

რეზიუმე

დაახლოებით ოთხი წელია, რაც მთელ მსოფლიოში ღვინის ტურიზმის ბუმი დაიწყო. ღვინის მწარმოებელ ნებისმიერ ქვეყანაში ცდილობენ, რომ საკუთარ ღვინის ქარხნებსა თუ პატარა მარნებში მოაწიონ ისეთი ინფრასტრუქტურა, სადაც ტურისტებს ღვინის გარდა სხვა მნიშვნელოვან მომსახურებასაც შესთავაზებენ (გართობა, ღვინოსთან დაკავშირებულ პროცესებში ჩაბმა, რთველში მონაწილეობა, ღვინის დანურვა, კერძების დეგუსტაცია და სხვ.). ამ კუთხით საქართველოს უპირატესობა უცხოელი ღვინის ექსპერტების აზრით ისაა, რომ საქართველოში შემორჩენილია ტრადიციული მეღვინეობა, არსებობს ქვევრის კულტურა და ის, რომ ღვინის კულტურა საქართველოში მოსახლეობის ყოველდღიურ ცხოვრებასთანაა შერწყმული.

განსხვავებულობა, რომელიც ქართულ ღვინოსა და მეღვინეობას გააჩნია, ამკარაა და უცხოელები ამას ყოველთვის დიდ ყურადღებას აქცევენ. განსხვავებული ნიშის პოვნა კი კონკურენტულ უპირატესობასაც ნიშნავს. მთავარია, ხელისუფლებამ ეს უპირატესობა ხელიდან არ გაუშვას და დაინტერესებულ დამწყებ ფერმერსა თუ გლეხს შესთავაზოს ხელშეწყობის ისეთი პროგრამა, რაც არაერთია აგრარულ სექტორში. ჩვენ მსოფლიო კონკურენციაში გარკვეული უპირატესობები უკვე გავაჩნია, რადგან აღარ არის საკამათო, რომ ღვინის ტრადიციული კულტურა საქართველოდან დაიწყო და ქვევრის მისტიკაც თავის როლს თამაშობს. საქართველოში უკვე არსებობენ ინფრასტრუქტურულად განვითარებული კომპანიები, თუმცა ეს მხოლოდ მცირე ნაწილია იმისა, რისი შესაძლებლობა და პოტენციალიც არსებობს.

**საკვანძო სიტყვები:** ღვინის ტურიზმი, ქვევრის ღვინო, ტრადიციული მეღვინეობა, ღვინის ექსპორტი, გაეროს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაცია, აგრარული სექტორი

Perspective of wine tourism in Georgia

Ketevan Kajaia

Summary

It's about four years, that world-scale wine boom has started. Every wine-producing country tries to arrange such infrastructure through wine plants or in small wine-vaults, that will offer tourists not only wine, but other relevant service as well (joy, involvement in wine-related processes, involvement in vintage, trample the grapes, degustation of dishes, etc.). In this scope, the Georgia's advantage among other countries is, that here is left the traditional winery,

here exists the pitcher culture and the winery culture in Georgia is merged with people's everyday life.

Georgian wine and winery has its specificity. It's obvious and foreigners always pay huge attention to this issue. To find a different mark means a competitive advantage. It's important, that authority not to leave this advantage without attention and to offer to beginner farmers such supportive program, that are numerous through agricultural sector. We already have some kind of advantages in global competition, as it's not doubtful any more, that wine tradition culture has started from Georgia and pitcher's mystic also plays its role. In Georgia already exist the companies with developed infrastructure, though this is a small part of a huge potential, which actually exists.

**Keywords:** Wine tourism, pitcher wine, traditional winery, Wine export, UN tourism world organization Agricultural sector

ღვინის ტურიზმი მსოფლიოში მრავალ ქვეყანაში მწარმოებლებში ზნესად და საკუთარი კულტურის დემონსტრირების ფექტურსა შუალეობა დიდია. მაგალითად, ბირმულმა ვენახმა, რომელიც 1997 წელს ბერტმორს ბახმა დააარსა, მიანმას ყოველწლიურად თასობით ტურისტს მიესძინა. "სტელენბოის ღვინის გზა" კისამხრეთაფრიკაში უამრავ ტურისტს მასპინძლობს. საქართველოს უნიკალური გეოგრაფიული მდებარეობა და ღვინის უნიკალური ჯიშების არსებობა ქვეყანაში ღვინის ტურიზმის განვითარებისთვის შესანიშნავ საფუძველს ქმნის, თუმცა შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში მსგავსი სახის ტურიზმი ფეხს მხოლოდ ახლად გამს.

