

საქართველოს აგროტურისტული პერსპექტივები და საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის მოთხოვნები

PROSPECTS OF TOURISM IN GEORGIA AND THE REQUIREMENTS OF INTERNATIONAL TOURISM MARKET

ნინო მაზიაშვილი

ს ე უ-ს ასოცირებული
პროფესორი

NINO MAZIASHVILI

Associate professor of
Georgian National University SEU

ანოტაცია

თანამედროვე ცხოვრების აჩქარებული რიტმი დიდ გავლენას ახდენს ადამიანის სულიერ თუ ფიზიკურ მდგომარეობაზე. ამიტომ ხშირად გვიჩნდება სურვილი, რომ პერიოდულად მშვიდ, წყნარ გარემოში, ქალაქგარეთ დავისვენოთ და აგროტურიზმით დავკავდეთ. აგროტურიზმი ტურიზმის ის სახეობაა, როდესაც ტურისტის მიზანია იცხოვროს ადგილობრივი მოსახლესავით, იმუშაოს მასთან ერთად.

არსებული რესურსული პოტენციალიდან გამომდინარე, ჩვენს ქვეყანაში არსებობს აგროტურიზმის განვითარების პერსპექტივა. რომელიც საქართველოში განვითარების სტადიაშია. ბოლო წლებში უცხოელი ვიზიტორები, ძირითადად, მთისა და ზღვის კურორტებზე დასასვენებლად, ისტორიული და კულტურული ძეგლების მოსახსენებლად ჩამოდიან. თუმცა საქართველოს, როგორც აგრარული ტრადიციების ქვეყანას, აგროტურიზმის განვითარების შესაძლებლობაც აქვს. აგროტურიზმმა ჩვენთან უკვე მოიკიდა ფეხი. იმედია მომავალში კიდევ უფრო მეტი ტურისტი ჩამოვა მრავალფეროვანი ბუნების, კულტურისა და ღირსშესანიშნაობების დასათვალიერებლად. თუმცა ამ სფეროში გვაქვს სისუსტეებიც. მთავარი სოფლად შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არარსებობაა. არ არსებობს აგრეთვე აგროტურიზმის განვითარების სპეციალური პროგრამა, რომელიც განახორციელებს სასოფლო სახლების რესტავრაციას და ნაციონალურ სტილში გაფორმებას თანამედროვე კომფორტის და სიმყუდროვის შენარჩუნებით, რაც საშუალებას მისცემს ტურისტებს გაეცნონ ადგილობრივ კულტურას, ტრადიციებს, ფოლკლორს, დაისვენონ მთიან სოფლებში. ასეთივე მნიშვნელოვანია დატრენინგება სოფლის მოსახლეობის, თუ როგორ ჩაერთონ ამ დარგში მარტივად, როგორ მოახერხონ მცირე დანახარჯებით მოიპოვონ ახალი შემოსავალი. სახელმწიფომ სხვა ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინებით, სოფლები, თავისი ადათ-წესებითა ტრადიციების დაცვით ჩართოს ამ დარგში და გაზარდოს მოტივაცია გრძელვადიანი პერიოდისთვის.

აგროტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე უნდა გაიტანონ უპირატესად ტურისტულმა ფირმებმა, რადგან სოფლის მოსახლეობას ჯერჯერობით არა აქვს პირდაპირი მარკეტინგის, უცხოეთში რეკლამის დაფინანსების, ან ინტერნეტით პროდუქტის გაყიდვის საშუალება.

საკვანძო სიტყვები: აგროტურიზმი. რესურსული პოტენციალი. აგროტურისტული პროდუქტი. საერთაშორისო ტურისტული ბაზარი.

Abstract

Accelerated rhythm of modern life has great influence on the humans spiritual and physical health. So periodically, often we have a desire to rest up and get engaged in agrotourism in the outside of the city, in quiet surroundings. Agro-tourism is a type of tourism, when the tourists goal is to to live by a local resident, to work with him.

