

“Ekonomisti” #3, 2022

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University Paata Gugushvili Institute of Economics International

Reviewed Scientific-Analytical Journal

DOI: 10.36172/EKONOMISTI

p ISSN 1987-6890

e ISSN 2346-8432

The way to save the mountainous regions of Georgia is the clustering of tourism !!!

Nana Katsitadze., Doctor of Technology,
Professor of the TSU Department of Tourism
and Hospitality Management.,
Elisabed Baliashvili, Doctor of Economics,
Professor at the School of Business and
Technology of the David Aghmashenebeli
University of Georgia;
Natella Tushishvili., PhD student
School of business and technology, DAUG

Annotation

The rapid development of tourism in Georgia and the benefits caused by it did not reach a significant part of the population of Georgia. In the mountainous regions of Georgia, the problem of unemployment and poverty is still acute, and the social assistance programs and redistribution schemes implemented by the government recently cannot solve the problem, and at the same time they are a heavy burden on the state budget. .

There are various mechanisms that help the country overcome poverty, including in the long term. In this regard, sustainable tourism is considered as an effective mechanism that will create opportunities for economic activity and self-employment for the socially vulnerable population

The article - "The way to save the mountainous regions of Georgia - is the clustering of tourism !!!" - as its title shows, discusses and justifies the need to open tourist clusters in the mountainous regions of Georgia.

The authors, arguing about the advantages of clusters for the development of tourism in the mountainous regions of Georgia, rely on the highly effective results that have been repeatedly proven in the practice of the tourist business and the development of destinations. In the field of multifaceted tourist activity, organizational and economic mechanisms characteristic of the cluster are considered important, such as the complexity of interrelated enterprises, the possibility of studying the situation from a systemic point of view, the implementation of all initiatives and business ideas. в виде кластерной стратегия, efficiency achievement of branding of the mountain-tourist region and others.

The article emphasizes the need to use innovative and differentiated management approaches to create inclusive development and sustainable tourism in the mountainous regions of Georgia, since the advantages of achieving success in the latest trends in the international tourism market emphasize the importance of not only the existence of rich tourist resources, but their optimal use in innovative management methods [13]. From this point of view, taking into account the specifics of the mountain regions of Georgia, the authors recommend the creation of tourist clusters of different shapes and themes in the mountain regions of Georgia - Racha-Lechkhumi, Svanetia, Adjara, Mtianeti, Samtskhe-Javakheti. , Mta-Tusheti, Khevsureti, Pshav and others

The article updates various forms of cluster development of rural tourism, for example, community partnerships around wine, "wine villages", "nature and health", "recreational tourism", "traditional gastronomy" and others [15], the development potential of which is the majority of mountain რაიონთაში.

The authors of the article positively assess the development of three clusters focused on the Georgian tourism market and the introduction of pilot models in the Imereti and Kakheti regions, but at the same time criticize the government for that none of the listed regions belong to the highlands, which have less attractive tourist-recreational resources for the development of tourist clusters than the other sides. Moreover, along with natural conditions in the highlands of Georgia, local and pronounced identity can be used as a resource.

The authors of the paper recommend the introduction of thematic clusters and pilot models to save the Georgian highlands. In particular, based on the study of each highland side to be done with a differentiated approach introduce thematic clusters and pilot models such as: 1. Cluster of local wine and gastronomic tourism; 2. Cluster of authentic hotels; 3. Cultural Heritage Cluster.

The mountainous regions of Georgia have a rich and diverse tourist resource for the development of tourist clusters, as well as different socio-economic backgrounds and different levels of tourism development maturity, which requires differentiated approaches by region and at the same time the presence of strategic tourism development programs with logical connections at all levels. . Based on the above, the state faces two questions: a) which cluster to promote in each region and b) determine what its role will be in this direction, proactive or reactive

Keywords: mountainous regions. inclusive development, tourism cluster, Pilot model.

საქართველოს მთიან რეგიონების გადარჩენის გზა - ტურიზმის კლასტერიზაცია!!!

ნანა კაციტაძე, ტექნიკურ მეცნიერებათა დოქტორი,
ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ასოცირებული პროფესორი
ელისაბედ ბალიაშვილი, ეკონომიკის დოქტორი,
საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის
უნივერსიტეტის ბიზნესისა და ტექნოლოგიების
სკოლის პროფესორი
ნათელა თუშიშვილი, საქართველოს დავით
აღმაშენებლის სახელობის უნივერსიტეტის
ბიზნესისა და ტექნოლოგიების სკოლის
დოქტორანტი

ანოტაცია

საქართველოში ტურიზმის სწრაფი ტემპით განვითარებამ და მისით გამოწვეულმა სიკეთეებმა საქართველოს მოსახლეობის მნიშვნელოვან ნაწილამდე ვერ მიაღწია. საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში ისევ მწვავედ დგას უმუშევრობისა და სიღარიბის პრობლემა. მთავრობის მიერ ბოლო დროს განხორციელებული სოციალური დახმარების პროგრამები და მსგავსი გადანაწილების სქემები ვერ წყვეტს პრობლემებს და ამასთან ის მძიმე ტვირთად აწევს სახელმწიფო ბიუჯეტს.

არსებობს სხვადასხვა მექანიზმი, რომელიც ქვეყანას სიღარიბის დაძლევაში ეხმარება, მათ შორის, გრძელვადიან პერსპექტივაში. ამ მხრივ ეფექტურ მექანიზმად განიხილება მდგრადი ტურიზმი, რომლებიც სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას უქმნის ეკონომიკური აქტივობისა და თვითდასაქმების შესაძლებლობებს.

სტატიაში - “საქართველოს მთიან რეგიონების გადარჩენის გზა - ტურიზმის კლასტერიზაციაა!!!” - როგორც მისი სათაური გვიჩვენებს, განხილული და დასაბუთებულია ტურისტული კლასტერების გახსნის აუცილებლობა საქართველოს მთიან მხარეებში.

