სსიპ გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი

ნ ი ნ ო ღ ო ნ ღ ა ძ ე

ბიომეურნეობის როლი აგროტურიზმსა და სტუმარ-მასპინძლობის განვითარებაში

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია

სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის ფაკულტეტზე

სასტუმროს მენეჯმენტის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ციური დურული

პროფესორი

გორი

2020

ა ნ ო ტ ა ც ი ა

დღეს როდესაც ტექნოლოგიები საკმაოდაა განვითარებული ძნელია ნატურალური პროდუქციის წარმოება, ვინაიდან გარემო დაბინძურებულია მავნე ნივთიერებებით . შექმნილი სიტუაციიდან გამოსავალი კი სწორედ რომ ბიომეურნეობის დანერგვასა და განვითარებაში მდგომარეობს. ბიომეურნეობის როლი წლიდან წლამდე იზრდება და მასთან ერთად მატულობს მოთხოვნა ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტზეც. ფაქტია, რომ როდესაც მომხმარებელი აცნობიერებს ბიოპროდუქტის დადებით თვისებებს ის მისი მუდმივი მომხმარებელიც ხდება და არ ზოგავს რესურსებს მის შესაძენადაც.

ბოლო წლებია საქართველოშიც ფეხს იკიდებს ბიომეურნეობა, თუმცა მის განვითარებას საკმაოდ ბევრი ფაქტორი აფერხებს. ასევე ფერმერები ცდილობენ პროდუქციის გატანას საქართველოს საზღვრებს გარეთაც და ხარისხის გაუმჯობესებას ევროკავშირის სტანდარტების შესაბამისად. ზოგიერთმა ფერმერმა თავისი მეურნეობა უფრო გაამრავალფეროვნა და იგი აგროტურიზმს დაუკავშირა. მისი მეშვეობით მას აქვს საშუალება მიიღოს ტურისტები, შესთავაზოს მათ ღამის გასათევი, აჩვენოს თუ როგორ ხდება სხვადასხვა სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობის წარმოება და ასევე ხელი შეუწყოს სოფლის პოპულარიზაციას და წინ წაწევას ტურისტული თვალსაზრისით.

ნაშრომის მიზანია განიხილოს ბიომეურნეობის როლი აგროტურიზმის განვითარებაში და გამოკვეთოს ამ სფეროში არსებული პრობლემები და გამოწვევები.

Annotation

Nino Gongadze

The role of bio-agriculture in the development of Agro-Tourism and hospitality

Today, when technologies are quite advanced, it is difficult to produce natural products, because the environment is polluted with harmful substances.The solution to the current situation lies in the introduction and development of organic farming. The role of organic farming is growing from year to year and with it the demand for ecologically clean products.The fact is that when a consumer realizes the positive qualities of a bio-product, he becomes a regular consumer and does not spare resources to buy it.

Organic farming has been gaining ground in Georgia in recent years, but many factors hinder its development. Farmers are also trying to export their products outside Georgia and improve their quality in line with EU standards.Some farmers have diversified their farms and linked it to agritourism. Through it, it has the opportunity to receive tourists, offer them overnight stays, show how various agricultural activities are carried out and also contribute to the promotion and advancement of the village in terms of tourism.

The aim of the paper is to discuss the role of organic farming in the development of agro-tourism and to identify the problems and challenges in this area.

შინაარსი

შესავალი 5

1 თავი I. ბიომეურნეობა 6

1.1 ბიომეურნეობის მოკლე მიმოხილვა 6

1.2 საქართველოს სოფლის მეურნეობა და ეკონომიკა 8

1.3 საერთაშორისო ვაჭრობა 11

1.4 ბიო ჩაიდან აგრო ტურისტულ სახლამდე 16

1.5 საქართველოს სოფლის მეურნეობის სტრატეგია 19

1.6 ბიომეწარმეები საქართველოში 24

2 თავი II აგროტურიზმი 27

2.1 აგროტურიზმის წარმოშობა 27

2.2 აგროტურიზმი საქართველოში 28

2.3 აგროტურისტული დაწესებულებების საქმიანობა 31

2.4 „აგრო-სტოპი“ საქართველოში 36

3 თავი III სასტუმროებისა და რესტორნების ბიზნესი 37

3.1 სასტუმროები საქართველოში 37

3.2 ბიომეურნეობა სტუმარ-მასპინძლობის სფეროში 38

3.3 მსოფლიოს ბიო სასტუმროების ასოციაცია 40

3.4 ბიო სასტუმროს მაგალითი საქართველოში 41

3.5 ქართველი მომხმარებლის დამოკიდებულება ბიო- პროდუქციის მიმართ 44

4 თავი IV კოვიდ-19 -ის გავლენა მსოფლიოს მეურნეობასა და ტურიზმის სექტორზე 45

დასკვნა 52

გამოყენებული ლიტერატურა 53

დანართი 1. საილუსტრაციო მასალა 55

შესავალი

თემის აქტუალობა: ბიოწარმოების ერთ-ერთი მთავარი მიზანი ჯანმრთელი მომავალია, ამიტომ ამ თემის აქტუალობა უფრო და უფრო იზრდება. მომხმარებელთა მოთხოვნების ზრდის შესაბამისად, ევროპაში სულ უფრო იზრდება ორგანული კვების პროდუქციის წარმოება. დღესდღეობით მსოფლიოს ქვეყნების უმრავლესობის პრიორიტეტია ორგანული ბიომეურნეობის განვითარება. დღეს, როგორც არასდროს, ადამიანებს აღელვებთ ის, თუ რამდენად ჯანსაღია ის საკვები რომელსაც მიირთმევენ.

კვლევის მიზანი და ამოცანებია: დადგინდეს კავშირი ბიომეურნეობასა აგროტურიზმს შორის, ვნახოთ თუ რამდენად უწყობს ხელს აგროტურიზმი სოფლის განვითარებას და ასაქმებს ადგილობრივ მოსახლეობას.

კვლევის ობიექტი და საგანია ბიომეურნეობა და აგროტურიზმი. საქართველოს ბიო-რესურსები და პროდუქცია, ასევე არსებული გამოწვევები, საოჯახო სასტუმროების მუშაობა და მოსახლეობის დამოკიდებულება ბიო-პროდუქტების მიმართ.

ჩატარებული კვლევის სიახლეს წარმოადგენს ბიომეწარმეებისა და აგროტურისტული ობიექტების მოძიება, მათი პრობლემების გამოკვეთა და მათი მოღვაწეობის მნიშვნელობის ფართო საზოგადოებისთვის გაცნობა.

ნაშრომის პრაქტიკული მნიშვნელობა მდგომარეობს იმაში, რომ იგი შეიძლება იყოს ნებისმიერი დაინტერესებული პირისთვის გზამკვლევი და მიაწოდოს ინფორმაცია საქართველოში არსებული სიტუაციის კუთხით .

სამაგისტრო ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა. ნაშრომის საერთო მოცულობაა 64 გვერდი. სამაგისტრო ნაშრომი შედგება ანოტაციის, შესავლის, თავებისა და დასკვნისაგან. ნაშრომს ერთვის გამოყენებული ლიტერატურის სია.

1 თავი I. ბიომეურნეობა

1.1 ბიომეურნეობის მოკლე მიმოხილვა

ტერმინს „ორგანულ სოფლის მეურნეობას“ გააჩნია მრავალი განმარტება[1], თუმცა ყველა მათგანი მიმართულია ეკოსისტემის მართვისაკენ. იგი ხელს უწყობს აგრო ეკოსისტემების შენარჩუნებას და უზრუნველყოფს მათ სიჯანსაღეს. იგი ძირითადად დამყარებულია პრაქტიკაზე და მისგან მიღებულ გამოცდილებაზე. მეურნეობაში არ გამოიყენება ან მინიმალურ დონეზეა დაყვანილი გარეშე დანამატების გამოყენება, ასევე ერიდება ხელოვნური სასუქებისა და პესტიციდების მოხმარებას. აღსანიშნავია ის ფაქტი რომ, ორგანული სოფლის მეურნეობა ვერ უზრუნველყოფს, რომ პროდუქცია მთლიანად თავისუფალი იყოს ნარჩენებისაგან, ვინაიდან გარემო სადაც ხდება პროდუქტის წარმოება საკმაოდაა დაბინძურებული.

ორგანული სოფლის მეურნეობა მიმართულია, რომ:

- ✓ გაიზარდოს ნიადაგის ბიოლოგიური აქტივობა, არ მოხდეს მისი გამოფიტვა და მოვიდეს კარგი ოდენობის მოსავალი;
- ✓ მოხდეს ნიადაგის, წყლის და ჰაერის ჯანსაღი გამოყენება.

მე–20 საუკუნის დასაწყისში საკმაოდ განვითარდა ქიმიური და მძიმე მრეწველობა, რასაც მოჰყვა სოფლის მეურნეობაში ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, შესაბამისად გაიზარდა მოსავლიანობა, შემცირდა ხელით შრომა და შესაბამისად შემცირდა პროდუქციის თვითღირებულებაც. თუმცა სოფლის მეურნეობა დამოკიდებული გახდა ქიმიურ ინდუსტრიაზე. მათი დიდი ოდენობით გამოყენება კი მავნე ზეგავლენას ახდენდა ადამიანის ჯანმრთელობასა და გარემოზე.

ეკოლოგიური სოფლის მეურნეობა XX საუკუნის 20-იან წლებში ჩამოყალიბდა. მაგრამ იგი სახელმწიფოს ყურადღების მიღმა იყო დარჩენილი. მისი აღორძინების ხანა 90-იან წლებში იღებს სათავეს სახელმწიფო დონეზე. 1991 წელს ევროკავშირის მიერ იქნა მიღებული დადგენილება ეკოლოგიური სოფლის მეურნეობის რეგულირების

[1] https://lib.bsu.edu.ge/e-books/book_305.pdf

თაობაზე, 2002 წლიდან ასეთივე ტიპის დადგენილება მიღებული იქნა ამერიკაშიც. ორგანული სოფლის მეურნეობაში საკმაოდ ბევრი ფერმერი ჩაერთო, ამიტომაც ვარაუდობენ, რომ უახლოეს მომავალ მსოფლიოში წარმოებული პროდუქციის დატექნოლოგიების 40% ეკოლოგიური იქნება. შესაბამისად, ამ სფეროში ჩადებული ინვესტიციები იქნება საკმაოდ მომგებიანი ბიზნესისთვის. ორგანული პროდუქტების BIOFACH 2019-ის[2] უმსხვილეს საერთაშორისო გამოფენაზე ორგანულ სოფლის მეურნეობის კვლევის ინსტიტუტმა (FiBL) და IFOAM – Organics International უახლესი სტატისტიკური მასალა „ორგანული სოფლის მეურნეობის სამყარო" წარმოადგინეს. ეს ორგანული წარმოების გლობალური ბაზრის ყველაზე სრულყოფილი და ავტორიტეტული კვლევაა, სადაც შესულია სხვადასხვა ქვეყანაში ორგანული პროდუქციის ბაზრის, სერტიფიცირებული მიწების, მწარმოებლების რაოდენობის, გაყიდვების არხების, მარეგულირებელი ორგანიზაციების, გაწეული დახმარების და სხვაასთან დაკავშირებული საკითხების მონაცემები. სტატისტიკის ბოლო მონაცემების თანახმად, ორგანული პროდუქტების გლობალურმა ბაზარმა 90 მილიარდ ევროს მიაღწია (ერთი წლის წინათ 80 მილიარდი ევრო იყო). ორგანული სოფლის მეურნეობის უმსხვილესი ბაზრებია აშშ _40 მილიარდი ევრო, გერმანია _ 10, საფრანგეთი _ 7.9, ჩინეთი _7.6 მილიარდი ევრო. ყველაზე ხშირად და ყველაზე მეტ ორგანულ პროდუქტებს ყიდულობენ შვეიცარიაში. ერთ სულ მოსახლეზე ეს ციფრი 2017 წელს შეადგენდა 288 ევროს, გერმანიაში _ 278, შვედეთში _237 ევროს. ორგანული ბაზრის ყველაზე დიდი წილი (მთლიანი სასურსათო ბაზრის 13.3%) დანიაშია. ორგანულ სოფლის მეურნეობას მისდევენ 181 ქვეყანაში, 69,7 მილიონ ჰექტარზე. ერთი წლის წინათ, ეს ციფრი 171 ქვეყანას და 57.8 მილიონ ჰექტარს შეადგენდა. ერთი წლის განმავლობაში ორგანული სოფლის მეურნეობის მიწის მოცულობა რეკორდულად 20% -ით გაიზარდა. ყველაზე მეტი მოცულობის სერტიფიცირებული ორგანული მიწათმოქმედების სავარგულები ავსტრალიაშია _ 35,6 მილიონი ჰა, შემდეგ მოდის

[2] https://kalo.ge/agrobusiness-info/view?id=8623

არგენტინა _3.4 მილიონი ჰა, ჩინეთი _3 მილიონი ჰა. მიწათმოქმედების მთლიანი სტრუქტურაში ორგანული მიწების წილის მიხედვით, ლიდერები არიან ლიხტენშტეინი 37.9%, სამოა _37.6%, ავსტრია _36%. თოთხმეტ ქვეყანაში, მთელი სასოფლო-სამეურნეო მიწის 10 პროცენტი, ან მეტი ორგანულია. მსოფლიოს 93 ქვეყანაში ორგანული სოფლის მეურნეობა სამართლებრივად რეგულირდება. მსოფლიოში ამავე სტატისტიკური მონაცემებით 2,9 მილიონი ორგანული, მეურნეობა/ მწარმოებელია. მათ შორის ყველაზე მეტი 835,000 ინდოეთშია, შემდეგ არის უგანდა _210,352, მექსიკა _ 210,000.

საქართველოში ეს პროცესი მძიმე ეკოლოგიურ და სოციალურ–ეკონომიკურ ფონზე მიმდინარეობდა. მის ჩამოყალიბებასა და განვითარებაში დიდი როლი მიუძღვის ასოციაცია „ელკანას“ . იგი ხელს უწყობს წევრ გლეხებს ბიომეურნეობის ჩამოყალიბებაში, მცირე სამეწარმეო საქმიანობის დაწყებისა და ბიოპროდუქციის გასაღების პროცესში. ამასთან შეიმუშავა ბიო სტანდარტები და საფუძველი ჩაუყარა საქართველოში და სამხრეთ კავკასიაში სერტიფიცირების სამსახურის შექმნას.

1.2 საქართველოს სოფლის მეურნეობა და ეკონომიკა

თუ გავითვალისწინებთ საქართველოს ბუნებრივ რესურსებს, დავრწმუნდებით, რომ ჩვენ სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის იდეალური პოტენციალი გვაქვს და მას ათვისება და გამოყენება სჭირდება. ამის მიუხედავად, დღეს სოფლის მეურნეობის წილი ქვეყნის ეკონომიკაში კლებულობს , ვინაიდან მოსახლეობა სოფლიდან ქალაქებში მიგრირებს. საქართველოში საკვები პროდუქტების დაახლოებით 80% იმპორტირებულია. რაც მიუთითებს იმაზე რომ ქვეყანაში უფრო მეტი საკვები პროდუქტი შემოედინება, ვიდრე გადის საერთაშორისო ბაზარზე.

საქართველოში იმპორტზეა დამოკიდებული შემდეგი პროდუქტები:

- ხორბალი
- ფრინველის ხორცი
- ღორის ხორცი

ქვეყნისთვის საკმარისი ოდენობით იწარმოება :

- კვერცხი
- კარტოფილი
- ყურძენი
- ცხვრის ხორცი

სოფელში წარმოებული პროდუქტი უმეტესწილად ისევ სოფელში რჩება და არ გადის სარეალიზაციოდ, ვინაიდან იგი არაა საკმარისი ოდენობის ან უბრალოდ გასაყიდი ფასი საკმაოდ დაბალია, ასევე ზოგიერთ შემთხვევაში არის ტრანსპორტირების პრობლემაც. დეფიციტია ასევე თანამედროვე ტექნოლოგიებზეც, დაბალია განათლების დონეც ამ მიმართულებით. ამ ყველაფრისგან კი მეტწილად ზარალდებიან მცირე მეურნეობები. ამიტომაც საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ძირითადი ფუნქცია არის სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის დახმარება და სოფლის მეურნეობაში ინვესტიციების ჩადება.

- შეღავათიანი აგროკრედიტი
- ახალგაზრდა მეწარმეების განვითარების პროგრამა
- შემნახველი და გადამამუშავებელი საწარმოების თანადაფინანსება
- მეფუტკრეობის სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების მხარდაჭერა
- სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების ინფრასტრუქტურის განვითარება
- სოფლის მეურნეობის მოდერნიზაციის, ბაზარზე წვდომა და მდგრადობა
- ქართული ჩაის წარმოების ხელშეწყობა
- სამელიორაციო სისტემების მშენებლობა და რეაბილიტაცია
- დაცული ტერიტორიების მართვის გაუმჯობესება
- აგროდაზღვევის უზრუნველყოფის ღონისძიებები
- მყარი ნარჩენების მართვა

ქვემოთ წარმოდგენილია საქართველოში მცხოვრები სოფლის მოსახლეობის რიცხოვნობა 2001 წლის დასაწყისისათვის და მისი ცვლილება:

წელი	სოფლის მოსახლეობა(ათასი კაცი)	სოფლის მოსახლეობა პროცენტობით მთელ მოსახლეობასთან
2001	1 807,2	44,8
2002	1 744,2	43,7
2003	1 730,6	43,6
2004	1 717,7	43,6
2005	1 703,8	43,5
2006	1 691,4	43,5
2007	1 683,2	43,5
2008	1 672,3	43,5
2009	1 665,4	43,5
2010	1 654,5	43,5
2011	1 643,4	43,5
2012	1 610,0	43,1
2013	1 599,7	43,0
2014	1 595,7	42,9
2015	1 586,3	42,6
2016	1 577,1	42,3
2017	1 564,5	42,0
2018	1 554,8	41,7

2019	1 539,1	41,3

1.3 საერთაშორისო ვაჭრობა

ევროკავშირის კანონმდებლობით ორგანული პროდუქტი წარმოადგენს სოფლის მეურნეობის პროდუქციას, რომლის პირველადი წარმოებისა და შემდგომი გადამუშავების, შეფუთვის, შენახვის, ტრანსპორტირების, ეტიკეტირებისა და რეალიზაციის წესები შეესაბამება ევროკავშირის კანონმდებლობით დადგენილ წარმოებისა და სერტიფიცირების მოთხოვნებს. ორგანულად მიიჩნევა პროდუქტი, რომლის სასოფლო-სამეურნეო შემადგენლობის მინიმუმ 95% ორგანული წარმოების წესების შესაბამისად არის წარმოებული.

