

ვაზის კულტურის გავრცელების გეოგრაფიული თავისებურებები და ღვინის ტურიზმი საქართველოში

მაია ხეჩიკაშვილი

*ა(ა) საქართველოს საპატრიარქოს წმინდა ანდრია პირველწოდებულის
სახელობის ქართული უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი
გეოგრაფიის აკადემიური დოქტორი
maiakhechikashvili@hotmail.com*

ინეზა ვაწაძე

*ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის მოწვეული ლექტორი
ტურიზმის დოქტორი
Ina.vatsadze@tsu.ge*

ა ნ ო ტ ა ც ი ა

ჩვენი ქვეყნის ბუნებრივ-ეკოლოგიური პირობები, ვაზისთვის გამოსადეგი ფართობების სიუხვე, მიღებული პროდუქციის ნაირსახეობა და მაღალი ხარისხი, აგრეთვე, ვაზის ჯიშების მრავალფეროვნება ფართო პერსპექტივას იძლევა მევენახეობის და ხარისხოვანი მეღვინეობის განვითარებისთვის, რაც არსებითი საფუძველია ღვინის ტურიზმის ინდუსტრიისთვის.

საყოველთაოდ აღიარებული შეხედულების მიხედვით, მსოფლიო ბაზარზე ქართული ღვინის ტურიზმის კონკურენტუნარიანობის უმნიშვნელოვანესი მაჩვენებლებია მევენახეობა-მეღვინეობის ხანგრძლივი, რვაათასწლიანი უწყვეტი ისტორია და „ღვინის ტურიზმის“ სტატუსი, რაც 7 ქვეყნის წამყვანმა სპეციალისტებმა 3-წლიანი კვლევის შემდეგ დაადასტურეს – 525 უნიკალური აბორიგენული ჯიშის და ქვეყრის ღვინის დაყენების ტრადიციული მეთოდი, რომელიც იუნესკოს მიერ 2013 წელს აღიარებული იქნა კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლად.

ღვინის ტურიზმი მჭიდროდ არის დაკავშირებული გასტრონომიულ ტურიზმთან, აგრო და ეკოტურიზმთან, რომლებიც ქვეყნის ეკონომიკისთვის პრიორიტეტულ და მნიშვნელოვან მიმართულებებს წარმოადგენენ. ღვინის ტურიზმს შეუძლია, გადამწყვეტი როლი შეასრულოს მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესებისა და სოფლის თვითმყოფადობის შენარჩუნებაში, ქვეყნის რეგიონულ განვითარებაში, საქართველოს უნიკალური ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვაში. ღვინის ტურიზმი კორონა ვირუსის პანდემიით შექმნილი ვითარების გამო დღეს არასახარბიელო მდგომარეობაშია. ინტერესმოკლებული არ უნდა იყოს პანდემიის პერიოდში ღვინის ტურიზმის მდგომარეობის შესახებ ინფორმაციული ბანკის გამდიდრება ქვეყნის ცალკეული რეგიონების მიხედვით. არსებულ ეტაპზე გამოსავალი ღვინის შიდა ტურიზმის განვითარებაშია. რასაკვირველია, შიდა ტურიზმი ვერ გახდება საერთაშორისო ტურიზმის საპირწონე, მაგრამ ადგილობრივ მცირე წარმოებებს (მარნებს) გარკვეულ შეღავათს მაინც მოუტანს.

საკვანძო სიტყვები: ვაზის კულტურა, მევენახეობა, ლანდშაფტი, ღვინის ტურიზმი, პანდემია, რაჭის რეგიონი.

VINE CULTURE SPREAD GEOGRAPHICAL FEATURES AND OF WINE TOURISM IN GEORGIA

Maia Khechikashvili

Associate Professor of the St. Andrew the First-Called Georgian University

Academic Doctor of Geography

maiakhechikashvili@hotmail.com

Ineza Vatsadze

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Invited Lecturer at the Faculty of Economics and Business,

Academic Doctor of Tourism

Ina.vatsadze@tsu.ge

Annotation

The natural-ecological conditions of our country, the abundance of areas suitable for vines, the variety of products obtained and high quality, as well as the diversity of vine varieties give a wide perspective for the development of viticulture and quality winemaking, which is the basis for the wine tourism industry.

According to the generally accepted view, the most important indicators of the competitiveness of Georgian wine tourism in the world market are the long, eight-thousand-year continuous history of viticulture and winemaking and the status of "wine tourism", which was confirmed by leading experts from 7 countries. The female variety and the traditional method of making pitcher wine, which was recognized by UNESCO in 2013 as a monument of intangible cultural heritage of mankind.

Wine tourism is closely related to gastronomic tourism, agro and eco tourism, which are priority and important directions for the country's economy. Representation Wine tourism can play a crucial role in improving the living standards of the population and maintaining rural identity, regional development of the country, protection of Georgia's unique natural heritage. Wine Tourism Corona Virus PaIt is in an unfavorable condition today due to the idioms created by Ndemi. Not to be outdone is the state of wine tourism during the pandemic types of information enrichment of Lee Bank by individual regions of the country. At the present stage the solution lies in the development of domestic wine tourism. Of course, domestic tourism can not be a counterweight to international tourism, but local small industries (Marnebs) will still bring some relief.

Keywords: Vine culture, Viticulture, Landscape, Wine tourism, Pandemic, Racha region.

შესავალი

საქართველოს გეოგრაფიული მდებარეობა განსაზღვრავს მისი ბუნებრივი პირობების მრავალფეროვნებას და საუკეთესო გარემოს ქმნის ორიგინალური, მაღალხარისხიანი მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარებისთვის. ჩვენი ქვეყნის ბუნებრივ-ეკოლოგიური პირობები, ვაზისთვის გამოსადეგი ფართობების სიუხვე, მიღებული პროდუქციის ნაირსახეობა და მაღალი ხარისხი, აგრეთვე, ვაზის ჯიშების მრავალფეროვნება ფართო პერსპექტივას იძლევა მევენახეობის და ხარისხიანი მეღვინეობის განვითარებისთვის.

საქართველოში ძალიან მაღალია აგრობიომრავალფეროვნების ხარისხი. უძველესი სამიწათმოქმედო კულტურის ქვეყანაში, კულტურული მცენარეების გამოსაყვანად, ოდითგან იყენებენ ველურ მცენარეთა მდიდარ გეოფონდს. საქართველოს ტყეებში დღემდე შემორჩენილია ვაზის არაერთი გაველურებული ჯიშის საქართველო ასევე განთქმულია კულტურული ვაზის აბორიგენული ჯიშების სიმრავლით.