ავტორები საქართველოს მთიანი რეგიონებში ტურიზმის განვითარებისათვის კლასტერების უპირატესობაზე მსჯელობისას ეყრდნობიან ამ ფორმით ტურისტული ბიზნესის და მთლიანად დესტინაციის განვითარების პრაქტიკაში არაერთგზის დადასტურებულ მაღალი ეფექტის მომცემ შედეგებს. მრავალწახნაგოვან ტურისტული საქმიანობის სფეროში მნიშვნელოვანადაა მიჩნეული კლასტერისთვის დამახასიათებელი ისეთი ორგანიზაციულ-ეკონომიკური მექანიზმები როგორიცაა, ურთიერთდაკავშირებულ საწარმოების კომპლექსურობა, სისტემური თვალსაზრისით ვითარების შესწავლის შესაძლებლობა, კლასტერული სტრატეგიის სახით ყველა ინიციატივისა და ბიზნეს იდეების რეალიზება, ტურისტული მთიანი რეგიონის ბრენდირების მიღწევის ეფექტიანობა და სხვა.

სტატიაში აქცენტირებულია საქართველოს მთიან რეგიონების ინკლუზიური განვითარებისათვის და მდგრადი ტურიზმის შესაქმნელად მართვის ინოვაციური და დიფერენცირებული მიდგომების გამოყენების აუცილებლობა, რამდენადაც საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე ბოლოდროინდელ ტენდენციებში წარმატების მიღწევის უპირატესობებში იკვეთება არა იმდენად მდიდარი ტურისტული რესურსების არსებობის მნიშვნელობა, რამდენადაც მისი ტურისტული წარმოების ღირებულებათა ჯაჭვში, ინოვაციური მართვის მეთოდებით, ოპტიმალური ჩართვა. ამ თვალსაზრისით ავტორების მიერ საქართველოს მთიან რეგიონების სპეციფიკის გათვალისწინებით რეკომენდებულია სხვადასხვა ფორმით და თემატიკით ტურისტული კლასტერების შექმნა საქართველოს მთიან მხარეებში - რაჭა-ლეჩხუმში, სვანეთში, აჭარის მთიანეთში, სამცხე-ჯავახეთში, მთა-თუშეთში, ხევსურეთში, ფშავში და სხვაგან.

სტატიაში აქტუალიზირებულია სოფლის ტურიზმის კლასტერული განვითარების სხვადასხვა ფორმა, მაგალითად როგორიცაა, თემთა პარტნიორობა ღვინის გარშემო, „ღვინის სოფლები“, „ბუნება და ჯანმრთელობა“, „რეკრეაციული ტურიზმი“, „ტრადიციული გასტრონომია“ და სხვა, რომელთა განვითარების პოტენციალი საქართველოს მთიანი რეგიონების უმეტესობას გააჩნია.

სტატიის ავტორები დადებითად აფასებენ საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ორიენტირებულ სამი კლასტერის განვითარებასა და საპილოტე მოდელების დანერგვას იმერეთისა და კახეთის რეგიონებში, მაგრამ ამავედროულად აკრიტიკებენ ხელისუფლებას იმაში, რომ ჩამოთვლილი რეგიონებიდან არცერთი არ მიეკუთვნება მაღალმთიანს, რომელთაც ტურისტული კლასტერების განსავითარებლად არანაკლებ მიმზიდველი ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსი გააჩნიათ, ვიდრე

სხვა მხარეებს. მეტიც, საქართველოს მთიანეთში ბუნებრივ პირობებთან ერთად, რესურსად შეიძლება გამოყენებულ იქნას ადგილობრივი და მკვეთრად გამოხატული თვითმყოფადობა.

საქართველოს მთიანეთის გადასარჩენად ნაშრომში დაკონკრეტებულია რეკომენდაციები თემატური კლასტერებისა და საპილოტე მოდელების დანერგვასთან დაკავშირებით. კერძოდ, თითოეული მაღალმთიანი მხარის გამოკვლევის საფუძველზე დიფერენცირებული მიდგომით მოხდეს ისეთი თემატური კლასტერების და საპილოტე მოდელების დანერგვა, როგორებიცაა: 1. ადგილობრივი ღვინისა და გასტრონომიული ტურიზმის კლასტერი; 2. ავთენტური სასტუმროების კლასტერი; 3. კულტურული მემკვიდრეობის კლასტერი.

საქართველოს მთიან რეგიონებს ტურისტული კლასტერების განსავითარებლად მდიდარი და მრავალფეროვანი ტურისტული რესურსი, ამასთან განსხვავებულ სოციალურ-ეკონომიკური ფონი და ტურიზმის განვითარების სიმწიფის დონე გააჩნიათ, რაც რეგიონების მიხედვით დიფერენცირებული მიდგომებისა და ამავე დროს ყველა დონეზე ლოგიკური კავშირის მქონე ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების პროგრამების არსებობას ითხოვს. აღნიშნულიდან გამომდინარე სახელმწიფოს წინაშე დგას ორი საკითხის გადაჭრა: ა) რეგიონის მიხედვით რა სახის კლასტერის განვითარებას შეუწყოს ხელი და ბ) განსაზღვროს, როგორი იქნება მისი როლი ამ მიმართულებით, პროაქტიული, თუ პრორექტიული.

საკვანძო სიტყვები: მთიანი რეგიონი; ინკლუზიური განვითარება; ტურისტული კლასტერი; პილოტ მოდელი.

შესავალი

საქართველოში ბილო ათი წელია პანდემიამდე და პანდემიის ჩაცხრომის შემდგომ ადგილი ჰქონდა ეკონომიკური ზრდის მაღალ ტემპებს. მიუხედავად ამისა სიღარიბე და უმუშევრობა კვლავ რჩება ჩვენი ქვეყნის მთავარ გამოწვევად, რაც მანიშნებელია იმისა, რომ ეკონომიკური ზრდით გამოწვეულმა სიკეთეებმა საქართველოს მოსახლეობის მნიშვნელოვან ნაწილამდე ვერ მიაღწია. განსაკუთრებით მწვავე მდგომარეობაა მაღალმთიან რეგიონებში.

