

აგროტურიზმის როლი სოფლის მოსახლეობის ეკონომიკური პრობლემების გადაწყვეტის საქმეში



რეზო ჯაბნიძე,

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის პროფესორი

REZO JABNIDE,

Professors of Batumi Shota Rustaveli Shtate
University

ანოტაცია

აგროტურიზმის მნიშვნელობა დიდია ნები-
სმიერი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში.
იგი გვევლინება ეფექტურ საშუალებად, რათა
განაახლოს და გააუმჯობესოს ჩამორჩენილი
სასოფლო-სამეურნეო რაიონები. შექმნას ახა-
ლი სამუშაო ადგილები, გაიზარდოს სამუშაოს
მრავალფეროვნება, მომსახურების დონე და
ცხოვრების პირობები. იგი პირდაპირ ზემოქ-
მედებას ახდენს სასოფლო-სამეურნეო საქმი-
ანობის განვითარებაზე, ხდება ფერმერებისა
თუ სოფლის მოსახლეობის კულტურული ინ-
ფორმაციის მიწოდების გაფართოება, პეიზა-
ჟებისა და ბუნების მოვლა, ხალხური რეწვის
საქმიანობის განვითარება.

აგროტურიზმი ვერ განვითარდება გარემო-
სთან ურთიერთქმედების გარეშე, მაგრამ მისი
განვითარების მართვისა და დაგეგმვის საშუ-
ალებით შესაძლებელია, შემცირდეს ნეგატი-
ური ზემოქმედება და გაიზარდოს დადებითი.
ამასთან, აგროტურიზმი აუმჯობესებს ქვეყნი-
სა თუ რეგიონის ინფრასტრუქტურას, რაც
თავის მხრივ, ხელს უწყობს სხვა ეკონომი-
კური საქმიანობის ზრდას აგრარულ რაიონ-
ებში. საქართველოში აგროტურიზმის გან-
ვითარების კარგი პერსპექტივები არსებობს,
რომელსაც პოზიტიური როლის შესრულება
შეუძლია ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარება-



ნატო ჯაბნიძე,

ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასისტენტ-პროფესორი

NATO JABNIDE,

Asistent Professors of Batumi Shota Rustaveli
Shtate University

ში. მაგრამ საწყის ეტაპზე მას სახელმწიფო
მხარდაჭერა სჭირდება.

საკვანძო სიტყვები: აგროტურიზმი, სოფ-
ლის მოსახლეობა, ეკონომიკური პრობლემე-
ბი, საქართველოს ტერიტორია

PLSNING OF AGRO TOURISM IN GEOR- GIA AND ITS SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract

Sustainable tourisms provides fair distribu-
tion of incomes and expenses. Products of agro
tourism should be exported to international mar-
ket mainly by tour agencies because the popula-
tion can not afford direct marketing, financing
the advertisement abroad or purchasing products
on the internet. The existence of tour operation is
necessary. Agro tourist product should be affor-
dable because main motivation of rural tourism is
a relaxation with les comport but environmen-
tally clean and nice atmosphere.

In order to select villages and host for agro
tourism tour agenciesshould have a list of nec-
essary conditions after satisfying of which the
specifichouse will be included in the list of ac-
commodation means. These means include:
Place safety, beautiful nature, landscape. It is

desirable that the house and yard of the peasant had a national image and the following elements of infrastructure: separate sleeping-room, and a toilet. Foreign tourist pay a great attention to the existence of historical building and other sight-seeing in the village. Informational – advertisement material should be prepared by taking consideration of foreign analogues

