

ელისო გველსიანი

ე.ა.დ., აკადემიკოსი
სახელმწიფო უნივერსიტეტის მასწავლებელი

თემატური ტურიზმის განვითარების პრობლემები და პერსპექტივები საქართველოში

საქართველოს ეკონომიკის განვითარების პრობლემები

მესამე ათასწლეულის დასაწყისში კაცობრიობა კვლავ არჩევანის წინაშე დგას – რა მოიშოროს და უარყოს წარსულიდან, რათა თავიდან აიცილოს საერთაშორისო, სამოქალაქო და რელიგიური კონფლიქტების საფრთხე და რა დაამკვიდროს საზოგადოებრივ ცხოვრებაში, რათა შექმნას მსოფლიო ძალადობის, სიძულვილისა და სისასტიკის გარეშე, რომელშიც ცივილიზაციათა კონფლიქტს ჰუმანური ტენდენციები და კულტურათა დიალოგი შეცვლის.

ძველი აღმოსავლეთის უძველესი ცივილიზაციის ცენტრებთან სიახლოვემ და ხელსაყრელმა გეოგრაფიულმა მდებარეობამ ხელი შეუწყო ქართველ ხალხს ადრეულ პერიოდშივე დამდგარიყო ცივილიზებული ცხოვრების გზაზე და დაუღალავი შრომითა და ბრძოლით შეექმნა საკუთარი მაღალი კულტურა და თავისთავადობა. სწორედ ხელსაყრელმა გეოგრაფიულმა მდებარეობამ განაპირობა ისიც, რომ ისტორიული საქართველოს ტერიტორიაზე გამავალი სავაჭრო-სატრანზიტო გზები, უძველესი დროიდან არსებული დიდი საერთაშორისო სახმელეთო, საზღვაო და სამდინარო სავაჭრო გზათა სისტემის შემადგენელი ნაწილი იყო.

კაცობრიობის ისტორიის მრავალფეროვნება, მისი განვითარება განპირობებულია კულტურათა მრავალფეროვნებით, ზოგჯერ დიამეტრულად საწინააღმდეგო აზრებისა და შეხედულებების არსებობით, რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს კულტურათა დიალოგის აუცილებლობას. ამის მაგალითად შეიძლება გამოდგეს „დიდი აბრეშუმის გზის“ ქვეყნების ისტორიული წარსული, როდესაც სხვადასხვა სარწმუნოების, კულტურის, წეს-ჩვეულებების მქონე ხალხები ერთმანეთს უკავშირდებოდნენ ხელსაყრელი ეკონომიკური თუ კულტურული კავშირებით. სწორედ „დიდი აბრეშუმის გზა“-ზე არსებული კულტურული მემკვიდრეობის დანატოვარის გაცნობა დავისახეთ მიზნად

თემატური ტურიზმის განხილვისას.

თავისთავად, ცხადია რომ მცირე აზიისა და ევროპის ქვეყნებიც, თავის მხრივ, აბრეშუმის გზის ქვეყნებს სთავაზობდნენ საკუთარი წარმოების საქონელს, რომელიც ევროპელებს გად-აჰქონდათ საპირისპირო მიმართულებით.

თუ თვალს გადავაგვლებთ აბრეშუმის გზაზე არსებული ქვეყნების ისტორიას (იაპონია, კორეა, ჩინეთი, უზბეკეთი, ყაზახეთი, ყირგიზეთი, ტაჯიკეთი, პაკისტანი, თურქმენეთი, აზერ-ბაიჯანი, საქართველო, საბერძნეთი, ეგვიპტე), აშკარად აღმოვაჩინოთ კულტურათა ურთიერთ-გავლენის უამრავ მაგალითს, ახალი მიმართულებების გაჩენას ფილოსოფიაში, ლიტერატურასა და ხელოვნებაში, რომლებიც კულტურათა მიჯნაზე შეიქმნა.

საუკუნეების განმავლობაში აბრეშუმის გზის ქვეყნების კულტურა, რელიგია, ფილოსოფია, წეს-ჩვეულებები, ხშირად ერთმანეთისაგან ესოდენ განსხვავებული, თითქოს ერთიან სივრცეს ქმნიდა, რომლის ძირითადი მონაკვეთი, სასიცოცხლო არტერია აბრეშუმის გზა იყო.

