

სოფლის ტურისტული ბიზნესისადმი ადგილობრივი საზოგადოების დამოკიდებულების გამოკვლევა (რაჭის რეგიონის მაგალითზე)

ინეზა ვაწაძე

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
დოქტორანტი
ina.vatsadze@tsu.ge

სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარებას განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს რაჭის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებისათვის. სოფლის საზოგადოებას თავისი მონაწილეობითა და მხარდაჭერით დიდი გავლენის მოხდენა შეუძლია სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაზე. სტატიაში, რაჭის მუნიციპალიტეტების მცხოვრებთა გამოკითხვით მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე, ნაჩვენებია სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარებისადმი ადგილობრივი საზოგადოების დამოკიდებულება და ჩამოყალიბებულია ძირითადი ხელშემშლელი ფაქტორები. კერძოდ, ბიზნესის წარმოებისათვის აუცილებელი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების უქმარისობა, ტურისტთა განთავსების საშუალებების ფუნქციონალური გაუმჯობესების აუცილებლობა, ტურისტული პროდუქტების მწარმოებელთა დაბალი კვალიფიკაცია, ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის სირთულე, ადგილობრივი წარმოების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წილის სიმცირე ტურისტთა კვებითი მომსახურების მთლიან მოცულობაში და სხვ.

საკვანძო სიტყვები: სოფლის ტურისტული ბიზნესი, ტურისტული მომსახურება, ტურისტული პროდუქტი.

შესავალი

სოფლის ტურიზმის განვითარების პროგრამა მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში წარმოადგენს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკის აუცილებელ შემადგენელ ნაწილს [Costa, Chalip 2005, 257-279; Dimitrovski, Todorovic and Valjarevic 2012, 288-297; Briedenhann and Wiekens 2004, 71-79]. საქართველოს მთავრობა და მისი საერთაშორისო პარტნიორები სოფლის ტურიზმს განიხილავენ სასოფლო-სამეურნეო რაიონებისა და მთიანი რეგიონების განვითარებისა და დასაქმების ალტერნატიულ საშუალებად [Khartishvili, Muhar, Dax, and Khelashvili 2019, 1-20].

სოფლის ტურიზმის განვითარების დიდი მნიშვნელობა აღიარებული იყო ტურიზმის მსოფლიო ფორუმზე (25 მარტი, 2019 წ, სეგოვია, ესპანეთი), რომელმაც 2020 წელი გამოაცხადა სოფლის ტურიზმის ხელშეწყობის წლად.

სპეციალისტთა დაკვირვებით, სოფლის ტურიზმის განვითარების ერთ-ერთ ფაქტორს წარმოადგენს სოფლის მოსახლეობის სწრაფვა არააგრარულ სამეურნეო სფეროში დასაქმებისაკენ. მაგალითად, ს. ზოტო, ე. ქირიჩი და ე. პოპენა (S. Zoto, E. Qirici, E. Popena) აღნიშნავენ, რომ დღეისათვის (2013წ) მრავალი ქვეყნის ძირითად პრობლემას წარმოადგენს სოფლის მეურნეობის დაბალი პროდუქტიულობა, რაც უბიძგებს სოფლის მოსახლეობას სოფლის ტურისტული ბიზნესის სფეროში დასაქმებისაკენ [Zoto, Qirici, Polena 2013, 209-223].

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნულისა, როგორც ირკვევა, დღეისათვის ტურიზმის, მათ შორის, სოფლის ტურიზმის ერთ-ერთი გამოწვევა მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილის სკეპტიკური დამოკიდებულებაა საქმიანობის ამ სფეროსადმი. ასეთი დასკვნა გამოიკვეთა „საერთაშორისო გამჭვირვალობა საქართველოს“ დაკვეთით „კავკასიის რესურსების ცენტრის (CRRC) მიერ 2016 წელს ჩატარებული გამოკვლევების საფუძველზე, კერძოდ, 2032 რესპონდენტის გამოკითხვით დადგინდა, რომ მოსახლეობის მხოლოდ 9%-ს მიაჩნია ტურიზმის განვითარება ქვეყნის ეკონომიკის წინსვლის მნიშვნელოვან ფაქტორად. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ სოფლის ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელია საზოგადოების მობილიზაცია საქმიანობის ამ სფეროსადმი პოზიტიური დამოკიდებულების დამკვიდრებისათვის, რადგანაც როგორც პ. ლატკოვა და ს. იოგტი (P. Latkova და C. A. Yagt) ასაბუთებენ, სოფლის ტურიზმის განვითარების სხვადასხვა სტადიაზე დიდი გავლენის მოხდენა შეუძლია სოფლის საზოგადოებას, თავისი მონაწილეობით და მხარდაჭერით [Latkova, and Yagt 2012, 50-67].

