

ABOUT THE IMPORTANCE OF THE REGION LANDSCAPE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Lela Kochlamaashvili
Professor of Technical University of Georgia;

Nana Katsitadze
Professor Ivane Javakhishvili Tbilisi State University, Georgia;

Teimuraz Kandashvili
Professor of Georgian Technical University

Summary

The article - "**About the importance of the region landscape in the development of tourism**" talks about how the natural landscape of the region affects the development of one or another type of tourism. A region where there is no fertile land and an agro-sector developed on its basis, we cannot organize farming tourism, where there are no waterfalls and flowing rivers - poor tourism, where there are no attractive landscapes, flower beds, fields - leisure tourism and etc.

In the article, Kakheti region is divided into bar and mountain zone. In the bar area (Alazni Valley), priority is given to wine tourism, agrotourism and farming tourism based on viticulture, and in the mountain area (mainly Mtatusheti) to mountain tourism.

The development of these types of tourism in Kakheti region has already started, but this process is very chaotic.

Therefore, most of the registered enterprises do not work.

The article expresses the opinion that the private tourism business needs more help from the regional leadership - in providing information, conducting trainings and etc.

Key words: landscape; natural landscape; business landscape; tourism business.

კოჭლამაზაშვილი ლელა
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი

კაციტაძე ნანა
ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ყანდაშვილი თეიმურაზ
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი

აბსტრაქტი

სტატიაში - „ტურიზმის განვითარებაში რეგიონის ლანდშაფტის მნიშვნელობის შესახებ“ საუბარია იმის შესახებ, თუ როგორ მოქმედებს რეგიონის ბუნებრივი ლანდშაფტი ტურიზმის ამა თუ იმ სახის განვითარებაზე. რეგიონი, სადაც არ არის ნოყიერი მიწა და მის საფუძველზე განვითარებული აგროსექტორი, ვერ მოვაწყოთ ფერმერულ ტურიზმს, სადაც არ არის ჩანჩქერები და მქუხარე მდინარეები - საწყალოსნო ტურიზმს, სადაც არ არის მიმზიდველი პეიზაჟები, ყვავილნარი, ველ-მინდვრები - დასასვენებელ ტურიზმს და ა. შ.

სტატიაში კახეთის რეგიონი ბარის და მთის ზონად არის გაყოფილი. ბარის ზონაში (ალაზნის ველი) პრიორიტეტი აქვს მიცემული მევენახეობა-მეღვინეობაზე დაფუძნებულ ღვინის ტურიზმს, აგროტურიზმს და ფერმერულ ტურიზმს, მთის ზონაში (ძირითადად, მთათუშეთი) კი - სამთო ტურიზმს. კახეთის რეგიონში ტურიზმის ამ სახეობების განვითარება უკვე დაწყებულია, მაგრამ ეს პროცესი მეტად ქაოტურია. ამიტომ რეგისტრირებულ საწარმოთა უმეტესი ნაწილი არ მუშაობს. სტატიაში გატარებულია აზრი, რომ კერძო ტურისტულ ბიზნესს რეგიონის ხელმძღვანელობისგან მეტი დახმარება სჭირდება - ინფორმაციის მიწოდებაში, ტრენინგების ჩატარებაში და სხვა. საკვანძო სიტყვები: ლანდშაფტი; ბუნებრივი ლანდშაფტი; ბიზნეს-ლანდშაფტი; ტურისტული ბიზნესი.

ძირითადი ტექსტი

საქართველოში 11 რეგიონია: თბილისი, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკა, გურია, რაჭა-ლეხუმი, იმერეთი, კახეთი, მცხეთა-მთიანეთი, სამეგრელო-ზემო სვანეთი, სამცხე-ჯავახეთი, შიდა ქართლი და ქვემო ქართლი. მათი ბუნებრივი ურთიერთგანსხვავებულობა უდევს საფუძვლად ბიზნესის იქ განვითარებულ დარგებს. რეგიონების ბუნებრივ ურთიერთგანსხვავებულობაში ლანდშაფტიც იგულისხმება. წინამდებარე სტატიაში საუბარი გვექნება სწორედ ლანდშაფტის იერ-სახესა და ტურიზმის განვითარებისთვის მისი გამოყენების სარგებლიანობაზე კახეთის რეგიონში.

