

**ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი
ტურიზმის ფაკულტეტი**

თეიმურაზ აბესაძე

**სოფლად კერძო საკარმიდამოება
ტურიზმის ბიზნესის
ორგანიზება და მართვა**

სასწავლო-მეთოდური სახელმძღვანელო

**ბათუმი
2019**

ავტორი: *თეიმურაზ აბესაძე* - მეცნიერებათა დოქტორი,
სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნორვეგიის უნივერსიტეტი;
ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის საპატიო დოქტორი

თანაავტორები: *სალომე ბესტაევა* (თავი 8)
მაია დიაკონიძე (თავი 10)

რედაქტორი: *როსტომ ბერიძე* - ბათუმის შოთა რუსთაველის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ტურიზმის
ფაკულტეტის დეკანი, ეკონომიკის დოქტორი,
პროფესორი

სარჩევი

წინათქმა	7
თავი 1. გლობალიზაცია და სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები	
სოფლად	8
გლობალიზაცია, როგორც მსოფლიოს განვითარების კანონზომიერება	8
გლობალიზაციის გავლენა ნორვეგიისა და ზოგიერთი დასავლეთ- ევროპული ქვეყნის სოფლების სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე	10
გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენა აჭარის სოფლებზე	14
ძირითადი დასკვნები	16
თავი 2. სოფლად ტურიზმი, როგორც სოფლად სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების დაძლევის არსებითი მექანიზმი	17
სოფლად ტურიზმის განმარტება. ძირითადი ტერმინები	17
სოფლად ტურიზმის როლი	21
სოფლად ტურიზმის ძირითადი რესურსები	23
ძირითადი დასკვნები	26
თავი 3. ტურიზმის ბიზნესი სოფლად კერძო საკარმიდამოზე	28
სოფლად კერძო საკარმიდამო, როგორც ტურისტული ობიექტი	28
ტურიზმის ბიზნესის უპირატესობები სოფლად კერძო საკარმიდამოზე	29
სოფლად საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის დაარსება და განვითარება ნორვეგიაში	34
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ნეგატიური ასპექტები	38
ძირითადი დასკვნები	40
თავი 4. სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების წარმატების ძირითადი ფაქტორები	41
მდგრადობა სოფლად ტურიზმის ბიზნესში	41
სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტების შექმნა, როგორც წარმატების ძირითადი ფაქტორი	52

ხარისხი, წარმატების არსებითი ფაქტორი	70
ინოვაციები, როგორც წარმატების ფაქტორი	75
პერსონალის განათლება და კვალიფიკაციის ზრდა - წარმატების გადამწყვეტი ფაქტორი	83
ძირითადი დასკვნები	84

თავი 5. სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობები	86
სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოები, როგორც სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის წარმატების წინაპირობა	88
სოფლად ტურიზმის ბიზნესში საქონლისა და მომსახურების ბაზრის ნიშური სემენტაცია	96
ძირითადი დასკვნები	101

თავი 6. სოფლად კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე ტურიზმის ბიზნესის შექმნისა და განვითარების მიზანშეწონილობის ძირითადი მაჩვენებლები	102
საკარმიდამოს ხელმისაწვდომობა და ადგილმდებარეობა	102
ადამიანური რესურსები	104
ძირითადი სამეურნეო და კომერციული საქმიანობები საკარმიდამოზე	105
საკარმიდამოს მიმდებარედ არსებული ბუნებრივი რესურსები	106
კულტურული და ისტორიული რესურსები	107
საკარმიდამოს ეზოსა და ტერიტორიის ესთეტიკური მიმზიდველობა	107
საკარმიდამოს ტერიტორიაზე საცხოვრებელი და სამეურნეო შენობა-ნაგებობები	109
გართობა და აქტივობები, რომლებიც შესაძლოა შეთავაზებული იქნას ტურისტებზე	111
ძირითადი დასკვნები	112

თავი 7. სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის ზოგიერთი ძირითადი მიმართულებები	113
ბიომეურნეობა კერძო სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთის ბაზაზე, როგორც სოფლად ტურიზმის ობიექტი	114

ეგზოტიკური სასტუმროები კერძო საკარმიდამოზე	127
თევზაობის, როგორც ტურისტებისთვის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული გართობის სახეობის - ორგანიზებისა და ჩატარებისთვის საჭირო მომსახურებები	135
სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურისტებისთვის აქტიური დასვენების უზრუნველსაყოფად საფეხმავლო მარშრუტების მოწყობა	145
ექსკლუზიური სასოფლო-სამეურნეო წარმოების დემონსტრირება კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე	157
ძირითადი დასკვნები	167

თავი 8. თემატური მარშრუტები, როგორც თანამშრომლობის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, რომელიც ხელს უწყობს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას	169
თემატური მარშრუტის განსაზღვრება	169
სად და რა შემთხვევებში იქმნება თემატური მარშრუტები	171
თემატურ-ტურისტული მარშრუტების რესურსები	175
ტურისტული თემატური მარშრუტების სახეები	177
თემატური ტურისტული მარშრუტების ფორმირების ძირითადი პრინციპები	178
თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ხარისხი, ექსკლუზიურობა და ინოვაციურობა	180
თემატური მარშრუტები, როგორც ექსპორტის განხორციელების ერთ-ერთი საშუალება	182
თემატური მარშრუტების მარკეტინგი და განვითარება	183
საზღვარგარეთის გამოცდილება თემატური მარშრუტების ფორმირებისას	184
თემატური მარშრუტების ორგანიზაცია და მართვა	185
თემატურ მარშრუტში ჩართული დაინტერესებული მხარეების სარგებელი	188
ძირითადი დასკვნები	191

თავი 9. სოფლად კერძო საკარმიდამოზე შექმნილი ტურისტული ბიზნესის მარკეტინგულ საქმიანობაში თანამშრომლობა. უცხოეთის გამოცდილება	192
ტურისტული საქონლისა და მომსახურების შემთავაზებელ სოფლად კერძო საკარმიდამოს მფლობელთა მეკატრონეთა თანამშრომლობა მარკეტინგის სფეროში, ნორვეგიული გამოცდილება	195
ირლანდიის სოფლად ტურიზმის ბიზნესის კოოპერაცია მარკეტინგის სფეროში	207
სოფლად ტურიზმის ობიექტების აღნიშვნა საგზაო ნიშნულებზე	212
ძირითადი დასკვნები	214
თავი 10. ადამიანური რესურსები სოფლად კერძო საკარმიდამოზე დაარსებულ ტურიზმის ბიზნესში	217
პერსონალის კომპეტენციის მიმართ არსებული მოთხოვნები, რომლებიც დაკავშირებულია სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის თავისებურებებთან	218
ძირითადი დასკვნები	226
თავი 11. სოფლად კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მდგრადი და ინტენსიური განვითარების სახელმწიფო რეგულირება	227
სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური განვითარების სახელმწიფო სტრატეგია და პოლიტიკა	228
ნორვეგიის გამოცდილება სოფლად ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ეროვნული პოლიტიკის შემუშავებაში	239
ფინეთის გამოცდილება სოფლად ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირების სფეროში	248
ესპანეთის გამოცდილება სოფლად ტურიზმის მდგრადი ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირების სფეროში	252
ჩრდილოეთ ირლანდიისა და ავსტრიის გამოცდილება	268
ძირითადი დასკვნები	269
ლიტერატურა	273

წინათქმა

მკვირვასო მკითხველო, წარმოდგენილი წიგნი განკუთვნილია ტურიზმის სპეციალობის სტუდენტებისთვის, მასწავლებლებისთვის, დოქტორანტებისა და მეცნიერ-მუშაკათათვის, აგრეთვე, სოფლის მცხოვრებთათვის. ის მნიშვნელოვან დახმარებას გაუწევს სოფლად მეწარმეობის ხელშემწყობ მუნიციპალურ სამსახურებს როგორც სწორი ტურიზმის პოლიტიკის შემუშავებაში, ასევე, მის წარმატებით რეალიზებაში. სახელმძღვანელო მკითხველისთვის კონკრეტული გამოცდილებების გაზიარებაა, რომელიც საერთაშორისო ნორვეგიულ-ქართულ-ყირგიზული საგანმანათლებლო პროექტის ფარგლებში მომზადდა და ნორვეგიის სოფლის რეგიონებში ტურიზმის სამეწარმეო საქმიანობის მოწინავე გამოცდილებას ეყრდნობა.

წიგნში მოყვანილი ინფორმაცია ტურიზმის სპეციალობის სტუდენტებს ფასდაუდებელ დახმარებას გაუწევს სოფლად ტურიზმის პროდუქტების მოდელირებაში და, შესაბამისად, გაზრდის სწავლების ხარისხს. თავის მხრივ, ის შეიძლება ერთგვარ სახელმძღვანელოდ იქცეს სოფლის რეგიონის მცხოვრებთათვის, რომლებიც სოფლად ტურიზმის სფეროში ბიზნესის განვითარებას გეგმავენ.

თაპი 1. გლობალიზაცია და სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები სოფლად

გლობალიზაცია, როგორც მსოფლიოს განვითარების კანონზომიერება

გლობალიზაცია განიხილება, როგორც მსოფლიოს ეკონომიკური, პოლიტიკური, კულტურული თუ რელიგიური ინტეგრაციისა და უნიფიკაციის პროცესი. ის, პირველ რიგში, მოიაზრებს მსოფლიო ეკონომიკის ცალკეულ დარგებში შრომის საზოგადოებრივი დანაწილების შედეგად ისტორიულად ჩამოყალიბებული სტრუქტურის ცვლილებას. შრომის საერთაშორისო დანაწილება გულისხმობს ქვეყნების საქონლისა და მომსახურების წარმოების სპეციალიზაციას, რისთვისაც სხვა ქვეყნებთან შედარებით იაფი ფაქტორები და უპირატესი პირობები არსებობს. რაც შეეხება პოლიტიკურ ინტეგრაციას, ეს არის ურთიერთთანამშრომლობის მიზნით პოლიტიკური სტრუქტურების დაახლოების, საერთაშორისო არენაზე პოლიტიკური სტრუქტურების კომპლექსის ფორმირების პროცესი. გლობალიზაციის შედეგად, კულტურა, როგორც ზოგადსაკაცობრიო და სულიერი ფასეულობების პრაქტიკული რეალიზაცია, უნიფიცირებულია.

შრომის საერთაშორისო დანაწილების შედეგად ყალიბდება ერთიანი მსოფლიო ქსელური საბაზრო ეკონომიკა შესაბამისი ინფრასტრუქტურით, რაც ხშირად სახელმწიფოთა ეროვნულ სუვერენიტეტს უქმნის საფრთხეს. გლობალიზაციის პროცესი - ესაა სახელმწიფოთა დონეზე გაფორმებული საბაზრო სისტემების ევოლუციის შედეგი.

გლობალიზაციის ძირითად შედეგებს შესაძლებელია მივაკუთვნოთ შრომის საერთაშორისო დანაწილება, მიგრაცია და, როგორც წესი, კაპიტალის, ადამიანური რესურსების, საწარმოო რესურსების კონცენტრაცია, კანონმდებლობის, ეკონომიკური და ტექნოლოგიური პროცესების სტანდარტიზაცია, აგრეთვე, სხვადასხვა ქვეყნის კულტურათა დაახლოება. ეს ობიექტური პროცესია, რაც სისტემურ ხასიათს ატარებს და საზოგადოების ყველა სფეროს მოიცავს. გლობალიზაციის შედეგად სამყარო სულ უფრო დამოკიდებული ხდება მასში არსებულ ყველა სუბიექტზე.

გლობალიზაციის კლასიკურ მაგალითს წარმოადგენს ევროკავშირის ფარგლებში არსებული საერთო ბაზარი, რომელიც, პირველყოვლისა, კანონმდებლობის უნიფიცირებას, ტექნიკური ნორმებისა და წესების სტანდარტიზაციას გულისხმობს. მაგალითად, ნორვეგიაში ყოველდღიურ ცხოვრებაში ხშირად გამოიყენება ტერმინები - ევროკავშირის კონტროლი ან/და ევროკავშირის სტანდარტი, რომელიც ეხება სამშენებლო ნორმებსა და წესებს, ტრანსპორტის ტექნიკურ კონტროლს და ა. შ. მიუხედავად იმისა, რომ ნორვეგია არ არის ევროკავშირის წევრი, დღეს ის ასრულებს ამ ორგანიზაციის მიერ დადგენილ ბევრ მოთხოვნას. ბოლო 25 წლის მანძილზე ნორვეგიაში ორჯერ ჩატარდა რეფერენდუმი **გ**შესვლის მიზანშეწონილობის შესახებ, თუმცა ორივე შემთხვევაში მოსახლეობის აბსოლუტური უმრავლესობა წინააღმდეგი წავიდა.

გლობალიზაციის გავლენა ნორვეგიისა და ზოგიერთი დასავლეთ-ევროპული ქვეყნის სოფლების სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე

გლობალიზაციის პროცესში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საერთაშორისო ვაჭრობის როლის ზრდა. ეკონომიკის გლობალიზაცია, ერთი მხრივ, ხელს უწყობს სახელმწიფოთა შორის ეკონომიკურ ურთიერთობებს, ხელსაყრელ პირობებს ქმნის მოწინავე ტექნოლოგიებისთვის, უზრუნველყოფს რესურსების დაზოგვას და სტიმულს აძლევს მსოფლიო პროგრესს. მეორე მხრივ, გლობალიზაციის მონაწილეებს შორის კონკურენცია, მათ შორის, ეკონომიკურად სუსტ ქვეყნებში, მცირე ბიზნესის გაკოტრების, მოსახლეობაში ცხოვრების დონის ვარდნისა და სხვა ნეგატიური შედეგების მიზეზი ხდება.

განვიხილოთ ნორვეგიაში, მცირე ბიზნესზე გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენის კონკრეტული მაგალითი. თავის დროს ნორვეგიელთა ტრადიციულ საქმედ ხელოსნობა მიიჩნეოდა, ძირითადად, ხის ნავების დამზადება, რაც ოსტატისგან განსაკუთრებულ კომპეტენციას და ხელით შრომის დიდ დანახარჯებს მოითხოვდა. ბოლო რამდენიმე ათწლეულის მანძილზე ტელემარკის საგრაფოს დასავლეთში, ვრადალში ერთ-ერთ ფიორდზე (მსხვილი კლდოვანი სანაპირო) წარმატებით ფუნქციონირებდა მცირე საწარმოო Vrådal Båt og Trevare AS., რომელიც ხის ნავების დამზადებაზე სპეციალიზდებოდა. ნავებზე მოთხოვნა საკმაოდ მაღალი იყო, რაც საწარმოს სრული წლიური დატვირთვით უზრუნველყოფდა. ერთი ასეთი ნავის სარეალიზაციო ღირებულება საშუალოდ 25 000 ნორვეგიულ კრონას შეადგენდა, რაც, დაახლოებით, 4 000 აშშ დოლარის ეკვივალენტი იყო. ინტერნეტის ქსელის განვითარებამ 2000-იანი

წლების დასაწყისში სასაქონლო ნაწილის ბაზარს გლობალური ხასიათი შესძინა, გაჩნდა სხვადასხვა ქვეყანაში გაცილებით იაფად, იაფი მასალით დამზადებული მსგავსი ნაწილის შექმნის ალტერნატიული გზები, რამაც აღნიშნულ საწარმოში მოთხოვნის შემცირება და საქმიანობის შეწყვეტა გამოიწვია. საწარმომ არსებობა შეწყვიტა, თუმცა დარჩა სახელოსნო ყველა აუცილებელი მოწყობილობით და დაუსრულებელი ნაწილის ნიმუშებით. არსებული რესურსის გამოყენებით, შესაძლებელი გახდა ისეთი ტურისტული რესურსის განვითარება, როგორც არის „ხის ნაწილის დასამზადებელი სახელოსნო-მუზეუმი“, რაც ნაწილობრივ ქალაქგარე დასახლებების სოციალურ-ეკონომიკურ ვითარებაზე გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენის კომპენსირებას მოახდენს, მით უფრო, როცა ის ცნობილია, როგორც ნორვეგიის ერთ-ერთი პოპულარული კურორტი.

1990-იანი წლების დასაწყისში ვრადალის რეგიონში ფუნქციონირებდა რამდენიმე სამშენებლო საწარმო და კერძო სამეწარმეო დარგი, ორი ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლა, რამდენიმე სამრეწველო საწარმო, ბანკი, მაღაზია, ორი სასტუმრო, ყოფილი მომსახურების საწარმო, ფოსტა, კაფეტერია, ასევე, რამდენიმე სასაქონლო ფერმერული მეურნეობა და ა. შ. დღეს არსებულიდან შემორჩა ერთი პროდუქტებისა და ერთი სუვენირების მაღაზია, სასტუმრო, დაწყებითი კლასების სკოლა, საპარიკმახერო, სააგარაკო მშენებლობის განმახორციელებელი კერძო მეწარმე, ორი მეცხვარე ფერმერი. ამ ხნის განმავლობაში არსებითად შემცირდა სამუშაო ადგილები, დაიწყო ახალგაზრდების გადინება მსხვილ ქალაქებში, შესაბამისად, შემცირდა ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლებიც. დარჩენილი რესურსები, მათ შორის, ადამიანური, ძირითადად, ტურისტულ ინდუსტრიაში ჩაერთო.

1980-იანი წლების დასაწყისში, გლობალიზაციის პროცესმა ნეგატიური გავლენა იქონია ნორვეგიის სოფლებზე, რამაც ფერმერების შემოსავლების შემცირება, ფერმერული მეურნეობების გაკოტრება და სოფლებიდან ქალაქის მიმართულებით ხალხთა გადინება გამოიწვია. პრობლემის გადასაჭრელად ქვეყნის სოფლის მეურნეობის სამინისტრომ კერძო ფერმერული მეურნეობების მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამა აამუშავა, რომელიც მათ ბაზაზე ტურისტული ბიზნესის განვითარებას და, პარალელურად, ტრადიციული სოფლის მეურნეობის საქმიანობის შენარჩუნებას გულისხმობდა. პროგრამის ძირითადი მიზანი ფერმერებისთვის კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესისგან დამატებითი შემოსავლების მიღების შესაძლებლობას გულისხმობდა, რაც ფერმერებისთვის ტურისტების მისაღებად კონკრეტული პირობების შექმნის ხელშეწყობას ითვალისწინებდა.

ნორვეგიაში სოფლის მეურნეობა ძირითადად დოტაციურია, რძისა და ხორცის მწარმოებელი ფერმერები მნიშვნელოვანი სახელმწიფო სუბსიდიებით სარგებლობენ. ქვეყნის შესვლა ევროკავშირში კი ხელისუფლებისაგან **გვ** ბაზრის საერთო წესების შესაბამისად, არსებული სუბსიდიების გაუქმებას მოითხოვს, რაც სხვა ქვეყნების იაფი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების თავისუფალ შეღწევას და ამით ადგილობრივი მეურნეობების განადგურებას შეუწყობს ხელს. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ბუნებრივი პირობები ნორვეგიაში არცთუ ისე სახარბიელოა, შესაბამისად, სოფლის მეურნეობის პროდუქტების თვითღირებულება, სხვა ქვეყნებთან შედარებით, მაღალია, გასაღების ბაზარი კი - შეზღუდული. მიუხედავად ამისა, ნორვეგიის ხელისუფლება ცდილობს კვლავ გასცეს დოტაციები ფერმერებზე, ხელი შეუწ-

ყოს მაღალი ხარისხის კვების პროდუქტების წარმოებას და ამით უზრუნველყოს ერის სიჯანსაღე.

საუკუნეების მანძილზე ნორვეგია ფერმერების ქვეყანა იყო. ქვეყნის ბინადარნი მენტალურად მუდამ მიწას იყვნენ მიჯაჭვულნი. შემთხვევითი არაა, რომ ქალაქის მოსახლეობას აქ „ქალაქელ ფერმერებს“ ეძახიან. ნორვეგიისთვის ფერმერული მეურნეობა არა მარტო სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის საწარმოა; ის ნორვეგიული ეთნოსის კულტურის, ტრადიციისა და ცხოვრების წესის მატარებელია, რომელიც ექსკლუზიური ტურიზმის ქვეყანაში (როგორც ხშირად ნორვეგიას უწოდებენ) ტურისტების მიზიდვის არსებითი ელემენტია. ფერმერული მეურნეობების არარსებობა მოსაზღვრე ქვეყნებში ამცირებს ნორვეგიის, როგორც პოპულარული ტურისტული დანიშნულების ადგილის, ღირებულებას.

გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენა უარყოფითად აისახა ბევრი ევროპული სახელმწიფოს, მათ შორის, ავსტრიის, შვეიცარიის, ფინეთის, ნორვეგიის, ესპანეთის, ირლანდიისა და სხვა ქვეყნების სოფლის რეგიონებზე, რომელთათვის ტურისტული ინდუსტრია, ტრადიციულად, ქვეყნის ეკონომიკის შემოსავლების ნაწილში მნიშვნელოვან ფაქტორად მიიჩნევა. ამიტომ რიგ სახელმწიფოთა მთავრობებმა, თავის დროზე, დეტალიზაციის ამა თუ იმ ხარისხით, სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების ინტენსიური მხარდაჭერის პოლიტიკა შეიმუშავეს და შესაბამისი სახელმწიფო რეგულაციები დანერგეს, რომელთა მიზანს სოფლად ტურიზმში საქონლის წარმოებისა და მომსახურებისთვის შესაბამისი პირობების შექმნა წარმოადგენდა.

1990-იანი წლების დასაწყისში ავსტრიის შესვლამ ევროკავშირში, ქვეყნის სოფლის მეურნეობაში ფინანსური და სტრუქტურული პრობლემები გამოიწვია. BREGENZERWALD-ის პროვინ-

ცია, რომელიც ისტორიულად საკუთარი ტრადიციებითა და ყველის წარმოებით იყო ცნობილი, ეკონომიკური კრიზისის წინაშე დადგა. პრობლემის მოგვარების მიზნით, სახელმწიფოს აქტიური ჩარევის შედეგად, სოფლებში არსებული რესურსების გამოყენებით დაიწყო ტურისტული პროდუქტების შექმნა, მათ შორის, ყველის წარმოება.

გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენა აჭარის სოფლებზე

როგორ აისახა გლობალიზაციის პროცესი საქართველოს სოფლებზე? მაგალითად, აჭარა სასოფლო-სამეურნეო ბაზარზე რიგი პროდუქტებით, 240-მილიონიან საბჭოთა კავშირში, წლების მანძილზე მონოპოლიურ მდგომარეობას ინარჩუნებდა. შავი ზღვის სანაპიროზე, სუბტროპიკული ზონის ეს რეგიონი მიმზიდველი იყო დასვენებისთვის როგორც ზაფხულში, ისე წლის ნებისმიერ სხვა სეზონზე. თუმცა ბოლო ორი ათწლეულის მანძილზე აჭარის შავი ზღვის სანაპიროზე ტურისტული სეზონი მხოლოდ ზაფხულის 2-3 თვით შემოიფარგლა, რაც ნეგატიურად აისახა არა მხოლოდ რეგიონის ტურისტულ ინდუსტრიაზე, არამედ ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე. პოლიტიკური მიზეზებმა, აგრეთვე, მსოფლიო სასაქონლო და ტურისტულ ბაზრებზე სტრუქტურულმა ცვლილებებმა ტრადიციულ (უცხოურ) ბაზარზე აჭარის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წილისა და ტურისტული ნაკადების არსებითი შემცირება გამოიწვია. რუსეთისა და სხვა ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკების ტურისტულმა ბაზარმა გლობალური ხასიათი შეიძინა. ხელმისაწვდომი გახდა სხვადასხვა ქვეყნის ტურისტული პროდუქტები, შესაბამისად, პოსტსაბჭოთა სივრცეში საქართველოს შავი ზღვის სანაპიროების მნიშვნელობა შემცირდა.

აჭარის მოსახლეობის უმრავლესობა, მათ შორის, სოფლად, ტრადიციულად, პირდაპირ ან ირიბად ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმის ინდუსტრიაში იყო ჩართული. თუმცა უკანასკნელი სამი ათწლეულის მანძილზე გლობალიზაციის პროცესმა შეამცირა მოთხოვნა სოფლად წარმოებულ პროდუქტსა და მომსახურებაზე, რამაც ხელი შეუწყო უმუშევრობის ზრდას და მიგრაციას. სოფლის მოსახლეობის 40% მსხვილ ქალაქებში ან საზღვარგარეთ წავიდა, რამაც სოფლის მეურნეობის მიმართულელების და რეგიონის სხვა მახასიათებელი სტრუქტურის არსებითი რღვევა გამოიწვია (Torja M., 2008). თუკი საბჭოთა კავშირში ციტრუსის ნაყოფის, ჩაისა და ღვინის ქართველი მწარმოებლები მოცემულ პოზიციებზე კვების პროდუქტების ბაზარზე მონოპოლიური მდგომარეობით სარგებლობდნენ, დღეს რუსეთს იგივე პროდუქტს მაროკო, ტუნისი, ესპანეთი, იტალია, თურქეთი და სხვა ქვეყნები აწვდის. თუკი ადრე სსრ კავშირში მაღაზიის დახლებზე ქართული ღვინო ჭარბობდა, დღეს რუსეთში საცალო გაყიდვებში, ფაქტობრივად, ყველა ღვინის მწარმოებელი ქვეყანა არის წარმოდგენილი.

აჭარაში სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარება შესაძლოა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების დაძლევის ინსტრუმენტად იქცეს, რომელიც ბოლო ორი ათწლეულის მანძილზე გლობალიზაციის პროცესების, ასევე, სოფლის მეურნეობის ტრადიციული ბაზრების დაკარგვის შედეგად უკიდურესად გამწვავდა.

ძირითადი დასკვნები

- გლობალიზაცია უპირველესად ნეგატიურ გავლენას ახდენს სოფლებზე, იწვევს რა აღნიშნულ ტერიტორიებზე წარმოებულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის არსებით შემცირებას;
- გლობალიზაციის შედეგია სოფლად წარმოებული საქონლისა და მომსახურების ბაზარზე წილის ნაწილობრივი ან სრული დაკარგვა, როგორც წარმოების დონის ვარდნის შედეგი;
- გლობალიზაციის ნეგატიური სოციალური შედეგია სამუშაო ადგილების დაკარგვა, უმუშევრობის ზრდა, შედეგად კი მოსახლეობის მიგრაცია სამსახურის ძიების მიზნით;
- გლობალიზაცია განსაკუთრებით ნეგატიურ გავლენას ახდენს სოფლის მოსახლეობის კულტურასა და ცხოვრების წესზე, რაც კონკრეტულ რეგიონში სოფლის მეურნეობის წარმოებისა და ხელოსნობის ტრადიციის სრულ ან ნაწილობრივ ლიკვიდაციას იწვევს;
- გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენის დამლევის გამოცდილება ბევრ ქვეყანაში, ნათელი მაგალითია იმისა, რომ სოფლად ტურიზმი სოფლად წარმოებულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია, რაც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაჭრას.

თავი 2. **სოფლად ტურიზმი, როგორც სოფლად** **სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების** **დაძლევის არსებითი მექანიზმი**

სოფლად ტურიზმის განმარტება. ძირითადი ტერმინები

ტურიზმი - ადამიანის ეკონომიკური საქმიანობის ერთ-ერთი ყველაზე დინამიკურად განვითარებადი დარგია, რომელსაც მოაქვს არა მარტო შემოსავალი და ქმნის არა მხოლოდ სამუშაო ადგილებს, არამედ სულიერი კმაყოფილების მომტანიც არის.

ტურიზმის დარგში მეცნიერ-ექსპერტთა საერთაშორისო ასოციაციის განმარტებით:

ტურიზმი - არის სოციალურ-ეკონომიკური სისტემა, რომელიც წარმოადგენს ურთიერთობების, კავშირებისა და მოვლენების ერთობლიობას, წარმოქმნილს ადამიანების მუდმივი საცხოვრებელი ადგილებიდან განსხვავებულ ადგილებში მოგზაურობის და არა შრომითი საქმიანობის შედეგად.

ტურიზმი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს, როდესაც ადამიანის მიზანს დასვენება და ორგანიზმის გაჯანსაღება წარმოადგენს, რაც, ძირითადად, ქალაქგარეთ მოგზაურობით, ანუ სოფლად ტურიზმით მიიღწევა.

ევროკავშირის განმარტებით:

სოფლად ტურიზმი - ეს არის დასვენების სახე, რომელიც, პირველყოვლისა, ქალაქგარე გარემოს, ადგილობრივი მცხოვრებლების, კულტურული მემკვიდრეობისა და ცხოვრების წესის ახლოს შეცნობის სურვილით არის მოტივირებული.

ტურისტულ ბაზარზე სოფლად ტურიზმის პროდუქტები გარკვეული მოთხოვნებით უნდა სარგებლობდეს, რომელიც ტურისტული საქონლისა და მომსახურების ან პროდუქტის გან-

საზღვრულ რაოდენობას ქმნის და რომელთა ადგილზე შეძენას განსაზღვრულ ფასად განსაზღვრულ დროს ბაზრის განსაზღვრულ კონიუნქტურაში ტურისტი ისურვებდა.

სოფლად ტურიზმის პროდუქტები ხშირად ნიშის თვისებას ატარებს, გამოირჩევა მოთხოვნის სეზონურობით და მაღალი კონკურენციის პირობებში ალტერნატიული შეთავაზებებით ხასიათდება. ამ უკანასკნელის დონე კი ადგილზე დამოკიდებულებით მკვეთრად მერყეობს. აღნიშნულ საკითხს დეტალურად წიგნის მომდევნო თავებში განვიხილავთ.

სოფლად ტურიზმის პროდუქტების ბაზარი არის ადგილი, საიდანაც ტურისტები მიემართებიან ქალაქგარეთ ტურისტული საქონლისა და მომსახურების შეძენის მიზნით.

აჭარის სოფლად ტურისტული პროდუქტების ბაზარი შესაძლებელია იყოს აზერბაიჯანი, სომხეთი, რუსეთი, ისრაელი, პოლონეთი, თურქეთი და ა. შ. ნორვეგიულ-ქართული საგანმანათლებლო პროექტის ფარგლებში განხორციელებული კვლევის - „აჭარაში 2015-2018 წლებში სოფლად ტურიზმის ტურისტული პროდუქტების მოთხოვნა“ შედეგების შესწავლის შედეგად ირკვევა, რომ აჭარას ტურისტები მსოფლიოს 30 ქვეყნიდან სტუმრობენ.

სოფლად ტურისტული დანიშნულება არის ადგილი ქალაქგარეთ, სადაც ტურისტები მიემართებიან ტურისტული საქონლისა და მომსახურების შეძენის მიზნით. ასეთ დესტინაციებად შესაძლებელია მივიჩნიოთ, მაგალითად, ქედის მუნიციპალიტეტი აჭარაში, მაჭახელა და ტურიზმის მიზნებისთვის აქტუალური სხვა დასახლებული ადგილები აჭარის სოფლის რეგიონებში.

სოფლად ტერიტორია არის ქალაქგარეთ დასახლებული ტერიტორიები, რომლებიც ბუნებრივ და ანთროპოგენურ ლანდ-

შაფტებს, აგრეთვე, დასახლებებს, სოფლებს, მეურნეობებს, ფერმებს, მამულებს აერთიანებს. ქალაქგარე ტერიტორია შესრულების ფუნქციის შესაბამისად და ადამიანის სამეურნეო საქმიანობის მიხედვით შესაძლებელია მრავალფეროვანი იყოს: სოფლის და სატყეო მეურნეობები, რეკრეაციული მომსახურება, გარემოს დაცვითი საქმიანობა და ა. შ. ამა თუ იმ ადგილის სოფელზე მიკუთვნება ბევრად არის დამოკიდებული ლანდშაფტზე, ურბანიზაციის ხარისხზე და იქ არსებული მოსახლეობის რაოდენობაზე. მაგალითად, ესპანეთში, 1980-იან წლებში, სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიზნით მიღებული საკანონმდებლო რეგულაციით, სოფელს მიეკუთვნებოდა დასახლებული პუნქტი, რომლის მოსახლეობა 1000 კაცს არ აღემატებოდა. კანონმდებლობა სოფლად ტურიზმის ბიზნესისა და ქალაქგარე საკარმიდამო ნაკვეთების განვითარების მიზნით სახელმწიფო სუბსიდიების და გრანტების გამოყოფას ითვალისწინებდა. პრიორიტეტი კანონმდებლობაში ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის ხელშეწყობისა და დამატებითი შემოსავლების უზრუნველყოფის მიზნით მცირედ დასახლებულ ადგილებს ენიჭებოდა, რითაც, ფაქტობრივად, მიგრაციის შეკავებაც ხდებოდა.

ურბანიზებული ადგილის მახასიათებლები არ არის მუდმივი, დროთა განმავლობაში ისინი განიცდიან ევოლუციას და იცვლებიან. მაგალითად, რუსი გეოგრაფი, რუსეთის ქალაქგარე ადგილების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პრობლემების მკვლევარი ტ. გ. გრიგორიევა ურბანიზაციის ეტაპებში ქალაქგარე ტერიტორიების განვითარების რამდენიმე სტადიას გამოჰყოფს:

- *ბუნებრივი, სადაც ჭარბობს ნატურალური მეურნეობა* - თვითუზრუნველყოფადი მეურნეობის ფორმა, რომელიც მიმართულია მხოლოდ საკუთარი მოთხოვნების დაკმა-

ყოფილებაზე. ყველაფერი აუცილებელი შიდა სამეურნეო ერთეულში მზადდება და ამასთან არ წარმოიშობა მოთხოვნა ბაზარზე. ასეთი სოფლის არეალებისთვის დამახასიათებელია თვითუზრუნველყოფა და ჩაკეტვა;

- *ადრეული საქალაქო*, ბუნებრივ-ეროვნული, რომლის დროსაც ურბანიზაცია სოფლის მოსახლეობის მიგრაციას ახალისებს, თუმცა მაღალი ბუნებრივი ზრდადობის წყალობით შენარჩუნებულია მრავალრიცხოვნება, მიმდინარეობს დიფერენციაციის, სპეციალიზაციის და მიწათმოქმედების კულტურის პროცესი;
- *საშუალოდ ურბანიზებულია*, როდესაც ხდება მიწის მკვეთრი დაყოფა, სოფლის მეურნეობისთვის აუცილებელი ხელსაყრელი (სამხრეთი) და არახელსაყრელი (ჩრდილოეთი) ბუნებრივ-კლიმატური პირობებით. ამასთან, არახელსაყრელ გარემოში სოფლის მეურნეობა ვარდნას განიცდის;
- *გვიან ურბანიზაციული*, როდესაც ძლიერდება ზონალური განსხვავება, კაპიტალი ცვლის შრომას, ისე, რომ არ მოითხოვს სოფლის მოსახლეობის ზრდას;
- *არაბუნებრივი* (ეკოლოგიური), როდესაც სასოფლო სივრცე აღარ არის აგრარული და ის რეკრეაციულ-სააგარაკო და ეკობიოტექნიკურ ზონად გადაიქცევა.

როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, სოფლად ტურიზმი სოფლად წარმოებულ მომსახურებასა და პროდუქტებზე მოთხოვნის ზრდის ერთგვარი ინსტრუმენტია, ამით ის ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას, როგორც ძირითადი ეკონომიკური სისტემის ამოცანას.

სოფლად ტურიზმის როლი

ჩვენ უკვე ვისაუბრეთ გლობალიზაციის პროცესზე და მის ნეგატიურ გავლენაზე სოფლად დასახლებული ტერიტორიის სოციალურ-ეკონომიკურ ვითარებაზე. აღინიშნა, რომ მთავარი მიზეზი ადგილზე წარმოებულ ტრადიციულ საკვებზე, მომსახურებასა და პროდუქტებზე მოთხოვნის შემცირებაა. რაშია გამოსავალი? მართალია, შესაძლებელია მოიძებნოს გასაღების ახალი ბაზარი, თუმცა უნდა გავითვალისწინოთ, რომ იქ საქონელზე ან არ იარსებებს მოთხოვნა, ან ანალოგიური პროდუქტების ალტერნატიულ მომწოდებლებთან მაღალი კონკურენციის პირობებში მოგიწევთ არსებობა. კონკრეტული რეგიონისთვის სოფლის მეურნეობის ტრადიციული დარგების რეორგანიზაცია - უკვე არსებულ კულტურებზე უარის თქმა და ახლის დანერგვა ხშირად სავალალო შედეგით სრულდება. მაგალითად, ვაზის აჩეხვა და ადგილზე თხილის, საზამთროს ან ნესვის მოყვანა შესაძლებელია არ შეესაბამოს ბუნებრივ პირობებს, ამ მიმართულებით მოსახლეობაში მეურნეობის წარმოების კომპეტენციას და არ უზრუნველყოს მოსახლეობა წლიური სამუშაო ადგილებით.

როგორც მსოფლიო პრაქტიკა გვიჩვენებს, არსებობს სოფლად დასახლებული ტერიტორიის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების მესამე ვარიანტი - ქალაქის მოსახლეობის მოზიდვის ხარჯზე, რომელთაც უჩნდებათ მოთხოვნილება სოფლის მეურნეობის პროდუქტებსა და მომსახურებაზე. მაგრამ როგორ მოვიზიდოთ ქალაქის მოსახლეობა სოფლად? პირველ რიგში, დასვენებისა და ორგანიზმის გაჯანსაღების მიზნით, ასევე, ტურისტული პროდუქტების შეთავაზებით, რაც საქალაქო ცხოვრებაში ხშირად მიუწვდომელია. ასეთი ტურისტული პროდუქტები შესაძლებელია ფორმულირებულ იქნას

მხოლოდ სოფლის რესურსებით. სოფლად ტურიზმის ბიზნესის რესურსებს ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და ადამიანური რესურსი წარმოადგენს.

სოფლად ტურიზმი დადებით გავლენას ახდენს როგორც ქალაქის მოსახლეობის ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე, ისე სოფლად დასახლებულ ტერიტორიებზე, რითაც უზრუნველყოფს:

- მსხვილი ქალაქების მოსახლეობის გაჯანსაღებას, განსაკუთრებით, არასახარბიელო ეკოლოგიური ვითარების შემთხვევაში;
- მოთხოვნის ზრდის ხელშეწყობას. პირველ რიგში, ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებაზე, ეკონომიკის დარგების განვითარებას;
- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას;
- ადგილობრივი მოსახლეობის დამატებით შემოსავალს;
- მოსახლეობის მიგრაციის დონის შემცირებას;
- ტრადიციული სოფლის მეურნეობის წარმოების შენარჩუნებას;
- ეთნოსის კულტურული თავისებურებების და სოფლის მოსახლეობის ყოფის შენარჩუნებას;
- რეგიონის ინფრასტრუქტურის განვითარებას;
- ქალაქგარეთ ინვესტიციების შემოღინებას.

სოფლად ტურიზმის, როგორც სოფლის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაჭრის, ძირითადი ფუნქცია არის:

1. ქალაქგარე ადგილებში ქალაქის მოსახლეობის, აგრეთვე, უცხოელი ტურისტების მოზიდვა, ქალაქად მიუწვდომელი ტურისტული პროდუქტების შეთავაზებით;

2. ტურისტებისთვის ქალაქგარეთ მაქსიმალური დროით ყოფნისთვის შესაბამისი პირობების შექმნა;

3. ტურისტებისთვის, სადაც იმყოფება, სოფლად წარმოებულ პროდუქტებისა და მომსახურების შეთავაზება.

როგორც გამოცდილება გვიჩვენებს (მაგალითად, ნორვეგიაში), სოფლის ტურიზმის პროდუქტების მომხმარებელი ქალაქის მოსახლეობაა.

სოფლად ტურიზმის ძირითადი რესურსები

სოფლად ტურიზმის ძირითადი რესურსი ბუნებაა - გარემო, რომელიც არსებითად განასხვავებს სოფელს ქალაქისგან: ტყის მასივები, მთები, წყაროები და ა.შ. ბუნებისა და მისი კომპონენტების წყალობით, ადამიანი ოდითგან ცდილობდა შეძლებისდაგვარად მიეტოვებინა ქალაქი დასვენებისა და ორგანიზმის გაჯანსაღების მიზნით, და ქალაქგარეთ ბუნებაში გასულიყო. ამიტომ სოფლად ტურიზმი განსაკუთრებულად მიმზიდველი გახდა ქალაქის მოსახლეობისთვის. ბუნების კომპონენტებს შორის, რაც გადამწყვეტი ფაქტორია და სოფლის მონახულების მოტივაციას აღძრავს, არის სუფთა ჰაერი - ელემენტი, რომელიც ორგანიზმის გაჯანსაღებას უპირველესად უწყობს ხელს. ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ჯანდაცვის საერთაშორისო ორგანიზაციის (**ჯსო**) რეკომენდაციით, მსხვილი საწარმოო ცენტრების მაცხოვრებლები, სასუნთქი გზების მავნე ნივთიერებებისაგან გაწმენდის მიზნით, წლის განმავლობაში 3-4 თვეს ქალაქგარეთ, სოფლად უნდა ატარებდნენ. 2018 წლის შემოდგომაზე ჯანდაცვის საერთაშორისო ორგანიზაციის (**ჯსო**) მიერ აღიარებულ იქნა, რომ ადამიანის ავადობის ძირითადი მიზეზი დაბინძურებული ჰაერია.

სოფლად ტურიზმის მიზნებისთვის განსაკუთრებულ ღირებულებას წარმოადგენს ტერიტორია, რომელიც გამოირჩევა ისეთი კომპონენტების ექსკლუზიური თავისებურებებით, როგორცაა მიკროკლიმატი, ზრდადობა, სასმელი და სხვა სამკურნალო წყლები. მაგალითად, ნორვეგიაში, კურორტი Vrådal განსაკუთრებული მიკროკლიმატით ხასიათდება, რომელიც ამ ადგილში თბილი დინების - გოლფსტრიმისა და წიწვოვანი ტყეების ფიტონციდების მთიან ზოლში შერევით ყალიბდება. მსგავს კლიმატს სამკურნალო ეფექტი გააჩნია სასუნთქი გზებისთვის და ეხმარება ასთმით, ტუბერკულოზითა და ბრონქიტით დაავადებულებს გამოჯანმრთელებაში.

ქალაქთან შედარებით, სოფლის სუფთა ეკოლოგია უზრუნველყოფს წყაროების, მათ შორის, სასმელი წყლის სისუფთავეს, აგრეთვე, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების წარმოებას. მეცნიერების მიერ დადგენილია, რომ ადამიანის ჯანმრთელობას განსაზღვრავს ის, თუ რას ვსუნთქავთ, რით ვიკვებებით, როგორ წყალს ვსვამთ, და ბოლოს, სტრესული ვითარებიდან გამომდინარე, რა გარემოში გვიწევს ცხოვრება. სწორედ სოფელთან ასოცირდება სიჩუმე, სიმშვიდე, ბუნებრიობა, სუფთა გარემო, ხარისხიანი კვების პროდუქტები, ჰარმონია ბუნებასთან, კეთილი და უბოროტო ხალხი, სტრესული ვითარების გამომწვევი მიზეზების არარსებობა. ბოლო პერიოდში ქალაქის სტრესებით გამოწვეული ფსიქიკური დაავადებები გავრცელებულ დაავადებებს შორის პირველ ადგილს იჭერს, ამიტომ ბუნება, მისთვის დამახასიათებელი სისუფთავითა და სიმშვიდით, სოფლად ტურიზმის მნიშვნელოვან რესურსად იქცა.

ორგანიზმის გაჯანსაღების კვალდაკვალ, სოფლად ტურიზმის ერთ-ერთ მთავარ მიზანს სოფლის მოსახლეობის ყოფისა და ცხოვრების წესის, კულტურისა და ისტორიის შეცნობა წარმოად-

გენს. ამასთან დაკავშირებით, მეორე მნიშვნელოვანი რესურსი კულტურა და ისტორიაა, რომლის კომპონენტებიდან უნდა შეიქმნას სოფლად ტურიზმის პროდუქტები, რაც ტურისტის განსაკუთრებული ინტერესს იწვევს. ქალაქის პირობებში, ამა თუ იმ ხალხის, ეთნოსის ცხოვრების წესის, ტრადიციის, კულტურისა და ისტორიის შეცნობა საკმაოდ რთულია. ცალკეული ქალაქების ურბანიზებული ტერიტორიები ხშირად არსებითად არ განსხვავდება ერთმანეთისაგან: ქვის შენობები, ასფალტი, თანამედროვე ავტომობილები, ხმაური, ჰაერის დაბინძურება და ა. შ. ქართული კი, ნაციონალური, ძირითადად შემორჩენილია სოფლად. მაგალითად, საქართველოს მიმართ პოტენციური ნორვეგიელი ტურისტების ინტერესის შესწავლა ცხადყოფს, რომ რესპონდენტების 95% საქართველოში წავიდოდა ქართველი ხალხის კულტურისა და ისტორიის გაცნობის მიზნით. ხოლო უცხოელი ტურისტებისთვის სრულყოფილი მოთხოვნილების დამაკმაყოფილებელი ტურისტული პროდუქტის შექმნისთვის სოფელი საუკეთესო ვარიანტია. რა თქმა უნდა, შესაძლებელია ქალაქში ეთნოგრაფიული მუზეუმის მონახულება, ან ქვეყნიდან გაუსვლელად ინფორმაციისა თუ შესაბამისი ლიტერატურის მოძიება ინტერნეტში, მაგრამ ამ განსაკუთრებულ კულტურაში შეღწევა, საკუთარ თავზე მისი თავისებურებების განცდა, საზღვარგარეთ ტურისტის გამგზავრების ძირითადი მიზანია. ამ თვალსაზრისით, სოფელი საუკეთესო გარემოა, რომლის კულტურული და ისტორიული თავისებურებები სოფლად ტურიზმის მნიშვნელოვან რესურსს ქმნის.

სოფლად ტურიზმის მესამე, და უმეტეს შემთხვევაში, ყველაზე მნიშვნელოვანი რესურსი, განსაკუთრებით კი სოფლად, საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესის რეალიზებისთვის - ადამიანური რესურსია. მაგალითად, ნორვეგიაში საკარ-

მიდამო ნაკვეთზე განვითარებული ტურისტული ბიზნესის მდგრადობა მიიღწევა მასში ჩართული სხვადასხვა სფეროში წარმატებული ან განსაკუთრებული უნარების მქონე მაღალი კომპეტენციის პირებით. კერძო აგარაკების მესაკუთრეები, რომლებიც ახერხებენ სოფლის მეურნეობისა და ტურიზმის ბიზნესის ერთობლივ განვითარებას, უმეტეს შემთხვევაში, უმაღლესი განათლების მქონე, განსაკუთრებული კომპეტენციების ადამიანები არიან. მათ შეუძლიათ შექმნან სოფლად ტურიზმის ექსკლუზიური პროდუქტი. მაგალითად, ტურისტულ მეურნეობაში ასეთი წარმატებულია Uppigard Nataddal, რომელსაც უმაღლესი განათლება აქვს ისტორიის, კულტურისა და ტურიზმის სფეროში; მრავალი წლის მანძილზე ის ასწავლიდა ტურიზმს ნორვეგიაში. აღნიშნულ საკითხს ჩვენ მომდევნო თავებში დავუბრუნდებით და ადამიანურ ფაქტორს განვიხილავთ, როგორც სოფლად, განსაკუთრებით კი - საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის მნიშვნელოვან ფაქტორს. მატერიალური და ფინანსური რესურსების არსებობა გვაჩვენებს, რომ გამოცდილება არ წარმოადგენს გადამწყვეტ ფაქტორს საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის განვითარების წარმატებისთვის.

ძირითადი დასკვნები

- სოფლად ტურიზმი არახელსაყრელ ეკოლოგიური გარემოში არსებული მსხვილი ქალაქების მოსახლეობის გაჯანსაღებას უწყობს ხელს;
- სოფლად ტურიზმის წყალობით უცხოელ სტუმრებს, აგრეთვე, ქალაქის მოსახლეობას შეუძლიათ დეტალურად გაეცნონ სოფლის მაცხოვრებლების კულტურას,

ისტორიას, ცხოვრების წესსა და ყოფას, აგრეთვე, სოფლის მეურნეობას;

- სოფლად ტურიზმი უზრუნველყოფს როგორც ბუნებრივი ეკოსისტემების, ისე კულტურული მემკვიდრეობისა და ისტორიული ძეგლების დაცვას;
- სოფლად ტურიზმი ხელს უწყობს სოფლად წარმოებულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდას, მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს სოფლის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებაში;
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ძირითად რესურსს ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და ადამიანური რესურსები წარმოადგენს.

თავი 3. ტურიზმის ბიზნესი სოფლად კერძო საკარმიდამოზე

სოფლად კერძო საკარმიდამო, როგორც ტურისტული ობიექტი

სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების სტრატეგია და პოლიტიკა გულისხმობს სოფლის მოსახლეობის ფართო ჩართულობას ტურიზმის ბიზნესში. მიუხედავად იმისა, რომ დღეს ბევრი, სამუშაო ადგილების არარსებობის გამო, ტოვებს სოფელს და ქალაქში მიემგზავრება, რჩება საკარმიდამო მიწის ნაკვეთი, საცხოვრისი და სამეურნეო ნაგებობები. გარდა ამისა, ინარჩუნებს მანამდე შექმნილ უნარებსა და კომპეტენციებს. სოფლის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებისთვის, ტურისტული პროდუქტების შექმნის მიზნით, მნიშვნელოვანია კონკრეტულ მეურნეობაში არსებული რესურსების მაქსიმალური გამოყენება, რაც განსაზღვრულ საბაზრო ნიშას დაიკავებს.

სკანდინავიაში, კერძოდ კი, ნორვეგიაში, ტურიზმის ბიზნესი საკარმიდამო ტურიზმის (gårdsturisme) სახელით არის ცნობილი და ქვეყანაში საკმაოდ ფართო გავრცელება ჰპოვა. ბიზნესის ამ სახეობის განსაკუთრებულობას ქმნის ის, რომ მეურნეობაში არსებული რესურსების დახმარებით უშუალოდ მეპატრონეების მიერ ხორციელდება. უმეტეს შემთხვევაში, სოფლად ტურიზმი სეზონურ ხასიათს ატარებს და ძირითადად ერთად, დამატებით შემოსავლების მიღების მიზანს ატარებს. როგორც წესი, ტურიზმის ეს სახე ორიენტირებულია ტურისტების მიღებაზე უმეტესად გაზაფხულის სეზონზე, შობაზე, აღდგომასა და სხვა დღესასწაუ-

ლებზე, და ითვალისწინებს განთავსებას, კვებასა და გართობას. ტურიზმის ეს სახეობა არ წარმოადგენს ერთადერთ მიმართულებას სოფლად ტურიზმში, თუმცა საკმაოდ გავრცელებულია და სოფლის ოჯახებს, მეურნეობაში არსებული რესურსების გამოყენებით, საშუალებას აძლევს პირდაპირ ან ირიბად ტურისტულ ბიზნესში იყვნენ ჩართულნი. თავის მხრივ, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე დასვენების შესაძლებლობით ქალაქის მაცხოვრებელს საშუალება აქვს გაერიდოს ხმაურს, რაც ყოველთვის არ არის შესაძლებელი მსხვილ სასტუმროებში, სასტუმრო სახლებსა და კოტეჯებშიც კი. მასობრივი ღონისძიებებისაგან განსხვავებით, როგორც წესი, საკარმიდამო ტურიზმი არ წარმოადგენს ერთჯერად ღონისძიებას და მეტწილად ხელსაც უწყობს ეკონომიკური და სოციალური მდგრადობის შენარჩუნებას, ამასთან, ნაკლებად აზარალებს გარემოს. თითოეული საკარმიდამოს ნიშურ პროდუქტებზე სპეციალიზაცია მოქალაქეებს ფართო არჩევანის საშუალებას აძლევს, რაც მსხვილ ტურისტულ ცენტრებში თითქმის ვერ მიიღწევა.

ტურიზმის ბიზნესის უპირატესობები სოფლად კერძო საკარმიდამოზე

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, სოფლად ტურიზმის ბიზნესში მრავალი მიმართულება არსებობს, მათ შორის ერთ-ერთი ე. წ. საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმი (g ardsturisme, householdings tourism), რომელიც მსოფლიოს ბევრ ქვეყანაში არის განვითარებული. ამასთან, კიდევ ერთხელ უნდა აღინიშნოს, რომ სოფლად ტურიზმის ერთ-ერთ მთავარ ამოცანას სოფლად დასახლებული ტერიტორიების სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაჭ-

რა, კერძოდ, ადგილობრივი მოსახლეობისთვის ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, სოფლის კერძო მეურნეობებისთვის დამატებითი შემოსავლების გაჩენა, მიგრაციის შეჩერება, ეთნოსის კულტურული თავისებურებების, ადათის, ცხოვრების წესის და სამეურნეო საქმიანობის მიმართულებების შენარჩუნება-გადარჩენა წარმოადგენს. აქედან გამომდინარე, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე განხორციელებული ტურისტული ბიზნესის უპირატესობები არის:

- აღნიშნული სახეობა სოფლად ტურიზმში, პირდაპირ ან ირიბად სამეწარმეო საქმიანობაში ადგილობრივი მოსახლეობის, როგორც ტურისტული პროდუქტის და მომსახურების მომწოდებლის, ჩართულობას უზრუნველყოფს, რაც ადგილობრივი მაცხოვრებლებისთვის სოციალურ სარგებელს ქმნის.
- ტურიზმის ბიზნესში სოფლის საკარმიდამო ნაკვეთების ჩართვით წარმოიშობა კონკურენცია, რაც გარკვეულ სტიმულს მისცემს სოფლად ტურიზმში საქონლისა და მომსახურების სხვადასხვა, მაღალი ხარისხის ნიშური პროდუქტების წარმოებას. ამას მოყვება მომხმარებლის როგორც შიდა, ისე გარე სეგმენტის დაკმაყოფილება.
- ტურისტულ ბიზნესში, სოფლის საკარმიდამო ნაკვეთების მაქსიმალურად ჩართვით, ახალ თანამშრომლობას ეყრება საფუძველი, რომელიც გარკვეული ხანგრძლივობით თემატური მარშრუტების ფორმირებას და სოფლად ტურისტების გაჩერებას უზრუნველყოფს. ეს ადგილობრივ პროდუქტებსა და მომსახურებაზე ზრდის მოთხოვნას, რაც სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას უწყობს ხელს.

- კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ორგანიზებული ტურიზმის ბიზნესი, შესაძლოა მატერიალურ და ადამიანურ რესურსებს ეფუძნებოდეს. ის არ მოითხოვს არსებით ინვესტიციას, წარმოადგენს მცირე და მიკრობიზნესს, ხელს უწყობს საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეთა დასაქმებას და დამატებითი შემოსავლების მნიშვნელოვანი წყარო ხდება. როგორც უცხო ქვეყნების, კერძოდ, ნორვეგიის გამოცდილება გვიჩვენებს, ტურიზმის ეს სახე შესაძლებელია თავისუფლად შეესაბამოს მკვიდრი მოსახლეობის ძირითად საქმიანობას (მაგალითად, სოფლის მეურნეობა და სახელმწიფო ან კომერციული სექტორი), ასეთ შემთხვევაში ეფექტიანად იქნება გამოყენებული არსებული რესურსი, რითაც მაქსიმალური ეკონომიკური სარგებელი მიიღწევა.
- მსგავსი მცირე და მიკრობიზნესი მნიშვნელოვანი ინვესტიციების გარეშე ტურისტული ბაზრის სხვა სეგმენტებზე ოპერატიული გადართვის და ახალი ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების განვითარების შესაძლებლობას იძლევა.
- სოფლად ტურიზმში საკარმიდამო ნაკვეთების ჩართვა მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს სოფლის ინფრასტრუქტურის განვითარებას, განსაკუთრებით, არსებულის სრულყოფას, და ახალი გზების დაგებას.
- გულისხმობს მეზობელი მეურნეობების თანამშრომლობას ტურისტების მოთხოვნილების დაკმაყოფილების საკითხში. ეს შესაძლოა გამოვლინდეს, მაგალითად, კვების ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების წარმოებაში, ამასთან, ის წაახალისებს მეურნეობების სპეციალიზაციას

განსაზღვრული პროდუქტის ან პროდუქტების ჯგუფის წარმოებაში.

- დასვენება საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე ტურისტს დიდი არჩევანის შესაძლებლობას აძლევს: მშვიდ ადგილას განმარტოება, ქალაქის ხმაურისაგან, დიდი ტურისტული კომპლექსების სტრესისგან შორს.
- როგორც ტურისტებისთვის, ასევე, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეების განსაკუთრებული სოციალური კავშირებით, მეგობრული ურთიერთობებით უზრუნველყოფს, აყალიბებს ტურისტის განსაზღვრულ საკარმიდამო ნაკვეთზე მუდმივი და ხშირი დასვენების ტრადიციას, რითაც, საბოლოო ჯამში, ხელი ეწყობოდა ტურისტული ბიზნესის მდგრადობის ხარისხს. ნორვეგიაში, მაგალითად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთებზე, წლობით ერთი და იგივე დამსვენებელი მიემგზავრება. ხშირია დანიელი და გერმანელი ტურისტების 20-25-წლიანი დასვენების შემთხვევები ნორვეგიულ სოფელში საკარმიდამო ნაკვეთზე.
- საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე არსებული ტურისტული ბიზნესი ტურისტს პროდუქტებისა და მომსახურების არჩევანისა და უნიკალური შესაძლებლობების, რელიეფის, ზღვის დონიდან სიმაღლის, წყლის რესურსებთან სიახლოვის, ქალაქიდან გარიდების (მათ შორის, ტყის მასივებში) გათვალისწინებით, კონკრეტულ დასახლებით დასვენების ადგილის შერჩევის შესაძლებლობას აძლევს.
- ადგილობრივი მოსახლეობისთვის თუ საკრედიტო ორგანიზაციებისთვის, შესაძლებლობის ფარგლებში, მინი-

მალური ინვესტიციებით ტურიზმის ბიზნესის მაქსიმალური მდგრადობის შესაძლებლობას იძლევა.

- კონკურენცია საკარმიდამო ნაკვეთებს შორის არა მხოლოდ ზიძგს მისცემს ტურისტული საქონლისა და მომსახურების ხარისხის ზრდას, არამედ მათ სტანდარტიზაციასაც შეუწყობს ხელს.
- შესაბამის კორპორაციულ მარკეტინგულ სტრუქტურებს, მინიმალური დანახარჯებით, ტურისტულ ბაზარზე შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების წინ წაწევისა და მარკეტინგის შესაძლებლობას მისცემს.
- ხელს შეუწყობს კონკრეტული რეგიონის, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის, პოპულარიზაციას, რაც, საბოლოო ჯამში, რეგიონს განავითარებს.

დღეს ავსტრია საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის სფეროში მოწინავე ქვეყანაა. ავსტრიის ალპებში უკვე 1970-იანი წლების დასაწყისში ფერმერებმა დააფუძნეს ორგანიზაცია, რომელიც საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის მეპატრონეთა ინტერესებს დაიცავდა. 1971 წელს ავსტრიული რეგიონის Salzkammergut ფერმერებმა სოფლად კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე დასვენების რეკლამირება დაიწყეს. ორგანიზაცია «Austrian farm holidays organisation» (AFHO) დღეს 4000 კერძო საკარმიდამო ნაკვეთს აერთიანებს, მათ შორის, ფერმერულ მეურნეობას, რაც ავსტრიაში ტურისტებისთვის შეთავაზებული საძილე განთავსების ადგილების 15% მოიცავს. 2008 წელს, მაგალითად, Nord Tyrol პროვინციის საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის სერვისით ისარგებლა 100 000 ადამიანმა, რამაც ჯამში 660 000 ღამისთევა შეადგინა.

სკანდინავიაში, მაგალითად, 1989 წელს, საპილოტე პროექტის «Bo på Landgård» (ცხოვრება საკარმიდამო ნაკვეთზე) ფარგლებში, Skåne-ს დასახლებაში, სხვა ორგანიზაციებთან ერთად,

სოფლის მეურნეობის დარგების დაფინანსების პროგრამით, საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ეროვნული ორგანიზაცია შეიქმნა.

ქვემოთ საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის განვითარების ნორვეგიულ გამოცდილებას განვიხილავთ.

სოფლად საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის დაარსება და განვითარება ნორვეგიაში

ნორვეგიას ხშირად ექსკლუზიური ტურიზმის ქვეყანას ემახიან. ექსკლუზიურობა ასახვას ჰპოვებს ბუნებრივ ლანდშაფტებში, რელიეფში, სუფთა ეკოლოგიაში, ხელუხლებელ ბუნებაში, ტურისტული საქონლისა და მომსახურების მაღალ ხარისხში, არქიტექტურასა და ტურისტული ობიექტების დიზაინში, ტურისტული პროდუქტების ფორმირების მიზნით, ეროვნული სიმდიდრეების მოხერხებულად გამოყენებაში. ნორვეგიის ტურიზმის ინდუსტრიაში განსაკუთრებული ყურადღება სოფლად ტურიზმის პროდუქტებს ეთმობა, რომლებიც ქვეყნის ისტორიულ განსაკუთრებულობას, მოსახლეობის ცხოვრების წესს, კულტურასა და ტრადიციას საუკეთესო მხრიდან წარმოაჩენს, რაც, როგორც უცხოელი, ისე ადგილობრივი ტურისტებისთვის ერთერთი მიმზიდველი ელემენტია (თ. აბესაძე, 2013). ჯერ კიდევ 1800-იანი წლების დასაწყისში უცხოელი ტურისტები ნორვეგიულ ფიორდებს და მთიან ადგილებში დასახლებულ პუნქტებს სტუმრობდნენ. მაგალითად, შეძლებულ ინგლისელებს ნორვეგიაში ხელუხლებელი ბუნება, სოფლად მოსახლეობის უბრალოება, მათი კულტურა და ტრადიცია იზიდავდა (Ivar J.Hauge, 1992). თავის მხრივ, ნორვეგიის მსხვილი ქალაქების მოსახლეო-

ბამაც სუფთა ჰაერის ძიებისა და სოფლად ცხოვრების რომანტიკის ხიბლით სოფელს მიაშურა. 1868 წელს ქალაქ ოსლოში ნორვეგიის ტურისტული ასოციაცია (Den Norske Turistforening) დაფუძნდა. ნორვეგიის სოფლების, რეგიონებს ამ პერიოდისთვის ტურისტული საქმიანობის საკმაოდ დიდი ტრადიციები გააჩნდათ. ძველ დროში, ნორვეგიაში, ზოგიერთ სასოფლო-სამეურნეო საკარმიდამოს გზად მიმავალი მოგზაურებისთვის ღამისთევისა და საკვების შეთავაზების მიზნით გასაჩერებელი ადგილების (სასტუმრო) არსებობა ევალებოდა.

პირველ უცხოელ ავტოტურისტებად, რომლებმაც ნორვეგია მოინახულეს, სამი ჰოლანდიელი მიიჩნევა, რომლებმაც 1901 წელს, ქრისტიანიადან Filefjel-ს გავლით, Sogn საგრაფოში Lærdal-მდე იმგზავრეს. სამშობლოში დაბრუნების შემდეგ აღწერეს სკანდინავია, და ის „ევროპაში უკანასკნელ ველურ ადგილს“ შეადარეს. პირველი ტურისტული ობიექტები ნორვეგიაში, როგორც წესი, უკვე არსებულ გზებთან დაკავშირებულ ფერმერული მეურნეობების ბაზაზე, შთამბეჭდავ მთიან ადგილებში გაჩნდა. ტურიზმმა, რომელიც კერძო სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთზე ვითარდება, საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის (gårdsturisme, gård – საკარმიდამო ნაკვეთი, ნორ.) სახელწოდება მიიღო. თავის დროს ტურიზმის ამ სახეობას ეწოდა „შეგებულება საკარმიდამო ფერმაში“.

კერძო სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთზე ტურისტული საქმიანობის განვითარებისას, სოფლის რეგიონის მოსახლეობისთვის დამატებითი შემოსავლების მიღების მიზნით, განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობოდა სოფლად არსებული რესურსების გამოყენებას. ჩამოყალიბების ეტაპზე, საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის პროდუქტები ნორვეგიაში, როგორც წესი, შეზღუდული იყო ღამისთევისა და კვების სერვისის შეთავაზებით.

1980 წელს, როცა გლობალიზაციის პროცესმა ნორვეგიის სოფლის მეურნეობაზე ნეგატიური გავლენა ჰპოვა, ნორვეგიის სოფლის მეურნეობის სამინისტრომ, არსებულ ბაზაზე სოფლის მეურნეობის პარალელურად, ტურიზმის ბიზნესის განვითარების მიზნით, კერძო ფერმერული მეურნეობების სახელმწიფო ხელშეწყობის პროგრამა აამუშავა. პროგრამის მიზანი საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესიდან დამატებითი შემოსავლების მიღება იყო. ის ითვალისწინებდა 1-2 კვირით ტურისტების მიღებას შვილებით და სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობაში მონაწილეობის მიღების შესაძლებლობის ხელშეწყობას. დანიისაგან განსხვავებით, სადაც საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმი საკმაოდ ადრე იყო განვითარებული, და სადაც ტურისტები იმავე სახლში ცხოვრობდნენ, სადაც მასპინძლები, ნორვეგიელებმა საცხოვრებლად ცალკე სახლები შესთავაზეს.

მალე ნორვეგიელმა ფერმერებმა სოფლად ტურიზმის ამ სეგმენტზე უარი განაცხადეს. სახელმწიფო პროგრამით შექმნილი Norsk Gårdsturisme («ნორვეგიის საკარმიდამო ტურიზმი») ორგანიზაცია 1995 წელს დაიშალა, მათი წევრების ნაწილი ნორვეგიის მეწარმეთა კავშირში (NHO) გაერთიანდა, რომელიც მათ სოფლად ტურიზმის განვითარების დაფინანსების სარგებლიან პირობებს სთავაზობდა. Norsk Gårdsturime წევრების მეორე ნაწილმა კი საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის მეპატრონეთა ორგანიზაცია (hanne – მამალი, ნორ.) დააფუძნა. სხვა სამუშაოებთან ერთად, აღნიშნული ორგანიზაცია მასში შემავალი საკარმიდამო ტურიზმის ობიექტების საერთო მარკეტინგით დაკავდა. საიტზე www.hanne.no შესაძლებელია ნორვეგიის საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის შესახებ სრულყოფილი ინფორმაციის მოძიება. 2009 წლიდან მამლის ემბლემა ნორვეგიის სოფლად ტურიზმის სიმბოლოდ იქცა.

საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის სახელმწიფო მხარდაჭერის ზემოთ აღნიშნულმა პროგრამამ, კერძო სასოფლო-სამეურნეო ფერმების ბაზაზე მდგრადი ტურისტული ბიზნესის განვითარებისთვის რეალისტური ეფექტი ვერ შექმნა. ამის ძირითადი მიზეზი გახდა ტურისტული ბიზნესის სფეროში ფერმერული მეურნეობების მეპატრონეთა არაკომპეტენტურობა, არასწორად შერჩეული საბაზრო ნიშა, ასევე არასწორად შერჩეული სოფლად ტურიზმის სეგმენტი, არასაკმარისი დაფინანსება და ა. შ.

მოგვიანებით Innovasjon Norge-მ ნორვეგიის ყოფილი საექსპორტო საბჭო) - ორგანიზაციამ, რომელიც ხელს უწყობდა ნორვეგიის ბიზნესს როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე მის ფარგლებს გარეთ, მიიღო ე.წ. Håndplukket („ხელით შერჩეული“) პროგრამა, რომელიც ფერმერული მეურნეობებისთვის ითვალისწინებდა როგორც ფინანსურ, ისე პროფესიონალურ მხარდაჭერას. ამ მიზნით შეიქმნა მუშა ჯგუფი, რომელიც სხვადასხვა პროფილის სპეციალისტებს აერთიანებდა და კონკრეტული საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე აფასებდა ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების შესაძლებლობებს. შედეგად, სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთზე „ხელით შერჩეულ“ ბევრ ტურისტულ ობიექტს ნორვეგიის კულტურული მემკვიდრეობის (Norwegian Heritage) სტატუსი მიენიჭა, რაც ნორვეგიაში სოფლად ტურიზმში ერთგვარ ხარისხის ნიშნად აღიქმება. ერთ-ერთი ასეთი წარმატებული ტურისტული ობიექტი Lien Fjellgård-ია, რომელიც ტელემარკის საგრაფოში შთამბეჭქდავ მთიან ადგილს წარმოადგენს. საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეები, პროფესიით პედაგოგები, დაინტერესებულ ადამიანებს ყოფილ მეცხოველეობის ფერმაში კორპორაციული ღონისძიებებისა და საოჯახო ზემების მოწყობის სერვისს სთავაზობენ. შენობის ინტერიერი ძველ ტრადიციულ ნორვეგიულ სტილში არის გადაწყვეტილი. მეურნეობა დღემდე

ინარჩუნებს მესაქონლეობის ფერმას მეწველი ძროხებითა და ცხვრებით. საკარმიდამო ნაკვეთის საშუალო წლიური შემოსავალი 3.500.000 კრონაა (დაახლ 450 000 აშშ დოლარი), საიდანაც 95 % შემოსავლება ტურისტული ბიზნესიდან და მხოლოდ 5% - სოფლის მეურნეობიდან. ტურისტული ბიზნესი საკარმიდამო ნაკვეთზე მდგრადია, მეურნეობა ადგილზე ასაქმებს მკვიდრ მოსახლეობას და მეზობელი ფერმერებისგან ყიდულობს ადგილობრივი წარმოების ეკოლოგიურად სუფთა საკვებ პროდუქტებს. წლობით ემსახურება მუდმივ კლიენტებს და სთავაზობს უმაღლესი ხარისხის ტურისტულ პროდუქტებს.

საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის განვითარების ნორვეგიული გამოცდილება ცხადყოფს, რომ ფერმერულ მეურნეობაში სოფლად ტურიზმის დარგში მოღვაწე, მაღალი კომპეტენციის მქონე პირების ჩართვა და სახელმწიფო მხარდაჭერა სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია მისი სოციალური, ეკონომიკური და ბუნებისდაცვითი მდგრადობის უზრუნველყოფისთვის.

ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებში სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ნეგატიური ასპექტები

საბჭოთა კავშირის დაშლამ, შედეგად კი აღმოსავლეთ და ცენტრალური ევროპის ქვეყნებში სავაჭრო-ეკონომიკური და პოლიტიკური ურთიერთობების ცვლამ და მოსახლეობის მობილობამ, მათ შორის, სოციალისტური ბანაკისა და პოსტსაბჭოთა სისტემის ქვეყნებში, სხვა დანარჩენთან ერთად სოფლად ტურიზმის მომსახურებაზე მოთხოვნილების ზრდა გამოიწვია. აღნიშნულ ქვეყნებში სოფლის რეგიონების ტურიზმის ბიზნესის ზოგიერთი

მკვლევარი, სოფლად ტურისტული ბიზნესის ჩამოყალიბების ეტაპზე საერთო ნეგატიური მოვლენებისა და შესაბამისი ტურისტული პროდუქტების შექმნის შესახებ საუბრობენ. მეტ-ნაკლებად გავრცელებულებს შორის უნდა აღინიშნოს შემდეგი:

- სოფლის რეგიონის მოსახლეობაში სოფლად ტურიზმის სფეროს სუსტი ცოდნა ან ცოდნის არარსებობა.
- სოფლის კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის ორგანიზაციის მიზნით პროფესიონალურ დახმარებაზე უარის თქმა.
- ტურისტულ ბაზრებზე მოთხოვნილებისა და მოთხოვნის შესახებ ინფორმაციის უკმარისობა ან არარსებობა.
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესში საქონლისა და მომსახურების ბაზრის ფორმირების შესახებ არასწორ წარმოდგენებს ხშირად არა მხოლოდ სოფელი, არამედ რეგიონი და ქვეყანა ნეგატიური იმიჯის შექმნამდე მიჰყავდა.
- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურისტებისთვის შეთავაზებული საცხოვრებლის დაბალი ხარისხი.
- ტურისტებისთვის განკუთვნილი არასაკმარისი დრო, ასევე, ვალდებულებებისა და პრიორიტეტების არჩევისას მიღებული უარყოფითი შედეგები.
- ტურიზმის ბიზნესის ორგანიზაციისთვის და მისი მდგრადობის უზრუნველყოფისთვის ფინანსური საშუალებების უკმარისობა ან მისი არარსებობა.
- სოფლის დაბალი ინფრასტრუქტურა.
- კონკრეტული სოფლის შესაძლებლობებისა და ტურისტული საქმიანობის შესახებ ინფორმაციის დაბალი დონე.
- თანამშრომლობის დაბალი დონე, როგორც ადგილობრივი ხელისუფლებისა და ცალკეული უწყებების ბიზნესგეგმების ერთიანი სტრატეგიის არარსებობის შედეგი.

მაგალითად, აჭარაში, ქედის რაიონში, წონიარისის თემში საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმში არსებული რესურსების კვლევების შედეგები ადასტურებს ანალოგიურ ნეგატიურ სურათს, რასაც არაერთ ნაშრომში აანალიზებენ აღმოსავლეთ და ცენტრალური ევროპის ქვეყნების სოფლად ტურიზმის ადრეული ეტაპის მკვლევარი მეცნიერები.

ძირითადი დასკვნები

- ტურიზმის ბიზნესი კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე, რომელსაც შესაბამისი რესურსები გააჩნია, სოფლის მოსახლეობისთვის შესაძლოა იქცეს როგორც ძირითადი, ისე დამატებითი შემოსავლების მიღებისთვის არსებით წყაროდ.
- ტურიზმის ბიზნესი კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე უზრუნველყოფს სამეწარმეო საქმიანობაში რეგიონის მოსახლეობის მაქსიმალურად უშუალო და ირიბ ჩართულობას.
- საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის ორგანიზაცია და განვითარება მოსახლეობას საშუალებას აძლევს მაქსიმალურად გამოიყენოს არსებული რესურსი და თავი აარიდოს სოფლის რეგიონებისთვის სარისკო და რთულად მისაღწევ ინვესტიციებს.
- ბევრ ქვეყანაში განვითარებული სოფლად ტურიზმი სწორედ კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის ხელშეწყობით დაიწყო, რაც, ასევე, სახელმწიფო რეგულირებისა და საკანონმდებლო დონეზე იქნა მხარდაჭერილი.

თაპი 4.

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების წარმატების ძირითადი ფაქტორები

მდგრადობა სოფლად ტურიზმის ბიზნესში

ბიზნესის მდგრადობა გულისხმობს წლიურად და პერსპექტივაში შემოსავლის მიღების უნარს, როგორც სეზონური, ისე მუდმივი სამუშაო ადგილების შექმნით, რითაც წლის მანძილზე უზრუნველყოფილი იქნება დარგიდან საშუალო თვიური შემოსავალი; აგრეთვე, საკუთრივ სოფლად ტურიზმის უსაფრთხოებას და გარემოზე ზემოქმედების საკითხებში მის მინიმუმადე შემცირებას.

განვიხილოთ სოფლად ტურიზმის ბიზნესის, კერძოდ კი საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის მდგრადობის კომპლექსური შემადგენელი.

ეკონომიკური მდგრადობა

როგორც ქვეყნების გამოცდილება გვიჩვენებს, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე შედარებით კარგად განვითარებულ ტურიზმის ბიზნესში ეს უკანასკნელი სეზონურ ხასიათს ატარებს, ანუ ის წლის განსაზღვრულ სეზონს, განსაზღვრული ტურისტული ბაზრებისთვის დამახასიათებელ ტრადიციულ საშვებულებო პერიოდს, ტრადიციულ სახელმწიფო დღესასწაულებს, აგრეთვე, გამოსასვლელ დღეებსა და ღირსშესანიშნავ მოვლენებს უკავშირდება. სეზონურობა - საკარმიდამო ნაკვეთზე ბიზნესის მთავარი გამოწვევაა, რის გამოც მისგან შემოსავლიანობა არ არის მდგრადი. უმეტეს შემთხვევაში, ასეთი ბიზნესი დამატებითი შემოსა-

ვალის მიღების წყაროა. აღიარებულია, რომ საკარმიდამო ნაკვეთზე შემოსავლების ძირითადი წყარო სოფლის მეურნეობიდან, ძირითადი სამუშაო ადგილიდან ან პენსიიდან მიღებული შემოსავალია. ნორვეგიის მაგალითიც ადასტურებს ამ სფეროში პროდუქტებსა და მომსახურებაზე სეზონურობას. როგორც წესი, ამ მეურნეობების მეპატრონეებს არ გააჩნიათ რაიმე განსაკუთრებული კომპეტენციები, რითაც ხელი შეეწყობა ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების წარმოებას, რათა უზრუნველყოფილი იქნას მისი წლიური მოთხოვნა. ასეთ პროდუქტებს შესაძლებელია მივაკუთვნოთ, მაგალითად:

- კორპორაციული შეხვედრების, კონფერენციების, სწავლების კურსების, თათბირებისა და ა. შ. ღონისძიებების ჩატარების სერვისის შეთავაზება;
- ისეთი საოჯახო ზეიმების ორგანიზება, როგორიცაა ქორწილი, დაბადების დღეები, ნათლობა და ა. შ.
- ეროვნული და რელიგიური დღესასწაულების ზეიმობა;
- მოსწავლე ახალგაზრდობისა და სტუდენტების (შეცვალე უმნიშვნელოდ) სასწავლო პროცესის ორგანიზება;
- ბუნებაში მოკლევადიანი ოჯახური დასვენების ორგანიზება.

მაგალითად, ნორვეგიაში, Skjolden-ის დასახლებულ პუნქტში Eide Gard საკარმიდამო ნაკვეთი სხვა დანარჩენთან ერთად ტურისტებს ღამისთევის სერვისს სთავაზობს. მისი განსაკუთრებულობა და ექსკლუზიურობა იმაში მდგომარეობს, რომ აქ ერთ-ერთ სასტუმრო ოთახში ნორვეგიის კრონ პრინცმა ხოკონმა მეუღლესთან მეტტე მარიტთან ერთად გაითია ღამე. იმის გათვალისწინებით, რომ პრინცი მაღალი იყო (1.93 სმ), საკარმიდამოს დიასახლისი იძულებული გახდა ოთახში, სადაც სტუმარს უნდა

დაესვენა, საწოლზე სტანდარტული თაზრები გრძელდებოდა შეეცვალა. ფაქტი მიმზიდველი აღმოჩნდა კონკრეტული სეგმენტის სხვა მომხმარებლისთვის მთელი წლის მანძილზე, განსაკუთრებით კი ექსკლუზიური ადგილების კოლექციონერი ტურისტებისთვის, რაც, საბოლოო ჯამში, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ზრდის ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობას.

ტელემარკის საგრაფოს დასავლეთ ნაწილში მდებარე კურორტ Vrådal-ში, ზედ ტბის სანაპიროზე Øvrebo-ს სოფლის საკარმიდამო ნაკვეთი ზაფხულის სეზონზე სასტუმრო მომსახურებას სთავაზობს ტურისტებს. რა თქმა უნდა, ეს სახე არ იძლევა წლიურ შემოსავალს, რისი ძირითადი მიზნებიც ტურისტული საცხოვრისის ზამთრის სეზონზე გამოუსადეგარობაა.

ნორვეგიისთვის დამახასიათებელი სხვა მაგალითია - ასევე ვრადალში არსებული კოტეჯების პარკი Vrådal Hyttegrend AS, სადაც საკმაოდ მაღალი სტანდარტის 20 კოტეჯია განთავსებული. კოტეჯი ერთდროულად 2 ოჯახის განთავსებაზე არის გათვლილი და ყველა აღჭურვილობით არის უზრუნველყოფილი - საუნა, 2 ტუალეტი და ა. შ. მიუხედავად ამისა, ტურიზმი აქაც სეზონურ ხასიათს ატარებს, რადგან ის ტურისტული ბაზრის კონკრეტულ სეგმენტზეა გათვლილი, და მომხმარებელს პროდუქტებისა და მომსახურების შეზღუდულ სპექტრს აწვდის. კოტეჯი გათვლილია თვითმომსახურებაზე. მოსამსახურე პერსონალი თითქმის არ არსებობს. ტურისტული ობიექტის კლიენტები არიან პენსიონერები და ოჯახები სასკოლო თუ პატარა ასაკის შვილებით, როგორც ნორვეგიიდან, ასევე, დანიიდან, ჰოლანდიიდან, გერმანიიდან და სხვა ქვეყნებიდან. ტურისტული ბაზრის ეს სეგმენტი, როგორც წესი, კოტეჯის პარკით სარგებლობენ აგვისტოს ბოლო დეკადამდე, ხოლო ნორვეგიის შიდა

ტურისტული ბაზრის სეგმენტი - იმავე თვის შუა რიცხვებამდე, ანუ სასწავლო წლის დაწყებამდე. მათთვის შეთავაზებულია გართობა ბავშვებისთვის, საბავშვო მოედნები, აგრეთვე, მოწყობილი სალაშქრო მარშრუტები ტყის მასივებში, ნავების გაქირავება, თევზაობა და ა. შ.

სექტემბრის თვის დასაწყისიდან ტურისტების რაოდენობა მკვეთრად მცირდება. ამ პერიოდში ტურისტული კომპლექსის მფლობელი, იგივე ტყის მეპატრონე, მომხმარებლებს ჯერ ლოსზე, შემდეგ კურდღელზე, შველ-ირემზე და ა. შ. ნადირობას სთავაზობს. ხშირად, მონადირეებისთვის შეთავაზებული მომსახურება, შემოსავლების მიხედვით, აღემატება ხის დამზადებისა და რეალიზაციის მეურნეობიდან მიღებულ შემოსავალს. ამასთან, მონადირეთა რაოდენობა გაცილებით ნაკლებია, ვიდრე ჩვეულებრივი ტურისტებისა.

მოგვიანებით, ნოემბერში „მკვდარი“ ტურისტული სეზონი იწყება: ამ პერიოდში სოფლად ტურიზმის მომსახურება წყდება, ნაცვლად იმისა, რომ მოხდეს ახალი სეგმენტის ათვისება და ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება, შესაბამისად, ბიზნესის ეკონომიკური მდგრადობის უზრუნველყოფა. ამგვარად, ოქტომბერ-ნოემბრის თვეში აღნიშნულ მეურნეობაში სოფლად ტურიზმს არსებითი შემოსავალი არ მოაქვს.

ბოლოს, როცა იზამთრებს, აქტუალური ხდება გართობის ზამთრის სახეობები. ჯერ კიდევ 20 წლის წინ, აღნიშნული კომპლექსის კოტეჯები ზამთრის სეზონზე სრულად იყო დაჯავშნილი. ბოლო დროს ვითარება კარდინალურად შეიცვალა. თუკი ადრე, ზამთრის პერიოდში, ვრადალში ტურისტები სათხილამურო ცენტრისაგან 5-6 კმ მოშორებით ქირაობდნენ კო-

ტეჯებს, დღეს უპირატესობას Vrådal Panorama-სთან, სათხილამურო ტრასის სიახლოვეს ყოფნას ამჯობინებენ, სადაც ბოლო პერიოდში აშენდა და ასევე წარმატებით ქირავდება 500-მდე კომფორტული კოტეჯი. ეს ახალი კოტეჯებია და მათ Vrådal Hyttegrend AS-ში არსებულთან შედარებით სტანდარტი გაცილებით მაღალი აქვთ. სათხილამურო ცენტრთან არსებული კერძო კოტეჯებს იმ პერიოდში როცა მეპატრონეები არ სარგებლობდნენ Vrådal Hyttegrend AS მეშვეობით ტურისტებზე ქირავდება.

Vrådal Panorama-ს სათხილამურო კომპლექსში განთავსებულია კაფეტერია, რესტორანი, ღამის ბარი, სადაც თხილამურებზე სრიალის შემდეგ შესაძლებელია ნორვეგიაში მოთხილამურეთათვის ტრადიციად ქცეული კათხით ლუდის მირთმევა. ასეთი გართობის მოყვარულთათვის ლუდის მირთმევის შემდეგ, უკან Vrådal Hyttegrend AS საცხოვრებელთან დაბრუნება შეუძლებელია. ფაქტი კიდევ ერთხელ მოწმობს იმას, რომ სოფლად ტურიზმის ბიზნესში ადგილს, განსაკუთრებით, მასობრივი გასართობი ღონისძიებების ადგილთან სიახლოვეს გადაამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება.

მეორე მხრივ, Vrådal Hyttegrend AS ბოლო პერიოდში კარგავს ნორვეგიაში ტრადიციულ შიდა ტურისტულ ბაზარს. თუკი არცთუ ისე შორეულ წარსულში ნორვეგიის მოსახლეობაში ტრადიციად და კარგ ტონად, აგრეთვე, პრესტიჟად ითვლებოდა დასვენება ბუნებაში მდებარე კოტეჯებში, განსაკუთრებით, შობის, აღდგომის, საახალწლო არდადეგების პერიოდში, თანამედროვე ახალგაზრდა ოჯახები ზამთრის პერიოდში უპირატესობას კანარის კუნძულებზე, ტაილანდში და სხვა თბილ ქვეყნებში დასვენებას ანიჭებენ. დასვენების ტრადიციებთან დაკავშირებულ-

ლი აღნიშნული ფაქტორი აუცილებლად უნდა იქნას გათვალისწინებული სოფლად ტურიზმის პროდუქტების განვითარებისას, რომელიც ტურისტული ბაზრის განსაზღვრულ სეგმენტზე იქნება ორიენტირებული.

ზამთრის პერიოდს გაზაფხული მოჰყვება და კვლავ დგება ე.წ. „მკვდარი სეზონი“, რომელიც ნაწილობრივ კომპენსირდება ერთკვირიანი რელიგიური დღესასწაულით - აღდგომით.

Vrådal Hyttegrend AS მაგალითიდან ჩანს, რომ ბოლო პერიოდში მწვავე კონკურენციის პირობებში სოფლად ტურიზმის ბიზნესმა ვერ მიაღწია მაქსიმალურ ეკონომიკურ მდგრადობას. გაზაფხული და შემოდგომა Vrådal Hyttegrend AS-თვის, როგორც წესი, მკვდარი ტურისტული სეზონებია. მეურნეობა ტურისტული სეზონის გახანგრძლივებისა და ბაზრის გაფართოების მიზნით, სხვა მომსახურებასაც წევს, მათ შორისაა ნავების გაქირავება, თევზჭერისთვის აუცილებელი აღჭურვის მიწოდება, გარეულ ცხოველებზე სამონადირეო მომსახურება. აღნიშნული კოტეჯების პარკის უკანასკნელმა მეპატრონემ ახალი, თანამედროვე კოტეჯები ააგო, რითაც წარმატებით მიიზიდა ტურისტული ბაზრის ახალი სეგმენტი. ვრადალ ხიტეგრენდის მაგალითი არ ნიშნავს, რომ გაზაფხულის და შემოდგომის პერიოდი მკვდარი სეზონია და ამით უნდა დასრულდეს ყველაფერი.

მაგალითად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის Uppigard Nataddal AS კომპლექსის ბაზაზე შექმნილი ბიზნესიც სეზონზეა დამოკიდებული. თუმცა, მოცემული საკარმიდამო ნაკვეთი საქონლისა და მომსახურების გაცილებით ფართო სპექტრს წარმოადგენს. განთავსებასთან ერთად ისინი ტურისტებს კვებას, კორპორაციული სადამოების, საოჯახო ზეიმებისა და სხვა ღონისძიებების ჩატარებას სთავაზობენ. ამასთან დაკავშირებით, საკარმიდამო

ტურიზმის ბიზნესის ეკონომიკური მდგრადობის ხარისხი ამ კონკრეტულ შემთხვევაში საკმაოდ მაღალია, შესაბამისად, წლიური შემოსავალიც 2 მილიონ ნორვეგიულ კრონს აღწევს.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ეკონომიკური მდგრადობის მაღალი ხარისხის კიდევ ერთი მაგალითია კერძო საკარმიდამო ნაკვეთი Lien Fjellgård, სადაც ერთმანეთს წარმატებით ერწყმის სოფლის მეურნეობა და ტურისტული ბიზნესი, რომელსაც, პრაქტიკულად, ზაფხულის ერთი თვის გარდა, როდესაც მეპატრონეები დასასვენებლად მიმგზავრებიან, წლიური შემოსავალი მოაქვს. საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეები მსხვილფეხა რქოსან მერძვე ცხოველებს ინახავენ და მუდმივ კლიენტებს ტურისტულ პროდუქტებსა და მომსახურებას სთავაზობენ. ბიზნესი ოჯახური ზეიმებისა და კორპორაციული საღამოების მოწყობას ითვალისწინებს. საკარმიდამო ნაკვეთის წლიური შემოსავალი დაახლოებით 3.5 მილიონი ნორვეგიული კრონაა. მიღებული შემოსავალი თანაბრად ნაწილდება ყველა სეზონზე, რითაც უზრუნველყოფილია სრული ეკონომიკური მდგრადობა. განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს, რომ შემოსავალის მხოლოდ 5% სოფლის მეურნეობაზე, 95% კი ტურისტულ სერვისებზე მოდის.

ეკონომიკურ ურთიერთობებში სოფლად ტურიზმის ბიზნესის გაცილებით მდგრადი მაგალითი Nutheim Gjestegiveri-ს საკარმიდამო ნაკვეთია, რომელიც ნორვეგიის თვრამეტ ტურისტულ მარშრუტში შედის და ავტომაგისტრალ E 134-ის მიმდებარედ არის განთავსებული. ავტომაგისტრალი ქვეყნის დედაქალაქ ოსლოს აკავშირებს ქალაქებს - ხაუგესუნდს, სტავანდერსა და ბერგენს, რომლებიც ქვეყნის სამხრეთით, ოკეანის სანაპიროზეა გაშენებული. მარშრუტი საკმაოდ პოპულარულია ტურისტებში, განსაკუთრებით, უცხოელებში.

საკარმიდამო როგორც გამვლელ, მათ შორის, უცხოელ და ადგილობრივ ტურისტებს, ასევე, ბაზრის განსაკუთრებით ვიწრო სექტორს საქონელსა და მომსახურებას სთავაზობს. ფართოდ რეკლამდება საკარმიდამო ნაკვეთის საბაზრო ნიშა Art hotel (ხელოვნების სასტუმრო). სასტუმროს სარდაფში განთავსებულია ხელოვნების ნივთების მაღაზია და ცნობილი ნორვეგიელი მხატვრების ნახატები, ექსპოზიციები მუდმივად ახლდება. მეპატრონეები უკვე მესამე თაობით პროფესიონალი ხელოვნებათმცოდნეები, კერძოდ კი მხატვრები არიან. საკარმიდამო ნაკვეთი წლებია უკვე რაც ნორვეგიელი მხატვრების შეხვედრის ადგილია. აქ ისინი ხატავენ ნაკვეთიდან გაშლილ ბუნების ულამაზეს პეიზაჟებს. ნებისმიერი სასტუმროსთვის დამახასიათებელი მომსახურების პარალელურად, Nutheim Gjesvtegeri-ის მეპატრონეები სტუმრებს განსაკუთრებულ პროდუქტს სთავაზობენ - ტურისტებისთვის 1-2-კვირიან ხატვის კურსებს აწყობენ. აქ არსებული ლუთერანი მღვდელმსახურის შენობაში არსებულ ეკლესიაში (სურ. 4.1) კი ახალდაქორწინებულებს ჯვრისწერის, ნათლობის, სხვა რელიგიური რიტუალების შესრულებას სთავაზობენ. საკარმიდამო ნაკვეთის დიასახლისი აწყობს ექსკურსიებს, ატარებს ლექციებს ტურისტული ობიექტის ჩამოყალიბების შესახებ, უყვება მხარესთან დაკავშირებულ ლეგენდებს. საქონლისა და მომსახურების ფართო სპექტრის, აგრეთვე, მოგებიანი ადგილმდებარეობის წყალობით, ობიექტის ეკონომიკური მდგრადობა გაცილებით მაღალია, ვიდრე ზემოთ აღწერილ სხვა საკარმიდამო ნაკვეთებზე. Nutheim Gjesvtegeri ავითარებს ტურისტულ პროდუქტებს, რომელზეც მოთხოვნა სრული წლის მანძილზე არსებობს, აქედან გამომდინარე, შემოსავალი ბიზნესიდან წლიურად 5 მილიონი ნორვეგიული კრონაა. ამრიგად, სოფლად ტურიზმის ობიექტის ადგილმდებარეობა, ბაზრის განსაზღვრულ

სეგმენტზე ორიენტირება, აგრეთვე, პერსონალის მაღალი კომპეტენცია აძლიერებს სოფლად ტურიზმის ეკონომიკურ მდგრადობას.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის სოციალური მდგრადობა

სოციალური მდგრადობა გულისხმობს მუდმივი სამუშაო ადგილების შექმნას. როგორც კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის განვითარების გამოცდილება გვიჩვენებს, მათგან უმრავლესობა მიკრო - მცირე საწარმოებია, რომლებიც სამუშაო ადგილებით უპირატესად საკარმიდამო ნაკვეთის მესაკუთრეებს უზრუნველყოფს. გარედან ადამიანური რესურსების დასაქმება სეზონურ ხასიათს ატარებს და ისეთ მასობრივ ღონისძიებებს უკავშირდება, როგორცაა ქორწილი, კორპორაციული საღამო, კურსები, კონფერენციები, რაც, რა თქმა უნდა, დიდი რაოდენობით ტურისტების მიღებას უკავშირდება.

სოფლად ტურიზმის სოციალური მდგრადობა, როგორც წესი, უშუალოდ ეკონომიკურ მდგრადობას უკავშირდება. ზემოთ ჩვენ უკვე განვიხილეთ მაგალითები კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესის ეკონომიკური მდგრადობის სხვადასხვა დონეზე. თუკი, მაგალითად, სოფლად ტურიზმის ბიზნესი Vrådal Hyttegrend AS საკარმიდამო ნაკვეთზე სეზონური ხასიათის მატარებელია, იქ დასაქმებაც სეზონურია; მართალია, ხშირია ღონისძიებები, სადაც დიდი რაოდენობით ადამიანი იყრის თავს. ასეთ შემთხვევაში, გვერდითი მუშახელის დასაქმება (ძირითადად, დამლაგებლების, ოფიცინტების და მზარეულის) ისევ სეზონურ ან/და ფრაგმენტულ ხასიათს ატარებს. მუშახელის მოწვევა ძირითადად მეზობელი საკარმიდამო ნაკვეთებიდან

ხდება. ასეთი დასაქმება მოსახლეობას ძირითადად ერთად დამატებითი შემოსავლის მიღების საშუალებას აძლევს

ეკოლოგიური მდგრადობა

ეკოლოგიური და ბუნების დაცვითი მდგრადობა გულისხმობს საქმიანობას, რომლის დროსაც გრძელვადიან პერსპექტივაში უზრუნველყოფილი იქნება გარემოს დაცვა.

ბუნება სოფლად ტურიზმის ძირითადი პროდუქტია. გარემო განსაკუთრებულ მიმზიდველობას სძენს სოფელს, ხაზს უსვამს მის ხელუხლებლობას, ასოცირდება სისუფთავესთან, ბუნებრიობასთან და ა. შ. მისი დაზიანება, ტყის გაჩეხვა, წყლის დაბინძურება, ფაუნის გაჟღეჭვა და ეკოსისტემის მსხვრევა ქალაქის მოსახლეობას სოფლისადმი ინტერესს გაუნელებს და ამით სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის ხარისხს დასწევს. შემოსავლებზე დევნით, ხშირად ვივიწყებთ გარემოს, რომელიც მიმზიდველი ელემენტია სოფლად ტურიზმში.

ბუნების ლანდშაფტი და განსაკუთრებული ბუნებრივი არქიტექტურული ფორმები ხშირად სოფლად ტურიზმის პროდუქტად ყალიბდება, ისე როგორც, მაგალითად, სოფლად ტურიზმი ესპანეთის პროვინცია კატალონიაში, სადაც განსაკუთრებულად მიმზიდველი ბუნებრივი ლანდშაფტები ყველაზე გაყიდვად ტურისტულ პროდუქტად იქცა (სურ. 4.2).

საკარმიდამო ნაკვეთის ადგილმდებარეობა, პოპულარული ტურისტული დანიშნულების ადგილები ტრადიციული ტურისტული მარშრუტები არსებით გავლენას ახდენს ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის ხარისხზე. ეს ფაქტორები აუცილებელად უნდა იქნას გათვალისწინებული ტურიზმის ბიზნესის ჩამოყალიბებისა და განვითარების საწყის ეტაპზე.



სურ. 4.1. Nutheim Gjestegiveri საკარმიდამო ნაკვეთზე მოქმედი ლუთერანული ეკლესია



სურ. 4.2. ბუნებრივი ლანდშაფტები - ესპანეთში, გალიციის პროვინციაში, სოფლად ტურიზმის წარმატებით გაყიდვადი პროდუქტები

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტების შექმნა, როგორც წარმატების ძირითადი ფაქტორი

წინა თავებში არაერთხელ აღვნიშნეთ, რომ სოფლად ტურიზმი რეგიონის სოციალური და ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების ერთგვარი ინსტრუმენტია. პირველი ნაბიჯი ამ მიზნის მისაღწევად - ქალაქის მოსახლეობის მიზიდვაა, აგრეთვე, უცხოელების დაინტერესება გარკვეული მიზნით. ეს შესაძლებელია იყოს დასვენება, ადგილობრივი ბუნების თავისებურების, ისტორიული მოვლენებისა და კულტურული მემკვიდრეობის, ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების წესისა და ყოფის, ტრადიციული ხელოსნობის გაცნობა და ა. შ. იმისთვის, რომ ქალაქის მკვიდრი სოფლად მივიდეს, აუცილებელია ისეთი პროდუქტის შეთავაზება, რომელიც ქალაქში არ არის. სოფლად მისული ტურისტისთვის არ არის საკმარისი, მაგალითად, უბრალოდ რაიონის შესახებ ისტორიული ფაქტების მოსმენა და ამის საფუძველზე ადგილობრივი მოსახლეობის ყოფისა და კულტურის გაცნობა. ანალოგიური ინფორმაციის მოძიება შესაძლებელია წყაროებსა და ლიტერატურაში, ინტერნეტში და ა.შ. ტურისტს სოფლად უნდა მიეწოდოს ის, რის ნახვა და განცდაც შეუძლებელია ქალაქში, ანუ რაიმე განსაკუთრებული, ექსკლუზიური და განუმეორებელი.

სოფლად ტურიზმის მათ შორის საკარმიდამო ნაკვეთზე პროდუქტების ექსკლუზიურობა წარმატების გადამწყვეტი ფაქტორია. ჩვენ ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ტურიზმის როგორც საქონელსა და მომსახურებაზე ზრდის ინსტრუმენტის მიზანს წარმოადგენს ტურისტებისთვის ისეთი სახის პროდუქტის შეთავაზება რომელიც ქალაქში არ მოიპოვება. მაგალითად, დასვენება

სუფთა ჰაერზე, ხოლო თუ ამ უკანასკნელს ბალნეოლოგიური ან გამაჯანსაღებელი თვისებები გააჩნია, ეს უკვე ექსკლუზიური პროდუქტია. იგივე შეიძლება ითქვას კვების პროდუქტებზე, რომლის ხარისხისა და ეკოლოგიურობის შესახებ დახლებთან ძალიან ბევრს საუბრობენ. მაგალითად, ვიდრე დახლებზე საცალო გაყიდვებისთვის მზადდება ხილი და ბოსტნეული, ის ხანგრძლივ გზას გადის, დაწყებული დაკრეფით, შეფუთვით და ტრანსპორტირების ჩათვლით. ხოლო უცხოური დამატებით გადის განბაჟებას, დასაწყობებას და საბოლოოდ საცალო ვაჭრობის ქსელში გადატანას, რაზეც სასარგებლო თვისებების 50% იკარგება, მათ შორის, ვიტამინები. სავაჭრო ცენტრებში შეთავაზებული ბოსტნეულის უმრავლესობა ხშირად გენმოდირივირებულია. მეცნიერული კვლევები ადასტურებენ ასეთი პროდუქტების მაღალ კანცეროგენურობას, რაც საფრთხეს უქმნის ადამიანის ჯანმრთელობას. ამ თვალსაზრისით, ტურისტებისთვის საკარმიდამო ნაკვეთზე კვების ისეთი პროდუქტების შეთავაზებას, განსაკუთრებით, ბოსტნეულისა და ხილის, ფრინველის ხორცის, პურ-ფუნთუშეულისა და სხვების, რომელთა შეძენა ქალაქშიცაა შესაძლებელი, არ აქვს აზრი. ქალაქში შეძენილი ანალოგიური პროდუქტებისთვის ქალაქის მაცხოვრებლები სოფლად არ მიემგზავრებიან.

სოფლად ტურისტებისთვის შეთავაზებული კვების პროდუქტები, უმეტეს შემთხვევაში, ადგილობრივი წარმოებისა უნდა იყოს. განსაკუთრებული ეფექტის მოხდენა შეუძლია პირდაპირ ბაღებიდან სუფრაზე მორთმეულ ბოსტნეულსა და ხილს. ნორვეგიაში, მაგალითად, ბაღიულის ხარისხი განისაზღვრება ნაკვეთიდან მაგიდამდე მანძილით (fra jord til bord - ნაკვეთიდან მანძილამდე. ნორ). რაც უფრო მცირეა მანძილი, მით უფრო ხარისხიანია პროდუქტი. არავინ დაობს, რომ სოფლად ტურისტე-

ბისტვის შეთავაზებული პროდუქტები ეკოლოგიურად სუფთა და ორგანულ სასუქზე მოყვანილი უნდა იყოს, ფრინველიც ასევე ბუნებრივი საკვებით და არა თევზის ფხის ფხვნილით ნაზარდი, რაც დიდი რაოდენობით კანცეროგენს შეიცავს. ასეთი ეკოლოგიურად სუფთა ბიოპროდუქტები ქალაქის მაცხოვრებლებისთვის მნიშვნელოვანი მოტივაციაა სოფლად გამგზავრებისთვის.

თუ თქვენ კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ქალაქელს ღამის-თევას სთავაზობთ, ის, ასევე ექსკლუზიური უნდა იყოს - ისეთი, როგორსაც ქალაქში ვერ იპოვებ. ცნობილია, რომ ბეტონი და ქვა, რისგანაც ქალაქის საცხოვრებელი სახლებია ნაგები, რადიაციულია. ბუნებრივია, ჩნდება კითხვა: ღირს თუ არა სოფლად გამგზავრება, თუკი იქაც აგურისა და ბეტონის სახლში გიწევს ცხოვრება? რა თქმა უნდა, არა, მით უფრო - ხანგრძლივი პერიოდით. თუკი ტურისტებს ვთავაზობთ ეკოლოგიურად სუფთა მასალებით აშენებულ, ვთქვათ, თიხის ფილებით გადახურულ ხის სახლს, შესაბამისი გათბობითა და ვენტილაციით, რაც გამოირიცხავს მაღალ ტენიანობას, საცხოვრისი ექსკლუზიური და მიმზიდველი ხდება. განსაკუთრებული ექსკლუზიურობისთვის შესაძლებელია მისი მოწყობა თავლაში, ძროხებისა და ცხვრების სადგომში. ასეთი სასტუმროს შესასვლელ კარს უნდა მიენიშნოს არა რიგითი ნომერი, არამედ გაუკეთდეს წარწერა - ცხვრების სადგომი ან თავლა და მაქსიმალურად შენარჩუნდეს წყობის როგორც შიდა, ისე გარე ელემენტები. ინტერიერი მოეწყოს ისე, რომ თავლის ასოციაცია გაჩნდეს. ტურიზმის მიზნებში გამოსაყენებელი შენობის ინტერიერი მაქსიმალურად უნდა შეესაბამოს რეგიონის კულტურასა და ეროვნულ ტრადიციებს. უნდა ასახავდეს გარკვეულ ეპოქას, და არ აკოპირებდეს ქალაქის სტანდარტს. ამ თვალსაზრისით საკარმიდამო ნაკვეთის ნორვეგიელმა მეპატრონეებმა არნახულ წარმატებას მიაღწიეს.

პროდუქტის ექსკლუზიურობა სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი ფაქტორია (Derek Hall, Irene Kirkpatrick and Morag Mitchell, 2005). სახელმძღვანელოში განვიხილავთ ნორვეგიაში, Lien Fjellgard საკარმიდამო ნაკვეთზე სოფლად ტურიზმის პროდუქტის ექსკლუზიურობის მაგალითს, რომელიც ქვეყანაში არსებული 55 ეგზოტიკური სასტუმროდან (Edda Espeland, 2016) შეიძლება გამოირჩეს.

ბუნებრივი გარემოს ექსკლუზიურობა

როგორც აღვნიშნეთ, დასვენების თუ ორგანიზმის გაჯანსაღების მიზნით, გარემო, კერძოდ კი ბუნება იზიდავს ტურისტებს სოფლად. თქვენ ვერ შეძლებთ მიიზიდოთ ტურისტი საკარმიდამო ნაკვეთზე, თუკი იქ ქალაქის მსგავსად დაბინძურებული გარემო იქნება, ან ადგილზე, რომლისთვისაც არ არის დამახასიათებელი ეკოლოგიური თავისებურებები, განსაკუთრებული და განუმეორებელი ლანდშაფტი, გამორჩეული ფლორა და ფაუნა. ჩამოთვლილი ფაქტორების არსებობა მნიშვნელოვნად ზრდის სოფლის საკარმიდამო ნაკვეთის, როგორც ტურისტული ობიექტის, ექსკლუზიურობას.

თვალსაჩინოებისთვის კიდევ ერთხელ გავემგზავროთ ესპანეთის პროვინცია, კატალონიაში, რომელიც ლამაზი ლანდშაფტებით, ექსკლუზიური ბუნებრივი არქიტექტურული ფორმებით იწონებს თავს, სწორედ ამ უკანასკნელის ტურისტებისთვის დემონსტრირება იქცა სოფლად ტურიზმის ყველაზე გაყიდვად პროდუქტად 1980-იან წლებში.

ბუნებრივი არეალის სიახლოვეს, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე, ტურისტული ბიზნესის განვითარების მისაღწევად საკმარისი არ არის მხოლოდ ტყის მასივები, აუცილებელია, ეს უკანასკნელი იყოს ეკოლოგიურად სუფთა, დაუზიანებელი ბუნებრივი ფლორითა და ფაუნით, განსაკუთრებული ესთეტიკური

თვალსაზრისით, ექსკლუზიური და განუმეორებელი. ასეთი შეიძლება იყოს ჩანჩქერები, ბუნებრივი მიკრო არქიტექტურული ფორმები, რელიქტური ჯიშის ტყის მასივები და ა.შ.

სოფლად ტურიზმის პროდუქტის შექმნის დაგეგმვისას, აუცილებელია განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმოს ობიექტის ადგილმდებარეობას არა მხოლოდ სატრანსპორტო მაგისტრალის, ტურისტული მარშრუტებისა და მსხვილი ქალაქებისგან სიშორის გათვალისწინებით, არამედ რელიეფის, ლანდშაფტის განსაკუთრებულობით, წყლის რესურსებთან სიახლოვეთ და ა.შ.

მივუბრუნდეთ ნორვეგიის ტურისტულ საკარმიდამო Lien Fjellgard-ს, რომელიც ნორვეგიის ერთ-ერთი პოპულარული ეროვნული ტურისტული მარშრუტის სიახლოვეს მდებარეობს. ექსკლუზიურობის ზრდის თავისებურებას, შესაბამისად, სტუმრებში მიმზიდველობას მისი ცალკე პლატოზე მდებარეობა განსაზღვრავს, სადაც ასვლა ცენტრალური მაგისტრალიდან, ავტომობილით 10-15 წუთს მოითხოვს. ადგილმდებარეობა გარე სამყაროსგან იზოლირების, მოწყვეტის განცდას ტოვებს, მით უფრო, როცა ნისლიანი ამინდია და საკარმიდამო ნაკვეთი სქელი ნისლის და ღრუბლების ზემოთ ექცევა. ასეთ დროს ადამიანისთვის განცალკევების, ურბანიზაციული სამყაროსგან მოშორების ატმოსფერო იქმნება, სადაც სიმშვიდე ისადგურებს და მარტოდ ბუნებაში ან „ღრუბლებში“ ექცევი, ირგვლივ კი არსად ჩანს მეზობლის სახლები, როგორც ეს ქალაქში ხდება - ეს უკვე ექსკლუზიურობაა.

პლატოდან ქვევით ჩამოსულს, მის მისასვლელთან, გვხვდება სოფლად ტურიზმის გასაწყლებული ობიექტები, სადაც ტურისტებზე შეთავაზებული პროდუქტები შეზღუდული მოთხოვნით სარგებლობს, მიუხედავად იმისა, რომ ლიენ ფელგორიდან ამ ობიექტებამდე 1.5-2 კმ-ია. სოფლად ტურიზმის სწორად შერ-

ჩეული ადგილი მნიშვნელოვნად ზრდის საკარმიდამო ნაკვეთის, როგორც ტურისტული ობიექტის, მიმზიდველობას. ამრიგად, ტურისტული ბიზნესის დაფუძნებისას აუცილებელია განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმოს, პირველ ყოვლისა, ბუნებრივი გარემოს ექსკლუზიურობის ხარისხს, სადაც უნდა გაჩნდეს ესა თუ ის ტურისტული ობიექტი. ბუნებრივი გარემოს ექსკლუზიურობა შესაძლებელია გაიზარდოს ისეთი ფაქტორებით, როგორებიცაა:

1. ეკოლოგიურად სუფთა და უნაკლო გარემო.
2. ადამიანის მიერ ხელუხლებელი და დაუზიანებელი ბუნებრივი გარემო.
3. განსაკუთრებული, განუმეორებელი ლანდშაფტი, მიმზიდველი ფლორა და ფაუნა.
4. ადგილის მიკროკლიმატის ბალნეოლოგიური თვისებები.
5. სოფლად მჭიდროდ დასახლებული ადგილებისგან სიმორე.
6. წყლის რესურსებთან (ტბა, მდინარე და ა.შ) სიახლოვე.

კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესში შენობა-ნაგებობებისა და ინტერიერის ექსკლუზიურობის ფაქტორი

სოფლად ტურიზმში ტურისტებისთვის და ზოგადად ადამიანებისთვის განსაკუთრებით მიმზიდველია არა მხოლოდ განსაკუთრებული ბუნებრივი ლანდშაფტები, არამედ კონკრეტული ადგილისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული არქიტექტურული შენობა-ნაგებობები, მშენებლობის სტილი, რაც, ხშირ შემთხვევაში, თითქმის არსად მეორდება. მაგალითად, ესპანეთის სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების სახელმწიფო რეგულირებაში მნიშვნელოვანი ადგილი ეთმობა კონკრეტული

ადგილისთვის დამახასიათებელი, ტრადიციული არქიტექტურის რესტავრაციას და მათ გამოყენებას ტურიზმის ბიზნესის მიზნებში. ასეთი შენობების რესტავრაციის ფინანსირებისას უპირატესობა ენიჭებოდა. მაგალითად, კატალონიის კანონმდებლობით, ფინანსდება ყველა ობიექტის აღდგენა, რომელიც 90 და მეტი ხნისაა (სურ. 4.3), იმ პირობით, რომ შენარჩუნდება მისი სრული არქიტექტურული იერსახე და ამასთან, გამოყენებული იქნება ამ ადგილისთვის დამახასიათებელი სამშენებლო და მოსაპირკეთებელი მასალები. მაგალითად, გადასახურ მასალად გამოიყენება ბუნებრივი თიხის და არა თუნუქის ფილა. შიდა ინტერიერის მოსაპირკეთებლად, რომელთა რესტავრაცია ფინანსდება სრულად ან ნაწილობრივ, გიბსოკარდონის ნაცვლად ქალაქი და სხვა თანამედროვე სამშენებლო მასალები, ასევე, ბუნებრივი ფილები და ბლოკები (სურ. 4.4), რომლებიც ასევე ტრადიციულად გამოიყენებოდა კატალონიაში.

ნორვეგია, ტრადიციულად, ფერმერების ქვეყანაა, რაც საქალაქო და სოფლის არქიტექტურაში აისახება. ავტომობილით ნორვეგიაში გადაადგილებისას, თქვენს ყურადღებას მიიქცევს როგორც ტიპური ფერმერული მეურნეობის არქიტექტურა, სადაც შენობა-ნაგებობების ასაკი 100 და მეტ წელს ითვლის, ასევე, თანამედროვე კომფორტული საცხოვრებელი სახლები. ძველი შენობების რესტავრაციას, ისტორიისა და კულტურის ძეგლების დაცვის მიზნით, უმეტესწილად, სახელმწიფო აფინანსებს სრულად ან ნაწილობრივ, ის ასევე ზრდის ნორვეგიის იმიჯს და ხელს უწყობს ექსკლუზიური ტურიზმის განვითარებას ქვეყანაში.

ნორვეგიაში სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრაქტიკაში, განსაკუთრებით, საკარმიდამო ნაკვეთზე სასტუმრო ნომრების, საკვები ობიექტებისა და საბანკეტო დარბაზების, აგრეთვე, კონფერენციის, კურსების ჩასატარებელი სივრცეების

მოსაწყობად ისეთი ძველი სამეურნეო ადგილები გამოიყენება, როგორებიცაა: ცხვრის სადგომი, ბელელი, ამბარი, სამჭედლო და ა.შ. ამასთან, ასეთი შენობების ღირებულება სოფლად ტურიზმის ბიზნესისათვის მათი ასაკით, ორიგინალურობით, წინარე დანიშნულებით, შენახვის ხარისხითა და ინტერიერის ორიგინალურობით განისაზღვრება. კიდევ ერთხელ უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთი შენობების რესტავრაცია და მოწყობა მაქსიმალურად უნდა მოხდეს ორიგინალური არქიტექტურული სტილის, პირველყოფილი ინტერიერის შენარჩუნებით, რომელიც წარსულში შენობის ძირითად დანიშნულებას გახსენებს. მაგალითად, Kvale Din Gård საკარმიდამო ნაკვეთის საბანკეტო დარბაზი ბოსელშია განთავსებული. აქ შენარჩუნებულია კონსტრუქციის ყველა ელემენტი. იქ, სადაც ცხოველის სადგომი იყო, ეხლა მაგიდა დგას (სურ. 4.5). შენობის ათვისების მსგავსი პრინციპი საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმს განსაკუთრებულად მიმზიდველს და ექსკლუზიურს ხდის. ძველი, ორიგინალური, რესტავრირებული შენობები ასევე ღირებულია სასტუმრო ნომრების მოწყობისთვის.

ეს შესაძლებელია იყოს ცალკე შენობა (სურ. 4.6), მაგალითად, ნორვეგიაში, ტელემარკის საგრაფოში, E 134 ავტომაგისტრალზე, სადაც როგორც უკვე ზემოთ აღვნიშნეთ, ქვეყნის ერთ-ერთი პოპულარული ტურისტული მარშრუტი გადის. ძელების სახლი 400 წელზე მეტი ხნისაა და შუა საუკუნეებისთვის დამახასიათებელი სტილითაა ნაგები. სახლის გარე ელემენტების უმრავლესობა ორიგინალურია. ინტერიერი სასტუმროდ არის მოწყობილი და გამვლელ ტურისტებში დიდი მოთხოვნით სარგებლობს, მიუხედავად იმისა, რომ გვერდით განთავსებულია ასევე გასაქირავებელი თანამედროვე კოტეჯები.



სურ. 4.3. ტურისტული მიზნებისთვის რესტავრირებული ძველებური სახლი.

Casa Brandaris ესპანეთის პროვინცია გალიციაში



სურ. 4.4. ესპანეთის პროვინცია გალიციაში სოფლის სასტუმროს ინტერიერი. Casa Videra კერძო საკარმიდამო



სურ. 4.5. სასადილო დარბაზი საქონლის ბოსელში Kvale Din Gard კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე



სურ. 4.6. ძველებური სასტუმრო სახლი სოფლად Mjostøy საკარმიდამო ნაკვეთზე

საკმაოდ რთულია აიძულო ქალაქელი გაემგზავროს სოფლად და იქ აღნიშნოს მისთვის მნიშვნელოვანი თარიღი, მაგალითად, დაბადების დღე, ან გადაიხადოს ქორწილი; ამასთან, შესთავაზო ჩვეულებრივი, ქალაქის არქიტექტურისთვის დამახასიათებელი შენობები ასევე თანამედროვე ინტერიერით. იმისთვის, რომ მან უპირატესობა სოფლის გარემოს მიანიჭოს, აუცილებელია რამე განსაკუთრებული, ექსკლუზიური შესთავაზო, ისეთი, რაც ქალაქში არ არის.

სოფლად საკარმიდამო ნაკვეთზე შენობების ინტერიერის გაფორმება და მოწყობა, ყველა სამშენებლო ნორმებისა და წესების დაცვის კვალდაკვალ, რაც მაცხოვრებლებს ხანძრის საწინააღმდეგო უსაფრთხო სისტემებით და სანიტარული ნორმების დაცვით უზრუნველყოფს, კულტურულ, ისტორიულ და ეთნიკურ თავისებურებას, მოსახლეობის ყოფასა და ტრადიციას უნდა ირეკლავდეს. მაგალითად, Lien Fjellgard საკარმიდამო ნაკვეთზე, საბანკეტო დარბაზში, რომელიც მანამდე მსხვილფეხა რქოსანი ცხოველის ბოსელი იყო, ინტერიერის გაფორმებისთვის გამოიყენება ძველებური ტრადიციული ჭურჭელი, ძველი საყოფაცხოვრებო ნივთები, ინსტრუმენტები, რკინისა და ხის სხვადასხვა ნაკეთობები, გადაადგილების საშუალებები, ძველებური ავეჯი, ტრადიციული ეროვნული ტანსაცმელი და ა. შ., რაც ტურისტებს XVII – XVIII საუკუნეების ატმოსფეროში აბრუნებს. სასტუმრო ნომრები განთავსებულია იმ შენობებსა და სამეურნეო ნაგებობებში, რომლებიც ადრე, მაგალითად, ცხოველების სადგომად გამოიყენებოდა (სურ. 4.7).

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესს ექსკლუზიურს ხდის არა მარტო ასაკი და წინარე დანიშნულება, არამედ ისტორიული მოვლენები, რომლებიც მათ უკავშირდება. მაგალითად, რუსეთში, ნოვგოროდის ოლქში, ილმენის წყალსაცავ-

ზე სტალინმა აიშენა აგარაკი, რომელიც დღეს სასტუმროდ გამოიყენება და დიდი მოთხოვნით სარგებლობს, მიუხედავად ფასისა - 1500 აშშ დოლარი დღე-ღამეში. წონიარისის თემში არის საკარმიდამო ნაკვეთი, სადაც ჩერდებოდა საქართველოს ყოფილი პრეზიდენტი ედუარდ შევარდნაძე. ეს ფაქტი შესაძლებელია საფუძვლად იქნას გამოყენებულ საკარმიდამოზე ექსკლუზიური პროდუქტის ფორმირებისას.

სოფლად Nutheim Gjestegiveri საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეებმა შეიძინეს სახლი, რომელშიც რამდენიმე საუკუნის წინ ცხოვრობდა ლუთერანი მღვდელმსახური - განდევილი. შენობა გადმოტანილ იქნა საკარმიდამო ნაკვეთზე. მის ინტერიერში, ავეჯსა და საყოფაცხოვრებო ნივთებში მაქსიმალურად შენარჩუნებულია იმ პერიოდის სტილი, რომელშიც განდევილი ცხოვრობდა. სახლი, სადაც მოქმედებს მცირე ლუთერანული ეკლესია, არა მხოლოდ მუზეუმი არამედ ტურისტებისთვის სასტუმრო სახლიც არის. ორიგინალურობისა და ინტერიერის სიძველის მიუხედავად, სახლში არის სამზარეულო, რომელიც მოწყობილია ყველა აუცილებელი ინვენტარით; არის, აგრეთვე, აბაზანა და სანიტარული კვანძი. ტურისტები, რომლებიც შენობას ქირაობენ ძირითადად ოჯახური დღესასწაულების გასამართად ღამისთევის ადგილებით, შუა საუკუნეებში „ხვდებიან“, სადაც ტრადიციული საწოლი ადამიანებს აძლევდა არა ჰორიზონტალურად, მიცვალებულის მსგავსად წოლის, არამედ ნახევრად წოლის შესაძლებლობას, რაც იმ ხანად ადამიანს თავდამსხმელის მოგერიების შესაძლებლობას უტოვებდა.

სოფლად საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის მთავარ ღირებულებას იქ, თავიდანვე აღმართული ძველი ორიგინალური შენობა-ნაგებობები წარმოადგენს. მაგალითად შეიძლება დავასახელოთ შენობები Lien Fjellgard საკარმიდამო ნაკვეთზე, რომლის

ახლანდელი მეპატრონეები წინა მესაკუთრეების პირდაპირი მემკვიდრეები არიან 1600 წლებიდან. საკარმიდამო ნაკვეთზე არსებული 26 საცხოვრებელი ნაგებობიდან უმეტესობა ძველი და იმ პერიოდშია აშენებული. ეს შენობები დღეს ნაწილობრივ რესტავრირებულია და მოწყობილია ტურისტული ბიზნესის სხვადასხვა დანიშნულებისთვის.

სოფლად კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ყოველთვის არ გვხვდება ძველებური ისტორიული შენობა-ნაგებობები. ასეთ შემთხვევაში შესაძლებელია რეგიონის სხვა ადგილებში მათი შეძენა და გადმოტანა, სადაც იგეგმება ტურისტული ბიზნესის განვითარება, როგორც ეს ნორვეგიის ტელემარკის საგრაფოში Flatdal-ის პუნქტში Uppigard Nataddal საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეებმა გააკეთეს. შენობების უმეტესობა აქ ძველებურია, თუმცა შეძენილი საგრაფოს სხვადასხვა ადგილებში და ტურისტული მიზნებისთვის ნაწილობრივ რესტავრირებული (სურ. 4.8).

ხშირ შემთხვევაში, სოფლად საკარმიდამოზე, სადაც ვერ ხერხდება ძველი შენობების შეძენა, იმ რეგიონისთვის ტრადიციული საშენი მასალებით ძველ არქიტექტურულ სტილში აგებენ ახალს. მაგალითად, ხის კონსტრუქციებს ძველებური იერი ეძლევა შესაბამისი განსაკუთრებული მასალებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებით. ბუნებრივია, ექსკლუზიურობის ხარისხი, და შესაბამისად, ასეთი შენობების ღირებულება ტურისტული პროდუქტის ფორმირებაში, ორიგინალურთან შედარებით, დაბალია.

შენობებში, რომლებიც სასტუმროს ნომრებად გამოიყენება, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ინტერიერის ექსკლუზიურობას როგორც საძინებლებში, ისე საერთო მოხმარების ოთახებში. მაგალითად, ტელემარკის საგრაფოში სოფლად

მოქმედებს ექსკლუზიური სასტუმრო Straand Hotell, სადაც შენარჩუნებულია ძველი ნაწილი, რომელიც 1984 წლიდან საკარმიდამო ნაკვეთზე სასტუმროდ გამოიყენებოდა. სასტუმროს ძველ ნაწილში საზოგადოებრივი მოხმარების ადგილებში ინტერიერი (სურ. 4.9), აგრეთვე, საძინებელი ოთახები სტუმარს IX საუკუნის ატმოსფეროს უქნის. ინტერიერის გაფორმებისას უნდა შენარჩუნდეს იმ კონკრეტული ადგილისთვის დამახასიათებელი გარკვეული ეპოქის ან პერიოდის სტილი და ის არ უნდა ემსგავსებოდეს ანტიკვარული ნივთების ნაკრებს.

უჩვეულო ექსკლუზიური სასტუმრო ნომრის მაგალითი შეიძლება იყოს Nutheim Gjestegiveri საკარმიდამო ნაკვეთზე სახლ-მუზეუმი (სურ. 4.10), რომელიც ასევე დიდი მოთხოვნით სარგებლობს ტურისტებში. ძველებური შენობა-ნაგებობების სასტუმრო ნომრებად გამოყენებისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ სამშენებლო, ხანძრის საწინააღმდეგო და სანიტარულ ნორმებს.

დღეს ხშირად სოფლად შენდება სასტუმროები თანამედროვე ტექნოლოგიისა და არქიტექტურის გამოყენებით, ინტერიერში გამოიყენება ხელოვნური მოსაპირკეთებელი მასალა. ასეთი სასტუმროები, როგორც წესი, ტურისტებში განსაკუთრებულ ინტერესს არ იწვევს. ექსკლუზიურობის ზრდის და სასტუმროს ნომრის მიმზიდველობისთვის შესაძლებელია მათი მოწყობა ძველებური, ვთქვათ, რეგიონში რომელიმე გმირის ან პოპულარული სახალხო თქმის თუ ზღაპრის გმირის პერიოდის მანერაში. მაგალითად, შესაძლოა ნომერს მივანიჭოთ არა რიგითი ნომერი, არამედ ლიტერატურული გმირის, ვთქვათ, დათა თუთაშხიას ან კაკო ყაჩაღის სახელი და ა. შ. ამასთან, სასტუმროს ნომერი უნდა მოეწყოს აღნიშნული გმირების ეპოქის სტილში, შესაბამისი ნივთების, მულაჟების, იარაღის, ტანსაცმლისა და საყოფაცხოვ-



სურ. 4.7. სასტუმრო სახლი სოფლად Lien Fjellgard საკარმიდამოზე, რომელიც წინათ შინაური ცხოველების შესანახად გამოიყენებოდა



სურ. 4.8. სოფლად Uppigard Nataddal საკარმიდამოზე Stabbur-ის ძველებური შენობა



სურ. 4.9. Straand Hotell სასტუმროს საზოგადოებრივი მოხმარების სივრცის ინტერიერი



სურ. 4.10. ექსკლუზიური სასტუმრო ნომერი Nutheim Gjestegiveri საკარმიდამოზე

რებო ნივთების, ავეჯის, რომლითაც პერსონაჟები სარგებლობდნენ და ა.შ. დემონსტრირებით. საძინებელი შენობის გაფორმების ეს პრინციპი ტურისტებში ზრდის ტურისტული პროდუქტების ექსკლუზიურობას და მიმზიდველობას. საბოლოო ჯამში, საკარმიდამო ნაკვეთზე საქონლისა და მომსახურების აღნიშნული პრინციპის დაცვა გაზრდის ტურისტული ბიზნესის მდგრადობას, რომლის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი რესურსი კულტურა და ისტორიაა.

წარმოების ძველებური ექსკლუზიური ტექნოლოგიები, აგრეთვე, ტრადიციული კულინარია, როგორც წარმატების ფაქტორი

სოფლად ტურიზმის შეთავაზებული პროდუქტების ექსკლუზიურობა უნდა არსებობდეს ყველგან და ყველგან. მაგალითად, თუკი ვაზის რეგიონებიდან რომელიმე საკარმიდამო ნაკვეთი სტუმრებს იღებს ღვინის წარმოებისა და შენახვის, აგრეთვე, ყურძნის პროდუქტების სადემონსტრაციოდ, მაშინ ტურისტებისთვის მეტ-ნაკლებად მიმზიდველი იქნება არა თანამედროვე ტექნოლოგია, რომლის გაცნობაც შესაძლებელია ნებისმიერ ღვინის ქარხანაში, არამედ ძველი, ტრადიციული, კონკრეტული ადგილისთვის დამახასიათებელი ტექნოლოგიები, შესაბამისი მოწყობილობებითა და შენახვის ადგილის გამოყენებით.

განსაკუთრებული ექსკლუზიურობით უნდა გამოირჩეოდეს ტურისტებისთვის შეთავაზებული ნაციონალური სამზარეულო, რომელიც ასევე კონკრეტული რეგიონისთვის დამახასიათებელი კერძებით გამოირჩევა. თითოეული კერძი ადგილობრივი, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებითა და ძველი ტექნოლოგიით

უნდა დამზადდეს. პური, მაგალითად უნდა ცხვებოდეს ადგილზე, სასურველია, თონეში სტუმრების თანდასწრებით, და არა პურის ქარხანაში, ქალაქში.

ნორვეგიის საკარმიდამო ნაკვეთების უმრავლესობა, რომლებიც ტურისტულ ბიზნესში არიან ჩართულნი, გამონაკლისის გარეშე, ტურისტებს საკარმიდამო ნაკვეთზე მოყვანილი, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებისგან მომზადებულ, იმ მხარისთვის ტრადიციულ კერძებს სთავაზობენ. მასპინძლები თავად აცხობენ პურს, ბოლავენ თევზს, მოჰყავთ მწვანელი და ტრადიციული ტკბილეული, აგრეთვე ამზადებენ უალკოჰოლო სასმელებს და ა. შ.

პერსონალის ექსკლუზიური კომპეტენცია, როგორც წარმატების ფაქტორი

სოფლად ტურიზმის ბიზნესში ექსკლუზიურობა უნდა შენარჩუნდეს მაშინაც, როცა საქმე საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტების მომსახურე პერსონალს და მეურნეობის მეპატრონეებს ეხება. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ისეთ ერთი შეხედვით არაპირველხარისხოვან ელემენტებს, როგორიცაა პერსონალის სპეციალური სამოსი, მომსახურების მანერა და ადგილობრივ დიალექტზე საუბარი, მაგალითად, ქართველი ტურისტების მომსახურე პერსონალი იმერეთში, სასურველია, ტურისტს ესაუბრებოდეს ადგილობრივ, იმერულ დიალექტზე, რაც ხაზს უსვამს იქაურთა თვითმყოფადობას და ხელს უწყობს სოფლად ტურიზმში შეთავაზებული პროდუქტის სრულყოფილად აღქმას, შესაბამისად, იმერეთის განსაკუთრებულობას. ცნობილია, რომ ენა არა მხოლოდ ურთიერთობის საშუალებაა, არამედ მოსახლეობის კულტურული თავისებურებების გამომხატველიცაა. ამიტომ, აუცილებლობის შემთხვევაში, სასურველია

სამსახურში მოწვეულ იქნას პერსონალი ადგილობრივი მაცხოვრებლებიდან და არა სხვა რეგიონებიდან.

ნორვეგიელი ეთნოსის განსაკუთრებულობა დიალექტის სიუხვეა, რომელიც ხაზს უსვამს ეთნიკური ნორვეგიელების კუთვნილებას არა მხოლოდ კონკრეტულ რეგიონთან, არამედ მცირე ადგილებთანაც. ამიტომ, სწორედ ეს განსაკუთრებულობა, რომელიც კონკრეტული დასახლებული პუნქტისთვის არის დამახასიათებელი, ხშირად ექსკლუზიურობის ელემენტია და ზრდის ტურისტული დესტინაციის მიმზიდველობას. მაგალითად, საერთაშორისო მარშრუტის ერთ-ერთი მძღოლი ნორვეგიაში საუბრობს როგორც ფართოდ გავრცელებული სალიტერატურო ენით - ბუკმოლით, ისე იშვიათ დიალექტზე, რომელსაც ის ხალხი იყენებს, სადაც ხაზის ავტობუსი მიემგზავრება. დიალექტი იმდენად ექსკლუზიური და მიმზიდველია თავის ჟღერადობით, რომ ზოგიერთი მგზავრი არათუ ისმენს მძღოლის საუბარს, არამედ ტელეფონით იწერს კიდეც დიალექტს. ექსკლუზიურობა ასევე აუცილებელია საკარმიდამო ნაკვეთის ადგილმდებარეობის აღმნიშვნელი ნიშნების გაფორმებასა და დიზაინში.

