

მაია ღვინჯილია,  
საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტის  
ასოცირებული პროფესორი,  
მალხაზ ღვინჯილია,  
საქართველოს შოთა რუსთაველის  
თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის  
პროფესორი

## რეზიუმე

კულტურული ღონისძიებებისა და მათი ფასეულობების შენარჩუნება/გაუმჯობესება უზრუნველყოფს ტურისტული სექტორის პოზიტიურ აღქმას ვიზიტორთა გონებაში. მნიშვნელოვანია შინაგანი იდენტობის გაგება. კულტურული ღონისძიებების მართვის შესახებ ტურიზმის ადმინისტრაცია ასახავს განსახორციელებელი ღონისძიებების ღირებულებას. არსებული რესურსი მოიცავს კონკურენტულ უპირატესობას სხვა ტურისტულ აქტივობებთან შედარებით და მოცემული კულტურულ-ტურისტული ღირსშესანიშნაობის ძლიერ ღირებულებებს.

კულტურული ღონისძიებების ტურიზმი აღიარებულია მსოფლიოს უდიდეს და ყველაზე სწრაფად მზარდ ტურისტულ ინდუსტრიად. ადგილობრივად ორგანიზებულ კულტურულ ღონისძიებებში მაქსიმალურად უნდა იყოს უზრუნველყოფილი მოსახლეობის ჩართულობა.

კულტურა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეკონომიკაში, ვინაიდან ხორციელდება გადასვლა ინდუსტრიული წარმოებიდან კულტურულ წარმოებაზე. კულტურული ღონისძიებები და ფესტივალები უდიდეს როლს თამაშობენ ეკონომიკაში და ზოგადად ტურისტულ ინდუსტრიაში. კულტურული ღონისძიებები და მემკვიდრეობის ტურიზმი გამოიყენება როგორც ეკონომიკური განვითარების ინსტრუმენტი. იგი უზრუნველყოფს ეკონომიკური ზრდის მიღწევას მასპინძელი საზოგადოების რეგიონის გარედან მყოფი კულტურულად მოტივირებული ვიზიტორების მოზიდვით.

კულტურული ღონისძიებების როლი და ფუნქცია ტურისტების მიერ გადაწყვეტილების მიღებაში უმნიშვნელოვანესია. მიზნობრივად დაგეგმილი, დროსა და სივრცეში გაწერილი ღონისძიებების ჯაჭვი ის აუცილებელი პროგრამაა, რომელიც ტურისტ-

თა გადაწყვეტილებების მიღებაზე გადაამწყვეტ გავლენას ახდენს. ღონისძიებების მრავალფეროვნება და შესაბამისად ტურისტული ნაკადების მაღალი მაჩვენებელი რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ხელშემწყობი ფაქტორი გახდება.

## **კულტურული ღონისძიებების როლი ტურისტების გადაწყვეტილების მიღებაში**

*საკვანძო სიტყვები: ღონისძიების მენეჯმენტი, კულტურული ტურიზმი*

ტურიზმის ინდუსტრიაში ტურისტული პროდუქტის განვითარების უმთავრეს საფუძველს სამომხმარებლო ბაზარზე არსებულ პროდუქტზე მოთხოვნების არსებობა განაპირობებს. ბაზრის მარკეტოლოგიური ანალიზი ცხადყოფს, რომ ტურიზმის ცალკეულ სეგმენტზე მნიშვნელოვანია უშუალოდ ტურისტთა არჩევანი. იგულისხმება ტურისტების მიერ მიღებული გადაწყვეტილებები - მათ მიერ გაკეთებულ არჩევანს უმეტესწილად ემოციური საფუძველი აქვს, სწორედ ემოციები ახდენენ გავლენას არჩევანზე.

**ემოციური გადაწყვეტილებები: როგორ მოქმედებს ემოციები გადაწყვეტილების მიღებაზე.** ტვინი განმარტავს, რა ხდება ჩვენ ირგვლივ ჩვენი მოგონებების, აზრებისა და რწმენის მეშვეობით. კმაყოფილება ტურისტმა შეიძლება განიცადოს ადგილების მონახულებისას, ახალი კულტურის შესწავლისას. ია არ ეძებს საქონელს ან მომსახურებას, ბიზნესს ან ინდუსტრიულ ურთიერთობებს. ეს ექსკლუზიური ჯგუფი ეძებს კულტურულ გამოცდილებას.

