



ISSN 2346-7746

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტი

Учебный университет Академии наук туризма Грузии
The Learning University of Georgia Tourism Science Academy

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემია
Академия наук туризма Грузии
Academy of Tourism Sciences of Georgia

სტუდენტთა მე-15 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია
XV международная научная студенческая конференция
XV international student scientific conference

Сборник კრებული Collected

კუთაისი ქუთაისი Kutaisi

2024

УДК 061.12:796.5(479.22)(063)

ს-323

ს-901

ISSN 2346-7746

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტი
Учебный университет Академии наук туризма Грузии
The Learning University of Georgia Tourism Science Academy

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემია
Академия наук туризма Грузии
Academy of Tourism Sciences of Georgia

სტუდენტთა მე-15 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია
XV международная научная студенческая конференция
XV international student scientific conference
Сборник კრებული Collected

Кутаиси ქუთაისი Kutaisi
2024

კონფერენციის ორგანიზატორები

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტის საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემია

საორგანიზაციო კომიტეტი

1. ცხადაძე ომარი ალექსანდრეს ძე, საქართველოს განათლების მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის პრეზიდენტი, პროფესორი
2. ლორია ლიანა ევტიხის ასული, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი
3. გიორგაძე თეიმურაზ ოთარის ძე, აკაკი წერეთლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი
4. ცხადაძე ვლადიმერ ომარის ძე, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის წევრი

საორგანიზაციო კომიტეტის წევრები

1. ცხადაძე ედიშერ გიგას ძე, ფიზიკა-მათემატიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი, პროფესორი
2. დავითულიანი ნათია დავითის ასული, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის წევრი.
3. დოღობერიძე ლუარა ვლადიმერის ასული, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის წევრი, აკადემიის დამფუძნებელი.
4. ჟორჯოლიანი ნატო ჯემალის ასული, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი.
5. კაკაურიძე ნათელა ვახტანგის ასული, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

6.კუჭაიძე ნინო ავთანდილის ასული, ფაკულტეტის დეკანი, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტის პროფესორი

7. ვაკაურიძე მარინა ვახტანგის ასული, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

Организаторы конференций

**Учебный университет Академии наук туризма Грузии
Академия наук туризма Грузии**

Организационный комитет

1.Цхададзе Омар Александрович, Академик Академии образовательных наук Грузии, Президент Академии наук туризма Грузии, профессор

2.Лория Лиана Евтихиевна, академик Академии наук туризма Грузии

3.გიორგაძე თეიმურაზ ოთაროვიჩ, государственный университет им. А.Церетели, профессор

4.Цхаდაдзе Владимир Омарович, Член Академии наук туризма Грузии.

Члены оргкомитета

1.Цхаდაძე ედიშერ გიგაევიჩ, доктор физика математических наук. Академик, Академии наук туризма Грузии, профессор.

2.Давитулиани Натиа Давитиевна. Член Академии наук туризма Грузии

3.Гогоберидзе Луара Владимировна. Член Академии наук туризма Грузии, основатель Академии.

4.ჯორჯოლიანი ნათო ჯემალიევიჩა. академик Академии наук туризма Грузии.

5.Какауридзе Натела Вахтангиевна. академик Академии наук туризма Грузии.

6.Кучаидзе Нино Автандилиевна. Декан факультета, профессор учебного университета Академии наук туризма Грузии

7. Какауридзе Марина Вахтангиевна. академик Академии наук туризма Грузии

ლანა ჟორჟოლიანი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
პროფესიული განათლების ცენტრის საბიბლიოთეკო საქმის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი - ნატო ჟორჟოლიანი

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებთა აკადემიის აკადემიკოსი

იაკობ გოგებაშვილი – სამშობლოს უანგარო მსახური

ჩვენი მაცხოვარი, იესო ქრისტე, სახარებაში ორგზის მოიხსენიება „პედაგოგად“ –ის იყო, იქნება და არის კაცობრიობის ყველაზე დიდი მასწავლებელი. მის მოვლინებამდე და მას შემდეგაც ადამიანთა აღმზრდელს შესაფერის პატივს მიაგებდა ყოველი დრო და კულტურული ერი. ამ აზრის კლასიკური გამოხატულებაა ალექსანდრე მაკედონელის სიტყვები: „მამამ სიცოცხლე მაჩუქა, ხოლო არისტოტელემ ის, რაც ამ სიცოცხლეს აზრს ანიჭებს“. საყოველთაო აღიარებით, ქართველთა უპირველესი მასწავლებელი იაკობ გოგებაშვილია. დავიწყით ყველაზე ზოგადით: – ქართველებს ოთხი უმთავრესი წიგნი გვაქვს: „ბიბლია“, „ვეფხისტყაოსანი“, „ქართლის ცხოვრება“ და „დედაენა“ – რომლის ავტორი იაკობ გოგებაშვილია;

– თბილისში დედაენის ძეგლი დგას – მსოფლიო არ იცნობს ხალხისგან სახელმძღვანელო წიგნის აღიარების მსგავს პრეცედენტს;

– იაკობს სამშობლოში მხოლოდ სახელით მოიხსენიებენ, რაც ხალხის სიყვარულის უპირველესი გამოხატულებაა;

– დაბადებიდან 100 წლისთავზე 1940 წელს, იაკობი მთაწმინდაზე, ქართველ მოღვაწეთა მთავარ პანთეონში გადაასვენეს – ასეთი პატივი მხოლოდ განსაკუთრებით გამორჩეულ ადამიანებს მიეგებათ;

– იაკობი თანამედროვე ქართული სკოლისა და განათლების ფილოსოფიის ფუძემდებელია თავის ქვეყანაში. მან დაამკვიდრა მეცნიერული პედაგოგიური კულტურა;

– ამ მოღვაწის იდეალი იყო ევროპული საქართველო და ახალი ქართველი. მან შექმნა ქართული ცნობიერების მოდელი ახალი დროისთვის და სკოლას სწორედ ამგვარი ცნობიერების ჩამოყალიბებისა და განტკიცების მისია განუსაზღვრა და დააკისრა;

იაკობმა ახალი და ძლიერი იმპულსი მისცა ქართველთა ოდინდელ იდეას – თავისუფლება საშუალებაა და არა ოდენ მიზანი. თავისუფლებას მხოლოდ ორ სხვა სიტყვასთან (გონიერებასა და ზნეობასთან) ერთად აქვს არსება და აზრი – მისი წიგნები სწორედ ამგვარი სამების მასწავლებლობაა! იაკობ გოგებაშვილზე ფიქრი, თავისთავად, მოგვააზრებინებს პასუხს კითხვაზე – ვინ არის პედაგოგი და რას ნიშნავს, ასწავლო ადამიანს? კონფუციუსის სიტყვებია: „ის ვინც წარსულის ხილვისას ჭვრეტს მომავალს, ღირსია იწოდებოდეს მასწავლებლად“. ყველა ტრაგედია დროის დანაწევრებითა და გახლჩვიტ იწყება – როდესაც წარსული, აწმყო და მომავალი შორდებიან, ადამიანები სულიერ საყრდენებს კარგავენ და ერთმანთს უპირისპირდებიან. ამიტომაც ენიჭება განსაკუთრებული მნიშვნელობა მასწავლებელს, რომელიც დროის გამამთლიანებელია. სწორედ მისი ფუნქციაა, შეიცნოს, შეინახოს და ახალ თაობას გადასცეს ცოდნა და ზნეობა. პედაგოგია ის, ვინც ფაქტს, მოვლენასა თუ საქციელს მნიშვნელობასა და სტატუსს სძენს. შეიძლება ვიღაცამ გმირობა ჩაიდინოს, სხვამ აღმოუჩინელი აღმოაჩინოს, მესამემ რაღაც არსებითად საჭირო შექმნას და ეს ყველასათვის უცნობი ან ნაკლებად მნიშვნელოვანი დარჩეს. როცა ყველაფერ ამას სახელს დაარქმევ, წიგნსა თუ მეხსიერებაში შეიტან და მასობრივი ცნობიერების კუთვნილებად აქცევ, კონკრეტული ფაქტი მხოლოდ მაშინ გახდება ღირებულება. იაკობმა ბევრი ღირებულება დაუტოვა ქართველებს.

არაფერი ისე არ აერთიანებს ერსა და სახელმწიფოს, როგორც ენა. იაკობ გოგებაშვილის დედაენა და მისი საწყისი – „აი ია“ მშობელი დედასა და პირველი მასწავლებლის ხმებთან ერთად სამუდამოდ დამკვიდრდა ყოველი ქართველის ცნობიერებაში. ეს წიგნი იყო და არის საქართველოს სხვადასხვა კუთხის ერთცნობიერ ერთობად განმტკიცების მნიშვნელობა. ამ თვალსაზრისით, იაკობი დიდი ქართველების – გრიგოლ ხანძთელის, გიორგი ათონელისა და სულხან-საბა ორბელიანის მაღალ-სულიერი საქმიანობისა და ღვაწლის ღირსეული გამგრძელებელია. აი იას წარმოთქმას სულ ერთი წამი უნდა. ეს არის წამი, რომელიც ყოველი ქართველის ცხოვრებაში დგება და არასდროს მთავრდება – საქართველოში შეიძლება ყველაფერზე დაუსრულებელად იკამათონ და ეჭვქვეშ

დააყენონ, მაგრამ დედაენის პირველ სიტყვებს ეს არასდროს ეხება. ყოველივე ზემოთქმულისა გამო, იაკობ გოგებაშვილი და მისი დედაენა საქართველოში განასახიერებენ თავად იდეას განათლებისა. სიტყვა „განათლება“ ქართულად მხოლოდ ინფორმაციის მიღებას არ ნიშნავს ადამიანში ღვთაებრივი ნათლის შემოსვლას უკავშირდება. სახელი იაკობი (სიმბოლოურია, რომ ამ სახელსაც ია იწყებს!) მიმყოფს, მიმდევარს ნიშნავს. ბიბლიის კვალობაზე, ნიშნავდა ტყუპთაგან მეორეს, მომდევნოს, შემდეგ კი ღვთის მიმყოფის მნიშვნელობა შეიძინა. „ია ია“ ღვთისკენ და საქართველოსკენ სავალი ერთი გამორჩეული გზაა ქართველებისთვის. ეს არის ყველაზე პატარა, მაგრამ, იქნებ, ქართული ცნობიერების ისტორიაში წარმოჩენილი სხვაზე ძალმოსილი შედეგრიც.

„ია“ „ია ია“. ხმოვან ასოთა, – ანის და ინის ასე წადმაუკუღმა დალაგება–გადალაგებით პირველი სიტყვის და მასთან ერთად პირველი ფრაზის ასე შეკვრა ახლა, რაღა თქმა უნდა, ადვილია. მაგრამ მისი პირველად ჟღერადობის და უდიდესი შესაძლებლობის აღმოჩენა თავდაპირველად განა ასე ადვილი იყო? რამდენი ფიქრი, რამდენი ჩხრეკა და რუღუნება იყო საჭირო, რომ ქართულ სიტყვათა ამოუწურავ საგანძურში ჩვენს დიდ იაკობს სწორედ ეს სიტყვა ეპოვნა. ამ დიდ სიმნელეს თუნდაც ის ადასტურებს, რომ მის ძებნას მან თორმეტი წელი მოანდომა. 1865 წელს პირველად გამოქვეყნებულ „ქართული ანბანის“ შემდეგ ბავშვის სულისა და მისი სამყაროს ასეთი ცოდნით, გენიალური ჩაწვდომითა და მხატვრული ტაქტით შესრულებული „დედაენა“ მხოლოდ 1867 წელს დაიბეჭდა. ამ „იის“ ნამით არის ჩვენი ქართული განედლებული.

თუ ერთის მხრივ, იაკობ გოგებაშვილისათვის ქართველი ბავშვის ცხოვრებაში გზის გაწაღდება ძალიან ძნელი საქმე იყო და თავდადებულ შრომას ითხოვდა, მეორეს მხრივ, ქართული ენის ღირსებისათვის ბრძოლა და მისი პრესტიჟის ასე ვაჟკაცურად დაცვა მაშინდელ შავზნელ ცარიზმისა და ძნელბედობის დროს ხომ კიდევ უფრო ძნელი იყო. თუ დღეს ქართველებს ჩვენის მეობით, კაცურ–კაცობით თავი მოგვაქვს და მომავალს იმედის თვალთ შევცქერით, ამ დიდ საქმეში ილიასა და აკაკის გვერდით ღვაწლი იაკობ გოგებაშვილსაც მიუძღვის.

დღევანდელი ქართული ენის ის ჟღერადობა, ფრაზის ის მოქნილობა და აზრის გამოთქმის შესაძლებლობა და ქართული სიტყვის იმ მომხიბლავ სიმარტივესთან ერთად სიღრმე და სუნთქვა ხომ იაკობ გოგებაშვილის წყალობაც არის. თავისი უბადლო სახელმძღვანელოებით, ხალხურ მოთხრობა-ლექსებით და პატრიოტულ-პედაგოგიური წერილობით ის წლების განმავლობაში მტკიცედ იდგა ჩვენი ეროვნულ-განმათავისუფლებელი იდეების სადარაჯოზე.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. დემნა შენგელაია – დედა ენა. თბ.1990წ.
2. თედო სახოკია – სამშობლოს მოამაგე და ჭირისუფალი (იაკობის სამრეკლო) 1990.
3. შოთა ძიძიგური – იაკობ გოგებაშვილი და ქართული ენა.
4. ზაქარია კიკნაძე – იაკობ გოგებაშვილის „დედა-ენა“.
5. ი. გოგებაშვილი – ქართული ანბანი და პირველი საკითხავი წიგნი, 1867წ.

ლანა ჟორჟოლიანი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
პროფესიული განათლების ცენტრის საბიბლიოთეკო საქმის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი - **ნატო ჟორჟოლიანი**
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებთა აკადემიის აკადემიკოსი

იაკობ გოგებაშვილი – სამშობლოს უანგარო მსახური რეზიუმე

არაფერი ისე არ აერთიანებს ერსა და სახელმწიფოს, როგორც ენა. იაკობ გოგებაშვილის დედაენა და მისი საწყისი – „აი ია“ მშობელი დედისა და პირველი მასწავლებლის ხმებთან ერთად სამუდამოდ დამკვიდრდა ყოველი ქართველის ცნობიერებაში. ეს წიგნი იყო და არის საქართველოს სხვადასხვა კუთხის ერთცნობიერ ერთობად განმტკიცების მნიშვნელობა.

Лана Жоржوليани

Государственный университет Акакия Церетели
Студентка библиотеки Центра профессионального образования
научный руководитель - **Нато Жоржوليани**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Якоб Гогешавили – самоотверженный слуга Родины

Резюме

Ничто так не объединяет нацию и государство, как язык. Родной язык Якоба Гогешавили и его инициалы – «Ай Я» вместе с голосами его матери и первого учителя навсегда закрепились в сознании каждого грузина. Эта книга имела и есть значение сплочения разных частей Грузии в единое целое. -мысленное единство.

Lana Zhorzoliani

Akaki Tsereteli State University
Student of the Library of the Professional Education Center
Head scientist - **Nato Zhorzholiani**
Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

Jacob Gogebashvili - a selfless servant of the motherland

Summary

Nothing unites a nation and a state like language. Yakob Gogebashvili's mother tongue and his initials - "Ai Ya", together with the voices of his mother and first teacher, were forever established in the consciousness of every Georgian. This book was and is the significance of strengthening different parts of Georgia into a single-minded unity.

თამარ ძეგისაშვილი

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ფარმაციის ფაკულტეტის II კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

უკვდავების ღერო

მსოფლიო მედიცინა დღეს დიდ ყურადღებას უთმობს ღეროვანი უჯრედების გამოყენებას. ამ თერაპიას მეცნიერთა უმრავლესობა ჩვენი საუკუნის აღმოჩენად მიიჩნევს. ღეროვანი უჯრედების თერაპია ნაციონალური ინტერესის საკითხია და მას მთავრობის მხრიდან ხელშეწყობა სჭირდება. ამ დარგის განვითარება რეალური მკურნალობაა, რადგან ამ თერაპიის ჩატარება უფრო თავია, ვიდრე ქირურგიული ჩარევა. ღეროვანი უჯრედებით მკურნალობისთვის საჭირო არ არის მრავალმილიონიანი დანადგარები ან სახსრები. მაგრამ ამ დარგის ტურიზმი სწრაფად ვერ განვითარდება, რადგან მას სჭირდება განვითარებული ინფრასტრუქტურა და სხვა ხელშემწყობი პირობა. ქვეყანაში სამედიცინო ტურიზმის განვითარება კი შექმნის უამრავ სამუშაო ადგილს და გააორმაგებს ბიუჯეტს.

უკვდევებაზე ფიქრი ადამიანის ხსენისაა. ელექსირს, რომელსაც გაახალგაზრდავება და მარადიული სიცოცხლის მინიჭება შეეძლო, „ღმერთების საკვებად“ მოიხსენიებენ მითებში. თავად ბერძნული პანთეონის ღმერთები, რომ არ მომკვდარიყვნენ, შეექცეოდნენ „ამბროსიას“, ინდოეთის ღმერთები – „ამრიტას“, ირანელები – „ჰაომას“, ხოლო ძველი ეგვიპტის პირქუშმა ღვთაებებმა უკვდავების წყაროს მისამართი იცოდნენ.

შუა საუკუნეებში უკვდავების ელექსირის ძიებამ მეცნიერული ხასიათი შეიძინა და კვლევებით ალქიმიკოსები დაკავდნენ. მათი აზრით, ოქროს მდგრადობას გარკვეული სუბსტანცია ანიჭებდა და მისი გამოყოფით შეიქმნებოდა სიცოცხლის ელექსირი. სხვადასხვა ალქიმიკოსი ამ სუბსტანციის გამოყოფას სხვადასხვა ხერხით ცდილობდა. ზოგი მას ფილოსოფიურ ქვას ეძახდა, ბევრი ამ მცდელობისთვის ინკვიზიციის

კოცონზე დაიწვა... ისტორიამ შემოგვინახა ლეგენდა კლეოპატრაზე, რომელიც გვარწმუნებს, რომ ამ ულამაზეს ქალბატონს უკვდავების ელექსირი ჰქონდა შესმული. ვინაიდან ეგვიპტის უკანასკნელმა დედოფალმა უიღბლო სიყვარულისა და ომში დამარცხების მიზეზით თავი მოიკლა, ამ ელექსირის მოქმედების ხანგრძლივობაზე ვერ ვიმსჯელებთ. რომის პაპის, ბონიფაცი მერვეს პირადი ექიმი პონტიფიკს ოქროს, მარგალიტის, საფირონის, ზურმუხტის, ლალის, ტოპაზის, თეთრი და წითელი მარჯნების, სპილოს ძვლის, სანდალოზის ხის, ირმის გულის, ამბრის და ალოეს ერთმანეთში შეზავებას, მიღებას ურჩევდა და თან ამტკიცებდა, რომ ეს ნაზავი უკვდავების წამალიაო.

თუმცა, როგორც აღმოჩნდა, ყოველივე ცოცხალის ბიოლოგიური სასრული – სიკვდილი თავად დამდგარა სიკვდილის ზღურბლთან, ვინაიდან, როგორც თანამედროვე მეცნიერები ამტკიცებენ, ადამიანის მოკვდაობის პრობლემის გადაჭრა ბიოლოგიას შეუძლია.

ამერიკელმა ფიზიკოსმა, ნობელის პრემიის ლაურეატმა ფეინმანმა ერთ–ერთ თავის გამოსვლაში განაცხადა: „თუ ადამიანი მუდმივას შექმნას მოსურვებს, ის სამყაროს ფიზიკის კანონების წინააღმდეგობას გადააწყდება. ამისგან განსხვავებით, ბიოლოგიაში არ არსებობს კანონი, რომელიც ცალკეულ ბიოლოგიური ინდივიდის სიკვდილის აუცილებლობას ამტკიცებდეს" და მართლაც, ზოგიერთი ერთუჯრედიანი ორგანიზმი უკვდავია, ვინაიდან დაყოფა და გამრავლება პრაქტიკულად უსასრულოდ შეუძლია. მრავალუჯრედიანი რთული ორგანიზმების, მათ შორის ადამიანის, უკვდავება კი ჰიპოთეზის დონეზეა შესაძლებელი. თანამედროვე მეცნიერება ადამიანის ფიზიკური სიკვდილის პრობლემის გადაჭრის საკითხში რამდენიმე მიმართულებით აწარმოებს კვლევას. უმთავრესი ძალები დაბერების წინააღმდეგაა მიმართული და ამ კვლევაში მთავარი და წამყვანი ადგილი ღერო უჯრედების აღმოცენასა და შემოდგომ შესწავლას უკავია.

ღერო უჯრედები ცოცხალი ორგანიზმის უჯრედების გარკვეული იერარქიაა, რომლებსაც ჩვეულებრივი უჯრედებისგან განსხვავებული თვისებები ახასიათებთ. კერძოდ კი, ღერო უჯრედს, დაყოფისა და გამრავლების გზით, შეუძლია დიფერენციაცია განიცადოს, ანუ გადაიქცეს

იმ ქსოვილის უჯრედად, რომლის კულტურაშიც მოთავსდება. მარტივად რომ ვთქვათ, ეს არის პირველადი უჯრედი, რომელსაც სხვადასხვა ორგანოების უჯრედებად გადაქცევა შეუძლია. ღერო უჯრედები გარკვეული ტიპის ზემოქმედების შედეგად ორგანიზმის ნებისმიერ უჯრედად – კანი, ნერვულ, სისხლის – გარდაიქმნებიან და, საჭიროების შემთხვევაში არსებულ დანაკლისს ავსებენ. ღერო უჯრედის არსებობა პირველად რუსმა ჰისტოლოგმა ალექსანდრე მაქსიმოვმა ივარაუდა. 1909 წელს მიუნჰენში, მოხსენების დროს მან ცნება „stammzelle“ შემოიღო და იგულისხმა უჯრედი, რომელიც შემდგომ, თანამედროვე გაგებით, ღერო უჯრედის ცნებით შეიცვალა.

მეოცე საუკუნის სამოცდაათიან წლებში ფრიდენშტეინმა ძვლის ტვინში აღმოაჩინა უჯრედები, რომლებსაც ნებისმიერი სხვა ქსოვილის უჯრედებად გადაქცევის უნარი შესწევდათ. ზუსტად ეს გახდა ღერო უჯრედების ეპოქის დასაბამი. ღერო უჯრედებს ორ ნაწილად ყოფენ: ემბრიონული ღერო უჯრედები და რეგიონული ღერო უჯრედები. თავდაპირველად, მეცნიერებს მიაჩნდათ, რომ ამ პირველად უჯრედებს მხოლოდ ჩანასახი შეიცავს, თუმცა მოგვიანებით აღმოჩნდა, რომ ღერო უჯრედები ზრდასრული ორგანიზმის თითქმის ყველა ორგანოშია. ეს ერთგვარი საცავია, რომლის რესურსის გამოყენებაც მაშინ ხდება, როდესაც რომელიმე ორგანო ზიანდება და აღდგენა ესაჭიროება. თუმცა ეს მექანიზმი არ ირთვება, თუ მასზე სპეციფიკური ზემოქმედება არ მოხდება. ამ ზემოქმედებას კი, თავად უჯრედის დაყოფის მექანიზმი შეიცავს.

როგორც აღვნიშნეთ, ღერო უჯრედების გარდაქმნა და შემდგომი ზრდა სხვა საჭირო უჯრედებად მისაღები ქსოვილის კულტურაშია შესაძლებელი. ამისათვის საჭიროა ღერო უჯრედები მოვათავსოთ იმ ქსოვილის გარემოში, რომლის უჯრედების მიღებაც გვსურს. სწორედ ამიტომ ალაპარაკდნენ მეცნიერები უკვდავებაზე – „დაბერდა“ ორგანო? ამოწურა რესურსი? დაავადდა? გამოვყოფთ ღერო უჯრედს, ვათავსებთ რესურსამოწურულ ორგანოში და გაახალგაზრდავებულ, „ახალშობილ“ ორგანოს ვიღებთ! ბიოლოგების განსაკუთრებული გაკვირვება და შემდგომი აღტკინება ცენტრალურ ნერვულ სისტემაში ღერო უჯრედების აღმოჩენამ გამოიწვია. როგორც ცნობილი იყო, ნერვული უჯრედები გამ-

რავლების უნარს ადრეულ სტადიაზე კარგავენ. ახალმა გარემოებამ ცხადყო, რომ ღერო უჯრედები, საჭიროების შემთხვევაში, ნერვულ უჯრედებად გარდაიქმებიან და დაზიანებას აღმოფხვრიან. ეს კი ექიმებს აფიქრებინებს, რომ ისეთი უკურნებელი ნერვული დაავადებები, როგორც ჰენტოტონი და ალცჰეიმერია, მალე უიმედოთა ნუსხიდან ამოიშლება.

დღეს ღერო უჯრედებს ინფარქტის მკურნალობისას იყენებენ: მას შემდეგ, რაც ამერიკელმა მეცნიერებმა ექსპერიმენტით დაამტკიცეს, რომ ძვლის ტვინის ღერო უჯრედები, ღორის ნაინფარქტალ გულში გადასმის შემდგომ, გულის კუნთის უჯრედებად ყალიბდება, ამ მეთოდის გამოცდა ადამიანებზე დაიწყო. ამდენად, ღერო უჯრედით ჯერ მხოლოდ ინფარქტს ებრძვიან, თუმცა სულ უფრო ხშირად გაისმის, რომ სწორედ ეს არის „უკვდავების ელექსირი“!

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საბა გეგია – ღეროვანი უჯრედები
2. ირა ჭელიძე – „ადამიანის უკვდავება“, 2010წ.
3. ღეროვანი უჯრედი – „მარადიული სიცოცხლის“ წყარო, თეკლა თევაზე, 2011წ. 26/09 „კვირის პალიტრა“.
4. ღეროვანი უჯრედი – portal.personaldata.ge
5. ლიკა კერატიშვილი, – „რა შეუძლია ღეროვან უჯრედებს“?. 2011წ. გაზ. „ყველა სიახლე“, 21/10.

თამარ ძევისაშვილი

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ფარმაციის ფაკულტეტის II კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

უკვდავების ღერო

რეზიუმე

ღერო უჯრედები ცოცხალი ორგანიზმის უჯრედების გარკვეული იერარქიაა, რომლებსაც ჩვეულებრივი უჯრედებისგან განსხვავებული თვისებები ახასიათებთ. კერძოდ კი, ღერო უჯრედს, დაყოფისა და გამრავლების გზით, შეუძლია დიფერენციაცია განიცადოს, ანუ გადაიქცეს იმ ქსოვილის უჯრედად, რომლის კულტურაშიც მოთავსდება. ღერო უჯრედით ჯერ მხოლოდ ინფარქტს ებრძვიან, თუმცა სულ უფრო ხშირად გაისმის, რომ სწორედ ეს არის „უკვდავების ელექსირი“.

Тамар Дзевисашвили

Студентка 2 курса фармацевтического факультета учебного университета

Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Нато Жоржолиани**

Академик Академии наук туризма Грузии.

стебель бессмертия

Резюме

Стволовые клетки — это определенная иерархия клеток живого организма, которые обладают свойствами, отличными от нормальных клеток. В частности, стволовая клетка путем деления и размножения может подвергнуться дифференцировке, то есть превратиться в клетку той ткани, в которую ее поместят в культуру. На данный момент стволовые клетки используются только для борьбы с инфарктами, но все чаще приходится слышать, что это «эликсир бессмертия».

Tamar Dzebisashvili

2 nd year student of the Faculty of Pharmacy, University of
Georgian Academy of Tourism Sciences

Scientific supervisor: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Georgian Academy of Tourism Sciences.

stem of immortality

Immortality Stems

Summary

Stem cells have their own position within the hierarchy of a living organism. They have important characteristics that distinguish them from other types of cells. Stem cells have so far a limited function of rejuvenating failing cardiac muscles. An increasing number of people, however, have high hopes that stem cells may soon end the pursuit for a deathdefying elixir of eternal life.

ლელა ადამია

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ფარმაციის ფაკულტეტის III კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჯორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ბერძნული და ლათინური ენების ტერმინოლოგიის არსებობა

სამედიცინო ლიტერატურაში

ლათინური ენა ინდოევროპული ოჯახის რომანულ ენათა ჯგუფს მიეკუთვნება. ამ ენაზე ათზე მეტი საუკუნის განმავლობაში იქმნებოდა მსოფლიოში ერთ-ერთ ყველაზე მდიდარი და უმნიშვნელოვანესი მხატვრული და სამედიცინო ლიტერატურა. ლათინურ ენაზე შეიქმნა სხვადასხვა თანამედროვე ტერმინოლოგია (ბოტანიკური, ბიოლოგიური, ზოოლოგიური, მიკრობიოლოგიური, ემბრიოლოგიური და სხვა). მათ შორის პირველი იყო სამედიცინო ტერმინოლოგია – საერთაშორისო ანატომიური, ჰისტოლოგიური, კლინიკური და ქიმიურ-ფარმაცევტული, რომელთა საფუძვლების შესწავლა იქნება ჩვენი ძირითადი ამოცანა.

