

ენოტურიზმის განვითარების პერსპექტივები პოსტპანდემურ საქართველოში

ქეთევან ქველაძე

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი
თსუ პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი

მედეა მელაშვილი

მაგისტრი
თსუ პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი

ნუნუ ქისტაური

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი
თსუ პაატა გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტი

ცირა მიქათაძე

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი

ნაშრომი ეძღვნება ეკონომიკის ისეთ აქტუალურ პრობლემას, როგორიცაა ტურიზმში პანდემიით გამოწვეული პრობლემების დაძლევა. ყველაზე სწორ გზად მიიჩნევა შიდა ტურიზმის გაძლიერება და უსაფრთხო ტურისტული ზონების შექმნა. პანდემიისა და პოსტპანდემური პერიოდის შემდეგაც ტურიზმის მამოძრავებელ ძალად შიდა ტურიზმის განვითარებისათვის თემატურ ტურიზმს მოიაზრებენ, სადაც ღვინის ტურიზმის (ენოტურიზმის) განვითარება არის ერთერთი სწორი გზა და იგი მზარდ სეგმენტად განიხილება. ზოგადად ღვინის ტურიზმი როგორც აგროტურიზმის სახეობა, მოიცავს ბევრ თანაკვეთას აგროსექტორთან და ტურიზმს შორის, არის ეკონომიკის ამ ორი სექტორის დამაკავშირებელი რგოლი. ამის ერთ-ერთი ხელშემწყობი პირობა იქნება ღვინის ტურიზმის რეგიონების აქტიური კვლევა და მისი განვითარების ხელშეწყობა. ნაშრომში შესწავლილია ქვეყანაში ღვინის ტურიზმის განვითარების ზოგადი ეკონომიკური-თეორიული ასპექტები და პერსპექტივები უცხოური ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინებით, ასევე მათი გადაჭრის გზები.

საკვანძო სიტყვები: შიდა ტურიზმი, პანდემია, ენოტურიზმი, ბრენდი, მოდელი, სტანდარტი.

მდიდარი ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის გათვალისწინებით და სოფლის მეურნეობის ტრადიციული დარგების, მაგალითად მევენახეობა-მეღვინეობის, განვითარების ფონზე, სოფლის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი სექტორია ტურიზმი, რისი განვითარების ხელშეწყობაც ბოლო წლებში საქართველოს მთავრობის ერთ-ერთი მთავარი პრიორიტეტია. საქართველოში ბოლო ათწლეულში ყოველწლიურად მზარდი იყო ვიზიტორების ნაკადი და ტურიზმის სფეროდან მიღებული შემოსავლები. ტურიზმი საქართველოს მშპ-ს დაახლოებით 11,5%-ს აწარმოებს. 2019 წელს ვიზიტორების მთლიანმა რაოდენობამ 9,4 მილიონს მიაღწია, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 7.8%-ით მეტია. ტურიზმმა 2019 წელს თითქმის 3.5 მილიარდი აშშ დოლარის მოგება მოიტანა, რაც 1,4%-ით (46,6 მლნ დოლარით) აღემატება წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს. თუმცა 2020 წელს კორონავირუსის პანდემიამ განსაკუთრებით დიდი ზიანი მიაყენა ქვეყნის ტურისტულ მეურნეობას და ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი შემცირება გამოიწვია. 2020 წლის ბიუჯეტი ტურიზმის განვითარებაში 20 მლნ ლარით შეცირდა. დღესდღეობით არსებული რთული რეალობიდან გამომდინარე, ცხადია, საკმაოდ რთულია ზუსტი პროგნოზების გაკეთება. განვითარების სპეციფიკიდან გამომდინარე ყველა ქვეყანა კრიზისიდან გამოსვლის თავისებულ გზებს ეძებს. ამ მხრივ არც საქართველოა გამონაკლისი.