ბერძენმა ისტორიკოსებმა შემოგვინახეს ცნობები იმის შესახებ, რომ ჩვენს წელთ აღრიცხვამდე IV-I საუკუნეებში საქართველო წარმოადგენდა მაგისტრალურ სავაჭრო გზას, რომელიც აკავშირებდა არა მხოლოდ აღმოსავლეთს და დასავლეთს, არამედ სამხრეთსა და ჩრდილოეთს.

XIV საუკუნის მიწურულს, ნავიგაციის განვითარებასთან ერთად აბრეშუმის დიდმა გზამ, შეიძლება ითქვას, დაკარგა თავისი ფუნქცია, მაგრამ გავლენა, რომელიც მან მოახდინა მიმდებარე ქვეყნების ცნობიერების, კულტურის, მეცნიერების, ფილოსოფიური აზროვნების ჩამოყალიბებასა და განვითარებაზე, კიდევ დიდხანს გაჰყვა კაცობრიობას.

დღესდღეობით, ახალი საუკუნის დასაწყისში, ეს დიდხანს მივიწყებული მარშრუტი კვლავ უდიდეს მნიშვნელობას იძენს, რათა მისი მდიდარი ისტორიულ-კულტურული გამოცდილების გათვალისწინებით შეიქმნას ურთიერთობისა და თანამშრომლობის ახლებური, ოპტიმალური ფორმა აღმოსავლეთსა და დასავლეთს შორის, გაიმართოს კულტურათა დიალოგი, რომელიც უფრო დააკავშირებს კულტურებსა და ცივილიზაციებს და უთუოდ ჰარმონიულს გახდის სხვადასხვა ქვეყნის კულტურათა ურთიერთგამდიდრების, მშვიდობიანი თანაარსებობის პროცესს.

უკანასკნელ ხანს იკვეთება ქვეყნისათვის ერთობ საშური პერსპექტივა, რომ საქართველო მრავალი საუკუნის შემდეგ ისევ აღმოჩნდეს აზია-ევროპის მაკავშირებელ რგოლში და ამდენად, ქართულმა კულტურამ კვლავ დაიმკვიდროს ღირსეული ადგილი მსოფლიო კულტურულ პროცესში. საქართველო, როგორც ახალი პროექტის ერთ-ერთი ინიციატორი ქვეყანა, თანდათან ერთვება მსოფლიო ინტეგრაციულ პროცესში და „ახალი აბრეშუმის გზის“ ქვეყნების სივრცეში განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს ხელსაყრელი გეოპოლიტიკური მდებარეობის გათვალისწინებით.

ტრასეკას პროექტის ფონზე უკვე დაწყებულია კონკრეტული საქმიანობა „აბრეშუმის გზის“ მრავალსპექტიანი პროგრამის განსახორციელებლად. 1998-2005 წლებში დამუშავდა ღონისძიებათა გეგმა, სადაც შემუშავდა კონკრეტული სამომავლო წინადადებები. კერძოდ - „აბრეშუმის გზა: კულტურული ტრადიციები და მომავალი.“ იგი გულისხმობს გაცვლით ღონისძიებებს კულტურის სხვადასხვა სფეროში, ერთობლივ საგამომცემლო საქმიანობას, ისტორიულ-დოკუმენტური ფილმის შექმნას, კონცერტების, ფესტივალებისა და გამოფენების გამართვას და ა.შ.

დიდია შესაძლებლობა იმისა, რომ თანამედროვე „აბრეშუმის მაგისტრალი“ იქცეს იმ გზად, რომელიც რეგიონულ პოლიტიკურ წინააღმდეგობებს ურთიერთხელსაყრელ ინტერესებამდე მიიყვანს, ვინაიდან კულტურული ურთიერთობები ყოველთვის იყო და იქნება ხალხთა შორის მშვიდობისა და მეგობრობის საუკეთესო გარანტი.

