



აგროტურიზმის სტრატეგია სამცხე-ჯავახეთისა და ქვემო ქართლის რეგიონებისთვის

თბილისი, საქართველო

თებერვალი 2016

სტრატეგიის დოკუმენტი შემუშავდა ამერიკის შეერთებული შტატების განვითარების სააგენტოს (USAID) დაფინანსებით მიმდინარე პროექტის, „ჰორიზონტის გაფართოება: გაუმჯობესებული არჩევანი ქალებისა და გოგონების პროფესიული და ეკონომიკური განვითარებისთვის“, ფარგლებში.

პროექტი ხორციელდება კონფლიქტებისა და მოლაპარაკებების საერთაშორისო კვლევითი ცენტრისა (ICCN) და საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაცია მერსი ქორფსის (Mercy Corps) მიერ.

სტრატეგია

სარჩევი

რეზიუმე	6
აკრონიმები	9
სტრატეგიის შემუშავებისას გამოყენებული მეთოდოლოგია	10
რა არის აგროტურიზმი.....	11
აგროტურიზმის სარგებელი	12
დაკავშირებული ნიშა ტურიზმი	15
ტურიზმის გლობალური გარემო	18
მსოფლიო ტურისტული ტრენდები	20
ფონი - სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი საქართველოში	23
სოფლის მეურნეობა საქართველოში	23
ტურიზმი საქართველოში	24
სტრატეგიული მიმართულებები	27
აგროტურიზმის ბაზრის მზადყოფნის მატრიცა რეგიონებში	28
აგროტურიზმის რესურსების განვითარება	29
აგროტურიზმის რესურს-ცენტრის მოდელი	31
სამცხე-ჯავახეთი	34
სამცხე- ჯავახეთში აგროტურიზმის განვითარებისთვის გარემოს მიმოხილვა	37
სტრატეგიული შესაძლებლობები	46
სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის პროდუქციის და გამოცდილების	

სამიზნეები	47
სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის პროდუქცია და განხორციელების მატრიცა	56
სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის პროდუქცია და საქმიანობა	58
სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის მარკეტინგის და ხელშეწყობის სამიზნეები ..	57
სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის მარკეტინგი და განხორციელების მატრიცა	61
სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის გარემოს შექმნა	62
სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის გარემოს შექმნის მატრიცა	66
სხვა პოტენციურად წარმატებული საქმიანობა	68
ქვემო ქართლი	71
ქვემო ქართლში აგროტურიზმის განვითარებისთვის კლიმატის მიმოხილვა. .	76
სტრატეგიული შესაძლებლობები	80
აგროტურიზმის პროდუქცია და გამოცდილება ქვემო ქართლში	86
ქვემო ქართლში აგროტურიზმის პროდუქცია და განხორციელების მატრიცა	91
ქვემო ქართლში აგროტურიზმის მარკეტინგი და ხელშეწყობა	93
ქვემო ქართლში აგროტურიზმის მარკეტინგი და განხორციელების მატრიცა	92
ქვემო ქართლში აგროტურიზმის საწყისი გარემოს შექმნა	95
ქვემო ქართლში აგროტურიზმის გარემოს განვითარების მატრიცა	103
სხვა პოტენციურად წარმატებული საქმიანობა	104

სტრატეგიის ზემოქმედების ძალა	107
დასკვნა	108
დანართი I კონსულტაციები	109
დანართი II სამცხე-ჯავახეთისთვის დამახასიათებელი უნიკალური ატრიბუტები	112
დანართი III ქვემო ქართლისთვის დამახასიათებელი უნიკალური ატრიბუტები	114

რეზიუმე

მსოფლიოს ბევრ რეგიონში ფერმერები აღიარებენ, რომ აუცილებელი და საჭიროა მათი პროდუქციის გამრავალფეროვნება, იმისათვის, რომ გაიზარდოს მათი სასოფლო-სამეურნეო შემოსავლები. ამასთან, ითვლება, რომ ტურიზმი მნიშვნელოვნად ზრდის მთლიანი შიდა პროდუქტის მოცულობას, ქმნის ახალ სამუშაო ადგილებს, ავითარებს ადგილობრივ ეკონომიკას და იზიდავს ინვესტიციებს.

მიუხედავად იმისა, რომ „ტურიზმი“ ერთი მთლიანი სექტორია, იგი მოიცავს მრავალ ხელშესახებ და არამატერიალურ ელემენტს, რომლებიც გავლენას ახდენენ სხვა სექტორებზე, ან თვითონ ექცევიან სხვა სექტორების გავლენის ქვეშ. აქედან გამომდინარე, ტურიზმს აქვს შესაძლებლობა, რომ ეკონომიკური წარმატება მოუტანოს მრავალ სხვა სექტორს და მთელ ადგილობრივ ეკონომიკას.

საქართველოს ბევრ რეგიონს - ძლიერი სოფლის მეურნეობის ისტორიიდან გამომდინარე - შეუძლია გამოიყენოს აგროტურიზმის განვითარება, რათა მრავალფეროვანი გახადოს თავისი პროდუქციის და მომსახურების სია. აგროტურიზმი ზრდის მოგების ზღვარს ფერმაში ადგილზე წარმოებული დამატებითი ღირებულების პროდუქციის და მომსახურების გაყიდვებზე. იგი კიდევ უფრო მრავალფეროვანს ხდის ფერმერული წარმოების პროდუქციის ხაზს.

მიუხედავად იმისა, რომ ამ მიმართულებით მუშაობა დაწყებულია, აგროტურიზმის სტრატეგია აქამდე არ ყოფილა შემუშავებული. კერძო და საჯარო სექტორის დაინტერესებული მხარეები ეთანხმებიან ასეთი სტრატეგიის არსებობის საჭიროებას და, შესაბამისად, მათ მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანეს ამ დოკუმენტის შექმნაში.

წინამდებარე სტრატეგიის მიზანია, ხელი შეუწყოს სოფლის მეურნეობის მდგრადობის და კონკურენტუნარიანობის ზრდას პროდუქციის წარმოების გზით, გამოცდილებით და მომსახურებით, რომლებიც სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობას დაუკავშირებს ტურიზმს, ისე, რომ ეს ხელს შეუწყობს სასურსათო უსაფრთხოების უზრუნველყოფას, გარემოს მდგრადობას და ბუნებრივი და კულტურული რესურსების მდგრად გამოყენებას, განამტკიცებს ტრადიციულ ცოდნას და შექმნის შემოსავლის სტაბილურ წყაროს.



ქვეყნის განვითარებაში აგროტურიზმის პოტენციური შესაძლებლობა ეროვნულ დონეზე აღნიშნულია აგროტურიზმის სტრატეგიაში, რეგიონულ დონეზე - რეგიონული განვითარების სტრატეგიაში, ადგილობრივ დონეზე - ინდივიდუალური მეწარმეების, მუნიციპალიტეტების, ტურიზმის და სოფლის მეურნეობით დაინტერესებულ პირთა, არასამთავრობო ორგანიზაციების და განვითარების პროექტების მეშვეობით.



უმნიშვნელოვანესია სოფლის მეურნეობის და ტურიზმის კავშირების გაძლიერება რეგიონის ეკონომიკური განვითარების გეგმის გათვალისწინებით. ამ კავშირების გაძლიერება ხელს შეუწყობს ტურიზმის სექტორის თანდაყოლილ შესაძლებლობას, რომ მრავალფეროვანი გახადოს რეგიონის ეკონომიკა, სტიმული მისცეს მეწარმეობის განვითარებას, სტიმული მისცეს ინვესტიციებს და ხელი შეუწყოს სოფლად სოციალურ განვითარებას. ეს კავშირები გვთავაზობს ახალ საშუალებებს სოფლის მეურნეობის წარმოებაში. ისინი ქმნიან დასაქმების შესაძლებლობებს ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის შექმნით და აყალიბებენ მოქნილ და მდგრად რეგიონულ ეკონომიკას.

უნდა აღინიშნოს, იმისათვის, რომ არ განვმეორდეთ, განვითარებულ აგროტურიზმის სექტორთან მჭიდროდ დაკავშირებული ისეთი ტურისტული აქტივობები, როგორც არის ცხენოსნობა, ფეხით სეირნობა, ჩიტებზე დაკვირვება და ასე შემდეგ, არ არის განხილული ამ სტრატეგიაში, რადგანაც ისინი განხილულია სხვა ახლად ჩამოყალიბებულ ისეთ სტრატეგიებში, როგორცაა რეგიონული განვითარების სტრატეგია, ეკო-ტურიზმის სტრატეგია, სხვადასხვა კვლევები და ა.შ. თუმცა, ამ სტრატეგიის ჩამოყალიბების დროს გათვალისწინებული იყო ყველა ხელმისაწვდომი ანგარიში.

ყველაზე წარმატებული სტრატეგიების მაგალითების გათვალისწინებით, ეს სტრატეგიაც ეყრდნობა “პროდუქციის და გამოცდილების“ და „მარკეტინგის და განვითარების“ სვეტებს, რომლებიც თავის მხრივ ეყრდნობიან ხელსაყრელი გარემოს ხელშეწყობის პლატფორმას. თითოეულ საყრდენში წარმოდგენილი საქმიანობა ინდივიდუალურად და ერთობლივად დაეხმარება ამ სექტორის განვითარების წინსვლას. ამავ დროს, გარემოს ხელშეწყობის პლატფორმა უზრუნველყოფს იმ საფუძვლებს, რაც მნიშვნელოვანია აგროტურიზმის განვითარებისთვის და ეკონომიკური უპირატესობის მოპოვებისთვის.

წარმატება

პროდუქცია და

მარკეტინგი და

გამოცდილება

ხელშეწყობა

ხელსაყრელი გარემო

აკრონიმები

CSR	კორპორატიულ-სოციალური პასუხისმგებლობა
DMO	მიმართულების მენეჯმენტის ორგანიზაცია
EU	ევროკავშირი
GNTA	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია
MSME	მიკრო, პატარა და საშუალო ზომის საწარმო
NACHP	კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო
MoA	სოფლის მეურნეობის სამინისტრო
MoESD	ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო
SLOW	სეზონური, ადგილობრივი, ორგანული
SME	პატარა და საშუალო საწარმო
UNDESA	გაეროს განვითარების პოლიტიკა და ანალიზის განყოფილება
UNESCO	გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია
UNWTO	გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია
USAID	ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტო
WESP	მსოფლიო ეკონომიკური მდგომარეობა და პერსპექტივები

სტრატეგიის შემუშავებისას გამოყენებული მეთოდოლოგია

გასაცნობი რეგიონული ფორუმები სტრატეგიული შეხვედრები რეგიონული სტრატეგიული სემინარები სტრატეგიის დაგეგმვა რეგიონული სტრატეგიის ერთობლივი შემუშავება რეგიონული აგროტურიზმის სტრატეგიის დამტკიცება

სტრატეგიის შემუშავებისას დიდი ადგილი დაეთმო რეგიონის შესახებ ინფორმაციის მოპოვებას. ეს პროცესი მოიცავდა ინდივიდუალურ შეხვედრებს საჯარო და კერძო სექტორებთან, სოფლის მეურნეობის და ტურიზმის სექტორებთან, აგრეთვე შეხვედრებს კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტოებთან და ინდივიდუალურ დაინტერესებულ პირებთან.



აგროტურიზმის შესაძლებლობების განვითარების შესახებ პრეზენტაციის წარდგენა დაინტერესებული მხარეებისთვის განხორციელდა ორ რეგიონში და სამ დაბაში.

ფოკუსური ჯგუფები/რეგიონული სტრატეგიული სემინარები ჩატარდა ორ რეგიონში და სამ დაბაში, რათა გამოგვევლინა ამ ადგილების ძლიერი მხარეები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები (SWAT) და მოგვეპოვებინა თითოეული რეგიონისთვის დამახასიათებელი უნიკალური ატრიბუტების ჩამონათვალი, მაგალითად ისეთების, როგორცაა უნიკალური პროდუქტები, უნიკალური კერძები, უნიკალური გამოცდილებები და ფესტივალები.

შეხვედრების ჩატარებისას განხილული იყო მიმდინარე და დასრულებული განვითარების პროექტები.

განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო რესურსების ხელმისაწვდომობას, თითოეული შემოთავაზებული აქტივობის პოტენციალს სტრატეგიაში განხილულ მიმართულებებთან მიმართებაში და რეგიონის განვითარების ჭრილში.

ეს სტრატეგია არის მრავალ დაინტერესებულ მხარესთან თანამშრომლობის შედეგი, რომელთა შეტანილი წვლილიც ფასდაუდებელი და მნიშვნელოვანია. ეს მათი სტრატეგიაა.

რა არის აგროტურიზმი

აგროტურიზმს ბევრი განსაზღვრება აქვს. აგროტურიზმი შეიძლება განიმარტოს, როგორც მოქმედ ფერმაზე, ან მებოსტნეობის, მებაღეობის, ან აგრობიზნესის ნებისმიერ ობიექტზე სტუმრობა, როდესაც ამ სტუმრობის დანიშნულებაა სიამოვნების, ან განათლების მიღება, ან ფერმერულ საქმიანობაში და მასთან დაკავშირებულ პროცესებში მონაწილეობა.

მთელ მსოფლიოში ფერმერებისთვის აგროტურიზმი ორი ძირითადი მიზეზით გახდა ძალიან მნიშვნელოვანი:

- კონკურენციამ აიძულა ფერმერები გამოეყენებინათ მრავალფეროვნების სტრატეგია, რათა გაეზარდათ შემოსავალი
- გაზრდილი საბაზრო მოთხოვნა არაქალაქური ტიპის დასვენებისთვის და სოფლის ატმოსფეროში მოგზაურობის ინტერესი.

ტურისტებს იზიდავთ „სოფელში“ მოგზაურობა იმიტომ რომ:

- მათ სურთ გაექცნენ ქალაქურ ცხოვრებას/ურბანულ ცენტრებს
- არსებობს მზარდი ინტერესი ბუნებრივი გარემოს მიმართ
- ეძებენ ნაკლებად კომერციული და შედარებით ხელმისაწვდომი დასვენების ალტერნატივებს
- იზრდება ინტერესი ორიგინალურ კულტურაზე, ფერმერულ მემკვიდრეობაზე, ჯანსაღ ადგილობრივ საკვებზე და ცხოვრების სტილზე.

ეს ფაქტორები და სოფლის ადგილად მისადგომობა ხელს უწყობს ფერმერთა, სოფლის მცხოვრებთა და ტურიზმის ოპერატორთა შეთავაზებებში აგროტურიზმის, როგორც ახალი აქტივობის დამატებას.

აგროტურიზმის სარგებელი

აგროტურიზმის განვითარების პოტენციური სარგებელი ვრცელდება ფერმერებზე, სოფლის თემზე და ტურიზმის ოპერატორებზე. აგროტურიზმს გააჩნია ძლიერი პოტენციალი იმისათვის, რომ თავისი მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანოს რეგიონულ და ეროვნულ ეკონომიკაში.

ფერმერთა სარგებელი

- შემოსავლის და მოგების წყაროს გაუმჯობესება
- ხელს უწყობს ფერმაზე დამატებითი შემოსავლის ზრდას და ეს შემოსავალი ოჯახის წევრებს რჩებათ
- აფართოებს ფერმერულ საქმიანობას
- საშუალებას იძლევა ფერმაზე მოყვანილი პროდუქცია ინოვაციურად იყოს გამოყენებული
- ავითარებს მოხმარების ბაზრის ახალ ნიშებს
- ზრდის ცნობიერებას და ქმნის მოთხოვნას ადგილობრივ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციაზე
- აუმჯობესებს ცხოვრების პირობებს, ქმნის სამუშაო ადგილებს და შესაძლებელს ხდის ფერმაზე დასვენებას.

თემის სარგებელი

- სოფლის ეკონომიკის გამრავალფეროვნება და გაძლიერება ახალი სამუშაო ადგილების და შემოსავლის შექმნის გზით.
- დამატებითი შემოსავლის მოზიდვა ადგილობრივი ბიზნესისთვის ტურისტთა მომსახურების გზით
- სოფლის ლანდშაფტის და ბუნებრივი გარემოს დაცვა, რომელიც კარგია, როგორც ადგილობრივ მცხოვრებთათვის, ასევე, ტურისტებისთვის.
- თემის საზოგადოებრივი შენობა-ნაგებობების გაუმჯობესება, როგორც ადგილობრივ მცხოვრებთათვის, ასევე, ტურისტებისთვის.
- ადგილობრივი ტრადიციების, ხელოვნების და ხელოსნობის შენარჩუნება
- ინტერ-რეგიონული, ინტერ-კულტურული საქმიანობის და კომუნიკაციის განვითარება
- ადგილობრივი წარმოების და მომსახურების მუდმივი მოხმარება
- აქტიური ბიზნეს-გარემოს უზრუნველყოფა, რათა მოიზიდოს სხვა ბიზნესები და მცირე წარმოებები

ტურიზმის სარგებელი

- ტურიზმის პროდუქციის და ვიზიტორებისთვის ხელმისაწვდომი მომსახურების მრავალფეროვნება
- ხელს უწყობს ტურიზმის ზრდას სოფლის რეგიონებში
- სეზონის ხანგრძლივობის ზრდა არატრადიციული სეზონის დატვირთვით
- სოფლის რეგიონის, როგორც სასურველი ადგილის გამოყოფა მთავარ ტურისტულ ბაზარზე
- სავალუტო შემოსავლის ზრდა ადგილობრივი ბიზნესისა და ადგილობრივი ეკონომიკისთვის

აგროტურიზმი - რა, სად და ვინ

აგროტურიზმი, სამოგზაურო ინდუსტრიის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი სექტორი, მოიცავს მოქმედ ფერმებზე, ვენახებში და სასოფლო-სამეურნეო წარმოებებში სტუმრობას. ეს ადგილები გვთავაზობენ გართობის, განათლების, დასვენების, თავგადასავლების, 'შოფინგის' და საკვები პროდუქციის დაგემოვნების უზარმაზარ მრავალფეროვან გამოცდილებას.

- აგროტურიზმი აკავშირებს - სხვა ტურისტულ სააგენტოებთან
- ფერმას და მის პროდუქციას - სხვა რეგიონულ სავაჭრო ცენტრებთან

აგროტურიზმი შეიძლება შემოთავაზებული იყოს ფერმაზე, ან რეგიონში, სადაც ნიმუშად წარმოდგენილი იქნება სხვადასხვა პროდუქცია და გამოცდილებები.

ფერმა	რეგიონული
გამოცდილებები	ფესტივალები
ფერმაზე დარჩენა	რეგიონისთვის დამახასიათებელი კერძები
ფერმის სახლის სადილი	კულინარული ბილიკები
თვითონ მოკრიფეთ ხილი/ბოსტნეული	ღვინის ბილიკები
დასვენება ფერმაზე მუშაობით	კულინარული გაკვეთილი, სადაც მონაწილეობას მიიღებთ
ფერმის განათლება "ღია ფერმა"	საკვები პროდუქციის დახლები
ფერმერთან ერთად საკვების მომზადება	ფერმერთა ბაზრები
პროდუქტები	გააკეთე შენ თვითონ...
ახალი პროდუქტები	უყურეთ, როგორ კეთდება კერძები

მეორადი პროდუქტები (მაგ. ჯემი/ყველი)	საჭმლის დეგუსტაცია
ზეთები	ღონისძიება: მაგ. კერძების და ღვინის ერთმანეთთან დაწყვილება
საპნები	
სანთლები	

ვინ წარმოადგენს აგროტურიზმის ბაზარს?

ისინი, ვინც უკვე მოდიან რეგიონში, ვისაც შეუძლიათ, რომ მეტი დრო და ფული დახარჯონ . . .

ისინი, ვინც ჩამოვლენ, თუ მათ გართობის და სანახაობის უფრო მეტი არჩევანი ექნებათ . . .

ისინი, ვისაც სურთ ის, რასაც მათ რეგიონი სთავაზობს . . .

განსაკუთრებულ ინტერესს იწვევს ტურიზმთან დაკავშირებული ნიშები. ამ ნიშებს ინდივიდუალურად და კოლექტიურად დიდი შეხება აქვთ აგროტურიზმთან, მაგრამ, ამავე დროს, ისინი ინარჩუნებენ ადგილს საკუთარ სფეროში. მიუხედავად იმისა, რომ ეს სტრატეგია ეხება მხოლოდ აგროტურიზმს, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ეს ნიშები წარმოადგენენ პირველად წყაროებს ამ ახალი ბაზრის საქართველოში განვითარების ეტაპზე.

დაკავშირებული ნიშა ტურიზმი

კულინარული ტურიზმი: საერთაშორისო მასშტაბით, კულინარულ ტურიზმზე და გამოცდილებებზე მოთხოვნა, ფერმერთა ბაზრების პოპულარობა და ხელოსანთა ნაწარმის დაფასება იზრდება. ადამიანების უფრო და უფრო მზარდი რაოდენობა თავიანთი საფულებებით და მოგზაურობის ჟინით, მზად არიან მოიხილონ ჯანსაღი, სუფთა და ხარისხიანი საკვები პროდუქტები, მიუხედავად იმისა, არის ეს პროდუქტი ადგილობრივად მოყვანილი, თუ მოწოდებულია იგი გლეხის მიერ მისთვის ხელსაყრელი ფასებით ხელსაყრელ ბაზარზე.

კულინარული ტურიზმი მნიშვნელოვანია ბევრი მიმართულებით, განსაკუთრებით, როცა ტურისტებს არ გააჩნიათ გამოცდილება, ნახონ სხვა გარემო, გარდა იმისა, რაც მათ ხვდებათ დიდ ქალაქებში, სადაც საკვების დიდი პროცენტი იმპორტირებულია და პროდუქტი ხელმისაწვდომია (ძვირი და ზოგჯერ საეჭვო გემოს/ხარისხის). კულინარული ტურიზმი არ არის აუცილებელი ნიშნავდეს გურმანულ საკვებს. ეს უფრო ეხება უნიკალურ და დაუვიწყარ გამოცდილებას. ის მოიცავს თვითონ კერძის მომზადების გამოცდილებას, გემოს, იმას, თუ როგორი უნდა იყოს კარგი სადილი, და აგრეთვე იმის გაცნობიერებას, რომ ეს შესაძლებელს გახდის, უფრო განვითარდეს სოფელი. ის ეხმარება სხვადასხვა შემოსავლის წყაროს გაჩენას და აუმჯობესებს დასაქმებას სოფლად და სოფლის შემოსავლის დონის ზრდას.

ადგილობრივი უნიკალური საკვები პროდუქტები და მეორადი პროდუქტები გაქრობის საფრთხის წინაშე დგანან. საჭიროა ეფექტური ცვლილებები. ახალი შესაძლებლობა უნდა იყოს გაზომვადი და განხორციელებადი: უკეთესმა ფასებმა, წარმოებული პროდუქციის რაოდენობამ და დასაქმებული ხალხის რაოდენობამ ეს საფრთხე უნდა აღმოეხერხოს. მწარმოებლებს უნდა ჰქონდეთ მომავლის რწმენა და ეკონომიკური დაცულობის შეგრძნება. გარემოს დაცვის და ეკონომიკური მიზნები გადამწყვეტ როლს თამაშობენ მათი უკეთესი მომავლის უზრუნველყოფის საქმეში.

ტრადიციული სადილის „სლოუფუდის“ მხარდამჭერი მოძრაობა იზრდება მთელ მსოფლიოში იმისთვის, რომ არ გაქრეს ადგილობრივი უნიკალური კერძების მომზადების კულტურა და ტრადიციული გამოცდილება, იმისთვის, რომ დავუპირისპირდეთ ცხოვრების სწრაფ ტემპს და ვებრძოლოთ ადამიანების შენელებულ ინტერესს იმის მიმართ, თუ რით იკვებებიან ისინი და საიდან მოდის ეს საკვები. ამ გლობალურ მოძრაობაში მილიონობით ადამიანია გაერთიანებული 150 - ზე მეტ ქვეყანაში.

ტრადიციული საკვები პროდუქციის „სლოუფუდის“ მხარდამჭერები თვლიან, რომ კვება ცხოვრების ბევრ სხვა ასპექტთან არის დაკავშირებული, რომელშიც შედის კულტურა, პოლიტიკა, სოფლის მეურნეობა და გარემო. იმის მიხედვით, თუ რა საკვებს ვირჩევთ, ჩვენ შეგვიძლია კოლექტიურად შეგავლენა მოვახდინოთ იმ დაინტერესებულთ, თუ როგორ არის საკვები პროდუქტი მოყვანილი, წარმოებული და განაწილებული და შედეგად მივიღოთ დიდი ცვლილება. ტრადიციული სადილის „სლოუფუდის“ ელჩმა საქართველოში თავისი მეორე ვიზიტის დროს აღნიშნა, რომ ქართველებისთვის კარგი შესაძლებლობაა ორგანული საკვები პროდუქტების მიმართულება სოფლის გარემოში, რომელიც, ძირითადად, ხელს უწყობს ბუნებრივი ადგილობრივი პროდუქციის წარმოებას.

სოფლის ტურიზმი: არსებობს სოფლის ტურიზმის რამდენიმე განსაზღვრება. ძირითადად, იგი მიმართულია სოფლად მცხოვრებთა ცხოვრების ხარისხის მდგრად გაუმჯობესებაზე, განსაკუთრებით, ღარიბი მოსახლეობისთვის. იგი მოიცავს სანახაობების და ღონისძიებების ფართო სპექტრს, რომელიც იმართება ხოლმე სოფლად, ქალაქიდან მკვეთრად განსხვავებულ გარემოში. იგი სტუმრებს საშუალებას აძლევს უშუალოდ შეიგრძნონ სოფლის ბუნებრივი გარემო.

მდგრადი ტურიზმი: მისი მიზანია, რაც შეიძლება ნაკლები ზიანი მიადგეს გარემოს და ადგილობრივ კულტურას, ამავე დროს, შექმნას სამუშაო და დასაქმების პერსპექტივები ადგილობრივი მოსახლეობისთვის.

ეკოტურიზმი: საერთაშორისო ეკოტურიზმის საზოგადოების განმარტებით, ეკოტურიზმი არის გააზრებული მოგზაურობა ბუნებაში, რომელიც იცავს გარემოს და აუმჯობესებს ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების დონეს. იგი აერთიანებს კონსერვაციას, თემებს და მდგრად მოგზაურობას. ეს ნიშნავს იმას, რომ ისინი, ვინც მონაწილეობას იღებენ ეკოტურიზმში, მისდევენ ეკოტურიზმის პრინციპებს, რომლებსაც მინიმუმამდე დაჰყავს ზიანი, ქმნის ჯანსაღ გარემოს და კულტურულ ცნობიერებას და ზრდის მათ მიმართ პატივისცემას. ეკოტურიზმი ქმნის პოზიტიურ გამოცდილებას ვიზიტორებისათვის და მასპინძლებისათვის. იგი უზრუნველყოფს პირდაპირ ფინანსურ სარგებელს კონსერვაციისთვის, უზრუნველყოფს ფინანსურ სარგებელს და აძლიერებს ადგილობრივ მოსახლეობას, ზრდის მგრძობიარობას მასპინძელი ქვეყნის პოლიტიკური, გარემოს დაცვის და სოციალური კლიმატის მიმართულებით.

სათავგადასავლო ტურიზმი: სათავგადასავლო ტურიზმის კომერციული ასოციაცია მოგზაურისთვის განსაზღვრავს სათავგადასავლო ტურიზმის სამ ძირითად კომპონენტს: 1) ფიზიკური საქმიანობა, 2) კავშირი ბუნებასთან და გარემოსთან და 3) ღრმა კულტურული გამოცდილება. რადგანაც ტურიზმი პლანეტის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი დამსაქმებელია, მას დიდი გავლენა აქვს ხალხის ეკონომიკურ კეთილდღეობასა და პლანეტის ჯანმრთელობაზე. სათავგადასავლო ტურიზმი მჭიდროდ არის დაკავშირებული ადამიანურ და ბუნებრივ კაპიტალთან. ამ რესურსების ხელშეწყობა და დაცვა აუცილებელია.

პასუხისმგებლური ტურიზმი: როგორც განმარტავს მსოფლიო სამოგზაურო ბაზარი 2007, იგი აქცენტს აკეთებს ხალხის საცხოვრებელი გარემოს გაუმჯობესებაზე და უკეთესი დასათვალიერებელი ადგილების შექმნაზე. პასუხისმგებლური ტურიზმი პასუხისმგებლობას აკისრებს ოპერატორებს, სასტუმროს მეპატრონეებს, მთავრობას, ადგილობრივ მოსახლეობას, რომ იყონ პასუხისმგებელი, იმოქმედონ ისე, რომ ხელი შეუწყონ ტურიზმის მდგრადობას.

ღარიბი მოსახლეობის მხარდამჭერი ტურიზმი: აქცენტირებულია იმაზე, რომ ღარიბმა მოსახლეობამ მეტი სარგებელი ნახოს. ეს არის ტურიზმის განვითარების და მენეჯმენტის მიდგომა და არა სპეციფიკური პროდუქტი, ან ნიშა სექტორი.

გლობალური ტურიზმის გარემო

2014 წელს, საერთაშორისო ტურიზმმა რეკორდი დაამყარა. 1 მილიარდზე მეტმა ტურისტმა გადაკვეთა საერთაშორისო საზღვრები მინიმუმ ერთ ღამით მაინც ამ წლის განმავლობაში, რამაც, მიუხედავად რეგიონული და საერთაშორისო დაბრკოლებებისა, მაჩვენებელი 4,4% გაზარდა.

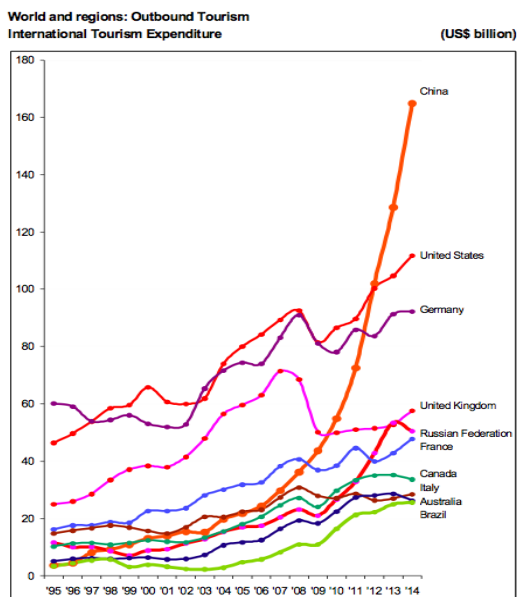
გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მიხედვით 2014 წელს საერთაშორისო ტურიზმის ხარჯები 3.7%-ით გაიზარდა, რამაც \$1,245 მილიარდს (937 მილიარდ ევროს) მიაღწია. ექსპორტის შემოსავალმა, რაც დაკავშირებული იყო მგზავრთა საერთაშორისო ტრანსპორტირებასთან (\$221 მილიარდი 2014 წელს), საერთაშორისო ტურიზმის მთლიანი ექსპორტი 2014 წელს \$1,5 ტრილიონამდე გაიზარდა, რაც დღეში \$4 მილიარდს შეადგენდა.

2014 წელს ევროპის საერთაშორისო ტურიზმის ხარჯები \$17 მილიარდით გაიზარდა და \$509 მილიარდს მიაღწია (383 მილიარდი ევრო) და საერთაშორისო ტურიზმის ხარჯების 41% წარმოადგენს. აზია და წყნარი ოკეანის სანაპიროები 30% წილს იმსახურებენ იმ \$16 მილიარდიან ზრდაში, რომელმაც \$377 მილიარდს (284 მილიარდ ევროს) მიაღწია. ამერიკის კონტინენტმა, რომელიც 22% წილს წარმოადგენს, შემოსავალი გაზარდა \$10 მილიარდით და \$274 მილიარდს (206 მილიარდ ევროს) მიაღწია. შუა აღმოსავლეთი წარმოადგენს 4% წილს და მიაღწია \$4 მილიარდ ზრდას რამაც \$49 მილიარდი (37 მილიარდი ევრო) შეადგინა და აფრიკამ, რომელიც 3% წარმოადგენს გაზარდა \$1 მილიარდით, რომელმაც \$36 მილიარდი (27 მილიარდი ევრო) შეადგინა.