ევროკავშირის მომხმარებლებისთვის ორგანული პროდუქტების შეძენის მთავარ მოტივაციას ჯანმრთელობისა და პროდუქტის გემოს ფაქტორები, ხოლო ორგანული პროდუქტების შეძენაზე თავის შეკავების მთავარ მოტივაციას - პროდუქტების მაღალი ფასი და ორგანული პროდუქტებისადმი მომხმარებელთა დიდი ნაწილის უნდობლობა წარმოადგენდა. ბევრ მომხმარებელს მიაჩნდა, რომ სხვაობა ორგანული და არაორგანული პროდუქტების ხარისხს შორის არ არსებობდა. მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად ევროკომისიამ ერთ-ერთ გადაუდებელ ღონისძიებად მიიჩნია ორგანული პროდუქტების უპირატესობების შესახებ ევროკავშირის მომხმარებელთა ინფორმირებულობის ამაღლება.

გასულ წელს ევროკავშირმა იმპორტირებული 3.24 მილიონი ტონა ორგანული პროდუქტი მიიღო, რაც 0.36%-ით მეტია 2018 წელთან შედარებით. ეს არის სოფლის მეურნეობის პროდუქციის მთელი იმპორტის 2%, მაგრამ სეგმენტი სწრაფად ვითარდება. ამ პროდუქტების მთავარი მომხმარებლები ევროკავშირში არიან ნიდერლანდები (მთლიანის 32%), გერმანია (13%), გაერთიანებული სამეფო (12%) და ბელგია (11%). გასული წლის განმავლობაში მოთხოვნილება ყველაზე მეტად გაიზარდა

ორგანულ ტროპიკულ ხილზე, სანელებლებზე, შაქარზე, ბოსტნეულზე, ყავაზე, ჩაიზე და სოიოზე.

საქართველოს ხარისხიანი პროდუქციის წარმოების დიდი პოტენციალი მოეპოვება. ჩვენ შეგვიძლია გასაყიდად გავიტანოთ ბიო ღვინო , რომელიც ადგილობრივი იშვიათი ჯიშის ყურძნისგან მზადდება.

ევროპის ბაზრებზე ქართული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებიდან ყველაზე დიდი ოდენობით ისევ თხილი და ღვინო იყიდება, თუმცა 2014 წელს ასოცირების შეთანხმების სავაჭრო კომპონენტის (DCFTA)[3] ამოქმედების შემდეგ ევროკავშირის ბაზრის მიმართ ქართველი მეწარმეების ინტერესი სულ უფრო მეტად იზრდება. ევროკავშირისთვის ორგანული პროდუქტების მიმწოდებელთა საერთო რეიტინგში საქართველო 76-ეადგილზეა. დღეს ფერმერებს ევროპის ბაზარზე გააქვთ:

ხილის ჩირი:ევროკავშირი მსოფლიოში ხილის ჩირის ერთ-ერთი უმსხვილესი მომხმარებელია. ძირითადად, ქლიავის, ხურმის, ვაშლის, ბანანის, ფინიკის, ლეღვის, ფორთოხლის, გრეიპფრუტის, გარგარისა და მსხლის ჩირის იმპორტი ხდება.

მოცვი/ლურჯი მოცვი: ლურჯ მოცვზე საერთაშორისო მოთხოვნა სწრაფად იზრდება. საქართველოს ევროკავშირის ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობაც აქვს - ქართული მოცვი მწიფდება რამდენიმე კვირით ადრე, ვიდრე ევროკავშირის მთავარ მიმწოდებელ ქვეყნებში- პოლონეთში, ნიდერლანდებსა და ესპანეთში. მაისის ბოლოდან ივლისის შუა რიცხვებამდე ქართველ მეწარმეებს შეუძლიათ საკუთარი პროდუქტი ევროპელ მომხმარებლებს შესთავაზონ- ამ დროს ევროპაში კენკროვანიკ ულტურების კრეფის სეზონი ჯერ არ დაწყებულა.

კივი: ახალი ზელანდიელების მიერ ჩატარებული კვლევის მიხედვით, კივის მოსაყვანად ყველაზე კარგი კლიმატი ახალი ზელანდიის შემდეგ საქართველოში, კერძოდ, ფოთი-ზუგდიდი-გალი-ოჩამჩირის ტერიტორიაზეა. ქართული კივის ერთ-ერთი უპირატესობა მაღალი შაქრიანობაა.

---

[3] http://eugeorgia.info/ka/article/433/saeqsporto-potencialis-mqone-agroproduqtebi-da-nishuri-bazrebi-evrokavshirshi/

ბროწეული: ევროკავშირი ბროწეულის იმპორტს მთელი წლის განმავლობაში ახორციელებს, ყველაზე დიდი მოცულობით-მაისში. ბროწეული ევროპელებისთვის ეგზოტიკური ხილის კატეგორიაში გადის, მაღალ საფასო სეგმენტში იყიდება და მოთხოვნაც იზრდება. ბროწეულისგან წარმოებული პროდუქცია სულ უფრო პოპულარული ხდება, წვენებში, სურსათის დანამატების სახით ტკბილეულსა და რძის პროდუქტებში (ჩრდილოეთ ევროპაში) და სოუსებში, საკმაზებსა და ბურღულეულში (სამხრეთ ევროპაში). საქართველოში ბროწეული მცირე რაოდენობით იწარმოება, ქვეყანაში და მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად წელიწადში 3 მილიონი დოლარის ღირებულების ბროწეულის იმპორტს (უმეტესად აზერბაიჯანიდან) ახორციელებს.

კურკოვანი კულტურები: კურკოვანი კულტურა (*ატამი, ვაშლ-ატამა, ქლიავი, გარგარი და ალუბალი*) ევროპის არაერთ ქვეყანაში მოდის, ამიტომ ევროკავშირში განვითარებადი ქვეყნებიდან იმპორტი მხოლოდ არასეზონზე-იანვრიდან-მარტამდე ხდება, როდესაც დეფიციტია, თუმცა, წლის ამ მონაკვეთში დეფიციტია საქართველოშიც, ამის მიზეზი პროდუქტის მცირე რაოდენობა და სამაცივრე მეურნეობების არარსებობაა. 14 ივლისის მდგომარეობით, საქართველოდან ექსპორტირებულია 6 179 ტონა ატამი და ვაშლატამა, რაც 640 ტონით აღემატება წინა წლის ანალოგიური პერიოდის მაჩვენებელს.[4] 2019 წელს, ამავე პერიოდში, ექსპორტირებული ატმისა და ვაშლატამას მაჩვენებელმა 5 539 ტონა შეადგინა. ქართული ატმისა და ვაშლატამას ძირითადი საექსპორტო ქვეყნებია რუსეთის ფედერაცია (61% - 3 796 ტონა), სომხეთის რესპუბლიკა (30% - 1 857 ტონა) და აზერბაიჯანის რესპუბლიკა (7% - 417 ტონა). ექსპორტი ასევე ხორციელდება ყაზახეთის, სლოვენიის, მოლდოვასა და სინგაპურის რესპუბლიკებში (2% - 109 ტონა).

ვარდის ზეთი: მსოფლიო ბაზარს, თითქმის 100%-ით, ორი ტრადიციული მწარმოებელი - ბულგარეთი (40%) და თურქეთი (60%)-ინაწილებს. საქართველოში ვარდის ზეთის წარმოება არ არის განვითარებული, ერთ-ერთი

[4] https://kalo.ge/news/view?id=8685

კომპანია, რომელიც ვარდის ზეთის წარმოებას იწყებს კახეთში კომპანია „კახეთი ბიოა“, რომელიც პროდუქციის ევროკავშირში ექსპორტსაც გეგმავს გერმანელი პარტნიორის დახმარებით.

სტაფილოს თესლის ზეთი: ჰოლანდიური კვლევითი ცენტრის (CBI) მიერ ჩატარებული კვლევის თანახმად, მსოფლიო ბაზარზე ეკოლოგიურად სუფთა სტაფილოს თესლის ზეთის დეფიციტია და წარმოება ბაზრის მოთხოვნას ვერ აკმაყოფილებს. სტაფილოს თესლის ზეთი ძირითადად კოსმეტიკასა და თავის მოვლის სხვა საშუალებებში გამოიყენება. სპეციალისტების თქმით, საქართველოს აქვს პოტენციალი, რომ სტაფილოს თესლის ზეთი ევროპაში გაიტანოს. თუმცა ამ ეტაპზე საქართველოში მოყვანილი პროდუქტი ადგილობრივ ბაზარსაც ვერ აკმაყოფილებს.

ჩაი: მსოფლიოში ბიო ჩაის დეფიციტია და დარგის სპეციალისტების თქმით, საქართველოს დიდი პოტენციალი გააჩნია, ვინაიდან ყველაზე ჩრდილოეთით წარმოების წერტილია, მავნებელი მწერებისგან დაავადებების რისკიც ნაკლებია, და ამიტომ პესტიციდების გამოყენებაც შეიძლება მინიმალური იყოს. ამასთან, კლიმატური პირობებიდან გამომდინარე ქართულ ჩაიში ნაკლები ექსტრაქტულობაა, ანუ კოფეინის და ტანინის შემცველობა მცირე დოზითაა, ამის გამო დღის განმავლობაში ქართული ჩაის მრავალჯერადი მოხმარება მავნებელი არ არის. ჩაის მწარმოებელი რეგიონებია: გურია, სამეგრელო, აჭარა და იმერეთი.

მწვანილი: კვლევის თანახმად, ქართულ მწვანილს შეუძლია ევროპული ბაზრის 0,2% დაიკავოს. იმერეთის 1000-მდე სასათბურე მეურნეობაში 550 მცირე მეწარმესა და 10 მსხვილ კომპანიას წელიწადში დაახლოებით 25 000-მდე ტონა მწვანილი მოჰყავს. ქართული მწვანილი ექსპორტზე ძირითადად უკრაინაში, ბელორუსში, აზერბაიჯანში, ლატვიაში, ბულგარეთსა და მოლდოვაში გადის.

დაფნა: თურქეთისა და ინდოეთის შემდეგ, ევროკავშირის ბაზარზე განვითარებადი ქვეყნებიდან მე-3 ადგილს ქართული დაფნის ფოთოლი იკავებს. დაფნის კულტურა ძირითადად, სამეგრელოში, ხობის რაიონში მოდის, ასევე, მცირე რაოდენობითაა იმერეთში (თერჯოლა), გურიასა და აჭარაში.

ბიო ღვინო: ბოლო 2 წელია გაიზარდა მეღვინეთა რაოდენობა, რომელთაც საკუთარი მეურნეობის ორგანულად გარდაქმნა უნდათ. იაგო ბიტარიშვილს მცხეთის რაიონის სოფელ ჩარდახში ბიო ღვინოს მხოლოდ მცირე წარმოება აქვს (5000 ბოთლი), თუმცა პროდუქციას თითქმის მთლიანად ევროპულ ბაზარზე ყიდის. იაგოს ღვინო დღეს 11 ქვეყანაში იყიდება, მათ შორის, უმეტესობა ევროპის ქვეყნებია (იტალია, საფრანგეთი, შვეიცარია, გერმანია, დანია, შვედეთი, ესპანეთი, სლოვენია, ავსტრია). იაგოს ღვინო ნატურალური პროდუქტის მაღაზიებში დაახლოებით 20 ევრო, რესტორნებსა და ღვინის მაღაზიებში კი 3-ჯერ ძვირი ღირს. ევროპაში წარმატებით ყიდიან ბიო ღვინოს ძმები ჯაყელებიც. ჯაყალების ღვინო ინგლისში, შვეიცარიასა და პოლონეთში იყიდება.

ირაკლი ნიკოლაშვილი- ერთ-ერთი პირველი მეწარმეა, რომელმაც ბიო ღვინო ევროპის ბაზარზე გაიტანა. პირველად, 2009 წელს ლიტვაში გაყიდა, ბოლო პარტია (1000 ბოთლი) კი შვეიცარიასა და გერმანიაში მიმდინარე წლის იანვარში გაგზავნა.[5] 2 წელია ბიო ღვინოს აწარმოებს ბაკურციხეში გოდერძიშვილების საგვარეულო ღვინის მარანი. ბიო სერტიფიკატის აღებამდე ბრიტანელ პარტნიორებთან აწარმოებს მოლაპარაკებებს და წლის ბოლომდე 1200 ბოთლის გაგზავნასაც გეგმავს.

თხილი, კაკალი, ნუში: საქართველომ სოფლიოში თხილის მწარმოებელი და ექსპორტიორი ქვეყნების ხუთეულშია. ქართული თხილის 75%-ზე მეტის ექსპორტი დასავლეთი ევროპის ქვეყნებში ხდება. ევროკავშირის ბაზრებზე ყველაზე ძლიერი კონკურენტი თურქეთია, თუმცა ქართული თხილის უპირატესობად შეიძლება ჩაითვალოს მისი მაღალი ცხიმიანობა. თხილთან ერთად მსოფლიო ბაზარზე კაკალსა და ნუშზე მოთხოვნაც ყოველწლიურად იზრდება.

თაფლი: ევროკავშირი მსოფლიოში თაფლის მოხმარებით პირველ ადგილზეა, გაზრდილი მოხმარებისა და შიდა წარმოების შემცირების გამო ვერ აკმაყოფილებს ადგილობრივ მოთხოვნას და მოხმარებული თაფლის დაახლოებით 40%-ს სხვა

[5] https://www.facebook.com/womenofgeorgia/photos/pcb.2644671709180877/2644670049181043/

ქვეყნებიდან ყიდულობს. ევროკავშირს თაფლის ხარისხთან დაკავშირებით მკაცრი მოთხოვნები აქვს. ამ მოთხოვნებიდან მთავარი თაფლში ანტიბიოტიკებისა და პესტიციდების ნარჩენების კონტროლია. გარდა ამისა, მკაცრად არის გაწერილი თაფლში ზოგიერთი ნივთიერების დასაშვები რაოდენობები და საერთოდ აკრძალული ნივთიერებები. ევროკავშირის კანონმდებლობით, აკრძალულია იმპორტი ქვეყნიდან თუ ის არ შედის ე.წ მესამე ქვეყნების სიაში. აღნიშნულ სიაში ყოფნა ნიშნავს იმას, რომ ქვეყანას აქვს თაფლის ხარისხის შესაბამისი კონტროლის/შემოწმების სისტემა, რაც ერთგვარი გარანტიაა იმისა, რომ ამ ქვეყნიდან იმპორტირებულ თაფლში არ იქნება რომელიმე აკრძალული ნარჩენი და ვეტერინარული პრეპარატი.

დღეს ქართული აგრო პროდუქციის ევროკავშირში ექსპორტს აფერხებს რამდენიმე ფაქტორი : პროდუქტის დაბალი ხარისხი, ლოგისტიკური საკითხები, მეწარმეებში ევროპის ბაზრების შესახებ მწირი ინფორმაცია და ქართული პროდუქციის დაბალი ცნობადობა ევროპელ მომხმარებლებში.

1.4 ბიო ჩაიდან აგრო ტურისტულ სახლამდე

ლიკა მეგრელაძე, სოფელი წითელმთა, ოზურგეთის მუნიციპალიტეტი

“კომლი”

დღემდე სოფლის მოსახლეობა კომლებით აღიწერება, ეს არის თითოეული ცალკე მდგომი ოჯახი სოფელში. საინტერესოა ამ სიტყვის ეტიმოლოგიაც - სიტყვა “კვამლიდან” მოდის, ანუ ეს არის ადგილი, საიდანაც კვამლი პერმანენტულად, ზამთარ-ზაფხულ ამოდის. კვამლის ამოსვლა იმას ნიშნავს, რომ იქ საჭმელი კეთდება, სითბოა, სასმელია, ჩაის ადუღებენ. გამქრალი კვამლი ჩამქრალ ცეცხლსა და გამქრალ კომლს ნიშნავს. სამწუხაროდ, გურიაში უკვე ბევრია ასეთი, გურიის ცენტრშიც და მის მიმდებარე სოფლებში ძალიან ბევრი დაკეტილი სახლია, შესაბამისად, ჩამქრალიკვამლიც.

2010 წელს დაიწყო გურიის მუნიციპალური და ევროკავშირის პროექტი - “მონაწილეობითი პრინციპები გურიის ტურიზმის განვითარების საქმეში”, სადაც პატარა გრანტი მოიგო და ამ გრანტით მოხდა ჩაის გზისა და ჩაის ტურის ორგანიზება.

ალბათ, არ მოიძებნება ადამიანი, რომელსაც სიცოცხლეში ერთხელ მაინც არ დაულევია რომელიმე ტიპის ჩაი. პირველ ეტაპზე, მოსული სტუმარი ეცნობა ჩაის წარმოშობის ისტორიას და მისი განვითარების გზას საქართველოში. მერე ნახულობს ჩაის ბუჩქებს, უმეტესობას თვალით არ აქვს ნანახი. პლანტაციაში ნახავთ 7-8 ჯიშის ჩაის ბუჩქს: ერთი წვრილ ფოთოლაა, მეორე უფრო ღია ფერის, მესამე მსხვილ ფოთოლაა, მეოთხეს უფრო მეწამული ფერი გადაჰკრავს და ა.შ. შემდეგ ხდება ჩაის ქუდით და კალათით დაკრეფა, სტუმარი სწავლობს ჩაის მოკრეფის ყველა წესს. თუ სტუმარი 2-3 დღითაა მოსული, თავად შეუძლია ნახოს ჩაის დამზადების პროცესიც. ამასობაში გაისეირნებს გომის მთისკენ, ურეკში, შეკვეთილში და რომ დაბრუნდება, ჩაი დახვდება მზად, ანუ ზედმეტი წყალი იქნება აორთქლებული და ფოთოლი უფრო დამყოლი და მოღვენთილი იქნება. ეს იმისთვისაა საჭირო, რომ ადვილი იყოს მისი მოგრეხა. მერე უკვე ხდება ფოთლის ხელით მოგრეხა ნაზად, ბოლოს ესხმება წყალი დ ხდება ჩაის დაყენება სპეციალურ მინის ჩაიდანში. ფერმენტაციის პროცესის გავლის შემდეგ კი სტუმარს თავისი ხელით დაკრეფილი ჩაის დაგემოვნებაც შეუძლია. თუ სტუმარი ვერ რჩება, ამ ყველაფერს ვუყვებით და პირდაპირ დაგემოვნებაზე გადავდივართ.

