დოკუმენტები

ცხრილი 17: იმერეთის დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმთან დაკავშირებული ძირითადი დაინტერესებული მხარეები

იმერეთის მღვიმეებს, სხვა დაცულ ტერიტორიებთან შედარებით გააჩნიათ განსხვავებული სიტუაცია დაინტერესებულ მხარეებთან და მათთან თანამშრომლობის საკითხები. იმერეთის მღვიმეები წარმოადგენენ ისეთ ატრაქციას, სადაც ტურისტები მხოლოდ რამდენიმე საათით ჩერდებიან. იმერეთის მღვიმეები არ საჭიროებენ დამისთვის საშუალებების არსებობას; უფრო მეტიც, არცმრავალრიცხოვან კვების ობიექტებს და არც ადგილობრივი პროდუქტებისა და სერვისების მრავალფეროვნებას. ტურისტების უმთავრეს მიზანს, 1 საათის ან ცოტა მეტის მანძილზე მღვიმეებისა და მიწისქვეშა კარსტული სანახაობების, ასევე სხვა ბუნებრივი ფასეულობების დათვალიერება და შეცნობა წარმოადგენს. დაცული ტერიტორიის მენეჯმენტს შეუძლია გამოიყენოს მრავალრიცხოვანი ვიზიტების ეს სიტუაცია მხოლოდ რამდენიმე პროდუქტისა და სერვისის გასაყიდად, რაც დამატებით, გაზრდის ბილეთებიდან მიღებული შემოსავლის ოდენობას.

იმერეთის მღვიმეები, სინამდვილეში, ადგილობრივ თემებს ვერ სთავაზობენ იმდენ შესაძლებლობებს, რასაც სხვა დაცული ტერიტორიები. და მაინც, ძალზედ მნიშვნელოვანი იქნება, თუ იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაცია ადგილობრივ მოსახლეობასა და სხვადასხვა პროდუქტის მწარმოებლებს შესაძლებლობებს სტანდარტიზებულ სავაჭრო სტენდებს ვიზიტორთა ცენტრებისა და პარკინგის მოედნების სიახლოვეს. იმისათვის, რომ გაღრმავდეს თანამშრომლობა და კავშირები დაცულ ტერიტორიებსა და ადგილობრივ თემებს შორის, დტ-ს ადმინისტრაციამ სასურველია რომ მოიწვიოს ეს ადამიანები მღვიმეების დასათვალიერებლად, დტ-ს ღია კარის და თემატურ დღეებზე დასასწრებად და სხვ. ასევე ძალიან ნაყოფიერი იქნება ამ თემებთან და მოსახლეობასთან წლიური შეხვედრების ორგანიზება და მათთვის მღვიმეების განვითარების ახალი გეგმების წარდგენა, მღვიმეებისა და ზოგადად რეგიონის იმიჯის გაძლიერება; მათთვის და განსაკუთრებით კი, ახალგაზრდებისთვის პროფესიული და ბიზნეს შესაძლებლობების წარდგენა, მღვიმეებში და მათ სიახლოვეს ტურიზმის განვითარების შესახებ მოსაზრებებისა და დაკვირვებების მოსმენა და ასევე, ვიზიტორების გაზრდილი რაოდენობით გამოწვეული პრობლემების განხილვა. ყოველივე ეს დადებით გავლენას იქონიებს იმერეთის მღვიმეებში ტურიზმის განვითარების სოციალურ მდგრადობაზე.

იმერეთის მღვიმეების დტ-ს მეგობართა ასოციაციები შესაძლებელია ჩამოყალიბდეს იმ შემთხვევაში, თუ არსებობს საკმარისი ინტერესი ადგილობრივი თემებისა და მოსახლეობისაგან. თუ ადგილობრივი დაინტერესებული მხარეებისგან საკმარისი ინტერესი არ შეინიშნება, ასოციაციას შეუძლია დადებითი გავლენა იქონიოს იმერეთის მღვიმეების პოპულარიზაციის სფეროში.

7 იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე არსებული ტურისტული პროდუქტები და მისი პოტენციალი

ამ დროისათვის, დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტერიტორიული ადმინისტრაციების მიერ შემუშავებულია რამდენიმე ტურისტული სერვისი და პროდუქტი, რომელთაგან რამდენიმე საერთაშორისო ორგანიზაციებისა და პროექტების არსებითი მხარდაჭერით არის შექმნილი. დაცული ტერიტორიები ვიზიტორებს სთავაზობს: ინფორმაციას ვიზიტორთა ცენტრებში, რუკებსა და საინფორმაციო მასალებს, რეინჯერებისა და გიდების მომსახურებას. ვიზიტორთა ცენტრები, თავის მხრივ, სთავაზობენ გამოფენებს, საინტერპრეტაციო დაფებს, ზოგ შემთხვევაში ღამისთევის საშუალებებს, მსუბუქ საჭმელსა და სასმელს, მაღაზიებსა და აღჭურვილ საკონფერენციო დარბაზებს. ზოგიერთ დტ-ს დაქვემდებარებაშია ასევე, პატარა სასტუმრო და რესტორანი.

დაცულ ტერიტორიებს ვიზიტორთათვის შემუშავებული აქვთ სასეირნო, საფეხმავლო და საცხენოსნო ბილიკები, ასევე ველო ბილიკები, კანიონინგისა და ზიპლაინის აქტივობები. ბილიკები მონიშნულია, ზოგიერთს გააჩნია საინტერპრეტაციო დაფები და ორგანიზებულია გიდის მომსახურება. დაცული ტერიტორიები ვიზიტორებს ასევე სთავაზობენ თავშესაფრებს, კარვებისა და საძილე ტომრების გაქირავებას.

ვიზიტორთა რიცხვის მატება და გაზდილი მოთხოვნა განაპირობებს დაცულ ტერიტორიაზე მეტი პროდუქტისა და სერვისის მოთხოვნის ჩამოყალიბებას. ვიზიტორთა სერვისის განვითარება უნდა ექვემდებარებოდეს გარკვეულ პრინციპებს, რომლებიც პირველ რიგში ითვალისწინებენ დაცული ტერიტორიის ტიპს, ვიზიტორთა მოსალოდნელ გამოცდილებას, მოტივაციასა და მათი ქცევას, ასევე ზაზრის მოთხოვნის ინტენსიურობას.

ქვემოთ მოცემულია სტანდარტული მახასიათებლები - ეკოტურისტების ქცევის მოდელი. ასევე ჩამოთვლია მოტივაცია და ეკოტურიზმის დროს განხორციელებული ძირითადი აქტივობები.

ორივე გამოსახულება გვიჩვენებს, რომ არსებობს მოტივაცია და აქტივობები როგორც მსუბუქი და ძლიერი ეკოტურისტებისათვის, ასევე შერეული ტიპის ეკოტურისტული ჯგუფებისთვისაც. ტურისტული პროდუქტის და სერვისების შექმნის დროს, დაცულმა ტერიტორიამ უნდა გაითვალისწინოს აღნიშნული სპეციფიკა. ასევე აღსანიშნავია, რომ ეკოტურისტები ყველაზე მეტად ზრუნავენ უსაფრთხოებაზე (კრიმინალი, ჰიგიენა, უზედური შემთხვევის ალბათობა..), უნდათ შეიცნონ ადგილობრივების სტუმართმოყვარეობა, აუთენტური კულტურა და ცხოვრების წირი, ითხოვენ საკვების ხარისხს, ფასებსა და ასევე, ღამისთევის საშუალებების ხარისხს. მათთვის ნაკლებად მნიშვნელოვანია: ორგანიზებული პაკეტ-ტურების არსებობა, მსოფლიო მასშტაბისა და კარგად ცნობილი სანახაობების არსებობა, ინფრასტრუქტურის ხარისხი (გზები, საავადმყოფოებისა და სხვ).

სანახაობები დაცულ ტერიტორიებზე
> სათაფლიის აღკვეთილი მღვიმეების სიტემით, კოლხური ტყე, კლდეები, საფეხმავლო ბილიკები და შუშის პანორამული გადასახედი > პრომეთეს მღვიმე გასაოცარი კარსტული წარმონაქმნებით > ნავენახევის, საწურბლიის, მელაურისა და რამდენიმე სხვა გამოუკვლეველი მღვიმე > კაცის კანიონი
ტურისტული ინფრასტრუქტურა და საშუალებები დაცულ ტერიტორიებზე
ღამისთევის საშუალებები > სასტუმრო 8 ოთახით ვიზიტორთა ინფრასტრუქტურა > ვიზიტორთა ცენტრი სათაფლიაში > ბილეტებისა და საინფორმაციო ცენტრი სათაფლიაში

- > ვიზიტორთა ცენტრი პრომეთეში
- > ვიზიტორთა ცენტრი ოკაცეზე
- > შუშის პანორამული გადასახედი სათაფლიაში
- > საფეხმავლო და პანორამული ლპატფორმა ოკაცის კანიონზე
- > პარკინგის მოედნები სათაფლიაში, ორომეთესა და ოკაცეზე
- > საპირფარეშოები სათაფლიაში, პრომეთესა და ოკაცეზე ბილეთების სალაროებსა და ვიზიტორთა ცენტრების საიხლოვებს

რესტორნები და მაღაზიები

- > მარაზიები და კაფეტერიები ვიზიტორთა ცენტრებში, სათაფლიის მღვიმის განმოსასვლსა, და შუშის პანორამულ გადასახედზე

მუზეუმები

- > სპელეოლოგიური მუზეუმი სათაფლიაში

საკონფერენციო ნაგებობები

- > საკონფერენციო და შეხვედრების დარბაზი სათაფლიის სასტუმროში / ვიზიტორთა ცენტრში და პრომეთეს ადმინისტრაციულ შენობაში

ადმინისტრაციული შენობები

- > ადმინისტრაციული შენობები სათაფლიასა და პრომეთეში და ვიზიტორთა ცენტრთან გაერთიანებული ადმინისტრაციული შენობა ოკაცეზე

ტურისტული პროდუქტი დაცულ ტერიტორიებზე

ბუნების შემეცნებითი პროგრამები

- > ვიზიტი სათაფლიის მღვიმეში
- > სათაფლიის კლდოვანი ბილიკი
- > სათაფლიის შემეცნებითი-საგანმანათლებლო ბილიკი
- > სათაფლიის კოლხური ტყე
- > იურული პერიოდის პარკი დინოზავრის ნაკვალევით სათაფლიაში
- > ვიზიტი პრომეთეს მღვიმეში
- > სანაოსნო ტური პრომეთეს მღვიმეში
- > ოკაცის კანიონის საფეხმავლო ბილიკი

კულტურული და საგანმანათლებლო პროგრამები

- > ბუნების შემეცნებითი ბილიკი სათაფლიაში
- > ვიზიტი სათაფლიის სპელეოლოგიურ მუზეუმში
- > სპელეოლოგიური კვლევის პროგრამები

სპორტული და სათაფლადსავლო პროგრამები

- > კანიონინგი
- > გადმოსახედი პლატფორმა ოკაცეს კანიონზე
- > შუშის პანორამული გადასახედი სათაფლიაში

გამაჯანსაღებელი პროგრამები

- > ჯერ-ჯერობით არ არის

გართობა და სანახაობა

- > პატარა მატარებელი პრომეთეში
- > ქორწინება მღვიმეში

ბიზნესი- შეხვედრები, კონფერენციები, სანახაობები MICE

> კონფერენციები > ქორწინება მღვიმეში სიამოვნება > მედიტაცია მღვიმეში > შოპინგი
ტურისტული სანაზაოებები და პროდუქტები ფართო არეალში – მიმართულება > მარტილი / გოჭკადილის კანიონი, სვანეთი, სპორტული პარკები, სტადიონი და სპორტული დარბაზი წყალტუბოში > წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტი, კლინიკები და საავადმყოფოები > ბაგრატიის საკათედრო ტაძარი, გელათის მონასტერი, ვარძია, ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქვევრის ღვინის წარმოება > კაცხის სვეტი > ქუთაისისა და წყალტუბოს სასტუმროები, ტუროპერატორი და ტურისტული სააგენტოები, უნივერსიტეტები > გამაჯანსაღებელი და სპა ცენტრები წყალტუბოში, ხარების ღვინის მარანი, შოპინგი ქუთაისში > კაზინოები, ფესტივალები და კონცერტები ქუთაისისა და წყალტუბოში, სპორტული და აკვა პარკები ქუთაისში და წყალტუბოში

წყარი: ინფორმაცია იმერეთის მღვიმეების დტ-ს ადმინისტრაციიდან, საველე გასვლებიდან, სამუშაო შეხვედრებიდან და სხვადასხვა დოკუმენტებიდან

ცხრილი 18: არსებული ტურისტული პროდუქტის იდენტიფიცირება და სერვისი იმერეთის მღვიმეებში (2014 წლის მონაცემებით)

შეფასების ფაზის პერიოდში და სამუშაო შეხვედრების დროს, ჩვენ იდენტიფიცირება გავუკეთეთ ტურისტული პროდუქტების ფართო სპექტრს, რაც შესაძლებელია, რომ განვითარდეს იმერეთის მღვიმეებსა და საქართველოს სხვა დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული მოთხოვნებისა და ტურისტების მოლოდინის შესაბამისად. მე-2 დანართში ჩვენ ვურთავთ რამდენიმე პოტენციური ტურისტული პროდუქტის ფოტოილუსტრაციას იმერეთის მღვიმეებისა და ოკაციის კანიონისათვის. ჩვენ დავაკავშირეთ არსებული და პოტენციური პროდუქტები და სერვისები სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის შესაბამისად (SBU) და დავამატეთ სამიზნე ბაზარის სეგმენტები მე-11 თავში.

8 ტურიზმის ტენდენციები და სახელმძღვანელო პრინციპები დაცულ ტერიტორიებზე

ეს თემა დეტალურად იყო შემუშავებული „საქართველოს დაცული ტერიტორიებზე ტურიზმის გავითარების სტრატეგიაში“. შესაბამისად, ჩვენ გთავაზობთ მხოლოდ ძირითად პუნქტებს, რომლებიც უშუალო კავშირში არიან იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებთან.

8.1 ტურიზმის ძირითადი ტენდენციები

არასტანდარტული (მომხმარებლის მოთხოვნის მიხედვით შემუშავებული) ტური

მომავალი წლის ძირითადი ტენდენცია იქნება ტუროპერატორების მიერ არასტანდარტული ტურების შეთავაზებები, საპასუხოდ იმ მზარდი სამომხმარებლო მოთხოვნისა, რომლის მიხედვითაც ტურისტს სურს მიიღოს უფრო მოქნილი, საკუთარ მოთხოვნებზე მისადაგებული ტურისტული პროგრამა. ამ შემთხვევაშიც, აღნიშნული სახის პროგრამა თვისობრივად უნდა ატარებდეს სტანდარტული ტურის ხასიათს, ანუ გათავისუფლებული იყოს უსაფრთხოება და სხვა ასპექტები. მომხმარებელი ელიან უფრო ინდივიდუალურ გამოცდილებას, რომლის მსგავსიც შესაძლოა მათ მეგობრებს / ოჯახის წევრებს არ გამოუცდიათ.

მოგზაურობა რამდენიმე ტურისტული დანიშნულების მიმართულებით

რამდენიმე ტურისტული მიმართულებით მოგზაურობა, როდესაც ტურისტი კომბინირებულად ნახულობს ორ ან მეტ ტურისტული დანიშნულების ადგილს, არასტანდარტული ტურების პარალელურად, ასევე ერთ-ერთ მზარდ ტენდენციას წარმოადგენს. ეს განსაკუთრებით გრძელვადიან არდადეგებს ეხება, როდესაც ტურისტი ცდილობს მიიღოს რაც შეიძლება მეტი თავისი მოგზაურობიდან, თუმცა იგი საკმაოდ პოპულარულია ევროპაში ხანმოკლე დასვენებისას.

თავგადასავლის ძიებაში

თანამედროვე ცხოვრების ჩქარმა ტემპმა განაპირობა სატავგადასავლო ტურისტების რიცხვის ზრდა. ტუროპერატორები თავიანთ მომხმარებლებს სთავაზობენ უფრო ფართო არჩევანს ორიენტირებულ სათავგადასავლო დასვენებაზე.

ღირებულება

მომხმარებლები გააგრძელებენ ეძიონ მოგზაურობაში გადახდილი ფულის საფასური, ნაცვლად უკან დახევისა და წასვლისა. მომავალი წლების ერთ-ერთი ტენდენცია ასევე იქნება შეძლებისდაგვარად ადრე დაიჯავშნოს მოგზაურობა, რათა უზრუნველყოფილი იყოს ხელსაყრელი ფასი და პირობები მათი დასვენებისათვის. ჩვენ ასევე ვვარაუდობთ, რომ გაიზრდება მოთხოვნა all-inclusive, ანუ ყველა სერვისის მომცველი მოგზაურობებისადმი, განსაკუთრებით ოჯახური დასვენების მოყვარულთათვის.

სამოგზაურო პაკეტები

ასევე ნავარაუდევია, რომ გაგრძელდება სამოგზაურო პაკეტებისადმი მოთხოვნილების ზრდა. ტენდენცია სიცოხლისუნარიანობას ინარჩუნებს იმ მოგზაურებში ხარჯზე, რომელთათვისაც სამოგზაურო პაკეტების მიერ შეთავაზებული უსაფრთხოება და ფასის ეფექტურობა ყველაზე მნიშვნელოვანია.

8.2 ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე

არ არსებობს ისეთი რამ, როგორცაა „დაცული ტერიტორიის რიგითი სტუმარი“. სინამდვილეში, ბაზარი აერთიანებს მრავალ სეგმენტს, რომელთაგან თითოეულს გააჩნია განსხვავებული მახასიათებლები, მოლოდინი, აქტივობებში მონაწილეობა და ხარჯვის მოდელი. ეს ამცირებს დაცულ ტერიტორიაზე შესაძლო უარყოფით ზემოქმედებას, ზრდის ეკონომიკურ სარგებელსა და ქმნის ვიზიტორთა კამეოფილების უფრო მაღალ დონეს.

მდგრადი ტურიზმისა და ეკო ტურიზმის მიმართ მზარდი ინტერესი ქმნის სოციალური შემფოთების ტალღას, რომელიც ზრუნავს ბუნებრივი გარემოს ხარისხზე და ტურიზმით გამოწვეულ ეფექტებზე. საკმაოდ პოპულარულია ისეთი აქტივობები, რომლებიც მოიაზრებენ ბუნებრივი გარემოს შეცნობის გამოცდილების მიღებას. ზოგიერთი ტენდენცია ავსებს ერთი-მეორეს. ზოგიერთი ფუნქციონირებს გლობალურ, ზოგიც კი

ადგილობრივ დონეზე. მათგან ბევრი წარმოადგენს ძლიერ, თუმცა ურთიერთგამომრიცხავი ფასეულობებისა და მიდგომების დაპირისპირებას. ამდენად, ქვემოთ წარმოდგენილ და განხილულ ტენდენციებს შეუძლია სხვადასხვაგვარად ურთიერთქმედება.

მეტად ინდივიდუალური და აუთენტური მოგზაურობის გამოცდილება

მომავალში, მომხარებელი მოითხოვს მეტად ინდივიდუალურ და აუთენტურის მოგზაურობის გამოცდილების მიღებას. სულ უფრო მეტი ადამიანი შეაქცევს ზურგს ხელოვნურ „სამოგზაურო სამყაროს“ და ნაცვლად ამისა მოითხოვს აუთენტურ ადგილებში მოგზაურობას, რომლის დროსაც ადგილობრივ მოსახლეობასთან ურთიერთობის შესაძლებლობა ექნება. მომხმარებელი კვლავაც გააგრძელებს გადახდილი თანხის საფასურის მიღების მოთხოვნას და გამოიყენებს თანამედროვე ტექნოლოგიებს, რათა მიიღოს ინფორმაცია, გაეცნოს რეკომენდაციებს და შეიძინოს პროდუქტები და სერვისები, რომელზეც მრავალად მოიპოვება კომერციულ და სოციალურ საიტებზე.

	მეტად ინდივიდუალური და აუთენტური მოგზაურობის გამოცდილება		განათლების დონის ზრდა და მოგზაურობის მოთხოვნილება		ხანდაზმული მოსახლეობა
	ხელმისაწვდომი მოგზაურობა ყველასათვის		ქალთა შეცვლილი როლები		დასასვენებელი დროის გადანაწილების ცვლილება
	მომსახურების ხარისხის მნიშვნელობა		დასვენების მოდელის ცვლილება		გლობალური კომუნიკაციებისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების წინსვლა
	მოგზაურობის არჩევანის გაგრძელებული პარამეტრები		პირადი უსაფუთხოება		მზარდი სოციალური და გარემოსდაცვითი პრობლემატიკა

სქემა 3: ტურიზმის ტენდენციები დაცულ ტერიტორიებზე

განათლების დონის ზრდა და მოგზაურობის მოთხოვნილება

მაღალი განათლების დონე მნიშვნელოვან კავშირშია ბუნებაში აქტიური დასვენებისა და რეკრეაცია მოთხოვნასთან და წინ უძღვის დაცულ ტერიტორიებზე რეკრეაციის მოდელის ცვლილებას. შედეგად, არსებობს ზოგადი ტენდენცია ისეთი სამოგზაურო გამოცდილების მიღებისა, რომლის დროსაც ტურისტს შესაძლებლობა ეძლევა მოგზაურობის დროს რაიმე ახლის შესწავლისა, დააკვირდეს ველურ ბუნებას, დაესწროს სხვადასხვა ფესტივალს, შეაფასოს კულტურული ფასეულობები და შეისწავლოს ბუნება.

ასეთი სახის ტურიზმი მოითხოვს ახსნა-განმარტებით მასალებს (მეგზურებს, ბროშურებს, მობილურ აპლიკაციებსა და სხვა), საინტერპრეტაციო დაწესებულებებს (ვიზიტორთა ცენტრები) და საინტერპრეტაციო ტურს გამყოლთან ერთად (ეკოტური). ეს ზრდის დაცულ ტერიტორიებზე მომსახურების ხარისხის მოლოდინს და ამალმებს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისათვის საჭირო პოლიტიკურ ნებას.

ხანდაზმული მოსახლეობა

ასაკოვანი პირები უფრო მეტ ხანს რჩებიან ჯანმრთელები. ხანდაზმულ ადამიანებს სულ უფრო მეტი შესაძლებლობა უჩნდებათ, რომ იცხოვრონ ჯანმრთელი, ფიზიკურად აქტიური ცხოვრებით. მამასადამე, იმ დროს, როდესაც მოთხოვნა ისეთ სპორტულ აქტივობებზე, როგორებიცაა სამთო-სათხილამურო სპორტი და

მთამსვლელობა, ასაკთან ერთად იკლებს, ხანშიშესული ადამიანები ასაკის მატებასთან ერთად იანრჩუნებენ საკუთარ ინტერესს სხვა ღია ცის ქვეშ განსახორციელებელი ატივობების მიმართ: ფეხით სიარული, ბუნების შესწავლა, სპორტული თევზაობა, ველურ ბუნებაზე დაკვირვება. საკემპინგე ადგილებზე შემცირებული მოთხოვნის საკომპენსაციოდ, იზრდება მოთხოვნა უფრო კომფორტულ ტურისტულ თავშესაფრებზე. ხანდაზმულ ვიზიტორებს სჭირდებათ უფრო მარტივი ბილიკები, ნაკლები აღმართ-დაღმართებით. მათ გააჩნიათ მეტი შემოსავალი, მზად არიან გადაიხადონ მეტი ინტერპრეტაციის მისაღებად, გამოყოფის დასაქირავებლად და სხვა.

ხელმისაწვდომი მოგზაურობა ყველასათვის

გაუმჯობესებული მიღწევადობის პირობებში, დაცულ ტერიტორიებზე შესაძლებელია განვითარდეს სპეციალური სახის ტურიზმი განსაკუთრებული შესაძლებლობებისა და ფიზიკური შეზღუდვების მქონე ადამიანებისთვის; ეს ბაზარი 100 მილიარდ ევროდ არის შეფასებული. მხოლოდ ევროპაში 80 მილიონი შეზღუდული უნარების მქონე ადამიანი ცხოვრობს. სამოგზაურო კომპანიონების ჩათვლით „მიღწევადი ტურიზმი“-ს ბაზარი 133 მილიონ ადამიანს მოიაზრებს. მსოფლიოს მასშტაბით, კი ეს რიცხვი დაახლოებით 600 მილიონიდან 900 მილიონამდე მერყეობს. ეს რიცხვები მეტყველებენ იმაზე, რომ მოსახლეობის დაახლოებით 10% საჭიროებს „დაბრკოლებების გარეშე“ ან „მიღწევად“ მოგზაურობას.

ქალთა შეცვლილი როლები

ქალები ხდებიან რიცხოზრივად დომინანტები, ემანსიპირებულები და წარმატებულები ბიზნესში. ქალთა შორის გაზრდილია მოგზაურობის მოთხოვნა და ხშირად ქალები არიან ისინი, რომლებიც თავადირჩევენ სამოგზაურო დანიშნულების ადგილს. არსებობს სხვაობა ქალების მოთხოვნებსა და მამაკაცების ტურისტულ მოთხოვნებს შორის. კაცები უმეტესწილად ითხოვენ ფიზიკურად დამაჯანსაღებელ აქტივობებს, როდესაც ქალები ბუნებისა და კულტურული გარემოს შეცნობასა და ეკოტურიზმს ანიჭებენ უპირატესობას. ბევრი ქალბატონი დაინტერესებულია დაცული ტერიტორიების სარეკრეაციო შესაძლებლობებით.

როგორც წესი, მარტოხელა, ახალგაზრდა ქალები არ წარმოადგენენ დაცული ტერიტორიების „მომხმარებლებს“, თუმცა ქალები პატარა ჯგუფებით ირჩევენ პარკებს, როგორც ჯგუფების გართობა-დასვენებისათვის ერთ-ერთ ხელსაყრელ ადგილს. ასაკოვანი, ქალები, განსაკუთრებით კი ისინი, რომლებიც მოგზაურობენ თავიანთ მშობლებთან ერთად, ითხოვენ ისეთ აქტივობებს, რომლებშიც აუცილებლად ჩართული იქნება ვიზიტი დაცულ ტერიტორიებზე.

დასვენებელი დროის გადანაწილების ცვლილება

ბევრი ადამიანისათვის დასვენების დრო მატულობს მოკლე სამუშაო კვირის ხარჯზე, ასევე საყოფაცხოვრებო ტექნიკის დახვეწის და განვითარების ხარჯზე და სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით. წელიწადში ხორციელდება უფრო მეტი მოკლევადიანი - 2-დან 4 დღემდე სამოგზაურო დასვენება. შესაბამისად, ბევრი პარკი საჭიროებს ადაპტაციას დროში შეზღუდული ტურისტების მიღებისათვის, რაც მოითხოვს უფრო მაღალ მომსახურების ხარისხს და სპეციალურ სარეკრეაციო შესაძლებლობებს.

მომსახურების ხარისხის მნიშვნელობა

ტურისტები ითხოვენ სულ უფრო მაღალი ხარისხის სარეკრეაციო შესაძლებლობებს და მომსახურებას. ისინი მოელიან, რომ გიდები იქნებიან კარგი კომუნიკაციის უნარისა და მაღალი ცოდნის დონის მქონე პიროვნებები. მათ სურთ, რომ მათამა მასპინძლებმა შეუქმნან სტუმრთმთმყვარე, კომფორტული გარემო და თავი აგრძნობინონ იმ თემების ნაწილად, რომლებსაც ისინი სტუმრობენ. გაზრდილი ეკოტურიზმი ნიშნავს განსაკუთრებული სარეკრეაციო და ღამისთვის ადგილების მოთხოვნის ზრდას.

სამოგზაურო დასვენების მოდელის ცვლილება

ჩრდილოეთ ამერიკაში, ევროპაში, ავსტრალიასა და ზოგიერთ აზიის ქვეყანაში შემოსავლების ზრდა, ხანდაზმული მოსახლეობა, უფრო აქტიური ცხოვრების წესი ზრდის ტურიზმის მოთხოვნას როგორც ადგილობრივ, ასევე აღნიშნული ქვეყნების მოსახლეობას შორის. ნავარაუდევია დაცულ ტერიტორიებზე (როგორც მეტად, ასევე ნაკლებად განვითარებულებზე) სარეკრეაციო მოთხოვნილების სამომავლო ზრდა, მაღალი მომსახურების ხარისხის გათვალისწინებით.

გლობალური კომუნიკაციებისა და საინფორმაციო ტექნოლოგიების წინსვლა

დღესდღეობით, ძალიან ბევრ ადამიანს გააჩნია წვდომა ინტერნეტთან, რომლის საშუალებითაც მათ შეუძლიათ მოიძიონ ყველა სახის ინფორმაცია დაცული ტერიტორიების შესახებ და იქ მოგზაურობაზე. ინტერნეტი განაპირობებს სამოგზაურო არეალის გაფართოებას, სააგენტოებს საშუალებას აძლევს

მომხმარებლებსმიაწოდონ განახლებული, დახვეწილი ინფორმაცია სიმბოლური ფასის სანაცვლოდ. ტექნოლოგიებმა შესაძლოა მოიტანონ მრავლისმომცველი შედეგები. მაგალითად, ადგილობრივ სასტუმროებს, კურორტებსა და ასე შემდეგ, დაცულ ტერიტორიებთან ერთად შეუძლიათ აწარმოონ საერთო მარკეტინგული მიზნებით შეჯერებული ვებგვერდი და ამგვარად გაზარდონ მოკლევადიანი ბიზნეს ვიზიტორების რიცხვი. ასევე ვიზიტორებსაც შეუძლიათ პოპულარიზაცია გაუწიონ დაცულ ტერიტორიებს და გაზარდონ მათი ცნობადობა, პარკში მოგზაურობის დროს გადაღებული ვიდეო მასალის ინტერნეტში გავრცელების გზით.

მრავალფეროვანი სამოგზაურო არჩევანის გავრცელებული პარამეტრები

ვიზიტორები მოგზაურობენ უფრო ეფექტურად, სწრაფად და შორ მანძილებზე. შორ მანძილებზე საჭირო მგზავრობის განვითარებამ, დაცულ ტერიტორიებზე გლობალური მასშტაბით ვიზიტორთა მატების დარგში გადამწყვეტი როლი ითამაშა. ადამიანებს, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან მსოფლიო მემკვიდრეობის უბნებით, ეროვნული პარკებითა და სხვა მსგავსი სანახაობებით, ამგვარად მიეცათ შესაძლებლობა მოინახულონ მათთვის სასურველი ადგილი მსოფლიოს ნებისმიერ კუთხეში. მართლაც, დაცული ტერიტორიის, განსაკუთრებით კი, ეროვნული პარკის არსებობა ხშირად მაცდურად მოქმედებს ტურისტებზე.

პირადი უსაფრთხოება

საკმაოდ ხშირია შემთხვევები, როდესაც დაცული ტერიტორიის უსაფრთხოების იმიჯი შელახულა მედიის მიერ არასწორი ინფორმაციის გავრცელების გამო, როთაც მათ შეცდომაში შეყავთ დაინტერესებული პირები. დტ-ს მენეჯმენტი მზად უნდა იყოს იმისათვის, რომ შესაძლოა მათ დაცულ ტერიტორიას ეწვიოს გაულუბრყვილო ვიზიტორი, რომელიც მზად არ არის იმ სამიშროებებისთვის, რაც შეიძლება წარმოიშვას ბუნებრივ გარემოში. ძალზედ მნიშვნელოვანია, რომ უსაფრთხოების საკითხო სერიოზულად იქნეს აღქმული და მოსულ ვიზიტორს განემარტოს, თუ რა სახის სიტუაცია შესაძლოა მათ ელოდოთ. აღნიშნულის არგათვალისწინებამ შეიძლება გამოიწვიოს გართულებული და ძვირადღირებული შედეგები, ვინაიდან პარკის ვიზიტორთა შორის სულ უფრო გავრცელებული ხდება პარკის მენეჯმენტის მიმართ საჩივრის სახით სამართლებრივი ორგანოებისთვის მიმართვა მიღებული ფიზიკური ზიანის ან პირადი ქონების დაზარალების გამო.

მზარდი სოციალური და გარემოსდაცვითი პრობლემატიკა

ადამიანები გამოხატავენ შეშფოთებას სოციალური უსამართლობისა და გარემოსდაცვითი პრობლემების მიმართ. მათ მაღალ დონეზე აქვთ გაცნობიერებული მცირე ზემოქმედების ტურიზმის არსებობის საჭიროება, რომელიც არ აზიანებს გარემოს. ისინი ხშირად ხდებიან „მწვანე“ ცხოვრების სტილის მიმდევრები, ანუ „მწვანე მომხმარებლები“. დაცულ ტერიტორიები კარგად ერგებიან აღნიშნულ ტენდენციას, ვინაიდან ისინი ანსახიერებენ იმ ფასეულობებს, რომლებსაც ამ ტიპის ტურისტები ატარებენ. ტურისტებს იზიდავთ ისეთი ადგილები, რომელთაც გააჩნიათ კარგი რეპუტაცია და აქტიურად არიან დაკავშირებული თავს ისეთ ტურისტულ მიმართულებებთან, რომელთაც გააჩნიათ სოციალური, ან გარემოსდაცვითი პრობლემები. არსებობს ასევე საერთაშორისო სქემები ტურიზმში მაღალი გარემოსდაცვითი სტანდარტის აღიარებისა და მიღებისათვის, როგორცაა მაგალითისთვის მწვანე გლობუსი 21 (Green Globe 21) სქემა.

8.3 დაცულ ტერიტორიებსა და კარსტულ მღვიმეებში ტურიზმის სახელმძღვანელო პრინციპები

ტურიზმი და რეკრეაცია დაცულ ტერიტორიებზე ძალზედ მიზიდველი ხდება სულ უფრო და უფრო მეტი ტურისტისათვის. როდესაც ჩვენ ვსაუბრობთ დაცული ტერიტორიების ტურიზმის განვითარებაზე, ჩვენ როგორც წესი ვსაუბრობთ ეკოტურიზმზე, ანუ ბუნებაში საპასუხისმგებლო მოგზაურობაზე, როდესაც ზრუნავენ გარემოს შენარჩუნებაზე და დადებითად გავლენას ახდენენ ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობაზე. ტერმინოლოგია აღიარებს ტურიზმის სხვადასხვა ფორმებს, რომლებიც კავშირში არიან ეკოტურიზმთან, ესენია: პასუხისმგებლიანი ტურიზმი, მდგრადი ტურიზმი, ტურიზმი ბუნებაში, სათავგადასავლო ტურიზმი, ტურიზმი ღარიბი მოსახლეობისთვის (pro poor tourism) და სხვა. ეკოტურიზმთან ყველაზე ახლოს დგას სათემო ტურიზმი კონსერვაციისა და განვითარებისათვის.

არსებობს ეკოტურიზმის 3 სფერო:

- > ბუნებრივი და სოციალურ-კულტურული თავსებადობა ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობით ტურიზმთან დაკავშირებულისაკითხების გადაწყვეტაში, შენარჩუნებასა და ეკონომიკურ დაგეგმვასა და ოპერირებაში;

- > ეკონომიკური სარგებლის შექმნა ბუნების შენარჩუნებასა და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობისათვის;
- > გარემოსდაცვითი ცნობიერების ამაღლების ხელშეწყობა და ბუნების, როგორც მდგრადი განვითარების რესურსის, რესურსების გამოყენებისა და მიწის მართვის ხელსაწყო გამოყენება.

ეკოტურიზმის გაფართოებული მცნება მოიცავს ასევე კულტურის ელემენტებსაც და გვკარნახობს, რომ ეკოტურიზმი არის ტურიზმის ისეთი ფორმა, რომელიც გულისხმობს სწავლის გამოცდილებისა და ბუნებრივი გარემოს, ან მისი შემადგენელი ნაწილების კულტურულ კონტექსტში განხილვას. იგი არის ბუნებრივი და სოციალურ-ეკონომიკური თვალსაზრისით მდგრადი, შეესაბამება საუკეთესო პრაქტიკის ნორმებს, რომლებიც შესძლებისდაგვარად მიმართულია ტურისტული ადგილის ბუნებრივი და კულტურული რესურსების გაუმჯობესებისკენ და ხელს უწყობენ მათ სიცოხლისუნარიანობას. (Weaver & Lawton, 2001).

დაცული ტერიტორიის კატეგორიის ზოგადი სქემა და ტურისტული ვიზიტების დაშვება შესაბამის კატეგორიაში განისაზღვრა დაცვის კატეგორიისა და მიზნების შესაბამისად, უმეტესწილად მართვის მიზნებისა და ეკოტურისტების ძირითადი მახასიათებლების მიხედვით, რომლებიც სტუმრობენ დაცულ ტერიტორიებს. დაცული ტერიტორიის ზოგიერთ IUCN-ს (ბუნების კონსერვაციის საერთაშორისო კავშირი) კატეგორიაში ტურისტული აქტივობები კატეგორიულად აკრძალულია, ზოგიერთში კი დაშვებულია გარკვეული რეგულაციებითა და პრინციპების დაცვით. არსებობს ასე სხვაობა ეკოტურისტების სამ ჯგუფს შორის: ძლიერი ეკოტურისტები ძლიერი გარემოსდაცვითი ვალდებულებებით, მსუბუქი ეკოტურისტები სუსტი გარემოსდაცვითი ვალდებულებებით, მრავალფეროვანი მიზნებითა და ჯგუფურად მოგზაურები და მესამე შერეული - სტრუქტურულად ეკოტურისტული ჯგუფები, რომლებსაც გააჩნიათ ორივე ჩამოთვლილი ჯგუფის მახასიათებლები - ძლიერი გარემოსდაცვითი ვალდებულებები და მრავალფეროვანი მიზნებით მოგზაურები.

IUCN კატეგორია	მოკლე აღწერა	ტურისტული მიზანი 1)	ეკოტურისტთა ტიპები 2)		
			ძლიერი	მსუბუქი	შერეული
I.	ნაკრძალი და ველური ბუნება				
I.a	ნაკრძალი	-	-	-	-
I.b	ველური ბუნება	2	კი	-	-
II.	ეროვნული პარკი	1	კი	კი	-
III.	ბუნების ძეგლი	1	კი	კი	-
IV.	ჰაბიტატების მართვის ტერიტორია	3	კი	კი	-
V.	დაცული ლანდშაფტი	1	-	კი	კი
VI.	რესურსების მართვის დაცული ტერიტორია	3	-	კი	-

1. დაცულ ტერიტორიაზე სპეციფიური კატეგორიის მიზნების ტიპები (სამეცნიერო, საგანმანათლებლო, მდგრადი გამოყენება, კულტურული ატრიბუტების და ტურიზმისა და რეკრეაციის მოვლა-პატრონობა): 1 - მთავარი მიზანი; 2 - მეორადი მიზანი; 3 - პოტენციურად შესაფერისი მიზანი; - არ შეესაბამება
2. ეკოტურისტების მახასიათებლები: ძლიერი ეკოტურისტები; მსუბუქი ეკოტურისტები, შერეული სტრუქტურის ეკოტურისტები; წყარო: მონაცემები შეგუებულია IUCN-ის სხვადასხვა სახელმძღვანელოების შესაბამისად და Weaver & Lawton 2001-ის დოკუმენტაციით და ორგანიზებულია ამ კვლევის მიზნებისათვის

ცხრილი 19: ტურიზმის შესაბამისობისა და ეკოტურისტების მახასიათებლების მატრიცა დტ-ს კატეგორიისა და მართვის მიზნების შესაბამისად

ISCA - საჩვენებელი მღვიმეების საერთაშორისო ასოციაცია უზრუნველყოფს მღვიმეებს, რომლებიც ღიაა ვიზიტორთათვის შესაბამისი განვითარებისა და მართვის სახელმძღვანელოებით, რათა არ მოხდეს მღვიმეების ბუნიებრივი სტრუქტურის დაზიანება; მღვიმეებში თავსებადი მასალების გამოყენება, როგორცაა ცემენტის, ბეტონის, მინისა და არაორგანული მასალები; განათება, რომელიც არ აზიანებს მღვიმის ფლორას, ქლოროფილი, რომელიც მღვიმის უსაფრთხო დათვალიერების საშუალებას იძლევა, იმ შემთხვევაშიც კი, როდესაც მღვიმეს უეცრად შეუწყდება ელექტროენერგიის მიწოდება; კლიმატური პირობები და ჰაერის ნაკადის მოძრაობა, მღვიმეების ტურისტული გამტარუნარიანობა; გიდების როლი მღვიმეების ბუნებრივი გარემოს ვიზიტორთათვის განმარტების საკითხში და მეცნიერთა როლი მღვიმეში არებული პრობლემების გადაჭრის მეთოდების ძიებაში.

9 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ბაზრის პოტენციალი

9.1 ბაზრის სეგმენტაცია

იმერეთის მღვიმეების ბაზარს- სათაფლიის ღვეთილს, პრომეთეს მღვიმეს და რამდენიმე სხვა მღვიმეს, ასევე ოკაცის კანიონს, გაჩნია სპეციფიური მახასიათებლები, რომლებიც განსაზღვრავს სხვა დაცული ტერიტორიების ვიზიტორთა ბაზრის მახასიათებლებისგან. პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანი მახასიათებელი არის, ის რომ ამ ბაზრის უდიდეს ნაწილს წარმოადგენენ **ექსკურსიების მონაწილეები - ერთდღიანი ვიზიტორები**. მათი ძირითადი ინტერესია - მოინახულონ ადგილი ან ბუნების ძეგლი, გამოიყენონ რამდენიმე დამატებითი პროდუქტი და სერვისი - შესალო საკვები და სასმელი, დასივენონ, იყიდონ სუვენირები და გააგრძელონ თავიანთი მოგზაურობა სხვა მიმართულებით, იმ შემთხვევაში თუ არიან ორგანიზებული ტურის მონაწილეები ან დაბრუნდნენ სახლში. შესაბამისად, ჩვენ არ ველოდებით, რომ სათაფლიის ან პრომეთეს ვიზიტორი აღნიშნულ ადგილზე რამდენიმე საათზე მეტ ხანს დაჰყოფს. ასევე ნაკლებ სავარაუდოა, რომ ეს ვიზიტორები მღვიმეებს ხელმეორედ ეწვევიან, თუ მათ იქ მისულება არ დახვდებათ ახალი ტურისტული სანახაობა ან საინტერესო ტურისტული შეთავაზება.