Depending on the existing resource potential of our country, there is the prospect of development of agro tourism. That is on the development stage In Georgia. In recent years the the number of foreign visitors coming to for a relaxing on the mountain and sea resorts, to visit the historical and cultural monuments. However, Georgia as the agricultural traditions country, have the possibility of for agricultural tourism development. We hope in the future more and more tourists will come view the wide variety of nature, culture and sights. However, in this area also we have weaknesses. The lack of appropriate infrastructure in rural areas. Also there are no special programs for the develop-

ment of agrotourism, Who will carry out the restoration of and decoration of houses in the rural maintaining in national style with modern amenities and comfort, which will allow tourists to get to know the local culture, traditions, folklore, relax in mountain villages. The same important is training of rural population, How to engage in this field easily, how managed to obtain a small amount by new revenues. The government considering experience of other countries, must involve the villages of this field, in accordance with their customs and traditions and rules to boost motivation for the long-term period.

Mainly tourist firms must export agro-products in the international tourism market, as the rural population still does not have the opportunity to use the direct marketing, funding the advertisement on abroad, or selling a product over the Internet.

Key words: *Agro-tourism; Resource potential; Agro-products; The international tourist market.*

თანამედროვე ცხოვრების აჩქარებული რიტმში დიდ გავლენას ახდენს ადამიანის სულიერ თუ ფიზიკურ მდგომარეობაზე. ამიტომ ხშირად გვიჩნდება სურვილი, რომ პერიოდულად მშვიდ, წყნარ გარემოში, ქალაქგარეთ დავისვენოთ და აგროტურიზმით დაკავდეთ.

აგროტურიზმი ტურიზმის ის სახეობაა, როდესაც ტურისტის მიზანია იცხოვროს ადგილობრივი მოსახლესავე, იმუშაოს მასთან ერთად მინდორში, მოწველოს ძროხა, დაამუშაოს მიწა, იკვებოს მასთან ერთად ანუ გარკვეული დროით მასპინძლის ოჯახის წევრი გახდეს. აგროტურიზმი, როგორც ტურიზმის ერთ-ერთი ძირითადი მიმართულება XX საუკუნის მეორე ნახევარში ევროპაში, დიდ ინდუსტრიულ ქვეყნებში ჩამოყალიბდა, სადაც მცხოვრებთა მნიშვნელოვან ნაწილს სოფლიდან ჩამოსული მოსახლეობის მესამე თაობა წარმოადგენდა. სოფლად დასვენების მსურველნი არჩევდნენ მიმზიდველ რეგიონებს საზღვარგარეთ, იხდიდნენ ქირას. შესაბამისად, მასპინძელ ოჯახებს შემოსავალი გაუჩნდათ. ევროპაში აგროტურიზმი კარგად არის განვითარებული, ამ დარგს, ეკონომიკური კრიზისიც ვერაფერს აკლებს. იტალიაში კრიზისმა შეამცირა სხვადასხვა სფეროს შემოსავალი, მაგრამ აგროტურიზმში ჩართული ფერმერების შემოსავალი უცვლელი დარჩა.

აგროტურიზმის განვითარებას საკმაოდ დიდი მნიშვნელობა ენიჭება საქართველოსთვის. ამ დარგის განვითარება ხელს შეუწყობს არა მარტო საქართველოზე დადებითი გავლენების გაღრმავებასა და გაზრდას არამედ, სოფლებში ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლებას, სამეწარმეო ბიზნესის განვითარებას, რაიონების კულტურულ და ბუნებრივი ძეგლების აღდგენას, ბუნებრივი გარემოს დაცვას და ასევე სახალხო დღესასწაულების, მივიწყებული ადათ წესების, ხალხური რეწვის აღორძინებას.

ტურისტები ფერმერებთან ერთად გადიან

პლანტაციებში, ვენახში, აკვირდებიან მათ შრომას და თვითონაც ეხმარებიან. ზოგს მეთევზეთა დასახლებებში ცხოვრება და მათთან ერთად სათევზაოდ სიარული მოსწონს. აგროტურიზმი იმით გამოირჩევა, რომ დასვენება შედარებით მცირე დანახარჯით შეიძლება. ტურისტმა შეიძლება, იცხოვროს ძველ, გლეხურ სახლში და ოფიციალტების ნაცვლად დიასახლისი გაუმასპინძლდეს. სტუმრები მიირთმევენ ადგილობრივ ნატურალურ პროდუქტებს: ხილ-ბოსტნეულს, შინაურ ყველს, შინ დაყენებულ ღვინოს, ხორცსა და ხორცპროდუქტებს. სასოფლო ტურები ბავშვებისთვისაც საინტერესოა. ისინი აკვირდებიან შინაურ ცხოველებს, სეირნობენ ცხენებით, სწავლობენ სხვადასხვა საქმიანობას, მაგ. ყველის ამოყვანას ან პურის ცხობას. სურვილის შემთხვევაში ტურისტები ეროვნული კერძების მომზადებასაც ეუფლებიან. აგროტურიზმი იმითაც არის საინტერესო და მომგებიანი, რომ მას არ აბრკოლებს წელიწადის დროების მონაცვლეობა. ხშირად აგროტურისტული მეურნეობები ისტორიული და კულტურული ძეგლების სიახლოვეს ვითარდება. შესაძლებელია ისეთი ტურისტულ-რეკრეაციული აქტივობების ორგანიზება, როგორცაც ცხენოსნური დაშქრობები, ღვინის დაწურვა, ჩურჩხელების ამოვლება, მუზეუმების დათვალიერება და ა.შ. სწორედ ეს არის ტურისტისთვის მიმზიდველი, რადგან ის თვითონ არის ჩართული პროცესში.