კორონავირუსის პანდემიამ მთლიანად შეცვალა ტურისტული სექტორი. ქვეყნები კრიზისიდან გამოსვლას ეტაპობრივად იწყებენ და გამოცოცხლება შიდა ტურიზმის გააქტიურებით დაიწყება, ე.ი. ტურისტები იმოგზაურებენ ქვეყნის საზღვრებს შიგნით. გამომდინარე აქედან პანდემიის პირობებში აქცენტები უნდა გაკეთდეს შიდა ტურიზმის პოპულარიზაციაზე, წახალისებაზე და განვითარებაზე. ტურიზმის ყველა არსებული სახეობიდან საქართველო მეტ-ნაკლები წარმატებით ცდილობს განავითაროს თითქმის ყველა ტრადიციული თუ ინოვაციური სახეობა, იქნება ეს აგრო, ეკო, კულტურულდსანახაობითი, ისტორიული, გასართობი, სამთოდ-სათხილამურო, ექსტრემალური, სათავგადასავლო და ასევე ენო (იგივე, ღვინის ტურიზმი) ტურიზმი.

პარადოქსულია, რომ აგროტურიზმის ერთ-ერთ ახალ სახეობად საქართველოსათვის უნდა განვიხილოთ ღვინის ტურიზმი. დღეს უკვე ცნობილია, რომ ქართული ღვინო ისტორიით ერთ-ერთი უძველესია მსოფლიოში. მევენახეობა და მეღვინეობა აქ ძვ. წ. VII-VI ათასწლეულიდან იღებს დასაბამს. დღეისთვის მსოფლიოში მევენახეობისა და ღვინის წარმოების ნაპოვნი ყველაზე ადრეული ნიშნები მიუთითებს საქართველოში ღვინის კულტურის არსებობაზე ჯერ კიდევ 8000 წლის წინ, რაც საქართველოს ღვინის სამშობლოს სტატუსს ანიჭებს.

ატლასის "მეღვინის ხელოვნება" (ნიუ-იორკი, 1992) ავტორები ჰიუ ჯონსონი და ჯეიმს ჰოლიდეი, ასევე ღვინის ექსპერტი და მსოფლიოში საუკეთესო ღვინის გზამკვლევის ავტორი ოზ კლარკი თანხმდებიან, რომ კაცობრიობა ჯერ კიდევ ქვის ხანაში იმყოფებოდა, როდესაც საქართველოში პირველად გააშენეს ვაზი და მიიღეს ღვინო. უძველესი რუკის მიხედვით, საქართველოდან ღვინო პირველად შევიდა სირიაში, შემდეგ ეგვიპტესა და იტალიაში, ხოლო შემდგომ დასავლეთ ევროპაში.

მსოფლიოში ცნობილი 2000 ყურძნის ჯიშიდან 500 ქართულია.

საქართველოს ტერიტორიაზე ვაზის ველური ჯიშები დღესაცაა გავრცელებული. გასული საუკუნის 80-იან წლებში ქართული ტყის ვაზი წითელ წიგნში შეიტანეს და მას სახელმწიფო იცავს. საქართველოში აღნუსხულია 500-მდე სახეობის ვაზი, რომელთაგან 430 სხვადასხვა სახელმწიფო თუ კერძო საკოლექციო ვენახებშია დაცული. ქვევრის ღვინის დაყენების ქართულ ტრადიციულ მეთოდს 2013 წელს იუნესკოს (UNESCO) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი მიენიჭა, რაც ამ მეთოდის უნიკალურობაზე მიუთითებს და გზავნილია მთელი მსოფლიოსთვის, რომ ღვინო უძველესი ქართული კულტურის შემადგენელი ნაწილია. ეს აღიარება მნიშვნელოვანია ქვევრის ღვინის ცნობადობის ამაღლებისთვის და ხელს შეუწყობს ქართული ღვინის მსოფლიო პოპულარიზაციას.

ყოველივე ზემოთ აღნიშნული ანიჭებს საქართველოს უნიკალურობას. იგი მსოფლიომ უნდა გაიცნოს როგორც ღვინის სამშობლო და ამით შეიცვალოს ის მდგომარეობა, რაც დღესაა დამკვიდრებული. საერთაშორისო გამოცდილებას რომ გადავხედოთ, თითქმის ყველა პოტენციურ ენო ტურისტს თავდაპირველად მაინც საფრანგეთსა და იტალიაში მიუწევს გული, იქიდან გამომდინარე, რომ ეს ორი ქვეყანა ცნობილია თავისი მრავალწლიანი ღვინის ისტორიით. ამ მიმართულების განსავითარებლად საჭიროა, გავიზიაროთ სწორედ ამ ქვეყნების აგრეთვე ესპანეთის, პორტუგალიის, კვიპროსის, საბერძნეთის გამოცდილება, რადგანაც ისინი დიდი ხანია ჩართულნი არიან ამ სფეროში.

