

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის  
თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი

საზოგადოებრივი გეოგრაფიის სადოქტორო პროგრამა  
გვანცა სალუქვაძე

ტურიზმისა და სხვა ეკონომიკური დარგების ურთიერთკავშირის  
გეოგრაფიული და სექტორული ასპექტები: საქართველოს მთიანი რეგიონების  
მაგალითი

საზოგადოებრივი გეოგრაფიის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად  
წარმოდგენილი დისერტაცია

სამეცნიერო ხელმძღვანელი  
ასოც. პროფ. დოქ. ნინო პავლიაშვილი

სამეცნიერო თანახელმძღვანელი  
პროფ. დოქ. ნორმან ბაქჰაუსი



თბილისი

2022

## აბსტრაქტი

ბოლო 10-15 წელი გარდამტეხი აღმოჩნდა საქართველოს ტურიზმის სექტორის განვითარებაში, ქვეყანაში ტურისტების რაოდენობისა და უცხოური ვალუტის შემოდინების არსებითი ზრდის ფონზე. ამ პროცესმა მკვეთრი ცვლილებები მოახდინა შინამეურნეობების ახალი ეკონომიკური პროფილის ფორმირებაში, განსაკუთრებით მთიან რეგიონებში, რომლებიც მოკლებულია შემოსავლის დივერსიფიცირებულ წყაროებს. შედეგად, ბოლო წლებში, ტურიზმი გახდა მოსახლეობის ეკონომიკური საქმიანობების გარდაქმნის ერთ-ერთი ძირითადი წყარო, და სოფლის მეურნეობის ყველაზე ძლიერი კონკურენტი საქართველოს მაკროეკონომიკური რეგიონებში. ამის გათვალისწინებით, წარმოდგენილი სადოქტორო კვლევა მიზნად ისახავს საქართველოს მაკროეკონომიკური რეგიონების მაგალითზე, ტურიზმის მიწოდების ქსელში მთის მოსახლეობის ეკონომიკური საქმიანობების სივრცითი და დარგობრივი თავისებურებების დადგენას. კვლევის მეინსტრიმული ხასიათის მიდგომების გადაწყვეტების სინთეზმა ინფორმაციის შეგროვებისა და ანალიზის ტრადიციულ მეთოდებთან შესაძლებელი გახდა კომპლექსური თვისებრივი და გეოგრაფიული ინფორმაციის შეგროვება. ველზე მონაცემების მოპოვება მოხდა მობილური აპლიკაციის (OSMTracker) მეშვეობით, ხოლო შერეული ინფორმაციის ანალიზი განხორციელდა ინოვაციური ფუნქციების მქონე კომპიუტერული პროგრამის (MAXQDA, QGIS) მეშვეობით. კვლევამ გამოავლინა ადგილობრივი მოსახლეობის ლიმიტირებული ხედვა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ჩართვის ალტერნატიული შესაძლებლობების მიმართ. ცხადად გამოჩნდა, რომ მთის მოსახლეობა ძირითადად სოფლის მეურნეობის მეშვეობით ხედავდა ტურიზმთან არაპირდაპირი დაკავშირების პერსპექტივას, რაც მოსალოდნელი სარგებლის მიღმა ტოვებს მრავალ, ტურიზმის მზარდი განვითარების ფონზე მოთხოვნად ეკონომიკურ საქმიანობას. ამის გათვალისწინებით, სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია, რომ ტურიზმის მიერ შემოტანილი რესურსი საქართველოს მთიან რეგიონებში გადაითარგმნოს ეკონომიკის დივერსიფიცირებაში და მაშინ, როდესაც უამრავი ახალი მომხმარებელი ჩნდება ტურისტის სახით, მოხდეს ეკონომიკური დარგების ფართო სპექტრის განვითარება. კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა, რომ მთის მოსახლეობა მნიშვნელოვნად ავლენს მონო-სექტორულ დამოკიდებულებას ტურიზმის ბიზნესის მიმართ, განსაკუთრებით,

როდესაც ისინი ტურიზმის ხარჯზე თმობენ ტრადიციულ ეკონომიკურ საქმიანობებს. კვლევის მიგნების თანახმად, აღნიშნული ტენდენცია სივრცით ხასიათსაც ავლენს და ძირითადად ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტების ცენტრალურ დასახლებებს მოიცავს. ჩვენი თვალთახედვით, ტურიზმზე, როგორც ერთადერთ ეკონომიკურ სტრატეგიაზე, დაყრდნობა შეიძლება ჩაითვალოს ადგილობრივი მოსახლეობის გრძელვადიან რისკად. ვიმედოვნებთ, რომ წარმოდგენილი სადოქტორო კვლევის განხორციელება შეავსებს არსებულ ცოდნას სხვადასხვა ეკონომიკური საქმიანობების გეოგრაფიული კონტექსტის შესწავლით, რომლებიც ერთიანდებიან ტურიზმის მიწოდების ქსელში. ამ თვალსაზრისით, კვლევა ადგილობრივ და საერთაშორისო დონეზე მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს საზოგადოებრივი გეოგრაფიისა და ტურიზმის დარგებში არსებული თავსატეხის ამოხსნაში.

## **Abstract**

The past 10-15 years turned out to be crucial for the tourism sector in Georgia, with a substantial increase in the number of tourists and foreign currency inflows into the country. These processes heavily impact the formation of the economic profiles of households, particularly in mountainous regions that lack diversified income sources. As a result, in the last 15 years, tourism has become one of the key sources of livelihood change and the most formidable competitor to agriculture in Georgia's highland areas. In this regard, the fundamental goal of the presented Ph.D. research project is to investigate the geographical and sectoral peculiarities of local residents' economic activities in the tourism supply chain using the example of Georgia's high-mountainous areas. The synthesis of mainstream methodologies with traditional data collecting and analysis methods has enabled complex qualitative and geographical data capture. A unique smartphone application was used to collect field data (OSMTracker), while the acquired mixed data was analyzed using the cutting-edge features of data analysis computer programs (MAXQDA, QGIS). The study revealed that local communities had a limited view of alternate prospects for integration into the tourism supply chain. It is evident that the mountain people see agriculture as an indirect method to integrate into tourism, which hinders the development of a diverse range of economic activities amid the growing trends of tourists. With this in mind, it is vital that the resources brought in by tourism in Georgia's mountainous regions translate into economic diversification and that when a substantial number of new tourists emerge, various economic sectors develop. The research reveals that the mountain population has a considerable mono-sectoral dependency on the tourist industry, especially when they replace or abandon traditional economic activities in favor of tourism. According to the study's primary result, this tendency displays distinct geographical patterns and is mainly concentrated in the municipalities of Kazbegi and Mestia. Dependence on the tourism sector as the sole economic strategy, in our perspective, poses a long-term risk to the local community. We believe, that the presented study results will broaden the current knowledge through studying different economic activities under the umbrella of the tourism supply chain and its geographical context. In this regard, the research will serve as “the missing piece of the puzzle” in the tourism and human geography field on both local and international levels.

## სარჩევი

<b>თავი 1. შესავალი .....</b>	<b>8</b>
1.1. თემის აქტუალობა. ....	8
1.2. კვლევის სიახლე და სამომავლო კვლევითი რეკომენდაციები.....	14
1.3. კვლევის მიზანი და ამოცანები.....	15
1.4. კვლევის ობიექტი.....	16
1.5. კვლევის სამეცნიერო და პრაქტიკული მნიშვნელობა.....	20
1.6. პუბლიკაციები, სამეცნიერო აქტივობები და სხვა მიღწევები.....	22
1.7. ნაშრომის სტრუქტურა. ....	24
<b>თავი 2. კონცეპტუალური ჩარჩო და ლიტერატურის მიმოხილვა.....</b>	<b>26</b>
2.1. მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტის თეორია და მისი ძირითადი მახასიათებლები .....	26
2.2. ტურიზმის მულტიპლიკატორის ეფექტი და ემპირიული კვლევები .....	31
2.3. მთის ეკონომიკა: განვითარების გამოწვევები და საარსებო წყაროები .....	36
2.4. ტურიზმი – ეკონომიკური შესაძლებლობა თუ საფრთხე მთის მოსახლეობისათვის? .....	41
2.5. ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შესწავლა საერთაშორისო დონეზე.....	45
2.6. ტურიზმი საქართველოს მთიან რეგიონებში და მისი მიწოდების ჯაჭვის შესწავლა.....	56
<b>თავი 3. კვლევის მეთოდები.....</b>	<b>62</b>
3.1. კვლევის კონტექსტი .....	62
3.2. თვისებრივი კვლევის მიდგომა .....	62
3.3. კვლევის დიზაინი .....	64
3.4. კვლევის სამიზნე ჯგუფი და შერჩევის მეთოდი .....	65
3.5. კვლევის განხორციელება .....	67
3.6. ემპირიულ მონაცემთა შეგროვება .....	70
3.7. მონაცემთა ანალიზი .....	77
<b>თავი 4. კვლევის შედეგები და დისკუსია .....</b>	<b>79</b>
4.1. ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაცია და მიზეზები .....	79
.....	89
დამოკიდებულებები და მოსალოდნელი ეკონომიკური ტრანსფორმაცია .....	90
4.2. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის სივრცითი თავისებურებები, პერსპექტივები და გამოწვევები მესტიის მუნიციპალიტეტში.....	92
4.3. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის სივრცითი თავისებურებები, პერსპექტივები და გამოწვევები ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში .....	106
4.4. დისკუსია .....	122
<b>თავი 5. დასკვნები.....</b>	<b>126</b>
<b>ბიბლიოგრაფია .....</b>	<b>133</b>
<b>დანართი.....</b>	<b>145</b>

## **ნახაზების ჩამონათვალი**

ნახაზი 1. ტურიზმის განვითარების ტენდენციები საქართველოში (1995-2021 წლები).....	10
ნახაზი 2. ტურიზმის ეფექტები: პირდაპირი, არაპირდაპირი და ინდუცირებული .....	30
ნახაზი 3. კვლევის სამიზნე ჯგუფები, მათი ტურისტული და ტურიზმთან დაკავშირებული ეკონომიკური საქმიანობები .....	34
ნახაზი 4. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი .....	46
ნახაზი 5. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი მესტიის მუნიციპალიტეტში.....	99
ნახაზი 6. ადგილობრივი მიმწოდებლები და ალტერნატიული მიმღებები მესტიის მუნიციპალიტეტში .....	101
ნახაზი 7. ადგილობრივი მიმღებები და ალტერნატიული მიმწოდებლები მესტიის მუნიციპალიტეტში .....	103
ნახაზი 8. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში .....	113
ნახაზი 9. ადგილობრივი მიმწოდებლები და ალტერნატიული მიმღებები ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში .....	115
ნახაზი 10. ადგილობრივი მიმღებები და ალტერნატიული მიმწოდებლები ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში .....	118
ნახაზი 11. ეკონომიკური საქმიანობების ცვლილებების აქტორების, ცვლილებების ტიპებისა და გარდაქმნის მიზეზებს შორის არსებული ურთიერთკავშირები .....	158
ნახაზი 12. დამოკიდებულებების კოდების „ღრუბელი“ - ტურიზმის განვითარების დადებითი და უარყოფითი მხარეები .....	159
ნახაზი 13. მესტიის მუნიციპალიტეტის ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციის შესაძლებლობები.....	160

## **რუკების ჩამონათვალი**

რუკა 1. ტურიზმით გამოწვეული ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაცია მესტიის მუნიციპალიტეტში (2010-2018 წლები).....	85
რუკა 2. ტურიზმით გამოწვეული ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაცია ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში (2010-2018 წლები) .....	89
რუკა 3. ადგილობრივი ტურიზმის წარმომადგენლების პროდუქტების შესყიდვაზე დამოკიდებულებების სივრცითი კომპოზიცია მესტიის მუნიციპალიტეტში .....	93

## **დოკუმენტების ჩამონათვალი**

დოკუმენტი 1. რეგისტრაციის ფორმა ადგილობრივი მოსახლეობისათვის.....	145
დოკუმენტი 2. რეგისტრაციის ფორმა ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებისთვის ...	147
დოკუმენტი 3. სადისკუსიო გეგმა ადგილობრივ მოსახლეობასთან სიღრმისეული ინტერვიუებისათვის.....	148
დოკუმენტი 4. ნახევრად სტრუქტურული კითხვარი ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებთან ფოკუსური ინტერვიუსათვის .....	151
დოკუმენტი 5. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ასაგები მატრიცა.....	154
დოკუმენტი 6. რესპონდენტი შინამეურნეობების რაოდენობა ყაზბეგში, ადმინისტრაციული ერთეულისა და ეკონომიკური საქმიანობის ცვლილების მიხედვით .....	155
დოკუმენტი 7. რესპონდენტი შინამეურნეობების რაოდენობა მესტიაში, ადმინისტრაციული ერთეულისა და ეკონომიკური საქმიანობის ცვლილების მიხედვით .....	156
დოკუმენტი 8. რესპონდენტთა მახასიათებლები: სქესი, ასაკი, ეკონომიკური საქმიანობა ....	157

## აბრევიატურები და აკრონიმები

<b>AMIES</b>	საქართველოს მთიან რეგიონებში გარემოსა და სოციალურ პროცესებს შორის ურთიერთდამოკიდებულებების ანალიზი
<b>APA</b>	დაცული ტერიტორიების სააგენტო
<b>CIS</b>	დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობა
<b>EUROSTAT</b>	ევროპის სტატისტიკური სამსახური
<b>FAO</b>	გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაცია
<b>GDP</b>	მთლიანი შიდა პროდუქტი
<b>GEOSTAT</b>	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
<b>GNTA</b>	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
<b>LAG</b>	ადგილობრივი განვითარების ჯგუფი
<b>LTSC</b>	ტურიზმის ადგილობრივი მიწოდების ჯაჭვი
<b>MAXQDA</b>	თვისებრივი მონაცემების ანალიზის პროგრამა
<b>NAPR</b>	საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტო
<b>QGIS</b>	თვისებრივი გეოინფორმაციული სისტემები
<b>RDA</b>	სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარების სააგენტო
<b>RS</b>	შემოსავლების სამსახური
<b>SDG</b>	მდგრადი განვითარების მიზნები
<b>UNCED</b>	გაეროს გარემოსა და განვითარების კონფერენცია
<b>UNWTO</b>	გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია
<b>WSSD</b>	მდგრადი განვითარების მსოფლიო სამიტი

## თავი 1. შესავალი

1.1. თემის აქტუალობა. კვლევის იდეა და მისი განხორციელების საჭიროება წარმოიშვა ფოლკსვაგენის ფონდის მიერ 2014-2016 წლებში დაფინანსებული საერთაშორისო ინტერდისციპლინური პროექტის "AMIES II - Analysing Multiple Interrelationships between Environmental and Societal Processes in Mountainous Regions of Georgia"<sup>1</sup> ფარგლებში მიღებული კვლევის შედეგებიდან. პროექტი ეფუძნებოდა გერმანიისა (გისენის უნივერსიტეტი) და თბილისის რამდენიმე უნივერსიტეტის (თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, აგრარული უნივერსიტეტი) ერთობლივ თანამშრომლობას. პროექტის საკვლევ არეალს წარმოადგენდა საქართველოს მთიანი რეგიონის ერთ-ერთი პოპულარული ტურისტული დესტინაცია – ყაზბეგის მუნიციპალიტეტი. ამ უკანასკნელის განვითარების პოტენციალის კომპლექსური შესწავლის მიზნით, კვლევა დაყოფილი იყო ოთხ დარგობრივ მიმართულებად, რომლებიც მოიცავდა როგორც საკვლევ დასახლებების სოციო-ეკონომიკური განვითარების ასპექტების განსაზღვრას ტურიზმის დახმარებით, ასევე მისი ლანდშაფტის ეკოლოგიისა და აგრობიომრავალფეროვნების შესწავლას. დისერტაციის ავტორი წარმოადგენდა სოციალურ-ეკონომიკური ქვემიმართულებას, რომლის ფარგლებშიც გამოვლინდა, რომ ტურიზმის განვითარებას არ მოჰყვა თანმხვედრი გაძლიერება მასთან დაკავშირებული სხვა ეკონომიკური დარგების. აღნიშნული საკითხის შესწავლის საჭიროებაზე დაფუძნებით, შემუშავდა საერთაშორისო კვლევითი პროექტი „ტურიზმისა და მოსახლეობის მიერ განხორციელებული ეკონომიკური აქტივობების ურთიერთკავშირი: მთიანი რეგიონების მდგრადობის ფორმირება“ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტსა და გისენის უნივერსიტეტებს შორის, რომლის განხორციელებაც 2017-2020 წლებში დაფინანსდა შოთა რუსთაველის ეროვნული სამეცნიერო ფონდის მიერ. წარმოდგენილი ინტერდისციპლინური კვლევითი პროექტი მიზნად ისახავდა შესაძლო სცენარის შექმნას იმის გამოსავლენად, თუ როგორ შეიძლება ტურიზმის განვითარებამ ხელი შეუწყოს საქართველოს მთიან რეგიონებში სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას. აღნიშნულის მისაღწევად მკვლევრებმა მოახდინეს ტურიზმის მიწოდების ქსელისა და ტურიზმის

---

<sup>1</sup> <https://www.uni-giessen.de/fbz/zentren/zeu/research/researchprojects/amies2>

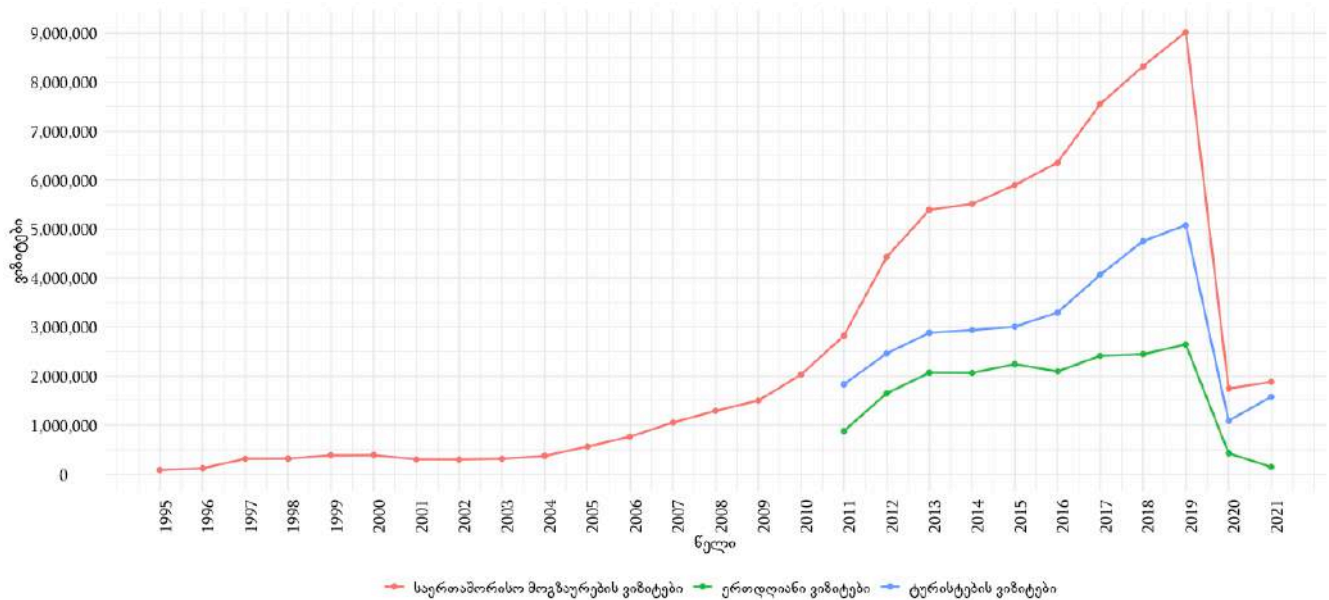


წარმომადგენლების დამოკიდებულებებისა და საჭიროებების შესწავლა. წარმოდგენილი დისერტაცია სწორედ აღნიშნული პროექტის ფარგლებში შეიქმნა.

ემპირიული მტკიცებულებები ცხადყოფს, რომ საბჭოთა პერიოდში საქართველო ტურისტული ცენტრი იყო და ტურიზმი ერთ-ერთ ყველაზე დინამიკურ ეკონომიკურ დარგს წარმოადგენდა. 1990-იანი წლების დასაწყისში, საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდგომ, ქვეყანა მძიმე ეკონომიკურ კრიზისში აღმოჩნდა, რის გამოც ტურიზმის სექტორმა მნიშვნელოვანი სტაგნაცია განიცადა. აღნიშნული უპრეცედენტო ეკონომიკური კოლაფსის შემდეგ, სხვა ეკონომიკურ დარგებთან ერთად, ტურიზმის ინდუსტრიამ წელი, თუმცა უწყვეტი ტემპით დაიწყო აღორძინება (Adeishvili et al., 2011; Peel, 2007). იმის მიუხედავად, რომ 2000-იანი წლების შუა პერიოდიდან საქართველოს მიერ ტურიზმის ინდუსტრიის აღდგენის მცდელობა მუდმივი დაბრკოლებებისა და გამოწვევების ფონზე მიმდინარეობდა (Salukvadze and Gugushvili, 2018), ტურიზმი დროთა განმავლობაში ერთ-ერთ ყველაზე პერსპექტიულ და სწრაფადმზარდ სექტორად ჩამოყალიბდა. ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის შეფასებით (World Tourism Organization and United Nations Development Programme, 2017), ბოლო წლებში საქართველოში მოგზაურთა ნაკადების უპრეცედენტოდ მზარდი ტემპები შეინიშნება, რისი გათვალისწინებითაც იგი ტურიზმის ზრდით მსოფლიოში ერთ-ერთი მოწინავე ქვეყანაა. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით (2021), 2008 წლიდან 2014 წლამდე ტურისტების რაოდენობა მუდმივად იზრდებოდა, კერძოდ, 266 277-დან 1 391 449-მდე მოიმატა, ხოლო საშუალო წლიურმა ზრდის ტემპმა 2005-2014 წლების განმავლობაში 30% შეადგინა. ყველაზე მაღალი ზრდის ტემპი დაფიქსირდა 2012 წელს, როდესაც საერთაშორისო შემოსვლების რაოდენობა გაიზარდა 56.9%-ით. 2009-დან 2013 წლამდე საქართველომ მიაღწია ტურიზმის ზრდის ერთ-ერთ ყველაზე სწრაფ ტემპს გლობალურად, ჯამური ვიზიტები გაიზარდა 300%-ზე მეტით. აღსანიშნავია, რომ 2016 წელს საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობამ რეკორდულ რაოდენობას მიაღწია და 6 მილიონს გადააჭარბა. მაშინ როდესაც, 2012 წელს საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობამ 4 428 221 შეადგინა, 2017 წელს საქართველოს ეწვია 7 902 509 საერთაშორისო ვიზიტორი. მზარდი ტენდენცია მომდევნო წლებშიც გაგრძელდა და 2019 წელს საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობამ პირველად გადააჭარბა 9 მილიონს (იხ. ნახ. 1).

აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ამავე სექტორიდან მიღებული შემოსავლები ბოლო ხუთი წლის განმავლობაში გასამმაგდა და 2019 წელს 3.2 მლრდ. აშშ დოლარი შეადგინა. ტურისტული ნაკადების მკვეთრი ზრდა აისახა ტურიზმის მიერ საქართველოს მთლიან შიდა პროდუქტში შეტანილ შემოსავლებზეც, რომელიც ბოლო ათი წლის განმავლობაში რამდენჯერმე საგრძნობლად შეიცვალა. განსაკუთრებით საგრძნობი ზრდა დაფიქსირდა 2017 წელს, როდესაც ტურიზმის შემოსავალმა ქვეყნის მშპ-ში 7.3% შეადგინა (2016 წელს ტურიზმის წილი მშპ-ში შეადგენდა 6.2%-ს). შემოსავლების მატების ტენდენციები მომდევნო წლებშიც გაგრძელდა, რამაც პიკს 2019 წელს მიაღწია და 8.4% შეადგინა. აღნიშნულის შემდგომ, კოვიდ-19 პანდემიის გავრცელებამ მნიშვნელოვანი კლება გამოიწვია როგორც ტურისტული ნაკადების, ასევე შემოსავლების შემცირებაში ქვეყნის ეკონომიკაში. 2020 წლის წინასწარი შეფასებით საქართველოში ტურიზმის წილი მშპ-ში 5.9%-მდე შემცირდა (National Statistics Office of Georgia (GEOSTAT), 2020), რაც შეეხება ვიზიტორების რაოდენობას, 2021 წლის მაჩვენებელი 2010 წლის სტატისტიკას გაუტოლდა, უფრო მეტიც, ჩამორჩება მას.

**ნახაზი 1. ტურიზმის განვითარების ტენდენციები საქართველოში (1995-2021 წლები)**



წყარო: შსოფლით ბანკი, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

**შენიშვნა:** შესრულებულია ავტორის მიერ.

აღსანიშნავია, რომ ბოლო ათწლეულების განმავლობაში, საერთაშორისო დონეზე მთის კურორტების მიმართ ვიზიტორების ინტერესის მკვეთრი ზრდა შეინიშნება (Debarbieux B et al., 2014). აღნიშნული ტენდენციის მსგავსად, მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა ტურიზმის განვითარებამ საქართველოს მთიან რეგიონებში (Georgian National Tourism Administration, 2018). ამჟამად, კავკასიონის მთების კალთებზე არსებული დასახლებები ტურისტებისათვის ერთ-ერთი ყველაზე მონახულებადი და პოპულარული ადგილია. აღნიშნული არეალები სხვა გამორჩეულ თავისებურებებთან ერთად, ვიზიტორებისათვის ქმნიან უნიკალურ გარემოს, რომელშიც თავმოყრილია მდიდარი ადგილობრივი ტრადიციები, კულტურული მრავალფეროვნება, ტურისტული ადგილების ავთენტურობა, ხოლო ეს ყოველივე გარშემორტყმულია თვალწარმტაცი მთაგრებილებითა და ველური ბუნებით. ყოველივე ცხადყოფს, რომ ტურიზმი ერთ-ერთ გამორჩეულად პროგრესულ ეკონომიკურ დარგს მიეკუთვნება, რომელიც საკმაოდ საპასუხისმგებლო როლს ასრულებს საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებაში.

მიუხედავად საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების მზარდი ტემპისა და მისი ეკონომიკურ სექტორში მნიშვნელოვანი კონტრიბუციის, სოციალური მომსახურების სააგენტოს მონაცემებზე დაყრდნობით (2020), ნათლად იკვეთება, რომ მთიან რეგიონებში საარსებო შემწეობის მიმღები ოჯახების პროცენტული მაჩვენებელი განსაკუთრებით მაღალია. მაგალითისათვის, 2020 წელს აღნიშნული პროცენტული წილი განსაკუთრებით გაიზარდა შემდეგ მუნიციპალიტეტებში: მესტია, ამბროლაური, თეთრიწყარო, ონი და დმანისი. აღნიშნული მწირი ეკონომიკური შესაძლებლობები, როგორებიცაა: დასაქმების საშუალებები, საჯარო სერვისების ნაკლებობა (განათლება, მედიცინა, საჯარო ტრანსპორტი) და ა.შ. როგორც ჩანს, განსაკუთრებით მძაფრად არის გამოხატული მთიან რეგიონში მცხოვრები მოსახლეობის ყოველდღიურ ყოფაში.

საგულისხმოა ის ფაქტიც, რომ ტურიზმს, როგორც კომპლექსურ ეკონომიკურ აქტივობას, მჭიდრო კავშირი აქვს ეკონომიკური სექტორების ფართო სპექტრთან. ამიტომ მას, როგორც ეკონომიკური განვითარების კატალიზატორს, უნიკალური პოტენციალი გააჩნია (Vellas, 2011). კერძოდ, ტურიზმის ინდუსტრია, სხვა სფეროებთან შედარებით, უფრო მეტ შესაძლებლობას აძლევს ადგილობრივ

ეკონომიკას დასაქმებისა და დამატებითი შემოსავლების გაჩენის შესაძლებლობის თვალსაზრისით. ამასთანავე, მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს რეგიონულ განვითარებას (Monica Rosciano et al., 2013). აუცილებლად უნდა აღინიშნოს ტურიზმის პოზიტიური ზეგავლენა დარგების ფართო სპექტრის განვითარებაზეც. კერძოდ, ტურიზმი ხელს უწყობს ადგილობრივი ხელნაკეთი ნივთებისა და სხვადასხვა სახის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტის წარმოებას, სამრეწველო პროდუქციისა და ამასთანავე, სამშენებლო და საზოგადოებრივი სამუშაოების განხორციელებას. რეგიონული განვითარების კუთხით, ხშირ შემთხვევაში შეზღუდულად აღიქმება ის სარგებელი, რომელსაც ტურიზმი მასპინძლობის ინდუსტრიის (კაფეები, სასტუმროები და რესტორნები), შიდა/გარე სააგენტოებისა და სხვა მასთან დაკავშირებული ეკონომიკური აქტივობების დახმარებით გამოიმუშავებს. საქართველოში ტურიზმის სფეროში განხორციელებული ემპირიული კვლევების უმრავლესობა და ასევე, ტურიზმის განვითარების შეფასების ინდიკატორები ძირითადად ორიენტირებულია ტურიზმის ინდუსტრიაში შემავალი ისეთი სექტორების შესწავლაზე, როგორებიცაა: მასპინძლობის ინდუსტრია (სასტუმრო, კაფე/რესტორანი), ტურისტული სააგენტოები, ტრანსპორტი და ა.შ. მსგავსი მიდგომა უდავოდ მართებულია, მაგრამ აღნიშნული კვლევები არ ითვალისწინებს ტურიზმის უნიკალურ პოტენციალს, კერძოდ, მისი განვითარების კვალდაკვალ, მასთან მჭიდროდ დაკავშირებული სხვადასხვა ეკონომიკური დარგიდან დამატებითი სარგებლის მიღების შესაძლებლობას. ეკონომიკური საქმიანობების გაძლიერება და მათი სინქრონიზებულად განვითარება საგრძნობ ეკონომიკურ კეთილდღეობას მოუტანს მკვიდრ მოსახლეობასა და მათი ცხოვრების ხარისხს.

ბოლო წლების განმავლობაში განხორციელებული ერთ-ერთი მასშტაბური სამეცნიერო კვლევის შედეგები ცხადყოფს, რომ ტურიზმის სექტორის (სასტუმროები, სასტუმროს-ტიპის დაწესებულებები, კაფეები/რესტორნები) სწრაფმა გაფართოებამ შესამჩნევი ეკონომიკური პროგრესი გამოიწვია საკვლევ არეალებში, თუმცა განვითარების ნიშნები ფრაგმენტული და არაკომპლექსურია (Gugushvili, Salukvadze, & Salukvadze, 2017). მეტი სიზუსტისათვის, იმ დროს, როდესაც ეკონომიკის სხვა დარგები (სოფლის მეურნეობა, ვაჭრობა და სხვა) მჭიდროდ უნდა იყვნენ დაკავშირებულნი ტურიზმის საქმიანობასთან და დიდი სარგებელი მოჰქონდეთ, აღნიშნულ დარგებში

განხორციელებული ეკონომიკური აქტივობები მნიშვნელოვნად მცირდება. ამგვარი ურთიერთქმედების ფონზე, საქართველოს მთიან რეგიონებში ეკონომიკური ზრდა შეფერხებულია, რაც, ნაწილობრივ, ტურიზმთან დაკავშირებული დარგების მინიმალური თანაარსებობითაა გამოწვეული. შესაბამისად, ეს ფაქტი აღწერილი ფენომენის სიღრმისეული შესწავლის გარდაუვალ საჭიროებაზე მიუთითებს (Gugushvili et al., 2017).

კოვიდ-19-ის პანდემიამ მნიშვნელოვანი შეფერხებები გამოიწვია გლობალურ ეკონომიკაში, ხოლო განსაკუთრებით დამანგრეველი გავლენა მოახდინა ტურიზმის ინდუსტრიაზე (United Nations Conference on Trade and Development, 2020). მან რეკორდულად მცირე დროში შეაჩერა ყველა ტურისტული საქმიანობა და სხვა ქვეყნებთან ერთად, უპრეცედენტო ზიანი მიაყენა საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიასა და ეკონომიკას. გაეროს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციამ (2020), 2020 წელს პანდემიის გავრცელების შედეგად მიყენებული ზარალი შეაფასა, რის მიხედვითაც გამოვლინდა 1,1 მილიარდამდე საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობის შემცირება, ხოლო 1,1 ტრილიონ დოლარამდე საექსპორტო შემოსავლების დაკარგვა და 100-120 მილიონი სამუშაო ადგილის გაუქმება. აღნიშნული მონაცემები ეხება მხოლოდ პანდემიის საწყის ეტაპზე მიყენებულ ზიანს, რომელიც დღემდე გრძელდება. პანდემიის დამაზიანებელი გავლენა ადგილობრივ ეკონომიკასა და მოსახლეობაზე საქართველოში მკვეთრად გამოვლინდა. კოვიდ-19-მა საფუძველი ჩაუყარა ტურიზმის განვითარების გადახედვას და დაიწყო ახალი ეტაპის შესანარჩუნებლად პოსტ-პანდემიურ სამყაროში (Khokhobaia & Gugushvili, 2021). შესაბამისად, აქტიურად მიმდინარეობს ტურიზმის აღდგენის სტრატეგიის (2021-2030) განხორციელება, რომელიც ითვალისწინებს ტურიზმის არსებული მოდელის გადახედვას და კონკურენტუნარიანი, მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტების შექმნას მიკრო, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებისთვის. საქართველოში ტურიზმის განახლების სფეროებად შერჩეულია გასტრონომიული ტურიზმი, სამთო სათავგადასავლო ტურიზმი და კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმი (Khartishvili, 2021).

1.2. კვლევის სიახლე და სამომავლო კვლევითი რეკომენდაციები.

წარმოდგენილი სადოქტორო კვლევის განხორციელება უზრუნველყოფს ზემოთ მითითებული თემატური სიცარიელის შევსებას ინოვაციური მიდგომების გამოყენებით. კვლევის თეორიულ საფუძველს წარმოადგენს მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტის თეორია (Rusu, 2011), რომლის გამოყენებითაც შესაძლებელი გახდება, ერთი მხრივ, გამოიკვეთოს და შეფასდეს საკვლევ მაღალმთიან რეგიონებში დასახლებების დონეზე ადგილობრივი მოსახლეობის იმ ეკონომიკური საქმიანობების სახეობები, რომლებმაც შესაძლოა სწრაფადმზარდ ტურიზმთან ინტეგრირებით დამატებითი სარგებელი მოუტანოს მიმღებ მოსახლეობას (Stynes, 1997). აგრეთვე, კვლევა მხედველობაში იღებს, საერთაშორისო დონეზე მსგავსი საკითხის კვლევებში (Bélisle, 1985; R. M. Torres & Momsen, 2011) არსებულ შეზღუდვებს და გვთავაზობს მიდგომას, რომლის ფარგლებშიც ტურიზმის განვითარებაში მოსახლეობის ეკონომიკური აქტივობების შესწავლა არ არის ლიმიტირებული მხოლოდ სოფლის მეურნეობის დარგით. უფრო მეტიც, გაჟღერებულია ნაკლებად გამოკვლეული, ან უგულებელყოფილი ეკონომიკური დარგების (ვაჭრობა, სოფლის მეურნეობა, ხელნაკეთი ნივთებისა და სამომხმარებლო საქონლის წარმოება) ურთიერთკავშირი ტურიზმთან. ეს ყოველივე აღარ ტოვებს კადრს მიღმა ტურიზმთან ირიბად დაკავშირებული დარგების ინკლუზიურობას, რაც აქამდე ხელს უშლიდა მათი კავშირის კომპლექსური სურათის მიღებას. კვლევის სიახლეა ასევე ტურიზმის მიწოდების ქსელის გეოგრაფიულ ჭრილში შესწავლა, რაც ზემოთ განხილულ კვლევებში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს და მნიშვნელოვნად ზღუდავს ტურიზმის განვითარების სრული სივრცითი სურათის მიღებას. ამასთან, კვლევის სამეცნიერო სიახლეს წარმოადგენს მეინსტრიმული ხასიათის მიდგომების გადაწყვეტების სინთეზი ინფორმაციის შეგროვებისა და ანალიზის ტრადიციულ მეთოდებთან. სახელდობრ, საერთაშორისო სტანდარტების გათვალისწინებით შემუშავებული მეთოდოლოგიური ჩარჩოს ფარგლებში თვისებრივი და გეოგრაფიული მონაცემების მოპოვება მოხდა მობილური აპლიკაციის (OSMTracker) მეშვეობით, ხოლო მოპოვებული შერეული ინფორმაციის ანალიზი განხორციელდა ინოვაციური ფუნქციების მქონე კომპიუტერული პროგრამის (MAXQDA, QGIS) მეშვეობით.

ზემოთ მითითებული გამორჩეული სამეცნიერო და მეთოდოლოგიური მიდგომების სინთეზით შემუშავდა უნიკალური სქემები თითოეული საკვლევი არეალისათვის, სადაც ასახულია ტურიზმის განვითარებაში ადგილობრივი ეკონომიკის დარგების ინტეგრირების ძირითადი გამოწვევები მათი გეოგრაფიული და დარგობრივი კუთხით.

სადოქტორო კვლევაში განხორციელებული სივრცითი ანალიზის ტექნიკები და შემდგომ, მისი შედეგები დეტალურად არის წარმოდგენილი და ახსნილი. თვისებრივი მონაცემების შეგროვებით შესაძლებელი გახდა საკვლევი მთიანი დასახლებების შესახებ მიწოდების ჯაჭვის სივრცითი ასპექტების შესწავლა, ტენდენციების გამოკვეთა. აღნიშნულმა კვლევამ შექმნა მყარი საფუძველი იმისათვის, რომ შემდგომ ეტაპზე, რეპრეზენტატული ინფორმაციის მოპოვების მიზნით განხორციელდეს რაოდენობრივი კვლევა. ამ საკითხით დაინტერესებულ მკვლევრებს შესაძლებლობა ექნებათ, რომ წარმოდგენილი თვისებრივი კვლევის საშუალებით ჩამოაყალიბონ ჰიპოთეზები, ხოლო შემდგომ ეტაპზე, რაოდენობრივი კვლევის მეშვეობით მოახდინონ მათი შემოწმება.

**1.3. კვლევის მიზანი და ამოცანები.** სადოქტორო კვლევის მიზანია ხელი შეუწყოს საქართველოს მთიან რეგიონებში ეკონომიკის დარგებს შორის რელევანტური კომუნიკაციისა და სინქრონიზებული განვითარების ჩამოყალიბებას. ამის გათვალისწინებით, კვლევა მიზნად ისახავს საქართველოს მაღალმთიანი რეგიონების მაგალითზე განსაზღვროს ტურიზმის ადგილობრივი მიწოდების ჯაჭვში მთის მოსახლეობის ეკონომიკური აქტივობების ინტეგრაციის დარგობრივი და სივრცითი თავისებურებები.

ზემოთ აღნიშნული კვლევის მიზნის მისაღწევად, კვლევის ამოცანები განისაზღვრა შემდეგნაირად:

1. საკვლევ არეალებში მცხოვრები შინამეურნეობების ეკონომიკური საქმიანობების კომპოზიციის შესწავლა;
2. ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ძირითადი აქტორების იდენტიფიცირება;
3. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ტერიტორიული თავისებურებების გამოვლენა;

4. ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკური აქტივობების ხელშემწყობი და ხელისშემშლელი ფაქტორების გამოვლენა ტურიზმის მიწოდების ქსელში ინტეგრაციის პროცესში.

**1.4. კვლევის ობიექტი.** საერთაშორისო დონეზე ტურიზმი აქტიურად განიხილება, როგორც განვითარების ერთ-ერთი მთავარი კატალიზატორი, რომელსაც შეუძლია ადვოკატირება გაუწიოს რეგიონული ეკონომიკური საქმიანობების დივერსიფიკაციასა და გაფართოებას (Pattullo, 2005). მსგავსი ოპტიმისტური მოლოდინები მის მრავალფეროვან კავშირებს ეხება ეკონომიკური დარგების ფართო წრესთან, რაც მკვეთრად გამოარჩევს მის შესაძლებლობებს დანარჩენი სექტორებისაგან (Hajilo et al., 2017). გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) (2018) მიხედვით, მსოფლიოში 10-დან 1 სამუშაო პოზიცია ტურიზმის სფეროში პირდაპირ ან ირიბად დასაქმებულ ადამიანზე მოდის. ამის გათვალისწინებით, სექტორს მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს გლობალურ დონეზე, 2030 წლისათვის დასახული მდგრადი განვითარების ისეთი მიზნების მიღწევაში, როგორებიცაა დასაქმება, სიღარიბის აღმოფხვრა და ა.შ. მეტი სიზუსტისათვის, ტურიზმის ეფექტი არ შემოიფარგლება მხოლოდ პირდაპირი კავშირებით (განთავსების საშუალებები, ტრანსპორტი, კვების ობიექტები) და ამის მიღმა, ის არაპირდაპირი (ირიბი) კავშირებით ასევე ქმნის დამატებით შესაძლებლობებს მოსახლეობისათვის ისეთ ეკონომიკურ დარგებში, რომლებიც მას საქონლისა და სერვისების მიწოდებით უზრუნველყოფენ ადგილობრივი არა-ტურისტული ეკონომიკის სექტორებიდან (სოფლის მეურნეობის დარგები, წარმოების სხვადასხვა დარგები, ხელნაკეთი ნივთები/სუვენირები, სხვ.) (Lejarraja & Walkenhorst, 2007). მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მაღალმთიან დასახლებებში ტურიზმის განვითარება განსაკუთრებული ყურადღების ცენტრშია მოქცეული, რადგან ის თავისი „ქოლგის ქვეშ“ მრავალ ეკონომიკურ საქმიანობას აერთიანებს. კერძოდ, ადგილობრივ მოსახლეობას, რომელიც დასაქმების პერსპექტივების გათვალისწინებით მთაში განსაკუთრებულად შეზღუდულ გარემოში ცხოვრობს, აძლევს დამატებითი ეკონომიკური დოვლათის შექმნის შესაძლებლობებს (Casellas, 2002; ROSCIANO et al., 2013).



ტურიზმის პოტენციალის სრულად გამოვლენისა და ათვისებისათვის, მკვლევრები ახორციელებენ მისი მიწოდების ჯაჭვის ფუნქციონირების შესწავლას, რათა მოახდინონ მასში შემავალი ეკონომიკის დარგების იდენტიფიცირება. ტურიზმის ადგილობრივი მიწოდების ჯაჭვის კვლევა მსოფლიო მასშტაბით სხვადასხვა კონტინენტზე არის განხორციელებული, მათ შორის აფრიკაში (მაგ., ტანზანია, ბოტსვანა) (Anderson & Juma, 2011; Harrison & Maharaj, 2017; Mgonja, 2015), ევროპაში (მაგ., შვედეთი) (Leu, 2019), ოკეანეთსა (მაგ., ვანუატუს რესპუბლიკა) (Addinsall et al., 2017). და აზიაში (მაგ., ჩინეთი (M. M. Su et al., 2016; Ya-juan et al., 2016), ინდოეთი (Ghosh, 2012), ინდონეზია (Lasso & Dahles, 2018), მალაიზია (Azmi et al., 2017), ტაილანდი (Jermsittiparsert et al., 2019; Palang & Tippayawong, 2019) და ვიეტნამი (Hampton et al., 2018)).

მიუხედავად ამისა, საყურადღებოა, რომ ნაშრომის ავტორის ცოდნის ფარგლებში, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შესწავლა აქამდე არ მომხდარა მაღალმთიან საქართველოში, მათ შორის ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტებში. აღსანიშნავია, რომ არსებობს ძირითადად ბოლო წლებში განხორციელებული, გამონაკლისი კვლევები (Heiny et al., 2017; Hüller et al., 2017; Khartishvili et al., 2019), რომლებიც სწავლობდა ტურიზმთან დაკავშირებულ ეკონომიკურ სექტორებს, თუმცა მათ ცალ-ცალკე კავშირებს. ამასთან, აღნიშნულ კვლევებში ძირითადად სოფლის მეურნეობის დარგზე იყო ყურადღება გამახვილებული.

ზემოთ მითითებული გამონაკლისი შემთხვევების გარდა, საქართველოში ტურიზმის სფეროში განხორციელებული ემპირიული კვლევები ძირითადად ორიენტირებულია მისი პირდაპირი ეფექტის საზღვრებში შემავალი კომპონენტების შესწავლაზე. აღნიშნული ხელს უშლის ტურიზმის ეფექტური ფუნქციონირების ანალიზსა და პოტენციალის ჯანსაღად წარმოჩენას. კვლევების მსგავსი ფოკუსი უგულებელყოფს აღნიშნული ინდუსტრიის არაპირდაპირი ეფექტის გააზრებას. აღნიშნული საკითხების შესწავლის საჭიროებას იუწყება ბოლო წლებში განხორციელებული კვლევები (მაგ., Gugushvili, Salukvadze, & Salukvadze, 2017; Heiny, Mamniashvili, & Leonhaeuser, 2017; Hüller, Heiny, & Leonhäuser, 2017; Khartishvili, Muhar, Dax, & Khelashvili, 2019; Sharia, 2019), რომლის მიხედვითაც, საქართველოს მთიან რეგიონებში ტურიზმის მომიჯნავე ეკონომიკური საქმიანობები არათუ არ იზიარებენ იმ მზარდი

განვითარების ტენდენციებს, რასაც ამ ინდუსტრიის მდგრადი გაფართოება უნდა იწვევდეს, არამედ თანდათან სახეზეა მოსახლეობის ტრადიციული საქმიანობების საგრძნობი კლება და, ზოგ შემთხვევაში, გაქრობა (სოფლის მეურნეობის დარგები). შესაბამისად, გამოვლენილია ფრაგმენტული განვითარების ნიშნები, რაც ერთმანეთის მოკავშირე სექტორების მინიმალურ თანაარსებობაში, ან, ხშირ შემთხვევაში, სრულ გაუცხოებაში გამოიხატება. აღნიშნული საგრძნობლად აფერხებს ტურიზმის მდგრად განვითარებას, რაც მისი მიწოდების ქსელში სხვა ეკონომიკური დარგების ჩართულობას გულისხმობს (Eiligmann, 2010), შესაძლებელი დამატებითი ეკონომიკური დოვლათის გაჩენას ადგილობრივ მოსახლეობაში და დღითიდღე ამცირებს მათთვის მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური გარემოს შექმნის პერსპექტივებს. აღსანიშნავია, რომ ზემოთ მითითებული კვლევების ფარგლებში მოპოვებული მონაცემები მოკლებულია წამოჭრილი საკითხის ირგვლივ სივრცითი და ფართო დარგობრივი პერსპექტივების არსებობას, რისი ინფორმაციული სიცარიელის ამოვსებასაც გარდაუვალ საჭიროებად თვლიან ავტორები. ამავე საკითხების შესწავლის საჭიროებაზე მეტყველებს საქართველოს მთიან რეგიონებში განხორციელებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების (თაფლი, კალმახი) ღირებულებათა ჯაჭვის კვლევა, რომლის ფარგლებშიც საკითხი შესწავლილია ვიწრო დარგობრივ ჩრდილში (Javakhishvili I, 2016; Kochlamazashvili & Kakulia, 2016).

ამასთან, საყურადღებოა აღინიშნოს, რომ ჩატარებული გამონაკლისი კვლევების ფარგლებში ტურიზმის სხვა ეკონომიკურ დარგებთან კავშირების შესწავლის დროს ძირითადად წარმოჩენილია ფერმერების/მიმწოდებლების პოზიციები. არსებული სიცარიელის ამოსავსებად და სრული სურათის მისაღებად, წარმოდგენილ კვლევაში მოხდა როგორც მიმწოდებლების, ასევე ტურიზმის წარმომადგენლების პერსპექტივების ინტეგრირება. შესაბამისად, აღნიშნული კვლევის კონტრიბუცია არ არის მხოლოდ არსებული ურთიერთკავშირების შესახებ ინფორმაციის მოწოდება, არამედ ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში სხვადასხვა ეკონომიკური საქმიანობების ინტეგრაციის შემაფერხებელი ფაქტორების გამოვლენა. ამასთან, სხვა შემთხვევებში ნაკლებად იყო ყურადღება გამახვილებული კავშირების გეოგრაფიული თავისებურებების გამოვლენაზე, რის შესახებაც აღნიშნული კვლევა მასშტაბურ სივრცით ინფორმაციას გახდის ხელმისაწვდომს. ვინაიდან "ტურიზმის არსებობა

დესტინაცია, თავად არ უზრუნველყოფს მის მდგრად ურთიერთკავშირს სხვა ეკონომიკურ მიმართულებებთან (მაგ., სოფლის მეურნეობა), მნიშვნელოვანია მოხდეს ყურადღების მიქცევა ფერმერებისა და სხვა მიმწოდებლების ცნობიერების გაზრდაზე და მათი ინფორმირება ტურიზმის სექტორის მოთხოვნისა და ადგილობრივ ბაზარზე შემოთავაზებული საქონლისა და მომსახურების შესახებ“. წარმოდგენილი კვლევა ორივე მუნიციპალიტეტში გამოიწვევს არსებული მოთხოვნისა და ხელმისაწვდომი პროდუქტების/მომსახურებების იდენტიფიცირებას, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის დეტალური ანალიზის საფუძველზე. აღნიშნული ინფორმაციის ფლობა მნიშვნელოვანია იმისათვის, რომ ვიცოდეთ, თუ რა სახის ურთიერთკავშირია ტურიზმსა და სხვა ეკონომიკურ დარგებს შორის და აღნიშნულზე დაყრდნობით, განხორციელდეს პერსპექტიული კავშირების დადგენა და განვითარება.

ტაპერისა და ფონტის (2004, გვ.2) მიხედვით, „ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი აერთიანებს ყველა იმ საქონლისა და მომსახურების მიმწოდებელს, რომელიც ტურისტული პროდუქტის მიწოდებას უზრუნველყოფს მომხმარებლებისათვის“. წარმოდგენილი კვლევის ძირითადი მიმართულებაა პროდუქციის საბოლოო მომხმარებლებამდე მიწოდება, უშუალოდ მწარმოებლის მიერ ან ტურიზმის სექტორის მომსახურების მიმწოდებლების მეშვეობით, როგორცაა ადგილობრივი სასტუმროები, სასტუმრო სახლები და რესტორნები. ამ ფონზე, კვლევა ემყარება შემდეგ ძირითად საკვლევ კითხვას:

**1.** როგორია ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის გეოგრაფიული და დარგობრივი სქემა?

აღნიშნულ საკვლევ კითხვას თან ერთვის შემდეგი ორი ქვე-კითხვა:

**2.** რა არის ის დარგობრივი და სივრცითი დაბრკოლებები, რაც ხელს უშლის ადგილობრივი ეკონომიკური საქმიანობების ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციას?

**3.** რომლებია ახალი პოტენციური და მოთხოვნადი პროდუქტები, მომსახურება ტურიზმის მოკავშირე ეკონომიკურ დარგებში, რომელთა გაერთიანებაც შესაძლებელია მიწოდების ჯაჭვში?

## 1.5. კვლევის სამეცნიერო და პრაქტიკული მნიშვნელობა

### *პრაქტიკული ღირებულება:*

საქართველოს მთიანი რეგიონებისა და სოფლის განვითარებისაკენ მიმართულ პოლიტიკის უახლეს დოკუმენტებში, პრიორიტეტულ საკითხებად მოიაზრება, ერთი მხრივ, მდგრადი ტურიზმის განვითარება, ხოლო მეორე მხრივ, ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკის სექტორების დივერსიფიკაცია, მათ შორის არასასოფლო-სამეურნეო და არა-ტურისტული დარგების გაძლიერებით. ეროვნულ დონეზე ფორმულირებული ძირითადი პრიორიტეტების მიღწევის გზაზე, წარმოდგენილი კვლევის შედეგები მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს საკვლევ მუნიციპალიტეტებში, და არამხოლოდ, ტურიზმის მიწოდების ქსელში დარგობრივი და სივრცითი ინკლუზიურობის გაზრდაზე. გარდა იმისა, რომ აღნიშნული გახდება მნიშვნელოვანი ინფორმაციის წყარო, მისი პრაქტიკული გამოყენება უპირატესი იქნება მუნიციპალიტეტებისათვის სისტემური განვითარების სტრატეგიის დაგეგმვისა და შემუშავებისათვის. საბოლოოდ, კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, შესაძლებელია სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პარადიგმის შექმნა, რაც გადაწყვეტილების მიმღები აქტორებისათვის (სამთავრობო/არასამთავრობო უწყებები და ა.შ.) იქნება მყარი საფუძველი, რომ მაღალმთიანი მოსახლეობისათვის დამატებითი ეკონომიკური დოვლათის შექმნა მდგრადი განვითარებისაკენ მიმართული ქმედითი ინიციატივებით უზრუნველყონ.