რაც შეეხება სამომავლო გეგმებს პირველ რიგში მეწარმეს სურს მარნის აღდგენა პირველადი სახით, როგორიც ის ადრე იყო. ჩაის ტური პირველი პროექტი იყო, მაგრამ კომლი ვერაფრით იქნება ღვინის გარეშე. ახლა ხუთი ჯიშის ვაზია დარგული: საკმიელა, კამური, ბადაგი, მტევანდიდი და რცხილათუბანი, რომლებიც განეკუთვნებიან გურული ვაზის ჯიშებს. ობიექტი აწარმოებს ასევე მისივე სახელობის ღვინოს , რომლის ოდენობა შეადგენს 252 ბოთლს. ღვინო გაკეთებულია ჩხავერისგან. ბიზნესის განვითარებს ხელს უშლის სოფელში არსებული პრობლემები, რომელთაგანაც აღსანიშნავია :

ცენტრალური საკანალიზაციო სისტემა - საყოფაცხოვრებო ნარჩენები და დაბინძურებული წყალი, ასევე ქიმია გროვდება და ხდება სასმელი და სარწყავი წყლის დაბინძურდება. სოფლად მცხოვრები ქალებისთვის შეიქმნა საინიციატივო ჯგუფი, რომელიც მიმართულია ცნობიერების ამაღლებაზე იმასთან დაკავშირებით, თუ რა არის სეპტიკური ტუალეტი, რას ნიშნავს ეს და რატომაა საჭირო. იგეგმება ბუკლეტების გამოცემაც, კონსულტაცია გავლილია უამრავ სპეციალისტთან ამ პრობლემასთან დაკავშირებითაც.

მორწყვის პრობლემა - გურიის 42% წყალია, თუმცა სარწყავი წყლის პრობლემა დღემდე მოუგვარებელია, შრება ასევე ზაფხულის პერიოდში სასმელი წყალიც ჭაში.

მიგრაცია - არის მიგრაციის პრობლემა, რაც გამოიხატება ახალგაზრდა მოსახლეობის სამუშაოდ სოფლის გარეთ ქალაქებსა და საქართველოს ფარგლებს გარეთ წასვლაში.

ყველაფერი ამის გათვალისწინებით ქალბატონი ლიკა მაინც ახერხებს დამსვენებლების მიღებას და ჩაის პოპულარიზაციას.

თიგის სახლი

ნინო თიგიშვილი წარმოშობით არის ქსნის ხეობიდან და უკვე რამდენიმე თვეა რაც მისდევს მცენარეებისგან ნატურალური ჩაის წარმოებას და ანვითარებს საოჯახო ბიზნეს. მან დაიწყო ჩაის შეფუთვა და ონლაინ გაყიდვა. პოპულარიზაციის მიზნით ხდება ყოველდღიური ყოფის ამსახველი პოსტების, ვიდეოების გამოქვეყნება. “თიგის სახლის” განვითარებაში აქტიურად ჩაერთო ,,ფაბლაბ ილიაუნიც”, რომელიც მას ბრენდინგის მიმართულებით დაეხმარა. ამ ეტაპზე “თიგის სახლში” სამი სახეობის ეკოლოგიურად სუფთა მცენარეული ჩაია. თითოეული მათგანი რამდენიმე მცენარის სინთეზია და ინდივიდუალური სახელი აქვს. მცენარეები მთაში გროვდება, მოკრეფიდან შეფუთვამდე კი არანაირი ხელოვნური ჩარევა არ ხდება, რაც მას

განსაკუთრებულსა და გამორჩეულს ხდის. კიდევ ერთი რამ, რაც "თიგის სახლის"[6] ჩაის გამოარჩევს მცენარეების მთლიანობაა (დაუჭრელად შეფუთვა), რაც განსაკუთრებით ლამაზია დაყენებისას და მათთვის, ვისთვისაც ესთეტიური მხარე ისეთივე მნიშვნელოვანია, როგორიც - გემო, იგი საუკეთესო არჩევანია. "თიგის სახლი" უახლოეს მომავალში გეგმავს ჩაის ასორტიმენტის გაზრდასა და სხვა ოჯახური პროდუქტების დამატებას, როგორებიცაა : მურაბა, საწებელი და ა.შ. ნინოს ოჯახი ქართულ-ოსური, მთა-ბარის თანაცხოვრების გაერთიანების ილუსტრაცია ამისი ყოველდღიური ყოფით, ტრადიციებითა და ადათ-წესებით, რაც დიდ ინტერესს იწვევს ირგვლივ მყოფებში, სწორედ ამიტომ მისი მიზანი საკუთარი აგრო ტურისტული მეურნეობის შექმნაა, ადგილის, სადაც უბრალოდ კი არ მოუყვება და აჩვენებს ადამიანებს პროცესებს, არამედ მისცემს შესაძლებლობას, მიიღონ დაუვიწყარი გამოცდილება და ემოციები, თავად გახდნენ ამ პროცესებისა და მისი დიდი ოჯახის წევრები, თუნდაც რამდენიმე საათით. თავად შექმნან და გაეცნონ ყოველდღიურ ყოფას, ტრადიციებს, დღესასწაულის აღნიშვნის ფორმებს და ა.შ.

1.5 საქართველოს სოფლის მეურნეობის სტრატეგია

საქართველოს სოფლის მეურნეობის სტრატეგია არის სპეციალური სახის დოკუმენტი, რომელიც შედგენილია მთავრობის მიერ და ისახავს სოფლის მეურნეობის აღორძინებას და მის ეტაპებს.

საქართველოს სოფლის განვითარების 2017-2020 წლების სტრატეგიის 2018-2020 წლების სამოქმედო გეგმის 2019 წლის ამოცანის ინდიკატორები.

პრიორიტეტი/ამოცანა

[6] https://fablab.iliauni.edu.ge/thigis-sakhli/?fbclid=IwAR1fgJfWMYuA3GM-rKz98fGQANOvB1gXG_afGmM-mqmwwrWy-IAx8HF_nuU

პრიორიტეტი 1 - ეკონომიკა და კონკურენტუნარიანობა	
ამოცანა 1.1.კონკურენტუნარიანობა. ფერმერული საქმიანობის ეკონომიკური გაჯანსაღება, რესტრუქტურიზება და მოდერნიზაცია. დივერსიფიკაციისა და ეფექტიანი მიწოდების ჯაჭვის განვითარების მეშვეობით.	2019 წელს, სულ მცირე 636-მა ბენეფიციარმა განახორციელა ინვესტიცია. 2019 წელს, წინა წელთან შედარებით, ჰიდრომელიორილებული ფართობი გაზრდილია სულ მცირე 3 %-ით.
ამოცანა1.2.დივერსიფიცირება. სოფლის ეკონომიკის დივერსიფიკაციასოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებული ღირებულებათა ჯაჭვის გაძლიერებით და მდგრადი არასასოფლო-სამეურნეო მიმართულებების განვითარების საშუალებით	2019 წელს, სულ მცირე 10 არასასოფლო-სამეურნეო საწარმომ განახორციელა ინვესტიცია.
ამოცანა 1.3.ტურიზმი სოფლად. სოფლად ტურიზმისა და შესაბამისი ტურისტული პროდუქტების განვითარება სოფლის სპეციფიკისა და უნიკალური კულტურული იდენტობის საფუძველზე.	2019 წელს, სულ მცირე 60 ტურისტულ პროდუქტსა და ინფრასტრუქტურაში განხორციელდა ინვესტირება.

პრიორიტეტი 2 - სოციალური მდგომარეობის და ცხოვრების დონე	
ამოცანა 2.1. უნარები და დასაქმება. ცნობიერების ამაღლება ინოვაციების და მეწარმეობის მიმართულებით. ასევე, თანამშრომლობის წახალისება უნარ-ჩვევების განვითარებისა და დასაქმების ხელშეწყობით (განსაკუთრებით ახალგაზრდებისა და ქალებისათვის).	2019 წელს, სულ მცირე 14,220-მა ბენეფიციარმა შეიძინა/გაიუმჯობესა შრომითი ბაზრისთვის საჭირო უნარები.
ამოცანა 2.2 ინფრასტრუქტურა და მომსახურებები. ძირითადი სასოფლოსამეურნეო ინფრასტრუქტურის (მათ შორის კულტურულ მემკვიდრეობების ძეგლებამდე მიმავალი გზებისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის) გაუმჯობესება და ხარისხიანი სახელმწიფო სერვისებით სარგებლობის ხელმისაწვდომობა, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ჩათვლით.	2019 წელს, 50,350 სოფლად მცხოვრებ მოსახლეს გაეზარდა ხელმისაწვდომობა ახალ და/ან გაუმჯობესებულ ინფრასტრუქტურაზე.
ამოცანა 2.3. ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა. სოფლის მოსახლეობის (განსაკუთრებით ქალებისა და ახალგაზრდების)	2019 წელს, სულ მცირე 3 საზოგადოებრივი ჯგუფებიდან მომდინარე ადგილობრივი განვითარების ინიციატივებიდან მოხდება ცოდნის/გამოცდილების გენერირება, რათა მოხდეს სოფლის განვითარების სტრატეგიის სამოქმედო გეგმის წლიური გადახედვისთვის ინფორმაციის გაზიარება და შემდგომი

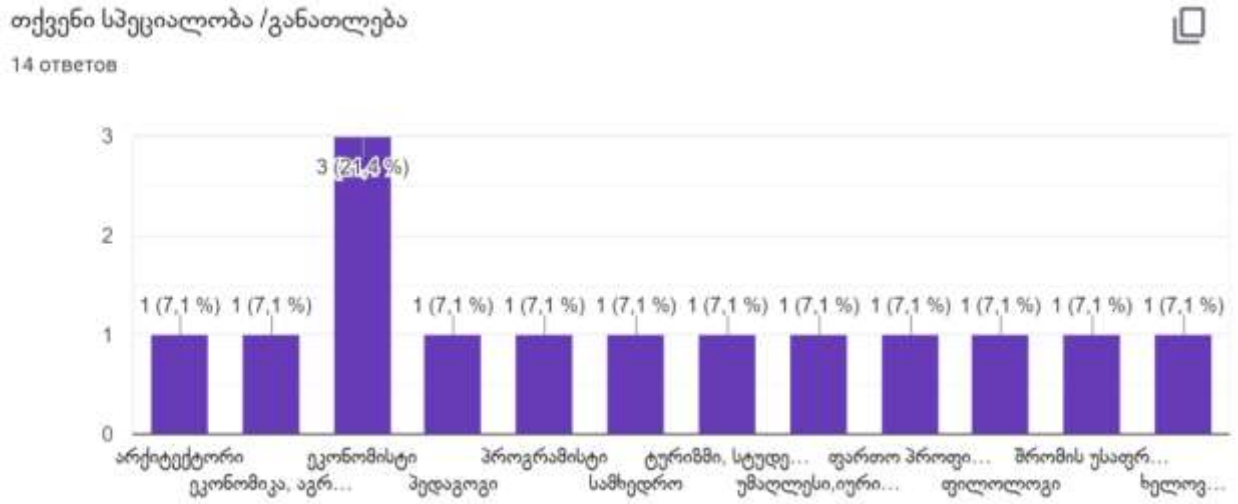
ჩართულობის გაზრდა ადგილობრივი საჭიროებების იდენტიფიცირებისა და მათი გადაწყვეტის გზების განსაზღვრაში.	რეაგირება.

პრიორიტეტი 3 - გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების მდგრადი მართვა	2019 წელს წინა წელთან შედარებით სულ მცირე 10 %-ით გაზრდილია ტყის ფონდის ტერიტორია, რომელიც იმართება ტყის მართვის გეგმებით
ამოცანა 3.1. წყლის, ტყისა და სხვა რესურსები. მიზნობრივ სოფლის ტერიტორიებზე წყლის, ტყისა და სხვა რესურსების მართვის გაუმჯობესება.	2019 წელს, დაცული ტერიტორიების დამატებით 1 ტერიტორიული ერთეული იმართება მენეჯმენტის გეგმებით .
ამოცანა 3.2. ნარჩენების მართვა. სოფლად ნარჩენების მართვის მდგრადი სისტემების განვითარების ხელშეწყობა.	2019 წელს, დაიწყება 1 ახალი რეგიონული ნაგავსაყრელის მშენებლობასთან დაკავშირებული საპროექტო სამუშაოები.
ამოცანა 3.3. კლიმატის ცვლილება. კლიმატის ცვლილებით გამოწვეული შესაძლო ნეგატიური გავლენის შერბილების ღონისძიებების განხორციელება და რისკების შეფასება.	2019 წელს 2018 წელთან შედარებით დამატებით 6 ერთეული მეტეოროლოგიური და 6 ერთეული ჰიდროლოგიური დაკვირვების სადგურის შეძენა და გამართვა. 2019 წელს, აგროდაზღვევის პროგრამის ფარგლებში დაზღვეულია არანაკლებ 13,000 ჰა სასოფლო-სამეურნეო მიწის ფართობი.

1.6 ბიომეწარმეები საქართველოში

დაახლოებით შვიდი თვის წინ საქართველოში დაიწყეს ფიქრი კანონპროექტის შექმნის თაობაზე, რომელიც მიმართული იქნებოდა ბიომეწარმეების უფლებების დასაცავად და ასევე მოახდენდა მათთვის შეღავათიანი პირობების შექმნას. იდეა წამოვიდა მას შემდეგ, როდესაც საქართველოს ფერმერთა ასოციაციის წევრები იტალიას ესტუმრნენ საქმიანი ვიზიტით. პროექტი კი განსახილველად პარლამენტს წარუდგინეს. კანონპროექტზე მუშაობა კი დღემდე არ შეწყვეტილა, რადგან იგი საკმაოდ ხანგრძლივი პროცესია.

საქართველოში ბიოფერმერების მხარდასაჭერად ხშირად ტარდება თეორიული და პრაქტიკული ტრენინგები სხვადასხვა ორგანიზაციების მიერ, შექმნილია ასევე რამდენიმე სოციალური ჯგუფი, სადაც სოციალური ქსელის მეშვეობით ხდება ცოდნის გაზიარება და ინფორმაციის სწრაფად მიწოდება. არსებული ჯგუფის საშუალებით მოხდა 14 ფერმერის გამოკითხვა . მათი სპეციალობები კი შემდეგნაირად გადანაწილდა

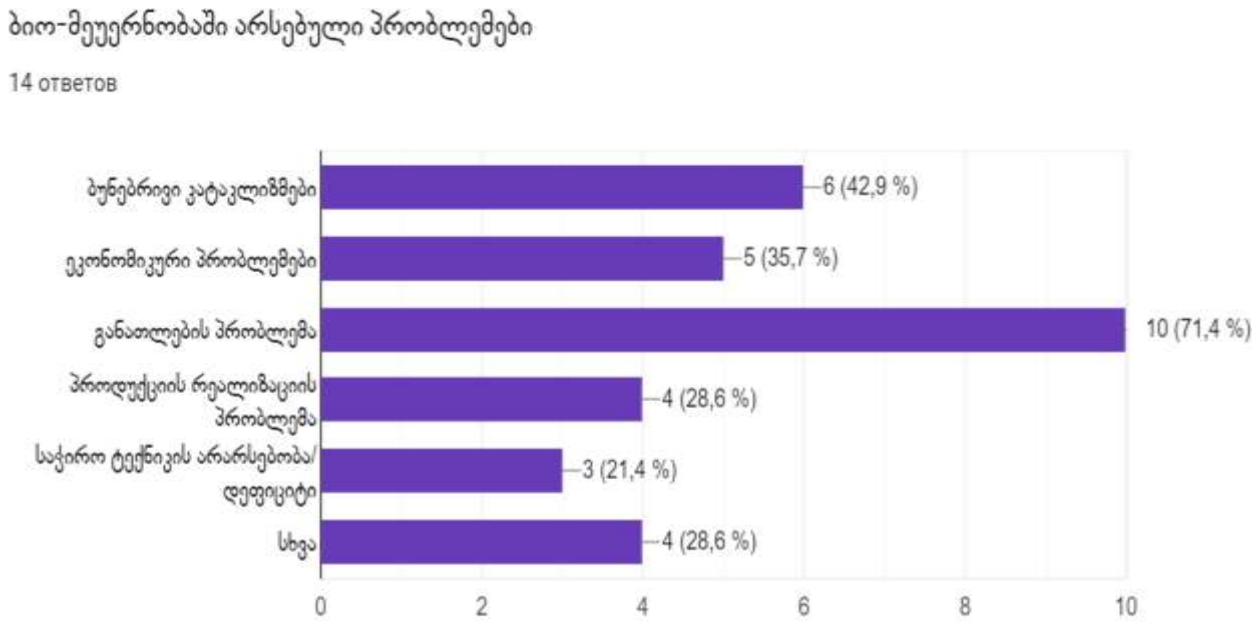


გამოკითხვიდან გაირკვა თუ რატომ დაინტერესდნენ ისინი ბიომეურნეობით. პასუხები კი შემდეგია :

1) საკუთარი ბიომეურნეობის წამოწყება
2) უფრო მეტი ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტის წარმოება

3) კომერცია
4) სოფლის, შრომის სიყვარული
5) ტურიზმი
6) აგროტურიზმის განვითარების ხელშეწყობა
7) ჯანმრთელობა
8) ბიომრავალფეროვნების სიყვარული

როდესაც მეწარმე ცდილობს მოიყვანოს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქცია ის აწყდება ბევრ გარეგან ფაქტორს, რომელიც ხელს უშლის სასურველი შედეგის მიღებაში. მათ მიერ დასახელებული ფაქტორები კი ასე გადანაწილდა:



კითხვაზე თუ რომელი სახელმწიფო პროგრამა დაეხმარათ ბიზნესის განვითარებაში, მათ დაასახელეს შემდეგი:

1) იაფი აგრო კრედიტი
2) საგაზაფხულო სამუშაოების ვაუჩერი

3) ზოგიერთი სასოფლო- სამეურნეო კულტურის მოყვანის დაფინანსება (მაგ: ნიორი)