რეგიონების უმეტესობა მიზანმიმართულად უზრუნველყოფს ტურისტების კმაყოფილების ზრდას, კულტურული ტურიზმის პროგრამის მიზნობრივი დაგეგმვის შესაბამისად. სწორედ საინტერესოდ დაგეგმილ ღონისძიებებს შეუძლიათ მეტი ტურისტის მიზიდვა. კმაყოფილი ტურისტი უფრო მეტად გამოხატავს ლოიალურ ქცევას. ის მუდმივად ეძებენ რაღაც ახალს და საინტერესოს.

არსებობს ფაქტორები, რომლებიც გავლენას ახდენენ კულტურულ პროცესებზე. ადგილობრივად ორგანიზებულ კულტურულ ღონისძიებებში მაქსიმალურად უნდა იყოს უზრუნველყოფილი ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა. თუ ტურისტებს აძლე-

ვენ უნივერსალურ ნივთებს, რომელთა მიღებაც ნებისმიერ ადგილას შეუძლიათ, რატომ ბრუნდებიან ისინი კონკრეტულ ადგილას (Alleyn-Dettmers 1997).<sup>1</sup>

ამ კვლევის ძირითადი მიზნები შემდეგია:

➤ მოიზიდავს თუ არა კულტურული ღონისძიება უფრო მეტ ტურისტს, განსაკუთრებით უცხოელ ტურისტს?

➤ შეცვლის თუ არა მათ მომავალი წლის სადღესასწაულო გეგმებს და აიძულებს თუ არა მათ განიხილონ გარკვეული რეგიონის კიდევ ერთხელ მონახულება?

➤ გაუადვილებს თუ არა ღონისძიება ტურისტს შვებულების გადაწყვეტაში?

➤ მნიშვნელოვანია თუ არა კულტურული ღონისძიებები ტურისტებისთვის, რათა გადაწყვიტონ, ეწვევიან თუ არა ქვეყანას?

➤ რამდენად მნიშვნელოვანია ადგილობრივი კულტურული ღონისძიებები ტურისტული გადაწყვეტილების მიღებისთვის, თუ ისინი ბრმად ირჩევენ გარკვეულ ადგილს?

კულტურული ღონისძიებები გარკვეული რეგიონის მარკეტინგის ერთ-ერთი ყველაზე მიღებული ფორმაა მსოფლიო მასშტაბით. ეს ღონისძიებები მოიცავს უამრავ ატრაქციონს, მათ შორის ცეკვებს, საკვებს, ტანსაცმელს და ასე შემდეგ. თითოეული ფაქტორი თავისთავად შეიძლება იყოს ინდუსტრია. ყველა თავის ნიშანს ტოვებს ტურისტების დაკმაყოფილებასა და მათი ფსიქოლოგიური მოთხოვნილებებისა და სურვილების შესრულებაში. ჩვენი მიზანია პასუხი გავცეთ მთავარ კითხვას: **რა გავლენას ახდენს კულტურული ღონისძიებების სარგებელი ტურისტების მოგზაურობის კმაყოფილებასა და ლოიალობაზე?**

კულტურული ღონისძიებების გავლენის ცოდნა ტურისტული გადაწყვეტილების მიღებაზე ადგილის ადმინისტრაციას დაეხმარება ტურიზმის რეგიონულ სექტორში ეფექტური მარკეტინგული სტრატეგიების ჩამოყალიბებაში. მნიშვნელოვანია ვიზიტორთა მოსაზრებების გაგება, ხორციელდება თუ არა ისინი მოლოდინებისა და აღქმების პარალელურად.