Keywords: *Agritourism, Rural population, Economic problems, Georgia Territory.*

ტურიზმის მნიშვნელობა დიდია ნებისმიერ ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში. მის წილად მოდის მსოფლიო შიდა პროდუქტის 10%, ინვესტიციების 11,8%, დასაქმებულთა 10%. ტურისტული ბაზრობისა და სეგმენტების რიცხვი ყოველწლიურად იზრდება, ხოლო ბოლო პერიოდში ამ სფეროში სტრუქტურული ცვლილებებიც აღინიშნება. ტურისტული ბაზრის სეგმენტთა შორის გაფართოვდა რეკრეაციული და ეკოლოგიური მიზნებით მოგზაურობის მსურველთა რიცხოვნობა.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის შეფასებით უახლოესი 15 წლის განმავლობაში ტურისტების მხრიდან მოთხოვნა აგროტურისტულ პროდუქტებზე ათეულში მე-6 პოზიციას იკავებს. საქართველოში აგროტურისტული პროდუქტების მდიდარი რესურსული პოტენციალია და მათ გონივრულ გამოყენებას პოზიტიური როლის შესრულება შეუძლია ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში. აგროტურიზმი კულტურულ ტურიზმთან ერთად ტურისტული პროდუქტების მრავალფეროვნების შექმნისა და ეფექტიანი გამოყენების საფუძველია.

აგროტურიზმი იმყოფება მჭიდრო კავშირში გეოგრაფიის ახალ დარგთან – რეკრეაციულ გეოგრაფიასთან, რომელიც შეისწავლის აგროტურიზმის განვითარების ბუნებრივ-გეოგრაფიულ, კულტურულ-ისტორიულ და სხვა პირობებს.

მრავალმა ქვეყანამ გაითავისა აგროტურიზმის ეფექტურობა და ბევრ ქვეყანაში სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ შემუშავებულ იქნა და წარმატებით ხორციელდება სხვადასხვა პოლიტიკა, რომელიც ხელს უწყობს აგროტურიზმის განვითარებისა და შენარჩუნების კონცეფციას. მაგალითად, ეს საკითხი, გერმანიის ტურისტული ინდუსტრიის მნიშვნელოვან ნაწილად ითვლება და მისი შესწავლის საგანია. დღეს გერმანელი მოსახლეობისთვის შევსებულების გატარების მთავარი მოთხოვნილება არის დასვენება სოფლის ტერიტორიაზე, სიმშვიდე და რელაქსაცია.

დღითიდღე აგროტურიზმს სულ უფრო

დიდი მნიშვნელობა ენიჭება და იგი ერთ-ერთ პრიორიტეტულ ტურისტულ დარგად გვევლინება ევროპის მთელ რიგ ქვეყნებში. სასოფლო ტერიტორიაზე დასვენების მსურველთა რაოდენობა საგრძნობლად გაიზარდა, მაშინ, როდესაც სასოფლო-სამეურნეო თავისებურებებიდან გამომდინარე, სოფლის ტერიტორიების დიდი ნაწილი გამოუყენებელია. ამ მიწების აქტიურად გამოყენება შესაძლებელია აგროტურიზმისთვის (აქვე იგულისხმება ევროკავშირის სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკა).

ყოველივე აქედან გამომდინარე, აგროტურიზმი გვევლინება ეფექტურ საშუალებათ, რათა განაახლოს და გააუმჯობესოს ჩამორჩენილი სასოფლო-სამეურნეო რაიონები. შექმნას ახალი სამუშაო ადგილები, გაიზარდოს სამუშაოს მრავალფეროვნება, მომსახურების დონე და ცხოვრების პირობები. იგი პირდაპირ ზემოქმედებას ახდენს სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის განვითარებაზე, ხდება ფერმერებისა თუ სოფლის მოსახლეობის კულტურული ინფორმაციის მიწოდების გაფართოება, პეიზაჟებისა და ბუნების მოვლა, ხალხური რეწვის საქმიანობის განვითარება. აგროტურიზმი აუმჯობესებს ქვეყნისა თუ რეგიონის ინფრასტრუქტურას, რაც თავის მხრივ ხელს უწყობს სხვა ეკონომიკური საქმიანობის ზრდას აგრარულ რაიონებში.

მსოფლიოს გამოცდილება აჩვენებს, რომ იმ რეგიონებში, სადაც განვითარდა აგროტურიზმი, საგრძნობლად გაუმჯობესდა ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალური პირობები, იმ მოსახლეობისა, რომელიც ცუდი პირობების გამო იზოლირებულია და ცხოვრობს მიყრუებულ სოფლებში. იმ პერიოდში, როდესაც აგროტურიზმმა ზრდა დაიწყო, საკმაოდ რთული იყო აღრიცხულიყო ტურიზმის ამ ნაირსახეობის სტატისტიკა მსოფლიოს მასშტაბებით რადგანაც, ფაქტობრივად, მხოლოდ ცალკეული ქვეყნები ახორციელებენ ისეთ სტატისტიკას, სადაც აგროტურიზმის მონაცემები გამოიყოფა ტურიზმის სხვა სახეთა მონაცემებისაგან.