სიტყვა „ლანდშაფტი“ („Landschaft“) გერმანული წარმოშობის სიტყვაა და საგნის (მიწა, მხარე) გამომსახველობას, ანუ იერ-სახეს ნიშნავს. ზოგადად ბიზნესთან და მათ სშორის ტურისტულ ბიზნესთან მიმართებაში სიტყვა „ლანდშაფტი“ ბიზნესის გეოგრაფიულ (ვერტიკალურ და ჰორიზონტალურ) განფენილობას გულისხმობს და ეს მაჩვენებელი რეგიონის მთელ ტერიტორიაზე ბიზნეს-სუბიექტების განთავსება-განლაგებას, ანუ ბიზნესით ტერიტორიის მოცვაში გამოიხატება. იგი იანგარიშება 1000 კვ. კმ. ტერიტორიაზე არსებული საწარმოთა რაოდენობით. ცხადია, ბიზნესის გეოგრაფიულ განფენილობას საფუძვლად უდევს რეგიონის ბუნებრივი ლანდშაფტი. ერთი სახის ბუნებრივი ლანდშაფტის მქონე რეგიონში სხვადასხვა/ მრავალფეროვან ბიზნეს ვერ განვითარებთ, რადგან თითოეულ მათგანს თავისი მოთხოვნები აქვს ბუნებრივი მასშტაბის მიმართ - სასოფლო-სამეურნეო ბიზნესი (აგრობიზნესი) მოითხოვს ნაყოფიერ მიწას, წყალს და სამოვრების სიმრავლეს, დამამუშავებელი მრეწველობა-ნედლეულის სიუხვეს და ა. შ. განსაკუთრებით ეს ეხება ტურისტულ ბიზნესსაც.

ბუნებრივია ლანდშაფტის მიმართ ტურიზმის მოთხოვნები განსხვავებულია მისი სახეების მიხედვით. ტურიზმის სახეები კი მრავალია: ეკოტურიზმი, აგროტურიზმი, ფერმერული ტურიზმი, სოციალური ტურიზმი, რელიგიური ტურიზმი, საწყლოსნო ტურიზმი, ეთნიკური ტურიზმი, შემეცნებითი ტურიზმი, საგანმანათლებლო ტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, ექსტრემალური ტურიზმი, შოპ-ტურიზმი, კულინარული ტურიზმი, კოსმოსური ტურიზმი. ტურიზმის ეს სახეები არა მხოლოდ სახელწოდებებით განსხვავდებიან ერთმანეთისგან, არამედ, შინაარსითაც, და, მასში ჩართული ტურისტების ხასიათების, რწმენის, მიდრეკილებების, ინტერესების და სხვა ნიშნების მიხედვითაც. აქედან გამომდინარე, ისინი სამოგზაუროდ განსხვავებულ ადგილებს ირჩევენ.

როგორც ცნობილია, განსხვავებით წინარე წლებიდან XX საუკუნის უკანასკნელ მეოთხედში და XXI საუკუნის პირველ მეოთხედში საერთაშორისო ტურიზმი მეტად განვითარდა. ტურისტული

ნაკადების საშუალო ზრდის ტემპმა გადააჭარბა 10%-ს, ხოლო ტურისტებიდან საერთაშორისო შემოსავლებმა 500 მლრდ ამერიკულ დოლარს [ქათამაძე დ., ქათამაძე გ., 2014. გვ. 92-93]. ცხადია, ამ შემოსავლის რაღაცა ნაწილი შემოვიდა საქართველოშიც. ამას დიდი მნიშვნელობა აქვს საქართველოს კრიზისში მყოფი ეკონომიკის კომპლექსური აღმავლობისთვის.

