

ღვინო და მეღვინეობა საქართველოში – კულტურული მემკვიდრეობა და ბიზნეს-წყარო

ნანი მამფორია
სტუ-ს დოქტორანტი

თანამედროვე მსოფლიო გლობალიზაციის პირობებში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება საქართველოს სოფლის მეურნეობის დარგების განვითარებას. იმისათვის, რომ საქართველოს ეროვნული ეკონომიკა ინტეგრირებული იქნას მსოფლიო ეკონომიკურ სივრცეში, აუცილებელია შეიქმნას გარკვეული პირობები, რათა საშუალება მიეცეს აგრარურ სექტორში წარმოებულ სასურსათო პროდუქტებს მსოფლიო ბაზარზე გასვლისათვის. ქვეყანაში უნდა ვაწარმოოთ ისეთი პროდუქტები, რომლებიც იქნება იაფი, ხარისხიანი და მაღალკონკურენტუნარიანი და რომელიც გაუძღვება მსოფლიო ბაზარზე წარმოდგენილი პროდუქტების კონკურენციას.

მეღვინეობა არის კვების მრეწველობის დარგი, რომელიც ამზადებს ღვინოს, შამპანურს, კონიაკს, აგრეთვე ხილკენკრეულის ღვინოს.

ერთერთი უძველესი ღურსმული წარწერა აღწერს ასურეთის სამეფოს დიდების პერიოდს (II-III ათასწლეული) და მათ მიერ მეზობელი ქვეყნების დაპყრობას. იქვე აღნიშნულია, რომ ხარკს, რომელსაც ისინი დაპყრობილი ქვეყნებიდან მხოლოდ ოქროთი კრეფდნენ, საქართველოდან ღვინით იღებდნენ, რაც მიანიშნებს, რომ ქართული ღვინო უხსოვარი დროიდან ოქროდ ფასობდა.

XIX საუკუნის მეორე ნახევრიდან, როცა მეცნიერებამ მითოლოგიური მონაცემები განიხილა, კვლევის შედეგებით სამხრეთ კავკასია და საკუთრივ საქართველო მევენახეობამეღვინეობის სამშობლოდ აღიარა. გაირკვა, რომ მიწათმოქმედების ეს ყველაზე ინტენსიური დარგი დასაბამიდან ქართველთა ძირითადი საქმიანობა და კეთილდღეობის დაუმრეტელი წყაროა.

საქართველოს მეღვინეობის მრავალსაუკუნოვანი ისტორია მეტად თავისებურია. შეიძლება ითქვას, რომ მევენახეობამეღვინეობის არცერთ ქვეყანას არ განუცდია ამ კულტურის იმდენი

აღმავლობა და დაცემა, რამდენიც საქართველოს. არცერთი ქვეყანა არ იცავდა სხვადასხვა დამპყრობთაგან მევენახეობამეღვინეობას ისეთ თავგამოდებით, როგორც საქართველო.

საქართველოში არსებობდა ღვინისა და არყის სავაჭრო ადგილები და ამ საქმიანობასთან დაკავშირებულთა საკმაოდ შეძლებული გაერთიანებები. სულხანსაბა ორბელიანის განმარტებით, ძველ საქართველოში, ღვინით მოვაჭრეს ხამარი ეწოდებოდა. გვიან შუა საუკუნეების საქართველოზე მუსლიმური აღმოსავლეთის ძლიერი გავლენის გამო კი ღვინით მოვაჭრეს აღმოსავლური სახელი სირაჯი დაერქვა, ხოლო ადგილს, სადაც ღვინითა და არყით ვაჭრობდნენ, სირაჯხანას ეძახდნენ. სირაჯი სპარსული წარმოშობის სიტყვაა და მეღვინეს ნიშნავს, სირაჯხანა კი ღვინის სახლს. სირაჯხანა ან როგორც მას ქალაქში ეძახდნენ, სირაჩხანა, ძველი თბილისის ერთერთ მთავარ კოლორიტულ ადგილს წარმოადგენდა. (დღევანდელი „ღვინის აღმართად“ წოდებული ქუჩა). სირაჯი კი არა მხოლოდ ვაჭარი, არამედ იმავე დროს მევახშე, მიმწოდებელი (მაგალითად, ვაზის შესაწამლი დანადგარებისა თუ პრეპარატების), მეღვინე, მიკიტანი, მეტიკე და შუამავალიც იყო, ანუ მრავალ ფუნქციას ასრულებდა.

მევენახეობამეღვინეობის შემოსავლიანობა რომ დიდი იყო ოდითგანვე, ამას მოწმობს არაერთი ცნობა ექსპორტის შესახებ უკვე გვიანდელ ფეოდალურ ხანაში: ირანის შაჰსეფი (1627-1641 წწ.) საქართველოს კათოლიკოსს სპეციალური ფირმანით ატყობინებდა, რომ „სამყაროს თავშესაფრის სასახლეში“ მოღებულა რამოდენიმე საპალნე „ედემის ღვინო“, რითაც თქვენ ამტკიცებთ ჩვენდამი „გულწრფელ და ურყევ ერთგულებას“. სხვა ცნობების მიხედვით, საქართველოდან ღვინო გაჰქონდათ, როგორც სომხეთსა და მიდიაში, ისე ირანშიც. (ისპაჰანში შაჰის

სასახლე ქართული ღვინოებით მარაგდებოდა).

შარდენისა (XVII საუკუნის ფრანგი მოგზაური) და სხვა უცხოელი მწერლების ცნობებზე დაყრდნობით ცნობილია, რომ თუ ასეთი ვითარება ყოფილა შაჰბასისაგან განადგურებულსა და გადატაცებულ საქართველოში, ადვილი წარმოსადგენია, თუ რაოდენი მნიშვნელობა ექნებოდა ღვინის ექსპორტს საქართველოში იმ დროს, როდესაც იგი პოლიტიკურადაც და კულტურულადაც ძლიერი იყო. ეს ფაქტი ძველი საქართველოს მეზობელმა და მეტოქე სახელმწიფოებმაც იცოდნენ და სწორედ ამიტომაც, რომ თემურლენგმა XIV საუკუნის დამლევეს და შემდეგ შაჰბასმა XVII საუკუნის დამლევეს საქართველოს ეკონომიკურად დასუსტებისათვის თავიანთ ლაშქარს საქართველოში ვენახის გაკაფვამოძიკვა უბრძანა.