აგროტურისტული საქმიანობის პერიოდში გარდაუვალია გარემოს ცვლილება. ადრეულ წლებში აგროტურისტული საქმიანობის ანალიზის კვლევებს მცირე ყურადღება ეთმობოდა. თანამედროვე პირობებში გარემოს დაცვის პრობლემასა და მის გაუმჯობესებას თანამედროვე კვლევებში უკავია მნიშვნელოვანი ადგილი. აგროტურიზმი ვერ განვითარდება გარემოსთან ურთიერთქმედების გარეშე, მაგრამ აგროტურიზმის განვითარების მართვისა და დაგეგმვის საშუალებით შესაძლებელია, შემცირდეს ნეგატიური ზემოქმედება და გაიზ-

არდოს დადებითი.

თუ გავითვალისწინებთ, რომ დღეს საქართველოში სოფლად მოსახლეობის 47,3% ცხოვრობს, ნათელი გახდება, რომ იაფი და სოფლის ცხოვრების წეს-ჩვეულებების მცოდნე შრომითი რესურსების ეფექტიანი გამოყენებით ქვეყანაში აგროტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვანი რეზერვები არსებობს.

მხედველობაშია მისაღები ერთი მნიშვნელოვანი გარემოებაც. საქართველოს ტერიტორიის 54,4% ზღვის დონიდან 1000 მეტრ სიმაღლეზე მდებარეობს. ამ ტერიტორიების უმეტეს ნაწილზე ინტენსიური აგრარული პროდუქტების წარმოების შესაძლებლობები შეზღუდულია. მთისა და მაღალმთიანი ზონის ეკონომიკურ აღმავლობაში ადგილობრივი არაინტენსიური ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების წარმოებასა და ტრადიციებს, ფლორასა და ფაუნას, ლამაზ ბუნებრივ საცხოვრებელ გარემოს აგროტურიზმის განვითარებაში გადამწყვეტი როლის შესრულება შეუძლია. საქართველოს მთიანეთის სამ რეგიონს – აღმოსავლეთ, ჩრდილოეთ და სამხრეთ მთიანეთს განსხვავებული ტრადიციებით, რესურსული პოტენციალით, სოციალურ-ეკონომიკური პოტენციალით, სოციალურ-ეკონომიკური პირობებით დიფერენცირებული აგროტურისტული პროდუქტების შეთავაზებაც შეუძლიათ მომხმარებლისთვის. ამასთან, მთის რეგიონებისთვის დამახასიათებელი საერთო ნიშან-თვისებების ორიენტაციით კონკურენტული აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდება, უკვე შესაძლებელია თანამედროვე ტექნიკური საშუალებების გამოყენებით.

ინფრასტრუქტურა, ტურიზმი და სოფლის მეურნეობა არის საქართველოს ეკონომიკის ის სამი პრიორიტეტული მიმართულება, რომელთა საფუძველზე მომავალი ხუთი წლის განმავლობაში საქართველოს მთლიანი შიდა პროდუქტი გაორმაგდება. აღნიშნული სამი პრიორიტეტული მიმართულება მჭიდრო ურთიერთკავშირშია და ურთიერთხემოქმედებას განიცდის. განსაკუთრებით აღსანიშნაველია ტურიზმის, მათ შორის აგროტურიზმის, მულტიპლიკაციური ეფექტი, რომელიც ასტიმულირებს მასთან დაკავშირებულ ისეთ დარგებს, როგორებიცაა: ტრანსპორტი, სოფლის მეურნეობა, ვაჭრობა, კავშირგაბმულობა, სამომხმარებლო საქონლის წარმოება, სოციალური სფერო და ა.შ. სწორედ ამიტომ საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების სტრატეგიაში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს აგროტურიზმს, რომელიც სოფლის მოსახლეობას არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის განვითარების

შესაძლებლობას აძლევს.