ხარისხი, წარმატების არსებითი ფაქტორი

შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების მაღალი ხარისხი ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორია საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტულ ბიზნესში. აუცილებელია განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმოს სოფლად გამგზავრების პირველივე ეტაპიდან ტურისტებისთვის შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების ხარისხს. საქართველოს ზოგიერთ რეგიონში რა ნეგატიურ

ასოციაციებთან შეიძლება იქნას დაკავშირებული დღეს ტურისტის გამგზავრება საკარმიდამო ნაკვეთზე ან/და ადგილზე გაჩერება? წინამდებარე წიგნის ავტორის გამოცდილებით, ეს შესაძლებელია იყოს:

- ბინძური, ანტისანიტარიული და ხშირად ტექნიკურად გაუმართავი სამარშრუტო ავტობუსები, რომელთა უმრავლესობა თავდაპირველი დანიშნულებით სატვირთო იყო და ისინი სამგზავროდ იქნა გადაკეთებული, რაც სახიფათო ვითარებაში საფრთხეს უქმნის მგზავრთა ჯანმრთელობასა და სიცოცხლეს;
- ასეთი ტრანსპორტის მძღოლები ხშირად მოუწესრიგებელი, გაუპარსავი არიან, არასასიამოვნო სუნით, ბილწისიტყვაობენ და მიუხედავად საქართველოში შემოტანილი მოწვევის აკრძალვისა, ავტობუსის ტარებისას აგრძელებენ მოწვევას და მგზავრების შენიშვნაზე აგრესიულად რეაგირებენ. ასეთი ტრანსპორტით სარგებლობის საფრთხე მდგომარეობს იმაში, რომ მძღოლები მუდმივად არღვევენ საგზაო მოძრაობის წესებს, რითაც საფრთხეს უქმნიან ტრანსპორტში მსხდომთა ჯანმრთელობას. მგზავრებისთვის დევნაში ხშირად ნამდვილ სასაკლავო აწყობებენ, რის მოწმეც არაერთხელ გავმხდარვარ.
- ხშირად ტრანსპორტი გადაადგილდება არა გრაფიკით, არამედ ადგილების შევსების მიხედვით და ამით შესაძლოა მგზავრებს დასასვენებლად გასამგზავრებელ და დაგეგმილ დროსთან დაკავშირებით პრობლემა შექმნათ. ეს სატრანსპორტო საშუალებები, უმრავლეს შემთხვევაში, საბარგულებით და ნიშებით არ არის აღჭურვილი, რაც დამატებით უხერხულობას უქმნის სოფლად დასვენების მიზნით გამგზავრებულ ტურისტს.

- გზების მშენებლობაში განსაზღვრული ინვესტიციების მიუხედავად, გზები მაინც არ არის დამაკმაყოფილებელი. ტურისტების გადაადგილებისთვის მნიშვნელოვან გზებზე არ არის გამოყოფილი და აღჭურვილი სპეციალური დასვენების ან/და ავტოტრანსპორტის გასაჩერებელი ადგილები. რაც არის - ხშირად არ შეესაბამება დადგენილ სანიტარიულ და სახანძრო უსაფრთხოების ნორმებს. ცენტრალური მაგისტრალიდან გამავალი გზები მეტწილად გრუნტირებული, არაპროფილირებულია, რთულად სავალი, ხევებისაგან და დახრილი ადგილებისაგან დამცავის გარეშე. ხშირად შეუძლებელია შემხვედრ ტრანსპორტზე გვერდის ავლა, ხოლო ზოგიერთ საკარმიდამო ნაკვეთზე მისასვლელად აუცილებელია ტარების განსაკუთრებული უნარების ქონა. ასეთი გზები საფრთხეს ქმნის ტურისტებისთვის გადაადგილებისას. ასეთი ვითარებით, როგორც წესი, ხასიათდება საკარმიდამო ნაკვეთები მთიან აჭარაში.
- უმეტეს შემთხვევაში, საკარმიდამო ნაკვეთზე მოხვედრისას ტურისტს შესაძლებელია იქ გაჩერების სურვილი დაეკარგოს. საკარმიდამო ნაკვეთი, როგორც წესი, მოუვლელია, ტურისტების დასვენებისთვის მოუწყობელი; შენობები გადატვირთული და არაესთეტიურია. ირგვლივ ბევრი ნაგავი, დაჟანგული რკინები ან ბეტონებია, რაც ამცირებს მის მიმზიდველობას და ეკოლოგიურობას. მოვლილ, დასვენების ადგილისთვის გამოყოფილ ტერიტორიას დიდი მნიშვნელობა აქვს ფსიქოლოგიური განტვირთვისთვის, განწყობის გაუმჯობესებისა და დადებითი ემოციების ფორმირებისთვის.

- აჭარის კერძო საკარმიდამო ნაკვეთები ხშირად ბეტონის კონსტრუქციებით არის ნაგები, ხოლო მათი გარე ფასადი სრულებით არ უწყობს ხელს ტურისტების მოზიდვას. ძველი ხის სახლებიც უმეტეს შემთხვევაში მოუვლელია. ასეთი სახლები ძირითადად მეტალით არის დახურული, რომელიც დაჟანგულია. შენობების ნაწილი განახლებას ან ჩანაცვლებას მოითხოვს. როგორც წესი, სანიტარული კვანძი ასეთ სახლებში არის ერთი და ისიც პირველ სართულზე, და წვდომა მათზე მეორე სართულიდან გარე კიბით არის შესაძლებელი. პრაქტიკულად ყველა სახლი სოფლად იგებოდა იქ მცხოვრები ადამიანებისთვის და არ არის ადაპტირებული ტურისტების განთავსებაზე. არ არსებობს სანიტარული კვანძი უშუალოდ საძინებლებთან. აჭარის სოფლად ტურიზმის ტურისტული ბაზრის პროდუქტების კვლევა გვიჩვენა, რომ პრაქტიკულად ყველა რესპონდენტს სურს სოფლად ცხოვრება საცხოვრებელ ერთეულში (ბინა, ოთახი და ა.შ) ყველა მოწყობილობით. ქედის რაიონის წონიარისის საკარმიდამო ნაკვეთების შესწავლისას, იქ, სადაც საცხოვრისები მზად იყო ტურისტების მისაღებად, გამოვლენილ იქნა ანტისანიტარია, მღრღნელების ნაკვალევი, დამტვრეული და ბინძური ავეჯი. რასაც პოტენციურ ტურისტებში არ შეუძლია დადებითი ემოციებისა და ინტერესების აღძვრა.
- კვების პროდუქტების ხარისხი საქართველოს სოფლების რეგიონებში, განსაკუთრებით ბოლო წლებში - მწვავე და მტკივნეული თემად იქცა. ტრადიციულად, საკარმიდამო ნაკვეთზე ნატურალური მეურნეობა წარმოებდა, რაც მსხვილფეხა და წვრილფეხა რქოსანი ცხოველების, ღორების, ქათმის შენახვას, აგრეთვე, ბოსტნეულის თითქმის

ყველა სახეობის მოყვანას გულისხმობს. ჩვენ უკვე ზემოთ აღვნიშნავდით, რომ პირდაპირ ბოსტნიდან მოწოდებული პროდუქტი ექსკლუზიურია. ამიტომ ისინი, პირველ რიგში, მაღალი ხარისხის უნდა იყოს. ასეთი პროდუქტების მოხმარება ძირითადი მოტივაციაა ქალაქის მცხოვრებთათვის სოფლად გასამგზავრებლად. საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის რესურსების შესწავლისას აღმოჩნდა, რომ 158 მასპინძლიდან მხოლოდ ორი ინახავდა სამ ქათამს და ერთ მამალს. მეურნეობებში შემცირდა ბოსტნეული კულტურის მოყვანა. საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეთა მონაცემებით, ბოსტნეულის მოყვანისას გამოიყენება ხელოვნური მინერალური სასუქი, მათ შორის, აზოტი, რამაც აუნაზღაურებელი ზიანი შეიძლება მიაყენოს ადამიანის ჯანმრთელობას. ხშირად შეიძლება დავინახოთ, თუ როგორ ყიდულობენ სოფლის მაცხოვრებლები ქალაქში საექვო ხარისხის კვების პროდუქტებს და ეზიდებიან სოფლად, სადაც ყამირი მიწა გამოუყენებელი რჩება.

ნორვეგიაში, მაგალითად, ტურისტების მიმღები კერძო საკარმიდამოები შესაძლებლობის ფარგლებში ცდილობენ სტუმრებს ადგილობრივი წარმოების, ეკოლოგიურად სუფთა საკვები პროდუქტები მიაწოდონ, რაც საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის წარმატების მნიშვნელოვანი ფაქტორია. ნორვეგიის ტურიზმის ინდუსტრიის ეროვნული განვითარების სტრატეგიაში, დარგის განვითარებისა და კონკურენტუნარიანობის ზრდის ფაქტორად, ტურისტებისთვის შეთავაზებული პროდუქტებისა და მომსახურების ხარისხი სახელდება.

ტურისტებისთვის დაბალი ხარისხის საქონლისა და მომსახურების შეთავაზებით საქართველოს სოფლით რეგიონებში

საკარმიდამო ნაკვეთზე მდგრადი ტურიზმის მიღწევა რთულია. ამიტომ დასვენების მიზნით სოფლად გამგზავრებულ მოქალაქეებში ექსკლუზიურობის და მიმზიდველობის ზრდისთვის მნიშვნელოვანია განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმოს შეთავაზებული პროდუქტებისა და მომსახურების ხარისხს. მაგალითად, ბოლო ათწლეულის მანძილზე ნორვეგიაში ტელემარკის საგრაფოს დასავლეთ ნაწილში რამდენიმე სასტუმრო გაკოტრდა. კონკურენტულ ბრძოლაში გაიმარჯვეს და გააგრძელეს მუშაობა იმ სასტუმროებმა, რომლებიც ტრადიციულად მომხმარებელს მაღალი ხარისხის საქონელსა და მომსახურებას სთავაზობენ, ამასთან, გაცილებით მაღალ ფასად, ვიდრე გაკოტრებულები. იგივე ეხება ტურისტული პროდუქტების მიმწოდებელ სხვა კერძო საკარმიდამო ნაკვეთებს. სრულ მდგრადობას მიაღწიეს იმათ, რომლებიც მომხმარებელს მაღალი ხარისხის პროდუქციას სთავაზობენ.

მრავალი კვლევა ცხადყოფს, რომ პროდუქტებისა და მომსახურების მყიდველები, მიუხედავად გაყიდვის ადგილისა, მომწოდებლებს იცვლიან არა პირადი მოსაზრებებით, ვთქვათ, სიძვირის გამო, არამედ დაბალი ხარისხის გამო.

ინოვაციები, როგორც წარმატების ფაქტორი

სოფლად ტურიზმის სფეროში მდგრადი ბიზნესი, როგორც წესი, ნიშის მატარებელია, უმეტეს შემთხვევაში, არამასიური ხასიათისაა და ორიენტირებულია განსაზღვრულ საბაზრო სემენტზე, რომლის მოთხოვნები სოფლად ტურიზმის პროდუქტების ვიწრო სპექტრით შემოიფარგლება. თუმცა მდგრადობის მაქსიმალური დონის მისაღწევად, მაგალითად, საკარმიდამო

ნაკვეთზე ტურისტულ ბიზნესში, ბაზარზე შეთავაზებული პროდუქტებისა და მომსახურებისთვის აუცილებელია მუდმივი სრულყოფა, გაუმჯობესება, გარკვეული სიახლეების დანერგვა, რასაც შეუძლია მუდმივი ინტერესის ფორმირება არა მარტო არსებულ საბაზრო სეგმენტში, არამედ ახალშიც.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესში შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების მუდმივი სრულყოფა არა მარტო ზრდის ამ უკანასკნელის სასიცოცხლო ციკლს, არამედ შეუფასებელ როლს ასრულებს კონკურენტულ ბრძოლაში, რაც განსაკუთრებით მწვავედება სოფლით რეგიონებში, სადაც ტურისტული ბიზნესი ასე თუ ისე კარგად არის განვითარებული. ასეთ კონკურენტულ პირობებში ინოვაციები სოფლად ექსკლუზიურობის უზრუნველყოფაში გადამწყვეტ როლს ასრულებს.

განვიხილოთ ნორვეგიაში, ტელემარკის საგრაფოში Uppigard Nataddal საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესში მეპატრონეთა ინოვაციური გადაწყვეტილების მაგალითი. ტურისტული ობიექტის საბაზრო ნიშა - *ისტორია* და *ნაციონალური კერძებია*. მეპატრონე - განათლებით ისტორიკოსი, უმაღლეს სასწავლებლებში ასწავლიდა ისტორიას და ტურიზმს. საკარმიდამო ნაკვეთთან ავტობუსით გამვლელი უცხოელი ტურისტების მთავარი მიზანი ნორვეგიის ისტორიისა და კულტურის გაცნობა იყო. ამიტომ, ტუროპერატორები, მიმოხილვით ტურებში უპირატესობას ნაკვეთზე სტუმრობას ანიჭებდნენ, სადაც ტურისტები ნორვეგიელი ფერმერების ისტორიას, კულტურასა და ყოფას ეცნობიან.

ტურისტული მარშრუტების მიმზიდველობა ბევრად არის დამოკიდებული ტურისტებისთვის ისტორიული და კულტურული ადგილების შესახებ ინფორმაციის მიწოდებაზე. ნორვეგიაში ჩასული უცხოელი ტურისტები არ კმაყოფილდებიან

ქვეყნის ისტორიის, კულტურის, ტრადიციებისა და სახალხო ეპოსის შესახებ მხოლოდ სმენით ინფორმაციაზე; აუცილებელია მას ხედვით, შეხებით აღსაქმელი ელემენტი მიაწოდო. სხვა შემთხვევაში გამგზავრება იქნება მოსაწყენი და უინტერესო, ხშირად გამაღიზიანებელიც. ზემოთ ნახსენები საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონემ ტურისტებისთვის ისტორიის, კულტურის, სახალხო ეპოსისა და ყოფის გასაცნობად, რაც რეგიონისთვის დამახასიათებელიც არის, რამდენიმე ასეთი ინოვაციური მეთოდი დანერგა.

ნორვეგიულ ეპოსში ხშირად ზღაპრის პერსონაჟები არიან ტროლები, რომელთა გამოსახულება სუვენირების მაღაზიისა და ლიტერატურის გარდა არსად გვხვდება. რა საჭიროა მაშინ ნორვეგიაში ჩასვლა და სოფლად გამგზავრება, თუკი ტროლების გამოსახულებების შექმნა გარდერმოენის აეროპორტის სუვენირების მაღაზიაშიც არის შესაძლებელი, როცა მათ შესახებ შესაძლებელია ესაუბროს გიდი ოსლოდან გაუსვლელად. როგორ შევიტყუოთ ტროლებით სოფლებში? როგორ მოვახერხოთ ხაუგესუნდში, სტავანგერში და ბერგენში ღამისთევით ავტობუსებით, ოსლოდან 500-600 კმ მოშორებით, E134 მაგისტრალზე, ნაციონალურ ტურისტულ მარშრუტზე, ტურისტების საკარმიდამო ნაკვეთზე გამგზავრების მოტივირება?

Uppigard Nataddal საკარმიდამოს მეპატრონემ გამოსავალი იპოვა, შექმნა პროდუქტი, რომელიც საკარმიდამო ნაკვეთზე ღამისთევით გაჩერებული ტურისტებისთვის ერთობ მიმზიდველი გახდა. სხვა მომსახურებასთან ერთად, საბანკეტო დარბაზი იმავდროულად საკონფერენციო დარბაზის ფუნქციას ასრულებს და ლექციისა და საუბრებისთვისაც გამოიყენება, ლანჩის დროს. მეპატრონე დაგი მომსახურების სფეროში მუდმივად ცდილობდა ეპოვა რამე ორიგინალური, ინოვაციური გადაწყვეტა, რაც

ტურისტებში განსაკუთრებულ ინტერესს აღძრავდა, მათ მეხსიერებაში დატოვებდა დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას, თვითმყოფადი ნორვეგიული ეპოსის გაცნობის განუმეორებელ გამოცდილებს.

მაგალითად, ლანჩის და საუზმის დროს დაგი დიდ ევრანზე აჩვენებს და ტურისტებს უყვება ნორვეგიის ისტორიის განსაკუთრებულობასა და ტრადიციულ კერძებზე. ლანჩის შემდეგ ის მიუძღვება სტუმრებს ფართო ტერასაზე, საიდანაც ტბის პირას მთის ხეობის ულამაზესი ხედი, საპირისპირო მხარეს კი - მთიანი მასივები და რელიეფის ბუნებრივი ელემენტები იშლება. დახრილი მასივების ხეობაზე მითითებით, ის ყვება მითს ტროლების წყვილის - ულავისა და გიურდუნის შესახებ, რომლებიც მთის ქედს მიღმა ცხოვრობენ და ცხოველებს მწყემსავენ. ამასთან, დაგი ამტკიცებს, რომ ბუმბერაზი გიურდუნი წყლისთვის მთიდან ქვევით, წყალსაცავისკენ როდესაც ეშვებოდა, მუდმივად წაიბორძიკებდა, ეცემოდა და კისრისტეხით ქვედა გორაკისკენ ეშვებოდა, შლიდა და მოიყოლებდა ყველაფერს, რაც გზად ელობებოდა, ეს კი დიდ ხმაურს იწვევდა, რაც, ბუნებრივია აწუხებდა ტურისტებს. ყოველი ასეთი ვარდნის შემდეგ, გიურდუნმა შესჩივლა თავის მეუღლე ტროლ ულავს წარუმატებლობის შესახებ და სთხოვა როგორმე მოეგვარებინა ეს პრობლემა. წყალსაცავისკენ მიმავალი ჩვეულებრივი გზა შორი იყო და წყალზე ჩასვლა დიდ დროს მოითხოვდა, ამიტომ გიურდუნი მოკლე გზით ჩასვლას ამჯობინებდა. ბოლოს, - აგრძელებს თხრობას ქარიზმით აღსავსე დაგი, - ულავმა სპეციალურად კლდეში საფეხური გამოტეხა, რითაც მისი მეუღლე მშვიდად დაემშვებოდა ტბაზე წყურვილის მოსაკლავად. ბუნებრივია, ხილული საფეხურები მთაზე - მხოლოდ ზღაპრული გმირის, ტროლი ულავის შემოქმედება არაა. ის რელიეფის განსაკუთრებული ფორმებია,

რომელიც საფეხურებს მოგაგონებს, რაც დაგის ნაამბობ ეპოსში მოხერხებულად აისახა.

დაგის მონათხრობში კულმინაცია არის ის, რომ ის უცებ იხსენებს, რომ რამდენიმე დღის წინ, ფაქტობრივად ამ საფეხურების გამოტეხვამდე, გიურდუნი კიდევ ერთხელ დაეცა და ქვევით დაგორდა. ქვებსა და ხეებზე მინარცხებულს ტანსაცმელი შემოეხა, თავად კი ტბაში ჩავარდა, ქვედა თეთრი საცვალი ნაძვზე შემორჩა, რომელიც ვერანდიდანაც მოჩანს. დაგი დარწმუნებით იშვერს ხელს მთისკენ, სადაც, სავარაუდოდ, გიურდუნის საცვალი ფრიალებს. მიუხედავად ისტორიის ნაკლებად სარწმუნობისა, ტურისტები ცდილობენ დაინახონ ტროლი გიურდუნის საცვალი. ხანგრძლივი მზერის შემდეგ ტურისტები შეშფოთებას გამოხატავენ: საცვალი არ ჩანს. გამორიცხული არაა, რომ ტურისტების უმრავლესობა დიდი ზომის ტრუსების მულაჟის ხილვას ელოდება. შემდეგ საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონე ცუდი მხედველობის მიზეზით მეუღლეს ჭოგრიტს სთხოვს; ჭოგრიტი ხელიდან ხელში გადადის იმ იმედით, რომ დაინახვენ იმას, რასაც შეუიარაღებელი თვალით ეძებდნენ. ბოლოს თითქოსდა გაღიზიანებული დაგი იბრუნებს ჭოგრიტს და თვით იცქირება მთისკენ. ირგვლივ სიჩუმე ისადგურებს, სტუმრები სანახაობის მოლოდინში არიან. ბოლოს დაგი დებს ჭოგრიტს და განწირული ხმით ამბობს, რომ გუშინ ძლიერი ქარი იყო, რომელმაც ტროლი გიურდუნის ტრუსი თან წაიღო! მცირე პაუზის შემდეგ ყველა იცინის, განწყობა მალღდება, დაგის მონათხრობზე ინტერესი მძაფრდება, ხოლო სოფლად ტურიზმის პროდუქტი ექსკლუზიური და დაუვიწყარი ხდება.

მაგალითი ცხადყოფს სოფლად ტურიზმის პროდუქტის ფორმირების ინოვაციურობას, რითაც ეს უკანასკნელი ქალაქელებისთვის ექსკლუზიური, განუმეორებელი ხდება. ეს არის ის,

რის ნახვა ან მოსმენა ბიბლიოთეკაში და აუდიტორიაში შეუძლებელია. ანალოგიური ინოვაციები სოფლად ტურიზმის საქონელსა და მომსახურებას განსაკუთრებულ კოლორიტს და ექსკლუზიურობას სძენს და ტურისტებს სოფლად მოგზაურობის მოტივაციას უზრდის.

დაგის მონათხრობი, ბუნებრივია, ნორვეგიული ეპოსის გადმოცემის იმპროვიზაციაა. ისტორიის სპეციალისტი ამბის ასეთი ფანტაზიით, ინოვაციური თხრობით ტურისტებზე განსაკუთრებულ, განუმეორებელ შთაბეჭდილებას ახდენს, ნორვეგიაში მგზავრობის შესახებ წარუშლელ კვალს ტოვებს, ხელს უწყობს ქვეყნის სოფლად ტურიზმის პროდუქტების ექსკლუზიურობას, რეკლამირებას და ბაზარზე წინ წაწევას.

საკარმიდამო ნაკვეთზე დაგი ტურისტებს აჩვენებს ყორღანსაც - მცირე მიწაყრილს, სადაც თითქოს საკარმიდამო ნაკვეთის პირველი მეპატრონე - შუა საუკუნეების რაინდია დაკრძალული, რომელიც ახალი წლის ღამეს ამოდის ყორღანიდან ჯავშნებით, დადის საკარმიდამო ნაკვეთზე და შიშის ზარს სცემს იქ მყოფ ტურისტებს. ამიტომ ახალი წლის ღამეს, ახალი წლის დადგომამდე რამდენიმე ხნით ადრე, დაგი ტურისტებისთვის სანახაობას აწყობს ყორღანის ირგვლივ, სადაც დამარხულია რაინდი. გადაადგილებისას ის სანადირო თოფიდან ისვრის, რითაც თითქოს აფრთხობს რაინდის სულს.

მოუყვე ტურისტებს უბრალოდ რაინდზე, რომელიც შუა საუკუნეებში საკარმიდამო ნაკვეთს ფლობდა, არცთუ ისე საინტერესოა, მოსაწყენია და ტურისტსაც მალე ავიწყდება. თოფიდან გასროლა ახალი წლის ღამეს ასევე ჩვეულებრივი მოვლენაა ქალაქის მაცხოვრებლებისთვისაც, სადაც ეს კანონმდებლობით ნებადართულია, ამიტომ ეს ყველაფერი ბანალურია და ტურის-

ტებში რაიმე განსაკუთრებულ ინტერესს არ აღძრავს. მაგრამ ასეთი ინოვაციური მიდგომა, ისტორიისა და ყოფის ტურისტებისთვის შეთავაზება ეგზოტიკურია და ზრდის ინტერესს მათში, ვინც გაფაციცებით ადევნებს თვალს რაინდის დაშინების რიტუალს, მიუხედავად იმისა, რომ მაყურებელი ხვდება - ეს იმპროვიზირებული, თეატრალიზებული შოუა. მსგავსი ინოვაციური მიდგომა, კულტურის თავისებურებების, ტრადიციის, ისტორიული მოვლენის დემონსტრირება წარუშლელ კვალს ტოვებს ტურისტების ცნობიერებაში, რითაც მასპინძელი ზრდის საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების მიმზიდველობას.

ამგვარად, სოფლად ტურიზმის ბიზნესი, როგორც წესი, მასიურ (მასშტაბურ) ხასიათს არ ატარებს. ტურისტული პროდუქტების ფორმირებისთვის, მათთვის განსაკუთრებული მიმზიდველობის შექმნისთვის, მნიშვნელოვანია ინოვაციური მიდგომა. ამისთვის აუცილებელია არსებული კულტურული, ისტორიული და სხვა - როგორც ადგილობრივი, ისე საერთო ეროვნული ხასიათის რესურსების გამოყენება შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურებისთვის უნიკალურობის მისანიჭებლად.

ტურისტული პროდუქტის შექმნისას, ინოვაციურ მიდგომად შესაძლებელია ჩაითვალოს ისეთი რესურსი, როგორც არის, მაგალითად:

- როგორც ადგილობრივი, ისე საერთო ეროვნული ხასიათის ისტორიული მოვლენები.
- ლეგენდები, ზღაპრები, ეპიზოდები სახალხო ეპოსიდან.
- პერსონაჟები ზღაპრებიდან და თქმულებებიდან.
- ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიცია და ცხოვრების წესი.

- საკარმიდამო ნაკვეთის ირგვლივ ლანდშაფტის თავისებურება.

მოვიყვანოთ ტურისტული პროდუქტის ინოვაციური მიდგომის ერთი მაგალითია ტელემარკის საგრაფოს დასავლეთით მდებარე ეგზოტიკური სასტუმრო Dalen Hotel. სასტუმრო აშენებულია 1894 წელს და მიეკუთვნება ნორვეგიის სოფლის ეგზოტიკურ, შედარებით ძვირადღირებულ სასტუმროთა რიცხვს. მას ექსკლუზიურობას ანიჭებს ინოვაციური გადაწყვეტა, რაც რეგიონის ისტორიულ და კულტურულ თავისებურებებს გულსხმობს. მაგალითად, დადასტურებულია, რომ აქ ცხოვრობდა ინგლისელი ქალბატონი, რომელმაც გააჩინა არაკანონიერი შვილი და მასთან ერთად ცხოვრობდა ერთ-ერთ ნომერში. საზოგადოებისგან გარიყვის შიშით, მან მოკლა ბავშვი, დატოვა ნომერში და ინგლისში გაიქცა. მოგვიანებით ის დააპატიმრეს და ციხეში ქალმა თვითმკვლელობით დაასრულა სიცოცხლე. ძველ დროს ეს მოვლენა რეზონანსული აღმოჩნდა მთელ ევროპაში. დღევანდელი მეპატრონეები კი ამ ისტორიულ ფაქტს ექსკლუზიურობისთვის იყენებენ და ამით სასტუმროს მიმზიდველობას ზრდიან.

Dalen Hotel-ში მოწყობილია ნომერი XIX საუკუნის მიწურულის დეკორაციებით - აკვანი, ტუალეტის ნივთები, აგრეთვე ზემოთ ნახსენები ინგლისელი ქალბატონის ტანისამოსი, შესასვლელზე კი მიკრულია აბრა «English lady». სასტუმროს სტუმრებს დროგამოშვებით აფრთხილებენ: ყურადღებით იყვნენ ღამით, არ შეშინდნენ, რადგან მაღალია ალბათობა იმისა, რომ დერეფნებში შეხვდნენ მოხეტიალე ინგლისელი ქალბატონის აჩრდილს, რომელიც უკვე 100 წელია არ ტოვებს სასტუმროს. ამ ისტორიის შესახებ შეიძლება უბრალოდ მოეყოლათ იქ გაჩერებული ადამიანებისთვის, ან უბრალოდ განეთავსებინათ ის სარეკლამო

ბროშურაში, მაგრამ ისტორიული ფაქტის ამგვარად მიწოდება ინოვაციურია და ზრდის როგორც საკარმიდამო ნაკვეთზე სას-ტუმრო ბიზნესის მიმზიდველობას, ისე მდგრადობას.

პერსონალის განათლება და კვალიფიკაციის ზრდა - წარმატების გადამწყვეტი ფაქტორი

მოცემული სახელმძღვანელოს ავტორის მიერ, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ქედის მუნიციპალიტეტის წონიარისის თემში, 158 საკარმიდამო ნაკვეთზე განხორციელებულმა კვლევამ, მოსახლეობაში ტურიზმის სფეროში ცოდნისა და გამოცდილების არქონა გამოავლინა.

ესპანეთში, ჩრდილოეთ ირლანდიაში, ავსტრიაში, ფინეთსა და სხვა ევროპულ ქვეყნებში, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების სახელმწიფო პროგრამის რეალიზაციისას, სახელმწიფო ორგანოები, რომლებიც ამ საკითხებზე მუშაობენ, საკმაოდ რთულ პრობლემას წააწყდნენ - აღმოჩნდა, რომ კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეთა შორის ტურიზმის სფეროში კომპეტენცია არავის გააჩნდა. სწორედ ამიტომ შეიქმნა სპეციალური სამსახურები, რომლებიც სოფლის რეგიონების მოსახლეობისთვის პერიოდულ სწავლებას უზრუნველყოფდა. როგორც ბევრი ქვეყნის გამოცდილება გვიჩვენებს, პერსონალის კვალიფიკაციის ზრდა ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის მისაღწევად მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მომდევნო თავებში ჩვენ დეტალურად განვიხილავთ სოფლად ტურიზმის ბიზნესში პერსონალის კომპეტენციის საკითხებს.

ძირითადი დასკვნები

- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობას სამი შემადგენელი გააჩნია: ეკონომიკური, სოციალური და გარემოსდაცვითი. სამივე კომპონენტის არსებობა ამ სახის ბიზნესის სრული მდგრადობის უზრუნველყოფის წინაპირობაა.
- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე, ტურიზმის ბიზნესში, სეზონურობა დიდ გამოწვევებს ქმნის მდგრადი მუდმივი სამუშაო ადგილების შექმნაში.
- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის დაფუძნებისთვის ადგილმდებარეობას მნიშვნელოვანი ყურადღება ეთმობა.
- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ობიექტის ირგვლივ გარემო მაქსიმალურად ექსკლუზიური, განუმეორებელი, განსაკუთრებული შთაბეჭდილებების მომხდენი და ტურისტების ექსკლუზიურ გამოცდილებაზე მიმართული უნდა იყოს - ქალაქის და სხვა სოფლის პირობებში შეუძლებელი.
- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის წარმატებას მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს მეპატრონეთა კომპეტენცია.
- ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების ნიშის სწორ შერჩევას ეკონომიკური მდგრადობის უზრუნველყოფისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს.
- სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის წარმატების ძირითადი ფაქტორი - ექსკლუზიურობა, მაღალი ხარისხი, ინოვაციების მუდმივად დანერგვა, კომპეტენციების ზრდის მიზნით პერსონალის მომზადებაა.

- ინტენსიური მდგრადი განვითარებისთვის უპირველეს ამოცანად უნდა იქცეს ექსკლუზიური, მაღალი ხარისხის და ინოვაციური ნიშური ტურისტული პროდუქტების შექმნა, მასში ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართვით, განსაკუთრებით კი ისეთი ადამიანების, რომელთაც საჭირო ექსკლუზიური უნარები და კომპეტენცია გააჩნიათ.

თავი 5.

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობები

სოფლად ტურიზმის განვითარებამ და განსაკუთრებით საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის გამოცდილებამ ისეთ ქვეყნებში, როგორებიცაა ფინეთი, ესპანეთი, მალტა, ჩრდილოეთი ირლანდია და სხვ. ცხადყო, რომ სამეწარმეო საქმიანობის ამ მიმართულებაში ინტენსიური მდგრადი განვითარების მისაღწევად, მხოლოდ სოფლად ტურისტული რესურსების განვითარების ფაქტორების ცოდნა საკმარისი არ არის. აუცილებელია, არსებული რესურსები, მათ შორის, ბუნებრივი, კულტურული-ისტორიული, ადამიანური და მატერიალური, მაღალი ხარისხის ტურისტულ პროდუქტად იქცეს, რომელიც დააკმაყოფილებს როგორც შიდა, ისე საერთაშორისო ბაზრების გარკვეულ სეგმენტს. ამისთვის, პირველ რიგში, აუცილებელია სოფლის რეგიონების მოსახლეობაში სოფლად ტურიზმის შესახებ შესაბამისი ცოდნის გავრცელება, აგრეთვე, ფუნდამენტური კვლევების წარმოება და გარკვეული ფინანსური რესურსი, რის გარეშე სოფლად ტურიზმის განვითარებას, განსაკუთრებით, საკარმიდამო ნაკვეთზე, ეპიზოდური ხასიათი ექნება და შექმნილი ტურისტული პროდუქტები მცირედით დააკმაყოფილებს ტურისტული ბაზრის მოთხოვნილებებს.

მაგალითად, აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში, ქედის მუნიციპალიტეტის წონიარისის თემში ჩვენ მიერ 2018 წელს, 158 საკარმიდამო ნაკვეთზე ჩატარებული კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ სოფლად ტურიზმის ბიზნესში ინტენსიური მდგრადი განვითარებისთვის აუცილებელია სახელმწიფო მხარდაჭერის არსებობა.

კვლევის შედეგებით, მოცემული მეურნეობების მაცხოვრებელთა 65% უმუშევარია. ასევე, ვერ გამოვლინდა პირი, რომელსაც გარკვეული მატერიალური რესურსის მქონე საკარმიდამო ნაკვეთზე სწორი გადაწყვეტილების მისაღებად, ასევე, ტურიზმის ბიზნესის ორგანიზაციისა და მართვისთვის შესაბამისი უნარები გააჩნია. მიუხედავად იმისა, რომ საკვლევ საკარმიდამო ნაკვეთზე საცხოვრებელი ფართობის დიდი ნაწილი ფაქტობრივად არ გამოიყენება, რაც საშუალოდ 60% შეადგენს, სამწუხაროდ, ვერ გამოვლინდა საცხოვრებელი ფართობი, რომელიც სოფლად ტურისტული პროდუქტების ბაზრის მოთხოვნილებას დააკმაყოფილებდა. აჭარის სოფლად ტურისტულ პროდუქტებზე მოთხოვნილება აქტუალური ტურისტული ბაზრების შესწავლის შედეგად გამოვლინდა.

შესწავლილ საკარმიდამო ნაკვეთზე მცხოვრებთა შემოსავლები ძირითადად პირველადი მოხმარების საქონელზე იხარჯება და შესაბამისად, არ არის საკმარისი მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების შესაქმნელად. ეს უკანასკნელი შესწავლილ რეგიონში დაბალი ხარისხისაა და, როგორც წესი, არ სარგებლობს ფართო მოთხოვნით ტურისტებში. ასეთი პროდუქტების რეკლამა და წინ წაწევა კი, საბოლოოდ პოტენციური ბაზრის დაკარგვამდე, კონკრეტული სოფლის, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის, ნეგატიურ იმიჯამდე მიგვიყვანს.

სოფლად საკარმიდამოზე შენობა-ნაგებობის რესტავრაციის ხარჯი ხშირად მიუწვდომელია ეკონომიკურად ისეთი წარმატებული ქვეყნისთვის, როგორცაა ნორვეგია. სურათი 5.1 მოყვანილი ძველებური 105 წლის ნაგებობის რესტავრაციამ 250 000 ნორვეგიული კრონა მოითხოვა, რაც, სახელმწიფოს შესაბამისი

დახმარების გარეშე, მეკატრონეებისთვის რთულად მოსაძიებელი იყო.

სახელმწიფო სტრუქტურების უშუალო ჩარევა სოფლად ტურიზმის, კერძოდ კი საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა.

სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოები, როგორც სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის წარმატების წინაპირობა

ვიდრე სოფლად კერძო საკარმიდამოში ტურიზმის ბიზნესის განვითარების დაგეგმვას დავიწყებთ ქვეყნის ან რეგიონის მასშტაბით, აუცილებელია, შემდეგ კითხვებს გაეცეს პასუხები:

- როგორია კონკრეტული რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობა?
- რა კონკრეტული მიზანი აქვს კონკრეტულ რეგიონში სოფლად ტურიზმის ინტენსიურ მდგრად განვითარებას?
- ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისთვის არსებობს თუ არა დეფიციტური ფინანსური საშუალებების გამოყენების აუცილებლობა და რა მოცულობისაა ის, ან შესაძლებელია თუ არა არსებული საშუალებები მეტი ეფექტურობით გამოყენებულ იქნას რეგიონში ეროვნული მეურნეობის სხვა დარგებზე?
- არსებობს თუ არა შესაბამის რეგიონში მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების ფორმირებისთვის უცილებელი რესურსები?

- არსებული რესურსების გათვალისწინებით რა ტურისტული პროდუქტი შეიძლება მომზადდეს?
- არსებობს თუ არა მოთხოვნა ტურისტულ პროდუქტებზე, რომლებიც შესაძლებელია მომზადდეს კონკრეტულ სოფლის რეგიონში?
- არსებობს თუ არა სოფლად ტურიზმის, კერძოდ კი საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარებისთვის სპეციალური პოლიტიკისა და სტრატეგიის შემუშავების აუცილებლობა და რომელ დონეზე უნდა იქნას ის შემუშავებული: რეგიონულ, ეროვნულ თუ ადგილობრივ?
- როგორი უნდა იყოს კონკრეტულ რეგიონში სოფლად ტურიზმის ინტენსიური განვითარების მხარდაჭერის სახელმწიფო რეგულირების ძირითადი მოთხოვნები და პარამეტრები?

ამ კითხვებზე პასუხის გაცემას სოფლის მაცხოვრებლები და ადგილობრივი ხელისუფლება დამოუკიდებლად ვერ შეძლებს, ასევე, შეუძლებელია პასუხი გასცეს ამ კითხვებს ყველა ადამიანური რესურსის გაერთიანების შემთხვევაში, მხოლოდ სახელმწიფო მხარდაჭერას შეუძლია ამომწურავად უპასუხოს მას, მაქსიმალურად შეუწყოს ხელი წარმატებას კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტულ ბიზნესში და ამით მაქსიმალურად დააკმაყოფილოს აქტუალური ტურისტული ბაზრის მოთხოვნები.

დეტალურად განვიხილოთ მოცემული საკითხებიდან ზოგიერთი:

სოფლის რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკური ვითარების შეფასება და სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ინვესტირების მიზანშეწონილობა, როგორც საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესის ინტენსიური განვითარების ხელშეწყო-

ბის სტრატეგიისა და პოლიტიკის შემუშავებისა და გადაჭრის საფუძველი

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარება განსაზღვრულ რესურსებს მოითხოვს, მათ შორის, ფინანსურს, რათა უზრუნველყოს მაღალი ხარისხის საქონლისა და მომსახურების წარმოება სოფლად. როგორც წესი, ფინანსური რესურსები დეფიციტურია, ამიტომ სამეურნეო საქმიანობის ნებისმიერი მიმართულების სახელმწიფო მხარდაჭერას პირველ რიგში, მისი რაციონალური გამოყენების პრინციპი უნდა ედოს საფუძველად. რეგიონის დონეზე ფინანსური რესურსების რაციონალური გამოყენება, სამუშაო ადგილების შექმნაზე და მოსახლეობისთვის ძირითადთან ერთად დამატებითი შემოსავლების მიღებაზე უნდა იყოს მიმართული. ასეთი მასშტაბური პროექტები, როგორც წესი, ქვეყანაში შესაბამისი სახელმწიფო პროგრამების ბიუჯეტიდან უნდა ფინანსდებოდეს.

სოციალურ-ეკონომიკური პირობების შეფასებისას, აუცილებელია მხედველობაში მივიღოთ სოფელში უმუშევრობისა და მიგრაციის დონე, კონკრეტულ რეგიონში ტრადიციული საქონლისა და მომსახურების წარმოების გაფართოების შესაძლებლობა, ალტერნატიული სამუშაო ადგილების შექმნის ვარიანტების შეფასება და ფინანსური სახსრების სწორი რაციონალური გამოყენების შესახებ გადაწყვეტილება მიღება.

სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების მიზანი

სახელმძღვანელოს წინა თავებში ჩვენ აღვნიშნეთ, რომ მსხვილი ქალაქებიდან სოფლად ტურისტი შესაძლებელია გაემგზავროს გაჯანსაღების, ისტორიის, კულტურის, ყოფის და სამეურნეო საქმიანობის გაცნობის მიზნით. სოფლის რეგიონების მაცხოვრებლებს კი, გლობალიზაციის ნეგატიური გავლენის პი-

რობებში, ტურისტული ბიზნესი შესაძლებლობას აძლევს მაქსიმალურად იქნას გამოყენებული არსებული რესურსები და ამით ძირითადი ან დამატებითი შემოსავალი მიიღოს.

როგორც უკვე აღინიშნა, 70-იანი წლების დასაწყისში, ნორვეგიაში, როდესაც სოფლის მეურნეობის ძირითადი საქმიანობიდან მიღებული შემოსავალი მნიშვნელოვნად შემცირდა, სოფლის მეურნეობის სამინისტრომ ტურისტული ბიზნესის (gårdsturisme) განვითარების მხარდაჭერა დაიწყო. პირველი მცდელობა ნორვეგიელი ფერმერებისთვის დამატებითი შემოსავლების მისაღებად სპეციალური პირობების შექმნას გულისხმობდა. თავის მხრივ, ფერმერული მეურნეობის მხარდაჭერის პოლიტიკის მიზანი ცხოვრების წესის, ტრადიციული მეურნეობის, მთლიანობაში ნორვეგიელი ეთნოსის კულტურის შენარჩუნება იყო, რომლის მატარებელი უპირველესად სოფლის მაცხოვრებლები არიან. როგორც წესი, კულტურა და ეროვნული ტრადიციები სოფლად გაცილებით უკეთაა შენარჩუნებული, ვიდრე მაღალურბანიზებულ ქალაქებსა და სამრეწველო ცენტრებში.

80-იან წლებში ესპანეთში, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების სახელმწიფო მხარდაჭერის პირობებში, საქმიანობის შესაბამისი რეგულირება პროვინციების მიხედვით იყო დიფერენცირებული, რომელთაც განმასხვავებელი თავისებურებები გამოარჩევთ. მაგალითად Navara და Basque Country პროვინციებში, სოფლად ტურიზმის განვითარების მიზნით, უპირველესად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე გაკეთდა არჩევანი, ისევე, როგორც 70-იანი წლების ნორვეგიაში. ამასთან, ძირითადი მიზანი აღნიშნულ პროვინციებში დასახლებული პუნქტების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარება იყო. Galicia Castille-Leon და Extremadura პროვინციებში საკანონმდებლო რეგულირების მიზანი კულტურული მემკვიდრეობის, ძველებური

ტრადიციული არქიტექტურის, აგრეთვე, ბუნებრივი ლანდშაფტების დაცვა გახდა, რაც საკმაოდ კარგად გაყიდვად ტურისტულ პროდუქტს წარმოადგენს. ბალეარის კუნძულებზე ანდალუსიის პროვინციაში (Balearis Islands, Andalusia), სადაც ტურიზმი ტრადიციულად კარგად არის განვითარებული, სახელმწიფო მხარდაჭერის მიზანი ოკეანის სანაპიროდან მოშორებით სოფლის რეგიონებში ტურიზმის ექსპანსია და ელიტური ტურისტული პროდუქტის შექმნა იყო.

ფინეთის სოფლის რეგიონებში, რუსეთის საზღვრის განაპირას, რკინის ფარდის მსხვერვის შედეგად უამრავი ტურისტი შევიდა. იმავდროულად, ხის გადამამუშავებელი და ქაღალდის მრეწველობის პროდუქციაზე მოთხოვნის შემცირებამ, მაგალითად, ლაპერანტის რეგიონში, ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლები მნიშვნელოვნად შეამცირა. ამიტომ კერძო ფერმერულ მეურნეობებზე ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარებისთვის და მოსახლეობის დამატებითი შემოსავლების გაჩენის მიზნით, გატარდა ყველა აუცილებელი ღონისძიება, რაც ძირითადად ფინეთისა და რუსეთის ფედერაციის საზღვრისპირა სოფლებში შესული რუსი ტურისტების მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას ისახავდა მიზნად.

აჭარაში, ქედის რაიონის წონიარისის თემში 158 საკარმიდამო ნაკვეთზე ჩატარებული სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების შედეგებზე დაყრდნობით, სადაც უმუშევართა რიცხვი საკმაოდ მაღალია, აგრეთვე, იმის გათვალისწინებით, რომ რაიონი ბათუმთან ახლოსაა განლაგებული, სადაც არცთუ ისე სახარბიელო ეკოლოგიური გარემოა, ცხადი ხდება, რომ სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარება სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაჭრას შეუწყობს ხელს. პირველ რიგში, სამუშაო ადგილების წარმოშობით, რაც ნებისმიერ დო-

ნეზე ეკონომიკური სისტემის ძირითადი ამოცანაა. მეორე მნიშვნელოვანი მიზანი ქალაქ ბათუმის მოსახლეობისთვის გამაჯანსაღებელი პირობების შექმნაა, სოფელში ქალაქის მოსახლეობის მასობრივი დასვენების ტრადიციის ფორმირება, აგრეთვე, შესაბამისი პირობების შექმნა უცხოელი ტურისტებისთვის, რომელთაც აჭარის მთის რეგიონებში მოსახლეობის კულტურა, ტრადიცია და ცხოვრების წესი აინტერესებთ.

ამრიგად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე ტურისტული ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარება სოციალურ-ეკონომიკური, კულტურულ-ისტორიული, ბუნებრივი პირობების, აგრეთვე, სოფლად ტურიზმის პროდუქტების გათვალისწინებით შესაძლებელია არაერთგვაროვანი იყოს.

მაღალი ხარისხის ტურისტული საქონლისა და მომსახურების პროდუქტების ფორმირებისთვის აუცილებელი შესაბამისი რესურსების შეფასება.

მოცემული ნაშრომის შესრულება მოითხოვს როგორც ფინანსურ, ისე სხვადასხვა პროფილის და განსაკუთრებული კვალიფიკაციის ადამიანური რესურსების მონაწილეობას. ნაშრომის მომზადებაში ჩართული უნდა იყვნენ ტურიზმის, ისტორიისა და კულტურის, ბუნებათმცოდნე, არქიტექტორი, სოციოლოგი, ეკონომიკის, ფინანსებისა და სხვა დარგის სპეციალისტები.

როგორც უკვე ზევით აღვნიშნეთ, სოფლად ტურიზმის ძირითადი რესურსი ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და ადამიანური რესურსებია. უცილებელია, აგრეთვე, მატერიალური, საკუთარი ფინანსური საშუალებების, ინფრასტრუქტურის, მათ შორის, გზების შეფასება. ყველა პარამეტრის ანალიზის შედეგად, სოფლად ტურიზმში მაღალი ხარისხი პროდუქტების შექმნისთვის აუცილებელია შესაბამისი ფინანსური მოთხოვნის საჭიროების დადგენა, და კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესით დაინტერესებული ადამიანების მომზადება.

ტურისტული პროდუქტების საჭიროების შესწავლა ტურისტული ბაზრისა და შესაბამისი სეგმენტების ჭრილში.

შესაბამისი კვლევების ჩატარება კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე ტურისტული ბიზნესის წარმატების ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. როგორც საკარმიდამო ნაკვეთების უმრავლესობის გამოცდილება გვიჩვენებს, ასეთი კვლევების არარსებობა მეკატრონეებს სოფლად ტურიზმის ამა თუ იმ პროდუქტების წარმოების შესახებ სწორი გადაწყვეტილებების მიღების საშუალებას არ აძლევს. მაგალითად, იმის მიუხედავად, რომ ნორვეგიაში საკარმიდამო ნაკვეთის Lien Fjellgård მესაკუთრეები უმაღლესი პედაგოგიური განათლების მქონე პირები არიან, მრავალი წლის განმავლობაში მათ ტურისტული ბაზრებისთვის სხვადასხვა საქონლისა და მომსახურების შეთავაზება მოუხდათ, ყველა შემთხვევა წარუმატებელი აღმოჩნდა მანამ, სანამ არ გადაწყვიტეს დამოუკიდებლად, შეზღუდულად შეესწავლათ სოფლად ტურიზმში საქონლისა და მომსახურების ბაზარზე მოთხოვნა. ამას, ბუნებრივია, რამდენიმე წელი დასჭირდა და ის გარკვეულ ფინანსურ და დროით ხარჯებთან იყო დაკავშირებული.

მეთოდოლოგიური მიზნებისთვის, საერთაშორისო ნორვეგიულ-ქართულ-ყირგიზული საგანმანათლებლო პროექტის ფარგლებში, ჩვენ მიერ მომზადდა ანალოგიური ნაშრომი. მიუხედავად იმისა, რომ კვლევა უპირველესად ტურიზმის ფაკულტეტის სტუდენტების განათლების ხარისხის ამაღლებაზე იყო მიმართული და ამ საქმეში საკმაოდ ბევრი სტუდენტი იყო ჩართული, რომელთა მეშვეობით გამოკითხულ იქნა აჭარაში სოფლად ტურიზმის პროდუქტების პოტენციური მომხმარებლები - 3000-მდე რესპონდენტი, პრობლემა სრულად მაინც არ გადაწყდა, სამუშაოები კი 4 წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა. ბუნებრი-

ვია, ამ ტიპის კვლევები საკარმიდამო ნაკვეთის მესაკუთრეთათვის რთულად მისაღწევია, პირველ რიგში, შესაბამისი კომპეტენციის, ფინანსური რესურსების და თავისუფალი დროის არარსებობის გამო.

კიდევ ერთხელ განსაკუთრებით აღვნიშნავთ, რომ ასეთი კვლევა რესურსების რაციონალური გამოყენების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობაა, ის, ასევე, მნიშვნელოვანია, რათა სოფლად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური მდგრადი განვითარება იქნას მიღწეული.

სოფლად ტურიზმის, განსაკუთრებით, საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების სპეციალური პოლიტიკის და სტრატეგიების შემუშავების აუცილებლობის შეფასება, აგრეთვე, იმ დონის განსაზღვრა, რომელზეც უნდა შემუშავდეს ეს პოლიტიკა: ნაციონალურ, რეგიონულ თუ ადგილობრივ დონეზე.

კონკრეტული რაიონის, რეგიონის ან ქვეყნის ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული, ადამიანური, მატერიალური და ფინანსური რესურსების, აგრეთვე, სოციალურ-ეკონომიკური პარამეტრების ან სხვა მაჩვენებლების ყოვლისმომცველი კვლევები, რეგიონულ და ეროვნულ დონეზე, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების სპეციალური პოლიტიკისა და სტრატეგიის შემუშავების საფუძველი უნდა გახდეს.

მაგალითად, ნორვეგიაში არ არსებობს სპეციალურად შემუშავებული სოფლად ტურიზმის განვითარების სახელმწიფო სტრატეგია და პოლიტიკა. ის საერთო სახელმწიფო სტრატეგიით და ქვეყნის ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პროგრამით არის გათვალისწინებული.

კონკრეტული რეგიონში, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების ხელშემწყობი სახელმწიფო რეგულირების ძირითადი დებულებები და პარამეტრები.

სოფლად ტურიზმის განვითარების სტრატეგიისა და პოლიტიკის მიზანშეწონილობის შესწავლის საფუძველზე, აუცილებელია შემუშავდეს სახელმწიფო რეგულირების ძირითადი პარამეტრები და, უპირველეს ყოვლისა, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთების ფინანსური და საკონსულტაციო მხარდაჭერა, რაც ხელს შეუწყობს აქ მდგრადი ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას. ასეთი რეგულაცია თავის დროზე ესპანეთის, ფინეთის, ჩრდილოეთ ირლანდიისა და რამდენიმე სხვა ქვეყნის მთავრობათა მიერ იქნა შემოღებული. კვლავ უნდა აღინიშნოს, რომ ასეთი რეგულირების მიზანი არსებული რესურსების რაციონალური გამოყენება და სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფაა.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესში საქონლისა და მომსახურების ბაზრის ნიშური სეგმენტაცია

ამ თავში ადრე აღინიშნა, რომ კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე, სოფლად ტურიზმის ბიზნესში, საქონლისა და მომსახურების ბაზრის შესწავლა ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების აუცილებელი წინაპირობაა. განსაკუთრებულად უნდა აღინიშნოს, რომ სოფლად ტურიზმი, კერძოდ - საკარმიდამო ნაკვეთზე, არ ატარებს მასობრივ ხასიათს. ამიტომ, მძაფრი კონკურენციის პირობებში, კონკრეტულ საკარმიდამო ნაკვეთზე მდგრადი ტურიზმის ბიზნესში წარმატების მისაღწევად, აუცილებელია არსებობდეს ტურისტული პროდუქტების ნიშა, ანუ, ის საქონელი და მომსახურება, რომელიც არ არის მასობრივი ხასიათის და ბაზრის ვიწრო სეგმენტზეა ორიენტირებული.

ნიშა (ფრანგ. „ჩაღრმავება“), საბაზრო ნიშა - განსაზღვრული ადგილი საქონლისა და მომსახურების ბაზარზე, სადაც შეთავაზებულია პროდუქტი, რომელიც საყოველთაო მოთხოვნით არ სარგებლობს და მყიდველთა განსაზღვრულ ჯგუფზე არის ორიენტირებული, ანუ ის საქონლისა და მომსახურების კონკრეტული ჯგუფის მცირედ წილს იჭერს. მაგალითად, ბელგრადში არსებობდა რესტორანი, რომლის მენიუში მხოლოდ ბადრიჯნით მომზადებული 20 ნაციონალური კერძი იყო. ასეთი რესტორანის მომსახურებაზე მოთხოვნა, ბუნებრივია, შეზღუდულია, ანუ ამ ნიშის სამზარეულო პოპულარობით მომხმარებელთა კონკრეტულ წრეში სარგებლობდა მხოლოდ, თუმცა კვების ობიექტების დიდ ბაზარზე ამ ტიპის მხოლოდ ეს ერთი რესტორანი იყო და მას კონკურენტი არ ჰყავდა.

მაგალითად, რესტორანი ვეგეტარიანული ან ზღვის პროდუქტების კერძებით, საზოგადოებრივი კვების მომსახურების ბაზარზე ასევე მცირე ნიშას იკავებს. რაკი სოფლად ტურიზმი, მათ შორის, საკარმიდამო ნაკვეთზე, მასობრივ ხასიათს არ ატარებს, კონკურენტებთან უპირატესობის უზრუნველსაყოფად, ბაზარზე წილის ზრდის მიზნით, აქტუალური ნიშების ძებნა და შერჩევა უნდა მოხდეს, რაც ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. მაგალითად, ნორვეგიაში საკარმიდამო ნაკვეთებს შორის, რომლებიც მომხმარებელს ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებას სთავაზობს, დიდი კონკურენციაა. ასეთ პირობებში მხოლოდ ის ტურისტული ადგილები ახერხებენ გადარჩენას, რომლებმაც სწორად შეარჩიეს ნიშა და საქონლისა და მომსახურების ორგანიზებული წარმოება დაიწყეს, რითაც აკმაყოფილებენ გარკვეულ საბაზრო სემგენტებს.

ნორვეგიაში საგზაო ნიშანებზე ხშირად შეხვდებით ორგანიზაცია Hannen-ის სიმბოლოს - მამლის გამოსახულებას, რომელიც კერძო საკარმიდამო ნაკვეთებს აერთიანებს და ტურისტებს მათ მომსახურებას სთავაზობს. როგორც წესი, იმავე ნიშანზე მითითებულია მეურნეობის, როგორც ტურისტული ობიექტის, სპეციალიზაცია - ე.წ ნიშა. სურათზე 5.2 გამოსახულია კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ობიექტის ნიშანი, და მითითებულია Kunst og håndverk (ნორ. „ხელოვნება და რეწვა“) - ტურისტული საქონლისა და მომსახურების საბაზრო ნიშა.

რა თქმა უნდა, არავინ უნდა ელოდოს საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტების მასობრივ შემოდინებას, რადგან მომსახურებით მხოლოდ ის ტურისტები სარგებლობენ, რომლებსაც ხელოვნება და რეწვა აინტერესებთ. სოფლად ტურიზმის პროდუქტების დიფერენცირება უპირატესობას კონკურენტებს ანიჭებს. სანიშო საქონლის და მომსახურების ბაზარი მცირეა, მაგრამ თქვენი წილი მასში დიდია, შესაძლოა, საერთოდაც 100% იყოს, ეს ნიშის ტიპზე და საკარმიდამო ნაკვეთის ადგილმდებარეობაზეა დამოკიდებული.

ტურისტებისთვის ექსკლუზიურად ეკოლოგიური ხარისხის პროდუქციის შეთავაზება ასევე კონკრეტული საბაზრო ნიშისთვის არის განკუთვნილი.

2016-2019 წლებში აჭარაში, სოფლად ტურიზმის საქონლისა და მომსახურების ბაზრის შესწავლისას, ტურისტებს კითხვარი დაურიგდათ და 30-ზე მეტი სხვადასხვა ნიშის პროდუქტი შეთავაზეს. ანალიზმა აჩვენა, რომ არც ერთი ტურისტული პროდუქტი, თუნდაც ექსკლუზიური, თავისი არსით მასობრივი მოთხოვნით არ სარგებლობდა. სოფლად ტურიზმის გარკვეული ნიშური პროდუქტების მიმართ ინტერესი გამოკითხულთა 5-დან 15 პროცენტმა გამოხატა. თუკი საზღვაო ტურიზმი და მასთან



სურ. 5.1. ძველებური სამეურნეო ნაგებობა კერძო საკარმიდამოზე.
ნორვეგია, ტელემარკის საგრაფო



სურ. 5.2. საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ობიექტის საგზაო ნიშანი

დაკავშირებული ტურისტული საქონელი და მომსახურება, მაგალითად, ბათუმში და სხვა სანაპირო დასახლებებში დიდი პოპულარობით სარგებლობს, სოფლად ტურიზმის პროდუქტებზე მოთხოვნა შეზღუდულია.

უნდა აღინიშნოს, რომ სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარებისთვის, სახელმწიფო რეგულირების შემუშავებისა და დანერგვისას ისეთ ქვეყნებში, როგორებიცაა მალტა, სლოვენია და სხვა, ყურადღება სოფლის ტურიზმის ნიშური პროდუქტების შემუშავებაზე გამახვილდა.

ამრიგად, უნდა გვახსოვდეს და ყურადღება გავამახვილოთ იმ ფაქტზე, რომ ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი წინაპირობაა კერძო საკარმიდამოზე საბაზრო ნიშების სწორი არჩევანი და შესაბამისი ტურისტული პროდუქტების წარმოება. როგორც წესი, ხელმისაწვდომი რესურსებიდან. უპირველეს ყოვლისა, მნიშვნელოვანი იმ საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონის კომპეტენციაა, სადაც ტურისტული ბიზნესის განვითარება იგეგმება. მაგალითად, თუ ასეთი მეურნეობის მეპატრონე გამოცდილი მეთევზეა, მაშინ მთის მდინარეებში, მაგალითად, აჭარაში, თევზაობის ორგანიზების შეთავაზება ექსკლუზიურად მომსახურებად ჩაითვლება და კონკრეტულ საბაზრო ნიშაზე იქნება ორიენტირებული, ანუ იმ ტურისტებზე, რომლებიც ექსკლუზიურად მთის მდინარეების პირობებში, თევზის განსაკუთრებულ სახეობაზე თევზაობით არიან დაინტერესებულნი. ასეთი სერვისის ბაზარი მწირია, მაგრამ შესაბამისი მაღალი კომპეტენციის მქონე მესაკუთრეს გარკვეულ უპირატესობას ანიჭებს.

ძირითადი დასკვნები

- სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების უმთავრესი წინაპირობა ეფექტური სტრატეგიებისა და პოლიტიკის შემუშავებაში სახელმწიფო ორგანოების უშუალო მონაწილეობაა.
- ტურიზმის ბიზნესის მხარდაჭერის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის საფუძველი, პირველ რიგში, კვლევის შედეგები უნდა გახდეს, რათა უკეთ გამოვლინდეს სოფლად არსებული რესურსები და საქონლისა და მომსახურების ბაზრის მოთხოვნები.
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარებისათვის სახელმწიფო პოლიტიკის პრაქტიკული განხორციელებისთვის აუცილებელია სოფლის რეგიონებში ტურიზმის ბიზნესის მხარდაჭერის რეგულირების ეფექტური პრინციპების შემუშავება, რამაც უნდა უზრუნველყოს არსებული, პირველ რიგში, ფინანსური რესურსების რაციონალური გამოყენება.
- სოფლად ტურიზმი მასიურ ხასიათს არ ატარებს, ამიტომ, ტურიზმის ბიზნესში წარმატების მისაღწევად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის წარმატებისთვის, აუცილებელია აქცენტი გაკეთდეს პროდუქტების განვითარების ნიშობრივ მაჩვენებლებზე, რომლებიც ვიწრო საბაზრო სეგმენტებზე იქნება ორიენტირებული.

თავი 6.

სოფლად კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე ტურიზმის ბიზნესის შექმნისა და განვითარების მიზანშეწონილობის ძირითადი მაჩვენებლები

კონკრეტულ საკარმიდამოზე ტურისტული ბიზნესის განვითარების, ორგანიზების, დაგეგმვის, ბიზნესგეგმის შემუშავებაში, აგრეთვე, ფინანსური წყაროების მოძიების შესახებ გადაწყვეტილების მიღებამდე, აუცილებელია შეფასებულ იქნას მთელი რიგი მნიშვნელოვანი ფაქტორებისა, რომლებიც პირველ რიგში მოახდენენ გავლენას მოცემული პროექტის რეალიზების წარმატებაზე. მიუხედავად იმისა, რომ გარკვეული სოფლებისთვის არსებობს ტურისტული პროდუქტების ბაზარი და მიღებულია შესაბამისი სახელმწიფო პროგრამა, ეს იმას არ ნიშნავს, რომ კონკრეტული სოფლის ყველა საკარმიდამო შეიძლება გამოყენებული იქნას ტურისტების მისაღებად ამ პროგრამის მიღების დროს. ასეთი საკარმიდამოები შეიძლება გამოყენებული იქნას, როგორც ძირითადი ტურისტული საკარმიდამოს შესაბამისი მომსახურებისა და პროდუქტების მომწოდებელი. განვიხილოთ რამდენიმე, ჩვენი თვალსაზრისით, უმნიშვნელოვანესი პარამეტრი, რომლებიც უნდა იყოს გათვალისწინებული სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის განვითარების მიზანშეწონილობის შეფასებისათვის.

საკარმიდამოს ხელმისაწვდომობა და ადგილმდებარეობა

საკარმიდამოს შერჩევას ტურიზმის ბიზნესის განსავითარებლად სატრანსპორტო საშუალების ხელმისაწვდომობას შეიძ-

ლება ჰქონდეს გადაწყვეტი მნიშვნელობა. გამომდინარე იქიდან, რომ აჭარის მაღალმთიანი სოფლის რაიონებში მისასვლელი გზები ცუდ მდგომარეობაშია, ზოგიერთ მათგანზე მსუბუქი ავტომობილით გადაადგილება დაკავშირებულია გარკვეულ რისკთან და ტურისტის სიცოცხლისათვის შეიძლება იყოს სახიფათო. თუმცა, არ არის გამორიცხული, რომ რიგ შემთხვევებში საკარმიდამოს მფლობელების მიერ უზრუნველყოფილ იქნას ტურისტთა სპეციალური სატრანსპორტო მომსახურება.

ტურიზმის ბიზნესის განვითარების საწყის ეტაპზე საკარმიდამოს არჩევისას, ტურიზმის მიზნების განვითარებისთვის, უმჯობესია თავიდან ავიცილოთ ისეთი ხარჯები, როგორცაა საკარმიდამოზე მისასვლელი გზების გაუმჯობესება, რადგან გზების მოწყობა დაკავშირებულია დიდ ინვესტიციებთან.

ცალკეულ შემთხვევებში, მანძილისა და ტურისტული ბაზრის სეგმენტის გათვალისწინებით, შესაძლებელია ცენტრალური მაგისტრალიდან საკარმიდამომდე ბილიკის მოწყობა ტურისტებისთვის.

ტურისტების გადაადგილების მიზნით დაგეგმილი საგზაო ქსელი უნდა იყოს უსაფრთხო და მასზე შესაძლებელი უნდა იყოს მსუბუქი ავტომობილით გადაადგილება წლის ნებისმიერ დროს, ნებისმიერ ამინდში.

ტურისტებისთვის დასასვენებელი საკარმიდამოს შერჩევისას განსაკუთრებულ როლს თამაშობს მისი ადგილმდებარეობა. როგორც გამოცდილებამ ცხადყო, ტურისტები არჩევენს აკეთებენ ისეთ საცხოვრებელ სახლზე, რომელიც დგას დასახლებული პუნქტიდან განცალკევებით - ტყესთან, მდინარესთან ან ჩანჩქერთან ახლოს, რაც არ შეიძლება ხელოვნურად შეიქმნას ქალაქის პირობებში. ეს იმას ნიშნავს, რომ ტურისტი დასვენების დროს პრიორიტეტს ანიჭებს ექსკლუზიურ ადგილმდებარეობას, ქალა-

ქის ხმაურისგან, სტრესისგან განმარტოებას, სუფთა ჰაერის პირობებში სიმყუდროვესა და სიმშვიდეში, ბუნებასთან ჰარმონიაში ყოფნას.

ურბანული ხმაურით გამოწვეული სტრესი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია, რომელიც უარყოფით გავლენას ახდენს ადამიანის ჯანმრთელობასა და სიცოცხლის ხანგრძლივობაზე. რა თქმა უნდა, პირველ რიგში უნდა გავითვალისწინოთ ის მიზეზები, რის გამოც იმყოფება ტურისტის სოფელში და აქედან გამომდინარე შევარჩიოთ ოპტიმალური საკარმიდამო, რომელზეც მოვახდენთ სოფლად ტურიზმის პროდუქტების განვითარებას.

ადამიანური რესურსები

სოფლად ტურიზმი და განსაკუთრებით საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესი, როგორც წესი, არ არის მასიური ხასიათის, დაფუძნებულია ნიშურ პროდუქტებზე, რომლებიც გათვალისწინებულია ტურისტული ბაზრების გარკვეულ სეგმენტებზე. ამასთან დაკავშირებით, ტურისტული ბიზნესის შემოსავლიანობა სოფლად კერძო საკარმიდამოს საფუძველზე ხშირად შეზღუდულია და, როგორც წესი, უზრუნველყოფს საშუალო წლიური შემოსავლით მხოლოდ საკარმიდამოს მაცხოვრებლებს.