ამ ვიზიტორების მახასიათებლებია:

- > **მსუბუქი ეკოტურისტების** აშუალო დონის გარემოსდაცვითი ვალდებულებებით, მდგრადობის გაუმჯობესების სუსტი მზნებით, სხვადასხვა ტიპის სამოგზაურო ტურით - ძირითადად მოკლევადიანი და ფიზიკურად პასიური ტიპის მოგზაურობა დაცულ ტერიტორიებზე, მოელიან სერვისს, ითხოვენ ბუნების ინტერპრეტაციას და იტენებენ შუამავლებს, როგორიცაა ტუროპერატორი და ტურისტული სააგენტო.
- > **შერეული ტიპის ეკოტურისტებს** გააჩნიათ ძლიერი გარემოსდაცვითი ვალდებულების გრძნობა, სურთ იყონ ფიზიკურად აქტიურები, მოელიან სერვისებს და სოციალურ ურთიერთობებს; ისინიც ასევე მონაწილეობენ სხვადასხვა მიზნების მქონე ტურში, არიან დიდ ჯგუფებში, იყენებენ შუამავლებს ტუროპერატორებისა და ტურისტული სააგენტოების სახით და ითხოვენ ბუნების ინტერპრეტაციას.
- > **მსუბუქი ტიპის სათავგადასავლო ტურისტები** აერთიანებენ სათავგადასავლო აქტივობებს კულინარულ, აგროტურისტულ, არქეოლოგიურ და ველურ ბუნებაზე დაკვირვების აქტივობებს და დამისთევისათვის იყენებენ კომფორტულ საოჯახო სასტუმროებს, სადაც მათ შესაძლებლობა აქვთ მიიღონ გასტრონომიული გამოცდილება.
- > **ბავშვები 8-17 წლამდერ** მომღვიმეები დადიან სკოლაში
- > **მომუშავე უმეილო წყვილები (ორმაგი შემოსავალი, ბავშვების გარეშე):** 20-25 წლის, საშუალო ან საშუალოზე მაღალი შემოსავლით
- > **წყვილები მცირეწლოვანი ასაკის ბავშვებით (15 წლამდე ასაკის):** 25 - 40 წლის, საშუალო, ან საშუალოზე მაღალი შემოსავლით
- > **ასაკოვანი წყვილები, რომლებიც ცხოვრობენ შვილებისგან განცალკევებით:** 45-65 წლის, საშუალო, ან საშუალოზე მაღალი შემოსავლით
- > **ხანდაზმულები** - 65 წლის და მეტი
- > **უმეტესწილად ტუროპერატორის / ტურისტული სააგენტოს მიერ ორგანიზებული ტურები**
- > **დამისთევის საშუალებების გამოყენება:** სასტუმრო / მოტელი, ეკოკოტეჯი, საოჯახო სასტუმრო, კემპინგი
- > **იმერეთის მღვიმეების მონახულება იქნება მეორე ხარისხოვანი მოტივაცია** დასვენების დროს, რამდენიმე ტურისტული დანიშნულებით ქვეყნის გარშემო მოგზაურობისას, ბიზნეს მოგზაურობისას და ტრანზიტული გადაადგილების დროს.

დამისთევით მოსული ტურისტების ბაზარი ძალიან მცირეა. ეს სეგმენტი ფოკუსირებულია სპეციფიურ აქტივობებზე, როგორიცაა სპელეოლოგიური-სათავგადასავლო აღმოჩენები, რამისტევა ბუნებაში კარვებით და სათავგადასავლო ტურები, რომლებიც შეიძლება განხორციელდეს პროფესიონალი სპელეოლოგებისათვის სპეციალურ მღვიმეში (მეაღურის მღვიმე), სათავგადასავლო ოკაცის კანიონი, ახალგაზრდული ბანაკები სათაფლიასა და პრომეთში, გამაჯანსაღებელი ტური საწურბლიის მღვიმეში, სამედიტაციო ტური მღვიმეებში ან ბუნებაში და სხვა. როგორც აღინიშნა, ეს ბაზარი საკმაოდ ლიმიტირებულია და არ უბიძგებს დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციას, რომ განავითაროს მნიშვნელოვანი, დამისთევისათვის განკუთვნილი ინფრასტრუქტურა.

ამ ტიპის ვიზიტორთა მახასიათებლებია:

- > **მმაფრო ტიპის ეკოტურისტები** რომელთაც გააჩნიათ ძლიერი გარემოსდაცვითი, მდგრადობის გაუმჯობესების ვალდებულებები, დადიან სპეციალურ გრძელვადიან ტურებზე, უნდათ რომ იყვნენ ფიზიკურად აქტიურები მცირედი სერვისის პირობებში, ეყრდნობიან საკუთარ გამოცდილებას და თვითონ გეგმავენ ნსაკუთარ მოგზაურობას.
- > **მმაფრო სათავგადასავლო ტურისტები** როგორც წესი სურთ მიიღონ ძლიერი ფიზიკური დატვირთვა და ერთ ადგილზე უფრო დიდი ხნით ჩერდებიან
- > **ახალგაზრდობა / სტუდენტები:** 18-26 წლის, ოჯახში საშუალო ან საშუალო მეტი შემოსავლით,
- > მოგზაურობენ საზღვარგარეთ სულ მცირე 2 წელიწადში ერთხელ
- > **მომუშავე უმეილო წყვილები (ორმაგი შემოსავალი, ბავშვების გარეშე):** 20-50 წლის, საშუალო ან საშუალოზე მაღალი შემოსავლით
- > **უმეტესწილად ინდივიდუალურად ორგანიზებული მოგზაურობა**
- > **დამსთევის საშუალებების გამოყენება:** კემპინგი, საოჯახო სასტუმროები, კოტეჯები, ფერმები, ბექჟექტების ჰოსტელები, სარეკრეაციო ავტომობილები და სხვა.
- > **მოგზაურობენ მიზნობრივად - მოგზაურობის მთავარი მიზანი იქნება იმერეთის მღვიმეების მონახულება**

ადგილობრივი ტურისტული ბაზარი საკმაოდ მნიშვნელოვანი იქნება იმერეთის მღვიმეებისათვის სამომავლოდაც. იგი შედგება სკოლის მოსწავლეებისგან, რომლებიც სტუმრობენ სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმეებს სკოლის პროგრამით გათვალისწინებული საგანმანათლებლო მიზნებისათვის. ვიზიტორების მეორე ჯგუფს განეკუთვნებიან ადგილობრივი მოგზაურები, რომლებიც ატარებენ შვებულებას მთაში და მესამე ჯგუფში შედიან- შავი ზღვის ან წყალტუბოს კურორტების დამსვენებლები.

საერთაშორისო ტურისტული ბაზარის წარადად მზარდია და შესაბამისად, გამუდმებით გაზრდის საკუთარ წილს და შესაძლოა გადაჭარბოს 50%-ს 2020 წლისათვის. საერთაშორისო ვიზიტორების უდიდესი ნაწილი მომავალშიც იქნებიან ორგანიზებული ტურის მონაწილეები, რომლებიც მოგზაურობენ საქართველოში სხვადასხვა ტურისტული ადგილების მოსანახულებად; ასევე სწრაფად მზარდი იქნება ტურისტების ის ჯგუფი, რომელიც სტუმრობს წყალტუბოს გამაჯანსაღებელ კურორტს და საქართველოს შავი ზღვისპირეთის დამსვენებლები, რომლებიც ერთი დღით მოდიან ქუთაისისა და იმერეთის მღვიმეების დასათვალიერებლად. მნიშვნელოვანი რიცხვი ასევე გადანაწილებული იქნება საქართველოში ტრანზიტით მყოფ საერთაშორისო ვიზიტორებზე.

საერთაშორისო ვიზიტორების წარმოშობის ქვეყნების 2013 წლის სტატისტიკის მიხედვით, **ძირითად საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარს წარმოადგენენ:** მუზოხელი ქვეყნები (თურქეთი, აზერბაიჯანი), რუსეთი და რუსულენოვანი ქვეყნები (რუსეთი, უკრაინა, ბალორუსია, ყაზახეთი), ევროპული ქვეყნები (გერმანია, პოლონეთი, ჩეხეთის რესპუბლიკა, ნიდერლანდები), ბალტიისპირეთის ქვეყნები (ლიტვა, ლატვია) და ისრაელი.

ბაზრის ეს სეგმენტი გვკარნახობს, რომ **ორგანიზებული ბაზარი ე.წ. B2B (ბიზნესი ბიზნესისათვის) უმეტესწილად ტუროპერატორებთან ერთად,** იქნება ყველაზე მნიშვნელოვანი ხელსაწყო იმერეთის მღვიმეების მარეკინგისა და პოპულარიზაციისათვის და იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ვიზიტორების რაოდენობის ზრდის კუთხით.

9.2 იმერეთის მღვიმეების ბაზრის პოტენციალი

იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა 77%-ს შეადგენენ ადგილობრივი, ხოლო 23% საერთაშორისო ვიზიტორები.

ადგილობრივი მოთხოვნა ძალიან მნიშვნელოვანია იმერეთის მღვიმეებისათვის:

- > ყოველწლიურად, სათაფლიისა და პრომეთეს მღვიმის ვიზიტორთა შორის დაახლოებით 35 000-ს სკოლის მოსწავლეები წარმოადგენენ, მოსწავლეთა ერთი თაობის 50 000 ახალგაზრდას შორის.
- > ყოველწლიურად, დაახლოებით 25 000 უმაღლესი სასწავლებლის სტუდენტი სტუმრობს ორივე ბუნების ძეგლს; უმაღლესი სასწავლებლებში დარეგისტრირებულ სტუდენტების რაოდენობა დაახლოებით 120 000-ს შეადგენს.

ადგილობრივი ვიზიტორთა ეს ორი კატეგორია წარმოადგენს მტლიანადგილობრივი ვიზიტორები ნახევარზე მეტს და გააჩნია ზრდის ლიმიტირებული პოტენციალი, იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ იმერეთის მღვიმეებს ხელმეორედ აღარ სტუმრობენ.

- > **ინდივიდუალები, წყვილები და ოჯახები** - დაახლოებით 50 000 წარმოადგენს ადგილობრივ ვიზიტორთა გარკვეულ ჯგუფს, რომელსაც გააჩნია ზრდის უდიდესი პოტენციალი, რაც განპირობებულია შემოსავლების ზრდით, მოგზაურობის ინტენსიურობის ზრდითა და გაუმჯობესებული სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურით. არსებობს აღნიშნული სეგმენტის, რომელიც წარმოადგენს **2 მილიონზე მეტ მოსახლეს** ქუთაისიდან, ბათუმიდან და თბილისიდან, ზრდის ძალიან დიდი პოტენციალი.

საერთაშორისო ვიზიტორთა რიცხვი ასევე ძალიან სწრაფად მზარდია. 2013 წელს საქართველოში დარეგისტრირდა 5 392 000 საერთაშორისო ტურისტი (38.3%), ერთდღიანი ვიზიტორი (39.6%) და ტრანზიტული მგზავრი (22.1%).

საერთაშორისო ვიზიტორებს, რომლებიც სტუმრობენ იმერეთის მღვიმეებს გააჩნიათ ბაზრის 3 წყარო:

- > **იმერეთი - ძირითადად წყალტუბო და ქუთაისი, მიიღებს დაახლოებით 350 000 უმეტესწილად საერთაშორისო ვიზიტორს 2020 წელს.** დღესდღეობით, იმერეთს გააჩნია დაახლოებით 3 130 საწოლი ადგილი სასტუმროებსა და საოჯახო სასტუმროებში (GNTA), რომელიც იღებს 210 000 საერთაშორისო ვიზიტორს 1 ან 2 ღამით. ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის ცნობით, დაახლოებით 210 000 საქართველოში ჩამოსული საერთაშორისო ვიზიტორი ირჩევს ქუთაისს ტურისტული მონახულების მიზნით. წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტის რეაბილიტაციასთან ერთად, იმერეთში იქნება დაახლოებით 5 000 საწოლი ადგილი, რომელთა უმეტესი ნაწილი განთავსებული იქნება სტანდარტული ტიპის სასტუმროებში წყალტუბოსა და ქუთაისში. წყალტუბოს კურორტი იფუნქციონირებს მთელი წლის განმავლობაში 90% მეტი დატვირთულობის მაჩვენებლით.
- > **შავ ზღვას ყოველწლიურად დაახლოებით 960 000 დამსვენებელი სტუმრობს** რაც წარმოადგენს მნიშვნელოვან ტურისტულ ბაზარს იმერეთის მღვიმეებისათვის. საერთაშორისო ვიზიტორები განსაკუთრებით დაინტერესებულნი იქნებიან იმერეთის მონახულებით - ქუთაისი ბაგრატიისა და გელათის მონასტრებით, ვანი და იმერეთის მღვიმეები წარმოადგენენ შავ ზღვაზე დამსვენებელთა შორის, ერთდღიან ვიზიტისთვის ყველაზე მნიშვნელოვან ადგილებს
- > **ტრანზიტული მგზავრები შეადგენენ 10.5 მილიონს**, რომლებიც გადაადგილდებიან ძირითადად მაგისტრალზე შავი ზღვისპირეთიდან თბილისის მიმართულებით.

10 იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ტურიზმის განვითარების ხედვა და მიზნები

საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარება საკმაოდ ინტენსიური ხასიათისაა. მას თანსდევს ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობების აღიარება და ასევე წარმოადგენს ახალი ინფრასტრუქტურის, პროდუქტისა და სერვისების განვითარებისათვის საუკეთესო ზეწოლის მექანიზმს; ეს კი იძლევა ბუნების, ბიომრავალფეროვნების, ველური ბუნებისა და ასევე, კულტურული მემკვიდრეობის უკეთესი ინეტრპრეტირების საშუალებას. გარდა ამისა, ვიზიტორების გაზრდილი რაოდენობის პირობებში ხდება ისეთი გამოწვევების, როგორიცაა ცუდი მისასვლელი გზა, წყლის, ელექტროენერგიის ან ნარჩენების მართვის პრობლემების უფრო ეფექტური მენეჯმენტი. შესაბამისად, დტს და დტ-ს ადმინისტრაციები ბალანსირებას ახდენენ მათ მთავარ დანიშნულებას - ბუნების შენარჩუნებას, დაცვასა და მართვას და ვიზიტორთა მოლოდინის გამართლების აქტივობებს შორის.

დაცულ ტერიტორიებზე ვიზიტების რაოდენობა მომავალ წლებში მხოლოდ მზარდი იქნება და ამგავრად, ტურიზმის განვითარება საჭიროა დაიგეგმოს მკაფიო სტრატეგიისა და პროცედურების შესაბამისად. 2020 წელი შეიძლება მოაზრებოდეს აღნიშნული სტრატეგიის, მიზნებისა და აქტივობების გახორციელების პერიოდად. ეს საკმარისად ხანრძლივი დროა სტატეგიული მიზნების შესაქმნელად და მაგრამ ამასთანავე, საკმარისად მოკლე, რათა ვიყოთ პრეატიკულები შეთავაზებული ღონისძიებებისა და პროცედურებთან მიმართებაში, ვინაიდან სიტუაცია მოითხოვს დაუყოვნებლივ რეაგირებას.

იმერეთის მღვიმეებიწარმოადგენენ წამყვან და ყველაზე მეტად ტურისტულად ორიენტირებულ დაცული ტერიტორიები საქართველოში. ამ ძეგლების ბუნებრივი მიმზიდველობის, მარტივად მიღწევადობისა და მოკლე დროში მათ მონახულების შესაძლებლობის გამო, იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა რაოდენობა შეადგენს საქართველოს ყველა დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტების 41%-ს. იმერეთის მღვიმეებისასევე წარმოადგენენ დაცულ ტერიტორიებზე კომერციული, უმეტესწილად ტურიტულიაქტივობებით გამოწვეული შემოსავლების მიღების 90%-იან წყაროს. ამ ციფრების გათვალისწინებით, იმერეთის მღვიმეებს გააჩნიათ უდიდესი ეფექტი საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებასა და განათლებაში, იმის შესახებ თუ რა ფასეულობას წარმოადგენს ბუნება და ასევე, დტს-ს ფიფნასურ მდგრადობაზე, რომელიც დაფუძნებულია კომერციულ-ტურისტულ აქტივობებზე.

იმერეთის მღვიმეებს გააჩნიათ შესაძლებლობა გაზარდონ ვიზიტორთა რაოდენობა და შემოსავლები ბევრად უფრო სწრაფად, ვიდრე სხვა დაცულ ტერიტორიებს საქართველოში. აქედან გამომდინარე, იმერეთის მღვიმეების დტ-ს ადმინისტრაციის მხრიდან არსებობს საკმაოდ რეალური მოლოდინი იმისა, რომ იგი მართავს დაცულ ტერიტორიას სტატეგიულად, რათა შენარჩუნებულ იქნას მდგრადობა, გაიზარდოს ბუნებრივი ღირებულებების დაფასება, ვიზიტორთა რიცხვი და ასევე, გაიზარდოს ეკონომიკური შემოსავალი ტურიზმიდან. დტ-ს ადმინისტრაცია უნდა იცნობდეს განვითარების რეალურ შესაძლებლობებს და გააზრებული ჰქონდეს ის პასუხისმგებლობა, რომელიც ავალდებულებს გამოიყენოს რესურსები შეძლებისდაგვარად ეფექტურად, რაც წარმოადგენს მოსალოდნელი შედეგების მიღწევის უტყუარ წინაპირობას.

ხედვა:

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები ტურიზმის კუთხით იქნებიან წამყვანი დაცული ტერიტორიები საქართველოში. ისინი შესთავაზებენ ადგილობრივ და საერთაშორისო ვიზიტორებს კარსტული მღვიმეების უნიკალურ, იდუმალ მიწისქვეშა სამყაროს და მაღალი ხარისხის მრავალფეროვან მომსახურებას, რათა იქ მისულმა სტუმარმა მიიღოს ბუნებრივი, საგანმანათლებლო და კულტურული სანახაობით მოგვრილი სიამოვნება.

იმერეთის მღვიმეები, იმერეთის რეგიონში ტურიზმის ერთ-ერთი საყრდენი წერტილი იქნება, ასევე დტს-ს შემოსავლების ყველაზე მნიშვნელოვანი წყარო და საერთაშორისო დონეზე ცნობადი ბუნებრივი სანახაობა.

მისია:

ბუნებრივი რესურსების ბალანსირებული გამოყენება, რათა შენარჩუნდეს და გაიზარდოს იმერეთის მღვიმეების ბუნებრივი ღირებულება და ხელი შეუწყოს დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და

საქართველოს დაცული ტერიტორიების და მღვიმეების ფინასურ მდგრადობას, ასევე განვითარებას, დასაქმებას და იმერეთის რეგიონის მოსახლეობის სოციალურ კეთილდღეობას.

მიზნები:

იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარების ზოგად მიზანს წარმოადგენს დაბალანსებულად მდგრადი და ტურიზმზე ორიენტირებული დაცული ტერიტორიის მოდელის შესაბამის ფუნქციონირებას, რომელსაც გააჩნია უდიდესი ბუნებრივი და საგანმანათლებლო ღირებულება და ეკონომიკური ეფექტურობა, საერთაშორისოდ ცნობად ტურისტულ სანახაობასთან ერთად.

იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების სპეციფიკურ მიზნებს წარმოადგენს:

მიზანი 1: ადგილობრივი და საერთაშორისო ტურისტების რიცხვის ზრდა

- > ვიზიტორთა რიცხვის ზრდა 145 000-დან 2013-ში, სულ მცირე 300 000-მდე 2020 წლისათვის
- > საერთაშორისო ვიზიტორების წილის ზრდა 23%-დან 2013-ში, 50%-მდე 2020 წლისათვის

მიზანი 2: ტურიზმისა და კომერციული აქტივობებიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა

- > ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა 918 000 ლარიდან 2013-ში, 4 500 000-მდე 2020 წლისათვის
- > შესასვლელი ბილეთების გარდა, პროდუქტებისა და სერვისების გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავლების წილის ზრდა

მიზანი 3: ვიზიტორთა საერთო კმაყოფილების დონის აწევა

- > ვიზიტორთა კმაყოფილების დონის ზრდა და უკმაყოფილების დონის დაწევა
- > ვიზიტორთა მიერ დაცულ ტერიტორიაზე დაყოფილი დროის გახანგრძლივება
- > ლოიალურობის ზრდა - დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტორთა დაბრუნების კოეფიციენტის ზრდა

მიზანი 4: ვიზიტორთა ინფრასტრუქტურის რესტრუქტურირება ეფექტური გამოყენების მიზნით და ახალი ტურისტული პროდუქტისა და სერვისების განვითარება

- > დტ-ს ძირითადი ინფრასტრუქტურის დასრულება
- > არსებული ტურისტული ობიექტების ეფექტური გამოყენების გაუმჯობესება
- > ახალი ტურისტული პროდუქტისა და სერვისების განვითარება
- > წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტისა და იმერეთის მღვიმეების დაკავშირება

მიზანი 5: ადამიანური რესურსების პროფესიული განვითარება და რეგულარული ტრენინგების განხორციელება

- > ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის სფეროსი ჩართულ თანამშრომელთა მომზადება და მოხილვება
- > იმერეთის მღვიმეების დტ-ს თანამშრომელთა რეგულარული ტრენინგები

მიზანი 6: ადგილობრივი თემებისა და დაინტერესებულ მხარეების შორის თანამშრომლობის განვითარება

- > ადგილობრივი თემებისა და მოსახლეობისათვის ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობების უზრუნველყოფა
- > ადგილობრივი მოსახლეობის ცოდნის გაღრმავება იმერეთის მღვიმეებისა და სხვა დაცული ტერიტორიების ვალდებულებების შეხაზ ბუნებისა და ბუნებრივი ფასეულობების დაცვასთან მიმართებაში
- > იმერეთის რეგიონში, ტურიზმის სფეროში არსებულ დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობის ხელშეწყობა

მიზანი 7: მდგრადობის პრინციპებისა და ღონისძიებების გატარება და უსაფრთხო მომსახურების უზრუნველყოფა

- > იმერეთის მღვიმეების დტ-ს მდგრადობის ღონისძიებების გაძლიერება
- > უსაფრთხოებისა და დაცვის ღონისძიებებითა დასამოქმედო გეგმით უზრუნველყოფა

მიზანი 8: ვიზიტორთა შორის საგანმანათლებლო და ცნობიერების ამაღლების შუამდგომლობა ბუნებასა და ბუნებრივ ფასეულობებთან მიმართებაში

- > ვიზიტორთა შორის დაცული ტერიტორიების ბუნებისა და ბუნებრივი ფასეულობების შესახებ ცოდნის გაღრმავება

მიზანი 9: ტურიზმისა და დაცული ტერიტორიების იმიჯის ჩამოყალიბების ხელშეწყობა

- > დაცული ტერიტორიების, როგორც ტურისტული მიმართულების, აღქმის გაუმჯობესება

1.1 პროდუქტის სტრატეგიული განვითარება იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე

1.1.1 სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის (SBU) პრინციპების და ტურისტული პროდუქტის განვითარება იმერეთის მღვიმეებში

სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული თანდათანობით ხდება ტურისტული პროდუქტებისა და აქტივობების განვითარების მთავარი პრინციპი, რაც წარმოადგენს კამყოფილებისა და მოლოდინის გამართლების წინაპირობას და რომელიმე კონკრეტული ტურისტული ადგილის მონახულების მთავარ მოტივაციას. აღნიშნული პრინციპის გათვალისწინებას მივყავართ ტურისტული პროდუქტის სპეციალიზაციისაკენ, ტურისტული ადგილის უნიკალური იმიჯის შექმნისა და ვიზიტორთა კმაყოფილებისა და ლოიალურობისაკენ. სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულით შეფასების ცნება სტრატეგიული განვითარების, როგორც საინვესტიციო პროგრამების საფუძველი, ასევე პროდუქტის განვითარებისა და მარკეტინგის პრიორიტეზირებას წარმოადგენს.

სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული ეფუძნება ვიზიტორთა გამოცდილებასა და მოტივაციას. დღესდღეობით, მოგზაურებს გააჩნიათ გამოცდილების მაღალი დონე და უთმობენ მეტ ყურადღებას იმას, თუ რას მოიხმარენ ისინი და როგორ გამოცდილებას იღებენ სამოგზაურო პროდუქტიდან; ზოგად გეოგრაფიულ მდებარეობაზე უფრო მეტად, პრიორიტეტი ენიჭება გამოცდილებას. ამან აიძულა ტურიზმის ინდუსტრია, რომ შეეწყვიტა კონცენტრირება მხოლოდ პროდუქტზე და მის მახასიათებლებზე და გადაეტანა ის ვიზიტორების ინტერესის სფეროსკენ; თუ რა სახის გამოცდილების მიღება სურდათ მათ, როგორ იქნებოდა ეს აღქმული ემოციურად და იმ უზუსტობაზე თუ რისი ნახვა სურდათ ვიზიტორებს და სანაცვლოდ, რას ნახულობენ და გრძნობენ სინამდვილეში.

დღესდღეობით, ტურიზმის ინდუსტრიაში გამოცდილება გადამწყვეტ როლს თამაშობს. პირადი სრულყოფილების განცდა ის ძირითადი რამ არის, რის მიღებასაც ვიზიტორები გამუდმებით ცდილობენ. შედეგად, გამოიყენება მოტივაციაზე დაფუძნებული მიდგომა. გამომდინარე აქედან, სამოგზაურო ადგილის შერჩევის პროცესში მთავარ როლს არულებს ის გარემოება, თუ რას გრძნობენ ვიზიტორები ამ კონკრეტულ ადგილიდან მიმართებაში, თუ როგორ აღიქმება ესა თუ ის ადგილი მათ მიერ, რა შეგრძნებების მომტანია ის, ხოლო ადგილის ფიზიკური მახასიათებლები არ თამაშობენ ფაქტიურად არავითარ როლს.

ჩვენ განვსაზღვრეთ 7 განსხვავებული სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული საქართველოს დაცული ტერიტორიების ტურისტული მდგომარეობისა და პოტენციალის შეფასების პროცესში, რომლებიც უკვე არიან, ან მომავალში იქნებიან მნიშვნელოვანი დატვირთვის მატარებლები. დღევანდელ დღეს, საქართველოში ყველაზე მნიშვნელოვან სტრატეგიულ ბიზნეს ერთეულს წარმოადგენს ბუნება, განათლება და კულტურა, სპორტი და თავგადასავლები. იმერეთის მღვიმეების შემთხვევაში ბუნება და განათლება ყველაზე ნიშვნელოვანი სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულები არიან და ვიზიტორებს სთავაზობენ პროდუქტს, რომელიც ეფუძნება ბუნებაში მიღებულ გამოცდილებასა, განათლებასა და კულტურას. ეს ორის ერთეული იქნება დომინანტები ასევე მომავალშიც, მაგრამ ეს გეგმა ასევე გთავაზობს რომ გავითვალისწინოთ ასევე იმ ვიზიტორთა მოთხოვნები, რომლებიც ეძებენ სპორტულ და სათავგადასავლო გამოცდილებების მიღებას ოკაციის კანონზე, გამაჯანსაღებელი მიზნების განხორციელებას (უმეტესად წყალატუმოს დამსვენებლები), რომლებიც ისიამოვნებენ მღვიმის ჯანსაღი გარემოთი და მკურნალობით და ასევე, დამატებით ცოტაოდენი გართობა და ისიამოვნება ვიზიტორთა მცირე ჯგუფისათვის, რათა გაიზარდოს იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთა ზოგადი კმაყოფილების დონე.

თითოეული სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული მოიცავს რამდენიმე ტურისტულ პროდუქტს - დამატებითი პროდუქტებისა და სერვისების ნაკრებს, რომელიმე ვიზიტორებს სთავაზობენ უნიკალურ გამოცდილებას. ტურისტული პროდუქტების განვითარება, რომლებიც ფოკუსირებული არიან დომინანტ სტრატეგიულ ბიზნეს ერთეულ(ებ)ზე და იმერეთის მღვიმეებს დაეხმარებიან განავითარონ იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების უნიკალური ბრენდი, გაამართლონ ვიზიტორთა მოლოდინი, მიაღწიონ მათი კმაყოფილებისა და ლოიალურობის დონეს და ამავედროულად, მოახდინონ დაცული ტერიტორიებისა და ადგილობრივი თემებისათვის სარგებლის ოპტიმიზირება.

დეტალური SWOT-ის, ღირებულების ჯაჭვის, პროდუქტის პოტენციალისა და ბაზრის ანალიზის შემდგომ, ჩვენ გთავაზობთ იმერეთის მღვიმეების ტურისტული პროდუქტის განვითარებას განსაზღვრული სტრატეგიული ბიზნეს ერთეულის გათვალისწინებით:

სბუ (სტრატეგიული ბიზნეს ერთეული): ბუნება		
ბუნებთან სიახლოვე, აუთენტურობის შეგრძნება, წარმომავლობის ფესვებთან დაბრუნება, სიმშვიდისა და ბუნებრივი გარემოს განცდა, ველური ბუნების შეცნობა, ურბანული გარემოსგან გაქცევა, ბუნებრივი გარემოს შესწავლა, ხალხმრავლობის არარსებობა, დასვენება და რელაქსაცია		
ტიპური პროდუქტი: ვიზიტი ეროვნულ პარკში, ბუნებაში ფეხით სიარული, ველური ბუნების თვალთვალი, საფეხმავლო ბილიკებზე გასეირნება გიდის თანხლებით, ფრინველებზე დაკვირვება, ფოტოგრაფია ბუნებაში, შეხვედრა ადგილობრივ მოსახლეობასთან, ბუნების პარკების მონახულება		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> სათაფლიის მღვიმის მონახულება > სათაფლიის კლდოვანი ბილიკი > სათაფლიის საგანმანათლებლო ბილიკი > სათაფლიის კოლხური ტყე > სათაფლიის იურული პერიოდის პარკი > დინოზავრის ნაკვალევით > პრომეთეს მღვიმის მონახულება > სანაოსნო ტური პრომეთეს მღვიმეში > ოკაცის საფეხმავლო ბილიკი	> ახალი მღვიმეების მონახულება > საფეხმავლო ეკო-ბილიკი ბუნებაში > ბუნებისა და ხელოვნების ბანაკები > რეკრეაცია ბუნებაში > სათამაშო მოედნები ბუნებაში > ბოტანიკური ტურები > გეოლოგიური ბილიკები > ისტორიული ბილიკები	> მსუბუქი ეკოტურისტები - დაინტერესებული და რეგულარული ვიზიტორები > ვიზიტორები სპეციალური ინტერესებით (ფაუნა, ფლორა, ეთნოლოგია, და სხვა) > ოჯახები > სტუდენტები > ბავშვები > უმცროსი წევრები ორმაგი შემოსავლებით > ხანდაზმული წევრები რომელთა შვილები ცხოვრობენ ცალკე
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
სვანეთი, ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი. კაცხის სვეტი		

ცხრილი 20: იმერეთის მღვიმეების სბუ, ბუნება

სბუ: კულტურა და განათლება		
ადგილობრივი კულტურის სიდრმისეული შეცნობა და ადგილობრივი ყოველდღიურობის გამოცდა, რაიმე ახლის შესწავლა, საკუთარი თავის აღმოჩენა, მსგავსი ინტერესების მქონე ახალ ადამიანებთან შეხვედრა, მეგობრებთან ან ნათესავებთან ყოფნის შესაძლებლობა, ახალი გამოცდილების შეძენა, მეგობრებისათვის ახალი გამოცდილების შესახებ მოყოლის შესაძლებლობა		
ტიპური პროდუქტი: ისტორიული და არქეოლოგიური ძეგლები, საგანმანათლებლო სემინარები, ადგილობრივ მოსახლეობასთან შეხვედრა, ძირძველი კულტურის მოკვლევის ტური, სამეცნიერო და კვლევითი ვიზიტები, თემატური პარკები		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> ბუნების საგანმანათლებლო ბილიკი სათაფლიაში > სპელეოლოგიური მუზეუმი სათაფლიაში > სპელეოლოგიური კვლევების პროგრამები	> ბუნების საგანმანათლებლო ბანაკები - საორიენტაციო და ველურ ბუნებაში გარდაჩენის ბანაკები > ნორჩი რეინჯერებისა და ახალგაზრდა მეცნიერების	> კულტურაზე ორიენტირებული ვიზიტორები > ბუნების ვიზიტორები ძლიერი კულტურული ინტერესით

	ბანაკები > ხელოვნების ბანაკები > მეცნიერული კვლევის ბანაკები > ბუნების სამეცნიერო ლაბორატორიის პროგრამები > დაცულ ტერიტორიებსა და ეროვნულ პარკებში ტრადიციული აქტივობების შესწავლის გამოცდილება > ეთნოლოგიური საგანმანათლებლო ტური > ეთნოგრაფიული საგანმანათლებლო ტური > ტრადიციული ხელსაქმე, კულტურა და ღონისძიებები > ფოტოგრაფიის კურსები > ფოტო-საგამოფენო ბილიკები > ფოტოგრაფიული კონკურსის ფესტივალი > ამბების თხრობის პროგრამები > მითების, ლეგენდებისა და ისტორიის პროგრამები > ქვევრისა და ღვინის ისტორია	> მეცნიერები და მკვლევარები > სტუდენტები > ახალგაზრდები და ბავშვები > ოჯახები > ხანდაზმული წყვილები
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული სანაბაოებები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
ბაგრატის ტაძარი, გელათის აკადემია, ვარძია, მღვიმეების მონასტერი, ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ქვევრის ღვინის წარმოება		

ცხრილი 21: იმერეთის მღვიმეების სბუ, კულტურა და განათლება

სბუ: სპორტი და თავგადასავლები		
ადრენალინის შეგრძნება, ფიზიკური აქტიურობის ლიმიტის გამოცდა, საკუყარი თავის აღმოჩენა საინტერესო და ამბულგებელი თავგადასავლები, ახალი გამოცდილების მიღება, რეპუტაცია, იგივე ინტერესების მქონე ადამიანებთან შეხვედრის შესაძლებლობა, მეგობრებისათვის ახალი გამოცდილების შესახებ მოყოლის შესაძლებლობა		
ტიპიური პროდუქტი: ველოტური, ჯიპ-ტური, კანიონინგი, რაფტინგი, კაიაკინგი, სპორტული თევზაობა, საცხენოსნო მოგზაურობა, ცურვა		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> კანიონინგი > ოკაციის გადასახედი პლატფორმა > შუშის პანორამული გადასახედი სათაფლიაში	> კანიონინგის საფეხმავლო ბილიკები > რაფტინგი კანიონებში სათავგადასავლო ტურები > კინჩხის ჩანჩქერი > კლდეზე ცოცვა > გაყინულ ჩანჩქერზე ცოცვა > მღვიმეებში პროშიალი ადრენალისი მოყვარულთათვის > სპელეოლოგიური ტურები > ველოტურები	> სპორტული და სათავგადასავლო ვიზიტორები > სპორტისა და ბუნების ასოციაციები და კლუბები > სტუდენტები > უშვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით

	> სათავგადასავლო პარკები > სამთო ლაშქრობები > ზიპლაინი > მშვილდოსნობა > ფეინთბოლი > ჯიპტურები > სკანდინავიური სიარულის ბილიკები > სამთო ველოსიპედი > ბუნებაში ცხენით ჯირითი > ჭაობებზე სიარული > თოვლის ფეხსაცმლის ტურები > მინი გოლფი	
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
მარტვილის/გიჭკადილის კანიონი, სვანეთის ტურისტული სპორტული პარკი, სტადიონი და სპორტული დარბაზი წყალტუბოში		

ცხრილი 22: იმერეთის მღვიმეების სბუ, სპორტი და თავგადასავლები

სბუ: ჯანმრთელობა		
იყო ჯანმრთელი, იცხოვრო დიდ ხანს, იყო კარგ ფორმაში, გამოიყურებოდე კარგად, სტრესის არ ქონა		
ტიპიური პროდუქტი: ჯანმრთელობა და სამედიცინო მკურნალობა, სილამაზის ქირურგია, ჯანმრთელობის გაუმჯობესება, ვიზიტი ეროვნულ პარკში, მსუბუქი სპორტული ფიტნეს აქტივობები, (ფეხით საირული, ველოსიპედი, სარბენი თხილამურებით გადაადგილება, თოვლის ფეხსაცმელების ტური და სხვ), კლიმატური გაჯანსაღება, მღვიმის თერაპია..		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
	> მღვიმის თერაპია და გაჯანსაღება > კლიმატური გაჯანსაღების პროგრამები > დამოკიდებულების საწინააღმდეგო პროგრამები	> პაციენტები ჯანმრთელობის კონკრეტული ჩვენებებით > პოსტ ქირურგიული და სამედიცინო რეაბილიტაცია > უმეილო წყვილები ორმაგი შემოსავლით
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კუროტი, კლინიკები და საავადმყოფოები		

ცხრილი 23: იმერეთის მღვიმეების სბუ, ჯანმრთელობა

სბუ: სიამოვნება
ცხოვრების ტემპის შენელება, სიამოვნება, დასვენება და რელაქსაცია, ხალხმრავლობის არარსებობა, დადებითი გამოცდილების მიღება, რეპუტაცია, შესაძლებლობა იყო მეგობრებთან / ნათესავებთან, შესაძლებლობა მოუყვე შენს მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ
ტიპიური პროდუქტი: გამაჯანსაღებელი პროგრამები, გასტრონომიული ტურები, ღვინის ტური, ადგილობრივ მოსახლეობასთან შეხვედრა, შოპინგი, გარუჯვა

არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> მედიტაცია > მღვიმეში > შოპინგი	> შოპინგი: საფოსტო ბარათები, მაისურები, ჭიქები, კეპები > რელიგიური პროგრამები > მედიტაციის პროგრამები > გამაჯანსაღებელი (თერაპიის, იოგა) > ბიოენერგიის ბილიკი > ფიტნესი > მზის ამოსვლაზე / ჩასვლაზე დაკვირვება > გასარუჯი პლატფორმები > მსუბუქი საფეხმავლო და სალაშქრო ბილიკები > ზაფხულის სამზარეულო > ტრადიციული სამზარეულო და დეგუსტაცია > ღვინის დეგუსტაცია	> მსუბუქი ეკოტურისტები - რეგულარული ვიზიტორები ბუნებაში > ახალგაზრდა პროფესიონალები > სოციალური ცხოვრება და კავშირების მაძიებელი ვიზიტორები > უშვილო წყვილები > ორმაგი შემოსავლებით > ხანდაზმული წყვილები
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
გამაჯანსაღებელი ცენტრი წყალტუბოში, ხარების ღვინის მარანი, შოპინგი ქუთაისში		

ცხრილი 24: იმერეთის მღვიმეების სბუ, სიამოვნება

სბუ: ბიზნესი და MICE (შეხვედრები, ინსენტივი, კონფერენცია და გამოფენები)		
იყო წარმატებული, ახალი გამოცდილების შეძენა, რეპუტაცია, მსგავსი ინტერესების ადამიანებთან შეხვედრა, შესაძლებლობა მოუყვე მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ		
ტიპიური პროდუქტი: კონფერენცია, კონგრესი, გამოფენები, გუნდის გაძლიერება		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> შეხვედრები > საკონფერენციო დარბაზში > ქორწილი მღვიმეში	> გუნდის გაძლიერების პროგრამები > შეხვედრები და ინსენტის პროგრამები > საგამოფენო პროგრამები > სემინარები > დაცული ტერიტორიების მეგობრების ფესტივალი > სამეცნიერო და კვლევითი კონფერენციები	> MICE ორგანიზატორები > ადგილობრივი და საერთაშორისო კორპორაციები > სავაჭრო და პროფესიული ასოციაციები > უშვილო წყვილები > ორმაგი შემოსავლებით
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
ქუთაისის და წყალტუბოს სასტუმროები, ტუროპერატორები და ტურისტული სააგენტოები, უნივერსიტეტები		

ცხრილი 25: იმერეთის მღვიმეების სბუ - MICE

სბუ: გართობა და მხიარულება		
გაერთო, იგრძნო თავი ღონისძიების ნაწილად, საინტერესო გამოცდილება, მსგავსი ინტერესების ადამიანებთან შეხვედრა, შესაძლებლობა მოუყვე შენს მეგობრებს საკუთარი გამოცდილების შესახებ, გამოცდილების მეგობრებისთვის გაზიარება		
ტიპური პროდუქტი: ღონისძიებები და ფესტივალები, კონცერტები, წვეულება, შოპინგი, ღამის ცხოვრება		
არსებული პროდუქტი	პოტენციური პროდუქტი	ბაზრის სამიზნე ჯგუფები
> პატარა ბილიკი პრომეთეში > ქორწილი მღვიმეში	> დტ-ს ღია კარის დღეები > ღონისძიებები და ფესტივალები > ბავშვთა გასართობი პარკები > სათამაშო მოედნები > კონცერტები > ფილმების პრეზენტაცია სათაფლიის ვიზიტორთა ცენტრში > სავაჭრო დახლები და სავაჭრო დღეები	> ახალგაზრდა პროფესიონალები > ტენდენციის განმსაზღვრელები და ტენდენციის მიმდევრები > სოციალური ცხოვრებისა და კავშირების მაძიებლები > სტუდენტები > უშვილო წყვილები ორმაგი შემოსავლებით > ოჯახები > ხანდაზმული წყვილები
იმერეთის მღვიმეების ირგვლივ არსებული მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილები, რომლებიც კავშირში არიან სბუ-სთან:		
კანიონები, ფესტივალები და კონცერტები ქუთაისში და წყალტუბოში, სპორტული და აკვა პარკი ქუთაისში და წყალტუბოში		

ცხრილი 26: იმერეთის მღვიმეების სბუ, გართობა და მხიარულება

11.2 სტრატეგიული ტურისტული პროდუქტის სტრუქტურა იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 2013 და 2020-ში

ჩვენ დავასკვნით, რომ იმერეთის მღვიმეები საჭიროებენ დამატებით ტურისტულ ობიექტებს, პროდუქტებსა და სერვისებს, რათა ვიზიტი კარსტულ მღვიმეებსა და მიწისქვეშა სამყაროში იყოს უფრო კომფორტული და ასევე, თავიდან იქნას აცილებული მღვიმეების გამტარუნარიანობის ზედა ლიმიტთან მიახლოება 2020 წლისათვის. ჩვენ ასევე დავასკვნით, რომ დამატებითი სერვისები და პროდუქტები საჭიროა იმისათვისაც, რომ გახანგრძლივდეს დაცულ ტერიტორიაზე ვიზიტორთა ყოფნა და გაიზარდოს მათი კმაყოფილების დონე. ჩვენ შევქმენით ახალი პროდუქტებისა და სერვისების ჩამონათვალი იმერეთის მღვიმეებში არსებული პოტენციალის, ვიზიტორთა მოლოდინისა და მათი გამოცდილების საფუძველზე.