მსოფლიოს ტურიზმის პირველი მხარჯველი

მსოფლიოს ტურიზმის პირველმა მხარჯველმა, ჩინეთმა დახარჯა \$165 მილიარდი 2014 წელს, რაც წინა წელთან შედარებით 28% ზრდა არის. მნიშვნელოვანი ტრადიციული ბაზრების ნიშნულმა მაღლა აიწია, შეერთებული შტატების (მე-2-ე ყველაზე დიდი მხარჯველი) 7% ზრდით. გერმანია არის მე-3-ე ყველაზე დიდი მხარჯველი, რომელსაც გაერთიანებული სამეფო მოსდევს, რომელიც 4% ზრდის შედეგად მეხუთე ადგილიდან მეოთხეზე მოხვდა. რუსეთის ფედერაცია არის მე-5-ე ყველაზე დიდი მხარჯველი 2014 წელს 6% შემცირების შემდეგ. ამჟამად საქართველოს ცოტა სტუმარი ყავს ამ მაღალ-მხარჯველი ბაზრებიდან, რუსეთის გამოკლებით, საიდანაც ტურისტების რიცხვი 6% გაიზარდა 2014 წელს და მათმა რიცხვმა 811,621 მიაღწია.

უმაღლესი პოტენციური რესურსის ბაზრის კვლევაზე დაყრდნობით ამ ბაზრების სამიზნე მარკეტინგის უმაღლესი პოტენციალი უზრუნველყოფს საქართველოს მიმართულებით ტურიზმის ზრდის დიდ შესაძლებლობას.



საერთაშორისო ვაჭრობაში ტურიზმის კონტრიბუციის შესახებ განვითარებული და ახლად შექმნილი ეკონომიკებისთვის საუბარი იყო 2015 წლის მსოფლიო ეკონომიკური სიტუაციის და პერსპექტივის მოხსენებაში. ეს ანგარიში გამოსცა გაეროს განვითარების პოლიტიკის და ანალიზის განყოფილებამ. 2013 წელს ტურიზმმა \$485 მილიარდი შემოიტანა ახლად დაწყებული ეკონომიკებისთვის. საწვავის, სურსათის და ტანსაცმლის და ქსოვილების შემდეგ ტურიზმი არის ექსპორტის მეოთხე კატეგორია. განვითარებულ ეკონომიკებში ტურიზმმა \$924 მილიარდი შემოიტანა; მან ექსპორტის კატეგორიაში მეოთხე ადგილი დაიკავა ქიმიური პრეპარატების (ფარმაცევტული საქონლის ჩათვლით), საწვავის და ავტომანქანების შემდეგ, ამასთან, იგი წინ უსწრებდა სურსათს.

წყარო: გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია ტურიზმის ბარომეტრი 2015 წლის აპრილი

ტურიზმში ბიზნეს-კავშირების მხარდაჭერა - მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოები

მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის ინდუსტრია აერთიანებს ბევრ მცირე და მიკრო საწარმოს, რომლებიც მომსახურების ფართო არჩევანს გვთავაზობენ, განვითარებად ქვეყნებში, უფრო მეტი მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოები იბრძვიან, რომ გადარჩნენ და ვერ ავითარებენ სრულ შესაძლებლობას. ტურიზმის განვითარების მხარდასაჭერად, განსაკუთრებით, საწყის ეტაპზე მნიშვნელოვანია მათი ტექნიკური დახმარება, რათა ხელი შეეწყოს მათ ბიზნეს-კავშირებს ტურიზმში, რათა შექმნან ბიზნესის სწორი მენეჯმენტის გარემო, ჩამოაყალიბონ კავშირების ქსელი და უზრუნველყონ ბაზრის ხელმისაწვდომობა. მიკრო, მცირე და საშუალო ბიზნესის გაუმჯობესებული კავშირები დიდ წვლილს შეიტანს ტურიზმის საერთო პროდუქციის ზრდა-განვითარებაში და ამავდროულად უზრუნველყოფს, რომ ტურიზმის სოციო-ეკონომიკურმა გავლენამ პირდაპირი მოგება მოიტანოს ადგილობრივ დონეზე.

ტურიზმის მსოფლიო ტრენდები

ხანში შესული მოსახლეობა

მსოფლიოში გაიზარდა 60 წლის და ზემოთ ასაკის მოსახლეობა, ხოლო 15 წლის და ქვემოთ ასაკის მოსახლეობა კლებას განიცდის. 2050 წლისთვის, პირველად ისტორიის მანძილზე, უფროსი ასაკის ადამიანთა რიცხვი ბევრად გადააჭარბებს უმცროსი ასაკის ადამიანთა რიცხვს. ამ დროისთვის 2 მილიარდი უფროსი ასაკის ადამიანი იქნება, რაც ნიშნავს იმას, რომ ამ ასაკის ჯგუფი გასსამაგდება. რეგიონების მიხედვით იარსებებს განსხვავებები უფროსი ასაკის ადამიანების რაოდენობასა და პროპორციებში. 2000 წელს შედარებით განვითარებულ რეგიონებში მოსახლეობის თითქმის ერთი მეხუთედი 60 წლის ან უფრო მეტის იყო; 2050 წლისთვის მოსალოდნელია, რომ ეს პროპორცია ერთ მესამედს მიაღწევს. მსოფლიო მოგზაურობის მონიტორის მიხედვით 55 + ასაკის მოგზაურთა რაოდენობა 23%-ით გაიზარდა. საერთაშორისო მოგზაურობის განხორციელების მთავარ მიზეზად შვებულება/დასვენება (71%) რჩება, იგი აღემატება ბიზნესს (16%) და სტუმრობას მეგობრებთან და ნათესავებთან (13%). მოგზაურთა უმეტესობა უპირატესობას საკუთარი ავტომობილით, ან გადაადგილების სხვა საშუალებით მგზავრობასთან შედარებით გადაფრენას ანიჭებს.

პასუხისმგებლური ტურიზმი

პასუხისმგებლური ტურიზმის ტრენდი თანდათან იზრდება და მეტი ყურადღება ეთმობა ტურიზმის ინტენსივობას და სიჭარბეს და მის ნეგატიურ გავლენას რესურსებსა და მასპინძელ თემებზე. მიუხედავად იმისა, რომ ზოგი დეველოპერი ითვალისწინებს კორპორატიულ სოციალურ პასუხისმგებლობას, დანიშნულების ბევრ ადგილას ჯერ კიდევ არ არის ეს ძირითადი მოთხოვნა გათვალისწინებული, რომელიც შესული უნდა იყოს განვითარების და ზრდის/მდგრადობის შესაძლებლობების ნუსხაში. მწვანე აზროვნება, მწვანე საქმიანობა, როგორც არის ნარჩენების და გამონაბოლქვის შემცირება ალტერნატიული ენერჯის გამოყენებით და ბუნებრივი პროდუქციის წარმოებით უკანასკნელ წლებში ერთგვარად „მეც მინდა“ მომენტი გახდა. იმ კომპანიებმა და მიმართულებებმა, რომელთაც გამოცდილება აქვთ მწვანე ინოვაციებში ყველაზე მეტი სარგებელი მიიღეს და შედარებით მეტს ზოგავენ. ისინი მსგავს საქმიანობას აგრძელებენ ეკონომიკური კრიზისის დროსაც. მაგალითად, პროგრამა „მწვანე გასაღები“ სასტუმროებისთვის მაღალეთიკურია, თუმცა მას მარკეტინგული პოტენციალიც გააჩნია.

თემზე დამყარებული ტურიზმი

არსებობს მზარდი მოთხოვნა თემისთვის გამჭვირვალე სოციალურ და ეკონომიკურ სარგებელზე და ტურიზმის კონტრიბუციაზე კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებასა და განვითარებაში. საერთაშორისო ტურიზმის ბიზნესი და მსხვილი საერთაშორისო ოპერატორები მხარს უჭერენ იმ მიმართულებებს და ბიზნესებს, რომლებიც აქტიურად უწყობენ ხელს თემების მდგრად განვითარებას. თემზე დამყარებული ტურიზმის განვითარების მხარდასაჭერად, აუცილებელია, რომ პრიორიტეტად მივიჩნიოთ ტურიზმის კუთხით ცნობიერების ამაღლება და სათანადო ტრენინგი.

კულინარული ტურიზმი

ტურიზმის საერთაშორისო ბაზარი უფრო და უფრო მოტივირებულია, რასაც განაპირობებს ადგილობრივი ორგანული საკვები პროდუქტების წარმოებისა და კულინარული გამოცდილებებისადმი მზარდი ინტერესი. ვიზიტორებს აინტერესებთ კერძების მომზადების მრავალფეროვანი გამოცდილება, რომელიც, თავის მხრივ, ხელს უწყობს სამოგზაურო მიმართულების არჩევასა და მთლიანობაში

მოგზაურობის შეფასებისა და დაკმაყოფილების კრიტერიუმების ხარისხს. აგრეთვე, არსებობს მზარდი მოთხოვნა მაღალი ხარისხის, ადგილობრივი ორიგინალური საკვები პროდუქტების და კულინარული ნაწარმის მრავალფეროვნებაზე. ტურისტებს სურთ, რომ მიირთვან ისეთი გამორჩეული კერძები, რომელიც ასახავს ტრადიციას, მემკვიდრეობას და ადგილობრივ კულტურას და რომელიც იცავს სოფლის ტრადიციულ ფორმებს და კულტურულ მემკვიდრეობას. რამდენადაც საკვები, ღვინო და საზეიმო სუფრა - ორიგინალური კერძებიდან სეზონურ პროდუქციამდე - საქართველოს ისტორიის და კულტურის მთავარ კომპონენტს წარმოადგენს, საქართველოს და მის რეგიონებს უზარმაზარი შესაძლებლობა აქვთ ისარგებლონ ამ მზარდი ბაზრისგან. ეს მოხდება იმ შემთხვევაში, თუ გამოცდილებების მასშტაბი გაიზრდება და განვითარდება, და თუ სტანდარტები და ხარისხი მსოფლიო სტანდარტებს გაუსწორდება.

ციფრული ტურიზმი

ციფრული ტურიზმის ტრენდი სწრაფად იზრდება, იგი გავლენას ახდენს ტურიზმის მოწოდების ჯაჭვზე და შესყიდვების ციკლის დროს ეფექტურ ტურისტულ მარკეტინგზე. არ აქვს მნიშვნელობა, თუ რამდენი წლის არის დღევანდელი ტექნიკურად კარგად გათვითცნობიერებული მოგზაური 65, თუ 25 წლის, იგი იყენებს ტექნოლოგიას მოგზაურობის ყველა საფეხურზე. ინტერნეტი ეხმარება მათ არჩევანის გაკეთებაში, თუ სად წავიდნენ სამოგზაუროდ. მიმართულების არჩევა, დაჯავშნა და შესყიდვა ხდება ინტერნეტის საშუალებით. აგრეთვე, ისინი თავიანთ სოციალურ ქსელებში ათავსებენ კომენტარებს და რეკომენდაციებს მოგზაურობის შთაბეჭდილებების შესახებ. ამით ისინი გავლენას ახდენენ თავიანთ მეგობრებზე და მათ არჩევანზე. 2013 წლის ინტერნეტით დაჯავშნამ \$400 მილიარდს მიაღწია (PhoCus Wright). მხოლოდ სასტუმროებზე დახარჯულმა თანხამ \$162.4 მილიარდი შეადგინა. გამოკვლევამ აჩვენა, რომ ბოლო დროს მოგზაურთა 53% საკუთარი ელექტრონული მოწყობილობა გამოიყენა მოგზაურობის შესამენად (სმარტფონი, ტაბლეტი, ლეპტოპი). მოგზაურთა 60% სმარტფონს იყენებს მოგზაურობის დროს კვლევის ჩასატარებლად. საქართველოში არსებობს ჯერჯერობით გამოუყენებელი უზარმაზარი შესაძლებლობა, რომ მან შეაღწიოს ინტერნეტ ბაზარზე და ხმამაღალი განცხადება გააკეთოს თავის სამოგზაურო პოტენციალზე. ეს გაზრდის შემოსავლებს და სარგებელს. ამის უგულვებელყოფა დამაზიანებელი იქნება.

ფონი - სოფლის მეურნეობა და ტურიზმი საქართველოში

სოფლის მეურნეობა საქართველოში

თუ კლიმატური ზონების მრავალფეროვნებას გავითვალისწინებთ, საქართველოს მრავალფეროვანი ბიოსფერო მოიცავს 12 სხვადასხვა ზონას და ნიადაგის 49 სხვადასხვა ტიპს. სოფლის მეურნეობამ თავისი წვლილი შეიტანა საქართველოს ეკონომიკურ განვითარებაში და მისი როლი უმნიშვნელოვანესია საქართველოს ისტორიაში, კულტურასა და ტრადიციებში. საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრომ აღნიშნა, რომ საქართველოს სოფლის მეურნეობას, როგორც ეროვნული ეკონომიკის სასიცოცხლო ძალას, გამოყენების დიდი შესაძლებლობა აქვს. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს კლიმატი და ბუნებრივი გარემო ხელსაყრელია სოფლის მეურნეობის განვითარებისათვის, გასული ათწლეულების მანძილზე საქართველოს სოფლის მეურნეობა ჩამორჩა ეკონომიკის სხვა სექტორებს.

სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულია საქართველოს მოსახლეობის 52%. ფერმერთა 98% თვითდასაქმებულად ითვლება. 3 მილიონ ჰექტარზე მეტი, ანუ საქართველოს მიწის ფართობის 43.4% სასოფლო-სამეურნეო სავარგულებს უჭირავს. მაგრამ, მიწათმოსარგებლეთა 75% მეტი ფლობს 1 ჰექტარზე ნაკლებ მიწას და მხოლოდ 0.15% ფლობს 50-500 ჰექტარს. (სასოფლო-სამეურნეო გამოკითხვა 2004, მოხსენიებული საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების სტრატეგიაში 2015-2020).

ფერმის მოცულობა (ჰა)	ფერმის რაოდენობა	%
0.1	57,019	8.24%
0.1-1	462,340	66.85%
1-5	160,993	23.28%
5-50	10,112	1.46%
50-500	1,041	0.15
500-ზე მეტი	72	0.01%
სულ	691,577	100%

წყარო: საესტატი, 2004 წლის სოფლის მეურნეობის გამოკითხვა საქართველოში 2015-2020

უფროსი ასაკის მოსახლეობის პროცენტული რაოდენობა სოფლად იზრდება. ამასთან ერთად იზრდება ქალაქის და სოფლის მოსახლეობის შემოსავლებს შორის განსხვავება. ამჟამად, სოფლის მეურნეობის გარდა, სოფლად დასაქმების

შესაძლებლობა მინიმალურია. სოფლად ახალგაზრდების დაკავება სტრატეგიული შესაძლებლობების განვითარებით აუცილებელი და მნიშვნელოვანია სოფლისთვის და თემისთვის. ამიტომაც, სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ძირითადი მიზანია ეკონომიკური დივერსიფიკაცია ფერმის მიღმა ახალი სამუშაოს შექმნის სახით, ოჯახური ფერმერობის და აგროტურიზმის ხელშეწყობა.

მთავრობის დახმარებით სოფლის მეურნეობის კოოპერაციის პროცესი საქართველოში დაიწყო 2013 წელს და ამჟამადც წარმატებით მიმდინარეობს. 2014 წლის 31 დეკემბრისთვის 464 ფერმერთა გაერთიანებამ მიიღო სოფლის მეურნეობის კოოპერატივის სტატუსი, რომელმაც აქციონერთა 3,450 შეადგინა, მათ შორის 783 ქალია. სოფლის მეურნეობის კოოპერატივებში აკუმულირებულმა თანხამ 7,666,599.5 ლარს გადააჭარბა.

საქართველოში სულ უფრო მზარდი ყურადღება ექცევა სასოფლო-სამეურნეო სურსათის უსაფრთხოებას და უვნებლობას. ეს განსაკუთრებით შეეხება სასუქის გამოყენებას, ორგანული პროდუქციის მოყვანას, სერტიფიკაციას და საერთაშორისო სტანდარტების მიღწევას, მენეჯმენტისა და განათლების გაუმჯობესებას (როგორც არის Global Gap). ამ თვალსაზრისით მნიშვნელოვანი ცვლილებები ჯერ საწყის ეტაპზეა. მოსალოდნელი ცვლილებები, სხვათა შორის, ეხება რეგულაციებს თავლის წარმოებასთან დაკავშირებული ეტიკეტირების ატრიბუტების შესახებ.

სოფლის მეურნეობის დეპარტამენტის ხედვა

ისეთი გარემოს შექმნა, რომელიც გაზრდის კონკურენციას აგრარული სასურსათო პროდუქციის ბაზარზე. ასევე, ხელს შეუწყობს სოფლის მეურნეობის მაღალი ხარისხის პროდუქციის სტაბილურ ზრდას, უზრუნველყოფს სურსათის უვნებლობას და სოფლის მეურნეობის და სოფლად მდგრადი განვითარების გზით ხელს შეუწყობს სოფლად სიღარიბის აღმოფხვრას.

ტურიზმი საქართველოში

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიხედვით, საქართველოს მომსახურების სფეროს შემოსავლების დაახლოებით 59% ტურიზმზე მოდის. მოგზაურობის და ტურიზმის პირდაპირი კონტრიბუცია 2014 წელს შეადგენდა

1,726,4 მილიონ ლარს (მთლიანი შემოსავლის 5,9%) და წინასწარი პროგნოზით იგი 4.2% -ით გაიზრდება 2015 წელს. 2014 წელს მთლიანი კონტრიბუცია იყო 5,867.6 ლარი (20.0%) და პროგნოზის მიხედვით 2015 წელს გაიზრდება 4.2% - ით. 2025 წლისთვის გაიზრდება 6.5% - ით 11,508.4 ლარამდე (შემოსავლის 23.5%). მოგზაურობამ და ტურიზმმა ადგილობრივად 85,000 სამუშაო ადგილი შექმნა. (სრული დასაქმების 4.8%). მოსალოდნელია, რომ 0.4% დაბლა დაიწიოს 2015 წელს და გაიზარდოს 1.6% 99,000 სამუშაო ადგილამდე (მთლიანი დასაქმების 5.8%) 2015 წელს. ამ ინდუსტრიის მთლიანი კონტრიბუცია შეადგენდა მთლიანი დასაქმების 16,9% (300,500 სამუშაო ადგილი). მოსალოდნელია, რომ ეს რიცხვი დაეცეს 0.4% 2015 წელს 299,500 სამუშაო ადგილამდე და გაიზარდოს 1.5% 346,000 ადგილამდე 2025 წელს (მთლიანად 20.4%).

უკანასკნელ ათწლეულში საერთაშორისო ტურისტების რიცხვმა საქართველოში ისტორიულად უმაღლეს მაჩვენებელს მიაღწია, 5.5 მილიონზე მეტი 2014 წელს. მთლიანად 2,229,094 ჩამოსულმა ტურისტმა 24 საათი, ან მეტი გაატარა საქართველოში. 2014 წლის პირველი კვარტლის ინფორმაცია ჯერ მიუწვდომელია, თუმცა, დანარჩენი ცხრა თვის მანძილზე ადგილობრივი ტურიზმის მაჩვენებლმა 10.8 მილიონი შეადგინა.

მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტების ვიზიტების ტრაექტორია იზრდება, ტურიზმის რესურსის ბაზრები და ტურიზმის სექტორში საშუალო ხარჯვა თითქმის იგივე დარჩა და საერთაშორისო სტანდარტებით ამ ხარჯვას დაბალი მაჩვენებელი აქვს.

2014 წელს საერთაშორისო ტურიზმში დახარჯულმა თანხამ \$1.79 მილიარდს მიაღწია. მაშინ, როცა ადგილობრივი ტურისტების მთლიანი დანახარჯი 2014 წლის ბოლო ცხრა თვის მანძილზე 1.57 მილიარდ ლარს შეადგენდა. საშუალოდ 146 ლარი თითოეულ ტურისტზე, რაც შესამჩნევად უფრო ნაკლებია, ვიდრე მთლიანი დანახარჯი და ტურისტების დანახარჯი.

თურქეთის (26%), სომხეთის (24%), აზერბაიჯანის (23%), და რუსეთის (15%) ბაზრის ოთხი წყარო წარმოადგენს ჯამურად ვიზიტების 88%. უკრაინა წარმოადგენს 3% და ყველა სხვა ბაზრებიდან ვიზიტები შეადგენს მთლიანი საერთაშორისო ვიზიტების 9%. თბილისი (24%) და იმერეთი (21%) წარმოადგენს ადგილობრივი ბაზრების წყაროს 45%.

რამდენადაც ტურისტების რიცხვის გაზრდა პოზიტიური ნიშანია, ტურისტების სარგებლის გაზრდა - ყოველდღიური ხარჯვა და დარჩენის ხანგრძლივობა გადამწყვეტია ტურიზმის შესაძლებლობების მაქსიმალური ზრდისათვის.

თუმცა საქართველოს ეროვნული ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის სრული ვერსია ხელმისაწვდომი არ არის, ტურიზმის სტრატეგიაში ხაზგასმითაა აღნიშნული, რომ საქართველოსთვის განვითარების ყველაზე მნიშვნელოვანი პოტენციალი საერთაშორისო დასვენების სამოგზაურო ბაზრის ოთხ ძირითად სეგმენტშია:

ბუნება და თავგადასავალი

კულტურული მემკვიდრეობა

ღვინო და სამზარეულო

მზე, ქვიშა და ზღვა

მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნა, რომ ეს ოთხი სეგმენტი მოგზაურობის მთავარ მოტივს წარმოადგენს, პოტენციური ტურისტები მეტწილად ერთზე მეტ სეგმენტში მიიღებენ მონაწილეობას. გარდა ამისა, რამდენადაც ღვინო და სამზარეულო აგროტურიზმის ძირითადი მამოძრავებელი ძალაა, ტურისტების (საერთაშორისო და ადგილობრივი) დიდი პროცენტი წარმოადგენს ბაზრის ძირითად წყაროს საქართველოს აგროტურიზმის სექტორში, განსაკუთრებით ბუნებისა და თავგადასავლის და კულტურული მემკვიდრეობის სეგმენტში. ისინი ძირითადად სოფლის ტურიზმით და ტრადიციული კერძებით, „სლოუფუდით“ არიან დაინტერესებულნი, (SLOW food არის აბრევიატურა, რომელიც იმიფრება როგორც - სეზონური, ადგილობრივი და ორგანული საკვები) და სოფლის მეურნეობით, რომელიც დაკავშირებულია კულტურულ მემკვიდრეობასთან, ადგილობრივი ტრადიციული და უნიკალური კერძების მომზადებასთან.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მისია

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მისიაა ხელი შეუწყოს მდგრადი ტურიზმის განვითარებას, რომელსაც იგი უზრუნველყოფს საქართველოს უნიკალური ტურისტული სამოგზაურო მარშრუტების საერთაშორისო რუკაზე მონიშვნის გზით. სტრატეგიულ პარტნიორებთან ეფექტური თანამშრომლობის გზით ტურისტების გამოცდილებების ხარისხობრივი გაუმჯობესება და ხარჯვის მაჩვენებლების მაქსიმალური ზრდა მნიშვნელოვან წვლილს შეიტანს ეროვნულ ეკონომიკაში.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ხედვა

წარმოადგინოს საქართველო, როგორც უნიკალური და ახალი აღმოჩენებით სავსე სამოგზაურო მარშრუტი და წახალისოს ტურისტები, რომ ერთხელ მაინც ჩამოვიდნენ მის დასათვალიერებლად, და რომ კვლავაც ჩამოსვლის სურვილი აღედრათ.

სტრატეგიული მიმართულება

ფერმერთა შემოსავლის წყაროების გამრავალფეროვნება

რეგიონისთვის და ადგილობრივი თემისთვის ტურიზმის ღირებულების გაზრდა უნიკალური აგროტურიზმის გამოცდილების მარკეტინგის და განვითარების გზით.

გზა გავუკვალოთ საბიუჯეტო გადაწყვეტილებებს, რათა განვავითაროთ რეგიონი აგროტურიზმის მიმართულებით.

აგროტურიზმი აღიარებული და ჩართული უნდა იყოს რეგიონის სოფლის მეურნეობის და ტურიზმის განვითარების სტრატეგიებში.

მხარი დავუჭიროთ მიკრო და მცირე ბიზნესებს, რომ დავეხმაროთ აგროტურიზმის პროდუქციის და გამოცდილებების მდგრადობის უზრუნველყოფაში.

გავზარდოთ ხარისხიანი კულტურული გამოცდილებები და მაღალი ხარისხის მომსახურება.

ხელი შევუწყოთ ახალგაზრდების სოფლად დამაგრებას.

მხარი დავუჭიროთ კულტურული მემკვიდრეობის დაცვას (რომელიც შეიძლება დაიკარგოს, მაგალითად ისეთი პროდუქტი, როგორც არის ტენილი ყველი და ა.შ.)

აგროტურიზმის ბაზრის მზადყოფნის მატრიცა რეგიონებში

	სამცხე- ჯავახეთი	ქვემო ქართლი
აგროტურიზმი ოფიციალურ გეგმებში		
აგროტურიზმის სპეციფიკური სტრატეგია		
აგროტურიზმის ინიციატივა (ადგილობრივი კვების პროდუქტების წარმოების ინიციატივებს მიღმა)	✓	✓
აგროტურიზმი საბჭო/კომიტეტები		
სოფლის მეურნეობა საბჭო/კომიტეტები	✓	✓
აგროტურიზმის მიმართულებები		
ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიაში	✓	✓
ადგილობრივი კვების პროდუქტების რუკა		
აგროტურიზმის ვებ გვერდი		
ტურიზმის სტრატეგია	✓	
ქონების ინვენტარი		

რეგიონულმა მთავრობამ და სხვადასხვა დაინტერესებულმა მხარეებმა, რომლებიც ამ სტრატეგიის განვითარებაში ჩაერთნენ სამცხე-ჯავახეთის და ქვემო ქართლის შემთხვევაში, ხაზგასმით აღნიშნეს პოტენციური სარგებლის შესაძლებლობა, და ადგილობრივად ისეთი ბუნებრივი აქტივების/რესურსების არსებობა, რომელიც აკმაყოფილებს აგროტურიზმის სექტორის მოთხოვნებს. საფუძველი ეყრება სერვისის მომწოდებლების, მეწარმეების და მცირე და საშუალო საწარმოების გაჩენას. გათვალისწინებულია ისეთ სტრატეგიაში ჩართვა, როგორც არის სოფლის მეურნეობის სტრატეგია და მხარდაჭერის ქსელი. ორივე რეგიონს, ცალ-ცალკე და

ერთადაც აქვს ჯერ გამოუყენებელი ბუნებრივი შესაძლებლობები, მაგრამ, საჭიროა დასახონ გზები მათი სრულად გამოყენებისათვის. უნდა გაჩნდეს „მფლობელობის“ იმპულსი, რათა განვითარდეს ნამდვილი, ძლიერი და მდგრადი აგროტურიზმის სექტორი და ეკონომიკა.

აგროტურიზმის რესურს-ცენტრმა უნდა უზრუნველყოს მხარდაჭერა და იმპულსი, რათა ორივე რეგიონში დაიხვეწოს სექტორის განვითარების გზები. ქვემოთ მოცემულია განმარტებები ეფექტიანი რესურს-ცენტრის დანიშნულების თაობაზე და განხილულია აგროტურიზმის სამი სხვადასხვა ტიპის ცენტრის მოდელი.

აგროტურიზმის რესურსების განვითარება

რეგიონებში აგროტურიზმის განვითარების მაღალი შესაძლებლობა ნიშნავს ისეთი მექანიზმის ჩამოყალიბებას, რომელიც ხელს შეუწყობს და სტიმულს მისცემს ამ ინდუსტრიის ზრდას. ერთ-ერთი ყველაზე ეფექტური გზა მოიცავს აგროტურიზმის რესურს-ცენტრის განვითარებას, რომელიც იმუშავებს „ერთი ფანჯრის“ პრინციპით და დაეხმარება ჩამოყალიბებული აგროტურიზმის ცენტრების გამოუცდელ ოპერატორებს.

მომსახურება

აგროტურიზმის რესურს-ცენტრები შემოგვთავაზებენ მუდმივად განვითარებაზე ორიენტირებულ სერვისებს, რომელიც მორგებული იქნება დაინტერესებულ პირთა სურვილებზე. მათი გავლით შესაძლებელი იქნება მოგვაწოდონ ინდუსტრიის და მთავრობის საჭირობოროტო საკითხები და ის პრიორიტეტები, რომელთაც ყურადღება ესაჭიროებათ.

„ერთი ფანჯრის“ პრინციპით მოქმედი ოფისის სერვისები მოწოდებულია ისეთი სპეციალური მომწოდებლების მიერ, როგორც არის სპეციფიური სახელმწიფო სააგენტოები, კომერციული საკონსულტაციო ჯგუფები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, უნივერსიტეტები და ა.შ.

- **ინფორმაცია**– შეკვეთაზე მორგებული (ხშირად კონტრაქტზე დამყარებული) კონტრაქტები, რეფერენსები, ბიოგრაფიული ინფორმაცია და დამხმარე დოკუმენტაცია დაბეჭდილი სახით და/ან ციფრული ფორმატით;
- **ტექნიკური შედეგები** – შეკვეთაზე მორგებული (ხშირად კონტრაქტზე დამყარებული) აგროტურიზმის პოლიტიკის მომზადება, დაგეგმვა, განვითარება და მენეჯმენტის ანგარიშები სპეციფიკურ საკითხებზე დაბეჭდილი სახით და/ან ციფრული ფორმატით
- **ცნობის ფურცელი** -პერიოდული ციფრული და/ან დაბეჭდილი ცნობის ფურცელი აგროტურიზმის ბიზნესთან დაკავშირებულ საკითხებზე, როგორც არის ახალი პროდუქტები და მომსახურება, საბაზრო ტრენდები, მენეჯმენტის სტრატეგიები, ცვლილებები კანონმდებლობაში, მომავალი კონფერენციები და ა.შ.
- **კონფერენციები და სემინარები** - რეგიონული და ეროვნული პერიოდული სემინარები აგროტურიზმის საკითხებზე, ბიზნესის მენეჯმენტი, პარტნიორობის განვითარება, ხელმძღვანელობის და მენეჯმენტის სტრატეგიები, მომავალი კანონმდებლობების განხილვა და ა.შ.
- **პროდუქციის ხარისხის უზრუნველყოფის პროგრამები** - ხარისხის უზრუნველყოფის პროგრამების განვითარება და მოწოდება აგროტურიზმის აღიარებული პროდუქტების და სერვისებისთვის.
- **მარკეტინგის და მხარდაჭერის პროგრამები** - ინტერნეტზე დაფუძნებული აგროტურიზმის ბიზნესის, მიმართულებების, პროდუქციის და სერვისების განვითარება და მენეჯმენტი. აგროტურიზმის განვითარება და პოპულარიზება, რეკლამა და საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ინფორმაციების მიმოცვლა ტურიზმის ინდუსტრიასთან, სოფლის მეურნეობის და თემის პარტნიორებთან და ა.შ.
- **რისკის მენეჯმენტის პროგრამა** - აგროტურიზმის რისკის მენეჯმენტის დაზღვევის პროგრამის განვითარება და სადაზღვევო კომპანიებთან ერთობლივი მენეჯმენტი
- **ადამიანური რესურსების მოზიდვა** – აგროტურიზმის სამუშაო ძალის მოზიდვა, ტრენინგი, სიცოცხლისუნარიანი პროგრამების განვითარება და მენეჯმენტი
- **მხარდაჭერა** - მხარდაჭერი პოზიციების უზრუნველყოფა და მხარდაჭერის მოპოვება ისეთ საკითხებში, როგორც არის მთავრობის და სხვა დაინტერესებული ორგანიზაციების მხარდაჭერა. (მაგ. კანონმდებლობის ხელშეწყობა, დაფინანსება და ტექნიკური დახმარება)

- **რეფერენს ცენტრები** – აგროტურიზმის მენეჯმენტის სხვადასხვა საკითხებთან დაკავშირებული ბეჭდვითი, და/ან ციფრული წიგნების, პერიოდული გამოცემების რეპორტების, აუდიო ვიზუალური მასალის შეგროვება, კლასიფიცირება და დისტრიბუცია.

