

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

ეკა დარბაიძე

საქართველოს საერთაშორისო ტურისტული იმიჯი უცხოეთის საგარეო
უწყებების ვებ - გვერდების მიხედვით

პოლიტიკის მეცნიერებების დოქტორის აკადემიური ხარისხის
მოსაპოვებლად

დისერტაცია

ნაშრომი შესრულებულია ივ. ჯავახიშვილის სახ.
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:
ალექსანდრე კუხიანიძე

თბილისი 2014

შინაარსი

შ ე ს ა ვ ა ლ ი.....	18
<i>თავი I. სახელმწიფოს ტურისტული იმიჯი: თეორიული და მეთოდოლოგიური საკითხები</i>	
1.1. სახელმწიფო იმიჯის არსი და მნიშვნელობა, ტურისტული იმიჯი.....	19
1.2. ტურიზმის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობის თავისებურებები და ტენდენციები.....	35
<i>თავი II საქართველოს ტურისტული იმიჯის ფორმირების ძირითადი კომპონენტები</i>	
2.1. საქართველოს ტურისტული იმიჯის ფორმირების ძირითადი ფაქტორები.....	43
2.2. უცხოეთის საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე საქართველოს შესახებ გავრცელებულ ინფორმაციათა დინამიკა 2006-2014 წლებში.....	48
2.3. საქართველოს ტურისტული იმიჯი საიტ Trip Advisor–ის ინტერნეტ სივრცეში.....	80
<i>თავი III. საქართველოს ტურისტული იმიჯი შედარებით კონტექსტში</i>	
3.1. პოზიტიური ტურისტული იმიჯი, სხვა ქვეყნების გამოცდილება: საფრანგეთი და შვეიცარია.....	92
3.2. საქართველოს სამხრეთ კავკასიელი მეზობლების ტურისტული იმიჯი: სომხეთი და აზერბაიჯანი.....	121
3.3. საქართველოს ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევებში.....	151

**თავი IV. საქართველოს მთავრობის ძალისხმევა ქვეყნის ტურისტული
კონკურენტუნარიანობის გასაუმჯობესებლად**

4.1. საქართველოს ხელისუფლების ძალისხმევა ტურისტული სექტორის განვითარებისათვის.....	162
4.2 სარეკლამო კამპანია, როგორც საქართველოს საერთაშორისო ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციის სტრატეგიის უმნიშვნელოვანესი ელემენტი.....	179
დასკვნა.....	193
რეკომენდაციები.....	201
გამოყენებული ლიტერატურა.....	207
დანართები.....	216

შ ე ს ა ვ ა ლ ი

პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირება მრავალი წამყვანი სახელმწიფოს პოლიტიკური პრიორიტეტია. ცნობილია, რომ ტურისტული ინდუსტრია ეკონომიკის ერთ-ერთ უმსხვილეს, მაღალშემოსავლიან და უაღრესად დინამიურ სფეროს წარმოადგენს, რომელიც დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე. საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარებამ ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირების პროცესი უფრო მეტად დინამიური და მრავალგანზომილებიანი გახადა, რაც ინფორმაციის მოძიების, გაცვლისა და გავრცელების მრავალფეროვანი საშუალებების ხელმისაწვდომობაში აისახა. ტურისტული ინფრასტრუქტურის, მონაცემთა გაცვლის საშუალებების დახვეწამ და გამარტივებამ სხვადასხვა კუთხეში მცხოვრები ადამიანებისათვის მსოფლიო თითქმის “უსაზღვრებო” გახადა. მსოფლიოში, რომელშიც მრავლად არის სხვადასხვა სახის ბუნებრივი თუ ადამიანის მიერ გამოწვეული საფრთხეები, დღევანდელი ტურისტი ბევრად უფრო გათვითცნობიერებული და ინფორმირებულია მათ შესახებ და შესაბამისად, გამგზავრების წინ არჩევანს მისთვის უსაფრთხო და მიმზიდველი ტურისტული იმიჯის მქონე ქვეყანაზე აკეთებს.

რაც შეეხება საქართველოს, ტურიზმი ეკონომიკის აღორძინების ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებადაა მიჩნეული. საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდეგ, ქვეყანაში განვითარებულმა მოვლენებმა მნიშვნელოვანწილად განაპირობა ტურიზმის ინდუსტრიის მეტად მძიმე და სავალალო მდგომარეობა. პირველ პოსტსაბჭოთა წლებში განვითარებულმა მოვლენებმა, საერთაშორისო არენაზე საქართველოს სახელმწიფოს ნეგატიური იმიჯის ჩამოყალიბება განაპირობა. ქვეყანაში არსებული მძიმე სოციალური ფონი, კრიმინალის მაღალი მაჩვენებელი, სამოქალაქო ომი, შიდა პოლიტიკური არასტაბილურობა, ეთნოკონფლიქტები, ათიათასობით დევნილი და უსახლკაროდ დარჩენილი ადამიანი, ეს ყოველივე ბუნებრივია ნეგატიური განწყობის საფუძველს ქმნიდა, რაც ფაქტობრივად გამორიცხავდა ტურიზმის განვითარებას. ზემოაღნიშნულმა მოვლენებმა საერთაშორისო სარბიელზე შელახა საქართველოს საერთაშორისო ტურისტული იმიჯი, რის შედეგადაც საქართველოში უცხოელ

ტურისტთა ჩამოსვლები საგრძნობლად შემცირდა. შესაბამისად, ტურიზმის დარგის განვითარებისათვის ქვეყანაში არახელსაყრელი გარემო შეიქმნა.

ტურიზმის სფეროში არსებული ურთულესი გამოწვევების მიუხედავად, დამოუკიდებლობის პირველ წლებში, ჩვენს ქვეყანაში შექმნილი გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკისათვის დამახასიათებელი სიძნელების გამო, ბუნებრივია, სწრაფი ტემპით ვერ მოხერხდა ტურისტული ინდუსტრიის რეაბილიტაცია. საქართველო მუდმივად იმყოფებოდა საერთაშორისო საზოგადოების ყურადღების ცენტრში აფხაზეთის, ცხინვალის რეგიონის, კოდორისა და პანკისის ხეობაში არსებული პრობლემებით. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ, საქართველო ჩამოყალიბებას იწყებს, როგორც დამოუკიდებელი სუვერენული სახელმწიფო, თუმცა ეს პროცესი საკმაოდ რთულად და მტკივნეულად მიმდინარეობდა. გარდა ობიექტური მიზეზებისა, ადგილი ჰქონდა რუსეთის მიერ ინსპირირებულ მოვლენებს, რომლებიც მიმართული იყო საქართველოს სახელმწიფოებრიობისა და ტერიტორიული მთლიანობის წინააღმდეგ, რაც გამოიხატა აფხაზეთისა და ეწ სამხრეთ ოსეთის ტერიტორიებზე სეპარატიზმის ხელშეწყობით. ყოველივე ზემოაღნიშნულმა მოვლენებმა მნიშვნელოვნად დააზიანა და შეაფერხა საქართველოს პოზიტიური იმიჯის ჩამოყალიბება. ხელისუფლების ცვლილების მიუხედავად, საქართველო უწინდებურად ტურისტებისთვის “საშიშ ქვეყანად” რჩებოდა და ამის შესახებ ინფორმაციის მიღება ნებისმიერ უცხოელს შეეძლო, საკუთარი ქვეყნის საგარეო საქმეთა სამინისტროს საიტიდან. რაც შეეხება აღნიშნულ საიტებზე განთავსებულ ინფორმაციებთან დაკავშირებით საგარეო უწყებების პოზიციას, ისინი აცხადებდნენ, რომ ეს იყო მათი მიმართვა საკუთარი მოქალაქეების მიმართ, რომელიც მას შემდეგ გაჩნდა, რაც საქართველოში უცხოელებზე ნამდვილი „ნადირობა“ დაიწყო.

2005 წელს საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ვებ-გვერდზე დაიდო ყველაზე საშიში და ტურისტებისათვის „აკრძალული ქვეყნების სია“, რომელშიც ავღანეთთან, ირანთან და ეკვადორთან ერთად საქართველოც შედიოდა, თუმცა “საშიში ქვეყნების” ჩამონათვალიდან საქართველო 2006 წელს იქნა ამოღებული.

წარმატებული იმიჯის ფორმირების აუცილებლობა საქართველოს წინაშე განსაკუთრებით მაშინ წარმოიშვა, როდესაც დღის წესრიგში დადგა ევროპულ და

ჩრდილო-ატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხი. ამ ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობის განსახორციელებლად მოცემული ქვეყნები იმ მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდნენ, რომლებსაც ეს ორგანიზაციები უპირობოდ უყენებენ მათი წევრობის მსურველ ქვეყნებს.

2000-იანი წლებიდან, საქართველოში მიღწეული სტაბილიზაციის, კერძო საკუთრების ლეგალიზაციის, საერთაშორისო კავშირების შესამჩნევი გაძლიერების და საქართველოს რამდენიმე მსხვილ პროექტში ჩართვის შემდეგ, საქართველოს მიმართ საერთაშორისო საზოგადოების ინტერესი მნიშვნელოვნად გაიზარდა.

2003 წელს საქართველო კვლავ მოექცა საერთაშორისო საზოგადოების ყურადღების ცენტრში, ხოლო სააკაშვილის ხელისუფლებამ ტურიზმი ქვეყნის სახელმწიფო პოლიტიკის პრიორიტეტად გამოაცხადა. “ვარდების რევოლუცია” აღმოჩნდა ის მოვლენა, რომლის შემდგომაც დასავლურ მედიაში ფაქტიურად იწყება, საქართველოს, როგორც დემოკრატიის გზაზე მდგომი სახელმწიფოს იმიჯის ფორმირება. ფაქტობრივად სწორედ ამ მოვლენის შედეგად გაიცნო ახალი სახით მსოფლიომ სამხრეთ კავკასიაში მდებარე პატარა, პოსტ-საბჭოთა სახელმწიფო. საქართველოს ხელისუფლების მიერ ტურიზმის დარგი ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტულ მიმართულებად იქნა აღიარებული. საკითხის მნიშვნელობის მაჩვენებელია ის ფაქტიც, რომ 2012 წელს ქვეყნის სათავეში მოსულმა საქართველოს ახალმა ხელისუფლებამ შეინარჩუნა ტურიზმი ერთ – ერთ პრიორიტეტად და ცდილობს ის ეკონომიკის ერთ-ერთ რეალურ სეგმენტად აქციოს.

აღნიშნული სექტორის განვითარებას ამა თუ იმ სახელმწიფოში დიდწილად განაპირობებს მისი შიდა სტაბილურობა, უსაფრთხო გარემო და ეკონომიკური განვითარების შესაბამისი დონე. ტურიზმის ინდუსტრიას შეუძლია ხელი შეუწყოს საქართველოს სტაბილურობასა და უსაფრთხოებას, სამუშაო ადგილების შექმნის, შემოსავლების ზრდის, ეკონომიკის დივერსიფიკაციის, გარემოს დაცვისა და კულტურათა დაახლოების გზით.

შესაბამისად, კვლევა იმისა, თუ რამდენად ახდენს ზეგავლენას უცხოეთის სახელმწიფოთა მიერ გავრცელებული ინფორმაციები ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის შესახებ, სამეცნიერო წრეებს შორის ერთ-ერთ საინტერესო და ხშირად განხილვად საკითხს წარმოადგენს.

ტურიზმის პრობლემებზე საქართველოში არსებობს მათა მელაძის (მელაძე, 2008), მამუკა გოგელიას (გოგელია, 2008), მარინა მარგველაშვილის (მარგველაშვილი, 2002), შორენა მეტრეველის (მეტრეველი, 2012), მარინა მეტრეველის (მეტრეველი, 2002) და სხვათა ნაშრომები. თუმცა წინამდებარე ნაშრომი პრაქტიკულად პირველია, რომელიც საქართველოს, ტურისტული იმიჯის შესწავლასა და კვლევას ისახავს მიზნად.

კვლევის მიზანია საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის იმიჯის შესწავლა მსოფლიოს წამყვანი სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდების მიხედვით.

სადისერტაციო ნაშრომის ამოცანებს შემდეგნაირად განვსაზღვრავთ:

➤ რა არის ქვეყნის ტურისტული იმიჯი და რა მახასიათებლებით ხდება ქვეყნის პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირება;

➤ როგორ მიმდინარეობდა უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების ოფიციალური ვებ-გვერდების მიხედვით საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის იმიჯის ფორმირების პროცესი 2006 – 2013 წწ. და რა ტენდენციებით ხასიათდება საერთაშორისო საზოგადოების თვალში ჩვენი ქვეყნის ტურისტული იმიჯი დღეს;

➤ საქართველოს ტურისტული იმიჯის დინამიკის წარმოჩენა, იმ პოზიტიური შტრიხების განსაზღვრა, რაც ხელს უწყობს ქვეყნის მიმზიდველი ტურისტული იმიჯის ფორმირებას და შესწავლა ფაქტორებისა, რომლებიც უარყოფით გავლენას ახდენენ საქართველოს, როგორც ტურიზმისათვის უსაფრთხო და მიმზიდველი ქვეყნის იმიჯზე.

ნაშრომში *კვლევის კითხვები* შეიძლება ფორმულირდეს შემდეგნაირად:

➤ რა მახასიათებლებით ხდება ქვეყნის პოზიტიური იმიჯის ფორმირება;

➤ რა ფაქტორები ახდენს ზეგავლენას ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ცვლილებაზე;

➤ რამდენად ახდენს ზეგავლენას საქართველოს ხელისუფლების მიერ წარმოებული სარეკლამო კამპანია ქვეყანაში უცხოელი ტურისტების ნაკადების ზრდაზე;

- რამდენად დინამურია უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებებისა და ასევე სოციალურ ქსელებში უცხოელი ტურისტების მიერ გავრცელებული ინფორმაციები საქართველოს შესახებ.

ნაშრომის ჰიპოთეზა:

ჰიპოთეზა შეიძლება შემდეგნაირად ჩამოყალიბდეს:

- ქვეყნის პოზიტიური იმიჯი ფორმირდება სამი კომპონენტის ზეგავლენით, ესენია: უცხოურ ოფიციალურ ვებ-საიტებზე მოცემული ინფორმაციები საქართველოში არსებული ვითარების შესახებ. საქართველოში ნამყოფი უცხოელი ვიზიტორების მიერ თავიანთი შთაბეჭდილებების გადმოცემა სოციალურ ქსელებში. საქართველოს მიერ განხორციელებული სარეკლამო კამპანია ქვეყანაში უცხოელი ტურისტების მოსაზიდად;
- ქვეყნის საერთაშორისო ტურისტულ იმიჯზე ზეგავლენას ახდენს სახელმწიფოს მიერ ჩატარებული რეფორმები (განსაკუთრებით ანტი-კრიმინალური და ანტი-კორუფციული რეფორმები), იგი ასევე უკავშირდება ქვეყანაში უსაფრთხოების დონის ზრდას, ინფრასტრუქტურის განვითარებას, რამაც ხელი შეუწყო საქართველოს სახელმწიფო იმიჯის გაუმჯობესებას;
- ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციები გამოირჩევა ინერტულობით და ძნელად იცვლება, ხოლო ქვეყანაში ჩამოსულ ტურისტთა შთაბეჭდილებები ბევრად უფრო დინამურია. ამ გზით როგორც პოზიტიური, ისე ნეგატიური ინფორმაცია უფრო ადვილად ვრცელდება ქვეყნის ფარგლებს გარეთ და აღწევს საქართველოში ჩამოსვლის მსურველებამდე. რუსეთის მიერ საქართველოს კონფლიქტური რეგიონების ოკუპაცია ტურისტული ქვეყნის იმიჯისათვის მუდმივ საფრთხეს წარმოადგენს.

კვლევის დიზაინი, მეთოდოლოგია და სტრუქტურა

ქვეყნის იმიჯის კომპლექსური ბუნებიდან გამომდინარე, სამეცნიერო წრეებში განიხილება ქვეყნის ტურისტული იმიჯის რამდენიმე თეორიული მოდელი. მათ შორის გავლენიანია ეტნერ და რიჩის შეხედულება (Echtner and Ritchi 1991), რომლებიც გამოყოფენ ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირების სამ ძირითად კომპონენტს:

- ატრიბუტები, მთლიანი კომპლექტი - შედგება ადგილის ინდივიდუალური ატრიბუტების აღქმისა და უფრო მეტი საერთო შთაბეჭდილებისაგან. თეორია ატრიბუტების შესახებ - ეფუძნება იმ კვლევებს, რომელიც ჩატარებულია მომხმარებლის ქცევისა და ფსიქოლოგიაში იმის დასადგენად, თუ როგორ აღიქვამენ ინდივიდები პროდუქტს, რომელსაც გააჩნია ინდივიდუალური მახასიათებლები და საერთო აღქმები. ინდივიდუალურ ატრიბუტებს მიეკუთვნება კლიმატი, ტურისტული ღირშესანიშნაობანი, ლანდშაფტი ან ადგილობრივი მოსახლეობისათვის დამახასიათებელი კეთილგანწყობა. ტურისტული დანიშნულების ადგილის შემთხვევაში საერთო აღქმები წარმოადგენენ მენტალურ სურათს, გამოსახულებას, რომელიც ადამიანს კონკრეტული ადგილის შესახებ გააჩნია;
- ფუნქციური-ფსიქოლოგიური ნაკრები შედგება იმ ელემენტებისაგან, რომლებიც შემოწმებადი და ნაკლებად მატერიალურია, მაგრამ რთულად გაზომვადი;
- საერთო-უნიკალური ნაკრები კი შედგება დანიშნულების ადგილის იმიჯისაგან, რომელიც რანჟირებულია საერთოდან-უნიკალურამდე და ეფუძნება ტურიზმის სფეროში ჩატარებულ კვლევებს ეროვნული სიმბოლოების შესახებ. ამ ნაკრების საფუძველზე შესაძლებელია დანიშნულების ადგილის იმიჯების კლასიფიცირება და მათი დაყვანა „საერთო“ ფუნქციური და ფსიქოლოგიური მახასიათებლებიდან ბევრად უფრო უნიკალურ მახასიათებლებამდე (Echtner and Ritchi, 1991). საერთო მახასიათებლებში მოიაზრება ადგილობრივი ფასი, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა, კლიმატი, ადგილობრივი ხალხის კეთილგანწყობის დონე, უსაფრთხოება, მომსახურების ხარისხი და რეპუტაცია. უნიკალური ნაკრების მაგალითს წინეთისათვის წარმოადგენს (ფუნქციური მახასიათებლები) დიდი კედელი, ბრაზილიისათვის რიოს კარნავალი და ა.შ.

ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირების პროცესისას, რეინოლდი (Reynolds, 1965) ეფუძნება საინფორმაციო ნაკადის მიერ მიღებულ გარკვეულ შთაბეჭდილებებს. ქვეყნის, როგორც დანიშნულების ადგილის იმიჯის შემთხვევაში ამ “საინფორმაციო ნაკადის” მიწოდება სხვადასხვა წყაროებიდან ხორციელდება,

მასში მოიაზრება, როგორც სარეკლამო ლიტერატურა (სამოგზაურო ბროშურები, პლაკატები), სხვათა მოსაზრებები (ოჯახის წევრების, მეგობრების), ასევე მას-მედია (გაზეთები, წიგნები, ტელევიზია, ფილმები). ამასთან, ტურისტული დანიშნულების ადგილზე სტუმრობა გავლენას ახდენს და ცვლის პირველად (არსებულ ინფორმაციასა) გამოცდილებას. ქვეყნის, როგორც ტურისტული დანიშნულების იმიჯის ფორმირება ორი კომპონენტის მეშვეობით ხორციელდება: ერთის მხრივ ეს არის – მიმწოდებელი მხარე (მიმზიდველობის ფაქტორები), და მეორეს მხრივ კი – მოთხოვნის მხარე (სტიმულ ფაქტორები). არსებობს ასევე მესამე დამოუკიდებელი კომპონენტი, რომელსაც შეუძლია გავლენა იქონიოს მიღებულ ინფორმაციაზე. დაგეგმილი და მიღებული იმიჯი არ არის ყოველთვის ერთი და იგივე, რადგანაც მან შესაძლოა, გარკვეული მოდიფიკაცია განიცადოს. იმიჯის მაფორმირებელი ფაქტორები პირადი გამოცდილებიდან წარმოიქმნება, თუმცა მათი ჩამოყალიბება საინფორმაციო წყაროების ან კომერციული ინფორმაციის გარეშეც თავისუფლად შესაძლებელია.

აღნიშნული საკითხის გასაანალიზებლად ნაშრომში ვიყენებთ იმიჯის შესახებ განის (Gunn 1972) “დიმორფულ თეორიას”. განი გამოჰყოფს ქვეყნის, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის იმიჯის ფორმირების ორ გზას, რომელიც დაფუძნებულია ტურისტისათვის მიწოდებული ინფორმაციის შინაარსზე:

- *ორგანული იმიჯი (Organic)*: წარმოდგენა ტურისტული მარშუტების და ზოგადად ქვეყნის ტურისტული იმიჯის შესახებ შესაძლებელია შეიქმნას, როგორც უშუალოდ ტურისტული ვიზიტების შედეგად, ასევე გარე წყაროებიდან მიღებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, როგორცაა გადაცემები, ბეჭდვითი მედია, “მსოფლიოს პირი” (World of mouth-სიტყვიერად გადაცემული ინფორმაცია იგულისხმება-მოსმენილი ინფორმაცია) და ასევე ტურისტული დანიშნულების ადგილზე ადგილობრივი მცხოვრებლების მიერ მიწოდებული ინფორმაცია; განი (Gunn, 1972) ამტკიცებს, რომ ტურისტული მარშუტების შესახებ წარმოდგენის შექმნა განგრძობადი პროცესია და მისი ფორმირება ხდება წარმოდგენის პროექციიდან (ოფიციალური “წყაროებიდან” თუ სხვა სახის წყაროებიდან, როგორცაა საინფორმაციო მედია, ჩამომსვლელთა პირადი გამოცდილება და პირადი კონტაქტები) ამ

წარმოდგენის მიღებამდე ჩამოყალიბებული სამოგზაურო მიზნების მქონე ტურისტების მიერ, ისეთი მედია საშუალებების, რომელთაც შესწევთ ძალა პოტენციურ ტურისტებს მიაწვდინონ ხმა.

- *ინდუქციური იმიჯი (Induced)*: განი ასევე ავითარებს მოსაზრებას, რომ ქვეყნის ტურისტული იმიჯი ვითარდება არა მხოლოდ ტურისტული მარშუტებისა და უშუალოდ ვიზიტების შედეგად, არამედ იგი აქვე გამოჰყოფს იმ ჩამრევე ფაქტორებს, რომლებიც ხელს უწყობენ ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირებას, როგორცაა ქვეყანაში მოქმედი ტურისტული თუ სხვა სახის ინსტიტუტები, რეკლამირებისა და საკომუნიკაციო ტექნიკის გამოყენებით.

აღნიშნული ნაშრომი განის (Gunn 1972) თეორიას ემყარება, რომლის გამოყენებით შევეცადე წარმომედგინა, რომ ქვეყნის ტურისტული იმიჯი ფორმირდება ისეთი უმნიშვნელოვანესი კომპონენტებისაგან, როგორცაა: უცხოურ ოფიციალურ ვებ-საიტებზე გადმოცემული ინფორმაციები საქართველოში არსებული ვითარების შესახებ, საერთაშორისო ორგანიზაციების ანგარიშები და ასევე სოციალურ ქსელებში საქართველოში ნამყოფი უცხოელების მიერ გადმოცემული შთაბეჭდილებები. აღნიშნული კომპონენტები შესაძლოა მივიჩნიოთ, როგორც ორგანულ იმიჯად (organic), რომლის მართვა ქვეყნის ხელისუფლების მიერ ფაქტობრივად შეუძლებელი და უკონტროლოა, ხოლო საქართველოს ხელისუფლების მიერ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, უცხოეთის სხვადასხვა სახელმწიფოებში ტურისტების მოსაზიდად განხორციელებული სარეკლამო კამპანიები და პიარ აქციები შეიძლება მიჩნეული იქნას, როგორც ინდუქციურ იმიჯად.

სადისერტაციო ნაშრომზე მუშაობისას გამოყენებული იქნა კვლევის რამდენიმე მეთოდი, კერძოდ, ემპირიულ ნაწილზე მუშაობისა და მისი დამუშავებისას გამოყენებული იქნა კვლევის თვისებრივი მეთოდი. კვლევა ძირითადად განხორციელდა თვისებრივი კონტენტ-ანალიზის მეთოდზე დაყრდნობით, მეორადი მონაცემების საფუძველზე, რომელიც ოფიციალური დოკუმენტების და მსგავსი ტექსტური, თუ ვიდეო და აუდიო მასალების შინაარსის გაანალიზების საშუალებას იძლევა. თვისებრივი კონტენტ ანალიზი გამოყენებულია წყაროთა რამდენიმე

ჯგუფში, აღნიშნული მეთოდით დამუშავდა ჩვენს მიერ შერჩეული უცხოეთის სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე განთავსებული მასალები, მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ გამოქვეყნებული ყოველწლიური ანგარიშები საქართველოს ტურისტული კონკურენტუნარიანობის შესახებ და ასევე საქართველოს შესახებ უცხოურ მედიაში განთავსებული მასალები.

სადისერტაციო ნაშრომში ასევე გამოყენებულია კომპარატივისტული მეთოდი, რომლის დახმარებით საქართველოს მსგავსად, შესწავლილი იქნა: მსოფლიო წამყვანი სახელმწიფოების ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე ტურისტების მიერ ყველაზე მონახულებადი ქვეყანა, კერძოდ, ტურისტთა შემოსვლების კუთხით მსოფლიოს ტოპ-ათეულში მესამე პოზიციაზე მყოფი საფრანგეთი, ასევე, დაახლოებით საქართველოს სიდიდის ქვეყანა - შვეიცარია. აღნიშნული ქვეყნების ტურისტული პოტენციალის, მათი გამოცდილების შესწავლა, შედარება და გაზიარება დიდად წაადგება საქართველოს ხელისუფლების წარმომადგენლებს სამომავლოდ ტურისტული პოლიტიკის სახელმწიფო სტრატეგიის შემუშავების პროცესში. კომპარატივისტული მეთოდი ნაშრომში გამოყენებული უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე სამხრეთ კავკასიის მეზობელი ქვეყნების ტურისტული იმიჯის შესწავლისა და მათი საქართველოს ტურისტულ იმიჯთან შედარებისას. სომხეთსა და აზერბაიჯანს საქართველოსთან შედარებით განსხვავებული სასტარტო პირობები ჰქონდათ, ისინი ჩვენი ქვეყნის მსგავსად აქტიურად ზრუნავენ ტურიზმის განვითარებაზე, თუმცა ამავე დროს ტურიზმის სფეროში საქართველოს კონკურენტებად გვევლინებიან.

სადისერტაციო ნაშრომში გამოყენებულ დამოკიდებულ ცვლადებად შესაძლოა მივიჩნიოთ ქვეყნის საერთაშორისო ტურისტული იმიჯი, რომელიც დამოკიდებულია ქვეყნის მთლიან იმიჯზე და შესაბამისად შეუძლია დაბლა დასწიოს ქვეყნის საერთაშორისო ტურისტული იმიჯი.

აღნიშნულ ნაშრომში დამოუკიდებელი ცვლადად შეიძლება მივიჩნიოთ ქვეყანაში არსებული უსაფრთხოების მდგომარეობა, ასევე საქართველოს ხელისუფლების მიერ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ განხორციელებული მარკეტინგული კამპანიები, როგორცაა საერთაშორისო ტურისტული გამოფენები და ბაზრობები, თუ სარეკლამო ვიდეო-რგოლები, რომლებიც ხელს უწყობენ

ქვეყნის საერთაშორისო ტურისტული იმიჯის ცნობადობის ამაღლებასა და მის ზრდას. ნაშრომში დამოუკიდებელ ცვლადს მიეკუთვნება ასევე ის ინფორმაციები, რომლებიც საქართველოს ფარგლებს გარეთ ვრცელდება და რომელიც თავის მხრივ შესაძლოა ორ ნაწილად დავეყოთ, ეს გახლავთ:

1. ის ოფიციალური ინფორმაციები, რომელსაც უცხოეთის სახელმწიფოთა ოფიციალური ვებ-გვერდები საქართველოს შესახებ ავრცელებენ, ასევე საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ გამოქვეყნებული შეფასებები საქართველოს ტურისტული კონკურენტუნარიანობის შესახებ;

2. ეს არის არაოფიციალური სახის ინფორმაციები, რომლებიც საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ სოციალურ ქსელებში ვრცელდება, სადაც ისინი საქართველოში ვიზიტის შემდეგ მიღებული შთაბეჭდილებების შესახებ ღიად საუბრობენ და ფართოდ განიხილავენ სხვადასხვა წრეებში. ამგვარად, ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შესაძლოა ვამტკიცოთ, რომ ჩვენს მიერ შერჩეული ცვლადები მთლიანობაში ქვეყნის საერთაშორისო ტურისტულ იმიჯის ძირითად მაფორმირებელ ფაქტორებს წარმოადგენენ.

ნაშრომზე მუშაობისას, გამოყენებული იქნა წყაროთა რამდენიმე ჯგუფი: თეორიულ ნაწილზე მუშაობისას გამოვიყენეთ წყაროთა *პირველი ჯგუფი*, რომელშიც შედის ისეთი ცნობილი დასავლელი მეცნიერების სამეცნიერო - კვლევითი შრომები, მონოგრაფიები, სტატიები და სახელმძღვანელოები, როგორებიც არიან საიმონ ენჰოლტი (Anholt, 2010), ბარბარა ჯენეს (Barbara Jenes, 2013), ბალოგლუ (Baloglu, 1999), ნაგასიმა (Nagashima, 1970), პაპადოპულესი და ჰესლოპი (Papadopoulos, Heslop, 2002), ბალაბანი (Balabanis), მარტინ ეროგლუ (1993), როთი და რომეო (1992), კოტლერი (Kotler, Donald, 1993). ამ ნაშრომებმა დიდი დახმარება გამიწიეს იმიჯის თეორიული ასპექტების გაცნობისას, ქვეყნის იმიჯის ფორმირების პროცესის შესწავლისას, ასევე სხვადასხვა პრობლემათა თეორიულ გააზრებასა და ანალიზში.

წყაროთა *მეორე ჯგუფი* მოიცავს დასავლეთის წამყვანი ქვეყნების საგარეო საქმეთა სამინისტროების მიერ გაკეთებული ოფიციალურ განცხადებებს და რეკომენდაციებს ტურიზმთან დაკავშირებით, ეს ქვეყნებია:

- ავსტრალიის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის დეპარტამენტი (ინტერნეტ წყარო);
- ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი (ინტერნეტ წყარო);
- გერმანიის ფედერაციული რესპუბლიკის საგარეო ფედერალური ოფისი (ინტერნეტ წყარო);
- კანადის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის სამინისტრო (ინტერნეტ წყარო);
- ინგლისის გაერთიანებული სამეფოს საგარეო და თანამეგობრობის ოფისი (ინტერნეტ წყარო);
- ირლანდიის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის დეპარტამენტი (ინტერნეტ წყარო);
- საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრო (ინტერნეტ წყარო);
- შვეიცარიის კონფედერაციის ფედერალური დეპარტამენტების ოფიციალური ვებ-გვერდები (ინტერნეტ წყარო).

ნაშრომზე მუშაობისას დამუშავდა შერჩეული უცხოეთის სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე განთავსებული მასალები. აღნიშნული ქვეყნების შერჩევა მოხდა იმ ფაქტის გათვალისწინებით, რომ ჩვენ ავირჩიეთ დასავლეთის წამყვანი ქვეყნები, რომლებიც კვლევის პროცესის დაწყების პერიოდში ფლობდნენ მსგავსი სახის სერვის ტურისტებისათვის.

ტურისტული კანონმდებლობისა და სტანდარტების უკეთ გაცნობისა და მათი იდენტიფიკაციისათვის სადისერტაციო ნაშრომის წყაროთა *მესამე ჯგუფად* გამოყენებული იქნა: ქვეყნის ძირითადი საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც დღეს ტურიზმის სფეროს არეგულირებს. ეს გახლავთ 1997 წელს მიღებული საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“, რომელიც არეგულირებს ტურიზმისა და საკურორტო საქმიანობის სფეროში არსებულ ურთიერთობებს და ასევე 1998 წელს მიღებული საქართველოს კანონი „კურორტებისა და საკურორტო ადგილების დაცვის ზონების შესახებ.“ აღნიშნული კანონი განსაზღვრავს საქართველოს კურორტებისა და საკურორტო ადგილებში საწარმოთა განთავსების, სამეწარმეო საქმიანობის, ბუნებრივი სამკურნალო რესურსებით სარგებლობისა და მოსახლეობის განსახლების აუცილებელ

პირობებს. “ტურიზმის ქარტია”, რომელსაც ჩვენი ქვეყანა 1994 წლის 25 იანვრის საქართველოს პარლამენტის დადგენილებით შეუერთდა, რომლის მიხედვითაც ქვეყანამ საკუთარ თავზე აიღო რიგი ვალდებულებები, რომელიც სავალდებულოა შესრულებული იქნას ქარტიის მონაწილე ყველა ქვეყნის მიერ.

კვლევის პროცესში საქართველოს ტურისტული პოტენციალის და ტურიზმის პოლიტიკის შესწავლის მიზნით გამოყენებული იქნა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ჩატარებული სამუშაოების ყოველწლიური ანგარიშები, სტატისტიკური მასალები, ასევე საერთაშორისო ასპარეზზე საქართველოს ტურისტული პოტენციალის ცნობადობის ამადლებსა და მისი იმიჯის პოპულარიზაციის მიზნით უცხოურ პრესაში გამოქვეყნებული სტატიები და ჩატარებული სხვადასხვა სახის მარკეტინგული კამპანიები.

წყაროთა *მეოთხე ჯგუფი* მოიცავს ინტერნეტ სივრცეში საერთაშორისო მოგზაურთათვის ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალურ და მაღალრეიტინგულ საიტ Trip Advisor-ის ფორუმზე 2006-2013 წწ. განთავსებულ მასალებს, რომელსაც სხვა საერთაშორისო ტურისტულ ფორუმებთან შედარებით ყველაზე მეტი, დაახლოებით 100 მილიონზე მეტი მომხმარებელი ჰყავს. მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებიდან საქართველოში ნამყოფი ტურისტები საკუთარ შთაბეჭდილებებზე სოციალურ ქსელებში ღიად საუბრობენ და განიხილავენ საქართველოში მიღებულ შთაბეჭდილებებს, რომლებიც შეიცავს როგორც პოზიტიურ, ისე ნეგატიურ ინფორმაციას ჩვენი ქვეყნის შესახებ.

ნაშრომში ასევე გამოყენებული იქნა მსოფლიოს ეკონომიკური ფორუმის მიერ გამოქვეყნებული ოფიციალური დოკუმენტები, ყოველწლიური ანგარიშები და სტატისტიკური მასალები საქართველოს ტურისტული კონკურენტუნარიანობის ინდექსის შესახებ, რომელიც მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია სახელმწიფოს ხელისუფლების მიერ შემუშავებული იმ პოლიტიკის გასაზომად, რომელიც მიმზიდველს ხდის მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარებას ქვეყანაში. საქართველოს ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის დეტალურმა შესწავლამ საშუალება მოგვცა მკაფიოდ დაგვეჩვენა და უფრო რეალურად აღგვექვა საქართველოს ტურისტული იმიჯის კუთხით არსებული პრობლემები და გამოწვევები. თუ რას მიაღწია ამ თვალსაზრისით საქართველომ

აღნიშნულ სექტორში და ხელისუფლების მხრიდან რომელ სფეროს ესაჭიროება უფრო მეტი ყურადღება და ძალისხმევა.

წყაროთა *მეოთხე ჯგუფი* ასევე მოიცავს 1995 - 2001 წლებში დასავლურ პრესაში, რიგ გამოცემებში გამოქვეყნებულ სტატიებს, როგორცაა (Le monde, le monde Diplomatique, Libération, The Times, Washigton Post). ამ გამოცემებში განთავსებული სტატიების შესწავლა დამეხმარა დამედგინა, თუ როგორი იყო საქართველოს საერთაშორისო სახელმწიფოებრივი იმიჯი პოსტსაბჭოთა პერიოდში, მნიშვნელოვნად აბრკოლებდა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას ჩვენს ქვეყანაში. აღნიშნული გამოცემების შერჩევა მოხდა იმ პრინციპის საფუძველზე, რომ ეს პუბლიკაციები როგორც ფრანგულ, ასევე ინგლისურენოვან გამოცემებს წარმოადგენენ, რომლებშიც ძალიან აქტიურად ხდებოდა მსოფლიოში მიმდინარე მნიშვნელოვანი პროცესების გაშუქება. სწორედ სადისერტაციო ნაშრომზე დაწყებისას შესაძლებელი აღმოჩნდა ამ გაზეთების ელექტრონულ არქივებში ზემოაღნიშნული პერიოდით დათარიღებული სტატიების მოძიება.

მიუხედავად დასავლური გამოცდილებისა, აღნიშნული კვლევა ფაქტიურად პირველია ჩვენს ქვეყანაში, რომელიც საქართველოს საერთაშორისო ტურისტული იმიჯის შესწავლას ისახავს მიზნად. კვლევის შედეგები შეიძლება გამოყენებული იქნას ქვეყანაში ტურისტული პოლიტიკის შესწავლისა და მისი ეფექტურობის დახასიათებისას; იგი ასევე დახმარებას გაუწევს ტურიზმის სფეროს განვითარების პოლიტიკის სამომავლო პროგრამების შემუშავებას და წაადგება ტურიზმის პოლიტიკის საკითხებზე მომუშავე მკვლევარებს.

პუბლიკაციები: სადისერტაციო კვლევის ძირითადი დებულებები, წინადადებები და რეკომენდაციები გამოქვეყნებულია სამეცნიერო სტატებისა და ბრუშურის სახით, ასევე განხილულია 3 საერთაშორისო კონფერენციაზე:

1. დარბაიძე, ე. (2009). *ქვეყნის იმიჯი თანამედროვე მსოფლიოში*, პოლიტოლოგიის ინსტიტუტი, თბილისი
2. დარბაიძე, ე. (2009). საქართველოს იმიჯი დასავლეთის ქვეყნების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდების მიხედვით, პოლიტოლოგიის ინსტიტუტი, *პოლიტიკის მეცნიერებათა საკითხები N 2*, თბილისი

3. დარბაიძე, ე. (2010). ქვეყნის იმიჯი გლობალიზაციის პროცესში - საქართველოს უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი

4. დარბაიძე, ე. (2012). პოლიტიკური სტაბილურობა და ქვეყნის ტურისტული იმიჯი, საერთაშორისო სამეცნიერო რეცენზირებადი ჟურნალი „ინტელექტუალი“ N XX, თბილისი

5. დარბაიძე, ე. (2012). *თეორიული იმიჯოლოგია*, გამომცემლობა “უნივერსალი”, თბილისი

დისერტაციის მოცულობა და სტრუქტურა. ნაშრომი წარმოდგენილია ქართულ ენაზე, ნაბეჭდი ტექსტის 240 გვერდზე.

სადისერტაციო ნაშრომი შედგება: შესავლის, ოთხი თავის (10 პარაგრაფის), დასკვნის, გამოყენებული ლიტერატურის სიის და დანართებისაგან (10 დიაგრამა და 1 ცხრილი). ნაშრომი ილუსტრირებულია 18 ცხრილით, 4 სურათით, 1 გრაფიკით და 10 დიაგრამით, გამოყენებული ლიტერატურის ნუსხა მოიცავს 122 დასახელებას.

თავი I.

სახელმწიფოს ტურისტული იმიჯი: თეორიული და მეთოდოლოგიური საკითხები

§ 1.1. სახელმწიფო იმიჯის არსი და მნიშვნელობა, ტურისტული იმიჯი

სახელმწიფოს საერთაშორისო იმიჯის ფორმირებას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან თანამედროვე პირობებში პოზიტიური დამოკიდებულების შექმნა საერთაშორისო საზოგადოებისა და პოლიტიკური წრეების ყურადღების ცენტრში მოქცევის წინაპირობაა. სახელმწიფოს პოზიტიური იმიჯი ხელს უწყობს მის დამკვიდრებას და გარკვეული პოზიციების დაკავებას საერთაშორისო ეკონომიკურ ბაზარზე. ეს განსაკუთრებით ისეთი სახელმწიფოსათვის არის მნიშვნელოვანი, როგორც საქართველოა, რომელმაც არც თუ დიდი ხნის წინ დაიწყო დამოუკიდებელ, დემოკრატიულ სახელმწიფოდ ჩამოყალიბების პროცესი. სახელმწიფოს პოზიტიური იმიჯი ხელს უწყობს ვაჭრობის, ტურიზმის განვითარებასა და ინვესტიციების შემოდინებას ქვეყანაში. 21-ე საუკუნის საერთაშორისო ეკონომიკურ და კულტურულ ურთიერთობებში სახელმწიფოს იმიჯი გადამწყვეტ ფაქტორად იქცა, სწორედ ამიტომ არის, რომ ყველა სახელმწიფოს ძალისხმევა მიმართულია პოზიტიური ეროვნული იმიჯის ფორმირებისაკენ.

საქართველოს პოზიტიური საერთაშორისო სახელმწიფოებრივი იმიჯის ფორმირების აქტუალობა კიდევ უფრო გაიზარდა, რადგან ჩვენი ქვეყნის მიმართ დამოკიდებულება საერთაშორისო საზოგადოების მხრიდან რადიკალურად იცვლებოდა და ხშირად მერყეობდა ქვეყნის შიგნით მიმდინარე პოლიტიკური პროცესების გათვალისწინებით. ეს კიდევ უფრო საგრძნობი გახდა ბოლო წლების განმავლობაში, როდესაც საქართველოში მიმდინარე პოლიტიკური პროცესები ფართოდ შექცდებოდა და შექცება მსოფლიოს წამყვანი სახელმწიფოების მედია საშუალებების მიერ.

პოზიტიურ სახელმწიფოებრივ იმიჯს მრავალი უპირატესობა გააჩნია: იგი ხელს უწყობს მეტი ტურისტის შემოსვლას ქვეყანაში, იზიდავს მაღალკვალიფიციურ პერსონალს, ცნობილ მკვლევარებსა და ინვესტორებს და რაც მთავარია, საბოლოოდ ახდენს მეტი ფულის შემოდინებას ქვეყანაში და იწვევს ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესებას. სწორედ ამიტომ, ქვეყნის იმიჯის მართვა და ხელშეწყობა ნებისმიერი ხელისუფლების პოლიტიკურ პრიორიტეტს უნდა წარმოადგენდეს. სახელმწიფოს პოზიტიური იმიჯი ხელს უწყობს ვალუტის სტაბილურობის გაზრდას საერთაშორისო ბაზარზე, კიდევ უფრო ამყარებს ინვესტორთა ნდობას კონკრეტული ქვეყნის მიმართ და მნიშვნელოვნად ამაღლებს საერთაშორისო რეიტინგებში მისი ნდობის მაჩვენებელს. ყოველივე ეს ადეკვატურად ზრდის მოცემული ქვეყნის პოლიტიკურ გავლენას საერთაშორისო საზოგადოებაში და ეხმარება უცხოურ კომპანიებთან პარტნიორული ურთიერთობების დამყარებაში. ქვეყნის იმიჯსა და მის რეპუტაციას შეუძლიათ მნიშვნელოვანი გავლენა იქონიონ ქვეყნის სოციალურ, კულტურულ და პოლიტიკურ მომავალზე, სამწუხაროდ, არ არსებობს სტანდარტული, მზა ფორმულა წარმატებული ქვეყნის იმიჯის მოსაპოვებლად.

ინგლისური სიტყვა Image–ს მრავალი დატვირთვა გააჩნია, იგი აღნიშნავს სახეს, როლს, რეპუტაციას, ნიღაბს, ფასადს, მოტივს, ტიპაჟს, ამპლუას, დადგამს და სხვ. იმიჯის ობიექტი შეიძლება იყოს როგორც ცალკეული ადამიანი, მაგალითად ქვეყნის ლიდერი, ასევე თავად სახელმწიფო. სახელმწიფოს იმიჯი განისაზღვრება, როგორც ყველა სახის აღწერილობითი და ინფორმაციული წარმოდგენა კონკრეტული ქვეყნის შესახებ. ადგილის იმიჯი წარმოადგენს ყველა სახის ემოციურ და ესთეტიკურ მახასიათებელთა ჯამს: შეხედულებები, იდეები, მოგონებები და შთაბეჭდილებები, რომლებიც ადამიანს გააჩნია კონკრეტული ადგილის მიმართ. სწორედ ინდივიდები აყალიბებენ იმიჯს, რომელიც ეფუძნება და ემყარება მათ პირად გამოცდილებას. სტაბილური და კეთილსაიმედო ქვეყნის იმიჯი ხელს უწყობს ამ სახელმწიფოში ინვესტიციებისა და ტურისტების მოზიდვას. იმიჯი ინფორმაციის გადამუშავების ბუნებრივ პროდუქტად გვევლინება, რადგან მოქალაქეს შეეხება აქვს არა უშუალოდ პოლიტიკოსთან ან მოვლენასთან, არამედ მათ ასახვასა და გაშუქებასთან პრესასა და ტელევიზიაში. სწორედ აქედან გამომდინარეობს

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების მნიშვნელობა პოლიტიკაში, რადგანაც ინფორმაციის მზარდი როლი ავტომატურად ზრდის საზოგადოების ყველა საინფორმაციო კომპონენტის მნიშვნელობას. ამ მხრივ არც იმიჯია გამონაკლისი, რადგანაც პრესისა და ტელევიზიის საშუალებით ის ერთის მხრივ იქნება უფრო დახვეწილი, ხოლო მეორეს მხრივ ეყრდნობა ობიექტურ კანონზომიერებასა და პროცესებს, რითაც ის განსხვავდება ხელოვნებისაგან და იხრება მეცნიერებისაკენ. ადამიანი ცხოვრობს არა მხოლოდ რეალურ, არამედ სიმბოლურ სამყაროშიც და იმიჯი ამ სიმბოლური სამყაროს ერთ-ერთი განუყოფელი ნაწილია. შესაძლებელია მთელი რიგი სიტუაციების გამოყოფა, როდესაც ადამიანები იმიჯზე რეაგირებენ და არა რეალობაზე.

საინტერესოა იმის შესწავლა, თუ რა ასპექტები განსაზღვრავს ქვეყნის იმიჯის ფორმირებას, რა თავისებურებები იჩენს თავს ამ პროცესში, რა კრიტერიუმით ფასდება დადებითი იმიჯი ან ასეთის არ არსებობის შემთხვევაში რა დაბრკოლებებს შეიძლება წააწყდეს ქვეყანა.

ქვეყნის პოზიტიური იმიჯის შექმნა და დამკვიდრება ისევე მნიშვნელოვანი და აუცილებელია, როგორც ცალკე წარმოდგენილი საქონლის, მომსახურებისა და კანდიდატისა. ეს მათი იდენტიფიცირების საშუალებას იძლევა. ამ შემთხვევაში ქვეყანას წარმოვიდგენთ, როგორც კონკრეტულ საქონელს, მასაც ასევე სჭირდება შესაბამისი სახით შეფუთვა, ბრენდინგი და დაწინაურება, რათა ადვილად აღქმადი და მისაღები იყოს აუდიტორიისათვის. აუდიტორიის სახით ამ შემთხვევაში წარმოვიდგება დანარჩენი მსოფლიო.

სახელმწიფოს იმიჯი განსაზღვრავს სხვა ქვეყნებთან ურთიერთობის დონეს. ქვეყნებთან ურთიერთობებში ყოველთვის წინა პლანზეა საკუთარი სახელმწიფოებრივი ინტერესები. სწორედ თავისი ინტერესების გამო ერთი ქვეყანა ცდილობს შელახოს მეორე ქვეყნის იმიჯი, რაშიც მას ეხმარება ცრუ ინფორმაციის გავრცელება მასმედიის საშუალებებით. ხშირად, ქვეყნის იმიჯის შელახვა ხელს უწყობს ქვეყნის პოლიტიკურ-ეკონომიკური სისუსტე, ადეკვატური ზომების მოუმზადებლობა და ხშირ შემთხვევაში იგნორირება.

ქვეყნის იმიჯში აკუმულირდება სხვადასხვა კულტურულ-ისტორიული ფაქტორები და იგი უფრო სრულ წარმოდგენას იძლევა არსებულ ხელისუფლებაზე.

ეკონომიკაზე, საგარეო პოლიტიკაზე, ჯარზე და ამ სახელმწიფოს ფუნქციონირების სხვა სფეროებზე. რაც უფრო ზუსტ შესაბამისობაშია საზოგადოების ინტერესებთან პოლიტიკური, ეკონომიკური, სოციალური, ეკოლოგიური, დემოგრაფიული და სხვა სიტუაციები ქვეყანაში, მით უფრო დადებითია ამ სახელმწიფოს იმიჯი. ასეთი იმიჯი მოწმობს სახელმწიფოს ეკონომიკურ სიძლიერეზე, სიმდიდრეზე და კულტურის განვითარების ხარისხზე; ის ითვლება მისი ავტორიტეტის მაჩვენებლად და ასევე საერთაშორისო ასპარეზზე მის წარმატებულ მოღვაწეობაზე მეტყველებს. ამასთან, ქვეყნის მაღალი დადებითი იმიჯი თამაშობს დიდ საინფორმაციო-აღმზრდელობით როლს მისი მოქალაქეებისა და პირველ რიგში მოზარდი თაობებისათვის. ის ფართოდ განსაზღვრავს პატრიოტიზმის ხარისხს ქვეყანაში და პატივისცემას მისი მოქალაქეებისადმი საერთაშორისო არენაზე.

ქვეყნის იმიჯი გამარტივებულია რეალურ სურათთან შედარებით. ის ხაზს უსვავს იმავე ან სხვა სახელმწიფოს სპეციფიკურობას ან უნიკალურობას. გარდა ამისა, იმიჯი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც მრავალმხრივი ინფორმაციის დაგროვება. იმიჯის მეშვეობით მნიშვნელოვანი ინფორმაციის ნაწილი დაიყვანება გარკვეული სიმბოლოების შეზღუდულ რაოდენობაზე. სწორედ ამიტომ, იმიჯი საგნებით კონკრეტულია და მუდმივად განიცდის ცვლილებებს მიმდინარე სიტუაციებიდან გამომდინარე, სხვანაირად რომ ვთქვათ, შესაძლებელია იმიჯის ფორმირება.

ქვეყნის იმიჯი შეიძლება განვიხილოთ, როგორც სპეციალური იმიჯის ტიპი, რომელიც მოიცავს ქვეყნის პროდუქციას, ბრენდებს, ორგანიზაციებს და ბევრ სხვა რამეს, რომელიც შექმნილია ამ ქვეყნის შესახებ დაგროვილი გამოცდილებისა და აზრის საფუძველზე; ეს ინფორმაციები ძირითადად მიიღება სხვადასხვა სახის არხების მეშვეობით. არხებს შესაძლოა წარმოადგენდენ პოლიტიკური არხები (ქვეყნის საშინაო და საგარეო პოლიტიკა), ტელეკომუნიკაცია, გართობა (ფილმები). ქვეყნის იმიჯი მოიცავს ბევრ ელემენტს: ეროვნულ სიმბოლოებს, ფერებს, ტანსაცმელს, ტიპიურ ნაგებობებს, საგნებს, ლიტერატურულ პიესებს. იგი ასევე გულისხმობს ქვეყნის პოლიტიკური სისტემის განსაკუთრებულობას, ადათებს, ისტორიულ მემკვირეობას და ბევრ სხვა რამეს.

ქვეყნის პირველადი იმიჯი-ესაა კომპლექსური წარმოდგენა ქვეყანაზე, როგორც მთლიანობაზე, რომელიც ყალიბდება და ფიქსირდება საზოგადოების ცნობიერებაში მისი პირველადი გაცნობის შედეგად. ოლიტიკურ-ეკონომიკური კონკურენციის პროცესში, სხვა ქვეყნებთან გაჩაღებულ საინფორმაციო ბრძოლაში, ქვეყნის იმიჯის მათ შორის მისი ძირითადი მონახაზი ინახება, მაგრამ ემატება ახალი რეალობის ანარეკლი. ქვეყნის იმიჯის ჩამოყალიბებას შესაძლოა ვუწოდოთ მეორადი იმიჯი.

იმიჯის საერთო ნიშან-თვისებების შეჯამება, რომელიც რეალურად პრაქტიკაში გროვდება და ის ძირითადი მოთხოვნები, რომელიც განსაზღვრავს სახელმწიფოს იმიჯს, შეიძლება წარმოდგენილი იყოს შემდეგი სახით:

- სახელმწიფოს იმიჯი შესაძლოა იყოს სინთეზური, დაგეგმილი, იმისათვის, რომ წარმოქმნას განსაზღვრული შთაბეჭდილებები, სიმბოლოების (ჰერალდიკური ნიშნები) მიმართ;
- ქვეყნის სახე უნდა იყოს უტყუარი, სარწმუნო, არავის არ სჭირდება ისეთი იმიჯი, თუ ის ხალხში ნდობას არ იწვევს, ამიტომ კონკრეტული ქვეყნის იმიჯი უნდა გაიგივდეს, უნდა იყოს ცოცხალი და უნდა პასუხობდეს საღი აზრის მოთხოვნებს;
- ქვეყნის სახე უნდა იყოს მკაფიო და კონკრეტული;
- ქვეყნის სახე უნდა იყოს შეძლებისდაგვარად გამარტივებული. ყველაზე მეტად ეფექტურია იმიჯი, როდესაც ის უბრალო და ადვილად აღსაქმელი და დასამახსოვრებელია;
- კონკრეტულობის მიუხედავად, ქვეყნის სახე უნდა იყოს რამდენადმე განუსაზღვრელი, ის უნდა გამყარდეს გაუთვალისწინებელი განვითარებული მოვლენების მიმართ, მიეჩვიოს პოლიტიკურ ცვლილებებს, შესაბამისობაში უნდა იყოს სხვადასხვა ხალხის სურვილებსა და გამოცდილებასთან.

დღეს უკვე აღარ არის საკმარისი მხოლოდ გამოკვეთილი, ეროვნული მახასიათებლების ქონა, (მაგ. ქართული სტუმართმოყვარეობა, შვეიცარული სიზუსტე, გერმანული პუნქტუალურობა და ა.შ), საჭირო გახდა სხვა უფრო მნიშვნელოვანი პარამეტრების არსებობაც (უსაფრთხოების მაღალი დონე, კანონის

უზენაესობა, სამოქალაქო საზოგადოების განვითარება, ქვეყნის ინტელექტუალური პოტენციალი და ა.შ).

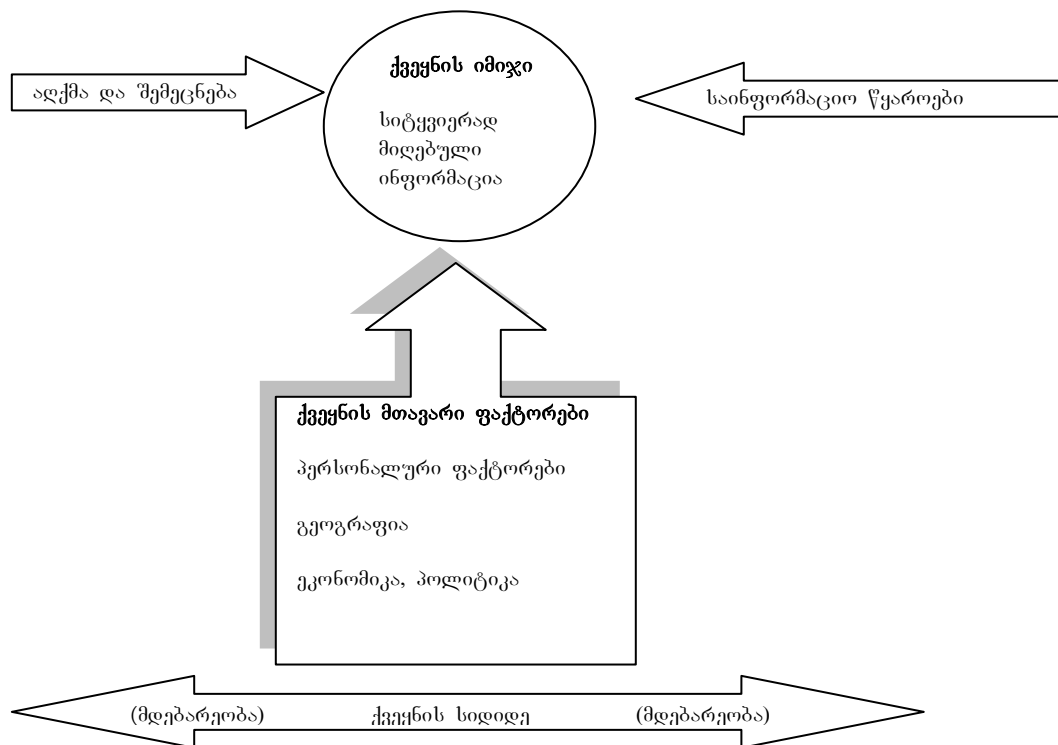
ქვეყნის იმიჯს აქვს ორი განმარტება, რომლის გამოც დღემდე ცხარე დებატები მიმდინარეობს მკვლევართა შორის. პირველი მიდგომა სახელმწიფო იმიჯის შესახებ ეფუძნება ევრეთ წოდებულ “ქოლგა ფუნქციას”, რომლის მიხედვითაც, ქვეყნის იმიჯის ე.წ გამაერთიანებელი ფუნქცია გულისხმობს ქვეყნის სპეციფიკური პროდუქტების, ბრენდების, განსხვავებული ორანიზაციებისა და მათი იმიჯის რადიკალურად განსხვავებული ელემენტების ერთობას. მეორე მიდგომის თანახმად, ქვეყანა თავად არის ე.წ “რთული პროდუქტი”, რომელსაც ჯერ კიდევ ახასიათებს უფრო მეტი სხვაობა, კომპლექსურობა და მახასიათებლები. რაც ნიშნავს იმას, რომ მისი ელემენტები შექმნილია ქვეყნის სპეციფიკური პროდუქტების, ბრენდებისა და სხვადასხვა ორგანიზაციების მეშვეობით (ჯენესი, 1999, გვ.3). მეორე მიდგომის თანახმად კი, სახელმწიფო თავად არის “რთული პროდუქტი”, რომელიც შექმნილია დიდი რაოდენობის ელემენტებისაგან. ამგვარად, იგი იმიჯი მიიჩნევა ნორმალური პროდუქტის იმიჯად, მრავალი სხვადასხვა, რთული და ჩახლართული მახასიათებლებით. ქვეყნის იმიჯის უამრავი დეფინიცია არსებობს, თუმცა მათ შორის ვიზიარებ ბარბარა ჯენეს (2005) მიერ ფორმულირებულ განსაზღვრებას, რომელიც მიიჩნევს, რომ ქვეყნის იმიჯი შესაძლებელია მოვიაზროთ იმიჯის განსაკუთრებულ ტიპად, რომელიც ფორმირდება ერისა და ქვეყნის შესახებ არსებული გამოცდილებისა და მოსაზრებების საფუძველზე. ასევე მნიშვნელოვანია სხვადასხვა არხებიდან მიღებული ინფორმაცია, ასეთი სახის საინფორმაციო წყაროებს მიეკუთვნება პოლიტიკა (საშინაო და საგარეო), ტელეკომუნიკაცია, გასართობი ნაწარმოებები (ფილმები) და ჭორები.

ქვეყნის იმიჯი მოცემული ქვეყნის შესახებ აღქმითი და ემოციური შეფასებაა, ეს არის ერთიანობა ცვლადებისა, რომლებიც იძლევიან იმ ზოგად წარმოდგენას, რომელიც ადამიანს ქვეყნის მიმართ გააჩნია. ეს შემეცნებითი შეფასებები შემოტანილია დამხმარე ფაქტორების საშუალებით, ზეგავლენითი ფაქტორებით, ასევე სიმბოლური სტიმულებით (ქვეყნის ატრიბუტები) და სოციალური სტიმულებით (მაგალითად მეგობრებისგან გაგებული). ეროვნული იმიჯი მრავალმხრივი შემადგენლობაა ისეთი კონსტრუქტების ნაკრებისა, როგორცაა მუსიკა, გეოგრაფიული

მდებარეობა, ხალხი და სხვა მნიშვნელოვანი ცვლადები. შემეცნებითი შეფასებები მომდინარეობს სხვადასხვა სახის საინფორმაციო წყაროებიდან, როგორცაა სიმბოლური სტიმული (დანიშნულების ადგილის განვითარების დახმარებით) და სოციალური სტიმული (ახლობლებიდან და მეგობრიდან გაგებულნი).

სურათი N 1.

ქვეყნის იმიჯის ელემენტები



წყარო: Ndalaw, M.M.(2007). *Country image and its effects in promoting a tourist destination*

შემეცნებითი აღქმა მოიცავს არსებულ რწმენასა და ცოდნას ობიექტის შესახებ. ემოციური იმიჯი, მეორეს მხრივ, გულისხმობს ინდივიდუალურ აზრს საგნის შესახებ, თუმცა ზოგიერთი მკვლევარი ამ შემთხვევაში იყენებს ტერმინს „აღწერილობითს“ და „შეფასებითს“. ადგილის შესახებ იმიჯის შემეცნებითი ელემენტი ობიექტური ატრიბუტების ცოდნას წარმოადგენს, მაშინ როდესაც, ემოციური ელემენტი

ტი გულისხმობს ცოდნას მისი ემოციური ღირებულების შესახებ. შემეცნებით და ემოციურ იმიჯებს შორის არსებულ ურთიერთობებს სწავლობდნენ ბალოგუ, მაკ ქლირი და ბელოჯი, რომლებმაც დაასკვნეს, რომ ზოგიერთი ამ სფეროს მკვლევარი იყენებს მიღებული გარე სტიმულების რაოდენობას, რომელიც გავლენას ახდენენ იმიჯის შემეცნებით და არა ემოციურ კომპონენტზე (გუდსაიდი, 2000). აქედან გამომდინარე, იმიჯის შემეცნებითი კომპონენტი იკავებს ჩამრევი როლის ფუნქციას საინფორმაციო წყაროსა და ემოციურ კომპონენტს შორის.

რაც შეეხება ტურისტულ ხედვას, იგი ყალიბდება სათანადო საინფორმაციო წყაროების მეშვეობით და შემდგომ არაპირდაპირ გავლენას ახდენს პოტენციური ტურისტის მიერ აღქმულ ქვეყნის საერთო იმიჯზე. ქვეყნის იმიჯი ორი სახისაა: შიდა იმიჯი (საკუთარი იმიჯი) და გარე იმიჯი (სარკე იმიჯი). ასევეა პროდუქტის იმიჯის კლასიფიკაციის შემთხვევაშიც. ქვეყნის შიდა იმიჯი ნიშნავს, თუ რას ფიქრობენ მოქალაქეები საკუთარი ქვეყნის შესახებ, ხოლო გარე იმიჯი კი ნიშნავს, თუ რას ფიქრობენ ქვეყნის შესახებ უცხო ქვეყნის მოქალაქეები.

მკვლევრები იმიჯის 5 სამომხმარებლო სეგმენტს გამოყოფენ:

1. ქვეყნის მოქალაქეები;
2. ადგილობრივი მეწარმეები;
3. ტურისტები;
4. ხელისუფლების წარმომადგენლები და პარტიები;
5. ეროვნული და საერთაშორისო პროფესიული და სამოქალაქო ორგანიზაციები;

სამომხმარებლო სეგმენტის გამოყენება სამიზნე ჯგუფებად, მოითხოვს და გულისხმობს თითოეულ ჯგუფისთვის კონკრეტული სამუშაო პროგრამის შემუშავებას.

სახელმწიფოს იმიჯი საზოგადოების წარმოდგენებისა და აღქმის ერთიანობას წარმოადგენს, რომელიც მათ კონკრეტული ქვეყნის მიმართ გააჩნიათ. ეს არის წარმოდგენა ამ ქვეყნის ისტორიის, გეოგრაფიის, ხელოვნების, მუსიკის შესახებ, წარმოდგენა თავად კონკრეტული ქვეყნის მოქალაქეებსა თუ მათთვის დამახასიათებელ თვისებებზე. მედია და სანახაობრივი ინდუსტრიაც არის ერთ - ერთი მნიშვნელოვა-

ნი ელემენტი ქვეყნის იმიჯის ფორმირების პროცესში¹. მომხმარებლის რწმენა პროდუქტისა და ქვეყნის შესახებ შეიძლება იყოს აღწერილობითი, ინფორმაციული ან ინდუქციური. ეს შთაბეჭდილებანი იქმნება სხვადასხვა საშუალებების მეშვეობით. აღწერილობითი რწმენა გამოცდილებას ეფუძნება, მაშინ როდესაც ინფორმაციული რწმენა იქმნება გარე წყაროებიდან შემოსული ინფორმაციების მეშვეობით (მედია, მეგობრები). ინდუქციური რწმენა წარმოიშობა კავშირებითი აღქმით ზოგიერთ წარსულ ამბავსა და აწმყოში არსებულ სტიმულებს შორის. ამ პირდაპირი და არაპირდაპირი გამოცდილებების გავლენა ქვეყნის იმიჯის განსაზღვრის მნიშვნელოვანი ფაქტორებია.

ხშირია შემთხვევები, როდესაც იმიჯი ერევათ ხოლმე სტერეოტიპებთან. სტერეოტიპი უფრო ფართო იმიჯია, რომელიც ერთხელ ჩამოყალიბების შემდეგ ძნელად იცვლება. ხშირ შემთხვევაში იგი არის წინასწარ შექმნილი უარყოფითი წარმოდგენა, რომელმაც შესაძლოა გამოიწვიოს კონფლიქტი ხალხთა შორის და დისკრიმინაცია. მისი გაგება პოზიტიური და ნეგატიური განწყობით ხდება, უფრო მეტიც, იმიჯის პროცესი ინდივიდუალურ ხედვაზე გაცილებით მეტია და იგი არ წარმოადგენს მხოლოდ ხალხთა ჯგუფებს.

სამეცნიერო ნაშრომებში ნაკლებად ვაწყდებით ხოლმე ქვეყნის იმიჯის ცნებას, თუმცა უფრო ფართო ყურადღება ეთმობა თავად იმიჯის ტიპების განხილვას. სხვადასხვა ავტორთა დეფინიციებში, აშკარად შეიმჩნევა რამდენიმე ცნების ერთმანეთში არევის ტენდენცია. ძირითადად ჩვენ განვასხვავებთ იმიჯის სამ ცნებას: პროდუქტის იმიჯი PI, ქვეყნის იმიჯი CI და მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯი COO ან COOL. იმიჯის ეს სამი ტიპი მჭიდროდაა ერთმანეთთან დაკავშირებული და ერთმანეთზე პირდაპირ თუ არაპირდაპირ ურთიერთქმედებენ. ამ ცნებათა არევის ფაქტებს ვაწყდებით სხვადასხვა ავტორთა ნაშრომებში, რომლებიც მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯს, იგივე ქვეყნის იმიჯად მოიხსენი-

¹ მაგალითად სანახაობრივი ინდუსტრია აშშ-ში (პოლივუდი) მნიშვნელოვნად ეხმარება ამერიკული იმიჯის ფორმირებას და მისი დამსახურებაა ის ფაქტი, რომ დღეს მას პოზიტიური იმიჯი გააჩნია მსოფლიოში. უნდა აღინიშნოს, რომ ფილმებისა და მედია შეტყობინებების უმრავლესობას ეხმარება და ხელს უწყობს კარგად ორგანიზებული კამპანიები, რომლებმაც მნიშვნელოვნად გააუმჯობესეს ამერიკული იმიჯი. „ამერიკული ოცნების“ საქმიანობის განხორციელებისას იმიჯმეიკერები იზიდავენ სიმდიდრეს, ძალაუფლებას და პრესტიჟს. პრაქტიკაში ზოგიერთი „გზავნილი“ იმ რეალობის გამოხატულებაა, რომელიც აშშ-ში ხდება და რომლის გახმოვანებაც დღეს მედიის დახმარებით ხორციელდება. ყველა ეს გზავნილი წარმოადგენს მნიშვნელოვან ასპექტს ქვეყნის საერთაშორისო ასპარეზზე წარმოსაჩენად.

ებენ. მაგალითად, ბალაბანისი და მუღერი (2001) მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯს განსაზღვრავს, როგორც „მარკეტინგულ კონცეფციას, რომელიც იპყრობს განსხვავებულ მომხმარებელთა ქცევას და რომელიც მიმართულია სხვადასხვა ერებისადმი. ამ განსაზღვრების საპირისპიროდ, მიმაჩნია, რომ მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯი არის პროდუქტის საერთო იმიჯის შემადგენელი ნაწილი, რომელიც ეფუძნება იმას, თუ საიდან შემოდის თავად პროდუქტი. ამგვარად, მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯი სტერეოტიპების შედეგია, რომელიც ემყარება ზოგიერთ პროდუქტს მხოლოდ იმიტომ, რომ იგი წარმოიშობა მოცემული ქვეყნიდან. შესაბამისად, ამ კონტექსტში მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯი დაკავშირებულია პროდუქტთან (სერვისთან), თუმცა ამ მოსაზრების საპირისპიროდ, როთი და რომეო (1992) ქვეყნის იმიჯს განსაზღვრავენ, როგორც მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯს. მათი შეფასებით, ქვეყნის იმიჯი არის პროდუქტის მომხმარებელთა საერთო აღქმა, რომლის მიხედვითაც ცალკეული ქვეყნის იმიჯი ემყარება ამ ქვეყნის პროდუქციისა და მარკეტინგის ძლიერ და სუსტ მხარეებს. ქვეყნის იმიჯი გახლავთ აღწერილობითი, კონკრეტული და ინფორმაციული ასპექტების ერთობლიობა და წარმოდგენა კონკრეტული ქვეყნის შესახებ.

სამწუხაროდ ცოტაა კვლევები, რომელთა მიზანი ქვეყნის იმიჯის გაზომვაა. ერთ-ერთი ყველაზე კორექტული და შედარებით დეტალური კვლევა ჩატარებული იქნა მარტინ იროგლუს (1993) მიერ, რომელმაც განსაზღვრა ქვეყნის იმიჯი, როგორც კონკრეტული, აღწერილობითი და ინფორმაციული მახასიათებლების კომპლექსური წარმოდგენა კონკრეტული ქვეყნის შესახებ. მისი განმარტებით, მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯი სამ განზომილებიანი კონსტრუქციაა, რომელიც შედგება პოლიტიკური, ეკონომიკური და ასევე ტექნოლოგიური განზომილებებისაგან. ამ განზომილებათა გათვალისწინებით, იგი ნათლად ასახავს მომხმარებლის შემეცნებით აღქმებს ქვეყნის შესახებ. წარსულმა კვლევამ აჩვენა, რომ მწარმოებელი ქვეყანა არ არის პროდუქტის ხარისხის შესახებ უბრალოდ შემეცნებითი ასახვა, არამედ იგი ასევე დაკავშირებულია ემოციებთან, იდენტობასთან, ღირსების გრძნობასთან და ავტოგრაფიულ მოგონებებთან.

მრავალი ცნობილი მკვლევარი მიიჩნევს, რომ ქვეყნის იმიჯის კონსტრუქცია შეიცავს:

- შემეცნებით კომპონენტს, რომელიც მოიცავს მომხმარებლის წარმოდგენას ქვეყნის ინდუსტრიულ, ტექნოლოგიურ და ასევე პოლიტიკურ მდგომარეობაზე;
- ემოციური კომპონენტი, რომელიც მომხმარებლისათვის აღწერს ქვეყნის სიმბოლურ და ემოციურ ღირებულებებს;
- კონანტური კომპონენტი, რომელიც ქვეყანასთან მიმართებაში იპყრობს მომხმარებლის სასურველ ინტერაქციას, ქცევას.

ქვეყნის იდენტობის პრიზმა შედგება ფიზიკური (გეოგრაფია, წყაროები, დემოგრაფია), კულტურული (ისტორია, კულტურა, ხელოვნება), პერსონალური (სახელი, დროშა, ცნობილი ადამიანები), ურთიერთმოქმედი (მმართველობებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან), ასახვითი (უცხოელ მომხმარებელთა და სხვათა მიერ კონტროლირებადი იმიჯი) და საერთაშორისო (ხარისხი, რომლითაც ქვეყანა გამოხატავს უცხოელ მოქალაქეთა ფსიქიკას) ელემენტებისაგან. ქვეყნის იმიჯი პირდაპირ დაკავშირებული პროდუქტთან, არამედ უზრუნველყოფს მხოლოდ პროდუქტის შესახებ არაპირდაპირი დასკვნების გაკეთების საფუძველს. ნაგასიმას (Nagashima 1970:3) განმარტებით, მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯი არის „სურათი, რეპუტაცია, სტერეოტიპი, რომელსაც საქმიანი ადამიანი და მომხმარებელი ანიჭებს სპეციფიური ქვეყნის პროდუქციას. ეს იმიჯი არის შექმნილი ისეთი სახის ცვლადებისაგან, როგორიცაა წარმოდგენილი პროდუქტი, ეროვნული მახასიათებლები, ეკონომიკა, პოლიტიკური ბაზა, ისტორია და ტრადიციები. ზემოთ მოყვანილი ნაწილობრივ შეესაბამება ჩვენს ხედვას, ისევე როგორც ზემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორები ზეგავლენას ახდენენ ქვეყნის იმიჯზე და არაპირდაპირ ზემოქმედებენ პროდუქტის იმიჯზე. ეს პროცესი კი შეიძლება ავსხნათ, როგორც იმიჯის გადატანა. ადამიანს აქვს საკუთარი დამოკიდებულება თითოეული ქვეყნის მიმართ და როდესაც იგი მოცემული ქვეყნის პროდუქტს აფასებს, პროდუქციის წარმომავლობა დიდ ზეგავლენას ახდენს პროდუქტის შეფასების შედეგზე. სწორედ ეს ფაქტი მეტყველებს იმაზე, რომ ქვეყნის იმიჯი გავლენას ახდენს პროდუქტის მწარმოებელი ქვეყნის იმიჯზე, რომე-

ლიც პრაქტიკულად ინტეგრირებულია მის საერთო იმიჯში (გერმანელები არიან პუნქტუალურები, აქედან გამომდინარე, მწარმოებელი ქვეყანა წარმოშობს შთაბეჭდილებას, რომ მათ მიერ წარმოებული პროდუქცია განსაკუთრებულად საგულდაგულოდ შექმნილია და ამგვარად ერთიანდება მოცემული პროდუქტის საერთო იმიჯთან). იმიჯის გადატანა, ზემოთ მოყვანილი მაგალითისაგან განსხვავებით, საპირისპირო მიმართულებითაც არის შესაძლებელი და ამის მაგალითად იაპონია შეიძლება მოვიყვანოთ. მიუხედავად იმისა, რომ შესაძლოა იაპონელს საერთოდ არც ვიცნობდეთ, იაპონური პროდუქტის დადებითმა შეფასებამ შეიძლება გავლენა მოახდინოს იაპონელი ხალხის შესახებ არსებულ წარმოდგენაზე.

ქვეყნის იმიჯი, სხვა იმიჯების მსგავსად, არ არის ერთგანზომილებიანი. მკვლევრებმა გამოიკვლეს ზოგიერთი, ხშირად გამოყენებული განზომილებანი, ასევე ყურადღება გაამახვილეს ქვეყნებისა და მათი მოსახლეობის მიმართ დამოკიდებულების განზომილებაზე. პაპადოპულესმა (2000) აღმოაჩინა შემდეგი განზომილება, რომ ინდუსტრიული განვითარება ზეგავლენას ახდენს ინდუსტრიულ ორიენტაციაზე, ბარაკა და მალოტას (1986) მიერ გაკეთებული დასკვნები ეფუძნება უნგრელი ხალხის მაგალითს, რომელმაც კვლევაში შემდეგი განზომილებანი გამოიყენა: შემეცნებითი შეფასება, ემოციური შეფასება, ცოდნა ქვეყნის შესახებ (გამოცდილება) და სახელმწიფოს კავშირები.

სხვადასხვა სახელმწიფოებში მკვეთად არის გამოკვეთილი ნაციონალური მახასიათებლები, მაგალითად, როგორცაა ქართული სტუმართმოყვარეობა და სამზარეულო, გერმანული პუნქტუალობა, შვეიცარული სიზუსტე, ჩინური შრომისმოყვარეობა და სხვ. სახელმწიფოებრივ იმიჯზე მოქმედმა უარყოფითმა ასპექტებმა შეიძლება ხელი შეუშალოს ქვეყანაში დადებითი პროცესების მიმდინარეობას, მაგ: არასტაბილური და ნაკლებად უსაფრთხო ქვეყნის იმიჯი ხელს უშლის ამ ქვეყანაში ინვესტიციებისა და ტურისტების შემოდინებას და ძალიან დიდი შრომა და ძალისხმევაა საჭირო, რომ ასეთმა სახელმწიფომ შეძლოს ნეგატიური იმიჯის დადებითად შეცვლა. სახელმწიფოებრივ იმიჯზე ნეგატიურად მოქმედებს უარყოფითი მოვლენებისადმი მთავრობის უნიათობა და უმოქმედობა. როდესაც ხელისუფლებას არანაირი რეაგირება არა აქვს ქვეყანაში სახელმწიფო ბიუჯეტისა და თანხების არამიზნობრივ გამოყენებაზე, მაღალი თანამდებობის

პირების მიერ განხორციელებულ უკანონო ქმედებებზე, ასეთ შემთხვევაში ბუნებრივია, რომ საზოგადოების რეაქცია უარყოფითია. ასეთ პირობებში ქვეყნის იმიჯი მსოფლიოს თვალში განისაზღვრება იმ ნეგატიური მოვლენების ფონზე, რომელიც ხელს უშლის ქვეყნის ცივილიზებულ სვლას.