ახალი პროდუქტი უნდა იყოს მიმზიდველი, გამომდინარე მისი ბუნებრივი და ფიზიკური მახასიათებლებიდან და ასევე კონკურენტუნარიანი, არსებული მოთხოვნის შესაბამისად. ჩვენ შევფასეთ ახალი პროდუქტების მიმზიდველობა და კონკურენტუნარიანობა მათი 10 მახასიათებლის მიხედვით. უფრო დეტალური შეფასება მოცემულია მე-3 დანართში. შედეგები გვამღევენ ნათელ სურათს ახალი პროდუქტებისა და სერვისების პრიორიტეტული განვითარების შესახებ და ასევე, იმ სუსტი მხარეების შესახებ, რომლებიც უნდა გამოსწორდეს პროექტის მომზადებისა და ახალი შეთავაზების შექმნის პროცესში, რათა გაიზარდოს მიმზიდველობა და მიღწეულ იქნას კონკურენტუნარიანობის მაღალი დონე.

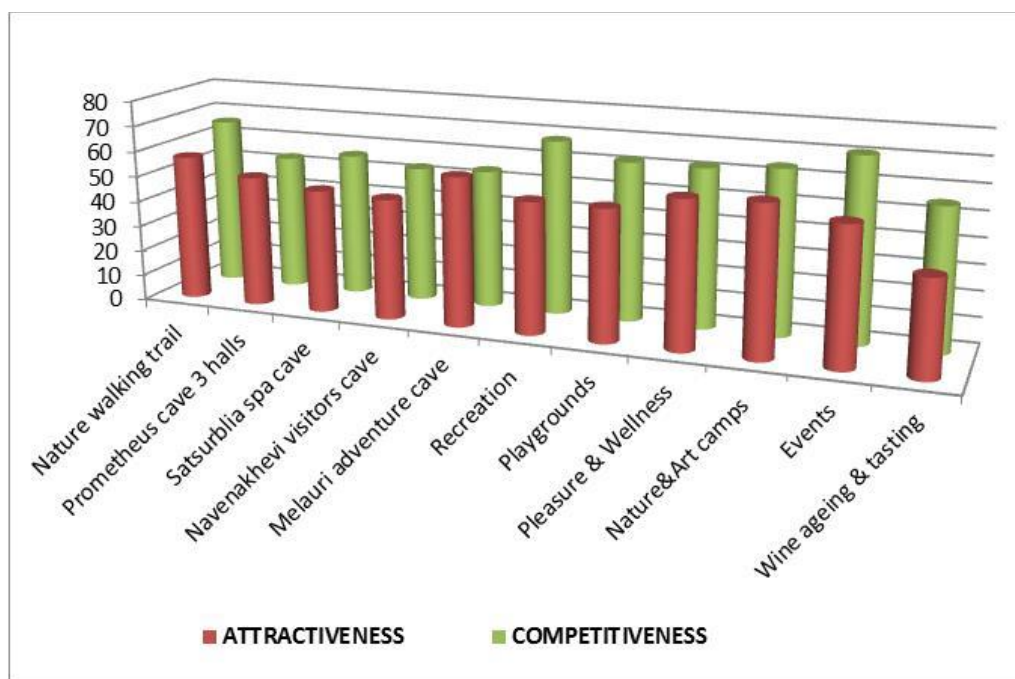
ცხრილი 27: მიმზიდველობისა და კონკურენტუნარიანობის შეფასება იმერეთის მღვიმეების (შეფასების სისტემა 1-დან 100-მდე)

	პროდუქტი	მიმზიდველობა (1-დან 100-მდე)	კონკურენტუნარიანობა (1-დან 100-მდე)
1.	ბუნებაში სასიარულო ბილიკი	57	66
2.	პრომეთეს 3 დარბაზი	51	53
3.	საწურბლიის გამაჯანსაღებელი მღვიმე	48	56
4.	ნავენახევის მღვიმე ვიზიტორთათვის	47	53
5.	მელაურის სათავგადასავლო მღვიმე	58	54
6.	რეკრეაცია	51	68
7.	სათამაშო მოედნები	51	62
8.	სიამოვნება და გაჯანსაღება	57	62
9.	ბუნებისა და ხელოვნების ბანაკები	58	64
10.	ლონისძიებები	53	71
11.	ღვინის დამწვლევა და დეგუსტაცია	37	55

წყარო: მე-3 დანართის ცხრილები

მიმზიდველობის შეფასება გვიჩვენებს, რომ ამჟამად საშუალო ქულა, რომელიც მიღებული აქვთ შეფასებამასას ახალ მღვიმეებს, ემყარება მხოლოდ მათ ბუნებრივ ფასეულობებს და მიმზიდველობას, მაშინ როდესაც მათი კულტურული და საგანმანათლებლო ღირებულებები ჯერ კიდევ საჭიროებენ განვითარებას. ახალ მღვიმეებს გააჩნიათ შემდგომი განვითარებისათვის ლიმიტირებული შესაძლებლობები გააჩნიათ. ასევე არ არსებობა არავითარი ტურისტული ობიექტები ან შეთავაზებები მიმდებარე ადგილებიდან. კონკურენტუნარიანობის თვალსაზრისით მათ გაჩნიათ უფრო მაღალი ქულები, მაგრამ მაინც არასაკმარისად მაღალი, ვინაიდან საჭიროებენ დამატებით ინვესტიციებსა და თანამშრომლებს.

ახალ მღვიმეები საკმაო წვლილს შეიტანენ იმერეთის მღვიმეების იმიჯის გაძლიერებაში და გააუმჯობესებენ ვიზიტორთა კმაყოფილების დონეს, რისთვისაც საჭირო იქნება გარკვეული პერიოდი. შესაბამისად, „მსუბუქი“ ტურისტული პროდუქტი და სერვისები, როგორიცაა სათამაშო მოედანი, რეკრეაცია, ბანაკი ბუნებაში და ღონისძიებები მოიტანენ უფრო სწრაფ შედეგს. ასევე მნიშვნელოვანია ხაზი გაესვას იმას, რომ ყველა ეს პროდუქტი გააუმჯობესებს ვიზიტორთა კმაყოფილების დონეს და ასევე თანამშრომელთა კმაყოფილების დონესაც, არ იქონიებს უარყოფით გავლენას ბუნებრივ გარემოზე და მისაღები იქნება ადგილობრივი მოსახლეობის წარმომადგენელთათვისაც.



Source: Data from Table 12.

სქემა 4: მიმზიდველობისა და კონკურენტუნარიანობის დონე იმერეთის მღვიმეების 11 ახალი ტურისტული პროდუქტისა და სერვისისათვის

იმერეთის მღვიმეებში არსებული ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების, ასევე მღვიმეების მონახულების მოტივაციის შეფასებაზე დაყრდნობით, ჩვენ დაავაჯგუფეთ პროდუქტები (სბუ-ში), რომლებიც ვიზიტორებს სთავაზობენ იმ გამოცდილების მიღებას, რომელსაც ისინი ელიან თავიანთი მოგზაურობიდან. დღესდღეობით, აუთენტური ბუნებრივი გარემოს მონახულება ყველაზე გავრცელებული მოტივაციაა იმერეთის მღვიმეების (63%) ვიზიტორთა შორის. მას მოსდევს საგანმანათლებლო და კულტურული სახის აქტივობები (37%). მეორე ჯგუფის მაღალი პროცენტი განპირობებულია სკოლის ჯგუფების ხშირი სტუმრობით სასწავლებლებში მიმდინარე საგანმანათლებლო პროგრამის ფარგლებში.

იმერეთის მღვიმეების სამომავლო განვითარებაფოკუსირებული იქნება მთავარი მოტივაციის - ბუნების მონახულების გაძლიერებაზე, რომ გააუმჯობესდეს ბუნებრივი ძეგლების მიმზიდველობა, გამოვლინდეს მათი ღირებულება და მოხდეს იმერეთის მღვიმეების პოზიციონირება ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზარზე,

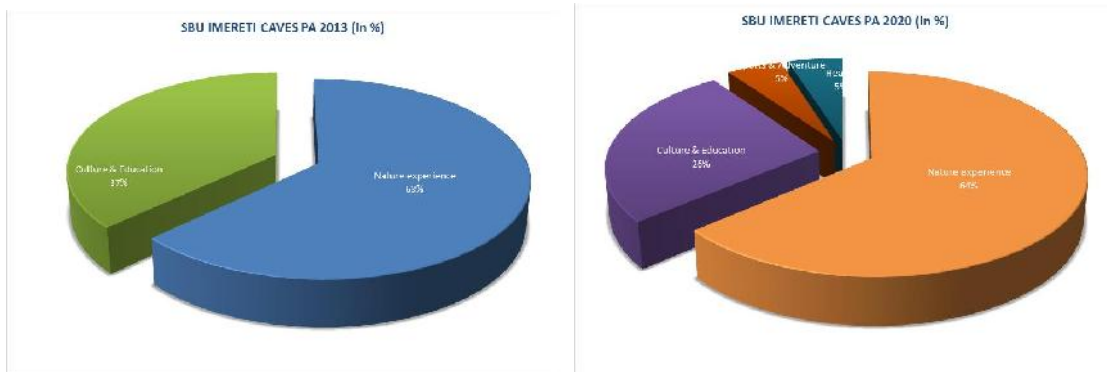
როგორც ბუნების პროდუქტი და შესაბამისად, გაიზარდოს ვიზიტორთა რიცხვი ამ დაცულ ტერიტორიებზე. იმისათვის, რომ გაიზარდოს დაცული ტერიტორიის ბუნებრივი ღირებულება, დტ-ს ადმინისტრაციას განზრახული აქვს განავითაროს გამაჯანსაღებელი პროგრამები ბუნებრივ გარემოში. დამატებით, დტ-ს ადმინისტრაცია განავითარებს ასევე ისეთ პროგრამებს, რომლებიც ხელს შეუწყობენ ვიზიტორს რომ გაახანგრძლივოს ვიზიტი დაცულ ტერიტორიაზე და გააუმჯობესოს მისი კმაყოფილების დონე. ეს ახალი პროდუქტები, ბილეთებიდან მიღებული შემოსავლების პარალელურად, წარმოადგენენ სხვა რესურსებიდან მიღებული შემოსავლების ზრდის წინაპირობას. ჩვენ არ ველოდებით, რომ გაჯანსაღება, სიამოვნებასა და გართობასთან დაკავშირებული ახალი პროდუქტებიდან მიღებული გამოცდილების კოეფიციენტი იქნება 10%-ზე მეტი იმერეთის მღვიმეებში ვიზიტორთა მიერ მიღებული მთლიანი კმაყოფილების დონიდან.

ოკაცისა და მარტივად კანონები სპორტული-სათავგადასავლო პროგრამებით მიმართული იქნება იმერეთის მღვიმეების ბაზრის სხვა სამიზნე ჯგუფისკენ. ამ თვალსაზრისით, დტ-ს გადაწყვეტილება, რომ ჩამოაყალიბოს სპორტულ-სათავგადასავლო ცენტრი ცალკე ადმინისტრაციის სახით, სრულებით შეესაბამება პროდუქტის სპეციალიზაციას და მიზნობრივ მარკეტინგს.

ცხრილი 28: ვიზიტორთა სტრუქტურა იმ გამოცდილებების შესაბამისად, რომელსაც ისინი მოელიან იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 2013-ში და 2020-ში

იმერეთის მღვიმეები	სიამოვნება	მხიარულება და გართობა	ბუნების შეცნობა	კულტურა და განათლება	სპორტი და თავგადასავალი	ჯანმრთელობა	ბიზნესი და MICE	სულ	ვიზიტორების რიცხვი
იმერეთის მღვიმეები 2013			63	37				100	145,888
იმერეთის მღვიმეები 2020			65	27	5	5		100	300,000

წყარო: დათვლილია დტ-ს ვიზიტორთა კითხვარის საფუძველზე, ინფორმაცია იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციიდან და საკუთარი შეფასება



წყარო: მონაცემები მე-13 ცხრილიდან

სქემა 5: ვიზიტორთა სტრუქტურა იმ გამოცდილებების შესაბამისად, რომელსაც ისინი მოელიან იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე 2013-ში და 2020-ში, ტურიზმის სტრატეგიის განხორციელების მოდელი - რესურსები და პროცედურები.

11.3 განვითარებისა და საინვესტიციო პროექტები

იმერეთის მღვიმეების სამომავლო განვითარება საჭიროებს ინვესტიციებს საბაზისო ინფრასტრუქტურაში, ტურისტულ ობიექტებსა და პროდუქტებში, ასევე სპელეოლოგიურ მოკვლევებში, უსაფრთხოებასა და ვიზიტორთა ნაკადების მდგრადობაში. დტ-ს ადმინისტრაციასთან ერთად, ჩვენ განვსაზღვრეთ შემდეგი საინვესტიციო პროექტი, რომლის განხორციელებაც შესაძლებელია 2020 წლამდე პერიოდში.

პროექტის საერთო ღირებულება შეფასებულია 2 3852 500 ლარად, ხოლო დასაქმებული ადამიანების მთლიანი რიცხვი კი 21 იქნება.

არსებობს რამდენიმე არსებითად გადამწყვეტი ინვესტიცია იმერეთის მღვიმეებში:

- > წყალგაყვანილობის სისტემა სათაფლიაში, იმისათვის, რომ შესაძლებელი გახდეს ადმინისტრაციის ტერიტორიაზე არსებული ტურისტული ობიექტების გამოყენება
- > პრომეთეს მღვიმისა და წყალტუბოს კურორტის დამაკავშირებელი ველო მარშრუტი სპეციალურად გამოყოფილ ბილიკზე, რათა მოხდეს ორი, იმერეთის რეგიონის ყველაზე ღირსშესანიშნავი ტურისტული ადგილის ერთმანეთთან დაკავშირება და ასევე, არსებობდეს უსაფრთხო ველო გზა.
- > ახალი მღვიმეების გახსნა ვიზიტორთათვის
- > დტ-ს ადმინისტრაციული შენობისა და ვიზიტორთა ცენტრის რესტრუქტურირება ტურიზმზე და შემოსავლებზე ორიენტირებული ინფრასტრუქტურის ჩამოყალიბებისათვის
- > ტურისტული პროდუქტების განვითარება ვიზიტორთა კმაყოფილების დონის ასამაღლებლად და მათი მღვიმეში ყოფნის დროის გასახანგრძლივებლად
- > კვლევებისა და განვითარების პროექტები

ცხრილი 29: საინვესტიციო პროექტების, ტურისტული პროდუქტების და კვლევებისა და განვითარების პროექტების მიმოხილვა იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიებისათვის 2014-2020 წლის პერიოდისთვის.

No	საინვესტიციო პროექტი / ტურისტული პროგრამა	ღირებულება, ლარი	საჭირო ადამიანური რესურსი	დაწყების და დასრულების წელი
ძირითადი ინფრასტრუქტურა				
1	წყლის რეზერვუარისა და სისტემის მონტაჟი	800,000		2015
2	სდამცავი კედელი სათაფლიასა და პრომეთეუმ	22,000		2015
ტრანსპორტი და საინფორმაციო ინფრასტრუქტურა				
3	პრომეთეს მღვიმის ვიზიტორთა ცენტრის რე	50,000		2015
4	პარკინგის ადგილების გაუმჯობესება სათაფლიასა და პრომეთეუმ			2016
5	განსაკუთრებული შესაძლებლობების ადამია	50,000		2016
6	ახსნა-განმარტებითი აუდიო გიდი მღვიმეებს შიგნით და გარეთ			2014
7	ელექტრონული საინფორმაციო დაფები და კ	1,600		2014
8	ელექტრონული ბილეთის დაჯავშნის ონლაი	15,000	1	2015
9	ველო მარშრუტი წყალტუბო-პრომეთე (სპეციალური ველო ბილიკი)			2017
10	ველო პარკინგი	5,000		2014
ტურისტული და სასტუმრო ინფრასტრუქტურა				
11	შენობების განახლება სათაფლიაში	120,000		2014/2015
12	სასტუმრო ოთახების რიცხვის გაზრდა 7-მდე	30,000	5	2015
13	საკემპინგე ადგილები სათაფლიასა და პრომე	30,000	2	2015/2016
14	კვლევისათვის განკუთვნილი დარბაზები პრო	25,000		2015
15	მღვიმის 3 ოთახის მომზადება პრომეთეუმში ვიზიტორთათვის			2016/2017
16	ნავენახევის მღვიმის მომზადება ვიზიტორთ	1,000,000	7	2015
17	მელაურის მღვიმის მომზადება სათაფლიასა და პრო	200,000		2015/2016
18	საწებროლის გამაჯანსაღებელი მღვიმის მომ	250,000		2016/2017
ტურისტული პროდუქტები და სერვისები				
19	საფეხმავლო ეკო ბილიკი ბუნებაში (გრძელი)	15,000	1	2015
20	სარეკრეაციო ობიექტები	15,000	1	
	მშვილდოსნობა			2015
	მინი გოლფი			2015
21	ბუნებისა და ხელოვნების ბანაკები			
	მოკლეს ეკო საგანმანათლებლო ბილიკი	10,000	1	2015
	ხელოვნებისა და ფოტოგრაფიის კურსები			
22	სათამაშო მოედნები	5,000	1	2015
	განმის მოპოვება			
	სათამაშო მოედნები ბავშვებისათვის			
23	სიამოვნება და გაჯანსაღება	50,000	1	1016/2017
	ბიოენერგეტიკული ბილიკი			
	სამედიტაციო პლატფორმა			
	მედიტაცია / რელაქსაცია			
	გასარუჯი პლატფორმა			
24	ღონისძიებები	30,000	1	2015
25	ღვინის დამკვლევა და დაგემოვნება			2015
26	დურბინდები (2)	3,000		2015
კვლევისა და განვითარების პროექტები				
27	გარემოზე ზეგავლენის მონიტორინგის სისტე	50,000		2015/2010
28	შემდგომი სპელეოლოგიური მოკვლევა	50,000		2016/2018
29	რისკების შეფასებისა და ევაკუაციის ინვესტი	10,000		2015
30	მღვიმეების გამტარუნარიანობის შეფასება	15,000		2017
		2,851,600	21	

წყარო: სამუშაო შეხვედრა იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციაში

პროექტების დაახლოებითი მთლიანი ღირებულებაა 2 851 600 ლარი. თუ ვივარაუდებთ, რომ იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმიდან ყოველწლიური შემოსავალი გაიზრდება 30%-ით, ეს ნიშნავს იმას, რომ 2020 წლისათვის ერთობლივი შემოსავლების თანხა იქნება 18 240 000 ლარი (დაწყებული 1.43 მილიონი ლარის შემოსავლით 2015-ში). ამავე პერიოდში 2015-2020, საოპერაციო ხარჯების ყოველწლიური 2.5%-იანი ზრდით, ერთიანი ღირებულების თანხა იქნება 5 500 000 ლარი (დაწყებული 850 000 ლარის საოპერაციო ხარჯებით 2015-ში). ეს მარტივი გამოანგარიშება გვიჩვენებს, რომ მომავალი 6 წლის მანძილზე იმერეთის მღვიმეების სუფთა შემოსავალი იქნება დაახლოებით 12 740 000 ლარი და აშკარაა, რომ ამ სუფთა შემოსავლებით დტს და იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაცია დაფარავს ყველა, ზემოაღნიშნულ პროექტში მოცემულ საინვესტიციო ხარჯს

მიუხედავად ამ პოზიტიური შემოსავლების / ხარჯის ბალანსისა გამარტივებული დაანგარიშების თანხლებით, სასურველია, რომ იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ მოიძიოს აღნიშნული პროექტის განხორციელებისათვის თანადაფინანსება და ასევე, საერთაშორისო დონორების მხარდაჭერა ინფრასტრუქტურისა და კვლევა-განვითარების პროექტებისათვის.

11.4 HR -ადამიანური რესურსები, განათლება და ტრენინგები

იმერეთის მღვიმეები ყველაზე ტურისტულად ორიენტირებული დაცული ტერიტორიებია საქართველოში და ეს ფაქტი კიდევ უფრო თვალსაჩინო იქნება მომავალში იმ ამბიციური მიზნების დასახვისა და მოსალოდნელი მნიშვნელოვანი შედეგების ხარჯზე, რაც ითვალისწინებს ვიზიტორთა რიცხვისა და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდას. ადამიანური რესურსების შეფასებამ აჩვენა, რომ არსებობს პროფესიონალი პერსონალის სიმცირე ტურიზმისა და სტუმართმოყვარეობის სფეროში. იმერეთის მღვიმეების დტ-ს ჰყავს ორი ვიზიტორთა სპეციალისტი და ცხრა ტურისტული გიდი.

იმისათვის, რომ განხორციელდეს უკვე არსებული ტურისტული ობიექტებისა და სერვისების მართვა ტურიზმის / სტუმართმოყვარეობის შემდგომი განვითარების მოთხოვნების შესაბამისად, ადამიანური რესურსების რიცხვი და ხარისხი საგრძნობლად უნდა გაიზარდოს (ცოდნა და გამოცდილება), რათა მომსახურება განხორციელდეს მაღალი პროფესიონალური სტანდარტების შესაბამისად რაც საჭიროს დასახული მიზნების მიღწევისათვის.

ჩვენ ვვარაუდობთ, რომ იმერეთის მღვიმეები საჭიროებენ შემდეგ პერმანენტულ კადრებს ტურიზმსა და სტუმართმოყვარეობის სფეროში (12 ადამიანი):

- > ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების მთავარი მენეჯერი, ასევე დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციის უფროსის მოადგილე - პასუხისმგებელია ტურიზმის სტრატეგიის განახლებაზე, განხორციელებაზე და მონიტორინგზე, ასევე მარკეტინგული გეგმის, ბრენდის განვითარების, ტურიზმის მუშაობის ორგანიზების - სტუმრების მომსახურების, სხვა ორგანიზაციებთან თანამშრომლობის (საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, შემომყვან ტუროპერატორთა ასოციაცია, დტ-ს მეგობართა ასოციაცია, ტუროპერატორები / ტურისტული სააგენტოები, მაისი (MICE), ასოციაციებიდასხვა) კოორდინატორიდატურიზმისსხვადასხვაექტივობებიდანმიღებულშედეგებზეპასუხისმგებელი;
- > შემოსავლების მენეჯერი და მაკონტროლებელი - გეგმავს და მონიტორინგს უწევს შემოსავლებს ტურიზმიდან, ადგენს ფასებს, კონცესიას და იჯარით გაცემის პროცედურებს, ადგენს საკონტრაქტო პირობებს ტუროპერატორებისა და სხვა პარტნიორი ორგანიზაციებისათვის, ახორციელებს ელექტრონული დაჯავშნის სისტემის ფუნქციონირებისა და მიღებული შედეგების მონიტორინგს, აკონტროლებს ფასებს და ანალიზს უკეთებს გეგმიდან გადახვევის შემთხვევებს;
- > მარკეტინგის მთავარი მენეჯერი - ორგანიზებას უკეთებს, ახორციელებს და მონიტორინგს უწევს მარკეტინგულ აქტივობებს საქართველოში და საზღვარგარეთ, ქმნის და ავრცელებს მარკეტინგულ და საინფორმაციო ბეჭდურ მასალებს, მონიტორინგს უწევს ტურიზმის სფეროს კორპორატიულ და ინდივიდუალურ კლიენტებთან თანამშრომლობას, ორგანიზებას უკეთებს ვიზიტორთა ცენტრებს, მომხმარებელთან თანამშრომლობის მენეჯმენტს, ასევე კოორდინირებას უწევს დტ-ს მარკეტინგის განყოფილების თანამშრომელთა მუშაობას, ტურისტული გიდების მუშაობას, პასუხისმგებელია ვიზიტორთა სტატისტიკასა და ვიზიტორთა კითხვარების ანალიზზე, ასევე პასუხისმგებელია ტურიზმის მარკეტინგის აქტივობების შედეგებზე;

- > კორპორატიული მარკეტინგის სპეციალისტი - ახორციელებს კორპორატიულ მარკეტინგთან დაკავშირებულ აქტივობებს: ტუროპერატორები, სასტუმროები, ორგანიზაციები;
- > ინდივიდუალური მარკეტინგი სპეციალისტი - პასუხისმგებელია ინდივიდუალურ ბაზარზე განხორციელებული მარკეტინგულ ღონისძიებებზე, ორგანიზებას უკეთებს, ახორციელებს და მონიტორინგს უწევს მარკეტინგულ აქტივობებს საქართველოში და საზღვარგარეთ;
- > მაის (MICE) მარკეტინგის სპეციალისტი და პროტოკოლი - ღონისძიებების ორგანიზატორი, შეხვედრების, ინსენტივების პროტოკოლის ლიდერი მაღალჩინოსანი სტუმრების ვიზიტის შემთხვევაში;
- > ვებ და ინტერნეტ პრომოუტერი - მარკეტერი (ონლაინ მარკეტინგი) - პასუხისმგებელია ინტერნეტ ფრომოუშენსა და ელექტრონულ კომუნიკაციებზე, მუშაობს დაჯავშნის ელექტრონულ სისტემაზე, იყენებს, ანახლებს და მართავს ელექტრონული მარკეტინგის ინსტრუმენტებს;
- > ტურისტული პროდუქტის, სერვისებისა და ხარისხის სტანდარტის განმავითარებელი - პასუხისმგებელია ტურიზმის პროდუქტებისა და სერვისის განვითარებაზე, ამ პროდუქტების მოვლა-პატრონობასა და მიზნობრივად გამოყენებაზე, ასევე, ამ პროდუქტებისათვის ხარისხის სტანდარტის შემუშავებაზე, ხარისხისა და განხორციელებული მომსახურების მონიტორინგზე;
- > სასტუმროებისა და ღამისთევის საშუალებების მენეჯერი - თანამშრომლებთან ერთად პასუხისმგებელია ობიექტების გამართულ მუშაობაზე, მათი მუშაობის მონიტორინგზე და ობიექტების კონცესიასა და კონტრაქტებზე;
- > სასტუმროებისა და ღამისთევის საშუალებების მენეჯერის ასისტენტი - სასტუმროებისა და ბანაკების თანამშრომელთა მენეჯმენტი, მონიტორინგს უწევს კეფების, რესტორნებისა და მაღაზიების მუშაობას და სხვა;
- > ტურიზმის ანიმატორი, პროდუქტებისა და სერვისების პრომოუტერი - მონიტორინგს უწევს ვიზიტორთა ნაკადებს, ვიზიტორებს სთავაზობს გამოიყენონ დტ-ს პროდუქტები და სერვისები, ჰყვება ისტორიებს, ეხმარება ჯგუფებს და ცალკეულ ვიზიტორებს, ართობს ბავშვებს და ახორციელებს გაყიდვების შემდგომ აქტივობებს;
- > ტურისტული ინფორმაციის სპეციალისტი - პასუხისმგებელია შესაბამისი ინფორმაციის მოგროვებაზე, ამ ინფორმაციის მართვაზე (კლასიფიცირება, მონაცემთა ბაზის ორგანიზება, და სხვა), აწვდის ინფორმაციას მომხმარებლებს პირდაპირი ან არაპირდაპირი მეთოდებით;
- > ტურისტული გიდები -უძღვებიან ტურისტულ ჯგუფებს მღვიმეებში და ბილიკებზე.

დამატებითი საჭირო იქნება 21 ადამიანი საინვესტიციო პროექტების განხორციელების შემდეგ და ცულ ტერიტორიებზე ტურისტული პროდუქტის შემდგომი განვითარებისათვის. სავარაუდოა, რომ იმერეთის მღვიმეების დტ-ს თანამშრომელთა ერთობლივი რიცხვი იქნება დაახლოებით 70-75 ადამიანი.

დაცულ ტერიტორიებს ასევე უნდა ჰყავდეს **ნახევარგანაკვეთზე და სეზონურად მომუშავე თანამშრომლები.** ეს შესაძლოა იყვნენ სტუდენტები, რომლებიც გაწვრთნილები არიან ინფორმაციის მართვისა და მიწოდების სფეროში და მუშაობენ, უმეტესწილად, ზაფხულის სეზონზე საინფორმაციო-სერვისის განსახორციელებლად ტურისტულ გამოფენებსა და ბაზრობებზე. პიკის სეზონზე, დაცულ ტერიტორიებზე ტურისტული გიდების მომსახურებაზე ძალიან დიდი მოთხოვნა არსებობს. ასევე არის ანიმატორებისა და ღონისძიებებზე დამხმარე პერსონალის მოთხოვნაც. გარდა ამისა, ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების სეზონური თანამშრომლები, ასევე შესაძლებელია დასაქმდნენ სასტუმროებში, მაღაზიებში და სხვა.

იმისათვის, რომ გაძლიერდეს თანამშრომელთა თავდადება და ამაღლდეს მათი მოტივაცია ინოვაციური და მომხმარებელზე ორიენტირებული სამუშაოს შესასრულებლად, ადამიანური რესურსების პოლიტიკა უნდა ითვალისწინებდეს:

- > თანამშრომელთა შესარჩევი პროცედურა, რომელშიც აქცენტს აკეთებს იმ უნარ-ჩვევებზე, რომლებიც საჭიროა სერვისის ინდუსტრიაში კარიერული წინსვლისა და განვითარებისათვის;
- > აღიარება იმისა, რომ დაბალი ხელფასი გავლენას ახდენს ხარისხიანი მომსახურების გაწევაზე;
- > თანამშრომელთა სამუშაო პირობების გაუმჯობესება;
- > პიროვნული განვითარების პროგრამებით უზრუნველყოფა;
- > კარიერული გზის განვითარება და პროფესიული აღიარება, ტრენინგებისა და პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან თანამშრომლობით;
- > სექტორში არსებული გადაცემადი უნარების შეძენა;
- > სეზონურობის შემცირება და მუდმივი თანამშრომლების აყვანა;
- > არაფულადი წახალისების უზრუნველყოფა, მაგალითად სიგელები და საზოგადოებრივი აღიარება, სასწავლო ვიზიტები საზღვარგარეთ, უფასო ტრენინგ კურსები და სხვა.

ტურისტების მომსახურების სფეროში ეფექტური მუშაობა მოითხოვს მუდმივ ტრენინგებსა და განათლებას - სწავლას მთელი ცხოვრების განმავლობაში. რამდენიმე თემა ტრენინგისთვის, რომლებიც სასურველია, რომ ჩატარდეს ტურიზმისა და სტუმრების მომსახურების სფეროში მომუშავე თანამშრომლებისთვის, ჩამოთვლილი ქვემოთ:

- > ვიზიტორთა დახვედრა და მასპინძლობა (ვიზიტორთა მომსახურება)
- > ინფორმაციის მენეჯმენტი და ინფორმაციის მიწოდება
- > მარკეტინგი და გაყიდვები
- > ყიდვის შეთავაზება
- > კორპორატიული მარკეტინგი და ტუროპერატორებისა და ტურისტული სააგენტოების მხარდაჭერა
- > ინტერნეტ მარკეტინგის გამოყენება მედიაში
- > მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი
- > ანიმატორობა და ლონისძიებების მენეჯმენტი
- > ტურისტული პროდუქტის განვითარება
- > გუნდური მუშაობა და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობა
- > ტურისტული ობიექტების მენეჯმენტი (ზოგადი)
- > ტურისტული გიდობა
- > რეინჯერების ტრენინგი სტუმართა მომსახურებისა და ინფორმაციის მიწოდების სფეროში (ზოგადი)
- > უცხო ენები

ზოგიერთი ტრენინგ კურსი შესაძლოა შემუშავებული იყოს უნივერსიტეტების მიერ სავაჭრო ასოციაციებთან, პროფესიონალებსა და პრაქტიკოსებთან ახლო თანამშრომლობით. უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობა ასევე მნიშვნელოვანია განათლებამიღებული ახალგაზრდების სეზონურად და პერმანენტულად დაქირავებისათვის. ტრენინგები უნდა იყოს პრაქტიკაზე ორიენტირებული და გათვალისწინებული იყოს ადგილზე ვიზიტები. ადამიანური რესურსების განვითარების სფეროში ძალიან კარგი შედეგის მომცემა, ასევე საქართველოს სხვა დაცულ ტერიტორიებზე სასწავლო ვიზიტების განხორციელება, საზღვარგარეთის ანალოგიურ ან დამოხილვებულ პარკებში სტუმრობა.

11.5 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ბიუჯეტი და შემოსავლები

2013 წლის განმავლობაში, იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიებისათვის საოპერაციო ხარჯის სახით გამოყოფილი იყო ბიუჯეტი 350 000 ლარის ოდენობით. მთლიანი საოპერაციო ბიუჯეტის 75%-ს წარმოადგენდა ხელფასებს, ხოლო დარჩენილი ნაწილი კი მოვლა-პატრონობის, ელექტროენერგიის, კომუნალურ ხარჯებსა და სხვა. მეორეს მხრივ კი, 2013 წელს, ტურიზმიდან შემოსავალმა 918 000 ლარი შეადგინა.

ცხრილი 30: იმერეთის მღვიმეების საოპერაციო ბიუჯეტი და კომერციული შემოსავლები 2013-2014 წლებში და საბიუჯეტო და კომერციული შემოსავლების შეფასება საინვესტიციო პროექტების, ახალი პროდუქტების განვითარებისა და სრული ტურისტული ფუნქციების შესრულების შემდგომ

საქონლის ღირებულება / შემოსავლები	2013/14 - ლარი	2020 - ლარი
მუდმივ თანამშრომელთა ხელფასები	210.000	550.000
სეზონურ თანამშრომელთა ხელფასები	50.000	75.000
საოპერაციო ხარჯები	90.000	150.000
მარკეტინგი	0	85.000
მთლიანი ღირებულება	350.000	860.000
მთლიანი შემოსავალი	918.000	4.500.000
ნეტ შემოსავალი	568.000	3.640.000

წყარო: იმერეთის მღვიმეების დტ-ს მონაცემთა შეფასებაზე და ყრდნობით და პირადი დაანგარიშება

ოპტიმალური ბიუჯეტი განსაზღვრული იყო იმ მოსაზრებაზე დაყრდნობით, რომ ყველა საინვესტიციო პროექტი და ახალი პროდუქტი განხორციელებული იქნება აღნიშნული 21 თანამშრომლის არსებობის პირობებში. ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურებისათვის ჩვენ შეთავაზებული გვაქვს დამატებით 12 თანამშრომელი. იმერეთის მღვიმეებში სულ 74 თანამშრომელი მოიაზრება. ჩვენ ასევე გავითვალისწინეთ ხელფასების 50%-იანი ზრდა. საოპერაციო ხარჯების მატება დავთალეთ ახალი ინვესტიციებსა და მოვლა-პატრონობის საჭიროების მატების გათვალისწინებით. იმერეთის მღვიმეების ბიუჯეტს ჩვენ, ასევე, დავუმატეთ მარკეტინგის ხარჯები მთლიანი საოპერაციო ხარჯების 10%-ს სახით.

იმერეთის მღვიმეების საოპერაციო ხარჯების დასაფარი მთლიანი ბიუჯეტი მიუახლოვდება 860 000 ლარს წელიწადში. იმ ეგრეთ წოდებულ ოპტიმალურ წელს იმერეთის მღვიმეებმა უნდა მიაღწიონ წლიურ შემოსავალს 4 500 000 – 5 300 000 ლარის სახით. იმერეთის მღვიმეების სუფთა შემოსავალი იქნება 3 640 000 ლარზე მეტი წელიწადში.

11.6 რეკლამა და მარკეტინგი

რეკლამა და მარკეტინგი აუცილებელია იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარებისთვის და დასახული განვითარების მიზნების მიღწევისათვის 2020 წლისთვის. რეკლამა და მარკეტინგი ფოკუსირებული უნდა იყოს ინდივიდუალურ და კორპორატიულ ბაზარზე - უმეტესწილად ტურ ოპერატორებზე, ბრენდის განვითარებასა და ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრის ჩამოყალიბებაზე.

პირველი ნაბიჯი ამ მიმართულებით იქნება დამატებით სულ მცირე 10%-იანი საოპერაციო ბიუჯეტის მოპოვება პოპულარიზაციისა და მარკეტინგისთვის.

დტს და იმერეთის მღვიმეების დტ-ს ადმინისტრაციამ უნდა განავითაროს მარკეტინგის სტრატეგია და საოპერაციო გეგმები, შექმნას დტს-ს სუბორდინაციის ქვეშ მყოფი იმერეთის მღვიმეების ლოგო და განახორციელოს დაგეგმილი პოპულარიზაციისა და მარკეტინგის ღონისძიებები. სამოქმედო გეგმაში მოცემულია ყველა მნიშვნელოვანი პოპულარიზაციისა და მარკეტინგის ელემენტი წინამდებარედოკუმენტის ბოლოში და გვაძლევს შესაძლებლობას, რომ უკვე 2015 წელს დავიწყეთ მათი განხორციელება.

იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ უნდა განახორციელოს სარეკლამო და მარკეტინგული ღონისძიებები საკუთარი თანამშრომლების საშუალებით, უმეტესწილად დამოუკიდებლად, თუმცა ასევე დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან კოორდინირებით.

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია მუშაობს ტურიზმის ეროვნული სტრატეგიის შემუშავებაზე და შესაბამისად, ამ ეტაპზე ამ სტრატეგიაში არსებობს საკმარისი ადგილი, რათა მოხდეს დაცული ტერიტორიების პოზიციონირებმა დოკუმენტში და ასევე, საქართველოს პოპულარიზაციის დროს საერთაშორისო ბაზარზე. იმერეთის მღვიმეები, როგორც ყველაზე მეტად პოპულარული დაცული ტერიტორიები საქართველოში, უნდა წარმოადგენდეს საქართველოს ტურისტული და ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ შექმნილი მარკეტინგული იმიჯის ერთ-ერთ სახეს.

იმერეთის მღვიმეებმა ინტეგრირება უნდა განახორციელონ და ხელი შეუწყონ დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის პოპულარიზაციისკენ მიმართულ ღონისძიებებსა და მარკეტინგს:

- > საქართველოს ტურისტული ლოგოსა და დტს-ს ლოგოს გამოყენება სარეკლამო მასალებში
- > სარეკლამო მასალებით, ინფორმაციით აღჭურვილი წარმომადგენლითა და საკუთარი დახლით მონაწილეობა მიიღონ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და დტს-ს მიერ ორგანიზებულ ტურისტულ გამოფენებში
- > იმერეთის მღვიმეები წარმოდგენილი უნდა იყოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასა და დტს-სათან ერთად საქართველოს აეროპორტებში საინფორმაციო სტენდებზე
- > ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ბეჭდურ მასალებში იმერეთის მღვიმეების უფრო მასშტაბური წარდგენა
- > ტურიზმის ადმინისტრაციის მიერ ორგანიზებული მედია გასაცნობი ტურების გამოყენება იმერეთის მღვიმეების გასაცნობად

- > ტურიზმის ადმინისტრაციისა და დტს-ს მარკეტინგული ცოდნის გამოყენება მარკეტინგის დაგეგმვისა და აქტივობების განხორციელებისათვის
- > აქტიური მონაწილეობა ტურისტული მიმართულების ორგანიზაციის განვითარებაში და იმერეთის რეგიონის ფუნქციონირებაში
- > ერთობლივი ცნობიერების ამაღლების ღონისძიებები (ბუნების, სუფთა გარემოს, ბუნებრივი და კულტურული რესურსების გამოყენება და სხვა).

11.6.1. საინფორმაციო და სარეკლამო მასალები

დაცული ტერიტორიების სააგენტომ იმერეთის მღვიმეებისათვის შექმნა ზოგადი საინფორმაციო მასალები - რუკა და სათაფლითა და პრომეთეს მღვიმეების შესახებ პრეზენტაცია. აშკარაა, რომ დაცული ტერიტორიები საჭიროებენ უფრო მეტ ინფორმაციას და სარეკლამო მასალებს - ნაწილი მასობრივი გავრცელებისათვის, ხოლო ნაწილი კი სპეციალური სამიზნე ჯგუფებისთვის.

საინფორმაციო და სარეკლამო მასალების წარმოების დაგეგმვისას, გათვალისწინებული უნდა იყოს ის ფაქტი, რომ ტურისტების უმეტესობა ინფორმაცია იღებს ინტერნეტიდან, სოციალური მედიიდან და სხვა ელექტრონული საშუალებებიდან. შესაბამისად, ძვირადღირებული მასალების ბეჭდვა და მათი უფასო დარიგება უნდა იყოს შეზღუდული. იმერეთის მღვიმეებისათვის, ასევე მნიშვნელოვანია სწორი მიდგომის გამოჩენა კორპორატიული ბაზრისათვის - ჯგუფური ვიზიტორები ტუროპერატორების მიერ ორგანიზებული ტურებიდან.

იმერეთის მღვიმეების დტ-მ უნდა გამოუშვას შემდეგი **ბეჭდური მასალა**:

- > საიმიჯო ბროშურები
- > 2 გვერდიანი ბროშურები მასობრივი გავრცელებისათვის
- > კორპორატიული ბაზრისთვის - ტუროპერატორები და ტურისტული სააგენტოები - ბეჭდური საინფორმაციო პაკეტი
- > პოსტერები შეზღუდული გავრცელებისათვის ტუროპერატორებს, ტურისტულ სააგენტოებსა და სკოლებს შორის
- > გასაშლელი ბანერები შეზღუდული გამოყენებით, შეხვედრებსა და პრეზენტაციებზე
- > ცნობიერების ამაღლების და საგანმანათლებლო ლიფტები დაცულ ტერიტორიებზე ქვევის კოდექსით (მასობრივი გავრცელებისათვის)
- > წლიური ანგარიში და კატალოგი კორპორატიული ბაზრისათვის და ორგანიზაციებისათვის

იმერეთის მღვიმეების ფოტო მონოგრაფია მნიშვნელოვანი საიმიჯო და სარეკლამო მასალაა და შეიძლება გამოყენებულ იქნას როგორც საჩუქარი, სარეკლამო ინსტრუმენტი და შესაძლებელია გაიყიდოს ვიზიტორთა ცენტრებსა და წიგნის მაღაზიებში. იმერეთის მღვიმეებს ასევე შეუძლიათ მოამზადონ და ხელი შეუწყონ **იმერეთის მღვიმეების სპელეოლოგიური ჟურნალის** გამოცემას, რომელიც იქნება სარეკლამო, პროფესიული და სამეცნიერო ხასიათის.