საინფორმაციო რესურსები

ეფექტიანი აგროტურიზმის რესურს-ცენტრი უზრუნველყოფს ლიდერობას იმ განვითარებასა და დისტრიბუციაში, რაც საჭიროა აგროტურიზმის კონკურენტუნარიანი პროდუქციის და სერვისების განვითარებაში. ინფორმაცია, უნდა ეხებოდეს სპეციფიკურ დაგეგმვას, განვითარებას და მენეჯმენტის ისეთ საკითხებს, რომლებიც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ძირითად დაინტერესებულ მხარეთათვის. მნიშვნელოვანია პარტნიორებთან აქტიური მუშაობა პრიორიტეტების ჩამოყალიბების კუთხით. სავალდებულო და ეფექტიანი ინფორმაცია, როგორც წესი მოიცავს ისეთ კონკრეტულ თემებს, როგორიცაა:

- აგროტურიზმის ბაზრების და მათთვის დამახასიათებელი ქცევის გაგება
- იმის შეფასება, თუ რამდენად კარგად მიემართება აგროტურიზმი ფერმაზე არსებულ საქმიანობებს.
- დამოკიდებულება სამთავრობო პოლიტიკასთან
- ფინანსური მდგომარეობის გათვალისწინება
- ეფექტიანი საბაზრო პროგრამების ჩამოყალიბება
- მომხმარებელზე ორიენტირებული მომსახურების პროგრამების განვითარება
- რისკების მართვის საპასუხო პროგრამების შექმნა
- სანდო პროდუქტის და სერვისის ხარისხის სტანდარტების ჩამოყალიბება
- სტრატეგიული პარტნიორობის შექმნა
- აგროტურიზმის პროდუქტის განვითარების შესაძლებლობების მართვა.

აგროტურიზმის რესურს-ცენტრის მოდელი

აგროტურიზმს დიდი წვლილი შეაქვს სოფლის მეურნეობის, ტურიზმის და რეგიონული ეკონომიკის განვითარებაში. აქედან გამომდინარე, უნდა ვცნოთ იმის საჭიროება, რომ სათუთად მოვეპყრათ ამ სექტორის ბიზნესად ჩამოყალიბებას. ყოვლისმომცველი მხარდამჭერი სისტემების მოცულობა, რომლებიც შექმნილია ამ სექტორის განვითარების ხელშესაწყობად, იზრდება. ზოგადად, აგროტურიზმის საინფორმაციო ცენტრები ფუნქციონირებენ, ქვემოთ მოყვანილი სამი მოდელიდან

ერთ-ერთი მოდელის სახით, სადაც, თითოეული უზრუნველყოფს განსხვავებული ტიპის და დონის „ერთი ფანჯრის“ პრინციპით შეთავაზებულ მომსახურებას.

სამთავრობო სააგენტოს სერვისის მოდელი

სასოფლო-სამეურნეო სავარგულებთან, სურსათის უვნებლობასთან და საკვების ხარისხთან დაკავშირებული ინტერესებიდან გამომდინარე, სულ უფრო მეტი ქვეყნის მთავრობები ავითარებენ აგროტურიზმის ობიექტებს და როგორც წესი, ეს ეხება ისეთ სამინისტროებს, რომლებიც პასუხს აგებენ სოფლის განვითარებაზე.

ძირითადად, მხარდაჭერა გამოიხატება გრძელვადიან სახელმწიფო დაფინანსებაში, რომელიც გათვალისწინებულია „აგროტურიზმის სპეციალისტების“ პატარა ჯგუფისა და მასთან დაკავშირებული ადმინისტრაციული პერსონალისთვის ხელფასის სახით. ზოგჯერ ისინი დამატებით შემოსავალს იღებენ გარკვეული პროექტებიდან. ასეთი პროექტები ზრუნავენ საჯარო და კერძო სექტორის ფერმერულ ორგანიზაციებთან პარტნიორობაზე (მაგ. ტრენინგი, სემინარები, კვლევა და ხარისხის სტანდარტის პროგრამის განვითარება). ისინი „ერთი ფანჯრის“ პრინციპით აწვდიან ინფორმაციას გამოცდილ და დამწყებ აგროტურიზმის ოპერატორებს ისეთ საკითხებზე, როგორცაა:

- პოლიტიკა და კანონის მარეგულირებელი მოთხოვნები
- ბიზნესის განვითარება და მენეჯმენტის რესურსები
- სტიმულირება, მაგალითად გრანტების და ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფა და ა.შ.
- ტრენინგის შესაბამის პროგრამები
- პროდუქტის და მომსახურების განვითარების ხელშეწყობა.

ზოგიერთი სამთავრობო რესურს-ცენტრი აქტიურადაა ჩართული, რომ დაეხმარონ ტურიზმის ინდუსტრიას და საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს, რომ დააფინანსონ და მართონ გამოყენებითი, კვლევითი პროექტები, რომლებიც ეხმიანება აგროტურიზმის ამჟამინდელ და მომავალ მნიშვნელოვან საკითხებს (მაგ. ბაზრის კვლევა, რისკის მართვა, ბაზრის განვითარება, და ა.შ).

თვითრეგულირებადი სერვის-მოდელი

ზოგჯერ, აგროტურიზმის რესურს-ცენტრები არსებობენ ინდუსტრიის

თვითრეგულირებადი ორგანიზაციების სახით, მთავრობის კონტროლქვეშ. როგორც წესი, სამთავრობო გრანტი, ან საჯარო-კერძო სექტორის ხელშეკრულება აფინანსებს მათ, რაც გათვალისწინებულ 'საინკუბაციო' პერიოდს მოიცავს მაგალითად 3-5 წელს, და შემდეგ მათგან ელიან, რომ ისინი თვითმართვადი გახდნენ. როგორც წესი, მათი მანდატი გულისხმობს:

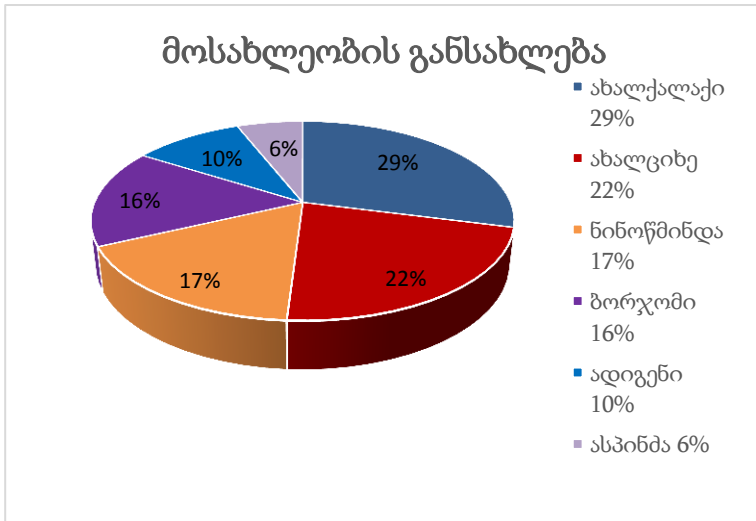
- ინფორმაციის გაზიარებას და კოორდინაციას ფერმერული ბიზნესის მენეჯმენტის საქმიანობაზე, დუბლირების თავიდან აცილებას, ხარჯის გაზიარებას და პარტნიორობას
- მოქმედებს, როგორც დიალოგის წამყვანი ფორუმი ფერმერული ბიზნესის მენეჯმენტის საკითხებზე.
- ინფორმაციის ჩამოყალიბებას და განვითარებას, რომელიც ხელს შეუწყობს აგროტურიზმის ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის ზრდას.

უნივერსიტეტის საექსტენციო სერვისის მოდელი

ბოლო წლებში მოხდა აგროტურიზმის, როგორც ახალი 'პროდუქციის ხაზის' წამოწევა აკადემიურ დაწესებულებებში. როგორც წესი, ხელშეწყობა ხდება დაფინანსების გზით:

- უნივერსიტეტის ბიუჯეტი ძირითადი ფაკულტეტის და ადმინისტრაციული თანამშრომლებისთვის
- სამთავრობო კონტრაქტები ლიმიტირებული დროით, მაგალითად, 3-5 წელი, გრძელვადიანი პროგრამების ინიციატივები (მაგ. განათლების და ინფორმაციის გავრცელება); და უფრო მოკლევადიან კონტრაქტზე დამყარებული კონსულტაციები და კვლევა სპეციფიკური ინდუსტრიისთვის და სამთავრობო სააგენტოებისთვის.

სამცხე-ჯავახეთი



სამცხე-ჯავახეთის რეგიონი მდებარეობს საქართველოს სამხრეთ-აღმოსავლეთში და ესაზღვრება თურქეთს და სომხეთს. მისი ადმინისტრაციული საზღვარი გადის აჭარის, გურიის, შიდა ქართლის და ქვემო ქართლის რეგიონებთან. იგი შედგება ექვსი თვითმართვადი ახალციხის, ადიგენის, ასპინძის, ნინოწმინდის, ახალქალაქის და ბორჯომის მუნიციპალიტეტებისგან. რეგიონული სამთავრობო ადმინისტრაცია ქალაქ ახალციხეში მდებარეობს.

უკანასკნელ ათწლეულში სამცხე-ჯავახეთის მოსახლეობამ 213,500 მიაღწია (2013 წლის იანვარი). მოსახლეობის 31% ცხოვრობს ქალაქებში და 69% სოფლებში. მოსახლეობა რეგიონში განაწილებულია ისე, რომ ყველაზე დიდი კონცენტრაცია ახალქალაქში (20%) და ახალციხეშია (22%). რეგიონში 2448 იძულებით გადაადგილებული პირია. მათი უმრავლესობა ბორჯომის მუნიციპალიტეტში ცხოვრობს. მათ სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობაზე ინფორმაცია ხელმისაწვდომი არ არის.

წყარო: სამცხე-ჯავახეთის რეგიონული განვითარების სტრატეგია 2014-2021

ეკონომიკური განვითარება

რეგიონული განვითარების სტრატეგიაში, რეგიონში ინვესტიციების მოზიდვა და მცირე და საშუალო საწარმოების განვითარება აღნიშნული იყო, როგორც რეგიონისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორი. პრობლემატური საკითხები,

რომლებიც საპასუხო ღონისძიებებს მოითხოვს, მოიცავს რეგიონში ინვესტიციის შესაძლებლობის გაცნობიერებას დაინტერესებულ პირთა მიერ და ინვესტიციის ხელშემწყობი ღონისძიებების უზრუნველყოფას. უპირატესობა ენიჭება პოტენციური მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის საკონსულტაციო სერვისის მიწოდებას და საჯარო და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის ჩამოყალიბებას.

სოფლის მეურნეობა

საქართველოში სოფლის მეურნეობის კომერციალიზაცია გარკვეულ სიმაღლეზეა. მიუხედავად იმისა, რომ მემცენარეობის და მესაქონლეობის პროდუქტიულობის საშუალო პარამეტრები უფრო მაღალია, ვიდრე ეროვნული საშუალო მაჩვენებელი, არსებული პოტენციის მხოლოდ ერთი მესამედია გამოყენებული. და კიდევ, მთავარი გამოწვევა ის არის, რომ ადგილობრივი მწარმოებლები ვერ უწყვენ კონკურენციას იმპორტირებულ პროდუქტებს. მათი ძალიან მცირე ნაწილი გვთავაზობს ორგანულ პროდუქტებს, რომელთა მოყვანას მეტი შრომა სჭირდება, თუმცა უფრო მოთხოვნადია და მოგების უფრო მაღალ ზღვარზე გადის.

ტურიზმი

სამცხე-ჯავახეთი ისტორიული, კულტურული, სათავგადასავლო, უნიკალური ბუნების და მკურნალობის მრავალფეროვან ბუნებრივ მეთოდებს გვთავაზობს. სამცხე-ჯავახეთში მდებარეობს მრავალი ისტორიულ-კულტურული ძეგლი, მათ შორისაა ვარძიის გამოქვაბულის სამონასტრო კომპლექსი, ხერთვისი, რაბათის ციხე, თმოგვი, ზარზმა და საფარის მონასტერი. ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკი და ჯავახეთის დაცული ტერიტორიები გვთავაზობენ ისეთ ბუნებრივ გარემოს, რომელიც უნიკალურია ლაშქრობისთვის და ცხენით სეირნობისთვის. აქვეა ტბები, სათხილამურო კურორტი ბაკურიანი. იგი მდიდარია ისეთი მინერალური წყლებით, როგორც არის ლიკანი და ბორჯომი; მკურნალი კლიმატი და გარემო, მცენარეული საფარი და წითელ წიგნში შესულ მცენარეთა სხვადასხვა ჯიშში. აქ სახლობს მრავალი უნიკალური ფრინველი და ხდება ფრინველების მასიური გადაფრენა, რაც საინტერესოა ჩიტებზე დაკვირვების თვალსაზრისით.

ეკოტურიზმის განვითარება მნიშვნელოვანი ფოკუსი გახდა და სამცხე-ჯავახეთის ახლახან ჩამოყალიბებული რეგიონული ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ხედვა არის ის, რომ სამცხე-ჯავახეთის რეგიონს მალე აღიარებენ, როგორც

საერთაშორისო განვითარებად ტურისტულ მარშრუტს და რომ ეს რეგიონული მიმართულება დაკავშირებულია კულტურასთან და ბუნების ფესვებთან. სტრატეგია (სამცხე-ჯავახეთის რეგიონული ტურიზმის განვითარების სტრატეგია 2015-2020) ხელს უწყობს ურბანულ რეგენერაციას და ტურიზმის იმ სქემებს, სადაც ჩართავენ როგორც არსებულ ძირითად ცნობილ ტურისტულ ადგილებს, ასევე დღეისათვის ნაკლებად ცნობილ ადგილებს.

რეგიონში სამი ბუნებრივი „კერა“ არსებობს, ახალციხის რეგიონული მთავრობის ადმინისტრაციული ცენტრი, ბორჯომი, ძირითადი დასასვენებელი და გამაჯანსაღებელი მარშრუტი და ვარძია, რეგიონის მთავარი სანახაობა, ახალ სასტუმროებთან ერთად, რომელიც ზრდის ბაკურიანში ჩამსვლელთა რიცხვს. ბაკურიანი შეიძლება მომავალ კერად ჩაითვალოს. რამდენადაც მარშრუტის მთავარი ფოკუსი სამთო-სათხილამურო კურორტია. შემდგომი ტურისტული განვითარება, რომელიც სეზონურობას ეყრდნობა, კურორტს მთელი წლის განმავლობაში აქტიური ფუნქციონირების საშუალებას მისცემს. საქართველოს ეკონომიკის და მდგრადი განვითარების სამინისტრომ თი-ბი-სის კომპანიების ჯგუფთან ერთად განაცხადა, რომ ადგილობრივი პროდუქციის და გამოცდილების ზრდის და დივერსიფიკაციის გზით ბაკურიანი მალე ტურისტებს წლის ყველა სეზონში უმასპინძლებს.

კურორტზე საჭიროა უფრო მეტი გასართობი ადგილები, განსაკუთრებით, სადამოს გასართობი ადგილები, ფესტივალები და ღონისძიებები, სადაც ტურისტები მონაწილეობას მიიღებენ. აღნიშნული ნახსენები იყო, როგორც ამ პრობლემის გადაჭრის ერთ-ერთი საშუალება. ეს აგროტურიზმის დამატებითი სერვისი იქნება და დაეხმარება რეგიონის აგროტურიზმის ბრენდის განვითარებას.

ტურიზმი ციფრებში

ტურიზმის დენადობის მაჩვენებლები იზრდება, ამას განსაკუთრებულად ხელს უწყობს რეგიონში ოთხ და ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროების არსებობა. მაქსიმალური მოგების უზრუნველსაყოფად მაღალმხარჯველი ტურისტები და საშუალო ხარჯვის ზრდა არის საჭირო.

III კვრტ., 2014		IV კვრტ., 2014		I კვრტ., 2015		II კვრტ., 2015	
სტუმრე ბის რიცხვი (000)	ვიზიტე ბის რიცხვი (000)	სტუმრე ბის რიცხვი (000)	ვიზიტე ბის რიცხვი (000)	სტუმრე ბის რიცხვი (000)	ვიზიტე ბის რიცხვი (000)	სტუმრე ბის რიცხვი (000)	ვიზიტე ბის რიცხვი (000)
73.2	89.5	45.5	52	52.6	64.2	35.2	44.7

წყარო: საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია

განსახლება

განსახლების ამჟამინდელი ერთეული უდრის 200, რომელიც 7,808 საწოლს გვთავაზობს. 2020 წლისთვის მიზანია, რომ რეგიონში 14,152 საწოლი იყოს. ორჯერ უფრო მეტი, ვიდრე ახლა და უნდა გაიზარდოს მათი სრულად დაკავების შესაძლებლობა და გაიზარდოს შემოსავალი თითო ოთახზე.

ტურიზმთან დაკავშირებული მცირე და საშუალო საწარმოები

რეგიონში მთლიანად ტურიზმთან დაკავშირებული 60 მცირე და საშუალო საწარმო არსებობს სავაჭრო დაწესებულებების ჩათვლით (შოფინგ ცენტრები და ღვინის მაღაზიები), ასევე ფუნქციონირებს საზოგადოებრივი კვების ადგილები (რესტორნები, კაფეები და სხვა). რეგიონს მიზნად აქვს 2020 წლისთვის ტურიზმთან დაკავშირებული მცირე და საშუალო საწარმოთა რიცხვის 138- მდე გაზრდა.

სამცხე-ჯავახეთში აგროტურიზმის განვითარების გარემოს მიმოხილვა

აგროტურიზმის განვითარების გარემოს, პოტენციური პროდუქტებისა და გამოცდილებების მიმოხილვის მიზნით, ჩატარდა შეხვედრები რამდენიმე ფოკუს-

ჯგუფთან, ინდივიდუალურ შეხვედრებთან ერთად. რეგიონისთვის გაკეთდა ძლიერი მხარეების, სუსტი მხარეების, შესაძლებლობებისა და საფრთხეების ანალიზი (SWOT). ფოკუსურმა ჯგუფებმა ჩამოაყალიბეს უნიკალური საკვები პროდუქტების, კერძების, გამოცდილებებისა და ფესტივალების ჩამონათვალი, რომელიც ხელს შეუწყობს გარემოს შესწავლას და დაგეგმვის პროცესს.

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
რეგიონში	ადგილობრივმა
ტურისტების	მოსახლეობამ შეიძლება
მზარდი რიცხვი.	ტურისტების ჩართვა
ბუნებრივი გარემო.	ხელისშემშლელ
ბორჯომ-	ფაქტორად ცნოს.
ხარაგაულის და	მხოლოდ ერთ
ჯავახეთის პარკები	სასტუმროს აქვს
და დაცული	გოგირდის აუზი.
ტერიტორიები.	ბორჯომში ბევრი
ელკანას მიერ	ტურისტია, მაგრამ
ჩამოყალიბებული	სოფლებში - არც ერთი.
და	წყლის საწარმოებლად
სერტიფიცირებული	ლიცენზიაა საჭირო.
სასტუმროების	ტურისტებს არ აქვთ
ქსელი.	საკმარისი ინფორმაცია.
წადვერში 15	ადგილობრივი
სასტუმრო	მოსახლეობა არ
ელოდება	საუბრობს

სერტიფიცირებას.	ინგლისურად.
ბორჯომსა და	ინფრასტრუქტურა.
ახალციხეში	საინფორმაციო
არსებობს	დაფებზე აღნიშნული
საინფორმაციო	მარშრუტები.
ცენტრები.	არასაკმარისი
რძის ნაწარმი და	ინფორმაცია
ყველი ცნობილია	ადგილობრივი
და მათზე	მოსახლეობისთვის.
მოთხოვნა დიდია.	რესურსების
წადვერის სოფლები	ნაკლებობა, მაღალი
ორგანულ	ფასი, მაღალი
პროდუქტს	საპროცენტო
აწარმოებენ.	განაკვეთი.
ინფორმაცია	მცირე ინფორმაცია, თუ
ტურისტებისთვის	როგორ დავიწყეთ
უკვე არსებობს.	აგროტურიზმის
ისტორიული	ბიზნესი, მხარდამჭერი
ობიექტების და	მექანიზმები და ა.შ.
სხვადასხვა	არასაკმარისი
კულტურული	კომუნიკაცია საჯარო
მრავალფეროვნება.	და კერძო სექტორს
ტრადიციული	შორის
ხელობა	ლიმიტირებული
ცხენის ბილიკები	ხარისხიანი განსახლება
ფეხით სასიარულო	გასართობი ადგილების
ბილიკები	ნაკლებობა

აღნიშნული	მაღალი დონის
მიმართულებები	სასადილო და საკვების
სამედიცინო	პუნქტები
აღნიშნულების	კრედიტზე ცუდი ან
კურორტები	არანაირი
(გოგორდის	ხელმისაწვდომობა
წყაროები,	მოტივაციის ნაკლებობა
მინერალური	ჩართულობის
წყლები, წყაროები)	ნაკლებობა
რეგიონში	აგროტურიზმის
პროდუქციის	ტრენინგის და
მრავალფეროვნება	შესაძლებლობების
სუფთა ეკო სისტემა	ზრდის ბიუჯეტი
ლანდშაფტის	პროდუქციის
მრავალფეროვნება,	შეფუთვის რესურსების
ფლორა, ფაუნა და	და პროდუქტების
სოფლის	ბრენდის ტრენინგის
მეურნეობის	ნაკლებობა
პროდუქცია	ბიზნესის
სოფლის	განვითარების
მეურნეობის	მხარდაჭერის
კოოპერატივების	ნაკლებობა და
ჩამოყალიბების	საწარმოს
მზარდი ტრენდი,	სიცოცხლისუნარიანობა
რომელიც	- რომელსაც შეიძლება
გადასახადებისგან	ნეგატიური გავლენა
თავისუფალია	იქონიოს რეგიონის

მეფუტკრეობა, რძის პოტენციალზე
და თევზის ბათუმთან
კოოპერატივი დამაკავშირებელი
კერძო და გზების ხარისხი ხელს
იურდიული პირები უშლის ბათუმში
მაღალმთიან ჩამოსულ ტურისტებს
რეგიონებში კანონის რომ ჩამოვიდნენ
მიხედვით 10 წლის სამცხე-ჯავახეთში
მანძილზე
გათავისუფლებული
არიან
გადასახადებისგან
ადგილობრივი და
მიგრაციული
ჩიტები და ჩიტებზე
დაკვირვება
(საერთაშორისოდ
მაღალი
მნიშვნელობის)

ძლიერი მხარეები



ტურისტული	უნიკალური ყველის
მარშრუტებზე	სახეობა შეიძლება
სასტუმროების	დაიკარგოს
განთავსება,	ნარჩენების მენეჯმენტი
სოფლებში და	ინფრასტრუქტურა -
დაცულ	საპირფარეშოები
ადგილებთან,	მომსახურების
ჩიტებზე	გაწევის სტაბილურობა
დაკვირვების	აგროტურიზმით
ადგილებთან	დაკავების
ძვირფასი	არასაკმარისი სურვილი
სასტუმროები	სავიზო რეჟიმი
მაღალ-მხარჯველ	ტურისტების
ტურისტებს	უსაფრთხოება უნდა
მოიზიდავს	გაუმჯობესდეს
ტაძრისში,	თუ ტურიზმის
საკსიარში და მაღალ	განვითარების
ზონაში	სტრატეგია არ
ინფრასტრუქტურა	განხორციელდა ან თუ
არ არის კარგად	მასში არ შევიდა
განვითარებული	აგროტურიზმი
რადგან ცოტა	ეროვნული
მნახველი ჰყავთ	კატასტროფები
მათ, მაგრამ	რეგიონიდან
ადგილობრივებს	მოსახლეობის მიგრაცია
სურთ, რომ	
განავითარონ	

აგროტურიზმი და
იყლიონ ცხენები,
აწარმოონ თაფლი
და ა.შ.
განვითარდეს
აბანოები,
გოგირდის
წყაროებთან ტყეებსა
და სოფლებში
მუნიციპალიტეტებს
არ შეუძლიათ
კერძო პროექტების
დაფინანსება,
მაგრამ მათ
შეუძლიათ მხარი
დაუჭირონ
ტრენინგს,
მარკეტინგს და ა.შ.
თევზაობა ტბა
ტაბაწყურაში
(ზღვის დონიდან
2000 მ.)
ტურიზმის
ინფორმაცია,
რომელიც რეგიონში
აგროტურიზმს წინ
წამოსწევს

სამედიცინო
მცენარეების
განვითარება და
ტრადიციის
პრეზერვაცია
იმ ყველის სახეობის
დაცვა, პრეზერვაცია
და მხარის დაჭერა
რომელთაც
საფრთხე
ემუქრებათ
სხვადასხვა
კლიმატში
მეფუტკრეების
რაოდენობა
რეგიონის, როგორც
აგროტურიზმის და
საკვების
მიმართულების
ხელის შეწყობა
საზღვრისპირა და
ინტერ-რეგიონული
პროექტების
მხარდაჭერა (მაგ.
აჭარა)
რეგიონის
აგროტურიზმის

ასოციაცია, რათა
მოახდინოს
მარკეტინგი და
ინფორმაცია
მიაწოდოს
დაინტერესებულ
პირებს
უფრო მეტი
საინფორმაციო
ცენტრები
საინფორმაციო
ბაზის განვითარება
(რწმუნებულების
საშუალებით)
ვარძიის რეგიონი
იუნესკოს მსოფლიო
მემკვიდრეობის
სიაში
რეგიონული
ტურიზმის
სტრატეგია
ჩამოყალიბებულია
აგროტურიზმი
შედის ეროვნულ
სოფლის
მეურნეობის
სტრატეგიაში

ბაქო-თბილისი-
ყარსი რკინიგზის
საერთაშორისო
ტერმინალი
ახალქალაქში

ბორჯომის და ახალციხის ორი მთავარი თავშეყრის ადგილი უზრუნველყოფს რეგიონული კერის შესაძლებლობას, რომ წამოიწყოს ძირითადი რეგიონული საქმიანობა. მეორადი კერა შეიძლება იყოს ბაკურიანი და ვარძია, სადაც განსახლების უფრო მეტი ობიექტები გაიხსნება. ახალი ადგილები უფრო მეტ ტურისტს მოიზიდავს, მას შემდეგ, რაც, რეგიონში განვითარების სამუშაოები დასრულდება.

ბორჯომში სასტუმროების ახალი განვითარება მოიცავს სასტუმროების შიდა ქსელს რიქსოს და ქრაუნ პლაზა ჰოტელს. ვარძიის დასასვენებელი კურორტი ახლახან გაიხსნა ვარძიაში. ამ სასტუმროების გახსნამ შეიძლება უფრო მაღალ-მხარჯველი ტურისტები მოიზიდოს ამ ადგილებში და შესაბამისად გაზარდოს ტურისტული 'ქვითრები' რეგიონში, მაგრამ აგროტურიზმის პოტენციალის მაქსიმალურად გაზრდისათვის საჭიროა ხარისხიანი პროდუქციის და გამოცდილებების არსებობა, ისევე, როგორც ეფექტური სტრატეგიული მარკეტინგი.

ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის და ჯავახეთის დაცული ტერიტორიების ბუნებრივი გარემო და განვითარების ფოკუსი უკვე ცვლის რეგიონში ტურიზმის ლანდშაფტს და მათ გააჩნია პოტენციალი მომავალშიც მიიზიდონ საერთაშორისო ტურისტები, რომელთაც სურვილი აქვთ, რომ თავგადასავალი და ეკო გამოცდილება გაიზიარონ. ეს სექტორები ტრადიციულად თავსდებიან აგროტურიზმთან.

2003 წელს, როდესაც ბორჯომ-ხარაგაულის ეროვნული პარკის მენეჯმენტმა დაიწყო პარკში სტუმართა მიღება, მათმა რაოდენობამ 1,000 მიაღწია, 2014 წელს ეს ციფრი 50,000 გაიზარდა. საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა 40% შეადგენს. ეს წარმოადგენს პროცენტულად უფრო მაღალ მაჩვენებელს, ვიდრე სტუმრების მთლიანი რაოდენობაა, რაც იმაზე მიგვანიშნებს, რომ საერთაშორისო ტურისტები ჩამოვლენ, თუ სწორი პროდუქცია და გამოცდილებები განვითარდება (და მას მარკეტინგი ჩაუტარდება).

ტურისტების აზრით, საჭიროა იყოს უფრო მეტი ოჯახური სასტუმრო, ისევე, როგორც აგროტურიზმის სხვა გამოცდილებები. აგრეთვე, აღნიშნული იყო, რომ აგროტურიზმის სარგებლის შესახებ თემის გათვითცნობიერება და ხელშემწყობი ღონისძიებების განხორციელება, როგორც არის ტრენინგი და ფინანსური მხარდაჭერა, აუცილებელია წარმატებისთვის.

კიდევ ერთი ახალი შესაძლებლობაა ბაქო-თბილისი-ყარსის რკინიგზის გახსნა, რომელიც გაივლის სამცხე-ჯავახეთს და გაჩერდება ახალქალაქში. ეს რეგიონში გაზრდის საერთაშორისო ტურიზმის დონეს. წინასწარი პროგნოზით ამ ხაზზე

მომავალ თორმეტ თვეში იქნება 30 სამგზავრო ვაგონი. 2030 წლისთვის მას 3 მილიონი ადამიანი ეყოლება გადაყვანილი.

მნიშვნელოვანია ადგილობრივი კულტურული გამოცდილების სწრაფი აღორძინება ვარძიაში და მის შემოგარენში, რამდენადაც, როგორც ყველაზე უფრო პოპულარული ადგილი, საჭიროებს იმ შესაძლებლობების განვითარებას, რაც მას ხელს შეუწყობს შევიდეს იუნესკოს მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა სიაში.

საერთო პრობლემა, რასაც ტურიზმის მეწარმეები აწყდებიან ტურიზმის ეკონომიკის განვითარების დროს, არის ბაზრის და ანალიზის ზუსტი მონაცემების ხელმისაწვდომობა, რომელიც ეხმარება გადაწყვეტილების მიღებაში და ხელს უწყობს მათ საერთაშორისო ბაზრებზე კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში.

მიმართულების მენეჯმენტის ორგანიზაციის საჭიროების აღიარებამ მოიტანა მასთან დაკავშირებული გეგმები, რომელიც მუნიციპალური განვითარების ფონდმა შეიმუშავა ყველა რეგიონში სამცხე-ჯავახეთის ჩათვლით. ამ რეგიონისთვის განკუთვნილი კვლევა მიმართულების მენეჯმენტმა უნდა ჩაატაროს საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ერთად და ჩამოაყალიბოს ისეთი სტრუქტურა, რაც ხელს შეუწყობს ამ სექტორში გადაწყვეტილებების მიღებას.

ტრენინგი ტურიზმის მარკეტინგსა და სოციალურ მედიაში აღნიშნული იყო, როგორც კრიტიკული მომენტი სამცხე-ჯავახეთის, როგორც აგროტურიზმის მიმართულების მხარდასაჭერად, ისევე, როგორც ინდივიდუალური აგროტურიზმის ბიზნესებისთვის. ინდივიდუალურმა პროექტებმა ხელი შეუწყეს პატარა და საშუალო საწარმოებს, რომელთაგან ბევრი აგროტურიზმის პროფილის იყო. ამ ყოველივემ მცირედ წარმატებას მიაღწია, განსაკუთრებით, ბიზნესის, მარკეტინგული შეფუთვის, ბრენდის და ზოგადად, მარკეტინგის განვითარების სფეროში. ზოგმა მწარმოებელმა გაზარდა შემოსავლები, მაგრამ, ეს არ იყო საკმარისი. გამოცდილება აჩვენებს, რომ პატარა და საშუალო საწარმოები და, განსაკუთრებით კი, მიკრო საწარმოები ვერასოდეს შეძლებენ ბიზნესის განვითარებას/მარკეტინგის სათანადო დონის მიღწევას დახმარების გარეშე, ისევე როგორც დარგის ტექნიკურ უზრუნველყოფას. ამიტომ, საჭიროა გრძელვადიანი მხარდაჭერა, რათა ხელი შევუწყოთ ინდივიდუალურ მიკრო/მცირე და საშუალო ზომის საწარმოს მარკეტინგის და ბიზნესის განვითარებაში და, ამავდროულად, ხელი შევუწყოთ რეგიონს, როგორც აგროტურიზმის მიმართულებას.