### *სამეცნიერო ღირებულება:*

- სადოქტორო კვლევის ფარგლებში, ეკონომიკური საქმიანობების ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრირების დარგობრივი და სივრცითი ასპექტების გამოაშკარავება, საგრძნობლად შეუწყობს ხელს არსებული ინფორმაციული სიცარიელის ახალი ცოდნის შექმნით შევსებას როგორც ადგილობრივ, ასევე საერთაშორისო დონეზე;
- კვლევის შედეგად შემუშავებული ზოგადი დიზაინით და მეთოდოლოგიური მიდგომით ისარგებლებენ ანალოგიური ხასიათის კვლევებით დაინტერესებული მკვლევრები;

- კვლევის ძირითადი მიგნებები და ასევე, შემდგომი კვლევისათვის შემუშავებული რეკომენდაციები ხელს შეუწყობს სამომავლო სამეცნიერო-კვლევითი აქტივობების ინიცირებას;
- იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოს მთიან რეგიონში ეკონომიკური დარგებისა და ტურიზმის ურთიერთკავშირის სივრცითი ასპექტების კომპლექსური კვლევა პირველად განხორციელდა, კვლევის მიგნებები მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს სხვადასხვა დარგებში კვლევების განვითარების მიმართულებით (ტურიზმი, სოციოლოგია, საზოგადოებრივი გეოგრაფია).

1.6. პუბლიკაციები, სამეცნიერო აქტივობები და სხვა მიღწევები. სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში განხორციელებული კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, პირველი ავტორის რანგში, გამოქვეყნდა სამი სტატია ინდექსირებულ ჟურნალებში:

1. **Salukvadze, G.**, (2021). The Intersection of Georgian Tourism and Russian Politics. *Caucasus Analytical Digest (CAD)*. VOL 122, 9-14. Tourism in Georgia: From Past Lessons to Future Perspectives. DOI: 10.3929/ethz-b-000506344
2. **Salukvadze, G.**, Backhaus, N., (2020). Is Tourism the Beginning or the End? Livelihoods of Georgian Mountain People at Stake. *Mountain Research and Development (MRD)*. 40 (1), R28- R36. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-19-00078.1>
3. **Salukvadze, G.**, Gugushvili, T., Salukvadze, J. (2019). Spatial Peculiarities of Local Tourism Supply- Chains in High Mountainous Georgia: Challenges and Perspectives. *European Journal of Geography*. 10 (3), 173-188.

სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში განხორციელებული კვლევის მიგნებების ასახვა ასევე მოხდა თანაავტორის რანგში გამოქვეყნებულ სტატიაში:

4. Gugushvili, T., **Salukvadze, G.**, Leonhäuser I-U, Durglishvili, N., Pavliashvili, N., Khelashvili, J., Salukvadze, J., Khartishvili, L. (2020). Participatory Policy Review: “Supportive Tourism” Concept for Hand-in-hand Mountain Economic Development. *Annals of Agrarian Science*, 18 (3), 269-281.

მიწვეული რედაქტორის რანგში შედგა საერთაშორისო ჟურნალის „კავკასიის ანალიტიკური დაიჯესტის“ ნომრის გამოქვეყნება, რომელიც დისერტაციის თემატიკის გათვალისწინებით, მიემდგვნა საქართველოში ტურიზმის განვითარებას:

5. **Salukvadze, G.**, Khokhobaia, M., Gugushvili, T., Khartishvili L. (2021). Tourism in Georgia: From Past Lessons to Future Perspectives. *Caucasus Analytical Digest (CAD)*. VOL 122. <https://doi.org/10.3929/ethz-b-000506344>. Publisher: Center for Security Studies (CSS), ETH Zürich; Research Centre for East European Studies (FSO), University of Bremen; Institute for European, Russian and Eurasian Studies (IERES), George Washington University; Center for Eastern European Studies.

კვლევასთან დაკავშირებული მიდგომებისა და შედეგების პრეზენტაცია განხორციელდა 8 საერთაშორისო კონფერენციაზე, მათ შორის სლოვენიაში, ვიეტნამსა

და ბულგარეთში და 6 საერთაშორისო სამუშაო შეხვედრაზე, მათ შორის ლატვიაში, შვეიცარიაში და ბელგიაში.

კვლევის შედეგების აპრობაცია შედგა შემდეგ უნივერსიტეტებში:

- ციურიხის უნივერსიტეტი, გეოგრაფიის დეპარტამენტი, მიმართულება „სივრცე, გარემო, საზოგადოება“ (2020);
- ბუნებრივი რესურსებისა და სიცოცხლის მეცნიერებათა უნივერსიტეტი (BOKU), ვენა (2020).

კვლევის საერთაშორისო სტანდარტებით განხორციელებაში და ზოგადად, საქართველოს მთიან რეგიონებში სავსე სამუშაოების განხორციელებაში უდიდესი წვლილი შეიტანა არაერთმა ფინანსურმა ჯილდომ, მათ შორის აღსანიშნავია ციურიხის უნივერსიტეტისა და ფედერალური საგარეო საქმეთა დეპარტამენტის (FDFA) კვლევითი სტიპენდია (2020-2021), შოთა რუსთაველის საქართველოს ეროვნული სამეცნიერო ფონდის დოქტორანტურის გრანტი (2019-2021), ერასმუს პლიუს დაფინანსება ბუნებრივი რესურსებისა და სიცოცხლის მეცნიერებათა უნივერსიტეტში (02/-07/2020), ევროპის გეოგრაფთა ასოციაციის პრეზიდენტის სტიპენდია (2021) და არაერთი სამოგზაურო გრანტი, მათ შორის ინსბრუკის, გრენობლის-ალპების, ჰაზელტის, და სხვა უნივერსიტეტისაგან.

სხვა მიღწევები, რომლებიც სადისერტაციო ნაშრომზე ნაყოფიერი მუშაობიდან გამომდინარე მიენიჭა დოქტორანტს:

- აფილირებული მკვლევარი<sup>2</sup>, ციურიხის უნივერსიტეტი, გეოგრაფიის დეპარტამენტი, მიმართულება: სივრცე, გარემო და საზოგადოება (2021);
- ალუმნი<sup>3</sup>, ციურიხის უნივერსიტეტი, აღმოსავლეთ ევროპის შემსწავლელი ცენტრი (2020).

<sup>2</sup> მეტი ინფორმაციისათვის: <https://www.geo.uzh.ch/en/units/sns/Affiliated-researcher-and-former-staff/Gvantsa-Salukvadze.html>

<sup>3</sup> მეტი ინფორმაციისათვის: <https://www.cees.uzh.ch/de/Fellowship-Program/CEES-Fellows.html>

1.7. **ნაშრომის სტრუქტურა.** დისერტაციის **პირველი თავი** ეთმობა კვლევის ზოგადი კონტექსტის, საკითხის აქტუალობის, კვლევის სიახლისა და სამომავლო კვლევებისათვის რეკომენდაციების გაცნობას. საყურადღებოა, რომ აღნიშნულზე დაყრდნობით, გამოკვეთილია კვლევის ობიექტი და კითხვები, რომლებიც ლაიტმოტივად გასდევს ნაშრომს.

ნაშრომის **მეორე თავი** მოიცავს ინფორმაციას კვლევის კონცეპტუალური ჩარჩოს შესახებ, რომელიც ეყრდნობა ჯონ მეინარდ კეინზის მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტის თეორიას და აყალიბებს სადოქტორო კვლევის მთლიან თეორიულ ჩარჩოს. წარმოდგენილ თავში განხილულია მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორია ტურიზმის კონტექსტში და მისი გამოყენებით შესრულებული ემპირიული კვლევები. მეორე თავის დასასრულს, მკითხველისათვის სიღრმისეული ინფორმაციის მიწოდების მიზნით, ახსნილია, თუ როგორ განხორციელდა შერჩეული თეორიული საფუძვლის გამოყენება ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტების მაგალითებზე. ამავე თავის ნაწილი ეთმობა მთიან რეგიონებში ტურიზმის განვითარებისა და მისი მიწოდების ჯაჭვის ფუნქციონირების შესახებ არსებული ლიტერატურული წყაროების მიმოხილვას. აღნიშნულის ფარგლებში, განხილულია როგორც ეროვნულ, ასევე საერთაშორისო დონეზე შექმნილი ნაშრომები.

**მესამე თავი** შეიცავს კვლევის მეთოდოლოგიისა და დიზაინის აღწერას, აგრეთვე, მოიცავს სპეციფიკური მეთოდების და განხორციელებული ანალიზის მიდგომების შესახებ ინფორმაციას. აღნიშნულ თავში ასევე წარმოდგენილია ინფორმაცია ჩატარებული კვლევის სხვადასხვა ფაზების შესახებ, რომელთა ერთიანობამაც შესაძლებელი გახადა კვლევის მიზნის მიღწევა.

ნაშრომის **მეოთხე თავი** ორ ძირითად ქვე-თავად გვაცნობს კვლევის მიგნებებს. პირველი ქვე-თავი კონცენტრირებულია იმ შედეგების წარმოდგენაზე, რაც ეხება კვლევის ფარგლებში, გამოვლენილ ტრანსფორმაციებს მესტიისა და ყაზბეგის მუნიციპალიტეტების ეკონომიკურ სექტორებში. მეორე ქვე-თავი გვამძღვეს ინფორმაციას ორივე მუნიციპალიტეტის შინამეურნეობების მიერ მიმდინარე და განხორციელებული ეკონომიკური გარდაქმნების გეოგრაფიულ განაწილებასა და სივრცით თავისებურებებზე. ამავე თავში წარმოდგენილია დისკუსია, რომელიც



ეხმიანება კვლევის შედეგებს და ანალიზებს მას საერთაშორისო დონეზე განხორციელებული კვლევის შედეგების კონტექტში. შედეგად, გამოყოფს მსგავსება-განსხვავებებს, რაც მკითხველს აძლევს შესაძლებლობას, კვლევის მიგნებები დაინახოს ფართო კონტექსტში. ამასთან, მკაფიოდ არის აღწერილი წარმოდგენილი კვლევის უპირატესობები და ის სამეცნიერო სიცარიელები, რაც მისმა განხორციელებამ შეავსო. ნაშრომის ბოლო, მეხუთე თავი ეთმობა განხორციელებული კვლევის შედეგების შეჯამებას, ფორმულირებული დასკვნების სახით.

## თავი 2. კონცეპტუალური ჩარჩო და ლიტერატურის მიმოხილვა

### 2.1. მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტის თეორია და მისი ძირითადი მახასიათებლები

მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტის ცნებამ, რომელიც მე-19 საუკუნეში შექმნილ ეკონომიკურ თეორიას უკავშირდება, სამეცნიერო ლიტერატურაში განვითარება მე-20 საუკუნის ადრეული პერიოდიდან პოვა. სერგიუ რუსუს (2011) მიხედვით, მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორიამ მსოფლიო მასშტაბით დიდი ინტერესი გამოიწვია. ამ პერიოდის განმავლობაში, სამეცნიერო ლიტერატურაში დაგროვდა მულტიპლიკატორის თეორიის სხვადასხვა ტიპის დამოუკიდებელი ფორმულირებები მრავალი მიმართულებით.

მულტიპლიკატორის თეორიის გენეზისისადმი მიძღვნილი ნაშრომის (Wright, 1956) მიხედვით, „მულტიპლიკატორის“, როგორც ტერმინის გამოყენება თარიღდება 1880-იანი წლებით, როდესაც ბაგეჰოტმა აღნიშნული ტერმინი ეფექტური მოთხოვნის თეორიის განვითარებასთან მიმართებაში ახსენა. მისი განმარტების მიხედვით „სისტემაში, რომელშიც ყველა კომპონენტი ერთმანეთის შრომისუნარიანობაზეა დამოკიდებული, ერთი მათგანის დაკარგვა აისახება და მრავლდება ყველა სხვა დანარჩენში ... ნებისმიერ მსხვილ ბიზნესში დეპრესიის სრული ეფექტის აღმოსაფხვრელად საჭიროა მნიშვნელოვანი დრო, სანამ წარმოება აღდგება. ის უნდა გავრცელდეს და დაბრუნდეს სხვადასხვა ინდუსტრიის გავლით, სანამ დასრულდება მისი წარმოების ციკლი“ (Bagehot, 1873, გვ. 64).

მულტიპლიკატორის კონცეფციის, როგორც ახალი მიდგომის, შემუშავება და პოპულარიზება მოხდა პროფესორ რიჩარდ ფერდინანდ კანის მიერ 1930-იანი წლების დასაწყისში (Wright, 1956), თუმცა, შემდგომ წლებში აღნიშნული კონცეფციის დახვეწა და ეკონომიკის თეორიად ფორმალიზება ცნობილი ამერიკელი ეკონომისტის, ჯონ მეინარდ კეინზის სახელს უკავშირდება (Rusu, 2011). კანის მულტიპლიკატორი ცნობილია, როგორც „დასაქმების მულტიპლიკატორი“, რადგან მისი კონცეფცია ძირითადად უკავშირდება დასაქმებისა და ინვესტიციების საწყისი ზრდის შედეგად გამოწვეულ დასაქმების ზრდას, როგორც პირდაპირი, ასევე არაპირდაპირი გზით. კეინზის თეორია კი ცნობილია, როგორც ინვესტიციის ან შემოსავლის მულტიპლიკატორი, რადგან, ავტორის მიხედვით, ინვესტიციისა და შემოსავლის

თავდაპირველი ზრდის შედეგად ხდება მთლიანი შემოსავლის გაზრდა, როგორც პირდაპირი, ასევე არაპირდაპირი გზით (Mukherjee, 2018). კეინზის წიგნის „დასაქმების, პროცენტისა და ფულის ზოგადი თეორიის“ (1936) თანახმად, თუ ინდუსტრიაში ხდება ინვესტიციების ზრდა, ეს ინდუსტრია გაზრდის პროდუქციისა და საარსებო საშუალებების შეძენის ხარჯებს სხვა ინდუსტრებიდან. ეს ფაქტი, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს სხვა ინდუსტრიების შემოსავლების ზრდას, რაც კიდევ უფრო გააფართოებს მოხმარებას და ხელს შეუწყობს სამომხმარებლო საქონლის ზრდა-განვითარებას. „მულტიპლიკატორის ეფექტის“ თეორიად აღიარებაში დიდი წვლილი მიუძღვის ასევე პოლ ანტონი სამუელსონს (1939), მასაჩუსეტსის ტექნოლოგიური ინსტიტუტის ეკონომიკის დეპარტამენტის ხელმძღვანელს. მის მიხედვით, მულტიპლიკატორის ეფექტი ვრცელდება კონკრეტული ინდუსტრიის მიღმა არსებულ სხვა დარგებზეც და მოთხოვნაში მიმდინარე ცვლილებებზე და ქმნის ეკონომიკურ სარგებელს ფულის თითოეულ დახარჯულ ერთეულზე. მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორიის გარშემო მიმოხილული ნაშრომების მიხედვით, აღნიშნული კონცეფციის ძირითადი არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ნებისმიერ საქონელზე მოთხოვნის ზრდა, როდესაც ის არ ამცირებს მოთხოვნას სხვა საქონელზე, ხელს უწყობს წარმოების გაფართოების პროცესს, რომელიც საბოლოოდ მთელ ეკონომიკურ სისტემას გადაეცემა (Wright, 1956, გვ. 182).

საყურადღებოა, რომ აღნიშნული თეორიის გამოყენება სახასიათოა სხვადასხვა დისციპლინისათვის. ბოლესლავ დომანსკი და კრზისტოფ გვოსძი (2010) განიხილავენ მულტიპლიკატორის ეფექტს რეგიონული და ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებაში და აღნიშნავენ, რომ ერთი ან რამდენიმე დაწესებულების ზრდა ამრავლებს მოცემულ მხარეში ეკონომიკურ სარგებელს სხვა ბიზნესების მხარდაჭერით. ჩართული ბიზნესები, თავის მხრივ, ზრდიან მოთხოვნას საქონელსა და მომსახურებაზე, რაც მულტიპლიკატორის ეფექტის შემდგომი ციკლის ინიცირებას ახდენს. მსგავსი „მეორე ეტაპის“ ეფექტები იწვევს მესამე, მეოთხე, მეხუთე და ა.შ. ეტაპების მულტიპლიკატორის ეფექტებს.

## კეინზიანური მულტიპლიკატორის ეფექტი ტურიზმში

1960-იან წლებში მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორიის გამოყენება აქტიურად დაიწყო ტურიზმის კვლევებში (Raina & Agarwal, 2004). ჯონ ფლექტჩერი და ბრაიან არჩერა (1991 ციტირებული Wall & Mathieson, 2006, გვ. 110) პიონერები არიან მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორიის ტურიზმის კონტექსტში განხილვაში. მათი ნაშრომის მიხედვით, ტურისტების მიერ დახარჯული თანხა არა მხოლოდ ხელს უწყობს ტურიზმის ინდუსტრიის აყვავებას (მაგ., განთავსების საშუალებებში დასაქმების ზრდა), არამედ არაპირდაპირი გზით აძლიერებს მის მოკავშირე ინდუსტრიებს, რომლებიც მას საქონლითა და მომსახურებით უზრუნველყოფენ. მაკმუდ ხანი (1993), რომელიც ასევე 1990-იან წლებში მოღვაწეობდა, აღნიშნავდა, რომ ტურიზმის ერთ-ერთ მამოძრავებელ ძალას სწორედ ტურისტების მიერ გაწეული ხარჯები წარმოადგენს. მას შემდეგ, რაც ტურისტი თანხას დახარჯავს ტურისტული პროდუქტის შეძენაზე, ფული შედის ცირკულაციაში, რაც უმეტესად არაპირდაპირი შემოსავლების სტიმულირებას ახდენს ეკონომიკაში. სწორედ დესტინაციის ფარგლებში მიმდინარე ხარჯების ცირკულაციას მოიხსენიებენ, როგორც ტურიზმის მულტიპლიკატორულ ეფექტს (Weaver & Lawton, 2002).

ფლექტჩერმა (1989) თავის ერთ-ერთ ცნობილ ნაშრომში „შენატანი-გამოშვების ანალიზი და ტურიზმის ზეგავლენის კვლევა“ განავრცო და გამოყო ტურიზმის ეფექტის სამი ძირითადი ტიპი: პირდაპირი (პირველადი) ეფექტი, არაპირდაპირი და ინდუცირებული (მეორადი) ეფექტები. პიონერი ავტორების მსგავსად, ბევრი სხვადასხვა მკვლევარი (Lejarraja & Walkenhorst, 2007; Wall & Mathieson, 2006) განიხილავს ტურიზმის განვითარების გავლენას მიმღები ქვეყნის ეკონომიკაზე შემოსავლის მულტიპლიკატორების პოზიციიდან.

*„სასტუმროების, რესტორნებისა და სამორინეების მიღმა არსებობს ტურიზმის ინდუსტრიის არაპირდაპირი კავშირებით დასაქმებულთა დიდი რაოდენობა, განსაკუთრებით სოფლის მეურნეობაში, ხელნაკეთი ნივთების წარმოებაში, სატრანსპორტო, სამშენებლო სფეროებსა და წარმოების სხვა დარგებში“ (Pattullo, 2005, გვ. 52).*

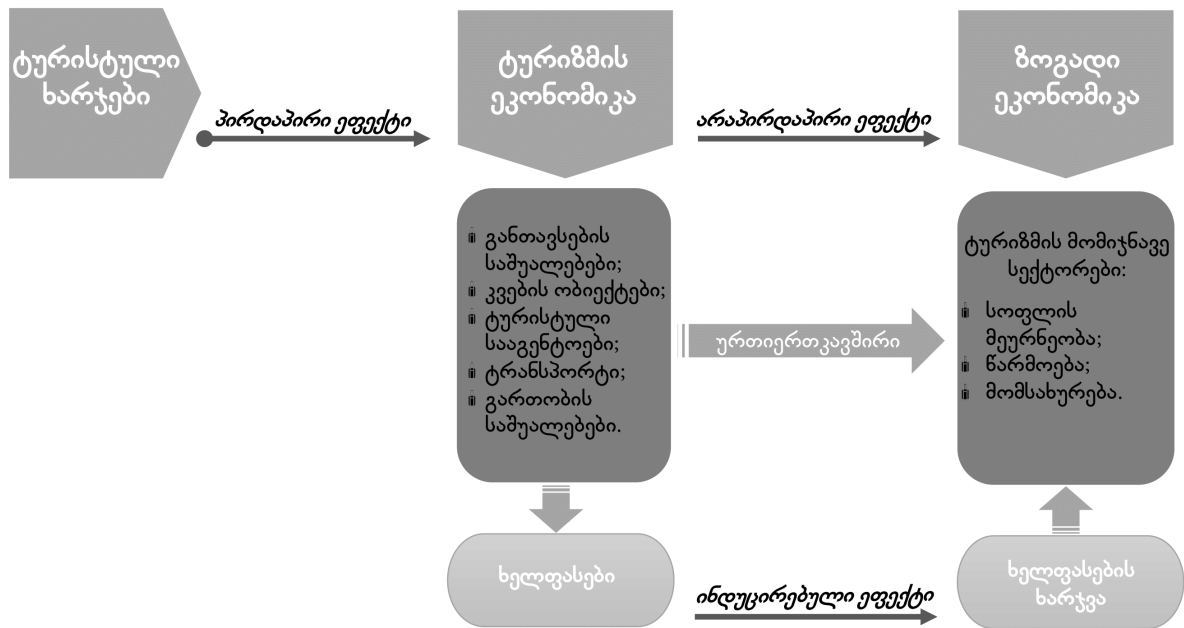
მათი ნაშრომების მიხედვით, განმარტებულია ზემოთ აღნიშნული სამი ძირითადი ტიპის ეფექტი, რომელთა გზითაც მიიღწევა ტურისტების დანახარჯების თანმიმდევრული და მასშტაბური გავლენა მიმღები ქვეყნის ეკონომიკაზე (იხ. ნახაზი 2):

**(1)** პირველი ტიპის (*პირდაპირი ეფექტი*) მიხედვით, ტურისტული ხარჯები ქმნის პირდაპირ შემოსავალს, რომელსაც ეწოდება პირდაპირი მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტი. ტურიზმის პირდაპირი ეფექტი ეკონომიკაში ეხება ტურისტების მიერ თანხების პირდაპირ დახარჯვას ტურიზმთან დაკავშირებულ საქონელზე ან მომსახურებაზე (მაგ., განთავსების საშუალება);

**(2)** მეორე ტიპის (*არაპირდაპირი ეფექტი*) მიხედვით, პირდაპირი ხარჯების მიმღები პირები (ობიექტები) ხარჯავენ ამ ფულს საჭირო საქონლის, პროდუქტების შესაძენად, რაც, თავის მხრივ, ქმნის არაპირდაპირი (ირიბი) მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტს. არაპირდაპირ ეფექტში ერთიანდება ტურისტული დაწესებულების (მაგ., სასტუმრო) მიერ სახსრების ხარჯვა არატურისტულ სექტორებში, როგორებიცაა საკვები და სასმელი, ტექნიკა, ავეჯი, საქონელი, მომსახურება და ხელფასები;

**(3)** მესამე ტიპის (*ინდუცირებული ეფექტი*) მიხედვით, პირდაპირი და არაპირდაპირი ხარჯვის ბენეფიციარები, თავის მხრივ, ხარჯავენ ამ შემოსავალს ტურიზმთან შეუსაბამო საქონელსა და მომსახურებაზე, რაც, თავის მხრივ, ქმნის ინდუცირებული მულტიპლიკატორის (ნამატის) ეფექტს. ინდუცირებული ეფექტი წარმოიქმნება ტურიზმის ინდუსტრიაში ხელფასის მიმღებთა მიერ (მაგ., მიმტანები, ტურ-ოპერატორები), რომლებიც თავიანთ შემოსავლებს, თავის მხრივ, ხარჯავენ ზოგადი ეკონომიკის საქონელსა და მომსახურებაზე (მაგ., კერძო ავტომობილის ყიდვა, ბავშვის განათლება, ჯანდაცვა და ა.შ.).

ნახაზი 2. ტურიზმის ეფექტები: პირდაპირი, არაპირდაპირი და ინდუცირებული



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, შემდეგი წყაროს საფუძველზე: Lejarraja & Walkenhorst, 2007.

მულტიპლიკატორის ეფექტის როლის განხილვა ხშირად ხდება ტურიზმის მიერ მოსახლეობის სიღარიბის დაძლევის მიმართულებით. ჯონათან მიტჩელი და კაროლინ ემლი (2010, გვ. 72) აღნიშნავენ, რომ მულტიპლიკატორულ ეფექტს აქვს აშკარა განაწილების ხასიათი. ტურიზმის პირდაპირი ეფექტის ძირითადი მიმღებები არიან სასტუმროების ან რესტორნების მეპატრონეები, რომლებიც ეკონომიკურად უფრო ძლიერ ადგილობრივ ან საერთაშორისო პირებს (სუბიექტებს) წარმოადგენენ. ამის საპირისპიროდ, არაპირდაპირი ეფექტების შედეგად წარმოქმნილი შემოსავლის დიდი ნაწილი ეკონომიკის ქვედა რგოლების (სუბიექტების) შემოსავლების ფენებში იჭრება.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ტურისტული დანახარჯების სრული შენარჩუნება ვერ მოხდება მასპინძელი ქვეყნის ეკონომიკაში, მიუხედავად იმისა, რომ თეორიულად, ტურიზმის საწყისი ინვესტიცია შესაძლოა მიმოქცევაში იყოს განუსაზღვრელი ვადით. აღნიშნული თანხის ნაწილის გადინება ხდება დანახარჯების თითოეულ ეტაპზე, რაც თანხას იღებს მიმოქცევიდან. ამ ყოველივეს შეიძლება მრავალი სხვადასხვა მიზეზი

ჰქონდეს, მათ შორის ტურიზმის განვითარებისათვის უცხოური სესხების პროცენტის დაფარვისთვის, იმპორტირებული საქონლის წარმოების ხარჯების ასანაზღაურებლად (მაგალითად, სამზარეულოს ტექნიკა სასტუმროებისათვის) და ა.შ. (Holden, 2013, გვ. 137). ტურიზმის დანახარჯების ის ნაწილი, რომელიც ხელს არ უწყობს ტურიზმის განვითარებას ან, ზოგადად, მასპინძელი ქვეყნის ეკონომიკას, „გაჟონვად“ მოიხსენიება. შესაბამისად, რაც უფრო მაღალია გაჟონვის მაჩვენებელი, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მით უფრო მეტად არის ტურიზმი დამოკიდებული იმპორტზე. ამ კონტექსტში, ტურიზმის გაფართოება არ გამოიწვევს გაზრდილი მოთხოვნის დაკმაყოფილებას ადგილობრივი ბაზრიდან. შედეგად, ტურიზმის სექტორში მაღალი დონის გაჟონვის პირობებში, გაცილებით უფრო რთული იქნება ეკონომიკის დივერსიფიკაცია (Lejarraja & Walkenhorst, 2007, გვ. 29).

## 2.2. ტურიზმის მულტიპლიკატორის ეფექტი და ემპირიული კვლევები

ტურიზმის მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორიამ თავისი განვითარების საწყისი ეტაპებიდან პოვა ასახვა ემპირიულ კვლევებში. აღსანიშნავია, რომ მისი გამოყენების ტენდენცია უფრო და უფრო იზრდება და აღსანიშნავია, რომ ძირითადად მასზე დაყრდნობით ხდება რაოდენობრივი კვლევების განხორციელება. მსგავსი კვლევები ტურიზმის ეკონომიკური გავლენის გასაზომად უმეტესად კეინზიანური მულტიპლიკატორის ეფექტს იყენებენ. მისი გამოყენების ძირითად მიზანს წარმოადგენს დაადგინოს, რამდენად ძლიერდება ეკონომიკურად მასპინძელი ქვეყანა ტურიზმის გაფართოების შედეგად, რასაც ტურისტული დანახარჯების შედეგად გენერირებული შემოსავლების ოდენობით საზღვრავენ.

კეინზიანური მულტიპლიკატორი შეიძლება დაიყოს ორ ძირითად პირდაპირ და ირიბ ქვე-კომპონენტებად (Lejarraja & Walkenhorst, 2007, გვ. 31):

- პირდაპირი მულტიპლიკატორი ზომავს ტურიზმის ეკონომიკაში პირველადი შემოსავლის ეფექტებს ტურისტული ხარჯვის თითოეულ ერთეულზე;

$$\text{კეინზიანური პირდაპირი მულტიპლიკატორი} = \frac{\text{ტურიზმის ეკონომიკის კონტრიბუცია}}{\text{ტურისტული დანახარჯი}}$$

- არაპირდაპირი გაზომვის დროს განისაზღვრება, თუ რა ოდენობის სარგებელს მიიღებენ დანარჩენი ეკონომიკური სექტორები ტურისტული ხარჯვის თითოეულ ერთეულზე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტურიზმის განვითარების შედეგად რამდენად მოხდება ეკონომიკის სხვა, მასთან არაპირდაპირ დაკავშირებული დარგების გაფართოება.

$$\text{კეინზიანური არაპირდაპირი მულტიპლიკატორი} = \frac{\text{ტურიზმის კონტრიბუცია მთლიან ეკონომიკაში}}{\text{ტურისტული დანახარჯი}}$$

პირდაპირი და არაპირდაპირი კომპონენტების ჯამი არის მთლიანი კეინზიანური მულტიპლიკატორი, რომელიც მასპინძელი ქვეყნის მთლიან ეკონომიკაში ტურიზმის ხარჯების წვლილს ასახავს. აღნიშნულზე დაყრდნობით, შესაძლებელია დადგინდეს, თუ რა შემოსავალს ქმნის ტურიზმის ეკონომიკის თითოეულ ერთეულზე გენერირებული შემოსავალი მთლიან ეკონომიკაში. სწორედ ასე შეიძლება მოხდეს ეკონომიკური შიდა კავშირების დადგენა. აღნიშნულის რაოდენობრივად გაზომვა შესაძლებელია მულტიპლიკატორის თანაფარდობის გაანგარიშებით, რომელიც კავშირების გასაზომად შემდეგნაირია (Lejarraja & Walkenhorst, 2007, გვ. 32):

$$\text{თანაფარდობის მულტიპლიკატორი} = \frac{\text{კეინზიანური პირდაპირი მულტიპლიკატორი}}{\text{კეინზიანური არაპირდაპირი მულტიპლიკატორი}}$$

შემოსავლის შეფარდებითი მულტიპლიკატორი არის პირდაპირი და არაპირდაპირი კეინზიანური მულტიპლიკატორების თანაფარდობა. აღნიშნული შემდეგ კითხვებს გასცემს პასუხს: ა) რა ოდენობის შემოსავალს ქმნის მთლიან ეკონომიკაში ტურიზმის ეკონომიკის თითოეულ ერთეულზე წარმოქმნილი შემოსავალი? ბ) როგორ არის ტურიზმის მთლიანი წილი გადანაწილებული არა-ტურისტულ ეკონომიკაში? ამრიგად, ეს თანაფარდობა ზომავს ტურიზმის ინდუსტრიისა და ეკონომიკის სხვა სექტორებს შორის შიდა კავშირებს. რაც უფრო მაღალია თანაფარდობის მულტიპლიკატორი, მით უფრო დიდია ტურისტების ხარჯების განაწილება მიმღები ეკონომიკის სხვა სექტორებში (Lejarraja & Walkenhorst, 2007). ბოლო წლების განმავლობაში, ქართულ რეალობაშიც გამოიკვეთა მულტიპლიკატორის თეორიის გამოყენებით ტურიზმის ეკონომიკური განვითარების გავლენის შესწავლის



შემთხვევები. მათ შორის აღსანიშნავია საქართველოში კოვიდ-19-ით გამოწვეული ტურისტული ნაკადების შემცირების მეორეული ეკონომიკური ეფექტების გამოვლენა (Bregadze, 2021).

მულტიპლიკატორის ეფექტის რაოდენობრივი შემთხვევების გარდა, რაც, ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე, უმეტესად მიმართულია ტურიზმის განვითარებიდან მიღებული სარგებლის გასაზომად, თეორიის ძირითადი პრინციპების გამოყენება აქტიურად ხდება შერეული ან თვისებრივი კვლევების შემთხვევებში. აღნიშნული მიმართულების კვლევები ძირითადად ორიენტირებულია ტურიზმის არაპირდაპირი ეფექტის შესწავლაზე (Rusu, 2011), რაც მკვლევრებს საშუალებას აძლევს ფოკუსირება მოახდინონ ტურიზმში პირდაპირი ჩართულობის მიღმა წარმოქმნილ დამატებით შესაძლებლობებზე, ისეთ ეკონომიკურ დარგებში, „რომლებიც ტურიზმს საქონლისა და სერვისების მიწოდებით უზრუნველყოფენ ადგილობრივი ეკონომიკის სხვა, არატურისტული სექტორებიდან“ (Lejarraja & Walkenhorst, 2007). მსგავს კვლევებში წარმოდგენილია არა მხოლოდ ტურიზმის განვითარების გავლენა ეკონომიკაზე მიმღები რეგიონისა თუ ქვეყნის მაგალითზე, არამედ დარგები, რომლებიც მჭიდროდ ან სუსტად თანამშრომლობენ ტურიზმთან, გამოვლენილია მიზეზები, რის გამოც სხვა ეკონომიკური აქტივობების განმახორციელებელი აქტორები ვერ ახდენენ ინტეგრაციას ტურიზმის საქმიანობაში და ა.შ. მსგავსი კვლევების ამოსავალი სწორედ ტურიზმის კავშირების ასახვაა სხვა ეკონომიკურ საქმიანობებთან, რაც ფართო სურათს გვაჩვენებს მისი განვითარების მდგრადობის გრძელვადიან პერსპექტივაში.

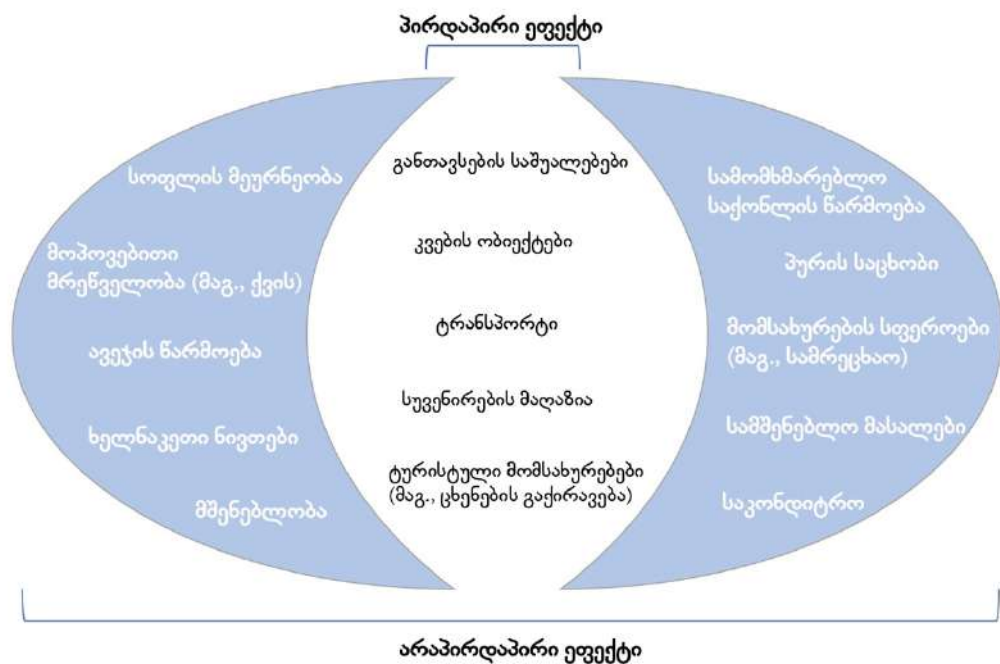
### **მულტიპლიკატორის ეფექტის თეორიის ტურიზმში გამოყენება ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტების მაგალითზე**

დისერტაციის კვლევითი კომპონენტის თეორიული ჩარჩო ეყრდნობა კეინზის მულტიპლიკატორის თეორიას, კერძოდ, არაპირდაპირი მულტიპლიკატორის ეფექტის პრინციპს. აღნიშნულის გათვალისწინებით, ნაშრომში ტურიზმი წარმოდგენილი, გაგებული და გამოყენებულია როგორც სისტემა, რომელიც შედგება როგორც პირდაპირი, ასევე მრავალი შიდა კავშირით სხვა ეკონომიკურ სექტორებთან. სწორედ ტურიზმის სხვა საქმიანობებთან ერთობლიობაში შესწავლა გვაძლევს მისი განვითარების გავლენის სწორად შეფასების შესაძლებლობას. ასეთი მიდგომა უფრო

კომპლექსური, ზუსტი და სანდოა, ვიდრე ვიწრო ჭრილში მხოლოდ განთავსებისა და კვების ობიექტების რაოდენობის დინამიკის შესწავლა და ანალიზი.

ტურიზმის, როგორც პირდაპირი და ირიბი კავშირების მქონე ქსელის გააზრების საფუძველზე მოხდა კვლევის მიზნის ჩამოყალიბება. უფრო კონკრეტულად, ტურიზმის არაპირდაპირი მულტიპლიკატორის ეფექტის გააზრების საფუძველზე მოხდა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ირიბად ჩართული აქტორების ეკონომიკური საქმიანობების ფართო სპექტრის შესწავლა. კონცეპტუალურ ჩარჩოზე დაყრდნობით, შესწავლის საგანმა მოიცვა თითოეული ის აქტორი, რომელიც თავისი საქმიანობის ფარგლებში ირიბად ინტეგრირდება ტურიზმში, და, შესაბამისად, ჩართულია ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში.

**ნახაზი 3. კვლევის სამიზნე ჯგუფები, მათი ტურისტული და ტურიზმთან დაკავშირებული ეკონომიკური საქმიანობები**



**შენიშვნა:** შესრულებულია ავტორის მიერ.

საყურადღებოა, რომ შერჩეულ თეორიულ მიდგომაზე დაყრდნობით შესაძლებელი გახდა კვლევის სამიზნე ჯგუფების განსაზღვრა. აღნიშნულ ჯგუფებში, კვლევის ინტერესებიდან გამომდინარე, გაერთიანდნენ, ერთი მხრივ, ტურიზმის სექტორთან პირდაპირ დაკავშირებული ეკონომიკური საქმიანობების წარმომადგენლები, როგორებიცაა განთავსების საშუალებები, კვების ობიექტები, ტურისტული

მომსახურებები (მაგ., ცხენების გაქირავება, აღჭურვილობის გაქირავება) და სხვ. მეორე მხრივ, თეორიული მიდგომის გათვალისწინებით, მოხდა ტურიზმთან არაპირდაპირ (ირიბად) დაკავშირებული ეკონომიკური საქმიანობების შესწავლა, მათ შორის კვლევამ მოიცვა სოფლის მეურნეობა, მოპოვებითი მრეწველობა, სამომხმარებლო საქონლის წარმოება, მშენებლობა, მომსახურების სფეროები და სხვ.

### 2.3. მთის ეკონომიკა: განვითარების გამოწვევები და საარსებო წყაროები

მთიან არეალებსა და დასახლებებს უნივერსალური მნიშვნელობა აქვთ, რადგან ისინი უზრუნველყოფენ კაცობრიობას წყლით, სხვა გლობალურად მნიშვნელოვანი პროდუქტითა და მომსახურებით. მთიანი რეგიონების ეკოსისტემა უაღრესად მყიფეა კლიმატის ცვლილების, არამდგრადი ამინდისა და მიწის დეგრადაციის პირობებში (UN. Secretary-General et al., 2016). არანაკლებ მნიშვნელოვანია აღნიშნოს, მთის ხალხის მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა და ის გარემო, რომელიც ერთ სივრცეში ხელმისაწვდომს ხდის დასვენების, თავგადასავლებისა და განმარტების შესაძლებლობას.

მთიანი რეგიონების განვითარებისა და სხვადასხვა ინიციატივებში მათი ინტეგრირების მიმართ ინტერესის განსაკუთრებული ზრდა 1990-იანი წლებიდან იწყება, როდესაც 1992 წელს რიო დე ჟანეიროში ჩატარდა გაეროს გარემოსა და განვითარების კონფერენცია (UNCED). აღნიშნული კონფერენცია იყო უნიკალური შესაძლებლობა მთიანი დასახლებების დღის წესრიგში დაწინაურებისათვის და გლობალურ არენაზე მისი მნიშვნელობის როლის გამოკვეთისათვის. სწორედ აღნიშნულ მიზანს მოიცავდა 21-ე საუკუნის დღის წესრიგში მთიანი რეგიონების მდგრადი განვითარებისათვის მიძღვნილი მე-13 თავი „მყიფე ეკოსისტემების მართვა: მთის მდგრადი განვითარება“, რომელშიც წარმოდგენილი იყო UNCED-ზე მსოფლიოს უმეტეს ქვეყნების სახელმწიფოთა ან მთავრობების მეთაურების მიერ დამტკიცებული მთიანი რეგიონების სამომავლო განვითარების სამოქმედო გეგმა (Stone, 2002). აღნიშნული სამოქმედო გეგმა კონცენტრირებული იყო ძირითადად ორ „პროგრამულ სფეროზე“: ეკოლოგიისა და მთის ეკოსისტემების მდგრადი განვითარების შესახებ ცოდნის წარმოება; წყალგამყოფის ინტეგრირებული განვითარების და ალტერნატიული საარსებო წყაროების პრაქტიკების განვითარების ხელშეწყობა. აღნიშნული პრეცედენტი პირველი იყო, როდესაც მთიან რეგიონებს მიენიჭათ მსგავსი პრიორიტეტი გლობალური დებატების დროს გარემოს დაცვისა და მდგრადი განვითარების საკითხებთან დაკავშირებით და აგრეთვე, სწორედ ამ ღონისძიებაზე გაიჟღერა პირველად "მთიანი რეგიონების მდგრადი განვითარების" ინიციატივამ (Price, 2004). შემდგომ წლებში აქტიურად დაიწყო მსოფლიო ასპარეზზე მთიანი რეგიონების განვითარების საკითხის ხაზგასმა, რასაც კიდევ ერთხელ 1998 წელს

ჩატარებულმა გაეროს გენერალურმა ასამბლეამ გაუსვა ხაზი. მთების მნიშვნელობასთან დაკავშირებით წინგადადგმული ნაბიჯები დაგვირგვინდა, როდესაც 2002 წელი მთების საერთაშორისო წლად გამოცხადდა (International Year of Mountains (IYM), რათა „ხელი შეუწყონ მთის რეგიონების კონსერვაციასა და მდგრად განვითარებას, რაც უზრუნველყოფს მთასა და დაბლობზე დასახლებული თემების კეთილდღეობას“. აღნიშნული ღონისძიების ერთ-ერთი მთავარი შედეგი იყო მთიანი რეგიონების მდგრადი განვითარებისათვის საერთაშორისო პარტნიორობის – „მთის პარტნიორობა“ (Mountain Partnership) ჩამოყალიბება. მისი დებულებები შემუშავდა შვეიცარიის მთავრობის, გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაცია (FAO), და გაეროს გარემოსდაცვითი პროგრამების ფარგლებში, ბალიზე (ინდონეზია) მდგრადი განვითარების მსოფლიო სამიტის (WSSD) დროს. ჩამოყალიბებული თანამშრომლობის მთავარი მიზანია 21-ე საუკუნის დღის წესრიგის მე-13 თავის შემდეგი მიზნის განხორციელებაში კონტრიბუცია: მსოფლიოს მთიან რეგიონებში საარსებო წყაროების, კონსერვაციისა და მმართველობის გაუმჯობესება. მთების მდგრადი განვითარებისაკენ მიმართული გლობალური ნაბიჯების პროცესში ასევე აღსანიშნავია რიო +20 სამიტის მიერ მთიანი რეგიონებიდან მიღებული სარგებლის, როგორც მდგრადი განვითარებისათვის აუცილებელი საჭიროების, აღიარება. ქვეყნები, რომლებიც სამიტში იღებდნენ მონაწილეობას, წახალისებულნი იყვნენ „თანამშრომლობის განმტკიცებისათვის“, რათა დაესახათ მთიანი რეგიონების განვითარების ხანგრძლივ ვადიანი სამოქმედო გეგმა და ჰოლისტიური მიდგომები (United Nations, 2012). წარმოდგენილი პრეცედენტები მთების მდგრადი განვითარების პროცესში გამორჩეულად დიდი მნიშვნელობის ღონისძიებებად მიიჩნევა, რამაც ამ პერიოდის განმავლობაში მთიან რეგიონებში ცხოვრების დონის გაუმჯობესებაში დიდი წვლილი შეიტანა.

ტრადიციულად, სოფლის მეურნეობა, პასტორალიზმი, სატყეო მეურნეობა და მეცხოველეობა ძირითად მამოძრავებელ ძალას წარმოადგენს მთიან რეგიონებში მოსახლეობის დასახლებისათვის (Perlik, 2019) და, მთლიანობაში, ადგილობრივი თემების მთის ეკონომიკის ძირითად ხერხემალს ქმნის (Godde et al. 2000). თუმცა, წინათ, სოფლის მეურნეობის დომინირების ერაში, ნიადაგის ნაყოფიერების პრობლემა, მკაცრი კლიმატი და ბაზარზე დაბალი კონკურენტუნარიანობა

მნიშვნელოვნად ართულებდა ამ დარგის, განსაკუთრებით მიწათმოქმედების, მომგებიან საქმიანობად გადაქცევას (Debarbieux B et al., 2014). აღნიშნული ფაქტორების ერთობლიობა ქმნიდა რეგიონულ უთანასწორობას სოფლის მეურნეობის პროდუქტებზე დამოკიდებულების კუთხით (Perlik, 2019).

მეოცე საუკუნის მეორე ნახევრიდან ტექნოლოგიურმა მიღწევებმა მკვეთრად შეამცირა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წარმოებისათვის მუშახელის საჭიროება. აღნიშნულ ცვლილებებს მოჰყვა მიწების მიტოვება, გარე მიგრაცია შემცირებული ეკონომიკური შესაძლებლობების გამო, შობადობის მკვეთრი შემცირება და მთის მოსახლეობის დაბერება (Drexler, C., V. Braun, D. Christie, B. Claramunt, T. Dax, I. Jelen, R. Kanka, N. Katsoulakos, G. Le Roux, M. Price, 2016). ამასთან ერთად, დიდი როლი ითამაშა სასოფლო დასახლებებში ჯენტრიფიკაციის პროცესმა, რომელიც ფართო განმარტებით მაღალშემოსავლიანი შინამეურნეობების მიერ თემის დაბალი შემოსავლის მქონე მაცხოვრებლების ჩანაცვლებას გულისხმობს (Phillips, 1993). აღნიშნულის ფარგლებში, ხდება სასოფლო მიწებისა და ღია სივრცეების დაკარგვა, დასახლების სიმჭიდროვის ზრდა, სოფლის ადგილობრივი კულტურისა და ღირებულებების ტრანსფორმაცია ან დაკარგვა და სოფლის მეურნეობის შემცირება მომსახურების სფეროებზე დაფუძნებული ეკონომიკის გაზრდის ხარჯზე (Yagley James, George Lance, Moore Cequyna, & Pinder Jennifer, 2005, გვ. 5). სასოფლო-დასახლებების ჯენტრიფიკაცია გახდა ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორი, რამაც მსოფლიოს სხვადასხვა მთიან ნაწილში აგრარული პერიოდის დაღმასვლა გამოიწვია (Mitchley et al. 2006; Vaccaro and Beltran 2007; Mann 2013).

ამ პროცესმა ერთდროულად გააფართოვა არასასოფლო-სამეურნეო შესაძლებლობების სპექტრი, რომელიც მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მთის ეკონომიკის დივერსიფიკაციაში (The Least Developed Countries Report 2015). მიუხედავად აღნიშნულისა, დღემდე მსოფლიოს მთიანი რეგიონების მოსახლეებს აქვთ შემოსავლის გამომუშავების მკვეთრად შეზღუდული შესაძლებლობები ბარში მცხოვრებ ადამიანებთან შედარებით (Debarbieux B et al., 2014). მთიან დასახლებებში ეკონომიკური განვითარება, ბარის დასახლებებისაგან განსხვავებით, ბევრად უფრო რთულ გზას მიჰყვება. მთის ლანდშაფტის კომპლექსურობა მოითხოვს ინტეგრირებულ მიდგომას ისეთი გამოწვევების დასაძლევად, როგორებიცაა

ტერიტორიული მიღწევადობა, დაუცველობა და მარგინალობა. თუმცა, გასათვალისწინებელია, რომ მსგავსი გამოწვევების დაძლევა ისეთ სიძლიერეებზე დაყრდნობით უნდა განხორციელდეს, როგორცაა მთის კულტურული სიმდიდრე, ბიოლოგიური მრავალფეროვნება, მაღალი ხარისხის ნიშ-პროდუქტების წარმოება და ტრადიციული ცოდნა. მაღალი ხარისხის მთის პროდუქტებისა და სერვისების კომერციალიზაცია და მდგრადი გამოყენება მნიშვნელოვან შესაძლებლობებს ქმნის მთის თემებისთვის, განსაკუთრებით მცირე მეწარმეებისა და ქალებისათვის, რათა მათ მოახერხონ თავიანთი საარსებო წყაროების გაუმჯობესება, დამატებითი დასაქმებისა და შემოსავლების გამომუშავების ხარჯზე (UN. Secretary-General et al., 2016).

შედეგად, ადგილობრივი საარსებო წყაროების დივერსიფიკაცია ხშირად არა არჩევანზე დაფუძნებული გადაწყვეტილებაა, არამედ გარდაუვალი აუცილებლობაა მთის შინამეურნეობების გრძელვადიანი ეკონომიკური სიძლიერისათვის (Debarbieux B et al., 2014). გაერთიანებული ერების გენერალური ასამბლეის, მთის მდგრადი განვითარების დღის წესრიგის (2016) მიხედვით, განვითარებადი ქვეყნების მთის მოსახლეობა განსაკუთრებით დაუცველია ამ კუთხით. იმის გათვალისწინებით, რომ ასეთ რეგიონებში ყოველი სამი მოსახლიდან ერთი შიმშილის საფრთხის ქვეშაა, ეს საკითხი განსაკუთრებულ ყურადღებას საჭიროებს.

საყურადღებოა, რომ მთის მოსახლეობის ეკონომიკურ საქმიანობაში მომხდარი და მიმდინარე ცვლილებების შესახებ არსებულ ფართო ლიტერატურაში ტურიზმი წარმოდგენილია როგორც ტრანსფორმაციის ერთ-ერთი მთავარი საშუალება. ტურიზმი აღმოჩნდა ყველაზე ძლიერი ალტერნატივა სოფლის მეურნეობისათვის და შემლო მის მრავალწლიან დომინირებასთან დაპირისპირება. საბოლოოდ, სწორედ ტურიზმის ინდუსტრია ჩამოყალიბდა მაღალმთიან დასახლებებში „მოწიფულ“ არასასოფლო-სამეურნეო დარგად (Debarbieux B et al., 2014; Elizbarashvili et al., 2018; Safdar & Rasmussen F., 2004). საერთაშორისო დონეზე ტურიზმი აქტიურად განიხილება როგორც განვითარების ერთ-ერთი მთავარი კატალიზატორი, რომელსაც შეუძლია ადვოკატირება გაუწიოს რეგიონული ეკონომიკური საქმიანობების დივერსიფიკაციასა და გაფართოებას (Pattullo, 2005).

მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მაღალმთიან დასახლებებში ტურიზმის განვითარება განსაკუთრებული ყურადღების ცენტრშია მოქცეული, რადგან ის

ეკონომიკური შესაძლებლობებით შეზღუდულ გარემოში იძლევა ახალი საქმიანობების განვითარების ან/და უკვე არსებული აქტივობების გაფართოების შესაძლებლობებს, რაც მკვიდრი მოსახლეობის შემოსავლის წყაროების დივერსიფიკაციას უწყობს ხელს (Casellas, 2002; MONICA Rosciano et al., 2013). პოლი პატულოს (2005) კონცეფციის მიხედვით, ტურიზმი ახდენს მის გარშემო არსებული მრავალი ეკონომიკური საქმიანობისა და მომსახურების სტიმულირებას. სწორედ აღნიშნული შესაძლებლობა აქცევს ტურიზმს ერთგვარ ღერძულ პროდუქტად. ავტორი დასძენს, რომ აღნიშნულ სექტორს შეუძლია მნიშვნელოვანი როლი შეასრულოს რეგიონის დივერსიფიკაციისა და ტრანსფორმაციის საკითხებში. აღნიშნულის გათვალისწინებით, ზოგიერთი მეცნიერი (Ghosh, 2012; Tao & Wall, 2009) ტურიზმს შეისწავლის საარსებო წყაროების პერსპექტივიდან და აქცენტს აკეთებს მისი დარგობრივი კავშირების გაფართოებულ შესაძლებლობებზე. აღნიშნული მიდგომით შესრულებულ კვლევებზე დაყრდნობით ავტორები ვარაუდობენ, რომ ტურიზმის დამკვიდრებამ დასახლებაში შეიძლება გამოიწვიოს როგორც უკვე არსებული ეკონომიკური საქმიანობების გაფართოება, ასევე მისი ცვლილება.

აქედან გამომდინარე, ის საკითხი, ტურიზმი ავსებს თუ ეწინააღმდეგება სხვა ეკონომიკურ საქმიანობებს, ერთ-ერთ მოწინავე სადისკუსიო თემა გახდა სამეცნიერო საზოგადოებაში (Ashley, 2000). ზოგიერთი მეცნიერი (Ghosh, 2012; Tao & Wall, 2009) გამოთქვამს მოსაზრებას, რომ ტურიზმი ან ხელს უწყობს დამკვიდრებული საარსებო წყაროების გაძლიერებას ან, პირიქით, აფერხებს მათ განვითარებას (Ashley, 2000). რიჩარდ ბატლერი (1993), რომელიც ერთ-ერთი დამსახურებული მეცნიერია ტურიზმთან ასოცირებული საკითხების შესწავლაში, ამტკიცებს, რომ იმისათვის, რომ ტურიზმის განვითარებამ უზრუნველყოს ადგილობრივი მოსახლეობის [ეკონომიკური] მდგრადობა, ამ დარგმა არ უნდა შეზღუდოს ან მოსპოს სხვა საარსებო წყაროები. მსოფლიოს მთიან რეგიონებში ტურიზმის „შემოჭრის“ შედეგების შესახებ დიდძალი ლიტერატურა არსებობს, რომელიც ასახავს სხვადასხვა შემთხვევების ემპირიულ კვლევებს.



2.4. ტურიზმი – ეკონომიკური შესაძლებლობა თუ საფრთხე მთის მოსახლეობისათვის? ზემოთქმული მიგვანიშნებს, რომ სამეცნიერო ლიტერატურაში არსებობს არაერთი მცდელობა (Guha, 2007; Leu, 2019; Shen et al., 2008), რომელიც მიზნად ისახავდა ტურიზმის, როგორც საარსებო წყაროს შესწავლას. არაერთი კვლევა ამტკიცებს, რომ ტურიზმი საგრძნობლად აუმჯობესებს იმ შინამეურნეობების ეკონომიკურ სტატუსს, რომლებიც მონაწილეობენ ამ სექტორში. უფრო მეტიც, მოსახლეობის ღარიბ ფენებზე ორიენტაციის კონცეფციიდან (pro-poor) გამომდინარე, ტურიზმს აქვს შესაძლებლობა, რომ მასპინძელი ქვეყნის მოსახლეობა დაიხსნას სიღარიბიდან (Chok et al., 2007; Guha, 2007; Leu, 2019). ფუჟუნ შენი (2009) ტურიზმს განიხილავს, როგორც პანაცეას სასოფლო ტიპის დასახლებების ეკონომიკური განვითარებისათვის, განსაკუთრებით გარდამავალი ქვეყნების კონტექსტში. შენის (2009) მიგნებები ემთხვევა ინდრილა გუასა (Guha, 2007) და ტუჰინ გოშის (Ghosh, 2012) კვლევების შედეგებს, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ მოსახლეობის სიღარიბიდან ამოყვანის ერთ-ერთ გზას მათი ტურიზმში მონაწილეობის გაზრდა წარმოადგენს. უფრო კონკრეტულად, ტურიზმის განვითარების კვალდაკვალ მოსახლეობის საარსებო წყაროებში გამოვლენილი ცვლილებების ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა, რომ ინდოეთის სანდარბანთა შორეულ კუნძულზე ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები, სულ მცირე, ნაწილობრივ მაინც აფინანსებს ადგილობრივი მოსახლეობის წლიური მოხმარების ხარჯებს. ტრაიან ლეუ (Leu, 2019) თავის სტატიაში ააშკარავებს უახლეს მიგნებებს ჩრდილოეთ შვედეთიდან, სადაც მისი კვლევის თანახმად, საამის ადგილობრივი მოსახლეობა (Sámi people) (ეთნიკური ჯგუფი ევროპაში) ტურიზმს იყენებს არა როგორც ტრადიციული საქმიანობის შემცვლელს, არამედ როგორც მის შემავსებელს/დანამატს. მისი კვლევის შედეგების მიხედვით, ტურიზმი აღმოჩნდა წარმატებული სტრატეგია ადგილობრივი საარსებო წყაროების დივერსიფიკაციისათვის, მაშინ, როდესაც ტრადიციულ ეკონომიკურ დარგებს უჭირდათ განვითარება.

იმ ფონზე, რომ ზოგიერთმა კვლევამ დაადგინა ტურისტული საქმიანობის ხარჯზე ეკონომიკის დივერსიფიკაცია, ერთი მხრივ, და, მეორე მხრივ, ტრადიციული საარსებო წყაროების დაკნინება, ჯამშიდ ეინალმა (2014) და სიუ მინგმა (2016) ექვეყნებენ დააყენეს ტურიზმის, როგორც განვითარების მდგრადი ინსტრუმენტის როლი. ზემოთ

აღნიშნულმა ავტორებმა ჰესარ-ელ-ვალასტრ დალესტანში (ინდოეთი, ავაჯის ოლქი) განხორციელებული კვლევის შედეგების საფუძველზე დაასკვნეს, რომ ტურიზმით გამოწვეულმა დივერსიფიკაციამ ძირითადად გზა გაუხსნა მასთან დაკავშირებულ აქტივობებს. აღნიშნულმა ფაქტმა საკვლევ დასახლებებში განაპირობა სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობების მკვეთრი შემცირება. გარდა ამისა, ისინი ვარაუდობენ, რომ მსგავსი რადიკალური ცვლილება საარსებო წყაროების სისტემაში დაასუსტებს არსებული ეკონომიკური საქმიანობების მდგრადობას და ასევე, საფრთხეს შეუქმნის მათ დაცულობას მომავალში. სამხრეთ-დასავლეთ ჩინეთში ჩატარებულმა კვლევამ გამოავლინა, რომ ტურიზმმა, ეკონომიკური საქმიანობების გაფართოების ხარჯზე, ხელი შეუწყო მრავალი ადამიანის სიღარიბიდან ამოყვანას. თუმცა, ამავე დროს, წინა შემთხვევის მსგავსად, ადგილობრივმა თემებმა შეამცირეს ტრადიციული საქმიანობა სოფლის მეურნეობაში და ძირითადად გადაერთნენ ტურიზმიდან პირდაპირი შემოსავლების მიღებაზე ან, არაპირდაპირი გზით, ტურისტული ბაზრისათვის კომერციული (ფულადი შემოსავლის მომტანი) სასოფლო-სამეურნეო მოსავლის წარმოებაზე (Y. Su et al., 2016).

ბოლო წლების განმავლობაში განხორციელებული რამდენიმე კვლევის შედეგების შესწავლამ ჩინეთის სასოფლო დასახლებებში (Luo & Bao, 2019; Ya-juan et al., 2016) გამოავლინა, რომ ადგილობრივი მოსახლეობის ტრადიციული საქმიანობები ფაქტობრივად შეეწირა ტურიზმის განვითარებას. ამის მსგავსად, ჯოზეფ მბაივა (2011), რომელმაც ბოტსვანაში განახორციელა კვლევა, აღნიშნავს, რომ საკვლევ დასახლებებში ტურიზმის განვითარების კვალდაკვალ მოხდა მის განვითარებამდე არსებულ ეკონომიკურ საქმიანობებში მოსახლეობის ჩართულობის მკვეთრი დაქვეითება. მისი კვლევის შედეგები აგრეთვე ასაბუთებენ იმას, რომ რაც უფრო მაღალია ტურიზმის განვითარების დონე, მით უფრო ნაკლებად სავარაუდოა, რომ შინამეურნეოები შეინარჩუნებენ ტრადიციულ საარსებო წყაროებს.

ნაშრომში მიმოხილული ლიტერატურის თანახმად, ტურიზმის შესვლა დასახლებაში ყველა შემთხვევაში ცვლის არსებულ ადგილობრივი ეკონომიკური საქმიანობების სისტემას. თუმცა, უნდა აღინიშნოს, რომ ზოგიერთი ავტორის მიხედვით, ტურიზმით გამოწვეული ცვლილებები ადგილობრივ ეკონომიკაში არ სრულდება მხოლოდ მოსახლეობის საარსებო წყაროების გარდაქმნით. ლიტერატურის დიდი ნაწილი

განიხილავს ტურიზმს, როგორც „ორლესულ მახვილს“ და აღნიშნავს, რომ ეს დარგი, მდგრადი საარსებო წყაროს უზრუნველყოფის თვალსაზრისით ან ამართლებს, როგორც სიცოცხლისუნარიანი სტრატეგია ან, ზოგიერთ შემთხვევაში, ვერ/არ ამართლებს და უმჯობესია მისი თავიდან აცილება (Lasso & Dahles, 2018; Y. Su et al., 2016). ამ თვალსაზრისით, რამდენიმე კვლევა (Mbaiwa and Stronza 2010; M.M. Su et al. 2016b; Lasso and Dahles 2018) გვაჩვენებს, რომ მას შემდეგ, რაც ტურიზმმა ჩაანაცვლა მრავალი წლის განმავლობაში დამკვიდრებული ტრადიციული საარსებო საშუალებები, ადგილობრივ მოსახლეობაში საფუძველი ჩაეყარა მონო-სექტორული დამოკიდებულების მიმართ მიდრეკილების გაღრმავებას. მეტი სიზუსტისათვის, ტურიზმზე, როგორც ერთადერთ ეკონომიკურ სტრატეგიაზე დაყრდნობა და ძირეული ეკონომიკური აქტივობების მის ხარჯზე დაკარგვა შეიძლება ჩაითვალოს ადგილობრივი მოსახლეობის გრძელვადიან რისკად; ის განსაკუთრებით პრობლემურ საკითხად განიხილება ტურიზმზე დაფუძნებული საარსებო წყაროს შენარჩუნების თვალსაზრისით, გრძელვადიან პერსპექტივაში (Meyer 2007; Garrigós-Simón et al. 2015). ზოგიერთი ემპირიული მტკიცებულება ავლენს ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკურად სუსტი ფენების მარგინალიზაციას, როგორც იმის ბუნებრივ შედეგს, რომ შეზღუდული რესურსების გამო ადგილობრივი მოსახლეობის გარკვეული რაოდენობა (ან მთლიანად) ტურიზმის განვითარების მიღმა რჩება (Scheyvens & Russell, 2012). ლუო ხიანრონგისა და ბაო ჯიგანგის (Luo & Bao, 2019) მიერ ჩატარებული უახლესი კვლევა ტურიზმის შედეგად გამოწვეულ ცვლილებებს სწავლობს სამხრეთ ჩინეთის ერთ-ერთ სასოფლო დასახლებაში. ავტორების მიხედვით, კვლევის შედეგებმა გამოავლინა, რომ ტურიზმის განვითარება, სავარაუდოდ, უფრო ხანგრძლივი სიღარიბის გამომწვევი მიზეზი იქნება ადგილობრივი მოსახლეობისათვის, ვიდრე კეთილდღეობის მომტანი.

ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ტურიზმის, როგორც საარსებო წყაროს პოტენციალზე განხორციელებული მრავალი კვლევის მიუხედავად, ლიტერატურაში რჩება ის ვიწრო კონტექსტი, რომელშიც ხდება ტურიზმის შესაძლებლობების შესწავლა, ეს კი ამ თემატიკაში არსებული ძირითადი სისუსტეა. უფრო კონკრეტულად, ტურიზმის საკითხზე ჩატარებული კვლევები ძირითადად ორიენტირებულია მისი პირდაპირი სპეციალიზაციის მიმართულებების/დარგების

შესწავლაზე, როგორებიცაა ტურიზმის პროდუქტები, მარკეტინგი, დაგეგმვა და სტუმართმომყვარობის ინდუსტრია (მაგ., Hall, Kirkpatrick, & Mitchell, 2005). თუმცა, თუ ტურიზმისა და მისი მომიჯნავე ეკონომიკური სექტორების ურთიერთკავშირი არ იქნება სათანადოდ მხედველობაში მიღებული და თუ კონტექსტი, რომელშიც ტურიზმის შესწავლა ხდება არ გადაიხედება, მაშინ ტურიზმის, როგორც ადგილობრივი მოსახლეობის საარსებო წყაროების ფორმირების ფაქტორის გაგებაც ნაწილობრივი, არასრული იქნება (Gugushvili et al., 2017; Tao & Wall, 2009). შესაბამისად, ჩემი კვლევის ერთ-ერთ ამოცანასაც სწორედ ლიტერატურაში არსებული ამ სიცარიელის შევსება წარმოადგენს.

მით უფრო მაშინ, როდესაც მთაში მცხოვრები ადამიანების საქმიანობები არ შემოიფარგლება მათი მხოლოდ ეკონომიკის პირველად (მაგ., სოფლის მეურნეობა, თევზაობა, სატყეო მეურნეობა) და მესამეულ სექტორებში (მაგ., ტრანსპორტი, ვაჭრობა) მონაწილეობით. მაგალითისათვის, ევროკავშირის წევრ სახელმწიფოებში, მხოლოდ კვიპროსსა და პორტუგალიაში არის მთის მოსახლეობის მეხუთედზე მეტი, ვინც დასაქმებულია ეკონომიკის პირველად სექტორებში; უმეტეს მთიან რეგიონებში პროპორცია 10 პროცენტზე ნაკლებია. ალპებში ტურიზმთან დაკავშირებული საქმიანობები კონცენტრირებულია მთლიანი ალპების მოსახლეობის მხოლოდ 10 პროცენტში (Drexler, C., V.Braun, D. Christie, B. Claramunt, T. Dax , I. Jelen , R. Kanka, N. Katsoulakos, G. Le Roux, M. Price, 2016). აქედან გამომდინარე, გადამწყვეტია ტურიზმის შესწავლა უფრო ფართო კონტექსტში მისი ვრცელი დარგობრივი კავშირების შესწავლითა და გაცნობიერებით, რადგან ეს ყოველივე ქმნის მთის საზოგადოებასა და გარემოს და დიდწილად განსაზღვრავს მოსახლეობის [ეკონომიკურ] მდგრადობას დროის ვრცელ მონაკვეთში.

## 2.5. ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შესწავლა საერთაშორისო დონეზე

### **მიწოდების ჯაჭვი**

ტრადიციულად, მიწოდების ჯაჭვის აღქმა ხდება ციკლურ ფორმატში (Chopra & Meindl, 2001). ამ თვალსაზრისით, მიწოდების ჯაჭვში პროცესები იყოფა ციკლების სერიად (Vorst Van der Jack, 2004). ტერმინი „მიწოდების ჯაჭვის მენეჯმენტი“ შედარებით ახალია (Mgonja, 2015). მიწოდების ჯაჭვის კონცეფცია, რომელიც ეკონომიკაში წარმოიშვა, გამოყენებული იყო იმის ასახსნელად, თუ როგორ უწყვენ მენეჯმენტს სხვადასხვა ბიზნესები მომსახურების, პროდუქტებისა და საქონლის მიწოდების სახელშეკრულებო ურთიერთობებს და როგორ ხდება პროდუქტების ინტეგრირება მიწოდების ჯაჭვის სხვადასხვა წერტილში (Page, 2011). იგი პირველად ლიტერატურაში 1982 წელს გამოჩნდა, როგორც ინოვაციური მენეჯმენტის მიდგომა (Oliver & Webber, 1982), რომელიც განისაზღვრა, როგორც პროცესი, რომელშიც პროდუქტის კომპონენტები გარდაიქმნება პირველადი ნედლეულიდან საბოლოო პროდუქტად (Mabert & Venkataramanan, 1998). მიჩნეულია (Zhang et al., 2009), რომ თავდაპირველად მიწოდების ჯაჭვი კონცეფციის სახით ჰულიჰანმა (1985) შემოიღო, რომლის ფარგლებშიც მან ჩამოაყალიბა საქონლის ნაკადის მწარმოებლიდან მომხმარებელზე გადასვლის ახალი ხედვა. მისი კონცეფციის მიხედვით, მიწოდების ჯაჭვი არ შედგება დანაწევრებული სეგმენტებისაგან, არამედ არის ერთი სუბიექტი, რომელიც აერთიანებს წარმოებას, შესყიდვას, დისტრიბუციასა და გაყიდვას. შესაბამისად, მიწოდების ჯაჭვი არ შედგება მხოლოდ მწარმოებლისა და მიმწოდებლისგან, არამედ აერთიანებს (ლოგისტიკური ნაკადებიდან გამომდინარე) დისტრიბუტორებს, საცალოდ მოვაჭრეებსა და მომხმარებლებს (Vorst, 2004).

#### ნახაზი 4. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი



*შენიშვნა: შესრულებულია ავტორის მიერ.*

1990-იან წლებში მეცნიერებმა პირველად აღწერეს ჯაჭვის ფუნქციონირება თეორიული პერსპექტივიდან იმისათვის, რომ გაერკვიათ, თუ რა განსხვავებაა ტრადიციულ სისტემებსა და მიწოდების ჯაჭვის მართვის სისტემებს შორის (Cooper & Ellram, 1993). მიუხედავად იმისა, რომ მას შემდეგ კონცეფცია ფართოდ გახდა ცნობილი როგორც აკადემიურ, ასევე პრაქტიკულ საქმიანობაში, მისი საყოველთაოდ მიღებული განმარტება კვლავ არ არსებობს. თუმცა, შეგვიძლია გამოვყოთ ლიტერატურულ წყაროებში არსებული ყველაზე პოპულარული განმარტებები. მაკრო პერსპექტივიდან გამომდინარე, მიწოდების ჯაჭვი არის საწარმოთა ქსელი, რომლებიც სხვადასხვა ფუნქციების მიხედვით არიან გაერთიანებულები, დაწყებული ნედლეულით მომარაგებით, საბოლოო პროდუქტის წარმოებითა და მიწოდებით სამიზნე მომხმარებლამდე. მიკრო პერსპექტივიდან გამომდინარე, მიწოდების ჯაჭვი წარმოადგენს კვანძების გაერთიანებას/ქსელს, რომელიც ასრულებს ისეთ ფუნქციებს, როგორცაა ნედლეულის შეძენა, პროდუქტის ნაწილების დამზადება, კომპონენტების აწყობა, პროდუქციის საბოლოო აწყობა და მზა პროდუქციის მიწოდება რეგიონალური სადისტრიბუციო ცენტრებისათვის ან მომხმარებლებისათვის (Zhang et al., 2009).

სიმკი-ლევის, კამინსკის და სიმკი-ლევის (Simchi-Levi et al., 2007) მიხედვით, მიწოდების ჯაჭვის კონცეფცია ეფუძნება სისტემურ მიდგომას, რის ფარგლებშიც მისი აღქმა ხდება ერთ მთლიანობად, რომელიც გამოიყენება მიწოდებლების, მწარმოებლების, საწყობების და მაღაზიების ეფექტურად ინტეგრირების მიზნით. აღნიშნული მიდგომების ნაკრები ხელს უწყობს, რომ საქონლის წარმოება და განაწილება მოხდეს საჭირო რაოდენობით, საჭირო ადგილას და საჭირო დროს,

მომსახურების დონის მოთხოვნების დაკმაყოფილებისას დანახარჯების მაქსიმალური შემცირების მიზნით. ამ პროცესში ყველაზე მნიშვნელოვანია, რომ მისი წევრები იყვნენ დამოუკიდებლები და სრული მიწოდების ჯაჭვის ჯანსაღი ფუნქციონირებისათვის ხელი შეუწყონ სხვადასხვა მწარმოებელი რგოლების ქსელში ეფექტურ ინტეგრაციას (Zhang et al., 2009).

დანუტა შპილკოს (2017) მიერ Web of Science მონაცემთა ბაზაში მიწოდების ჯაჭვის თემასთან დაკავშირებით გამოქვეყნებული პუბლიკაციების ანალიზი აჩვენებს, რომ ბოლო წლების განმავლობაში სამეცნიერო ინტერესი მნიშვნელოვნად გაიზარდა. ამ სფეროში პირველი პუბლიკაცია გამოქვეყნდა 1960 წელს. 2000 წლიდან მოხდა მიწოდების ჯაჭვის საკითხისადმი დაინტერესების მნიშვნელოვანი ზრდა. საერთო ჯამში, 1960-2016 წლების პერიოდში – 50273 პუბლიკაცია შეიტანეს მონაცემთა ბაზაში მიწოდების ჯაჭვის თემაზე. ეს საკითხი კვლავ იზიდავს სამეცნიერო ნაშრომებში არაერთ მოსაზრებას, რასაც მოწმობს მათი მზარდი რაოდენობა. ზოგიერთი ავტორი აღნიშნავს, რომ მიწოდების ჯაჭვის მენეჯმენტის ლიტერატურის დიდი ნაწილი ფოკუსირებულია საწარმოო ინდუსტრიაზე და მცირე ყურადღება ექცევა მომსახურების სფეროს (Zhang et al., 2009). მენეჯმენტის და, შესაბამისად, მარკეტინგის ობიექტივში, ტურიზმის ინდუსტრია ერთ-ერთია იმ ეკონომიკურ მიმართულებებს შორის, რომელიც მრავალ სხვადასხვა მომსახურების სექტორს აერთიანებს (Quattrocchi et al., 2017).

## *ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი*

ზემოთქმულის შესაბამისად, მიწოდების ჯაჭვის მენეჯმენტი ნებისმიერ სექტორში, ტურიზმის ჩათვლით, მოიცავს პროდუქტის „სასიცოცხლო ციკლის“ სხვადასხვა ეტაპს: ნედლეულს, გადამუშავებას, წარმოებას, დისტრიბუციას, საცალო ვაჭრობას, მომხმარებლის მიერ მის შესყიდვას და საბოლოო გამოყენებას (Chen & Yi, 2010). ტურიზმის დარგი ზუსტად გამოხატავს მიწოდების ჯაჭვის კონცეფციას, რადგან იგი აერთიანებს პროდუქტს, მომსახურებასა და გამოცდილებას, რაც მოიცავს მიმწოდებელთა ფართო სპექტრს (Page, 2011). მიუხედავად იმისა, თუ რა ციკლური პროცესი მიმდინარეობს, წარმოების სექტორის მიწოდების ჯაჭვი ორიენტირებულია მომხმარებლისათვის პროდუქტის გადაცემის მართვაზე, ხოლო ტურიზმის სექტორში ტურისტი თავად გადაადგილდება სასურველი პროდუქტის/მომსახურების მისაღებად (Tapper & Font, 2004). შესაბამისად, ეს პროცესი მოიცავს მომხმარებლების ურთიერთობას მრავალ სხვადასხვა მიწოდების ჯაჭვში ჩართულ აქტორებთან, რომლებიც წარმოადგენენ საბოლოო პროდუქტის ძირითად ღირებულებას. შედეგად, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის გააზრება ხდება, როგორ მრავალსაფეხურიანი სისტემის (Quattrocchi et al., 2017), რომლის მაგალითიც გამოსახულია მე-4 ნახაზზე.

1975 წელს გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციამ (UNWTO) გამოაქვეყნა ანგარიში ტურიზმის ინდუსტრიის განაწილების ქსელის შესახებ (UNWTO, 1975), რომლის მიხედვითაც აღნიშნული ინდუსტრიის მიწოდების ჯაჭვი შეიძლება მოიცავდეს დისტრიბუციულ და მარკეტინგულ საქმიანობებს. ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის კონცეფცია მიწოდების ჯაჭვის მენეჯმენტის კონცეფციიდან წარმოიშვა (Mgonja, 2015).

სამეცნიერო ლიტერატურაში ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის სხვადასხვა დეფინიციები არსებობს, მათი ნაწილი ზოგადი ხასიათის არის, ხოლო ზოგი უფრო კონკრეტული. მაგ., ჟანგი, სონგი და ჰუანგი (Zhang et al., 2009) ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვს განსაზღვრავენ როგორც ორგანიზაციულ ქსელს, რომელშიც მონაწილეობენ სხვადასხვა საქმიანობებში ჩართული ორგანიზაციები, დაწყებული ტურისტული პროდუქტების / მომსახურების კომპონენტების მთელი სპექტრით, როგორცაა საერთაშორისო ფრენები, განთავსების საშუალებები, დამთავრებული პროდუქციის რეალიზაციით ტურისტულ რეგიონში. ეს ქსელი მოიცავს სუბიექტების ფართო



სპექტრს, როგორც კერძო, ასევე სახელმწიფო სექტორიდან, რომლებიც მონაწილეობენ ტურისტული პროდუქტების შექმნაში, რეალიზაციაში და პოპულარიზაციაში. ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი ყალიბდება განსაზღვრულ ტურისტულ პროდუქტზე დაფუძნებით, რომელიც წარმოადგენს კონკრეტულ რეგიონს, ქალაქს. სონგი (Song, 2012) ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვს მოიხსენიებს, როგორც მიდგომების ერთობლიობას, რომელიც გამოიყენება ტურიზმის კონკრეტული მიმართულებით, მიწოდების ჯაჭვის სხვადასხვა ოპერაციების ეფექტურად მართვაში, ტურისტული საჭიროებების დასაკმაყოფილებლად და სხვადასხვა საწარმოს ბიზნეს მიზნების მისაღწევად.

ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვს ასევე განსაზღვრავენ როგორც ერთობლიობას, რომელიც მოიცავს ყველა იმ საქონლისა და მომსახურების მიმწოდებლებს, რომლებიც ტურისტული პროდუქტების მომხმარებლებისთვის მიწოდებაში არიან ჩართულები (Tapper & Font, 2004). ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი მოიცავს ყველა იმ საქონლისა და მომსახურების მიმწოდებლებს, რომლებიც ტურისტული პროდუქტების მიწოდებას უწყვენ მომხმარებლებს. იგი მოიცავს ყველა მიმწოდებელს, მიუხედავად იმისა იგი პირდაპირ (მაგ., განთავსების საშუალების მენეჯერი) უკავშირდება ტურიზმის სექტორს, თუ ირიბად (მაგ., ფერმერი) (Mabert & Venkataramanan, 1998). შესაბამისად, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი მრავალ კომპონენტს მოიცავს - არა მხოლოდ განთავსებას, ტრანსპორტს, კვების ობიექტებს, არამედ საკვები პროდუქტების, ხელნაკეთი ნივთების და ა.შ. წარმოებას. ამასთან, ინფრასტრუქტურას, რომელიც ხელს უწყობს ტურიზმის განვითარებას დასახლებაში ისევე, როგორც ზოგადად მიწოდების ჯაჭვის ფუნქციონირებას. ბიპლობ როი, ალ მამუნი და ბაპონ ჩანდრა კურის (Biplab Roy et al., 2015) მიხედვით, ტურიზმის მდგრადი განვითარებისათვის და იმისათვის, რომ მისი სიცოცხლისუნარიანობა დიდხანს შენარჩუნდეს, მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მისი მიწოდების ჯაჭვის ეფექტური ფუნქციონირება. თუმცა, ავტორები აღნიშნავენ სამეცნიერო ლიტერატურაში ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის კვლევის სიმცირეს, რაც იწვევს იმას, რომ მკვლევრები არ არიან საფუძვლიანად ინფორმირებულნი აღნიშნული ფენომენის შესახებ, რაც მკვეთრი კვლევითი სიცარიელეა. ამასთან, ამ მიმართულებით განხორციელებულ კვლევებში შეინიშნება ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში გაერთიანებული ეკონომიკური სექტორების მიმართ

გარკვეული შეზღუდვები, რაც არ გვაძლევს იმის საშუალებას, რომ მისაწვდომი იყოს სიღრმისეული ინფორმაცია სხვადასხვა საქმიანობების შესახებ. ამის საპირისპიროდ, ზოგიერთი მკვლევრის მოსაზრებით, ერთ-ერთი სტრატეგია იმისათვის, რომ ტურიზმის ინდუსტრიამ გაზარდოს მისი კონკურენტუნარიანობა და დააკმაყოფილოს მომხმარებელთა მოთხოვნები, სწორედ მისი მიწოდების ჯაჭვის ეფექტური მენეჯმენტი არის საჭირო (Song, 2012).

ტურიზმს მრავალი რეგიონის სოციალურ-ეკონომიკურ განვითარებაში აქვს მზარდი მნიშვნელობა, რასაც ყოველწლიურად ადასტურებს საერთაშორისო ტურისტული ვიზიტებისა და ტურიზმის შემოსავლების ზრდა (World Tourism Organization, 2019). დანუტა შპილკომ (2017) ჩაატარა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შესახებ არსებული პუბლიკაციების ბიბლიომეტრიული ანალიზი, რომელიც შეგროვდა Web of Science მონაცემთა ბაზაში (ხელმისაწვდომია მრავალ დისციპლინაში განხორციელებული ფართო სპექტრის კვლევები). ავტორის მიხედვით, ამ სფეროში პირველი სტატია 1993 წელს მომზადდა, რის შემდეგაც შესამჩნევი იყო მკვლევრების მხრიდან აღნიშნული კონცეფციის გამოყენების მზარდი ინტერესი. განსაკუთრებით აქტიურ პერიოდებად გამოიყოფა 2012-2014 წლები, თუმცა მისი შეფასებით, ბოლო წლების განმავლობაში ტურიზმის დარგის მნიშვნელობის ზრდასთან შედარებით, პუბლიკაციების რაოდენობა, რომელიც ამ კონცეფციას იყენებს, საკმაოდ მცირეა. თუმცა, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შესახებ პუბლიკაციების რაოდენობა, ყოველწლიურად იზრდება, რასაც ადასტურებს, რომ საერთაშორისო სამეცნიერო ლიტერატურაში მის მიმართ ინტერესი მზარდია. აღსანიშნავია, რომ კვლევის ფარგლებში გაანალიზებული სტატიების უმეტესობა ეხებოდა ბიზნესის ეკონომიკასა და სოციალურ მეცნიერებათა დისციპლინებს. საყურადღებოა, რომ გეოგრაფია იმ დისციპლინებს შორის აღმოჩნდა, რომელშიც გამორჩეულად მცირე რაოდენობით მოხდა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის საკითხის შესწავლა. მიუხედავად იმისა, რომ ხელმისაწვდომია ახალი ლიტერატურა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის კვლევაზე, პროგრესი არათანაბარია, რადგან კვლევების უმეტესობა ყურადღებას ამახვილებს დისტრიბუციასა და მარკეტინგულ საქმიანობაზე, ტურისტული პროდუქტების მომარაგებისა და მოხმარების პროცესში სხვადასხვა მიმწოდებლების მთლიანი სპექტრის სრულად გათვალისწინების გარეშე (Zhang et al., 2009). აგრეთვე, საყურადღებოა, რომ აღნიშნავენ თემატურ სიცარიელეს

ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის სამომავლო განვითარების ხედვებთან მიმართებაში, რომელიც წარმოდგენილ სადისერტაციო ნაშრომში გათვალისწინებულია და გამოხატულია იმ ეკონომიკური დარგების იდენტიფიცირებით, რომელთაც გააჩნიათ ტურიზმის ჯაჭვში ინტეგრირების პოტენციალი (Nazarko et al., 2013; Szpilko, 2015).

### ***ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შემადგენელი დარგები***

დღემდე არაერთი კვლევა განხორციელდა ტურიზმის ირიბ კავშირებსა და მათ გავლენებზე (Bélisle, 1985; Bowen et al., 1991; Budowski, 1976; Hüller et al., 2017; Mgonja, 2015; Pillay & Rogerson, 2013; Stynes, 1997; Telfer & Wall, 1996; R. M. Torres & Momsen, 2011; R. Torres & Momsen, 2004) სხვადასხვა ეკონომიკურ საქმიანობაზე, როგორებიცაა სოფლის მეურნეობა, ვაჭრობა, ხელნაკეთი ნივთებისა და სამომხმარებლო საქონლის წარმოება, სოციალური სფერო და ა.შ. წარმოდგენილი კვლევების მიმოხილვაზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ მათი უმეტესობა იკვლევს ტურიზმისა და მასთან დაკავშირებული ერთი რომელიმე ეკონომიკური სფეროს ურთიერთკავშირს. ეს ტენდენცია დღესაც აქტიურად გრძელდება, თუმცა, ბოლო წლების განმავლობაში განსაკუთრებით შესამჩნევია, რომ ყურადღება ძირითადად მიმართულია ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის კავშირის კვლევაზე (Heiny et al., 2017; Mgonja, 2015; Pillay & Rogerson, 2013; R. M. Torres & Momsen, 2011; R. Torres & Momsen, 2004).

ამ ტენდენციის საწყის ნიშნებს ჯერ კიდევ 1990-იან წლებში აღნიშნავდნენ დიმიტრი იოანიდესი და კეიტ დებაჯი (1998), რომლებიც ხაზს უსვამდნენ იმას, რომ ტურიზმის სფეროში სამეწარმეო საქმიანობების ჩართვა და მონაწილეობა ნაწილობრივი იყო, რაც ძირითადად გამოიხატებოდა სასტუმროების განვითარება-ფუნქციონირებასა და ადგილობრივ სოფლის მეურნეობას შორის კავშირებში. ამგვარმა მიდგომამ ერთგვარად შეზღუდა ზოგადი დისკუსია ამ სფეროში და გამოიწვია ბევრი სხვა მნიშვნელოვანი ურთიერთობის უგულებელყოფა. მნიშვნელოვანია გავაცნობიეროთ, რომ ტურიზმის შიგნით არსებობს მთელი რიგი ირიბი კავშირების ქსელიც და ადგილობრივი მოსახლეობის აქტივობა ტურიზმის განვითარებაში არ შემოიფარგლება მხოლოდ მათი ჩართულობით სოფლის მეურნეობაში. ამრიგად, ფოკუსირება მხოლოდ ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის ურთიერთკავშირზე თვალთახედვის მიღმა ტოვებს სხვა, ტურიზმთან არაპირდაპირ დაკავშირებული

ეკონომიკური დარგების როლს, რაც ხელს უშლის ტურიზმის სფეროში და მის გარშემო არსებული დარგების ურთიერთკავშირის კომპლექსური სურათის მიღებას. სწორედ ამიტომ, მათი ერთ-ერთი რეკომენდაციაა, რომ სამომავლო კვლევები მიმართული იყოს აღნიშნული კომპლექსურობის შესწავლისკენ, რათა ტურიზმის ეკონომიკური გეოგრაფიის ფარგლებში შეიქმნას ახალი ცოდნა.

ტურიზმში მოსახლეობის ჩართულობის ფორმებისა და მათი ეკონომიკური აქტივობების კვლევის მნიშვნელობასა და საჭიროებაზე ყურადღებას არაერთი მეცნიერი ამახვილებს. ჯაფარი (1989) ამტკიცებს, რომ ტურიზმის დარგში მოქმედ მეწარმეებს, მიუხედავად იმისა, მათ ეკონომიკურ საქმიანობას ტურიზმთან პირდაპირ კავშირი აქვს თუ არაპირდაპირი, მომსახურების მიმღებ მოსახლეობაში აქვთ ე.წ. ბროკერების როლი. უფრო კონკრეტულად, მისი განმარტებით, მეწარმეები საქმიანობენ ბიზნესში და ამავე დროს, წარმოადგენენ ადგილობრივ საზოგადოებას. ამის გათვალისწინებით, მათ შეუძლიათ მნიშვნელოვანი ბროკერების, შუამავლების როლი შეასრულონ მასპინძელ საზოგადოებასა და ვიზიტორებს შორის. მსგავსად, ბუტლერი (1980) მნიშვნელოვან აქცენტს აკეთებს ადგილობრივი მეწარმეების როლზე ტურიზმის განვითარების პროცესში. მიუხედავად ამისა, გამოთქმულია მოსაზრება, რომ გეოგრაფები ტურიზმის ინდუსტრიის კვლევის დროს, ხშირ შემთხვევაში მნიშვნელოვნად უგულებელყოფენ სამეწარმეო საქმიანობის საკითხის კვლევას (Mathieson & Wall, 1983). ადგილობრივი მეწარმეების როლზე ასევე ამახვილებს ყურადღებას ბუტლერი (1980) თავის ცნობილ ნაშრომში „კურორტის ციკლი“ (The Resort Cycle).

აღნიშნული მიმართულებით კვლევის ჩატარების მნიშვნელობას ასევე ადასტურებს ტურიზმის არაპირდაპირ გავლენებზე განხორციელებული კვლევები, რომელთა შედეგებიდანაც ნათლად ჩანს, რომ არაპირდაპირი შემოსავლის გაჩენა დამოკიდებულია ტურიზმისა და სხვა ეკონომიკური სექტორების სინქრონიზებულ განვითარებაზე (Sharpley & Telfer J, 2002; Varley, 1978). ვარლის (Varley, 1978) კვლევის მიხედვით, რაც უფრო მაღალია ეკონომიკაში ინტეგრაციისა და დივერსიფიკაციის ხარისხი, მით უფრო მაღალია წარმოქმნილი არაპირდაპირი დასაქმების რაოდენობა. საზოგადოების მიერ არაპირდაპირ მიღებული სარგებლის დონე პირდაპირ კავშირშია ტურიზმისა და ეკონომიკის სხვა სექტორებს შორის ურთიერთკავშირზე (Jayawardena,

2008). ეს კი მანამ ვერ იქნება შესაძლებელი, სანამ არ მოხდება არსებული მდგომარეობის კვლევა და იმ ბარიერების იდენტიფიცირება, რაც ადგილობრივ მოსახლეობას ექმნება თავისი წარმოებული პროდუქტების ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციის დროს.

Web of Science-ში ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის გარშემო არსებული ლიტერატურის ანალიზი ცხადყოფს, რომ ბოლო წლების განმავლობაში აღნიშნული საკითხის შესწავლის მიმართულებით ინტერესი საგრძნობლად იზრდება. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ ისეთი თემები, როგორცაა მდგრადი განვითარება, ტურიზმის მენეჯმენტი, ტურისტული სააგენტოები, ინტეგრაცია და კოორდინაცია, უფრო მეტ ყურადღებას იმსახურებენ, ვიდრე სხვა საკითხები (Szpilko, 2017). იქიდან გამომდინარე, რომ ტურიზმს სჭირდება სხვადასხვა აქტორების კოლაბორაცია ტურისტული გამოცდილების შექმნის მიზნით, დაინტერესებულ მხარეებს შორის ურთიერთკავშირის შესწავლა განხორციელდა სხვადასხვა პერსპექტივიდან. მიმოხილულ ლიტერატურულ წყაროებს შორის ბევრია ისეთი მაგალითი, როდესაც ავტორ(ებ)ი ტურიზმის მიწოდების ქსელის შესწავლისათვის იყენებენ შეზღუდულ პერსპექტივას, იმ გაგებით, რომ მხოლოდ ტურიზმის პირდაპირი საქმიანობების (განთავსების საშუალებები, ტუროპერატორები და კვების ობიექტები) წარმომადგენლებს რთავენ და განიხილავენ კვლევაში (Guo & He, 2012; Huang et al., 2012).

მსგავსი მიდგომით განხორციელებული კვლევები აჩვენებს, რომ ტურიზმის წარმომადგენლები განიცდიან ინფორმაციის ნაკლებობას, რათა დაამყარონ სათანადო კავშირი ტურიზმის მიწოდების ქსელის მთავარ წევრებთან (Biplab Roy et al., 2015). ამისაგან განსხვავებით, რამდენიმე ავტორმა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის შესწავლის პროცესში გარდა სასტუმროების, ტრანსპორტის, ბარებისა და რესტორნების წარმომადგენლებისა, ხელნაკეთი ნივთების, საკვები პროდუქტებისა და ინფრასტრუქტურის იმ მწარმოებლების ინტეგრირება მოახდინა კვლევაში, რომლებიც თავის მხრივ, ხელს უწყობენ ტურიზმის განვითარებას საკვლევო დესტინაციის ფარგლებში (Tapper & Font, 2004). მგონჯას (Mgonja, 2015) სტატია ყურადღებას ამახვილებს იმ ძირითად გამოწვევებზე, რომლის წინაშეც დგანან სურსათის მიმწოდებლები ტურიზმის ბაზარზე ინტეგრაციის პროცესში: არასტაბილური ფასები,

საკვები ნედლეულის გადამუშავების უნარ-ჩვევების ნაკლებობა, ადგილობრივი საკვების დაბალი ხარისხი და სეზონურობა. სხვა ავტორებმა ასევე შეისწავლეს კავშირი ტურიზმის ინდუსტრიასა და ადგილობრივი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების მიმწოდებლებს შორის; ამ კვლევების საფუძველზე, დამატებითი მიგნებები გახდა ცხადი: მიმწოდებლებსა და სასტუმროებს შორის შეთანხმებების უხეში დარღვევა, ადგილობრივი მიმწოდებლების მხრიდან ოფიციალური საბუთების წარმოებაზე უარის თქმა და უნდობლობა გარიგების ორივე მხარეს შორის (Anderson & Juma, 2014; Hampton et al., 2017). აღსანიშნავია, რომ სოფლის მეურნეობის დარგს, სხვა არასასოფლო-სამეურნეო სექტორებთან შედარებით, მაგალითად, ავეჯის, აღჭურვილობის წარმოება და სხვ., უფრო მეტი კავშირი აქვს ტურიზმის ინდუსტრიასთან.

ზემოხსენებული ლიტერატურის საერთო ასპექტია ის, რომ ყველა ავტორი იზიარებს მოსაზრებას, რომ ადგილობრივი მიმწოდებლების ინტეგრაცია ტურიზმის მიწოდების ქსელში გააუმჯობესებს ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავალს და შეამცირებს ფინანსურ გაჟონვას. გარდა ამისა, ადგილობრივ ეკონომიკურ საქმიანობებში განხორციელებული ინვესტიციები მეტწილად ხელს შეუწყობს ტურისტებისათვის „ავთენტური გამოცდილების“ შექმნას (Frauenrath, 2013; Rahmani et al., 2016).

დღემდე, არაერთმა მკვლევარმა გაუსვა ხაზი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ფუნქციონირების გეოგრაფიული განაწილების თავისებურებების შესწავლის საჭიროებასა და მნიშვნელობას. ჰოლდენის (Holden, 2013) მიხედვით, ტურიზმის არაპირდაპირი ეფექტის გეოგრაფიული გავრცელება, მისი პირდაპირი გავლენისგან განსხვავებით, არ არის კონცენტრირებული მხოლოდ დანიშნულების ადგილში, არამედ ახასიათებს ბევრად ფართო სივრცითი დაფარვა. შესაბამისად, ტურიზმის მიწოდების ქსელის სივრცითი მახასიათებელი საჭიროებს მის გეოგრაფიულ შესწავლასა და ანალიზს, რათა დადგინდეს ტურიზმის სარგებლის განაწილების სპეციფიკა ვრცელ ტერიტორიულ ერთეულებზე. ავტორი აგრეთვე დასძენს, რომ მიწოდების ქსელში ჩართული ინდუსტრიების მრავალფეროვნების გამო, ტურიზმის არაპირდაპირი ეფექტით ბევრად მეტი შინამეურნეობა სარგებლობს, ვიდრე პირდაპირი სარგებლით; თუმცა, ამ შემთხვევაში შინამეურნეობები უფრო მცირე შემოსავალს იღებენ (Holden, 2013).

ამასთან, როგორც მათიესონი და უოლი (1983) აღნიშნავენ, მეწარმეობის ბუნება პირობითია და იცვლება გეოგრაფიული მდებარეობების მიხედვით. სამწუხაროდ, სამეწარმეო საქმიანობების განვითარებაში მსგავსი გეოგრაფიული ვარიაციები, რომლებიც, შესაძლოა, ადგილობრივი გარემოებების გათვალისწინებით ჩამოყალიბდეს და მოქმედებდეს, ნაკლებად არის შესწავლილი (Debbage & Ioannides, 1998). აგრეთვე გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ ჩატარებული ემპირიული კვლევები არ ამახვილებენ ყურადღებას ადგილობრივი მოსახლეობის მიერ წარმოებული ეკონომიკური აქტივობების გეოგრაფიულ თავისებურებებზე, კერძოდ, მათ სივრცით განაწილებაზე.

ჰოლდენი (2013) თვლის, რომ ტურიზმის მეორადი ეფექტების გეოგრაფიული გავლენა არის ასევე ძალიან მნიშვნელოვანი სიღარიბის დაძლევაში, რადგან ის არ არის მხოლოდ კონცენტრირებული დესტინაციის ფარგლებში და ბევრად უფრო დიდ გეოგრაფიულ არეალზე ვრცელდება. შესაბამისად, მისი ერთ-ერთი დასკვნაა, რომ მიწოდების ჯაჭვში ჩართული ინდუსტრიების ფართო სპექტრის გათვალისწინებით, ტურიზმის არაპირდაპირი ეფექტი ბევრად უფრო მეტ შინამეურნეობას აძლევს სარგებელს პირდაპირ გავლენასთან შედარებით, თუმცა ბევრად მცირე შემოსავლებით. ტურიზმის მეორადი ეფექტების გეოგრაფიული გავლენები წარმოადგენს მნიშვნელოვან საკითხს სიღარიბის შემცირებაში ტურიზმის როლის გამოკვეთის პროცესში, რადგან მათ აქვს მეტი სივრცითი დაფარვა ტურიზმის პირდაპირ საქმიანობებთან შედარებით და ბევრად მეტი შინამეურნეობა სარგებლობს. ბოლო პერიოდში განხორციელებულ კვლევებზე (Biplab Roy et al., 2015; Hajilo et al., 2017) დაყრდნობით მკვლევრები ამტკიცებენ, რომ ტურიზმის მიწოდების სისტემის სივრცითი კონტექსტის საფუძვლიანი შესწავლა არის საჭირო იმისთვის, რომ სწორად მოხდეს მისი განვითარების შედეგად მოსალოდნელი სარგებლის მაქსიმალიზაცია. გარდა ამისა, ამ თემის ირგვლივ სხვა კვლევამ (Slocum & Everett, 2010) აჩვენა, რომ მწარმოებლების გეოგრაფიული მდებარეობა შეიძლება გახდეს ტურისტულ ბაზარზე მათი შეღწევადობის/ჩართულობის უპირატესობა ან გამოწვევა.

2.6. ტურიზმი საქართველოს მთიან რეგიონებში და მისი მიწოდების ჯაჭვის შესწავლა ევროპის ალპებსა და კარპატების მთებში ტურიზმის განვითარება მე-19 საუკუნეში დაიწყო, კავკასიის მთებში კი ეს ფენომენი მხოლოდ მე-20 საუკუნის შუა პერიოდიდან ჩნდება. საბჭოთა პერიოდში, ტურიზმი, რომელიც სახელმწიფოს მხრიდან მკაცრად იყო დაგეგმილი, ყველაზე საიმედო ეკონომიკურ სექტორთა შორის განიხილებოდა (Schmidt, 2017). ემპირიული მტკიცებულებები ცხადყოფს, რომ საბჭოთა პერიოდში საქართველო ქვეყნის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ტურისტული ცენტრი იყო და ტურიზმი დინამიკურ ეკონომიკურ დარგს წარმოადგენდა (Frederiksen & Gotfredsen, 2017). 1990-იანი წლების დასაწყისში, საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდგომ, საქართველო, სხვა პოსტ-საბჭოთა რესპუბლიკების მსგავსად, მძიმე ეკონომიკურ კრიზისში აღმოჩნდა. ამ მდგომარეობამ მთლიანი შიდა პროდუქტის რადიკალური შემცირება გამოიწვია (Jandieri 2014; Salukvadze, 2018). თუმცა დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის (დსთ) სხვა ქვეყნების მსგავსად, 1990-იანი წლების მეორე ნახევარში ეკონომიკამ აღდგენა დაიწყო (Kötschau, 2015). გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაციის მონაცემებით (2016), 1990-დან 2000 წლამდე პერიოდში რადიკალური ცვლილებები მოხდა საქართველოს ეკონომიკაში. ამ დროს ტურიზმის სექტორმა მნიშვნელოვანი სტაგნაცია განიცადა, ხოლო საბჭოთა პერიოდის ტურისტული განთავსების ობიექტები, როგორცაა სასტუმროები და სასტუმროს ტიპის დაწესებულებები, საქართველოს კონფლიქტური რეგიონებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა თავშესაფრებად გამოიყენებოდა (Adeishvili et al., 2011). საქართველოში პოლიტიკურ-ეკონომიკურ ტრანზიციას თან ახლდა კარდინალური ეკონომიკური რეფორმები და მოსახლეობის საარსებო წყაროების რადიკალური გარდაქმნის პროცესები. აღნიშნული ცვლილებები ვრცელდებოდა არა მხოლოდ საქალაქო ტიპის დასახლებების საზღვრებში, არამედ საკმაოდ სიღრმისეულად შეეხო კავკასიონის მთებსაც (Schmidt, 2017). უფრო მეტიც, 1990-იან წლებში აღნიშნული პროცესი განსაკუთრებით სპეციფიკური და მწვავე იყო სოფლისა და მთის რეგიონებში, რადგან განხორციელდა მიწის საკუთრების სახელმწიფო მონოპოლიის გაუქმება და მოხდა სასოფლო-სამეურნეო მიწების ნაკვეთების კერძო საკუთრებაში გადაცემა. ამის შედეგად მოხდა კოლექტიური (კოლმეურნეობებისა და საბჭოთა მეურნეობების მფლობელობაში არსებული) სასოფლო-სამეურნეო მიწის



პრივატიზაცია და სოფლის მეურნეობის პროდუქციის ინდივიდუალიზაცია. მიწის ფრაგმენტაციამ - პრივატიზებული სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთების შედარებით მცირე ზომამ არაუმეტეს ნორმის სახით დადგენილი 1.25 ჰა თითო შინამეურნეობაზე), დაბალმა პროდუქტიულობამ და ადგილობრივი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის გასაღების ბაზარზე ინტეგრაციისა და პროდუქციის კომერციალიზაციის სირთულეებმა განსაზღვრა შინამეურნეობებში ნატურალური (სამომხმარებლო) ტიპის ეკონომიკის დამკვიდრება (Salukvadze, 2008).

ამასთან, საყურადღებოა, რომ საქართველოს მაღალმთიანმა რეგიონებმა ჯერ კიდევ გვიან საბჭოთა პერიოდში მოსახლეობის საგრძნობი კლება განიცადა; თუმცა, დეპოპულაციის პროცესებმა შემამფოთებელი მასშტაბები შეიძინეს დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ. დეპოპულაციის პირობებში, გამონაკლისი არ აღმოჩნდა ჩემი საკვლევი არეალებიც - ყაზბეგის და მესტიის მუნიციპალიტეტები, სადაც აღინიშნებოდა ეკონომიკური სიდუხჭირე, სოფლის მეურნეობის დარგების დეგრადაცია, ძირითადი გასაღების ბაზრების კოლაფსი, ცხოვრების მძიმე პირობები, კომუნიკაციის საშუალებათა ნაკლებობა, ამ რეგიონების ტერიტორიული მიღწევადობის უკიდურესი სირთულე (Hakkert, 2017).

საქართველოში დამოუკიდებლობის პირველი ათწლეულის უპრეცედენტო ეკონომიკური ვარდნის შემდეგ, ეკონომიკის სხვა დარგებთან ერთად, ტურიზმის ინდუსტრიამ ნელა, მაგრამ განუხრელად დაიწყო აღორძინება და უკანასკნელ წლებში ერთ-ერთ გამორჩეულ და პროგრესირებად დარგად ჩამოყალიბდა (Adeishvili et al., 2011; Peel, 2007). შესაბამისად, ბოლო 10-15 წლის განმავლობაში ტურიზმი გახდა პერსპექტიული ეკონომიკური სექტორი და მასში ჩაბმული მრავალი ადამიანის საარსებო წყარო (Arghutashvili & Gogochuri, 2019; Heiny, 2017; Putkaradze & Abuselidze, 2019), მათ შორის უნდა განვიხილოთ მთიანი დასახლებების მოსახლეობის გარკვეული ნაწილიც (Somuncu, 2019). აღსანიშნავია, რომ დღეისათვის ტურიზმი არა მხოლოდ ინარჩუნებს თავის სასიცოცხლო როლს და მნიშვნელობას ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დღის წესრიგში, არამედ ხშირად განიხილება როგორც მთავარი ვექტორი და უპირველესი საყრდენი საქართველოში სამეურნეო პროგრესის მისაღწევად. რაც მთავარია, ეს არის ერთ - ერთი რეალური შესაძლებლობა ქართული

საზოგადოების დიდი ნაწილისთვის, მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) ზრდაში მისი მნიშვნელოვანი წვლილის გამო.