ელექტრონული ინფორმაცია და სარეკლამო მასალები:

- > იმერეთის მღვიმეების ვებგვერდი, რომელიც იქნება დტს-ს ვებგვერდის ნაწილი
- > იმერეთის მღვიმეების შესახებ ვიდეო
- > იმერეთის მღვიმეების სპორტული ვიდეო
- > რადიო მესიჯები და კომუნიკაცია
- > ყველა ბეჭდური მასალა ხელმისაწვდომია ვებგვერდზე ელექტრონული ფორმით
- > სოციალური მედია: Facebook, Twitter, LinkedIn and Flickr

მნიშვნელოვანია ის აღნიშვნა, რომ ვებგვერდი უნდა იყოს პერიოდულად განახლებადი, ინტერაქტიული, დასმულ კითხვებსა და მოთხოვნებზე უნდა იყოს სწრაფი პასუხები და რეაგირება და სოციალური მედიაში სისტემატურად ხდებოდეს შესაბამისი ინფორმაციის ადმინისტრირება.

ელექტრონული ინფორმაცია განმარტებითი დაფები, ჯიხურები და სენსორული ეკრანები წარმოადგენენ ელექტრონულ ინსტრუმენტებს, რომლის საშუალებითაც ხდება ინფორმაციის მიწოდება ვიზიტორთათვის, შესაძლებელია განმარტებების მიღება და პოპულარიზაციას უწყვეტ იმერეთის მღვიმეების სტუმრებისათვის განკუთვნილ პროდუქტებსა და სერვისებს.

პროდუქტები - სხვადასხვა მოწყობილობები (გაჯეტები) და სუვენირები წარმოადგენენ გასაყიდ და სარეკლამო მასალებს. სასრულ ველია რომ იყოს ამ პროდუქტების ფართო არჩევანი. დტს-ს და იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციას შეუძლია განახორციელონ ტენდერი აღნიშნულ პროდუქციაზე იდეების, შეთავაზებებისა და მოდელების მიღების მიზნით. ამ პროდუქტების შერჩევის შემდგომ, რომელზედაც დატანილი იქნება დტს-სა და იმერეთის მღვიმეების ლოგო, ისინი გაიყიდება ვიზიტორთა ცენტრებში და მაღაზიებში, რა მოუტანს დამატებით შემოსავალს პროდუქციის მწარმოებლებს, დტს-სა და იმერეთის მღვიმეებს. ეს პროდუქტი შეიძლება იყოს შემდეგი სახის:

- > მაისურები
- > ქუდები
- > ჭიქები
- > ბეჯები
- > შარფები
- > დროშები
- > საფოსტო ბარათები
- > კალენდრები (მაგიდის და კედლის)
- > DVD დისკები
- > ადგილობრივი პროდუქცია

იმერეთის მღვიმეები მონაწილეობას მიიღებენ ტურისტულ გამოფენებსა და ბაზრობებზე ინდივიდუალურად, ან დაცული ტერიტორიების სააგენტოსა და ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან ერთად. შესაბამისად, დტ-ს ადმინისტრაციამ უნდა შეიმუშაოს საგამოფენო სტენდის დიზაინი, რომლებიც გამოიყენება ტურისტულ გამოფენებზე და სხვა პრეზენტაციებზე.

11.6.2. რეკლამა, მარკეტინგი და გაყიდვები

იმერეთის მღვიმეების და ზოგადად საქართველოს საერთაშორისო ვიზიტორების უმეტესობა ინდივიდუალური ტურისტული ბაზრის სახით არის წარმოდგენილი - 85%, რომლებიც თავად გეგმავენ თავიანთ მოგზაურობას: იმიტომ ინფორმაციას უმეტესწილად ინტერნეტით (არამარტო დტს-ს ვებგვერდის საშუალებით, არამედ ტუროპერატორებისა და ტურისტული სააგენტოების, სპორტისა და სათავგადასავლო ასოციაციების და სოციალური მედიის საშუალებით), ასევე ტურისტული გამოფენებიდან, მეგობრებისა და ნათესავებისგან და სამოგზაურო ჟურნალებიდან. ძლიერი ეკოტურისტები იგებენ იმ დაცული ტერიტორიების შესახებ, რომლებსაც ისინი აპირებენ რომ ეწვიონ, სპეციფიური ბროშურებიდან, მეგზურებიდან, სტატიებიდან და მსგავსი სახის წყაროებიდან. მოგზაურობის ნაწილის ორგანიზებას ისინი ახორციელებენ სახლში, ხოლო მეორე ნაწილს კი ადგილზე ჩამოსვლისას. როდესაც ისინი ჩამოდიან საქართველოში, მათ შეუძლიათ იმოგზაურონ მარტო, ან გამოიყენონ შუამავლად ტუროპერატორი და შეუერთდნენ მის მიერ ორგანიზებულ მცირე ზომის ჯგუფს. საერთაშორისო ვიზიტორების ეს სეგმენტი, ადგილობრივ ტურისტებთან ერთად ქმნის იმ ვიზიტორთა 70%-ს, რომლებიც ჯგუფურად სტუმრობენ იმერეთის მღვიმეებს.

საერთაშორისო ასპარეზზე რეკლამირება და მარკეტინგი ძალიან მნიშვნელოვანია იმერეთის მღვიმეებისათვის. ასეთ ღონისძიებებს მოაქვთ მღვიმეების საერთაშორისო აღიარება, ამაღლებენ საქართველოს მონახულების მოტივაციას, ხელს უწყობენ საქართველოს ტურისტული იმიჯის გამდიდრებას და იზიდავენ ვიზიტორთა განსაკუთრებულ სეგმენტს და პროფესიულ ჯგუფებს. ეს ჯგუფები აერთიანებენ სპელეოლოგებს, ბუნებრივი მღვიმეების მოყვარულებს, მეცნიერებს, მკვლევარებსა და სხვა.

საერთაშორისო მარკეტინგი, ახდენს მხოლოდ მცირედენ გავლენას საერთაშორისო ინდივიდუალურ მოგზაურობაზე - ჩვენ შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ მხოლოდ ძალიან მცირე რაოდენობის ინდივიდუალური ტურისტი გადაწყვეტს ეწვიოს იმერეთის მღვიმეებს, გარდა მეზობელი ქვეყნის წარმომადგენლებისა - თურქეთის, სომხეთისა და აზერბაიჯანისა. საერთაშორისო მარკეტინგიდან ჩვენ უნდა ველოდოთ არაპირდაპირ, მაგრამ მნიშვნელოვან ეფექტს: საქართველოში ტურისტული მიზნებით სტუმრობისას, ეს ვიზიტორები მიიღებენ გადაწყვეტილებას ეწვიონ იმერეთის მღვიმეებს, როგორც ქვეყნის გარშემო მოგზაურობის ერთ-ერთ შემადგენელ ნაწილს.

საერთაშორისო მარკეტინგი ორიენტირებული უნდა იყოს კორპორატიულ ბაზარზე: მნიშვნელოვანია, რომ საერთაშორისო ტუროპერატორებმა, რომლებიც ახორციელებენ საქართველოში მოგზაურობის ორგანიზებას, შეიტანონ თავიანთი პროგრამაში იმერეთის მღვიმეების მონახულება. ასევე, საერთაშორისო და ეროვნული სპელეოლოგიური ასოციაციები და ორგანიზაციები, რომლებიც პირდაპირ გეგმავენ იმერეთის მღვიმეების მონახულებას, რათა აღმოაჩინონ ახალი მიწისქვეშა და ბუნებრივი ფასეულობები.

საერთაშორისო მარკეტინგისთვის ელექტრონული მედიის გამოყენება სულ უფრო და უფრო მნიშვნელოვანი და გავლენიანი ხდება და წარმოადგენს ეფექტური მარკეტინგის აუცილებელ წინაპირობას. **ტურისტული გამოფენები და ბაზრობები** კვლავაც მნიშვნელოვან სარეკლამო და მარკეტინგულ არხებს წარმოადგენენ, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც უზრუნველყოფენ ბიზნესის გაცვლას. მსხვილ ტურისტულ გამოფენებზე მონაწილეობისას, როგორცაა ITB, FITUR, BIT, WTM ან MITT, დაცული ტერიტორიების სააგენტო და იმერეთის მღვიმეები წარმოდგენილი უნდა იყვნენ საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან ერთად ერთობლივ სტენდზე. ასევე, საინტერესოა რამდენიმე სხვა სამიზნე ბაზარი - ბალტიისპირეთის ქვეყნები, პოლონეთი, ისრაელი; მეზობელი ქვეყნები: სომხეთი, აზერბაიჯანი და თურქეთი. არსებობს სპეციალიზებული ტურისტული გამოფენებიც, რომლებიც ფოკუსირებულნი არიან ბუნებზე, სპორტზე და თავგადასავლებზე. სპეციალიზებული ტურისტული გამოფენების ჩამონათვალი მოცემულია დანართი 4-ში.

გასაცნობი ტურები საერთაშორისო ტუროპერატორებისთვის წარმოადგენს მსხვილი ტურისტული მომწოდებლებისთვის პირდაპირი მარკეტინგის საშუალებას და როგორც უკვე აღინიშნა, მნიშვნელოვანია პირდაპირ და ცალსახად იქნას წარმოჩენილი იმერეთის მღვიმეების ტურისტული მიმზიდველობა, უპირატესობა და სარგებელი. საერთაშორისო ტუროპერატორები ამზადებენ სამოგზაურო პროგრამებს საქართველოში სტუმრობისას და მარკეტინგული აქტივობები მიმართული უნდა იყოს იმერეთის მღვიმეების ჩასართავად საერთაშორისო ვიზიტორების ტურისტულ პროგრამებში.

გასაცნობი ტურები საერთაშორისო ჟურნალისტებისა და მედიისათვის წარმოადგენს კიდევ ერთ სარეკლამო და მარკეტინგულ არხს ინდივიდუალური ბაზრისათვის, ხოლო ირიბად კი კორპორატიული, ჯგუფური ბაზრისთვისაც. სამიზნე ქვეყნებთან მიმართებაში, საჭიროა შეირჩეს მედიის პროფესიონალი წარმომადგენლების, ცნობილი ჟურნალისტებისა და მწერლების ნაკრები. FIJET - ტურისტული ჟურნალისტებისა და მწერლების საერთაშორისო ორგანიზაციას შეუძლია დახმარება გაუწიოს ადმინისტრაციას ამ მიზნის სწორად განხორციელებაში.

ტუროპერატორებისა და ტურისტული სააგენტოების გაყიდვების საქაღალდე ან სახელმძღვანელო კორპორატიულ ბაზარს მიაწვდის საბაზისო ფორმაციას ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების შესახებ, რომელიც შესაძლებელია რომ გამოყენებული იქნას ტურისტული პაკეტების შექმნის პროცესში. ტუროპერატორებისა და ტურისტული სააგენტოების გაყიდვების საქაღალდე უნდა მოიცავდეს ძირითად ინფორმაციას იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების შესახებ; ასევე მოკლე აღწერებს რუკების თანხლებით, საკონტაქტო ინფორმაციას, ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების შესახებ ინფორმაციას: ღამისთვის საშუალებები, ბილიკები, გასაქირავებელი აღჭურვილობა, ტრანსპორტი, სახმელეთო ტუროპერატორები და ტურისტული სააგენტოები, მნიშვნელოვანი ღონისძიებების კალენდარი, ზოგადი ინფორმაცია ქვეყნის შესახებ (ფართობი, მოსახლეობის რაოდენობა, პოლიტიკური სისტემა, ეკონომიკური მაჩვენებლები, ვალუტა) და სასარგებლო ინფორმაციას: საელჩოები, პოლიცია, სასწრაფო, რკინიგზა, ავტოსადგურები, ავია გადაზიდვები, ამინდი და სხვა. ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ხელმისაწვდომი იყოს განახლებული ინფორმაცია. ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების გამოყენების საფასური მხოლოდ სავარაუდოა და როგორც წესი, იბეჭდება ცალკე ფურცელზე და საჭიროების შემთხვევაში, თან ერთვის საქაღალდეს. გაყიდვების სახელმძღვანელოს თვალსაჩინო მაგალითი მოცემულია ამ ბმულზე და ასახავს პოსტინას მღვიმის (სლოვენია) შესახებ ინფორმაციას: <http://www.postojnska-jama.eu/assets/pdf-2014-dalje/prirocnik-2015/PJ-Prirocnik-2015-AN-MAIL.pdf>.

საერთაშორისო ტუროპერატორებისა და ტურისტული სააგენტოების ჩამონათვალი, რომლებიც ორიენტირებული არიან ბუნებისა და მღვიმეების ტურიზმზე, მოცემულია მე-4 დანართში. ისინი შესაძლებელია მოწვეულ იქნან საქართველოში, გასაცნობ ტურებზე, თანამშრომლობის დამყარების მიზნით.

იმერეთის მღვიმეების დტ-ს რეკლამირება და მარკეტინგი ადგილობრივ ბაზარზე ფოკუსირებულია საერთაშორისო და ადგილობრივ ვიზიტორებზე, როგორც ინდივიდუალურად, ასევე ჯგუფურად მოგზაურ ტურისტებზე. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, საერთაშორისო ვიზიტორთა უმრავლესობა საქართველოში

ინდივიდუალურად ჩამოდის, მაგრამ მათი დიდი ნაწილი იმერეთის მღვიმეებს ადგილობრივი ტუროპერატორების საშუალებით, ქვეყნის ირგვლივ მოგზაურობისას სტუმრობს.

შესაბამისად, ადგილობრივ ტუროპერატორებთან თანამშრომლობა იმერეთის მღვიმეებისათვის ყველაზე მნიშვნელოვან მარკეტინგულ / გაყიდვების ხელსაწყოს წარმოადგენს. სამუშაო შეხვედრის დროს, იმერეთის მღვიმეების დტ-ს ადმინისტრაციამ აღნიშნა, რომ მათ გააჩნიათ შეთანხმება 35 ადგილობრივ ტუროპერატორთან, რომლებიც აერთიანებენ იმერეთის მღვიმეებს თავიანთ ტურისტულ პროგრამებში. ეს თანამშრომლობა უნდა გაფართოვდეს და გაძლიერდეს მომავალში. შედეგად, სამოქმედო გეგმაში ჩვენ შეთავაზებული გვაქვს რამდენიმე, ბაზრის გაძლიერებისკენ მიმართული ღონისძიება. იმისათვის, რომ გაიზარდოს დაინტერესება იმერეთის მღვიმეებით როგორც ინდივიდუალურ, ასევე ადგილობრივი ტუროპერატორების დონეზე, საჭიროა მღვიმეების რეკლამირება და პოპულარიზაცია ქუთაისის, წყალტუბოს, შავიზღვისპირეთისა და თბილისის სასტუმროებში. იმერეთის მღვიმეების მარკეტინგისა და კორპორატიული გაყიდვების თანამშრომელთა პირადი გაცნობითი ვიზიტები ყველაზე მეტი შედეგის მომტანი იქნება. დტს და იმერეთის მღვიმეების დტ ასევე მჭიდროდ უნდა თანამშრომლობდეს საქართველოს შემომყვან ტუროპერატორტა ასოციაციასთან.

ჯგუფური ვიზიტორების მნიშვნელოვან წილს სკოლის მოსწავლეები, კოლეჯებისა და უნივერსიტეტების სტუდენტები წარმოადგენენ. ამ ბაზარს ზრდის ლიმიტირებული პოტენციალი გააჩნია, თუმცა გააჩნია ყოველწლიურად სტაბილური განვითარების შესაძლებლობა. ეს ჯგუფები საჭიროებენ იმერეთის მღვიმეებში მათი ვიზიტების უფრო ბალანსირებულ გადანაწილებას წლის მანძილზე, ვინაიდან ისინი ყველაზე მაღალ კონცენტრაციას ივენისის თვეში აღწევენ. სკოლებთან უშუალო შეხვედრები და განათლების სამინისტროს ჩართულობა, დტ-ს მხარდაჭერით, მარტივად გადაჭრის ამ პრობლემას.

ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია მსხვილი ორგანიზაციებისა და კომპანიების თანამშრომელთა წამახალისებელი ვიზიტები იმერეთის მღვიმეებში, ადმინისტრაციას უნარი შესწევს შესთავაზოს ფორმალური შეხვედრების პროგრამები საკონფერენციო შენობაში, გუნდური გაძლიერების პროგრამები, ამ კომპანიების ბიზნეს პარტნიორების ვიზიტი მღვიმეებში და სხვა.

საერთაშორისო და ადგილობრივი ბაზრისათვის მნიშვნელოვან საკომუნიკაციო და მარკეტინგის ხელსაწყოს **საზოგადოებასთან ურთიერთობა - პიარი (PR)** წარმოადგენს. პიარი და სტუმრებთან ურთიერთობა, ასევე **მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტადაც** არის მოხსენიებული. მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის პროფესიონალები ამზადებენ ინფორმაციას და ავრცელებენ ამ ინფორმაციას სპეციალურ სამიზნე აუდიენციაზე, ესენია: მედია, ტუროპერატორები და ტურისტული სააგენტოები, კორპორატიული ბაზარი, პოლიტიკური/ადმინისტრაციული დაჯგუფებები, ბიზნეს წრეები, საერთაშორისო დაცული ტერიტორიების ორგანიზაციები და საქართველოს დაცული ტერიტორიების ადგილობრივი - შიდა თემები. ისინი აგვარებენ ვიზიტორთა საჩივრებსა და პრობლემებს, არეგისტრირებენ ვიზიტორთა შენიშვნებს, შეთავაზებებსა და შეფასებებს. მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის პროფესიონალები პასუხისმგებლები არიან გაყიდვების შემდგომ აქტივობებზე და ვიზიტორთა ლოიალურობის დონის გაუმჯობესებაზე.

გარე რეკლამირება ბილბორდების სახით კონცენტრირებული უნდა იყოს მგზავრებზე, რომლებიც გადაადგილდებიან თბილისისა და შავი ზღვის დამაკავშირებელ მთავარ მაგისტრალზე, ასევე აეროპორტებში.

რეკლამირების ეფექტურ ხელსაწყოდ შეიძლება მოიაზრებოდეს **ვიზიტორთა ბარათი**, რომელიც ხელს უწყობს პოპულარიზაციას, ცნობიერების ამაღლებას, ზრდის ვიზიტების რაოდენობასა და ლოიალურობის დონეს და ასევე, დადებითად მოქმედებს დაცული ტერიტორიების შემოსავლებზე. იმ შემთხვევაში, თუ დტს შექმნის **საქართველოს დაცული ტერიტორიების მეგობართა ბარათს** ყოველწლიური საწევრო გადასახადით ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრისათვის, იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ ასევე უნდა შემოიღოს ეს ბარათი.

იმისათვის, რომ გაიზარდოს ვიზიტების რაოდენობა და გაუმჯობესდეს იმერეთის მღვიმეების მენეჯმენტი, ასევე თავიდან იქნას აცილებული ვიზიტორთა დიდი მასები, ხანგრძლივი ლოდინი და უკმაყოფილება, ადმინისტრაციამ უნდა შემოიღოს დაჯავშნის ელექტრონული სისტემა, რაც პირველ რიგში ტუროპერატორებს საშუალებას მისცემს, რომ წინასწარ დაგეგმონ თავიანთი ვიზიტები.

11.7. დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტის ორგანიზება და დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობა

საქართველოს გააჩნია ბუნების შენარჩუნების, დაცვისა და მენეჯმენტის ცენტრალიზებული სისტემა. დაცული ტერიტორიების სააგენტო შეიქმნა როგორც გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის სამინისტროს დაქვემდებარებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირი და დაიწყო თავის ფუნქციონირება 2008 წლის თებერვალში. სააგენტოს მთავარ პასუხისმგებლობას წარმოადგენს სახელმწიფო ნაკრძალების, ეროვნული პარკების, ბუნებრივი ძეგლების, აღკვეთილების, დაცული ლანდშაფტის, ბიოსფერულირეზერვატების, მსოფლიო მემკვიდრეობის უბნებისა და საერთაშორისო მნიშვნელობის ჭარბტენიანი ტერიტორიების მართვა. სააგენტოს მიზანია გააუმჯობესოს დაცული ტერიტორიების მენეჯმენტი, უზრუნველყოს ტერიტორიული ადმინისტრაციების გამართული ფუნქციონირება, ზედამხედველობა გაუწიოს იურიდიულად დაგეგნილი წესების თანამდევ პროცესებს და დაგეგმოს, შექმნას და განავითაროს ახალი დაცული ტერიტორიები.

იმერეთის მღვიმეები წარმოადგენენ დტს-ს ცენტრალურ აპარატს დაქვემდებარებულ ტერიტორიულ ადმინისტრაციას და გააჩნიათ უმნიშვნელო დამოუკიდებლობა. ამ ცენტრალიზებულ ორგანიზაციას აქვს ძლიერი უპირატესობა, განსაკუთრებით კი მაშინ, როდესაც საქმე ეხება ბუნების დაცვას, ერთიანი ბუნების დაცვისა და მართვის პოლიტიკას, დაცული ტერიტორიების უნიკალური იმიჯის შექმნას და სინერგიების ეფექტურ მენეჯმენტს. ეს უპირატესობა აშკარაა ტერიტორიულ ადმინისტრაციებში არსებული პროფესიონალური ლიდერობის, მენეჯმენტის ცოდნისა და დაცული ტერიტორიის მართვის გამოცდილების სიმცირის პირობებში. არსებობს ასევე ცენტრალიზებული სისტემის უარყოფითი მხარეებიც, რაც გამოიხატება პროცედურების ხანგრძლივობაში და გადაწყვეტილების მიღების შენელებულ ტემპებში, რაც თავის მხრივ უარყოფითად მოქმედებს აქტიურის, ინიციატივებიანი დაცული ტერიტორიების ფუნქციონირებაზე.

ტურიზმის ბაზარზე ორიენტირებული საქმიანობაა, რომელიც მოითხოვს ბიზნეს თანამშრომლობას, ინიციატივებს, გადაწყვეტილებების სწრაფად მიღების შესაძლებლობას და ინტენსიურეკლამირებას, მარკეტინგსა და გაყიდვებს. ტურიზმს ესაჭიროება უფრო დამოუკიდებელი მენეჯმენტი, სადაც ცხადად არის გადანაწილებული პასუხისმგებლობები და გადაწყვეტილების მიღების პროცედურები უფრო მოქნილია.

ჩვენს შემთხვევაში მოსალოდნელია, რომ დაცული ტერიტორიების სააგენტო **იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციას მიაწიებს უფრო მეტ დამოუკიდებლობას და პასუხისმგებლობებს** და დაავალდებულებს მას, რომ მიაღწიოს დასახულ მიზნებს. დეცენტრალიზაციის პროცესი უნდა განხორციელდეს ეტაპობრივად, რათა უზრუნველყოფილი იყოს პასუხისმგებლობების უზარეუო გადაცემა და მათი წამატებით ათვისების შესაძლებლობა. დეცენტრალიზაციის პროცესი იმერეთის მღვიმეებისათვის უნდა დაიწყოს შემდეგ სფეროებში:

- > **დასაქმება და ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი:** შესაძლებლობას აძლევს ადმინისტრაციას ჩამოაყალიბოს ტურიზმის / სტუმართა მომსახურების ძლიერი გუნდი, აიყვანოს პროფესიული მახასიათებლებით გამორჩეული თანამშრომლები კანდიდატთა წარმოშობის ადგილობრივი / რეგიონული სპეციფიკის გათვალისწინებით; დაიქირაოს სეზონური თანამშრომლები; განავითაროს პროფესიული კრიტერიუმები და მოახდინოს თანამშრომელთა ფულადი წახალისებამათმეირმდწეულიშედეგებისმიხედვით; განათლება, ტრენინგებიდასასწავლოვიზიტები;
- > **ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების ობიექტების გამოყენება და მართვა:** ობიექტების მართვის ორგანიზება პერმანენტული და სეზონური თანამშრომლების მიერ, მოქნილი სამუშაო საათების შექმნა, დტ-სთვის მნიშვნელოვანი ადგილობრივი / რეგიონული პროდუქტებისა და სერვისების მომწოდებლების იდენტიფიცირება, ქვეკონტრაქტორებთან ხელშეკრულებების შესახებ მოლაპარაკებები, ადმინისტრაციის ტერიტორიაზე არსებული ობიექტის მნიშვნელოვანი დაზიანების დროს, სამუშაოებში ქვეკონტრაქტორთა ჩართვის შესაძლებლობა;
- > **შემოსავლები და ფასთა პოლიტიკა:** ხელს უწყობს ფასების მოქნილი პოლიტიკის ჩამოყალიბებას, ბაზარზე პროდუქტების შეთავაზების შესაძლებლობას, ტუროპერატორებთან და სხვა ორგანიზაციებთან სამომავლო ხელშეკრულებების პირობების მოლაპარაკება;
- > **ადგილობრივ / რეგიონულ თემებთან და პარტნიორებთან თანამშრომლობა:** ადგილობრივ ინიციატივებში მონაწილეობა და მათი მხარდაჭერა, მუნიციპალიტეტებისათვის ინიციატივების წარდგენა, წყალტუბოს ტურისტული მიმართულებების მენეჯმენტის ორგანიზაციასთან აქტიური თანამშრომლობა, ადგილობრივი მოსახლეობისთვის იმერეთის მღვიმეების უკეთ გაცნოს

შესაძლებლობის გაზრდა, დაცული ტერიტორიების როლი და ადგილობრივი თემების ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები, რაც გამოწვეულია იმერეთის მღვიმეებში ვიზიტებით

- > **ყოველწლიური ბიუჯეტის გარკვეული ნაწილის განკარგვა:** პოპულარიზაციისა და მარკეტინგის ხელშეწყობისათვის, ტურისტული ობიექტების მცირედით მოვლა-პატრონობისათვის, ტრენინგებისა და სასწავლო ვიზიტებისათვის, ადგილობრივი ინიციატივებისა და თანამშრომლობისათვის, მცირედი შესყიდვებისათვის.

იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ უნდა განავითაროს ძლიერი ტურისტული / სტუმართა მომსახურების დეპარტამენტი, იმისათვის, რომ მიაღწიოს დასახულ მიზნებს ტურიზმში. ამ მხრივ, **იმერეთის მღვიმეების ძირითადი ორგანიზაცია** უნდა შედგებოდეს:

- > მენეჯმენტი (თავმჯდომარე, თავმჯდომარის მოადგილე და შემოსავლების მენეჯერი, მაკონტროლებელი)
- > მარკეტინგი და გაყიდვები (სარეკლამო მასალა, მარკეტინგი, რეზერვაციები, ადგილზე
- > გარემოს დაცვა და მდგრადობა (ბუნება მცოდნეობის სპეციალისტი, რეინჯერი..)
- > პროდუქტებისა და სერვისების განვითარება (სანახაობები - მღვიმეები, ბილიკები, რეკრეაცია, სიამოვნება, გაჯანსაღება, ბუნების ბანაკები და სხვა)
- > სტუმართა მომსახურების ობიექტების მართვა (სასტუმრო და სხვა დამისსათევი, რესტორნები, კაფეები, მაღაზიები..)
- > მხარდაჭერი სერვისები (მოვლა-პატრონობა, პარკინგი)

თანამშრომლობა დაინტერესებულ მხარეებთან ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე მნიშვნელოვანია იმერეთის მღვიმეებისათვის პოპულარიზაციის, გაყიდვების, იმიჯისა და თანამშრომლობის ჩამოყალიბების თვალსაზრისით. ეროვნულ დონეზე, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და საქართველოს შემომყვან ტუროპერატორთა ასოციაცია ყველაზე მნიშვნელოვანია იმერეთის მღვიმეებისათვის. რეგიონულ დონეზე - ტურიზმის ეროვნულმა ადმინისტრაციამ უნდა განაგრძოს რეგიონული ტურისტული მიმართულებების მენეჯმენტის ორგანიზაციების ჩამოყალიბება, სადაც იმერეთის მღვიმეების დტ მნიშვნელოვან დაინტერესებულ მხარედ უნდა იყოს წარმოდგენილი. წყალტუბოში უკვე არსებობს წყალტუბოს კურორტის ტურისტული მიმართულების მენეჯმენტის ორგანიზაცია, რომელში იმერეთის მღვიმეებმა უნდა მიიღონ აქტიური მონაწილეობა და ითანამშრომლონ წყალტუბოს, როგორც ტურისტული გამაჯანსაღებელი კურორტის და იმერეთის მღვიმეების საერთო განვითარების საქმეში.

ადგილობრივ დონეზე ურთიერთობა უნდა შედგებოდეს მუნიციპალიტეტებთან, მათ ტურიზმის დეპარტამენტებთან და ტურისტულ-საინფორმაციო ცენტრებთან თანამშრომლობისაგან. იმერეთის მღვიმეებმა, ასევე უნდა ითანამშრომლონ უნივერსიტეტებთან და კვლევით ინსტიტუტებთან და მხარი დაუჭირონ ჰორეკას (სასტუმრო, რესტორანი, კაფე, გიდები) ასოციაციის შემქნას.

ზოგიერთ რეგიონში დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ინიცირება. საქართველოს ზოგიერთ დაცულ ტერიტორიას გააჩნია მეგობართა ასოციაციების ინიცირების გამოცდილება, რაც მიზნად ისახავდა ადმინისტრაციის ნაცვლად, ვიზიტორთათვის სხვადასხვა ტურისტული სერვისისა და პროდუქტის განვითარებასა და შეთავაზებას და დაცულ ტერიტორიებზე გასატარებელი ღონისძიებებისათვის ფონდების მოძიების მხარდაჭერას. ეს დაცულ ტერიტორიებს შესაძლებლობას მისცემს მიიღონ დამატებითი ფინანსური რესურსები ტურისტული პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებიდან, ვინაიდან თავად დაცული ტერიტორიას ეზღუდება გარკვეული კომერციული აქტივობების განხორციელება. ასოციაციები აერთიანებენ ისეთ წევრებს, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ტურიზმის პროდუქტებისა და სერვისების განვითარებით დაცულ ტერიტორიებთან ახლო თანამშრომლობის პირობებში, ან მდებარეობენ დაცული ტერიტორიის შიგნით ან მის მეზობლად.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები არ არიან ისეთივე სიტუაციაში, როგორც საქართველოს თითქმის ყველა დაცული ტერიტორია, სადაც მეგობართა ასოციაციები ჩამოყალიბდა. შესაბამისად, ასეთი ასოციაციის როლი იმერეთის მღვიმეებში შემთხვევაში განსახვავებული უნდა იყოს. იმერეთის მღვიმეების ასოციაციის მისია ორიენტირებული უნდა იყოს გარემოს დაცვასა და მდგრად განვითარებაზე, ბუნებრივი ფასეულობების დაცვაზე დაცული ტერიტორიების მეგობართა ბარათების საშუალებით, ცნობიერების ამაღლება და დაცული ტერიტორიების პოპულარიზაცია. ამ სახის ასოციაციის დაარსება მიზანშეწონილი

იქნება იმ შემთხვევაში, თუ დტს მხარს დაუჭერს დაცული ტერიტორიების მეგობართა ასოციაციების ქსელის ჩამოყალიბებას ეროვნულ დონეზე.

11.8. ხარისხის სტანდარტი და ბრენდის განვითარება

იმერეთის მღვიმეების მარკეტინგის სტრატეგიის განვითარებად უნდა ეფუძნებოდეს არსებული ობიექტების, სერვისებისა და პროდუქტების მაღალი დონის. დღესდღეობით, ტურიზმის პროდუქტებისა და სერვისების მომწოდებლები ცდილობენ შესთავაზონ ვიზიტორს დახვეწილი ხარისხის მომსახურება. მაღალი ხარისხი ვიზიტორთა კმაყოფილების მიღწევის ერთადერთი გზაა და შესაბამისად, უფრო ძვირი ფასის გადახდის სურვილის მაპროვოცირებელია. გამომდინარე აქედან, აღნიშნულის მისაღწევად არსებობს ხარისხის სტანდარტის ტრენინგები, ხარისხის კონკურსები, ჯილდოები, სიმბოლოები და სხვა აქტივობები ადგილობრივად და ქვეყნის მასშტაბით. შექმნილია სახელმძღვანელოები, რომლებშიც აღწერილია ეს სტანდარტები, სიმბოლოები და ჩამოყალიბებულია ვიზუალური იდენტიფიცირების სისტემები, რათა გამოვლინდეს კარგი, უკეთესი პროდუქტები და სერვისები და მოხდეს მომწოდებელთა შესაბამისი დიფერენცირება.

პროდუქტებისა და სერვისების მაღალი ხარისხი, საქართველოს დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პირობას წარმოადგენს. ხარისხის სტანდარტის საფუძველზე უნდა მიაღწიონ პროდუქტებმა და სერვისებმა, რათა იყვნენ კონკურენტუნარიანი და დააკმაყოფილონ მომხმარებლის მოთხოვნები. იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ უნდა განავითაროს და განახორციელოს ეს სტანდარტი არსებული პროდუქტებისა და სერვისების ფართო სპექტრისთვის, როგორცაა აღჭურვილობა, მღვიმეებში და ბილიკებზე ვიზიტორთა მოწყობა და მათი წადლოლა და ასევე ვიზიტორთა ცენტრების ან სხვა მაღაზიებში გასაყიდი პროდუქცია, რომელიც იქნება იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების იარაღის მატარებელი.

ამ სტანდარტებზე დაყრდნობით, დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციამ უნდა განავითაროს ხარისხის მართვისა და სერტიფიკაციის სისტემა. სერტიფიცირება დაფუძნებულია მოხალისეობრივ საწყისებზე პროდუქტისა და სერვისების გარე (არა იმერეთის მღვიმეები) მომწოდებლებისთვის და ითვალისწინებდა დაცულ ტერიტორიებთანთანამშრომლობის პირობებს.

ხარისხის სტანდარტი შეიძლება შემუშავდეს:

- > მღვიმისა და ბუნების ბილიკისთვის
- > ღამისთვის ობიექტებისათვის
- > კვების ობიექტებისათვის
- > ტრანსპორტისათვის
- > სერვისის მომწოდებლებისათვის - გიდები, მუზეუმები, რეკრეაცია, ღონისძიებები და სხვა)
- > მაღაზიებისათვის
- > ტიპური პროდუქტი დაცული ტერიტორიიდან ან მის მიმდებარე (სამკურნალო ბაზალები, ხილი, ხელსაქმე, სუვენირები)

სტანდარტი საშუალებას იძლევა, რომ განხორციელდეს ხარისხის, სანდო რეკლამირების და იმიჯისა და ბრენდის განვითარების მონიტორინგი. ხარისხის სტანდარტი უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ კომპონენტებს:

- > ტექნიკური ხარისხის სტანდარტი (ბილიკების ხარისხის და უსაფრთხოება, განათება, ოთახების სიდიდე სასტუმროში, აღჭურვილობის მრავალფეროვნება და ხარისხი, საპირფარეშო, დერეფანი და სხვა)
- > ფუნქციური ხარისხი (გადასახედი და საინტერპრეტაციო ადგილები, შიდა და გარე ადგილები შესაბამისი მდგომარეობაში, მყისიერი რეაგირება, თანამშრომელთა პროფესიონალიზმი და სტუმართმოყვარეობა, კარგი კომუნიკაცია, ენების ცოდნა, განსაკუთრებული შესაძლებლობების ადამიანებისათვის მიღწევადობა, კარგად შექმნილი და შეფუთული პროდუქტები, ხელმისაწვდომი ინფორმაცია და სხვა

- > ვალდებულება გარემოსადმი (მღვიმის სტრუქტურასა და მასალებთან თავსებადობა, ბუნებრივი მასალების გამოყენება, ეკოლოგიურად წარმოებული პროდუქტი, ტრადიციული ადგილსამყოფელი და კულტურა, ენერგიისა და იშვიათი რესურსების რაციონალური გამოყენება
- > დაცული ტერიტორიების ცოდნა

პროდუქტებისა და სერვისების შეფასება ხორციელდება შეფასების კითხვარის საშუალებით და გააჩნია 2 წლიანი ვადა. სერტიფიცირებული პროდუქტები და სერვისები დარეგისტრირებულია და შეულიათ გამოიყენონ იმერეთის მღვიმეებისა და დტს-ს ლოგო. ხარისხის სტანდარტიზაციასა და სერტიფიკაციას უნდა გაეწიოს პოპულარიზაცია საზოგადოებაში და აღიარებული იყოს როგორც თანამშრომლობისა და ადგილობრივი განვითარების მხარდაჭერა. ხარისხის სტანდარტი წარმოადგენს ასევე ბრენდის განვითარების საფუძველს.

ხარისხის სტანდარტზე და დაცული ტერიტორიების სხვა ატრიბუტებზე დაყრდნობით, იმერეთის მღვიმეების ოპოზიციონერებისა და დიფერენცირებისათვის საჭირო ინება ბრენდის განვითარება. ეს წარმოადგენს მარკეტინგის სტრატეგიის ამოცანას და მოითხოვს გრძელვადიან განვითარებას, მოსინჯვისა და განხორციელების პროცესს. ქვემოთ მოყვანილია იმერეთის მღვიმეების ბრენდის განვითარების 4 ძირითადი მოსაზრება:

მიზანი	შინაარსი
განასხვავებს იმერეთის მღვიმეებს სხვა კონკურენტებისაგან;	გეოგრაფიული მდებარეობა (კავკასია), სხვა მღვიმეების არარსებობა უახლოესი 1000 კმ-ს რადიუსით, დინოზავრის ნაკვალევი, ისტორიული ფაქტები და ლეგენდები: იასონი და ოქროს საწმისი;
ზრდის ცნობადობისა და აღიარებას და შესაბამისად, პოტენციურ ვიზიტორთა შორის იმერეთის მღვიმეების დამახსოვრების დონეს დროთა განმავლობაში	კონკურენტუნარიანობის გაძლიერება; უნიკალური მიწისქვეშა მისტიკა, დინოზავრის ნაკვალევი, მაღალი ხარისხის სტანდარტი და სერტიფიკატები, მაღალი უსაფრთხოების სტანდარტები ვიზიტორთა მღვიმეზე ზეგავლენის ონლაინ მონიტორინგი, იმერეთის მღვიმეების შესახებ გაზრდილი ცნობიერება;
ქმნის იმერეთის მღვიმეების პოზიტიურ იმიჯს, რაც აიძულებს ვიზიტორებს განახორციელონ ქმედებები პოპულარიზაციასა და მარკეტინგის საპასუხოდ	მარკეტინგისა და კომუნიკაციის სტრატეგიის იდენტიფიცირება კორპორატიული ელემენტების თანხლებით - ლოგო და საკომუნიკაციო ხელსაწყოები, მარკეტინგისა და კომუნიკაციების ხელსაწყოებისა და არხების კრეატიული გამოყენება, ბაზრის სისტემატური და მუდმივი კომუნიკაციები;
დაცულ ტერიტორიებს ანიჭებს ძლიერი და მიმზიდველი ბრენდის ინდივიდუალურობას	პიროვნებისა და მისი კულტურის (ფასეულობების) განსაზღვრა, იმერეთის მღვიმეების ფიზიკური მტკიცებულებები, მომხმარებლის (ვიზიტორის) გამოცდილება, მომხმარებლის მოსაზრებები, ურთიერთობა (იმერეთის მღვიმეები - ვიზიტორი) და ადგილობრივი მოსახლეობის მხარდაჭერა ბრენდის ჩამოყალიბების საკითხში.

წყარო: ტურიზმის მიმართულების ბრენდინგის სახელმძღვანელო (2009)

ცხრილი 31: ბრენდის განვითარების ძირითადი ფაზები

ტურიზმის წარმატებული ბრენდინგი მოითხოვს ბრენდის მენეჯმენტს ბრენდის მენეჯერთან ერთად, ასევე, ბრენდის განვითარების ჯგუფთან, თანამშრომლებთან შიდა კომუნიკაციას, ტრენინგებსა და ბრენდის გავლენის მონიტორინგს მომხმარებელთან უკუკავშირით და ბაზრის მოკვლევის საშუალებით.

11.9. შემოსავლების პოლიტიკა

იმერეთის მღვიმეები ერთადერთი დაცული ტერიტორიაა საქართველოში, რომლებიც მთლიანად ტურიზმზე არის ორიენტირებული და გააჩნია ძალიან კარგი ტურისტული ინფრასტრუქტურა, შესაბამისი აღჭურვილობა და ბოლო წლების განმავლობაში მიაღწიეს ვიზიტორთა რიცხვის ძალიან სწრაფ ზრდას. 2013 წელს, ტურიზმიდან მთლიანი შემოსავალი შეადგენდა 918 000 ლარს და ამ რიცხვმა შესაძლოა მიაღწიოს 1 200 000 ლარს 2014 წლისათვის. მღვიმის შესასვლელი ბილეთები შეადგენს ტურიზმის მთლიანი შემოსავლების 90%-ს, ხოლო დანარჩენი 10% - შემოდის სათაფლიის და პრომეთეს მაღაზიებისა და კვების ობიექტების კონცესიიდან. საქართველოს ყველა დაცულ ტერიტორიაზე ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების 90% იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებიდან მოდის.