ასევე საინტერესო იყო იმის გაგება თუ რაში მდგომარეობს მათი როგორც ბიომეწარმის როლი ეკოლოგიური პრობლემის მოგვარებაში:

1) საგანმანთლებლო შეხვედრები ფერმერებთან

2) ნიადაგის დაცვა შხამ-ქიმიკატებისგან

3) ნიადაგის სტრუქტურისა და ნაყოფიერების გაზრდა

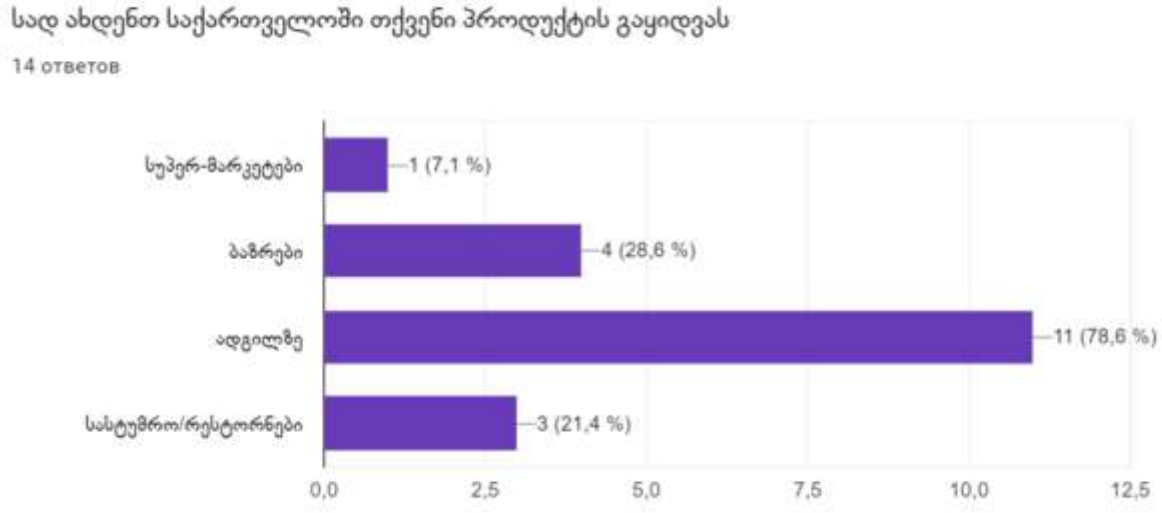
გაირკვა , რომ ბიომეწარმეები უმეტესად აწარმოებენ შემდეგი სახის კულტურას:

1) სიმინდი, ლობიო, კარტოფილი, პომიდორი, მუხუდო, ბროკოლი, ყურძენი, ნიორი, იონჯა, უეკლო მაყვალი, ხურმა, თხილი, თაფლი.

ფერმერები ასევე ასახელებენ იმ ხელისშემშლელ ფაქტორებსაც , რომლებიც აფერხებენ მათი მოსავლის საქართველოს საზღვრებს გარეთ გატანას:

1) პროდუქტის სიმცირე
2) სერტიფიცირება
3) საზღვარგარეთ ბაზარზე მოთხოვნის ნაკლებობა
4) ფინანსური მდგომარეობა
5) მიწის სიმცირე
6) გამოცდილებისა და დროის უქონლობა
7) შესაბამისი ინფრასტრუქტურის/ ტექნოლოგიების სიმცირე
8) ინფორმაციის ნაკლებობა

ვინაიდან ფერმერები აწყდებიან საკმაოდ ბევრ პრობლემას ამიტომაც ისინი უმეტესად არჩევენ მოწეული მოსავლის საქართველოს ფარგლებში გაყიდვას, შემდეგი დიაგრამა კი გვიჩვენებს სად ხდება მათი რეალიზება :



ფერმერები ცდილობენ ცოდნის ერთმანეთში გაზიარებას და ასევე ტრენინგებზე დასწრებას, რაც აამაღლებს მათ მწარმოებლურობას . მათ ნაწილს ნაწილობრივ აქვს შეხება აგროტურიზმთან, ხოლო უმეტესობა მხოლოდ ბიო პროდუქტის წარმოებით შემოიფარგლება.

2 თავი II აგროტურიზმი

2.1 აგროტურიზმის წარმოშობა

აგროტურიზმი, როგორც ტურიზმის დამოუკიდებელი დარგი თავის განვითარებას მე-20 საუკუნის მეორე ნახევარში ევროპის ქვეყნებში იწყებს. მეორე მსოფლიო ომის შემდეგ ქალაქების დიდი ნაწილი განადგურებული იყო, ხოლო სოფლის გარემომ ხელუხლებელი სახე შეინარჩუნა. უქმე დღეებში ქალაქის მაცხოვრებლები ხშირად გადიოდნენ ქალაქ გარეთ დასასვენებლად. სოფლად

სასტუმროების სიმცირის გამო ტურისტებს ხშირად უწევდათ ფერმერის ოჯახებში ღამის გათენება და სტუმრობა.[7]

დღეისათვის აგროტურიზმის სფერო კარგად არის განვითარებული ბევრ ქვეყანაში, მათ შორის იტალიაში, შვეიცარიაში, ხორვატიაში, კვიპროსში, საბერძნეთში. იმ ქვეყნებში სადაც კარგად არის განვითარებული აგროტურიზმი მთავრობა ხელს უწყობს ფერმერულ მეურნეობებს ტურისტების მოსაზიდად და ამისთვის მომსახურების სხვადასხვა სერვისებს სთავაზობენ.

აგროტურიზმის მეწარმის ტურისტული საქმიანობა სეზონურია. იგი მუშაობს ოჯახის წევრებთან და აგრეთვე დაქირავებულ თანამშრომლებთან ერთად. მისი ძირითადი ტურისტული მომსახურება ისაა, რომ სტუმრებს შესთავაზოს ფერმერული ან სოფლის ტრადიციული ყაიდის სახლში ღამის გათევა, ტრადიციული საკვები, სასოფლო-სამეურნეო საქმიანობასთან დაკავშირებული რეკრეაციული აქტივობები. აგროტურიზმის მეწარმე თანამშრომლობს ტურ-ოპერატორებთან, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან, მართავს უძრავ ქონებას და ეწევა სოფლის ტურიზმის პროდუქტებისა და მომსახურების მარკეტინგს. აგროტურიზმის მეწარმე უნდა ფლობდეს კომუნიკაბელურ უნარ-ჩვევებს. იგი პასუხისმგებელია დამსვენებლისათვის სასიამოვნო და საინტერესო გარემოს შექმნაზე, მის უსაფრთხოებასა და მაღალი კლასის მომსახურებაზე.

2.2 აგროტურიზმი საქართველოში

ჩვენი ქვეყნის თითოეული რეგიონი დიდი ტურისტული პოტენციალის მატარებელია, რადგან ყველას თავისი თავისებურება, კოლორიტი, ტრადიციები გააჩნია, რომელიც უნიკალურ დღესასწაულებში, განსხვავებულ რიტუალებსა და ადათ-წესებში გამოიხატება. ამ დარგში არსებული რესურსების დიდი ნაწილი ჯერ კიდევ

[7] ა. ოქროცვარიძე, მ. ვადაჭკორია, ლ. ოქროცვარიძე, ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, თბილისი 2011, გვ.144

გამოუყენებელი და ასათვისებელია. საქართველოში სოფლის ტურიზმის განვითრების მიზნით აუცილებელია საქართველოს მსოფლიო ასპარეზზე დავუმკვიდროთ აგროტურისტული ქვეყნის იმიჯი, შევუქმნათ ხელსაყრელი პირობები აგროტურისტული ბიზნესის განვითარებისათვის. ჩავატაროთ შესაბამისი სარეკლამო კომპანიები მსოფლიოს მასშტაბით. დიდი მნიშვნელობა აქვს აგრეთვე ტურისტულ ტურებს, რომელიც ქართული ღვინის მოყვანისა და წარმოების, ქართული ფარდაგების რეწვის, მრავალსახოვანი ქართული ყველის ამოყვანის, თიხის ჭურჭლის წარმოების კულტურას გააცნობს სტუმრებს და სხვა. სოფლად ტურისტულ საქმიანობაში ჩართული დამწყები მეწარმე მომსახურების ფასის განსაზღვრისას უნდა ითვალისწინებდეს რამდენიმე პრინციპს:

1. სხვა ტურისტული მეურნეობების ფასებს;
2. სტუმრის ოთახის ფასი სასტუმროს ოთახების ფასზე ნაკლები უნდა იყოს;
3. არ შეიძლება განსხვავებული გასაყიდი ფასის დადება ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტებისათვის;
4. რეკომენდებულია ფასების დიფერენცირება სეზონურობის, დაქირავების ხანგრძლივობისა და საბითუმო შესყიდვის გათვალისწინებით;
5. ფასის დადგენისას უნდა გავითვალისწინოთ მომხმარებლის ყიდვისუნარიანობაც, თუ რამდენად არის იგი მგრძნობიარე ფასის მიმართ, რამდენად მოსწონს შეთავაზებული პროდუქტი და მისი ფასი.[8]

იმისთვის, რომ საქართველოში გამოსწორდეს მდგომარეობა აგროტურიზმის განვითარების კუთხით, საჭიროა მოხდეს შემდეგი ეტაპების გავლა:

1. აგროტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე უნდა გაიტანონ უპირატესად ტურისტულმა ფირმებმა, აუცილებელია აგროტურისტული პროფილის ტურ-ოპერატორის არსებობა. თანახმად არსებული პრაქტიკისა ქართული ტურისტული ფირმების უმრავლესობა უნივერსალურობისაკენ მიისწრაფვის. მათ არ

[8] ა. ოქროცვარიძე, მ. ვადაჭკორია, ლ. ოქროცვარიძე, ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, თბილისი 2011, გვ.157

გააჩნიათ სურვილი ერთი რომელიმე სეგმენტის სპეციალისტად იწოდებოდნენ, რაც ხელს უშლის პროფესიონალიზმს და შესაბამისად ტურისტული პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე მოუმზადებელი გადის. მოუმზადებლობაში ვგულისხმობთ უცხოელი ტურისტის მოთხოვნილებების არასრულყოფილად ცოდნას, რის გამოც მიწოდებული პროდუქტი არ შეიცავს მოსალოდნელ მომსახურებას.

2. აგროტურისტული პროდუქტი უნდა იყოს იაფი, რადგან ძირითადი მოტივაცია სოფლის ტურიზმისა არის იაფად, ნაკლები კომფორტით, მაგრამ ეკოლოგიურად სუფთა და სასიამოვნო გარემოში დასვენება. ეს გარემოება განსაკუთრებით საგულისხმოა საქართველოს პირობებში, რადგან დამწყები ბიზნესმენები გატაცებულნი არიან მაღალ პროცენტიანი მოგების მიღებით.

3. აგროტურიზმისათვის შერჩეულ სოფლებში უნდა ჩატარდეს საინფორმაციო სააგიტაციო სამუშაოები ტურიზმის როლისა და ადგილის შესახებ ადგილობრივ დონეზე. უნდა მოხდეს სოფლის მოსახლეობის და მმართველობითი რგოლის მომზადება ტურისტების მისაღებად.

4. აგროტურიზმისათვის სოფლებისა და სოფლებში კონკრეტული მასპინძლის შერჩევისათვის ტურისტულ ფირმებს უნდა ჰქონდეთ აუცილებელი პირობების ჩამონათვალი, რომელთა დაკმაყოფილების შემდეგ კონკრეტული სახლი შევა განთავსების საშუალებათა ნუსხაში. ეს პირობებია: ადგილის უსაფრთხოება, ლამაზი ბუნება და ლანდშაფტი: ტყის, მდინარის, ტბის, ან სამკურნალო წყლის არსებობა; სასურველია გლეხის კარ-მიდამოს გააჩნდეს ეროვნული სახე და ინფრასტრუქტურის შემდეგი ელემენტები: ცალკე საძინებელი, საშხაპე და ტუალეტი. მასპინძლის ოჯახში კვების საშუალება, უცხოელი ტურისტები დიდ ყურადღებას აქცევენ სოფლებში ისტორიული ძეგლებისა და სხვა ღირშესანიშნაობის არსებობას, საცხოვრებლის სიახლოვეს რესტორნის, ტავერნის, ან ეროვნული კერძების სამზარეულოს არსებობას.

5. გამოცდილების უქონლობის გამო სირთულეს წარმოადგენს აგროტურისტებისათვის სპეციალური პროგრამის შედგენა, გასათვალისწინებელია

შეთავაზებები ოჯახის თითოეული წევრისათვის ცალ-ცალკე, უაღრესად დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მასპინძლების მიერ საკონტაქტოდ აუცილებელი უცხო ენის ცოდნას.

6. საინფორმაციო-სარეკლამო მასალების დამზადება უნდა მოხდეს საზღვარგარეთული ანალოგების გათვალისწინებით (კვიპროსი, ბულგარეთი, და სხვ). სასტუმრო სახლები და აგროტურისტული მეურნეობები მდებარეობს საქართველოს შვიდ რეგიონში, კერძოდ: კახეთში, თუშეთში, სამცხე-ჯავახეთში, იმერეთში, გურიაში, აჭარასა და რაჭა-ლეჩხუმში და ყოველი მათგანი დატანილია რეგიონის რუკაზე. საქართველოს რეალობაში აუცილებელია მცირე ფინანსური ინვესტიციების დაბანდება. რათა ტრადიციული კარ-მიდამოს სანიტარული პირობები მიუახლოვდეს თანამედროვე ბაზრის მოთხოვნებს.

2.3 აგროტურისტული დაწესებულებების საქმიანობა

აგრო სახლი „ქორენა“ მდებარეობს დასავლეთ საქართველოში, კერძოდ ოკრიბის ისტორიულ და ულამაზეს სოფელ გელათში, გელათის მონასტრის მიმდებარე ტერიტორიაზე, ირგვლი მთების ულამაზესი ხედებით, სოფელი გელათი ქუთაისიდან არის 8 კილომეტრში, გელათის მონასტერი 1 კილომეტრში, მოწამეთის მონასტერი 3 კილომეტრში, კურსების დედა-ღვთისას ეკლესია 3 კილომეტრში, ცუცხვათის მღვიმე 7 კილომეტრში, ასევე შესაძლებელია მოინახულონ სოფელ გურნაში მდებარე „გურნელების მარანი“ .[9]

ქუთაისიდან სოფელ გელათამდე შესაძლებელია სახალხო ტრანსპორტით გადაადგილება.

გელათის მონასტრის მიმდებარე ტერიტორიებზე შესაძლებელია საფეხმავლო ტურიც, რომელიც იწყება მოწამეთის მონასტრიდან, გადმოგის გელათში და გზა

[9] https://www.facebook.com/RuralGuesthouseKorena/?ref=bookmarks

გრძელდება სოფელ ცუცხვათამდე, ცუცხვათში მღვიმესთან ახლოს ცხოვრობს ბიო-მეურნე სადაც შესაძლებელია მოსვენება და გემრიელი სადილის მირთმევა.

სასტუმრო სახლი არის ეკო-პროდუქტებისგან გაკეთებული, შედგება 5 საძინებლისგან, ერთი მოსასვენებელი ოთახისგან. ასევე გვაქვს მეორე საოჯახო სასტუმრო სადაც ვათავსებთ 8 ადამიანს. სასტუმროები არის კეთილმოწყობილი და ყველა საჭირო ინვენტარით აღჭურვილი (ძირითადად ოთახები არის ორ ადგილიანი, ასევე 2 ნომერი, გვაქვს სამადგილიანი). ეზოშივეა იმერული სახლი-მუზეუმი, რომელიც ითვლის 200 წელს, სახლში განთავსებულია უძველესი ქართული ტრადიციული ნივთები, ყველა ნივთს თავისი ისტორიული დატვირთვა აქვს. ამ სახლშივე ვახშმობენ ვიზიტორები, იმართება ფოლკლორული საღამოები, ქართული სამზარეულოს მასტერკლასები. (ხაჭაპურის და ჭადის გაკეთება უძველესი მეთოდით ბუხარში კეცზე, ლობიო ქოთანში, ფხალი და სოკო ნიგოზში, წიწილა ახალ ტყემალში) სადილი, ვახშამი და საუზმე მზადდება სოფლის ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებისგან, გვაქვს საოჯახო მარანი და ვამზადებთ იმერულ ღვინოებს, ცოლიკაური, ციცქა და ოცხანური საფერე.

დაინტერესებული სტუმრები ასევე ნახულობენ სოფლის მეურნეობის ნაირსახეობებს.

1. ბაღჩა, სადაც მოგვყავს ყველანაირი ბოსტნეული
2. სიმინდი და ლობიოს ყანა
3. საოჯახო მსხვილფეხა და წვრილფეხა , ფრინველებს და ცხოველებს(როგორ ვაბინავებთ , როგორ ვუვლით)
4. ვანახებთ როგორ იწველება ძროხა, და როგორ ამოგვყავს იმერული ყველი.

ბიო პროდუქტებით კეთდება ყველა სადილი, ვახშამი და საუზმე, მაგრამ ჯამურად არ იწვევს ფასების გაზრდას, შეიძლება სხვაზე ნაკლები ფასიც გვაქვს, ვინც ყოველდღიურად ბაზარზეა დამოკიდებული.

ბიო- სერთიფიკატი არ მაქვს, აქამდე არ მიზრუნია ამ სერთიფიკატის აღებაზე, აწი მოვემზადები, არა მგონია პრობლემა იქნეს ჩვენთვის ამ სერთიფიკატის მიღება, თუმცა გვაქვს სერთიფიკატი დასახელებით

„ეს საქართველოა, ეს მუზეუმია, ეს იმერეთის გულია“(ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციიდან). გავლილი მაქვს სტანდარტიზაცია ასოციაცია ელკანასთან და მიღებული გვაქვს 4 მზე.