მკვლევართა განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევდა ის გარემოება, თუ როგორი ბუნებისა და შინაარსის ღვინოს აყენებდნენ იმ დროს, როცა ქართული ღვინო იმდროინდელი ტრანსპორტით ურმით, ცხენითა და აქლემით სპარსეთამდე და სხვა შორ გზებზე მოგზაურობას კარგად იტანდა. ეს ფაქტი საშუალებას გვაძლევს ვივარაუდოთ, რომ საქსპორტო ღვინო სათანადოდ მოვლილი უნდა ყოფილიყო, ამასთანავე, აუცილებლად საკმაოდ ალკოჰოლიანი, წინააღმდეგ შემთხვევაში შორ გზაზე მისი ხარისხი დაეცემოდა და იგი თავის თვისებებს დაკარგავდა.

საქართველოში კულტურული მევენახეობამეღვინეობის წარმოშობის თარიღი დაუდგენელია და თვით ქართველ მკვლევართა შორის შეთანხმება მიღწეული არ გახლავთ. ვახი დედამიწის უძველესი მცენარეა. მის ასაკს სპეციალისტები ორმოცდაათი მილიონი წლით განსაზღვრავენ, ხოლო თანამედროვე ევრაზიული სახეობის წარმოშობას 3035 მილიონი წლით ათარიღებენ. ქვემო ქართლის ადრესამიწათმოქმედო კერაში, 1965 წელს ათი ცალი წიპვა აღმოჩნდა. წიპვები კულტურულ ვაზს მიეკუთვნება და ძველი წელთაღრიცხვის XIV ათასწლეულებითაა დათარიღებული. ეს წიპვები მსოფლიოში უძველესია და უპირველესი მატერიალური საბუთია, რომ საქართველო კულტურული მევენახეობამეღვინეობის პირველადი კერაა. ძვირფასი წიპვები საქართველოს სახელმწიფო მუზეუმის არქეოლოგიის განყოფილების მცირე ექსპედიციების მეორე ფონდში ინახება, მაგრამ დაცვისათვის სრულიად შეუფერებელ პირობებში. ქვეყანაში, სადაც ტურიზმი მნიშვნელოვან შემოსავალს იძლევა, ეს წიპვები სათანადო რეკლამის შედეგად, შესაფერისად

რომ იყოს გამოფენილი, მნიშვნელოვან მოგებას მოიტანდა, ჩვენთან კი სპეციალისტების გარდა მათი არსებობა არავინ იცის. ამდენი წიპვის გამოვლენა საკვირველია. რა რაოდენობით უნდა ყოფილიყო საქართველოში ვაზი, ყურძენი, რომ მიწის წიაღს ამდენი წიპვა შემოენახა?

საბჭოთა ხელისუფლების წლებში, როდესაც ჩვენი ქვეყანა სამხრეთული კულტურების მიმწოდებელ რესპუბლიკად მოიაზრებოდა და მისი ტრადიციული მეურნეობის მრავალფეროვნებას, საპატიო სიძველეს არავითარი ყურადღება არ ექცეოდა, მევენახეობამეღვინეობა მონოკულტურად გადაიქცა, ხარისხის საზიანოდ ყურადღება რაოდენობაზე გადაიტანეს, ხოლო სადაც ჩაი და ციტრუსები მოდიოდა, მევენახეობა მთლიანად მოშალეს (განსაკუთრებით გურიისამეგრელოში). მოხდა ვაზის ჯიშების სამრეწველო სტანდარტიზაცია. ბევრი უნიკალური ვაზის ჯიშში „სარეველად“ ჩაითვადა და მისი მოსპობა დაკანონდა.

XIX საუკუნის 20-იანი წლებიდან ყველა თავადმა თავისი ღვინის წარმოება დაიწყო. ალექსანდრე ჭავჭავაძემ პირველმა გააშენა ვენახი, გონივრულად მიუდგა და დაგეგმა. როგორც აღწერენ, იმდროინდელი მასშტაბით დიდი მარანი ააშენა წინანდალში. ალექსანდრე ჭავჭავაძის წამოწყებული საქმე მისმა შვილმა გააგრძელა. XIX საუკუნის 80-იანი წლებში ალექსანდრე ჭავჭავაძის მთელი მამული იმპერატორის საკუთრებაში გადავიდა. 80-იან წლებში მარანი უფრო გააფართოვეს, უცხოეთიდან სპეციალისტები ჩამოიყვანეს და განავითარეს. ღვინო „წინანდალი“, „მუკუზანისა“ და „ნაფარეულის“ წარმოება ალექსანდრე ჭავჭავაძემ 30-იანი წლებიდან დაიწყო. ალექსანდრე ჭავჭავაძის საქმე გაგრძელდა და ეს ღვინოები დღესაც არსებობს.

70-იანი წლების ბოლოს მუხრანში ბაგრატიონ მუხრანელმა დაიწყო ღვინის წარმოება, ჰქონდა ვენახები. ბაგრატიონ-მუხრანელმა მუხრანში დიდი სასახლე და კარგად დაგეგმილი მარანი ააშენა, როგორც აღწერენ, „ბევრ სხვადასხვა ღვინოსთან ერთად რუსეთის იმპერიაში პირველმა დაიწყო ცქრილა ღვინის წარმოება. დღეს ბაგრატიონ მუხრანელის ამ საქმეს ორი ცნობილი კომპანია აგრძელებს: „ბაგრატიონი 1882“ და „მატო მუხრანი“. მუხრანში, ქსნისა და არაგვის ხეობებს შორის გახლავთ მუხრანის ველი, სადაც სასახლეც არის და მარანიც. ცნობილია, რომ ბაგრატიონ მუხრანელი რუსეთის იმპერიაში გენერალი და საკმაოდ დაფასებული თავადი გახლდათ“¹.

¹ Йенс Приве. «Всё о вине», Москва. 2001. с. 81.