ქართველი ხალხისთვის ვაზი და ღვინო სოციალურ-კულტურული ცხოვრების, რელიგიის, კეთილდღეობისა და სიწმინდის განუყოფელი ნაწილია, რომელსაც სჭირდება დაცვა და

მთელი მსოფლიოსთვის გაცნობა. საქართველო სწორედ ისეთ ქვეყანას წარმოადგენს, რომელიც სთავაზობს ვიზიტორებს: 8000-წლიან ღვინის ისტორიას, 500-ზე მეტ ენდემურ ვაზის ჯიშს, ქვევრის ღვინის დაყენების უძველეს ქართულ ტრადიციულ მეთოდს, უგემრიელეს ქართულ სამზარეულოს, კარგ კლიმატს და ბუნებრივ გარემოს, უძველეს ადათებს, კულტურასა და ტრადიციებს. ღვინის ტურიზმი წარმოადგენს ძირითად, შეიძლება ითქვას, ერთ-ერთ ახალ რესურსს მეღვინეობის დარგის აღორძინებისა და განვითარებისთვის.

ღვინის ტურიზმი სხვა სექტორებს შორის ყველაზე წარმატებით ვითარდებოდა ბოლო პერიოდამდე მთელ მსოფლიოში. იგი ტურისტული საქმიანობის სწრაფად მზარდ მიმართულებას წარმოადგენდა საქართველოშიც, რომლის პროდუქტს ჰყავდა მოტივირებული მომხმარებელი და მწარმოებელი.

ღვინის ტურიზმი, ისევე, როგორც ყოველგვარი სამეურნეო აქტივობა, ვითარდება შესაბამის გარემოში. ამ გარემოს შესწავლა აუცილებელია ქვეყანაში ღვინის ტურიზმის ფაქტიური მდგომარეობისა და განვითარების პერსპექტივების დასადგენად და, ამდენად, იგი აქტუალურ ეკონომიკურ ამოცანას წარმოადგენს. ღვინის ტურისტული ბიზნესის გარემო და, შესაბამისად, ბიზნესი, სისტემატურად განიცდის რაოდენობრივ და თვისობრივ ცვლილებებს. ეს ცვლილებები, რომელთა ცოდნა აუცილებელია ღვინის ტურიზმის მენეჯმენტისათვის, განსაკუთრებული რელიეფურობით გამოვლინდა დღეს – პანდემიის პირობებში, რაც განაპირობებს სტატიის ძირითადი მიზნის აქტუალობას. თემის აქტუალობა დასტურდება იმითაც, რომ საქართველოს მთავრობის მიერ შემუშავებული ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისულ გეგმაში ღვინის ტურიზმი მიჩნეულია „ახალი მოთხოვნადი“ ტურისტული პროდუქტების წარმოების განვითარების ერთ-ერთ სახედ (ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისული გეგმა, 2020).

სტატიის ძირითადი მიზანია ვაზის კულტურის გავრცელების გეოგრაფიული თავისებურებების გაანალიზება, რაც გახლავთ ქვეყანაში მევენახეობის განვითარების საწინდარი და ღვინის ტურიზმის განვითარების საფუძველი; აგრეთვე რაჭის რეგიონის მიხედვით, ინფორმაციის შეგროვება იმის შესახებ, თუ როგორ იმოქმედა ღვინის ტურიზმის ბიზნესზე პანდემიით შექმნილმა ვითარებამ, როგორ შეიძლება განვითარდეს ღვინის ტურიზმი პანდემიის პერიოდში და რა ღონისძიებებით შეიძლება ღვინის ტურისტული ბიზნესის შენარჩუნება პოსტპანდემიური პერიოდის დადგომამდე.

კვლევის მეთოდები

სტატიაზე მუშაობისას გაანალიზებულ იქნა სამეცნიერო და სტატისტიკური ლიტერატურა, შესაბამისი სამეურნეო თუ ადმინისტრაციული უწყების ხელთ არსებული მონაცემები.

იმის შესახებ, თუ როგორ იმოქმედა ღვინის ტურიზმის ბიზნესზე პანდემიით შექმნილმა ვითარებამ და როგორ შეიძლება განვითარდეს ღვინის ტურიზმი პანდემიის პერიოდში, ჩავატარეთ კვლევა რაჭის რეგიონში. გამოყენებული იყო რაოდენობრივი კვლევის გავრცელებული მეთოდი – მასობრივი გამოკითხვა, რაც ხორციელდებოდა ღვინის ტურისტული პროდუქტის მწარმოებელთა სატელეფონო ინტერვიუს საშუალებით. ეს მეთოდი ფართოდ არის გავრცელებული ღვინის ტურიზმის კვლევის სფეროში (Taylor R. 2006).

ძირითადი შედეგები

1. ვაზის კულტურის გავრცელების და მევენახეობის განვითარების გეოგრაფიული თავისებურებანი

ამერიკელმა პროფესორმა მაკ გოვერნმა ქართული ეროვნული საგანძურის გამოფენის კატალოგში ჩაწერა: „საქართველო ღვინის სამშობლოა, გვიანი ქვის ხანის, ნეოლითის მონაცემების მიხედვით, კაცობრიობის კულტურის

რულ და ეკონომიკურ ცხოვრებაში ღვინის კულტურა სწორედ საქართველოდან მკვიდრდება. შულავერში აღმოჩენილი უძველესი მოშინაურებელი ყურძნის წიპწები, რომლებიც ჩვ.წ-მდე 7000-6000 წლებით თარიღდება, ადასტურებს, რომ იმ დროისთვის მტკვრის ხეობაში, სამხრეთ და ცენტრალურ საქართველოში, უკვე არსებობდა კარგად განვითარებული მეღვინეობის კულტურა“. (Govern Mc., 2003).

ვაზი მსოფლიოში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან სასოფლო-სამეურნეო კულტურას წარმოადგენს. მას გააჩნია უძველესი ისტორიული კავშირი ადამიანის ცივილიზაციის განვითარებასთან. მევენახეობისა და მეღვინეობის განვითარებას უდიდესი მნიშვნელობა გააჩნდა ბრინჯაოს ხანიდან, როდესაც ღვინის ინტენსიურმა წარმოებამ საფუძველი ჩაუყარა ვაჭრობას (ჯავახიშვილი ივ., 1934).

კულტურული მევენახეობის საწყისი ენოლითურ და ბრინჯაოს ხანას მიეკუთვნება. ამიერკავკასიის, შუა და წინა აზიის მოსაზღვრე რაიონებში მევენახეობა ცნობილი იყო ძვ.წ. რამდენიმე ათეული წლის წინათ. საქართველო მევენახეობის ერთ-ერთი უძველესი კერაა. აქ ვაზის გაშენება-მოვლის პროცესი ცნობილი იყო ძვ.წ. 3200-3300 წლის წინ.

