

ინოვაციები საექსკურსიო საქმიანობაში და მათი დანერგვა საქართველოში

თეონა ზოიძე
სტუ დოქტორანტი
მარინა მეტრეველი,
სტუ პროფესორი

რეზიუმე

სტატიაში საექსკურსიო ტურიზმი დახაიათებული როგორც ტურიზმის ძირითად სახეობა. განსაკუთრებულად არის ხაზგასმული, რომ დღეისათვის საექსკურსიო ტურიზმი არ კარგავს აქტუალობას და მოთხოვნადია მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში, ვინაიდან ექსკურსია ტურისტული მომსახურეობის ერთერთი პოპულარული სახეა.

სტატიის მიზანია საექსკურსიო საქმიანობაში მიღებული ყველაზე მოთხოვნადი ინოვაციების შესწავლა და განზოგადება. სტატიაში განხილულია, ჯერ ერთი, საექსკურსიო საქმიანობის ინოვაციური ფორმები; მეორე, სისტემატიზებულია საექსკურსიო პროდუქტები, მესამე, გაანალიზებულია ინოვაციური საექსკურსიო პროდუქტები; მეოთხე, - დასახულია ინოვაციური საექსკურსიო პროდუქტების საქართველოსთვის მისაღები ვარიანტები და მათი განხორციელების გზები და საშუალებები.

გაკეთებულია დასკვნა იმის შესახებ, რომ ყველაზე პერსპექტიულ ინოვაციურ პროდუქტებად დღეს შეიძლება დასახელდეს რადიო-გიდი, QR-კოდი და კვესტ-ექსკურსიები, რომელთა მიმართ ინტერესი ტურისტების მხრიდან დღეს დიდია.

საკვანძო სიტყვები: საექსკურსიო საქმიანობა, ინოვაცია, საექსკურსიო ტურისტული პროდუქტი, QR-კოდი,¹ კვესტი, კონკურენტუნარიანობა.

1 QR-კოდი (Quick Response Code — სწრაფი რეაგირების კოდი) — ორგანოზომილებიანი მეტრიკული შტრიხ-კოდი, რომელიც თავდაპირველად იყო შექმნილი იაპონიის საავტომობილო წარმოებისთვის. შტრიხ-კოდი იკითხება მონოკომპიუტერის მიერ და შეიცავს ობიექტის შესახებ ინფორმაციას. ინფორმაციის ეფექტიანი შენახვისათვის QR-კოდი იყენებს კოდირების ოთხ სტანდარტულ რეჟიმს: ციფრულს, ასოით-ციფრულს, ორმაგს და „კან-ძის“.

შესავალი

იმისათვის, რომ კონკურენტულ პირობებში შენარჩუნებულ იქნას მოთხოვნადობა, ტურისტული ინდუსტრიის სანარმოები მუდმივად უნდა ვითარდებოდნენ. ინოვაციების როლი ტურიზმში საქართველოში ჯერჯერობით სათანადოდ არ არის აღქმული, მიუხედავად იმისა, რომ ისინი კონკურენციის ერთერთ მეთოდს წარმოადგენს. ინოვაციურ პროცესს ახასიათებს სპეციფიკური თავისებურებანი, მაგრამ ისინი ეკონომიკური განვითარების საერთო კანონებს ემორჩილება. ეს ეხება ტურისტულ ბიზნესსაც და საექსკურსიო საქმიანობასაც, როგორც მის შემადგენელ ნაწილს. საექსკურსიო საქმიანობაში დანერგილი ინოვაცია ხელს უწყობს საექსკურსიო მომსახურეობის ტურისტულ ბაზარზე პრომოუშენს (წინ წაწევას), რადგანაც ისინი ქმნიან ერთი საექსკურსიო მომსახურეობის უპირატესობას სხვასთან შედარებით. ამ დროს მნიშვნელობა ენიჭება როგორც ექსკურსიამძღოლების, ისე თვით ექსკურსიის ხარისხიან მომზადებას, მისი ჩატარების ტექნიკისა და მეთოდის დაუფლებას.

ძირითადი ნაწილი

საქართველოს დიდი ისტორიულ-კულტურული პოტენციალი უსაზღვრო შესაძლებლობას ქმნის ტურისტულ-საექსკურსიო საქმიანობისათვის. სანარმოები, ქმნიან რა საექსკურსიო პროდუქტს, უნდა ავითარებდნენ საკუთარ ორიგინალურ სავაჭრო ნიშანს, მხედველობაში ღებულობდნენ სამომხმარებლო მოთხოვნილებას და მომსახურეობის დიფერენციაციის მნიშვნელობას. ახალი მარშრუტების შექმნას თან სდევს ახალი საექსკურსიო ობიექტების გაჩენა, პროდუქტისა და მისი მიწოდების ფორმებისა და მეთოდების გამრავალფეროვნება.