დღეს ლათინური ენა ე.წ. მკვდარ ენათა რიცხვს განეკუთვნება, მაგრამ იგი განაგრძობს სიცოცხლს როგორც საზოგადოდ – მეცნიერების, მედიცინის, დიპლომატიის, იურისპრუდენციისა და ღვთისმსახურების ენა. ლათინური ენა გავრცელდა იტალიიდან და მოიცავდა მთელს რომის იმპერიას. ლათინური ენა, რომელიც უძველესი ეპოქის ენად არის აღიარებული, შეიქმნა ბერძნული ანბანის ბაზაზე და დამკვიდრდა მსოფლიოში არა მარტო ამ ხალხების პირადი კონტაქტების, არამედ იმ უამრავი სამეცნიერო ლიტერატურის გამო, რომელსაც ეცნობოდნენ და თარგმნიდნენ იმ პერიოდში რომაელები. რომის იმპერიის პერიოდში ბატონობდა ლათინური ენა, თუმცა ბერძნული ენა პარალელურად სკოლებში ისწავლებოდა. „ცნება ლათინური ენა, მიუხედავად კლასიკურსა და შუა საუკუნეების ლათინურს შორის მცირე განსხვავებისა, აღნიშნავს ერთ ენას, ხოლო ბერძნული ენა მოიცავს ფაქტობრივად, ორ–მეგლსა და ახალ ბერძნულს“. ბერძნული და ლათინური ენები არის დასავლეთ ევროპული კულტურის გვირგვინი. ლათინური ენა არის სამედიცინო ენა თუმცა არანაკლებ მდიდარი და მნიშვნელოვანი სამედიცინო ლიტერატურაა შექმნილი ბერძნულ ენაზე. ბერძნული სამედიცინო კულტურით იწყება ევროპული სამედიცინო კულტურის წერილობით ისტორია. ბერძნული სამედიცინო კულტურა და ტერმინოლოგია დღემდე ახდენს მნიშვნელოვან გავლენას სამედიცინო ტერმინოლოგიის განვითარებაზე. „ჩვენამდე მოღწეული უძველესი სამედიცინო ხელნაწერები ბერძნულია. მედიცინის მამა ჰიპოკრატეს პირველი ვრცელი ნაშრომია ე.წ. „ჰიპოკრატეს კრებული“, მასში შესულია ასზე მეტი სამედიცინო თხზულება, რომელიც ითვლება სამედიცინო ნაშრომებად მედიცინაში. ამ კრებულით იწყება ლექსიკოლოგიის წერილობითი ისტორია. „ჰიპოკრატეს კრებულიდან მეცნიერულმა მედიცინამ მემკვიდრეობით მიიღო საკმაოდ ბევრი დასახელება. მაგ: აკრომიონი, აპოფიზი, ბრონქი, ეგზანთემა, ეპიდემია, კომა, ნეფრიტი, ეპიდემია, პოლიპი, ქოლერა, ტიფი, ჰერპესი და სხვ“.

არისტოტელემ (382-322წ.წ. ჩვ.წ.აღ–მდე) თავისი შემოქმედებით მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა სამედიცინო–ბიოლოგიური ლექსიკის განვითარებაში. ცნობილია მისი სამედიცინო ნაშრომი „პრობლემები“, რომელშიც განხილულია მედიცინა და ფიზიოლოგიის საკითხები. მის

დამსახურებად უნდა ჩაითვალოს ისეთი სამედიცინო ტერმინების დამკვიდრება როგორებიცაა: კუჭქვეშა ჯირკვალი, ალოპეცია, აორტა, დიფრაგმა და სხვა. ელინიზმის ეპოქაში მედიცინის ცენტრი გახდა ალექსანდრია, სადაც მოხდა ალექსანდრიის სამედიცინო სკოლის ჩამოყალიბება. ამ სკოლასთან არის დაკავშირებული ჰეროფილესა და ერაზისტარტეს მოღვაწეობა. ჰეროფილეს (დაახლოებით 300-250წ.წ. – ჩვ.აღ.-მდე) მიაწერენ ჩვენს დრომდე შემორჩენილი ტერმინების შემოღებას. ესენია: პროსტატა, დიასტოლე და სისტოლა.

სამედიცინო ტერმინოლოგიის ჩამოყალიბება–განვითარებაში განსაკუთრებული როლი ითამაშა რომაელმა ენციკლოპედისტმა და ექიმმა ავლუს კორნელიუს ცელსიუსმა. მას ეკუთვნის თხზულება „მედიცინის შესახებ“ ლათინურ ენაზე. ჩვენამდე მოღწეულია მხოლოდ ნაწილი ამ ენციკლოპედიისა. ცელსიუსი ცდილობდა მოწესრიგებული სახე მიეცა ბერძნული სიტყვების ლათინიზაციის პროცესისათვის. მან უდიდესი გავლენა მოახდინა სამედიცინო ტერმინოლოგიის განვითარებაზე, მისი ლექსიკა თითქმის მთლიანად შევიდა პროფესიონალურ სამედიცინო ლექსიკონში. ცელსიუსს ეკუთვნის შემდეგი სამედიცინო ტერმინები: მუცელი, უკანა ტანი, სახსარი, ბრმა ნაწლავი, ხრტილი, კისერი, იდაყვი, თითი, ხახა, ბარძაყი, მხრის ძვალი, მრავალი სამეცნიერო ტერმინოლოგია, როგორც მედიცინისა და ლინგვისტიკის თანამკვეთი დარგი გალენთან ფიქსირდება“. კლავდიუს გალენი გამოჩენილი ექიმი, რომელიც ავტორია პირველი სამედიცინო ლექსიკონისა, „შემოიღო მრავალი ბერძნული ტერმინი, დააზუსტა ძველი სახელწოდებების მნიშვნელობები, აღადგინდა და განაახლა განმარტებები, მივიწყებული და მისი თანამედროვეებისათვის ნაკლებად გასაგები ჰიპოკრატესეული ტერმინები. „ბერძნული სამედიცინო ლექსიკის ლათინიზაციის თვალსაზრისით, საინტერესოა პოეტ ფილოსოფოსის ლუკრეციუს კარას პოემა „საგანთა ბუნების შესახებ“. აღწერდა რა ადამიანის სხეულის აგებულებას ლუკრეციუსს არ ჰყოფნიდა ლათინური სპეციალური ლექსიკური ფონდი და იყენებდა, როგორც ლიტერატურული ლათინური ენის სიტყვებს, ასევე ბერძნული ენიდან ნასესხებ ლათინიზირებულ სიტყვებს. ლუკრეციუსი იყენებდა ლათინურ ექვივალენტურ სიტყვას *vena*, ხოლო ნერვების, იოგებისა და

მეცესების აღმნიშვნელად –nervus, ბერძ. neuron ძარღვი, რომელსაც იგივე მნიშვნელობით იყენებდნენ ჰიპოკრატე და ჰეროფილე". სამედიცინო ტერმინოლოგიაში საყოველთაოდ ცნობილი ტერმინი „დიაბეტი" შემოტანა ბერძენმა ექიმმა არეტეო კაბადოკიელმა – (I ან II სს ჩვ. წ. აღ).

ბერძნული სამედიცინო ლექსიკის ლათინიზაციის პროცესმა მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა თანამედროვე სამედიცინო ტერმინოლოგიის შექმნასა და მისი პრინციპების ჩამოყალიბებაში.

დღეს კი ლათინური ენა სამედიცინო დისციპლინაში მაპროფილებელი საგანია, რამდენადაც ძირითად შინაარს შეადგენს ანატომიური, ჰისტოლოგიური, კლინიკური, ქიმიური, ფარმაცევტული ტერმინების მნიშვნელობების ახსნა და სტრუქტურული ანალიზი, რეცეპტზე მუშაობა. სასწავლო კურსის შესწავლის მანძილზე სტუდენტები სწავლობენ სამედიცინო ტერმინოლოგიის საფუძველებს, გრამატიკულ კატეგორიებს „რათა მათ გაუადვილდეთ სხვადასხვა ტერმინთა შედგენა და რაც მთავარია რეცეპტის წერა. მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოშიც რეცეპტი ლათინურად იწერება. მთავარია ქიმიურ–ფარმაცევტული ნომენკლატურის სწავლაც, ვინაიდან, იგი ხელს უწყობს სამკურნალო ნივთიერებათა, მცენარეთა და წამლების სახელწოდებათა სისტემაში გარკვევას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. გორდეზიანი რ. დანიელია. კლასიკური ფილოლოგიის შესავალი. თბ. 2004.
2. დათეშიძე ლალი „სამედიცინო ენციკლოპედიიდან". www.medgeonet. თბ. 2007წ.
3. ც. მგალობლიშვილი, ნ. ამირანაშვილი. ლათინური ენა და ლიტერატურა. თბ.2007წ.
4. ნ. გაფრინდაშვილი. ლათინური ენა და საერთაშორისო სამედიცინო ტერმინოლოგიის საფუძველები. თბ. 2007

ლელა ადამია

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ფარმაციის ფაკულტეტის III კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ბერძნული და ლათინური ენების ტერმინოლოგიის არსებობა

სამედიცინო ლიტერატურაში

რეზიუმე

ბერძნული და ლათინური ენების სამედიცინო ტერმინოლოგიის ჩამოყალიბება-განვითარებაში დიდი წვლილი შეიტანა მრავალმა ბერძენმა და რომაელმა სწავლულმა. მათ შორის ცნობილია: ჰოპოკრატეს, არისტოტელეს, ლუკრეციუს კარას, ავლუ კორნელიუს ცელსიუსისა და სხვათა შრომები. ლათინური ენის კურსის მიზანია, მოამზადოს მედიცინის დარგის სპეციალისტი, რომელსაც საშუალება ექნება სწორად გამოიყენოს სამედიცინო ტერმინოლოგია პრაქტიკაში.

Лела Адамия

Студентка 3 курса фармацевтического факультета учебного университета

Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Нато Жоржоллиани**

Академик Академии наук туризма Грузии.

**Наличие греческой и латинской терминологии в
медицинской литературе.**

Резюме

Многие греческие и римские ученые внесли большой вклад в формирование и развитие греческой и латинской медицинской терминологии. Среди них известны труды Гиппократы, Аристотеля, Лукреция Кара, Авлу Корнелия Цельсия и других. Цель курса латинского языка – подготовить специалиста в области медицины, который сможет правильно использовать медицинскую терминологию на практике.

Lela Adamia

3 rd year student of the Faculty of Pharmacy, University of Georgian Academy
of Tourism Sciences

Scientific supervisor: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Georgian Academy of Tourism Sciences.

**Existance of latin and greek terminology
in the medikal literature**

Summary

The paper deals with the problem of existing termonology of latin and greek languages in the medical literature and its importance in modern world. Medical terminology hand the great importance in Latinism of Greek language. A lot of philosophers and doctors took an active part in this process. Among them are: hipocrate Aristotelus, Lucrecius Caras, Avles Cornelius Celsius and doctorts of elite era - such as papers of Herophile and Erasistrate, those who greated and established Latin and Greek Terminology.

გიორგი ფესტვენძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საინჟინრო – ტექნიკური
ფაკულტეტის ელექტრული ინჟინერიის სპეციალობის IV კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ–ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებთა აკადემიის აკადემიკოსი

ელექტროენერგია მზის სხივებიდან

თანამედროვე სამყარო ორიენტირებულია ისეთი ტექნოლოგიები-
სა თუ პროდუქციის შექმნაზე, რომელიც გარემოს ნაკლებად დააზიანებს,
იქნება ეკოლოგიურად სუფთა და ადამიანთა საყოველთაო კეთილდღე-
ობას გააუმჯობესებს. მზის ელექტრო სადგურები ტექნოლოგიების შედე-
გად შექმნილი ეკომეგობრული დანადგარია. ის ბუნებრივ ენერგიას მო-
იხმარს, რომელიც ტრადიციული რესურსებისგან განსხვავებით, ამოუწუ-
რავია და მოსაპოვებლად განსაკუთრებულ ძალისხმევას არ საჭიროებს.
რაც მთავარია, მისი გამოყენებით არ ზიანდება გარემო და მავნე ნარ-

ჩენები არ წარმოიქმნება. პანელები, მზის სხივებს ელექტროენერგიად გარდაქმნის, რაც ადამიანებს საშუალებას აძლევს, გახდნენ ენერგო-დამოუკიდებლები და თავად გამოიმუშაონ ელექტროენერგია.

სწორედ აქედან გამომდინარე, მთელი მსოფლიოს მასშტაბით ამ პროდუქტზე მოთხოვნა დღითიდღე იზრდება. ჯანსაღი გარემოს შენარჩუნებასთან ერთად, მზის ელექტროენერგია ბევრად კომფორტულსა და მოსახერხებელს ხდის ცხოვრებას და ქმნის მომავლის ინვესტიციას, რომლის დახმარებითაც თავდაპირველი დანახარჯის შემდგომ, დროთა განმავლობაში, ელექტროენერგიის გამომუშავების ფასი საგრძნობლად მცირდება.

მზის მიერ გამოყოფილი ენერგიის სიმძლავრე 5000-ჯერ აღემატება დედამიწაზე არსებული ყველა ენერგიის წყაროს საერთო სიმძლავრეთა ჯამს და ამ ენერგიას მილიარდობით წლების მანძილზე რაიმე შესამჩნევი შემცირება არ ექნება. ყოველწლიურად მზე დაახლოებით 1,6·10¹⁸ კვტ.სთ ენერგიას გამოყოფს. მაგრამ ამ ენერგიის მხოლოდ 40% აღწევს დედამიწის ზედაპირამდე, დანარჩენი ატმოსფეროს ზედა ფენებიდან აირეკლება. მაგრამ, თუკი ამ 40% ენერგიის სრულად გამოყენებას შევძლებდით, იგი ათასჯერ აღემატებოდა ენერგიის მსოფლიო მოთხოვნილების დონეს. ამიტომ არის, რომ მეცნიერები და ინჟინრები უკანასკნელ პერიოდში ამ მიმართულებით განსაკუთრებით დიდ სამეცნიერო-კვლევითს მუშაობას ატარებენ. ეს გამოწვეულია ორი ძირითადი მიზეზით. პირველი ის არის, რომ ენერგიის ტრადიციული მარაგი ნავთობი, აირი და ქვანახშირი ბოლოს და ბოლოს უსასრულო არაა. მეორეც, ენერგეტიკული მოთხოვნილების გაზრდა თავისთავად აყენებს ეკოლოგიურ პრობლემას.

ინგლისელმა მეცნიერმა ჯ. პორტერმა, რომელსაც 1967 წელს ნობელის პრემია მიენიჭა ქიმიის დარგში, აღნიშნა: „მალე კაცობრიობის ენერგეტიკული ბალანსი შედგენილი იქნება ორი სტატიისაგან: ატომისა და მზისაგან. მაგრამ მინდა იმედი ვიქონიო, რომ კაცობრიობის პროგრესი მთლიანად მზის ხარჯზე მოხდება“. მეცნიერის უკანასკნელი შენიშვნა მხოლოდ იმასთან იყო დაკავშირებული, რომ დღევანდელი ატომური ელექტროსადგურები შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სამხედრო მიზნებისათვის, რადგან წარმოების ნარჩენები ამ შემთხვევაში შეიძლება

ატომური ბომბებისათვის ნედლეულს წარმოადგენდეს. ჯ. პორტერის აზრით, ექვსი თვის განმავლობაში მზე ენერჯის ისეთ რაოდენობას იძლევა, რომელიც ქვანახშირისა და ნავთობის მსოფლიო მარაგის ტოლია. არცთუ შორეულ მომავალში მზის „უფასო“ ენერჯია ძვირად ღირებულ წიაღისეულ სათბობს შეცვლის.

მზის სხივების ენერჯის გამოყენებისათვის ადამიანთა ყოველდღიურ ცხოვრებაში ყველაზე საინტერესო და პერსპექტიულია მზის სხივებიდან უშუალოდ ელექტროენერჯის მიღების შესაძლებლობა. ნახევრადგამტარულ მოწყობილობებს, რომლებიც სინათლის ზეგავლენით ელექტროენერჯიას იძლევიან, მზის ბატარეებს უწოდებენ. რამდენიმე განცალკევებული მზის ბატარეა წარმოქმნის ფოტოელექტრულ მოდულს. მასში თითოეული ბატარეა შეერთებულია შესაბამისი თანმიმდევრული ან პარალელური წრედებისაგან საჭირო ძაბვისა და დენის ძალის მისაღებად. მზის მოდულისაგან მიღებული ელექტრული ენერჯია წარმოადგენს მუდმივ დენს და მისი ძალა ცვალებადობას განიცდის მზის სხივების ინტენსიურობისა და მიხედვით. შესაბამისად, მზის მოდული ხშირად გამოიყენება აკუმულატორის ბატარეებთან ერთად. ეს კი საშუალებას იძლევა მიღებულ იქნეს ენერჯის სტაბილური წყარო.

ფოტოელექტრული მოდულებით გამოიმუშავებული ელექტრული ენერჯია ზოგიერთ შემთხვევებში ვერ აკმაყოფილებს მოთხოვნილებას. მოდულების მახასიათებლები (ძაბვა, დენის ძალა) მოწყობილობის კვებისათვის შეიძლება საკმარისის არ აღმოჩნდეს. ასეთ მდგომარეობაში საჭიროა რამდენიმე მოდულის თანმიმდევრული ან პარალელური შეერთება. შეიძლება შეიქმნას იმის აუცილებლობა, რომ მოწყობილობა მოდულს შეუერთდეს მხოლოდ ღამის საათებში. ამასთან დაკავშირებით აუცილებელია მოხდეს ენერჯის შენახვა; შესაძლებელია აგრეთვე საჭირო გახდეს მოდულიდან მიღებული მუდმივი დენის ცვლად დენად გარდაქმნა. ზემოთ აღნიშნული მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად ხდება მოდულის კომბინირება – იგი უერთდება მოწყობილობის სხვა ელემენტებს. მიღებულ კვანძს ეწოდება ფოტოელექტრული გენერატორი.

ფოტოელექტრული გენერატორი ხასიათდება სტრუქტურის სხვადასხვა სირთულით. მათი გამოყენების დროს საჭირო ხდება ენერჯის

დაგროვება. ამ შემთხვევაში, როგორც წესი, გამოიყენება მჟავა აკუმულატორის ბატარეები, რომელთა საიმედოობა დამოკიდებულია მათს სწორ ექსპლუატაციაზე. დამუხტვისა და განმუხტვის დროს კავშირისათვის მზის მოდულებსა და აკუმულატორების ბატარეებს შორის ჩაერთვება ელექტრონული რეგულატორი. საჭიროების შემთხვევაში შეიძლება ძაბვის ისეთი რეგულირება, რომ გარდა მჟავიანი ბატარეებისა, შეიძლება გამოყენებულ იქნეს სხვა აკუმულატორების ბატარეებიც, რომლის მიყვანა თითქმის სრულ განმუხტვამდე არ შეიძლება. ამისათვის დამუშავებულია უშიშროების ბლოკი, რომელიც ბატარეას ღრმა განმუხტვისაგან იცავს (ხდება ელექტრო- მექანიკური გამორთვა).

პრაქტიკაში ხშირად იყენებენ ისეთ მოწყობილობებს, რომლებიც ერთ ან სამფაზიანი დენით იკვებებიან. ამიტომ გენერატორებში რთავენ მუდმივი დენის გარდამქმნელებს. ფოტოელექტრონული გენერატორით მიღებული მუდმივი დენი ინვენტორით გარდაიქმნება ცვლად დენად.

მზის ფოტოელემენტები წარმატებით გამოიყენება სოფლების ელექტრიფიკაციაში, სამედიცინო დაწესებულებებში, სასოფლო ადგილებში, მთებში, სარწყავ სისტემებში წყლის ასატუმბად, სასოფლო რაიონების წყალმომარაგებაში, რადიოკავშირების სისტემებში, სტიქიური მოვლენებისა და უბედური შემთხვევების დროს სასწრაფოდ მოწყობილი კავშირგაბმულობის სისტემებში. გარდა აღნიშნულისა, მზის ბატარეებით ხდება გზებზე საშიშროების თავიდან ასაცილებლად მოწყობილი სისტემების, რკინიგზის სიგნალიზაციის, შუქურების, ნავიგაციის სასიგნალო ნიშნების, საავიაციო გამაფრთხილებელი სინათლის ნიშნების ელექტროენერგიით კვება. მზის ბატარეებს ფართოდ იყენებენ აგრეთვე ავტობუსებისა და ავტომობილების სადგომი ადგილების გასანათებლად, წყლის ხარისხისა და გარემოს მდგომარეობის კონტროლისათვის, აგრეთვე სხვადასხვა დანიშნულებისათვის.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. <https://helios.ge> – მზის პანელები
2. <https://www.homeis.ge> - როგორ მუშაობს მზის პანელები
3. energy.ge - მზის ელექტროსაფგურების მშენებლობა

გიორგი ფესტვენიძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საინჟინრო – ტექნიკური
ფაკულტეტის ელექტრული ინჟინერიის სპეციალობის IV კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი
**ელექტროენერგია მზის სხივებიდან
რეზიუმე**

საქართველოს მზის ენერჯის მიღებისა და გამოყენების საკმაოდ
მაღალი პოტენციალი აქვს. მზის ენერჯისგან მიღებული ელექტროენერ-
ჯის გამოყენება შესაძლებელია, როგორც საერთო ქსელში ჩართვით, ასე-
ვე ინდივიდუალური მოხმარებით. ჯანსაღი გარემოს შენარჩუნებასთან
ერთად, მზის ელექტროენერგია ბევრად კომფორტულსა და მოსახერ-
ხებელს ხდის ცხოვრებას და ქმნის მომავლის ინვესტიციას.

Георгий Пественидзе

Государственный университет Акакия Церетели, инженерно-технический
факультет, студент 4 курса электротехники
Научный руководитель: **Нато Жоржوليани**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Электричество от солнечного света

Резюме

Грузия имеет очень высокий потенциал получения и использования
солнечной энергии. Электричество, полученное от солнечной энергии,
можно использовать как путем подключения к общей сети, так и для
индивидуального потребления. Солнечное электричество не только под-
держивает здоровую окружающую среду, но и делает жизнь более ком-
фортной и удобной, а также создает инвестиции в будущее.

Giorgi Festvenidze

Akaki Tsereteli State University, Engineering-Technical Faculty, Electrical
Engineering 4th year student

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

Electricity from sunlight

Summary

Georgia has a very high potential of receiving and using solar energy. Electricity obtained from solar energy can be used both by connecting to the common network and by individual consumption. Along with maintaining a healthy environment, solar electricity makes life much more comfortable and convenient and creates an investment for the future.

ბიძინა კვერნაძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი ბიზნესის,სამართლისა
და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ბიზნესის

ადმინისტრირების მაგისტრი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ახალი ბრენდების პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები

ბრენდი არის ბიზნესის ერთ-ერთი ყველაზე ღირებული აქტივი, მაგრამ მიუხედავად იმისა, რომ დღესდღეობით ეს ტერმინი ძალიან ხშირად გამოიყენება, ბიზნეს ლიდერების უმეტესობას არ შეუძლია რეალურად განსაზღვროს „ბრენდი“. თუ მათ ვკითხავთ რატომ არის მათი ბრენდი ასე მნიშვნელოვანი ბიზნესის წარმატებისთვის, სამწუხაროთ ამ კითხვაზე პასუხი არ ექნებათ. როდესაც გვემის სიტყვა "ბრენდი", უმეტეს ჩვენგანს გვგონია ლოგოები, ლოზუნგები და სხვა იდენტიფიცირებადი ნიშნები. მაგრამ ეს განმარტების მხოლოდ ერთი ნაწილია. ბრენდი უფრო მეტია, ვიდრე უბრალოდ კომპანიის სახელი, ლოგო, პროდუქტი ან ფასი. ეს უფრო მეტია, ვიდრე მარკეტინგი და რეკლამა ამ საგნების გარშემო. ბრენდი არის თანმიმდევრული და ცნობადობის განცდა, რომელსაც ეს ყველაფერი იწვევს.ის ფაქტი, რომ

ბრენდები არსებითად არამატერიალურია, არ ნიშნავს რომ ისინი არ არიან უკიდურესად ღირებული ბიზნეს აქტივები. სწორედ ამიტომ მსოფლიოს ყველაზე წარმატებული კომპანიები ყოველწლიურად მილიონობით დოლარს ინვესტირებენ თავიანთი ბრენდების გასამდიერებლად.

ახალი ბრენდებისთვის ახალი პროდუქტის გამოშვება არის ამბიციური ამოცანა და სერიოზული გამოწვევა მარკეტოლოგებისთვის. ბაზარზე პირველი ნაბიჯები ლატარიის თამაშს ჰგავს: ზოგჯერ ყველაზე ფრთხილად ანალიზიც კი ვერ იწინასწარმეტყველებს მომხმარებლის რეაქციას. როგორ შეუძლიათ ბრენდებს თავიდან აიცილონ ეს სამწუხარო რეალობა? წარმატებული ბრენდინგი და კარგად შემუშავებული ბაზარზე გასვლის სტრატეგია ზოგჯერ საუკეთესო და ერთადერთი გზაა წინსვლისთვის. ამ პროცესის დროს ბრენდის წარუმატებლობას ვერავინ ამჩნევს. მხოლოდ მას შემდეგ რაც კომპანია დათმობს თავის მოხმარებლებს და ღირებულებებს, ისინი ხვდებიან, რომ წარუმატებელი აღმოჩნდა ბრენდი. ეს ჩვეულებრივ ხდება ნელა, გარკვეული პერიოდის განმავლობაში, სანამ ერთ დღეს მომხმარებლები მოულოდნელად არ იგრძნობენ თავს უცხო ბრენდის გვერდით. წარუმატებელი ბრენდი ვლინდება მრავალი გზით. ის ხდება მოძველებული. ის კარგავს აქტუალობას ბაზარზე. მომხმარებლები იბნევიან ან კარგავენ რწმენას მის მიმართ.

ახალი ბრენდის შექმნა რთული პროცესია, რადგან უწევს თავი დაიმკვიდროს ბაზარზე და კონკურენცია გაუწიოს ისეთ დიდ და ძლიერ ბრენდებს, რომლებიც წლების მანძილზე იყვნენ ამ სფეროში ჩართულნი. პირველ რიგში იმისთვის, რომ ახალი ბრენდი შესამჩნევი გახდეს უნდა გამოირჩეოდეს თავისი ორიგინალურობით, თუმცა ამავდროულად მომხმარებელმა უნდა დაინახოს ის, რომ ბრენდი მორგებულია ყველა ტიპის ადამიანზე და არ გამოარჩევს მათ რაც შეიძლება დისკრიმინაციული ნიშნით იქნას აღქმული საზოგადოებაში. მნიშვნელოვანია ბრენდის რეკლამირება, რადგან ხალხის ყურადღებას სწორედ პიარის ეს საშუალება იქცევს, ამიტომ სწორად და არა გამაღიზიანებლად უნდა იქნას კონტექსტი შერჩეული. მნიშვნელოვანია მომხმარებელს შესთავაზოს მრავალფეროვანი არჩევანი და ამავდროულად ხარისხიანი, რადგან კმა-

ყოფილი მომხმარებელი ყოველთვის ასოცირდება წარმატების გზასთან. ასევე, ახალმა ბრენდებმა მაქსიმალურად უნდა გაითვალისწინონ მომხმარებლის აზრი და მხოლოდ მოგებაზე არ იყვნენ ორიენტირებულნი, რადგან ბრენდების უმეტესობას სამწუხაროდ უნდათ ერთბაშად მიიღონ მოგება და ბრენდის ზრდა აღარ აინტერესებთ. ვფიქრობ პირველ რიგში ახალმა ბრენდებმა სამომავლო მიზნები სწორად უნდა განსაზღვრონ, ამის შემდეგ შეისწავლონ ბაზარი და მომხმარებელი, რათა აწარმოონ ის რაც იქნება მომხმარებლისთვის მიმზიდველი და ბიზნესისთვის მომგებიანი. დიდი მნიშვნელობა აქვს ლოგოსაც, სახელსაც, სლოგანსაც, შეფუთვასაც, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში უკანა ფლანგზე იწევეს. ჩემი აზრით კი სწორედ ასეთი დეტალები ქმნიან ბრენდის ვიზუალურ მხარეს.

ვფიქრობ, ახალმა ბრენდებმა რომ მიაღწიონ წარმატებას ამისათვის მნიშვნელოვანია გამოიყენონ ახალი მედია პლატფორმები, როგორცაა სოციალური მედია, რათა დაამყარონ მაღალი დონის კომუნიკაცია და კავშირი მომხმარებელთან. ბრენდები, რომლებიც ირჩევენ გამოიყენონ მხოლოდ ტრადიციული მედიის ფორმები, როგორცაა ბეჭდური ან ტელევიზია, უბრალოდ ვერ გადარჩებიან და ხელიდან გაუშვებენ შესაძლებლობას მიაღწიონ თავიანთ სამიზნე აუდიტორიას.

ბევრი კომპანია ძალიან სწრაფად ახერხებს საკუთარი ბრენდის გლობალიზაციას, ამიტომაც ისინი ვერ ახერხებენ ყოველთვის გაითვალისწინონ ყველა შესაძლო საფრთხეები და გამოწვევები, რომლებმაც შეიძლება იმოქმედოს ბრენდის იმიჯზე და განვითარებაზე. არსებობს სხვადასხვა მნიშვნელოვანი ფაქტორები, რომლებიც ახალმა ბრენდებმა უნდა გაითვალისწინონ, სანამ ისინი გადაწყვეტენ სამყაროს დაპყრობას. როგორ ჟღერს ბრენდის სახელი კონკრეტულ ენაზე? აქვს თუ არა ლოზუნგს ორმაგი მნიშვნელობა? მზად ჰყავთ თუ არა მათ კვალიფიციური მარკეტინგის გუნდი გლობალური ბრენდის გაფართოებისთვის? ბრენდის გაფართოებისას ძალიან ბევრი სამუშაოა. ბევრი კვლევა გასაკეთებელი, სანამ ბრენდის საერთაშორისო დონეზე გატანა მოხდება. სამწუხაროდ, ზოგიერთმა ბრენდმა ეს ყველაფერი მწარე გაკვეთილის ხარჯზე ისწავლა- გლობალურ ბრენდინგში ეპიკური წარუმატებლობის

გზით. მე გაგაცნობთ გლობალური ბრენდის წარუმატებლობის შემთხვევებს, რომლებიც სამწუხაროდ შეემთხვათ ყველაზე ცნობილ ბრენდებს. 1)პეპსი- პეპსის ცნობილმა სლოგანმა - "პეპსი გიბრუნებს სიცოცხლეს" ჩინეთში თარგმანისა მიიღო შემდეგი შინაარსი: „პეპსი თქვენს წინაპრებს საფლავიდან აბრუნებს“. ბუნებრივია ამ სლოგანის წაკითხვის შემდეგ არავის არ გაუჩნდებოდა პეპსის შექმნის სურვილი. 2)Mercedes-Benz-თქვენ ფიქრობთ, რომ ავტომობილის მწარმოებლებს სურთ ხაზი გაუსვან, რამდენად უსაფრთხოა მათი მანქანები, არა? როდესაც Mercedes-Benz-ი ჩინეთში გამოვიდა, მათ გამოიყენეს ბრენდის სახელი "Bensi", რაც სამწუხაროდ ნიშნავს "სწრაფად სიკვდილს". დიახ, ეს იყო ეპიკური ბრენდის მარცხი.