მუნიციპალური განვითარების ფონდმა აღნიშნა, რომ სამცხე-ჯავახეთი იმ პროგრამის ფოკუსია რომელიც 32 ქვეპროექტს მოიცავს და რომელიც ავითარებს

ინფრასტრუქტურას და წარმოაჩენს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებს. ეს პროგრამა ჩამოყალიბების სტადიაშია და მოიცავს ისეთ რეგიონულ ინფრასტრუქტურას, როგორც არის გზები, საპირფარეშოები, ნარჩენების გატანა და ა.შ.

სტრატეგიული შესაძლებლობები

სამცხე-ჯავახეთს ძლიერი სოფლის მეურნეობის ისტორია აქვს, მას უზარმაზარი შესაძლებლობა გააჩნია, რომ სასოფლო-სამეურნეო ტურიზმი გამოიყენოს იმისთვის, რათა მრავალფეროვანი გახადოს პროდუქციის და მომსახურების ნუსხა.

სასოფლო-სამეურნეო ტურიზმი, ანუ აგროტურიზმი განვითარების შესაძლებლობას ზრდის ფერმაზე წარმოებული დამატებითი ღირებულების მქონე პროდუქტების და მომსახურების გაყიდვებით, რომელიც კიდევ უფრო მრავალფეროვანს გახდის ფერმერული წარმოების პროდუქციას. აგროტურიზმის პროდუქციის და გამოცდილების განვითარება უნდა ეყრდნობოდეს ბუნებრივ აქტივებს და მის მოთხოვნას ბაზარზე.

ბაზრის მოთხოვნა, არსებულ ბაზრებზე დაყრდნობით, მიზნად ისახავს პრიორიტეტული ბაზრების მოპოვებას. ეს ის ტურისტებია, რომლებიც ჯერჯერობით არ ჩამოდიან, თუმცა დიდი პოტენციალი არსებობს, რომ ჩამოვიდნენ მათი სამოგზაურო მიმართულებების მიხედვით და იმ მოთხოვნის საფუძველზე, რაც არსებობს იმ პროდუქციასა და გამოცდილებებზე, რასაც ეს მიმართულება გვთავაზობს. ეს დაწყვილებული უნდა იყოს ეფექტურად გამოიხსნულ მარკეტინგთან, რათა გაიზარდოს სტუმრობის სურვილი და მოხდეს ამ ტურისტული მარშრუტის შექმნა, რაც აგროტურიზმის მიმართულებას და ინდივიდუალურ გამოცდილებას მოიცავს. ვიზიტის დროს ტურისტმა უნდა გაზარდოს დამატებითი ხარჯვა და ხელი შეუწყოს ტურისტების ქსელის ჩართულობას სოციალური მედიის საშუალებით.

მარკეტინგი იწყება პროდუქტით და გამოცდილებით, და თუ პროდუქტი და გამოცდილება არ არის სწორი და ხარისხიანი, უფრო მაღალ-მხარჯველ სტუმარზე მიმართული ნებისმიერი მარკეტინგის სტრატეგია ვერ იქნება წარმატებული.

აუცილებელია ინტეგრირებული მიდგომა პროდუქტის/გამოცდილების განვითარების, ტრენინგის და მარკეტინგის მიმართ.

გთავაზობთ გასავითარებელი საქმიანობის მიმოხილვას, რომელსაც მოყვება მატრიცა განხორციელების ძირითადი საშუალებების მიმართულებით. განხორციელების მატრიცაში ყურადღება გამახვილებულია დაინტერესებულ პირთა პასუხისმგებლობაზე. საქმიანობა სეგმენტირებულია „პროდუქტის და გამოცდილების“, „მარკეტინგის და ხელშეწყობის“ და „ხელსაყრელი გარემოს“ პლატფორმის საყრდენებით, რასაც ემყარება ნებისმიერი განვითარება.

აგროტურიზმის პროდუქტის და გამოცდილების სამიზნეები სამცხე-ჯავახეთი

ფერმაში

- ოჯახში დარჩენა
- ოჯახური კერძები
- ოჯახური კერძების მომზადების დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება
- მონაწილეობის მიღებით კულინარიული გამოცდილება (ისწავლეთ როგორ)
- ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება
- დაიჭირე და მოამზადე საკუთარი თევზი
- შალის წარმოება და ხელსაქმის გამოცდილება
- მეფუტკრეობა/თაფლის წარმოების ტური
- სანთლის დამზადება დემონსტრირება/მონაწილეობის მიღება

რეგიონი

- ყველის მარშრუტი/ბილიკები
- თაფლის მარშრუტი/ბილიკები
- ფესტივალები (მოსავლის აღება, ყველი და ა.შ.)
- ფერმერთა ბაზარი
- ბუნებრივი წამლის ტური

პროდუქტი

და

გამოცდილება

- 3 წელიწადში რეგიონში ხარისხიან საოჯახო სასტუმროს ვიზიტორთა რაოდენობის 100% ზრდა
- 1.5 წელიწადში ოცი ახალი აგროტურიზმთან დაკავშირებული პოპულარული აქტივობა
- 2 წელიწადში ორი ისეთი სალაშქრო ბილიკის შექმნა, რომელიც მოიცავს მთელ რეგიონს
- ორი ყოველწლიური ფესტივალი/ღონისძიება

ოჯახში დარჩენა

შეიძლება ითქვას, რომ ოჯახში, ან ფერმაში ვიზიტი ღამისთევით აგროტურიზმის მნიშვნელოვან ნაწილს შეადგენს, თუნდაც ეს საოჯახო სასტუმრო მდებარეობდეს ისეთ რეგიონში, როგორც ტოსკანაა, ან აგროტურიზმის მიმართულებით სხვა ნაკლებად განვითარებულ რეგიონში. შეიძლება ითქვას, რომ ისეთი მომსახურების გაზრდით, როგორც არის AirBnB (ჰაერი, საწოლი და საუზმე), კონცეფცია საოცარი სიჩქარით განვითარდა ქალაქებში და სოფლებში მსოფლიოს გარშემო.

ოჯახური კერძები

მხოლოდ ოჯახური კერძებით და ღვინით ეცნობა სტუმარი რეგიონისთვის დამახასიათებელ უნიკალურ სამზარეულოს, რაც, თავის მხრივ, დამატებითი შემოსავლით უზრუნველყოფს ადგილობრივ მოსახლეობას სახლიდან გაუსვლელად.

ოჯახური კერძების დემონსტრირება/მონაწილეობა

ტურისტს ეძლევა შესაძლებლობა, ნახოს და/ან მონაწილეობა მიიღოს ადგილობრივი და ტრადიციული კერძების მომზადებაში. აღნიშნული კი უზრუნველყოფს შემოსავალს ოჯახში და, ამასთან ერთად, განასხვავებს ამ პატარა ბიზნესებს ტრადიციული სასტუმროებისგან და რესტორნებისგან.

ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება

ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობა მრავალფეროვანია. ზოგ ფერმას სჭირდება დამატებითი მუშახელი მოსავლის ასაღებად, ზოგი ფერმა გამოყოფს გარკვეულ ადგილს საგანმანათლებლო საქმიანობისათვის, როგორც დიდებისთვის, ისე

პატარებისთვის. ამ საქმიანობაში შეიძლება შევიდეს: თავად მოკრიფეთ თქვენი ხილი, მხიარული ფერმის ცხოველების გამოკვება, როველი ან ნახირის გადარეკვა.

შალის წარმოება და ხელსაქმე

რამდენადაც ტურიზმის სექტორი უზრუნველყოფს ბაზარს ხელსაქმის ოსტატებისთვის, მათთან სტუმრობა იძლევა დამატებით ისეთი გამოცდილების შეძენის შესაძლებლობას, როგორც არის შალის წარმოება - თუ როგორ გადაიქცევა მატყლი ქსოვილად - პროცესი: მატყლის გაწმენდა, დაჩეჩა, დავარცხნა, დასახვევად მომზადება და დახვევა. ასეთი ვიზიტები აგრეთვე ეხმარება ადგილზე გაყიდვებს და ზრდის შემოსავალს.

მეფუტკრეობა/სანთლის წარმოების ტური

სხვადასხვა კლიმატურ ზონაში თავლის მწარმოებელთა მნიშვნელოვანი რაოდენობის არსებობა იმის საშუალებას იძლევა, რომ სტუმრებს შევთავაზოთ მიიღონ მეფუტკრეობის გამოცდილება და ამ საქმიანობაში მათი ჩართვით გავზარდოთ ოჯახის შემოსავალი.

სანთლის დამზადება

სანთლის დამზადება ის ხელობაა, რომელსაც ტრადიციული ბაზარი აქვს. მასზე რელიგიური დანიშნულებით დიდი მოთხოვნაა. მაგრამ სანთელზე, განსაკუთრებით თავლის სანთელზე, როგორც დეკორატიულ საგანზეც მოთხოვნა იზრდება. იმის ნახვა, თუ როგორ კეთდება სანთელი ან სანთლის დამზადებაში მონაწილეობის მიღება უნიკალური გამოცდილებაა ტრადიციულ კულტურაში. ის უზრუნველყოფს დამატებით შემოსავალს ადგილობრივი თემისთვის, განსაკუთრებით ქალებისთვის.

ყველის ბილიკები

ბილიკები ქმნიან ტურისტებისთვის სასიამოვნო გამოცდილებას და აგრეთვე ამ დროს შეიძლება რეგიონში დამზადებული მაღალი ხარისხის პროდუქციის და მომსახურების რეკლამირება კოლექტიურად ერთ გეოგრაფიულ ადგილზე. რეგიონში

20 მდე ყველის მწარმოებელი ქარხანაა, რომლებიც აწარმოებენ ტრადიციული და ევროპული ყველის ნაირსახეობას. დეგუსტაციის გამოცდილება, იმის ნახვა, თუ როგორ მზადდება ყველი, ინფორმაციის გაცნობა ტრადიციული/ უნიკალური ყველის შესახებ ეხმარება მის პოპულარიზებას, და ასევე, რეგიონში ყველის წარმოების ტრადიციული მემკვიდრეობის დაცვას.

თაფლის ბილიკები

თაფლის ბილიკები მზარდი ტრენდია იმ რეგიონებში, სადაც მეფუტკრეობა და თაფლის წარმოება პოპულარულია, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ყველასთვის ცნობილია, რომ თაფლის მწარმოებელ ფუტკართა რიცხვი მცირდება. გამოცდილებამ შეიძლება გაითვალისწინოს ფუტკრის მოვლა, თაფლის მოპოვება და ა.შ. ისევე როგორც იმ კერძების დეგუსტაცია/გაყიდვა, სადაც თაფლი ერთ-ერთი ინგრედიენტია, მაგალითად ასეთი დეგუსტაცია შეიძლება შეიცავდეს თაფლის ნაყინს, ცვილის სანთელს და კანის მოვლის საშუალებებს.

ფერმერთა ბაზრები

ფერმერთა ბაზრის პოპულარობა საგრძნობლად გაიზარდა მთელს მსოფლიოში. ეს ბაზრები ასახავენ ადგილობრივ კულტურას და ეკონომიკას, ისინი გვთავაზობენ ადგილზე წარმოებულ პროდუქტს, რომელიც გარკვეულ სეზონზე მოდის და ხშირ შემთხვევაში ორგანულია. ამ ბაზრების ზრდას ხელი შეუწყო სეზონური, ადგილობრივი, ორგანული კვების მიმდინარეობამ, რომელიც ცდილობს დაიცვას ტრადიციული სამზარეულო და ხელს უწყობს ადგილობრივი ეკოსისტემისთვის დამახასიათებელი ფერმის მცენარეების, სათესლე მასალისა და ცხოველების დაცვას.

ოპერატიული მოსაზრებები

- მდგრადობა თემის მონაწილეობასთან მიმართებასა და მხარდაჭერაში:
- სპონსორობაზე არსებული შეხედულების გათვალისწინებით, ასეთი პროექტები საჭიროებს კარგი ბალანსის დაცვას, სპონსორებისთვის შემოსავლის უზრუნველყოფას, გამოფენებზე ადგილობრივ მონაწილეთა სარგებელსა და იმ ფასს შორის, რაც ტურისტებზე გათვალისწინებულ მომსახურებას უნდა ედოს.

- პროდუქტების სტანდარტები, მომსახურების სტანდარტები და ჰიგიენა - პროდუქტების და მომსახურების მაღალ სტანდარტებთან ერთად უნდა დაინერგოს ჰიგიენის მკაცრი ზომები, რათა შევინარჩუნოთ მაღალ-მხარჯველი ტურისტების გრძელვადიანი ტრენდი.
- თემის ჩართულობა - აუცილებელია, რომ იმ პირს, რომელიც ამ პროექტს უხელმძღვანელებს, კარგი ურთიერთობა ჰქონდეს თემთან. მისი ურთიერთობა ნდობაზე უნდა იყოს დამყარებული.
- წარმატებისთვის და მდგრადობისთვის გადამწყვეტია ტურისტულ ცენტრში ტურისტების მოზიდვის კარგად გააზრებული მარკეტინგის დროული გეგმა. ეს შეეხება იმ ტურისტებს, რომლებიც დასარჩენად ჩამოვლენ, ისევე, როგორც იმ ტურისტებს, რომლებიც მხოლოდ გავლით იქნებიან.

ფესტივალები და ღონისძიებები

სოფლის მეურნეობის თემაზე არსებული ფესტივალები და ღონისძიებები, როგორც არის მოსავლის აღება, სეზონური პროდუქცია, სეზონები, სოფლის ბაზარი, კერძების ფესტივალი და აგროტურიზმის პროდუქციის შერეული კატეგორია, ყველა ღონისძიება, იქნება ეს სასოფლო-სამეურნეო ბაზრობა, თუ სეზონური და დღესასწაულებთან დაკავშირებული ფესტივალები, ამ კატეგორიაში შედის.

ბუნებრივი სამკურნალო საშუალებები/ჯანმრთელობა და გამაჯანსაღებელი ტური

აგროტურიზმი შეიძლება დაკავშირებული იყოს ჯანმრთელობის და გამაჯანსაღებელ მომსახურებასთან, ან ჯანმრთელობის დაცვასთან დაკავშირებულ პროდუქციასთან, რადგანაც ზოგ სოფლად მოგზაურს აქვს მოლოდინი, რომ გამოცდის მისთვის აქამდე უცნობ თერაპიას, მაგ. ცხენზე სეირნობას (შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის ეს ერთ-ერთი თერაპიაა), ან დიეტის რამე განსაკუთრებულ თერაპიას, რომელიც გულისხმობს „ჯანმრთელი“/“ორგანული“ საკვების მიღებას. ფერმაზე ჯანმრთელობის, სოციალური და/ან საგანმანათლებლო სარგებლის მიღებისა და უზრუნველყოფის შემთხვევების რაოდენობა იზრდება, რამდენადაც ეს არის ის ბაზა, საიდანაც გონებრივი და ფიზიკური ჯანმრთელობა იწყება ფერმერული და გარემოსთან დაკავშირებული საქმიანობით. არსებობს მცენარეების გამოყენების თერაპია მაგ. ბალჩულის თერაპია, ტყის თერაპია, ყვავილების თერაპია, სუნელების თერაპია და ა.შ. სოფლის და აგრო-თერაპიის სხვა ფორმები შეიცავს აპი-თერაპიას (ფუტკრის სხვადასხვა პროდუქტების გამოყენება) და სოფლად სპა და გამაჯანსაღებელ კურორტებს. რამდენადაც რეგიონი ცნობილია

ჯანმრთელობისთვის უნიკალური და სამედიცინო თვალსაზრისით სასარგებლო კლიმატური პირობებით, ინფორმაციის ხელმისაწვდომობა ტრადიციული სუნელების და ბუნებრივი წამლის გამოყენებაზე ჯერჯერობით უზრუნველყოფილი არ არის.

“არასასოფლოსამეურნეო“ არხები

„არასასოფლოსამეურნეო“ არხების ჩართულობა, როგორც არის სასტუმროები, მაღაზიები და სავაჭრო ცენტრები, თავიანთ პროგრამაში შეიტანენ ადგილობრივ საკვებს, უზრუნველყოფენ დამატებით შემოსავალს და წარმოადგენენ დამატებით მტკიცებულებას, რომ რეგიონი არის აგრო- და კვების ტურიზმის მიმართულება.

მოსაზრებები

- მდგრადობა - პროდუქციის ხელმისაწვდომობა, სავაჭრო ცენტრების მოწყობის გზით გპელვადიანი დისტრიბუცია, რაც, თავის მხრივ, აღძრავს მიწოდებისა და ფასის რეგულირების ვალდებულებას. ასეთი პროექტები მოითხოვენ ეფექტიან კოორდინაციას და დაგეგმვას.
- შეფუთვა და ბრენდინგი - თუ პროდუქტმა რეგიონი ნამდვილად უნდა წარმოადგინოს, აუცილებელია ხარისხიანი პროდუქტი, ხარისხიანი შეფუთვა და ბრენდინგი.

მოპოვებული ინფორმაციის თანახმად რამდენადაც სასტუმროებს, განსაკუთრებით ახალ ხუთვარსკვლავიან სასტუმროებს სურვილი აქვთ, რომ წარმოადგინონ და გამოიყენონ ადგილობრივი პროდუქტი თავიანთ მენიუში, მთლიანობაში არ არსებობს კონტრაქტული ფერმერობა, რადგანაც მცირე მწარმოებლები იმედოვნებენ თავიანთი პროდუქციის საუკეთესო ფასში გაყიდვას. თუ ეს საკითხი არ მოგვარდება, მან შეიძლება გავლენა იქონიოს ტურიზმის განვითარებაზე, განსაკუთრებით, მაღალმხარჯველი ტურისტების მოზიდვაზე საერთაშორისო სასტუმროების ქსელის მეშვეობით. ამასთან დაკავშირებით სხვა მნიშვნელოვანი მოსაზრებაც არსებობს, რომ საჭიროა საერთაშორისო სასტუმროების უფრო ფართო ქსელი, რათა უზრუნველყოფილი იყოს პროდუქტის და მომსახურების საუკეთესო ხარისხი. რამდენადაც აღნიშნული, ძირითადად, სოფლის მეურნეობის სექტორის გამოწვევაა, ეს აქტუალურია, რადგანაც ტურიზმთან არის დაკავშირებული.

აგროტურიზმის პროდუქცია და გამოცდილება სამცხე-ჯავახეთში

ოჯახში დარჩენა		დიდი მოთხოვნა არსებობს რეგიონში ოჯახებში დარჩენაზე. განსაკუთრებით ეროვნულ პარკთან და დაცული ტერიტორიების ბილიკებთან ახლოს. იმ ადგილებში, სადაც არის 4X4 ბილიკები და შესაძლებელია ფრინველებზე დაკვირვებისთვის მონიშნულ ტბებთან ადვილად მისვლა. ბუნებრივი მდებარეობა ხელს უწყობს იმ ბაზარს, სადაც კარგი ხარისხიანი განსახლება და ორიგინალური კულტურული გამოცდილებაა.
ოჯახური სამზარეულო		ოჯახური სამზარეულო, როგორც ცალკეული შემოთავაზება, და როგორც ოჯახში დარჩენის შემადგენელი ნაწილი დააკმაყოფილებს არსებულ მოთხოვნას ხარისხიან საკვებზე და აგრეთვე უზრუნველყოფს კულტურულ გამოცდილებას და გაზრდის სტუმართა რიცხვს. რამდენადაც ეს საშუალება არსებობს რეგიონში, საჭიროა უფრო მეტი ასეთი ადგილი გაჩნდეს ეროვნულ პარკებთან/დაცულ ტერიტორიებთან, 4X4 ბილიკებთან, ფრინველებზე დაკვირვების ადგილებთან და ტრადიციულ სამანქანო გზებთან ახლოს.
ოჯახური სამზარეულო დემონსტრირება/ მონაწილეობის მიღება		იდეალური ადგილია კერა, ან კერასთან ახლო მდებარე ადგილები განსაკუთრებით არსებულ, ან პოტენციურ სასტუმროებში. არსებობს რეგიონის მასშტაბით ადგილობრივი უნიკალური კერძების სია.
მონაწილეების მიღება კულინარიულ საქმიანობაში	ფერმაზე საქმიანობა	ადგილობრივი სამზარეულო/უნიკალური კერძების მომზადების შესწავლა/მონაწილეობა შეიძლება იყოს კერებში, რომლებიც მიიზიდავენ ინდივიდუალურ და ჯგუფურ ვიზიტორებს, ან ორგანიზებული იყოს, როგორც ერთ-ერთი ჯგუფის განსაკუთრებული საქმიანობა.
ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება		მოსავლის აღება, ცხოველთა გამოკვება/გართობა/მოფერება, ღვინის წარმოება, ხილის მოკრეფა - ყველაზე უფრო პოპულარული რეკრეაციული საქმიანობაა ფერმაზე და იგი უზრუნველყოს დამატებით შემოსავალს, ისევე, როგორც დამატებით მუშა ხელს მოსავლის აღების დროს.
შალის წარმოება და ხელსაქმე		„მატყლიდან ქსოვილამდე“ პროცესის გამოცდილება სტუმარს აცნობს ხელსაქმეს და, ამავე დროს, ხელსაქმის ოსტატებს

		<p>საშუალებას აძლევს, გაყიდონ თავიანთი ნაწარმი. ამისთვის იდეალური ადგილებია ინდივიდუალური ოსტატების სახელოსნოები, ან კოოპერატივები, როგორც არის ქალთა ხელსაქმის კოოპერატივი ასპინძაში. პატარა ბარათი, რომელიც თან ახლავს ნივთს და გვაწვდის ხელსაქმის ოსტატის ან შესრულებული ნიმუშის შესახებ ინფორმაციას, დამატებით ღირებულებას მატებს მის ფასს და თვით ამ საჩუქარს.</p>
<p>მეფუტკრეობა/ თაფლის წარმოების ტური</p>		<p>მეფუტკრეობის, თაფლის წარმოების პროცესში ტურისტის მონაწილეობა უზრუნველყოფს დამატებით შემოსავალს მოქმედი მეფუტკრეობისთვის ისევე, როგორც პოტენციური სასტუმროებისთვის, რომლებმაც შეიძლება გაითვალისწინონ სკები/მეფუტკრეობა თავიანთ განვითარების გეგმაში.</p>
<p>სანთლის წარმოების დემონსტრირება/ მონაწილეობის მიღება</p>		<p>განვითარების შესაძლებლობა ეძლევა სახლში/ოჯახურ სახელოსნოს, ან ხელნაკეთი ნივთების კუთხეს. იმ ნივთის შემენა, რის გაკეთებაშიც ტურისტმა პირადად მიიღო მონაწილეობა ან რომლის შექმნაც მან პირადად იხილა, ამ ნივთს ხდის განსაკუთრებულს და გასაყიდ ფასს და შემოსავალს მაქსიმალურად ზრდის. სანთლებს ტრადიციულად აქვთ რელიგიური დანიშნულება. მისი გამრავალფეროვნება დეკორატიული ცვილის სანთლებით უზრუნველყოფს უნიკალურ შესაძლებლობას, რომ უფრო მეტი სანთელი გაიყიდოს.</p>
<p>ყველის მარშრუტი/ ბილიკი</p>	<p>რეგიონული საქმიანობა</p>	<p>უნდა გაუმჯობესდეს ყველის მწარმოებლის ინვენტარი და აღდგეს ყველის ყველანაირი სახეობა, ახლანდელი და ისინიც, რომლებიც გაქრობის პირზეა. ეს მოხდება მწარმოებელთა ქსელის შექმნით, მათი უნიკალური პროდუქციის შენარჩუნებით და იმ ერთ ბრენდად გაერთიანების გზით, რომელიც ხარისხზეა ორიენტირებული. დამატებითი მიმართულების მაჩვენებელი ნიშნები უნდა იყოს დამონტაჟებული ტურისტებისთვის, რომლებიც სხვადასხვა მიმართულებით მოგზაურებს სწორ მიმართულებას აჩვენებს.</p>
<p>თაფლის მარშრუტი/ ბილიკი</p>	<p>რეგიონული საქმიანობა</p>	<p>მწარმოებელთა დაკავშირება მარშრუტთან/ბილიკებთან, სადაც სხვადასხვა კლიმატურ ზონაში წარმოებული თაფლი იქნება წარმოდგენილი, სადაც ისწავლიან მეფუტკრეობას, თაფლის წარმოებას, დეგუსტაციას და ყიდვას. წარმოდგენილი უნდა იყოს თითოეული მწარმოებლის ინდივიდუალური ძალა და უნიკალური ატრიბუტი. მაგრამ ეს ყველაფერი გაერთიანებული უნდა იყოს ერთ ბრენდად, რომელიც ხარისხთან და საუკეთესო პრაქტიკასთან იქნება ასოცირებული. ბილიკის ჩამოყალიბების დროს მთავარია კავშირი იმ კოოპერატივებთან, რომლებიც უკვე ჩართულნი არიან დემონსტრირებაში (მაგ. სოფელ მუსხში), და ყველა</p>

	<p>მწარმოებლისთვის შეფუთვასა და იარლიყების დამზადებაში საჭირო დახმარება. მარკეტინგი გულისხმობს დამატებით მიმართულების მაჩვენებელი ნიშნების დამონტაჟებას ტურისტებისთვის, რომლებიც მოგზაურებს სწორ მიმართულებას აჩვენებს.</p>
<p>ფესტივალები</p>	<p>რეგიონში სოფლის მეურნეობის მდიდარი ისტორია ამოუწურავ შესაძლებლობებს იძლევა ორიგინალურ თემაზე დაფუძნებული ღონისძიებების ჩასატარებლად. დაწყებული მოსავლის აღებიდან, სეზონური პროდუქტის, ღვინის, ყველის ფესტივალი და ა.შ. რამდენადაც რამდენიმე ფესტივალი ჩამოყალიბდა და წარმატებულად ჩატარდა წლების მანძილზე, რამდენიმე მათგანმა, ამ წარმატების მიუხედავად, შეწყვიტა არსებობა. ამიტომ, მდგრადობის გეგმა მნიშვნელოვანია ნებისმიერი რეგულარული ღონისძიების, თუ ფესტივალის დაგეგმვის დროს. ახალციხის და ბორჯომის უკვე არსებული კერები და თავშეყრის ადგილები იდეალურ ადგილმდებარეობას წარმოადგენენ ისეთი ფესტივალების ჩასატარებლად, რომელსაც ბევრი სტუმარი დაესწრება. პროექტების განვითარებასთან ერთად, ვარძია თავშეყრის დამატებით ადგილად მოგვევლინება. ბაკურიანი კიდევ ერთ თავშეყრის კერად შეიძლება განვიხილოთ, სადაც ერთთვისანი ფესტივალი შეიძლება დაიგეგმოს ზამთრის სათხილამურო სეზონში. ეს იქნება შესანიშნავი გასართობი საშუალება ჩამოსული სტუმრებისათვის და, მოგვიანებით, ზამთრის სეზონის დახურვის შემდეგ, იგი მოიზიდავს უფრო მეტ ტურისტს ამ რეგიონში და აღარ იქნება დამოკიდებული მხოლოდ ზამთრის სეზონზე.</p>
<p>ფერმერთა ბაზარი</p>	<p>ბორჯომი და ახალციხე, როგორც ბუნებრივი კერები და თავშეყრის ადგილები იმ სტუმრებისათვის, რომლებიც თუნდაც ერთი ღამით დარჩებიან. ისინი მოიაზრებიან, ასევე, როგორც სტრატეგიული ადგილები ფერმერული ბაზრებისათვის, რომლებიც ხარისხიან პროდუქციას გვთავაზობენ და რომელთაც რეგულარული გასაღების ბაზარი სჭირდებათ, მხარს უჭერენ ადგილობრივ თემს და მცირე მეწარმეებს, რომ სარგებელი ნახონ ტურიზმისგან და უფრო მეტი ტურისტი მიიზიდონ რეგიონში და გაზარდონ დარჩენის ხანგრძლივობა და იმ ტურისტების თანხების ხარჯვა, რომლებიც აქ რჩებიან, ან მიემგზავრებიან ამ კერების გავლით.</p>
<p>ბუნებრივი წამალი/ჯანმრთელობის და გამაჯანსაღებელი ტურები</p>	<p>როგორც ცალკეული, ან როგორც რეგიონული ტურების კომპონენტი სუნელების ტრადიციული გამოყენების დემონსტრირება სხვადასხვა რეგიონში, ისევე, როგორც ტრადიციული ბუნებრივი სამკურნალო საშუალებების შექმნა. უნდა შემუშავდეს ეტიკეტირების მარეგულირებელი ინსტრუქცია.</p>

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის პროდუქტის დანერგვის მატრიცა

საჯარო და კერძო სექტორის დაინტერესებული პირები

X წარმოდგენს დანერგვა პარტნიორი/პასუხისმგებლობა	მთავრობა	რეგიონული მთავრობა	მუნიციპალიტეტი	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია	რეგიონული განვითარების სააგენტოები	ბიზნეს ასოციაციები/საწარმოები	ინდუსტრიის არასამთავროები	კერძო სექტორი	ინვესტორები და დეველოპერები
პროდუქტი									
ოჯახში დარჩენა	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
ოჯახური სამზარეულო	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
ოჯახური სამზარეულოს დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
მონაწილეობის მიღება კულინარიული გამოცდილებაში		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობა		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
დაიჭირე და მოამზადე შენი თევზი		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
შალის წარმოება და ხელსაქმე			✓	✓	✓	✓	✓	✓	
მეფუტკრეობა/თაფლის წარმოების ტური			✓	✓	✓	✓	✓	✓	
სანთლის წარმოების დემონსტრირება/მონაწილეობის მიღება			✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ყველის მარშრუტი/ბილიკები		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
თაფლის მარშრუტი/ბილიკები		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
ფესტივალები (მოსავლის აღება, სეზონური ა.შ.)		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ფერმერთა ბაზრები		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ბუნებრივი წამლის ტური	✓		✓		✓	✓	✓	✓	

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის მარკეტინგის და ხელშეწყობის სამიზნეები

- აგროტურიზმის მარკეტინგის სტრატეგია განვითარებულია
- ძლიერი ინტერნეტში ყოფნა განვითარებულია
- ადგილობრივი ტურიზმი/სამცხე-ჯავახეთის გემო მარკეტინგის კამპანია
- საერთაშორისო ბაზრის კამპანია
- გახანგრძლივებული დარჩენა, ხარჯვა და სტუმრების განაწილების მხარდაჭერა
- აგროტურიზმის ხარისხიანი ბროშურები და მასალა
- მარკეტინგის ხერხები და აგროტურიზმის ინდუსტრიის განვითარებული სიმძლავრე მისი პოტენციალის მაქსიმუმამდე ასაყვანად

მარკეტინგი და
ხელშეწყობა

- აგროტურიზმის მარკეტინგის სტრატეგია განვითარებული და განხორციელებულია
- მინიმუმ 3 მარკეტინგის საშინაო კამპანია ხორციელდება ყოველწლიურად
- მინიმუმ 2 მარკეტინგის საერთაშორისო კამპანია ხორციელდება ყოველწლიურად

- აგროტურიზმის პროდუქცია განვითარებულია და ხელმისაწვდომია რეგიონულ/ეროვნულ დონეზე
- 200 დაინტერესებულ პირს ჩაუტარდა ტრენინგი აგროტურიზმის მარკეტინგსა და მხარდაჭერაში

