

ნინო აბესაძე

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ნინო დობტურიშვილი

დოქტორი
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი

ღვინის ტურიზმის განვითარების ტენდენციები კახეთის რეგიონში

ღვინის ტურიზმი საკმაოდ პოპულარულია საქართველოში, თუმცა ცალკეული რეგიონის მიხედვით სუბათი დიფერენცირებულია. გზადიციულად კახეთის რეგიონი უპირობო დიდებულ ბაზრის ამ სეგმენტზე. ნაშრომში გამოკვეთილია ღვინის ტურიზმის წინაშე არსებული გამოწვევები, იდენტიფიცირებულია პირობები და შესაბამისად დასახულია მათი გადაჭრის გზები. ჩატარებული კვლევის შედეგების სტატისტიკური მეთოდებით გაანალიზების საფუძველზე გამოვლენილია კახეთის რეგიონში ღვინის ტურიზმის განვითარების ძირითადი ტენდენციები, განსაზღვრულია მოთხოვნადი და მიმზიდველი დოკუმენტები, შესწავლილია ვიზიტორთა გეოგრაფიული სტრუქტურა, გაანალიზებულია ხაზების სტრუქტურა და სხვ.

ღვინის ტურიზმის მომზადება და ღვინის კომპანიებისა და მაღნების მფლობელთა შეჩვევითი გამოკვლევის საფუძველზე გაკეთებული დასკვნები და რეკომენდაციები საბოლოო ჯამში უზრუნველყოფს ხოვოც ქვეყანაში, ისე მის ფაჩვებს გაჩეთ, ღვინის ტურიზმის პოპულარიზაციას, ხასაც მოპყვება გაზიდილი ტურისტული ნაკადები.

საკვანძო სიტყვები: ღვინის ტურიზმი, კახეთის რეგიონი, ტენდენცია, ანალიზი, მეთოდი.

ღვინის ტურიზმი უკანასკნელ წლებში საქართველოში სწრაფად განვითარებად სეგმენტად ჩამოყალიბდა, რაზეც მეტყველებს ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა, მარნების მომრავლება, ტურისტული ნაკადების ზრდა და ა.შ. ღვინის ტურიზმის მიმართ გაზრდილმა ინტერესმა გააჩინა მისი საფუძვლიანი გამოკვლევის ახალი მოთხოვნები. უდავოა, რომ როგორც სხვა, ტურიზმის სფეროშიც მიმდინარე მოვლენების შესაფასებლად, ტენდენციების გამოვლენისა და სტატისტიკური კანონზომიერებების დასადგენად აუცილებელია ობიექტური ინფორმაცია, რაც ტურიზმის სტატისტიკური აღრიცხვის საერთაშორისო მეთოდოლოგიის სრულყოფილ ადაპტაციასა და პრაქტიკულ რეალიზაციას მოითხოვს ადგილზე. (აბესაძე, 2021) დღეს არსებული ინფორმაციული უზრუნველყოფის პირობებში ხორციელდება ტურისტული პოტენციალის ზუსტი გაანგარიშება მთელი თავისი მოსალოდნელი შედეგებითა და პროგნოზებით. ინფორმაციის ძირითად წყაროს საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტროს მონაცემები და შერჩევითი კვლევები წარმოადგენს. შერჩევითი გამოკვლევის ჩატარება ბაზრის ამ სეგმენტზე საინტერესო შედეგებს უზრუნველყოფს, რომელიც ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაზე ტურიზმის ზეგავლენის განსაზღვრის ეფექტური მექანიზმის ჩამოყალიბების წინაპირობას ქმნის. გარდა ამისა ღვინის ტურიზმის სტატისტიკის ინფორმაციის სრულყოფის მნიშვნელოვან წყაროს კახეთის რეგიონის ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრები წარმოადგენს.