და ბოლოს რეკომენდაციის სახით ახალ ბრენდებს მივსთხოვ ვურჩიო, რომ მაქსიმალურად მოერგონ მომხმარებელთა მოთხოვნილებებს. იყვნენ ინოვაციურები,არ მოერიდონ სიახლეების შეთავაზებას მომხმარებლებისთვის, ამავე დროს შეთავაზებული პროდუქტი უნდა იყოს ხარისხიანი. აუცილებელია ახალმა ბრენდებმა შეინარჩუნონ მომხმარებელთა ნდობა და ასევე ფეხი აუწყონ თანამედროვე ტექნოლოგიებს. არ შეუშინდნენ სიახლეებს. არ გამოიყენონ მომხმარებელთა ნდობა ცუდი მიზნებისთვის და შეუქმნან მათ მაქსიმალური კომფორტი. სწორად განსაზღვრონ მიზნები და სამომავლო ხედვები. ჰქონდეთ ხელმისაწვდომი ფასი და ხარისხიანი პროდუქცია. იყვნენ რაც შეიძლება კრეატიულები და რაც მთავარია არ იყვნენ მხოლოდ მოგებაზე ორიენტირებულები. ვფიქრობ ეს არის ის მთავარი მამოძრავებელი ფაქტორები, რომელთა გათვალისწინებითაც ახალი ბრენდი აუცილებლად მიაღწევს წარმატებას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. <https://aris.ge> – ბრენდის შექმნა, ბრენდინგი.

ბიძინა კვერნაძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი ბიზნესის, სამართლისა
და სოციალურ მეცნიერებათა ფაკულტეტის ბიზნესის

ადმინისტრირების მაგისტრი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ახალი ბრენდების პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები

რეზიუმე

XXI საუკუნეში დროის ფაქტორმა და ადამიანებს შორის ურთიერთობების ცვლილებამ ბუნებრივია გამოიწვია, რომ რაც მნიშვნელოვანი იყო ადრე ის დღესდღეობით მოძველდა და აღარ ამართლებს. ვფიქრობ ამ საკითხის აქტუალურობა გამომდინარეობს იქედან, რომ ბრენდებს ურთიერთობა აქვთ ყველაზე მგრძობიარე კატეგორიასთან, რასაც მომხმარებელი ქვია. დღესდღეობით ჩვენს ირგვლივ გვხვდება ძალიან ბევრი ბრენდი, რომლებიც იბრძვიან ბაზრის დასაპყრობად და წარმატების მისაღწევად. ბიზნესის წარმატებისთვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესია სწორად ჩამოყალიბებული ბრენდი და ბრენდინგის პროცესი. მზარდ კონკურენტულ გარემოში ხშირად ბრენდები ვერ აღწევენ წარმატებას და უწევთ საქმიანობის შეწყვეტა. აქედან გამომდინარე სწორად განხორციელებული ბრენდინგი და ბრენდის ჩამოყალიბება ძალიან აქტუალური საკითხია, რასაც თან ახლავს მნიშვნელოვანი გამოწვევები. ბრენდები მნიშვნელოვანია, რადგან ისინი ქმნიან ღირებულებას კორპორაციებისა და ინდივიდებისთვის. ისინი ასევე უზრუნველყოფენ ბაზარზე კონკურენტულ უპირატესობას. წარმატებული ბრენდინგი ზრდის კომპანიის მომხმარებელთა ბაზას, რაც ქმნის ნდობას და სანდოობას, რაც იწვევს ბრენდის ლოიალობას. ეს ყველაფერი კომპანიას აძლევს კონკურენტულ უპირატესობას ბაზარზე და უფრო დიდ სარგებელს.

Bidzina Kvernadze

Akaki Tsereteli State University, Faculty of Business, Law and Social Sciences,
Master of Business Administration

Scientific supervisor: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Problems of new brands and ways to solve them

In the 21st century, the time factor and other changes in relationships naturally mean that what was important in the past is now obsolete and no longer justified. He thinks the relevance comes from me. Nowadays, there are so many brands around us that are fighting to conquer the market and achieve success. One of the most important factors for business success is a properly formed brand and branding process. In an increasingly competitive environment, brands often fail to succeed and have to go out of business. Therefore, properly implemented branding and brand building is a very urgent issue, accompanied by significant challenges. Brands are important because they create value for corporations and individuals. They also provide a competitive edge in the market. Successful branding increases a company's customer base, which creates trust and credibility, leading to brand loyalty. All this gives the company a competitive advantage in the market and greater benefits.

გვალა გივიკო

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე მარინა**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

საინვესტიციო გარემო საქართველოს ტურისტულ სექტორში

საინვესტიციო გარემოს სრულყოფილება ძალზე მნიშვნელოვანს ხდის არა მარტო შრომითი და მატერიალური, არამედ ფინანსური რესურსების აუცილებელ არსებობას, რომელსაც ტურიზმის განვითარების პროცესის უწყვეტობა ითხოვს. სახელმწიფოს როლი ტურისტულ სექტორში ინვესტორთა დაინტერესებაში და მათ მიმზიდველობაში, უმთავ-

რესი წინაპირობაა ტურიზმის გეგმაზომიერი და დინამიური განვითარებისათვის, მისი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის მოდერნიზაციისათვის, ტერიტორიების სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარებისათვის და საბოლოო ჯამში, რეგიონის უსაფრთხოებისათვის, რაც წარმოადგენს ქვეყნის ეკონომიკის, ცალკეული მუნიციპალიტეტების სახელმწიფო მართვის პოლიტიკისა და პრაქტიკის მნიშვნელოვან კომპონენტს. ტერიტორიების ტურისტული პოტენციალის მაქსიმალურად რეალიზაციის მიზნით, ყველაზე მნიშვნელოვანი ასპექტი, ტურისტული საქმიანობის განხორციელების ინვესტიციური ასპექტია. ინვესტიციების აქტიურად მოზიდვამ შეიძლება მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს რეგიონებში ტურიზმის ინდუსტრიის ინფრასტრუქტურის განვითარებაში.

მთავრობის მიერ ტურიზმის სექტორის წახალისების სისტემა წარმოადგენს ტურიზმთან მიმართებაში მთავრობის პოლიტიკის მიზნების რეალიზების საშუალებას. თავიდანვე მნიშვნელოვანია იმის უზრუნველყოფა, რომ ეს მიზნები ერთმანეთთან შესაბამისობაში იყოს და ინვესტირებისთვის შეთავაზებულ წახალისებას შესაბამებამდგეს. ძალიან ხშირად მთავრობა აქცენტს აკეთებს ტურიზმის ხარისხზე, ხოლო ინდუსტრიის ეფექტურობა ციფრულად იზომება. შეგვიძლია ვთქვათ, რომ უცხოურ კაპიტალს მოაქვს ახალი ტექნოლოგიები, მართვის თანამედროვე ხერხები, სხვა ბაზარზე გასვლის შესაძლებლობა და, რაც უფრო მთავარია, თვით ფინანსური სახსრები.

ფინანსური წახალისების მიზანი არის კაპიტალის გაზრდა, რათა დაარწმუნონ პოტენციური ინვესტორები, რომ ბაზრის პოტენციალი იძლევა სერიოზულ ფინანსურ პროექტებს. იქ, სადაც განვითარების პოტენციალი მაღალია, ქვეყანას შეუძლია ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერა გამოავლინოს ინვესტირების დასაცავად საჭირო პირობების შექმნით, ნებისმიერი დაბრკოლების მოხსნით, რაც მათ წინაშე დგას.

ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების დონიდან გამომდინარე, ტურიზმის განვითარების სტრატეგიულ გეგმაში უნდა ჩაიდოს სახელმწიფოს ჩარევის აუცილებლობა და მიმართულებები. ეს გამართლებულად მიიჩნევა საქართველოს შემთხვევაშიც, რადგან ქვეყნის მოსახლეობისათვის შემოსავლის ერთ-ერთი წყარო ტურიზმია. მენეჯმენტის თვალსაზრისით,

მათი განხორციელება შედარებით მარტივია. ტურიზმის სექტორი, ეკონომიკის სხვა დარგებზე მეტად უძრავი ქონების ფლობასთანაა დაკავშირებული.

ინვესტიციის სტიმულირების კიდევ ერთი ფინანსური ინსტრუმენტია კაპიტალის ინვესტიციაზე საგადასახადო შეღავათები, რომელიც არა მხოლოდ უზრუნველყოფს გადასახადების გადავადებას, არამედ ამცირებს გადასახადის ოდენობას. ხელფასების სუბსიდირების მიზანი ტურიზმში დასაქმების გაზრდაა. წარმოების სუბსიდირების ფაქტორებმა შეიძლება გავლენა მოახდინონ წარმოების ტექნოლოგიის არჩევაზე.

ეკონომიკური თვალსაზრისით, ტურიზმის, როგორც მომსახურების მიმწოდებელი ინდუსტრიის მიმზიდველობა მდგომარეობს ინვესტიციის უფრო სწრაფ უკუგებასა და მოგების თავისუფლად კონვერტირებად ვალუტაში. როგორც ვიცით ტურიზმის სექტორი ცალკე აღებული ვერ იქნება წამყვანი ქვეყნის ეკონომიკაში, ის ყველაზე მეტად მოწყვლადი დარგია და საჭიროებს სხვა სექტორების მომსახურებას. მაგალითად, სასტუმროები სარგებლობენ სამშენებლო და საყოფაცხოვრებო მომსახურების ორგანიზაციების, ბანკების, სადაზღვევო კომპანიების, კვების პროდუქტების მწარმოებელი ორგანიზაციების და ა.შ.

მნიშვნელოვანია ტურიზმის სექტორში განხორციელებული ინვესტიციების, წარმოების ზრდის დონისა და მშპ-ში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების დინამიკის შესწავლა, ინვესტიციების დაბანდებიდან მიღებული შემოსავლებისა და ხარჯების მულტიპლიკაციის ეფექტის დადგენა.

მიგვაჩნია, რომ ქვეყნის განვითარებაში ტურიზმის როლის განსაზღვრისათვის პირველ რიგში საჭიროა განისაზღვროს რამდენად არის გამოყენებული შემოდინებული ინვესტიციები ტურიზმის განვითარებისათვის. განვითარებადი ქვეყნების ტურიზმის სექტორის ინდიკატორების ანალიზის საფუძველზე ინდუქციის მეთოდის გამოყენებით გამოკვეთილია საქართველოს ტურიზმის განვითარებისათვის დამახასიათებელი ნიშნები, 10 წლიან პერიოდში გაანალიზებულია ტურიზმის სექტორის წილი მთლიან მშპ - ში და ინვესტიციების მოცულობის მიხედვით გაანგარიშებულია ინვესტიციებით გამოწვეული მულტიპლიკაციის ეფექტი.

საქართველოში ტურიზმის დარგის განვითარების შეფასებისათვის ძირითადად აღებული იქნა ერთნაირი პოლიტიკური წარსულის და ეკონომიკის სხვადასხვა ტემპით განვითარების მქონე ქვეყნების მონაცემები კერძოდ: სომხეთი, ბულგარეთი, რუმინეთი, უკრაინა, ლატვია, ესტონეთი, პოლონეთი - ამ ქვეყნების მშპ, გარდა სომხეთისა, საქართველოს მშპ-ზე თითქმის 3-ჯერ მაღალია, უფრო მეტია ესპანეთის, თურქეთის, პოლონეთის, უკრაინის მშპტურიზმის დარგის შეფასების ყველა მაჩვენებლის შესწავლამ დაადასტურა, რომ 2019 წლამდე მისი როლი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში სტაბილურად მზარდი იყო, გარდა 2013 წლისა, როდესაც ინვესტიციების გადინება მოხდა, რაც გარკვეულწილად ხელისუფლების ცვლილების შედეგი იყო.

ტურისტულ ბაზარზე ტურისტის, როგორც მომხმარებლის მიერ გაწეული ხარჯები, დარგის შემოსავალია, რომელიც წარმოების განვითარებლობის გამო გადანაწილდება სხვა ქვეყნიდან შემოტანილ პროდუქციაზე, სახელმწიფო გადასახადებსა და მომსახურების ხარჯებზე. ერთობლივი ხარჯები მთელ ეკონომიკაზე გადის. წრებრუნვაში მონაწილეობენ საოჯახო მეურნეობები, საქონლის მომწოდებლები (შიდა და გარე ბაზრებიდან), რომლებიც თვითონ ერთვებიან მასში, როგორც მომხმარებლები. ე.ი. ეკონომიკის ყველა სუბიექტი იცვლის პოზიციას მოთხოვნებიდან გამომდინარე. აშკარაა, რომ, თუ ქვეყნის შიგნით მეტი საქონელი და მომსახურება იწარმოება, ტურისტის მიერ გაწეული ხარჯი დადებითად აისახება მშპ-ზე და ტურიზმის წილი გაიზრდება.

ტურიზმის დარგის ეკონომიკაზე გარდა უცხოური ინვესტიციებისა, გავლენას ახდენს ბევრი სხვა ინდიკატორი: ექსპორტიმპორტის სალდო, რომელიც ყოველწლიურად არის უარყოფითი, სამომხმარებლო ფასები, ვიზიტორთა რაოდენობა, ქვეყნის პოლიტიკური მდგომარეობა, სამომხმარებლო ფასები და ა.შ. სწორედ აქედან გამომდინარე, ინვესტიციების ცვლილება ვერ ასახავს იგივე პროპორციით მიღებული შემოსავლების ცვლილებას. ტურიზმი განვითარებადი ქვეყნებისათვის სიღარიბის დაძლევის ერთ ერთი გზაა. მაგრამ ამის მიღწევა მხოლოდ უცხოური ინვესტიციების მოზიდვით შეუძლებელია. ტურიზმი მოწყვლა-

დია სოფლის მეურნეობის დარგთან, ენერგეტიკის სექტორთან, გზებისა და ტურისტული ობიექტების მოწესრიგებასთან.

მნიშვნელოვანია ეროვნული წარმოების პროდუქციის მიწოდება საოჯახო და სარესტორნო მომსახურებაში, მიმწოდებელთა კულისარიული გამოცდილება. კვლევის პროცესში შეზღუდული სტატისტიკური მონაცემებით დადგენილი იქნა, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარება მიღწევადია ქვეყნის ეკონომიკის სხვა დარგებთან ინტეგრაციით.

ეკონომიკაში ტურიზმის მდგრადი წვლილის განმტკიცების მიზნით, უნდა შემუშავდეს ინტეგრირებული ტურიზმის პოლიტიკა, რომელიც ფოკუსირებული იქნება პროდუქციისა და მომსახურების განვითარებაზე, ეროვნული ბრენდინგის, მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარებაზე, ბუნებრივი და სოციოკულტურული რესურსების დაცვაზე და ტურიზმის მოთხოვნისა და მიწოდების ანალიზზე.

ქვეყანაში უნდა გატარდეს ტურიზმის დარგის თანმიმდევრული პოლიტიკა, რაშიც იგულისხმება პირველ რიგში ტურიზმთან მოწყვლადი სოფლის მეურნეობის დარგის განვითარება, ინფრასტრუქტურულ პროექტებში დაბანდებული უცხოური ინვესტიციების შენარჩუნება, გაწერილი შეღავათების რეალურად გამოყენება, მომსახურე პერსონალის და საოჯახო ბიზნესის მწარმოებელთა განათლების ამაღლება.

მუდმივი კვლევების ჩატარება მულტიპლიკატორის ეფექტის შესასწავლად, რაცკარგი ინდიკატორია გაწეული ხარჯების შემოსავლებთან კორელაციის დასადგენად. კენსიანისეული მიდგომის გამოყენებით ყველა ინდიკატორთან მიმართებაში შესაძლებელი იქნება დადგინდეს დარგის განვითარების სუსტი წერტილი და არსებული რესურსები მიიმართოს მის გასაძლიერებლად.

მოკვლევით დასტურდება, რომ სუსტი წერტილია ინვესტიციების ეფექტიანად გამოყენება, ეროვნული პროდუქციის წარმოება, სამომხმარებლო ფასები და ა.შ. ყველა ინდიკატორი მნიშვნელოვანია, მაგრამ თანმიმდევრული პოლიტიკა გულისხმობს თანდათანობით მოიხსნას პრობლემები, რაც ყოველ ჯერზე ერთით ნაკლებ სუსტ წერტილს დატოვებს შეფასებაში და მეტი რესურსი მიიმართება მათ გასაძლიერებლად.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. კოჭლამაზაშვილი ლ., ქართველიშვილი ლ., ტურისტული საწარმოს მენეჯმენტი, თბ; 2013

2. სიხარულიძე დავით, ჭარაია ვახტანგ, უცხოური პირდაპირი ინვესტიციები: თეორია და საქართველოს გამოცდილება, თბ; 2018

3. ტურიზმის სექტორი საქართველოში. პოლიტიკის დოკუმენტი, USAID 2020;

https://www.pmcg-i.com/publications_file/eeff5fa053e6e522f.pdf

4. Asif Khan.....2020: Asif Khan, Sughra Bibi, Ardito Lorenzo, Jiaying Lyu, and Zaheer Udden

Babar, Sustainability, Tourism and Development in Developing Economies: A Policy Implication Perspective, 12(4).

<https://doi.org/10.3390/su12041618>

5. Bonita 2021: Bonita M. Kolb, Event Management for the Tourism and Hospitality Industries, Jul. 30th, ISBN 9780367649920

გვალა გვიკო

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე მარინა**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

საინვესტიციო გარემო საქართველოს ტურისტულ სექტორში რეზიუმე

ნაშრომში აღნიშნულია, რომ სახელმწიფოს როლი ტურისტულ სექტორში ინვესტორთა დაინტერესებაში და მათ მიმზიდველობაში უმთავრესი წინაპირობაა ტურიზმის გეგმაზომიერი და დინამიური განვითარებისათვის, მისი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის მოდერნიზაციისათვის, ტერიტორიების სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარებისათვის. საინვესტიციო გარემო ფასდება, თუ რამდენად ხელსაყრელია კაპიტალდაბანდება როგორც იდეოლოგიური, ისე პოლიტიკური და, რაც მთავარია, ეკონომიკური თვალსაზრისით.

Гвалиа Гивико

Студент 4 курса экономического факультета учебного университета
Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Марина Какауридзе**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Инвестиционная среда в туристическом секторе Грузии

Резюме

В статье отмечается, что роль государства в заинтересованности инвесторов в сфере туризма и их привлекательности является основной предпосылкой планомерного и динамичного развития туризма, модернизации его материально-технической базы, развития социальной инфраструктуры территорий. Инвестиционная среда оценивается по тому, насколько благоприятны вложения капитала с идеологической, политической и, самое главное, экономической точки зрения.

Gwalia Giviko

4 th year student of the Faculty of Economics of the Educational University of
the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Scientific supervisor: **Marina Kakauridze**
Academician of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Investment environment in the tourism sector of Georgia

Summary

The article notes that the role of the state in the interest of investors in the field of tourism and their attractiveness is the main prerequisite for the systematic and dynamic development of tourism, the modernization of its material and technical base, and the development of the social infrastructure of the territories. The investment environment is assessed by how favorable it is to invest capital from an ideological, political and, most importantly, economic point of view.

კაპანაძე თამარი

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე ნათელა**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოტენციალი საქართველოში

21-ე საუკუნეში, გლობალიზაციის ეპოქაში ტურიზმი ჩამოყალიბდა, როგორც მსოფლიო კულტურისა და ეკონომიკის მდგრადი განვითარების დარგი და განსაკუთრებული ადგილი დაიმკვიდრა გლობალურ ეკონომიკურ სტრუქტურაში. იმისათვის, რომ ტურიზმმა ეკონომიკური მოგება მოუტანოს ქალაქს, სახელმწიფოს, მისი განვითარება უნდა ატარებდეს მდგრად ხასიათს და ამავე დროს თავისი ბუნებით უნდა იყოს დამზოგავი.

ტურიზმის ინდუსტრია ხელს უწყობს შემოსავლების ზრდას, ეკონომიკის დივერსიფიკაციას, გარემოს დაცვასა და სხვადასხვა ქვეყნის კულტურათა დაახლოებას. ტურიზმი ერთადერთი დარგია, რომელსაც სწრაფი მოგება მოაქვს; იგი ის სფეროა, რომლის წყალობითაც ერთდროულად ვითარდებიან ინდუსტრიის სხვადასხვა, მაგრამ ერთმანეთთან დაკავშირებული და ერთმანეთზე დამოკიდებული დარგები.

ტურიზმის ეფექტური პოლიტიკა მოითხოვს ისეთი ღონისძიებების გატარებას, რომლებიც უზრუნველყოფს ისტორიული, რელიგიური და არქეოლოგიური ძეგლების დაცვას, მოფრთხილებას. ასევე, ინფრასტრუქტურის მშენებლობას, გზების გაყვანას, ჯანდაცვის დაწესებულებების შექმნას, სპორტულ-გამაჯანსაღებელი ცენტრების გახსნას. ყველაფერი ეს კი, საერთო ჯამში, ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს და შემოსავალს ზრდის სახელმწიფო ბიუჯეტში. ამიტომ მდგრად ტურიზმს, როგორც ეკონომიკურ დარგს, უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე, ტურიზმის მდგრადი განვითარების პირობებისა და საქართველოში ამ ასპექტებთან დაკავშირებული პრობლემების კვლევა აქტუალურია. რეგიონული საწარმოო კო-

მპლექსების მდგრადი განვითარების მიღწევა წარმოადგენს ერთიანი კონკურენტუნარიანი ნაციონალური ეკონომიკის ფორმირების საფუძველს. ეს შეეხება სახალხო მეურნეობის ყველა სფეროს, მათ შორის, ტურიზმს თავისი რთული სოციალურ-ეკონომიკური სისტემით.

აღნიშნული სისტემა კი მოიცავს სხვადასხვა კომპონენტს, მათ შორის, ადამიანურ რესურსებს, ბუნებრივ-რეკრეაციულ ობიექტებს და სხვა. ბუნებრივ გარემოსთან დაკავშირებული ტურიზმის განვითარების მოცულობები და ტემპები დამოკიდებულია ღირსშესანიშნაობებზე, ბუნებრივ-რეკრეაციული ზონების მდგომარეობაზე, ისტორიულ მემკვიდრეობასა და კულტურულ მოდელებზე. ამ რესურსებზე რაიმე სახის დამანგრეველი ზემოქმედება ამცირებს ტურისტული რეგიონების მიმზიდველობას, რაც ამართლებს ბუნებრივი და კულტურული რესურსების შენარჩუნების პროცესის სუბსიდირებას ტურისტულ ქვეყნებში.

თუმცა ტურისტულ კომპლექსს, რომელიც ფუნქციონირებს, როგორც ეკონომიკური სისტემა, შეუძლია მიიღოს მდგრადი განვითარების ვექტორი და გახდეს კონკურენტუნარიანი იმ შემთხვევაში, თუ საწყისი ინსტიტუციური სტრუქტურები სახელმწიფო ორგანოებისა და სამეურნეო სუბიექტების სახით, გაითავისებენ ტურიზმის როლის უდიდეს მნიშვნელობას ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში და დაიწყებენ მისი ტერიტორიული ქვესისტემების განვითარების ურთულესი პოლიტიკის გატარებას. ამგვარი განვითარებისთვის რეალური პირობების შექმნა საჭიროებს ახალი თეორიული და მეთოდოლოგიური მიდგომების შემუშავება-გააზრებას, ქვეყანაში ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრობლემების შესწავლის აუცილებლობას.

ტურიზმის პოზიციიდან პრობლემების შესწავლა გასული საუკუნის 70-80-იანი წლებიდან დაიწყო და ჯერ კიდევ შეუსწავლელია რიგი პრობლემებისა, რომლებიც დაკავშირებულია რეგიონებში, სახელმწიფოებში ტურიზმის მდგრად განვითარებასთან. ტურიზმის მდგრადი განვითარება ბევრი ქვეყნის პრიორიტეტული მიმართულებაა. სახელმწიფო აღიარებს ტურიზმს, როგორც მნიშვნელოვან დარგს და ხელს უწყობს მის განვითარებას, ქმნის სასურველ გარემოს ტურიზმის ფუნქციონირებისთვის, განსაზღვრავს დარგში პრიორიტეტულ მიმართულებებს, საერთა-

შორისო დონეზე რეკლამას უწევს ქვეყნის ტურისტულ პოტენციალს და ქმნის ტურისტული საქმიანობისთვის სასურველ იმიჯს.

ტურიზმი მსოფლიო ეკონომიკის წამყვანი დარგია და მსოფლიოს მთლიანი პროდუქტის 10% -ს აწარმოებს. ტურიზმის მდგრადი განვითარება გულისხმობს თანამედროვე ინსტიტუციური გარემოს ფორმირებას ბუნებრივი, კულტურული და სხვა რესურსების შენარჩუნებით მათ მუდმივ გამოყენებას მომავალში, ამასთან, საზოგადოებისთვის მოგების მოტანას. ტურიზმის რეგიონალურ დაგეგმარებას მდგრადი განვითარების პოზიციიდან გააჩნია პრიორიტეტული მნიშვნელობა. საქართველოში ეს დარგი ჯერ კიდევ განვითარების პროცესშია. ტურიზმის განვითარებისათვის საჭიროა ბუნებრივი რესურსები, რითაც საქართველო მდიდარია და ამიტომ ტურისტებისთვის მიმზიდველ ქვეყანადაა მიჩნეული.

საქართველოში ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის აუცილებლად უნდა დაიგეგმოს უფრო ეფექტური მიზნები და ამოცანები. აღსანიშნავია, რომ დღეს არსებული მონაცემთა ბაზები და ტურიზმის განვითარების არასრულყოფილი სტრატეგიული გეგმის არსებობა, სწრაფ მოგებაზე ორიენტირებული გარემოს არადამზოგავი ინფრასტრუქტურა, უსაფრთხოების ზომების უგულვებელყოფა, პროფესიული სერვისების დონის გაზრდის საჭიროება ვერ პასუხობს მდგრადი განვითარების მიზნებს. შესაბამისად კი საჭიროა ახალი მეთოდების შემუშავება, ახლებური აქტივობების დაგეგმვა, რაც ხელს შეუწყობს ინოვაციური მიდგომების შემუშავებას და აქტუალური პრობლემების გადასაჭრელად ეფექტური გზების მოძებნას.

ტურიზმის სფეროში ზედმიწევნით დაგეგმილ და დარეგულირებულ საქმიანობას შეუძლია დიდი წვლილი შეიტანოს მდგრადი განვითარების სამივე კომპონენტის (ეკონომიკური, სოციალური, ეკოლოგიური) გაუმჯობესებაში, რადგან იგი მჭიდროდაა დაკავშირებული სხვა სექტორებთან და შეუძლია უზრუნველყოს სამუშაო ადგილების შექმნა, გააფართოოს შესაძლებლობები ვაჭრობის სფეროში, ქვეყნებისათვის წარმოადგენს უცხოური ვალუტის ძირითად ან ერთ-ერთ შემოსავალს.

ბოლო 50-60 წლის განმავლობაში ტურიზმმა, სხვა სექტორებისაგან განსხვავებით, მუდმივი გაფართოება და დივერსიფიკაცია განიცადა და

გადაიქცა მსოფლიოს ეკონომიკის ერთ-ერთ ყველაზე დინამიურ და მაღალი ტემპებით განვითარებად ეკონომიკურ დარგად, რის გამოც სპეციალისტების მიერ ის აღიარებულია თანამედროვეობის ეკონომიკურ ფენომენად.

გაერთიანებული ერების ორგანიზაციის 70-ე გენერალურმა ასამბლეამ 2017 წელი ტურიზმის მდგრადი განვითარების საერთაშორისო წლად გამოაცხადა, რითაც, მსოფლიო ლიდერების აღიარებით, მსოფლიოს მდგრად განვითარებაში მან მნიშვნელოვანი ადგილი დაიმკვიდრა, როგორც ეკონომიკური, სოციალური და ეკოლოგიური სტრატეგიული მიზნების განხორციელების ერთ-ერთმა ძლიერმა ინსტრუმენტმა. ასევე, დიდია მისი როლი ქვეყნებისა და ხალხებს შორის თანამეგობრობისა თუ სხვადასხვა ცივილიზაციებში ცოდნის განვითარებაში.

2017 წლის სექტემბერში საქართველომ უმასპინძლა ტურიზმის სამეცნიერო და პრაქტიკოსი ექსპერტების ყველაზე გავლენიანი საერთაშორისო ასოციაციის AIEST-ის (დაარსდა 1951 წელს) 67-ე კონფერენციას, რომლის მიზანი იყო მსოფლიოს მდგრადი ტურიზმის ინდუსტრიის გაუმჯობესება ტურიზმის უახლესი ტენდენციებისა და განვითარების ანალიზის საფუძველზე, ამ სფეროში მოსალოდნელი პრობლემების წინასწარ განჭვრეტა და მათი გადაჭრის გზების მოძიება. კონფერენციის მუშაობისას ასევე, განხილული იყო საქართველოში ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობა და მასთან დაკავშირებული გამოწვევები, ტურიზმის მდგრადი განვითარების ბიზნეს მოდელები.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარების სტრატეგიის განხორციელებისთვის აუცილებელია ქვეყანაში დარგის სამართლებრივი რეგულაციები ხორციელდებოდეს ტურიზმისა და კურორტების შესახებ ძირითადი კანონმდებლობით, რომელიც უნდა უზრუნველყოფდეს მაქსიმალურ ლიბერალობასა და დემოკრატიულობას.

ჩვენს ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებით მიღებული კანონების, სხვადასხვა ადმინისტრაციული დებულებებისა და ნორმატიული აქტების შესრულება სავალდებულოა ტურისტულ და საკურორტო საქმიანობასთან დაკავშირებული ყველა უწყების, ფიზიკური

და იურიდიული პირისათვის. სწორედ ასეთი კომპლექსური საქმიანობა გამოიღებს შედეგს ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშეწყობაში.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. დავითაშვილი ევ., ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში, თბ. 2010
2. კოჭლამაზაშვილი ლ., ტურიზმის ბიზნესის საფუძვლები, თბ, 2014
3. მარგველაშვილი მ., ტურიზმის ეკონომიკა, თბილისი, 2018
4. რაჯებაშვილი გ., ტურიზმის განვითარება საქართველოში, თბილისი, 2018

თამარი კაპანაძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე ნათელა**
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოტენციალი საქართველოში

რეზიუმე

ნაშრომში აღნიშნულია, რომ ტურიზმის მდგრადი განვითარების კონცეფცია გათვალისწინებული უნდა იქნეს ტურიზმის დაგეგმარებაში. ამასთან აუცილებელია გამოყენებული იქნას სტრატეგიული დაგეგმარება, მოდელირება, შესაძლო უარყოფითი შედეგების თავიდან აცილების მეთოდების გათვალისწინებით. ეს ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი მოთხოვნაა ტურისტული ინდუსტრიის სამომავლო მდგრადი განვითარებისთვის.