სოფლის ტურიზმის განვითარებით დაინტერესებულია მრავალი მხარე – ტურისტები, ტუროპერატორები, საწარმოები, ადგილობრივი საზოგადოება, სხვადასხვა ორგანიზაცია, სააგენტო და თვით სახელმწიფო. ამ ჯგუფების ინტერესები, როგორც აღნიშნავენ მ. ქელვეი და დ. გილმორი (M. Calwey და D. Gillmor) ხშირად არსებითად განსხვავდება ერთმანეთისაგან [Calwey and Gillmor 2008, 316-337]. ამასთან, ნ. არგენტი (N. Argent) შენიშნავს, რომ სოფლის ტურიზმით დაინტერესებულ მხარეთა სხვადასხვაგვარი ინტერესი ხშირად კონფლიქტის მიზეზი ხდება [Argent 2011, 183-205].

ს. ვილსონი (S.Wilson) და მისი თანამშრომლები თვლიან, რომ საზოგადოებაში ტურიზმისადმი პოზიტიური დამოკიდებულების დამკვიდრებით შეიძლება დაძლეული იქნეს ის პრობლემები, რაც წარმოიშობა საქმიანობის ამ სფეროში დაინტერესებულ მხარეთა შორის [Argent 2011, 183-205].

ყოველივე აღნიშნულის საფუძველზე შეიძლება დავასკვნათ, რომ სოფლის ტურიზმისადმი საზოგადოების პოზიტიური დამოკიდებულების ჩამოყალიბება ტურიზმის ამ მიმართულების განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ხელშეწყობი პირობაა. ასეთი დამოკიდებულების ჩამოყალიბება მოითხოვს ადეკვატური მარკეტოლოგიური ღონისძიებების გატარებას, რისთვისაც აუ-

ცილებელია რეალური ვითარების – სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარებისადმი ადგილობრივი საზოგადოების დამოკიდებულების გამოკვლევა, რაც წინამდებარე სტატიის ძირითადი მიზანია.

განხილული პრობლემის გამოკვლევისათვის გამოვიყენეთ სოციოლოგიური გამოკითხვის მეთოდი (პირისპირ ინტერვიუება და სატელეფონო გამოკითხვა), ჩვენ მიერ შედგენილი სტრუქტურირებული კითხვარის საშუალებით. გამოიკითხა 174 რესპონდენტი რაჭის სხვადასხვა სოფლიდან.

კვლევა და მისი ძირითადი შედეგები

სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის სურვილი გამოავლინა 131 ადამიანმა (75,2%), რომელთაგან სამეწარმეო გამოცდილება ჰქონდა მხოლოდ 56 სუბიექტს, ანუ 42,7 %-ს. ქვემოთ მოყვანილი ცხრილის მონაცემები აჩვენებს სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა რაოდენობას, მათ ასაკობრივ ჯგუფებსა და სამეწარმეო გამოცდილებას.

სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველები, მათი ასაკობრივი ჯგუფები და სამეწარმეო გამოცდილება *

ცხრილი 1

ასაკობრივი ჯგუფები	მსურველები		საერთო სამეწარმეო გამოცდილების სტაჟი					
			არა აქვს		ერთ წლამდე		1 წელზე მეტი	
	რაოდ.	%	რაოდ.	%	რაოდ.	%	რაოდ.	%
18-დან 29 წლ	15	11,4	11	73,3	4	26,6	-	-
30-დან 39 წლ.	36	27,5	15	41,6	13	36,1	8	22,2
40-დან 49 წლ.	38	29,0	15	39,5	8	27,0	15	39,5
50-დან 69 წლ.	30	23,0	10	33,3	4	13,3	16	53,3
70 წ. ზევით	12	9,1	5	41,6	2	16,6	5	41,6
სულ	131	100	56		31		44	

*აქ და შემდგომში ცხრილები დამუშავებულია ავტორის მიერ

როგორც ცხრილიდან ჩანს, სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა მეტი რაოდენობა კონცენტრირებულია მე-2, მე-3 და მე-4 ჯგუფებში. ესენია 30-დან 69 წლის ასაკამდე ადამიანები, რომელთა საერთო რაოდენობა შეადგენს 104 კაცს (79,4%). ნიშანდობლივია, რომ გამოკითხულთა შორის ძალზე დაბალია ახალგაზრდობის (18-დან 29 წლამდე ასაკის) წილი (11,4%). მაგრამ, ამ მაჩვენებლის მიხედვით ვერ ვიმსჯელებთ სოფლის ტურიზმისადმი ახალგაზრდობის დამოკიდებულებაზე, რადგანაც ახალგაზრდობის წილი მცირეა და სულ უფრო მცირდება რაჭის მოსახლეობის მთლიან რაოდენობაში.