ღვინის ტურიზმი საკმაოდ პოპულარულია საქართველოში, მაგრამ ცალკეული რეგიონების მიხედვით სუბათი დიფერენცირებულია. მართალია სხვა რეგიონებშიც მაგალითად, აჭარაში, იმერეთში, სამეგრელო-ზემო სვანეთში, რაჭა-ლეჩხუმსა და გურიაში და ა. შ. ვხვდებით ღვინის მრავალფეროვან ტურებს, მაგრამ ტრადიციულად კახეთის რეგიონი უპირობო ლიდერია ბაზრის ამ სეგმენტზე, კახეთს აქვს ის წინაპირობები, რაც ღვინის ტურიზმის განვითარებისთვის უმთავრესია: ღვინის ისტორია, წარმოების უნიკალური ტექნოლოგია, ვაზის ჯიშების სიმრავლე, ბუნებრივი პირობები და სხვ. (ხარბედა, 2018) მნიშვნელოვანია ის ფაქტიც, რომ ქვეყნის ღვინის დაყენების მეთოდი შევიდა იუნესკოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის წარმომადგენლობით ნუსხაში (<https://ich.unesco.org/en/RL/ancient-georgian-traditional-qvevri-wine-making-method-00870>).

ნაშრომის ძირითად მიზანს წარმოადგენდა ღვინის ტურიზმის განვითარების ძირითადი ტენდენციების გამოვლენა კახეთის რეგიონში. კვლევის პროცესში გამოყენებულ იქნა სტატისტიკური დაკვირვების, თავმორა-დაჯგუფებისა და ანალიზის მეთოდები.

კახეთის რეგიონი ვიზიტორებს მრავალფეროვან და საინტერესო ტურებს სთავაზობს. ტურისტებს საშუალება ეძლევათ ეწვიონ ღვინის მსხვილ და მცირე კომპანიებს, მარნებს, დაათვალიერონ ვენახები და მონაწილეობა მიიღონ რთველში, გაეცნონ ფოლკლორს, ადგილობრივ ტრადიციებს და სხვ. გარდა ამისა, შესაძლებელია ვენახში ქორწილის გადახდა, ვენახების თავზე საჰაერო ბურთით ფრენა, ასევე, გლეხებთან ერთად ყურძნის კრეფა, ცხენებით ჯირითი და ა.შ. აღსანიშნავია, რომ კახეთში აშენდა ბევრი ახალი მარანი, რესტავრაცია ჩაუტარდა ბევრ ისეთ ისტორიულ მარანს, რომელიც ქვეყნის საგანძურს წარმოადგენს და ტურისტებისთვის მიმზიდველია, დღეს კახეთის რეგიონში არსებობს ისეთი მარნებიც, რომლებიც ფართო ასორტიმენტს სთავაზობენ მომხმარებლებს. ღვინის დეგუსტაციის გარდა, ბევრ მათგანს შეუძლია საკმაოდ მრავალფეროვანი საკვების, განთავსების საშუალებების და სხვა დამატებითი მომსახურების შეთავაზება (მაგ, ველოსიპედით გასეირნება, ცხენით ჯირითი, აუზი, ბარი და სხვ.). ასეთი მარნებია: „თელიანი ველინ“, „ტყუპების ღვინის მარანი“, „შატო მერე“, „შუხმან ვაინს ჯორჯია“, „მელვინეობა ხარება“ და სხვა.

დღევანდელი მდგომარეობით კახეთის რეგიონში ღვინის მწარმოებელი 262 აქტიური ეკონომიკური სუბიექტია, საიდანაც ყველაზე მეტი, 85 თელავის, 65 გურჯაანის, 48 ყვარლის მუნიციპალიტეტში მდებარეობს.¹ მაგრამ ყველა ბიზნეს სუბიექტი როდია ჩართული ტურისტულ ბიზნესში. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ტურიზმის გეოინფორმაციული ცენტრისა და ღვინის კლუბთან ერთად განხორციელებული პროექტით „ღვინის გზა“ იდენტიფიცირებულ იქნა ყველა იმ კომპანიის, მცირე საწარმოს და ოჯახური მარნების აღრიცხვა, რომლებიც მზად იყვნენ ტურისტების მისაღებად. ტურისტთა მიღებისათვის ობიექტების მზაობის დადგენა ხდებოდა შემდეგი კრიტერიუმების მიხედვით: მოწესრიგებული და სუფთა მარანი; მომსახურების აუცილებელი ინფრასტრუქტურა; ღვინის ტურიზმში მონაწილეობის სურვილი; ხარისხიანი ღვინის წარმოების შესაძლებლობა. შეიძლება ითქვას, რომ ამ პროექტის რეალიზაციით დაიწყო საქართველოში ღვინის ტურიზმის განვითარება. კახეთში მარნებისა და ღვინის კომპანიების მომრავლება წინა წლებთან შედარებით, მიუთითებს კერძო სექტორის დაინტერესებასა და უფრო მეტ ჩართულობაზე.