უცხო ქვეყნების გამოცდილება სოფლად ტურიზმის სფეროში გვიჩვენებს, რომ სოფლად ტურიზმის საწარმოების 95% -ზე მეტი, როგორც წესი, მცირე ან მიკროა. სხვა მაცხოვრებელთა დასაქმება მიზანშეწონილია მხოლოდ მასობრივი ღონისძიებე-

ბის დროს, რომლებიც ტარდება ერთ განსაზღვრულ საკარმი-
დამოზე.

აღნიშნულთან დაკავშირებით, აუცილებელია გავითვალის-
წინოთ საკარმიდამოს მკვიდრთა განათლების დონე, შესაბამისი
კომპეტენცია, სამეწარმეო გამოცდილება და ტურისტულ ბიზ-
ნესში მათი ჩართვის შესაძლებლობა.

ასევე, უნდა შეფასდეს საკარმიდამოში კონკრეტული ადა-
მიანებისთვის შესაბამისი ტრენინგის ჩატარების საჭიროება. გან-
საკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ექსკლუზიური უნარე-
ბისა და შესაძლებლობების არსებობას, რაც შეიძლება მნიშვნე-
ლოვანი იყოს ექსკლუზიური ნიშური ტურისტული პროდუქტე-
ბის შექმნისათვის.

ძირითადი სამეურნეო და კომერციული საქმიანობები საკარმიდამოზე

საკარმიდამოს შერჩევისას აუცილებლად განსაკუთრებული
ყურადღება უნდა მივაქციოთ საკარმიდამოზე სამეურნეო დანიშ-
ნულების მიწებს და მათ ვარგისიანობას ტურისტული მოთხოვ-
ნილებების დასაკმაყოფილებლად, კერძოდ, ეკოლოგიურად
სუფთა საკვები პროდუქტების წარმოებისათვის; მნიშვნელოვა-
ნია რეკრეაციული არეალების, ავტოსადგომების და გასართობი
ადგილების არსებობა, ასევე, მათი ვარგისიანობა აგროტურიზ-
მის მიზნებისათვის, ადგილობრივ სასოფლო-სამეურნეო საქმი-
ანობაზე ტურისტთა დაკვირვების ან მასში ჩართვის შესაძლებ-
ლობისთვის.

მაგალითად, სამეურნეო დანიშნულების მიწები შესაძლებე-
ლია გამოყენებულ იქნას გასაქირავებლად, სადაც ტურისტი

თვითონ მოიყვანს ეკოლოგიურად სუფთა ბოსტნეულს, კარტოფილს, ხილს და ა.შ. საგულისხმოა, რომ ეკოლოგიურად სუფთა საკვები პროდუქტები წარმოადგენს განსაკუთრებით ექსკლუზიურ და მიმზიდველ საქონელს სოფლად ტურიზმის ტურისტებისათვის. ასევე, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ბოსტნეულის მოყვანის ადგილსა და მის მოხმარებას შორის მანძილი ახდენს გადამწყვეტ გავლენას ბოსტნეულისა ხარისხსა და სასარგებლო თვისებებზე.

პროექტში შესაძლებელია გაითვალისწინოთ განსაკუთრებული ასორტიმენტის ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებისა და ხილის მოყვანა, შინაური ფრინველის ხორცის, წვრილფეხა პირუტყვის, ღორების გაზრდა, რძის პროდუქტების წარმოება, ტრადიციული ქართული სოუსის - ტყემლის და მისგან ნაწარმოები საკვები პროდუქტების დამზადება, რომელთაც გააჩნია სამკურნალო თვისებები, მაგალითად, წარმატებით გამოიყენება ვენების ვარიკოზული გაგანიერების მკურნალობის დროს. ასევე, შეიძლება იყოს გათვალისწინებული ღვინისა და ხილის წვენების წარმოება, თუ საკარმიდამოზე არსებობს შესაბამისი რესურსი.

საკარმიდამოს მიმდებარედ არსებული ბუნებრივი რესურსები

საკარმიდამოს არჩევისას, რომელზეც უნდა განვითარდეს ტურისტული ბიზნესი, განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს საკარმიდამოს გარშემო არსებულ ბუნებრივ რესურსებს. უნდა გვახსოვდეს, რომ ბუნება სოფლად ტურიზმის ერთ-ერთი ძირითადი რესურსია. საკარმიდამოს ტერიტორიაზე არსებული ბუნებრივი რესურსები, რომლებიც ამლიერებენ საკარმიდამოს

და ზრდიან მისი, როგორც ტურისტული ობიექტის, მიმზიდველობას, შეიძლება იყოს: ტყის მასივი, რელიქტური ან განსაკუთრებული ხის სახეობები, წყლის რესურსები, ექსკლუზიური ლანდშაფტი და ტერიტორიის რელიეფურობა, განსაკუთრებული სასმელი წყარო, ადგილის მიკროკლიმატის ბალნეოლოგიური თვისებები, იშვიათი ფაუნა და სხვა.

კულტურული და ისტორიული რესურსები

სოფლად ტურიზმის სხვა ძირითადი რესურსების ჯგუფს განეკუთვნება კულტურული და ისტორიული რესურსები, რომელთა არსებობა საკარმიდამოს ანიჭებს ექსკლუზიურობის ხასიათს. თუ ასეთი რესურსები არსებობს, შეეცადეთ, მათი დახმარებით გააძლიეროთ შესათავაზებელი ტურისტული საქონლისა და მომსახურების მიმზიდველობა არჩეულ საკარმიდამოზე. ამავდროულად, ტურისტულ კერძო საკარმიდამოზე ტურისტული პროდუქტების შექმნის დროს, სასურველია იმ ელემენტების ფართოდ გამოყენება, რომლებიც ნათლად წარმოაჩენს კონკრეტული სოფლის ან მთლიანად რეგიონის კულტურას და ისტორიულ მოვლენებს.

საკარმიდამოს ეზოსა და ტერიტორიის ესთეტიკური მიმზიდველობა

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, საკარმიდამოს ადგილმდებარეობა ბევრად განსაზღვრავს სოფლად ტურიზმის კონკრეტული პროდუქტის შემუშავების მიზანშეწონილობას, რომე-

ლიც გათვალისწინებულია კონკრეტული საბაზრო სეგმენტი-სათვის. მაგალითად, საკარმიდამოს ტერიტორია დასასვენებლად ტურისტისთვის შეიძლება საინტერესო იყოს იმ შემთხვევაში, თუ ის მდებარეობს ავტომაგისტრალიდან, საწარმოდან, მაღალი ძაბვის მქონე ელექტროსადენებიდან, ნაგავსაყრელიდან, ხმაურის წყაროებიდან შორს; საკარმიდამოს ადგილმდებარეობა მჭიდროდ დასახლებული პუნქტიდან მოშორებით, მთებში, ტყეში ან წყალსატევებთან ახლოს, ზრდის ტურისტებისთვის დასასვენებელი ადგილის მიმზიდველობას.

თავის მხრივ, საკარმიდამოს ტერიტორიისა და ეზოს ტურისტული მიზნით გამოყენებისათვის, არანაკლებ მნიშვნელოვანია მისი ესთეტიკური მიმზიდველობა. ეს ტერიტორია არ უნდა იყოს დანაგვიანებული, მასზე არ უნდა იყოს არაესთეტიკური სამეურნეო ნაგებობები. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ საკარმიდამოს ტერიტორიაზე უნდა არსებობდეს საკმარისი ადგილი ავტოტრანსპორტის გასაჩერებლად და ტურისტებისთვის დასასვენებლად. ასევე, სასურველია, საკარმიდამოს ტერიტორიიდან იშლებოდეს ლამაზი ხედები მთებზე, მდინარესა და ხეობებზე.

ამასთან დაკავშირებით, საკარმიდამოს ტერიტორიის მიმზიდველობა შეიძლება დავახარისხოთ შემდეგ კატეგორიებად: ექსკლუზიური, მიმზიდველი, ნაკლებად მიმზიდველი და არამიმზიდველი. მიმზიდველობის ძირითადი ელემენტების არსებობის შემთხვევაში, თავისუფლად შეიძლება საკარმიდამოს ტერიტორიის მოწესრიგება და კეთილმოწყობა ტურისტული მიზნებისათვის. ამასთან, უნდა გავითვალისწინოთ, რომ კეთილმოწყობილი საკარმიდამოს ეზო კვლავ უნდა ასოცირდებოდეს სოფლის გარემოსთან და არ უნდა დაემსგავსოს ქალაქის ტერიტორიას, დაფარულს ბეტონითა და ასფალტით. ტერიტორიის

მოწყობის პრინციპი უნდა შეესაბამებოდეს ადგილობრივ ტრადიციებს, მოსახლეობის ცხოვრების წესს და თავისებურებებს.

საკარმიდამოს ტერიტორიაზე საცხოვრებელი და სამეურნეო შენობა-ნაგებობები

ტურისტული ბიზნესის განსავითარებლად, საკარმიდამოს შერჩევასა, სხვადასხვა პირობების გათვალისწინებასთან ერთად, უპირატესად ყურადღება უნდა მიექცეს საცხოვრებელი და სამეურნეო ნაგებობების არსებობას, რომელმაც უნდა დააკმაყოფილოს გარკვეული ტურისტული პროდუქტების წარმოების მიზნები.

საცხოვრებელი სახლის კეთილმოწყობა ყველა კომფორტით, რომელიც გათვლილია ბაზრის განსაზღვრულ სეგმენტზე, როგორც წესი, დაკავშირებულია მნიშვნელოვან ხარჯებთან და როგორც გამოცდილება გვიჩვენებს, ეს დანახარჯები არის ყველაზე მნიშვნელოვანი ინვესტიციების საერთო გეგმაში, რომელიც ითვალისწინებს საკარმიდამოს მოწყობას ტურისტების მიღების მიზნით. ამასთან დაკავშირებით აუცილებელია დეტალურად შეფასდეს არსებული რესურსები, როგორცაა: საცხოვრებელი პირობები, წყლის ხელმისაწვდომობა, კანალიზაცია, გათბობა, გაზმომარაგება, ელექტროენერგია და სხვა. ასევე, ზოგადი მაჩვენებლებით უნდა შეფასდეს საცხოვრებელი ფართობის რემონტის, რეკონსტრუქციისა და კეთილმოწყობის ზოგადი ღირებულება.

თანაბარი პირობების შემთხვევაში, სასურველია უპირატესობა მიენიჭოს იმ საკარმიდამოს, რომლის ტერიტორიაზე განლაგებულია შენობა, რომელიც არის ტრადიციული მოცემული

რეგიონისთვის თავისი არქიტექტურით და გამოყენებული სამშენებლო მასალით. ბუნებრივია, უპირატესობა ენიჭება ძველ შენობებს, რომლებიც აგებულია ეკოლოგიურად სუფთა მასალებით, მაგრამ არ გამოირიცხება სახლის ზოგიერთი ელემენტის შეცვლა ტრადიციული ადგილობრივი მასალებით. მაგალითად, შევცვალოთ თანამედროვე ლითონის სახურავი (კალის, ლითონის, ფიქალის და ა. შ.) თიხის ტრადიციული კრამიტით.

საცხოვრებელი სახლის შიდა მხარეც მეტწილად მოპირკეთებული უნდა იყოს ადგილობრივი, სუფთა ეკოლოგიური მასალებით. შენობის ინტერიერი, მაქსიმალურად უნდა იყოს გაფორმებული ამ დასახლებისთვის ტრადიციული ადგილობრივი მასალებით და უნდა იყოს გაფორმებული შესაბამისად. ტურისტს უნდა მიეცეს შესაძლებლობა, ჩაიძიროს გარკვეული ეპოქის ატმოსფეროში, რომელიც ხასიათდება შესაბამისი ტურისტული თავისებურებებით.

შეფასება და საცხოვრებელი სახლის მოწყობის შესახებ გადაწყვეტილების მიღება უნდა ეფუძნებოდეს გარკვეული საბაზრო სემენტის მოთხოვნას, რომლისათვისაც იქნება შეთავაზებული თქვენი ტურისტული პროდუქტი. ტურისტებისთვის საცხოვრებლად შეიძლება იქნას შეთავაზებული შემდეგი ძირითადი ალტერნატივები: კეთილმოწყობილი საცხოვრებელი სახლი მთლიანად, კეთილმოწყობილი ბინა საცხოვრებელ სახლში, ოთახი საცხოვრებელ სახლში საკუთარი სველი წერტილით და სხვა.

გართობა და აქტივობები, რომლებიც შესაძლოა შეთავაზებული იქნას ტურისტებს

ტურისტები, რომლებიც თავიანთ შვებულებას (მათ შორის, ხანმოკლეს) ატარებენ სოფლის საკარმიდამოზე, არ უნდა იწყენდნენ უსაქმოდ ყოფნით. მაგალითად, ტელეგადაცემების ყურება და ინტერნეტში ხეტიალი არ უნდა იყოს ძირითადი მომსახურება, რომელიც შეთავაზებული იქნება საკარმიდამოზე. ამ მომსახურებით მათ შეიძლება ისარგებლონ ქალაქში ყოველდღიურად. სოფლის საკარმიდამოზე მათ სემინტების მიხედვით უნდა მიეწოდებოდეთ ისეთი მიმზიდველობა, რომლის შექმნაც ქალაქის პირობებში შეუძლებელია. ჩვეულებრივ, ტრადიციულ გართობასთან ერთად, ძალიან მნიშვნელოვანია ტურისტებს შესთავაზოთ ისეთი საქმიანობა, რომელიც ბუნებაში ყოფნასთანაა დაკავშირებული, მაგალითად, წინასწარ დაგეგმილი და საინფორმაციო დაფებით, მაჩვენებლებით, დასასვენებელი და კვების ადგილებით აღჭურვილი სხვადასხვა სირთულის საფეხმავლო მარშრუტები, რომლებიც, ამავე დროს, არ მოითხოვს სპეციალურ ფეხსაცმელს, აღჭურვილობას და ა.შ.

ამასთან, განსაკუთრებული ყურადღება მიექცეს აღნიშნული მარშრუტით ტურისტების უსაფრთხო გადაადგილებას, ცალკეულ შემთხვევებში უზრუნველყოთ თანხლება, სპეციალური რადიოკავშირის, დამისთევის და სხვა შესაძლებლობა. როგორც ნორვეგიის საკარმიდამოზე დაარსებული ტურიზმის ბიზნესის გამოცდილება გვიჩვენებს, ამ სახეობის გართობა ძალიან პოპულარულია როგორც ნორვეგიელებს, ისე უცხოელ ტურისტებს შორის. ტურისტებისთვის ძალიან მიმზიდველია ისეთი გართობები, როგორცაა: კენკრისა და სოკოს შეგროვება, თევზაობა, ნადირობა, გარეულ ცხოველებზე და ფრინველებზე დაკვირვება,

ცხენით გასეირნება, ამ კონკრეტული ადგილისთვის დამახასიათებელი ხალხური რეწვის ნიმუშების დამზადება და სწავლება.

ტურისტის გართობა უნდა დაიგეგმოს გარკვეული სეგმენტების მოთხოვნის საფუძველზე, საკარმიდამოს მიმდებარედ არსებული ბუნებრივი პირობების შესაბამისად.

ძირითადი დასკვნები

- იმისათვის, რომ რაციონალურად იქნას გამოყენებული რესურსები და მივაღწიოთ წარმატებას ტურისტული ბიზნესის მდგრადი განვითარების პროცესში, კონკრეტული კერძო სოფლის საკარმიდამოს საფუძველზე, ყველა ხელსაყრელი ბაზრისა და ფინანსური შესაძლებლობების გათვალისწინებით, აუცილებელია, პირველ რიგში, შეფასდეს ამ ქონების ვარგისიანობა აღნიშნული მიზნებისათვის.
- მთავარ პარამეტრებს შორის უნდა შეფასდეს ისეთი მახასიათებლები, როგორცაა საკარმიდამოს ადგილმდებარეობა და ხელმისაწვდომობა, მისი ესთეტიკური მიმზიდველობა, ასევე, ძირითადი რესურსების ხელმისაწვდომობა ტურიზმის პროდუქციის წარმოებისთვის.

თავი 7.

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის გოგონათი ძირითადი მიმართულებები

კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე სოფლის რეგიონების გათვალისწინებით შესაძლებელია ტურიზმის ბიზნესის სხვადასხვა მიმართულების განვითარება. სოფლის რესურსები შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას გარკვეული პროდუქტებისა და მომსახურებისთვის, რაზეც არსებობს მოთხოვნა ტურისტულ ბაზარზე. მაგრამ ვიდრე კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე ტურიზმის ბიზნესის ამა თუ იმ მიმართულების განვითარებას დავიწყებთ, აუცილებელია პასუხი გაეცეს ერთ უმნიშვნელოვანეს კითხვას: კონკრეტულ რეგიონში, სოფლის საკარმიდამო ნაკვეთს რა მიზნით შეიძლება სტუმრობდეს ტურისტი?

ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ სოფლად ტურიზმის მთავარი მიზანი ქალაქის მოსახლეობის გაჯანსაღება, აგრეთვე, სოფლის რეგიონების მოსახლეობის კულტურის, ყოფის, ცხოვრების წესისა და მეურნეობის გაცნობა უნდა გახდეს. ქალაქგარეთ გასვლისას, ადამიანს გააჩნია იგივე საჭიროებები, რაც ქალაქში. ქალაქის პირობებში, მოსახლეობას სთავაზობენ საქონლისა და მომსახურების თითქმის სრულ ასორტიმენტს, რომელიც აკმაყოფილებს მის მოთხოვნილებას. ამიტომ, ტურისტი სოფლად რომ მივიყვანოთ, აუცილებელია რაიმე განსაკუთრებული, ქალაქისაგან რადიკალურად განსხვავებული შევთავაზოთ. განვიხილოთ კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესში არსებული პოპულარული მიმართულებებიდან სპეციალური შეთავაზებების სახეები.

ბიომეურნეობა კერძო სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთის ბაზაზე, როგორც სოფლად ტურიზმის ობიექტი

ყველაზე ძვირფასი და შეუფასებელი ადამიანისთვის - ჯანმრთელობაა. ნებისმიერი ქვეყნის მოსახლეობის ჯანმრთელობა - სახელწიფოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვანი მაჩვენებელია. შემთხვევითი არაა, როცა სუფრასთან ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული სადღეგრძელო ჯანმრთელობის ისმება, დაბადების დღეზე, ქორწილზე და სხვა დღესასწაულებზეც როცა სურვილს გამოვთქვამთ, პირველი ჯანმრთელობაა.

როგორც უკვე აღინიშნა, ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციის მონაცემებით (WHO), არასახარბიელო ეკოლოგიური სიტუაციის მქონე დიდი ქალაქებისა და სამრეწველო ცენტრების მაცხოვრებლები, ორგანიზმის გასაჯანსაღებლად, განსაკუთრებით სასუნთქი გზების გასაწმენდად წელიწადში მინიმუმ 3-4 თვეს სოფლად უნდა ატარებდნენ. ყურადღება უნდა მიექცეს არასახარბიელო გარემოს თუნდაც ისეთ სუსტად განვითარებულ ინდუსტრიულ ქალაქში, როგორიცაა, მაგალითად, აჭარის დედაქალაქი, ბათუმი. ქალაქის თითქმის ნებისმიერ ადგილას შეიძლება შევიგრძნოთ მანქანის გამონაბოლქვის, ზოგჯერ ნავთობპროდუქტების, კანალიზაციის და ა. შ. სუნი. არასახარბიელო ეკოლოგიური ვითარების მთავარი მიზეზი, ასევე, ქალაქის საერთაშორისო სატრანზიტო და ადგილობრივი ტრანსპორტით გადატვირთვაა, რომელთა ტექნიკური მდგომარეობა ძირითადად არ აკმაყოფილებს გარემოსდაცვით, ან, მაგალითად, ევროკავშირის მიერ მიღებულ ავტომობილების ტექნიკური მდგომარეობის შესახებ ჩარჩო-მოთხოვნებს. ბოლო პერიოდში ტრანსპორტის სავალდებულო ტექნიკური დათვალიერების შემოღებით პრობ-

ლემა ბოლომდე არ მოგვარებულა, ეს განსაკუთრებით ტურისტული სეზონზე იგრძნობა, როდესაც ქობულეთისა და ბათუმის ქუჩები გადატვირთულია მანქანებით.

როგორც ვხედავთ, სუფთა ჰაერი და წყაროს წყალი სოფლად ტურიზმის ექსკლუზიური პროდუქტია, რომელსაც ზღვის სანაპიროზე იშვიათად ნახავთ. კიდევ ერთი, არანაკლებ მნიშვნელოვანი პრობლემა, რომელიც გავლენას ახდენს ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე, არის კვების ხარისხი. მეცნიერებმა დაამტკიცეს, რომ ადამიანის დაავადებები, მეტწილად, ეკოლოგიურად დაბინძურებული, გენეტიკურად მოდიფიცირებული და ხშირად მავნე, არაჯანსაღი საკვებით არის გამოწვეული. ადამიანის სხეულში ჩანერგილია დაავადებებისგან დაცვის მექანიზმი და ამას იმუნური სისტემა ასრულებს. იმუნურ ფუნქციას იმუნური ბაქტერია ასრულებს, რომლის ოდენობა მოზრდილი ადამიანის ნაწლავებში დაახლოებით 1,5 კგ-ია. სიცოცხლისუნარიანობა და, ამ ბაქტერიების მოქმედების ეფექტურობა დამოკიდებულია იმ საკვებზე, რომელსაც ადამიანი იღებს. ამიტომ საკვები პროდუქტების ხარისხი, მათი ქიმიური შემადგენლობა მნიშვნელოვანი და განმსაზღვრელი ფაქტორია ადამიანის იმუნიტეტის უზრუნველსაყოფად. მაგალითად, საკვები აზოტის მაღალი შემცველობით ამცირებს ადამიანის სიცოცხლისუნარიანობას და ბაქტერიების დამცავი ფუნქციების შესრულებას, ამცირებს უჯრედებამდე მიწოდებული ჟანგბადის დონეს, აფერხებს ან ანელებს ადამიანის ორგანიზმში მეტაბოლურ პროცესებს, რაც საბოლოოდ სერიოზულ დაავადებებს იწვევს.

მაგალითად, რაიონის მოსახლეობაში მოპოვებული ინფორმაციით, აჭარაში გასაყიდად გამოტანილი ბრენდული „ქედის პომიდორი“ ხელოვნურ მინერალზე, კერძოდ, აზოტზე მოჰყავთ, პირადი სარგებლობისთვის კი ხელოვნური სასუქების გარეშე.

ანალოგიური ვითარება აღინიშნა ნორვეგიის ფერმერულ მეურნეობებში, სადაც მეურნეობების მეპატრონეები პირადი მოხმარებისთვის ორგანულ სასუქზე მოყვანილ ბოსტნეულს, კარტოფილსა და სხვა ბოლქვოვანი კულტურას მოიხმარენ, ხოლო გასაყიდად აზოტით და სხვა ხელოვნური სასუქებით გაჯერებული საქონელი გააქვთ.

ადამიანის იმუნური მექანიზმის პირველადი დონის დათრგუნვა - ნაწლავის ბაქტერიების მოქმედება - სხვა იმუნურ მექანიზმს აამოქმედებს, რომლის ფუნქციას ლეიკოციტები ასრულებენ. ისინი ადამიანის სისხლში არსებული უცხო ნივთიერებებისა და ცოცხალი ორგანიზმების ლოკალიზაციას ახდენენ, სისხლძარღვებიდან გამოდევნიან და ამით კლავს მათ და თავადაც კვდება. შლაკები გადაადგილებისას კაწრავენ სისხლძარღვების კედლებს, რომელსაც შედეგად ქოლესტერინი და ა. შ. ეკვრის, რაც საბოლოოდ სისხლძარღვების შევიწროებას, სისხლის მიმოქცევის დარღვევას, სხეულის უჯრედების არასაკმარის მიწოდებას და, შედეგად, მეტაბოლურ დარღვევებს იწვევს. ამგვარი დარღვევების შედეგია სიმსუქნე, შაქრიანი დიაბეტი, გულ-სისხლძარღვთა სისტემის რიგი დაავადებები. ეს ადამიანის სხეულზე ეკოლოგიურად დაბინძურებული საკვების უარყოფითი გავლენაა. ამრიგად, როგორც ხელსაყრელი სოციალურ-ეკონომიკური გარემოს მქონე განვითარებული ქვეყნების გამოცდილება გვიჩვენებს, მოქალაქეების სოფლად გამგზავრების მთავარი მოტივაცია ბიოლოგიურ სასუქზე მოყვანილი ბოსტნეულისა და ხილის შეძენა ან ადგილზე საკვებად გამოყენებაა.

სამეურნეო პროდუქტებზე, კერძოდ, ბოსტნეულისა და ხილის ხარისხზე მნიშვნელოვან გავლენას კულტივირების ადგილიდან სასადილო მაგიდამდე ტრანსპორტირების მანძილი ახდენს. რაც უფრო მოკლეა მანძილი, უკეთესია ხარისხი. კვლევებ-

მა აჩვენა, რომ ბოსტნეული და ხილი მოსავლის მიღებიდან 24 საათის შემდეგ კარგავს სასარგებლო ვიტამინებისა და მინერალების ნახევარზე მეტს. წარმოიდგინეთ, რომ პომიდორი, რომელიც იზრდება ყველა სტანდარტების შესაბამისად, ხელოვნური მინერალური სასუქების გამოყენების გარეშე, თურქეთიდან აჭარას უნდა მიეწოდოს. როგორია დაშორება ბოსტნიდან ან სათბურიდან, სადაც ეს პომიდორი მოიყვანეს, სასადილო მაგიდამდე?

ალბათ, რამდენიმე ასეული კილომეტრი მაინც. ხოლო დრო, რომელიც მათ შეგროვებას, დახარისხებას, შეფუთვის, შენახვას, სატვირთო მანქანაში დატვირთვას, ტრანსპორტირებას, ყველა საბაჟო პროცედურის გავლას, გადმოტვირთვას, საწყობში შენახვას, საცალო ქსელში განაწილებას, გაყიდვასა და სასადილო მაგიდასთან მიტანას სჭირდება, სავარაუდოდ, 4-6 დღეს ან 100-150 საათს მოითხოვს. მაშინ როგორი იქნება ასეთი პომიდვრის ხარისხი? პომიდორი იტალიურიდან ითარგმნება, როგორც მზის ხილი - ვიტამინებისა და მინერალების საწყობი, რომელიც თავის სასარგებლო თვისებებს ბოსტნიდან სასადილო მაგიდასთან მიტანამდე კარგავს.

თუკი ბაზარში ან მაღაზიაში შერჩევით პომიდორს ავიღებთ და შუაში გავჭრით. ჭრის მონაკვეთზე ხშირად თეთრი რგოლები შეიმჩნევა. ეს ნიტრატების მაღალი შემცველობის ნიშანია, რასაც ხელოვნური მინერალური აზოტის გამოყენება იწვევს. ადამიანის ორგანიზმში მოხვედრისას ნიტრატები რკინის თავისუფალ კათიონებს ერთმანეთთან აკავშირებს, რომელთა ფუნქციაა ქსოვილების უჯრედებზე ჟანგბადის მიტანა, ამით კი მნიშვნელოვნად მცირდება ეს პროცესი, შედეგად, ორგანიზმში ირღვევა ნივთიერებათა ცვლა, რაც სიმსუქნეს, შაქრიან დიაბეტს და გულ-სისხლძარღვთა დაავადებებს იწვევს.

წარმოდგინეთ, რომ ქალაქგარეთ წახვედით, სადაც ეკოლოგიურად სუფთა ბოსტნეული იზრდება, დაკრიფეთ ბაღში პომიდორი და სალამოს სახლში მიიტანეთ. შეადარეთ ამ პომიდვრის გემობრივი და სასარგებლო თვისებები ზემოთ ხსენებულს.

ყურადღება მიაქციეთ საცალო ქსელში შემოთავაზებულ მწვანეებს. დერო, მაგალითად, ბუნებრივად მოყვანილ ოხრახუმსა და ქინძს მოკლე ზომისა აქვს, რასაც დახლთან იშვითად შევხვდებით, გარდა ამისა, ფოთლების ფერი მსუბუქ ტონებშია, და რაც მთავარია, ხშირად სასიამოვნო სუნისა და გემოს გარეშეა. მიზეზი - აზოტის სასუქით გაჯერებულ ნიადაგზე ინტენსიური სწრაფი კულტივირებაა. ცნობილია, რომ ქინძს (კორიანდრი) უამრავი დადებითი თვისებები გააჩნია, რაც დადებითად მოქმედებს ადამიანის სხეულზე. ეგვიპტის ფარაონის, ტუტანჰამონის საფლავში მოთავსებული იყო ქინძის თესლით სავსე თიხის ვაზები. ათასობით წლის წინ ხალხმა იცოდა ქინძის დადებითი თვისებების შესახებ, რომელიც ვერ შედგება მოკლე დროში ხელოვნური მინერალური სასუქების და წყლის გამოყენებით. საკვებში გამოყენებული მწვანელი შეიცავს თითქმის ყველა ვიტამინს და მინერალს, თუმცა ამას დრო, ნაყოფიერი და ეკოლოგიურად სუფთა ნიადაგი და მზის ენერჯია სჭირდება.

მაგალითად, ყოფილი საბჭოთა კავშირის ტერიტორიაზე ყოველწლიურად 100 მილიონი ლიტრი რძე იწარმოებოდა, დღეს კი ეს მაჩვენებელი 18 მილიონ ლიტრამდე შემცირდა. ამიტომ კარაქი უმეტეს შემთხვევაში პალმის ზეთისგან მზადდება, რაც უარყოფით გავლენას ახდენს ადამიანის ჯანმრთელობაზე. საცალო ვაჭრობაში დღეს საკმაოდ რთულია იპოვოთ კარაქი, რომელიც ექსკლუზიურად პროხის რძისაგან იქნებოდა დამზადებული.

საინტერესოა, როგორია ცოცხალი, ახლად დაკლული ან გაყინული ფრინველის ხორცის ხარისხი და სასარგებლო თვისე-

ბები. ბაზარში შეძენილი შინაური ფრინველის ხორცისგან კერძის მომზადებისას, ხარშვის პროცესში ხშირად მას თევზის სუნი ასდის. ამ სუნის მიზეზი თევზის ნარჩენებისგან დამზადებული საკვებია, რითაც ფრინველს კვებავდნენ და რომელიც მავნე და ერთგვაროვან ნივთიერებებს შეიცავს, მათ შორის, მძიმე მეტალებს. შემთხვევით არაა, რომ ბაზარზე შინაურ პირობებში, ბუნებრივ საკვებზე გაზრდილი ფრინველის ფასი უფრო მაღალია, ვიდრე სამრეწველო მიზნებში გაზრდილი ფრინველის. თუმცა ხშირია როცა კერძო მეურნეობებში, ფრინველი ხელოვნურ საკვებზე იზრდება.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ კერძო ნაკვეთზე ქალაქში, ქალაქგარეთ ან მიმდებარე ტერიტორიებზე, მაშინაც კი, თუ ხელოვნური მინერალური სასუქები არ გამოიყენება ბოსტნეულისა და ხილის მოსაყვანად, მაღალი ურბანიზაციის პირობებში, მიწის დაბინძურების გამო ეკოლოგიურად სუფთა ბოსტნეულის მოყვანა ხშირად შეუძლებელი ხდება.

კვების ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების მოყვანა, რომელიც არ აზიანებს ადამიანის ჯანმრთელობას და დიდი სარგებლობა მოაქვს მისთვის, ინდუსტრიულ, მაღალურბანიზებულ დასახლებებში, თითქმის შეუძლებელია. ამიტომ სოფლის რესურსებით, მათ შორის, სუფთა ჰაერით, ეკოლოგიურად სუფთა მიწის ნაკვეთით და შესაბამისი ადამიანური რესურსებით, შესაძლებელია აწარმოო და ქალაქის მოსახლეობას შესთავაზო ექსკლუზიური, გაყიდვაში არარსებული ეკოლოგიურად სუფთა საკვები პროდუქტი, ჯანმრთელობაზე მზრუნველი ტურისტები კი სოფლად მიიზიდო. უნდა გვახსოვდეს, რომ მასობრივი წარმოებისთვის საკვები იქმნება მრავალი ტოქსიკური დანამატის გამოყენებით. ბევრს არ ესმის, რომ მათი სხეული არა საკვების რაოდენობას, არამედ ხარისხს იღებს. ჰიპოკრატე, მედიცინის

მამა, ამტკიცებდა, რომ ადამიანმა საკვები უნდა მიიღოს, როგორც წამალი, სამკურნალო საშუალება, წინააღმდეგ შემთხვევაში, ის შესაძლოა შხამად იქცეს. უმჯობესია შიმშილი, ვიდრე მავნე საკვების მიღება.

განვიხილოთ ნორვეგიაში კერძო სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთის ბაზაზე ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტის შექმნის ერთ-ერთი მაგალითი. Holt Gård კერძო საკარმიდამო მეურნეობა, რომელიც ამავე დროს სოფლად ტურიზმის ობიექტს წარმოადგენს და ოსლოდან ერთი საათის სავალ მანძილზე (95 კმ), Skien (76 კმ), Drammen (55 კმ), ქალაქ Tønsberg ახლოს, E 18 მაგისტრალიდან 5 კილომეტრში, Vestfold საგრაფოში Undrumsdal რაიონში მდებარეობს.

ამ კერძო ფერმერული მეურნეობის ძირითადი საქმიანობა მეცხოველეობა და სოფლის მეურნეობაა. ისინი ინახავენ მერძევე ძროხებს და ბიოპროდუქტების, ხელოვნური მინერალებისა და სასუქების გამოყენების გარეშე ეკოლოგიურად სუფთა ბოსტნეულის - მწვანილის, კენკრის და ბოლქვოვანი კულტურების მოყვანით არიან დაკავებულნი. ამ მეურნეობის ერთ-ერთი დამახასიათებელი საქმიანობა ეგრეთ წოდებული საწილო მეურნეობაა (Hålt Andelslandbruk), სადაც ახლომდებარე ქალაქებიდან და დიდი დასახლებებიდან 80 ადამიანია ჩართული.

ხელშეკრულების თანახმად, ფერმის მეპატრონე 1,0 ჰექტარ მიწის ნაკვეთს იჯარით აწვდის მეწილეებს, რომლებსაც ერთობლივად მოჰყავთ ეკოლოგიურად სუფთა ისეთი ბოსტნეული და ბოლქვოვანი კულტურები, როგორცაა პომიდორი, კიტრი, სხვადასხვა მწვანილი, სტაფილო, სალათები, კომბოსტო, კარტოფილი და სხვა. ამასთან, არ მოიხმარენ ხელოვნურ მინერალურ სასუქებს და მხოლოდ პირუტყვის, ცხვრის, ქათმის ტორფით ანოყიერებენ ნიადაგს.

საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონემ სოფლის მეურნეობის ბიზნესი 28 წლის წინ დაიწყო. მისი ვალდებულება სანერგე მასალის გაშენება (ნახ. 7.1), თესვა, დარგვა და მოვლა (კულტივირება, მორწყვა, ორგანული სასუქების გამოყენება), მოსავლის შეგროვება, საჭიროების შემთხვევაში შეფუთვა და მომხმარებელზე როგორც Holt Gård საკარმიდამო ნაკვეთის მეურნეობის მეწილეთა პროდუქტის მიწოდებაა. ამავე დროს, საწილო მეურნეობიდან მისი შემოსავალი არ არის დამოკიდებული ეკოლოგიურად სუფთა ბოსტნეულის ზომიანად. იგი ანაზღაურებს მიწის იჯარისთვის, ასევე, მოსავლის მოვლა-პატრონობისთვის იღებს. ასეთ ურთიერთობებში ის არ არის დაინტერესებული ხელოვნური მინერალური სასუქების გამოყენებით დიდი რაოდენობით მოსავლის მიღებით. საწილო მეურნეობის მონაწილე 80 ადამიანი მას ყოველწლიურად მიწის ნაკვეთის იჯარისთვის, გაწეული მომსახურებისთვის 2,800 ნორვეგიულ კრონას უხდის, რაც დაახლოებით 330 აშშ დოლარია. ამრიგად, Holt Gård მეურნეობის მფლობელის საერთო წლიური შემოსავალი ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის მოყვანისთვის დაახლოებით 27,000 აშშ დოლარია, მიუხედავად მოსავლის რაოდენობის, ამინდის და სხვა პირობებისა.

საწილო მეურნეობის მონაწილეები, რამდენადაც ეს შესაძლებელია და სურვილისამებრ, აქტიურად მონაწილეობენ დარგვასა და თესვაში, მათზე ზრუნვაში, ამგვარად, ისინი აქტიურ ფიზიკურ შრომაში ერთვებიან, რასაც ასევე ფასდაუდებელი ეფექტი აქვს განსაკუთრებით ქალაქების მაცხოვრებლებზე, რომლებიც ხშირად პასიური ცხოვრების წესს მისდევენ.

საწილო მეურნეობის მონაწილეები, როგორც წესი, ოჯახებია სკოლამდელი და სასკოლო ასაკის ბავშვებით, რომლებისთვისაც ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქცია კარგი ჯანმრთელობის გასაღებია. მონაწილეები საწილო მეურნეობაში, როგორც ჩვეულებ-

რივი ტურისტები, ძირითადად, შაბათ-კვირას და არდადეგებზე ერთვებიან. საწილო მეურნეობის თითოეულ თანამფლობელს უფლება აქვს მხოლოდ იმ ბოსტნეულსა და მოსავალზე, რომელიც მას პირადი მოხმარებისთვის სჭირდება, ჩვეულებრივ, ერთკვირიანი პერიოდის განმავლობაში, ე.ი. შაბათ-კვირიდან მომდევნო შაბათ-კვირამდე. საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონე არ აკონტროლებს საწილო მეურნეობის პარტნიორებს შორის ხელშეკრულების პირობების დაცვას. ყველა ურთიერთობა აგებულია ურთიერთნდობაზე. თუ რომელიმე კულტურის მოსავალი სხვასთან შედარებით მაღალია, მეპატრონე აცნობებს ყველა მონაწილეს საწილო მეურნეობაში და ამ უკანასკნელს შეუძლია მოვიდეს, შეაგროვოს და თან წაიღოს ამ პროდუქტის შეუზღუდავი რაოდენობა. ზოგიერთ შემთხვევაში, დიდი მოსავლის მიღებით და ნებისმიერი კულტურის ერთდროული სიმწიფით, კვირის დღეებში, თუ მეწილეები ვერ მოდიან ნაკვეთზე, მაშინ მიწის ნაკვეთის მეპატრონე აგროვებს მოსავალს, ათავსებს შესაბამის კონტეინერებში, თანაბარი რაოდენობით თითოეული მესაკუთრისთვის, მიაწვდის წინასწარ შეთანხმებულ ადგილას ქალაქში, სადაც 80 თანადამფუძნებელი მოდის დღის განმავლობაში წილის ასაღებად.

80-მდე მოწილე საკუთარი მოთხოვნებიდან და საშუალო მსხმოიარობიდან გამომდინარე, თავად წყვეტენ, რომელი მოსავალი რა რაოდენობით დაათესონ.

დასვენების მიზნით, Holt Gård-ის საკარმიდამო ნაკვეთი მასპინძლობს არა მხოლოდ მეურნეობის მოწილეებს, არამედ ყველა დაინტერესებულ ტურისტს, რომელთაც იქვე, კაფეტერიაში, საუზმეზე, ლანჩსა და ვახშამზე საშუალება ეძლევათ დააგემოვნონ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებისგან მომზადებული კერძები (ნახ. 7.2). მზარეულის ფუნქციებს, როგორც წესი, საკარ-

მიდამო ნაკვეთის მეპატრონე ასრულებს, მეუღლესთან ერთად. ამასთან, ყველას აქვს შესაძლებლობა იქირაოს ოთახი და ამით გაიხანგრძლივოს დასვენება ფერმაში.

ფერმაში ტურისტებს სთავაზობენ ეკოლოგიურად სუფთა ქათმის კვერცხს, რძეს, რისგანაც ქლიავის ან მოცვის დანამატებით ბუნებრივ იოგურტს ამზადებენ. ასევე, ეკოლოგიურად სუფთა წველებს. ამ მიზნებისათვის გამოიყენება წველების დასაწერი სპეციალური მოწყობილობა, რომელსაც მეპატრონე ასევე აქირავებს. რძის პროდუქტები და წვენები სპეციალურ მინის კონტეინერებშია დახარისხებული.

მარტო ოსლოს რეგიონში დაახლოებით ორმოცდაათი მსგავსი საწილო ბიომეურნეობა არსებობს. ნორვეგიის მოსახლეობის ცხოვრების მაღალი დონე, აგრეთვე, ჯანსაღი ცხოვრების წესის პროპაგანდა, მათ შორის, ჯანსაღი კვება, ქვეყნის მოსახლეობას ცხოვრების უსაფრთხოების უზრუნველყოფის მოთხოვნილებას უჩენს, რომლის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობა ჯანმრთელობაზე ზრუნვაა.

აბრაამ მასლოუს ადამიანის მოთხოვნილებათა პირამიდაში პირველ დონეზე ადამიანის ფიზიკური მოთხოვნილებები დგას, ხოლო თუ ეს უკანასკნელი არ დაკმაყოფილდა, მაშინ, როგორც წესი, სიცოცხლის უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად ადამიანი განსაკუთრებულ მოტივაციას აღარ ავლენს. დაბალშემოსავლიან საზოგადოებაში მყიდველების დიდ ნაწილს სწორედ დაბალი ფასი და არა კვების ხარისხი ხიბლავს. მიუხედავად ამისა, მოსახლეობაში ყოველთვის მოიძებნება 5-10%, რომლებიც თავიანთი შვილების ჯანმრთელობაზე მუდმივად ზრუნავენ. ცხოვრების დონის ზრდასთან ერთად, მოთხოვნა ეკოლოგიურად სუფთა საკვებზე იზრდება. ხარისხზე დაზოგვას, როგორც წესი, სავალალო შედეგებამდე მიყვავართ, პირველ რიგში, ის ამცირებს სი-



სურ. 7.1. სანერგე მასალების გამოყვანა სათბურში სოფლად Holt gård-ის კერძო საკარმიდამოზე



სურ. 7.2 კაფეტერია სოფლად Holt gård-ის საკარმიდამოზე, სადაც ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებს მოიხმარენ

ცოცხლის ხანგრძლივობას. ერთხელ, 92 წლის ქართველმა მოხუცმა, რომელიც საკუთარ ჯანმრთელობას უჩიოდა, ძალიან დამაფიქრებელი ფრაზა წარმოთქვა: „...რასაც საქმელში დაზოგავ, მერე წამალში მოგხმარდებაო...“.

პატარა ვიზიტორებისთვის საკარმიდამო ნაკვეთზე მოწყობილია იმპროვიზებული ზოოპარკი, სადაც წარმოდგენილია სხვადასხვა შინაური ცხოველი და ფრინველი, რომლებთანაც ბავშვებს აქვთ წვდომა. სპეციალურად თივით მოფენილ და შესაბამისად აღჭურვილ ბედელში ბავშვებს შეუძლიათ ითამაშონ, გაერთონ შინაური ცხოველებთან. კაფეტერიას ასევე აქვს სათანადოდ აღჭურვილი დარბაზი საოჯახო და კორპორატიული დღესასწაულების, კონფერენციებისა და სხვა ღონისძიების ჩასატარებლად.

საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონე ფერმაში ინახავს მერძევე პირუტყვს, ცხვარს, ცხენს. ყველა საშინაო საქმეს ასრულებს მეუღლესთან ერთად, ხოლო ტურისტების დიდი ნაკადის მიღების შემთხვევაში, საათობრივი ანაზღაურებით ადგილობრივი მოსახლეობიდან დამხმარეებს მოიშველიებს.

მთლიანობაში, ფერმის შემოსავალი წილობრივად შემდეგნაირად ნაწილდება - 30% ეკოლოგიურად სუფთა კვების პროდუქტების წარმოებიდან, 30% მერძევეობიდან და 40% ტურიზმიდან. Holt Gård-ი HANEN-ის - ნორვეგიაში ტურისტული ბიზნესით დაკავებული კერძო საკარმიდამო ნაკვეთების ასოციაციის თანადადამფუძნებელად მიიჩნევა.

Holt Gård-ის საკარმიდამო ნაკვეთმა ტურიზმის ბიზნესისთვის არსებული ძველი შენობების სარესტავრაციოდ და ახალი მშენებლობებისთვის სახელმწიფო გრანტი მიიღო. ფერმაში ტურისტების ვიზიტის მიზანი ოჯახის წევრების ბიოპროდუქტებით გამოკვება, ფიზიკური დატვირთვა და ამით სხეულის გა-

ჯანსაღებაა. მუდმივი სტუმრები აქ ტურისტების საერთო რაოდენობის 30%-ს შეადგენს. მეურნეობა ასოციაციის ვებგვერდის www.hanen.no მეშვეობით, რეკლამირებას უწევს ტურისტულ პროდუქტებსა და მომსახურებას, რაც შეეხება მეურნეობის საბაზრო ნიშას - „ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტები“, ან, როგორც მათ ხშირად ნორვეგიაში უწოდებენ, „ბიოპროდუქტები“.

Holt Gård-ის საქმიანობა გვიჩვენებს, რომ კერძო სასოფლო-სამეურნეო მეურნეობა, რომელიც ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების მოყვანაზე სპეციალიზდება, სოფლად ტურიზმის ობიექტი და იმავდროულად ინსტრუმენტია, რომელიც ადგილზე მრავალი სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას უწყობს ხელს. საკარმიდამო ნაკვეთზე შეთავაზებული პროდუქციის ექსკლუზიურობის გამო, ქალაქელები სოფლად მიემგზავრებიან, იქ რჩებიან გარკვეული პერიოდის განმავლობაში და ამ მხარეში წარმოებულ საქონელსა და მომსახურებას მოიხმარენ. ეს ნაკვეთის მეპატრონეებს დამატებითი შემოსავალის მიღების შესაძლებლობას აძლევს, ხოლო ქალაქის მაცხოვრებლებს დასვენებასა და გაჯანსაღებაში ეხმარება.

მაგალითად, ჩეხეთში მთავრობის ფინანსური მხარდაჭერით ეკო-აგროტურიზმის ევროპული ცენტრი (European Centre for ECO-AGRO Tourism - ECEAT) შეიქმნა, რომელიც ეკოლოგიურად სუფთა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებით მოყვანით არის დაკავებული და ყოველწლიურად 3.500-ზე მეტ ტურისტს მასპინძლობს.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, შესაძლებელია შემდეგი ძირითადი დასკვნების გამოტანა:

- ქალაქის მოსახლეობის ჯანმრთელობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა ეკოლოგიურად სუფთა საკვების წარმოების გზით, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურისტული ბიზნესის განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

- სუფთა ჰაერი, წყალი და ეკოლოგიურად სუფთა ნიადაგი სოფლად ტურიზმის ექსკლუზიური და მაღალი ხარისხის პროდუქციის წარმოების მნიშვნელოვანი რესურსია.
- კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის განვითარება, რომელიც ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების კულტივირებაზე სპეციალიზდება, დიდი პერსპექტივით გამოირჩევა და არ საჭიროებს დიდ ინვესტიციებს საქმიანობის საწყის ეტაპზე.
- ქალაქის მოსახლეობის ჩართულობა ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების კულტივიზაციაში, საწილო მეურნეობის პირობებში, ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის ხარისხის მნიშვნელოვან ზრდას უზრუნველყოფს.
- მომხმარებელსა და მეურნეობის მეპატრონეს შორის სახელშეკრულებო ურთიერთობების სწორი დაგეგმვა ეკოლოგიურად სუფთა ბოსტნეულისა და ხილის კულტივიზაციაში ხელოვნური მინერალების სასუქად გამოყენების ალბათობას სრულად აღმოფხვრის ან მინიმუმამდე დაიყვანს.
- საქონლისა და მომსახურების მაღალი ხარისხი და, განსაკუთრებით, საკვები პროდუქტები, რომლებსაც კერძო მეურნეობებში გვთავაზობენ, სოფლად ტურიზმის ბიზნესის წარმატების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

ეგზოტიკური სასტუმროები კერძო საკარმიდამოზე

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სოფლად ტურიზმის ბიზნესში წარმატების მნიშვნელოვანი ფაქტორი შეთავაზებული ტურისტული საქონლისა და მომსახურების, კერძოდ კი, სასტუმროების

ექსკლუზიურობაა. სოფლად მდებარე სასტუმრო მნიშვნელოვნად განსხვავდება ქალაქის სასტუმროსგან. მნიშვნელოვანია, რომ შენობების არქიტექტურა, ინტერიერი და დიზაინი არსებითად უნდა ასახავდეს სოფლად ტურისტულ რესურსებს, იმ ადგილის ისტორიას, კულტურას, ტრადიციებს, სადაც სასტუმრო მდებარეობს. თუ ქალაქის პირობებში საკმარისია თანამედროვე კეთილმოწყობილი კორპუსის არსებობა, სოფლად ტურისტების მოსაზიდად აუცილებელია ამ კონკრეტული ტერიტორიისთვის დამახასიათებელი პროდუქტის შეთავაზება. თუმცა სასტუმრომ სტუმარს უნდა შესთავაზოს ისეთივე სპექტრი სერვისებისა, რომელსაც ქალაქში იღებს.

ნორვეგიაში სოფლად ეგზოტიკური სასტუმროს კლასიკური მაგალითი სასტუმრო Lien Fjellgard-ია (სურ. 7.3), რომელიც წიგნის წინა თავებში ჩვენ არაერთგზის ვახსენეთ. ის ერთ-ერთი ყველაზე სახასიათო სასტუმროა ქვეყანაში არსებულ 55 ეგზოტიკურ სასტუმროს შორის (Edda Espeland, 2016).

Lien Fjellgard საკარმიდამო ნაკვეთი ტელემარკის საგრაფოში ზღვის დონიდან 700 მეტრზე მდებარე მცირე პლატოზე, ხეობაშია ჩაფლული. თავისი ადგილმდებარეობით ის გარე სამყაროსგან იზოლირებისა და განცალკევების განცდას ტოვებს. Lien Fjellgard ტელემარკის საგრაფოსთვის ჩვეულებრივ სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთს წარმოადგენს, საიდანაც შესაძლებელია მთიანი ლანდშაფტებით ტკბობა. საკარმიდამო ნაკვეთი ნორვეგიის ეროვნული ტურისტული მარშრუტიდან 4 კმ მოშორებითაა და ავტომაგისტრალ E 134 მიუყვება, რომელიც ოსლოს რეგიონს ნორვეგიის სამხრეთ და სამხრეთ-დასავლეთ რეგიონებთან აკავშირებს.

Lien Fjellgard-ის საკარმიდამო ნაკვეთის ფესვები შუა საუკუნეებში მიდის და დღეს ხუროთმოძღვრების მუზეუმს ჰგავს - ძველი, მყარ ხის ბოძებზე აღმართული, მზისგან დამწვარი შენობებით, რომელიც ტორფზე ნაზარდი მცენარეული საფართიას გადახურული.

საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეებმა სოფლის მეურნეობის საქმიანობის პარალელურად ტურისტული ბიზნესის განვითარება გადაწყვიტეს. ამ მიზნით, ცხოველები ახლად აშენებულ ახალ ნაგებობაში გადაიყვანეს, ხოლო არსებული 26 შენობა, მათ შორის, ძროხების სადგომი, აღადგინეს და სასტუმროში საბანკეტო და საკონფერენციო დარბაზის, ბარის, საუნის, ღვინის მარნის და სხვ. დანიშნულებებისთვის გამოიყენეს.

სასტუმროს ნომრებისთვის მოეწყო ოთახები, რომლებიც ადრე თავლად, პირუტყვისა და ცხვრების სადგომად, აბაზანად, სამჭედლო სახელოსნოდ, ბელლად და ა.შ. გამოიყენებოდა. ყველა ოთახი აღადგინეს, მაგრამ, ამავე დროს, მაქსიმალურად შეუნარჩუნეს გარე ფასადი და შიდა ელემენტები. თითოეული სასტუმრო ოთახი (ნახ. 7.4) უნიკალურია და კონკრეტულ ისტორიას უკავშირდება. ცხოვრება ამბარში, თავლაში, შესაბოლო ოთახში ან ბელელში ტურისტებისთვის განსაკუთრებული გამოცდილება და ეგზოტიკაა. სასტუმროს ნომრები, ჩვეულებრივ, არ არის დანომრილი, ისინი ადრე გამოყენებული სამიზნე ოთახების სახელს ატარებენ, ვთქვათ „პირუტყვის სადგომი“, „ცხვრის სადგომი“, „საბოლო“, „აბაზანა“ და ა.შ. 25 სასტუმრო ნომერში ღამისთევაზე ერთდროულად 65 სტუმრის მიღებაა შესაძლებელი.

შენობის შიდა ელემენტებისთვის ასევე გამოყენებულია ხე, მაშინ როდესაც ამ ტიპის ნაგებობების სარდაფებისთვის გამოიყენებოდა ნატურალური ქვა. სასტუმრო ნომრების ინტერიერი, აგრეთვე, საერთო დანიშნულების ადგილები მოწყობილი იყო

მველ, ეროვნულ სტილში, მათში მაქსიმალურად არის შენარჩუნებული შიდა არქიტექტურა და დაგეგმარება. ამის მიუხედავად, სანიტარული კვანძები, საკონფერენციო დარბაზები, საუნა, სამზარეულო და ა. შ. აღჭურვილია თანამედროვე სტანდარტების შესაბამისად. ელექტროგაყვანილობა, სანტექნიკა, ხანძარსაწინააღმდეგო და სანიტარული ნორმები და სხვ., რაც უზრუნველყოფს უსაფრთხოებასა და კომფორტს, ასევე შეესაბამება თანამედროვე ევროპულ მოთხოვნებს.

შესათავაზებელ საქონელსა და მომსახურებაში ექსკლუზიურობა იგრძნობა ყველგან. მაგალითად, საკარმიდამო ნაკვეთი სტუმრებს მასპინძლობს წინასწარი შეკვეთით და, მიუხედავად რაოდენობისა, შესაძლებელია ობიექტის სრული ათვისება მეპატრონეს დასწრებით (ერთ კამპანიადა). საკარმიდამო ნაკვეთი ერთდროულად სტუმრების ორ სხვადასხვა ჯგუფს არ მასპინძლობს. ამ ფორმით ადამიანებს, რომლებიც გარკვეული მიზნით სტუმრობენ ნაკვეთს, საშუალება ეძლევათ საოჯახო ზეიმზე, ფირმის/ორგანიზაციის თანამშრომელთა ერთობლივ დასვენებასემინარებზე და ა. შ. თავი შინაურ გარემოში იგრძნონ. ამასთან, სტუმრებს სრული თავისუფლება ენიჭებათ: მათ შეუძლიათ ჩაიცვან რაც უნდათ, იკვებონ და დაისვენონ როგორც უნდათ, დაკავდნენ საყვარელი საქმით. იმავდროულად, სასტუმრო ოთახებში არ არის, მაგალითად, ტელევიზორი, თუმცა ყველა პირობა გააჩნიათ აქტიური სოციალური ცხოვრებისთვის, მათ შორის, ურთიერთობებისთვის, გართობისთვის, აქტიური დასვენებისთვის ბუნებაში, საერთო დანიშნულების ადგილებში და ა. შ.

Lien Fjellgard მეპატრონეები განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ ტურისტების კვებას. პროდუქტების მნიშვნელოვანი ნაწილი ადგილობრივი წარმოებისაა და ეკოლოგიურად სუფთაა,

ხოლო შეთავაზებული კერძები ტრადიციული ეროვნული სამზარეულოდან არის წარმოდგენილი.

საკარმიდამო ნაკვეთზე ძველებურად ჰყავთ შინაური ცხოველები: 70-ზე მეტი ცხვარი, დაახლოებით 15 მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვი, რომლებსაც მიმდებარე მთიან ტერიტორიაზე მიერეკებიან სამოვრად. ამრიგად, საკარმიდამო ნაკვეთის სტუმრებს ეკოლოგიურად სუფთა ხორცის პროდუქტებს სთავაზობენ, როგორც შინაური, ისე გარეული ცხოველის, მათ შორის ლოსის, შვლის, ირმის და ა. შ. თევზი ადგილობრივი მდინარეებიდან და ტბებიდან მოაქვთ. სტუმრებს ასევე სთავაზობენ ტყეში დაკრეფილ სოკოს და მარწყვს. საკარმიდამო ნაკვეთზე არსებობს სპეციალური შესაბოლი თევზისთვის, მცირე საცხობი, სადაც ერთბაშად 20 ერთეული პურის ცხობა არის შესაძლებელი. სუფრა 70 კაცზე შესაძლებელია გაიშალოს ეზოში, ძველი ეგზოტიკური შენობებისა და ველური, ხელუხლებელი ბუნების, ცხოველების სამწყსოს, მშვიდ გარემოში, ოჯახურ ან მეგობრების წრეში. სასტუმრო სოფლის მეურნეობის პროდუქტებს იძენს მეზობელი ფერმებისგან და ძირითადად დასაქმებული ჰყავს რაიონის მოსახლეობა.

განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის მუდმივ სტუმრებს. ამასთან, მასპინძლები გულისყურით ადევნებენ თვალს სტუმრების სურვილს მათთან ყოფნის პერიოდში. მაგალითად, მუდმივ კლიენტებს შორის შესაძლებელია გამოვყოთ ფირმა CANON-ის წარმომადგენლობა, რომლის თანამშრომლებისთვის ნორვეგიის წარმომადგენლობის დაარსების 10 წლის იუბილეზე მეთემ და ტურმა ბანკეტზე 10 სხვადასხვა ტრადიციული ნორვეგიული კერძის სერვირება მოახდინეს. მარკეტინგულ მიზნებში სასტუმრო მინიმალურ სახსრებს ხარჯავს. მეთე ლიენის გამოთქმით: „...ჩვენი საუკეთესო რეკლამა - კმაყოფილი კლიენტია...“.



სურ. 7.3. სასტუმროს შენობა სოფლად Lien Fjellgard კერძო საკარმიდამოზე



სურ. 7.4. სასტუმროს ნომერი „თავლა“

სოფლად კერძო საკარმიდამო ნაკვეთი ჩართული იქნა პროგრამა „Håndplukket“-ში, რომელსაც ორგანიზაცია Innovasjon Norge ახორციელებს, და რომელიც ხელს უწყობს ნორვეგიული ბიზნესის განვითარებას როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე მის ფარგლებს გარეთ. Lien Fjellgard-ს „ნორვეგიის კულტურული მემკვიდრეობის“ სტატუსი მიენიჭა, რაც ტურისტული ობიექტის ხარისხის ერთგვარი ნიშანია. საკარმიდამო ნაკვეთს ასევე «Olavrosa» - ნორვეგიის კულტურული მემკვიდრეობისა და ხარისხის ნიშანი მიენიჭა. მეთეს და ტურუს კულტურული ლანდშაფტისა და ადგილობრივი ტრადიციების სამეწარმეო საქმიანობაში გამოყენებისთვის დიპლომი გადასცეს. ასევე, სოფლის მეურნეობის და სოფლის პროდუქტების სამეწარმეო საქმიანობაში ყოველმხრივი გამოყენებისთვის გადაეცათ დიპლომი და პრემია 50 000 კრონის ოდენობით.

როგორც ზემოთ აღვნიშნე, Lien Fjellgard საკარმიდამო ნაკვეთის წლიური შემოსავალი საშუალოდ 3 500 000 ნორვეგიულ კრონას შეადგენს, რაც 450 000 აშშ დოლარის ეკვივალენტია, საიდანაც 95% ტურისტულ საქმიანობაზე, 5% კი ტრადიციულ სოფლის მეურნეობაზე მოდის. თუმცა სოფლის მეურნეობის, შინაური ცხოველების შენარჩუნება, ზრდის ქვეყნის ეგზოტიკურობასა და სოფლის კოლორიტს.

Lien Fjellgard მაგალითზე შესაძლებელია იმის კონსტანტირება, რომ ჩვეულებრივ სოფლის მეურნეობის საკარმიდამოს შეუძლია ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობის სტატუსის მქონე, მდგრადი განვითარების ყველა ძირითადი კრიტერიუმის მატარებელ ეგზოტიკურ ტურისტულ ობიექტად იქცეს.

საკარმიდამო ნაკვეთის თავისებურება - უბრალოება, ბუნებრიობა, მაღალი ხარისხი, სიმშვიდე, შეთავაზებული პროდუქტების და მომსახურების ექსკლუზიურობა და ეგზოტიკურობაა.

ზემოთ მოყვანილ სოფლად სასტუმროს მაგალითზე დაყრდნობით შეიძლება დავასკვნათ, რომ:

- სოფლად საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის მისაღწევად, სასტუმრო, როგორც სოფლად ტურიზმის პროდუქტი, უნდა იყოს ექსკლუზიური, განსაკუთრებით მიმზიდველი როგორც არქიტექტურით და სტილით, ისე შენობის ინტერიერით. მომსახურების პაკეტში ფართო ასახვა უნდა ჰპოვოს კუთხის კულტურულმა და ისტორიულმა მოვლენებმა.
- ქლაქგარეთ სასტუმროს მოსაწყობად, სასურველია არსებული ძველი შენობების აღდგენა-რეკონსტრუქცია, ხოლო სარესტავრაციოდ, სტილის შესანარჩუნებლად - კუთხისათვის ტრადიციული მასალის გამოყენება.
- ინტერიერი, ავეჯი, სასტუმროს ოთახები მაქსიმალურად უნდა ასახავდეს ტერიტორიის კონკრეტული ეპოქის ისტორიასა და კულტურას.
- სასტუმროს სტილში, სტუმრებისთვის შესათავაზებელი პროდუქტები და მომსახურება ინოვაციური უნდა იყოს. მაგალითად, ჩვეულებრივი ნუმერაციის ნაცვლად, სასტუმროს ოთახებს უნდა მიეცეს სახელი, რომელიც ამ ოთახების საწყის დანიშნულებას ასახავდა, მაგალითად, „თავლა“, „სამჭედლო სახლოსნო“, „ბოსელი“, „ღვინის მარანი“, „ბელელი“ და ა.შ. ასევე, შესაძლებელია გამოყენებული იქნას ადგილობრივი ეროვნული გმირის, ზღაპრის ან ეპოსის პერსონაჟის სახელები, მაგალითად, „კაკო ყაჩაღი“, „ტროლი ულა“ და ა.შ.
- განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს სოფლად სასტუმროებში შემოთავაზებული საქონლისა და მომსახურების მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფას. ვთქვათ,

აბაზანის თანამედროვე სტანდარტებით აღჭურვას, გათბობასა და ვენტილაციას, ხანძარსაწინააღმდეგო უსაფრთხოებას, ხარისხს, ლეიბებსა და საწოლებს და სხვ.

- სასურველია, სოფლად სასტუმროს მომსახურე პერსონალი დაკომპლექტდეს ადგილობრივი მაცხოვრებლებით, რომლებიც, იმავდროულად, განასახიერებენ ადგილობრივ კულტურას, დიალექტს, კომუნიკაციის ფორმებს და ა.შ.
- სასურველია, პერსონალის უნიფორმა წარმოდგენილი იყოს მხარისთვის სპეციფიკური ეროვნული სამოსით ან მისი ინდივიდუალური ელემენტებით.
- კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე ეგზოტიკური სასტუმროს მოწყობისას, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი არის მესაკუთრეთა მზაობა: მოიპოვონ სპეციალურ ხარისხი - ვთქვათ, ეროვნული კულტურული მემკვიდრეობის სტატუსი.