იმერეთის მღვიმეების ძირითადი შემოსავალი შესასვლელი ბილეთების გაყიდვიდან მიიღება. შესასვლელი ბილეთის ფასი მოუქნელია და არ ვერირებს ვიზიტორთა ასაკის, ტიპის, სეზონის შესაბამისად. გარდა ამისა, დამატებითი შეთავაზებები, როგორებიცაა ღამისთევა, კვება, შოპინგი საკმაოდ ლიმიტირებულია და არ ახდენს იმ სახის ზეგავლენას იმერეთის მღვიმეების შემოსავლებზე, რაც შესაძლებელია რომ ყოფილიყო, ისევე როგორც სხვა, ტურისტულად ორიენტირებული მღვიმეების შემთხვევაში ხდება. მაგალითისთვის, პოსტოინას მღვიმეში (სლოვენია) შესასვლელი ბილეთებიდან შემოსული თანხა შეადგენს მთლიანი შემოსავლების 59%-ს, ხოლო სხვა პროდუქტებისა და სერვისებიდან კი 41%. ასევე, სკოჩანის (სლოვენია) იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის უბნის მღვიმე წარმოადგენს მეორე შესანიშნავ მაგალითს, სადაც მთლიანი შემოსავლების 60% მოდის შესასვლელ ბილეთებზე, ხოლო დარჩენილი 40% კი წარმოადგენს შემოსავლებს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან და საერთაშორისო და ევროკავშირის პროექტებიდან. განვითარებულ ქვეყნებში, ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების წილი, დაცული ტერიტორიებისათვის გამოყოფილი ბიუჯეტის დაახლოებით 25%-ს შეადგენს.

შესაბამისად, იმერეთის მღვიმეებმა დტს-ს ძლიერი მხარდაჭერით უნდა ეძიონ დამატებითი ფინანსური რესურსები, რომელთა საშუალებითაც მიღებული შემოსავლები (უმეტესად ტურიზმთან დაკავშირებული საქმიანობებიდან) ხელს შეუწყობს იმერეთის მღვიმეებისა და დტს-ს საერთო ბიუჯეტის ზრდას.

იმერეთის მღვიმეების შემოსავლების შექმნის პოტენციური რესურსებია:

- > ბუნების შენარჩუნების, დაცვისა და მართვის სახელმწიფო ფონდები
- > ვიზიტორთა შესასვლელი ბილეთები
- > მომხმარებელთა მიერ პროდუქტებსა და სერვისებში გადახდილი თანხა, ღონისძიებები და სპეციალური ვიპ სერვისები
- > სპელეოთერაპიის და ღვინის დამკველების მიზნებისთვის კონცესიითა და იჯარით გაცემა
- > ტურ პაკეტები ვიზიტორთათვის (ტრანსპორტი, მღვიმის დათვალიერება, პროდუქტი, სუვენირი; გაჯანსაღება და სიამოვნება, ღვინის დაგემოვნება, ბუნებისა და ხელოვნების ბანაკები და სხვა)
- > ღამისთევის ადგილები სასტუმროებსა და ბანაკებში
- > მაის (MICE) სერვისი და შესაბამისი აქლურვილობა
- > აღჭურვილობის გაქირავება (შესაბამისი კარადები, ველოსიპედები, სალამპრო ჯოხები და სხვა)
- > საკვებით ვაჭრობა კაფეებში, რესტორნებსა და მაღაზიებში
- > საქონლით ვაჭრობა (იმერეთის მღვიმეების პროდუქცია, სუვენირები)
- > ინტერნეტ კავშირი, WiFi
- > საწევრო ან ალიანსის ბარათები, იმ შემთხვევაში, თუ დაცული ტერიტორიების მეგობართა ბარათი იქნება შემოღებული დტს-ს მიერ
- > ინტელექტუალური ქონების - ფოტოების, ვიდეოების, ტექსტების გაყიდვა / ლიცენზირება
- > პარკინგი
- > კომბინირებული პროდუქტის გაყიდვა (ღამისთევა წყალტუბოში & იმერეთის მღვიმეების დათვალიერება)
- > კომბინირებული მარკეტინგი მსხვილ კომპანიებთან (მაგ. წყალი, ინტერნეტ პროვაიდერები, მობილური სერვისი და სხვა)
- > საზოგადოებრივი ინვესტიციები (ინვესტიცია სასმელი წყლის მომარაგების სისტემაში, დაცული ტერიტორიის შემოღობვა)
- > კერძო სექტორის ინიციატივები (იმერეთის მღვიმეებთან დაკავშირებული, ადგილობრივი თემების პროდუქტები და სერვისები)

- > პროექტის ტექნიკური დახმარება ბილათერული და მრავალმხრივი რესურსებიდან
- > სპონსორობა
- > დონაციები
- > ადგილობრივი მოსახლეობის მოხალისეობრივი საქმიანობები (რომელიც ფაქტობრივად არა შემოსავლების მომტანი, არამედ ხარჯების შემამცირებელია) დაკავშირებული რეინჯერების დახმარებასთან, გარემოს შესახებ ცნობიერების ამაღლება, ნარჩენების მართვა და სხვა.

იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე შესვლა ფასიანია პრომეთეს მღვიმეში, ასევე ფასიანია მღვიმიდან გამოსასვლელი ნავით სარგებლობა, სათაფლიის მღვიმისა და ბუნებაში საფეხმავლო ბილიკის გამოყენება. შესასვლელი ბილეთის ფასი წლის განმავლობაში უცვლელია, იგი განსხვავებულია მხოლოდ სტუდენტებისა და მოსწავლეებისათვის - ზრდასრულთა შესასვლელი ბილეთის ფასის ნახევარი. ასევე არსებობს სპეციალური შესასვლელი ფასი ვიპ ღონისძიებების დროს (ქორწილი მღვიმეში, მედიტაცია მღვიმეში, მცირე ზომის ჯგუფები ან ინდივიდუალური ვიზიტი ტურისტული გამყოლის თანხლებით). შესვლა თავისუფალია ტუროპერატორთაგიდებისთვის.

ჩვენი შეთავაზებაა მოხდეს დამატებითი ფასების შემუშავება ოჯახებისათვის, პენსიონერებისათვის და შემუშავდეს მრავალჯერადი შესასვლელი ბილეთები განსხვავებული საფასურით. ჩვენ ასევე ვთავაზობთ ფასების დიფერენცირებას სეზონების მიხედვით.

იმ შემთხვევაში, თუ ივლისსა და აგვისტოში ბილეთის ფასი იქნება უფრო მაღალი ვიდრე სხვა თვეებში, 2013 წლის მთლიანი შემოსავალი იქნებოდა 12%-ით მეტი, ანუ 1 028 000 ნაცვლად არსებული 918 000-ისა. ზაფხულის სეზონის შესასვლელი ბილეთის ფასი იქნებოდა:

შესასვლელი ბილეთი	2013	ივლ.აგვ
	ლარი	ლარი
მოსწავლეები და სტუდენტები	3.5	5
ოჯახები	14	20
ზრდასრულები	7	10
საშუალო ფასი	6.16	8.8

ცხრილი 32: იმერეთის მღვიმეების შესასვლელი ფასები

იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორთათვის შემოთავაზებული პროდუქტები და სერვისები უნდა იყოს უფრო მრავალრიცხოვანი და ადაპტირებული მოკლე ვიზიტებზე - საკვები, რომელიც გაიყიდება კაფეებსა და მაღაზიებში უნდა იყოს მიმზიდველად შეფუთული, თითქმის მზა მდგომარეობაში.

ქვემოთ მოცემულია დამატებითი შეთავაზებები სერვისებისათვის, შოპინგისათვის, ღამისთევისათვის და კვებისათვის:

სპორტი და რეკრეაცია	ლარი	გაჯანსაღება და სიამოვნება	ლარი	მადაზია	ლარი
სალამქრო ჯოხები	2	ხმოვანი თერაპია	10	იმერეთის მღვიმეების ბ	7
ბადმინტონი	4	ბიოენერგეტიკული ტურ	10	მონეტა - სათაფლის დი	1
ფრენბურთი	4	მედიტაცია ბუნებაში გი	10	საფოსტო ბარათი	1
კალათბურთი (4 კალათი	4	ღვინის დაგემოვნება	15	მაისური	8
მშვილდოსნობა	4	წყალტუბოს პაკეტი	15	კეპი	5
მინი გოლფი	4			კედლის კალენდარი	10
				DVD დისკი იმერეთის მღვიმეების	
				შეფუთული საკვები	
				შეფუთული ტკბილეულობა	
				სუვენირები	

ცხრილი 33: იმერეთის მღვიმეების დამატებითი შემოთავაზებები

სასტუმრო და ღამისთევა	GEL	კაფე და რესტორანი	ლარი	კაფე და რესტორანი	ლარი
სასტუმრო (საუზმე, ვახშამი)	70	ყავა	3	კრუსასანი	2
კემპინგი (საუზმე, ვახშამი)	25	ჩაი	2	ჰოტდოგი	3
საკონფერენციო დარბაზი 1 დღე	100	წყალი	1	ტოსტი	3
1/2 დღე	60	ცივი ჩაი	2	სენდვიჩი	3
ლექტორის ქირაობა	50	ლიმონათ	2	მოხარშული კვერცხი	2
პროექტორის ქირაობა	50	კოკა კოლა	3	სალათი	5
ყავის შესვენება	6	ლუდი	3	მაწონი	3
ლანჩი / სადილი	15	ღვინო (1 ჭიქა)	2	ხილის კალათა	3
		ხაჭაპური (1/6)	1	ნაყინი	2
		სუპი (ვეგეტარიანული)	4	პოპკორნი	1
		სუპი (ხორციანი)	4	თხილი	2
		შემწვარი კარტოფილი	3	ჩურჩხელა	
		კრეპი	4	პატარა შოკოლადი	
		ყველი	5		

ცხრილი 34: იმერეთის მღვიმეების სასტუმროს დამატებითი შემოთავაზებები

კონცესიის პოლიტიკა და პრაქტიკა დამოკიდებულია საჯარო და კერძო სექტორის როლზე დაცული ტერიტორიების მართვაში. საჯარო ადმინისტრაცია - ცენტრალიზებული ან ადგილობრივი ვალდებულია იზრუნოს:

- > გარემოს დაცვაზე
- > ინფრასტრუქტურის აშენებასა და მოვლა-პატრონობაზე (გზა, ელექტროენერგია, კანალიზაცია)
- > ბილიკების, საკემპინგე ადგილების, თავშესაფრების, გადასახედი პანორამული პლატფორმების მოწყობაზე და სხვა
- > უსაფრთხოებაზე
- > ზემოქმედების მონიტორინგსა და ხარისხის შეფასებაზე
- > მისასვლელი გზების და ვიზიტორთა ნაკადების მართვაზე
- > ინფორმაციის (ვიზიტორთა ცენტრები, ბუნების ინტერპრეტაცია) უზრუნველყოფაზე
- > კონფლიქტის მოგვარებაზე

კერძო სექტორის როლი განისაზღვრება შემდეგი მომსახურების უზრუნველყოფით: ღამისთევის საშუალებები, კვება, ტრანსპორტი, ინფორმაცია, მედია (წიგნები, ვიდეო), გიდები, ადგილის პოპულარიზაცია და რეკლამირება, პროდუქტები (აღჭურვილობა, ტანსაცმელი, სუვენირები) და სხვა. კერძო სექტორი ახორციელებს იმ პროდუქტებითა და სერვისებით უზრუნველყოფას, რომლებიც ტურისტებს სჭირდებათ და სიამოვნებას იღებენ დაცულ ტერიტორიებზე სტუმრობისას, ასევე უზრუნველყოფს ვიზიტორის კომფორტულ და უსაფრთხო დასვენებას დაცული ტერიტორიის შიგნით ან მის მიმდებარე ზონაში.

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები განსხვავებულია საქართველოს სხვა დაცული ტერიტორიებისგან. მღვიმეები ღიაა ვიზიტორთათვის და სთავაზობს მათ ძალიან კარგ ინფრასტრუქტურას და განვითარების პროცესში მყოფ პროდუქტებსა და სერვისებს. იმერეთის მღვიმეები იზიდავს ვიზიტორებს და იღებს დიდ შემოსავლებს მათი ვიზიტებიდან. დტს-ს მიერ გამოცხადებული ტენდერები, რომლებიც ითვალისწინებდნენ სტუმართა მომსახურების ობიექტების კონცესიის წესით გაცემას, მცირედი წამატებით დასრულდნენ. ვიზიტორები უკმაყოფილებას გამოთქვამენ, რომ არ არსებობს არავითარი დამატებითი სერვისი, იმ დროს როდესაც მათ უწევთ მღვიმეში შესასვლელ რიგში დგომა და ლოდინი. სასტუმრო და საკონფერენციო დარბაზი დაკეტულია, კვებით მომსახურება მწირე.

ჩვენი ვთავაზობთ, რომ იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ დაიქვემდებაროს ყველა არსებული პროდუქტი და სერვისი ტურისტული და სტუმართა მომსახურების ჩათვლით: ღამისთევის საშუალებები, კვება და მაღაზიები. საკუთარი მენეჯმენტის პირობებში, დტს-მ და იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ შესაძლებელია მიიღოს დამატებითი სარგებელი ტურისტული საქმიანობიდან, ტურისტული ადგილების ეკონომიკური ღირებულების შუალედური გაზრდით და მიაღწიოს უკეთეს პოზიციებს პოტენციურ მოიჯარეებთან მოლაპარაკებების დროს, მაშინ, როდესაც ტურიზმი კარგად განვითარებულია, აღიარებული იმიჯით, მაღალი ხარისხის პროდუქტითა და ასევე კარგად განვითარებული ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორთა ბაზრით. ამ შემთხვევაში, მხოლოდ სპელეოთერაპიული მკურნალობისა და ღვინის დაძველებისთვის გამოყოფილი ადგილები შესაძლებელია იყოს გაცემული იჯარით, რომელთა მოიჯარეებად შეიძლება მოიაზრებოდნენ წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტი და ხარების ღვინის ქარხანა.

ტურისტული და სტუმართა მომსახურების შეთავაზებების სრულყოფილი განვითარება, მღვიმეებისა და ბუნებრივი ძეგლების მონახულებასთან ერთად, წარმოადგენს ყველაზე ოპტიმალურ გადაწყვეტილებას აღიარებული, უნიკალური იმიჯისა და ბრენდის მქონე ტურისტული მიმართულების ჩამოყალიბებისათვის. ეს ასევე წარმოადგენს ერთადერთ გზას, თუ როგორ უნდა გაიზარდოს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები, ვინაიდან შესასვლელი ბილეთებიდან მიღებული შემოსავალი გაიზრდება მხოლოდ მაშინ, როდესაც მოიმატებს ტურისტების რაოდენობა. შესასვლელიბილეთის ფასის გაზრდა არ არის რეკომენდებული, საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის უფრო მაღალი შესასვლელი ფასის დაწესება არ არის მიზანშეწონილი და მისაღები.

დტს და იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციამ კონცესიის წესით უნდა გასცეს სპელეოთერაპიით მკურნალობისა და ღვინის დაძველების სერვისი, ვინაიდან იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია არ არის სათანადოდ აღჭურვილი, ხოლო თანამშრომლები გაწვრთნილი, შესაბამისად არ შესწევს მართვის უნარი.

იმ შემთხვევაში, თუ იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაციას არ შესწევს უნარი მართოს ყველა კომერციული ტურისტული ობიექტი და ტურისტული სანახაობა, მაშინ კონცესია უნდა ითვალისწინებდეს 2 ალტერნატივას. პირველი - კონცესიის წესით გაიცეს მთლიანი დაცული ტერიტორია ყველა ტურისტული სანახაობითა და ობიექტებით. ამ შემთხვევაში, უნდა გაკეთდეს პოტენციური შემოსავლების საფუძვლიანი შეფასება კონცესიის ფასისა, კონტრაქტის პირობებისა და გარკვეული უფლება-მოვალეობების დადგენის მიზნით. მეორე ალტერნატივას წარმოადგენს ვიზიტორთა ცენტრების კონცესიის წესით გაცემა როგორც ერთი ტურისტული პაკეტი და სათაფლიის ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების ობიექტების, როგორც მეორე პაკეტი. ორივე შემთხვევაში, ცალკე პირობები და კონტრაქტი უნდა შედგეს სპელეოთერაპიული მკურნალობისა და ღვინის დაძველების კონცესიისათვის.

არსებობს **კონცესიის წესით გაცემის 5 პრინციპი**, რომლებიც უნდა იყოს გათვალისწინებული:

- > პირველი - მოიჯარის კვალიფიკაცია და გამოცდილება ტურიზმის სფეროში, ფინანსური შესაძლებლობები, განათლების დონე და ენის ცოდნა
- > შემდგომ მოდის სამართლებრივი პასუხისმგებლობები ხელშეკრულების ხანგრძლივობასთან დაკავშირებით, საფასურის დაგვიანებით ან სრულებით არ გადახდა, ობიექტების მესაკუთრეობა, გარემოზე ზიანის მიყენება, ჯარიმები და ხელშეკრულების პირობების შეუსრულებლობა
- > მესამე - ფინანსური პასუხისმგებლობა ფინანსური დაზღვევის მექანიზმებით, კონცესია - მომხმარებლის გადასახადი, საშემოსავლო და მოვლა-პატრონობისა და შეკეთების მოთხოვნები
- > გარემოსდაცვითი პასუხისმგებლობა ინფრასტრუქტურის განვითარების დროს, მონიტორინგის გეგმა, შეზღუდული რესურსების გამოყენება, ალტერნატიული ენერგიის გამოყენება, ნარჩენების მართვა და რისკების ანალიზი
- > ბილო პრინციპი მოიცავს სოციალურ პასუხისმგებლობას, რომელიც ასახავს დამოკიდებულებას ადგილობრივი თემებისა და მოსახლეობის მიმართ: შესაძლებლობების გაზრდა, ადგილობრივთა დასაქმება, თემების შეფასება, შემოსავლების განაწილება და ადგილობრივი ბიზნესის ჩართულობა.

კონცესიის ხელშეკრულება უნდა შეიცავდეს როგორც მინიმუმ:

- > მინიმალურ და სავალდებულო სამუშაო საათებს
- > მომსახურების სპექტრს
- > მომხმარებელთა მომსახურების დონეს და სტანდარტებს
- > გარემოსდაცვით პრაქტიკას
- > ფასების პოლიტიკას იმ შემთხვევაში, თუ ადმინისტრაციას აქვს მონოპოლია ან არსებობს კონკურენცია
- > ობიექტებამდე საზოგადოებრივი მისასვლელებს
- > ინფრასტრუქტურის მოვლა-პატრონობის პასუხისმგებლობას
- > უსაფრთხოებისა და მდგრადობის მოთხოვნებს
- > გარე და შიდა მანიშნებლებს
- > რეკლამირებას
- > პერსონალისა და სამუშაოთა აკრედიტაციას/ლიცენზირების სტანდარტებს
- > ობიექტების დიზაინს ადგილობრივი და ბუნებრივი ნატურალური მასალების გათვალისწინებით
- > კონცესიის ხელშეკრულებისა და სამუშაოების მონიტორინგს
- > კონცესიის საფასურსა და გადახდის მექანიზმებს
- > ხელშეკრულების ხანგრძლივობას
- > ფინანსურ გარანტიებს დაზიანებისა და უბედური შემთხვევის დროს
- > ხელშეკრულების / კონცესიის შეუსრულებლობისას მიღებულ შედეგებს

კონცესიის საფასური შეიძლება ეფუძნებოდეს სხვადასხვა პრინციპებს. ყველაზე მისაღები იქნებოდა, რომ მოხდეს ყოველწლიური ფიქსირებული და მოქნილი გადასახადის დაწესება პროცენტულობის ან თვითური შემოსავლების გათვალისწინებით, ან თითოეული მომსახურებული ვიზიტორიდან მიღებული ფიქსირებული თანხის სახით. მოსაკრებელი შესაძლებელია გაიზარდოს დროთა განმავლობაში. კონცესიის ხელშეკრულება უნდა გაფორმდეს 10-დან 15 წლამდე ვადით გაგრძელების შესაძლებლობით და წესების დარღვევის შემთხვევაში, ხელშეკრულების მყისიერი გაწყვეტის პირობით.

კონცესიის ხელშეკრულების პირობების ჩამოყალიბება და მონიტორინგი უნდა განხორციელდეს ცენტრალიზებულად, დაცული ტერიტორიების სააგენტოს მიერ.

11.10 მდგრადი ტურიზმის პოლიტიკა

იმერეთის მღვიმეების დტ-ის ვიზიტორები პერიოდულად უკმაყოფილებას გამოხატავენ ხალხმრავლობის ამო, თუმცა ვიზიტორების სიმჭიდროვე დტ-ის მდგრადი მართვის ერთ-ერთი ასპექტია. იქ არის წაგვის გატანის საკითხი, ვიზიტორთა ქცევა და მათი გარემოს და სოციალური პასუხისმგებლობა, ენერგიის გამოყენება, მცირე ბუნებრივი რესურსის გამოყენება როგორც არის წყალი და ა.შ

ტევადობა /გამტარუნარიანობა Carrying capacities

იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ჯერ არ ჩატარებული შესაძლებელი ტევადობის პროფესიული კვლევა. ზოგიერთი შეფასებით 4-ჯერ მეტ ვიზიტორს შეუძლია მღვიმეში შესვლა ივნისის (ყველაზე დატვირთული თვე) შედარებით.

რადგან ტერიტორიაზე ჯერ არ განხორციელებული ტევადობის პროფესიული კვლევა შესაძლოა მოვიშველიოთ საერთაშორისო მაგალითები/შედარებები როგორც ტურისტების ნაკადის შესაძლო ზრდის დადგენის გაზომვითი ინდიკატორები. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ჩვენ ვადარებთ პრომეთეს მღვიმის ვიზიტებს პოსტინას მღვიმეს სლოვენიაში. იმერეთის მღვიმეში ბილიკის მთელ სიგრძეზე ვიზიტორთა რიცხვის, წლის განმავლობაში ან ზაფხულის თვეებში საშუალოს დღეში ვიზიტორთა რ-ის შედარებებმა გვაჩვენა რომ იმერეთის მღვიმეებს კვლავ აქვს ვიზიტორთა რ-ის სუმ მცირე 2-ჯერ გაზრდის შესაძლებლობა. მთელი წლის მანძილზე ვიზიტორთა ნაკადების მართვის, უკეთესი ყოველდღიური შეთავაზებების და განრიგის გაუმჯობესებით გაზრდილი ვიზიტორების ხარჯზე გაიზარდება დამატებითი პროდუქტის, სერვისის გაყიდვა და მეტი საშუალება იქნება ვიზიტორთა რიცხვი გაიზარდოს ბუნებასა და გარემოზე ნეგატიური გავლენის გარეშე. პრომეთეს მღვიმის გაფართოებით და ტურისტებისთვის ახალი მღვიმეების გახსნით მღვიმეების ტევადობა მიიღოს მეტი ტურისტი მეტად გაიზარდება.

ცხრილი 1: იმერეთის მღვიმეების ვიზიტების ინტენსივობის შედარებითი მიმოხილვა პოსტინას მღვიმეებთან 2013

იმერეთის მღვიმეების დტ	სულ ვიზიტორები	ვიზიტორები/1 მ ბილიკი ¹ მღვიმე	ვიზიტორები ი/დღე/სამუ საო თვეები	ვიზიტორები ი/დღე/აგვის ტო
იმერეთის მღვიმეები - პრომეთე	145,888	51/4*	405	761
პოსტინას მღვიმე -სლოვენია	556,000	128/26*	1,523	3,871
შკონციანის მღვიმე UNESCO	111,120	37/18	304	1,100
სულ საქართველოში	350,642		974	1,980

* ვიზიტორების რიცხვი დათვლილია 1 მ ვიზიტორთა ბილიკიზე/მღვიმის მთელი ბილიკის 1 მ-ზე

წყარო: დტ-ის სააგენტოს მონაცემებით გათვლა და საერთაშორისო პოსტინას მღვიმე, 2014

ამის გათვალისწინებით, საერთაშორისო მაგალითებთან შედარებით ჩვენ შეგვიძლია ვივარაუდოთ რომ ამჟამინდელი ვიზიტების რიცხვი იმერეთის დტ-ზე კვლავ შორის არის იმ წერტილიდან რაც ტურისტების ვიზიტების შემაკავებელი ზომების წამოწყებას ინიცირებს.

ვიზიტორთა ნაკადების მართვა იმერეთის მღვიმეებში საჭიროებს უკეთეს ორგანიზებას და გაუმჯობესებას. ვიზიტორთა საჩივრებიდან აშკარაა როდესაც მათ უწევთ მოცდა ხვდებიან გრძელ რიგში ან ბევრ ტურისტულ ჯგუფებს შორის, დაუბალანსებელ გარემოში და ხელს უშლიან და ერევიან ერთმანეთში.

პირველი ნაბიჯი ვიზიტორების ნაკადის გასაუმჯობესებლად არის სკოლებთან და განათლების სამინისტროსთან მოლაპარაკება რომ იმერეთის მღვიმეებში სკოლების ჯგუფების ექსკურსიები გადანაწილდეს მთელი წლის მანძილზე, ეს შეამცირებს ნაკადების ზეწოლას რაც ამჯერად ივნისში ხდება.

მეორე ნაბიჯი ვიზიტორთა ნაკადების მართვაში არის ვიზიტორტაქსის მოქნილი სამუშაოს დაწყების დრო – ზაფხულში ხანგრძლივი სამუშაო დღე და მოკლე დრო სხვა სეზონზე შაბათ-კვირას და დასვენების დღეების გამოკლებით.

სხვა ნაბიჯი რასაც უკეთესი შედეგი მოაქვს არის ვიზიტების ფიქსირებული განრიგი რასაც შესაძლოა ჰქონდეს მაქს. გაზრდილი დატვირთვა ზაფხულის თვეებში (მაგალითად ყოველ 20 წუთში) და შემცირებული დატვირთვა ნაკლები ვიზიტების თვეებში (შეიძლება ყოველ საათში ერთხელ). აქ ისევ მოსახერხებელი იქნებოდა მეტი დატვირთვით მუშაობა შაბათს და სახალხო დღესასწაულების დროს.

დროის უკეთ გამოყენებისთვის მნიშვნელოვანია ელექტრონული რეზერვაციის სისტემის დანერგვა რაც ინტერნეტით იმ დღესა და დროს შესვლის ბილეთის დაჯავშნის საშუალებას იძლევა სადაც ჯგუფებში საკმარისი ადგილებია. ეს ასარაა, რომ ბილეთების აღრიცხვიანობისას ყოველთვის უნდა ხდებოდეს ინფორმაციის განახლება/მიმოხილვა და მოლარეუმ უნდა იცოდეს დაჯავშნილი ბილეთების შესახებ - რამდენი ბილეთია კვლავ შესაძლებელია გარკვეული ჯგუფებისთვის რაც ადგილზე შეიძლება გაიყიდოს.

როგორც ყოველთვის, ზოგადად ვიზიტორების წინასწარი ჯავშნის გარეშე მოვლენ და იქ უნდა იყოს მათთვის განსაზღვრული დროც (მაგალითად, ყოველი მესამე ჯგუფი საათში ერთხელ ზაფხულის პერიოდში). ამ შემთხვევაში მათ ევოცინებათ როგორც უნდა მოიცადონ და/ან სანამ მათი რიგი მოვა სად შეიძლება წავიდნენ დტ-ზე ან რა მომსახურება/პროდუქტი შეიძლება მიიღონ.

და ბოლოს, დღევანდელი პრაქტიკით პრომეთეს მღვიმე და სათაფლია ახლოს არის ვიზიტორთათვის დასვენების ერთი დღე უნდა გაუქმდეს.

იმერეთის მღვიმეებში ვიზიტორთა ნაკადების მართვისთვის დტ-ზე ბილიკებზე, ბუნების ზონებში, მუზეუმში და რეკრეაციული ადგილებში, საბავშვო მოედნებზე ვიზიტისას შესაძლოა მიღებული იქნას სხვა ზომები როგა.:

- > **ზონირება** - ვიზიტორებს აქვთ ზონაში შესვლის უფლება და იღებენ გიდის მითითებებს თითოეული ზონისთვის რაც ელემენტარული ინფრასტრუქტურით არის აღჭურვილი
- > **“თაფლის ადგილები”** - როგორც სათაური გვეუბნება – ტკბილი-მიმზიდველი ადგილები სადაც მიზნობრივად მიყავთ ტურისტები რათა აიცდინონ დიდი ჯგუფები, ადგილების დაზიანება და სხვ.
- > **ტურისტული გზები** -ტურისტული გზები თუ ბილიკები მოწყობილია ვიზიტორთათვის რომ უსაფრთხოდ გაუძღვენ მიმზიდველ ადგილებში და ამავდროულად გარემოზე ნეგატიური გავლენის თავიდან აცილების მიზნით; ალტერნატიული გზა ან ბილიკი შესაძლოა გამოყენებული იყოს ძირითად ბილიკზე/გზაზე დიდი დატვირთვის დროს;
- > **ფასები და მოსაკრებლები** – ფასი ან დამატებითი გადასახადი შესაძლოა გამოცხადდეს მღვიმეში ან სპეციალურ ზონაში შესვლისას, ვიზიტორთა ინფრასტრუქტურის გამოყენებისას და ა.შ ექსტრემალურად მაღალი ვიზიტების დროს; ზოგადად ასეთი სიტუაციების მოსალოდნელია უკვე შემოსავლის საფასო პოლიტიკაში რომ არსებობდეს ფასების იერარქია შაბათკვირის და დასვენების დღეების ვიზიტორთათვის როგა მოთხოვნა გაზრდილია.
- > **რეგულაციები და შეზღუდვები**– სპეციალურ სიტუაციაში უნდა შესრულდეს შემდეგის სახით:
 - o ზოგიერთ ადგილის მუდმივი ან დროებითი დახურვა
 - o ვიზიტორთა ჯგუფის ზონა
 - o ვიზიტორთ შეზღუდვებისას ასაკი ან ფიზიკური მდგომარეობა
 - o ვიზიტების განრიგის შედგენისას ცხოველების ცხოვრების რიტმის, ზოგიერთ ადგილას ყვევლომის პერიოდის, ზოგიერთი ატრაქციის ყოველდღიური გრაფიკის გათვალისწინება, სხვ
- > **ნებართვები და სპეციალური მოთხოვნები:**
 - o გარკვეულ მღვიმეებში სპეციალური ნებართვა:მაგალითად მეცნიერებისთვის და მკვლევარებისთვის, ფოტოგრაფებისთვის და სხვ.
 - o ვიზიტორების და/ან ოპერატორების კვალიფიკაცია და უნარები: კანონინგის თავგადასავლებისთვის ა.შ

0 ტექნოლოგიის მოთხოვნა: სპეციალური ჩაცმულობა, ფეხსაცმელი, აღჭურვილობა მღვიმეებისთვის რომელიც ბოლომდე შესწავლილი/ათვისებული არ არის

> **იმერეთის მღვიმეებში ქვევის წესები:** ელემენტარული ქვევის წესების და ნორმების დაცვა იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე.

ბუნებაზე გავლენის შეფასება და მონიტორინგი

მდგრადი ტურიზმის საჭირო ზომების მისაღებად, განსაკუთრებით გადამეტებული ვიზიტების პერიოდში, საჭიროა ვიზიტორთა ნაკადების მონიტორინგი. მდგრადობის გათვალისწინებით ზაფხულში შაბათ-კვირას და დასვენების დღეებში ვიზიტორთა რ-ბა მღვიმეებში გადაჭარბებულია კვირის სხვა დღეებთან შედარებით. აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვანია ვიზიტების ინტენსივობის მრავალი ასპექტით გაზომვა ასევე ხარისხობრივი ასპექტის, როგორცაა მოტივი კმაყოფილება, ქვეყნის წარმომავლობა, გამგზავრების ადგილი საიდანაც ვიზიტორები მოხვდნენ დტ-ზე ა.შ შეფასება.

იმერეთის მღვიმეები იმ ვიზიტორებს არეგისტრირებს ვინც ყიდულებს შესვლის ბილეთს და ვიზიტორთა საერთო რიცხვი საიმედოა. სასარგებლო იქნებოდა ვიზიტორთა კვლევის გამოყენება რაც დღეს არის გავრცელებული. ეს უნდა გაუმჯობესდეს და უფრო მეტად იყოს ფოკუსირებული იმერეთის მღვიმეების საჭიროებებზე. სასარგებლო იქნებოდა ასევე იმერეთის მღვიმეების დტ-ის ვებ გვერდზე ონლაინ გამოკითხვის ჩატარება როგორც მათთვის ვინც აპირებს წასვლას დტ-ზე ასევე მათთვის ვინც უკვე ეწვია მათ.

დტ-ის ადმინისტრაცია აპირებს ონლაინ მონიტორინგის სისტემის ინსტალაციას პრომეთეს მღვიმეში ჩეხეთის პროექტის ტექნიკური დახმარებით - ტემპერატურის, ტენიანობის, CO2, რადონის ა.შ გასაზომად.

მღვიმეებზე, ბუნებრივ და სოციალურ გარემოზე ტურიზმის გავლენის სისტემატიური და პერიოდული ანალიზი საჭიროა დტ-ზე და მის მიმდებარე სოფლებში ტურიზმით ეფექტური სარგებლის მისაღებად, და რესურსების მდგრადი გამოყენების და ტურიზმის განვითარებისთვის სათანადო ზომების გასატარებლად.

11.1.1 უსაფრთხოება და დაცვა

იმერეთის მღვიმეებში არ მომხდარა ცუდი შემთხვევა. ზოგიერთი ვიზიტორი ცუდად გახდა მღვიმეში ყოფნისას ან გაუჩნდა კლასტოფობიის განცდა, რამოდენიმეჯერ ვიზიტორი დამავდა - ფეხი მოიტეხა მღვიმის კიბეზე. დაცულმა ტერიტორიის ადმინისტრაციამ გააკეთა მღვიმეში უსაფრთხოების შეფასება. ის აკეთებს ობიექტებს და ინსტალაციას მონიტორინგს და უზრუნველყოფს ელემენტარულ უსაფრთხოებას.

დტ-ის ადმინისტრაციას არ აქვს შენობის შიდა სისტემა შესაძლო საშიში სიტუაციების შეტყობინებისთვის. კედლებზე არის განმარტებითი და გამაფრთხილებელი ნიშნები. თუმცა ეს არ არის საკმარისი. ადმინისტრაცია მღვიმის ტბისთვის იყენებს წყლის გაზომვის ინსტრუმენტს რომელიც წყლის დონის მომატებას აუწყებს. რეინჯერები აკვირდებიან ნავის ბილიკს ყოველ დილით და ახორციელებენ მღვიმის კედლების გამწმენდ სამუშაოებს - ბილიკის ნაწილების და ქვების გაწმენდას სპეციალური აღჭურვილობით. მათ აქვთ ასევე მღვიმის გარეთ გადაადგილების პრაქტიკული სატრანსპორტო აღჭურვილობა. დტ-ის ადმინისტრაციას აქვს ელემენტარული სამედიცინო და პირველადი დახმარების აღჭურვილობა ვიზიტორთა ცენტრებში და მღვიმეებში, რეინჯერები იყენებენ ასევე სატრანსპორტო სამედიცინო აღჭურვილობას.

დტ-ის ადმინისტრაციას აქვს ევაკუაციის გეგმა მღვიმეებისთვის. რეინჯერებმა, გიდებმა და თანამშრომლებმა გაიარეს ელემენტარული კურსი/სწავლება თუ როგორ მოიქცნენ საგანგებო სიტუაციისას. ლიცენზირებული და სერთიფიცირებული თანამშრომლის ყოლა და უფრო მეტად პროფესიული ტრენინგის ჩატარება პრიორიტეტია დტ-ის ადმინისტრაციისთვის, განსაკუთრებით მათთვის ვისაც სარისკო არეალში უწევთ მუშაობა. შემთხვევებისას სასწრაფო დახმარების 112 სერვისი არის მობილიზებული.

ვიზიტორების შესაძლო საფრთხის შესახებ ინფორმირებულები არიან.

იმერეთის მღვიმეები ვიზიტორთთვის საჭიროებს უსაფრთხოების სიტუაციის და შესაძლო რისკების პროფესიულ შეფასებას. ტერიტორიაზე დაფიქსირებულია მიწისძვრების საშიშროება. ამის ბაზაზე საჭიროა ევაკუაციის გეგმის მომზადება, შესაბამისი მანიშნებლებით უსაფრთხო გასვლის ალტერნატივის შეთავაზება. დამატებით, დტ-ის ადმინისტრაციას ესჭირდება მომხმარებელთა უსაფრთხოებაში დარწმუნების, შესაძლო საშიშროების აღმოჩენის და შესაბამისი ქმედებების სახელმძღვანელო /გაიდლაინები.

12 სამოქმედო გეგმა

იმერეთის მღვიმეების დტ-ის მენეჯმენტი უნდა იყოს დარწმუნებული დტ-ის სააგენტოს ძლიერ მხარდაჭერაში სტრატეგიის განვითარების ხედვის, ძირითადი და სპეციფიკური მიზნების მისაღწევად. შესაბამისად, უნდა განხორციელდეს რიგი აქტივობები, და აქტივობების შესრულდეს ეფექტურად და დროულად.

იმერეთის მღვიმეების განვითარების ძირითადი მიზანი არის მისი როგორც წარმატებული მოდელის ფუნქციონირება - დაბალანსებული, მდგრადობაზე და ტურიზმზე ორიენტირებული დტ საქართველოში, როგორც ბუნებრივი და საგანმანათლებლო ღირებულებების, ეკონომიკური ეფექტიანობის მქონე და საერთაშორისოდ აღიარებული ტურისტული სანაზაოზა. ეს ძირითადი მიზანი დაშლილია 9 სპეციფიკურ მიზნად რომელთათვის შემუშავებულია ცალკეული საქმიანობები დასახული მიზნების მისაღწევად.

ძირითადად ყველა საქმიანობის ადმინისტრატორი შეიზლება იყოს იმერეთის მღვიმეთა დაცული ტერიტორია. საქმიანობების შეთანხმება და რეალიზაცია, მათი მეტი პასუხისმგებლობით და რესურსებით უნდა განხორციელდეს დტ-ის სააგენტოს ძლიერი მხარდაჭერით. მაშინ, როდესაც გარე მხარდაჭერა სჭირდება, მიმართავს შესყიდვებს საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი წესით. ასევე, გეგმით გათვალისწინებული საქმიანობები არის უწყვეტი და მიმდინარეობს მთელი წლის მანძილზე. ზოგიერთი, როგორც არის სარეკლამო ბროშურების დაბეჭდვა უფრო ინტენსიურად უნდა განხორციელდეს წლის რაღაც პერიოდში. თუმცა სარეკლამო მასალაც მუდმივად განახლებადია ახალი ფოტოებით, მონაცემებით, სხვადასხვა ენზე თარგმნით და იბეჭდება მთელი წლის მანძილზე.