ქვეყანაში მასობრივი ტურიზმის განვითარების კვალი მკაფიოდ იკვეთება 2004 წლიდან. სახელმწიფო ინვესტიციების ახალი ტალღისა და ტურიზმის გრძელვადიანი სიცოცხლისუნარიანობის უზრუნველყოფის მიზნით, ერთობლივი სტრატეგიის შემუშავებასთან ერთად, საკმაოდ წარმატებული პროექტები განხორციელდა სხვადასხვა რეგიონებში (აჭარა, მცხეთა-მთიანეთი, იმერეთი და კახეთი), რომლებიც ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებაზე იყვნენ ორიენტირებული (OECD Development Centre, 2011). ქვეყნის ეკონომიკის ერთ-ერთი წამყვანი დარგის სტატუსი ტურიზმს საკმაოდ საპასუხისმგებლო როლს აკისრებს საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებაში (Salukvadze & Gugushvili, 2018).

აღსანიშნავია, რომ ბოლო ათწლეულების განმავლობაში, საერთაშორისო დონეზე მთის კურორტების მიმართ ვიზიტორების ინტერესის მკვეთრი ზრდა შეინიშნება (Debarbieux et al., 2014). ამ ტენდენციის მსგავსად, მნიშვნელოვანი პროგრესი განიცადა ტურიზმის განვითარებამ საქართველოს მთიან რეგიონებში (Hüller et al., 2017). ტურიზმის სწრაფად განვითარებამ მოიწვია საქართველოს რამდენიმე რეგიონი, მათ შორის მრავალი სოფლისა და მთის დასახლებული პუნქტი (Somuncu, 2019). ამჟამად, კავკასიონის მთების კალთებზე არსებული დასახლებები ტურისტებისათვის ერთ-ერთი ყველაზე მონახულებადი და პოპულარული ლოკაციაა. აღნიშნული არეალები სხვა გამორჩეულ თავისებურებებთან ერთად, ვიზიტორებისათვის ქმნიან უნიკალურ გარემოს, რომელშიც თავმოყრილია მდიდარი ადგილობრივი ტრადიციები, კულტურული მრავალფეროვნება, ტურისტული ადგილების ავთენტურობა, ხოლო ეს ყოველივე გარშემორტყმულია თვალწარმტაცი მთაგრეხილებითა და ველური ბუნებით. ასეთი პოტენციალი შეიძლება ჩაითვალოს მთის მკვიდრი მოსახლეობის კეთილდღეობის მყარ წინაპირობად.

საქართველოში, სხვა ქვეყნების გამოცდილების მსგავსად, ტურიზმის სფეროში ჩატარებული ემპირიული კვლევების უმეტესი ნაწილი, ქვემოთ წარმოდგენილი გამონაკლისი შემთხვევების გარდა, ორიენტირებულია მისი პირდაპირი ეფექტის საზღვრებში შემავალი კომპონენტების შესწავლაზე. კერძოდ, ტურიზმი საყრდენ როლს ასრულებს სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის (კვების ობიექტები,

განთავსების საშუალებები) განვითარებაში, რაც წამყვან მომსახურების სექტორს ქმნის უმეტეს ქვეყნებში. ამასთან, ტურიზმის შესწავლა მაღალმთიან საქართველოში, როგორც წესი, ასოცირდება სტუმართმოყვარეობის ასპექტების (საცხოვრებელი სახლების, კვების ობიექტების), სატრანსპორტო საკითხების და ტურისტული სააგენტოების საქმიანობის კვლევასთან. ზოგიერთი სტატია ორიენტირებულია ტურიზმის აქამდე აუთვისებელი, თუმცა პერსპექტიული დარგების შესწავლაზე, რომელთა შორისაა აგროტურიზმი, ეკოტურიზმი და კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმი (Khartishvili et al., 2019; Khoshtaria & Chachava, 2017; Paresishvili et al., 2017). თუმცა, მხოლოდ ტურიზმის განვითარებისა და მისი გავლენის ხელოვნური შემოსაზღვრა მხოლოდ აღნიშნული მიმართულებებით შეზღუდულ მიდგომად უნდა ჩაითვალოს იმ მოსალოდნელ სარგებელთან შედარებით, რომელიც ტურიზმისა და მისი მომიჯნავე ეკონომიკური დარგების ერთობლიობამ შეიძლება გამოიწვიოს ქვეყნის ეკონომიკაში. ამასთან, კვლევების მსგავსი ფოკუსი უგულებელყოფს აღნიშნული ინდუსტრიის არაპირდაპირი ეფექტის გააზრებას, რაც აფერხებს იმის გამოვლენას, თუ რა სარგებელი შეიძლება გამოიწვიოს ტურიზმისა და სხვა ეკონომიკურ საქმიანობებს შორის გაძლიერებულმა ურთიერთკავშირმა, რამაც, საერთო ჯამში, ხელი უნდა შეუწყოს მოსახლეობის კეთილდღეობისა და ცხოვრების დონის ამაღლებას.

მაღალმთიან რეგიონებში მკვლევართა ჯგუფების მიერ ჩატარებულმა გამოკვლევებმა ცხადყო, რომ ადგილობრივებმა მნიშვნელოვნად ისარგებლეს ტურიზმის განვითარებით გამოწვეული ახალი საარსებო წყაროების მრავალფეროვან პალიტრაში ჩართულობით, მათ შორის განთავსების, კვებისა და გასართობი ობიექტების შექმნით (Gugushvili et al., 2017; Hüller et al., 2017). ამან ავტორები დამატებითი შესწავლის გარეშე მიიყვანა იმ დასკვნამდე, რომ ტურიზმის სწრაფი განვითარებით მოხდა საარსებო წყაროების რადიკალური ტრანსფორმაცია. კერძოდ, მიუხედავად იმისა, რომ ადგილობრივი მოსახლეობისთვის ტურიზმთან დაკავშირებული საქმიანობების ეკონომიკური როლი საგრძნობლად გაიზარდა, ტურიზმის განვითარების ეფექტი სხვა საარსებო წყაროებზე ჯერჯერობით საკმარისად არ არის შესწავლილი, თუმცა გარკვეული ვარაუდები ნაწილობრივ უკვე გაკეთებულია.

მსგავს აპრიორულ მიდგომას აკრიტიკებს თემურ გუგუშვილი (Gugushvili et al., 2017), რომელიც თვლის, რომ დაუსაბუთებელი ვარაუდების გაყდერებამ შესაძლოა შეზღუდული ფორმით წარმოაჩინოს ტურიზმის რეალური შესაძლებლობები, რაც ხელს უშლის ამ დარგის, როგორც მოსახლეობის საარსებო სტრატეგიის, სრული პოტენციალის გამჟღავნებას. აღნიშნული, საბოლოო ჯამში, ზიანს აყენებს და გააზრების მიღმა ტოვებს მთიან რეგიონებში აუთვისებელ ეკონომიკურ პოტენციალს. ზოგიერთი ავტორი (მაგ., Biplab Roy, Al Mamun, & Bapon Chandra Kuri, 2015; Hajilo, Masoom, Langroudi, Sabokbar, & Pennington-Gray, 2017; Salukvadze, Gugushvili, & Salukvadze, 2020) აღნიშნავს, რომ კვლევების ამ ნაკლოვანების აღმოფხვრა მოხერხდება სხვა ეკონომიკურ საქმიანობებთან (მაგ., სოფლის მეურნეობა, წარმოება, საცალო ვაჭრობა და ა.შ.) ტურიზმის შესაძლო პროდუქტიული კავშირების გამოვლენის შემთხვევაში.

საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში განხორციელებული რამდენიმე უახლესი კვლევის შედეგად, მკვლევრებმა გამოკვეთეს მომიჯნავე სექტორებზე ტურიზმის ინდუსტრიის არაპირდაპირი ეფექტის სიღრმისეული შესწავლის საჭიროება. სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების (თაფლი, კალმახი) ღირებულებათა ჯაჭვის ერთ-ერთმა ბოლო კვლევამ მოახდინა ტურიზმის, როგორც გასაღების ბაზრის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი აქტორის, იდენტიფიცირება (Javakhishvili, 2016; Kochlamazashvili & Kakulia, 2016; Pellillo et al., 2014), თუმცა, მითითებული კვლევის ფარგლებში საკითხი შესწავლილია ვიწრო დარგობრივ ჭრილში, რაც გულისხმობს იმას, რომ არ მომხდარა იმ მახასიათებლებისა და გამოწვევების გამოვლენა, რაც უკავშირდება ტურიზმის ბაზართან დაკავშირებას. გარდა ამისა, უახლესი კომპლექსური საერთაშორისო ინტერდისციპლინური კვლევითი პროექტის<sup>4</sup> შედეგებზე დაყრდნობით, საქართველოს მთიან რეგიონებში ტურიზმის განუხრელი განვითარების მიუხედავად, მისი მომიჯნავე ეკონომიკური საქმიანობები არათუ არ იზრდება, არამედ აღინიშნება მოსახლეობის ტრადიციული საქმიანობების თანდათანობითი და საგრძნობი კლება, ზოგ შემთხვევაში, გაქრობაც კი (მაგ., სოფლის მეურნეობის ზოგიერთი დარგი). შესაბამისად, საკვლევ დესტინაციაზე (ყაზბეგის მუნიციპალიტეტი) გამოვლენილია

---

<sup>4</sup> „AMIES II: Scenario development for sustainable land use in the Greater Caucasus, Georgia”, [https://www.uni-giessen.de/fbz/fb09/institute/ilr/loek/old/forschung\\_old/currproj/amies2](https://www.uni-giessen.de/fbz/fb09/institute/ilr/loek/old/forschung_old/currproj/amies2)

ფრაგმენტული სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ნიშნები, რაც ერთმანეთის მომიჯნავე სექტორების მინიმალურ თანამშრომლობასა და თანაარსებობაში ან, ხშირ შემთხვევაში, სრულ გაუცხოებაში გამოიხატება. აღნიშნული საგრძნობლად აფერხებს ტურიზმის ინკლუზიურ განვითარებას, რაც მისი მიწოდების ქსელში სხვა ეკონომიკური დარგების ჩართულობას გულისხმობს (Eiligmann, 2010), ზღუდავს შესაძლებელი დამატებითი ეკონომიკური დოვლათის გაჩენას ადგილობრივ მოსახლეობაში და დღითიდღე ამცირებს მათთვის მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური გარემოს შექმნის პერსპექტივებს. აღსანიშნავია, რომ პროექტის ფარგლებში მიღებული მონაცემები მოკლებულია წამოჭრილი საკითხის ირგვლივ სივრცითი და ფართო დარგობრივი პერსპექტივების ანალიზს/განხილვას; ამ ინფორმაციული სიცარიელის ამოვსებასაც გარდაუვალ საჭიროებად მიიჩნევენ პროექტის მკვლევრები (Gugushvili et al., 2017; Heiny et al., 2017).

### თავი 3. კვლევის მეთოდები

#### 3.1. კვლევის კონტექსტი

კვლევა ეყრდნობა ეთნოგრაფიულ საველე სამუშაოებს, რომლებიც განხორციელდა კავკასიონის ძირითად მთაგრეხილზე - დიდი კავკასიონი - ევროპის უმაღლესი მთაგრეხილი, მწვერვალი იალბუზი, რომლის სიმაღლეც 5642 მეტრს აღწევს. კვლევაში გამოყენებული ემპირიული მონაცემები ეყრდნობა 2018 წელს საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში ჩატარებულ საველე სამუშაოებს. მეტი სიზუსტისათვის, კვლევა განხორციელდა ორ მაღალმთიან მუნიციპალიტეტში, კერძოდ, ყაზბეგსა [42° 39'27 " N, 44 ° 38'43 E] (მცხეთა-მთიანეთის რეგიონი) და მესტიაში [43 ° 2'44 " N, 42 ° 43'47 "E] (სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონი). მთიანი რეგიონები, რომლებიც შეირჩა კვლევისათვის იზიარებენ ტურიზმის სწრაფი განვითარების მსგავსებას, გარდამავალ ეკონომიკას, ავთენტურობასა და ადგილობრივ ტრადიციებს. იქიდან გამომდინარე, რომ მთიან დასახლებებს მიუხედავად მათი მდებარეობისა, მრავალი სხვა საერთო მახასიათებელიც აქვთ (მაგ., სოციო-ეკონომიკური მდგომარეობა, დემოგრაფიული დინამიკა, კულტურული და ტრადიციული ელემენტები) (Mármol & Vaccaro, 2015; Perlik, 2019; Wang et al., 2019), კვლევის მიგნებები შეიძლება იყოს გათვალისწინებული და აგრეგირებული იმავე თავისებურებების მთიან რეგიონებში.

#### 3.2. თვისებრივი კვლევის მიდგომა

წარმოდგენილი კვლევისათვის მეთოდოლოგიური მიდგომა - თვისებრივი კვლევის მიდგომა - შეირჩა კვლევის მიზნიდან გამომდინარე. ვინაიდან კვლევის მთავარი მიზანი არის, რომ უპასუხოს კვლევის კითხვებს, წინასწარ განსაზღვრულ ჩარჩოში ჩასმის გარეშე, კითხვებზე პასუხებისა და სიღრმისეული ინფორმაციის მოპოვებისათვის ეფექტური აღმოჩნდა თვისებრივი კვლევის მიდგომის გამოყენება.

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში თვისებრივმა კვლევამ საგრძნობი ცვლილებები და ფართო გავრცელება განიცადა იმისათვის, რომ აკადემიურ ასპარეზზე თავი დაემკვიდრებინა უკვე არა „როგორც უბრალოდ „არა რაოდენობრივ კვლევას“, არამედ შეექმნა საკუთარი იდენტობა (ან შესაძლოა მრავალი იდენტობა)“ (Flick, 2007, გვ. 9). პირველ რიგში, ის დამკვიდრდა ისეთი დისციპლინების ფართო სპექტრში, რომლებიც არ მოიცავს მხოლოდ სოციოლოგიას, ანთროპოლოგიასა და განათლებას. დღესდღეობით თვისებრივი კვლევა აქტიურად ხორციელდება ისეთ დარგებში,

როგორებიცაა სოციალური მეცნიერებები, მედიცინა, სოციალური მუშაობა, ფსიქოლოგია, ინფორმაციული მეცნიერებები, პოლიტიკური მეცნიერებები და სხვა მსგავსნი. აღნიშნულის კვალდაკვალ მიმდინარეობდა მრავალი სხვადასხვა სახის სახელმძღვანელოს, წიგნისა თუ სტატიის შექმნა. მათი ნაწილი ორიენტირებულია ზოგადად თვისებრივი კვლევის განხორციელების კონტექსტზე (მაგალითად, Flick, 2006; ან Silverman, 2006), ხოლო ნაწილი სპეციფიკურ დარგობრივ ჭრილში განიხილავს მისი გამოყენების უპირატესობებს (მაგ., Marvasti, 2003; Winchester & Rofe, 2010 და ა.შ.).

როგორც დენზინმა და ლინკოლნმა აღნიშნეს: „[...] თვისებრივი კვლევის მკაფიოდ განმარტება საკმაოდ რთულია“ (Denzin & Lincoln, 2017, გვ. 12). ფლიკი თავის სახელმძღვანელოში „თვისებრივი კვლევის შესავალი“ (Flick, 2006), ხაზს უსვამს თვისებრივი კვლევის დინამიკურობას და განმარტავს, რომ:

*„თვისებრივი კვლევა არის ახალი მიდგომებისა და მეთოდების გავრცელების მიმდინარე პროცესი, რომელიც უფრო და უფრო მეტ დისციპლინაში იმკვიდრებს თავს“ (გვ. 11).*

თუმცა, როგორც ელიოტი (1999, გვ. 216) აღწერს „სხვადასხვა მეთოდებს ის აერთიანებთ, რომ მათი მთავარი მიზანი უფრო მეტად არის, საკითხის გაგებასა და გააზრებაში წვლილის შეტანა, ვიდრე არსებული თეორიებისა და დასკვნების დამტკიცება“.

თვისებრივი მეთოდების გამოყენების მზარდი ტენდენციის კვალდაკვალ გაჩნდა ახალი საინტერესო გამოწვევა, რომელმაც ხელი შეუწყო მონაცემთა ანალიზის მეთოდებისა და მიდგომების სრულიად ახალი სპექტრის ჩამოყალიბებას. აღნიშნულის დიაპაზონი ვრცელდება კონტენტ ანალიზიდან დიალოგების ანალიზამდე (conversation analysis), დაფუძნებული თეორიიდან ფენომენოლოგიურ ანალიზამდე, ნარატივებიდან ვიდეო ანალიზამდე, ვიზუალური მონაცემების ანალიზიდან კი ელექტრონული მონაცემების ანალიზამდე (Flick, 2009, გვ. 4).

ამრიგად, თვისებრივი კვლევა იყენებს ტექსტს, როგორც ემპირიულ მასალას (რიცხვების ნაცვლად), კვლევას იწყებს შესასწავლი რეალობის სოციალური კონსტრუქციის ცნებიდან, დაინტერესებულია კვლევის მონაწილეთა მოსაზრებებითა და შეხედულებებით, ყოველდღიური ცხოვრებითა და ცოდნით, რაც შესასწავლ

საკითხს ეხება (Flick, 2007, გვ. 2). მაგალითისათვის, გეოგრაფებისთვის, სხვადასხვა თემში მცხოვრებთა რაოდენობა წარმოადგენს ტიპურ რაოდენობრივ მონაცემებს, ხოლო მუნიციპალიტეტის ზონებად დაყოფა მოიცავს თვისებრივ მონაცემებს (Kuckartz 2014, გვ.1). აღნიშნული ასევე აისახება ხშირად მკაცრად ურთიერთდაკავშირებული - თვისებრივი კვლევის მახასიათებლებით, რომლებიც გვხვდება რამდენიმე პუბლიკაციაში და ასევე ეხება წარმოდგენილ კვლევას.

განსხვავებით სტანდარტიზებული კვლევის მიდგომიდან, როგორცაა გამოკითხვა, თვისებრივი მიდგომის მიზანი, როგორც ამ კვლევაში იქნა გამოყენებული, არ არის შერჩეული ინტერვიუების შედეგების განზოგადება. ზოგიერთ შემთხვევაში შესაძლებელია მოხდეს თვისებრივი კვლევის შედეგების განზოგადება, მაგრამ აღნიშნული არ წარმოადგენს მის მთავარ მიზანს (Kuckartz 2014, გვ.12). შესაბამისად, შემდეგში წარმოდგენილი ყველა შედეგი ან დასკვნა ეხება შესწავლილ საკითხებსა და ხალხს და არ შეიძლება ჩაითვალოს წარმომადგენლობითად.

### 3.3. კვლევის დიზაინი

წარმოდგენილი სადისერტაციო ნაშრომი იყენებს თვისებრივ მიდგომას, რომლის ფარგლებშიც მონაცემთა შეგროვება განხორციელდა ინტერვიუების სხვადასხვა მეთოდების ტრიანგულაციით (Kuckartz, 2014), რის შედეგადაც შეგროვდა 115 ინტერვიუ და 6 ფოკუს ჯგუფი. აგრეთვე, განხორციელდა გეოგრაფიული ინფორმაციის შეგროვება, რათა მომხდარიყო ტურიზმის გავრცელების სივრცითი სურათის შექმნა. მოპოვებული ტექსტური ინფორმაციის ანალიზი განხორციელდა თვისებრივი მონაცემების ანალიზის კომპიუტერული პროგრამის (MAXQDA) მეშვეობით, ხოლო გეოგრაფიული მონაცემები დამუშავდა და შეჯერდა თვისებრივ ინფორმაციასთან QGIS-ის დახმარებით.



### 3.4. კვლევის სამიზნე ჯგუფი და შერჩევის მეთოდი

ემპირიული კვლევის სამიზნე ჯგუფები ჩამოყალიბდა კვლევის ამოცანების გათვალისწინებით და შედგება:

**პირველი სამიზნე ჯგუფი:** საქართველოს მაღალმთიანი რეგიონის, კერძოდ, ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტებში შემავალი დასახლებების შინამეურნეობები, რომლებიც ტურიზმთან პირდაპირ და არაპირდაპირ დაკავშირებულ ეკონომიკურ საქმიანობებს ახორციელებენ.

**მეორე სამიზნე ჯგუფი:** ტურიზმის ინდუსტრიის სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლები, რომლებიც ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტების ადმინისტრაციული საზღვრების ფარგლებში ოპერირებენ.

თვისებრივი მეთოდით ინფორმაციის მოპოვება მოხდა რესპონდენტების მიზნობრივი შერჩევის საფუძველზე, წინასწარ ფორმულირებული, კვლევის მიზანსა და ამოცანებთან მჭიდროდ დაკავშირებული მახასიათებლების მიხედვით.

საკვლევ დასახლებებში პირველ სამიზნე ჯგუფში შემავალი ადგილობრივი შინამეურნეობების შერჩევისას, რომლებიც ახორციელებენ ტურიზმთან პირდაპირ და არაპირდაპირ დაკავშირებულ ეკონომიკურ საქმიანობებს, მოხდა შემდეგი სახის მახასიათებლების გათვალისწინება:

- გეოგრაფიული მდებარეობა;
- დემოგრაფიული მახასიათებლები;
- დასაქმების სფეროები (მაგ., განთავსების საშუალება, კვების ობიექტები)<sup>5</sup>;
- ეკონომიკური საქმიანობის ფორმები (მაგ., კოოპერატივები, საოჯახო, მიკრო და მცირე ბიზნესი და სხვ.)<sup>6</sup>;
- ეკონომიკური საქმიანობების დარგები (მაგ., სოფლის მეურნეობა, მშენებლობა, საბითუმო და საცალო ვაჭრობა და სხვ.) (EUROSTAT, 2008)<sup>7</sup>.

<sup>5</sup> ტურიზმთან პირდაპირ დაკავშირებული საქმიანობების შემთხვევაში.

<sup>6</sup> ტურიზმთან არაპირდაპირ დაკავშირებული საქმიანობების შემთხვევაში.

<sup>7</sup> ტურიზმთან არაპირდაპირ დაკავშირებული საქმიანობების შემთხვევაში.

მეორე სამიზნე ჯგუფში გაერთიანებული ტურიზმის ინდუსტრიის სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლების შერჩევას, რომლებიც საქართველოს მთიანი რეგიონის, კერძოდ ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტების ადმინისტრაციული საზღვრების ფარგლებში ოპერირებენ, მოხდა შემდეგი მახასიათებლების გათვალისწინება:

- გეოგრაფიული მდებარეობა;
- ტურიზმის დარგები (მაგ., სასტუმრო, კაფე/რესტორანი და სხვა ტურისტული სერვისის მიმწოდებლები).

იმის მიუხედავად, რომ რესპონდენტების შერჩევის ძირითად მეთოდად განსაზღვრული იყო მიზნობრივი შერჩევა, რიგ შემთხვევებში, საჭიროებიდან გამომდინარე, სავლელე კვლევა თოვლის გუნდის მეთოდის გამოყენებით გრძელდებოდა. მსგავსი შემთხვევა მაშინ ხდებოდა, როდესაც რესპონდენტი ასახელებდა სხვა რელევანტურ ინფორმანტს, რომელიც ეკონომიკურად ტურიზმთან იყო დაკავშირებული პირდაპირი თუ არაპირდაპირი გზით (რესპონდენტების მახასიათებლების შესახებ ინფორმაციისათვის იხ. დანართი, გრაფიკები 3-7).

### 3.5. კვლევის განხორციელება

ეტაპი	აქტივობა	აქტივობის შესრულების მოკლე აღწერა
1.	საველე სამუშაოების (ინფორმაციის შეგროვება) წარმატებით შესრულებისათვის საჭირო დოკუმენტებისა და მონაცემთა ბაზების მომზადება	<ul style="list-style-type: none"> <li>• მომზადდა საველე კვლევის განხორციელებისათვის საჭირო ინსტრუმენტები;</li> <li>• მოხდა საჯარო ინფორმაციის გამოთხოვნა.</li> </ul>
	კვლევით არეალებში მცხოვრები მოსახლეობის დემოგრაფიული სტრუქტურის ანალიზი	საქსტატიდან გამოთხოვილი დემოგრაფიული ინფორმაციის ანალიზი და საორიენტაციო ვიზუალიზაციების შექმნა
	შეხვედრები ადგილობრივ მოსახლეობასთან და სხვა დაინტერესებულ ჯგუფებთან	შედგა შეხვედრები მესტიისა და ყაზბეგის ადგილობრივ მოსახლეობასთან, სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან კვლევის მიზნისა და ღირებულების გაცნობის მიზნით.
	პილოტური კვლევა	საკვლევ არეალებში განხორციელდა პილოტური კვლევა, რის ფარგლებშიც მოხდა თვისებრივი კვლევის მეთოდების საშუალებით პირველადი ინფორმაციის მიღება სამიზნე ჯგუფების წარმომადგენლებისაგან. აღნიშნულის საფუძველზე, შესაძლებელი გახდა კვლევის ინსტრუმენტების გადახედვა, მოდიფიცირება და გაუმჯობესება.
	საველე სამუშაოები ყაზბეგსა და მესტიაში	საველე სამუშაოების პირველ ეტაპზე განხორციელდა რესპონდენტთა რეკრუტმენტი. მეორე ეტაპზე, ყაზბეგისა და

2.		<p>მესტიის მუნიციპალიტეტებში ჩატარდა ფოკუს ჯგუფები, სიღრმისეული და ფოკუსური ინტერვიუები, როგორც ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებთან, ასევე ადგილობრივ შინამეურნეობებთან. განხორციელებული ფოკუსური ინტერვიუების საფუძველზე მოდიფიცირდა მიწოდების ჯაჭვში ჩართული აქტორების სია. საველე სამუშაოების პროცესში მოხდა რესპონდენტებისათვის რეგისტრაციის ფორმების გამოყენება, რისი მეშვეობითაც პარალელურ რეჟიმში მოხდა კვლევისათვის საჭირო სტრუქტურირებული ინფორმაციის შეგროვება.</p>
3.	<p>ანალიზისათვის ტექსტური მომზადება</p> <p>თვისებრივი ინფორმაციის</p>	<p>განხორციელებული საველე სამუშაოების ფარგლებში შეგროვებული თვისებრივი ინფორმაცია დამუშავდა და მოხდა მისი გაშინაარსება. კერძოდ, მომზადდა ინტერვიუების აუდიო მასალის ტრანსკრიპტები. ტრანსკრიპტები დაფორმატდა და გამზადდა თვისებრივი მონაცემების ანალიზის პროგრამა MAXQDA2018-ის ბაზაში ანალიზის განხორციელების მიზნით. აგრეთვე, ამავე ამოცანის ფარგლებში, მოხდა საველე სამუშაოების პროცესში მოპოვებული სტრუქტურირებული ინფორმაციის ამავე</p>

		<p>პროგრამაში შეყვანა, მისი შემდგომი დამუშავებისა და ანალიზის მიზნით.</p>
	<p><b>მონაცემთა ანალიზი</b></p>	<p>მოპოვებული თვისებრივი მონაცემების ანალიზი განხორციელდა ტექსტური ინფორმაციის კოდირების დაწყებით. აღნიშნული შესაძლებელი გახდა თვისებრივ მონაცემთა ანალიზის პროგრამა MAXQDA-ის საშუალებით.</p>
	<p><b>საკვლევ არეალებში ტურიზმის ინდუსტრიისა და სხვა ეკონომიკური დარგების მასშტაბისა და ბოლო წლებში არსებული ცვლილებების შეფასება</b></p>	<p>მოხდა ადგილობრივი ეკონომიკური აქტივობების შესახებ ინფორმაციის გამოთხოვნა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურიდან და მასზე დაფუძნებით ეკონომიკური ინფორმაციის/ინდიკატორების ანალიზი. შედეგად, გაანალიზებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით შეიქმნა მონაცემთა ვიზუალიზაციები (განსხვავებული ტიპის რუკები და გრაფიკები).</p>
<p><b>4.</b></p>	<p><b>კვლევის შედეგებისა და სტრატეგიების განხილვა ყველა დაინტერესებულ მხარესთან ერთად</b></p>	<p>განხორციელდა შეხვედრები ოფიციალურ და არაფორმალურ ჯგუფებთან, ადგილობრივი თვითმმართველობისა და სახელმწიფოს სხვა წარმომადგენლებთან, კვლევის შედეგებისა და დასახული სცენარების გაცნობის მიზნით.</p> <p>გარდა ზემოთ ჩამოთვლილი დაინტერესებული მხარეებისა, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ მოხდა კვლევისა და ადგილობრივი ტურიზმის</p>

		<p>მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციის სტრატეგიების განხილვა ადგილობრივ მოსახლეობასთან ერთად.</p>
--	--	--

### 3.6. ემპირიულ მონაცემთა შეგროვება

კვლევის მიზნისა და ამოცანების წარმატებით შესრულება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული აუცილებელი ემპირიული ინფორმაციის სრულყოფილად და საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად მოპოვებაზე. სწორედ ამიტომ, კვლევისათვის შემუშავდა მეთოდოლოგიური ჩარჩო, რომელიც მოიცავს ინოვაციური ხასიათის მიდგომების გადაწყვეტების სინთეზს ინფორმაციის შეგროვების ტრადიციულ მეთოდებთან. ამასთან, იმისათვის, რომ უზრუნველყოფილი ყოფილიყო ადეკვატური წარმომადგენლობა და მაღალი გეოგრაფიული დაფარვა სხვადასხვა თემის წარმომადგენლების, ეთნოგრაფიულმა კვლევამ მოიცვა ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის 5 (დაბა სტეფანწმინდა, გორისციხე, სნო, სიონი, კობი), ხოლო მესტიის მუნიციპალიტეტის 14 ადმინისტრაციული ერთეული (დაბა მესტია, მულახი, ფარი, კალა, წვირმი, უშგული, ბეჩო, ლენჯერი, ნაკრა, ლატალი, ეცერი, ლახამულა, ჭუბერი, იფარი) და მათში შემავალი სოფლები.

#### 3.6.1. პილოტური კვლევა

პილოტური კვლევა განხორციელდა უშუალოდ საველე სამუშაოებამდე, რათა მომხდარიყო საფუძვლის მომზადება კვლევის შემდგომი ეტაპისათვის პირველი მოსაზრებების ჩამოყალიბება, კვლევის მიზნის გაცნობა დაინტერესებული მხარეებისათვის, ადგილობრივ წარმომადგენლებთან ურთიერთობების დამყარება და ნდობის მოპოვება. ზოგადად, წინასწარი შესწავლა გულისხმობს ძირითადი კვლევის საცდელ ჩატარებას ან კონკრეტული კვლევის ინსტრუმენტის ან პროცედურის პრეტესტს. მსგავსი პილოტური მოკვლევა მკვლევრებს უზოგავს თანხასა და რესურსებს, რადგან ლოგისტიკური ან სხვა სახის მეთოდოლოგიური გამოწვევების დადგენა შესაძლებელი ხდება რეალურ საველე სამუშაოზე ადრე. შესაბამისად, შესწორებები შესაძლოა მოხდეს ძირითადი კვლევის დაწყებამდე (Persaud, 2012). ამ შემთხვევაში

წინასწარი შესწავლის კონკრეტული მიზანი იყო პირველი შთაბეჭდილებებისა და ზოგადი ინფორმაციის მოპოვება რეგიონში მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის შესახებ, ძირითადი კვლევის განხორციელებამდე. ამასთან, მნიშვნელოვანი იყო საველე გასვლების დროს გამოწვევების აღმოჩენა, რათა შესაძლებელი ყოფილიყო მაკორექტირებელი ზომების მიღება და შესაბამისად, შემდგომი კვლევის პროცესის გაუმჯობესება.

წინასწარი შესწავლის დროს მონაცემთა შეგროვებისათვის მომზადდა შემდეგი ინსტრუმენტები:

- რეგისტრაციის ფორმები ორივე სამიზნე ჯგუფისათვის, სახელმძღვანელო კითხვები და მატრიცა, ადგილობრივ მოსახლეობასთან და ტურიზმის წარმომადგენლებთან ინტერვიუების განსახორციელებლად (იხ. დანართი, დოკუმენტები 1-5);
- სახელმძღვანელო კითხვები ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლებთან და ადგილობრივი განვითარების ჯგუფებთან (LAG) შეხვედრებისათვის ზოგადი სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის შესახებ ინფორმაციის მოპოვების მიზნით;
- სტრუქტურირებული შეხვედრების შესაჯამებელი დოკუმენტი, რათა მოხდეს დღის განმავლობაში მიღებული ინფორმაციების შეჯამება და დამატებითი ინტერვიუს მსურველთა პირების აღრიცხვა.

იმის გათვალისწინებით, რომ კვლევაში სიღრმისეული, ფოკუსური ინტერვიუები და ფოკუს ჯგუფები მონაცემთა შეგროვების ძირითადი მეთოდებია, პილოტური კვლევის პროცესი ძირითადად ფოკუსირებულ იყო შემდეგ საკითხებზე: 1. რამდენად გასაგებია რესპონდენტისათვის სადისკუსიო გეგმაში/ფოკუს ჯგუფების გზამკვლევაში არსებული კითხვების ფორმულირებები? 2. არის თუ არა რომელიმე კითხვა (ები), რომლებიც გამოიკვეთა, რომ ზედმეტია დისკუსიისათვის (არ ახდენს მკვლევრის ინფორმირებას საკვლევ საკითხზე)? 3. არის თუ არა რომელიმე კითხვა (ები), რომლებიც ზედმეტად სენსიტიური ან შეურაცხმყოფელი აღმოჩნდა რესპონდენტისათვის და ამის გამო პასუხის გაცემა არ მოისურვა? 4. რა არის ის საკითხები, რამაც შეიძლება საველე სამუშაოების დროს კონკრეტულ თემში

პრობლემები წარმოშვას? 5. რისი გათვალისწინება უნდა მოხდეს მკვლევრის მიერ მაღალმთიანი დასახლების შინამეურნეობის სტუმრობისას (მაგ., ჩაცმულობა). პილოტური კვლევა განხორციელდა ორივე მუნიციპალიტეტის დასახლებებში, რათა დაცული ყოფილიყო რესპონდენტების გეოგრაფიული განაწილება.

პილოტური კვლევის დასრულების შემდეგ, განხორციელდა მოპოვებული ინფორმაციის შეფასება. აღნიშნულის საფუძველზე, მოხდა სადისკუსიო გეგმასა და გზამკვლევში არსებული ზოგიერთი კითხვის ხელახლა ფორმულირება, რაც რთულად გასაგები აღმოჩნდა რესპონდენტებისათვის. აგრეთვე, მოდიფიცირდა რეგისტრაციის ფორმა, კერძოდ, დაემატა რამდენიმე დამაზუსტებელი შეკითხვა. ამასთან, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ წინასწარი შესწავლის პროცესში გამოიკვეთა რამდენიმე ძალიან მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომელიც აუცილებლად განსაზღვრავდა საველე სამუშაოების წარმატებით განხორციელებას. კერძოდ, იქიდან გამომდინარე, რომ საველე სამუშაოები განხორციელდა მეჩხრად დასახლებულ მუნიციპალიტეტებში, საპილოტე კვლევის დროს, ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევა აღმოჩნდა თითოეულ დასახლებაში ვიზიტის სწორი პერიოდის შერჩევა. გამოცდილებამ აჩვენა, რომ სოფლების დონეზე მიმდინარე მოულოდნელი ან დაგეგმილი პროცესები (დღესასწაულები, უბედური შემთხვევები, ა.შ.) შეუძლებელს ხდის საველე სამუშაოების შესრულებას. აღნიშნულის თავიდან აცილების მიზნით, ორივე მუნიციპალიტეტის დასახლებებში ვიზიტის წინარე პერიოდში მოხდა კონკრეტული საკვლევი არეალების შესახებ ინფორმაციის მიღება, პოტენციურ რესპონდენტებთან პრე-კომუნიკაცია და ა.შ. ასევე, გამოიკვეთა რომ ადგილობრივი თანმხლები პირის არსებობა რესპონდენტთან მისვლის პროცესში ძალიან დიდ როლს ასრულებს. მათი ნდობის მოპოვება ბევრად უფრო მოკლე დროში და მარტივად ხდება ნაცნობის დანახვის ფონზე, რომელიც, რა თქმა უნდა, უშუალოდ ინტერვიუს პროცესს არ ესწრება, თუმცა მაგალითად, მძღოლის რანგში გახლავს თან. აღნიშნული ერთიორად ზრდის რესპონდენტების ნდობასა და მოტივაციას, რომ დაამყარონ ურთიერთობა და კითხვებზე ამომწურავი პასუხები გასცენ.



პილოტური კვლევა		
მეთოდი	სამიზნე ჯგუფი	რაოდენობა
სიღრმისეული ინტერვიუ	ადგილობრივი შინამეურნეობები, რომლებიც ეკონომიკურ საქმიანობებს ახორციელებენ	მესტია (2) ყაზბეგი (2)
ფოკუსირებული ინტერვიუ	ტურიზმის ინდუსტრიის სფეროს წარმომადგენლები	მესტია (2) ყაზბეგი (2)
ფოკუს ჯგუფი	ადგილობრივი შინამეურნეობები, რომლებიც ეკონომიკურ საქმიანობებს ახორციელებენ	მესტია (1) ყაზბეგი (1)

### 3.6.2. საველე სამუშაოები

#### ნედლი ტექსტური მონაცემების შეგროვება

კვლევის ფარგლებში დასახული მიზნისა და ამოცანების გადაწყვეტისათვის, ემპირიული ინფორმაციის მოპოვება განხორციელდა სამი სხვადასხვა თვისებრივი კვლევის მეთოდის ტრიანგულაციით. კერძოდ, ფოკუს-ჯგუფის, სიღრმისეული და ფოკუსირებული (ნახევრად სტრუქტურირებული) ინტერვიუს მეთოდების კომბინაციის საშუალებით. შესაბამისად, ემპირიული ინფორმაციის შეგროვებისათვის მოხდა სამი ტიპის კვლევის ინსტრუმენტის გამოყენება: სადისკუსიო გეგმა სიღრმისეული ინტერვიუებისათვის, ნახევრად სტრუქტურული კითხვარი ფოკუსური ინტერვიუსათვის და გზამკვლევი ფოკუს-ჯგუფებისათვის.

#### *სიღრმისეული ინტერვიუები*

პირველ სამიზნე ჯგუფთან, რომელიც მოიცავს საკვლევ დასახლებებში მცხოვრებ ადგილობრივ მოსახლეობას, რომელთა საქმიანობა ტურიზმს პირდაპირ და

არაპირდაპირ უკავშირდება, ჩატარდა როგორც სიღრმისეული ინტერვიუები (43)<sup>8</sup>, ასევე ფოკუს ჯგუფები (6)<sup>9</sup>. კვლევის სიღრმისეული ინტერვიუების ტექნიკის გამოყენებამ უზრუნველყო კვლევის ფარგლებში შესასწავლი თემების შესახებ მრავალმხრივი ინფორმაციის მიღება საკვლევი თემატიკის გარშემო და ნათელი სურათის ჩამოყალიბება, რაც საბოლოოდ წარმატებით უპასუხებს კვლევის კითხვებს. აღნიშნულის დახმარებით, გარდა იმისა, რომ მოხდა კვლევის ფარგლებში შესასწავლი საკითხების შესახებ სიღრმისეული ინფორმაციის მიღება, რესპონდენტებს საშუალება ჰქონდათ, ერთი და იგივე შესასწავლი საკითხი სხვადასხვა პოზიციიდან შეეფასებინათ.

### **ფოკუს ჯგუფები**

ფოკუს ჯგუფების მეთოდის გამოყენების მთავარი უპირატესობა ამ შემთხვევაში ნათლად წარმოჩინდა იმ ფაქტით, რომ მისი მეშვეობით შესაძლებელი გახდა რესპონდენტებთან ღია და შეუზღუდავი დისკუსია კვლევისათვის მნიშვნელოვან საკითხებზე. აღნიშნულმა მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი რესპონდენტებში საკვლევი საკითხებთან დაკავშირებით ახალი იდეებისა და მოსაზრებების გენერირებას. ამის საშუალებით შედგება ღია და შეუზღუდავი დისკუსია რესპონდენტებს შორის, რაც საბოლოო ჯამში აისახა მათი მხრიდან დეტალური და სიღრმისეული ინფორმაციის მოწოდებაში საკვლევი საკითხების გარშემო. აქვე მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ თითოეული ფოკუს ჯგუფის ერთ-ერთი მთავარი მახასიათებელი მისი მონაწილეების ჰეტეროგენული შემადგენლობა იყო. საბოლოო ჯამში, აღნიშნული მეთოდების ინტეგრირებამ მოგვცა შესაძლებლობა, რომ წარმატებით გვეპასუხა კვლევის ფარგლებში დასმული ამოცანებისათვის, მათ შორის ადგილობრივი მოსახლეობის ეკონომიკური აქტივობების, მიწოდების ჯაჭვისა და მისი განხორციელების პროცესში წარმოქმნილი ბარიერების/დაბრკოლებების შესწავლა.

---

<sup>8</sup> ყაზბეგის მუნიციპალიტეტი - 24 სიღრმისეული ინტერვიუ და მესტიის მუნიციპალიტეტი - 19 სიღრმისეული ინტერვიუ.

<sup>9</sup> ყაზბეგის მუნიციპალიტეტი - 3 ფოკუს ჯგუფი და მესტიის მუნიციპალიტეტი - 3 ფოკუს ჯგუფი.

### **ფოკუსური ინტერვიუები**

რაც შეეხება კვლევის მეორე სამიზნე ჯგუფს (ტურიზმის ინდუსტრიის სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლები), ფოკუსური ინტერვიუების (72)<sup>10</sup> მეშვეობით მოხდა კვლევის ამოცანების შესახებ ღია კითხვების დახმარებით დეტალური, სტრუქტურირებული ინფორმაციის მიღება. მეტი სიზუსტისათვის, მოხდა მათი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ჩართულობის გამოცდილებისა და აგრეთვე, დამოკიდებულებების შესწავლა ადგილობრივი პროდუქტისა და წარმოების მიმართ.

### **გეოგრაფიული ინფორმაციის შეგროვება**

რესპონდენტების ეკონომიკური საქმიანობების შესახებ ინფორმაციის შეგროვება ინტეგრირებული იყო თვისებრივი კვლევის მეთოდებთან. შესაბამისად, სიღრმისეული და ფოკუსური ინტერვიუების რესპონდენტებზე აგრეთვე მოხდა გეოგრაფიული ინფორმაციის მოპოვება. იმის გათვალისწინებით, რომ კვლევის მიზნის შესრულებისათვის, უმნიშვნელოვანეს როლს ასრულებს სივრცითი ანალიზი გეოგრაფიული პარამეტრების გამოყენებით, საველე სამუშაოების პროცესში მოხდა გეოგრაფიული მონაცემების შეგროვება ისეთი ინოვაციური მობილური აპლიკაციის საშუალებით, როგორცაა OSMTracker. OSMTracker-ის ფუნქციის დახმარებით კვლევის პროცესში შესაძლებელი გახდა საველე სამუშაოების პროცესში მოპოვებული ინფორმაციისათვის ავტომატურად მისი განთავსების ადგილის გეოგრაფიული კოორდინატების მინიჭება. აღნიშნულმა შესაძლებელი გახადა, რომ დიგიტალურად მომხდარიყო რესპონდენტთა ეკონომიკური საქმიანობების ადგილმდებარეობის რუკის წარმოება. ელექტრონულად მოპოვებულმა გეოგრაფიულმა ინფორმაციამ, ტექსტური ინფორმაციის ანალიზის პროცესში, შესაძლებელი გახდა საკვლევი დარგების გეოგრაფიული და სივრცითი ასპექტების შეფასება და ანალიზი. შედეგად, აღნიშნული ხელსაწყო გამოყენებამ უზრუნველყო ტურიზმთან დაკავშირებული საარსებო წყაროების სივრცითი განაწილების ასახვა, მისი გეოგრაფიულ ჭრილში შემდგომი ანალიზისათვის (QualitativeGIS).

<sup>10</sup> ყაზბეგის მუნიციპალიტეტი -32 ფოკუსური ინტერვიუ და მესტიის მუნიციპალიტეტი - 40 ფოკუსური ინტერვიუ.

## საველე სამუშაოების განხორციელება

აღსანიშნავია, რომ კვლევის პროცესში რაიმე სახის მიკერძოების თავის აცილების მიზნით, მოხდა ფოკუს ჯგუფების, სიღრმისეული და ფოკუსური საუბრების აუდიო ჩაწერა. აღნიშნული მიდგომის გამოყენების უპირატესობა საკმაოდ აშკარა და მრავალმხრივია. გაუმჯობესებული დოკუმენტირება და კონტროლი სამეცნიერო საზოგადოებაში ზრდის რეპუტაციას (Kuckartz, 2014, გვ. 123). ამის შემდეგ უკვე შესაძლებელი გახდა მიღებული ტექსტური ინფორმაციის ტრანსკრიპტების გაკეთება - რედაქტირება. იმისათვის, რომ წარმოდგენილი კვლევა თანხვედრაში ყოფილიყო კვლევის სტანდარტებთან, ტრანსკრიპტების შექმნის პროცესში მოხდა შემდეგი პრინციპების დაცვა: ჩანაწერის შემოწმება მონაცემების ჩაწერისა და ანონიმიზაციისათვის, მხოლოდ და მხოლოდ იმ მოცულობის ტექსტური ინფორმაციის ტრანსკრიპტის შექმნა, რაც შესაბამისობაში იქნებოდა კვლევის ამოცანების საჭიროებებთან.

### 3.6.3. მეორადი ინფორმაციის შეგროვება

კვლევის შედეგად მოხდა ბოლო 10 წლის დიაპაზონში საკვლევო მოსახლეობის ეკონომიკური პრიორიტეტების დარგობრივი და სივრცითი ტრანსფორმაციის გამოვლენა.

ამ პროცესში, სტატისტიკური ინფორმაციის წყაროებად ძირითადად შემდეგი უწყებები იქნა გამოყენებული: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (GEOSTAT), ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის მერია, საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტო (NAPR), საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNAT), შემოსავლების სამსახურისა (RS) და სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარების სააგენტოს (RDA) საჯარო ინფორმაცია. მათ შორის, 2004/2002 და 2014 წლებში ჩატარებული სასოფლო-სამეურნეო და მოსახლეობის საყოველთაო აღწერები.

### 3.7. მონაცემთა ანალიზი

#### 3.7.1. თვისებრივი მონაცემების ანალიზი

კვლევის ფარგლებში შეგროვებული თვისებრივი მონაცემები გაანალიზდა შვიდსაფეხურიანი თემატური ანალიზის მეთოდის გამოყენებით (Silver and Lewins, 2014). აღნიშნულის ფარგლებში მოხდა შეგროვებული ტექსტური მონაცემების დეტალური აღწერა, რისი შემდგომი ანალიზიც თვისებრივი მონაცემების ანალიზის კომპიუტერული პროგრამის (MAXQDA) მეშვეობით გახდა შესაძლებელი (Kuckartz & Rädiker, 2019). საწყის ეტაპზე განხორციელდა საბაზისო სამუშაო (ინტერვიუების მნიშვნელოვანი ტექსტური სეგმენტების გამოყოფა და ხაზგასმა, მემოების შექმნა და ა.შ.) გაშინაარსებულ (ტრანსკრიპტირებულ) თვისებრივ მასალასთან. ამის შემდეგ, თემატური ანალიზის პროცესის ინსტრუქციების შესაბამისად, კოდირება გახდა ის ძირითადი პროცესი, რომლის ფარგლებშიც ჩამოყალიბდა კვლევის ამოცანებთან დაკავშირებული აქტუალური კატეგორიების ფორმირება (მაგალითად, მომსახურების/პროდუქტების მიმწოდებლები, ადგილობრივი პროდუქტები/მომსახურებები, ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრირების გამოწვევები და ა.შ.). კოდირების პირველ პროცესს მოჰყვა შექმნილი ზოგადი კატეგორიების ქვეშ (მეტად დაზუსტებული) ქვეკატეგორიების განსაზღვრა (მაგალითად, ქვეკატეგორიები ინტეგრაციის გამოწვევების კატეგორიაში: არასტაბილური მიწოდება, სეზონურობა, პროდუქტის ხელმისაწვდომი რაოდენობა და შეთავაზებული ფასი). ყოველივე ზემოთ აღნიშნულის შემდგომ, განხორციელდა კოდირების მეორე პროცესი, რომელმაც მოიცვა თანადროული კითხვა და კოდირება ყველა მნიშვნელოვანი მონაცემთა სექციის. საბოლოო ჯამში, 115 ინტერვიუს 2500-მდე კოდირებული სეგმენტი დაჯგუფდა სხვადასხვა შესაბამის თემატურ კატეგორიად.

#### 3.7.2. გეოგრაფიული მონაცემების სივრცითი ანალიზი

ტექსტური მონაცემების დამუშავების შემდგომ განხორციელდა მათი თვისებრივი გეოგრაფიული ინფორმაციული სისტემების კონცეფციის მიხედვით გაერთიანება (Verd and Porcel, 2012; Pavlovskaya, 2018). თვისებრივი მონაცემების „გარაოდენობრივება“ მოხდა MAXQDA-ს უნიკალური ფუნქციების მეშვეობით, რაც შემდგომ გაერთიანდა სავსე სამუშაოების დროს, რესპონდენტების მოპოვებულ

გეოგრაფიულ ადგილმდებარეობის კოორდინატებთან. თემატური ანალიზის ყველა ფაზის დასრულების შემდეგ, რესპონდენტების მონათხრობიდან გამომდინარე, გამოიკვეთა სამი ტიპის დამოკიდებულება საკვლევ არეალებში პროდუქტებსა და მომსახურებებზე; აღნიშნული ტრანსფორმირდა კატეგორიულ ცვლადებად (categorical variable). ამის საფუძველზე, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ძირითადი სივრცითი ტენდენციების გამოსავლენად, რაოდენობრივი მონაცემების ექსპორტი განხორციელდა .csv ფაილით MAXQDA-დან და იმპორტირებულია QGIS პროგრამაში. QGIS პროგრამამ უზრუნველყო სხვადასხვა მონაცემებით გაჯერებული მონაცემთა ორი ბაზის დაკავშირება, რამაც შესაძლებელი გახადა ზემოთ ჩამოთვლილი კატეგორიების გეოგრაფიული განაწილების დადგენა.

მონაცემთა ანალიზმა აგრეთვე შესაძლებელი გახადა ტურიზმით გამოწვეული საარსებო წყაროების ტრანსფორმაციების ტიპოლოგიის შექმნა. აღნიშნული განისაზღვრა თითოეული შინამეურნეობის საარსებო წყაროებში განხორციელებული ცვლილებების შედეგად ადმინისტრაციული ერთეულის დონეზე.

## თავი 4. კვლევის შედეგები და დისკუსია

### 4.1. ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაცია და მიზეზები

საველე სამუშაოების ფარგლებში მოპოვებული დიდი რაოდენობის ნარატივების ანალიზმა გაამყარა კვლევის განხორციელების საჭიროების არგუმენტი და ნათლად წარმოაჩინა ორივე საკვლევ მუნიციპალიტეტში ტურიზმის განვითარების კვალდაკვალ ადგილობრივი ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაციის პროცესები. თემატური ანალიზის დასრულების შემდგომ, მოხდა ცვლილებების კოდირების შედეგად ჩამოყალიბებული კატეგორიების განხილვა. აღნიშნულმა უზრუნველყო მესტიისა და ყაზბეგის მუნიციპალიტეტებში განხორციელებული, მიმდინარე და მოსალოდნელი ეკონომიკური გარდაქმნების გამოაშკარავება და ამ პროცესების დახასიათება. ყოველივეს შედეგად, ნედლი მონაცემების ანალიზმა გამოკვეთა ტურიზმის განვითარებით გამოწვეული ეკონომიკური ცვლილებების ოთხი ძირითადი ტიპის არსებობა და ამასთან, შესაძლებელი გახდა თითოეული მათგანის მკაფიო მახასიათებლების დადგენა (იხ. დანართი, დოკუმენტი 6, 7; რუკა 1, 2).

