

ელგუჯა დეისაძე

ქუთაისის უნივერსიტეტის ასისტენტ პროფესორი

სოფლის ტურიზმის როლი სოფლის მდგრადი განვითარებისთვის

დღეს მსოფლიოში ბევრს საუბრობენ სოფლის ტურიზმზე, როგორც სოფლის განვითარების ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს ინსტრუმენტზე, რომლის მეშვეობით განვითარებად ქვეყნებში სოფლის მეურნეობის აღორძინების კვალდაკვალ შესაძლებელია სოფლად სიღარიბის დონის შემცირება, სოფლის მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება და სოფლიდან ქალაქში მიგრაციული პროცესების შენელება, რასაც სოფლად ალტერნატიული შემოსავლების წყაროს გაჩენას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას უკავშირებენ.

ამ კონცეფციას იზიარებს საქართველოს მთავრობაც. დოკუმენტში „საქართველოს სოფლის განვითარების სტრატეგია 2017-2020“ აღნიშნულია: „გამომდინარე იქიდან, რომ ტურიზმის განვითარება ხელს უწყობს მასთან დაკავშირებული მრავალი სექტორის, მათ შორის, სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების, ვაჭრობის, სატრანსპორტო მომსახურების, სხვადასხვა ტურისტული მომსახურებების ზრდას, ტურიზმის განვითარება განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ადგილობრივი (სოფლის, რეგიონის) განვითარებისთვის.“

ბოლო წლების განმავლობაში ტურიზმის ხელშეწყობის მიზნით მრავალი ღონისძიება და პროექტი განხორციელდა, რამაც ხელი შეუწყო რეგიონებში ტურიზმის განვითარებას. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით, 2009 წლიდან 2016 წლამდე პერიოდში საქართველოში ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპი ერთ-ერთი ყველაზე მაღალი იყო მსოფლიოში: საერთაშორისო მოგზაურების მთლიანი რაოდენობა 320%-ით გაიზარდა და გადააჭარბა 6.3 მილიონს (2009 წ: 1.5 მლნ). ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები ოდნავ უფრო სწრაფი ტემპით იზრდებოდა 476 მილიონი აშშ დოლარიდან 2.16 მილიარდ აშშ დოლარამდე.

ზემოთ მოყვანილი მაჩვენებლები მკაფიოდ განსაზღვრავს, რომ აღნიშნული პერიოდის მანძილზე ვიზიტორის მიერ საშუალოდ დახარჯული თანხა მცირედით გაიზარდა 317 აშშ დოლარიდან 348 აშშ დოლარამდე, რაც გლობალურ საშუალო მაჩვენებელს ჯერ კიდევ მნიშვნელოვნად ჩამორჩება (WTO-ის მიხედვით, 2015 წელს 1062 აშშ დოლარი). ხარჯვის დაბალი ნიშნული ძირითადად ვიზიტორების წარმომავლობით არის განპირობებული. მათი დაახლოებით 83.6% მეზობელი ქვეყნებიდანაა და 81.5% სახმელეთო ტრანსპორტით შემოდის საქართველოში. საჰაერო ტრანსპორტით ვიზიტორების მხოლოდ 16.8% სტუმრობს ქვეყანას. 2016 წლის სტატისტიკური მონაცემებით, ჩრდილოეთ, დასავლეთ და და სამხრეთ ევროპის რეგიონებიდან ვიზიტორთა საერთო რაოდენობამ საქართველოში მხოლოდ 2.6% შეადგინა. არადა, ისინი ყველაზე მომხიბვლელ ტურისტულ ბაზრებს წარმოადგენენ გადახდისუნარიანობისა და მოგზაურობის ინტენსივობის თვალსაზრისით.

სწორედ ამიტომ „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ში ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს სახელმძღვანელო პრინციპად მიჩნეული იქნა **„ბაზრების პრიორიტეტულობის განსაზღვრა“**, რაც გულისხმობს ისეთი მიზნობრივი ბაზრების დაინტერესებასა და მომსახურებაზე ორიენტირებას, რომლებიც ჩადებული ინვესტიციიდან ყველაზე მეტ ამონაგებს მოიტანს. აღნიშნული სტრატეგიის სხვა მნიშვნელოვანი სახელმძღვანელო პრინციპებია: კერძო სექტორის წამყვანი

როლი; სახელმწიფოს სრული ჩართულობა; მდგრადობა; საქართველოს სტუმართმოყვარეობის კულტურის განვრცობა მომსახურების სფეროზე. ყველა ეს სახელმძღვანელო პრინციპი და 8 სტრატეგიული ამოცანა, რომლებიც, თავის მხრივ, 50 პრიორიტეტულ აქტივობად აქვს გაწერილი საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას, ერთგვარი გზამკვლევი უნდა იყოს ტურიზმისა და მასპინძლობის სფეროთი, მათ შორის სოფლის ტურიზმით, დაინტერესებული მხარეებისთვის.

თავიდანვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ სოფლის ტურიზმი არ წარმოადგენს მარტივად იდენტიფიცირებად საბაზრო სეგმენტს. სოფლის ტურიზმი შეიძლება განვსაზღვროთ, როგორც „**სოფლად ყოფნის გამოცდილება**“¹, რაც მოიცავს ღირსშესანიშნაობების და აქტივობების დიდ მრავალფეროვნებას, რომლებიც მხოლოდ სასოფლო ან არაურბანულ დასახლებებშია ხელმისაწვდომი. მისი საკვანძო მახასიათებლებია გაშლილი სივრცეები, ტურიზმის განვითარების შედარებით დაბალი დონე და ვიზიტორებისთვის სასოფლო-სამეურნეო და/ან ბუნებრივ გარემოსთან უშუალო შეხების შესაძლებლობა. ამდენად, სოფლის ტურიზმი მისი წმინდა ფორმით უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ პირობებს:

- **საკიროა ხორციელდებოდეს სოფლის ტიპის დასახლებებში;**
- **უნდა იყოს ფუნქციურად სასოფლო** - ეფუძნებოდეს სოფლის ტიპურ მახასიათებლებს, როგორცაა მცირე-მასშტაბიანი წარმოება, გაშლილი სივრცეები, კონტაქტი ბუნებასთან, მემკვიდრეობა, ტრადიციული საზოგადოება და ტრადიციული საქმიანობები;
- **უნდა იყოს სასოფლო მასშტაბის** - როგორც შენობების, ისე დასახლებული პუნქტების თვალსაზრისით ანუ მცირემასშტაბიანი;
- **აუცილებელია ჰქონდეს ტრადიციული ხასიათი** - იზრდებოდეს ნელი ტემპით და ორგანულად და დაკავშირებული უნდა იყოს ადგილობრივ ოჯახებთან. მეტწილად უნდა კონტროლდებოდეს ლოკალურად და მიმართული უნდა იყოს დასახლების გრძელვადიანი კეთილდღეობისაკენ.

სოფლის ტურიზმი მისი ღირსშესანიშნაობების მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე მოიცავს შემდეგ ტიპებს: (1) **მემკვიდრეობის ტურიზმს** (რომელსაც ზოგჯერ კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმსაც უწოდებენ); (2) **ბუნებასთან დაკავშირებულ ტურიზმს / ეკოტურიზმს** და (3) **აგროტურიზმს**.

კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმი გულისხმობს მოგზაურობას თავისუფალ დროს, რომლის ძირითადი მიზანია ისტორიული ადგილების მონახულება და წარსულთან დაკავშირებული აქტივობების გაცნობა.

ბუნებასთან დაკავშირებული ტურიზმი / ეკოტურიზმი (ზოგჯერ მას მოიხსენიებენ, როგორც რეკრეაციულ ტურიზმს) გულისხმობს ბუნების დათვალერებას, რომლის მიზანია პეიზაჟით, მ.შ. ველური მცენარეებითა და ცხოველებით, ტკბობა. იგი შეიძლება იყოს **პასიური**, სადაც დამკვირვებელი უბრალოდ ბუნებას აკვირდება, ან **აქტიური** (მზარდი პოპულარობით სარგებლობს ბოლო წლებში), რომლის დროსაც მონაწილეები ჩართული არიან ღია ცის ქვეშ სათავგადასავლო ტიპის აქტივობებში.

მესამე მთავარი ტიპი გახლავთ **აგროტურიზმი**, რომელიც აღნიშნავს მოქმედ ფერმაში ან ნებისმიერ მეურნეობაში, აგრობიზნესში სტუმრობას გართობის, სწავლის ან სამეურნეო

¹ **გამოცდილება** (ინგლ. Experience) - ეს კონცეფცია მეტად ფართო და აბსტრაქტულია. ვებსტერის განმარტებითი ლექსიკონი გამოცდილებას განსაზღვრავს როგორც რაიმე ისეთს, რაც პირადად თავს გადაგვხდა და რამაც ცხოვრებისეულად განგვაცდევინა. იგი ასევე გულისხმობს განსაკუთრებულ გრძნობა-შთაბეჭდილებებსა და დაუვიწყარ მოგონებებს, რასაც მოგზაურები სახლში დაბრუნებისას უზიარებენ სხვებს.