XIX საუკუნეში გაჩნდა ვაზის დაავადებები. ამერიკის კონტინენტიდან გადმოვიდა ჭრაქი, ნაცარი და ფილოქსერა, რის შემდეგაც ვენახის შეწამლვა გახდა საჭირო, მანამდე ვენახი არ იწამლებოდა. ახლა აუცილებელია ნერგის დამუწონობა. თუ არ შეწამლე ვენახი, გახმება. ამის გამო გადაშენდა ველური ვაზი, რაც ტყეში იყო. მხოლოდ მცირე მათგანი შემორჩა.

XIX საუკუნეში მევენახეობა ინერციით გრძელდებოდა, შემდეგ არეულობა დაიწყო პირველი მსოფლიო ომი, რევოლუცია და ისევ დაეცა. მეორედ 20-იანი წლების ბოლოს აღორძინდა. საბჭოთა კავშირის შემადგენლობაში შეიქმნა ორგანიზაცია „სამტრესტი“, შექმნეს მევენახეობამედიკინეობის აღორძინების მიზნით. მის მფლობელობაში შევიდა და სახელმწიფოს მმართველობაში გადავიდა ყველა მარანი. „სამტრესტი“ იყო ორგანიზაცია, რომელიც საქართველოს ყველა ქარხანას მართავდა და მის მენეჯმენტს განახორციელებდა. უცხოეთში განათლებული ხალხი, მეცნიერები მუშაობდნენ, ჭკვიანურად დაგეგმეს და ყველა იმ ღვინის წარმოება განაგრძეს იმავე დასახელების ქვეშ, რაც XIX საუკუნეში იწარმოებოდა: წინანდალი, მუკუხანი, ნაფარეული, მუხრანული, სვირი და ა. შ. უბრალოდ სახელმწიფო ფლობდა ამ ყველაფერს. ასევე, დაუმატეს ახალი დასახელებები, მაგ. „მანავის მწვანე“, რომელიც დღესაც არსებობს.

საბჭოთა კავშირის დროს ერთი მფლობელი ჰყავდა, მოსკოვიდან იმართებოდა და რაოდენობაზე გადავიდა ორიენტაცია და არა ხარისხზე. დაახლოებით 60-იანი წლებიდან ხარისხმა დაიწია. 70-იანების ბოლოს უკვე ძალიან შეეღაბა რეპუტაცია ზოგადად ღვინოს. თუმცა „ქართული ღვინო ყოველთვის ელიტარული გახლდათ საბჭოთა კავშირის ღვინოებს შორის“². 80-90-იან წლებში არეულობა და ომი დაერთო და საბჭოური სისტემა დაიშალა. 90-იანიებიდან ორიენტაცია ხარისხზე შემობრუნდა იქიდან გამომდინარე, რომ კერძო მფლობელებზე ღვინის ბიზნესი ორიენტირებული, ლოგიკურია ხარისხზე ორიენტირი გაყიდვის თვალსაზრისით. თუ კონკურენტუნარიანი არ ხარ, თავისთავად ბიზნესი ჩავარდნილია.

სოფლის მეურნეობის ექსპერტი პროფესორი პაატა კოლუაშვილი შენიშნავს: „საქართველო ევროპული ტიპის ღვინოებით ადგილს ვერ დაიმკვიდრებს ევროკავშირში, რომელსაც ამის საუკუნოვანი გამოცდილება გააჩნია. ჩვენ თუ იქ შევალთ, უნდა შევიდეთ ჩვენი ტრადიციული

განსხვავებული ღვინით. ამიტომ დაიწყო ბოლო დროს ჭურის ღვინის პროპაგანდა. მსოფლიოში არსებობს ღვინის დაყენების 3 წესი. ევროპული, კახური და იმერულრაჭული. აქედან 2 ქართულია. აქცენტები სწორედ ამაზე უნდა გავაკეთოთ, ეს არის ბაზარზე შესასვლელი ერთადერთი გზა...“³.

დღეს არავინ დავობს იმაზე, რომ ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს იმას, თუ როგორ მიწავდი შენს მომხმარებელს ამა თუ იმ პროდუქციას. კონკრეტულ შემთხვევაში, უნდა გავერკვიოთ როგორ მივაწოდოთ და მოვაწონოთ ქართული ღვინო უცხოელ მომხმარებელს, როგორ შევფუთოთ. მთელი გუნდი უნდა შრომობდეს ქართული ღვინისთვის იმიჯის შექმნაზე, რადგან ერთხელ გაპარებული უხარისხო ღვინო ან კიდევ უარესი, არასწორი მესიჯი, ძალიან ძვირად დაგვიჯდება. მნიშვნელოვანია მეღვინეებმა მყიდველის გემოვნება და პროდუქციის საფასო პოლიტიკა ერთმანეთს ჰარმონიულად შეუთანხმონ.

ქვეყნის და ღვინის პოპულარიზაციისთვის სათანადოდ უნდა გამოვიყენოთ საერთაშორისო გამოფენები. დღეს კი ასეთ გამოფენებზე სახეზეა მწირი და არასრული ინფორმაცია. საქართველოს საინფორმაციო პოლიტიკის სუსტი მხარე უცხოელმა ჟურნალისტებმაც შეამჩნიეს. აი, რას წერს ჩინური საინფორმაციო ვებგვერდი news.xinhuanet.com „საუკეთესო ქართული ღვინოების 2011 წლის გამოცემა უფრო რეკლამების ნაკრებს ჰგავს, და არა ისტორიების, უნიკალური ჯიშებისა და ტექნოლოგიების საფუძველზე შედგენილ ღვინის ბიბლიას. მაგალითად, სახელწოდება „რქაწითელი“ მკითხველისთვის ბევრს არაფერს ნიშნავს. აქ არ წერია, რომ რქაწითელი ვაზის ერთერთი უძველესი ჯიშია და არქეოლოგიური გათხრების დროს თიხის უძველეს ჭურჭელში ნახეს რქაწითელის წიპწები, რომლებიც ჩვენს ერამდე 3 ათასი წლით თარიღდება. კარგი იქნებოდა იმის ახსნა, რომ საფერავი ქართულ ენაზე, ფერს, საღებავს ნიშნავს და რომ მუქი წითელი საფერავი კარგი საშუალებაა სიბერის წინააღმდეგ საბრძოლველად“⁴. როგორც იტყვიან, კომენტარი ზედმეტია!