ზოგადად ღვინის ტურიზმი როგორც აგროტურიზმის სახეობა, რომელიც აერთიანებს სოფლის განვითარების ეკონომიკურ, სოციალურ და კულტურულ ასპექტებს, მოიცავს ბევრ თანაკვეთას აგროსექტორსა და ტურიზმს შორის, არის ეკონომიკის ამ ორი სექტორის დამაკავშირებელი რგოლი.

ღვინის ტურიზმის შემადგენელი ნაწილებია: ღვინის ქარხნების მონახულება, ღვინის დეგუსტაცია, ღვინის გზის აღმოჩენა-გაკვლევა, ღვინის ტურები და სხვ.. ამასთან, ღვინის ტურიზმი განიხილება, როგორც მეღვინეობის ინდუსტრიის განვითარების შესაძლებლობა. ამ სფეროს შემდგომი განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ამჟამინდელი და პოტენციური ღვინის ტურისტების საჭიროებების გამოვლენა: ტურისტების მოტივაცია მოგზაურობისათვის. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ ტურისტებს იზიდავს არა მარტო ისტორიული ძეგლები, არამედ ღვინის დეგუსტაციის დღესასწაულები, მოსავლის აღებასა და ღვინის დაწურვაში მონაწილეობა. დღეს ღვინის რეგიონებში ტურისტებისთვის, გარდა ტრადიციული ღვინის მარშრუტებისა და სპეციალური ღონისძიებებისა თითქმის ყველაფერია შესაძლებელი – ვენახში ქორწილის გადახდა, ვენახების თავზე საჰაერო ბურთით ფრენა, გლეხებთან ერთად ყურძნის კრეფა, ცხენებით ჯირითი და სხვ.

საქართველოს ღვინის ტურიზმის განვითარებას დიდი პოტენციალი აქვს. ღვინის ტურიზმის განვითარებას შეუძლია გადაჭრას მნიშვნელოვანი პრობლემები: დარგის განვითარების, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნის, მცირე და საშუალო ბიზნესის შექმნისა და ჩამოყალიბების, ინფრასტრუქტურის განვითარების, ბუნების დაცვის, ისტორიული და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-შენარჩუნების კუთხით. ჩვენთან ყველაზე განვითარებულია შემდეგი ღვინის ტურისტული პროდუქტები და მომსახურებები: საოჯახო სასტუმროები, ადგილობრივი სამზარეულოს გაცნობა-დაგემოვნება, ღვინის დეგუსტაცია, ყურძნის კრეფისა და ღვინის დაწურვის შესაძლებლობა; ნაკლებად განვითარებულია: ღვინის სახლ-მუზეუმების დათვალიერება, ადგილობრივი ფოლკლორის გაცნობა.

ღვინის კულტურის მქონე ყველა ქვეყანაში გზებზე ვხვდებით ნიშნულებს „ღვინის გზა“, რომლებსაც მარნისკენ მივყავართ. ბოლო წლებში ასეთი ტრაფარეტები ჩვენ გზებზეც გაჩნდა. საქართველოს „ღვინის გზის“ პროექტი 2011 წელს ამოქმედდა. ის სახელმწიფომ და საერთაშორისო ორგანიზაცია USAID-მა დაგეგმეს. ნიშნულზე ვაზისა და ყურძნის სიმბოლიკა ქართულია, ფერი კი – საფერავის.

ღვინის სამშობლოში „ღვინის გზა“, ჯერჯერობით, ერთადერთი მასშტაბური ენოტურისტული პროექტია, რომელსაც სახელმწიფო უძღვება. პროექტი პირველად 2012 წელს განხორციელდა. შემდგომში არაერთმა დიდმა მეღვინეობამ განავითარა ახალი ტურისტული სერვისები. შეიქმნა ტურისტული კლუბები. მაგ. ღვინის კლუბმა „USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამის“ „The USAID Economic Security Program“ ფინანსური მხარდაჭერით დაიწყო ახალი [საგანმანათლებლო პროექტი](#). მცირე მარნებისა და რეგიონული ღვინის ტურიზმის განვითარებისთვის. პროექტს სახელად „[ღვინის სოფელი](#)“ ჰქვია. საყურადღებო და უდაოდ დასაფასებელია ის გარემოება, რომ ახალი პროექტის ერთ-ერთი მიზანია ძველი „ღვინის გზის“ ხარვეზების აღმოფხვრა. პროექტები - „ღვინის ტურიზმი გზა“ და „ღვინის სოფლები“-ს მოდელი, ეფუძნება ადგილობრივ უნიკალურ ადგილწარმოშობის ღვინოებს. პირველი ეტაპისათვის იგი მცირე საჯახო სასტუმროსა და პირად დამხმარე მეურნეობებს, პირად საკუთრებაში არსებულ მარნებსა და პირად საკუთრებაში არსებულ მიწის ნაკვეთებიდან მიღებულ მოსავალს