საქმიანობაში აქტიურად ჩართვის მიზნით. იგი მოიცავს ფერმერული საქმიანობის ფართო სპექტრს, მათ შორის ფერმერულ ბაზარს, ე.წ. საბავშვო (petting farm) ფერმას (სადაც ნებადართულია ცხოველებთან ურთიერთობა, მათი მოფერება და გამოკვება), გზისპირა დახლებს (სადაც ფერმერი თავად ყიდის პროდუქტს), ე.წ. „მოკრიფე თვითონ“ ტიპის ფერმებს (სადაც ტურისტი თვითონვე იღებს ხილის ან ბოსტნეულის მოსავალს), ღამის გათევას ფერმაში ან რანჩოში და სხვა ამგვარ ვიზიტებს; ასევე დასწრებას სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებულ დღესასწაულებზე, ფესტივალებზე და სხვ.

როგორც ვხედავთ, სოფლის ტურიზმის ბაზარი მეტად ფრაგმენტირებულია. აქ არ არსებობს ერთადერთი, უნიკალური ან თუნდაც მრავლისმომცველი მოთხოვნის კონკრეტული მოდელი. სოფლის ტურიზმის მარკეტინგში არ არის საკმარისი მხოლოდ კარგი ტურისტული პროდუქტის ან რეკლამის ქონა: პირველ რიგში, უნდა მოხდეს ბაზრის **მიზნობრივი სეგმენტების** იდენტიფიცირება და კლიენტთა რეალური მოთხოვნილებების განსაზღვრა; ამასთან, მუდმივად უნდა ვაგროვებდეთ ინფორმაციას კლიენტების (სტუმრების), ბაზრის და კონკურენტების შესახებ და ვაანალიზებდეთ მარკეტინგული კვლევის შედეგებს; ხოლო მიმზიდველი საბაზრო სეგმენტების შერჩევის შემდეგ უნდა შეგვეძლოს ჩვენი შეთავაზებების (მატერიალური საქონლის და სერვისის) **პოზიციონირება** გარკვეული გლობალური იმიჯის, მაგალითად, ტურისტული **დესტინაციის** „ქოლგის“ ქვეშ.

იმისათვის, რომ საქართველოში წარმატებით განხორციელდეს სოფლის ტურიზმის კონცეფცია, ქვეყნის თითოეულ რეგიონში უნდა ჩატარდეს ყოვლისმომცველი კვლევები და გადაიდგას ქმედითი ნაბიჯები:

პირველი ნაბიჯი - თითოეულ რეგიონში სოფლის ტურიზმისთვის სასარგებლო ტურისტული რესურსების (არსებულის და პოტენციურის) იდენტიფიცირება და კარტოგრაფირება. ეს მეტად შრომატევადი პროცესია: ინფორმაცია უნდა შეგროვდეს დაკვირვებებით და ინტერვიუებით ადგილობრივ მოსახლეობასთან, ტურისტებთან და სახელმწიფო მოხელეებთან. შეიძლება ითქვას, ეს სამუშაოები გარკვეულწილად ჩატარებულია და ასახულია საქართველოს რეგიონული განვითარების 2014-2021 წწ. სტრატეგიებში.

მეორე ნაბიჯი - თითოეულ რეგიონში სოფლის ტურიზმის პოტენციალის შეფასება. პოტენციალი შეიძლება შეფასდეს პოტენციური ტურისტების ინფორმირებით ფესტივალების და სხვადასხვა დაგეგმილი ღონისძიებების შესახებ და სოფლის თემების და ჩამოსული სტუმრების ჩართულობით ამ აქტივობებში.

მესამე ნაბიჯი - პოტენციური ტურისტთა ინტერესის შესწავლა სხვადასხვა სოფლის ტურიზმის აქტივობებთან დაკავშირებით. მონაცემთა ანალიზმა შეიძლება აჩვენოს, რომ ეს ინტერესები (მოტივები) შეიძლება სხვადასხვა იყოს შიდა ტურიზმისა და შემომყვანი ტურიზმის (უცხოელი ტურისტები) შემთხვევებში.

მეოთხე ნაბიჯი - ადგილობრივი თემების ჩართულობა და სურვილი ტურისტებთან ერთად მონაწილეობა მიიღონ სოფლის ტურიზმის სხვადასხვა აქტივობებში. ანალიზი გამოავლენს, თუ რამდენად დიდია ადგილობრივების მზაობა ამ კუთხით.

მეხუთე ნაბიჯი - კერძო სექტორის, სახელისუფლებო და არასამთავრობო ორგანიზაციების როლის და საქმიანობების შესწავლა კონკრეტული რეგიონის სოფლის ტურიზმის წინ წაწევის (პრომოუშენი) მიმართულებით. აქ ყურადღება უნდა მიექცეს ერთობლივი მარკეტინგის გამოყენების საჭიროებას ტურიზმის დარგის მიმწოდებლებს შორის; თანამედროვე

ინფორმაციული ტექნოლოგიების მნიშვნელობაც არ უნდა დაგვავიწყდეს.