ბოლო პერიოდში ძალზე გამოცოცხლდა პატარა კომპანიების „ფლანგი“. დღეს პატარა კომპანიებსა და მცირე ინდუსტრიებს თავისი წვლილი შეაქვთ ღვინის ექსპორტის საერთო რაოდენობაში. აღსანიშნავია, რომ ისინი განსაკუთრებით აქტიურები არიან ტრადიციული

² რამიშვილი რ. „ქართული ვაზისა და ღვინის ისტორია“ თბილისი 2003. გვ. 74,

³ www/business.ru/

⁴ www.vinovage.ge

ქვეყრის მიმართულებით. ეს ღვინოები ძირითადად ცენტრალურ და დასავლეთ ევროპაში, ასევე კანადაში გადის. მიუხედავად იმისა, რომ მცირე მეწარმეების მიერ გასაყიდად გატანილი ღვინის საერთო რაოდენობა დიდი კომპანიების პროდუქციას ბევრად ჩამოუვარდება, წარმოებული ღვინის რაოდენობის ზრდა მაინც სახეზეა. ამას გარდა, ასევე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ რუსეთის ყბადაღებული ემბარგოს შემდეგ, პატარა კომპანიები და ე. წ. მცირე მარნები საქართველოში სოკოებივით მრავლდებოდა. თუკი ადრე მცირე მარნების არეალი ძირითადად კახეთით შემოისაზღვრებოდა, ახლა იმერეთი, ქართლი და გურიაც გააქტიურდა. სხვადასხვა საერთაშორისო ღვინის სიმპოზიუმებსა და ფესტივალებზე, კახური ღვინის გვერდით, ჩვენი ქვეყნის სხვა კუთხეებში წარმოებულ ნატურალურ ღვინოსაც ხშირად ნახავთ. ეს ტენდენცია იძლევა საფუძვლიან იმედებს, რომ დასავლეთის ბაზარზე ქართული ღვინო უახლოეს მომავალში მრავალფეროვნად იქნება წარმოდგენილი, რაც ქართველი მეღვინეებისათვის შემოსავლის ზრდის წყაროც გახდება.

2000 წლებიდან ბევრი კომპანია შეიქმნა, ფული ჩაიღო, საკუთარი ვენახები გაჩნდა, რამაც ღვინის ხარისხი ასწია, ახალ მარნებთან ერთად ძველიც ააღორძინეს. დღეს რაც კომპანიები გვაქვს, მათი ძირითადი ნაწილი 2000 წელს შეიქმნა. 2006 წელს იყო ბოლო, ფინანსური თვალსაზრისით, სერიოზული დარტყმა რუსეთის ემბარგო ქართულ ღვინოზე. რუსეთის მთავარმა სანიტარმა გენადი ონიშენკომ ქართულ ღვინოში პესტიციდები „აღმოაჩინა“ და მასზე ემბარგო დააწესა. რუსეთში ქართული ღვინის 80%-ზე მეტი გადიოდა. რუსეთის ბაზარს სხვა ბაზარი ვერ ჩაანაცვლებდა, მაგრამ ნელნელა ფართოვდებოდა ჩვენი საექსპორტო ქვეყნების არეალი და დიდი დარტყმის მიუხედავად, სხვა ქვეყნები განვაფიქრეთ. ოფიციალური ინფორმაციით, რუსული ემბარგოს შემდეგ ქართული ღვინის ექსპორტის 73 პროცენტი დსთს ქვეყნებზე გადამისამართდა. ამჟამად ქართული ღვინის ყველაზე დიდი საექსპორტო ქვეყნებია: უკრაინა, ყაზახეთი და ბელარუსია.

დღეს, როცა რეალობაა დავუბრუნდეთ რუსეთის ბაზარს, საინტერესოა ამ ქვეყნის ბაზარზე არსებული სიტუაცია. თავად რუსეთს ელიტარული ღვინის წარმოების საშუალება არ აქვს, ამიტომ აქცენტს „მასობრივ ღვინოზე“ აკეთებს. საერთოდ, რუსული ბაზრის 80 პროცენტი იაფფასიან ღვინოს აქვს დაპყრობილი, რომელიც ერთი ბოთლი 34 დოლარი ღირს. ჯერ ერთი,

რუსი მომხმარებლის შემოსავალი საკმაოდ დაბალია და ამასთან, მისი ფსიქოლოგია დასავლელისას მთელი 2030 წლით ჩამორჩება. ამიტომაცაა, რომ რუსეთში იმპორტირებული ღვინის მხოლოდ 1520 პროცენტი „ელიტარული“. თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ რუსეთში ძვირფასი ღვინოების იმპორტი ბოლო დროს თანდათანობით, უმეტესწილად დიდი ქალაქების ხარჯზე იზრდება. რუსულ ბაზარზე იმპორტირებული ღვინის დიდ ნაწილს ამერიკული, არგენტინული, ავსტრალიური და ესპანური იაფფასიანი ღვინოები შეადგენს. გარდა ამისა, თანდათანობით მატულობს ალბანური, ბერძნული, უნგრული, რუმინული და ბულგარული ღვინის იმპორტი.