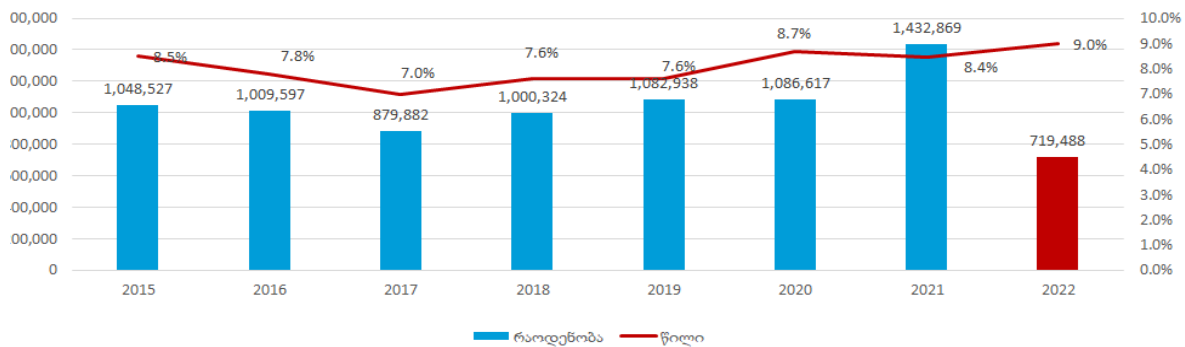
დღესდღეობით, ამ პროექტში გაწევრიანებულია მთელი საქართველოს მაშტაბით 352 ობიექტი, რომელთა შორის ყველაზე მეტი, 190, (54%) კახეთის რეგიონში მდებარეობს.

ღვინის ტურები კახეთში მიმზიდველია როგორც საერთაშორისო ისე შიდა ვიზიტორებისათვის. 2021 წელს შიდა ვიზიტორთა რაოდენობა წინა წელთან შედარებით 31%-ით გაიზარდა. საყურადღებოა, რომ პანდემიის პერიოდში, როდესაც ტურიზმი შოკურ მდგომარეობაში აღმოჩნდა, კახეთში შიდა ტურისტული ნაკადების მატება შეინიშნებოდა. 2020 წელს წინა წელთან შედარებით 3%-ით, ხოლო 2018 წელთან შედარებით 14%-ით გაიზარდა შიდა ტურისტების რაოდენობა. ზოგადად, 2015-2021 წლებში კახეთში ვიზიტორების რაოდენობა საშუალოდ ყოველწლიურად 5%-ით იზრდებოდა. (საშუალო წლიური ზრდის ტემპი იყო 105%). შესაბამისად იზრდებოდა ვიზიტორებში კახეთის ვიზიტორების წილის მაჩვენებელი.

¹ ბიზნეს რეგისტრი. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ოფიციალური ვებგვერდი. www.geostat.ge

დიაგრამა 1.