მასტერკლასები და სადილი

1) მცირე მასტერკლასი-კეცის ჭადი ნეშოს ფოთოლში, კეცის ხაჭაპური (1 საათი)-40 ლარი
2) საშუალო მასტერკლასი-კეცის ჭადი, კეცის ხაჭაპური, ლობიო ქოთანში - (იმერულად) ფხალი, მოხარშული ბადრიჯანი ნიგოზში, სოკო ნიგოზში (2საათი)- 60 ლარი
3) დიდი მასტერ-კლასში შედის წინა ორის ყველაფერი და ემატება წიწილა ახალ ტყემალში, წიწილა ბაჟეში. (დაახლოებით სამი საათი ჭირდება) -80 ლარი
4) ღვინის დეგუსტაცია ხდება მასტერ-კლასთან ერთად.
5) შემდეგ ამ ყველაფერს მიირთმევენ სტუმრები , ამას ვუმატებთ საქონლის ხორცის ჩაშუშულ, საზაფხულო სალათებს, და ახალ კარტოფილს ცერეცოში.
6) ფასები მითითებულია სადილთან ერთად.
7) ღვინო ამ ფასში შედის ლიმიტირებულად, თუ ენდომებათ დანარჩენს თვითონ შეიძენენ.

   ღამის გათევა, პლუს ვახშამი, საუზმე -70 ლარი.(მასტერკლასი დამრჩენებისთვის საჩუქარია)

   ასევე შეგვიძლია სტუმრებს შევთავაზოთ ფოლკლორული საღამო ორი საათიანი პროგრამით, ხალხური სიმღერებით და ცეკვებით -300 ლარი.

   აგრო-სახლში დასაქმებული გვყავს სოფელში მაცხოვრებელი 14 ადამიანი, რომლიდანაც ერთი არის შ.შ.მ პირი, 6 სოციალურად დაუცველი ოჯახიდან.

მონაწილეობა მიღებული მაქვს საერთაშორისო კონფერენციებში და გამოფენებში, სოფლის ტურიზმის განვითარებაზე.

მოგებული მაქვს გრანტები აგროტურიზმის განვითარებისათვის.

1) საქართველოს ფერმერთა ასოციაცია, (საოჯახო მარნის მოწყობისათვის)
2) ასოციაცია „ელკანა“ სასტუმროს მოწყობა გაფართოებისათვის
3) ორგანიზაცია „ადამიანი გაჭირვებაში“ (PIN) თემის მობილიზება აგროტურიზმის განვითარებისათვის.

სტაჟირება გავიარე პოლონეთის და ჩეხეთის ქვეყნების აგრო ტურისტულ მეურნეობებში. ვარ სერთიფიცირებული ტრენერი აგრო ტურიზმის დარგში, ვკითხულობ ტრენინგებს დამწყები მეწარმეებისათვის. მაქვს დამუშავებული საავტორო ბროშურა „სასოფლო ღამის თევის ბაზის დახარისხება, და მომსახურეობის სტანდარტები სოფლის ტურიზმის განვითარებისათვის“.

გასულ წლის სტატისტიკის მიხედვით პირადად ჩემს აგრო-სახლზე შეიძლება ითქვას რომ სეზონზე, აპრილიდან ნოემბრის შუა რიცხვებამდე დატვირთვა იყოს 80%, წლევანდელ წელს მხოლოდ თებერვალში გვყავდა მცირე ოდენობის სტუმრები, რომლებიც ჩამოსულები იყვნენ მთის კურორტებზე დასასვენებლად და მხოლოდ ერთი ღამით ჩერდებოდნენ ჩვენთან, 2020 წელს ჯერ ჯერობით მხოლოდ 5% პროცენტი შეიძლება ითქვას.

ძირითადად ჩვენი მომხმარებლები არიან, ჩეხეთის, პოლონეთის, პრი-ბალტიკის, რუსეთის ქვეყნები, თუმცა 2019 წელს, Booking- დან იყვნენ ინგლისის, გერმანიის, იტალიის , საფრანგეთის, პორტუგალიის, ჰოლანდიის ქვეყნებიდანაც, თუმცა მცირე რაოდენობით, 2020 წლის სეზონზე გაუქმებული მაქვს 37 ჯავშანი. მომხმარებლის ასაკობრივი ჯგუფი დაახლოებით არის 30 დან 60 წლამდე.

პრობლემა რომელიც მაინც ახერხებს ჩვენი საქმიანობის სირთულეს, არ გვაქვს ბუნებრივი გაზი, ამის გამო ზამთარში ვერ ვიღებთ ვიზიტიორებს. ასევე სოფელში მოუწესრიგებელია ინფრასტრუქტურაც.

კოვიდ-19 გავლენა, როგორც ყველა ბიზნესს ასევე ტურისტულ ბიზნესსაც ძალიან მძაფრად შეეხო. ჯერ-ჯერობით არ ვმუშაობთ და ველოდებით ჯერ შიდა ტურიზმის ამოძრავებას შემდგომ შემომავალს. ალბათ წლევანდელ წელს იქნება დატვირთვა. 20%

ბოკნეთი[10] - საოჯახო სასტუმრო მდებარეობს ძამას ხეობაში, სოფელ გვერძინეთში. მეორე წელია, რაც აქტიურად ვართ ჩართულები ტურისტულ საქმიანობაში. წლებია, რაც გვაქვს ბიომეურნეობა. სასტუმროს გახსნის შემდგომ კი ეს ორი საქმიანობა გავაერთიანეთ და აგროტურიზმის განვითარებაც დავიწყეთ.

1) სერვისები რომელთაც სთავაზობთ მომხმარებელს

   სამჯერადი კვება, განთავსება, გიდის მომსახურება, პიკაპ-ტურები

2) სტატისტიკა გასული წლის/ (ამ წლის) დამსვენებლების შესახებ(აქედან აგროტურიზმით დაინტერესებულთა წილი, ქვეყნების ხუთეული დამსვენებლების სიხშირის მიხედვით, ასაკობრივი ჯგუფი)

   ჩვენს სასტუმროს თანაბრად სტუმრობენ ქართველი და უცხოელი ტურისტები. მათგან უმრავლესობის მთავრი მოთხოვნა, სწორედ ბიო-პროდუქტებით მომსახურება და ეკოლოგიურად სუფთა გარემოში დასვენებაა. რასაც ჩენი სასტუმრო სთავაზოს მათ. წინა წელს პოლონელი და ლიტველი ტურისტები დაინტერესდნენ აგრო ტურიზმითა და გამოხატეს სურვილი, რომ ჩართულიყვნენ პროდუქტის აღების პროცესში.

3) ბიო -პროდუქტი (ები) რომელსაც აწარმოებთ თავად

   რძის პროდუქტები, ქათამი, კვერცხი, ბოსტნეული: კიტრი, პომიდორი, წიწაკა, მწვანილები, კარტოფილი,ხახვი, ნიორი, სტაფილო, სალათის ფურცელი, ლობიო. ხილი: ვაშლი, ტყემალი, ატამი.

4) ადგილობრივი მოსახლეობის დასაქმება

   პროდუქციას,რასაც თავად არ ვაწარმოებთ ადგილობრივებისგან ვყიდულობთ.

---

[10] https://www.facebook.com/boknettt/

5) პროგრამა რომელმაც ხელი შეუწყო თქვენი ბიზნესის განვითარებას

მენტორინგის პროგრამა ქალ-მეწარმეების დასახმარებლად, რომელის გაეროს მიერ იყო ორგანიზებული. ფერმერთა ასოციაციის ქალ-მეწარმეთა მხარდაჭერის პროგრამა. ფედერაცია „ქალები მომავლისთვის“ - ტრენინგები ციკლი.

6) პრობლემები რომელიც აბრკოლებენ თქვენი ბიზნესის განვითარებას

ტურისტული ინფრასტრუქტურის არ ქონდა ხეობაში და ცნობადობის დაბალი დონე.

7) რამდენი ლარით აძვირებს/ამცირებს ბიო-პროდუქცია სტუმრის კვების ხარჯებს? როდესაც თავად მოგყავს პროდუქცია, რა თქმა უნდა, ხარჯები შედარებით მცირდება. ზუსტად ლარებში არ მაქვს გათვლილი

8) გაქვთ თუ არა ბიო-სერტიფიკატი ან რა გიშლით ხელს მის აღებაში?

ამ ეტაპზე არ მაქვს, მომავლში ვიფიქრებ.

9) კოვიდ -19 და მისი გავლენა თქვენს ბიზნესზე

ჯერ-ჯერობით საკმაოდ ცუდად ისახება, იმის გათვალისწინებით, რომ რეალური პროგნოზის გაკეთებაც რთულია. როგორ წარიმართება მოვლენები მსოფლიოში. ყველაზე დიდი დარტყმა სწორედ ტურიზმის სექტორს მიაყენა COVID- 19-მა. იმედია, შიდა ტურიზმი მოძლიერდება და ტურისტული სეზონი სრულიად არ ჩავარდება.

2.4 „აგრო-სტოპი“[11] საქართველოში

აგროტურიზმის პოპულარობის გაზრდას ხელს უწყობს ნათია მსხალაძეს იდეა ემოგზაურა საქართველოს გარშემო დაბალი ბიუჯეტის ფარგლებში და ადგილზე

---

11 http://psnews.ge/index.php?m=68&news_id=62173&fbclid=IwAR1vrEHW3hPaL9fGtUtpNhjLWTOSR1I70qlcZoviFuPfYcuO2bZHhbG2HJ4#.XkMlEl5kp-8.facebook

გაცნობოდა აგროტურისტული დაწესებულებების მუშაობას. მისი იდეის მხარდამჭერი კი გახდა USAID- ის პროექტი ,,Zrda “.

,,თბილისის გასავლელში პარასკევს საღამოს რომ დამინახავთ, ზურგჩანთით ხელში, იცოდეთ, კარგი საქმისკენ მიმეჩქარება და თუ გზად გამიყოლებთ, ჰო უკეთესი“- ამბობს იდეის ავტორი ერთ-ერთ ინტერვიუში. მან უკვე მოახერხა სწვეოდა საქართველოს რამდენიმე კუთხეს და იქ არსებული აგროტურისტული დაწესებულებებს მონახულებაც მოასწრო. იგი თავისი მოგზაურობის შესახებ იღებს სხვადასხვა შემეცნებითი სახის ვიდეოებს და მაყურებელს აცნობს იმ სერვისებს, რომელთაც მისი მასპინძელი სთავაზობს მასთან მისულ დამსვენებლებს. პროექტი განკუთვნილია ასევე უცხოელებისთვისაც და წარმოადგენს ერთგვარ გზამკვლევს.

3 თავი III სასტუმროებისა და რესტორნების ბიზნესი

3.1 სასტუმროები საქართველოში

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემთა ბაზაში 2018 წლის მდგომარეობით რეგისტრირებულია 2,474 განთავსების საშუალება 36,513 ოთახითა და 89,481 საწოლი ადგილით. განთავსების საშუალებების რაოდენობა ტიპების მიხედვით შემდეგნაირად ნაწილდება: სასტუმროები - 949 (38.4%), საოჯახო სასტუმროები (Family house) - 976 (39.5%), სასტუმრო სახლი (Guesthouse) - 395 (16%) და სხვა ტიპის განთავსების საშუალება - 154 (6.2%).[12]

განთავსების საშუალებებს შორის მნიშვნელოვანი წილი უჭირავს მცირე სასტუმროებს - საოჯახო სასტუმროებისა და სასტუმრო სახლის სახით. აქედან გამომდინარე ამ სეგმენტის განვითარებას და სერვისის ამაღლებას უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ტურიზმის განვითარებისთვის. საოჯახო სასტუმრო (Family house) განისაზღვრება, როგორც სასტუმროს ტიპის დაწესებულება, სადაც სტუმრებთან ერთად ოჯახიც ცხოვრობს და ცდილობს მათ ოჯახური კომფორტით მოემსახუროს.

[12] საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. https://gnta.ge/ge/publication/guideline/

სასტუმრო სახლი (Guesthouse) კი საოჯახო სასტუმროსგან განსხვავებით გულისხმობს სასტუმროს ფუნქციონირებას ოჯახის საცხოვრებელი ადგილისგან განსხვავებულ ადგილას. მნიშვნელოვანია ამ კატეგორიების საერთაშორისო ცნობადობა, რადგან ამ შემთხვევაში სტუმარმა იცის თუ რა სერვისს ყიდულობს. სასტუმრო სახლი (Guesthouse) საერთაშორისო ტერმინია და სტუმარს სწორი მოლოდინის ფორმირება შეუძლია, რაც შეეხება საოჯახო სასტუმროს (Family hotel), ეს ტერმინი დამატებით დაბნეულობას იწვევს და ასოცირდება სასტუმროსთან, რომელიც ოჯახებისთვის არის განკუთვნილი, აქედან გამომდინარე, მიზანშეწონილია საოჯახო სასტუმროების „საწოლი და საუზმის" B&B (Bread & Breakfast) სეგმენტად მოხსენიება, რომელიც საერთაშორისო დონეზე ცნობილი ტერმინია.

3.2 ბიომეურნეობა სტუმარ-მასპინძლობის სფეროში

თანამედროვე სამყაროში სასტუმროსა და რესტორნებს შორის კონკურენცია საკმაოდ შესამჩნევი გახდა, გადამწყვეტი მნიშვნელობა კი მომხმარებლის კმაყოფილებას ენიჭება. მომხმარებლის კმაყოფილება კი მათ მენიუსა და საკვების ხარისხზე გადის. მსოფლიოში პოპულარული ხდება ისეთი დაწესებულებები, სადაც სტუმრებს ორგანული პროდუქტით უმასპინძლდებიან. იგი დამოკიდებული ხდება ორგანულ პროდუქტზე და მზადაა გადახადოს ზედმეტიც კი.

ბიო -პროდუქციის განვითარებას დიდი სარგებელი მოაქვს დედამიწისთვის. იგი იცავს ჩვენს პლანეტას და ამასთანავე გვეხმარება ბუნებრივი პროცესების განახლებაში .

როდესაც სასტუმროები და რესტორნები გადადიან ორგანულ პროდუქტებზე, ისინი ხელს უწყობენ გარემოს დაცვას, მაგალითად:

- ხდება ეროზიული პრობლემების მოგვარება და მიწა ხდება უფრო მეტად ნაყოფიერი.
- ხელი ეწყობა წყლის სისუფთავეს და მის მოწოდებას ჩვენამდე .
- ხელს უშლის კლიმატურ ცვლილებებს.
- ხელს უწყობს ბიო-მრავალფეროვნების წარმოშობას.

- არ უწყობს ხელს ჰაერის დაბინძურებას.

მაშინ როდესაც დაწესებულებები მომხმარებელს სთავაზობენ ორგანულ პროდუქციას მათ იციან, რომ იგი თავისუფალია ყველა მავნე დანამატებისგან და არის ეკოლოგიურად სუფთა. ამის დასტურად მოცემულ პროდუქციას აქვს სპეციალური სერტიფიკატი, რომელიც მინიჭებულია და ადასტურებს მის ხარისხს. დღეს მათ აქვთ საკმაოდ დიდი ასორტიმენტი და სტუმარს შეუძლია მიირთვას ორგანული ბოსტნეული, ხილი, თაფლი, ყველი. გასათვალისწინებელია ისიც რომ ორგანული დიდი ხანია აღარ ნიშნავს ,,მწვანეს". სტუმარს შესაძლებლობა აქვს შეუკვეთოს ეკოლოგიურად სუფთა ხორცი და მისგან დამზადებული პროდუქტიც.

შეგვიძლია განვიხილოთ რამდენიმე მიზეზი თუ რატომ ღირს ორგანული პროდუქტი უფრო ძვირი:

- დრო

ყველაფრის მიუხედავად დრო ფულია და ორგანული პროდუქტის წარმოება საკმაოდ დიდ დროს მოითხოვს. ფერმერები არ გამოიყენებენ პესტიციდებს, რაც ნიშნავს რომ ისინი დიდ დროს უთმობენ მწერებსა და დაავადებებთან ბრძოლას. აქვეა ასევე საგანმანათლებლო პროგრამები ფერმერებისთვის , სასერტიფიკაციო პროცესი და ყველაფრის დაგეგმვა, რაც მოითხოვს ყურადღებასა და დროს.

- ორგანული სერტიფიცირება

ორგანული სერტიფიცირება როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ ფერმერისგან მოითხოვს დროს და მისი აღება დიდ თანხებსაც უკავშირდება. იგი საშუალოდ ჯდება 700-1200 დოლარი, მაგრამ ეს პროცესი რამდენიმე საფეხურს მოიცავს , რაც ზრდის მის ხარჯებს დამატებით.[13]

- სპეციალური აღჭურვილობა

თითქმის ყველა ორგანულ პროდუქტს სჭირდება მიწა ან აღჭურვილობა, მანამდე სანამ იგი წარმოებისთვის იქნება მზად. ორგანული პროდუქტის წარმოებისთვის კი

[13] https://www.thebalancesmb.com/reasons-organic-food-costs-more-2538165

დიდი მნიშვნელობა აქვს მიწის ხარისხს და შემადგენლობას, იგი უნდა აკმაყოფილებდეს ყველა საჭირო კრიტერიუმს.

- განათლება

როდესაც საუბარია უნარებზე , რომლებიც საჭიროა ბიო-პროდუქტის საწარმოებლად ნათელი ხდება რომ ბიზნესის წარმომადგენლები საკმაოდ დიდ თანხებს დებენ ამაში. მათთვის აუცილებელია დიპლომი, რომელიც დაადასტურებს მათ კომპეტენტურობას .

3.3 მსოფლიოს ბიო სასტუმროების ასოციაცია

დაახლოებით 10 წელზე მეტი იქნება მას შემდეგ რაც პირველმა ბიო სასტუმროების მფლობელებმა გადაწყვიტეს დამსვენებლებისთვის შეეთავაზებინათ არდადეგების გატარება ეკოლოგიურად სუფთა გარემოში. ბიო სასტუმროების ასოციაცია მზადაა მოაწყოს ქორწილების , შეხვედრების, საოჯახო დღესასწაულების და მრავალი სხვა ღონისძიების ორგანიზება ეკოლოგიურად სუფთა სტანდარტების გამოყენებით.[14]

მსგავსი ტიპის დაწესებულებები სასარგებლოა ორივე მხარისთვის, მომხმარებელს ამ დროს საშუალება აქვს მიიღოს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტი , ხოლო სასტუმრო თავის მხრივ ახდენს ადგილზე მოწეული პროდუქციის რეალიზებას და საფრთხეს არ უქმნის გარემოსაც. ყველა პროდუქტი რომელიც გამოიყენება საკვებად არის ბიო-სერტიფიცირებული. ასევე საკვები მზადდება ხელით და არ გამოიყენება მიკრო ტალღური ღუმელი. ისინი ერგებიან ყველანაირი ტიპის მომხმარებელს და ასევე აქვთ მენიუ მათთვის ვინც არის ვეგეტარიანელი.