ამავე ცხრილის მონაცემები აგრეთვე მოწმობს, რომ სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა შორის არავითარი სამეწარმეო გამოცდილება არ აქვს 56 კაცს, ანუ 42,7%-ს. 31 კაცს, ანუ 23, 6%-ს აქვს სამეწარმეო საქმეში მუშაობის გამოცდილება. ეს მონაცემები იმაზე მეტყველებს, რომ

ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა საკმაოდ დიდ ნაწილს არ აქვს ბიზნესის წარმოებისათვის აუცილებელი ცოდნა და უნარ-ჩვევები. ამ კონტიგენტს გაუჭირდება ბიზნესის წარმოება, ამიტომ, საჭირო იქნება მათი დატრენინგება. ასეთი ღონისძიებების გატარების საჭიროება უფრო ადრე დადასტურებული იყო ლ. ხარტიშვილის, ა.მუჰარის, ტ. დაკისის და ი. ხელაშვილის მიერ, რომლებმაც საქართველოში სოფლის ტურიზმის განვითარებაში ერთ-ერთ ღონისძიებად მიიჩნიეს ამ სფეროში დასაქმებულთა სისტემატური სწავლება, სასარგებლო და განახლებული მასალების მიწოდება ტურიზმისა და სტუმართმასპინძლობის ბიზნესის დაგეგმვისა და ადმინისტრირების სფეროში მათი ინფორმირებისათვის [Khartishvili, Muhar, Dax, and Khelashvili 2019, 1-20].

ბიზნესის თეორიაში ცნობილია, რომ ამ სფეროში წარმატებისათვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს მენარმის ფსიქო-ემოციურ სიმტკიცეს, რადგანაც აქ მოსალოდნელია კრიზისული სიტუაციების წარმოქმნა, რამაც შეიძლება დამთრგუნველად იმოქმედოს წარუმატებლის ფსიქიკაზე და საერთოდ ბიზნესის ბედზე. ამიტომ პიროვნება, რომელიც ღებულობს ბიზნესში ჩაბმის გადამწყვეტილებას, პირველ რიგში უნდა ცდილობდეს მოსალოდნელი საფრთხეების გაცნობიერებას. წინააღმდეგ შემთხვევაში, როგორც ქართულ რეალობაზე თუნდაც ზედაპირული დაკვირვება გვიჩვენებს, დიდია იმის მოსალოდნელობა, რომ იგი შეუერთდეს იმ ხელმოცარულთა მრავალრიცხოვან არმიას, რომლებიც დიდი მონდომებით, ენთუზიაზმითა და გაბედულებით გადაეშენნენ ამ მეტად საინტერესო და იმავე დროს ძნელად პროგნოზირებად საქმიანობაში, მაგრამ მალე დატოვეს ასპარეზი.

მე-2 ცხრილში ილუსტრირებულია სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა ფსიქოლოგიური მზაობის თვითშეფასების შედეგები.

მსურველთა ფსიქოლოგიური მზაობა სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმისათვის

ცხრილი 2

კრიტერიუმები	თვითშეფასება			
	დიახ		არა	
	რაოდენობა	%	რაოდენობა	%
გაქვთ თუ არა გაცნობიერებული ის, რომ ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმა თქვენგან მოითხოვს ოჯახში დამკვიდრებული ცხოვრების რეჟიმის ნაწილობრივ შეცვლას?	109	83,2	22	16,8
შეძლებთ თუ არა მასპინძლობასთან დაკავშირებული დამატებითი სამუშაოსათვის დამოუკიდებლად თავის გართმევას?	98	74,8	33	25,2
გაქვთ თუ არა საკმარისი ემოციური სიმტკიცე იმისათვის, რომ გაუძლოთ სისტემატური სტუმარ-მასპინძლობით გამოწვეულ დაძაბულობას?	125	95,4	4	4,6
გაქვთ თუ არა იმის იმედი, რომ გვერდით დაგიდგებათ მთელი ოჯახი?	101	77,1	30	22,9

როგორც ცხრილის მონაცემებით ირკვევა, მოსახლეობის დიდ ნაწილს (83,2%), რომელსაც სურს სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმა, გაცნობიერებული აქვს მოსალოდნელი სიძნელები, ხოლო 16,8% სრულყოფილად ვერ აცნობიერებს, რომ ბიზნესში ყოფნის დროს მას მოუწევს ოჯახში ჩამოყალიბებული ცხოვრების რეჟიმის ნაწილობრივი შეცვლა.

გამოკითხულთა საკმაოდ დიდი რაოდენობა (74,2%) დარწმუნებულია, რომ დამოუკიდებლად გაართმევს თავს იმ სამუშაოს, რაც აუცილებლად უნდა შესრულდეს მასპინძლის მიერ სტუმრის მომსახურების დროს. ასეთი ოპტიმიზმი შეიძლება გამოწვეული იყოს ორი გარემოებით: ერთია ის, რომ რესპონდენტი, რომელიც ასეთ ოპტიმიზმს ამჟღავნებს, აპირებს ძალზე მცირე მასშტაბის ბიზნესის წამოწყებას. მეორე მხრივ, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ მას კარგად არ აქვს გაცნობიერებული განსახორციელებელი საქმის ტექნოლოგია და ამიტომ მეტისმეტ გაბედულებას იჩენს. 25, 2% არ არის დარწმუნებული, რომ დამოუკიდებლად გაართმევს თავს სიძნელებებს..