თბილისის გარდა საქართველოს ყველა რეგიონში გვხვდება მაღალმთიანი დასახლებები, მათი ჯამური რაოდენობა შეადგენს 1737-ს და მოიცავს 47 მუნიციპალიტეტს. მთიან ადგილებში დასახლებულ მოსახლეობის მხოლოდ 22% არის დასაქმებული ანაზღაურებად სამუშაოზე. შინამეურნეობების 51%-ის შემოსავლების ძირითადი წყარო პენსია და სახელმწიფო დახმარებაა. ოჯახების 35%-ის ყოველთვიური შემოსავალი 250 ლარს არ აღემატება. მაღალმთიანი დასახლებების უმრავლესობაში მოსახლეობის საქმიანობის და, შესაბამისად, შემოსავლების ძირითადი წყარო სოფლის მეურნეობაა. საოჯახო მეურნეობათა 63% საკვებ პროდუქტებზე ხარჯავს მთელი ხარჯების 50%-ზე მეტს, აქედან საოჯახო მეურნეობათა 22%-ის სამომხმარებლო ხარჯებში სურსათზე ხარჯების წილი 75%-ზე მეტია, ხოლო საოჯახო მეურნეობათა 8%-ს საერთოდ არ ჰყოფნის შემოსავლები სურსათზე ხარჯებისთვის[1].

ეკონომიკური პოლიტიკის სტრატეგიულ დოკუმენტში „საქართველო 2020“ აქტუალიზებული იყო ინკლუზიური ზრდის თემატიკა პროდუქტიული დასაქმების ხელშეწყობის მიმართულებით[2]. წინა წლებში და დღესაც მთავრობის მიერ განხორციელებილი აქტივობები, მოსახლეობის სიღარიბის შესამსუბუქებლად, უფრო მეტად ორიენტირებულია შემოსავლის განაწილების სქემების გამოყენებაზე. „საქართველოს კანონი მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ“ მთიან რაიონებში

მუდმივად მცხოვრებთათვის სხვადასხვა სოციალურ სარგებელს ითვალისწინებს[3]. საკითხის ამგვარი მოგვარების პოლიტიკის შესაფასებლად მოვიშველიებდით ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) კვლევას, რომლის თანახმად, განვითარებულ ქვეყნებშიც კი, გადანაწილების სქემები არ შეიძლება იყოს ერთადერთი პასუხი მოსახლეობის გარკვეულ სეგმენტებში სიღარიბის დონის მატებაზე, რამდენადაც ის მძიმე ტვირთად აწევა სახელმწიფო ბიუჯეტს და მიმართულია ღარიბი მოსახლეობის მდგომარეობის მხოლოდ მოკლევადიან პერიოდში შემსუბუქებაზე. „საჭიროა სახელმწიფომ ეტაპობრივად განავითაროს პოლიტიკა, რომელიც მიზნად ისახავს ინკლუზიური ზრდის წახალისებას“[4]. მაშასადამე სახელმწიფომ უნდა გამოიკვლიოს და გამოკვეთოს ის, რითაც ჩვენი ქვეყანა არის უნიკალური და რითაც რეალური წარმატების მიღწევას შევძლებთ.

არსებობს სხვადასხვა მექანიზმი, რომელიც ქვეყანას სიღარიბის დაძლევაში ეხმარება. მათ შორის, გრძელვადიან პერსპექტივაში. ამ მხრივ ეფექტურ მექანიზმად განიხილება მდგრადი ტურიზმი, რომლებიც სოციალურად დაუცველ მოსახლეობას შეუქმნის ეკონომიკური აქტივობისა და თვითდასაქმების შესაძლებლობებს.

დღეს, ტურიზმი საქართველოს ეკონომიკის პრიორიტეტული სექტორია, რომელიც მაღალი ზრდით გამოირჩევა. ტურიზმის განვითარების ძირითად რესურსად მიიჩნევა ბუნებრივ-რეკრეაციული რესური, რითაც მდიდარია საქართველოს მთიანი ნაწილები. სწორედ მთებში დევს საქართველოს ტურიზმის განვითარების უნიკალური რესურსი, მაგრამ მისი პოტენციალი სამწუხაროდ დღემდე არ არის სათანადოდ ათვისებული.

მსოფლიო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ ქვეყნის ეკონომიკისთვის კლასტერული მართვა გაცილებით ეფექტურია, ვიდრე დარგობრივი მართვა. ის ყველაზე მოქნილი და ეფექტური სტრუქტურაა, რომლის საფუძველია თანამშრომლობა და კონკურენცია. ტურისტულ-კლასტერს შეუძლია ტურისტული რეგიონის ბრენდის შექმნა და პოპულარიზაცია. ***სწორედ მთიან რეგიონების გადარჩენის გზად მთავრობის მხრიდან ტურისტული კლასტერების შექმნის წახალისებასა და განვითარების ხელშეწყობას მივიჩნევთ.***

ძირითადი ტექსტი. მთის განვითარებისადმი განსაკუთრებული პოლიტიკის გატარების საჭიროება აღიარებულია საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ. მთიანეთის მიმართ მსოფლიო მეცნიერების მიდგომები სულ უფრო დაუახლოვდა ერთმანეთს და მიღწეულია კონსენსუსი: “მთიანეთი განიხილება, როგორც უნიკალური ფუნქციურ-ტერიტორიული წარმონაქმნი, რომელიც განმსაზღვრელ როლს ასრულებს მსოფლიოს (შესაბამისად, ქვეყნების) განვითარების პროცესში[5].

საქართველოს მთავრობა მიერთებულია „რიო +20-ის“ 2012 წლის №66/288 დეკლარაციას „მომავალი, რომელიც გვინდა“ და აღებული აქვს მთის რეგიონების მდგრადი განვითარების ვალდებულება საერთაშორისო დონეზე[6]. რომლის საპასუხოდ საქართველოს მთავრობას რიგი საკანონმდებლო აქტები და რეგულაციები აქვს შემუშავებული და დამდკიცებული. „საქართველოს მაღალმთიანი დასახლებების განვითარების სტრატეგია 2019-2023“, მიზნად ისახავს საქართველოს რეგიონების ინკლუზიური და მდგრადი განვითარების სტრატეგიული ხედვის ჩამოყალიბებას, საქართველოს მოქალაქეებისათვის თანასწორი შესაძლებლობების გაჩენას, ცხოვრების დონის გაუმჯობესებას, საერთო კეთილდღეობის ამაღლებასა და ქვეყნის ტერიტორიის თანაბარი სოციალური და ეკონომიკური განვითარებას და ამ მიმართულებით სპეციალური სახელმწიფო პროგრამების განხორციელების საფუძველების უზრუნველყოფას [6].