რადგან ტურიზმი მთელ მსოფლიოში ერთ-ერთ პრიორიტეტულ და სწრაფად განვითარებად დარგად იქცა, მისგან შემოსავლების მიღების გაფართოების თვალსაზრისით, მისი შესაძლებლობების განვითარებას ცდილობს როგორც დიდი ასევე მცირე ეკონომიკის მქონე ქვეყნები, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტურიზმიდან შემოსული სარგებელი ნახოს ქვეყნის მასშტაბით მიღების მიზნით მნიშვნელოვანია გამოყენებული იქნეს რეგიონების მიერ.

საქართველოში მრავალფეროვანი ბუნებრივი ლანდშაფტი და კლიმატია. შეიძლება ითქვას, რომ თავისი მრავალფეროვანი ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსებით, მდიდარი ეროვნული ტრადიციებით და კულტურული კერებით, იგი თითქოს შექმნილია ტურიზმის განვითარებისთვის. არსებობს სარწმუნო ცნობა იმის შესახებ, რომ საქართველოს ნახვით აღფრთოვანებულ მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის გენერალურ მდივანს - ფრანჩესკო ფრანჯიალომს ასე უთქვამს: „მე ვნახე საქართველო და დავრწმუნდი, რომ ეს საოცარი პატარა ქვეყანა „განწირულია“ დიდი ტურიზმისთვის“-ო [ქათამაძე დ., ქათამაძე გ. 2014. გვ. 706].

ტურიზმის დიდი სპეციალისტის ფრანჩესკო ფრანჯიალომის ეს შეფასება უნდა გაითვალისწინოს საქართველოს ცენტრალურმა მთავრობამაც და რეგიონების ხელმძღვანელობამაც. რეგიონების ხელმძღვანელებმა კარგად უნდა შეისწავლონ ტურიზმის განვითარების ადგილობრივი შესაძლებლობები, ბუნებრივი ლანდშაფტი, ტურიზმის გეოგრაფია, ბუნებრივ-კლიმატური პირობები, რეკრეაციული გეოგრაფია და მრავალი სხვა.

კახეთის რეგიონის ტურისტულ ბიზნეს-ლანდშაფტის გეოგრაფიულ განფენილობას რეგიონის ბუნებრივი ლანდშაფტი და მისი საზღვრები (ჩრდილო-აღმოსავლეთით - რუსეთი, სამხრეთით - აზერბაიჯანი, დასავლეთით - ქვემო ქართლის და მცხეთა-მთიანეთის რეგიონები) უდევს საფუძვლად. კახეთის რეგიონი მთად და ბარად იყოფა, თუმცა, იგი ძირითადად, მთაგორიანი მხარეა (21% მთებია). ბუნებრივია, რომ ბარში და მთაში, ზეგნებსა (ივრის ზეგანი) და ხეობებში (ალაზნის ხეობა), უდაბნოებსა და ნახევარუდაბნოებში (შირაქი, ელდარის ველი), ვერც ერთი და იგივე ბიზნესი განვითარდება და ვერც ერთნაირად განვითარდება. ბიზნესის განვითარების ხელშესაწყობად მათ სხვადასხვანაირი პირობები სჭირდებათ.

კახეთის ბარი უფრომეტად მოცულია ბიზნეს-სუბიექტებით, ვიდრე მთა. ასეთ დროს, კახეთის მთებს - მთათუშეთი, ყვარლის და ლაგოდეხის მთები - ტურიზმის განვითარების და ტურისტების დასვენების კარგი შესაძლებლობები აქვთ. მთის ლანდშაფტის ბიოლოგიური და გეოლოგიური განსაკუთრებულობანი, ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურული მრავალფეროვნება, ბუნებრივი და თერმული წყაროების სიმრავლე - მთის უნიკალურობის არასრული ჩამონათვალია. მთები მნიშვნელოვანი ტურისტული მიმართულებებია, რომელიც იზიდავს ვიზიტორებს ბუნების სცენური სილამაზით, სპორტული ღონისძიებების გამართვის შესაძლებლობებითა და მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობით. [ნ. ხოზრევანიძე, თ. ქობლიანიძე, ლ. კოჭლამაზაშვილი, „ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევები და პერსპექტივები მთიან რეგიონში“.