კულტურული ღონისძიებებისა და მათი ფასეულობების შენარჩუნება და გაუმჯობესება უზრუნველყოფს ტურისტული სექტორის პოზიტიურ დაცვას ვიზიტორთა გონებაში. პირველ რიგში, მნიშვნელოვანია შინაგანი იდენტობის გაგება. კულტურული ღონისძი-

<sup>1</sup> Alleyn-Dettmers, Tribal arts, Living, 1997.

ებების მართვის შესახებ ტურიზმის ადმინისტრაციამ უნდა ასახოს განსახორციელებელი ღონისძიებების ღირებულება. ეს უნდა ჩათვალოს სტრატეგიულ რესურსად.

ადგილობრივი კულტურული ღონისძიებების ინდუსტრიის აღორძინება, როგორც ჩანს, მთლიანობაში ტურისტული ინდუსტრიის ზრდის გასაღებია. ტურისტები იკვლევენ მოგზაურობის ახალ დონეს, რომელიც მოიცავს როგორც ფუფუნებას, ასევე გონივრულ ტურიზმს.

### **კულტურული ტურიზმი: ადგილობრივი კულტურის ხელშეწყობა უცხოელებს შორის.**

კულტურული ტურიზმი გულისხმობს ადგილობრივი კულტურის, რწმენისა და ტრადიციული ნივთების პოპულარიზაციას უცხოელებში. მათესონის (Matheson, 2005)<sup>2</sup> მიხედვით, მუსიკა და ცეკვა ყველა კულტურის განუყოფელი ნაწილია. კულტურულმა ტურიზმმა გააძლიერა ეკონომიკური აქტივობები შორეულ ქალაქებში, თემებსა და შტატებში მთელი ქვეყნის მასშტაბით. მან გახსნა შესაძლებლობების სამყარო ადგილობრივი მოსახლეობისთვის. ამგვარად, კულტურული ღონისძიებების ტურიზმი აღიარებულ იქნა მსოფლიოს უდიდეს და ყველაზე სწრაფად მზარდ ტურისტულ ინდუსტრიად. აქ მთავარია იყოთ ადგილობრივი და დაუკავშირდეთ ადგილობრივ ადათებსა და ტრადიციებს. მაკელარის (MacKellar, 2007)<sup>3</sup>

მიხედვით, ფესტივალები არიან ურთიერთობის გამბედილი ძაფები, რომლებიც აკავშირებენ ადამიანებს ორი განსხვავებული რეგიონიდან.

კულტურული მემკვიდრეობის მატერიალურ და არამატერიალურ ელემენტებს აქვთ უნიკალური მახასიათებელი, რაც შემდეგ აძლევს მათ მიმზიდველ პოტენციალს, გახდენენ ტურისტული რესურსი. ამ სუბიექტებს გაცილებით მეტი პოტენციალი აქვთ, გადაიქცნენ სარეკლამო პროდუქტად და გაიყიდონ როგორც კულტურული ტურიზმი გლობალურ არენაზე. დღეს კულტურა არის პროდუქტი, რომელიც უზრუნველყოფს გადასვლას ინდუსტრიული წარმოებიდან კულტურულ წარმოებაზე.

ჰერბერტმა აღნიშნა, რომ არ არსებობდა მემკვიდრეობის ტუ-

<sup>2</sup> Matheson, Festivity, Tourism, p. 149-163.

<sup>3</sup> Mackellar, Conventions, 2007, 2, p. 45-56.

რისტების, კულტურული ღონისძიებების ტურიზმის ან თუნდაც კულტურული ტურისტების მკაფიო განმარტება. ის ამტკიცებდა, რომ გაიზარდა კულტურული ღონისძიებების ტურიზმის რიცხვი მას შემდეგ, რაც ადამიანებმა დაიწყეს სხვა ადამიანების კულტურული პრაქტიკის უფრო ღრმა გაგება, ამავდროულად შეიძინეს ცხოვრების ახალი პერსპექტივები, ხშირად სტუმრობდნენ კულტურულ ადგილებს, ღონისძიებებსა და ფესტივალებს (ჰერბერტი, 1995).<sup>4</sup> ეს იყო კულტურული მოვლენების ზრდისა და განვითარების მთავარი მომხიბვლელი ფაქტორები და იმის შეფასებისთვის, იყო თუ არა ეს ტენდენცია მხოლოდ დროებითი, როგორც ბაზრის მოთხოვნების ცვლილება, თუ ეს იყო მნიშვნელოვანი სოციო-კულტურული ცვლილება ტურისტულ პრაქტიკაში. საჭირო იყო ადამიანების უკეთ და ღრმა გაგება, რომლებიც სტუმრობდნენ ადგილებს მხოლოდ ღირსშესანიშნაობების დასათვალიერებლად, როგორც ეს აღნიშნა იანსენ-ვერბეკემ (Jansen-Verbeke, 1996).<sup>5</sup>