რესპონდენტთა დიდი რაოდენობა (95,4%) ფიქრობს, რომ აქვთ ემოციური სიმტკიცე გაუძღონ სისტემატური სტუმარ-მასპინძლობით გამოწვეულ დაძაბულობას. ეს დამაფიქრებელი და ნაკლებად სანდო შედეგია და მოითხოვს შემდგომ სიღრმისეულ გამოკვლევას, რადგანაც საყოველთაოდ ცნობილია, რომ საქმიანობის თავისებურებების გამო მასპინძლის შრომა ძალზე სპეციფიკურია და დაკავშირებულია ფსიქოლოგიურ დაძაბულობასთან. სტრესებისადმი გამძლეობის ერთ-ერთი მთავარი პირობაა ის, რომ შემსრულებელი კარგად უნდა იყოს გაცნობიერებული მასზე დაკისრებული მოვალეობების განხორციელების ტექნოლოგიაში. აქედან გამომდინარე, ფსიქოლოგიურ სიმტკიცესთან დაკავშირებული გამოკითხვის შედეგის საეჭვო ჭეშმარიტება საგანგაშო არ არის, რადგანაც შესაბამისი ტრენინგების საფუძველზე შესაძლებელია ხარვეზების გამოსწორება.

რეალურობის თვალსაზრისით, მეტად საიმედოა მე-4 კრიტერიუმთან დაკავშირებული გამოკითხვის შედეგები, საიდანაც ჩანს, რომ 101 (71,1%) რესპონდენტს აქვს ოჯახის გვერდით დგომის იმედი, ხოლო 30 რესპონდენტს (22,9%) - არა. ეს ფაქტი შეიძლება იმითაც ავსხნათ, რომ შესაძლებელია რესპონდენტს საერთოდ შექმნილი არ ჰქონდეს საკუთარი ოჯახი.

სოფლის ტურისტული ბიზნესისადმი ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულებაზე შეიძლება ვიმსჯელოთ მათ მიერ შეთავაზებული ტურისტული პროდუქტის სტრუქტურით, რაც ასახავს ტურისტული მომსახურების სხვადასხვა ფორმის განხორციელების შესაძლებლობებს. ამ საკითხის გარკვევისათვის გამოკითხული იყო 131 რესპონდენტი. შედეგები მოცემულია მე-3 ცხრილში.

**მომსახურების სავარაუდო სახეები, რომლებიც შეიძლება
შესთავაზონ ტურისტს რაჭის სოფლებში**

ცხრილი 3

მომსახურების სახეები	შემსრულებელი	
	კაცი	%
განთავსება (ლამისთევა)	131	100
კვებითი უზრუნველყოფა	125	95,4
მეგზურობა ღირსშესანიშნაობების გაცნობისას	112	85,5
მეგზურობა სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის გაცნობის მიზნით	95	72,5
მეგზურობა კვების პროდუქტების ადგილობრივი წარმოების გაცნობისთვის	72	55.0
დახმარება ადგილობრივი სამზარეულოს გაცნობისათვის	85	64.9
მეგზურობა სოკოსა და გარეული ხილის შეგროვების დროს	102	77.8
მეგზურობა თევზაობისას	53	40,5
მეგზურობა ნადირობისას	32	24.4
კონსულტაცია ღვინის დეგუსტაციისას	72	55.0
მეგზურობა საფეხმავლო ტურების დროს	68	52.0
მეგზურობა საცხენოსნო ტურების დროს	42	32.0
დახმარება საოჯახო წვეულებების მოწყობაში (დაბადების დღეები და სხვ.)	98	74.8

როგორც მე-3 ცხრილის მონაცემები აჩვენებს, ყველა რესპონდენტი ფიქრობს, რომ შეუძლია ტურისტული მომსახურების ძირითადი ფორმის – განთავსების უზრუნველყოფა. ამასთან ერთად ირკვევა, რომ მომსახურების მეორე ძირითადი ფორმის – კვებითი უზრუნველყოფის განხორციელება ყველას არ შეუძლია (ასეთია 6 რესპოდენტი). ცნობილია ტურისტული მომსახურების პროცესში დამხმარე ტურისტული პროდუქტის დანიშნულება, რაც გამოიხატება ძირითადი პროდუქტის მოხმარების ეფექტის გაძლიერებაში. დამხმარე პროდუქტი მოიცავს ისეთ კომპონენტებს, როგორიცაა სოფლის ღირსშესანიშნაობების მონახულება, „ტურისტულ ბილიკებზე“ გასეირნება და სხვა [Knowd 2001, 46]. ტურისტულ აქტივობაში მაღალი სოციალურ-ეკონომიკური შედეგების მიღწევისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს ტურისტული პაკეტის სტრუქტურის გამდიდრებას ასეთი დამხმარე პროდუქტებით, რადგანაც, რაც უფრო მდიდარია პაკეტის შემადგენლობა, ანუ ტურისტული პროდუქტის კომპონენტური შემადგენლობა, მით უფრო მეტი ტურისტული რესურსია გამოყენებული მისი შექმნისათვის, მით უფრო მრავალფეროვანი ტურისტული მოთხოვნი-

ლების დაკმაყოფილება შეიძლება ამ პროდუქტით, მით უფრო მნიშვნელოვანია ტურისტული აქტივობის სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობა.