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის მარკეტინგი და ხელშემწყობი საქმიანობა

<p>აგროტურიზმის მარკეტინგის გეგმა</p>	<p>მნიშვნელოვანია აგროტურიზმის მარკეტინგის სრული, დეტალური გეგმის განხორციელება, რომელიც გაითვალისწინებს ამ სტრატეგიაში შესულ ფაქტორებს და ჯერ კიდევ შემუშავების სტადიაში მყოფ სამცხე-ჯავახეთის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიას და ეროვნული ტურიზმის სტრატეგიას.</p>
<p>განვითარდეს ძლიერი ციფრული მხარდაჭერა</p>	<p>შემუშავდება: აგროტურიზმის პროდუქტების და გამოცდილების მონაცემთა ბაზა, რომელიც შეიცავს ინფორმაციას ინდივიდუალურ პროდუქტებზე, ბილიკებზე, კრებად და თემატურ გამოცდილებებზე.</p> <p>რეგიონული აგროტურიზმის ვებგვერდი; მენეჯერმა უნდა გააკონტროლოს ატვირთვის და მიწოდებული ინფორმაციის ხარისხი და სანდოობა; რუკების შექმნის ინტერაქტიული პროგრამა საშუალებას იძლევა, რომ რუკები მორგებული იყოს იმ პუნქტებზე, რომლებიც აგროტურიზმის კუთხით სანახაობებისთვის, საინტერესო ადგილებისთვის, ბილიკებისთვის არის შექმნილი.</p> <p>სასურსათო ბილიკების ვებგვერდი, რომელიც ასახავს ინფორმაციას რეგიონში სხვადასხვა საკვების, თაფლის, ყველის (და სხვა) და ღვინის ბილიკებს, სია (საკონტაქტო ინფორმაციით) სადაც ასახულია ხელმისაწვდომი პროდუქტის და საკვების მრავალფეროვანი ნუსხა, „ღვინის სარდაფების“ კატალოგი, თემატურად დაკავშირებული რესტორნები, რეცეპტები, დემონსტრაცია და მონაწილეობის მიღების გამოცდილებები - და ის რუკა, სადაც თითოეული პუნქტის ადგილმდებარეობა იქნება მოცემული.</p>
<p>განვითარდეს მარკეტინგის კამპანია „სამცხე-ჯავახეთის გემო“ რათა სტიმული მიეცეს ადგილობრივ</p>	<p>იმუშავებთ სასტუმროებთან და ოჯახურ სასტუმროებთან, რათა განვითარდნენ და ხელი შეუწყოთ ადგილობრივი უნიკალური პროდუქციის პაკეტის შექმნას.</p> <p>იმუშავებთ დაცულ ტერიტორიებთან და ეროვნულ პარკებთან, რათა ხელი შეუწყოთ ღონისძიებების და აგროტურიზმის გამოცდილებების</p>

<p>ბაზარს და საქართველოში მცხოვრებ უცხოელთა ბაზარს</p>	<p>კალენდრის შექმნას, რომელიც დაეხმარება აგროტურიზმს და გამოიწვევს დაცულ ტერიტორიებში განმეორებით ვიზიტებს.</p> <p>განავითარეთ სოციალური მედიის კამპანია, რომელიც გათვლილი იქნება ადგილობრივ ბაზარზე და საქართველოში მცხოვრებ უცხოელთა ბაზარზე.</p>
<p>საერთაშორისო ბაზარი</p>	<p>ითანამშრომლეთ საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან, რათა განავითაროთ რეგიონის აგროტურიზმისთვის საჭირო ინტერნეტ-მარკეტინგის კამპანია.</p> <p>ითანამშრომლეთ დაცულ ტერიტორიებთან და ეროვნულ პარკებთან, რათა ხელი შეუწყოთ საერთაშორისო ბაზრისთვის ღონისძიებების და აგროტურიზმის გამოცდილებების კალენდრის შექმნას, რაც დაეხმარება აგროტურიზმს და გამოიწვევს დაცული ტერიტორიების განმეორებით ნახვას.</p> <p>ითანამშრომლეთ საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან, რათა მხარი დაუჭიროთ სტუმრად ჩამოსულ საერთაშორისო მედიას და ტურების ოპერატორების გაცნობით მოგზაურობას, რაც გაზრდის რეგიონში აგროტურიზმის შესახებ დაბეჭდილი მასალის გავრცელებას. იმუშავეთ რეგიონში აგროტურიზმის ოპერატორებთან და ოჯახურ სასტუმროებთან, რათა მათ უმასპინძლონ სტუმრად ჩამოსულ მედიის წარმომადგენლებს და ტურების ოპერატორებს.</p>
<p>გაზარდეთ დარჩენის ხანგრძლივობა, ხარჯვა და სტუმართა მრავალი მიმართულებით განაწილება</p>	<p>განავითარეთ მარკეტინგული კამპანიები, რათა გაზარდოთ სტუმართა ცნობიერება ჩამოსვლამდე და ჩამოსვლის შემდეგ, იმაზე, თუ აგროტურიზმის პროდუქტების და გამოცდილებების რა დიაპაზონია რეგიონში ხელმისაწვდომი (ამ ინფორმაციის მიწოდება პროაქტიული უნდა იყოს, რამდენადაც მისი მიწოდება მოთხოვნის ბაზაზე მოხდება).</p> <p>აუცილებელია, მასალა დროულად მიეწოდოს პოტენციური ტურისტების მონაცემთა ბაზას, ისევე, როგორც ტურიზმის ინფორმაციის წყაროს და მარკეტინგის სააგენტოებს, როგორც არის რეგიონული და რეგიონს მიღმა (განსაკუთრებით თბილისი) საინფორმაციო ცენტრები, საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია, ტურების ოპერატორები და სხვა ტურიზმის ინდუსტრიის დაინტერესებული პირები.</p>

	<p>აამუშავეთ, აღადგინეთ და განავითარეთ ატრაქციონები, ტრადიციული გამოცდილებები და მომსახურების ბიზნესები ადგილობრივ მცირე და საშუალო საწარმოებთან, რათა გაძლიერდეს სტუმართა გამოცდილება და გაიზარდოს შემოსავალი.</p>
<p>აგროტურიზმის ბროშურები და მასალა</p>	<p>ტურიზმის ინტერნეტ-სივრცის და ზოგადად ინტერნეტ-მასალის განვითარების გარდა, რომელიც რეგიონს და ინდივიდუალურ გამოცდილებებს, ბილიკებს და ა.შ. რეკლამას გაუწევს, მედიის პაკეტი და პრეს-რელიზი უნდა შეიქმნას და დაურიგდეს ადგილობრივ და საერთაშორისო მას მედიას.</p>
<p>განავითარეთ აგროტურიზმის ინდუსტრიის სიმძლავრე, რათა მაქსიმალურად გამოიყენოთ მისი პოტენციალი</p>	<p>ყველაზე ეფექტიანი ტრენინგის აკრედიტებული პროგრამები. ამ ტრენინგების თემა შეიძლება მოიცავდეს შემდეგს:</p> <p>მარკეტინგი საშინაო და საერთაშორისო ბაზრებისთვის ფართო შესაძლებლობების მქონე ბაზრის წყაროების გაგება და განვითარების გაძლიერება ბრწყინვალე მომსახურება და აგროტურიზმის (ან მასთან დაკავშირებულ ნიშის) სექტორის მარკეტინგის კონკურენციის გაზრდა ბაზრის მოთხოვნების გათვალისწინებით.</p>
<p>აგროტურიზმის რეგიონული ბრენდი</p>	<p>განავითარეთ რეგიონული ბრენდი, ბრენდის მარეგულირებელი ინსტრუქციები და სპეციფიკური საკვების და ღვინის პროდუქტების და გამოცდილებების გარშემო ჩამოყალიბებული დაცული უფლებები, რაც მიმართული იქნება რეგიონის პროდუქტის და მეორადი პროდუქტების ღირებულების გაზრდისაკენ. მნიშვნელოვანია, რომ მხოლოდ სანდო პროდუქტებმა გამოიყენონ ბრენდი - და, განსაკუთრებით, დაცული უნდა იყოს ჰიგიენის და უვნებლობის მოთხოვნები. პროდუქტს უნდა ჰქონდეს შესაბამისი შეფუთვა და იარლიყი.</p>

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის მარკეტინგის განხორციელების მატრიცა

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის მარკეტინგის განხორციელების მატრიცა									
საჯარო და კერძო სექტორის დაინტერესებული პირები									
X წარმოადგენს გახორციელებას პარტნიორი/პასუხისმგებლობა	მთავრობა	რეგიონული მთავრობა	მუნიციპალიტეტი	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული სააგენტო	ბიზნეს ასოციაციები/საწარმოები	აგროტურიზმის რესურს ცენტრი	ინდუსტრიის არასამთავრობო	კერძო სექტორი
მარკეტინგი									
აგროტურიზმის მარკეტინგის სტრატეგია განვითარდა	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ძლიერი ციფრული/ინტერნეტში ყოფნა განვითარდა		✓	✓	✓			✓	✓	✓
შიდა ტურიზმი/სამცხე-ჯავახეთის გემო მარკეტინგის კამპანია			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
საერთაშორისო ბაზრის კამპანია		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
გაზარდეთ სტუმართა დარჩენის ხანგრძლივობა, ხარჯვა და სტუმართა მრავალი მიმართულები განაწილება		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
აგროტურიზმის ხარისხიანი ბროშურები და მასალა			✓						✓
მარკეტინგის უნარი და აგროტურიზმის ინდუსტრიის სიმძლავრე	✓	✓	✓	✓			✓	✓	

აგროტურიზმის განვითარების ხელსაყრელი გარემო სამცხე-ჯავახეთში

აგროტურიზმის სრულად მომუშავე რესურს-ცენტრი

მიკრო/პატარა და საშუალო საწარმოს ბიზნესის განვითარების წარმომადგენელი ყველა მუნიციპალიტეტში

მუნიციპალიტეტის რეგიონული ქსელი მიკრო/პატარა და საშუალო საწარმოს

წარმომადგენლები და ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლები

აგროტურიზმის სერტიფიცირებული კურსები განვითარებული და ხელშეწყობილია

პოლიტიკა და აგროტურიზმის ინსტიტუციური ფარგლები გაძლიერებულია

საინვესტიციო გეგმა განვითარებული და ხელშეწყობილია

ინფრასტრუქტურა განვითარებული და გაუმჯობესებულია

ფერმები და ოჯახური სასტუმროები იღებენ გრანტებს და წახალისებას, რათა გადააკეთონ და გააუმჯობესონ შენობა-ნაგებობები

ფერმებისა და ოჯახური სასტუმროებისთვის ხელმისაწვდომია დაბალპროცენტაჟიანი სესხები, რათა წახალისდეს აგროტურიზმის საქმიანობა

ხელსაყრელი გარემოს სამიზნე

- აგროტურიზმის სრული დატვირთვით მომუშავე რესურს-ცენტრი
- მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოს ბიზნესის განვითარების/მარკეტინგის წარმომადგენელი ყველა მუნიციპალიტეტში
- მუნიციპალიტეტის რეგიონული ქსელი მიკრო/მცირე და საშუალო საწარმოს წარმომადგენლები და ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლები
- აგროტურიზმის განვითარებული და მხარდაჭერილი კურსების შედეგად 100 სერტიფიცირებული დაინტერესებული პირი
- ჩამოყალიბებული საინვესტიციო გეგმა
- ინფრასტრუქტურა (გზები, საპირფარეშოები/ნარჩენების გატანა) პასუხობს სექტორის მოთხოვნებს
- განხორციელებული ფინანსური დახმარების/სტიმულირების გეგმა

- გრანტების და დაბალპროცენტიანი სესხების ხელმისაწვდომობა

აგროტურიზმის რესურს-ცენტრი

რამდენადაც გარკვეული, კარგი ინფორმაცია იქნება ხელმისაწვდომი ისეთ ინსტიტუციებში, როგორც არის რეგიონული უწყებათაშორისო საკოორდინაციო საბჭო (და ის კავშირშია Qartuli.ge-სთან), თუ როგორ დავიწყოთ ბიზნესი, გამოცდილება აჩვენებს, რომ აგროტურიზმის ბიზნესის, მცირე და საშუალო საწარმოს მომსახურების მომწოდებლებმა ყოველთვის არ იციან, რა უნდა იკითხონ, მათ არ იციან შესაძლებლობების, დახმარების და წესების შესახებ და ამიტომ, აუცილებელია დაფინანსებული აგროტურიზმის რესურს-ცენტრის არსებობა დამოუკიდებელი ოფისის, ან მოქმედი რეგიონული უწყებათაშორისი საკოორდინაციო საბჭოს ნაწილის სახით, სადაც ნებისმიერი ინფორმაცია იქნება თავმოყრილი.

მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმო ბიზნესის განვითარების წარმომადგენელი ყოველ მუნიციპალიტეტში და მუნიციპალიტეტის რეგიონული ქსელი - მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოს წარმომადგენლები და ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლები

რამდენადაც მიმართულების მენეჯმენტის წარმომადგენელმა შეიძლება ამ როლის მეტი წილი მომავალში თავის თავზე აიღოს, საჭიროა საშუალო ან მოკლევადიანი მხარდაჭერა. ამჟამად, ყველა მუნიციპალიტეტს აქვს ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლის შტატი, ეს არის დამატებითი შტატი, რაც ძალიან საჭირო დამატებით ამოცანებს ითვალისწინებს. იგი ბიზნესის განვითარებას და მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების მარკეტინგის განვითარებას შეუწყობს ხელს, რომელიც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს ყოველი საწარმოს განვითარებას და მდგრადობას. ტურიზმის საინფორმაციო წარმომადგენლების და მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოს ბიზნესის განვითარების/მარკეტინგის წარმომადგენელთა ქსელმა შეიძლება თავის თავზე აიღოს პასუხისმგებლობა, რომ ჩაატარონ რეგიონული მარკეტინგული კამპანიები, ვებ-გვერდების შექმნა და მათი ოპერირების მონიტორინგი, ბროშურები/მასალები და მარკეტინგისა და ხელშეწყობის შესაძლებლობების განვითარება.

აგროტურიზმის სერტიფიცირებული კურსები განვითარებული და ხელშეწყობილია

აგროტურიზმთან პირდაპირ თუ არაპირდაპირ დაკავშირებული გარკვეული ტრენინგები და შესაძლებლობები განხორციელებულია. ამის ერთ-ერთი მაგალითია „ელკანა“, რომლის ფოკუსიც არის ტურიზმი სოფლად და რომელმაც უზრუნველყო ტრენინგი იმ საკითხებში, რაც დაკავშირებული იყო საოჯახო სასტუმროების დიზაინზე და იმ მოთხოვნებზე, რაც აუცილებელია ტურისტებისთვის სასურველი გარემოს ხელშესაწყობად და სტუმრების საჭიროებების მოსაგვარებლად: მენიუს გაფორმება, საკვების მომზადება/წარმოების უსაფრთხო და ჰიგიენური მიდგომები და ა.შ. ასევე განვითარდა ოჯახური სასტუმროების კლასიფიკაციის სისტემა და მოეწყო ტრენინგი (ზოგჯერ გრანტები - პროექტის მხარდამჭერი დაფინანსება), რაც კლასიფიკაციის რეიტინგს მაქსიმალურად ზრდიდა. „ელკანა“ რეგიონში ისეთ სხვა არასამთავრობო ორგანიზაციებთანაც თანამშრომლობს, როგორც არის „მწვანე ველი“ წალვერში, სადაც ატარებენ ტრენინგებს და უკვე შექმნილ საოჯახო სასტუმროების ქსელს იმის საპილოტე მაგალითად იყენებენ, თუ რისი მიღწევა შეიძლება. „ელკანას“ სხვა ტრენინგებიც აქვს ჩატარებული, თემებზე, როგორც არის მეფუტკრეობა, ფერმერთა ბაზარი, ხელსაქმე და ა.შ. თუმცა ეს არ ატარებს რეგულარულ ხასიათს და იგი დამოკიდებულია საერთაშორისო დონორების დაფინანსებაზე, რაც ზღუდავს განვითარების შესაძლებლობას. აგრეთვე, გასათვალისწინებელია, რომ დონორების პროექტები დროში შეზღუდულია.

აგროტურიზმის პოლიტიკა და ინსტიტუციური ჩარჩო გაძლიერებულია

არაეფექტიანი ინსტიტუციური ჩარჩო ნახსენებია, როგორც ერთ-ერთი მთავარი ბარიერი სოფლის მეურნეობის, ტურიზმის და აგროტურიზმის განვითარებაში. გაზრდილი დაფინანსება ფიზიკური ინფრასტრუქტურისთვის, შესაძლებლობების სრული გააზრებისთვის ბაზრის შესახებ ინფორმაციის გავრცელება.

საინვესტიციო გეგმა განვითარებული და ხელშეწყობილია

საინვესტიციო გეგმის განვითარება და ხელშეწყობა, რომელიც ჩამოყალიბებულია აგროტურიზმით დაინტერესებული ინვესტორებისთვის, პლუს შემოთავაზებული სტიმული და მარეგულირებელი ინსტრუქციები, რომლებიც გათვალისწინებულია

ტურიზმის/სოფლის მეურნეობის ნებისმიერი ინვესტორისთვის, რათა მხარი დაუჭიროს რეგიონული აგროტურიზმის ბრენდს. ბრენდის განვითარება აუცილებელია რეგიონის, როგორც აგროტურიზმის მიმართულების განვითარებისათვის.

ინფრასტრუქტურა განვითარებული და გაუმჯობესებულია, რაც ზრდის შესაძლებლობას იძლევა

რამდენადაც ინფრასტრუქტურის განვითარების გეგმა ადგილზეა, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ შესაძლებელ ზრდას ხელი არ შეუშალოს დაგეგმილი ინფრასტრუქტურის დაგვიანებულმა გამართვამ. ხარისხიანი გზების ნაკლებობა შეაჩერებს ტურისტული ნაკადის ზრდას და ეკონომიურ ხარჯვას. ამავე დროს, ისეთი საკითხები, როგორც არის ნარჩენების გატანა და საპირფარეშოები, დიდ რისკს წარმოადგენს ჯანმრთელობასთან მიმართებით და უარყოფით შეფასებას იმსახურებს.

ფერმები/ საოჯახო სასტუმროები იღებენ გრანტებს და სტიმულს, რათა გააუმჯობესონ თავიანთი შენობა- ნაგებობები

ადგილობრივი და საერთაშორისო განვითარების გამოცდილების და მიღწეული შედეგების მიხედვით, საჭიროა სტიმული და ფინანსური დახმარება, რათა ფერმერებმა/ საოჯახო სასტუმროებმა განახორციელონ აუცილებელი განახლება და გაუმჯობესება, რათა უპასუხო საერთაშორისო სტანდარტებს.

ფერმები/ საოჯახო სასტუმროები მიიღებს დაბალპროცენტთან სესხებს, რათა წახალისდეს აგროტურიზმი

დაბალპროცენტთან სესხების ნაკლებობა აღნიშნული იყო მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე დიდი შემაფერხებელი ფაქტორი. რამდენადაც ეს ეხება სოფლის მეურნეობას, ის გადამწყვეტია აგროტურიზმისთვისაც, რათა განვითარდეს ახალი საწარმოები და გაფართოვდეს არსებული ბიზნესები, რის შედეგადაც გაიზრდება შესაძლებლობები და შემოსავლები.

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის ხელსაყრელი გარემოს მატრიცა

სამცხე-ჯავახეთის აგროტურიზმის ხელსაყრელი გარემოს განხორციელების მატრიცა									
საჯარო და კერძო დაინტერესებული პირები									
X წარმოადგენს განხორციელების პარტნიორი/პასუხისმგებლობა	მთავრობა	რეგიონული მთავრობა	მუნიციპალიტეტი	რეგიონული განვითარების სააგენტო	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია	ბიზნეს ასოციაციები/საწარმოები	ინდუსტრიის არასამთავროები	უნივერსიტეტები	კერძო სექტორი
ხელსაყრელი გარემო									
აგროტურიზმის რესურს ცენტრი	✓	✓	✓	✓				✓	
აგროტურიზმის სერტიფიცირებული კურსები შემოთავაზებული და ხელშეწყობილია	✓	✓	✓	✓	✓		✓		
პოლიტიკა და აგროტურიზმის ინსტიტუციური ჩარჩო გაძლიერებულია	✓	✓	✓						
საინვესტიციო გეგმა განვითარებული და მხარდაჭერილია		✓	✓	✓	✓	✓			✓
ინფრასტრუქტურა განვითარებული და გაუმჯობესებულია რათა უზრუნველყოს ზრდის შესაძლებლობა	✓	✓	✓	✓					
ფერმები/სასტუმრო სახლი მიიღებს გრანტებს და წახალისებას რათა აუცილებელი ცვლილებები ჩაუტარდეს შენობებს და გააუმჯობესონ ისინი		✓		✓		✓			

ფერმები/საოჯახო სასტუმროები მიიღებს დაბალ პროცენტთან სესხებს რათა წახალისოს აგროტურიზმი	✓	✓		✓					✓
--	---	---	--	---	--	--	--	--	---

სხვა პოტენციური საქმიანობა, რაც ხელს შეუწყობს წინსვლას

ჩართულობის სტრატეგია და საგანმანათლებლო პროგრამა, რომელიც ფერმერებს მიაწვდის ინფორმაციას, რომელიც სარგებელს მოუტანს აგროტურიზმს.

ფერმერთა კავშირის მიერ რეგიონული ეტიკეტის შექმნა, რომელიც აღიარებული ხარისხის ნიშანი იქნება (ამის წარმატებული მაგალითია „წითელი მამალი“ ფერმის სასტუმროებისთვის, ბარასი და იტალიის სამხრეთ ტიროლის რეგიონის ხარისხიანი ფერმის პროდუქტების მაჩვენებელი).

განათლება

აგროტურიზმის სექტორის ზრდასთან ერთად იზრდება მოთხოვნა კარგად განათლებულ მუშახელზეც. მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის განათლების გეგმით მდგომარეობა გაუმჯობესდება, აუცილებელი იქნება აგროტურიზმის აკრედიტებული პროგრამები. აგროტურიზმის აკრედიტებული პროგრამები ამჟამად მიეწოდება „აისში“ კახეთის რეგიონში და შეიძლება გაგრძელდეს სამცხე-ჯავახეთის პროფესიული განათლების კამპუსებში.

ზოგიერთი ძირითადი მომენტი, რაც განსაკუთრებულად ითხოვს საჯარო სექტორის ყურადღებას. ხელსაყრელი გარემოს შესაქმნელად საჭიროა:

- იურდიულად განისაზღვროს აგროტურიზმის ტერმინი და, მისი რეგიონულ და ეროვნულ კონტექსტში გამოყენების ასპექტები;
- მნიშვნელოვანია, რომ სოფლის მეურნეობასა და ტურიზმს შორის კავშირი აღიარებული იყოს ეროვნული პოლიტიკის დონეზე და სოფლის მეურნეობის და ტურიზმის პოლიტიკა განვითარებული იყოს საქართველოში და რეგიონებში აგროტურიზმის ზრდადი წილით;
- სოფლის მეურნეობის სტრატეგიამ უნდა ჩართოს აგროტურიზმი, როგორც განვითარების კომპონენტი, რომელიც მიემართება ახალი პროდუქტების განვითარებას და ახალი ბაზრების მოპოვებას. ამასთან, აგროტურიზმი ჩართული უნდა იყოს, როგორც ტურისტული სტრატეგიის ფოკუსის სფერო;

- მთავრობამ უნდა მოიძიოს სახსრები ფერმერების დასახმარებლად, რომ გაარემონტონ თავიანთი შენობა-ნაგებობანი, რათა შესაფერისად გამოიყურებოდნენ ტურისტების მისაღებად. იმ ფერმერთა მიმართ წაყენებული პირობები, რომლებიც ასეთ დაფინანსებას მიიღებენ, უნდა გულისხმობდეს ამ შენობების ტურისტული დანიშნულებით გამოყენების ვალდებულებას. პირობები შეიძლება მოიცავდეს ელემენტარული ტრეინინგის მოთხოვნებს, რათა ტურისტები მომზადებული ინდუსტრიით უზრუნველვყოთ. ოპერატორების კურსების წესებმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ ზოგიერთ ფერმერს ძალიან ცოტა დრო აქვს და ნებადართული უნდა იყოს მისი პარტნიორის / მუდმივი თანამშრომლის წარგზავნა ტრეინინგზე. კურსი ხელმისაწვდომი უნდა იყოს ოჯახის ნებისმიერი წევრისათვის, რომელიც დაინტერესდება ბიზნესის აგროტურიზმის განხრით;
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციას შეუძლია ჩაატაროს კვლევა აგროტურიზმზე, თუ სად არის მოთხოვნა და სად არის მოწოდება და რეგულარულად მიაწოდოს ეს ინფორმაცია ინდუსტრიას;
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციამ რეკლამა უნდა გაუწიოს აგროტურიზმს მთავარ საერთაშორისო ბაზრებზე, შიდა ბაზრებზე და საქართველოში მცხოვრებ უცხოელთა ბაზრებზე;
- განვითარდეს სპეციალური აგროტურიზმის ნიშნები სოფლად, ან შეტანილი იყოს აგროტურიზმის ნიშნები მომავალ გეგმებში უკეთესი ტურისტული მანიშნებლებისთვის – ‘აგროტურიზმის’ საგზაო სიმბოლოთა გარკვეული სისტემა ეხმარება აგროტურიზმის ეტიკეტის აღიარებას და ხელს უწყობს გამოცდილებას და იგი, ამავე დროს, ეხმარება მოგზაურებს სოფელში ყოფნის დროს, რომ მარტივად იპოვონ აგროტურიზმის მიმართულებები და დასარჩენი ადგილი;
- განვითარდეს ეროვნული მარეგულირებელი ინსტრუქციები მაღალი ხარისხის სტანდარტებზე. აგროტურიზმის ბიზნესის დაწესებულებების განვითარება უნდა მოხდეს ტურიზმთან დაკავშირებულ სხვა ორგანოებთან ერთ კონტექსტში (მაგ. საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია და მიმართულების მენეჯმენტის ორგანიზაცია). მნიშვნელოვანია, რომ განვითარდეს ეროვნული ხარისხის ერთი სტანდარტი, რათა ტურისტები არ დააბნიოს მრავალსტანდარტიანობამ. სხვადასხვა ადგილებში მოსიარულე ტურისტებისთვის ეს დამაბნეველია. „ელკანას“ საოჯახო სასტუმროების კლასიფიკაციის სისტემა კარგ ბაზას იძლევა, რაზედაც შეიძლება ხარისხის ეროვნული სტანდარტი იყოს დაფუძნებული;

- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის და რეგიონული უწყებათაშორისი საკოორდინაციო საბჭოს საშუალებით მოლაპარაკებები აწარმოეთ სადაზღვევო კომპანიებთან და/ან ფერმერთა კავშირებთან, რათა უზრუნველყოთ ეკონომიურად სიცოცხლისუნარიანი დაზღვევის პაკეტი იმ ფერმერებისთვის, რომელთაც სურვილი აქვთ ჩაერთონ აგროტურიზმში;
- გაზარდეთ ცნობიერება, თუ რამდენად ღირებულია აგროტურიზმი რეგიონისთვის და აგროტურიზმის პროდუქცია და გამოცდილებები თემში მარკეტინგის ისეთი გზების გამოყენებით, როგორც არის ვებგვერდები, მედიის საინფორმაციო ფურცელი, ეროვნული და რეგიონული მედია, ბროშურები, პუბლიკაციები და ა.შ. ;
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციამ განავითაროს სპეციფიკური საინფორმაციო ნაკრები ოპერატორებისთვის, რომლებსაც აგროტურიზმის ბიზნესის დაწყება სურთ, სადაც ყურადღება გამახვილებული იქნება იმაზე, თუ როგორ ვნახოთ სარგებელი ტურიზმის სექტორიდან;
- განვითარდეს რეგიონული ბრენდი და მფლობელობა სპეციფიკური საკვების და ღვინის პროდუქტების და გამოცდილებების გარშემო;
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ერთად განვითარდეს აგროტურიზმის ცნობიერება და განვითარდეს აგროტურიზმის ცნობიერების ამაღლების კამპანიები სოფლად;
- განვითარდეს თემის ცნობიერება სკოლის ასაკის დონეზე აგროტურიზმის ჩართვით, როგორც სწავლის კომპონენტი ისეთ პროგრამებში, როგორც არის ეკოკლუბები. ეს უკვე პროგრამაშია წადვერის საშუალო სკოლაში;
- შეიქმნას და დაინერგოს ტურიზმის/აგროტურიზმის სპეციფიკური ინფრასტრუქტურის განხორციელების გეგმა, რომელიც ისეთ აქტუალურ თემებს შეეხება, როგორც არის ნარჩენების გატანა, საპირფარეშოები და გზების დაკავშირება, როგორც არის ბათუმთან დაკავშირება.

ქვემო ქართლი

ქვემო ქართლი საქართველოს სამხრეთ-აღმოსავლეთ ნაწილში მდებარეობს და ის შიდა საზღვრებს იზიარებს სამცხე-ჯავახეთთან, თბილისთან, შიდა ქართლთან, მცხეთა-მთიანეთთან და კახეთთან, ხოლო საერთაშორისო საზღვრებს იზიარებს აზერბაიჯანთან და სომხეთთან. რეგიონს აქვს 347 დასახლებული პუნქტი - 7 დიდი ქალაქი, 6 პატარა ქალაქი, 334 სოფელი და შედგება შვიდი თვითმმართველი რუსთავის, დმანისის, წალკის, თეთრიწყაროს, გარდაბნის, მარნეულის და ბოლნისის მუნიციპალიტეტისგან.

რეგიონის მოსახლეობა შეადგენს 511,300. რეგიონის მოსახლეობის 39% დიდ და პატარა ქალაქებში ცხოვრობს. 61% ცხოვრობს სოფლად. მოსახლეობის 44.7% ქართველს შეადგენს, 45.1% აზერბაიჯანელს. 6.4% სომეხს და 3.8% აფხაზს, ოს, რუს, ბერძენს, უკრაინელს და ქურთს.

საქართველოს ბევრ რეგიონს - ძლიერი სოფლის მეურნეობის ისტორიიდან გამომდინარე - უზარმაზარი შესაძლებლობა აქვს მრავალფეროვანი გახადოს თავისი პროდუქციის ჩამონათვალი და მომსახურება აგროტურიზმის კუთხით. აგროტურიზმი მოგების პოტენციას ზრდის, და კიდევ უფრო მრავალფეროვანს ხდის ფერმერული წარმოების პროდუქციის ხაზს.

ეკონომიკური განვითარება

რეგიონული განვითარების სტრატეგიის მიხედვით, ბიზნეს სექტორი შედგება 31,250 სუბიექტისგან, რომელიც შეიცავს რეგიონში დარეგისტრირებულ 237 საშუალო და 106 დიდ მოქმედ საწარმოს. ქვემო ქართლში მდებარეობს საქართველოში მოქმედი თითქმის ყველა ბანკის ფილიალები და სერვის ცენტრები. მიკრო-საფინანსო ორგანიზაციებმა გაზარდეს კრედიტის საპროცენტო განაკვეთები და სესხები ძვირია.

სოფლის მეურნეობა

რეგიონის კლიმატური პირობები განსაკუთრებულად ხელსაყრელია სოფლის მეურნეობის პროდუქციის მოსაყვანად. მოსავალი წელიწადში 2-3 ჯერ მოდის. ეს ფაქტორი ქვემო ქართლს სხვა რეგიონებთან შედარებით კონკურენტუნარიანს ხდის.

სოფლის მეურნეობაში რეგიონის 29% დასაქმებული. სოფლის მოსახლეობის 47.8% თვითდასაქმებულ ფერმერებს წარმოადგენს, რომელთაც პატარა საშინაო ფერმები აქვთ (1 ჰექტარზე ნაკლები). რადგანაც დედაქალაქთან და მეზობელ ქვეყნებთან ახლოს მდებარეობს, ისინი ყოდიან სხვადასხვა პროდუქტებს, როგორცაა ახალი კარტოფილი, ბოსტნეული, ასევე, პირუტყვი და ფერმის პროდუქტები, თითქმის არ არსებობს კონტრაქტული ფერმერობა, ფერმერებს ურჩევნიათ, პროდუქცია რაც შეიძლება მაღალ ფასში გაყიდონ მოსავლის აღების შემდეგ.