ფუძნება. ხოლო მეორე ეტაპისთვის კი - ადგილობრივი კოოპერაციული ურთიერთობების საფუძველზე ყალიბდება, როგორც ღვინის თემატური სოფლები, რომელიც ქმნის „ადგილობრივი თემის“ კოლექტიურ პროდუქტს.

როდესაც ღვინის ტურიზმზე ვლაპარაკობთ აუცილებლად უნდა ვისაუბროთ ღვინის მუზეუმზე, რომელიც თბილისში მდებარეობს. ღვინის ეროვნული სააგენტოს ტერიტორიაზე არის ვაზისა და ღვინის მუზეუმი. აქ წარმოდგენილია უძველესი ქართული ღვინის ჭურჭლები - ქვევრები, ასევე მუზეუმი მოიცავს უძველეს ენოთეკას (საცავს), სადაც 25000-მდე ბოთლი სხვადასხვა პერიოდის ღვინოა დაცული.

აუცილებელია ქვეყანამ ყურადღება მიიქციოს მაღალი ხარისხის ღვინის წარმოებით. ამით შეძლებს საერთაშორისო ბაზარზე დაიმკვიდროს ადგილი და თავისი ღვინო ბრენდად აქციოს. ბოლო წლების დინამიკამ გვიჩვენა, რომ ქართული ღვინო მსოფლიო ბაზარზე ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების საერთაშორისო გამოფენებზე მასშტაბურად იღებს მონაწილეობას ერთიანი ბრენდირებული სახით. ახალი ბაზრებისა და გაყიდვების არხების ძიებით იზრდება ტურისტების მოზიდვის შესაძლებლობებიც. ამ სფეროს დივერსიფიკაციას ხელს უწყობს ქართული ღვინის ბრენდების მიერ მოპოვებული ჯილდოები (ოქროსა და ვერცხლის მედლები): ორმაგი ოქრო - „საფერავი. რეზერვი 2005“, კომპანია „კახური“; ოქრო - „საფერავი. 2008“, კომპანია „კახური“; ოქრო - „საფერავი. საოჯახო რეზერვი. 2013“, კომპანია „ლუკასი“; ოქრო - „მარანი. კონდოლის ვენახები. 2013“, კომპანია „თელავის ღვინის მარანი“; ოქრო - „მარანი. რეზერვი. 2007“, კომპანია „თელავის ღვინის მარანი“; ვერცხლი - „მუკუზანი იბერიული. 2013“, კომპანია „შუმი“; ვერცხლი - „ნაფარეული. 2013“. კომპანია „შუმი“; ვერცხლი - „სატრაპეზო საფერავი. 2012“, კომპანია „თელავის ღვინის მარანი“; ვერცხლი - „საფერავი ქვევრის. 2011“, კორპორაცია „ქინძმარაული“, ქართული ქვევრის ღვინოები დღეს უკვე მოიაზრება მსოფლიოს ისეთი მეღვინეობის ქვეყნების გვერდით, როგორებიცაა საფრანგეთი, იტალია და ესპანეთი. დეგუსტაცია იმართება მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში, იგი ასევე, მიეწოდება სპეციალიზებულ ღვინის მაღაზიებსა და ბარებს. უდიდესი მნიშვნელობა აქვს გამოფენებსა და დეგუსტაციებში მონაწილეობას, რაც ზრდის ქართული ღვინის ცნობადობასა და პოპულარიზაციას, და, შესაბამისად, იწვევს ექსპორტის მოცულობის ზრდას და საექსპორტო ბაზრებზე ცნობადობის ამაღლებას, ხელს უწყობს ტურისტების მოზიდვას. მსოფლიოში ცნობილი მუდმივმოქმედი გამოფენა ლონდონში “ვინოპოლისი” იწყებოდა საქართველოს პავილიონით, რომელსაც ერქვა “საქართველო - ღვინის აკვანი” (დღეს პანდემიის გამო იგი დროებით დახურულია).