ივ. ჯავახიშვილი აღნიშნავდა, რომ „მევენახეობა ძველ საქართველოში უაღრესად განვითარებული იყო, რადგან ისეთი მაღალი ღირებულების ვაზ-ყურძნის ჯიშების შექმნა, როგორიცაა საფერავი, რქაწითელი და სხვ., ქართველ მევენახეს მხოლოდ ხანგრძლივი და შეგნებული მზრუნველობით აღსავსე მუშაობით შეეძლო“ (ჯავახიშვილი ივ., 1935).

საქართველოს გეოგრაფიულ სივრცეში საუკეთესო გარემოა ორიგინალური, მაღალხარისხოვანი მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარებისთვის, რომლის თავისებურებათა მიხედვით, ქვეყნის ტერიტორია ორ მაკროზონად (18 მიკროზონა) იყოფა: აღმოსავლეთ და დასავლეთ საქართველოდ. მევენახეობის თითოეული რაიონი გამოირჩევა თავისი დამახასიათებელი

ბელი ვაზის ჯიშებით, რომლებიც საუკეთესოდ არის შეგუებული ამ ტერიტორიების მიკროკლიმატს და მევენახეობის ტრადიციებს. კლიმატური და სხვა მახასიათებლებით გამოყოფილი მევენახეობა-მეღვინეობის ზონები საშუალებას იძლევა, წარმოებულ იქნეს მრავალი სახის, დანიშნულების და ხარისხის ღვინოები.

ნ. კეცხოველის მიხედვით, მევენახეობის განვითარების თვალსაზრისით, საქართველოს ტერიტორიაზე გამოიყოფა:

1) მევენახეობისა და მშრალი სუბტროპიკული მეხილეობის სარტყელი – მოიცავს კახეთს, შირაქ-ელდარის არიდულ სივრცეს და ქვემო ქართლს;

2) სუფრისა და შამპანური ღვინოების სარტყელი – მოიცავს ცენტრალური და ზემო ქართლის მხარეს დაახლოებით 1200 მ-ის სიმაღლემდე (ზემო ქართლში 1200 მ);

3) დასავლეთ საქართველოს სუბტროპიკულ კულტურათა სარტყელი – გამოიყოფა იმერეთის, აჭარა-გურიის, აფხაზეთ-სამეგრელოს მევენახეობის ქვესარტყელები;

4) საქართველოს შუამთის მევენახეობის სარტყელი – წარმოდგენილია რაჭის და ლეჩხუმის მთიანი მხარის რეგიონების ქვესარტყელებით.

საქართველოს ვაზის ჯიშობრივი შემადგენლობა საუკუნეთა განმავლობაში ყალიბდებოდა. საწარმოო ასორტიმენტის ჩონჩხს შეადგენს ჰავისა და ნიადაგურ პირობებთან კარგად შეგუებული ადგილობრივი ვაზის ჯიშები. საქართველოს რელიეფის განსაკუთრებულ სირთულეს, ნიადაგისა და ჰავის პირობების ხშირ ცვალებადობას შედარებით მცირე სივრცეზე, არ შეეძლო არსებითი გავლენა არ მოეხდინა ვაზის ჯიშობრივ შემადგენლობაზე (კეცხოველი ნ. ..., 1960).

ვაზის, ისევე, როგორც ნებისმიერი მცენარის დედამიწაზე გავრცელებას, განსაზღვრავენ ეკოლოგიური ფაქტორები – კლიმატი და ნიადაგსაფარი. მნიშვნელოვანი ფაქტორია კლიმატი, რომელიც ძირითადად განსაზღვრავს არამარტო ვაზის გეოგრაფიულ გავრცელებას, არა-

მედ მისი მოვლა-მოყვანის ხასიათს და მიღებული პროდუქციის რაოდენობასა და ხარისხს. ამავე დროს, აღსანიშნავია სინათლის, როგორც ეკოლოგიური ფაქტორის მნიშვნელობა ვაზის ფიტოკლიმატის ფორმირებასა და ვაზის პროდუქტიულობაზე.

საქართველოში სავენახე ნიადაგების დიდი მრავალფეროვნებაა, საერთოდ ვაზი თითქმის ყველანაირ ნიადაგზე ხარობს, მაგრამ საუკეთესო პროდუქტს, ანუ ღვინოს, ის მხოლოდ განსაკუთრებულ ნიადაგებზე და, რაც მთავარია, განსაკუთრებული პირობების შემთხვევაში იძლევა. ამ პირობებს წარმოადგენს სავენახე ნიადაგების საგანგებოდ შერჩევა და ვენახის ექსპოზიცია.

ვაზის ზრდა-განვითარებაზე, პროდუქტიულობასა და პროდუქციის ხარისხზე რელიეფის არაპირდაპირი გავლენა მეტად მნიშვნელოვანია. რელიეფი დიდ გავლენას ახდენს ვენახში სინათლის, სითბოსა და ნალექების განაწილებაზე. ვაკე რელიეფთან შედარებით, სხვადასხვა დახრილობის მქონე მთის ფერდობები ვაზის უკეთეს გათბობა-განათებისა და აერაციას განაპირობებს, რის გამოც დამაკმაყოფილებლად ვითარდება და ყურძენიც უკეთ მწიფდება, ამიტომ საერთო, მაკრორელიეფურ პირობებთან ერთად (მთა-ბარი) დიდი მნიშვნელობა აქვს ექსპოზიციას და ამასთან დაკავშირებულ მიკროკლიმატურ პირობებს (თურმანიძე თ., 2003).

ექსპოზიცია, მევენახეობის რაიონების გორაკბორცვიანი რელიეფის განსაკუთრებულ განათება-გათბობის პირობების მიხედვით, მიკროზონების კომპლექსებს ქმნის, რაც ვაზის ზრდა-განვითარებაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს. უმაღლესი ხარისხის ღვინის მომცემი ვენახები მთელ მსოფლიოში ძირითადად ფერდობებზეა განლაგებული. ამ მიზეზის გამო ხშირად ვაზს ფერდობის კულტურას უწოდებენ. მთის ფერდობები ვენახს იცავს ცივი ქარისგან, ამასთან ერთად, ფერდობზე გაშენებული ვენახები აერაციის უკეთეს პირობებში იმყოფებიან ჰაერის დღე-ღამური ცირკულაციის

მიზეზით (მთა-ხეობის ქარები). მაღალი ხარისხის ცნობილი ღვინოები ისტორიულად დგებოდა და დღესაც მიიღება კახეთში მდ. ალაზნისაკენ დახრილ ფერდობებზე, იმერეთში – მდინარეების რიონის, ყვირილას, ძირულას ხეობებში განლაგებულ ფერდობებზე. საუკეთესო ხარისხის ღვინოები იმერეთში მიიღება ზღ.დ.-დან 150-250 მ სიმაღლეზე, რაჭა-ლეჩხუმში – 400-500 მ-ზე, ქართლში (ატენის ხეობა, მუხრანის ველი) 600-700მ-ზე, ალაზნის ველზე – 500-600 მ-ზე და ა.შ.