ცხრილის მონაცემებით დასტურდება ისიც, რომ რაჭაში სოფლის ტურიზმის განხორციელების დროს მომსახურების ძირითად ფორმებთან (განთავსება, კვება) ერთად ტურისტს შესთავაზებენ მომსახურების სხვა ფორმებსაც, რომლებიც შეიძლება მივაკუთვნოთ დამხმარე ტურისტული პროდუქტის კატეგორიას. აქედან განსაკუთრებით აღსანიშნავია მეგზურობა სხვადასხვა ტურისტული აქტივობის განხორციელების დროს.

ბიზნესში წარმატებულად ჩაბმისა და იქ დარჩენისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს მენარმის თვითნალიზის უნარს. იგი ობიექტური უნდა იყოს საკუთარი სამეურნეო საქმიანობის შეფასების და დასკვნების გამოტანის დროს, რადგანაც ამაზეა დამოკიდებული მისი მომავალი [13]. ამის გათვალისწინებით მიზნად დავისახეთ გაგვერკვია სოფლის ტურისტული პროდუქტის პოტენციური მწარმოებლების შეხედულებები ორი კრიტერიუმის მიხედვით: როგორ აფასებენ თვითნათი ოჯახების მზადყოფნას ტურისტთა გამასპინძლების ხარისხის მიხედვით და რა ღონისძიებების გატარებას თვლიან საჭიროდ განთავსების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის. გამოკითხვის შედეგები მოცემულია მე-4 ცხრილში.

ტურისტთა განთავსების შესაძლებლობები და მათი გაუმჯობესების ღონისძიებები

ცხრილი 4

№	კრიტერიუმები	შეფასებათა რაოდენობა	
		კაცი	0%
1.	გაითვალისწინეთ სტუმარმასპინძლობის ჩამოყალიბებული პრაქტიკა და შეაფასეთ რა დონეზე შეუძლია თქვენს ოჯახს გამასპინძლება		
	1. საშუალო დონეზე	74	56,5
	2. საშუალოზე დაბალ დონეზე	48	36,6
	3. მაღალ დონეზე	9	6,9
2.	რა არის საჭირო იმისათვის, რომ თქვენთან სტუმარმა თავი კომფორტულად იგრძნოს		
	1. სახლის საფუძვლიანად შეკეთება	52	39,7
	2. სახლის კოსმეტიკური შეკეთება	70	53,4
	3. ყველაფერი მზად არის	9	6,9

ცხრილის მონაცემებით, რესპონდენტთა ნახევარზე მეტი (56,5%) მიიჩნევს, რომ მათ ოჯახს შეუძლია ტურისტთა მომსახურება საშუალო დონეზე, რესპოდენტთა საკმაოდ დიდი ნაწილს (36,6%) გაცნობიერებული აქვს, რომ მათ ოჯახში განეული მომსახურება ამჟამად შეიძლება შეფასდეს „საშუალოზე დაბალი“ დონით. მხოლოდ მცირე ნაწილი (6,9%) ფიქრობს, რომ შეუძლიათ საშუალოზე მაღალი დონის მომსახურების შეთავაზება. ამასთან, გამოკითხულთა 39%-ზე მეტი ფიქრობს, რომ განთავსების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის საჭიროა მათი საცხოვრებლის საფუძვლიანი შვეთება, ხოლო ნახევარზე მეტს (53,4%) მიაჩნია, რომ საკმარისია კოსმეტიკური შეკეთება. მხოლოდ 9%-ია დარწმუნებული, რომ მზადაა კომფორტული მომსახურების განევისათვის.

ამრიგად, იკვეთება რაჭის სოფლებში საბინაო ფონდის – ტურისტთა განთავსების საშუალებების ფუნქციონალური გაუმჯობესების აუცილებლობა.

სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარებისათვის აუცილებელია ხელშემშლელი ფაქტორების გავლენისაგან დაზღვევა. ამისათვის საჭიროა ამ ფაქტორების იდენტიფიკაცია. ხელშემშლელი ფაქტორების იდენტიფიკაციის დროს განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს ბიზნეს-ოპერატორების შეხედულებები. აქედან გამომდინარე, მიზნად დავისახეთ ხელშემშლელ ფაქტორებში ტურისტული პროდუქტების პოტენციურ მწარმოებელთა გაცნობიერების გამოკვლევა. გამოკითხვის შედეგები მოცემულია მე-5 ცხრილში.

სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარების ხელშემშლელი ფაქტორები

ცხრილი 5

ფაქტორები	შემფასებელთა რაოდენობა	
	კაცი	%
ფინანსების დეფიციტი	121	92,4
ბიზნესში გამოუცდელობა	85	64,9
ინფრასტრუქტურის მოუწესრიგებლობა	119	90,8
სოფლის ტურიზმის ცნობადობის დაბალი დონე	62	47,3
ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლების მხარდაჭერის უკმარისობა	97	74,0
უცხო ენის მცოდნეთა უკმარისობა	89	67,9

გამოკითხვის შედეგები აჩვენებს, რომ ცხრილში დაფიქსირებული ხელშემშლელი ყველა ფაქტორი წარმოადგენს სოფლის ტურიზმის გამოწვევას. ამათგან განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის სირთულე. სიმწვავის მიხედვით მე-2 ადგილი უჭირავს ინფრასტრუქტურულ მოუწესრიგებლობას.