არსებული რესურსული პოტენციალიდან გამომდინარე ჩვენს ქვეყანაში აგროტურიზმის განვითარება პერსპექტიული იქნება. ამჟამად, აგროტურიზმი საქართველოში განვითარების სტადიაშია. საქართველოში ბოლო წლებში უცხოელი ვიზიტორები, ძირითადად, მთისა და ზღვის კურორტებზე დასასვენებლად, ისტორიული და კულტურული ძეგლების მოსანახულეებლად ჩამოდიან. თუმცა საქართველოს, როგორც აგრარული ტრადიციების ქვეყანას, აგროტურიზმის განვითარების შესაძლებლობაც აქვს. აგროტურიზმმა ჩვენთან უკვე მოიკიდა ფეხი. იმედია მომავალში კიდევ უფრო მეტი ტურისტი

ჩამოვა მრავალფეროვანი ბუნების, კულტურისა და ღირსშესანიშნაობების დასათვალისწინებლად. თუმცა ამ სფეროში გვაქვს სისუსტეებიც. მთავარი სოფლად შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არარსებობაა. ამის მიუხედავად, თუ აგროტურიზმი განვითარდება, მცირე ფერმერებს შეუძლიათ სარგებელი ნახონ და მცირე ფერმერული მეურნეობა მომგებიან კომერციულ საქმიანობად აქციონ. რამდენიმე ტურისტული კომპანია და საოჯახო სასტუმრო უცხოელ და ადგილობრივ ტურისტებს უკვე სთავაზობს აგროტურებს, რაც გულისხმობს რთველში მონაწილეობას, ყურძნის დაწურვას, ჩურჩხელების ამოვლებას, ყველის ამოყვანასა და თაფლის ამოღებას. მაგრამ სპეციალისტების აზრით, ჩვენს ქვეყანაში უფრო ფართოდ შეიძლება აგროტურიზმის განვითარება, ამით კი სოფლის მეურნეობის განვითარებასაც შეეწყობა ხელი.

საქართველოში აგროტურიზმის დაგეგმვა და განვითარება უნდა მოხდეს მდგრადი განვითარების სამი ძირითადი პრინციპის გათვალისწინებით:

1. ეკოლოგიური მდგრადობა უზრუნველყოფს - საბაზო ეკოლოგიური პროცესების, ბიომრავალფეროვნების და ბიოლოგიური რესურსების ერთობლივ განვითარებას;
2. სოციალური და კულტურული მდგრადობა - უზრუნველყოფს ისეთ მდგრადობას, რომლის დროსაც ადამიანების ცხოვრება, მათი ერთობლივი კულტურა და ღირებულებები ყოველმხრივ დაცულია და კულტურული თვითმყოფადობა კიდევ უფრო მტკიცდება;
3. ეკონომიკური მდგრადობა - უზრუნველყოფს განვითარების ეკონომიკურ ეფექტურობას, როცა რესურსების გამოყენების არსებული მეთოდი იძლევა ამ რესურსების მომავალი თაობებისათვის შენარჩუნების გარანტიას.