ცხრილი 2: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების სამოქმედო გეგმა 2015 - 2020

სტრატეგიული მიზნები		საქმიანობები 2015 - 2020	
1.	ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორთა რიცხვის გაზრდა		
ვიზიტორთა რიცხვის ზრდა 2013 წელს შემოსული 145.000 ვიზიტორის 2020 წლისთვის 300.000 -მდე გაზრდა საერთაშორისო ვიზიტორების წილის ზრდა - 2013 წელს 29% დან 2020 წლისთვის 50% მდე გაზრდა	1.1	5-წლიანი მარკეტინგული გეგმის და წლიური სამოქმედო მარკეტინგული გეგმები მომზადება იმერეთის მღვიმეებისთვის	
	1.2	იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიის წლიური ბიუჯეტში მარკეტინგისა და რეკლამირებისთვის მთლიანი ბიუჯეტის 10 % -ის გათვალისწინება	
	1.3	იმერეთის მღვიმეების ლოგოს დიზაინი და დტ სააგენტოს ლოგოსთან როგორც საქართველოს დაცული ტერიტორიების ლოგოსთან იერარქიის დაცვა	
	1.4	საბაზისო საინფორმაციო და სარეკლამო მასალის შექმნა: საიმიჯო ბროშურები, TO კატალოგები, ბროშურები, ბარათები და სხვ	
	1.5	საბაზისო ინფორმაციის და სარეკლამო ელექტრონული ინსტრუმენტების შექმნა: ვებ გვერდი, e-newsletter, Facebook, Flickr, Twitter და მათი რეგულარულად განახლება	
	1.6	ვიდეოების გადაღება, DVD, სარეკლამო გზავნილები და ადგილების გადაღება	
	1.7	წერილების დაგზავნა მიზნობრივ ადრესატებთან: TOS, მედია საშუალებები, და დაინტერესებული მხარეები (სასტუმროები, საერთაშორისო და ეროვნული ინსტიტუტები, სხვ.)	
	1.8	მნიშვნელოვან ტურისტულ გამოფენებსა და ბაზრობებზე ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის სტენდზე მონაწილეობა	
	1.9	დტ სააგენტოს სპეციალურად შერჩეულ საერთაშორისო გამოფენებზე, კონფერენციებსა და ვორქშოპებზე მონაწილეობა	
	1.10	მეზობელ ქვეყნებში ტურისტულ გამოფენებზე, ვორქშოპებზე მონაწილეობა	
	1.11	საქართველოში ტურისტულ გამოფენებზე მონაწილეობა	
	1.12	სარეკლამო კამპანიების მოწყობა თბილისისა და ბათუმის სავაჭრო	

			ქსელში
		1.13	იმერეთის მღვიმეების ვებ გვერდის რეგულარული განახლება
		1.14	რეგულარულად წერილებით სიახლეების დაგზავნა (სულ მცირე ერთხელ თვეში)
		1.15	გასაცნობი ტურების ორგანიზება საქართველოს ტურისტულ ასოციაციებთან და ორგანიზაციებთან GITO, TO და დტ-თან ერთად.
		1.16	მეზობელი ქვეყნების ტურ ოპერატორებისთვის გასაცნობი ტურების ორგანიზება
		1.17	საქართველოში უცხო ქვეყნების საელჩოების წარმომადგენელთათვის გასაცნობი ტურების ორგანიზება - იმერეთის მღვიმეების დტ-ის პრეზენტაცია
		1.18	უცხოელი და საქართველოში მაცხოვრებელი ბლოგერებისთვის გასაცნობი ტურების ორგანიზება
		1.19	იმერეთის მღვიმეების გასაცნობი ტურების ორგანიზება ქუთაისის და წყალტუბო სასტუმროს რეცეფციის თანამშრომელთათვის
		1.20	საერთაშორისო კულინარიისა და არტ ფესტივალის ორგანიზება საელჩოებთან თანამშრომლობით (ქვეყნების კულინარიის, კულტურისა და ტრადიციების პრეზენტაცია).
		1.21	საერთაშორისო TO-ებთან დაკავშირება ვისაც საქართველოს ტურისტულ შეთავაზებაში აქვს.
		1.22	TO-თან ვიზიტი და დტ-ის შეთავაზების, ბიზნეს წინადადების წარდგენა
		1.23	ვიზიტი წყალტუბოს, ქუთაისის, აჭარისა და თბილისის სასტუმროებში და დტ-ის შეთავაზების და ბიზნეს წინადადების წარდგენა
		1.24	მღვიმეთა საერთაშორისო და ეროვნული ასოციაციის და სპელეოლოგთა ასოციაციების მოძიება, მათთან კონტაქტის და იმერეთის მღვიმეების გაცნობა
		1.25	ICSA -ის მოწვევა იმერეთის მღვიმეებში წლიური კონფერენციის განსახორციელებლად
		1.26	სოციალურ მედიაში კომუნიკაცია და რეკლამირება (Facebook, Twitter, Instagram, blogs, etc.)
		1.27	რეკლამა და რეკლამირება თბილისის, ქუთაისის და ბათუმის აეროპორტებში
		1.28	რეკლამა და რეკლამირება ადგილობრივ ბაზარზე – ბილბორდი მთავარ გზაზე
		1	გასაცნობი ტურის ორგანიზება – ჟურნალისტებისთვის და მას-მედიისთვის
		29	მედიის რეგულარული ინფორმირება ელ.გზავნილებით e-newsletter
		1.30	წლის სეზონის გახსნის დღის ორგანიზება იმერეთის მრეწველობაში - ფესტივალი
		1.31	ვიზიტორთათვის დტ-ზე ერთი დღის დახურვის (დასვენების დღე) პრაქტიკის გაუქმება
		132	ვიტორთა ინტენსიური მოთხოვნის შესაბამისად მოქნილი სამუშაო საათების (flexible opening time) დანერგვა
2.	ტურიზმიდან და კომერციული აქტივობებიდან შემოსავლის გაზრდა		
	ტურიზმიდან შემოსვლების გაზრდა 2014 წელს მიღებული 918.600 ლარიდან სულ მცირე 4.500.000 ლარამდე 2020 წელს.	2.1	საფასო პოლიტიკის განხორციელება
		2.2	ბილეთის საფასურის დიფერენციაციის მომზადება შემდგომში მართვისთვის სასარგებლო პრინციპებით
		2.3	მულტი-შესვლის/სეზონური ბილეთის შემოღება
		2.4	ახალი სერვისების შემოღებისას (როგორც არის ავტოსადგომი) მომხმარებლისთვის რესტორნებსა და ბარებში ფასდაკლების შეთავაზების გათვალისწინება

ტურისტულ შემოსავალში ბილეთების საფასურის გარდა პროდუქტის/სერვისის გაყიდვებიდან შემოსავლების წილის გაზრდა.	2.5	ახალი პროდუქტის და სერვისის შეთავაზება რაშიც მომხმარებელი გადაიხდის თანხას
	2.6	იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე შეთავაზების პაკეტების (ტრანსპორტი, შეხვედრა/welcome, მღვიმეში ვიზიტი, სუვენირები, ღონისძიება ან სხვა მსუბუქი აქტივობა) დანერგვა, ძირითადად წყალტუბოს და სხვა ჯგუფური ტურისტებისთვის
	2.7	არასტანდარტული შეთავაზებების გან-ბა– VIP პროგრამებისთვის რომელსაც მაღალი დამატებითი ღირებულება ექნება (ქორწილი, მედიტაცია, ღვინის დაგემოვნება,...)
	2.8	ელექტრონული რეზერვაციის სისტემის დანერგვა და გან-ბა დროის უკეთესად განაწილებისთვის, ვიზიტორთა შესასვლელიში მოცდის დროის შემცირებისთვის, მათი კმაყოფილებისა და შემოსავლების ზრდითვის
	2.9	ბარათების, მაისურების კეპების, კალენდრებისა და DVD-ის მომზადება და გაყიდვა
	2.10	ქუთაისის ბაზარზე მწარმოებლებთან თანამშრომლობით პროდუქტის გაყიდვით (ღვინის მწარმოებლებთან, რესტორნის მფლობელებთან, ვანის მუზეუმთან, ზენზინგასამართ კომპანიებთან - სოკარი, გელათისა და ბაგრატიის მონასტერთან და სხვ.) სარეკლამო აქტივების მოწყობა
	2.11	შემოწირულობის სქემის ორგანიზება და შესრულება
	2.12	ღია ცის ქვეშ კინოს და ფესტივალების ორგანიზება /ქართული ფილმების რეტროსპექტივა
	2.13	ღია ცის ქვეშ კინოს თეატრების ორგანიზება (მაგალითად თბილისის თუშანიშვილის თეატრთან თანამშრომლობა) /ქართული ცეკვების შოუ
	2.14	ბავშვებისთვის ერთ საათიანი ანიმაციული პროგრამის ორგანიზება - მარიონეტების წარმოდგენა მღვიმეში (მაგ. ნოდარ დუმბაძის ახალგაზრდულ თეატრთან თანამშრომლობა)
	2.15	დიდ ორგანიზაციებთან და ისტიტუტებთან თანამარკეტინგის cross-marketing ორგანიზება (ხარების ღვინის კომპანია, საქართველოს ბანკი, TBC, სადაზღვეო კომპანიები, სტამბა და სხვ)
	2.16	იმერეთის მღვიმეების და ტურისტული ობიექტების მართვა, პროდუქტი და მომსახურება დტ-ის ადმინისტრაციის გამოცდილი, კვალიფიცირებული და ერთგული თანამშრომლებით და პროფესიონალი ტურიზმის სპეციალისტებით
3. ვიზიტორთა საერთო კმაყოფილების გაზრდა		
ვიზიტორთა კმაყოფილების გაზრდა და უკმაყოფილების შემცირება ვიზიტორთა სამოგზაურო პერიოდის გაზრდა ერთგულების გაზრდა– დტ-ზე დაბრუნების სიხშირის გაზრდა	3.1	ვიზიტორთათვის კითხვარების მომზადება, წარმამდგენლობის მოკვლევა და სტუმრის ანაღზი
	3.2	საჩივრების რეგისტრაცია, მართვის ჯგუფში განხილვა და მათი როგორც მაღალი პრიორიტეტული საკითხის მოგვარება
	3.3	ვიზიტორთათვის დტ-ზე რეალური ინფორმაციის მიწოდება და შეტყობინება თუკი რაიმე პრობლემის ან ხარვეზი არსებობს
	3.4	ვიზიტორთათვის პროფესიონალი გიდის მომსახურების შეთავაზება– პერსონალის ან აუდიო გიდის შეთავაზება
	3.5	დაგეგმილი ვიზიტების ორგანიზება და დროის მენეჯმენტი ზედმეტი მოთხოვნის (ვიზიტორების) შემთვევაში
	3.6	შესაბამის უწყებებთან და სკოლებთან თანამშრომლობა მთელის წლის მანძილზე მოსწავლეთა ექსკურსიების, ვიზიტების გადგანაწილება
	3.7	ვიზიტორთათვის აქტვობების და სერვისების შეთავაზება მღვიმეში შესვლამდე დროის გატარების მიზნით
	3.8	დტ-ის ახალი პროდუქტისა და სერვისის შეტყობინება და ვიზიტორებთან პირდაპირი კავშირი
	3.9	დტ-ზე საინტერპრეტაციო ობიექტების, მომსახურებისა და

			საექსკურსიო ადგილები/გაუმჯობესება
		3.10	ვიზიტორთა ბარათების გაცნობა »საქართველოს დტ-ის მეგობრები« ერთგული და ხშირი ვიზიტორებისთვის, VIPs, როგორც ჯილდო ა.შ.
		3.11	ეფექტური უსაფრთხოების ზომების დაცვა და საჭიროების შემთხვევაში პროფესიონალი კადრებით და აღჭურვილობით უზრუნველყოფა
4.	იმერეთის მღვიმეებში ვიზიტორთა ინფრასტრუქტურის ეფექტურად გამოყენება და რესტრუქტურისა და ახალი ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების განვითარება		
	დტ-ის საბაზისო ინფრასტრუქტურის დასრულება	4.1	დტ-ის მენეჯმენტისთვის და ვიზიტორთათვის საბაზისო ინფრასტრუქტურის მოწყობა (წყალი, WIFI, ავტოსადგომი, შემოღობვა)
		4.2	ადმინისტრაციული შენობების და ვიზიტორთა ცენტრის ეფექტური გამოყენება - უკეთესად დახვედრა, ინფორმაციის მიწოდება და მომსახურება
		4.3	დამის გათვლის შესაძლებლობების გაზრდა (სასტუმრო, კარავი) სათაფლიაში
		4.4	ტურისტული ბაზრისთვის ახალი მღვიმეების შეთავაზება
	ახალი ტურისტული პროდუქტის/სერვისის განვითარება და შეთავაზება	4.5	ვიზიტების ხანგრძლივობის და შეთავაზებების გაზრდის მიზნით ტურისტული ბაზრის პროდუქტის/მომსახურების განვითარება და ტურისტების კმაყოფილების გაზრდა (სათამაშო მოედნები, ბუნების და არტ ბანაკები, სიამოვნების მიღების პროგრამა და რეკრეაციული აქტივობები)
		4.6	შეზღუდული უნარების მქონე ყველა ადამიანისთვის დტ-ზე კომფორტული და თვალსაჩინო მისვლის შესაძლებლობა
	წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტისა და იმერეთის მღვიმეების დტ-ის შორის კონტაქტების, თანამშრომლობის გაღრმავება	4.7	წყალტუბოს კურორტის და იმერეთის მღვიმეების დაკავშირება ცალკე ველო ბილიკით
		4.8	პროდუქტის და მომსახურების ხარისხის სტანდარტის დანერგვა რაც კავშირშია იმერეთის მღვიმეების დტ-თან
		4.9	დტ-ის ბაზაზე ტურისტული პროდუქტის ხარისხის სერტიფიცირების სისტემის გაცნობა და დანერგვა
		4.10	ხარისხის სტანდარტის მონიტორინგი და ხარისხის ნიშნის პრაქტიკაში გამოყენება
5.	პროფესიონალი HR გუნდის შექმნა იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე და რეგულარული ტრენინგების ორგანიზება		
	ტურიზმის /მასპინძლობის საორგანიზაციო გუნდის (სამსახურის) მოხილვება	5.1	ტურიზმის/მასპინძლობის გუნდის შექმნა იმერეთის მღვიმეების დტ, მათ შორის: მასპინძლობის მენეჯერი, მარკეტოლოგი, ვებ საიტის & ელ. - მარკეტინგის სპეციალისტი, პრესასთან და სტუმრებთან ურთიერთობის, ვიზიტორთა სერვისის სპეციალისტი და გიდი
		5.2	ტენდერის ჩატარება და შესაბამისი უნარ-ჩვევების მქონე პერსონალის მოხილვება გარკვეული კრიტერიუმებით
		5.3	მასტიმულირებელი ხელფასების და წახალისების შემოღება დტ-ის თანამშრომელთათვის
		5.4	სხვა მასტიმულირებელი/წახალისებელი ზომების შემოღება დტ-ის თანამშრომელთათვის (ჯანმრთელობის დაზღვევა, განათლება და ტრენინგები, საზოგადო ჯილდოები)
	იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე მუდმივი ტრენინგების ჩატარება	5.5	იმერეთის მღვიმეების დტ-ის ტურისტებისთვის და მასპინძლობის მენეჯმენტის თანამშრომელთათვის საგანმანათლებლო ტრენინგების მომზადება
		5.6	სამუშაო გუნდის დატრენინგება - როგორ გაუძღვნენ საჩივრებს
		5.7	მარკეტინგისა და კომუნიკაციის პროგრამებზე სამუშაო შეხვედრების ორგანიზება
		5.8	ხელფასების გაზრდა /მასტიმულირებელი სისტემის შემოღება გამორჩეული სამუშაოები მიღწევისთვის

		5.9	იმერეთის მღვიმეების საუკეთესო წლის თანამშრომლის პროგრამის დანერგვა
		5.10	საზღვარგარეთ დტ-ზე სასწავლო ვიზიტების ორგანიზება
		5.11	იმერეთის მღვიმეების სტიპენდიის პროგრამის შემოღება სამაგისტრო ან სადოქტორო დისერტაციაზე მომუშავე ქართველი გამორჩეული სტუდენტებისთვის / შესაძლოა ეს ერასმუს მუნდუსის პროგრამასთან თანამშრომლობით Erasmus Mundus Programme განხორციელდეს
6.	იმერეთის რეგიონში ადგილობრივი თემებისა და დაინტერესებულ მხარეთა თანამშრომლობის განვითარების ხელისშეწყობა		
	ადგილობრივი თემის და მოსახლეობისთვის ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობების შექმნა ადგილობრივი მოსახლეობის ცოდნის ამაღლება იმერეთის მღვიმეების და ზოგადად საქართველოს დტ-ის თაობაზე და ათი ბუნების, ბუნების ღირებულებების მიმართ ერთგულებისა და პასუხისმგებლობის გაზრდა იმერეთის რეგიონში ტურიზმში ჩართული დაინტერესებული მხარეების თანამშრომლობის მხარდაჭერა	6.1	ადგილობრივი თემის ინფორმირება ტურისტების ვიზიტების, მათი მოთხოვნებისა და მასპინძლობის შესახებ.
		6.2	ადგილობრივი მწარმოებლებთან თანამშრომლობის შეტავაზება, მათ მიერვე პროდუქტის გაყიდვა ვიზიტორთა ცენტრების ირგვლივ, ან ავტოსადგომის ტერიტორიაზე
		6.3	PPPPs – people, public, private partnerships საზოგადოების, თემის და კერძო ინსტიტუტების პარტნიორობის გაძლიერება მდგრადი განვითარების მისაღწევად
		6.4	ინოვაციური მეწარმეობის წამახალისებელი ფორმების დანერგვა (როგორც ფინანსური თანამონაწილეობითი მიდგომა)
		6.5	ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება
		6.6	ადგილობრივი ხალხის ჩართვა სეზონურ სამუშაოზე ან მოხალისედ
		6.7	ადგილობრივი ახალგაზრდების მოტივირება ისწავლონ სამომავლოდ დტ-ზე სამუშაოდ
		6.8	დტ-ზე ღია დღეების ორგანიზება და ამ შესაძლებლობის გამოყენება იმერეთის მღვიმეების დტ-ის და ზოგადად საქართველოს დტ-ის შესახებ ცოდნის გასავრცელებლად
		6.9	ტრადიციულად მაღალი დონის საქველმოქმედო კონცერტების ორგანიზება სახელმწიფო ორგანოებთან და ეროვნულ ტელევიზიასთან თანამშრომლობით
		6.10	სასტუმროების, სასტუმრო სახლების, რესტორნების და გიდეების ასოციაციის შექმნის ხელშეწყობა
		6.11	იმერეთის მღვიმეების ორკესტრის, გუნდის ან ცეკვის ჯგუფის შექმნის ინიციატივა
		6.12	იმერეთის მღვიმის „თილისმის“ სასწავლო პროგრამის შექმნა მოსწავლეთათვის (ჯანსარი ცხოვრების წესის და ჩვეულების მხარდაჭერა)
		6.13	იმერეთის მღვიმეების დტ-ის მეგობართა ასოციაციის, როგორც საქართველოს ასოციაციების ქსელის წევრი ორგანიზაციის გან-ბა
		6.14	წყალტუბოს კურორტის ადგილის მართვის ორგანიზაციასთან DMO აქტივობების განხორციელება
7.	მდგრადი პრინციპებისა და ზომების განხორციელება და მომსახურების გაწევით მომხმარებელის დარწმუნება უსაფრთხოებასა და დაცვაში		
	იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე მდგრადობის ზომების გაძლიერება სამუშაო გეგმის და სრული უსაფრთხოებისა და დაცვის ზომების დანერგვა	7.1	იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ტევადობის განსაზღვრა და ანალიზი
		7.2	იმერეთის მღვიმეების დტ-ზე ვიზიტორთა ნაკადების მართვა და მონიტორინგი
		7.3	ტურისტების ვიზიტებისას ბუნებაზე ზეგავლენის სისტემატიური გაზომვითი მეთოდების და ხელსაწყოების დანერგვა
		7.4	ტურისტების ვიზიტების სოციალური ზეგავლენის ანალიზი
		7.5	ვიზიტორთა ინფორმირება / განათლება არასაკმარისი რესურსების (ენერგია, წყალი,...) და ადგილობრივი წეს-ჩვეულებების, ტრადიციების და სხვ. შესახებ.
		7.6	განახლებადი ენერგიის ინტენსიური გამოყენება
		7.7	ხელმეორედ გადამუშავებითი მასალების გამოყენება და »არა პლასტიკურ « შეფუთვას

		7.8	ნარჩენების მართვის ორგანიზება და ცნობიერების ზრდის კამპანიების გამართვა
		7.9	ვიზიტორთათვის და თანამშრომლებისთვის სრული უსაფრთხოების და რისკების შეფასება
		7.10	სამოქმედო გეგმის შედგენა და თანამშრომელთა მომზადება შემთხვევების და რისკების მართვაში
		7.11	დტ -ზე »ცხელი« წერტილების აპარატურით აღჭურვა უსაფრთხოებასა და დაცვისთვის და ვიზიტორთა კიდევ მეტი დარწმუნებისთვის
		7.12	რისკების და შემთხვევების ანალიზი და შედეგების დტს-თან გაზიარება
		7.13	წამახალისებელი ჯილდოების გაცნობა იმ ვიზიტორთათვის ვინც მდგრად ტრანსპორტს იყენებს

8.	იმერეთის მღვიმეებში ბუნების და მისი ფასეულობების შესახებ ვიზიტორთა ცნობიერების ამაღლების და განათლების ზრდის მნიშვნელობის ხაზგასმა		
	ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობები და დტ-ის შესახებ ცოდნის გაზრდა	8.1	ბუნებისა და დტ-ის შესახებ ინფორმაციის მისაღებად სარეკლამო მასალებისა და ინფორმაციის გამოყენება
		8.2	განმარტებითი დაფების დამონტაჟება დტ-ზე ბუნების, ბუნების ფასეულობების და დტ-ის მნიშვნელობის გამოსახატად
		8.3	ტურების გაძლიერებისთვის »ცოცხალი« და »ელ.გიდების« ინფორმაციის გამოყენება ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობებისა და დტ-ის შესახებ, ილუსტრირებისთვის და მეტი დამაჯერებლობისთვის მაგალითების გამოყენება
		8.4	ახალგაზრდებს შორის ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობების და დტ-ის შესახებ ვიქტორინის ორგანიზება სასარგებლო ჯილდოების თანხლებით
		8.5	სოციალურ მედიაში დისკუსიების გამართვა ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობების და დტ-ის შესახებ
		8.6	იმ სკოლებისთვის რომლებიც სტუმრობს იმერეთის მღვიმეების დტ-ს სპეციალური შეთავაზება, მოსწავლეთა სტიმულირება მოამზადონ მათი ვიზიტისას ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობებისა და დტ-ების ამსახველი პლაკატები, სტატიები ა.შ
		8.7	უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობით საგანმანათლებლო დღი მოწყობა
		8.8	ნორჩ რეინჯერთა პროგრამის ორგანიზება
9.	საქართველოს დაცული ტერიტორიებისა და ტურიზმის იმიჯის ხელისშეწყობა		
	დაცული ტერიტორიების როგორც ტურისტული ადგილის აღქმის გაზრდა	9.1	დტ-ის და ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ლოგოების საკომუნიკაციო და სარეკლამო საშუალებებზე გამოყენება
		9.2	აქტიურად მონაწილეობა დტ-ის სააგენტოს ყველა მარკეტინგულ ღონისძიებაზე და რაც შეიძლება ბევრჯერ ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ღონისძიებაზე.
		9.3	ტიპური პროდუქტის /სუვენირის განვითარება რაც იმერეთის მღვიმეების დტ-ს წარმოაჩენს
		9.4	რეჟისორების, მსახიობების და სხვ. „შთაგონება“ გამოიყენოს იმერეთის მღვიმეები მათი შემოქმედებითი საქმიანობებისთვის
		9.5	მსოფლიოში ცნობილი ქართველი სპორცმენის/გუნდის მხარდაჭერა და რეკლამირება
		9.6	შესთავაზოს მზადყოფნა და მიიღოს მონაწილეობა კულტურულ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ დელეგაციებში საზღვარგარეთ ან საქართველოში.
		9.7	შესთავაზოს საქართველოში კულტურული, პოლიტიკური თუ ეკონომიკური მნიშვნელოვანი დელეგაციების მასპინძლობა იმერეთის მღვიმეებში
		9.8	შესთავაზოს ტიპური პროდუქტი/სუვენირი საქართველოს სახელმწიფო პროტოკოლის სამსახურს

13 ტურიზმის განვითარების ეფექტი იმერეთის მღვიმეებში

13.1 ეკონომიკური და სოციალური ეფექტი

შეფასება და პროგნოზი გვიჩვენებს, რომ იმერეთის მღვიმეებს შეუძლიათ გამოიმუშაონ 4.5 მილიონი ლარის შემოსავალი კომერციული, უმეტესწილად ტურისტული საქმიანობებიდან 2020 წელს. ეს 4.5-ჯერ უფრო მეტია ვიდრე 2013-ში, მაგრამ თითქმის 2-ჯერ უფრო მეტი თანამშრომლის არსებობის პირობებში, ვიდრე 2013 წელს. შემოსავლების ზრდა წარმოქმნილი იქნება იქნება ვიზიტორების რიცხვის ზრდიდან (2-ჯერ მეტი), ახალდაგვითარებული ტურისტული პროდუქტის მოხმარებიდან და შესასვლელი ბილეთების საფასურის პარალელურად არსებული დამატებითი სერვისებიდან ბუნებრივი სანახაობების, ადგილობრივი ბუნების ძეგლებისა და ტურიზმის ეფექტური მართვის პირობებში, ასევე ტურისტული და სტუმართა მომსახურების ობიექტებიდან.

ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს დტს-ს ბიუჯეტის გაზრდას და ასევე, დტს-სა და დაცული ტერიტორიების ფინანსური მდგრადობის გაუმჯობესებას, რათა მოხდეს დაცული ტერიტორიების უფრო ეფექტური დაცვა და მართვა.

შემოსავლების პირდაპირი ზრდის პარალელურად, იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე ასევე არსებობს ტურიზმით გამოწვეული არაპირდაპირი ეკონომიკური ეფექტის ფართო სპექტრი. იმის გათვალისწინებით, რომ ვიზიტორთა უმრავლესობა იმერეთის მღვიმეებს ტუროპერატორების საშუალებით სტუმრობს, რომლებიც მოდიან პატარა ავტობუსებითა და მიკროავტობუსებით, მათი შემოსავლები შესაბამისად დიდია. იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორები ჩერდებიან რესტორნებში და მაღაზიებში, სტუმრობენ სხვა ღირშესანიშნაობებს და ზოგიერთი მათგანი რეგიონში დამისტევიტ რჩება. ასეთი ვიზიტორები სტუმრობენ სხვა ადგილებს (მაგ. მუხეშუმი), იყენებენ სერვისებს (წყალტუბოს გამაჯანსაღებელი კურორტი, ველო სპორტი და სხვა). ყველა სე სერვისის მომწოდებლები სარგებელს იღებენ იმერეთის მღვიმეების ვიზიტორებისაგან, რომ აღარაფერი ვთქვათ სოფლის მეურნეობისა და კვების პროდუქტის მწარმოებლებზე, რომლებიც ყიდიან თავიანთ პროდუქციას რესტორნებში და პირდაპირ ვიზიტორებზე და ამ გზით იღებენ შემოსავალს.

იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის არაპირდაპირი ეფექტი ქმნის ასევე სხვა ბიზნეს შესაძლებლობებს - განვითარდეს ახალი პროდუქტები, სუვენირები, გიდების მომსახურების შეთავაზება იმერეთის რეგიონის სხვადასხვა ნაწილში, ჩატარდეს სხვადასხვა ღონისძიებები და სხვა. ეს ბიზნეს შესაძლებლობები ქმნიან არამარტო სამუშაო ადგილებს ადგილობრივი მოსახლეობისათვის, არამედ შესაძლებლობებს ახალგაზრდებისათვის, რომ მათ შემოიღონ იმუშაონ ტურიზმის სფეროში და განახორციელონ ტურიზმთან დაკავშირებული საქმიანობები.

ტურიზმის ამ ფართო სპექტრის პირდაპირი და არაპირდაპირი ეფექტი ხელს უწყობს სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან, კერძო ბიზნესისა და საჯარო მმართველობის სფეროს წარმომადგენელთა შორის თანამშრომლობის გაუმჯობესებას.

ინვესტიციებით ტურიზმში და ინფრასტრუქტურაში - გზები, ელექტროენერგია, ნარჩენების მართვა და საინფორმაციო და კომუნიკაციის ტექნოლოგიები, კულტურა, განათლება, ჯანმრთელობა, უსაფრთხოება - რეგიონი ხდება უფრო მეტად განვითარებული, მიმზიდველი ინვესტორებისთვის და ბიზნეს დეველოპერებისთვის, ასევე უფრო მეტად მიმზიდველი ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის. ტურიზმის განვითარების სოციალური ეფექტი მრავალფეროვანია - განათლებისა და ცოდნის გაუმჯობესება, მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხიდან ჩამოსულ ვიზიტორთა კულტურული და სოციალური განსხვავებების ცოდნა, უცხო ენების ცოდნა, გაუმჯობესებული კომუნიკაცია, ადგილობრივი კულტურის, ტრადიციებისა და წეს-ჩვეულებების პატივისცემის გაღრმავება, ადგილობრივი მოსახლეობის სიამაყის გრძნობის გაუმჯობესება თავიანთი რეგიონის მიმართ და სხვა.

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ იმერეთის მღვიმეებში ტურისტულ ვიზიტებს თავიანთი წვლილი შეაქვთ იმერეთის რეგიონის იმიჯის განვითარებაში და მის მიმზიდველობაში, როგორც ადგილობრივი ასევე საერთაშორისო მასშტაბით.

13.2 გამოწვევები და შეზღუდვები

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაცია ტურიზმის განვითარების გეგმის შესრულებისას რამდენიმე გამოწვევისა და შეზღუდვის წინაშე დგას.

ყველაზე მნიშვნელოვანი გამოწვევებია:

- > ტურიზმის განვითარებასა და ტურიზმის განვითარებით გამოწვეული ბუნებაზე უარყოფითი ზეგავლენას შორის ბალანსის დაცვა
- > მომატებული ტურისტული ვიზიტების მართვა მომავალში და ტურისტულ-სპელეოლოგიური შეთავაზებების შემდგომი განვითარება
- > ვიზიტორთა მოლოდინის გამართლება და მათთვის უნიკალური ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობებისა და მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება
- > ვიზიტორთა მომსახურების, მენეჯმენტისა და მარკეტინგის გუნდის ჩამოყალიბება და ჯერ კიდევ ცენტრალიზებულად მართული დაცული ტერიტორიის სისტემაში
- > აუტენტური იმიჯის ჩამოყალიბება და შენარჩუნება მრავალფეროვანი ტურისტული შეთავაზებების პირობებში და ტურისტული კომერციალიზაციის თავიდან აცილება
- > ადგილობრივი თემებისა და მოსახლეობის ჩართვა ტურიზმის განვითარების საკითხებში და მათთვის ბიზნეს შესაძლებლობების ჩამოყალიბება
- > იმერეთის რეგიონის ტურიზმის განვითარების ხელის შეწყობა და „ბუნების“, როგორც ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ საყრდენ წერტილად გადაქცევა დანარჩენ ორ „კულტურულ“ და „გამაჯანსაღებელ“ კომპონენტთან ერთად
- > მრავალრიცხოვან ვიზიტორებს შორის ბინებისა და მისი ფასეულობების შესახებ ცოდნის გავრცელება, დაწყებული სკოლის მოსწავლეებით და გაგრძელებული იმერეთის მღვიმეების ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორებით
- > დაბალანსებული ტურიზმის განვითარებისა და ბუნების შენარჩუნების კარგი გამოცდილების დანერგვა, რომელიც შემდგომ შესაძლებელია გადაეცეს საქართველოსა და კავკასიის რეგიონის სხვა დაცულ ტერიტორიებს

იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციას ექნება რამდენიმე შეზღუდვა ტურიზმის გეგმის განვითარების საკითხებში, ესენია:

- > ტურიზმის, სტუმართა მომსახურებისა და ადამიანური რესურსების მართვის კვალიფიცირებულ თანამშრომელთა სიმცირე
- > შეზღუდული შესაძლებლობები დეცენტრალიზაციის, გადაწყვეტილებების მიღებისა და მართვისათვის
- > შეზღუდული ფინანსები ინვესტიციებისა და მარკეტინგისათვის
- > შეზღუდული და არასაკმარისი გამოკვლეული ბუნებრივი სპელეოლოგიური რესურსი ტურიზმის განვითარებისათვის
- > სტაბილური ორგანიზაციების გარეშე ძალიან სუსტი რეგიონული თანამშრომლობა ტურიზმის სფეროში
- > ხარვეზები რეგიონული განვითარების, ინფრასტრუქტურისა და ბიზნესის სფეროში

13.3 განვითარების გეგმის განხორციელება და მონიტორინგი

ტურიზმის განვითარების გეგმის განხორციელება უნდა ექვემდებარებოდეს რეგულარულ მონიტორინგსა და შეფასებას. ეს წარმოადგენს მაკონტროლებელი პირის ვალდებულებას, რომელიც აღწერილი გვყავს წინამდებარედოკუმენტის ადამიანური რესურსების განვითარების ქვეთავში. განვითარების გეგმის განხორციელების დროს, შესაძლებელია მოხდეს შიდა ან გარე ცვლილებები, რომლებიც გავლენას ახდენენ იმერეთის მღვიმეების მუშაობასა და ბიზნეს შედეგების მიღწევაზე. ამის გათვალისწინებით, მონიტორინგი უნდა ორიენტირებული იყოს:

- > დაგეგმილი / მოსალოდნელი შედეგები - შემოსავლები, მიღწეული საშუალო ფასი
- > პოპულარიზაცია და მარკეტინგული საქმიანობები და მათი შედეგები - ვიზიტორთა რიცხვი, ჯგუფები,
- > რესურსების გამოყენება - ადამიანური რესურსები, სამოქმედო ღონისძიებები

ტურიზმის განვითარების ზედა სამი სეგმენტის მონიტორინგი და ხარვეზების შეფასება - სხვაობა დაგეგმილი/მოსალოდნელსა და მონიტორინგის მომენტში არსებულ სიტუაციას შორის, ადმინისტრაციას აძლევს რეაგირების, შეცვლისა და განვითარების მექანიზმს შესაბამისი ღონისძიებების გატარების გზით. ეს ღონისძიებები ორიენტირებული უნდა იყვნენ შემოსავლებისა და ვიზიტორთა რიცხვი ზრდაზე და რესურსების გამოყენების საფასურის შემცირებაზე.

სტრატეგიული მიზნების, პროცედურული ღონისძიებებისა და საქმიანობების მიღება ადაპტაცია ცვლილების პირობებთან სავსებით ნორმალურია და განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც დაცულ ტერიტორიას უწევს კონკურენციის პირობებში არსებობა და ტურიზმი მკაცრად დამოკიდებულია ბაზარზე.

14 დასკვნები და რეკომენდაციები

ბაზრის პოტენციალისა და განხორციელების მოდელის შეფასების ანალიზის საფუძველზე, ჩვენ ვაჯამებთ ყველაზე თვალსაჩინო დასკვნებს და ვიძლევიტ სტრატეგიულ რეკომენდაციებს იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებისა და მართვისათვის.

ა) დღესდღეობით, არსებობს იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების მონახულების მაღალი და მუდმივად მზარდი ადგილობრივი და საერთაშორისო დონის მოთხოვნა. ეს მოთხოვნა გამოიწვევს არსებულ და სხვა რესურსებზე, ასევე ტურისტულ პროდუქტებსა და სერვისებზე ზეწოლას და იქნება ტურიზმის შემდგომი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი გადამწყვეტი ფაქტორი

ბ) მღვიმეების მონახულების მზარდ მოთხოვნას ამ დორისათვის აკმაყოფილებს კარგად ორგანიზებული და აღჭურვილი, მაგრამ ლიმიტირებული ბუნებრივი რესურსების მქონე იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები. შესაბამისად, დტ-ს ადმინისტრაციამ უნდა განახორციელოს მღვიმეების სისტემის შემდგომი მოკვლევა, რათა მოხდეს ახალი ტურისტული სანახაობების, ღირსშესანიშნავი ადგილებისა და ბილიკების განვითარება და ორგანიზება გაეწიოს დამატებით პროდუქტებისა და სერვისების შეთავაზებას ვიზიტორებისათვის

გ) ტურიზმის მდგრადი განვითარება უნდა წარმოადგენდეს იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარების მთავარ ღერძს. ყოველივე ამან, უნდა შექმნას ტურიზმის ბალანსირებული განვითარების, ბუნებრივი ფასეულობების დაცვისა და შენარჩუნების შესაძლებლობა, ასევე ხელი შეუწყოს ადგილობრივი თემების განვითარებას, განათლებასა და ცნობიერების ამაღლებას ბუნებისა და ბუნებრივი ფასეულობების დაცვის საკითხებში, ადგილობრივ მოსახლეობასა და ვიზიტორების ჩათვლით

დ) ვიზიტორთა, განსაკუთრებით მოსწავლეებისა და სტუდენტების ცნობიერების ამაღლება და განათლება ბუნების, ბუნებრივი ფასეულობებისა და დაცული ტერიტორიების საკითხებში, წარმოადგენს მიზნების შემადგენელ ნაწილს და ასევე, იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის მნიშვნელოვან ამოცანას

ე) იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარების ნორმატიული შეზღუდვები განხილული და დამკვიდრებული უნდა იყოს, რათა დაცულ ტერიტორიებს ჰქონდეთ კომერციული საქმიანობების განხორციელების საშუალება, რომლებიც თავის მხრივ ხელს უწყობენ დაცული ტერიტორიების მთავარი მისიის შესრულებას; ასევე შესყიდვებისა და კონცესიის პროცედურების უფრო მოქნილ ჩატარებას, რაც ასევე ხელს შეუწყობს იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის დეცენტრალიზაციას

ვ) იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციამ თავად უნდა მართოს ბუნებრივი ძეგლებისა და ტურისტული ობიექტების, ასევე პროდუქტებისა და სერვისების მთლიანი სისტემა არსებული და ახალი თანამშრომლების დახმარებით და თავი აარიდოს ტურისტული და სხვა ობიექტების ცალკეული ნაწილების კონცესიით გადაცემას

ზ) იმერეთის მღვიმეებმა ინვესტირება უნდა მოახდინონ პოპულარიზაციის ღონისძიებებსა და მარკეტინგში, რათა გახდნენ საერთაშორისოდ აღიარებული ბუნებრივი და ტურისტული ღირსშესანიშნაობები და განავითარონ ცნობადი იმიჯი, მოიზიდონ ვიზიტორები და შექმნან მდგრადი ფინანსური რესურსი ბუნების დაცვისა და ტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის იმერეთის მღვიმეებსა და საქართველოს სხვა დაცულ ტერიტორიებზე

თ) მარკეტინგი და გაყიდვები ორიენტირებული უნდა იყოს ქართულ ტუროპრატორებთან, ასევე სასტუმროებსა და ღამისთევის საშუალებების მომწოდებლებთან თანამშრომლობაზე წყალტუბოში, შავი ზღვის კურორტებსა და თბილისში

ი) იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარებით ფართო ასპარეზზე და რეალისტური, მაგრამ ამბიციური მიზნების დასახვისას, იმერეთის მღვიმეების ადმინისტრაცია სრული პასუხისმგებლობით უნდა მოეკიდოს და მიყვეს გეგმებს, რომ განახორციელოს რესურსების, შესაძლებლობებისა და ბაზრის მოთხოვნების მართვა. ეს არის ეტაპობრივი პროცესი, რომელსაც დაცული ტერიტორიების სააგენტომ მხარი უნდა დაუჭიროს და ჩამოაყალიბოს სამაგალითომოდელი, ტურიზმზე ორიენტირებული საქართველოს სხვა დაცული ტერიტორიებისათვის

კ) ტურიზმზე ორიენტირებული იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების მართვა მოითხოვს ძლიერი ტურიზმისა და სტუმართა მომსახურების გუნდის ჩამოყალიბებას დაცული ტერიტორიის ადმინისტრაციაში. მათ უნდა იმუშაონ ტურიზმის მარკეტინგსა და გაყიდვებზე, ღამისთევის, კვების და სხვა ობიექტების მართვაზე და ადგილზე მოსულ ვიზიტორებთან ურთიერთობაზე

ლ) ტურიზმის განვითარება და იმიჯის შექმნა უნდა ეფუძნებოდეს მაღალი ხარისხის პროდუქტებსა და სერვისებს, ვიზიტორთა მოლოდინის დაკმაყოფილებას და ტურისტული ღირსშესანიშნაობის და ადგილების სტრატეგიულ განვითარებას. ამ თვალსაზრისით, იმერეთის მღვიმეების დაცულ ტერიტორიებზე, რომლებიც მოიცავენ მღვიმეთა სისტემას და ოკაცის სათავგადასავლო კანიონს (მარტვილის კანიონის ტურისტული განვითარების სამომავლო გეგმით), არსებული შეთავაზებები უნდა შედგებოდნენ ორი ტიპის ტურისტული პროდუქტისაგან ორი განსხვავებული იმიჯით, რომელიც მოიზიდავს ორ განსხვავებულ სამიზნე ჯგუფს. შესაბამისად, სასურველი იქნებოდა, რომ ეს ორი ტურისტული ადგილი მართული იყოს ორი სხვადასხვა ადმინისტრაციის მიერ

მ) იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციამ უნდა ჩამოაყალიბოს ძლიერი თანამშრომლობა წყალტუბოს გამაჯანსაღებელ კურორტთან, ასევე მთლიანად იმერეთის რეგიონთან, რათა გამოყენებული იქნას რეგიონი სამი ღირსშესანიშნავი ადგილის/რესურსის სინერგია: ბუნება, ჯანმრთელობა, და კულტურა

ნ) ტურიზმს მოაქვს საკმაო სარგებელი იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიებისათვის, მაგრამ ჯერ კიდევ არასაკმარისი სარგებელი ადგილობრივი მოსახლეობისათვის. მღვიმეების ადმინისტრაციამ, მუნიციპალიტეტმა და საერთაშორისო ორგანიზაციებმა პოპულარიზაცია უნდა გაუწიონ და შექმნან მზარდი ვიზიტორების რაოდენობით გამოწვევებიზნეს შესაძლებლობები ადგილობრივი თემებისათვის

ო) მღვიმეთა სისტემისა და ბუნებრივი რესურსების მოკვლევა, უსაფრთხოება და უსაფრთხოების რისკები, მდგრადობის პარამეტრები და ვიზიტორთა კმაყოფილება უნდა მოიაზრებოდნენ როგორც იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარების თანამდევი ფაქტორები

პ) ბუნების დაცვა, ინფრასტრუქტურისგანვითარება, კვლევები და ცნობიერების ამაღლება ბუნებრივი ფასეულობების საკითხებში, ჯერ კიდევ მოითხოვს საზოგადოებრივ დაფინანსებას ან საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების დაფინანსებას. შესაბამისად, იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციამ და დტს-მ უნდა მოამზადონ და წარადგინონ პროექტები, რომლებიც ხელს შეუწყობს აღნიშნული ფინანსური რესურსების მოზიდვას.

15 ძირითადი ლიტერატურა და საინფორმაციო წყაროები

პროექტის განხორციელებისას გამოყენებული ძირითადი დოკუმენტაცია და წყაროები:

1. იმერეთის რეგიონის ტურიზმის განვითარების სამოქმედო გეგმა; ლალი გიგზაური, ეკა დევიძე; 2013
2. საქართველოს ეკოტურიზმის პოტენციალის შეფასება; IUCN; 2008
3. დაცული ტერიტორიების სააგენტოს ანგარიში 2007 – 2012; დტ-ის სააგენტო; 2013
4. ბიომრავალფეროვნების დაგეგმვის ხელშეწყობის პროგრამის. დარგობრივი ინტეგრაციის საუკეთესო პრაქტიკის სახელმძღვანელო: ბიომრავალფეროვნების ტურიზმთან ინტეგრირება.; UNEP; 2012
5. დაცულ ტერიტორიებზე დასვენებასა და მოგზაურობაზე მოთხოვნა – ტურისტთა ეკოლოგიური ქცევის გაზომილება. რ. მინსიუ. მ. პედურეან.; ტურიზმის მიმოხილვა; 2012
6. „პან პარკების“ (Pan Parks) რეგიონებში ეფექტური ტურისტული პროდუქტის განვითარება. „პან პარკების“ ფონდი; 2007
7. საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2013; საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია; 2013
8. ტურისტული ადგილების მდგრადი განვითარების ინდიკატორები; UNWTO & UNEP; 2004
9. ITB მსოფლიო ტურისტული ტენდენციების ანგარიში, 2012/2013; Messe Berlin GmbH; 2012
10. ბუნების ლეგენდები – საქართველო; KfW; 2013
11. ტურიზმის მიმართ ევროპელთა პრიორიტეტები. Flash Eurobarometer 392; ევროკომისია 2014
12. დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმი: დაგეგმვისა და მართვის გაიდალინები; დაცული ტერიტორიებზე მსოფლიო კომიტეტი და IUCN; 2002
13. ქ.ქუთაისის და იმერეთის რეგიონის მდგრადი ტურიზმის განვითარება და სამოქმედო გეგმა; WB; 2010
14. დაცულ ტერიტორიებზე მდგრადი ტურიზმის ევროპული ქარტია; EUROPARC; 1995
15. მოგზაურობის ტენდენციების ანგარიში 2013; ABTA; 2012
16. იმერეთის ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული გეგმა; საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია; 2012

პროექტის გუნდმა მუშაობის პერიოდში მიიღო ასევე სამუშაო მასალა და გამოიყენა რიგი ვებ-გვერდი :

- > რამოდენიმე დტ-ზე განხორციელებული თვინივნის პროექტის მისიის ანგარიშები
- > განვითარებისა და მართვის გეგმა
- > იმერეთის განვითარებისა და მარკეტინგის სამუშაო გეგმა
- > იმერეთის ტურისტული ბროშურა და მეგზური
- > წყალტუბოს კურორტის რეაბილიტაციის მასალა
- > დაცული ტერიტორიების, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს და ქუთაისის ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრის სტატისტიკური მასალა

13 დანართები

დანართი 1. პროექტის შეფასების პერიოდში იმერეთის მღვიმეების დტ-ის შესახებ მოკვლეული სამუშაო მასალა

სარჩევი

1	იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორია	99
1.1	დაცული ტერიტორიის საბაზისო მონაცემები: IMERETI & PROMETHEUS CAVES.....	99
1.2	კონკურენტების, დაინტერესებული მხარეების და საუკეთესო მაგალითების ანალიზი	104
1.3	დაცული ტერიტორიის SWOT ანალიზი.....	106
1.4	არსებული და პოტენციური ტურისტული პორდუქტების ანალიზი	112

1 იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორია

იმერეთის მღვიმეების ტურიზმის განვითარების და მართვის გეგმა საქართველოს დტ-ის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიისგან გასხვავებით მომზადდა ცალკე დოკუმენტად როგორც ნიმუში სხვა დტ-ისთვის.