ტურისტული მომსახურების პაკეტის ერთ-ერთი ფუძემდებლური კომპონენტია კვებითი მომსახურება, რაც დამოკიდებულია სასურსათო ნედლეულისა და პროდუქტების ადგილობრივი წარმოების შესაძლებლობაზე. ტურისტული პროდუქტის კომპლექსში ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის გათვალისწინებას დიდი მნიშვნელობა აქვს ტურისტული აქტივობის სოციალ-ეკონომიკური ეფექტიანობის ამაღლებისათვის.

აქედან გამომდინარე, დიდ ინტერესს იწვევს ადგილობრივი წარმოების ნედლეულითა და მისი გადამუშავების პროდუქტებით ტურისტული მომსახურების უზრუნველყოფის შესაძლებლობების გამოკვლევა. ჩატარებული გამოკითხვის შედეგები მოცემულია მე-6 ცხრილში.

ტურისტთა კვებითი მომსახურების უზრუნველყოფის შესაძლებლობები ცხრილი 6

სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულისა და მისი გადამუშავების პროდუქტების წყარო	პოტენციურ მწარმოებელთა რაოდენობა	
	კაცი	0%
საკუთარ კარ-მიდამოში წარმოება	7	5,3
საკუთარ კარ-მიდამოში წარმოება და მეზობლისგან შესყიდვა	32	24,4
საკუთარ კარ-მიდამოში წარმოება და ბაზარზე შეძენა	92	70,2

როგორც ცხრილიდან ჩანს, რესპონდენტთა მხოლოდ 5,3%-ს აქვს იმის იმედი, რომ შეძლებს ტურისტთა გამასპინძლებას საკუთარ კარ-მიდამოში შექმნილი პროდუქტებით. მე-2 ადგილს იკავებს რესპონდენტთა ჯგუფი, სადაც შედიან პოტენციური მწარმოებლები, რომლებიც ფიქრობენ, რომ კვებითი მომსახურების გაწევას შეძლებენ საკუთარ კარმიდამოში შექმნილი და მეზობლისგან შეძენილი პროდუქტის გამოყენებით (24,4%). ყველაზე დიდ ჯგუფს ქმნიან პოტენციური მწარმოებლები (70,2%). მათ მიერ გაწეული კვებითი მომსახურება დაფუძნებული იქნება საკუთარ კარ-მიდამოში შექმნილ და ბაზარზე შეძენილი პროდუქტის გამოყენებაზე.

დასკვნები და წინადადებები

სტატიაში ლიტერატურული წყაროების შესწავლის საფუძველზე დადგენილია, რომ სოფლის ტურიზმისადმი საზოგადოების პოზიტიური დამოკიდებულების ჩამოყალიბება ტურიზმის ამ მიმართულების განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ხელშემწყობი პირობაა. ასეთი დამოკიდებულების ჩამოყალიბება მოითხოვს ადეკვატური მარკეტოლოგიური ღონისძიებების გატარებას, რისთვისაც აუცილებელია რეალური ვითარების – სოფლის ტურისტული

ბიზნესის განვითარებისადმი კონკრეტული რეგიონის (რაჭა) ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულების კვლევა.

ამ მიზნით საჭირო იყო სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა გამოვლენა რაჭის მუნიციპალიტეტის სოფლებში. დადგენილია, რომ ამ კატეგორიის რესპონდენტთა წილი გამოკითხულთა მთლიან რაოდენობაში შეადგენს 75,2%-ს. ბიზნესში ჩაბმის მსურველებს შორის ქარბობს 30-დან 69 წლის ასაკამდე ადამიანები (79,4%), დაბალია ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა შორის ახალგაზრდობის (18-დან 29 წლამდე) წილი. ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა შორის არავითარი სამეწარმეო გამოცდილება არა აქვს 42,7%-ს. ტურისტულ საქმიანობაში ჩაბმისათვის საჭირო იქნება მათი სწავლების ორგანიზაცია.

სოფლის ტურისტულ ბიზნესში ჩაბმის მსურველთა თვითშეფასების შედეგების მიხედვით გამოირკვა, რომ მათ დიდ ნაწილს (83,2%) გაცნობიერებული აქვს მოსალოდნელი სიძნელეები. 16,8% სრულყოფილად ვერ აცნობიერებს, რომ ბიზნესში ყოფნის დროს მოუწევს ოჯახში ჩამოყალიბებული ცხოვრების რეჟიმის ნაწილობრივ შეცვლა. გამოკითხულთა დიდი რაოდენობა (74,2%) დარწმუნებულია, რომ დამოუკიდებლად გაართმევს თავს ბიზნესის სიძნელეებს.

რესპონდენტთა დიდი რაოდენობა (95,4%) ფიქრობს, რომ აქვს ემოციური სიმტკიცე იმისათვის, რომ გაუძლოს სტუმარ-მასპინძლობით გამოწვეულ დაძაბულობას. ასეთი შედეგი ვერ ჩითვლება ჭეშმარიტებად, რადგანაც საყოველთაოდ არის ცნობილი მასპინძლის საქმიანობის სპეციფიკურობა და ფსიქოლოგიურ დაძაბულობასთან მისი მჭიდრო კავშირი. ამიტომ, ჩატარებული გამოკვლევის ეს ასპექტი მოითხოვს დამატებით სიღრმისეულ კვლევას.