კოსმეტიკის და ჰიგიენური საშუალებები, რომლებიც მოიხმარება მსგავსი ტიპის სასტუმროებში არის ასევე ეკოლოგიურად სუფთა.

---

[14] https://www.biohotels.info/en/organic-restauran

3.4 ბიო სასტუმროს მაგალითი საქართველოში

კოჯორი საშუალო მთის კლიმატური კურორტია. კოჯრის საკურორტო ზონას განაპირობებს მთის ჰაერი, ზომიერად ცხელი ზაფხული, ზომიერი ქარები და სინოტივე, ფოთლოვანი და ნაწილობრივ წიწვოვანი ტყისა და სურნელოვანი ბალახით დაფარული მდელოების მორიგეობა. [15]აღნიშნული კლიმატი ხელს უწყობს ორგანიზმის საერთო ტონუსის აღდგენას და დაავადებების მიმართ წინააღმდეგობის უნარის გაძლიერებას. სწორედ აქ მდებარეობს სასტუმრო Bioli Medical Wellness Resort. იგი სტუმრებს სთავაზობს შემდეგი ტიპის მომსახურებას :

ველნეს დღე

„ველნეს დღე“ ერთდღიანი ველნეს პაკეტია, რომლის მიზანი ფიზიკური და მენტალური განტვირთვაა. სწორად დაგეგმილი თერაპია დაძაბულობის მოხსნაზეა ორიენტირებული.

- თერაპიის ზონაში ფუნქციონირებს გასახდელი და საშხაპეები
- ფიზიკურ აქტივობებს და თერაპიებს ჩაატარებენ ბიოლის თერაპევტები
- კვების მენიუ შედგება ჯანსაღი კერძებისგან

პაკეტი მოიცავს:

სუნთქვითი ვარჯიშები	09:00 – 09:15
საუზმე	10:00
ჰალოთერაპია	11:00 – 11:20
იოგა/კინეზოთერაპია	12:00 – 13:00

[15] https://www.bioli.ge/en

სადილი	14:00
სკანდინავიური სიარული	15:30 – 16:30
თავ-კისრის მასაჟი ან ტერფის მაქსიფლექსი	17:00 – 18:00
ვახშამი	19:00

პაკეტის ღირებულება: 400 ლარი

ფუნქციონალური კვება ჯანსაღი პროდუქტების გამოყენებით

კურორტის თითოეული სტუმრისთვის რაციონი შეირჩევა ინდივიდუალურად, სამედიცინო დიაგნოსტიკის საფუძველზე. პირველ რიგში, ანალიზების საფუძველზე დგინდება ორგანიზმის ინდივიდუალური მოთხოვნილებები, რის შემდეგაც განისაზღვრება ოპტიმალური მენიუ გაჯანსაღებისა და სასიცოცხლო ფუნქციის გასაუმჯობესებლად.

ნატურალური, ჯანსაღი პროდუქტები, რომელთა ნაწილიც თავად ბიოლის ფერმაშია მოყვანილი, ადამიანის ორგანიზმს სასიცოცხლოდ აუცილებელი ელემენტებით ამარაგებს. ფუნქციონალური კვება წარმოადგენს შესანიშნავ წინაპირობას იმუნიტეტის გასაძლიერებლად და დადებითად მოქმედებს ფიზიკურ და ფსიქოლოგიურ სტატუსზე.

კვებითი დანამატები ინდივიდუალურად შეირჩევა - მენიუს გასამდიდრებლად, თერაპიული დანიშნულებით გამოიყენება სოუსები, რომლებიც მზადდება პიტნისგან, ბაბუაწვერას ყვავილის ფოთლებისგან, თავშავასგან, ომბალოსგან, ქინძისგან, ვარდკაჭაჭისა და ქაცვისგან.

სტუმარს ასევე საშუალება აქვს დააგემოვნოს ბიოლის რამდენიმე სახეობის ნაყენი. თითოეული სამკურნალო მცენარეების ნაზავია და განუმეორებელი ბუკეტით გამოირჩევა.

"ქართული ველნეს სამზარეულო" ერთგვარ ინოვაციას წარმოადგენს - ველნეს ტექნოლოგიებით და ქართული ტრადიციული გემოს შენარჩუნებით, ბიოლი ჰოლის შეფ მზარეული ახალ, უჩვეულოდ გემრიელ კერძებს ქმნის.

ენო თერაპია

ღვინის ქვევრში დაყენების უნიკალური მეთოდით, ექსკლუზიურად ბიოლისთვის, გაძლიერებული ანტიოქსიდანტური მოქმედების მქონე და მიკრო ელემენტებით გამდიდრებული ბიოლოგიური ღვინოები მზადდება.

ვიტამინებით და ფიტონციდებით მდიდარი წითელი ღვინო (დღეში 150 მლ) არეგულირებს სისხლში ქოლესტერინის დონეს და აქვეითებს თრომბოზული გართულებების რისკს, ხოლო მასში შემავალი ფიტოესტროგენები (ქალის ჰორმონის მცენარეული ანალოგი) კრიტიკულ პერიოდში ქალთა ახალგაზრდობის და სილამაზის შენარჩუნებას უზრუნველყოფს. ქართული ვაზის ენდემური ჯიშებისგან დაწურული ღვინოები ასევე განსაკუთრებით მდიდარია პოლიფენოლებით - მძლავრი ანტიოქსიდანტებით, რაც კიდევ უფრო უსვამს ხაზს ენო თერაპიის მნიშვნელობას ოქსიდაციურ სტრესთან ბრძოლის პროცესში.

ფიზიკური თერაპია

სამკურნალო მცენარეების აბაზანები ერთ-ერთი ყველაზე უსაფრთხო სამკურნალო-პროფილაქტიკური საშუალებაა, რომლის ზემოქმედებაც მიმართულია ორგანიზმის დაცვითი უნარის ზრდისკენ. ფიტოაბაზანა სწრაფად ხსნის სტრესს, ამშვიდებს ნერვულ სისტემას, აახალგაზრდავებს და ასუფთავებს კანს, აწესრიგებს ძილს და აუმჯობესებს ნივთიერებათა ცვლას. ბიოლის სპეციალისტების გუნდი მათ ალპურ ზონაში, საქართველოს მთიანი რეგიონების სამხრეთ კალთებზე განსაკუთრებული მზრუნველობით აგროვებს.

სამკურნალო მცენარეებს ბიოლში არამხოლოდ თერაპიაში, არამედ საკვებშიც იყენებენ.

თითოეული ბუკეტი საგულდაგულოდ შერჩეული ინგრედიენტების ერთობლიობას წარმოადგენს. დღის განმავლობაში მზის დადებითი ენერგიით დამუხტული ყვავილებისა და ბალახების არომატი ბიოლის თითოეულ კრებულს განსაკუთრებულს ხდის.

მცენარეების უნიკალური კომბინაციებით მიიღეს რამდენიმე კრებული, რომლებიც გამიზნულ ზემოქმედებას ახდენენ ადამიანის ორგანიზმზე. ესენია: „დეტოქსი“, „რელაქსი“, „ანტისტრესი“, „ენერგია“, „ბიოლისთაიგული“, „იმუნოჩაი“.

სამკურნალო მალამოები

ადგილობრივი ფიტორესურსებისგან მზადდება ტრადიციული ხალხური სამკურნალო მალამოებიც. მათ შორისაა პროექტის ავტორის წინაპრების ოჯახური რეცეპტებით დამზადებული პროდუქტებიც. აღნიშნული მალამოები სამკურნალო და პრევენციული მიზნებით გამოიყენება.

3.5 ქართველი მომხმარებლის დამოკიდებულება ბიო- პროდუქციის მიმართ

კვლევის ძირითადი მიზანია დაადგინოს საქართველოში მომხმარებლის დამოკიდებულება ბიო-პროდუქციის მიმართ. საინტერესოა როგორია მათი მოსაზრება საქართველოში წარმოებული ბიო - პროდუქტების მიმართ, რამდენად ენდობიან მათ ან უღირთ თუ არა ზედმეტი ფულადი სახსრების გაღება მის შესაძენად. რა ახდენს გავლენას პროდუქციის შეძენისას და რისგან შედგება მათი სამომხმარებლო კალათა , სად ამჯობინებენ მის შეძენას. შერჩეული თემის საკვლევად გამოყენებულ იქნა რაოდენობრივი კვლევის მეთოდი. გამოკითხულ იქნა სულ 80 ადამიანი სოციალური ქსელის საშუალებით, რომელთა ასაკიც ერთმანეთისგან განსხვავებულია , კვლევაში მონაწილეების უმეტესობა ქალია და უმეტესობა დასაქმებულია სხვის მიერ.

კვლევამ აჩვენა რომ საქართვლოში მომხმარებლები მოქმედებენ შემდეგნაირად:

1) ქართველი მომხმარებლის უმეტესობა დაინტერესებულია ბიო-პროდუქტებით
2) ცდილობენ ისწავლონ ბიო-პროდუქციის გარჩევა სხვა პროდუქციისგან

3) გამოკითხულთა უმრავლესობას არასდროს შეუმოწმებია პროდუქტის ხარისხი
4) რესპოდენტების უმრავლესობა ენდობა ქართული პროდუქციის ხარისხს
5) გამოკითხულთა 93 %-ი კი მზადაა გადაიხადოს მეტი ბიო-პროდუქტის შესაძენად
6) გამოკითხულთა უმეტესობისთვის პროდუქტის ყიდვა-არყიდვას განსაზღვრავს ხარისხი , შემდეგ კი ფასი
7) მომხმარებლებს უმეტესად პროდუქტის შეძენა ურჩევნიათ ბაზარში
8) უმეტესობა მზადაა გადაიხადოს 5 ლარით მეტი ბიო-პროდუქტში

4 თავი IV კოვიდ-19 -ის გავლენა მსოფლიოს მეურნეობასა და ტურიზმის სექტორზე

მსოფლიო მასშტაბით სოციალური დისტანციის აუცილებლობამ, ჩაკეტილმა საზღვრებმა და საგანგებო მდგომარეობამ მნიშვნელოვანი დარტყმა მიაყენა ტურიზმის, სასტუმროების,კვების დასავაჭროსექტორებს. ჩინეთი ეტაპობრივად უბრუნდება ცხოვრების ჩვეულ რიტმს და ეკონომიკურ საქმიანობას აახლებს, თუმცა ქვეყნები, რომლების გლობალური მშპ-ს 48%-ს აწარმოებენ ჯერ კიდევ საგანგებო რეჟიმში რჩებიან.

საქართველოს ეკონომიკის მნიშვნელოვან ნაწილს მომსახურების სექტორი შეადგენს. Oxford Economics თანახმად, მშპ-ს რეალური ზრდის ტემპი 2020 წელს 4.25% იქნება; 2019 წლის მონაცემებით, ეს მაჩვენებელი 5.1% იყო.

COVID-19-მა განსაკუთრებული ზარალი მიაყენა სასტუმროების სექტორს. STR-ის მონაცემებით, EMEA-ს რეგიონში,ამ დროისთვის41,000-ზე მეტმა სასტუმრომ შეწყვიტა მუშაობა. აქედან, 40,000-მდე სასტუმრო დაიკეტა ევროპის ქვეყნებში,მათშორის საქართველოში.სასტუმროს დატვირთვის მაჩვენებელმა თებერვლიდან იწყო კლება.

საქართველოში, მარტის ბოლოს, სასტუმროების დატვირთვის ყოველკვირეული მაჩვენებელი, 2019 წლის იმავე დროის მონაკვეთთანშედარებით86%-ით შემცირდა.[16]

ჩინეთის მაგალითი გვაძლევს საშუალებას, დავინახოთ საერთო სურათი, თუ როგორ შეიძლება განვითარდეს მოვლენები ვირუსის დამარცხების შემდგომ პერიოდში. სასტუმროების დატვირთვის მაჩვენებელი ადგილობრივი მოთხოვნის საფუძველზე გაიზარდა, რაც სრულებით მოსალოდნელი იყო. სანამ მსოფლიო მასშტაბით ქვეყნების საზღვრები ჩაკეტილია, ადგილობრივი მოთხოვნის ხარჯზე უნდა ველოდოთ სასტუმრო სექტორის ნაწილობრივ ამოქმედებას.პანდემიის პირობებში, გამოკითხული სასტუმროების 75% დახურული იყო . დანარჩენები კი ფუნქციონირებას განაგრძობდნენ ორი მიზეზით: 1) გაუქმებული ფრენების გამო თბილისში დარჩენილი ტურისტების განთავსების უზრუნველყოფა ან 2) სასტუმროს პერსონალის იმ ნაწილის განთავსება, რომლებიც თბილისში საცხოვრებელს ქირაობდნენ.

მოგეხსენებათ, ბრენდული სასტუმრო ქსელები საქართველოში არაერთი ობიექტით არიან წარმოდგენილნი. შექმნილი ვითარების გამო, სასტუმრო ქსელებმა საქართველოში დარჩენილ ტურისტებს თითო ობიექტი დაუთმეს, ერთიც, სახელმწიფოსთან შეთანხმებით, საკარანტინე ზონად გამოყვეს. დანარჩენი ობიექტები დახურულია.

სასტუმროების წარმომადგენელთა განცხადებით, ჯავშნების ანულირება თებერვლის პირველივე რიცხვებიდან დაიწყო. პირველ ეტაპზე ჩინელი ტურისტების ჯავშნები გაუქმდა. რეზერვაციების ძირითადი ნაწილი კი უკვე თებერვლის ბოლოს გაუქმდა, მაშინ როცა საქართველოში COVID-19-ის პირველი შემთხვევა დაფიქსირდა.

ბრენდულ სასტუმროებში მაისის მეორე ნახევარში ჯავშნები ჯერ კიდევ ფიქსირდებოდა, თუმცა ისინი მაინც გაუქმნდა შექმნილი მდგომარეობიდან გამომდინარე. არაბრენდული სასტუმროების 40%-ში დაჯავშნილი ნომერი არ

[16] http://cushwake.ge/ge/research-insights/covid-19-impact-on-hospitality

დაფიქსირებულა. არაბრენდული სასტუმროებიდან, არცერთი მოწყობილა საკარანტინე ზონად. მათ ნაწილს ცენტრალური კონდენცირების სისტემა აქვს, შესაბამისად ვერ აკმაყოფილებს საკარანტინო სივრცის მოთხოვნებს. ზოგიერთი ბრენდული სასტუმროც სწორედ ამ მიზეზით ვერ მოეწყო საკარანტინე სივრცედ და დაიხურა. მას შემდეგ რაც ფრენები აღდგება და სასტუმროები ფუნქციონირების ჩვეულ რეჟიმს დაუბრუნდებიან, გამოკითხული სასტუმროების 37.5%-ის მმართველი გუნდი ფასების შემცირებას გეგმავს; 6.35%-ს ჯერ არ აქვს შემუშავებული ფასების განსაზღვრის სამომავლო სტრატეგია. გამოკითხულთა ნახევარზე მეტი კი აღნიშნავს, რომ ფასების შემცირებას არ გეგმავენ. სასტუმროს მეპატრონეთა აზრით, ამ ეტაპზე სასტუმრო სექტორში ნდობის კრიზისია, რაც უფრო მნიშვნელოვანი გამოწვევაა, ვიდრე საფასე პოლიტიკა. შესაბამისად, ფასების შემცირებით მოთხოვნა არ გაიზრდება. მათი თქმით, ზარალის სწრაფი ანაზღაურებისთვის საჭიროა შენარჩუნდეს აქამდე არსებული ფასები.

სასტუმროების პოლიტიკა პერსონალთან მიმართებაში ერთმანეთისგან განსხვავებულია. 33.33%-მა მომსახურე პერსონალი ანაზღაურებად შვებულებაში გაუშვა, 20%-მა კი ცვალებადი სამუშაო გრაფიკი და საათობრივი ანაზღაურების მოდელი დააწესა. შექმნილ ვითარებაში, მხოლოდ რამდენიმე არაბრენდულმა სასტუმრომ შეძლო მინიმალური ხელფასის გაცემა, გამოკითხულთა 20%-ს კი თანამშრომელთა უხელფასო შვებულებაში გაშვება მოუწიათ.

როგორც ბრენდული, ისე არაბრენდული სასტუმროები ყურადღებას ამახვილებენ გადასახადებისგან გათავისუფლების სასიცოცხლო მნიშვნელობაზე კრიზისულ და კრიზისის შემდგომ პერიოდებში. დამატებითი ღირებულების, საკუთრების და საშემოსავლო გადასახადის შემცირება მათ დაეხმარება თანამშრომელთა სამუშაო ადგილის შენარჩუნებასადა ხელფასებისგაცემაში.

თბილისის სასტუმროებისთვის მარტის თვე საკმაოდ მძიმე იყო, თუმცა ბევრმა შეძლო თანამშრომელთა შენარჩუნება და ხელფასების გაცემა.არსებული კრიზისი გაცილებით მტკივნეული აღმოჩნდა არაბრენდული სასტუმროებისთვის. თუმცა

სუბსიდირება და გადასახადების შემცირება ორივე ტიპის სასტუმროსთვის არსებითი მნიშვნელობისაა.

მას შემდეგ, რაც ამუშავდება სრული დატვირთვით სასტუმროები პირველ ეტაპზე შემოსავლის მომტანი იქნება სასტუმროს საკვები ობიექტები, რომლებიც, როგორც წესი, მთლიანი შემოსავლების 30-35%-ს წარმოადგენენ. ასევე, სპა დეპარტამენტი და MICE ტურიზმი. მოკლევადიან პერიოდში, მთავარი აქცენტი უნდა გაკეთდეს სასტუმრო მომსახურებაზე. შესაბამისად, მარკეტინგული კამპანიაც ამ მიმართულებით უნდა შემუშავდეს.