1.1 დაცული ტერიტორიების საბაზისო მონაცემები /პროფილი

საბაზისო ინფორმაცია
სტატუსი (ეროვნული პარკი, დაცული ტერიტორია,...): დაცული ტერიტორია იმერეთის მღვიმეების დტ-ში შედის ნაკრძალი, აღკვეთილი და 19 ბუნების ძეგლი 1. სათაფლიის ნაკრძალი 2. სათაფლიის აღკვეთილი 3. პრომეთეს მღვიმის ბუნების ძეგლი 4. თეთრი მღვიმის ბუნების ძეგლი 5. ხომულის მღვიმის ბუნების ძეგლი 6. ცუცხვათის მღვიმის ბუნების ძეგლი 7. ნავენახევის მღვიმის ბუნების ძეგლი 8. ნაგარევის მღვიმის ბუნების ძეგლი 9. იაზონის მღვიმის ბუნების ძეგლი 10. სახაზეს მღვიმის ბუნების ძეგლი 11. წყალწითელას ხეობის ბუნების ძეგლი 12. ოკაცის კანიონის ბუნების ძეგლი 13. ოკაცის ჩანჩქერის ბუნების ძეგლი 14. გაბზარული ტბის ბუნების ძეგლი 15. საწურბლიის მღვიმის ბუნების ძეგლი 16. სალკოთას მღვიმის ბუნების ძეგლი 17. დიდელის მღვიმის ბუნების ძეგლი 18. მელოურის მღვიმის ბუნების ძეგლი 19. ზერის მღვიმის ბუნების ძეგლი 20. დლიანას მღვიმის ბუნების ძეგლი 21. მუხურას ჩანჩქერის ბუნების ძეგლი
არის დტ-ზე ნაკრძალი? სათაფლიას ნაკრძალის დტ
ფართობი (ჰა, კმ²): 504.6 ჰა
დტ-ის დაარსების წელი: იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიები შეიქმნა 2007 წელს, სათაფლიას ნაკრძალის ბაზაზე (საქართველოს კანონი „იმერეთის მღვიმეების დაცული ტერიტორიების შექმნისა და მართვის შესახებ“).
მიღწევადია მთელი წლის მანძილზე? თუ არა, რომელ თვეებში? დიახ, ძირითადად სტუმრობენ მაისიდან ოქტომბრამდე.
რუკა
დტ-ის ძირითადი ფასეულობა: კომპლექსური ხასიათის. მოიცავს გეოლოგიურ, პალეონტოლოგიურ, სპელეოლოგიურ, და ბოტანიკურ იშვიათ ნიმუშებს. ზამთარი თბილია და მშრალი, ზაფხული - ცხელი. ყველაზე ცივი თვეა იანვარი. საშუალო ტემპერატურა - 9.6.° ხოლო ყველაზე ცხელი თვეა ივლისი, საშუალო ტემპერატურა 30.9 °, რაც 5° -ით ნაკლებია იმერეთის სხვა რეგიონების ზაფხულის საშუალო ტემპერატურაზე. იმერეთის მღვიმეების დტ-ის თვიური ტემპერატურა

იან	თებ	მარ	აპრ	მაისი	ივნ	ივლ	აგვ	სექ	ოქტ	ნოემ	დეკ
9.6 °	12.5 °	15.6 °	20.4 °	25.7 °	29 °	30.9 °	33.1 °	27.1 °	21.5 °	11.5 °	10.5 °

წყარო: იმერეთის დტ-ის ადმინისტრაცია

დტ-ის თანამშრომლობა

სულ რა-ბა: 42	მენეჯმენტში დასაქმებულთა რ-ბა : 3
ადმინისტრაციის თანამშრომელთა რ-ბა: 12	დაცვის თანამშრომელთა რ-ბა: 2
განვითარებული პროდუქტის რ-ბა: /	მარკეტინგის თანამშრომელთა რ-ბა: 2
რეინჯერების რ-ბა: 10	გიდების რ-ბა: 13

სხვა თანამშრომლები:

ოკაცეს ჩანჩქერის დტ-ის თანამშრომელთა ჩათვლით სულ დასაქმებულია 46 ადამიანი.

ჯამში, ოკაცეს ახალი ვიზიტორთა ცენტრის ამუშავებისას დაგეგმილია იმერეთის დტ-ებზე 57 ადგილის შექმნა.

გჭირდებათ ახალი თანამშრომლები? დიახ თუ არა? თუ დიახ, რამდენი ახალი თანამშრომელია საჭირო?:

ვაკანსიები გამოცხადებულია გარემოს დაცვის სპეციალისტზე, დტ-ის ადმინისტრაციას სჭირდება დამატებით ორი ახალი კადრი - გიდი (პრომეთეში) და PR სპეციალისტი (სათაფლიაში, რადგან ადმინისტრაციული ოფისი იქ არის)

დტ-ის წლიური ბიუჯეტი:

სულ (ლარი): დაახლ. 350.000 ლარი	ტურისტული და კომერციული აქტივობებისთვის
------------------------------------	---

დტ-ის საინვესტიციო გეგმა (მოკლე დახასიათება და ღირებულება):

ინვესტიცია 1 BP -ის პროექტი. ბიუჯეტით: 6 მლნ და 700 ათასი ლარი (მათ შორის ერთი მლნ. სახელმწიფო ბიუჯეტი) 2010 წელს მოეწყო სათაფლიის ინფრასტრუქტურა – დინოზავრის ნაკვალევის კონსერვაცია, ახალი შენობა-ნაგებობები (ვიზიტორთა ცენტრი, მღვიმის აღჭურვილობა, საგამოფენო დარბაზი, მინის გადასახედი, კაფე, სუვენირების მაღაზია, ნიშნულები)

ინვესტიცია 2 „ქართუ ჯგუფი“ + სახელმწიფო ბიუჯეტი – ვიზიტორთა ცენტრი და ინფრასტრუქტურა პრომეთეს მღვიმეში

ინვესტიცია 3 ჩეხეთის განვითარების საგენტო – იმერეთის მღვიმეების დტ-ის მენეჯმენტის გაუმჯობესება, მღვიმეების მოკვლევა, სპელეოთერაპიის განვითარებისა და მღვიმეების მონიტორინგის სისტემის დანერგვის ხელ-ბა. მეორე ფაზა (მიმდინარე პროექტი) ემდგვნება სრული მონიტორინგის დანერგვა-გამოყენებას და სპელეოცენტრის შექმნას.

ინვესტიცია 4 ალდგენის გეგმა – CNF -ის ბიუჯეტით (თავშესაფრები, მარკირება...)

ინვესტიცია 5 11 ხიდი პან პარკი /ტოიოტა

ინვესტიცია 6 მართვის გეგმა – EU თვინინგის პროექტი

ტრენინგების საჭიროება:

მართვა შესყიდვების მართვა, დეცენტრალიზაციის მართვა (როგორც მოსალოდნელია)
ბრენდინგი, მარკეტინგი და გაყიდვები
მასპინძლობა & მომსახურება დიახ, ინგლისური და რუსული ენების გაუმჯობესების კურსები გიდებისთვის
ტურისტების გაძღოლა ტურების გაძღოლა და მართვა გიდებისთვის, რეინჯერებისთვის
მდგრადი ენერგიის გამოყენება
გარემოს ნარჩენების მართვა
უსაფრთხოება და რისკის მართვა
კონსერვაცია და დაცვა
სხვა პროექტის მომზადება და წერა – ამ სფეროში ჯერ არ ჩატარებულა სერიოზული ტრენინგი (TJS -ის ტრენინგი ვიზიტორთა მომსახურებისთვის, 2014 -ის დასაწყისი)
ძირითადი პროდუქტი ვიზიტორთათვის
ღამის გათევა ქუთაისი, წყალტუბო (< 50 საწოლი/ადგილი) ქალაქ ქუთაისის ირგვლივ. სოფელ ბანოჯაში არის სამი სოფლის სახლი (სადაც დტ-ის ადმინისტრაციის შენობაა) რომლებიც პერიოდულად ქირავდება ტურისტების მიერ; სახლებში სერვისის პირობები შორს არის ტურისტული მოთხოვნა/მოლოდინისგან.
საკვები და სასმელი ქუთაისი, წყალტუბო – თავიდან საპიკნიკე ადგილები არ იყო გათვალისწინებული დტ-ზე რადგან ერთ-ერთ პრიორიტეტად მიჩნეული იყო ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვა, საკვები ობიექტებისა და მოსახლეობისთვის დამატებითი შემოსავლების შექმნის ხელ-ბა. ტურისტების ერთ-ერთი ყველაზე მოთხოვნილი სერვისი ადგილობრივი პროდუქტის და კერძების დაგემოვნებაა. ამ სერვისის მოწყობა ადვილად შესაძლებელია სათაფლიის გზაზე (ქუთაისიდან და/ან წყალტუბოდან მიმავალ გზებზე) ადგილობრივ ოჯახებში ან ახლომახლო, სადაც ადგილობრივი პროდუქტის შეთავაზებაა შესაძლებელი.
ბილიკები არა (პატარა ბილიკი არის სათაფლიაში, თუმცა არ არის საკმარისი)
ღონისძიებები: ადგილობრივი დღესასწაულები ქუთაისში – ქუთაისობა (ტრადიციული ქართული ცეკვებითა და ხალხური მუსიკით, ვიზიტორები ტრადიციულ ტანისამოსში ეწყობიან, <i>ჩოხა...</i>)
გასაყიდი ადგილი (market place) არ არის. საჭიროება ადგილზე არსებობს
სხვა საველე გასვლების აღჭურვილობა, მათ შორის მობილური ტელეფონი პრომეთეში გადმოცემა: ბერძნული მითოლოგიის მიხედვით იასონმა ოქროს საწმისი ქუთაისიდან მოიპარა. ქალაქი იყო დასავლეთ საქართველოს დიდი სახელმწიფოებრივი გაერთიანების - კოლხეთის უძველესი სამეფოს დედაქალაქი. არქეოლოგიური მტკიცებულებები მიუთითებს, რომ ქალაქი ფუნქციონირებდა ჯერ კიდევ ძვ.წ-ით მეორე ათასწლეულში. ისტორიული წყაროებით და გადმოცემებით როდესაც აპოლონიოს როდოსელი წერდა იასონის და არგონავტების ლეგენდარული მოგზაურობის შესახებ კოლხეთში, ქუთაისი იყო არგონავტების საბოლოო სამოგზაურო არეალი და მეფე აიეტის რეზიდენცია.

ტექნიკა /აღჭურვილობა	
ტრანსპორტი: ოთხი მაღალი გამავლობის მანქანა + 1 სედანი და 1 ავტობუსი (ძირითადად თავიანთი თანამშრომლობისთვის) + მატარებელი 20 ადგილით	
IT / Wi-Fi, სენსორებიანი ეკრანი, აუდიო გიდი – სენსორებიანი მონიტორები სათაფლიისთვის და პრომეთესთვის არ არის Wi-Fi, აუდიო გიდის სერვისი სიახლეა პრომეთეში, მალე ექნებათ სათაფლიაშიც (იმერეთის დაცული ტერიტორიების ადმინისტრაციის თანამშრომლები სააგენტოს ხელმძღვანელთან ერთად მუშაობენ აუდიო გიდის ტექსტზე რომელიც ითარგმნება ინგლისურად და რუსულად)	
MICE / პროექტორი, ეკრანები, აკუსტიკური სისტემა speaker system: დტ-ზე არის პროექტორი, თუმცა არ არის აკუსტიკური სისტემა. კონფერენციის ოთახები ორივე ადგილზე გათვლილია 50 ადამიანზე.	
სხვა: სუვენირების მაღაზია და კაფეს მენეჯმენტი გაცემულია კონსესიის ფორმით (კონსესიის ხელშეკრულება გაფორმებულია ქუთაისის კერძო ბიზნეს ერთეულთან) კერძო სექტორთან 10 წლის ვადით. დაქირავება მოხდა აუქციონის წესით (აუქციონის შედეგად, კერძო ბიზნეს წარმომადგენელი იხდის შემოსავლის 11% -ს სათაფლიდან და 52%-ს პრომეთედან).	
დტ-ზე ვიზიტორები	
სულ: დაახლ. 150 000 - 2013 წელს: სათაფლია 72.421 და პრომეთე 73.467	უცხოელი: 2013 -ში სათაფლია – 23 % პრომეთე 34 %
1 დღიანი ვიზიტორი: >90 %	დამსთვეთ ვიზიტორი: დტ-ზე < 2 %
რომელი უცხო ქვეყნებიდან: უკრაინა, ისრაელი, პოლონეთი, რუსეთი	
ვიზიტის ძირითადი მოტივი: მაისში – ძირითადად სკოლის ექსკურსიები; და ინდივიდუალები იენისიდან - ოქტომბრამდე	
კმაყოფილების მიზეზი: ბუნება	
უკმაყოფილების მიზეზი: გიდების მომსახურება, კვებით მომსახურება, პროდუქტი, წყალი, ტუალეტი – სათაფლიაში არ იყო გამდინარე წყალი (ადმინისტრაციულ შენობაში).	
რას ითხოვს ვიზიტორი / ირჩევს? ექსკურსია, კაფე, სუვენირების მაღაზია, პრომეთეში ნავით გასეირნება	
საშუალო ტურისტული დანახარჯი ერთ ვიზიტორზე (ლარი): არ არსებობს მონაცემი	
ძირითადი პარტნიორები – დტ-ის დაინტერესებული მხარეები (მოკავშირე პარტნიორის სახელი და მათი საქმიანობა)?	
35 ტუროპერატორთან დადებულია ხელ-ბა (კომპანიის გიდები არ იხდიან შესვლის საფასურს, ჯგუფებს არ უწევთ რიგში დგომა). სასტუმროები, სასტუმრო სახლები, კვების ობიექტები, სკოლები/ინსტიტუტები, TIC ქუთაისში, მუნიციპალიტეტებში	

ჯერ ჯერობით არ გამართულა საერთო ღონისძიებები ან აქტივობები!	
სხვა დტ-თან და ასოციაციებთან თანამშრომლობა (სად და რომელ არეალში)	
საქართველოში:	აჯამეთის ნაკრძალი – ინდივიდუალური კონსულტაციები მუდმივად ხდება
სომხეთსა და აზარბაიჯანსი	ჯერ-ჯერობით არა
სხვა ქვეყნები და საერთაშორისო ორგანიზაციები	I.S.C.A – მღვიმეთა საერთაშორისო ასოციაცია; ჩეხეთის მღვიმეების ასოციაცია
სხვა კომენტარი, იდეა, წინადადებები...	
	> საოჯახო ტიპის სასტუმროების შექმნა მღვიმეების მიმდებარე სოფლებში. განსაკუთრებით სოფელ გორდში > დტ-ის ირგვლივ სასურველია ადგილობრივი პროდუქტის გასაყიდი ადგილების მოძებნა > სოფლის/ფერმერული ტურები პრომეთეს მღვიმის ახლოს > »სპეციალური დღე« ან ფესტივალი - სასურველია მოეწყოს ყოველწლიურად, დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობით როგორც მარკეტინგული/შესაძლებლობების განვითარების ინსტრუმენტი (სასურველია დტ-ის მახლობლად მაცხოვრებელი ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვა) > 8 ბილიკი პრომეთეს მღვიმის ირგვლის ექსტრემალური ტურიზმის განვითარებისთვის შესწავლის ფაზაშია > ტრანსპორტით მომსახურება არის მნიშვნელოვანი საკითხი. ამ ეტაპზე ტაქსის (კონდენციონერის გარეშე) ღირებულება ქუთაისიდან სათაფლიამდე 35 ლარია, პრომეთემდე 60 ლარი, ადგილობრივი მოსახლეობისთვის ტარიფი საკმაოდ ძვირია და არც ტურისტებისთვის არის ადვილად მისასვლელი (არ არის ინფორმაცია სერვისების თაობაზე, ტაქსის ფასები და ა.შ) > სათაფლია უნდა შემოიღოს მეზობელ სოფლებში მოსახლეობის საქონელის გამო. ტერიტორიაზე ადვილად შემოდიან ძროხები

გმადლობთ თანამშრომლობისთვის!

იანეზ სირსე: janez.sirse@ntz-nta.si ლელა ხარტიშვილი: lela@thegeorgianonline.com

1.2 იდეალის ანალიზი, კონკურენტები და დაინტერესებული მხარეები

იდეალი: რომელი დტ (საქართველოსი და საზღვარგარეთ) არის საუკეთესო მაგალითი შედარებისთვის და რატომ?	
ჩეხეთის რესპუბლიკა – ადმინისტრაციული შენობა პატარაა მაგრამ ძალიან ინფორმატიულია და კარგად აღჭურვილი ტურისტული მასალებით, სუვენირებითა და ექსპონატებით. შენობას აქვს ღამის გასათევი სასტუმრო ოთახებიც, მარტივია და შთამბეჭდავი.	
კონკურენტები: ვინ არიან დტ-ის კონკურენტები? და რატომ? რომელ არეალში?	
მარტვილი – გოცადილის კანიონი, კარგი შეთავაზება აქვს კანიონინგსა და ჰაიკინგში. ტობას ტბა შთამბეჭდავია კემპინგისთვის.	
ძირითადი დაინტერესებული მხარეები: ვინ არიან ძირითადი დტ-თან თანამშრომლობით დაინტერესებული მხარეები?	
ღამის გასათევი (სასტუმროები, B & B, კარავი, ქოხი...)	1. სასტუმროები წყალტუბოსა და ქუთაისში 2. წყალტუბოს 10 სასტუმროდან, სამს აქვს საკუთარი თერაპია წყალტუბოს კურორტი და სასტუმროები ძალიან მნიშვნელოვანია იმერეთის მღვიმეებისთვის. სულ დაახლ.1,350 საწოლი/ადგილია (GNTA-ის 2012 წლის მონაცემებით)
კვების ობიექტები (რესტორნები, ბისტროები & ბარები)	რესტორნები, კაფეები რამდენიმე ოჯახს სოფელ ყუმისთავში აქვს რესტორანი /კაფე პრომეთეს მღვიმის ვიზიტორთათვის. ზოგი ოჯახი სოფელ გორდში არის მზად კვების მომსახურების ორგანიზებისთვის (განსაკუთრებით ის ოჯახები ვინც ვიზიტორთა ცენტრთან ახლოს ცხოვრობს).
სპორტული აქტივობები (ზაფხულის და ზამთრის; გარეთ, ღია ცის ქვეშ და შიდა აქტივობები)	ჯერ არ არის
კულტურული აქტივობები (მუზეუმები, გალერეები, კენცერტები, ფესტივალები...)	ბაგრატის ტაძარი (UNESCO მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლი) გელათის მონასტერი (UNESCO მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლი) მოწამათას ეკლესია გეგუთის სასახლე, საქართველოს მეფეების ყოფილი რეზიდენცია (ამჟამად ფრაგმენტებია) "ოქროს ჩარდახი", საქართველოს მეფის სასახლე პანთეონი, სადაც ცნობილი მოქალაქეების სასაფლაოა წყალტუბოს ეთნოგრაფიული (მხარეთმცოდნეობის) მუზეუმი ქართველი მწერლის ნიკო ლორთქიფანიძის და ენათმეცნიერის გიორგი ახვლედიანის მუზეუმები მუზეუმები: > ქუთაისის სახელმწიფო ისტორიის მუზეუმი > ქუთაისის სპორტის მუზეუმი > ქუთაისის საბრძოლო ხელოვნების მუზეუმის > ზაქარია ფალიაშვილის მუზეუმი

	> ქუთაისის სახელმწიფო ისტორიული არქივი > ქუთაისის სახელმწიფო სამეცნიერო-უნივერსალური ბიბლიოთეკა > დავით კაკაბაძე სამხატვრო გალერეა > არტ სალონი ქუთაისში თეატრები: > ქუთაისის ლადო მესხიშვილის სახელობის სახელმწიფო აკადემიური თეატრი > ქუთაისის ლადო მესხიშვილის სახელობის სახელმწიფო აკადემიური თეატრი > ქუთაისის მელიტონ ბალანჩიშვილის სახელობის ოპერისა და ბალეტის თეატრში > ქუთაისის იაკობ გოგებაშვილის სახელობის თოჯინების სახელმწიფო თეატრი > კინოსა და გასართობი ცენტრი "სულიკო" > Hermann-Wedekind-Jugendtheater
საკრალური, სპირიტუალური და რელიგიური ცენტრები (ეკლესიები, მონასტრები...)	გელათის, მოწამეთას მონასტრებთან და ბაგრატის ტაძართან სიახლოვე
ჯანმრთელობა და ჯანდაცვის აქტივობები (სამედიცინო, სპა, კლიმატული და ბალნეოლოგიური...)	წყალტუბო –სამ სასტუმროში შესაძლებელია მასაჟით და მინერალური პროცედურებით მკურნალობა. გარემონტებულია და ვიზიტორები ინტენსიურად იყენებენ ერთ-ერთი აბანოს (#6)
კაზინო და გასართობი საშუალებები (მუსიკა და ცეკვა, წარმოდგენები ...)	წყალტუბო - შავი ზღვის გზაზე ორი კაზინო, სამი ელექტონული კაზინო წყალტუბოში
კონგრესი, გამოფენები (შეხვედრები, ღონისძიებების შესაძლებლობა, ორგანიზატორები...)	დიახ, ორივე ადმინისტრაციულ შენობაში
ღვინო და საკვები პორდუქტი (ღვინო, წყალი, წვენი, სოფლის მეურნეობის პროდუქტი ...)	თაფლის მაღაზია პრომეთეს მღვიმის შესასვლელში;თუმცა, ადგილობრივ მუნიციპალიტეტში შესაძლებელია სხვა პორდუქტების: პური, ყველი, ხილი, წყალი, ღვინო და თაფლის არყის შეთავაზება. სათაფლია ნიშნავს თაფლის ადგილს– სწორი მარკეტინგი უნდა გაკეთდეს სათაფლიას და ადგილობრივი პროდუქტის გაპირებისთვის (თაფლი/honey) ამ ადგილიდან
სხვა პროდუქტი და სუვენირები (ყოველდღიური მოხმარები: წიგნები, DVDs, მინერალები, ტყავი...)	მცირე რაოდენობის ხელსაქმე (არაყი ბოთლებში ჩამოსხმული), ნაქარგობები. საჭიროა მეგზურის გამოცემა – ამ ეტაპზე არ არის.
მაღაზიები (სავაჭრო ცენტრები, ღია ბაზრები/ბაზრობები...)	სუვენირების მაღაზიები, თუმცა არასაკმარისი პორდუქტი და მაღალი გადასახადები. დტ-ის სააგენტოს საკომისიო (შემოსავლებიდან გადასახადი) პრომეთეს სუვენირების მაღაზიაში 52% -ია; სათაფლიაში -11%. ორივე სუვენირების მაღაზია აუქციონის წესით გაქირავდა კერძო ბიზნესის წარმომადგენელზე.

TIC – ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი	ახალი TIC იხსნება წყალტუბოში მსოფლიო ბანკის და ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს მხარდაჭერით.
ტუროპერატორები და ტურისტული სააგენტოები	არ არის. ქუთაისში არის “ვანდერლენდი”, გელათში „კორენა“. მირითადად მუშაობენ პოლონეთის ბაზარზე There is a tour operator company “Wonderland” based in Kutaisi, also small travel agency “Corena” in Gelati. Main target is Poland –due to new cheap flights Warsaw - Kutaisi
ასოციაციები, მარკეტინგული ორგანიზაციები, NGOs (ბიზნეს ასოციაციები, რეზერვაციის სისტემა, დიზაინი და მარკეტინგული კომპანიები, NGOs...)	არ არსებობს რაიმე ადგილობრივი ქსელი ან ინიციატივები არსებობს გელათის აგრო ტურიზმის ასოციაცია მაგრამ არ აქვს კონტაქტი /კავშირი იმერეთის მღვიმეებთან. გიდები იცნობენ ეკოტურიზმის ასოციაციას და მათთან ერთად აღწერეს კანიონინგის ზოგიერთი მარშრუტი ოკაცეს და მარტვილის კანიონში (არ არის დაკავშირებული იმერეთის მღვიმეების დტ-თან).

1.3 დაცული ტერიტორიების SWOT ანალიზი

დტ-ის ძლიერი მხარეები	დტ-ის სუსტი მხარეები
> მაღალი ბუნებრივი, კულტურული და ისტორიული ღირებულება > გეოგრაფიული მდებარეობა, ცენტრალური მდებარეობა, აღმოსავლეთ და დასავლეთ საქართველოს მაკავშირებელი > კავკასიის და შავი ზღვის სიახლოვე > დიდი აბრეშუმის გზა გადიოდა იმერეთში > საერთაშორისო გზა თბილისი - ბათუმი, სხვა ქვეყნებში გამავალი მთავარი ღერძი > საერთაშორისო მაგისტრალთან - ძირითად გზასთან სიახლოვე > კარგი სახმელეთო გზა და საჰაერო გზის ხელმისაწვდომობა > ქუთაისის საერთა.აეროპორტთან სიახლოვე (კოპიტნარი), ავტობუსის და მატარებლის სადგურებთან (19 კმ) > ყოფილ საბჭოთა ქვეყნებისთვის ცნობილ კურორტთან წყალტუბო და ქუთაისთან - სიახლოვე > რბილი კლიმატი, შთამბეჭდავი ბუნება > ზაფხულში გრილი ადგილი > სუფთა გარემო > განსხვავებული ლანდშაფტის გამოქვაბულები და კანიონები > სტუმართმოყვარე ხალხი საინტერესო ორგანული მეურნეობით > ცნობადი: ესტუმრა 150 000 ვიზიტორი 2013 წელს. პრომეთე #1 სამოგზაურო ადგილია (ესტუმრა 75 000 > ტურისტი) რეგიონში	> არ არის ტურების განრიგი > ტურისტებს უწევთ დიდი ხნით ლოდინი მღვიმეში შესვლაზე > მომსახურების უნარ-ჩვევების ნაკლებობა, განსაკუთრებით გიდების უნარ-ჩვევების ნაკლებობა > გამოცდილი, დატრენინგებული ადამიანური რესურსების ნაკლებობა (განსაკუთრებით გიდების: ამ ეტაპზე მუშაობს 6 გიდი რომელიც დღეში სულ მცირე 6 ჯგუფს ემსახურება (თითო/დღეში): მათ მიერ გასავლელი მანძილი დღეში 8-10 კმ-ია > ინფრასტრუქტურა – ვიზიტორთა ცენტრი დიდია მაგრამ აუთვისებულია > არ არის ტურისტების მოსასვენებელი ადგილები > არ არის ადგილები ტურისტებისთვის ვინც შესასვლელში იცდის /ან არ შედის მღვიმეში (ბავშვები და მშობლები) > წინასწარი რეზერვაცია გარდა TO-ის ჯგუფებისა შეუძლებელია > გასაყიდი სარეკლამო მასალის სიმცირე (იყიდება მხოლოდ დტ-ის სააგენტოს სხვადასხვა დტ-ის რუკები) > ვიზიტორთა შეზღუდული რ-ბა /რაოდენობის შესაძლებლობის შეზღუდვა პრომეთეს მღვიმეში გამტარუნარიანობის გათვალისწინებით (40 ადამიანი ჯგუფში, რომელიც ყოველ 15 წთ-ში იწყება) > ტურისტებისგან მაღალი ზეწოლა (რ-ბა ხანდახან ზღვარზე მეტია) > არ არის გათვალისწინებული ტურისტული ინფრასტრუქტურა უნარ შეზღუდული ადამიანებისთვის > ანიმაციებისა და გასართობი საშუალებების სიმცირე ტურისტულ ადგილებში

> ვიზიტორთა ცენტრი, აუდიო გიდის მომსახურება შესაძლებელია > განვითარებული პროდუქტი – პრომეთეს მღვიმეში 1.400 მ. სიგრძის ბილიკი ექვსი დარბაზით, დამატებით 380 მ წყლის ბილიკი ნავით (საშუალო სირთულის) > სათაფლიაში განვითარებული ტურისტული შეთავაზება: 3.3 კმ., 2 სთ, საფეხმავლო; შედარებით მარტივი ბილიკი. ბილიკი მოიცავს ვიზიტს დინოზავრის ნაკვალევის კონსერვაციის შენობში, უნიკალურ კარსტულ მღვიმის, საგამოფენო დარბაზის, კოლხურ ტყისა და, გარეული ფუტკრის საბინადრო არეალის მონახულებას. ბილიკი შესაფერისია ოჯახებისთვის, განსაკუთრებით სათაფლია - ბავშვებისთვის საყვარელი ადგილი. > პრომეთეს მთავარი მიმზიდველობაა გამოქვაბული და ნავის ბილიკი როგორც მღვიმიდან გამოსვლისას საფეხმავლო ბილიკის ალტერნატივა > სხვა შეთავაზებებია სამოქალაქო ქორწინების ცერემონიის ორგანიზება მღვიმეში; საკონფერენციო დარბაზი ორივე ადგილას. > მღვიმეების მახლობლად მცხოვრები მოსახლეობა მოტივირებულია	
მიმდებარე ტერიტორიის - სამოგზაურო არეალის ძლიერი მხარეები	მიმდებარე ტერიტორიის - სამოგზაურო არეალის სუსტი მხარეები
> UNESCO ძეგლები – ბაგრატი, გელათი > სიდიდით მეორე ქალაქი საქართველოში - ქუთაისი > რეგიონი (ქუთაისი) კავკასიის მთავარ სარკინიგზო და სამანქანო მაგისტრალის გზას უკავშირდება > კურორტ წყალტუბოს ცნობადობა > ხარისხი და მრავალფეროვანი საკვები, ღვინო, განსაკუთრებით ცქრიალა ღვინო > ხალხთა სტუმართმოყვარეობა, ასევე მათი ტრადიციები და ფოლკლორი > ახალი პოპულარული ბილიკი მარტვილში (სამეგრელო რეგიონში), რომელიც წარმოქმნის ტურისტულ ნაკადებს და თავად ექსტრემალურ ტურიზმს	> ინფრასტრუქტურის ნაკლებობა (საზოგადო/კერძო ტრანსპორტი, განრიგი) > შეზღუდული საზოგადოებრივი ტრანსპორტი ისეთ მნიშვნელოვან ტურისტულ ადგილებში როგორც არის გელათი, სათაფლია, და ა.შ. > ზოგადად სატრანსპორტო საშუალებების სიმცირე (სოფლებში, რეგიონებში) > ავტობუსის სადგურები და მომსახურების შესახებ ინფორმაცია მწირია > ტურისტულ ადგილებში არ არის მომსახურების პირობები: საკვები ობიექტების შენობები, ჰიგიენის სერვისი, მაღაზიები და ა.შ. > არასაკმარისად გამოცდილი მომსახურე პერსონალი > საგზაო ნიშნულების და საინფორმაციო დაფების სიმცირე, განსაკუთრებით წყალტუბოდან მომავალ გზაზე > ტუალეტი (თუმცა არსებობს აშენების შესაძლებლობა GNTA / WB პროექტის ფარგლებში) > არ არის ტურისტებისთვის სადამოს გართობის/საქმიანობის შეთავაზება > ადგილობრივი მოსახლეობა არ არის ჩართული ტურიზმის განვითარების საქმიანობაში - კვების, გიდის, ადგილობრივი პორდუქტით მომსახურება და ა.შ. > შეფუთული და მარკირებული ტრადიციული

	პროდუქტის სიმცირე > არასაკმარისი მარკეტინგი > არ არის სტატისტიკა რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე > შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირთათვის მომსახურების შეთავაზების ნაკლებობა > დაბალი დონის მომსახურება (რეგიონალურ დონეზე) > ადგილობრივ თემში განთავსების შეთავაზებების ნაკლებობა > ცუდი სასტუმრო პირობები და დაბინავების მომსახურება > გასართობი არასაკმარისი შეთავაზება > გიდების, სუვენირების მაღაზიების (ხელნაკეთი ნაწარმი, სუვენირები, რუკები, მეგზურები, ბუკლეტები და ა.შ.) ნაკლებობა > მოქალაქეებისთვის დასასვენების პირობების/მომსახურების ნაკლებობა > 25 ტურისტული სააგენტოა რეგისტრირებული რეგიონში, მაგრამ ძალიან ცოტა არის აქტიური > ბრენდის ცუდი იმიჯი (არაცნობადი) > არასაკმარისი ტურისტული გზები (ქსელი) და მაჩვენებლები > ქალაქში ველოტრასის სიმცირე > ენის ბარიერი, ნაკლებია უცხო ენაზე მოსაუბრე > რეგიონულ დონეზე სუსტი მენეჯმენტი > მეწარმეობის ნაკლებობა და მოსახლეობის გულგრილობა ტურისტული აქტივობების მიმართ რაც პირდაპირ გავლენას ახდენს ტურიზმის სექტორის სტრუქტურაზე > არ არის საერთაშორისო დონის დამის გათევის (სასტუმრო, სასტუმრო სახლი) შეთავაზება, არ არის წაროდგენილი საერთაშორისო ქსელის სასტუმრო > არსებული შესაძლებლობების შესახებ ინფორმაციის მოძიების სირთულე. არსებობს მწირი ინფორმაცია არა მხოლოდ მეგზურებში, არამედ ინტერნეტ სივრცესა და სხვა წყაროებში > სტრუქტურირებული ტურისტული პროდუქტის არარსებობა > ექსკურსიების განრიგი ან რუკა არ არის ხელმისაწვდომი ტურისტისთვის
--	---

დტ-ის შესაძლებლობები	დტ-ის საშიშროებები
> გარშემო, მიმდებარე ტერიტორიებზე ველოსიპედებით ან ცხენებით მოგზაურობის კარგი შესაძლებლობები. 8 ბილიკი პრომეთეს მღვიმის ირგვლივ არის მოკვლეული > ბილიკები ერთი საკარვე ადგილით (ველო და საფეხმავლო ტურებისთვის) დამაკავშირებელი ბილიკების მოწყობის შესაძლებლობა: > წყალტუბო-ძეძილი (7-8 კმ) > წყალტუბო-ძეძილი – ოკაცე (20 კმ) > წყალტუბო-ძეძილი – ოკაცე – მარტვილი (25 კმ) > სახელმწიფო გეგმავს რაჭა-ლეჩხუმში დტ-ის დაარსებას და შესაძლებელია სამომავლოდ რეგიონთან თანამშრომლობა > აგრო-სოფლის ტურების განვითარების შესაძლებლობა > ტრადიციული პროდუქტის განვითარების შესაძლებლობა /სუვენირები (ქვებისგან დამზადებული სუვენირები, პროდუქტი - თაფლი, განსაკუთრებით სათაფლიაში). > კანიონინგის პოტენციალი - რეკრეაციული პირობების განვითარების შესაძლებლობა > სხვა მღვიმეების და ტურისტების მოთხოვნილებების დაჯგუფება > სამედიცინო (გამაჯანსაღებელი) ტურიზმი მღვიმეებში, განსაკუთრებით წყალტუბოს ვიზიტორთათვის სადაც ჩამოსულების 80 % სამკურნალოდ (გამაჯანსაღებელი პროფილაქტიკისთვის) ჩამოდის > მოკლე ტურ-პროგრამების განვითარება შეზღუდული უნარების მქონე პირთათვის > ადგილობრივ მედიასთან ინტენსიური თანამშრომლობა: "ქუთაისი", "იმერეთის მოამბე", "PS", "ახალი გაზეთი", "ქუთაისური ივერია", "ჩვენებურები" (ჟურნალი); სამეცნიერო ჟურნალი "განთიადი"; TV: "რიონი"; რადიო: "ძველი ქალაქი" > დტ-ის პოტენციური რესურსები: სოლკოტას მღვიმე, სარყუმალის მღვიმე, გუმბრის მღვიმე, საწურბლიას მღვიმე, სათევზიას მღვიმე (ხონი), დევისხვრელი (სოფელი ლაშე), საგვარჯილე (თერჯოლა), შვალიეთის მღვიმე (ყვირილას ხეობა), მღვიმევი, სამგელეს მღვიმე, ზღერის მღვიმე, სამერცხლეს მღვიმე, სათობავის მღვიმე, საძროხეს მღვიმე, საჭინკეს მღვიმე (იმერეთის „ფიზიკური გეოგრაფიის“ კვლევები)	> კანიონინგის არა პროფესიონალი გიდები, დამატებითი ტრენინგ/გადამზადების საჭიროება > ოკაცეს კანიონში უსაფრთხოების არასაკმარისი პირობები; სხვადასხვა ამინდის პირობებში (წყლის ზედაპირის რეგულარული შემოწმება და ა.შ.)
> მოსაზღვრე არეალის შესაძლებლობები	> მოსაზღვრე არეალის საშიშროებები
> მეორე აეროპორტის არსებობა/განვითარება (ქუთაისიდან 4 კმ მანძილზე) კერძო ფრენებისთვის > პრიორიტეტული სამოგზაურო ტურისტული ადგილი, როგორც საქართველოს მთავრობისთვის ასევე საერთაშორისო	> რეგიონში და მის მიმდებარე არეალში არასტაბილური პოლიტიკური მდგომარეობა > საზოგადოების მიგრაცია > ადგილობრივი მოსახლეობის პასიური დამოკიდებულება და ტურისტული ბიზნესის მიმართ ინტერესის სიმცირე

დონორებისთვის (მსოფლიო ბანკის პროექტები). - მსოფლიო ბანკი საქართველოში რეგიონების განვითარების პროგრამას ახორციელებს. - იმერეთის რეგიონი ამ პროგრამის ნაწილია. - კერძოდ, MDF –ისთან მჭიდრო თანამშრომლობით რეგიონში ხორციელდება ინფრასტრუქტურული ინვესტიციების და ინსტიტუციური მართვის გაძლიერების პროექტები, რაც ხელს უწყობს მუნიციპალური განვითარების ფონდის შესაძლებლობების ზრდას რეგიონში. DMO და მისი კავშირები სხვა რეგიონალურ ინსტიტუტებთან დამყარებულია. > WB/GNTA ახორციელებენ ახალ პროექტებს იმერეთში სადაც წყალტუბოს ტურისტული ადგილების რეაბილიტაცია ვითარდება > წყალტუბოს ცენტრალურ პარკში დაგეგმილია ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრის, ველისიპედების გაქირავების სერვისის და საკარვე ადგილების მოწყობა (80 ჰა). ეს PPP-ის (საზოგადოებისა და კერძო სექტორის თანამშრომლობა) კარგი მაგალითია – პოტენციური ველო ტურები ადგილზე არსებობს, სახელმწიფო გამოყოფს ადგილს, ხოლო ტურისტული სერვისების მართვას კერძო სექტორი განახორციელებს. > ეკო და აგრო ტურიზმის განვითარება > ერთ-დღიანი ტურების მოწყობის საშუალება /2-3 დღიანი პროგრამების /ჯიპ ტურები ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში), სვანეთი და ზემო იმერეთის რეგიონები. თქვენ შეგიძლიათ 2 სთ-ში მოხვდეთ სვანეთში – ერთ-ერთ ყველაზე პოპულარულ ადგილას. მანძილი წყალტუბოდან უშუალოდ 145 კმ-ია > გელათის მეცნიერებათა აკადემიასთან (დაარსდა XII საუკუნეში მეფე დავით IV -ის მიერ) თანამშრომლობის პოტენციალის გაძლიერება. რეგიონში არსებობს ასევე ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საგანმანათლებლო ცენტრი - აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (დაარსდა 1930 წელს). > ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ტურიზმის (ბიზნესისა და სამართლის და სოციალური სწავლების ფაკულტეტი) სექტორთან თანამშრომლობის გაძლიერება. კერძოდ, ტურიზმის მართვის, ბიზნესის ადმინისტრირების (ტურიზმის მართვის მოდული), კურორტების სწავლების აკადემიური პროგრამის სტუდენტებთან. > ვანის მუზეუმთან პროდუქტის განვითარება > მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტების შეთავაზება და მომსახურების გაუმჯობესება > მცირე და საშუალო საწარმოების მართვის გაძლიერება > სოფლის მეურნეობისა და აგროსამრეწველო სექტორების პოტენციალის სათანადო გამოყენება > ადგილობრივ თემებში პროფესიული განათლებისა და ტრენინგების შეთავაზება > ტრადიციების, დღ. ღირებულებების დაცვა	
---	--

ტურისტული ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციის პროცესში ადგილობრივი თემის მობილიზაცია და ჩართულობა > კლასტერული განვითარება მდგრადი ტურიზმის ბიზნესისთვის ბიზნეს ინკუბატორების მეშვეობით > ხარისხის ნიშნის განვითარება & ეკო ნიშნის (ეტიკეტის) > უცხოელ ინვესტორთა დაინტერესების გაზრდა > DMO -ს შექმნის სტიმულირება	
---	--