#### ტიპი 1: არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობების გაფართოება

საკვლევ მუნიციპალიტეტებში ტურისტების უწყვეტმა და მზარდმა ნაკადებმა მნიშვნელოვნად გაზარდა მოთხოვნა სხვადასხვა ეკონომიკური საქმიანობის ხელმისაწვდომობაზე, მათ შორის ტურიზმთან არაპირდაპირ დაკავშირებული აქტივობების (მაგ., ავეჯის წარმოება, ხელნაკეთი ნივთების შექმნა, მშენებლობა). აღნიშნული ინდუსტრიის გაფართოების ფონზე, ადგილობრივი შინამეურნეობების ნაწილმა საკუთარი საცხოვრებელი სახლები საოჯახო ტიპის სასტუმროებად გადააკეთა. სხვა ოჯახებმა, მოთხოვნის ზრდის პარალელურად, წამოიწყეს ისეთი ეკონომიკური საქმიანობების წარმოება, როგორცაა ხის საამქრო, მეტალო-პლასტმასის კარ-ფანჯრების დამზადება, საკონდიტრო ნაწარმის შექმნა და სხვა. ამასთან, მუნიციპალიტეტებში მანამდე მოქმედმა ბიზნესებმა მნიშვნელოვნად გაზარდეს თავიანთი წარმოების მოცულობა და ნაწარმის რაოდენობა. გარდა ამისა, მომსახურების სფეროში ჩართულმა მიმწოდებლებმა გააფართოვეს თავიანთი საქმიანობები:

---

*„[მკვლევარი: ანუ ტურიზმის განვითარებამ განაპირობა თქვენი საქმიანობა?] ... რა თქმა უნდა მოთხოვნამ. იმიტომ, რომ მშენებლობა მიდის ახლა რაიონში – ყველა მეორე ოჯახი სასტუმროს აშენებს, ყველა რემონტს აკეთებს და მოთხოვნადია [ჩვენი ქვეები], რა თქმა უნდა (კაცი, 55 წლის, ქვის საამქრო, წვირში, მესტია).*

---

ტურიზმის განვითარებამ ორივე მუნიციპალიტეტში ხელი შეუწყო მანამდე მიუწვდომელი სერვისების განვითარებას, მათ შორის სამრეცხაო, ხელნაკეთი ნივთები (მაგ., მინაქარი), თეთრეულის დამამზადებელი საწარმო, ტექნიკური აღჭურვილობებისა და ცხენების გაქირავება, ქვისა და ბლოკების საამქრო, მანქანების რეცხვა, ნაყინის წარმოება და საცხობები. მაგალითად, მესტიაში არსებობს ერთი, ახლად დაარსებული საწარმო პუნქტი, რომელსაც მდებარეობითი სქესის წარმომადგენლები მართავენ და მიეკუთვნება მცირე ადგილობრივ საწარმოს, რომელიც აწარმოებს ხარისხიან თეთრეულს. აღსანიშნავია, რომ შედარების მიზნით, მსგავსი ბიზნესი ჯერ კიდევ არ შექმნილა ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში. ამის საპირისპიროდ, ყაზბეგში ჩამოყალიბდა და განხორციელდა აგრეთვე ქალების ინიციატივითა და ხელმძღვანელობით პიონერული იდეა - თეთრეულის სამრეცხაოები (სამიზნე ჯგუფი - სასტუმროები და საოჯახო ტიპის სასტუმროები), რომელიც მესტიაში, მიუხედავად მაღალი მოთხოვნისა, არ არის ხელმისაწვდომი. აღნიშნული ბიზნესის მფლობელები აცხადებენ, რომ ტურიზმის სექტორის მხრიდან არის მუდმივად მზარდი მოთხოვნა, რის შედეგადაც,

---

*„იმდენად მალე ვიპოვეთ, ანუ თებერვალში რო გავიხსენით, უკვე ეგრევე 2 სასტუმრო დაგვიკავშირდა, ეს ერთი ფეისბუქიდან, ერთი ნაცნობმა გაგვიწია რეკომენდაცია. და მერე ეს იმდენად გავრცელდა, რო ფაქტიურად ეხა რო გვირეკავენ, უარს ვეუბნებით და არ დამჭირვებია პიარ კამპანია ან მსგავსი რაღაც ჯერ“ (ქალი, 26 წლის, სამრეცხაო, სიონი, ყაზბეგი).*

---



მიუხედავად ზემოთ აღწერილის, მსგავსი ეკონომიკის დამხმარე მომსახურებები კვლავ დეფიციტურია ორივე მუნიციპალიტეტში. თითქმის ყველა ანტრეპრენერმა ინტერვიუებში აღნიშნა, რომ არსებობს ფინანსებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების სიმწირე, რაც წარმოადგენს იმ მთავარ მიზეზებს, რის გამოც ვერ აფართოებენ წარმოებას და სათანადოდ ვერ პასუხობენ ტურიზმის განვითარების ფონზე მზარდ მოთხოვნას (იხ. დანართი, ნახაზი 11).

## **ტიპი 2: შემცირებული და/ან მიტოვებული ტრადიციული ეკონომიკური საქმიანობა**

მონაცემების ანალიზის შედეგად, ორივე მუნიციპალიტეტში გამოვლინდა შინამეურნეობების მხრიდან ტრადიციული ეკონომიკური აქტივობების ტურიზმის გავლენით შემცირებისა და ჩანაცვლების შემთხვევები. მეტი სიზუსტისათვის, გამოიკვეთა, რომ ეკონომიკური საქმიანობის შემცირება ოჯახში, ძირითადად დამახასიათებელია სოფლის მეურნეობის სექტორის დარგებისათვის.

საყურადღებოა, რომ რესპონდენტების ნაწილის მიხედვით, მიუხედავად იმისა, რომ მათი შინამეურნეობა წლების განმავლობაში დაკავებული იყო სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წარმოებითა და კომერციალიზაციით, ტურიზმის ბიზნესში ჩართვის შემდეგ, მათი დიდი ნაწილი ნატურალურ მეურნეობას დაუბრუნდა.

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ აღნიშნულ კატეგორიაში გაერთიანებული რესპონდენტების შინამეურნეობები ძირითადად საპენსიო ასაკის ადამიანებისაგან შედგება, რომელთა ეკონომიკურად აქტიური ოჯახის წევრები საცხოვრებლად დიდ ქალაქებში არიან მიგრირებულები. აგრეთვე, გამოიკვეთა ორ-სულიანი ოჯახები, რომლებსაც სათავეში ქალი უდგას და მრავალშვილიანი ოჯახები. ნარატივების მიხედვით, რესპონდენტების მაგალითზე, სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის შემცირების ყველაზე გავრცელებულ მიზეზად დასახელდა შინამეურნეობაში ადამიანური კაპიტალის ნაკლებობა ისეთი შრომატევადი ფიზიკური საქმიანობის განსახორციელებლად, როგორც არის სოფლის მეურნეობა. ზოგიერთ შემთხვევაში, რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ ოჯახში „მამაკაცური“ სამუშაო ძალის გარეშე რთულია სოფლის მეურნეობის განხორციელება.

---

*“ჩვენ მარტო დედა და შვილი ვართ. ამის იქით ვერ წავალთ. შესაძლებლობა ფიზიკურად არ არის.” (ქალი, 35 წლის, სასტუმრო სახლი, ბეჩო, მესტია).*

---

ამასთან, გამოვლინდა, რომ ადამიანური რესურსების სიმწირე სოფლის მეურნეობის საქმიანობაში, ხშირად მძაფრდება თანამედროვე ტექნოლოგიებზე წვდომის დეფიციტით. ინტერვიუებზე დაყრდნობით, შინამეურნეობებმა, რომლებმაც მასობრივად შეამცირეს ან მთლიანად მიატოვეს სოფლის მეურნეობა (მაგალითად, მეცხოველეობა, რძის პროდუქტების, კარტოფილისა და ლობიოს წარმოება), მსგავსი რისკი ძირითადად ტურიზმის ხარჯზე გასწიეს. მათმა ნაწილმა უმეტესად შეინარჩუნა სოფლის მეურნეობის ნაწარმის ზუსტად ის რაოდენობა, რაც საკმარისია მათი საოჯახო მოხმარებისა და ტურისტების გამასპინძლებისათვის. აქვე აღნიშნეს, რომ ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის ინვესტირებას, როგორც წესი, ისევ ტურიზმში ახორციელებენ. ორივე კატეგორიის რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ასეთი რადიკალური გადასვლა ტრადიციულიდან ახალ ეკონომიკურ სექტორში გამოწვეულია გაცილებით მეტი შემოსავლის მიღებით უფრო ნაკლები დროითი და ფიზიკური რესურსის დანახარჯის ფასად. აგრეთვე, საჯარო სექტორში დასაქმებული რესპონდენტები, რომელთაც განზრახული აქვთ ტურიზმის ბიზნესში ინტეგრირება, აღნიშნავენ, რომ სოფლის მეურნეობა შრომატევადი და მძიმე ფიზიკური სამუშაოა. ამრიგად, ისინი ერთდროულად ტურიზმში და სოფლის მეურნეობაში საქმიანობას არარეალურ კომბინაციად თვლიან. სოფლის მეურნეობაში ჩართვის კიდევ ერთი არახელსაყრელ მიზეზად დასახელდა სასოფლო-სამეურნეო ნაკვეთების დაშორება დასახლებული პუნქტებიდან და ასევე, მცირე ზომის (ჩვეულებრივ 1 ჰა-ზე ნაკლები) სამეურნეო ტერიტორიები დიდი ფრაგმენტაციის გამო. მსგავსი გამოწვევების პირობებში, რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ სოფლის მეურნეობის ხარჯზე ტურიზმისაკენ მიმართეს ყველა არსებული რესურსი, მათ შორის არსებული ბუნებრივი და ადამიანური კაპიტალი.

---

*“ჩვენს ოჯახში მხოლოდ ორი ადამიანი ვართ. მე ასევე ვაპირებ პირუტყვის რაოდენობის შემცირებას, რადგან ეს ძალიან შრომატევადია და სამსახურთან შეთავსება რთულია ... მაქვს სურვილი, გავაკეთო საოჯახო სასტუმრო” (ქალი, 54 წლის, სოფლის მეურნეობა, უშგული, მესტია).*

---

---

*“ძროხები გყავდა, დავხოცეთ ყველა და ახლა ყველაფერს მეზობლებისგან ვყიდულობთ ... ვერ ავუდივართ ყველა საქმეს ერთად“ (ქალი, 18 წლის, ნაყინის საწარმო, სნო, ყაზბეგი)*

---

მონაცემების ანალიზით დადგინდა, რომ შინამეურნეობების მცირე, მაგრამ პრეცედენტული რაოდენობა არსებობს, რომლებიც ტურიზმის განვითარების გამო საკვლევ მუნიციპალიტეტებში დაბრუნდნენ. როგორც ინტერვიუებიდან ირკვევა, მათი ოჯახის უფროსი წევრები (წინაპრები) ადრე რამდენიმე სამეურნეო საქმიანობას ერთდროულად ეწეოდნენ (მაგ., ცხვრის მოშენება, ქერის მოყვანა, ბურღულეული, ფეტვი და ა.შ.), უფრო მეტიც, ისინი ვაჭრობით იყვნენ დაკავებულნი. ამის საპირისპიროდ, კვლევით ირკვევა, რომ უფროსი თაობისაგან განსხვავებით, რესპონდენტებმა მთელი თავიანთი კაპიტალი და აქცენტი მიმართეს ტურიზმის განვითარებისაკენ.

---

*„ჩემ დედამთილ-მამამთილსაც ჰქონდა აქ საძროხე, დავანგრეთ. ჩვენ ჩვეულებრივი მაგალითი ვართ [ტურიზმით გამოწვეული ეკონომიკური გარდაქმნის]. ჩემი მამამთილი კომუნისტების დროს იყო მეცხვარე და დიდი რაოდენობით ცხვარი ჰყავდა და კარგი შემოსავალი ... არა [მე არ ვარ ჩართული სოფლის მეურნეობაში]. ახლა ჩამოვედი რაც ეს ტურიზმი დაიწყო.“ (ქალი, 54 წლის, სასტუმრო სახლი, სიონი, ყაზბეგი).*

---

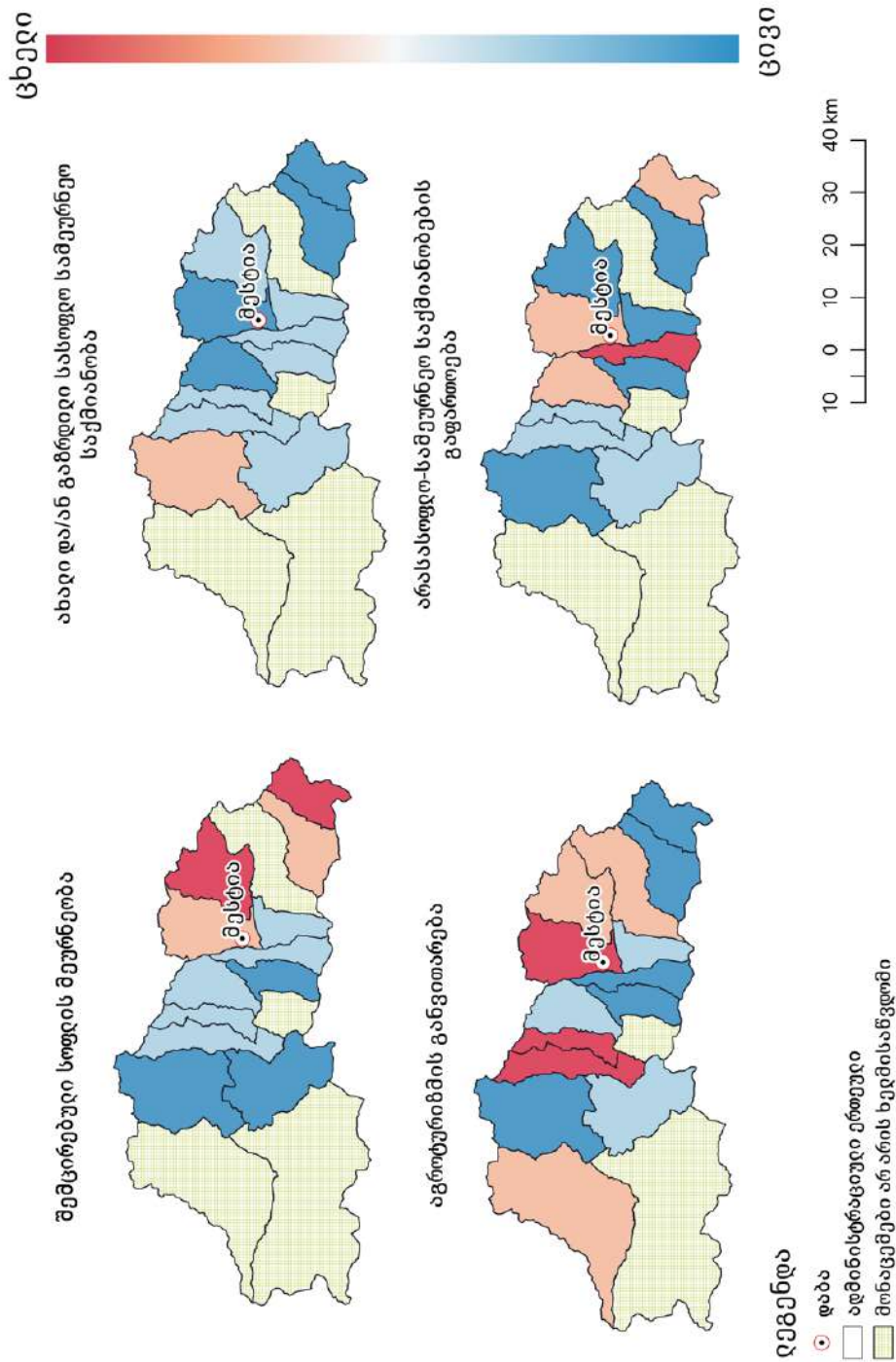
---

*„მანამდე გვექონდა, კი [სოფლის მეურნეობა] ... კარტოფილი, ლობიო და ნიგოზი... ახლა ვერ ვამუშავებთ, ვერ ვწვდები. კარტოფილი ვერ მოგვეყავს. რადგან სხვა შემოსავალი არის, რა ვიცი... რა თქმა უნდა [რაც მოგვეყავდა ვყიდდით] ... ზუგდიდში [ახდენდა რეალიზაციას]“ (ქალი, 53 წლის, საოჯახო სასტუმრო, ბეჩო, მესტია).*

---

კვლევის მიგნება ეხება ასევე იმის წარმოჩენას, რომ რამდენიმე შინამეურნეობის ინდივიდუალური შემთხვევის გარდა, გაუქმდა არაერთი ადგილობრივი კოოპერატივი, რომელიც ხუთამდე ოჯახს აერთიანებდა და სხვადასხვა პროდუქტს აწარმოებდა, მათ შორის კარტოფილს, თაფლს და ა.შ. რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ თანამედროვე ტექნიკის სიმწირემ და მიუწვდომლობამ ისინი ასეთი გადაწყვეტილების მიღებამდე მიიყვანა. ასევე აღსანიშნავია, რომ მესტიის მუნიციპალიტეტს აქვს ერთადერთი ახლადშექმნილი სასაკლაო. მისი მფლობელის მონათხრობიდან გამომდინარე, ეს არ არის მომგებიანი საქმიანობა ფასების თვალსაზრისით და აპირებს დააკავშიროს თავისი სამომავლო საქმიანობა ტურიზმთან, კერძოდ, გახსნას საოჯახო სასტუმრო.

რუკა 1. ტურიზმით გამოწვეული ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაცია მესტიის მუნიციპალიტეტში (2010-2018 წლები)



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე. ფორმალური შეიკვამილები მოპოვებულია საქარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოდან (NAPR) (გამოყენებულია პროგრამული უზრუნველყოფა: MAXQDA, QGIS).

### ტიპი 3: აგროტურიზმი

კვლევის შედეგად, ორივე მუნიციპალიტეტში გამოვლინდა ისეთი შინამეურნეობების არსებობა, რომლებიც დაკავებულები არიან როგორც ტურიზმის, ასევე სოფლის მეურნეობის სინთეზირებული საქმიანობით. კვლევაში მონაწილე რესპონდენტების ნაწილი, რომლებიც აგროტურიზმის ეკონომიკურ აქტივობებს ახორციელებენ, აღნიშნავენ, რომ მათთვის ტურიზმი არის შემოსავლის ძირითადი წყარო, იმის მიუხედავად, რომ მათგან ზოგიერთი შინამეურნეობა დაკავებულია საკუთარი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების კომერციალიზაციით.

ამის საპირისპიროდ, ადგილობრივები, რომლებიც წლების განმავლობაში არიან ჩართულები სოფლის მეურნეობაში და ახლახან ჩაერთნენ ტურიზმის ბიზნესში, აღნიშნავენ, რომ სოფლის მეურნეობა მათთვის შემოსავლის ძირითადი წყაროა, რადგან ისინი უკვე წლებია თანამშრომლობენ პროდუქციის მიმღებებთან და ასევე, აქვთ სოციალური კონტაქტები მათივე პროდუქციის მომხმარებლებთან. შინამეურნეობების წარმომადგენლებმა ასევე აღნიშნეს ის საკითხი, რომ კვების ობიექტები ძირითადად ხელმისაწვდომია მხოლოდ მუნიციპალიტეტების ცენტრში და თუ საოჯახო სასტუმროები ამავე ცენტრალურ დასახლებებში არ აწარმოებენ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებს, ტურისტებს გარე სივრცეებშიც უპრობლემოდ გაუმასპინძლებიან. თუმცა, სრულიად სხვა რეალობა არის ცენტრის შემოგარენ ან შორეულ, პერიფერიულ სოფლებში, სადაც არ არის ხელმისაწვდომი გარე კვების ობიექტები და აქედან გამომდინარე, ტურისტების გამასპინძლება უნდა მოხდეს საოჯახო სასტუმროებში. სხვა ფაქტორებთან ერთად, ნარატივებიდან გამომდინარე, ზემოთ აღნიშნული ფაქტი არის ასევე ის მიზეზი, რის გამოც ცენტრს მოშორებულ დასახლებებში, ადგილობრივი მოსახლეობა ცდილობს შეინარჩუნოს სოფლის მეურნეობა და შეურწყას ტურიზმს. გარდა ამისა, საოჯახო სასტუმროების მფლობელებმა დაიწყეს თავიანთი პროდუქტების გამოყენება ტურიზმის ბიზნესში, რაც ზრდის მათ მოგებას და იზიდავს დამატებით ტურისტებს. რესპონდენტების ნაწილი ხაზს უსვამს იმას, რომ ტურიზმის სეზონურობის გამო, მათ შეინარჩუნეს სოფლის მეურნეობის საქმიანობა. კვლევამ ასევე გამოავლინა, რომ ადგილობრივი მოსახლეობის ნაწილი, რომელიც აგროტურიზმშია ჩართული, აქტიურად აკვირდება სწრაფადმზარდ მოთხოვნილებას სოფლის მეურნეობის პროდუქტებზე. მათი

მონათხრობიდან გამომდინარე, ტურიზმმა შექმნა აშკარა პოტენციალი სუსტად ან თუნდაც სრულიად განუვითარებელი სოფლის მეურნეობის დარგების აღსადგენად/განსავითარებლად, როგორცაა ცხოველების, კალმახის, ფრინველისა და პირუტყვის ფერმები (animal, trout, poultry and livestock). კვლევის ფარგლებში რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ზოგიერთ მათგანს აქვს მოტივაცია გააფართოოს თავისი სამეურნეო საქმიანობა ამაჟამად, მათი მუნიციპალიტეტის დონეზე მიუწვდომელი პროდუქტებით (მაგ., ფრინველის ხორცი, კურდღლის ხორცი, მწვანილეული, ხორბალი, ველური მცენარეები, ლობიო, ნიორი).

#### **ტიპი 4: ახალი და / ან გაზრდილი სასოფლო სამეურნეო საქმიანობა**

გაანალიზებული მონაცემები მიუთითებს, რომ ტურიზმის დანერგვამ, ერთი მხრივ, განაპირობა არსებული სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის გაფართოება, ხოლო მეორე მხრივ, ხელი შეუწყო ახალი, მანამდე მიუწვდომელი პროდუქტების წარმოების პიონირებას ორივე მუნიციპალიტეტში.

აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტები, რომელთა შინამეურნეობები რამდენიმე ეკონომიკურად აქტიური წევრისგან შედგებოდა, გააფართოვეს თავიანთი ეკონომიკური საქმიანობა. ეს პროცესი ძირითადად აისახა სათბურების, მეფუტკრეობის, მეცხოველეობის და მებაღეობის განვითარებაში. რესპონდენტების მხრიდან, მათი გადაწყვეტილებების მიმართ გაკეთებული კომენტარები მიუთითებს, რომ აშკარად არის გაზრდილი მოთხოვნა კონკრეტული აგროპროდუქტების მიმართ, ტურიზმის განვითარების გამო. შესაბამისად, მომხმარებელთა ძირითადი ჯგუფები შედგება ტურიზმის სერვისის წარმომადგენლებისგან (სასტუმრო, საოჯახო სახლი, კვების ობიექტი).

გარდა ამისა, რესპონდენტთა ნაწილი, რომლებიც ასევე ამუშავებენ საოჯახო სასტუმროებს, თავიანთ პროდუქტებს იყენებენ ტურისტებისთვის და მხოლოდ იმ შემთხვევაში ყიდიან, თუ რაიმე ზედმეტი დარჩათ. ყველა მათგანი აღნიშნავს, რომ სტუმრები დიდ ყურადღებას აქცევენ სახლში წარმოებულ პროდუქტებს და ეს არის დიდი უპირატესობა ტურიზმის სფეროში მათი საქმიანობისთვის. გეოგრაფიულად, ეს ტენდენცია ძირითადად შეიმჩნევა დაბა ყაზბეგისა და მესტიის მოსაზღვრე და პერიფერიულ დასახლებებში.

მსგავსი რესპონდენტები ძირითადად ინტეგრირდნენ ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში თავიანთი პროდუქტების გაყიდვით, ახლობლების, მეგობრების, ოჯახის წევრების რეკომენდაციით ტურისტულ დაწესებულებებში, მუნიციპალიტეტის ცენტრალურ დასახლებებში. ზოგიერთმა რესპონდენტმა მიზანმიმართულად გაზარდა პროდუქტების რაოდენობა, მათ შორის სვანური მარილი (უძველესი ტრადიციული სუნელი მესტიაში), ოჯახში დამზადებული ალკოჰოლური სასმელები (განსაკუთრებით ღვინო და ჭაჭა) ტურისტული მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად.

ნარატივებზე დაყრდნობით, ტურიზმის განვითარებით ხელშეწყობა მოხდა ისეთი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების განვითარების, როგორცაა სალათის ფოთლები, საკალმახე მეურნეობა, რძის ქარხანა, კოოპერატივები და მცირე ბიზნესი (მაგ. მარწყვი, რძის პროდუქტები), ინკუბატორი, სათბურები.

---

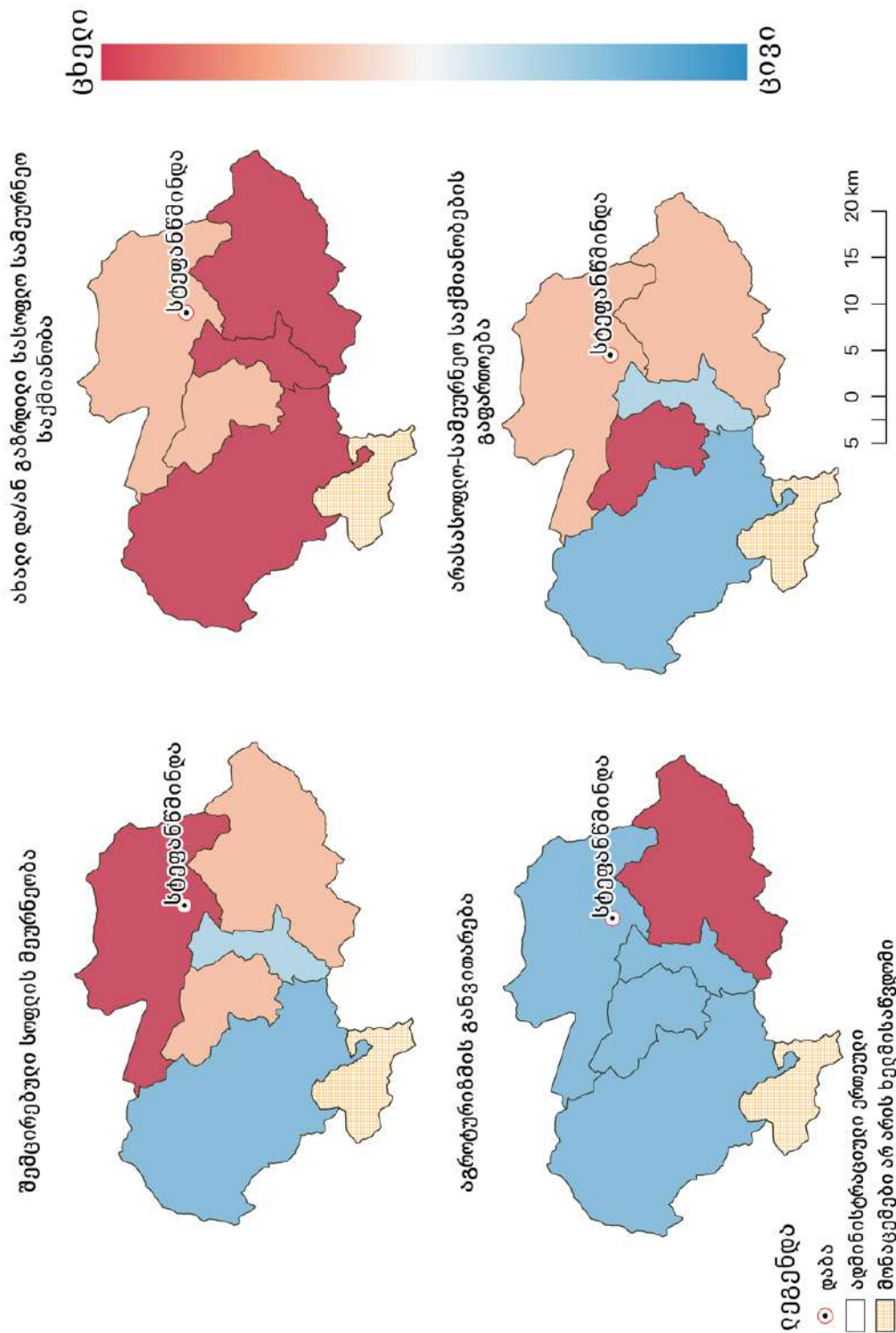
*„ტურისტები თუ არ იქნებოდნენ, ვინ იყიდდა? ვის დასჭირდებოდა სალათის ფოთლები?“ (კაცი, 47 წლის, ფერმერი, სნო, ყაზბეგი).*

---

მაგალითად, რძის საწარმოს ინიციატორის აზრით, ყაზბეგისათვის მისი არსებობა მნიშვნელოვანია სწრაფადმზარდი ტურიზმის ფონზე, რათა მოხდეს უსაფრთხოების ნორმების დაცვა. კვლევის განხორციელების პროცესში მსგავსი დაწესებულება არ იყო ხელმისაწვდომი მესტიაში.



რუკა 2. ტურიზმით გამოწვეული ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაცია ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში (2010-2018 წლები)



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე. ფორმალური შეიქვაილები მოპოვებულია საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოდან (NAPR) (გამოყენებულია პროგრამული უზრუნველყოფა: MAXQDA, QGIS).

## დამოკიდებულებები და მოსალოდნელი ეკონომიკური ტრანსფორმაცია

კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ადგილობრივი მოსახლეობის განწყობა ტურიზმის განვითარებისადმი მნიშვნელოვნად დამოკიდებულია და იცვლება მათი ეკონომიკური საქმიანობების მიხედვით. ამასთან, გამოვლინდა სხვადასხვა მიზეზები, რის გამოც შინამეურნეობებმა მოახდინეს თავიანთი საქმიანობების ტრანსფორმაცია (იხ. დანართი, ნახაზი 11). ისინი, ვინც ტრადიციული საქმიანობის (ძირითადად სოფლის მეურნეობის) ხარჯზე გადავიდნენ ტურიზმზე, აღნიშნავენ, რომ ტურიზმმა მოახდინა შემოსავლების გენერირება მოსახლეობაში, გამოაღვიძა ადგილობრივები (განსაკუთრებით ახალგაზრდები), შექმნა სამუშაო ადგილები, ხელი შეუწყო ხალხის მუნიციპალიტეტებში დაბრუნებას და ა.შ.

რესპონდენტებმა, რომლებმაც ამ პროცესში, გააფართოვეს სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა, აღნიშნეს, რომ ადგილობრივმა მოსახლეობამ დაანგრის თავიანთი თავლები იმისათვის, რომ აეშენებინათ კოტეჯები და იმდენად შეამცირეს სოფლის მეურნეობა, რომ მთლიანად დამოკიდებული გახდნენ ტურიზმზე. ისინი ასევე აღნიშნავენ, რომ ტურიზმმა მნიშვნელოვნად გაზარდა ფასები.

ისინი, ვინც აგროტურიზმში არიან ჩართულები, აღნიშნავენ, რომ ადგილობრივ მოსახლეობა „გაზარდა“ ტურიზმიდან მარტივი შემოსავლის მიღებით, ამიტომ დაუფიქრებლად ჩაანაცვლეს ტურიზმით სოფლის მეურნეობა (იხ. დანართი ნახაზი 12).

ინტერვიუებიდან გამომდინარე, ადგილობრივი მოსახლეობა, რომელიც ძირითადად პერიფერიულ დასახლებებში ცხოვრობს და ამჟამად ტრადიციულ საქმიანობას ეწევა (ძირითადად სოფლის მეურნეობა), გამოხატავს დიდ ინტერესს, რომ ჩაერთოს ტურისტულ ბიზნესში, თუ ეს განვითარდება მათ სოფლებში. საინტერესოა, რომ ზოგი მათგანი კატეგორიულად აღნიშნავს, რომ გამორიცხავენ სოფლის მეურნეობის შეჩერებას, თუ ჩაერთვებიან ტურიზმში.

ზოგიერთი მათგანის განზრახვა არის, რომ, ტურიზმის განვითარების შემთხვევაში, აგროპროდუქტების წარმოების მოცულობა შეამციროს საარსებო მინიმუმამდე. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ადამიანების უმეტესობა აღნიშნავს, რომ მზად არიან შეაჩერონ მეურნეობის კომერციალიზაცია, რადგან თუ ტურიზმი განვითარდება, მათი

მთავარი მოტივაცია იქნება სასტუმრო სახლების მართვა და მხოლოდ ოჯახისთვის და ტურისტებისთვის საკმარისი პროდუქციის წარმოება. ამასთან, რა თქმა უნდა, არსებობს გამონაკლისები, რომლებიც სრულად მზად არიან თავიანთი მიმდინარე საქმიანობის, სოფლის მეურნეობის ტურიზმით სრული ჩანაცვლებისთვის.

---

*“თუ მაქსიმალურად დაიწყეს, თუ იქნა შემოდინება ტურისტების, მაშინ რათ მიხდა მიწა, სულ არ დავამუშავებ. ცოტას მართო.” (კაცი, 46 წლის, საოჯახო სასტუმრო და სოფლის მეურნეობა, წვირმის თემი, მესტია).*

---

რესპონდენტები ხშირად აღნიშნავენ, რომ ტურიზმის განვითარებამ გავლენა მოახდინა ორივე მუნიციპალიტეტში ადგილობრივი ბაზრის გაძლიერებაზე. ასე რომ, თუ ადრე ფერმერები თავიანთი პროდუქციის სხვა უფრო დიდ, ალტერნატიულ ბაზრებზე ყიდდნენ, ახლა ისინი ადგილობრივ ყიდიან.

---

*„რა თქმა უნდა შეიცვალა ის, რომ ტურიზმის განვითარებასთან ერთად ეს ადგილობრივი პროდუქცია... ადგილობრივმა აითვისა ანუ არ გვიწევს ჩვენ [პროდუქტების] ბაზარში წაღება. იქ დღეების განმავლობაში ვიდექით, ვაბარებდით და ვერ ვაბარებდით და გაგვიიოლდა ძაან.“ (ქალი, 37 წლის, სასტუმრო სახლი და სოფლის მეურნეობა, ნაკრას თემი, მესტია).*

---

ყოველივე ამან გამოიწვია კონკურენცია სოფლის მეურნეობის ყველაზე მომგებიან დარგებს შორის. ნარატივებიდან გამომდინარე, ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნის ზრდის შემდეგ, არაერთმა ადგილობრივმა მკვიდრმა შეცვალა თავისი ეკონომიკური აქტივობა სოფლის მეურნეობაში, განსაკუთრებით მეხაღებებიდან მეცხოველეობის მიმართულებით. როგორც რესპონდენტები აღნიშნავენ, ტურიზმის განვითარების შემდეგ ხორცი ბევრად უფრო ძვირი და ღირებული პროდუქტია ტურიზმის ბიზნესის წარმომადგენლებისთვის, კარტოფილთან შედარებით.

რესპონდენტების ინტერვიუებიდან გამომდინარე, კვლევის ერთ-ერთი მიგნება არის ის, რომ ტურიზმის მიერ სოფლის მეურნეობის ამგვარი მკვეთრი ჩაგვრა ორივე

მუნიციპალიტეტში არ არის მხოლოდ ტურიზმის განვითარების შედეგი. მას შემდეგ, რაც საკვლევ არეალებში ტურიზმმა დაიწყო განვითარება, მოსახლეობის უმეტესობა უკვე საპენსიო ასაკის იყო, ხოლო ახალგაზრდა თაობა ნაკლებად დაინტერესებული სოფლის მეურნეობის წარმოებით, მძიმე ფიზიკური შრომიდან გამომდინარე. სავარაუდოდ, ტრადიციული სოფლის მეურნეობის საქმიანობის შემცირება და ჩანაცვლება მაინც მოხდებოდა, შესაძლოა ტურიზმმა უბრალოდ დააჩქარა პროცესი.

---

*“ძველი თაობის წარმომადგენელი ვარ და მე ძველი სტილი მომყვება მაინც და ჩემი შვილები სულ მეჩხუბებიან მამა დაანებე ამ ძროხებს თავი და რას დასდევ ამ საქონელს” (მამაკაცი, 60 წლის, სასტუმრო სახლი და სოფლის მეურნეობა, ლახამულის თემი, მესტია).*

---

---

*“თუ რამე შეიცვლება, ისევ პირუტყვი გამოგვკვებავს ... მეცხოველეობა იმედია ... რადგან, ღმერთმა დაგვიფაროს, მაგრამ ისევ ის თუ მოხდა, რაც 10 წლის წინ აგვისტოში [რუსეთ-საქართველოს 5 დღიანი ომი], ისევ პირუტყვი გაცოცხლებს” (მამაკაცი, 55 წლის, სოფლის მეურნეობისა და ქვის ქარხანა, წვირმის თემი, მესტია).*

---

4.2. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის სივრცითი თავისებურებები, პერსპექტივები და გამოწვევები მესტიის მუნიციპალიტეტში

კვლევის ფარგლებში განისაზღვრა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის მთავარი აქტორები და მოხდა მათი ფუნქციონირებისა და საქმიანობების სივრცითი კონტექსტის შესწავლა. მიწოდების ჯაჭვში, ტურიზმში მოქმედი პირების ტერიტორიული თავისებურებების უკეთ აღსაქმელად, მათი გეოგრაფიული მდებარეობის მიხედვით, მესტიის მუნიციპალიტეტი დაყვავით სამ ტერიტორიულ ზონად (ცენტრალური დასახლება, შუალედური და პერიფერიული დასახლებები). წარმოდგენილი რუკა ასახავს გამოკითხული ტურიზმის ადგილობრივი აქტორების (დასაქმებულები

სასტუმროში, საოჯახო სასტუმროში და კვების ობიექტებში) პროდუქტების შექმნაზე დამოკიდებულების ვარიაციების სივრცით თავისებურებებს მესტიის მუნიციპალიტეტში სამივე განსაზღვრულ ზონაში, კოდირების პროცესში გამოკვეთილი სამი დადგენილი კატეგორიის მიხედვით: 1. სრულად დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე; 2. ნაწილობრივ დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე; 3. თვითკმარი (იხილეთ რუკა 3).

*რუკა 3. ადგილობრივი ტურიზმის წარმომადგენლების პროდუქტების შესყიდვაზე დამოკიდებულებების სივრცითი კომპოზიცია მესტიის მუნიციპალიტეტში*



*წყარო:* შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე. ფორმალური შეიქმნა მოპოვებული საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოდან (NAPR) (გამოყენებულია პროგრამული უზრუნველყოფა: MAXQDA, QGIS).

## კატეგორია 1: სრულად დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე

შეგროვებული მონაცემების სივრცითი ანალიზის მიხედვით, გამოვლინდა, რომ საკვები პროდუქტების შექმნაზე სრულად დამოკიდებული კატეგორიის წარმომადგენლები ძირითადად არიან თავმოყრილნი დაბა მესტიის ცენტრალურ ნაწილში. ამ თვალსაზრისით, ტურისტული ობიექტების ადგილობრივმა მფლობელებმა, რომლებიც გამოკითხულ რესპონდენტთა უმრავლესობას წარმოადგენენ, ხაზგასმით აღნიშნეს, რომ ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართვამდე ისინი ყოველდღიურად ახორციელებდნენ სასოფლო სამეურნეო საქმიანობას. გარდა ამისა, ნაწილმა მათგანმა აღნიშნა, რომ ისინი ეკონომიკურად დამოკიდებულები იყვნენ თავიანთი პროდუქციის კომერციალიზაციაზე. ნარატივებზე დაყრდნობით, ასევე გამოვლინდა, რომ ტურიზმში ჩართვის შემდგომ, რესპონდენტთა დიდმა ნაწილმა შეწყვიტა სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა; მათ შორის ისეთებმაც, რომლებიც გარკვეულწილად დაკავებულები იყვნენ სასოფლო სამეურნეო პროდუქტების რეალიზაციით. მიუხედავად იმისა, რომ მათი ჩართულობის ხანგრძლივობა ტურიზმში საგრძნობლად განსხვავდება (მერყეობს 1-დან 10 წლამდე), აღნიშნავენ, რომ ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის საქმიანობების შეთავსებას ვერ ახერხებენ. შესაბამისად, სოფლის მეურნეობის აქტივობების ტურიზმის საქმიანობით სრული ჩანაცვლების შემდგომ გახდნენ გარე რესურსებზე სრულად დამოკიდებულები, კვების პროდუქტების შექმნის თვალსაზრისით.

საყურადღებოა, რომ საკვები პროდუქტების შექმნაზე სრულად დამოკიდებული რესპონდენტების კატეგორია, ცენტრალურ დასახლებასთან შედარებით, მცირე რაოდენობით გვხვდება გარშემო (მოსაზღვრე) და პერიფერიულ არეალებში. გარდა ამისა, ამ კატეგორიის ზოგიერთი რესპონდენტი წინა წლებში არ იყო მესტიის მუნიციპალიტეტის პერმანენტული მცხოვრები (მაგ., ისინი დაბრუნდნენ თავიანთ სოფლებში შედარებით ცოტა ხნის წინ, „ტურისტული ბუმის“ შემდეგ), შესაბამისად არ იყვნენ ჩართულები სოფლის მეურნეობაში და არ ამუშავებდნენ ნაკვეთებს, როგორც სხვა ადგილობრივი შინამეურნეობები.

## კატეგორია 2: ნაწილობრივ დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე

რესპონდენტების კატეგორია, რომელიც ნაწილობრივ დამოკიდებულია (გარე სასურსათო რესურსებზე) პროდუქტების შექმნაზე წარმოდგენილები არ იყვნენ დაბა მესტიაში, მხოლოდ გარშემო და პერიფერიულ სოფლებში. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული კატეგორიის რესპონდენტები ყველაზე ნაკლები შეგვხვდა დანარჩენ ორთან შედარებით, შესაბამისად, ყველაზე ნაკლებად ტიპური იყო ამ სამიდან. ნარატივებიდან იკვეთება, რომ ამ კატეგორიის წარმომადგენლები ამჟამად ცდილობენ, რომ თავიანთი ადამიანური, შრომითი და ფინანსური რესურსები ტურიზმში გადაიტანონ, სოფლის მეურნეობის შემცირების ხარჯზე. ისინი მხოლოდ ინარჩუნებენ სოფლის მეურნეობის წარმოების სპეციფიკურ პროდუქტებს, როგორებიცაა რძის პროდუქტები, ყველი, კარტოფილი, საქონლის ხორცი, რაც საჭიროა შინამეურნეობის პირადი მოხმარებისთვის და ასევე, ტურიზმისათვის. კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა, რომ აღნიშნული კატეგორიის წარმომადგენლები თავიანთ საოჯახო სასტუმროებს ამარაგებენ როგორც საკუთარი მეურნეობის პროდუქტებით, ასევე ყიდულობენ საჭირო ნაწარმს. კვლევამ აჩვენა, რომ რესპონდენტთა უმეტესობა ტურიზმში ჩართვამდე დაკავებული იყო სოფლის მეურნეობის პროდუქტების კომერციალიზაციით, ხოლო ნაწილი ეპიზოდურად ყიდდა თავის პროდუქციას (მაგ., კარტოფილი), მათ შორის, კვლევის განხორციელების პროცესში. თუმცა, მათ ამ ფაქტს განსაკუთრებული ეკონომიკური მნიშვნელობა არ მიანიჭეს.

---

*„მხოლოდ სახლისთვის. იმდენი აღარ გვყავს, რომ გავყიდოთ.“ (ქალი, ტურიზმი, მესტია).*

---

---

*“ახლა ვერ ვამუშავებთ, ვერ ვწვდები. კარტოფილი ვერ მოგვყავს. რადგან სხვა შემოსავალი არის, რა ვიცი...” (ქალი, ტურიზმი, მესტია).*

---

---

*“კარტოფილს ვყიდი... მარა ესეც უმნიშვნელოა“ (ქალი, ტურიზმი, მესტია).*

---

### კატეგორია 3: თვითკმარი

საგულისხმოა, რომ თვითკმარი შინამეურნეობები წარმოდგენილია სამივე გეოგრაფიულ არეალში, თუმცა უმეტესად პერიფერიულ თემებში გვხვდება.

გამოიკვეთა, რომ ყველა თვითკმარი შინამეურნეობა ჩართული იყო სოფლის მეურნეობის წარმოებაში (ამჟამადაც არიან ჩართულები და მას ძირითად ეკონომიკურ დარგად თვლიან), სანამ ტურიზმში ჩაერთვებოდნენ და ზოგიერთი მათგანი, ასევე, ახდენდა პროდუქტების კომერციალიზაციას. საყურადღებოა, რომ ტურიზმში ჩართვის მიუხედავად, შეინარჩუნეს ტრადიციული ეკონომიკური დარგი, ნაწილი დღემდე ახერხებს, თავისი პროდუქტების გაყიდვას, ნაწილმა კი შეწყვიტა ვაჭრობა. იმ რესპონდენტებმა, რომლებმაც შეწყვიტეს პროდუქტების კომერციალიზაცია, ამის მიზეზად დროისა და ადამიანური რესურსების ნაკლებობას ასახელებენ. ნარატივებზე დაყრდნობით, მათი მთავარი მოტივაცია არის, რომ შეძლონ თავიანთი შინამეურნეობებისა და საოჯახო სასტუმროებისათვის საკვების მიწოდება და პროდუქტების შექმნაში არ დახარჯონ ბევრი ფული. თითოეულმა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ისინი თავიანთ ტურისტებს სახლში დამზადებული, ნატურალური პროდუქტებით უმასპინძლებიან. აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტთა უმეტესობამ პერიფერიულ დასახლებებში აღნიშნა, რომ ტურიზმის აქტიური განვითარების პირობებშიც, ეცდებიან, რომ შეინარჩუნონ სოფლის მეურნეობის დარგები, მეტიც, აქვთ მოტივაცია, რომ გააფართოონ საქმიანობა. აღნიშნული მოსაზრებების გონივრული ახსნა შეიძლება იყოს ის, რომ, ერთი მხრივ, ტურიზმი სრულად (მისი მასშტაბურობისა და სეზონურობის გათვალისწინებით) არ შემოსულა პერიფერიულ სოფლებში; სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ტურისტები მხოლოდ ეპიზოდურად ჩნდებიან და მათი ნაკადი ჯერ მუდმივი არ არის. მეორე მხრივ, პერიფერიულ სოფლებში, რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ მათთვის ყველაზე დიდი შეზღუდვა ტურიზმის განვითარებით გამოწვეული სარგებლის სეზონურობაა. ამ ყველა ფაქტორის გათვალისწინებით, სოფლის მეურნეობა რჩება შემოსავლის მთავარ ეკონომიკურ სფეროდ პერიფერიული რაიონების ადგილობრივი მცხოვრებლებისთვის, ხოლო ტურიზმი წარმოადგენს დამატებით ეკონომიკურ საქმიანობას და ჯერ არ შესწევს იმის ძალა, რომ ძლიერი კონკურენცია გაუწიოს



სოფლის მეურნეობას და მით უმეტეს, ჩაანაცვლოს ის. აღსანიშნავია, რომ პერიფერიულ ადგილებში, ფერმერების უმეტესობა მონაწილეობს პროდუქციის სხვაგან გაყიდვაში, პირველ რიგში, მესტიის დასახლებაში; ამ პროცესის ფარგლებში ისინი მონაწილეობენ ადგილობრივი მიწოდების ჯაჭვში. ყველა რესპონდენტმა, რომელიც მესტიასა და მის მახლობელ და პერიფერიულ რაიონებში ცხოვრობს, აღნიშნა, რომ, მათი გადმოსახედიდან, შეუძლებელია ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის წარმატებით განვითარება ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად.

---

*„ეს არ შეიძლება სოფლის მეურნეობის გარეშე, არ შეიძლება... იმიტომ, რომ ეს სულ არ არის. შეიძლება გავიდეს დღეები, არავინ არ შემოვიდეს და, არავინ არ შემოვიდეს არც სასტუმროში, არც კაფეში.“ (ქალი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, კალა, მესტია).*

---

*“ერთმანეთს უნდა შეერწყას [სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი]. ცალ-ცალკე არა და. ჯერჯერობით ცალკ-ცალკე ვერ წარმომიდგენია. (ქალი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, დაბა მესტია).“*

---

*„რეალიზებას არ ვახდენთ იმიტომ, რომ მე და ჩემი მეუღლე დავრჩით მარტო, შვილები წავიდნენ, ისწავლეს, დარჩნენ თბილისში და ჩვენ ახლა რა იმდენი უნდა გავაკეთოთ, რომ... ჩვენ ოჯახის სამყოფი ყველაფერი გვაქვს კი არა და საკმარისი გვაქ სტუმრისთვის, მომსვლელისთვის.“ (კაცი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, ლახამულა, მესტია).*

---

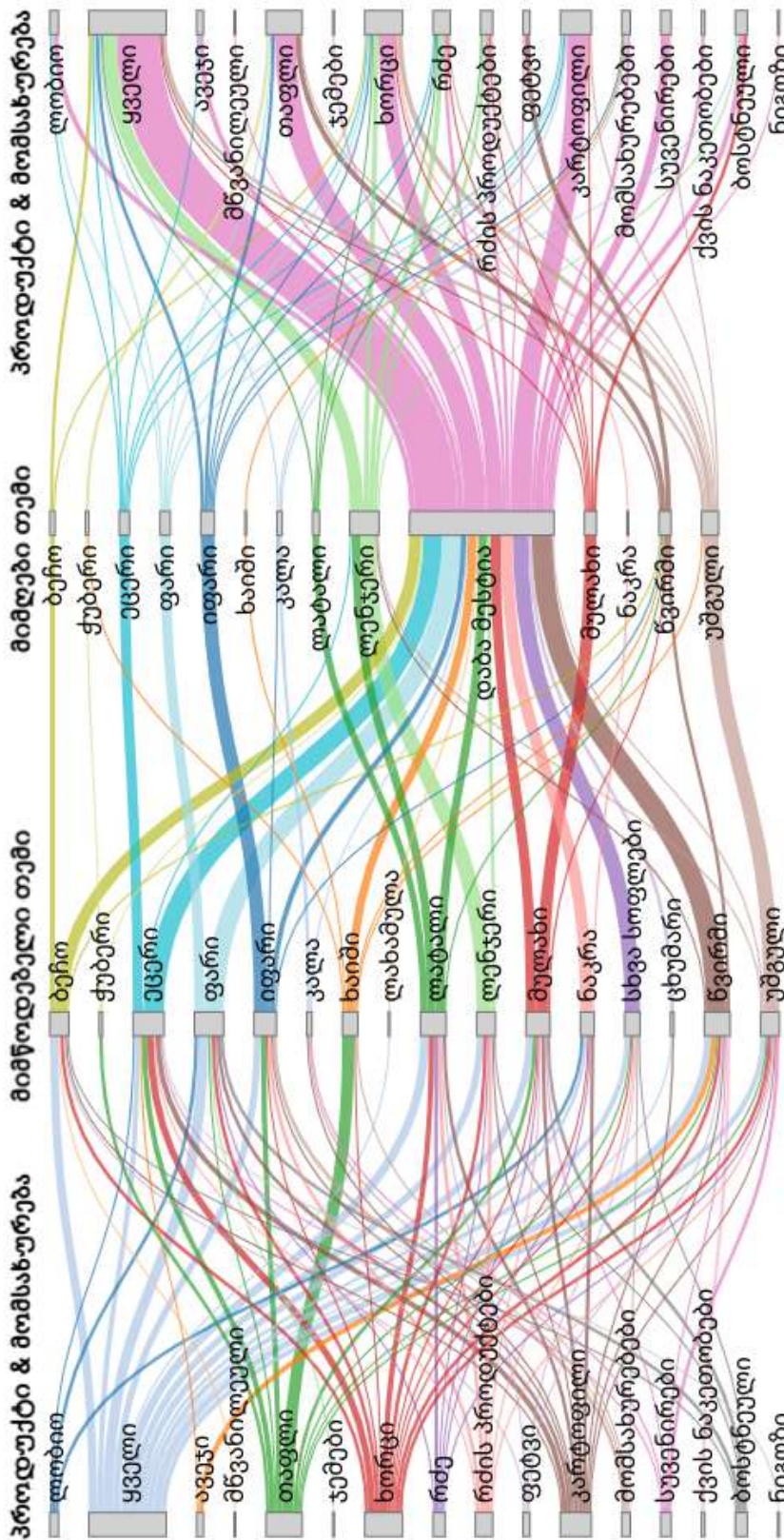
*„არაფერი. იმიტომ, რომ საქონელი გვყავს, ისიც გვაქ, კიტრი, პამიდორი, კარტოფილი, ანუ ჩვენ ნატურალურს ვთავაზობთ*

*ყველაფერს ჩვენს ტურისტებს. (ქალი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, ფარი, მესტია)*

---

თვისებრივი მონაცემები შეგროვდა 40 რესპონდენტისგან, რომლებიც წარმოადგენენ ტურიზმის ინდუსტრიას, მათ შორის სასტუმროების, საოჯახო სასტუმროების, კაფეებისა და სუვენირების მაღაზიების თანამშრომლები და მფლობელები. გარდა ამისა, 19-მა შინამეურნეობამ მოგვაწოდა ინფორმაცია მათი ეკონომიკური საქმიანობისა და ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვთან მათი კავშირის შესახებ. შეგროვებული ნარატივებიდან იკვეთება, რომ ადგილობრივი სოფლის მეურნეობის პროდუქტები უფრო ინტენსიურად არის ინტეგრირებული ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში, ვიდრე სხვა პროდუქტები ან მომსახურება. კერძოდ, ადგილობრივი ყველი, ხორცი, რძე, კარტოფილი და თაფლი ყველაზე ხშირად მიწოდებული სოფლის მეურნეობის პროდუქტებია. პროდუქციის ძირითადი მიმღები არის დაბა მესტია, რომელსაც ამარაგებს რამდენიმე თემი, უმეტესად ეწერი, ფარი, წვირმი და სხვა მიმდებარე სოფლები, პროდუქციის ფართო ასორტიმენტით. დაბა მესტიის გარდა, სხვა ძირითად მიმღებებს შორის არის უშგულის, ლენჯერისა და იფარის თემი. ამ თემებში მცხოვრები ტურიზმის წარმომადგენლები ძირითადად მათივე თემის მწარმოებლებისაგან მარაგდებიან. ანუ პროდუქტების მიწოდება-მიღება ცირკულირდება ჩამოთვლილ თემებს შორის. ამიტომ, ამ ადგილებში წარმოებული აგროპროდუქტები, ძირითადად, შიდა, თემის მოხმარებისთვის იწარმოება. ქვემოთ მოცემული ნახაზი 5 აჩვენებს, რომ საკმაოდ სუსტია ტურიზმსა და მომსახურების სფეროებს შორის ურთიერთკავშირი. რესპონდენტთა მცირე რაოდენობამ აღნიშნა, რომ მათ ჰქონდათ ისეთი სერვისების გამოყენების გამოცდილება, როგორცაა ცხენების დაქირავება, მანქანების მომსახურება და სამრეცხაო, რათა საკუთარ ტურისტებს მომსახურებოდნენ სასტუმროებში ან საოჯახო სასტუმროებში. ნარატივებზე დაყრდნობით, გამოვლინდა, რომ მუნიციპალიტეტის დონეზე ხელმისაწვდომია ადგილობრივი წარმოების შემდეგი პროდუქტები: ხის ავეჯი, სუვენირები და ქვის ნაკეთობები; თუმცა, მათი მომარაგების ჯაჭვში ინტეგრაცია ძალიან სუსტია.