ტურიზმის თეორეტიკოსები გვარწმუნებენ, რომ 2020 წლისათვის ტურიზმის მამოძრავებელ ძალად ვიხილავთ თემატურ ტურიზმს. ტურიზმის ამ მიმართულებას მიეკუთვნება ტურისტული პროგრამები განხორციელებული ღვინის მწარმოებელ ქვეყნებში. ამის მაგალითია ცნობილი ტური „ფრანგული ღვინის გზებით“. სამწუხაროდ, ეს ტურპროდუქტი სათანადოდ არ

არის წარმოდგენილი საქართველოში, რასაც აქვს თავისი სუბიექტური და ობიექტური მიზეზები. ამ მიმართულების განსავითარებლად საჭიროა გავიზიაროთ იმ ქვეყნების გამოცდილება, რომლებიც დიდი ხანია ჩართული არიან ამ სფეროში. ასეთ ქვეყნებს განეკუთნებიან: საფრანგეთი, იტალია, ესპანეთი, გერმანია, პორტუგალია, კვიპროსი, საბერძნეთი და ავსტრია. ეს მოვლენა შეიძლება ავსხნათ შემდეგი გარემოებით: გამოკვლევების შედეგად დადგინდა, რომ ევროპას უკავია მოწინავე როლი ჩასული ტურისტების რიცხვით, აქ არის დიდი რაოდენობის კულტურულ-ისტორიული ღირსშესანიშნაობები, ამას გარდა აღსანიშნავია მომსახურების მაღალი დონე. მეორე მხრივ, ევროპა ისტორიულად მდებარეობს ისეთ გეოგრაფიულ ზონაში, სადაც კლიმატური და ეკოლოგიური პირობები ხელს უწყობს ღვინის წარმოების განვითარების და პროდუქტის იმპორტის მაღალ კულტურას. მოცემულ ტერიტორიაზე ტურისტებს იზიდავს არა მხოლოდ ისტორიული ძეგლები, არამედ ევროპული სამზარეულოც, ღვინის დეგუსტაციის დღესასწაულები, მოსავლის აღებაში დახმარება და ღვინის დამზადების პროცესში მონაწილეობა. ასე რომ, ამ რეგიონებში ტურიზმს საკმაოდ წვლილი მიუძღვის სახელმწიფო ბიუჯეტის შევსებაში.

ქართული ღვინის წარმოებას ზურგს ათასწლეულები უმაგრებს. მეტიც, სამეცნიერო წრეებში სულ უფრო პოპულარული ხდება ვერსია, რომ ღვინის სამშობლო სწორედ საქართველოა და მეცნიერთა გარკვეული ნაწილი მსოფლიოში ღვინის აღმნიშვნელ საერთაშორისო სიტყვას ქართულ ეტიმოლოგიას უკავშირებს. საქართველო კულტურული ვაზის ფორმათა წარმოქმნის ერთ-ერთ ძირითად კერადაა აღიარებული, რაც მრავალი, როგორც სამამულო, ასევე უცხოელი მეკვლევარების არქეოლოგიური, ისტორიული, ეთნოგრაფიული, ლინგვისტური თუ სხვა წყაროებით დასტურდება. კერძოდ, გათხრებისას აღმოჩენილია კულტურული ვაზის სხვადასხვა ჯიშის ყურძნის ტიპები, რომლებიც ჩვენს ერამდე 6-5 ათასი წლით თარიღდება. საქართველოს ტერიტორიაზე აღმოჩენილი იყო ძველისძველი მარანი, რთული მოწყობილობით, ღვინის შესანახად გამოყენებული უზარმარი თიხის ქვევრი, ოქროს, ვერცხლის, ბრინჯაოს ფიალები. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ალაზნის ველის სამაროვნები (ძვ. წ. აღ. I ათასწლეული) გათხრების შედეგად აღმოჩენილია მცხეთის მახლობლად (ბაგინეთში), სხვადასხვა კერამიკული ჭურჭელი, რომელიც თარიღდება ძვ. წ. აღ. IV-III ათასწლეულით. ბორჯომში ნაპოვნია 11, ვარძიაში კი 100-მდე ქვევრი, რომელთა შორის ერთ-ერთი იყო ორმაგკედლიანი, თერმოსის მსგავსი.

დიდ ინტერესს იწვევს აღმოსავლეთ საქართველოში არქეოლოგიური წიპვების აღმოჩენა. ქართლის ერთ-ერთ უბანში არქეოლოგიური გათხრების დროს აღმოაჩინეს ყურძნის წიპვები, რომელთაც (ჩვ. წ. აღ. VII-VI ათასწლეული), ასევე ენეოლითური პერიოდითაა დათარიღებული. ამრიგად, ირკვევა, რომ ენეოლითურ პერიოდში ანუ ჩვენი დროიდან დაახლოებით 5000 წლის წინათ აღმოსავლეთ და დასავლეთ საქართველოში იცნობდნენ ვაზის კულტურას. ასევე ნაპოვნია კულტურული ვაზის უშუალო წინაპარი - გარეული ვაზი - კრიკინა (უსურვაზი), რომელიც დღეს საერთაშორისო წითელ წიგნშია შეტანილი. ეს ფაქტი საქართველოს ტერიტორიაზე მევენახეობა-მეღვინეობაზე მიგვითითებს.