ტურიზმი

მიუხედავად ქვემო ქართლის გეოგრაფიული მახასიათებლებისა, ბუნებრივი, კულტურული და ისტორიული ძეგლების, ასევე, დედაქალაქთან ახლო მდებარეობის ჩათვლით, თბილისია თავშეყრის მთავარი ადგილი იმ სტუმრებისთვის, რომლებიც აქ ღამეს გაათევენ. ტურიზმის მაჩვენებელი რეგიონში, სტუმრების რაოდენობისა და ხარჯვის მხრივ, ძალიან დაბალია.

რეგიონის განვითარების სტრატეგიის მიხედვით, ცხენზე სეირნობა, სამონადირეო ტურიზმი, ეკოტურიზმი, საგანმანათლებლო ტურიზმი, ოჯახური ტურიზმი, ეთნოგრაფიული ტურიზმი, აგროტურიზმი, სამკურნალო და სარეაბილიტაციო ტურიზმი, და ა.შ. რეგიონში ტურიზმის პოტენციური განვითარების ნიშებია.

რეკრეაციული ზონები, როგორც არის მანგლისი, წელიწადში 10,000 ადამიანს განათავსებს არსებულ სანატორიუმში და დასასვენებელ სახლებში. საკურორტო ზონები არსებობს დმანისში, ბოლნისში, თეთრიწყაროში, გარდაბანში და წალკის მუნიციპალიტეტებში, თუმცა, ტურისტების მოსასვენებელი ადგილები არ შეესაბამება თანამედროვე სტანდარტებს. ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარება რეგიონისთვის გამოწვევაც არის და შესაძლებლობაც.

ქვემო ქართლის ტურიზმის ინფრასტრუქტურების გაუმჯობესება რეგიონის განვითარების სტრატეგიაში აღნიშნულია, როგორც მთავარი მიზანი. განსაკუთრებული აქცენტი უნდა გაკეთდეს შემდეგზე:

- კულტურული და ისტორიული ძეგლების კონსერვაცია, დაცვა და მოვლა (საქართველოს კულტურის სამინისტროსთან ერთად);
- ხელი უნდა შევუწყოთ საჭირო რაოდენობის მაღალი ხარისხის სასტუმროების, რესტორნების, კაფეტერიების, სწრაფი კვების ობიექტების, საკემპინგო ადგილების, განათების სისტემების, საზოგადოებრივი საპირფარეოების,

მანქანების გასაჩერებელი ადგილების და საჩუქრების მაღაზიების გახსნას ტურისტული ატრაქციონების გარშემო;

- ნამდვილი სოფლის სახლების მარტივად გადაკეთება საოჯახო სასტუმროებად მთიან და მაღალმთიან რეგიონებში, სადაც უზრუნველყოფილი იქნება ეკოლოგიურად სუფთა სოფლის მეურნეობის პროდუქტების მიწოდება;
- ქოხების, რეკრეაციული პავილიონების და მონადირეთა და მეთევზეთა საჯინიბოების მშენებლობის ხელშეწყობა;
- ისტორიულ და კულტურულ ძეგლებთან მისასვლელი გზების შეკეთება და ინფრასტრუქტურის განვითარება;
- რეგიონის შესახებ ინფორმაციის საკომუნიკაციო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება; საგზაო ნიშნების დაყენება, რომელიც მიანიშნებს მარტივ ტურისტულ სასტუმროებს გზების გასწვრივ, ასევე სატვირთო მანქანების მარშრუტის გასწვრივ პატარა ქალაქებსა და სოფლებში; დაფები, სადაც ქუჩების სახელები და ნომრები იქნება ნაჩვენები (აჩვენებს მიმართულებას) ქართულ და ინგლისურ ენებზე;
- ორენოვანი (ინგლისურ-ქართული) დაფები რომლებიც ტრანსპორტის მოძრაობას აჩვენებს მუნიციპალიტეტის ტრანსპორტის ოფიციალურ გაჩერებებზე, რაც ტურისტებს გადაადგილებას გაუადვილებს.

ქვემო ქართლი მდიდარია საერთაშორისო მნიშვნელობის არქეოლოგიური, კულტურული ძეგლებით და ისტორიული მემკვიდრეობით. ამის ნათელი მაგალითია დმანისი, იმრი, გარდაბნის რეზერვაცია და ალგეთის ეროვნული პარკი. მთლიანობაში ქვემო ქართლში 650 მეტი ისტორიული ძეგლია, აქედან 300 ჩართულია სხვადასხვა ტურისტულ მარშრუტებში.

დმანისის ისტორიამდელი დასახლება მნიშვნელოვან საერთაშორისო არქეოლოგიურ აღმოჩენად ითვლება. ამ აღმოჩენის თანახმად დმანისში ჰომინიდები ცხოვრობდნენ 1.8 მილიონი წლის წინ. შესაბამისად დმანისი შეიძლება ჩაითვალოს, როგორც ყველაზე ადრეული დასახლება ევროპასა და აზიაში, რაც მას საერთაშორისო მნიშვნელობის სანახაობად აქცევს.

ტურიზმი ციფრებში

ქვემო ქართლში არსებული მთავარი არქეოლოგიური ადგილების და ბუნებრივი სანახაობების მიუხედავად, ტურიზმის ციფრები ძალიან დაბალია. ინფორმაცია აჩვენებს, რომ ტურისტულ მარშრუტებში ხარისხიანი დასარჩენი ადგილების და ინფრასტრუქტურის ნაკლებობას უარყოფითი გავლენა აქვს ტურიზმის ზრდაზე. ცვლილებები უნდა იქნას მიმართული იმ შესაძლებლობების განვითარებაზე, რომ

დამე აქ დარჩეს ტურისტი. უნდა აღინიშნოს, რომ თბილისთან ასეთმა ახლო მდებარეობამ უნდა გაზარდოს ერთდღიანი ტურისტების რიცხვი და მათი ხარჯვის მაქსიმუმი.

III კვარტალი, 2014		IV კვარტალი, 2014		I კვარტალი, 2015		II კვარტალი, 2015	
სტუმართ არიცხვი	სტუმრობი ს რიცხვი	სტუმართ არიცხვი	სტუმრობი ს რიცხვი	სტუმართ არიცხვი	სტუმრობი ს რიცხვი(00 0)	სტუმართ არიცხვი	სტუმრობი ს რიცხვი
(000)	('000)	(000)	(000)	(000)	0)	(000)	(000)
78.5	104	61.2	72.3	57.2	66.9	61	72

წყარო: საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია

დასარჩენი ადგილები

დასარჩენი ადგილების ამჟამინდელი რიცხვია 18 ერთეული 539 საწოლით. ახალი ხუთვარსკვლავიანი სასტუმრო დაგეგმილია რეგიონისთვის და 50 კოტეჯი მალე გაიხსნება დმანისის მთავარ კურორტზე 2016 წელს. დასარჩენი ადგილების შემდგომი დამატება გათვალისწინებულია მომავალ წლებშიც. რამდენადაც ნებისმიერი ახალი დასარჩენი ადგილის შექმნა, საოჯახო სასტუმროების ჩათვლით მნიშვნელოვანია რეგიონის, როგორც მიმართულების განვითარებისათვის, უნდა გაიზარდოს მათი მოზიდვის და შენარჩუნების შესაძლებლობა და გაიზარდოს შემოსავალი თითო ოთახზე.

ტურიზმთან დაკავშირებული მცირე და საშუალო საწარმოები

მიუხედავად იმისა, რომ არ არის ცნობილი, თუ ტურიზმთან დაკავშირებული რამდენი მცირე და საშუალო საწარმო არსებობს, მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ რეგიონის განვითარების სტრატეგიაში ქვემო ქართლის მცირე და საშუალო საწარმოების მხარდაჭერა მიჩნეულია, როგორც მთავარი მიზანი.

მხარდაჭერის ღონისძიებები მოიცავს:

- ქვემო ქართლის ბიზნეს-ცენტრის დაარსება, და მის ბაზაზე, თანამედროვე ბიზნეს-ინკუბატორის გახსნა;

- პროფესიული გადამზადების ცენტრების ორგანიზება რეგიონის მუნიციპალიტეტებში;
- იმის განსაზღვრა, თუ რა არის დანამდვილებით საჭირო პროფესიული ტრენინგისათვის; პროგნოზირება იმისა, თუ რა პროფილის და რამდენი ცენტრია საჭირო;
- დასაქმების ბაზრის, მცირე და საოჯახო ბიზნესის ტექნოლოგიების შექმნა და ორგანიზება; ტიპური ორგანიზაციული სტრუქტურის და ბაზრობის საოპერაციო მექანიზმის განსაზღვრა;
- ზემოთ ხსენებული მიზნებისთვის შესაბამისი პროექტების განვითარება, განხილვა და დამტკიცება, რათა მათ მოიზიდონ საჯარო, კერძო და დონორების თანხები.

სხვა დახმარება მოიცავს საინფორმაციო და საკონსულტაციო მომსახურების მიწოდებას მცირე და საშუალო ბიზნესებისთვის და მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების განვითარებას.

ქვემო ქართლში აგროტურიზმის განვითარების კლიმატის მიმოხილვა

აგროტურიზმის განვითარების კლიმატის, პოტენციური პროდუქტების და გამოცდილებების მიმოხილვა ჩატარდა რამდენიმე ფოკუსური ჯგუფის და ინდივიდუალური შეხვედრების მეშვეობით. ძლიერი მხარეების, სუსტი მხარეების, შესაძლებლობების, საფრთხეების - SWOT ანალიზი იყო ჩამოყალიბებული ამ რეგიონისთვის. ფოკუსურმა ჯგუფებმა შექმნეს სია, სადაც შეიტანეს უნიკალური პროდუქტის დასახელებები, კერძები, გამოცდილებები და ფესტივალები, რაც დაგეგმვის დროს დახმარებას გაგვიწევს.

ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
ისტორიული ფონი	პატარა სასტუმრო სახლების
მრავალეროვნული ტრადიციები	ნაკლებობა
კულტურა/გარემო	შეღავათიანი სესხების ცუდი ან
სოფლის მეურნეობის	არახელმისაწვდომობა
მემკვიდრეობა	დაბინძურებული გარემო
დიზაინის, არქიტექტურის და ქალაქის დაგეგმარების უნიკალური გერმანული მემკვიდრეობა	მოტივაციის ნაკლებობა
	დაბალი ცნობიერება
	ნდობის ნაკლებობა
	შესაძლებლობების განვითარების და ტურიზმის ცნობიერების
ინფრასტრუქტურა – მუზეუმთან გერმანული სასტუმრო, რესტორანი	პროგრამების ნაკლებობა
დმანისის უნიკალური აღმოჩენები	უნარების შეზღუდული ბაზა
იმრი	საპირფარეშოები
პანტიანის ტბა - როგორც ახალი	ცუდი განთავსება

მიმართულება

კლიმატი, ამინდი, წყალი

შესაძლებლობები	საფრთხეები
ხალხის ინფორმირება	ცუდი ინფრასტრუქტურა
აგროტურიზმის სარგებელის შესახებ	საჯარო ტრანსპორტი
საინფორმაციო ცენტრები	შეზღუდული ინტერნეტი
ტურიზმის არსებული მომსახურება	ნარჩენების გატანა
ახალი მუზეუმი შენდება ბოლნისში	დაბინძურება
მშენებარე ეკო-კოტეჯები დმანისში	
მშენებარე ახალი ხუთ ვარსკვლავიანი სასტუმრო რუსთავის განაპირას	
საინფორმაციო ბაზის განვითარება	
ევრო კავშირის მიერ დაფინანსებული ახალი პროექტი - ტურიზმის განვითარება:	
(i) სასწავლო გიდები; (ii) საინფორმაციო ბროშურები; (iii) პატარა სასტუმრო სახლების მხარდამჭერი დაწესებულებები; (iv) განათლება, ტრენინგი, ცნობიერების გაზრდა,	

სტუმართმოყვარეობის ეთიკა
სამთავრობო პროგრამა: გზების,
ხიდების მშენებლობა
რეგიონისთვის აუცილებელი
ინფრასტრუქტურა

დმანისი და ბოლნისი ტურისტების თავშეყრის ორი ძირითადი ადგილია. მოძრაობა მარნეულის გავლითაც იზრდება. ამ კერების შემდგომი განვითარება უფრო მეტ ტურისტს მოიზიდავს და უზრუნველყოფს იმის შესაძლებლობას, რომ რეგიონის ტურისტული საქმიანობის ამოსავალი წერტილი გახდეს.

გზების ხარისხის გაუმჯობესება ხელს შეუწყობს ტურისტების მრავალი მიმართულებით განაწილებას და რეგიონში მეტი ტურისტის მოზიდვას. ასევე, ხელს შეუწყობს მარშრუტების განვითარებას სამცხე-ჯავახეთიდან ქვემო ქართლისაკენ. თბილისი-წყნეთი-მანგლისი, გარდაბანი-რუსთავი-კახეთი, თეთრიწყარო-წალკა-სამცხე-ჯავახეთი, რეალურად შესაძლებელი მარშრუტებია.

განვითარების ახალ ეტაპია ბოლნისში დაგეგმილი მუზეუმი, რომლის მიზანია მოგვითხროს კონკრეტული უნიკალური ადგილების შესახებ რეგიონული და საკაცობრიო მნიშვნელობის კონტექსტის გათვალისწინებით. საერთაშორისო სტანდარტების მუზეუმი, საერთაშორისო მნიშვნელობის ადგილობრივ მემკვიდრეობას და კულტურას წარმოადგენს. მუზეუმის დიზაინი მიზნად ისახავს სხვადასხვა ობიექტების შექმნა-განვითარებას, რომლებიც მოიზიდავს და დააინტერესებს საერთაშორისო და ადგილობრივ ტურისტებს და, აგრეთვე, მხარს დაუჭერს მათ განაწილებას რეგიონში.

ეს გეგმები საწყის ფაზაშია. რეგიონში არსებული ბევრი არქეოლოგიური ადგილი მნიშვნელოვანია რეგიონში ტურიზმის შესაძლებელი ზრდისთვის.

დმანისში ეკო-კოტეჯების განვითარება და ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროს გახსნა, რომელიც მაღალმხარჯველ სტუმრებს მოიზიდავს, გაზრდის მათთვის ღამით დარჩენის შესაძლებლობას და შესაბამისად გაზრდის ტურისტული „ქვითრების“ რაოდენობას რეგიონში. რეგიონში ხარისხიანი საოჯახო სასტუმროების არსებობა კერებთან და დაცულ ტერიტორიებთან და სოფლებში მთავარ რეგიონულ და რეგიონთაშორის გზებთან და ბილიკებთან ახლოს პრიორიტეტად რჩება.

აქტიური გეგმა არსებობს იმისათვის, რომ შევინახოთ და წარმოვადგინოთ არქიტექტურაში, ქალაქის დაგეგმარებაში და ტრადიციული თანამედროვე ფერმის მეთოდებში არსებული გერმანული მემკვიდრეობა. კარგ მიდგომას შეუძლია მოიზიდოს საერთაშორისო ტურისტები, განსაკუთრებით მაღალმხარჯველი გერმანელი სტუმრები და ადგილობრივი ტურისტები. ამავე დროს, ეს შექმნის შესაძლებლობას, შევინარჩუნოთ რეგიონის უნიკალური მემკვიდრეობა.

უნიკალური მემკვიდრეობაა, ასევე, აბრეშუმის ჭია, რომელიც გადაშენების პირზეა მისული და ყველის წარმოება - რეგიონისთვის დამახასიათებელი მოთაღი და ლორეს ყველის ჩათვლით. ძირითადი საზრუნავია აბრეშუმის ჭიის და რეგიონის უნიკალური ყველის წარმოების ტრადიციის შესაძლო დაკარგვა, რომელიც არამარტო მაღალი ხარისხის პროდუქტს წარმოადგენს, არამედ იგი რეგიონის კულტურული მემკვიდრეობის კომპონენტიც არის. რამდენადაც მეფუტკრეობა საქართველოს ბევრ რეგიონშია პოპულარული, თაფლის სახეობა იცვლება რეგიონების, კლიმატური ზონების და ა.შ. მიხედვით. ქვემო ქართლის რეგიონშიც პოპულარულია მეფუტკრეობა.

მიმართულების მენეჯმენტის საჭიროებამ მოიტანა მასთან დაკავშირებული გეგმები, რომელიც მუნიციპალიტეტის განვითარების ფონდს გაუჩნდა ყველა რეგიონში ქვემო ქართლის ჩათვლით. ამ რეგიონისთვის განკუთვნილი კვლევა უნდა ჩატარდეს საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ერთად და ჩამოაყალიბოს ის დასკვნები, რომელიც ხელს შეუწყობს ამ სექტორში გადაწყვეტილებების მიღებას.

ტრენინგი ტურიზმის მარკეტინგსა და სოციალურ მედიაში მიჩნეულია, როგორც კრიტიკული მომენტი ქვემო ქართლში აგროტურიზმის მიმართულების და ინდივიდუალური აგროტურიზმის ბიზნესების მხარდასაჭერად. ცალკეულმა პროექტებმა ხელი შეუწყეს მცირე და საშუალო საწარმოებს, რომელთაგანაც ბევრი აგროტურიზმის ხასიათისა იყო. აღნიშნულს მცირედი წარმატება მოჰყვა, განსაკუთრებით, ბიზნესის, შეფუთვის, ბრენდის და მარკეტინგის განვითარების სფეროში. ზოგმა მწარმოებელმა მიაღწია შემოსავლის უმნიშვნელო ზრდას. გამოცდილება აჩვენებს, რომ მცირე და საშუალო საწარმოები და განსაკუთრებით მიკროსაწარმოები ვერასოდეს შეძლებენ ბიზნესის სათანადო განვითარებას/მარკეტინგს საწყის ეტაპზე დახმარების გარეშე. ამიტომ, გრძელვადიანი მხარდაჭერაა საჭირო, რათა ხელი შევუწყოთ ინდივიდუალურ მიკრო/მცირე და საშუალო ზომის საწარმოებს მარკეტინგის და ბიზნესის განვითარებაში და ამავდროულად რეგიონის, როგორც აგროტურიზმის მიმართულების განვითარებას.

სტრატეგიული შესაძლებლობები

ძლიერი სოფლის მეურნეობის ისტორიით, რაც წარმოდგენილია ცოცხალ კულტურაში და მრავალ არქეოლოგიურ და ბუნებრივ ძეგლებში, ქვემო ქართლს აქვს უნიკალური შესაძლებლობა, რომ სოფლის მეურნეობის ტურიზმით მრავალფეროვანი გახადოს მისი პროდუქციის და მომსახურების სია. სოფლის მეურნეობის ტურიზმი შესაძლებლობას ზრდის უფრო მაღალი ნიშნულზე გასასვლელად - ფერმაზე გაზრდილი ღირებულებით პროდუქტების და მომსახურების გაყიდვებით. ეს შესაძლებლობას იძლევა, კიდევ უფრო მრავალფეროვანი გახდეს ფერმერული პროდუქციის ხაზი. აგროტურიზმის პროდუქციის და გამოცდილებების განვითარება უნდა ეყრდნობოდეს ბუნებრივ რესურსებს და საბაზრო მოთხოვნებს.

უნდა გათვალისწინდეს არსებულ ბაზრებზე მოთხოვნა და იმ პრიორიტეტული ტურისტული ბაზრების მოძიება, რომლებიც ჯერჯერობით სტუმრად არ მოდიან, მაგრამ დიდი შესაძლებლობა არსებობს, რომ ჩამოვიდნენ. მოთხოვნა უნდა შეიქმნას იმ პროდუქციასა და გამოცდილებებზე, რასაც ეს აგროტურიზმის მიმართულება გვთავაზობს. ეს დაწყვილებული უნდა იყოს ეფექტურად გამიზნულ მარკეტინგთან, რათა გაიზარდოს სტუმრობის მსურველთა რიცხვი და ვიზიტის დროს გაიზარდოს დამატებითი ხარჯვა და მოხდეს ტურისტების ქსელის ჩართულობა სოციალური მედიის საშუალებით.

მარკეტინგი იწყება პროდუქტით და გამოცდილებით, და თუ პროდუქტი და გამოცდილება არ არის სწორი და კარგი, უფრო მაღალმხარჯველი სტუმრისთვის მათზე მიმართული არანაირი მარკეტინგის სტრატეგია არ იქნება წარმატებული. ინტეგრირებული მიდგომა პროდუქტის/გამოცდილების განვითარების, ტრეინინგის და მარკეტინგის მიმართ აუცილებელია.

გთავაზობთ გასავითარებელი საქმიანობის მიმოხილვას. რომელსაც მოყვება მატრიცა განხორციელების ძირითადი მოსაზრებების მიმართულებით და განხორციელების მატრიცა, სადაც, ყურადღება გამახვილებულია დაინტერესებულ პირთა პასუხისმგებლობაზე. საქმიანობა სეგმენტირებულია პროდუქტის და გამოცდილების, მარკეტინგის და ხელშეწყობის და გარემოს ხელშეწყობის პლატფორმის საყრდენებით, რაზედაც ნებისმიერი განვითარება არის დამყარებული.

აგროტურიზმის პროდუქტი და გამოცდილების სამიზნე ქვემო ქართლი

ფერმაში

- ოჯახში დარჩენა
- ოჯახური კერძები
- ოჯახური კერძების მომზადების დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება
- მონაწილეობის მიღებით კულინარიული გამოცდილება (ისწავლეთ როგორ)
- ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება
- დაიჭირე და მოამზადე საკუთარი თევზი
- შალის წარმოება და ხელსაქმის გამოცდილება
- მეფუტკრეობა/თაფლის წარმოების ტური
- სანთლის დამზადება დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება

რეგიონი

- სოფლის მეურნეობის მემკვიდრეობის პარკი
- ყველის გზა/ბილიკები
- თაფლის გზა/ბილიკები
- ფესტივალები (მოსავლის აღება, ყველი და ა.შ.)
- ფერმერთა ბაზარი
- აბრეშუმის ფერმა/ხელნაკეთი ცენტრი

პროდუქტი და გამოცდილება

- რეგიონში ხარისხიან საოჯახო სასტუმროში დამრჩენთა რაოდენობის 20% ზრდა
- ოცი ახალი აგროტურიზმთან დაკავშირებული პოპულარული აქტივობა
- ორი ისეთი სალამქრო ბილიკის შექმნა რომელიც მოიცავს მთელ რეგიონს
- ორი ყოველწლიური ფესტივალი/ღონისძიება

ოჯახში დარჩენა

შეიძლება ითქვას, რომ ოჯახში ან ფერმაში დარჩენა აგროტურიზმის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს, მიუხედავად იმისა ეს საოჯახო სასტუმრო მდებარეობს ისეთ რეგიონში, როგორც ტოსკანაა თუ სხვა აგროტურიზმის მიმართულებით ნაკლებად

განვითარებულ რეგიონში. შეიძლება ითქვას, რომ ასეთი მომსახურების გაზრდით როგორც არის Airbnb, (ჰაერი, საწოლი და საუზმე) კონცეფცია საოცარი სიჩქარით განვითარდა ქალაქებში და სოფლებში მსოფლიოს გარშემო.

ოჯახური კერძები

მხოლოდ ოჯახური კერძები სთავაზობს სტუმარს რეგიონისთვის დამახასიათებელ ორიგინალურ სამზარეულოს და ღვინოს და ამავე დროს დამატებით შემოსავალს სთავაზობს ადგილობრივ თემს სახლიდან გაუსვლელად.

ოჯახური კერძების დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება

უზრუნველყოფს სტუმრებს შესაძლებლობით, რომ ნახოს და/ან მონაწილეობა მიიღოს ადგილობრივი და ტრადიციული კერძების მომზადებაში, უზრუნველყოფს შემოსავალს სახლში და, ამასთან, განასხვავებს ამ პატარა ბიზნესებს ტრადიციული სასტუმროებისგან და რესტორნებისგან.

ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება

მიმართულების და ფერმის მიხედვით საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება მრავალფეროვანია. ზოგ ფერმას სჭირდება დამატებითი მუშახელი მოსავლის ასაღებად, ზოგი ფერმის ნაწილი ღია ხდება საგანმანათლებლო საქმიანობისთვის რომელიც გათვლილია, როგორც დიდებზე, ისე, პატარებზე. მაგალითად, იქნება ეს: თავად მოკრიფეთ თქვენი ხილი, მხიარული ფერმის ცხოველების გამოკვება, რთველი, თუ ნახირის გადარეკვა.

დაიჭირეთ და მოამზადეთ თქვენი თევზი

თევზის დაგემოვნება მისი დაჭერის ადგილზე, სადილის მოხერხებული გადაწყვეტაა. საკუთარი თევზის „დაჭერა და მომზადება“ დამატებით გამოცდილებას და შემოსავალს მატებს. ყველაზე უფრო წარმატებული ოპერატორები გვთავაზობენ თევზის გამოშიგნვის და გაწმენდის მომსახურებას, ისევე, როგორც დამატებით კერძებს, სანელებლებს, სასმელებს და ა.შ.

შალის წარმოება და ხელსაქმე

რამდენადაც ტურიზმის სექტორი უზრუნველყოფს ბაზრის წყაროს ხელსაქმის ოსტატებისთვის, მათთან სტუმრობა ისეთი გამოცდილების შეძენის შესაძლებლობაა, როგორც არის „მატყლიდან ქსოვილამდე“ პროცესი, მატყლის გაწმენდა, დაჩეჩა, დავარცხნა, დასახვევად მომზადება და დახვევა. ასეთი ვიზიტები აგრეთვე ხელს უწყობს ადგილზე გაყიდვებს და ზრდის შემოსავალს.

მეფუტკრეობა/სანთლის წარმოების ტური

სხვადასხვა კლიმატურ ზონაში მნიშვნელოვანი რაოდენობის თაფლის მწარმოებელი ფერმერული მეურნეობები ქმნიან პოტენციალს, რათა სტუმრებს შევთავაზოთ დაკავდნენ ამ გამოცდილებით და გავზარდოთ შემოსავალი არსებული საქმიანობით.

სანთლის დამზადება

სანთლის დამზადება ის ხელობაა, რომელსაც ტრადიციული ბაზარი აქვს, მასზე რელიგიური დანიშნულებით დიდი მოთხოვნაა. მაგრამ სანთელზე, განსაკუთრებით ფუტკრის სანთელზე, როგორც დეკორატიულ საგანზე, მოთხოვნა იზრდება. იმის ნახვა, თუ როგორ კეთდება, ან მის დამზადებაში მონაწილეობის მიღება უნიკალური გამოცდილებაა ტრადიციულ კულტურაში. ის დამატებით შემოსავალს ზრდის ადგილობრივი თემისთვის, განსაკუთრებით ქალებისთვის.

რეგიონის ყველის ბილიკები

ბილიკები ქმნიან ტურისტებისთვის სასიამოვნო გამოცდილებას და, აგრეთვე, რეგიონში დამზადებული მაღალი ხარისხის პროდუქციის და მომსახურების რეკლამირების შესაძლებლობას. შეიძლება, რომ ყველის ბილიკები თან ახლდეს ღვინის ბილიკებს. რეგიონში ყველის მწარმოებელი ქარხნები აწარმოებენ ტრადიციული და ევროპული ყველის ნაირსახეობას. დეგუსტაციის გამოცდილება, იმის ნახვა, თუ როგორ არის ყველი დამზადებული, საინფორმაციო სწავლება ტრადიციული/უნიკალური ყველის შესახებ, ხელს შეუწყობს ინფორმაციის

გავრცელებას, ისევე, როგორც რეგიონის ყველის წარმოების მემკვიდრეობით მიღებულ ტრადიციებს.

თაფლის ბილიკი

თაფლის ბილიკები მზარდი ტრენდია იმ რეგიონებში, სადაც მეფუტკრეობა და თაფლის წარმოება პოპულარულია, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ყველასთვის ცნობილია, რომ თაფლის მწარმოებელ ფუტკართა რიცხვი მცირდება. გამოცდილებამ შეიძლება მოიცვას ფუტკრის მოვლა, თაფლის მოპოვება და ა.შ., ასევე, იმ კერძების დეგუსტაცია/გაყიდვა, სადაც თაფლი ერთ-ერთი ინგრედიენტია, მაგალითად თაფლის ნაყინი, ფუტკრის ცვილის სანთელი და კანის მოვლის საშუალებები.

ფერმერთა ბაზრები

ფერმერთა ბაზრის პოპულარობა საგრძნობლად გაიზარდა მთელს მსოფლიოში. ეს ბაზრები ასახავენ ადგილის კულტურას და ეკონომიკას, ისინი გვთავაზობენ ადგილობრივად წარმოებულ საკვებს, რომელიც გარკვეულ სეზონზე მოდის და ხშირ შემთხვევაში ორგანულია. ამ ბაზრების ზრდას ხელი შეუწყო სეზონური, ადგილობრივი, ორგანული კვების მიმართულებამ (SLOW Food movement), რომელიც ცდილობს დაიცვას ტრადიციული და რეგიონული სამზარეულო და პოპულარიზებას უწევს და იცავს ადგილობრივი ეკოსისტემისთვის დამახასიათებელ მცენარეებს, სათესლე მასალას და ცხოველებს.

ოპერატიული მოსაზრებები

- მდგრადობა თემის მონაწილეობასთან მიმართებასა და მხარდაჭერაში:
- სპონსორობაზე არსებული შეხედულების გათვალისწინებით, ასეთი პროექტები საჭიროებს კარგი ბალანსის დაცვას, სპონსორებისთვის შემოსავლის უზრუნველყოფას, გამოფენებზე ადგილობრივ მონაწილეთა სარგებელსა და იმ ფასს შორის, რაც ტურისტებზე გათვალისწინებულ მომსახურებას უნდა ედოს.
- პროდუქტების სტანდარტები, მომსახურების სტანდარტები და ჰიგიენა - პროდუქტების და მომსახურების მაღალ სტანდარტებთან ერთად უნდა დაინერგოს ჰიგიენის მკაცრი ზომები, რათა შევიწინარწინოთ მაღალ-მხარჯველი ტურისტების გრძელვადიანი ტრენდი.

- თემის ჩართულობა - აუცილებელია, რომ იმ პირს, რომელიც ამ პროექტს უხელმძღვანელებს, კარგი ურთიერთობა ჰქონდეს თემთან. მისი ურთიერთობა ნდობაზე უნდა იყოს დამყარებული.
- წარმატებისთვის და მდგრადობისთვის გადამწყვეტია ტურისტულ ცენტრში ტურისტების მოზიდვის კარგად გააზრებული მარკეტინგის დროული გეგმა. ეს შეეხება იმ ტურისტებს, რომლებიც დასარჩენად ჩამოვლენ, ისევე, როგორც იმ ტურისტებს, რომლებიც მხოლოდ გავლით იქნებიან.

აბრეშუმის ფერმა/ ხელნაკეთი წარმოების ცენტრები

აბრეშუმის ტურები ძალიან პოპულარულია, როდესაც მას თან ახლავს გამოფენის დარბაზი და აბრეშუმის ხელნაკეთი ნივთების მაღაზია. გამოცდილება შეიცავს ჭიების ფერმას, აბრეშუმის პარკს, ძაფს და მაღალი ხარისხის პროდუქციის გამოფენას. რამდენადაც ბევრი ცენტრი სანახავად უფასოა, შემოსავალი უზრუნველყოფილია მრავალფეროვანი ხელნაკეთი ნივთებით და აბრეშუმისგან დამზადებული ნივთების გაყიდვებით.

“არასასოფლოსამეურნეო“ არხები

„არასასოფლოსამეურნეო“ არხების ჩართულობა, როგორც არის სასტუმროები, მაღაზიები და სავაჭრო ცენტრები, რომლებიც თავიანთ პროგრამაში შეიტანენ ადგილობრივ უნიკალურ საკვებს/კერძებს, უზრუნველყოფს დამატებითი შემოსავლის წყაროს და შექმნის დამატებით მტკიცებულებას, რომ რეგიონი არის აგრო- და კვების ტურიზმის მიმართული.