საქართველო უძველესი და ტრადიციული აგრარული სახელმწიფოა. აღსანიშნავია, რომ ტერიტორიის აგროპოტენციალის მიხედვით, ზონირება მთლიანად ემთხვევა საქართველოს თანამედროვე აგროკლიმატური რესურსების გეოგრაფიას.

ამჟამად საქართველოში გამოიყოფა 5 ძირითადი აგროკლიმატური ზონა, რომლებიც ერთმანეთისგან აქტიურ ტემპერატურათა ჯამით (10° -ზე მაღალი ტემპერატურების წლიური კრებსადობა), ნალექების რაოდენობით, სიმშრალის ინდექსით, ყინვიან დღეთა რიცხვით, ექსტრემალურ ამინდთა ტიპებით და სხვა აგროკლიმატური მაჩვენებლებით განსხვავდებიან. ვაზის კულტურის გავრცელება და მევენახეობის განვითარება ემთხვევა:

1) აგროკლიმატურ ზონას, რომელიც მოიცავს საქართველოს შავი ზღვის სანაპირო ზოლს, კოლხეთის დაბლობს, ალაზნის ველს და ქვემო ქართლის ვაკის ნაწილს. იგი ხასიათდება ჰაერის საკმაოდ დიდი ტენიანობით (80-85% და მეტი), აქტიურ ტემპერატურათა ჯამის ($4200-4600^{\circ}$), სავეგეტაციო პერიოდში ატმოსფერული ნალექების (500-1500 მმ), ჰიდროთერმული კოეფიციენტის (1.5-4.0), უყინვო პერიოდის (წლის 60-80%) მაღალი მაჩვენებლებით;

2) აგროკლიმატურ ზონას, რომელიც მოიცავს დასავლეთ საქართველოს მთისწინეთებს და აღმოსავლეთ საქართველოს მთათაშორისი ბარის ძირითად ნაწილს. აქტიურ ტემპერატურათა ჯამი შეადგენს $3000-4000^{\circ}$. სავეგეტაციო

პერიოდში ატმოსფერული ნალექების რაოდენობა დასავლეთ საქართველოში 800-1200 მმ-ია, ხოლო აღმოსავლეთ საქართველოში 400-600 მმ. ჰიდროთერმული კოეფიციენტი მერყეობს 3.5-დან (დასავლეთ საქართველო) 1.0-მდე (აღმოსავლეთ საქართველო). უყინვო პერიოდის ხანგრძლივობა წლის მანძილზე საშუალოდ 70%-ია (ელიზბარაშვილი ნ., 2012).

საქართველოს ბუნებრივი პოტენციალის შეფასება, რაც სოფლის მეურნეობის განვითარების აუცილებელი წინაპირობაა, სასურველია, ლანდშაფტური მიდგომით განხორციელდეს. ლანდშაფტური მეთოდი იძლევა საშუალებას, გამოვლინდეს მაღალი და დაბალი პოტენციალის მქონე ლანდშაფტები.

ლანდშაფტი ის ბუნებრივი წარმონაქმნია, რომელსაც ახასიათებს ერთგვაროვანი გეოლოგიური აგებულება, რელიეფი, ჰავა, ნიადაგურ-მცენარეული საფარი და განვითარების თავისებურებანი. ლანდშაფტი ზემოთ აღნიშნული კომპონენტების მჭიდრო ურთიერთკავშირის მეშვეობით ფუნქციონირებს.

საქართველოს ტერიტორიაზე წარმოდგენილია 71 ტიპის ლანდშაფტი, მათგან ოთხზე ვრცელდება ყურძნის სხვადასხვა სახეობა, რაც ლანდშაფტის თითქმის 2/3-ია. დაბლობში ყურძენი თითქმის ყველა სახის ლანდშაფტურ ერთეულზე გვხვდება. რაც შეეხება მთის ლანდშაფტებს, ყურძნის გავრცელება ემთხვევა არეალს – დაბალი მთის ზონიდან საშუალო სიმაღლის მთის ტყის ლანდშაფტების ქვედა ზონის ჩათვლით. ყურძნის მოყვანა-განვითარებისთვის ბუნებრივი პირობების შესაბამისად, საქართველოს ტერიტორიაზე გამოიყოფა 5 ლანდშაფტის კატეგორია: ძალიან მაღალი, მაღალი, ზომიერი, დაბალი და ძალიან დაბალი პოტენციალის მქონე ლანდშაფტები. ძალიან მაღალი პოტენციალის მქონე ლანდშაფტი აერთიანებს 9 სახის ლანდშაფტურ ერთეულს და მოიცავს 6,657 კმ² ფართობს (საქართველოს მთლიანი ტერიტორიის 94%). ეს ლანდშაფტური ერთეულები ძირითადად ემთხვევა, რო-

გორც დასავლეთ, ასევე აღმოსავლეთ საქართველოს მევენახეობა-მელვინეობის განვითარებისთვის ყველაზე მნიშვნელოვან რეგიონებს. იგი მოიცავს ძირითადად ვაკე-მთისწინეთების, მთისწინეთების და ქვემო რაჭის (რაჭის ქვაბული) ლანდშაფტებს. აქ მთავარია ის ფაქტი, რომ საზღვრები ემთხვევა არა ადმინისტრაციული საზღვრების, არამედ ლანდშაფტის საზღვრებს. მაღალი პოტენციალის მქონე ლანდშაფტები, ასევე აერთიანებს 9 სახის ლანდშაფტს – აღმოსავლეთ და დასავლეთ საქართველოს ვაკისა და მთისწინეთის, დასავლეთ საქართველოს ქვედა მთის კარსტულ და სამხრეთ საქართველოს მთათაშორისი ქვაბულების ლანდშაფტს, წარმოდგენილია 6,84 კმ²-ის ფართობზე (საქართველოს ტერიტორიის 9,8%). ზომიერი პოტენციალის მქონე ლანდშაფტები აერთიანებს 12 სახის ლანდშაფტურ ერთეულს – დაბლობის, მთისწინეთის და ასევე ქვედა მთის ლანდშაფტების უმეტესობას, ფართობით 10,28 კმ² (საქართველოს ტერიტორიის 14,8%). დაბალი და ძალიან დაბალი პოტენციალის მქონე საქართველოს ლანდშაფტების უმრავლესობა, რომელთაგან პირველი 4 (ფართობი 2,5 კმ² – საქართველოს ტერიტორიის 3,6%), ხოლო მეორე 37 (ფართობი 43,51 კმ² – საქართველოს ტერიტორიის 62,4%) სახის ლანდშაფტურ ერთეულს მოიცავს (Nikolaishvili D., Sartania D., 2015).