კიდევ ერთი დასტური ვაზის კულტის საქართველოში არსებობის შესახებ, არის ის რომ განმანათლებელმა წმინდა ნინომ, საქართველო ვაზის ჯვრით მოაქცია, რაც იმას ცხადყოფს, რომ

ვაზი წმინდა მცენარედ ითვლებოდა. ცხადი ხდება, რომ ამის შემდეგ კიდევ უფრო მკაფიოდ გამოიხატა ქართველების ყურადღება და პატივისცემა ღვინისა და ვაზის მიმართ. კერძოდ, ქართული ეკლესიის კარები ხშირად ვაზის მასალისაგან კეთდებოდა, გავრცელებული იყო ვაზის ჩუქურთმის გამოყენება ტაძრებისა და ეკლესია-მონასტრების მშენებლობის დროს. ჩანს, რომ ქართველი ხალხი იმ შორეულ წარსულში ვაზს „წმინდა“ მცენარედ თვლიდა და ამიტომაც სრულიად ბუნებრივია, რომ ამ მცენარის მოვლა-გაშენებისათვის მას გამსაკუთრებული ყურადღება მიექცია.

სწორედ ასეთი ყურადღებისა და მზრუნველობის შედეგად ქართველმა ტომებმა შორეულ წარსულში გამოიყვანეს სხვადასხვა, მაღალხარისხიანი და უხვმოსავლიანი ჯიშები. შეიმუშავეს ვაზის მოვლა-გაშენებაზე გარკვეული ტრადიცია და ხარისხიანი ღვინოების დაყენების ორიგინალური წესები.

მეღვინეობა-მევენახეობის შემოსავლიანობა რომ დიდი იყო ოდითგანვე, ამას მოწმობს არა ერთი და ორი ცნობა ღვინის ექსპორტის შესახებ უკვე გვიანდელ ფეოდალურ ხანაში: ირანის შაჰ-სეფი (1627-1641 წწ.) საქართველოს კათოლიკოსს სპეციალური ფირმანით ატყობინებდა, რომ „სამყაროს თავშესაფრის სასახლეში“ მიღებულია რამოდენიმე საპალნე „ღემის ღვინო“, რითაც თქვენ ამტკიცებთ ჩვენდამი „გულწრფელ და ურყევ ერთგულებას“. სხვა ცნობების მიხედვით, საქართველოდან ღვინო გაჰქონდათ, როგორც სომხეთსა და მიდიაში, ისე ირანშიც (ისპაჰანში შახის სასახლე ქართული ღვინოებით მარაგდებოდა).

შარდენისა და სხვა უცხოელი მწერლების ცნობებზე დაყრდნობით ცნობილია, რომ „თუ ასეთი ვითარება ყოფილა შაჰ-აბასისაგან განადგურებულსა და გაღატაკებულ საქართველოში, ადვილი წარმოსადგენია, თუ რაოდენი მნიშვნელობა ექნებოდა ღვინის ექსპორტს საქართველოში იმ დროს, როდესაც იგი პოლიტიკურადაც ძლიერი იყო და კულტურულადაც. ეს ფაქტი ძველი საქართველოს მეზობელმა და მეტოქე სახელმწიფოებმაც იცოდნენ და სწორედ ამიტომაც, რომ თემურ-ლენგმა XIV საუკუნის დამლევეს და შემდეგ შაჰ-აბასმა XVII საუკუნის დამლევეს საქართველოს ეკონომიკურად დასუსტებისათვის თავიანთ ლაშქარს საქართველოში ვენახის გაკაფვა-ამოძირკვა უბრძანა.

დაბოლოს - ქართველი კაცის გონივრული და დაუზარელი შრომის შედეგია ამ მცირე ტერიტორიაზე მრავალფეროვანი აბორიგენული ჯიშების შერჩევა-გამოყვანა (500 დასახელებაზე მეტი), რომლებიც ძირითადად ლოკალიზებულია ცალკეულ ენდემურ იზოლირებულ ისტორიულ-გეოგრაფიულ ჯგუფებში. ათასწლეულების მანძილზე მევენახეობა-მებაღეობა საქართველოს კულტურული მიწადმოქმედების წამყვან დარგად, ერის მატერიალური და სულიერი ცხოვრების წყაროდ ითვლებოდა.