მოსაზრებები

- მდგრადობა - პროდუქციის ხელმისაწვდომობა, სავაჭრო ცენტრების მოწყობის გზით გმელვადიანი დისტრიბუცია, რაც, თავის მხრივ, აღძრავს მიწოდებისა და ფასის რეგულირების ვალდებულებას. ასეთი პროექტები მოითხოვენ ეფექტიან კოორდინაციას და დაგეგმვას;
- შეფუთვა და ბრენდინგი - თუ პროდუქტმა რეგიონი ნამდვილად უნდა წარმოადგინოს, აუცილებელია ხარისხიანი პროდუქტი, ხარისხიანი შეფუთვა და ბრენდინგი.

ფესტივალები და ღონისძიებები

სოფლის მეურნეობის თემაზე არსებული ფესტივალები და ღონისძიებები, როგორც არის მოსავლის აღება, სეზონური პროდუქცია, სოფლის ბაზარი, კერძების ფესტივალი, აგროტურიზმის პროდუქციის შერეული კატეგორია, ყველა ღონისძიება, იქნება ეს სასოფლო-სამეურნეო ბაზრობა, თუ სეზონური და დღესასწაულებთან დაკავშირებული ფესტივალები, ამ კატეგორიაში შედის.

აგროტურიზმის პროდუქცია და გამოცდილება ქვემო ქართლში

ოჯახში დარჩენა	ფერმაზე საქმიანობა	დიდი მოთხოვნა არსებობს რეგიონში საინტერესო გამოცდილების მქონე ოჯახებში დარჩენაზე, მეტწილად, დაცული ტერიტორიების, ან ტურისტული ბილიკების გასწვრივ, 4X4 ბილიკებთან ახლოს, განსაკუთრებით, დმანისსა და ბოლნისში ტურისტების თავშეყრის ადგილებში. ბუნებრივი მდებარეობა ხელს უწყობს ამ ბაზარს, სადაც კარგი ხარისხიანი განსახლება და ორიგინალური კულტურული გამოცდილებაა.
ოჯახური სამზარეულო		ოჯახური სამზარეულო, როგორც ცალკეული შემოთავაზება, და როგორც ოჯახში დარჩენის შემადგენელი ნაწილი, დააკმაყოფილებს ხარისხიან საკვებზე არსებულ მოთხოვნას და უზრუნველყოფს კულტურულ გამოცდილებასთან ზიარებას და გაზრდის სტუმართა რიცხვს. რამდენადაც ეს საშუალება არსებობს რეგიონში, საჭიროა უფრო მეტი ასეთი ადგილები ბილიკებთან, წალკის ტბასთან ახლოს, დმანისსა და ბოლნისში ტრადიციული გზების და ტურისტების თავშეყრის ადგილებთან.

ოჯახური სამზარეულო დემონსტრირება/ მონაწილეობის მიღება		იდეალური ადგილებია კერა, ან კერასთან ახლო მდებარე ადგილები, განსაკუთრებით, არსებულ სასტუმროებში, ან პოტენციურ საოჯახო სასტუმროებში.
მონაწილეობის მიღება კულინარიულ საქმიანობაში		ადგილობრივი სამზარეულო/რეგიონული კერძების მომზადების შესწავლა შეიძლება კერებში, რომლებიც მიიზიდავენ ინდივიდუალურ და ჯგუფურ ვიზიტორებს, ან ორგანიზებული იყოს, როგორც ერთ-ერთი ჯგუფის განსაკუთრებული საქმიანობა.
ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება		მოსავლის აღება, ცხოველთა გამოკვება/მოფერება, ღვინის წარმოება, ხილის მოკრეფა არის ყველაზე უფრო პოპულარული რეკრეაციული საქმიანობა ფერმაზე და იგი უზრუნველყოფს დამატებით შემოსავალს, ისევე, როგორც დამატებით მუშა ხელს მოსავლის აღების დროს.
შალის წარმოება და ხელსაქმე		„მატყლიდან ქსოვილამდე“ პროცესის გამოცდილება სტუმარს სთავაზობს საინტერესო ინფორმაციას და, ამავე დროს, ხელსაქმის ოსტატებს საშუალებას აძლევს, რომ გაყიდონ თავიანთი ნაწარმი. ამისთვის იდეალური ადგილებია ინდივიდუალური ოსტატების სახელოსნოები, ან კოოპერატივები, როგორც არის ქალთა ხელსაქმის კოოპერატივი ასპინძაში. პატარა ბარათი, რომელიც შეიცავს ხელსაქმის ოსტატის ინფორმაციას და/ან ინფორმაციას შესრულებული ნიმუშის შესახებ, დამატებით ღირებულებას მატებს ამ საჩუქარს.
მეფუტკრეობა/ თაფლის წარმოების ტური		მეფუტკრეობის, თაფლის მოსავლის აღების ტრადიციის დემონსტრირება უზრუნველყოფს დამატებით შემოსავალს არსებული მეფუტკრეებისთვის, ისევე, როგორც პოტენციური სასტუმროებისთვის, რომლებმაც შეიძლება გაითვალისწინონ სკები/მეფუტკრეობა თავიანთ განვითარების გეგმაში.
სანთლის წარმოების დემონსტრირება/ მონაწილეობის მიღება		სახელოსნოს ან ხელნაკეთი ნივთების დემონსტრირება, იმ ნივთის შექმნა, რის გაკეთებაშიც ტურისტმა პირადად მიიღო მონაწილეობა, ან რომლის შექმნაც მან პირადად იხილა, ამ ნივთს ხდის განსაკუთრებულს და გასაყიდ ფასს და შემოსავალს მაქსიმალურად ზრდის. სანთლებს ტრადიციულად აქვთ რელიგიური დანიშნულება. მისი გამრავალფეროვნება დეკორატიული ფუტკრის ცვილის სანთლებით უზრუნველყოფს რეალურ შესაძლებლობას, რომ უფრო მეტი სანთელი გაიყიდოს.
ყველის მარშრუტი/ ბილიკი	საქმიანობა	რამდენადაც არსებობს იმის შესაძლებლობა, რომ იყოს ცალკე მდგომი ყველის ბილიკი, ისეთი ბილიკი, რომელიც სამცხე-ჯავახეთის ყველის ბილიკის გაგრძელება იქნება, უფრო მეტ სტუმარს მიიზიდავს ქვემო ქართლში თუ ისინი სამცხე-ჯავახეთის

	<p>ყველის ბილიკსაც შეიტანენ თავიანთ მარშრუტში. ყველის ბილიკმა, რომელიც ადგილობრივი და უნიკალური ყველის დეგუსტაციის საშუალებას მოგვცემს, შეიძლება თბილისიდანაც მოიზიდოს ტურისტები. იმის აღნიშვნა, რომ ტრადიციული ყველი გადაშენების წინაშე დგას, გაზრდის დაინტერესებას და, ამავე დროს, მხარს დაუჭერს კულტურულ მემკვიდრეობას. ყველის ბილიკის განსავითარებლად ყველა მწარმოებლის ინვენტარი, ყველის ყველანაირი სახეობა ახლანდელი და ისინიც, რომლებიც გადაშენების გზაზე დგას, უნდა განვითარდეს და განახლდეს მწარმოებელთა ქსელის შექმნით, მათი უნიკალური პროდუქციის შენარჩუნებით, ერთ ბრენდად გაერთიანების გზით, რომელიც ხარისხზეა ორიენტირებული. დამატებითი მიმართულების მაჩვენებელი ნიშნები უნდა იყოს დამონტაჟებული სხვადასხვა მიმართულებით მოგზაურთათვის.</p>
<p>თაფლის მარშრუტი/ ბილიკი</p>	<p>მწარმოებელთა დაკავშირება მარშრუტთან/ბილიკებთან, სადაც სხვადასხვა კლიმატურ ზონაში წარმოებული თაფლი იქნება წარმოდგენილი, სადაც ისწავლიან მეფუტკრეობას, თაფლის მოყვანას, დეგუსტაცია და ყიდვას. წარმოდგენილი უნდა იყოს თითოეული მწარმოებლის ინდივიდუალური ძალა და უნიკალური ატრიბუტი. მაგრამ ეს ყველაფერი გაერთიანებული უნდა იყოს ერთ ბრენდად, რომელიც ხარისხთან და საუკეთესო პრაქტიკასთან იქნება ასოცირებული. ბილიკის ჩამოყალიბების დროს მთავარია კავშირი იმ კოოპერატივებთან, რომლებიც უკვე ჩართულნი არიან დემონსტრირებაში მარკეტინგი გულისხმობს დამატებით მიმართულების მაჩვენებელი ნიშნების დამონტაჟებას ტურისტებისთვის, რომლებიც სხვადასხვა მიმართულებით მოგზაურებს სწორ მიმართულებას აჩვენებს.</p>
<p>ფესტივალები</p>	<p>რეგიონში არსებული სოფლის მეურნეობის მდიდარი ისტორიის არსებობა ამოუწურავ შესაძლებლობებს იძლევა ორიგინალურ თემაზე დაფუძნებული ღონისძიებების ჩასატარებლად. დაწყებული მოსავლის აღებიდან, სეზონური პროდუქტის, ღვინის, ყველის ფესტივალი და ა.შ. რამდენიმე ასეთი ფესტივალი ჩამოყალიბდა და წარმატებულად ჩატარდა წლების მანძილზე, რამდენიმე მათგანმა, ამ წარმატების მიუხედავად, შეწყვიტა არსებობა. ამიტომ, მდგრადობის გეგმა მნიშვნელოვანია ნებისმიერი რეგულარული ღონისძიების, თუ ფესტივალის დაგეგმვის დროს. უკვე არსებული კერები და თავშეყრის ადგილები იდეალურ ადგილმდებარეობას წარმოადგენენ ისეთი ფესტივალების ჩასატარებლად, რომელსაც ბევრი სტუმარი დაესწრება. პროექტების განვითარებასთან ერთად, დმანისი თავშეყრის დამატებით</p>

	<p>ადგილად მოგვევლინება. ბოლნისი კიდეც ერთ თავშეყრის კერად შეიძლება მოგვევლინოს. იგი მოიზიდავს უფრო მეტ ტურისტს ამ რეგიონში.</p>
<p>ფერმერთა ბაზარი</p>	<p>ბუნებრივი კერები და თავშეყრის ადგილები იმ სტუმრებისათვის, რომლებიც ერთი დამით დარჩებიან, ან როგორც სტრატეგიული ადგილი ფერმერული ბაზრებისათვის, რომლებიც ხარისხიან პროდუქციას გვთავაზობენ და, რომელთაც რეგულარული გასაღების ბაზარი სჭირდებათ, მხარს უჭერენ ადგილობრივ თემს და მცირე მეწარმეებს, რომ სარგებელი ნახონ ტურიზმით და უზრუნველყონ საინტერესო გამოცდილება, რათა უფრო მეტი ტურისტი მიიზიდონ რეგიონში და გაზარდონ დარჩენის ხანგრძლივობა და იმ ტურისტების თანხების ხარჯვა, რომლებიც ამ კერებში რჩებიან, ან მიემგზავრებიან ამ კერების გავლით.</p>
<p>აბრეშუმის ფერმა/ხელნაკეთი ცენტრი</p>	<p>აბრეშუმის ფერმის წარმოდგენას ხელობის გამოცდილების სახით რეგიონის კერაში ან მთავარი გზის მარშრუტის ახლოს, როგორც არის მარნეული-ბოლნისი-დმანისის გზა, შესაძლებლობა ექნება მიიზიდოს ახალგაზრდა მხარჯველი ტურისტები და გაზარდოს გაყიდვები, რაც შეინარჩუნებს ადგილობრივ მემკვიდრეობას და კულტურას რეგიონში. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ტრადიციულად ქვემო ქართლში ძლიერი სექტორი გახლდათ, ამჟამად იგი დაკარგვის საფრთხის წინაშე დგას.</p>
<p>სოფლის მეურნეობის მემკვიდრეობის პარკი</p>	<p>ძველი ტექნოლოგიების მემკვიდრეობის პარკი - ისტორიული პარკის ჩათვლით, სოფლის მეურნეობის ძველებური კულტივაციის და მანქანების გამოყენების ტექნიკას გვთავაზობს, ისევე როგორც თანამედროვე წარმოების ტექნიკას. პატარა ტრადიციული ფერმა უზრუნველყოფს ტურისტებისთვის სანახაობას და მონაწილეობის მიღებას. ამაში შეიძლება შედიოდეს რესტორანი, რომელიც ადგილობრივ პროდუქტებს და ღვინოს გვთავაზობს, ისევე, როგორც ტრადიციული რეცეპტით მომზადებულ ადგილობრივ პროდუქტებს. არსებობს შესაძლებლობა, რომ ჩავრთოთ გერმანული და სხვა კულტურული მემკვიდრეობა და განსაკუთრებით, ჩავრთოთ რეგიონის სანახაობები, როგორც არის დმანისი, იმრი, ბოლნისი და სხვა, სოფლის მეურნეობის მემკვიდრეობის კონტექსტში.</p>
<p>დაიჭირე და მოამზადე შენი თევზი</p>	<p>ამ ადგილებში არსებობს ნიშა თევზის რესტორნებისთვის, მაგალითად წალკის ტბასთან და სხვა. დამატებითი შესაძლებლობა „დაიჭირე და მოამზადე შენი თევზი“ დამატებით გამოცდილებას და შემოსავალს მოტანს. ბაზარი მოიცავს 4x4 მართვის ტურებს, ჯგუფურ ტურებს და ა.შ.</p>

<p>თაფლის მარშრუტი/ბილიკი</p>	<p>არსებობს იმის შესაძლებლობა, რომ იყოს ცალკე მდგომი თაფლის ბილიკი, ისეთი ბილიკი, რომელიც სამცხე-ჯავახეთის თაფლის და ყველის ბილიკის გაგრძელება იქნება, უფრო მეტ სტუმარს მიიზიდავს. წარმოდგენილი უნდა იყოს თაფლი სხვადასხვა კლიმატური სარტყლიდან. აქაც არის პოტენციალი, რომ მოიზიდოს თბილისში დაფუძნებული ტურისტები. მწარმოებლების ერთმანეთთან დაკავშირება მარშრუტის/ბილიკის გასწვრივ, რომლებიც სხვადასხვა კლიმატური ზონის თაფლს წარმოადგენენ, მეფუტკრეობის შესახებ ინფორმაცია, მოსავლის აღების, დეგუსტაციის და ყიდვის შესაძლებლობა მწარმოებლისგან. ყველა მწარმოებლის რესურსი და უნიკალური ატრიბუტები უნდა იყოს წარმოდგენილი, ამავე დროს, იგი გაერთიანებული უნდა იყოს ერთი ბრენდის ქვეშ, რომელიც საუკეთესო ხარისხის მაჩვენებელი იქნება. ბილიკის ჩამოყალიბების დროს მნიშვნელოვანია უკვე არსებული იმ კოოპერატივების მონაწილეობა, რომლებიც დემონსტრაციას ახდენენ. მარკეტინგი გულისხმობს ნიშნების დაყენებას, რომლებიც სხვადასხვა მიმართულებით მოგზაურ ტურისტებს სწორ მიმართულებას მიანიშნებენ.</p>
-------------------------------	---

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის პროდუქტის განხორციელების მატრიცა									
საჯარო და კერძო სექტორის დაინტერესებული პირები									
X წარმოადგენს განხორციელების პარტნიორი/პასუხისმგებლობა	მთავრობა	რეგიონული მთავრობა	მუნიციპალიტეტი	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია	რეგიონული განვითარების სააგენტოები	ბიზნეს ასოციაციები/საწარმოები	ინდუსტრიის არასამთავროები	კერძო სექტორი	ინვესტორები და დეველოპერები
პროდუქტი									
ოჯახში დარჩენა	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
ოჯახური სამზარეულო	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	
ოჯახური დემონსტრირება/მონაწილეობის მიღება საკვების მომზადებაში		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
მონაწილეობის მიღება კულინარიულ გამოცდილებაში		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
მონაწილეობის მიღება ფერმის საქმიანობაში		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
დაიჭირე და/ან მოამზადე შენი თევზი		✓	✓	✓	✓		✓	✓	
შალის წარმოება და ხელსაქმე			✓	✓	✓	✓	✓	✓	
მეფუტკრეობის/თაფლის წარმოების ტური			✓	✓	✓	✓	✓	✓	
სანთლის წარმოება დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება			✓	✓	✓	✓	✓	✓	
სოფლის მეურნეობის მემკვიდრეობის პარკი	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ყველის მარშრუტი/ბილიკები		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
თაფლის		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

მარშრუტები/ბილიკები									
ფესტივალები (მოსავლის აღება, სეზონური და .შ.		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ფერმერთა ბაზრები		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
აბრეშუმის ფერმა/ხელობის ცენტრი		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის მარკეტინგის და ხელშეწყობის საქმიანობა

- აგროტურიზმის მარკეტინგის სტრატეგია
- ძლიერი ციფრული/ინტერნეტში ყოფნა
- შიდა ტურიზმი/ქვემო ქართლის გემო კამპანია დაიწყო
- საერთაშორისო საბაზრო კამპანიები
- დარჩენის გახანგრძლივება, ხარჯვა და სტუმართა მრავალი მიმართულებით დანაწილება
- აგროტურიზმის მაღალი ხარისხის ბროშურები და მასალა
- მარკეტინგის უნარ-ჩვევები და აგროტურიზმის ინდუსტრიის სიმძლავრე განვითარებულია შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოყენებისათვის
- რეგიონული აგროტურიზმის ბრენდი ჩამოყალიბებულია

მარკეტინგი და
ხელშეწყობის
სამიზნე

- აგროტურიზმის მარკეტინგის სტრატეგია განვითარებული და განხორციელებულია
- 20 შიდა აგროტურიზმის მარკეტინგის კამპანია განხორციელებულია
- 10 საერთაშორისო აგროტურიზმის მარკეტინგის კამპანია განხორციელებულია
- 100 დაინტერესებულ პირს ჩაუტარდა ტრეინინგი აგროტურიზმის მარკეტინგსა და ხელშეწყობაში

რეგიონული ტურიზმის მარკეტინგის საქმიანობა ამჟამად სუსტია და აქცენტს რეგიონში უკვე მყოფ სტუმრებზე აკეთებს.

გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ მარკეტინგში უზარმაზარი მხარდაჭერაა საჭირო, რომ გაუმჯობესდეს ბიზნესის განვითარების უნარი, უცხო ენების უნარი, კომპიუტერული/ციფრული მარკეტინგის უნარი და ა.შ. აუცილებელია შესაძლებლობების განვითარება, იმ პირობებში, როდესაც მიკრო/მცირე ბიზნესები და მომსახურების მომწოდებლები, რომლებმაც ტრენინგი გაიარეს წინა პროექტებში/წინა არასამთავრობო ორგანიზაციების მხარდაჭერით, ვერ, ან არ აგრძელებენ საქმიანობას პროექტის დასრულების შემდეგ. ბიზნესის განვითარების და მარკეტინგის მხარდაჭერა მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოებისთვის აუცილებელია წარმატებისთვის.

ტურიზმის მარკეტინგში და სოციალურ მედიაში ტრენინგის მნიშვნელობა აღიარებული იყო ქვემო ქართლის, როგორც აგროტურიზმის მიმართულების და ინდივიდუალური აგროტურიზმის ბიზნესების ხელშემწყობი ინსტრუმენტი.

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის მარკეტინგი და მხარდამჭერი საქმიანობა

<p>აგროტურიზმის მარკეტინგის გეგმა</p>	<p>მნიშვნელოვანია აგროტურიზმის მარკეტინგის სრული, დეტალური გეგმის განხორციელება, რომელიც გაითვალისწინებს ამ სტრატეგიაში შესულ ფაქტორებს და ჯერ კიდევ შემუშავების სტადიაში მყოფ ქვემო ქართლის ტურიზმის განვითარების სტრატეგიას და ეროვნული ტურიზმის სტრატეგიას.</p>
<p>განვითარდეს ძლიერი ციფრული მხარდაჭერა</p>	<p>შემუშავდება: აგროტურიზმის პროდუქტების და გამოცდილების მონაცემთა ბაზა, რომელიც შეიცავს ინფორმაციას ინდივიდუალურ პროდუქტებზე, ბილიკებზე, კრებად და თემატურ გამოცდილებებზე.</p> <p>რეგიონული აგროტურიზმის ვებგვერდი; მენეჯერმა უნდა გააკონტროლოს ატვირთვის და მიწოდებული ინფორმაციის ხარისხი და სანდოობა; რუკების შექმნის ინტერაქტიული პროგრამა საშუალებას იძლევა, რომ რუკები მორგებული იყოს იმ პუნქტებზე, რომლებიც აგროტურიზმის კუთხით სანახაობებისთვის, საინტერესო ადგილებისთვის, ბილიკებისთვის არის შექმნილი.</p> <p>სასურსათო ბილიკების ვებგვერდი, რომელიც ასახავს ინფორმაციას რეგიონში სხვადასხვა საკვების, თაფლის, ყველის (და სხვა) და ღვინის ბილიკებს, სია (საკონტაქტო ინფორმაციით) სადაც ასახულია ხელმისაწვდომი პროდუქტის და საკვების მრავალფეროვანი ნუსხა, „ღვინის სარდაფების“ კატალოგი, თემატურად დაკავშირებული რესტორნები, რეცეპტები, დემონსტრაცია და მონაწილეობის მიღების გამოცდილებები - და ის რუკა, სადაც თითოეული პუნქტის ადგილმდებარეობა იქნება მოცემული.</p>
<p>განვითარდეს მარკეტინგის კამპანია „სამცხე-ჯავახეთის გემო“ რათა სტიმული მიეცეს ადგილობრივ</p>	<p>იმუშავეთ სასტუმროებთან და ოჯახურ სასტუმროებთან, რათა განვითარდნენ და ხელი შეუწყოთ ადგილობრივი უნიკალური პროდუქციის პაკეტის შექმნას.</p> <p>იმუშავეთ დაცულ ტერიტორიებთან და ეროვნულ პარკებთან, რათა ხელი შეუწყოთ ღონისძიებების და აგროტურიზმის გამოცდილებების</p>

<p>ბაზარს და საქართველოში მცხოვრებ უცხოელთა ბაზარს</p>	<p>კალენდრის შექმნას, რომელიც დაეხმარება აგროტურიზმს და გამოიწვევს დაცულ ტერიტორიებში განმეორებით ვიზიტებს.</p> <p>განავითარეთ სოციალური მედიის კამპანია, რომელიც გათვლილი იქნება ადგილობრივ ბაზარზე და საქართველოში მცხოვრებ უცხოელთა ბაზარზე.</p>
<p>საერთაშორისო ბაზარი</p>	<p>ითანამშრომლეთ საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან, რათა განავითაროთ რეგიონის აგროტურიზმისთვის საჭირო ინტერნეტ-მარკეტინგის კამპანია.</p> <p>ითანამშრომლეთ დაცულ ტერიტორიებთან და ეროვნულ პარკებთან, რათა ხელი შეუწყოთ საერთაშორისო ბაზრისთვის ღონისძიებების და აგროტურიზმის გამოცდილებების კალენდრის შექმნას, რაც დაეხმარება აგროტურიზმს და გამოიწვევს დაცული ტერიტორიების განმეორებით ნახვას.</p> <p>ითანამშრომლეთ საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან, რათა მხარი დაუჭიროთ სტუმრად ჩამოსულ საერთაშორისო მედიას და ტურების ოპერატორების გაცნობით მოგზაურობას, რაც გაზრდის რეგიონში აგროტურიზმის შესახებ დაბეჭდილი მასალის გავრცელებას. იმუშავეთ რეგიონში აგროტურიზმის ოპერატორებთან და ოჯახურ სასტუმროებთან, რათა მათ უმასპინძლონ სტუმრად ჩამოსულ მედიის წარმომადგენლებს და ტურების ოპერატორებს.</p>
<p>გაზარდეთ დარჩენის ხანგრძლივობა, ხარჯვა და სტუმართა მრავალი მიმართულებით განაწილება</p>	<p>განავითარეთ მარკეტინგული კამპანიები, რათა გაზარდოთ სტუმართა ცნობიერება ჩამოსვლამდე და ჩამოსვლის შემდეგ, იმაზე, თუ აგროტურიზმის პროდუქტების და გამოცდილებების რა დიაპაზონია რეგიონში ხელმისაწვდომი (ამ ინფორმაციის მიწოდება პროაქტიული უნდა იყოს, რამდენადაც მისი მიწოდება მოთხოვნის ბაზაზე მოხდება).</p> <p>აუცილებელია, მასალა დროულად მიეწოდოს პოტენციური ტურისტების მონაცემთა ბაზას, ისევე, როგორც ტურიზმის ინფორმაციის წყაროს და მარკეტინგის სააგენტოებს, როგორც არის რეგიონული და რეგიონს მიღმა (განსაკუთრებით თბილისი) საინფორმაციო ცენტრები, საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია, ტურების ოპერატორები და სხვა ტურიზმის ინდუსტრიის დაინტერესებული პირები.</p>

	<p>აამუშავეთ, აღადგინეთ და კეთილმოაწყეთ სანახაობები, ტრადიციული გამოცდილებები და მომსახურების ბიზნესები განავითარეთ ადგილობრივ მცირე და საშუალო საწარმოებთან, რათა გაძლიერდეს სტუმართა გამოცდილება და გაიზარდოს შემოსავალი.</p>
<p>აგროტურიზმის ბროშურები და მასალა</p>	<p>ტურიზმის ინტერნეტ-სივრცის და ზოგადად ინტერნეტ-მასალის განვითარების გარდა, რომელიც რეგიონს და ინდივიდუალურ გამოცდილებებს, ბილიკებს და ა.შ. რეკლამას გაუწევს, მედიის პაკეტი და პრეს-რელიზი უნდა შეიქმნას და დაურიგდეს ადგილობრივ და საერთაშორისო მას მედიას.</p>
<p>განავითარეთ აგროტურიზმის ინდუსტრიის სიმბლავრე, რათა მაქსიმალურად გამოიყენოთ მისი პოტენციალი</p>	<p>ყველაზე ეფექტიანი ტრენინგის აკრედიტებული პროგრამები. ამ ტრენინგების თემა შეიძლება მოიცავდეს შემდეგს:</p> <p>მარკეტინგი საშინაო და საერთაშორისო ბაზრებისთვის, ფართო შესაძლებლობების მქონე ბაზრის წყაროების გაგება და განვითარების გაძლიერება, ბრწყინვალე მომსახურება და აგროტურიზმის (ან მასთან დაკავშირებულ ნიშის) სექტორის მარკეტინგის კონკურენციის გაზრდა ბაზრის მოთხოვნების გათვალისწინებით.</p>
<p>აგროტურიზმის რეგიონული ბრენდი</p>	<p>განავითარეთ რეგიონული ბრენდი, ბრენდის მარეგულირებელი ინსტრუქციები და სპეციფიკური სასურსათო და ღვინის პროდუქტების და გამოცდილებების გარშემო ჩამოყალიბებული დაცული უფლებები, რაც მიმართული იქნება რეგიონის პროდუქტის და მეორადი პროდუქტების ღირებულების გაზრდისაკენ. მნიშვნელოვანია, რომ მხოლოდ სანდო პროდუქტებმა გამოიყენონ ბრენდი - და, განსაკუთრებით, დაცული უნდა იყოს ჰიგიენის და უვნებლობის მოთხოვნები. პროდუქტს უნდა ჰქონდეს შესაბამისი შეფუთვა და იარლიყი.</p>

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის მარკეტინგის განხორციელების მატრიცა

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის მარკეტინგის განხორციელების მატრიცა

საჯარო და კერძო სექტორის დაინტერესებული პირები									
X წარმოადგენს განხორციელებას / პარტნიორი/პასუხისმგებლობა	მთავრობა	რეგიონული მთავრობა	მუნიციპალიტეტი	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია	საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია	ბიზნეს ასოციაციები/საწარმოები	აგროტურიზმის რესურს ცენტრი	ინდუსტრიის არასამთავრობო	კერძო სექტორი
მარკეტინგი									
აგროტურიზმის მარკეტინგის სტრატეგია განვითარდა	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ძლიერი ციფრული/ინტერნეტ-მხარდაჭერა აგილზეა		✓	✓	✓			✓	✓	✓
შიდა ტურიზმი/ქვემო ქართლის გემო მარკეტინგის კამპანია			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
საერთაშორისო ბაზრის კამპანია		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
გაზარდეთ სტუმართა ვიზიტის ხანგრძლივობა, ხარჯვა და მოახდინეთ სტუმართა მრავალი მიმართულებით განაწილება		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
აგროტურიზმის ხარისხიანი ბროშურები და მასალები			✓						✓
მარკეტინგის უნარი და აგროტურიზმის ინდუსტრიის სიმძლავრე	✓	✓	✓	✓			✓	✓	

ქვემო ქართლის პლატფორმის საქმიანობა

აგროტურიზმის სრულად მომუშავე რესურს ცენტრი

მიკრო/პატარა და საშუალო საწარმოს ბიზნესის განვითარების წარმომადგენელი ყველა მუნიციპალიტეტში

მუნიციპალიტეტის რეგიონული ქსელი მიკრო/პატარა და საშუალო საწარმოს

წარმომადგენლები და ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლები

აგროტურიზმის სერტიფიცირებული კურსები განვითარებული და ხელშეწყობილია

პოლიტიკა და აგროტურიზმის ინსტიტუციური ფარგლები გაძლიერებულია

საინვესტიციო გეგმა განვითარებული და ხელშეწყობილია

ინფრასტრუქტურა განვითარებული და გაუმჯობესებულია

ფერმები და სასტუმრო სახლები იღებენ გრანტებს და წახალისებას, რათა გადააკეთონ და გააუმჯობესონ არსებული შენობა-ნაგებობანი.

ფერმები/საოჯახო სასტუმროები იღებენ დაბალპროცენტთან სესხებს, რათა წახალისდეს აგროტურიზმის საქმიანობა.

ხელსაყრელი გარემო

- აგროტურიზმის სრული დატვირთვით მომუშავე რესურს-ცენტრი
- მიკრო, პატარა და საშუალო საწარმოს ბიზნესის განვითარების/მარკეტინგის წარმომადგენელი ყველა მუნიციპალიტეტში
- მუნიციპალიტეტის რეგიონული ქსელი მიკრო/მცირე და საშუალო საწარმოს წარმომადგენლები და ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლები

- აგროტურიზმის განვითარების მიზნით უზრუნველყოფილი კურსების შედეგად 50 სერტიფიცირებული დაინტერესებული პირი
- ჩამოყალიბებული საინვესტიციო გეგმა
- ინფრასტრუქტურა (გზები, საპირფარეშოები/ნარჩენების გატანა) პასუხობს სექტორის მოთხოვნებს
- განხორციელებული ფინანსური დახმარების/სტიმულის გეგმა
- გრანტების და დაბალპროცენტიანი სესხების ხელმისაწვდომობა

აგროტურიზმის რესურს-ცენტრი

რამდენადაც გარკვეული, კარგი ინფორმაცია ხელმისაწვდომია ისეთ ინსტიტუციებში, როგორც არის რეგიონული უწყებათაშორისი საკოორდინაციო საბჭო (და ის კავშირშია Qartuli.ge-სთან), თუ როგორ დავიწყოთ ბიზნესი, გამოცდილება აჩვენებს, რომ აგროტურიზმის ბიზნესის, მცირე და საშუალო საწარმოს მომსახურების მომწოდებლებმა ყოველთვის არ იციან, რა უნდა იკითხონ, მათ არ იციან შესაძლებლობების, დახმარების და წესების შესახებ და ამიტომ, აუცილებელია დაფინანსებული აგროტურიზმის რესურს-ცენტრის არსებობა, ან ცალკე ოფისად, ან არსებული მოქმედი რეგიონული უწყებათაშორისი საკოორდინაციო საბჭოს ნაწილად, სადაც ყველანაირი ინფორმაცია იქნება თავმოყრილი.