COVID-19 ასევე უდიდეს უარყოფით გავლენას წარმოადგენს სურსათის მოთხოვნისა და მიწოდების ჯაჭვებისთვის. სასურსათო კრიზისის რისკები სულ უფრო იზრდება, განსაკუთრებით, ღარიბი და მოწყვლადი ქვეყნებისათვის. საზღვრების ჩაკეტვა, კარანტინები, დახურული ბაზრები და ზოგადად, ვაჭრობის შეფერხება განსაკუთრებით ვირუსისგან მძიმედ დაზარალებულ და სასურსათო უსაფრთხოების არმქონე ქვეყნებზე აისახება. ამის თავიდან ასაცილებლად აუცილებელია მთავრობების მიერ სწრაფი ნაბიჯების გადადგმა რათა მინიმუმამდე შემცირდეს სასურსათო უსაფრთხოების რისკი მსოფლიოს მთელ რიგ ქვეყნებში.

კორონა ვირუსის გამო მსოფლიოს განვითარებულ ქვეყნებში რესტორნების, სასტუმროების, კაფეების (HoReCa), სკოლების, სხვადასხვა დაწესებულებების, ფესტივალებისა და ღონისძიებების დახურვის/გაუქმების გამო სურსათზე მოთხოვნა მკვეთრად დაეცა და ზოგან ფერმერებს პროდუქტის განადგურება უწევთ; საზღვრების ჩაკეტვამ სეზონური მუშახელის გადაადგილება ფაქტობრივად შეაჩერა, რის გამოც ევროკავშირისა და ამერიკის ფერმები დასაქმებულების მკვეთრი დეფიციტის წინაშე დააყენა; რადგანაც ამ ყველაფრის გამო ნაკლები ფული ტრიალებს ამ სექტორში, ზოგიერთ ქვეყანაში ფერმერებს შეექმნათ ფულის დეფიციტი; ხოლო განვითარებადი ქვეყნები სურსათის მწვავე უკმარისობის რისკის საფრთხის წინაშე დადგნენ.

ევროკომისიამ შეიმუშავა 100 მილიარდ ევროიანი სოლიდარობის ინსტრუმენტის პროექტი, რათა დაეხმაროს აგრო სასურსათო სფეროში ჩართულ კომპანიებს შეინარჩუნონ სამუშაო ადგილები. ფული სესხების სახით გადაეცემა წევრ ქვეყნებს და ისინი თავად განსაზღვრავენ ყველაზე აუცილებელ და საჭირო აქტივობებს.

რაც შეეხება პოსტ საბჭოთა ქვეყნებს, 2020 წლის 12 აპრილს რუსეთის მთავრობამდა ევრაზიული კავშირის ქვეყნებმა დროებით აკრძალეს გარკვეული სასურსათო პროდუქტის ექსპორტი როგორიცაა : ხახვი; ნიორი; ჭვავი; ბურღული, ფქვილი უხეშად დაფქული და მარცვლეულის გრანულები; წიწიბურა; ბრინჯი; მზა საკვებ იპროდუქტები წიწიბურისგან; სოიო და მზესუმზირის მარცვლები. ხოლო 26 აპრილს რუსეთმა მარცვლეულის, მათ შორის ხორბლის ექსპორტი 1 ივლისამდე სრულიად შეწყვიტა, რადგანაც კვოტა (7 მილიონიტონა) რომელიც 1 აპრილიდან მარცვლეულის ექსპორტზე იყო დაწესებული, სრულად ამოიწურა. ეს საქართველოს სასურსათო უსაფრთხოებისთვის დიდი გამოწვევაა, რადგანაც რიგ პროდუქტებზე იმპორტში დიდი წილი სწორედ ევრაზიული კავშირის ქვეყნებს ეკავა.[17]

საქართველოს მთავრობამ ამ სცენარისთვის რამდენიმე დღით ადრე „ხორბლის იმპორტის სუბსიდირების სახელმწიფო პროგრამა“ დაანონსა, რომლისთვისაც 5.2 მლნ ლარი გამოყო. მანამდე კი, ჯერ კიდევ მარტში მთავრობამ სურსათის 9 პროდუქტზე ფასის სუბსიდირება დაიწყო.

საქართველოს მთავრობის ანტიკრიზისული გეგმის სოფლისა და სოფლის მეურნეობის დახმარების პაკეტის ფარგლებში იგეგმება შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

- შეღავათიან აგრო კრედიტში (იაფი აგრო-სესხი) დაგეგმილი ცვლილებები:

[17] http://cushwake.ge/ge/research-insights/covid-19-impact-on-hospitality

ა) „ შეღავათიანი აგრო კრედიტის “ ძირითადი საშუალებების თანადაფინანსების პროცენტი გაიზარდა 8%-დან 11%-მდე, ხოლო აგრო ლიზინგის თანადაფინანსების პროცენტი 9%-დან 12%-მდე;

ბ) „ შეღავათიანი აგრო კრედიტს “ დაემატა ერთწლიანი კულტურების თანადაფინანსების კომპონენტი, სადაც საპროცენტო განაკვეთს სახელმწიფო სრულად დაასუბსიდირებს 6 თვის განმავლობაში, სესხის ძირი თანხის დაბრუნება კი ფერმერებს შეუძლიათ მიღებული მოსავლის რეალიზაციის შემდეგ;

გ) სოფლის-მეურნეობის გადამუშავების კუთხით (სასურსათო მრეწველობა) ახალი ქვე-კომპონენტი დაემატა, რაც ითვალისწინებს სესხის საპროცენტო განაკვეთის თანადაფინანსებას 10%-ით, 24 თვის განმავლობაში. ასევე, აგრო ლიზინგი სასურსათო მრეწველობის კუთხით, სესხის პროცენტის 12%-ის დაფინანსება 24 თვის განმავლობაში;

დ)მეხორცული მიმართულების მეცხოველეობისათვის საბრუნავ საშუალებებზე გაცემულ სესხებზე მეორად უზრუნველყოფას მოახდენს სახელმწიფო.

- იგეგმება IFAD-ის მხარდაჭერით წელს დაწყებული მერძევეობის პროექტის გაფართოვება (არსებულ 3 რეგიონს დაემატებაკიდევ 3 რეგიონი);
- „ აგრო დაზღვევის “ პაკეტის შეძენა ფერმერისათვის ერთ წლიანის ნაცვლად გახდება 3-წლიანი;
- განახლდება „აგრო წარმოების სახელმწიფო პროგრამა“, რომელიც ითვალისწინებს სასოფლო-სამეურნეო ტექნიკაზე ხელმისაწვდომობის გაზრდას, და დახურულ გრუნტში სოფლის მეურნეობის პირველადი წარმოების ზრდის ხელშეწყობას (დაფინანსდება ტრაქტორების შეძენა, სათბურებისა და სარწყავი სისტემების მოწყობა);
- როგორ ცფიზიკური, ასევე იურიდიული პირებისთვის გაუქმდება სარწყავი წყლის გადასახადი 2020 წლის განმავლობაში და ჩამოიწერა 2013-2019 წლებში დაგროვილი გადასახადები.

- დაჩქარდება მიწი სრეგისტრაცია, რომელმაც მომდევნო 3 წელში 1,2 მილიონი ნაკვეთის რეგისტრაცია უნდა მოახდინოს მიწის სისტემური რეგისტრაციის მიდგომით;
- „აწარმოე საქართველოს“ პროექტის ფარგლებში სოფლად მცირე-გრანტების პროექტების დაფინანსების ბიუჯეტი გაიზრდება 30000 ლარამდე ერთ საგრანტო განაცხადზე.

ქვეყნის 2020 წლის დაკორექტირებული ბიუჯეტი, სადაც სოფლის მეურნეობის მიმართულებით დაგეგმილი ღონისძიებები დეტალურად იქნება აღწერილი ჯერ არ გამოქვეყნებულა. მანამდე კი, მნიშვნელოვანია საგაზაფხულო სამუშაოების სწრაფად ჩატარება, რათა ქვეყნის ისედაც მოწყვლადი სასურსათო უსაფრთხოება კიდევ უფრო არ გაუარესდეს. მით უფრო, როცა კარანტინის პერიოდში ფერმერებს საგაზაფხულო სამუშაოების ჩატარებასთან დაკავშირებით პრობლემები ექმნებათ. 23 აპრილს, საქართველოს ფერმერთა ასოციაციის თაოსნობით, 11-მა ფერმერულმა ასოციაციამ მთავრობას საერთო წერილით მიმართა და ფერმერებისა და აგრო ბიზნესებისათვის შეზღუდვების შერბილება მოითხოვა.

დასკვნა

როგორც ნაშრომიდან ჩანს ბიომეურნება მომავლის მეურნეობა, რომელიც რაც დრო გადის მით უფრო იზრდება და ვითარდება. ბიომეურნეობის მხრივ მსოფლიოში ჯერ კიდევ ბევრი გადაუჭრელი პრობლემაა და იგი ეხება საქართველოსაც. საქართველოში ფერმერების უმეტესობა არ მისდევს ბიომეურნეობას ან თუ მისდევენ პროცენტულად საკმაოდ დაბალია. მათ უმეტესობას უჭირს მოსავლს რეალიზება და ძირითადად მოღვაწეობენ საქართველოში. მიუხედავად იმისა რომ ბიომეურნეობა მჭიდო კავშირშია აგროტურიზმთან ეს დარგი საჭიროებს უფრო მეტ ყურადღებას, ვინაიდან შესაძლებელია სოფლის მეურნეობის განვითარება და იქ მყოფი მოსახლობის დასაქმებაც. საქართველოში არსებული სასტუმროებიდან მცირეა ბიო სასტუმროების რიცხვიც, ბაზარზე არსებული სასტუმროების უმეტესობაც არ მოიხმარს ბიო პროდუქციას.

ფერმერების ცნობიერების ასამაღლებლად არასამთავრობო ორგანიზაცია ,, ელკანა „ და სხვები ხშირად აწყობენ ტრენინგებს და ხდება ინფორმაციის გაცვლა, ასევე მთავრობა მოქმედებს კანონპროექტზე რომელიც მიმართული იქნება ამ დარგის გაუმჯობესებისკენ.

გამოყენებული ლიტერატურა

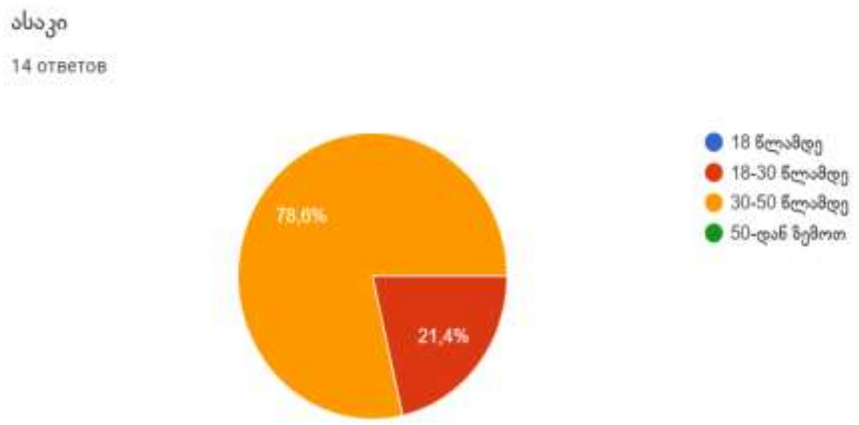
1. ნ. ნაკაშიძე დ. ჯაში, ორგანული სოფლის მეურნეობა, სალექციო კურსის სახელმძღვანელო , გამომცემლობა „ალიონი“ ბათუმი-2013
2. ორგანული სოფლის მეურნეობის მსოფლიო ბაზარი 90 მილიარდ ევროს აღწევს , 1 ივლისი 2020, https://kalo.ge/agrobusiness-info/view?id=8623
3. საქართველოს სტატისტიკის სამსახური https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/41/mosakhleoba
4. მაიკო გაბულდანი, საექსპორტო პოტენციალის მქონე აგრო პროდუქტები და ნიშური ბაზრები ევროავშირში, 6 მაისი 2016 წელი http://eugeorgia.info/ka/article/433/saeqsporto-potencialis-mqone-agroproduqtebi-da-nishuri-bazrebi-evrokavshirshi/
5. https://kalo.ge/news/view?id=8685
6. ნინო გამისონია https://www.facebook.com/womenofgeorgia/photos/pcb.2644671709180877/2644670049181043/
7. https://fablab.iliauni.edu.ge/thigis-sakhli/?fbclid=IwAR1fgJfWMYuA3GM-rKz98fGQANOvB1gXG_afGmM-mqmwwrWy-IAx8HF_nuU
8. 17 მაისი 2020 წელი https://tourismcenter.ge/nino-thigishvili/?fbclid=IwAR2h2jG1aP7WFNjTFdeC5T9a8jM6EmEe-xTWoEmCnp4kuXwGKK9oHcAp9Ao
9. ა. ოქროცვარიძე, მ. ვადაჭკორია, ლ. ოქროცვარიძე-ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, თბილისი 2011
10. https://www.facebook.com/RuralGuesthouseKorena/?ref=bookmarks
11. https://www.facebook.com/boknettt/
12. ნატო გუბელაძე, 12 თებერვალი 2020

http://psnews.ge/index.php?m=68&news_id=62173&fbclid=IwAR1vrEHW3hPaL9fGtUtpNhjLWTOSR1I70qlcZoviFuPfYcuO2bZHhbG2HJ4#.XkMlEl5kp-8.facebook

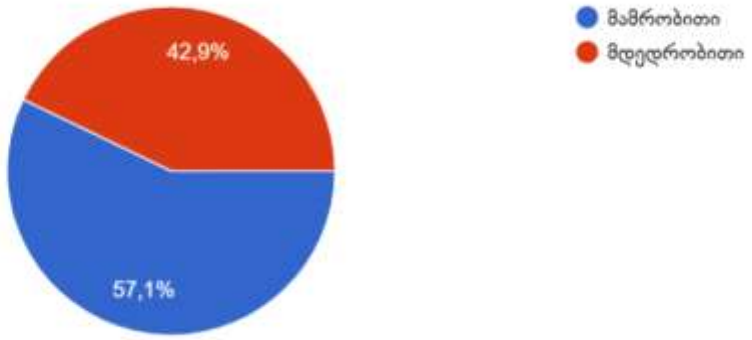
13. სახელმძღვანელო შემომყვანი ტურიზმის ბიზნესის დასაგეგმად, მეოთხე გამოცემა-განთავსების საშუალებები საქართველოში
14. https://www.thebalancesmb.com/reasons-organic-food-costs-more-2538165
15. https://www.biohotels.info/en/organic-restaurants/
16. https://www.biohotels.info/en/organic-restaurants/
17. თეკლა იაშაღაშვილი , Covid -19 : გავლენა სასტუმრო სექტორზე, 10 აპრილი 2020 . http://cushwake.ge/ge/research-insights/covid-19-impact-on-hospitality
18. ილია კუნჭულია, რატი (ირაკლი) კოჭლამაზაშვილი, კორონავირუსის გავლენა სოფლის მეურნეობაზე : მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების ანტიკრიზისული გეგმები https://gfa.org.ge/%E1%83%99%E1%83%9D%E1%83%A0%E1%83%9D%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%95%E1%83%98%E1%83%A0%E1%83%A3%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%92%E1%83%90%E1%83%95%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%9C%E1%83%90-%E1%83%A1%E1%83%9D/

დანართი 1. საილუსტრაციო მასალა

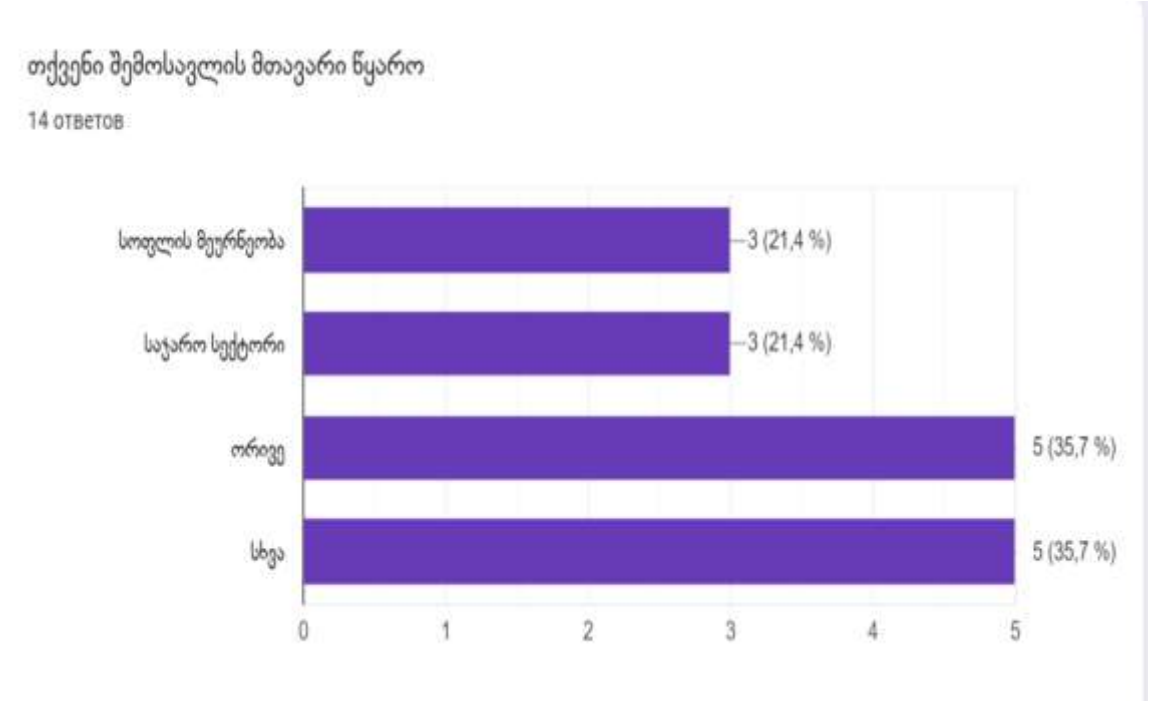
დიაგრამა 1 გამოკითხვაში მონაწილე ფერმერების ასაკი