Тамари Капанадзе

Студентка 4 курса экономического факультета учебного
университета Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Натела Какауридзе**

Академик Академии туристических наук Грузии.

Потенциал устойчивого развития туризма в Грузии

Резюме

В статье отмечается, что концепция устойчивого развития туризма должна учитываться при планировании туризма. Кроме того, необходимо использовать стратегическое планирование, моделирование с учетом методов предотвращения возможных негативных последствий. Это одно из важнейших требований для будущего устойчивого развития туристической отрасли.

Tamari Kapanadze

34 rd year student of the Faculty of Economics of the Educational
University of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Research supervisor: **Natela Kakauridze**

Academician of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

The potential of sustainable development of tourism in Georgia

Summary

The paper mentions that the concept of sustainable tourism development should be taken into account in tourism planning. In addition, it is necessary to use strategic planning, modeling, taking into account the methods of avoiding possible negative consequences. This is one of the most important requirements for the future sustainable development of the tourism industry.

Лукина А.А.

студент 1 курса факультета ветеринарной медицины и зоотехнии

Научный руководитель: **Шиленко О.В.**, канд. пед. наук, доцент

Чувашский государственный аграрный университет

ПРОЯВЛЕНИЕ ТРАВМАТИЗМА В ЛЁГКОЙ АТЛЕТИКЕ

Резюме

В статье представлен анализ проявления травматизма у занимающихся различными видами легкой атлетике. Так было выяснено, что самыми частыми травмами в лёгкой атлетике являются растяжения и разрывы одних и тех же групп мышц, а также повреждения коленного и голеностопного суставов. Задняя группа мышц бедра вместе с коленом повреждается практически в каждой дисциплине. Однако, есть и такие травмы, которые характерны только для определённой дисциплины.

MANIFESTATION OF INJURIES IN ATHLETICS

Summary

The article presents an analysis of the manifestations of injuries in those involved in various types of athletics. Thus, it was found that the most common injuries in athletics are sprains and tears of the same muscle groups, as well as damage to the knee and ankle joints. The hamstrings, along with the knee, are damaged in almost every discipline. However, there are also injuries that are typical only for a certain discipline.

ლუკინა ა.ა.

ვეტერინარიისა და ცხოველთა მეცნიერების ფაკულტეტის

I კურსის სტუდენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: **შილენკო ო.ვ.** დოცენტი.

პედ. მეცნიერებათა კანდიდატი

ჩუვაშეთის სახელმწიფო აგრარული უნივერსიტეტი

ტრავმების გამოვლინება მძლეოსნობაში

რეზიუმე

სტატიაში წარმოდგენილია დაზიანებების გამოვლინების ანალიზი მძლეოსნობის სხვადასხვა სახეობაში. გაირკვა, რომ მძლეოსნობაში ყველაზე გავრცელებული დაზიანებებია კუნთების ერთი და იგივე ჯგუფების დაჭიმვა და ტკივილი, ასევე მუხლის და ტერფის სახსრების დაზიანება. ბარძაყზე მოთ, მუხლთან ერთად, დაზიანება თითქმის ყველა დისციპლინაში. თუმცა არის დაზიანებებიც, რომლებიც დამახასიათებელია მხოლოდ გარკვეული დისციპლინისთვის.

Лёгкая атлетика на данный момент является одним из популярных видов спорта. Она включает в себя такие дисциплины, как: ходьба, бег, прыжки горизонтальные и вертикальные, толкание, метание и другие [1, 2].

Спорт является напряжённой и активной деятельностью, которая требует внимательности и аккуратности, дабы избежать возможных травм. Сейчас зачастую можно заметить, как в погоне за результатом повышаются тренировочные и соревновательные нагрузки, а условия для проведения качественной тренировки не всегда соблюдаются [4]. В таком случае, занятия не будут способствовать развитию способностей, а скорее станут источником различных проблем и травм: от лёгких растяжений до серьёзных вывихов и переломов.

Травматизм считается одной из проблем как в лёгкой атлетике, так и спорта в целом. Одной из распространённых причин травм является перегрузка сустава вследствие многократного повторения упражнений [3]. Большая часть травм бывает получена в результате человеческой ошибки в различных аспектах спорта. Причем травмы могут получить как начинаю-

щие, так и профессиональные спортсмены. Хотя относительно травм полученных на производстве, при авариях или бытовым путём, травмы лёгкой атлетики составляют меньше 5%.

Цель исследования: на основе анализа научной и специальной литературы выявить особенности травматизма у спортсменов-легкоатлетов, специализирующихся в различных дисциплинах.

Зачастую ни одно соревнование не обходится без получения травм по вине спортсмена или инвентаря. Таким образом, самыми частыми травмами в лёгкой атлетике, любой из дисциплин, являются растяжения и разрывы одних и тех же групп мышц, а также повреждения коленного и голеностопного суставов вследствие большой нагрузки на них. Задняя группа мышц бедра вместе с коленом страдает в каждой дисциплине. Верхняя группа мышц плеча в основном страдает у метателей и прыгунов в высоту. Однако, есть и такие травмы, которые характерны только для определённой дисциплины.

У спортсменов бегунов бывают особенные травмы при дистанциях с барьерами или со стартом большого количества людей. У барьеристов нередко происходят ушибы и переломы пяточных костей. Это может быть связано с неудачным прыжком, вследствие чего барьер сбивается ногой, а сам барьер должен весить не менее 10 килограмм, а для его опрокидывания нужно приложить силу равную почти 4 килограмм. Неправильное выполнение также может привести к неудачному приземлению, что может закончиться ушибом или серьёзным перелом пятки. Нередко случаются падения на старте или же после нескольких утомительных кругов, из-за которых на упавших спортсменов могут ненароком наступить, оставив равные раны и царапины от шиповок. Подобные травмы встречаются не часто, однако, характеры они в основном для бегунов [5, 6].

Метатели диска, молота и копья могут сталкиваться с усталостными переломами, которые в основном происходят с постоянным повторением одних и тех же упражнений с большой силовой нагрузкой на плечевой сустав. Вследствие чего, страдает проксимальный эпифиз плечевой кости, после перелома которого следует долгое восстановление. Помимо этого у

толкателей ядра и метателей молота встречается срыв кожного покрова с определённого участка руки или вовсе со всей ладони. У метателей срыв кожи может произойти со всей поверхности ладони из-за ручки молота и магнезии, а у толкателей срыв в основном происходит на пальцах также из-за магнезии. Чтобы предотвратить это, следует не использовать большое количество магнезии или подобных смесей, а также следить за техникой выполнения упражнения. Помимо этого у толкателей ядра зачастую встречаются микротравмы по всем суставам и костям из-за большого веса и нагрузок. Во избежание таких травм нужно внимательно следить за массой тела и нагрузками [3].

Горизонтальные прыжки в первую очередь затрагивают нижние конечности, а так же, одной их характерных травм является перенапряжение спины и усталостные переломы позвонков. Всё от разбега и до приземления затрагивает спину, повторяя одни и те же действия, даёт сильную нагрузку на спину, приводя к болям. В тройном прыжке сильно страдает голеностопный сустав от тех же чрезмерных нагрузок. Особенность тройного прыжка – три последних широких шага, при которых важно контролировать центр тяжести, дабы не сместить его, перенапрягая сустав, мышцы и связки. Это приводит как к усталостному перелому, так и к растяжениям, разрывам и защемлению.

Прыжки вертикальные затрагивают верхние конечности. При неправильной технике падения могут приводить к вывихам и переломам. В прыжках иногда встречаются травмы связанные с тем, что спортсмен не может сбавить скорость после разбега, когда передумывает прыгать. Поворот даётся трудно и если не получается, то приводит к неудачной попытке при заступе белой линии, а при невысокой высоте планки может привести к ушибам. Если же поворот удаётся сделать на скорости, то это не означает, что спортсмен не влетит в стойки для планки, у которых есть острые края, или что он не упадёт во время своего манёвра. У прыгунов с шестом могут возникнуть проблемы с неправильной техникой приземления, которые могут быть связаны или с неопытностью спортсмена или с

поломкой шеста во время прыжка. В таком случае может быть как перелом и вывих верхних конечностей, так и различных отделов позвоночника.

Таким образом, травмы нередко встречаются в легкой атлетике, причем у начинающих спортсменов. Чтобы предотвратить травмы, необходимо соблюдать меры безопасности и не форсировать подготовку.

Список литературы / References

1. Взаимосвязь специальных упражнений в легкоатлетических прыжках / А. И. Пьянзин, Н. В. Романенко, В. Б. Шпитальный [и др.] // Теория и практика физической культуры. – 2004. – № 10. – С. 33-35.

2. Легкоатлетические традиции и достижения спортсменов Чувашской Республики / А. И. Пьянзин, Н. Н. Пьянзина, Т. Н. Петрова, О. В. Шиленко // Вестник Чувашского университета. – 2018. – № 2. – С. 129-135.

3. Медведев, В. Н. Взаимосвязь параметров тренировочной нагрузки с динамикой показателей состояния квалифицированных легкоатлетов / В. Н. Медведев, А. И. Пьянзин, Н. Н. Пьянзина // Научно-методические основы физической рекреации и здорового образа жизни студенческой молодежи : Республиканский сборник научных трудов / Министерство общего и профессионального образования Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный технологический университет растительных полимеров. – Санкт-Петербург : 1998. – С. 123-128.

4. Моделирование компонентов скоростно-силовых способностей квалифицированных спортсменов в вертикальных прыжках с места / А. И. Пьянзин, Е. Е. Селиванова, В. В. Кострюков, Н. Н. Пьянзина // Актуальные проблемы физической культуры и спорта : Материалы VII международной научно-практической конференции, Чебоксары, 16 ноября 2017 года / Под ред. Г. Л. Драндрова, А. И. Пьянзина. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет им. И.Я. Яковлева, 2017. – С. 347-352.

5. Никитина, Е. В. Обучение технике легкоатлетических упражнений студентов физкультурных специальностей вуза на основе освоения ключевых поз / Е. В. Никитина, А. И. Пьянзин. – Чебоксары : Чуваш. гос. пед. ун-т, 2011. – 220 с.

6. Никитина, Е. Обучение и совершенствование техники бега на основе позного метода / Е. Никитина, Н. Романов, А. И. Пьянзин // Легкая атлетика. – 2020. – № 3-4. – С. 18-25.

ანი სალაპე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე ნათელა**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ეფექტური მენეჯმენტი და ლიდერობა

ეფექტური მენეჯმენტი იძლევა საშუალებას, რომ ორგანიზაცია იყოს წარმატებული, ხოლო მისი თანამშრომლები – კმაყოფილნი თავისი სამუშაო პირობებით. თუ ადრე შესაძლებელი იყო, დაგვეშვა განსხვავებები ლიდერობასა და მენეჯმენტს შორის, დღეისათვის ეს უკვე შეუძლებელია. საქმე იმაშია, რომ მენეჯერები ვერ იქნებიან წარმატებულნი, თუ კი არ იქნებიან კარგი ლიდერები და პირიქით, ლიდერები ვერ იქნებიან წარმატებულნი, თუ არ იქნებიან კარგი მენეჯერები.

ასეთ მენეჯერს ორგანიზაციის წარმატებული მართვის საქმეში ლიდერის უნარ-ჩვევებიდან უნდა გააჩნდეს მინიმუმ სამი თვისება მაინც. ესენია: მიზანდასახულობა და მასზე კონცენტრირება; საკუთარი შესაძლებლობების სწორი გათვლის უნარი და ადამიანური ურთიერთობების ხელოვნება.

მიზანდასახულობა და კონცენტრაცია - ეს არის ლიდერის ერთ-ერთი დამახასიათებელი თვისება, რომელიც დაეხმარება მომავალ მენეჯერს წარმატების მიღწევის საქმეში. ისინი შეგვეძლო ცალ-ცალკე წარმოგვედგინა სხვადასხვა თვისებების სახით, მაგრამ უკეთესია მათი გაერთიანება. მიზანდასახულობა ეს არის მიზნის სწორად განსაზღვრის და გათვლის უნარი. ხოლო კონცენტრაცია ეს არის მიზნისკენ სწრაფვის სურვილი და ენერჯია, რომელიც შეიძლება გამოიყოს ამ მომენტში. წარმატებისკენ მსვლელობის დროს მომავალ ლიდერს შეიძლება შეხვდეს და ექნება კიდევ მრავალი დაბრკოლება. მაგრამ მან არ უნდა დაკარგოს მიზნისკენ სწრაფვის სურვილი და არ უნდა და-

იწყოს ფიქრი, უფრო პატარა და მისაწვდომ მიზნებზე. მიზანი და საბოლოო შედეგი ვერ მოძებნის მენეჯერს, პირიქით მენეჯერმა უნდა გადადგას მისკენ ნაბიჯები. თანამედროვე მენეჯერმა უნდა ისწავლოს დროის რაციონალური განაწილება და ენერჯის შენახვაც, რათა მთელი ერთი თვის რესურსი ერთ დღეში არ „დაწვას“ და დანარჩენი დრო „ენერჯის აღდგენის“ სადგურების ძებნაში გაატაროს. ამაში მას დაეხმარება სწორედ მიზანდასახულობა და მასზე კონცენტრაცია.

წარმატებული მენეჯერები არ არიან დონორების მოძლიერებულ პიროვნებები. ისინი ყოველთვის კონცენტრირებულია საკუთარი გეგმების შესრულებაზე და სათანადო რესურსებსაც თვითონვე პოულობენ. შეიძლება ითქვას, რომ კონცენტრაცია და მიზანმიმართულობა მენეჯერებს ეხმარება არ გაჩერდეს ცალკეულ მიღწევებზე. ის არის ყველაზე დიდი ბიძგი დიდი მიზნებისკენ. თუმცა კონცენტრაცია არ გულისხმობს ზედმეტ დარწმუნებას საკუთარ ძალებში. ეს არის კონცენტრაციის გადატანა შენს შესაძლებლობებზე.

საკუთარი შესაძლებლობები. შესაძლებლობები არ არის მხოლოდ ის, რისი გაკეთებაც შეგვიძლია, არამედ ეს არის უნარი პასუხი აგო შენს წარმატებულ ან ნაკლებად წარმატებულ ნაბიჯებზე. შესაძლებლობები არის, შეაფასო მდგომარეობა და გამოავლინო თავი შენი საუკეთესო მხრიდან. მოვიყვანოთ ასეთი მარტივი მაგალითი. ფეხების არსებობა თავისთავად ადამიანს არ აძლევს საშუალებას გაუსწროს სირბილში სხვა ადამიანს. საქმე იმაშია, რომ იმ ადამიანსაც იგივე წარმატებით შეუძლია გამოიყენოს მისი ფეხები და თანაც სირბილისთვის. მთავარია, თუ რამდენად არსებობს ადამიანში სურვილი - ირბინოს სხვა ადამიანებზე სწრაფად. ბუნებრივია, მისი განხორციელებისათვის საჭიროა, რომ პიროვნება იყოს სპორტულად მომზადებული, გაჩნდეს ფიზიკურად ძლიერი, იყოს კონცენტრირებული საკუთარი აღნაგობის დახვეწაზე, რათა შეძლოს სხვა ადამიანის გასწრება. ანუ, შესაძლებლობა არის გამოცდილების, ცოდნის მსგავსი ცნება, რომელიც პიროვნებას წარმოაჩენს წარმატებულ, წინმსწრებ ადამიანად.

თუ, პიროვნებას აქვს შესაძლებლობა, გახდეს მილიონერი, მასსადაამე, მან იცის როგორ იშოვოს ეს თანხა. და თუ ადამიანმა ერ-

თხელ იშოვა მილიონი, მას ყოველთვის აქვს შანსი მეორე მილიონის საშოვნელად. საერთოდ კი, წარმატება წარმატებაზე ილექება და არა წარუმატებლობაზე. არ შეიძლება ისეთი შესაძლებლობის ხელიდან გაშვება, რომელიც ახალ შესაძლებლობებს წარმოშობს. ერთი შესაძლებლობა, რომელიც მოვიდა და არსებობს, არის მაგალითად წვიმა, რომელმაც ნიადაგი დაალბო და დასამუშავებლად ადვილი გახადა. მაგრამ საჭიროა ნიადაგზე დამატებითი მუშაობა, რათა ყველაფერი კარგად დამთავრდეს და ნაყოფი მივიღოთ.

ადამიანური ურთიერთობების ხელოვნება. ჩვენ ვისაუბრეთ კონცენტრაციაზე, მიზანდასახულობასა და შესაძლებლობაზე. ამათი რიგითობა არ არის დადგენილი. სხვადასხვა ლიდერების ცხოვრებაში სხვადასხვანაირად მოხდა ამ ცნებების გაანალიზება და გამოყენება. გააჩნია გარემოს და იმ პირობებს, სადაც მათ უწევდათ საქმიანობა. მაგრამ საკმაოდ მსგავსია სწორი ურთიერთობების დამყარება პერსონალთან. მოცემულ შემთხვევაში საუბარია უფროსებთან, კოლეგებთან და დაქვემდებარებულ პერსონალთან ურთიერთობაზე.

ყველა ხელმძღვანელი ექვემდებარება მმართველობის შესაბამის ზემდგომ ორგანოებს და ყველა მათგანი ხელმძღვანელობს მომუშავეთა გარკვეულ ჯგუფს. მათთან სამართლიანი, ორმხრივი ურთიერთობის დამყარება ძალზედ მნიშვნელოვანია როგორც კონკრეტულად ამ ხელმძღვანელისათვის, ისე მთლიანად მისი დაქვემდებარებული პერსონალისათვის. მათი ურთიერთობის შედეგი უნდა გახდეს ურთიერთსაწინააღმდეგო შეხედულებებს შორის ერთიანობის უზრუნველყოფა.

იყო დრო, როდესაც ხელმძღვანელი კადრების შერჩევას მხოლოდ ზემდგომი სტრუქტურები ახორციელებდნენ, რასაც არც თუ იშვიათად მივყავდით დიდ შეცდომამდე. ასეთი ხელმძღვანელი კოლექტივის სულსა და მაჯისცემას ვერ გრძნობდა. როგორ წესი, ადამიანის მიერ ადამიანის აღქმა ხდება მისდამი პოზიციური დამოკიდებულების მიხედვით. ამიტომ, ზემდგომი ხელმძღვანელობა ყურადღებას ამახვილებს “ქვემდგომის” მხოლოდ იმ თვისებებზე (დისციპლინირებული, ოპერატიული, შემსრულებელი, პუნქტუალური, თავმდაბა-

ლი და ა.შ.), რომლითაც იგი საჭიროა, როგორც ქვემდგომი. ასეთი ხელმძღვანელი გაუადვილებს მას “ზემდგომიდან” წამოსული განკარგულებებისა და ბრძანებების შესრულებას. მაშინ, როდესაც დაქვემდებარებულ კოლექტივთან მუშაობის ის აუცილებელი თვისებები, როგორცაა: ადამიანებისადმი ყურადღება, მათზე ზრუნვა და მათი ინტერესების დაცვა, სამართლიანობა, უბრალოება – ხშირად შეუმჩნეველი რჩება ზემდგომ ორგანოებში. უფრო ზუსტად თუ ვიტყვით, მას საერთოდ გვერდს უვლიან. და უფრო მეტიც, ხელმძღვანელობის კანდიდატის ის თვისებები, როგორცაა: აქტიურობა, წამოწყება, დამოუკიდებლობა, არარაციონალურ გადაწყვეტილებათა კრიტიკა და ა.შ. “ზემდგომ” ორგანოებში ხასიათდება – “უდისციპლინობით”. ამიტომ, კადრების შერჩევის დროს ზემდგომი ორგანოების სიმპატია ყოველთვის იხრება იმ კანდიდატისაკენ, რომელიც მხოლოდ „შემსრულებელია“. ამ დროს მას შეიძლება არც კი ჰქონდეს მარტივი ორგანიზაციული საკითხების დამოუკიდებელი გადაწყვეტის უნარი.

იმისათვის, რომ აღმოვფხვრათ ტენდენციურობა ხელმძღვანელ თანამდებობაზე კადრების შერჩევის საქმეში აუცილებელია, რომ გათვალისწინებული იქნას მასზე შეხედულება, როგორც ზემდგომი ხელმძღვანელობის, ასევე ქვემდგომი თანამშრომლების მხრიდანაც. მხოლოდ ასეთი მიდგომით შეიძლება უზრუნველყოთ პრეტენდენტის ყოველმხრივი და ობიექტური შეფასება – როგორც ადმინისტრატორი, როგორც ლიდერი და როგორც შემსრულებელი. კერძოდ, რაზე უნდა დაეყრდნოს ხელმძღვანელი უფროსობასთან, კოლეგებთან და დაქვემდებარებულ პერსონალთან ურთიერთობაში?

უფროსებთან ურთიერთობა. უფროსებთან აუცილებელია შედეგი ტაქტიკის გამოყენება. ამ ტიპის ხალხთან ურთიერთობისას მათ უნდა ვაჩვენოთ, რომ ჩვენც კარგი უფროსები ვიქნებოდით, მათ ადგილზე რომ ვყოფილიყავით. მიუხედავად ამისა, ჩვენ ვართ თავმდაბალი და მორჩილი პერსონალის წარმომადგენლები, რომლებიც თავიანთი კომპეტენციის ფარგლებში ასრულებენ დაკისრებულ მოვალეობებს. ასევე აუცილებელია უფროსებზე დავტოვოთ ისეთი შთაბეჭდილება, თითქოს ვიცით იმაზე მეტი, ვიდრე გვჭირდება. საჭიროა

შემოქმედებითობის და იმპროვიზაციის უნარის ქონა, რაც დაგვეხმარება ნებისმიერი სიტუაციის ჩვენს სასარგებლოდ შემობრუნებაში. აუცილებელი არ არის უფროსს ვეჩვენოთ, როგორც ნებისმიერი საქმის შემსრულებელი, უნდა შეგვეძლოს საკუთარი თავის სწორი პოზიციონირება და გადამეტება არ არის საჭირო. ჩამოთვლილი მახასიათებლები ტესტივითაა, რომელიც ხელმძღვანელს დაანახებს, რომ მის წინაშე დგას მომავალი ლიდერი.

კოლეგებთან ურთიერთობა. თითოეულ ხელმძღვანელს უყალიბდება სხვადასხვა ურთიერთობები “ჰორიზონტალზე”. ესენია: ურთიერთობა ნედლეულისა და მასალების მომწოდებელი ორგანიზაციების ხელმძღვანელებთან, მზა პროდუქციის მომხმარებელი ორგანიზაციების ხელმძღვანელებთან, მუნიციპალური მართვის ორგანოების წარმომადგენლებთან, სამეცნიერო-კვლევით ინსტიტუტების ხელმძღვანელობასთან, საგადასახადო ინსპექციასთან, სტატისტიკის დეპარტამენტთან, ბანკის მმართველებთან და ა.შ. არც ერთი ორგანიზაცია არ არსებობს თავისთვის. თითოეული საწარმო, სამეცნიერო დაწესებულება, სამშენებლო და სხვა სახის ორგანიზაცია უხილავი და უთვალავი ძაფებით არის დაკავშირებული მრავალ სხვა ორგანიზაციასთან. ასეთი კავშირების საიმედოობა – ორგანიზაციის ეფექტური მუშაობის მნიშვნელოვანი გარანტიაა. მათ შორის რაციონალური ურთიერთობის ჩამოყალიბება სამეურნეო საქმიანობის წარმატების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია. საქმე იმაშია, რომ ხშირად ორგანიზაციას მისი ხელმძღვანელის პიროვნებით განსჯიან. მაგალითად, თუ მიმწოდებელ და მომხმარებელ საწარმოებს შორის ჩამოყალიბდება საიმედო პარტნიორული ურთიერთობები, ასეთ შემთხვევაში გადაუწყვეტელი ამოცანა არც იარსებებს. ამიტომ, სამეურნეო ხელმძღვანელისათვის სულ ერთი არ უნდა იყოს, თუ რა მდგომარეობაა, თუნდაც მის მიკროგარემოში მყოფ – სხვა საწარმოთა ეკონომიკაში. უფრო მეტიც, როგორც წესი, ქვეყნის ეკონომიკის, რომელიმე დარგის ან საწარმოს ჩამორჩენა იწვევს მასთან ურთიერთობაში მყოფი სხვა საწარმოს ეფექტიანობის დონის შემცირებასაც.

დაქვემდებარებულ პერსონალთან ურთიერთობის დროს საკმაოდ კარგად ფასობს ისეთი თვისებები, როგორცაა: პროფესიონალიზმი; გადაწყვეტილებების სიმყარე და საკუთარი პოზიციის დაცვის უნარი; დაშვებული შეცდომების გამოსწორების უნარი; მუდმივი წინსვლის სურვილი, როგორც ცოდნასა და გამოცდილებაში, ასევე ადამიანებთან ურთიერთობაში; ყურადღებანიობა და მზრუნველი ხასიათი; ადამიანებისგან დისტანცირება, მაგრამ მათზე სრული ინფორმაციის ქონა; რადიკალურად მნიშვნელოვანი და საჭირო საქმეების უცებ მოგვარება; მომსახურე პერსონალის მიერ იმის შეგრძნება, რომ თქვენი წარმატება მათი წარმატება იქნება.

როგორც ვხედავთ, დაქვემდებარებულ პერსონალთან საურთიერთობო თვისებები საკმაოდ დიდი გამოვიდა, შეიძლება ითქვას, რომ უფრო მეტი, ვიდრე კოლეგებთან და ზემდგომ ხელმძღვანელობასთან დაკავშირებით იყო. საერთოდ, თანამშრომლებთან დამოკიდებულებას ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ლიდერის საქმიანობაში. მომავალი ლიდერი უნდა აღიქვამდეს საკუთარ თავს მათი გუნდის წევრად და არა რაღაც განკერძოებულ პიროვნებად. მას უნდა ახსოვდეს, რომ გოლი ორ-სამ კაცს გააქვს ყოველთვის და არა მწვრთნელს (ამ შემთხვევაში ხელმძღვანელს), რომელიც სათადარიგოთა სკამიდან იქნევს ხელებს. ეს ორი-სამი კაცი მოედანზე ღვრის ოფლს დანარჩენ ფეხბურთელებთან ერთად. მწვრთნელიც ამ გუნდის ერთ-ერთი წევრია, რომელსაც დიდად ენდობიან თანამშრომლები. მისი იქ ყოფნა ხელს უწყობს გუნდის წარმატებას.

გამოყენებული ლიტერატურა

- 1.ყამარაული ს., გუგუშვილი ე., ყამარაული ლ. მენეჯმენტის საფუძვლები, სახელმძღვანელო, თბ., მერიდიანი, 2009.
- 2.მერლანი გ. მენეჯმენტის საფუძვლები, სახელმძღვანელო, თბ., უნივერსალი, 2011.
- 3.ქოქიაური ლ. მენეჯმენტის საფუძვლები , მე-2 გამოც. - თბ., 2011.
- 4.ბარათაშვილი ე., თაკალანძე ლ. მენეჯმენტი და ადმინისტრირება, თბ., 2011.
5. <http://www.nesgeorgia.org/publicationsa php>.
6. www.sapientisat.ge

ანი სალაძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე ნათელა**
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ეფექტური მენეჯმენტი და ლიდერობა

რეზიუმე

ნაშრომში აღნიშნულია, რომ ორგანიზაციის წარმატებას ძირითადად განაპირობებს ადამიანური ურთიერთობები, პერსონალის თვითგანვითარება, მათი მოტივაცია, გუნდურობა, რაც პირდაპირი თუ არაპირდაპირი გზით მენეჯერში ლიდერული უნარ-ჩვევებს უკავშირდება. თუ ეს ურთიერთობები მოგვარებული არ არის, ვერც ერთი ახალი იდეა ორგანიზაციას სასურველ შედეგს ვერ მოუტანს. არადა, ინოვაციების გარეშე ბიზნესი და შესაბამისად, მისი მენეჯმენტი ვერ იქნება ეფექტური.

Саладзе Ани

Студентка 4 курса экономического факультета Учебного
университета Академии наук туризма Грузии
Научный руководитель: **Натела Какауридзе**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Эффективный менеджмент и лидерство

Резюме

В статье отмечается, что успех организации во многом определяется человеческими отношениями, саморазвитием сотрудников, их мотивацией, командной работой, что прямо или косвенно связано с лидерскими качествами менеджера. Если эти отношения не урегулированы, ни одна новая идея не сможет принести организации желаемых результатов. Однако без инноваций бизнес и, соответственно, его менеджмент не могут быть эффективными.

Saladze Ani

4 th year student of the Faculty of Economics of the Educational
University of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Research supervisor: **Natela Kakauridze**

Academician of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Effective management and leadership

Summary

The article notes that the success of an organization is largely determined by human relations, self-development of employees, their motivation, teamwork, which is directly or indirectly related to the leadership qualities of the manager. If these relationships are not resolved, no new idea can bring the organization the desired results. However, without innovation, a business and, accordingly, its management cannot be effective.

სალაძე ანა

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე მარინა**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ორგანიზაციის მართვა კრიზისულ სიტუაციაში

მენეჯმენტის თეორია ორგანიზაციას განიხილავს, როგორც ერთმანეთთან დაკავშირებულ და განსაზღვრული სახით მოწესრიგებულ უამრავ კომპონენტს, რომლებსაც მთლიანობა ახასიათებთ და გარე სამყაროსთან ერთიან სისტემას ქმნის. ანუ, ყველა ორგანიზაცია არის სისტემა. სისტემის გამართული ფუნქციონირება კი მისი ცალკეული ქვედანაყოფების ურთიერთკავშირსა და სწორ მუშაობაზე დამოკიდებულია. ანუ, სისტემა – ეს ცალკეული ნაწილების ერთ მთლიანობაში გაერთიანებაა. ორგანიზაციის ძირითადი ამოცანა მდგომ-

მარეობს იმ მიზნების მიღწევაში, რომელთა გადასაწყვეტად ის არის შექმნილი.

მომხმარებელთა მოთხოვნილების, მეცნიერულ-ტექნიკური პროგრესისა და სხვა ფაქტორების სწრაფი ცვლილების გავლენის გამო, მიზნის ხასიათი და შესაბამისად მათი მიღწევის საშუალებები შეიძლება იცვლებოდეს. ამიტომაც, მართვის სისტემა უნდა იყოს მოქნილი და ფლობდეს მაქსიმალურ ინფორმაციას, როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ასევე მის მიკრო და მაკრო გარემოს შესახებ, რათა ზუსტად და სწრაფად გადაწყვიტოს წარმოქმნილი პრობლემები. სწრაფი რეაქცია შიდა და გარე პირობების ცვლილებაზე მიიღწევა იქ, სადაც მოქნილი მართვის სისტემაა.