არსებობს აგროტურიზმის მოდელის ფორმირების ორი კონცეფცია. პირველი კონცეფციის თანახმად, აგროტურისტულ ბიზნესს აწარმოებენ მცირე ფერმერული და პირადი დამხმარე მეურნეობები საკუთარი ფინანსური და სხვა რესურსების გამოყენებით. რა თქმა უნდა, ასეთი დაფინანსების პირობებში ტურისტთა დიდი ნაკადის მოზიდვა, ფაქტობრივად, გამორიცხულია, მაგრამ ეს მოდელი ქმნის აგროტურიზმის განვითარების საფუძველს. მეორე კონცეფცია ითვალისწინებს აგროტურიზმის კომპლექსურ განვითარებას, ანუ სოფელში აგროტურიზმი ხდება ბიზნესის წამყვანი სახე, რომელიც უზრუნველყოფს ტურისტის რეკრეაციულ მომსახურებას სოფლის რესურსების გამოყენების საფუძველზე. ხშირად ეს ორი კონცეფცია ერთი და იმავე პროცესის ორი ეტაპის სახით განიხილება. მაგალითად, ევროპის ქვეყნებში აგროტურიზმი სწორედ ასეთი ეტაპების სახით ვითარდება და მისი განვითარების საწყისი მოტივები ძირითადად სოციალურ ხასიათს ატარებდა, ხოლო სახელმწიფო პოლიტიკა ლოკალური აგროტურიზმის მხარდაჭერაზე იყო გათვლილი. ამის გამო ევროპაში დღესაც აგროტურიზმის მხარდაჭერის სახელმწიფო პოლიტიკა ეკონომიკურად ჩამორჩენილ რაიონებზეა ორიენტირებული. ასეთი პოლიტიკის აუცილებლობა, როგორც წესი, განპირობებულია ადგილობრივი აგრარული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის დაკარგვითა და სოფლის მეურნეობის ეფექტიანობის ამაღლებაზე გამიზნული რესტრუქტურისაციის აუცილებლობით. შესაბამისად, აგროტურიზმი განიხილებოდა და ახლაც განიხილება, როგორც ეკონომიკური საქმიანობის ალტერნატიული სახე, რომელსაც ჩამორჩენილი რეგიონების შემოსავლების უზრუნველყოფა შეუძლია.

აგროტურისტული პროექტი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე უნდა გაიტანონ უპირველესად ტურისტულმა ფირმებმა, რადგან სოფლის მოსახლეობას ჯერჯერობით არა აქვს პირდაპირი მარკეტინგის, უცხოეთში რეკლამის დაფინანსების ან ინტერნეტით პროდუქტის გაყიდვის საშუალება. ამ თვალსაზრისით საჭიროა გათვალისწინებულ იქნას შემდეგი პრიორიტეტები:

1. აუცილებელია აგროტურისტული პროფილის ტუროპერატორის არსებობა. თანახმად არსებული პრაქტიკისა, ქართული ტურისტული ფირმების უმრავლესობა უნივერსალურობისაკენ მიისწრაფვის. მათ არ გააჩნიათ სურვილი, ერთი რომელიმე სეგმენტის სპეციალისტად იწოდებოდნენ, რაც ხელს

უმლის პროფესიონალიზმს და შესაბამისად ტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე მოუძნადებელი გადის. მოუძნადებლობაში ვგულისხმობთ უცხოელი ტურისტის მოთხოვნილებების არასრულყოფილად ცოდნას, რის გამოც მიწოდებული პროდუქტი არ შეიცავს მოსალოდნელ მომსახურებას;

2. 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 დამწეები ბიზნესმენები გატაცებული არიან მაღალპროცენტუიანი მოგების მიღებით;

3. აგროტურიზმისთვის შერჩეულ სოფლებში უნდა ჩატარდეს საინფორმაციო-სააგიტაციო სამუშაოები ტურიზმის როლისა და ადგილის შესახებ ადგილობრივ დონეზე. უნდა მოხდეს სოფლის მოსახლეობის და მმართველობითი რგოლის მომზადება ტურისტების მისაღებად;