საქართველოს რეგიონული განვითარების სტრატეგიული ხედვა, ეფუძნება ევროკავშირის რეგიონების ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პოლიტიკასთან გათანაბრების მიდგომებს.

“ეს გულისხმობს ინტეგრირებულ, დარგთაშორის და ტერიტორიაზე მორგებულ დაგეგმვას და შესაბამისი პოლიტიკის განხორციელებას” [7].

ქვეყნის სამთავრობო უწყებებმა 2019 წელს გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოება (Deutsche Gesellschaft für Internationale) (GIZ)-თან ერთად, რომელიც პროექტის „**თემატური კლასტერები საქართველოს ტურიზმის სექტორში**“ ორგანიზატორია, დაიწყო აქტიური თანამშრომლობა. პროექტის განხორციელებაში ჩართულია საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო და სააგენტო “აწარმოვე საქართველოში.” პროექტის ბიუჯეტი - 5 300 000 ევრო. პროექტის დაწყებისა და დამთავრების თარიღია - 2019-07-01; 2023-01-31.

წინამდებარე პროექტის ფარგლებში ხორციელდება საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ორიენტირებული **სამი კლასტერის განვითარება და საპილოტე მოდელების დანერგვა იმერეთისა და კახეთის რეგიონებში**. კერძოდ, ესენია:

- ❖ კახეთისა და იმერეთის ადგილობრივი ღვინისა და გასტრონომიული ტურიზმის კლასტერი;
- ❖ იმერეთის ავთენტური სასტუმროების კლასტერი;
- ❖ იმერეთის კულტურული მემკვიდრეობის კლასტერი.

როგორც ვხედავთ ჩამოთვლილი რეგიონებიდან არცერთი არ მიეკუთვნება მაღალმთიანს და ეს ხდება იმის ფონზე, როდესაც:

- პირველი, “მთიანეთი განიხილება, როგორც უნიკალური ფუნქციურ-ტერიტორიული წარმონაქმნი, რომელიც განმსაზღვრელ როლს ასრულებს მსოფლიოს (შესაბამისად, ქვეყნების) განვითარების პროცესში [5].
- მეორე, ჩვენი ქვეყნის მთიან რეგიონებს კლასტერების განსავითარებლად არანაკლებ მიმზიდველი მხარეები გააჩნიათ. ეს უპირატესობები კი მდგომარეობს იმაში, რომ საქართველოს მთიანეთში ბუნებრივ პირობებთან ერთად, რესურსად შეიძლება გამოყენებულ იქნას ადგილობრივი და მკვეთრად გამოხატული თვითმყოფადობა. უცხოელ ტურისტებს ხომ განსაკუთრებით მოსწონთ მათთვის უცნობი, თვითმყოფი მხარეების მონახულება. ჩვენი ქვეყნის მთიან ნაწილებში კი ყველგან ტურისტული სიმდიდრე თითქმის პირველყოფილი სახით მართლაც ხელის გულზე დევს და გამოყენებას ელოდება.
- მესამე, და ყველაზე მნიშვნელოვანი, საქართველოს მთიანი ნაწილების ტურისტული კლასტერების ორგანიზაციით მოხდება ქვეყნის დეპრესიული და პრობლემური ტერიტორიების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების ტემპების დაჩქარება. “მაღალმთიან რეგიონის შესახებ კანონის შემუშავება და მასში, მთაში დასაქმებულებისთვის ხელფასზე 30 თუ 50 ლარის დამატება, მთის დემოგრაფიულ სიტუაციას ვერ შეცვლის, ვერც ბავშვების შეძენაზე ერთ-ჯერადი 1000-1600 ლარიანი დახმარება უშველის საქმეს. მთაში „რადიკალური გარღვევა“ საჭირო” [8].

თუმცა აღნიშვნის ღირსია ის ფაქტი, რომ საქართველოში კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობისთვის ევროკავშირის ინიციატიური პროექტის (**EU IPSC**) ფარგლებში გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაციამ (**NIDO**) 2020 წელს გამოაქვეყნა ანგარიში, რომელშიც გამოკვლეული და შემუშავებულია 10 კლასტერი და მათ შორის ერთ-ერთად მოიაზრება ღვინის კლასტერი რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთის რეგიონში. [9] მთის რეგიონების განსავითარებლად ეს ნაბიჯი მისასალმებელია.

და მაინც, რატომ მივიჩნევთ ტურისტული კლასტერებს საქართველოს მთიანი რეგიონების გადარჩენის გზად!

კლასტერი ეკონომიკის შედარებით ახალი ფენომენია. ეკონომიკის კლასტერიზაციის ინიციატივა ევროპაში გაჩნდა და მთელი მსოფლიო მოიცვა, რადგან **დასაბუთდა მისით ეკონომიკის დარგობრივი მართვის ჩანაცვლების ეფექტიანობა**. “კლასტერი წარმოადგენს ურთიერთდაკავშირებული კომპანიების, მოწყობილობათა მომწოდებლების, მაკომპლექტებელი, სპეციალიზებული მომსახურების, ინფრასტრუქტურის, ასევე, სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტების და სხვა ორგანიზაციების გეოგრაფიულად ლოკალიზებულ ურთიერთშემავსებელ ჯგუფს, რომელიც აძლიერებს ცალკეული კომპანიების და მთლიანობაში კლასტერის კონკურენტულ უპირატესობებს”. [10]

ხელისუფლების ორგანოებისთვის კლასტერული მიდგომის უპირატესობას განაპირობებს ურთიერთდაკავშირებულ საწარმოების კომპლექსურად და სისტემურად ვითარების შესწავლის შესაძლებლობა. გარდა ამისა, ის საშუალებას იძლევა კლასტერული სტრატეგიის სახით მოხდეს ყველა ინიციატივისა და ბიზნეს იდეების რეალიზება, გამოიყოს მექანიზმები რომლებიც მინიმუმ აუცილებელია კლასტერის ფორმირებისთვის, ეს არის[11]: საორგანიზაციო-კომუნიკაციური; საინვესტიციო; ორგანიზაციულ-სამართლებრივი (უზრუნველყოფს სამართლებრივ- ნორმატიული ბაზის ჩამოყალიბებასა და მხარდამჭერი პროგრამების რეალიზებას).