ორგანიზაციის მენეჯმენტის ძირითადი მიზანი მისი სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნება და შემდგომი განვითარებაა. ორგანიზაციის ნორმალური ფუნქციონირება და მისი განვითარების პერსპექტივები უშუალოდაა დამოკიდებული საბაზრო მოთხოვნებზე და მენეჯმენტის უნარზე – დროულად მოახდინოს რეაგირება ბაზრის მოსალოდნელ ცვლილებებზე. ხოლო როდესაც ორგანიზაციის ფინანსური უზრუნველყოფისათვის დროულად არ ტარდება გამაჯანსაღებელი ღონისძიებები, იქმნება გაკოტრების შესაძლებლობა. ამ შემთხვევაში ორგანიზაციამ ან უნდა შეწყვიტოს თავისი ფუნქციონირება, ანდა იბრძოდეს კრიზისული სიტუაციიდან გამოსასვლელად.

კრიზისულ სიტუაციებში მართვა, ანუ გაუთვალისწინებელი პრობლემების გადალახვა, ბევრად განსაზღვრავს კომპანიის მომავალ ბედს. ხოლო, ის კომპანიები, რომლებიც არ ემზადებიან კრიზისული სიტუაციისათვის, როგორც წესი, მთელ რიგ შეცდომებს უშვებენ. კრიზისულ სიტუაციაში ყველაზე დიდი შეცდომა არის: პრობლემის სერიოზულობის გაუთვალისწინებლობა, ან კომპანიის მიერ შექმნილი სიტუაციის დამალვა. საბოლოო ჯამში კომპანია მაინც იძულებულია აღიაროს კრიზისი, რასაც ბუნებრივია მოჰყვება ნაჩქარევი და ცუდად მოფიქრებული გადაწყვეტილებები. რაც უფრო დროულად მივაქცევთ ყურადღებას აღნიშნულ პრობლემას - მით უკეთესია.

დღეს, დასავლეთის მოწინავე ქვეყნების ორგანიზაციათა მენეჯ-მენტს შემუშავებული აქვთ - საწარმოს შესაძლებლობების დიაგნოსტიკისა და მისი კრიზისისგან დაცვის სისტემა, რასაც საწარმოს სიცოცხლისუნარიანობისა და გაკოტრებისაგან დაცვის სისტემა ეწოდება. შეიძლება ითქვას, რომ ეს არის მეტნაკლებად უნივერსალური სისტემა, რომელიც საშუალებას იძლევა გამოვიყენოთ იგი სრულიად განსხვავებული პროფილის ორგანიზაციების გაკოტრებისაგან დასაცავად. ამ სისტემის მიხედვით, სწორი მოქმედების სტრატეგიის დადგენა არ არის რთული იმ შემთხვევაში, თუ კომპანიის ხელმძღვანელობა წინასწარ ემზადება კრიზისული სიტუაციისათვის. კერძოდ, თანამედროვე კომპანიები კრიზისულ სიტუაციებთან ბრძოლისათვის წინასწარ ქმნიან სპეციალურ გუნდებს. ეს არის კარგად ორგანიზებული გამოცდილი მუშაკებით დაკომპლექტებული სპეციალისტების ჯგუფი, რომელიც საქმიანობის გაშლას იწყებს მხოლოდ საგანგებო სიტუაციაში.

გაკოტრებისაგან დაცვის სისტემის ამოსავალი პუნქტია იმ მიზნების შემუშავება, რომელთა მიღწევაც სადღეისო მდგომარეობით შესაძლებელია. ამ სისტემაში მთავარია ისეთი მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურების შექმნა, რომლებიც უპასუხებენ ბაზრის მიერ ახლადფორმირებულ, რეალურ გადახდისუნარიან მოთხოვნებს. გაკოტრების თავიდან აცილების არანაკლებ მნიშვნელოვანი ელემენტია საწარმოს ფინანსური საქმიანობის დიაგნოსტიკა და კონტროლი, რაც ორგანიზაციის მართვის მთავარი ამოცანაა.

ორგანიზაციის გაკოტრებაზე მოქმედი ფაქტორები ორ ჯგუფად იყოფა, ესენია: შიგა და გარე ფაქტორები. ორგანიზაციის გაკოტრებაზე მოქმედ გარე ფაქტორებს მიეკუთვნება:

- მომხმარებელთა მოთხოვნების ცვლილება;
- მოსახლეობის შემოსავლების ცვლილება და მათი მსყიდველუნარიანობის დონე;
- პოლიტიკური სტაბილურობის დარღვევა;
- მეცნიერებისა და ტექნიკის განვითარება, რაც შესაბამისად ცვლის პროდუქციის კონკურენტუნარიანობას ბაზარზე;

- საერთაშორისო კონკურენციის გაფართოება.
- ორგანიზაციის გაკოტრებაზე მოქმედ შიგა ფაქტორებს კი მი-
ეკუთვნება:
- ბაზრის მარკეტინგული კვლევებისა და პროდუქციის გასაღების
ორგანიზაციის შესუსტება;
- მატერიალური და შრომითი დანახარჯების დონის ამაღლება;
- მოტივაციისა და შრომის სტიმულირების დაქვეითება;
- განვითარების დისპროპორციები (სტრატეგიული გეგმის უქონლობა).
აღნიშნული ფაქტორების სისტემატიური შესწავლა და მათი
შესაბამისი დამცავი ღონისძიებების გატარება გარკვეულწილად
ამცირებს კრიზისული სიტუაციის დადგომას.

საბაზრო ეკონომიკის გამოცდილება გვიჩვენებს, კრიზისული სი-
ტუაციის დადგომოსას თითოეული საწარმოსათვის აუცილებელია
გარკვეული ტაქტიკის დაცვა, რომელთაგანაც შეიძლება ავირჩიოთ
ერთ-ერთი, ესენია: დაცვითი ტაქტიკა ან შემტვევი ტაქტიკა.

დაცვითი ტაქტიკა ძირითადად ემყარება ხარჯების შემცირებას,
როგორც წარმოებაში, ისე გასაღების სფეროში; პერსონალის შემცი-
რებას; აქამდე გამოუყენებელი შიგა რეზერვების ამოქმედებას; დის-
ციპლინის განმტკიცებას; კრედიტორებთან დამოკიდებულების დარე-
გულირებას (დავალიანების გარკვეული პერიოდით გადავადებას);
დებიტორული დავალიანების მაქსიმალურად ამოღებას; ძირითადი
კაპიტალის გარკვეული ნაწილის რეალიზაციას; წარმოების ორიენტა-
ციას მხოლოდ მაღალრენტაბელურ პროდუქციაზე, ანუ არსებული
მოცულობის შემცირებას და ა. შ., რასაც ერთიანობაში შეიძლება, რე-
სურსდამზოგი ღონისძიებები ვუწოდოთ.

შემტვევი ტაქტიკა კი – უფრო ეფექტიანია. იგი ზემოაღნიშნუ-
ლი ზოგიერთი ოპერატიული პრობლემების გადაწყვეტასთან ერთად,
გულისხმობს მეტი სტრატეგიული ღონისძიებების გატარებას. ამ შემ-
თხვევაში რესურსდამზოგ ღონისძიებების გვერდით, ტარდება
აქტიური მარკეტინგი; ახალი გასაღების ბაზრების ძიება და მისი დაპ-
ყრობა; წარმოების მოდერნიზაცია; პერსპექტიული ტექნოლოგიების
დანერგვა; კონკრეტული ბიზნესის ახლებური ხედვით შეიარაღე-

ბული ხელმძღვანელი მუშაკების მოწვევა და ა.შ. ესე იგი იცვლება ფორმის სტრატეგია, შესაბამისად გადაისინჯება საწარმოო პროგრამა, ხდება ბაზრის ახალი სეგმენტების დაპყრობა, პროდუქციის ნომენკლატურის განახლება, რომელიც საბოლოო ანგარიშით საშუალებას მისცემს წარმოებას გააუმჯობესოს მისი ფინანსური მდგომარეობა და დაძლიოს მოსალოდნელი ეკონომიკური კრიზისი.

გაკოტრების კლასიკურ მაგალითს წარმოადგენს 1980 წელს საავტომობილო გიგანტის „კრაისლერის“ გაკოტრება. მისი გაკოტრების მიზეზი გახდა აშშ-ს გარეთ თავისი მოქმედების სფეროების გადამეტებული გაფართოება, მსოფლიო ბაზარზე (განსაკუთრებით - ევროპაში) მოძველებული მანქანებით შეჭრა. გაკოტრების შედეგი საკმაოდ მძიმე იყო. უმუშევართა რიცხვს მიემატა 600 ათასზე მეტი მუშა-მოსამსახურე. ბიუჯეტი ყოველწლიურად კარგავდა მილიონობით დოლარს. თუმცა, კომპანია “კრაისლერმა” გაატარა ფინანსური მდგომარეობის გამაჯანსაღებელი რადიკალური ღონისძიებანი და შედეგად 1983 წელს იგი უკვე გამოვიდა კრიზისიდან, რაც აშშ-ში შეუძლებელ შემთხვევად აღიქვს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. თანამედროვე მენეჯმენტი, თქვენი წარმატების მეგზური, Business Cafe.wordpress.com 2010.
2. ბარათაშვილი ე., თაკალანძე ლ. მენეჯმენტი და ადმინისტრირება : თბ., 2011.
3. ჩაგელიშვილი პ. სამრეწველო წარმოების (ფორმის) ეკონომიკა და მეწარმეობა. თბ., გამომცემლობა “ზეკარი”. 2014.
4. <http://strategy.ge/2011/03/28/organizational-structur>.
5. <http://www.fordesgeorgia.ge/ge/business/strategies/>.

სალაძე ლანა

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მე-4 კურსის სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **კაკაურიძე მარინა**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ორგანიზაციის მართვა კრიზისულ სიტუაციაში

რეზიუმე

ნაშრომში აღნიშნულია, რომ კრიზისულ სიტუაციებში მართვა, ანუ გაუთვალისწინებელი პრობლემების გადალახვა, ბევრად განსაზღვრავს კომპანიის მომავალ ბედს. თანამედროვე კომპანიები კრიზისულ სიტუაციებთან ბრძოლისათვის წინასწარ ქმნიან სპეციალურ გუნდებს. ეს არის კარგად ორგანიზებული გამოცდილი მუშაკებით დაკომპლექტებული სპეციალისტების ჯგუფი, რომელიც საქმიანობის გაშლას იწყებს მხოლოდ საგანგებო სიტუაციაში.

Саладзе Лана

Студентка 4 курса экономического факультета учебного
университета Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Марина Какауридзе**

Академик Академии туристических наук Грузии.

Управление организацией в кризисной ситуации

Резюме

В статье отмечается, что управление в кризисных ситуациях, т.е. преодоление непредвиденных проблем, во многом определяет дальнейшую судьбу компании. Современные компании заранее создают специальные команды для борьбы с кризисными ситуациями. Это хорошо организованная группа специалистов, укомплектованная опытными работниками, которая начинает расширять свою деятельность только в экстренной ситуации.

Saladze Lana

4 rd year student of the Faculty of Economics of the Educational
University of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Scientific supervisor: **Marina Kakauridze**

Academician of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Managing the organization in a crisis situation

Summary

The article notes that management in crisis situations, i.e. overcoming unforeseen problems largely determines the future fate of the company. Modern companies create special teams in advance to deal with crisis situations. This is a well-organized group of specialists, staffed by experienced workers, which begins to expand its activities only in an emergency situation.

ლაშა ზუსკივაძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მესამე
კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჟოლიანი**
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტი, დიზაინი და უნიკალური გამოცდილების შეთავაზების ხერხები

ტურისტებისთვის შემოქმედებითი ტურიზმი არ არის მხოლოდ დასვენება, გართობა და ინტერესების დაკმაყოფილება. დღევანდელი ცხოვრების რიტმი, გარემო ქმნის იმის საჭიროებას, რომ ადამიანმა აღიქვას ჩვეული სამყაროს მიღმა არსებული ღირებულებები, ის დაფარული ფასეულობა, რაც ყოველდღიური რუტინული ცხოვრების რეჟიმით იკარგება და დავიწყებას მიეცა. შესაბამისად, ტურისტული პროდუქტის ორგანიზატორების მთავარი ამოცანაა მომხმარებლებისთვის ისეთი პირობების შექმნა, რომ მათ აღმოაჩინონ, შეიმეცნონ რაიმე ახალი, დაიმუხტონ ახალი ენერჯით. შემოქმედებითი ტურიზმი ხელმისაწვდომს ხდის სხვადასხვა ღონისძიებას, ფორმების მოქნილობასა და ინდივიდუალური და ჯგუფური ტურების ორგანიზებაში კულტურის სფეროში ჩართვისა და ახალი გამოცდილების მიღების შესაძლებლობას. კულტურული ტურიზ-

მში ჩართული ტურისტები ხშირ შემთხვევაში ტურის პროცესის პასიური დამკვირვებლები არიან. შემოქმედებითი ტურით ვიზიტორებს საშუალება ეძლევათ მონაწილეობა მიიღონ სხვადასხვა კულტურულ პროცესში და ამით ახალი უნარები აღმოაჩინონ საკუთარ თავში. ამიტომ ხშირად მას გამოცდილებითი ტურიზმის კონტექსტშიც მოიაზრებენ.

კულტურულ ტურიზმში შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტი ახალი მიმართულების გარდა, ქმნის კონკრეტულ უპირატესობას. მასში იგულისხმება ავთენტური და უნიკალური რესურსით შექმნილი პროდუქტის და მიმზიდველი ადგილების წარმოჩენა. ინოვაციური მიდგომების გამოყენება, ინტერპრეტაცია, მომხმარებლის პროცესში ჩართვა და მისი მონაწილეობით სიახლის შექმნა. შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტი პასუხობს თანამედროვე მომხმარებლის მოთხოვნებს, რაც პროდუქტის ინოვაციურ ნაწილს გულისხმობს. მაგალითად, ერთ-ერთი კომპონენტის, როგორც არის მუზეუმი, ახალი ტექნოლოგიებით, ინოვაციური მეთოდებით, ინტერაქტიული ელექტრონული მომსახურებით, მრავალფეროვანი პროგრამული აპლიკაციებით აღჭურვა, სამუზეუმო კოლექციების გაციფრულების და შესაბამისი ინტერნეტპლატფორმების საშუალებით ვირტუალური და ასევე თემატური მუზეუმების დაარსება.

თანამედროვე მიდგომებიდან გამომდინარე, ტურისტული პროდუქტი შედგება სამი ფაქტორისაგან:

1. გამოცდილებითი – ფესტივალები, ღნისძიებები, ადგილობრივ თემთან კომუნიკაცია, დივერსიფიცირებული მომსახურება და გასართობი აქტივობები, ვაჭრობა და სხვა.

2. ემოციური –ადამიანური კაპიტალი, კულტურული და ისტორიული რესურსები, სტუმართმოყვარეობა.

3. ფიზიკური – ინფრასტრუქტურა, ბუნებრივი რესურსები, შენობა-ნაგებობები და სხვა.

„ტურისტული პროდუქტების“ კონცეფცია აერთიანებს ისეთ შეთავაზებასა და საქმიანობას, რომელიც მოიცავს მრავალფეროვან კომპონენტებს, როგორცაა ბუნებრივი მახასიათებლები, ისტორია და კულტურული მემკვიდრეობა, ეთნოგრაფიული ნიუანსები, სათავგადასავლო ელემენტები და სხვა. საინტერესო შეთავაზება შეიძლება აერთიანებდეს:

სათავგადასავლო აქტივობებს (სნოუბორდი, ვია ფერატა, კაიაკინგი) და თემზე დაფუძნებულ ტურისტულ პროდუქტსა და მომსახურებას: ადგილობრივი კერძების/სასმელების დამზადების პროცესში მონაწილეობას, მასტერკლასებს, აგროტურისტული მეურნეობის საქმიანობაში მონაწილეობას, ტრადიციული ხელნაკეთობების დამზადება და სხვა.

ზუსტად პირველი ორი ფაქტორის წყარო შეიძლება გახდეს ან-თროპოგენური რესურსი, როგორც მატერიალური, ასევე არამატერიალური, თუმცა არამატერიალური ხშირად უშრეტი წყაროა უნიკალური შეთავაზების თითოეული ბიზნესისა თუ დესტინაციის ტურისტული ადგილისთვის. ტურისტული პროდუქტები (გარდა სუვენირებისა), თავისი არსით, არის უფრო მომსახურება, ვიდრე საქონელი. როგორც ასეთი, ისინი შესაძლოა კლასიფიცირდეს არამატერიალურ შეთავაზებად. ვიზიტორები ტურისტულ პროდუქტს სუბიექტურად აღიქვამენ, თითოეული დანიშნულების ადგილი ან ინდივიდუალური ტურისტული მომსახურება არის ფსიქოლოგიური კონცეფცია, რომელიც მოიცავს მატერიალურ, აბსტრაქტულ სარგებელსა და შთაბეჭდილებას. აღქმის სუბიექტური ბუნება გულისხმობს ემოციურ, ზოგჯერ ირაციონალურ, ელემენტს, შესაბამისად, ტურისტისთვის ფსიქოლოგიურად მასტიმულირებელი პროდუქტისა და მომსახურების შეთავაზება უნდა მოხდეს. პროდუქტის დამატებითმა ღირებულებამ და ემოციურმა მხარემ მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა ტურიზმში რეკლამირებისა და მარკეტინგული კამპანიების წარმართვაში და, ზოგადად, იმ გარემოებაზე, თუ როგორ არის ტურისტული პროდუქტი შეფუთული, ბრენდირებული, პოზიციონირებული და წარმოდგენილი სამიზნე ჯგუფებისთვის, ტურისტული პროდუქტის არამატერიალური მხარე გათვალისწინებული უნდა იყოს განვითარების ეტაპზე. როდესაც ხდება პოტენციური ბაზრისა და სეგმენტის განსაზღვრა, შეთავაზებული პროდუქტი მაქსიმალურად უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ ემოციურ ბმას: მოლოდინი გამოცდილება მოგონებები/ შთაბეჭდილება დღევანდელი ტურისტების საკმაოდ დიდ ნაწილს წინასწარ აქვს ინფორმაცია მომიტებული, გონებაში შემუშავებულია მენტალური მოლოდინი და სასურველი მახასიათებლები კონკრეტულ ადგილთან და პროდუქტთან მიმართებით. შესაბამისად, პირველი შთაბეჭდილება

მნიშვნელოვანია და რეალური შეთავაზება არ უნდა განსხვავდებოდეს მანამდე მიღებული ინფორმაციისაგან.

ტურისტული პროდუქტის არამატერიალურობას და პოტენციურ აღქმასთან დაკავშირებულ სავარაუდო ხედვას ორი განზომილება აქვს: პირველი – პერსპექტიული ტურისტისთვის ფსიქოლოგიური სარგებლობის შეთავაზების საჭიროება ყოველთვის მნიშვნელოვანია და მეორე, იმის განსაზღვრა, რომ მოსალოდნელი აღქმა არ უნდა იყოს რეალობას აცდენილი, დაგეგმვის საწყის ეტაპზე უნდა იყოს გათვალისწინებული, რაც პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლზე დადებით გავლენას ახდენს. თუმცა მნიშვნელოვანია, რომ გავიაზროთ არამატერიალური რესურსი, როგორც შთაბეჭდილების მიღების წყარო, მაგალითად, ტრადიციული რეწვის ობიექტი „აბრეშუმის ხვია“ აჩენს მოლოდინს, რომ შთაბეჭდილება დაკავშირებულია აბრეშუმის წარმოებასთან, თუმცა როგორი იქნება ეს შთაბეჭდილება, ეს უკვე თავად მომსახურების ხარისხსა და ინოვაციურობაზე არის დამოკიდებული.

კარგად უნდა იყოს განსაზღვრული რა არის თქვენი ტურისტული მომსახურების ძირითადი პროდუქტი, მაგალითად, განთავსება, კვება, მასტერკლასი, სუვენირი და ა.შ. ამის მიხედვით კარგად უნდა განისაზღვროს რისი გაკეთებაც გინდათ, გაქვთ თუ არა ამის მატერიალურ ტექნიკური ბაზა, ცოდნა, ფინანსები და დრო და ბოლოს – არსებული მომსახურების მომხმარებლები ვინ არიან, საიდან მოიზიდავთ ან დაუკავშირდებით მათ.

კითხვა „როგორ?“ აგრეთვე გულისხმობს რესურსს, რომელიც იქნება მომავალში თქვენი უნიკალური შემოთავაზების ქვაკუთხედი, შესაბამისად, უნდა განისაზღვროს, პირველი რიგში, პოტენციალი. მაგალითად, წყალტუბოში ტურისტული პროდუქტის განსასაზღვრად მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ უკვე არსებული პროდუქტი და მომსახურების სპექტრი.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. შემოქმედებითი ტურიზმის მოდელები მდგრადი ტურიზმის განვითარებისთვის. თბ. 2022
2. ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და მსოფლიო გამოცდილება. თბ.2022წ.

ლაშა ბუსკივაძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის მესამე კურსის სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტი, დიზაინი და უნიკალური გამოცდილების შეთავაზების ხერხები

რეზიუმე

შემოქმედებითი ტურზმი კულტურული და ტურისტული ინდუსტრიის ერთობლივი პროდუქტია, რომელიც შექმნილია და ტურისტულ ბაზარზე წარმოდგენილია შემოქმედებითი ადამიანების მიერ. შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტი პასუხობს თანამედროვე მომხმარებლის მოთხოვნებს, რაც პროდუქტის ინოვაციურ ნაწილს გულისხმობს.

Лаша Бускивадзе

Студент 3 курса экономического факультета

Учебного университета Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Нато Жоржолани**

Академик Академии наук туризма Грузии

Творческий туристический продукт, дизайн и способы предложения уникального опыта

Резюме

Творческий туризм совместный продукт культурной и туристической индустрии, который создан и представлен на туристическом рынке творческими людьми. Творческий туристический продукт удовлетворяет потребности современных потребителей, что имеет в виду инновационную часть продукта.

Lasha Buskivadze

of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Third-year student of the Faculty of Economics of the University

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

**Creative tourism product, design and ways to offer
unique experiences**

Summary

Creative tourism is a joint product of the cultural and tourism industry, created and presented to the tourist market by creative people. A creative tourist product responds to the demands of the modern consumer, which implies an innovative part of the product.

ბადრი ურთმელიძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
აგრარული ფაკულტეტის ტურიზმის სპეციალობის IV კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

შემოქმედებითი ტურიზმი – ახალი მიმართულება

საქართველოს ტურიზმის განვითარებისთვის

საქართველო, როგორც უძველესი და მდიდარი კულტურის ქვეყანა, ტრადიციულად წარმოადგენს კულტურული ტურიზმის არეალს მათთვის, ვინც დაინტერესებულია ავთენტური სანახაობებით და ცოცხალი კულტურით, შემოქმედებითი ტურიზმი, როგორც კულტურული ტურიზმის „ახალი თაობა“, პირველად გამოჩნდა საქართველოს კულტურის ეროვნულ სტრატეგიაში. ტურიზმის ეს ფორმა, მისი ბუნებიდან გამომდინარე მიჩნეულია გარდაქმებისა და ინოვაციების გაუმჯობესების საშუალებად, რადგან მან ახალი სიცოცხლე მიანიჭა კულტურულ ფასეუ-

ლობებს და ბაზარზე გამოიტანა ახალი ტურისტული პროდუქტები, ძირითადად დაფუძნებული ქართული სამზარეულოზე, რეწვასა და ხელოვნებაზე.

მსოფლიოში შემოქმედებითი ტურიზმის მრავალი განმარტება არსებობს, ზოგადად, ეს განიხილება, როგორც ტრადიციული კულტურული ტურიზმის ახალი მიმართულება და აერთიანებს მოგზაურობას, ექსპედიციას, ხალხურ რეწვას, ტრადიციებს, ხალხურ ხელოვნებას, გასტრო-აგრო და არტ ტურიზმს, ფესტივალებს და სხვა გარე აქტივობებს.

შემოქმედებითი ტურიზმი არის მოგზაურობის ფორმა, რომელიც სასიამოვნო დასვენებას, სრულიად უცხო გარემოში მოგზაურობის, ჩვეული ცხოვრების მიღმა სიახლეების აღქმის და ახალი გამოცდილებების მიღების შესაძლებლობებს იძლევა. ეს არის მოგზაურობა ეთნიკურად საიტერესო მხარეში, სადაც შენარჩუნებულია ადგილობრივი ცოცხალი კულტურა და შესაძლებელია საგანმანათლებლო და სათავგადასავლო ტურების ორგანიზება.

შემოქმედებით ტურიზმის გაძლიერებით დაინტერესებული არიან მსოფლიოს როგორც განვითარებული, ისე განვითარებადი ქვეყნები და მას განიხილავენ, როგორც საუკეთესო გზას ტრადიციების, წეს-ჩვეულებებისა და ფოლკლორის პოპულარიზაციისა და შენარჩუნების-თვის.

შემოქმედებითი ტურიზმის მიზანია თვითმყოფადობა შეუნარჩუნოს ქალაქებსა და სოფლებს, ამისთვის საჭიროა რეგიონებში შემუშავებული იქნეს სოფლის განვითარების სპეციალური პროგრამები, რომლებიც ატარებენ სასოფლო სახლების რესტავრაციას და შენობებს ნაციონალურ სტილში აფორმებენ, თანამედროვე კომფორტისა და სიმყუდროვის შენარჩუნებით.

შემოქმედებითი ტურიზმი კულტურული და ტურისტული ინდუსტრიის ერთობლივი პროდუქცია, რომელიც ტურისტულ ბაზარზე წარმოდგენილია შემოქმედებითი ადამიანების მიერ. შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელი შეიძლება იყოს როგორც ხელოვანი, ისე ქალაქისა და სოფლის ნებისმიერი მაცხოვრებელი, მათ შორის ფერმერი, ვისი საქმიანობაც კულტურული და ტურიზმის ინდუს-

ტრის ელემენტებს მოიცავს. ამ ორი დარგის კომბინაცია მრავალფეროვან ტურისტულ შეთავაზებებს ქმნის. მისი მთავარი რესურსი არის – უნიკალური კულტურული რესურსი, პროდუქტი და თავად მეწარმე.

შემოქმედებითი ინდუსტრიის კონცეფცია პირველად დიდი ბრიტანეთის ეროვნულ სტრატეგიაში გაჟღერდა 1998 წელს, რომლითაც იგი გაემიჯნა კულტურის ძირითად სტრატეგიას. შემოქმედებითი ინდუსტრიები სულ უფრო აქტუალური ხდება პოსტინდუსტრიულ შემოქმედებით ეკონომიკაში, რომელსაც ახასიათებს მომსახურების სექტორის და საინფორმაციო ტექნოლოგიების მკვეთრი ზრდა. შემოქმედებითი ინდუსტრიები აერთიანებს ყველა ტიპის ინდუსტრიას, რომელიც თავად ქმნიან შემოქმედებით პროდუქტს და მომსახურებას ან თავად იყენებენ ასეთ პროდუქტს, ესენია სამემსრულებლო ხელოვნება, მუზეუმები, რეკლამა, მოდა, არქიტექტურა, დიზაინი, კინოპროდუქცია, გამომცემლობა.

ბიზნესის სიცოცხლის უნარიანობის შენარჩუნებისათვის აუცილებელია ინოვაციურობა, რაც არ არსებობს შემოქმედებითი აზროვნების გარეშე. შემოქმედებითი აზროვნება კი გულისხმობს ადამიანის შესაძლებლობას შექმნას ახალი, ორიგინალური პროდუქტი თავისი საქმიანობის სფეროში. შემოქმედებითი ადამიანი, თავისი ინოვაციური იდეებით, დადებით გავლენას ახდენს სხვათა ცხოვრებაზე, შესაბამისად, შემოქმედებითი აზროვნების შედეგად მიღებული პროდუქტი სრულიად ახალია, როგორც პიროვნების ინდივიდუალური გამოცდილებისთვის, ისე საზოგადო ცოდნის დონისთვის.

შემოქმედებითი ეკონომიკა თავის თავში აერთიანებს ეკონომიკურ, სოციალურ და კულტურულ ასპექტებს, მას აქვს ცოდნაზე დაფუძნებული ეკონომიკის მახასიათებლები, მის მთავარ მამოძრავებელ ძალას კი შემოქმედებითი და კულტურული ინდუსტრიები წარმოადგენს.

შემოქმედებითი ტურიზმი ეფუძნება პერსონალურ უნარებს, ნიჭს და აქვს რესურსების და სამუშაო ადგილების გაზრდის საშუალება ინტელექტუალური საკუთრების გამოყენების გზით. კულტურული რესურსები კულტურული და შემოქმედებითი ტურიზმის განვითარების საფუძველია. კულტურული ტურის კონკურენტუნარიანობა მნიშვნელოვნადაა

დამოკიდებული საჩვენებელი ობიექტების მხატვრულ და ესთეტიკურ ღირებულებაზე, მის ინფრასტრუქტურასა და მიმზიდველობაზე. შემოქმედებითი ტურიზმი კულტურულ რესურს ეკონომიკურ სარგებლობიანობას ანიჭებს–ქმნის სამუშაო ადგილებს და ტურისტთა ნაკადის შემოდინების წყაროს.

კულტურის ეკონომიკური პოტენციალისა და შემოქმედებითობის მიმართ გაზრდილმა ინტერესმა განაპირობა შემოქმედებითი ეკონომიკის წარმოშობა, რომლის მთავარი არსი მდგომარეობს შემდეგში: ეს არის კულტურული პოტენციალი, რომელიც ქვეყნას შეუძლია გადააქციოს მისთვის ეკონომიკური ზრდის წყაროდ. შემოქმედებითი მრეწველობის კულტურულ ტურიზმთან მჭიდრო კავშირმა დასაბამი მისცა შემოქმედებითი ტურიზმის ჩამოყალიბებას, რომელიც ასევე მიზნად ისახავს არსებული კულტურული რესურსის სრულად გამოყენებას ეკონომიკური განვითარებისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში და მსოფლიო გამოცდილება. თბ.2022წ.
2. მ. მეტრეველი – ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები, თბ. 2011წ.
3. შემოქმედებითი ტურიზმის მოდელები მდგრადი ტურიზმის განვითარებისთვის. თბ. 2022წ.
4. ვ. შუბლაძე. საქართველო და ტურიზმი. თბ. 2004წ.