დღევანდელ სამყაროში სახელმწიფო იმიჯის მართვა, რომლის მიზანია ძლიერი და პოზიტიური აღქმების განვითარება, მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია, რომელიც ხელისუფლებას საკუთარი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შესანარჩუნებლად შეუძლია გამოიყენოს. ქვეყნის იმიჯის ფორმირების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს არხს კი ტურიზმი წარმოადგენს. გლობალურ, ურთიერთდაკავშირებულ საზოგადოებაში, სახელმწიფოს პოზიტიური ეროვნული იმიჯი მიჩნეული უნდა იქნას, როგორც ღირებული აქტივი დაინტერესებულ მხარეებსა და ფართო აუდიტორიას შორის ურთიერთობებში. დღევანდელ მსოფლიოში სულ უფრო მეტი ერი ცდილობს ხაზი გაუსვავს საკუთარ უნიკალურ და სხვებისაგან გამორჩეულ იმიჯს, რაც მეტოქე სახელმწიფოებისაგან მათი დიფერენცირების საშუალებას იძლევა.

როგორი შეფასებები ეძლეოდათ ათიოდე წლის წინ ყოფილ საბჭოთა კავშირში შემავალ ქვეყნებს საერთაშორისო საინფორმაციო საშუალებების მიერ? ეს ქვეყნები ძირითადად წარმოდგენილნი იყვნენ, როგორც მესამე სამყაროს ქვეყნები. ასეთი სახელმწიფოების შესახებ საინფორმაციო ჩამონათვალში ძირითადად იყო ცნობები ავარიების, მიტინგების, გაფიცვების, ომისა და სოციალურად დაუცველობის შესახებ, რაც ბუნებრივია, რომ ამ სახელმწიფოების უარყოფით იმიჯს ქმნიდა.

პროპაგანდის თეორიიდან ცნობილია, რომ სტერეოტიპური წარმოდგენების შეცვლა პრაქტიკულად შეუძლებელია, რაც არ უნდა ფინანსები მოხმარდეს საინფორმაციო კამპანიას. სიტუაციის გამოსასწორებლად აუცილებელია ახალი მახასიათებლების შექმნა და ამოქმედება. ამერიკის შეერთებული შტატები კოლოსარულ თანხებს ხარჯავს თავისი ქვეყნის ფარგლებს გარეთ პროპაგანდისტული ცენტრების შექმნაზე, რომლებიც პრინციპულად ხასიათდება არა პროპაგანდის, არამედ ურთიერთობებისა და კულტურის ცენტრებად. მსგავსი ცენტრები ხელს უწყობენ ამერიკული ფილმის, ამერიკული წიგნის გავრცელებას.

ამგვარი სახის ღონისძიებები კარგად ფუნქციონირებენ, ვინაიდან ისინი პროპაგანდის სახელით არ მოქმედებენ, არამედ საკუთარ კამპანიას წმინდა საგანმანათლებლო მიზნებით წარმართავენ.

ისევე როგორც საუკეთესო ბრენდს სჭირდება ეფექტური მარკეტინგი, რათა დარჩეს კონკურენტუნარიანი ყველაზე მსხვილ ბაზარზე, სწორედ ასეთივე მნიშვნელოვანია ბრენდინგი ქვეყნისათვის. მარკეტინგულ კვლევებში ქვეყნის იმიჯი მჭიდროდ არის ხოლმე დაკავშირებული სამომხმარებლო პროდუქტთან. თანამედროვე სახელმწიფო იყენებს ზუსტად ისეთივე ბრენდინგს, მარკეტინგულ ტექნოლოგიებს, პიარს, საკონსულტაციო სააგენტოებსა და მედია საშუალებებს, რომელთაც მსხვილი კომპანიები მოიხმარენ. ძირითადი განსხვავება პროდუქტის ბრენდინგსა და ქვეყნის ბრენდინგს შორის ისაა, რომ ეს უკანასკნელი მოიცავს მრავალ დაინტერესებულ სეგმენტს, მათ შორის: ეროვნულ/რეგიონულ/ადგილობრივ ხელისუფლებას, ბიზნეს ორგანიზაციებსა და ხალხს. ბრენდ სახელმწიფო არის გარკვეული სტანდარტების, ღირებულებების, ცხოვრების და სახელმწიფოს შესაძლებლობების სიმბოლო. ქვეყნის ბრენდინგი მეცნიერული კვლევის შედეგებით უფრო ახალი სფეროა, რომელმაც მეცნიერების, პრაქტიკოსებისა თუ პოლიტიკოსების მხრიდან ძალიან დიდი ყურადღება დაიმსახურა. ქვეყნის ბრენდინგის მიზანია, რომ კონკრეტულმა ქვეყანამ შეძლოს საერთაშორისო დონეზე კონკურენცია გაუწიოს მსოფლიოს საინვესტიციო, სავაჭრო, ტურისტულ, სპორტულ აუდიტორიებს, ასევე პოლიტიკურ ურთიერთობებს სხვა სახელმწიფოებთან. ქვეყნის ბრენდინგში მთავარია საკვანძო იდეის შემუშავება, რომელიც გახდება ქვეყნის მთავარი ინდიკატორი, რომლის საკვანძო იდეა მუდამ უნდა ჟღერდეს სლოგანსა და მთავარ მესიჯებში. ქვეყნის ბრენდინგი არის სახელმწიფოს სტრუქტურების, ბიზნესის, მასმედიის მოქმედების შეთანხმებული სისტემატური პროცესი ქვეყნის იმიჯის შექმნისა და განვითარებისათვის. ქვეყნის პოზიტური იმიჯისათვის აუცილებელია შემუშავდეს იდეები, გამოიძებნოს მსოფლიოს ბაზრისათვის უნიკალური შეთავაზებები, გაუმჯობესდეს გარე სამყაროსთან კომუნიკაცია და გაძლიერდეს ქვეყნის დადებითი იდენტიფიკაციის პარამეტრები. ძალიან ბევრი მკვლევარი მიიჩნევს, რომ საგულდაგულოდ შერჩეული ლოგო, ვებ-გვერდი თუ გრაფიზმის ერთი ნაჭერი სრულებით არ არის საკმარისი, იმისათვის, რომ

შეიცვალოს ქვეყნის იმიჯი საზოგადოების თვალში. მისი რეალიზება შესაძლებელია მხოლოდ კონკრეტული ქვეყნის მოსახლეობისა და ორგანიზაციების მიერ საკუთარი ჩამოყალიბებული ქცევისა და რწმენის საშუალებით.

დღევანდელ მსოფლიოში არა მარტო ორგანიზაციების, კომპანიებისა და მათ მიერ მომხმარებლისათვის შეთავაზებული სერვისის ინტერნაციონალიზება ხდება, არამედ დღეს უკვე თავად ქვეყნები ცდილობენ შეიქმნან საკუთარი და სხვა ქვეყნებისაგან განმასხვავებელი იმიჯი. აშშ-ი მთელს მსოფლიოში ცნობილია, როგორც „თავისუფლების ქვეყანა“, ბრიტანეთი კი როგორც „ცივი ბრიტანეთი“. მაინც რატომ შეიძლება სჭირდებოდეს ქვეყანას საკუთარი ორიგინალური და ცნობადი იმიჯი? დღევანდელი ინფორმაციის სიჭარბით გადატვირთულ მსოფლიოში, პოზიტიური იმიჯი აუცილებელი პირობაა ქვეყანაში პირდაპირი ინვესტიციებისა და ტურისტული ნაკადების შემოდინებისათვის და რაღა თქმა უნდა საერთაშორისო ასპარეზზე პოლიტიკური გავლენის მოსახდენად. დღეს ინდივიდები, ფირმები, ქალაქები, რეგიონები, ქვეყნები და თითქმის საზოგადოების ყველა პროფესიული სექტორი აქტიურად იყენებს ბაზარზე აგრესიული გაყიდვების ტექნიკას. სწორედ ამიტომ, ყველა სახელმწიფოს ქმედითუნარიანობა მიმართულია მხოლოდ ერთი მიზნის უზრუნველსაყოფად - დარჩეს იგი კონკურენტუნარიანი ქვეყანა გლობალურ სამყაროში. შესაბამისად, არაბრენდირებულ ქვეყანას ძალზედ ნაკლები შანსი რჩება საერთაშორისო პოლიტიკურ სივრცეში პოლიტიკური და ეკონომიკური ნავიგაციისათვის. დღეს იმიჯი და რეპუტაცია გახდა უმთავრესი ნაწილი სახელმწიფოს პოლიტიკური სტრატეგიული მიმართულებების რეალიზებისათვის. ბრენდ პროდუქტების მსგავსად, ბრენდ სახელმწიფოები დამოკიდებულნი არიან მომხმარებლების ნდობასა და მათი დაკმაყოფილების ხარისხზე. სწორედ ანალოგიურად განვიხილავთ პროდუქტს, რომელსაც აღწერთ და მივიჩნევთ მას, როგორც „მეგობრულს“ ე. ი დასაფლეთზე ორიენტირებულს და „სანდოს“ (მოკავშირე), ან „აგრესიულს“ (ექსპანსიონისტს) და (არასაიმედოს).

21-ე საუკუნეში ბრენდირებული პროდუქტის მსგავსად, სახელმწიფოები დამოკიდებულნი ხდებიან მომხმარებლის ნდობსა და მისი დაკმაყოფილების ხარისხზე. დღეს ევროპული პოლიტიკა განიცდის ძალიან მძაფრ ცვლილებებს. ეს არის პოლიტიკური ღანდშაფტის სივრცე, სადაც ისეთი კლასიკური ცნებები, როგორიც არის

სუვერენიტეტი, ძალაუფლების პოლიტიკა და „ეროვნული ინტერესები“ ნელ-ნელა კარგავენ თავიანთ გავლენას ადამიანებში. რას გულისხმობს “თანამედროვე სახელმწიფო”? იგი იყენებს ზუსტად ისეთივე ბრენდინგს, მარკეტინგულ ტექნოლოგიებს, პიარს, საკონსულტაციო სააგენტოებსა და მედია საშუალებებს, რომელთაც მსხვილი კომპანიები მოიხმარენ. თანამედროვე სახელმწიფო საკუთარი თავის, საკუთარი განმასხვავებელი იმიჯის მქონე სახელმწიფოდ აღმოჩენის პროცესშია, რომელიც იცვლის ბუნებას პოლიტიკური თამაშის პროცესში. გვსურს ეს თუ არა, აშშ-ს, ჩინეთის, პოლონეთის, იტალიის და ა.შ ქვეყნების ხსენებისას ჩვენი წარმოდგენა მაშინათვე ასოციაციას იწვევს ქვეყნების იმიჯთა მთელ რიგ სერიასთან. ნებისმიერ ადამიანში აშშ-ს ხსენება თავისუფლებასთან და კეთილდღეობასთან, საფრანგეთის - მოდასა და ხელოვნებასთან, ინგლისის - კონსერვატიზმთან, ხოლო გერმანიის კი პუნქტულობასთან და საიმედოებასთან ასოცირდება. გლობალური მომხმარებლის აზროვნებაში ფაქტიურად ბრენდებისა და სახელმწიფოების ერთმანეთთან შერწყმა ხდება. მაგ. McDonalds და Microsoft-ი არიან აშშ-ს, ხოლო Nokia კი ფინეთის ყველაზე თვალსაჩინო სავიზიტო ბარათი. არც ერთ კონსერვატიულად მოაზროვნე ადამიანს ეჭვიც კი არ ეპარება იმაში, რომ ეს არის რეალურად დადებითი მოვლენა, რადგანაც ახალი ე.წ ბრენდ სახელმწიფო თანდათან დევნის და აძევებს ნაციონალიზმს. ამ დროს ხდება სახელმწიფოს ისტორიული, გეოგრაფიული და მისი ეთნიკური მოტივების გამოყენება, რათა შექმნას საკუთარი, მკაფიო იმიჯი. მსოფლიოს მრავალი წამყვანი ქვეყნის ძალისხმევა მიმართულია საკუთარი პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირებისაკენ, რაც სრულიად ბუნებრივია, რომ ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ აღმავლობასთან ასოცირდება. ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი სექტორია მსოფლიოში. პოზიტიური ტურისტული იმიჯი ხელს უწყობს უცხოური ვალუტის შემოდინებასა და თავისუფალი სამუშაო ადგილების შექმნას ქვეყანაში, რაც ბუნებრივია, რომ ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის მნიშვნელოვან გაუმჯობესებას იწვევს.

ქვეყნის ტურისტული იმიჯის შესწავლისას მკვლევარები ხშირად გამოყოფენ ექვს ცვლადს: ადგილობრივი მცხოვრებლების სტუმართმოყვარეობა, ტურისტული ინფრასტრუქტურა, გარემო, ეკონომიკა, უსაფრთხოება და სექსუალურობა (Pérez-Nebra, 2010; 2007; Beerli and Marti, 2004). მათ აღმოაჩინეს მეექვსე, რელევანტური

ცვლადი “სექსუალურობა”, რადგან ძალიან ხშირად, მასმედიის საშუალებები (ტელევიზია და ბეჭდური მედია) ხშირად განიხილავს, რომ ზოგიერთი ტურისტული დანიშნულების ადგილი ასოცირდება სექსუალურ თავგადასავლებთან. ლეიზენის (Leisen 2001) მიხედვით, პირს შეუძლია შეიქმნას იმიჯი დროთა განმავლობაში სხვადასხვა საინფორმაციო წყაროთა გადამუშავების შედეგად. ჩაუდჰარის (Chaudhary 2000) თანახმად, ტურისტული იმიჯის ფორმირების დროს საინფორმაციო წყაროები შესაძლოა იყოს გაზეთები, ტელეარხები, სამოგზაურო სააგენტოები/ტურ ოპერატორები, უცხოეთში გახსნილი სამოგზაურო ოფისები, მეგობრები და ახლობლები, წიგნები/გიდები და სხვ. იმიჯი, რომელიც ტურისტს ტურისტული ადგილის შესახებ გააჩნია, გაელენას ახდენს ტურისტის გადაწყვეტილებაზე. მიკქერთნი, ბათლერი, და ბენეტი (McCartney, Butler, Bennett 2008) ვარაუდობენ, რომ ქვეყნის იმიჯი შესაძლოა ჩამოყალიბდეს, ან ფაქტობრივი ვიზიტის (ორგანული), ანდა გარედან შემოსული (ინდუქციური) საინფორმაციო წყაროების მეშვეობით, როგორცაა სამაუწყებლო და ბეჭდვითი მედია ან წარმოთქმული სიტყვა (World of mouth). ისინი მიიჩნევენ, რომ ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირება დროში უწყვეტი პროცესია და იმიჯების პროექტირებით წარმოიქმნება (როგორცაა ოფიციალური, ასევე სხვა სახის წყაროები, მაგალითად პირადი სტუმრობის გამოცდილება, მედია ინფორმაციები, პირადი კონტაქტები) ამ წარმოდგენის მიღებამდე ჩამოყალიბებული სამოგზაურო მიზნების მქონე ტურისტების მიერ, ისეთი მედია საშუალებების, რომელთაც შესწევთ ძალა პოტენციურ ტურისტებს მიაწვდინონ ხმა.

§ 1.2. ტურიზმის განვითარების თანამედროვე მდგომარეობის თავისებურებები და ტენდენციები

ტურიზმი წარმოადგენს ინტეგრირებულ სოციალურ-ეკონომიკურ სისტემას, რომელიც მზარდ გავლენას ახდენს მრავალი ქვეყნის ეკონომიკასა და სოციალურ კეთილდღეობაზე. ტურიზმი ამდიდრებს მსოფლიო კულტურას, ამტკიცებს სხვადასხვა ხალხის კავშირებს, ხელს უწყობს ქვეყნების მშვიდობიან განვითარებას და საერთაშორისო კეთილდღეობას. ცნებამ „ტურიზმი“ გაიარა განვითარების გრძელი გზა, შეივსო ახალი ელემენტებით, რის შედეგადაც გავრცელდა მისი მრავალი განმარტება. ტრადიციულად ტურიზმი გაიგივებულა მოგზაურობასთან დასვენებისა და ახალი შთაბეჭდილების მიზნით, ეი უპირატესობა ენიჭება ტურიზმის რეკრეაციულ მნიშვნელობას. მიუხედავად გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის UNWTO-ოს მრავალჯერადი მცდელობისა, დღემდე არ არსებობს ტურიზმის საყოველთაოდ აღიარებული და უნივერსალური განსაზღვრება. საქართველოს კანონის მიხედვით, ტურიზმის განმარტება ბევრად ემთხვევა ტურიზმის საერთაშორისო კონფერენციებისა და გაეროს მიერ ჩამოყალიბებულ ტერმინთა საერთო პარამეტრებს.

მრავალი მეცნიერისა თუ ანალიტიკოსის შეფასებით, ტურიზმს საფუძვლად უდევს შემდეგი ფაქტორები (კაჩანოვი, 2005):

- ეკონომიკურმა ზრდამ და სოციალურმა პროგრესმა გაზარდა არა მხოლოდ საქმიანი მოგზაურობების მასშტაბები, არამედ შემეცნებითი მიზნით მოგზაურობათა მაჩვენებელიც;
- სხვადასხვა სახის სატრანსპორტო საშუალებათა სრულყოფამ იაფი და უფრო ხელმისაწვდომი გახადა მოგზაურობა საზოგადოების ყველა ფენისათვის;
- ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში დაქირავებულ მუშა-მოსამსახურეთა რაოდენობის ზრდამ უზრუნველყო მათი მატერიალურ-კულტურული დონის

ზრდა, ამან განაპირობა მათი მისწრაფება სულიერი და შემეცნებითი ფასეულობებისაკენ;

- შრომის ინტენსიფიკაციამ და მომუშავეთა ხანგრძლივმა მივლინებებმა შესაძლებელი გახადა საფუძვლიანი დასვენების უზრუნველყოფა;
- სახელმწიფოთაშორისი ურთიერთობების განვითარებამ და ქვეყნებს შორის კულტურათა გაცვლამ მიგვიყვანა პიროვნებათშორისი ურთიერთობების გაფართოებასთან, როგორც რეგიონის შიგნით, ასევე რეგიონებს შორისაც;
- მომსახურების სფეროს განვითარებამ სტიმული მისცა ტექნოლოგიურ პროგრესს ტელეკომუნიკაციების სფეროში, გაზარდა სხვადასხვა ქვეყანაში მოგზაურობის ინტერესი;
- შეზღუდვების შემსუბუქება ვალუტის გატანასთან დაკავშირებით, აგრეთვე სავიზო რეჟიმების გამარტივება რიგ ქვეყნებში მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს ტურიზმის განვითარებას..

„საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“ ტურიზმს განმარტავს, როგორც ადამიანის თავისუფალ, ნებაყოფლობით, დროებით გადაადგილებას თავისი საცხოვრებელი ადგილიდან დასვენების, გაჯანსაღების, ისტორიის და კულტურის ძეგლების დათვალიერების ან სხვა მიზნით (საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, 1997).

შვეიცარიელი მკვლევარი კ. კასპარი გვთავაზობს ტურიზმი განისაზღვროს ორი ქვესისტემით:

- ა) ქვესისტემა „ტურიზმის სუბიექტი“ - მომსახურების მომხმარებელი - ადამიანი, მისი მრავალფეროვანი ტურისტული მოთხოვნილებებითა და ქცევის მოტივებით;
- ბ) ქვესისტემა „ტურიზმის ობიექტი“, რომელიც სამი ელემენტისაგან შედგება: ტურისტული ცენტრები, ტურისტული საწარმოები და ორგანიზაციები (სახელმწიფო და არასახელმწიფო), რომლებიც არეგულირებენ ტურიზმის განვითარებას.

ტურისტი – შრომის, ტურისტული პროდუქტის, ან ტურისტული მომსახურების მომხმარებელი; განსაზღვრული ადგილის, დასახლებული პუნქტის ან ქვეყნის დროებითი სტუმარი, განურჩევლად მისი მოქალაქეობისა, ეროვნებისა,

სარწმუნოებისა და სქესისა, რომელიც იმყოფება უცხო ტერიტორიაზე არანაკლებ 24 საათისა და არაუმეტეს 6 თვის განმავლობაში იმყოფება მკურნალობის, შემეცნების ან საქმიანი მიზნით, რომელსაც არა აქვს უფლება ტერიტორიაზე ანაზღაურების მიზნით დასაქმებისა (მეტრეველი 2012, გვ 19).

საქართველოს კანონით „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“ ტურისტის ფიზიკური პირია, რომელიც ნებაყოფლობით მოგზაურობს, დასვენების, გაჯანსაღების, საქმიანი ან სხვა მიზნით, არანაკლებ 24 საათის და არა უმეტეს ერთი წლის ვადით და რომლის მოგზაურობაც არ ანაზღაურდება დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან (საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, 1997). ვფიქრობთ, რომ საქართველოს კანონით ცნება „ტურისტი“ ეთანხმება მტო-ს მიერ შემუშავებულ განსაზღვრებას.

ტერმინ „ტურისტის“ არსი სისტემატურად განიხილებოდა მრავალრიცხოვან სამეცნიერო კონფერენციებსა და შეკრებებზე. გაერთიანებული ერების ტურიზმისა და საერთაშორისო მოგზაურობების 1963 წლის რომის კონფერენციამ, რომელმაც შეიმუშავა ტურისტის ცნების თანამედროვე განსაზღვრება, რომელსაც ეყრდნობა ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციები და მსოფლიოს ქვეყნების უმეტესობა.

რომის კონფერენციამ თავის რეკომენდაციებში მხარი დაუჭირა ცნებას „ვიზიტორი“, რაც ნიშნავს ნებისმიერი ადამიანის გადაადგილებას ქვეყანაში, რომელიც არ წარმოადგენს მის მუდმივ საცხოვრებელ ადგილს, ნებისმიერი, მაგრამ არა სამუშაო მიზნით, რომელიც ანაზღაურებას არ მიიღებს დროებითი ყოფნის ადგილის საფინანსო წყაროებიდან.

„საერთაშორისო მოგზაური“-განისაზღვრება, როგორც ნებისმიერი ადამიანი, რომელიც გადაადგილდება თავისი საცხოვრებელი ქვეყნის ფარგლებს გარეთ მოგზაურობის მიზნით და იყენებს სატრანსპორტო საშუალებებს (თუმცა შესაძლებელია გადაადგილდებოდეს ფეხითაც).

„საერთაშორისო ვიზიტორი“ გულისხმობს ნებისმიერ ადამიანს, რომელიც მოგზაურობს მისი საცხოვრებელი ქვეყნის გარეთ არა უმეტეს 12 თვის განმავლობაში და მისი ვიზიტის მიზანს არ წარმოადგენს ამ (აღნიშნულ) ქვეყანაში ანაზღაურებადი საქმიანობის განხორციელება.

საერთაშორისო ვიზიტორებს მიეკუთვნებიან:

- ტურისტები (დამისტევეთ ვიზიტორები): ვიზიტორები, რომლებიც ერთი დამით მაინც რჩებიან ამ ქვეყანაში კერძო ან საერთო საცხოვრებელში;
- ერთი დღის ვიზიტორი - ვიზიტორი, რომელიც ღამეს არ ათევს ამ ქვეყნის კერძო ან საერთო საცხოვრებელში.

ვიზიტის მიზნის კლასიფიკაცია ჩამომსვლელთა, გამვლელთა და ადგილობრივი ტურიზმისათვის:

1. გაჯანსაღება, არდადეგები, თავისუფალი დროის გატარება
2. მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება
3. პროფესიული და საქმიანი მიზნები
4. მკურნალობა
5. რელიგიური/პილიგრიმოზა
6. სხვა

„ტურიზმის საქმიანობები“-განიმარტება, როგორც ადამიანის საქმიანობა, რომელიც გულისხმობს დასვენების, სამუშაოს ან რაიმე სხვა მიზნით მისი ჩვეული (საცხოვრებელი) ადგილისაგან განსხვავებულ გარემოში გამგზავრებას, გადაბმულად არაუმეტეს ერთი წლის ვადით და მისი ვიზიტის მიზანს არ წარმოადგენს ამ ქვეყანაში ანაზღაურებადი საქმიანობის განხორციელება. ტერმინი „პიროვნების საქმიანობა“ აქ გამოიყენება პირდაპირი მნიშვნელობით და არა როგორც ადამიანის საწარმოო ეკონომიკური საქმიანობა. იმდენად, რამდენადაც ეს საქმიანობა ძლიერ მრავალფეროვანია, ტურიზმის გავლენა შეიძლება მრავალმხრივ იყოს შესწავლილი. მაგალითად მისი გავლენა დასაქმებაზე, გარემოზე, ეკონომიკურ საქმიანობაზე და ა.შ. ტურიზმის მოთხოვნა არ არის მხოლოდ ვიზიტორთა მიხმარება, ის ასევე უნდა შეიცავდეს იმ ერთეულებს, რომელთა გარეშეც ტურიზმის განვითარება შეუძლებელი იქნებოდა:

- ძირითადი ინფრასტრუქტურის არსებობა (ტრანსპორტი, თავშესაფარი და ა.შ.);
- სახელმწიფოს მიერ შესრულებული როლი, რომელიც გამოიხატება სხადასხვა დონეზე ტურიზმის ხელშეწყობის მიზნით გატარებულ მარეგულირებელ ღონისძიებებში.

ტურიზმს დღეისათვის მთელს მსოფლიოში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან ეს არა მხოლოდ პირდაპირი გაგებით იძლევა მნიშვნელოვან

შემოსავალს ქვეყნისათვის, არამედ, იმავდროულად, დამატებით კიდევ არაერთ დადებით შედეგს განაპირობებს, მათ შორის ინფრასტრუქტურულ განვითარებას, ტურიზმის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებული ბიზნესის სხვადასხვა სფეროების განვითარებას და შესაბამისად მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, ქვეყნისათვის დამახასიათებელი და მისი წარმოჩენისათვის სასარგებლო ადგილობრივი კულტურულ-ისტორიული ტრადიციებისა და სახალხო რეწვის შენარჩუნებასა და განვითარებას, არაფორმალური და ფორმალური კავშირების ჩამოყალიბებას სხვა ქვეყნების წარმომადგენლებთან, რაც თავის მხრივ ქვეყანაში ინვესტიციების მოზიდვას აძლიერებს, ქვეყნის იმიჯის გაუმჯობესებას საერთაშორისო არენაზე და მეგობრული, კეთილგანწყობილი მხარდამჭერების რიცხვის პროგრესულ მატებას და ა.შ (კობლაძე, 2012).

გარდა ამისა, ტურიზმი ასევე დიდ როლს ასრულებს სხვადასხვა აღმსარებლობისა და კულტურების ადამიანების ურთიერთობათა გაღრმავებაში. ტურიზმი მიმართულია მსოფლიოს ხალხთა ურთიერთგაგებისა და მშვიდობის დასამყარებლად. ტურიზმი ერთ - ერთი ყველაზე დიდი და სწრაფად მზარდი ინდუსტრიაა მსოფლიოს მასშტაბით. 2012 წელს, ტურიზმის წილმა მსოფლიო მთლიან შიდა პროდუქტში 9% შეადგინა, რაც 6 ტრილიონ დოლარს აღემატება. მოსალოდნელია, რომ ტურიზმის ინდუსტრიის ზრდა გაგრძელდება საშუალოდ 4%-იანი წლიური ზრდის ტემპით და უახლოეს მომავალში მთლიანი შიდა პროდუქტის 10%-ს, ანუ დაახლოებით 9 მილიარდ დოლარს გაუტოლდება (UNWTO Tourism Highlights, 2013). აღნიშნულ სექტორში 260 მილიონზე მეტი ადამიანი მუშაობს, რაც მსოფლიო მასშტაბით დასაქმების 8.7%-ს შეადგენს (World Travel Tourism Council, 2013) მოსალოდნელია, რომ 2022 წლისთვის აღნიშნულ სექტორში შექმნილი სამუშაო ადგილების რაოდენობა 328 მილიონამდე გაიზრდება და ის მთლიანი სამუშაო ადგილების 10%-ს შეადგენს.

მე-2 ცხრილში მოცემულია მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიერ გამოქვეყნებული მონაცემები საერთაშორისო ტურისტების მიერ მსოფლიოს ათი ყველაზე მონახულებადი ქვეყანის შესახებ. ცხრილიდან ჩანს, რომ ათეულში შემავალი ქვეყნების უმრავლესობა ევროპული სახელმწიფოებია. 2000-იანი წლების ბოლოს მსოფლიო ფინანსურმა კრიზისმა ტურიზმზე საგრძნობლად (უარყოფითად)

იმოქმედა. დაცემა დაიწყო 2008 წლის ივნისში და ამავე წელს საერთაშორისო ტურისტული ჩასვლების რიცხვმა 2%-ით იკლო. ნეგატიური ტენდენცია კიდევ უფრო ინტენსიური გახდა 2009 წელს, რადგან ბევრ ქვეყანაში იფეთქა H1N1 ვირუსმა, რასაც საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის 4%-იანი კლება მოჰყვა და აღნიშნულმა ზარალმა დაახლოებით 880 მილიონი შეადგინა, შესაბამისად, მიღებული შემოსავლები 6%-ით შემცირდა.

ქვეყნების, ანუ მსოფლიოს ყველაზე პოპულარული ტურისტული ცენტრების, რიგითობის დადგენა შესაძლებელია ტურისტთა შემოსვლების რაოდენობით და მათგან მიღებული შემოსავლებით. ორივე მონაცემების მიხედვით, მსოფლიოში ლიდერობს საფრანგეთი, აშშ და ესპანეთი. ამავე დროს აშშ-ს უკავია პირველი ადგილი შემოსავლების, მაგრამ მე-2 ადგილი შემოსვლების რაოდენობის მიხედვით, საფრანგეთი კი კვლავაც ლიდერია ტურისტთა შემოსვლების მიხედვით, თუმცა მესამე პოზიციას იკავებს შემოსავლების მხრივ. ცხრილიდან გარკვევით ჩანს, რომ 2013 წელს ვიზიტორების რაოდენობა 3.5%-ით შემცირდა ჩინეთში, იგივე შეიძლება ითქვას დიდ ბრიტანეთზეც, სადაც საერთაშორისო ვიზიტორების რიცხვი 0.1%-ით შემცირდა გასულ წელთან შედარებით (იხ. ცხრილი 2).

ცხრილი 2

საერთაშორისო მოგზაურების მიერ ყველაზე მონახულებადი ქვეყნების ათეული

	ქვეყანა	რეგიონალური ბაზარი	2013 მილ	2012	2012 წლის ცვლილება 2013-თან შედარებით	2011 წლის ცვლილება 2012 თან შედარებით
1	საფრანგეთი	ევროპა	-	83.0	-	1.8
2	აშშ	ჩრდ. აშშ	69,8	66.7	4.7	6.3
3	ესპანეთი	ევროპა	60.7	57.5	5.6	2.3
4	ჩინეთი	აზია	55.7	57.7	3.5	0.3
5	იტალია	ევროპა	47.7	46.4	2.9	0.5
6	თურქეთი	ევროპა	37.8	35.7	5.9	3.0
7	გერმანია	ევროპა	31.5	30.4	3.7	7.3
8	დიდი ბრიტანეთი	ევროპა	31.2	29.3	29.3	0.1

9	რუსეთი	ევროპა	28.4	25.7	10.2	13.5
19	ტაილანდი	აზია	26.5	22.4	18.8	16.2

წყარო UNWTO Tourism Highlight 2012-13 Edition

წინა წლებთან შედარებით, 2012-13 წლებში მოწინავე ტურისტული ცენტრების რიგითობა თითქმის უცვლელი იყო. ერთადერთი ცვლილება შემოსავლების მიხედვით იყო ის, რომ 2011 წელს მე-6 პოზიციაზე მყოფი გერმანიის ადგილი (38.8) ტაილანდმა დაიკავა და ამჯერად გერმანიამ მე-5 პოზიციაზე გადაინაცვლა. გარდა ამისა, 2009 წლიდან შემოსავლების მხრივ ჩინეთი მე-4 პოზიციაზე გადადის და იგი დღემდე ინარჩუნებს ამ მდგომარეობას და კვლავაც აგრძელებს 13%-იან წლიურ ზრდას, რომელიც ლიდერ ქვეყნად რჩება აზიასა და წყნარი ოკეანის რეგიონში (მეტრეველი, 2011).

ცხრილი 3.

შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან

	ქვეყანა	რეგიონალური ბაზარი	2013 წ. (მლრდ დოლარი)	2012წ.	2012/2013 ცვლილება (%)	2011/2012 ცვლილება (%)
1	აშშ	ჩრდ. აშშ	139.6	126.2	10.6	9.2
2	ესპანეთი	ევროპა	60.4	56.3	7.4	6.3
3	საფრანგეთი	ევროპა	56.1	53.6	4.8	2.2
4	ჩინეთი	აზია	51.7	50.0	3.3	3.2
5	იტალია	ევროპა	43.9	41.2	6.6	4.2
6	ტაილანდი	აზია	42.1	33.8	24.4	24.4
7	გერმანია	ევროპა	41.2	38.1	8.1	1.9
8	დიდი ბრიტანეთი	ევროპა	40.6	36.2	12.1	3.3
9	ავსტრალია	ოკეანეთი	30.9	31.7	2.8	4.5
10	თურქეთი	ევროპა	27.9	25.3	6.8	2.4

წყარო UNWTO, Tourism Highlights/ 2013 Edition

2011 წელი ტურიზმის ინდუსტრიისათვის ერთ-ერთი ყველაზე რთული პერიოდი იყო. მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭოს (World Travel and Tourism Council) კვლევების თანახმად, მიუხედავად ეკონომიკური თუ პოლიტიკური არასტაბილურობისა და ბუნებრივი კატაკლიზმებისა, ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში 3%-ით გაიზარდა და 2 ტრილიონი დოლარი შეადგინა (მეტრეველი, 2011), შედგება შეიქმნა 1.2 მილიონი ახალი სამუშაო ადგილი, ამასთან, ვიზიტორების ექსპორტი 3%-ით, 1.2 ტრილიონ დოლარამდე გაიზარდა. ანალოგიური ზრდის ტემპი დაფიქსირდა ინვესტიციების კუთხით და 0.7 ტრილიონი დოლარი შეადგინა. არასტაბილური მაკროეკონომიკური გარემოს მიუხედავად, კვლევები აჩვენებს, რომ მსოფლიო ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში ზრდას მომავალშიც განაგრძობს, მოიმატებს აგრეთვე სამუშაო ადგილების რაოდენობაც. კვლევების თანახმად, აღნიშნული ზრდა არა მხოლოდ დიდ განვითარებად ქვეყნებში (ბრაზილია, რუსეთი, ინდოეთი, ჩინეთი) დაფიქსირდება, არამედ მთელს ჩრდილო აფრიკასა და ლათინურ ამერიკაში. საერთაშორისო ვაჭრობის ზრდა, განსაკუთრებით განვითარებადი ქვეყნების ბაზრებზე, ბიზნეს მოგზაურობაზე მოთხოვნის ზრდას გამოიწვევს. ამავე კვლევებზე დაყრდნობით, ტურიზმის პირდაპირი კონტრიბუციის ზრდა მთლიან შიდა პროდუქტში 2012 წელს სტაბილურად 3% იქნება. გარდა ამისა, წლის განმავლობაში სექტორი დაახლოებით 2 მილიონ ახალ სამუშაო ადგილს შექმნის, ვიზიტორების ექსპორტი 2%-ით, ხოლო ინვესტიციები 3.5%-ით გაიზრდება.

საქართველოს ხელისუფლება აქტიურად ცდილობს ხელი შეუწყოს ტურიზმის სექტორის განვითარებას. სტატისტიკური მონაცემების მიხედვით, 2013 წელს ჩვენი ქვეყნის ტურიზმის სექტორის მდგომარეობა მზარდია და საქართველოში საერთაშორისო შემოსვლების რაოდენობა 22%-ით გაიზარდა და ხუთ მილიონს გადააჭარბა. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციას ტურიზმის სექტორში ზრდის ტემპი შეუმჩნეველი არ დარჩენია და ორგანიზაციის ანგარიშის (UNWTO World Tourism Barometer, 2013) თანახმად, საქართველოში საერთაშორისო შემოსვლების ზრდა ევროპის ყველაზე მაღალ პროცენტთან მატებად შეაფასა.

საქართველოს ტურისტული იმიჯის ფორმირების ძირითადი კომპონენტები

§ 2.1. საქართველოს ტურისტული იმიჯის ფორმირების ძირითადი ფაქტორები

პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირება მრავალი წამყვანი სახელმწიფოს პოლიტიკური პრიორიტეტია. ცნობილია, რომ ტურისტული ინდუსტრია ეკონომიკის ერთ-ერთ უმსხვილეს, მაღალშემოსავლიან და უაღრესად დინამიურ სფეროს წარმოადგენს, რომელიც დიდ გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე. რაც შეეხება საქართველოს, ტურიზმი ეკონომიკის აღორძინების ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებად მჩინეული. აღნიშნული სექტორის განვითარებას ამა თუ იმ სახელმწიფოში დიდწილად განაპირობებს მისი შიდა სტაბილურობა, უსაფრთხო გარემო და ეკონომიკური განვითარების შესაბამისი დონე. ტურიზმის ინდუსტრიას შეუძლია ხელი შეუწყოს საქართველოს სტაბილურობასა და უსაფრთხოებას, სამუშაო ადგილების შექმნის, შემოსავლების ზრდის, ეკონომიკის დივერსიფიკაციის, გარემოს დაცვისა და კულტურათა დაახლოების გზით.

ტურისტული იმიჯის ფორმირება და მისი ცვლილება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებულია სახელმწიფო იმიჯის ცვლილებაზე. უსაფრთხო და მიმზიდველი სახელმწიფო იმიჯი იზიდავს მეტ ტურისტს ქვეყანაში. დღევანდელ მსოფლიოში, რომელშიც მრავლად არის სხვადასხვა სახის ბუნებრივი თუ ადამიანის მიერ გამოწვეული საფრთხეები, დღევანდელი ტურისტი ბევრად უფრო გათვითცნობიერებული და ინფორმირებულია მათ შესახებ და შესაბამისად, გამგზავრების წინ არჩევანს მისთვის უსაფრთხო და მიმზიდველი იმიჯის მქონე ქვეყანაზე აკეთებს.

შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოს ტურისტული იმიჯი ფორმირდება სამი ძირითადი კომპონენტისაგან:

- უცხოურ ოფიციალურ ვებ-საიტებზე მოცემული ინფორმაციები საქართველოში არსებული ვითარების შესახებ;

- საქართველოში ნამყოფი უცხოელების მიერ თავიანთი შთაბეჭდილებების გადმოცემა სოციალურ ქსელებში;

- საქართველოს სახელმწიფოს მიერ განხორციელებული სარეკლამო კამპანია ქვეყანაში უცხოელი ტურისტების მოსაზიდად.

უცხოურ ოფიციალურ ვებ-საიტებზე ძირითადად მოცემულია გამაფრთხილებელი ხასიათის ინფორმაციები ქვეყანაში არსებული ვითარების შესახებ უსაფრთხოების კუთხით, ჩამოთვლილია ის ფაქტორები, რომლებმაც საქართველოში ჩამოსულ უცხოელ ვიზიტორებს შესაძლოა პრობლემები შეუქმნას. ცხადია, რაც უფრო ნაკლებია ასეთი სახის ინფორმაციები, მით უფრო მიმზიდველი და პოზიტიურია ქვეყანა ტურისტებისათვის მოგზაურობის თვალსაზრისით.

საქართველოში ნამყოფი ტურისტები ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წყაროა. ქვეყანაში ტურისტების ნაკადის ზრდასთან ერთად აღნიშნული კომპონენტის მნიშვნელობა ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირების საკითხში სულ უფრო და უფრო იზრდება.

საქართველოში ნამყოფი ტურისტები თავიანთ შთაბეჭდილებებზე საუბრობენ ნაცნობ-მეგობრებთან და რაც მთავარია, სოციალურ ქსელებში ღიად განიხილავენ კონკრეტულ ქვეყანაში მიღებულ შთაბეჭდილებებს, მათი შთაბეჭდილებები შეიცავს როგორც პოზიტიურ, ისე ნეგატიურ ინფორმაციას ქვეყნის შესახებ. ფაქტობრივად, ესაა პრაქტიკული შემოწმება იმ ინფორმაციისა, რასაც ოფიციალური უწყებები ავრცელებენ ქვეყნის შესახებ, ისინი აღნიშნულ ინფორმაციას ავსებენ, ადასტურებენ ან უარყოფენ თავიანთი მონათხრობით.

აღსანიშნავია, რომ თუ ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციები ძნელად იცვლება, ქვეყანაში ჩამოსულ ტურისტთა შთაბეჭდილებები ბევრად უფრო დინამიურია. ამ გზით როგორც პოზიტიური, ისე ნეგატიური ინფორმაცია უფრო ადვილად ვრცელდება ქვეყნის ფარგლებს გარეთ და აღწევს საქართველოში ჩამოსვლის მსურველებამდე.

ნაშრომზე მუშაობისას შევისწავლე 1995 - 2001 წლებში დასავლურ პრესაში რიგი გამოცემებში გამოქვეყნებული (Le monde, Le Temps, The Times, The Washigton

Post, le Monde Diplomatique), 50 სტატია, რომელთა ანალიზის საფუძველზე წარმოჩნდა, რომ ამ პერიოდის საქართველოს იმიჯი მრავალი ნეგატიური შტრიხით ხასიათდებოდა. მაინც როგორი იყო საქართველოს სახელმწიფოებრივი იმიჯი, როგორი გახლდათ ის საერთაშორისო ინფორმაციული ნაკადი, რომელშიც ჩვენი ქვეყნის ცხოვრება აისახებოდა? საქართველო წარმოდგენილი იყო, როგორც განვითარების გზაზე მყოფი, პოსტსაბჭოთა სახელმწიფო, საიდანაც ძირითადად ნეგატიური შინაარსის მქონე საინფორმაციო სიგნალები მოდიოდა: დაკარგული ტერიტორიები, სამხედრო გადატრიალება, სამოქალაქო ომი, ეთნიკური კონფლიქტები, ომი აფხაზეთსა და ცხინვალის რეგიონში, პოლიტიკური არასტაბილურობა, გაყინული ეკონომიკა, სოციალურად შეჭირვებული მოსახლეობის რაოდენობის ზრდა, მიგრაციის დიდი ინტენსივობა, ევროპის ქვეყნებში არალეგალურად მცხოვრები ქართველები, რომლებიც ხშირად კრიმინალთან ასოცირდებოდნენ საკუთარი ქვეყნის ცუდ „იმიჯმეიკერებადაც“ გვევლინებოდნენ. ყოველივე ზემოაღნიშნული საქართველოს საკმაოდ უარყოფით იმიჯს უქმნიდა მსოფლიოს თვალში. ამ მოვლენებმა მნიშვნელოვნად დააზიანა და შეაფერხა საქართველოს პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირება. ამ პერიოდით დათარიღებული მოძიებული მასალებისა და სტატიების სათაურებიდან ცხადი ხდება, თუ რა ინფორმაციული ფონი გასდევდა ქვეყანაში განვითარებულ მოვლენებს და როგორი შეფასება ეძლეოდა მათ უცხოელი ჟურნალისტების, ექსპერტებისა და სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლების მიერ. “თბილისში მოკლული იქნა ოპოზიციის ლიდერი”, “საბერძნეთის საელჩოს ატაშე თბილისში ჩაცხრილეს,” (Nougayrede 1998, p.3), ”საქართველო ეროვნული უმცირესობების პირისპირ”, (Cheterian, 1998, p.5), სწორედ მსგავსი შინაარსის სტატიები იბეჭდებოდა საქართველოს შესახებ იმ დროინდელ დასავლურ პრესაში.

საქართველო მუდმივად იმყოფებოდა საერთაშორისო საზოგადოების ყურადღების ცენტრში აფხაზეთის, ცხინვალის რეგიონის, კოდორისა და პანკისის ხეობაში არსებული პრობლემებით. საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ, საქართველო ჩამოყალიბებას იწყებს, როგორც დამოუკიდებელი სუვერენული სახელმწიფო, თუმცა ეს პროცესი საკმაოდ რთულად და მტკივნეულად მიმდინარეობდა. გარდა ობიექტური მიზეზებისა, ადგილი ჰქონდა რუსეთის მიერ

ინსპირირებულ მოვლენებს, რომლებიც მიმართული იყო საქართველოს სახელმწიფოებრიობისა და ტერიტორიული მთლიანობის წინააღმდეგ, რაც გამოიხატა აფხაზეთისა და ე.წ სამხრეთ ოსეთის ტერიტორიებზე სეპარატიზმის ხელშეწყობით. ყოველივე ზემოაღნიშნულმა მოვლენებმა მნიშვნელოვნად დააზიანა და შეაფერხა საქართველოს პოზიტიური იმიჯის ჩამოყალიბება.

1990-იანი წლებიდან დაწყებული, უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების საგარეო საქმეთა სამინისტროების საიტებზე განთავსებული ინფორმაციები საქართველოში არსებული უსაფრთხოების მდგომარეობის შესახებ წლების განმავლობაში შინაარსობრივად თითქმის იდენტური იყო: „ქვეყანა, სადაც თავისუფალი გადაადგილება, სეირნობა, სამკაულების გაკეთება საშიშია“ და საკუთარ მოქალაქეებს ურჩევდნენ, ყოველი შემთხვევისათვის, ვიზიტისაგან თავი შეეკავებიათ. ისინი ასეთ რჩევას უცხოელების მიმართ ჩადენილი კრიმინალური შემთხვევებით ხსნიდნენ.

ამგვარი რეკომენდაციები ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე წლების განმავლობაში უცვლელად იყო წარმოდგენილი და იმ პერიოდში ქვეყნის ხელისუფლებაში მყოფ პირებს ბევრი არაფრის გაკეთება არ უცდიათ ვითარების შესაცვლელად, მიუხედავად იმისა, რომ გადაიდგა პირველი ნაბიჯები ტურიზმის განსავითარებლად.

2003 წელს ხელისუფლების შეცვლის შემდეგად, საქართველო უწინდებურად ტურისტებისთვის “საშიშ ქვეყანად” რჩებოდა და ამის შესახებ ინფორმაციის მიღება ნებისმიერ უცხოელს შეეძლო, საკუთარი ქვეყნის საგარეო საქმეთა სამინისტროს საიტიდან. რაც შეეხება აღნიშნულ საიტებზე განთავსებულ ინფორმაციებთან დაკავშირებით საგარეო უწყებების პოზიციას, ისინი აცხადებდნენ, რომ ეს იყო მათი მიმართვა საკუთარი მოქალაქეების მიმართ, რომელიც მას შემდეგ გაჩნდა, რაც საქართველოში უცხოელებზე ნამდვილი „ნადირობა“ დაიწყო.

2005 წელს საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ვებ-გვერდზე დაიდო ყველაზე საშიში და ტურისტებისათვის „აკრძალული ქვეყნების სია“, რომელშიც ავღანეთთან, ირანთან და ეკვადორთან ერთად საქართველოც შედიოდა, თუმცა “საშიში ქვეყნების” ჩამონათვალიდან საქართველო 2006 წელს იქნა ამოღებული.

წარმატებული იმიჯის ფორმირების აუცილებლობა საქართველოს წინაშე განსაკუთრებით მაშინ წარმოიშვა, როდესაც დღის წესრიგში დადგა ევროპულ და ჩრდილო-ატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაციის საკითხი. ამ ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობის განსახორციელებლად მოცემული ქვეყნები იმ მოთხოვნებს უნდა აკმაყოფილებდნენ, რომლებსაც ეს ორგანიზაციები უპირობოდ უყენებენ მათი წევრობის მსურველ ქვეყნებს.

2000-იანი წლებიდან, საქართველოში მიღწეული სტაბილიზაციის, კერძო საკუთრების ლეგალიზაციის, საერთაშორისო კავშირების შესამჩნევი გაძლიერების და საქართველოს რამდენიმე მსხვილ პროექტში ჩართვის შემდეგ, საქართველოს მიმართ საერთაშორისო საზოგადოების ინტერესი მნიშვნელოვნად გაიზარდა.

2003 წელს საქართველო კვლავ მოექცა საერთაშორისო საზოგადოების ყურადღების ცენტრში, ხოლო სააკაშვილის ხელისუფლებამ ტურიზმი ქვეყნის სახელმწიფო პოლიტიკის პრიორიტეტად გამოაცხადა. “ვარდების რევოლუცია” აღმოჩნდა ის მოვლენა, რომლის შემდგომაც დასავლურ მედიაში ფაქტიურად იწყება, საქართველოს, როგორც დემოკრატიის გზაზე მდგომი სახელმწიფოს იმიჯის ფორმირება. ფაქტობრივად სწორედ ამ მოვლენის შედეგად გაიცნო ახალი სახით მსოფლიომ სამხრეთ კავკასიაში მდებარე პატარა, პოსტ-საბჭოთა სახელმწიფო.

§ 2. 2. უცხოეთის საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე საქართველოს შესახებ გავრცელებულ ინფორმაციათა დინამიკა 2006-2014 წლებში

დასავლეთის სახელმწიფოებიდან საქართველოს შესახებ ტურისტებისათვის განკუთვნილი ინფორმაციები განთავსებულია: ამერიკის შეერთებული შტატების, კანადის, გაერთიანებული სამეფოს, საფრანგეთის, ავსტრალიის, შვეიცარიის კონფედერაციის, გერმანიის ფედერაციული რესპუბლიკის, ირლანდიისა და ბელგიის საგარეო საქმეთა სამინისტროების ვებ-გვერდებზე (ინტერნეტ წყარო N73, N111, N35, N87, N56, N57, N69).

ჩვენს მიერ შესწავლილი საგარეო უწყებების ოფიციალურ ვებ-საიტებზე, მოგზაურთათვის შექმნილია სპეციალური გვერდი, რომელიც იუწყება, რომ მათ მიერ განთავსებული ინფორმაციები სანდო და უტყუარ წყაროებს ეფუძნება და მათი განახლება რეგულარულ ხასიათს ატარებს.

აღნიშნულ ვებ-გვერდზე სასურველი ქვეყნის მოძიება ანბანური კატალოგით მარტივად შესაძლებელი. მოგზაურთათვის განთავსებული ინფორმაციები შემდეგ თემატიკად იყოფა: ქვეყნის ზოგადი დახასიათება, უსაფრთხოების მდგომარეობა ქვეყანაში, უსაფრთხოება საქართველოს კონფლიქტურ და სასაზღვრო რეგიონებში, ბუნებრივი რისკები, სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა, ჯანდაცვა ა.შ. ასევე ცალკე თემად არის განხილული ქვეყნის განსაკუთრებული სამართლებრივი დებულებები და კულტურული თავისებურებანი.

ჩვენი ქვეყნის საერთაშორისო ტურისტული იმიჯის შესასწავლად ოფიციალური საგარეო უწყებების საიტებზე განთავსებულ მასალებს 2006 წლიდან ვაკვირდები. საინტერესო იყო იმის გარკვევა, მსოფლიოს რომელი სახელმწიფოები ავრცელებენ აღნიშნული სახის ინფორმაციებს საქართველოს შესახებ, როგორი შინაარსის შემცველი იყო და არის აღნიშნული ინფორმაციები და როგორია მათი განახლების დინამიკა 2006 წლიდან დღემდე. აღნიშნული მასალის შესწავლა საშუალებას გვაძლევს თვალი გავადევნოთ თუ როგორ იცვლებოდა საქართველოს ტურისტული იმიჯი.

ა) უსაფრთხოების მდგომარეობა ქვეყანაში

2006 წელს შვეიცარიის საგარეო საქმეთა ფედერალური დეპარტამენტი, ისევე როგორც კანადისა და დიდი ბრიტანეთის გაერთიანებული სამეფოს საგარეო უწყებები საკუთარ ვებ-გვერდებზე საქართველოში არსებული უსაფრთხოების მდგომარეობის მეტად მძიმე სურათს იძლეოდნენ. მათი შეფასებით, ქვეყანაში შეიმჩნეოდა კრიმინალის მანქანებელის ზრდა, როგორც დედაქალაქში, ასევე ქვეყნის სხვა რეგიონებშიც (ავტომობილის გატაცება, სხვადასხვა სახის ქურდობა, შეიარაღებული თავდასხმები, ადამიანთა გატაცება). ასევე ინტენსიურ ხასიათს ატარებდა უცხოეთის მოქალაქეებზე თავდასხმის შემთხვევები. ქვეყანაში შეიმჩნეოდა ძალადობის, აგრესიის, ქურდობის, სექსუალური ძალადობის, ყაჩაღობისა და ზოგადად კრიმინალის ზრდა, როგორც საჯარო ტრანსპორტში (ავტობუსი, რკინიგზა), ასევე საგზაო დამაკავშირებელ მისასვლელებში (ინტერნეტ წყარო N 57). საიტებზე მოცემული იყო მთელი რიგი რჩევები და რეკომენდაციები, თუ როგორ უნდა მოქცეულიყვნენ მოქალაქეები ასეთი სახის თავდასხმის თავიდან ასაცილებლად (არ ეტარებინათ ძვირფასი სამკაული, თავი აერიდებინათ თბილისში საცხოვრებელი სახლიდან მარტო გასვლისაგან, ესარგებლათ მხოლოდ ოფიციალური წითელი ტაქსებით და რაც მთავარია, არ გაეწიათ წინააღმდეგობა თავდამსხმელისთვის).

2006 წელს ავსტრალიის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის დეპარტამენტმა საქართველო უსაფრთხოების დონის განმსაზღვრელ მესამე გრაფაში მოათავსა (ინტერნეტ წყარო N 35). საგარეო უწყების შეფასებით, საქართველო წარმოადგენდა ქვეყანას, სადაც „საფრთხის მაღალი რისკი“ არსებობდა უცხოელი ვიზიტორებისთვის. მაშინ როდესაც, საქართველოს მეზობელი სახელმწიფოები: სომხეთი და აზერბაიჯანი უსაფრთხოების დონის გათვალისწინებით მეორე პოზიციას იკავებდნენ. ავსტრალიის საგარეო უწყების შეფასებით, აზერბაიჯანი და სომხეთი, ეს ის ქვეყნები იყო, სადაც ვიზიტორებისათვის მხოლოდ ელემენტარული სიფრთხილის დაცვა იყო საჭირო. თუმცა 2011 წელს საქართველომ უსაფრთხოების მდგომარეობის კუთხით მესამედან ერთი პოზიციით წინ გადმოინაცვლა, რაც

ნიშნავს იმას, რომ საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორებს მხოლოდ ნორმალური უსაფრთხოების ზომების დაცვა ესაჭიროებათ.

აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ვებ-გვერდზე 2006 წლიდან დღემდე უცვლელად რჩება ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ აშშ-ს მოქალაქე საქართველოში, როგორც წესი, მდიდრად აღიქმება, რის გამოც, შესაძლებელია ისინი ეკონომიკური დაინტერესების მოტივით ჩადენილი დანაშაულის მსხვერპლნი აღმოჩენილიყვნენ. დაყაჩაღება, ძარცვა, ავტომობილის გატაცება გახლდათ სწორედ იმ დანაშაულის 75%-ი, რის გამოც აშშ-ს მოქალაქეებმა 2006 წელს საქართველოში დახმარების მისაღებად საკუთარ საელჩოს მიმართეს. ნეგატიური შინაარსის შემცველი ინფორმაციები საქართველოში არსებული მძიმე კრიმინოგენური ფონის შესახებ წლების განმავლობაში ფაქტიურად უცვლელად იდო საგარეო უწყებების ვებ-საიტებზე (ინტერნეტ წყარო N111).

კვლევამ აჩვენა, რომ 2009 წლიდან აღნიშნულ ვებ-გვერდებზე განთავსებულმა ინფორმაციებმა მნიშვნელოვანი ტრანსფორმაცია განიცადა და ამ პერიოდიდან იწყება საქართველოს, როგორც საერთაშორისო ვიზიტორებისათვის უსაფრთხო ქვეყნის იმიჯის ფორმირება. ოფიციალური საგარეო უწყებების განცხადებით, უსაფრთხოების მდგომარეობა საქართველოში მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა და ქვეყანაში შემცირდა კრიმინალი. უკვე 2008 წლიდან ვებ-გვერდებზე იდება ინფორმაციები, რომ საქართველოში მათი მოქალაქეების ვიზიტმა უსაფრთხო და მშვიდ ვითარებაში ჩაიარა და რომ, უსაფრთხოების მდგომარეობა მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა საქართველოს ძირითად ნაწილში (ინტერნეტ წყარო N69). ამჯერად ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდებიდან ამოღებული იქნა საკმაოდ ვრცელი უარყოფითი სახის ინფორმაციული მასალები დედაქალაქსა და ასევე ქვეყნის სხვა რეგიონებში გაზრდილი დანაშაულის მაჩვენებლის შესახებ, ასევე ამოღებულია ინფორმაციები საქართველოში უცხოელების მიმართ განხორციელებული ძალადობრივი ქმედებების შესახებ.

საქართველო ტურისტებისათვის უკვე აღარ აღიქმებოდა „საშიშ ქვეყანად“ და მხოლოდ „ნორმალური უსაფრთხოების“ სტანდარტების დაცვაც საკმარისია საქართველოში მყოფი ტურისტისათვის. სავარაუდოდ ამის მიზეზი გახდა 2005-2007

წწ. საქართველოში გატარებული რეფორმები, რაც აისახა ვებ-გვერდებზე განთავსებულ ინფორმაციითა შინაარსზე.

უსაფრთხოების მდგომარეობა ქვეყანაში

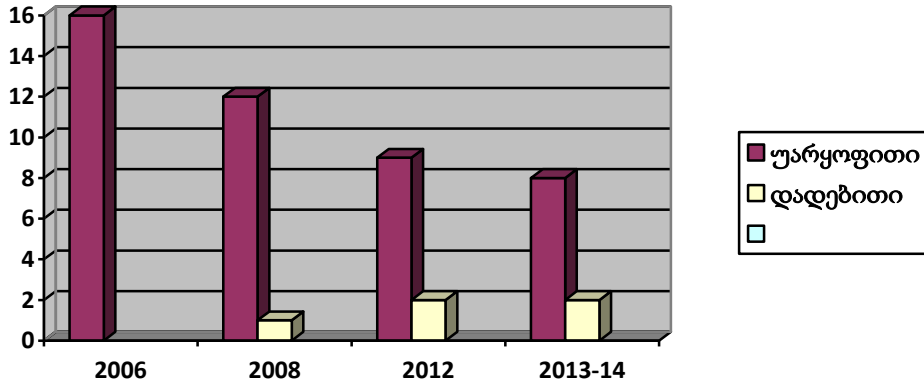
ცხრილი 4.

ქვეყანა	2006	2008	2012	2013-2014
დიდი ბრიტანეთი	<p>1. არსებობს უცხოელთა მიმართ ტერორისტული თავდასხმების რისკი (მოყვანილია 2005 წელს გორში მომხდარი შემთხვევა);</p> <p>2. უცხოელების მიმართ დანაშაული იშვიათობას არ წარმოადგენს ქალაქის ხალხმრავალ ადგილებში.</p> <p>3. ადგილი აქვს წვრილმან ქურდობას, ავტომობილების, საცხოვრებელი სახლების ქურდობასა და დაყენებას, ზოგჯერ შეიარაღებულ თავდასხმას ქვეყნის მასშტაბით.</p> <p>4. მოყვანილია ბრიტანელი ბიზნესმენის გატაცების შემთხვევა.</p> <p>5. განთავსებულია სპეციალური რეკომენდაციები პირადი უსაფრთხოებისათვის</p>	<p>1. ამოღებულია 2005 წელს გორში მომხდარი შემთხვევა</p> <p>1. ამოღებულია ინფორმაცია ბრიტანელი ბიზნესმენის გატაცების შესახებ</p> <p>1. დანაშაულის მანქანებელი უცხოელი ტურისტების მიმართ დაბალია, თუმცა კვლავაც რჩება</p>	ინფორმაცია უცვლელია	თანამოქალაქებს თბილისის ცენტრალურ უბნებში გადაადგილებისას სიფრთხილისაკენ მოუწოდებენ
აშშ	<p>1. კრიმინალის მანქანებელი გაიზარდა, როგორც საქონის დედაქალაქში, ასევე რეგიონებში (ქურდობა, შეიარაღებული თავდასხმა, ადამიანთა გატაცება). სწორად უცხოეთის მოქალაქეები ხდებიან აგრესიის მსხვერპლი</p> <p>2. დაყენდება ძარცვა,</p>	<p>1. ინფორმაცია კრიმინალთან დაკავშირებით უცვლელია</p> <p>2. ასევე უცვლელი რჩება რეკომენდაციებიც</p>	ინფორმაცია უცვლელია	<p>1. საგარეო უწყება მოუწოდებს, გამოიჩინონ ისეთივე სიფრთხილე, როგორც ნებისმიერ დიდ ქალაქში ყოფნისას</p> <p>2. ამოღებულია გამაფრთხილებელი</p>

	<p>ავტომობილის გატაცება გახლავთ იმ დანაშაულის 75%-ი რის გამოც აშშ-ს მოქალაქეებმა საელჩოს მიმართეს.</p> <p>3. აშშ-ის მხარე უსაფრთხოების დაცვის მიზნით შესაბამის რეკომენდაციებს სთავაზობს თანამოქალაქეებს. (რომ იყვნენ ფხიზლად ნებისმიერ დროს, ხშირად შეიცვალონ გადაადგილების დრო, მარშუტი და საცხოვრებელი ადგილი და ა.შ)</p>			რეკომენდაციები
შევიცარია	<p>1. კრიმინალის მანქანებელი გაიზარდა, როგორც საქოს დედაქალაქში, ასევე რეგიონებში, სადაც ხშირად უცხოეთის მოქალაქეები აგრესიის მსხვერპლი ხდებიან.</p> <p>2. გაზრდილი იყო ფიზიკური ძალის გამოყენებით აგრესიის, ქურდობისა და დაყენების შემთხვევები როგორც საჯარო ტრანსპორტში, ასევე საგზაო-დამაკავშირებელ მისადგომებში.</p> <p>3. მოცემული იყო რიგი რეკომენდაციები პირადი უსაფრთხოების დაცვის მიზნით</p>	ინფორმაცია უცვლელია	1. ამოღებულია ინფორმაცია კრიმინალის ზრდასთან და უცხოელთა მიმართ ჩადენილ დანაშაულთან დაკავშირებით	<p>1. კრიმინალი მნიშვნელოვნად შემცირდა საქართველოში, თუმცა მაინც რჩებოდა დანაშაულის შემთხვევები ფიზიკური ძალის გამოყენებით.</p> <p>2. საგარეო უწყების განცხადებით, ადამიანები, რომლებიც საჯაროდ გამოხატავდნენ არატრადიციულ სექსუალურ ორიენტაციას, შესაძლებელი იყო აგრესიის მსხვერპლი აღმოჩენილიყვნენ</p>
საფრანგეთი	1. საქართველოში, ისევე როგორც დედაქალაქში განსაკუთრებული უსაფრთხოების პრობლემა არ იდგა, თუმცა ისეთი სახის დანაშაული, როგორც იყო ძარცვა და ქურდობა ქვეყანაში კვლავაც რჩებოდა.	ინფორმაცია უცვლელია	<p>1. ინფორმაცია უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით უცვლელია</p> <p>2. ამოღებულია რეკომენდაციები პირად უსაფრთხოებასთან</p>	ინფორმაცია უცვლელი რჩება

	2.საგარეო უწყება საქართველოში მყოფ საფრანგეთის მოქალაქეებს სპეციალურ რეკომენდაციებს სთავაზობდა პირადი უსაფრთხოების დაცვის მიზნით		დაკავშირებით	
კანადა	კრიმინალური მდგომარეობა ქვეყანაში საკმაოდ მძიმე იყო, რადგან ისეთი სახის დანაშაულებანი, როგორც იყო დაყენდება, ავტომობილის გატაცება, სექსუალური ძალადობა და ა.შ. რომელთა მსხვერპლი ძირითადად უცხოეთის მოქალაქეები იყვნენ, საკმაოდ მაღალი იყო როგორც დედაქალაქში, ასევე მთელი ქვეყნის მასშტაბით 2.უცხოელი ტურისტების გატაცება რჩებოდა სერიოზულ პრობლემად მთელს საქართველოში.	1.დაემატა ინფორმაცია, რომ კანადელი ტურისტების უმრავლესობის ვიზიტმა საქართველოში უპრობლემოდ ჩაიარა. უსაფრთხოების მდგომარეობა კი გაუმჯობესდა ქვეყნის ძირითად ნაწილში	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია
აგსტრალია	1.საგარეო უწყება საქ-ოში ჩამოსვლის მსურველებს <u>დიდი სიფრთხილისაკენ</u> მოუწოდებდა, რადგან ქვეყნის მასშტაბით, მათ შორის დედაქალაქში უცხოელების მიმართ ისეთი სერიოზული დანაშაულის რისკი არსებობდა, როგორც იყო ადამიანის, ავტომობილის გატაცება, ძარცვა, დაყენდება, სექსუალური ძალადობა და მკვლელობა.	1. ინფორმაცია არ შეცვლილა	1. ამოღებულია ყველა სახის ნეგატიური ინფორმაცია კრიმინალურ მდგომარეობასთან დაკავშირებით და დაემატა: 2. საქართველოში ვიზიტისას მსოლოდ <u>ნორმალური უსაფრთხოების</u> ზომების გამოყენებაა საჭირო	ინფორმაცია უცვლელია

გრაფიკი 5



თუ შევაჯამებთ ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე ქვეყნის უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით წარმოდგენილ ინფორმაციებს, იკვეთება შემდეგი სურათი (იხ. გრაფიკი 5). აღნიშნულ გრაფიკში შეიმჩნევა უფრო ნეგატიური ინფორმაციის კლება, ვიდრე დადებითის ზრდა. დათვლილია კონკრეტული უარყოფითი შინაარსის შემცველი ინფორმაციები და წარმოდგენილია მათი ზრდისა და შემცირების დინამიკა წლების მიხედვით.

ბ) უსაფრთხოება კონფლიქტურ და სასაზღვრო რეგიონებში

საქართველოს ტურისტული იმიჯის ერთ-ერთ სერიოზულ საფრთხეს და შემაფერხებელ ფაქტორს ჩვენი ქვეყნის ოკუპირებული, კონფლიქტური რეგიონები წარმოადგენენ. მათი არსებობა ნეგატიურ გავლენას ახდენს ქვეყნის უსაფრთხოების გარემოზე და შესაძლოა, საქართველოს პოლიტიკური, ეკონომიკური და სოციალური დესტაბილიზაციის მიზეზი აღმოჩნდეს, ამიტომაც სრულიად ბუნებრივია, რომ უცხოური ოფიციალური უწყებები საქართველოს რუქაზე წითელი ფერით აღნიშნავენ ამ რეგიონებს და თანამოქალაქეებს მოუწოდებენ, მათივე უსაფრთხოების ინტერესებიდან გამომდინარე არ გაემგზავრონ აფხაზეთსა და “სამხრეთ ოსეთში”.

უცხოეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროების ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციები საქართველოს კონფლიქტურ რეგიონებში არსებული უსაფრთხოების მდგომარეობასთან დაკავშირებით შინაარსობრივად თითქმის იდენტურია და ბევრად

არ განსხვავდება ერთმანეთისაგან. მაგალითად 2006 წელს შვეიცარიის საგარეო საქმეთა ფედერალური დეპარტამენტი იუწყებოდა, რომ აკრძალულია ნებისმიერი სახის გადაადგილება აფხაზეთის, ე. წ. სამხრეთ ოსეთის და ასევე საქართველო – რესეთის სასაზღვრო ზოლზე, ამ არეალში ადამიანთა გატაცების, დაყაჩაღების და მათ მიმართ განხორციელებული ძალადობისა და აგრესიის ფაქტების სიხშირის გამო. შვეიცარული მხარის ინფორმაციით, ამ რეგიონის სტატუსი საქართველოს შემადგენლობაში მუდმივად დავის საგანი იყო, რადგან აღნიშნული რეგიონი თავს არიდებდა საქართველოს უსაფრთხოების დამცველთა კონტროლს (ინტერნეტ წყარო N 57).

2006 წელს შვეიცარიის, ისევე როგორც საფრანგეთის, კანადის, აშშ-ს, ირლანდიისა და დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე ტურისტებისათვის საქართველოს ე.წ. აკრძალულ ტერიტორიათა ნუსხაში აფხაზეთსა და ე.წ. “სამხრეთ ოსეთთან” ერთად, პანკისის ხეობა და სვანეთიც შედიოდა, თუმცა სვანეთი 2010 წლიდან ამოღებული იქნა. მათი შეფასებით, უსაფრთხოების მდგომარეობა სვანეთში კვლავაც ცვალებადი და მერყევი რჩებოდა, სწორედ ამის გამო აღნიშნულ რეგიონში სტუმრობისას ტურისტებს მხოლოდ ჯგუფური, ორგანიზებული ტურის ფარგლებში ადგილობრივ გიდთან ერთად გადაადგილებას ურჩევდნენ. აღნიშნული ინფორმაციები კონფლიქტურ რეგიონებში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ფაქტობრივად უცვლელად რჩება ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე.

შვეიცარიის საგარეო უწყების განცხადებით, საქართველოს ზოგიერთ რეგიონში, ქართულ და რუსულ სამხედრო ძალებს შორის დაპირისპირების გამო, კვლავაც რჩებიან ევროპელი დამკვირვებლები, რომლებიც კონტროლს უწევენ რეგიონში არსებულ მდგომარეობას.

2006 წელს კანადის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის სამინისტროს ვებ-გვერდი შესაბამისი გაფრთხილებებითა და რეკომენდაციებით იწყებოდა, კერძოდ კი 2005 წლის პირველ თებერვალს გორში მომხდარი ინციდენტით, როდესაც დანაღმული ავტომობილის აფეთქებამ ოთხი ადამიანის სიცოცხლე შეიწირა. ოფიციალური კანადის განცხადებით, 2000 ქართველი ჯარისკაცის შეყვანამ აფხაზეთის რეგიონში ცენტრალურ ხელისუფლების მიერ რეგიონის კონტროლზე აყვანის მიზნით, კიდევ

უფრო გაამწვავა ისედაც დაძაბული პოლიტიკური ვითარება. შეტაკებას, რომელმაც ცხინვალის რეგიონში ქართული და სეპარატისტული ძალები დაუპირისპირა ერთმანეთს, დიდი რაოდენობით მსხვერპლი მოჰყვა (ინტერნეტ წყარო N69). 2004 წლის 20 აგვისტოს ქართულმა ჯარებმა დათმეს თავიანთი პოზიცია, რომლის შემდგომაც სამშვიდობო ძალები იცავენ და აკონტროლებენ რეგიონს.

აღნიშნული ინფორმაცია საიტიდან 2008 წელს ქრება და ჩნდება უსაფრთხოების ახალი გრაფა, რომელშიც საქართველო უსაფრთხოების მდგომარეობის გათვალისწინებით მე-2 გრაფაში იქნა განთავსებული. ეს იმ ფაქტზე მიუთითებდა, რომ საგარეო უწყების შეფასებით, საქართველო იყო ქვეყანა, სადაც ძალიან დიდი სიფრთხილე მართებდათ ტურისტებს, ხოლო ჩვენი ქვეყნის კონფლიქტური რეგიონები კი დღემდე ბოლო გრაფაში რჩება, სადაც ნებისმიერი სახის გადაადგილება აკრძალულია ტურისტებისათვის. საგარეო უწყება ასევე მოუწოდებდა საკუთარ მოქალაქეებს, თავი აერიდებინათ სამეგრელოსათვის, კერძოდ ზუგდიდისა და წალენჯიხისთვის, პანკისის ხეობისა და ასევე გუდაურის ჩრდილოეთით მდებარე საქართველოს სამხედრო გზისთვის.

კანადის, დიდი ბრიტანეთისა და ირლანდიის (ისევე როგორც ყველა დანარჩენი სახელმწიფოების) საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციების განახლება 2008 წელს მომხდარი მოვლენებით დაიწყო, მათი შეფასებით რუსეთთან კონფლიქტის შემდეგ, რომელსაც სერიოზული სამხედრო შეტაკებები მოჰყვა, თუმცა მდგომარეობა საქართველოში სტაბილური იყო (ინტერნეტ წყარო N56). სეპარატისტული რეგიონები კვლავაც რუსული ძალების კონტროლ ქვეშ რჩებოდნენ. დღემდე აკრძალულია საქართველოს ტერიტორიაზე შემოსვლა ე.წ. სამხრეთ ოსეთისა და აფხაზეთის გავლით, რადგან არ ხდება ოფიციალური საზღვრის კონტროლი და სეპარატისტული რეჟიმების „ვიზის“ აღმოჩენის შემთხვევაში, საქართველოს ხელისუფლება აღნიშნულ ფაქტს განიხილავს, საზღვრის უკანონო კვეთად და დაკისრებული სასჯელი ითვალისწინებს 4 წლამდე თავისუფლების აღკვეთას.

2008 წელს საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს ფაქტიურად არანაირი სახის შეფასება და კომენტარი არ გაუკეთებია რუსეთ – საქართველოს აგვისტოს ომის მოვლენების შესახებ, თუმცა საქართველოში უცხოელი

ტურისტებისათვის „აკრძალულ ტერიტორიებს“ 2008 წელს კოდორის ხეობაც დაემატა, სვანეთი კი „შეზღუდული გადაადგილების“ რეგიონთა ნუსხიდან 2010 წელს იქნა ამოღებული (ინტერნეტ წყარო N 87).

სურათი 6



წყარო: რჩევები მოგზაურებს, “საქართველოს რუკა”, საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრო

წითელი ფერი - ოფიციალურად აკრძალულია

ნარინჯისფერი- აკრძალულია, გარდა არააუცილებელი მიზეზებისა

ყვითელი- გაძლიერებული სიფხიზლე

მწვანე- ნორმალური სიფხიზლე

2008 წელს დიდი ბრიტანეთის ოფიციალური უწყების ვებ-გვერდის განახლების შემდეგ, საქართველოს კონფლიქტურ რეგიონებთან მიმართებაში ფაქტიურად არანაირი სახის ცვლილება არ ყოფილა შესული. 2011 წელს კი გაერთიანებული სამეფოს საგარეო და თანამეგობრობის ოფისის საიტზე, ისევე როგორც აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ვებ-გვერდზე ჩნდება ოფიციალური განცხადებები, იმასთან დაკავშირებით, რომ მათი ხელისუფლება არ ცნობს და არ აღიარებს საქართველოს ტერიტორიაზე შექმნილ სეპარატისტული რეჟიმების ცალმხრივ დამოუკიდებლობას, ასევე მათი მოქალაქეების მხრიდან ოკუპირებულ რეგიონებში არსებული საკუთრების შექენის შემთხვევაში, აღნიშნულ ფაქტს შესაძლოა მოჰყოლოდა სერიოზული ფინანსური და სამართლებრივი ექსცესები. უძრავი ქონების შემსყიდველებს ამ რეგიონებში შესაძლოა პასუხი ეგოთ როგორც საქართველოს, ასევე მათივე ქვეყნის კანონმდებლობის წინაშე.

აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტი იუწყება, რომ საქართველოს ტერიტორიაზე შესვლა აკრძალულია რუსეთის მხრიდან და კანონით შესაძლებელია მხოლოდ საქართველოდან, რომლის შემდგომაც მოყვანილია “კანონის ოკუპირებული ტერიტორიების შესახებ” მე-6 მუხლის ა, ბ, გ, დ და ე პუნქტები, რომლებიც მოიცავს ოკუპირებულ ტერიტორიაზე განხორციელებულ ნებისმიერ ეკონომიკურ საქმიანობას, სამხედრო და ორმაგი დანიშნულების პროდუქტის შეტანა-გამოტანას, საჰაერო და საზღვაო მიმოსვლას, სახელმწიფო რესურსებით სარგებლობას, სარკინიგზო მიმოსვლასა და საერთაშორისო საგზაო სატრანსპორტო გადაზიდვას (ინტერნეტ წყარო N111).

აღნიშნული ინფორმაცია კიდევ ერთხელ ადასტურებს დიდი ბრიტანეთისა და აშშ-ს მხარდაჭერას საქართველოს სუვერენიტეტისა და ტერიტორიული მთლიანობისადმი.