თევზაობის, როგორც ტურისტებისთვის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული გართობის სახეობის - ორგანიზებისა და ჩატარებისთვის საჭირო მომსახურებები

საუკუნეების განმავლობაში თევზაობა მრავალი ქვეყნის მოსახლეობის შემოსავლის ძირითადი წყარო იყო. დღეისათვის შემოსავლები სათევზაო ინდუსტრიიდან მთელი რიგი ქვეყნებისთვის, მათ შორის, ნორვეგიისათვის, მშპ-ს მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენს. მეორე მხრივ, სხვადასხვა ეროვნების მოსახლეობისათვის თევზაობა ყოველთვის წარმოადგენდა ყველაზე

მიმზიდველ, გასართობ და საინტერესო ტრადიციულ აქტივობას. ნორვეგიაში, როგორც სამდინარო, ასევე, ტბაში და ოკეანეში თევზაობის მოყვარულები სპეციალურად ჩამოდიან გერმანიიდან, რუსეთიდან, ჰოლანდიიდან, დანიიდან და სხვა ქვეყნებიდან. მაგალითად, გერმანიაში არსებობს თევზაობის ძალიან მკაცრი წესები, ხოლო ნორვეგიაში, ზღვაში თევზაობა დასაშვებია შესაბამისი ლიცენზიის გარეშე და შეუზღუდავია თევზის მოპოვების რაოდენობა, მაგრამ, ამავე დროს, არსებობს გარკვეული შეზღუდვები იშვიათი სახეობის თევზის დაჭერაზე, მათ შორის არის ორაგული. მისი დაჭერა შეიძლება ოკეანეში, ქალაქ ჰაუგესუნის მიდამოებში, ისიც მხოლოდ წელიწადში ორი კვირის განმავლობაში, ივნისის თვეში, ორშაბათის 12:00 -დან პარასკევის 12:00 საათამდე. მდინარეებსა და ტბებში თევზაობა, როგორც წესი, არ არის შეზღუდული, გარდა უკვე აღნიშნული ორაგულისა. ზოგიერთ შემთხვევაში აუცილებელია სათევზაო ლიცენზიის შეძენა, რომლის ღირებულება 1 წლის განმავლობაში დაახლოებით 25-30 აშშ დოლარს შეადგენს. განსაკუთრებით მდიდარი ტურისტებისთვის თევზაობა ექსკლუზიურად წარმოადგენს არა მხოლოდ გართობის ძალიან კარგ საშუალებას, არამედ, გარკვეულწილად, ხაზს უსვამს მათ პრესტიჟს. ფსიქიატრიაში ჩატარებულმა კვლევებმა დაადასტურა, რომ სპორტული თევზაობა დადებით გავლენას ახდენს ადამიანის ნერვულ სისტემაზე. სოფლად ტურიზმის პროდუქტების შესაბამისი ბაზრების შესწავლამ აჭარაში აჩვენა, რომ გამოკითხულ რუს ტურისტთა დიდი ნაწილი აჭარის მთიან მდინარეებზე თევზაობით არის დაინტერესებული. უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტი-მეთევზისთვის დაჭერილი თევზის რაოდენობას არ აქვს განსაკუთრებული მნიშვნელობა, უპირატესობა ენიჭება შემოთავაზებული მომსა-

ხურების ხარისხს და ზოგადად გამოცდილებას, რომელსაც ტურისტი იღებს თევზაობის პროცესში, რომლის დროსაც ის ასევე ეცნობა მისთვის ახალ გარემოს, ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურას, ტრადიციებსა და ცხოვრების წესს. ნორვეგიაში მდინარეების, ტბებისა და წყალსაცავების ნაპირებზე მდებარე კერძო საკარმიდამოებისა და სპეციალური ტურისტული კოტეჯების მესაკუთრეები, როგორც წესი, ტურისტებს სთავაზობენ კატარღებს, სათევზაო ბადეებს, ანკესებს და სპორტული თევზაობისთვის საჭირო სხვა მოწყობილობებს. არსებობს, ასევე, ცალკეული საკარმიდამოები სოფლად, რომლებიც განლაგებულია ზღვის, ტბებისა და მდინარეების ნაპირებზე და, შესაბამისად, სპეციალიზებული არიან თევზაობით დაინტერესებული ტურისტებისთვის პროფესიონალური მომსახურების მიწოდებაზე. მაგალითისთვის განვიხილოთ კონკრეტული საკარმიდამოს ბაზაზე არსებული ტურიზმის ბიზნესი, რომლის მეპატრონეები ტურისტებს სთავაზობენ თევზაობის მომსახურებას. ეს საკარმიდამო უშუალოდ ოკეანის სანაპიროზე, ულამაზეს საკურორტო ადგილ ნესტრანში მდებარეობს, რომელიც ტურისტებში დიდი პოპულარულობით სარგებლობს (სურ. 7.5). მეპატრონე განათლებით ელექტრიკოსია, ის ბოლო 25 წლის განმავლობაში დაკავებულია თევზაობის ორგანიზებით, როგორც ნორვეგიელი, ისე უცხოელი ტურისტებისათვის. ტურიზმის ბიზნესს კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე დამატებითი შემოსავალი მოაქვს მესაკუთრეებისთვის. მფლობელის თქმით, მისთვის თევზაობა არა იმდენად ბიზნესია, რამდენადაც ჰობი. მეპატრონემ მიწის ნაკვეთის შეძენისთანავე დაიწყო საცხოვრებელი სახლისა და საჭირო ნაგებობების მშენებლობა, ასევე, თევზაობის მომსახურების მიწოდება. სათევზაო მიზნებისათვის ყველა საჭირო აღჭურვილობა შეიძინა. თავად მეპატრონე ორგანიზებას უწევს და მართავს

მთელ ტურისტულ ბიზნესს, მათ შორის, თავად თევზაობასაც. მისი აზრით, ამ ტიპის ბიზნესში ყველაზე დიდი გამოწვევა, პირველ რიგში, სეზონურობაა და მეორეც, ამ საქმიანობას დიდი დრო, სპეციალური ცოდნა და უნარები სჭირდება.

ოკეანის სანაპიროზე, კერძო საკარმიდამოში ტურისტებს სთავაზობენ საცხოვრებელ კოტეჯებს. აქ ასევე აშენებულია ერთ-სართულიანი თანამედროვე ნაგებობა, რომელიც განკუთვნილია ნავების, ბადეების, ხელსაწყოების, სამუშაო ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის, სამაშველო ქურთუკებისა და სხვა აღჭურვილობის შესანახად. სპეციალური ნიჟარებით აღჭურვილ თევზის დამუშავების ოთახში არის თევზის შესაბოლი ღუმელი (სურ. 7.6) ცივი და ცხელი შებოლვისათვის, მაცივრები და საყინულეები თევზის შესანახად და ა.შ.

საკარმიდამოს მეპატრონე, მეუღლესთან ერთად, რომელიც მზარეულის მოვალეობას ასრულებს, ტურისტებს ასწავლის თევზის დამუშავების, დაჭრის, შებოლვის, აგრეთვე, თევზის სპეციალური ტრადიციული კერძების მომზადების მეთოდებს. საკამიდამოს მახლობლად, ნავმისადგომის მიმდებარედ, არის აუზი, რომლის დიამეტრი დაახლოებით 2.5 მეტრია, სადაც დამონტაჟებულია სავენტილაციო, ჟანგბადით გამამდიდრებელი ხელსაწყო, რომელიც მას პერიოდულად განახლებული ზღვის წყლით ამარაგებს. აუზში არის სხვადასხვა სახეობის თევზი, წინასწარ დაჭერილი მეპატრონის მიერ. ტურისტებს შეუძლიათ შეიძინონ ცოცხალი თევზი, რომელიც აქვე შეიძლება დამუშავდეს, შეიწვას, შეიბოლოს, გაიყინოს და ა.შ. ამ რეგიონში თევზის ძირითადი სახეობებია სკუმბრია, საია, პიქმა, ვირთევზა, ორაგული და სხვ.



სურ. 7.5. ოკეანის სანაპიროზე დასახლებული პუნქტი Nestrand



სურ. 7.6. თევზის შესაბოლი რეჟიმული ღუმელი

საკარმიდამოს მეკატრონე ხშირად ასრულებს ინსტრუქტორის ფუნქციას მთელი თევზაობის განმავლობაში, სურვილის შემთხვევაში ის თან ახლავს ტურისტებს. შენობის მახლობლად არის ნავმისადგომი, რომელზედაც მოთავსებულია სათანადო ავეჯი დასვენებისთვის, ნავები და ა. შ. თევზაობა უფასოა. ტურისტები თანხას იხდიან მხოლოდ მოცემულ საკარმიდამოში შეძენილ საქონელსა და მომსახურებაზე. აღნიშნული მომსახურების მომხმარებლები ძირითადად არიან გერმანელი, რუსი, დანიელი და თავად ნორვეგიელი ტურისტები. თევზაობის სეზონია მაისი-სექტემბერი.

მსგავსი ტიპის ტურიზმის ბიზნესი ნორვეგიის მკვიდრთა შორის ფართოდაა გავრცელებული. როგორც წესი, თევზაობასთან დაკავშირებული სერვისები შემოიფარგლება ტურისტებისთვის მეთევზეების საცხოვრებლის, ნავის, მაცივრებისა და საყინულეების, სპეციალური აღჭურვილობისა და შენობების დაქირავებით. ნორვეგიის შიდა წყლებში თევზაობისას ტურისტებისთვის გიდ-ინსტრუქტორების თანხლებით თევზაობა არ არის ფართოდ გავრცელებული, სამუშაო ძალაზე მაღალი ღირებულების გამო.

ტურისტების უმეტესობისთვის, თევზაობა მხოლოდ აქტიური დასვენების ფორმაა და, როგორც წესი, ბევრ მათგანს არ აქვს შესაბამისი გამოცდილება და დასვენებისას თან არ მიაქვთ თევზაობისთვის საჭირო აღჭურვილობა. ამრიგად, სპორტულ თევზაობასთან დაკავშირებული სრული სერვისის მიწოდება არის მნიშვნელოვანი წინაპირობა ამ მიმართულებით მომუშავე ტურისტული ბიზნესის წარმატების მისაღწევად. უნდა გვახსოვდეს, რომ საკარმიდამო ტურიზმის წარმატების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორია შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურე-

ბის ექსკლუზიურობა. შემოთავაზებული სპორტული თევზაობის სერვისების ექსკლუზიურობის გაზრდის მიზნით, ტურისტულ პროდუქტს შეიძლება ვუწოდოთ, მაგალითად, „სათევზაო საფარი მთის მდინარე ჭოროხზე“. როგორი მატერიალური და ადამიანური რესურსებია საჭირო ამ მიმართულების ტურიზმის ბიზნესის ორგანიზებისთვის? რა ძირითადი საქონელი და მომსახურება უნდა იყოს გათვალისწინებული ტურისტების საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად? პირველ რიგში, აუცილებელია სპეციალური სატრანსპორტო საშუალება შესაბამისი საბარგულით, ტურისტების სათევზაო ადგილზე მისაყვანად. საკარმიდამოში უნდა იყოს შექმნილი ტურისტების განთავსებისა და კვებისათვის საჭირო ყველა პირობა. სპორტული თევზაობის მიზნებისათვის, ტურისტულ ადგილზე დაყოვნების დრო დიდწილად იქნება დამოკიდებული შემოთავაზებული საცხოვრებლის ხარისხზე, რომელიც უნდა იყოს აღჭურვილი თანამედროვე მოთხოვნების, სანიტარული და ხანძარსაწინააღმდეგო უსაფრთხოების სტანდარტების შესაბამისად. ტურისტებისთვის უნდა იყოს საკვების დამოუკიდებლად მომზადების პირობები. ხოლო მათთვის, ვინც საკვებს შეუკვეთავს, სასადილო ოთახის ინტერიერი უნდა მოეწყოს არა მხოლოდ ადგილობრივი კულტურისა და ტრადიციების ელემენტების შესაბამისი ჩართვით, არამედ უნდა მიაწოდებდეს მოცემული ობიექტის ტურისტული საქმიანობის მთავარ მიმართულებას - სპორტულ თევზაობას. სასადილო ოთახის კედლებს სასურველია ამშვენებდეს საპატიო სტუმრებისა და სასახელო თევზაობის (მაგ. დიდი თევზის დაჭერის) ამსახველი ფოტოები და ა. შ. მენიუში სხვა კერძებთან ერთად აუცილებელია შეთავაზებულ იქნას ნედლი თევზისგან დამზადებული ტრადიციული კერძები და ამ რეგიონში წარმოებული სასმელები.

როდესაც საუბარი ეხება სათევზაო საფარის, ექსკლუზიურ გამოცდილებას და შთაბეჭდილებებს ტურისტები იღებენ სწორედ მდინარემდე ლაშქრობის პროცესში, პარალელურად, თევზაობისას და ღამისთევისას წინასწარ მოწყობილ შესაბამის ღამის გასათევ ადგილებში. ღამის გასათევი ადგილი შეიძლება იყოს ქოხი, პატარა პრიმიტიული შენობა, კარვები, უბრალოდ საძილე ტომრები და ა.შ. დაჭერილი თევზისგან კოცონზე წვნიანის მომზადება, მთის მდინარეში ცურვა და ღამის ბუნებაში გატარება დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას ტოვებს ტურისტებზე.

სათევზაო აღჭურვილობა და სპეცტანსაცმელი უნდა შეიცავდეს ისეთ ძირითად კომპონენტებს, როგორებიცაა:

- ✓ მსუბუქი პლასტიკური ან გასაბერი ნავი.
- ✓ თევზსაჭერი მოწყობილობები.
- ✓ სხვადასხვა დანიშნულების ბადეები.
- ✓ სპეცტანსაცმელი და ქუდები.
- ✓ სპეციალური ფეხსაცმელი.
- ✓ კარვები, საძილე ტომრები და ა.შ.
- ✓ სამზარეულო ჭურჭელი და მოწყობილობები საველე პირობებში საკვების მიღებისა და მომზადებისათვის.
- ✓ პირველადი დახმარების ნაკრები.
- ✓ მოწყობილობა, რომელიც უზრუნველყოფს რადიოკომუნიკაციას მობილური კავშირის არარსებობის პირობებში სათევზაო ადგილებში.
- ✓ ვიდეო და ფოტოკამერა.
- ✓ საველე პირობებში თევზის დასაჭრელი, დასამუშავებელი და შესაბოლი მოწყობილობები.

როგორც ამას გამოცდილება გვიჩვენებს, მომსახურების შეთავაზებისას თევზაობის ინსტრუქტორის - უმეტეს შემთხვევაში,

თავად საკარმიდამოს მფლობელის - გამოცდილება, კომპეტენცია და პირადი თვისებები, როგორც წესი, ყველაზე დიდ გამოწვევას წარმოადგენს. თევზაობის ორგანიზატორის, გიდინსტრუქტორის მიმართ წაყენებული საკვალიფიკაციო მოთხოვნები მოცემულია ამ წიგნის მეცხრე თავში. ამ ტიპის ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის უზრუნველსაყოფად, აუცილებელია მკაფიოდ განსაზღვროთ ის ადგილები, სადაც ხშირად არის შესაძლებელი თევზის დაჭერა, გარკვეული პერიოდულობით - განსაზღვრულ დღეებში და დღის სპეციალურ მონაკვეთებში - ხელოვნურად ვკვებოთ თევზი. თევზაობის ორგანიზებისას აუცილებელია ყურადღება გამახვილდეს არა დაჭერილი თევზის რაოდენობაზე, არამედ ექსკლუზიურ გამოცდილებაზე, რომელიც ტურისტმა უნდა მიიღოს თევზაობის დროს. ქალაქგარეთ სათევზაოდ მოგზაურობა, ტრანსპორტის, განთავსების, სხვადასხვა მომსახურებების და ა.შ. შეძენასთან დაკავშირებული ყველა ხარჯის გათვალისწინებით, ტურისტს უფრო ძვირი დაუჯდება, ვიდრე თევზის მაღაზიაში ყიდვა. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ახლად დაჭერილი თევზისგან სპეციალური რეცეპტების მიხედვით მომზადებული კერძების დაგემოვნება ძალიან მიმზიდეელია მათთვის. თევზაობის პარალელურად, ძალიან მნიშვნელოვანია, შეძლებისდაგვარად, ადგილობრივი, კონკრეტული რეგიონისთვის დამახასიათებელი კულტურის, ტრადიციებისა და ისტორიის წარმოჩენა. აგრეთვე, დიდი მნიშვნელობა აქვს ადგილობრივ მოსახლეობასთან თანამშრომლობას, რომელიც გვევლინება, როგორც საქონლისა და მომსახურების მიმწოდებლები, რაც უპირობოდ აუცილებელია ტურისტებისათვის საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად.

ამ ტიპის - სოფლად საკარმიდამოს ბაზაზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის - პროდუქტების საბაზრო ნიშა არის სათევზაო საფარი.

აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ქედის მუნიციპალიტეტის წონიარისის თემის კერძო საკარმიდამოების საფუძველზე ტურიზმის ბიზნესის წარმოშობისათვის არსებული რესურსების შესწავლამ გამოავლინა მრავალი კერძო საკარმიდამო, რომლებიც მდებარეობს მდინარე აჭარისწყლის ნაპირას, რაც ძალიან მიმზიდველია ტურისტებისათვის. აგრეთვე, აღმოჩნდა რამდენიმე მეურნეობის მფლობელი თევზჭერის საკითხებში შესაბამისი კომპეტენციით, ყოველივე ზემოაღნიშნული კი მიუთითებს ამ ტერიტორიის ტურიზმის მოცემული სახეობის განვითარების პოტენციალსა და სამეწარმეო საქმიანობის პერსპექტივაზე რეგიონში.

ძირითადი დასკვნები:

- თევზაობა ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული საქმიანობაა ტურისტებისთვის, რომლებიც მოგზაურობენ ქალაქგარეთ, სოფლებში დასასვენებლად.
- თევზაობის ორგანიზებისა და ჩატარების მომსახურების შეთავაზებისას, ყურადღება უნდა გამახვილდეს იმ ექსკლუზიურ გამოცდილებასა და შთაბეჭდილების შექმნაზე, რომელიც ტურისტმა უნდა მიიღოს თევზაობის დროს.
- ტურისტი-მეთევზეებისათვის სოფლად განთავსების პირობების შექმნა მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე ამ მიმართულების ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის დონე.
- თევზჭერის ორგანიზატორის, გიდ-ინსტრუქტორისათვის შესაბამისი კომპეტენციის ფლობა, თევზაობისთვის საჭირო ყველა ნიუანსის, აღჭურვილობისა და ხელსაწყო

შესახებ, აუცილებელი პირობაა ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის უზრუნველსაყოფად.

- ტურისტი-მეთევზეებისათვის ადგილობრივი კულტურის, ისტორიის, ასევე, ტრადიციების გაცნობის შესაძლებლობა მნიშვნელოვნად გაზრდის შემოთავაზებული ტურისტული პროდუქტის მიმზიდველობას.

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურისტებისთვის აქტიური დასვენების უზრუნველსაყოფად საფეხმავლო მარშრუტების მოწყობა

როგორც აღვნიშნეთ, ქალაქის მაცხოვრებელთათვის სოფლად გამგზავრების მთავარი მიზანი დასვენება და ორგანიზმის გაჯანსაღებაა, ამიტომ ამ მოთხოვნილების დაკმაყოფილება კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის ერთ-ერთი მთავარი და პირველხარისხოვანი ამოცანაა. სამეწარმეო საქმიანობის ეს სფერო ბევრ ქვეყანაში ფართოდ არის გავრცელებული, მათ შორის, ნორვეგიაშიც. ქალაქის მოსახლეობის სოფლად დასვენება, რომლებიც ამ მიზნებისთვის სპეციალურად ადაპტირებულ სახლებში ცხოვრობენ, როგორც წესი, სხვადასხვა საქმიანობასთანაა დაკავშირებული. აქტიური დასვენების ყველაზე გავრცელებული სახეობა ბუნებაში გასეირნებაა იმ მარშრუტების გასწვრივ, რომლებიც წინასწარ არის მოწყობილი და შესაბამისად დასურათებულიც.

ლაშქრობა ფასდაუდებელ სარგებელს აძლევს ადამიანის ორგანიზმს. ძველი ბერძენი ფილოსოფოსის - ჰიპოკრატეს თქმით, სიარული საუკეთესო წამალია ადამიანისთვის. ის აუმჯობესებს ფიზიკურ და გონებრივ მდგომარეობას. ქვემოთ ჩვენ

ჩამოვთვლით ზოგიერთ დადებით ეფექტს, რომელსაც სიარული ახდენს ადამიანის სხეულზე და რომლის შესახებ სასურველია ესაუბროს საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონე ტურისტებს, რომლებიც დასასვენებლად ქალაქგარეთ გადიან:

- სიარული აუმჯობესებს ადამიანის ტვინს ფუნქციას. კან-ზასის უნივერსიტეტში ჩატარებული კვლევებით, რეგულარული სიარული ხელს უშლის ადრეულ დემენციას და ამცირებს ალცჰეიმერის დაავადების რისკს, რითაც დღეს მსოფლიოში 35 მილიონი ადამიანია დაავადებული. მიიჩნევა, რომ მომდევნო 20 წლის განმავლობაში რიცხვი გაორმაგდება.
- სიარული აუმჯობესებს მხედველობას. რაოდენ უცნაურადაც არ უნდა მოგვეჩვენოს, სიარული ამარცხებს გლაუკომას. გლაუკომის კვლევის ამერიკული ფონდი სიმპტომების პროფილაქტიკისა და შემსუბუქებისთვის ადამიანებს ბევრ სიარულს ურჩევს.
- ხელს უშლის გულის დაავადებებს. სიარული ხელს უწყობს გულის დაავადებებისა და ინსულტის თავიდან აცილებას, ამცირებს სისხლში კორონარულ წნევას და ქოლესტერინს, მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს სისხლის მიმოქცევას.
- ზრდის ფილტვების მოცულობას. სიარული აერობული მოძრაობაა, რაც ზრდის ჟანგბადის ნაკადს და ხელს უწყობს ორგანიზმიდან ტოქსინებისა და მავნე ნივთიერებების გამოდევნას. სიარული ძალიან სასარგებლოა ფილტვებისთვის.
- სიარული დიაბეტის პროფილაქტიკისთვის გაცილებით ეფექტურია, ვიდრე სირბილი, რადგან ამით ის პანკრეასს

- ინსულინის წყაროს აძლიერებს. შეერთებული შტატებში, დიუკას უნივერსიტეტში ჩატარებული კვლევით, რომელიც 6 თვის განმავლობაში საცდელ ჯგუფებზე დაკვირვებას ითვალისწინებდა, გაირკვა, რომ ისინი, ვინც ხშირად სეირნობდნენ, გლუკოზის უკეთ ამტანობასა და სისხლში შაქრის შეწოვას 6-ჯერ უკეთ ავლენდნენ, ვიდრე ისინი, ვინც დარბოდნენ.
- აუმჯობესებს საჭმლის მონელების სისტემას. დღეში ნახევარი საათით სიარული ამცირებს ნაწლავის კიბოს განვითარების რისკის, აუმჯობესებს საჭმლის მონელების და ნაწლავების ფუნქციას. სასიკეთოა იმათთვის, ვისაც გაუვალობა აწუხებს. სიარული აუმჯობესებს მდგომარეობას ნაწლავის სიმსივნის დიაგნოზირების შემდეგაც კი. ეს თითქოსდა უცნაური ფაქტი დადასტურებულ იქნა კვლევების შედეგად, რომელშიც მონაწილეობა მიიღო 150000-ზე მეტმა ქალმა და მამაკაცმა, რომელთა ფიზიკური აქტივობის დონე იმ პაციენტთა რაოდენობას შეადარეს, რომელთათვისაც ნაწლავის კიბო ფატალური შედეგით დასრულდა.
- ზრდის კუნთების ტონუსს და ხელს უწყობს წონაში კლებას. დღეში 10000 ნაბიჯი შეიძლება ისეთივე ეფექტური იყოს, როგორც სრულყოფილი ვარჯიში სპორტდარბაზში.
- ხელს უწყობს ძვლებისა და სახსრების გაძლიერებას. ამერიკული ართრიტის მკურნალობის ფონდი შესაბამისი საჭიროების მქონე ადამიანებს დღეში მინიმუმ 30 წუთის განმავლობაში სიარულს ურჩევს, რათა შეიმცირონ სახსრებში ტკივილი, შებოჭილობა და ანთებები, თავიდან აიცილონ ოსტეოპოროზი და ძვლის მასის შემცირება.

- ზურგის არეში ტკივილის შემსუბუქება. სიარული აუმჯობესებს სისხლის მიმოქცევას ზურგის არეში და აუმჯობესებს ძვლის ელასტიურობას, რაც ერთობ მნიშვნელოვანია ჯანმრთელი ზურგისთვის. სიარულის დროს ხერხემალი სტაბილიზდება და კუნთები ძლიერდება, რაც ადამიანს ვერტიკალურად დგომის შესაძლებლობას აძლევს. სხვათა შორის, სხეულის სწორად დაჭერა მას რამდენიმე სანტიმეტრით ზრდის კიდევ.
- სიარული გონის სიმშვიდეს უწყობს ხელს. გონება და სხეული - ერთი მთლიანობაა. ცნობილმა ამერიკულმა ჟურნალმა ფსიქიატრიაში გამოაქვეყნა დეპრესიული ფსიქიური აშლილობების მქონე 50 ადამიანის კვლევის შედეგები. აღმოჩნდა, რომ კვირაში 5-ჯერ სიარული 30-45 წუთის განმავლობაში მნიშვნელოვნად აუმჯობესებს მათ მდგომარეობას. თუ სიარული ეხმარება პაციენტებს, რომლებსაც კლინიკური დეპრესია აქვთ, წარმოიდგინეთ, რამდენად ეფექტურია ის დადლილობის წინაღმდეგ. მკვლევართა კიდევ ერთი ჯგუფი კოლეჯის ასობით სტუდენტთან მუშაობდა. სიარულმა გააუმჯობესა სტუდენტების განწყობა. მეგობრებთან ან საყვარელ ადამიანთან გასეირნება კი, განსაკუთრებით, ბუნებაში, ქალაქის სტრესისგან შორს, აძლიერებს დადლილობის მოხსნის დადებით ეფექტს და ამაღლებს განწყობას.
- ბუნებაში 30 წუთი სიარული მნიშვნელოვნად ამცირებს კარტიზოლის - სტრესის ჰორმონის მოცულობას ადამიანის ორგანიზმში.

როგორც ჩამონათვალიდან ჩანს, ფეხით სიარული არა მხოლოდ მრავალი დაავადების პრევენციისთვისაა სასარგებლო,

არამედ სამკურნალოდ. სეირნობა აუმჯობესებს ადამიანის სასიცოცხლო ორგანოებს. აქედან გამომდინარე, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე შვებულების გატარება, ყოველ შემთხვევაში, გასეირნება სოფლად, ძალიან მნიშვნელოვანია ჯანმრთელობის ხელშეწყობისთვის. ამ მიზნით, ტურისტებისთვის საცალფეხო მარშრუტების მოწყობას გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება. შესაბამისად, ამ საკითხს განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს რეკლამირების და საერთოდ ამ მიმართულებით ნებისმიერი საქმიანობის დაწყებამდე.

სასურველია, რომ საფეხმავლო ბილიკები პირდაპირ საკარმიდამო ნაკვეთის მიმდებარედ, მაგალითად, ტყიდან დაიწყოს. ამ შემთხვევაში, ექსკლუზიურობის ხარისხი და, შესაბამისად, გართობის მიზნებისათვის საკარმიდამო ნაკვეთის მიმზიდველობა მაღალია. იმისათვის, რომ ბუნება და მისი კომპონენტები მიმზიდველ ტურისტულ პროდუქტად იქცეს, აუცილებელია ბილიკების მოწყობა შესაბამისი აღნიშვნებით, პირდაპირ ადგილზე. ტურისტებისთვის საფეხმავლო მარშრუტები შესაძლოა ერთმანეთისგან განსხვავდეს:

- სიგრძით
- სირთულით
- თემატურად

საფეხმავლო მარშრუტები, როგორც წესი, 1.5-2 კმ-დან 10 კმ-მდე სიგრძისაა, ე.ი. იმ დესტანციებს მოიცავს, რომლებიც შესაძლებელია ადამიანმა დღის საათებში დაფაროს. როგორც წესი, საფეხმავლო ბილიკები წრეში იკეტება, რათა ტურისტმა ერთი და იგივე ადგილი ორჯერ არ გაიაროს.

სირთულის მიხედვით, მარშრუტები შეიძლება განსხვავდებოდეს ერთმანეთისგან რელიეფის და ფლორის მიხედვით.

გარკვეული ტურისტული მარშრუტის ფორმირებისა და აღჭურვისას აუცილებელია გავითვალისწინოთ ტურისტების ის კატეგორია, ვისთვისაც ის იქნება განკუთვნილი. ტურისტებს უნდა მიეცეთ საშუალება თავად აირჩიონ მარშრუტი, ეს დამოკიდებულია მათ ინტერესებზე, მიზნებსა და ფიზიკურ მზაობაზე. ამ მიზნით, აუცილებელია საფეხმავლო მარშრუტის შესახებ სპეციალური საინფორმაციო ბუკლეტის მომზადება მათ შესახებ მოკლე აღწერილობით.

თემატურად, საფეხმავლო მარშრუტები ერთმანეთისგან შესაძლებელია ბუნებრივი, კულტურული და ისტორიული რესურსების ხელმისაწვდომობის მიხედვით განსხვავდებოდეს. მაგალითად, გამაჯანსაღებელი მარშრუტები, რომლებიც ესთეტიკურად მიმზიდველ ბუნებრივი ჰაბიტატებზე გადის. მარშრუტზე შესაძლებელია წავაწყდეთ სოკოს ან კენკრას. შეიძლება მარშრუტი კომბინირებული იყოს და სოკოს, კენკრის, კაკლის კრეფას ითვალისწინებდეს. შემეცნებითი ხასიათის მარშრუტები ტურისტებს საშუალებას აძლევს გაეცნონ ამ ტერიტორიის ფლორისა და ფაუნის თავისებურებებს, მხარეში არსებულ ისტორიულ თუ კულტურულ ძეგლებს. როგორც წესი, საფეხმავლო ბილიკები ზემოთ ჩამოთვლილ სხვადასხვა ელემენტს აერთიანებს.

აუცილებელია მარშრუტის მოწყობა ისეთ ადგილებში და მისი ისე აღჭურვა, რომ აქ სიარული ქალაქიდან დასასვენებლად მისული ტურისტებისთვის არ იყოს მოსაწყენი. თითოეულ მარშრუტს უნდა მიენიჭოს საკუთარი ნომერი და სახელი, მაგალითად, „მარშრუტი 33 - ცხოველების ბილიკი“, ხოლო მთელ მარშრუტზე უნდა განთავსდეს შესაბამისი ნიშნები, რომლებიც ტურისტებს იქ გავლისას დაეხმარება. თავად მარშრუტზე აუცილებელია დამონტაჟდეს შესაბამისი საინფორმაციო დაფები,

მარშრუტის შინაარსიდან გამომდინარე; ასევე, უნდა მოეწყოს დასასვენებელი ადგილები, კოცონის დანთების ადგილები, წვიმისგან თავშესაფრები და ა.შ.

ნორვეგიის საკარმიდამო ნაკვეთი Nrdigard Bjørge Gjestegård 600 წლის წინ გამოყვანილ, განსაკუთრებული ჯიშის მერძევე ძროხებს ინახავს. დღეს ნორვეგიაში ეს ჯიში სულ 300 ნიმუშით არის წარმოდგენილი. ის „ტელემარკის ძროხის“ სახელითაა ცნობილი და ძალიან პოპულარულია ტურისტებში. საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეები სტუმრებს იღებენ და მათ სხვადასხვა საქონელსა და მომსახურებას სთავაზობენ. ფერმაში, როგორც წესი, მოდიან ოჯახები სკოლამდელი ან დაწყებითი კლასების ასაკის შვილებით, მათ ადგილზე ეძლევათ შესაძლებლობა ნახონ „მსოფლიოში ყველაზე ლამაზი ძროხის“ სტატუსის მქონე პირუტყვი. საკარმიდამო ნაკვეთზე არის სახლები, სადაც ტურისტებს ბავშვებთან ერთად ეძლევათ შესაძლებლობა დაისვენონ. ნაკვეთზე სხვადასხვა სიგრძისა და სირთულის უამრავი კეთილმოწყობილი სასეირნო მარშრუტია, რომლებიც საკარმიდამო ნაკვეთზე იწყება და იქვე სრულდება. მარშრუტი უზრუნველყოფილია შესაბამისი ნიშნებით, რომლებზეც ტურისტებისთვის აუცილებელი ყველა საჭირო ინფორმაციაა დატანილი. როგორც სურათი 7.7-დან ჩანს, თითოეულ მარშრუტს საკუთარი სახელი აქვს, მითითებულია მისი სიგრძე და სირთულის ხარისხი, რომელიც იდენტიფიცირებულია ნიშანზე საფეხმავლო ემბლემის ფერით. ყველა მარშრუტზე არის დასვენების ადგილები და ტურისტების ბავშვებთან ერთად გადაადგილებისთვის აუცილებელი უსაფრთხოებისთვის ზომები.

მაგალითი ნათლად გვიჩვენებს ტურისტების აქტიურ დასვენებას ფერმაში, სადაც საკარმიდამო ნაკვეთზე სხვადასხვა აქტივობა მთებსა და ტყეებში ლაშქრობას სასიამოვნოდ ერწყმის.

საინტერესო და მომხიბლავი მარშრუტების რაოდენობა, მრავალი თვალსაზრისით, ტურისტების კერძო საკუთრებაში ხანგრძლივი დროით გაჩერებას უწყობს ხელს.

მარშრუტებზე შესაძლებელია დამონტაჟდეს საინფორმაციო დაფა, სადაც მოცემული იქნება ინფორმაცია ფლორის (სურ. 7.8), ფაუნის, გეოლოგიის, არქეოლოგიური აღმოჩენების, ტერიტორიასთან დაკავშირებული ისტორიული მოვლენების შესახებ. ასევე, ასეთ დაფებზე შესაძლებელია განთავსდეს ინფორმაცია ამ მხარეში სოკოების და კენკრის შესახებ. მსგავსი ინფორმაცია ტურისტებში დაკრეფის სურვილს აღძრავს და მარშრუტზე დიდი ხანით გაჩერებისკენ წაახალისებს. თუ რომელიმე მარშრუტი ან მისი ნაწილი ემთხვევა სხვა დანიშნულებით გამოყენებულ გზას, მაგალითად, საჯირითოს, ხე-ტყის მოპოვებას ან სხვა, ასევე, თუ ის ასოცირდება ადგილობრივი მნიშვნელობის ნებისმიერ ისტორიულ მოვლენებთან, მაშინ ასეთი ინფორმაცია ასევე სასურველია განთავსდეს საინფორმაციო დაფაზე, რადგან სასაინტერესო მარშრუტზე მოძრავი ტურისტებისთვისაც შეიძლება ის საინტერესო გახდეს. საფეხმავლო მარშრუტების ასეთი მოწყობა მნიშვნელოვნად ზრდის ტურისტებში მიმზიდველობის ხარისხს.

საცალფეხო მარშრუტის მოწყობა, პირველ რიგში, გულისხმობს ბილიკების ხის ნამტვრევებისა და ბუჩქნარისაგან გაწმენდას, დამაბრკოლებელ ადგილებზე ხიდების მოწყობას, რათა ტურისტმა შეძლოს სპეციალური ფეხსაცმლის ან აღჭურვილობის გარეშე უსაფრთხო გადაადგილება.

ტურისტებში განსაკუთრებული ინტერესი შეიძლება გამოიწვიოს ეგრეთ წოდებულმა ნორდიულმა სვლამ, რომელიც მარშრუტზე სპეციალური საყრდენი ჯოხების დახმარებით გადაადგილებას გულისხმობს. ამის ტიპურ მაგალითად შესაძლებელია



სურ. 7.7. საფეხმავლო ბილიკის ნიშანი Nårdigard Bjørge Gjestegård-ში



სურ. 7.8. საინფორმაციო დაფა Vrådal-ში საფეხმავლო გზაზე

ვრადალში, ე.წ. Nordic Walking Center მივიჩნით, რომელმაც სხვადასხვა ასაკობრივი ჯგუფის ტურისტების და, განსაკუთრებით, საპენსიო ასაკის ადამიანების ყურადღება მიიპყრო. ამ ტიპის ლაშქრობის ორგანიზება კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე შეიძლება საინტერესო და მიმზიდველი გახდეს. ამ ტექნიკით მთებში გადაადგილება ადამიანის სხეულის კუნთის 90% ინტენსიურ მოძრაობას მოითხოვს და ჩვეულებრივ სიარულთან შედარებით, კალორიების 40%-ს მოიხმარს, რითაც ხელს უწყობს ცხიმების ინტენსიურ წვას ორგანიზმში.

აქტიური დასვენების ეს ფორმა დამხმარე ჯოხების გაქირავებას და სხვა ხელშემწყობი საქმიანობის მეტ ორგანიზაციას მოითხოვს. მათ შორის, ტექნიკების სწავლების მიზნით ინსტრუქტორის მომსახურების სერვისს.

ტურისტებისთვის აქტიური დასვენების ორგანიზების ნორვეგიული გამოცდილების საფუძველზე, მიმზიდველი და ექსკლუზიური შიძლება გახდეს გიდის თანხლებით მაღალმთიან რეგიონებში, მაგალითად, აჭარაში სპეციალურად აღჭურვილი საფარი - ორგანიზებული ლაშქრობები ცხოველებზე დაკვირვების მიზნით. საფარის ორგანიზება ტერიტორიის ფრთხილ პროფესიონალურ შერჩევას, ცხოველების კვებას და მათზე დაკვირვების ორგანიზებას მოითხოვს. ამ ტიპის საქმიანობა ძალიან პოპულარულია კურორტ ვროდალში გამგზავრებულ ტურისტებს შორის, სადაც ორაგულზე, თახვზე და ა.შ. ნადირობაზე დიდი მოთხოვნის წყალობით, ტურიზმის ბიზნესის ამ მიმართულებას, როგორც წესი, მნიშვნელოვანი შემოსავალი მოაქვს.

სოფლით რეგიონებში ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის გასაზრდელად, აუცილებელია, მაქსიმალური რაოდენობის საფეხმავლო მარშრუტებზე ტურისტული ლაშქრობის წახალისება. ამ მიზნით შესაძლებელია „აჭარის მთის საპატო ტურისტის“

სტატუსი მივანიჭოთ მოხალისეებს, რომლებიც იმოგზაურებენ გარკვეული რაოდენობის შესაბამისად აღჭურვილ ბილიკებზე აჭარის სოფლებში. ასეთი ტიტულის მფლობელისთვის სტიმულის მისაცემად შესაძლებელია გარკვეული პრეფერენციების ან საკარმიდამო ნაკვეთზე ფასდაკლებების შეთავაზება.

ნორვეგიაში სოფლის საფეხმავლო ბილიკების მთავარი მახასიათებელი კომფორტი და უსაფრთხოების მაღალი დონეა, რაც ტურისტებს აღმოჩენისა და მათზე დამოუკიდებლად მოგზაურობის, საკუთარი ინტერესების შესაბამისად საფეხმავლო ბილიკების შერჩევის, ხანგრძლივობისა და სირთულის განსაზღვრის საშუალებას აძლევს. მარშრუტების შესახებ შესაბამისი ინფორმაცია ტურისტებს ტრანსპორტში, რკინიგზისა და ავტოსადგურებში, სასტუმროებში, ტურისტულ ცენტრებში და ა.შ. მიეწოდება.

ძალიან მიმზიდველია ყირგიზეთის დედაქალაქ ბიშკეკში სასეირნო ტურების ორგანიზების გამოცდილება, სადაც მოქალაქეებს მთებში, დღის ლაშქრობას სთავაზობენ. ბიშკეკის მცხოვრები, რომელთაც მაღალმთიან ლაშქრობაში მონაწილეობის მიღება სურთ განსაზღვრულ დროს ერთ ადგილას იკრიბებიან. ლაშქრობის კავშირი მთელი წლის განმავლობაში ყირგიზეთში 2-3-დღიან ტურებს აწყობს. ამავე დროს, კავშირის წვერებს ეძლევათ ფასდაკლება ტექნიკის დაქირავების, მოგზაურობისა და სხვა სერვისებისთვის. ლაშქრობის კავშირი ყირგიზეთში ნორვეგიის საფეხმავლო კავშირის მხარდაჭერით არსებობს.

მთიანი აჭარა - ექსკლუზიური ლანდშაფტის და ბრწყინვალე პეიზაჟების, ისტორიული და კულტურული ძეგლების რეგიონია, სადაც ხალხი სხვადასხვა ადათ-წესებითა და ტრადიციებით ცხოვრობს. ასეთი რესურსების ხელმისაწვდომობა აჭარის სოფლებს დასვენებისა და რომანტიული მოგზაურობისთვის მიმზიდველს ხდის.

აჭარის მუნიციპალიტეტებში საფეხმავლო ტურისტული მარშრუტების შემუშავება არა მარტო გაამრავალფეროვნებს ტურისტების დასვენებას, არამედ გარკვეულწილად გაახანგრძლივებს ტურისტულ სეზონს. ასეთი მარშრუტების სწორი ორგანიზება, რომელიც როგორც გარკვეულ საკარმიდამო ნაკვეთთან, ისე ტურისტების საცხოვრებელ ადგილთან არის დაკავშირებული, ხელს შეუწყობს ახალგაზრდების გარემოსდაცვით განათლებას და აქტიურ დასვენებას, რაც, საბოლოო ჯამში, დადებითად იმოქმედებს მოსახლეობის ჯანმრთელობის მდგომარეობაზე. ამ ტიპის აქტივობა ტურისტებს გააცნობს აჭარის მთიანი რეგიონების ისტორიულ ძეგლებს, მოსახლეობის კულტურასა და ტრადიციებს.

ტურისტული სერვისების უზრუნველსაყოფად, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე კერძო სამეწარმეო საქმიანობის ორგანიზების მიზნით, ყოველთვის უნდა გავითვალისწინოთ, რომ სოფლად ტურიზმი არის ინსტრუმენტი, რომელიც ხელს შეუწყობს სოფლის ზონებში წარმოქმნილ საქონელზე და მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდას. ამასთან დაკავშირებით, აუცილებელია დასვენების ისეთი აქტიური ფორმების შემუშავება, რომლებიც ხელს შეუწყობს ტურისტთა ხანგრძლივი დროით გაჩერებას ადგილზე.

ძირითადი დასკვნები

- ბუნებაში ლაშქრობა ქალაქგარეთ ტურისტებისთვის დასვენების ყველაზე გავრცელებული და პოპულარული სახეობაა.
- სიარული ხელს უწყობს ადამიანის ორგანიზმის გაჯანსაღებას.

- კერძო საკარმიდამო ნაკვეთის ბაზაზე საფეხმავლო ბილიკების მოწყობა ტურიზმის ბიზნესში ერთ-ერთ პირველხარისხოვან ამოცანად უნდა იქცეს.

ექსკლუზიური სასოფლო-სამეურნეო წარმოების დემონსტრირება კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე

კერძო საკარმიდამოზე სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოება რეგიონის, კლიმატური პირობების, ტრადიციების, კულტურული და სხვა ნიშანთა გათვალისწინებით, მრავალფეროვანია. მიმართულებათა სახესხვაობაში, სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სპეციალიზაციებს შორის შესაძლებელია გამოიყოს რიგი მიმართულებები, რომლებიც განსაკუთრებულ ინტერესს აღძრავს ქალაქის მოსახლეობაში, განსაკუთრებით, ჩრდილოეთის რეგიონებში, რომელთათვის ვენახების მონახულება, ვაზის მოვლის ტექნოლოგიის გაცნობა, ღვინის დაწურვა, ყურძნისაგან სხვადასხვა საკვების მომზადება განსაკუთრებით საინტერესო პროცესია. დედამიწის ცალკეული რეგიონებიდან ადამიანები ასევე ინტერესდებიან სამუშაოებით ციტრუსის ბაღებში, ბანანის, ანანასის და სხვა ხილის დაკრეფის პროცესით.

განვიხილოთ ნორვეგიული სასოფლო საკარმიდამო ნაკვეთის Lekeråsa Vingård ტურისტული პროდუქტის განვითარების გამოცდილება, რომელსაც საფუძვლად ეგზოტიკური კულტურის - ყურძნის მოშენება უდევს. აღნიშნული საკარმიდამო ნაკვეთი ტელემარკის საგრაფოს ცენტრალურ ნაწილში მდებარეობს, რომელიც სუსხიანი, სოფლის მეურნეობისთვის არცთუ სახარბიელო კლიმატით გამოირჩევა. მიუხედავად ამისა, საკარმიდამო

ნაკვეთის მეპატრონე ცოლ-ქმარი მევენახეობას მისდევენ და ღვინოს წურავენ, შესაბამისად, ამ მიმართულების დემონსტრირების მიზნით, მასპინძლობენ ტურისტებს ნაკვეთზე. ტურისტული ბიზნესის ეს სახე ფართოდ არის გავრცელებული იმ ქვეყნებში, სადაც ტრადიციულად ვენახს აშენებენ. თუმცა ტურისტული პროდუქტის ფორმირება, რომელსაც საფუძვლად ექსკლუზიური მიმართულების განვითარება უდევს, განსაკუთრებულ მიდგომას მოითხოვს და ბაზრის განსაკუთრებულ სეგმენტზეა გათვლილი.

ნორვეგიაში ყურძნის მოყვანა 10 წლის წინ დაიწყო. ამ ეტაპზე მევენახეების ასოციაცია (Norsk Druedyrker Forening) 70 წევრს აერთიანებს, რომელთაგან ზოგიერთს თავის მეურნეობაში ვაზის მხოლოდ 1-2 ნერგი აქვს, სრულყოფილად კი მევენახეობას 10 ფერმერი მისდევს.

Lekerkåsa Vingård საკარმიდამო ნაკვეთზე (სურ. 7.9) ვენახები, ვაზის 25 სხვადასხვა ჯიშის 712 ნერგით არის წარმოდგენილი. ძირითადად, გერმანიის ჩრდილოეთ რეგიონებიდან, რუსეთიდან და აშშ-დან იმპორტირებული ყურძნის ჯიშები მკაცრ კლიმატურ პირობებთანაა შეგუებული. საკარმიდამო ნაკვეთზე მოყვანილ ყურძენზე არსებით გავლენას ვერ ახდენს ყინვა, რამეთუ მას შეუძლია გაუძლოს მინუს 30-40 გრადუსამდე ტემპერატურას. ანუ არ საჭიროებს განსაკუთრებულ დათბობას ზამთრის სეზონზე; ის, ჩვეულებრივ, იზრდება ღია გრუნტში და იძლევა რეგიონისთვის მნიშვნელოვან მოსავალს 700 კგ-დან 1000 კგ ოდენობით. საკარმიდამო ნაკვეთზე მოყვანილი ყურძნის თვისება მოკლე მწიფობის პერიოდია, რაც მნიშვნელოვანია ნორვეგიის მკაცრი კლიმატური პირობებისთვის. დამწიფების პერიოდში მტევანი

უნდა დაიფაროს სპეციალური ბადით, რათა სიახლოვეს მცხოვრებმა ფრინველებმა არ დააზიანონ.

საკარმიდამო ნაკვეთზე წარმოდგენილ თეთრი ყურძნის ჯიშებს შორისაა ჩრდილოეთ გერმანიიდან შემოტანილი Solaris ჯიშის ყურძენი, რუსეთიდან იმპორტირებული ხასანკის ტკბილი ჯიშის, რომელიც ვარდისფერი ღვინოების წარმოებისთვის გამოიყენება. წითელი ღვინო ვაზის 4 განსხვავებული ჯიშის შერევით იწარმოება.

საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეები ყურძენს არ ყიდნიან, მას ექსკლუზიურად ღვინის წარმოებისთვის იყენებენ. 2018 წელს Lekerkaša Vingård Manor- ში 350 ლიტრი ღვინო დაიწურა, რომელიც სრულად ტურიზმის ბიზნესში იქნა გამოყენებული. ხილისა და კენკრის ღვინოები ჩამოსხმულია ნახევარლიტრიან ბოთლებში (სურ. 7.10), ფერადი ეტიკეტებით. ერთი 0,5-ლიტრიანი ბოთლის ფასი 300 ნორვეგულ კრონას შეადგენს, რაც საშუალოდ 5-6 ჯერ უფრო ძვირია, ვიდრე ქვეყანაში იმპორტირებული ღვინო. საკარმიდამო ნაკვეთზე წარმოებული ყურძნის ღვინის ფასები იდენტურია. მიზეზი ყურძნისაგან დაწურული ღვინის უნიკალურობა და ექსკლუზიურობაა, რომელიც ამ კულტურისთვის არადამახასიათებელ ბუნებრივ პირობებში იზრდება.

ნორვეგიის კანონმდებლობით, ალკოჰოლშემცველი სასმელების რეალიზაციაზე მონოპოლია სახელმწიფოს ეკუთვნის, ამიტომ, კერძო პირზე ბოთლით ყურძნის ღვინის თვითნებური მიყიდვა აკრძალულია. მესაკუთრეს ჩამოსხმული ღვინის გაყიდვა მხოლოდ სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული ორგანიზაციის Vinmonopolet- ის საშუალებით შეუძლია, თუმცა, მაღალი

კონკურენციის, და მსგავს ძვირადღირებულ ღვინოზე შეზღუდული მოთხოვნილების გამო, აგრეთვე, მწარმოებლებისთვის დაწესებული გარკვეული საკანონმდებლო ვალდებულებების გათვალისწინებით, ღვინის წარმოება და სახელმწიფო მალაზიების მეშვეობით მისი რეალიზება არ არის მოგებიანი. ღვინის გაყიდვიდან სარგებლის მიღება მხოლოდ ტურისტულ საქონელსა და ქონებაზე გაწეული მომსახურებითაა შესაძლებელი. მაგალითად, საკარმიდამო ნაკვეთზე წარმოებული ყურძნის ღვინო გამოიყენება დეგუსტაციისთვის, ასევე, ლანჩის დროს ტურისტებისთვის.

კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ძირითადად ღვინის ხელით დაწურვის ტექნოლოგიას მიმართავენ, თუმცა წვენის მისაღებად ჰიდრავლიკური პრესსაც გამოიყენებენ. დანარჩენი ყველა ოპერაცია, მათ შორის, ღვინის ჩამოსხმა ბოთლებში, კორპირება, ეტიკეტირება და ა.შ., სრულდება ხელით. წითელი და თეთრი ყურძნის ჯიშებით მზადდება Skumring წითელი ღვინო (წყვდიადი - ნორვ.), Nordisk natt ვარდისფერი ღვინო (ჩრდილოეთის ღამე - ნორ.) და Solbris (მზის ნიავი - ნორვ.). ყურძნის ღვინოები განკუთვნილია მხოლოდ დეგუსტაციის მიზნით. Nordisk natt ღვინომ 2018 წელს Norsk Vinskue ნორვეგიის ღვინის ბაზრობაზე ოქროს მედალი მოიპოვა. ნორვეგიის ხილის საუკეთესო ღვინის კონკურსში ხილისგან დამზადებულ Mormors hage bringebær ღვინოს მეორე პრიზი მიენიჭა, ხოლო Gulleple-ს ღვინოს მესამე პრიზი. ეს ფაქტები უდავოდ ამაღლებს ექსკლუზიურობის ხარისხს და ზრდის საკარმიდამო ნაკვეთის, როგორც ტურისტული ღირსშესანიშნაობის, მიმზიდველობას.



სურ. 7.9. ვენახი სოფლად Lerkerkåsa Vingård კერძო საკარმიდამოზე



სურ.7.10 Lekerkåsa Vingård-ში წარმოებული და ჩამოსხმული ხილისა და კენკრის ღვინოები

წარმოებული ღვინოების ფართო სპექტრი ბაზრის გარკვეული სეგმენტებისთვის - ყურძნის, ხილისა და კენკრისგან, მათ შორის, ველური ჯიშებისაგან დამზადებული ღვინის დაგემოვნების მოყვარულებისთვის ექსკლუზიურობის და განსაკუთრებული მიმზიდველობის ელემენტს წარმოადგენს.

საკარმიდამო ნაკვეთზე შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების ბაზარი შიდა ნორვეგიული სეგმენტისთვისაა, თუ, რა თქმა უნდა, უცხოელი ტურისტების ვიზიტების მცირე გამონაკლისს არ ჩავთვლით. მეურნეობისთვის აქტუალური ტურისტული ბაზრის სეგმენტი ნორვეგიელები არიან, რომლებიც ღვინოსთან დაკავშირებულ საკითხებში კარგად არიან გათვითცნობიერებულები, აფასებენ მას და მოხმარების არსი კარგად იციან, ინტერესდებიან ისტორიით, ყურძნის მოყვანის აგროტექნოლოგიით და ღვინის წარმოებით, ღვინის განსაკუთრებული ექსკლუზიური ჯიშების დეგუსტაციით. როგორც წესი, ეს მცირე, ახლო მეგობრებისგან, კოლეგებისგან თუ თანამოაზრეებისგან შემდგარი 10-კაციანი ჯგუფებია. ინფორმაციის თანახმად, ტურისტების ასეთი ჯგუფები, საკმაოდ ხშირად, წარმოდგენილია მხოლოდ ქალების მიერ, რაც ქალთა განსაკუთრებული სტატუსით, ასევე, ნორვეგიაში განსაკუთრებული გენდერული თანასწორობით აიხსნება.

რადგან საკარმიდამო ნაკვეთზე შეთავაზებულ ტურისტულ პროდუქტს აქვს ნიშა, ის მასობრივი მოხმარებაზე არ არის გათვლილი. ფერმას დიდი ტურისტული ჯგუფები ავტობუსებით იშვიათად სტუმრობენ, ამიტომ ვიზიტი ვენახში მოკლე ტურებით, ღვინის დეგუსტაციით შემოიფარგლება, ანუ ის არ გულისხმობს დიდი რაოდენობით ღვინისა და საკვების მოხმარებას, ანუ საკარმიდამო ნაკვეთი არ ეწევა ჩვეულებრივ სარესტორნო მომსახურებას.

როგორც წესი, ნორვეგიელი ტურისტები მცირე ჯგუფებით საკარმიდამო ნაკვეთს პარასკევს ან შაბათს საღამოს, 5-6 საათზე სტუმრობენ, რჩებიან ღამით და მეორე დღეს უკან მიემგზავრებიან. ღვინო ალკოჰოლური სასმელია, ამიტომ ნორვეგიაში, ჩვეულებრივ სამუშაო დღეებში, მასზე მოთხოვნილება, რბილად რომ ვთქვათ, ალოგიკურია. ამიტომ, კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე ტურიზმის ბიზნესის მსგავსი მიმართულების დაგეგმვისას, ეს მნიშვნელოვანი ფაქტორი აუცილებლად უნდა იქნას გათვალისწინებული.

საკარმიდამოზე ტურისტული სეზონი ვეგეტაციურ პერიოდს უკავშირდება. პირველი ვიზიტორები მეურნეობას 17 მაისს სტუმრობენ, ეს დღე ნორვეგიაში ეროვნულ დღედ მიიჩნევა და ქვეყნაში პირველი კონსტიტუციის მიღებას უკავშირდება. ტურისტული სეზონი სრულდება სექტემბრის ბოლოს, როდესაც ყურძნის მოსავალი უკვე სრულად არის აღებული. მაისში და ივნისში ტურისტების რაოდენობა მცირეა. საკარმიდამო ნაკვეთს ტურისტები უმეტესწილად აგვისტო-სექტემბერში სტუმრობს, როცა ყურძენი მწიფდება და ვაზის მტევნები სოფლად ქსკლუზიურობის სრულყოფილ განცდას აჩენს.

საკარმიდამოზე ტურისტული საქონლისა და მომსახურების პაკეტში უნდა გამოიყოს შემდეგი:

- ექსკურსია ვენახში, მისი ჩამოყალიბების ისტორიის და ღვინის დაწურვის ტექნოლოგიების გაცნობა.
- 4 სხვადასხვა სახეობის ღვინის დაგემოვნება.
- სადილი, ორი კონკრეტული მხარისთვის დამახასიათებელი კერძის მირთმევა, რომელიც ქათმის ხორცისგან მზადდება. განსაკუთრებულ ექსკლუზიურობას იძენს სუფრა, რომელიც უშუალოდ ვენახთან იმლება.

- სასტუმრო მომსახურება, რომელიც ექსკლუზიურ ღამის-თევას სთავაზობს ტურისტს.
- საუზმე.

ერთ ტურისტზე, ზემოთ ჩამოთვლილი საქონლისა და მომსახურების მთელი ფასი, მათ შორის, ღამისთევა 2019 წლის ტურისტულ სეზონზე, 1750 ნორვეგიულ კრონს შეადგენდა, რაც დაახლოებით 200 აშშ დოლარია.

კერძო საკარმიდამოზე ტურისტებისთვის განსაკუთრებულ ინტერესს ყოფითი პირობები იწვევს. საერთო ჯამში, მეურნეობაში, პატარა კოტეჯებში 10 საძინებელი ადგილია. მათგან 3 იმპროვიზებულია და ზაფხულის სეზონზეა ადაპტირებული განთავსებულია მუხის კასრებში (სურ. 7.11) ნომერში 2 საწოლით (სურ. 7.12). ვაზით გარშემორტყმულ ასეთ თვითნაკეთ ექსკლუზიურ საძინებელში, სტუმრებს სასიამოვნო დეგუსტაციის შემდეგ შეუძლიათ დაუვიწყარი ღამე გატარონ, დილით კი გაიღვიძონ ქალაქარე იდილიაში, სადაც სიჩუმეს მხოლოდ ჩიტების ჭიკჭიკი თუ არღვევს. თუ სტუმრების რაოდენობა 2 კაცს აღემატება, მაშინ ღამისთევასთვის ექსკლუზიურად ხის ელემენტებისგან დამზადებული პატარა კოტეჯი შეიძლება იქნას გამოყენებული. ღვინის კასრებში, ბუნებრივია, არ არის ადგილი სანიტარული ობიექტისთვის. საშხაპეები და საპირფარეშოები მდებარეობს ახლომდებარე მეურნეობის ერთ-ერთ კორპუსში, საკარმიდამო ნაკვეთზე. იშვიათ შემთხვევებში, როდესაც შედარებით დიდი ტურისტული ჯგუფი სტუმრობს ფერმას, განთავსება ხდება ახლომდებარე სასტუმროებში.

საკარმიდამოს მეპატრონე Odd Walberg პროფესიით მრეწველობის მექანიკოსია და 17 წლის განმავლობაში ლიფტების მოვლა-პატრონობას ეწევა. 2018 წელს, წინა მფლობელებისგან ქონების შეძენამდე, მან ტურისტული სეზონის მანძილზე შესაბამისი



სურ.7.11. ღვინის კასრი, როგორც საძილე ოთახი სოფლად Lekerksåsa Vingård კერძო საკარმიდამოზე



სურ. 7.12. საძილე კასრის ინტერიერი სოფლად Lekerksåsa Vingård კერძო საკარმიდამოზე

სწავლებით მეურნეობის ყველა სფეროში პრაქტიკული გამოცდილება შეიძინა, რაც კიდევ ერთხელ ამტკიცებს სპეციალური სწავლების, როგორც ტურიზმში ექსკლუზიური პროდუქციის წარმოების და პოპულარიზაციის, ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორის აუცილებლობას.

საკარმიდამოს წლიური შემოსავალი, რომელიც წლის ვეგეტაციურ პერიოდში ყალიბდება, 800 ათასიდან 1 მილიონ ნორვეგიულ კრონამდე მერყეობს, რაც საშუალოდ 100-120 ათასი აშშ დოლარის ტოლფასია. ზემოხსენებული შემოსავალი გროვდება ძირითადად საცხოვრებლის და კვების ობიექტების მომსახურებით, და მისი მხოლოდ მცირე ნაწილი - ღვინის რეალიზაციით.

მეურნეობის ძირითადი შემოსავლის წყარო არა ღვინის წარმოება და რეალიზაციაა, არამედ ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება, რომელიც განსაკუთრებულ და დაუვიწყარ გამოცდილებას ქმნის. ღვინო, რომლის შექმნაც მაღაზიაში რამდენჯერმე იაფია, სპეციალურ და ექსკლუზიურ შეფუთვაში უნდა იყოს მოწოდებული, ისეთში რომლის ყიდვა ჩვეულებრივ ღვინის მაღაზიაში შეუძლებელია.

საკარმიდამო ნაკვეთზე აშენებენ ქათმებს, რაც ასევე ზრდის შეთავაზებული ტურისტული პროდუქტის ექსკლუზიურობის ხარისხს და ამით ტურისტების ინტერესს ამ სოფლისადმი.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, საკარმიდამო ნაკვეთზე აწარმოებენ ხილისა და კენკრისგან დამზადებულ სხვადასხვა ღვინოს. ფერმაში არის ხეხილის ბაღი, რომელშიც იზრდება სხვადასხვა სახეობის ვაშლი და ქლიავი. მათგან მზადდება მშრალი და ტკბილი ღვინოები. "Mormors hage"-ს ღვინოების სერიებიდან (დიდედას ბაღი - ნორ.), ტურისტებს სთავაზობენ ყურძნის, წითელი მოცვის, ჟოლოს, აგრეთვე, დესერტის შავი მოცვის ღვინოს. ველური კენკრისგან მზადდება Høst სერიის განსაკუთრებული

თვისებების ორი ღვინო (შემოდგომა – ნორვ.). მაგალითად, სქელი წითელი ღვინო იწარმოება სამკურნალო ველური მოცვის, ლინგონებისა და კომბოსტოსგან. ბოთლის ხილის ღვინოების გაყიდვა კანონით არ არის აკრძალული.

ალკოჰოლის შემცველი პროდუქტების, მათ შორის, ღვინის რეკლამირება ნორვეგიაში კანონით იკრძალება. ალკოჰოლის შემცველი სასმელების მოხმარება არანაირად არ უწყობს ხელს სხეულის გაუმჯობესებას, რასაც სოფლად ტურიზმი ემსახურება. ამასთან დაკავშირებით, საკარმიდამო ნაკვეთის მეპატრონეებს შეუძლიათ მხოლოდ ვენახის და სხვა ტურისტული საქონლისა და მომსახურების რეკლამირება. მეურნეობა რეკლამირდება ინტერნეტით, ასევე, ბროშურებით. ტურისტული საქონლისა და სერვისების რეკლამირებისას განსაკუთრებული ადგილი უჭირავს იმ ფაქტს, რომ Lekerksåsa Vingård საკარმიდამო ნაკვეთზე მოშენებული ვენახი ერთ-ერთი პირველია ნორვეგიაში. ეს ფაქტი ასევე ზრდის ექსკლუზიურობის ელემენტს და აძლიერებს რეკლამირებული ტურისტული პროდუქტის მიმზიდველობას.

ძირითადი დასკვნები:

- კერძო საკარმიდამო ნაკვეთების სტუმრობისა და სოფლის მეურნეობის წარმოების განსაკუთრებული ექსკლუზიური მიმართულებების გაცნობისას, ტურისტების მთავარი მიზანი არა იმდენად პროდუქტების მოხმარებაა, რამდენადაც განსაკუთრებული გამოცდილების შეძენა, წარუშლელი შთაბეჭდილებები.
- კერძო საკარმიდამო ნაკვეთზე სოფლის მეურნეობის ძირითადი მიმართულებების დემონსტრირებისას აუცი-

ლებელია აქცენტი გაკეთდეს არა წარმოების მოცულობაზე, არამედ ექსკლუზიურობასა და ტურისტული პროდუქტის ხარისხზე.

- ღვინო, აგრეთვე, საკარმიდამო ნაკვეთზე წარმოებული სხვა პროდუქტები აუცილებლად ექსკლუზიური უნდა იყოს. ასეთი პროდუქტების დეგუსტაცია ტურისტების ვიზიტის ძირითადი მიზანია.
- საკარმიდამო ნაკვეთზე შეთავაზებული ყველა საქონელი და მომსახურება ასოცირებული უნდა იყოს სოფლის მეურნეობასთან, მაქსიმალურად გამოხატული ექსკლუზიური მიმართულებით. ტურისტული პროდუქტის ფორმირებისადმი ასეთი მიდგომა მნიშვნელოვნად გაზრდის მის მიმზიდველობას.

თავი 8.

თემატური მარშრუტები, როგორც თანამშრომლობის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, რომელიც ხელს უწყობს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას

სოფლად ტურიზმში, კერძოდ, საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მდგრადი განვითარებისათვის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან წინაპირობას წარმოადგენს ეფექტური თანამშრომლობა. თემატურ-ტურისტული მარშრუტების გამოყენების წყალობით, შესაძლებელია ტურისტთა დარჩენის გახანგრძლივება სოფლად, რის გამოც იზრდება ადგილობრივი წარმოების საქონლისა და მომსახურების, როგორც ასორტიმენტი ასევე მოცულობა, რომელიც, საბოლოო ჯამში, ხელს უწყობს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ეკონომიკურ და სოციალურ მდგრადობას.

თემატური მარშრუტის განსაზღვრება

თემატური მარშრუტი არის ტურისტებისა და მოგზაურების ორგანიზებული მოგზაურობა კონკრეტული მარშრუტის მიხედვით, რომელსაც გარკვეული თემატიკა გააჩნია. ის შეიძლება განხორციელდეს კულტურული, ისტორიული, შემეცნებითი, ეთნოგრაფიული, ეკოლოგიური, გასტრონომიული, გამაჯანსაღებელი მიზნებით.

თემატური მარშრუტის ორგანიზება ძირითადად ხდება შესაბამისი სააგენტოების მიერ, რომლებიც კარგად იცნობენ ადგილობრივ კულტურას, ჰყავთ გადამზადებული და პროფესიო-

ნალი გიდები, თანამშრომლობენ მოსახლეობასთან, ჩართულნი არიან მარშრუტის ფორმირებაში, მაგრამ ტურისტულ-თემატური მარშრუტის ორგანიზება შეიძლება განახორციელოს ინდივიდუალურად ტურისტმაც.

ტურისტულ-თემატური მარშრუტი, თავისი შინაარსიდან გამომდინარე, შეიძლება იყოს ხაზობრივი და წრიული. ხაზობრივი თემატური მარშრუტის ორგანიზება ხდება გზის მიმართულებით, მისი საწყისი და საბოლოო ადგილი სხვადასხვაა, ხოლო წრიული თემატური მარშრუტი მთავრდება იქ, სადაც ის დაიწყო.

თემატურ-ტურისტული მარშრუტის ტიპი დამოკიდებულია შემდეგ ძირითად ფაქტორებზე:

- მარშრუტის თემატიკა.
- მარშრუტის სტრუქტურა.
- მარშრუტის ხანგრძლივობა.

ხანგრძლივობის მიხედვით, თემატურ-ტურისტული მარშრუტი შეიძლება იყოს როგორც ერთდღიანი, ასევე ის შეიძლება გრძელდებოდეს ორ კვირამდე, მისი ხანგრძლივობა დამოკიდებულია მარშრუტში ფორმირებული მომსახურებების მრავალფეროვნებაზე.

თემატური მარშრუტი უნდა იყოს უნიკალური, მისი შინაარსი კი - მრავალფეროვანი, რათა ტურისტებმა შეძლონ მონაწილეობის მიღება სხვადასხვა ღონისძიებაში, რომლებიც ხორციელდება მთელი მარშრუტის განმავლობაში. ტურისტი უნდა იყოს მარშრუტის აქტიური მონაწილე.

თემატური ტურისტული მარშრუტის წარმატება დამოკიდებულია შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების ხარისხზე, აგრეთვე, კონკრეტულ მარშრუტში ჩართული მონაწილე მხარეების ეფექტურ კოორდინაციასა და თანამშრომლობის დონეზე. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს მარშრუტის ყველა

ეტაპზე რეგიონის კულტურული, ისტორიული, ეთნიკური და ბუნებრივი თავისებურებების მაქსიმალურ ასახვას. ასევე, გადამწყვეტ როლს ასრულებს პერსონალის კვალიფიკაცია და სპეციალური სწავლებების ორგანიზება.

სად და რა შემთხვევებში იქმნება თემატური მარშრუტები

თემატურ-ტურისტული მარშრუტების შექმნამდე აუცილებელია ბაზარზე არსებული პოტენციური მომხმარებლების ინტერესთა კვლევა როგორც ადგილობრივ, ისე უცხოელ ტურისტებში, შემდეგ აუცილებელია კერძო საკარმიდამოზე არსებული რესურსების კვლევა, რომელიც საჭიროა სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურისტული ბიზნესის შექმნისათვის. ჩატარებულ კვლევებზე დაყრდნობით, შესაძლებელი იქნება სწორად შეირჩეს თემატური მარშრუტის თემატიკა და განხორციელების ადგილი.