მდგრადი ტურიზმი ხელს უწყობს ტურიზმის ბუნებაზე, კულტურაზე და სოციალურ სფეროზე გავლენის გზების უკეთ გაგებას. მდგრადი ტურიზმი უზრუნველყოფს შემოსავლებისა და ხარჯების სამართლიან განაწილებას. ქმნის სამუშაო ადგილებს როგორც ადგილობრივ ტურიზმის სექტორში, ისე მომიჯნავე სექტორებშიც. ტურიზმი იწვევს მომგებიანი შიდა დარგების: სასტუმროებისა და განთავსების სხვა საშუალებების, რესტორნებისა და საზოგადოებრივი კვების ობიექტების, სატრანსპორტო სისტემების, ხალხური რეწვის და საექსკურსიო-ინფორმაციული საქმის სტიმულირებას. ხელს უწყობს ქვეყანაში უცხოური ვალუტის მოზიდვას, უზრუნველყოფს კაპიტალდაბანდებას ადგილობრივ ეკონომიკაში, იგი აგრეთვე ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკონომიკის დივერსიფიკაციას, განსაკუთრებით კი სოფლებში, სადაც მოსახლეობის დასაქმება ატარებს სეზონურ და შემთხვევით ხასიათს.

ტურიზმი იღწვის იმისათვის, რომ გადაწყვეტილებების მიღების პროცესში მონაწილეობდნენ საზოგადოების ყველა ფენები, მათ შორის ადგილობრივი მოსახლეობა, რათა ტურიზმი და რესურსების მომხმარებელი სხვა დარგები ჰარმონიულად თანაარსებობდნენ.

აგროტურიზმი იმითაა აღსანიშნავი რომ იგი მთელი წელი მუშაობს. კვიპროსსა და ბულგარეთში აგროტურიზმმა სოფლებს თვითმყოფადობა შეუნარჩუნა. კვიპროსზე შემუშავებულია აგროტურიზმის განვითარების სპეციალური პროგრამა, რომელიც ანხორციელებს სასოფლო სახლების რესტავრაციას და ნაციონალურ სტილში გაფორმებას თანამედროვე კომფორტის და სიმყუდროვის შენარჩუნებით. ტურისტებს საშუალება ეძლევათ გაეცნონ ადგილობრივ კულტურას, ტრადიციებს, ფოლკლორს, დაისვენონ მთიან სოფლებში. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი რამაა ასეთი პროგრამების დანერგვა საქართველოშიც, დატრენინგება სოფლის მოსახლეობის, თუ როგორ ჩაერთონ ამ დარგში მარტივად, როგორ მოახერხონ მცირე დანახარჯებით მოიპოვონ ახალი შემოსავალი აგროტურიზმით, რაც არაჩვეულებრივი შერბილების მექანიზმი იქნება სოფლის მოსახლეობისთვის. სოფელს დაუბრუნდებიან, სოფელი ახმაურდება და ის რამდენიმე მილიონიანი პროექტები, რომლებიც რეგიონების განვითარებას ხმარდება, შედეგად იქნება აღმოჩნდება.

აგროტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე უნდა გაიტანონ უპირატესად ტურისტულმა ფირმებმა, რადგან სოფლის მოსახლეობას ჯერჯერობით არა აქვს პირდაპირი მარკეტინგის, უცხოეთში რეკლამის დაფინანსების, ან ინტერნეტით პროდუქტის გაყიდვის საშუალება. აუცილებელია აგროტურისტული პროდუქტის ტუროპერატორის არსებობა. თანახმად ასევე უნდა პრაქტიკისა ქართული ტურისტული ფირმების უმრავლესობა უნივერსალურობისაკენ მიისწრაფვის. მათ არ გააჩნიათ სურვილი ერთი რომელიმე სეგმენტის სპეციალისტად იწოდებოდნენ, რაც ხელს უშლის პროფესიონალიზმს და შესაბამისად ტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე მოუშაადებელი გადის. მოუშაადებლობაში ვგულისხმობთ უცხოელი ტურისტის მოთხოვნილებების არასრულყოფილად ცოდნას, რის გამოც მიწოდებული პროდუქტი არ შეიცავს მოსალოდნელ მომსახურებას. აგროტურისტული პროდუქტი უნდა იყოს იაფი, რადგან ძირითადი მოტივაცია სოფლის ტურიზმისა არის იაფად, ნაკლები კომფორტით, მაგრამ ეკოლოგიურად სუფთა და სასიამოვნო გარემოში დასვენება. ეს გარემოება განსაკუთრებით საგულისხმოა საქართველოს პირობებში, რადგან დამწვები ბიზნესმენები გატაცებულნი არიან მაღალპროცენტიანი მოგების მიღებით. აგროტურიზმისათვის შერჩეულ