მექსე ნაბიჯი - ცალკეულ რეგიონში საპილოტე პროექტების განხორციელებისას ტურისტთა კმაყოფილების დონის განსაზღვრა (კვლევების ჩატარება).

მეზიდენაბიჯი - სოფლის ტურიზმის **ზეგავლენის** შესწავლა თითოეულ რეგიონში. სასურველი მდგრადი შედეგების მისაღებად 3 სახის ზეგავლენა უნდა იქნას შესწავლილი: (1) ეკონომიკისა და ინფრასტრუქტურის ზეგავლენა, (2) სოციო-კულტურული ზეგავლენა და (3) ეკოლოგიური (გარემოს დაცვა) ზეგავლენა.

უნდა აღინიშნოს, რომ ზეგავლენა შეიძლება იყოს როგორც **დადებითი**, ასევე **უარყოფითი**. ასე მაგალითად, ავიღოთ **ეკონომიკისა და ინფრასტრუქტურის ზეგავლენა**. ერთის მხრივ, სოფლის ტურიზმი ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს სოფლებში, რაც დადებითი ეფექტია, მაგრამ, მეორეს მხრივ, ზოსტენულის, ხილის და სხვა ყოველდღიური მოხმარების პროდუქტების ფასები იზრდება, რაც სასოფლო დასახლებებში სხვებისთვისაც გააძვირებს ფასებს. **სოციო-კულტურული ზეგავლენა** გვიჩვენებს, თუ რამდენად იქნება სოფლის მაცხოვრებლები კმაყოფილი ტურისტთა ნაკადების მიღებით. დადებითი ზეგავლენა იმაში გამოიხატება, რომ ტურიზმი ხელს უწყობს ადგილობრივ თემებს მათი უნიკალურობის დაცვასა და სტიმულირებაში. აქ ადგილობრივებს ერთგვარი სიამაყის გრძნობა ეუფლება, რომ მათი რეგიონი ვითარდება სოფლის ტურიზმის მეშვეობით. უარყოფითი ზეგავლენა კი შეიძლება გამოვლინდეს ჭარბი ტურისტული ნაკადების (გამტარუნარიანობა) ან ტურისტების მხრიდან ალკოჰოლიზმისა და ნარკოტიკების ბოროტად გამოყენების ფაქტების სიმრავლის შემთხვევებში. **ეკოლოგიური ზემოქმედების** შესწავლამ შეიძლება გამოავლინოს, რომ ადგილობრივი თემები მეტად სენსიტიურები აღმოჩნდნენ გარემოსდაცვითი საკითხების მიმართ, უფრო „დარაზმულები“ გახდნენ ბუნებრივი რესურსების უკეთ მართვაში; თუმცა, ტურისტული ნაკადების გაზრდის შემთხვევაში უფრო მეტი ძალისხმევაა საჭირო დაბინძურებისა და ნარჩენების მართვის თვალსაზრისით, რაც ერთგვარ უარყოფით ეფექტად უნდა მივიჩნიოთ.

ბოლოს, უნდა ითქვას ის უმნიშვნელოვანესი გამოწვევა, რომელიც ყოველთვის არსებობს: სოფლის ტურიზმის განვითარებაზე პასუხისმგებლობა გაფანტულია კერძო სექტორის შიგნით სხვადასხვა დონეებზე, სახელმწიფო მმართველობის ყველა (ცენტრალ, რეგიონულ და ადგილობრივ) დონეზე, ასევე ზოგჯერ საერთაშორისო დონეზეც. სწორედ ყველა ამ ინსტიტუტის, დაინტერესებული მხარეების, კოორდინირებული თანამშრომლობითაა შესაძლებელი სოფლად მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. www.gnta.ge
2. „საქართველოს სოფლის განვითარების სტრატეგია 2017-2020“
3. Fundamentals of Rural Tourism [http://www1.agric.gov.ab.ca/\\$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/\\$FILE/Rural-Tourism.pdf](http://www1.agric.gov.ab.ca/$Department/deptdocs.nsf/all/csi13476/$FILE/Rural-Tourism.pdf) Božo Mihailovic, Ilija Moric. “The Role OF Marketing Philosophy In Rural Tourism Development” <https://www.ftm.uniri.hr/files/Casopis/Vol18No2/7%20Mihailovic%20Moric.pdf>
4. Tourism Planning in Rural Areas and Organization Possibilities <https://www.intechopen.com/books/landscape-planning/tourism-planning-in-rural-areas-and-organization-possibilities>