ნახაზი 5. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვი მესტიის მუნიციპალიტეტში

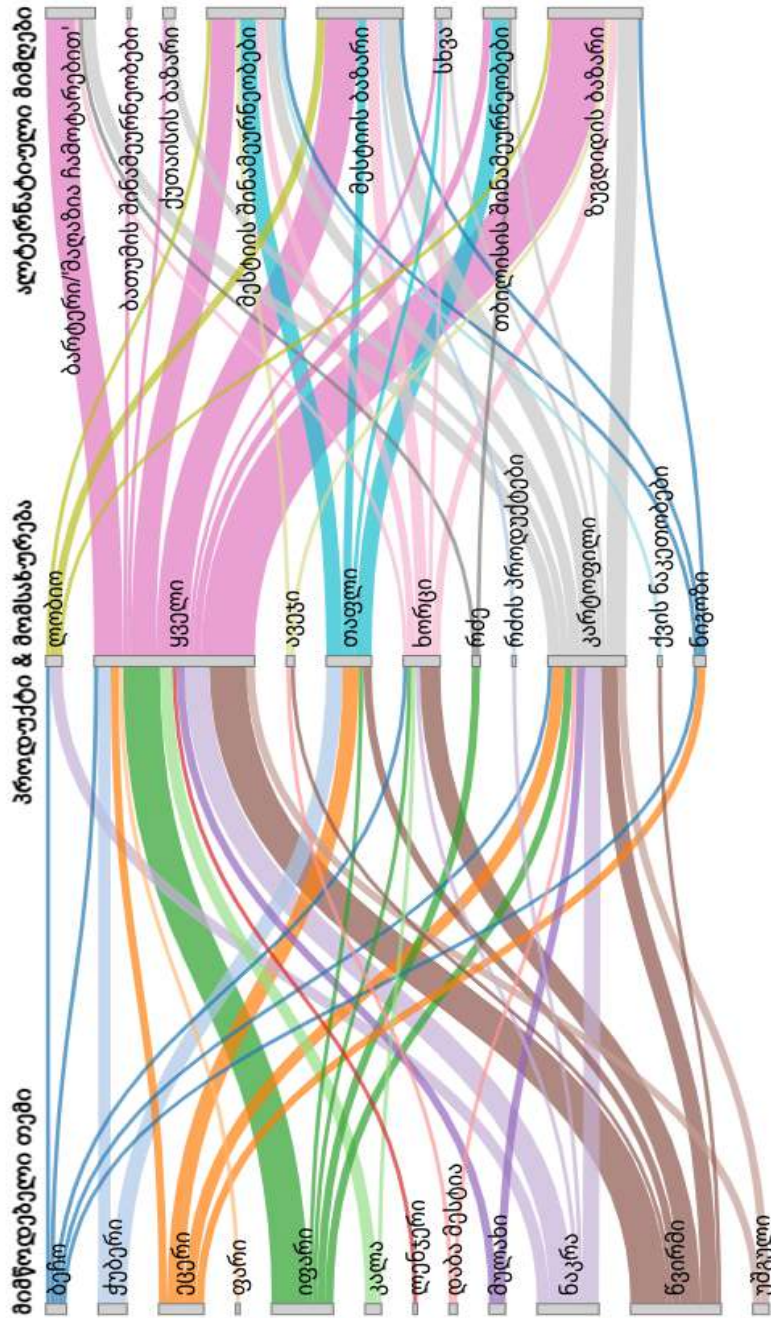


წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

მიუხედავად იმისა, რომ ამ პროდუქტების შესაქმნელად გამოყენებული ბუნებრივი რესურსები მესტიაში არის ხელმისაწვდომი და მათ წარმოებაში ჩართულ შინამეურნეობებს ასევე აქვთ სპეციფიკური პროფესიის გამოცდილება, ისინი მაინც აწყდებიან ეკონომიკური საქმიანობის გაფართოების სხვადასხვა გამოწვევებს.

ინტერვიუებზე დაყრდნობით, მრავალი თემი გამოვლინდა, რომელიც იყენებს ალტერნატიულ ბაზრებს მათი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების მომგებიანად რეალიზაციისათვის. მსგავსი პრაქტიკა მრავალი წლის განმავლობაში გრძელდება და დაიწყო მანამ, სანამ 2010 წლიდან ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარება/აღდგენა დაიწყებოდა რეგიონში. რამდენიმე ალტერნატიულ ვარიანტთან ერთად, ადგილობრივმა მოსახლეობამ ტრადიციულად გამოიყენა ზუგდიდის ბაზარი, რომელსაც მესტიასთან გეოგრაფიული სიახლოვე აქვს და საკმაოდ დივერსიფიცირებული. რესპონდენტების აზრით, მას შემდეგ, რაც ტურიზმი აყვავდა, ადგილობრივ შინამეურნეობებს, რომლებიც არ მართავენ განთავსების საშუალებებს ან კვების ობიექტებს, მესტიის ბაზარზე საქონლის მიწოდების დამატებითი შესაძლებლობა აქვთ. თუმცა, მოსახლეობის უმეტესობისთვის ზუგდიდის ბაზარი უფრო მიმზიდველია და მესტიის ბაზართან შედარებით ბევრი უპირატესობა აქვს. არანაკლებ მნიშვნელოვანია „მაღაზია ჩამოტარებით“ („mobile shop“) ფენომენის როლის ხაზგასმა ამ პროცესში. მსგავსი მოძრავი მაღაზია ახდენს ყველა სახის პროდუქტის ტრანსპორტირებას ზუგდიდიდან მესტიის სხვადასხვა სოფლების მიმართულებით და აძლევს მოსახლეობას შესაძლებლობას, რომ მოახდინონ ნატურალური გაცვლა, ე.წ. ბარტერი, თავიანთი პროდუქტებისა სხვა პროდუქტებში. საინტერესოა აღინიშნოს, რომ ყველაზე ხშირად გაცვლილი აგრო-პროდუქტი მესტიის შინამეურნეობებიდან არის ყველი და კარტოფილი. პერიოდულად ხელმისაწვდომია სხვა ალტერნატიული მიმღებები მესტიის შინამეურნეობებისათვის, მათ შორისაა ქუთაისის ბაზარი, თბილისისა და ბათუმის შინამეურნეობები (იხ. ნახაზი 6).

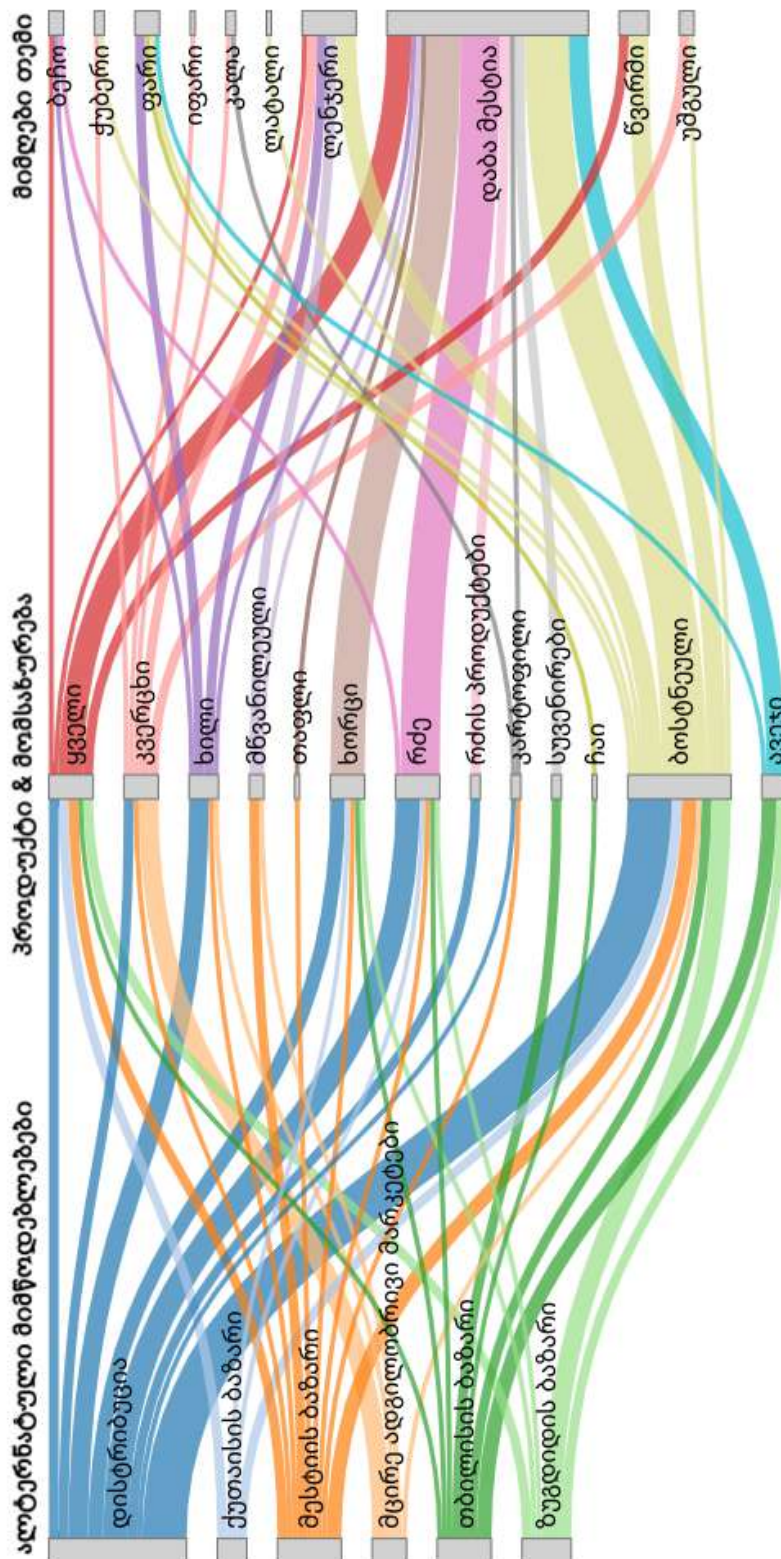
ნახაზი 6. ადგილობრივი მიმწოდებლები და ალტერნატიული მიმღებები მესტიის მუნიციპალიტეტში



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

ტურიზმის წარმომადგენლებისთვის ზუგდიდის, როგორც ალტერნატიული ბაზრის არსებობა, მესტიაში მნიშვნელოვნად აფერხებს მესტიის ოჯახების და ბაზრის პროდუქციისა და მომსახურების შეუფერხებელ ინტეგრაციას ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში. ზუგდიდის ბაზარი ფლობს სხვადასხვა „მიმზიდველ“ ფაქტორებს იმისათვის, რომ შეინარჩუნოს ერთგული მიმწოდებლები საკვლევ მუნიციპალიტეტიდან, როგორცაა დაბალი ფასები, პროდუქციის ბუნებრივი გაცვლა (ბარტერული), მუდმივი მიწოდება, გეოგრაფიული სიახლოვე, მრავალფეროვანი პროდუქტი და პროდუქციის განაწილების შესაძლებლობები მესტიის ყველა თემში (იხ. ნახაზი 7).

ნახაზი 7. ადგილობრივი მიმღებები და ალტერნატიული მიმწოდებლები მესტიის მუნიციპალიტეტში



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ ტურიზმის წარმომადგენლების ნაწილი ხაზს უსვამს მიწოდების პროცესის ოფიციალურ მხარეს, როგორც ადგილობრივი მიმწოდებლების სუსტ წერტილს, რაც საბოლოოდ ხელს უშლის მათ თანამშრომლობას. უფრო სწორედ, ადგილობრივი მიმწოდებლების უმეტესობას არ აქვს სერტიფიცირებული სოფლის მეურნეობის წარმოება და ლაბორატორიული გამოკვლევის შედეგები მათი საკვების უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით. გარდა ამისა, ისინი ძირითადად ერიდებიან ოფიციალურ შეთანხმებებს ტურიზმის მიმღებებთან, რათა არ აიღონ ზედმეტი პასუხისმგებლობა. აღსანიშნავია, რომ ადგილობრივმა მიმწოდებლებმა უმცირესობამ შეძლო ოფიციალური ლიცენზიის მიღება წარმოებული აგროსასურსათო პროდუქციისთვის, რამაც კარი გააღო უფრო დიდი მიმღებებისათვის.

---

*“ორი კვირა ვცდილობდი, რომ გამეფორმებინა მასთან [ხორცის მიმწოდებელთან] კონტრაქტი, მაგრამ ალბათ იმდენი აქვს შეკვეთა, რომ სულ რაღაცას მატყუებდა, მაგ., ხორცი არ ამომიტანია, არადა ჩემ თვალწინ გადის, ანუ შესაბამისად ვერ აკმაყოფილებდა იმ მოთხოვნას, რაც ჩვენ გვქონდა“ (კაცი, ტურიზმი, მესტია).*

---

სხვადასხვა ადგილობრივ მიმწოდებლებს სხვადასხვა შორეულ თემებში არ აქვთ შესაძლებლობა, უზრუნველყონ თავიანთი საქონლის პროდუქციის მიწოდების სერვისები მიმღებებთან. ეს ფაქტი აღიქმება, როგორც მნიშვნელოვანი ბარიერი მათთვის დიდ მანძილზე მიმღებებთან თანამშრომლობისთვის. თავისთავად, ეს ვითარება ქმნის პროდუქტის სუსტ ხელმისაწვდომობას პოტენციური მიმღებებისთვის, რადგან მათი უმეტესობა არ ანიჭებს უპირატესობას მათ მიერ საკუთარი პროდუქციის ტრანსპორტირებას დიდ მანძილზე. კვლევის შედეგად გამოვლინდა რამდენიმე დამატებითი ბარიერი ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციასთან დაკავშირებით, მათ შორის ადგილობრივი მიმწოდებლების არასტაბილური მიწოდება. როგორც ტურიზმის წარმომადგენლები აღნიშნავენ, მიმწოდებლების უმეტესობას არ შეუძლია უზრუნველყოს მუდმივი მიწოდება და, შესაბამისად, მათი შეთანხმებაც ვერ დგება. ამასთან, არაერთი აგროპროდუქტი ხასიათდება მათი სეზონურობით და არასტაბილური რაოდენობით, რაც



დამოკიდებულია კლიმატზე და ბუნებრივ პირობებზე. მთლიანობაში, ეს ქმნის არასტაბილურობის განცდას ადგილობრივ მიმწოდებლებსა და მიმღებებს შორის გრძელვადიანი თანამშრომლობისთვის; შესაბამისად, ის იშვიათად მიიღწევა. ამის მიუხედავად, რამდენიმე განსაკუთრებული შემთხვევა დაფიქსირდა ამ გამოწვევების გადასალახად. კერძოდ, ზოგიერთმა ფერმერმა მოახერხა სათბურის მოწყობა და წარმატებით გაახანგრძლივა საკუთარი პროდუქციის სეზონურობა.

---

*“ზუგდიდის ბაზარი ისეთია, რომ რამდენსაც წაიღებ, ყველა რაოდენობას მიიღებენ.. აქ არა [ვერ მოახდენ სრულ რეალიზაციას მესტიის ბაზარში]. მე, მაგალითად, დიდი სიამოვნებით, მუდმივად მივაწოდებდი [მესტიის ბაზარს], რაც მრჩება, მაგრამ მე, მაგალითად, ყოველთვის არ მაქ ყველი. იმიტო, რო, როცა ბევრი სტუმარი მყავს, მე თვითონ მჭირდება და მათ უნდათ [მესტიის ბაზარი] ისეთი, რო მუდმივად მიაწოდოთ.“ (ქალი, ტურიზმი, მესტია).*

---

არანაკლებ მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ გაანალიზებული მონაცემების საფუძველზე დაფიქსირდა, რომ ადგილობრივ მიმწოდებელთა უმეტესობას არ გააჩნია მარკეტინგის უნარები პროდუქციის პოპულარიზაციისა და პოტენციურ მიმღებებთან კავშირების დამყარების მიზნით. მეტი სიზუსტისათვის, გამოვლინდა იშვიათი შემთხვევები, როდესაც ადგილობრივი მიმწოდებლები თავიანთი ინიციატივით დაუკავშირდნენ პროდუქტების/მომსახურების პოტენციურ მიმღებებს (მაგ., სასტუმრო, საოჯახო სასტუმრო), მიაწოდეს ინფორმაცია მათი საქმიანობის, პროდუქტების/მომსახურების შესახებ და შესთავაზეს თანამშრომლობა. აღნიშნული ინფორმაციის დეფიციტი, ნაწილობრივ გამოწვეულია იმით, რომ მწარმოებლებს აქვთ განცდა, რომ ადგილობრივ დონეზე ყველა ფლობს ინფორმაციას მიწოდებული პროდუქტების, მომსახურების და მიმწოდებლების შესახებ. ამიტომ, თუ მიმწოდებლები არ დაუკავშირდნენ მათ პროდუქციის შესაძენად, ისინი მიიჩნევენ პროდუქტს არამოთხოვნადად, ან მათ ჰყავთ სხვა მიმწოდებელი. სინამდვილეში,

შესაძლოა მიმდები პირები ეძებენ მიმწოდებელს და კონკრეტულ პროდუქტს. კვლევის ფარგლებში გამოვლინდა რამდენიმე რესპონდენტი, მცირე მეწარმე-ფერმერი, რომლებმაც საკუთარი ინიციატივით შეძლეს თავიანთი ადგილობრივი აგროპროდუქტების ადგილობრივ სასტუმროებსა და სასტუმრო სახლებში წარდგენა-შეთავაზება. საბოლოო ჯამში, მას შემდეგ მათ დაიწყეს თავიანთი პროდუქციის მიწოდება ამ დაწესებულებებში.

---

*„ნუ, რა ვიცი, აქ ყველა ყველას იცნობს, პატარა ისაა [დასახლება] და თუ რამე არი [მიმწოდებელი], ვინმეს რამე აქ ყველამ ყველაფერი ვიცი.“ (კაცი, ტურიზმი, მესტია).*

---

საგულისხმოა, რომ ტურიზმის წარმომადგენლებმა კვლევის ფარგლებში ისაუბრეს იმ ეკონომიკურ საქმიანობებსა და პოტენციურ პროდუქტებზე, რომელთა გამოყენებითაც ისინი დაინტერესებულნი იყვნენ თავიანთ ბიზნესში, მაგრამ კვლევის დროს ეს სასურველი საქმიანობა და პროდუქტები არ იყო ხელმისაწვდომი მუნიციპალიტეტში. ნარატივების მიხედვით, აუცილებლად შეიძენდნენ სხვადასხვა სახის ადგილობრივ აგროპროდუქტებს, რომლებიც ამჟამად იძულებულები არიან შორეული ტერიტორიებიდან მოიტანონ. კერძოდ, ყველაზე სასურველ სამეურნეო საქმიანობას შორის დასახელდა სასათბურე მეურნეობა, ფრინველისა და მეცხოველეობის მეურნეობის დაარსება. ყველაზე მოთხოვნადი პროდუქტები მოიცავდა ხორცს (ქათამი და ღორის ხორცი), ბოსტნეულს, კვერცხს, კალმახსა და მწვანელს. ეს სოფლის მეურნეობის სფეროები და პროდუქტები შეიძლება ჩაითვალოს უზარმაზარ შესაძლებლობად ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრირებისთვის (იხ. დანართი, ნახაზი 13).

#### 4.3. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის სივრცითი თავისებურებები, პერსპექტივები და გამოწვევები ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში

კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ინფორმაციის სივრცითი ანალიზის შედეგად, შესაძლებელი გახდა, ყაზბეგის მუნიციპალიტეტშიც გამოკვეთილიყო ტურიზმის

ადგილობრივი აქტორების (დასაქმებულები სასტუმროში, საოჯახო სასტუმროში და კვების ობიექტებში) დამოკიდებულების ხასიათი პროდუქტების შექმნაზე და გამოვლენილიყო სივრცითი თავისებურებები. მონაცემების დაჯგუფება მოხდა ზემოთ დადგენილი სამი კატეგორიის მიხედვით: 1. სრულად დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე; 2. ნაწილობრივ დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე; 3. თვითკმარი.

### კატეგორია 1: სრულად დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე

კვლევის ფარგლებში მოპოვებული გეოგრაფიული მონაცემების სივრცითი ანალიზის მიხედვით, გამოვლინდა, რომ საკვები პროდუქტების შექმნაზე სრულად დამოკიდებული კატეგორიის წარმომადგენლები ძირითადად არიან თავმოყრილნი დაბა სტეფანწმინდაში და შეადგენენ ყველაზე დიდ კატეგორიას. საყურადღებოა, რომ ტურისტული ობიექტების ადგილობრივმა მფლობელებმა, რომლებიც გამოკითხულ რესპონდენტთა უმრავლესობას წარმოადგენენ, აღნიშნეს, რომ ტურიზმის საქმიანობამდე ისინი აქტიურად იყვნენ ჩართულები სოფლის მეურნეობაში. მეტიც, მათმა ნაწილმა ხაზგასმით აღნიშნა, რომ ისინი ეკონომიკურად დამოკიდებულები იყვნენ ნაწარმის კომერციალიზაციაზე. რესპონდენტების მონათხრობზე დაყრდნობით, ასევე გამოიკვეთა, რომ ტურიზმის საქმიანობაში ჩართვის შემდგომ, დიდმა ნაწილმა შეწყვიტა სოფლის მეურნეობის წარმოება; მათ შორის ისეთებმაც, რომლებიც ნაწილობრივ ახორციელებდნენ თავიანთი აგროპროდუქტების რეალიზაციას. აღნიშნული რესპონდენტების ჩართულობის ხანგრძლივობა ტურიზმის ინდუსტრიაში მკვეთრად განსხვავებულია (მერყეობს 1-დან 10 წლამდე), თუმცა, ამის მიუხედავად, აღნიშნავენ, რომ ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის დარგების შეთავსებას ვერ ახერხებენ. შედეგად, რესპონდენტები, რომლებმაც სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა ჩაანაცვლეს ტურიზმით, გახდნენ გარე რესურსებზე სრულად დამოკიდებულები, კვების პროდუქტების შექმნის თვალსაზრისით.

---

*„დაბაში [სტეფანწმინდა] რაც ჰქონდა ხალხს გამოყოფილი საქონლისთვის, გადააკეთეს უკვე სასტუმროდ. საქონელი მოისპო. სადაც ტურისტი არ შემოდის, აქეთ მხარეს ხეობაში, იქ სოფლის*

*მეურნეობა უფრო განვითარდა.“ (ქალი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, სნო, ყაზბეგი).*

---

აღსანიშნავია, რომ საკვები პროდუქტების შექმნაზე სრულად დამოკიდებული რესპონდენტების კატეგორია, ცენტრალური დასახლებისაგან განსხვავებით, მცირე რაოდენობით გვხვდება მიმდებარე და პერიფერიულ არეალებში, მათ შორის ფიგურირებდნენ რესპონდენტები გორისციხის და სიონის თემებიდან. ამ შემთხვევაში, მესტიის მუნიციპალიტეტის მსგავსად, აღნიშნული გეოგრაფიული დასახლებებიდან უმეტესად რესპონდენტები წარმოდგენდნენ ე.წ. სეზონურ ოჯახებს, რომლებიც ტურიზმის განვითარების შემდგომ, წლის განმავლობაში გარკვეული პერიოდით ჩადიან ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში და უძღვებიან საოჯახო სასტუმროების ბიზნესს. შესაბამისად, ისინი წინა წლებში არ აწარმოებდნენ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციას და არც ახლა მისდევენ სოფლის მეურნეობას. ისინი სრულად არიან დამოკიდებულები ნაწარმის შექმნაზე.

---

*„არა, მე არ ვეწევი [სოფლის მეურნეობას].. აქ არ ვცხოვრობდი, ჩამოვედი, რაც ტურიზმი დაიწყო.“ (ქალი, ტურიზმი, სიონი, ყაზბეგი)*

---

## **კატეგორია 2: ნაწილობრივ დამოკიდებული პროდუქტის შექმნაზე**

საყურადღებოა, რომ გარე სასურსათო რესურსებზე ნაწილობრივ დამოკიდებული შინამეურნეობები წარმოდგენილია სამივე გეოგრაფიულ არეალში, თუმცა უმეტესად დაბა სტეფანწმინდის მოსაზღვრე და პერიფერიულ თემებში გვხვდება. აღნიშნული კატეგორიის რესპონდენტები, დანარჩენ ორთან შედარებით, ნაკლები შეგვხვდა, რისი გათვალისწინებითაც ყველაზე ნაკლებად ტიპურ კატეგორიად ჩამოყალიბდა.

აღსანიშნავია, რომ დაბა სტეფანწმინდის შემთხვევაში, ამ კატეგორიის წარმომადგენელი რესპონდენტების ნაწილობრივი დამოკიდებულება პროდუქტების შექმნაზე არ გამოიხატებოდა იმაში, რომ მათ ჰქონდათ აგრო პროდუქციის წარმოება,

არამედ იმაში, რომ ეს კატეგორია ტურისტებს მხოლოდ საუზმეს სთავაზობს, რისი მიწოდებაც შესაძლებელია მათ მიერ წარმოებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებით.

რაც შეეხება რესპონდენტებს სტეფანწმინდის მოსაზღვრე და პერიფერიული სოფლებიდან, ისინი ხაზგასმით აღნიშნავენ პროდუქტების დეფიციტს და, მესტიის მუნიციპალიტეტის შემთხვევისაგან განსხვავებით, უფრო ფრთხილად უყურებენ სოფლის მეურნეობის ტურიზმით სრულად ჩანაცვლების საკითხს.

მათი ნაამბობებიდან იკვეთება, რომ ასეთი რესპონდენტების ნაწილი, ტურიზმში ჩართვამდე და მის შემდეგაც, დაკავებულია სოფლის მეურნეობის პროდუქტების კომერციალიზაციით. რესპონდენტების ნაწილმა ასევე აღნიშნა, რომ ტურიზმის განვითარება იყო მათთვის მოტივაცია და პროდუქციის რეალური გასაღების ბაზარი. შესაბამისად, დიდმა ნაწილმა გადაწყვიტა, რომ გამოეყენებინა აღნიშნული ფაქტი და თავისი სასოფლო-სამეურნეო წარმოება გაეფართოებინა. მაგალითისათვის, სიონის თემში რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ტურიზმი მისთვის იყო მოტივაცია, რომ დაეფუძნებინა კოოპერატივი და თავისი პროდუქტები გამოეყენებინა ტურისტულ საქმიანობაში.

---

*„სანამ სასტუმროს გავაკეთებდით, სოფლის მეურნეობაზე ვიყავით გამობმულები. ახლა ტურიზმი წინა პლანზე წამოვიდა და სოფლის მეურნეობა დაეხმარა. მე ღვინოს სად გვყიდდი აბა? ტურისტებზე ვყიდი, წითელი ღვინო, რაც გვექონდა, სულ წაიღეს.“ (კაცი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, სიონი, ყაზბეგი)*

---

### კატეგორია 3: თვითკმარი

თვითკმარი კატეგორიის წარმომადგენელი რესპონდენტებიდან არც ერთი იყო დაბა სტეფანწმინდის დასახლებიდან; ისინი ძირითადად წარმოადგენდნენ პერიფერიულ თემებს. გამოიკვეთა, რომ ყველა თვითკმარი შინამეურნეობა ადრე, სანამ ტურიზმში ჩაერთვებოდნენ, ჩართული იყო სასოფლო-სამეურნეო წარმოებაში (ამჟამადაც არიან

ჩართულები სოფლის მეურნეობაში და ძირითად ეკონომიკურ დარგად მიიჩნევენ) და ზოგიერთი მათგანი, ასევე, ახორციელებდა პროდუქტების რეალიზაციას. აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის საქმიანობის მიუხედავად, მათ განაგრძეს ეკონომიკის ტრადიციულ დარგში ჩართულობა. რესპონდენტების ნაწილი დღემდე ახდენს თავისი პროდუქტების კომერციალიზაციას, ხოლო ნაწილმა შეწყვიტა ვაჭრობა. ის რესპონდენტები, რომლებმაც შეწყვიტეს პროდუქტების კომერციალიზაცია, ამის განმაპირობებელ მიზეზად სხვადასხვა ფაქტორებს, მათ შორის ადამიანური რესურსების სიმწირეს ასახელებენ. ნარატივების მიხედვით, რესპონდენტების მთავარ მოტივაციას წარმოადგენს შინამეურნეობისა და საოჯახო სასტუმროს საკუთარი პროდუქტებით მომარაგება და ამ გზით თანხის დაზოგვა. შესაბამისად, ამ კატეგორიის რესპონდენტებმა აღნიშნეს, რომ ტურისტებს მათი ოჯახის ნაწარმით უმასპინძლდებიან. ამასთან, საყურადღებოა, რომ პერიფერიულ არეალებში გამოკითხული მოსახლეობის უმეტესობამ აღნიშნა, რომ ტურიზმის აქტიური განვითარების შემთხვევაში შეეცდებიან, რომ შეინარჩუნონ სოფლის მეურნეობის დარგები. რესპონდენტების მიხედვით, მათ აქვთ მოტივაცია, რომ არა მხოლოდ შეინარჩუნონ, არამედ გააფართოონ სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა.

---

*„ვაპირებ საოჯახო სასტუმროს გაკეთებას. სოფლის მეურნეობას თავს არ დავანებებ, პირიქით, ჩემი მექნება ყველაფერი.“ (კაცი, სოფლის მეურნეობა, გორისციხე, ყაზბეგი).*

---

აღნიშნული მოსაზრებები, ერთი მხრივ, შესაძლოა განპირობებული იყოს იმ ფაქტით, რომ პერიფერიულ სოფლებში ტურიზმი თავისი მასშტაბურობისა და სეზონურობის გათვალისწინებით, მხოლოდ ნაწილობრივ არის განვითარებული. აქედან გამომდინარე, აღნიშნულ არეალებში ადგილობრივი ტურისტულ ობიექტებს ტურისტები მხოლოდ ეპიზოდურად სტუმრობენ, ხოლო მათი ნაკადი არასტაბილურია. მეორე მხრივ, ნარატივების მიხედვით, ტურიზმის სეზონურობა საკმაოდ ზღუდავს მის ეკონომიკურ სარგებელს ადგილობრივებისათვის. შესაბამისად, ტურიზმის ინდუსტრია ამ ეტაპზე ვერ უწევს საკმარის კონკურენციას

სოფლის მეურნეობის დარგს. აღნიშნულის გათვალისწინებით, სოფლის მეურნეობა კვლავ მიიჩნევა მთავარ ეკონომიკურ წყაროდ, ხოლო ტურიზმი დამატებითი შემოსავლის მომტან საქმიანობას წარმოადგენს.

---

*„ყაზბეგში [გულისხმობს დაბა სტეფანწმინდას] იყო ქვეყნის ძროხა, მარა ტურიზმი რომ შემოვიდა, გაყიდა ხალხმა საქონელი. ტურიზმს რჩეობენ [ე.ი. ირჩევენ], მაგრამ ტურისტი რომ შემოვა, იმას ყველი უნდა, იმას რძე უნდა, იმას ის უნდა...“ (კაცი, სოფლის დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი).*

---

აღსანიშნავია, რომ პერიფერიულ ადგილებში, მცირე მეწარმეების დიდი ნაწილი ახდენს თავისი პროდუქციის რეალიზაციას ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში, რის ფარგლებშიც არიან ინტეგრირებულნი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში. ყველა რესპონდენტმა ისაუბრა პროდუქტების დეფიციტზე და მუნიციპალიტეტში სოფლის მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობის საჭიროებაზე, განსაკუთრებით მას შემდეგ, რაც ტურისტული ნაკადების საგრძნობი ზრდა დაიწყო ყაზბეგში.

---

*„პროდუქტის დეფიციტი არის... მაგალითად, ახლა ყველი მინდა და ვერ ვშოულობ.“ (კაცი, ტურიზმი, დაბა სტეფანწმინდა)*

---

---

*„ყაზბეგში ახლა , როგორ გითხრათ, ყველა [სოფლის მეურნეობის დარგი] პერსპექტიული არის. თავლი მაქვს ხოლმე, ახლა წელს მქონდა ნახევარ ტონაზე მეტი და ისე გაიყიდა, რომ უკმაყოფილო ხალხი დაგვრჩა...კალმახზეც მაგარი მოთხოვნა იყო, უბრალოდ მე არ მყავდა.“ (კაცი, სოფლის მეურნეობა, დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი).*

---

რესპონდენტების ნაწილმა იმაზეც გაამახვილა ყურადღება, რომ მათი გადმოსახედიდან, ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის საქმიანობების წარმატება, მხოლოდ მათი ინტეგრირებული განვითარებით მიიღწევა.

---

*„ახლა რაიონმა პროფილი შეიცვალა, გადავიდა აბსოლუტურად ტურიზმზე, რომელიც მე სასწაულად არ მომწონს.“ (ქალი, ტურიზმი, დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი).*

---

---

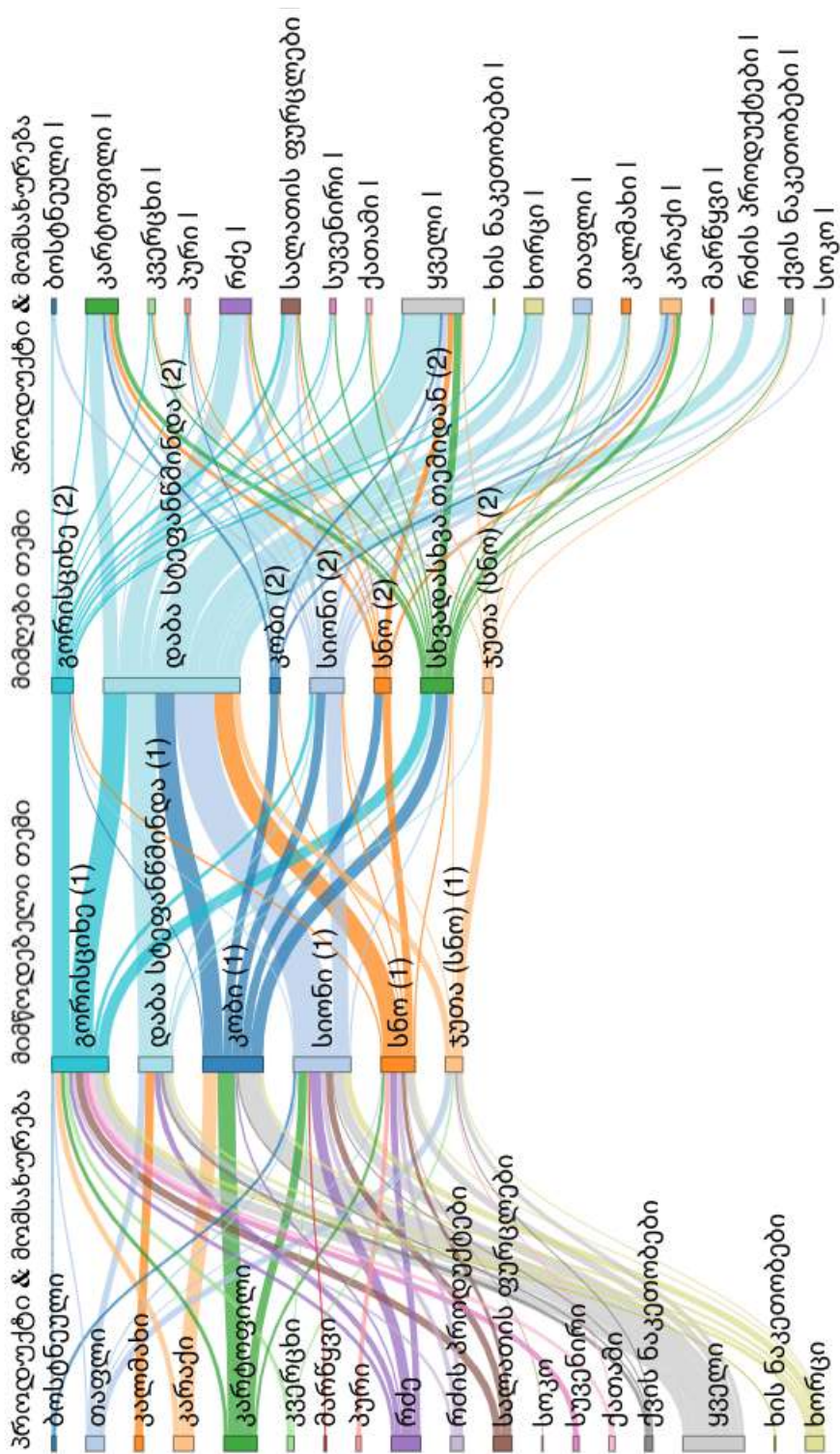
*„სასტუმრო და სოფლის მეურნეობა, მიმბუღია ერთმანეთზე (კაცი, ტურიზმი და სოფლის მეურნეობა, სიონი, ყაზბეგი).*

---

თვისებრივი ინფორმაციის შეგროვება ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ფუნქციონირებისა და მასში დაინტერესებული მხარეების ინტეგრირების დასადგენად განხორციელდა 46 რესპონდენტთან ჩატარებული ინტერვიუების საშუალებით, აქედან 25 წარმოადგენდა ტურიზმის ინდუსტრიას, ხოლო 21 ადგილობრივ შინამეურნეობას.

მოპოვებული მონაცემების ანალიზის საფუძველზე, მესტიის მუნიციპალიტეტის მსგავსად, გამოვლინდა, რომ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტები, სხვა პროდუქტებთან/მომსახურებებთან შედარებით, მეტად არის ინტეგრირებული ყაზბეგში ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში (იხ. ნახაზი 8).





წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

სოფლის მეურნეობის ნაწარმიდან აღსანიშნავია რძის პროდუქტები, ყველი, სალათის ფურცლები, კარტოფილი და თაფლი, რომლებიც ყველაზე ხშირად გვხვდება ტურისტთა მომარაგებისათვის განკუთვნილი პროდუქტების რიგში. პროდუქციის დივერსიფიცირებული ნაკადების ძირითად მიმწოდებლებს შორის გამოირჩევა გორისციხის თემი, საიდანაც უმეტესად თავად ეს თემი და სტეფანწმინდა მარაგდება სხვადასხვა პროდუქტებით. ძირითად მიმღებს შორის გამოირჩევა სტეფანწმინდა, რომელიც აქტიურად მარაგდება სხვადასხვა თემებიდან, განსაკუთრებით გორისციხიდან, სიონიდან და სხვა მომიჯნავე სოფლებიდან. სტეფანწმინდის გარდა, ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში არის კიდევ რამდენიმე მსხვილი მიმღები, მათ შორის სიონი და ჯუთა (სნოს თემი). აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის წარმომადგენლები, რომლებიც გორისციხეში და ჯუთაში არიან, ძირითადად თავიანთი თემიდან მარაგდებიან. შესაბამისად, სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების აღნიშნულ არეალებში შიდა მომარაგება ხდება

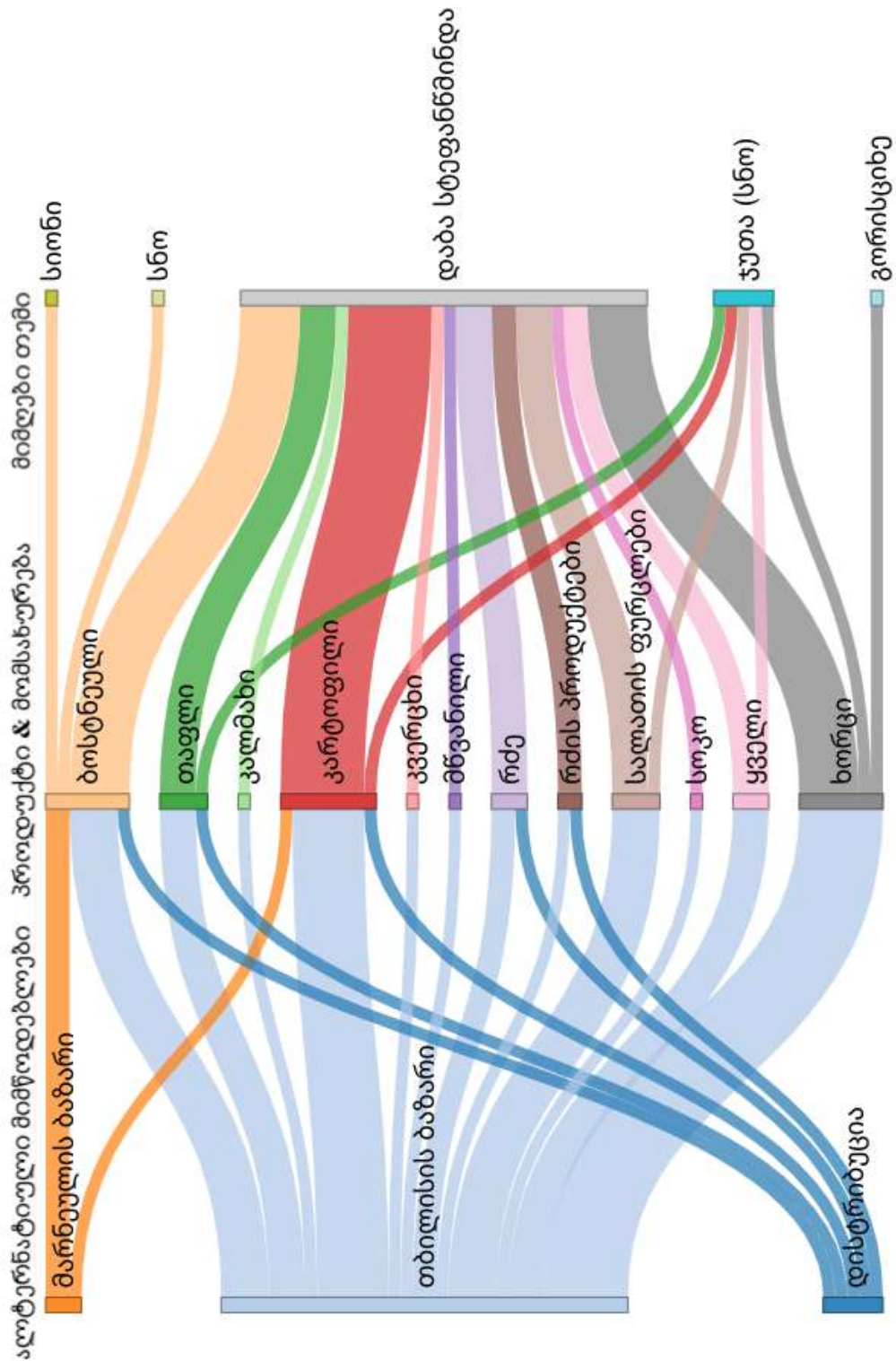
აგრეთვე, გამოიკვეთნენ ალტერნატიული მიმწოდებლები, რომლებიც ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის თემებს სხვადასხვა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებით ამარაგებენ. ყველაზე მსხვილი მიმღებია სტეფანწმინდა, რომელიც თბილისის ბაზრიდან აქტიურად მარაგდება სხვადასხვა პროდუქტებით, თუმცა, ასევე გამოვლინდა მარნეულის ბაზრიდან მიწოდების შემთხვევები. სტეფანწმინდის გარდა, მიმღებ სოფლებს შორის გამოირჩევა ჯუთა, რომელიც მარაგდება როგორც თბილისიდან, ასევე დისტრიბუციის მეშვეობით საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებიდან. მომარაგების პროდუქტებს შორის დიდი რაოდენობით არის ხორცი, კარტოფილი, ბოსტნეული და რძის პროდუქტები (იხ. ნახაზი 9). ამას სხვადასხვა მიზეზები აქვს, რომელთა შორის მთავარია ადგილობრივი პროდუქტის მაღალი ფასი. ტურიზმის წარმომადგენლების თქმით, ურჩევნიათ რომ სხვა რეგიონებიდან მოიძიონ იგივე პროდუქტები უფრო შეღავათიან ფასში.

---

*„მაგალითად, თაფლი, ადგილობრივი ძაან ძვირი ღირს.“ (კაცი, ტურიზმი, დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი)*

---

ნახაზი 9. ადგილობრივი მიმწოდებლები და ალტერნატიული მიმღებები ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

აგრეთვე, ალტერნატიული მიმწოდებლების ყოლის სხვა მიზეზია არასტაბილური მიწოდების პრობლემა, რაც გამოიხატება იმაში, რომ შემსყიდველს არ აქვს გარანტია, რომ ადგილობრივი მეწარმე/ფერმერი უზრუნველყოფს მის მომარაგებას კონკრეტული პროდუქტით იმ მოცულობით და იმ დროში, რაც მას სჭირდება, მაშინ, როცა თბილისიდან პროდუქტების მიღებაზე ეს გარანტია აქვს. ამასთან, საკმაოდ ბევრ შემთხვევაში, უმეტესად მსხვილი შემსყიდველების შემთხვევაში, წინა პლანზე წარმოჩინდა სერტიფიცირების პრობლემა. მსხვილი სასტუმროები ვერ უზრუნველყოფენ ადგილობრივებისგან პროდუქტების შესყიდვას, რადგან მათ არ აქვთ უფლება, ლიცენზიის გარეშე მიიღონ პროდუქცია. აღნიშნული ფაქტორი აფერხებს ადგილობრივი მწარმოებლების ინტეგრირებას ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში.

ტურიზმის წარმომადგენლების ინტერვიუებზე დაყრდნობით გამოვლინდა, რომ ადგილობრივებისა და მათ შორის ფორმალური ურთიერთობების დამყარება მრავალ სხვადასხვა გამოწვევასთან არის დაკავშირებული. შესაბამისად, მათი თანამშრომლობა სუსტია მუნიციპალიტეტში, რაც უმეტესად უკავშირდება იმ ფაქტს, რომ ადგილობრივ მიმწოდებლებს არ აქვს სერტიფიცირებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქცია და ტურიზმის წარმომადგენლები ვერ სარგებლობენ მათი ნაწარმით.

---

*„მე მჯერა, რომ აქაური მესაქონლეობა უფრო სანდოა, მაგრამ რადგან მათ არ გააჩნიათ ამის დამადასტურებელი საბუთი, იძულებული ვარ თბილისიდან ჩამოვიტანო ხორცი, თუმცაღა, მათ რომ იგივე საბუთის გაკეთება შეეძლოთ, დიდი სიამოვნებით ვისარგებლებდი (ქალი, ტურიზმი, დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი).“*

---

ასევე, ინტეგრაციის გამოწვევა უკავშირდება არასაკმარისი რაოდენობის პროდუქციას და მიწოდების ფრაგმენტულობას.

---

*„ჩვენ როგორც გვჭირდება, ესეთი სიხშირით არ ყიდის მოსახლეობა და რაც გვჭირდება, ეგრევე გვიგზავნიან თბილისიდან.“ (ქალი, ტურიზმი, დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი).*

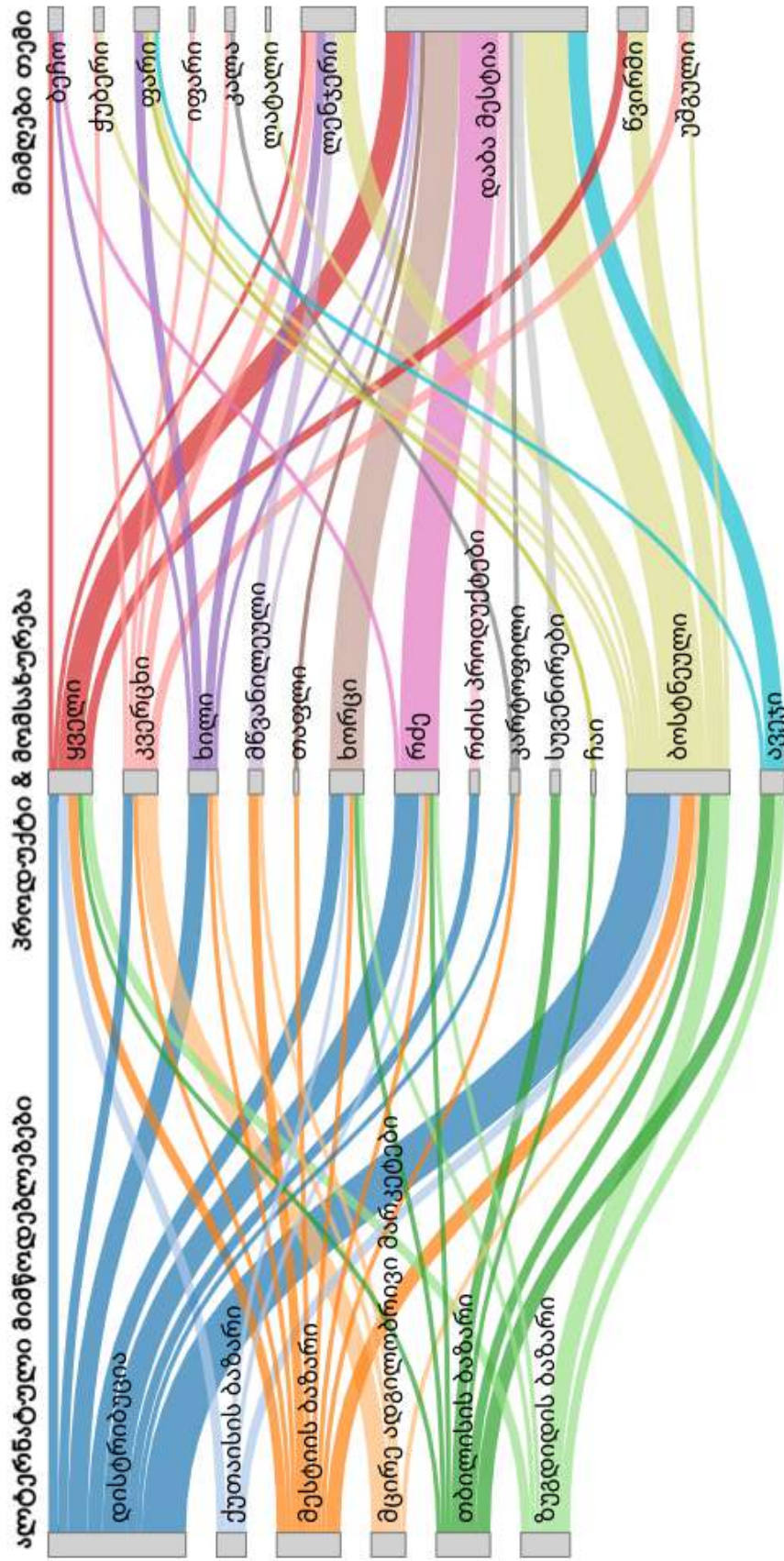
---

თუმცა, რესპონდენტების ნაწილმა შეძლო, რომ დაეკმაყოფილებინა სახელმწიფო შესყიდვების მიმართ დაწესებული მოთხოვნები და მიეღო ლიცენზია სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებისათვის. მათი გამოცდილების მიხედვით, ამჟამად ისინი საქმიან ურთიერთობაში არიან როგორც ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის მსხვილ შემსყიდველებთან (მაგ., რუმსი, სასტუმრო სნო და ა.შ). აგრეთვე, თავიანთ პროდუქტებს ახარებენ თბილისში ისეთ მსხვილ ჰიპერმარკეტებს, როგორებიცაა გუდვილი და კარფური.

ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში ხელმისაწვდომია ადგილობრივი ქვით დამზადებული ნაკეთობები, მეტალო-პლასტმასის საამქრო, და ორი სამრეცხაო. აღსანიშნავია, რომ მესტიის მუნიციპალიტეტისაგან განსხვავებით, მათი ინტეგრაცია ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში არც ისე სუსტია. რესპონდენტების ნაწილმა აღნიშნა, რომ აქტიურად იყენებენ სამრეცხაოს მომსახურებას. აგრეთვე იყო შემთხვევები, როდესაც ადგილობრივ მეწარმეებს დაამზადებინეს ავეჯი და მეტალო-პლასტმასის კარფანჯრები. ასეთ შემთხვევაში, ძირითადი მომსახურებების მიმწოდებლები იყვნენ ისეთი თემები, როგორებიც არის გორისციხე და კობი, ხოლო ძირითადი – მიმღები სტეფანწმინდა.

ინტერვიუებიდან გამომდინარე, დადგინდა, რომ ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის სხვადასხვა თემები, მათ შორის გორისციხე, კობი და სიონი, პროდუქტების, მომსახურებების ალტერნატიულ მიმღებებს იყენებენ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების გასაყიდად. მაგალითისათვის, თვალსაჩინოა მსხვილ მიმღებებს შორის თბილისის შინამეურნეობები და თბილისის ბაზარი (იხ. ნახაზი 10).

ნახაზი 10. ადგილობრივი მიმღებები და ალტერნატიული მიმწოდებლები ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში



წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციის მიდგომებიდან გამოიკვეთა, რომ ხშირია შემსყიდველსა და მწარმოებელს შორის სპორადული, ერთჯერადი კომუნიკაცია პროდუქტის შესყიდვის საჭიროებიდან გამომდინარე. ასეთ შემთხვევაში პროდუქტის/მომსახურების მიმღები თავად მოიძიებს ინფორმაციას, ადგილობრივი მეწარმე კი არ ცდილობს დამატებითი ბაზრების ათვისებას, რადგან ამის რესურსი არ გააჩნია. გამოიკვეთა ადგილობრივი მწარმოებლებისა და ასევე, ტურიზმის წარმომადგენლების კატეგორია, რომლებიც უმეტესწილად შუამავლების დახმარებით ყიდნიან ან ყიდულობენ პროდუქტებსა და მომსახურებას. მესტიის მუნიციპალიტეტის ადგილობრივი მიმწოდებლების მსგავსად, ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის მკვიდრთა მხოლოდ მცირე ნაწილმა დაამყარა საკუთარი ინიციატივით კომუნიკაცია ტურიზმის წარმომადგენლებთან. როგორც თავად აღნიშნავენ, მსგავსი თანამშრომლობის შემთხვევები საკმაოდ იშვიათია. აღნიშნული ვითარების გამომწვევი მიზეზი სხვადასხვაა, თუმცა ძირითად შემთხვევებში, მესტიის მუნიციპალიტეტის რესპონდენტების მსგავსად, ფიგურირებდა ის ფაქტი, რომ ადგილობრივ დონეზე ყველას აქვს საჭირო ინფორმაცია.

---

*„ეს ყაზბეგია და ყველამ ყველაფერი იცის, ვის რა აქვს, ვინ რას ყიდის და ასე შემდეგ რა.“ (კაცი, ტურიზმი, სნო, ყაზბეგი).*

---

აღნიშნული ნარატივების მიუხედავად, კვლევის პროცესში ბევრჯერ გაჟღერდა ისეთ პროდუქტებისა და მომსახურების შესახებ, რომელიც, ტურიზმის წარმომადგენლების თქმით, არ იწარმოება მუნიციპალიტეტში და არ არის ხელმისაწვდომი. მაშინ, როცა, რეალურად, საჭირო პროდუქტი ადგილობრივ მოსახლეობას გააჩნია მიმდებარე დასახლებებში და სათანადო ინფორმირებულობის შემთხვევაში მისი შეძენა შესაძლებელია.

შესაბამისად, პროდუქტის მწარმოებლებიც და შემსყიდველებიც ზედმეტად ენდობიან საკუთარ ინფორმირებულობასა და ცოდნას საჭირო პროდუქციის ხელმისაწვდომობისა და პროდუქტზე მოთხოვნილების არსებობის შესახებ. ამ ფონზე

მხოლოდ ეპიზოდურია კომუნიკაციის ისეთი კერძო „მარკეტინგული“ ინიციატივები, როცა ადგილობრივი მწარმოებლები პირდაპირ, თავიანთი ინიციატივით დაუკავშირდნენ ტურიზმის წარმომადგენლებს და მათი თანამშრომლობა შედგა. კვლევის ფარგლებში განსაკუთრებით აღსანიშნავია რესპონდენტი, რომელიც ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის თითქმის ყველა მსხვილი შემსყიდველი ტურისტული ობიექტის მიმწოდებელია. კითხვაზე, თუ როგორ მოახერხა მან აღნიშნული დაწესებულების მუდმივ მომმარაგებლად ჩამოყალიბება, შემდეგი პასუხი გაგვცა:

---

*„მივიტანე ჩემი პროდუქტი და ვუთხარი, გინდათ სალათის ფოთოლი? თუ გინდათ იყიდეთ, არ გინდათ - ნუ იყიდით.“ (კაცი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, სნო, ყაზბეგი)*

---

ინტერვიუების ფარგლებში, ტურიზმის წარმომადგენლებს მიეცათ შესაძლებლობა, რომ დაესახელებინათ ის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტები, რომლებიც კვლევის განხორციელების პერიოდში არ იწარმოებოდა ან ძალიან მცირე რაოდენობით აწარმოებდნენ მუნიციპალიტეტში, თუმცა, არსებობის შემთხვევაში, სიამოვნებით შეიძენდნენ ადგილობრივი მიმწოდებლებისაგან. მათი გამოცდილების შესაბამისად, დასახელდა ძირითადად ისეთი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტები, რისი შესყიდვაც მათ მუნიციპალიტეტიდან მოშორებით უწევთ. კერძოდ, სასურველ ნაწარმს შორის უმეტესობა რესპონდენტებისაგან დასახელდა ხილ-ბოსტნეული (მაგ., ბროკოლი, სტაფილო, კიტრი, პომიდორი), ხორცი (მათ შორის ქათმისა და ბატუნის), კალმახი, თაფლი, მწვანილეული (მათ შორის ქინძი, ოხრახუში), მცენარეული ჩაი და მცენარეული კულტურები (უმეტესად დასახელდა ხახვისა და ნივრის წარმოების საჭიროება) და სოკო. მათ აღნიშნეს, რომ ტურიზმის საქმიანობას ძალიან დაეხმარებოდა, თუ ადგილობრივ დონეზე იქნებოდა რძის ნაწარმის უფრო მასშტაბური წარმოება, განსაკუთრებით ყველის, რომელიც ძალიან მოთხოვნადია ადგილობრივ კერძებში.



---

*„ყველაზე ხშირად [მოვიხმართ] ყველს, მარა იმასაც ვერ ვიძენთ იმიტომ, რომ დეფიციტია. ორ-სამ სოფელში საქონელი დაწყდა იმიტომ, რომ ტურიზმზე გადავიდა ყველა და ამდენი სტუმრისთვის ყველას ყველი და რძის პროდუქტებს ზედა სოფლებიდან ჩამოაქვს; ფაქტია, რომ აღარ გვეყოფნის. ახლა იქაც დიდი მეურნეობა და ფერმა არც ერთ სოფელში არ არი.“ (კაცი, ტურიზმი, დაბა სტეფანწმინდა, ყაზბეგი)*

---

მსგავსი აქცენტები გაკეთდა კვერცხის დიდი რაოდენობით წარმოების საჭიროებაზე. აგრეთვე, დასახელდა რომ ტურისტების მხრიდან არის მოთხოვნა ბალახის ჩაის ნაირსახეობებზე, რაც კვლევის პროცესში არ იყო გაყიდვაში მუნიციპალიტეტში.

რესპონდენტების თქმით, ზემოთ ჩამოთვლილ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებს აქვთ დიდი პოტენციალი, რომ, ხელმისაწვდომობის შემთხვევაში, მოხდეს მათი ინტეგრაცია ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში და აქტიურად მოხდეს მათი შესყიდვა ადგილობრივ დონეზე. თითქმის ყველა რესპონდენტმა აღნიშნა, რომ ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის სოფლის მეურნეობის განვითარებას ძალიან დაეხმარებოდა სასათბურე მეურნეობების ტრადიციის აღდგენა და ამ ნიშის დაბრუნება. ამასთან, ყურადღება იყო გამახვილებული კოოპერატივების საქმიანობის ხელშეწყობასა და განვითარებაზე. აღნიშნული ინიციატივა ძირითადად მიმართული იყო მცირე მიწოდების ჯაჭვების ფუნქციონირების გაუმჯობესებაზე. კერძოდ, კონკრეტული თემის ფარგლებში, გარკვეული ტიპის სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების მწარმოებელი კოოპერატივისა და მუნიციპალიტეტში მიმღები წარმომადგენლების დაკავშირებაზე.

---

*„კოოპერატივების სააგენტოს აქვს ინფორმაცია, ვინ რას აწარმოებს და მათ უნდა მიაწოდონ ეს ინფორმაცია რესტორნებს.“ (კაცი, სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი, სიონი, ყაზბეგი).*

---

ასევე აღინიშნა, რომ ტურიზმის გაფართოების კვალდაკვალ გახდა აუცილებელი მცირე ფერმების ჩამოყალიბება, რაც წახალისებს მცირე მწარმოებლებსა და ფერმერებს მათი საქმიანობის ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციისათვის.

#### 4.4. დისკუსია

შტაინერმა გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (World Tourism Organization and United Nations Development Programme, 2017, გვ. 8) ჩარჩო მოხსენების წინასიტყვაობაში, მდგრადი განვითარების მიზნების (SDG) მიმართულებით ტურიზმის პოტენციალზე აღნიშნა, რომ „*იმ შემთხვევაში, თუ მოხდება ტურიზმის სწორი მართვა, სექტორს აქვს შესაძლებლობა შექმნას ხარისხიანი სამუშაო ადგილები მდგრადი ეკონომიკური ზრდისა და სიღარიბის დაძლევის პერსპექტივით*“. ამრიგად, ტურიზმის სექტორის ჯანსაღი მენეჯმენტის მისაღწევად, პირველ რიგში, ამ ფენომენის განვითარების პერსპექტივები ღრმად უნდა გააცნობიერონ დაინტერესებულმა მხარეებმა, განსაკუთრებით მიმდებმა საზოგადოებამ. ფართო გეოგრაფიული და დარგობრივი პერსპექტივების შესწავლის საშუალებით, ნაშრომი გვთავაზობს საყურადღებო შეხედულებებს მთიან საქართველოში ტურიზმის განვითარებით გამოწვეულ ეკონომიკური საქმიანობების პორტფელში გამოწვეული ცვლილებების შეცნობისათვის. საგულისხმოა, რომ ჩვენი კვლევის შედეგები ესადაგება გოშისა (2012) და შენის (2009) კვლევის მიგნებებს, რომლებიც ამტკიცებენ, რომ ტურიზმის დანერგვა ახალ დესტინაციებში იწვევს ადგილობრივი საარსებო წყაროების ძირეულ გარდაქმნებს. ტაოსა და უოლის (2009) ნაშრომების შესაბამისად, ტურიზმის დომინანტური ხასიათის შესახებ, შედეგები ნათლად აჩვენებს, ტურიზმის შეუვალ ბუნებას და მისი მძაფრი კონკურენციის უნარებს სხვა, მის განვითარებამდე დამკვიდრებულ ტრადიციულ ეკონომიკურ სექტორებში.

დელ მარმოლიმ და ვაკარომ (2015) კვლევის შედეგად დაასკვნეს, რომ კატალონიის პირინეების (Catalan Pyrenees) ტურიზმისა და სოფლის მეურნეობის განვითარება მეტ-ნაკლებად კარგად არის დაბალანსებული. ამისგან განსხვავებით, ჩვენს საკვლევ მუნიციპალიტეტებში აღმოვაჩინეთ, რომ მათი თანაარსებობის პრეცედენტები არა მარტო იკლებს, არამედ არსებობს რისკიც, რომ ტურიზმი მომავალ წლებში მთლიანად

ჩანაცვლებს სოფლის მეურნეობას. ჩვენს დასკვნებს, როგორც ჩანს, მხარს უჭერს ლიუსა და მისი თანაავტორების (2008) კვლევა, რომელმაც დაადგინა, რომ სოფლის მეურნეობა სხვადასხვა რეაგირებას ახდენს ტურიზმის განვითარებაზე, რაც, სხვა საკითხებთან ერთად, განსხვავდება ადგილმდებარეობის მიხედვით. კერძოდ, გამოვლინდა რომ ტურიზმის განვითარებამ ცენტრალურ დასახლებებთან არსებულ სოფლებსა და ქალაქებში გამოიწვია სოფლის მეურნეობის სწრაფი შემცირება, ხოლო მისი გავლენა შედარებით დისტანციურ დასახლებებში მხოლოდ სოფლის მეურნეობის სტრუქტურის ოპტიმიზაციით იყო შემოიფარგლებოდა. ჰარისონისა და მაჰარაჯას (2017) და ლეუს (2019) თანახმად, ტურიზმის განვითარებამ ადგილობრივი მოსახლეობის ყურადღება სოფლის მეურნეობიდან ტურიზმის მიმართულებით გადაიტანა, მაგრამ, რადგან ისინი ტურიზმს აღიქვამდნენ როგორც სარისკო წამოწყებას, ეს უკანასკნელი დამკვიდრდა, როგორც დამატებითი საქმიანობა სოფლის საქმიანობასთან ერთად. შედეგად, ტურიზმი გახდა არა შემცვლელი და ჩამნაცვლებელი, არამედ, ძირითადად შერწყმული არსებულ სამეურნეო პრაქტიკასთან. მნიშვნელოვანია, რომ ტურიზმი რჩება დამატებით საქმიანობად, ძირითადად სეზონურობისა და ვიზიტორების ნაკლებობის გამო უფრო პერიფერიულ ადგილებში.

წარმოდგენილ კვლევაში აღმოვაჩინეთ ორივე შემთხვევა, როდესაც ტურიზმი გახდა დამატებითი ან შემცვლელი საარსებო წყარო. მნიშვნელოვანია, რომ ჩვენს შემთხვევაში, ტურიზმის პრაქტიკა, როგორც დამატებითი საქმიანობა, ძირითადად გამოწვეულია (i) ტურიზმის სეზონურობით და (ii) ადგილობრივი ცენტრალური დასახლებული პუნქტის დაშორებულ სოფლებში ვიზიტორების ნაკლებობით. სუ (2016), ლასო (2018), ტაო და უოლი (2009) აკრიტიკებენ ვიწრო ხედვას ტურიზმის კვლევების შესახებ, მისი ფართო სექტორული გაგების შეზღუდვით.

ანალოგიურად, როგორც ეინალი (2014) აცხადებს თავის კვლევაში ყაზვინის პროვინციის შესახებ, დეჰსტანის მთიანეთში აღმოჩენილი მტკიცებულებები მიუთითებს რამდენიმე არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის განვითარებაზე (მშენებლობა, წარმოება, მანქანებისა და სამრეცხაოების მომსახურება და ა.შ.), ტურიზმის განვითარების შედეგად. ეს კვლევა ეწინააღმდეგება ტურიზმის სხვა ეკონომიკურ საქმიანობასთან კავშირის ვიწრო გაგებას, ამგვარი ურთიერთკავშირის

ფართო სურათის გამოვლენის გზით. რამდენიმე ავტორმა შემოიტანა ტურიზმის საარსებო წყაროების სასარგებლოდ პოზიტიური (Guha, 2007) პათოსი მასპინძელი თემებისთვის, ხოლო სხვა გამოკვლევებმა აჩვენა ის, როგორც ცვალებადი სექტორი (Lasso & Dahles, 2018). და პირიქით, ჩვენი დასკვნები მხარს არ უჭერს ამგვარ ჰომოგენურ დამოკიდებულებას ტურიზმის მიერ განხორციელებული ცვლილებების მიმართ. გარდა ამისა, ჩვენი კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ ადგილობრივი მცხოვრებლები, რომლებსაც აქვთ ტურიზმისადმი პოზიტიური ან უარყოფითი დამოკიდებულება, მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან მასში ჩართვის გზების (პირდაპირი ან არაპირდაპირი) მიხედვით. სუ-ს (2016) და ეშლის (2000) დასკვნების მსგავსად, კვლევამ აჩვენა, რომ ტურიზმის გავლენა არ შეიძლება იყოს ერთგვაროვანი, რადგან ეს მკაცრად არის დამოკიდებული მისი გავრცელების ადგილმდებარეობასა და საზღვრებზე. შინამეურნეობების სიტუაციიდან გამომდინარე, ისინი სხვადასხვა გზით აერთიანებენ ტურიზმს თავიანთ საარსებო წყაროსთან; ამრიგად, მისი გავლენა მეტს მოიცავს ვიდრე მხოლოდ პოტენციური ეკონომიკური მოგება. მოსაზრებას, რომ ტურიზმით გამოწვეულ ცვლილებებს მხოლოდ ეკონომიკური დატვირთვა და შედეგები აქვს, აკრიტიკებენ სხვადასხვა ავტორები (მაგ., ((Lasso & Dahles, 2018; Tao & Wall, 2009). ჩვენი დასკვნები სუ და უოლის დასკვნების მსგავსია (2016) და ეშლის (2000); ისინი გვიჩვენებენ, რომ ხალხის დამოკიდებულება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული მათ მონაწილეობაზე და ჩართულობაზე ამ სექტორში. ამრიგად, მნიშვნელობა აქვს კონკრეტულ კონტექსტს და მათი განზოგადება არ შეიძლება. მიუხედავად იმისა, რომ კვლევაში წარმოჩენილია ტურიზმის განვითარების კვალდაკვალ გამოწვეული გეოგრაფიული და სექტორული ცვლილებები შინამეურნეობების ეკონომიკურ საქმიანობებში, ემპირიული საფუძველი კვლავ საკმაოდ მყიფე რჩება ცვლილებების მასშტაბის შესაფასებლად. თუმცა, ჩვენ მაინც შეგვიძლია განვაცხადოთ, რომ კვლევამ შექმნა საჭირო საფუძველი გამოვლენილი ფენომენების რაოდენობრივი გამოსახვისათვის, მომავალი შესწავლისათვის.

წინამდებარე ნაშრომი მიზნად ისახავდა არა მხოლოდ ტურიზმის სექტორის შიდა კავშირების, არამედ მისი სხვა ეკონომიკურ სფეროებთან ურთიერთობის დადგენას. კვლევის ფარგლებში მიღებული შედეგები თანხვედრაშია, ამავე საკითხის ირგვლივ, წინა წლებში განხორციელებულ კვლევებთან (Anderson & Juma, 2011; Hampton et al.,

2018; Mgonja, 2015; Tapper & Font, 2004), რომ ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ფართო და სიღრმისეული მიდგომით შესწავლა ბევრად უფრო ნათელ სურათს იძლევა არსებული რეალობის შესახებ, ვიდრე მისი შეზღუდული პერსპექტივებიდან წარმოჩენა (Guo and He, 2012; Huang et al., 2012; Roy et al., 2015). აღნიშნული კვლევის შედეგები აჩვენებს, რომ სოფლის მეურნეობის პროდუქტები უფრო ინტეგრირებულია ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში, ვიდრე მომსახურება ან სხვა სახის პროდუქტები. მიღებული მიგნებები მხარს უჭერს ამ სფეროში განხორციელებულ სხვა კვლევებს, განსაკუთრებით იმ ასპექტით, რომ ადგილობრივი მიმწოდებლები სოფლის მეურნეობიდან, სხვა მომსახურებების ან პროდუქტების მწარმოებლებთან შედარებით, უკეთ არიან ადაპტირებულები და დაკავშირებულები ტურიზმის ინდუსტრიასთან (Hampton et al., 2018). გარდა ამისა, ნაშრომში ყურადღება არის გამახვილებული იმ დაბრკოლებების იდენტიფიცირებასა და წარმოჩენაზე, რაც ზღუდავს შინამეურნეობებს, რომ მაქსიმალური სარგებელი მიიღონ თავიანთ მუნიციპალიტეტებში ტურიზმის განვითარებიდან. ამ მიმართულებით მიგნებები ძირითადად ეხება ადგილობრივი პროდუქტების სეზონურობას და ადგილობრივი მწარმოებლების მხრიდან ოფიციალური ურთიერთობების თავიდან არიდების მცდელობებს (მაგ., მომსახურების ქვითრების გაცემა). როგორც აღმოჩნდა, ეს შედეგები შეესაბამება სხვა კვლევების ფარგლებში მიღებულ დასკვნებს (Anderson & Juma, 2011; Hampton et al., 2018; Mgonja, 2015). აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ წარმოდგენილი ნაშრომის დასკვნები არ არის შესაბამისობაში იმ კვლევასთან, რომლის მიხედვითაც, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ადგილობრივი პროდუქტების ინტეგრირების ბარიერი მისი დაბალი ხარისხია (Anderson and Juma, 2014). ამასთან, წარმოდგენილი კვლევა გამოირჩევა სივრცითი პერსპექტივის ინტეგრირებით ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ფუნქციონირებისა და სხვა შესასწავლი ასპექტების მიმართულებით. შესაბამისად, ამ მიმართულებით, მოსალოდნელია ახალი ცოდნისა და გაგების დამატების შედეგად, სამომავლო დისკუსიების განვითარება.

## თავი 5. დასკვნები

კვლევამ ნათლად წარმოაჩინა, რომ ტურიზმის განვითარებას მთიანი რეგიონებისათვის დიდი პოტენციალი აქვს. კერძოდ, მისი მეშვეობით შესაძლებელია შეიქმნას ახალი, ან გამოცოცხლდეს უკვე არსებული ეკონომიკური საქმიანობები, რომლებიც ტურიზმს პირდაპირ ან ირიბად უკავშირდება. კვლევამ ხელი შეუწყო ტურიზმის შედეგად განვითარებული ეკონომიკური ტრანსფორმაციების გამჟღავნებას, აგრეთვე, იმ ძირითადი მიზეზების გამოვლენას, რომლებიც ხელს უშლის ერთი ეკონომიკური შემოსავლის წყაროდან მეორეზე გადასვლას. კვლევის შედეგად დადგინდა ეკონომიკური საქმიანობების გარდაქმნის ოთხი მთავარი კატეგორია: (1) არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის გაფართოება, (2) სოფლის მეურნეობის საქმიანობის შემცირება, (3) აგროტურიზმის საქმიანობის განვითარება, და (4) სოფლის მეურნეობის საქმიანობის ზრდა. აღნიშნული ტრანსფორმაციული ფენომენების გეოგრაფიული განაწილება გვიჩვენებს მკაფიოდ განსაზღვრულ სივრცით თავისებურებებს მესტიისა და ყაზბეგში მუნიციპალიტეტებში.

ტურისტული ნაკადების საგრძნობმა ზრდამ, განსაკუთრებით ყაზბეგისა და მესტიის მუნიციპალიტეტების პერიფერიულ, არაცენტრალურ დასახლებებში, ნათლად გამოკვეთა დამხმარე ეკონომიკური მომსახურებების განვითარების/გაფართოების და აგრეთვე, სოფლის მეურნეობის საქმიანობების საჭიროებები. შედეგად, შეიქმნა პრეცედენტული პიონერული არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობები; ეს მოიცავს ადგილობრივ ნაყინის საწარმოს, სამრეცხაოსა და მანქანების მომსახურებას, ქვისა და ბლოკის ქარხნებს, ცხენისა და აღჭურვილობის გაქირავებას, ხელსაქმისა და თეთრეულის დამზადების შესასწავლ სემინარებს და ა.შ. გარდა არა-ფერმერული საქმიანობებისა, ტურიზმის განვითარებით გამოწვეულმა მოთხოვნების ზრდამ წარმოშვა ახალი, მანამდე არარსებული სამეურნეო საქმიანობების წამოწყება, როგორცაა სალათის ფოთლების მოყვანა, რძის ქარხანა, ინკუბატორი, სოფლის მეურნეობის კოოპერატივი და ა.შ. კვლევამ აჩვენა ტენდენცია, რომ შინამეურნეობამ, რომელიც რამდენიმე ეკონომიკურად აქტიური წევრისაგან შედგება, გააფართოვა სოფლის მეურნეობის საქმიანობა, როგორცაა სათბურები, მეფუტკრეობა, მეცხოველეობა და მებოსტნეობა, ტურიზმის მოთხოვნილების შესაბამისად. გეოგრაფიულად ეს ტენდენცია ძირითადად შეინიშნებოდა დაბა ყაზბეგისა და

მესტიის გარემომცველ და პერიფერიულ დასახლებებში. მსგავსი პოზიტიური შემთხვევების ფონზე, აგრეთვე გამოვლინდა, ოჯახების მხრიდან ზოგიერთი ტრადიციული მთიანი რეგიონების ეკონომიკური საქმიანობის შემცირება და ზოგიერთ შემთხვევაში სრული მიტოვება, ტურიზმისაკენ შეცვლილი ეკონომიკური ინტერესის ვექტორის გამო. კვლევის შედეგების მიხედვით, მსგავსი შემთხვევები ძირითადად გამოვლინდა ცენტრალურ დასახლებებში და უმეტესად შეეხო სოფლის მეურნეობის სექტორს. მონაცემების საფუძველზე, შემცირება ძირითადად დამახასიათებელია სოფლის მეურნეობის სექტორისთვის, და, პირველ რიგში, შინამეურნეობებში, რომლებიც შედგება საკენსიო ასაკის წევრებისაგან, ქალებისა და მცირეწლოვანი, მრავალშვილიანი ოჯახებისაგან. ყველა აღნიშნული ტიპის ოჯახის გამაერთიანებელი მიზეზი არის ადამიანური რესურსების ნაკლებობა სოფლის მეურნეობის მუშაობისთვის საჭირო ფიზიკური დატვირთვისთვის. საბოლოოდ, მათ ამჯობინეს ყველა რესურსი მოახმარონ ტურიზმის განვითარებას, რაც, მათი აზრით, უფრო ნაკლები დროის დანახარჯით და ნაკლები ძალისხმევით საჭიროებით მეტ სარგებელს მოიტანს. საყურადღებოა ის ფაქტი, რომ რესპონდენტების არცერთი არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობა არ აღმოჩნდა, რომ ყოფილიყო შემცირებული ან მიტოვებული. ვინაიდან კვლევა ორიენტირებული იყო მაქსიმალურად ფართო სურათის გაშუქებისაკენ და მიზნობრივი შერჩევაც გამოყენებული იყო ინფორმაციის ყველა შესაძლო კომბინაციის წარმოსაჩენად, რათა რეალობა მაქსიმალურად ასახულიყო ნაშრომში, კვლევაში ფიგურირებდნენ შინამეურნეობები, რომლებმაც ტურიზმში ჩართვის მიუხედავად, მიაღწიეს სოფლის მეურნეობის საქმიანობის შენარჩუნებას. რესპონდენტების ნარატივების საფუძველზე, აგროტურიზმის ოპერირების მიმართულებით, ვფიქრობთ, რომ მათი ნაწილის მოტივაცია, რათა შეინარჩუნოს სოფლის მეურნეობა ტურიზმის პარალელურად, უკავშირდება ტურიზმს. განსაკუთრებით, არაცენტრალურ დასახლებებში, სადაც ადგილობრივი მკვიდრნი მიწათმოქმედებას აგრძელებს, რათა დამატებითი მოგება მიიღოს საკუთარი პროდუქციის ტურიზმში ცირკულაციით, კერძოდ, ვიზიტორებისთვის მიწოდებით. საინტერესო იქნება იმის შესწავლა, თუ როგორ შეიცვლება შინამეურნეობების ხედვა და განზრახვა, იმ შემთხვევაში, თუ ტურიზმი ოთხივე სეზონის განმავლობაში განვითარდება.

კვლევამ გამოავლინა რამდენიმე ძირითადი ფაქტორი, მაგალითად, ადამიანური რესურსების, ფინანსებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების ნაკლებობა, რაც ხელს უშლის შინამეურნეობებს, რომ განახორციელონ ინვესტირება ახალ ეკონომიკურ საქმიანობაში ან გააფართოონ უკვე არსებული. ყოველივე ეს აისახება მომსახურებითი სფეროების სიმცირეზე, ტურისტების მხრიდან მაღალი მოთხოვნისა და საჭიროების მიუხედავად ორივე მუნიციპალიტეტში. ამ დრომდე, მხოლოდ რამდენიმე მოსახლემ მოახერხა დამატებითი საქმიანობის ტურიზმთან შეთავსება. მსგავსი შესაძლებლობებით სარგებლობა კვლავ იშვიათ გამონაკლისად რჩება საკვლევ არეალებში. ამ მხრივ, კვლევის ერთ-ერთ დასკვნად ჩამოყალიბდა, რომ ყველაზე აქტუალური დაბრკოლება არის მოსახლეობის მხრიდან ტურიზმის შესაძლებლობების ვიწრო ჭრილში აღქმა. კერძოდ, მოსახლეობა ტურიზმს ძირითადად უკავშირებს სოფლის მეურნეობას, და უგულვებელყოფს ისეთ ეკონომიკურ საქმიანობებს, როგორცაა ალტერნატიული, არასასოფლო-სამეურნეო აქტივობები. მიუხედავად იმისა, რომ კვლევაში აშკარად ჩანს, ტურიზმის პირობებში განხორციელებული ცვლილებები შინამეურნეობების საარსებო წყაროს პორტფელში, ბარიერები, რომლებიც ზღუდავს ამ გარდაქმნების პროგრესს, ქმნის გარემოს, სადაც ადამიანი წახალისდება ტურიზმზე დამოკიდებულებით. ამის მიუხედავად, ტურიზმის განვითარების შემდგომი ეტაპები ტურისტების გაზრდილი რაოდენობითა და საჭიროებებით აძლიერებს მოთხოვნას დამხმარე ეკონომიკური სექტორების განვითარებაზე. ტურიზმსა და სხვა სექტორებს შორის ჯანსაღი ურთიერთკავშირის ფორმირების უზრუნველყოფა არსებული ბარიერების შერბილებით, მოახდენს მოსახლეობის ტურიზმზე, როგორც ერთადერთ შემოსავლის წყაროზე, დაყრდნობის პრევენციას და ამით თავიდან აიცილებს ტურიზმის მოსალოდნელი კლების შემთხვევაში, რომ არ გახდეს მოწყვლადი. მსგავსი ზომების არარსებობის შემთხვევაში, არსებობს იმის სერიოზული რისკი, რომ სამომავლოდ, სხვადასხვა ფაქტორის გამო, ტურიზმის კლება ადგილობრივ მოსახლეობას დატოვებს გამოუყენებელი ტურისტული ინფრასტრუქტურით, რომელიც ძირითადად სასოფლო-სამეურნეო დანიშნულების მიწების ხარჯზე განვითარდა, რაც კიდევ უფრო გაართულებს მათ ტრადიციულ ფესვებთან დაბრუნებას.



წარმოდგენილი კვლევით ნათლად გამოჩნდა, რომ ტურიზმის სექტორმა მესტიის მუნიციპალიტეტში ადგილობრივი ეკონომიკური საქმიანობის ახალი პერსპექტივები და გამოწვევები შეიტანა. ერთი მხრივ, ჩვენ დავინახეთ მნიშვნელოვანი ცვლილება სოფლის მეურნეობიდან ტურისტული მომსახურებისკენ, განსაკუთრებით ცენტრალურ და ახლომდებარე დასახლებებში. მეორე მხრივ, გამოიკვეთა პერიფერიული თემების სუსტი, თუმცა ფორმირების პროცესში მყოფი კავშირი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვთან. მეტი სიზუსტისათვის, ტურიზმის ინდუსტრიის რესპონდენტების ნარატივების მიხედვით, გამოიკვეთა სამი ძირითადი ტიპის დამოკიდებულება სხვადასხვა ტერიტორიული თავისებურებებით. განსაკუთრებით აშკარაა, რომ დაბა მესტიის დასახლება ძირითადად დამოკიდებულია პროდუქტის შესყიდვაზე, ხოლო მისი ახლომდებარე და პერიფერიული თემების უმეტესობა თვითკმარია. ამ ფაქტის საშუალებით შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ჯერჯერობით ტურიზმის სწრაფი განვითარების პირობებში, შინამეურნეობები ცენტრალური დასახლების გარეთ ახერხებენ ტრადიციული, სოფლის მეურნეობის საქმიანობის შენარჩუნებას. გარდა ამისა, რესპონდენტები აღნიშნავენ ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში მათი ჩართულობის მაღალ საჭიროებას, რათა მოახდინონ საკუთარი, სახლში დამზადებული საკვებისა და ნატურალური აგროპროდუქტების მიწოდება მომხმარებლებისათვის. გამოტანილი ერთ-ერთი მთავარი დასკვნა ისაა, რომ სოფლის მეურნეობის სფერო გაცილებით უფრო გაერთიანებულია ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვთან, ვიდრე სხვა პროდუქტები ან მომსახურება. აგროწარმოების ძირითადი მიმღები არის დაბა მესტია, რომელიც წარმოადგენს მუნიციპალიტეტის ერთ-ერთ საკვანძო საკვების მიმღებს სხვა სოფლის თემებიდან. აღსანიშნავია, რომ თემებში ასევე განისაზღვრა რამდენიმე ცენტრალური მიმღები; ამასთან, მათ ძირითადად თავიანთი ან ახლომდებარე დასახლების ოჯახები ამარაგებენ. ასეთი მახასიათებლების მქონე თემები ძირითადად პერიფერიულ ადგილებში მდებარეობს. აღსანიშნავია, რომ გარდა იმისა, რომ ისინი არიან ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ძირითადი მოქმედი პირები, ადგილობრივ მიმწოდებელ თემებს ასევე აქვთ სხვადასხვა კავშირი „გარე“ ალტერნატიულ მიმღებთან (როგორცაა ზუგდიდის ბაზარი), ბარტერი, ”მოდრავი მაღაზიები” და თბილისის ოჯახები. კვლევის ფარგლებში დასკვნების ნაწილი ასევე ეხება, ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში

ადგილობრივი პროდუქტების ინტეგრირების გამოწვევებს. კვლევის მიხედვით გამოვლინდა, რომ, პირველ რიგში, ეს არის მიმწოდებლის ბაზრის ალტერნატიული ვარიანტების არსებობა რეგიონულ დონეზე, როგორცაა ზუგდიდის ბაზარი და პირდაპირი დისტრიბუცია ან „მოძრავი მაღაზიები“. ისინი მესტიის ადგილობრივი მიმღებებისთვის „მიმზიდველ“ შესაძლებლობებს ქმნიან სხვადასხვა ხელსაყრელი ალტერნატივების საშუალებით. უფრო ზუსტად, ზუგდიდის ბაზარი ძალზე მოწინავეა სხვა გამოვლენილ ალტერნატიულ ვარიანტებთან შედარებით, რადგან იგი დიდი ხნის მოთამაშეა, როგორც ფართომასშტაბიანი ბაზარი რეგიონულ დონეზე, აქვს გეოგრაფიული სიახლოვე მესტიასთან, სთავაზობს დაბალ ფასებს სხვა მესტიელ მცირე მიმწოდებლებთან შედარებით, არის მუდმივი მიმწოდებელი და ასევე იძლევა ბარტერული გაცვლის შესაძლებლობას (მაგ., ყველის ბუნებრივი გაცვლა ბოსტნეულში), უზრუნველყოფს პროდუქციის მრავალფეროვან ასორტიმენტს და აქვს შესაძლებლობა, დაარიგოს პროდუქტები მესტიის ყველა თემში. თხრობიდან გამომდინარე, გაირკვა, რომ ზუგდიდის ბაზარზე დაბალი ფასები მიუთითებს მისი დაბალი ხარისხის შესახებ, მაგრამ ის მაინც მისაღებია ტურიზმის წარმომადგენლებისათვის.

კვლევის მიგნებებმა ცხადყო, რომ ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში ტურიზმის ინდუსტრიის სწრაფმა გაფართოებამ ადგილობრივ ეკონომიკაში კარდინალური ცვლილებები გამოიწვია. საყურადღებოა, რომ სივრცითი ინფორმაციის ანალიზის საფუძველზე, ნათლად გამოვლინდა აღნიშნული ცვლილებების გეოგრაფიული მახასიათებლები. კერძოდ, მონაცემთა ანალიზის შედეგად, გამოიკვეთა მუნიციპალიტეტში ტურიზმის წარმომადგენლების სამი ძირითადი ტიპის დამოკიდებულება საკვები პროდუქტების მიმართულებით. საყურადღებოა, რომ გარე სასურსათო რესურსების შექმნაზე სრულად დამოკიდებული შინამეურნეოები უმეტესად წარმოდგენილი იყო დაბა სტეფანწმინდაში, ხოლო ნაწილობრივ დამოკიდებული კატეგორია მოიცავდა სამივე გეოგრაფიულ არეალს, თუმცა უმეტესად დაბა სტეფანწმინდის მოსაზღვრე და პერიფერიულ თემებში გვხვდება. რაც შეეხება თვითკმარი კატეგორიის წარმომადგენელ რესპონდენტებს, არც ერთი იყო დაბა სტეფანწმინდის დასახლებიდან; ისინი ძირითადად წარმომადგენდნენ პერიფერიულ თემებს. ამაზე დაყრდნობით, შესაძლოა დავასკვნათ, რომ ტურიზმის

განვითარების სწრაფმა ტემპმა ძირითადი გავლენა და ცვლილებები გამოიწვია მუნიციპალიტეტის ცენტრალურ დასახლებაში, დაბა სტეფანწმინდაში. კერძოდ, საგრძნობლად განვითარდა ტურიზმის ინდუსტრია სოფლის მეურნეობის დარგის ხარჯზე - ბოლო 10-15 წლის განმავლობაში დაბის იმ მოსახლეობამ, რომელიც აგრარულ საქმიანობას აწარმოებდა, ფაქტობრივად სრულად გადაინაცვლა ტურიზმის ბიზნესში. საყურადღებოა, რომ აღნიშნული კატეგორიის რესპონდენტები ტურიზმში ჩართვამდე მისდევდნენ სოფლის მეურნეობას და მათი ნაწილი პროდუქტების კომერციალიზაციითაც იყო დაკავებული.

აღსანიშნავია, რომ სტეფანწმინდის გარშემო თემებში ბოლო წლებში აქტიურად გაჩნდა ტურიზმის მასშტაბური განვითარების ნიშნები, რაც გამოვლინდა რესპონდენტების გარე სასურსათო რესურსების შექმნის ნაწილობრივ დამოკიდებულებაში. კვლევის ფარგლებში გამოტანილი ერთ-ერთი მთავარი დასკვნა ისაა, რომ პერიფერიულ დასახლებებში, მუნიციპალიტეტში ტურიზმის სწრაფი განვითარების ფონზე, მოხერხდა ტრადიციული ეკონომიკური საქმიანობების, უმეტესად სოფლის მეურნეობის, შენარჩუნება და რიგ შემთხვევებში კიდევ უფრო განვითარება. კვლევის მიხედვით, გამოიკვეთა ადგილობრივი შინამეურნეობების ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში მაღალი ინტეგრირების საჭიროება, რათა მუნიციპალიტეტში არსებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების დეფიციტის ფონზე, თავად მოახდინონ ტურისტების საკუთარი ნაწარმით გამასპინძლება. კვლევის ერთ-ერთი დასკვნა მიემართება იმ ფაქტს, რომ სოფლის მეურნეობის დარგი, სხვა პროდუქტებთან ან მომსახურებებთან შედარებით, გაცილებით მეტად არის ინტეგრირებული ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში.

ყაზბეგის მუნიციპალიტეტში აგროწარმოების ერთ-ერთ საკვანძო მიმღებს დაბა სტეფანწმინდა წარმოადგენს. გარდა ცენტრალური დასახლებისა, კვლევამ აგრეთვე გამოავლინა რამდენიმე მსხვილი მიმღები, მათ შორის ჯუთა (სნოს თემი). საყურადღებოა, რომ დაბის მოსაზღვრე ან პერიფერიული დასახლებების ტურიზმის წარმომადგენლებს უმეტესად თავიანთი ან ახლომდებარე თემების შინამეურნეობები ამარაგებენ. რაც შეეხება მუნიციპალიტეტის ძირითად მიმწოდებლებს, მათ შორის გამოირჩევა გორისციხის თემი, საიდანაც თავად ამ თემში ხდება პროდუქტების შიდა მომარაგება და ასევე, დაბა სტეფანწმინდაში.

კვლევის მიხედვით გამოვლინდა, რომ გარდა ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ძირითადი აქტორების, ადგილობრივ მიმწოდებლებსა და მიმღებებს ასევე აქვთ კავშირი „გარე“ ალტერნატიულ მიმღებებსა და მიმწოდებლებთან. ალტერნატიულ მიმღებებს შორის აღსანიშნავია, თბილისის შინამეურნეობები და ბაზარი, გუდაური და, რიგ შემთხვევებში, რუსეთი. რაც შეეხება ალტერნატიულ მიმწოდებლებს, ტურიზმის წარმომადგენლების მიხედვით, უმეტესად ფიგურირებს თბილისისა და მარნეულის ბაზრები და აგრეთვე, დისტრიბუცია. რესპონდენტების ნარატივებზე დაყრდნობით, ყაზბეგის მუნიციპალიტეტის ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ასევე გამოიკვეთა ადგილობრივი პროდუქტების ინტეგრირების გამოწვევები. აღსანიშნავია, რომ ამ მიმართულებით, უმეტესად დასახელებული იყო ადგილობრივად წარმოებული პროდუქტების მაღალი თვითღირებულება, ალტერნატიულ მიმწოდებლებთან შედარებით (მაგ., თბილისის ბაზარი).

კვლევა ასევე იყო წანამძღვარი ორივე მუნიციპალიტეტში ინტეგრაციის დაბრკოლებების შემდეგი შესწავლისათვის, რაც მნიშვნელოვნად აფერხებს ადგილობრივი ეკონომიკური საქმიანობის სინთეზს ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში. ტურიზმის აქტორების მიერ გამოკვეთილ ბარიერებში შედის ფორმალური ურთიერთობების დამყარების სირთულე (სერტიფიცირებული პროდუქტები, ხელშეკრულებების დადება და ა.შ.), პროდუქციის ტრანსპორტირების შესაძლებლობა (განსაკუთრებით დიდი მანძილიდან), არასტაბილური მიწოდება (პროდუქციის სეზონურობა და არასტაბილური რაოდენობა), სუსტი მარკეტინგული უნარ-ჩვევები და პოტენციური მიმღებებისთვის მათი პროდუქციის პირდაპირი შეთავაზების ინიცირების ნაკლებობა.

## ბიბლიოგრაფია

- Addinsall, C., Weiler, B., Scherrer, P., & Glencross, K. (2017). Agroecological tourism: bridging conservation, food security and tourism goals to enhance smallholders' livelihoods on South Pentecost, Vanuatu. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(8), 1100–1116.  
<https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1254221>
- Adeishvili, M., Chachua, T., Gugushvili, T., Jincharadze, Z., Kakabadze, E., & Sharabidze, M. (2011). *GEO-Cities Tbilisi: an integrated Environmental assessment of state and Trends for Georgia's Capital City*.
- Anderson, W., & Juma, S. (2011). Linkages at Tourism Destinations: Challenges in Zanzibar. (Vol. 27).
- Anderson, W., & Juma, S. (2014). Linkages at Tourism Destinations: Challenges in Zanzibar. *ARA Journal of Tourism Research*, 3(1), 27–41.
- Arghutashvili, V., & Gogochuri, M. (2019). Characteristics of the Long-Term Regional Tourism Development in Georgia. *International Scholarly and Scientific Research & Innovation*, 13(5), 646–650.
- Ashley, C. (2000). *The Impacts of Tourism on Rural Livelihoods: Namibia's Experience*.
- Azmi, A., Hamid, I. A., Ahmad, J. A., & Ramli, R. A. (2017). Tourism Supply Chain Perspectives on Border Shopping Development at Padang Besar, Malaysia. In *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations* (pp. 291–300). Springer Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-1718-6\\_27](https://doi.org/10.1007/978-981-10-1718-6_27)
- Bagehot, W. (1873). *Lombard Street: A Description of the Money Market*. McMaster University Archive for the History of Economic Thought.
- Bélisle, F. (1985). Food production and tourism in Jamaica: obstacles to increasing local food supplies to hotels. *Journal of Developing Areas*, 19(1), 1–20.
- Biplab Roy, Al Mamun, & Bapon Chandra Kuri. (2015). Sustainable Tourism Supply Chain Management for Tourism Industry in Bangladesh. *Global Journal of Management and Business*, 15(2), 18–26.
- Bowen, R. L., Cox, L. J., & Fox, M. (1991). The interface between tourism and agriculture. *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 43–54.
- Bregadze, G., (2021). Measuring the Secondary Economic Impact of Covid-19 on the Tourism Industry of Georgia. *Globalization and Business*. 12, 103-109.  
<https://doi.org/10.35945/gb.2021.12.014>
- Budowski, G. (1976). Tourism and Environmental Conservation: Conflict, Coexistence, or Symbiosis? *Environmental Conservation*, 3(1), 27–31.  
<https://doi.org/10.1017/S0376892900017707>

- Butler, R., Hall, C. M., & Jenkins, J. M. (1998). *Tourism and recreation in rural areas*. Wiley.
- Butler, R. W. (1993). Tourism - An evolutionary perspective. In J. G. Nelson, R. Butler, & G. Wall (Eds.). In *Tourism and sustainable development : monitoring, planning, managing*. Waterloo: Heritage Resources Centre, University of Waterloo. <https://doi.org/0921083440>
- BUTLER, R. W. (1980). The concept of a Tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Casellas, A. (2002). *Moving from decline to revival in post-industrial cities: an examination of why Baltimore's tourism strategies do not work*. Institute for Policy Studies, Johns Hopkins University.
- Chen, D., & Yi, P. (2010). Mode selection of tourism supply chain and its management innovation. *Proceedings of the International Conference on E-Business and E-Government, ICEE 2010*, 3388–3391. <https://doi.org/10.1109/ICEE.2010.851>
- Chok, S., Macbeth, J., & Warren, C. (2007). Tourism as a tool for poverty alleviation: A critical analysis of “pro-poor tourism” and implications for sustainability. *Current Issues in Tourism*, 10(2–3), 144–165. <https://doi.org/10.2167/cit303>
- Chopra, S., & Meindl, P. (2001). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Prentice Hall.
- Cooper, M. C., & Ellram, L. M. (1993). Characteristics of Supply Chain Management and the Implications for Purchasing and Logistics Strategy. *The International Journal of Logistics Management*, 4(2), 13–24. <https://doi.org/10.1108/09574099310804957>
- Debarbieux B, Oiry Varacca M, Rudaz G, Maselli D, Kohler T, & Jurek M. (2014). *Tourism in Mountain Regions: Hopes, Fears and Realities*. UNIGE, CDE, SDC. [www.unep.org](http://www.unep.org)
- Debbage, K. G., & Ioannides, D. (1998). *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. Routledge.
- del Marmol, C., & Vaccaro, I. (2015). Changing Ruralities: Between Abandonment and Redefinition in the Catalan Pyrenees. *Anthropological Forum*, 25(1), 21–41. <https://doi.org/10.1080/00664677.2014.991377>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2017). *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. SAGE.
- Domański, B., & Gwosdz, K. (2010). Multiplier Effects in Local and Regional Development in: *Quaestiones Geographicae* Volume 29 Issue 2 (2010). *Quaestiones Geographicae*, 29(2), 28–37.
- Drexler, C., V. Braun, D. Christie, B. Claramunt, T. Dax, I. Jelen, R. Kanka, N. Katsoulakos, G. Le Roux, M. Price, T. S. & R. W. (2016). *Mountains for Europe's Future –*

*A strategic research agenda.*

- Eilgmann, A. (2010). *Inclusive Tourism: Linking the Handicraft Sector to Tourism Markets*.
- Einali, J. (2014). The Assessment of the Role of Second Homes Tourism in Rural Economic Diversification, (Case Study: Hesar-e-Valiasr Dehestan of Avaj County). *Research and Rural Planning*, 3(5), 97–107. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-4637>
- Elizbarashvili, N., Meessen, H., Khoetsyan, A., Meladze, G., & Koler, T. (2018). *Sustainable Development of Mountain Regions and Resource Management* (J. Salukvadze (ed.)). Publish LTD ‘DANI.’
- Elliott, R., Fischer, C. T., & Rennie, D. L. (1999). Evolving guidelines for publication of qualitative research studies in psychology and related fields. *British Journal of Clinical Psychology*, 38, 215–229.
- EUROSTAT. (2008). *Europa - RAMON - Classification Detail List*.
- Fletcher, J. E. (1989). Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 514–529. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(89\)90006-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(89)90006-6)
- Flick, U. (2006). *An Introduction to Qualitative Research* (3rd ed.). SAGE.
- Flick, U. (2007). *Designing Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Flick, U. (2009). *An introduction to qualitative research* (4th ed.). Sage Publications.
- Food and Agriculture Organization. (2016). *The Second Report on the State of the World's Animal Genetic Resources for Food and Agriculture*.
- Frauenrath, M.-C. (2013). *Inclusive tourism: Promoting backward linkages* (Issue March).
- Frederiksen, D. M., & Gotfredsen, B. K. (2017). *Georgian Portraits: Essays on the Afterlives of a Revolution by Martin Demant Frederiksen*. Zero Books.
- Garrigós-Simón, F. J., Galdón-Salvador, J. L., & Gil-Pechuán, I. (2015). The Economic Sustainability of Tourism Growth through Leakage Calculation. *Tourism Economics*, 21(4), 721–739. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0372>
- Georgian National Tourism Administration. (2018). *Georgian Tourism in Figure*.
- Georgian National Tourism Administration. (2021). *Georgian Tourism in Figures*.
- Ghosh, T. (2012). Sustainable Coastal Tourism: Problems and Management Options. *Journal of Geography and Geology*, 4(1), p163. <https://doi.org/10.5539/jgg.v4n1p163>
- Godde, P. M., Price, M. F., & Zimmerman, F. M. (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*. CABI Publishing.
- Gugushvili, T., Salukvadze, G., & Salukvadze, J. (2017). Fragmented development: Tourism-driven economic changes in Kazbegi, Georgia. *Annals of Agrarian Science*, 15(1), 49–54. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.02.005>
- Guha, I. (2007). *Does Tourism Contribute to Local Livelihoods? A Case Study of Tourism*,