რესპონდენტთა საკმაოდ დიდი რაოდენობა (74,2%) დარწმუნებულია, რომ დამოუკიდებლად გაართმევს თავს ბიზნესის წარმოებასთან დაკავშირებულ სიძნელეებს, რაც იმაზე მეტყველებს, რომ გამოკითხულებს საფუძვლიანად არ აქვთ გაცნობიერებული სტუმარმასპინძლობის ტექნოლოგია და მეტისმეტ ოპტიმიზმს ამჟღავნებენ. ჩატარებული გამოკვლევის ეს ასპექტი მოითხოვს დამატებით სიღრმისეულ გამოკვლევას.

ყველა გამოკითხული რესპონდენტი ფიქრობს, რომ შეუძლია ტურისტული მომსახურების ძირითადი ფორმის – განთავსების უზრუნველყოფა. მომსახურების მეორე ძირითადი ფორმის - კვებითი უზრუნველყოფის განხორციელება შეუძლია 95,4%-ს. რესპონდენტთა 56,5% მიიჩნევს, რომ მათ ოჯახს შეუძლია ტურისტთა მომსახურების უზრუნველყოფა საშუალო დონეზე, 36,6% ფიქრობს, რომ მათ ოჯახს მიმდინარე პერიოდში შეუძლია ტურისტთა მომსახურება საშუალოზე დაბალ დონეზე. მცირე ნაწილი (6,9%) მიიჩნევს, რომ მათ ოჯახს შეუძლია საშუალოზე მაღალი დონის მომსახურების შეთავაზება. რესპონდენტთა 39%-ზე მეტი ფიქრობს, რომ განთავსების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის საჭიროა მათი საცხოვრებლის საუძვლიანი შეკეთება, ხოლო ნახევარზე მეტი (53,4%) მიიჩნევს, რომ საკმარისია კოსმეტიკური შეკეთება. მხოლოდ 9%-ია დარწმუნებული, რომ მზად არის კომფორტული მომსახურების განწევისათვის. კვლევით დასტურდება რაჭის სოფლებში საბინაო ფონდის ფუნქციონალური გაუმჯობესების აუცილებლობა.

რესპონდენტთა ძირითდი ნაწილი (70,2%) ფიქრობს, რომ მათ მიერ გაწეული კვებითი მომსახურება დაფუძნებული იქნება ბაზარზე შეძენილი პროდუქციის გამოყენებაზე.

ამრიგად, რაჭის მუნიციპალიტეტის მცხოვრებთა გამოკითხვით მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე ნათლად გამოიკვეთა სოფლის ტურისტული ბიზნესის განვითარებისადმი ადგილობრივი საზოგადოების პოზიტიური დამოკიდებულება და ჩამოყალიბდა ძირითადი ხელშემშლელი ფაქტორები, კერძოდ:

- ბიზნესის წარმოებისათვის აუცილებელი ცოდნისა და უნარ-ჩვევების უკმარისობა;

- ტურისტთა განთავსების საშუალებების ფუნქციონალური გაუმჯობესების აუცილებლობა;

- ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის სირთულე;

- ადგილობრივი წარმოების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წილის სიმცირე ტურისტთა კვებითი მომსახურების მთლიან მოცულობაში.

ჩატარებული კვლევის შედეგები შეიძლება გამოყენებული იქნეს სოფლის ტურიზმის განვითარების მუნიციპალური და რეგიონული პროგრამების შემუშავების დროს.

ლიტერატურა

- Argent N. (2011) Truble in Paradise? Governing Australia s multifunctional rural. //Australian Geographer, 42 (2):183-205.
- Briedenhann J. and Wiekens E. (2004) Tourism as a tool for the economic development of rural areas: Vibrant hope or ipossible dream? Tourism Management, . 25:71-79.
- Calwey M. and Gillmor D. (2008). Integrated rural tourism: Concepts and practices. // Anals of Tourism Research. 35 (2): pp. 316-337.
- Costa C. A. and Chalip L. (2005). Adventure Sport Tourism in Rural Revitalization: An Ethnographic Evaluation. European Sport Management Quarterly. 5 (3). pp. 257-279.
- Dimitrovski D.D., Todorovic A.T. and Valjarevic A.D. (2012). Rural Tourism and Regional Development: Case Study of Development of Rural Tourism in the Region of Gruta, SERBIA //Procedia Environmental Science 14. pp. 288-297.
- Howard Poter G.(1992). Starting Up Your Own Business: Expert Advice from the U.S. Small Business Administration. Published by McGraw-Hill, Inc. p.6.
- <https://www.transparency.ge/.../sazogadoebrivi-azris-kvlevis-shedegi>
- Khartishvili L., A Muhar A., Dax T., and Khelashvili I. (2019). Rural Tourism in Georgia in Transition: Challenges for Regional Sustainability. Sustainability, 11, 410; pp. 1-20. www.mdpi.com/journal/sustainability.
- Knowld I. (2001). Rural Tourism: Panacea and Paradox. This abridged version produced for Geography Teachers Curriculum Works hop hosted by the University of Western Sydney, Fuly. pp. 1-46.
- Latkova P., and Vogt C.A. (2012) Residents Attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural toward Existing and Futurism Development in Rural Communi-