თემატური მარშრუტები იქმნება კონკრეტული რეგიონის უნიკალური, გამორჩეული და ექსკლუზიური ნიშან-თვისებების გათვალისწინებით. აუცილებელია, რომ ტურისტმა მაქსიმალურად შეძლოს იმ ისტორიის, კულტურის და ეთნოგრაფიული ღირებულებების შეგრძნება, რომელიც კონკრეტულ რეგიონს გააჩნია. ამიტომ რეგიონი, სადაც ტურისტული მარშრუტი ხორციელდება, უნდა იყოს ისტორიული, კულტურული და ბუნებრივი რესურსებით მდიდარი, მას უნდა გააჩნდეს ისეთი ნიშური და უნიკალური თავისებურებები, რასაც ტურისტი სხვაგან ვერ ნახავს, ასეთი უნიკალურობის პოვნა მხოლოდ სოფლად არის შესაძლებელი.

- ნიშური საქონლისა და მომსახურების ფორმირების, როგორც სოფლად ტურიზმის ბიზნესის წარმატებული მთავარი ფაქტორის, ხელშეწყობა.

- რეგიონის ბუნებრივი, კულტურული და ეთნოგრაფიული რესურსების შენარჩუნება.
- სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის ეკონომიკური და სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესება.
- ადგილობრივი პროდუქტების წარმოების ზრდაზე ხელშეწყობა.
- ტურისტთა მაქსიმალურად დიდი ხნით დარჩენის ხელშეწყობა სოფლის რეგიონში და მრავალფეროვანი მომსახურების შეთავაზება.
- ტურისტული ბიზნესის ფორმირებაში ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობის ზრდა.
- კონკრეტული რეგიონის ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება.

ტურისტული თემატური მარშრუტების ფორმირების უპირატესობებსა და სარგებლებს წარმოადგენს:

- გლობალიზაციის ნეგატიური პროცესების შედეგად დაზარალებული სოფლების გამოცოცხლება.
- ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა, რომლითაც ხელს უწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის როგორც ძირითადი, ისე დამატებითი შემოსავლების ზრდას, ასევე, ხელს უწყობს ტრადიციული სოფლის მეურნეობის საქმიანობის შენარჩუნებას.
- მიგრაციის შემცირების ხელშეწყობა. თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ეფექტურად ფორმირების შემდეგ, ადგილობრივ მოსახლეობას უქრება სურვილი მოძებნოს უკეთესი საცხოვრებელი და სამუშაო ადგილები ქალაქში.
- რეგიონის, როგორც ტურისტული დესტინაციის, პოპულარიზაცია, ეფექტური, მდგრადი და, რაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, ნიშური თემატურ-ტურისტული მარშ-

რუტების ფორმირება ხელს უწყობს რეგიონის ცნობადობის ამაღლებას.

- სოფლის რეგიონის ინფრასტრუქტურის განვითარების ხელშეწყობა. დაინტერესებული მხარეების ფართო სპექტრის ჩართვით, თემატური ტურისტული მარშრუტები ხელს უწყობს როგორც ტურიზმის ბიზნესთან დაკავშირებული ინდუსტრიების განვითარებას, ისე რეგიონის მთლიანი ინფრასტრუქტურის განვითარებას.
- ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების წარმოების ხელშეწყობა. თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ეფექტურობისათვის აუცილებელია ადგილობრივი წარმოების პროდუქტების შეთავაზება ტურისტებზე.
- კულტურული ძეგლების შენარჩუნება. თემატური მარშრუტები ხშირად იქმნება რეგიონებში, რომლებიც უნიკალურია თავიანთი ისტორიული და კულტურული ძეგლებით. ამ რეგიონებში თემატური მარშრუტების ფორმირებით სტიმულირდება სოფლის რეგიონებში კულტურული ძეგლების აღდგენა.
- ეთნოკულტურული ღირებულებების შენარჩუნება. კონკრეტულ რეგიონში, სადაც თემატური მარშრუტები იგეგმება, ნაკლებია მოსახლეობის მიგრაცია, რაც ხელს უწყობს ადათ-წესებისა და ყოფა-ცხოვრების თავისებურებების შენარჩუნებას სოფლად.
- ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება. მოკლე ტურისტული სეზონი ბევრი ტურისტული რეგიონის პრობლემაა, არსებობს თემატურ-ტურისტული მარშრუტების სახეები, რომელთა განხორციელება შესაძლებელია წლის ყოველ სეზონზე, ამიტომ თემატური მარშრუტი შეიძლე-

ბა გახდეს ტურისტული სეზონის გახანგრძლივების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი.

თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ფორმირებისას, მაქსიმალური წარმატების მისაღწევად, აუცილებელია, რომ მასში ჩართული იყვნენ რეგიონის ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები, ადგილობრივი მოსახლეობა, ბიზნესსექტორი, ასევე, პოტენციური ტურისტები. ჩართულობის აუცილებლობა გამოწვეულია იმით, რომ პირველ რიგში, თემატური მარშრუტები არის მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი.

თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ფორმირება, როგორც წესი, ხდება ერთი და იმავე საქმიანობით დაკავებული საკარმიდამოების ირგვლივ, რომლებიც ტურისტებს სთავაზობენ სხვადასხვა სახის მომსახურებებს, მაგალითად, თუ ერთ-ერთ საკარმიდამოზე ტურისტი გაეცნობა ყურძნისგან ღვინის დამზადების მეთოდოლოგიასა და ისტორიას, სხვა საკარმიდამოზე მას უნდა შეეძლოს მონაწილეობის მიღება ღვინის დაწურვაში და ა. შ.

თემატური მარშრუტი შეიძლება აერთიანებდეს რამდენიმე საკარმიდამოს, რომლებიც სპეციალიზდება მსგავსი ტურისტული პროდუქტების ფორმირებაზე. ასეთ საკარმიდამოებს უნდა ჰქონდეთ წინასწარ შემუშავებული სამოქმედო გეგმა და სტრატეგია, ტურისტულ პროდუქტებზე მაღალი ხარისხის შესანარჩუნებლად და სტანდარტიზაციისთვის.

მარშრუტის ყველა მონაწილე უნდა იყოს გაერთიანებული ერთ ორგანიზაციაში, რომელსაც უნდა ჰყავდეს საკუთარი ხელმძღვანელობა, ჰქონდეს წესდება და სამოქმედო პროგრამა, რომელიც ასახავს მარშრუტში ჩართული ყველა მონაწილის უფლებებსა და მოვალეობებს. თემატური მარშრუტის წესდებაში ასევე

დეტალურად უნდა იყოს გაწერილი მონაწილე მხარეების საქმიანობები და თემატური მარშრუტის ფორმირებისათვის საჭირო ბიუჯეტი, რომელიც შეიძლება მოიცავდეს მონაწილე მხარეების მიერ შეტანილ თანხებსაც.

თემატური მარშრუტის ფორმირების სტრუქტურამ უნდა უზრუნველყოს:

- მოცემულ თემატურ მარშრუტში ჩართული ყველა ტურისტული ბიზნესისათვის საერთო მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება.
- ტურისტულ პროდუქტებზე მუდმივი კონტროლი და მათი სტანდარტიზაციის უზრუნველყოფა, ასევე, ტურისტულ პროდუქტებზე მაღალი ხარისხის შენარჩუნება.
- ფინანსური რესურსების ეფექტიანად გამოყენება.
- კონსალტინგური დახმარების გაწევს უზრუნველყოფა მარშრუტში ჩართული ყველა მხარისათვის.
- მარშრუტის ფორმირებაში ჩართულ მხარეებს შორის მოგების სამართლიანად განაწილების უზრუნველყოფა.

თემატურ-ტურისტული მარშრუტების რესურსები

სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარება მოითხოვს სოფლად არსებული რესურსების რაციონალურად და ეფექტურად გამოყენებას. ეს კი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ნიშური ტურისტული პროდუქტების ფორმირებისას. მაგალითად, ისეთი ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტების შექმნა, როგორცაა თემატური მარშრუტები, მოითხოვს მოცემულ რეგიონში არსებული ბუნებრივი, კულტურული, ისტორიული და ადამიანური რესურსების დეტალურ შესწავლასა და ანალიზს,

რის საფუძველზეც უნდა შეიქმნას შესაბამისი ტურისტული ინფრასტრუქტურა რეგიონში.

ეფექტური ტურისტული მარშრუტების ფორმირების უმნიშვნელოვანეს წინაპირობას წარმოადგენს ადამიანური რესურსები. სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის განსაკუთრებული ცოდნა და უნარები მნიშვნელოვანია ტურისტებისათვის საინტერესო ტურისტული პროდუქტების შექმნისთვის. ადამიანურ რესურსებთან პირდაპირ არის დაკავშირებული ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიციული ხელსაქმე, ყოფა-ცხოვრება, ცხოვრების სტილი.

ტურისტული თემატური მარშრუტების ბუნებრივი რესურსები მოიცავს რეგიონის ლანდშაფტურ და გეოგრაფიულ სიმდიდრეს. ეს შეიძლება იყოს ფოთლოვანი, წიწვოვანი და შერეული ტყეები, ეროვნული პარკები, ნაკრძალები, ბალნეოლოგიური კურორტები, რომლის საფუძველზეც შეიძლება შეიქმნას საინტერესო თემატური მარშრუტები. ამასთან, ტურისტულ მარშრუტებზე, რომლებიც მოიცავს ბუნებრივ რესურსებს, აუცილებელია ტურისტთა ნაკადის კონტროლი, ბუნებრივი რესურსების რაციონალურად გამოყენების მიზნით.

ისტორიული და კულტურული რესურსები მოიცავს რეგიონში დაგროვილ როგორც მატერიალურ, ასევე არამატერიალურ რესურსებს. ასეთი რესურსები შეიძლება იყოს, მაგალითად, რეგიონისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული არქიტექტურული შენობა-ნაგებობები, ეკლესიები და ტაძრები, ისტორიული ხიდები და ა.შ. კულტურულ და ისტორიულ რესურსებში ასევე შედის მითები, ლეგენდები, რელიგიური და ტრადიციული რიტუალები, ხელნაკეთობები, ეთნოგრაფიული, ქორეოგრაფიული და ფოლკლორული თავისებურებები, რომელთა საფუძველზეც შეიძლება შეიქმნას უნიკალური ტურისტული

პროდუქტები. ამრიგად, თემატური ტურისტული მარშრუტების ფორმირება, პირველ რიგში, დამოკიდებულია შესაბამისი რესურსების არსებობაზე, მათ ხელმისაწვდომობაზე და რაციონალურ გამოყენებაზე.

ტურისტული თემატური მარშრუტების სახეები

თემატური მარშრუტი - ეს არის ტურისტთა ორგანიზებული მოგზაურობა, რომელსაც აქვს ერთი კონკრეტული თემატიკა. ტურისტული თემატური მარშრუტის სახე, იქნება ეს ინდივიდუალური თუ ჯგუფური, დამოკიდებულია მის შინაარსზე, გავრცელების არეალზე, სეზონზე, გამოყენებულ ტრანსპორტსა და ხანგრძლივობაზე. შინაარსის მიხედვით, თემატური მარშრუტები იყოფა შემდეგ სახეებად: ისტორიული, კულტურული, ეთნოგრაფიული, სამეცნიერო, რეკრეაციული, გასტრონომიული და სხვა.

სეზონურობის მიხედვით, თემატურ-ტურისტული მარშრუტები შეიძლება დაიყოს ისეთ მარშრუტებად, რომლებიც ხორციელდება მხოლოდ გაზაფხულზე, ზაფხულზე, შემოდგომაზე ან ზამთარში, თუმცა არსებობს თემატური მარშრუტები, რომელთა განხორციელება შესაძლებელია წლის ნებისმიერ სეზონზე.

გამოყენებული ტრანსპორტის მიხედვით, გამოირჩევა შემდეგი სახის მარშრუტები: საფეხმავლო, საკუთარი ან ტურისტული სააგენტოს მიერ გამოყოფილი ტრანსპორტით, სამარშრუტო ტრანსპორტით, არენდით აღებული ტრანსპორტით.

ტურისტული თემატური მარშრუტების კლასიფიკაცია მრავალფეროვანია და მისი ფორმირება მრავალი ასპექტის გათვალისწინებით არის შესაძლებელი, რათა მაქსიმალურად დაკმა-

ყოფილდეს ტურისტის მოთხოვნილებები და სურვილები. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ტურისტული თემატური მარშრუტების მთავარი ეკონომიკური პრინციპი რეგიონში ტურისტთა რაც შეიძლება მეტი ხნით დაყოვნებაა, ამიტომ ადგილობრივმა სააგენტოებმა, ტურისტულმა ორგანიზაციებმა და მოსახლეობამ უნდა შეძლონ მაქსიმალურად მრავალფეროვანი, კომფორტული და მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტების შეთავაზება ტურისტებზე, რაც თემატური მარშრუტების ფორმირების წარმატების აუცილებელი წინაპირობაა, რა თქმა უნდა, ყველა მომსახურება და პროდუქტი, რომლებიც ტურისტულ მარშრუტში იქნება ჩართული, წინასწარ უნდა იყოს შეთანხმებული და მომზადებული დადგენილი წესებითა და სტანდარტებით.

თემატური ტურისტული მარშრუტების ფორმირების ძირითადი პრინციპები

თემატური მარშრუტი წარმოადგენს ორგანიზებულ მოგზაურობას, რომელიც კონკრეტული თემატიკის ბაზაზე ხორციელდება, სადაც ყოველი ტურისტული აქტივობა და ღირსშესანიშნაობა ერთმანეთთან ლოგიკურ კავშირშია და ემსახურება ტურისტზე შთაბეჭდილების შექმნას. თემატური მარშრუტის ძირითადი განმასხვავებელი ფაქტორი სხვა მარშრუტებისაგან ის არის, რომ თემატური მარშრუტი უფრო ფართო და მრავალმომცველი უნდა იყოს, დატვირთული მრავალფეროვანი აქტივობებით, რომელშიც მონაწილეობას მიიღებენ ტურისტები.

ტურისტული მარშრუტის შემუშავება რთული და გრძელვადიანი პროცესია, ის მოიცავს ტურისტთა ინტერესების კვლევას, აქტუალური და საინტერესო მარშრუტების შერჩევას, მარშ-

რუტის სტრუქტურითა და რატიონალიზაციას, რომელიც მოიცავს ძირითადი და დამატებითი სანახაობების განსაზღვრას, ტრანსპორტის, ღამის-თევისა და კვების ორგანიზებას. თემატური მარშრუტის შემუშავებისას, მნიშვნელოვანია მარშრუტის სივრცესა და დროში განაწილება, რადგან ის ნათლად უნდა იყოს სტრუქტურირებული და დროში გაწერილი.

თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ფორმირება რთული და გრძელვადიანი პროცესია, რომელიც მოიცავს შემდეგ ღონისძიებებს:

- ტურისტული ბაზრების მოთხოვნის შესწავლა.
- არსებული რესურსების შესწავლა.
- ტურისტებისათვის საინტერესო და აქტუალური თემატური მარშრუტების ფორმირებაზე გადაწყვეტილების მიღება.
- თემატური მარშრუტის სტრუქტურის აგება.
- მარშრუტის ფარგლებში ჩართული ტურისტული პროდუქტების სტანდარტიზაციის პრინციპების შექმნა.
- მარშრუტის მართვის სტრუქტურის განსაზღვრა.
- მარშრუტის ფორმირების პირველ ეტაპზე ფინანსური წყაროს მოძიება.

თემატური მარშრუტის შემუშავებისა და დაგეგმვისას, აუცილებელია მისი სივრცესა და დროში განაწილების საკითხის გადაწყვეტა, რადგან მარშრუტი უნდა იყოს მკაფიოდ სტრუქტურირებული და დროში გაწერილი.

ამრიგად, ტურისტული თემატური მარშრუტის ფორმირების ეტაპზე საჭიროა ტურისტთა ინტერესის დეტალური შესწავლა დაგეგმილი თემატური მარშრუტის მიმართ. როგორც არაერთი უცხო ქვეყნის გამოცდილება აჩვენებს, უნიკალურ თემატურ მარშრუტზე მთელის წლის განმავლობაში მაღალია ტუ-

რისტოა ინტერესი, რაც უზრუნველყოფს სოფლად, კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურიზმის ბიზნესის ეკონომიკურ და სოციალურ მდგრადობას.

მარშრუტის თემის არჩევა ყველაზე მნიშვნელოვანი ეტაპია ტურისტული თემატური მარშრუტის ფორმირებაში. მარშრუტის თემა სწორად უნდა იყოს არჩეული, არსებული რესურსებისა და ბაზარზე არსებული ტურისტოა მოთხოვნილებების გათვალისწინებით.

თემატურ-ტურისტული მარშრუტების ხარისხი, ექსკლუზიურობა და ინოვაციურობა

თემატური მარშრუტების ფორმირებისას მნიშვნელოვანი ყურადღება უნდა დაეთმოს ტურისტებისთვის შეთავაზებული ტურისტული პროდუქტების ხარისხს, ექსკლუზიურობასა და ინოვაციურობას.

თემატურ მარშრუტში ჩართული ტურისტული პროდუქტების მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფა გულისხმობს წინასწარ განსაზღვრული სტანდარტების მიხედვით შექმნილი პროდუქტების ფორმირებას. მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტების შექმნა ეხება სასტუმრო, სატრანსპორტო, საექსკურსიო და კვების სფეროებს. უნდა აღინიშნოს, რომ მარშრუტის დროს ტურისტებისათვის უნდა მოხდეს ადგილობრივი წარმოების კვების პროდუქტების შეთავაზება, რაც უფრო მიმზიდველს გახდის თემატურ მარშრუტს. თემატური მარშრუტის უნიკალურობას განაპირობებს რეგიონის ბუნებრივი, კულტურული, ისტორიული თავისებურებები, რომლებიც ჩართულია თემატურ მარშრუტში ტურისტული პროდუქტების სახით.

თემატური მარშრუტის ინოვაციურობა გულისხმობს თანამედროვე მიდგომებს, რომლებიც გამოიყენება მარშრუტის ფორმირებაში. ეს შეიძლება იყოს, მაგალითად, თანამედროვე მარკეტინგული მიდგომები, სარეზერვო და გაყიდვების სისტემები, სხვადასხვა ტურისტული მომსახურების მიწოდების ფორმები და მეთოდები, ასევე, ტურისტული პროდუქტების სხვადასხვა სახით დემონსტრირება. ინოვაცია არ გამოიხატება მხოლოდ მარკეტინგულ საქმიანობაში. ტურისტული მარშრუტის ფორმირებისას, ინოვაციური მიდგომები უნდა განხორციელდეს მარშრუტის ყველა ეტაპზე. მაგალითად, ტურისტებისათვის განსაკუთრებით საინტერესო შეიძლება იყოს სხვადასხვა აქტივობასა და ანიმაციაში მონაწილეობის მიღება, რომელიც ადგილობრივი მოსახლეობისთვის დამახასიათებელ ისტორიულ და კულტურულ თავისებურებებს მოიცავს.

თემატური ტურისტული მარშრუტების ფორმირებისას, ექსკლუზიურობის ხარისხი შეიძლება გაუმჯობესდეს ისეთი ელემენტებით, როგორცაა:

- უნიკალური ბუნებრივი ადგილმდებარეობა და ტერიტორიის განსაკუთრებული ლანდშაფტი, რომლის გასწვრივ ხორციელდება თემატური მარშრუტი.
- გამორჩეული ეთნოგრაფიული თავისებურებები.
- რეგიონის ისტორიული და კულტურული თავისებურებები.
- ადგილობრივი მოსახლეობისთვის დამახასიათებელი რელიგიური რიტუალები და ყოფა-ცხოვრება.
- სასოფლო დანიშნულების მიწის ნაკვეთები, ხეხილისა და ბოსტნეულის ბაღები, რომელიც გამოირჩევა უნიკალური კულტურული ჯიშებითა და მოსავლით.

თემატური მარშრუტები, როგორც ექსპორტის განხორციელების ერთ-ერთი საშუალება

თემატურ-ტურისტული მარშრუტები არის რეგიონში წარმოებული პროდუქტების ექსპორტის ზრდის ერთ-ერთი საშუალება.

რეგიონში ჩამოსული ტურისტები, განსაკუთრებით კი უცხოელი ტურისტები, აქტიურად სარგებლობენ ადგილობრივი მომსახურებებით. ისინი ყიდულობენ ადგილობრივი წარმოების ალკოჰოლურ და არალკოჰოლურ სასმელებს, რომლებიც მიუხედავად თავიანთ ქვეყნებში, რაც ხელს უწყობს რეგიონის პოპულარიზაციას და ადგილობრივი წარმოების პროდუქტების ექსპორტის ზრდას. თემატური მარშრუტების სწორი დაგეგმვის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ელემენტს ადგილობრივი წარმოების კვების პროდუქტების, სუვენირების და ხალხური რეწვის ნიმუშების ხელშეწყობაა. თემატური ტურისტული მარშრუტი, როგორც ადგილობრივი წარმოების საქონლის ექსპორტის განვითარების საშუალება, ძალიან აქტუალურია საქართველოსთვის, რადგან საქართველომ ბოლო ათწლეულების განმავლობაში დაკარგა სოფლად წარმოებული პროდუქტების გასაღების ტრადიციული ბაზრები. მაგალითად, ავსტრალიასა და ახალ ზელანდიაში ღვინის ექსპორტს საფუძველი ჩაეყარა მხოლოდ ტურისტული თემატური ღვინის მარშრუტების ჩამოყალიბების შემდეგ, როდესაც ვიზიტების შედეგად, უცხოელმა ტურისტებმა წამოიწყეს ავსტრალიისა და ახალი ზელანდიის ღვინის იმპორტი თავიანთ ქვეყნებში.

თემატური მარშრუტების მარკეტინგი და განვითარება

ტურისტული თემატური მარშრუტების წარმატებით განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობა ეფექტური მარკეტინგია, საკარმიდამო ტურიზმისათვის კი - განსაკუთრებით, კორპორატიული მარკეტინგი. როგორც წესი, სოფელში მცხოვრებ მოსახლეობას არ აქვს საკმარისი ცოდნა და პრაქტიკული გამოცდილება მარკეტინგულ საქმიანობაში. მარკეტინგული ღონისძიებები ხშირად ძალიან ძვირია და მოითხოვს ძალიან დიდ დროს, ამიტომ ადგილობრივი მოსახლეობა დახმარების გარეშე ვერ შეძლებს ეფექტური მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელებას.

სოფლად თემატური ტურისტული მარშრუტების მარკეტინგი შეიძლება განხორციელდეს:

- მარშრუტის ფორმირებისას სპეციალურად დაარსებული სტრუქტურის მიერ;
- სოფლად ტურიზმის განვითარების კორპორატიული სტრუქტურის მიერ ადგილობრივ, რეგიონალურ ან ეროვნულ დონეზე, მაგალითად, ნორვეგიული ორგანიზაცია Hanen, რომელიც ადრე უკვე იყო ნახსენები ამ სახელმძღვანელოში.
- სამთავრობო უწყებების მიერ, რომლებიც ხელს უწყობენ ტურიზმის განვითარებას სხვადასხვა დონეზე.
- სპეციალიზებული კომერციული მარკეტინგული ორგანიზაციების მიერ.

მარკეტინგული საქმიანობის განხორციელების სტრუქტურა დამოკიდებულია რეგიონში თემატური მარშრუტის განლაგებით, მისი მდგრადობით სეზონურობის კონტექსტში, მისი პოპულარობის დონით, თემატიკით, მისგან მიღებული შემოსავლე-

ბით და სხვა რიგი მნიშვნელოვანი ფაქტორებით. თემატური ტურისტული მარშრუტების მარკეტინგი არ არის ერთჯერადი მოვლენა, ის მოითხოვს მიმდინარე ტურისტული ბაზრების მუდმივ მონიტორინგს, საქმიანობის განახლებას და შეთავაზებული ტურისტული პროდუქტების ინოვაციურობის ზრდას.

საზღვარგარეთის გამოცდილება თემატური მარშრუტების ფორმირებისას

ტურისტული თემატური მარშრუტის ფორმირებისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ამ უკანასკნელის მრავალფეროვნებას. თემატური მარშრუტი უნდა მოიცავდეს რამდენიმე საკარმიდამოს, რომელიც სპეციალიზებულია მარშრუტის თემატიკასთან, მაგრამ, თავის მხრივ, მნიშვნელოვნად განსხვავდება ერთმანეთისგან. მაგალითად, შვეიცარიაში ყველაზე პოპულარულ თემატურ მარშრუტს წარმოადგენს „შვეიცარიული ყველის მარშრუტი“, რომელიც მხოლოდ ყველის დამზადების ისტორიასა და კულტურას არ მოიცავს. აღნიშნული თემატური მარშრუტი მოიაზრებს ლაშქრობას შვეიცარიის ალპებში, იმ ბილიკების გავლას, რომელიც აერთიანებს ისტორიული სასახლეებისა და სახლ-მუზეუმების მონახულებას, გზის ბოლოს კი მივყავართ აპენცელამდე - კატარა შვეიცარიულ დასახლებამდე, რომელიც დაგაბრუნებთ შუა საუკუნეების შვეიცარიაში. აქვე ტურისტებს შეუძლიათ გაეცნონ ტრადიციულ შვეიცარიულ ყოფასა და ადათ-წესების, რომლის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს შვეიცარიული ყველის დამზადება, რომელშიც მონაწილეობის მიღება ტურისტებსაც შეუძლიათ. განსაკუთრებით საინტერესოა, როცა ადგილობრივი უყვება ტურისტს არა მხო-

ლოდ ყველის, არამედ შვეიცარიული სამზარეულოს ისტორიას, მის უნიკალურობას და გამორჩეულ მხარეებს.

ავსტრია პოპულარული ტურისტული დანიშნულების ადგილია, რომელიც მდიდარია თემატური ტურისტული მარშრუტებით. განსაკუთრებით უნდა აღინიშნოს ფიტნესმარშრუტები, რომლებიც მოიცავს ფიზიკურ და გონებრივ ვარჯიშებს, და მიზნად ისახავს ადამიანის სხეულისა და სულის ჰარმონიზაციას. ავსტრიაში ასევე გავრცელებულია თემატური ღვინის მარშრუტები. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციის თანახმად, ჯანმრთელობის გაუმჯობესების მიზნით, დიდი ქალაქების მაცხოვრებლები წლის განმავლობაში ქალაქგარეთ უნდა იმყოფებოდნენ 3-4 თვის განმავლობაში. ამიტომ ავსტრიული სოფლები ტურისტებს სთავაზობს მრავალფეროვან გამაჯანსაღებელ აქტივობებს ბუნებაში.

მსოფლიოში უამრავი თემატური მარშრუტი არსებობს, რომელთა პოპულარობა დღითიდღე იზრდება, ამიტომ აუცილებელია სოფლის რეგიონში გამოვყოთ საკარმიდამოები, რომელთა ბაზაზე შესაძლებელი იქნება უნიკალური და ნიშური ტურისტული პროდუქტების ფორმირება.

თემატური მარშრუტების ორგანიზაცია და მართვა

თემატური მარშრუტების განვითარება შეუძლებელია ყველა დაინტერესებული მხარის მჭიდრო თანამშრომლობის გარეშე. სახელმწიფოს მხარდაჭერის როლი, განსაკუთრებით, აჭარის პირობებში, უმთავრესი წინაპირობაა სოფლად საკარმიდამოზე თემატური ტურისტული ბიზნესის მარშრუტების წარმატებული და ინტენსიური განვითარებისთვის. გარკვეული

სამთავრობო უწყებების სხვადასხვა დონეზე მონაწილეობის გარეშე შეუძლებელია მაღალი ხარისხის თემატური ტურისტული მარშრუტების ეფექტური ფორმირება. სახელმწიფომ უნდა უზრუნველყოს ისეთი სამსახურების შექმნა, რომლებიც თავდაპირველად ორგანიზებას გაუწევს მარშრუტების ფორმირებას, შემდეგ კი გააკონტროლებს მასში ჩართული ორგანიზაციების საქმიანობას, სოფლად შეთავაზებული ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების მაღალი ხარისხის შენარჩუნებისთვის, რაც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას.

თემატური მარშრუტების ფორმირებაში, ადგილობრივი ტურისტული ბიზნესის მფლობელების გარდა, ჩართულნი უნდა იყვნენ კომერციული ფირმები, სასტუმროები, საზოგადოებრივი კვების ობიექტების მფლობელები, საგანმანათლებლო და კვლევითი ორგანიზაციები. თემატური ტურისტული მარშრუტის ეფექტურად მართვის მიზნით, უნდა შეიქმნას ორგანიზაცია, რომლის ფუნქცია, სხვა საკითხებთან ერთად, უნდა იყოს პერიოდულად დაინტერესებული მხარეების შეხვედრების ორგანიზება, რათა შემუშავდეს ერთიანი სტრატეგია, პოლიტიკა, სამომავლო გეგმები და სტრატეგია.

თემატური მარშრუტების ფორმირების სტრატეგიასა და პოლიტიკაში მთავარი ამოცანა უნდა იყოს ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება. მარშრუტის ფორმირების ყველა ეტაპზე პრიორიტეტული უნდა გახდეს ადგილობრივი მოსახლეობის ინტერესების დაცვა და მათი კეთილდღეობა. თავის მხრივ, თემატურ მარშრუტების ფორმირებას შეიძლება ჰქონდეს სხვა მიზნებიც, მაგალითად, აჭარაში ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება.

თემატური ტურისტული მარშრუტის ფორმირების პირველ, განხილვის ეტაპზე, ტარდება დაინტერესებული მხარეთა ზოგადი საინფორმაციო შეხვედრა, რომელსაც შეიძლება დაესწრონ:

- კერძო საკარმიდამოს მფლობელები;
- ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლები;
- რეგიონალური ხელისუფლების წარმომადგენლები;
- ადგილობრივი მოსახლეობა;
- ტურისტული სააგენტოები;
- ტურიზმის დეპარტამენტის თანამშრომლები;
- საგანმანათლებლო დაწესებულებები;
- სასტუმროსა და კვების ობიექტების მფლობელები;
- კონსალტინგური და მარკეტინგული კომპანიები.

მარშრუტის ფორმირების პირველ ეტაპზე დაინტერესებულ მხარეებს შორის უნდა შეფასდეს შემდეგი ძირითადი საკითხები და დებულებები:

- მონაწილეთა ინტერესების და მოსაზრებები;
- რეგიონში მოცემული თემატური მარშრუტის ფორმირების რესურსების ანალიზი;
- წინასწარ მომზადებული წინადადების მოსმენა, რომელიც ეხება რეგიონში თემატური მარშრუტის ფორმირების აქტუალობას და მის სარგებელს;
- შეფასება და კონკრეტული თემატური მარშრუტის შერჩევა;
- დაგეგმილი თემატური მარშრუტის ფორმირებისათვის ფინანსური რესურსების მოძიების წყაროების განსაზღვრა;
- მართვის სტრუქტურის ფორმირება, პასუხისმგებელი პირების დანიშვნა და მათი უფლება-მოვალეობების განსაზღვრა;

- წინარე ხელშეკრულებისა და წესდების ძირითადი პუნქტების განსაზღვრა.

თემატური ტურისტული მარშრუტის შემუშავების შემდეგ ეტაპზე აუცილებელია ისეთი პრიორიტეტული ღონისძიებების განხორციელება, როგორცაა:

- იურიდიული პირის დაარსება, რომლის ფუნქცია იქნება თემატური მარშრუტის ორგანიზაცია და მართვა;
- კონკრეტული ხარისხის შენარჩუნების მიზნით, შესაბამისი ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების სტანდარტების ფორმირება;
- ეკონომიკური სტრუქტურის შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს თემატური მარშრუტის ეფექტურ მარკეტინგს.

თემატურ მარშრუტში ჩართული დაინტერესებული მხარეების სარგებელი

კონკრეტული მარშრუტის ფორმირებამდე, მნიშვნელოვანია, რომ დაინტერესებული მხარეებისთვის მოხდეს მარშრუტში მათი მონაწილეობის მნიშვნელობისა და სამომავლოდ მათ მიერ მიღებული სარგებლის განსაზღვრა.

საკარმიდამოს მფლობელებისათვის მარშრუტში მონაწილეობის სარგებლები შეიძლება იყოს შემდეგი:

- მარშრუტის თემატიკის ფარგლებში კონკრეტულ საქმიანობაზე სპეციალიზაცია;
- საკარმიდამოზე ტურისტთა ნაკადების ზრდა;
- კონკრეტულ ერთ საკარმიდამოს მარკეტინგულ საქმიანობაზე გაწეული ხარჯების შემცირება;

- ტურისტულ ბაზარზე წარმოებული საქონლისა და მომსახურების კონკურენტუნარიანობის ზრდა;
- თემატურ მარშრუტში ჩართულ მხარეებს შორის დაპირისპირების შემცირება და თანამშრომლობის ხელშეწყობა;
- ტურისტული პროდუქტების თვითღირებულების შემცირება, რაც თავისთავად გამოიწვევს ფასების კლებას ტურისტულ პროდუქტებსა და მომსახურებაზე;
- ცენტრალური დაგეგმვის პირობებში კვალიფიკაციის ამაღლების შესაძლებლობა;
- კონკრეტულ მარშრუტზე ტურისტული ბაზრის კვლევის შედეგად მიღებულ ინფორმაციაზე წვდომის შესაძლებლობა;
- თემატური მარშრუტის ფორმირების ფარგლებში სახელმწიფოსგან დაფინანსების მოპოვების შესაძლებლობა;
- საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მდგრადობის ამაღლება.

ბიზნესის სექტორის სარგებელი (სასტუმროები, რესტორნები და ა. შ.) თემატურ ტურისტულ მარშრუტებში მონაწილეობისგან:

- თემატურ ტურისტულ მარშრუტებს შეუძლია უზრუნველყოს ტურისტების მუდმივი ნაკადი, რომლებიც ყიდულობენ საქონელსა და მომსახურებას ადგილობრივი მეწარმეებისგან;
- თემატური მარშრუტების ფორმირება უზრუნველყოფს წარმოებული საქონლისა და მომსახურების გაყიდვის რაოდენობის ზრდას;

- ტურისტული მარშრუტების ფორმირების დროს მიღებული სტანდარტების შექმნის შედეგად, იზრდება წარმოებული პროდუქტებისა და მომსახურების ხარისხი;
- მარშრუტში ჩართული მონაწილეებისთვის საერთო მარკეტინგული ღონისძიებების ფორმირების შედეგად, მცირდება კერძო მეწარმეების დანახარჯი მარკეტინგზე;
- მცირდება ტურისტული პროდუქტების თვითღირებულება;
- იზრდება კონკრეტულ ბიზნესში დასაქმებული ადამიანების შრომისუნარიანობა.

გლობალიზაციის ზოგიერთი ნეგატიური პროცესების შედეგად განვითარებული მოვლენების შემდეგ, სოფლად ტურიზმი, კერძოდ, საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის ფორმირება უნდა გახდეს საქართველოში სოფლის რეგიონში მცხოვრები მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების ინსტრუმენტი. აჭარა წარმოადგენს ბუნებრივი, კულტურული და ისტორიული რესურსებით მდიდარ რეგიონს, რაც იძლევა ნიშური და ექსკლუზიური ტურისტული პროდუქტების შექმნის შესაძლებლობას. ბუნებრივი, კულტურული და ისტორიული თავისებურებების გათვალისწინებით, აგრეთვე, ტრადიციული სასოფლო-სამეურნეო წარმოების სპეციფიკის გათვალისწინებით, შესაძლებელია შეიქმნას თემატური მარშრუტები, რომლებიც დაკავშირებულია სუბტროპიკული კულტურების, ჩაის, ხეხილის, თამბაქოს მოყვანასთან და მოვლასთან, ასევე, საინტერესოა რელიგიური მარშრუტების ფორმირებაც. საინტერესოა ე. წ. ჩაის მარშრუტის შექმნა, რომელშიც დაკავშირებული იქნება სხვადასხვა ჯიშის ჩაის წარმოებაზე სპეციალიზებული სხვადასხვა საკარმიდამო, რომლებსაც შეეძლებათ ტურისტებისათვის ტრადიციული ტექნოლოგიების დემონსტრირება.

რება, ასევე, მათი დეგუსტაცია და შექმნა. აღნიშნულ თემატურ მარშრუტში, გარდა ჩაის ტექნოლოგიის ჩვენებისა, აუცილებელია რეგიონის ისტორიული, კულტურული და ეთნოლოგიური თავისებურებების გაცნობა.

ძირითადი დასკვნები

- თემატური მარშრუტი არის მასში ჩართული დაინტერესებული მხარეების თანამშრომლობის ხელშეწყობის მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი;
- თანამშრომლობის გაუმჯობესება თემატური მარშრუტების ფორმირების დროს უზრუნველყოფს საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მდგრად განვითარებას;
- თემატურ-ტურისტული მარშრუტები არის სოფლის რეგიონის მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი;
- თემატური მარშრუტების ფორმირება ხელს უწყობს ექსკლუზიური და ნიშური ტურისტული პროდუქტების ფორმირებას;
- წინასწარ შემუშავებული სტანდარტიზაციის შედეგად, თემატური მარშრუტების ფორმირება ხელს შეუწყობს სოფლად წარმოებული ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების ხარისხის ზრდას;
- ეფექტური თემატური ტურისტული მარშრუტების ფორმირება, პირველ რიგში, დამოკიდებულია რეგიონში არსებულ ბუნებრივი, კულტურული და ისტორიული რესურსების მრავალფეროვნებაზე.

თავი 9.

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე შექმნილი ტურისტული ბიზნესის მარკეტინგულ საქმიანობაში თანამშრომლობა. უცხოეთის გამოცდილება

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, სოფლად კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე შექმნილი ტურისტული პროდუქტები ნიშური ხასიათის მატარებელია და უმთავრესად გათვლილია ტურისტული ბაზრის განსაზღვრულ ვიწრო სეგმენტზე. ტურიზმი სოფლად კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე არ ატარებს მასიურ ხასიათს, იგი უმთავრესად სეზონური და ნაკლებად შემოსავლიანია. უმეტეს შემთხვევაში, სოფლის მოსახლეობას, რომელიც საკუთარ კარმიდამოში მასპინძლობს ტურისტებს, არ გააჩნია სპეციალური განათლება ტურიზმის დარგსა და სამეწარმეო საქმიანობის წარმართვაში. ამიტომაც მარკეტინგული საქმიანობა არის სოფლად ბიზნესის, მათ შორის, საკარმიდამო ტურიზმის სუსტი მხარე, მთელი რიგი მიზეზების გამო, ესენია:

- შესაბამისი ცოდნისა და გამოცდილების არქონა;
- მარკეტინგული საქმიანობისათვის განკუთვნილი დროის სიმცირე, განსაკუთრებით იმ ადამიანებისათვის, რომლებიც აქტიურ სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობას ეწევიან;
- მარკეტინგისათვის საჭირო ფინანსური სახსრების არქონა ან სიმცირე;
- მარკეტინგული ანალიზის არქონა ან მისი სუსტი კოორდინაცია.

საჭიროა აღინიშნოს, რომ მარკეტინგული საქმიანობა ხშირად განიხილება, როგორც ტურისტული პროდუქტის წინსვლა

ბაზარზე. სოფლად ტურიზმის პროდუქტების მარკეტინგული კვლევა, ბაზრის სეგმენტაცია ხშირად არ ხდება ან მასთან წვდომა შეზღუდულია.

ეფექტური მარკეტინგული საქმიანობის დაგეგმვისათვის საჭიროა გათვალისწინებული იქნას ის მიზნები, რომლებსაც ესწრაფვის საზოგადოება სოფლად ტურისტული ბიზნესის მდგრადი განვითარების გზაზე. ასეთი მიზნებია:

- სოფლის მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება ხანგრძლივ პერსპექტივაში;
- ტურისტების მოთხოვნების გათვალისწინება;
- ადგილობრივი მწარმოებლების შემოსავლების ზრდა;
- მთლიანად სოფლის ეკონომიკის გამოცოცხლება;
- სოფლის ეკონომიკის სხვადასხვა სექტორის ინტეგრაცია;
- მოსახლეობის დასაქმების დონის ამაღლება და მუდმივი სამუშაო ადგილების ხარისხობრივი ზრდა;
- მოცემულ რეგიონში არსებული ეკონომიკური სტრუქტურის მხარდაჭერა ან დივერსიფიკაცია.

სოფლად კერძო საკარმიდამოს მფლობელები, რომლებიც აწარმოებენ ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებას, რა მიზნებს უნდა ისახავდნენ მარკეტინგულ საქმიანობაში? ასეთ მიზნებს უნდა წარმოადგენდეს:

- იმ ტურისტთა რაოდენობის გაზრდა, რომლებიც სტუმრობენ მოცემულ კარმიდამოს;
- ტურისტების ვიზიტის დროის გახანგრძლივება მოცემულ სოფელში;
- მოცემულ კარმიდამოში ტურისტების მიერ შეძენილი საქონლისა და მომსახურების მოცულობის გაზრდა;

- ტურისტული სეზონის გახანგრძლივება, რომელიც გავლენას ახდენს ტურისტული ბიზნესის მდგრადობაზე რომელიმე მოცემულ კარმიდამოში;
- ტურისტების სამომხმარებლო ქცევის პოზიტიური ცვლილების სტიმულირება, რაც წაადგება ტურიზმის ბიზნესს.

მარკეტინგული კვლევების ჩაუტარებლობა ან მათი არასრულფასოვანი ჩატარება და, შესაბამისად, არასწორ შედეგებზე ორიენტირება, უმეტეს შემთხვევაში, იწვევდა ტურისტულ ბაზარზე იმ საქონლისა და მომსახურების შეთავაზებას, რომელზეც არ იყო მოთხოვნა, და შედეგად შესაბამისი იყო - სოფლად კერძო კარმიდამოს ბაზაზე წარმოებული ტურისტული ბიზნესის წარუმატებლობა. ამის შედეგი იყო ის, რომ კერძო კარმიდამოს მფლობელები, რომლებიც ცდილობდნენ განეხილათ ბინათ ტურისტული ბიზნესი, უმეტეს შემთხვევაში ვერ აღწევდნენ წარმატებას, იმის მიუხედავად, რომ მუდმივად ცდილობდნენ ახალი საქონლისა და მომსახურების განვითარებას. ანალოგიურ პრობლემებს ბევრჯერ წააწყდნენ, როგორც უკვე მოგახსენეთ წინა თავებში, კერძო კარმიდამოს Lien Fjellgard-ის მფლობელები, სანამ ცოლ-ქმარმა მეტემ და ტურმა დამოუკიდებლად არ დაიწყეს საკარმიდამო ტურიზმის პროდუქტების ბაზრის შესწავლა. ამაში მათ დაეხმარა უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებების პედაგოგების კომპეტენცია. ამჟამად მთიანი კარმიდამოს Lien Fjellgard-ის ბაზაზე აღმოცენებულია მდგრადი ტურიზმის ბიზნესი, რომელიც შემოსავლიანია მთელი წლის განმავლობაში. თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ მეუღლეები მრავალი წლის განმავლობაში იღვწოდნენ ამ მიზნის მისაღწევად, დროისა და ფინანსური დანახარჯების ფასად. ასეთი ფუფუნების

უფლება სოფლად კერძო კარმიდამოს მფლობელებს შორის მხოლოდ ერთეულებს აქვთ.

სოფლად საკარმიდამოს მფლობელთა უმრავლესობას, რომლებიც ტურისტებს სთავაზობენ საქონელსა და მომსახურებას, ზემოხსენებული მიზეზების გამო არ შეუძლიათ სრულყოფილი ეფექტური მარკეტინგული საქმიანობის წარმოება. ამიტომაც მარკეტინგის სფეროში მათი თანამშრომლობის შედეგი შეიძლება გახდეს:

- რესურსების, პირველ რიგში, ფინანსური რესურსების, ეკონომია;
- ეფექტური პროფესიონალური მარკეტინგული საქმიანობის შედეგების მიღწევა;
- ბაზარზე ტურისტული პროდუქტის წინსვლის ეფექტური ხერხების დანერგვა და დისტრიბუციის ქმედითი ქსელის შექმნა;
- ტურისტული ბიზნესით დაკავებული პერსონალის სწავლება, ტრენინგები და კვალიფიკაციის ამაღლება;
- ფინანსური რესურსების გაერთიანება.

**ტურისტული საქონლისა და მომსახურების
შემთავაზებელ სოფლად კერძო საკარმიდამოს
მეპატრონეთა თანამშრომლობა მარკეტინგის სფეროში.
ნორვეგიული გამოცდილება**

წინა თავებში ჩვენ მოკლედ შევეხეთ ნორვეგიაში სოფლის კერძო კარმიდამოს ბაზარზე ტურისტული ბიზნესის განვითარების ისტორიას. განვიხილოთ უფრო დაწვრილებით ნორვეგიაში ტურიზმის ბიზნესის ამ მიმართულების ჩამოყალიბებისა და

განვითარების ისტორია. პირველი ტურისტული ობიექტები ნორვეგიაში, როგორც წესი, შეიქმნა თვალწარმტაც მთიან დასახლებულ პუნქტებში, ფერმერული კარმიდამოების ბაზაზე, რომლებიც მიზნული იყო არსებულ საგზაო ქსელთან. ქალაქელი მოსახლეობის დასვენებამ კერძო სასოფლო-სამეურნეო კარმიდამოებში, სადაც ტურისტული ბიზნესი შერწყმულია ტრადიციულ სასოფლო-სამეურნეო წარმოებასთან, მიიღო საკარმიდამო ტურიზმის სახელწოდება (gardsturisme, gard - კარმიდამო). თავის დროზე ტურიზმის ასეთ სახეობას უწოდებდნენ „შვებულების გატარებას ფერმერულ კარმიდამოში“.

1980 წელს, როდესაც გლობალიზაციის პროცესებმა უარყოფითი გავლენა იქონია ნორვეგიის სოფლის მეურნეობაზე, სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ინიციატივით მიღებულ იქნა კერძო ფერმერული მეურნეობების მხარდაჭერის სახელმწიფო პროგრამა, რომლის მიზანიც იყო ტრადიციული სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის პარალელურად, ფერმერული მეურნეობების ბაზაზე, ტურისტული ბიზნესის განვითარება. ამ პროგრამის ძირითად მიზანს წარმოადგენდა ფერმერების მიერ სასოფლო-სამეურნეო კარმიდამოს ბაზაზე ტურისტული საქმიანობით დამატებითი შემოსავლების მიღება.

ტურიზმის ბიზნესის ამ მიმართულების განვითარების დასაწყისში აქცენტი გაკეთდა არდადეგების პერიოდში და გამოსასვლელ დღეებში ოჯახების დასვენების ორგანიზებაზე. თუმცა ბევრმა ნორვეგიელმა ფერმერმა თანდათან უარი თქვა სოფლად ტურიზმის ბაზრის ამ სეგმენტზე. მოცემული სახელმწიფო პროგრამის მიღებისას შექმნილი ორგანიზაცია Norsk Gardsturisme (ნორვეგიის საკარმიდამო ტურიზმი) დაიშალა 1995 წელს და მისი წევრების ნაწილი გადავიდა ნორვეგიის მეწარმეთა კავშირში (ნმკ). Norsk Gardsturisme ორგანიზაციის დანარჩენი წევრე-

ბი გაერთიანდნენ და შექმნეს საკარმიდამო ტურიზმის ბიზნესის მფლობელთა ორგანიზაცია სახელწოდებით Hanen (hanen - მამალი, ნორვ.). ეს ორგანიზაცია, სხვა საქმიანობასთან ერთად, ახორციელებს საკარმიდამო ტურიზმის ბიზნესის ყველა ობიექტის მიერ შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების საერთო მარკეტინგს. Hanen - დარგობრივი ორგანიზაციაა, რომლის საქმიანობა მთელი ქვეყნის მასშტაბით მოიცავს ეკონომიკური და სამეწარმეო საქმიანობის ისეთ მიმართულებებს, როგორებიცაა: საკარმიდამო ტურიზმი, კვების პროდუქტების წარმოება სოფლის კერძო კარმიდამოში, ასევე, ნორვეგიის მთელ ტერიტორიაზე მდინარეებსა და შიგა წყალსატევებში თევზაობის ორგანიზება.

ორგანიზაციას მართავს 6 წევრისაგან შემდგარი მთავარი სამმართველო და ეროვნული სამდივნო, რომელიც შედგება 4 სპეციალისტისაგან. ისინი ორგანიზაციაში ასრულებენ ყოველდღიურ რუტინულ სამუშაოს. აქ სისტემატიურადაა დასაქმებული 3 სპეციალისტი, დროებით - ერთი, რომელიც ერთჯერადი პროექტების რეალიზაციითაა დაკავებული. მმართველობის სრულყოფის მიზნითა და ქვეყნის რეგიონების თავისებურებების გათვალისწინებით, ორგანიზაციის საქმიანობის მართვას ახორციელებს ასევე 12 რეგიონალური განყოფილება, რომელთაც გააჩნიათ საკუთარი რეგიონალური სამმართველო და ჰყავთ რეგიონალური ხელმძღვანელი. თავისი საქმიანობის წარმართვისას, ორგანიზაცია Hanen ხელმძღვანელობს ორგანიზაციის წესდებით, დებულებებით და ორგანიზაციის ყოველწლიური სამუშაო გეგმით, რომელიც შემუშავებულია ორგანიზაციის ყოველწლიურ საერთო კრებაზე. კრებას ესწრებიან თორმეტივე რეგიონალური ორგანიზაციიდან არჩეული დელეგატები. კრება

ირჩევს მთავარი სამმართველოს წევრებს და ადგენს მომდევნო წლის საწევრო გადასახადის ოდენობას.

ორგანიზაციის და მისი ყველა წევრის საქმიანობის ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს ხარისხი. როგორც სახალხო მეურნეობის მხარდამჭერი ორგანიზაცია, Hanen სთავაზობს თავის წევრებს მრავალფეროვან მომსახურებას, უპირატესობებსა და სარგებელს. Hanen მითითებებს აძლევს თავის წევრებს მრავალი პრობლემის მოგვარებისას, აუცილებლობის შემთხვევაში აქტიურად ეხმარება მათ. ორგანიზაცია ასევე სთავაზობს სხვა უპირატესობებს, ძირითადად, ესაა ორგანიზაციის წევრების ინფორმაციის უფასოდ განთავსება საიტზე www.hanen.no და სადაზღვევო კომპანიასთან Gjensidige შეღავათიანი ხელშეკრულებების გაფორმება.

ამავდროულად, Hanen წარმოადგენს დარგობრივ ორგანიზაციას, რომელიც წარადგენს თავის დარგს ადგილობრივი, რეგიონალური თუ ეროვნული სამთავრობო სტრუქტურების წინაშე, და გამოხატავს თავისი წევრების ინტერესებს სხვადასხვა კომიტეტებში, საბჭოებში, სამუშაო ჯგუფებში, მენეჯმენტის ჯგუფებში და ა. შ.

Hanen თანამშრომლობს სახელმწიფო საგზაო სამსახურთან Statens vegvesen საგზაო მიმთითებლების „Gardsmat/Bygdeturisme“, ეგრეთ წოდებული „საგზაო მამლის“ (Veghanen) სიმბოლოს განთავსების საკითხებში. ისინი საავტომობილო გზებზე მიუთითებენ საკარმიდამო ტურიზმის ობიექტების მდებარეობას. ამასთანავე, Hanen იღებს პასუხისმგებლობას, რომ საგზაო მიმთითებელზე „მამალი“ აღნიშნული ობიექტების მიერ შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურების ხარისხი იყოს დამაკმაყოფილებელი.

Hanen თანამშრომლობს ბევრ ორგანიზაციასთან, საზოგადოებრივ და სახელმწიფო სამსახურებთან, კერძოდ, ორგანიზაციასთან Innovasjon Norge, რომელიც ხელს უწყობს ნორვეგიული ბიზნესის განვითარებას როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე საზღვარგარეთ. ასევე, ხორციელდება თანამშრომლობა სხვადასხვა სამინისტროებთან, სამმართველოებთან და ისეთ ორგანიზაციებთან, როგორებიცაა: Bondens marked (ფერმერული ბაზარი), Norsk gardsost (ნორვეგიული ფერმის ყველი) და სხვა.

ორგანიზაცია Hanen-ის ძირითად მიზანს წარმოადგენს მასში გაწევრიანებული კარმიდამოების ეკონომიკური, საბაზრო და საწარმოო მაჩვენებლების ზრდის ხელშეწყობა. კერძოდ, ორგანიზაციის მიერ ჩატარებულ უმნიშვნელოვანეს საბაზრო ღონისძიებას წარმოადგენს მისი ყველა წევრის წარდგენა Innovasjon Norge-ს მიერ ორგანიზებულ ყოველწლიურ ღონისძიებაზე Norwegian Travel Workshop (NTV) და საკუთარ გამოფენაზე Møtebørs.

ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელი კარმიდამოების პერსონალის სწავლებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების საკითხებში ორგანიზაცია Hanen თანამშრომლობს ისეთ სასწავლო და კვლევით ინსტიტუტებთან, როგორიცაა, მაგალითად, Norsk senter for bygdeforskning (სასოფლო დასახლებების ნორვეგიული კვლევითი ცენტრი). Hanen ასევე მონაწილეობს სხვადასხვა პროექტში როგორც ნორვეგიაში, ისე საზღვარგარეთ, მათ შორის, როგორც წევრი ორგანიზაციისა EuroGites, რომელიც წარმოადგენს სოფლად ტურიზმის ორგანიზაციების ევროპულ ქსელს. www.hanen.no ინტერნეტგვერდთან ერთად შემუშავებული და დანერგილია ძალიან საინტერესო და პრაქტიკული App, რომელიც ეხმარება ტურისტებს სოფლის მარგალიტების პოვნაში. მოცემული App ხელმისაწვდომია როგორც App Stor, ასევე Google Play-ში.

ორგანიზაცია Hanen-ის ერთ-ერთ ძირითად მიზანს შეადგენს მისი წევრების მიერ შემოთავაზებული ტურისტული საქონლისა და მომსახურების ღირებულების გაზრდა. ამის თვალნათლივ მაგალითს წარმოადგენს ორგანიზაციის მიერ შემუშავებული ეკოტურიზმის ნორვეგიული ობიექტების Norsk Økoturisme სერტიფიკაცია.

2019 წლის ივლისის მონაცემებით, ორგანიზაცია აერთიანებს ტურისტული პროდუქტების შემთავაზებელ 530 სოფლის კერძო კარმიდამოს. გაერთიანების წევრობა შეუძლიათ მხოლოდ ნორვეგიულ სოფლის კარმიდამოებს, რომლებიც სთავაზობენ ტურისტებს კარგი ხარისხის საქონელსა და მომსახურებას. ტურისტულ ბაზარზე წარმოდგენილი პროდუქტების მიმართ განსაკუთრებული მოთხოვნები არ დგას, თუმცა მათი ხარისხი უნდა იყოს საკმაოდ კარგი.

ორგანიზაცია Hanen-ის ყოველწლიური საწევრო გადასახადი მერყეობს 3575- დან 6475 ნორვეგიულ კრონამდე, კარმიდამოს ტურისტული ბიზნესის შემოსავლიანობიდან გამომდინარე. ორგანიზაციის ახალი წევრებისა და იმ კარმიდამოებისთვის, რომელთა წლიური შემოსავალი არ აღემატება 500 000 ნორვეგიულ კრონს, საწევრო გადასახადი შეადგენს 3575 ნორვეგიულ კრონს, ხოლო მათთვის, ვისი წლიური შემოსავალი ტურიზმიდან 500 000 – 2 750 000 კრონია, ყოველწლიური გადასახადი 4975 კრონს შეადგენს. მაქსიმალური გადასახადი - 6475 კრონი განსაზღვრულია მათთვის, ვისი წლიური შემოსავალიც ტურისტული საქმიანობიდან შეადგენს 2 750 000-ზე მეტ ნორვეგიულ კრონს.

საკარმიდამო ტურიზმის ობიექტების ქსელისა თუ გაერთიანებებისათვის დაწესებულია სპეციალური წლიური საწევრო თანხა. გაერთიანების ან ქსელისათვის, რომელიც მაქსიმუმ 9

ობიექტისგან შედგება, სისტემატური გადასახადი 3850 კრონია. თუკი გაერთიანების ობიექტების რაოდენობა 10-15 შეადგენს, მაშინ ყოველწლიური საწევრო თანხა 6950 ნორვეგიულ კრონია, დაბოლოს, 14750 კრონის გადახდა უწევთ იმ გაერთიანებებს, რომელთა შემადგენლობაში 15-ზე მეტი საწარმოა - საკარმიდამო ტურისტული ობიექტი. კერძო პირებისათვის, რომლებსაც სურვილი აქვთ გახდნენ ორგანიზაციის Hanen წევრი, ყოველწლიური საწევრო გადასახადი შეადგენს 675 კრონს, რაიონის ან საგრაფოს სამმართველოსათვის და სხვა ორგანიზაციებისათვის ყოველწლიური საწევრო გადასახადი შეადგენს 2350 კრონს. განცხადებას წევრობის შესახებ განიხილავს Hanen-ის ადმინისტრაცია. საწევრო თანხის ნაწილი ყოველწლიურად უბრუნდება რეგიონალურ ფილიალებს. მაგალითად, 2018 წელს დაბრუნებულ იქნა საწევრო თანხის 25%.

Hanen-ის წესდებაში ჩაწერილია, რომ ორგანიზაციის ძირითადი მიზანია იმ საწარმოების ინტერესების დაცვა, რომელთა საქმიანობა ძირითადად დაფუძნებულია სოფლის ბუნებრივ და კულტურულ რესურსებზე. ამასთან, განსაკუთრებული აქცენტი კეთდება ტურისტულ კარმიდამოთა მდგრად განვითარებაზე.

Hanen-ის წესდებაში ორგანიზაციის ფუნქციებს შორის მითითებულია შემდეგი:

- საერთო პროფილებისა და მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა და ჩატარება, კერძოდ, სასაქონლო ნიშნის ფორმირება;
- ორგანიზაციის და მისი ფილიალების წევრი საწარმოების პოზიტიური განვითარების ხელშეწყობა. განსაკუთრებული აქცენტი უნდა გაკეთდეს მათ მდგრად განვითარებაზე;

- დარგის ინტერესების დაცვა ხელისუფლების და სხვა ორგანიზაციების წინაშე, რომლებიც განსაზღვრავენ დარგის თამაშის წესებს;
- ხარისხის სტანდარტების განვითარება და მათი კონტროლი;
- ორგანიზაციის წევრების უპირატესობათა ჩამონათვალის გაფართოება და ახლის დანერგვა;
- სამუშაოების ჩატარება კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მიზნით და წინადადებების შემუშავება პერსონალის სწავლებასთან დაკავშირებით, ტურისტული ობიექტის კონკურენტული უპირატესობების და მისი თავისებურებების გათვალისწინებით.

Hanen-ის წესდებით განისაზღვრება მისი საქმიანობის შემდეგი ძირითადი სფეროები:

- Hanen-ის წევრი ორგანიზაციებისათვის დახმარების გაწევა პროფესიონალური, იურიდიული, ეკონომიკური, მარკეტინგული და სხვა ანალოგიური საკითხების გადაჭრაში;
- Hanen-ის წევრებს შორის თანამშრომლობის ხელშეწყობა;
- ინფორმაციულ უზრუნველყოფაზე ზრუნვა როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ისე მის გარეთ;
- კოლეგიალური შეთანხმების და თანამშრომლობის ხელშეწყობა დარგის ფარგლებში, სოციალური, კორპორაციული და საბაზრო ღონისძიებების ჩატარება;
- მონათესავე ორგანიზაციებთან კონტაქტის დამყარების ხელშეწყობა;
- დარგის წარმოჩენა ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე;

- ორგანიზაციის რეგიონალური განყოფილებების აქტიურობის ხელშეწყობა და მათ შორის მაკავშირებელი რგოლის ფუნქციის შესრულება.

Hanen-ის მართვის ორგანოებია: ორგანიზაციის საერთო კრება, მთავარი სამმართველო, რეგიონალური ჯგუფი (Regionlag) და ორგანიზაციის ადმინისტრაცია. ადმინისტრაციისა და მთავარი სამმართველოს დახმარების მიზნით, ასევე, რესურსების უფრო რაციონალურად გამოყენებისთვის, შესაძლებელია შეიქმნას შესაბამისი კომიტეტი და კომისია, რომლებიც შედგება ორგანიზაციის წევრებისა და სხვა სპეციალისტებისაგან, რათა გადაიჭრას ორგანიზაციის საქმიანობასთან დაკავშირებული განსაკუთრებული ამოცანები, ან/და მოგვარდეს სპეციალური საკითხები. რეგიონულ ჯგუფებს გააჩნიათ თავიანთი სამმართველოები, რომლებიც შედგება თავმჯდომარისა და მინიმუმ ორი წევრისაგან.

Hanen თავის წევრებს სთავაზობს მთელ რიგ უპირატესობებსა და სარგებელს. მათ შორის აღსანიშნავია შემდეგი:

- Hanen-ს ხელშეკრულება აქვს გაფორმებული საბითუმო მომწოდებლებთან, მაგალითად, Systemkjøp, რომლებიც უზრუნველყოფენ ორგანიზაციის წევრებს მოწოდების ხელსაყრელი პირობებითა და დაბალი ფასებით;
- Hanen-ს აქვს სპეციალური ხელშეკრულება ნორვეგიაში საკმაოდ პოპულარულ სადაზღვევო კომპანიასთან Gjensidige, რომელიც ორგანიზაციის წევრებს სთავაზობს დამატებით 10%-იან ფასდაკლებებს;
- Hanen-ის წევრებს შეუძლიათ ფასდაკლებით განათავსონ განცხადება და რეკლამა ჟურნალში Lev Landlig („იცხოვრე ქალაქგარეთ“), ასევე, ნორვეგიის ყველაზე ცნობილ ჟურ-

ნალში კვების პროდუქტების შესახებ Mat fra Norge (საკვები პროდუქტები ნორვეგიიდან);

- Hanen-ის წევრები სარგებლობენ სოლიდური ფასდაკლებით დაჯავშნისა და მართვის სისტემაში Visbook plus, და პროგრამით PureHjelp Pro სარგებლობისას, რომელიც ეხმარება მათ მომხმარებლებთან მუშაობის სისტემატიზებასა და ახალი მომხმარებლების მოზიდვაში;
- Hanen-ის წევრებს შეუძლიათ მიიღონ იურიდიული კონსულტაცია ორგანიზაციისგან Bondelaget (ნორვეგიის ფერმერთა ასოციაცია), მასთან გაფორმებული თანამშრომლობის ხელშეკრულების საფუძველზე, ან ნორვეგიის ფერმერთა ასოციაციის სათავე ორგანიზაციისაგან VIRKE, რომლის წევრიც არის Hanen.

ინფორმაცია ინტერნეტგვერდიდან www.hanen.no გადაეცემა საიტს www.hare.com, რომელიც აწარმოებს სანავიგაციო სისტემებს ცნობილი საავტომობილო მარკების უმრავლესობისთვის. ეს უადვილებს ავტომობილისტებს ადვილად მიაკვლიონ ორგანიზაცია Hanen-ის წევრ ტურისტულ ობიექტებს.

Hanen-ის წევრთა საქონლისა და მომსახურების მარკეტინგი ხორციელდება თანამშრომლობის შესახებ გაფორმებული ხელშეკრულების საფუძველზე დესტინაციურ კომპანიასთან Visit Norway, რომელიც რეკლამას უწევს Hanen-ს, როგორც თემატურ დესტინაციას. ეს ნიშნავს იმას, რომ Hanen-ის ყველა წევრი ხდება დანახვადი საიტზე www.VisitNovay.no. Hanen ასევე წარმოადგენს კომპანიის Visit Norway ძირითად პარტნიორს სხვადასხვა პროექტში ნორვეგიის ტურისტული დესტინაციების უმსხვილეს ინტერნეტგვერდზე.

Hanen-ის ძირითად საქმიანობებს შორის განსაკუთრებული ადგილი უკავია გაერთიანების წევრი სოფლის კერძო კარმიდა-

მოების მიერ წარმოებული ტურისტული საქონლისა და მომსახურების რეკლამისა და პოპულარიზაციის ღონისძიებებს. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ამ მიზნისთვის შექმნილი იქნა ორენოვანი (ინგლისური და ნორვეგიული) ინტერნეტგვერდი www.hanen.no, სადაც ორგანიზაციის წევრ ყველა ტურისტულ ობიექტს აქვს საკუთარი გვერდი. მოცემულ ინტერნეტგვერდზე შეიძლება სრული ინფორმაციის მიღება ამა თუ იმ კარმიდამოს მიერ წარმოებული პროდუქტების შესახებ. აქვე შეიძლება შემოთავაზებული მომსახურების დაჯავშნა და სრული ინფორმაციის მიღება ობიექტისათვის დამახასიათებელი თავისებურებების, დაგეგმილი ღონისძიებების შესახებ და ა. შ.

ძეგნის გაადვილების მიზნით, ორგანიზაცია Hanen-ის წევრი საკარმიდამო ტურისტული ობიექტების მდებარეობა ნორვეგიის რუკაზე აღნიშნულია სიმბოლოთი „მამალი“, რომლის გახსნის შემთხვევაში შესაძლებელია სრული ინფორმაციის მიღება კონკრეტულ საკარმიდამო ტურისტულ ობიექტზე. იმ შემთხვევაში, თუ მოცემული ინფორმაცია არ აღმოჩნდება საკმარისი, ვებგვერდ www.hanen.no მეშვეობით შესაძლებელია გაერთიანების თანამშრომლებთან დაკავშირება და საჭირო ინფორმაციის მიღება. რუკაზე თითოეული სიმბოლო „მამალი“ მიბმულია საგზაო ქსელთან. ტურისტებს, რომლებიც, მაგალითად, გადაადგილდებიან ოსლოდან სამხრეთით, სტავანგერში, ხაუგესუნდში, ბერგენში მაგისტრალით E 134, რომელიც ნორვეგიის ერთ-ერთი ეროვნული ტურისტული მარშრუტია, შეუძლიათ მოცემულ საიტზე დაათვალიერონ ახლომდებარე „მამლები“ და ამოიჩიონ მათთვის საინტერესო ტურისტული ობიექტი. საიტზე არსებობს მომსახურება, რომლის დახმარებითაც ტურისტებს, მათთვის საინტერესო საქონლისა და მომსახურების მითითების

შემთხვევაში, შეუძლიათ გაეცნონ იმ კარმიდამოთა ჩამონათვალს, სადაც ისინი იწარმოება.