ბადრი ურთმელიძე

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
აგრარული ფაკულტეტის ტურიზმის სპეციალობის IV კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებთა აკადემიის აკადემიკოსი

შემოქმედებითი ტურიზმი – ახალი მიმართულება საქართველოს ტურიზმის განვითარებისთვის

რეზიუმე

შემოქმედებითი ტურიზმი კულტურული ტურიზმის ნაირსახეობა. ტურიზმის ეს ფორმა, მისი ბუნებიდან გამომდინარე მიჩნეულია გარდაქმნებისა და ინოვაციების გაუმჯობესების საშუალებად.

Бадри Уртмелидзе

Государственный университет Акакия Церетели
Студент 4 курса специальности туризм аграрного факультета
Научный руководитель: **Нато Жоржوليани**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Аспекты и ресурсы творческого туризма Грузии

Резюме

Творческий туризм придает экономическую полезность культурному ресурсу, создает рабочие места и является источником притока туристического потока. Культурные ресурсы являются основой развития культурного и творческого туризма.

Badri Urtmelidze

Akaki Tsereteli State University

Student of the 4 th year of the tourism specialty of the agricultural faculty

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

**Creative tourism - a new direction for the development
of tourism in Georgia**

Summary

Creative tourism is a variety of cultural tourism. This form of tourism, due to its nature, is considered a means of improving transformations and innovations.

ლუკა გაგოშიძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის I კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

**ინოვაციების და სტრატეგიების რეალიზაცია
მასპინძლობის ინდუსტრიაში კონკურენტული
უპირატესობის მიღწევის მთავარი ამოცანა**

ინოვაციების გარეშე შეუძლებელია თანამედროვე ბიზნესის განვითარება. ნებისმიერი კომპანია ყურადღებას ამახვილებს შესაბამის ხედვასა და სხვა სტრატეგიულ დებულებებზე. თანამედროვე ცვალებადი ბიზნესის სამყაროში ინოვაცია ხშირად გარდაუვლად მიიჩნევა: თუ არ შევცვლით ჩვენ პროდუქციასა და მომსახურებას, მათი წარმოებისა და მიწოდების ფორმას, ჩვენ ვერ შევძლებთ არსებობას!

მასპინძლობის ინდუსტრიაში განვიხილავთ ინოვაციის სამ კონცეფციას, რომლებიც დაგვეხმარება სწორი გადაწყვეტილებების მიღებაში: სცენარის დაგეგმვა, ინოვატორის დილემა და ახალი მომსახურების გან-

ვითარება. ეს კონცეფციები გამოყენებულია უკვე მრავალი წლის განმავლობაში და ზრდის პროდუქციისა და მომსახურების გაყიდვას, შესაბამისად მოგებას. სტრატეგიული ინოვაციების გამოყენება პრაქტიკაში დიდი ხანია წარმოადგენს კვლევის საგანს ეკონომიკურ ლიტერატურაში. მრავალი კონცეფცია არსებობს თუ როგორ შეიძლება გაუმჯობესდეს პროექტის შესრულების ბოლო ნაწილი - ორგანიზაციაში და ბაზარზე ადაპტირება. რადიკალური სახის ინოვაციები იშვიათია მასპინძლობის ინდუსტრიაში.

მრავალი კომპანია მასპინძლობის ინდუსტრიაში დაკავებულია ყოველდღიური ოპერაციებით, და მხოლოდ ძალიან ცოტას აქვს მომსახურების გამორჩეული ინოვაციური პროცესები. როდესაც ინოვაციური პროდუქტები შემოდის ბაზარზე ეს ან დიდი კომპანიების მიერ ხდება ან ახალბედების მიერ რომელთაც სრულიად ახალი ბიზნესმოდელი აქვთ. ბაზრის დანარჩენ სეგმენტზე მხოლოდ მაშინ გამოიყენება ინოვაციები როდესაც ბიზნესის შენარჩუნების სხვა არჩევანი არ არის. ინოვაციების რეალიზაციის დროის გათვლა რთულია ან საერთოდ არ არსებობს. მასპინძლობის ბიზნესში ამ საკითხის მიმართულებით ინოვაციის სამი მთავარი თეორია არის ცნობილი მათი გამოყენების განსახილველად: I. სცენარის დაგეგმვა, ვან დერ ჰეიენის. II. ინოვატორის დილემა, კრისტენსენის. III. ახალი მომსახურების განვითარება, ჯონსონის და სხვა. ამ სამი თეორიის მიხედვით პრობლემები სხვადასხვა კუთხითაა დასმული: სცენარის დაგეგმვა მომავალი გარემოს გათვალისწინებით, ინოვატორის დილემა ტექნოლოგიური ინოვაციის მხრიდან, და ახალი მომსახურების განვითარება პროცესის თვალსაზრისით. ამ სამი პერსპექტივის გაერთიანება საშუალებას აძლევს მენეჯერს დაინახოს მასპინძლობის ბიზნესში ინოვაციის შესაძლებლობები, იცოდეს ინოვაციის პროცესის დაწყებისა და განხორციელების დრო. ამ თეორიების მასპინძლობის ბიზნესში გამოყენება შედარებით ახალია, საინტერესოა იმის დანახვა თუ როგორ შეიძლება მათი გამოყენება ინოვაციისა და სტრატეგიის რეალიზაციისათვის. სცენარები იგება იდენტიფიცირებული გაურკვეველობების ფონზე ბაზარსა და საზოგადოებაში, რომლებიც არსებით ზემოქმედებას ახდენენ ბიზნესზე. სცენარები გამოიყენება მომავლის პირობების განსაზღვრისათვის.

მასპინძლობის ინდუსტრია საკმაოდ მგრძობიარეა ცვლილებების და საბაზრო ფაქტორების მიმართ, როგორებიცაა – ახალი კონკურენტები და შესაბამისი ადამიანური რესურსების ხელმისაწვდომობა. თუ სასტუმროს შეუძლია სტუმრების, პერსონალის მიზიდვა არახელსაყრელ პერიოდებში, წარმატების შანსი ბევრად უფრო მაღალია.

ინოვაციების დილემა ძირითადად თანმიმდევრული ინოვაციების არჩევანია. შეხედულებები სხვადასხვა ტექნოლოგიებისა და კონცეფციების შესახებ დროთა განმავლობაში იცვლება. როდესაც ჩნდება კითხვა – უნდა მოხდეს თუ არა კონკრეტული ტექნოლოგიის ან კონცეფციის შემდგომი განვითარება, თუ უმჯობესია რესურსები ახალი ტექნოლოგიის კონცეფციისთვის გამოვიყენოთ – საქმე გვაქვს კრისტენსენის თეორიის არსთან. მოქმედი და კონკურენტული ტექნოლოგიების ანალიზი მათი სიმწიფის და ზრდის პოტენციალის დასადგენად, მთავარი პროცესია ინოვაციების დილემის საკითხში. მეტად მნიშვნელოვანია იმ ფაქტის გაანალიზება, თუ როგორ ხედავენ მომხმარებლები თავიანთი საჭიროებების დამაკმაყოფილებელ შემოთავაზებებს, რასაც კრისტენსენი შთანთქმას უწოდებს.

ინოვაციების დილემაში მთავარი დროის სწორი შერჩევაა, რაც ამ სფეროში დამკვიდრებული პირებისთვის ნიშნავს თუ როდის გადავლენ ახალ კონცეფციაზე და აღარ განავითარებენ უკვე არსებულს. ბიზნეს პროცესებს განახლება სჭირდება და უფრო მეტი დრო მიაქვს, ვიდრე ახლის ფორმირებას.

ასევე უნდა გაითვალისწინონ, რომ ახალი ტექნოლოგიის ან კონცეფციის დროზე ადრე წარდგენა არ მოიტანს სათანადო მოგებას. ამიტომაც დროის შერჩევა ორივე მხარისთვის გადამწყვეტია. ინოვაციების დილემა უზრუნველყოფს იმ არსის გაგებას, თუ როგორ ცვლის ბიზნესს ახალი ტექნოლოგიები და კონცეფციები. თუ იცით რა როლი გაქვთ (დამკვიდრებულის თუ დამწყების) და იცით რა გავლენა შეიძლება იქონიოს თქვენს ბიზნესზე, მაშინ სარგებლობთ კონკურენტული უპირატესობით.

ტურიზმისა და მასპინძლობის ინდუსტრია ინოვაციებში დაბალი დონითაა ცნობილი. მისი „გადახალისება“ შეიძლება მივიჩნიოთ, როგორც ყველაზე რადიკალური ინოვაცია. ამგვარად, ინდუსტრია დაუცვე-

ლია ახალი მონაწილეებისგან, რომლებსაც აქვთ დროის შერჩევის კარგი არჩევანი, რათა ახალ ტექნოლოგიებსა და კონცეფციებზე გადასვლით მიაწოდონ სტუმრებს თავიანთი ფასეულობები. დამწყებ მეწარმეებს დროის სწორი შერჩევით, რეალურად შეუძლიათ ბაზარზე შესვლა და მოულოდნელად ადგილის დამკვიდრება. ბრეიკელის მოდელის მიხედვით ახალი სერვისის ფორმირების ფაზებია: მიზნების/სტრატეგიების ფორმულირება, იდეის გენერირება, იდეის შერჩევა, კონცეფციის განვითარება, კონცეფციის შემოწმება.

ახალი მომსახურების განვითარება არის ისეთი სტრუქტურული პროცესი, რომელიც საშუალებას აძლევს ორგანიზაციას მომსახურების პორტფელში ქონდეს როგორც მზარდი, ისე რადიკალური ინოვაციები. განვითარების კონცეფციის შეფასებისთვის მომხმარებელთა ჩართულობა გადაწყვეტია, რადგან მომსახურება ყოველთვის მომხმარებელთან ერთად წარმოიქმნება.

ინოვაციების განვითარება ხდება: შესაძლებლობებით, ტექნოლოგიებით, ახალი ბიზნესკონცეფციებით და ა.შ. სცენარის დაგეგმვა უზრუნველყოს მენეჯმენტის სამომავლო ხედვებს, რომელშიც განიხილება სტრატეგიული მიზნები. შემაფერხებელი ფაქტორების ანალიზი და მათი მოგვარების ძლიერი შესაძლებლობების დანახვის სცენარი მრავალჯერადია და იმუშავებს არა ერთ სცენარში, რომელიც გამოიყენება მასპინძლობის ინდუსტრიაში.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ჰენდერსონი – ინოვატორის დილემა, როგორც ორგანიზაციული კომპენტენციის განვითარების პრობლემა. *ჟ/პროდუქტის, ინოვაციების მენეჯმენტი #23, 2006წ.*
2. ლ. ჩიქავა – ინოვაციური ეკონომიკა. თბ. 2006წ.

ლუკა გაგოშიძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის I კურსის სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ინოვაციების და სტრატეგიების რეალიზაცია მასპინძლობის ინდუსტრიაში კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის მთავარი ამოცანა

რეზიუმე

ნაშრომის მიხედვით მასპინძლობის ინდუსტრიაში განვიხილავთ ინოვაციის სამ კონცეფციას, რომელიც დაგვეხმარება სწორი გადაწყვეტილებების მიღებაში: სცენარის დაგეგმვაში, ინოვატორის დილემში და ახალი მომსახურების განვითარებაში. მასპინძლობის ინდუსტრიას აქვს დახურული პოზიცია, სადაც ყველა არსებული მონაწილე ქმნის პორტფოლიოს სერვისის მომსახურებისთვის

Лука Гагошидзе

Академии туристических наук Грузии

Студент 1 курса экономического факультета университета

Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Нато Жоржوليани**

Академик Академии наук туризма Грузии.

Реализация инноваций и стратегий является основной задачей достижения конкурентного преимущества в индустрии гостеприимства.

Резюме

Согласно статье, мы обсуждаем три концепции инноваций в индустрии гостеприимства, которые помогут нам принимать правильные решения: планирование сценариев, дилемма инноватора и разработка новых услуг. Хостинговая индустрия имеет закрытую позицию, когда все существующие участники создают портфель для предоставления услуг.

Luka Gagoshidze

of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

Student of the 1st year of the Faculty of Economics of the Educational
University

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

**Implementation of innovations and strategies- The main problem to
achieve the competitive advantage in the Hospitality industry**

Summary

in the paper we discuss the three concepts of innovation in the hospitality industry. which will help us to make a right decision planning a scenario, innovator's dilemma and developing, a new service. Hospitality industry has the closed position, where all the participants create the portfolio for their service.

გოგა ჟორჯოლიანი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის

პროფესიული განათლების ცენტრის სატვირო გადაზიდვების

ლოგისტიკის სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებთა აკადემიის აკადემიკოსი

ლოგისტიკა და ტურისტული საწარმოების

მართვის საკითხები

ლოგისტიკას ტურიზმში განიხილავენ როგორც ტურიზმის მენეჯ-მენტის ერთ-ერთ ეფექტურ საშუალებას. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა წარმოადგენს ტურიზმში სპეციფიკურ ლოგისტიკურ საქმიანობას, რომლის არსიც მდგომარეობს იმ ოპერაციების დაგეგმარებაში, მართვასა და კონტროლში, რომლებიც ხორციელდება ტურის შემუშავების, მისი ფორმირებისა და მომხმარებლის ინტერესებისა და მოთხოვნების გათვალისწინებით მზა პროდუქციის მომხმარებელზე მიწოდების დროს.

ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა ასევე ითვალისწინებს შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდებას, შენახვისა და დამუშავების პროცესებს. ლოგისტიკას ასევე მიიჩნევენ კონკურენტულ იარაღად ბაზარზე და მართვის ფილოსოფიად ტურიზმში.

ტურისტული საწარმოების მართვა საკმაოდ რთული პროცესია, რომელიც ეკონომიკური ნაკადების ოპტიმიზაციის მიზნით მოითხოვს ლოგისტიკური სისტემების ამოქმედებას, რაც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კომპანიის ფინანსურ შედეგებზე.

ტურიზმის ლოგისტიკის კომპონენტურ სტრუქტურას მიეკუთვნება:

ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსების ლოგისტიკა; ტურიზმის მატერიალურ – ტექნიკური ბაზის ლოგისტიკა, მათ შორის ტურისტების განთავსებისა და კვების სფეროების ლოგისტიკა;

საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის ლოგისტიკა;

– საექსკურსიო მომსახურების ლოგისტიკა; ტურიზმში თანამდევო მომსახურების ლოგისტიკა; ტურისტული საქონლის წარმოებისა და გასაღების ლოგისტიკა;

ტურისტული კომპანიის ლოგისტიკურ სისტემაში იგულისხმება:

– ინფორმაცია, ტურების დაგეგმვა, შეკვეთების დამუშავება, მოთხოვნილების პროგნოზირება; ტურისტების გადაყვანა ტრანსპორტის სახისა და გადამზიდავი კომპანიის შერჩევა; კადრები, რომლებიც ემსახურებიან ტურისტებს; მომსახურე წარმოებები; ლოგისტიკის ქვეგანაყოფილებები, რომლებიც ემსახურებიან ტურების ფორმირების პროცესებს და მომხმარებლებს უწევენ შესაბამის მომსახურებებს.

ლოგისტიკური სისტემის ელემენტებსა და ფაქტორებს, რომელთაც გათვალისწინება აუცილებელია მათი შემუშავების დროს, მიეკუთვნება:

ტურისტული ფირმების ფილიალების რაოდენობა და მათი განლაგება; ინფორმაციული კავშირი, რომელიც ეფუძნება კომპიუტერული ტექნოლოგიების გამოყენებას (INTERNET, E-MAIL); სატრანსპორტო მოდელი. ბოლო პერიოდში ლოგისტიკის პერეოგატივას მატერიალური ნაკადების მართვასთან ერთად წარმოადგენს მომსახურების ნაკადების მართვა. ტურიზმში მომსახურების ნაკადებად გაიგება მომსახურებების კომპლექსი ტურისტების გადაზიდვების, განთავსების, კვების კუთხით,

საექსპურსიო მომსახურებები, ასევე გიდი – თარჯიმანების მომსახურება და სხვა მომსახურებები რომლებიც ტურისტებს მიეწოდებათ მათი მოგზაურობის მიზნის შესაბამისად.

ნაკადების მართვა ინოვაციური ლოგისტიკის საფუძველზე რესურსების ტრადიციული მართვისაგან განსხვავდება ინტეგრირებულ ლოგისტიკურ მიდგომაში ბიზნეს–პროცესების მართვისადმი. ასეთი მიდგომის საშუალებით საწარმო აღწევს გარე ცვლილებებთან ადაპტაციის შესაბამის დონეს, კონკრეტულ ბაზარზე თავაზობს ტურისტული პაკეტების აუცილებელ რაოდენობას, სადაც ისინი მოთხოვნადი იქნებიან საჭირო დროს, ცდილობს მიაღწიოს შეკვეთების მიღების, დამუშავებისა და სატრანსპორტო მომსახურების სინქრონიზაციას, დანახარჯების შემცირებას. ლოგისტიკური სისტემა, ინტეგრალური პარადაგმის თანახმად, განიხილება როგორც ერთიანი მთლიანი, როგორც ინტეგრირებული სისტემა, რომელიც მომხმარებელთა მოთხოვნილებების შესაბამისად აერთიანებს ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, წარმოების და რეალიზაციის მთლიან სასიცოცხლო ციკლს.

ტურიზმში ლოგისტიკური მართვის ობიექტებს წარმოადგენენ ტურისტული პროდუქტის ფორმირების „წინ წაწევის“ და რეალიზაციის პროცესები, ასევე მათთან დაკავშირებული ფინანსური და საინფორმაციო ნაკადები.

ტურისტული პროდუქტის ფორმირებისა და „წინ წაწევის“ ლოგისტიკური პროცესი მოიცავს შემდეგ ეტაპებს: გამოკვლევა, ექსპერიმენტი, შემუშავება, კადრების მომზადება ტურპროდუქტის ფორმირებისა და „წინ წაწევისთვის“, რეკლამის ორგანიზაცია და რეკლამის ჩატარება. შესასრულებელი ფუნქციების შესაბამისად ტურიზმში ლოგისტიკის ძირითად ამოცანებს შეიძლება მივაკუთვნოთ ტურისტული პროდუქტის ფორმირების, „წინ წაწევის“ და რეალიზაციის რაციონალიზაცია; ტურისტებისა და ექსპურსანტების გადაყვანის ორგანიზაციის გაუმჯობესება და მარშრუტების ოპტიმიზაცია; ტურისტული პროდუქტის მომწოდებლებსა და მომხმარებლებს შორის ოპერატიული ინფორმაციის გაცვლის ორგანიზაცია; ფინანსური ნაკადების დაგეგმვა, პროგნოზირება და კონტროლი.

ლოგისტიკის პრინციპებს წარმოადგენენ მოხმარების პრიორიტეტები. ამიტომ, სერვისის სახესა და დონეს, რომელსაც სთავაზობენ მომხმარებლებს, წამოწევენ წინა პლანზე, ხოლო დროის შემცირება და შეკვეთის შესრულების საიმედოობის ამაღლება განიხილება როგორც ლოგისტიკის უმთავრესი მიზანი.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ლოგისტიკური მიდგომის საფუძველზე მენეჯმენტის იდეალური სისტემა წარმოადგენს სისტემას, რომელიც ეფუძნება ინტეგრირებულ მიდგომას და საშუალებას იძლევა მიზანმიმართულად იმართოს ტურისტული საწარმოს ეფექტური საქმიანობის რეზერვები უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტული კომპანიების ნაკადური პროცესების თავისებურებებიდან გამომდინარე, ეფექტურობის ამაღლების რეზერვების გამოყენებაში საუკეთესო შედეგს შეიძლება მიაღწიონ მხოლოდ იმ კომპანიებმა, რომლებიც გამოიყენებენ ინტეგრირებული ლოგისტიკის კონცეფციას, რომელიც ითვალისწინებს ლოგისტიკური სისტემის იმ ნაკადების გამჭოლ მართვას, რომლებიც გაივლიან მთელი ლოგისტიკური ჯაჭვის ყველა რგოლს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ა. დევაძე. ლოგისტიკური სისტემების თავისებურებები და ნაკადების ეფექტური მართვა ტურისტულ კომპანიებში. თბ. 2015
2. ა. დევაძე. ტურისტული ორგანიზაციების კლიენტების სერვისული მომსახურების ლოგისტიკური პროცესები. ქუთაისი. 2016
3. ლ. ბოცვაძე, კ. ერაძე, ვ. ბოცვაძე. ლოგისტიკური მენეჯმენტი და მოდელირება. თბ.2010

გოგა ჟორჯოლიანი

აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
პროფესიული განათლების ცენტრის სატვირთო გადაზიდვების
ლოგისტიკის სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებთა აკადემიის აკადემიკოსი
**ლოგისტიკა და ტურისტული საწარმოების
მართვის საკითხები**

რეზიუმე

ლოგისტიკას ტურიზმში განიხილავენ როგორც ტურიზმის მენეჯ-მენტის ერთ-ერთ ეფექტურ საშუალებას. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა წარმოადგენს ტურიზმში სპეციფიკურ ლოგისტიკურ საქმიანობას, რომლის არსიც მდგომარეობს იმ ოპერაციების დაგეგმარებაში, მართვასა და კონტროლში, რომლებიც ხორციელდება ტურის შემუშავების, მისი ფორმირებისა და მომხმარებლის ინტერესებისა და მოთხოვნების გათვალისწინებით მზა პროდუქციის მომხმარებელზე მიწოდების დროს. ტურისტული ფირმის ლოგისტიკა ასევე ითვალისწინებს შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდებას, შენახვისა და დამუშავების პროცესებს. ლოგისტიკას ასევე მიიჩნევენ კონკურენტულ იარაღად ბაზარზე და მართვის ფილოსოფიად ტურიზმში.

Гога Жорджолиани

Государственный университет Акакия Церетели
Студент логистики центра профессионального образования
Научный руководитель: **Нато Жорджолиани**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Вопросы логистики и управления туристическими предприятиями

Резюме

Логистика в туризме рассматривается как одно из эффективных средств управления туризмом. Логистика туристического предприятия – это специфическая логистическая деятельность в сфере туризма, суть которой заключается в планировании, управлении и контроле операций, ко-

которые осуществляются в ходе разработки тура, его формирования и доставки готовой продукции заказчику, принятия учет интересов и требований заказчика. Логистика туристической фирмы также включает в себя предоставление актуальной информации, процессы ее хранения и обработки. Логистика также считается инструментом конкуренции на рынке и философией управления в туризме.

Goga Zhorjoliani

Akaki Tsereteli State University

A student of the logistics of the professional education center

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

LOGISTICS AND MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES

Summary

Logistics is being discussed as one of the most effective methods of tourism management. Logistics of Tourist Company represent specific logistics activity, the essence of which lies in the planning of operations, in management and control, which is carried out during development of the tour and during the time of delivering the finished product to the consumer. Logistics of Tourist Company also provides processes of supplying relevant information, storing and processing. Also logistics is a competitive tool in the market and a management philosophy in the tourism.

თომა თედორაძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის I კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ტურისტული ბიზნესის სპეციფიკა და პერსპექტივა

XXI საუკუნის დასაწყისისათვის მსოფლიო ეკონომიკაში ტურიზმი ერთ-ერთი პრიორიტეტულ მდგრად და უსაფრთხო განვითარების დარგად ჩამოყალიბდა, რამაც გლობალურ ეკონომიკაში მისი ადგილი და როლი კიდევ უფრო მნიშვნელოვნად განსაზღვრა. სწორედ ამიტომ ბოლო წლებში ტურიზმისადმი ინტერესი მსოფლიო მასშტაბით განუწყვეტლივ მატულობს.

ბიზნესის გლობალიზაციის და კონკურენციის გამძაფრების თანამედროვე პირობებში, როდესაც მწარმოებლის ბაზარი შეცვლილია მომხმარებლის ბაზრით, ტურიზმის ბიზნესის ფირმებისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მათი მომსახურების კონკურენტუნარიანობის ამაღლების უზრუნველყოფა, რომელიც მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული თვით მომსახურების ისეთ ხარისხზე, რომელიც განისაზღვრება მომხმარებელთა მოთხოვნით. ტურიზმის ბიზნესში ფირმების მომსახურების მაღალი ხარისხის უზრუნველსაყოფად საჭიროა არა მარტო მატერიალური რესურსული ბაზა, არამედ კვალიფიციური მომსახურებაც.

ტურისტული ბიზნესი, როგორც მეტად რთული და მრავალწახნაგოვანი სფეროს მუშავთა მიზანმიმართული ეკონომიკური საქმიანობა, შემდეგი სპეციფიკური თავისებურებებით ხასიათდება:

*ტურისტული ფირმების უმრავლესობა მცირე საწარმოთა კატეგორიას მიეკუთვნება. გამონაკლისია მხოლოდ მჭიდროდ დასახლებული რაიონები.

*ტურისტულ ბიზნესში მოსალოდნელი მოგების ალბათობა შედარებით ბუნდოვანია, რადგან აუცილებელია ადგილობრივი მოსახლეო-

ბის ინტერესების გათვალისწინება, რაც მნიშვნელოვნად აძნელებს ტურისტული ფირმის ეკონომიკური ეფექტიანობა.

*ტურისტულ ბიზნესში ჩართულია განსხვავებული ინტერესების და მიზნების მქონე ტურისტები.

*ტურისტული ბიზნესის მომხმარებლები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან თავიანთი მოთხოვნებით ტურისტული პროდუქტისადმი.

*ტურისტული ბიზნესი ძირითადად სეზონურია. ტურისტული მომსახურების მოცულობა დამოკიდებულია ბუნებრივ-კლიმატურ პირობებზე, რაც მოთხოვნის დონის მკვეთრ რყევადობას განაპირობებს და ტურისტულ ბიზნესის გამართულ ფუნქციონირებას ართულებს.

*ტურისტული ფირმების დისლოკაციას განსაზღვრავს როგორც ტურისტული პროდუქტის მომხმარებელთა ძირითადი კონტიგენტი, ისე რეკრიაციული რესურსების ადგილმდებარეობა. ამ ფაქტორების გათვალისწინებით ოპტიმალური გარანტის შერჩევა მეტად მნიშვნელოვანია.

*ტურიზმი არის ბიზნესის ისეთი სფერო, რომელიც დინამიკურად ვითარდება. ტურისტულ ბიზნესში აუცილებლობას არ წარმოადგენს მსხვილი ინვესტიციები. ტურისტულ ბაზარზე საკმაოდ წარმატებულად ფუნქციონირებენ როგორც მსხვილი, ისე საშუალო და მცირე საწარმოები. ამასთან ტურისტულ ბიზნესში კაპიტალი უფრო სწრაფად ბრუნავს, რაც უკუგებას გაცილებით აჩქარებს.

*ტურისტული ბიზნესის ფუნქციონირება დიდადაა დამოკიდებული მომიჯნავე დარგების (კავშირგაბმულობა, ტრანსპორტი, კვების და სხვა მომსახურების ობიექტები) განვითარებაზე. ამასთანავე ტურიზმის განვითარებით ეს დარგები კიდევ უფრო ვითარდებიან.

*ტურიზმის მეშვეობით შესაძლებელია ამა თუ იმ საქონელზე განხორციელდეს ე.წ. „უხილავი ექსპორტი“. მოგზაურობის დროს უცხოელი ტურისტი მოთხოვნილების მატარებელი პირია. მისთვის სასურველ საქონელს იგი იძენს ადგილზე. შექმნილი საქონლის ღირებულება ადგილობრივი ბიუჯეტის შევსების წყარო ხდება.

*ყველა ტურისტული პროდუქტი უნიკალურია. ტურისტული პროდუქტის მრავალსახეობა, მომხმარებელთა სუბიექტური შეფასების თვალთახედვით, განსხვავებულად აღიქმება, რაც სპეციფიკურ მენეჯ-

მენტურ მიდგომას მოითხოვს. ამ გაგებით საყურადღებოა ტურიზმში მარკეტინგული სამსახურის გაძლიერება.

ტურიზმის ბიზნესში თანამედროვე ფორმებმა არ უნდა დაიშურონ ძალისხმევა იმისათვის, რომ მაღალი ხარისხის პროდუქტების მიწოდებით მასსა და მის მომხმარებლებს შორის ნდობა გაღრმავდეს. ეს მიდგომა ჩადებული ევროპული თანამეგობრობის მიერ „ევროპულ ბაზარზე საქონლისა და მომსახურების ხარისხის გლობალურ საკანონმდებლო კონცეფციაში“.

ჩვეულებრივ, ითვლება რომ უცხოური ტურისტი სატრანსპორტო ხარჯებზე და კვებაზე ხარჯავს 40%. სასტუმროზე - 30%, ქვეყნის შიგნით მოგზაურობაზე 8%. სხვა დანახარჯები 22%. ასეთ დანახარჯებს ქვეყნისათვის მოაქვს დადებითი ეფექტი. ტურიზმი უდიდეს როლს თამაშობს საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების საქმეში, რაც მნიშვნელოვანწილად საერთაშორისო ტურიზმის სწრაფი ზრდით განისაზღვრება. ქვეყნებს შორის საერთაშორისო ურთიერთგაცვლა არის საერთაშორისო ვაჭრობის შემადგენელი ნაწილი და რეალურად ქვეყნის საგარეო ვაჭრობაზე უდიდეს გავლენას ახდენს. საერთაშორისო ტურიზმი ეკონომიკის და სხვა დარგების საქონლისა და მომსახურების საერთაშორისო სავაჭრო ნაკადების აქტიური გენერატორია. მრავალი ტურისტული ქვეყანა უცხოელ ტურისტთა მოთხოვნებს იმპორტული საქონლით აკმაყოფილებს. ქვეყანაში ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება კი სტიმულს აძლევს სხვადასხვა ქვეყნის სამშენებლო მასალების, ნედლეულის და ტექნოლოგიების იმპორტს.