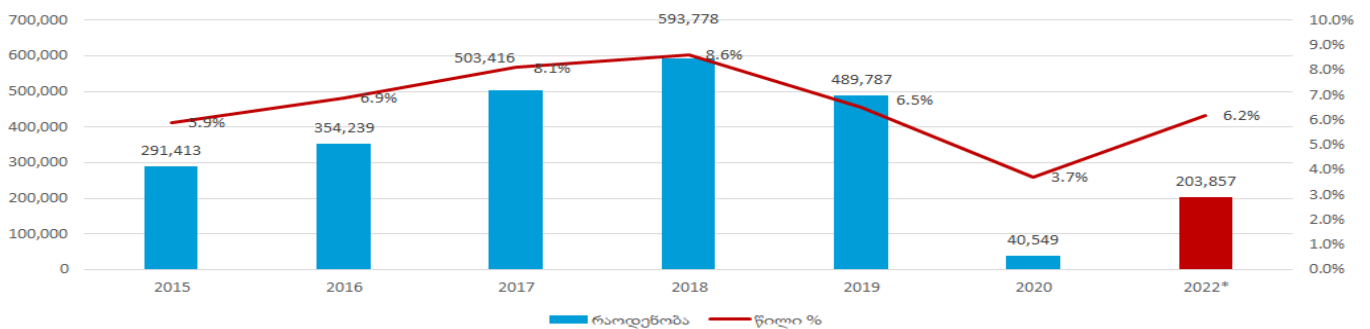
შიდა ვიზიტორების რაოდენობა კახეთის რეგიონში



წყარო: (საქათვისტურისტების სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, თ. გ.)

რაც შეეხება საერთაშორისო ვიზიტორებს, 2020-2021 წელს, პანდემიის გამო რაოდენობრივი მახასიათებლები მნიშვნელოვნად შემცირდა ხოლო 2015-2019 წლებში საშუალო წლიურმა ზრდის ტემპმა 138% შეადგინა.

დიაგრამა 2.

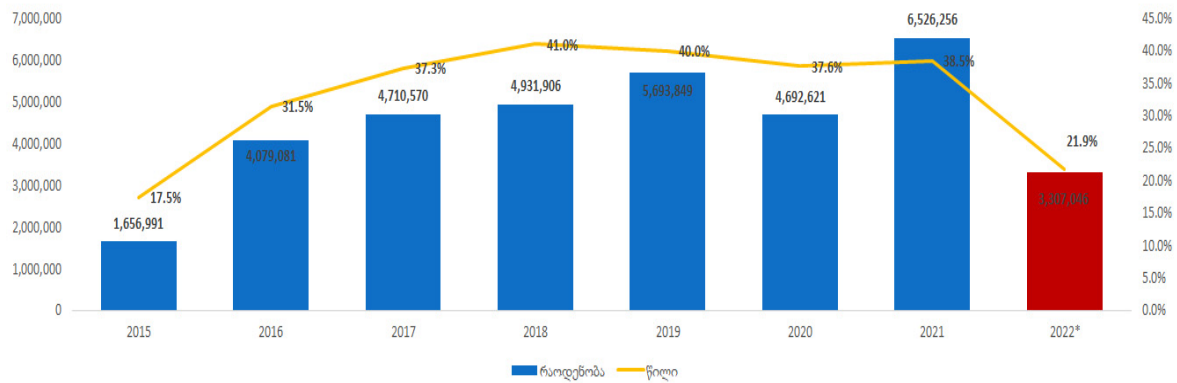


წყარო: (საქათვისტურისტების სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, თ. გ.)

როგორც კვლევამ აჩვენა მუნიციპალიტეტებს შორის ყველაზე მონახულებადს, როგორც შიდა, ისე საერთაშორისო ტურიზმის დროს წარმოადგენსდა თელავი, ყვარელი, სიღნაღი და ლაგოდეხი. კახეთის საინფორმაციო ცენტრების მონაცემებით ტურისტები ძირითადად რუსეთიდან, გერმანიიდან, პოლონეთიდან და ბალტიისპირეთის ქვეყნებიდან სტუმრობენ. აღსანიშნავია, რომ ღვინის ტურიზმის პაკეტების მომხმარებლები 2015 წლამდე ძირითადად საერთაშორისო ვიზიტორები იყვნენ. (Abesadze, 2021) მათი დაინტერესება კი მეტწილად სამუზეუმო კომპლექსების დათვალიერებით, ქართული ღვინის დაგემოვნებით და მარნების ნახვით შემოიფარგლება. შიდა ვიზიტორები მოგზაურობისას სხვადასხვა აქტივობებში მონაწილეობდნენ. როგორც დიაგრამიდან 3 ჩანს, დინამიკაში იზრდებოდა ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების აქტივობები. ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი 2021 წელს დაფიქსირდამ როდესაც შიდა ვიზიტორების 38% დააგემოვნა ღვინო.