რაც შეეხება ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტს, იგი ყველაზე ვრცლად და, ამავე დროს, ამომწურავ ინფორმაციას იძლევა საქართველოში არსებული მდგომარეობის შესახებ. აი რა სახის ინფორმაციას ავრცელებდა 2006 წელს ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი საქართველოს შესახებ:

„1990 წლის სამოქალაქო ომის შედეგად საქართველოს ტერიტორიაზე ორი სეპარატისტული რეგიონი ჩამოყალიბდა, რომელიც ვერ კონტროლდება ცენტრალური ხელისუფლების მიერ. დაძაბულობა რჩება ძალიან მწვავე დე ფაქტო აფხაზეთს, სამხრეთ ოსეთსა და საქართველოს შორის. არასტაბილური პოლიტიკური მდგომარეობის გამო, აღნიშნულ რეგიონებში კრიმინალის მაჩვენებელი კვლავ მაღალია (აღამიანთა გატაცება, დაყაჩაღება და სხვა სახის ძალადობა), შესაბამისად ვითარება აფხაზეთსა და სამხრეთ ოსეთში კვლავ არაპროგნოზირებადი რჩებოდა. თავდასხმები, აღამიანთა გატაცება და სხვა და სხვა სახის დანაშაულებრივი ინციდენტები მუდმივ და უწყვეტ ხასიათს ატარებდა უკანასკნელი წლების განმავლობაში. ხშირად საქართველოს ამ ორ რეგიონში სეპარატისტული რეჟიმების დე ფაქტო "საზღვრის დამცავი პირები" თავიანთ რუს კოლეგებთან ერთად ტურისტებს "ვიზის" შეძენას სთხოვდნენ. თუმცა ამერიკის შეერთებული შტატების მთავრობა არ აღიარებს და არ ცნობს არანაირი სახის

დეფაქტო ხელისუფლების იურისდიქციას საქართველოს ამ რეგიონებში”(ინტერნეტ წყარო N 111).

საქართველოს კონფლიქტურ რეგიონებთან მიმართებაში აღნიშნული ინფორმაციების განახლება და შეცვლა ფაქტიურად 2008 წლის აგვისტოს ომის შემდეგ მოხდა ყველა ოფიციალურ ვებ-გვერდზე. აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის შეფასებით, სერიოზულ სამხედრო დაპირისპირებას ქონდა ადგილი ქართულ ორ სეპარატისტულ რეგიონსა და რუსეთის შერეულ ძალებს შორის 2008 წლის აგვისტოში სამხრეთ ოსეთისა და აფხაზეთის რეგიონების მიმდებარე ტერიტორიებზე, რამაც უდანაშაულო და მშვიდობიანი ადამიანების დიდი მსხვერპლი გამოიწვია, 100 ათასი ადამიანი საკუთარი საცხოვრებელი ადგილებიდან გამოძევებული აღმოჩნდა (ინტერნეტ წყარო N 111). 2008 წლის აგვისტოს კონფლიქტის დროს რუსეთის ფედერაციის შეიარაღებული ძალების მიერ რამდენიმე კვირის განმავლობაში ოკუპირებული იქნა გორის მიმდებარე ტერიტორია. აგვისტოს მოვლენების შემდეგ, ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტის საიტზე განთავსებული ინფორმაცია საქართველოს კონფლიქტურ რეგიონებში არსებულ მდგომარეობასთან მიმართებაში ფაქტიურად უცვლელი რჩება დღემდე. 2011 წელს ოფიციალური უწყების განცხადებით, რუსეთის შეიარაღებული ძალები კვლავ აგრძელებენ საქართველოს ორი სეპარატისტული რეგიონის ოკუპაციას. დაძაბულობა კვლავ მწვავე რჩება სეპარატისტულ რეგიონებსა და საქართველოს ხელისუფლებას შორის (ინტერნეტ წყარო N111).

ეჭვგარეშეა, რომ 2008 წლის ომმა მნიშვნელოვნად გააუარესა უსაფრთხოების გარემო საქართველოში და დიდი დარტყმა მიაყენა საქართველოს სახელმწიფოებრივ იმიჯს, კონფლიქტურ რეგიონებში უკანონოდ განთავსდა რუსეთის ფედერაციის საოკუპაციო ძალები. ამასთან ამ რეგიონებში უაღრესად მაღალია კრიმინალური აქტივობა, რომელიც დამატებითი დესტაბილიზაციის წყაროა.

ასევე საინტერესო აღმოჩნდა რუსეთის როლის შეფასება 2008 წლის აგვისტოს მოვლენებში, ასევე იყო თუ არა რომელიმე ქვეყნის მიერ რუსეთი მოხსენიებულია და წარმოდგენილი, როგორც საქართველოს ტერიტორიების ოკუპანტი ქვეყანა.

აღმოჩნდა, რომ ყველა ოფიციალური საგარეო უწყება აგვისტოს ომის მოვლენების შესახებ ძირითადად მშრალი, ინფორმაციული სახის შეტყობინებით შემოიფარგლებოდა. შეეცადრული მხარის შეფასებით, მხოლოდ შეიარაღებულ დაპირისპირებას ჰქონდა ადგილი ქართულ და რუსულ მხარეებს შორის, ფრანგულ მხარეს არანაირი სახის კომენტარი არ გაუკეთებია და იგი მხოლოდ დაზარალებული ქართული მოსახლეობისათვის ევროპული ქვეყნების მიერ გაწეული ჰუმანიტარული დახმარების ამსახველი ინფორმაციით შემოიფარგლა, კანადის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის სამინისტრო კი მიიჩნევდა, რომ სახმელეთო და საჰაერო დაპირისპირებას ჰქონდა ადგილი ე.წ სამხრეთ ოსეთში, ფოთსა და თბილისის მახლობლად, რომლის შემდეგ 15-16 აგვისტოს მხარეებს შორის ხელი მოეწერა ხელშეკრულებას ცეცხლის შეწყვეტის თაობაზე. გერმანიის საგარეო ურთიერთობათა ბიუროს გვერდზე კი არსად არ ფიგურირებს რუსეთი, არც 2008 წლის ომის მოვლენებში და არც საქართველოს სეპარატისტულ რეგიონებთან მიმართებაში და იგი მხოლოდ ინფორმაციული შეტყობინებით შემოისაზღვრა, რომ გერმანიის რესპუბლიკა იყო პირველი სახელმწიფო, რომელმაც 2008 წლის აგვისტოს ომის დროს ჰუმანიტარული დახმარება გაუწია საქართველოს და რომელიც ასევე არა ერთხელ შეეცადა მედიატორის როლის შესრულება საქართველოსა და სეპარატისტული აფხაზეთის რესპუბლიკას შორის ურთიერთობა დასარეგულირებლად (ინტერნეტ წყარო N 63).

ყველაზე თანმიმდევრული საქართველოს ოკუპირებულ რეგიონებში განვითარებულ მოვლენათა განზოგადებისას ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი და ავსტრალიის საგარეო უწყება აღმოჩნდა, რომელთა შეფასებითაც, საქართველო-რუსეთის 2008 წლის აგვისტოს კონფლიქტის შემდეგ, აღნიშნული ტერიტორიების ოკუპაციას კვლავაც აგრძელებენ რუსული ძალები (ინტერნეტ წყარო N 111). თუმცა 2013 წლის ბოლოს აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ვებ-გვერდზე, საქართველოს მიმართ მხარდაჭერის გამომხატველი აღნიშნული ინფორმაცია ამოღებული იქნა.

2013 წელს დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყების ვებ-გვერდზე დაიღო გამაფრთხილებელი ინფორმაცია ტურისტებისათვის, რომ საქართველო-აზერბაიჯანის საზღვართან, დავით გარეჯის მონასტრის მონახულების დროს

გამოეჩინათ მეტი სიფრთხილე, რადგან საზღვარი აღუნიშნავია. სამწუხაროდ, აღნიშნული რეკომენდაცია რეალობას წარმოადგენს, ვინაიდან მრავალჯერ იქნა გაუღებელი მასმედიის საშუალებებში, რომ არათუ ქართველ მომლოცველებს, არამედ ტურისტებსაც კი არაერთხელ შექმნიათ ზოგიერთ ქართულ მონასტერთან მიახლოების პრობლემა. აღნიშნული ფაქტები არაერთხელ იქნა უარყოფილი ჯერ კიდევ წინა ხელისუფლების კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის მიერ და მსგავსი სახის ინციდენტების მთავარ მიზეზად მხოლოდ ადმინისტრაციულ საზღვარზე ვიზიტორებისათვის ვიზის არქონა სახელდებოდა. ნიკა რურუას განცხადებით, “ეს სამწუხარო რეალობაა, თუმცა ტერიტორიის ეს ნაწილი აზერბაიჯანის საკუთრებაა (დავით გარეჯში პრობლემა უცხოელ ტურისტებს შეექმნათ, 2012). დღეს ეს ტერიტორია გამომდინარე საზღვრის დანაწილებიდან, რომელიც საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ მოხდა, არის აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე, მაგრამ მიმდინარეობს მოლაპარაკებები მათ ხელმძღვანელობასთან, რომ რამენაირად ეს ტერიტორია ხელმისაწვდომი იყოს ყველასთვის საქართველოს მხრიდან.”

უსაფრთხოება კონფლიქტურ და სასაზღვრო რეგიონებში

ქვეყანა	2008	2008	2012	2013-2014
დიდი ბრიტანეთი	აკრძალულია გადაადგილება ე.წ სამხრეთ ოსეთში, აფხაზეთში, პანკისის ხეობასა და სვანეთში	<p>1. უცვლელად რჩება ძველი ინფორმაცია, მაგრამ გაფართოვდა “აკრძალულ ტერიტორიათა” ნუსხა და დაემატა:</p> <p>2. გორის ჩრდილოეთით მდებარე სოფლები და 27-ე გზა (სადაც კვლავაც რჩება პოლიტიკური და სამხედრო დაძაბულობა).</p> <p>2. აკრძალულ ტერიტორიათა ნუსხიდან ამოღებული იქნა სვანეთი.</p> <p>3. ჩნდება ინფორმაცია, რომ აკრძალულია საქში შემოსვლა აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთიდან, (რაც ითვლება სისხლის სამართლის დანაშაულად და ითვალისწინებს 4 წლამდე თავისუფლების აღკვეთას)</p>	უცვლელია 2008 წელს განახლებული ინფორმაცია	1. დაემატა ინფორმაცია, რომ დაეით გარეჯის მონასტერში სტუმრობისას გამოიჩინონ სიფრთხილე საქართველო-აზერბაიჯანის საზღვართან, რადგან აღნიშნული საზღვარი აღუნიშნავია
აშშ	<p>1. აშშ-ს მხარე კრძალავდა აფხაზეთსა და ე.წ სამხრეთ ოსეთში გადაადგილებას, რომელიც ვერ კონტროლდება საქ-ოს ცენტრალური ხელისუფლების მიერ.</p> <p>2. აშშ-ს ხელისუფლება არ აღიარებდა არანაირი სახის დე ფაქტო ხელისუფლების იურისდიქციას საქართველოს ამ რეგიონებში</p>	<p>უცვლელი რჩება ინფორმაცია და დაემატა:</p> <p>2. 2008 წლის აგვისტოში სამხედრო კონფორტაციას ჰქონდა ადგილი ქართულ და შერეულ რუსულ ძალებს შორის ე.წ სამხრეთ ოსეთისა და აფხაზეთის მიმდებარე ტერიტორიებზე, რამაც უდანაშაულო ადამიანთა მსხვერპლი გამოიწვია, ხოლო 100000 ადამიანი იძულებით იქნა გადაადგილებული</p> <p>2. რუსეთის ძალების მიერ ოკუპირებული იქნა აღნიშნული ტერიტორია,</p>	<p>ინფორმაცია უცვლელია და დაემატა:</p> <p>2. აშშ-ს ხელისუფლება, ისევე როგორც თანამეგობრობის უმრავლესობა არ აღიარებს არანაირი სახის დე ფაქტო ხელისუფლების იურისდიქციას საქ-ოს ამ რეგიონებში</p>	<p>ამოღებული იქნა ინფორმაცია საქართველოს ტერიტორიული მთლიანობის მხდაჭერის შესახებ და დაემატა: საქ-ოს კანონი ადგენს, რომ აშშ-ს მოქალაქეებს ამ რეგიონებში შეუძლიათ შესვლა მხოლოდ საქ-ოს მხრიდან და არა რუსეთიდან. საქ-ოს კანონი “ოკუპირებული ტერიტორიების შესახებ” უკანონოდ ხდის შემდეგ</p>

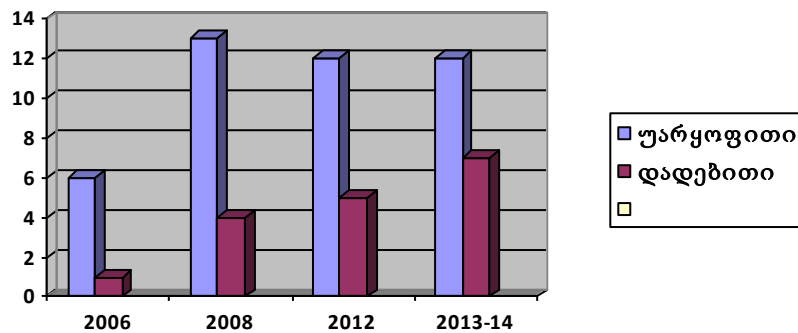
		სადაც კვლავაც არსებობს აუფეთქებელი ნაღმების საშიშროება		<p>ვალდებულებებს:</p> <p>ეკონომიკური საქმიანობის შეზღუდვა ოკუპირებულ ტერიტორიებზე, მუხლების ამონარიდი “საქართველოს კანონიდან ოკუპირებული ტერიტორიების შესახებ.”</p> <p>ნებისმიერი ეკონომიკური საქმიანობა საჭიროებს ლიცენზიის ან ნებართვის მოპოვებას, ანუ ასეთი საქმიანობა საქ-ოს კანონმდებლობის შესაბამისად საჭიროებს შეთანხმებას, ასეთის არარსებობის შემთხვევაში.</p> <p>სამხედრო და ორმაგი დანიშნულების პროდუქციის შეტანა ან გამოტანა</p> <p>საერთ. საჰაერო და საზღვაო მიმოსვლა</p> <p>სარკინიგზო მიმოსვლა და საერ. სატრანსპორტო გადაზიდვა</p> <p>სახელმწიფო რესურსებით სარგებლობა</p>
შევიცარია	საკრძალულია გადაადგილება აფხაზეთში, ე. წ. სამხრეთ ოსეთში, პანკისის ხეობაში, სვანეთსა და რუსეთთან სასაზღვრო ზოლში.	<p>ინფორმაცია უცვლელი რჩება და დაემატა:</p> <p>2. შეიარაღებულ კონფრონტაციას ჰქონდა ადგილი ქართულ და რუსულ სამხედრო შეიარაღებულ ძალებს შორის ქვეყნის ზოგიერთ რეგიონში. დაიბოძა სამხედრო ბაზები, ინფრასტრუქტურა და სარკინიგზო ქსელი, რომელმაც მრავალი</p>	ინფორმაცია უცვლელი რჩება	<p>1. დაემატა: 2008 წლის სამხედრო კონფრონტაციის შემდგომ ქართულ და რუსულ ძალებს შორის, უსაფრთხოების პირობები ნორმალურია ქვეყნის ძირითად ნაწილში</p>

		ადამიანის სიცოცხლე შეიწირა.		
საფრანგეთი	1.საფრანგეთის საგარეო უწყება კრძალავდა მოგზაურობას: სეპარატისტულ აფხაზეთში, ე.წ სამხრეთ ოსეთში, პანკისის ხეობაში, სვანეთსა და საქართველო-რუსეთთან სასაზღვრო ზოლში, ასევე გორის-სამხრეთ ოსეთისაკენ მიმავალ გზაზე	ინფორმაციები უცვლელია	1.აკრძალულ ტერიტორიათა ნუსხიდან ამოღებული იქნა სვანეთი და კოდორის ხეობა	ინფორმაცია უცვლელია
კანადა	1.კანადის ხელისუფლება კრძალავდა ყოველგვარი სახის გადაადგილებას თვითგამოცხადებულ აფხაზეთში, სამხრეთ ოსეთში, ზუგდიდის, წალენჯიხის, სვანეთის რეგიონებში, პანკისის ხეობაში, გუდაურის ჩრდილოეთით საქოს სამხედრო გზაზე	1. 2008 წლის 7-12 აგვისტოს სამხედრო კონფორტაციას ჰქონდა ადგილი აფხაზეთში, სამხრეთ ოსეთში, ფოთში, გორსა და თბილისის მახლობლად. 2.აუფეთქებელი ნაღმები საფრთხეს წარმოადგენს საქართველოს იმ ტერიტორიებზე, სადაც სამხედრო ოპერაციებს ჰქონდა ადგილი. დაძაბულობა კი კვლავ მწვავე რჩება სეპარატისტულ რეგიონებში. 3.აკრძალულ ტერიტორიათა ნუსხიდან ამოღებული იქნა: სამეგრელო რაიონი, სვანეთი, პანკისის ხეობა, 4. “აკრძალულ ტერიტორიებს” ამჯერად დაემატა ფოთი და გორი	ინფორმაცია უცვლელია	1.ამოღებულია ინფორმაცია 2008 წლის მოვლენებთან დაკავშირებით; 2.კანადის საგარეო უწყება არ ურჩევს თანამოქალაქეებს, გადაადგილებას იმ რეგიონებში, რომელიც რუსეთს ესაზღვრება, ასევე თვითგამოცხადებულ აფხაზეთსა და სამხრეთ ოსეთში
ავსტრალია	1.საგარეო უწყება ურჩევდა, რომ არ ემოგზაურათ ე.წ სამხრეთ ოსეთში, აფხაზეთსა და პანკისის ხეობაში	1.დაემატა ინფორმაცია, რომ მიუხედავად იმისა, რომ სამხედრო ოპერაციები შეწყდა საქართველოში, დაძაბულობა კვლავაც მწვავე რჩება რეგიონში, რუსული ნაწილები კი	რჩება ინფორმაცია აკრძალულ სამხრეთ ოსეთის, აფხაზეთის და პანკისის ხეობასთან	ინფორმაცია უცვლელია

		კვლავ ინარჩუნებდნენ პოზიციებს პერეკში, ახალგორში, კოდორის ხეობაში, ასევე სამხრეთ ოსეთისა და აფხაზეთის სხვა ტერიტორიებზე	დაკავშირებით; 2.ამოღებულია ინფორმაცია, რომ რუსული ჯარები კვლავ რჩებიან პერეკსა და ახალგორში	

გრაფიკი 8.

საქართველოს კონფლიქტურ და სასაზღვრო რეგიონების შესახებ განთავსებული უარყოფითი შინაარსის შემცველ ინფორმაციათა დინამიკა



რაც შეეხება ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე საქართველოს კონფლიქტურ და სასაზღვრო რეგიონების შესახებ განთავსებულ ინფორმაციებს, შემდეგი სურათი იკვეთება (იხ. გრაფიკი 8). აღნიშნულ გრაფიკში 2006 წლიდან შეიმჩნევა უარყოფითი ინფორმაციის ზრდა, რომელმაც განსაკუთრებულ ზღვარს 2008 წლის აგვისტოს საომარი მოქმედებების პერიოდში მიაღწია, თუმცა 2012 წლიდან ფიქსირდება ნეგატიური ინფორმაციის უმნიშვნელო კლება და დადებითის (უმნიშვნელოდ, მაგრამ მაინც) ზრდა.

გ) საგზაო ინფრასტრუქტურის მდგომარეობა

ჩვენს მიერ შესწავლილი ქვეყნების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდებზე (საფრანგეთის რესპუბლიკის საგარეო უწყების გარდა), 2006 წლიდან დღემდე უცვლელად რჩება საქართველოში საგზაო ინფრასტრუქტურის მძიმე მდგომარეობის ამსახველი ინფორმაციები. მათი შეფასებით, საქართველოში საავტომობილო გზების უმრავლესობა მძიმე მდგომარეობაშია, ხოლო ქვეყნის მოშორებულ რეგიონებში ავტომობილით გადაადგილება რთულია. ქართველი ავტომძღოლების დიდი ნაწილის მიერ ავტომობილით მოძრაობა არაპროგნოზირებადია, ხშირად მათ მიერ ადგილი აქვს საგზაო წესების იგნორირებას, რაც ზრდის ავტო-ავარიების შემთხვევებს, ხოლო ღამით ქვეყნის მასშტაბით გადაადგილება კი ფაქტიურად შეუძლებელი ხდება.

ნეგატიური შინაარსის ინფორმაციები საქართველოში არსებულ საავტომობილო ინფრასტრუქტურის, გაურკვეველი და დამაბნეველი საგზაო წესების და ქართველი მძღოლების არაპროგნოზირებადი მოძრაობის შესახებ უკვე წლებია, რაც უცვლელი რჩება აღნიშნული უწყებების ოფიციალურ საიტებზე. განსაკუთრებულად ნეგატიური შინაარსის ინფორმაციები საქართველოში არსებული სატრანსპორტო და საგზაო ინფრასტრუქტურის შესახებ 2006 წლიდან დღემდე უცვლელად დევს კანადის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის სამინისტროს ვებ-გვერდზე, რომლის შეფასებით, საქართველოში თვითმფრინავის, ან სხვა სახის სატრანსპორტო საშუალების ლოდინი დიდ მოთმინებასთან ასოცირდება, რადგან ტრანსპორტის დაგვიანება ქვეყანაში ჩვეულ მოვლენას წარმოადგენს და სწორედ ამიტომ, საკუთარ მოქალაქეებს მუდმივად გაჭედილი საჯარო ტრანსპორტის გამოყენებისაგან თავშეკავებას ურჩევს. როგორც ჩანს, კანადის საგარეო უწყებას ასეთივე სკეპტიკური დამოკიდებულება აქვს ქართველი ტაქსის მძღოლების მიმართ და საქართველოში მყოფ ტურისტებს ტაქსის ოფიციალური სერვისის გამოყენებამდე მძღოლებთან მგზავრობის საფასურის დაზუსტებას ურჩევს (ინტერნეტ წყარო N 69, გვ. 3).

საზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ მხოლოდ საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრო აღმოჩნდა ფაქტიურად ერთადერთი ოფიციალური უწყება, რომელმაც ადეკვატური შეფასება მისცა საქართველოში საგზაო ინფრასტრუქტურაში განხორციელებულ დადებით ცვლილებებს. 2006 წლიდან მოყოლებული წლების განმავლობაში ფაქტიურად უცვლელად იდო ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა ინფრასტრუქტურის მდგომარეობა ქვეყანაში, რადგან საგზაო მისადგომები განახლებული ან განახლების პროცესში იმყოფებოდა. თუმცა 2014 წელს მოხდა აღნიშნული ინფორმაციის ჩანაცვლება პოზიტიური შინაარსის ინფორმაციული შეტყობინებით, იმასთან დაკავშირებით, რომ საქართველოს ინფრასტრუქტურის სამინისტროს ცნობით, საქართველოში ძირითადი საგზაო ქსელი 1 528 კმ. ევროპულ სტანდარტებს შეესაბამება, ხოლო საშუალოდ გზების 91% და ავტობრივი გზების 57% კარგ მდგომარეობაშია, თუმცა აღნიშნულია, რომ საქართველოს საავტომობილო გზებზე უსაფრთხოება შემცირებულია და მოყვანილია საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს სტატისტიკური მონაცემები, რომელზე დაყრდნობითაც 2013 წელს საქართველოში დაფიქსრებული იყო 514 სიკვდილის შემთხვევა 4, 5 მილიონ ადამიანზე.

როგორც სახმელეთო სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა, ასევე ქართული საავიაციო სერვისიც ასეთივე უარყოფითი იმიჯით სარგებლობს გაერთიანებული სამეფოს საგარეო და თანამეგობრობის ვებ-გვერდზე. საგარეო უწყების შეფასებით, საქართველოს ავიახაზები არ შეესაბამება და ვერ აკმაყოფილებს საერთაშორისო ავიახაზების უსაფრთხოების სტანდარტებს, რის გამოც ოფიციალური უწყება თანამოქალაქებს ურჩევს, რომ თავი აარიდონ საქართველოდან დაუგეგმავ ან არასაერთაშორისო ფრენებს ასეთი ალტერნატიული ფრენების არსებობის შემთხვევაში.

უცხოეთის სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე საქართველოს ინფრასტრუქტურის შესახებ განთავსებულ ინფორმაციათა დეტალური შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ ჩვენს ქვეყანაში არსებული საგზაო ინფრასტრუქტურის მდგომარეობას ისინი უარყოფითად აფასებენ. მგზავრთა ტრანსპორტირების დროს ნაკლებად არის დაცული მათი უფლებები და გადაადგილების უსაფრთხოება,

ხოლო ქართული ავიაკომპანიები კი ვერ აკმაყოფილებენ საერთაშორისო უსაფრთხოების აუცილებელ სტანდარტებს (იხ. გრაფიკი 9).

ცხრილი 9.

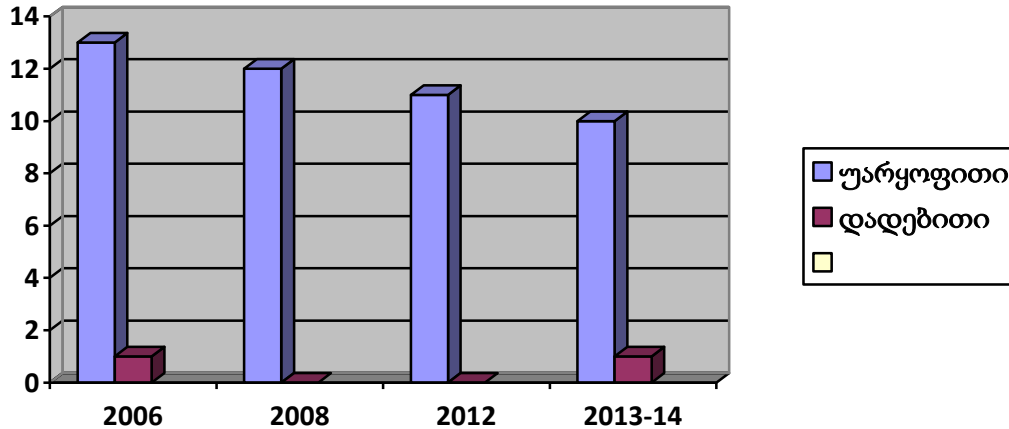
ქვეყანა	2006	2008	2012	2013-2014
დიდი ბრიტანეთი	<p>1. ავტომობილთა დიდი ნაწილი ცუდ მდგომარეობაშია;</p> <p>2. ღამით გზები ცუდად ან დაბალი ხარისხის შუქით არის განათებული.</p> <p>3. საგზაო პირობები სტრესულია და ხშირად ავტომობილის მართვა გაუგებარია</p>	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია	<p>ინფორმაცია უცვლელია და დამატებულია</p> <p>1. ძლიერი წვიმები, წყალდიდობა და უხვი ნალექი მოშორებულ რეგიონებში გადაადგილებას რთულს ან შეუძლებელსაც კი ხდის</p>
აშშ	<p>1. საქ-ში ავტომობილის მართვისას უკიდურესი სიფრთხილეა საჭიროა. მრავალი ადგილობრივი მძღოლი არ მოქმედებს მოძრაობის წესების შესაბამისად. ხშირად ადგილი აქვს საგზაო წესების სრულ იგნორირებას. მოტოციკლეტისტები ხშირად დაუფიქრებლად, არეულად და გადაჭარბებული სიჩქარით ატარებენ მოტოს, რომელთაგანაც არაერთია ალკოჰოლის ან ნარკოტიკების ზემოქმედების ქვეშ. ფეხით მოსიარულეებს ძალიან დიდი სიფრთხილე მართებთ ქუჩის გადაკვეთისას.</p> <p>2. ქვეყნის მასშტაბით (ცენტრალური გზების გარდა) გზები და გზატკეცილები ცუდ მდგომარეობაშია, მოუპირკეთებელია და ხშირად არ გაანიათ საგზაო ნიშნები,</p>	ინფორმაცია არ შეცვლილა	ინფორმაცია უცვლელია	<p>1. ინფორმაცია უცვლელია და დამატებულია:</p> <p>2. საქ-ში აუცილებლობას არ წარმოადგენს, რომ ავტომობილთა უსაფრთხოება დადასტურებული იყოს, და ამიტომ ზოგიერთ ავტომობილს არა აქვთ უკანა, ან წინა ფარები</p>

	ცენტრი ხაზით და განათება. ღამით მოგზაურება განსაკუთრებით სახიფათო შესაძლოა აღმოჩნდეს მთიან რეგიონებში. ზამთარში უხვმა ნალექმა გზები შეიძლება მიუვალად კი გახადოს			
შევიცარია	<p>1.საქ-ში ძალიან ბევრი საავტომობილო გზა ცუდ მდგომარეობაშია. მოშორებული რეგიონები ავტომობილით ძალიან ხშირად რთულად მისადგომია.</p> <p>2. საქ-ში ძალიან ბევრი მძღოლის მიერ ავტომობილის არაპროგნოზირებადი მართვა და საგზაო წესების ხშირი იგნორირება ზრდის ავტოავარიების რიკს.</p> <p>3. ღამით საქალაქოთაშორისო გადაადგილება არ შეიძლება.</p>	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია	<p>1. ინფორმაცია უცვლელია და დამატებულია</p> <p>2. ავტომობილითა უმრავლესობა, რომელიც ცუდ ტექნიკურ მდგომარეობაშია, ზრდის ავტოავარიის რისკს.</p>
საფრანგეთი	<p>1.საგზაო ქსელი მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა საქ-ში. საგზაო მისადგომები განახლებულია, ან განახლების პროცესშია</p> <p>2.ავტომობილითა მოძრაობა ნაკლებ დისციპლინირებულია, რაც ავტოავარიების მთავარ მიზეზს წარმოადგენს</p>	ინფორმაციები უცვლელია	ინფორმაციები უცვლელია	<p>1.საქ-ის ინფრასტრუქტურის სამინისტროს ცნობით, საქ-ში ძირითადი საგზაო ქსელი 1 528 კმ. ევროპულ სტანდარტებს შეესაბამება, ხოლო საშუალო გზების 91% და ადგილობრივი გზების 57% კარგ მდგომარეობაში იმყოფება</p> <p>2.არაუსაფრთხოება გზებზე გაზრდილია (2013 წელს 514 სიკვდილის შემთხვევა 4.5 მილიონ ადამიანზე)</p> <p>3. ავტომობილის მძღოლებს განსაკუთრებული სიფრთხილე</p>

				მართებთ განსაკუთრებით ღამე, მიწისქვეშა გადასასვლელებთან თან
კანადა	<p>1.სატრანსპორტო საშუალებების დაგვიანებასაქ-ში ში ჩვეულ მოვლენას წარმოადგენს;</p> <p>2.საჯარო სატრანსპორტო საშუალებების (მეტრო, ავტობუსი და ა.შ) გამოყენებისაგან თავშეკავებას ურჩევენ, რადგანაც საჯარო ტრანსპორტი საქართველოში მუდმივად გადაჭედლია.</p> <p>3.საქართველოში მყოფ ტურისტებს ტაქსის ოფიციალური სერვისის გამოყენებამდე მძღოლთან მგზავრობის საფასურის დაზუსტებას ურჩევენ.</p> <p>3. ცუდ მდგომარეობაში მყოფი გზები, საგზაო ნიშნების იგნორირება და არასაკმარი განათება ზრდის ავტოავარიების რისკს.</p> <p>4.ნებისმიერ დროს მოსალოდნელია ქუჩიდან დიდი სისწრაფით მომავალი ავტომობილის მოულოდნელი გამოჩენა.</p>	<p>1. ამოღებულია ინფორმაცია სატრანსპორტო საშუალებების დაგვიანებების შესახებ.</p> <p>2. ამოღებულია ინფორმაცია საჯარო ტრანსპორტში ხალხმრავლობის შესახებ.</p> <p>3. რჩება ინფორმაცია გზებისა და საგზაო განათებების ცუდ მდგომარეობაში ყოფნის შესახებ;</p> <p>4. რჩება რეკომენდაცია ტაქსის მძღოლებთან საგზაო საფასურის წინასწარ დაზუსტების შესახებ</p>	ინფორმაციები უცვლელია	ინფორმაციები უცვლელია
ავსტრალია	<p>1.საქ-ოში გზები ცუდ მდგომარეობაშია, მოძრაობა დამაბნეველია და ძალიან ხშირად ხდება საგზაო წესებისა და შუქნიშნების იგნორირება მძღოლების მიერ.</p>	<p>ინფორმაცია უცვლელია და დამატებულია:</p> <p>2. საჯარო ტრანსპორტი (ავტობუსები, მატარებლები და ტაქსები) შესაძლოა უსაფრთხო არ აღმოჩნდეს</p>	<p>1.დამატებულია ინფორმაცია, რომ რჩება მოქალაქეთა ძარცვისა და თავდასხმის შემთხვევები მატარებელში, მათ შორის თბილისის მთავარ</p>	ინფორმაციები უცვლელია

საქართველოს სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის შესახებ განთავსებული, უარყოფითი შინაარსის შემცველ ინფორმაციათა დინამიკა

გრაფიკი 10



საქართველოს სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის მდგომარეობის ამსახველ გრაფიკში (იხ. გრაფიკი 10) მკაფიოდ იკვეთება, რომ 2006 წელს საქართველოში ინფრასტრუქტურის მდგომარეობა უკიდურესად მძიმე იყო, თუმცა 2008 წლის შემდეგ ფიქსირდება უარყოფითი შინაარსის ინფორმაციათა კლება და დადებითის ზრდა 2014 წლიდან.

დ) ჯანდაცვა საქართველოში

შვეიცარიის კონფედერაციის საგარეო საქმეთა ფედერალური დეპარტამენტი, ისევე როგორც სხვა სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებები საკმაოდ ნაგატიურად აფასებენ საქართველოში ჯანდაცვის სისტემის განვითარების დონეს. მათი შეფასებით, ძირითადი სასწრაფო სამედიცინო დახმარების მიღება საქართველოში მხოლოდ დედაქალაქშია შესაძლებელი, რომლის სამედიცინო სერვისი არ შეესაბამება და ვერ აკმაყოფილებს ევროპულ სტანდარტებს (ინტერნეტ წყარო N 57, გვ. 4). სერიოზული ჭრილობის ან ავადმყოფობის შემთხვევაში,

საგარეო უწყებები ტურისტებს სამშობლოში უკან დაბრუნებას ურჩევს. 2010 წელს მოხდა გვერდის განახლება და ამჯერად დაიღო ახალი ინფორმაცია რომ, საქართველოს მთიან რეგიონებში ავტოავარიის და ავადმყოფობის შემთხვევაში სწრაფ და ეფექტურ სამედიცინო დახმარებას არ უნდა მოელოდნენ დაზარალებული ტურისტები. სამწუხაროდ, ნეგატიური შინაარსის ინფორმაციები საქართველოში არსებული ჯანდაცვის სფეროს შესახებ 2006 წლიდან დღემდე ფაქტიურად უცვლელია თითქმის ყველა ვებ-გვერდზე და მასზე არანაირად არ ასახულა საქართველოს ჯანდაცვის სისტემაში მიმდინარე ახალი მიღწევები და წარმატებები.

საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს საიტზე ჯანმრთელობის შესახებ განთავსებულ ინფორმაციაში ძირითადად იმ დაავადებებზეა გამახვილებული ყურადღება, რომლებიც სერიოზულ საფრთხედ და პრობლემად რჩება ქვეყანაში, სწორედ ასეთი გახლავთ ცოფი. ოფიციალური ფრანგული მხარის განცხადებით, ცოფი ფართოდ არის გავრცელებული საქართველოში, მათ შორის დედაქალაქშიც. ქალაქში თავისუფლად მოსიარულე მაწანწალა ძაღლები ცოფის ვირუსის მატარებელი არიან. სწორედ ამიტომაც, იმ ტურისტებს, რომლებიც დიდი ხნით აპირებენ საქართველოში დარჩენას, პრევენციული ვაქცინაციისაკენ მოუწოდებენ. სერიოზულ პრობლემად რჩება საქართველოში ასევე ჰეპატიტი, ბრუცელოზი და ტუბერკულოზი (ინტერნეტ წყარო, N 87 გვ.3).

2006 წელს აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის შეფასებით, სამედიცინო მომსახურება საქართველოში შეზღუდული იყო. ქვეყანა განიცდიდა პირველადი სახის სამედიცინო მედიკამენტების მარაგის მწვავე დეფიციტს, მასში მოიაზრებოდა, როგორც ანტიბიოტიკები, ასევე სხვა ანესთეზური საშუალებები (ინტერნეტ წყარო, N 111). აღნიშნული ინფორმაციის განახლება საიტზე 2010 წლიდან მოხდა, ამერიკული მხარის შეფასებით, დღეს საქართველოში დასავლური სტანდარტების სამედიცინო მომსახურების მიღება შეზღუდულია, თუმცა ქვეყნის ჯანდაცვა კვლავ განაგრძობს პროგრესისაკენ სწრაფვას. თბილისის, ბათუმის და ქუთაისის გარეთ დღემდე რჩება სამედიცინო აპარატურისა და მედიცინის შესაძლებლობების დეფიციტი. აშშ-ს ოფიციალური უწყების განცხადებით, ხშირ შემთხვევაში უცხოელი ტურისტები ქართულ საავადმყოფოებში ექიმებისაგან

დაუყონებლივ პირდაპირ ფულად ანგარიშსწორებას უნდა მოელოდნენ გადაუდებელი სამედიცინო მომსახურების მიღებამდე. ტუბერკულოზი გახლავთ ის დაავადება, რომელსაც ახასიათებს ზრდის ტენდენცია საქართველოში და კვლავ რჩება ერთ-ერთ სერიოზულ პრობლემად ქვეყნის ჯანდაცვის სისტემაში.

უცხოეთის სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდების შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ ისინი კვლავ ნეგატიურად აფასებენ ჯანდაცვის სფეროში არსებულ მდგომარეობას საქართველოში. მიაჩნიათ, რომ თბილისის საავადმყოფოებში მკურნალობა ძვირი ჯდება, ხოლო სამედიცინო დაწესებულებები დედაქალაქის გარეთ საკმაოდ შეზღუდული რაოდენობითაა. ქართველი ექიმები სამედიცინო მომსახურების ანაზღაურებას დაუყონებლივ და ნაღდი ანგარიშსწორებით მოითხოვენ, რაც შესაძლოა, რომ საკმაოდ დიდ თანხებთან იყოს დაკავშირებული.

ცხრილი 11.

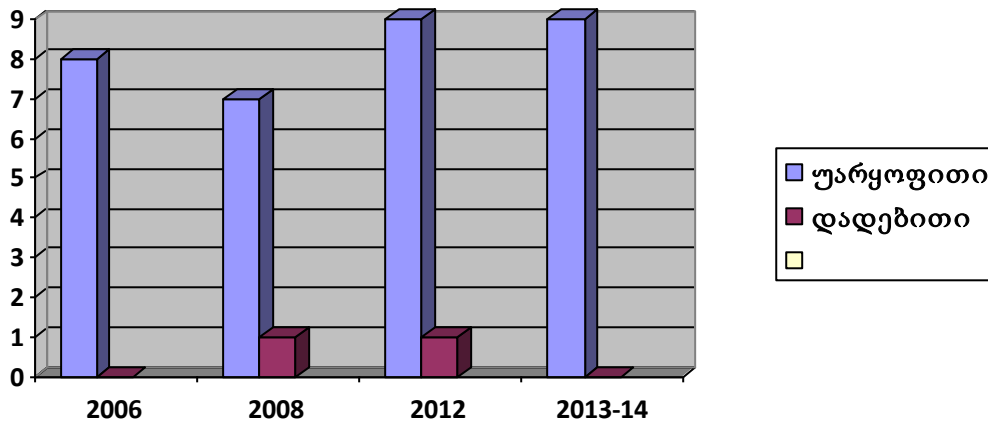
ქვეყანა	2006	2008	2012	2013-2014
დიდი ბრიტანეთი	დედაქალაქში სამედიცინო დაწესებულებები ფუნქციონირებს, თუმცა თბილისის გარეთ მათი რაოდენობა შეზღუდულია. სამედიცინო დაწესებულებებში პაციენტთა მკურნალობა შესაძლოა საკმაოდ ძვირი აღმოჩნდეს. 2.საქართველოში ცოფი ფართოდაა გავრცელებული	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია
აშშ	სამედიცინო სერვისი საქართველოში შეზღუდულია. არსებობს პირველადი სამედიცინო მედიკამენტების მწვავე დეფიციტი (როგორც ანტიბიოტიკების, ასევე ანესთეზური	ინფორმაცია უცვლელია	შეიცვალა ინფორმაცია: 1.დასავლური სტანდარტების შესაბამისი სამედიცინო სერვისი საქში შეზღუდულია, მაგრამ საქოს	ინფორმაცია უცვლელია

	საშუალებების)		ჯანდაცვა კვლავაც აგრძელებს გაუმჯობესებას. თბილისის, ბათუმისა და ქუთაისის გარეთ სამედიცინო დაწესებულებებისა და აპარატურის დეფიციტია. ქართველი ექიმები სწირად, გადაუდებელ სამედიცინო მომსახურებამდე, პაციენტებისაგან მოითხოვენ ნაღდ ანგარიშსწორებას	
შვეიცარია	პირველადი სასწრაფო სამედიცინო სერვისის მიღება მხოლოდ თბილისშია შესაძლებელი, თუმცა იგი არ შეესაბამება და არ აკმაყოფილებს ევროპულ სტანდარტებს. ძირითად სამედიცინო სერვისში მოიაზრება ერთჯერადი შპრიცებისა და სახვევებით პაციენტების უზრუნველყოფა. ხოლო სერიოზული ჭრილობის შემთხვევაში საგარეო უწყება შვეიცარიელებს შინ დაბრუნებას ურჩევს	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია განახლებულია და დამატებულია, რომ: 1. ქვეყნის მოშორებულ რეგიონებში ავადმყოფობის ან ავტოავარიის შემთხვევაში, სწრაფ და ეფექტურ სამედიცინო სერვისს არ უნდა მოელოდნენ პაციენტები	ამოღებულია მხოლოდ 2006 წ. განთავსებული ინფორმაცია იმის თაობაზე, რომ საქ-ოში სამედიცინო სერვისი ვერ შეესაბამება ევროპულ სტანდარტებს
საფრანგეთი	1.საფრანგეთის საგარეო უწყების ინფორმაციით, ცოფი სერიოზულ პრობლემად რჩება საქ-ში, ისევე როგორც ტუბერკულოზი, რომელიც ფართოდ არის გავრცელებული როგორც იძულებით გადაადგილებულ პირებს შორის, ასევე ქართულ საპატიმროებში.	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია არ შეცვლილა	ინფორმაცია იდენტურია

	2.ადგილობრივმა სანიტარულმა სამსახურებმა დაადასტურეს, რომ თბილისში ძალიან ბევრი მაწანწალა ძაღლი ცოფის მატარებელია			
კანადა	1.საგარეო უწყება ტურისტებს საქ-ში სამედიცინო დაწესებულებებისაგან თავშეკავებას ურჩევს, რადგან ისინი შესაძლოა ცუდად იყვნენ აღჭურვილნი	ინფორმაცია ამოღებულია	1. თბილისში მრავალი სპეციალიზებული სამედიცინო სერვისია, მაგრამ დედაქალაქის გარეთ სამედიცინო დაწესებულებები იშვიათად გვხვდება. სამედიცინო სერვისი საქ-ში ძვირია და ხშირად ექიმები პაციენტებისგან ნაღდ ანგარიშსწორებას ითხოვენ. მძიმე დაზიანების, ან ავადმყოფობის შემთხვევაში, ტურისტისათვის შესაძლოა საჭირო აღმოჩნდეს ძვირადღირებული ევაკუაცია.	ინფორმაცია უცვლელია
ავსტრალია	სამედიცინო სერვისი, განსაკუთრებით კი დედაქალაქის გარეთ შეზღუდულია, ხოლო სამედიცინო დაწესებულებები კი ცუდ მდგომარეობაშია. 2. სერიოზული დაავადების, ან ჭრილობის შემთხვევაში, ძვირადღირებული სამედიცინო ევაკუაცია შესაძლოა საჭირო აღმოჩნდეს ტურისტისათვის	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია

საქართველოს ჯანდაცვის სფეროს შესახებ განთავსებულ უარყოფითი შინაარსის ინფორმაციათა დინამიკა

გრაფიკი 12.



თუ შევაჯამებთ ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე საქართველოს ჯანდაცვის სფეროს შესახებ განთავსებულ ინფორმაციებს, შემდეგი სურათი იკვეთება (იხ. გრაფიკი 12). აღნიშნულ გრაფიკში შეიმჩნევა ნეგატიური ინფორმაციის კლება 2008 წლისთვის და დადებითის ზრდა. თუმცა უარყოფითი ინფორმაციების განსაკუთრებული ზრდა 2012 წლიდან იწყება, ხოლო 2012-2014 წწ. ხდება აღნიშნული უარყოფითი ტენდენციების შენარჩუნება და დადებითის კლება, რაც ძირითადად იმ ინფორმაციების ხარჯზე მოხდა, რაც ტურისტებისათვის გადაუდებელი სამედიცინო მომსახურების მიღებასთან არის დაკავშირებული.

ე) უმცირესობები და მათი უფლებები

აშშ-ს საიტზე არის ინფორმაცია რელიგიური უმცირესობის – იელოვას მოწმეების, ბაპტისტების დევნის თაობაზე, რომელიც 2013 წლიდან ამოიღეს. 2012 წლიდან უცხოეთის სახელმწიფოთა ოფიციალური უწყებები ამჯერად საქართველოში სექსუალური უმცირესობების მიმართ განხორციელებულ

ძალადობის შემთხვევებს გამოეხმაურენ და საქართველოში ჩამოსვლის მსურველ ტურისტებს, ამ მხრივ მეტი სიფრთხილისა და წინდახედულობისაკენ მოუწოდებენ.

ცხრილი 13.

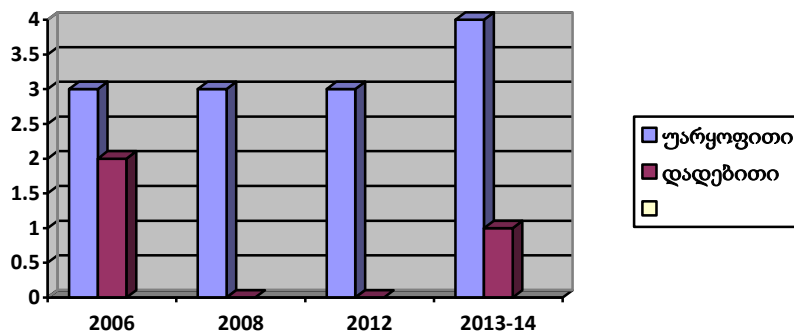
ქვეყანა	2006	2008	2012	2013-2014
დიდი ბრიტანეთი	1.კომოსექსუალიზმი ლეგალურია საქ-ში, თუმცა საზოგადოების უმრავლესობისათვის მიუღებელია, რამაც შესაძლოა გამოიწვიოს სერიოზული აგრესია მათ მიმართ	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია	1.კომოფობიის საწინააღმდეგო დემონსტრაცია დაგეგმილია 17 მაისს. 2013 წელს აღნიშნული მოვლენა ძალადობით დასრულდა. საგარეო უწყება განსაკუთრებული სიფრთხილისაკენ მოუწოდებს თანამოქალაქეებს ფილარმონიასთან მიმდებარე ტერიტორიასა და ასევე რუსთაველის გამზირიდან-სამებისაკათედრო ტაძრამდე.
აშშ	1.წარსულში რელიგიური უმცირესობები, კერძოდ კი იეღოვას მოწმეები, ღვთის კრების წევრები, ასევე ბაპტისტები თავდასხმათა მსხვერპლი აღმოჩნდნენ, (აღნიშნულ ინციდენტს მოჰყვა მათი ლიტერატურის განადგურება, საკუთრების ხელყოფა და ფიზიკური ანგარიშსწორება. მიუხედავად იმისა, რომ საქ-ის მთავრობამ დააპატიმრა და გაასამართლა დამნაშავენი, საგარეო უწყება მაინც სიფრთხილისაკენ მოუწოდებს იმ მოქალაქეებს, რომლებიც საქ-ში მისიონერებად აპირებენ	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია უცვლელია	ინფორმაცია ამოღებულია და დამატებულია: 1.აშშ-ს მოქალაქის მხრიდან მოვიდა შეტყობინება მასზე განხორციელებული სექსუალური ძალადობის შესახებ საქ-ში, სწორედ ამიტომ საგარეო უწყება ურჩევს ქალებს, რომ თავი აარიდონ იზოლირებულ ადგილებს უცნობ ადამიანებთან ერთად, ასევე მარშუტებსა და ტაქსების გამოყენებას ღამის საათებში. მოცემულია ინფორმაცია, რომ სექსუალური ძალადობის მსხვერპლ

	ჩამოსვლას.			<p>ქალებს შეუძლიათ კომპენსაციის მიღება და უკან დაბრუნება აშშ-ში. დამატებულია:</p> <p>2. ლგბტ პირების იცავს ანტიდისკრიმინაციული კანონები საქში და არ არსებობს სამართლებრივი დაბრკოლება მათი მოვლენების აღსანიშნავად. თუმცა ტრადიციულმა კულტურულმა დამოკიდებულებამ შესაძლოა გამოიწვიოს ლგბტ პირების დისკრიმინაცია და შევიწროება.</p> <p>3. წარსულში ზოგიერთი ლგბტ და რელიგიური უმცირესობები იყვნენ თავდასხმათა სამიზნე</p> <p>4. 2013 წლის 17 მაისს ძალაღობრივად ჩაიშალა კომოვობის საერთაშორისო დღის აღსანიშნავი აქცია მათი კონტრ აქციის მონაწილეების მიერ</p> <p>5. მიუხედავად იმისა, რომ საქ-ოს ადმინისტრაციული კოდექსი ადგენს საზოგადოებრივ შენობებს შშმკ-ისათვის, მაინც ძალიან მცირეა მათთვის ხელმისაწვდომი საჯარო და კერძო შენობები. კერძო და საჯარო ტრანსპორტი ვერ უზრუნველყოფას შშმკ-ების გადაადგილებას.</p>
შევიცარია	ქალის სტატუსი მამაკაცთან შედარებით საქში დაბალია, რაც ხელს უშლის ქალებს განვითარდნენ და	ინფორმაცია ამოღებულია		

	მიღწიონ გარკვეულ წარმატებას კარიერაში			
კანადა	ჰომოსექსუალიზმი ლეგალურია საქ-ში, მაგრამ საზოგადოების უმრავლესობისათვის მიუღებელია	ინფორმაცია უცვლელია		

საქართველოში უმცირესობათა მდგომარეობის შესახებ განთავსებულ ინფორმაციათა დინამიკა

გრაფიკი 14.



უცხოეთის ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე საქართველოში უმცირესობების მდგომარეობის შესახებ განთავსებულ ინფორმაციებთან დაკავშირებით შემდეგი სურათი იკვეთება (იხ. გრაფიკი 14). აღნიშნულ გრაფიკში შეიმჩნევა 2008 წლისთვის ნეგატიური ინფორმაციის ზრდა და დადებითის მნიშვნელოვანი კლება. თუმცა უარყოფითი შინაარსის ინფორმაციების განსაკუთრებული ზრდა 2013-2014 წწ. დაფიქსირდა, რაც ძირითადად საქართველოში ჰომოფობიის დღეს სექსუალურ უმცირესობებზე განხორციელებული აგრესიული თავდასხმების შემთხვევებით არის განპირობებული.

§2.3. საქართველოს ტურისტული იმიჯი საიტ TripAdvisor–ის ინტერნეტ სივრცეში

როგორც დისერტაციის თეორიულ ნაწილში ავნიშნეთ, სახელმწიფოს იმიჯი, ეს არის ხედვა, შთაბეჭდილებები, რომელიც მომხმარებელს, ამ კონკრეტულ შემთხვევაში უცხოელ ტურისტს ქვეყნის შესახებ გააჩნია. იგი ეფუძნება ქვეყნის ეკონომიკურ მდგომარეობას, პოლიტიკურ სისტემას, კულტურას, ტრადიციებს და ამ სახელმწიფოს ურთიერთობებს სხვა სახელმწიფოებთან. იმიჯი ავითარებს ძალიან რთულ საკომუნიკაციო პროცესს, რომელიც მრავალფეროვან ინფორმაციულ წყაროს მოიცავს. ნებისმიერი ტურისტისათვის კი ყველაზე სანდო წყაროს საკუთარი ქვეყნის ოფიციალური უწყებების მიერ გავრცელებული ინფორმაციები წარმოადგენს, მაგრამ მათთვის ასეთივე სანდო და საინტერესოა ის ინფორმაციებიც, რომლებსაც ტურისტები ინტერნეტ სივრცეში არსებული პოპულარული ფორუმებისა თუ სხვა სოციალური ქსელებიდან დებულობენ.

Trip Advisor-ი ერთი-ერთი ყველაზე პოპულარული და მაღალ რეიტინგული ვებ-საიტია, რომელსაც დაახლოებით ას მილიონამდე მომხმარებელი ჰყავს მსოფლიოში. აღნიშნული საიტი საშუალებას აძლევს ტურისტებს, რომ მათთვის სასურველი ქვეყნის შესახებ საინტერესო და საჭირო ინფორმაცია მოიძიონ. ვებ-საიტი სხვადასხვა სახის სერვისს სთავაზობს ტურისტებს:

- შესაძლებელია მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში სასტუმროების მოძიება და დაჯავშნა ფასის, ვარსკვლავისა თუ სერვისის სხვა კრიტერიუმების გათვალისწინებით;
- სასურველი ქვეყნის მიმართულებით ფრენის განრიგის გაგება და ბილეთების დაჯავშნა;
- ვებ-გვერდზე საცხოვრებელი ფართების (ვილა, ბინა, რანჩო და ა.შ) ყიდვა-გაყიდვა თუ დაქირავება მსოფლიოს ნებისმიერ წერტილში (ინტერნეტ წყარო, N 107)

აღნიშნულ საიტს ინტერნეტ სივრცეში ყველა ზემოთ ჩამოთვლილ შესაძლებლობებთან ერთად კიდევ ერთი უპირატესობა გააჩნია, კერძოდ მასზე ასევეა ფორუმი ტურისტებისათვის, სადაც შესაძლებელია საკუთარი აზრების, შთაბეჭდილებების გაზიარება და გაცვლა. ტურისტული ფორუმი განსაკუთრებით ძალიან დიდ დახმარებას გაუწევს იმ მოგზაურებს, რომლებიც მათთვის სრულიად უცხო ქვეყანაში აპირებენ გამგზავრებას და მათთვის საინტერესო შეკითხვებზე პასუხებს იმ ქვეყანაში უკვე ნამყოფი ტურისტებისაგან დაელოდებიან. ამრიგად, ხდება ინფორმაციის მიღება, გაცვლა და გაზიარება. აღნიშნულ საიტზე საკმაოდ ფართო გვერდი ეთმობა საქართველოს თემას.

Trip Advisor-ზე საქართველოს შესახებ შექმნილი ფორუმი 2006 წლიდან ფუნქციონირებს და ტურისტებისათვის საინტერესო თემატიკის საკმაოდ ფართო სპექტრს მოიცავს, როგორცაა: ინფორმაციები განთავსების საშუალებების შესახებ, ქვეყანაში არსებული უსაფრთხოების მდგომარეობა, ქვეყნის ღირშესანიშნაობები, საქართველოში შემოსვლისა და ცხოვრების პირობები, ადგილობრივი ინფრასტრუქტურა, ფულად-საკრედიტო სისტემა და ა.შ (ინტერნეტ წყარო N 107).

2006 წელს ფორუმზე საქართველოს ირგვლივ სულ 17 პოსტი გაიხსნა, მომხმარებლები კი ჩრდ. ევროპიდან, ახლო აღმოსავლეთიდან, სამხ. აზიიდან და აფრიკიდან იყვნენ რეგისტრირებულნი (ინტერნეტ წყარო N 107). ფორუმზე გახსნილ თემებს შორის განსაკუთრებით აქტუალური აღმოჩნდა „საქართველოს დედაქალაქში ცხოვრების პირობები,“ რომელსაც ყველაზე მეტი გამოხმაურება და კომენტარი მოჰყვა (ინტერნეტ წყარო N 107). ტურისტების კომენტარებიდან, რომლებიც უკვე იცნობდნენ საქართველოს, ირკვევა, რომ თბილისში სატრანსპორტო სისტემა, განსაკუთრებით კი მეტრო, სამგზავროდ ძალიან მარტივი იყო, რომ ქალაქში უამრავი ტაქსი მოძრაობდა, ხოლო ადგილობრივი მოსახლეობა კი მეგობრული და იუმორის გრძნობის მატარებელი იყო. ანალოგიურ, დადებით შეფასებას აძლევენ სხვა ტურისტები თბილისში არსებულ საცხოვრებელ პირობებს, რომელთა აზრით, თბილისი აბსოლუტურად უსაფრთხო დედაქალაქია, რომელსაც უამრავი ტურისტი სტუმრობს და სხვებსაც ურჩევდნენ, რომ არ გაეშვათ შანსი და აუცილებლად სწვეოდნენ ამ ქალაქს.

უნდა აღინიშნოს, რომ ყველაზე “გულუხვი” საქართველოს შესახებ შთაბეჭდილებების გაზიარებაში, ძირითადად, აღმოსავლეთ ევროპისა და ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკებიდან შემოსული ტურისტებია. რუსი ტურისტები საქართველოში არსებული სასტუმროების, რესტორნებისა და მომსახურების სფეროს ნაკლოვანებებს სულაც არ უჩივიან, პირიქით, აღფრთოვანებულნი არიან ნანახით, რადგან ყოველივე მათ მოლოდინს აღემატება. ჩვენს ქვეყანაში ჩამოსულ ევროპელ ტურისტებს დედაქალაქში, განსაკუთრებით ძველი თბილისი ხიბლავთ, კოპწია სახლებით და მომხიბვლელი აივნებით.

სომხეთიდან, აზერბაიჯანიდან, უკრაინიდან და ბალტიისპირეთის ქვეყნებიდან ჩამოსულ სტუმრებს, როგორც ჩანს, არა აქვთ სწორი ინფორმაცია საქართველოში არსებული პოლიტიკური და ეკონომიკური მდგომარეობის შესახებ. ასეთი კატეგორიის ტურისტების პოსტებში, ხშირად შეხვედებით მათი გაოცების გამომხატველ კომენტარებს იმის შესახებ, რომ თბილისის ქუჩებში მრავალი ძვირადღირებული ავტომობილი მოძრაობს. უცხოელ ტურისტებს ძვირადღირებული ჯიპებისადმი ქართველების განსაკუთრებული სიყვარული შეუძნეველი არ დარჩენიათ. სტუმრები აღნიშნულ ფაქტს თბილისის და საქართველოს მთა-გორიანი რელიეფით ხსნიან.

ყოფილ საბჭოთა რესპუბლიკებიდან, განსაკუთრებით კი აზერბაიჯანისა და სომხეთის გავლით, საქართველოში ჩამოსული ტურისტების მრავალი კომენტარი, ქართული პოლიციის ეფექტურ მუშაობას შეეხება. ისინი აღფრთოვანებულნი არიან ქართველი სამართალ დამცავების მუშაობით. მაგალითად, ერთ-ერთი რუსი ტურისტი აღნიშნავდა კიდევ, რომ „საქართველოში პოლიცია აბსოლიტურად არაკორუმპირებულია. რამდენიმე წლის წინ, პრეზიდენტმა მიხეილ სააკაშვილმა სამსახურიდან 35 ათასი პოლიციელი დაითხოვა და სრულიად ახალი კადრები მიიღო, რომელთაც კარგი ანაზღაურება დაუნიშნა. ქართველი პოლიციელი მოქალაქეებთან ურთიერთობისას ძალიან თავაზიანი და კეთილია. თუმცა კანონის მცირე დარღვევაც საკმარისია, რომ ისინი კანონის მთელი სიმკაცრით მოსთხოვონ პასუხი დამნაშავეებს, ყოველგვარი კორუფციული გარიგებების გარეშე (ინტერნეტ წყარო N 107). რუს ტურისტებს, გარდა პოლიციის თავაზიანობისა და კანონმორჩილებისა, საქართველოში ყველაფერი აოცებთ: მათ შორის, პარლამენტის

შენობის წინ მცირე რიცხოვანი აქცია, რომელიც თავისთვის მშვიდად მიმდინარეობს და ისიც კი, რომ ოპოზიციურ პარტიებს საზოგადოებრივი მაუწყებელი საეთერო დროს უთმობს.

ერთ-ერთი ევროპელი ტურისტის შეფასებით, “საქართველო ყველაზე მეტად ირლანდიას წააგავს, სანაგვე ყუთებიც თბილისში ზუსტად ისეთივეა, როგორიც დუბლინში. სვანეთის მთიან სოფლებში საკუთარ მიწის ნაკვეთს ადგილობრივები ზუსტად ისეთივე ქვის ნახევარ მეტრიან ღობეს ავლებენ, როგორსაც დასავლეთის სანაპიროს ირლანდიელი ფერმერები.“ (ინტერნეტ წყარო N107, გვ. 49)

საქართველოში ჩამოსულ ტურისტებს განსაკუთრებით ხვდებათ თვალში ის ფაქტი, რომ საქართველო რელიგიური ქვეყანაა, სადაც ეკლესიების, მონასტრების, წმინდა ადგილების რაოდენობა, მათი შეფასებით, წარმოუდგენლად დიდია. ერთ-ერთი გაოცებული ტურისტი იმასაც აღნიშნავდა, რომ საქართველოში V საუკუნის შემდგომი ეკლესიები ახლად მიიხნევა ქართველების მიერ. „პირჯვარის გადაწერა მიღებულია არა მხოლოდ ეკლესიაში შესვლისას, არამედ მაშინაც, როდესაც ტაძარს გვერდით ჩაუვლი“. მათთვის ცოტა უცნაურად გამოიყურება ძველ თბილისში, ავტობუსში მჯდარი მგზავრები, თუ როგორ იწერენ ერთდროულად ყოველ ორ წუთში პირჯვარს (ინტერნეტ წყარო N 107, გვ. 50). ტურისტები მიიხნევენ, რომ ქალს საქართველოში დიდ პატივს სცემენ, ამიტომ XX 70-იან წლებში, თბილისში დაიდგა ქანდაკება-„ქართლის დედა“. ალბათ, იშვიათად მოიძებნება დედამიწის ზურგზე ადგილი, სადაც ეროვნული სიმბოლო ქალია და არა კოლოსალური ზომის მამაკაცის სკულპტურა“-წერს ერთ-ერთი ევროპელი ტურისტი (ინტერნეტ წყარო N 107, გვ. 47).

ქართული სტუმართმოყვარეობა ტურისტების კომენტართა მთავარი თემაა. „თუ თქვენ საქართველოში მეგობრები გყავთ, ჩათვალეთ, რომ სამოთხეში იმყოფებით, გასეირნებენ მანქანით, გაჭმევენ, გასმევენ, გაგართობენ და ყველაფერს გააკეთებენ საიმისოდ, რომ კარგი შთაბეჭდილებები დაგრჩეთ. ხოლო ამისათვის არაფრის გადახდა არ მოგიწევთ, რადგან ქართველებს სტუმრისათვის ფულის გადახდევინება შეურაცხყოფად მიაჩნიათ“ (ინტერნეტ წყარო N 107, გვ. 52). ტურისტების ნაწილს აკვირებს ახალი ავტოსტრადები, საცხოვრებელი სახლები, რომლებიც სოკოებივით მრავლდება ქალაქში. სიახლეები განსაკუთრებით

მათვისაა თვალშისაცემი, ვინც რამდენიმე წლის წინ იმყოფებოდა თბილისში, როდესაც ქალაქი დანგრეული გზებით და ნაცრისფერი შენობებით დაამახსოვრდა.

სტუმრები აღნიშნავენ იმასაც, რომ მთელ მსოფლიოში ღვინის დაყენების მხოლოდ ორი კლასიკური მეთოდი არსებობს: ევროპული და კახური. სწორედ კახური მეთოდი აძლევს ქართულ ღვინოს განუმეორებელ გემოს და ამით განსხვავდება ევროპული ღვინისგან. „არც ერთ ადგილს ჩემზე ისეთი ძლიერი შთაბეჭდილება არ მოუხდენია, როგორც საქართველოს. ეს არა მხოლოდ სხვა კულტურაა, სხვა ხალხი, სხვა ქვეყანა, არამედ, უბრალოდ, სხვა სამყარო“ (ინტერნეტ წყარო N 107), სწორედ ასე აღწერს ჩვენს ქვეყანაში საკუთარ მოგზაურობას ერთ-ერთი უკრაინელი ქალბატონი.

ერთადერთი თემა, რომელიც უშუალოდ შეეხებოდა 2008 წლის აგვისტოს მოვლენებს ფორუმზე, იყო არიზონელი ტურისტის მიერ გახსნილი თემა, რომელიც სამხრეთ კავკასიაში მოგზაურობას გეგმავდა და დაინტერესებული იყო, იქონია თუ არა აგვისტოს საომარმა მოვლენებმა გავლენა მოგზაურობასა და ტურიზმის უსაფრთხოებაზე საქართველოში, რადგან აშშ-ის ადგილობრივ მედიაზე დაყრდნობით, მას ჰქონდა ინფორმაცია, რომ აშშ-ს ხელისუფლებამ უსაფრთხოების დაცვის მიზნით 150 მოქალაქე გამოიყვანა საქართველოდან“ (ინტერნეტ წყარო N 107). აღნიშნულ თემას, რამდენიმე ტურისტის კომენტარი მოჰყვა. მათი შეფასებით, მიუხედავად იმისა, რომ სამხედრო ოპერაციებს ჰქონდა ადგილი და დაიბომბა ქალაქი გორიც, თბილისი კვლავაც უსაფრთხო და ხელშეუხებელ ქალაქად რჩებოდა.

2009 წელს საქართველოს ფორუმზე 51 პოსტი გაიხსნა, რომლებიც წინა წლებში გახსნილი პოსტების მსგავსად საკმაოდ საინტერესო და შინაარსობრივი თვალსაზრისით მრავალფეროვანი იყო (ინტერნეტ წყარო N 107). ყველაზე აქტუალური აღმოჩნდა სავიზო რეჟიმთან დაკავშირებული თემები, რომლებიც ნიგერიის, ინდოეთის, ქუვეითის, ეგვიპტის და გაერთიანებული ემირატების მოქალაქეებმა გახსნეს. მათ ძირითადად ინფორმაციის გადამოწმება სჭირდებოდათ საქართველოში მოქმედ ლიბერალურ სავიზო რეჟიმთან დაკავშირებით. ისინი დაინტერესებულნი იყვნენ, შეძლებდნენ თუ არა ისინი თბილისის აეროპორტში

ვიზის მიღებას, როგორც ამას მათივე ქვეყნის საგარეო უწყებები ავრცელებდნენ. როგორც ჩანს, საქართველოს ხელისუფლების მიერ ტურიზმის ხელშეწყობის მიზნით მიღებულმა გადაწყვეტილებამ სავიზო რეჟიმის გამარტივებასთან დაკავშირებით, გავლენა იქონია რიგ სახელმწიფოთა მოქალაქეებზე, რომლებიც ცდილობენ გაეკცნენ საკუთარი ქვეყნის მძიმე სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობას და საქართველოში დაიდონ ბინა.

ფორუმზე აქტუალურია საქართველოდან მეზობელი ქვეყნების- აზერბაიჯანისა და სომხეთის მიმართულებით გადაადგილების თემა, რაც ხაზს უსვავს იმ ფაქტს, რომ ხშირად საქართველოში ჩამოსული უცხოელი ტურისტების მიზანს სამხრეთ კავკასიის რეგიონის გაცნობა და მონახულება წარმოადგენს.

2009 წელს საქართველოს ფორუმზე, ყველაზე აქტუალურ პოსტებს შორის აღმოჩნდა „სასტუმროების“ თემა თბილისში. ფორუმზე შემოსული ვიზიტორები ხშირად დაინტერესებულნი არიან საშუალო და შედარებით უფრო დაბალი რანგის სასტუმროებით თბილისში (ინტერნეტ წყარო N 107) და არჩევანის გაკეთებას კი სხვა ტურისტებს საოჯახო ტიპის სასტუმროებზე ურჩევენ, სადაც მათი აზრით, სტუმართმოყვარეობისა და მასპინძლობის აურა იგრძნობა და რაც მთავარია, უგემრიელესს კერძებს ამზადებენ. მიუხედავად იმისა, რომ თავად საიტის მთავარ გვერდზე საქართველოს შესახებ საკმაოდ ფართო და მრავალფეროვანი ინფორმაციის მოძიებაა შესაძლებელი, მათ მიერ გამოქვეყნებულ პოსტებზე დაყრდნობით ირკვევა, რომ უცხოელი ვიზიტორები ოფიციალურ ინფორმაციებთან შედარებით უპირატესობას მაინც გამოცდილი ტურისტებისაგან მიღებულ რეკომენდაციებს ანიჭებენ.

თუ 2010 წელს საქართველოს ფორუმზე შემოსულ მომხმარებელთა რაოდენობას გადავხედავთ, დავრწმუნდებით, რომ მნიშვნელოვანი გამოცოცხლება შეიმჩევა ფორუმზე (იხ. ცხრილი N 16). თუ წინა წლებში ჩვენი ქვეყნის შესახებ განთავსებულ პოსტებს მხოლოდ რამდენიმე გამომხმაურებელი ჰყავდა, ამჯერად პოსტებისა და კომენტარების რიცხვმა მნიშვნელოვნად იმატა (ინტერნეტ წყარო N 107). ტურისტების მიერ საქართველოში ყველაზე მოთხოვნად ღირშესანიშნაობათა ნუსხაში შეტანილი აღმოჩნდა: თბილისი, ჯვარი, ყაზბეგი სამების ტაძრით, ანანური,

თელავი, ალავერდი, გრემი, სიღნაღი, დავით გარეჯი, ქუთაისი ბაგრატიონი და გელათით, ონი, ვარძია, ბორჯომის, უფლისციხე.

საქართველოს ფორუმზე დღემდე ერთ-ერთი ყველაზე აქტუალურ საკითხად რჩება საქართველოში მოგზაურობის თემა. პოსტებისა და მათ გარშემო გაკეთებული კომენტარების შესწავლით დადგინდა, რომ, საქართველოში მყოფი ვიზიტორების შეფასებით, საქართველოში ორგანიზებული 7/14 კაციანი ტური ძვირი ჯდება, რომლებშიც ძირითადად ხანდაზმული ტურისტები შედიან, ხოლო გაცილებით იაფია საჯარო ტრანსპორტით ან კერძო ავტომობილით ღირშესანიშნავი ადგილების მონახულება. აღმოჩნდა, რომ ტურისტები აღშფოთებულნი არიან საქართველოში ტურებზე დადებული მაღალი ფასით. კერძოდ, ყაზბეგში ერთდღიანი ტური 70 ევრო ჯდება, მაშინ როდესაც ადგილობრივ მცხოვრებთათვის განკუთვნილი საჯარო ტრანსპორტით გადაადგილება, რომელიც ნაკლებ კომფორტულია, 16 ლარი (6 ევრო) ღირს. ტურისტების აზრით, სწორედ ეს ფაქტი განაპირობებს იმას, რომ საქართველოში ასეთი სახის ტურებში ტურისტთა დეფიციტია და რთულად ხდება ჯგუფების დაკომპლექტება. როდესაც ტურისტი უკავშირდება ტურისტულ სააგენტოს, ისინი აწყობენ სპეციალურ ტურს შემკვეთის საჭიროებისამებრ, არასტანდარტული ტურის მსგავსად. ვინაიდან არ არსებობს ყოველდღიური ტურები, შესაბამისად არ არსებობს კონკურენცია ტურისტულ ბაზარზეც, რაც ავტომატურად მათ მაღალ ფასს განაპირობებს. აღნიშნულ პოსტზე განთავსებული კომენტარებიდან ირკვევა, რომ ზოგიერთი უცხოელი ვიზიტორი უპირატესობას ანიჭებს დაქირავებული ავტომობილით საქართველოს მონახულებას, განსაკუთრებით კი კახეთის რეგიონის, სადაც ქალაქებისა და სოფლების საავტომობილო გზები კარგ მდგომარეობაშია, პატარა სოფლებშიც კი არის საიდენტიფიკაციო ნიშნები ინგლისურ ენაზე, ხოლო ტურისტულ სააგენტოებში კი დეტალური საგზაო რუკები ხელმისაწვდომია ტურისტებისათვის.

რაც შეეხება 2011 წელს, საქართველოს ფორუმზე სულ 75 პოსტი გაიხსნა (ინტერნეტ წყარო N 107). წინა წლების მსგავსად ერთ-ერთ ყველაზე აქტუალურ თემად კვლავ დარჩა უცხოეთის ქვეყნების მოქალაქეთათვის საქართველოში

სტუდენტური სწავლების საკითხი. აღნიშნული თემის ირგვლივ ძირითადად ინდოელი სტუდენტები აქტიურობდნენ, რომლებიც საქართველოში ცხოვრების, სწავლების და პარალელურად მუშაობის პირობებით იყვნენ დაინტერესებულნი. თუმცა კომენტარებიდან ირკვევა, რომ მათი შეფასებით, საქართველო გაცილებით ღარიბი ქვეყანაა, ვიდრე ინდოეთი და ამიტომაც, აქ მცხოვრებ სტუდენტს აუცილებლად სჭირდება ოჯახის დახმარება ფინანსური კუთხით. საქართველოში არ არსებობს სამსახურები, სადაც მათი ნახევარ განაკვეთზე მუშაობაა შესაძლებელი, ხოლო სრულ განაკვეთზე დასაქმების შემთხვევაში ხელფასი 300\$-ს არ აღემატება, მაშინ როდესაც ერთი ადამიანის კვებას 150\$, ხოლო ბინას კი 200\$ მაინც სჭირდება (ინტერნეტ წყარო N 107).

2011 წელს ფორუმზე განთავსებულ პოსტებს შორის საყურადღებოა ქართულ ავიაკომპანიის „აირზენას“ თემის გარშემო გაკეთებულმა უარყოფითი შინაარსის კომენტარების რაოდენობამ. ირკვევა, რომ უცხოელი ტურისტების აზრით, ავიაკომპანია “აირზენას” ვებ-გვერდი ძალიან ცუდ მდგომარეობაში იყო, ავიაკომპანიის საიტზე განთავსებული ინფორმაციები ძირითადად მოძველებული იყო და განახლებას საჭიროებდა, მასზე არ იღო თუნდაც მწირი ინფორმაციაც კი ტურისტებისათვის (ინტერნეტ წყარო N 107). ისინი ასეთივე უარყოფით შეფასებას აძლევდნენ „აირზენას“ სერვისს და უცხოელ ტურისტებს ურჩევდნენ არ ესარგებლათ აღნიშნული ავიაკომპანიის ფრენებით, რადგან “აირზენას” ჰქონდა აბსოლუტურად გაურკვეველი ბარგის პოლიტიკა და დამატებით, თითოეულ ზედმეტ კილოგრამზე სალონში მათ მოუწევდათ ზედმეტი 10€-ს გადახდა. ამასთანავე, თვითმფრინავის ეკონომიურ კლასში სავარძლები ძალიან არა კომფორტული, ხოლო საკითხავი ლიტერატურა საოცრად მწირი და ისიც მხოლოდ ქართულ ენაზე იყო. სწორედ ამიტომ, ისინი უცხოელ ტურისტებს ურჩევდნენ, რომ თავი შორს დაეჭირათ „აირზენას“ სერვისისაგან, ისევე როგორც „ღორის გრიპისა და კეთროვნებისაგან (ინტერნეტ წყარო, N 107).

2012 წელს ფორუმის ერთ-ერთ ყველაზე აქტუალური თემა უსაფრთხოება აღმოჩნდა. უცხოელი ტურისტები ყველაზე მეტად დაინტერესებულნი იყვნენ, თუ რამდენად უსაფრთხო ქვეყანას წარმოადგენა საქართველო და რამდენად იყო

უსაფრთხო ღამის თბილისში გადაადგილება. ფორუმზე განთავსებულ უცხოელ ტურისტთა კომენტარებიდან ირკვევა, რომ დედაქალაქსა და მის გარეუბნებში უსაფრთხოების პრობლემა არ იდგა და რომ იგი აბსოლუტურად უსაფრთხო ქალაქად რჩებოდა ფეხით მოსიარულე ადამიანებისათვის (ინტერნეტ წყარო, N 107). აღნიშნული თემა განსაკუთრებით აქტუალური გახდა 2012 წლის ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნების პერიოდში, როდესაც საქართველოში დაგეგმილი ტურის გადადების აუცილებლობა დაინახა საქართველოში ჩამოსვლის მსურველმა ზოგიერთმა ტურისტმა, რადგან მათი აზრით, ქვეყანაში მიმდინარე მანიფესტაციები კითხვის ქვეშ აყენებდა უსაფრთხოების მდგომარეობას. თუმცა თემის გარშემო გაკეთებული კომენტარებში აღნიშნა, რომ საქართველოში მიმდინარე მიტინგები ხელს არ უშლიდა საავტომობილო მოძრაობასა და გადაადგილებას, რადგან ქართველი მანიფესტანტები იკრიბებოდნენ მხოლოდ სპეციალურად მათთვის განკუთვნილ ადგილებში, შესაბამისად თბილისი კვლავაც უსაფრთხო ქალაქად რჩებოდა ტურისტებისათვის ნებისმიერ დროს (ინტერნეტ წყარო N 107).