ადგილობრივი და რეგიონული განვითარების პოლიტიკა გადამწყვეტ როლს ასრულებს ტურისტული ინდუსტრიის ზრდა-განვითარებაში. კულტურულ ტურიზმთან დაკავშირებული სტრატეგიების ზრდას მნიშვნელოვანი გავლენა აქვს რეგიონული განვითარების პოლიტიკაზე. ტურიზმი ყოველთვის უნდა იყოს გადამწყვეტი ფაქტორი პოლიტიკის შემუშავების დროს.

ამრიგად, კულტურული ღონისძიებების როლი და ფუნქცია ტურისტების მიერ გადაწყვეტილების მიღებაში უმნიშვნელოვანესია. მიზნობრივად დაგეგმილი, დროსა და სივრცეში გაწერილი ღონისძიებების ჯაჭვი ის აუცილებელი პროგრამაა, რომელიც ტურისტთა გადაწყვეტილებების მიღებაზე გადაწყვეტ გავლენას ახდენს. ღონისძიებების მრავალფეროვნება და შესაბამისად ტურისტული ნაკადების მაღალი მაჩვენებელი რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ხელშემწყობი ფაქტორი გახდება.

<sup>4</sup> Herbert, Tourism, 1995.

<sup>5</sup> Jansen-Verbeke, Cultural, 1996, p. 6-11.

**ბიბლიოგრაფია:**

- Alleyne-Dettmers, P. 1997, „Tribal arts: a case study of global compression in the Notting Hill Carnival“, in J. Eade. Living the global City: Globalisation as a Local Process. Routledge, London.
- Herbert, T 1995, Heritage, Tourism and Society, Mansell, Los Altos.
- Jansen-Verbeke, M 1996, „Cultural tourism in the 21st century“, World Leisure and Recreation, vol. 1 no. 5.
- Mackellar, J 2007, „Conventions, festivals and tourism: exploring the network that binds“, Journal of Convention & Event Tourism, vol. 8 no. 2.
- Matheson, C. M 2005, „Festivity and sociability: a study of a Celtic music festival“, Tourism Culture & Communication, vol. 5.

Maya Gvinjilia,

Georgian National University SEU

Associate Professor

Malkhaz Gvinjilia,

Shota Rustaveli Theatre and Film Georgia State University,

Professor

## THE ROLE OF CULTURAL EVENTS IN TOURISTS' DECISION MAKING

Abstract

*Keywords: event management, cultural tourism*

Maintaining and improving cultural events and their values will ensure a positive perception of the tourism sector in the minds of visitors. Understanding inner identity is important. On the management of cultural events The tourism administration reflects the value of the activities to be implemented. The available resources include a competitive advantage over other tourism activities and the strong values of a given cultural-tourist attraction.

Cultural event tourism is recognized as the world's largest and fastest growing tourism industry. The involvement of the local population in locally organized cultural events should be maximized.

Culture plays an important role in the economy as the transition from industrial production to cultural production takes place. Cultural events and festivals play a major role in the economy and the tourism industry in general. Cultural events and heritage tourism are used as a tool for economic development. It ensures economic growth by attracting culturally motivated visitors from outside the region of the host community.

The role and function of cultural events is crucial in the decision-making process of tourists. A chain of purposefully planned, time and space activities is an essential program that has a crucial impact on tourist decisions. The diversity of measures and, consequently, the high rate of tourist flows will become a contributing factor to the socio-economic development of the region.