მნიშვნელოვანია ტურისტული ბიზნესის განვითარება ეროვნული ეკონომიკის საგადამხდელო ბალანსის ნიველირების თვალსაზრისით. საერთაშორისო ტურიზმის წვლილი საგადამხდელო ბალანსში გამოიხატება მოცემულ ქვეყანაში უცხოელი ტურისტების მიერ გაწეულ ხარჯებსა და ქვეყნის რეზიდენტების მიერ უცხოეთში გაწეულ ხარჯებს შორის სხვაობაში. ტურიზმის ხარჯებისა და მისგან შემოსავლების გაანგარიშების მიზნით მსოფლიო ტურისტულმა ორგანიზაციამ და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციამ გაამარტივეს საერთაშორისო ტურიზმში აღრიცხვიანობის პროცედურები.

ტურისტული ბიზნესი ვალუტის შემოდინების მნიშვნელოვანი წყაროა. მსოფლიო მასშტაბით ტურისტული ინდუსტრიის ქვეყნებში დარგში საერთო შემოსავლებმა იმატა. ეკონომისტების კომპლექსური გათვლებით ყოველი 100 000 ტურისტი ქალაქში გატარებული 23 საათის განმავლობაში ხარჯავს 6000 აშშ დოლარს, ანუ თითოეული ტურისტის მიერ 1 საათში დახარჯული თანხა საშუალოდ შეადგენს 260 აშშ დოლარს. ეჭვს აღარ იწვევს ის ფაქტი, რომ ტურიზმის გარეშე შეუძლებელია ადამიანებმა სრულყოფილად გაატარონ თავისუფალი დრო, ხოლო ტურისტული დანიშნულების უმეტეს პუნქტებსა და რეგიონებში გაზარდონ ეკონომიკური შემოსავლები.

ტურისტული ბიზნესის განვითარება მეტად მნიშვნელოვანია ჩვენი ქვეყნისათვის, რომელსაც მისი განვითარებისათვის საკმაოდ დიდი და მრავალფეროვანი რესურსული პოტენციალი გააჩნია.

ბიზნესის ინსტიტუტის შემოღებამ, ტურისტული ფორმალობების გაიოლებამ, მოგზაურობის შესაძლებლობების მქონე პირთა მნიშვნელოვანმა ზრდამ, საშუალო და მაღალშემოსავლიანი მოსახლეობის ჯგუფების ზრდის მდგრადობამ ბიძგი მისცა მასობრივი ტურისტული ნაკადების გენერაციას. შესაბამისად, გაიზარდა ტურისტული ინდუსტრიის მასშტაბები, შეიქმნა ახალი საწარმოები და ახალი სამუშაო ადგილები.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. მ. მეტრეველი – ტურიზმის ბიზნესი, თბ. 2011
2. ავ. სოხაძე, ს. ცაგარეიშვილი. ტურიზმის ინდუსტრია. ქუთაისი, 2015წ.
3. www.skygeorgia.ge

თომა თედორაძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის I კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი ნატო ჟორჯოლიანი
საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

ტურისტული ბიზნესის სპეციფიკა და პერსპექტივა

რეზიუმე

ბიზნესის გლობალიზაციისა და კონკურენციის გამლიერების პირობებში, როდესაც სამხმარებლო ბაზარი ცვლის წარმოების ბაზარს, ძალიან მნიშვნელოვანია ტურისტული კომპანიების მომსახურების კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესება. კონკურენტუნარიანობა დიდწილად დამოკიდებულია მომსახურების ხარისხზე, რაც განპირობებულია, მომხმარებლის მოთხოვნებით, ტურისტული კომპანიების მაღალი ხარისხის მომსახურების უზრუნველსაყოფად საჭიროა არა მხოლოდ მატერიალური რესურსები, არამედ ეფექტური მომსახურებაც.

Тома Тедорадзе

Студент I курса экономического факультета учебного
университета Академии наук туризма Грузии
Научный- руководитель **Нато Жоржолиани**
Академик Академии наук туризма Грузии.

Специфика и перспективы туристического бизнеса

Резюме

В условиях глобализации бизнеса и усиления конкуренции, когда потребительский рынок заменяет рынок производства, очень важно повышать конкурентоспособность услуг туристических компаний. Конкурентоспособность во многом зависит от качества обслуживания, которое определяется требованиями клиентов, для обеспечения качественного обслуживания туристических компаний необходимы не только материальные ресурсы, но и эффективное обслуживание.

Thoma Tedoradze

of the Academy of Tourism Sciences of Georgia Student of the
1st year of the Faculty of Economics of the Educational University

Scientific leader **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

Specifics and perspective of tourism business

Summary

In the face of globalization of business and intensification of competition, when consumer market replaces production market, it's very important to improve competitive ability of services of tourist companies. Competitive ability largely depends on the quality of services, which is conditioned by the customers' demands. To guarantee the high-quality services of tourist companies, it's necessary not only material resources, but also efficient services.

ლუკა ღვინჯილია

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო
უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის IV კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

სოციალური მედიის მნიშვნელობა ტურისტული ბიზნესის განვითარების საქმეში

ტურიზმი, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე მაღალშემოსავლიანი ბიზნესი, მსოფლიო ეკონომიკაში, უკვე დიდი ხანია დამკვიდრდა. მიუხედავად მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისისა, ტურისტული ბიზნესის წარმომადგენლები მაინც ახერხებენ, შეიმუშაონ ისეთი შეთავაზებები, რომელთაც მოხმარების საკმაოდ ფართო არეალი გააჩნია. თუმცა, მსხვილი ტურისტული ორგანიზაციების პარალელურად, ვითარდებიან და კონკურენტულ გარემოს ქმნიან კერძო პირებიც, რომლებიც უკვე რამდენიმე ათეული წელია, ტურისტულ ბიზნესში ოპერირებენ. ამ მხრივ, მსოფლიოს არც საქართველო ჩამორჩება. ჩვენს ქვეყანაში ტურიზმის სფერო განსაკუთრებით აქტუალური ბოლო რამდენიმე წლის მანძილზე გახდა. სახელმწიფოს მიერ პრიორიტეტად დასახელებული დარგის დინამი-

კური განვითარება ქვეყნის ეკონომიკური აღმავლობის გარანტია. შესაბამისად, არცაა გასაკვირი, რომ განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა როგორც ზოგადი ტურისტული ინფრასტრუქტურის, ასევე კონკრეტული რეგიონის ტურისტული პოტენციალის განვითარებას. აქვე დავძენთ, რომ სახელმწიფოს მიერ ტურიზმის მხარდაჭერის უმარტივესი გზა სწორედ რომ რეგიონული პროგრამების რეალიზებაა.

ინოვაციათა დანერგვა ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო ორგანოების, ბიზნეს-სტრუქტურების, კვლევით დაწესებულებათა და მასმედიის ორგანოების ერთობლივ ძალისხმევას მოითხოვს სახელმწიფო სექტორის როლი კი, ამ საქმეში განმსაზღვრელია.

რეგიონული ტურიზმის განვითარებაში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან როლს საოჯახო სასტუმროებისა და ე. წ. გესთჰაუსების (guesthouse, ინგლისურიდან სიტყვა-სიტყვით: სასტუმრო სახლი) საკითხი თამაშობს, რადგან სწორედ ე. წ. საოჯახო ტურისტული ბიზნესი ქმნის რეგიონის მოსახლეობისათვის ხელსაყრელ ეკონომიკურ პირობებს და ხელს უწყობს ტურისტული სერვისების განვითარებას.

მოგეხსენებათ, 21-ე საუკუნე ინფორმაციულ საუკუნედაა წოდებული. ინფორმაციის ფასი კი, ნებისმიერ დარგში, საკმაოდ მაღალია. დიდი ხანია საუბრობენ “ინდუსტრიული საზოგადოების” “ინფორმაციულ საზოგადოებად” გარდაქმნის გარდაუვალობის შესახებ. მკვლევართა მტკიცებით, აღნიშნული პროცესი არათუ მიმდინარეობს, უკვე შედგა კიდევ წარმოების მეთოდებისა და ადამიანთა მსოფლხედვის, მათი ცხოვრების წესის ცვლაც აღნიშნული პროცესის თანამდევია. ინფორმაციული ტექნოლოგიები მილიონობით ადამიანის ყოველდღიურ ყოფაზე კარდინალურად ზემოქმედებს და დღეს, ადამიანური, მატერიალური და ფინანსური რესურსების კვალდაკვალ, უმნიშვნელოვანეს სტრატეგიულ ფაქტორად იქცა. ინფორმაციის წარმოება-მოხმარება კი საზოგადოებრივი ცხოვრების სხვადასხვა სფეროთა ეფექტური ფუნქციონირების საფუძველია. ამიტომაცაა, რომ მზარდი ინფორმაციული ნაკადები საზოგადოების ნებისმიერი წევრისათვის სულ უფრო ხელმისაწვდომია. სწორედ საინფორმაციო ტექნოლოგიების განვითარება უწყობს ხელს ტურიზმის ამა თუ იმ სერ-

ვისის პოპულარიზაციას, რაც პერმანენტული, მიზანმიმართული სარეკლამო ღონისძიებებით მიიღწევა.

ახალი მედიის ცნება მოიცავს სოციალურ მედიასაც, რომელიც, ფაქტობრივად, ჟურნალისტიკის ახალი განზომილებაცაა და მისი უმკლიერესი კონკურენტიც. სოციალური მედიის ფუნქციონირებაში ჟურნალისტებიც მონაწილეობენ და პიარის სპეციალისტებიც, მაგრამ უკვე განსხვავებულ ამპლუაში. მედიის ამ უახლეს განშტოებას თავად აუდიტორია, მედიამომხმარებელი ქმნის. სოციალური ქსელები უკვე ასრულებს ტრადიციული მედიის ფუნქციებს. ზემოთქმულის საილუსტრაციოდ მსოფლიოში ყველაზე პოპულარული სოციალური ქსელის Facebook-ის დასახელებაც საკმარისია. სოციალური მედია, თავისთავად, ტრადიციული მედიის გამოცდილებას ეყრდნობა; ტრადიციული მედია კი, თავის მხრივ, აქტიურად იწყებს ახალი მედიის მიღწევებს – თავის ინტერნეტ საიტებზე ქმნის ბლოგებს, მომხმარებელს კონკრეტული მასალების ინტერაქტიური კომენტარების საშუალებას აძლევს და ა.შ. მართალია, საზოგადოების ერთი მცირე ნაწილი ახალ მედიას კვლავაც სკეპტიკურად აფასებს, მაგრამ უახლესი ისტორიის თვალის გადავლებაც საკმარისია იმის გასახსენებლად, რომ არცთუ შორეულ წარსულში იგივე განწყობა ტელევიზიის მიმართაც არსებობდა. ფაქტი კი უდაოა, ახალი მედია, როგორც ინფორმაციის გავრცელების წყარო, მიმზიდველი რესურსია.

ცნობილია, რომ რეკლამა საკმაოდ ძვირი სიამოვნებაა, განსაკუთრებითაა ხაზგასმული ინტერნეტ-რეკლამის როლი მცირე ტურისტული ბიზნესში (საოჯახო ტიპის სასტუმროები, გესტჰაუსები და ა.შ.). სოციალური მედია წარმოადგენს კომუნიკაციის შედარებით ახალ, თუმცა საკმაოდ განვითარებულ ფორმას, რომელიც ტექნოლოგიური განვითარების საფუძველზე ჩამოყალიბდა. იგი მედიის სხვადასხვა სახეობათა ერთგვარი ნაზავია, რომელიც იძლევა საშუალებას, მცირედი ტექნიკური უნარების ათვისების საფუძველზე შეიქმნას მულტიმედიური, იოლად ხელმისაწვდომი და, რაც მთავარია, საკმაოდ იაფი პროდუქტი. სოციალური მედიის განთავსების სივრცე ონლაინია. სწორედ ეს საყოველთაო და ხელმისაწვდომობაა ის ძირითადი კომპონენტი, რომელმაც სოციალური მედია თანამედროვე კომუნიკაციის ერთ-ერთ წამყვან დარგად აქცია და

დღეს რეკლამა სოციალურ მედიაში ისეთივე ბუნებრივი და მოთხოვნადი მოვლენაა, როგორც რეკლამა ტელევიზიაში, ბილბორდსა თუ სხვა სივრცეებში.

თუ გავითვალისწინებთ, რომ თანამედროვე ქართულ საზოგადოებაში ახალგაზრდების უმრავლესობა საკუთარი სოციალიზაციისთვის აუცილებელ მინიმალურ ინფორმაციასაც კი სწორედ ინტერნეტით იღებს, გასაგები გახდება ტურისტული სააგენტოებისა და ცენტრების მოტივი ისარგებლოს ყველაზე პოპულარული საკომუნიკაციო არხებით. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, XXI საუკუნე მსოფლიო ინდუსტრიულ რევოლუციაზე უფრო დიდი რევოლუციით – სოციალური მედიით დაიწყო. ახალ, იგივე, სოციალურ მედიას, დიდი მომავალი აქვს, თუმცა ის ტრადიციულ ჟურნალისტიკას, ვფიქრობთ, ვერ ჩაენაცვლება.

ადამიანები ყოველდღიურად თავისუფალი დროის დიდ ნაწილს ინტერნეტის გლობალურ ქსელში ატარებენ. მაგალითად, „ფეისბუქი“ (Facebook), „იუთუბი“ (YouTube), „ტვიტერი“ (Twitter), ინფორმაციის მიღება-გაცემის პოპულარული საშუალებაა, რომელსაც მსოფლიოში მილიონობით ადამიანი იყენებს. ახალი მედიის ჯაჭვში ინფორმაციის მთავარი გამცემი არამხოლოდ ბლოგერები არიან. ჩვენ შევეცადეთ, შეზღუდული წვდომადობის ემპირიულ მონაცემებზე დაყრდნობით წარმოგიდგინოთ კომუნიკაციური პროცესების თავისებურებები ელექტრონულ სოციალურ ქსელში, მედიაში. ყველაზე უკეთ: სწრაფად, უფასოდ და დინამიკურად დაინტერესებულ ადამიანებს შეუძლიათ, სწორედ ახალი მედიის მეშვეობით გაეცნონ საქართველოს ტურისტულ პოტენციალს: ისტორიულ ადგილებს, კულტურულ ღირსშესანიშნაობებს და ა. შ.

საოჯახო სასტუმროებისა და ე. წ. გესტჰაუსთა ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას მათი იმიჯის შექმნა და ცნობადობის დონის ამაღლება წარმოადგენს, რაც მომხმარებლის კეთილგანწყობასა და ვიზიტორთა რაოდენობას მნიშვნელოვნად განაპირობებს. ასევე ყურადსაღებია ხელმისაწვდომობის ფაქტორი, რომელიც თანამედროვე ტურისტულ ბიზნესში ხშირად გადამწყვეტ როლს თამაშობს. ვგულისხმობთ იმას, რომ თუ ტურისტს სურს ამა თუ იმ ქალაქში დასვენება, მისი უმთავრესი ამოცანაა გაარკვიოს, თუ რა სერვისს სთავაზობენ ტურისტული ბიზნესისა და

მომსახურების სფეროს იქ მომუშავე წარმომადგენლები. სწორედ აქ ჩნდება ხელმისაწვდომი ინფორმაციის პრობლემა, რომელიც ტურისტს მისთვის სასარგებლო ინფორმაციას მიაწვდის.

როგორც უკვე ვისაუბრეთ, რეკლამა მედიაბიზნესის ყველაზე ძვირადღირებული ნაწილია, ამიტომ რთულია ხარისხიანი და, ამასთანავე, ეკონომიკურად მომგებიანი პიარკამპანიის წარმოება. სწორედ აქ ჩნდება მთავარი კავშირი ტურისტულ ბიზნესსა და კომუნიკაციების სფეროს, კერძოდ კი, სოციალურ მედიას შორის. სოციალური მედიის ერთ-ერთ მთავარ შემადგენელ ნაწილს ბლოგები წარმოადგენენ. ბლოგი, ესაა მცირე ვებსივრცე, სადაც ყოველ მსურველს სრულიად უფასოდ შეუძლია ამა თუ იმ თემის შესახებ მომზადებული ინფორმაციის განთავსება. ინტერნეტ-ინფრასტრუქტურის განვითარებას ტურიზმის წინსვლისთვის მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება. იმ რეგიონებში, სადაც ტურისტის ინტერესის სფეროში შემაჯავალი ობიექტები მრავლადაა, უინტერნეტობა დამატებით დაბრკოლებას უქმნის როგორც თავად ტურისტს, ასევე რეგიონის იმ მაცხოვრებლებს, ვინც საკუთარი საქმიანობის სფეროდ ტურისტული ბიზნესი აირჩიეს.

თუმცა, მიუხედავად ამ მონაცემებისა, ჯერ კიდევ შეუსწავლელია, საოჯახო სასტუმროების რამდენი პროცენტი სარგებლობს ინტერნეტ-შესაძლებლობებით, რამდენს გააჩნია ონლაინრეკლამა და რამდენი იყენებს სოციალური მედიის მართლაც რომ განუსაზღვრელ შესაძლებლობებს. თანამედროვე ეტაპზე ბლოგსივრცეში უფასო ვებგვერდის დამზადება საკუთარი სასტუმროს, გესთაუსის, ტურისტული მომსახურების თუ სხვა ტიპის საქმიანობის პოპულარიზაციის მიზნით, უკვე აპრობირებული და პროგრესირებადი საქმიანობაა.

საქართველოში უკვე არსებობს რამდენიმე საიტი, რომლებიც უზრუნველყოფს ტურისტს საჭირო ინფორმაციით, თუმცა მათი ძირითადი სპეციალიზაცია სწორედ რომ მსხვილი სასტუმროებია და არა მცირე საოჯახო სასტუმროები და გესთაუსები. ამიტომ მნიშვნელოვანი ხდება თავად ამ ბიზნესის მფლობელებმა საკუთარი შემოსავლის წყაროს პოპულარიზაციისათვის გარკვეული ნაბიჯები გადადგან. გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ საქართველოში ინტერნეტის მომხარებელთა

უმრავლესობა ახალგაზრდაა, თუმცა ბიზნესით დაკავებულ დიდ ნაწილს საშუალო ასაკის პირები წარმოადგენენ, რომლებიც ნაკლებად ფლობენ საჭირო უნარებს ინტერნეტტექნოლოგიებთან სამუშაოდ.

დასასრულს აღვნიშნავთ, რომ ახალი მედია ნაკლები დანახარჯით ეფექტური შედეგის მიღწევის კარგი საშუალებაა. მისი მეშვეობით მედი-აკომუნიკაციური პროცესი გახდა ინტერაქტიური და შედეგი, რომელსაც მედია ინფორმაციის გავრცელებით იღებს, უფრო თვალსაჩინო და ხელშესახებია. შესაბამისად, მედიასაშუალებებისათვის მომგებიანია, აწარმო-ოს მულტიმედია პროდუქტი, რომელსაც მსოფლიო საკომუნიკაციო ქსე-ლის, ინტერნეტის საშუალებით ავრცელებს. ეს იაფი, იოლი და ეფექტუ-რია. მომხმარებელი თავადაა ჩართული კომუნიკაციურ პროცესში ავრცე-ლებს ინფორმაციას საზოგადოების ფართო მასებისათვის და უკუკავ-შირსაც ამყარებს.

აქედან გამომდინარე, მნიშვნელოვანი ხდება სახელმწიფო მხრიდან ტურიზმის ხელშეწყობის ფონდებით და სხვა სუბსიდიებით, იმ მცირე მეწარმეების გადამზადება, რომელთა ბიზნესიც ტურიზმის სფეროში ერ-თიანდება, რათა მათ მოახერხონ იმ თავისუფალი რესურსის ეფექტური გამოყენება რომელსაც თანამედროვე სამყაროში მიმდინარე ტექნო-ლოგიური წინსვლა ქმნის.

ტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვანი ხელშეწყობია როგორც ქვეყნის ეკონომიკის, ასევე მისი საერთაშორისო ცნობადობისა და ავტო-რიტეტის ამაღლებისათვის, რადგან ტურისტი, რომელიც მომსახურებით კმაყოფილი ტოვებს ქვეყანას, პირდაპირ თუ ირიბად ამ ქვეყნის დესპანი ხდება თავის სახელმწიფოში, ამიტომაც ვფიქრობთ, მნიშვნელოვანი იქ-ნება ისეთი ტიპის სწავლების, კვალიფიკაციის ამაღლების ორგანიზება, რომელიც ხელს შეუწყობს საოჯახო ტურისტული ბიზნესის გან-ვითარებასა და მისი ხელმისაწვდომობის გაზრდას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. მ. მეტრეველი – ტურიზმის ბიზნესი. თბ. 2011
2. დ. დოლიკაშვილი. მ. მაზანიშვილი, მ. ჯაშიაშვილი. ტურიზმის საფუძვლები. 2013

3. ა. ოქროცვანიძე, მ. ვადაჭკორია. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი.

ლუკა ღვინჯილია

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის IV კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი
**სოციალური მედიის მნიშვნელობა ტურისტული
ბიზნესის განვითარების საქმეში**
რეზიუმე

ტურიზმში საინფორმაციო ტექნოლოგიების ფართოდ დანერგვას შეუძლია დიდი გავლენა მოახდინოს ტურისტული დარგის განვითარებაზე და ხელი შეუწყოს ტურიზმისა და მოგზაურობების მიმზიდველობის გაზრდას.

Лука Гвинджилия

Студент 4 курса экономического факультета учебного университета
Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Нато Жоржоллиани**
Академик Академии наук туризма Грузии.

**Важность социальных сетей в туризме
в развитии бизнеса**

Резюме

Широкое внедрение информационных технологий в туризме может оказать большое влияние на развитие туристической отрасли и способствовать повышению привлекательности туризма и путешествий.

Luka Ghvinjilia

of the Academy of Tourism Sciences of Georgia

4th year student of the Faculty of Economics of the Educational University

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

**Importance of social media in The process of Tourism
Business development**

Summary

The tourism in the introduction of information technology can be widely influenced the development of the tourism sector to promote travel and tourism to increase attractiveness

დემური ფესტენიძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის
სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის II კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჯოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

სათამაშო ბიზნესი – აზარტული თამაშები

აზარტული თამაშები გართობის ერთ-ერთ მთავარ საშუალებად იქცა, რომელსაც თავისი წვლილი ეკონომიკის ფორმირებასა და განვითარებაში შეაქვს. სათამაშო ბიზნესი ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარებას და ქვეყნისთვის დამატებითი ფუნქციები მოაქვს. აზარტულ თამაშებს უდიდესი ისტორია აქვს მსოფლიოში. თანამედროვე ეპოქა წარმოუდგენელია აზარტული თამაშებისა და ზოგადად აზარტის გარეშე. ერთი შეხედვით ეს უწყინარი სიტყვა ხშირად ძალიან ფართო შინაარსის მატარებელია და აზრთა სხვადასხვაობას იწვევს საზოგადოების ნებისმიერ წრეში თავისი გავლენით საზოგადოებაზე, განსაკუთრებით კი – ახალგაზრდებზე. აზარტი შეგვიძლია დავინახოთ ისეთ მარტივ პროცესებში, როგორცაა საჭმლის მომზადება, მანქანის მართვა და ა.შ. ვარაუდობენ, რომ აზარტული თამაშები და ფსონის ჩამოსვლის ფაქტი ჩვ. წ-ალ-მდე

2300 წლით თარიღდება. ასევე აღმოჩენილია ჩვ. წ-ალ-მდე მე-7 საუკუნით დათარიღებული ე.წ. კამათელი, რომელიც არქეოლოგიური გათხრების დროს იპოვეს. აზარტული თამაშები ოფიციალურად 1520 წელს საფრანგეთში მეფე ფრანცისკ I-ის ბრძანებით დაკანონდა. პირველი კაზინოები კი პარიზში 1765 წელს გაიხსნა. აზარტული თამაშების სახლები გართობასთან ერთად, უამრავი უკანონო საქმიანობის, მათ შორის შავი ფულის გათეთრების ყველაზე კარგი საშუალება იყო.

ისტორიულ წყაროებზე დაყრდნობით პირველი კაზინო იტალიაში გაიხსნა მე-17 საუკუნის დასაწყისში, ხოლო დანარჩენ ევროპაში მასიურად გავრცელდა მე-19 საუკუნეში. აზარტულ თამაშებს საქართველოშიც დიდი ხსნის ისტორია აქვს. ასე მაგალითად, ქუთაისში ოდითგანვე თამაშობდნენ გასართობად ბილიარდს, თუმცა იგი მივიწყებას მიეცა და საჭირო გახდა ბილიარდის რეაბილიტაცია: „თანადროულობამ მოიტანა არსებულის გარდა, კიდევ უფრო საინტერესო დასასვენებელი და გასართობი „ორგანიზაციის“ შექმნა, რომელიც ყველა პროფესიის ადამიანის გონივრული დასვენების თვალსაზრისით ერთმანეთში ჰარმონიულად განავითარებდა დასვენებისა და გართობის თუნდაც მივიწყებულ სახეობას“.[1]. ამ სახეობაში იგულისხმებოდა ბილიარდი, რომელსაც ქუთაისში ძველ დროშიც კი თამაშობდნენ. საინტერესოა ისიც, რომ ჯერ კიდევ ადრე 1891 წელს „ქუთაისში ეგრეთ წოდებული „კრუჟოკი“ შეიქმნა. აქ იმართებოდა ცეკვისა და ლიტერატურული საღამოები, იყო მსჯელობა სხავადასხვა საჭირბოროტო საკითხებზე. წლების მანძილზე საზოგადოების ერთმა ნაწილმა ეს „კრუჟოკი“ ბანქოს სათამაშო ადგილად აქცია. მერე კი მათ, ვისაც აზარტული გართობა ნაკლებ აინტერესებდა, ჭადრაკის წრის ჩამოყალიბება გადაწყვიტეს.“[2] საბოლოოდ უპირატესობა ჭადრაკის წრეს მიანიჭეს. მე-19 საუკუნეში საქართველოში არსებობდა მრავალი აზარტული დაწესებულება, რომლის ხშირი სტუმრები იყვნენ იმდროინდელი ელიტის წარმომადგენლები. ცნობილია აკაკი წერეთლის სიყვარული აზარტული თამაშების მიმართ, მაგრამ იგი ჭადრაკის თამაშის დიდი მოტრფიალე იყო. აკაკი ერთ ადგილზე „ჩემი თავგადასავალი“, იგონებს: „ნარდი, ჭადრაკი და სათამაშოები სასიამოვნოდ და დროს გასატარებლად გამიგონია ჩვენშიო, ხუმრობაც შემვენის და მეც ჩემი ქვეყნის ჩვეულებაზე

ვდგავარო, და თუ თქვენში საწყენი და გასაჯავრებელი ყოფილა, ჩემთან რა გინდა, ისევ თქვენებთან გეთამაშნაო“.[3]. 1920 წელს თბილისში გაიხსნა პირველი კაზინო საბჭოთა კავშირის პერიოდში აზარტული თამაშები აიკრძალა. თუმცა საბჭოთა კავშირის დაშლისა და დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ აზარტულმა თამაშებმა დიდი პოპულარობა მოიპოვა ქვეყანაში, რასაც 1997 წელს მოჰყვა შესაბამისი გადასახადისა და დაბეგვრის მეთოდის შემოღება. ნებისმიერ აზარტულ თამაშს, რომელიც საქართველოში ხორციელდება, სჭირდება ლიცენზია და შესაბამისი კანონის დაცვა.

აზარტულად მოთამაშეები იღებენ ვალს და დარწმუნებულნი არიან, რომ თამაშით, ვალით აღებულ თანხას გააორმაგებენ, ვალსაც გაისტუმრებენ და მოგებულებიც დარჩებიან, მაგრამ რეალობა ასეთი არ არის. სამწუხარო ის არის, რომ „ლიდომანიით“ დაავადებული ადამიანი ხშირად მთელი ფინანსური რესურსის დაკარგვის სანაცვლოდ იღებს აზარტით მინიჭებულ სიამოვნებას. არის ფაქტები, როდესაც მოთამაშეს მთელი მისი კუთვნილი უძრავი თუ მოძრავი ქონების გაყიდვით აღებული ფული წაუგია კაზინოში და თვითმკვლელობით დაუსრულებია სიცოცხლე. ნიშანდობლივია, რომ გამოკითხულთა 74% ფიქრობს, რომ თვითმკვლელობის ძირითადი მიზეზი აზარტული თამაშებშია.

არის კატეგორია ადამიანებისა, რომელიც დიდი ფსონით (დიდი ფულით) თამაშობს და კაზინოში უფრო გასართობად შედიან. ასეთ კლიენტებს სხვადასხვა პრივილეგია აქვთ, მაგალითად, მათთვის უფასოა სასმელი, რომელიც კაზინოს ბარებში ძალიან ძვირად ფასობს.

ამდენად, ადგილი, სადაც ადამიანები ფულს აგებენ ან იგებენ, სადაც ფორტუნას ცდიან, სადაც საათი არ არის, კაზინოა. დღეს საქართველოში ბევრი ადამიანია, რომლისათვისაც აზარტული თამაშები არა გაართობის, არამედ გამდიდრების გზაა. დროთა განმავლობაში, ისინი აზარტულ თამაშებზე დამოკიდებულები ხდებიან და სწორედ აქ იწყება მათი ფსიქოლოგიური და სოციალური პრობლემები.

აზარტული თამაშები ძირითადად, ისლამურ ქვეყნებშია აკრძალული. მაგალითად, ირანში, ერაყში, არაბთა გაერთიანებულ ემირატებში, ეგვიპტეში. ასევე, მეზობელ აზერბაიჯანში. ყველა იმ ქვეყნებში სადაც

აზარტული თამაშები დაშვებულია, ასაკობრივი შეზღუდვა არსებობს. არასრულწლოვანი პირის სათამაშო სახლებში დაშვება კანონით ისჯება, ამისთვის ადმინისტრაციული სასჯელები და ჯარიმებია გათვალისწინებული.

ცნობილია, რომ საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესია აზარტულ თამაშებს მხარს არ უჭერს და მიიჩნევს მას ყოვლად დაუშვებლად და სრულიად მიუღებლად.

გამოყენებული ლიტერატურა

- 1.ო.ცხადაძე, „ბილიარდს რეაბილიტაცია ესაჭიროება“, გაზეთი „ქუთაისი“, 2 დეკემბერი. 1988 წ.
- 2.ო.ცხადაძე, „პირველი ნაბიჯები“, გაზეთი „ლელო“, 23 ივნისი, 1973 წ.
- 3.აკაკი წერეთელი, თხზულებანი, თბილისი, 1980 წ. გვ.730
4. ავ. სოხაძე, ს. ცაგარეიშვილი – ტურიზმის ინდუსტრია, 2015წ. ქუთაისი
5. ირ. ლაითაძე – აზარტულ თამაშებზე დამოკიდებულება და შრომის ბაზარი.
6. რ. ყურაშვილი – აზარტული თამაშების როლი ეკონომიკაში.