კახეთის ფართობი 11310 კვ. კმ-ია, მოსახლეობა კი 40 000 ადამიანი. რეგიონში დარეგისტრირებულია 51388 საწარმო, საიდანაც ამოქმედებულია 11882 [ბიზნეს სექტორი საქართველოში, 2023, გვ. 23, 26], ანუ დარეგისტრირებულ საწარმოთა მხოლოდ 23,1%. ეს ინფორმაცია იმაზე მიუთითებს, რომ ან რეგიონში არ არის შექმნილი ბიზნესის განვითარების სათანადო პირობები, ანდა იმაზე, რომ საწარმოები გაიხსნა ამ პირობების შესწავლის გარეშე, ანუ ქაოტურად, ყოველგვარი მარკეტინგული კვლევების გარეშე. სათქმელია ისიც, რომ ამოქმედებულ საწარმოთა სიმჭიდროვე კახეთის რეგიონში ყოველ 1000 მცხოვრებზე შეადგენს 25 ერთეულს. ეს მაჩვენებელი ძალზე დაბალია, რადგან, ევროპის საშუალოდგანვითარებულ პოლონეთში იგი 47-ია [შენგელია ნ. 2014. გვ. 93].

ყოველივე ზემოთქმული გვადლევს უფლებას დავასკვნათ, რომ კახეთის რეგიონში ბიზნეს ლანდშაფტის სათანადო გეოგრაფიული განფენილობის უზრუნველსაყოფად საჭირო შეიქმნას რეგიონის, მისი ყველა დასახლებული პუნქტის, მთის და ბარის, ზეგანის და ველის გეოინფორმაციული ბაზა. მაგალითად, ლაგოდეხის მუნიციპალიტეტს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ეკოტურიზმის განვითარებისათვის, რომელიც ცნობილია თავისი ისტორიულ-კულტურული ძეგლებითა და დაცული ტერიტორიებით. ვიზიტორებს სთავაზობს მრავალფეროვან ეკო-ტურისტულ აქტივობებს, როგორიცაა: სათავგადასავლო, სამეცნიერო, ბუნების ისტორიის ტურებში მონაწილეობა [ყანდაშვილი თ., ფირანაშვილი მ., კალმახელიძე ლ., ქორიძე ი. „ეკოტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები ლაგოდეხის მუნიციპალიტეტში“. სტუ-ს კონფერენცია 2023 წლის 25 მაისი].

მხოლოდ ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით შეუძლია რეგიონის ხელმძღვანელობას მისცეს ბიზნესს განვითარების სწორი მიმართულება რეგიონში და რეკომენდაციები პოტენციალურ მეწარმეებს.

ასეთი გეოინფორმაციული ფონდი საბჭოთა საქართველოში არსებობდა. ის ინახებოდა მაშინდელ კვლევით ინსტიტუტებში, მაგრამ მას შემდეგ რაც ეს ინსტიტუტები დაიშალა ეს „ოქროს ფონდიც“ დაიკარგა. ამიტომაც არის, რომ კახეთის რეგიონშიც და სხვაგანაც საწარმოები ინტუიციურად, ყოველგვარი დასაბუთების გარეშე იხსნება, მაგრამ მათი 70% მეტი აუმუშავებელი რჩება.

კახეთი ტრადიციულად მევენახეობა-მეღვინეობის რეგიონია. ამის მიუხედავად, მას არა მარტო ბარში ღვინის ტურების განვითარების პოტენციალი აქვს, ასევე მთა იძლევა მნიშვნელოვან ტურისტულ რესურსს კახეთში სამთო ტურიზმის განსავითარებლად. კახეთის რეგიონში ეს პროცესი დაწყებულია, მაგრამ ტემპია არასაკმარისი, რადგან ტურისტული ბიზნესი კახელებისთვის „ახალი ხილია“. ისინი მათ მევენახეობა-მეღვინეობისგან განსხვავებით, გენეტიკურად არ მიუღიათ. ექვითაც კი უყურებენ.