თბილისიდან 120 კილომეტრით დაშორებულ სიღნაღში ღვინის მწარმოებლები ამბობენ, რომ მათ შეძლეს ბიზნესის განვითარება რუსული ბაზრის გარეშე. ხარისხის გაუმჯობესების გზით საქართველო ევროპულ და ამერიკულ ბაზრებს იზიდავს. მათ შორის არის სან ფრანცისკოს მახლობლად მდებარე ღვინის ბარისა და მაღაზიის მფლობელი ლიზა კოსტაც. „ქართულ ღვინოში უდიდესი ხასიათი და უნიკალობაა“ – აცხადებს იგი. ქართული ღვინო მსოფლიოს 50 ქვეყანაში იყიდება. ღვინის ხარისხი იმდენად მკვეთრად გაუმჯობესდა, რომ საქართველო, ემბარგომდე პერიოდის მსგავსად, ჩამოსხმული ღვინის ერთ მესამედს ექსპორტზე უშვებს და იგივე შემოსავალს იღებს. რუსეთის ბაზართან დაკავშირებით, ამერიკელ მეღვინეს ჯონ ვურდემანს ასეთი მოსაზრება აქვს: „რუსეთის ბაზრის გახსნის საშიშროება იმაში მდგომარეობს, რომ იმპორტიორებს ნაკლებხარისხიანი, თუმცა დიდი რაოდენობით ღვინის შეძენის სურვილი გაუჩნდებათ. ათასობით წელია, რაც ღვინო ქართული კულტურის განუყოფელ ნაწილს წარმოადგენს. რუსეთმა კი ახლა ხანს დაიწყო არეის კულტურიდან გამოსვლა. ჩემზე რომ იყოს, მე ბოიკოტს გავაგრძელებდი. 510 წელიწადში, საქართველოში ძალიან ბევრი, კარგი, მცირე მეწარმე გაჩნდება, რომლებიც ნამდვილი ღვინის ბაზარზე სათანადო ადგილს დაიმკვიდრებენ. ამის შემდეგ, საქართველო აღარ იქნება დაშანტაჟების საშიშროების წინაშე“.

ფრანგი მეღვინე ჟაკ ფლუდი, ქართული ღვინის ქარხნის „შატო მუხრანის“ ხელმძღვანელი აცხადებს: „რუსეთის ემბარგოს შედეგად, საქართველოში, ღვინის წარმოების ხარისხი გაუმჯობესდა, რადგან ქართულმა ღვინომ დასავლეთის ბაზრები უნდა აითვისოს, შესაბამისად, აქცენტებიც ხარისხზე კეთდება. ოფიციალური

⁵ www/business.ru/

ვერსიის თანახმად, რუსეთი ქართულ ღვინოს ჯანმრთელობის მიზეზების გამო კრძალავს. მე კი მოგახსენებთ, რომ ხალხი სანკტპეტერბურგიდან გემით ესტონეთში ან ფინეთში მიემგზავრება ჩვენი ღვინის შესაძენად და შემდეგ რუსეთში ქართული ღვინის ყუთებით ბრუნდება. ასე რომ, არაოფიციალური წყაროებით, ქართული ღვინის მიმართ ინტერესი არ ჩამოცხრალა. ახლა სწორედ ის მომენტი დადგა, როდესაც რუსეთის მომხმარებლების დაცვის ფედერალურმა სამსახურმა ხელმეორედ უნდა აღმოაჩინოს ის, რაც ქართველებისთვის და არა მარტო ქართველებისთვის, ათასობით წლის მანძილზე ცნობილი ფაქტია ერთი ჭიქა ქართული ღვინო ჯანმრთელობისთვის სასარგებლოა⁶.

რუსეთის მთავარი სანიტარული ექიმის გენადი ონიშენკოს განცხადებით, დღეისათვის ღვინის კომპანიების შემოწმების პირველი ეტაპი დასრულდა და ამ სამსახურმა ქართული ღვინის 36 კომპანიისა და 4 მინერალური წყლის კომპანიის სია გამოაქვეყნა, რომელთაც რუსულ ბაზარზე შესასვლელად საკუთარი პროდუქციის რეგისტრაციის დაწყების უფლება მიეცათ. სავარაუდოდ, ქართული ღვინის 200 სახეობა გამოიწვევა რუსულ ბაზარზე. სულ, რუსეთის ბაზარზე დაბრუნების სურვილი 82მა კომპანიამ გამოთქვა. საქართველოს ღვინის ეროვნული სააგენტოს ხელმძღვანელმა ლევან დავითაშვილმა განაცხადა: „მომავალი წლის განმავლობაში ქართული ღვინის ექსპორტი რუსულ ბაზარზე დაახლოებით 810 მილიონი ბოთლი იქნება. ეს არ არის პატარა ციფრი. ცნობისათვის: დღეს ქართული ღვინის ექსპორტი არის 2324 მილიონი ბოთლი ყველა სხვა ქვეყანაში. თუ ამას დავმატებ 10 მილიონი ბოთლი და შევინარჩუნებთ იმ ზრდის ტემპს, რომელიც ამჟამად გავგაჩნია, ჩვენი ღვინის ექსპორტი ერთი წლის თავზე შეიძლება იყოს 40 მილიონი ბოთლი. ეს გულისხმობს, რომ რუსეთს 2025 პროცენტი შეიძლება ეკავოს ქართული ღვინის ექსპორტში, რაც სოლიდური მაჩვენებელია, მაგრამ არა იმდენად სარისკო, რომ ჩვენ მარტო რუსეთზე ვიყოთ დამოკიდებული, ანუ განსხვავებული კონიუნქტურა გვექნება საექსპორტო ბაზრებზე. რაც შეეხება შესვლის გზებს: ერთი გზა, ეს არის ზემო ლარსის საავტომობილო გამშვები პუნქტი, რომელთან დაკავშირებითაც ამჟამად მოლაპარაკებები მიმდინარეობს. თუმცა განიხილება სხვა მარშრუტებიც ეს არის სარკინიგზო გადაზიდვები აზერბაიჯანის გავლით. და მესამე ვერსია არის საბორნე მიმოსვლა, კერძოდ, საუბარია ნოვოროსიისკზე. დღეს ბორანი ამ

მიმართულებით არ მოძრაობს, მაგრამ თუ იქნება მოთხოვნა, შეიძლება ეს საბორნე გზაც გაჩნდეს”⁷.

ღვინის კომპანია „თელავის ღვინის მარნის“ ერთერთი დამფუძნებელი, ზურაბ რამაზაშვილი, რუსულ ბაზარზე უახლოესი 2 წლის განმავლობაში დიდ იმედს არ ამყარებს ჯერ ერთი, იმიტომ რომ, მისი სიტყვებით, ქართულ კომპანიებს რთველის პერიოდში რუსულ ბაზარზე დაბრუნების შესაძლებლობის შესახებ ინფორმაცია არ ჰქონდათ და, შესაბამისად, ლიმიტირებული პროდუქცია აწარმოეს, რაც იმას ნიშნავს, რომ ბევრ ღვინოს გასაყიდად ვერ გაიტანენ და, ამასთან, უკანასკნელი 6 წლის განმავლობაში, ანუ ემბარგოს შემდეგ, რუსულ ბაზარზე ქართული პროდუქცია უკვე სხვა ქვეყნის პროდუქციამ ჩაანაცვლა. ცნობისთვის, ქართული ღვინის ექსპორტის მაქსიმუმი რუსულ ბაზარზე 2005 წელს დაფიქსირდა და 52 მილიონი ბოთლი შეადგინა.