ჩვენი ქვეყნის ბუნებრივ-ეკოლოგიური პირობები, ვაზისთვის გამოსადეგი ფართობების სიუხვე, მიღებული პროდუქციის ნაირსახეობა და მაღალი ხარისხი, აგრეთვე, ვაზის ჯიშების მრავალფეროვნება ფართო პერსპექტივას იძლევა მევენახეობის და ხარისხოვანი მელვინეობის განვითარებისთვის.

მსოფლიო ვენახების ფართობის 0,8% საქართველოზე მოდის. 2004 წლის აღწერის მონაცემებით, ვენახის საერთო ფართობმა საქართველოში 48,0 ათასი ჰა შეადგინა. 1960 წელს ეს მაჩვენებელი 77,9 ათასი ჰა იყო, 1970 წელს – 66,8 ათასი ჰა, ხოლო 1984 წელს – 87,9 ათასი ჰა. ოფიციალური წყაროებით, აღნიშნული მონა-

ცემების განახლება არ მომხდარა, თუმცა, საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მიერ მოწოდებული საორიენტაციო მონაცემების თანახმად, იმერეთის რეგიონში ვენახების ფართობებია დაახლოებით 20 000 ჰა, კახეთში – 33 582 ჰა, ხოლო რაჭის რეგიონში კი – 570 ჰა, დანარჩენ რეგიონებში – 1848 ჰა. საქართველოში კი ვენახების ფართობის საორიენტაციო მაჩვენებელმა 2014 წელს 56 ათას ჰა-ს მიაღწია (ხარაიშვილი ე., 2017).

საქართველოში ვენახების ფართობის უმეტესი ნაწილი ქვეყნის აღმოსავლეთზე მოდის, კერძოდ, კახეთში ვენახების მთლიანი რაოდენობის 68%-ია, დასავლეთში წამყვანია იმერეთი, სადაც შესაბამისი მაჩვენებელი 18%-ია, 9% მოდის ქართლზე, დანარჩენი 5% კი სხვა რეგიონებზე (საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური <http://gostat.ge/>). აღსანიშნავია, რომ აჭარის რეგიონში ვაზი გავრცელებულია იგივე სიმაღლით დიაპაზონში, როგორც თითქმის საქართველოს ყველა მხარეში და ის მოიცავს 14 ლანდშაფტურ ერთეულს. ამ მხრივ გამორჩეულია აგრეთვე ქართლის რეგიონი, სადაც ვაზი გავრცელებულია 13 ლანდშაფტურ ერთეულზე. ყურძნის მოსაყვანად ნაკლები სიმაღლის დიაპაზონია დამახასიათებელი რაჭა-ლეჩხუმისთვის (3 ლანდშაფტური ერთეული), მიუხედავად იმისა, რომ ამ რეგიონს ყურძნის სახეობების მიხედვით პირველი ადგილი უკავია საქართველოში (Nikolaishvili D., Sartania D., ...2015).

2. ღვინის ტურიზმის მნიშვნელობა ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისათვის

ქართველი ხალხისთვის ვაზი და ღვინო სოციალურ-კულტურული ცხოვრების, რელიგიის, კეთილდღეობისა და სიწმინდის განუყოფელი ნაწილია, რომელსაც სჭირდება დაცვა და მთელი მსოფლიოსთვის გაცნობა. საქართველო სწორედ ისეთ ქვეყანას წარმოადგენს, რომელიც სთავაზობს ვიზიტორებს: 8000-წლიან ღვინის ისტორიას, 500-ზე მეტ ენდემურ ვაზის ჯიშს,

ქვეყრის ღვინის დაყენების უძველეს ქართულ ტრადიციულ მეთოდს, უგემრიელეს ქართულ სამზარეულოს, კარგ კლიმატს და ბუნებრივ გარემოს, უძველეს ადათებს, კულტურასა და ტრადიციებს. ღვინის ტურიზმი მჭიდროდ არის დაკავშირებული გასტრონომიულ ტურიზმთან, აგრო და ეკოტურიზმთან, რომლებიც ქვეყნის ეკონომიკისთვის პრიორიტეტულ და მნიშვნელოვან მიმართულებებს წარმოადგენენ.

ქვეყნის მასშტაბით, სოფლად ტურიზმის განვითარება, როგორც დამატებითი შემოსავლების წყარო, აღმოფხვრის სოციალურ-ეკონომიკურ პრობლემებს. ცხადია, უმჯობესია საქმიანობის ისეთი სფეროს მოძებნა, რომელიც მოსახლეობისთვის ტრადიციულია და ამასთან, ხასიათდება შედარებით ნაკლები დანახარჯებით და მოგების მაღალი მარჟით. ასეთი დარგი საქართველოსთვის მევენახეობა-მეღვინეობა და, შესაბამისად, ღვინის ტურიზმი, მით უმეტეს, რომ ამ ტურისტულ პროდუქტზე მოთხოვნა ზრდადია. ღვინის ტურიზმს შეუძლია გადამწყვეტი როლი შეასრულოს მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესებისა და სოფლის თვითმყოფადობის შენარჩუნებაში, ქვეყნის რეგიონალურ განვითარებაში, საქართველოს უნიკალური ბუნებრივი მემკვიდრეობის დაცვაში (ხარაიშვილი ე., 2017).

ღვინის ტურიზმი, დღეისათვის ყველაზე გავრცელებული განმარტების მიხედვით, არის ვიზიტორთა მიერ ვენახებისა და ღვინისადმი მიძღვნილ სანახაობებზე დასწრება, რომლის სამოტივაციო ფაქტორია ღვინის დეგუსტაცია და/ან რეგიონის მევენახეობა-მეღვინეობის თავისებურებების გაცნობა (Hall C.M. Macionis N. 1998). ღვინის ტურიზმს ხშირად განიხილავენ როგორც ეკონომიკის ძრავას, რომელსაც აქვს იმის პოტენციალი, რომ სარგებლობა მოუტანოს რეგიონალურ და ადგილობრივ დაინტერესებულ მხარეებს. იგი მეღვინეებს უქმნის ბაზრის გაფართოების შესაძლებლობას და, შესაბამისად, შემოსავლების გაზრდის, ხოლო სახელ-

მწიფო ბიუჯეტს – გადასახადებით მიღებული შემოსავლებით შევსების შესაძლებლობას (Williams P.W. Graham K. 2006).