არადა, საქართველოს ტურიზმის განვითარების უნიკალური რესურსი მთებშია. თუმცა, სამწუხაროდ, ეს პოტენციალი ჯერ კიდევ არ არის სათანადოდ გამოყენებული. მთებში ეკონომიკური განვითარების შესაძლებლობები შეზღუდულია სხვადასხვა გარემოებებისა თუ პრობლემების გამო, მათ შორის რთული რელიეფის, მკაცრი კლიმატის, განუვითარებელი ინფრასტრუქტურის ცუდი საკომუნიკაციო კავშირები, პოპულარობის ნაკლებობა, კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა და ა.შ [Katsitadze, N., & all..., 2022; Katsitadze, N., & Natsvlishvili, I., 2020],

ამასთან საქართველოს მთიანეთში ბუნებრივ პირობებთანერთად, რესურსად შეიძლება გამოყენებულ იქნას ადგილობრივი და მკვეთრადგამოხატული თვითმყოფადობა. უცხოელ ტურისტებს ხომ განსაკუთრებით მოსწონთ მათთვის უცნობი, თვითმყოფი მხარეების მონახულება [Katsitadze N., Tushishvili, N., 2022., p173], ამასთან დაკავშირებით მთა-თუშეთის ტურისტული სიმდიდრე თითქმის პირველყოფილი სახით მართლაც შეუდარებლად მაღალია.

მამასადამე სამთო ტურიზმს კახეთში განვითარების დიდი პოტენციალი აქვს. აქაურ მთებში და ტყეებში, ველებზეც და მინდვრებზე პირველყოფილი ბუნებაა.

ასე რომ, კახეთის რეგიონის ბუნებრივ ლანდშაფტზე დაკვირვებით შეიძლება გაკეთდეს შემდეგი რეკომენდაციები:

1. კახეთის ვაკე ადგილებში ეხლაც და მომავალშიც უნდა განვითარდეს მევენახეობა-მელვინეობაზე დაფუძნებული ღვინის ტურები, ფერმერული და აგროტურიზმი.

2. კახეთის მთაში, ძირითადად, მთათუშეთში კი - სამთო ტურიზმის სხვადასხვა მიმართულებები

კახეთის მთიანეთი, კერძოდ, მთათუშეთის ბუნებრივი რესურსი სამთო ტურიზმის განვითარებისთვის ამოუწურავია. ბუნებამ თუშეთი დააჯილდოვა უაღრესად მიმზიდველი პეიზაჟების მრავალფეროვნებით - ცადაზიდული ბუშბერაზი მთები, მქუხარე მდინარეები, ლამაზი არქიტექტურის ციხე-სახლები, საკულტო ხატ-სალოცავები. ცხოვრების სირთულის მიუხედავად მთა-თუშეთის სოფლებში დარჩენილი თუში ხალხი სამეურნეო საქმიანობას, მ. შ. საოჯახო სასტუმრო მეურნეობას მაინც ეწევა, მაგრამ, როგორც უკვე ავღნიშნეთ, არასაკმარისად, და, არა მსოფლიო სტანდარტების დონეზე. ამ საქმეში მათ ცოდნა აკლიათ.

შესაბამისად საჭიროა კახეთის მთიანი მოსახლეობისთვის კახეთის რეგიონის ხელმძღვანელობის აქტიური მხარდაჭერა, სხვადასხვა მიმართულებით - ინფრასტრუქტურის და გზების მოწესრიგება და სხვა., განსაკუთრებით ტურიზმის მიმართულებით ბიზნეს საქმიანობის ცოდნასთან დაკავშირებული ღონისძიებები.