რუსეთის ბაზარზე შესვლის პერსპექტივა უიმედოდ ესახება პროფესორ ბადრი რამიშვილს შემდეგი მოსაზრებით: „უპირველესად, რუსეთში ღვინის მოხმარება მკვეთრად არის შემცირებული და აღკოპოლური სასმელების მოხმარების სტრუქტურაში ღვინოს მესამე ადგილი უკავია ღუდისა და არყის შემდეგ. აღნიშნული სასმელების ფონზე ღვინო გაცილებით ძვირია, ანუ, მისი მომხმარებლები ძირითადად შეძლებული ფენიდან არიან, რაც რუსეთში არ არის მრავალრიცხოვანი და დახვეწილი გემოვნებითაც გამოირჩევიან და ექსტრა კლასის პროდუქტს მიირთმევენ, ხოლო ამ კლასის პროდუქტი ევროპაში და მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანაშიც იქნება მოთხოვნადი”⁸.

ამ თემასთან დაკავშირებით ინტერესმოკლებული არ იქნება ზურაბ აბაშიძის, რუსეთთან ურთიერთობის საკითხებში საქართველოს პრემიერ მინისტრის სპეციალური წარმომადგენლის, მოსაზრება: „ჩვენი მეღვინეები ძალიან გამოცდილი და ჭკვიანი ხალხია. მათ კარგად იციან, თუ რასთან ექნებათ საქმე. იქ ხიბლიც ძალიან დიდია და ნებისმიერ ბიზნესს რისკებიც თან ახლავს. ამიტომ მათ თვითონ უნდა განსაძღვრონ, უღირთ თუ არ უღირთ. პოლიტიკოსებისა და დიპლომატების საქმეა დახურული კარი გახსნან და ამ კარში ვინ შევა და ვინ არა, ეს უკვე ცალკეული ბიზნესმენის გადასაწყვეტია”⁹.

ერთმა კახელმა გლეხმა ალაღად და გულუბრყვილოდ იკითხა: თუ ქართულ მაღაზიებში რუსული ორცხობილა ან შოკოლადი იყიდება,

⁷ [www /business.ru/](http://www.business.ru/)

⁸ <http://www.rambler.ru/news/it/o/912052/html>

⁹ <http://www.rambler.ru/news/it/o/912052/html>

⁶ www /business.ru/

რატომ არ შეიძლება ქართული ღვინო რუსეთში გავიდეს?

სტატისტიკური მონაცემი ამ საკითხთან დაკავშირებით: 2006 წელს, საქართველოდან ექსპორტზე 41 მილიონი დოლარის ღვინო გავიდა, გასულ წელს კი 39 მილიონ 269 ათასი დოლარის!

არსებობს მოსაზრება, რომ რუსეთის ბაზრის გახსნას ქართული ღვინის ფალსიფიცირება მოჰყვება და იქვე დაიწყებენ ჩამოსხმას. გვახსოვს ქართული ღვინის ფალსიფიცირების წარმოუდგენელი მასშტაბები, რამაც ჩვენი ღვინის იმიჯი ძალიან დააზარალა. მაგალითად, 90იან წლებში უკრაინის ქალაქ ლვოვში მცხოვრები ქირურგი, ალექსანდრე გეგეშიძე იხსენებს, რომ საკუთარი თვალით აქვს ნანახი ღვინო, რომელსაც ეტიკეტზე რაჭული „ხვანჭკარა“ ეწერა და მისი ფასი ჩვენს ვალუტაზე 3,5 ლარი გამოდიოდა. ადვილი მისახვედრია, რა შეიძლება ესხას 3,5 ლარის ღირებულების ბოთლში. ეხლახანს ქართული არასამთავრობო ორგანიზაციის წევრი (ლაშა ბლიაძე) იხსენებს, რომ ლიტვაში ყოფნის დროს, ერთერთ მაღაზიაში თავად გამყიდველმა გულწრფელად ურჩიათ, რომ ფალსიფიცირებული ქართული ღვინის ნაცვლად, ისევ მოლდოვური დაბალი ხარისხის ღვინო ყვიდათ, რადგან გარანტირებულად მაინც ეცოდინებოდათ, რომ ყურძნის წვეს სვამდნენ და არა უცნაურ და გაურკვეველ სითხეს. სხვათა შორის, მაღაზიის ხსენებული გამყიდველი ქართული (ნამდვილი) ღვინის დიდი დამფასებელი აღმოჩნდა და ქართველებს ისიც გაუმხილა, რომ თუ ნამდვილი ქართული ღვინის ყიდვა სურდათ, ქალაქის ცენტრში მდებარე ერთერთი მაღალი კლასის სუპერმარკეტში უნდა ყვიდათ. მოკლედ, პრობლემები ქართული მეღვინეობის თანმდევი.

რა ბერკეტები არსებობს იმისათვის, რომ რუსულ ბაზარზე არ მოხდეს ფალსიფიცირებული ქართული ღვინო, რისი არაერთი მაგალითიც ყოფილა წლების წინ? რუსეთის შესაბამისი უწყებების წარმომადგენლების განცხადებით, ორივე მხარის ინტერესშია, რომ ეს არ მოხდეს. რუსული მხრიდან კონტროლის გარდა, ქართული მხარე აპირებს მათ მიაწოდოს ინფორმაცია სასმელის ყველა ექსპორტირებული პარტიის შესახებ, რომლის მიღმა წარმოებული სხვა პროდუქცია ფალსიფიკაციად მიიჩნევა.