ამ მოკლედ მიმოხილული მასალის საფუძველზე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ თემატური ტურიზმის ეს ორი პროექტი „აბრეშუმის გზა“ და „ღვინის ტური“ მოგვიტანს ტურისტული ბიზნესის მძლავრ განვითარებას, რაც უთუოდ აისახება ქვეყნის იმიჯზე საერთაშორისო არენაზე და მის ეკონომიკურ განვითარებაზე.

ტურისტული მარშრუტების მიმზიდველობის შეფასების დროს ხარისხის ფაქტორი საკვანძო კრიტერიუმს წარმოადგენს. საქართველოს ტურისტული მარშრუტების ხარისხის გაუმჯობესება მრავალი პრობლემის გადაჭრასთან არის დაკავშირებული, კერძოდ, გართულებულია ტრანსპორტირება ქვეყნის შიგნით, სახმელეთო ტრანსპორტი მოუხერხებელია და და მგზავ-

რობას დიდი დრო მიაქვს გზების ცუდი ხარისხის გამო. არ არსებობს შიდა საჰაერო რეისები.

რიგ რეგიონებში თითქმის არ არსებობს საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი ტურისტთა განთავსების საშუალებები. მიუხედავად იმისა რომ, ბოლო ორ-სამ წელიწადში შეიქმნა კერძო სასტუმროების გარკვეული რაოდენობა, მათი მაშტაბები და ხარისხი ჯერ კიდევ ვერ აკმაყოფილებს მოთხოვნებს, განსაკუთრებით რთული მდგომარეობაა ამ მხრივ ხევსურეთში, თუშეთსა და კახეთში. ამასთან ირკვევა რომ საქართველოში არის ადგილები, რომელიც უცხოელ ტურისტებს თანამედროვე ინფრასტრუქტურის არარსებობის პირობებშიც იზიდავს.

ტურისტული ინფრასტრუქტურის სხვა ობიექტების დაბალი ხარისხი შეიმჩნევა ცენტრალური მაგისტრალების გასწვრივაც (დიდი აბრეშუმის გზა და ტრასეკა) თითქმის არ არსებობს საერთაშორისო სტანდარტის შესაბამისი ტურისტული და სხვა ინფრასტრუქტურის ობიექტები (ტურისტების მოსაცდელი ადგილები, ავტო სერვისი, ვაჭრობისა და კვების ობიექტები და სხვა).

მიუხედავად იმისა, რომ დღეს საქართველოში არსებული უმაღლესი სასწავლებლების უმრავლესობა ამზადებს ტურიზმის სპეციალისტებს, ჩვენს ქვეყანაში, ისევე როგორც მთელს სამხრეთ კავკასიაში, დღეისათვის თითქმის არ არსებობს ტურიზმის პროფესიული უმაღლესი სკოლა, რომელიც ორიენტირებული იქნება საშუალო და დაბალი პერსონალის მომზადებაზე. არა და, ამ რანგის პერსონალზე მოთხოვნა გაცილებით აჭარბებს უმაღლესი განათლების მქონე სპეციალისტებზე მოთხოვნას.

სერიოზული პრობლემაა ენობრივი ბარიერი - ინგლისური ენის ძალიან კარგი ცოდნით გამოირჩევა მხოლოდ რამდენიმე სასტუმრო და ტურისტული სააგენტო; სხვა სასტუმროებისა და რესტორნების უმეტესობაში, რომ არაფერი ითქვას მაღაზიებსა და სხვა სავაჭრო დაწესებულებებზე, უცხო ენებს პრაქტიკულად არ ფლობენ.

ქართული ტურიზმის კონკურენტუნარიანობისათვის და მსოფლიო ბაზარზე საკუთარი ადგილის დამკვიდრებისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ქვეყნის რეკლამირება, საქართველოს როგორც ახალი ქვეყნის აქტიურად წარმოჩენა და დანარჩენი მსოფლიოსათვის გაცნობა.

ტურიზმი ქვეყნის იმიჯია და მისი განვითარება შუქლებელია ფაქტორების მთელი სისტემის გათვალისწინების გარეშე. ტურიზმი ვერ განვითარდება, თუ ქვეყანა პოლიტიკურად და ეკონომიკურად სტაბილური არ არის.