კახეთის რეგიონში მისი ბუნებრივი ლანდშაფტი ტურიზმის განვითარების უფრო მეტ ძლიერ მხარეებს და შესაძლებლობებს გვთავაზობს, ვიდრე მას სუსტი მხარეები და საფრთხეები აქვს (იხ. ცხრილი 1). თუ რეგიონის ხელმძღვანელობა ეხლაც შეუდგება ინფრასტრუქტურაში არსებული ხარვეზების გამოსწორებას და ტურიზმში ჩართულ მოსახლეობასაც სისტემატურად ჩაუტარებს ტრენინგებს, მაგალითად როგორიცაა მოსახლეობაში ცოდნის შეტანა ტურიზმში წარმატებული ბიზნესსაქმიანობის შესახებ. რისთვისაც არსებობს ტურისტული ცენტრები და სხვადასხვა სახის საელმწიფო პროგრამები, მაგრამ ამ მიმართულებით ისევ საჭიროებს მეტ ყურადღებას. მაშინ, სუსტი მხარეების რიცხვი კიდევ უფრო შემცირდება. აი, ასე წერს ტურიზმის შესახებ ნევადის შტატის ყოფილი გუბერნატორი ბობ მილერი: „ტურიზმი სუფთა ინდუსტრიაა. ის საკმაოდ ადვილად და სწრაფად ვითარდება. ამიტომ ხშირად, ეს სფერო ხელისუფლების ყურადღების მიღმა რჩება, რაც უდაოდ დიდი შეცდომაა. ის ქვეყნებს და რეგიონებს აძლევს თავის წარმოჩენის საშუალებას. სწორედ ამიტომ ხელისუფლება ტურიზმით უნდა იყოს დაინტერესებული“ [არველაძე, 2007].

ჩვენ მხარს ვუჭერთ ამ მოსაზრებას და მიგვაჩნია, რომ თუ საქართველოს რეგიონების ხელმძღვანელები ყურად იღებენ ბობ მილერის ამ შთაგონებას, ისინი მოგებული დარჩებიან. ეს ეხება კახეთის რეგიონსაც და სხვებსაც.

ბუნებრივი ლანდშაფტი. ერთი სახის ბუნებრივი ლანდშაფტის მქონე რეგიონში სხვადასხვა/ მრავალფეროვან ბიზნეს ვერ განვითარებთ, რადგან თითოეულ მათგანს თავისი მოთხოვნები აქვს ბუნებრივი მასშტაბის მიმართ - სასოფლო-სამეურნეო ბიზნესი (აგრობიზნესი) მოითხოვს ნაყოფიერ მიწას, წყალს და საძოვრების სიმრავლეს, დამამუშავებელი მრეწველობა- ნედლეულის სიუხვეს და ა. შ. განსაკუთრებით ეს ეხება ტურისტულ ბიზნესსაც.

ბუნებრივია ლანდშაფტის მიმართ ტურიზმის მოთხოვნები განსხვავებულია მისი სახეების მიხედვით. ტურიზმის სახეები კი მრავალია: ეკოტურიზმი, აგროტურიზმი, ფერმერული ტურიზმი, სოციალური ტურიზმი, რელიგიური ტურიზმი, საწყლოსნო ტურიზმი, ეთნიკური ტურიზმი,

შემეცნებითი ტურიზმი, საგანმანათლებლო ტურიზმი, სათავგადასავლო ტურიზმი, ექსტრემალური ტურიზმი, შოპ-ტურიზმი, კულინარული ტურიზმი, კოსმოსური ტურიზმი. ტურიზმის ეს სახეები არა მხოლოდ სახელწოდებებით განსხვავდებიან ერთმანეთისგან, არამედ, შინაარსითაც, და, მასში ჩართული ტურისტების ხასიათების, რწმენის, მიდრეკილებების, ინტერესების და სხვა ნიშნების მიხედვითაც. აქედან გამომდინარე, ისინი სამოგზაუროდ განსხვავებულ ადგილებს ირჩევენ.

როგორც ცნობილია, განსხვავებით წინარე წლებიდან XX საუკუნის უკანასკნელ მეოთხედში და XXI საუკუნის პირველ მეოთხედში საერთაშორისო ტურიზმი მეტად განვითარდა. ტურისტული ნაკადების საშუალო ზრდის ტემპმა გადააჭარბა 10%-ს, ხოლო ტურისტებიდან საერთაშორისო შემოსავლებმა 500 მლრდ ამერიკულ დოლარს [ქათამაძე დ., ქათამაძე გ., 2014. გვ. 92-93]. ცხადია, ამ შემოსავლის რაღაცა ნაწილი შემოვიდა საქართველოშიც. ამას დიდი მნიშვნელობა აქვს საქართველოს კრიზისში მყოფი ეკონომიკის კომპლექსური აღმავლობისთვის.