სოფლებში უნდა ჩატარდეს საინფორმაციო-საავიტაციო სამუშაოები ტურიზმის როლისა და ადგილის შესახებ ადგილობრივ დონეზე. უნდა მოხდეს სოფლის მოსახლეობის და მმართველობითი რგოლის მომზადება ტურისტების მისაღებად. აგროტურიზმისათვის სოფლებისა და სოფლებში კონკრეტული მასპინძლის შერჩევისათვის ტურისტულ ფორმებს უნდა ჰქონდეთ აუცილებელი პირობების ჩამონათვალი, რომელთა დაკმაყოფილების შემდეგ კონკრეტული სახლი შევა განთავსების საშუალებათა ნუსხაში. ეს პირობებია: ადგილის უსაფრთხოება, ღამაში ბუნება და ლანდშაფტი: ტყის, მდინარის, ტბის, ან სამკურნალო წყლის არსებობა; სასურველია გლეხის კარმიდამოს გაანდეს ეროვნული სახე და ინფრასტრუქტურის შემდეგი ელემენტები: ცალკე საძინებელი, საშხაპე და ტუალეტი. მასპინძლის ოჯახში კვების საშუალება, უცხოელი ტურისტები დიდ ყურადღებას აქცევენ სოფლებში ისტორიული ძეგლებისა და სხვა ღირშესანიშნაობის არსებობას, საცხოვრებლის სიახლოვეს რესტორნის, ტავერნის, ან ეროვნული კერძების სამზარეულოს არსებობას. გამოცდილების უქონლობის გამო სირთულეს წარმოადგენს აგროტურისტებისათვის სპეციალური პროგრამის შედგენა, რომელშიც გასათვალისწინებელია შემდეგი: სოფელში დამსვენებლები ძირითადად 2-4 კაციანი უცხოელთა ოჯახებია. მათთვის დასვენების ორგანიზაციებისათვის გასათვალისწინებელია შეთავაზებები ოჯახის თითოეული წევრისათვის ცალცალკე: მამაკაცისათვის ეს შეიძლება იყოს ნადირობა, თევზაობა, ცხენით ჯირითი, თიბვა ქართველ მასპინძელთან ერთად. დიასახლი-

სისათვის ქსოვა, ქარგვა, კერძების მომზადება. სასურველია ბავშვებიანი ოჯახის ჩამოსვლის შემთხვევაში მასპინძელ ოჯახში იყოს დაახლოებით იმავე ასაკის ბავშვები. უადრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მასპინძლების მიერ საკონტაქტოდ აუცილებელი უცხო ენის ცოდნას. საინფორმაციო-სარეკლამო მასალების დამზადება უნდა მოხდეს საზღვარგარეთული ანალოგების გათვალისწინებით (კვიპროსი, ბულგარეთი, და სხვ.), როგორც წესი, სოფლის ტურიზმის სარეკლამო მასალები უხვად არის ილუსტრირებული გლეხის კარმიდამოს ამსახველი ფერადი ფოტოებით, მიმდები რაიონის შესახებ ვრცელი ინფორმაციით, განსაკუთრებით, ადათ-წესებისა და ტრადიციების შესახებ, აგროტურისტული პროდუქტის გასაღების ერთ-ერთი საშუალებაა სპეციალიზირებული ბაზრობები, აგრეთვე ის ბაზრობები, სადაც მომხმარებლები ჭარბობენ პროფესიონალებს.

საქართველოში აგროტურიზმის განვითარების რეალური პერსპექტივა არსებობს. ამიტომაც სახელმწიფომ სხვა ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინებით, სოფლები, თავისი ადათ-წესებითა ტრადიციების დაცვით ჩართოს ამ დარგში და გაზარდოს მოტივაცია გრძელვადიანი პერიოდისთვის.

აგროტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე უნდა გაიტანონ უპირატესად ტურისტულმა ფორმებმა, რადგან სოფლის მოსახლეობას ჯერჯერობით არა აქვს პირდაპირი მარკეტინგის, უცხოეთში რეკლამის დაფინანსების, ან ინტერნეტით პროდუქტის გაყიდვის საშუალება.

ლიტერატურა/REFERENCES

1. ა. ოქროცვარიძე, მ. ვადაჭკორია, ლ. ოქროცვარიძე. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი
2. მ. მეტრეველი., ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის საფუძვლები
3. <http://agrokavkaz.ge/agroturizmi/agroturizmi-rogor-ts-turizm-is-damoukidebeli-mimarthuleba.html>