ინტერნეტ საიტ TripAdvisor-ზე არსებული ფორუმის შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ 2006 წელს საქართველოს თემაზე შექმნილ ფორუმზე დღემდე ჩვენი ქვეყნის შესახებ უცხოელ ტურისტებში დიდი ინტერესია, რაზეც კიდევ ერთხელ მეტყველებს წლების მიხედვით გახსნილი პოსტებისა და მათ გარშემო გაკეთებული კომენტარების რაოდენობა. მაგალითად, თუ 2006 წელს ფორუმზე საქართველოს შესახებ მხოლოდ 17 პოსტი იყო გახსნილი, 2007 წელს მათი რაოდენობა 28-მდე, ხოლო 2008 წელს 36-მდე, 2009 წელს 51-მდე, 2010 წელს 50-მდე, 2011წ. 75-მდე, 2012წ. 170-მდე, ხოლო 2013 წელს კი 270 პოსტი შეადგინა. (იხ. დანართი).

2008 წლის აგვისტოს საომარ მოქმედებებს, არანაირი გავლენა არ მოუხდენია უცხოელი ტურისტების ინტერესზე, მონახულებინათ საქართველო, რაზეც კიდევ ერთხელ მეტყველებს ფორუმზე გახსნილი პოსტების რაოდენობა და მათი შინაარსობრივი მხარე. ტურისტების შეფასებით, მიუხედავად საქართველოს ტერიტორიაზე განხორციელებული სამხედრო ოპერაციებისა, მდგომარეობა

დედაქალაქში კვლავაც მშვიდი იყო და არანაირი უსაფრთხოების პრობლემა არ არსებობდა ტურისტებისათვის.

2009 წლიდან გამოიკვეთა საქართველოში ჩამომსვლელი ტურისტების განსაკუთრებული ინტერესი თუშეთში, ზემო სვანეთსა და ყაზბეგში ლაშქრობებზე. ფორუმზე განთავსებული მასალებიდან ირკვევა, რომ უცხოელი ტურისტებისათვის საუკეთესო პერიოდი ასეთი ლაშქრობებისათვის არა გაზაფხული, არამედ ზაფხულის შუა პერიოდია.

უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებების მიერ, წინა წლებში (2006-2009წწ.) საქართველოში არსებული უსაფრთხოებისა და ქვეყნის ინფრასტრუქტურის მდგომარეობასთან დაკავშირებული ნეგატიური შინაარსის შემცველი ინფორმაციებისაგან განსხვავებით, ტურისტები საკმაოდ დადებითად აფასებენ საქართველოს საავტომობილო გზებსა და ინფრასტრუქტურას, რომელთა აზრით, ქვეყნის მასშტაბით, საჯარო ტრანსპორტით გადაადგილება საკმაოდ იაფი ჯდება, თუმცა სატრანსპორტო საშუალებები არცთუ ისე კომფორტული და მოსახერხებელია. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს დიდ ქალაქებსა თუ ტურისტულ ზონებში გახსნილია სხვადასხვა სასტუმროები, აღმოჩნდა, რომ უცხოელი ტურისტები უპირატესობას დედაქალაქის გარეთ საოჯახო ტიპის სასტუმროებზე აკეთებენ, სადაც მათი აზრით, უფრო სტუმართმოყვარე გარემო და უგემრიელესი ეროვნული კერძებია.

ფორუმზე გახსნილ თემებს შორის ყველაზე აქტუალური, კვლავაც საქართველოს ერთი რეგიონიდან თუ ქალაქიდან, მეორე რეგიონში გადაადგილებისა და სატრანსპორტო საშუალებების თემა წარმოადგენს. ტურისტებს ხშირად უჩნდებათ შეკითხვები, თუ რომელი სატრანსპორტო საშუალებით არის შესაძლებელი დანიშნულების ადგილამდე მისვლა, მაგალითად ზუგდიდიდან მესტიამდე, მესტიიდან უშგულადე, ქუთაისიდან ბათუმამდე, ახალქალაქიდან ახალციხემდე და ა.შ.

ფორუმზე გახსნილი თემებისა და მათი აქტუალობიდან გამომდინარე დადგინდა, რომ ხშირად, საქართველოში ჩამოსვლის მსურველ ტურისტებს აქვთ

სურვილი, რომ არ გამოტოვონ შანსი და პარალელურად ეწვიონ და მოინახულონ სამხრეთ კავკასიის დანარჩენი ქვეყნები. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს ფორუმზე ხშირად შემოდიან სომხეთის მოქალაქეები, რომლებიც საქართველოში ჩამოსვლის მსურველ ტურისტებს ურჩევენ, რომ შეცვალონ საკუთარი გადაწყვეტილება, არჩევანი საქართველოს ნაცვლად, სომხეთზე გააკეთონ და აუცილებლად ეწვიონ კავკასიის ყველაზე „დინამიურ“ და ცოცხალ ქალაქს–ერევანს.

წლების განმავლობაში ფორუმზე აქტუალობას არ კარგავს საქართველოში მუშაობისა და ცხოვრების თემა. უნდა აღინიშნოს, რომ ფორუმზე ამ საკითხით ძირითადად ინდოეთის, პაკისტანისა და ნიგერიის მოქალაქეები არიან დაინტერესებულნი, რომლებიც ძალიან კარგად იყვნენ ინფორმირებულნი საქართველოში წინა ხელისუფლების მიერ შემოდებულ ლიბერალურ სავიზო რეჟიმთან დაკავშირებით.

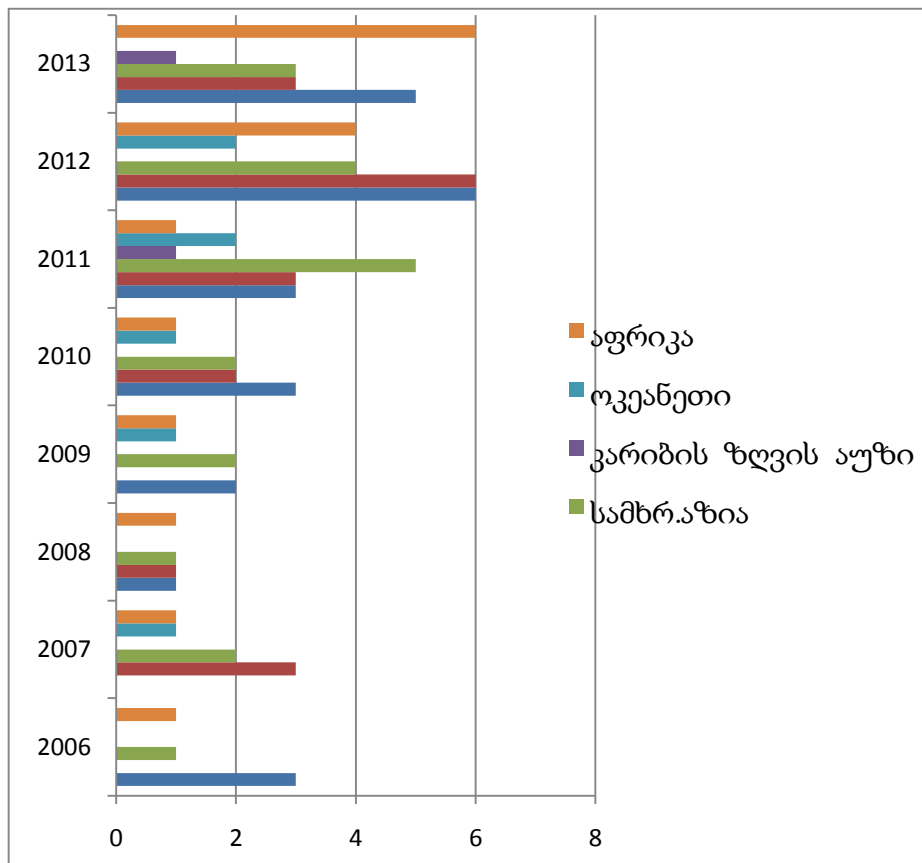
საინტერესო იყო იმ ფაქტის დადგენა, რომ წლების განმავლობაში საქართველოს ფორუმზე გახსნილი სულ 427 პოსტის და შემდგომ მათზე დატოვებული კომენტარების შესწავლისას ფაქტიურად არ აღმოჩნდა თითქმის არც ერთი პოსტი, რომელიც უარყოფით ან ნეგატიური სახის შეფასებას მისცემდა საქართველოში არსებული უსაფრთხოების მდგომარეობას. ხოლო ის ტურისტები, რომლებიც ერთხელ მაინც ყოფილან საქართველოში, თვლიან და აღნიშნავენ კიდევ, რომ მათთვის თბილისი ევროპის ერთ – ერთი უსაფრთხო ქალაქთაგანია, სადაც არაჩვეულებრივი თბილი, კეთილი და ძალიან სტუმართმოყვარე ხალხი ცხოვრობს და სადაც გაცილებით უფრო დაცულად იგრძნობ თავს, ვიდრე ლონდონის გარეუბანში.

2006-2013 წწ. TripAdvisor-ის საიტზე, საქართველოს ფორუმზე შემოსულ მომხმარებელთა მიერ გახსნილი თემებისა და მათ გაშემო გაკეთებული კომენტარების შესწავლის შედეგად დადგინდა, რომ ყველაზე აქტიურად საქართველოს ფორუმს აშშ-ს, აღმოსავლეთ და ჩრდილოეთ ევროპის სახელმწიფოთა მოქალაქეები სტუმრობენ, რომელთა სურვილი, ეწვიონ საქართველოს, სრულიად განსხვავდება, ფორუმზე ასეთივე აქტიური ინდოელი და

აფრიკელი მომხმარებლებისაგან (ნიგერია, სამხრეთ აფრიკა), რომლებიც ჩვენს ქვეყანაში ცხოვრებით და დამკვიდრებით არიან დაინტერესებული.

გრაფიკი 15

საქართველოს ფორუმზე შემოსულ მოქალაქეთა რაოდენობრივი მაჩვენებელი



წყარო: საიტი TripAdvisor.com, Georgia Forum

<http://www.tripadvisor.com/Tourism-g294194-Georgia-Vacations.html>

თავი III. საქართველოს ტურისტული იმიჯი შედარებით კონტექსტში

§3.1. პოზიტიური ტურისტული იმიჯი, სხვა ქვეყნების გამოცდილება: საფრანგეთი და შვეიცარია

ჩვენ საინტერესო აღმოჩნდა მსოფლიოში ყველაზე მონახულებადი ლიდერი სახელმწიფოს და ტურისტული შემოსევების კუთხით მსოფლიოს ტოპ-ათეულში მესამე პოზიციაზე მყოფი - საფრანგეთისა და ასევე დაახლოებით საქართველოს სიდიდის, შვეიცარიის ტურისტული იმიჯის შესწავლა უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდების მიხედვით. ტურიზმი უდიდეს როლს თამაშობს აღნიშნულ სახელმწიფოთა ეკონომიკაში. ორივე სახელმწიფო ლიდერია ტურიზმის სფეროში. ჩვენთვის საინტერესო იყო აღნიშნული ქვეყნების ტურისტული იმიჯის, მათი ხელისუფლების მიერ გაწეული ძალისხმევების შესწავლა და აქცენტრირება იმ ფაქტორებზე, რაც სავარაუდოდ მსოფლიო ტურისტულ ბაზარზე მათ მაღალ კონკურენტუნარიანობასა და მიმზიდველობას განაპირობებს.

ჩვენთვის საინტერესოა ტურიზმის სფეროში ლიდერი სახელმწიფოების ტურისტული იმიჯის შესწავლა უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდების მიხედვით და არჩევანი ორ სახელმწიფოზე, საფრანგეთსა და შვეიცარიაზე გავაკეთეთ, რომელთა კვლევაც 2013 წლიდან დავიწყეთ.

საფრანგეთი

საფრანგეთი უკვე წლებია, რაც პირველ პოზიციას უცვლელად ინარჩუნებს მსოფლიოში ტურისტული შემოსევების კუთხით, რომელმაც დიდი ძალისხმევა გასწია ტურისტული სექტორის განვითარებისათვის და დღემდე კვლავ აქტიურად მუშაობს საკუთარი ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ფორმირების მიმართულებით. ტურისტთა შემოსავლების რაოდენობით უკვე წლებია, რაც იგი მსოფლიოს ათეულის ლიდერია. მიუხედავად მზარდი კონკურენციისა, საფრანგეთი რჩება ნომერ პირველ მონახულებად ქვეყნად (მსოფლიოს ჩამოსვლების 9.4%-ით)

უცხოელი ვიზიტორების რაოდენობით და იგი წინ უსწრებს ისეთ ქვეყნებს, როგორცაა ესპანეთი (6.9%) და აშშ (6.1%-ი), (Portail du Gouvernement de France, 2013).

ტურიზმი საფრანგეთის ეკონომიკის ერთ-ერთი მთავარი მიმართულებაა, ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 6,3%-ს ქმნის და სამუშაო ადგილების შექმნის მხრივ მესამე სექტორს წარმოადგენს. ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავლებმა 2012 წელს საფრანგეთში 42 მილიარდ ევროს მიაღწია (Portail du Gouvernement de France, 2013) ტურიზმის სფეროში მიღწეული წარმატება ქვეყნის ხელისუფლების მიერ ტურიზმის განვითარებისა და ქვეყნის იმიჯის გასაუმჯობესებლად აქტიური და შეუწყვეტელი მუშაობის შედეგია.

რაც შეეხება შვეიცარიას, ეს ქვეყანა ჩვენთვის საინტერესოა იმდენად, რამდენადაც საქართველოს მსგავსად არ მიეკუთვნება დიდ სახელმწიფოთა რიცხვს და მიუხედავად ამისა, იგი 2011 წლიდან დღემდე პირველ პოზიციას ინარჩუნებს მსოფლიოს ეკონომიკური ფორუმის მიერ განხორციელებულ ყოველწლიურ კვლევებში ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კუთხით.

ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტის ვებ-გვერდზე საფრანგეთი წარმოდგენილია, როგორც განვითარებული, სტაბილური დემოკრატიული სახელმწიფო თანამედროვე ეკონომიკით, სადაც ტურისტული ინფრასტრუქტურა ფართოდ ხელმისაწვდომია მთელი ქვეყნის მაშტაბით უცხოელი ვიზიტორებისათვის (ინტერნეტ წყარო N 110).

აშშ-ის და მსოფლიოს წამყვანი სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდი თავინათ მოქალაქეებს ევროპაში ტერორიზმის მომატებულ საფრთხეზე აფრთხილებენ და სიფხიზლისაკენ მოუწოდებენ, თუმცა დასძენენ, რომ ამის მიუხედავად, საფრანგეთში ამ დრომდე მათ მოქალაქეებზე განხორციელებული არცერთი ასეთი შემთხვევა არ ყოფილა დაფიქსირებული. ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი, ისევე როგორც კანადის საგარეო უწყება, აღნიშნავს, რომ საფრანგეთის ხელისუფლებას ქვეყანაში უსაფრთხოების დაცვასა და შენარჩუნებაში დიდ დახმარებას უწევს ტერორიზმის საფრთხის შემცნობი სისტემა, ე.წ. “Vigipirate,”-ის სამსახური, რომელიც ამერიკის შეერთებულ შტატებში

არსებული ქვეყნის შიდა უსაფრთხოების დეპარტამენტის ანალოგია, რომელიც 11 სექტემბრის ტერაქტის შემდეგ შეიქმნა და რომლის მთავარ მიზანს საფრანგეთში საზღვრების, პორტების, სტრატეგიული ინფრასტრუქტურის და ზოგადად, სახელმწიფოს ტერიტორიების დაცვა წარმოადგენს ტერორისტული საფრთხეებისაგან (ინტერნეტ წყარო N 74).

ამ სისტემის წყალობით იზრდება ხილვადობა და კონტროლის სისტემა საფრანგეთის აეროპორტებში, მატარებლებში, მეტროსადგურებში და ისეთ ხალხმრავალ ადგილებში, როგორცაა სკოლები, ტურისტული ინფრასტრუქტურა და ა.შ. დიდი ბრიტანეთის ოფიციალური უწყება აღნიშნავს, რომ საფრანგეთში არაღებული მიგრანტების დიდი რაოდენობაა და არსებობს იმის რეალური საფრთხე, რომ ისინი ბრიტანეთში უკანონოდ შესვლას შეეცადონ. თუმცა აქვე აღნიშნავს, რომ დაახლოებით 17 მილიონი ბრიტანელი სტუმრობს ყოველწლიურად საფრანგეთს და მათი ვიზიტების უმრავლესობამ უპრობლემოდ, მშვიდობიან ვათარებაში ჩაიარა (ინტერნეტ წყარო N 74).

აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტი ძალიან პოზიტიურად აფასებს ფრანგი სამართალდამცავების მუშაობას, რომლებიც “ზრუნავენ საფრანგეთის მოქალაქეთა უსაფრთხოებაზე, ამავე დროს ძალიან აქტიურები არიან და დაუყოვნებლივ რეაგირებენ საჭიროების შემთხვევაში” (ინტერნეტ წყარო N 110). საჯარო უსაფრთხოებას საფრანგეთში სამი ძალა იცავს: მუნიციპალური პოლიცია, ეროვნული პოლიცია და სამხედრო ჟანდარმერია. ოფიციალური ვაშინგტონი აღნიშნავს, რომ ამ ძალებში დანაშაულთან საბრძოლველად პროფესიონალი, კომპეტენტური და აქტიური ადამიანები მუშაობენ და სწორედ ისინი უზრუნველყოფენ სახელმწიფოს მთლიან უსაფრთხოებას.

საფრანგეთი უსაფრთხო სახელმწიფოების რიცხვში შედის, მაგრამ ისევე როგორც ტურისტებისათვის უსაფრთხო ქვეყნებშიც კი, დანაშაული საფრანგეთშიც არ წარმოადგენს იშვიათობას, თუმცა მათი უმრავლესობა არაძალადობრივია. ქვეყანაში ყველაზე მეტი დანაშაულებრივი შემთხვევა, რომელიც ტურისტების მიმართ განხორციელდა, ძირითადად სხვადასხვა სახის ქურდობებია (ჯიბის ქურდობა, ველოსიპედის მოპარვა, ავტომობილის ფანჯრის გატეხვა და პირადი

ნივთების წაგლეჯვა), სწორედ ამიტომ, საგარეო უწყებები საფრანგეთში მყოფ ტურისტებს ტურისტული ზონებში, აეროპორტებსა და სადგურებში (მუზეუმები, ავტოსადგურები, მეტრო და ა.შ) ტურისტებს ყურადღებისაკენ მოუწოდებენ.

უნდა აღინიშნოს, რომ ყველაზე ვრცელი, ამომწურავი ინფორმაცია, რომელიც ამავე დროს შესაძლოა საინტერესო აღმოჩნდეს უცხოელი ვიზიტორებისათვის, აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ვებ-გვერდზეა განთავსებული, სადაც ასევე დეტალურად არის აღწერილი საფრანგეთის დიდ ქალაქებში არსებული ზოგადი უსაფრთხოების მდგომარეობა. ქვეყნის მასშტაბით ფაქტიურად ერთნაირად არის გავრცელებული სხვადასხვა სახის ქურდობა. საგარეო უწყება აღნიშნავს, რომ ჯიბის ქურდობის შემთხვევები ყველაზე ხშირად პარიზში, მიწისქვეშა გადასასვლელებში, სარკინიგზო ქსელზე (RER B) შარს დე გოლის აეროპორტის მიმართულებით გვხვდება და ისინი ტურისტებს გარეუბნის მატარებლის, ან სწრაფი ავტობუსების გამოყენებას ურჩევენ. ყველაზე გავრცელებულია ქურდობის შემთხვევები ასევე ეიფელის გადაჭედებულ ლიფტში, ლუვრის კიბეებზე, საკრე-კერის ბაზილიკის მიმდებარე რეგიონში მონმარტამდე (ინტერნეტ წყარო N 110).

საფრანგეთმა 2012 წელს მიიღო კანონი, რომელიც უფლებას აძლევს სექსუალური უმცირესობების წარმომადგენლებს ოფიციალურად გააფორმონ საკუთარი ქორწინება. შესაბამისად ყველა საგარეო უწყების ვებ-გვერდი საფრანგეთში გამგზავრების სურვილის მქონე ტურისტებს აცნობებს, რომ არ არსებობს არანაირი სამართლებრივი შეზღუდვა ლგბტ პირებისათვის, ისევე როგორც არ არსებობს არანაირი შეზღუდვა ლგბტ მოვლენების აღსანიშნავად ქვეყანაში.

საფრანგეთში კანონი მოითხოვს, რომ ნებისმიერი ახალი საჯარო და კერძო შენობა ხელმისაწვდომი იყოს შშმპ-თვის, მაგრამ ძალიან ბევრი ახალი შენობა აღნიშნულ მოთხოვნას ვერ აკმაყოფილებს. თუმცა ძირითად ტურისტულ ადგილებში გადაადგილების პირობები საუკეთესოა და პარიზში ძალიან ბევრ ავტობუსსა და ტრამვაის აქვს ბაქანი შეზღუდული გადაადგილების მქონე ადამიანებისათვის.

რაც შეეხება სამედიცინო მომსახურებას, ყველა ოფიციალური უწყების ვებ-გვერდი აღნიშნავს, რომ სამედიცინო მომსახურება საფრანგეთში მაღალი სტანდარტისაა და ამავე დროს ვიზიტორებს მოუწოდებენ, რომ საფრანგეთში გამგზავრებამდე აუცილებლად დაეხდვიონ და აიღონ თავისუფალი ევროპული ჯანდაცვის სადაზღვევო ბარათი ე.წ. EHIC, რადგან სამედიცინო მომსახურება საფრანგეთში ძალიან ძვირი ჯდება. მაგალითად, ავსტრალიის საგარეო და ვაჭრობის დეპარტამენტი აღნიშნავს, რომ საფრანგეთში დაზღვევის გარეშე მკურნალობის დღიური ხარჯი საჯარო ჰოსპიტალში 1.350-3.350 ევრომდე მერყეობს (ინტერნეტ წყარო N 35).

ყველა საგარეო უწყება თითოეული ქვეყნის შესახებ განთავსებულ საინფორმაციო გვერდზე ხშირად აღნიშნავს, რომ საგზაო მართვის წესები მათი ქვეყნისაგან განსხვავებულია. რამდენიმე უწყების გვერდზე უკვე გაიჟღერა ინფორმაციამ, რომ საფრანგეთში საგზაო წესები და ავტომობილის მართვის ტექნიკა სპეციალურ საფრთხეებს წარმოქმნის, რადგან ავტომობილის მართვა როგორც წესი, უფრო სწრაფი და აგრესიულია, ვიდრე აშშ-ში (ინტერნეტ წყარო N 35).

საფრანგეთში, რომელიც მსოფლიოში პირველი სახელმწიფოა ტურისტული შემოსვლების კუთხით, “ძირითად მაგისტრალებზე, ყოველ 25 კილომეტრში განთავსებულია სერვის სადგურები. პარიზს აქვს ფართო და ეფექტური საზოგადოებრივი სატრანსპორტო სისტემა, დამაკავშირებელი სისტემა ავტობუსების, მიწისქვეშა გადასასვლელების, საგარეუბნო მატარებლების სერვისის, რომელიც ყოველდღიურად 4 მილიონ ადამიანს ემსახურება საკუთარი უსაფრთხოების ჩანაწერებით და შედარებით უკეთესია, ვიდრე აშშ-ს ქალაქების ძირითად ნაწილში” – აღნიშნავს ოფიციალური ვაშინგტონი (ინტერნეტ წყარო N 35). მსგავსი სისტემები გვხვდება საფრანგეთის ძირითად ქალაქებში. საფრანგეთის ქალაქებს ასევე ერთმანეთთან ფართო სარკინიგზო ქსელი აკავშირებს, რომელიც უსაფრთხო და საიმედოა, რომელთა შორის გადაადგილება შესაძლებელია მაღალი სიჩქარის ე.წ. TGV - “სწრაფი მატარებლის” გამოყენებით, ასევე ბევრ ქალაქში

დანიშნულია ხშირი საჰაერო მიმოსვლა. საფრანგეთში მატარებლით გადაადგილება გაცილებით უფრო უსაფრთხოა, ვიდრე ავტომობილის მართვა.

ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი ასევე მაღალ შეფასებას აძლევს ფრანგულ ავიაციას და მიაჩნია, რომ საფრანგეთის სამოქალაქო ავიაციის ორგანიზაცია შეესაბამება და სრულად აკმაყოფილებს საერთაშორისო სამოქალაქო ავიაციის ორგანიზაციის უსაფრთხოების სტანდარტებს (ინტერნეტ წყარო N 110).

დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყების ვებ-გვერდზე საფრანგეთის შესახებ განთავსებულ საინფორმაციო გვერდზე აღნიშნულია, რომ ავტო ბანაკების (Car camping) დროს დაფიქსირებულია ყაჩაღური თავდასხმის შემთხვევები მძინარე ადამიანებზე, რასაც საგარეო უწყება საფრანგეთში უკანონო მიგრანტების გადმოსვლის შემთხვევებს უკავშირებს და სწორედ ამიტომ, ისინი საკუთარ მოქალაქეებს მოუწოდებენ, რომ არ დატოვონ ავტომობილი იზოლირებულ ადგილებში (ინტერნეტ წყარო N 74).

საფრანგეთის მთებში გამგზავრებამდე, დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყება ვიზიტორებს ურჩევს, რომ შეამოწმონ და გაეცნონ უახლოეს ზეავ მდგომარეობასა და რისკებს საფრანგეთის მეტეო შეტყობინების ვებ-გვერდზე (ინტერნეტ წყარო N 74), რადგან მთებში სავტომობილო გზებზე მოძრაობა შესაძლოა რთული აღმოჩნდეს ზამთრის პერიოდში. სწორედ ამიტომ, ისინი ურჩევენ, რომ თან იქნონ სასმელი წყალი, თბილი ტანსაცმელი, საკვები და მედიკამენტები. სპორტული სახეობებით დაინტერესების შემთხვევაში, როგორცაა (ალპინიზმი, სნოვბორდი, მთაზე ცოცვა, ყინულზე ცოცვა და ა.შ) დარწმუნდნენ, რომ მათი დაზღვევა ყველაფერს ფარავს, რაც გულისხმობს, რომ იგი აუცილებლად უნდა მოიცავდეს სამაშველო ვერტმფრენებსა და გადაუდებელი დახმარების სამსახურებს, რადგან როგორც წესი ხშირია ხოლმე ექსტრემალური სპორტის დროს დაშავებულთა შემთხვევები, რომლებიც გადაუდებელ დახმარებას საჭიროებენ (ინტერნეტ წყარო 74).

საფრანგეთში ადგილობრივი ზღვის პირობებმა შესაძლოა საფრთხე შეუქმნას ძლიერ მოცურავეებსაც კი ატლანტიკის სანაპიროზე, თუმცა დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყება აღნიშნავს, რომ საფრანგეთის სანაპიროებზე არიან მაშველები, დამონტაჟებულია გამაფრთხილებელი სისტემები (ფერადი დროშებით), და თანამოქალაქეებს მოუწოდებს, რომ ყოველთვის მკაცრად დაემორჩილონ რჩევებს და გაითვალისწინონ ის ინფორმაციები, რომელთა მიღებაც ტურისტებს საფრანგეთის ადგილობრივი პრეფექტურების ვებ-გვერდზე შეუძლიათ (ინტერნეტ წყარო N 74).

საინტერესოა ინფორმაცია, რომელიც საფრანგეთის შესახებ “განსაკუთრებულ შენიშვნებში” აღმოჩნდა. საფრანგეთში იკრძალება და უკანონოდ ითვლება სახის შენიღბვა, რაც სახის დასაბურად ნიღბების, სრული პირბადისა და ნებისმიერი სამოსელის გამოყენებას გულისხმობს. აღნიშნული კანონის შეუსრულებლობა ითვალისწინებს ჯარიმას 150 ევროს ოდენობით. კანონის თანახმად, ადამიანი, რომელიც აიძულებს ვინმეს, დაიფაროს სახე, ითვლება დამნაშავედ და კანონი ითვალისწინებს მის დაპატიმრებას, ან ჯარიმას 30 ათას ევროს ოდენით. ხოლო იმ შემთხვევაში, თუ დაზარალებული პირი არასრულწლოვანია, სასჯელი ორმაგდება. კანონი არ ითვალისწინებს რაიმე სახის გამონაკლისს ტურისტებისათვის (ინტერნეტ წყარო N 74), როგორც ჩანს აღნიშნული კანონი ევროპაში ტერორიზმის გაზრდილ საფრთხეების გამოძახილია, რომელიც მსოფლიოში ტურისტებისათვის ყველაზე მონახულებადი ქვეყნის საკანონმდებლო რეგულაციებშიც აისახა, რაც სავარაუდოდ ქვეყანაში უსაფრთხოებასა და ტერორიზმის პრევენციას ისახავს მიზნად.

შვეიცარია

ყველასათვის ცნობილია, რომ შვეიცარია ერთ-ერთ ყველაზე უსაფრთხო სახელმწიფოს წარმოადგენს მთელს ევროპაში, ამავე დროს იგი მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის მიერ ჩატარებულ კვლევებში, უკვე რამდენიმე წელია რაც საერთაშორისო ტურისტული კონკურენტუნარიანობის კუთხით პირველ ადგილს იკავებს.

მიუხედავად იმისა, რომ შვეიცარია უსაფრთხო სახელმწიფოს წარმოადგენს, სადაც არ ხდება ტერორისტული აქტები, ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი თავის ვებ-გვერდზე აღნიშნავს, რომ შვეიცარიის საზღვრები ღიაა მისი დასავლელი მეზობლებისათვის, რაც ცხადია, რომ ტერორისტული დაჯგუფებების შესვლის/გამოსვლის ანონიმურობის შესაძლებლობას არ გამოიციხავს (ინტერნეტ წყარო N 113). სწორედ ამიტომ, საგარეო უწყებები საკუთარი უსაფრთხოების დაცვის მიზნით სიფხიზლისაკენ მოუწოდებენ შვეიცარიაში მყოფ თანამოქალაქეებს, მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო წლებში ფაქტიურად ადგილი არ ჰქონია შვეიცარიის ტერიტორიაზე ტერორისტული თავდასხმის შემთხვევას და მათი მოქალაქეების ვიზიტმა თავისუფალ, მშვიდობიან ვითარებაში ჩაირა.

ისევე როგორც ევროპის სხვა სახელმწიფოებში, სადაც დაცულია ადამიანების გამოხატვის თავისუფლება, მანიფესტაციები დროდადრო შვეიცარიის დიდ ქალაქებშიც იმართება, რომლის დროსაც ადგილობრივი პოლიცია წინასწარ არის ხოლმე ინფორმირებული და იგი უზრუნველყოფს მანიფესტანტების მშვიდობიან მსვლელობასა და უსაფრთხოებას, რაც მაქსიმალურად გამოიციხავს მანიფესტაციების ძალადობაში გადაზრდის საშიშროებას.

შვეიცარიაში ძალიან დაბალია ძალადობრივი დანაშაულის მაჩვენებელი. თუმცა ისევე როგორც ევროპის ნებისმიერ ქვეყანაში, აქაც გავრცელებულია ჯიბის ქურდობა, ასეთი შემთხვევები უფრო ხშირია სარკინიგზო და ავტოსადგურებში, აეროპორტებში, ჟენევის მიმართულებით/ჟენევიდან სარკინიგზო სადგურებში, საჯარო პარკებში, განსაკუთრებით კი ტურისტული ნაკადების ბუმის დროს (როგორცაა ზაფხული და შობა), როდესაც იმართება კონფერენციები, გამოფენები, ჩვენებები დიდ ქალაქებში. სწორედ ამიტომ, საგარეო უწყებები მოუწოდებენ შვეიცარიაში მყოფ ვიზიტორებს, რომ ყურადღება გამოიჩინონ ციურიხისა და ჟენევის სადგურებში.

ისევე როგორც საფრანგეთში, ლგბტ პირებს შვეიცარიაში (ტრანსსექსუალი, ბისექსუალი, გეი) ანტიდისკრიმინაციული კანონები იცავთ და არ არსებობს რაიმე

სამართლებრივი, ან სამთავრო დაბრკოლებები და შეზღუდვები მათი მოვლენების აღსანიშნავად.

“შვეიცარიაში, ისევე როგორც საფრანგეთში “შშმპ-მა შესაძლოა აღმოაჩინონ, რომ ხელმისაწვდომობა შშმპ-ისათვის ამერიკის შეერთებული შტატებისაგან მნიშვნელოვნად განსხვავებულია, აღნიშნავს ოფიციალური ვაშინგტონი (ინტერნეტ წყარო N 113). გარკვეული სირთულეები შესაძლოა შეექმნათ ასეთ ადამიანებს, რადგან შვეიცარიის მაშტაბით შენობების ნაწილი განახლების პროცესშია. ექსპერტები მიიჩნევენ, რომ მხოლოდ საზოგადოებრივი შენობების 30%-ია სრულად ხელმისაწვდომი შშმპ-ისათვის.

მიუხედავად იმისა, რომ შვეიცარიაში გზების დიდი ნაწილი მთიანია და ხვეულია, მათი საგზაო უსაფრთხოების სტანდარტები მაღალია. საზოგადოებრივი ტრანსპორტი შვეიცარიაში არაჩვეულებრივ მდგომარეობაშია, კომფორტულია და მოწესრიგებულად მუშაობს. შვეიცარიის ტურისტული ოფისი და რკინიგზის სადგური არის საუკეთესო ადგილი ტურისტებისათვის სამოგზაურო ფასებთან დაკავშირებით სრული და ამომწურავი ინფორმაციის მისაღებად. დიდი ბრიტანეთის განცხადებით, 2013 წელს შვეიცარიაში ავტოავარიების შემთხვევით სიკვდილიანობის 269 შემთხვევა დაფიქსირდა, რაც სიკვდილიანობის საკამოდ დაბალი მაჩვენებელია, საფრანგეთთან და ამერიკის შეერთებულ შტატებთან შედარებით (ინტერნეტ წყარო N 75). შვეიცარიაში სატრანსპორტო საშუალებებს შორის განსაკუთრებულად უსაფრთხოა სარკინიგზო ქსელი, რომელიც მაღალ სტანდარტებს შეესაბამება, ამავე დროს სრულიად უსაფრთხოა და გამართულად, დაგვიანებების გარეშე მუშაობს.

თითქმის ყველა ოფიციალური ვებ-გვერდი შვეიცარიაში გამგზავრებამდე ტურისტებს ისეთი ალპური რისკების არსებობის შესახებ აფრთხილებს, როგორცაა: ზვავი და თოვლი, მეწყერი, წყალდიდობა, ყინვა, მყინვარის ნაპრალი, მზის გამოსხივება, ამინდის მოულოდნელი ცვლილება, წვიმა და ა.შ. დაწვრილებითი ინფორმაციით და რჩევებით უზრუნველყოფა ტურისტებისათვის შესაძლებელია შვეიცარიის თოვლისა და ზვავის კვლევის ფედერალური კომისიის ვებ-გვერდზე. დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყება მიიჩნევს, რომ შვეიცარიაში ბევრი

უბედური შემთხვევა მხოლოდ არასაკმარისი ინფორმაციის გამო მოხდა: ტექნიკის შეუსაბამობა და ადამიანების მიერ საკუთარი შესაძლებლობების არასათანადოდ შეფასება იყო სწორედ აღნიშნულ შემთხვევათა მთავარი მიზეზი. სწორედ ამიტომ, შვეიცარიაში ისინი ზამთრისა და ექსტრემალური ტურიზმის მოყვარულებს მოუწოდებენ, რომ აუცილებლად ყურად იღონ და გაითვალისწინონ ადგილობრივი ხელისუფლებისა და გიდების რჩევები, რადგან ასეთი რჩევების იგნორირებამ შესაძლოა მათ საფრთხე შეუქმნას შვეიცარიის მთებში.

რაც შეეხება შვეიცარიის ჯანდაცვის სისტემას, იგი საკმაოდ მაღალ სტანდარტებს აკმაყოფილებს და მთელი ქვეყნის მაშტაბით ფართოდ არის ხელმისაწვდომი. თუმცა ყველა საგარეო უწყება მოუწოდებს ტურისტებს, რომ შვეიცარიაში გამგზავრებამდე აიღონ სრულყოფილი ტურისტული და სამედიცინო დაზღვევა და დარწმუნდნენ, რომ მათი დაზღვევა მოიცავს და ფარავს ზამთრის/მთის აქტივობებთან დაკავშირებულ ხარჯებს. საფრანგეთის საგარეო უწყება პირდაპირ მოუწოდებს შვეიცარიაში წასვლის მსურველ თავის მოქალაქეებს, რომ სასწრაფო სამედიცინო მომსახურებისა თუ სამედიცინო ჩარევის ხარჯებს (სამთო-სამაშველო, საფრანგეთის სასწრაფო სამედიცინო სერვისის ანალოგი) ზოგჯერ არ ითვალისწინებს მათი სადაზღვევო პაკეტი და შესაბამისად, წინასწარ აფრთხილებს მათ, რომ ასეთი უბედური შემთხვევის დროს შესაძლოა ხარჯებმა რამდენიმე ათას ევრომდეც კი მიაღწიოს (ინტერნეტ წყარო N 87).

ოფიციალური ვებ-გვერდების გრაფაში “ადგილობრივი კანონმდებლობა და განსაკუთრებული გარემოებები”, შვეიცარიის შესახებ განთავსებულია ინფორმაცია, რომ მოწვევა იკრძალება მთელი ქვეყნის მასშტაბით სამუშაო და საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებში, როგორცაა ბარები, რესტორნები, კინო, სკოლა, სავაჭრო და სპორტული ცენტრები. გამონაკლისი დაიშვება მხოლოდ ადგილობრივ დონეზე, სადაც მოწვევის ლიცენზია მინიჭებული აქვთ პატარა რესტორნებს, ბარებსა და კაფეებს (ინტერნეტ წყარო N 75).

უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალურ ვებ-გვერდებზე საფრანგეთი ისევე, როგორც შვეიცარია, უსაფრთხო ქვეყნების რიცხს მიეკუთვნება და შესაბამისად ორივე განთავსებულია უცხოელი ვიზიტორებისათვის უსაფრთხო ქვეყნების

გრაფაში, სადაც ტურისტებს მხოლოდ ნორმალური უსაფრთხოების ზომების დაცვა ესაჭიროებათ. თუმცა საფრანგეთის შემთხვევაში საგარეო უწყებები ისლამისტური დაჯგუფებების გაძლიერებასა და საფრთხეებზე საუბრობენ, რაც ზრდის აუცილებლობას იმისა, რომ აღნიშნული ქვეყნების საგარეო უწყებებმა თანამოქალაქეებს მეტი სიფრთხილისა და წინდახედულობისაკენ მოუწოდონ. მათი შეფასებით საფრანგეთში მნიშვნელოვნად გაიზარდა უკანონო მიგრანტთა შემოსვლებისა და ასევე საფრანგეთის საზღვრებიდან მეზობელ სახელმწიფოებში მათი გადინების შემთხვევები, რომელთა რაოდენობრივი ზრდა, როგორც წესი დაკავშირებულია ხოლმე ქვეყანაში კრიმოგენური ფონის გამწვავებასთან. თუ შვეიცარიის შემთხვევაში საუბარია მხოლოდ ქურდობის შემთხვევებზე დიდ ქალაქებში, საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებში, საფრანგეთის შემთხვევაში გაცილებით რთულად არის საქმე, კერძოდ, ქურდობისა და დაყენების გაზრდილ შემთხვევებს ზოგჯერ თან ახლავს ძალადობაც, განსაკუთრებით კი პარიზსა და მის გარეუბნებში.

საფრანგეთისა და შვეიცარიისგან განსხვავებით, რომლებიც განვითარებულ დემოკრატიულ სახელმწიფოებს წარმოადგენენ, საქართველო კონსტიტუციური რესპუბლიკაა განვითარებადი დემორატიითა და ეკონომიკით. საქართველოს პოლიტიკურ ისტორიაში სწორედ “2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების შედეგად განხორციელდა ხელისუფლების პირველი დემოკრატიული გადაცემა,” აღნიშნავს ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი საკუთარ ვებ-გვერდზე (ინტერნეტ წყარო N 87). საქართველო საფრანგეთისა და შვეიცარიის მსგავსად ტურისტებისათვის უსაფრთხო ქვეყნების რიცხვს მიეკუთვნება, სადაც ბოლო წლებში კრიმინალი მნიშვნელოვნად შემცირებულია და როგორც საფრანგეთის საგარეო უწყება აღნიშნავს, არ დგას უსაფრთხოების სერიოზული პრობლემა. მიუხედავად ამისა, საქართველოში, ისევე როგორც საფრანგეთში, ხშირია ძარცვისა და წერილმანი ქურდობის შემთხვევები. უცხოეთის მოქალაქეებზე განხორციელებულ დანაშაულს ძირითადად ფინანსური მოტივი უდევს საფუძვლად, რის გამოც, დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყება ურჩევს მოქალაქეებს, რომ თავი აარიდონ თბილისის ქუჩებში საკუთარი სიმდიდრის აფიშირებას (ინტერნეტ წყარო N 87)

სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა საფრანგეთსა და შვეიცარიაში ძალიან მაღალ დონეზეა განვითარებული, რაც გაცილებით მარტივსა და კომფორტულს ხდის ტურისტებისათვის, როგორც დედაქალაქში, ასევე თავად ქალაქებს შორის თავისუფალ გადაადგილებას ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე. შვეიცარიაში, რომელსაც საფრანგეთისაგან განსხვავებული გეოგრაფიული მდებარეობა გააჩნია, მაქსიმალურად არის დაცული საგზაო, სარკინიგზო, თუ საჰაერო სატრანსპორტო უსაფრთხოება, პოლიცია მკაცრად იცავს და აკონტროლებს საავტომობილო მოძრაობის წესებს. რაც შეეხება საქართველოს, მას სერიოზული ხარვეზები და ძალიან ბევრი სამუშაო აქვს ჩასატარებელი სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის განვითარების მიმართულებით, რომელსაც უცხოეთის სახელმწიფოთა საგარეო უწყებები მეტად მძიმე შეფასებებს აძლევენ. მათი განცხადებით, საქართველოს საავტომობილო გზები მეტად რთულ მდგომარეობაშია, ხშირად არ არის განათებული და საგზაო ნიშნები, საჯარო ტრანსპორტი კი მოძველებულია და დღენიადაგ გადაჭედებულია. ქართველი მძღოლების მიერ საგზაო წესების იგნორირება კიდევ უფრო მეტად ზრდის ავტო-საგზაო შემთვევათა რიცხვს. საფრანგეთის საგარეო უწყება აღმოჩნდა ფაქტიურად ის ერთადერთი უწყება, რომელმაც ადეკვატური შეფასება მისცა საგზაო ინფრასტრუქტურის ამჟამინდელ მდომარეობას, ეყრდნობა რა საქართველოს რეგიონალური განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს მონაცემებს და აცხადებს, რომ, საქართველოში ძირითადი საგზაო ქსელი 1 528 კმ. ევროპულ სტანდარტებს შეესაბამება, ხოლო მეორადი გზების 91% და ადგილობრივი გზების 57% კარგ მდომარეობაშია (ინტერნეტ წყარო N 87).

როგორც შვეიცარიაში, ასევე საფრანგეთში, შექმნილია სპეციალური სამსახურები, სამთავრობო ვებ-გვერდები, რომლებიც ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონების მეტეოროლოგიურ პროგნოზზე მუშაობენ, დებენ უახლოეს ინფორმაციებსა და რეკომენდაციებს უცხოელი და ადგილობრივი ვიზიტორებისათვის მთებში, თუ ზღვისპირა რეგიონებში არსებული მდგომარეობის შესახებ. მაგალითად შვეიცარიაში ფუნქციონირებს ე.წ. თოვლისა და ზვავების კვლევის ფედერალური კომისიის ვებ-გვერდი, ხოლო საფრანგეთში მეტეო შეტყობინებისა და ტურისტული საიტების გარდა უახლოესი ინფორმაციის მიღება

ადგილობრივი პრეფექტურების ვებ-გვერდებზეც შესაძლებელია. მსგავსი სახის ინფორმაციების მიღება შესაძლებელი არ არის საქართველოს შემთხვევაში, სადაც შეუძლებელია ინფორმაციის მოპოვება საქართველოს მთებში არსებული მდგომარეობის შესახებ და სწორედ ამიტომ, ოფიციალური უწყებები მოქალაქეებს ურჩევენ, რომ საქართველოში ყოფნისას, მთებში გამგზავრების გადაწყვეტილების მიღებამდე აუცილებლად დაუკავშირდნენ ადგილობრივ კომპანებსა და მათ გამოცდილ გიდებს.

საფრანგეთისა და შვეიცარიის ჯანდაცვის სისტემის ფუნქციონირების ხარისხსა და მათ ხელმისაწვდომობას უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალური უწყებები ძალიან პოზიტიურად აფასებენ. თუმცა ტურისტებს ამ ქვეყნებში გამგზავრებამდე მოუწოდებენ, აუცილებლად დაეხდვიონ, რომ აღნიშნული დაზღვევა უნდა ითვალისწინებდეს გადაუდებელ, სამაშველო დახმარების სერვისსა და ასევე რეპატრიაციას, რადგან მსგავსი სერვისის გამოყენება, როგორც წესი აღნიშნულ ქვეყნებში ძალიან დიდ თანხებთან არის დაკავშირებული.

საქართველოს ჯანდაცვის სისტემას მეტად მძიმე შეფასება ეძლევა აღნიშნული სამთავრობო უწყებების ვებ-გვერდებზე. საგარეო უწყებები თვლიან, რომ სამედიცინო დაწესებულებები ხელმისაწვდომი მხოლოდ თბილისსა და ბათუმშია, თუმცა მათ მიერ გაწეული სამედიცინო დახმარება შესაძლოა საკმაოდ ძვირი აღმოჩნდეს. რეგიონებში კი სასწრაფო და გადაუდებელი დახმარების მიღება შეუძლებელიც კი შეიძლება აღმოჩნდეს, არის შემთხვევები, როდესაც რეგიონებიდან სასწრაფო დახმარებით ავადმყოფის ტრანსპორტირებას 24 საათიც კი სჭირდება. გარდა ამისა, სამთავრობო უწყებები აღნიშნავენ, რომ ხშირად ქართველი ექიმები დახმარების გაწევამდე პაციენტისაგან პირდაპირ ანაზღაურებას მოითხოვენ. აშკარაა, რომ მსგავსი სახის ნეგატიური შინაარსის შემცველი ინფორმაციები არცთუ სახარბიელო განწყობებს ქმნიან საქართველოში ჩამოსვლის სურვილის მქონე ტურისტებში.

შვეიცარია და საფრანგეთი, ეს ის დემოკრატიული სახელმწიფოებია, სადაც საქართველოსთან შედარებით მაღალია მოქალაქეობრივი თვითშეგნება და დაცულია ადამიანის უფლებები, მათ შორის უმცირესობების. ამ სახელმწიფოებში

ლგბტ პირების უფლებებს ანტიდისკრიმინაციული კანონები იცავს და არ არსებობს მათთვის რაიმე სახის სამართლებრივი თუ სამთავრობო შეზღუდვა. საგარეო უწყებები აღნიშნავენ, რომ მართალია საქართველომ 2014 წელს მიიღო ანტიდისკრიმინაციული კანონი, მაგრამ მიუხედავად ამისა, მოსახლეობის ფართო ფენებისათვის ჰორმოსექსუალიზმი მიუღებელია და ქვეყანაში ხშირად ადგილი აქვს ასეთი პლგტ პირების მიმართ აგრესიისა და დისკრიმინაციის შემთხვევებს. დიდი ბრიტანეთისა და ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტს მოყვანილი ჰყავს 2013 წლის 17 მაისს ჰომოფობიისა და ტრანსფობიის წინააღმდეგ ბრძოლის საერთაშორისო დღის აღსანიშნავი აქციის შემთხვევა, როდესაც აქციის მონაწილეებს მათმა მოწინააღმდეგეებმა არ მისცეს აქციის ჩატარების საშუალება და ფიზიკურად და სიტყვიერად გაუსწორდნენ მათ.

ცხრილი 16.

უსაფრთხოება			
	საქართველო	შვეიცარია	საფრანგეთი
დიდი ბრიტანეთი	1. დანაშაული განხორციელებული უცხოელების მიმართ უცხო არ არის საქ-ში. თან არ იქონიოთ დიდი ოდენობით თანხა და ძვირფასი სამკაულები. ყურადღება გამოიჩინეთ ისეთ ადგილებში, რომლებსაც უცხოელები ხშირად სტუმრობენ, როგორცაა: ვაკე, საბურთალო, ახვლედიანზე ბარების ქუჩა (ე.წ. პეროვსკაია).	1. შეიმჩნევა ქურდობის ზრდა, განსაკუთრებით დიდ ქალაქებში, ქენევის აეროპორტში, ქენევის მიმართულებით/ქენევიდან სარკინიგზო სადგურებში 2. დიდმა ნალექმა გამოიწვია წყალდიდობა ქვეყნის ზოგიერთ ნაწილში. გამეზავრებადმდე გაცვანით ამინდის პროგნოზს, რომელიც შესაძლოა მოიცავდეს სახიფათო პირობებსა და წყალდიდობის შესახებ ინფორმაციას 3. შვეიცარიაში ტერორიზმის საფრთხე ძალიან დაბალია. 2013 წ. 698.375 ბრიტანელი ეწვია შვეიცარიას და მათმა ყველა ვიზიტმა უპრობლემოდ ჩაიარა 4. შვეიცარიაში	1. საფრანგეთში არსებობს ისლამისტური დაჯგუფებების თავდასხმების საფრთხე, როგორცაა ISIL-ი. საფრანგეთის მთავრობა აფრთხილებს მოსახლეობას, რომ იყვენენ მეტისმეტად ფხიზლად და გააძლიერონ შიდა და გარე უსაფრთხოების ზომები 2. არსებობს არალეგალი მიგრანტების დიდი რაოდენობა, რომლებიც შესაძლოა შეეცადონ ბრიტანეთში უკანონოდ შესვლას

		<p>სერიოზული დანაშაულის დაბალი მანქანების არსებობს, თუმცა დიდი ბრიტანეთის საელჩოს მიერ ახლახან მიღებული ინფორმაციის მიხედვით, გაიზარდა ქურდობის მანქანების, განსაკუთრებით ჟენევის აეროპორტში და მატარებლებში ჟენევიდან/ჟენევის მიმართულებით.</p> <p>5.შევიცარიაში საგზაო წესებს მკაცრად იცავს პოლიცია.</p> <p>6.შევიცარიაში სხვადასხვა ალკური რისკები არსებობს წლის განმავლობაში. მეტი ინფორმაციისა და რჩევების მიღება შესაძლებელია შევიცარიის ფედერალური კომისიის თოვლისა და ზვავების კვლევის ვებ-გვერდზე.</p>	<p>3.დაახლოებით 17 მილ. ბრიტანელი სტუმრობს ყოველწლიურად საფრანგეთს და მათი ვიზიტების უმრავლესობა უპრობლემოდ მიმდინარეობს.</p> <p>4.ჯიბის და სხვა სახის ქურდები მოქმედებენ პარიზის მიწისქვეშა გადასასვლელებში, RER-ის ხაზებზე, და ასევე მაგისტრალურ სადგურებზე, მაგალითად როგორცაა: ჩრდილოეთის სადგური Gare du Nord, არსებობს რამდენიმე სერიოზული თავდასხმის შემთხვევა RER ხაზ B -ში, რომელიც შარლ დე გოლის, ორლის აეროპორტებსა და ასევე პარიზის სადგურს ემსახურება.</p> <p>5.ავტო ბანაკების (Car camping) დროს დაფიქსირებულია ყაჩაღობის შემთხვევები მძინარე ადამიანებზე, რაც დაკავშირებულია უკანონო მიგრანტების გადმოდინებასთან და სწორედ ამიტომ, საგარეო უწყება მოუწოდებთ, რომ არ მოახდინონ ავტომობილის პარკირება იზოლირებულ ტერიტორიაზე</p>
<p>აშშ</p>	<p>1.საქართველო კონსტიტუციური რესპუბლიკაა განვითარებადი დემორატიითა და</p>	<p>1.შევიცარია თავისუფალია ტერორისტული თავდასხმებისაგან, თუმცა მისი საზღვრები</p>	<p>1.ხოგადად საფრანგეთი შედის უსაფრთხო ქვეყნების რიცხვში.</p> <p>2.საფრანგეთის</p>

	<p>ეკონომიკით. 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების შედეგად განხორციელდა ხელისუფლების პირველი დემოკრატიული გადაცემა. 250 000 იძულებით გადაადგილებული პირია აფხაზეთიდან და სამ. ოსეთიდან. ტურისტული ობიექტები თბილისისა და ბათუმის გარეთ არ არის მაღალგანვითარებული. ბევრი სერვისის მიღება ქვეყნის სხვა მხარეებში შესაძლებელი არ არის.</p> <p>2. პოლიტიკური დემონსტრაციები დროდადრო იმართება საქ-ში, თუმცა ბოლო წლებში დაპირისპირებას მომიტინგეებსა და ხელისუფლებას შორის ადგილი არ ჰქონია</p> <p>3. როდესაც საქ-ში მოგზაურობთ, გამოიყენეთ ისეთივე სიფრთხილის ზომები, როგორც ნებისმიერ დიდ ქალაქში მოგზაურობისას. წერილმანი ქუჩის დანაშაული, როგორცაა ქურდობა, ჯიბის ქურდობა გავრცელებულია მთელი ქვეყნის მასშტაბით.</p> <p>3. აშშ-ს მოქალაქეები შესაძლოა ეკონომიკური და ფინანსური მოტივით განხორციელებული დანაშაულის სამიზნე აღმოჩნდნენ.</p>	<p>ღიაა ევროპის ქვეყნებთან, რაც ტერორისტული დაჯგუფებების შესვლის შესაძლებლობას ტოვებს</p>	<p>ხელისუფლება ინარჩუნებს უსაფრთხოების სისტემას ე.წ. “Vigipirate”, რომელიც აშშ-ს შიდა უსაფრთხოების დეპარტამენტის მრჩეველთა სისტემის ანალოგია. ამ სისტემის წყალობით იზრდება ხილვადობა აეროპორტებში, მატარებლებში, მეტროსადგურებსა და სხვა ხალხმრავალ ადგილებში</p> <p>3. საფრანგეთის უახლეს ისტორიაში აშშ-ს მოქალაქეზე განხორციელებული არცერთი ტერორისტული შემთხვევა ამ დრომდე არ ყოფილა.</p> <p>4. ფრანგი სამართალდამცავები “ძალიან აქტიურობი არიან და დაუწყონებლივ რეაგირებენ”. საჯარო უსაფრთხოებას საფრანგეთში სამი ძალა იცავს: მუნიციპალური პოლიცია, ეროვნული პოლიცია და სამხედრო ჟანდარმერია.</p> <p>5. დანაშაულის უმრავლესობა არაძალადობრივია, მაგრამ ჯიბის ქურდობა მნიშვნელოვან პრობლემას წარმოადგენს ბევრ ადგილას. დანაშაულის უმრავლესობა განხორციელებულია ძირითადად უცხოელების</p>
--	--	---	--

			<p>წინააღმდეგ, მათ შორის აშშ-ს მოქალაქეების მიმართ, როგორცაა დახვედრა, ველოსიპედის მოპარვა და სხვა სახის ქურდობები, რომელსაც ახლავს მინიმალური ძალადობა.</p> <p>ნ.ისევე როგორც მრავალ ქალაქში, მათ შორის პარიზშიც, ქალებმა უნდა გამოიჩინონ მეტი სიფრთხილე ღამით მარტო გადაადგილებისას</p>
შვეიცარია	<p>1.საქში კრიმინალი მნიშვნელოვნად შემცირდა ბოლო წლებში.</p> <p>დაფიქსირებულია ქურდობა, მანქანის ძარცვა, რომელსაც ზოგჯერ ძალადობა ახლავს თან.</p>		<p>1.წვრილმანი ქურდობა: ძარცვა, ჯიბის ქურდობა და ავტომობილის ძარცვა განსაკუთრებით გაზრდილია მარსელსა და სამხრეთ საფრანგეთის სანაპიროზე</p>
საფრანგეთი	<p>1.ქვეყნის დანარჩენ ნაწილში, ისევე როგორც დედაქალაქ თბილისში არ დგას უსაფრთხოების სერიოზული პრობლემა, თუმცა წვრილმანი ქურდობები (ძარცვა, დაყანადება) გვხვდება საქართველოში</p>	<p>1.ვიზიტორებს მართებთ ყურადღება წვრილმანი აეროპორტებში, სადგურებში და საჯარო ტრანსპორტში ქურდობის შემთხვევების გამო</p>	
კანადა	<p>1.არანარი გაფრთხილება არ არის საჭირო მთელი საქართველოს მაშტაბით. მიიღონ მხოლოდ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები</p> <p>2.დაფიქსირებული წვრილმანი ქურდობა, როგორცაა ჯიბის ქურდობა, ხელჩანთის ქურდობა.</p> <p>დანაშაულებრივი შემთხვევები ძირითადად ცუდად განათვლულ ადგილებში ხდება</p>	<p>1.მიიღონ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები</p> <p>2.ჯიბისა და ხელჩანთის ქურდობის შემთხვევები გაიზარდა და ძირითადად ხორციელდება: ბერნში, ციურიხსა და ვენევაში. ასეთი შემთხვევები ხშირია საჯარო თავშეყრის ადგილებში, კერძოდ აეროპორტებსა და სადგურებში, განსაკუთრებით კი ღამის მატარებლებში მეზობელ</p>	<p>1.მიიღონ მხოლოდ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები.</p> <p>2.საფრანგეთის მთავრობა ინარჩუნებს სიფრთხილის სამთავრობო გეგმას, რომლის მიზანია ხალხის, ინფრასტრუქტურისა და ინსტიტუტების დაცვა და მომზადება ტერორისტული</p>

	<p>3.ეცადეთ საკუთარი სიმდიდრის გამოიზიურებას</p> <p>4.ძალადობა, აგრესია, დაყაჩაღება სექსუალური ძალადობა და სხვა სერიოზული სახის დანაშაულებანი უცხოელების მიმართ არ ყოფილა დაფიქსირებული</p> <p>5. ადგილი აქვს დემონსტრაციებს, რომელიც შესაძლოა ძალადობაში გადაიზარდოს</p>	<p>ქვეყნებში</p>	<p>თავდასხმის შემთხვევაში.</p> <p>3.წვილმანი დანაშაული, როგორცაა ხელჩანთის წართმევა და ჯიბის ქურდობა ხორციელდება ძირითად ტურისტულ ზონებში</p> <p>4. პარიზსა და პარიზის გარეუბნებში დაფიქსირებულია ქურდობის შემთხვევათა მნიშვნელოვანი ზრდა, რომელსაც ძალადობაც ახლავს. ქურდები ძირითადად გლეჯენ პირად ნივთებს მობილურზე მოლაპარაკე ადამიანებს</p>
<p>აგსტრალია</p>	<p>1.სერიოზულ დანაშაულთა რაოდენობა შემცირდა საქართველოში, კერძოდ კი თბილისში. 2. თუმცა წარსულში ხდებოდა ინციდენტები, როდესაც ძალადობრივი დანაშაული ჩადენილი იქნა უცხოელების მიმართ, მათ შორის ძარცვა, გატაცება, და სექსუალური ძალადობა</p>	<p>1.სერიოზული დანაშაულის მჩვენებელი შვეიცარიაში დაბალია, თუმცა წვილმანი ქურდობა ხასიათდება ზრდის ტენდენციით, განსაკუთრებით საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, აეროპორტებში, სარკინგზო სადგურებსა და ტურისტული ატრაქციონების მიმდებარე ტერიტორიაზე</p>	<p>1.მიიღონ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები</p> <p>2.შეიმჩნევა წვილმანი დანაშაული საჯარო ტრანსპორტში, განსაკუთრებით ტურისტულ ადგილებში: ლათინურ კვარტალში, ეიფელის კოშკთან, ტრიუმფალურ თაღთან, ვერსალთან, უნივერსიტეტებში, საჯარო ტრანსპორტსა და აეროპორტებში, რესტორნებში, კაფეებსა და სანაპიროებზე. ქურდები ხშირად მუშაობენ ჯგუფურად, სხვადასხვა დახვეწილი და აგრესიული</p>

			<p>მეთოდებით</p> <p>3. შეიმჩნევა ქურდობის შემთხვევათა მნიშვნელოვანი ზრდის ტენდენცია, განსაკუთრებით პარიზსა და მის შემოგარენში</p> <p>4. ავტომობილები ხშირად არინ დამნაშავეთა სამიზნე. ავტომობილიდან ჩანთისა და პირადი ნივთების წაგლეჯვის შემთხვევები განსაკუთრებით ხშირია სამხრეთ საფრანგეთში, ესპანეთის, იტალიის სასაზღვრო ზოლთან</p> <p>5. გამოიყენეთ მხოლოდ ლიცენზირებული ტაქსები, რადგან დაფიქსირებულია არალიცენზირებულ ტაქსებში ძარცვისა და დაყაჩაღების შემთხვევები</p>
--	--	--	--

სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა

	საქართველო	შვეიცარია	საფრანგეთი
დიდი ბრიტანეთი	<p>1. მრავალი გზა საქართველოში ცუდად განათებული და უხარისხოა. უპატრონო შინაური პირუტყვი ქმნის საფრთხეს ბევრ ადგილებში. საგზაო წესები სტრესულია, ხოლო ავტომობილები კი ძირითადად ცუდ მგომარეობაშია</p>	<p>1. ალპური ზამთრის პერიოდში ხშირად ავტომობილის მართვა რთულია, სწორედ ამიტომ აღჭურვეთ თქვენი ავტომობილი ჯაჭვებითა და ზამთრის საბურავებით</p>	<p>1. 2012 წელს საფრანგეთის გზებზე ადამიანთა სიკვდილიანობის 3.653 შემთხვევა დაფიქსირდა, რაც 5.6%-ს შეადგენს 100 ათას ადამიანზე. მაშინ როდესაც, დიდ ბრიტანეთში დაახლოებით სიკვდილიანობის 2.8%-ია დაფიქსირებული; 2. ადგილობრივი ზღვის პირობებმა შესაძლოა საფრთხე შეუქმნას ძლიერ მოცურავეებსაც კი ატლანტიკის</p>

		<p>სანაპიროზე. თუმცა საფრანგეთის პლიაჟებზე არიან მაშველები, გამაფრთხილებელი სისტემები (ფერადი დროშებით) და შესაბამისად ყოველთვის მკაცრად უნდა დაემორჩილონ ტურისტები რჩევებსა და ინფორმაციებს, რომლის მიღებაც მათ საფრანგეთის ადგილობრივი პრეფექტურების ვებ-გვერდებზე შეუძლიათ</p> <p>3.ს შირია ავტომობილის ძარცვის შემთხვევები. ხაგარეო უწყება მოუწოდებს ტურისტებს, რომ არ დატოვონ პირადი ნივთები ავტომობილში და დააყენონ ისინი მხოლოდ უსაფრთხო ადგილზე</p> <p>4.ასევე ხ შირია საავტომობილო გზებზე განერებისა და ძარცვის შემთხვევები</p> <p>5.საფრანგეთის მთებში გამგზავრებამდე დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყება ურჩევს ვიზიტორებს, რომ შეამოწმონ ინფორმაცია უახლოეს ზვავ მდგომარეობასა და რისკებთან დაკავშირებით საფრანგეთის მეტეო შეტყობინების ვებ-გვერდზე</p>
--	--	--

<p>აშშ</p>	<p>1.კერძო ავტომობილები, ტაქსები და საზოგადოებრივი ტრანსპორტით სახმელეთო მოგზაურობა ზოგადად უსაფრთხოა საქ-ში, თუმცა გადაჭედილი ტრანსპორტი ზრდის მგზავრობების დაუცველობას ქურდებისგან.</p> <p>2. საქ-ში ავტომობილის მართვისას აუცილებელია უკიდურესი სიფრთხილე, რადგან ბევრი ადგილობრივი მძღოლი არ იცავს საჯარო წესებს და ხდება მათი სრული იგნორირება</p>	<p>1.მიუხედავად იმისა, რომ შვეიცარიაში გზების უმეტესობა მთიანი და ხევულია, გზებზე უსაფრთხოების სტანდარტები მაღალია. საავტომობილო მოძრაობა ზაფხულშიც შესაძლოა ბევრად უფრო სახიფათო აღმოჩნდეს, ისევე როგორც სახიფათოა ზამთრის არდადეგებზე, როდესაც იზრდება ავტომობილთა მოძრაობა.</p>	<p>1.საფრანგეთი არის განვითარებული და სტაბილური დემოკრატიული სახელმწიფო თანამედროვე ეკონომიკით. ტურისტული ინფრასტრუქტურა ფართოდ არის ხელმისაწვდომი პარიზში.</p> <p>2.საფრანგეთის კანონი მოითხოვს, რომ ნებისმიერი ახალი საჯარო და კერძო შენობა ხელმისაწვდომი იყოს შშმპ-თვის, მაგრამ ბევრი ახალი შენობა აღნიშნულ მოთხოვნას ვერ აკმაყოფილებს.</p> <p>3.ძირითად ტურისტულ ადგილებში გადაადგილების პირობები საუკეთესოა. პარიზში ძალიან ბევრ ავტობუსსა და ტრამვაის აქვს ბაქანი შშმპ-თვის.</p> <p>4.“ძირითად მაგისტრალებზე, ყოველ 25 კილომეტრში გვხვდება სერვის სადგურები. პარიზს აქვს ფართო და ეფექტური საზოგადოებრივი სატრანსპორტო სისტემა. დამაკავშირებელი სისტემა ავტობუსების, მიწისქვეშა გადასასვლელების, საგარეუბნო მატარებლების სერვისის, რომელიც ყოველდღიურად 4 მილ. ადამიანს ემსახურება</p>
-------------------	---	--	--

		<p>უსაფრთხოების ჩანაწერებით და შედარებით უკეთესია, ვიდრე აშშ-ს ქალაქების ძირითად ნაწილში</p> <p>5.საფრანგეთის ქალაქებს ასევე ერთმანეთთან აკავშირებს ფართო სარკინიგზო ქსელი, რომელიც უსაფრთხო და საიმედოა. საფრანგეთის დიდ ქალაქებში გადაადგილება შესაძლებელია მაღალი სინქარის მატარებლით ეწ TGV-ით (“სწრაფი მატარებელი”).</p> <p>6.საფრანგეთის ბევრ ქალაქში ფუნქციონირებს ხშირი საჰაერო მიმოსვლა. მატარებლით გადაადგილება ავტომობილთან შედარებით გაცილებით უსაფრთხოა.</p> <p>7.საფრანგეთში ავტოავარიებით სიკვდილიანობის მჩვენებელი ფეხით მოსიარულეთა 13%-ს შეადგენს, რაც ფაქტიურად იგივეა, რაც აშშ-ში.</p> <p>8.საფრანგეთის სამოქალაქო ავიაციის ორგანიზაცია სრულ შესაბამისობაშია და აკმაყოფილებს საერთაშორისო სამოქალაქო ავიაციის ორგანიზაციის უსაფრთხოების სტანდარტებს.</p>
--	--	--

<p>შევიცარია</p>	<p>1. ძირითადი გზების გარდა, მრავალი გზა ცუდ მდგომარეობაშია, მოშორებული რეგიონები ხელმისაწვდომია მხოლოდ ჯიპით.</p> <p>2. ავტომძღოლების არაპროფესიონალიზირებადი მართვა (საგზაო წესების იგნორირება) ზრდის ავარიების რისკს.</p>		<p>1. საგზაო ქსელი ქვეყანაში კარგად არის განვითარებული</p>
<p>საფრანგეთი</p>	<p>1. საქ-ის ინფრასტრუქტურის სამინისტროს ცნობით, საქ-ში ძირითადი საგზაო ქსელი 1 528 კმ. ევროპულ სტანდარტებს შეესაბამება, ხოლო მეორადი გზების 91% და ადგილობრივი გზების 57% კარგ მდგომარეობაში იმყოფება</p> <p>2. არაუსაფრთხოება გზებზე გაზრდილია (2013 წელს 514 სიკვდილის შემთხვევა 4.5 მილიონ ადამიანზე)</p> <p>3. ავტომობილის მძღოლებს განსაკუთრებული სიფრთხილე მართებთ განსაკუთრებით ღამე, მიწისქვეშა გადასასვლელებთან თან</p>	<p>1. სარკინიგზო ქსელი მთელი ქვეყნის მაშტაბით განვითარებულია, უსაფრთხოების უმაღლესი პირობებითა და დროული მიმოსვლით</p>	
<p>კანადა</p>	<p>1. ავტოსაგზაო შემთხვევები ძირითადად გარდაცვალებით, ან ფიზიკური დაზიანებით მთავრდება, ამიტომ იმოდრავით თრთხილად</p> <p>2. ავტომობილის მართვის ცუდი უნარები და არასაკმარისი განათება საგზაო მოძრაობას სახიფათოს ხდის</p> <p>3. გამოიყენეთ ლოკოინი ტაქსები და საფასურზე წინასწარ შეუთანხმდით</p>	<p>1. მიუხედავად იმისა, რომ შევიცარიის გზები მთიანია, ისინი ძალიან კარგ მდგომარეობაშია, სადაც დაცულია უსაფრთხოების მაღალი სტანდარტი. აუცილებელია, რომ ავტომობილები აღჭურვილნი იყვნენ ზამთრის საბურავებით, ხოლო ზოგიერთ მთიან რეგიონში გადაადგილების დროს კი აუცილებელია იქონიონ მოცურების საწინააღმდეგო ჯაჭვები.</p> <p>2. საზოგადოებრივი ტრანსპორტი შესანიშნავ მდგომარეობაშია</p>	<p>1. საფრანგეთის გზები კარგად არის მოვლილი.</p> <p>2. ძალიან სწრაფად მიმავალი ავტომძღოლები ზრდიან ავტოავარიათა რისკს.</p>

		3. მიზანშეწონილია, შეამოწმონ და ნახონ შვეიცარიის ტურიზმის სააგენტოს ვებ-გვერდი, რათა მიიღონ ამინდის პირობების შესახებ ინფორმაცია	
ავსტრალია	<p>1. ავტომობილის მართვა შესაძლოა სახიფათო აღმოჩნდეს, რადგან გზები და ავტომობილები ცუდ მდგომარეობაშია, მათ ხშირად არა აქვთ განათება და საგზაო ნიშნები.</p> <p>ავტომძღოლებს სიფრთხილე მართებთ, რადგან ხშირია საგზაო წესების იგნორირება.</p> <p>2. გზები ზამთარში შესაძლოა სახიფათო აღმოჩნდეს.</p> <p>3. საჯარო ტრანსპორტი, როგორცაა ავტობუსები, მატარებლები, ტაქსები, შესაძლოა სახიფათო აღმოჩნდეს საგზაო პირობების გამო. არის ქურდობისა და აგრესიის შემთხვევები როგორც მატარებელში, ასევე თბილისის მთავარ სადგურში.</p> <p>4. შესაძლოა რთული აღმოჩნდეს ზუსტი ინფორმაციის მიღება მთებში არსებული მდგომარეობის შესახებ, რისთვისაც უნდა დაუკავშირდეთ ქართულ კომპანიებს და მათ გიდეებს.</p>	<p>1. ავტომობილის მართვისას აუცილებელია განსაკუთრებული ყურადღება მიაქციოთ გზის პირობებს ზამთარში, რაც ხშირად აუცილებელს ხდის ჯაჭვების გამოყენებას</p> <p>2. დღის საათებში ყველა ავტომობილს მოძრაობისას უნდა ჰქონდეს ფარები ანთებული, წინააღმდეგ შემთხვევაში, დარღვევა ითვალისწინებს ჯარიმას.</p> <p>3. ყველა ავტომობილი აუცილებლად უნდა იყოს აღჭურვილი გამაფრთხილებელი სამკუთხა ნიშნით, უბედური შემთხვევისა თუ მწყობრიდან გამოსვლის შემთხვევისათვის</p>	<p>1. საფრანგეთში გამოიყენეთ მხოლოდ ლიცენზირებული ტაქსები, რადგან არალიცენზირებული ტაქსების გამოყენებას დაფიქსირდა თავდასხმისა და ძარცვის შემთხვევები</p> <p>2. ყველა ავტომობილისათვის სავალდებულოა ამრეკლავი ჟილეტის და გამაფრთხილებელი სამკუთხედის გამოყენება ავტომობილის გაფუჭებისა თუ ავტოსაგზაო შემთხვევის დროს</p>

ჯანდაცვა			
	საქართველო	შვეიცარია	საფრანგეთი
დიდი ბრიტანეთი	1. სამედიცინო დაწესებულებები ხელმისაწვდომია თბილისში, თუმცა შესაძლოა მათი სამედიცინო სერვისი	1. აიღეთ სრულყოფილი ტურისტული და სამედიცინო დაზღვევა და დარწმუნდით, რომ	1. თუ საფრანგეთში აპირებთ გამგზავრებას, აუცილებლად უნდა მიიღოთ

	<p>ძვირი აღმონჩდეს. თბილისის გარეთ, სამედიცინო დაწესებულებაა რაოდენობა შეზღუდულია. დარწმუნდით, რომ თქვენი დაზღვევა ფარავს საზღვარგარეთ ნებისმიერი სახის მკურნალობასა და ასევე თქვენი რეპატრაციის ხარჯებს.</p>	<p>თქვენი დაზღვევა მოიცავს და ფარავს ზამთრის/ მთის აქტივობებთან დაკავშირებულ ხარჯებს</p>	<p>თავისუფალი ევროპული ჯანდაცვის სადაზღვევო ბარათი EHIC</p>
<p>აშშ</p>	<p>1. დასავლური ტიპის სამედიცინო მომსახურება საქ-ში შეზღუდულია, თუმცა საქართველოს ჯანდაცვა განაგრძობს გაუმჯობესებას. არსებობს სამედიცინო დაწესებულებებისა და სერვისის დეფიციტი თბილისისა და ბათუმის გარეთ, სადაც შეზღუდულია, ანდა შესაძლოა საერთოდ არ არსებობდეს. სასწრაფო დახმარებით ტრანსპორტირებას რეგიონებიდან შესაძლოა 24 საათი დასჭირდეს. სასწრაფო დახმარების მანქანა შეიძლება არ იყოს ხელმისაწვდომი რაიონებში, ანდა შესაძლოა მისი თბილისიდან გამოგზავნა გახდეს საჭირო</p> <p>3. ქართველი ექიმები სამედიცინო დახმარების გაწევამდე ნაღდ ანგარიშსწორებას მოითხოვენ</p>	<p>1. შესანიშნავი, მაღალი ხარისხის სამედიცინო მომსახურება ფართოდ არის ხელმისაწვდომი მთელი ქვეყნის მასშტაბით</p>	<p>1. საფრანგეთში სამედიცინო მომსახურება მაღალი სტანდარტისაა</p> <p>2. თუ საფრანგეთში აპირებთ გამგზავრებას, აუცილებლად უნდა აიღოთ თავისუფალი ევროპული ჯანდაცვის სადაზღვევო ბარათი EHIC.</p>
<p>შვეიცარია</p>	<p>1. სასწრაფო სამედიცინო მომსახურება უზრუნველყოფილია მხოლოდ ურბანულ ცენტრებში. შორეულ ადგილებში ავადმყოფობის, ან უბედური შემთხვევის დროს სწრაფი სამედიცინო სერვისი არ არის გარანტირებული</p>		<p>1. შვეიცარიაში სამედიცინო ჩარევის თუ საგანგებო სამსახურების მიერ გაწეული ხარჯები (SAMU), ზოგჯერ მთლიანად, ან ნაწილობრივ არ არის ხოლმე დაფარული</p>

	2.სერიოზული ავადმყოფობის ან დაზიანების შემთხვევაში უმჯობესია შვეიცარიაში დაბრუნება		ჯანმრთელობის ან უბედური შემთხვევის დაზღვევით, სწორედ ამიტომ ურჩევნია, რომ გამგზავრებამდე წინასწარ აიღონ დაზღვევა, რომელიც ფარავს უბედურ შემთხვევათა და სამშობლოში რეპატრაციის ხარჯებს
საფრანგეთი	1.საქ-ში გავრცელებული მენინგიტი, მალარია, ტუბერკულოზი 2.ადგილობრივმა სანიტარულმა სამსახურებმა დაადასტურეს, რომ თბილისში ძალიან ბევრი მაწანწალა ძაღლი ცოფის მატარებელია	1.შვეიცარიაში, საგანგებო სამსახურების, ასევე ინტერვენციის ხარჯები (გადაუდებელი სამედიცინო დახმების ანალოგი), რომელიც არ იფარება მთლიანად ან ნაწილობრივ იფარება ჯანმრთელობის დაზღვევის, თუ უბედური შემთხვევის დაზღვევით გათვალისწინებული ხელშეკრულებით, არის პირადად საკუთარი ჯიბიდან გადასახდელი	
კანადა	1. ნუ გექნებათ იმის მოლოდინი, რომ სამედიცინო მომსახურება ისეთივე იქნება, როგორსაც კანადა გთავაზობთ 2.იქონიეთ სამედიცინო მედიკამენტებიანი ხელჩანთა, განსაკუთრებით თუ თქვენ მოგიწევთ ყოფნა დიდი ურბანული ცენტრიდან მოშორებით	1.ნუ გექნებათ იმის მოლოდინი, რომ სამედიცინო მომსახურება ისეთივე იქნება, როგორსაც კანადა გთავაზობთ 2.იქონიეთ სამედიცინო მედიკამენტებიანი ხელჩანთა, განსაკუთრებით თუ თქვენ მოგიწევთ ყოფნა დიდი ურბანული ცენტრიდან მოშორებით	1. ნუ გექნებათ იმის მოლოდინი, რომ სამედიცინო მომსახურება ისეთივე იქნება, როგორსაც კანადა გთავაზობთ 2.იქონიეთ სამედიცინო მედიკამენტებიანი ხელჩანთა, განსაკუთრებით თუ თქვენ მოგიწევთ ყოფნა დიდი ურბანული ცენტრიდან მოშორებით

<p>ავსტრალია</p>	<p>1.სამედიცინო მომსახურება, განსაკუთრებით თბილის გარეთ შეზღუდულია. მიუხედავად იმისა, რომ მედიკამენტები ევროპული და რუსული ხელმწისაწვდომია, სამედიცინო მომსახურების ხარისხი და საშუალებები მწირია. სამედიცინო ევაკუაცია, რომელიც საკმაოდ ძვირი ჯდება, შესაძლებელია საჭირო გახდეს მძიმე ავადმყოფობის ან დაზინების შემთხვევაში. საქართველოში გავრცელებულია მალარია, მუცლის ტიფი, ტუბერკულოზი, ბრუცელოზი და ჰეპატიტი</p>	<p>1.საგარეო უწყება მოქალაქეებს ურჩევს, რომ საფრანგეთში გამგზავრებამდე მიიღონ სრულყოფილი სამედიცინო დაზღვევა, რომელშიც ასევე სამედიცინო ევაკუაციაც შევა</p>	<p>1.საგარეო უწყება ურჩევს, რომ მიიღონ სრულყოფილი სამედიცინო დაზღვევა საფრანგეთში გამგზავრებამდე, რომელშიც ასევე სამედიცინო ევაკუაციაც შევა.</p> <p>2.სტანდარტული სამედიცინო მომსახურება საფრანგეთში ძალიან ძვირია, მისი დღიური ფასი საჯარო ჰოსპიტალში 1 350-3 350 დოლარამდე მერყეობს</p>
<p>უმცირესობები და მათი უფლებები</p>			
	<p>საქართველო</p>	<p>შვეიცარია</p>	<p>საფრანგეთი</p>
<p>დიდი ბრიტანეთი</p>	<p>1.სომოსექსუალიზმი ლეგალურია საქართველოში, თუმცა ფართოდ არ არის მიღებული საზოგადოებისათვის. 2013 წლის 17 მაისს, პომოფობიის აღსანიშნავად გამართულ აქციის ჩატარებას თბილისში ხელი შეუშალა გულშემატკივართა ფართო მასამ. საქართველოს მართმადიდებლური ეკლესიის მხდამჭერები ფიზიკურად და სიტყვიერად გაუსწორდნენ აქციის მონაწილეებს.</p>	<p>1.შვეიცარიის ტურიზმის ოფიციალური საიტი სთვაზობს სასარგებლო ინფორმაციებს შშმპ-ისა და შეზღუდული გადაადგილების მქონე ადამიანებისათვის</p>	<p>1.სახის დამალვა საზოგადოებრივ ადგილებში საფრანგეთში აკრძალულია და უკანონოდ ითვლება. იგი გულისხმობს ნიღბებს, სრულ პირბადეს, ნებისმიერ სამოსელსა თუ ნიღბს, რომელიც გამოიყენება სახის შესანიღბად. აღნიშნული კანონის შეუსრულებლობა ითვალისწინებს ჯარიმის 150 ევროს ოდენობით. კანონის მიხედვით, ადამიანი, რომელიც აიძულებს ვინმეს, დამალოს საკუთარი სახე, ითვლება დანაშაულად და ითვალისწინებს დაპატიმრებას, ან ჯარიმას 30 ათასი ევროს ოდენობით. თუ პირი, რომელსაც აიძულეს დამალოს სახე არის არასრულწლოვანი,</p>

			სასჯელი ორმაგდება. კანონი არ ითვალისწინებს რაიმე სახის გამონაკლისს ტურისტებისათვის
აშშ	<p>1. ლგბტ პირების იცავს ანტიდისკრიმინაციული კანონები საქ-ში და არ არსებობს სამართლებრივი დაბრკოლება მათი მოვლენების აღსანიშნავად.</p> <p>2. თუმცა ტრადიციულმა კულტურულმა დამოკიდებულებამ შესაძლოა გამოიწვიოს ლგბტ პირების დისკრიმინაცია და შევიწროება.</p> <p>3. წარსულში ზოგიერთი ლგბტ და რელიგიური უმცირესობები იყვნენ თავდასხმათა სამიზნე</p> <p>4. 2013 წლის 17 მაისს ძალაღობრივად ჩაიშალა პომოფობიის საერთაშორისო დღის აღსანიშნავი აქცია მათი კონტრ აქციის მონაწილეების მიერ</p> <p>5. მიუხედავად იმისა, რომ საქ-ოს ადმინისტრაციული კოდექსი ადგენს საზოგადოებრივ შენობებს შშმპ-ისათვის, მაინც ძალიან მცირეა მათთვის ხელმისაწვდომი საჯარო და კერძო შენობები. კერძო და საჯარო ტრანსპორტი ვერ უზრუნველყოფას შშმპ-ების გადაადგილებას.</p>	<p>1. ლგბტ პირები სარგებლობენ სრული უფლებებით შევიცარიაში, მათ უფლებებს იცავს ანტიდისკრიმინაციული კანონები და არ არსებობს რაიმე სამართლებრივი ან სამთავრობო დაბრკოლებები ლგბტ მოვლენების აღსანიშნავად.</p> <p>2. შშმპ-ებს შესაძლოა გარკვეული სირთულეები შეექმნათ გადაადგილებისას, რადგან შევიცარია მათთვის ადაპტირებული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების, ან მოწყობის პროცესშია. ექსპერტების განცხადებით, ეროვნულ დონეზე შენობა-ნაგებობის მხოლოდ 30%-ი აკმაყოფილებს აღნიშნულ მოთხოვნებს</p>	<p>არ არსებობს არანაირი სამართლებრივი შეზღუდვა ლგბტ პირებისათვის, ისევე როგორც ლგბტ მოვლენების აღნიშვნისა</p>
შვეიცარია	<p>1. ადამიანები, რომლებიც საჯაროდ აფიშირებენ საკუთარ ჰომოსექსუალურ ორიენტაციას ხშირად აგრესიის მსხვერპლნი ხდებიან</p> <p>2. არაადეკვატური ციხის</p>		

	პირობები (გადაჭედული საკნები, არასაკმარისი სამედიცინო და სანიტარული მომსახურება) ზრდის ტუბერკულოზით დაავადების რისკს		
კანადა	1. სორმესექსუალობა ლეგალურია, თუმცა ქართული საზოგადოების ფართო ფენებისათვის მიუღებელია		
ავსტრალია	1. საქართველოს კანონმდებლობას არ გააჩნია ნათელი და მკაფიო რეგულაციები და პროცედურები სუროგაციასთან დაკავშირებით, ამიტომაც მხედველობაში უნდა მიიღოს რისკები და პოტენციური შედეგები და გაიაროს სამართლებრივი კონსულტაციები სანამ გარიგებას დადებთ		1. სახის დამალვა საზოგადოებრივ ადგილებში საფრანგეთში აკრძალულია და უკანონოდ ითვლება. იგი გულისხმობს ნიღბებს, სრულ პირბადეს, ნებისმიერ სამოსელსა თუ ნიღბს, რომელიც გამოიყენება სახის შესანიღბად. ადნიშნული კანონის შეუსრულებლობა ითვალისწინებს ჯარიმის 150 ევროს ოდენობით. კანონის მიხედვით, ადამიანი, რომელიც აიძულებს ვინმეს, დამალოს საკუთარი სახე, ითვლება დანაშაულად და ითვალისწინებს დაპატიმრებას, ან ჯარიმას 30 ათასი ევროს ოდენობით. თუ პირი, რომელსაც აიძულებს დამალოს სახე არის არასრულწლოვანი, სასჯელი ორმაგდება. კანონი არ ითვალისწინებს რაიმე სახის გამონაკლისს ტურისტებისათვის

**§ 3. 2. საქართველოს სამხრეთ კავკასიელი მეზობლების ტურისტული იმიჯი:
სომხეთი და აზერბაიჯანი**

სომხეთი

საჭიროა აღინიშნოს, რომ სამხრეთ კავკასიის ქვეყნები ტურიზმის სფეროში კონკურენტები არიან, მათ შეიძლება ერთმანეთს “წაართვან” ტურისტები, თუმცა მათ შორის შესაძლებელია რეგიონალური თანამშრომლობაც. კვლევის პროცესში ასევე შევეცადე შემესწავლა სამხრეთ კავკასიის მეზობელი ქვეყნების შესახებ განთავსებული ინფორმაციები იმ ქვეყნების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდების მიხედვით, რომელთა მიხედვითაც განვიხილე საქართველოს ტურისტული იმიჯი. უნდა აღინიშნოს, რომ სამხრეთ კავკასიის ქვეყნების ტურისტული იმიჯი უცხოეთის წამყვანი სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე ძირითადად იდენტურად ხასიათდება.