რადგან ტურიზმი მთელ მსოფლიოში ერთ-ერთ პრიორიტეტულ და სწრაფად განვითარებად დარგად იქცა, მისგან შემოსავლების მიღების გაფართოების თვალსაზრისით, მისი შესაძლებლობების განვითარებას ცდილობს როგორც დიდი ასევე მცირე ეკონომიკის მქონე ქვეყნები, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ტურიზმიდან შემოსული სარგებელი ნახოს ქვეყნის მასშტაბით მიღების მიზნით მნიშვნელოვანია გამოყენებული იქნეს რეგიონების მიერ.

საქართველოში მრავალფეროვანი ბუნებრივი ლანდშაფტი და კლიმატია. შეიძლება ითქვას, რომ თავისი მრავალფეროვანი ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსებით, მდიდარი ეროვნული ტრადიციებით და კულტურული კერებით, იგი თითქოს შექმნილია ტურიზმის განვითარებისთვის. არსებობს სარწმუნო ცნობა იმის შესახებ, რომ საქართველოს ნახვით აღფრთოვანებულ მსოფლიო

ტურიზმის ორგანიზაციის გენერალურ მდივანს - ფრანჩესკო ფრანჯიალომს ასე უთქვამს: „მე ვნახე საქართველო და დავრწმუნდი, რომ ეს საოცარი პატარა ქვეყანა „განწირულია“ დიდი ტურიზმისთვის“-ო [ქათამაძე დ., ქათამაძე გ. 2014. გვ. 706].

ტურიზმის დიდი სპეციალისტის ფრანჩესკო ფრანჯიალომის ეს შეფასება უნდა გაითვალისწინოს საქართველოს ცენტრალურმა მთავრობამაც და რეგიონების ხელმძღვანელობამაც. რეგიონების ხელმძღვანელებმა კარგად უნდა შეისწავლონ ტურიზმის განვითარების ადგილობრივი შესაძლებლობები, ბუნებრივი ლანდშაფტი, ტურიზმის გეოგრაფია, ბუნებრივ-კლიმატური პირობები, რეკრეაციული გეოგრაფია და მრავალი სხვა.

კახეთის რეგიონის ტურისტულ ბიზნეს-ლანდშაფტის გეოგრაფიულ განფენილობას რეგიონის ბუნებრივი ლანდშაფტი და მისი საზღვრები (ჩრდილო-აღმოსავლეთით - რუსეთი, სამხრეთით - აზერბაიჯანი, დასავლეთით - ქვემო ქართლის და მცხეთა-მთიანეთის რეგიონები) უდევს საფუძვლად. კახეთის რეგიონი მთად და ბარად იყოფა, თუმცა, იგი ძირითადად, მთაგორიანი მხარეა (21% მთებია). ბუნებრივია, რომ ბარში და მთაში, ზეგნებსა (ივრის ზეგანი) და ხეობებში (ალაზნის ხეობა), უდაბნოებსა და ნახევარუდაბნოებში (შირაქი, ელდარის ველი), ვერც ერთი და იგივე ბიზნესი განვითარდება და ვერც ერთნაირად განვითარდება. ბიზნესის განვითარების ხელშესაწყობად მათ სხვადასხვანაირი პირობები სჭირდებათ.

კახეთის ბარი უფრო მეტად მოცულია ბიზნეს-სუბიექტებით, ვიდრე მთა. ასეთ დროს, კახეთის მთებს - მთათუშეთი, ყვარლის და ლაგოდეხის მთები - ტურიზმის განვითარების და ტურისტების დასვენების კარგი შესაძლებლობები აქვთ. მთის ლანდშაფტის ბიოლოგიური და გეოლოგიური განსაკუთრებულობანი, ადგილობრივი მოსახლეობის კულტურული მრავალფეროვნება, ბუნებრივი და თერმული წყაროების სიმრავლე - მთის უნიკალურობის არასრული ჩამონათვალია. მთები მნიშვნელოვანი ტურისტული მიმართულებებია, რომელიც იზიდავს ვიზიტორებს ბუნების სცენური სილამაზით, სპორტული ღონისძიებების გამართვის შესაძლებლობებითა და მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობით. [ნ. ხოზრევანიძე , თ. ქობლიანიძე, ლ.კოჭლამაზაშვილი, „ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევები და პერსპექტივები მთიან