დემური ფესტენიძე

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტის ეკონომიკის ფაკულტეტის II კურსის სტუდენტი
მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ნატო ჟორჟოლიანი**

საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის აკადემიკოსი

სათამაშო ბიზნესი – აზარტული თამაშები

რეზიუმე

აზარტული თამაშები გართობის ერთ-ერთ მთავარ საშუალებად იქცა, რომელსაც თავისი წვლილი ეკონომიის ფორმირებასა და განვითარებაში შეაქვს. საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესია აზარტულ თამაშებს მხარს არ უჭერს და მიიჩნევს მას ყოვლად დაუშვებლად და სრულიად მიუღებლად.

Демури Пествеидзе

Студент второго курса экономического факультета учебного
университета Академии наук туризма Грузии

Научный руководитель: **Нато Жоржوليани**
Академик Академии ученых туризма Грузии.

Игровой бизнес – азартные игры

Резюме

Азартные игры стали одним из основных средств развлечения, способствующим становлению и развитию экономики. Грузинская православная церковь не поддерживает азартные игры и считает их совершенно неприемлемыми.

Demuri Pestvenidze

of the Academy of Tourism Sciences of Georgia Second year
student of the Faculty of Economics of the Educational University

Scientific leader: **Nato Zhorzholiani**

Academician of the Academy of Tourism Scientists of Georgia

Gaming business – gambling

Resume

Gambling has become one of the main means of entertainment, which contributes to the formation and development of the economy. The Georgian Orthodox Church does not support gambling and considers it totally unacceptable.

Алханова Меруерт

Иванова Анастасия

Студенты

Научный руководитель:

Джусупова Дария Бекайдаровна

д.б.н., профессор

Казахский национальный педагогический
университет им. Абая, Алматы, Казахстан

ВЛИЯНИЕ ТЯЖЕЛЫХ МЕТАЛЛОВ НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Доказано, что здоровье человека непосредственно связано с качеством окружающей среды. Высокие уровни тяжелых металлов в окружающей среде могут привести к серьезным последствиям для здоровья человека. Эти металлы могут накапливаться в теле и вызывать широкий спектр заболеваний, включая отравления, нейрологические расстройства и рак.

Эта проблема актуальна для всех стран и регионов, так как тяжелые металлы существуют повсюду. Они используются в различных отраслях, и их выбросы в окружающую среду могут оказывать негативное воздействие на здоровье как на уровне местных сообществ, так и на глобальном уровне.

Поэтому повышение осведомленности о влиянии тяжелых металлов на здоровье человека является критически важным, чтобы люди могли защитить себя и свои семьи от потенциальных рисков. Это также важно для принятия мер по снижению выбросов тяжелых металлов в окружающую среду.

Тяжелые металлы - это группа химических элементов, обладающих высокой плотностью и атомной массой. К ним относятся такие металлы, как свинец, кадмий, ртуть, мышьяк, хром, никель и многие другие. Эти металлы часто используются в промышленности и других отраслях из-за своих полезных свойств.

Вот примеры распространенных тяжелых металлов:

1. Свинец (Pb): Известен своей токсичностью и долговечностью в окружающей среде. Был широко использован в производстве топлива, аккумуляторов, красок и других применениях.

2. Ртуть (Hg):

Ртуть является жидким металлом при комнатной температуре и испаряется в атмосферу из различных источников, таких как угольные электростанции.

3. Кадмий (Cd):

Кадмий используется в производстве аккумуляторов и имеет высокую токсичность. Его выпуск в окружающую среду может привести к серьезным проблемам здоровья.

4. Хром (Cr):

Хром имеет различные оксидационные состояния и используется в различных промышленных процессах. Однако некоторые его соединения могут быть канцерогенными.

Какие процессы приводят к выбросу тяжелых металлов?

Выбросы тяжелых металлов в окружающую среду могут происходить из различных источников и в результате разных процессов. Вот некоторые из наиболее распространенных процессов, которые могут привести к выбросам тяжелых металлов:

1. Промышленные выбросы: Промышленные предприятия и заводы могут выбрасывать тяжелые металлы в атмосферу и водные источники в процессе производства. Например, заводы, работающие с металлами, производство аккумуляторов, горнодобывающая промышленность и другие отрасли могут выбрасывать металлы при обработке сырья.

2. Сельское хозяйство: Использование некоторых сельскохозяйственных продуктов, таких как удобрения и пестициды, может привести к загрязнению почвы тяжелыми металлами. Эти металлы могут затем попасть в пищу через растения.

3. Транспорт: Выбросы тяжелых металлов в атмосферу могут происходить из автотранспорта, особенно если топливо содержит свинец. Также, транспортировка и размещение отходов, таких как отработанные автомобильные аккумуляторы, может привести к выбросам металлов.

4. Сбросы сточных вод: Промышленные предприятия и крупные города могут выбрасывать сточные воды, которые могут содержать тяжелые мета-

ллы, в реки и озера. Это может привести к загрязнению водных экосистем и водопроводных систем.

5. Отходы и свалки: Неконтролируемое складирование отходов, таких как электроника, которая содержит металлы, может привести к выбросам в окружающую среду. Отходы могут подвергаться разложению и высвобождать металлы.

6. Пыль и аэрозоли: Ветер может распространять пыль и аэрозоли, содержащие металлы, из различных источников, включая земельные поверхности и промышленные структуры.

Эти процессы могут привести к накоплению тяжелых металлов в окружающей среде и стать потенциальными источниками опасности для здоровья человека и окружающей природы. Контроль и управление выбросами тяжелых металлов играют важную роль в предотвращении экологических проблем и проблем здоровья.

Так, например, кобальт является важным микроэлементом, необходимым для человеческого здоровья. Он входит в состав витамина B12, который играет ключевую роль в образовании красных кровяных клеток и нормальном функционировании нервной системы. Кобальт можно получить из пищи, такой как мясо, рыба, молоко, яйца и продукты, содержащие витамин B12. Однако, как и с любым элементом, его употребление в избытке может быть вредным. В высоких концентрациях кобальт может вызывать различные проблемы со здоровьем, включая аллергические реакции, проблемы с печенью и почками. Основным источником кобальта для человека обычно связан с потреблением продуктов, а не с прямым воздействием от металла.

Болезнь Итай-итай - это патологическое состояние, вызванное хроническим отравлением кадмием, тяжелым металлом. Эта болезнь была впервые выявлена в Японии в середине XX века и стала следствием загрязнения реки Дзинзу в результате несанкционированных выработок кадмия в прилегающих к ней шахтах. Жители прилегающих районов использовали воду из этой реки для полива рисовых полей и других бытовых нужд. Кадмий, попадая в почву и воду, постепенно накапливался в растениях, особенно в

рисе. Люди, потреблявшие загрязненные продукты, стали подвергаться хроническому воздействию кадмия, что привело к развитию болезни Итай-итай.

Главными симптомами болезни Итай-итай были сильные боли в костях и суставах, ослабление мышц, анемия, а также повреждения почек и костей (рис.1). Поэтому больные стонали: «Итай, итай!» (яп. «больно, больно»)или ой-ой. Это заболевание стало известным примером влияния промышленного загрязнения на здоровье человека и окружающую среду. С течением времени и с улучшением контроля за выбросами тяжелых металлов ситуация с болезнью Итай-итай в Японии улучшилась, но она остается важным напоминанием об экологических рисках промышленной деятельности и необходимости защиты окружающей среды.

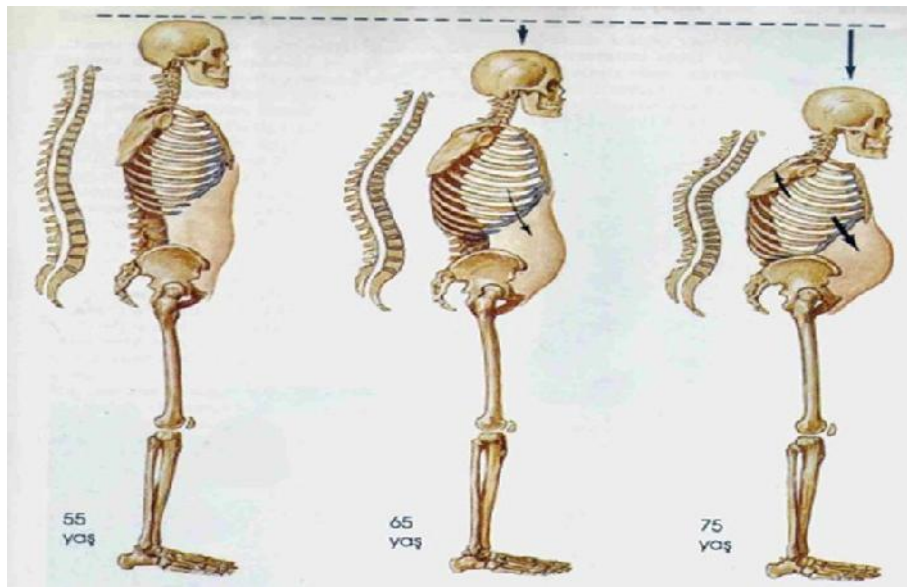


Рисунок 1. Признаки болезни Итай-итай

Болезнь Минамата - это тяжёлое хроническое отравление ртутью, которое возникло в результате промышленного сброса органического метилртути в водоём Минамата-Бэй в Японии. Эта катастрофа началась в сере-

дине 1950-х годов, когда компания Chisso Corporation выкидывала отходы, содержащие метилртуть, в море.

Прежде всего, ртуть оказала негативное воздействие на нервную систему. Жители прибрежных районов, потребляя загрязненную рыбу и морепродукты, подвергались токсичному воздействию. У людей, в том числе у новорожденных, развивались серьезные неврологические расстройства, такие как потеря координации, нарушение зрения и слуха, а также умственная отсталость.

Экологический ущерб также был значительным: ртуть накапливалась в организмах морских животных, создавая цепочку отравления вдоль пищевой цепи.

Следствие этой трагедии включало в себя закрытие и модернизацию предприятий, ответственных за сбросы, и введение строгих мер безопасности в промышленности. Болезнь Минамата также подчеркнуло важность регулирования использования токсичных веществ и необходимость учета их воздействия на здоровье человека и окружающую среду.

Еще примером отрицательного влияния тяжелых металлов на здоровье человека является свинец. Свинец является одним из наиболее опасных тяжелых металлов для человека. Высокие уровни свинца в организме могут привести к серьезным заболеваниям и отравлению. Отравление свинцом может проявляться как головная боль, тошнота, потеря аппетита, повышенная утомляемость и даже боли в животе. У детей, особенно младенцев и детей дошкольного возраста, свинец может вызвать умственную отсталость, задержку в физическом развитии и повышенный риск различных заболеваний. Свинец имеет особенно негативное воздействие на нервную систему. Он может вызвать неврологические расстройства, изменения в поведении, снижение интеллекта и координации движений. У детей, чей мозг находится в стадии развития, эти эффекты особенно разрушительны.

Для вывода свинца из организма обычно используют хелатирующие препараты, которые связывают свинец и ускоряют его выведение через мочу.

Важно принимать меры предосторожности, чтобы предотвратить новые случаи отравления свинцом. Это включает в себя избегание потребления продуктов с высоким содержанием свинца, контроль качества питьевой воды и устранение источников свинца в окружающей среде.

Рассмотрим вред тяжелых металлов для здоровья алматинцев.

Выбросы тяжелых металлов и других загрязнителей в окружающей среде могут быть связаны с различными заболеваниями и здоровыми проблемами у жителей города Алматы. Однако, для установления точной связи между выбросами металлов и конкретными заболеваниями, требуется проведение обширных научных исследований и мониторинга. Далее мы рассмотрим какие именно проблемы могут возникнуть со здоровьем граждан г.Алматы:

1. Отравления свинцом (свинцовая интоксикация): Высокие уровни свинца в организме могут вызвать отравление, что проявляется головной болью, тошнотой, потерей аппетита, а также повышенной утомляемостью. У детей свинец может вызвать умственную отсталость и задержку в физическом развитии.
2. Рак: Некоторые тяжелые металлы, такие как хром и никель, могут быть канцерогенами и повышать риск развития рака, особенно при профессиональном или длительном воздействии
3. Аллергические реакции: Металлы, включая кобальт, могут вызывать аллергические реакции у чувствительных людей, что проявляется в виде кожных высыпаний, зуда и опухолей.
4. Заболевания дыхательных путей: Тяжелые металлы, попадая в атмосферу, могут вызвать раздражение дыхательных путей и способствовать развитию заболеваний дыхательной системы.

На рисунке 2 представлены основные причины первичной заболеваемости населения г. Алматы



Рисунок 2. Основные причины первичной заболеваемости всего населения г.Алматы

Согласно этим данным, основными причинами первичной заболеваемости населения были болезни органов дыхания – 40,6% от всех болезней, болезни системы кровообращения – 6,0%, болезни глаза и его придаточного аппарата – 4,0%, болезни кожи и подкожной клетчатки – 3,8%, болезни крови, кроветворных органов и отдельные нарушения с вовлечением иммунного механизма – 3,6%.

В итоге можно сказать, что загрязненный воздушный бассейн города представляет большую опасность для здоровья населения города Алматы.

Мы предлагаем несколько полезных советов, которые помогут сохранить здоровье:

-) противоядием от тяжёлых металлов и их солей является яичный белок
-) если металлическая ртуть рассыпалась, её необходимо засыпать порошком серы или залить раствором хлорида железа (III)
-) потребляйте больше Омега-3 жирные кислоты, они отлично подходят для детоксикации тяжелых металлов из ваших клеток
-) используйте только натуральные моющие средства

-) для приготовления и хранения пищи нужно использовать только специальную посуду, глазурь, которой покрыта декоративная посуда, содержит соли свинца и кадмия
-) выбирайте органическую или фермерскую продукцию. Убедитесь, что все ваши фрукты, овощи и травы выращивают без использования химических пестицидов и удобрений
-) берегите детей. Некоторые детские игрушки содержат токсичные красители, в состав которых входит кадмий.
-) консервные банки спаиваются припоем, содержащим определённое количество свинца, поэтому консервы следует переключивать, в стеклянную посуду после её открывания
-) полюбите свежий лук и чеснок. Лук, чеснок, лук-шалот содержат высокое содержание серы — мощный природный хелатообразователь, который связывает ионы тяжелых металлов (так же, как кинза и хлорелла) и выводит их через пищеварительный тракт.

Список литературы

1. Астахов Н.А. Тяжелые металлы и окружающая среда. – Москва, Наука, 2000.
2. Воробьев К.А. Проблемы мегаполисов. – М., 2001.
3. Джангиров М., Гранде Е. Каким воздухом мы дышим. Мегполис и экология [Электронный ресурс]. - 2008.

Алханова Меруерт

Иванова Анастасия

Студенты

Научный руководитель:

Джусупова Дария Бекайдаровна

д.б.н., профессор

Казахский национальный педагогический
университет им. Абая, Алматы, Казахстан

ВЛИЯНИЕ ТЯЖЕЛЫХ МЕТАЛЛОВ НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

Аннотация. В статье рассмотрено влияние тяжелых металлов на здоровье человека. Раскрыт масштаб этой проблемы, показано, какие тяжелые металлы являются наиболее опасными, и как их выбросы в окружающую среду влияют на человека. Показано, как выбросы тяжелых металлов и других загрязнителей в окружающей среде могут быть связаны с различными заболеваниями и проблемами у жителей города Алматы.

Ключевые слова: тяжелые металлы, окружающая среда, здоровье человека

მერუერტი ალხანოვა

ანასტასია ივანოვა

აბაის სახელობის სახელმწიფო პედაგოგიური უნივერსიტეტის
სტუდენტები, ალმატი, ყაზახეთი.

მეცნიერ ხელმძღვანელი: **ჯუსუპოვა დარია**

ბიოლოგიურ მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი. აბაის სახელობის
სახელმწიფო პედაგოგიური უნივერსიტეტი ალმატი, ყაზახეთი

მძიმე ლითონების გავლენა ადამიანის ჯანმრთელობაზე

რეზიუმე

სტატიაში განხილულია მძიმე მეტალების გავლენა ადამიანის ჯანმრთელობაზე. გამოვლინდა ამ პრობლემის მასშტაბები. ნაჩვენებია, რომელი მძიმე მეტალებია ყველაზე საშიში და როგორ მოქმედებს მათი გამონაბოლქვი გარემოში ადამიანებზე. ნაჩვენებია, თუ როგორ შეიძლება დაკავშირებული იყოს გარემოში მძიმე მეტალების და სხვა დამაბინძურ-

რებლების ემისიები სხვადასხვა დაავადებებთან და რა პრობლემებია ქალაქ ალმატის მაცხოვრებლებს შორის.

საკვანძო სიტყვები: მძიმე ლითონები, გარემო, ადამიანის ჯანმრთელობა

Ерпылев Т.Ю,

студент 2 курса, факультет биотехнологий и агрономии

Научный

руководитель: **Таланцева В.К., канд.**

пед. наук, доцент

Чувашский государственный аграрный университет

**ПАТОЛОГИИ ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ ОРГАНОВ ПИЩЕВАРИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ
И ХАРАКТЕР ПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ ГРУППЫ ЛЕЧЕБНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ**

Резюме: В статье приведены данные о распространенности заболеваемости органов пищеварительной системы среди студентов группы лечебной физической культуры. Также автором оценивался характер питания обучающихся и уровень их знаний о правильном питании.

Summary: The article provides data on the prevalence of diseases of the digestive system among students in the therapeutic physical education group. The author also assessed the nature of the students' nutrition and the level of their knowledge about proper nutrition.

ერპილევო ტ.ი,

ბიოტექნოლოგიისა და აგრონომიის ფაკულტეტის მე-2 კურსის
სტუდენტი

მეცნიერ-ხელმძღვანელი: **ტალანცევა ვ.კ.**

პედ. მეცნიერებათა კანდიდატი, დოცენტი. ჩუვაშეთის სახელმწიფო
აგრარული უნივერსიტეტი

თერაპიული ფიზიკური აღზრდის ჯგუფის მოსწავლეთა საჭმლის მომნელებელი სისტემის ორგანოებისა და კვების მახასიათებლების პათოლოგიები რეზიუმე

სტატიაში მოცემულია მონაცემები საჭმლის მომნელებელი სისტემის დაავადებების გავრცელების შესახებ თერაპიული ფიზიკური აღზრდის ჯგუფის მოსწავლეებში. ავტორმა ასევე შეაფასა მოსწავლეთა კვების ბუნება და მათი ცოდნის დონე სწორი კვების შესახებ.

Актуальность. Показатели заболеваемости и распространенности болезней органов пищеварения, во многом отражают благосостояние страны, уровень экономики, материальное и жилищное состояние населения, образование, культуру, кроме этого указывают на доступность квалифицированной медицинской помощи и общегосударственные оздоровительные мероприятия.

Согласно данным Минздрава России установлено, что в структуре заболеваемости пищеварительной системы на первом месте стоят гастродуодениты, затем язвенная болезнь, заболевания печени и желчного пузыря, панкреатиты и колиты.

Полученные данные соответствуют показателям заболеваемости пищеварительной системы, отмеченные в государственном докладе «О состоянии здоровья населения Чувашской Республики в 2022 году», утвержденным постановлением кабинета Министров Чувашской Республики от 12 июля 2023 года № 462 [2]. В структуре распространенности всех заболе-

ваний среди населения Чувашии болезни органов пищеварения занимают пятое место на протяжении ряда лет. В структуре распространенности болезней органов пищеварения в Чувашии сохраняется высокий удельный вес таких нозологических форм, как гастриты и дуодениты, болезни желчного пузыря и желчевыводящих путей, болезни поджелудочной железы» [2].

Учитывая то, что студенты – это категория лиц в большинстве своем не регулярно и неправильно питающиеся [1], *целью* нашего исследования было определить патологию пищеварительной системы у студентов группы лечебной физической культуры (ЛФК), выявить уровень знаний о правильном питании и характере их питания.

Методы исследования: анализ литературы, метод диагностики состояния человека по языку (по Г.Н. Макаровой), анкетирование и методы математической статистики.

Результаты исследования. В нашем исследовании приняли участие 40 студентов группы ЛФК в возрасте 18-23 лет.

Интраоральный осмотр полости рта обследуемых проводился врачом-гастроэнтерологом студенческой поликлиники. В ходе осмотра установлено, что только у двоих студентов органы пищеварения были здоровы. У 13 (32,5%) определена патология желудка и двенадцатиперстной кишки, у 6 (15,0%) из них – патология желчного пузыря и печени. Еще у 6-ти (15,0%) – эта патология сочетанная. Патология желудка и кишечника наблюдалась у 3 (7,5%) студентов, панкреатит у 2 (5,0%). У остальных обследуемых не наблюдалось значительных отклонений по заболеваниям желудочно-кишечного тракта.

Кроме этого, было проведено анкетирование по установлению у обследуемых студентов уровня знаний о правильном питании и выявлении характера их питания.

Результаты анкетирования позволили заключить следующее: знают о правильном питании и принципах его соблюдения 18 (45%) опрошенных, имеют общее представление – 12 (30%) респондентов и не знают – 10 (25%) студентов.

В повседневной жизни питание обучающихся в своем большинстве отличается от правильного. Так, 32 (80%) студентов не соблюдают основ правильного питания. Шесть человек (15%) указали, что стараются, время от времени придерживаться правильного питания. И лишь два студента (5%) придерживались правильного питания.

Основными причинами несоблюдения правильного питания студентами указываются отсутствие знаний по данному вопросу, нехватка денег и времени для полноценного приема пищи.

Выводы. Проведенное исследование позволило заключить у 30 (75%) студентов фиксировалась патология желудочно-кишечного тракта. Значительная часть обучающихся, зная и имея представление об основах и принципах правильного питания, в повседневной жизни его не придерживались.

В связи с этим мы считаем необходимым в учебный процесс по физическому воспитанию студентов группы ЛФК [3] ввести теоретические занятия в целях поднятия их общего и частного уровня культуры питания.

Список литературы / References

1. Алтынова, Н. В. Анализ функционального состояния студентов, имеющих отклонения в состоянии здоровья / Н. В. Алтынова, В. К. Таланцева, О. В. Шиленко // Научно-образовательная среда как основа развития интеллектуального потенциала сельского хозяйства регионов России: Материалы II Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 09 сентября 2022 года. – Чебоксары: Чувашский государственный аграрный университет, 2022. – С. 517-518.
2. Государственный доклад «О состоянии здоровья населения Чувашской Республики в 2022 году», утвержден постановлением Кабинета Министров Чувашской Республики от 12.07.2023 462;
URL:<https://medicin.cap.ru/action/statistika-i-otcheti/22gosudarstvennij-doklad-o-sostoyanii-zdorovjya-na>

3. Таланцева, В. К. «Физиологический портрет» как инструмент оптимизации процесса физического воспитания студентов с ослабленным здоровьем / В. К. Таланцева, О. В. Шиленко, Н. В. Алтынова // Теория и практика физической культуры. – 2024. – № 1. – С. 19.

შინაარსი

ლანა ჟორჟოლიანი - იაკობ გოგებაშვილი – სამშობლოს უანგარო მსახური	5
თამარ ძეგისაშვილი - უკვდავების ღერო	10
ლელა ადამია - ბერძნული და ლათინური ენების ტერმინოლოგიის არსებობა სამედიცინო ლიტერატურაში	15
გიორგი ფესტვენძე - ელექტროენერგია მზის სხივებიდან	20
ბიძინა კვერნაძე - ახალი ბრენდების პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები	25
გივიკო გვალია - საინვესტიციო გარემო საქართველოს ტურისტულ სექტორში	30
თამარი კაპანაძე - ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოტენციალი საქართველოში	37
ა.ლუკინა - ტრავმების გამოვლინება მძლეოსნობაში	44
ანი სალაძე - ეფექტური მენეჯმენტი და ლიდერობა	48
ლანა სალაძე - ორგანიზაციის მართვა კრიზისულ სიტუაციაში	55
ლაშა ბუსკივაძე - შემოქმედებითი ტურისტული პროდუქტი, დიზაინი და უნიკალური გამოცდილების შეთავაზების ხერხები	61
ბადრი ურთმელიძე - შემოქმედებითი ტურიზმი – ახალი მიმართულება საქართველოს ტურიზმის განვითარებისთვის	66
ლუკა გაგოშიძე - ინოვაციების და სტრატეგიების რეალიზაცია მასპინძლობის ინდუსტრიაში კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის მთავარი ამოცანა	71
გოგა ჟორჟოლიანი - ლოგისტიკა და ტურისტული საწარმოების მართვის საკითხები	76
თომა თედორაძე - ტურისტული ბიზნესის სპეციფიკა და პერსპექტივა	82
ლუკა ღვინჯილია - სოციალური მედიის მნიშვნელობა ტურისტული ბიზნესის განვითარების საქმეში	87
დემური ფესტვენძე - სათამაშო ბიზნესი – ახარტული თამაშები	94
მერუერთი ალხანოვა, ანასტასია ივანოვა - მძიმე ლითონების გავლენა ადამიანის ჯანმრთელობაზე	99
ერპილვეი ტ.ი - თერაპიული ფიზიკური აღზრდის ჯგუფის მოსწავლეთა საჭმლის მომწოდებელი სისტემის ორგანოებისა და კვების მახასიათებლების პათოლოგიები	108

Содержание

Лана Жоржوليани - Якоб Гогешвили – самоотверженный слуга Родины	5
Тамар Дзедзисишвили - стебель бессмертия	10
Лела Адамия - Наличие греческой и латинской терминологии в медицинской литературе	15
Георгий Пественидзе - Электричество от солнечного света	20
Бидзина Квернадзе - Проблемы новых брендов и пути их решения	25
Гивико Гвалиа - Инвестиционная среда в туристическом секторе Грузии	30
Тамари Капанадзе - Потенциал устойчивого развития туризма в Грузии	37
А.Лукина - ПРОЯВЛЕНИЕ ТРАВМАТИЗМА В ЛЁГКОЙ АТЛЕТИКЕ	44
Ани Саладзе - Эффективный менеджмент и лидерство	48
Лана Саладзе - Управление организацией в кризисной ситуации	55
Лаша Бускивадзе - Творческий туристический продукт, дизайн и способы предложения уникального опыта	61
Бадри Уртмелидзе - Креативный туризм – новое направление развития туризма в Грузии	66
Лука Гагошидзе - Реализация инноваций и стратегий является основной задачей достижения конкурентного преимущества в индустрии гостеприимства	71
Гога Жорджолиани - Вопросы логистики и управления туристическими предприятиями	76
Тома Тедорадзе - Специфика и перспективы туристического бизнеса	82
Лука Гвинджилия - Важность социальных сетей в туризме в развитии бизнеса	87
Демури Пествейдз - Игровой бизнес – азартные игры	94
Алханова Мерурет, Иванова Анастасия - ВЛИЯНИЕ ТЯЖЕЛЫХ МЕТАЛЛОВ НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА	99
Ерпылев Т.Ю - ПАТОЛОГИИ ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ ОРГАНОВ ПИЩЕВАРИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ И ХАРАКТЕР ПИТАНИЯ СТУДЕНТОВ ГРУППЫ ЛЕЧЕБНОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ	108

Contents

Lana Zhorzoliani - Jacob Gogebashvili - a selfless servant of the motherland	5
Tamar Dzebisashvili - Immortality Stems	10
Lela Adamia - Existance of latin and greek terminology in the medikal literature	15
Giorgi Festvenidze - Electricity from sunlight	20
Bidzina Kvernadze - Problems of new brands and ways to solve them	25
Giviko Gwalia - Investment environment in the tourism sector of Georgia	30
Tamari Kapanadze - The potential of sustainable development of tourism in Georgia	37
A.LUKINA - manifestation of injuries in athletics	44
Ani Saladze - Effective management and leadership	48
Lana Saladze - Managing the organization in a crisis situation	55
Lasha Buskivadze - Creative tourism product, design and ways to offer unique experiences	61
Badri Urtmelidze - Creative tourism - a new direction for the development of tourism in Georgia	66
Luka Gagoshidze - Implementation of onnovations ans strategies- The main problem to achieve the compememive advantage in the Hospitality industry	71
Goga Zhorjoliani - LOGISTICS AND MANAGEMENT OF TOURIST ENTERPRISES	76
Thoma Tedoradze - Specifics and perspective of tourism business	82
Luka Ghvinjilia - Importance of social media in The process of Tourism Business development	87
Demuri Pestvenidze - Gaming business – gambling	94
Alkhanova Meruert, Ivanova Anastasia - INFLUENCE OF HEAVY METALS ON HUMAN HEALTH	99
Erpylev T.Yu. – PATHOLOGIES OF MORDABILITY OF THE DIGESTIVE SYSTEM AND NATURE OF NUTRITION OF STUDENTS OF THE THERAPEUTIC PHISICAL EDUCATION GROUP	108

კრებული გამოდის 2011 წლიდან. იგი წარმოადგენს საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის უნივერსიტეტის გამოცემას. კრებულს მინიჭებული აქვს სერიული გამოცემების საერთაშორისო სტანდარტული ნომერი ISSN 2346 – 7746UDC 061.12:796.5(479.22)(063) ს - 323 ს - 901

Сборник выходит с 2011 года. Он представляет собой издание университета Академии наук туризма Грузии. Сборнику присвоен международный стандартный номер ISSN 2346 – 7746UDC 061.12:796.5(479.22)(063) с - 323 с - 901
პასუხისმგებელი გამოშვებაზე- **ომარ ალექსანდრესძე ცხადაძე**

ტირაჟი 120

4600 საქართველო, ქ.ქუთაისი, საქართველოს ტურიზმის მეცნიერებათა აკადემიის სასწავლო უნივერსიტეტი, როძევიჩის ქ.№ 2

ელ.ფოსტა: akadtour@gmail.com www. Acaduni.edu.ge

ტ: (+995) 571 45 11 45; 551 60 85 60

Ответственный за выпуск-**Омар Александрович Цхададзе**

Тираж 120

4600 Грузия, г.Кутаиси, учебный университет
Академия наук туризма Грузии, ул. Родзевича № 2
E-mail: akadtour@gmail.com www. Acaduni.edu.ge
Т (+995) 551 60 85 60



დაკაბადონდა და დაიბეჭდა
შპს "მერანის" მიერ
ქუთაისი, ცისფერუანწელთა ქ. #6
ტელ: 0431 24 68 40ს