ექსკურსიებმა ევოლუციის ხანგრძლივი გზა განვლეს - ექსკურსიამძღოლების უბრალო მონათხრობიდან თანამედროვე 3D-რეჟიმში მიწოდებულ თეატრალიზებულ წარმოდგენებამდე. ინოვაციური საექსკურსიო საქმიანობის ინოვაციური პროცესები შეიძლება იქნას წარმოდგენილი მრავალი განსხვავებული ფორმის სახით, მათ საკუთარი ინდივიდუალური თავისებურე-

ბები ახასიათებთ, რომლებიც გავლენას ახდენს მის განვითარებაზე და, საბოლოო ჯამში, კონკურენტუნარიანობაზე.

საექსკურსიო საქმის ინოვაციურობა განიხილება, როგორც თემატიკისა და მარშრუტების ხარისხობრივად ახალი სახის მქონე საექსკურსიო პროდუქტები. ინოვაციურები შეიძლება გახდნენ ტრადიციული კლასიკური ექსკურსიებიც, მაგრამ მხოლოდ მათი სრულყოფის, ანუ მათში რაიმე სიახლის შეტანის შემდეგ. ინოვაციური პროდუქტის შემუშავებაში მონაწილეობას ღებულობენ მარკეტოლოგები, რეკლამის სპეციალისტები, მეთოდისტები, პროფესიონალი ექსკურსიამძღოლები, მეცნიერებისა და კულტურის სფეროს წარმომადგენლები.

საექსკურსიო საქმიანობის ინოვაციებად შეიძლება იქცეს:

- საექსკურსიო პროდუქტის ინოვაცია,
- ექსკურსიის ჩატარებისთვის შემუშავებული ინოვაციური ტექნოლოგია,
- ექსკურსიის ტექნიკური ინოვაცია,
- მარკეტინგისა და მართვის ინოვაცია,
- პერსონალური ინოვაცია (მაგალითად, ექსკურსიამძღოლის გარეგნული იერსახე, ანდა ექსკურსიის ჩატარების სტილი და სხვა).

მომხმარებლებისათვის შეთავაზებული ექსკურსიების მრავალფეროვნება დღეს მართლაც გასაოცარია. ოცი-ოცდაათი წლის წინ ამას შოკიც კი შეიძლება გამოეწვია ტურისტებს შორის. მაგრამ თანამედროვე ტურისტები უკვე ვეღარ კმატოვდებიან მხოლოდ ტრადიციული და თემატური ექსკურსიებით. საექსკურსიო პროდუქტის ინოვაციები მოიცავენ მისტიკური ადგილების დათვალიერებას, დიდი ომების, მკვლელობებისა თუ სიკვდილით დასჯის ადგილების მონახულებას, ბუნებრივი და ტექნოგენური კატასტროფების ადგილების ნახვას, ანუ გაზრდილია ინტერესი მინისქვეშეთების, ლაბირინთების, ციხეების, ძველი სატუსაღოების, ძველი ტექნიკისა და იარაღის საცავი არსენალების და მსგავსი ობიექტების მიმართ; გარდა ამისა, დიდი მოთხოვნილებაა რომანტიკული მარშრუტების, ღია ცის ქვეშ მოწყობილი მუზეუმების (ე.წ. სკანსენების), ისტორიული

და საომარი რეკონსტრუქციების მიმართაც.

ძალზე პოპულერულია დღეს ექსკურსიის ჩატარების ინტერაქტიური და ანიმაციური მეთოდები, როცა ექსკურსანტები არა მარტო უსმენენ ექსკურსიამძღოლს, არამედ აქტიურ მონაწილეობას ღებულობენ მის ჩატარებაში.

ინოვაციების დიდი ნაწილი ეხება ექსკურსიის ჩატარების ფორმებსა და მეთოდებს - მასტერ-კლასების ანდა თამაშის ელემენტების შემცველ, კოსტუმირებულ, თეატრალიზებულ ანდა ანიმაციურ ექსკურსიებს, ექსკურსია-გარბენებს, ველო და სიგვეი-ექსკურსიებს, ვირტუალურსა და 3D რეჟიმში წარმოდგენილ სანახაობებს.

ექსკურსიის ტექნიკური ინსტრუმენტებით უზრუნველყოფის ნაწილში უნდა აღვნიშნოთ ერთ ან რამდენიმე ენოვანი რადიო-გიდი, ავტომატური GPS-ექსკურსიამძღოლი. გარდა ამისა, ცალკე უნდა გამოვყოთ ინოვაციები, რომელიც შესაძლებელს ხდის საექსკურსიო ობიექტების დამოუკიდებლად დათვალიერებასა და შესწავლას, ესენია: QR-კოდი, მობილური გზამკვლევები, ცნობარები და ონლაინ-სერვისები.