დიაგრამა 3.

შიდა ვიზიტორების მიერ ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების განხორციელებული აქტივობა



წყარო: (საქაჩოვედოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, თ. გ.)

ღვინის დაგემოვნების აქტივობით გამოირჩევა საერთაშორისო ვიზიტორებიც. თუმცა, ეს აქტივობები უფრო ინტენსიური იყო 2019 წლამდე. რადგან 2020-2021 წლებში პანდემიამ მძიმე გავლენას მოახდინა ღვინის ტურიზმზე.

რა გავლენა მოახდინა კახეთში ღვინის ტურიზმის განვითარებაზე პანდემიამ? ამ საკითხების გასაანალიზებლად მოვახდინეთ ღვინის კომპანიებისა და საოჯახო მარნების შერჩევითი გამოკვლევა, რისთვისაც გამოვიყენეთ Google Drive-ის აპლიკაცია და ზოგიერთ შემთხვევაში პირდაპირი ინტერვიუება. ცხადია, მანამდე შერჩეულ იქნა კვლევის დიზაინი. ღვინის ტურის მომხმარებლების კითხვარი შედგებოდა 18 კითხვისგან და გამოპასუხების მაჩვენებელი იყო 244. ხოლო ღვინის კომპანიების/მარნების გამოკითხვის კითხვარი შედგებოდა 16 კითხვისგან და მოპასუხე იყო მხოლოდ 18 კომპანია/მარანი. მომხმარებელთა კვლევისას უფრო აქტიურები აღმოჩნდნენ ქალბატონები(76.1%) და 25-დან 44 წლამდე ასაკის, (70,6%) და შემდეგ 55-64 წლის ასაკის მოსახლეობა(22 %).

რესპონდენტებისათვის კახეთის რეგიონის ყველაზე მიმზიდველ ლოკაციებს წარმოადგენდა თელავი, რომელსაც ბოლო ერთი წლის განმავლობაში ესტუმრა გამოკითხულთა 44,3%, საგარეჯოს(17,1%), ყვარელს (12,9%), სიღნაღს (11,4%) და ა.შ.

რესპონდენტების 30,6% მოინახულა თელავის ღვინის მარანი, 8,3%-მა ყვარლის მევენახეობა „ხარება“, 9,7% სტუმრობდა ყვარლის „ქინძმარაულის მარანს“, 4,2% წინანდლის მამულს, 2,8%-ყვარლის ედემს, 2,8% თელავის „როსტომიანთ მარანს“, 6,9% სტუმრობდა გურჯაანის „ინატრეს“ და სხვ.

ღვინის ტურებზე მოთხოვნის კიდევ უფრო გაზრდის იმედს იძლევა ის ფაქტი, რომ გამოკითხულთა აბსოლუტური უმრავლესობა კმაყოფილი იყო ტურით და 97,5% -მა განაცხადა რომ ის ისევ მიიღებდა მონაწილეობას ღვინის ტურში.

საინტერესო იყო რამდენს ხარჯავენ ვიზიტორები ღვინის ტურში მონაწილეობისას? კვლევაში მონაწილეთა 15,3%-მა ღვინის ტურის დროს საშუალოდ დახარჯა 50 ლარამდე, 51-100 ლარამდე 37,5%-მა, 27,8%-მა 101-150 ლარამდე, ხოლო 19,4%-მა 150 ლარზე მეტი. როგორც ჩანს დანახარჯების მოდალური ინტერვალი 51-100 ლარამდეა. (დოხტურიშვილი, 2022)

განეული ხარჯების ზემოაღნიშნული ინტერვალების პირობებში გავარკვეით რა მომსახურებით ისარგებლეს ვიზიტორებმა. როგორც აღმოჩნდა, რესპონდენტთა 28,9% მონაწილეობა მიიღო ღვინის დეგუსტაციაში, თითქმის 35,5%-მა დაათვალიერა ადგილობრივი ღვინის მარანი/მარნები, 31,6%-მა დაათვალიერა ვენახები, 31,6% გაეცნო ღვინის წარმოების ტექნოლოგიურ პროცესს. ღვინის მარნებისათვის პანდემიის გამო არსებული მძიმე ფინანსური მდგომარეობის გათვალისწინებით, გამოკითხულ რესპონდენტთა 61,6%-ს მიაჩნია, რომ ღვინის ტუ-