საქართველოში ღვინის ტურიზმი მზარდ სემენტს წარმოადგენს, მოთხოვნის დივერსიფიკაციის უზარმაზარი შესაძლებლობებით. ამას თავისი ხელშემწყობი ფაქტორები გააჩნია. საქართველოს შეუძლია, სასიკეთოდ გამოიყენოს ყურძნის უნიკალური ჯიშების სახით არსებული რესურსი. როგორც ცნობილია, მსოფლიოში ცნობილი 2000 ჯიშიდან 550 ქართულია. ასევე, მნიშვნელოვანია, იმის გათვალისწინებაც, რომ საქართველოში ქვევრის ღვინის სევენარჩუნებს ნამყვან პოზიციას, იუნესკომ კი ქართული ქვევრი და ღვინის დამზადების წესი არამატერიული მემკვიდრეების სუსხაში შეიტანა. ღვინის ტურიზმი ყურძნის დაკრეფის, დანურვის, ღვინის დაყენებისა და დაჭმნიკების პროცესის გარდა, მოიცავს ეკლესიამონასტრების დათვალიერებას, ქართული სუფრის გაცნობას, დაგემოვნებას, ზოგადად, ქართული კულტურის პოპულარიზაციას.

ყურნალი „ფორბსი“ ქართულ ღვინოებს 9 საუკეთესო ალკოჰოლურ ნაწარმს შორის ასახელებს, რომელთა მსამცამერიკელებმა 2016 წელს აუცილებლად

დუნდადინყონ. ალისფარინგი, ნიუ-იორკელიმწერ-  
ალი და ღვინისავტორიტეტულიქსპერტი, ყურადღე  
ბასსაქართველოშინატურალურიღვინისწარმოებისუ  
ნიკალურნესზეამახვილებს და ამბობს, რომ „ამ წე  
სიტქართველები, ღვინოსუნყვეტად, ალბათ, 8 ათა-  
სინლისმანძილზეამზადებდნენ და დღესაცარის-  
საქართველოშიმცირე, მაგრამძალიანძლიერიჯგუფი,  
რომელიცმოდერნიზებისმიუხედავად, წარმოების-  
პროცესშიმანიპულირებასძალიანმცირედოზითუშ-  
ვებს და ტრადიციებისერთგულირჩება“.

ღვინისტურიზმისგანვითარებასაქართველოსრე-  
გიონებისთვისდასაქმების და სიღარიბისდაძლევის-  
საუკეთესომესაძლებლობაა. ამპოზიციასიზიარებსხ-  
ელისუფლება და როგორცტურიზმისდეპარტამენტი-  
აცხადებს, ღვინისტურიზმიმათთვისერთ-ერთპრიორ-  
იტეტადიქცა. აქვეუნდაღვინისწოთ, რომ ტურიზმის  
ამ სახეობისთვისხელშემწყობიფაქტორიაღვინისქს-  
პორტისზრდა და ქართულიღვინისპოპულარიზაცია.  
ღვინისეროვნულისააგენტოსმონაცემებით, 2016 წლ-  
ისპირველნახევარშისაქართველოდანმსოფლიოს 40  
ქვეყანაშიქსპორტირებულია 19,8 მლნბოთლი (0,75  
ლ) ღვინო, რაც 44%-ითაღმეტებგასულიწლისან-  
ალოგიურმონაცემებს. საანგარიშოპერიოდშიქს-  
პორტირებულია 46,6 მლნაშშდოლარისღირებულებ-  
ისღვინო, რაც 18%-ითმეტიაგასულიწლისამავებ-  
რიოდისმაჩვენებელზე. საანგარიშოპერიოდისთვისე-  
ქსპორტისმატებააღსანიშნავიაროგორცევროკავში-  
რისქვეყნების, ისეჩინეთისა და სხვატრადიციული-  
ბაზრებისმიმართულებით. 6 თვისმონაცემებით,  
ჩინეთმა მე-4 ადგილიდან მე-3 ადგილზეგადაინაც-  
ვლაისეთიტრადიციულიბაზრებისშემდეგ, როგორი-  
ცაარუსეთი და უკრაინა. ექსპორტიორიქვეყნები-  
სპირველიხუთეულისაგამოიყურება: რუსეთი - 10  
198 085 ბოთლი; უკრაინა - 2 286 977 ბოთლი; ჩინეთი  
- 1 884 665 ბოთლი; ყაზახეთი - 1 764 286 ბოთლი;  
პოლონეთი - 1 070 454 ბოთლი. ადგილწარმოშობის-  
დასახელებისღვინოებიდანყველაზედიდირაოდენო-  
ბითექსპორტირებულია „ქინძმარაული“ — 2 626 364  
ბოთლი, „მუკუზანი“ — 1 006 732 ბოთლი, „წინანდა-  
ლი“ — 830 149 ბოთლი, „ახაშენი“ — 426 899 ბოთლი,  
„ხვანჭკარა“ — 132 033 ბოთლი. შესაბამისად, ყვე-  
ლაესდასახელებულიბრენდიზოგადადქართულიღვინ-  
ისგაზრდილირეკლამაა, რაცხელსუნყოფსუცხოელებ-  
ისდაინტერესებსსაქართველოთი და იქღვინისტურ-  
იზმისგანვითარებით.