კლასტერების წარმოშობას წაუბიძგებს შემდეგი ძირითადი განმაპირობებელი გარემოებანი, როგორიცაა [12]:

- კომპანიების მიერ ხარჯების ეკონომია, რომელიც მიიღწევა მათ მიერ რესურსების საერთო სარგებლობით;
- ბიზნესისთვის საჭირო საქონლის თუ მომსახურების გეოგრაფიული სიახლოვე, რაც უზრუნველყოფს სისწრაფეს და აქედან გამომდინარე, სიახლეს;
- ერთ ადგილზე ფირმების კონცენტრაცია ხელს უწყობს ფარული ცოდნის და გამოცდილების გავრცელებას.

არსებობს განსხვავება ტურისტულ და საწარმოო კლასტერებს შორის. კლასტერი ტურისტების ნაკადების გადაადგილების ვექტორზე ყალიბდება, და, ამა თუ იმ ფორმით ერთმანეთს აკავშირებს გეოგრაფიულად დაშორებულ ტურისტულ ობიექტებსაც. მაშასადამე **გარდა კონკრეტული გეოგრაფიული ლოკალიზაციისა, ტურისტულ კლასტერში მოიაზრება გეოგრაფიულად დაშორებული, მაგრამ კლასტერთან მჭიდროდ დაკავშირებულ რგოლებს, რომელიც იძლევიან ღირებულების ჯაჭვზე ორიენტირებულ კლასტერების განვითარების იმედისმომცემ პერსპექტივას განსაკუთრებით ტურისტულ ინდუსტრიაში, რამდენადაც ტურიზმში მომსახურების პროდუქტი იქმნება მასთან პირდაპირ და არაპირდაპირ დაკავშირებული დარგების ჩართულობითაც, სადაც ასევე სამუშაო ადგილების წარმოქმნის ინიცირება იქმნება.**

თანამედროვე ნორმატიულ ბაზაში არ არსებობს ტურისტული კლასტერის პროექტირების (შემუშავების) ერთიანი მეთოდიკა. სამეცნიერო პრაქტიკულ ლიტერატურაში წარმოდგენილია კლასტერის პროექტირების რამდენიმე, მათ შორის სპეციფიკური მიდგომა ტურიზმის დარგში, რომლებიც არსებითად განსხვავდებიან

ერთმანეთისაგან. ზოგიერთი მათგანი კლასტერის ჩამოყალიბების საწყის ეტაპზე ტურისტული პოტენციალსა და ტერიტორიულ მიმზიდველობაზე აკეთებს აქცენტს, მეორენი პირიქით, თვლიან, რომ მისი შექმნა დამოკიდებულია საინიციატივო ჯგუფის/ინვესტორების შემადგენლობაზე. სხვადასხვა სახის ტურისტული რესურსები შეიძლება ითქვას თვითონ გვეკარნახობს რეგიონის განვითარების პროფილს, ისევე როგორც, სამთო ტურიზმის მიმართულება თოვლიანი რეგიონისთვის, ეკო ტურიზმი მაღალმთიან რეგიონებში და სხვა.

მსოფლიოს ტურიზმის განვითარების ბოლოდროინდელ ტენდენციებში წარმატების მიღწევის უპირატესობებში იკვეთება არა იმდენად მდიდარი ტურისტული რესურსების არსებობა, რამდენადაც ინოვაციური მართვის მეთოდებით მისი ოპტიმალური გამოყენება [13]. კონკრეტულ რეგიონებში კლასტერის ფორმირების მხარდაჭერის აუცილებლობა მისი, როგორც მწარმოებლურობის, ინოვაციურობის, კონკურენტუნარიანობის, შემოსავლიანობისა და დასაქმების ტემპების ზრდით აიხსნება [14].

როდესაც ვსაუბრობთ კლასტერებზე, არ უნდა დაგვავიწყდეს მათი განვითარების სხვადასხვა ვარიანტების შესაძლებლობები. დღეს, ევროპის სახელმწიფოების მიერ სოფლის ტურიზმის სტიმულირება ხდება არამარტო ეკონომიკურად ჩამორჩენილ რეგიონებში, არამედ იქაც, სადაც ტრადიციულად პოპულარულია მასობრივი დასვენება, მაგალითა,, განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს იტალიური სოფლის ტურიზმის „წარმატების ფორმულაში“ ტურიზმის ისეთი თემატური მიმართულებით, როგორიცაა: „ბუნება და ჯანმრთელობა“, „რეკრეაციული ტურიზმი“, „ტრადიციული გასტრონომია“, „სპორტი“ [15], რომელთა განვითარების პოტენციალი საქართველოს მთიანი რეგიონების უმეტესობას გააჩნია. ევროპაში, უკვე დიდი ხნის წინ წარმატებული გამოცდილებაა, ღვინის სოფლების პრაქტიკა, თემთა პარტნიორობა ღვინის გარშემო, რომლიც ჯერ კიდევ ნაკლებად ან საერთოდ არ გამოიყენება საქართველოს რეგიონებში. ტურისტული სოფელი, რომელიც ფლობს ტურისტულ რესურსებს, კონკურენციას უწევს თავის მეზობლებს, მაგრამ მათი გაერთიანება ერთი საქმის გარშემო მიმზიდველი გახადონ ტურისტული სოფელი, როგორც დესტინაცია, წარმოშობს „კოლექტიურ სულს“ და სინერგიის ეფექტს. ასეთ სოფლებში ჩნდება დაინტერესება კოოპერაციისადმი, რაც გადამდებია სხვა სოფლებისთვის [16]. ვფიქრობთ აღნიშნული მოდელის პრაქტიკა გასაზიარებელია საქართველოს ღვინის მწარმოებელ რეგიონებში.