ამდენად, დღეს არსებობს ინოვაციების საკმარისი რაოდენობა, რომელთა გამოყენებაც შესაძლებელია საექსკურსიო საქმიანობაში. წარმოადგენს რა ტურისტული პროდუქტის ერთერთ ძირითად მომსახურეობას, ექსკურსია ასრულებს შემეცნებით და აღმზრდელობით ფუნქციებს, ხოლო საექსკურსიო მომსახურება კი უდიდეს როლს თამაშობს მოსახლეობის განათლების საქმეში. გარდა ამისა, ექსკურსია წარმოადგენს როგორც ტურის შემადგენელ ნაწილს, ასევე დამოუკიდებელ სერვისს, რის შედეგადაც მასზე მოთხოვნა მუდმივად იზრდება.

დღეს მსოფლიოში მოქმედებს მრავალპროფილიანი ტურისტული კომპანიების მთელი რიგი, რომლებიც სთავაზობენ მომხმარებლებს ტურისტული და საექსკურსიო მომსახურების ფართო სპექტრს. დასვენებისა და მკურნელობის გარდა, პოპულარობით სარგებლობენ საექსკურსიო პროგრამები.

გაეროსთან არსებულმა მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ 2017 წელს ჩაატარა ექსკურსიების ჩატარების არსებუ-

ლი ინოვაციური ფორმებისა და მეთოდების კვლევა, რომლის ფარგლებში გამოკითხულ იქნა წარმატებული ტურისტული საწარმოების დირექტორებისა და მენეჯერების გამოკითხვა, რომლის შეჯამებულმა შედეგებმა უჩვენა, რომ ექსკურსიების ჩატარების ინოვაციური ფორმებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებლობის მიზეზად მიიჩნევენ:

- სიახლეთა უმრავლესობის შემუშავებისა და დანერგვის სიძვირეს, რაც შესაბამისად მოქმედებს წარმოებული ტურისტული პროდუქტის თვითღირებულებაზე და ზრდის მას;

- ინოვაციური ელემენტების შემცველ ტურისტულ მომსახურებაზე მოთხოვნილების ზრდის ნელ ტემპს, რომელიც უარყოფითად მოქმედებს დაბალი ტურისტული მოთხოვნილების მქონე ქვეყნებზე და უმცირებს მათ ტურისტულ ნაკადებს.

ამასთან დაკავშირებით განვიხილოთ ინოვაციების დანერგვის რამდენიმე გზა:

1. რადიო-გიდის გამოყენება შესაძლებელია ნებისმიერი თემატური ანდა დასათვალიერებელი ექსკურსიის პროცესში, რომლებიც, როგორც წესი, არის კომბინირებული. მოწყობილობა შეიძლება იქნას გამოყენებული ავტობუსის მოძრაობის, ავტობუსიდან ჩამოსვლის, საექსკურსიო ობიექტის დათვალიერების პროცესში. მისი გამოყენება რეკომენდებულია ტურისტების დიდი ნაკადების შემთხვევაში;

2. QR-კოდის გამოყენება შესაძლებელია კვესტ-ექსკურსიის მსვლელობაში ანდა მისი შემუშავების ეტაპზე, ვინაიდან მსგავსი ექსკურსია გულისხმობს შეჯიბრებითობას და ინფორმაციის დამოუკიდებლად მონახვას, ხოლო QR-კოდი კი ინფორმაციის მიღების ყველაზე სწრაფი საშუალებაა. გარდა ამისა, უნდა აღინიშნოს, რომ QR-კოდების შემუშავება და დანერგვა ქალაქის სივრცეში ქალაქის ხელისუფალთა კომპეტენციების სფეროში შედის, ხოლო ტურისტული საწარმოების, ექსკურსიამძღოლებისა და დაინტერესებული საზოგადოების კონსოლიდირებული სწრაფვა ამ შემთხვევაში წარმოადგენს მხოლოდ დამხმარე მამოძრავებელ ძალას და არა ინიციატორს. ჩვენი აზრით, დღეს საქართველოში განთავსებული, ტურისტული ინტერესის თვა-

ლსაზრისით ყველაზე პოპულარულ ობიექტებზე უნდა დაინერგოს რამდენიმე ენოვანი (ინგლისური,ჩინური, თურქული, რუსული) QR-კოდის გამოყენება. ეს ინტერესს გამოიწვევს არა მხოლოდ ქვეყნის სტუმრებსა და ტურისტებში, არამედ თვით მოსახლეობაშიც. გარდა ამისა, არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ეს საიმიჯო ფაქტორიცაა;