რამდენადაც მიმართულების მენეჯმენტის წარმომადგენელმა შეიძლება ამ როლის მეტი წილი მომავალში თავის თავზე აიღოს, საჭიროა საშუალო ან მოკლევადიანი მხარდაჭერა. ამჟამად, ყველა მუნიციპალიტეტს აქვს ტურიზმის ინფორმაციის წარმომადგენლის შტატი, ეს არის დამატებითი შტატი, რაც ძალიან საჭირო დამატებით ამოცანებს ითვალისწინებს. იგი ბიზნესის განვითარებას და მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების მარკეტინგის განვითარებას შეუწყობს ხელს, რომელიც, თავის მხრივ, ხელს შეუწყობს ყოველი საწარმოს განვითარებას და მდგრადობას. ტურიზმის საინფორმაციო წარმომადგენლების და მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოს ბიზნესის განვითარების/მარკეტინგის წარმომადგენელთა ქსელმა შეიძლება თავის თავზე აიღოს პასუხისმგებლობა, რომ ჩაატარონ რეგიონული მარკეტინგული კამპანიები, ვებ-გვერდების შექმნა და მათი ოპერირების მონიტორინგი, ბროშურები/მასალები და მარკეტინგისა და ხელშეწყობის შესაძლებლობების განვითარება.

აგროტურიზმის სერტიფიცირებული კურსები განვითარებული და ხელშეწყობილია

აგროტურიზმთან პირდაპირ თუ არაპირდაპირ დაკავშირებული გარკვეული ტრენინგები და შესაძლებლობები განხორციელებულია. ამის ერთ-ერთი მაგალითია „ელკანა“, რომლის ფოკუსიც არის ტურიზმი სოფლად და რომელმაც უზრუნველყო ტრენინგი იმ საკითხებში, რაც დაკავშირებული იყო საოჯახო სასტუმროების დიზაინზე და იმ მოთხოვნებზე, რაც აუცილებელია ტურისტებისთვის სასურველი გარემოს ხელშესაწყობად და სტუმრების საჭიროებების მოსაგვარებლად: მენიუს გაფორმება, საკვების მომზადება/წარმოების უსაფრთხო და ჰიგიენური მიდგომები და ა.შ. ასევე განვითარდა ოჯახური სასტუმროების კლასიფიკაციის სისტემა და მოეწყო ტრენინგი (ზოგჯერ გრანტები - პროექტის მხარდამჭერი დაფინანსება), რაც კლასიფიკაციის რეიტინგს მაქსიმალურად ზრდიდა. „ელკანა“ რეგიონში ისეთ სხვა არასამთავრობო ორგანიზაციებთანაც თანამშრომლობს, როგორც არის „მწვანე ველი“ წაღვერში, სადაც ატარებენ ტრენინგებს და უკვე შექმნილ საოჯახო სასტუმროების ქსელს იმის საპილოტე მაგალითად იყენებენ, თუ რისი მიღწევა შეიძლება. „ელკანას“ სხვა ტრენინგებიც აქვს ჩატარებული, თემებზე, როგორც არის მეფუტკრეობა, ფერმერთა ბაზარი, ხელსაქმე და ა.შ. თუმცა ეს არ ატარებს რეგულარულ ხასიათს და იგი დამოკიდებულია საერთაშორისო დონორების დაფინანსებაზე, რაც ზღუდავს განვითარების შესაძლებლობას. აგრეთვე, გასათვალისწინებელია, რომ დონორების პროექტები დროში შეზღუდულია.

აგროტურიზმის პოლიტიკა და ინსტიტუციური ჩარჩო გაძლიერებულია

არაეფექტიანი ინსტიტუციური ჩარჩო ნახსენებია, როგორც ერთ-ერთი მთავარი ბარიერი სოფლის მეურნეობის, ტურიზმის და აგროტურიზმის განვითარებაში. გაზრდილი დაფინანსება ფიზიკური ინფრასტრუქტურისთვის, შესაძლებლობების სრული გააზრებისთვის ბაზრის შესახებ ინფორმაციის გავრცელება.

საინვესტიციო გეგმა განვითარებული და ხელშეწყობილია

საინვესტიციო გეგმის განვითარება და ხელშეწყობა, რომელიც ჩამოყალიბებულია აგროტურიზმით დაინტერესებული ინვესტორებისთვის, პლუს შემოთავაზებული სტიმული და მარეგულირებელი ინსტრუქციები, რომლებიც გათვალისწინებულია ტურიზმის/სოფლის მეურნეობის ნებისმიერი ინვესტორისთვის, რათა მხარი

დაუჭიროს რეგიონული აგროტურიზმის ბრენდს. ბრენდის განვითარება აუცილებელია რეგიონის, როგორც აგროტურიზმის მიმართულების განვითარებისათვის.

ინფრასტრუქტურა განვითარებული და გაუმჯობესებულია, რაც ზრდის შესაძლებლობას იძლევა

რამდენადაც ინფრასტრუქტურის განვითარების გეგმა ადგილზეა, ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ შესაძლებელ ზრდას ხელი არ შეუშალოს დაგეგმილი ინფრასტრუქტურის დაგვიანებულმა გამართვამ. ხარისხიანი გზების ნაკლებობა შეაჩერებს ტურისტული ნაკადის ზრდას და ეკონომიურ ხარჯვას. ამავე დროს, ისეთი საკითხები, როგორც არის ნარჩენების გატანა და საპირფარეშოები, დიდ რისკს წარმოადგენს ჯანმრთელობასთან მიმართებით და უარყოფით შეფასებას იმსახურებს.

ფერმები/ საოჯახო სასტუმროები იღებენ გრანტებს და სტიმულს, რათა გაუმჯობესონ თავიანთი შენობა- ნაგებობები

ადგილობრივი და საერთაშორისო განვითარების გამოცდილების და მიღწეული შედეგების მიხედვით, საჭიროა სტიმული და ფინანსური დახმარება, რათა ფერმერებმა/ საოჯახო სასტუმროებმა განახორციელონ აუცილებელი განახლება და გაუმჯობესება, რათა უპასუხოთ საერთაშორისო სტანდარტებს.

ფერმები/ საოჯახო სასტუმროები მიიღებს დაბალპროცენტულ სესხებს, რათა წახალისდეს აგროტურიზმი

დაბალპროცენტული სესხების ნაკლებობა აღნიშნული იყო მიკრო, მცირე და საშუალო საწარმოების მიერ, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე დიდი შემაფერხებელი ფაქტორი. რამდენადაც ეს ეხება სოფლის მეურნეობას, ის გადამწყვეტია აგროტურიზმისთვისაც, რათა განვითარდეს ახალი საწარმოები და გაფართოვდეს არსებული ბიზნესები, რის შედეგადაც გაიზრდება შესაძლებლობები და შემოსავლები.

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის ხელსაყრელი გარემოს მატრიცა

ქვემო ქართლის აგროტურიზმის ხელსაყრელი გარემოს განხორციელების მატრიცა									
საჯარო და კერძო დაინტერესებული პირები									
X წარმოადგენს განხორციელების პარტნიორი/პასუხისმგებლობა	მთავრობა	რეგიონული მთავრობა	მუნიციპალიტეტ	რეგიონული განვითარების სააგენტო	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია	ბიზნეს ასოციაციები/საწარმოები	ინდუსტრიის არასამთავროები	უნივერსიტეტები	კერძო სექტორი
ხელსაყრელი გარემო									
აგროტურიზმის რესურს-ცენტრი	✓	✓	✓	✓				✓	
აგროტურიზმის სერტიფიცირებული კურსები შემოთავაზებული და ხელშეწყობილია	✓	✓	✓	✓	✓		✓		
პოლიტიკა და აგროტურიზმის ინსტიტუციური ჩარჩო გაძლიერებულია	✓	✓	✓						
საინვესტიციო გეგმა განვითარებული და მხარდაჭერილია		✓	✓	✓	✓	✓			✓
ინფრასტრუქტურა განვითარებული და გაუმჯობესებულია, რათა უზრუნველყოს ზრდის შესაძლებლობა	✓	✓	✓	✓					
ფერმები/საოჯახო სასტუმროები მიიღებს გრანტებს და წახალისებას რათა გააუმჯობესონ შენობა-ნაგებობები		✓		✓		✓			

ფერმები/საოჯახო სასტუმროები მიიღებს დაბალ პროცენტულ სესხებს, რათა წახალისოს აგროტურიზმი	✓	✓		✓					✓
--	---	---	--	---	--	--	--	--	---

სხვა პოტენციური საქმიანობა

ჩართულობის სტრატეგია და საგანმანათლებლო პროგრამა, რომელიც ფერმერებს
მიაწოდებს ისეთ ინფორმაციას, რომელიც სარგებელს მოუტანს აგროტურიზმს.

ფერმერთა კავშირის მიერ რეგიონული ეტიკეტის შექმნა, რომელიც აღიარებული
ხარისხის ნიშანი იქნება (ამის წარმატებული მაგალითია „წითელი მამალი“ ფერმის
სასტუმროებისთვის, ბარასი და იტალიის სამხრეთ ტიროლის რეგიონის ხარისხიანი
ფერმის პროდუქტების მაჩვენებელი)

განათლება

აგროტურიზმის სექტორის ზრდასთან ერთად იზრდება მოთხოვნა კარგად
განათლებულ მუშახელზეც. მიუხედავად იმისა, რომ ტურიზმის განათლების გეგმით
მდგომარეობა გაუმჯობესდება, აუცილებელი იქნება აგროტურიზმის
აკრედიტებული პროგრამები. აგროტურიზმის აკრედიტებული პროგრამები ამჟამად
მიეწოდება აისში კახეთის რეგიონში და შეიძლება გაგრძელდეს ქვემო ქართლის
პროფესიული განათლების კამპუსებში.

**ზოგიერთი ძირითადი მომენტი, რაც განსაკუთრებით საჯარო სექტორის
ყურადღებას ითხოვს.**

ხელსაყრელი გარემოს შესაქმნელად საჭიროა:

- იურდიულად განისაზღვროს აგროტურიზმის ტერმინი და, თუ როგორ იქნება
ის გამოყენებული რეგიონულ და ეროვნულ კონტექსტში.
- მნიშვნელოვანია, რომ სოფლის მეურნეობასა და ტურიზმს შორის საქმიანობა
აღიარებული იყოს ეროვნული პოლიტიკის დონეზე და სოფლის მეურნეობის
და ტურიზმის პოლიტიკა განვითარებული იყოს საქართველოში და
რეგიონებში აგროტურიზმის ზრდით.
- სოფლის მეურნეობის სტრატეგიამ უნდა ჩართოს აგროტურიზმი, როგორც

განვითარების კომპონენტი და მიმართოს ძირითად ადგილებს, როგორც არის ახალი პროდუქტების განვითარება და ახალი ბაზრების მოპოვება. აგროტურიზმი აგრეთვე ჩართული უნდა იყოს როგორც ტურისტული სტრატეგიის ფოკუსის სფერო.

- მთავრობამ უნდა მოიძიოს სახსრები, რათა ფერმერებს დაეხმაროს, რომ გაარემონტონ თავიანთი შენობა-ნაგებობანი, რომ ისინი შესაფერისად გამოიყურებოდნენ ტურისტების მისაღებად. იმ ფერმერთა წაყენებული პირობები, რომლებიც ასეთ დაფინანსებას მიიღებენ უნდა იყოს ის, რომ მათ ეს შენობები ტურისტული დანიშნულებით გამოიყენონ. პირობები შეიძლება გულისხმობდეს ელემენტარულ ტრენინგის მოთხოვნებს, ისე, რომ ჩვენ ტურისტები მომზადებული ინდუსტრიით უზრუნველვყოთ. ოპერატორების კურსების წესებმა უნდა გაითვალისწინოს, რომ ზოგიერთი ფერმერს ძალიან ცოტა დრო აქვს და ნება დართული უნდა იყოს, რომ მისმა პარტნიორმა/ მთავარმა მუდმივმა თანამშრომელმა გაიაროს ტრენინგი. კურსი ხელმისაწვდომი უნდა იყოს ოჯახის ნებისმიერი წევრისთვის, რომელიც დაინტერესდება ბიზნესის აგროტურიზმის განხრით.
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციას შეუძლია ჩაატაროს კვლევა აგროტურუზმზე, თუ სად არის მოთხოვნა და სად არის მოწოდება და რეგულარულად მიაწოდოს ეს ინფორმაცია ინდუსტრიას.
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციამ რეკლამა უნდა გაუწიოს აგროტურიზმს მთავარ საერთაშორისო ბაზრებზე, შიდა ბაზრებზე და საქართველოში დაფუძნებულ უცხოელთა ბაზრებზე.
- განვითარდეს სპეციალური აგროტურიზმის ნიშნები სოფლად ან შეტანილი იყოს აგროტურიზმის ნიშნები მომავალ გეგმებში უკეთესი ტურისტული მანიშნებლებისთვის – გარკვეული 'აგროტურიზმის' საგზაო სიმბოლო სისტემა ეხმარება აგროტურიზმის ეტიკეტის აღიარებას და ხელს უწყობს გამოცდილებას და იგი ამავე დროს ეხმარება მოგზაურებს სოფელში ყოფნის როს, რომ იპოვონ აგროტურიზმის მიმართულებები და დასარჩენი ადგილი.
- განვითარდეს ეროვნული „გაიდლაინები“ - მარეგულირებელი ინსტრუქციები მაღალი ხარისხის სტანდარტებზე და აგროტურიზმის ბიზნესის დაწესებულებების განვითარება ტურიზმთან დაკავშირებულ სხვა ორგანოებთან ერთად (მაგ. საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაცია და მიმართულების მენეჯმენტის ორგანიზაცია). მნიშვნელოვანია, რომ განვითარდეს ეროვნული ხარისხის ერთი სტანდარტი, რათა ტურისტები არ დააბნიოს მრავალსტანდარტიანობამ. სხვადასხვა

ადგილებში მოსიარულე ტურისტებისთვის ეს დამაბნეველია. ელკანას სასტუმრო სახლების კლასიფიკაციის სისტემა კარგ ბაზას იძლევა, რაზედაც შეიძლება ხარისხის ეროვნული სტანდარტი იყოს დაფუძნებული.

- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის და რეგიონული უწყებათაშორისო საკოორდინაციო საბჭოს საშუალებით მოლაპარაკებები აწარმოეთ სადაზღვევო კომპანიებთან და/ან ფერმერთა კავშირებთან, რათა უზრუნველყოთ ეკონომიურად სიცოცხლისუნარიანი დაზღვევის პაკეტი იმ ფერმერებისთვის, რომელთაც სურვილი აქვთ გახსნან აგროტურიზმი.
- გაზარდეთ ცნობიერება თუ რამდენად ღირებულია აგროტურიზმი რეგიონისთვის და აგროტურიზმის პროდუქცია და გამოცდილებები თემში მარკეტინგის ისეთი გზების გამოყენებით როგორც არის ვებგვერდები, მედია რელიზი, ეროვნული და რეგიონული მედია, ბროშურები, პუბლიკაციები და ა.შ.
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციამ განავითაროს სპეციფიური საინფორმაციო ნაკრები ოპერატორებისთვის, რომლებსაც აგროტურიზმის ბიზნესის დაწყება სურთ, სადაც ყურადღება გამახვილებული იქნება თუ როგორ მივაღწიოთ და როგორ ვნახოთ სარგებელი ტურიზმის სექტორიდან.
- განვითარდეს რეგიონული ბრენდი და პირადობა სპეციფიური საკვების და ღვინის პროდუქტების და გამოცდილებების გარშემო.
- საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან ერთად განვითარდეს აგროტურიზმის ცნობიერება და განვითარდეს აგროტურიზმის ცნობიერების კამპანიები სოფლად.
- განვითარდეს თემის ცნობიერება სკოლის ასაკის დონეზე აგროტურიზმის ჩართვით, როგორც სწავლის კომპონენტი ისეთ პროგრამებში, როგორც არის ეკოკლუბები.

შეიქმნას და დაინერგოს ტურიზმის/აგროტურიზმის სპეციფიური ინფრასტრუქტურის განხორციელების გეგმა, რომელიც ისეთ აქტუალურ თემებს შეეხება, როგორც არის ნარჩენების გატანა, საპირფარეშოები და გზების დაკავშირება.

სტრატეგიის განხორციელების შესაძლო გავლენა

აგროტურიზმის პროდუქტის წარმატება და მდგრადობა დამოკიდებულია ხელსაყრელ გარემოსთან და მარკეტინგსა და ხელშეწყობასთან. მაგრამ, საჭირო იქნება ინვესტორთა და დონორების მხარდაჭერის მოზიდვა ზოგიერთი ძირითადი აქრტივობის განხორციელებლად. წარმატების და მდგრადობის ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორია ის, რომ საქმიანობის განხორციელების ჯაჭვის თითოეულმა ინდივიდუალურმა და კოლექტიურმა რგოლმა გავლენა იქონიოს რეგიონის, როგორც აგროტურიზმის მიმართულების განვითარებაზე, ასევე, როგორც ადგილობრივი თემებისთვის შესაძლებელი სარგებლის მოპოვებაზე.

პროექტი	ხარჯვის გაზრდა/ტურიზმის ღირებულება რეგიონში	ადგილობრივი თემის გაზრდილი შემოსავალი	გაზრდილი სტუმრობა/ხანგრძლივი დარჩენა	ახალი ბაზრის მოზიდვა	კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა/მხარის დაჭერა	ინვესტორების მოზიდვა	დონორების მოზიდვა	გავლენა სილატაკეზე	ახალი სამუშაო ადგილები	სამუშაო ქალები სთვის
ოჯახში დარჩენა	V	V	V	V			V	V	V	V
ოჯახური სამზარეულო	V	V	V	V			V	V	V	V
ოჯახური კერძების მომზადება დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება	V	V	V	V			V	V	V	V
ფერმის საქმიანობაში მონაწილეობის მიღება	V	V	V	V			V	V	V	
დაიჭირო და მოამზადე შენი თევზი	V	V	V	V				V	V	
შალის წარმოება/ხელსაქმე	V	V	V		V		V	V	V	V
მეფუტკრეობა/თაფლის წარმოების ტური	V	V	V				V	V	V	V
სანთლის წარმოება/დემონსტრაცია/მონაწილეობის მიღება	V	V	V				V	V	V	V
ყველის მარშრუტი/ბილიკები	V	V	V	V	V		V	V	V	
თაფლის მარშრუტი/ბილიკები	V	V	V	V	V		V	V	V	
ფესტივალები	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
ფერმერთა ბაზარი	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
კულინარიული გამოცდილება	V	V	V	V			V	V	V	V

ბუნებრივი წამლის/ჯანმრთელობის და სიჯანსაღის ტური	V	V	V	V	V		V	V	V	V
სოფლის მეურნეობის მემკვიდრეობის პარკი	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V
აბრეშუმის ფერმა/ხელსაქმის ცენტრი	V	V	V	V	V	V		V	V	V

დასკვნა

აგროტურიზმის რეგიონული სტრატეგიები პოულობენ გზას, რომ ააშენონ იმაზე, რაც უკვე მიღწეულია და აგრეთვე ააშენონ განვითარების მომავალ გეგმებზე, ამავე დროს ქმნიან შესაძლებლობას ყველა დაინტერესებული პირისთვის, რომ მათ თავიანთი წვლილი შეიტანონ განვითარების მცდელობაში და რეგიონულ ზრდაში. სტრატეგიის მიერ შემოთავაზებული საქმიანობის მასშტაბი და სამიზნეები ამბიციურია, მაგრამ მიღწევადი, თუ მას მხარში დაუდგება კოლექტიური ვალდებულება და ჩართულობა.

დანართი I კონსულტაციები

სახელი	კომპანია
თორნიკე თორაძე	საქართველოს მუნიციპალიტეტის განვითარების ფონდი
ანა თავდგირიძე	საქართველოს მუნიციპალიტეტის განვითარების ფონდი
გიორგი ჩოგოვაძე	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის სააგენტო
თამარ მაისურაძე	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის სააგენტო
გიორგი ბრეგაძე	საქართველოს ეროვნული ტურიზმის სააგენტო
მთვარისა გელაშვილი	ბორჯომის საოჯახო სასტუმრო
ნათელა პაპუნაშვილი	კოლეჯი „აისი“
შორენა წინიაშვილი	საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია /Promothea Voyages
ილია ოქრომელიძე	ეკოტურიზმის ასოციაცია
რიჩარდ მაქსფილდი	ENPARD
პროფესორი დავით ლორთქიფანიძე	საქართველოს ეროვნული მუზეუმი
ზურა ჯავახიშვილი	ეკო ტურები საქართველო
გიორგი რაჯებაშვილი	ეკო ტურები საქართველო
მარიამ ჯორჯაძე	ელკანა
კახაბერ გუგეშაშვილი	ქვემო ქართლის რეგიონის გუბერნატორი
რამაზ გაგოშაშვილი	პროფესიული კოლეჯი „მოდუსი“
თეა ჩიტაძე	ელკანა
თეა	ჯინო რაბათი სასტუმრო
მარინა გაჩეჩილაძე	სამცხე-ჯავახეთის გუბერნატორის ოფისი
უჩა კახნიაშვილი	მერია
ნიკოლოზ საყვარელიძე	რეგიონული განვითარების ასოციაცია
თამაზ კარაპეტიაძე	დაცული ტერიტორიების სააგენტო
ნუკა ღამბაშიძე	ბიზნესი მოგზაურობა დასვენება BTL ფოკა მონასტერი
მიხეილ ღურწკაია	ქვემო ქართლის რეგიონული განვითარების სააგენტო
რატი ქირია	ქვემო ქართლის რეგიონული განვითარების სააგენტო
ქეთი ბეროზაშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტის ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი
ნოდარ სტეფნაძე	ბორჯომის რეგიონული უწყებათაშორისო საკოორდინაციო საბჭო RICC
ოთარ ალბორიშვილი	ტიმოთი (ორგანული კოოპერატივის და

	ეკო-კოტეჯების მფლობელი)
ნიკა ნათენაძე	ვარძია რეზორტი
მაკა ღონღაძე	მწვანე ველი
ლალი მესხი	მწვანე ველი
ლევან ტაბუნიძე	გაეროს განვითარების პროგრამა UNDP
ოთარ ანთია	ბორჯომი-ხარაგაულის ეროვნული პარკი
რატი ანჯაფარიძე	Qartuli.ge
დავით ჯაფარიძე	Qartuli.ge
პაატა გაფრინდაშვილი	საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო
მანანა ვარძელაშვილი	საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო
სალომე ხმიადაშვილი	საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო
კირკ რამერი	USAID ახალი ეკონომიკური შესაძლებლობები NEO
ლევან კობახიძე	RED პროგრამა
ჯემალ ღონღაძე	მეცხენეთა ასოციაცია/გზამკვლევნი
ნუნუ ხოლუაშვილი	ბორჯომის კულტურის სახლი
სალომე ნადირიძე	სასტუმრო სახლი ჩიკო
მაია ჯაყური	ქალთა ხელსაქმის კოოპერატივი
თეონა ლეთოდიანი	სასტუმრო/რესტორანი
დარეჯან ხეცურიანი	გერმანული წისქვილი
მაია ხოფერია	ბოლნისის მუზეუმი
შორენა ჯოხაძე	ბოლნისის მუზეუმი
ზოია ჩხიკვაძე	ბოლნისის მუზეუმი
ნანა გავაშელი	ბოლნისის მუზეუმი
მედეა ქავთარაძე	ასპინძის მუნიციპალიტეტი „ქალთა ოთახი“
მარინა გოგოლაძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
ინგა დიაკონოვი	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
ნინო მღებრიშვილი	ახალციხის საკრებულო, ადამიანთა რესურსების დეპარტამენტი
მაია სხირტლაძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
რეზო ანდლულაძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
გელა ძამუნაშვილი	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი

მარიამ ზაზაძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
თეა ჩიტაძე	ბიოლოგიური ფერმერობის ასოციაცია ელკანა
თინა გელაშვილი	სამცხე-ჯავახეთის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თამარ გოგინაშვილი	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, იურდიული საკითხების დეპარტამენტი
უჩა კახნიაშვილი	ახალციხის მერია, ტურიზმის და ძეგლთა დაცვის დეპარტამენტი
ნინო რუხაძე	ახალციხის „ქალთა ოთახი“
ლიკა მარღანია	მერსი ქორფსი/ICCN
მედეა ქავთარაძე	ასპინძის მუნიციპალიტეტი „ქალთა ოთახი“
ლევან მიქაბერიძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
ნინო მღებრიშვილი	ახალციხის საკრებულო ადამიანური რესურსების დეპარტამენტი
ნანა ჭალიძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
რეზო ანდლულაძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
გიორგი კულუხაშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
ქეთი ბეროზაშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
ნატალია დესპოტაშვილი	მწვანე ველი
მაია ხრიკაძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
ხათუნა ხაჩიძე	მთავარი სპეციალისტი
ზურაბ ლომიძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
ნონა ლურსმანაშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტის საკრებულო
ლონდა ფილიშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
ლელა გოგოლაძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
იზოლდა გუგუბერიძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
შორენა ბერიძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტის საკრებულო
ლევან ნათბელაძე	ბორჯომის მუნიციპალიტეტის საკრებულო
ივანე შალუტაშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტის საკრებულო
გიორგი კულუხაშვილი	ბორჯომის მუნიციპალიტეტი
მარინა ხუდაძე	ახალციხის მუნიციპალიტეტი, კულტურის დეპარტამენტი
იზოლდა მამაძე	მეწარმე
მარინე გავაშელი	გაზეთი „ბოლნისი“
ფერიდე ტვილდიანი	ტელევიზია „ბოლნისი“
თამარ ბაკურაძე	შემოსავლის სამსახური
ლია ბუბუტიეშვილი	ბოლნისის მუზეუმი
ფატი ტვილდიანი	ბოლნისის მუნიციპალიტეტი
მარინე ბეჟანიშვილი	„ქვემო ქართლის ეთნიკური კავშირი“ არა

სამტავრობო ორგანიზაცია	
ბელა ნადირაძე	
ნაირა გაბრიჩიძე	რეგიონული უწყებათაშორისო საკოორდინაციო საბჭო RICC
ეკატერინე ნინიაშვილი	ბოლნისის მუნიციპალიტეტი
მარეტა მარუთიანი	ბიბლიოთეკარი
ნაზიკო ტოგონიძე	ბუღალტერი
ნატო ყავლაშვილი	ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი
თინათინ ფრუიძე	ბოლნისის მუნიციპალიტეტი
ცირა ბჟალავა	ბოლნისის მუნიციპალიტეტი
მარინე ღორთლიშვილი	გაზეთი „ბოლნისი“
დარეჯან ოქრუაშვილი	გაზეთი „ბოლნისი“
თამარ გიორგაძე	ბოლნისის ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი

დანართი II სამცხე-ჯავახეთის უნიკალური ატრიბუტები

უნიკალური პროდუქტები	უნიკალური კერძები	უნიკალური გამოცდილებები	ფესტივალები
ტენილი ყველი	ნადული	მსოფლიოში მესამე საუკეთესო ჩიტებზე დაკვირვების ადგილი	ნინოობა (წმინდა ნინოს დღე)
მუხის ყველი	მაწვნის სუპი	თონეში პურის გამოცხობა	ივანობა
ჩუმი ყველი	თათარბერაქი	თაფლის მოყვანა	თერიანობა (ვეჰან თერიანის პოეზიის დღე)
მარცვლეული	თუთმაჯი	ძროხის მოწველა	ვარდავარი
გამახალგაზრდავებელი ღვინო	ერიშტა	ყველის გაკეთება	წალვერობა
ადგილობრივი ყველი „ჩეჩილი“	ბატის ხინკალი	ფიჭვის საღებო რეზინა	ახალციხელობა
თუთის ჯემი „ბაქმაზი“	ლოკოკინას ხინკალი	ფიჭვის მტვერი	შთაობა (შოთა რუსთაველი)
ხილის ჩირი (ღუმელში გაშრობის)	გამომცხვარი ყველი	მდინარეზე ნავით ცურვა (რაფთინგი)	წმინდა ანდრიას დღე
	ბიში	ნადირობა	
	ჩირიხტა		

ტექნოლოგია)	გირჩას ჯემი	თევზაობა	(12 მაისი)
ალპის უნიკალური თაფლი	თუთის ჯემი	ვარსკვლავების ცქერა	ბერობანა (არილი, უდე, ვალე)
ღვინის წარმოება	ტრადიციული მესხური პური	ფიჭვის მტვერით უნიკალური მკურნალობა	ჭილოობა ყველიერში
არყის წარმოება	ჰალვა	მღვდლების ობსერვატორია	მესხეთური დარბაზი უნიკალური სახლის მშენებლობის ტექნოლოგია რესტავრაცია
მესხური ყურძენი	ხავიწი	სამედიცინო მცენარეები	მესხეთური ფესტივალი
ზეთიანი პური „ჩიმერი“ მიმერა	შაქარლამა	ქართული ნაცრისფერი ფუტკარი	ზარზმობა
ვატერ ბიში	ქადა	მთის კალმახი	ანთიმოზობა ადიგენში
-	სხვადასხვა კენკრის ჯემები (ასკილი, ქაცვი)	ხეზე კვეთის ხელოვნება, ქვის ჭრა, მეტალის ჭრა, მატყლის წარმოება	შალვა ახალციხელობა
	სომინი (პური)		
	ვარდის ჯემი		
	ნაზუქი		
	ტკბილი ქლიავის ჯემი		
	“ფელვერდა”		
	აპოხტი ხინკალი		
	ყაურმა		
	ფოხინდი (შემწვარი ხორბალი და სიმინდი)		
	კორკოტი (ხორბლის თესლი) ადუღებული კარაქით		
	წეროხინკალი		
	გამშრალი პურის ხარჩო		
	კუატი -გამოდევნილი მაწონი		
	შინდის კერძი		

	ბოლიცო ბადამბური კატმარი მორეული თითის პური ლავაში პური მსხლის ჯემი - ადიგენი, უდე ტირემი ფატირ ბიში ჩიმური მშრალი თუთა		
--	---	--	--

დანართი III ქვემო ქართლის უნიკალური ატრიბუტები

<i>უნიკალური პროდუქტები</i>	<i>უნიკალური კერძები</i>	<i>უნიკალური გამოცდილებები</i>	<i>ფესტივალები</i>
ხორბლის უნიკალური ჯიშები დმანისის ანტიკური ქალაქი იმრი - ღვინის წარმოების ისტორია ოქროს მოპოვება მჟავე მინერალური წყლები სოფელ	ჩიხირთმა ტოლმა სადილის გერმანული კერძები ბაჟე ხორცი თეთრი ღვინის წვენში ხაჭაპური „აჩმა“ მწვანე ფხალი ნიგვზით ან თხილით	კერძების მომზადების უნიკალური ტექნოლოგია ღვინის დამზადების უნიკალური ტექნოლოგია ოქროს მოპოვება აბრეშუმის ჭია/აბრეშუმის წარმოება	ნოემბრის ბოლოს ღვინის ფესტივალი საბაობა ნოემბერში სიონობა რატევანობა გიორგობა პეტრე-პავლობა

რაჭისუბანში	ჩურჩხელა	ქვის/კლდის მოპოვება/დამუშავება	
ნიგოზი			
თაფლის/ფუტკრის წარმოება	გერმანული კერძები: კარკაე, შკაბური, ძეხვეული, ლორის ნაირსახეობა	შალის წარმოება, დამუშავება	
ყურძნის ნაირსახეობა	განსაკუთრებული ცომის ხინკალი	ხის კვეთა, ჩუქურთმის გაკეთება	
ხილი	პური	სანთლის წარმოება	
ბოსტნეული	კუბდარი	საპნის წარმოება	
კენკროვანი	ლობიანი	ხალიჩის წარმოება	
სოკო			
გოჭები			
ინდაურები			
სიმინდი			
ყველის სხვადასხვა სახეობა			
მაწონი			
კარტოფილი			