კახეთის ფართობი 11310 კვ. კმ-ია, მოსახლეობა კი 40 000 ადამიანი. რეგიონში

ცხრილი 1. კახეთში ტურისტული ბიზნესის SWOT-ანალიზი [კახეთის რეგიონის განვითარების... 2014]

ძლიერო მხარეები 1. კულტურული მემკვიდრეობა 2. ბუნებრივი ლანდშაფტი 3. ტრადიციული სტუმართმოყვარეობა	სუსტი მხარეები 1. სერვისის დაბალი ხარისხი 2. დასაქმებულთა ცოდნის დაბალი დონე 3. მოუწესრიგებელი ინფრასტრუქტურა
შესაძლებლობები 1. რეკრეაციული, სათავგადასავლო, ტურიზმის განვითარება 2. ღვინის ტურიზმის გაფართოება 3. ბალნეოლოგიური კურორტების ამოქმედება 4. სამთო ტურიზმის განვითარება 5. აგროტურიზმის გაფართოება	საფრთხეები 1. ქვეყნისპოლიტიკური არასტაბილურობა 2. ინვესტიციების ნაკლებობა

დასკვნა

მსოფლიოს ნებისმიერ მხარეში ტურისტული ბიზნესის განვითარებას მისი ბუნებრივი ლანდშაფტი უდევს საფუძვლად. ეს არის ამ მხარის იერ-სახე, მისი გეოგრაფია, მთა, ბარი, ტყე, მდინარეები, კლიმატი და სხვა. კახეთის რეგიონის ბუნებრივი ლანდშაფტი ბარში (ძირითადად, ალაზნის ველი) მევენახეობა-მელვინეობაზე დაფუძნებული ღვინის ტურიზმის და აგროტურიზმის, მთაში კი სამთო ტურიზმის (სამონადირეო, სათავგადასავლო, ალპინისტური და სხვა) განვითარების დიდ მასშტაბებს გვპირდება.

Referenses:

1. ნ. კაციტაძე., ლ. კოჭლამაზაშვილი. „კახეთის რეგიონის ტურისტული პოტენციალი“ . ჟურნ. „საქართველოს ეკონომიკა“ #1 2006

2. თ. ყანდაშვილი, მ.ფირანაშვილი, ლ.კალმახელიძე, ი.ქორიძე “ეკოტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები ლაგოდეხის მუნიციპალიტეტში“. სტუ-ს კონფერენცია 2023 წლის 25 მაისი.
3. ნ. ხოზრევანიძე , თ. ქობლიანიძე, ლ.კოჭლამაზაშვილი, „ტურიზმის მდგრადი განვითარების გამოწვევები და პერსპექტივები მთიან რეგიონში“.თბილისი, საგამომცემლო სახლი „ტექნიკური უნივერსიტეტი“. 2023
4. შენგელია ნ. ინვესტიციების ოპტიმალური გამოყენებისა და თანაფარდობის თავისებურებები. ჟ. „ეკონომიკა“. #8. 2014.
5. ქათამაძე დ., ქათამაძე გ. საერთაშორისო ტურიზმი. 2013.
- 6.Katsitadze, N., & Natsvlishvili, I. (2020). "The Role of State Regulation and Policy in Tourism Development: The Case of Georgia". In Eurasian Economic Perspectives (pp. 419-434).
- 7.Katsitadze, N., Baliashvili, E., Kochlamazashvili, L., Tushishvili, N. (2022). PROMOTING THE DEVELOPMENT OF TOURISM CLUSTERS FOR INCLUSIVE DEVELOPMENT OF MOUNTAINOUS REGIONS., ISBN 978-9941-492-80-8.
- 8.Katsitadze N., Tushishvili, N. (2022). The way to save the mountainous regions of Georgia is the clustering of tourism !!! Economics & Business (1987-5789), 2023, Issue 4, p173., ISSN 1987-5789

Lela Kochlamaashvili
Nana Katsitadze
Teimuraz Kandashvili