რების პოპულარიზაციისათვის და მოთხოვნის ზრდისთვის შიდა ტურიზმის დროს მნიშვნელოვანია მოსახლეობის ინფორმირებულობის გაზრდა და სარეკლამო სამუშაოები, 39,4%-ის აზრით გადამწყვეტი ფაქტორია ხელმისაწვდომი ფასი, ხოლო 37,4% თვლის, რომ მნიშვნელოვანია უსაფრთხო გარემო და მომსახურების ხარისხი.

რაც შეეხება ღვინის მარნების მფლობელთა გამოკვლევას, გამომდინარე იქიდან, მათი უმრავლესობა მამაკაცია, ამიტომ აქტიურები იყვნენ მამაკაცები, (83%), ისინი ძირითადად 45-64 წლის ასაკობრივ ჯგუფს მიეკუთვნებიან (66%), ყველა მათგანს აქვს უმაღლესი განათლება. გამოკითხული კომპანია/მარნების 66,7% 6 წელზე მეტია რაც ტურისტულ ბაზარზე მოღვაწეობს, 33,3% 3-5 წლამდე სტაჟს ითვლის. გამოკითხული მარნის მფლობელების 16,7%-მა განაცხადა, რომ COVID-19 გამომწვეულმა პანდემიამ მნიშვნელოვანი დარტყმა მიაყენა მათ ბიზნესს, ფაქტიურად დარჩნენ შემოსავლის გარეშე, 33,3%-მა შემოსავლის ნახევარი დაკარგა, ხოლო 50% -მა განაცხადა რომ მათ ბიზნესზე პანდემიას ზეგავლენა არ მოუხდენია. გამოკითხულთა 50% თვლის, რომ მთავარი პრობლემა არის მოთხოვნის შემცირება, 33,3% ფინანსების ნაკლებობას ასახელებს, 16,7% კი გაზრდილ ხარჯებს. ამის ნათელი დადასტურებაა ვიზიტებისას ვიზიტორთა რაოდენობის მაჩვენებლები. გამოკითხული ღვინის მარნების 33,3% პანდემიის დროს მოემსახურა მხოლოდ 50-მდე ვიზიტორს, 33,3%-კი 200-ზე მეტს. საგრძნობლად გაზრდილია მათი რაოდენობა 2021 წლისათვის. კახეთში ღვინის ტურის ვიზიტორების 100%-მა დააგემოვნა ღვინო, 92,3% -მა დაათვალიერა ვენახები და მარანი, 84,6%-მა მონაწილეობა მიიღო რთველში, 92,3%-მა ისარგებლა კვებითი მომსახურებით, ხოლო განთავსების საშუალებით ისარგებლა 53,8%-მა. კვლევის შედეგებით, ღვინის მარნებს ძირითადად სტუმრობდნენ უცხოელი ტურისტები. როგორც აღმოჩნდა საერთაშორისო ტურისტებიდან უკანასკნელ წლებში 50% იყო ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნებიდან, ხოლო 16,7% - 16,7% ევროპისა და აზიის ქვეყნებიდან. ტურის საშუალო ღირებულება კაცზე მერყეობს 50-100 ლარამდე კვლევაში მონაწილე ღვინის მარნების 60%-ში, ხოლო 20% -სათვის ფასი უფრო მაღალია და მერყეობს 150-250 ლარის ფარგლებში. კომპანიების ხელმძღვანელების 100% თვლის რომ ღვინის ტურიზმის ბიზნესის გააქტიურება შიდა ტურიზმით შესაძლებელია. რესპონდენტების 33,3%-მა აღნიშნა, რომ მათი ბიზნესის შემოსავლიანობაზე ტურების დროს ვიზიტორთა მიერ ღვინის ადგილზე შეძენა დიდ გავლენას ახდენდა, 33,3%-მა მიუთითა რომ საერთოდ არ ახდენდა შემოსავალზე გავლენას, 33,3%-ის აზრით გავლენა უმნიშვნელო იყო. სოჯახო მარნის მფლობელები თვლიან, რომ უფრო მნიშვნელოვანია რესურსების თანაბარი განაწილება ღვინის წარმოებასა და ტურიზმის გააქტიურებაზე (85,7%), 14,3% სწორედ მიიჩნევს რესურსების მიმართვას ღვინის წარმოების შენარჩუნებაზე. 28,6%-ის აზრით ღვინის ტურიზმისათვის მხარდაჭერა უნდა გააქტიურდეს შიდა ტურიზმისათვის მხარდაჭერით, 57,1% თვლის რომ საჭიროა ღვინის გაყიდვის ორგანიზაციის ხელშეწყობა, და 14,3% აღნიშნავს, რომ აუცილებელია ტრენინგები პერსონალის გადამზადებისთვის. ღვინის კომპანიებისა და საოჯახო მარნებისათვის მნიშვნელოვანია ღვინის გაყიდვების ხელშეწყობის ღონისძიებების პრაქტიკული რეალიზება. ამისათვის, რესპონდენტების ნახევარი 83,3%, მიიჩნევს, რომ საჭიროა ღვინის ცნობადობისა და პოპულარიზაციისათვის ხელშეწყობა და 16,7% უპირატესობას ფასების სუბსიდირებას ანიჭებს.