მაღალმთიან რეგიონებში, სადაც საწარმოო სუბიექტები ხშირად შემოფარგლულია მდინარის ან მთის ბუნებრივი საზღვრებით, ყალიბდება ლოკალური კლასტერები. მათ ფუნქციების კოორდინაციის გზით (კადრების მომზადების, მომსახურების სტანდარტების სისტემის და ერთობლივი ბრენდის) ცენტრალიზებული ორგანიზებით შეუძლიათ წარმოქმნან რეგიონული კლასტერები. ბუნებრივი და კულტურულ-ისტორიული რესურსების ერთობლივი გამოყენებით ტურისტული სუბიექტები ქმნიან მსგავს მომსახურებებს, სადაც ტურისტებს სთავაზობენ გაფართოებულ პროდუქტს ამ რეგიონისათვის ავთენტურ და პრიორიტეტული ტურისტული პროდუქტების სინთეზით. ამგვარი გაფართოებული პროდუქტების შექმნის ბუნებრივი რესურსი საქართველოს მთიანი რეგიონების დიდ უმრავლესობაში არსებობს. ტურისტები ასეთი მოგზაურობისას ვერ ამჩნევენ ადმინისტრაციულ საზღვრებს და ექმნებათ ტურისტულ რეგიონის შესახებ ერთიანი მაღალი ტურისტული შთაბეჭდილება.

ჩვენს მიერ წარმოდგენილი სტატიისთვის განსაზღვრული მოცულობა არ გვამლევს იმის საშუალებას, რომ დეტალურად გავანალიზოთ საქართველოს თითოეული მთიანი რეგიონის - რაჭა-ლეჩხუმი, სვანეთი, აჭარის მთიანეთი, სამცხე-ჯავახეთი, მთათუშეთი, ხევსურეთი, ფშავი, მთიულეთი და სხვა განვითარების ტურისტულ-რეკრეაციული პოტენციალი, რათა განვსაზღვროთ თუ რა სახის კლასტერი მიესადაგება თითოეულ მათგანს. ერთი კი ცხადია, საქართველოს მთის რესურსები წარმატებით შეიძლება გამოვიყენოთ ტურიზმის სამთო, გამაჯანსაღებელი, სპორტული და სათავგადასავლო ტურიზმის ისეთი სახეების განვითარებით, როგორიცაა - მთამსვლელობა, სამთო-საფეხმავლო ტურიზმი, მეკლდეურობა სამთო-სათხილამურო ირაიტინგი და ფრისტალი, სამთო-ველოსახეობები, რაფტინგი, გაყინული ჩანჩქერების გავლა და სხვა, მათზე მოთხოვნა მსოფლიოში სულ უფრო იზრდება.

საქართველოს მთიან რეგიონებს რეკრეაციული ტურიზმის განსავითარებლად უხვად გააჩნიათ უნიკალური მნიშვნელობის კურორტები და საკურორტო ადგილები. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ტურისტულ სექტორში უდიდესი სეგმენტი მთელ მსოფლიოში გამაჯანსაღებელ ტურიზმს უჭირავს, საქართველოსთვის მართლაც უპრიანია ამ მიმართულების განვითარება, მისი საკურორტო-ტურისტული პოტენციალიდან და ეკონომიკურ-გეოგრაფიული მდებარეობიდან გამომდინარე (ევრაზიის კორიდორი, კავკასიის გული, დიდი აზრეშუმის გზა).

დიდი და მცირე კავკასიონის მაღალმთიან დასახლებათა უმრავლესობა განსაკუთრებით მიმზიდველია გარე და შიდა ტურიზმისთვის. მაღალმთიანი დასახლებები გამოირჩევა როგორც ზამთრის, ასევე ზაფხულის კურორტებით, კულტურული მემკვიდრეობის, ისტორიული, არქეოლოგიური და ბუნებრივი ძეგლებით. 20-ზე მეტ მაღალმთიან დასახლებას საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულებით მინიჭებული აქვს კურორტის სტატუსი. ისინი კლიმატური და/ან ბალნეოლოგიური ტიპისაა [17].

ტურისტებისთვის საინტერესო და მეტად მიმზიდველია სვანეთის უნიკალური ბუნებრივი ლანდშაფტი და ტურისტული ადგილები მღვიმე (ზარგაში); სათევზაო ტურიზმი (ჭუბერი, ლახამულა, ივარი); საცხენოსნო ტურიზმი (მესტია-ჟაბე-ადიში-იფრალი-უშგული); ბუნების ძეგლები (მდ. ღალდე-ქალადის აუზის ზემოწელში „ფეხულის ქვის“ ლოდი, ადიშის ყინულარდნილი); სალაშქრო ხეობები (თვბერი-ჟაბეში, უშგული-შხარის მყინვარი, უშბის მყინვარი და სხვები), გადმოსახედი ადგილები (მესტია, ზურულდი, გვალდი, ჰაწვალი, ჰეშვილდი); სამთო-სათხილამურო ადგილები, საჯომარდო ადგილები (ქალა, ბეჩო, ნაკრა (ზედა წელში), უშგული) და სხვა მრავალი.

არანაკლები რესურსული შესაძლებლობები აქვს რაჭა-ლეჩხუმს, თუშეთს, ხევსურეთს და სხვა მთიან ადგილებს. იმის მიუხედავად, რომ რაჭა-ლეჩხუმში ბუნების ძეგლებიც მრავლადაა, კურორტებიც, მდინარეები და ტბებიც და სალაშქრო ხეობებიც, რომელთა მემკვიდრეობით ეს მხარე მრავალნაირ ტურისტულ მომსახურებას სთავაზობს ვიზიტორებს, ტურისტები პრიორიტეტულად მაინც თვლიან სოფლის ტურიზმს, კერძოდ, რეკრეაციულ ტურიზმს. ეს არჩევანი კვლევითაა დადგენილი [17].