ღვინის ტურიზმი სხვა სექტორებს შორის ყველაზე წარმატებით ვითარდებოდა ბოლო პერიოდამდე მთელ მსოფლიოში. იგი ტურისტული საქმიანობის სწრაფად მზარდ მიმართულებას წარმოადგენდა საქართველოშიც, რომლის პროდუქტს ჰყავდა მოტივირებული მომხმარებელი და მწარმოებელი. მიუხედავად იმისა, რომ იგი ეკონომიკური აქტივობის ახალ დარგს წარმოადგენდა და წარმატებით იდგამდა ფეხს, განვითარების ინდუსტრიული დონისათვის არ მიუღწევია. ღვინის ტურიზმი ვითარდებოდა საქმიანობის ახალი დარგისათვის დამახასიათებელი სიმწიფეების გარემოში, მაგრამ ითვლებოდა ქართული ტურიზმის ერთ-ერთ ყველაზე პერსპექტიულ მიმართულებად. ქართული ტურიზმი კი ბოლო წლებში ქვეყნის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან სექტორად ჩამოყალიბდა, რომელიც მშპ-ის 11,5%-ს აწარმოებდა. 2019 წელს საქართველოს ტურიზმის სფეროში დასაქმებული იყო 150 ათასი ადამიანი. 2020 წლის იანვარ-თებერვალში საერთაშორისო მოგზაურთა რიცხვი 10%-ით, ხოლო აქედან მიღებული შემოსავალი 6%-ით გაიზარდა (ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისული გეგმა, 2020), მაგრამ კორონავირუსით გამოწვეულმა პანდემიამ, ფაქტობრივად, ერთ დღეში შეცვალა ქვეყნის ყოველდღიური ცხოვრება. პანდემიის დაწყების დღიდან აშკარად გამოჩნდა, რომ დარტყმის პირველ ხაზზე იყო ტურისტული ბიზნესი (გახარია გ. 2020). მართლაც, საქართველოს ტურიზმის ადმინისტრაციის მონაცემებით, 2020 წლის თებერვალში საერთაშორისო ტურისტთა რაოდენობა წინა წლის ამავე პერიოდთან შედარებით უკვე 0,7%-ით შემცირდა. იმავე მარტის თვიდან 62,3 %-ით, ხოლო აპრილში 95,5%-ით შემცირდა საერთაშორისო მოგზაურთა ვიზიტები. COVID-19-ით გამოწვეული საფრთხეები, სახელმწიფო საზღვრების ჩაკეტვა, მოგზაურობის შეზღუდვა

და „შინ დარჩენის“ აუცილებლობა ყველაზე ნეგატიურ გავლენას ტურიზმზე მოახდენს (EPRC 2020).

იმის გამო, რომ კორონავირუსის წინააღმდეგ ბრძოლის ძირითად საშუალებას წარმოადგენს ადამიანთა მობილობის შემცირება, უნდა დავასკვნათ, რომ პანდემია განსაკუთრებით მძიმე გავლენას მოახდენს ღვინის ტურიზმზე. საქმე ის არის, რომ ტურისტული აქტივობის პროცესისათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს სტუმარ-მასპინძლის პირად ურთიერთობას. დადგენილია, რომ ღვინის საწარმოს პერსონალთან პირადი ურთიერთობა წარმოადგენს ღვინის ტურისტული პროდუქტის უმნიშვნელოვანეს კომპონენტს, რომელიც გადამწყვეტ როლს ასრულებს ღვინის ტურით მიღებული საერთო შთაბეჭდილების ჩამოყალიბებაში (Roberts L. Sparkc B. 2006). ღვინის ტურისტული ბიზნესის გარემო და, შესაბამისად, ბიზნესი, სისტემატურად განიცდის რაოდენობრივ და თვისობრივ ცვლილებებს. ეს ცვლილებები, რომელთა ცოდნა აუცილებელია ღვინის ტურიზმის მენეჯმენტისათვის, განსაკუთრებული რელიეფურობით გამოვლინდა დღეს – პანდემიის პირობებში. საქართველოს მთავრობის მიერ შემუშავებული ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისულ გეგმაში ღვინის ტურიზმი მიჩნეულია „ახალი მოთხოვნადი“ ტურისტული პროდუქტების წარმოების განვითარების ერთ-ერთ სახედ (ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისული გეგმა, 2020).

ტურიზმის განვითარების სტრატეგია, საერთაშორისო გამოცდილების მიხედვით, ღვინის ტურიზმს მიიჩნევს ტურიზმის რეგიონალური განვითარების უმნიშვნელოვანეს მიმართულებად (Taylor R. 2006).

გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის გენერალური მდივნის ზურაბ პოლოლიკაშვილის შეფასებით, იმედის მომცემია ევროკავშირის მიერ 2020 წლის მაისში შემუშავებული ტურიზმის განახლების ღონისძიებათა გეგმა. მოგზაურობის შეზღუდვების გაუქმება ჯერ ქვეყნის შიგნით, შემდეგ კი საერთაშორისო

ფარგლებში, რასაც ეს გეგმა ითვალისწინებს, შესაძლებელს გახდის მრავალი სოციალური თუ ეკონომიკური სარგებლის მიღებას არა მხოლოდ ევროპაში, არამედ აგრეთვე მთელ მსოფლიოში. ყველა რგოლში, მგზავრობის, ღამისთევის, კვების და დასვენების სფეროებში უფრო უსაფრთხო და სანდო გახდება ტურისტული მომსახურება. ნდობა კი ჩვენი დღევანდელი ცხოვრების „ახალი ნორმების“ ახალი ვალუტაა. თუ ადამიანები ენდობიან თავიანთ მთავრობებს და ტურისტულ სექტორს უსაფრთხოების უზრუნველყოფაში, ისინი ხვალვე დაიწყებენ მოგზაურობას (UNWTO 2020). ტურიზმის გლობალური კრიზისის კომიტეტის განცხადების მიხედვით (2020 წლის დეკემბერი), მოგზაურები არ უნდა განვიხილოთ, როგორც მაღალი რისკის მატარებელი ჯგუფები (*Global Tourism Crisis Committee 2020*).

3. ღვინის ტურიზმის მდგომარეობის კვლევა რაჭის რეგიონში

ღვინის ტურიზმი, კორონა ვირუსის პანდემიით შექმნილი ვითარების გამო დღეს არასახარბიელო მდგომარეობაშია. ამ შეფასების და მდგომარეობის გაუმჯობესების შესახებ სპეციალისტთა მოსაზრებები არაერთგვაროვანია. ხშირად გაუმჯობესების ღონისძიებები მხოლოდ სასურველობის ხასიათს ატარებენ. აქედან გამომდინარე, ინტერესმოკლებული არ უნდა იყოს პანდემიის პერიოდში ღვინის ტურიზმის მდგომარეობის შესახებ ინფორმაციული ბანკის გამდიდრება ქვეყნის ცალკეული რეგიონების მიხედვით. როგორ იმოქმედო ღვინის ტურიზმის ბიზნესზე პანდემიით შექმნილმა ვითარებამ, როგორ შეიძლება განვითარდეს ღვინის ტურიზმი პანდემიის პერიოდში და რა ღონისძიებებით შეიძლება ღვინის ტურისტული ბიზნესის შენარჩუნება პოსტპანდემიური პერიოდის დადგომამდე? ამ კითხვებზე პასუხის გასაცემად ჩავატარეთ კვლევა რაჭის რეგიონში.