Hanen განათავსებს თავის წევრებს სხვადასხვა სოციალურ ქსელში ფოტო და ვიდეომასალის გამოყენებით და აქვეყნებს იქვე შესაბამის ახალ ამბებს. ორგანიზაციის წევრების და მათ მიერ შეთავაზებული ტურისტული პროდუქტის რეკლამირების მიზნით, Hanen აქტიურად იყენებს როგორც ბეჭდურ გამოცემებს, ისე რადიოსა და ტელევიზიას როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე მის ფარგლებს გარეთ. Hanen აქტიურ მონაწილეობას იღებს სხვადასხვა გამოფენაში და ამით ეხმარება თავის წევრებს მათ მიერ წარმოებული საქონლისა და მომსახურებისთვის ახალი მყიდველების პოვნაში. როგორც უკვე აღინიშნა, Hanen აქტიურად თანამშრომლობს სხვადასხვა ორგანიზაციასთან, პირველ რიგში, Innovasjon Norge-სთან, რაც ორგანიზაციის წევრი კარმიდამოების საქმიანობის არსებითი გაუმჯობესების საშუალებას იძლევა. ორგანიზაციასთან Sparebanken Hedmark გაფორმებული ხელშეკრულების საფუძველზე Hanen-ის წევრებს შეუძლიათ გადახდის მობილური სისტემის mCACH გამოყენების შესწავლა. Ecotourism Norway-ის ეგიდით Hanen ახორციელებს ნორვეგიის ტურისტული ინდუსტრიის საწარმოების შესაბამის სერტიფიცირებას.

სირთულეების წარმოშობის შემთხვევაში, ორგანიზაციის წევრებს დახმარებას უწევს ისეთი სახელმწიფო ორგანიზაციები, როგორცაა: საგადასახადო სამსახურები, საბაჟო, Mattilsynet - კვების პროდუქტებზე კონტროლის სახელმწიფო ორგანო და სხვ. თუკი Hanen-ის წევრი საწარმოები სიცრუისა და თაღლითობის მცდელობის მსხვერპლნი აღმოჩნდებიან, განსაკუთრებით, ინტერნეტის საშუალებით, ორგანიზაცია აქტიურად ერევა და უწევს მათ საჭირო დახმარებას.

ირლანდიის სოფლად ტურიზმის ბიზნესის კოოპერაცია მარკეტინგის სფეროში

კოოპერაციას აქვს დიდი მნიშვნელობა სოფლად ტურიზმის სამეწარმეო საქმიანობაში, განსაკუთრებით, მარკეტინგის სფეროში. სოფლად ტურიზმის სფეროში მრავალი კვლევის ავტორი მორისონი აღნიშნავდა, რომ „...კოოპერაცია - ეს არის ტურისტული პროდუქტების მომწოდებლებს შორის თანამშრომლობა, რის შედეგადაც თითოეული პარტნიორი ცდილობს აიმაღლოს კომპეტენტურობა მარკეტინგის სფეროში ზოგიერთი საკუთარი რესურსის პარტნიორების შესაძლებლობებთან შერწყმის შედეგად, ორმხრივი ინტერესის გათვალისწინებით“ (Morisson, 1998).

ირლანდიის გამოცდილება მასშტაბური კოოპერაციის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითია ტურიზმის ბიზნესის მარკეტინგის სფეროში. ირლანდიაში ყოველწლიურად ჩამოდის 6 მლნ ტურისტზე მეტი. ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები შეადგენს ემპ-ს დაახლოებით 5%. ტურისტული ინდუსტრიის სფეროში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება სოფლად ტურიზმს, რომელიც აქტიურად ვითარდება 1980-იანი წლებიდან. 2003 წელს მიღებული იქნა სახელმძღვანელო პროგრამა სახელწოდებით „ირლანდიაში ტურიზმის განვითარების ახალი პერსპექტივები - სამოქმედო სახელმძღვანელო“, რომელიც გულისხმობდა:

- ტურიზმის მართვასა და მარკეტინგულ საქმიანობაში სტრუქტურული ცვლილებების ღონისძიებებს.
- ირლანდიის, როგორც ერთიანი ტურისტული დესტინაციის, რეკლამირების შესაძლებლობას.
- მცირე ტურისტული საწარმოების კოოპერირების ღონისძიებებს.

- აქცენტის გადატანას ინდივიდუალური მარკეტინგიდან მარკეტინგულ თანამშრომლობაზე, განსაკუთრებით, სოფლად ტურიზმისა და კერძოდ, საკარმიდამო ტურიზმის სფეროში.

ირლანდიაში სოფლად ტურიზმს უწოდებენ ტურიზმს ისეთ დასახლებულ პუნქტში, რომლის მოსახლეობა 1500 ადამიანზე ნაკლებია. ირლანდიის სოფლის მეურნეობის რეცესიის გამო 1960-იან წლებში ირლანდიის ტურიზმის საბჭომ მოუწოდა ფერმერებს შეექმნათ სპეციალური საცხოვრებლები ტურისტების მისაღებად. 1980-იანი წლების შუა პერიოდიდან რძის წარმოებაზე კვოტების შემოღებასთან ერთად, სოფლად ტურიზმის განვითარება გახდა მიმზიდველი. ამასთან დაკავშირებით მიღებული იქნა სოფლად ტურიზმის განვითარებაში ინვესტირების წამახალისებელი ზომები. ირლანდიელი ფერმერებისათვის ხელმისაწვდომი გახდა გრანტების მიღება სხვადასხვა წყაროდან, ძირითადად კი - ევროკავშირის შესაბამისი ფონდებისაგან. პროგრამამ „Developing sustainable tourism 1993-1997” გამოყო ირლანდიის სოფლად ტურიზმის 25 არეალი. ირლანდიაში განხორციელებული გრანტები ხელს უწყობდა სოფლად ტურიზმის ისეთი პროდუქტების განვითარებასა და მარკეტინგს, როგორებიცაა:

- საცხენოსნო მომსახურება;
- ტურისტული ფერმერული მეურნეობების მომსახურება;
- გოლფის თამაშების საორგანიზაციო მომსახურება;
- ტურისტების საცხოვრებლით უზრუნველყოფის ღონისძიებები.

ირლანდიის სოფლად ტურიზმის განვითარებამ ხელი შეუწყო სოფლის მეურნეობის წარმოების შენარჩუნებას, იმპულსის მისცა ეკონომიკის სხვა დარგების განვითარებას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას.

ირლანდიაში შეიქმნა ფერმერთა საკონსულტაციო ორგანო TEAGASC, რომლის ფუნქციებში სხვა საკითხებთან ერთად შედიოდა:

- კონსულტაციები სოფლად ტურიზმის განვითარების საკითხებში;
- სოფლად ტურიზმის სფეროში პერსონალის სწავლება და გადამზადება.

TEAGASC-მა გამოჰყო სოფლად ტურიზმის სფეროს მდგრადი განვითარებისათვის საჭირო ისეთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორები, როგორცაა: ხარისხი, უნიკალურობა, ინოვაციები, სწავლება, ტრენინგები და სხვა.

საგრაფოს საბჭოსა და ტურიზმის კომიტეტის ფუნქციებში შედიოდა:

- სოფლად ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა;
- სოფლად ტურიზმის მარკეტინგი საგრაფოს დონეზე;
- ადგილობრივი ხელისუფლებისათვის ყოველმხრივი დახმარების გაწევა ტურიზმის განვითარების სფეროში.

ირლანდიაში, ასევე, შეიქმნა 6 რეგიონული ტურისტული ორგანიზაცია, რომელთა ფუნქციაში შედიოდა ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა როგორც რეგიონალურ, ისე ეროვნულ დონეზე. ქვეყანაში ასევე ფუნქციონირებდა LEADER+-ის 38 კომპანია, რომელთა მოვალეობები იყო:

- სოფლად ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა და ფინანსური მხარდაჭერა;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების მარკეტინგი;
- პერსონალის სწავლება.

ისეთი ორგანიზაციები, როგორცაა LEADER 2, თანხებს აბანდებდნენ სოფლად ტურიზმის სფეროში ბაზარზე დაფუძნებული პროექტების განვითარებაში. თავის მხრივ, ირლანდიის ეროვნული ტურისტული ორგანო Failte Ireland სხორციელებს:

- ტურიზმის სფეროში პერსონალის სწავლებას;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების განვითარების ხელშეწყობას შესაბამისი სპეციალისტის დახმარებით;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების მარკეტინგს;
- საკონსულტაციო მომსახურებებს.

ამგვარად, რეგიონულ დონეზე ტურისტული დანიშნულების ადგილების მარკეტინგს ახორციელებენ საგრაფოს ტურიზმის კომიტეტი და რეგიონული ტურისტული ორგანიზაციები. მარკეტინგი ხორციელდება სოფლად ტურიზმის პროდუქტების ჯგუფების მიხედვით საგრაფოს, რეგიონების და მთლიანად ქვეყნის მასშტაბით. Irish Farmhouse და Irish Country ერთობლივად ახორციელებენ მარკეტინგს ფერმერულ კარმიდამოებში ტურისტების საცხოვრებლით უზრუნველყოფის სფეროში. სოფლის კარმიდამოებში ტურისტების საცხოვრებლით უზრუნველყოფის მოცემული მომსახურებები მოიცავს მხოლოდ BED&BREAKFAST. Irish Country Holidays დამატებით ახორციელებს ისეთი საცხოვრებლის მარკეტინგს, სადაც ტურისტებს შეუძლიათ დამოუკიდებლად მოამზადონ საკვები. ტურისტებისათვის განკუთვნილი საცხოვრებლის მარკეტინგის დაჯგუფება ხდება ხარისხის მიღებული სტანდარტის შესაბამისად. საცხოვრებლის ხარისხი განისაზღვრება მკაფიოდ შემუშავებული მკაცრი კრიტერიუმების მიხედვით. ისეთი ორგანიზაცია, როგორცაა Association of Irish Riding Establishments, ახორციელებს საცხენოსნო მომსახურების მარკეტინგს.

უნდა აღინიშნოს, რომ ირლანდიის სოფლად ტურიზმში ერთობლივი მარკეტინგული ღონისძიებების მონაწილეები ვალდებული არიან მკაცრად დაიცვან მიღებული რეგულირება, რომელიც სხვა საკითხებთან ერთად ითვალისწინებს:

- ერთობლივ მარკეტინგულ საქმიანობაში ჩართული ტურისტული ობიექტების სამუშაო დროს;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების განსაზღვრულ სტანდარტებს;
- ტურისტების მიღების შესაძლებლობას;
- ვიზიტორებისთვის საქონლისა და მომსახურების ხელმისაწვდომობას.

სოფლად ტურიზმის, და განსაკუთრებით, საკარმიდამო ტურიზმის საქონლისა და მომსახურების მარკეტინგის სფეროში კოოპერაციის ძირითადი უპირატესობა ისაა, რომ ასეთი თანამშრომლობა წარმოადგენს მარკეტინგულ ღონისძიებებზე გაწეული დანახარჯების შემცირების მეტად ეფექტურ ინსტრუმენტს და მსხვილ ტურისტულ ბაზრებზე შესვლის საშუალებას.

ირლანდიის სოფლად ტურიზმის სფეროში მარკეტინგული საქმიანობის განმახორციელებელ ორგანიზაციებს შორის გამოირჩევა: Hours Riding Ireland, Rural Tourism, Heals Farms, Heritage Ireland, Sailing, ასევე Small-and Medium size Accomodation Marketing Initiative. ამ უკანასკნელის ძირითადი ფუნქციებია:

- დახმარების გაწევა მცირე ტურისტული ბიზნესის სექტორისათვის, რომელიც ტურისტების განთავსების მომსახურებას ეწევა;
- მცირე ტურისტული ბიზნესის სექტორის ფარგლებში ერთიანობის ატმოსფეროს შექმნა;
- ინდივიდუალურ და ერთობლივ მარკეტინგულ ღონისძიებებს შორის არჩევანის გაკეთებისას უპირატესობების სწორი გაგების ჩამოყალიბება;
- მსხვილი მარკეტინგული ღონისძიებების ჩატარების წახალისება.

სოფლად ტურიზმის ობიექტების აღნიშვნა საგზაო ნიშნულებზე

ტურისტები ხშირად აწყდებიან სირთულეებს ამა თუ იმ ტურისტული ობიექტის ადგილმდებარეობის გარკვევისას, განსაკუთრებით, თუ საქმე ეხება კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე შექმნილ ობიექტებს, რომლებიც არ არის აღნიშნული საგზაო მიმთითებლებზე. ნორვეგიის გამოცდილების მიხედვით, სოფლად ტურისტული ობიექტის მაჩვენებელი ზოგჯერ დატანილია დასახლებული პუნქტის აღმნიშვნელ საერთო საგზაო მიმთითებელზე, ზოგჯერ კი - ცალკე, სპეციალურად ამისთვის გამოყოფილ საგზაო საინფორმაციო დაფებზე. ამ სამუშაოს, როგორც წესი, ასრულებს საგზაო სამსახური ტურისტული ობიექტის მფლობელის დაკვეთით. ამ მიზნით ქვეყანაში შემუშავებულია მსგავსი მიმთითებლების განთავსებისა და გაფორმების სპეციალური სტანდარტები.

სოფლად ტურისტული ობიექტების აღმნიშვნელი საგზაო მიმთითებლების არსებობა ტურისტებს აძლევს საშუალებას - უფრო სწრაფად და მარტივად იპოვონ ესა თუ ის კარმიდამო, რომელიც სთავაზობს სოფლად ტურიზმის პროდუქტებსა და მომსახურებას. სოფლად ტურისტული ობიექტის საგზაო მიმთითებელი უნდა შეიცავდეს მაქსიმალურად ამომწურავ ინფორმაციას, კერძოდ:

- კარმიდამოს დასახელება;
- კარმიდამოს მდებარეობის მიმართულება;
- მანძილი საგზაო მიმთითებლიდან კარმიდამომდე;
- ინფორმაცია იმის შესახებ, განეკუთვნება თუ არა კარმიდამო სოფლად ტურიზმის საწარმოთა რომელიმე ასოციაციას;

- საკარმიდამოს საბაზრო ნიშა ან სპეციალიზაცია, ასეთის არსებობის შემთხვევაში.

სურათზე 9.1 მოცემულია საგზაო ნიშნულების ნიმუში, რომელიც განთავსებულია მაგისტრალის E 134 გადაკვეთაზე, სადაც გადის ნორვეგიის ერთ-ერთი ეროვნული ტურისტული მარშრუტი ადგილობრივი დანიშნულების გრუნტის გზით. საინფორმაციო დაფაზე დატანილია ინფორმაცია ახლომდებარე დასახლებული პუნქტების, ასევე, კარმიდამოს სპეციალიზაციისა და ასოციაცია Hanen-ში მისი წევრობის შესახებ. სურათზე 9.2 გამოსახულია საგზაო მიმთითებელი, რომელზეც ნაჩვენებია საკარმიდამო ტურიზმის ობიექტის მდებარეობის მიმართულება (GÅRDSTURISME - საკარმიდამო ტურიზმი).

მოცემული მიმთითებელი მოწმობს, რომ კარმიდამო სთავაზობს ტურისტებს სტანდარტულ საცხოვრებელ პირობებსა და კვებას და არაა სპეციალიზებული რომელიმე საბაზრო ნიშაზე. მიმთითებელი, რომელზედაც გამოსახულია მამალი, როგორც ორგანიზაცია Hanen-ის სიმბოლო, გვიჩვენებს, რომ ამ კარმიდამოში შესაძლებელია ხარისხიანი ტურისტული საქონლისა და მომსახურების მიღება.

მიმთითებლები, რომლებიც განთავსებულია იმ რეგიონებში, სადაც მოჰყავთ ყურძენი, შესაძლებელია იყოს დეკორატიულად გაფორმებული, როგორც, მაგალითად, ავსტრიის ღვინის მარშრუტების რეგიონშია. ასეთ მიმთითებელზე დამატებით აღნიშნულია მოცემულ ობიექტამდე გასავლელი მანძილი და საჭირო დრო (სურ 9.3). ორიგინალური და უცნაური მიმთითებლები დამატებით ექსკლუზიურობას ანიჭებენ და ამასთან, უფრო მიმზიდველს ხდიან სოფლად ტურიზმის პროდუქტებს.

უშუალოდ სოფლის კარმიდამოს შესასვლელთან, რომელიც სთავაზობს ტურისტულ პროდუქტებს, როგორც წესი, ამონტაჟე-

ბენ დამატებით დეკორაციულ მიმთითებელს კარმიდამოს მფლობელის სურვილის მიხედვით (სურ. 9.4). საგზაო მიმთითებლებზე საკარმიდამო ტურიზმის ობიექტების მდებარეობის აღნიშვნა ტურისტებს უადვილებს ორიენტაციას სოფელში ამა თუ იმ ტურისტული ობიექტის ძიებისას.

ძირითადი დასკვნები

- სოფლად საკარმიდამო ტურიზმის ბიზნესის სფეროს მარკეტინგმა ყოველმხრივ უნდა შეუწყოს ხელი სამეწარმეო საქმიანობის მოცემული მიმართულების მაქსიმალურ მდგრადობას;
- სოფლად კერძო კარმიდამოს მფლობელების შესაბამისი ცოდნის, გამოცდილებისა და დროის დეფიციტი საჭიროს ხდის შეიქმნას ერთობლივი მარკეტინგული სტრუქტურები, რომელთა ძირითად მიზანს უნდა წარმოადგენდეს რესურსების ეკონომია, პროფესიული დახმარების გაწევა მარკეტინგის საკითხებში და ბაზარზე ტურისტული საქონლისა და მომსახურების წინსვლა;
- ტურისტული საქონლისა და მომსახურების მწარმოებელი სოფლის კერძო კარმიდამოების მფლობელთა ინტერესების გამომხატველი ორგანიზაციის დაარსება ხელს შეუწყობს არა მარტო რესურსების გაერთიანებას, არამედ იმ ფაქტორების მნიშვნელოვან გაძლიერებას, რომლებიც უზრუნველყოფს მთლიანად ბიზნესის მდგრადობას.



სურ. 9.1. Kvåle-Din Gard სოფლად საკარმიდამოს მიმთითებელი



სურ. 9.2. სოფლად საკარმიდამოზე ტურისტული ობიექტის საგზაო ნიშნულები



სურ. 9.3. ღვინის მარშრუტზე არსებული კარმიდამოების ნიშნულები



სურ. 9.4. საინფორმაციო დაფა, განთავსებული უშუალოდ საკარმიდამოსთან
Holt Gard

თაპი 10.

ადამიანური რესურსები სოფლად კერძო საკარმიდამოზე დაარსებულ ტურიზმის ბიზნესში

ადამიანური რესურსი - შეიძლება განხილულ იქნას, როგორც ადამიანის განსაზღვრული შესაძლებლობებისა და თვისებების ერთობლიობა, რომელიც ფუნდამენტურ გავლენას ახდენს იმ სფეროზე, რომელშიც ის არის ჩართული. ტურიზმის ინდუსტრიის, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე დინამიკურად განვითარებადი დარგის, უმთავრეს მახასიათებლად, პირდაპირ ან ირიბად, ითვლება ადამიანური რესურსის დიდი რაოდენობით გამოყენება ტურისტულ საქმიანობაში.

კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე არსებული ტურიზმის ბიზნესის ძირითადი მიზანია მომხმარებლის მოთხოვნების დაკმაყოფილება ექსკლუზიური, ნიშური ტურისტული პროდუქტის წარმოების გზით. აღნიშნული ტურისტული პროდუქტის წარმოებაში ჩართული ადამიანური რესურსი შეიძლება დავყოთ ორ კატეგორიად: პირველს განეკუთვნება ადამიანური რესურსები, რომლებიც უშუალოდ დებულობენ მონაწილეობას ტურისტული პროდუქტის წარმოებაში. ესენი არიან კერძო საკარმიდამოების მფლობელები, რომელთა ბაზაზეც არის განვითარებული ტურიზმის ბიზნესი. როგორც ამას ევროპული გამოცდილება გვიჩვენებს, იმ ქვეყნებში, სადაც კერძო საკარმიდამო, სოფლად ტურიზმი ყველაზე კარგადაა განვითარებული, როგორც წესი, უმრავლეს შემთხვევაში, საკუთარი ცოდნის, გამოცდილების, კომპეტენციისა და უნარების გამოყენებით, ტურისტული საქონლისა და მომსახურების წარმოებაში თავად საკარმიდამოს მფლობელები ან მათი ოჯახის წევრები არიან ჩართული. მეორე

კატეგორიას მიეკუთვნება ადამიანური რესურსის ის ნაწილი, რომელიც უშუალოდ ტურისტული პროდუქტის რეალიზაციის პროცესშია ჩართული. ესენია: გიდები, ექსკურსიამძღოლები, სატრანსპორტო ორგანიზაციების თანამშრომლები და სხვ. კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე არსებული ტურისტული ფირმების მფლობელებს ხშირად უწევთ ორივე კატეგორიის ადამიანური რესურსის როლის შეთავსება, იმდენად, რამდენადაც აღნიშნული ტურისტული მიმართულება არ ატარებს მასობრივ ხასიათს და განკუთვნილია ტურისტულ ბაზარზე არსებული კონკრეტული, მცირერიცხოვანი სეგმენტის მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად.

პერსონალის კომპეტენციის მიმართ არსებული მოთხოვნები, რომლებიც დაკავშირებულია სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის თავისებურებებთან

საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით, შეიძლება ითქვას, რომ საკარმიდამო ტურიზმის ბიზნესი არის მიკრო ან მცირე. მაგალითად, ევროპაში საკარმიდამო ტურიზმის ბიზნესის ამ კატეგორიას განეკუთვნება 97%, ხოლო აშშ-ში - 98%. ეს ნიშნავს, რომ მოცემულ სფეროში დასაქმებულნი არიან თავად საკარმიდამოს მფლობელები და მათი ოჯახის წევრები, რაც ოჯახს უზრუნველყოფს დამატებითი შემოსავლით. ვინაიდან აღნიშნული ბიზნესი უმრავლეს შემთხვევაში არის მიკრო ან მცირე, გარეშე პირების ჩართვა დასაქმების თვალსაზრისით ეკონომიკურად არამოგებიანია, იმ გამონაკლისი შემთხვევების გარდა, როცა იმართება მასშტაბური ღონისძიებები (ქორწილი,

დაბადების დღის აღნიშვნა და სხვ.). ასევე, უნდა აღინიშნოს, რომ საკარმიდამო ტურიზმი ატარებს სეზონურ ხასიათს, ამიტომ ძირითადი დატვირთვა ზაფხულის სეზონზე მოდის, კერძოდ, მოკლევადიან არდადეგებზე, დღესასწაულებსა და სხვა უქმე დღეებზე, აქედან გამომდინარე, საქმიანობის ეს სახე ვერ უზრუნველყოფს ეკონომიკურ და სოციალურ მდგრადობას.

კერძო საკარმიდამო ტურიზმში მომუშავე პირების მრავალმხრივი ცოდნა და გამოცდილება არის ერთ-ერთი მთავარი რესურსი, რომელიც უზრუნველყოფს მაღალი ხარისხის ნიშური ტურისტული პროდუქტის ფორმირებას. აქედან გამომდინარე, შეგვიძლია ჩამოვთვალოთ რამდენიმე ძირითადი პიროვნული თვისება და კომპეტენციები, რომელთა არსებობის შემთხვევაში, ტურისტულ ბიზნესში კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე ჩართულ პერსონალს შეუძლია მიაღწიოს მნიშვნელოვან წარმატებას:

- ტურისტული საქმიანობის რელევანტური უმაღლესი განათლება, მაგალითად: განათლება კულტურის, ისტორიის, ეთნოგრაფიის, ტურიზმის და ა. შ. მიმართულებით;
- კონკრეტული რეგიონის კულტურული მახასიათებლების, ტრადიციებისა და ისტორიის ცოდნა;
- განსაკუთრებული ექსკლუზიური ცოდნა და უნარ-ჩვევები ფოლკლორისა და სპეციფიკური, კონკრეტული რეგიონისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული ხალხური რეწვის მიმართულებით;
- ძირითადი საკომუნიკაციო უცხო ენების ფლობა, რომელიც აუცილებელია ტურისტებთან ურთიერთობისათვის;

- ქარიზმა და კომუნიკაბელურობა, რომელსაც უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ტურისტებთან უშუალო კომუნიკაციის დროს;
- სტუმართმოყვარეობა და ტურისტების მომსახურებისკენ მიმართული პოზიტიური ფსიქოლოგიური წინასწარგანწყობა;
- მაღალი ინტელექტი;
- მიდრეკილება, რომ ინტენსიურად აიმაღლოს კვალიფიკაცია და თანამშრომლობის სურვილი დაინტერესებულ მხარეებთან.

როგორც ამას გვაჩვენებს ისეთი ქვეყნების გამოცდილება, როგორცაა ნორვეგია, ფინეთი და ჩრდილოეთ ირლანდია, მდგრადი საკარმიდამო ტურისტული ბიზნესის განვითარების საწყის ეტაპზე, იმ შემთხვევებშიც კი, როცა ადგილი აქვს მკაფიო სახელმწიფოებრივ მხარდაჭერას, ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევად კვალიფიციური კადრის არარსებობა რჩება.

ტურისტული სამეწარმეო საქმიანობის მაგალითზე, რომელიც უკავშირდება თევზაობას და მასთან დაკავშირებული ტურისტული პროდუქტის მიწოდებას ისეთ საკარმიდამო ტურისტულ ადგილებში, რომლებიც განლაგებულია აუზების, მდინარეების და წყლის სხვა წყაროების მიმდებარე ტერიტორიებზე, ჩვენ შევეცდებით ვაჩვენოთ ის ძირითადი კომპეტენციები, რომლებიც საჭიროა აღნიშნულ საქმიანობაში ჩართული გიდინსტრუქტორის მოვალეობის შემსრულებელი პირისთვის, ვინც თევზაობის ორგანიზების მიზნით უზრუნველყოფს მაღალი ხარისხის ტურისტული მომსახურების მიწოდებას. გიდინსტრუქტორი, შეძლებისდაგვარად, უნდა ფლობდეს შემდეგ ძირითად თვისებებსა და კომპეტენციებს:

- რეგიონში თევზაობის რეგულირების შესახებ კანონმდებლობის ცოდნა და გამოცდილება საჭიროების შემთხვევაში, ტურისტებისთვის საჭირო თევზაობის ლიცენზიების მიწოდების შესახებ;
- საკმარისი ცოდნა და გამოცდილება ამ კონკრეტული რეგიონის მდინარეებსა თუ წყალსაცავებში თევზჭერისათვის;
- ადგილობრივი წყალსაცავის ან/და მდინარისათვის დამახასიათებელი თევზის ბიოლოგიური მახასიათებლებისა და ჩვევების ცოდნა;
- დამწყებთათვის თევზაობის სწავლების უნარი;
- შესაძლებლობა და უნარი იმისა, რომ ამინდის პირობების მიუხედავად, წლის ნებისმიერ დროს მდინარის ან წყალსაცავის ნაპირზე ღამის გასათევი საშუალება მოაწყოს, სანიტარიულ-ჰიგიენური სტანდარტებისა და უსაფრთხოების ზომების მაქსიმალური უზრუნველყოფით;
- მოგზაურობის პირობებში თევზის კერძების მომზადების გამოცდილება და სპეციალური რეცეპტების ცოდნა. საველე პირობებში თევზის კერძების დაგემოვნება ტურისტს განსაკუთრებულ ექსკლუზიურ შთაბეჭდილებას უქმნის. ამის მაგალითია წყალსაცავის ნაპირზე ახლად დაჭერილი თევზის ორმაგი წვნიანის (უხა) მომზადება ამ წიგნის ავტორის თანდასწრებით. შუაცეცხლზე წვნიანის მომზადების დასასრულს, მას დაემატა ორასი გრამი რუსული არაყი, ხოლო ექსკლუზიურ პირობებში თევზის კერძის მომზადების მთელი პროცესის დასასრულს, მზარეულმა ქოთნის ქვემოდან აიღო ცეცხლმოკიდებული ნაფოტი და თევზის წვნიანის ქვაბში ჩადო. ამავე დროს, მათ ტურისტებს განუმარტეს, რომ ამ პროცედურის მიზანს თევზის

კერძის დეზინფექცია და განსაკუთრებული გემოვნური თვისებების მიცემა წარმოადგენდა. ასეთი რეცეპტით თევზის კერძის მომზადება ურბანულ პირობებში შეუძლებელია, ამიტომ ეს სანახაობა ექსკლუზიურია, იგი ტურისტებისთვის ქალაქგარეთ დასვენების დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას ქმნის;

- ექსტრემალურ პირობებში, განსაკუთრებით, მაღალმთიანეთის მდინარეებსა და წყალსატევებში თევზაობისას უსაფრთხოების ზომების დაცვა. აგრეთვე, შესაძლო ტრავმებისას პირველადი დახმარების გაწევა, მათ შორის, რეანიმაციის საკითხების ცოდნა;
- თევზაობის სხვა საკითხებთან ერთად, კომუნიკაბელურობა, ქარიზმა და ერუდიცია არის ძალიან მნიშვნელოვანი მახასიათებლები. ინსტრუქტორი, რომელიც არის ჩუმად, არ არის კომუნიკაბელური, არ აქვს იუმორის გრძობა - ტურისტებზე ძალიან ნეგატიურ შთაბეჭდილებას ახდენს. მაგალითად, თევზაობასთან დაკავშირებული ხუმრობების ცოდნა და აუდიტორიისადმი მათი მხატვრულად მიწოდების უნარი, ხშირად, წარუმატებელი თევზაობის მნიშვნელოვანი ფსიქოლოგიური კომპენსაცია შეიძლება გახდეს. წიგნის ავტორი, რომელიც თევზაობდა რუსეთში, კალუგის რაიონში, შეესწრო ასეთ ფაქტს: როდესაც თევზაობის ინსტრუქტორმა გაარკვია, რომ ტურისტულ ჯგუფში ორი ქართველი იყო, აიღო აკორდეონი და მცირედ შესამჩნევი აქცენტით იმღერა რამდენიმე პოპულარული ქართული სიმღერა. მეთევზემ თქვა, რომ მას ხშირად სტუმრობენ მრავალი ეროვნების ტურისტები და მთელი საღამო ასრულებდა სიმღერებს სხვადასხვა ენაზე. ტურისტების მეხსიერებაში აისახა არა

იმდენად თევზაობის პროცესი, არამედ მეთევზე-ინსტრუქტორის პიროვნული თვისებები, ქარიზმა და კომუნიკაბელურობა, რაც ასე მნიშვნელოვანია კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე არსებულ ტურისტულ ბიზნესში ჩართული პირებისთვის.

- პროფესიონალური ფოტო და ვიდეოგადაღების უნარების ფლობა. მეთევზე ტურისტისათვის, უმეტეს შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია მისი აქტივობის ფოტო ან ვიდეომასალაზე აღბეჭდვა. აქედან გამომდინარე, მაღალი ხარისხის ფოტო ან ვიდეოგადაღება შესაბამისი მონტაჟით, მაგალითად, მოკლემეტრაჟიანი ფილმი, იქნება არა მხოლოდ დამატებითი შემოსავლის წყარო, არამედ ერთგვარი უფასო რეკლამა მოცემული ტურისტული ბიზნესისთვის. თავის მხრივ, ამგვარი მომსახურების მიწოდება მნიშვნელოვნად გაზრდის ტურისტული მომსახურების მიმზიდველობას, ექსკლუზიურობასა და ხარისხს.
- თევზაობის შეჯიბრებების ორგანიზების უნარი, საუკეთესოს გამოვლენის შესაძლებლობით, მაგალითად, სახელწოდებით „ტურნირის საუკეთესო მეთევზე“ და შესაბამისი სერტიფიკატის გაცემა.
- პუნქტუალურობა, პატიოსნება, ისეთი მავნე ჩვევების არქონა, როგორცაა: ალკოჰოლისადმი მიდრეკილება, მოწვევა, ბილწსიტყვაობა და ა. შ., ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია ტურისტულ ბიზნესში ჩართული ადამიანისთვის.

სპორტული თევზაობის ორგანიზატორი პირისათვის ზემოთ ჩამოთვლილი მოთხოვნები გარკვეულწილად ამბიციურია, ამასთან, მსგავსი კომპეტენციების მიღწევა უნდა იყოს კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე არსებული ტურისტული ბიზნესის პერ-

სონალის, როგორც სოფლად ტურიზმის მთავარი რესურსის, სრულყოფის მიზანი.

მრავალი ქვეყნის გამოცდილება აჩვენებს, რომ სოფლად ტურიზმის მოყვარულთათვის გართობის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული სახეობა თევზაობაა. ხშირ შემთხვევაში, სპორტული თევზაობის ძირითადი მიზანი არა თავად თევზის მოპოვება, არამედ სპეციალურ, ექსკლუზიურ, ტურისტებისათვის უჩვეულო პირობებში (როგორცაა, მაგალითად, აჭარის მთიანი რეგიონები) აქტიური დასვენება და თევზაობის გამოცდილების მიღებაა.

თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე ტურისტული ბიზნესის წარმატების მთავარი ფაქტორი მაღალი ხარისხის საქონლისა და მომსახურების წარმოებაა, პერსონალის განსაკუთრებული უნარები და მაღალი კვალიფიკაცია, შესაბამისად, წარმოადგენს ერთ-ერთ უმთავრეს ფაქტორს აღნიშნული მიზნის მიღწევისათვის.

წინა თავებში ჩვენ უკვე მოვიყვანეთ რამდენიმე მაგალითი, რომლებიც ადასტურებს პირდაპირ კავშირს პერსონალის კომპეტენციასა და კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე წარმოებული ტურისტული საქონლისა და მომსახურების ექსკლუზიურობასა და ხარისხს შორის.

ამის ნიმუშად შეგვიძლია მოვიყვანოთ ნორვეგიის ერთ-ერთი საკარმიდამო ტურისტული ცენტრი Evju Bygdetun, სადაც მისულ ტურისტებს დიასახლისი ხვდება ეროვნული სამოსით, პროფესიონალურად, სპეციალური, ადგილობრივებისათვის დამახასიათებელი დიალექტით, ასრულებს შუა საუკუნეების სიმღერებს, რითაც უფრო მიმზიდველს და საინტერესოს ხდის შემოთავაზებულ ტურისტულ პროდუქტს. აღნიშნული დიასახლისი არის სკოლის პედაგოგი, სადაც ასწავლის მუსიკას და როგორც

ნორვეგიის ეთნიკური ჯგუფის კულტურული მახასიათებლების უბადლო მცოდნე, გონივრულად იყენებს თავის კომპეტენციას, რითაც აძლიერებს საკარმიდამოს მიმზიდველობას, შესაბამისად, პოპულარიზაციას უწყევს მოცემულ ადგილს.

ამ წიგნში ადრე ნახსენები Nutheim Gjestegiveri საკარმიდამოს მეპატრონე და მისი ქალიშვილი პროფესიონალი მხატვრები არიან. მათი განსაკუთრებული კომპეტენციის გამოყენებით, ისინი სთავაზობენ სტუმრებს მოკლევადიან ხატვის შემსწავლელ კურსებს. აწყობენ გამოფენა-გაყიდვებს, რითაც ჩამოაყალიბეს კერძო საკარმიდამო ტურიზმის განსაკუთრებული ნიშა - Art Hotel. მაგალითისათვის შეიძლება მოვიყვანოთ აღმოსავლეთ ნორვეგიის ერთ-ერთი მამულის მფლობელები - პროფესიონალი ხელოვანი ადამიანები, რომლებიც სტუმრებს ნაციონალურ სიმღერებსა და ცეკვებს ასწავლიან. აღნიშნული საკარმიდამო მეპატრონეები ინარჩუნებენ კონკრეტული სეგმენტის მხრიდან მოთხოვნას ტურისტულ მომსახურებაზე მთელი წლის განმავლობაში.

ფინეთში, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად, სახელმწიფო პროგრამის განხორციელებისას ერთ-ერთ მთავარი პრობლემა იყო საკარმიდამო ტურიზმში ჩართული პირებისთვის აუცილებელი კომპეტენციების არარსებობა. აქედან გამომდინარე, პროგრამის განხორციელების საწყისი ეტაპის მთავარი ამოცანა კვალიფიციური კადრების მომზადება გახდა. ამ მიზნის მისაღწევად მოწვეულ იქნა უცხო ქვეყნის სპეციალისტებიც. როგორც ფინეთში, ისე ჩრდილოეთ ირლანდიაში შეიქმნა სპეციალური ორგანიზაციები, რომლებიც საკარმიდამო ტურიზმთან დაკავშირებით პერსონალის გადამზადებას უზრუნველყოფდა.

აჭარის, კერძოდ, ქედის ადმინისტრაციული ოლქის სოფელ წონიარისში, 2018 წლის შემოდგომაზე, წიგნის ავტორის მიერ

ჩატარებულ იქნა კვლევა - ექსკლუზიური, მიმზიდველი ტურისტული პროდუქტის წარმოებისათვის, საჭირო სპეციალური უნარებისა და კვალიფიკაციის ადამიანური რესურსის გამოვლენის მიზნით. მონაცემების ანალიზის შედეგად გამოვლინდა, რომ სოფლის 158 მცხოვრებს შორის არავის აღმოაჩნდა შესაბამისი კომპეტენცია და უნარი, რაც ხელს შეუწყობდა ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას. მიუხედავად იმისა, რომ სოფელი გამოირჩევა განსაკუთრებული ბუნებრივი პირობებით, კულტურული და ისტორიული რესურსით, სოფლის კერძო საკარმიდამოების მესაკუთრეებს შორის განსაკუთრებული ცოდნისა და უნარების არარსებობის პირობებში, ტურიზმის ბიზნესის წარმატებული განვითარება რთული წარმოსადგენია.

აქედან გამომდინარე, სახელმწიფოს მხრიდან სოფლად ტურიზმის განვითარებისთვის აქტიური მხარდაჭერის პირობებში, პრიორიტეტული უნდა იყოს მოსახლეობის განათლება და შესაბამისი კვალიფიკაციის ჩამოყალიბება.

ძირითადი დასკვნები:

- ადამიანური რესურსი - ეს არის გადამწყვეტი ფაქტორი სოფლად ტურისტული პროდუქტების ფორმირებაში;
- კერძო საკარმიდამოების მესაკუთრეთა კომპეტენცია, ცოდნა და უნარები წარმოადგენს უმთავრეს წინაპირობას სოფლის ექსკლუზიური, ნიშური ტურისტული პროდუქტის წარმოებისთვის.

თავი 11.

სოფლად კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მდგრადი და ინტენსიური განვითარების სახელმწიფო რეგულირება

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების, პირველ რიგში, კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მდგრადი და ინტენსიური განვითარების გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ სახელმწიფო პოლიტიკისა და სტრატეგიის საფუძველზე შესაბამისი საკანონმდებლო რეგულირების შექმნა აუცილებელია სოფლად ტურიზმის ბიზნესში მნიშვნელოვანი შედეგების მისაღებად და ის უნდა მოიცავდეს შემდეგ მნიშვნელოვან მიზნებს:

- არსებული რესურსების რაციონალური გამოყენება;
- ფინანსური და საკონსულტაციო დახმარების გაწევა საკარმიდამოს მფლობელებისთვის ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში, აგრეთვე პერსონალის გადამზადება;
- სოფლად შეთავაზებული ტურისტული საქონლისა და მომსახურების სტანდარტიზაცია;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტებზე ხარისხის უზრუნველყოფა.

ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ ქედის რაიონში, წონიარისის თემში ჩვენ მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად, რომლის მიზანი იყო რესურსების შესწავლა, გამოვლინდა 158 საკარმიდამოს მცხოვრებთა დიდი სურვილი - მიეღოთ ტურისტები საკუთარ საკარმიდამოში და შეეთავაზებინათ მათთვის შესაბამისი ტურისტული საქონელი და მომსახურება. კვლევამ გამოავლინა რიგი უარყოფითი ფაქტორებიც, რომლებიც აფერხებს კერძო საკარმიდამოზე ტურისტული ბიზნესის განვითარებას. ნეგატიური ფაქტორებიდან განსაკუთრებით აღსანიშნავია შემდეგი:

- ადგილობრივი მოსახლეობის ცოდნისა და გამოცდილების ნაკლებობა ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში;
- მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტების შესაქმნელად საჭირო ფინანსური რესურსების ნაკლებობა და მისი მოძიების შესაძლებლობის ნაკლებობა ადგილობრივ მოსახლეობაში;
- სოფლად ტურისტული პროდუქტების მიმართ ბაზარზე არსებული მოთხოვნილების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა.

მოცემული საკითხების მოგვარება არის სოფლად ტურიზმის ბიზნესის წარმატებით განვითარების წინაპირობა.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური განვითარების სახელმწიფო სტრატეგია და პოლიტიკა

წინამდებარე წიგნში ჩვენ უკვე აღვნიშნეთ, რომ სოფლად ტურიზმის განვითარებამდე, მათ შორის, კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის, სტრატეგიისა და პოლიტიკის შემუშავების დაწყებამდე, აუცილებელია დადგინდეს:

- გონივრულია თუ არა დამოუკიდებელი სოფლად ტურიზმის ბიზნესის სახელმწიფოს სტრატეგიისა და რეგულირების შემუშავება ადგილობრივ, რეგიონალურ და ნაციონალურ დონეზე;
- რამდენად მნიშვნელოვანია სახელმწიფო რეგულირების როლი სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სტიმულირებისთვის და მხარდაჭერისთვის, როგორც სოფლის განვითარებისა და ზოგადად, სოციალურ-ეკო-

ნომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების განუყოფელი ნაწილი.

მრავალი ქვეყნის გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების მხარდაჭერ პოლიტიკას ძირითადად აქვს ფრაგმენტული ხასიათი, განსაზღვრულია კონკრეტული შემთხვევებისთვის და ძირითადად არ არის სრულფასოვანი. არასრულფასოვანი პოლიტიკის ფორმირების ძირითად მიზეზს წარმოადგენს ინფორმაციის ნაკლებობა, რომლის წყაროცაა წინასწარ ჩატარებული სამეცნიერო კვლევები. არასრულფასოვანი პოლიტიკის ფორმირების კიდევ ერთ ფაქტორს წარმოადგენს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისთვის საჭირო გამოცდილების არქონა.

კიდევ ერთხელ უნდა აღინიშნოს, რომ სრულფასოვანი პოლიტიკის შემუშავების წინაპირობა სოფლის ტურიზმის განვითარების ხელშესაწყობად, პირველ რიგში, არის სრულყოფილი პოლიტიკის შექმნა და მისი ფუნქციების განსაზღვრა, რომელიც აქცენტს უნდა აკეთებდეს შემდეგ ფაქტორებზე:

- აქტუალურ ტურისტულ ბაზრებზე, კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის პროდუქტების მიმართ მოთხოვნილების გამოვლენა;
- სოფლად ტურიზმის პერსპექტიული პროდუქტების გამოვლენა და შესწავლა, ასევე, მათი ხარისხის, ასორტიმენტის და განვითარების უზრუნველყოფა;
- პერსონალის სწავლება მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტების ფორმირებისა და ბაზარზე მათი განვითარებისთვის;
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესის პროდუქტებზე მაღალი ხარისხის შენარჩუნებაზე მხარდაჭერა;

- აქტუალური ტურისტული ბაზრებისა და მათ მოთხოვნის შესწავლა;
- დაინტერესებული მხარების კოორდინაცია, მათ შორის, თანამშრომლობისა და ინტეგრაციის მხარდაჭერა;
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებასა და პოლიტიკის შემუშავებაში ჩართული სახელმწიფო სტრუქტურების როლისა და ფუნქციის განსაზღვრა.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების მეორე ეტაპზე უნდა მოხდეს განვითარებული სახელმწიფო პოლიტიკის მიზანმიმართულობის და ურთიერთდამოკიდებულების განსაზღვრა იმ რეგიონთან, სადაც ვითარდება სოფლად ტურიზმი. ამისათვის აუცილებელია სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირების როლის განსაზღვრა კონკრეტული რეგიონის მიმართ, მაგალითად განისაზღვროს, რა როლი აქვს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას ქედის რაიონისთვის, აჭარისთვის ან ზოგადად საქართველოსთვის. ამიტომ არის აუცილებელი ტერიტორიული და სივრცული აქცენტების წინასწარი განსაზღვრა, მაგალითად, შავი ზღვის სანაპიროზე განვითარებული ტურიზმის კონცენტრაციის გადატანა ტურიზმზე, რომელიც უნდა განვითარდეს სოფლად.

პოლიტიკის შემუშავებისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ადგილობრივ კულტურულ თავისებურებებს, რეგიონის იდენტურობასა და მის იმიჯს.

ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ სოფლად ტურიზმის განვითარების პოლიტიკამ ხელი უნდა შეუწყოს ადგილობრივი რესურსების მაქსიმალურ გამოყენებასა და გარემოს დაცვას, რადგან ბუნება არის სოფლად ტურიზმის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი რესურსი.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარებისთვის მოქმედი და ეფექტური პოლიტიკის ფორმირების ფუნქციებს უნდა წარმოადგენდეს:

- სოფლად ტურიზმის ინტენსიური და მდგრადი განვითარების პროცესების ხელშეწყობა;
- დაინტერესებულ მხარეებს შორის მჭიდრო თანამშრომლობის სტიმულირება;
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ჰარმონიული შეთავსების უზრუნველყოფა სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარების ზოგად პოლიტიკასთან.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების პოლიტიკის სტიმულირების ძირითად ფაქტორებს წარმოადგენს:

- პოლიტიკის განვითარების მასშტაბი;
- დეტალიზაციის დონე;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების ხარისხზე ყურადღების დონე;
- დაინტერესებული მხარეების ინტეგრაციის დონე;
- პოლიტიკის მოქმედების დროებითი ასპექტები.

პოლიტიკის განვითარების მასშტაბი განსაზღვრავს პოლიტიკის დანიშნულებას - კონკრეტული რეგიონისთვის არის ის განსაზღვრული თუ რაიონისთვის; მაგალითად, სოფლად ტურიზმის სახელმწიფო პოლიტიკა განსაზღვრულია ქედის რაიონისთვის, აჭარისთვის თუ ის მოიცავს მთლიანად საქართველოს.

დეტალიზაციის დონე გვიჩვენებს, რამდენად დეტალურად არის ჩამოყალიბებული სახელმწიფო პოლიტიკა; მაგალითად, პოლიტიკაში შეიძლება შეტანილი იყოს ქვემოთ მოცემული დებულებებიდან შემდეგი:

ა) „ფართოდ განვითარდეს და სტიმულირდეს სოფლად ტურიზმის ბიზნესი აჭარაში“

ბ) „ფართოდ განვითარდეს და სტიმულირდეს სოფლად ტურიზმის ბიზნესი კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე აჭარის მაღალმთიან რეგიონში, რომელიც დაშორებულია ქალაქ ბათუმიდან 40-50 კილომეტრით, საკარმიდამოებზე, რომელიც ახლოს მდებარეობს ტყესთან და საცხოვრებელ სახლს შენარჩუნებული აქვს ტრადიციული სტილი, არქიტექტურა და არის 90 წელზე მეტი ხნის“

ზემოთ მოცემული დებულებები განსხვავებულია სახელმწიფო პოლიტიკის დეტალიზაციის დონით.

სოფლად ტურისტული პროდუქტების ხარისხზე ყურადღების გამახვილების დონეს უმთავრესი მნიშვნელობა აქვს, რადგან მაღალი ხარისხი არის ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების წარმატების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, მათ შორის, კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესისათვის. ამ წიგნში ზემოთ უკვე აღვნიშნეთ ნორვეგიაში განვითარებული ტურისტული ობიექტების მაგალითები; ტურისტებში პოპულარულია მხოლოდ ის საკარმიდამოები, რომლებიც მათ მაღალი ხარისხის საქონელსა და მომსახურებას სთავაზობს. ასეთი ტურისტული ბიზნესი გამოირჩევა მაღალი მდგრადობით.

ამასთან დაკავშირებით, სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოლიტიკაში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ახლად შექმნილი ან გაუმჯობესებული სოფლად ტურიზმის საქონლისა და მომსახურების ხარისხის სტანდარტიზაციას.

დაინტერესებული მხარეების ინტეგრაციის ხარისხი მნიშვნელოვანი ფაქტორია სოფლად ტურიზმის ბიზნესის წარმატებისთვის. ტურისტული ბიზნესის განვითარებით დაინტერესებული პირები შეიძლება იყვნენ:

- კერძო საკარმიდამოების მფლობელები, რომლებიც უზრუნველყოფენ ტურისტებზე ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების მიწოდებას;
- პირები, რომლებიც იქნებიან დასაქმებული ტურისტულ ბიზნესში;
- სავაჭრო ქსელის წარმომადგენლები;
- მომსახურების სფეროს წარმომადგენლები;
- კომერციული ორგანიზაციები;
- ადგილობრივი მთავრობა.

დაინტერესებული მხარეების ურთიერთქმედება და მჭიდრო თანამშრომლობა ასევე აუცილებელი წინაპირობაა ტურიზმის ბიზნესის წარმატებისათვის, რომელიც ჩამოყალიბებულია სოფლად კერძო საკარმიდამოს ბაზაზე. ამ თვალსაზრისით, სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოლიტიკამ უნდა მოახდინოს თანამშრომლობის სტიმულირება და დაინტერესებული მხარეების ინტეგრაცია, რაც დიდად შეუწყობს ხელს პოლიტიკის ეფექტურ განხორციელებას და, ზოგადად, სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას.

მკვლევარებმა, რომლებიც ჩართულნი არიან სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებაში, დაადგინეს სახელმწიფო პოლიტიკის ზეგავლენის რამდენიმე ტიპი სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებაზე. განვიხილოთ რამდენიმე ძირითადი ტიპი.

მხარდამჭერი

- აქცენტს აკეთებს სახელმწიფო პოლიტიკის განვითარებაზე ნაციონალურ დონეზე;
- ხასიათდება ნაკლები დეტალიზაციით;

- ყურადღებას აქცევს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის სტრატეგიის განვითარებას ზოგადად ეროვნულ ან რეგიონალურ დონეზე;
- მოითხოვს დამატებითი სტრატეგიის შემუშავებას სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ვიწრო დონეზე.

შეზღუდული

- სახელმწიფო პოლიტიკის აღნიშნული მიმართულება გათვლილია როგორც ნაციონალურ, ისე მსხვილი რეგიონების დონეზე;
- მოიცავს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისთვის საჭირო დეტალებს, მაგრამ, როგორც წესი, არ მოიაზრებს კონკრეტული რეგიონის თავისებურებებს და მოთხოვნილებებს.

ხელსაყრელი

- პოლიტიკა ორიენტირებულია კონკრეტულ რეგიონზე და მის თავისებურებებზე;
- ხასიათდება დეტალიზაციის მაღალი დონით;
- კონკრეტული რეგიონის დონეზე ხელს უწყობს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას;
- ამ ტიპის პოლიტიკა ავსებს ფართო სტრატეგიას სოფლად ტურიზმის ინტენსიური და მდგრადი განვითარების პოლიტიკას ეროვნულ დონეზე.

უშინაარსო

- პოლიტიკა, რომელიც ორიენტირებულია ადგილობრივი ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობაზე;

- ხასიათდება დეტალიზაციის დაბალი დონით;
- არ აკმაყოფილებს არც ადგილობრივ და არც სტრატეგიულ მოთხოვნებს.

კიდევ ერთხელ ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკაში, დეტალების დონე უნდა იყოს მისი განაწილების მასშტაბის შესაბამისი. პოლიტიკის შემუშავებისას განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს იმ მხარეთა ინტეგრაციის ხარისხს, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებით, აგრეთვე, იგი უნდა მოიცავდეს მთელ პერიოდს, რომლისთვისაც არის შემუშავებული ეს სტრატეგია. პოლიტიკამ უნდა უზრუნველყოს მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების ფორმირება. პოლიტიკა შეიძლება იყოს ფორმირებული კონკრეტული დროისთვის, იყოს მოკლევადიანი ან გრძელვადიანი, რომელიც გათვლილია სამომავლო პერსპექტივებზე.

დაინტერესებულ მხარეთა ინტეგრაციის დონისა და დროითი პარამეტრების შეთავსებით, შეიძლება განსაზღვროს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრადობის შემდეგი ტიპები:

პოტენციური მდგრადობა

- დაინტერესებულ მხარეების მჭიდრო ინტეგრირება. ასეთი თანამშრომლობა ხელს უწყობს ყველა დაინტერესებული მხარის ჩართულობას, მათი ინტერესების მაქსიმალურად გათვალისწინებას, რაც უზრუნველყოფს სოფლად ტურიზმის ინტენსიურ განვითარებას;
- არ არსებობს სამომავლო ინტეგრაციის გარანტია

აშკარა მდგრადობა

- ამ ტიპის მდგრადი სოფლად ტურიზმის ბიზნესი ასევე გულისხმობს ინტეგრაციის მაღალ ხარისხს და დაინტე-

რესებული მხარის აქტიურ მონაწილეობას პოლიტიკის შემუშავებაში;

- ინტეგრაციის მაღალი ხარისხი დარწმუნებით შეიძლება გაგრძელდეს სამომავლოდაც.

შეზღუდული მდგრადობა

- ამ შემთხვევაში, შემუშავებული სტრატეგია ან პოლიტიკა სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად არის კონკრეტული პირების ან შეზღუდული ჯგუფების საქმიანობის შედეგი.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის არასტაბილური ტიპი

- სტრატეგია და პოლიტიკა შემუშავებულია დაინტერესებული მხარეების სრული იზოლირებით. დაინტერესებული მხარეების იზოლირება, სავარაუდოდ, მომავალში ნორმად იქცევა.

ამრიგად, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური, მდგრადი განვითარების სტიმულირება და განსაკუთრებით, მისი ყველაზე გავრცელებული ტიპის - საკარმიდამო ტურიზმის განხორციელება შესაძლებელია:

- სპეციალურად შემუშავებული, დამოუკიდებელი სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სტრატეგიის წყალობით;
- ზოგადი სახელმწიფო სტრატეგიისა და ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის ფარგლებში;
- ინდივიდუალური ერთჯერადი პროექტების წყალობით, რომლებიც ეხება სოფლის რეგიონებში ტურიზმის ბიზნესის გარკვეულ რეგიონებსა და ტერიტორიებს;

- როგორც სოფლის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ეროვნული პროგრამის ნაწილი.

მაგალითად, სლოვენიაში სოფლის ტურიზმის განვითარება შედის ქვეყნის ეკონომიკურ და პოლიტიკურ სტრატეგიაში. ამასთან დაკავშირებით, ტურიზმის საბჭომ შეიმუშავა სტრატეგია, რომელიც ხელს შეუწყობს ქვეყნის ტურისტული რესურსების განვითარებას. სტრატეგია განსაზღვრავს ხუთ სექტორს: სანაპიროებს, მთებსა და ტბებს, ჯანმრთელობის დაცვასა და კურორტებს, ქალაქებსა და მეგაპოლისებს, სოფლებს. უნდა აღინიშნოს, რომ სოფლის ტურიზმის ამ სტრატეგიაში ყურადღება მახვილდება სოფლად ტურიზმის ნიშურ სეგმენტაციაზე.

მაღტაში სოფლის ტურიზმის განვითარებას უზრუნველყოფს მთავრობის მიერ მიღებული ე. წ. MasterPlan. ეს გეგმა, სხვა საკითხებთან ერთად, ითვალისწინებდა სოფლად ტურიზმის განვითარებას, უპირველეს ყოვლისა, ნიშური სოფლად ტურისტული პროდუქტების ფორმირებას. პროგრამაში განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო ტურისტული საქონლისა და მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებას.

სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების სტიმულირების კონკრეტული მეთოდის არჩევა დამოკიდებულია ისეთ მნიშვნელოვან ფაქტორებსა და პირობებზე, როგორცაა, მაგალითად:

- ტურიზმის როლი გარკვეული სოფლის რეგიონების ეკონომიკაში;
- ბაზრების რაოდენობა სოფლად ტურიზმის პროდუქტებისთვის;
- ტურისტული რესურსების ხელმისაწვდომობა და მათი გამოყენების ხარისხი.

სოფლად ტურიზმის მკვლევრები ხშირად გამოყოფენ სოფლად ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის შემდეგ ძირითად უარყოფით ასპექტებს:

- სოფლად ტურიზმის პოლიტიკა ძირითადად ფრაგმენტულია და არ წყვეტს სოფლის პრობლემებს მთლიანობაში;
- პოლიტიკა ხშირად გაუგებარია და არ არის მკაფიოდ განსაზღვრული;
- სახელმწიფო პოლიტიკა წინასწარ არ არის კოორდინირებული;
- სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკა ხშირად არ არის დაკავშირებული ეკონომიკის სხვა მიმართულებებთან.

სოფლის ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის უარყოფითი ასპექტების ძირითადი მიზეზებია:

- არარსებობა სამეცნიერო კვლევებისა, რომელიც უმთავრესი წინაპირობაა სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სრულყოფილი პოლიტიკის ფორმირებისთვის. როგორც წესი, ჩატარებული კვლევები ფოკუსირებულია სოფლად ტურიზმის მხოლოდ მცირე ასპექტებზე;
- ეპიზოდური ინტერესი სოფლად ტურიზმისადმი, როგორც რეგიონალური განვითარების ხელშეწყობის ინსტრუმენტისადმი;
- გულგრილი დამოკიდებულება სოფლად არსებული ბუნებისა და მისი როლის მიმართ;
- განსხვავებული შეხედულებები ზოგადად ტურიზმის განვითარების როლის შესახებ.

ნორვეგიის გამოცდილება სოფლად ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ეროვნული პოლიტიკის შემუშავებაში

ნორვეგიაში არ არსებობს სპეციალურად შემუშავებული სა-ხელმწიფო პოლიტიკა სოფლად ტურიზმის განვითარებისათვის. ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სტრატეგია და პოლიტიკა გათვალისწინებულია ნორვეგიის მრეწველობისა და ვაჭრობის სამინისტროს ეროვნული სტრატეგიით. ქვეყნის ხუთი უმნიშვნელოვანესი სექტორისგან მთავრობა განსაკუთრებულ იმედს ამყარებს ნორვეგიაში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებაზე, რადგან ქვეყანას აქვს დიდი პოტენციალი ტურიზმის ინდუსტრიის შემდგომი წარმატებული განვითარებისათვის, რაც, თავის მხრივ, მნიშვნელოვან გავლენას მოახდენს რეგიონის განვითარებაზე. მიღებული ეროვნული პროგრამა ითვალისწინებს ნორვეგიის ტურიზმის ინდუსტრიის მიერ ქვეყნისთვის მხოლოდ ტრადიციულ ტურისტული საქონლისა და მომსახურების შეთავაზებას, რომლის მიზანია ქვეყნის ისეთი ეროვნული მახასიათებლების აღქმა და გაზიარება, როგორცაა კულტურა, ტრადიციული კერძები, ისტორია, ბუნება, ტრანსპორტირებისა და საცხოვრებლის გარდა. ასეთი პოლიტიკის მიზანია ჩამოყალიბდეს ეროვნული მახასიათებლების შესაბამისი ტურისტული პროდუქტები ვიზიტორებისთვის, საწარმოების წარმომადგენლებისთვის, პერსონალისთვის, ადგილობრივი მოსახლეობისა და გარემოსთვის. მიღებული პროგრამის მიხედვით, აღნიშნული მიზნების მისაღწევად, აუცილებელია გაძლიერდეს ყველა დაინტერესებული მხარის მონაწილეობა ინდუსტრიის განვითარების პოლიტიკაში, რაც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს ნორვეგიაში ტურიზმის ინდუსტრიის ეკონომიკური ეფექტურობის გაზრდას.

ნორვეგიის მთავრობის პოლიტიკის მიზანია ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებისთვის შესაბამისი პირობების შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს მაქსიმალურ ეფექტურობას. სტრატეგიული ეროვნული პოლიტიკა ხელს უწყობს ნორვეგიის, როგორც ლიდერი ქვეყნის წარმოჩენას გარემოს დაცვის პოლიტიკაში, აგრეთვე, ქვეყნის მასშტაბით სამუშაო ადგილების შექმნის უზრუნველყოფაში.

ქვეყნის სამთავრობო პოლიტიკის მიზანი ქვეყნის მნიშვნელოვანი ეკონომიკური მდგომარეობის ზრდა, ინდუსტრიის შიგნით თანამშრომლობის გაძლიერება და შესაბამის ინდუსტრიულ პირებს შორის მჭიდრო ურთიერთქმედების უზრუნველყოფა.

განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებულია ინოვაციების გაზრდაზე და ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართული პერსონალის კომპეტენციის გაუმჯობესებაზე.

ეროვნული პოლიტიკა ითვალისწინებს ნორვეგიის, როგორც ტურისტული ქვეყნისთვის, ერთიანი მარკეტინგული სისტემის ჩამოყალიბებას და მოიცავს მჭიდრო თანამშრომლობას ინდუსტრიულ პირებსა და სხვადასხვა სამთავრობო უწყებას შორის.

ინდუსტრიაში ერთ-ერთი მთავარი მიზანია ტურიზმის ინდუსტრიაში ეფექტურობის და მოგებიანობის გაზრდა. მაგალითად, 2007 წელს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მოზიდულ იქნა 1.085 მილიონი კრონა (180 მილიონი აშშ დოლარი) ნორვეგიაში ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ხელშესაწყობად.

შემუშავებული პოლიტიკა ხაზს უსვამს იმ ფაქტს, რომ ინდუსტრია დიდწილად დამოკიდებულია სეზონურ ცვალებადობაზე, რაც განსაკუთრებით გავლენას ახდენს რეგიონალურ დონეზე ტურიზმის განვითარებაზე. ამავდროს, განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო იმ ფაქტს, რომ მუდმივი სამუშაო

ადგილების რაოდენობის ზრდა მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს რეგიონში სამუშაო ადგილების შექმნისა და საცხოვრებელ ადგილებში ადამიანების დასაქმების საქმეში. სამუშაო ადგილების შექმნა ხელს შეუწყობს დამატებითი შემოსავლების მიღებას. ნაციონალური პოლიტიკის მეორე მნიშვნელოვან მიზანს წარმოადგენდა ეკონომიკური ეფექტურობის უწყვეტი ზრდა. პროგრამაში ყურადღება გამახვილებულია იმაზე, რომ სოფლად ტურიზმი ნორვეგიაში ეროვნული ეკონომიკის მნიშვნელოვანი სექტორია. თავის მხრივ, ტურიზმის ინდუსტრიას მნიშვნელოვან წვლილი შეაქვს ქვეყნის კონკრეტული რეგიონის მიმზიდველობის გაზრდაში. პოლიტიკის შემუშავების წარმატებას განაპირობებს მუდმივი სამუშაო ადგილების შექმნა. ნორვეგიაში ბევრი ტურისტული ადგილი ხასიათდება სეზონურობით, სადაც ტურისტული სააგენტოები მხოლოდ კონკრეტული სეზონის დროს სთავაზობენ ტურისტებს მოგზაურობას, რაც გარკვეულ წინააღმდეგობებს ქმნის ტურისტული ბიზნესის ეფექტურად განვითარებისთვის. ეს ფაქტი აიძულებს საწარმოებს - ყოველწლიურად დახარჯონ დრო და სახსრები ახალი პერსონალის ძებნასა და ტრენინგზე, რომელთაც მხოლოდ ამ საწარმოსთან მოკლევადიანი შრომითი ურთიერთობის პერსპექტივები ექნებათ. საწარმოები, თავის მხრივ, ხშირად აღნიშნავენ მოკლევადიანი დასაქმების გამო თანამშრომლებს შორის კომპეტენციის დაბალ დონეს. ნორვეგიის სხვადასხვა რეგიონში მოსახლეობის რაოდენობა მნიშვნელოვნად განსხვავდება სეზონების მიხედვით. მაღალ ტურისტულ სეზონზე მოსახლეობის რაოდენობა კონკრეტულ რეგიონში უფრო მაღალია, ვიდრე არასეზონურ პერიოდში. ამიტომ, ადგილობრივი მთავრობისთვის რთულია ტურისტული მომსახურებებისთვის შესაბამისი სახელმწიფო სერვისების შეთავაზება. ტურიზმის ინდუსტრიაში უფრო მეტი წლიური სამუშაო ადგი-

ლები ინდუსტრიას უფრო მიმზიდველს გახდის, რადგან მოსახლეობა აირჩევს ტურიზმის სფეროს სამომავლო კარიერისთვის და ის მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს პერსონალის განვითარებასა და მოსახლეობისთვის სტაბილური სამუშაო ადგილების შექმნაში, ტურისტებისთვის საინტერესო და მიმზიდველ ადგილებში. ეროვნული პოლიტიკის მესამე მთავარი მიზანი არის ხარისხიანი ტურისტული საქონლისა და მომსახურების შეთავაზების გაზრდა, რომელიც უზრუნველყოფს აღნიშნული პროდუქტების მიყიდვას ტურისტებზე. ნორვეგია, როგორც ტურისტული ქვეყანა, ხასიათდება ორი მნიშვნელოვანი ფაქტორით: ეს არის უნიკალური ბუნება და სხვა ქვეყნებთან შედარებით ფასების მაღალი დონე. ეს ფაქტორები განსაზღვრავს როგორც კონკურენტულ უპირატესობებს, ასევე, კონკურენციულ გამოწვევებს. ნორვეგიის ტურიზმის ინდუსტრიაში სახელმწიფო პოლიტიკის მიზანია ისეთი ხარისხის საქონლისა და მომსახურების შეთავაზება, რომ, მაღალი ფასების მიუხედავად, მიიზიდონ ტურისტები, რომლებისთვის მნიშვნელოვანია მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურებების შექმნა და მზად არიან გადაიხადონ ძვირი აღნიშნულ პროდუქტებში. ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლები ტურისტულ პროდუქტებზე მაღალ ფასებს ამართლებენ ამ პროდუქტების მაღალი ხარისხით.

ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების ნორვეგიულ ნაციონალურ პოლიტიკაში მითითებულია შემდეგი პრიორიტეტები:

- 1. ურთიერთქმედების ორგანიზება ტურიზმის ინდუსტრიაში*

პოლიტიკის შემუშავების დროს, ნორვეგიის მოსახლეობის დიდი ნაწილმა გამოთქვა ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების

რების სურვილი. მოსახლეობის მისწრაფება ტურიზმის განვითარებისა და ტურისტული პროდუქტების ფორმირებისკენ არის პოზიტიური მოვლენა, მაგრამ აუცილებელია რისკების გათვალისწინება, რადგან ყველა იმედი, დაკავშირებული ტურისტული ბიზნესის ფორმირებასთან, არ შეიძლება იყოს მოგებიანი; ეს არგუმენტი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მუდმივი ყოველწლიური სამუშაო ადგილების უზრუნველყოფის მხრივაც. ნორვეგიის სტუმრობის დროს ტურისტებს სურთ მიიღონ სრული წარმოდგენა ნორვეგიის შესახებ. ამიტომ სხვადასხვა ტურისტული მომსახურება და პროდუქტი შეიძლება გაერთიანდეს ერთ ტურისტულ პაკეტში. ინტეგრირებული ტურისტული პაკეტის შექმნისთვის საჭიროა ტურისტულ კომპანიებს შორის მჭიდრო ურთიერთობის უზრუნველყოფა და ინტეგრაციის დონის გაზრდა. მხოლოდ ამ შემთხვევაში შეძლებს ნორვეგიული ტურისტული პროდუქტები პოზიციონირებას ტურისტულ ბაზრებზე და გაზრდილ კონკურენტულ პირობებში კონკურენტუნარიანი ტურისტული პროდუქტების ფორმირებას.

პროგრამაში აღნიშნულია, რომ მსგავსი პროდუქტების ფორმირება არის ახალი ტენდენცია და ასტიმულირებს, პირველ რიგში, ტურისტულ ინდუსტრიას. ასევე, მნიშვნელოვანია ეკონომიკის სხვა დარგების ჩართულობის სტიმულირება ტურისტული პროდუქტების შექმნაში, რადგან ინვესტიციები, რომლებიც სხვა დარგებშია, ხელს შეუწყობს ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებას. ნაციონალური პოლიტიკა ითვალისწინებს იმასაც, რომ ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლებმა უნდა შეასრულონ კოორდინატორის როლი ქვეყნის სხვადასხვა რეგიონში ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში. ნორვეგიაში ბევრი კომპანიაა დაკავებული ტურისტული საქმიანობით. ამიტომ აღნიშნული პოლიტიკა ითვალისწინებდა ჩართული კომპანიების

როლისა და პასუხისმგებლობის წინასწარ განსაზღვრას. როგორც კერძო, ასევე საზოგადოებრივი სახსრების უფრო ეფექტური გამოყენების მიზნით, პოლიტიკა მიუთითებს ფუნქციური როლებისა და ამოცანების მკაფიოდ გადანაწილების აუცილებლობაზე და ამავდროულად, ადგენს, ვინ უნდა დააფინანსოს. ამ პროცესში უნდა იყოს ჩართული ყველა სამთავრობო უწყება და ტურისტული ინდუსტრიის ერთეული.

2. ტურისტული საქონლისა და მომსახურების, აგრეთვე, ტურისტული ობიექტების განვითარება

ნაციონალურ პოლიტიკაში მოხსენიებულია, რომ ხარისხიანი და სრული ტურისტული პროდუქტები ქმნიან ტურისტის შთაბეჭდილებებს ნორვეგიის შესახებ, ინდივიდუალური ტურისტული ობიექტების განვითარების გზით. ინდუსტრიამ უნდა აიღოს პასუხისმგებლობა ტურისტული საქონლისა და მომსახურების წარმოებასა და მიწოდებაზე, ასევე, ტურისტული ობიექტების გაუმჯობესებაზე. თავის მხრივ, სამთავრობო რეგულაციებმა უნდა მოახდინონ შესაბამისი გავლენა აღნიშნულ პროცესებზე. მთავრობის პოზიტიური წვლილი ამ პროცესში არის ის, რომ პოლიტიკის ფორმირებისას უზრუნველყოს ისეთი პირობების შექმნა, რომლებიც ხელს შეუწყობს ტურისტულ ინდუსტრიის წარმომადგენლებს - შექმნან მაღალი ხარისხის ტურისტული მომსახურება და პროდუქტები.

ნორვეგიის მიერ მიღებული ტურიზმის განვითარების ეროვნულ პოლიტიკაში ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების წარმოებასა და განხორციელებაზე გავლენას ახდენს შემდეგი ძირითადი ფაქტორები:

- ტურისტული ინდუსტრიის ერთეულების ერთმანეთთან, აგრეთვე, ტურიზმის ინდუსტრიის ერთეულების თანამშრომლობის უზრუნველყოფა სხვა ინდუსტრიებთან;

- არსებული ინფრასტრუქტურის სრული გამოყენება. ეკონომიკის სხვა სექტორებში განხორციელებული ინვესტიციები ასევე უნდა იქნას გამოყენებული ტურიზმის ინდუსტრიის საქონლისა და მომსახურების შემუშავებაში;
- პერსონალის კვალიფიკაცია. პერსონალი არის ყველაზე მნიშვნელოვანი რესურსი ტურიზმის ეფექტურად განვითარებისათვის;
- ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების მაღალი ხარისხი არის ნორვეგიული ტურისტული ინდუსტრიის წარმატებისა და კონკურენტუნარიანობის ძირითადი განმსაზღვრელი წინაპირობა;
- საზოგადოებრივი სიკეთემ– ერთიანობა და შეთანხმებულობა ტურისტული რესურსებისა და ფინანსების გადანაწილების საქმიანობაში;
- კაპიტალთან წვდომა და პერსპექტიული პროექტების დაფინანსება;
- ტურისტული ობიექტების ხელმისაწვდომობა. ტურისტებს უნდა შეეძლოთ თავისუფლად ჩასვლა ტურისტულ ადგილებში.

3. გაყიდვები და მარკეტინგი

ნაციონალური პროგრამის ტექსტში მითითებული იყო, რომ ნორვეგიული ტურისტული პროდუქტები დიდ კონკურენციას უწევს უცხოეთში შეთავაზებულ ტურისტულ პროდუქტებს. ამიტომ, ტურისტული ინდუსტრიის საქმიანობის დაგეგმვის დროს კონცენტრირება უნდა მოხდეს აღნიშნულ საკითხზე. იმისათვის, რომ უცხოელმა ტურისტებმა უპირატესობა მიანიჭონ ნორვეგიულ ტურისტულ პროდუქტებსა და მომსახურებას, მნიშვნელოვანია ჰქონდეთ სრულფასოვანი ინფორმაცია მათ შესახებ. ამ მხრივ, მარკეტინგი წარმოადგენს ფუნდამენტურ ინსტრუ-

მენტს ნორვეგიაში, როგორც ტურისტულ პროდუქტებზე კლიენტების ინტერესის შესაქმნელად. მარკეტინგი უნდა განხორციელდეს სხვადასხვა დონეზე და სხვადასხვა არხით. მარკეტინგისთვის ბიუჯეტური ფინანსების გამოყენება განსაკუთრებით გაიზარდა ბოლო 10 წლის განმავლობაში. ასევე, აღსანიშნავია, რომ არსებობს საერთაშორისო წესები ბიუჯეტური ფინანსების ეფექტურად გამოყენებისთვის. სახელმწიფო ორგანოების თანამშრომლობა ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლებთან მარკეტინგის საკითხში ემყარება სწორედ ამ საერთაშორისო წესებს.

ინტერნეტმა გაამარტივა გაყიდვების ზრდა და პირდაპირ კლიენტებთან ურთიერთობა. დღესდღეობით, ქსელური არხების გამოყენება არის ბუნებრივი და მიღებული გზა ტურისტული პროდუქტების გაყიდვების დროს. გაყიდვები ტუროპერატორებისა და ტურაგენტების მეშვეობით ასევე თამაშობს დიდ როლს. დღეს ისინი ტურისტული პროდუქტების გაყიდვების მნიშვნელოვან წილს ქმნიან და იმისათვის, რომ ტუროპერატორებმა შესთავაზონ ნორვეგია, როგორც საინტერესო დანიშნულების ადგილი, ამ უკანასკნელს უნდა ჰქონდეს შესაბამისი ინფორმაცია ნორვეგიისა და ნორვეგიული ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების შესახებ.

მიღებულ პოლიტიკაში განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ტურისტული საქონლისა და მომსახურების რეკლამირებასა და პოპულარიზაციას. პროგრამაში ნათქვამია, რომ მოკლე მანძილი, ტურისტული პროდუქტის შეთავაზებასა და შექმნის გადაწყვეტილების მიღებამდე, აღიქმება, როგორც გაყიდვების ხელშემწყობი ფაქტორი. ამასთან დაკავშირებით შექმნილი ელექტრონული დაჯავშნისა და გადახდის სისტემების განვითარება ნორვეგიაში არის ნორვეგიული ტურისტული პროდუქტე-

ბისა და მომსახურების შემენაზე მოტივაციის ზრდის ერთ-ერთი საშუალება. ელექტრონული დაჯავშნის სისტემა visitnorway.com, რომელიც 2011 წელს შეიქმნა, არის ნორვეგიული ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურების დაჯავშნისა და შეძენის გამარტივებული წყარო. მნიშვნელოვანია, რომ მუდმივად მოხდეს აღნიშნული საიტის დახვეწა და გამარტივება, რადგან სულ უფრო მეტი ტურისტული ობიექტი ათავსებს თავის მომსახურებას აღნიშნულ საიტზე.

რიგ შემთხვევებში, ნორვეგიის მთავრობამ შესაბამისი სამთავრობო სააგენტოების მეშვეობით განახორციელა ერთდროული მოკლევადიანი პროექტები, რომლებიც ხელს უწყობდა კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის მაღალი ხარისხის პროდუქტებისა და მომსახურების შექმნას. ასეთი სამთავრობო პროექტის ერთ-ერთი მაგალითია Håndplukket („ხელით არჩეული“ - ნორვ.), რომელსაც ახორციელებდა სამთავრობო ორგანიზაცია Innovasjon Norge (ნორვეგიის ყოფილი ექსპორტის საბჭო); მის ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენდა ნორვეგიული ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე, მის ფარგლებს გარეთ. აღნიშნული პროგრამა ითვალისწინებდა ნორვეგიელ ფერმერებზე კონსალტინგური და ფინანსური დახმარების გაწევას. ამ მიზნით შეიქმნა სამუშაო ჯგუფი და მასში შევიდნენ სხვადასხვა პროფილის სპეციალისტები, რომლებიც სრულყოფილად აფასებდნენ ტურიზმის ბიზნესის მდგრადი განვითარების პერსპექტივებს სოფლად კონკრეტული საკარმიდამოს რესურსებზე დაყრდნობით. ამ პროექტის შესაბამისად, გადანაწილდა მიზნობრივი გრანტები და დაიფარა საბანკო სესხების პროცენტები. შემდგომში კერძო საკარმიდამოებს, რომლებიც იქნა „ხელით არჩეული“, მიენიჭა ნორვეგიის კულტურული მემკვიდრეობის სტატუსი (Norwegian

Herritage), რაც სოფლად ტურიზმის ობიექტებისთვის ერთგვარი ხარისხის ნიშანია. აღნიშნულ საკარმიდამოებზე დღემდე წარმატებით ხდება ტურისტული ბიზნესის განვითარება, რომელსაც მოაქვს მუდმივი შემოსავალი და სადაც დასაქმებულია ადგილობრივი მოსახლეობა.

ფინეთის გამოცდილება სოფლად ტურიზმის სახელმწიფო რეგულირების სფეროში

ფინეთი უშუალოდ ესაზღვრება რუსეთის ფედერაციის ლენინგრადის ოლქს. ფინეთსა და საბჭოთა კავშირს შორის ტრადიციულად მიმდინარეობდა ვაჭრობა ხის, ქალაღდის, სხვადასხვა სამომხმარებლო საქონლის სფეროში, თუმცა ორივე ქვეყნის მოქალაქეების მიერ საზღვრის გადაკვეთა ძალიან შეზღუდული იყო. ფინეთის რეგიონებში, რომლებიც ესაზღვრება რუსეთს, ეკონომიკა ტრადიციულად ემყარებოდა ხის გადამამუშავებელი ქარხნებს, ხე-ტყის წარმოებას, ქალაღდის საწარმოებს, რომელთა პროდუქციის მნიშვნელოვანი ნაწილი საბჭოთა კავშირის ბაზარს მიეწოდებოდა სახელმწიფოთაშორისი ხელშეკრულებებით. სსრკ-ის დაშლის შემდეგ, ამ პროდუქტებზე მოთხოვნა მნიშვნელოვნად დაეცა, რის შედეგად შემცირდა წარმოების მოცულობა, ასევე, გაიზარდა უმუშევრობის დონე. ამავდროულად, პეტერბურგის მკვიდრებმა, რომელთა რაოდენობა შეადგენს 4 მილიონს, აქტიურად დაიწყეს ფინეთის მონახულება. ფინეთში რუსეთის მოქალაქეების მოგზაურობის მთავარი მიზანი იყო შოპინგი, თევზაობა, ფინეთის ტბების ულამაზეს ადგილებში გასეირნება და დასვენება, სანტა კლაუსის სამშობლოში საახალწლო დღესასწაულის გატარება და სხვა. ამასთან დაკავშირებით,

მნიშვნელოვნად გაიზარდა ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნა, განსაკუთრებით, ფინეთის სოფლებში. ფინეთის მოსახლეობის ტრადიციული ეკონომიკური საქმიანობა მიწასთან არის დაკავშირებული, შესაბამისად, სოფლად კერძო საკარმიდამოები ფართოდ იყო გავრცელებული.

ფინეთის სამხრეთით სოფლის რეგიონებში წარმოებულ ტრადიციულ საქონელზე მოთხოვნილების ვარდნის გამო და სოფლად ტურიზმის საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის მნიშვნელოვანი ზრდით, აგრეთვე, სოფლად ტურიზმისთვის ძირითადი რესურსების არსებობის გამო, ფინეთის მთავრობა 1995 წელს შეუდგა სახელმწიფო სტრატეგიისა და პოლიტიკის შემუშავებას სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარებისთვის. შესაბამისი სახელმწიფო დოკუმენტი გამოცემულ იქნა 2000 წელს.

სოფლად ტურიზმი ფინეთში აღიარებულია, როგორც ქვეყნის ეკონომიკის მნიშვნელოვანი კომპონენტი. სოფლად ტურიზმის განვითარების პოლიტიკის კომიტეტი (Rural Policy Committee) გახდა ფინეთის ტურიზმის მართვის მთავარი ორგანო. კომიტეტის მთავარი ამოცანები, ტრადიციულად, იყო:

- სოფლის განვითარების საქმიანობის კოორდინაცია;
- სოფლად არსებული რესურსების ეფექტურად გამოყენების ხელშეწყობა.

კომიტეტში 1995 წელს შეიქმნა სოფლად ტურიზმის განვითარების სამუშაო ჯგუფი (Rural Tourism Working Group), რომელმაც ჩამოაყალიბა 3-წლიანი ეფექტური პროგრამა; პროგრამის მიზანი იყო პოლიტიკის შემუშავება სოფლის ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის მიზნით, როგორც ფინეთის სოფლის განვითარების სახელმწიფო პროგრამის განუყოფელი ნაწილი. ამ პროგრამის მიღების შემდეგ, სოფლად არსებულმა ასობით ფირმამ დაიწ-

ყო აქტიური მარკეტინგის განხორციელება სოფლის ტურიზმის ბიზნესის განვითარებისთვის. მთავრობის მიერ მიღებული პოლიტიკა სოფლის ტურიზმის მდგრადი განვითარების მიზნით, პირველ რიგში, ახალისებდა და სტიმულს აძლევდა ტურიზმის მეწარმეებს სპეციალურ სწავლებაზე, სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ეფექტურად განვითარებისთვის. ამიტომ, მიღწეულ იქნა წარმატების მაღალი მაჩვენებელი (50%-მდე) სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების საქმეში. უნდა აღინიშნოს, რომ ფინეთში ტერმინი „სოფლად ტურიზმი“ გამოიყენება სოფლის განვითარების პოლიტიკასთან მჭიდრო კავშირში. ამჟამად, ფინეთის სოფლად ტურიზმის პროდუქტები სპეციალურ ადგილს იკავებს რუსეთის ტურისტულ ბაზარზე.

RuralTourismWorkingGroup-მა სოფლად ტურიზმს მისცა შემდეგი სახის განსაზღვრება: „სოფლად ტურიზმი - ეს არის მომხმარებელზე ორიენტირებული ტურისტული მიმართულება, რომელიც დაფუძნებულია ბუნებრივ, კულტურულ და ლანდშაფტურ რესურსებზე, კერძო საკარმიდამოს ან პატარა ტურისტული საწარმოს სახით“.

ზემოაღნიშნული განმარტებიდან გამომდინარეობს, რომ მთავარი აქცენტი სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური განვითარების შესახებ გაკეთდა კერძო საკარმიდამოზე დაარსებულ ტურისტულ ობიექტზე. მიღებული პოლიტიკის ამგვარი დამოკიდებულება გამართლებულია, რადგან სოფლად ტურიზმი არ არის მასიური, ის, ძირითადად, ნიშურია. კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურისტული ბიზნესის განვითარება საშუალებას იძლევა სოფლის მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ჩართულობისთვის.

ამრიგად, ფინეთში სახელმწიფო სტრატეგიისა და სოფლად ტურიზმის პოლიტიკის შემუშავება-განხორციელების ძირითადი წინაპირობები იყო შემდეგი:

- ფინელი ხალხის ტრადიცია და მიჯაჭვულობა მიწასთან და სოფელთან;
- ტურისტებისთვის საინტერესო მრავალფეროვანი ბუნებრივი რესურსების არსებობა;
- რუსული ტურისტული ბაზრის გახსნა;
- რუსი ტურისტების მაღალი ინტერესი ფინეთის, როგორც სანტა კლაუსის, სამშობლოს მიმართ;
- 1990-იან წლებში ფორმირებული ტრადიცია - ფინეთში რუსი ტურისტების მასობრივი შოპინგმოგზაურობა;
- ტორფიანოვკას სასახლვრო გამშვები პუნქტის გამტარუნარიანობის გაზრდა.

ფინეთში სოფლად ტურიზმის ინტენსიური განვითარების სახელმწიფო რეგულირების გამოცდილებამ აჩვენა, რომ მეწარმეების საქმიანობა სოფლად ტურიზმის სფეროში შეიძლება მხოლოდ იყოს სეზონური. სწავლებისა და მონიტორინგის განხორციელება კი - ძვირი. სოფლის ტურიზმის პოლიტიკის განხორციელების საწყის ეტაპზე, მასწავლებლების ცოდნა სოფლად ტურიზმის სფეროში, უმეტეს შემთხვევაში, არასაკმარისი იყო, რის გამოც არ არსებობდა უწყვეტი განათლების სისტემა. ხშირად იყო საჭირო უცხოელი მასწავლებლების მოზიდვა ისეთი ქვეყნებიდან, რომელთაც ჰქონდათ დიდი და გრძელვადიანი გამოცდილება სოფლად ტურისტული ბიზნესის განვითარებაში.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარება მოითხოვს სპეციალურ ცოდნას, ამ ტიპის მეწარმეობის წარმატებისა და მდგრადობის მისაღწევად აუცილებელია ტურიზმის ბიზნესში ჩართული მოსახლეობის ტრენინგი, რაც მნიშვნელოვანი ფაქ-

ტორია სოფლად ტურიზმის ინტენსიური და მდგრადი განვითარებისთვის.

ესპანეთის გამოცდილება სოფლად ტურიზმის მდგრადი ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირების სფეროში

ამ სახელმძღვანელოს წინა თავებში მოკლედ ვისაუბრეთ ესპანეთში სოფლად ტურიზმის ინტენსიური განვითარების სახელმწიფო რეგულირების ზოგიერთ ელემენტზე. ამ თავში უფრო დეტალურად განვიხილავთ ესპანეთის საკანონმდებლო სახელმწიფო რეგულირების მთავარ ასპექტებს.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობის სახელმწიფო რეგულირების კლასიკურ მაგალითს წარმოადგენს ესპანეთის მთავრობის მიერ 1980 წელს მიღებული შესაბამისი კანონმდებლობა.

1980-იანი წლების შუა პერიოდამდე, ესპანეთში ტურიზმი ძირითადად კონცენტრირებული იყო ხმელთაშუა ზღვის სანაპიროზე - ქვეყნის სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილში და ტურისტული სეზონი შემოიფარგლებოდა მხოლოდ ზაფხულის სამი თვით. სახელმწიფოს აქტიური ჩარევის შემდეგ, სოფლად ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობი საკმაოდ დეტალური დებულების შემოღების გზით, სანაპიროდან ტურიზმი ქვეყნის შიდა მთიან რეგიონებში გადავიდა. 5 წლის განმავლობაში, ქვეყნის სოფლის რაიონებში შეიქმნა 8000-ზე მეტი განთავსების ადგილი ტურისტებისთვის. კანონმდებლობის დიფერენცირების მიზანი იყო ავტონომიური პროვინციების ჭრილში ისტორიული,

კულტურული, რეგიონალური და ენობრივი განსხვავებების ასახვა.

სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების საკანონმდებლო რეგულირებას განსხვავებული მიზნები ჰქონდა, რაც დამოკიდებული იყო ქვეყნის ცალკეული პროვინციების სპეციფიკაზე. მაგალითად ნავარა, ბასკეთი სახელმწიფო რეგულირების მიზნებს წარმოადგენდა:

- ადგილობრივი მოსახლეობისთვის დამატებითი შემოსავლების მიღების შესაძლებლობის მიცემა;
- სოფლის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების ხელშეწყობა.

Galicia, Castille-Leon-სა და Extremadura-ს რეგიონებში სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების სახელმწიფო რეგულირების მიზნებს წარმოადგენდა:

- კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და გაუმჯობესება, პირველ რიგში, ტრადიციული არქიტექტურის უძველესი ნაგებობების დაცვა;
- ბუნებრივი ლანდშაფტების დაცვა და გაუმჯობესება.

Balearialands-სა და Andalusia-ის რეგიონებში, სადაც ადრეც წარმატებით იყო ტურიზმი განვითარებული, სახელმწიფო რეგულირების მიზნებს წარმოადგენდა:

- ტურიზმის განვითარება სანაპიროსგან მოშორებულ რეგიონებში;
- ელიტური ტურისტული პროდუქტების ფორმირება.

ესპანეთში კერძო საკარმიდამოზე დაარსებული ტურიზმის ბიზნესის სახელმწიფო რეგულირების განვითარების პირველი პროგრამა მიღებულ იქნა ჯერ კიდევ 1967 წელს HolydaysinFarm-hous (Vacacionesencasasdelabransa – ესპ.), სოფლის მეურნეობის სამინისტროსა და ტურიზმისა და ინფორმაციის სამინისტროების

ინიციატივით. ამ პროგრამის ფარგლებში კერძო საკარმიდამოების მფლობელებისათვის მოხდა მცირე უპროცენტო სესხების გაცემა. თუმცა სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური განვითარება ესპანეთში დაიწყო 1980 წლიდან და ის წარმოადგენდა რეგიონის განვითარების მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის პირველი კანონმდებლობა შეიქმნა კატალონიის რეგიონში. ოჯახური ბიზნესი, რომელიც დაფუძნებული იყო კერძო საკარმიდამოზე, ბასკების ქვეყანაში წარმოადგენდა სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების საწყის ფორმას.

ესპანეთში საკანონმდებლო რეგულირების შექმნისას მნიშვნელოვანი ყურადღება დაეთმო შემდეგ საკითხებს:

- სოფლად ტურიზმისთვის საცხოვრებლის გამოყენების პირობები და წესები;
- საცხოვრებლის მდებარეობა სოფლის ტერიტორიაზე;
- შენობის არქიტექტურა;
- შენობის ასაკი;
- დასაძინებელი ადგილების რაოდენობა;
- ტურისტებისათვის განკუთვნილი ოთახების რაოდენობა.

საკანონმდებლო რეგლამენტში, ტურისტების მისაღებად განკუთვნილი საცხოვრებლები კლასიფიცირდება ავტონომიური პროვინციების კატეგორიების მიხედვით, გარკვეულ კატეგორიებად, რომელთა რამდენიმე მაგალითი მოცემულია ცხრილში 11.1, რაც გვიჩვენებს, რომ კანონით საცხოვრებლის კლასიფიკაცია დროთა განმავლობაში შეიცვალა ახალი პირობების შესაბამისად, ან გაუმჯობესების მიზნით. ყველა ეს ცვლილება შეტანილ იქნა შესაბამის ახალ საკანონმდებლო აქტებში. მაგალითად, ანდალუსიის პროვინციაში, 04.04.1995 დად-

გენილებით, გათვალისწინებულია ტურისტებისთვის საცხოვრებლის ორი კატეგორია, ხოლო 01.29.2002 განკარგულებით, გათვალისწინებულია უფრო დიდი ფრაგმენტაცია, რითაც ტურისტების საცხოვრებლების კატეგორიების რაოდენობა ოთხამდე გაიზარდა. ეს ფაქტი იმის მტკიცებულებაა, რომ სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ხელშემწყობი საკანონმდებლო რეგულირება შეიძლება შეიცვალოს ახალი პირობების გამო. ამგვარი ცვლილებების მიზანია კანონმდებლობის გაუმჯობესება, შესაბამისად, არსებული რესურსებისა და, უპირველეს ყოვლისა, ფინანსურის რაციონალური გამოყენება. მთავრობის რეგულაციაში ასეთი ცვლილებები შეიძლება განხორციელდეს წინა წლების გამოცდილების საფუძველზე. კანონმდებლობით გათვალისწინებულია ტურისტებისათვის საცხოვრებლის დაყოფა ადგილმდებარეობის მიხედვით.

- Masia - იზოლირებული ფერმერული სახლი სოფლად
- Casadepable – სახლი პატარა ქალაქში
- AllotjamentRuralindependent – ასეთი სახლის მეპატრონისთვის აუცილებელი არ იყო ტურისტთა მიღების გამო აღნიშნულ სახლშივე ცხოვრება ან სამეწარმეო საქმის განხორციელება

როგორც ვხედავთ, ესპანეთში სოფლის ტურიზმის ინტენსიური განვითარების მარეგულირებელი კანონმდებლობა ითვალისწინებს გარკვეულ ფრაგმენტაციას, რათა კანონმდებლობაში აისახოს ავტონომიური პროვინციებისათვის დამახასიათებელი ისტორიული, კულტურული, რეგიონალური და ენობრივი განსხვავებები.

ცხრილი 11.1. ესპანეთში სოფლად ტურისტულ ადგილებში
საცხოვრებლის კლასიფიკაცია

პროვინცია	საკანონმდებლო აქტი	კლასიფიკაცია
Andalusia	ბრძანება 04.04.1995 ბრძანება 29.01.2002	სოფლის სახლი სრული ცალკე მდგომი შენობა სოფლის სახლი სოფლის სასტუმრო სოფლის ტურისტული აპარტამენტი სოფლის ტურისტული კომპლექსი
Balearic Islands	ბრძანება 1991 რ. ბრძანება 1995 რ.	საცხოვრებელი აგროტურიზმისთვის სოფლად ტურიზმი საცხოვრებელი აგროტურიზმისთვის სოფლის სასტუმრო ტურიზმის კუნძულის შიდა რეგიონებში
Basque country	ბრძანება 1988 რ. ბრძანება 1996 რ.	საცხოვრებელი აგროტურიზმისთვის აგროტურიზმი სოფლის სასტუმრო სახლის სოფლის დასახლებაში კემპინგი სოფლის დასახლებაში სოფლის აპარტამენტები

მაგალითად, მნიშვნელოვანი ენობრივი განსხვავებები ესპანელებს, ბასკებსა და კატალონიელებს შორის ასახული იყო ფერმერული სახლის სახელწოდებაშიც:

- Catalonia – a casa de pages (masia)
- Galicia – Casa de labranza
- Asturias – pasada en casa de labransa

მაგალითად, გასკონები საუბრობენ დიალექტზე, რომელიც აერთიანებს როგორც ესპანურს, ისე ფრანგულს, რაც, თავის მხრივ, გავლენას ახდენს ამ ეთნიკური მოსახლეობის კულტურაზე. ამგვარი განსაკუთრებულობა უნიკალურობას და ექსკლუზიურობას ანიჭებს სოფლად ტურიზმის პროდუქტებს და, თავის მხრივ, უზრუნველყოფს მათ მრავალფეროვნებას, რაც ძალზე მნიშვნელოვანია სოფლად ტურიზმის, როგორც ინსტრუმენტის, გამოყენებით რიგი სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გადაჭრისთვის? აზრი თუ არ შეიცვალა, ჯობია ჩაასწოროთ.

ამრიგად, ესპანეთში სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური და მდგრადი განვითარების საკანონმდებლო რეგულირების ძირითად მიზნებს წარმოადგენდა:

- სოფლად ტურიზმის მაღალი ხარისხის პროდუქტების შექმნა;
- ესპანეთში ტურისტულ საქონელსა და მომსახურებაზე მოთხოვნის სეზონურობის შემცირება;
- კულტურული ძეგლების აღდენა-რესტავრაცია;
- სოფლის მეურნეობის მწარმოებლებისთვის ტურიზმიდან დამატებითი შემოსავლის მიღებისთვის პირობების შექმნა.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, Galicia-სა და BalearicIslands-ის ავტონომიურ პროვინციებში სოფლად ტურიზმის განვითარების

საკანონმდებლო რეგულირების მიზანი იყო ფინანსური რესურსების სწორი და მიზანმიმართული გამოყენება ისტორიულ-კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების აღდგენისა და შენარჩუნებისთვის, რომლებიც განადგურების საფრთხის წინაშე იდგა. Galicia გამოირჩევა ტრადიციული არქიტექტურის მქონე სახლებით (სურ. 11.1) რომელთა შენახვა და რესტავრაცია შესაძლებელია სტიმულირდებოდეს სახელმწიფო დაფინანსებით და მათ ბაზაზე ტურისტული ობიექტების შექმნით.

გალიციის ავტონომიურ პროვინციაში სოფლად ტურიზმის საკანონმდებლო რეგულირებისთვის, მთავარი ამოცანა იყო ტურისტების მოთხოვნილების სტიმულირება მიმზიდველი ბუნებრივი ტერიტორიებისა და პეიზაჟების მონახულებისკენ, რითაც მდიდარია ეს პროვინცია (სურ. 11.2).

ესპანეთში სოფლად ტურიზმის განვითარების გამოცდილებამ აჩვენა, რომ გალიციის ლანდშაფტები ესპანეთის ძალიან მიმზიდველი და წარმატებით გაყიდული ტურისტული პროდუქტია. კანონმდებლობა სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების ხელშესაწყობად ითვალისწინებს ძველი შენობების აღდგენის ღირებულების 35-50%-ის ოდენობით სუბსიდიების გამოყოფას, აგრეთვე, გადასახადებისგან გათავისუფლებას არაერთი კატეგორიის უნიკალური შენობებისა და ინოვაციური ტურიზმის პროდუქტებისთვის. საკანონმდებლო რეგლამენტში ასეთი დებულებების შემოღება არა მარტო ხელს უწყობს უძველესი შენობების შენარჩუნებასა და აღდგენას, არამედ უზრუნველყოფს სოფლად ტურიზმის უნიკალური და ექსკლუზიური პროდუქტების შექმნას.

გალიციის პროვინციაში ტურისტული საცხოვრებლები კლასიფიცირდება შემდეგნაირად:

ა) უნიკალურად კეთილმოწყობილი ტურისტული ობიექტები;

ბ) გალიციური სოფლის სახლები (Rustic Galician Buildings) (სურ. 11.6);

გ) სახლები, სადაც ხორციელდება სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობები (Agrotourism activity).

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, კანონმდებლობა, რომელიც არეგულირებს სოფლად ტურიზმის განვითარებას, უნდა იყოს დინამიური, ე. ი. დროთა განმავლობაში შეიცვალოს მისი გაუმჯობესების მიზნით, რაც გამოწვეულია ზოგიერთი პირობის ცვლილებით.

განვიხილოთ კანონმდებლობის ცვლილების მაგალითი კატალონიის ავტონომიურ პროვინციაში, სადაც პირველად მსგავსი კანონმდებლობა გამოიცა 1983 წელს. ეს საკანონმდებლო რეგულაცია ეხებოდა სოფლად ტურიზმის პროდუქტებზე მოთხოვნის სავარაუდო ზრდას. 1995 წელს წინა კანონმდებლობა განახლდა შემდეგი ფაქტორების გამო:

- გაჩნდა წინა გამოცდილებაზე დაფუძნებული ტურიზმის პროდუქტის ახალი გაგება;
- ტურიზმის მნიშვნელოვანი ზრდა ესპანეთის შიდა მთიან რეგიონებში;
- ტურიზმის ამ ფორმის რესტრუქტურისაციის საჭიროება მომსახურების გაუმჯობესების მიზნით და ტურისტული პროდუქტების უფრო ნათლად განსაზღვრისათვის.

უკვე 2002 წელს ახალი კლასიფიკაციის საჭიროება დადგა, რაც დამოკიდებული იყო სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის არსებობაზე ან მის არარსებობაზე, ტურისტულ ობიექტზე. კანონმდებლობაში მოცემული სიახლე ითვალისწინებდა სოფლად

ტურიზმის სხვა პროდუქტებისგან აგროტურიზმის გამიჯვნას, რადგან სხვა პროდუქტები პირდაპირ კავშირში არ არის სოფლის მეურნეობის საქმიანობასთან.

კანონმდებლობა ბალეარის კუნძულებზე სოფლად ტურიზმის რეგულაციასთან დაკავშირებით ასევე ხასიათდება დინამიზმით. იგი პირველად 1991 წელს მიიღეს, და მისი მიზანი იყო:

- ფერმერების შემოსავლების ზრდა;
- სოფლად ტრადიციული შენობების შენარჩუნება.

1995 წელს წინა კანონმდებლობა გაუმჯობესდა ახალი პირობების ჩამოყალიბებასთან დაკავშირებით, რომლებიც მოიცავდა:

- ბალეარის კუნძულებზე სოფლად ტურიზმის პროდუქტებზე მოთხოვნილების ზრდას;
- ტურიზმის სეზონურობის შესამცირებლად საჭირო მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტის შექმნის საჭიროებას;
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების წილის ზრდას ტურიზმის ბაზრებზე;
- ტურისტული ობიექტების მოდიფიცირების საჭიროებას უცხოური ტურისტული ბაზრების საჭიროებების უკეთ დასაკმაყოფილებლად.

გალიციის პროვინციაში, კანონმდებლობა, რომელიც არეგულირებს სოფლად ტურიზმის განვითარებას, პირველად მიიღეს 1992 წელს შემდეგი გარემოებების გამო:

- ტურისტულ ბაზრებზე გაჩნდა ტენდენცია, რომ გაიზარდოს ინტერესი ბუნების, როგორც ტურიზმის ობიექტის, მიმართ;

- გალიციის ავტონომიური პროვინციის ლანდშაფტები ძალიან მიმზიდველი გახდა და იქცა განსაკუთრებულ ტურისტულ ატრაქციონად;
- შენობების, როგორც კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების, აღდგენის საჭიროება;
- ადგილობრივი ფერმერებისთვის დამატებითი შემოსავლების მიღების აუცილებლობა;
- ტურისტული ნაკადების გადაწევა ზღვის რეგიონებიდან ქვეყნის შიდა რეგიონებში.

1995 წელს მანამდე მიღებული კანონმდებლობა შეიცვალა, რაც გამოწვეული იყო:

- პოზიტიური იმიჯის შექმნის აუცილებლობით ტურისტულ პროდუქტებზე, რომლებზეც გაიზარდა მოთხოვნა;
- მინიმალური სტანდარტების შექმნის აუცილებლობით, მაღალი ხარისხის მომსახურების შექმნისთვის;
- უნიკალური შენობების (Pazos, Castles, Monasteries) გამოყენება ტურიზმისთვის და მათი შენარჩუნებისთვის.

ტურისტულ მიზნებში საცხოვრისის კატეგორიის განსაზღვრისთვის, ესპანეთში, საკანონმდებლო რეგულირების საბაზო მაჩვენებელი შენობის ასაკია. პრობლემა მდგომარეობს იმაში, რომ 40-50-იან წლებში, ესპანეთის ეკონომიკაში აღმავლობის პერიოდში, სამშენებლო ბუმი დაიწყო, რამაც უნიკალური ტრადიციული არქიტექტურის ნგრევა გამოიწვია. მაგალითად, ბალეარის კუნძულის შენობათა უმაღლესი ხარისხის (Hotel Rural, Turisme D'Interior) კატეგორიის მიღებისთვის, აუცილებელი იყო, რომ შენობა 1940 წლამდე, ხოლო Agroturism კატეგორიის მისაკუთვნებლად 1960 ადრე არ უნდა ყოფილიყო ნაგები.



ნახ. 11.1. უძველესი რესტავრირებული ნაგებობა, რომელიც განკუთვნილია ტურისტების მისაღებად გალიციის პროვინციაში (Ultrea Rural B & B)



ნახ. 11.2. ჩანჩქერი RefugiodeVerdes-ში, გალიცია

გალისიის პროვინციაში, სუბსიდირების მიზანშეწონილობისა და ოდენობის დასადგენად, მოხდა შენობების კლასიფიკაცია კატეგორიების მიხედვით. კრიტერიუმად განისაზღვრა მშენებლობის წელი - არა უგვიანეს 1940 წლისა. მოგვიანებით ეს პერიოდი შეიცვალა შენობების კატეგორიის მიხედვით:

- A. უნიკალური კეთილმოწყობილი შენობები ტურისტული მომსახურების უზრუნველსაყოფად. ნაგები არაუგვიანეს 1990 წ.
- B. გალისიური სოფლის სახლები (Rustic Galician Buildings). ნაგები არაუგვიანეს 1940 წ.
- C. სახლები ფერმერულ მეურნეობებში, სადაც სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა ხორციელდება (Agrotourism Activity). საცხოვრებლის ამ კატეგორიისთვის მშენებლობის პერიოდთან დაკავშირებით არანაირი შეზღუდვა არ არსებობდა.

1950 წელს კატალონიაში მიღებულ იქნა კანონი, რომლის მიხედვითაც, დაწესდა გარკვეული შეზღუდვები ყველა ტიპის მშენებლობასთან დაკავშირებით.

ესპანეთში სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების რეგულირების შესახებ კანონით, დაწესდა მოთხოვნები ტურისტების მიღებისთვის საცხოვრებლის აღდგენისთვის სუბსიდიების, გრანტებისა და ლიცენზიების მოპოვების შესახებ. მოთხოვნებს შორის ყველაზე მნიშვნელოვანი იყო შემდეგი:

- ტურისტული მიზნებისთვის საცხოვრებლის რესტავრაციის დროს გამოყენებულ უნდა იქნას კონკრეტული რეგიონისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული სამშენებლო მასალები;
- აბაზანებისა და სველი წერტილების მოწყობა უნდა განხორციელდეს საერთაშორისო სტანდარტების მიხედვით;

- განსაკუთრებული მოთხოვნები წაყენა A ჯგუფის შენობებს, რომლებიც მოექცა Heritage Catalogue-ში;
- ძალიან მკაცრი მოთხოვნები იქნა დაწესებული ბალეარის კუნძულებზე უნიკალური შენობების აღდგენაზე;
- ტურისტთა განთავსებისთვის განკუთვნილი შენობები უნდა ყოფილიყო გზისპირიდან მოცილებით, ხმაურიანი ადგილებიდან და გამონაბოლქვისგან შორს;
- რესტავრაციისთვის განკუთვნილი შენობა კარგად უნდა ყოფილიყო შენარჩუნებული;
- შენობა შესაბამისობაში უნდა ყოფილიყო ადგილობრივ არქიტექტურულ სტილთან.

კანონმდებლობა, რომელიც არეგულირებს ბალეარის კუნძულებზე სოფლად ტურიზმის განვითარებას, ითვალისწინებს შენობის ადგილმდებარეობის სპეციფიკურ მოთხოვნებსაც. მაგალითად, Hotel Rural-ისა და Agroturisme-ისთვის განკუთვნილი შენობები უნდა მდებარეობდეს იმ უბანში, რომელსაც აქვს არა-ურბანიზებული სტატუსი, ხოლო Turisme D`Iniorior-ისთვის განკუთვნილი შენობები - ურბანიზებულ ადგილებში, რომელიც მდებარეობს ტურისტული ადგილიდან არაუმეტეს 500 მეტრზე.

კანონმდებლობით რეგულირდებოდა არა მხოლოდ ტურისტული მიზნებისათვის გამოყენებული შენობების გარეგნული მხარე, არამედ გათვალისწინებული იყო ინტერიერის, ავეჯისა და სხვა აღჭურვილობის ხარისხი. მაგალითად, Hotel Rural-ში ინტერიერი უნდა ყოფილიყო მაღალი ხარისხის, შესაბამისი ავეჯით, კერძებითა და ა. შ. Turisme D`Iniorior-ში ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი ელემენტი უნდა ყოფილიყო კარგი ხარისხის. ამრიგად, კანონმდებლობით გათვალისწინებული იყო ტურისტული ობიექტების სტანდარტები მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფისთვის.

სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ფორმირებისათვის ლიცენზიის მოსაპოვებლად აუცილებელი იყო ადგილობრივი მოსახლეობის არსებობა, მაგალითად, კატალონიის რეგიონისთვის ადგილობრივი მოსახლეობა მინიმუმ უნდა ყოფილიყო 1000 კაცამდე. ასეთი შეზღუდვების დაწესების მიზანია ბიზნესის განვითარების სტიმულირება ნაკლებად დასახლებულ სოფლებში და სოფლების დაცარიელების შემცირება სამუშაო ადგილების ნაკლებობის გამო.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, რომ სოფლად ტურიზმის პროდუქტების სტანდარტიზება და მათი ხარისხის უზრუნველყოფა ესპანეთში დაწესდა სოფლად ტურიზმის განვითარების მარეგულირებელი კანონმდებლობით, რომელმაც გარკვეული მკაცრი მოთხოვნები დააწესა ტურისტული სახლების შიდა ინტერიერის მოწყობაზე. ქვემოთ მოცემულია ამ მოთხოვნებიდან რამდენიმე:

- Hotel Rural- ს ტურისტებისთვის მაქსიმუმ 25 საძინებელი ოთახი უნდა ჰქონოდა;
- TurismeD და აგროტურიზმის კატეგორიებისთვის დასაშვებია მაქსიმუმ 12 საძინებელი;
- გალიციის პროვინციაში, ტურისტებისთვის ყველა კატეგორიის საცხოვრებლისთვის, მაქსიმუმ 12 საძინებელი იყო ნებადართული;
- 2-საწოლიანი საძინებლის მინიმალური დასაშვები ზომა იყო 10-15 კვ. მ;
- ოთახის მინიმალური ზომა - 3.6 x 3.6 მ;
- ჭერის მინიმალური სიმაღლე 2,15 მ;
- აკრძალვა სხვენის გამოყენებაზე;

- ბაღეარის კუნძულებზე, A და B კატეგორიის საძინებელს უნდა ჰქონოდა საკუთარი საშხაპე და სველი წერტილი მინიმუმ 3 - 4.5 კვ.მ ფართობით;
- Hotel Rural კატეგორიისთვის მინიმალური საერთო ფართობი დაწესდა 3,5 კვ. კმ.

კანონმდებლობა ითვალისწინებდა შემდეგ მოთხოვნებსაც:

- ცენტრალური გათბობა ტურისტული სახლებისთვის;
- წყალმომარაგება;
- კანალიზაცია;
- მოთხოვნები კვების ობიექტებისადმი;
- კვების ხარისხი და ტიპი.

ეს მოთხოვნები მიღებული იყო ტურისტული პროდუქტების სტანდარტიზაციისთვის და მაღალი ხარისხის შენარჩუნებისთვის.

ვინაიდან საცხოვრებელი სახლების მოწყობა ტურისტებისთვის ხდებოდა სახელმწიფო სუბსიდიებისა და გრანტების მეშვეობით, მკაცრად იყო გაწერილი სამუშაოების შესრულების გრაფიკი და დრო. მაგალითად, გალიციის პროვინციაში ტურისტების მისაღებად საკარმიდამოს მოწყობა უნდა დასრულებულიყო 11 თვეში. 1 თვე ეძლეოდათ საკარმიდამოების მფლობელებს დასასვენებლად. თავის მხრივ, ტურისტული ობიექტების მართვა, რომელთა მოწყობაც მოხდა სახელმწიფო გრანტებისა და სუბსიდიების მეშვეობით, უნდა განხორციელებულიყო ცენტრალური დაჯავშნის სისტემებით. ამ სისტემის შემოღების მიზანი იყო მოსახლეობის მხრიდან შემოსავლების დამალვისა და გადასახადების გადაუხდელობის თავიდან აცილება, რომლის მეშვეობით სახელმწიფო იბრუნებს გრანტებზე დახარჯულ თანხებს და

აკონტროლებს სახელმწიფოს მიერ გაცემული გრანტების ეფექტურობას, ასევე, არეგულირებს კანონმდებლობას ფაქტობრივი მდგომარეობის მიხედვით.

ესპანეთის ავტონომიურ პროვინციებში შეიქმნა სოფლად ტურიზმის ქონების რეესტრი. გალიციასა და ბალეარის კუნძულების პროვინციებში, სოფლად ტურიზმის ობიექტების რეესტრში რეგისტრაციისთვის, შემდეგი დოკუმენტები უნდა ყოფილიყო წარდგენილი:

- სოფლად ტურიზმის განვითარების საკანონმდებლო რეგულირების დებულებებთან შესაბამისობის შესახებ ანგარიში;
- სპეციალური ანგარიში ტურისტულ ობიექტში არსებული განსაკუთრებით ღირებული შენობების შესახებ;
- სამოქალაქო პასუხისმგებლობის დაზღვევის პოლისი;
- მუნიციპალიტეტის მიერ გაცემული ლიცენზია კერძო საკარმიდამოზე ტურისტული ბიზნესის წარმართვაზე.

სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების სახელმწიფო რეგულირების შემოღებამ მნიშვნელოვანი სტიმული მისცა სოფლად ტურიზმის ობიექტების შექმნას კერძო საკარმიდამოს საფუძველზე. მაგალითად, ბალეარის კუნძულებზე სოფლად ტურიზმის ობიექტების რაოდენობა 1999 წლიდან 2004 წლამდე გაიზარდა 61-დან 192 -მდე. ახლად შექმნილი სოფლად ტურიზმის ობიექტებიდან 73% მიეკუთვნებოდა აგროტურიზმის კატეგორიას, ე. ი. ისინი შეიქმნა იქ, სადაც მოსახლეობა ჩართული იყო სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობაში. აღსანიშნავია, რომ ამ ობიექტების 85% შეიქმნა კუნძულ მალიორკაზე.

მაგალითად, გალიციაში, 2003 წლიდან 2004 წლამდე, სოფლად ტურიზმის ობიექტების რაოდენობა 383-დან 440-მდე გაიზარდა. ახლად შექმნილი ტურისტული ადგილებიდან 70%

მიეკუთვნებოდა B კატეგორიას, ე.ი. გალიციური ტრადიციული სოფლის სახლების ბაზას (Rustic Galician Buildings), რომლის მშენებლობის წელი იყო არაუგვიანეს 1940 წელი. 2003 წელს ტურისტებისთვის დასაძინებელი ადგილების რაოდენობა 35000 შეადგენდა, რაც მთლიანი ესპანეთის ტურისტებისთვის დასაძინებელი ადგილების საერთო რაოდენობის 3% იყო.

ჩრდილოეთ ირლანდიისა და ავსტრიის გამოცდილება

1960-იან წლებში ირლანდიის სოფლის მეურნეობამ მნიშვნელოვანი ვარდნა განიცადა. ამასთან დაკავშირებით, ირლანდიის ტურიზმის საბჭომ მოუწოდა ფერმერებს, შექმნათ სპეციალური საცხოვრებლები ტურისტებისთვის. 1980-იანი წლების შუა პერიოდში ირლანდიის მთავრობამ მიიღო პროგრამა, რომლის მიხედვითაც ინვესტიციები ასტიმულირებდა სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარებას. პროგრამა «Developing sustainable tourism 1993-1997» მიზნად ისახავდა სოფლად ტურიზმის ინტენსიური მდგრადი განვითარების მხარდაჭერას. მიღებული სახელმწიფო რეგულაციის თანახმად, ქვეყანაში შეიქმნა ეგრეთ წოდებული LEADER + კომპანიები, რომელთა მიზანი იყო სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების ხელშეწყობა, ხოლო LIDER 2 კომპანიამ ინვესტიცია შემოიღო სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ბაზარზე არსებულ მოთხოვნებზე დაფუძნებული პროექტების დაფინანსებაში.

ავსტრიის ევროკავშირში გაწევრიანებამ 90-იანი წლების დასაწყისში გამოიწვია მნიშვნელოვანი ფინანსური და სტრუქტურული პრობლემები ქვეყნის სოფლის მეურნეობაში, მაგალითად, ეკონომიკური კრიზისის BREGENZERWALD-ის პროვინცია-

ში, რომელიც ცნობილია თავისი ტრადიციებით და ყველის წარმოების ხანგრძლივი ისტორიით. მთავრობის აქტიური ჩარევის შედეგად, პრობლემების გადასაჭრელად გადაწყვიტეს სოფლად ტურისტული პროდუქტების შექმნა არსებული რესურსების გამოყენებით, მათ შორის, ყველის საწარმოების გამოყენებით. ევროპული გამოცდილება სოფლად ტურიზმის ბიზნესის განვითარების საქმეში არის სახელმწიფოს მხარდამჭერი როლის მტკიცებულება, როგორც უმთავრესი წინაპირობა სოფლის სოციალური, ეკონომიკური და გარემოს დაცვითი კეთილდღეობის უზრუნველსაყოფად.

აჭარაში სოფლად ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური და მდგრადი განვითარება ასევე შეიძლება გახდეს მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტი, რომელიც ხელს შეუწყობს სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას, რომლებიც განსაკუთრებით მწვავე გახდა ბოლო სამი ათწლეულის განმავლობაში, გლობალიზაციისა და სოფლის მეურნეობის ტრადიციული ბაზრების დაკარგვის შედეგად.

ძირითადი დასკვნები

- სტრატეგიული დაგეგმვა ფუნდამენტური ფაქტორია სოფლად ტურისტული რესურსების ეფექტურად და რაციონალური გამოყენებისთვის.
- ყველა დაინტერესებული მხარის აქტიური მონაწილეობა სტრატეგიისა და პოლიტიკის შემუშავების პროცესში უზრუნველყოფს სოფლად ტურიზმის ბიზნესის მდგრად განვითარებას.
- სოფლად ტურიზმის განვითარების პოლიტიკა უნდა მოიცავდეს მკაფიოდ განსაზღვრული მიზნებს, მდგრადი განვითარებისა და მარკეტინგის პროგრამასა და მისი ეფექტურობის რაოდენობრივ კრიტერიუმებს.

- სოფლად ტურიზმის პოლიტიკამ ხელი უნდა შეუწყოს დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობას.
- სოფლად ტურიზმის პოლიტიკის გამოყენების შედეგად მუდმივი მონიტორინგი და შედეგების შეფასება წარმოადგენს მომავალში მისი ეფექტურობის საფუძველს.
- ეროვნულ და რეგიონულ დონეზე სოფლად ტურიზმის პოლიტიკის არარსებობის მთავარ მიზეზებს შორისაა შემდეგი: სოფლის სექტორის მნიშვნელობის დაბალი დონე შემოსავლების წარმოქმნისა და დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნის თვალსაზრისით, სოფლის მოსახლეობის არაკომპეტენტურობით ტურიზმის ბიზნესში და სოფლის პროდუქტებზე მკვეთრი მოთხოვნის არარსებობით.
- სახელმწიფო მხარდაჭერა და საკანონმდებლო რეგულირება არის აუცილებელი წინაპირობა სოფლად კერძო საკარმიდამოზე ტურიზმის ბიზნესის ინტენსიური და მდგრადი განვითარებისათვის.
- სახელმწიფო რეგულირების მკაფიო მიზნის ჩამოყალიბება ეფექტური კანონმდებლობის შექმნის საფუძველია სოფლად ტურიზმის ბიზნესის დინამიკური განვითარების ხელშესაწყობად.
- საკანონმდებლო რეგულირებით დადგენილმა მოთხოვნებმა, უპირველეს ყოვლისა, ხელი უნდა შეუწყოს სოფლად ტურიზმის მაღალი ხარისხის, ექსკლუზიური პროდუქტების შექმნას, რის გამოც კანონმდებლობა გარკვეულწილად უნდა იყოს სტანდარტიზებული.
- კანონმდებლობა უნდა შეიქმნას ტურისტულ ბაზრებზე არსებული რეალური ვითარებისა და რესურსების ხელმისაწვდომობის შესაბამისად, პირველ რიგში, ბუნებრივი, კულტურული და ადამიანური რესურსების საფუძველზე.

- სოფლად ტურიზმის ინტენსიური და მდგრადი განვითარების შესახებ კანონმდებლობა მუდმივად უნდა განახლდეს შეცვლილი პირობების შესაბამისად.
- კანონმდებლობამ უნდა გამოიწვიოს მოსახლეობის ინტერესის სტიმულირება.
- კანონმდებლობა უნდა ითვალისწინებდეს არა მხოლოდ ტურისტების დამისთევას, არამედ სოფლად ტურისტულ სხვა პროდუქტებს.
- სოფლად ტურიზმის მაღალი ხარისხის ტურისტული პროდუქტების ფორმირება ხელს უწყობს არა მხოლოდ კონკრეტული ტურისტული ობიექტის კონკურენტუნარიანობისა და იმიჯის ამაღლებას, არამედ ამაღლებს მთელი ტურისტული რეგიონის იმიჯს.
- სოფლად ტურიზმის პროდუქტების ხარისხი დამოკიდებულია არა მხოლოდ ტურისტთა განთავსების ხარისხზე, არამედ მთელი დანიშნულების ადგილის განვითარების დონეზე.
- ტურისტულ ობიექტებზე სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის შენარჩუნება მნიშვნელოვანია, რადგან სხვაგვარად დაიკარგება საკარმიდამოს მიმზიდველობა, როგორც სოფლად ტურიზმის ობიექტზე. სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა მხოლოდ ამდიდრებს შეთავაზებული საქონლისა და მომსახურებების ექსკლუზიურობის გავლენას კერძო საკარმიდამოზე.
- სოფლად ტურისტებს იზიდავს განსაკუთრებული ბუნებრივი ლანდშაფტები, ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების სტილი და ასევე, ტრადიციული სამეურნეო საქმიანობა.

- კანონმდებლობა, რომელიც არეგულირებს სოფლად ტურიზმის განვითარებას, უნდა ითვალისწინებდეს ტრენინგებისა და სწავლების შესაძლებლობას დასაქმებულებსათვის სოფლად ტურიზმის ბიზნესის სფეროში.
- კანონმდებლობამ ხელი უნდა შეუწყოს სოფლის გარემოს შენარჩუნებას, კულტურული ძეგლების, ბუნების, ადგილობრივი მოსახლეობის დაცვას და მათი შემოსავლების ზრდას.
- აჭარის სოფლად ტურისტული პროდუქტების ჩვენმა კვლევამ მხოლოდ რუსული ბაზრის ანალიზის შედეგებმა აჩვენა, რომ არსებობს გამოუყენებელი საბაზრო პოტენციალი. რეზერვი, რომელიც მაღალი ხარისხის ექსკლუზიური პროდუქციის შექმნისა და სოფლად ტურიზმის მდგრადი განვითარების დროს, გაახანგრძლივებს ტურისტულ სეზონს საქართველოს შავი ზღვის სანაპიროზე, ასევე, შეცვლის ტურისტთა ნაკადს სანაპიროდან მთიანი სოფლის რეგიონების მიმართულებით. ამავდროულად, სოფლად ტურიზმის ინტენსიური და მდგრადი განვითარება, რომელიც მიზნად ისახავს მრავალი სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემის გადაჭრას, შეუძლებელი იქნება სახელმწიფო რეგულირებისა და სოფლად ტურიზმის ბიზნესის აქტიური მხარდაჭერის გარეშე. ტურიზმის ზრდის პოტენციალი საფუძვლად უნდა დაედოს სოფლის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების მოგვარებას, სადაც ტურიზმის განვითარება უნდა იყოს სოფლის ტრადიციული ყოფის, ბუნების, ისტორიისა და კულტურის მიმართ განახლებული ინტერესის წყარო.

ლიტერატურა:

1. Abesadze T. Опыт становления и развития приусадебного туризма в Норвегии. *Tourism: Economic and Business. VI International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.190, Batumi 2017.
2. Abesadze T. Норвежский опыт создания эксклюзивных продуктов сельского туризма. *Tourism: Economic and Business. VI International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.286, Batumi 2017.
3. Abesadze T., Diasamidze M. Некоторые проблемы на пути интенсификации развития иностранного туризма на Черноморском побережье Грузии. *Innovation in Tourism: economics and business. IV International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.36, Batumi 2013.
4. Abesadze T., Kordzaia I. Инновации, как наиболее радикальный путь ускорения развития иностранного туризма на Черноморском побережье Аджарии. *Innovation in Tourism: economics and business. IV International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.98, Batumi 2013.
5. Abesadze T., Jincharadze E., Kartsivadze T., Makharadze T. Некоторые инновационные предложения по рекламе и продвижению туристских товаров и услуг Грузии на рынке Норвегии. *Tourism: Economic and Business. IV International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.103, Batumi 2013.
6. Abesadze T., Ryskulova M. Некоторые инновационные направления развития массового горного туризма в условиях Аджарии. *Tourism: Economic and Business. V International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.120, Batumi 2014.
7. Abesadze T. Потребность в продуктах сельского туризма Аджарии на туристском рынке Российской Федерации. *Tourism: Economic and Business. VI International Scientific-Practical Conference Proceedings*, s.294, Batumi 2017.
8. Abesadze T. Опыт становления и развития экзотической гостиницы LienFjellgard. Сборник статей всероссийской научно-практической конференции «Международный туризм и гостеприимство: теория и практика», Москва, 2017.
9. Abesadze T. Роль государства в интенсивном устойчивом развитии сельского туризма, как существенного инструмента содействия ре-

- шению социально-экономических проблем сельских регионов. Tourism: Economic and Business. VI International Scientific-Practical Conference Proceedings. Batumi 2017.
10. Abesadze T.K., Ermakov A.S., Pimenov I.A. Повышение эффективности функционирования горнолыжных курортов Московской области на основе использования зарубежного опыта. ФГБОУ ВПО «Российский государственный университет туризма и сервиса», Москва, Российская Федерация, 2014.
 11. Abesadze T. Ресурсы бизнеса приусадебного туризма общины Цониариси района Кеда Аджарии. Proceedings first international Scientific-Practical Conference "New innovations", s.388, Kutaisi 2019.
 12. Abesadze T. Abdrazakova A. Некоторые результаты изучения потенциальных зарубежных рынков продуктов сельского туризма Аджарии. Tourism: Economic and Business. VI International Scientific-Practical Conference Proceedings, s.268, Batumi 2017.
 13. Corina Ruset, Elena Pet, Anda Milin. Organization of human resources in Rural Tourism, 2008
 14. Cavley M., Gaffey S., Gillmor D.A. Localization and global reach in rural tourism: Irish evidence. Tourist studies 2(1), s. 63-86, 2002.
 15. Davies E.T., Gilbert D.C. A case study of the development of farm tourism in Wales. Tourism Management. 13 (1), s.56-63, 1992.
 16. Derek Hall, Irene Kirkpatrick, Morag Mitchell. Rural Tourism and sustainable business. Channel View Publication, 2005, с.17-41.
 17. Derno L.A. Farm tourism in Europe. Tourism Management. 4 (3), s.155-166.
 18. Edda Espedalen. 55 eksotiske hoteller i Norge. Praktbokforlaget, 2016.
 19. Egeland J.O., Solberg T. Arven som lever. Bo på gården med røtter i middelalderen. Dinamo forlag, 2007.
 20. Ellingsen K-A., Rosendahl Tom. Marketsføring for reiselivet. J.W.Cappelens forlag AS, Oslo 2001.
 21. E.Wanda George, H.Mair, D.G.Reid. Rural Tourism Development. Channel view Publication, 20013.
 22. Ermakov S.A., Ilkevich S.V., Ermakov A.S. Information Resources Strategy in the Promotion of Russia's Rural Tourism Attractions // World Applied

- Sciences Journal 30 (Management, Economics, Technology& Tourism). 2014. PP. 91-92.
23. Fjellhammer. Medlemsundersøkelse: tabellrapport gjennomført for Norsk Bygdeturisme og Gardsmat. Oslo: Landbrukets Utredningskontor, 2006.
 24. Forbord M., Stræte E.P. Hva betyr reiseliv, culture og local mat for omsetning og sysselsetting i distriktene? Rapport 4/08. Trondheim: Norsk senter for bygdeforskning.
 25. Forbord M., Kvam G-T., Rønningen M. Turisme i distriktene. Papir Akademisk Forlag. Trondheim, s.391-413, 2012.
 26. Frater J.M. Farm tourism in England – Planning, funding, promotion and some lessons from Europe. *Tourism Management* 4 (3), s.167-179, 1983.
 27. Geir K.Hus. E134 Haukelivegen. Mat, natur og kultur mellom øst og vest.Hus Bok&Avis, 2017.
 28. Hanen. Vedtekter for Norsk Bygdeturisme og Gardsmat. 2009. Fått fra Hanen via Epost, 2019.
 29. Hanen. Vedtekter for Hanen etter endringer, 2015. Fått fra Hanen via Epost, 2019.
 30. Hanen. Verdigrunnlaget for Hanen, 2015.Fått fra Hanen via Epost, 2019.
 31. Hanen. Medlemsfordeller, 2016. Fått fra Hanen via Epost, 2019.
 32. Haugen M.S., Vik J. Farmers as entrepreneurs: the case of farm-based tourism. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 6 (3), s.321-336, 2008.
 33. Holden A. *Environment and Tourism*. Third edition. Routledge Taylor and Francis Group, 2016.
 34. Holloway J.Ch. *Marketing for Tourism*. Fourth edition. Personal education Limited, 2014.
 35. Human resources development for tourism in rural communities: A case study of Kerala, *Asia Pacific Journal of Tourism Research* January 2002
 36. Ivar J.Hauge. *Bygdeturisme –natur, kultur og mennesker*. 2. Utgave. Landbruksforlaget 1992, c.11 -15.
 37. Janie Caalders. *Rural tourism development. A network perspective*. Eburon Delft, 2003.
 38. Kamfjord G. *Det helhetlige Reiselivsproduktet*. Fagspesialisten A.S., 2011.

39. Khasaialzolda, AbesadzeT. Исследование потребности в продуктах сельского туризма среди студенческой молодежи Имерети (Грузия). Tourism: Economic and Business. VI International Scientific-Practical Conference Proceedings, s.277, Batumi 2017.
40. Kjæraas P.O., Øy H. Håndbok for campingnåringa. Telemarkforskning, Bø 1990.
41. Kulturarven, nr.84, 2019.
42. New Direction in Rural Tourism. Edited by D.Hall, L.Roberts, M.Mitchell. ASHGATE, 2005.
43. Pearce P. L. Farm Tourism in New Zeland: A social situation analysis. Annals of Tourism Research 17(3), s.337-352; 1990.
44. Rural Tourism and Sustainable Business.Edited by Derek Hall, Irene Kirkpatrick, Morag Mitchell.Channel View Publications, 2005-
45. Rural Tourism and international perspective. Edited by K.Dashper. Cambrige Scholars publishing, 2014.
46. Ryskulova M., BorbievaD., AbesadzeT. Наблюдение за птицами – перспективное инновационное направление в развитии экотуризма на территории Сврычат-Эрташского государственного заповедника. Tourism: Economic and Business. V International Scientific-Practical Cpnference Proceedings, s.251, Batumi 2014.
47. Selnes F. Markedsundersøkelse. 3 utgave. Fred Selnes og TANO A.S., 1993.
48. Strøm A.K., Borgos E. Håndplukket: Gode opplevelser I Norge. Innovasjon Norge, 2019.
49. Svend Hollensen. Global Marketing. Sixth Edition. Pearson Education Limited, 2014.
50. Toria M. Peculiarity of International Labor Migration in Georgia. Georgian Research Center for Globalization and Regional Integration. "UNIVERSAL", 2008, p. 326-338.
51. Tourism and Entrepreneurship, International Perspectives. Edited by J.Ateljevich and S.J.Page. Routledge. Taylor & Francis Group, 2011.
52. Tourism and Agriculture. New geographies of consumption, production and rural restructuring. Edited by R.M. Torres and Janet Henshall Momsen. Routledge, Taylor and Francis Group, 2017.

53. Стратегия и руководство к действиям по развитию сельских регионов Аджарской автономной республики. Policyand Management Consulting Group, 2014.
54. Weaver D. Ecotourism. Second Edition. Printplus Limited, 2008.
55. Гайич Т. М., Нина Д. М., Немања Б. Менеджмент человеческих ресурсов в туризме. Исследование на районе Южная Бачка как составительной части Сербии. Молодой ученый, 2009
56. Гайич Т. М., Нина Д. М., Немања Б. Менеджмент человеческих ресурсов в туризме. Исследование на районе Южная Бачка как составительной часть Сербии. Молодой ученый. №11 2009, с. 92-101. URL <https://moluch.ru/archive/11/855/> (дата обращения: 30.01.2019)
57. Карамова А.С. Управление человеческими ресурсами в индустрии туризма.
Экономика и менеджмент инновационных технологий, 2014
58. Пархомчук, Марина Анатольевна. Стратегия управления человеческими ресурсами в сельском хозяйстве, Диссертация, 2005