სომხეთი, მეზობელი აზერბაიჯანის მსგავსად აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის ვებ-გვერდზე წარმოდგენილია, როგორც განვითარებული ეკონომიკის მქონე სახელმწიფოდ, სადაც ინფრასტრუქტურა და ტურისტული სერვისი დედაქალაქის გარეთ შეზღუდულია (ინტერნეტ წყარო N 108).

უცხოეთის სახელმწიფოთა საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე განთავსებულ ინფორმაციებზე დაყრდნობით, სომხეთში დანაშაული უცხოელების წინააღმდეგ იშვიათად ხდება, განსაკუთრებით კი დედაქალაქში, თუმცა დღემდე გვხვდება კრიმინალურ დაჯგუფებათა მიერ ორგანიზებულ დანაშაულებათა შემთხვევები, მიუხედავად იმისა, რომ იგი შესაძლოა საერთოდ არ ეხებოდეს ტურიზმს. ქურდობა, ჯიბის ქურდობა და მანქანის ძარცვა სომხეთში ყველაზე გავრცელებული დანაშაულის სახეობებია. ძალადობრივი დანაშაულის მაჩვენებელი და კრიმინალური ფონი ზოგადად დაბალია ქვეყანაში, ვიდრე აშშ-ის უმეტეს ქალაქებში - აღნიშნავს ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტი (ინტერნეტ წყარო N 108), თუმცა აქვე აფრთხილებს სომხეთში ბიზნესის დაწყების მსურველ ინვესტორებს, რომ რამდენიმე ამერიკელ ინვესტორს

ჰქონდა ქონებრივი ღირებულება, თუმცა სასამართლო პროცესი ხანგრძლივი და, უმეტეს შემთხვევაში, წარუმატებელი აღმოჩნდა უცხოელი ინვესტორებისათვის.

მიუხედავად იმისა, რომ ზოგადი პოლიტიკური ფონი მშვიდია ქვეყანაში, სომხეთში ხშირად იმართება საპროტესტო გამოსვლები და მანიფესტაციები, რომლებიც შესაძლოა ძალადობაში გადაიზარდოს. სწორედ ამიტომ, ოფიციალური უწყებები სომხეთში ჩამოსვლის მსურველ მოქალაქეებს ამ შეკრებებში მონაწილეობისაგან თავშეკავებას ურჩევენ.

მიუხედავად იმისა, რომ სომხეთსა და აზერბაიჯანს შორის 1994 წელს ხელი მოეწერა ცეცხლის შეწყვეტის შეთანხმებას, სომხეთისათვის საზღვრები თურქეთთან და აზერბაიჯანთან კვლავ დაკეტილი რჩება მთიანი ყარაბაღის კონფლიქტის გამო. ჩვენს მიერ შესწავლილი თითქმის ყველა ქვეყნის საგარეო უწყების ვებ-გვერდზე სომხეთის შესახებ განთავებულ საინფორმაციო ფურცელზე აღნიშნულია, რომ სეპარატისტები, სომხეთის მხარდაჭერით კვლავ აკონტროლებენ მთიან ყარაბაღსა და აზერბაიჯანის შვიდ ოკუპირებულ რეგიონს. სომხეთის გავლით მოგზაურობა მთიან ყარაბაღსა და მის მიმდებარე ტერიტორიაზე აზერბაიჯანის მთავრობის თანხმობის გარეშე, მომავალში აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე შესვლისას სერიოზულ პრობლემებს შეუქმნით მათ. კონფლიქტური ზონები და ასევე მისი მოსაზღვრე ტერიტორიები, რომლებსაც სომხეთის ხელისუფლება აკონტროლებს კვლავ დანაღმულია. აზერბაიჯანთან სასაზღვრო რეგიონში და ცეცხლის შეწყვეტის ხაზის გასწვრივ პერიოდულად ადგილი აქვს ინციდენტებს, რომელსაც თან ახლავს ადამიანთა დაჭრისა და გარდაცვალების შემთხვევები. საფრანგეთის საგარეო უწყება, ისევე როგორც სხვა ქვეყნების ოფიციალური წარმომადგენლობა მკაცრად აფრთხილებს მოგზაურებს, რომ არ გაემგზავრონ აზერბაიჯანის მოსაზღვრე ტერიტორიებზე, სადაც რეგულარულად ხდება შეტაკებები (ტაუშის რეგიონში), (ინტერნეტ წყარო N 85).

სახმელეთო მოგზაურობა სომხეთის ტერიტორიაზე დიდ სიფრთხილესა და წინდახედულობას მოითხოვს. საჯარო ტრანსპორტი იაფია, მაგრამ არასანდო და არაკომფორტულია, რომელიც მუდმივად გადაჭედულია და ცუდ მდგომარეობაშია. ერთ-ერთი სიცოცხლისათვის ყველაზე საშიშ და ნაკლებად უსაფრთხო

სატრანსპორტო საშუალებას მიკროავტობუსები წარმოადგენენ, რომლითაც მოგზაურობა მგზავრებისათვის გაცილებით საშიშია, ვიდრე სხვა საზოგადოებრივი ტრანსპორტით სარგებლობა, რადგან ძალიან ხშირია ავტოავარიების შემთხვევები. დედაქალაქ ერევნის გარეთ, რამდენიმე ძირითადი მიმართულების საავტომობილო გზის გარდა, საავტომობილო გზების უმეტესობა მძიმე მდგომარეობაშია. ავტომობილების არაპროგნოზირებადი მართვა და მართვის წესების უგულებელყოფა ზრდის ავტო საგზაო შემთხვევათა რისკს. საგარეო უწყებები მოქალაქეებს ღამით მოგზაურობის დროს განსაკუთრებული სიფრთხილისაკენ მოუწოდებენ. 2007 წელს, სამოქალაქო ავიაციის საერთაშორისო ორგანიზაციამ, ჩატარებული საავიაციო უსაფრთხოების აუდიტის შედეგად დაადგინა, რომ სომხეთში საავიაციო უსაფრთხოების დონე საშუალოზე მაღალია.

უცხოეთის ქვეყნების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციებიდან ირკვევა, რომ სომხეთის ჯანდაცვის სისტემა არცთუ სახარბიელო იმიჯით სარგებლობს. მიუხედავად იმისა, რომ სომხეთში მრავალი კომპეტენტური ექიმი, სამედიცინო დაწესებულებები და სერვისი შეზღუდულია, განსაკუთრებით კი მთავარი ქალაქების გარეთ, რომლებიც არ შეესაბამება და ვერ პასუხობენ ევროპულ სტანდარტებს. სომხეთში ასაკოვანი და ჯანმრთელობის სერიოზული პრობლემის მქონე მოგზაურები, არასაკმარისი სამედიცინო მომსახურების გამო შესაძლოა დიდი რისკის ქვეშ აღმოჩნდნენ. სწორედ ამიტომ, სერიოზული ჭრილობის, ან ავადმყოფობის შემთხვევაში საგარეო უწყებები მოქალაქეებს სამშობლოში დაბრუნებას ურჩევენ.

შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების გარემოსთან ადაპტაციის მდგომარეობა სომხეთში მძიმეა. ამერიკის შეერთებული შტატების სახელმწიფო დეპარტამენტის განცხადებით, მიუხედავად იმისა, რომ სომხეთმა 2007 წელს ხელი მოაწერა ადამიანის უფლებათა კონვენციას, სომხეთის ხელისუფლება არ ასრულებს აღებულ ვალდებულებებს (ინტერნეტ წყარო N 108) ქვეყანაში ფაქტიურად არ არსებობს ელემენტარული პირობები შშმპ-ისათვის, მათი პარკირებისა და ინვალიდის ეტლით გადაადგილებისათვის.

სომხეთში არ არსებობს სპეციალური კანონი, რომელიც ლგბტ პირთა უფლებებს დაიცავს. ქვეყანაში არსებული ტრადიციული კულტურული დამოკიდებულების გამო, ასეთი ადამიანები სახელმწიფოსა და კერძო პირების მხრიდან დისკრიმინაციას განიცდიან. უმძიმესია სომხურ საპატიმროებში არსებული მდგომარეობა: გადაჭედილი საკნები, არაადეკვატური სამედიცინო და სანიტარული პირობები, სამედიცინო მომსახურების დეფიციტი, რაც კიდევ უფრო ზრდის ტუბერკულოზით დაავადებათა რისკს.

სომხეთში კომუნიკაცია, მობილური ტელეფონითა თუ ინტერნეტით სარგებლობა გარკვეულ ხარვეზებთან არის დაკავშირებული, განსაკუთრებით კირეგიონებში. ქვეყანაში შეიმჩნევა ინტერნეტ კაფეების გახსნის მზარდი ტენდენცია, სადაც ინტერნეტი ძალიან ნელა მუშაობს და არასანდოა. სწორედ ამიტომ, დიდი ბრიტანეთის საგარეო უწყება მოუწოდებს სომხეთში მოგზაურობის მსურველ მოქალაქეებს, იმისათვის, რომ თავიდან აიცილონ ზედმეტი შეშფოთება, წინასწარ გააფრთხილონ აღნიშნული პრობლემის შესახებ მეგობრები და ახლობლები (ინტერნეტ წყარო N 85).

აზერბაიჯანი

აზერბაიჯანი მეზობელი საქართველოს მსგავსად, განვითარებადი ეკონომიკის მქონე სახელმწიფოს წარმოადგენს. დასავლური სტილის კეთილმოწყობა მხოლოდ დედაქალაქ ბაქოში გვხვდება, ხოლო მის გარეთ ინფრასტრუქტურა და მისაწვდომობა ტურისტულ სერვისებთან გაუმჯობესების და დასავლურ სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანის პროცესშია.

გლობალური და რეგიონული სააფრთხეების გათვალისწინებით, რომლებიც მიმართულია ამერიკის შეერთებული შტატებისა და უცხოური ინტერესების წინააღმდეგ, ამერიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი აზერბაიჯანში მყოფ მოქალაქეებს სიფხიზლისაკენ მოუწოდებს, განსაკუთრებით კი დასავლური საზოგადოების თავშეყრის ადგილებში (ინტერნეტ წყარო N 109). ვებ-გვერდზე მოყვანილია 2012 წელს მომხდარი შემთხვევა, როდესაც აზერბაიჯანის ეროვნული

უსაფრთხოების სამინისტრომ დროულად იმოქმედა და ტერორისტული თავდასხმის თავიდან აცილება შეძლო, რომელიც ბაქოში უცხოელების წინააღმდეგ იყო მიმართული. სახელმწიფო დეპარტამენტი მიიჩნევს, რომ ამერიკის შეერთებული შტატების მოქალაქეები ინფორმირებულნი უნდა იყვნენ იმ ფაქტის შესახებ, რომ აზერბაიჯანში შეკრებები და მანიფესტაციები წარსულში დარბეული იქნა ხელისუფლების მიერ ძალის გამოყენებით (ინტერნეტ წყარო N 109). დედაქალაქი ბაქო მიიჩნევა, როგორც შედარებით უსაფრთხო ქალაქად, თუმცა, ისევე როგორც ყველა დიდ ქალაქში, ზოგადად დანაშაულის მაჩვენებელი იზრდება (ქურდობა, თავდასხმები). ქვეყნის მაშტაბით ყველაზე ფართოდ გავრცელებულ დანაშაულებათა შემთხვევებს წარმოადგენს მოქალაქეების ძარცვა და მათზე თავდასხმა. უცხოეთის მოქალაქეები დიდი საფრთხის ქვეშ იმყოფებიან ხალხმრავალ და იზოლირებულ ადგილებში. საკრედიტო ბარათების გაყალბება დანაშაულის ერთ-ერთი გავრცელებული სახეობაა აზერბაიჯანში.

ჩვენს მიერ შესწავლილი ქვეყნების ოფიციალური უწყებები აცხადებენ, რომ მთიანი ყარაბაღი და სომხეთთან სასაზღვრო რეგიონები ოკუპირებულია სომხეთის მიერ, სწორედ ამიტომ ისინი მოქალაქეებს მთიან ყარაბაღში, ასევე სომხეთის მიერ ოკუპირებულ სასაზღვრო რეგიონებში გამგზავრებას არ ურჩევენ. მოგზაურთათვის ასევე აკრძალულია გადაადგილება რუსეთის სასაზღვრო რეგიონში (დაღესტანი) ადამიანთა გატაცებისა და სხვა დანაშაულებათა რეალური საფრთხის გამო. აზერბაიჯანსა და რუსეთს შორის არსებული საზღვარი დაკეტილია და ხელმიუწვდომელია უცხოელებისათვის. ამერიკის სახელმწიფო დეპარტამენტი აზერბაიჯანის საინფორმაციო ფურცელზე, ისევე როგორც სომხეთის შემთხვევაში, თანამოქალაქეებს სიფრთხილისაკენ მოუწოდებს სოფელ ნარდარანში ყოფნისას, რომელიც ბაქოდან 30 კმ-ში მდებარეობს აბშერონის ნახევარკუნძულზე, სადაც 2009 წელს ამერიკისა და ისრაელის საწინააღმდეგო აქციები გაიმართა (ინტერნეტ წყარო N109). ოფიციალური ვაშინგტონი აზერბაიჯანში გამგზავრების მსურველ მოქალაქეებს აფრთხილებს, რომ სომხური წარმომავლობის მოქალაქეებს განსაკუთრებული სიფრთხილე მართებთ აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე, ვინაიდან აზერბაიჯანის ხელისუფლებამ განაცხადა, რომ იგი ვერ იქნება სომხური წარმომავლობის მქონე მოქალაქეების

უსაფრთხოების გარანტი აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე (ინტერნეტ წყარო N 109). საფრანგეთის საგარეო უწყების განცხადებით, კონფლიქტი სომხეთსა და აზერბაიჯანს შორის მთიანი ყარაბაღის გამო ჯერ კიდევ გადაუჭრელია. სომხეთისა და მთიანი ყარაბაღის თემასთან დაკავშირებით აზერბაიჯანი განსაკუთრებით მგრძობიარეა, ამიტომაც საგარეო უწყება მოქალაქეებს აზერბაიჯანში ამ თემასთან დაკავშირებით საკუთარი შეხედულებების დაფიქსირებისაგან თავშეკავებას ურჩევს (ინტერნეტ წყარო N 86).

ავტოსაგზაო შემთხვევები აზერბაიჯანში მაღალია და ყოველწლიურად მატულობს. მიუხედავად იმისა, რომ ახალ საგზაო მონაკვეთზე მდგომარეობა მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა, ძველი საგზაო ქსელი უხარისხოა და ცუდად განათებულია. ქვეყანაში ავტომძღოლების მართვის დაბალი ჩვევები, საგზაო მოძრაობის წესების უგულბელოფა, რასაც ემატება ის ფაქტიც, რომ გზები ცუდად არის განათებული, მართვას სახიფათოს ხდის დედაქალაქის გარეთ საგზაო მაგისტრალზე. სხვადასხვა სახის მართვის რისკები, როგორცაა ღია ჭები და გზებზე სხვადასხვა სახის ნარჩენები ბაქოსათვის მახასიათებელი ტენდენციაა. აზერბაიჯანში ბევრი მძღოლი პატივს არ სცემს საგზაო მოძრაობის წესებს, სიგნალებს, ჩიხის ნიშნებს, ფეხით მოსიარულეებს, რის გამოც უბედურ შემთხვევათა მაჩვენებელი მაღალია. დედაქალაქის გარეთ, ქვეყნის მოშორებულ ადგილებში კი საწვავის მარაგი ყოველთვის პრობლემას წარმოადგენს.

ბაქოს მეტროს სისტემა იაფია და გადაადგილების კარგი საშუალებაა, ამასთანავე იგეგმება სამი ახალი მეტროსადგურის გახსნა 2015 წლისათვის. უსაფრთხოების კამერები უზრუნველყოფენ მეტროს მთელი პლატფორმის უსაფრთხოებასა და გამჭვირვალობას. აზერბაიჯანში ტაქსების უმრავლესობას არა აქვს მრიცხველი, თუმცა არის ე.წ. “იასამნისფერი” ლონდონური სტილის ტაქსები და ოფიციალური უწყებები თანამოქალაქეებს მათ გამოყენებას ურჩევენ (ინტერნეტ წყარო N 109).

აზერბაიჯანში ჯანდაცვის სისტემა არაადეკვატურია, სამედიცინო დაწესებულებები და სერვისი დედაქალაქის გარეთ იშვიათობას წარმოადგენს. დასავლური სტანდარტების მქონე კლინიკა, რომელიც ბაქოში ფუნქციონირებს 24

საათიან სამედიცინო მომსახურებას უზრუნველყოფს და ეფექტურია გადაუდებელი სამედიცინო მკურნალობის, ან მცირე სამედიცინო პრობლემის არსებობის შემთხვევაში. ოპერაციის, ანდა სიცოცხლისათვის ნაკლებად სასწრაფო ჯანმრთელობის პრობლემის დროს, საგარეო უწყებები მოქალაქეებს არ ურჩევენ აზერბაიჯანში მკურნალობას. მათი განცხადებით, ავტოავარიის დროს, ხშირია შემთხვევები, როდესაც დაზარალებული თუ ავადმყოფი თურქეთსა და ირანში გადაჰყავთ სამკურნალოდ, ასევე უმჯობესია არჩევანი კერძო საავადმყოფოზე შეაჩერონ, რომლებიც პაციენტის მკურნალობამდე ავანსაა და ფინანსურ გარანტიებს ითხოვენ.

უცხოეთის ქვეყნების საგარეო უწყებები აღნიშნავენ, რომ აზერბაიჯანის მოსახლეობის უმრავლესობა მუსულმანი შიიტია. მიუხედავად იმისა, რომ რელიგიური პროზელიტიზმი აკრძალულია ქვეყანაში, აზერბაიჯანს აქვს ტოლერანტული პოლიტიკა სხვა რელიგიების მიმართ, თუმცა ქვეყნის ჩრდილოეთ ნაწილში მცხოვრებლები ბაქოელებისაგან განსხვავებით ნაკლებად ტოლერანტულები არიან, რის გამოც აზერბაიჯანში მოგზაურობის მსურველ მოქალაქეებს ურჩევენ, რომ თავი შეიკავონ საკუთარი რელიგიური რიტუალების შესრულებისაგან, რადგან არსებობს ინფორმაცია რელიგიური და რასობრივი მოტივით ჩადენილ დანაშაულებათა შესახებ. საგარეო უწყებები აზერბაიჯანში ყოფნისას მოქალაქეებს ურჩევენ, რომ მოარგონ თავიანთი ქცევა და ჩაცმულობა ქვეყნის პრაქტიკას. აზერბაიჯანში ჰომოსექსუალიზმი დეკრიმინალიზებულია 2001 წლიდან, თუმცა ცუდად აღიქმება საზოგადოების უმრავლესობის მიერ.

ჩვენს მიერ შესწავლილი უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდებზე, საქართველო სამხრეთ კავკასიის მეზობელი სახელმწიფოებისაგან განსხვავებით, რომელთა მიმართებაში აღნიშნული ტერმინი (დემოკრატიული) საერთოდ არ არის ნახსენები, წარმოდგენილია განვითარებადი დემოკრატიისა და ეკონომიკის მქონე სახელმწიფოდ, სადაც ხელისუფლების დემოკრატიულად გადაცემა 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების შემდეგ მოხდა (ინტერნეტ წყარო N 109). საგარეო უწყებები აღიარებენ, რომ აზერბაიჯანის მსგავსად საქართველოს ტერიტორიებიც ოკუპირებულია. საქართველოს რეგიონები ოკუპირებულია რუსული

სამხედროების მიერ, ხოლო აზერბაიჯანის ტერიტორია კი სომხეთისა და სეპარატისტული ძალების მიერ. საქართველოს ოკუპირებულ რეგიონებში: ეწ სამხრეთ ოსეთსა და აფხაზეთში აკრძალულია შემოსვლა რუსეთის ტერიტორიიდან, ხოლო აზერბაიჯანის ოკუპირებულ მთიან ყარაბაღსა და ასევე მის დანარჩენ შვიდ რეგიონში კი სომხეთის ტერიტორიიდან, რომელთანაც აზერბაიჯანს და ასევე თურქეთს 1994 წლის შემდეგ საზღვრები აქვთ ჩაკეტილი. რადგან ორივე სახელმწიფო, აზერბაიჯანი და საქართველოც აღნიშნულ შემთხვევას ქვეყნის საზღვრების უკანონო კვეთად მიიჩნევენ, კანონის დარღვევის შემთხვევაში დამნაშავე სისხლის სამართლის პასუხისგებაში მიეცემა.

ავსტრალიის საგარეო საქმეთა და ვაჭრობის დეპარტამენტის ვებ-გვერდზე სომხეთი, აზერბაიჯანი და საქართველო წარმოდგენილი არიან ქვეყნებად, სადაც ტურისტებისათვის მხოლოდ ნორმალური უსაფრთხოების დაცვაა საჭირო (ინტერნეტ წყარო N35). საგარეო უწყებების განცხადებით, წინა წლებთან შედარებით საქართველოში უსაფრთხოების დონე მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა, თუმცა ისეთი სახის დანაშაული, როგორცაა სხვადასხვა სახის წვრილმანი ქურდობა ქვეყანაში მაინც ხდება. საქართველო მეზობელ სომხეთთან და აზერბაიჯანთან შედარებით უსაფრთხო ქვეყანას წარმოადგენს. სომხეთში კვლავაც ადგილი აქვს კრიმინალური დაჯგუფებების მიერ ორგანიზებულ დანაშაულებათა შემთხვევებს, მიუხედავად იმისა, რომ დამნაშავეთა სამიზნეს შესაძლოა ტურისტები არ წარმოადგენდნენ. აზერბაიჯანში კი მეოფე უცხოეთის მოქალაქეებს სიფრთხილე მაინც მართებთ, რადგან ბოლო პერიოდში შეიმჩნევა მნიშვნელოვანი აგრესიის ტენდენცია ამერიკისა და დასავლეთის ქვეყნების მოქალაქეების მიმართ, ამის მაგალითი იყო თუნდაც ბაქოში 2012 წელს მომხდარი შემთხვევა, რომელიც მიზანმიმართულად უცხოელების წინააღმდეგ იყო დაგეგმილი. საპროტესტო აქციები ხშირად იმართება სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებში, რის გამოც თითქმის ყველა საგარეო უწყება აფრთხილებს მოქალაქეებს, რომ თავი აარიდონ მსგავსი სახის შეკრებებს, რაც როგორც წესი, ხშირად ხელისუფლების მიერ ძალის გამოყენებითა და ძალადობით მთავრდება, თუმცა აქვე აღნიშნავენ, რომ ბოლო წლებში, მანიფესტანტების მიმართ ძალის გამოყენების შემთხვევებს საქართველოში ადგილი აღარ ჰქონია.

საქართველომ მეზობელი სომხეთისა და აზერბაიჯანისაგან განსხვავებით 2014 წელს ანტიდისკრიმინაციული კანონი მიიღო, რომელიც უმცირესობების უფლებებს იცავს. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში მეზობელი ქვეყნების მსგავსად ჰორმოსექსუალიზმი ლეგალურია, იგი კვლავაც მიუღებელი რჩება მოსახლეობის უმრავლესობისათვის.

უცხოეთის ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდებზე სამხრეთ კავკასიის ამ ორი ქვეყნის შემთხვევაში გაკვრითაც კი არაფერია აღნიშნული ტურიზმის, ან მისი რომელიმე ასპექტის შესახებ, საქართველოს შემთხვევაში კი საუბარია მთისა და ექსტრემალური ტურიზმის შესახებ, თუმცა არცთუ პოზიტიურ ჭრილში. მათი განცხადებით, თუ ისინი საქართველოში ყოფნისას აპირებენ, რომ ალპინიზმით დაკავდნენ, აფრთხილებენ, რომ სასწრაფო და გადაუდებელი დახმარების დაფარვის დონე შეზღუდულია ქვეყანაში. ასევე რთულია ზუსტი ინფორმაციის მიღება საქართველოში მთებში არსებული მდგომარეობის შესახებ. სწორედ ამიტომ, ოფიციალური უწყებები მოქალაქეებს ურჩევენ, რომ მთებში გამგზავრებამდე აუცილებლად დაეკონტაქტონ შესაბამისს ქართულ კომპანების და მათ სპეციალურ გიდებს. აქვე დასძენენ, რომ საქართველოში ტურიზმის სფეროში არ არის დაცული უსაფრთხოების სტანდარტები და კომპანებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ექსტრემალურ სპორტულ სახეობებს, შესაძლოა დაცული არ ჰქონდეთ უსაფრთხოების ნორმები, ამის მაგალითია თუნდაც 2012 წელს თბილისში მომხდარი ინციდენტი, როდესაც ბაგირზე ხტომის შემთხვევის დროს ორი ახალგაზრდა გარდაიცვალა (ინტერნეტ წყარო N 72).

საგზაო ინფრასტრუქტურის მდგომარეობა ძალზედ მძიმეა სამხრეთ კავკასიის სამივე ქვეყნის შემთხვევაში. მოუწესრიგებელი, ძველი გზები, საგზაო ნიშნების ნაკლებობა, რასაც თან ერთვის თავად მძღოლების არაპროფნოზირებადი მართვა და საგზაო წესების იგნორირება, რაც კიდევ უფრო მეტად ზრდის ავტო საგზაო შემთხვევათა მაჩვენებელს. ასეთივე არასახარბიელო პირობებია საჯარო ტრანსპორტში, რომელიც საგარეო უწყებების შეფასებით, მოძველებულია და დღენიადაგ გადაჭედლია, განსაკუთრებით კი სომხეთში, სადაც ძალიან ხშირია სამარშუტო ტაქსების ავარიების შემთხვევები. თუმცა აზერბაიჯანისა და

საქართველოს შემთხვევაში, ზოგიერთი უწყების ვებ-გვერდზე უკვე დაიდო ინფორმაცია საგზაო ინფრასტრუქტურის სფეროში დაწყებული სამუშაოების შესახებ.

ასეთივე მძიმე და არასახარბიელო იმიჯი აქვს სამივე ქვეყანას ჯანდაცვის კუთხით, სადაც სამედიცინო დაწესებულებები და სერვისი დედაქალაქის და ზოგადად დიდი ქალაქების გარეთ შეზღუდულია, რასაც ემატება მათი მომსახურებისა და სტანდარტების დაბალი დონე. სწორედ ამიტომაც, სრულიად ბუნებრივია, რომ ოფიციალური უწყებები ჯანმრთელობის სერიოზული პრობლემის მქონე პაციენტებს სამხრეთ კავკასიის ქვეყნებში ჩამოსვლას არ ურჩევენ და აქვე აფრთხილებენ, რომ სამედიცინო ჩარევის აუცილებლობის შემთხვევაში არჩევანი სამშობლოში რეპატრიაციაზე გააკეთონ, რასაც აუცილებლად უნდა ითვალისწინებდეს მათი დაზღვევა.

ცხრილი 17.

უსაფრთხოება			
	საქართველო	სომხეთი	აზერბაიჯანი
დიდი ბრიტანეთი	<p>1. დანაშაული განხორციელებული უცხოელების მიმართ უცხო არ არის საქ-ში. 2. არ იქონიოთ თან დიდი ოდენობით თანხა და ძვირფასი სამკაულები. ყურადღება გამოიჩინეთ ისეთ ადგილებში, რომლებსაც უცხოელები ხშირად სტუმრობენ, როგორცაა: ვაკე, საბურთალო, ახელედთანზე ბარების ქუჩა (ეწ. პეროვსკაია).</p> <p>3. თუ თქვენ აღპინიზით აპირებთ დაკავდეთ, გაითვალისწინეთ, რომ საქართველოში სასწრაფო, სამაშველო დახმარების დონე შეზღუდულია</p> <p>4. ასევე რთულია ზუსტი</p>	<p>1. დანაშაული სუსტია სომხეთში, მაგრამ ხშირია ქურდობის შემთხვევები, მათ შორის ჯიბისა და ავტომობილის ქურდობა. მსგავსი სახის დანაშაული ბრიტანეთის მოქალაქეებზეც არაერთხელ განხორციელებულა. არსებობს კრიმინალური დაჯგუფებების მიერ ორგანიზებულ დანაშაულებათა შემთხვევები, მიუხედავად იმისა, რომ მიზნობრივი მსხვერპლი ტურისტი და უცხოელი არ ყოფილა. ვინაიდან</p>	<p>1. ზოგადად დანაშაული სუსტია ბაქოში, მაგრამ აგრესია დროდადრო მაინც ხდება დაღამებისას ქალაქის ცენტრში ბარების და კლუბების ირგვლივ, ასევე კერძო საცხოვრებლებთან. ამიტომ საგარეო უწყება სიფხიზლისკენ მოუწოდებს მოქალაქეებს</p> <p>2. კორუფცია აზერბაიჯანის ყოველდღიურ მოვლენას წარმოადგენს</p>

	<p>ინფორმაციის მიღება მოების პირობების შესახებ. თუ თქვენ აპირებთ ალპინიზმით დაკავდეთ, უნდა დაეკონტაქტოთ ქართულ შესაბამის კომპანიებს და მათ სპეციალურ გიდებს</p> <p>5.კომპანებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ ექსტრემალურ სპორტულ სახეობებს, შეადლოა ჰქონდეთ არასაკმარისი უსაფრთხოების ნორმები. ბაგირზე ხტომის შემთხვევის დროს 2012 წელს თბილისში ორი ახალგაზრდა გარდაიცვალა</p> <p>6.2008 წელს სამოქალაქო ავიაციის საერთაშორისო ორგანიზაციამ, ჩატარებული საავიაციო უსაფრთხოების აუდიტის შედეგად დაადგინა, რომ საქართველოში საავიაციო უსაფრთხოების დონე საშუალოზე დაბალია</p>	<p>მაინც არსებობს რისკები, სწორედ ამიტომ საგარეო უწყება მოუწოდებს მოქალაქეებს, რომ ფხიზლად იყვნენ სომხეთში მთელი ვიზიტის განმავლობაში</p> <p>2. 2007 წელს სამოქალაქო ავიაციის საერთაშორისო ორგანიზაციამ, ჩატარებული საავიაციო უსაფრთხოების აუდიტის შედეგად დაადგინა, რომ სომხეთში საავიაციო უსაფრთხოების დონე საშუალოზე მაღალია</p>	<p>3.თავი აარიდეთ ქრთამის გადახდას.</p> <p>4.2008 წელს სამოქალაქო ავიაციის საერთაშორისო ორგანიზაციამ, ჩატარებული საავიაციო უსაფრთხოების აუდიტის შედეგად დაადგინა, რომ აზერბაიჯანში საავიაციო უსაფრთხოების დონე საშუალოზე დაბალია</p>
<p>აშშ</p>	<p>1.საქართველო კონსტიტუციური რესპუბლიკაა განვითარებადი დემოკრატიითა და ეკონომიკით. 2012 წლის საპარლამენტო არჩევნების შედეგად განხორციელდა ხელისუფლების პირველი დემოკრატიული გადაცემა. 250 000 ოქულებით გადაადგილებული პირია აფხაზეთიდან და სამხრეთ ოსეთიდან. ტურისტული ობიექტები თბილისისა და ბათუმის გარეთ არ არის მაღალგანვითარებული. ბევრი სერვისის მიღება ქვეყნის სხვა მხარეებში შესაძლებელი არ არის.</p> <p>2.პოლიტიკური</p>	<p>1.სომხეთი კონსტიტუციური რესპუბლიკაა განვითარებადი ეკონომიკით. ტურისტული ობიექტები, დედაქალაქის გარეთ არ არის განვითარებული.</p> <p>2.სომხეთის საზღვრები თურქეთთან და აზერბაიჯანთან კვლავ დაკეტილია. მიუხედავად განადმეოთი ოპერაციების დასრულებისა, ცალკეული ნაღმები კვლავაც რჩება კონფლიქტურ ზონაში.</p> <p>4.დანაშაული</p>	<p>1.აზერბაიჯანი კონსტიტუციური რესპუბლიკაა განვითარებადი ეკონომიკით. დასავლური სტილის კეთილმოწყობა გეხდება ბაქოში, მაგრამ ინფრასტრუქტურა და მისაწვდომობა სერვისებთან ქალაქგარეთ გაუმჯობესების და დასავლური სტანდარტების შესაბამისობაში მოყვანის პროცესშია</p> <p>2.გლობალური და რეგიონული სააფრთხეების გათვალისწინებით აშშ-სა და</p>

	<p>დემონსტრაციები დროდადრო იმართება საქ-ში, თუმცა ბოლო წლებში დაპირისპირებას მომიტინგეებსა და ხელისუფლებას შორის ადგილი არ ჰქონია</p> <p>3. როდესაც საქ-ში მოგზაურობთ, გამოიყენეთ ისეთივე სიფრთხილის ზომები, როგორსაც ნებისმიერ დიდ ქალაქში ყოფნისას გამოიყენებდით.</p> <p>4. წერილმანი ქუჩის დანაშაული, როგორიცაა ქურდობა, ჯიბის ქურდობა გაგრძელებულია მთელი ქვეყნის მასშტაბით.</p> <p>3. აშშ-ს მოქალაქეები შესაძლოა ეკონომიკური და ფინანსური მოტივით განხორციელებული დანაშაულის სამიზნე აღმოჩნდნენ.</p>	<p>უცხოელების წინააღმდეგ იშვიათია სომხეთში. ქურდობა, მანქანის ძარცვა ყველაზე გავრცელებული დანაშაულია, ძალადობრივი შემთხვევები დაბალი რჩება, ვიდრე აშშ-ს უმეტეს ქალაქებში.</p> <p>რამდენიმე ამერიკელ ინვესტორს ჰქონდა ქონებრივი დავა სომხეთში, ხანგრძლივი და ხშირ შემთხვევაში წარუმატებელი აღმოჩნდა სასამართლო პროცესი</p>	<p>დასავლური ინტერესების წინააღმდეგ. საგარეო უწყება ურჩევს, რომ ფხიზლად იყვნენ, განსაკუთრებით საზოგადოებრივ თავშეყრის ადგილებში. 2012 წ. აზერბაიჯანის ეროვნული უსაფრთხოების სამინისტრომ ჩამალა ტერორისტული თავდასხმა, რომელიც მიმართული იყო ბაქოში უცხოელების წინააღმდეგ</p> <p>3. ყველაზე ხშირი დანაშაული არის ძარცვა და თავდასხმა. უცხოეთის მოქალაქეები დიდი საფრთხის ქვეშ იმყოფებიან ხალხმრავალ და იზოლირებულ ადგილებში</p> <p>4. საკრედიტო ბარათების გაყალბება ხშირი შემთხვევაა აზერბაიჯანში</p>
<p>შევიცარია</p>	<p>1. საქ-ში კრიმინალი მნიშვნელოვნად შემცირებულია ბოლო წლებში.</p> <p>დაფიქსირებულია ქურდობა, მანქანის ძარცვა, რომელსაც ზოგჯერ ძალადობა ახლავს.</p>	<p>1. რთული პოლიტიკური ვითარება და ეკონომიკური სირთულეები გავლენას ახდენს მოსახლეობის დიდ ნაწილზე, რამაც შესაძლოა არეულობა გამოიწვიოს.</p> <p>2. დედაქალაქი ერევანი შედარებით უსაფრთხოდ შეიძლება ჩაითვალოს. დაფიქსირებულია ქურდობისა და აგრესიის</p>	<p>1. ბაქო შესაძლოა მინეული იქნას, როგორც შედარებით უსაფრთხო ქალაქად თუმცა, დანაშაული ზოგადად იზრდება (ქურდობა, თავდასხმები)</p> <p>2. აზერბაიჯანის მთელ ტერიტორიაზე კონტროლს პოლიცია და სამხედროები ანხორციელებენ</p>

		შემთხვევები, განსაკუთრებით კი სომხეთი-საქართველოს დამაკავშირებელ მატარებელში	
საფრანგეთი	1. ქვეყნის დანარჩენ ნაწილში, ისევე როგორც დედაქალაქ თბილისში არ დგას უსაფრთხოების სერიოზული პრობლემა, თუმცა წვრილმანი ქურდობა (ძარცვა, დაყაჩაღება) მაინც გვხვდება	1. დანაშაული შემცირებულია სომხეთში და იგი ნაკლებად ეხება ჩვეულებრივ ტურიზმს	1. დანაშაული ზომიერია აზერბაიჯანში, განსაკუთრებით დედაქალაქის ცენტრში, თუმცა არსებობს დანაშაული ფიზიკური ძალის გამოყენებით (ქურდობა, ავტომობილის ძარცვა არის აგრესიის შემთხვევებიც), ამიტომ რეკომენდირებული არ არის დამით მარტო სეირნობა.
კანადა	1. არანაირი გაფრთხილება არ არის საჭირო მთელი საქართველოს მაშტაბით. მიიღონ მხოლოდ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები 2. დაფიქსირებულია წვრილმანი ქურდობა, როგორცაა ჯიბის ქურდობა და ხელჩანთის ქურდობა. დანაშაულებრივი შემთხვევები ძირითადად ცუდად განათებულ ადგილებში ხდება 3. ნუ შეეცდებით საკუთარი სიმდიდრის აფიშირებას 4. ძალადობა, აგრესია, დაყაჩაღება სექსუალური ძალადობა და სხვა სერიოზული სახის დანაშაულებანი უცხოელების მიმართ არ ყოფილა დაფიქსირებული 5. ადგილი აქვს	1. არანაირი გაფრთხილება არ არის საჭირო მთელი სომხეთის მაშტაბით, თუმცა უნდა აიყენონ ძალიან ფრთხილად, მანიფესტაციებისა და საპაროტესტო აქციების გამო 2. ხდება ქურდობა, რომელსაც აგრესია ახლავს თან, როგორცაა: წაგლეჯვა, ავტომობილისა და სახლის ქურდობა. უარი თქვით საკუთარი სიმდიდრის აფიშირებაზე 3. ადგილი აქვს დემონსტრაციებს, რომელიც შესაძლოა ძალადობაში გადაიზარდოს	1. გამოიჩინეთ დიდი სიფრთხილე იმ დანაშაულებრივ შემთხვევათა გამო, რომელიც ხდება აზერბაიჯანში, როგორცაა წაგლეჯვა და აგრესია უცხოელების მიმართ 2. თავდასხმები ხდება ბაქოში, ღამის კლუბებთან და ასევე ცუდად განათებულ ადგილებში. თავი აარიდეთ დაღამებისას მარტო სეირნობას და საკუთარი სიმდიდრის დემონსტრირებას 3. ზოგჯერ იმართება მანიფესტაციები, რომლებიც შესაძლოა შეტაკებაში

	დემონსტრაციებს, რომელიც შესაძლოა ძალადობაში გადაიზარდოს		გადაიზარდოს
ავსტრალია	<p>1. გირჩევთ გამოიყენოთ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები.</p> <p>2. პოლიტიკური დემონსტრაციები იმართება საქში, განსაკუთრებით თბილისში. თავი აარიდეთ აქციებს, რადგან შესაძლოა იგი ძალადობაში გადაიზარდოს.</p> <p>3. სერიოზულ დანაშაულებათა შემთხვევები შემცირებულია საქართველოში, კერძოდ კი თბილისში. თუმცა წარსულში ადგილი ჰქონდა ძალადობრივ დანაშაულებათა ინციდენტებს უცხოელების მიმართ, მათ შორის მარცხვას, გატაცებასა და სექსუალურ ძალადობას</p>	<p>1. გირჩევთ გამოიყენოთ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები.</p> <p>2. წერილმანი ქურდობა, როგორცაა ჯიბისა და ავტომობილის ქურდობა ხშირია სომხეთში. არ ყოფილა დაფიქსირებული ძალადობის, წამების და ფულის გამოძალვის შემთხვევები</p>	<p>1. გირჩევთ გამოიყენოთ ნორმალური უსაფრთხოების ზომები.</p> <p>2. ძალადობრივი დანაშაულის შემთხვევები აზერბაიჯანში დაბალია. თუმცა ისეთი სერიოზული დანაშაულებანი, როგორცაა უცხოელების მარცხვა, ყანალობა და თავდასხმა არ ყოფილა დაფიქსირებული.</p> <p>3. წერილმანი დანაშაული, როგორცაა მარცხვა, ჯიბის ქურდობა ხდება ბაზრობებზე, საზოგადოებრივ ტრანსპორტში, მათ შორის ბაქოს მიწისქვეშა გადასასვლელში.</p>

უსაფრთხოება კონფლიქტურ რეგიონში			
	საქართველო	სომხეთი	აზერბაიჯანი
დიდი ბრიტანეთი	<p>1. დიდი ბრიტანეთის ხელისუფლება არ აღიარებს აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის დეფაქტო ხელისუფლებათა ცალხმრივ დამოუკიდებლობას და ეოველგვარ მოგზაურობას უკრძალავს თანამოქალაქეებს აღნიშნულ რეგიონებში</p> <p>2. თუ თქვენ სტუმრობთ დავით გარეჯის სამონასტრო კომპლექსს, ყურადღებით იყავით, რომ არ გადაკეთოთ</p>	<p>1. საზღვარი სომხეთსა და აზერბაიჯანს შორის დაკეტილია.</p> <p>2. 1994 წლის ცეცხლის შეწყვეტის შეთანხმების მიუხედავად, ხშირია დარღვევები საღვარზე.</p> <p>3. დიდი ბრიტანეთის ხელისუფლება არ ურჩევს</p>	<p>1. დიდი ბრიტანეთის საგარეო და თანამეგობრობის ოფისი ყველას ურჩევს, რომ არ გაემგზავრონ მთიან ყარაბაღსა და მის გარშემო სამხედრო ოკუპირებულ ტერიტორიაზე. დაფიქსირებულია ძალადობის შემთხვევები</p>

	<p>საქართველო აზერბაიჯანის საზღვარი, რომელიც აღუნიშნავია.</p> <p>2.იყავით ყურადღებით, როდესაც მოგზაურობთ 27-ე გზის გასწვრივ, რადგან იგი ძალიან ახლოსაა სამხრეთ ოსეთთან. არსებობს კრიმინალის რისკი ახალგაზრდის რეგიონში.</p> <p>3. საქართველოს კანონი აღგენს, რომ უკანონო საქართველოში შემოსვლა რუსეთიდან აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის გავლით, რადგან არ ხდება საზღვრის კანონიერი კონტროლი. თუ თქვენ ამ გზით შემოხვალთ საქართველოში, აღნიშნული დანაშაული ითვლება კრიმინალად და ითვალისწინებს 4 წლამდე პატიმრობას. თუ თქვენ პასპორტში აღმოჩნდება სეპარატისტული ხელისუფლების ბეჭედი, საქართველოს ხელისუფლება მას მიიჩნევს არაღიარებულ საზღვარზე უკანონო შესვლად.</p>	<p>მოგზაურობას ტავეუშისა და გეგარკუნიკის რეგიონებში, რომელიც აზერბაიჯანს ესაზღვრება.</p> <p>4.დიდი ბრიტანეთის ხელისუფლება ვერ უზრუნველყოფს ვიზიტორების საკონსულო დახმარებასა და მათ რჩევებს მთიან ყარაბაღში</p>	<p>აზერბაიჯანისა და სომხეთს შორის სასაზღვრო ზოლზე, რომელმაც რამდენიმე ადამიანის სიცოცხლე შეიწია.</p> <p>2.ის ადამიანები, რომლებიც კვწევან მთიან ყარაბაღს აზერბაიჯანის ხელისუფლების ნებართვის გარეშე, აზერბაიჯანი მათ უარს ეუბნება საკუთარ ტერიტორიაზე შესვლაზე</p> <p>3.წელიწადში დაახლოებით 7000 ბრიტანელი სტუმრობს აზერბაიჯანს, თუმცა მათმა ვიზიტის უმრავლესობამ მშვიდობიანად ჩაიარა</p>
<p>აშშ</p>	<p>1.აშშ-ს ხელისუფლება ურწევს მოქალაქეებს, რომ თავი აარიდონ მოგზაურობას რუსეთის მიერ ოკუპირებულ აფხაზეთისა და სამხრეთ ოსეთის რეგიონში. 1990 წლის სამოქალაქო ომის შემდეგ აღნიშნული რეგიონები აღარ არიან საქართველოს ხელისუფლების კონტროლის ქვეშ. დაბაბუღობა მწვავე რჩება დეფაქტო აფხაზეთს, სამხრეთ ოსეთსა და საქოს ხელისუფლებას შორის. რუსი სამხედროები და მესაზღვრეები კვლავ აგრძელებენ ორივე რეგიონის ოკუპაციას. უკანასკნელი წლების განმავლობაში ადგილი ჰქონდა თავდასხმის,</p>	<p>1.სეპარატისტები სომხეთის მხდაჭერით კვლავაც აკონტროლებენ მთიან ყარაბაღს და 7 სხვა აზერბაიჯანულ რეგიონს. იყავით მეტად ფრთხილად აზერბაიჯანისა და სომხეთის სასაზღვრო ზოლთან, ასევე მთიანი ყარაბაღის გარშემო, რადგან ხშირია სროლის, ადამიანების დაჭრისა და გარდაცვალების შემთხვევები</p>	<p>1.თავი აარიდეთ მთიან ყარაბაღსა და მის მიმდებარე ოკუპირებულ ტერიტორიებზე მოგზაურობას, ასევე აზერბაიჯანის და სომხეთის მოსაზღვრე პოზიციებს</p> <p>2.აზერბაიჯანში მყოფ ამერიკის მოქალაქეებს, რომლებმაც სომხური წარმომავლობა აქვთ განსაკუთრებული სიფრთხილე მართებთ, რადგან</p>

	<p>ადამიანთა გატაცებისა და სხვა კრიმინალურ შემთხვევებს.</p> <p>2. საქ-ის კანონი ადგენს, რომ აშშ-ს მოქალაქეებს ამ რეგიონებში შეუძლიათ შესვლა მხოლოდ საქ-ის მხრიდან და არა რუსეთიდან. საქ-ის კანონი “ოკუპირებული ტერიტორიების შესახებ” უკანონოდ აცხადებს შემდეგ საქმიანობას:</p> <p>ნებისმიერი ეკონომიკური საქმიანობა, რომელიც საჭიროებს ლიცენზიის ან ნებართვის მოპოვებას, ანუ ასეთი საქმიანობა საქ-ის კანონმდებლობის შესაბამისად საჭიროებს შეთანხმებას, ასეთის არარსებობის შემთხვევაში.</p> <p>სამხედრო და ორმაგი დანიშნულების პროდუქციის შეტანა ან გამოტანა</p> <p>საერთაშ. საჰაერო და საზღვაო მიმოსვლა</p> <p>სარკინიგზო მიმოსვლა და საერთაშ. სატრანსპორტო გადაზიდვა</p> <p>სახელმწიფო რესურსებით სარგებლობა</p>	<p>2.საზღვრები თურქეთთან და აზერბაიჯანთან ნაკეტილია და მათ ჯარი პატრულირებს.</p> <p>3.სომხეთის გავლით მოგზაურობა მთიან ყარაბაღსა და მის მიმდებარე ტერიტორიაზე აზერბაიჯანის მთავრობის თანხმობის გარეშე. შემდგომ აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე შესვლისას პრობლემებს შეგიქმნით</p>	<p>აზერბაიჯანის მთავრობამ განაცხადა, რომ ვერ იქნება მათი უსაფრთხოების გარანტი</p> <p>3.აშშ-ს მოქალაქეებმა სიფრთხილე უნდა გამოიჩინონ ასევე სოფელ ნარდარანში ეოფნისას, რომელიც ბაქოდან 30 კმ-ში მდებარეობს აბშერონის ნახევარკუნძულზე, სადაც 2009 წ. ამერიკისა და ისრაელის საწინააღმდეგო აქციები გაიმართა</p>
<p>შევიცარია</p>	<p>1.აფხაზეთის პროვინციის სტატუსი საქართველოს შემადგენლობაში სადავოა. ეს ტერიტორია არ ექვემდებარება საქ-ის ხელისუფლებას. 2011 წელს გამნადგელთა საერთაშორისო ორგანიზაციამ განაცხადა, რომ აფხაზეთში არ არსებობს ნაღმების აფეთქების რისკი.</p> <p>2.გაღის რაიონში არის სროლის, გატაცების რისკი და სხვა დანაშაულის. მიუხედავად იმისა, რომ მდგომარეობა სტაბილურია,</p>	<p>1.მთიანი ყარაბაღი და აზერბაიჯანის სასაზღვრო ნაწილი კონტროლდება სომხეთის მიერ.</p> <p>2.კონფლიქტური ზონები დანადმულია. ინციდენტები, რომელსაც თან ახლავს ადამიანების დაჭრა და გარდაცვალება რეგულარულად ხდება აზერბაიჯანთან სასაზღვრო</p>	<p>1.ქვეყნის პოლიტიკური მდგომარეობა შედარებით მშვიდია. 1994 წელს ცეცხლის შეწყვეტის ხელშეკრულების მიუხედავად, საერთაშორისო თანამეგობრობის ძალისხმევა კონფლიქტის მშვიდობიანი მოგვარებისათვის კვლავაც გრძელდება</p> <p>2. ინციდენტები</p>

	<p>შესაძლოა ამ კონფლიქტმა კვლავაც იფეთქოს.</p> <p>3.აფხაზეთიდან რუსეთ-საქართველოს საზღვრის გადაკვეთა უკანონოდ ითვლება და ითვალისწინებს დაპატიმრებას ან მსხვილ ფულად ჯარიმას.</p> <p>4.სამხ.ოსეთის პროვინციის სტატუსი საქართველოს შემადგენლობაში სადავოა. ეს ტერიტორია არ ექვემდებარება საქ-ოს უსაფრთხოების დამცველთა ძალებს.</p> <p>5.მიუხედავად იმისა, რომ მდგომარეობა დაწინარებულია, შესაძლოა კონფლიქტმა ნებისმიერ დროს კვლავაც იფეთქოს.</p> <p>6.სამხ.ოსეთიდან რუსეთ-საქართველოს საზღვრის გადაკვეთა უკანონოდ მიიჩნევა და ითვალისწინებს დაპატიმრებას ან შესაბამისს ჯარიმას</p> <p>7.აკრძალულია რუსეთის საზღვართან გადაადგილება, რომელიც ჩეხნეთს ესაღვრება.</p>	<p>რეგიონში და ცეცხლის შეწყვეტის ხაზის გასწვრივ.</p> <p>3.აზერბაიჯანის საზღვარი დაკეტილია. რეკომენდირებული არ არის მოგზაურობა მთიან ყარაბაღში ან აზერბაიჯანის სასაზღვრო რეგიონებში, რომელიც სომხეთის მიერ კონტროლდება</p> <p>4.სომხეთისათვის თურქეთთან საზღვარი დაკეტილია, ხოლო სასაზღვრო ზოლი კი დანაღმულია.</p>	<p>დროდადრო ხდება სომხეთთან სასაზღვრო რეგიონში და ცეცხლის შეწყვეტის ხაზის გასწვრივ</p> <p>3.მთიანი ყარაბაღი და სომხეთთან სასაზღვრო რეგიონები ოკუპირებულია სომხეთის მიერ.</p> <p>4.რეკომენდირებული არაა მოგზაურობა ამ რეგიონსა და სომხეთის მიერ ოკუპირებულ მოსაზღვრე რეგიონებში</p> <p>4.ასევე აკრძალულია რუსეთის სასაზღვრო რეგიონში (დაღესტანში) გამგზავრება ადამიანთა გატაცების რეალური რისკის გამო</p> <p>5.აზერბაიჯანსა და რუსეთს შორის არსებული საზღვარი დაკეტილია უცხოელებისათვის</p>
<p>საფრანგეთი</p>	<p>1.გადაადგილება ოფიციალურად აკრძალულია საქართველოს ორ სერაპარისტულ რეგიონში (აფხაზეთსა და სამხ. ოსეთში), რომლებიც თავს არიდებენ ცენტრალური ხელისუფლების კონტროლს, ასევე მათ სასაზღვრო ზოლთან, დე ფაქტო სამართალდამცავების კონტროლის გამო.</p> <p>2. ყველა ის პირი, რომელიც ამ რეგიონებში რუსეთის ფედერაციის ტერიტორიიდან შევა, საქართველოს კანონმდებლობის</p>	<p>1.თავი აარიდეთ აზერბაიჯანის საზღვარს. რეგულარულად ხდება ინციდენტები ჩრდილო აღმოსავლეთ ნაწილში (ტაგუშის რეგიონში)</p> <p>2. ნაღმები სერიოზულ საფრთხეს წარმოადგენენ (სიუნიკის რეგიონში).</p> <p>3.მკაცრად არის რეკომენდირებული მხოლოდ თბილისი-</p>	<p>1.კონფლიქტი სომხეთსა და აზერბაიჯანს შორის მთიანი ყარაბაღის გამო ჯერ კიდევ არ არის მოგვარებული. თავი აარიდეთ სომხეთთან სასაზღვრო ზოლს (ოკუპირებული ტერიტორია) და ასევე ცეცხლის შეწყვეტის სასაზღვრო ზოლს, შეიარაღებული თავდასხმების გამო, რომელიც რეგულარულ</p>

	<p>შესაბამისად სისხლის სამართლის პასუხისგებაში იქნება მიცემული</p> <p>3.აკრძალულია პანკისის ხეობაში გამგზავრება რადიკალი ისლამისტების არსებობის გამო</p>	<p>ერევანის გზით და თავი აარიდეთ იღვევანის გზის გავლით მარშუტს</p> <p>4.თურქეთ-სომხეთის საზღვარი ჩაკეტილია მთიანი ყარაბაღის კონფლიქტის გამო, 1994 წელს ცეცხლის შეწყვეტის მიუხედავად.</p> <p>5.მყარი არგუმენტებისა და საფუძველის გამო მთიანი ყარაბაღი აზერბაიჯანის ოკუპირებულ ტერიტორიას მიეკუთვნება და სეპარატისტული სტატუსის გამო არ გვხვდება აღნიშნულ რეგიონში არც ერთი სახელმწიფოს წარმომადგენლობა</p> <p>6.აზერბაიჯანში შესვლა ოფიციალურად აკრძალულია იმ პირებისათვის, ვისაც პასპორტში დეფაქტო მთიანი ყარაბაღის, ან აზერბაიჯანის 7 ოკუპირებული რეგიონის "ვიზა" აღმოაჩნდებათ, ეს აღამიანები დაუყოვნებლივ დაპატიმრების რისკის ქვეშ აღმოჩნდებიან აზერბაიჯანის ტერიტორიაზე უკანონოდ შესვლის გამო</p>	<p>ხასიათს ატარებს.</p> <p>2.ამ თემასთან დაკავშირებით აზერბაიჯანი განსაკუთრებით მგრძობიარეა და თავი შეიკავეთ საკუთარი შეხედულებების დაფიქსირებისაგან მთიანი ყარაბაღისა და სომხეთთან კონფლიქტის თემასთან დაკავშირებით.</p> <p>3.ასევე აკრძალულია გადაადგილება (დაღესტანის) რუსეთის რესპუბლიკის საზღვართან არასტაბილური ვითარების გამო</p> <p>4 ასევე აკრძალულია მოგზაურობა აზერბაიჯანისა და ირანის სასაზღვრო ზოლთან, სასიგნალო ხაზისა და არსებული ტრეფიკინგის გამო</p>
<p>კანადა</p>	<p>1.2008 წლის აგვისტოში ადგილი ჰქონდა შეტაკებებს აფხაზეთსა და სამოსეთში, ასევე ქვეყნის სხვა რეგიონებში, როგორცაა ფოთი, და გორი, ასევე</p>	<p>1.უკრძალავს ყველა არა აუცილებელ მგზავრობას მთიანი ყარაბაღსა და მიმდებარე რეგიონებში,</p>	<p>1.საზღვარი სომხეთთან დახურულია გადაუჭრელი მთიანი ყარაბაღის კონფლიქტის გამო.</p>

	<p>თბილისის ჩრდ. დასავლეთი ნაწილში. რუსეთსა და საქ-ოს შორის ხელი მოეწერა ცეცხლის შეწყვეტის ხელშეკრულებას და დაძაბული მდგომარეობა შედარებით ჩაწინარებულია ქვეყნის რეგიონების უმეტეს ნაწილში, მაგრამ წინააღმდეგობები კვლავ რჩება ორ სეპარატისტულ რეგიონში</p> <p>2. ტერორისტულ შემთხვევებს აღგილი ჰქონდა არც თუ დიდი ხნის წინ აფხაზეთსა და სამხრეთ ოსეთში</p> <p>3. საგარეო უწყება მოუწოდებს მოქალაქეებს, რომ არ შევიდნენ და არ დატოვონ ქვეყანა რუსეთის სასაზღვრო რეგიონების გავლით</p>	<p>პოლიტიკური დაძაბულობისა და სროლების გამო რომელიც დროდადრო ისმის საზღვრებთან</p> <p>2. აკრძალულია გადაადგილება აზერბაიჯანის საზღვართან, მასში მოიაზრება ნახიჩევანი, აზერბაიჯანის ავტონომიური რესპუბლიკა.</p> <p>3. 1994 წელს ხელი მოეწერა მხარეებს შორის ცეცხლის შეწყვეტის შეთანხმებას, მიუხედავად ამისა, ბუფერულ ზონაში შიგადაშიგ ადგილი აქვს შეიარაღებულ შეტაკებებს. მთიანი ყარაბაღის კონფლიქტური ზონის საზღვრები კვლავ დანაღმულია</p> <p>4. განსაკუთრებული სიფრთხილეა საჭირო სასაზღვრო რეგიონებში. თურქეთთან საზღვარი დაკეტილია, სტამბოლსა და ერევანს შორის მხოლოდ თვითმფრინავით არის გადაადგილება შესაძლებელი</p>	<p>მიუხედავად იმისა, რომ ცეცხლის შეწყვეტის ხელშეკრულება 1994 წელს გაფორმდა, შეიარაღებული შეტაკებები კვლავაც გრძელდება როგორც სომხეთის საზღვრის გასწვრივ, ასევე ცეცხლის შეწყვეტის ხაზთან</p> <p>2. არსებობს უამრავი ნაღმი კონფლიქტურ ზონაში</p>
<p>აგსტრალია</p>	<p>1. გირჩევთ არ გაემგზავროთ სამხრეთ ოსეთის და აფხაზეთის (მათ მიმდებარე) ტერიტორიებზე. 2008 წლის კონფლიქტის შემდეგ, მართალია სამხედრო ოპერაციები შეწყდა, მაგრამ დაძაბულობა კვლავ რჩება რეგიონში და შესაძლებელია</p>	<p>1. გირჩევთ არ იმოგზაუროთ სომხეთ-აზერბაიჯანის სასაზღვრო ზონაში. მიუხედავად იმისა, რომ 1994 წელს ხელი მოეწერა ცეცხლის შეწყვეტის</p>	<p>1. გირჩევთ არ გაემგზავროთ სომხეთ-აზერბაიჯანის სასაზღვრო ზონასა და ასევე ცეცხლის შეწყვეტის ხაზის მიმართულებით. არსებობს</p>

	<p>ნებისმიერ დროს იფეთქოს.</p> <p>2.საქოს კანონმდებლობით, აფხაზეთსა და სამხრეთ ოსეთში შემოსვლა რუსეთის ტერიტორიიდან უკანონოა.</p> <p>3.გირჩევთ არ გაემგზავროთ პანკისის ხეობაში. რეგიონი ბოლო წლების განმავლობაში სამხედრო შეტაკებების არეალს წარმოადგენდა ქართველ ძალებსა და იმ ჩვენ კრიმინალურ ელემენტებს შორის, რომლებიც საერთაშორისო ტერორიზმში არიან ბრალდებულნი</p>	<p>შეთანხმებას, სომხეთ-აზერბაიჯანის საზღვარი დაკეტილია და კვლავაც გრძელდება შეტაკებები ცეცხლის შეწყვეტის ხაზის გასწვრივ სომხეთში, ტაუშისა და გეგარკუნის რეგიონებში.</p> <p>2.2014 წლის ივლისსა და აგვისტოში განხორციელდა შეტაკებები საზღვრის გასწვრივ, დაიღუპა და დაიჭრა რამდენიმე ადამიანი</p> <p>3. საგარეო უწყება ასევე მკაცრად აფრთხილებს მოქალაქეებს, რომ არ გაემგზავრონ სომხეთის მიერ ოკუპირებულ მთიან ყარაბაღში, ოკუპირებულ რეგიონში არსებული არასტაბილური უსაფრთხოების მდგომარეობის გამო</p>	<p>ინფორმაციები რეგულარული შეტაკებების შესახებ, მათ შორის აზერბაიჯანის ნახჭევანის პროვინციაში, რომლის დროსაც რამდენიმე ადამიანი გარდაიცვალა</p> <p>2.საგარეო უწყება მკაცრად აფრთხილებს მოქალაქეებს, რომ არ გაემგზავრონ მთიანი ყარაბაღის მიმდებარე ტერიტორიასა და მის დასავლეთ ნაწილში, რადგან არსებობს თავდასხმათა რისკი.</p> <p>3.კონფლიქტი სომხეთთან კვლავ გადაუჭრელია. მეამბოხე არმის ნაწილები აგრძელებენ აზერბაიჯანის ტერიტორიის ოკუპაციას. მიუხედავად იმისა, რომ 1994 წელს ხელი მოეწერა ცეცხლის შეწყვეტის ხელშეკრულებას, პერიოდულად შეტაკებები კვლავაც გრძელდება</p>
--	--	--	---

სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა			
	საქართველო	სომხეთი	აზერბაიჯანი
დიდი ბრიტანეთი	1.საქართველოში მრავალი გზა ცუდად განათებული და უხარისხოა. უპატრონო შინაური პირუტყვი ქმნის საფრთხეს ბევრ ადგილებში. საგზაო წესები სტრესულია,	1.ავტომობილის მართვის ადგილობრივი სტანდარტი ცუდია, ხშირად მძღოლები უბუნებელყოფენ საგზაო მოძრაობის წესებს.	1.მრავალი გზა ცუდ მდგომარეობაშია, ხოლო ავტომობილის მართვა კი ცვალებადი და დამაბნეველია.

	<p>ავტომობილების უძრავი ქონებასთან დაკავშირებული მომსახურებისა და მდგომარეობის კონტროლი</p>	<p>2.საავტომობილო გზების მდგომარეობის კონტროლი, განსაკუთრებით ყველაზე ცივი თვეების პერიოდში (ნოემბრიდან თებერვლამდე)</p> <p>3.2007 წელს სამოქალაქო ავიაციის საერთაშორისო ორგანიზაციის აუდიტმა დაადგინა, რომ სომხეთის საავიაციო უსაფრთხოების დონე საშუალოზე მაღალია</p>	<p>2.2008 წელს მსოფლიო სამოქალაქო ავიაციის საერთაშორისო ორგანიზაციამ დაადგინა, რომ აზერბაიჯანის სამოქალაქო ავიაციის უსაფრთხოება საყოველთაოდ აღიარებულ სტანდარტებზე დაბლაა</p>
<p>აშშ</p>	<p>1. საქ-ში კერძო ავტომობილებით, ტაქსებითა და საზოგადოებრივი ტრანსპორტით მოგზაურობა ზოგადად უსაფრთხოა, თუმცა გადაჭედილი ტრანსპორტი ზრდის მგზაურების დაუცველობას ქურდობისგან.</p> <p>2. საქ-ში ავტომობილის მართვისას აუცილებელია უკიდურესი სიფრთხილე, რადგან ბევრი ადგილობრივი მძღოლი მართვისას არ იცავს საგზაო წესებს და ხდება მათი სრული იგნორირება</p>	<p>1.სომხეთში მოგზაურობა სიფრთხილეს მოითხოვს. საჯარო ტრანსპორტი იაფია, მაგრამ არასანდო და არაკომფორტულია. მარშუტები კი გაცილებით საშიშია, ვიდრე სხვა საზოგადოებრივი ტრანსპორტი</p> <p>2.მძღოლები სომხეთში ხშირად უგულვებელყოფენ საგზაო მოძრაობის წესებს, რაც ზრდის ავარიის რისკს.</p>	<p>1.ავტოსაგზაო შემთხვევები აზერბაიჯანში მაღალია და ყოველწლიურად მატულობს.</p> <p>2.მიუხედავად იმისა, რომ გზების ახალი მონაკვეთის სისტემა მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა, ძველი მონაკვეთი უხარისხოა და ცუდად არის განათებული</p> <p>3.ბაქოსათვის დამახასიათებელია მართვის რისკები, როგორცაა ღია ტყეები, სამშენებლო ნარჩენები. ბევრი მძღოლი პატივს არ სცემს საგზაო მოძრაობის წესებს, სიგნალებს, ჩიხის ნიშნებს, ფეხით მოსიარულეებს, სწორედ ამიტომ ქვეყანაში უბედურ შემთხვევათა მაჩვენებელი მაღალია.</p> <p>4.ბაქოს მეტროს სისტემა იაფია და ტრანსპორტირების კარგი საშუალებაა.</p>

			<p>სამი ახალი სადგურის გახსნა იგეგმება 2015 წლისთვის. უსაფრთხოების კამერები უზურნველოყოფენ მეტროს მთელი პლატფორმის გამჭვირვალობას.</p> <p>5. აზერბაიჯანში ტაქსების უმრავლესობას არ გააჩნია აღმრიცხველი, თუმცა დედაქალაქში უკვე მოძრაობს ე.წ. "იასამნისფერი" ლონდონური სტილის ტაქსები</p>
შედეგად	<p>1. ძირითადი გზების გარდა, მრავალი გზა ცუდ მდგომარეობაშია, მოშორებული რეგიონები ხელმისაწვდომია მხოლოდ ჯიპით.</p> <p>2. ავტომძღოლების არაპროგნოზირებადი მართვა (საგზაო წესების იგნორირება) ზრდის ავარიების რისკს.</p>	<p>1. დედაქალაქის გარეთ გზები ცუდ მდგომარეობაშია, (გარდა რამდენიმე ძირითადი მიმართულებისა).</p> <p>2. ავტომობილის არაპროგნოზირებადი მართვა ზრდის ავარიების რისკს. გამოიჩინეთ განსაკუთრებული სიფრთხილე ღამით</p>	<p>1. შორეულ ადგილებში საწვავის მარაგი ყოველთვის არ არის უზურნველოყოფილი</p> <p>2. დედაქალაქის გარეთ სასურველია ჯიპით გადაადგილება, რადგან გზები ცუდ მდგომარეობაშია.</p> <p>3. ავტომძღოლების არაპროგნოზირებადი მართვა ზრდის ავარიების რისკს.</p>
საფრანგეთი	<p>1. საქონის ინფრასტრუქტურის სამინისტროს ცნობით, საქში ძირითადი საგზაო ქსელი 1 528 კმ. ევროპულ სტანდარტებს შეესაბამება, ხოლო მეორადი გზების 91% და ადგილობრივი გზების 57% კარგ მდგომარეობაშია</p> <p>2. გზებზე გაზრდილია არაუსაფრთხოება (2013 წელს 514 სიკვდილის შემთხვევა 4.5 მილიონ ადამიანზე)</p> <p>3. ავტომობილის მძღოლებს განსაკუთრებული</p>	<p>1. ავტობუსების ქსელი მოქველებულია. საგზაო ნიშნები ცუდია.</p> <p>2. მთავარი საავტომობილო გზები კარგია, ხოლო მეორეხარისხოვანი გზები კი ცუდ მდგომარეობაშია</p>	<p>1. აზერბაიჯანში მიმოსვლის არანაირი პრობლემა არ დგას. საერთაშორისო საზღვარი საქართველოსთან თავისუფალია. მიუხედავად იმისა, რომ ქვეყნის ძირითადი გზები მნიშვნელოვნად გაუმჯობესდა, მეორედი ქსელი უხარისხო და სახიფათოა მოგზაურობისთვის.</p> <p>2. პროინციებში ხშირია ძროხისა და ცხვრის ფარების</p>

	სიფრთხილვე მართვით განსაკუთრებით ღამე, მიწისქვეშა გადასასვლელებთან თან		შეხვედრა საავტომობილო გზებზე. ავტოავარიების რიცხვი მაღლია ქვეყანაში, განსაკუთრებით კი დედაქალაქში.
კანადა	<p>1. ავტო საგზაო შემთხვევები ძირითადად გარდაცვალებით, ან ფიზიკური დაზიანებით მთავრდება, ამიტომაც საგარეო უწყება სიფრთხილისკენ მოუწოდებს</p> <p>2. ავტომობილის მართვის ცუდი უნარები და არასაკმარისი განათება საგზაო მოძრაობას სახიფათოს ხდის</p> <p>3. გამოიყენეთ ლოგიანი ტაქსები და ფასთან დაკავშირებით წინასწარ შეუთანხმდით</p>	<p>1. საჯარო ტრანსპორტი გადაჭედლია და ცუდ მდგომარეობაშია</p> <p>2. ხშირია მიკროავტობუსებით ავარიათა შემთხვევები</p> <p>3. ერევანის გარეთ ზოგიერთი გზა ცუდ მდგომარეობაშია</p> <p>4. გადაადგილება ღამით საშიშია. საავტომობილო გზები ცუდ მდგომარეობაშია, ხშირად არ არის საგზაო ნიშნები, რასაც ემატება სომეხი მძღოლების მიერ საგზაო მოძრაობის წესების უგულვებლყოფა</p>	<p>1. მართვის ჩვევები ძალიან ცუდია ქვეყანაში, ამას ემატება ის ფაქტიც, რომ გზები ცუდად არის განათებული, რაც მართვას სახიფათოს ხდის ბაქოს გარეთ საგზაო მაგისტრალზე.</p> <p>2. საჯარო ტრანსპორტი ცუდ მდგომარეობაშია, მუდამ გადაჭედლია და არაუსაფრთხოა, განსაკუთრებით კი დედაქალაქის გარეთ.</p> <p>3. საგარეო უწყება ურჩევს მოქალაქეებს, რომ თავი აარიდონ ბაქოს მეტროს, განსაკუთრებით კი ღამის საათებში და გამოიყენონ მხოლოდ "იასამნისფერ" ლოგიანი ტაქსები, რომლებიც აღჭურვილია აღმრიცხველითა და უსაფრთხოების ქამრებით</p>
ავსტრალია	1. ავტომობილის მართვა საქართველოში შესაძლოა სახიფათო აღმოჩნდეს, რადგან გზები და ავტომობილები ცუდ მდგომარეობაშია, გზებზე ხშირად არ არის განათება და საგზაო ნიშნები. ავტომძღოლებს სიფრთხილვე მართვით, რადგან ხშირია მძღოლების მიერ	<p>1. მოგზაურობა სამხრეთ კავკასიაში შესაძლოა რთული იყოს და ამიტომაც საგულდაგულო დაგეგმვას მოითხოვს</p> <p>2. ავტომობილის მართვა სომხეთში შესაძლოა სახიფათო აღმოჩნდეს ცუდად შენარჩუნებული</p>	1. ავტომობილის მართვა აზერბაიჯანში შესაძლოა საშიში აღმოჩნდეს, რადგან გზები და ავტომობილები ცუდ მდგომარეობაშია, ამასთანავე ძალიან დაბალია ადგილობრივ მძღოლებში ავტომობილის მართვის უნარები.