2019 წლის იანვარ-თებერვალში ჩვენ მიერ ჩატარებული რაჭის ტურისტული პროდუქტ-

ბისადმი ვიზიტორთა პრეფერენციული დამოკიდებულების გარკვევისათვის ჩატარებულმა გამოკითხვებმა აჩვენა ტურისტთა საკმაოდ დიდი ნაწილის (23,6%) დაინტერესება ღვინის დეგუსტაციით, რაც ღვინის ტურიზმის მდგომარეობის სპეციალური გამოკვლევის სტიმული გახდა (ვაწამე ი., 2020).

ამბროლაურის ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრის მონაცემებით გაირკვა, რომ ამ პერიოდისათვის რაჭაში ფუნქციონირებდა 17 ღვინის საწარმო, რომლებიც ღვინის ტურისტულ ბიზნესს ეწეოდნენ. გამოკითხული იყო 17-ვე მარნის მფლობელი.

გამოკითხულთა უმეტესობა აცხადებს, რომ მათ ბიზნესზე ძალიან ცუდად იმოქმედა პანდემიამ – მინიმუმამდე შეუმცირდათ შემოსავალი. რესპონდენტთა უმეტესობა (88,2%) თვლის, რომ შექმნილი სიტუაციის ძირითადი მიზეზია სახელმწიფო საზღვრების ჩაკეტვა, ხოლო 11,8%-ის მიხედვით, მთავარი ხელშემშლელი ფაქტორია მთავრობის მიერ შემოღებული ეპიდრეგულაციები. პანდემიამდე ღვინის მარნებს ძირითადად სტუმრობენ უცხოელი ტურისტები. ღვინის ტურები უფრო მეტად მიმზიდველი იყო საშუალო ასაკისა და უფროსი ასაკის ვიზიტორებისათვის. ტურისტებს ხიზლავდათ ყურძნის დაკრევის, დაწურვის და ღვინის წარმოების სხვადასხვა ეტაპში მონაწილეობის მიღება. ტურის საშუალო ღირებულება კაცზე მერყეობდა 50-150 ლარამდე, ხოლო 2020 წელს უკვე ტურისტების ძირითადი ნაწილი საქართველოს მოქალაქეები იყვნენ და ერთი ტურისტი ხარჯავდა საშუალოდ 50 ლარამდე. გაირკვა, რომ ღვინის დეგუსტაციის გარდა, ყველა საწარმოს შეუძლია ტურისტული მომსახურების ისეთი ფორმების შეთავაზება, როგორიცაა მარნის დათვალიერება და რთველში მონაწილეობა. გარდა ამისა, სხვადასხვა მარნები ეწევიან სხვა სახის მომსახურებასაც: ტურისტთა დაბინავებას – 6 მარანი (35,3%), კვებით მომსახურებას – 8 მარანი (47%).

არაერთგვაროვანია ასევე რესპონდენტთა შეხედულებები ანტიკრიზისული გეგმის ეფექტიანობის შესახებ: ნაწილი მიიჩნევს, რომ ანტიკრიზისული გეგმა ეფექტიანი იქნება მხოლოდ დიდი ფირმებისათვის, ხოლო ნაწილი თვლის, რომ ამ გეგმით ვერ მოხერხდება ღვინის ტურიზმის შენარჩუნება 2020 წლის დონემდე.

კითხვებზე, თუ როგორია ბიზნესმენთა მოლოდინი და აქვთ თუ არა არსებულ სიტუაციასთან ბიზნესის ადაპტირების რაიმე გეგმა, პასუხები ასეთი იყო: 11 ბიზნესმენი აცხადებს, რომ ცდილობენ, შეინარჩუნონ ბიზნესი ღვინის გაყიდვების დივერსიფიცირებით, ხოლო 6 ბიზნესმენს არავითარი გეგმა არ გააჩნია.

რესპონდენტები აღნიშნავენ, რომ შემცირდა ტურის დროს სტუმართა მიერ ღვინის შეძენის მოცულობა, ასევე ყველა მათგანს მიაჩნია, რომ მეღვინეობისა და ტურიზმის მჭიდრო კავშირის გარეშე ღვინის წარმოება არსებითად შემცირდება.

რესპონდენტთა უმეტესობის (87,5%) აზრით, პანდემიის პერიოდში ღვინის ტურიზმისათვის მხარდაჭერა უნდა გააქტიურდეს ღვინის გაყიდვების ორგანიზების ხელშეწყობით. ამასთან უმეტესობა (68,7%) თვლის, რომ ღვინის გაყიდვების ორგანიზაციისათვის სახელმწიფო მხარდაჭერა ნიშნავს ღვინის პოპულარიზაციის ხელშეწყობას. 23,5% მიიჩნევს, რომ მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა იქნება მაღაზიებში ადგილების გამოყოფა.

რესპონდენტთა უმეტესობა (81,3%) ფიქრობს, რომ პანდემიის დროს შეზღუდული ფინანსური შესაძლებლობების პირობებში, უმჯობესი იქნებოდა ხელთ არსებული ფინანსების მოხმარება ტურისტთა მიღებისა და მომსახურებისათვის საჭირო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებისათვის. 17,3% ფიქრობს, რომ ფულად სახსრებს გამოიყენებდა ღვინის წარმოების ტექნოლოგიური მოწყობილობების შესაქმნელად.

საინტერესოა ბიზნესმენთა დამოკიდებულება შიდა ტურიზმისადმი. ყველა მათგანი

ფიქრობს, რომ ღვინის ტურიზმის გადარჩენა შეიძლება შიდა ტურიზმის გააქტიურებით.

დასკვნა

საქართველოს გეოგრაფიული გარემოს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მევენახეობის განვითარებისთვის. ვაზის უნიკალური ჯიშების ჩამოყალიბების პროცესი უკავშირდება სწორედ იმ გეოგრაფიულ პირობებს, როგორცაა: რელიეფის სირთულე, ჰავის, ნიადაგური პირობების სხვადასხვაობა და გარემოში მიმდინარე პროცესები. ქვეყნის ტერიტორიაზე წარმოდგენილ შვიდი ათეული ტიპის ლანდშაფტიდან ოთხზე ვრცელდება ყურძნის სხვადასხვა სახეობა, რაც ლანდშაფტის თითქმის 2/3. ქვეყნის ბუნებრივ-ეკოლოგიური პირობები, ვაზისთვის გამოსადეგი ფართობების სიუხვე, მიღებული პროდუქციის ნაირსახეობა და მაღალი ხარისხი, აგრეთვე, ვაზის ჯიშების მრავალფეროვნება ფართო პერსპექტივას იძლევა მევენახეობის და ხარისხოვანი მეღვინეობის განვითარებისთვის, რაც საფუძველია ღვინის ტურიზმის ინდუსტრიისთვის. გამოვლინდა, რომ COVID-19-ით წარმოქმნილმა ვითარებამ, ისე, როგორც მთელ ეკონომიკაზე, ღვინის ტურიზმის განვითარებაზეც მძიმე გავლენა მოახდინა.