დასკვნა

როგორც კვლევამ აჩვენა, ღვინის ტურიზმი კახეთში მიმზიდველია როგორც საერთაშორისო ისე შიდა ვიზიტორებისათვის; ქვეყანაში ტურისტულ ბაზარზე ოპერირებადი ღვინის კომპანიებისა და მარნების დიდი ნაწილი 54% ,(169) კახეთში მდებარეობს; კახეთში საერთაშორისო ვიზიტორებიდან ძირითადად რუსეთიდან, გერმანიიდან, პოლონეთიდან და ბალტიისპირეთის ქვეყნებიდან სტუმრობენ; საერთაშორისო ტურისტების დაინტერესება მეტწილად სამუზეუმო კომპლექსების დათვალიერებით, ქართული ღვინის დაგემოვნებით და მარნების

ნახვით შემოიფარგლება; იზრდება საერთაშორისო ტურისტების ქვეყანაში ყოფნის საშუალო ხანგრძლივობა. თუმცა როგორც ჩვენს მიერ ჩატარებულმა კვლევამ აჩვენა კახეთში ღვინის ტურიზმით ვიზიტისას უპირატესად ერთლიანი ტურები სჭარბობს და შესაბამისად მცირეა კახეთში დარჩენის საშუალო ხანგრძლივობის მაჩვენებელი; საერთაშორისო ვიზიტორები უფრო მეტს ხარჯავენ კახეთში ვიზიტისას, ვიდრე შიდა ტურიზმის დროს საქართველოს რეზიდენტები; შიდა ვიზიტორების მიერ გაწეული ხარჯების საშუალო სიდიდე 100 ლარია, მაშინ როდესაც საერთაშორისო ვიზიტორების -160 ლარი; ყველაზე მოთხოვნად ლოკაციას თელავი, საგარეჯო, გურჯაანისა და ყვარლის მუნიციპალიტეტები წარმოადგენს; ყველაზე მონახულებადი და მიმზიდველია როგორც საერთაშორისო ისე ადგილობრივი ვიზიტორებისთვის თელავის ღვინის მარანი, ყვარლის მეღვინეობა ხარება, ყვარლის ქინძმარაულის მარანი, წინანდლის მამული, გურჯაანის ინატრე და ა. შ. კახეთში ღვინის ტურიზმის პოპულარიზაციის გაზრდის ერთ-ერთ მთავარ ინდიკატორს რესპონდენტების აზრით მოსახლეობის ინფორმაციულობის გაზრდა წარმოადგენს; მნიშვნელოვანია ტურისტული ნაკადების ზრდის შესაბამისი სრულფასოვანი, დეტალური სტატისტიკური მაჩვენებლების გაანგარიშება. რადგან ღვინის ტურიზმის სტატისტიკის ძირითადი ინდიკატორები თამამად შეიძლება მივიჩნიოთ კახეთში ღვინის ტურიზმის აღმავლობის მთავარ კატალიზატორად.