2016 წლის, 7-9 სექტემბერს გაერთიანებული ერების ტურიზმის ორგანიზაციის, UNWTO-ს ინიციატივით, ღვინის ტურიზმის შესახებ პირველი გლობალური კონფერენცია საქართველოში, კახეთში გაიმართა (კახეთში, რადგან საქართველოში ვენახების 65 პროცენტი სწორედ კახეთში ხარობს). ეს უმნიშვნელოვანესი მოვლენაა საერთაშორისო ასპარეზზე საქართველოს როგორც ღვინის სამშობლოს იმიჯის დამკვიდრების კუთხით. კონფერენციას 42 ქვეყნის 250 დელეგატი და 150 ორგანიზაცია დაესწრო. კონფერენციაზე მოხსენება გააკეთა გაეროს ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის მაშინდელმა გენერალურმა მდივანმა ტალეზ რიფაიმ. მან საქართველოს და ქართველებს ჩემპიონები და მოწინავეები უწოდა ღვინის ტურიზმის დარგში.

როგორც ავღნიშნეთ, პანდემიის პერიოდში ყველაზე მეტად ტურისტულ ადგილებს გაუჭირდა, მაგ. 2020 წლის 9 მაისს საქართველოში წლის უმთავრესი ღვინის დღესასწაული –

„ახალი ღვინის ფესტივალი 2020“ უნდა გამართულიყო, რომელიც სწორედ პანდემიის გამო გადაიდო.

ამის მიუხედავად, რამდენიმე ღონისძიების გამართვა მაინც მოხერხდა, მათ შორის, მეოთხეჯერ მოეწყო ქვევრის ღვინის საერთაშორისო კონკურსი, ასევე საქართველოში რეგისტრირებულ დაცულ გეოგრაფიულ ადგილწარმოშობის დასახელებებს 4 ახალი დასახელება დაემატა მაისში – „სალხინოს ოჯალეში“, „ახმეტა“, „წარაფი“ და „ახოები“ (ორივე კარდანახში).

ჩატარდა არაერთი ვებინარი, რომელიც კრიზისული მდგომარეობიდან გამოსვლას მიეძღვნა და რომლის ორგანიზატორებიც იყვნენ სახელმწიფო ორგანიზაციები, ბიზნესის წარმომადგენლები. ბევრი ღონისძიება იყო დაგეგმილი საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ ქართული ღვინის პოპულარიზაციისთვის.

დასასრულს, კიდევ ერთხელ გვინდა ავღნიშნოთ, რომ შიდა ტურიზმის განვითარება ახლა კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი გახდა, ვიდრე აქამდე (COVID 19-მა ყველაფერი კიდევ უფრო ნათელი გახადა), რაც უთუო შეღავათს მოუტანს მთლიანად ტურისტულ სექტორს, ოღონდ ამას პროდუქტის შემთავაზებლების მხრიდან შიდა ბაზარზე გადაწყობა სჭირდება: მეორე საკითხია როგორ მოახერხებენ ტურისტული ობიექტები გადაწყობას და ადგილობრივ მომხმარებელზე მორგებას (იგულისხმობა რეკლამა, ფასები და სხვა).

დასკვნა

დღევანდელ დღეს, ღვინის ტურიზმის განვითარებისთვის ბრენდის შექმნა განსზღვრავს სამომავლო წარმატებას. კარგი ბრენდი განაპირობებს მეტი ტურისტისა და ინვესტიციების მოზიდვას, დადებითი იმიჯისა და რეპუტაციის შექმნას. საქართველოში ჯერ კიდევ ბევრი რამ არის მოსაწესრიგებელი: პირველ რიგში საჭიროა ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება (საქართველოს თითქმის ყველა რეგიონში), გამოცდილი და კვალიფიციური კადრების მომზადება და გადამზადება, მათ შორის უცხო ენის ბარიერის მოხსნა, უხარისხო ღვინის წარმოების მკაცრი კონტროლი, „ღვინის გზის“ მობილური აპლიკაციისა და ელექტრონული ბაზის განახლება, გაყიდვების არხების გაფართოება როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე, ქვეყნის გარეთ. ღვინის ტურიზმის განვითარების ნებისმიერი ეტაპი საჭიროებს მთავრობისა და კერძო სექტორის შეთანხმებულ სხვადასხვა ხარისხით მონაწილეობას ყველა დონეზე, რაც ძლიერი სოფლის, ძლიერი მეღვინეობის დარგის და საერთო ჯამში ქვეყნის ეკონომიკის წინსვლის გარანტიაა.