გამოკითხვით დადგინდა, რომ ღვინის ტურიზმი, კორონა ვირუსის პანდემიით შექმნილი ვითარების გამო დღეს არასახარბიელო მდგომარეობაშია. გამოკითხულ რესპონდენტთა უმეტესობა აცხადებს, რომ მათ ბიზნესზე ძალიან ცუდად იმოქმედა პანდემიამ – მინიმუმამდე შეუმცირდათ შემოსავალი და ამის მიზეზად სახელმწიფო საზღვრების ჩაკეტვას მიიჩნევს, თუმცა ყველა მათგანი ფიქრობს, რომ ღვინის ტურიზმის გადარჩენა შესაძლებელია შიდა ტურიზმის გააქტიურებით.

ზემოთ აღვნიშნეთ კრიზისიდან თავის დაღწევის შესახებ სპეციალისტთა ოპტიმისტური ხედვები. ასეთივე ტენდენცია შეიმჩნევა ჩვენი გამოკითხვითაც. გამოკითხული რესპონდენ-

ტები ამ პერიოდს აქტიურად იყენებენ მარნის ინფრასტრუქტურის გასაუმჯობესებლად, სხვადასხვა არხების საშუალებით ცდილობენ ღვინის გაყიდვების დივერსიფიცირებას.

- ჩვენი აზრით, გამოსავალი უნდა ვეძებოთ ღვინის შიდა ტურიზმის განვითარებაში.
- პანდემიის პერიოდში შიდა ტურიზმის გააქტიურებით შეიძლება მოხერხდეს როგორც მთლიანად ტურისტული სექტორის, ასევე, კონკრეტულად ღვინის ტურისტული ბიზნესის გადარჩენა.
- მეღვინეებმა მთელი ძალისხმევა ადგილობრივი მომხმარებლის ინტერესის და ცნობიერების გასაზრდელად უნდა მიმართონ. ეს უზრუნველყოფს უფრო ზუსტ სამომავლო გათვლებს. რასაკვირველია, შიდა ტურიზმი ვერ გახდება საერთაშორისო ტურიზმის საპირწონე, მაგრამ ადგილობრივ მცირე მარნებს გარკვეულ შეღავათს მაინც მოუტანს.

- მცირე მარნების მფლობელთათვის უნდა დაიწყოს საგანმანათლებლო პროექტები, უნდა მოხდეს საოჯახო მარნების თანამშრომლების გადამზადება, რათა მიეცეთ ზუსტი რეკომენდაციები კოვიდრეგულაციებთან დაკავშირებით;
- საოჯახო მარნებს, საჭიროების შემთხვევაში, უნდა მიეცეთ დაბალპროცენტაჟი სესხების აღების შესაძლებლობა; მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მხარდაჭერა ტურიზმის, მათ შორის, ღვინის ტურიზმის პოპულარიზაციისა და განვითარებისათვის;
- მცირე მარნების ცნობადობის გაზრდის მიზნით, ეფექტური იქნება შეიქმნას ერთიანი ელექტრონული პლატფორმა, სადაც განთავსდება როგორც ინფორმაცია, ასევე ვიდეომოხილველი მარნების შესახებ. ეს იქნება კარგი რეკლამა და საშუალებას მისცემს მარნებს, მიიზიდონ მომხმარებლები და სხვადასხვა ქვეყნის იმპორტიორი კომპანიები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ელიზბარაშვილი ნ., საქართველოს აგროპოტენციალი და ბუნებრივი რისკები, შრომათა კრებული: სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების პრიორიტეტები, თსუ-ს გამომცემლობა, გვ. 175-179, თბ., 2012.
2. ვაწაძე ი., სადისერტაციო ნაშრომი „სოფლის ტურიზმის რესურსული პოტენციალის გამოყენების პრიორიტეტული მიმართულებები რაჭაში“, თბ., 2020.
3. თურმანიძე თ., ვაზის ეკოლოგია, „ბაკურ სულაკაურის“ გამომცემლობა, გვ. 494, თბ., 2003.
4. კეცხოველი ნ., რამიშვილი მ., ტაბიძე დ., საქართველოს ამპელოგრაფია, საქართველოს სსრ მეცნიერებათა აკადემიის გამომცემლობა, გვ. 438, თბ., 1960.
5. ჯავახიშვილი ივ., საქართველოს ეკონომიკური ისტორია, II, თბ., 1934.
6. ჯავახიშვილი ივ., მასალები საქართველოს ეკონომიკური ისტორიისთვის, ნაწ. II, გვ. 312, თბ., 1935.
7. ხარაიშვილი ე., ღვინის ბაზარი და მევენახეობა-მეღვინეობის დივერსიფიკაციის კონკურენტული მოდელები საქართველოში, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2017, გვ. 203.
8. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური <http://gostat.ge/>
9. Mc. Govern, P. E. Ancient Wine. Princeton University Press, Princeton. 2003
10. ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი EPRC (2020), ეკონომიკური შედეგები მსოფლიოსა და საქართველოში <https://eprc.ge/uploads/brosh/COVID>
11. ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისული გეგმა (2020) http://gov.ge/files/288_76050_775262_final_Tourismpresentation.pdf
12. საქართველოს ადმინისტრაციის პრესამსახური (2020), გახარია გ., ანტიკრიზისული ეკონომიკური გეგმის წარდგენა. <https://civil.ge/ka/archives/>

13. D. Nikolaishvili, D. Sartania, L. Matchavariani – Complex evaluation Of Different Factors On Growth Of Grape In Georgia. Internatinal Conferense “Applied Ekology: Problems, Innovations“. Proceedings Icae - 2015. pp. 292-296. <http://icae-2015.tsu.ge/>
14. Hall C.M. Macionis N., Wine tourism in Australia and New Zealand, 1998, pp. 267–298.
15. Roberts L. Sparkc B. Enhancing the Wine Tourism Experience: the Customers’ Viewpoint Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing Edited by Jack Carlsen and Stephen Charters. 2006. pp.47-55
16. Williams P.W. Graham K. Mathias L. Land Use Policy and Wine Tourism Development in North America’s Pacific Northwest Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing Edited by Jack Carlsen and Stephen Charters. 2006. pp. 27-46.
17. Taylor R. Wine Festivals and Tourism: Developing a Longitudinal Approach to Festival Evaluation. Global Wine Tourism: Research, Management and Marketing Edited by Jack Carlsen and Stephen Charters. 2006. pp. 179-195.
18. Statement by the Global Tourism Crisis Committee (2020).
<https://www.unwto.org/news/global-tourism-crisis-committee-messaging>.
19. <https://www.unwto.org/news/covid-19-may-statement-unwto-secretary-general>