ასევეა ფშავ-ხევსურეთი, მთიულეთი და ხევი. ეს მხარეებიც ტურისტებს სთავაზობს ულამაზეს ბუნების სანახაობას, სათევზაო და საცხენოსნო ტურიზმს, წყალჯომარდობას, თხილამურებით სრიალს (გუდაური) და მრავალ სხვას.

ბუნებრივ-რეკრეაციული რესურსებით მდიდარი მთიანი რეგიონების სოფლებს ტურისტული კლასტერების განვითარებით საშუალება ეძლევათ მოიხმაროს სოფლად და მის ირგვლივ არსებულ მრავალფეროვანი რესურსები და მათი სამეურნეო ბრუნვაში ფართო ჩართვით მიიღონ ეკონომიკური ეფექტიანობის ამაღლების შესაძლებლობა [16].

როგორც ზემოთ აღინიშნა, ბუნებრივი და კულტურულ-ისტორიული რესურსების ერთობლივი გამოყენებით, სოფელ ადგილებში წარმოქმნილ ლიკალურ კლასტერებს შეუძლიათ ჩამოყალიბდნენ რეგიონულ კლასტერად და შექმნან ერთობლივი ბრენდი. ამგვარი კონკურენტული პროდუქტის შექმნა კი ყველაზე შესაფერისია თემატური კლასტერების ჩამოყალიბებით, სადაც წინწამოწეული იქნება რეგიონისთვის ავთენტური და პრიორიტეტული ტურისტული პროდუქტები. საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე შესვლისას გადამწყვეტია სახელმწიფოს როლი ქვეყნის (რეგიონის) აღიარებასა და მისი ტურისტული პროდუქტების ბრენდის შექმნაში [19] ტურისტული რეგიონის ბრენდირების მიღწევის ყველაზე შესაფერის ფორმას კი წარმოადგენს ტურისტული კლასტერის ორგანიზება.

მაშასადამე, საქართველოს მთიანი რეგიონების უნიკალური ბუნებრივი პირობები, ადგილობრივი და მკვეთრად გამოხატული თვითმყოფადობა, მეურნეობის ტრადიციები, ფოლკლორის მრავალ-

ფეროვნება და სხვა, საფუძველს გვაძლევს რეკომენდაცია გავცეთ **შემდეგი თემატური კლასტერების და საპილოტე მოდელების დანერგვასა:**

- **ადგილობრივი ღვინისა და გასტრონომიული ტურიზმის კლასტერი.** მასში შესაძლებელია გაერთიანდნენ სურსათის ადგილობრივი მწარმოებლები და ღვინის საწარმოები, რომლებიც მომხმარებელს ტურისტულ და სასტუმრო სერვისებს შეთავაზებენ. აგრეთვე, რესტორნები და საოჯახო სასტუმროები, რომლებიც ადგილობრივი კულინარიული პროდუქციის რეალიზებას მოახდენენ, ასევე, ღვინის ბარები და სექტორული ასოციაციები;
- **ავთენტური სასტუმროების კლასტერი.** მასში შეიძლება მოიაზრებოდეს ის საოჯახო სასტუმროები, რომლებიც ვიზიტორებს უკვე სთავაზობენ, ან შესთავაზებენ დამატებით ტურისტულ სერვისებსა და გამოცდილებებს (სანახაობითი ტურები, სასიარულო და საწყლოსნო მარშრუტები, საექსკურსიო-შემეცნებითი ტურები, სათხილამურო და სალაშქრო ხეობები და სხვა) ავთენტურ გარემოში. ამის საფუძველს მთიანი რეგიონების უნიკალური ბუნებრივი პირობები და ადგილობრივი და მკვეთრად გამოხატული თვითმყოფადობა წარმოადგენს. აგრეთვე, მთიანი რეგიონების ცხოვრების წესი, მეურნეობის ტრადიციები, ფოლკლორის მრავალფეროვნება და სხვა;
- **კულტურული მემკვიდრეობის კლასტერი.** იგი გააერთიანებს ტურისტულ ბიზნესში არსებულ სხვადასხვა კონტრაგენტს, კერძოდ კი – ხელოსნებს, ხელოვანებს, ადგილობრივი კულინარიული და ხელნაკეთი პროდუქციის მწარმოებლებს, მუზეუმებს, დაცულ ტერიტორიებს, კურორტებსა და საკურორტო ადგილებს, ტურ-ოპერატორებს და გიდებს. ტურისტულ ინდუსტრიაში ჩართული ამ დაინტერესებული მხარეების საქმიანობა კი მეტად მნიშვნელოვანია თითოეული რეგიონის კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაციის მიზნით ტურისტული პროდუქტებისა და მომსახურებების განსავითარებლად.

საქართველოში მოგზაურთა პოპულარული აქტივობების სტატისტიკური მონაცემები, რომლის მიხედვით ქართული სამხარეულოს და ღვინის დაგემოვნებას ირჩევს - 75.7%, ღირსშესანიშნაობების მონახულებას - 51.6%, ზღვაზე, ტბაზე, მდინარეზე ცურვას - 36.5%, ბუნების, ლანდშაფტის მონახულება - 20.4%, გასართობ პარკში სტუმრობას - 17.1%, რელიგიური ადგილების მონახულება - 14.2%, ადგილობრივი ხელოვნების - 9.0%, კულტურა და სხვა - 30.6% [18], გვიდასტურებს ტურისტულ პროდუქტებზე მოთხოვნას, რომლის შეთავაზების მაღალი პოტენციალი გააჩნია საქართველოს მთიან მხარეებს და ზემოთ შემოთავაზებული თემატური კლასტერების შექმნის პრიორიტეტულობას.