როდესაც მეღვინეობის ქართულ მიღწევებზე ვსაუბრობთ, ჩვენ გვერდს ვერ აუვლით ქართულ მოღვაწეს დავით სარაჯიშვილს. დავით სარაჯიშვილი სერიოზული მოვლენა იყო კონიაკის წარმოებაში. ეს გახლდათ პირველი სე-

რიოზული სპირტიანი სასმელების მწარმოებელი კომპანია. სარაჯიშვილმა უცხოეთში მიიღო განათლება და როდესაც ჩამოვიდა, თბილისში დაარსა ფირმა და დასაბამი მისცა რუსეთის იმპერიაში კონიაკის სამრეწველო წარმოებას ღვინის გამოხდისა და საკონიაკე სპირტების დაბეჭდვების გარკვეული ტექნოლოგიების დაცვით. მან კარგად დაგეგმა ეს ბიზნესი, ამის გარდა, ბევრი კეთილი საქმე გააკეთა ქვეყნისათვის... ის გახლდათ მეცენატი, ქველმოქმედი და ა. შ. მისი წამოწყებული საქმე გაგრძელდა. სარაჯიშვილის კომპანია ძალიან რეზონანსული გახლდათ და დღესაც მაღალი ხარისხითა და რეპუტაციით სარგებლობს. 1913 წელს, მაღალხარისხოვანი კონიაკის მრავალწლოვანი სტაბილური მიწოდებისათვის, რომელთაც რუსეთის ბაზარი დაიპყრეს, დავით სარაჯიშვილის ფირმას მიენიჭა ოფიციალური წოდება: „მისი საიმპერატორო უდიდებულესობის კარის მიმწოდებელი“.

1945 წელს იალტაში სერ უინსტონ ჩერჩილმა დააჭაშნიკა, მოიწონა და შეიყვარა კონიაკი „ენისელი“. ოფიციალური დოკუმენტები მოწმობენ, რომ ამის შემდგომ სტალინი ყოველ დაბადების დღეს უგზავნიდა ჩერჩილს კონიაკ „ენისელს“. ერთხელ, როცა ჩერჩილს შეუსრულდა 65 წელი, გაუგზავნა 65 ბოთლი „ენისელი“ და მიულოცა დაბადების დღე. სტალინმა მიიღო ჩერჩილისაგან შემდეგი პასუხი: დიდი მადლობა საჩუქრისთვის, მაგრამ ვწუხვარ, რომ არ შემისრულდა 100 წელი, მე დაგეგმავ 35 ბოთლი კონიაკი „ენისელი“. (დოკუმენტი ინახება მოსკოვის სამხედრო მუზეუმში).

სხვათა შორის, ავტორი კონიაკისა „ენისელი“, მისი შექმნის წლებში, თბილისის კონიაკის ქარხნის მთავარი ტექნოლოგი ვახტანგ ციციშვილი, ამ კონიაკის შექმნისათვის, იალტის კონფერენციაზე ასე რომ ასიაშოვნა სტალინი, დაჯილდოებულ იქნა სტალინური პრემიით, ერთადერთი სპეციალისტი ამ დარგისა, რომელმაც მიიღო ეს მაღალი ჯილდო.

ფრანკლინ რუზველტის შვილი ელიოტ რუზველტი თავის მოგონებებში წერს: „ერთხელ, სტალინთან ვახშობის დროს, მამამ დიპლომატიურად, მაგრამ სრულიად გულწრფელად, შეაქო საბჭოთა შამპანური. მასპინძელმა ამაყად უპასუხა, რომ შამპანურს, მის სამშობლოში საქართველოში აწარმოებდნენ. მამაჩემის სიტყვებზე, რომ ომის შემდეგ, როცა ის პრეზიდენტი აღარ იქნებოდა, ისურვებდა გამდიდრებას, და იქნებ ხელი მოეკიდა ამ შამპანურის ამერიკაში რეალიზაციის საქმისთვის, სტალინმა გაიღიმა“¹⁰.

¹⁰ რუზველტი ე. „მისი თვალით დანახული“ ბიოგრაფიული პროზა. თბ. 2012. გვ. 247

„საქართველო ღვინის აკადემია“ ეს სიტყვები ეკუთვნის ბატონ ჰიუ ჯონსონს, ცნობილ ინგლისელ მწერალსა და პუბლიცისტს, რომლის უშუალო თაოსნობით 1999 წელს ლონდონში, ქალაქის ძველ უბანში ასი ათასი ფუტი ფართობის ტერიტორიაზე გაიხსნა მუდმივმოქმედი ქალაქი „ვინოპოლისი“, რომელიც ამ მასშტაბისა და შინაარსის პირველი გამოფენაა მსოფლიოში და ეძღვნება ვახისა და ღვინის ისტორიას. „ვინოპოლისს“ ღვინის ოდისეას უწოდებენ. ოდისეა იწყება საქართველოს პავილიონით, სახელწოდებით „საქართველო ღვინის აკადემია“, სადაც წარმოდგენილია უძველესი ხანის წიპები, თასები, თიხის ჭურჭელი და სასმისები, ქვევრები. იქვე მნახველები ეცნობიან ვიდეორგოლს ქართულ ვენახზე და ღვინოზე, რომელიც ქართული პოლიფონიური სიმღერების ფონზე მიდის.

უცხოეთის ბაზრებზე გასასვლელად ღვინის კომპანიები საგაყიდვო ბრენდირებული ეტიკეტის Wine of Georgia ს ქოლგის ქვეშ უნდა გაერთიანდნენ. დანარჩენ ატრიბუტებს მწარმოებელი კომპანიები უცვლელად ინარჩუნებენ. მსოფლიო ბაზარზე ქვევრის ბრენდით გასვლა ცნობილი და აპრობირებული მეთოდია. სამხრეთ აფრიკა, ჩილე და ავსტრალია საერთაშორისო ბაზარზე თავის დროზე სწორედ ამ გზით გავიდნენ.

ორიოდე სიტყვით გვინდა შევეხოთ ღვინის ტურიზმს.