3. თეატრალიზირებული და ანიმაციური ექსკურსიებისგან განსხვავებით, კვესტ-ექსკურსიის შემუშავება და დანერგვა მინიმალურ დანახარჯებს მოითხოვს, ვინაიდან მისი ჩატარების პირობას არ წარმოადგენს კოსტუმებისა და დამატებითი ადამიანური რესურსების მოზიდვა. კვესტ-ექსკურსია არის ტურისტული საექსკურსიო საქმიანობის ახალი მიმართულება, რომელიც იძლევა ექსკურსიისა და თამაშის შერწყმის შესაძლებლობას. ეს არის ექსკურსია ტრადიციული გიდეების გარეშე, რომელშიც ხდება კვესტისა და ექსკურსიის შეხამება. მისი ჩატარების პროცესში ისტორიული რეალობა ერწყმის ისტორიული პიროვნებების ბიოგრაფიებს, ისტორიულ მოვლენების, მონაცვლეობს საინტერესო თავსატეხებთან და საინტერესო გამოცანებთან.

დასკვნა

ამდენად, უკანასკნელ წლებში დაფიქსირებულია საექსკურსიო საქმიანობის ორგანიზებაში ინოვაციების დანერგვის მყარი ტენდენცია. ამასთან დაკავშირებით, საქართველოში მიზანშეწონილია ისეთი ინოვაციების გამოყენება, როგორებიცაა: რადიო-გიდი, QR-კოდი და კვესტ-ექსკურსიები, რომელთა დანერგვა გაზრდის საექსკურსიო მომსახურების ხარისხსა და კონკურენტუნარიანობას, უზრუნველყოფს ქალაქების, მხარეებისა და ქვეყნის დონეზე მიღებული შემოსავლების ზრდას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. უილ კოლდუელი. ევროპის საქალაქო ტურების 10 საუკეთესო ალტერნატივა“// „გარდიანი“, 2016, დეკემბერი.
2. დ. ბაუერსოქსი, დ. კლოსი, ო. ჰელფერიკი, ლოჯისტიკის მენეჯმენტი, მე-3 გამოცემა, ნიუ იორკი: მაკმილლანის გამომცემლობა, 2009
3. ა. ბუელი, „მოგზაურობისა და ტურიზმის ეკონომიკა“, ლონდონი, პიტმანის გამომცემლობა, 2001
4. ა. ბურკარტი, ტურიზმი: წარსული, აწმყო, მომავალი, ლონდონი, 2017
5. ჯ. ს. ჩ. ჰოლოუეი, ჩ. რობინსონი, ტურიზმის მარკეტინგი, ჰარლოუ, ლონგმანის გამომცემლობა, 2015
6. ბ. რაპპორტი, ტურიზმის სახელმწიფო სამდივნო, საფრაგეთი, 2017
7. ევროპის მოგზაურობის კომისია, ევროპული ტურიზმი 2017 - ტრენდები და პერსპექტივები (Q1/2017): <http://www.etc-corporate.org/research-intelligence>

REFERENCES:

1. Coldwell Will. “10 of the best alternative city tours in Europe” // The Guardian, 2016, December.
2. Bowersox D. J., Closs D., Helferich O.K. Logistical Management. 3ed.-N.Y.: McMillan Publishing, 2009
3. Bull A. The economics of travel and tourism. London: Pitman, 2001.
4. Burkart A., Tourism: Past, Present, Future, London, 2017.
5. Holloway J.C.Ch., Robinson Ch. Marketing for tourism. Harlow: Longman, 2015.
6. Rapport Bertry, Secretariat d'Etat au tourisme, France, 2009.
7. European Travel Commission, EUROPEAN TOURISM 2017 - TRENDS & PROSPECTS (Q1/2017): <http://www.etc-corporate.org/research-intelligence>

INNOVATIONS IN EXCURSION ACTIVITIES AND THEIR IMPLEMENTATION IN GEORGIA

Teona Zoidze

PhD Student of GTU

Marina Metreveli

Professor of GTU

RESUME

The article discusses excursion tourism, which represents the main types of tourism. The article notes, that at present it does not lose its actuality and is in demand in almost every country, because excursion is one of the popular tourist services.

The goal of the article is to generalize the most demanding innovations in excursion activities. The article reviews the first, the innovative forms of excursion activities; the second, the article systematizes the excursion products; the third, article analyzes innovative excursion products; the forth, there are some options available for Georgia to use innovative excursion products.

The article concludes that the most promising products are a radio guide, QR code and quest excursions.

Key words: excursion activity, innovation, excursion tourist product, radio guide, QR code, quest, competitiveness.