ტურიზმისწილისაქართველოსეკონომიკაში 7  
პროცენტზემეტია დაწლიდანწლამდეიზრდებასა-  
ტუმროებისა და რესტორნებისსაქონელებრუნვა.  
დარგისგანვითარებაშიმნიშვნელოვანიროლიშეუძლი-  
ათამაშოსღვინისტურიზმმა, რომლისპერსპექტივა-  
დიდიუნდაიყოსსაქართველოსღვინოებისსიმრავლის,  
რელიეფისთავისებურების, კერძებისა და ფოლკ-  
ლორულიმრავალფეროვნებისგამო.

რასარგებლისმოტანაშეუძლიაღვინისტურიზმს  
და რააფერხებსმისგანვითარებას? ფერმერიმაღზა-  
ჯაყელიორგანულმევენახეობა-მეღვინეობასმისდევს-  
გარეკახეთისსოფელხაშში, სადაცდაახლოებით 5,5

ჰექტარზესაფერავისვენახიექსგაშენებული. ხაშმის-  
საფერავი, რომელსაცხალხმა„დევისსისხლი“შეარქვა,  
საუკუთესოდითვლება. შესაბამისად, გასაკვირიარა-  
რის, რომ „ჯაყელებისღვინოების“ წლიურისაქონელ-  
ბრუნვა40 ათასლარსაღწევს, თუმცათავადმაღზა-  
ჯაყელიიმედოვნებს, რომ ღვინისტურიზმშიჩაბმით-  
შემოსავლისკიდევუფრომეტადგაზრდასშეძლებს.

საქართველოშიმოქმედიტუროპერატორებიდაინ-  
ტერესებულტურისტებსუკვესთავაზობენღვინის-  
ტურებსროგორცზვრებსა და მარნებში, ასევეკვები-  
სობიექტებში. დღესღვინისტურებიძირითადადიმ-  
რთებატრადიციულიმევენახეობისრეგიონებში,სადა  
ცტურისტებსსაშუალებაეძლევათ,ენვიონღვინისმსხ-  
ვილსა და მცირეკომპანიებს, გლეხურმეურნეობებს,  
მარნებს, ვენახებს და მონანილეობამიიღონრთველში,  
გაეცნონფოლკლორსა და ადგილობრივტრადიციებს.  
ასევემნიშვნელოვანიადეგუსტაციისასღვინოსთანმხ-  
ოლოდადგილობრივიკერძებისშეხამება, ისევე,როგო  
რცმნიშვნელოვანიატიპიურიარქიტექტურის, ჩაცმუ-  
ლობისა და ღვინისჭურჭლისშერჩევა, თუმცაისიცუნ-  
დაითქვას, რომ ყოველივესმნიშვნელოვანხარჯებთ-  
ანარისდაკავშირებული, რაცსოფლებშიგარკვეულ-  
წილადღვინისტურიზმისგანვითარებასაფერხებს.  
დიდსაწარმოებსაქეთფული და არაინტერესებთ-  
ტურიზმიდანშემოსავალი. მცირემწარმეებსა და  
გლეხურმეურნეობებსკიაქვთმცირემშემოსავალი და  
ვერახერხებენმარნებისკეთილმონყობას, შესაბამისა-  
დალჭურვას. დამატებითსაჭიროაინფრასტრუქტურა,  
მარნთანმისასვლელიგზა, კომფორტულისველი-  
წერტილები, რაცსერიოზულხარჯებსმოითხოვს.

ღვინის ტურიზმის განვითარება იმითაცაა მნიშ-  
ვნელოვანი, რომ მცირე მარნების გადარჩენისა და,  
შესაბამისად, ქართული ღვინოების მრავალფერ-  
ოვნების შენარჩუნების კარგ საშუალებას იძლევა.  
ამასთან, როგორც ტურისტული კომპანიები აცხ-  
ადებენ, ღვინის ტურებზე მოთხოვნა განუხრელად  
იზრდება. საქართველოში ჩამოსული ტურისტების  
100% თუ არა, 80% მაინც ითხოვს ღვინოების გას-  
ინჯვას.