	<p>საგზაო წესების იგნორირება.</p> <p>2.გზები ზამთარში შესაძლოა სახიფათო იყოს</p> <p>3.საჯარო ტრანსპორტი, როგორცაა ავტობუსები, მატარებლები, ტაქსები, შესაძლოა სახიფათო აღმოჩნდეს საგზაო პირობების გამო. გეხდება ქურდობისა და აგრესიის შემთხვევები როგორც მატარებელში, ასევე თბილისის მთავარ სადგურში.</p> <p>4.შესაძლოა რთული აღმოჩნდეს ზუსტი ინფორმაციის მიღება მთებში არსებული მდგომარეობის შესახებ, რისთვისაც უნდა დაეკონტაქტოთ ქართულ კომპანიებს და მათ გიდეებს.</p>	<p>გზების, ადგილობრივი მძღოლების მართვის უნარებისა და არაადექვატური საგზაო ნიშნების გამო.</p> <p>2.საზოგადოებრივი ტრანსპორტი სომხეთში გადატვირთულია და ცუდად არის შენარჩუნებული. მიკროავტობუსები საშიშია და ხშირია ავტო ავარიების შემთხვევები.</p> <p>3. სომხეთის საგანგებო, სამედიცინო და საპოლიციო მომსახურების მიღებას სჭირდება გარკვეული დრო, რათა მიაღწიონ შორეულ რეგიონებს</p> <p>3.ავსტრალიის ხელისუფლებს არ იძლევა ინფორმაციას სომხეთის საჰაერო უსაფრთხოების მდგომარეობის შესახებ</p>	<p>სოფლის გზებზე ხშირად არ არის საკმარისი განათება და საგზაო ნიშნები</p> <p>2.საზოგადოებრივი ტრანსპორტი ბაქში (მაგ. მეტრო) ხშირ შემთხვევაში ცუდ მდგომარეობაშია, გადატვირთულია და არ გააჩნია ძირითადი უსაფრთხოებისა და სამაშველო დახმარების აუცილებელი აღჭურვილობა</p> <p>3.აზერბაიჯანის შიდა და საერთაშორისო ფრენები შესაძლოა ყოველთვის არ აკმაყოფილებდნენ საერთაშორისო უსაფრთხოების სტანდარტებს</p>
--	---	---	--

ჯანდაცვა			
	საქართველო	სომხეთი	აზერბაიჯანი
დიდი ბრიტანეთი	<p>1.სამედიცინო დაწესებულებები ხელმისაწვდომია თბილისში, თუმცა მათი სერვისი შესაძლოა ძვირი აღმოჩნდეს. დედაქალაქის გარეთ, სამედიცინო დაწესებულებები შეზღუდულია. გამგზავრებამდე დარწმუნდით, რომ თქვენი დაზღვევა ფარავს საზღვარგარეთ ნებისმიერი სახის მკურნალობისა და</p>	<p>1.სამედიცინო დაწესებულებები დაბალი ხარისხისაა, განსაკუთრებით დედაქალაქის გარეთ</p> <p>2.სომხეთში მკურნალობა არ არის რეკომენდირებული, მცირე მანიპულაციების, ან გადაუდებელი</p>	<p>1.სამედიცინო დაწესებულებები ბაქოს გარეთ ძალიან შეზღუდულია. მძიმე ავადმყოფობის, ან დაზიანების შემთხვევაში, შესაძლებელია საჭირო გახდეს თურქეთში, ან დასავლეთ ევროპაში პაციენტის ტრანსპორტირება 2.დარწმუნდით, რომ თქვენი დაზღვევა უცხოეთში აღნიშნულ</p>

	რეპატრაციის ხარჯებს.	დახმარების გარდა 3.დარწმუნდით, რომ თქვენ გაქვთ დაზღვევა, რომელიც უცხოეთში ავადმყოფობისა და რეპატრაციის ხარჯებს ფარავს	(რეპატრაციისა და სამედიცინო მკურნალობის) ხარჯებს ფარავს
აშშ	1.დასავლური ტიპის სამედიცინო მომსახურება საქ-ში შეზღუდულია, თუმცა შეიმჩნევა საქართველოს ჯანდაცვის გაუმჯობესების ტენდენცია. არსებობს სამედიცინო შესაძლებლობების დეფიციტი თბილისისა და ბათუმის გარეთ. რეგიონებიდან სასწრაფო დახმარებით ტრანსპორტირებას შესაძლოა დასჭირდეს 24 საათი. ადგილობრივი სასწრაფო დახმარების მანქანა შესაძლოა არ იყოს ხელმისაწვდომი, ან დასჭირდეს მისი თბილისიდან გამოგზავნა 3.ქართველი ექიმები სამედიცინო დახმარების გაწევამდე პაციენტისაგან ნაღდ ანგარიშსწორებას მოითხოვენ	1.მიუხედავად იმისა, რომ სომხეთში მრავალი კომპეტენტური ექიმია, სამედიცინო დაწესებულებები შეზღუდულია, განსაკუთრებით კი ძირითადი ქალაქების გარეთ. 2.ასაკოვანი და ჯანმრთელობის პრობლემის მქონე მოგზაურები შესაძლოა დიდი რისკის ქვეშ აღმოჩნდნენ არასაკმარისი სამედიცინო მომსახურების გამო	1.ბაქოში ფუნქციონირებს ერთი დასავლური ტიპის კლინიკა, რომელიც უზრუნველყოფს 24 საათიან მომსახურებას. იგი დასავლური სტანდარტების შესაბამისია გადაუდებელი სამედიცინო მკურნალობის, ან მცირე სამედიცინო პრობლემის შემთხვევაში. ოპერაცია, თუ სიცოცხლისათვის ნაკლებად სასწრაფო ჯანმრთელობის პრობლემის შემთხვევაში არ არის რეკომენდირებული აზერბაიჯანში მკურნალობა.
შვეიცარია	1.სასწრაფო სამედიცინო მომსახურება უზრუნველყოფილია მხოლოდ ურბანულ ცენტრებში. შორეულ ადგილებში ავადმყოფობის, ან უბედური შემთხვევის დროს სწრაფი სამედიცინო სერვისი არ არის გარანტირებული 2.სერიოზული ავადმყოფობის ან დაზიანების შემთხვევაში უმჯობესია შვეიცარიაში დაბრუნება	1.სასწრაფო და ძირითადი სამედიცინო ჯანდაცვა დედაქალაქის გარეთ შესაძლოა არ იყოს ხელმისაწვდომი, თუმცა ერევანში არსებული სამედიცინო დაწესებულებები, არ შეესაბამება ევროპულ სტანდარტებს. სერიოზული ჭრილობის, ან ავადმყოფობის შემთხვევაში	1.აზერბაიჯანის ჯანდაცვა არაადექვატურია და არ არის უზრუნველყოფილი დედაქალაქის გარეთ. თუ შესაძლებელია აირჩიეთ კერძო საავადმყოფოები, თუმცა ისინი მოითხოვენ ავანსს და ფინანსურ გარანტიას პაციენტის მკურნალობამდე

		რეკომენდირებულია შვეიცარიაში დაბრუნება	
საფრანგეთი	<p>1.საქ-ში გაგრძელებულია მენინგიტი, მალარია, ტუბერკულოზი</p> <p>2.ადგილობრივმა სანიტარულმა სამსახურებმა დაადასტურეს, რომ თბილისში ძალიან ბევრი მაწანწალა ძაღლი ცოფის მატარებელია</p>	<p>1.საჭიროა დიფტერიის, ტეტანუსის, პოლიომიოლიტის ვაქცინაციების ჩატარება, ასევე რეკომენდირებულია A ჰეპატიის და მუცლის ტიფის ვაქცინაციაც.</p>	<p>1.საჯარო საავადმყოფოები უფასოა აზერბაიჯანში, თუმცა ცუდად არის აღჭურვილნი.</p> <p>2.უცხოური სამედიცინო ცენტრები შედარებით უმჯობესია. ბაქოში ყველა საჭირო მკურნალობის ჩატარება შესაძლებელია, თუმცა კონსულტაციები ძალიან ძვირია (50 \$-იდან 250 \$-მდე).</p> <p>3.ავარიის დროს, ხშირია შემთხვევები, როდესაც მსხვერპლი თუ ავადმყოფი თურქეთსა და ირანში გადაჰყავთ სამკურნალოდ</p> <p>4.ქვეყანაში ფართოდ არის გაგრძელებული აივ და შიდსის ვირუსი, ხოლო ტუბერკულოზი კი თავისი მრავალრეზისტენტული ფორმით საზოგადოებრივი ჯანდაცვის მთავარ პრობლემად რჩება</p>
კანადა	<p>1. ნუ გექნებათ იმის მოლოდინი, რომ სამედიცინო მომსახურება ისეთივე იქნება, როგორსაც კანადა გთავაზობთ</p> <p>2.იქონიეთ სამედიცინო მედიკამენტებიანი ხელჩანთა, განსაკუთრებით თუ თქვენ მოგიწევთ ყოფნა დიდი ურბანული ცენტრიდან მოშორებით</p>	<p>1.ნუ გექნებათ იმის მოლოდინი, რომ სამედიცინო მომსახურება ისეთივე იქნება სომხეთში, როგორსაც კანადა გთავაზობთ</p> <p>2.თან იქონიეთ აუცილებელი პირველადი მოხმარების მედიკამენტებიანი ხელჩანთა, განსაკუთრებით თუ თქვენ მოგიწევთ დიდი ურბანული ცენტრებიდან</p>	<p>1.ნუ გექნებათ იმის მოლოდინი, რომ სამედიცინო მომსახურება ისეთივე იქნება აზერბაიჯანში, როგორსაც კანადა გთავაზობთ</p> <p>2.თან იქონიეთ აუცილებელი პირველადი მოხმარების მედიკამენტებიანი ხელჩანთა, განსაკუთრებით თუ თქვენ მოგიწევთ დიდი ურბანული ცენტრებიდან</p>

		მოშორებით ყოფნა	მოშორებით ყოფნა
აგსტრალია	<p>1.სამედიცინო მომსახურება, განსაკუთრებით თბილის გარეთ შეზღუდულია. მიუხედავად იმისა, რომ ევროპული და რუსული მედიკამენტები ხელმწისაწვდომია, სამედიცინო მომსახურების ხარისხი და საშუალებები მწირია. სამედიცინო ევაკუაცია, რომელიც საკმაოდ ძვირი ჯდება, შესაძლებელია საჭირო გახდეს მძიმე ავადმყოფობის ან დაზიანების შემთხვევაში.</p> <p>2.საქართველოში გავრცელებულია მალარია, მუცლის ტიფი, ტუბერკულოზი, ბრუცელოზი და კჰატიტი</p>	<p>1.აგსტრალიის ხელისუფლება ურჩევს მოქალაქეებს, რომ აიღონ სრულყოფილი დაზღვევა, რომელიც ფარავს საზღვარგარეთ ნებისმიერ სამედიცინო ხარჯებს, რადგან აგსტრალიის ხელისუფლება არ გადაიხდის მათ სამედიცინო და საევაკუაციო თანხებს.</p> <p>2.სტანდარტული სამედიცინო დაწესებულებები და სერვისი დედაქალაქის გარეთ შეზღუდულია. მძიმე ავადმყოფობის, ან უბედური შემთხვევის დროს საჭირო იქნება შესაბამისი დანიშნულების სამედიცინო დაწესებულებამდე ევაკუაცია (რაც საკმაოდ ძვირი ჯდება)</p> <p>3.არსებობს მალარიის დაავადების რისკი სომხეთის დასავლეთით სასაზღვრე რეგიონებში. ასევე არსებობს მწერებით სხვა გადაამდებ დაავადებათა რისკი ტურისტებისათვის. საგარეო უწყება მოუწოდებს მოქალაქეებს, რომ მიიღონ შესაბამისი ზომები, რათა თავიდან აიცილონ მწერის ნაკბენები</p>	<p>1. აგსტრალიის ხელისუფლება ურჩევს მოქალაქეებს, რომ აიღონ სრულყოფილი დაზღვევა, რომელიც ფარავს საზღვარგარეთ ნებისმიერ სამედიცინო ხარჯებს, რადგან აგსტრალიის ხელისუფლება არ გადაიხდის მათ სამედიცინო და საევაკუაციო თანხებს.</p> <p>2.კერძო, დასავლური სტანდარტების ტიპის კლინიკები ფუნქციონირებს ბაქოში. თუმცა დედაქალაქის გარეთ, სამედიცინო დაწესებულებები, განსაკუთრებით კი სახელმწიფო საავადმყოფოები და მათი სერვისი, ხშირად არაადექატურია. არსებობს სამედიცინო მედიკამენტებისა და აჭღურვილობის დეფიციტი, ექიმები კი პირდაპირ და დაუყონებლივ ანგარიშსწორებას მოითხოვენ პაციენტებისაგან</p> <p>3.არსებობს მალარიით დაავადების რისკი აზერბაიჯანის სამხრეთ ბარის რაიონებში</p>

უმცირესობები			
	საქართველო	სომხეთი	აზერბაიჯანი
დიდი ბრიტანეთი	<p>1. სომოსექსუალიზმი ლეგალურია საქართველოში, თუმცა ფართოდ არ არის მიღებული საზოგადოებისათვის. 2013 წლის 17 მაისს, პომოფობიის აღსანიშნავად გამართულ აქციის ჩატარებას თბილისში ხელი შეუშალა მოსახლეობის ფართო მასამ. საქართველოს მართმადიდებლური ეკლესიის მხადამჭერები ფიზიკურად და სიტყვიერად გაუსწორდნენ აქციის მონაწილეებს.</p>	<p>1. სომოსექსუალიზმი 2003 წლიდან დეკრიმინალიზებულია, ზოგჯერ ლგბტ ჯგუფები განიცდიან სიტყვიერ და ფიზიკურ შეურაცყოფას.</p> <p>2. მგავსი სქესის წყვილებს შორის კოცნა და ხელის გადახვევა დამახასიათებელია სომხური კულტურისათვის და არ არის სექსუალური ორიენტაციის მაჩვენებელი, სწორედ ამიტომ საგარეო უწყება მოქალაქეებს სიფრთხილისკენ მოუწოდებს</p> <p>3. სომხეთი ქრისტიანული ქვეყანაა და ქალებს შეუძლიათ ნორმალური, დასავლური სტილის სამოსი ჩაიცვან, თუმცა დედაქალაქის გარეთ მაცხოვრებლები უფრო კონსერვატიულები არიან, ამიტომაც შეუსაბამო ჩაცმულობამ შესაძლოა მიიქციოს ხალხის ყურადღება</p>	<p>1. მოსახლეობის უმრავლესობა მუსლიმია, თუმცა აზერბაიჯანული საზოგადოება სექულარულია. პატივი ეცით ადგილობრივ ტრადიციებს, კანონსა და რელიგიას მთელი თქვენი ყოფნის პერიოდში და იყავით ფრთხილად, რომ თქვენმა ქმედებამ სხვების რწმენა არ შეურაცყოს</p> <p>2. სომოსექსუალიზმი ლეგალურია ქვეყანაში, თუმცა მოსახლეობის უმრავლესობისათვის მიუღებელია</p>
აშშ	<p>1. ლგბტ პირების იცავს ანტიდისკრიმინაციული კანონები საქ-ში და არ არსებობს სამართლებრივი დაბრკოლება მათი მოვლენების აღსანიშნავად.</p> <p>2. თუმცა ტრადიციულმა კულტურულმა დამოკიდებულებამ შესაძლოა გამოიწვიოს ლგბტ პირების დისკრიმინაცია და</p>	<p>1. არ არსებობს სპეციალური კანონი, რომელიც ლგბტ პირთა უფლებებს დაიცავს, თუმცა არ არსებობს სამართლებრივი დაბრკოლებები მათი მოვლენების აღსანიშნავად.</p> <p>2. ლგბტ პირები ტრადიციული კულტურული დამოკიდებულების გამო სახელმწიფოსა</p>	<p>1. არსებობს ინფორმაცია რელიგიური, რასობრივი მოტივის საფუძველზე ჩადენილი დანაშაულის შესახებ. ქვეყნის ჩრდილოეთ ნაწილში მცხოვრებლები ნაკლებად ტოლერანტულები არიან, ბაქოში მაცხოვრებლებისაგან განსხვავებით. 2. ქალებისთვის</p>

	<p>შევიწროება.</p> <p>3. წარსულში ზოგიერთი ლგბტ და რელიგიური უმცირესობები იყვნენ თავდასხმათა სამიზნე</p> <p>4. 2013 წლის 17 მაისს ძალადობრივად ჩაიშალა ჰომოფობიის საერთაშორისო დღის აღსანიშნავი აქცია მათი კონტრ აქციის მონაწილეების მიერ</p> <p>5. მიუხედავად იმისა, რომ საქ-ოს ადმინისტრაციული კოდექსი ადგენს საზოგადოებრივ შენობებს შშმპ-ისათვის, მაინც ძალიან მცირეა მათთვის ხელმისაწვდომი საჯარო და კერძო შენობები. კერძო და საჯარო ტრანსპორტი ვერ უზრუნველყოფას შშმპ-ების გადაადგილებას.</p>	<p>და კერძო პირების მიერ დისკრიმინაციას განიცდიან.</p> <p>3. მიუხედავად იმისა, რომ სომხეთმა 2007 წელს ხელი მოაწერა ადამიანის უფლებათა კონვენციას, სომხეთის ხელისუფლება არ ასრულებს აღებულ ვადებულებებს. არ არსებობს პირობები შშმპ-ისთვის მათი პარკირებისა და ინვალიდის ეტლით გადაადგილებისათვის</p>	<p>სასურველია კაბის ნაცმა ასეთ საზოგადოებაში</p>
<p>შევიცარია</p>	<p>1. ადამიანები, რომლებიც საჯაროდ აფიშირებენ საკუთარ ჰომოსექსუალურ ორიენტაციას ხშირად აგრესიის მსხვერპლნი ხდებიან</p> <p>2. არაადეკვატური ციხის პირობები (გადაჭედილი საკნები, არასაკმარისი სამედიცინო და სანიტარული მომსახურება) ზრდის ტუბერკულოზით დაავადების რისკს</p>	<p>1. ციხის პირობები მძიმეა სომხეთში: გადაჭედილი ციხეები, არაადეკვატური სამედიცინო და სანიტარული პირობები და სამედიცინო მომსახურების დეფიციტი ზრდის ტუბერკულოზის რისკს</p>	<p>1. მოსახლეობის უმრავლესობა მუსლიმი შიიტია, მორაგეთ თქვენი ქცევა და ჩაცმულობა მათ პრაქტიკას</p>
<p>საფრანგეთი</p>		<p>ჰომოსექსუალობა ლეგალურია, თუმცა სომხური ფართო საზოგადოებისათვის მიუღებელია</p>	<p>1. აზერბაიჯანი მუსლიმური სახელმწიფოა შიიტური უმრავლესობით, მაგრამ საერო სახელმწიფოა.</p> <p>2. აზერბაიჯანს აქვს ტოლერანტობა სხვა რელიგიების მიმართ, თუმცა რეკომენდირებულია, რომ თავი შეიკავოთ</p>

			საკუთარი რელიგიური რიტუალების შესრულებისაგან 3.ჰომოსექსუალიზმი დეკრიმინალიზებულია 2001 წლიდან, თუმცა ცუდად აღიქმება საზოგადოების მიერ
კანადა	1.ჰომოსექსუალობა ლეგალურია, თუმცა ქართული საზოგადოების ფართო ფენებისათვის მიუღებელად რჩება	1.ჰომოსექსუალობა ლეგალურია, თუმცა სომხური ფართო საზოგადოებისათვის მიუღებელია	1.ჰომოსექსუალობა ლეგალურია, თუმცა აზერბაიჯანული ფართო საზოგადოებისათვის მიუღებელია 2.რელიგიური პროზელიტიზმი აკრძალულია
აგსტრალია	1.საქართველოს კანონმდებლობას არ გააჩნია ნათელი და მკაფიო რეგულაციები და პროცედურები სუროგაციასთან დაკავშირებით, ამიტომაც მხედველობაში უნდა მიიღოს რისკები და პოტენციური შედეგები, გარიგების დადებამდე გაიარეთ სამართლებრივი კონსულტაციები	1.ერთსქესიანთა ურთიერთობები ლეგალურია სომხეთში, მაგრამ არ არის მიღებული ფართო საზოგადოებისათვის. რეგულარულად ადგილი აქვს “სიძულვილის ენის” შემთხვევებს საზოგადოებაში, სადაც დისკრიმინაცია ფართოდ არის გავრცელებული	1.აზერბაიჯანში რელიგიური პროზელიტიზმი აკრძალულია. ჰომოსექსუალიზმი არ არის უკანონო, თუმცა მოსახლეობაში საყოველთაოდ არ არის მიღებული

§3.3. საქართველოს ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევებში

ნებისმიერი სახელმწიფოს ტურისტული სექტორისათვის ძალზედ მნიშვნელოვანია, თუ რა პოზიცია უკავია საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის კუთხით. ჩვენი ქვეყნის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის დეტალური შესწავლა საშუალებას მოგვცემს, უფრო მკაფიოდ დაგინახოთ და რეალურად აღვიქვათ საქართველოს ტურისტული იმიჯის კუთხით არსებული პრობლემები და გამოწვევები, გავანალიზოთ, თუ რას მიაღწია ამ თვალსაზრისით საქართველომ, აღნიშნულ სექტორში ხელისუფლების მხრიდან რომელ სფეროს ესაჭიროება კიდევ უფრო მეტი ყურადღება და ზოგადად, როგორი მდგომარეობაა ტურიზმის სექტორში მეზობელ სახელმწიფოებთან შედარებით.

ტურიზმის სექტორში არსებული ვითარების შესაფასებლად უმნიშვნელოვანესია მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის კვლევა, რომელსაც იგი ყოველ წლიურად ატარებს მსოფლიოს დაახლოებით 140 ქვეყანაში. აღნიშნული კვლევა საშუალებას იძლევა ვისაუბროთ საქართველოს ტურისტული განვითარების დინამიკაზე ე.წ. „რეიტინგების ხედვით“.

იმისათვის, რომ შემუშავებული ინსტრუმენტების გამოყენებით გაეზომათ ეროვნული კონკურენტუნარიანობა, მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა შემოიღო ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი (TTCI), რომელიც 124 ქვეყნის ეკონომიკურ მდგომარეობას მოიცავდა და ყოველსომომცველი სტრატეგიული ინსტრუმენტია „იმ ფაქტორებისა და პოლიტიკის გასაზომად, რომელიც მიმზიდველს ხდის მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარებას სხვადასხვა ქვეყნებში“. ანგარიში მოიცავს 124 ქვეყნის ეკონომიკის სხვადასხვა პროფილს, რომლებიც ფიგურირებენ კვლევაში, ცხრილებში გლობალური გრადაციის სახით არის განთავსებული და მოიცავს ყველა იმ ინდიკატორს, რომლებიც შედის ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდექსში. აღნიშნული შრომა შეისწავლის ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის სხვადასხვა ასპექტებს, სწავლობს ისეთ საკითხებს, როგორიც არის ურთიერთობა ტურიზმსა და ეკონომიკურ განვითარებას შორის,

ელექტრონული გადახდების როლი ტურიზმისა ზრდისა და მართვის სფეროში, ასევე ეკონომიკურ გავლენას საჰაერო ტრანსპორტის ქსელების გაუმჯობესებაში, ქვეყნის პოლიტიკა ტურიზმის სფეროში და ა.შ.

ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი მრავალმხრივ არის მნიშვნელოვანი. ბევრ სახელმწიფოში ტურიზმი არის კრიტიკული სექტორი, რომლის მიზანია სახელმწიფოს ეროვნული და ეკონომიკური კეთილდღეობის ზრდა. მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი უზრუნველყოფს სასარგებლო და საინტერესო ინფორმაციის მოპოვებას საქმიანი გადაწყვეტილების მისაღებად;

ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდუსტრიის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში საშუალებას აძლევს ამა თუ იმ ქვეყნის ხელისუფლებას დაინახოს დაბრკოლებები ამ სფეროს ფუნქციონირების გზაზე მათ ქვეყანაში. ეს არის პლატფორმა დიალოგისა ინდუსტრიასა და პოლიტიკოსებს შორის, რათა ერთად დაძლიონ ტურიზმის სფეროში არსებული წინააღმდეგობები.

ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდექსი ზომავს იმ ფაქტორებსა და პოლიტიკას, რომლებიც მიმზიდველს ხდის ტურიზმის სექტორის განვითარებას სხვადასხვა ქვეყნებში. ბუნებრივია ჩნდება კითხვა, თუ რამდენად სანდოა აღნიშნული მონაცემები და რა სახის წყაროებს ეყრდნობა.

უპირველეს ყოვლისა იგი ეფუძნება: საზოგადოებრივი აზრის კვლევას: აღნიშნული მონაცემები ეყრდნობა ბიზნეს ლიდერების პერსპექტივებს მთელი მსოფლიოს მასშტაბით; ეს ის ხალხია, რომლებიც იღებენ საინვესტიციო გადაწყვეტილებებს და ქმნიან კლიმატს შესაბამის ეკონომიკურ სფეროში. კვლევა იძლევა უნიკალურ მონაცემებს ძალიან ბევრ ინსტიტუციურ და ბიზნეს გარემოს საკითხებზე, მათ შორის ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდუსტრიის, ბუნებრივი გარემოს ხარისხის კონკრეტულ თემებზე. კვლევის მონაცემები არის მაღალი სანდოობის მქონე, მაგრამ მუდმივად ცვლადი.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ყოველწლიურ საზოგადოებრივ კვლევას წარმოადგენს. მონაცემები მოპოვებულია საჯაროდ ხელმისაწვდომი წყაროებიდან, საერთაშორისო ორგანიზაციებიდან, ტურიზმისა და მოგზაურობის ინსტიტუტებიდან და ასევე

აღნიშნული სფეროს ექსპერტებიდან. მონაცემები მოპოვებულია ისეთი საერთაშორისო ორგანიზაციებიდან, როგორცაა: IATA საჰაერო ტრანსპორტის საერთაშორისო ასოციაცია; UNWTO მსოფლიოს ტურიზმის ორგანიზაცია; WTTC მსოფლიოს მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭო; IUCN ბუნების და ბუნებრივი რესურსების დაცვის საერთაშორისო ორგანიზაცია; WB და სხვ.

2007 წლის 1 მარტს ჟენევაში (შვეიცარია) მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა გამოაქვეყნა „მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ანგარიში 2007“, რომელშიც მსოფლიოს 124 ქვეყანა იღებდა მონაწილეობას, თუმცა ეს ციფრი 2008 წელს 130-მდე გაიზარდა, ხოლო 2011 წელს კი კვლევაში 139 სახელმწიფო ჩაერთო (World Economic Forum, 2007).

2007 წელს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსის მიხედვით საქართველო 124 ქვეყნიდან 66-ე პოზიციას იკავებდა. რეიტინგში დსთ-ს წევრ ქვეყნებს შორის საქართველო საუკეთესო მაჩვენებელით გამოირჩეოდა, რომლის შემდგომ მოდიოდა რუსეთი (68-ე ადგილი), სომხეთი (74-ე ადგილი), ხოლო აზერბაიჯანი რეიტინგში 75-ე ადგილზე იყო. საქართველო წინ უსწრებდა ასევე ისეთ ქვეყნებს, როგორცაა ქუვეითი, ჩინეთი, რუმინეთი, უკრაინა, მოლდავეთი, ყირგიზეთი, ყაზახეთი და ა.შ.

2007 წლიდან დღემდე ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის გრადაციაში პირველ ადგილს შვეიცარია იკავებს. შვეიცარია მსოფლიოში ცნობილია ყველაზე უსაფრთხო სახელმწიფოდ, შესანიშნავი ჯანდაცვისა და ჰიგიენის პირობების მაჩვენებლებით, ისევე როგორც გარემოს მარეგულირებელი წესებით, რომელიც ყველაზე მკაცრი და ეფექტურია მსოფლიოში. ეს გახლავთ ქვეყანა, სადაც არსებობს და მსოფლიოში ყველაზე საუკეთესოდ განიხილება სასტუმროების მენეჯმენტის სკოლა, ქვეყნის ადამიანური რესურსების ყველაზე მაღალი დონე, რომელიც შესაბამისად უზრუნველყოფს მაღალი ხარისხის პერსონალს ტურიზმის ინდუსტრიისათვის. ტურიზმისა და მოგზაურობის ინფასტრუქტურა შედის მსოფლიოს საუკეთესოთა შორის, რომელიც მარტივი და ამავე დროს ძალიან კომფორტულია ტურისტებისათვის ქვეყანაში გადაადგილების მიზნით. გარდა ამისა, ეს ქვეყანა ყველაზე მდიდარია კულტურული და ბუნებრივი

რესურსებით მსოფლიოში. ეს პატარა სახელმწიფო 6 ისტორიული ძეგლის სამშობლოა, რომელიც იუნესკოს მსოფლიოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა ნუსხაშია შეტანილი და სადაც ქვეყნის ტერიტორიის 30 პროცენტი დაცულია. ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის პოლიტიკიდან გამომდინარე მნიშვნელოვანია, რომ შევიცარია შესულია მაღალი შემოსავლის მქონე ისეთ ქვეყნებთან ერთად, როგორცაა ესპანეთი, გერმანია, საფრანგეთი და ა.შ, რომლებიც ტურიზმის პრიორიტეტულობის კუთხით ქვეყნების ტოპ ათეულს ქმნიან.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსით 2008 წელს საქართველომ მსოფლიოს 130 ქვეყანას შორის 72-ე ადგილი დაიკავა, შემდგომ წლებში კი 73-ე პოზიციას ინარჩუნებდა, ხოლო 2013 წელს საქართველომ 66-ე პოზიცია დაიკავა.

ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ქვეინდექსებში საქართველოს საუკეთესო მაჩვენებელი „მარეგულირებელ ჩარჩოებში“ აქვს, იგი 30-ადგილზეა 139 სახელმწიფოს შორის, რაც პირველ რიგში ალბათ ქვეყნის აქტიური რეკლამირების შედეგია, რომელსაც 2006 წლიდან საქართველოს მთავრობა, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და მთავრობის დავალებით სხვადასხვა ბიზნეს სტრუქტურები ახორციელებდნენ.

პირველ და მეორე პილარში იზომება, თუ რამდენად მნიშვნელოვანი და პრიორიტეტულია აღნიშნული სექტორი ქვეყნის ხელისუფლებისათვის. ეს გამოიხატებოდა საბიუჯეტო სახსრების განსაკუთრებული აქცენტირებით ინფრასტრუქტურაზე, ასევე მთავრობის კამპანიებით ტურიზმის სექტორში ინვესტორების მოსაზიდად. მეტიც, მთავრობამ განახორციელა მიზანმიმართული ინფრასტრუქტურული პროექტები და კამპანიები ინვესტორების მოსაზიდად საქართველოსთვის ნაკლებად “ტრადიციული” ტურისტული “ბრენდების” შესაქმნელად (მათ შორის, მესტია სათხილამურო სპორტზე აქცენტით, ანაკლია, სიღნაღი, კახეთის ცალკეული ადგილები და ა.შ.).

ქვეყნის შიდა გადაადგილებისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია ასევე ქვეყნის სახმელეთო ტრანსპორტის ხარისხი. იგი ითვალისწინებს სარკინიგზო, საავტომობილო და პორტების გზების ხარისხს, ისევე როგორც ეროვნული სატრანსპორტო ქსელის გაზომვა მთლიანობაში გულისხმობს, თუ როგორი სახის

ეფექტურ სატრანსპორტო საშუალებებსა და საქმიან ცენტრებთან მისაწვდომობას გვთავაზობს ქვეყნები და მათ მიერ შემოთავაზებული ტურისტული ადგილები.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის შეფასებისას ხდება ზოგადი ტურისტული ინფრასტრუქტურის მთელი რიგი ასპექტების შეფასება თვითოეულ ქვეყანაში საზოგადო სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურისაგან განსხვავებით. იგი ითვალისწინებს განთავსების ინფრასტრუქტურის (სასტუმროების რიცხვი) და ავტომობილების გამჭირავებელი კომპანიების არსებობას ქვეყანაში. მათი გაზომვისა და შეფასების ერთ-ერთ ინდიკატორს ასევე წარმოადგენს ფინანსური ინფრასტრუქტურაც (ბანკომატები და ინფორმაციის მიმწოდებელი ავტომატური მანქანები).

ფასის კონკურენტუნარიანობა ტურიზმისა და მოგზაურობის ინდუსტრიაში ცხადია მნიშვნელოვნად გასათვალისწინებელი ფაქტორია. უნდა გვახსოვდეს, რომ ფასების ვარდნის ტენდენცია ხელს უწყობს ზოგიერთი ქვეყნებიდან ტურისტების მოზიდვის მიმზიდველობას. ასევე გასათვალისწინებელია ისეთი ფაქტორები, როგორცაა საქონელსა და მომსახურებაზე არსებული ნაკლებად ძვირი ტარიფები, ავიაბილეთის საფასური და ასევე აეროპორტების მოსაკრებლები (რომლებმაც შესაძლოა უფრო ძვირი გახადოს ბილეთის ფასი), საწვავზე ფასების დონე სხვა ქვეყნებთან შეედარებით, გადასახადები და ასევე სასტუმროში განთავსების ღირებულება. საქართველოში აქცენტი ძირითადად ტურისტების რაოდენობრივ ზრდაზე კეთდება, რაც ტურისტულ კონკურენტუნარიანობას არ განაპირობებს, ამას ადასტურებს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგიც, რომლის მიხედვითაც, ინფრასტრუქტურის განვითარების დონით, საქართველო 140 ქვეყნიდან მხოლოდ 80-ე ადგილზეა. ეს იმას ნიშნავს, რომ ვიზიტორი, რომელმაც ნახა საქართველოზე რეკლამა და მისი გავლენით ერთხელ ეწვია ქვეყანას, მეორედ აქ ჩამოსვლაზე ნაკლებად იფიქრებს, განსაკუთრებით მაშინ, როცა ჩვენს ქვეყანას რეგიონში საკმაოდ ბევრი კონკურენტი ჰყავს, თურქეთის, ბულგარეთისა და რუმინეთის სახით.

ტურისტების ნაკადის ზრდას ვერ მიჰყვება შესაბამისი ინფრასტრუქტურის განვითარების ზრდის ტემპი. ყოველ სეზონზე ფასები საკურორტო ზონებში სურსათზე, სასტუმროებსა და სხვა ტიპის სერვისებზეც მზარდია, მაგრამ მომსახურების ხარისხი - უცვლელად დაბალი. ეს კი დასვენების მსურველებს

ალტერნატიული კურორტის ძიებისკენ უბიძგებს. ტურისტული კომპანიების ინფორმაციით, დასვენება თურქეთში, ხმელთაშუა ზღვისპირეთსა და ესპანეთშიც კი, უფრო იაფი ჯდება, ვიდრე საქართველოს შავი ზღვისპირეთში. ტურებს საქართველოში ძირითადად ავიაბილეთების კომპონენტი და სასტუმროების გადასახადები აძვირებს.

თუ მხედველობაში მივიღებთ იმ ფაქტს, რომ დღევანდელ გლობალურ სამყაროში უდიდესი დატვირთვა გააჩნია ონლაინ გარემოს თანამედროვე მოგზაურობისა და ტურიზმის მრეწველობაში, აუცილებლად უნდა გავითვალისწინოთ მათი მნიშვნელობა და აუცილებლობა, როგორც მარშუტებისა და მოგზაურობის დაგეგმვისას, ასევე საცხოვრებელი ადგილების შესყიდვისა და დაჯავშნის დროს. ისინი განსაკუთრებული ყურადღებით ეკიდებიან ინტერნეტ-საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურას თვითოეული ქვეყნის ეკონომიკაში. ამ შემთხვევაში ფასდება საერთაშორისო საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების შეღწევის ტარიფები (ინტერნეტი, სატელეფონო ხაზები, და ფართოხაზოვნები, რომლებიც უზრუნველყოფენ საზოგადოების ონლაინ საქმიანობას. აქ ასევე შემოტანილია სპეციალური საზომი ინსტრუმენტი იმის დასადგენად, თუ რა სახის ინტერნეტ პროვაიდერები გამოიყენება საწარმოთა მიერ ბიზნეს ოპერაციების განხორციელების დროს ეკონომიკაში, (აქ იგულისხმება ტურიზმისა და მოგზაურობის ტრანზაქციები ეკონომიკაში). ამ მხრივ კი ასევე საინტერესოა სასტუმროების თუ საინტერესო ტურების ონლაინ რეჟიმში დაჯავშნის პრობლემურობა ჩვენს ქვეყანაში.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის 2011 წლის ანგარიშში ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებისათვის ყველაზე პრობლემატურ სფეროდ შემდეგი ფაქტორები დასახელდა: ხელმისაწვდომობა ფინანსებთან, სამუშაო მუშახელის არაადექვატური განათლება, ინფლაცია, ეროვნულ მუშახელში ცუდი სამუშაო ეთიკა, საგადასახადო რეგულირება, პოლიტიკური არასტაბილურობა, ინფრასტრუქტურის არაადექვატური მიწოდება, საგადასახადო განაკვეთები, ხელისუფლების არასტაბილურობა, სახელმწიფო გადატრიალებები, არაეფექტური ხელისუფლების ბიუროკრატია, ცუდი საზოგადოებრივი ჯანდაცვა, კორუფცია, შეზღუდული შრომის რეგულირება, საგარეო ვალუტის რეგულაციები, დანაშაული

და ქურდობა. ზემოთ ჩამოთვლილ ოფიციალურად გამოქვეყნებულ პრობლემათაგანს ასევე ემატება ტურისტული დანახარჯების სიდიდე (რაც ავიაბილეთების და სასტუმროების ძვირი ფასით კიდევ უფრო იზრდება); სასტუმროების თუ საინტერესო ტურების ონლაინ რეჟიმში დაჯავშნის პრობლემურობა, რაც ტურისტების დიდ ნაკადს საქართველოს უბრალოდ აცილებს; მიმყოლი ინფრასტრუქტურის გაუმართაობა, რაც რესტორნების, მანქანის დაქირავების, კვალიფიციური გიდების და სხვა წვრილმან-მსხვილმანი ტურისტული საჭიროებების უხარისხობისა და სიმწირის გამო შეიძლება არა ტურისტების მოზიდვის, არამედ მათი დაფრთხობის ინსტრუმენტი გახდეს; ზოგადად, მომსახურების ხარისხის და მოსამსახურე პერსონალის დაბალი კვალიფიკაცია და კიდევ უამრავი სხვაც, რომელიც, თუ დროულად არ აღმოიფხვრა, პოზიტიურ მოცემულობას და მიღწეულ წარმატებებს მყისიერად გაანადგურებს.

2013 წელს საერთაშორისო ეკონომიკურმა ფორუმმა გამოაქვეყნა „მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგი-2013“, სადაც საქართველოში ტურიზმის სექტორში არსებული მდგომარეობა წინა წელთან შედარებით გაუმჯობესებულია. წარმოდგენილ 140 ქვეყანას შორის საქართველო 66-ე ადგილზეა (4.10 ქულით) და კავკასიის რეგიონის ქვეყნებს მნიშვნელოვნად უსწრებს წინ (World Economic Forum, 2013). აშკარაა, რომ საქართველოს პოზიცია 7 პუნქტით გააუმჯობესა 2011 წელთან შედარებით, სადაც საქართველო 73-ე ადგილზე იყო. რეიტინგში მეზობელი აზერბაიჯანი 78-ე, სომხეთი 79-ე პოზიციას იკავებს, ხოლო თურქეთს 46-ე ადგილი უჭირავს. კვლევითი ანგარიშის პირველ ხუთეულში უკვე რამდენიმე წელია, რაც შვეიცარია ღიდერობს. ხუთეულში ასევე მოხვდნენ: გერმანია, საფრანგეთი, ავსტრია, ესპანეთი და დიდი ბრიტანეთი. რაც შეეხებათ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებს, რუსეთი 63-ე ადგილზეა, ლიტვა 49-ზე, ლატვია 48, უკრაინა 76-ზე. (იხ. ცხრილი 18).

ქვეინდექსებში საქართველოს საუკეთესო მაჩვენებელი „მარეგულირებელ ჩარჩოებში“ აქვს და ის 30–ადგილზეა 140 სახელმწიფოს შორის (World Economic Forum, 2013). 2007-2013 წლებში, იგი მეტნაკლებად გაუმჯობესებულია, რადგან თუ 2007 წელს საქართველოს 55-ე პოზიცია ეკავა, 2013 წლისთვის იგი უკვე 30-ე პოზიციაზე აღმოჩნდა, რაც აშკარად დადებითი მოვლენაა. აღსანიშნავია, რომ ამ

ქვეინდექსის კონკრეტული ინდიკატორების მნიშვნელოვანი ნაწილი ემთხვევა იმ ინდიკატორებს, რომელიც საქართველოს ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსში მაღალ პოზიციებზე ყოფნას განაპირობებს. ამასთან, ამავე ქვეინდექსის ორ კონკრეტულ ინდიკატორში საქართველოს დაბალი მაჩვენებელი აქვს: „საკუთრების უფლებებში“, სადაც მას 120-ე ადგილი უკავია და ხოლო ორმხრივი საჰაერო მომსახურების შეთანხმებების ღიაობაში კი 121-ე ადგილი. მოგზაურობისა და ტურიზმისთვის გარემოსა და ინფრასტრუქტურის ქვეინდექსში საქართველოს 80-ე პოზიციას იკავებს. თუ ცალკე “მოგზაურობისა და ტურიზმის გარემოსა და ინფრასტრუქტურას”, როგორც სუბინდექსს, დავაკვირდებით, აქ შეიძლება ითქვას, რომ სტაბილური გაუმჯობესებაა, თუ არ ჩავთვლით 2009 წელს, რომელიც შეიძლება საქართველოში, 2008 წლის აგვისტოს ტრაგიკული მოვლენების გამოძახილი იყოს. 2007 წელს 94 პოზიციიდან, 2014 წელს კი მე-80 პოზიციის დაკავება აშკარა გაუმჯობესების მიმანიშნებელია. ეს დადებითი ტენდენცია აისახა კიდევ სუბინდექსში შემავალი პილარების მაჩვენებლების სტაბილურ გაუმჯობესებაში. უმჯობესდებოდა, როგორც “საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა”, ასევე “სახმელეთო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა”, “ტურისტული ინფრასტრუქტურა, “ინტერნეტ საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურა” და “ფასების კონკურენტუნარიანობა მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაში”.

შედარებით დაბალი პოზიციები აქვს ჩვენს ქვეყანას საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურაში (101-ე ადგილი), ტურისტულ ინფრასტრუქტურაში (82-ე ადგილი). ამ ქვეინდექსში აღსანიშნავია განსაკუთრებით არასახარბიელო პოზიცია ორი ინდიკატორის მიხედვით-საჰაერო ტრანსპორტის გადასახადები და აეროპორტის მოსაკრებლები (104-ე ადგილი) და სასტუმროების ფასების ინდექსი (109-ადგილი).

ტურიზმისათვის ადამიანური, კულტურული და ბუნებრივი რესურსების სუბინდექსში საქართველოს 91-ე ადგილს იკავებს. ადამიანური კაპიტალის პილარში საქართველოს 40-ადგილზეა, თუმცა ეს ძირითადად მიღწეულია პირველადი განათლების (მე-6 ადგილი) და საშუალო განათლების (მე-11 ადგილი) ინდიკატორებით, ხოლო საგანმანათლებლო სისტემის ხარისხით საქართველო 119-ე პოზიციაზე დგას, კვლევის და ტრენინგების სისტემის ადგილობრივი

შესაძლებლობებით 125-ე ადგილზე, თანამშრომელთა ტრენინგების ხარისხით კი 108-ე ადგილზე.

სამწუხაროდ, არანაირი გაუმჯობესება არ არის “მოგზაურობისა და ტურიზმის, ადამიანური, კულტურული და ბუნებრივი რესურსების” სუბინდექსში: 2007 წელს 31-1 პოზიციიდან 2013 წლისთვის მდგომარეობა გაუარესებულია 91-პოზიციამდე. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ეს მაჩვენებელი არ არის კორელირებული ზემოაღნიშნულ გაუმჯობესებასთან. “ადამიანური კაპიტალის” გაუარესებული მაჩვენებელი შეიძლება ახსნილი იქნას ქვეყანაში სიღარიბის მაღალი დონით და მძიმე სოციალური მდგომარეობით (მე-7 პოზიცია 2007 წელს, 2013 წლისთვის კი მე-40 პოზიცია).

საქართველოს მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობა წლების მიხედვით

სუბინდექსები	პოზიცია ქვეყნებს შორის					სუბინდექსებში შემავალი პილარები					
	2007	2008	2009	2011	2013		2007	2008	2009	2011	2013
მოგზაურობებისა და ტურიზმის მარეგულირებელი ჩარჩოები	55	46	33	35	30	პოლიტიკის წესები და რეგულაციები	0	8	6	35	0
						გარემოს მდგომარეობა	8	-	-	69	4
						დაცულობა და უსაფრთხოება	7	7	2	47	1
						ჯანმრთელობა და ჰიგიენა	3	2	9	31	7
						მოგზაურობისა და ტურიზმის უსაფრთხოება	9	2	0	31	7
მოგზაურობა და ტურიზმი გარემო და ინფრასტრუქტურა	98	94	99	94	80	საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა	06	05	00	105	01
						სახმელეთო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა	6	6	7	69	1
						ტურისტული ინფრასტრუქტურა	06	0	15	87	2
						ინტერნეტ საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურა	7	0	6	82	5
						ფასების კონკურენტუნარიანობა მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიაში	8	8	2	91	2
მოგზაურობა და ტურიზმი	1	5	2	92	1	ადამიანური კაპიტალი	7	7	30	0	

ადამიანური, კულტურული და ბუნებრივი რესურსები						მოგზაურობისა და ტურიზმის საშუალებები	-	-	-	46	53
						ბუნებრივი რესურსები	1	16	15	120	19
						კულტურული რესურსები	1	1	5	80	4

წყარო: (World Economic Forum. (2007-2013). The Travel&Tourism Competitiveness Index)

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კვლევა ცხადყოფს, რომ საქართველოში ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად ამ სექტორის განვითარების თვალსაზრისით წარმოადგენს ფასის კონკურენტუნარიანობა. კერძოდ, ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ამ რთულ ეტაპზე ტურისტულ ინდუსტრიაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტურპროდუქტის ფასისა და ხარისხის ისეთი შეფარდება, რომელიც კონკურენტუნარიანს გახდის მას, როგორც ადგილობრივ, ასევე უახლოესი მეზობელი ქვეყნების ბაზრებზე. საქართველოში აქცენტი ძირითადად ტურისტების რაოდენობრივ ზრდაზე კეთდება, რაზეც მეტყველებს თუნდაც ის ფაქტი, რომ საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობით საქართველო მსოფლიოში ერთ-ერთო წამყვანი ქვეყანაა, თუმცა ტურისტების რაოდენობის ზრდა ტურისტულ კონკურენტუნარიანობას სულაც არ განაპირობებს, ამას ადასტურებს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგიც, რომლის მიხედვითაც, ინფრასტრუქტურის განვითარების დონით, საქართველო 140 ქვეყნიდან მხოლოდ 82-ე ადგილზეა.

საქართველოს რეგიონში სერიოზული კონკურენტი ჰყავს თურქეთის სახით, რომელიც მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კვლევაში 46-ს პოზიციას იკავებს და მნიშვნელოვნად წინ უსწრებს საქართველოს, თუმცა სამხრეთ კავკასიის რეგიონში საქართველო კვლავაც ლიდერ სახელმწიფოდ რჩება ტურიზმის სფეროში, რომელიც 66-ე პოზიციას ინარჩუნებს და მას ჩამორჩებიან მეზობელი აზერბაიჯანი (78-ე) და სომხეთი (79-ე).

თავი IV

საქართველოს მთავრობის ძალისხმევა ქვეყნის ტურისტული კონკურენტუნარიანობის გასაუმჯობესებლად

§ 4.1. საქართველოს ხელისუფლების ძალისხმევა ტურისტული სექტორის განვითარებისათვის

მიუხედავად მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისისა, საქართველოში ტურიზმის სექტორი სწრაფი ტემპებით ვითარდება. პროგნოზები საკმაოდ ოპტიმისტურია. მოსალოდნელია საერთაშორისო შემოსვლების, ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობისა და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა, რაც საქართველოს მთავრობის და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის აქტიური მუშაობის შედეგად გახდა შესაძლებელი. საქართველოს ტურისტული პოტენციალი ძალიან მრავალმხრივია. საქართველოს ხელისუფლების ძალისხმევა მიმართული იყო საზღვაო და სამთო ტურიზმის განვითარებისათვის, ასევე ახარტული თამაშების განვითარების კუთხით. გადაიდგა ნაბიჯები ისტორიული ტურიზმის, ღვინის ტურიზმის, სამკურნალო და რელიგიური ტურიზმის განვითარების მხრივ. საქართველოს მთავრობის ძალისხმევა შედგება შემდეგისაგან: ინფრასტრუქტურული განვითარება, უსაფრთხოების გაუმჯობესება, ტურისტული ობიექტების მშენებლობის წახალისება კერძო სექტორის მიერ და სახელმწიფოს მონაწილეობა ტურისტული ინფრასტრუქტურის შექმნაში, მაგალითად სამთო ტურიზმის ხელშეწყობა, ძველი ქალაქების აღდგენა-რესტავრაცია, ბათუმის ახალი ბულვარის მშენებლობა და ა.შ.

მიუხედავად მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისისა, საქართველოში ტურიზმის სექტორი სწრაფი ტემპებით იზრდება. პროგნოზები საკმაოდ ოპტიმისტურია. მოსალოდნელია საერთაშორისო შემოსვლების, ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობისა და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების ზრდა, რაც საქართველოს მთავრობის და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის აქტიური მუშაობის შედეგად ხდება შესაძლებელი, რომელიც

შემდეგი სახის აქტივობებს მოიცავს: ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარებას, მომსახურების ხარისხის ზრდას, მასშტაბურ მარკეტინგულ კამპანიებს შიდა და საერთაშორისო ბაზრებზე, ახალი ბაზრების ათვისებასა და ტურისტული პროდუქტების განვითარებას. ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება საქართველოს მთავრობის პრიორიტეტებში განიხილება. მთელი ქვეყნის მასშტაბით მიმდინარეობს ახალი ტურისტული საინფორმაციო ცენტრების მშენებლობა. მნიშვნელოვანი სამუშაო განხორციელდა მოგზაურობის გაადვილებისა და სავიზო სისტემის გამარტივების კუთხითაც. საქართველოს აქვს ცალხმრივი უვიზო მიმოსვლა უმეტეს ქვეყნებთან, მათ შორის არის: ამერიკის შეერთებული შტატები, კანადა და ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოები, რომელთა მოქალაქეებსაც საქართველოში შემოსვლა მხოლოდ პირადობის დამადასტურებელი მოწმობით შეუძლიათ. აღსანიშნავია, რომ ვიზები ბევრი სხვა ქვეყნის მოქალაქისთვის გაიცემა საზღვარზე.

საქართველოს მთავრობა ტურიზმისა და სასტუმროების ინდუსტრიის განვითარებას პრიორიტეტულად მიიჩნევს, რასაც მოწმობს სხვადასხვა საინვესტიციო პროექტის წამოწყება. მათ შორის არის სასტუმროებში ინვესტირების ინიციატივა, რომელიც შესაძლებლობას აძლევს ინვესტორებს ისარგებლონ შემდეგი პირობებით: კერძო საკუთრების ხელმისაწვდომობა პრივატიზაციის საშუალებით; პრივატიზებული ქონების შესყიდვა პირდაპირი შესყიდვის საშუალებით; მნიშვნელოვანი ფასდაკლებები პრივატიზირებულ ქონებაზე; ხელსაყრელი პირობები თბილისსა და რეგიონულ ცენტრებში ინვესტირებისათვის.

საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა უზრუნველყოფს გამარტივებულ ხელმისაწვდომას და მიდგომას ქვეყანასთან, ისევე როგორც გადაადგილებას სხვადასხვა ქვეყნების მიმართულებით. ამ განყოფილებაში ფასდება საჰაერო ტრანსპორტის გადასახადები და აეროპორტის მოსაკრებლები, საჰაერო ტრანსპორტის ხარისხი, რომელიც იზომება არსებული ასაფრენი მანძილის კილომეტრებით, ფრენების რაოდენობით, აეროპორტის სიმჭიდროვით, მოქმედი ავიაკომპანიების რაოდენობითა და ასევე საჰაერო ინფრასტრუქტურის როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ფრენების ხარისხით.

საქართველოს საავიაციო ბაზარი მნიშვნელოვანი ზრდის ტემპით გამოირჩეოდა ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში. 2003 წლამდე ბაზარზე არ არსებობდა თავისუფალი კონკურენცია და საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურას მონოპოლიურად აკონტროლებდა რამდენიმე ბიზნეს ჯგუფი. თუმცა, მომდევნო წლებში არაერთი ნაბიჯი გადაიდგა ბაზრის ლიბერალიზაციისკენ, რამაც ფრენებისა და მგზავრების მკვეთრი ზრდა გამოიწვია. აღსანიშნავია რამდენიმე მნიშვნელოვანი ნაბიჯი, რომელიც დაეხმარება ქვეყანას გახდეს რეგიონალურ სატრანსპორტო ცენტრი. მათ შორის არის: ღია ცის პოლიტიკის დანერგვა, საქართველოს ინტეგრირება ევროპის საერთო საავიაციო სივრცეში და თანამედროვე აეროპორტების ქსელის განვითარება. აღნიშნული ქმედებების შედეგად ფრენებისა და მგზავრების რიცხვი მკვეთრად გაიზარდა. საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტოს მიერ მოწოდებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, 2006 წელს საქართველოში შემოვიდა სულ 3 ავიაკომპანია, 2007 წელს კი მხოლოდ ერთი, ეს იყო უკრაინის საერთაშორისო ავიახაზები. 2008 წელს საქართველოს ბაზარზე 4 ავიაკომპანია შემოვიდა: ჩეხეთის, იტალიის ავიახაზები, “აეროსვირი” და “დნიპროავია” (ორივე მათგანი უკრაინის ავიახაზებს წარმოადგენს). 2008 წლის აგვისტოს ომმა სერიოზული გავლენა იქონია საერთაშორისო ფრენებზეც, რადგან 2009 წელს საქართველოში არც ერთ უცხოურ ავიაკომპანიას არ გამოუხატავს შემოსვლის სურვილი. 2010 წელს კი მხოლოდ ერთი ავიაკომპანია, კერძოდ კი კანადური ავიაკომპანია “კენ ბორეკი” იწყებს ოპერირებას ქართულ ავიასივრცეში. 2011 წლიდან 7 ავიაკომპანია შემოვიდა საქართველოში, 2012 და 2013 წლებში მათი რაოდენობა კვლავ უცვლელად ნარჩუნდებოდა. (იხ. ცხრილი 19)

ცხრილი 19.

საქართველოში შემოსული უცხოური ავიაკომპანიები

წელი	ავიაკომპანიების რაოდენობა	ავიაკომპანიების დასახელება
2006	3 ავიაკომპანია	Skat AirBaltic Armavia
2007	1 ავიაკომპანია	Ukraine Inter. Airlines
2008	4 ავიაკომპანია	Czech Airlines Aerosvit Air Lithuania Dnepoavia
2009	არ შემოსულა არც ერთი ავიაკომპანია	
2010	1 ავიაკომპანია	Kenn borek
2011	7 ავიაკომპანია	Pegasus Airlines ATA Airlines Polish Airlines (LOT) China Southern Airlines Air Astana FlyDubai Ural Airlines
2012	7 ავიაკომპანია	Alitalia Qatar Airways Aegean British Airways Estonia Air Utair Ukraine Wizz Air Ukraine
2013	7 ავიაკომპანია	Atlasjet Airlines Al Naser Airlines Iraqi Airways Air Onix Travel Servis ISRAIR Wizz Air Hungary

წყარო: საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო, 2006-2013 წწ. საქართველოს ბაზარზე შემოსული და მოქმედი ავიაკომპანიების ნუსხა

2005 წელს საქართველომ დაიწყო ღია ცის პოლიტიკის გატარება, რაც ითვალისწინებს ლიბერალურ მიდგომას თავისუფალი კონკურენციის წასახალისებლად და საქართველოს საავიაციო ბაზარზე უცხოური

ავიაკომპანიების მოსაზიდად. ღია ცის პოლიტიკის შემოღებამ გაამარტივა მსოფლიოს უდიდესი ავიაკომპანიების საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის ბაზარზე შემოსვლა. საქართველოს საერთო ევროპულ საავიაციო ბაზართან ინტეგრირება საერთო საავიაციო სივრცის შეთანხმებას ევროკავშირსა და საქართველოს შორის ხელი მოეწერა 2010 წლის 2 დეკემბერს, ბრიუსელში. ხელშეკრულების მიზანია, შესაბამისი ბაზრების გახსნა და საქართველოს ინტეგრირება უფრო ფართო საერთოევროპულ საავიაციო სივრცეში. ასევე ქვეყნის კანონმდებლობის ჰარმონიზაცია ევროპულ სტანდარტებთან. სხვა პროექტებიდან აღსანიშნავია ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული „თეინინგის“ პროგრამა, რომლის მიზანია დახმარება გაუწიოს საქართველოს და მოახდინოს რეგულაციების ჰარმონიზაცია ევროპულ სტანდარტებთან ისეთ სფეროებში, როგორებიცაა ავიაციის უსაფრთხოება და საჰაერო მიმოსვლის ლიცენზირება (პროგრამა დაიწყო 2011 წელს); მოხდა შიდა ფრენების ოპერატორებისთვის ხელსაყრელი პირობების შექმნა; შემუშავდა შეთავაზება დაბალბიუჯეტოანი გადამზიდავებისთვის, საქართველოს საავიაციო ბაზარზე მათ მოსაზიდად; 2010 წელს, საჰაერო ტრანსპორტის საერთაშორისო ასოციაციამ (International Air Transport Association IATA) მიიღო გადაწყვეტილება საქართველოსთვის Billing and Settlement Plan-ის ჩამოყალიბების შესახებ. ეს სისტემა ამარტივებს გაყიდვის, აღრიცხვისა და გადაცემის პროცედურებს IAT-ს მიერ აკრედიტირებულ სააგენტოებისთვის; წარმატებული ნაბიჯები გადაიდგა ეროვნული სამოქალაქო ავიაციის კანონმდებლობის გასაუმჯობესებლად, კერძოდ: განხორციელდა ახალი საჰაერო კანონმდებლობის გეგმის ინიცირება; საოპერაციო რეგულაციები შემუშავდა და გამოიცა პერსონალის ლიცენზირებისათვის (PEL), ოპერაციებისთვის (OPS) და თვითმფრინავის ფრენის ვარგისიანობისათვის (AIR); განხორციელდა PEL, OPS, AIR დომეინებში ზედამხედველობის პროგრამის სტრუქტურისა; მოხდა ლიცენზირების, სერთიფიცირების, ავტორიზაციისა და დამტკიცების პროცედურების განახლება; დაგეგმილი საქმიანობა საქართველო მოახდენს საკუთარი კანონმდებლობის ჰარმონიზაციას ევროპულ სტანდარტებთან და დანერგავს ევროკავშირის საავიაციო წესებს ისეთ სფეროებში, როგორებიცაა ავიაციის უსაფრთხოება, გარემო, მომხმარებელთა დაცვა, საჰაერო მიმოსვლის

მენეჯმენტი, ეკონომიკური რეგულირება, კონკურენციისა და სოციალური საკითხები.

საქართველო სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდეგ, ქვეყანაში განვითარებულმა მოვლენებმა მნიშვნელოვანწილად განაპირობა ტურიზმის ინდუსტრიის მეტად მძიმე და სავალალო მდგომარეობა. ტურისტული ბაზები, სასტუმროები, კემპინგები სავსე იყო აფხაზეთიდან და სამაჩაბლოდან წამოსული მრავალრიცხოვანი დევნილებით. 1990-იან წლებში, ტურიზმზე, როგორც ქვეყნის ეკონომიკის მამოძრავებელ დარგზე ფიქრი და მსჯელობა სრულიად ნაადრევი იყო. თუმცა ტურიზმის განვითარების ხელშესაწყობად პირველი ნაბიჯები სწორედ ამ პერიოდში გადაიდგა. 1992 წლის დეკემბერში საქართველოს რესპუბლიკის ტურიზმის კომიტეტის თავჯდომარედ კონსტანტინე სალია დაინიშნა, რომელმაც ფაქტიურად პირველად დაიწყო საუბარი ტურიზმის, როგორც ქვეყნის ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი დარგის განვითარების აუცილებლობის შესახებ, რისთვის საჭირო იყო ტურიზმის შესახებ კანონის მიღება, უცხოელი ინვესტორების მოძიება და საზღვარგარეთის ქვეყნებთან მჭიდრო კონტაქტების დამყარება. სწორედ ამ პერიოდში გადაიდგა ნაბიჯები სხვადასხვა ქვეყნების ტურისტულ ორგანიზაციებთან თანამშრომლობის კუთხით. 1993 წელს საქართველო საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის (WTO) წევრი ქვეყანა გახდა.

ამ წლებში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან მოვლენას წარმოადგენდა 1995 წლის დეკემბერში გერმანული უმსხვილესი ტურისტული კონცერნი «ტუის» წარმომადგენლობის ვიზიტი საქართველოს იმუამინდელ პრეზიდენტთან ედუარდ შევარდნაძესთან. გერმანული მხარე აღფრთოვანებული დარჩა ბორჯომისა და ბაკურიანის სილამაზით და საქართველოს კურორტებთან მჭიდრო კავშირების დამყარების სურვილი გამოთქვა. სწორედ ამ მოვლენას მოჰყვა ჰოლანდიელი, ამერიკელი და სხვა ქვეყნის ინვესტორთა ვიზიტები საქართველოში, რომლებმაც სურვილი გამოთქვეს საქართველოს ტურიზმის სექტორში ჩაედოთ ინვესტიციები. 1997-98 წლების ქართულ პრესაში უკვე მრავლად გვხვდება სტატიები, სადაც ტურიზმი საქართველოს ეკონომიკის ერთ-ერთ მამოძრავებელ დარგად მოიხარება. საქართველოს სახელმწიფოებრივი დამოუკიდებლობის აღდგენის შემდეგ, ტურიზმის სფეროში მიღებული ეროვნული საკანონმდებლო ბაზიდან პირველი იყო

1995 წელს მიღებული კანონი «ტურიზმის შესახებ», რომელიც ძალადაკარგულად გამოცხადდა საქართველოს 03/06/97 N599 კანონით. აღნიშნული კანონი არეგულირებდა ისეთ საკითხებს, როგორცაა ტურიზმის ძირითადი მიზნები და ამოცანები, ტურისტის უფლება-მოვალეობანი, ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირება, ტურიზმის ეკონომიკური საფუძვლები და დაფინანსება და ა.შ.

ტურიზმის სფეროს დღეს შემდეგი ძირითადი კანონები არეგულირებს საქართველოში:

1. საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ
2. საქართველოს კანონი კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ
3. ტურიზმის ქარტია.

1997 წელს მიღებული იქნა საქართველოს კანონი “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ”, რომელიც ტურიზმისა და საკურორტო საქმიანობის სფეროში არსებულ ურთიერთობებს არეგულირებს; აღნიშნულმა კანონმა არაერთგზის განიცადა ცვლილება და მასში სხვადასხვა სახის შესწორებები იქნა შეტანილი. კანონის მე-2 მუხლში მოცემულია ისეთი დეფინიციები, როგორცაა ტურიზმი, ტურისტი, ტურისტული რესურსები, ტურისტული პროდუქტი, სანიტარული დაცვის ზონა, შიდა ტურიზმი და ა.შ, თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ძირითადი ცნებები და განმარტებები კვლავაც არასრულია და აუცილებელ განახლებებს საჭიროებს. კანონი არ განმარტავს ისეთ აუცილებელ ცნებებს, როგორცაა, მაგალითად, ძირითადი ტურისტული მომსახურეობა, სასტუმრო, სასტუმრო სახლი და ა.შ. აშკარაა, რომ არსებული განმარტებები შინაარსობრივი თვალსაზრისითაც მნიშვნელოვნად დასახვეწია (მეტრეველი 2001).

“ტურიზმისა და კურორტების შესახებ” საქართველოს კანონის მიხედვით, საქართველოს პარლამენტი განსაზღვრავს სახელმწიფო პოლიტიკის ძირითად მიმართულებებს ტურიზმისა და კურორტების დარგში და ახორციელებს მის საკანონმდებლო რეგულირებას, სწორედ საკანონმდებლო ორგანო ამყარებს საპარლამენტაშორისო ურთიერთობას სხვა სახელმწიფოებთან ტურიზმისა და კურორტების დარგში. აღნიშნულ კანონში 2013 წლის ბოლოს ცვლილების

მიხედვით, საქართველოს მთავრობა უზრუნველყოფს ტურიზმისა და კურორტების დარგში ერთიანი პოლიტიკის განხორციელებას და ითვალისწინებს ტურიზმისა და კურორტების განვითარების ინტერესებს ქვეყნისათვის უმნიშვნელოვანესი პროექტების განხორციელებისას, აგრეთვე სახელმწიფოთაშორის და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ურთიერთობაში; ამტკიცებს კურორტების ნუსხას და სტატუსს; კანონის მე-3 მუხლის მე-7 პუნქტის მიხედვით, საქართველოს საკურორტო რესურსების დაცვისა და რაციონალური გამოყენების მიზნით თოთოეული კურორტისა და საკურორტო ადგილისათვის იქმნება სანიტარული დაცვის ზონები, რომელთა პროექტს ადგენს დარგის მართვის სახელმწიფო ორგანო დამ ას საქართველოს მთავრობა ამტკიცებს.

საქართველოს კანონი «კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ» 1998 წელს იქნა მიღებული და განსაზღვრავს საქართველოს კურორტებსა და საკურორტო ადგილებში საწარმოთა განთავსების, სამეწარმეო საქმიანობის, ბუნებრივი სამკურნალო რესურსებით სარგებლობისა და მოსახლეობის განსახლების აუცილებელ პირობებს; კანონის მიზანია ბუნებრივი სამკურნალო რესურსების თვისებების შენარჩუნება და მათი დაბინძურების, გაფუჭებისაგან და გამოფიტვისაგან დაცვის მიზნით სანიტარული ზონების დადგენა. აღნიშნულ კანონში არაერთგზის შევიდა ცვლილება. კერძოდ, 2013 წლის 20 სექტემბერს შეტანილი ცვლილებების მიხედვით, სანიტარული დაცვის ზონების პროექტს ადგენს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სისტემაში შემავალი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია საქართველოს გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვის, შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროებთან შეთანხმებით და იგი დასამტკიცებლად წარედგინება საქართველოს მთავრობას (საქართველოს კანონი კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ, 1998).

საქართველოს კანონის «კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ» მე-4 მუხლის მიხედვით, დგინდება სანიტარული დაცვის

ზონები, სადაც აკრძალულია სამუშაოები, რომლებიც აბინძურებს ნიადაგს, წყალს, ჰაერს, ზიანს აყენებს ტყეებსა და მწვანე ნარგავებს, იწვევს ეროზიულ პროცესებს, უარყოფიად მოქმედებს ბუნებრივ სამკურნალო რესურსებზე და კურორტების და საკურორტო ადგილების სანიტარულ მდგომარეობაზე (საქართველოს კანონი კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ, 1998). აღნიშნულ კანონში საკითხების დარეგულირება საქართველოს ტურიზმის სექტორისათვის მეტად მნიშვნელოვანია, თუმცა წესები სანიტარული ზონების შესახებ ნაწილობრივ ფარავს სხვა კანონებს, რომლებიც ამოქმედდა გარემოს დაცვისა და ბუნებრივი რესურსების სფეროში, მაგალითად როგორცაა საქართველოს კანონი «გარემოს დაცვის შესახებ». აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ერთი და იმავე საკითხებზე კანონების ინტერპრეტაციის დროს საქართველოს კანონების ერთმანეთთან შეუსაბამობამ შესაძლოა გაუგებრობა გამოიწვიოს, მაშინ, როდესაც ეკონომიკის სხვა დარგების თითქმის ყველა კანონი სრულ შესაბამისობაშია საერთაშორისო და ევროკავშირის კანონმდებლობასთან.

რაც შეეხება “ტურიზმის ქარტიას”, იგი მოიწონა მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ (WTO) 1985 წელს, რომლის წევრია საქართველო 1993 წლიდან. ქარტია აღიარებულია 1994 წლის 25 იანვრის საქართველოს პარლამენტის დადგენილებით. საქართველომ საკუთარ თავზე აიღო რიგი ვალდებულებები, რომელიც სავალდებულოა შესრულებული იქნას ქარტიის მონაწილე ყველა ქვეყნის მიერ. ტურიზმის ქარტია აღიარებს თითოეული ადამიანის დასვენების, თავისუფალი დროის გამოყენების და სამუშაო დღის გონივრული შეზღუდვის უფლებას, პერიოდული ხელფასიანი შვებულების ჩათვლით. აქედან გამომდინარე, ქარტიის მონაწილე სახელმწიფოები იღებენ რიგ ვალდებულებებს უცხო ქვეყანაში ყოფნის დროს ტურისტთა უსაფრთხოებისა და დასვენების მიზნით. ტურიზმის ქარტია ასევე მოიცავს ტურიზმის კოდექსს, რომელშიც მკაფიოდ არის განსაზღვრული ტურისტთა უფლება-მოვალეობები მათი დროებითი გაჩერების ადგილებში, რომელთა შორის ტურისტების მხრიდან აღნიშნულ ტერიტორიებზე ადგილობრივი მცხოვრებლების ადათ-წესების, კანონების და არსებული სოციალური, პოლიტიკური და რელიგიური ნორმების პატივისცემა და მორჩილება მოიაზრება. ნი

სადისერტაციო ნაშრომის წინა ნაწილში განხილულია, თუ რა გავლენას ახდენს ტურიზმის სექტორი ქვეყნის წინსვლასა და მის ეკონომიკურ განვითარებაზე. საქართველოს, თავის ბუნებრივ-კლიმატური პირობებიდან და ისტორიულ-კულტურული ძეგლების სიმრავლიდან გამომდინარე, დიდი შანსი აქვს იქცეს ტურისტებისათვის საყვარელ ქვეყნად: თვალწარმტაცი ბუნება, მრავალფეროვანი ლანდშაფტი, კავკასიონის ქედი, შავი ზღვის სუბტროპიკული ზონა, მდინარეები და ჩანჩქერები, კლდეში ნაკვეთი ქალაქები, კურორტები და მინერალური წყლები, ისტორიული ძეგლები, ქალაქები და დასახლებები, ტრადიციული ქართული სტუმართმოყვარეობა და განთქმული ქართული სამზარეულო, ყოველივე ეს უქმნის საქართველოს ტურისტული ქვეყნის იმიჯს.

ტურიზმის განვითარება საქართველოს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრიორიტეტს წარმოადგენს. სექტორის წახალისების მიზნით ქვეყანა ინვესტორებს სხვადასხვა სტიმულებს სთავაზობს. მათ შორისაა სასტუმროებში ინვესტირების ინიციატივა და თავისუფალი ტურისტული ზონები. მიუხედავად მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისისა, საქართველოში ტურიზმის სექტორი ზრდას სწრაფი ტემპებით განაგრძობს. პროგნოზები საკმაოდ ოპტიმისტურია. სწორედ მათი მიხედვით ტურიზმის სექტორში როგორც დასაქმებულთა რაოდენობა, ასევე ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები ზრდას მომავალ წლებშიც განაგრძობს.

საქართველო გამოირჩევა მდიდარი ბუნებრივი და კულტურული რესურსებით. მცირე ფართობის მიუხედავად (69.700 კვ.კმ.) ქვეყანა ბიომრავალფეროვნების თვალსაზრისით ერთ-ერთი უნიკალურია. საქართველოში იშვიათი სუბტროპიკული ჭაობები, ნახევრად უდაბნოები, მაღალ ალპური ზონები და თოვლიანი მწვერვალები წარმოდგენილია ერთად რამდენიმე ასეული კილომეტრის დაშორებით. ქვეყანაში 12 000-ზე მეტი ისტორიული და კულტურული ძეგლია, რომელთაგან 4 შესულია იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლთა სიაში:

1. მცხეთა - საქართველოს უძველესი დედაქალაქი
2. ბაგრატის ტაძარი (XI ს.)
3. გელათის მონასტერი ქუთაისში (XI ს.)
4. სოფელი უშგული, სვანეთში, რომელიც ითვლება ევროპის ყველაზე მაღლა მდებარე დასახლებად (2300მ).

საქართველო მიმზიდველია სხვადასხვა ინტერესის მქონე მოგზაურისთვის. მაგალითად, ტურისტებს, რომლებიც საქართველოს დასასვენებლად სტუმრობენ შეუძლიათ არჩევანი 103 კურორტიდან გააკეთონ, მათ საშუალება აქვთ დააგეგმონ მინერალური წყალი დაახლოებით 2400 მინერალური წყლის წყაროდან ან უბრალოდ ეწვიონ ზღვის სანაპიროს. ბუნების მოყვარულები შეიძლება დაინტერესდნენ საქართველოს ტერიტორიაზე არსებული 8 ეროვნული პარკითა და 31 დაცული ტერიტორიით. გუდაურის, ბაკურიანისა და მესტიის ზამთრის კურორტები მოთხილამურეებსა და დამსვენებელს დაუვიწყარ ზამთრისა თუ ზაფხულის დღეებს ჰპირდება.