კითხვაზე მოპასუხე პირთა წარმომოხაზა

1.4 არსებული და პოტენციური ტურისტული პროდუქტის ანალიზი

დტ-ზე არსებული ტურისტული პროდუქტები:
> 1.420 მ საფეხმავლო და 380 მ სანაოსნო ტური პრომეთეში > 3.300 მ საფეხმავლო ტური სათაფლიას ტერიტორიაზე > ოკაცეს საფეხმავლო ტური და პანორამული საფეხმავლო გზა კანიონის თავზე
არსებული ტურისტული პროდუქტები მიმდებარე არეალზე - სამოგზაურო ადგილზე:
> კულტურული ტური გელათის, მოწამეთას მონასტრების, ბაგრატის ტაძრის მოსანახულებლად > ჯიპ-ტური: ლენტეხი – უშგული; წყალტუბო -ამბროლაური - თერჯოლა > წყალტუბოს ბალნეოლოგიური კურორტი რეაბილიტაციის პროცესშია მსოფლიო ბანკის მხარდაჭერით. მალე წყალტუბო იმერეთის მნიშვნელოვანი ტურისტული ადგილი (სავიზიტო ადგილი) გახდება
დტ-ზე არსებული პოტენციური ტურისტული პროდუქტები:
> ექსტრემალური ტურები > საკარგე ადგილები ოკაცეს და პრომეთეს მღვიმის ორგვლივ > ოკაცეს და პრომეთეს ირგვლივ ადგილობრივი ინიციატივების გაზრდა – ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ კვების მომსახურების, მინერალური წყლის, საკარგე განთავსების ადგილების შეთავაზება > ველო ტურები > შესაძლებელია ექსტრემალური ტურების განვითარება – 8 ბილიკი პრომეთეს კანიონის ირგვლივ მოკვლეულია. დოკუმენტაცია /ანგარიში არსებობს. ერთ ერთი ბილიკი იწყება იმ ადგილიდან სადაც პირველი მღვიმე იქნა აღმოჩენილი. ბილიკი არ იქნება 430 მ-ზე მეტი სიგრძის. დოკუმენტაცია/ინფორმაცია, და სათანადო ნებართვა უნდა არსებობდეს კანიონინგის ტურის გავლაზე. > აქ 7 საინტერესო მღვიმეა, მათგან ერთი გამოკვლეულია ჩეხეთის მღვიმეთა ასოციაციის მიერ და მათივე რეკომენდაციით მას სპელეოთერაპიის კარგი პოტენციალი აქვს. ამჟამად მღვიმეში სარეკონსტრუქციო სამუშაოები მიმდინარეობს. > ველო ტურები, რომლებიც წყალტუბოდან და ქუთაისიდან პრომეთეში და ასევე სათაფლიაში მიდის, განვითარების განხილვის პროცესშია (მუნიციპალიტეტი გეგმავს მის განვითარებას GNTA-სთან ერთად) > შეზღუდული უნარების ადამიანთათვის შეთავაზებები > ალტერნატიული ბილიკების განვითარების შესაძლებლობა სათაფლიას გარშემო დტ-ზე (სათანადო მოკვლევას და დაგეგმვას საჭიროებს) > ოჯახური მოგზაურობა და თავგადასავლები (ველო პარკები) > რბილი ხასიათის პროდუქტი (რელაქსაცია) > ადგილობრივ მწარმოებლებთან პიკნიკისა და ღვინის დაგემოვნების შესაძლებლობა > ჰაიკინგი > ტრეკინგი > კანიონინგი > მღვიმეებში გასვლა > საცხენოსნო ტურები > საფეხმავლო ტურები > ბუნებაში ფოტოგადაღება > გამოქვაბულებში რეგიონის ტრადიციულ კერძების დაგემოვნება > სამედიცინო პროცედურები (სპა): ჯანდაცვა & სპა შეთავაზებები (პაკეტები) (სპელეოთერაპია, ფილტვის დაავადებების სასარგებლოდ მღვიმის გარემოს გამოყენება; სისხლძარღვთა, ნერვული, კუნთოვანი და კანის დაავადებების დროს სპა მკურნალობა) > მედიტაციის დღე > მოწვევის შეწყვეტის (პრევენციის) კვირა დტ-ზე > რეგულარული მომსახურება ავტობუსით (ტრანსპორტი) წყალტუბო/ქუთაისიდან, შესაძლოა მათი წინასწარი დაჯავშნაც

არსებული ტურისტული პროდუქტების პოტენციალი მიმდებარე არეალზე - სამოგზაურო ადგილზე:

- > ადგილობრივი მოსახლეობა აქტიურად არის ჩართული სოფლის/ფერმერული ტურიზმის განვითარების ბიზნესში
- > წყალტუბო წარსულში კარგი რეპუტაციის მქონე სპა კურორტი კვლავ აღიარებულია ბევრ ქვეყნებში (განსაკუთრებით მეზობელ ქვეყნებში)
- > საბჭოთა პერიოდში აქ იყო 22 სასტუმრო 10 000 საწოლით და 150 000 დამსვენებლით წელიწადში
- > ძველ სასტუმროების შეკეთების/გარემონტების პოტენციალი არსებობს. მუნიციპალიტეტი აპირებს ინვესტირების მოწვევას სარეაბილიტაციო სამუშაოების (გზა, ცენტრალური პარკის აღდგენა და სხვ.) დასრულების ბოლოს. წყალტუბოს ხელახალი აღორძინებისა და ძველი სამუშაოების აღდგენის მიზნით გამოაცხადებული ტენდერი გაითვალისწინებს ინვესტორთათვის სასურველ პირობებს.
- > სამედიცინო მკურნალობის გარდა მრავალფეროვანი ექსკურსიების შეთავაზებაა შესაძლებელი პრომეთეს (5 კმ), სათაფლიას (6 კმ), ოკაცეს (30 კმ), მარტვილის (40 კმ) და ხვამლის (50-60 კმ) მიმართულებით, ქუთაისში ცეკვის ფესტივალი - წარმოდგენებით, სადამოებით, სადილით, ღვინის დაგემოვნებით და სხვ.
- > ბუნებაში გასეირნება და დასვენება საირმესა და წუნისში
- > გორდის კანიონში გასეირნება (საინფორმაციო ცენტრთან თანამშროლობით)
- > სპორტი და თავგადასავალი ჭიათურაში (ცოცვა, სამთო ველოტურები, კანიონინგი, პეინტბოლი და სხვ.)
- > მითები ლეგენდები და ისტორია - რაც უკავშირდება იმერეთს (ოქროს საწმისი, კოლხი და ა.შ) კვლავ აღვივებს უცხოელი ტურისტების ინტერესს
- > რელიგიური (პილიგრიმული) ტურები
- > შეზღუდული შესაძლებლობების პირთათვის ტურისტული შეთავაზებები
- > ქუთაისის სითი ტურები
- > ჯანდაცვის (ფეხმძიმეებისთვის სპეციალური შეთავაზებები - მშობიარობა წყალში, გაახალგაზრდავების სპა, ...) და გამაჯანსაღებელი პროცედურების შეთავაზებება (ღვინის თერაპია, აბანოები, კოსმეტიკური მასაჟები და სხვ.)
- > საირმის შეთავაზება: საირმის წყალს უნიკალური სამკურნალო თვისებები აქვს და სამკურნალოდ გამოიყენება მრავალი დაავადების, მათ შორის: ნერვული სისტემის, გულ-სისხლძარღვთა დაავადებების დროს
- > შეხვედრები, წამახალისებელი შეხვედრები
- > გამოფენები და ღონისძიებები
- > გასტრონომია და ღვინო (ღვინის გზები, შესწავლის გამოცდილება- გასტრონომიული კურსები, ადგილობრივ ხალხთან ტანამშრომლობა ღვინის კეთების პროცესში, სახლში საკუთარი ღვინის წაღება)
- > სადილი/პიკნიკი და ღვინის დაგემოვნება ადგილობრივ მწარმოებლებთან
- > კაცხის სვეტი
- > ჭიათურის ინდუსტრიული არეალი
- > სოფლის ღვინის მარნები (ქორეთი, ივანწმინდის სოფალი, საჩხერე)
- > ტურებისთვის მობილური აპლიკაციები
- > მდინარეზე დაშვების ტურები
- > არქეოლოგიური ტურები
- > პანორამული ტურები
- > გასტრონომიული ტურები
- > ტრადიციული ბაზრის ტურები
- > მებაღეობა და ტრადიციული გამოცდილების სწავლება (ტრადიციები და ხელსაქმე)

დანართი 2 არსებული და პოტენციური ტურისტული პროდუქტების ილუსტრაციები იმერეთის და ოკაცეს მღვიმეებისთვის

სპორტი და თავგადასავლები

მთის ველოსიპედები გაუვალ გზებზე, ხშირად რთულ რელიეფზე მთის ველოსიპედებით სწრაფი სიარული. მთის ველოსიპედი ჩვეულებრივი ველოსიპედის მსგავსია, მაგრამ დამატებით ფუნქციებს ითავსებს უხეშ და რთულ რელიეფზე გამძლეობის გაზრდისა და სპეციალური მანევრების შესრულების მიზნით. მთის ველოსიპედები შეიძლება დაიყოს მრავალ კატეგორიად: cross country ქროსკანთრი, ბილიკზე სასიარულო, ყველა მთაზე, დადმართებზე, freeride ფრირაიდი (თავისუფალი ტარება, რაც გულისხმობს ბარიერების გარეშე ტარებას), dirt jumping მიწაზე ხტუნვა (გრუნტის ტრასაზე ხტუნვა როდესაც სრულდება ტრუკები) და სპეციალურ ბილიკებზე სასიარულო მთის ველოსიპედები. მათ შორის ყველაზე მეტი მოთხოვნა რეკრეაციულ cross country და ბილიკზე სასიარულო კატეგორიებზე მოდის.



მთის ველოსიპედები



მთის ველოსიპედები



მთის ველოსიპედები

ველო ტურები და ველო ღონისძიებები

ველო ტურები პარკებში სტანდარტების დაცვით ხორციელდება: მონიშნული ველო მარშრუტები და ბილიკები, ველო ტურისტების ღამის გათევის საშუალებების ნიშნულები (სასტუმროების, საკარვე ადგილების და ტურისტული მეურნეობების ნიშნულები), ველო ტურების გიდები, ველოსიპედების ქირავნობა, შეკეთების პუნქტები, და სულ მცირე ველო ტურების მოყვარულთათვის ერთი საინფორმაციო პუნქტი. პარკებში ხორციელდება მრავალი რეკრეაციული შეჯიბრებები, მათ შორის უმაღლესი დონის საერთაშორისო შეჯიბრებები.



ველო ტურები



ველო ტურები



ველო ტურები

Horseback riding tours საცხენოსნო ტურები

საცხენოსნო გამოცდილება პარკებში სასიამოვნოა და ის ძირითადად პარკის მეგობარი/პარტნიორი დაინტერესებული მხარის მიერ არის ორგანიზებული. ტურები პარკებში გიდების თანხლებით - ძირითადად მდელოებზე, ტყეში და/ან მაღალი ლანდშაფტის (პანორამულ ბილიკებზე) ტერიტორიაზე ხორციელდება.



საცხენოსნო ტურები



საცხენოსნო ტურები



საცხენოსნო ტურები

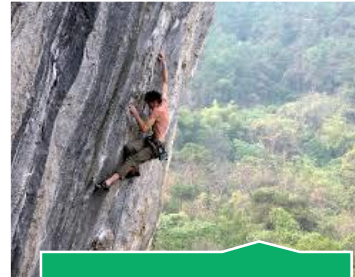
Climbing კლდეზე ცოცვა - აქტოვობა როდესაც ხელის, ფეხის, ან სხეულის სხვა ნაწილების აქტიური ჩართვით ციცაბო კლდეზე ხდება ასვლა.



ცოცვა



ცოცვა



ცოცვა

Abseiling / rappelling თოკით დაშვება კლდის ზედაპირზე დადმართზე თოკის გამოყენებით კონტროლდება. ალპინისტები იყენებენ ამ ტექნიკას, როდესაც კლდე ან ფერდობი ძალიან ციცაბო და/ან ნაკლებად უსაფრთხოა.



თოკით დაშვება



თოკით დაშვება



თოკით დაშვება

A Zip Line ზიპლაინი - კაბელზე დაკიდებული ბორბლის მეშვეობით საბაგიროთი დაშვება. რომელიც ძირითადად უჟანგავი ფოლადისგან არის დამზადებული და დამონტაჟებულია დაქანებაზე. იგი ისეა მოწყობილი რომ მომხმარებელმა შეძლოს ზოგირზე თავისუფლად მოძრაობა ბორბლით (შკივით) ან საბაგირო ტრანსპორტით სიმალიდან დაქანებულ კაბელზე თვითმავალი სიმძიმით ძირამდე დაშვება.



ზიპლაინი



ზიპლაინი



ზიპლაინი

Paintball „ფეინთბოლი“ სპორტული თამაში სადაც ინდივიდები და გუნდები შეჯიბრებისას ერთმანეთს ესვრიან ბურთულებს რომლის შიგნით წყლის საღებავებია, ხოლო გარეთ ჟელატინის გარსია (ეწოდება „ფეინთბოლი“) ბურთულების სატყორცნი სპეციალურ მოწყობილობას ფეინთბოლის მარკერი ეწოდება.



ფეინთბოლი



ფეინთბოლი



ფეინთბოლი

მშვილდოსნობა არის მშვილდის გამოყენების ხელოვნება, პრაქტიკა, ან ისრებით სროლის უნარი. ამ დროს შეიძლება ტურნირების ორგანიზება.



მშვილდოსნობა



მშვილდოსნობა



მშვილდოსნობა

Adrenalin Park ადრენალინის პარკების აქტივობები გამიზნულია ინდივიდუალური და და სხვადასხვა ჯგუფურ (სკოლები, ბიზნეს ჯგუფები ან ათლეტური და სპორტული გუნდები) ტურებისთვის. მაღალი თოკების კურსი შესაძლოა მოცავდეს ელემენტებს, (ძირითადად მიწიდან დაშორებული 8 მ-ზე): გიგანტური ქანაობა/დაკიდება, ბილიკი მაღალზე, ინდივიდუალური სავარჯიშოები, ჯგუფური სავარჯიშოები, საცოცი კედლები.



ადრენალინის პარკი



ადრენალინის პარკი



ადრენალინის პარკი

Summer Toboffaning Trail – Yet ზაფხული ისევ - „ტობოგანინგი“ სწრაფი დაშვების ბილიკი

ადრენალინით გასეირნება სხვადასხვა მოსახვევებსა და ხეებს შორის, თამამი დაშვებები გაუთვალისწინებელ დაშვებებსა და სწორ გზებზე, მაგრამ სწრაფი მონაკვეთები რაც არ მისცემს ვიზიტორს მშვიდ გასეირნებას. ყოველთვის შესაძლებელია სიჩქარის მუხრუჭით შენელება /რეგულირება შესაძლებლობისა და სურვილების მიხედვით.



ზაფხული ისევ



ზაფხული ისევ



ზაფხული ისევ

MiniJet – Tubby Tours „მინიჯეტი“ – „ტუბი“ ტურები

ტუბი უსაფრთხოა და ყველა ასაკის ვიზიტორისთვის ზაფხულის პერიოდში სრიალი საოცარია. სასრიალო ტრასის სიგრძე ძირითადად 80 - 150 მეტრია და აქვს მრავალი პარაბოლური მოსახვევი - უფრო მეტი ადრენალინისთვის.



ტუბი ტურები



ტუბი ტურები



ტუბი ტურები

სპორტი და თავგადასავლები : საწყლოსნო ტურები

Rafting წყალ ჯომარდობა ან კრიალა წყალზე ჯომარდობა ეს არის გასაბერი ნავით ნავიგაციაა მდინარეზე ან სხვა ტიპის წყალზე. რეკრეაციული აქტივობა ხშირად კრიალა წყალზე ან სხვადასხვა დახრილობის წყალზე ხდება იმისათვის რომ აღაფრთოვანოს და ააღელვოს მოგზაური.



წყალჯომარდობა



წყალჯომარდობა



წყალჯომარდობა

კანიონინგი

კანიონინგისთვის იდეალურია კანიონები რომლებიც დიდზეა შეჭრილია ქვის ნაპრალებში და ქმნიან ვიწრო წყალმარჯხ ხეობებს, ლამაზად გამოკვეთილ კედლებს, და ხანდახან შთამბეჭდავ ჩანჩქერებს.



კანიონინგი



კანიონინგი



კანიონინგი

Freshwater / Cave diving (Scuba diving) „სკუბა დაივინგი“-კრიალა წყლის / მღვიმეში ყვინთვაა თავისებური რისკებით. ძირითად სრულდება მტკნარი წყლის ტბაში თუმცა ხშირად მდინარესა და მღვიმეშიც. იმის მიუხედავად რომ პოტენციურად საშიშ აქტივობაა ის შეიძლება ვაღიაროთ ერთ-ერთ საინტერესო აქტივობად ზღვაზე და ზოგიერთ შემთხვევაში ისეთ ადგილებზე სადაც წყლის მაღალი ხილვადობაა. ეს შეიძლება იყოს მღვიმეც.



ყვინთვა



ყვინთვა



ყვინთვა

თავგადასავლები და სპორტი: ზამთარი

Ice climbing ყინულზე ცოცვა - ყინულის ფორმირებებზე აღმასვლა, ცოცვა. თოკის და სხვა დაცვით საშუალებებით ყინულის ლოდზე, გაყინულ ჩანჩქერზე, კლდის ფილებზე ასვლა რომელიც დაფარულია გაყინული წყლის ნაკადით.



ყინულზე ცოცვა



ყინულზე ცოცვა



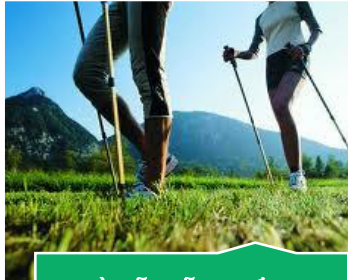
ყინულზე ცოცვა

Nordic Walking Tour „ნორდიკ ვოლკინგ ტურ“ (სკანდინავიური საფეხმავლო ტურები)

ფეხით სიარული სპეციალური ტექნიკა ჯოხების დახმარებით, რომელიც არის ძალიან ეფექტური, სხეულის ყველა ნაწილისთვის უსაფრთხო და ყველა ასკისა და ფიზიკური შესალებლობის ადამიანისთვის შესაფერისი. მიუხედავად იმისა რომ სკანდინავიური საფეხმავლო ტურები მოწყობა ყველა ტიპის ჰაიკინგ ბილიკებზეა (რომელიც არ არის სრიალა) შესაძლებელი, მაინც უკეთესია სპეციალური მარშრუტების შერჩევა - რაც მხოლოდ ამ ტიპის გასეირნების შესაფერისი ბილიკისთვის არის მოწყობილი. პარკებში არსებობს სკანდინავიური საფეხმავლო ტურების ნიშნულები და საინფორმაციო დაფები. ასევე შესაძლებელია პარკის ტერიტორიაზე ლიზენზირებული/პროფესიული გიდების დაქირავება.



სკანდინავიური გასეირნება



სკანდინავიური გასეირნება



სკანდინავიური გასეირნება

Teambuilding and motivational meetings in Cave

გუნდის ჩამოყალიბება „თიმბილდინგი“ და მოტივაციური შეხვედრები მღვიმეებში

„თიმბილდინგის“ შეთავაზება მოიცავს პრობლემების გადაჭრით გართობას, როგორც არის საგანმურის მიგნება. გამოცდილი ექსპერტის მითითებებით, ხდება გუნდური მუშაობის წახალისება, კოლექტივის მოტივაცია და ერთად მოულოდნელი სიტუაციების ადგილზე შესწავლა-ანალიზი.



თიმბილდინგი მღვიმეში



თიმბილდინგი მღვიმეში



თიმბილდინგი მღვიმეში

Therapeutic riding თერაპიული გასეირნება ასევე განვითარებულია პარკებში. ამ ფორმით ცხენოსნობა განსაკუთრებით საჭიროების მქონე დამსვენებელთათვის არის განკუთვნილი. და კომბინირებულია სამედიცინო, შემეცნებით და სპორტულ აქტივობებთან.



თერაპიული გასეირნება



თერაპიული გასეირნება



თერაპიული გასეირნება

Segway Personal Transport „სეგვეი“- (ელექტრონული ორთვალი) **პერსონალური ტრანსპორტი** ორ ბორბალზე, რომელსაც თავად აბალანსებს ტურისტი. ბატარეებზე მომუშავე ელექტრო ტრანსპორტის გამოყენება ვიზიტორს შეუძლია დტ-ებზე ვიზიტისას.



სეგვეის ტური



სეგვეის ტური



სეგვეის ტური

Bog walking ჭაობზე სეირნობა შესაძლებელია ხის ფართოსასიარულო ან ჩვეულებრივი ჭაობის ფეხსაცმლით. ჭაობზე სიარული ჭაობის ფეხსაცმლით შეიძლება უფრო სახალისო და „ველური“ იყოს ვიდრე კომფორტული ფართოდსასიარულო ფეხზე ჩასაცმელი. ჭაობის ფეხსაცმლით ჭაობზე მოსიარულე თითქოს იცავს ბალანსს მცენარეების ღრუბლოვან და რბილ ზედაპირზე სიარულისას. თუმცა, ეს სირთულეს არ წარადგენს, ხანდაზმულ ადამიანებსაც შეუძლიათ ჭაობზე სიარულს გაართვან თავი.



ჭაობზე სიარული



ჭაობზე სიარული



ჭაობზე სიარული

Horse & Carriage Rides საცხენოსნო და სამარხილო ტურები შესაძლებელია ზაფხულშიც და ზამთარშიც ტბის ირგვლივ ან მოსწორებულ რელიეფზე ტურებისთვის და სხვ.



მარხილით სეირნობა



მარხილით სეირნობა



მარხილით სეირნობა

მზის ჩასვლის / მზის ამოსვლის ტურები სთავაზობს სხვადასხვა სახის აქტივობებს მზის ჩასვლა -ამოსვლის დროს (კაიაკინგი, ჰაიკინგი, მედიტაცია და სხვა რეკრეაციული აქტივობა.)



მზის ჩასვლის ტურები



მზის ჩასვლის ტურები



მზის ჩასვლის ტურები

შეზღუდული უნარების მქონე პირთა ბილიკი სთავაზობს შემეცნებით, დასასვენებელ ან მსუბუქი სპორტულ აქტივობებს დტ-ზე.



ბილიკი ბარიერების გარეშე



ბილიკი ბარიერების გარეშე



ბილიკი ბარიერების გარეშე

სათამაშო მოედნების ბილიკი შესაძლებელია ბავშვებისთვის როგორც ბილიკის ასევე ცალკე გასართობი ადგილის მოწყობა პარკის ტერიტორიაზე.



სათამაშო მოედნების
ბილიკი



სათამაშო მოედნების
ბილიკი



სათამაშო მოედნების
ბილიკი

განათლება

ბოტანიკური ტურები სთავაზობს არსებულ ადგილზე ფლორისა და ფაუნის აღწერას/გაცნობას და შესაძლებელია როგორც ინდივიდუალური ასევე ჯგუფური ტურებისთვის.



ბოტანიკური ტურები



ბოტანიკური ტურები



ბოტანიკური ტურები

Herb tours მცენარეების ტური

მცენარეების ტურების პროგრამა ითვალისწინებს გამოცდილი მებაღის რჩევებს - როგორ მოწყვიტონ მცენარე და სხვ.



მცენარეების ტურები



მცენარეების ტურები



მცენარეების ტურები

გეოლოგიური ტურები სთავაზობს დტ-ის გეოლოგიური აგებულების აღწერასა და ისტორიას.



გეოლოგიური ტურები



გეოლოგიური ტურები



გეოლოგიური ტურები

სიაზონება

Bioenergetic Trails ბიოენერგეტიკული ბილიკი: მაგნიტური სიგნალის პულსირება ბუნებაში და სხეული ენერგიის აღდგენა ბუნებრივი გზით.



ბიოენერგეტიკული
ბილიკი



ბიოენერგეტიკული
ბილიკი



ბიოენერგეტიკული
ბილიკი

Mediation trail მედიტაციური ბილიკი - ძირითადად საფეხმავლო მედიტაციის, სულიერი შემეცნებისა და პილიგრიმულ შესაძლებლობისთვის.



მედიტაციური ბილიკი



მედიტაციური ბილიკი



მედიტაციური ბილიკი

Gong Bath Trails გონგ ბას თრაილ სთავაზობს გონგის ხოვანებით (ვიბრაციით) მედიტაციის საშუალებას და იგი შესაძლებელია როგორც ინდივიდუალულებისთვის ასევე ჯგუფებისთვის.



GONG BATH TRAIL



GONG BATH TRAIL



GONG BATH TRAIL

დანართი 3 იმერეთის მღვიმეების დტ-ის ახალი ტურისტული პროდუქტის და სერვისის მიმზიდველობის და კონკურენტუნარიანობის შეფასება

იმერეთის მღვიმეების დტ-ის : ძირითადი ტურისტული პროდუქტის მიმზიდველობა (1 - 10 ქულა)											
No.	ტურისტული პროდუქტის დასახელება	ბუნებრივი ფასეულობის მნიშვნელობა	კულტურული ფასეულობის მნიშვნელობა	სპორტული ფასეულობის მნიშვნელობა	განათლების უზრუნველყოფის ფასეულობის მნიშვნელობა	პროდუქტის ზომა (ინდივიდუალური სივრცის და ჯგუფებისთვის)	პროდუქტის ზომა მომავალი გაფართოებისთვის	სხვა ტურისტული სერვისის იწოდება დტ-ზე	ადგილობრივი ტურისტული პროდუქტის მნიშვნელობა (რამდენად მსადაბლად)	ტრანსპორტის მდღეწვდომობა და პარკინგი	სულ ატრაქციულობა
1.	ბუნების ეკო საფეხმავლო პრომეთეს მღვიმეში 3 ოთახი (დამატებით)	8	3	4	6	8	9	2	10	7	57
2.	საწურბლიას სპა მღვიმე	10	2	1	3	5	4	8	10	5	48
3.	ნავენახევის ვიზიტორთა მღვიმე	10	3	2	8	5	2	2	10	5	47
4.	მელაურის სათავედასავლო მღვიმე	10	2	9	5	5	6	5	10	6	58
5.	რეკრეაცია (მშვილდოსნობა, მინი გოლფი, ...)	7	1	7	3	4	8	2	10	9	51
6.	სათამაშო მოედნები	7	1	5	5	4	8	2	10	9	51
7.	სიამოვნება (ბიოენერგეტიკა, მედიტაცია...)	8	3	1	6	4	8	8	10	9	57
8.	ბუნება და არტ ბანაკები	9	7	3	5	5	8	2	10	9	58
9.	ლონისძიებები	4	8	1	5	8	6	2	10	9	53

იმერეთის მღვიმეები: იმერეთის მღვიმეების დტ-ების ძირითადი ტურისტული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა											
No.	ტურისტული პროდუქტის დასახელება	ბუნებრივი ფასეულობის მნიშვნელობა	კულტურული ფასეულობის მნიშვნელობა	სპორტული ფასეულობის მნიშვნელობა	განათლების უმეცნეობის ფასეულობის მნიშვნელობა	პროდუქტის ზომები (ინდივიდუალური სოფის და ჯგუფებისთვის)	პროდუქტის ზომები (მომავალი გაფართოებისთვის)	სხვა ტურისტული სერვისის იწოდება დტ-ზე	ადგილობრივებისთვის პროდუქტის მნიშვნელობა (რამდენად მისაღებად)	ტრანსპორტის მიწვევა და პარკინგი	სულ ატრაქციულობა
1.	ბუნების ეკო საფეხმავლო პრომეთეს მღვიმეში 3 ოთახი (დამატებით)	8	10	5	1	8	6	8	10	10	66
2.	საწურბლიას სპა მღვიმე	8	8	5	1	7	3	5	8	8	53
3.	ნავენახევის ვიზიტორთა მღვიმე	10	10	10	1	4	3	4	10	4	56
4.	მელაურის სათაგადასავლო მღვიმე	8	10	8	1	2	4	4	10	6	53
5.	რეკრეაცია (მშვილდოსნობა, მინი გოლფი, ...)	7	10	8	2	4	5	4	10	4	54
6.	სათამაშო მოედნები	10	10	7	1	9	8	9	7	7	68
7.	სიამოვნება (ბიოენერგეტიკა, მედიტაცია...)	7	7	6	1	9	8	9	7	8	62
8.		8	7	9	1	9	8	9	7	4	62

დანართი 4 შერჩეული საერთაშორისო მარკეტინგული პარტნიორები და არხები - ორიენტირებული ბუნებისა და სათავგადასავლო ტურისტულ აქტივობებზე

ტურისტული ბაზრობები & შეხვედრები და გამოფენები

თარიღი	ტურისტული გამოფენა /დონისძიება	ქალაქი	ქვეყანა
იანვარი	CMT - International exhibition for caravanning, motoring, tourism	შტუტგარდი	გერმანია
იანვარი	Vakantiebeurs - Tourism and Leisure Fair	უტრეხტი	ნიდერლანდები
იანვარი	FITUR - Feria Internacional de Turismo	მადრილი	ესპანეთი
თებერვალი	EMITT - East Mediterranean International Tourism and Travel Exhibition	სტამბული	თურქეთი
თებერვალი	IMTM - International Mediterranean Tourism Market	თელავივი	ისრაელი
თებერვალი	BIT - Borza Internazionale del Turismo	მილანი	იტალია
თებერვალი	Outdoor - Outdoor Trade Fair	London	Great Britain
თებერვალი	F.R.E.E - <u>Interactive fair for leisure and travel</u>	München	გერმანია
თებერვალი	Holiday World - international travel fair	Prag	Czech Republic
თებერვალი / მარტი	Utazas - Travel International Tourism Exhibition	Budapest	Hungary
მარტი	ITB - Internationale Tourismus Börze	Berlin	გერმანია
მარტი	MITT - Moscow International Travel & Tourism	Moskva	რუსეთი
მარტი	UITT - Ukraine International Travel & Tourism	Kiev	უკრაინა
აპრილი	AITF – Azerbaijan International Travel & Tourism	Baku	აზერბაიჯანი
აპრილი	ARGUS Bike Festival	Wien	ავსტრია
აპრილი	COTTM - China Outbound Travel & Tourism Market	Peking	ჩინეთი
აპრილი	KITF - Kazakhstan International Tourism Fair	Almaty	Kazakhstan
მაისი	The International Birdwatching Fair of Comacchio	Po Delta Park of the Region Emilia Romagna	იტალია
აგვისტო	Eurobike - Holiday on Bike	Düsseldorf	გერმანია
აგვისტო	British Birdwatching Fair	Rutland Water Nature Reserve	Great Britain
სექტემბერი	TourNatur - The fair for trekking and hiking	Friedrichshafen	გერმანია
ოქტომბერი	ITB Asia	Singapore	Singapore
ნოემბერი	WTM - World Travel Market	London	Great Britain
ნოემბერი	EIBTM - Global Meetings & Incentives Exhibition	Barcelona	Spain
ნოემბერი	Tactical & Adventure Fair	Eindhoven	ნიდერლანდები

ტურისტული სააგენტო / ტურ ოპერატორი

ტუროპერატორი / ტურისტული სააგენტო / ტურისტული ასოციაცია	ვებ-გვერდი
Natural Habitat Adventures	http://www.nathab.com/
Wildside Nature Tours	http://wildsidenaturetours.com/
Backroads	http://www.backroads.com/
VBT Bicycling Vacations	www.vbt.com
BikeHike Adventures	www.bikehike.com
Trek Travel	www.trektravel.com
DuVine Adventures	www.duvine.com
Ciclismo Classico	www.ciclismoclassico.com
Great Explorations	www.great-explorations.com
Aegea Adventures	www.aegeaadventures.com
Sierra Club Outings	www.outings.sierraclub.org
GAP Adventures	www.gapadventures.com
KE Adventure Travel	www.keadventure.com
Butterfield & Robinson	www.butterfield.com
Austin-Lehman Adventures	www.austinlehman.com
REI Adventures	www.rei.com/adventures
Adventure Consultants	www.adventureconsultants.co.nz
Bio Bio Expeditions	www.bbxrafting.com
H2Outfitters	www.h2outfitters.com
Pure Adventures	www.discoverfrance.com
Country Walkers	www.countrywalkers.com
Classic Journeys	www.classicjourneys.com
The Wayfarers	www.thewayfarers.com
Distant Journeys	www.distantjourneys.com
JOURNEYS International	www.journeys.travel
EarthWatch Institute	www.earthwatch.org
iExplore	www.iexplore.com
Mountain Madness	www.mountainmadness.com
National Geographic Expeditions	www.nationalgeographicexpeditions.com
ROW Adventures	www.rowadventures.com
Explorers' Corner	www.explorerscorner.com
Mountain Travel Sobek	www.mtsobek.com
Naturalist Journeys	www.naturalistjourneys.com
Baobab Expeditions	www.baobabexpeditions.com
Geographic Expeditions	www.geoex.com
Artisans of Leisure	www.artisansofleisure.com

Kensington Tours	www.kensingtontours.com
Civilized Adventures	www.civilizedadv.com
Zegrahm & Eco Expeditions	www.zeco.com
Wild Frontiers Adventure Travel	www.wildfrontiers.co.uk
MIR Corporation	www.mircorp.com
Adventures Abroad	www.adventures-abroad.com
Lindblad Expeditions	www.expeditions.com
Natural Habitat Adventures	www.classicescapes.com
Classic Escapes	www.intrepidtravel.com
Intrepid Travel	www.intrepidtravel.com
Gecko's Grassroots Adventures	www.geckosadventures.com
TUI	www.tui.com
Jahn Reisen	www.jahnreisen.de
Alltours	www.alltours.de
Travelix	www.travelix.de
Gulet	www.gulet.at
Thomas Cook	www.thomascook.com
FTI	www.fti.de
ასოციაციები /ორგანიზაციები	
DRV (Deutscher Reiseverband)	www.driv.de
ÖRV (Österreichischer Reisebüroverband / Association of Austrian Travel Agents) ავსტრიული ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.oerv.at
WKO (Fachverband der Reisebüros) ავსტრიის ტურისტული ბიურო	www.reisebueros.at
FIT/FTI (Fédération de l'Industrie du Tourisme / Federatie van de Toeristische Industrie) ბელგიის ტურისტული ინდუსტრიის ფედერაცია	www.fti-fit.be
ABTTA (Association of Bulgarian Tour Operators and Travel Agents) ბულგარეთის ტუროპერატორების და ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.abtta.com
UHPA (Association of Croatian Travel Agencies) ხორვატიის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.uhpa.hr
TA (Association of Cyprus Travel Agents) კვიპროსის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.acta.org.cy
DRF (Danmarks Rejsebureau Forening / The Association of Danish Travel Agents and Tour Operators)) დანიის ტუროპერატორების და ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.drf-dk.dk
FETAVE (Federation Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas) ესპანეთის ტურისტული ბიზნესის სააგენტოების რეგიონალური ასოციაციების ფედერაცია	www.fetave.org
ACAVE (Asociación Catalana de agencias de Viajes Especializadas) Spain კატალონიის ტურისტული	www.acave.travel

სააგენტოები ასოციაცია	
ETFL (Estonian Association of Travel Agents) ესტონეთის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.etfl.ee
SMAL (Suomen matkatoimistoalan liitto / The Association of Finnish Travel Agents) ფინეთის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.smal.fi
SNAV (Syndicat National des Agences de Voyages) ტურისტული სააგენტოების ეროვნული ასოციაცია. საფრანგეთი	www.snav.org
HATTA (Hellenic Association of Travel and Tourist Agencies) საბერძნეთის ტურიზმის და ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.hatta.gr
MUISZ (Association of Hungarian Travel Agencies) უნგრეთის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.muisz.com
ITAA (Irish Travel Agents Association) ირლანდიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.itaa.ie
ALTA (Association of Latvian Travel Agents /ლატვიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.alta.net.lv
FATTA (Federation of Associations of Travel & Tourism Agents) Malta მალტის ტურისტული ასოციაციებისა და ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.fatta.org
CTU – Montenegro Tourism Association მონტენეგროს ტურიზმის ასოციაცია	http://www.ctu-montenegro.org/
ANVR (Algemeen Nederlands Vereniging van Reisondernemingen), The Netherlands ჰოლანდიის ტურისტული კომპანიების ასოციაცია	www.anvr.nl
VIRKE (The Norwegian Travel Trade Association) ნორვეგიის ტურისტული ბიზნესის ასოციაცია	www.virke.no
PIT (Polska Izba Turystyki), Poland პოლონეთის ტურიზმის პალატა	www.pit.org.pl
APAVT (Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo), Portugal პორტუგალიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.apavt.net.pt
ACCKA (Asociace Ceskyh Cestovnich Kancelari a Agentur), Czech Republic ჩეხეთის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.accka.cz
ANAT (Asociatia Nationala A Agentiilor De Turism), Romania რუმინეთის ტურისტული სააგენტოების ეროვნული ასოციაცია	www.anat.ro
YUTA (National Association of Travel Agencies), Serbia სერბეთის ტურისტული სააგენტოების ეროვნული ასოციაცია	www.yuta.rs
SACKA (Slovak Association of Travel Agents), Slovakia სლოვაკეთის ტურისტული სააგენტოების ეროვნული ასოციაცია	www.sacka.eu
ZTAS (Združenje turističnih agencij Slovenije, g.i.z.), Slovenia სლოვენიის ტურისტული სააგენტოების ასოციაცია	www.ztas.org

SRF (Svenska Resebyråföreningen / Association of Swedish Travel Agents) შვედეთის სამოგზაურო სააგენტოების ასოციაცია	www.srf-org.se
SRV (Schweizerischer Reisebüro-Verband), Switzerland შვეიცარიის ტურისტული სააგენტოების ფედერაცია	www.srv.ch
ABTA - The Travel Association, United Kingdom გაერთიანებული სამეფოს ტურისტული ასოციაცია	www.abta.com

კორპორატიული პარტნიორები

ორგანიზაცია	ვებ-გვერდი
The European Outdoor Group (EOG) ღია ცის ქვეშ, ასევე ველურ ბუნებაში ევროპის მოგზაურობის ჯგუფი	http://www.europeanoutdoorgroup.com/
EOCA European Outdoor Conservation Association ღია ცის ქვეშ აქტივობების და ველური ბუნების კონსერვაციის ევროპის ასოციაცია	http://www.outdoorconservation.eu/
ISCA – International Show caves Association / მღვიმეთა საერთაშორისო ასოციაცია	http://www.i.s.c.a.org
სპელეოლოგიური ორგანიზაცია	
ევროპის სპელეოლოგიური ფედერაცია	www.eurospeleo.eu
ავსტრიის სპელეოლოგთა ასოციაცია	www.hoehle.org
ბელგიის სპელეოლოგთა ეროვნული ფედერაცია	http://www.speleo.be/
ბულგარეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.speleo-bg.org/
ხორვატიის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.speleo.hr/
დანიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	www.speleo.dk
გერმანიის გამოქვაბულებისა და კარსტულ მამიებელთა ასოციაცია	http://www.vdhk.de/
ესპანეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.fedespeleo.com/
საფრანგეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.ffspeleo.fr/
ფინეთის მღვიმეთა ასოციაცია	http://caving.fi/
ბრიტანეთის მღვიმეთა ასოციაცია	http://british-caving.org.uk
საბერძნეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.fhs.gr/
საბერძნეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.espeleo.gr/
უნგრეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.barlang.hu/
ირლანდიის სპელეოლოგთა კავშირი	http://www.caving.ie/
იტალიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.ssi.speleo.it/
სპელეოლოგთა კავშირი, ლიტვა	http://www.speleo.lt/
სპელეოლოგთა ჯგუფი, ლუქსემბურგი	http://www.speleo.lu/
სპელეოკლუბი, მოლდოვა	http://www.speleo.md/

სპელეო ნიდერლანდები	http://www.speleo.nl/
ნორვეგიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.speleo.no/
პოლონეთის ალპინისტთა ასოციაციის სპელეო კომიტეტი	http://www.pza.org.pl/
პორტუგალიის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://www.fpe-espeleo.org/
პორტუგალიის სპელეოლოგთა ფედერაცია	http://frspeo.ro/
სლოვაკეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.sss.sk/
სლოვენის სპელეოლოგთა ასოციაცია	http://www.jamarska-zveza.si/
შვედეთის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.speleo.se/
შვეიცარიის სპელეოლოგთა საზოგადოება	http://www.speleo.ch/
თურქეთის სპელეოლოგთა ფედერაცია	
უკრაინის სპელეოლოგთა ასოციაცია	http://speleoukraine.org/

მედია პარტნიორები /ღია ცის ქვეშ, ასევე ველურ ბუნებაში მოგზაურობის თემატიკისადმი მიძღვნილი პერიოდული გამოცემები

მედია	Web Site
Active & Eco	http://www.activeandeco.com/
National Geographic – Germany გერმანია	http://www.nationalgeographic.de/
Hike & Trekking Magazine ლაშქრობისა და ტრეკინგის ჟურნალი	http://www.hikeandtrekking.nl/
Outdoor Markt - Germany's first trade magazine which solely focusses on the outdoor industry გერმანიის პირველი საქმიანი ჟურნალი, რომელიც მთლიანად ფოკუსირებულია ღია ცის ქვეშ აქტივობებზე	http://www.jahr-tsv.de/
Outdoor Review	http://www.outdoor-review.co.uk/
OUTDOORSmagic	http://www.outdoorsmagic.com/
walkingontheweb	http://www.walkingontheweb.co.uk/
Lonely Planet	http://www.lonelyplanet.com
WildLife Extra	www.wildlifeextra.com
Wild Travel Magazine	http://www.wildlifeextra.com/go/world/wild-travel/
Discover Wild Life Magazine	www.discoverwildlife.com/
British Wildlife	www.britishwildlife.com/
National Wildlife Magazine	www.nwf.org

ბიზნეს პარტნიორები პარტნიორ ორგანიზაციებში მოიაზრებიან ღია ცის ქვეშ (outdoors) აქტივობებზე, ასევე სამთო და სხვა ექსტრემალური თუ ბუნებაში სამოგზაურო სპორტის სახეობების პოპულარიზაცია და განვითარებაზე ორიენტირებული ორგანიზაციები სხვადასხვა ქვეყნებიდან, როგორებიცაა: გერმანია, იტალია, ბრიტანეთი, სკანდინავია და რუსეთი

პარტნიორი ორგანიზაციები	ვებ გვერდი
BSI - Bundesverband der Deutschen Sportartikel-Industrie e.V. გერმანია	http://www.bsi-sport.de/
IOG - Italian Outdoor Group: promotes growth of mountain sports იტალია	http://www.italianoutdoorgroup.it/en/home.htm
The Outdoor Industries Association დიდი ბრიტანეთი	http://www.outdoorindustriesassociation.co.uk/
Scandinavianoutdoorgroup სკანდინავია	http://www.scandinavianoutdoorgroup.com
Russian Outdoor Group რუსეთი	http://www.r-o-g.ru/ru/