თუმცა უსახსრობა არ არის ერთადერთი მიზეზი  
იმისა, რომ ღვინის ტურიზმი საქართველოში ისე  
სწრაფად ვერ ვითარდება, რისი შესაძლებლობებიც  
არსებობს. ეკოტურიზმის განვითარების ცენტრის  
განცხადებით, მნიშვნელოვანი პრობლემაა გიდების  
დაბალი კვალიფიკაცია: „თვალშისაცემია გიდების გა-  
ნათლებისა და სერტიფიცირების პრობლემა. ყველას  
შეუძლია იყოს გიდი, არანაირი დამადასტურებელი  
მონშობა მას არ სჭირდება. ზოგი გადამზადებულია,  
ზოგი - არა. ეს პრობლემა მძაფრად დგას ღვინის  
ტურიზმში, რომელიც ახლა იკიდებს ფეხს და ცოდ-  
ნა ამ მიმართულებით არის ძალიან დაბალი. არადა,  
სხვა გიდებთან შედარებით, ღვინის ტურიზმში მეტი  
ცოდნაა საჭირო. გიდი კარგად უნდა ფლობდეს სპე-  
ციალურ ტერმინოლოგიას... მართალია, ნაბიჯები  
იდგმება, მკვიდრდება გარკვეული სტანდარტები, მა-  
გრამ არაფერი გამოვა, თუ თავად არ იზრუნეს ღვინ-  
ის კომპანიებმა საკუთარ გიდებსა და მათ მომზადე-

ბაზე“.

ამ მხრივ წარმატებულია აჭარაში გიდების გადამზადება მაღალმთიანი აჭარის ტურისტული მარშრუტებისთვის. ნელს გიდების ცოდნის გაღრმავება ქედის ღვინის ტურისტული მარშრუტის მიმართულებით მოხდა. აჭარის ტურისტული პროდუქტების სააგენტომ რეგიონში მოქმედი 10 უცხო და ქართულენოვანი გიდი უცხოელ ტურისტებში პოპულარული მარშრუტის მიმართულებით გადაამზადა. თეორიული სწავლების გარდა ტრენინგების ფარგლებში გიდებისთვის ღვინის მარშრუტის მიმართულებით ინფოტურები მოეწყო. ისინი მარშრუტზე არსებულ ღვინის მარნებს, საოჯახო სახლებსა და ისტორიულ-კულტურულ ძეგლებს გაეცნენ. ადგილზე დააგეგმონ საოჯახო მარნებში დამზადებული ღვინო და ტრადიციული კერძები. რაც შეეხება თეორიულ ტრენინგებს, მათ აჭარაში ცნობილი მეღვინის, სომელიესა და ისტორიკოსისგან ღვინის ისტორიის, დეგუსტაციის წესებისა და ტექნოლოგიური მომზადების, ასევე, ექსკურსიამბლოლობისას პრობლემამტური საკითხების მოგვარების შესახებ მიიღეს ინფორმაცია. აჭარაში ქედის ღვინის მარშრუტი განსაკუთრებით საინტერესოა ტურისტებისთვის, რომლებსაც რეგიონში ტრადიციული კერძების დაგეგმვება და მხოლოდ აჭარისთვის დამახასიათებელი ღვინის სახეობების აღმოჩენა სურს. ქედის „ჩხავერი“ და „ცოლიკაური“ განსაკუთრებული არომატი გამოიჩინება და ტურისტებში პოპულარობით სარგებლობს.

მნიშვნელოვანია, რომ სექტემბრის დასაწყისში, პირველად საქართველოში, ღვინის ტურიზმის გლობალური კონფერენცია გაიმართა. გაეროს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის ღონისძიება 2016 წლის 7-9 სექტემბერს კახეთში ჩატარდა. გადამწყვეტილება ოფიციალურად ლონდონში გამართულ საერთაშორისო გამოფენაზე გახდა ცნობილი, სადაც მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის გენერალურმა მდივანმა ტალეზ რიფაიმ, პროექტის პრეზენტაცია გამართა. ტალეზ რიფაის განცხადებით, ღვინის ტურიზმი წარმოადგენს მზარდი სექტორს, მოთხოვნის დივერსიფიკაციის უდიდესი შესაძლებლობებით. საქართველოს შემთხვევაში ეს პოტენციალი კარგად ცნობილია და სასიხარულოა, რომ საქართველოში პირველად გაიმართა ღვინის ტურიზმის მსოფლიო კონფერენცია. ამ კონფერენციის შესახებ განცხადება ლონდონის ტურისტულ გამოფენაზე გაკეთდა, რადგან ეს არის ძალიან მნიშვნელოვანი ტურისტული გამოფენა. ეს კონფერენცია ძალიან მნიშვნელოვანია საქართველოსთვის, რომელიც დიდი ალბათობით ღვინის სამშობლოდ არის მიჩნეული. ეს არის ქვეყანა ათასწლოვანი ტრადიციებით, სადაც შესანიშნავი ღვინო მზადდება.