ბოლო წლებში საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის მიმართ ინტერესი მნიშვნელოვნად გაიზარდა. 2008 წლის აგვისტოს ომის მიუხედავად, ქვეყანაში ტურისტების რაოდენობა სტაბილურად იზრდება. ტურისტების ნაკადის ზრდა, პირველ რიგში, ქვეყნის აქტიური რეკლამირების შედეგია, რომელსაც ტურიზმის დეპარტამენტი, მთავრობა და სხვადასხვა ბიზნეს სტრუქტურები ახორციელებენ. საქართველოს ხელისუფლებისათვის ტურიზმის სექტორი განსაკუთრებულ პრიორიტეტს წარმოადგენს. ეს გამოიხატება საბიუჯეტო სახსრების აქცენტირებით ინფრასტრუქტურაზე, ასევე ხელისუფლების მიერ გაწეული ფართომაშტაბიანი კამპანიებით ტურიზმის სექტორში ინვესტიციების მოსაზიდად. მთავრობამ განახორციელა მიზანმიმართული ინფრასტრუქტურული პროექტები და კამპანიები ინვესტიციების მოსაზიდად საქართველოს ნაკლებად „ტრადიციული“ ტურისტული „ბრენდების“ შესაქმნელად (მესტია სათხილამურო სპორტზე აქცენტირებით, ანაკლია, სიღნაღი, კახეთის რეგიონის ცალკეული ადგილები).

საქართველოს ტურიზმის დარგის აღმასრულებელი ხელისუფლების ორგანოა ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო, რომლის ძირითადი ფუნქციაა: მდგრადი ეკონომიკური უზრუნველყოფა, მეწარმეებისთვის ხელსაყრელი ბიზნეს-გარემოს შექმნა, ტურისტული, სატრანსპორტო და კავშირგაბმულობის ინფრასტრუქტურის განვითარებისა და ქვეყნის სატრანზიტო პოტენციალის ხელშეწყობა.

წინა ხელისუფლების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს მიღწევად საქართველოში ტურისტების რაოდენობის გაზრდა მიიჩნეოდა, თუმცა ყოველთვის კითხვებს

ბადებდა შემომსვლელ ტურისტთა რაოდენობა, რადგან ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ გამოქვეყნებული სტატისტიკა იმ ადამიანებსაც ტურისტად თვლიდა, ვინც სხვადასხვა მიზნით, თუნდაც საქმიანით, გადმოკვეთდა საქართველოს საზღვარს. ტურისტად მოიაზრებოდა ასევე ჩვენს ქვეყანაში ტრანზიტით შემოსული ვიზიტორებიც, მათ შორის თურქეთიდან საქართველოს გავლით აზერბაიჯანში მიმავალი ვიზიტორიც. სწორედ აღნიშნული ხარვეზების კორექტირების მიზნით, 2012 წელს საქართველოს ხელისუფლების მიერ შემუშავდა ტურისტთა დათვლის რეალური მეთოდოლოგია, რომელმაც საქართველოში შემოსული უცხოეთის მოქალაქეები შემდეგ გრადაციად დაჰყო:

1. საერთაშორისო ვიზიტორი 2. ტრანზიტო 3. ტურისტი.

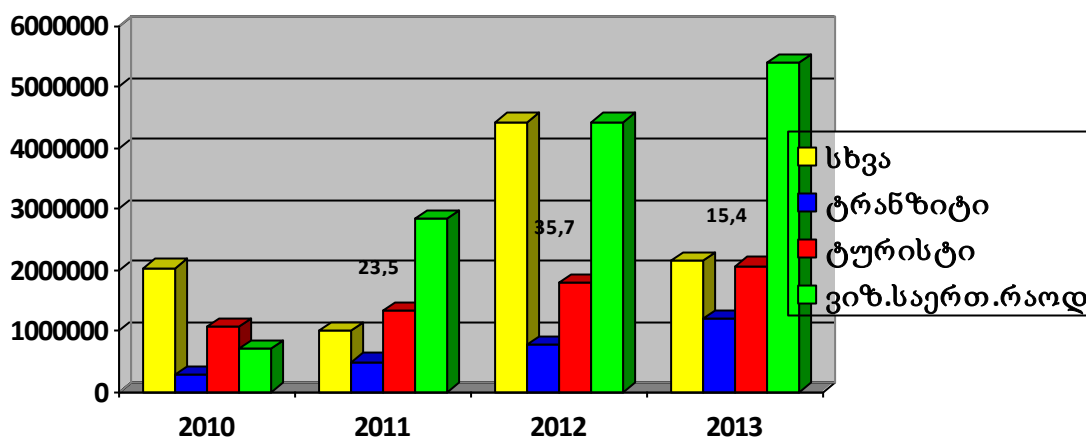
საქართველოში დღევანდელი ტურისტული სტატისტიკის შედგენის ერთ-ერთი მთლიანი ემყარება საზღვრის კვეთის მონაცემებს, რომელსაც საქართველოს შსს-ო ახორციელებს. ამ მეთოდის მიხედვით ტურისტი არის მოგზაური, რომელიც კვეთს საქართველოს საზღვარს და რჩება საქართველოს ტერიტორიაზე 24 საათის განმავლობაში. ტურისტთა ზრდის ტემპის თვალსაზრისით საქართველო ერთ-ერთ მოწინავე ქვეყანას წარმოადგენს და წინ უსწრებს მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელს. 2007 წელს 2006 წელთან შედარებით ვიზიტორების 37,8%-ით ზრდა დაფიქსირდა, 2008 წელს - 22,7%-ით, 2009 წელს - 16,3%-ით, 2010 წელს - 35,4%-ით, 2011 წელს 38,9%-ით (რომელთაგან ტურისტი იყო 82,9%), 2012 წელს 56,9%-ით (აქედან ტურისტი იყო 53,6%), 2013 წელს კი ვიზიტორთა ყველაზე მაღალი ზრდა დაფიქსირდა და 21,8%-ს მიაღწია, აქედან ტურისტი იყო 57,5% (შინაგან საქმეთა სამინისტრო, 2014). ზრდის ტემპის თვალსაზრისით საქართველო ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა. საქართველოს ტურიზმის სექტორის ზრდის ტემპი ბოლო წლებში უსწრებს მსოფლიო ტურიზმის ზრდის მაჩვენებელს. ეს ფაქტი დასტურდება მსოფლიო მოგზაურთა შორის საქართველოში ჩამოსულთა წილის შეფასებით. (იხ. სურათი 20)

2010 – 2013 წლებში საქართველოს საზღვარზე გადაადგილებული ვიზიტორები

	ვიზიტების საერთო რაოდენობა	ტურისტი	ტრანზიტი	სხვა
2013	5392303	2065296	1188791	2138216
2012	4428221	1789592	754959	1883670
2011	2822363	1318968	491405	1011990
2010	2031717	1067338	268612	695767

წყარო: შინაგან საქმეთა სამინისტროს საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი.
საქართველოს საზღვარზე გადაადგილებულ ვიზიტორთა სტატისტიკური მონაცემები

დიაგრამა 21.



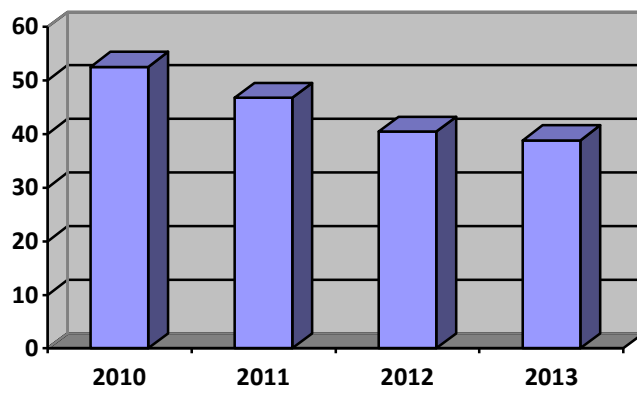
წყარო: შსს-ის საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი, “საქ-ის საზღვარზე გადაადგილებულ ვიზიტორთა სტატისტიკური მონაცემები”, 2004-2014 წწ

2013 წელს საქართველოში დარეგისტრირებული 5.36 მილიონი ვიზიტიდან 2 მილიონზე ოდნავ მეტი “ტურისტულ ვიზიტს” წარმოადგენდა, რაც 16.3%-იანი ზრდაა წინა წელთან შედარებით. ამკარაა ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში საქართველოში უცხოელი მოქალაქეების ვიზიტების რაოდენობა მნიშვნელოვნად გაიზარდა, მათ შორის გაიზარდა ტურისტების წილიც, თუმცა მისი ზრდის ტემპი

საერთო ვიზიტების რაოდენობას ჩამორჩება, რამაც მისი წილის კლება გამოიწვია. 2010 წელს ტურისტების წილმა 52.5% შეადგინა, 2011 წელს 46.7%-ი, 2012 წელს ეს მაჩვენებელი 40.4%-მდე, ხოლო 2013 წელს კი 38.8%-მდე შემცირდა (შინაგან საქმეთა სამინისტრო, 2013). (იხ. დიაგრამა 22)

დიაგრამა 22.

საქართველოში შემოსულ ტურისტთა წილი წლების მიხედვით



წყარო: შინაგან საქმეთა სამინისტროს საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი, “საქართველოს საზღვარზე გადაადგილებულ ვიზიტორთა სტატისტიკური მონაცემები”, 2010-2013 წწ

მთლიან საერთაშორისო მოგზაურთა შორის საქართველოს სტუმართა წილი 2007 წლიდან 2012 წლამდე 0.12%-დან 0.29%-მდე გაიზარდა. ბოლო სამი წლის სტატისტიკა აჩვენებს, რომ საერთაშორისო მოგზაურების უდიდესი ნაწილი საქართველოს ივლისსა და აგვისტოში სტუმრობს (იხ. დანართი N23).

2013 წელი ჩვენი ქვეყნისათვის მეტად წარმატებული აღმოჩნდა და საქართველოს 5,365,356 საერთაშორისო მოგზაური ეწვია, რაც წინა წლების მაჩვენებელს 21,2%-ით აღემატება (შინაგან საქმეთა სამინისტრო, 2013). თურქეთი, აზერბაიჯანი და სომხეთი მოგზაურთა რაოდენობის მხრივ პირველ სამეულს წარმოადგენს. ამ ქვეყნებზე საქართველოში საერთაშორისო მოგზაურების დაახლოებით 86% მოდის, რომელთა შემდგომ ყველაზე მეტი მოგზაური ჩვენს

ქვეყანას რუსეთიდან, უკრაინიდან და ირანიდან სტუმრობს. სასტუმროების ბაზარზე ამჟამად აჭარის ზღვისპირა რეგიონი და თბილისი დომინირებს (იხ. ცხრილი 23) საქართველოში ჩამოსულ ტურისტთა ზრდის ტენდენცია აისახა მსოფლიო მოგზაურების რაოდენობაში საქართველოს უცხოელი მოგზაურების წილში, რომელიც 2007 წლიდან 2011 წლამდე 0,12%-დან 0,29%-მდე გაიზარდა. მსოფლიოს და საქართველოს ზრდის ტემპების შედარება აჩვენებს, რომ უკანასკნელ ხუთ წელიწადში მოგზაურების რაოდენობა საქართველოში გაცილებით უფრო სწრაფი ტემპებით მიმდინარეობდა, ვიდრე მსოფლიოში. 2008 წელს, მსოფლიო ფინანსური კრიზისის დროს, როცა მსოფლიო საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა 4%-ით დაეცა, საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა კი საქართველოში 16%-ით გაიზარდა.

სურათი N 23

2013 წ. ყველაზე მაღალი დენალობის ქვეყნებიდან ვიზიტორთა საერთო რაოდენობა

1	თურქეთი	1 591 372
2	აზერბაიჯანი	1 072 226
3	სომხეთი	1 285 175
4	რუსეთის ფედერაცია	765 458
5	უკრაინა	126 306
6	ირანი	41 203
7	პოლონეთი	36 821
8	გერმანია	36 754
9	საბერძნეთი	21 972
10	ყაზახეთი	21 110
11	ბელორუსია	12 892
12	ბულგარეთი	10 829

საქართველოში ვიზიტით მყოფი საერთაშორისო მოგზაურები ხასიათდებიან შემდეგი თავისებურებებით: საქართველოში ვიზიტის ყველაზე პოპულარული მიზეზი დასვენება და რეკრეაციაა (37%). უცხოელების მეოთხედზე მეტი მეგობრისა და ნათესავის (34%) კერძო ბინაში ჩამოდის (საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, 2013), მოგზაურების მხოლოდ 8% სტუმრობს საქართველოს ბიზნესის და პროფესიული მიზეზებით. მოგზაურები საქართველოში ასევე შოპინგის (7%), ტრანზიტის (9%) და სხვა მიზნებისთვის (12%) ჩამოდიან; ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 9 დღეა, მაშინ, როცა მედიანა მხოლოდ 2-ია; ვიზიტორების 22% საქართველოში პირველად იმყოფებოდა; ყველაზე პოპულარული ტრანსპორტის საშუალება საერთაშორისო მოგზაურებს შორის სახმელეთო ტრანსპორტია: ავტობუსი 47%, საკუთარი ავტომობილი 28% და ნაქირავები ავტომობილი 5%. შემდეგ მოდის საჰაერო ტრანსპორტი: საერთაშორისო ავიახაზები - 12% და საქართველოს ავიახაზები-3%. მატარებელს და საზღვაო ტრანსპორტს უმნიშვნელო წილი, შესაბამისად 3% და 1% უკავია. უცხოელი ვიზიტორების პირველ სამ საქმიანობას წარმოადგენს: დასვენება და რეკრეაცია (36%), ქართული კერძების დაგემოვნება (35%), ქართული ბუნების/ლანდშაპტის გაცნობა (35%) ყველაზე პოპულარული ქალაქებია თბილისი და ბათუმი (თბილისი-45%, ბათუმი 40%). საერთაშორისო ვიზიტორების 27% საერთოდ არ ათევეს დამეს საქართველოში. ვიზიტორების იმ ნაწილიდან, რომლებიც დამისთვევით რჩებიან ქვეყანაში, ყველაზე ხშირად გამოყენებული განთავსების საშუალება სასტუმროა (36%). ვიზიტორების დაახლოებით მესამედი (34%) რჩება მეგობრის ან ნათესავის კერძო ბინაში. სხვა ტიპის განთავსების საშუალებები ნაკლებად გამოიყენება საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ. მხოლოდ 9% რჩება სასტუმრო სახლში, მაშინ, როცა 8%-ს საკუთარი ბინა აქვს; ვიზიტორების 11% კი ოთახს ან ბინას ქირაობს; საერთაშორისო მოგზაურების 49% მარტო მოგზაურობს, 22% მეგობრებთან, 16% კი ოჯახის წევრებთან ერთად; მოგზაურების 70% ვიზიტს თავადვე გეგმავს. ვიზიტების მხოლოდ 16%-ია ორგანიზებული მეგობრების/ოჯახის წევრების მიერ, ხოლო 8% დამსაქმებელი ორგანიზაციის მიერ. ტურისტული კომპანიის მიერ ორგანიზებული ვიზიტების რაოდენობა უმნიშვნელოა და 1,4% შეადგენს. საერთაშორისო ვიზიტორების საშუალო ხარჯი საქართველოში 536

ლარია. ვიზიტორების ხარჯების უდიდესი ნაწილი (23%) მოდის საკვებსა და სასმელზე, 18%-კი შოპინგზე. ხარჯების დაახლოებით იგივე წილი აღინიშნება განთავსების საშუალებებზე 18%, მაშინ, როცა მათი თანხების 7% ადგილობრივ ტრანსპორტზე იხარჯება (საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, 2013);

სულ საქართველოს ტერიტორიაზე 1, 065 განთავსების საშუალებაა 37, 317 საწოლი ადგილით. ამ მონაცემებით ლიდერობს აჭარის რეგიონი. მათი რაოდენობის 64% სასტუმროებზე მოდის (საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, 2013), შემდეგ არის სასტუმრო სახლები (13%) და საოჯახო სასტუმროები (17%.) ბოლო პერიოდში მოგზაურების რაოდენობის მკვეთრ ზრდასთან ერთად, საშუალოვადიან პერსპექტივაში აღინიშნება განთავსების საშუალებებზე მოთხოვნის გადაჭარბება მიწოდებაზე, მოსალოდნელია, რომ მოთხოვნის ზრდა განთავსების საშუალებების რაოდენობის გაზრდის საფუძველი გახდება.

საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრია აგრძელებს განვითარებას. ტურიზმის ხელშეწყობის შემთხვევაში დარგი შექმნის უფრო მეტ სამუშაო ადგილს და შემოიტანს უფრო მეტ შემოსავალს მომავალ წლებში. მოგზაურების რაოდენობის გასაზრდელად ხელისუფლების მხრიდან ხდება შემდეგი ნაბიჯების გადადგმა: ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარება, მომსახურების ხარისხის ზრდა, ხორციელდება მასშტაბური მარკეტინგული კამპანიები, ახალი ბაზრების ათვისება და ტურისტული პროდუქტების განვითარება.

§ 4.2. სარეკლამო კამპანია, როგორც საქართველოს საერთაშორისო ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციის სტრატეგიის უმნიშვნელოვანესი ელემენტი

ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ხელშეწყობისათვის უმნიშვნელოვანესია საქართველოს ცნობადობის გაზრდა და მისი, როგორც ტურისტული ქვეყნის იმიჯის პოპულარიზაცია საერთაშორისო ბაზარზე. საქართველოს ხელისუფლების მიერ ქვეყნის ფარგლებს გარეთ სარეკლამო კამპანიების განხორციელების მიზანს სწორედ ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის ხელშეწყობა, მისი კულტურული მემკვიდრეობისა და ტრადიციების, ღირსშესანიშნაობებისა და ტურისტული ატრაქციების პოპულარიზაცია წარმოადგენს, რაც განაპირობებს ქვეყანაში დამატებითი ტურისტული ნაკადების მოზიდვას სხვადასხვა ქვეყნებიდან.

ტურიზმის გლობალურ ბაზარზე მაღალი კონკურენციაა, ამიტომ საჭიროა მუდმივი მუშაობა საკუთარი ქვეყნის ან ტერიტორიის უპირატესობათა წარმოსაჩენად. ამ მხრივ მნიშვნელოვანია მსოფლიოს წამყვანი ტელეარხების ეთერში სხვადასხვა სარეკლამო რგოლებისა და დოკუმენტური ფილმების განთავსება. ასეთი გადაცემები ასევე პოტენციურ ინვესტორთა დაინტერესებას ახდენს. თუმცა, ამგვარი სერვისი საკმაოდ ძვირადღირებულია და ხშირად საჭირო ხდება ალტერნატიული გზების გამოყენება².

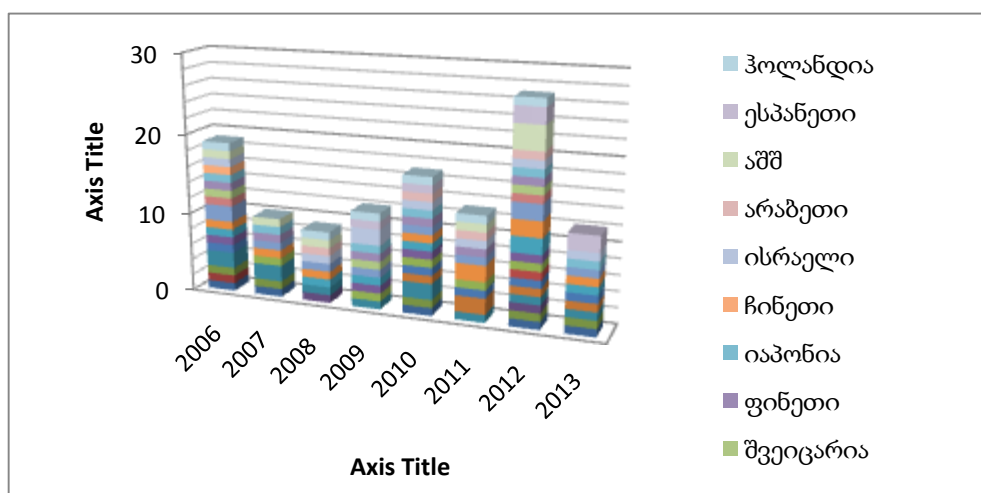
როგორც უკვე ავლნიშნეთ, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიზანია საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის იმიჯის ხელშეწყობა, პოპულარიზაცია და მასზე მუშაობა. სწორედ ამიტომ, ყოველ წელს საქართველო მონაწილეობას იღებს სხვადასხვა სახის საერთაშორისო ტურისტულ ღონისძიებაში, ჩვენ შევეცადეთ 2006 წლიდან 2013 წლის ჩათვლით შეგვესწავლა მათ

²„რეკლამის შესახებ“ საქართველოს კანონის მიხედვით რეკლამას წარმოადგენს: „საქონელზე, მომსახურებასა და სამუშაოზე, ფიზიკურ და იურიდიულ პირებზე, იდეასა და წამოწყებაზე ნებისმიერი საშუალებითა და ფორმით გაერცვლებული ინფორმაცია, რომელიც გამიზნულია პირთა განუსაზღვრელი წრისათვის და ემსახურება ფიზიკური და იურიდიული პირების, საქონლის, იდეისა და წამოწყებისადმი ინტერესის ფორმირებასა და შენარჩუნებას, აგრეთვე საქონლის, იდეისა და წამოწყების რეალიზაციის ხელშეწყობას“, აღნიშნული კანონის მიზანია რეკლამის სფეროში ჯანსაღი კონკურენციის განვითარება, საზოგადოებრივი ინტერესების, რეკლამის სუბიექტებისა და მომხმარებელთა უფლებების დაცვა, არასათანადო რეკლამის თავიდან აცილება და აღკვეთა². პირველ რიგში აუცილებელია განისაზღვროს რეკლამის საგანი - იმიჯი, რომელიც პოტენციური მომხმარებლისათვისაა შექმნილი, ამიტომ აუცილებელია ჩამოყალიბდეს სარეკლამო სტრატეგიის მთავარი მიზანი. ეს საშუალებას იძლევა უფრო ადეკვატურად შეირჩეს რეკლამის ტიპი, ჩამოყალიბდეს კარგი ტექსტი და ნაბეჭდი პროდუქცია გაფორმდეს შესაბამისი დიზაინით.

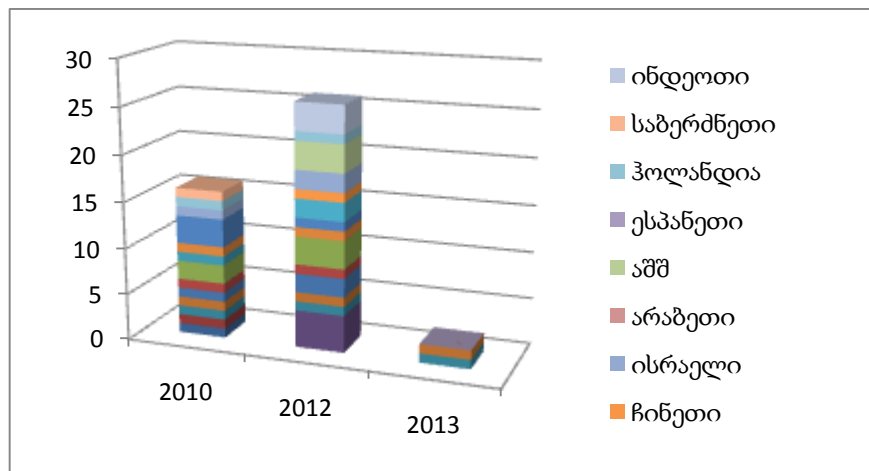
მიერ ორგანიზებული ყველა მნიშვნელოვანი მარკეტინგული თუ სხვა სახის ღონისძიება, რომლის საბოლოო მიზანსაც რა თქმა უნდა საერთაშორისო ასპარეზზე ქვეყნის პოპულარიზაცია წარმოადგენდა. ამის მისაღწევად: იღებს ვიდეორგოლებს, მონაწილეობს სხვადასხვა გამოფენებში

გრაფიკი 24.

ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ 2006-2013 წწ. განხორციელებული საერთაშორისო ტურისტული გამოფენები



ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ 2006-20013წწ ორგანიზებული პრეს და
გაცნობითი ტურები



წყარო: დიაგრამა აგებულია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ მოწოდებულ საინფორმაციო მასალებზე დაყრდნობით

2006 წელს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ორგანიზებით საქართველომ სულ 19, ხოლო 2007 წელს კი ასეთ 12 საერთაშორისო-გამოფენაში მიიღო მონაწილეობა. აღნიშნული ღონისძიებები ჩატარდა როგორც ევროპის ქვეყნებში, ასევე აშშ-ში. 2008 წლის აგვისტოს ომმა შეამცირა საქართველოში შემოსული ტურისტების რაოდენობა, რამაც ფაქტიურად ჩააგდო საქართველოს შავი ზღვისპირეთში ტურისტული სეზონი. 2008 წელს შემცირდა საქართველოს მიერ საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებსა და გამოფენებში მონაწილეობის რაოდენობრივ მაჩვენებელიც. კერძოდ, საქართველომ მონაწილეობა მიიღო მხოლოდ 9 ღონისძიებაში. (იხ. გრაფიკი 24).

2009 წელს საქართველოს ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციის მიზნით, საქართველოს ხელისუფლების მიერ განხორციელებული მარკეტინგული აქტივობების მხრივ მნიშვნელოვანი გამოცოცხლება შეიმჩნეოდა, რაზეც განხორციელებული მარკეტინგული ღონისძიებების რაოდენობა და ქვეყანაში შემოსული უცხოელი ვიზიტორების ზრდა მეტყველებს.

საქართველოს ხელისუფლების მიერ ორგანიზებული საერთაშორისო მარკეტინგული ღონისძიებები

წლები	საერთაშორისო გამოფენა	პრეს - ტურები
2006	19	უცნობია
2007	12	უცნობია
2008	9	უცნობია
2009	15	5
2010	16	24
2011	20	20 პრეს და 19 გაცნობითი ტური
2012	26	28
2013	10	25

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ მოწოდებული საინფორმაციო მასალები

2013 წელს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ორგანიზებით საქართველომ მონაწილეობა 10 საერთაშორისო გამოფენაში მიიღო, რომელიც შემდეგ ქვეყნებს მოიცავდა: ესპანეთი, თურქეთი, ისრაელი, გერმანია, დიდი ბრიტანეთი, იაპონია, აზერბაიჯანი, უკრაინა, პოლონეთი, ყაზახეთი, არაბეთის გაერთიანებული საემიროები, საფრანგეთი. აღნიშნული ღონისძიებების ორგანიზებაში დახარჯულმა საერთო ბიუჯეტმა 799 474 ლარი შეადგინა.

მთლიანობაში, რომ 2006 წლიდან 2013 წლის ჩათვლით სულ 127 საერთაშორისო ტურისტული გამოფენა - ბაზრობა ჩატარდა (იხ. გრაფიკი 25, 26). თუ ცხრილს თვალს გადავაკვლავთ, დავინახავთ, რომ საერთაშორისო გამოფენა ბაზრობების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი 2012 წელს დაფიქსირდა, ხოლო ყველაზე დაბალი (2008 წლის გარდა) კი 2013 წელს.

შევისწავლეთ საქართველოს მთავრობის დაკვეთით წლების განმავლობაში ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციის მიზნით მომზადებული რეკლამები. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მასალების თანახმად, 2009 წელს კომპანია BUZZ TV-ის დახმარებით გადაღებულია ერთი დოკუმენტური ფილმი და 2 საიმიჯო კლიპი საქართველოს შესახებ. ხელშეკრულების საფუძველზე

კომპანიამ ვალდებულებად აიღო, რომ საქართველოს შესახებ მომზადებულ ვიდეორგოლებს და ფილმს “დისქავერისა” და ესპანურ ენოვან ტელეარხ TVEI-ის ეთერით უჩვენებდა. 52 წუთიანი ფილმი 2 წლის განმავლობაში 5 კონტინენტზე იქნა ნაჩვენები, ხოლო რაც შეეხება ვიდეო რგოლს, მისი ხანგრძლივობა 2 წუთი იყო ერთი მათგანი მიეძღვნა საქართველოს ტურისტულ და საინვესტიციო პოტენციალს, მეორე კი ქართული ღვინის პოპულარიზაციას.

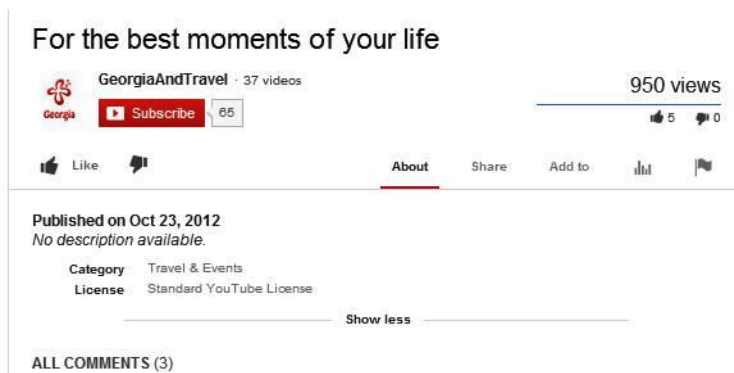
2010 - 2011 წლებში, საქართველოს ხელისუფლების დაკვეთით, დამზადებული იქნა 4 ვიდეო რგოლი, რომლის მიზანსაც მსოფლიოსათვის საქართველოს ტურისტული პოტენციალის წარმოჩენა და გაცნობა წარმოადგენდა. აღნიშნული ვიდეო-რგოლები შექმნილი იქნა სარეკლამო კომპანიების: „მეტროს“, „სანგუკოს“ და „სააჩის“ მიერ: 2011 წლის აგვისტოდან Travel Chanel-ისა და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ინიციატივით განხორცილდა დოკუმენტური ფილმის “ESSENTIAL GEORGIA”-ს გადაღება, ხოლო მისი პრემიერა ჩატარდა დეკემბერში ლონდონში. მსგავსი ვიდეო-რგოლების დამზადება საკმაოდ ძვირი ჯდება, სწორედ ამიტომ, “ქართული ოცნების” ხელისუფლებამ, ფაქტიურად უარი თქვა მსგავსი სახის სარეკლამო კამპანიებზე და უპირატესობა მსგავსი სახის ღონისძიებების სოციალურ ქსელებში გადატანას მიანიჭა. 2010-2012 წწ. საქართველოს ხელისუფლების დაკვეთით დამზადებული იქნა შემდეგი ვიდეო-რგოლები:

1. **Georgia, for the best moments of your Life** - ესაა ერთ წუთიანი და შვიდ წამიანი ვიდეო რგოლი, სადაც ძალიან კარგად არის წარმოჩენილი საქართველო მთელი თავისი სილამაზით: მთით, ზღვით, მრავალფეროვანი სამზარეულოთი, თანამედროვე სასტუმროებითა და სარელაქსაციო ცენტრებით, ეროვნული ფოლკლორით, იუსტიციის სახლით, სადაც შეყვარებულ წყვილებს აქვთ საშუალება ჯვარი დაიწერონ, ასევე ჩანს თბილისი ქუჩებით და ღამის აქტიური ცხოვრებით (ინტერნეტ წყარო N 65). აღნიშნული ვიდეო რგოლი ოდნავ მოგვიანებით ასევე განთავსდა საიტ Youtube.com-ზე (იხ. სურათი N 27). რაც შეეხება რგოლის სტატისტიკას, იგი შემდეგნაირად გამოიყურება: ვიდეო განთავსდა 2012 წლის 23 ოქტომბერს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ. აღნიშნულ რგოლს 28.07.2013-თვის 188 მნახველი ჰყავდა, ხოლო (07.02.2014) მნახველების

რაოდენობა მნიშვნელოვნად გაზრდილია და 950-ს შეადგენს, ვიდეო-რგოლს სულ 5 მოწონება აქვს, რაც სოციალურ ქსელებში ვიდეო რგოლის წარუმატებლობაზე მეტყველებს. სამწუხაროდ შეუძლებელი აღმოჩნდა სხვა დამატებითი ინფორმაციის მიღება აღნიშნულ ვიდეო რგოლის შესახებ.

სურათი N.27

თქვენი ცხოვრების საუკეთესო წუთებისათვის



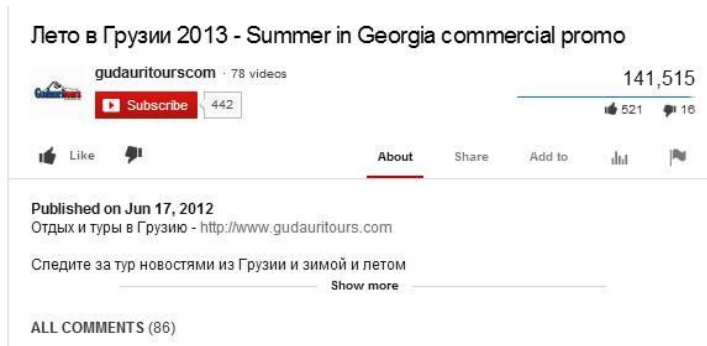
წყარო For the best moments of your life, <http://www.youtube.com/watch?v=m9xBnZVxBhk> ატვირთულია 23.10.2012, ბოლო ნახვა 07.02.2014

2. **Summer in Georgia** – („ზაფხული საქართველოში“) საქართველოში ზაფხულის სეზონის საერთაშორისო ბაზარზე პოპულარიზაციის მიზნით ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ 2010 წ. დამზადდა ვიდეო რგოლი (ინტერნეტ წყარო N 67). აღნიშნული კლიპი 31 წამიანია, რომელიც იწყება კითხვით “რას ეძებთ თქვენ ამ ზაფხულს?” ამ კლიპში საქართველო მაქსიმალურად არის წარმოდგენილი მთელი თავისი სიმშვენიერით ზაფხულში: თბილისი ახალი რესტავრირებული ქუჩებით, შსს-ს ახალი, გამჭვირვალე შენობა, რუსთაველის თეატრი, ბათუმი ზღვით და სასტუმროებით, ყაზბეგი, დაქანებული და ჩქარი მდინარეები, მიწისქვეშა სამყარო, ღამის კლუბები და აზარტული, სათამაშო და სარელაქსაციო ცენტრები, ეროვნული ბაზრობები და გამოფენები, ქართული სამზარეულო, სვანური კომპები, ვარძია. საქართველოს შესახებ გადაღებული სარეკლამო ვიდეო კლიპი “ზაფხული

საქართველოში” ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ინიციატივით ნაჩვენები იქნა 5 ქვეყანაში. (იხ. სურათი N 28).

სურათი 28.

ვიდეო-რგოლი - ზაფხული საქართველოში



წყარო <https://www.youtube.com/watch?v=4z8arQwoeOI> ატვირთულია 17.06.2012, ბოლო ნახვა 07.02.2014

2011 წელს სარეკლამო რგოლი გასული იქნა შემდეგ უცხოურ არხებზე: გერმანია RTL TV, ბელორუსია ONT, არაბეთი - Fars 1, ყაზახეთი - 7th Channel, აზერბაიჯანი - ANS Lider TV, სომხეთი- Yerkir Media

რაც შეეხება სარეკლამო კლიპს, იგი ატვირთული იქნა საიტ Youtube.com-ზე „გუდაური ტურის“ მიერ 2012 წლის 17 ივნისს. ვიდეო რგოლი 27.07.2010-თვის ნანახი იქნა 101,050 ვიზიტორის მიერ და ჰქონდა 403 მოწონება. ამ დროისათვის კი ნანახია 141, 510 მნახველის მიერ და აქვს 521 მოწონება (07.02.2013).

კლიპის მაღალი ხარისხის მიუხედავად, უნდა აღინიშნოს, რომ რეკლამაში პატარა შეცდომაა გაპარული, რომელიც შემაშფოთებელია და მახვილი თვალი აუცილებლად შეამჩნევს. ბუნებრივი გარემოს სურათი და რეკლამა ქვეყნის მიმზიდველი ტურისტული იმიჯის უზრუნველსაყოფად არ შეიძლება იყოს გაზვიადებული, არარეალური და მეტისმეტად გადაჭარბებული, არამედ იგი ახლოს უნდა იდგეს რეალობასთან და ქვეყნის იმიჯთან, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ნაკლებად სარწმუნო იმიჯმა ტურისტების მოზიდვის ნაცვლად საბოლოო ჯამში მხოლოდ უარყოფითი შედეგები შეიძლება მოიტანოს. ამის ნათელი მაგალითია Summer in Georgia-სახელით გადაღებული სარეკლამო რგოლი, რომელმაც წესით

უნდა შეუქმნას უცხოელ ტურისტებს დადებითი წარმოდგენა საქართველოზე და აღუძრას აქ დასვენების სურვილი. მთლიანობაში სარეკლამო რგოლი ძალზედ კარგადაა გადაღებული და პოზიტიურ ემოციებს აღძრავს, თუმცა მასში არის ერთი კადრი, სადაც ახალგაზრდები, ზღვის სანაპიროზე ერთობიან, ხოლო კადრის სირღმეში ზღვაში მოსჩანს უზარმაზარი ლამაზი კუნძული (ინტერნეტ წყარო N 67). ყველა ჩვენგანმა კარგად ვიცით, რომ მსგავსი კუნძული ჩვენს ქვეყანაში არ არსებობს, ანუ ეს რეკლამა შეიცავს არასწორ ინფორმაციას და აღნიშნული კუნძულის სილამაზით მოხიბლული და მისი ხილვით დაინტერესებული ტურისტი შეცდომაში შეგვეყავს. ცხადია, რომ ამ შეუსაბამობის აღმოჩენის შემდეგ ნებისმიერ პოტენციურ ტურისტს საფუძვლიანი ეჭვი გაუჩნდება ქვეყნის იმიჯზეც და თან „საკუთარი აღმოჩენის“ შესახებ სხვა ტურისტებსაც გაუზიარებს, საქართველო კი ამით დაკარგავს არა ერთ ტურისტს.

3.Georgia – your sky Destination - შეიქმნა სარეკლამო რგოლი სამთო - სათხილამურო კურორტების რეკლამირების მიზნით, რომელიც გაშუქდა აზერბაიჯანის, ყაზახეთის და ირანის წამყვან ტელეარხებზე. ამასთანავე საქართველოს სამთო კურორტების რეკლამირება, გარე რეკლამის (ქუჩის ბილბორდები) საშუალებით მოხდა პოლონეთში, ლატვიაში და უკრაინაში.

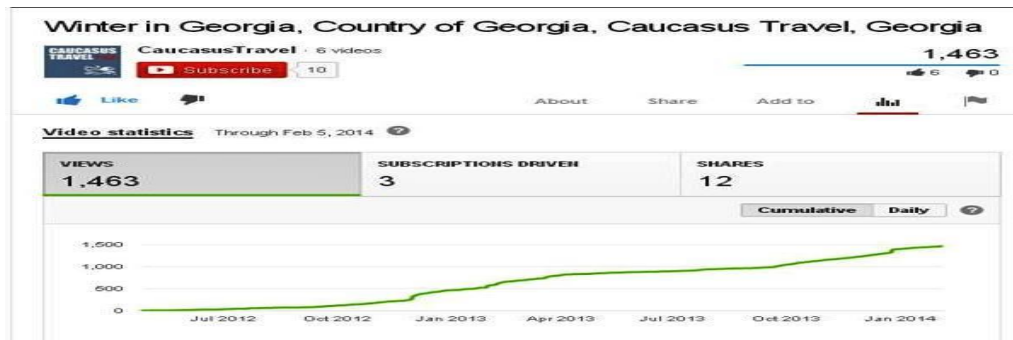
4. Winter in Georgia – “ზამთარი საქართველოში“. საქართველოში ზამთრის სეზონის რეკლამირების მიზნით, 2011 წლის სექტემბერში შეიქმნა აღნიშნული ვიდეო რგოლი, რომელიც ხანგრძლივობით 34 წამიანია. ვიდეო რგოლში გადაღებულია ვერტმფრენიდან დანახული ზამთრის ბაკურიანი, მესტია და გუდაური, თოვლით დაფარული მთები და მათი მწვერვალებიდან თხილამურებით დაშვების მთელი სილამაზე, აზარტი და მისგან მიღებული სიამოვნება. (იხ. სურათი N29). აღნიშნული სარეკლამო რგოლი 2011 წელს ნაჩვენები იქნა შემდეგ ქვეყნების უცხოურ არხებზე: ყირგიზეთი - Ltr, Ntv, Mtv, ბელორუსია-, Pnt, LadMuz TV, VTV, არაბეთი- Farsi 1, ხოლო 2012 წელს კი: ისრაელი Channel 2, Channel 10, პოლონეთის საზოგადოებრივ არხზე.

აღნიშნული ვიდეო რგოლი ტურ ოპერატორ „კაკასუს თრეველის“ მიერ 2012 წლის 22 აპრილს ასევე განთავსდა საიტ Youtube-ზე (ინტერნეტ წყარო N52). რაც

შეეხება რგოლის სტატისტიკას, 27.07.2010-თვის ვიდეო-რგოლი ინახულა 936-მა ვიზიტორმა, ჰქონდა 6 მოწონება და 7 გაზიარება. 2012 წლის იანვრიდან 2013 წლის იანვრამდე სარეკლამო კლიპი დაახლოებით 500 მდე ვიზიტორმა ინახულა, თუმცა მისი მაჩვენებელი მნიშვნელოვნად გაიზარდა და 2013 წლის მაისში 800-ს, ხოლო კი ივლისში კი 936- მდე ავიდა. (07.02.2014) ვიდეო-რგოლი ნანახია 1 963 ვიზიტორის მიერ და კვლავ უცვლელად აქვს მხოლოდ 6 მოწონება (ინტერნეტ წყარო N 115).

სურათი 29.

ზამთარი საქართველოში



წყარო Summer in Georgia, <https://www.youtube.com/watch?v=3Bu3QL91FVQ> ატვირთულია 22.04.2102, ბოლო ნახვა 5.02.2014

ცხრილი 30

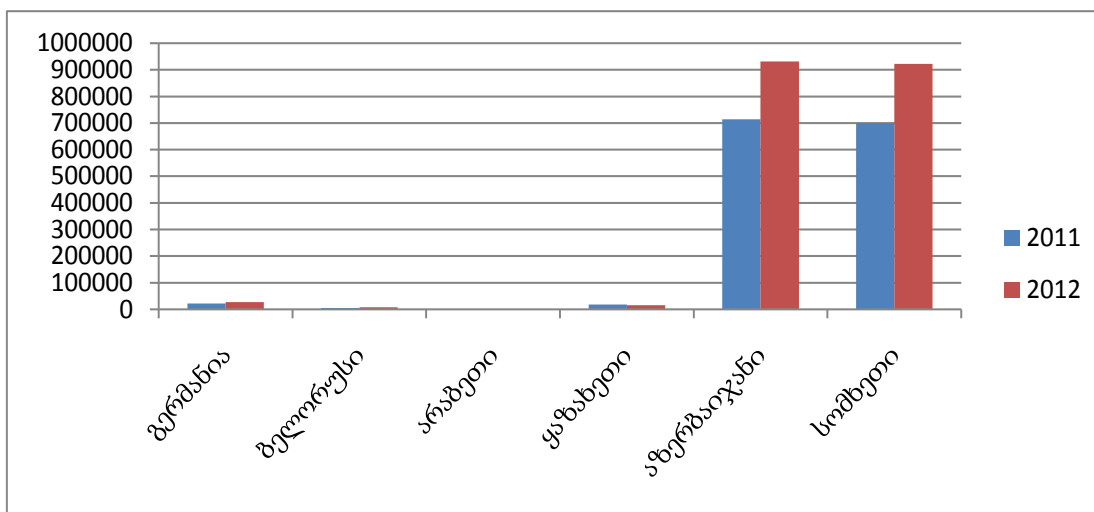
საქართველოს შესახებ შექმნილი ტურისტული ვიდეო-რგოლების სტატისტიკა

Youtube.com-ზე განთავსდა	ვიდეო რგოლის სახელწოდება	გაგრძელება TV-ზე	ნახვა	მოწონება	გაზიარება
10.23.2012	Georgia, for best moments of your life	-	950	5	-
06.06.2012	Summer in Georgia	6 ქვეყანა	141 515	521	-
11.12.2012	Winter in Georgia	5 ქვეყანა	1 963	6	12

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ იმ ქვეყნებში, რომლის ტელეარხებზე გასული იქნა საქართველოს ტურისტული პოტენციალის შესახებ სარეკლამო ვიდეო რგოლი, მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს იმ ქვეყნის მოქალაქეების სურვილზე ეწვიონ და მოინახულონ საქართველო, შესაბამისად აღნიშნული ქვეყნიდან შემოსული ტურისტების რაოდენობა მნიშვნელოვნად იზრდება (იხ. გრაფიკი 31, 32,33)

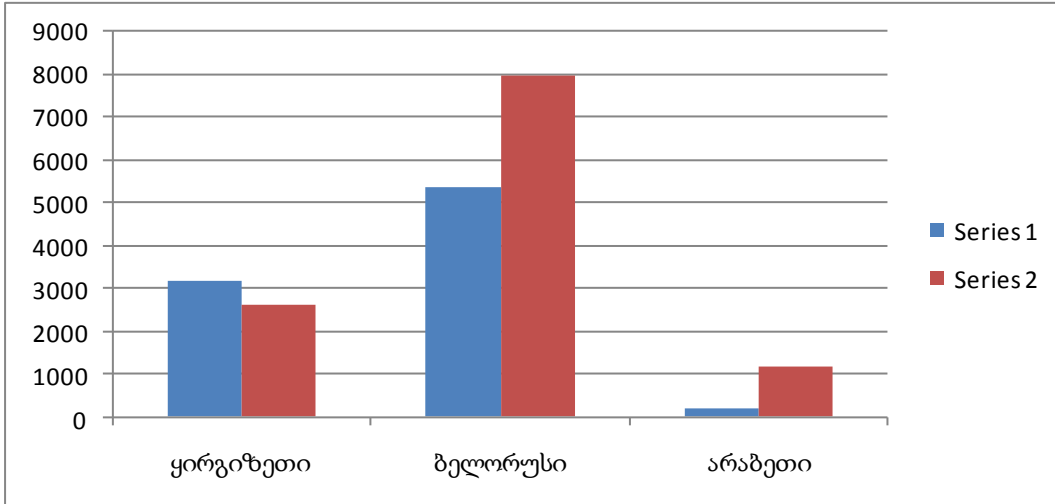
გრაფიკი 31

ზაფხული საქართველოში

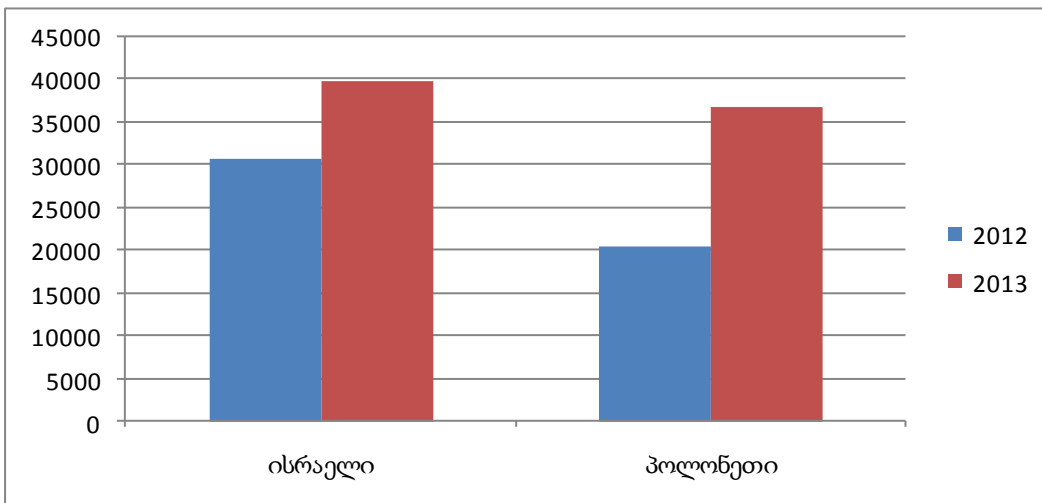


წყარო: უცხოეთის ქვეყნების სატელევიზიო სივრცეში საქართველოს შესახებ გაშვებული ვიდეო რგოლები და მათი გავლენა მომდევნო წელს აღნიშნული ქვეყნიდან შემოსულ ტურისტთა ზრდის დინამიკაზე.

ზამთარი საქართველოში



გრაფიკი 33

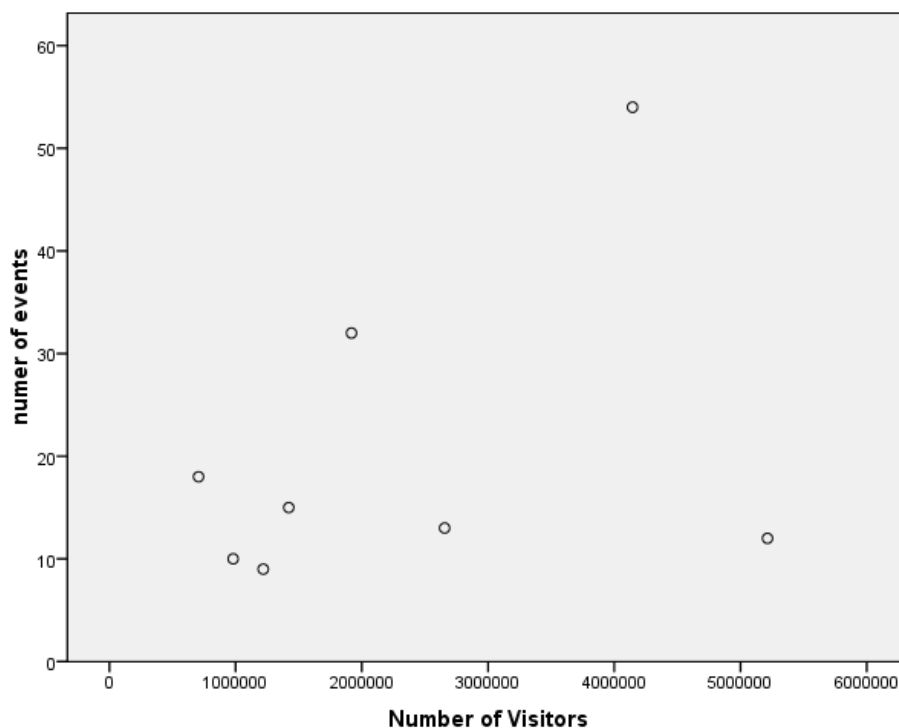


ქვეყნის ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციაზე და ტურისტების ნაკადის ზრდაზე ასევე დიდ გავლენას ახდენს ისეთი სახის ღონისძიებები, როგორცაა საყოველთაოდ აღიარებული საერთაშორისო ბაზრობები და გამოფენები, პრეს და

გაცნობითი ტურები და ასევე სხვა სახის პროექტები, რომლებიც მრავალ მნახველს იზიდავს.

საერთაშორისო გამოფენები წარმოადგენს თავისებურ დათვალიერებას იმისა, რასაც მასში მონაწილე ქვეყნებმა მიაღწიეს დროის გარკვეულ მონაკვეთში. საერთაშორისო ბაზრობებისა და სავაჭრო-სამრეწველო გამოფენების მოწყობა დამახასიათებელია ევროპისა და ამერიკის მაღალგანვითარებული ქვეყნებისათვის, კერძოდ გერმანიაში წელიწადში 6 ქალაქში ეწყობა, საფრანგეთში 7, იტალიაში 8-ში, ეს მაშინ, როდესაც განვითარებად ქვეყნებში მათი რიცხვი გაცილებით მცირეა. მსოფლიოში ცნობილი 50 საერთაშორისო ბაზრობებიდან ევროპაში ეწყობა-37, აზიაში-6, აფრიკაში-4, ჩრდილოეთ ამერიკაში-2, ხოლო ლათინურ ამერიკაში-1. როგორც წესი საერთაშორისო გამოფენები და ბაზრობები უმეტესწილად ზღვისპირა ქალაქებში იმართება, რადგან სავაჭრო ექსპონანტების გატანა და ტურისტების უდიდესი ნაკადის გადაყვანა ძირითადად საზღვაო ტრანსპორტით ხორციელდება. საერთაშორისო გამოფენებისა და ბაზრობების ძირითად ფუნქციას ქვეყნებს შორის სავაჭრო ვაჭრობის განვითარება, სამეცნიერო – ტექნიკური ინფორმაციების გაცვლა და კულტურულ ღირებულებათა ამაღლება წარმოადგენს. იგი ასევე ხელს უწყობს ქვეყნის იმიჯის ცნობადობის ამაღლებას, მის ზრდას და მონაწილე ქვეყნების ეკონომიკური დონის ამაღლებას.

ვინაიდან ჩვენი კვლევის ერთ-ერთ ამოცანას საქართველოს ხელისუფლების მიერ 2006-2013 წწ. ქვეყნის ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციის მიზნით საქართველოს ფარგლებს გარეთ ორგანიზებული დონისძიებების შესწავლა წარმოადგენდა, სწორედ ამიტომ შევეცადეთ დაგვედგინა, ახდენდა თუ არა გავლენას კონკრეტულ ქვეყანაში ჩატარებული მარკეტინგული აქტივობა საქართველოში აღნიშნული ქვეყნიდან შემოსულ ვიზიტორთა რაოდენობრივ მაჩვენებელზე. (იხ. გრაფიკი 34).



მონაცემთა გაანალიზება მოხდა პირსონის კორელაციის კოეფიციენტის დასადგენად.

$$r = \frac{\sum_i (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_i (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_i (y_i - \bar{y})^2}}$$

კორელაციის მატრიცის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ პირსონის კორელაციის მაჩვენებელი საინფორმაციო ღონისძიებებსა და საქართველოში შემოსულ ვიზიტორებს შორის საშუალოზე დაბალია და პოზიტიური ტენდენცია ახასიათებს, $r=0.364$, $n=8$, $p=0.372$. აღნიშნული ურთიერთმიმართება ასახულია დიაგრამაზე, რაც მეტყველებს იმაზე, რომ რამდენადაც იზრდება ღონისძიებათა რაოდენობა, ასევე იზრდება ქვეყანაში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა. აღნიშნული მატრიცა კიდევ ერთხელ ხაზს უსვავს იმ ფაქტს, რომ საქართველოს ფარგლებს გარეთ განსორციელებული სარეკლამო პრომოუშენი მნიშვნელოვნად ახდენს გავლენას

ქვეყნის ტურისტული იმიჯის პოპულარიზაციის ზრდასა და ქვეყანაში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობრივ მანკენებელზე.

დასკვნა

სახელმწიფოს პოზიტიურ ტურისტულ იმიჯს ძალიან დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ქვეყნის ეკონომიკური ზრდისა და განვითარებისთვის. დღეს, როდესაც საქართველოს სახელმწიფოებრივი გადარჩენისა და მისი განვითარების შანსს ისევ და ისევ დასავლურ და ჩრდილო ატლანტიკურ სტრუქტურებში ინტეგრაცია წარმოადგენს, ამის ერთ-ერთ მთავარ პირობად კვლავ საქართველოს სტაბილურობა, ძლიერი დემოკრატიული ინსტიტუტების არსებობა და რაღა თქმა უნდა ქვეყნის მიმზიდველი ეკონომიკური მდგომარეობის შექმნა უნდა წარმოადგენდეს. სახელმწიფომ მაქსიმალურად ხელი უნდა შეუწყოს ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებას, რაც ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკური და პოლიტიკური განვითარების უტყუარი გარანტი იქნება, რასაც აუცილებლად სჭირდება ფინანსური რესურსების ფოკუსირებული კონცენტრაცია ტურისტული ინფრასტრუქტურის რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მასის შესაქმნელად, რათა საქართველომ შეძლოს, მრავალფეროვანი და მაღალი ხარისხის შეთავაზება იმ ფაქტორის გათვალისწინებით, რომ მას ძალიან სერიოზული კონკურენტი ჰყავს რეგიონში თურქეთის სახით. ასეთი სახის ფინანსური ხელშეწყობა მხოლოდ სახელმწიფოს, კერძო სექტორის და საერთაშორისო ინვესტორების აქტიური თანამშრომლობის საფუძველზე იქნება შესაძლებელი. უპირველეს ყოვლისა სახელმწიფომ უნდა შეძლოს ქვეყანაში სტაბილური პოლიტიკური და სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის უზრუნველყოფა.

უცხოეთის სახელმწიფოების ვებ-გვერდების შესწავლის შედეგად გამოიკვეთა საქართველოს ტურისტული იმიჯის გაუმჯობესების მდგრადი ტენდენცია, მასზე შეიძლება ვიმსჯელოთ საქართველოში უცხოელი ვიზიტორების რაოდენობის ზრდითაც. თუ 2006 წელს საქართველოს სულ 763 231 ვიზიტორი ეწვია, 2014 წელს მათმა რაოდენობამ 5 493 492-ს მიაღწია. ამ მონაცემების მიხედვით, ვიზიტორები, რომლებიც საქართველოში შემოდიან და 24 საათის განმავლობაში ჩერდებიან ქვეყანაში "ტურისტებად" არიან კვალიფიცირებულები. 5.9 მილიონი ვიზიტორიდან

2014 წელს 2 218 050 "ტურისტი" იყო, რაც 2013 წელთან შედარებით 7.39%-იანი ზრდაა.

წარმოდგენილი დისერტაციით დასტურდება შემდეგი ჰიპოთეზა:

➤ ქვეყნის ტურისტული იმიჯი ნაწილობრივ დამოკიდებულია სახელმწიფოს მიერ გატარებულ პოლიტიკასა და სახელმწიფო იმიჯის ცვლილებაზე. სახელმწიფოს საერთაშორისო ტურისტული იმიჯი დაკავშირებულია სახელმწიფოს საერთო მმართველობით რეფორმებთან, მათ შორის ხელისუფლების მიერ ჩატარებულ ანტი-კრიმინალურ რეფორმებთან, რამაც ქვეყნის შიგნით უსაფრთხოების მდგომარეობის მნიშვნელოვანი ზრდა გამოიწვია. პოლიტიკური არასტაბილურობა და ქვეყანაში არსებული უსაფრთხოების არადამაკმაყოფილებელი დონე სერიოზულ გავლენას ახდენს ქვეყნის მთლიან იმიჯზე და მოულოდნელად დაბლა სწევს სახელმწიფოს საერთაშორისო ტურისტულ იმიჯს. სახელმწიფოს პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირება მნიშვნელოვანწილად დამოკიდებულია იმ ინფორმაციის შინაარსზე, რასაც უცხოეთის სახელმწიფოთა ოფიციალური ვებ-გვერდები საქართველოს შესახებ ავრცელებენ. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ წლების განმავლობაში უცხოეთის სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდებზე საქართველო არასტაბილურ და მძიმე კრიმინალური ფონის სახელმწიფოს წარმოდგენდა ტურისტებისათვის. უცხოეთის სახელმწიფოების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე განთავსებულმა ინფორმაციებმა და საქართველოს, როგორც უსაფრთხო სახელმწიფოს იმიჯმა მნიშვნელოვანი ტრანსფორმაცია 2009 წლიდან განიცადა, საქართველო ტურისტებისათვის უკვე აღარ წარმოადგენს „საშიშ ქვეყანას“ და ამჯერად მხოლოდ „ნორმალური უსაფრთხოების“ სტანდარტების დაცვა ესაჭიროება საქართველოში მყოფ ტურისტს;

➤ სახელმწიფოს პოზიტიური ტურისტული იმიჯი ასევე პირდაპირ არის დაკავშირებული სახელმწიფოს მიერ გატარებულ ტურისტულ პოლიტიკასთან, მათ შორის ქვეყნის ფარგლებს გარეთ ჩატარებულ საპრომოუშენო ღონისძიებებთან, როგორცაა საერთაშორისო ტურისტული

გამოფენები და ბაზრობები, თუ სარეკლამო ვიდეო-რგოლები სხვადასხვა ტელეარხებზე, რომლებიც ხელს უწყობენ ქვეყნის იმიჯის ცნობადობის ამაღლებასა და მის ზრდას საერთაშორისო ასპარეზზე. დადგინდა კორელაცია უცხოეთის ქვეყნებში საქართველოს ხელისუფლების მიერ ორგანიზებულ საინფორმაციო ღონისძიებებსა და საქართველოში შემოსულ ვიზიტორებს შორის, რაც კიდევ ერთხელ მეტყველებს იმ ფაქტზე, რომ რამდენადაც იზრდება ასეთი სახის ღონისძიებათა რაოდენობა ქვეყნის ფარგლებს გარეთ, ასევე იზრდება ქვეყანაში შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა;

- დადგინდა, ქვეყნის ხელისუფლების მიერ უცხოეთის სახელმწიფოებში საქართველოს ტურისტული იმიჯის ცნობადობის გაზრდის მიზნით წარმოებული პიარ და მარკეტინგული საქმიანობა საკმაოდ წარმატებულია, თუმცა დაკვირვებამ აჩვენა, რომ სოციალურ ქსელებში, ბოლო წლებში ხელისუფლების მიერ განთავსებული, ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ხელშეწყობისათვის პრიორიტეტულად მიჩნეული სარეკლამო რგოლები არ შეიძლება მიჩნეული იქნას, როგორც ქვეყნის ტურისტული იმიჯის ხელშემწყობ, წარმატებულ ღონისძიებად, რასაც ვიდეო რგოლების მნახველებისა და განსაკუთრებით კი “მოწონებების” შესამჩნევი სიმცირე ადასტურებს.

რუსეთის მიერ ოკუპირებული, საქართველოს კონფლიქტური რეგიონები ტურისტული ქვეყნის იმიჯისათვის მუდმივ საფრთხეს წარმოადგენენ, რასაც უცხოეთის სახელმწიფოების ვებ-გვერდებზე საქართველოს შესახებ განთავსებული ინფორმაციები ადასტურებს. სამთავრო უწყებებს საქართველოს ოკუპირებული რეგიონები წითელი ცირკულარით აქვთ აღნიშნული, სადაც ისინი საქართველოში მყოფ ტურისტებს გამგზავრებას და ნებისმიერი სახის გადაადგილებას უკრძალავენ. უნდა აღინიშნოს, რომ 2008 წლის აგვისტოს ომის შემდგომ აღნიშნული არეალი გაფართოვდა და ამჯერად “აკრძალულ ტერიტორიებს” გორის ჩრდილოეთით მდებარე სოფლები და 27-ე საავტომობილო გზაც დაემატა.

საზღვარგარეთის ქვეყნების საგარეო უწყებების ვებ-გვერდებზე განთავსებული ინფორმაციები გამოირჩევა ინერციულობით, როგორც წესი სწრაფად არ ხდება

მათი შეცვლა და განახლება უახლესი ინფორმაციით. კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ მნიშვნელოვანი მოვლენები, რომელიც ადამიანთა და პირველ რიგში ტურისტების უსაფრთხოებას უკავშირდება, როგორც არის მაგალითად ტერორისტული აქტები, ბუნებრივი კატაკლიზმები, სამხედრო ინტერვენცია და ა.შ მსგავსი სახის ინფორმაციები უფრო სწრაფად ვრცელდება და იცვლება აღნიშნულ ვებ-გვერდებზე, თუმცა მათი განახლება და შეცვლა ქვეყანაში მიმდინარე ახალი და პოზიტიური შინაარსის ინფორმაციებით დრულად არ ხდება.

უცხოეთის სახელმწიფოების ვებ-გვერდების შესწავლის შედეგად გამოიკვეთა საქართველოს ტურისტულ იმიჯზე მოქმედი ნეგატიური შტრიხები, რომლებიც საქართველოს ხელისუფლების მხრიდან დაუყონებლივ რეაგირებას საჭიროებენ, ეს გახლავთ:

- ინფრასტრუქტურის შეუსაბამობა და არაუსაფრთხოება ტურისტულ პოტენციალთან; ჩვენს მიერ შესწავლილი ქვეყნების თითქმის ყველა ოფიციალურ ვებ-გვერდზე (საფრანგეთის საგარეო საქმეთა სამინისტროს გარდა) უკვე რამოდენიმე წელია, რაც უცვლელად დევს ინფორმაცია ქვეყანაში არსებულ არასახარბიელო საგზაო ინფრასტრუქტურის, (დაზიანებული გზები, საგზაო ნიშნების ნაკლებობა) არაუსაფრთხო საჯარო ტრანსპორტისა და ასევე ქართველი მძღოლების მიერ ავტომობილის არაპროფიციონალური მართვის შესახებ. როგორც ჩანს, უცხოეთის ქვეყნების საგარეო უწყებები დღემდე არ აღნიშნავენ, რომ საქართველოს საგზაო ინფრასტრუქტურაში განხორციელდა მნიშვნელოვანი დადებითი ცვლილებები და მიაჩნიათ, რომ ჩვენი ქვეყანის საავტომობილო გზები ვერ აკმაყოფილებს დასავლურ სტანდარტებს;
- არადამაკმაყოფილებელი უსაფრთხოების დონე ტურისტულ სექტორში, რაც გამოწვეულია რეგიონებში სამაშველო სამსახურის არაქმედითუნარიანობით და სიმცირით. გარდა ამისა, საკურორტო ტურისტულ ადგილებში, განსაკუთრებით კი მაღალმთიან რეგიონებში, სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს პირველადი სამედიცინო მომსახურების მიღება. ეს მკაფიოდ გამოიკვეთა თითქმის ყველა შესწავლილი ქვეყნის საგარეო საქმეთა სამინისტროს გვერდზე. მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო წლებში

განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა გზების ინფრასტრუქტურის განვითარებას, საქართველოს ტურისტული თვალსაზრისით სრული მასშტაბით ასათვისებლად მაინც კიდევ დიდი მოცულობის სამუშაოს ჩატარება სჭირდება, თუმცა გზა მხოლოდ ავტომობილით გადაადგილებას როდი გულისხმობს, აუცილებლად უნდა იყოს განვითარებული შესაბამისი გზების თანმდები ინფრასტრუქტურა (სასტუმროები, კემპინგები, სავაჭრო ქსელები, კვების და ჰიგიენის ობიექტები).

სახელმწიფოს პოზიტიური ტურისტული იმიჯისათვის აუცილებელია ქვეყნის ინფრასტრუქტურის განვითარება, უკეთესი მისასვლელი გზები, ადვილი ხელმისაწვდომობა, კომუნიკაციის მაღალი დონე და ინტერნეტ მომსახურება - ეს ის მოთხოვნათა ნაწილობრივი ჩამონათვალია, რაც უდავოდ გავლენას ახდენს ქვეყნის მიმზიდველ ტურისტულ იმიჯზე. იმისათვის, რომ საქართველო წარმოადგენდეს მიმზიდველ ქვეყანას ტურისტებისათვის, აუცილებელია, რომ უფრო მეტი ყურადღება დაეთმოს ქვეყნის ინფრასტრუქტურულ განვითარებას, რომლის მდგომარეობა არცთუ სახარბიელოა უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალური საგარეო უწყებების მიერ გავრცელებულ ინფორმაციებზე დაყრდნობით. მიუხედავად წინა ხელისუფლების ძალისხმევისა, როგორც იყო ცენტრალურ და ტურისტულ ზონებში მიმავალი ახალი გზების დაგება თუ ჩატარებული სარესტავრაციო სამუშაოები, უკვე წლებია, რაც თითქმის ყველა წამყვანი ქვეყნის საგარეო უწყების საიტზე დღემდე უცვლელია ნეგატიური შინაარსის შემცველი ინფორმაციები საქართველოში გაუმართავ და მძიმე მდგომარეობაში მყოფი საავტომობილო გზების შესახებ, რომლებიც მათი შეფასებით დაზიანებულია და შეკეთებას საჭიროებს, ხოლო საავტომობილო გზებს ასევე ძალიან ხშირად არა აქვთ ავტო საგზაო ნიშნები, ქვეყნის საჯარო სატრანსპორტო სისტემა კი მოძველებული, გაუმართავი და დღენიადაგ გადატვირთულია. სწორედ ასეთივე უარყოფით შეფასებას აძლევენ ისინი ქართულ ავიაციას, რომელიც მათი შეფასებით ვერ აკმაყოფილებს უსაფრთხოების საერთაშორისო სტანდარტებს, სწორედ ამიტომ, ისინი საქართველოში ჩამომსვლელ მოგზაურებს სხვა საერთაშორისო ავიაკომპანიების სერვისით სარგებლობას ურჩევენ.

საქართველოს ტურისტული სექტორისათვის ძალზედ მნიშვნელოვანია, თუ რა პოზიციებს იკავებს საერთაშორისო რეიტინგებში, რომელსაც გადაწყვეტილების მიღების დროს, დიდ ყურადღებას აქცევენ როგორც უცხოელი ინვესტორები, ასევე პოტენციური ტურისტები. მსოფლიო ეკონომიკური ფორმის მიერ გამოქვეყნებულ ანგარიშთა შესწავლისას და საქართველოს პოზიციებმა ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის კუთხით, საშუალება მოგვცა, რომ უფრო მკაფიოდ დაგვეჩინა და რეალურად აღგვექა საქართველოს ტურისტული იმიჯის კუთხით არსებული პრობლემები და გამოწვევები. თუ რას მიაღწია ამ თვალსაზრისით საქართველომ, აღნიშნულ სექტორში ხელისუფლების მხრიდან რომელ სფეროს ესაჭიროება კიდევ უფრო მეტი ყურადღება და ზოგადად როგორი მდგომარეობაა ტურიზმის სექტორში დღეს. ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ქვეინდექსებში საქართველოს საუკეთესო მაჩვენებელი „მარეგულირებელ ჩარჩოებში“ აღმოაჩნდა, სადაც იგი 30-ე ადგილზეა 139-სახელმწიფოს შორის, რაც პირველ რიგში ალბათ ქვეყნის აქტიური რეკლამირების შედეგია, რომელსაც 2006 წლიდან დღემდე საქართველოს მთავრობა, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და მთავრობის დაგალებით სხვადასხვა ბიზნეს სტრუქტურები ახორციელებდნენ, რაც ასევე ნაწილობრივ გამოიხატება საბიუჯეტო სახსრების განსაკუთრებული აქცენტირებით ინფრასტრუქტურაზე და ასევე მთავრობის კამპანიებით ტურიზმის სექტორში ინვესტორების მოსაზიდად.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის კვლევა ცხადყოფს, რომ საქართველოში ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად ამ სექტორის განვითარების თვალსაზრისით წარმოადგენს ფასის კონკურენტუნარიანობა. საქართველოში აქცენტი ძირითადად ტურისტების რაოდენობრივ ზრდაზე კეთდება, რაც ტურისტულ კონკურენტუნარიანობას არ განაპირობებს, ამას ადასტურებს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგიც, რომლის მიხედვითაც, ინფრასტრუქტურის განვითარების დონით, საქართველო 140 ქვეყნიდან მხოლოდ 80-ე ადგილზეა, რაც იმას ნიშნავს, რომ ვიზიტორი, რომელმაც ნახა საქართველოზე რეკლამა და მისი გავლენით ერთხელ ეწვია ქვეყანას, მეორედ აქ ჩამოსვლაზე შესაძლოა ნაკლებად იფიქროს, განსაკუთრებით მაშინ, როცა ჩვენს ქვეყანას რეგიონში საკმაოდ ბევრი კონკურენტი ჰყავს. რაც შეეხება, “მოგზაურობისა და

ტურიზმის გარემოსა და ინფრასტრუქტურას” როგორც სუბინდექსს თუ დავაკვირდებით, აქ შესაძლოა ითქვას, რომ სტაბილური გაუმჯობესებაა, თუ არ ჩავთვლით 2009 წელს, რომელიც შეიძლება საქართველოში 2008 წლის აგვისტოს ტრაგიკული მოვლენების ნეგატიური გამოძახილი იყოს. სამწუხაროდ, არანაირი სახის გაუმჯობესება არ არის “ადამიანური კულტურული და ბუნებრივი რესურსების სუბინდექსში: 2007 წელს 31-პოზიციიდან 2013 წლისთვის მდგომარეობა გაუარესებულია 91-ე პოზიციამდე. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ეს მაჩვენებელი არ არის კორელირებული ზემოაღნიშნულ გაუმჯობესებთან. თუ “ადამიანური კაპიტალის” გაუარესებული მაჩვენებელი შეიძლება ახსნილი იქნას ქვეყანაში სიღარიბის მაღალი დონითა და მძიმე სოციალური მდგომარეობით (მე-7-ე პოზიცია 2007 წელს), 2013 წლისთვის კი “ადამიანური კაპიტალის” გაუარესებული მაჩვენებელი შეიძლება ახსნილი იქნას ქვეყანაში სიღარიბის მაღალი დონითა და მძიმე სოციალური მდგომარეობით, თუმცა გაუგებარი რჩება ბუნებრივი რესურსების მაჩვენებლის გაუარესება, რაც შესაძლოა გამოწვეული იყოს არასწორი პირველადი მონაცემებით, ან შეფასების მეთოდის არასრულყოფილებით.

მსოფლიოს ეკონომიკური ფორუმის მიერ 2013 წელს გამოქვეყნებული ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგში, საქართველოს მიერ დაკავებული პოზიციები კიდევ ერთხელ ცხადყოფს, რომ საქართველოში ტურიზმის სექტორში არსებული მდგომარეობა წინა 2009 და 2011 წლებთან შედარებით 7 პუნქტით გაუმჯობესდა და მნიშვნელოვნად უსწრებს წინ კავკასიონის რეგიონის ქვეყნებს. საქართველოში ერთ-ერთ მთავარ პრობლემად ამ სექტორის განვითარების თვალსაზრისით წარმოადგენს ტურისტული ინფრასტრუქტურა და ფასის კონკურენტუნარიანობა. საქართველოში აქცენტი ძირითადად ტურისტების რაოდენობრივ ზრდაზე კეთდება, თუმცა, როგორც უკვე აღვნიშნეთ ტურისტების რაოდენობის ზრდა ტურისტულ კონკურენტუნარიანობას სულაც არ განაპირობებს. ამას ადასტურებს ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგიც, რომლის მიხედვითაც, საქართველოს ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი ინფრასტრუქტურის განვითარების პილარში აქვს, კერძოდ კი საჰაერო ინფრასტრუქტურაში: ავიაბილეთებზე მაღალი ფასი, რესტორნებსა და სასტუმროებში ძვირადღირებული მომსახურება დაბალი ხარისხის სერვისის პირობებში. თუმცა უნდა ვივარაუდოთ, რომ საბიუჯეტო ავიახაზების ზრდასთან

ერთად, საქართველოს საერთაშორისო საზღვაო კრუიზების მარშრუტებში ჩართვასთან და შესაბამისი ტურისტული ინფრასტრუქტურის შექმნასთან ერთად საქართველოში ტურისტული სექტორი უფრო კონკურენტუნარიანი გახდება, ხოლო ფასები კი შემცირდება. ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების ამ რთულ ეტაპზე ტურისტულ ინდუსტრიაში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტურპროდუქტის ფასისა და ხარისხის ისეთი შეფარდება, რომელიც კონკურენტუნარიანს გახდის მას, როგორც ადგილობრივ, ასევე უახლოესი მეზობელი ქვეყნების ბაზრებზე და რაც მთავარია კონკურენციას გაუწევს თურქეთს, რომელიც ტურიზმის განვითარების კუთხით უკვე წლებია ლიდერია რეგიონში. საქართველომ, რომელიც მსოფლიო ტურისტული გიგანტის თურქეთის მეზობელი სახელმწიფოა, გაცილებით მეტი უნდა იფიქროს, თუ რა შესთავაზოს საკუთარ ტურისტებს, რომელიც ჩვენგან განსხვავებით მომხმარებელს სერვისის მაღალ ხარისხსა და დაბალ ფასს სთავაზობს, სწორედ ამ მომგებიანი კომბინაციის წყალობით არათუ უცხოელი, ხშირად ქართველი დამსვენებელიც კი არჩევანს მეზობელი თურქეთის იაფი და კომფორტული კურორტების სასარგებლოდ აკეთებს, რაც კიდევ ერთხელ ნათლად გამოჩნდა ინტერნეტ საიტ Trip Advisor-ის ფორუმზე საქართველოში ტურისტული ტურების შესახებ გაკეთებულ კომენტარებში, როდესაც ევროპელი ტურისტები საქართველოში ორგანიზებული ტურების მაღალ ფასებზე საუბრობდნენ.

ხელისუფლების მხრიდან განხორციელებულ არაერთ წარმატებულ რეფორმასთან ერთად, რომელიც საქართველოში ამ სექტორის ხელშეწყობისათვის გატარდა, ამავე მიზანს ემსახურებოდა 2009 წელს მიღებული გადაწყვეტილება სავიზო რეჟიმის გაუქმებასთან დაკავშირებით მსოფლიოს 118 სახელმწიფოსთან. სამწუხაროდ, ამ პოლიტიკამ დიდი საფრთხის ქვეშ დააყენა ქვეყანა, რადგან საქართველოში სერიოზულ მახვენებელს მიაღწია სხვადასხვა ქვეყნიდან ჩამოსულმა შრომითმა მიგრანტებმა, რომლებიც საკუთარი ქვეყნის მძიმე სოციალურ და ეკონომიკურ მდგომარეობას გამოექცნენ და ცხოვრება და დამკვიდრება საქართველოში გადაწყვიტეს. ცნობილია, რომ უსაფრთხოება დაიყვანება ეროვნულ უსაფრთხოებამდე, რომელიც განისაზღვრება, როგორც საკანონმდებლო, კონსტიტუციური და პრაქტიკული ზომებით გარანტირებული

დაცულობა და სახელმწიფოს ეროვნული ინტერესების უზრუნველყოფა. ამასთან ერთად, ეკონომიკური უსაფრთხოების ქვეშ მოიაზრება დარგისა და მისი მონაწილეების ინტერესების გარე და შიდა საფრთხეებისაგან დაცულობა. ტურიზმს, როგორც ეკონომიკის დარდს განვითარებისათვის სტიმულირების გარდა, ესაჭიროება უსაფრთხოება და როგორც ჩანს, ახალი ხელისუფლება გარკვეულწილად აცნობიერებს საქართველოს წინაშე არსებულ იმ სერიოზულ რისკ-ფაქტორებს, რაც სავიზო რეჟიმის მაქსიმალური ლიბერალიზაციის პოლიტიკას ახლავს თან, რადგან არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ საქართველო პატარა ქვეყანაა და მასობრივი ტურიზმის განვითარებამ ქვეყანას შესაძლოა უფრო მეტი ზიანი მოუტანს, ვიდრე ეს შემოსავლებით შესაძლებელია მივიდეთ. სწორედ ამიტომ მისასაღმებელია ახალი ხელისუფლების ინიციატივა სავიზო რეჟიმის გადახედვასთან დაკავშირებით.