4. აგროტურიზმისთვის სოფლებში კონკრეტული მასპინძლის შერჩევითი ტურისტულ ფორმებს უნდა ჰქონდეთ აუცილებელი პირობების ჩამონათვალი, რომელთა დაკმაყოფილების შემდეგ კონკრეტული სახლი შევა განთავსების საშუალებათა ნუსხაში. ეს პირობებია: ადგილის უსაფრთხოება, ლამაზი ბუნება და ლანდშაფტი: ტყის, მდინარის, ტბის ან სამკურნალო წყლის არსებობა; სასურველია, გლეხის კარმიდამოს გააჩნდეს 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;

5. გამოცდილების უქონლობის გამო სირთულეს წარმოადგენს აგროტურისტებისთვის სპეციალური პროგრამის შედგენა, რომელშიც გასათვალისწინებელია შემდეგი:

ლიტერატურა:

1. მ. მეტრეველი. ტურიზმი. 2003.
2. ვ. შუბლაძე. ტურიზმის როლი და მნიშვნელობა განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკაში. შურნ. „ფინანსები“, კვლევითი დეპარტამენტი. 2004.
3. ე. ზარაიშვილი. საქართველოს აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნა-რიანობა. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის მასალები „ეკონომიკა და ბიზნესი“, ბათუმი 2010.
4. პ. კოლუაშვილი; გ. ჯაფარიძე. სწორი აგრარული პოლიტიკა წარმატების გარანტიაა. სამეცნიერო-საინფორმაციო შურნალი „აგრარული საქართველო. N7, 2015.
5. შ. ჩხეიძე. საქართველოს მოსახლეობისთვის დადგენილი არაადეკვატური საარსებო მინიმუმის შესახებ. სამეცნიერო-საინფორმაციო შურნალი „აგრარული საქართველო. N1. 2016.

სოფელში დამსვენებლები ძირითადად 2-4 კაციანი უცხოელთა ოჯახებია. მათთვის დასვენების ორგანიზებისთვის გასათვალისწინებელია შეთავაზებები ოჯახის თითოეული წევრისთვის ცალცალკე: მამაკაცისთვის ეს შეიძლება იყოს ნადირობა, თევზაობა, ცხენით ჯირითი, თიბვა ქართველ მასპინძელთან ერთად. დიასახლისისთვის ქსოვა, ქარგვა, კერძების მომზადება. სასურველია ბავშვებიანი ოჯახის ჩამოსვლის შემთხვევაში, მასპინძელ ოჯახში იყოს დაახლოებით იმავე ასაკის ბავშვები. უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მასპინძლების მიერ საკომუნიკაციოდ აუცილებელი უცხო ენის ცოდნას;

6. საინფორმაციო-სარეკლამო მასალების დამზადება უნდა მოხდეს საზღვარგარეთული ანალოგების გათვალისწინებით (კვიპროსი, ბულგარეთი და სხვ.). როგორც წესი, სოფლის ტურიზმის სარეკლამო მასალები უხვად არის ილუსტრირებული გლეხის კარ-მიდამოს ამსახველი ფერადი ფოტოებით, მიმღები რაიონების შესახებ ვრცელი ინფორმაციით, განსაკუთრებით, ადათ-წესებისა და ტრადიციების შესახებ, აგროტურისტული პროდუქტის გასაღების ერთ-ერთი საშუალებაა სპეციალიზირებული ბაზრობები, აგრეთვე ის ბაზრობები, სადაც მომხმარებლებს ჭარბობენ პროფესიონალებს.

საქართველოში აგროტურიზმის განვითარების კარგი პერსპექტივები არსებობს, მაგრამ საწყის ეტაპზე მას სახელმწიფო მხარდაჭერა სჭირდება და ეს საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების სტრატეგიაში უნდა აისახოს. აგროტურიზმში სახელმწიფო მხარდაჭერა შეიძლება ითვალისწინებდეს საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში აგროტურიზმის განვითარების პოტენციალის, ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტების მოთხოვნილებების შესწავლას, აგროტურიზმის განვითარებით დაინტერესებული ოჯახების ინფორმაციულ უზრუნველყოფას, მათ მომზადებას ტურისტების მისაღებად და აუცილებელი პირობების გაცნობას, საერთაშორისო ბაზარზე ტურისტული პროდუქტის რეკლამირებას და სხვა.