გაეროს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაცია მიიჩნევს, რომ სხვადასხვა კულტურის და ცხოვრების სტილის გასაცნობად სამზარეულო და ღვინო მთავარი კომპონენტებია, რომელიც მოგზაურებს სხვადასხვა ქვეყნის მონახულების სტიმულს აძლევს და

მოტივაციას უზრდის.

მეღვინეები დიდი ენთუზიაზმით ხვდებიან ღვინის ტურიზმის განვითარებას, თუმცა არის ნაწილი, რომლებსაც ეს საქმე სრულიად არ აინტერესებს. რა თქმა უნდა, ესეც ბუნებრივია, რადგან ყველა ვერ დაკავდება ამ იდეის სისრულეში მოყვანით... ამ დროისთვის, ღვინის ტურიზმის თვალსაზრისით, ძალიან კარგი მდგომარეობაა კახეთში. ასევე ქართლის რამდენიმე რაიონში თვალსაჩინოა მცირე და დიდი მარნების აქტიურობა. საქსტატის მონაცემებით, დაინტერესება წამოვიდა იმერეთის, სამეგრელო, გურიის და აჭარის მცირე მარნებიდანაც.

ჯერ კიდევ რამდენიმე წლის წინ, როდესაც ჩვენს ქვეყანაში უცხოელები - ღვინის სპეციალისტები თურითი დამსვენებლები - ჩამოდიოდნენ და როდესაც მათთვის ქართველ მასპინძლებს ღვინის გასინჯვა და მარნების ჩვენება უნდოდათ, მხოლოდ კახეთში დაჰყავდათ, რადგან საქართველოს სხვა კუთხეებში და პირველ ყოვლისა დასავლეთ საქართველოში, არ არსებობდა მარნები და ზოგადად, ისეთი ადგილები, სადაც სტუმრებს სათანადო მომსახურებას შესთავაზებდნენ. დღესდღეობით ამ კუთხით სიტუაცია საგრძნობლად გამოსწორებულია და ამას ღვინის სააგენტოშიც ადასტურებენ. უცხოელ სტუმრებს დღეს იმერეთში, გურიასა და მთიან აჭარაშიც გამოუჩნდათ მასპინძლები, რომლებიც ღვინოსაც გაასინჯებენ და სხვა სახის სათანადო მომსახურებასაც გაუწევენ.

ამ დროისთვის ღვინის ტურიზმს გარკვეული შემოსავალი მოაქვს, მაგრამ ჯერ ადრეა საშუალო და მსხვილ ბიზნესზე ლაპარაკი. ამიტომ ღვინის ტურიზმით ბევრი მარანი უნდა დაკავდეს, რაც შესაძლებელს გახდის, რომ ღვინის ტურიზმი მალე დიდ ინდუსტრიად იქცეს. ამ საქმეში პრობლემა ძალიან ბევრია, ყველაზე დიდი პრობლემა კი საზოგადოების სექსტიკური დამოკიდებულება და გაუწაფაობაა ღვინის ტურიზმის მიმართულებით. აქვე იმასაც ვიტყვი, რომ ეს ტენდენცია ნელ-ნელა იცვლება და ფერმერები რწმუნდებიან, რომ ღვინის ტურიზმი შესაძლოა მოგების მიღების სოლიდურ წყაროდ იქცეს. ამდენად, დღეისათვის ყველაზე დიდ დაბრკოლებასამინცბიზნესის ამ სექტორისადმი ბანკების სექსტიციზმი და უნდობლობა ქმნის. სოფლად ძალიან გართულებულია კრედიტის მიღება, მით უფრო, როცა საქმე სტარტაფს ეხება.

#### გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ეკონომიკის სამინისტროს მასალები,
2. საქსტატი — ტურიზმის მაჩვენებლები,
3. ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ანგარიში — 2015 წელი.