ლიტერატურა:

1. საქართველოს „ღვინის გზის“ პროექტი 2011 ... 2020 წლისთვის ტურიზმის მამოძრავებელ ... *mastsavlebeli.ge* › ... Oct 13, 2016 -
2. საქ...სოფლის მეურნეობაში ინოვაციები და ... ტექნოლოგიების დანერგვის მხარდაჭერას, სოფლის...1 http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_en.htm ... საწარმოები და ტურისტული, სამკურნალო და ... საქართველოს სოფლის ... - Enpard enpard.ge › uploads › 2015/05 ›
3. ღვინის ტურიზმი საქართველოში ... *vinoge.com* › qarTuli-Rvino › Rvinis...
ღვინის ტურიზმის სამი მხარე: გიდი. *მარნის* მეპატრონე. ვიზიტორი.

4. საქართველოში ღვინის ტურიზმის განვითარება აქტიურ ფაზაში მიმდინარეობს. ღვინის ტურიზმი - ტურიზმის ...to.edu.ge › gvinis-turizmis-perspekti... Tsep 20, 2019.
5. გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ... <http://www.vinoge.com> › patara-WiqebiT › gaeros-mso... „ღვინის ტურიზმი მზარდ სეგმენტს ... UNWTO-ს ღვინის ტურიზმის პირველი კონფერენცია ამ ...
6. პანდემია ქართული ღვინის ...<http://vinoge.com> › degustacia › pandemia-qarTuli-Rvi... გამოსავალი ღვინის შიდა ტურიზმის ... განსაკუთრებული პრობლემების წინაშე ის ... Error! Hyperlink reference not valid. სტრუქტურა რაჭაში 2017 წლის მდგომარეობით. 100 ... ამიტომაც ფორუმმა 2020 წელი გამოაცხადა სოფლის ... მართალია სოფლის ტურიზმი საქართველოში ... საწარმოებიდან „ღვინის გზის“ პროექტის ...Error! Hyperlink reference not valid. ტურიზმი ქვეყნის ... 1 <http://igstraveltogeorgia.asm.ge/index.php?> ... ვინ ააშენა პირველად მარანი და რა გზა ... მაგრამ ყველა ის ნაბიჯი რაც გაიარა საფუძველი გახდა დღევანდელი სოფლისა და.
7. ზ. პოლოლიკაშვილი | BM.GE. <https://bm.ge> › article › moga...
ორგანიზაციამ 2020 წელი სოფლის მეურნეობის ტურიზმის განვითარების წლად გამოაცხადა.

Prospects for the Development of Enotourism in Post-pandemic Georgia

Ketevan Kveladze

*Academic Doctor of Economics
TSU Paata Gugushvili Institute of Economics*

Medea Melashvili

*Master
TSU Paata Gugushvili Institute of Economics*

Nunu Kistauri

*Academic Doctor of Economics
TSU Paata Gugushvili Institute of Economics*

Tsira Mikatadze

Academic Doctor of Economics

SUMMARY

In Georgia, on May 5, 2020, in order to reduce the negative impact on small and medium-sized businesses in the tourism sector during the coronavirus crisis and post-crisis period, the National Tourism Organization "Georgian Tourism Industry Alliance" (GTIA) was established by merging associations working in the tourism sector. Alliance priorities address agro, eco, wine and rural new trends in tourism, where the main focus is on local products and their safe production and delivery.

It is paradoxical that we should consider wine tourism as one of the new types of agro-tourism for Georgia. Today it is already known that Georgian wine is one of the oldest in the world.

In general, wine tourism as a type of agro-tourism, which combines the economic, social and cultural aspects of rural development, includes many sections between the agro-sector and tourism, is the link between these two sectors of the economy. Wine tourism is considered as an opportunity to develop the wine industry.

The development of Georgian wine tourism has great potential. The development of wine tourism can solve important problems. The awareness of the Georgian wine brand and the historical-economic foundations of the viticulture-winemaking sector provide good opportunities for the development of wine tourism.