- ties. Journal of Travel Research 51 (1): 50-67.
- Wilson S., Fesenmaier D., Fesenmaier J. and Wan Es J.C. (2001). Factors for Success in Rural Tourism //Journal of Travel Research. Volume: 40 issue: 2, pp. 132-138.
 - www2.unwto.org/press-release/2019.../unwto-allies-spain-face-demographic-challeng.
 - Zoto S., Qirici E., Polena E. (2013) Agrotourism – A. Sustainable Development for Rural Area of Korea // European Academic research. Vol. 1. ISSUE 2. May. pp 209-223.

Study of the Attitude of Local Community towards Rural Tourism Business (The Case of Racha, Georgia)

Ineza Vatsadze

*Doctoral Student at Iv. Javakhishvili
Tbilisi State University
ina.vatsadze@tsu.ge*

The attitude of the local population towards rural tourism business is one of the most important factors in the development of this direction of tourism. The study of this attitude, the main purpose of the this article, was carried out according to willingness to do rural tourism business, relevant skills and psychological readiness, as well as the ability to assess the quality of tourism services and identify harmful factor in the development of rural tourism.

We used the method of sociological research (Face-to-face interview and phone interview). 174 respondents from different villages of Racha were interviewed. 75.2% of respondents have a positive attitude to the development of rural tourism business, express a desire to go into this field of activity. 42.7% of respondents have no any entrepreneurial experience, so in case of practical implementation of their will, they will need to be trained. 83.2% of applicants are aware of the potential difficulties associated with a partial change in lifestyle while doing business. 74.2% of respondents are confident that they will be able to independently cope with the functions of the host. This optimism may be due to the fact that the respondent may want to have a small business, or he is not aware of the technology of doing business.

Those willing to go into the tourism business express their readiness to offer tourists other forms of service (auxiliary tourism product) along with the main forms of tourism services (accommodation, food), including a guide during the various tourism activities; 56.5% of respondents believe that their family can serve tourists at average level, 36.6% realize that the services provided in their family can now get "below average" score, only 6,9% believe that they can offer a higher level of service. More than 39% think that the major home repairs are required to improve the quality of accom-

modation. The vast majority of respondents, 92.4%, believe that the main problem of rural tourism is the difficulty of access to finance. In terms of severity, unregulated infrastructure is in second place. Most of the respondents hope to use non-local agricultural products to provide food services.

The results of the study conducted can be used in the development of municipal and regional programs for the development of rural tourism.

Keywords: Racha, rural tourism, development, attitude, business

JEL Codes: L83, R11, R58

References:

- Argent N. (2011) Truble in Paradise? Governing Australia s multifunctional rural. // Australian Geographer, 42 (2):183-205.
- Briedenhann J. and Wiekens E. (2004) Tourism as a tool for the economic development of rural areas: Vibrant hope or ipossible dream? Tourism Management, . 25:71-79.
- Calwey M. and Gillmor D. (2008). Integrated rural tourism: Concepts and practices. // Anals of Tourism Research. 35 (2): pp. 316-337.
- Costa C. A. and Chalip L. (2005). Adventure Sport Tourism in Rural Revitalization: An Ethnographic Evaluation. European Sport Management Quarterly. 5 (3). pp. 257-279.
- Dimitrovski D.D., Todorovic A.T. and Valjarevic A.D. (2012). Rural Tourism and Regional Development: Case Study of Development of Rural Tourism in the Region of Gruta, SERBIA //Procedia Environmental Science 14. pp. 288-297.
- Howard Poter G.(1992). Starting Up Your Own Business: Expert Advice from the U.S. Small Business Administration. Published by McGraw-Hill, Inc. p.6.
- <https://www.transparency.ge/.../sazogadoebrivi-azris-kvlevis-shedegi>
- Khartishvili L., A Muhar A., Dax T., and Khelashvili I. (2019). Rural Tourism in Georgia in Transition: Challenges for Regional Sustainability. Sustainability, 11, 410; pp. 1-20. www.mdpi.com/journal/sustainability.
- Knowd I. (2001). Rural Tourism: Panacea and Paradox. This abridged version produced for Geography Teachers Curriculum Works hop hosted by the University of Western Sydney, Fuly. pp. 1-46.
- Latkova P., and Vogt C.A. (2012) Residents Attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural toward Existing and Futurism Development in Rural Communities. Journal of Travel Research 51 (1): 50-67.
- Wilson S., Fesenmaier D., Fesenmaier J. and Wan Es J.C. (2001). Factors for Success in Rural Tourism //Journal of Travel Research. Volume: 40 issue: 2, pp. 132-138.
- www2.unwto.org/press-release/2019.../unwto-allies-spain-face-demographic-challeng.
- Zoto S., Qirici E., Polena E. (2013) Agrotourism – A. Sustainable Development for Rural Area of Korea // European Academic research. Vol. 1. ISSUE 2. May. pp 209-223.