ღვინის ტურიზმი საქართველოში ფეხს ახლავს იდგამს, რაც ტრადიციული მეღვინეობისა და მდიდარი სამზარეულოს მქონე ქვეყნისთვის უჩვეულო რეალობაა. თუმცა ამ პარადოქსს მარტივი ახსნა აქვს საბჭოთა ასწლეულში მევენახეობამეღვინეობის დარგს სახელმწიფო კოლმეურნეობები განაგებდნენ, რომელთაც ღვინის ტურების ორგანიზება აზრადაც არ მოსვლიათ. დღეისათვის, ღვინის, სარესტორნო და ტურისტული ბიზნესის განვითარების კვალდაკვალ, ღვინის ტურიზმის აღორძინებაც დაიწყო. ღვინის კომპანიები ინფრასტრუქტურის იმგვარ მოდერნიზებაზე ფიქრობენ, რის შემდეგაც ადვილად შეძლებენ ტურიზმში ჩართვას. ეს მათთვის დამატებითი შემოსავალიც იქნება და პოტენციურ კლიენტებთან კომუნიკაციის ერთ-ერთი საშუალებაც. სწორედ ასეთი მრავალმხრივი ტურიზმის განვითარების საშუალებას

იძლევა კომპანია „შუმის“ განკარგულებაში არსებული მეღვინეობის მუზეუმი, ეთნოგრაფიული კუთხე ღია ცის ქვეშ და ვახის ჯიშების საკოლექციო ვენახი. „შუმის“ მეღვინეობის მუზეუმის კონცეფციით დამთვალიერებელმა უნდა მიიღოს პასუხი კითხვაზე, რატომ არის საქართველო ღვინის სამშობლო. მუზეუმში გამოკრულია რუკა, რომელზეც ასახულია კულტურული მემკვიდრეობის ისტორიული არეალი და მეღვინეობის უძველესი კერები. აქვე წარმოდგენილი ეროვნული მუზეუმის მნიშვნელოვანი ექსპონატების ასლები ღვინის წარმართული დგოვების ბადაგონის ქანდაკება, ვახის ლერწმების ვერცხლის გარსაკრავები და ა.შ. მუზეუმის მთავარი ღირსებაა არქეოლოგიური გათხრების შედეგად აღმოჩენილი ნივთების გამოფენა. ეს ნივთები დამთვალიერებელს საქართველოს ტერიტორიაზე არსებულ მეღვინეობის უძველეს ტრადიციებზე მოუთხრობს. მუზეუმის ცენტრალური ექსპონატი, რომელსაც ყველაზე თვალსაჩინო ადგილი უკავია, ძვ. წ. XII საუკუნით დათარიღებული ქვევრია. ეს არის საქართველოში აღმოჩენილი ერთერთი უძველესი ქვევრი, რომელიც შეგვახსენებს, რომ ქართული მეღვინეობა რამდენიმე ათასწლეულს ითვლის. ქვევრი არა მარტო საქართველოს, არამედ მთელი მსოფლიოს კულტურული მემკვიდრეობაა. მისგან ბევრს ელიან და მიაჩნიათ, რომ ქვევრის ღვინო თანამედროვე ერთფეროვან ბაზარს გაამრავალფეროვნებს. ეს უძველესი საღვინე ჭურჭელი ახლა მრავალი ქვევრის მეცნიერთა შესწავლის საგანია, რასაც თან ახლავს დასკვნები ქვევრის ღვინის საუკეთესო თვისებების შესახებ. უცხოელი მეღვინეები ქვევრს თანდათან საპატიო ადგილს უთმობენ თავიანთ მარანში. დისტრიბუტორები კი საქართველოდან ქვევრის ნატურალური ღვინოების ექსპორტს ზრდიან. ქვევრის პირველ საერთაშორისო სიმპოზიუმზე უცხოელმა სპეციალისტებმა ერთხმად განაცხადეს, რომ ახლანდელ პრეტენზიულ მსოფლიო ბაზარზე ქართულ ღვინოს წარმატებას, პირველ რიგში, ქვევრი მოუტანს. ნიუ იორკის ღვინისა და ყურძნის ფონდის პრეზიდენტის, ტიმ ტრეზისის თქმით, „საქართველოს დიდ შემოსავალს მოუტანს არა მარტო ქვევრის ღვინის ექსპორტი, არამედ ქვევრის ღვინოზე ორიენტირებული ტურიზმი“¹¹.

¹¹ www.gipp.ru/opennews.php.

1. Йенс Приве. «Всё о вине», Москва. 2001
2. Country Brand Index 2008 FutureBrand.
3. Имидж страны – [http:// www. ipr.by/ru/articles/art 2008/art1.html](http://www.ipr.by/ru/articles/art_2008/art1.html).
4. www.kommersant.ru/doc.aspx?...
5. www.brandcannel.com
6. www.gipp.ru/opennews.php?..
7. Навроцкий В. В. «Истина в вине», лечение виноградом, вином – исцеление природой. Москва. 2006.
8. Холленсен С, Глобальный Маркетинг, Мн, Новое Знание, 2004.
9. [http://www. rambler .ru/news/it/o/912052/html](http://www.rambler.ru/news/it/o/912052/html)
10. [www/business.ru/](http://www.business.ru/)
11. [www. vinovage.ge](http://www.vinovage.ge)
12. ქურდაძე აღ., „ვაზისა და ღვინის საგალობელი“ (ენციკლოპედიური გამოცემა) თბილისი, 2004.
13. რუხველტი ე., „მისი თვალთ დანახული“ ბიოგრაფიული პროზა. თბილისი, 2012.
14. რამიშვილი რ., „ქართული ვაზისა და ღვინის ისტორია“ თბილისი, 2003.
15. ხარბედია მ., „ქართული ღვინისა და კერძის შეხამება“ თბილისი 2011.
16. ავალიანი შ., „ღვინის ტექნოლოგია“ თბილისი, 1969.
17. გაიშვილი დ., „ქართული მარანი“ თბილისი, 1961.
18. მოდებაძე კ., „მედღვინეობა“ ნაწილი II. თბილისი, 1951.

ВИНО И ВИНОДЕЛИЕ В ГРУЗИИ - КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И БИЗНЕС-ПОТОК

НАНИ МАМПОРИЯ
докторант ГГУ

Грузия издревле является одной из прородительниц виноградной лозы. Поэтому здесь культура и традиции виноделия имеют свои особенности.

Вино, полученное старым способом в кевври пользуется большой популярностью у потребителей.

Необходимо сделать акценты на особенности производства вина в Грузии, чтобы привлечь внимание на мировом рынке. Это со своей стороны даёт возможности винодельцам получить экономическую прибыль.