- Poverty and Conservation in the Indian Sundarbans*. [www.sandeeonline.org](http://www.sandeeonline.org)
- Guo, X., & He, L. (2012). Tourism Supply-Chain Coordination: The Cooperation between Tourism Hotel and Tour Operator. *Tourism Economics*, *18*(6), 1361–1376.  
<https://doi.org/10.5367/te.2012.0179>
- Hajilo, M., Masoom, M. G., Langroudi, S. H. M., Sabokbar, H. F., & Pennington-Gray, L. (2017). Spatial Analysis of the Distribution of Small Businesses in the Eastern Villages of Gilan Province with Emphasis on the Tourism Sector in Mountainous Regions. *Sustainability*, *9*(12), 1–19.
- Hakkert, R. (2017). *POPULATION DYNAMICS IN GEORGIA: An Overview Based on the 2014 General Population Census Data*.
- Hall, D. R., Kirkpatrick, I., & Mitchell, M. (2005). *Rural tourism and sustainable business*. Channel View Publications.
- Hampton, M. P., Jeyacheya, J., & Long, P. H. (2017). Can Tourism Promote Inclusive Growth? Supply Chains, Ownership and Employment in Ha Long Bay, Vietnam. *The Journal of Development Studies*, *54*(2), 1–18. <https://doi.org/10.1080/00220388.2017.1296572>
- Hampton, M. P., Jeyacheya, J., & Long, P. H. (2018). Can Tourism Promote Inclusive Growth? Supply Chains, Ownership and Employment in Ha Long Bay, Vietnam. *The Journal of Development Studies*, *54*(2), 359–376. <https://doi.org/10.1080/00220388.2017.1296572>
- Harrison, P., & Maharaj, B. (2017). Tourism Impacts on Subsistence Agriculture: A Case Study of the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Human Ecology*, *43*(1), 29–39.  
<https://doi.org/10.1080/09709274.2013.11906609>
- Heiny, J. (2017). Socio-economic conditions of rural Georgian households and their behavioral intentions regarding tourism development : an empirical analysis [Justus-Liebig-Universität Gießen]. In *GEB-IDN/13607*. <http://geb.uni-giessen.de/geb/volltexte/2018/13607/>
- Heiny, J., Mamniashvili, G., & Leonhaeuser, I.-U. (2017). The socioeconomic situation of private households in the Kazbegi region – First insights based on quantitative data. *Annals of Agrarian Science*, *15*(1), 31–39. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.02.003>
- Holden, A. (2013). *Tourism, poverty and development*. Routledge.
- Houlihan, J. B. (1985). International Supply Chain Management. *International Journal of Physical Distribution & Materials Management*, *15*(1), 22–38.  
<https://doi.org/10.1108/eb014601>
- Huang, Y., Song, H., Huang, G. Q., & Lou, J. (2012). A Comparative Study of Tourism Supply Chains with Quantity Competition. *Journal of Travel Research*, *51*(6), 717–729.  
<https://doi.org/10.1177/0047287512451138>
- Hüller, S., Heiny, J., & Leonhäuser, I.-U. (2017). Linking agricultural food production and rural



- tourism in the Kazbegi district – A qualitative study. *Annals of Agrarian Science*, 15(1), 40–48. <https://doi.org/10.1016/J.AASCI.2017.02.004>
- Jafari, J. (1989). Tourism as a factor of change: A sociocultural study. *An English Language Literature Review.*, 17–60.
- Jandieri, G. (2014). *A Brief Economic History of Georgia. A Lesson Has to be Remembered #22.* <https://www.gfsis.org/publications/view-opinion-paper/22>
- Javakhishvili I. (2016). *Honey Value Chain.*
- Jayawardena, C. (2008). *Tourism and The Community: Direction, Purpose and Challenges in Caribbean Tourism.*
- Jermisittiparsert, K., Joemsittiprasert, W., & Phonwattana, S. (2019). Mediating Role of Sustainability Capability in Determining Sustainable Supply Chain Management in Tourism Industry of Thailand. *Int. J Sup. Chain. Mgt*, 8(3), 47–58.
- Keynes, J. M. (1936). The General Theory. In *The General Theory of Employment, Interest, and Money* (1st ed., p. 417). Palgrave Macmillan.
- Khan, M. A., Olsen, M. D., Var, T., & Van Nostrand Reinhold Company. (1993). *VNR's encyclopedia of hospitality and tourism.* J. Wiley.
- Khartishvili, L. (2021). The Case for Rebuilding Tourism in Georgia: Alternative Forms and New Initiations. *Caucasus Analytical Digest (CAD)*, 122, 15–20.
- Khartishvili, L., Muhar, A., Dax, T., & Khelashvili, I. (2019). Rural Tourism in Georgia in Transition: Challenges for Regional Sustainability. *Sustainability*, 11(2), 410. <https://doi.org/10.3390/su11020410>
- Khokhobaia, M., & Gugushvili, T. (2021). Tourism Transformation in Georgia During the Soviet and Post-Soviet Eras. *Caucasus Analytical Digest (CAD)*, 122, 3–9.
- Khoshtaria, T. K., & Chachava, N. T. (2017). Prospects of ecotourism development in recreation areas of South Georgia. *Annals of Agrarian Science*, 15(3), 312–317. <https://doi.org/10.1016/J.AASCI.2017.07.004>
- Kochlamazashvili, I., & Kakulia, N. (2016). *The Georgian Trout Sector: A Regional Value Chain Study.*
- Kötschau, K. (2015). Impact of Land Reform Strategies on Rural Poverty in the Commonwealth of Independent States. In *Impact of Land Reform Strategies on Rural Poverty in the Commonwealth of Independent States.* Peter Lang D. <https://doi.org/10.3726/978-3-653-01399-3>
- Kuckartz, U. (2014). *Qualitative Text Analysis: A Guide to Methods, Practice and Using Software.* Sage.
- Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2019). *Analyzing Qualitative Data with MAXQDA: Text, Audio,*

- and Video*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-15671-8>
- Lasso, A., & Dahles, H. (2018). Are tourism livelihoods sustainable? Tourism development and economic transformation on Komodo Island, Indonesia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5), 473–485. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1467939>
- Lejarraja, I., & Walkenhorst, P. (2007). *Diversification by Deepening Linkages with Tourism*.
- Leu, T. C. (2019). Tourism as a livelihood diversification strategy among Sámi indigenous people in northern Sweden. *Acta Borealia*, 36(1), 75–92. <https://doi.org/10.1080/08003831.2019.1603009>
- Liu, G., Liu, Z., Hu, H., Wu, G., & Dai, L. (2008). The impact of tourism on agriculture in Lugu Lake region. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 15(1), 3–9. <https://doi.org/10.1080/13504500809469762>
- Luo, X., & Bao, J. (2019). Exploring the impacts of tourism on the livelihoods of local poor: the role of local government and major investors. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(3), 344–359. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1578362>
- Mabert, V. A., & Venkataramanan, M. A. (1998). Special research focus on supply chain linkages: Challenges for design and management in the 21st century. *Decision Sciences*, 29(3), 537–552. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.1998.tb01353.x>
- Mann, S. (2013). The Future of Mountain Agriculture. In *The Future of Mountain Agriculture*. Springer Berlin Heidelberg. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-33584-6>
- Marvasti, A. (2003). *Qualitative Research in Sociology*. SAGE Publications Ltd. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/qualitative-research-in-sociology/book224943>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1983). Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts. *Journal of Travel Research*, 22(1), 51.
- Mbaiwa, J. E. (2011). Changes on traditional livelihood activities and lifestyles caused by tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management*, 32(5), 1050–1060. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.09.002>
- Mbaiwa, J. E., & Stronza, A. L. (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(5), 635–656. <https://doi.org/10.1080/09669581003653500>
- Meyer, D. (2007). Pro-Poor Tourism: From Leakages to Linkages. A Conceptual Framework for Creating Linkages between the Accommodation Sector and ‘Poor’ Neighbouring Communities. *Current Issues in Tourism*, 10(6), 558–583. <https://doi.org/10.2167/cit313.0>
- Mgonja, J. (2015). Evaluating Local Food-Tourism Linkages as a Strategy for Promoting Sustainable Tourism and Economic Development: A Case for Tanzania. *All Dissertations*, 356. [https://tigerprints.clemson.edu/all\\_dissertations/1479](https://tigerprints.clemson.edu/all_dissertations/1479)

- Mitchell, J., & Ashley, C. (2010). *Tourism and poverty reduction : pathways to prosperity*. Earthscan.
- Mitchley, J., Price, M. F., & Tzanopoulos, J. (2006). Integrated futures for Europe's mountain regions: Reconciling biodiversity conservation and human livelihoods. *Journal of Mountain Science*, 3(4), 276–286. <https://doi.org/10.1007/s11629-006-0276-5>
- Mukherjee, S. (2018). *Keynes' Theory of Investment Multiplier*. <http://www.economicdiscussion.net/keynesian-economics/keynes-theory/keynes-theory-of-investment-multiplier-with-diagram/10363>
- National Statistics Office of Georgia (GEOSTAT). (2020). *National Statistics Office of Georgia (GEOSTAT)*.
- Nazarko, J., Glinska, U., Kononiuk, A., & Nazarko, L. (2013). Sectoral foresight in poland: Thematic and methodological analysis. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 9(1), 19–38. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2013.051759>
- OECD Development Centre. (2011). *Development in Eastern Europe and the South Caucasus*. OECD Publishing.
- Oliver, R. K., & Webber, M. D. (1982). Supply Chain Management: Logistics catches up with strategy, Outlook, cit. Christopher, M.C. (1992). In *Logistics, The strategic issue*. Chapman and Hall.
- Page, S. J. (2011). The supply of tourism. In *Tourism Management* (pp. 1–23). Routledge.
- Palang, D., & Tipayawong, K. Y. (2019). Performance evaluation of tourism supply chain management: the case of Thailand. *Business Process Management Journal*, 25(6), 1193–1207. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-05-2017-0124>
- Papava, V. (2018). *Georgia's Economy in a "Tourist Trap"* (Issue July).
- Paresishvili, O., Kvaratskhelia, L., & Mirzaeva, V. (2017). Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. *Annals of Agrarian Science*, 15(3), 344–348. <https://doi.org/10.1016/J.AASCI.2017.07.008>
- Pattullo, P. (2005). *Last Resorts: The Cost of Tourism in the Caribbean (Second Edition)*. NYU Press.
- Pavlovskaya, M. (2018). Critical GIS as a tool for social transformation. *The Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, 62(1), 40–54. <https://doi.org/10.1111/cag.12438>
- Peel, Q. (2007). Financial Times . *Tourism: Looking Back to the Glory Days*.
- Pellillo, A., Kochlamazashvili, I., Kakulia, N., Sanjuan, S., Glonti, G., Livny, E., Mamardashvili, P., Labadze, L., Jafarli, B., Samsonishvili, N., Takkenberg, S., & Krstic, A. (2014). *Agriculture and Rural Development in Western Georgia: A Baseline Assessment*.
- Perlik, M. (2019). *The Spatial and Economic Transformation of Mountain Regions : Landscapes*

*As Commodities*. Routledge.

- Persaud, N. (2012). Pilot Study. In *Encyclopedia of Research Design* (p. 1033). SAGE Publications Inc. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.4135/9781412961288>
- Phillips, M. (1993). Rural gentrification and the processes of class colonisation. *Journal of Rural Studies*, 9(2), 123–140. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(93\)90026-G](https://doi.org/10.1016/0743-0167(93)90026-G)
- Pillay, M., & Rogerson, C. M. (2013). Agriculture-tourism linkages and pro-poor impacts: The accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Natal, South Africa. *Applied Geography*, 36, 49–58. <https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2012.06.005>
- Price, M. F. (2004). *Key Issues for Mountain Areas* (M. F. Price, L. Jansky, & A. A. Iatsenia (eds.)). United Nations University Press.
- Price, M., Jansky, L., & Iatsenia, A. (2006). Key Issues for Mountain Areas. *Mountain Research and Development*, 26(3), 298–300. [https://doi.org/10.1659/0276-4741\(2006\)26\[298:kifma\]2.0.co;2](https://doi.org/10.1659/0276-4741(2006)26[298:kifma]2.0.co;2)
- Putkaradze, M., & Abuselidze, G. (2019). *The Impact of Tourism on Business Development in Mountain Regions: A Case Study*. 70–83.
- Quattrocchi, B., Mercuri, F., Perano, M., & Calabrese, M. (2017). Tourism supply chain & strategic partnerships for managing the complexity in tourism industry. *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*, 1–35.
- Rahmani, V. A., Zabihi, H., & Izad, E. (2016). The role of tourism in the development of coastal villages. A case study in noor town, Iran. *European Journal of Geography*, 7(4), 67–79.
- Raina, A. K., & Agarwal, D. S. K. (2004). *The Essence of Tourism Development: Dynamics, Philosophy, and Strategies*. Sarup & Sons.
- ROSCIANO, M., PAGLIUCA, M. M., & QUINTANO, C. (2013). "Sustainable Tourism" Indicators: a Mapping of the Italian Destinations | Archivio della ricerca di Napoli "Parthenope." In J.M. Jeménez, M.V. Vargas, & F.J.O. Rosell et al. (Eds.), *Methods and Analysis on Tourism and Environment* (pp. 47–62). Nova Science Publishers.
- Rosciano, Monica, Pagliuca, M. M., & Quintano, C. (2013). "Sustainable Tourism" Indicators: a Mapping of the Italian Destinations. In *Methods and Analysis on Tourism and Environment* (pp. 47–62). Nova Science Publishers.
- Rosciano, MONICA, Pagliuca, M. M., & Quintano, C. (2013). "Sustainable Tourism" Indicators: a Mapping of the Italian Destinations | Archivio della ricerca di Napoli "Parthenope." In J.M. Jeménez, M.V. Vargas, & F.J.O. Rosell et al. (Eds.), *Methods and Analysis on Tourism and Environment* (pp. 47–62). Nova Science Publishers.
- Rusu, S. (2011). Tourism Multiplier Effect. *Journal of Economics and Business Research*, 17(1), 70–76.

- Safdar, P., & Rasmussen F., S. (2004). Sustaining mountain economies: Poverty reduction and livelihood opportunities. In M. F. Price, L. F. Jansky, & A. A. Iastenia (Eds.), *Key Issues for Mountain Areas* (pp. 86–110). United Nations University Press.
- Salukvadze, G., & Gugushvili, T. (2018). Geographic Patterns of Tourism in Urban Settlements of Georgia. *Special Issue: Cities of the South Caucasus: A View from Georgia (2018)*, 5–16. <https://doi.org/10.2307/j.ctvdf0kf6.5>
- Salukvadze, G., Gugushvili, T., & Salukvadze, J. (2020). Spatial Peculiarities of Local Tourism Supply-Chain in High Mountainous Georgia : Challenges and Perspectives. *European Journal of Geography*.
- Salukvadze, J. (2008). *Good Governance and Natural Resources Tenure in Eastern Europe and CIS Region | Food Security and Nutrition Network*.
- Salukvadze, J. (2018). Urbanization Trends and Development of Cities in Georgia. *Special Issue: Cities of the South Caucasus: A View from Georgia (2018)*, 6(15), 19–32. <https://doi.org/10.1400/267959>
- Samuelson, P. A. (1939). Interactions between the Multiplier Analysis and the Principle of Acceleration. *The Review of Economics and Statistics*, 21(2), 78. <https://doi.org/10.2307/1927758>
- Scheyvens, R., & Russell, M. (2012). Tourism and poverty alleviation in Fiji: comparing the impacts of small- and large-scale tourism enterprises. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 417–436. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.629049>
- Schmidt, M. (2017). Human Geography of Post-Socialist Mountain Regions. *Journal of Alpine Research | Revue de Géographie Alpine [En Ligne]*, 105–1. <https://doi.org/https://doi.org/10.4000/rga.3573>
- Sharia, M. (2019). Analyzing Tourism Influence on Agricultural Products ' Market : A Case Study of the Mestia Municipality , Georgia \*. *Ankara University Journal of Environmental Sciences*, 7(2), 98–105.
- Sharpley, R., & Telfer J, D. (2002). *Tourism and Development: Concepts and Issues* . Channel View Publications.
- Shen, F. (2009). *Tourism and the Sustainable Livelihoods Approach: Application within the Chinese context*. Lincoln University.
- Shen, F., Hughey, K. F. D., & Simmons, D. G. (2008). Connecting the Sustainable Livelihoods Approach and Tourism: A Review of the Literature. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 15(1), 19–31. <https://doi.org/10.1375/JHTM.15.19>
- Silver, C., & Lewins, A. (2014). Using Software in Qualitative Research: A Step-by-Step Guide. In *Using Software in Qualitative Research: A Step-by-Step Guide*. SAGE Publications Ltd.

- <https://doi.org/10.4135/9781473906907>
- Silverman, D. (2006). *Interpreting qualitative data: Methods for analyzing talk, text and interaction* (3rd ed.). Sage Publications Ltd.
- Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., & Simchi-Levi, E. (2007). *Designing and Managing The Supply Chain: Concepts, Strategies, Case Studies* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Slocum, S. L., & Everett, S. (2010). Food tourism initiatives: resistance on the ground. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 142, 745–757.  
<https://doi.org/10.2495/SW100671>
- Social Service Agency. (2020). *Subsistence allowance*.
- Somuncu, M. (2019). *THE CAUCASUS REGIONAL RESEARCH AGENDA 2020-2030*.
- Song, H. (2012). Tourism supply chain management. In *Tourism Supply Chain Management*. Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203804391>
- Stone, P.B. (2002). The fight for mountain environments. *Alpine Journal*, 107, 117–131.
- Stynes, D. J. (1997). Economic Impacts of Tourism . In *A Handbook for Tourism Professionals* (pp. 1–19).
- Su, M. M., Wall, G., & Xu, K. (2015). Heritage tourism and livelihood sustainability of a resettled rural community: Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(5), 735–757. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1085868>
- Su, M. M., Wall, G., & Xu, K. (2016). Tourism-Induced Livelihood Changes at Mount Sanqingshan World Heritage Site, China. *Environmental Management*, 57(5), 1024–1040. <https://doi.org/10.1007/s00267-016-0672-8>
- Su, Y., Hammond, J., Villamor, G. B., Grumbine, R. E., Xu, J., Hyde, K., Pagella, T., Sujakhu, N. M., & Ma, X. (2016). Tourism leads to wealth but increased vulnerability: a double-edged sword in Lijiang, South-West China. *Water International*, 41(5), 682–697. <https://doi.org/10.1080/02508060.2016.1179523>
- Szpilko, D. (2015). The Future of Tourism Development in the Podlaskie Voivodeship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 977–984. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.514>
- Szpilko, D. (2017). Tourism Supply Chain-Overview of Selected Literature. *Procedia Engineering*, 182, 687–693. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.180>
- Tao, T. C. H., & Wall, G. (2009). Tourism as a sustainable livelihood strategy. *Verd*, 30(1), 90–98. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.03.009>
- Tapper, R., & Font, X. (2004). Tourism supply chains. Report of a Desk Research Project for the Travel Foundation. In *undefined*.
- Telfer, D. J., & Wall, G. (1996). Linkages Between Tourism and Food Production. *Annals of*

- Tourism Research*, 23(3), 635–653. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00087-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00087-9)
- Torres, R. M., & Momsen, J. H. (2011). Section I Tourism, Agriculture and Rural Restructuring. In R. M. Torres & J. H. Momsen (Eds.), *Tourism and Agriculture: New Geographies of Consumption, Production and Rural Restructuring*. Taylor & Francis.
- Torres, R., & Momsen, J. H. (2004). Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies*, 4(4), 294–318. <https://doi.org/10.1191/1464993404ps092oa>
- UN. Secretary-General, FAO, & International Partnership for Sustainable Development in Mountain Regions. Secretariat. (2016). *Sustainable Mountain Development: Report of the Secretary-General*. UN,.
- UNCTAD. (2015). *The Least Developed Countries Report: Economic Diversification, Non-Farm Activities and Rural Transformation*.
- United Nations. (2012). *Conference on Sustainable Development*.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2020). *COVID-19 and Tourism: Assessing the Economic Consequences*.
- UNWTO. (1975). *Distribution Channels*.
- Vaccaro, I., & Beltran, O. (2007). Consuming Space, Nature and Culture: Patrimonial Discussions in the Hyper-Modern Era. *Tourism Geographies*, 9(3), 254–274. <https://doi.org/10.1080/14616680701422715>
- Varley, R. C. G. (1978). Tourism in Fiji: Some Economic and Social Problems. *Journal of Travel Research*, 17(2), 32.
- Vellas, F. (2011). *THE INDIRECT IMPACT OF TOURISM: AN ECONOMIC ANALYSIS Third Meeting of T20 Tourism Ministers*.
- Verd, J. M., & Porcel, S. (2012). An Application of Qualitative Geographic Information Systems (GIS) in the Field of Urban Sociology Using ATLAS.ti: Uses and Reflections. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 13(2).
- Vorst, V. der J. (2004). Supply Chain Management: theory and practices. *Supply Chain Management: Theory and Practices*, 1–18.
- Vorst Van der Jack. (2004). Supply Chain Management: theory and practices. *Supply Chain Management: Theory and Practices*, 1–18.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. Pearson Education Limited.
- Wang, Y., Wu, N., Kunze, C., Long, R., & Perlik, M. (2019). Drivers of Change to Mountain Sustainability in the Hindu Kush Himalaya. In *The Hindu Kush Himalaya Assessment* (pp. 17–56). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-92288-1\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-92288-1_2)

- Weaver, D. B. (David B., & Lawton, L. (2002). *Tourism management* (2nd ed.). John Wiley&Sons Australia, Ltd.
- Winchester, H. P., & Rofo, M. (2010). Qualitative Research and Its Place in Human Geography. In I. Hay (Ed.), *Qualitative Research Methods in Geography* (3rd ed., pp. 1–28). Oxford University Press.
- World Tourism Organization. (2019). *International Tourism Highlights*.  
<https://doi.org/10.18111/9789284421152>
- World Tourism Organization and United Nations Development Programme. (2017). Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030. In *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. World Tourism Organization (UNWTO).  
<https://doi.org/10.18111/9789284419401>
- Wright, A. L. (1956). The Genesis of the Multiplier Theory. *Oxford Economic Papers*, 8(2), 181–193. <https://doi.org/10.2307/2661731>
- Ya-juan, L., Yu, H., Chen, T., Hu, J., & Cui, H. (2016). Livelihood changes and evolution of upland ethnic communities driven by tourism: a case study in Guizhou Province, southwest China. *Journal of Mountain Science*, 13(7). <https://doi.org/10.1007/s11629-015-3631-6>
- Yagley James, George Lance, Moore Cequyna, & Pinder Jennifer. (2005). *They Paved Paradise ... Gentrification of Rural Communities* . Housing Assistance Council.
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345–358.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>



## დანართი

### დოკუმენტების ჩამონათვალი

#### დოკუმენტი 1. რეგისტრაციის ფორმა ადგილობრივი მოსახლეობისათვის

<b>1. რესპონდენტის სახელი</b>	
<b>2. სქესი</b>	
1. კაცი	2. ქალი
<b>3. ასაკი</b>	
<b>4. განათლება</b>	
1. ზოგადი	
2. საშუალო	
3. უმაღლესი	
<b>4.1 ტურიზმის განხრით პროფესიული განათლება</b>	
1. დიახ (თუ დიახ, რა მიმართულებით?) →	1.1
2. არა	
<b>5. მუნიციპალიტეტი/სოფელი</b>	
5.1 მუდმივი მოსახლე	
5.2 სეზონური მოსახლე	
<b>6. შინამეურნეობაში მცხოვრები ადამიანების რაოდენობა</b>	
<b>7. შინამეურნეობაში მცხოვრები სრულწლოვნების რაოდენობა</b>	
<b>8. ძირითადი ეკონომიკური დარგი</b>	
<b>9. ძირითადი ეკონომიკური საქმიანობა</b>	
<b>10. მეორადი/დამატებითი ძირითადი ეკონომიკური დარგი (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)</b>	

11. მეორადი/დამატებითი ძირითადი ეკონომიკური საქმიანობა (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)

12. ძირითად ეკონომიკურ საქმიანობაში ჩართული შინამეურნეობაში მცხოვრები ადამიანების რაოდენობა

13. მეორად/დამატებით ეკონომიკურ საქმიანობაში ჩართული შინამეურნეობაში მცხოვრები ადამიანების რაოდენობა (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)

14. ტურიზმის მომსახურებიდან/აქტივობიდან მიღებული დამატებითი შემოსავალი (დაახლოებითი პროცენტი) (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)

**დოკუმენტი 2. რეგისტრაციის ფორმა ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებისთვის**

<b>1. რესპონდენტის სახელი</b>	
<b>2. სქესი</b>	
1. კაცი	2. ქალი
<b>3. ასაკი</b>	
<b>4. განათლება</b>	
1. ზოგადი	
2. საშუალო	
3. უმაღლესი	
<b>5. რესპონდენტის წარმომავლობა</b>	
<b>6. ეკონომიკური დარგი</b>	
<b>7. ეკონომიკური საქმიანობის სახე</b>	
1. სასტუმრო (4*-5*)	
2. სასტუმრო	
3. სასტუმროს-ტიპის დაწესებულება/საოჯახო ტიპის სასტუმრო	
4. კაფე/რესტორანი	
5. სხვა	
<b>8. ეკონომიკური საქმიანობის დაწყების თარიღი</b>	
<b>9. მისი პოზიცია ეკონომიკურ საქმიანობაში</b>	
<b>10. აღნიშნულ ეკონომიკური საქმიანობაში ჩართული ადამიანების დაახლოებითი რაოდენობა (ასეთის არსებობის შემთხვევაში)</b>	
<b>11. ბიზნესის ხელმძღვანელი</b>	
1. ადგილობრივი (მუდმივი მოსახლე ყაზბეგში/მესტიაში)	
2. ადგილობრივი (სეზონური)	
3. ქართველი (არაადგილობრივი) (სეზონური)	
4. უცხოელი	
5. სხვა	
<b>12. აღნიშნული ბიზნესის მდებარეობა (მუნიციპალიტეტი/სოფელი) და ფაქტობრივი მისამართი</b>	

დოკუმენტი 3. სადისკუსიო გეგმა ადგილობრივ მოსახლეობასთან სიღრმისეული ინტერვიუებისათვის

სექცია 1. ზოგადი ინფორმაცია

1. რა სახის ეკონომიკურ საქმიანობას ეწევით?
  - სახე (დარგი, სფერო, სექტორი)
2. მხოლოდ ერთ ეკონომიკურ საქმიანობას ეწევით თუ რამდენიმეს?
  - მათგან რომელია ძირითადი და რომელი მეორადი/დამატებითი?
  - რამდენი ხანია დაიწყეთ ეს საქმიანობა/საქმიანობები?
3. აღნიშნული საქმიანობა/საქმიანობები სეზონურია? *[მკვლევრისთვის: თუ სეზონურია, ჩაეკითხეთ რამდენი თვე გრძელდება]*
4. ოჯახში რამდენი ადამიანი ცხოვრობთ?
5. მათგან ვინ არის ჩართული აღნიშნულ ეკონომიკურ საქმიანობაში/საქმიანობებში და რა არის მათი როლი (სქესის, ასაკის მითითებით). *[მკვლევრისთვის: გთხოვთ, აღნიშნოთ მისი/მათი ასაკი, სქესი, განათლების დონე];*
6. ახდენთ თქვენი პროდუქციის რეალიზაციას/ყიდით აღნიშნულ პროდუქციას?
  - [თუ კი] სად?
  - დაახლოებით რა მოცულობის პროდუქტს ყიდით და რა არის მისი ღირებულება? [ერთეული]

სექცია 2. ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულებები ტურიზმის განვითარებასთან და მის ეკონომიკურ სარგებელთან დაკავშირებით

7. გვსურს, გავიგოთ თუ როგორია თქვენი დამოკიდებულება თქვენს რეგიონში ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებით? გთხოვთ, აგვიხსნათ, როგორც ნეგატიური, ასევე პოზიტიური დამოკიდებულების მიზეზები *[მკვლევრისთვის: ჩაეკითხეთ მიზეზები]*
8. როგორ ფიქრობთ, ტურიზმის განვითარებამ მოგიტანათ თქვენ და თქვენს ოჯახს რაიმე დამატებითი ეკონომიკური სარგებელი?
  - რატომ კი, ან რატომ არა *[მკვლევრისთვის: ჩაეკითხეთ მიზეზები]*
9. ახორციელებთ ისეთ ეკონომიკურ აქტივობას, რომელიც კონკრეტულად ტურიზმის განვითარების შემდეგ დაიწყეთ?
  - რა ეკონომიკური საქმიანობაა? რამდენი ხანია რაც დაიწყეთ?
  - როგორ დაუკავშირეთ თქვენი ეკონომიკური საქმიანობა ტურიზმს? გთხოვთ, აგვიღწეროთ პროცესი

10. ტურიზმის განვითარების შემდეგ შეცვალეთ თუ არა ის ტრადიციული ეკონომიკური საქმიანობა, რასაც მანამდე ახორციელებდით და დაიწყეთ ახალი? გთხოვთ, აგვიღწეროთ *[მკვლევარისთვის: ჩაეკითხეთ მიზეზები]*
11. პროდუქციის რეალიზაციის დროს აწყდებით რაიმე სახის სირთულეებს?
- [თუ კი] კონკრეტულად რა დაბრკოლებები გაქვთ, მისი რეალიზაციის პროცესში.

**სექცია 3. ეკონომიკური აქტივობების ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრირების შესაძლებლობები, პერსპექტივები**

12. გიფიქრიათ თუ არა ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში თქვენი ეკონომიკური საქმიანობის ინტეგრირება და კონკრეტულად რომელი აქტივობის?
13. თქვენი გამოცდილება რამდენად უკავშირდება მოტივაციას და მისწრაფებას რომ გააგრძელოთ/გააფართოვოთ თქვენი ტურიზმთან დაკავშირებული აქტივობა/სერვისი?
14. თუ არის ისეთი ეკონომიკური საქმიანობა, რომლის ტურიზმთან დაკავშირების და განხორციელების სურვილიც გაქვთ, თუმცა ვერ ახერხებთ?
- რას ფიქრობთ, რა არის ამის მიზეზი? რა ბარიერები აფერხებენ ამ პროცესს? *[მკვლევარისთვის: ჩაეკითხეთ მიზეზები]*
15. რეგიონში თუ არის რაიმე განსაკუთრებული ეკონომიკური საქმიანობის განხორციელების შესაძლებლობა, მაგრამ თქვენ არ გაქვთ მისი განხორციელების სურვილი? *[მკვლევარისთვის: ჩაეკითხეთ რაში მდგომარეობს [დასახელებული ეკონომიკური საქმიანობა] განვითარების პოტენციალი და მიზეზები თუ რის გამო ვერ ახორციელებს მას]*

#### სექცია 4. დამოკიდებულებები სოფლის მეურნეობის დარგის მიმართ

16. რა ძირითადი გამოწვევები აქვს სოფლის მეურნეობის დარგს რეგიონში?

17. სოფლის მეურნეობის დარგი არის თუ არა თქვენი გადმოსახედიდან პერსპექტიული?

- რატომ კი, ან რატომ არა?
- [თუ კი] რა შესაძლებლობებს იძლევა?

18. ბოლო წლებში შეიცვალა თუ არა ადგილობრივი მოსახლეობის დამოკიდებულებები სოფლის მეურნეობის დარგის მიმართ?

*[მკვლევრისათვის: როგორ შეიცვალა პოზიტიურად, თუ ნეგატიურად? თქვენი აზრით რატომ?]*

19. რა პოზიტიურ და/ან ნეგატიურ ცვლილებებს ხედავთ სოფლის მეურნეობის დარგში? *[მკვლევრისათვის: მაგ. ტექნოლოგიური პროგრესი, კლიმატის ცვლილება]*

- მსგავსი ცვლილება თუ ახდენს/მოახდინა გავლენა თქვენს საქმიანობაზე? *[მკვლევრისათვის: ჩაუღრმავდით]*

20. [თუ არ არის სოფლის მეურნეობაში ჩართული] თუ ფიქრობთ სამომავლოდ, სოფლის მეურნეობის დარგში ჩართვას?

- რატომ კი, ან რატომ არა?

[თუ არის სოფლის მეურნეობაში ჩართული] თუ ფიქრობთ სამომავლოდ, ახალი სოფლის მეურნეობის საქმიანობის დამატებას ან არსებულის გაფართოებას?

- რატომ კი, ან რატომ არა?

21. თქვენი აზრით, ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებას მესტიის მუნიციპალიტეტში რა გავლენა აქვს სოფლის მეურნეობის დარგზე?

- ხელს უწყობს, თუ უშლის სოფლის მეურნეობის განვითარებას? *[მკვლევრისათვის: ჩაეკითხეთ მიზეზები]*

დროა შევაჯამოთ დღევანდელი დისკუსიის ძირითადი საკითხები. რაიმეს დამატება ხომ არ გსურთ? შეკითხვები ხომ არ გაქვთ?

დიდი მადლობა რომ ჩვენთან საუბრისათვის დრო გამონახეთ!!!

დოკუმენტი 4. ნახევრად სტრუქტურული კითხვარი ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებთან ფოკუსური ინტერვიუსათვის

**სექცია 1. ზოგადი ინფორმაცია**

1. რა მომსახურებას/სერვისს სთავაზობთ ტურისტებს? *[მკვლევრისთვის: ჩაკითხვით სხვა რა ტიპის მომსახურება/სერვისი აქვს? თუ მომსახურება/სერვისი კომპლექსურია აღწეროს რას სთავაზობს დამსვენებლებს]*
2. აღნიშნული მომსახურების/სერვისის მიწოდებისათვის იყენებთ თუ არა ადგილობრივ რესურსს (მომსახურებას/პროდუქტს)?
  - პროდუქციას/მომსახურებას თუ იღებენ/ყიდულობენ ადგილობრივისგან **[გააგრძელე სექცია 2-დან]**
  - პროდუქციას/მომსახურებას თუ არ იღებენ/ყიდულობენ ადგილობრივისგან **[გადადი სექცია 3-ზე]**

**სექცია 2. ადგილობრივი, როგორც მიმწოდებელი**

1. ეკონომიკის რომელ დარგს მიეკუთვნება ის პროდუქტი, რომელსაც იღებთ?
2. რა არის ეს პროდუქტი/მომსახურება? *[მკვლევრისთვის: მოამზადეთ დეტალური წერილობითი ჩამონათვალი]*
  - იდენტიფიცირებულია მომსახურების/პროდუქტის ჩამონათვალი, რომლის მიღებაც ხდება ადგილობრივი მიმწოდებლისგან
3. გთხოვთ, მოგვაწოდეთ ინფორმაცია პროდუქტის მიმწოდებლის შესახებ (მაგალითად მდებარეობა, ორგანიზაციის დასახელება *[მკვლევრისთვის: ჩაინიშნეთ შესაბამის მატრიცის ფურცელზე]*).
4. გთხოვთ, აღწეროთ მიწოდების პროცედურა *[მკვლევრისთვის: ჩაკითხვით, მას მოაქვს პროდუქცია თუ მიმწოდებელს?]*
5. თქვენსა [პროდუქციის მიმღებსა] და მიმწოდებელს [გამცემს] შორის პირდაპირი კავშირი არის თუ შუამავალი გყავთ?
6. რა წყაროს საშუალებით მიიღეთ ინფორმაცია თქვენთვის საჭირო პროდუქციის/მომსახურების მიმწოდებლის შესახებ?
7. როგორ დაამყარეთ მიმწოდებელთან კონტაქტი? *[მკვლევრისთვის: შუამავალი, ადგილობრივი ინიციატივა, ახლობელი]*
8. გთხოვთ, ჩამოგვითვალოთ ის ძირითადი მიზეზები რის გამოც გადაწყვიტეთ ადგილობრივი (კონკრეტული პროდუქტის სახელი) პროდუქტის შეძენა. *[მკვლევრისთვის: ადგილმდებარეობა, პროდუქტის ხარისხი, პროდუქტის ფასი]*
9. რამდენი ხანია რაც გრძელდება თქვენი მხრიდან შერჩეული პროდუქტის შეძენა? *[მკვლევრისთვის: მუდმივად, დროებით/სეზონურად]*
  - [თუ სეზონურია] მიუთითეთ ხანგრძლივობა და დროითი პერიოდი

10. დაახლოებით რა რაოდენობის შესყიდვა ხდება? [მკვლევრისთვის: ერთეულის განსაზღვრა მოხდება პროდუქტის/სერვისის მიხედვით]

11. თქვენი შესყიდული პროდუქციიდან [პროდუქტის სახელი] დაახლოებით რა ნაწილი უჭირავს ადგილობრივ პროდუქტებს? [მკვლევრისთვის: ზოგად პროცენტულ ჭრილში ჩაეკითხეთ]

12. ხელშეკრულება გაქვთ გაფორმებული, თუ რა ფორმით ხდება აღნიშნული პროცედურა? [მკვლევრისთვის: ფორმალური ურთიერთობა, არაფორმალური ურთიერთობა]

13. თქვენს გამოცდილებაზე დაყრდნობით, როგორ შეაფასებთ იმ სერვისის/პროდუქტის ხარისხს რომელსაც იღებთ/შეისყიდით?

14. აპირებთ, რომ განაგრძოთ საქმიანი ურთიერთობა მიმწოდებელთან?

- რატომ აპირებთ ან რატომ არ აპირებთ [მკვლევრისთვის: ჩაეკითხეთ მიზეზები]

### სექცია 3. ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის მიღმა მყოფი ადგილობრივი

1. რა არის ის პროდუქცია/მომსახურება რომელსაც არაადგილობრივი მიმწოდებლისგან იღებთ?

2. ვისგან და საიდან (სხვა რეგიონი, ქალაქი) იღებთ პროდუქციას/მომსახურებას?

3. ადგილობრივისგან მომსახურების/პროდუქტის მიღების გამოცდილება თუ გქონიათ? გთხოვთ, სიღრმისეული ინფორმაცია მოგვაწოდოთ.

- როგორი გამოცდილება გაქვთ მათთან ურთიერთობის?
- როგორი ხარისხის პროდუქცია მოგაწოდეს?

4. გთხოვთ, დაგვისახელოთ ის მიზეზი/მიზეზები, რის გამოც პროდუქციას არ იღებთ ადგილობრივი მოსახლეობისაგან? [მკვლევრისათვის: მაგ. არასაკმარისი ინფორმაცია მიმწოდებლებზე, გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა, ხარისხი, ფასი, ურთიერთთანამშრომლობის დეფიციტი, შეკვეთის მოცულობა]

5. არის ისეთი პროდუქტი/მომსახურება, რომლის შექმენასაც აპირებთ სამომავლოდ ადგილობრივი პირისაგან?

- [კვი] → 5.1 რა არის ეს პროდუქტი/მომსახურება?
- 5.2 გყავთ თუ არა შერჩეული პოტენციური მიმწოდებელი?
- [თუ ჰყავს] → 5.3 საიდან/ვისგან გაიგეთ მიმწოდებლის შესახებ?
- 5.4 თქვენი შეკვეთა ერთჯერადი სახის იქნება თუ მრავალჯერადი?
- 5.5 რა რაოდენობის შესყიდვას აპირებთ? (ერთეულის განსაზღვრა მოხდება პროდუქტის/სერვისის მიხედვით)
- 5.6 გთხოვთ, ჩამოგვითვალოთ ის ძირითადი მიზეზები რის გამოც გადაწყვიტეთ ადგილობრივი (კონკრეტული პროდუქტის სახელი)



პროდუქტის შეძენა. [მკვლევრისთვის: ადგილმდებარეობა, პროდუქტის ხარისხი, პროდუქტის ფასი]

6. იმ შემთხვევაში თუ არ არის ისეთი პროდუქტი/მომსახურება, რომლის შეძენასაც აპირებთ ადგილობრივი პირისაგან, რატომ არ აპირებთ? [მკვლევრისთვის: ჩაუღრმავდით მიზეზებს]

#### სექცია 4. საჭიროებები ტურიზმის სექტორში და მიწოდების ჯაჭვში არსებული ბარიერები

1. რა არის ის პროდუქცია/სერვისი რაც გჭირდებათ, რაზეც არის თქვენთან მოთხოვნა, მაგრამ ვერ იღებთ ადგილობრივისგან?
2. სასურველია, რომ გავიგოთ თქვენი მოსაზრება იმის შესახებ, თუ რატომ არ ხდება აღნიშნული პროდუქტის წარმოება ადგილობრივად?
3. სტუმრობთ თუ არა ადგილობრივი პროდუქტების გამოფენებს, იმისათვის რომ ნახოთ თუ ხდება თქვენთვის სასურველი პროდუქტის წარმოება?
4. თქვენი აზრით, რა წარმოშობს თქვენსა და ადგილობრივებს შორის პროდუქციის მიწოდებაში ბარიერს/სიცარიელეს?
5. თქვენი აზრით, როგორ შეიძლება, ადგილობრივი ნაწარმის ინტეგრირება თქვენს საქმიანობაში?
6. როგორია თქვენი დამოკიდებულება ადგილობრივ დონეზე წარმოებული პროდუქტის ტურიზმის მიწოდებაში ინტეგრირების მიმართ?
7. გთხოვთ, [ასეთის არსებობის შემთხვევაში] ჩამოთვალოთ ის მოთხოვნები, რასაც ადგილობრივი მიმწოდებელი უნდა აკმაყოფილებდეს იმისათვის, რომ მისი პროდუქტის ინტეგრირება მოხდეს მიწოდებაში
8. მხარს უჭერთ ადგილობრივი მოსახლეობისაგან პროდუქტის შესყიდვას/დაკვეთას?
  - რატომ უჭერთ ან რატომ არა

დროა შევაჯამოთ დღევანდელი დისკუსიის ძირითადი საკითხები. რაიმეს დამატება ხომ არ გასურთ? შეკითხვები ხომ არ გაქვთ?

**დიდი მადლობა რომ ჩვენთან საუბრისათვის დრო გამოწახეთ!!!**

დოკუმენტი 5. ადგილობრივი ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვის ასაგები მატრიცა

პროდუქტი	მიმწოდებლის მდებარეობა	მიმწოდებლის სახელი გვარი / ორგანიზაციის დასახელება	საკონტაქტო ინფორმაცია	შესყიდვის ხანგრძლივობა	შესყიდვის რაოდენობა (ერთ თვეში)
ხორცი					
კარტოფილი					
ყველი					
რძე					
მაწონი					
სალათის ფურცლები					
მომსახურება	მიმწოდებლის მდებარეობა	მიმწოდებლის სახელი გვარი / ან ორგანიზაციის დასახელება	საკონტაქტო ინფორმაცია	შესყიდვის ხანგრძლივობა	შესყიდვის რაოდენობა (ერთ თვეში)
სამრეცხაო					
ავეჯის დამზადება					
ელექტრობა, სანტექნიკა					

დოკუმენტი 6. რესპონდენტი შინამეურნეობების რაოდენობა ყაზბეგში, ადმინისტრაციული ერთეულისა და ეკონომიკური საქმიანობის ცვლილების მიხედვით

ადმინისტრაციული ერთეული	ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაციის ტიპები				
	არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობების გაფართოება	შემცირებული სასოფლო სამეურნეო საქმიანობა	აგროტურიზმი	გაზრდილი სასოფლო სამეურნეო საქმიანობა	სულ*
გორისციხე	3	2	0	2	7
სნო	2	2	3	4	11
კობი	0	0	0	3	3
სიონი	1	1	0	3	5
სტეფანწმინდა	2	4	0	2	8
<b>სულ</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>34</b>

\*შენიშვნა: საერთო რიცხვი აჭარბებს ჩატარებული ინტერვიუების რაოდენობას, რადგან ზოგიერთმა შინამეურნეობამ ერთ ტიპზე მეტი ეკონომიკური საქმიანობის ცვლილება მოახდინა.

დოკუმენტი 7. რესპონდენტი შინამეურნეობების რაოდენობა მესტიაში, ადმინისტრაციული ერთეულისა და ეკონომიკური საქმიანობის ცვლილების მიხედვით

ადმინისტრაციული ერთეული	ეკონომიკური საქმიანობების ტრანსფორმაციის ტიპები				
	არასასოფლო-სამეურნეო საქმიანობების გაფართოება	შემცირებული სასოფლო სამეურნეო საქმიანობა	აგროტურიზმი	გაზრდილი სასოფლო სამეურნეო საქმიანობა	სულ*
მულახი	0	3	2	1	6
ფარი	1	1	4	1	7
კალა	0	2	0	0	2
წვირმი	0	1	1	1	3
დაბა მესტია	2	2	4	0	8
უშგული	2	3	0	0	5
ბეჩო	2	1	1	0	4
ლენჯერი	3	1	0	1	5
ნაკრა	0	0	0	2	2
ლატალი	0	0	0	1	1
ეცერი	1	1	3	1	6
ლახამულა	1	0	1	1	3
ჭუბერი	0	0	2	0	2
იფარი	0	0	2	0	2
<b>სულ</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>20</b>	<b>9</b>	<b>56</b>

\*შენიშვნა: საერთო რიცხვი აჭარბებს ჩატარებული ინტერვიუების რაოდენობას, რადგან ზოგიერთმა შინამეურნეობამ ერთ ტიპზე მეტი ეკონომიკური საქმიანობის ცვლილება მოახდინა.

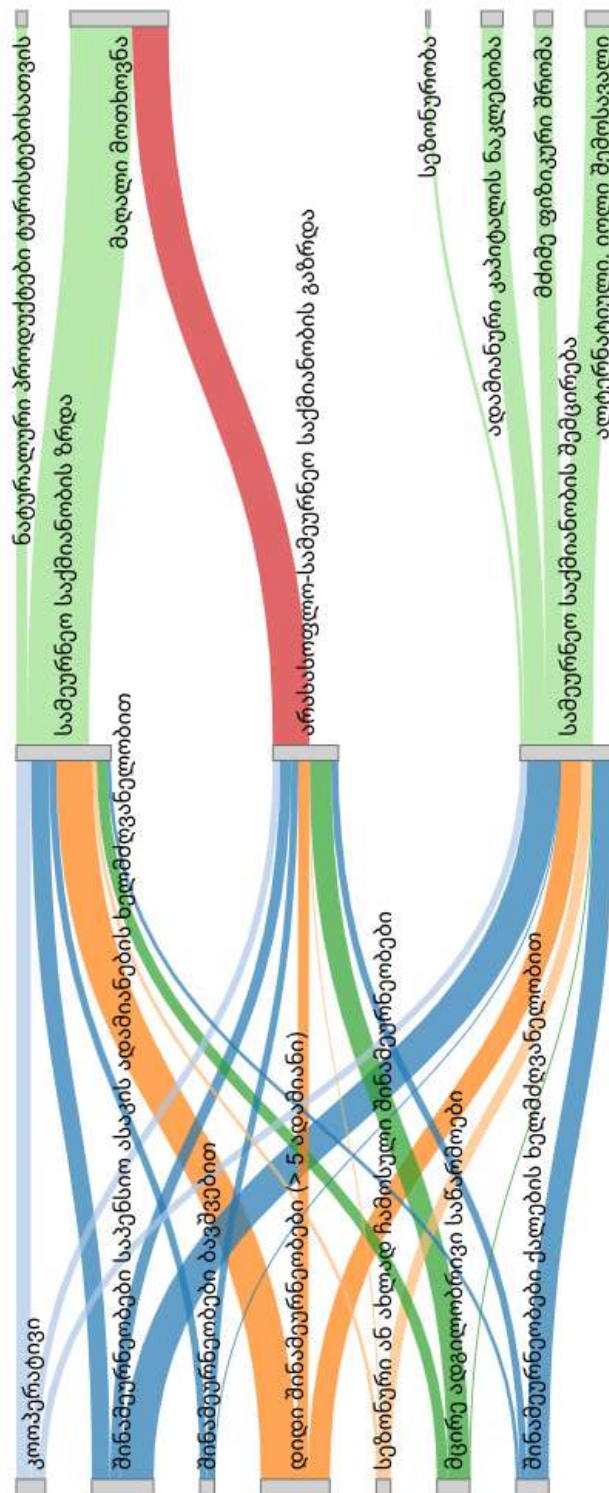
**დოკუმენტი 8. რესპონდენტთა მახასიათებლები: სქესი, ასაკი, ეკონომიკური საქმიანობა**

რესპონდენტების სქესი მუნიციპალიტეტების მიხედვით		
ყაზბეგი	აბსოლუტური რიცხვი	პროცენტი
მდედრობითი	20	36%
მამრობითი	36	64%
<b>სულ</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>
მესტია	აბსოლუტური რიცხვი	პროცენტი
მდედრობითი	36	61%
მამრობითი	23	39%
<b>სულ</b>	<b>59</b>	<b>100%</b>
რესპონდენტების სქესი ორივე მუნიციპალიტეტში		
კაცი		59
ქალი		56
<b>სულ</b>		<b>115</b>
ასაკობრივი ჯგუფები ორივე მუნიციპალიტეტში		
ასაკი	რესპონდენტთა რაოდენობა	
18-28 წელი		16
29-38 წელი		26
39-49 წელი		27
50-60 წელი		34
61-71 წელი		9
72-83 წელი		3
რესპონდენტების ეკონომიკური საქმიანობები		
	ყაზბეგი	მესტია
სფერო	რესპონდენტთა რაოდენობა	
მომსახურებითი სფერო	10	7
განთავსების ობიექტები	24	40
კვების ობიექტები	4	3
სოფლის მეურნეობა	18	9

**წყარო:** შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე.

## ნახაზების ჩამონათვალი

ნახაზი 11. ეკონომიკური საქმიანობების ცვლილებების აქტორების, ცვლილებების ტიპებისა და გარდაქმნის მიზეზებს შორის არსებული ურთიერთკავშირები



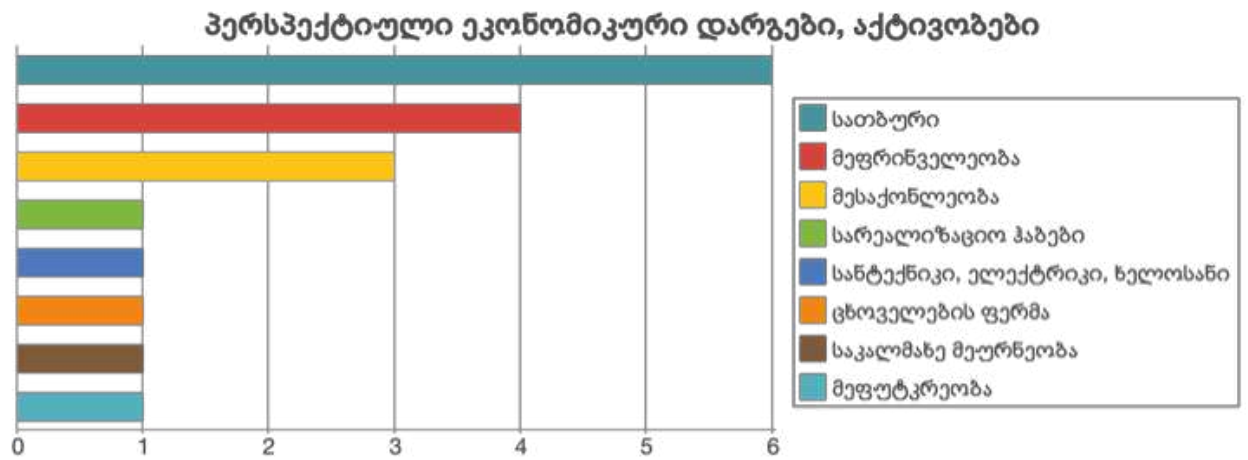
წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამები: MAXQDA, networkD3 R).

ნახაზი 12. დამოკიდებულებების კოდების „ღრუბელი“ - ტურიზმის განვითარების დადებითი და უარყოფითი მხარეები

იმპორტირებული პროდუქტები  
გამოაცოცხლა ხალხი  
არაფერი ტურიზმამდე ქაოსი ქალების დასაქმება  
დასაქმება მსოფლიო უბედურება ცივი ურთიერთობები  
მსხნელი მოტივაცია სეზონურობა მკვლელი დამოკიდებულება  
სოფლის მეურნეობა ნულზე  
მაღალი ფასები მთაში დაბრუნება სიზარმაცე  
ხალხისთვის სასიკეთო შემოსავალი ოფლის გარეშე იმედი  
ბინძური ბიზნესი იოლი ფული  
ტრადიციების დაკნინება  
საოჯახო სასტუმრო **VS** სამეურნეო მიწა

წყარო: შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამა: MAXQDA)

ნახაზი 13. მესტიის მუნიციპალიტეტის ტურიზმის მიწოდების ჯაჭვში ინტეგრაციის შესაძლებლობები



**წყარო:** შესრულებულია ავტორის მიერ, კვლევის ფარგლებში მოპოვებული ნედლი მონაცემების ანალიზის საფუძველზე (გამოყენებული პროგრამა: MAXQDA)