რეკომენდაციები

სადისერტაციო ნაშრომში გამოყენებული წყაროების მოძიების, მათი შესწავლისა და კვლევის შედეგად მიღებული შედეგების საფუძველზე მიგვაჩნია, რომ საქართველოს პოზიტიური ტურისტული იმიჯის ფორმირებისათვის აუცილებელია გარკვეული სახის რეკომენდაციები შევთავაზოთ საქართველოს ხელისუფლებას, სწორედ ერთ-ერთი ასეთი მთავარი ფაქტორი, რასაც აუცილებლად უნდა მიექცეს ყურადღება გახლავთ:

ინფორმაციული უზრუნველყოფა – აუცილებელია მსოფლიოს მასშტაბით საქართველოს შესახებ ტურისტული ინფორმაციის გავრცელება, ამ მიზნის მიღწევა კი მხოლოდ სრულყოფილი ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციის საშუალებით მიიღწევა. ტურიზმის ბაზარზე სწორად გათვლილი და დაგეგმილი მარკეტინგული სტრატეგია წარმატების მთავარი გარანტიაა, თუმცა იმისათვის, რომ მოხდეს

მარკეტინგის ბაზისეული ელემენტების ეფექტური გამოყენება, ამისათვის აუცილებელია სერიოზული მოსამზადებელი სამუშაოების ჩატარება და ყოვლისმომცველი მარკეტინგული კვლევების საფუძველზე შესაბამისი სტრატეგიის შემუშავება და დანერგვა.

გზავრობა და გადაადგილება ქვეყნის შიგნით - ტურისტული გადაადგილებები ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ელემენტია ტურისტულ ინდუსტრიაში. საქართველოს ამ მხრივ ხელსაყრელი გეოგრაფიული მდებარეობა გააჩნია, რაც ხელს უწყობს ძირითადი ამოცანის რეალიზებას გახდეს ქვეყანა ხელმისაწვდომი უცხოელი ტურისტებისათვის. ამისათვის კი აუცილებელია მთელი რიგი ღონისძიებების გატარება. უპირველესად, აუცილებელია შეიქმნას პირობები საავიაციო გადაზიდვების ბაზარზე კონკურენტუნარიანი ავიაკომპანიების ფუნქციონირებისათვის, ამაღლდეს ფრენის საიმედოობა და მგზავრობა მიმართულებების ხარისხი.

უცხოეთის ქვეყნების ოფიციალური უწყებების ვებ-გვერდებზე განთავსებული მასალების საფუძველზე ვგებულობთ, რომ საქართველოში საგზაო ინფრასტრუქტურა უმძიმეს მდგომარეობაში იმყოფება, ხოლო ინტერნეტ საიტ Trip Advisor-ის ფორუმის მიხედვით, საქართველოში უცხოელი ტურისტების მთავარი კითხვა და პრობლემა ქვეყნის შიგნით გადაადგილება წარმოადგენს. სწორედ ამიტომ, აუცილებელია, რომ კვლავ გაგრძელდეს მუშაობა, როგორც გზების მდგომარეობის გაუმჯობესების თვალსაზრისით, ასევე ყურადღება უნდა გამახვილდეს თანამდები ინფრასტრუქტურის შექმნასა და გზებზე, რათა მაქსიმალურად იქნას დაცული, როგორც ადგილობრივი მოსახლეობის, ასევე ტურისტების უსაფრთხოება. გზების გამართვასთან ერთად საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის მიღწევის მიზნით აუცილებელია მათი კეთილმოწყობა (საგზაო ნიშნები, საინფორმაციო ბანერები, დამცავი ჯებირები, ზვავსაწინააღმდეგო კონსტრუქციები, ავარიული დამუხრუჭების ჩიხები და ა.შ). აუცილებელია საგზაო სისტემის გაუმჯობესება მაღალმთიან და შედარებით რთულად მისადგომ ადგილებში, რადგან ტურიზმის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი პოტენციალი სწორედ მაღალმთიან რეგიონებშია თავმოყრილი. ჩვენს მიერ შესწავლილი სახელმწიფოების ოფიციალური უწყებების საიტებზე

ვხდებით ინფორმაციას, რომელიც საქართველოს ტურისტულ ზონაში უცხოელი ტურისტების მიმართ პირველადი დახმარების აღმოჩენის პრობლემას შეეხებოდა, სწორედ ამიტომ, მნიშვნელოვანია, რომ შეიქმნას პირველადი დახმარების სამედიცინო მომსახურების პუნქტების ქსელი ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე.

უსაფრთხოება – კვლევის შედეგად დადგინა, რომ ბოლო წლებში საერთაშორისო ასპარეზზე მნიშვნელოვნად გაიზარდა ტურისტებისათვის საქართველოს, როგორც უსაფრთხო ქვეყნად აღქმა, სწორედ ამიტომ აუცილებელია, რომ მაქსიმალურად შენარჩუნებული და უფრო მეტად იქნას გაუმჯობესებული უსაფრთხოების მდგომარეობა ქვეყანაში. საქართველოს ხელისუფლებამ უნდა შეიმუშაოს ახალი კანონმდებლობა, შემოიღოს ახალი პირობები სხვადასხვა ტურისტულ ადგილებზე, რათა უზრუნველყოს ტურისტების დაცვა და უსაფრთხოება. საჭიროა, რომ სახელმწიფომ დამატებითი უსაფრთხოების დაცვის გარანტიები შეიმუშაოს ჩამოსული უცხოელი მოქალაქეებისათვის, რადგან როგორც წესი, როდესაც განსაკუთრებული უსაფრთხოების დაცვის გარანტიები მოქმედებს ქვეყანაში, იგი უდავოდ ზრდის ტურისტების ნდობასა და რეიტინგს ამ ქვეყნის მიმართ.

მისასაღმებელი იქნება ასევე ტურიზმის უზრუნველყოფის სამსახურის შექმნის იდეა, რომლის მიზანს, და მთავარ ფუნქციას ქვეყნის მასშტაბით ტურისტულ ობიექტებში მომსახურების სფეროს გაუმჯობესება უნდა წარმოადგენდეს. აუცილებელია, რომ გაცილებით უფრო მეტი ყურადღება დაეთმოს ქვეყნის მასშტაბით მაღალი ტურისტული მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფას, რადგან არის არაერთი მაგალითი და შემთხვევა, როდესაც მომსახურების, სერვისის ხარისხით უკმაყოფილო ტურისტი განაწყენებული ტოვებს ქვეყანას, სწორედ ამიტომ არადამაკმაყოფილებელი სერვისის დონე აუცილებლად ერთგვარ უარყოფით ასახვას ჰპოვებს ტურისტულ იმიჯზე. ასევე მნიშვნელოვანია, რომ შეიქმნას ხარისხის ნიშნის ორგანიზების ბაზა, რომელიც უდავოდ გაზრდის ქვეყანაში კონკურენციას სხვადასხვა სახის ტურისტულ ობიექტებს შორის და ასწევს მაღლა ტურისტული სერვისის დონეს საქართველოში. ვფიქრობთ, რომ საინტერესო იქნება ტურიზმის სფეროში ინტერნეტ მაღაზიების მსგავსი ვებ-გვერდების შექმნა, რომლის

დახმარებითაც ტურისტებს შეეძლება შეარჩიონ შეთავაზებები სხვადასხვა ტურისტული ორგანიზაციებიდან და სასტუმროებიდან, აღნიშნული ინიციატივა კი აუცილებლად შეუწყობს ხელს ქართული ტურისტული ბრენდის პოპულარიზაციას.

როგორც უკვე ავლინეთ, ტურიზმის ზრდა ჩვენი ქვეყნის ერთ-ერთი მამოძრავებელი ძალა უნდა გახდეს, რადგან საქართველოს უმნიშვნელოვანესი უპირატესობა ის არის, რომ მის ტურისტული პოტენციალი საკმაოდ მრავალფეროვანია. სათავგადასავლო, რომელიც ვითარდება, კულტურული და რელიგიური, რომელიც ასევე პოპულარობით სარგებლობს, დასვენების, სადაც საკმაოდ მძაფრ კონკურენციაში ვართ რეგიონში, აგროტურიზმი, რომელიც მწირი ფერმერული მეურნეობების ფონზე განვითარებულია, სამკურნალო, სადაც ბევრი მიმართულება აუთვისებელია და სამონადირეო, სადაც საკმაოდ დიდი შესაძლებლობებია. საჭიროა ამ სფეროს დივერსიფიცირება და თითოეული მათგანის განვითარებისთვის სწორი სტრატეგიის შემუშავება. ბოლოს წლებში ტურიზმის სფეროში საქართველოს ხელისუფლების მიერ შექმნილი და გატარებული მრავალი ინიციატივისა და პროექტის მიუხედავად, აუცილებელია, რომ უფრო მეტი ყურადღება დაეთმოს საქართველოში ტურიზმის სფეროში შემდეგი მიმართულებების დახვეწასა და გადახალისებას, რომლის მიმართ მზარდი ინტერესი იგრძნობა Trip Advisor-ის ინტერნეტ ფორუმზე საქართველოში ჩამოსვლის მსურველი ტურისტების მხრიდან.

საინტერესო იქნებოდა რელიგიური ტურიზმის განვითარება და ხელშეწყობა საქართველოში, ამ კუთხით რელიგიური და პილიგრიმული ტურების ორგანიზება, რაც მომლოცველთა ტურისტული მარშუტების, ბიულეტენების, ინტერნეტ - გვერდების შექმნას და ასევე ეკლესია მონასტრებთან მომლოცველთა სახლების და რელიგიური ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრების შექმნას გულისხმობს. ამ მიმართულებით საქართველოში ჩამოსულ სტუმართა ხელშეწყობისათვის აუცილებელი იქნება მჭიდრო თანამშრომლობა საქართველოს საპატრიარქოსთან.

საქართველოში ტურიზმის მრავალი მიმართულების და სახეობის განვითარების დიდი პოტენციალი არსებობს, სწორედ მათ შორის შედის ღვინის ტურიზმიც. როგორც ცნობილია საქართველო 300-მდე ენდემური ყურძნის ჯიშის სახეობას ითვლის და

იგრძნობა უცხოელი ტურისტების ჩამოსვლის მძაფრი ინტერესი ქართული ღვინის მიმართ. მიუხედავად ამისა, სამწუხაროდ ღვინის ტურიზმის გაურკვეველი კონცეფციის და შესაბამისს დარგში არაკომპეტენტური სპეციალისტების მიერ შემუშავებული არასწორი სტრატეგიის გამო დღემდე ვერ მოხერხდა ტურიზმის ამ დარგის განვითარება ჩვენს ქვეყანაში. დღეს ასეთი ტურიზმი ევროპის მრავალ სახელმწიფოში არსებობს და უამრავ ტურისტს ითვლის. ძალიან საინტერესო და ნაყოფიერი იყო პროექტი „საქართველო, ღვინის გზის“ იდეა, რომელსაც აუცილებლად სჭირდება გაგრძელება და კიდევ უფრო მეტი კონკრეტულ შედეგებზე ორიენტირებული მუშაობა.

სათამაშო ტურიზმი – მიუხედავად იმისა, რომ ჩვენს ქვეყანაში აღნიშნული თემის ირგვლივ ატეხილი დისკუსია – დებატები დღემდე არ კარგავს აქტუალობას, საქართველოს შეუძლია სერიოზული ნიშა დაიმკვიდროს სათამაშო ტურიზმის სფეროში კავკასიის რეგიონში. გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველო მუსულმანურ სახელმწიფოებს ესაზღვრება, სადაც საკანონმდებლო დონეზე აკრძალულია სამორინეების არსებობა, ხოლო მოთხოვნა კი ამ ქვეყნებში ყოველწლიურად მზარდია, სწორედ ამიტომ, საქართველომ აუცილებლად უნდა გამოიყენოს ეს შესაძლებლობა შავი ზღვისპირეთში. თუმცა სერიოზული ბიზნესის დონეზე მის ასაყვანად, უპირველეს ყოვლისა აუცილებელია შესაბამისი ინფრასტრუქტურის განვითარება თანმხლებ დასასვენებელ – გასართობ ინფრასტრუქტურასთან ერთად, რომელსაც აუცილებლად ესაჭიროება ეფექტური რეკლამა ქვეყნის საზღვრებს გარეთ.

ტურისტული იმიჯის მართვისა და არსებული კრიზისებით გამოწვეული უარყოფითი შედეგების შესამსუბუქებლად, ქვეყნის ხელისუფლებას ესაჭიროება მეტი გულწრფელობა და რეალური ხედვა პოლიტიკური სტრატეგიის შემუშავების პროცესში, რაზეც ხშირად ზეგავლენას ახდენს გარე პოლიტიკური, სოციალური და ეკონომიკური ფაქტორები. ამიტომ სულ უფრო და უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება უარყოფითი მოვლენების სწორ ხედვასა და ანალიზს, რათა რეალურად მოხდეს ამ პრობლემების გაცნობიერება.

პოლიტიკურმა არასტაბილურობამ და არაუსაფრთხო გარემომ ქვეყანაში შეიძლება ხელი შეუწყოს უცხო ქვეყნის მოქალაქეებში კონკრეტული სახელმწიფოს „სარისკო ქვეყნად“ აღქმას, რასაც ავსტრალიის საგარეო უწყების საიტზე

საქართველოსთან მიმართებაში ვხვდებით ორიოდ წლის წინ, რომელიც რა თქმა უნდა ერთგვარ უარყოფით გავლენას ახდენდა ტურისტის გადაწყვეტილებაზე და სერიოზულ ზიანს აყენებდა ჩვენი ქვეყნის უსაფრთხო იმიჯს. უსაფრთხოების პრობლემა ქვეყანაში ქმნის უარყოფით რეკლამას, რომლის შედეგებმა შეიძლება ფატალურად იმოქმედოს და შეამციროს ჩამოსულ ტურისტთა მაჩვენებელი. თვითოეული ტურისტული ქვეყნის პოლიტიკოსმა ადეკვატურად უნდა გააცნობიეროს პოლიტიკური არასტაბილურობის აღქმა. პოლიტიკური არასტაბილურობა პირდაპირ უწყობს ხელს ქვეყნის ანარქიული იმიჯის წარმოშობას, რაც შესაბამისად ხელს უშლის ქვეყნის ინფრასტრუქტურისა და ეკონომიკურ განვითარებას, რისი არარსებობის შემთხვევაშიც ტურისტები უარყოფითად აღიქვამენ ასეთ ქვეყანას. ხელისუფლებას, ტურისტული მომსახურების პროვაიდერებს და ქვეყნის მოსახლეობას სჭირდებათ, რომ ადეკვატურად გააცნობიერონ ქვეყნის უარყოფითი იმიჯის შტრიხები და შესაბამისად შეეცადონ პოლიტიკური ატმოსფეროსა და პოლიტიკური კულტურის კორექტირებას. კარგი კომუნიკაცია ეფუძნება პატიოსნებისა და გამჭვირვალობის პრინციპებს, ისევე როგორც კრიზისის მართვისათვის კომუნიკაციები, განვითარება, უსაფრთხოება და ბაზრის კვლევა გახლავთ წარმატებული სტრატეგიის უმნიშვნელოვანესი გასაღები. იმისათვის, რომ მოხდეს ამ მიზნების რეალიზება და მათი სისრულეში მოყვანა, აუცილებელია, რომ ქვეყანამ შეიმუშაოს სახელმწიფო იმიჯის განვითარების სტრატეგია და წამოიწყოს აგრესიული პოლიტიკური მარკეტინგი სხვა სახელმწიფოებში, რომელიც ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორია თანამედროვე სახელმწიფოს წარმატებული განვითარებისათვის.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ბარისაშვილი, გ. (2012, 7-13 დეკემბერი). „ღვინის ტურიზმი საქართველოში“. *24 საათი*, გვ. 22-23
2. გოგელია, მ. (2012) ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირება. ბსუ, დისერტაცია, განთავსებულია <http://old.bsu.edu.ge/index.php?sec=39>
3. დავით გარეჯში პრობლემა უცხოელ ტურისტებს შეექმნათ”, განთავსებულია 14 მაისიდან, 2012); მის.: <http://news.ge/ge/news/story/14129-davit-garejshi-problema-utskhoel-turistebs-sheeqmnat>
4. დარბაიძე ე. (2012). „თეორიული იმიჯოლოგია“, თბილისი: გამომცემლობა უნივერსალი
5. დასავლეთის მასობრივი ინფორმაციის საშუალებები საქართველოს შესახებ”, (1992, დეკემბერი 12), *საქართველოს რესპუბლიკა*, თბილისი, გვ. 6
6. კალანდარიშვილი, ი. დავიჯეროთ?... საქართველო ტურიზმის ქვეყანა!... (1993, ნოემბერი 9). *საქართველოს რესპუბლიკა*. გვ. 5
7. კობალაძე, ლ. *საქართველოს ტურიზმისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის მოკლევადიანი და გრძელვადიანი განვითარება*, სამაგისტრო ნაშრომი, თბილისი 2010
8. კუპრაშვილი ნ. (2011). *ეკოლოგიური ტურიზმის განვითარების სტრატეგიების ფორმირება*, სადოქტორო დისერტაცია, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2011
9. მარგველაშვილი მ. (2002) ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგია საქართველოში, დისერტაცია, თსუ
10. მაცაბერიძე, მ. (2003). *პოლიტიკური მარკეტინგის საფუძვლები*, “მეცნიერება” თბილისი
11. მელაძე, მ. (2008) ტურისტული პროდუქტის თავისებურებანი საქართველოში, დისერტაცია, თსუ, განთავსებულია <http://www.nplg.gov.ge/dlibrary/collect/0002/000356/Meladze%20M.pdf>
12. მეტრეველი, მ. (2011). *ტურიზმის ეკონომიკა და პოლიტიკა*, გამომცემლობა “შპს ფავორიტი პრინტი”, თბილისი

13. მეტრეველი, მ. 2012. *ტურიზმის თეორია*. თბილისი: გამომცემლობა შპს “ფოტონი”, ბირჟაკოვი მ. (2004).
14. მეტრეველი შ. (2012), ტურიზმის სტატისტიკის ფორმირების ტენდენციები საქართველოში, დისერტაცია, სტუ
 1. მსოფლიოს ტურიზმის ორგანიზაცია, <http://www2.unwto.org/>
 2. საქართველოს კანონი “ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, 1997 წელი, 13-14
 3. საქართველოს კანონი “კურორტებისა და საკურორტო ადგილების სანიტარული დაცვის ზონების შესახებ”, 1998 წელი, N 15-16
 4. საქართველოს კანონი „რეკლამის შესახებ“, 2011 წ, N 12-28
 5. საქართველოს კანონი უცხოელთა სამართლებრივი მდგომარეობის შესახებ, 2005 წელი, N 2535
 6. საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტრო, www.mfa.gov.ge
 7. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. (2013). *საქონლ ტურიზმის ინდუსტრიის მიმოხილვა*
 8. *საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის მიმოხილვა*. (2012). საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, თბილისი
 9. საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა, (2013), საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო
 10. ტურიზმის ქარტია, (1994 წ.) http://teusu.ucoz.org/_ld/0/2_-turizmisqartia.pdf
ნანახია 11.01.2014
 11. საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო. (2006-2013).
საქართველოში შემოსულ უცხოურ ავიაკომპანიათა ნუსხა
 12. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, <http://www.geostat.ge/>
 13. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, <http://www.gnta.ge/>
 14. საქართველოს შსს-ს საინფორმაციო ანალიტიკური დეპარტამენტი, (2006-2013). *საქართველოს საზღვარზე გადაადგილებულ ვიზიტორთა სტატისტიკური მონაცემები*
 15. სიღამონიძე მ. (2012, ივნისი 5). *საქართველოს ტურიზმის ახალი სტრატეგია*, 24 საათი, გვ.4
 16. „სტატუსი-ტურისტული ქვეყანა“, (2012, თებერვალი 21). 24 საათი, გვ. 4.
 17. სურგულაძე რ., იბერი, ე. (2003). *მასობრივი კომუნიკაცია*, თბილისი
 18. “ტურიზმის პოლიტიკა”, ჟურნალი *ლიბერალი*, განთავსებულია 8 აგვისტოდან, 2011); მოძიებულია 3 იანვარი, 2012, მის.:<http://liberali.ge/ge/liberali/articles/107222/>
 19. ფონდი ლიბერალური აკადემია. (2012). *საქართველოს ეკონომიკური ტრანსფორმაცია: დამოუკიდებლობის 20 წელი*, შუალედური ანგარიში. თბილისი

20. ხომერიკი, გ. (2008). “ტურიზმი”, სახელმძღვანელო ტურიზმის სპეციალობის სტუდენტებისთვის, თბილისი: საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი
21. შუბითიძე, გ. ა ბუცხრიკიძე, ა. (2009). *იმიჯოლოგია*, თბილისი. გვ. 14-17
22. Aaker, D.A. and Shansby, J.G. (1982). Positioning your product. *Business horizons*, pp. 56-62.
23. Ahmed, Z.U. (1991). The influence of the components of a states tourist image on product positioning strategy. *Tourism management*, N12. 331-340.
24. Ahmed, Z.U. (1996). The need for the identification of the constituents of a destinatinonrs tourist image: A promotion segmentation perspective. *Journal of professional service marketing*, N14, 37-60.
25. Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*, N 52, 27-58.
26. Alhemoud, A. and Armstrong, E.G. (1996). Image of tourism attractions in Kuwait. *Journal of travel research*, 34, 76-80.
27. AMA Dictionary. (2008). Viewed August the 3. 2008 at:
http://www.marketingpower.com/_layouts/Dictionary.aspx?dLetter=B
28. Andersen, V., Prentice, R. and Guerin, S. (1997). Imagery of Denmark among visitors to Danish fine arts exhibitions in Scotland. *Tourism management*, N18, 453-464.
29. Andreu, L., Bigne, J.E. and Cooper, C. (2000). Projected and perceived image of Spain as a tourist destination for British travellers. *Journal of travel and tourism marketing*, N 9, 47-67.
30. Anholt, S. (2003). Brand new justice: The upside of global branding. Burlington: *Butterwoth-Heinemann*.p. 23-26
31. Anholt, S. (2006). Editorial. Why brand? Some practical considerations for nation branding. *Place branding and Public Democracy*, 2(2):97-107.
32. Andersen, V., Prentice, R. and Guerin, S. (1997). *Imagery of Denmark among visitors to Danish fine arts exhibitions in Scotland*. *Journal of travel and tourism marketing*, p.9-47
33. Australian governemnt.Department of foreign affairs and Trade. Travel advice. France. Available at:
34. <https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/france>. Accessed: 02.02.2014
35. Australian Government.Department of foreign affairs and Trade. Travel advice.Georgia. Available at: <http://www.smartraveller.gov.au/zw-cgi/view/advice/Georgia>. Accessed: 02.02.2014
36. Baker, D.A. and Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, N 27, 785-804.
37. Balabanis, G., Diamantopoulos, A., Mueller, R.D., Melewar, T.C.(2001). The Impact of nationalism, patriotism and internationalism on consumer ethnocentric tendencies, *Journal of International Business Studies*, No 32, 157-175

38. Baloglu, Ken W. McCleary. (1999). *A Model of Destination Image Formation*, Annals of Tourism Research, Vol. 26, No. 4, pp. 868-897
39. Baloglu, S. (1997). *The relationship between destination images and sociodemographic and trip characteristics of international travelers*. Journal vacation marketing, N 3, 221-233.
40. Baloglu, S. (2000). *Image variations of Turkey by familiarity index: informational and experiential dimensions*. Tourism management, N 22, 127-133.
41. Baloglu, S. and Brinberg, D. (1997). *Affective images of tourism destinations*. Journal of travel research, 35, 4-15.
42. Baloglu, S. and Mangaloglu, M. (2001). *Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operators and travel agents*. Tourism management, 22, 1-9.
43. Baloglu, S. and McCleary K.W. (1999b). *U.S. international pleasure travelers' images of four mediterranean destinations: A comparison of visitors and non visitors*. Journal of travel research, N38, 144-152.
44. Baron, R. M./Kenny, D. A.(1986).The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychology Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51,N 6, pp. 173-182.
45. Barich, H. and Kotler, P. (1991). *A framework for marketing image management*. Sloan management review, N32, 94-104.
46. Baron, R. M./Kenny, D. A.(1986).The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychology Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, *Journal of Personality and Social Psychology*, 51,N 6, pp. 173-182.
47. Beerli, A. and Martin A. (2004). *Factors Influencing destination image*. Annals of Tourism Research, Vol. 31,No. 3, pp. 657–681.
48. Bilkey, W.J., and Nes, E. (1982). Country of origin effects on product evaluations. *Journal of International Business Studies*, 13 (1), pp. 339 – 352.
49. Blanke, J.,Chisea. T.(2008). World Economic Forum. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2008*. Retrieved from:
http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2008.pdf
50. Blanke, J.,Chisea. T.(2009). World Economic Forum. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*.Retrieved from:
<https://www.wbginvestmentclimate.org/toolkits/investment-generation-toolkit/upload/Travel-Tourism-Comp-Report.pdf>
51. Blanke, J.,Chisea. T.(2011). World Economic Forum. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*.Retrieved from: <http://www.slideshare.net/mpsarros/the-travel-tourism-competitiveness-report-2011-7201151>
52. Bryman, A.; Bell, E. (2007). *Métodos de pesquisa em negócios*. Oxford: Oxford University Press

53. Caucasus Travel .”Winter in Georgia.”Avaliable at:
<http://www.youtube.com/watch?v=3Bu3QL91FVQ>. Accessed:January 31.2014
54. Chaudhary, M. (2002). *India's image as a tourist destination: a perspective of foreign tourists*. *Tourism Management* 21, pp.293.297.
55. Chereko E. (16 Jan, 2013). *Russian Government Shows Concern About Coountry’s Image*, Retrieved 25 May, 2013 from
<http://www.ruskiymir.ru/ruskiymir/en/publications/articles/article0330.html>
56. David M. Herszenhorn.(22 october, 2013). *Russia Putting a Strong Arm on Neighbors*, *The New York Times*.Retrieved 12 May, 2013from
http://www.nytimes.com/2013/10/23/world/europe/russia-putting-a-strong-arm-on-neighbors.html?_r=1
57. Department of foreign affaires and trade of Ireland .Travel Advice Georgia. Avaliable at:
<http://www.dfa.ie/home/index.aspx?id=414> Accessed:02.02.2014
58. Department federal des affaires etrangeres de confederation Suisse.Coseils aux voyageurs Georgie. Avaliable at:
<http://www.eda.admin.ch/eda/fr/home/travad/hidden/hidde2/georgi.html>.
 Accessed:02.02.2014
59. Douez S.(2012 march 12). *Keeping a Positive Spin on Switerland’s Image*.Retrieved from:
http://www.swissinfo.ch/eng/swiss_news/Keeping_a_positive_spin_on_Switzerland_s_image_.html?cid=33152434
60. Echnter, C.M. and Ritchie, J.R.B. (1991). *The meaning and measurement of destination image*. *Journal of tourism studies*, N 2, 2-12.
61. Echnter, C.M. and Ritchie, J.R.B. (1993). *The measurement of destination image: An emperical assesment*. *Journal of travel research*, N 31, 3-13.
- Ehemann, J. (1977). *What kind of place is Ireland: An image perceived through the American media*. *Journal of travel research*, 2, 28-30.
62. Enricht, M.J. and Newton, J. (2004). *Tourism destination competitiveness: A quantitative approach*. *Tourism management*, N 25, 777-788.
63. Federal foreign office of Germany. Foreign&European Policy Georgia.Avaliable at:
http://www.auswaertiges-amt.de/EN/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/01-Nodes/Georgien_node.html. Accessed:02.02.2014
64. Federation Suisse de tourism, strategie de croissance pour la place touristique Suisse,
http://www.swisstourfed.ch/index.cfm?fuseaction=sprachewechseln&sprache=fr&parents_id=1715, accessed 11.12.2013
65. Georgia, for the Best Moments of Your Life.(23.10.2012). Retrieved from:
<http://www.youtube.com/watch?v=m9xBnZVxBhk> . Accessed 07/02/2014
66. Georgia Forum, Retrieved fromwww.tripadvisor.comAccessed 02.03.2014
67. Georgian National Tourism Agency.*Summer in Georgia*. Available at:
<http://www.youtube.com/watch?v=4z8arQwoeOI>. Accessed: January 07.2014

68. Georgia, s Open Doors' Policy Begins to Tighten.(2013 July 6). BBC News Europe, Retrieved from: <http://www.bbc.com/news/world-europe-23198255>
69. Gallarza, M.G., Saura, I. G, andGarcía, H. C. (2002), *Destination Image: Towards a conceptual framework*, Annals of TourismResearch, Vol. 29,No. 1, pp. 56-78.
70. Government of Canada. Georgia. Avaliable at:
http://www.voyage.gc.ca/countries_pays/report_rapport-fra.asp?id=99000. Accessed: 02.02.2014
71. Government of UK.Foreign travel advice. Armenia. Avaliable at:
<https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/armenia>. Accessed: 02.02.2014
72. Government of UK.Foreign travel advice. Azerbajjn.. Avaliable at
<https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/georgia/safety-and-security>
Accessed:02.02.2014
73. Government of UK.Foreign travel advice. Georgia. Avaliable at:
<http://www.fco.gov.uk/en/travel-and-living-abroad/travel-advice-by-country/europe/georgia>. Accessed:02.02.2014
74. Government of UK.Foreign travel advice. Foreign travel advice, France.avaliabile at:<https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/france>. Accessed: 02.02.2014
75. Government of UK.Foreign travel advice. Switzerland. Avaliable at
<https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/switzerland>. Accessed:02.02.2014
76. Gunn, C. (1988). *Vacationscape: Designing tourist regions*. Texas: Bureau of business research, University of Texas.
77. Jenes, B.(2000). *Reconsidering the measurement of country image-theory and practice*, Budapest, Corvinus Univeristy
78. Kotler, P. and Gertner, D. (2002). *Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective*. Journal of brand management, 9, 249-261.
79. Kotler, P. Haider & Rein, I.(1993). *Marketing places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states and nations*. The Free Press.
- 80.Leisen, B. (2001). *Image segmentation: The case of a tourism destination*. The journal of service marketing, N15, 49-66.
- 81.Lindquist, J.D. (1974-75). *Meaning of image*. Journal of Retailing, 50 (4), 30-38.
82. Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, Mass: MIT Press.
83. MacCannell, D. (1989). *The tourist*. New York: Schocken Books. pp 56-61
84. Martin I. M./Eroglu, S.(1993). *Measuring a Multi-Dimensional Construct: Country Image*, *Journal of Business Research*, 28, No 3, pp. 191-210
85. Ministere des affaires etrangeres de France, Conseils aux voyageurs. Armenie,. Avaliable at: Accessed: 02.02.2014. <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays/armenie-12201/>

86. Ministère des affaires étrangères de France, Conseils aux voyageurs. Azerbaïdjan. Available at: Accessed: 02.02.2014 <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays/azerbaïdjan-12204/>
87. Ministère des affaires étrangères de France, Conseils aux voyageurs. Géorgie. Available at: <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/conseils-aux-voyageurs/conseils-par-pays/georgie-12248/>. Accessed: 02.02.2014
88. Nagashima, A. (1970). *A comparison of Japanese and US attitudes towards foreign products*. *Journal of Marketing*, Vol 34, pp 68-74.
89. NWTO World Tourism Barometer (World Tourism Organization). August 2010. Retrieved 18 November 2011
90. Ortega, E., and Gonzalez, L. (2007). *Marketing Research in different settings*. *Journal of Business Research*, Vol. 60, Issue 2, pp. 95-97.
91. Papadopoulos, N., Heslop, N. (2000). Countries As Brands. *Ives Business Journal*, pp 14-17
92. Papadopoulos, N. and Heslop, L. (2002). *Country equity and country branding: Problems and prospects*. *Journal of brand management*, 9, 294-314.
93. Patsuria N. (2011, 7 July). *Georgia changes its tourist image*, Georgian News TV, Retrieved from: <http://www.georgianews.ge/business/5390-georgia-changes-its-tourist-image-.html>
94. Pender, L. (1999). *Marketing Management for Travel and Tourism*. Stanley Thornes Publishers Ltd. Cheltenham, pp.4-6
95. Peter Van Ham, "The Rise of the Brand State: The Postmodern Politics of Image and Reputation", Vol.80, N 5(Sep.-Oct., 2001), pp 2-6
96. Pike, S. (2010). *Destination Branding Case Study: Tracking Brand Equity for an Emerging Destination Between 2003 and 2007*. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 34, No. 1, pp. 124 – 139.
97. Portail du gouvernement, Le tourisme, un secteur stratégique pour la France, <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/le-tourisme-un-secteur-strategique-pour-la-france> consulté le 2 juin 2013
98. Richard D. Czerniawski, Michael W. Maloney. (1999). *The Management of Power Positioning and Real Great Advertising*. American Management Association
99. Roth, M. S./Romeo, J. B. (1992) Matching Product Category and Country Image Perceptions: A Framework for Managing Country-of-Origin Effects, *Journal of International Business Studies*, 23, No7, 477-497
100. Roth Edney, D. MSW, (January 2004). Mass Media and Mental Illness, A Literature Review, Canadian Mental Health Association, Ontario, Retrieved from
101. Sophie D. (2012 march 12). "Keeping a Positive Spin on Switzerland's Image,

- Available at: http://www.swissinfo.ch/eng/swiss_news/Keeping_a_positive_spin_on_Switzerland_s_image_.html?cid=33152434 Accessed: July, 05. 2013
102. Summer in Georgia. (17.06.2012). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=4z8arQwoeOI>. Accessed 07/02/2014
 103. Tasci, A., Gartner W and. Cavusgil, T. (2007). *Conceptualization and operationalization of destination image*. Journal of Hospitality & Tourism Research, pp: 31: 194
 104. Tucker, P. (2006). Made in China: *Branding a New Image; from manufacture to major marketer*. Journal of Marketing: Futurist; Jan/Feb 2006, Vol. 40 Issue 1, p12-13, 2p
 105. Tasci, A.D.A., Gartner, W.C. and Cavusgil, S.T. (2007). *Conceptualization and operationalization of destination image*. Journal of hospitality & tourism research, 31, 194-223.
 106. Tasci, A.D.A. and Gartner, W.C. (2007). *Destination image and its functional relationship*. Journal of travel research, 45, 413-425.
 107. Trip Advisor, Georgia Tourism, Retrieved from: <http://www.tripadvisor.com/Tourism-g294194-Georgia-Vacations.html>, Accessed 15.02.2014
 108. U.S. Department of state-bureau of consular affairs. Armenia. Available at: <http://travel.state.gov/content/passports/english/country/armenia.html> Accessed: 02.05.2014
 109. U.S. Department of state-bureau of consular affairs. Azerbaijan,. Available at:
 110. U.S. Department of state-bureau of consular affairs. France. Available at: <http://travel.state.gov/content/passports/english/country/france.html>. Accessed: 02.02.2014
 111. U.S. Department of state-bureau of consular affairs. Georgia. Available at: <http://www.travel.state.gov/content/passports/english/country/georgia.html>. Accessed: 02.02.2014
 112. U.S. Department of state-bureau of consular affairs. Georgia. Available at: <http://travel.state.gov/content/passports/english/country/azerbaijan.html> Accessed: 02.07.2014
 113. US. Department of state-bureau of consular affairs. Switzerland. Available at: <http://travel.state.gov/content/passports/english/country/switzerland-and-liechtenstein.html>. Accessed: 02.02.2014
 114. UNWTO (United Nations World Organization) (2013) World Tourism Barometer, Vo. 11, January. Available at <http://mkt.unwto.org/en/barometer>

115. Winter in Georgia. (22.04.2102). Retrieved from:
<https://www.youtube.com/watch?v=3Bu3QL91FVQ> . Accessed 5/02/2014
116. Wells T Louis, and Alvin G. Wint (2000), *Marketing a Country: (Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment): Revised Edition*
117. Woodside, A.G. & Crouch, G.I & Mazanec, J.A. & Oppermann, M. & Sakai, M.Y. (Eds).(2000). *Consumer Psychology of tourism, Hospitality and leisure*. CABI Publishing: Wallingford, pp. 56-67
118. Woodside, A.G., & Lysonski, S. (2002). *A general model of traveler destination choice*. *Journal of Travel Research*, 17 (4) 8-14.
119. World Economic Forum, (2007), *The Travel & Tourism Competitiveness Report*
120. Williams, S. *Tourism, Critical concepts in social sciences*, (2004), Routledge, London
121. Yin, Robert K. (1994). *Case Study Research Design and methods*. 2nd Edition, Sage Publications, Inc, London., pp 4.6
122. Yin, Robert K. (2003). *Case Study Research Design and methods*. 3rd Edition, Sage, Publications Inc., Thousand Oaks, pp 3

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ მოწოდებული
მასალები

2006 წელს საქართველოს მონაწილეობა საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენა –
ბაზრობებში

- 10-15.01 – ნიდერლანდები, უტრეხი “Vakantiebeurs”
- 19-22.01 ფინეთი, ჰელსინკი – Matka 2006
- 18-20.02 ისრაელი, თელავივი – I.T.M 2006
- 25-27.02 ავსტრია ვენა, სამონადირეო ტურიზმის გამოფენა
- 8-12. 03. გერმანია, ბერლინი – ITB 2006
- 16.03-20.03 საფრანგეთი, პარიზი
- 27-31.03 უკრაინა, კიევი – UITT 2006
- 19 -21.04 აზერბაიჯანი, ბაქო – AITF 2006
- 30-31.05 გერმანია ფრანგფურტი – IMX 2006
- 24-27.05 სომხეთი, ერევანი – CTS 2006
- 6-15.09 აშშ, ორლეანი – The Trade Show
- 10-15.09 ჩინეთი, ჰონ-კონგი – Pata 2006
- 20-27.09 იაპონია, ტოკიო – Jata 2006
- 20-24.09 პოლონეთი, ვარშავა – TT Warsaw
- 9-13.10 უკრაინა, კიევი 2006
- 9-13.10 იტალია, ნეაპოლი - Seatrademed
- 24-29.10 შვეიცარია, მონტრიუ - TTW
- 4-8.11 ინგლისი, ლონდონი - WTM
- 14-19.11 საბერძნეთი სოლონიკი “ფილოქსენია”.

ხოლო 2007 წელს კი საქართველომ შემდეგ საერთაშორისო – გამოფენებში მიიღო მონაწილეობა:

- 12-15 იანვარი-აშშ, ნიუორკი – Adventures 2007
- 17-22 იანვარი - ფინეთი, ჰელსინკი – Matka 2007
- 29.01-05.02 ესპანეთი, მადრიდი – Fitur 2007
- 7.02-13.02 ლატვია, რიკა – ალტოურ 2007
- 14.02-18.02 თურქეთი, სტამბული – EMITT 2007
- 07.03-09.03 გერმანია, ბერლინი ITB 2007
- 22.03-26.03. შვედეთი, გოტენბურგი – TOUR 2007
- 22.03-01.04 უკრაინა, კიევი UITT 2007
- 15.04-21.04 აზერბაიჯანი, ბაქო AITF 2007
- 11-19.09 იაპონია, ტოკიოში Jata 2007
- 11-12.10. უკრაინა, კიევი – უკრაინა 2007
- 10-17.11 ინგლისი, ლონდონი – WTM

2008 წელს საქართველომ მონაწილეობა მიიღო მხოლოდ 9 ღონისძიებაში:

- 6.11–16.11 ინგლისი, ლონდონი – WTM 2008
- 6.05–9.05 დუბაი - Arabian Travel Market 2008
- 29.03–30.03 ამერიკა, ვაშინგტონი Adventures 2008
- 25.03–30.03 უკრაინა, კიევი UITT 2008
- 19.03–22.03 რუსეთი, მოსკოვი MITT 2008
- 3.03–10.03 გერმანია, ბერლინი ITB 2008
- 11.03–18.03 საფრანგეთი, პარიზი MAP La Monde a Pariz
- 4.02–7.02 ისრაელი, თელავივი - IMTM 2008
- 31.01–5.02 პოლანდია, ამსტრედამი - Biking and Walking 2008

2011 წელს საქართველო საპრეზენტაციო სტენდით წარმოდგენილი იყო შემდეგ საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენებში:

- VACANTIEBEURS (უტრეხტი, ნიდერლანდები)
- FITUR (მადრიდი, ესპანეთი)
- BALTOUR (რიგა, ლატვია)

IMTM (თელ ავივი, ისრაელი)
 ITB (ბერლინი, გერმანია)
 HT&TIE (თეირანი, ირანი)
 TOUREST (ტალინი, ესტონეთი)
 UITT (კიევი, უკრაინა)
 CRUISS, SHIPPING MIAMI (მაიამი, აშშ)
 GTF (საქართველო, თბილისი)
 KITF (ყაზახეთი, ალმა ატა)
 ATM (არაბთა გაერთიანებული საემიროები, დუბაი)
 JATA (იაპონია, ტოკიო)
 TTW (პოლონეთი, ვარშავა)
 ASTANA LEISURE (ყაზახეთი, ასტანა)
 WTM (დიდი ბრიტანეთი, ლონდონი)
 EIBTM (დიდი ბრიტანეთი, ლონდონი)

2012 წელს საქართველო განახლებული სტენდით და ახალი მარკეტინგული კონცეფციით წარმოდგენილი იყო 26 საერთაშორისო ტურისტულ გამოფენაში:

- შვეიცარია (ლოზანა – Comptoir Suisse) 14-24 სექტემბერი
- აშშ (ლას-ვეგასში Hunting Fair) 1-4 თებერვალი
- აშშ (ლოს-ანჯელესი The Trade Show) 7-9 სექტემბერი;
- დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი Wine Raw) 20-21 მაისი
- გერმანია (ფრანკფურტი IMEX) 22-24 მაისი
- საფრანგეთი (სტრასბურგი European Fair of Strasbourg) 7 – 17 სექტემბერი
- ნიდერლანდები (უტრეხტი Vacantiebeurs) 10-15 იანვარი
- ფინეთი (ჰელსინკი MATKA) 19-22 იანვარი
- ესპანეთი (მადრიდი FITUR) 18-22 იანვარი
- ლატვია (რიგა Balttur) 10 – 12 თებერვალი
- ისრაელი (თელავივი IMTM) 12 – 15 თებერვალი
- იტალია (მილანი BIT) 16 – 19 თებერვალი
- ესტონეთი (ტალინი TOUREST) 17 – 19 თებერვალი

- თურქეთი (სტამბოლი EMITT) 9 – 12 თებერვალი
- გერმანია (ბერლინი ITB) 7 – 11 მარტი
- უკრაინა (კიევი UITT) 28 – 30 მარტი
- აშშ (მაიამი Cruise and Shipping Miami) 12 – 15 მარტი
- ყაზახეთი (ალმა – ატა KITF) 25 – 27 აპრილი
- აზერბაიჯანი (ბაქო AITF) 12 – 14 აპრილი
- არაბეთის გაერთიანებული ემირატები (დუბაი ATM) 30 აპრილი – 3 მაისი
- საქართველოს (ბათუმი Batumi Expo) 4 – 6 მაისი
- საფრანგეთი (პარიზი Top Resa) 18 – 21 სექტემბერი
- იაპონია (ტოკიო JATA) 20 23 სექტემბერი
- პოლონეთი (ვარშავა TT Warsaw) 27 – 29 სექტემბერი
- დიდი ბრიტანეთი (ლონდონი WTM) 5 -8 ნოემბერი
- ესპანეთი (ბარსელონა EIBTM) 27 – 29 ნოემბერი

2012 წელს ჩატარდა 23 პრეს ტური და გაცნობითი ტური:

- პოლონელი ფირმადერების გაცნობითი ტური 25 თებერვალი – 5 მარტი
- ამერიკელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 16 – 23 მარტი
- ბელგიელი ტუროპერატორების გაცნობითი ტური 16 – 23 თებერვალი
- ინდოელი ტუროპერატორების გაცნობითი ტური 2 – 6 თებერვალი
- ებრაელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 22 – 29 მარტი
- კომბინირებული 24 კაციანია გაცნობითი ტური 4 – 5 თებერვალი
- რუსი ჟურნალისტების პრეს ტური 1 – 15 თებერვალი
- ფილიპინელი ტუროპერატორების გაცნობითი ტური 23 – 27 მარტი
- რუსი ტუროპერატორებისა და ჟურნალისტების კომბინირებული ტური 4 – 11 მაისი
- ბრიტანელი ჟურნალისტების პრეს ტური 31 მარტი – 4 აპრილი
- ებრაელი ჟურნალისტების პრეს ტური 16 – 21 ივნისი
- იაპონელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 13 – 28 ივნისი
- ყაზახი ჟურნალისტების პრეს – ტური 15 – 21 ივნისი
- რუსი ბლოგერების პრეს – ტური 1- 4 ივნისი
- ველოტური Don't worry be healthy 1 – 4 ივნისი

- უკრაინელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 25 აპრილი
- ინდოელი ტუროპერატორების გაცნობითი ტური 3 – 12 აპრილი
- ინდოელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 21 – 28 ივნისი
- იაპონელი (სუმის პროექტი) ჟურნალისტების პრეს – ტური 8 – 11 მაისი
- ჩინელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 10 – 14 ივნისი
- ლატვიელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 28 აგვისტო – 4 სექტემბერი
- პოლონელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 12 – 18 ივლისი
- ამერიკელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 10 სექტემბერი
- ბენელუქსისა და ბალტიისპირეთის ტუროპერატორების გაცნობითი ტური 28 ივლისი 2 აგვისტო
- ამერიკელი ჟურნალისტების გაცნობითი ტური 22- 30 სექტემბერი
- ჰოლანდიელი ჟურნალისტების გაცნობითი ტური 17 – 23 სექტემბერი
- გერმანელი ჟურნალისტების პრეს – ტური 29 თებერვალი – 9 მარტი

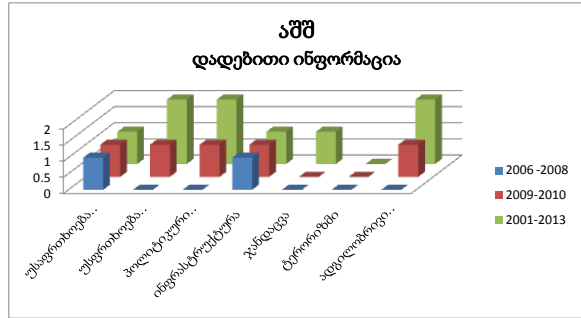
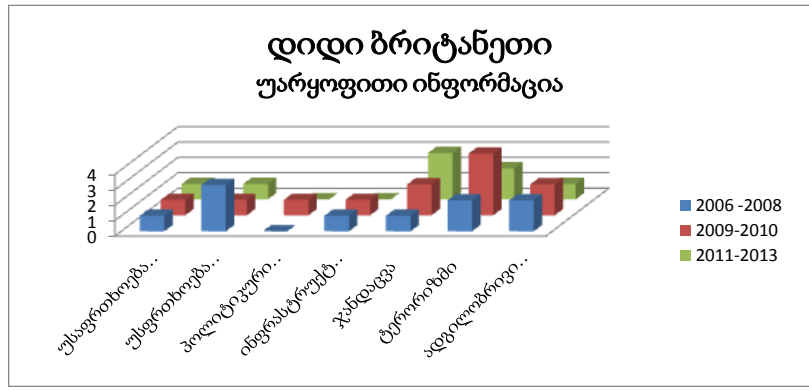
2013 წელს საქართველომ მონაწილეობა მიიღო ათ საერთაშორისო გამოფენაში:

1. 24 იანვარი – 27 იანვარი EMITT სტამბოლი, თურქეთი, პროექტის საშუალო ბიუჯეტი შეადგენდა 67 422 ლარს
2. 30 იანვრიდან – 3 თებერვლამდე FITUR მადრიდი, ესპანეთი; საშუალო ბიუჯეტი 127 016 ლარი
3. 5 თებერვლიდან – 6 თებერვლამდე IMTM თელავივი, ისრაელი, საშუალო ბიუჯეტი 92 182 ათასი;
4. 6 მარტიდან 10 მარტამდე ITB ბერლინი, გერმანია; საშუალო ბიუჯეტი 150 000 ლარი
5. 27 მარტიდან 29 მარტამდე UITT კიევი, უკრაინია, საშუალო ბიუჯეტი 100 000 ლარი
6. 4 აპრილიდან – 6 აპრილამდე AITF ბაქო, აზერბაიჯანი, საშუალო ბიუჯეტი 63 396 ლარი
7. 24 აპრილიდან – 26 აპრილამდე KITF ალმაატა, ყაზახეთი, საშუალო ბიუჯეტი 86 016 ლარი
8. 16 ოქტომბრიდან – 19 ოქტომბრამდე Tour salon პოზნანი, პოლონეთი, საშუალო ბიუჯეტი 87 476 ლარი

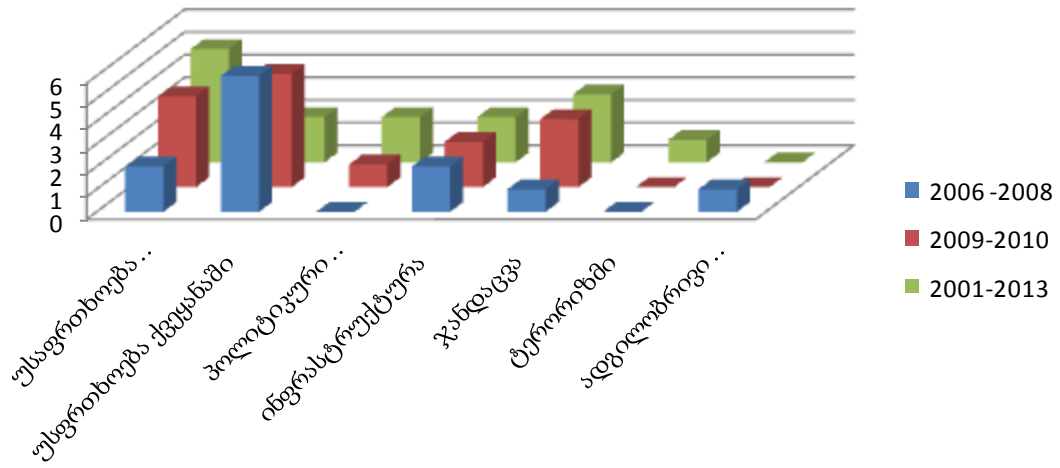
9. 4 ნოემბრიდან 7 ნოემბრამდე WTM ლონდონი, ინგლისი; საშუალო ბიუჯეტი 300 000 ლარი

10.19 ნოემბრიდან 21 ნოემბრამდე EIBTM ბარსელონა, ესპანეთი; საშუალო ბიუჯეტი 200 000 ლარი

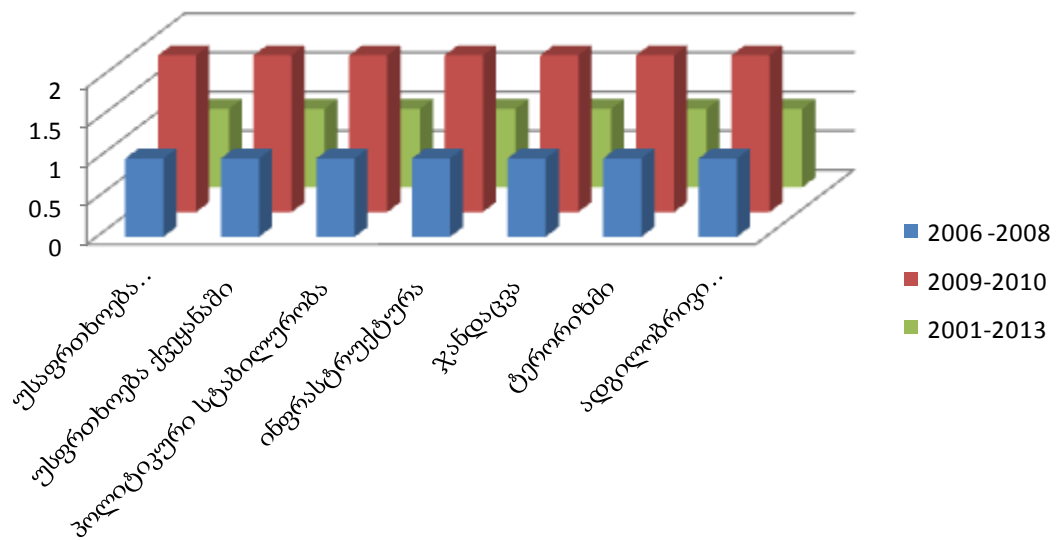
ჩვენს მიერ შესწავლილი სახელმწიფოების სამთავრობო ვებ-გვერდებზე საქართველოს შესახებ განთავსებულ ინფორმაციათა შინაარსის დინამიკა



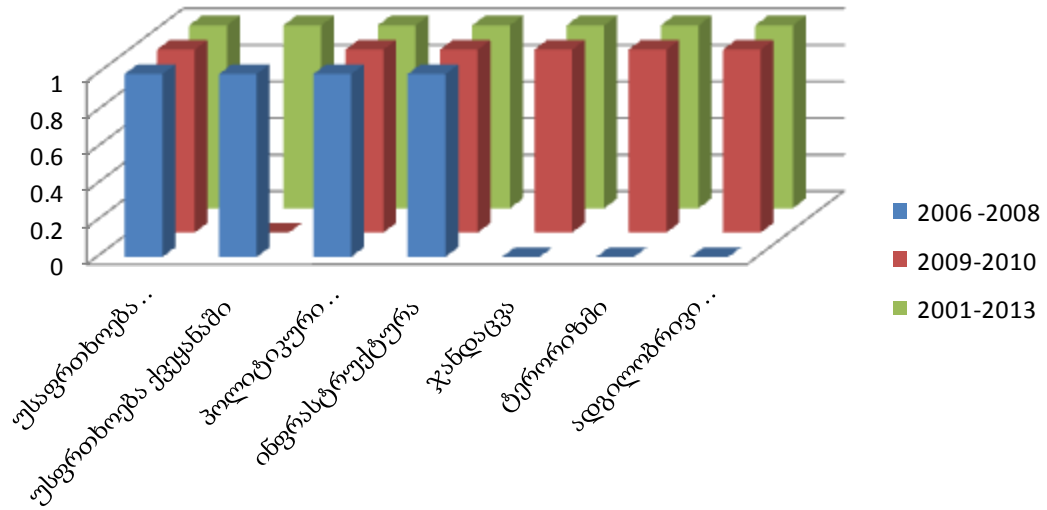
აშშ უარყოფითი ინფორმაცია



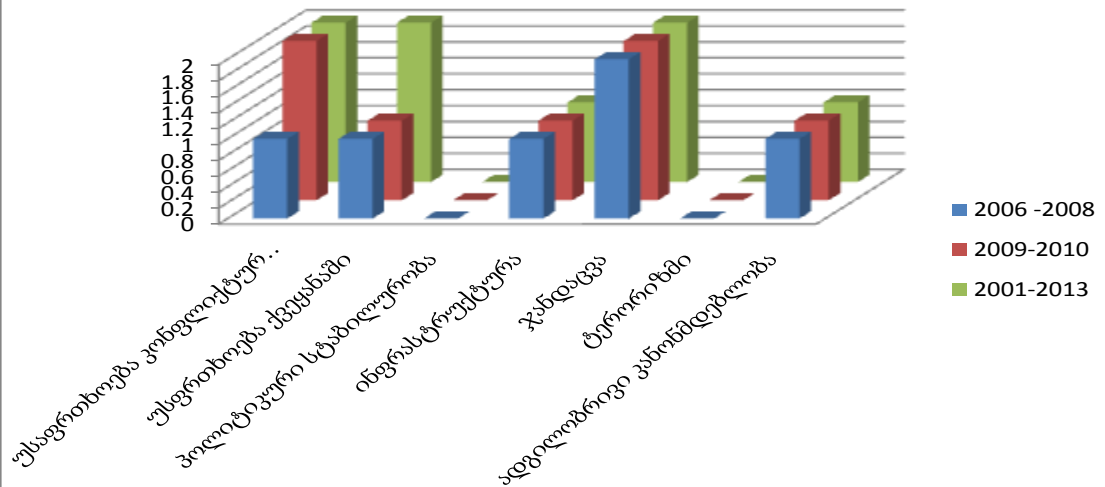
ავსტრალია უარყოფითი ინფორმაცია



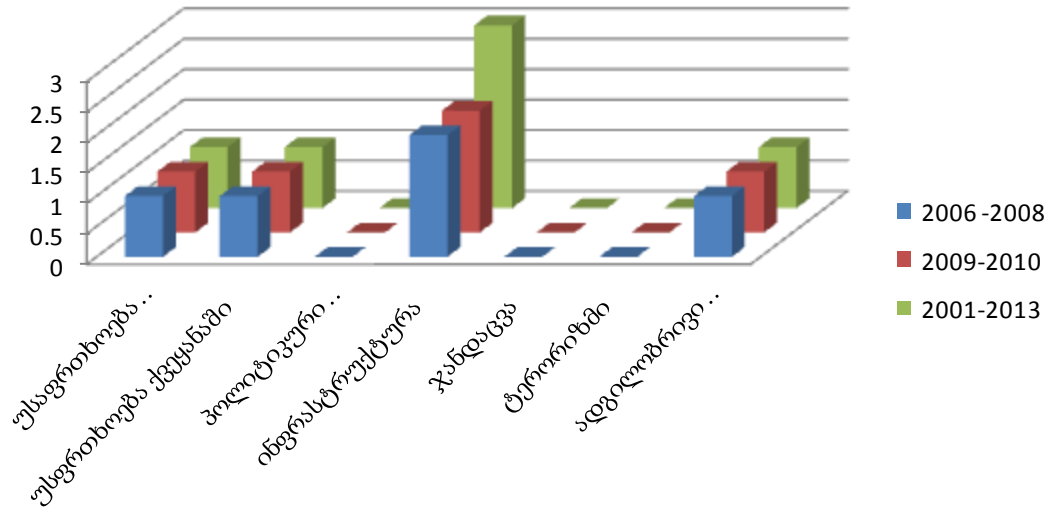
ავსტრალია დადებითი ინფორმაცია



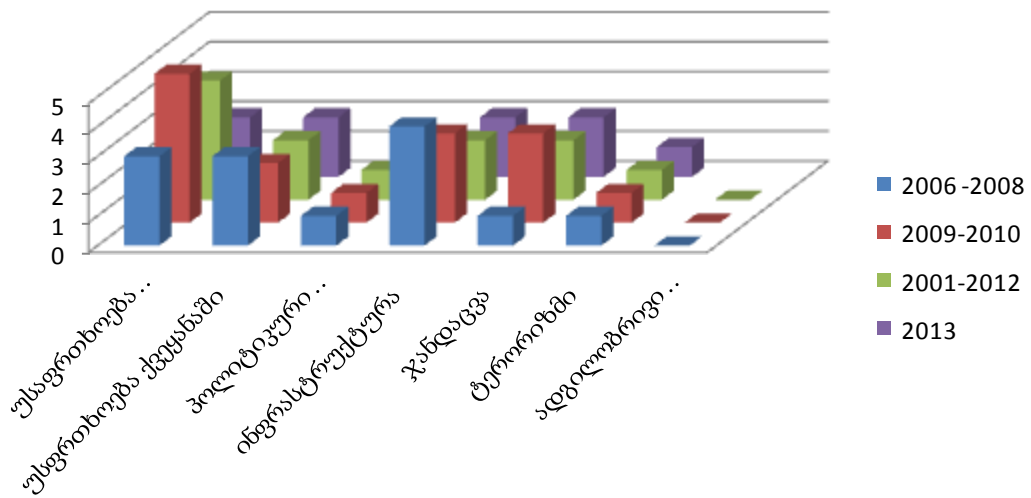
საფრანგეთის რესპუბლიკა უარყოფითი ინფორმაცია



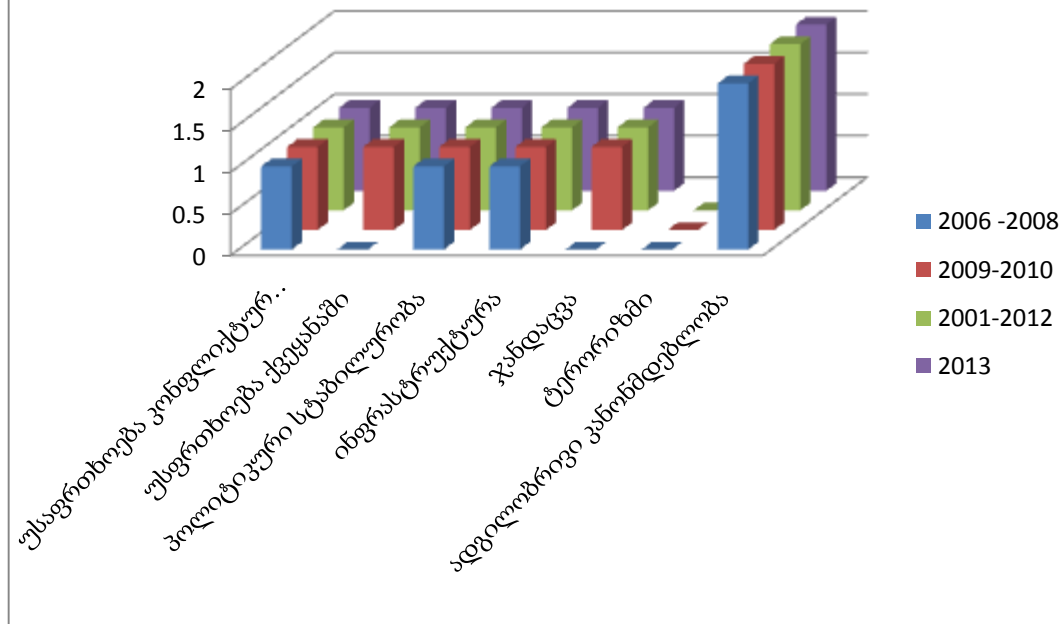
საფრანგეთის რესპუბლიკა დადებითი ინფორმაცია



კანადა უარყოფითი ინფორმაცია



კანადა დადებითი ინფორმაცია



უცხო ქვეყნის მოქალაქეების ვიზიტების რაოდენობების შედარებითი გრაფიკი თვეების მიხედვით 2006-2014 წწ



წყარო: შსს-ის საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი, “საქ-ის საზღვარზე გადაადგილებულ ვიზიტორთა სტატისტიკური მონაცემები”, 2004-2014 წწ

ტურიზმის საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობა მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის რეიტინგში

ქვეყნების გრადაცია ეფუძნება მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსს, რომელიც მსოფლიოს 124 ქვეყანას მოიცავს. როგორც უკვე ავლინშნეთ, ინდექსი აფასებს იმ ფაქტორებსა და პოლიტიკას, რომელიც მიმზიდველს ხდის მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარებას სხვადასხვა ქვეყანაში. ტურისტული იმიჯის შეფასებისას გამოყენებული იქნა ქვემოთ მოცემული 13 ფაქტორი:

1. პოლიტიკის წესები და რეგულაციები;
2. გარემოს მარეგულირებელი წესი;
3. დაცულობა და უსაფრთხოება;
4. ჯანმრთელობა და ჰიგიენა;
5. მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტულობა;
6. საჰაერო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა;
7. სახმელეთო ტრანსპორტის ინფრასტრუქტურა
8. ტურისტული ინფრასტრუქტურა;
9. ინტერნეტ – საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურა;
10. ფასის კონკურენტუნარიანობა;
11. ადამიანური კაპიტალი;
12. ტურიზმისადმი სახელმწიფოს დამოკიდებულება;
13. ბუნებრივი და კულტურული რესურსები.

თუმცა აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ 2008 წელს ეს გრადაცია შეიცვალა და 13-იდან ინდიკატორამდე 14-მდე გაიზარდა, ამჯერად შეფასების სისტემაში *ბუნებრივი და კულტურული რესურსები* ცალ-ცალკე შევიდა. მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსი კომპლექსურია და მოიცავს 3

ქვეინდექსს, მათში შემავალ 14 პილარს და პილარებში შემავალ 75 ინდიკატორს. აღნიშნულ სუბინდექსებში შედის:

ტურიზმის სფეროს რეგულაცია;

ბიზნესგარემო და ინფრასტრუქტურა;

ადამიანური, კულტურული და ბუნებრივი რესურსები.

პირველი სუბინდექსი მოიცავს იმ ელემენტებს, რომლებიც პოლიტიკასთან და ზოგადად ხელისუფლების საქმიანობის კომპეტენციასთან არის დაკავშირებული (პოლიტიკის წესები და რეგულაცია, გარემოს რეგულირება, უსაფრთხოება, ტურიზმისა და მოგზაურობის პრიორიტეტულობა, სავიზო რეჟიმი, დრო ბიზნესის დასაწყებად);

მეორე სუბინდექსი მოიცავს თვითოეული ქვეყნის ინფრასტრუქტურასა და ბიზნეს გარემოს (საჰაერო ტრანსპორტი, სასმელეთო ტრანსპორტი, ტურისტული ინფრასტრუქტურა, ინტერნეტ-საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ინფრასტრუქტურა და ფასის კონკურენტუნარიანობა);

მესამე სუბინდექსი მოიცავს ადამიანურ და კულტურულ ელემენტებს თვითოეული ქვეყნის რესურსიდან (ადამიანური კაპიტალი, ეროვნული დამოკიდებულება ტურიზმის მიმართ და ბუნებრივი და კულტურული რესურსები). თვითოეული სვეტი კი შედგება რამდენიმე ინდიკატორისაგან.

განვიხილოთ თვითოეულ ქვეინდექსში შემავალი პილართაგანი. პოლიტიკის განმსაზღვრელი კანონები და რეგულირება – ეყრდნობა და გამოიყენება იმდენად, რამდენადაც პოლიტიკური გარემო ხელს უწყობს მოგზაურობისა და ტურიზმის სექტორის განვითარებას თვითოეულ სახელმწიფოში. ქვეყნის ხელისუფლებას შეუძლია მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინოს ამ სექტორის მიმზიდველობის ხელშეწყობის კუთხით, რაც დამოკიდებულია იმ პოლიტიკაზე, რომელსაც იგი ატარებს და აწესებს ან სულაც რომლითაც ხელს უშლის აღნიშნული სექტორის განვითარებას. ზოგჯერ პოლიტიკამ შეიძლება სრულიად საპირისპირო შედეგი იქონიოს, ანუ მან შესაძლოა წითელი ზოლის როლი შეასრულოს და სერიოზული დაბრკოლებები წარმოშვას. ამდენად მიიღება სრულიად საპირისპირო შედეგები, ვიდრე ეს მიზნად იყო დასახული. მოცემულ ქვეინდექსში იზომება, თუ რამდენად არის მიღებული ქვეყნის მიერ და რამდენად ეწყობა ხელი პირდაპირი უცხოური

ინვესტიციების შემოსვლასა და მათ უცხოელ მესაკუთრებს ქვეყანაში, რამდენად კარგად არის დაცული მესაკუთრის უფლებები, დრო და ღირებულება ბიზნესის შესაქმნელად. აქ ასევე იზომება, თუ რამდენად მარტივია მოქმედი სავიზო რეჟიმი ვიზიტორებისათვის ქვეყანაში შემოსასვლელად და როგორია ორმხრივი საჰაერო ხელშეკრულების ღიაობა, რომელსაც ქვეყნის ხელისუფლება სხვა ქვეყნებთან ერთად უერთდება. აშკარაა, რომ პოლიტიკა აძლიერებს გარემოს მდგრად განვითარებას, რომელიც გადამწყვეტ როლს თამაშობს იმაში, რომ ქვეყანამ შეძლოს, გააგრძელოს და უზრუნველყოს საკუთარი ტურისტული მიმზიდველობა მომავალში. ამ პილარში იზომება თვითოეულ სახელმწიფოში ქვეყნის ხელისუფლების მიერ გატარებულ გარემოს ის მარეგულირებელი წესები, რომელიც მათ აამოქმედეს. გარდა ამისა, აღნიშნული პილარი მოიცავს რამდენიმე მნიშვნელოვან, ბუნებრივ გარემოსთან დაკავშირებულ გარემოსდაცვით შედეგებს, მათ შორის ნახშიროქსიდს, გამოსხივებას, რისკის ქვეშ მყოფი სახეობების პროცენტულობას ქვეყანაში.

ადამიანური რესურსების ხარისხი ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის ინდექსში იგი ერთ-ერთ ინდიკატორს წარმოადგენს. ჩვენთვის ცნობილია, რომ რაც უფრო მაღალია კადრის კომპეტენცია, მით უფრო იზრდება ამ აქტივის ღირებულება. აღნიშნული პილარი ითვალისწინებს ჯანდაცვისა და განათლების სფეროში მომუშავე კადრების მომზადების დონეს და ქმნის ორ სპეციალურ ქვესექტს. განათლებისა და მომზადების ქვეინდექსი ზომავს ხარისხიანი განათლების სისტემას თვითოეულ ქვეყანაში (პირველადი და საშუალო), რომლებიც საქმიანი საზოგადოების მიერ არის შეფასებული. ფორმალური განათლების სისტემის გარდა, მხედველობაში მიიღება კერძო სექტორიც, რომლებიც აქტიურად არიან ჩართულნი და უზრუნველყოფენ ადამიანური რესურსების დონის ამაღლებას, მათ შორის სპეციალური ტრენინგ მომსახურებით და ასევე კომპანიების მიერ კადრების მომზადებით. კვალიფიციური შრომის ხელმისაწვდომობის საზომი ქვეინდექსი ითვალისწინებს სამუშაო ძალის დაქირავებისა და გამოწვევის რეგულაციებსა და შეფერხებების ხარისხს ქვეყანაში, ასევე ქვეყნის შრომის შინაგან წესს, რომელიც მეტყველებს იმაზე, თუ რამდენად მარტივია უცხო სამუშაო ძალის დაქირავება ქვეყნისათვის. სწორედ ამავე პილარში

შედის სამუშაო ძალის ჯანმრთელობასთან დაკავშირებული საკითხები, მაგალითად, თუ როგორია მოსახლეობის საერთო სიცოცხლის ხანგრძლივობა ქვეყანაში.

მოგზაურობისა და ტურიზმისადმი ეროვნული დამოკიდებულება ზომავს, თუ რამდენად ღია და გახსნილია ქვეყანა და მისი საზოგადოება უცხოელი ტურისტების მიმართ. აშკარაა, რომ საერთო გახსნილობა მოსახლეობისა მოგზაურთა და უცხოელ ტურისტთა მიმართ მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობაზე. კერძოდ, ისინი ზომავენ ეროვნული მოსახლეობის ქცევას უცხოელი მოგზაურების მიმართ, ასევე, თუ რამდენად ამყარებენ მნიშვნელოვან საქმიან კონტრაქტებსა და რა სახის რეკომენდაციებს სთავაზობენ ბიზნესმენები თავიანთ ქვეყანაში დასვენებისა და მოგზაურობის მიზნით. ტურიზმის ღიაობის შეფასება ასევე (ტურიზმის ხარჯებისა და შემოსავლების პროცენტული მაჩვენებელი მშპ) გამოყენებითაც ხორციელდება.

აშკარაა, რომ ბუნებრივი რესურსები მნიშვნელოვან ფაქტორად უდევს ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობას. ქვეყნებს, რომლებმაც შეუძლიათ შესთავაზონ მოგზაურებს ხელმისაწვდომობა ბუნებრივ აქტივებთან, ამ ფაქტს აშკარა კონკურენტული უპირატესობა გააჩნია. ამ პილარში შესულია ხელისუფლების მიერ გატარებული მთელი რიგი გარემოს მიმზიდველობითი ღონისძიებები და აქტივობები, ასევე ბუნებრივი გარემოს ხარისხი, მდიდარი ფაუნა ქვეყანაში. ხდება საერთო ცნობილ ცხოველთა ჯიშებისა რაოდენობისა და ტერიტორიების დაცულობის პროცენტულობის გაზომვა.

მოგზაურობისა და ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის შეფასების 14 პილარში ქვეყნის განკარგულებაში არსებული კულტურული რესურსები მნიშვნელოვან ადგილს იკავებს, როგორც ტურიზმისა და მოგზაურობის კონკურენტუნარიანობის მამოძრავებელი მთავარი ბირთვი. აღნიშნულ პილარში იზომება ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობა (კონკრეტული ქვეყნის ძეგლთა რიცხვი, რომლებიც შესულნი არიან იუნესკოს მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ნუსხაში), სპორტული სტადიონების ადგილის მოცულობა და შესაძლებლობები, ასევე საერთაშორისო გამოფენებისა და ბაზრობების რაოდენობა ქვეყანაში.

ყველა ქვეყნის ინდექსის შედგენა ხდება რიგი პირობების შედარებით, მაშ შორის ქვეყნის კანონმდებლობის მდგრადობით, გარემოს დაცვის, ჯანდაცვის, ჰიგიენის ნორმების დაცვის, მოგზაურობისა და ტურიზმის პრიორიტეტების, საავიაციო ინფრასტრუქტურისა და სახმელეთო ტრანსპორტის ფასების, ადამიანურ და კულტურულ სიმდიდრეთა საფუძველზე. ანგარიშში აღნიშნულია, რომ გლობალური ეკონომიკური კრიზისის მძიმე პერიოდის შემდეგ ტურიზმის სფერომ აღდგენა დაიწყო და მსოფლიოს მაშტაბით 2010 წელს 5-6 %-იანი ზრდა დაფიქსირდა.

ვებ-გვერდ Trip Advisor-ის ფორუმზე, საქართველოს თემის
გარშემო დაფიქსირებული ფორუმელთა აქტივობა

	გახსნილი პოსტების რაოდენობა	მომხმარებლები
2006	17	აშშ: 6 ჩრდ.ევრ: 2 ახლ.აღმ: 2 სამხ.აზია: 1 აფრიკა: 1
2007	28	აშშ: 9 შტატი ჩრდ.აშშ: 1 ცენტ. და აღმ. ევრ: 5 დას.ევრ: 1 ჩრდ.ევრ: 2 სამხ.აღმ.აზია: 3 სამხ.აზია: 2 აფრიკა: 1
2008	36	აშშ: 8 სამხ: აშშ: 1 ცენტ. და აღ.ევრ: 3 დას.ევრო: 3

		<p>ნრდ.ევრ: 3</p> <p>ახლ.აღმ: 1</p> <p>სამ.აღმ. აზია: 1</p> <p>სამხ. აზია: 1</p> <p>აფრიკა: 1</p>
2009	51	<p>აშშ: 5</p> <p>ცენ. აღმ ევრ: 4</p> <p>დას.ევრ: 3</p> <p>ნრდ. ევრ: 1</p> <p>ახლ.აღმ: 2</p> <p>სამხ. აზია: 2</p> <p>აფრიკა: 1</p>
2010	50	<p>აშშ: 8</p> <p>ნრდ.აშშ: 1</p> <p>ცენრ. და აღმ.ევრ: 6</p> <p>დას.ევრ: 3</p> <p>ნრდ.ევრ: 4</p> <p>ახ. აღმ: 3</p> <p>სამხ.აღმ.აზ: 2</p> <p>სამხ.აზია: 2</p> <p>ოკეანეთი: 1</p>
2011	75	<p>აშშ: 12</p> <p>ნრდ.აშშ: 1</p>

		<p>სამხ.აშშ: 1</p> <p>ცენტ. და აღმ.ევრ: 7</p> <p>დას.ევრ: 6</p> <p>ჩრდ.ევრ: 5</p> <p>ახლ.აღმ: 3</p> <p>სამხ.აღმ.აზია: 3</p> <p>სამხ.აზია: 5</p> <p>ოკეან: 1</p> <p>კარბ.ზღვ.აუზ: 1</p> <p>აფრიკა: 1</p>
2012	170	<p>აშშ: 12</p> <p>ჩრდ.აშშ: 1</p> <p>ცენტ. და აღმ.ევრ: 17</p> <p>დას. ევრ: 5</p> <p>ჩრდ.ევრ: 6</p> <p>ახლ.აღმ: 5</p> <p>სამხ.აღმ.აზია: 6</p> <p>სამხ.აზია: 4</p> <p>ოკეან: 2</p> <p>აფრიკა: 4</p>
2013	244	<p>აშშ:12</p> <p>ჩრდ.აშშ: 1</p> <p>კარიბ.ზღვ.აუზი: 1</p>

		ცენტ.აღმ.ვერ: 14 დას.ვერ: 4 ჩრდ. ვერ: 5 ახლ.აღმ: 5 სამ.აღმ.აზია: 3 სამხ.აზია: 5 ოკეანეთი: 2
--	--	---