ლიტერატურა

1. აბესაძე, ნ. აბესაძე,ო. ქინქლაძე რ, ჩიტალაშ ქ. (2021). ტურიზმის სტატისტიკა: მეთოდოლოგია და პრაქტიკა. თბილისი.
2. ბაკურაძე, ნ. ვანაძე,ი. (n.d.). ღვინის ტურიზმი, სალექციო კურსი. 2020.
3. დოხტურიშვილი, ნ. (2022). ღვინის ტურისტული პაკეტის მომხმარებელთა და ღვინის კომპანიების, მარნების გამოკვლევა.
4. (n.d.). Retrieved from საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
5. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (n.d.).
6. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (n.d.).
7. ხარბედა, მ. (2018). „ღვინის მეგზური“, პრაქტიკული სახელმძღვანელო.
8. საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ. საქართველოს პარლამენტის უწყებები 13-14 (45-46/13), 12/04/1997
9. ქართული ღვინის ასოციაცია <http://gwa.ge/>
10. ღვინის ეროვნული სააგენტო <https://wine.gov.ge/>
11. Abesadze, N. R. (2021). Impact Of Digital Technologies On The Development Of Wine Tourism In Georgia. . (pp. 16-23). Brno: Brno University of Technology.
12. Kharaishvili,E., Wine Market and Competitive Models of Diversification of the Viticulture-Winemaking Industry in Georgia . Monograph. 2017
13. <https://ich.unesco.org/en/RL/ancient-georgian-traditional-qvevri-wine-making-method-00870>. (n.d.)

Nino Abesadze

Academic Doctor of Economics, Associate Professor
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Nino Dokhturishvili

PhD student
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Development Trends of Wine Tourism in Kakheti Region

SUMMARY

Wine tourism is quite popular in Georgia, but the picture is differentiated according to individual regions. But traditionally the Kakheti region is the unconditional leader in this segment of the

market. The paper highlights the challenges facing wine tourism, identifies the problems, and accordingly sets out the ways to solve them. Based on the analysis of the results of the conducted research with statistical methods, the main trends of the development of wine tourism in the Kakheti region have been identified, the sought-after and attractive locations have been determined, the geographic structure of visitors has been studied, the cost structure has been analyzed, etc.

Conclusions and recommendations based on a selective survey of wine tourism consumers and owners of wine companies and wineries will ultimately ensure the promotion of wine tourism both in the country and abroad, resulting in increased tourist flows.

As research has shown, wine tourism in Kakheti is attractive to both international and domestic visitors; 54% (169) of wine companies and wineries operating on the tourist market in the country are located in Kakheti; International visitors to Kakheti mainly come from Russia, Germany, Poland and Baltic countries; The interest of international tourists is mostly limited to visiting museum complexes, tasting Georgian wine and visiting wineries; The average length of stay of international tourists in the country is increasing. However, as our research has shown, when visiting Kakheti with wine tourism, one-day tours predominate, and therefore the average length of stay in Kakheti is small; International visitors spend more when visiting Kakheti than Georgian residents during domestic tourism; The average amount of expenses incurred by domestic visitors is 100 GEL, while international visitors - 160 GEL; Telavi, Sagarejo, Gurjaani and Kvareli municipalities are the most sought after locations; The most visited and attractive for both international and local visitors are Telavi wine cellar, Khareba Winery of Kvareli, Kindzmarauli Winery of Kvareli, Tsinandli Manor, Inatre of Gurjaani, etc. Sh. According to the respondents, one of the main indicators of increasing the promotion of wine tourism in Kakheti is increasing the awareness of the population; It is important to calculate full-fledged, detailed statistical indicators corresponding to the growth of tourist flows. Because the main indicators of wine tourism statistics can be considered as the main catalyst for the rise of wine tourism in Kakheti.

Key words: wine tourism, Kakheti region, trend, analysis, method.