ტურიზმის დინამიურ განვითარებას განაპირობებს სოციალ-ეკონომიკური, დემოგრაფიული, ბუნებრივ-გეოგრაფიული და სამეცნიერო-ტექნიკური ფაქტორების კომპლექსურობა. მაშასადამე საქართველოს მთიან რეგიონებს ტურისტული კლასტერების განვითარებისათვის მდიდარი და მრავალფეროვანი ტურისტული რესურსი, ამასთან, განხვავებულ სოციალურ-ეკონომიკური ფონი და განსხვავებული ტურიზმის განვითარების სიმწიფის დონე გააჩნიათ. მდგრადი ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა რეგიონების მიხედვით დიფერენცირებული მიდგომების და ამავე დროს ყველა დონეზე ლოგიკური კავშირის მქონე ტურიზმის სტრატეგიული განვითარების პროგრამების არსებობას ითხოვს. აღნიშნულიდან გამომდინარე მიგვაჩნია, რომ, ჩვენი ქვეყნის მთიანი ნაწილების გამოკვლევის საფუძველზე უნდა განისაზღვროს:

1. თუ რა სახის თემატური კლასტერის განვითარებაა საჭირო სამიზნე მთიან რეგიონებში;
2. სახელმწიფოს როლი კლასტერების ფორმირებისა და ფუნქციონირების პროცესში. უნდა დადგინდეს, თუ როგორი უნდა იყოს იგი: კლასტერების ფორმირების პროცესის აქტიური

მხარდაჭერა თუ არსებული, ბუნებრივად წარმოქმნილი, კლასტერების მხარდამჭერი გარემოს უზრუნველყოფა.

დასკვნა

სიღარიბისა და უმუშევრობა ისევ რჩება ჩვენი ქვეყნის დაუძლეველ პრობლემად მიუხედავად ბოლო წლებში საქართველოს ეკონომიკური ზრდის მაღალი ტემპისა. ამ მხრივ განსაკუთრებით მწვავე მდგომარეობა რჩება მაღალმთიან რეგიონებში. ტურიზმმა საზღვარგარეთის ქვეყნების პრაქტიკაში არაერთგზის დადასტურა მისი განვითარების პროცესში სახელმწიფოს, კერძო სექტორსა და ადგილობრივ თემს შორის მჭიდრო თანამშრომლობით, ეკონომიკური აქტივობებისა და თვითდასაქმების ფართო შესაძლებლობები.

საქართველოს მთიანი რეგიონები, რომლებშიც მოიაზრება ჩვენი ქვეყნის დეპრესირებული მხარეები, თავიანთი ბუნებრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნებისა და ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსების მხედველობაში მიღებით, უნდა იქნას გამოცხადებული პრიორიტეტად ჩვენი ქვეყნის თემატური ტურისტული კლასტერების განვითარების საქმეში. რისთვისაც თითოეული მათგანის ბრენდის შექმნა მოხდება მათი ავთენტური და ძირითადი ტურისტული პროდუქტების წინააღმდეგ.

ამასთან, მთიან რეგიონებში ტურიზმის განვითარების სახელმწიფოს პოლიტიკა უნდა ემყარებოდეს რეგიონების განსხვავებული სოციალურ-ეკონომიკური ფონისა და ტურიზმის განვითარების სიმწიფის დონის მიხედვით დიფერენცირებულ მიდგომებს თითოეული რეგიონის მიმართ და განისაზღვროს, იყოს ის პროაქტიული თუ პრორეაქტიული.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. მაღალმთიანი რეგიონების განვითარება: გამოწვევები და ცვლილებები., საქართველოს პარლამენტის კვლევითი ცენტრი., 07.04.2020 წ.
2. საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის „საქართველო 2020“;
3. საქართველოს კანონი მაღალმთიანი რეგიონების განვითარების შესახებ <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2924386?publication=5>
4. ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია (OECD), „Inclusive Growth Analytics Framework and Application.“, 2008;
5. 5. ჭითანავა, საქართველოს მთიანეთის სოციალურ-ეკონომიკური და ეკოლოგიური განვითარების თავისებურებები და პერსპექტივები. ნაშრომში - „საქართველოს მთიანეთის სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები“. თბ., 2010;
6. საქართველოს მაღალმთიანი დასახლებების განვითარების 2019-2023 წლების სტრატეგია;
7. საქართველოს მთავრობა, ქვეყნის ძირითადი მონაცემები და მიმართულებები 2019-2022 წლებისათვის (გადამუშავებული ვარიანტი) თბ., 2018;
8. ე. ბალიაშვილი, ერთხელ კიდევ საქართველოს მთიანეთის ტურისტული პოტენციალის შესახებ. პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი, საერთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი - ეკონომისტი #2; თბ., 2021;

9. UNIDO - გაეროს ინდუსტრიული განვითარების ორგანიზაცია, კლასტერული განვითარების ძირითადი პრინციპები საქართველოში არსებული განვითარებადი და პოტენციური დამამუშავებელი მრეწველობის და აგრობიზნესის კლასტერები, თბ., 2020;
10. მ. პორტერი, კონკურენცია, მ. ვილიამსი, 2003.
11. Martin, R. and Sunley, P. "Deconstructing Clusters: Chaotic Concept or Policy Panacea?", Paper presented at the Regional Studies Association Conference, London 21 November, 2001;
12. ბალიაშვილი, ე., (2016). „ტურიზმის კლასტერიზაციის პერსპექტივები საქართველოში“ ეკონომიკა,
13. Katsitadze N., Natsvlshvili I. (2017). DEVELOPMENT OPPORTUNITIES OF MICE TOURISM IN DEVELOPING COUNTRIES: CASE OF GEORGIA. International Journal of Business and Management Studies, ISSN: 2158-1479::06(01):163–170.
14. Fakhoury, I. N. "Creating Business Hubs and Destinations as a Means to Achieving Sustainable Economic Development through Public Private Partnerships", Final Report, Eisenhower Fellowship – MNP 2002.
15. Bock B. (2006.) Introduction: Rural Gender Relations: Issues and Case Studies. Wallingford. CARY Publishing. pp.1-15
16. Katsitadze N., Vatsadze I (2020). „Methodological Recommendations for Forming and Developing Priority Directions of Racha Rural Tourism“.
17. საქართველოს მაღალმთიანი დასახლებების განვითარების სტრატეგია 2019-2023.;
18. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, სტატისტიკური ანგარიშები 2018-2019 წლები.
19. Katsitadze, N., & Natsvlshvili, I. (2020). The Role of State Regulation and Policy in Tourism Development: The Case of Georgia. Eurasian Economic Perspectives, 13(1), 419-434.