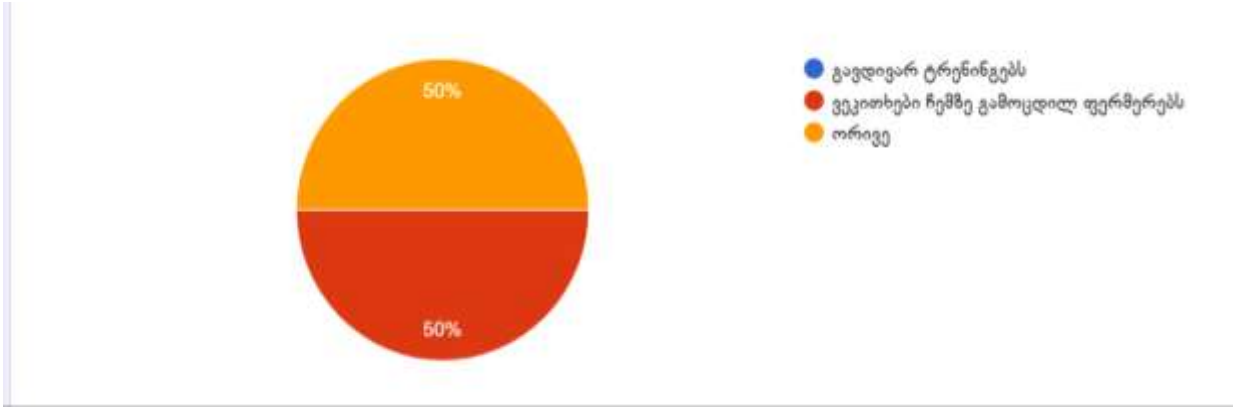
დიაგრამა 2 ფერმერთა პროცენტული მაჩვენებელი სქესის მიხედვით



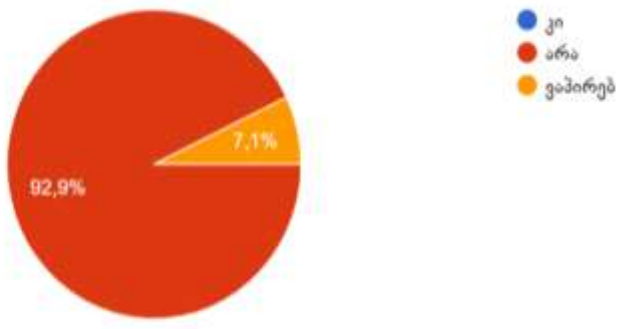
დიაგრამა 3 ფერმერების შემოსავლის მთავარი წყარო



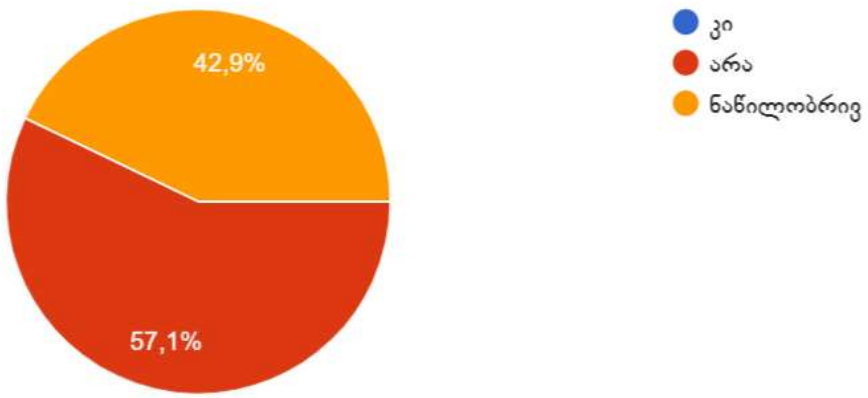
დიაგრამა 4 ფერმერთა ცოდნის გაუმჯობესების წყაროები



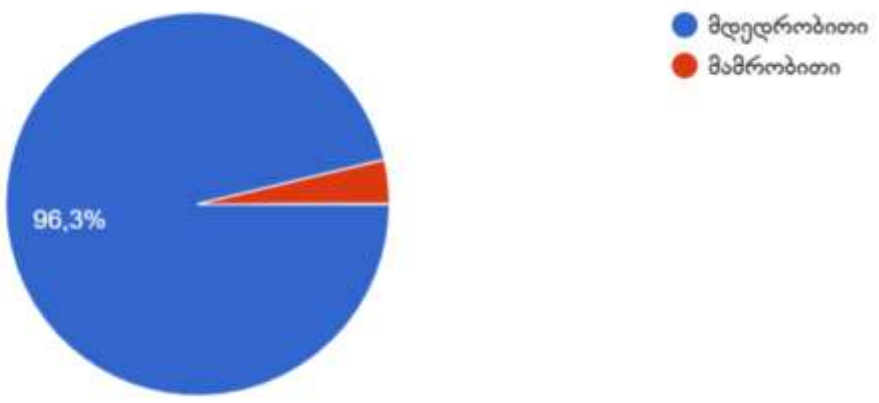
დიაგრამა 5 ახდენენ თუ არა ფერმერები პროდუქციის ექსორტს



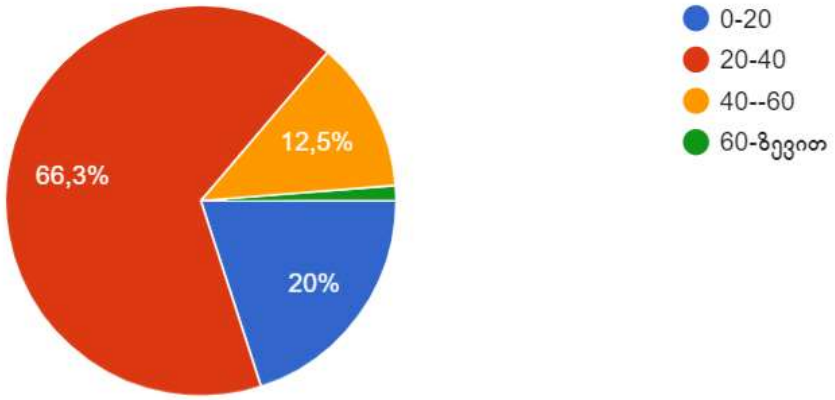
დიაგრამა 6 ფერმერების კავშირი აგროტურიზმთან



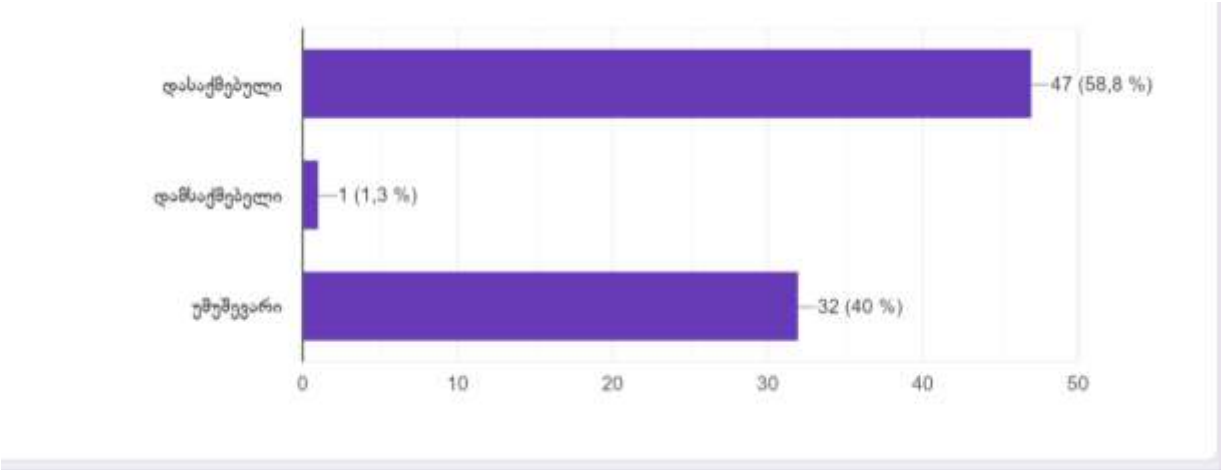
დიაგრამა 7 პროდუქციის მომხმარებლების სქესის მიხედვით



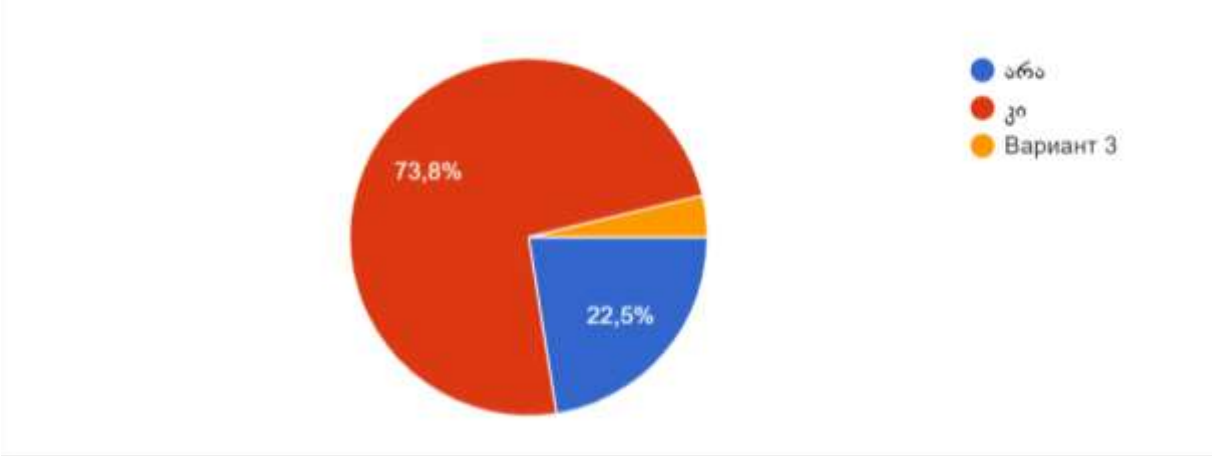
დიაგრამა 8 პროდუქციის მომხმარებლების ასაკის მიხედვით



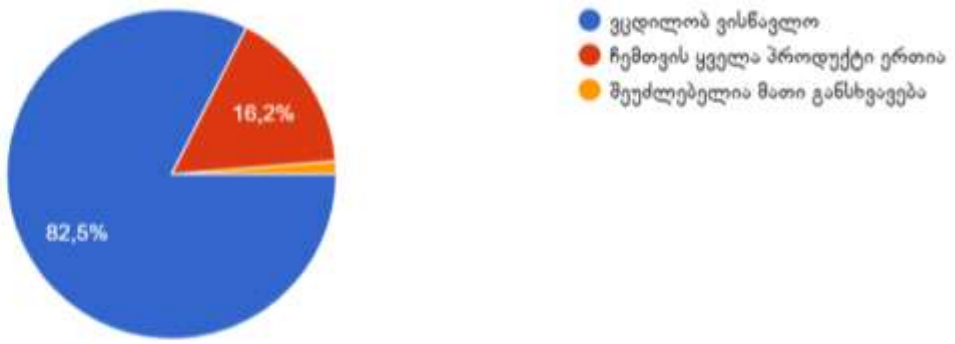
დიაგრამა 9 პროდუქციის მომხმარებლების დასაქმების მაჩვენებელი



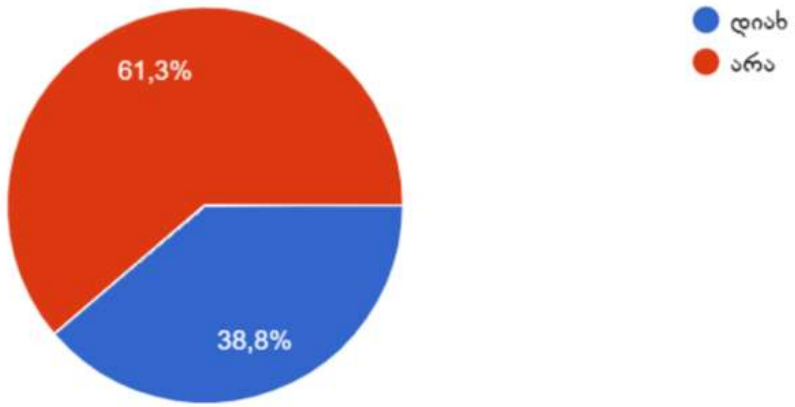
დიაგრამა 10 მომხმარებლების ბიოპროდუქებით დაინტერესების მაჩვენებელი



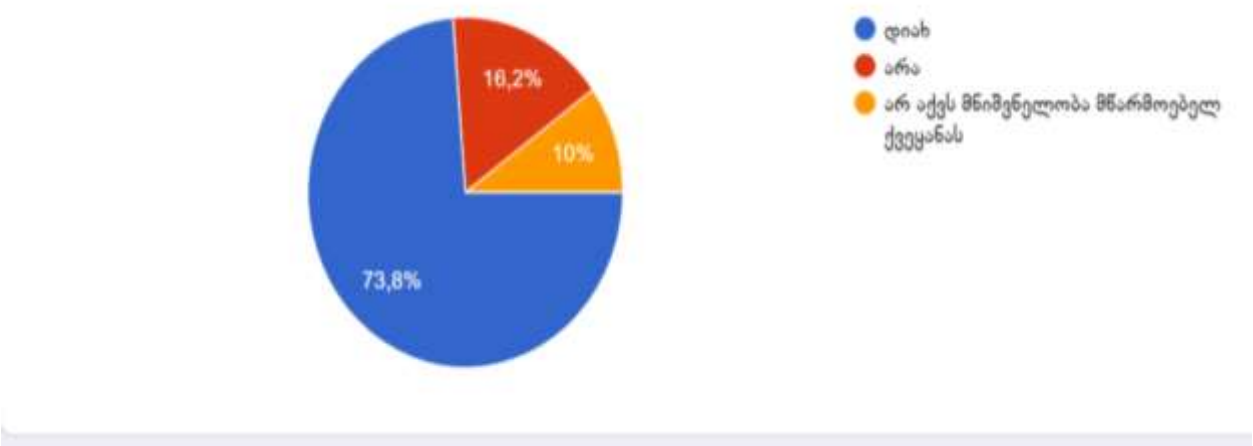
დიაგრამა 11 რამდენად ასხვავებენ მომხმარებლები ბიო პროდუქტს სხვა პროდუქტებისგან



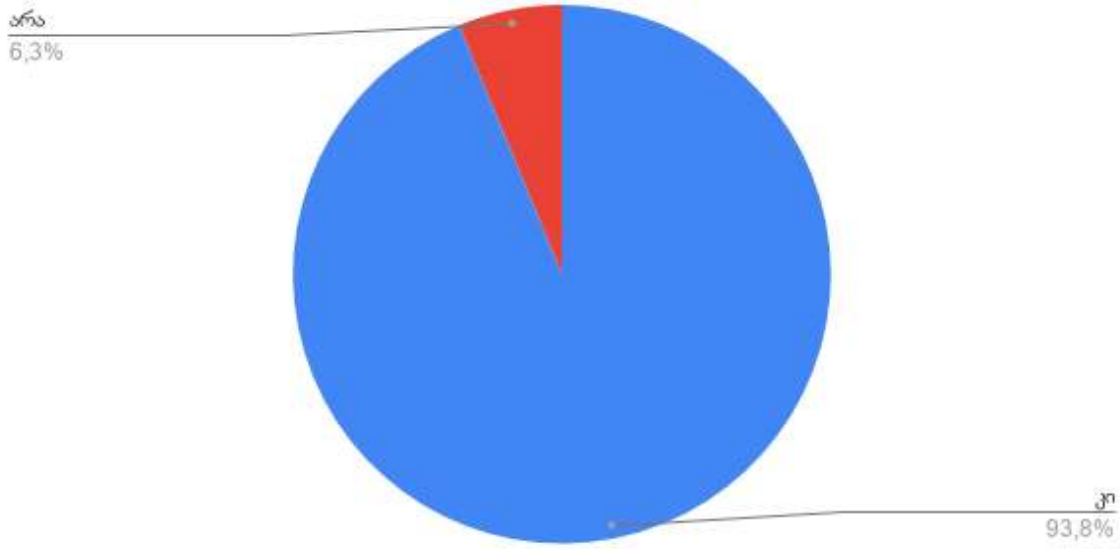
დიაგრამა 12 მოწმდება თუ არა ქართული პროდუქტის ხარისხი მომხმარებლების მიერ



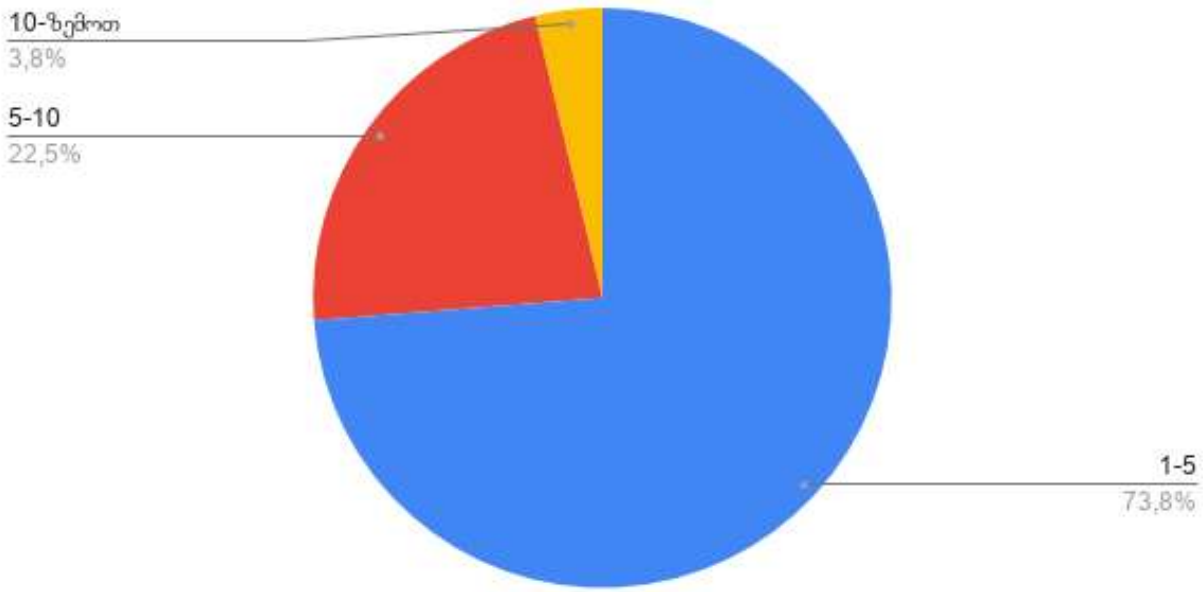
დიაგრამა 13 ენდობა თუ არა მომხმარებელი ქართულ პროდუქტს



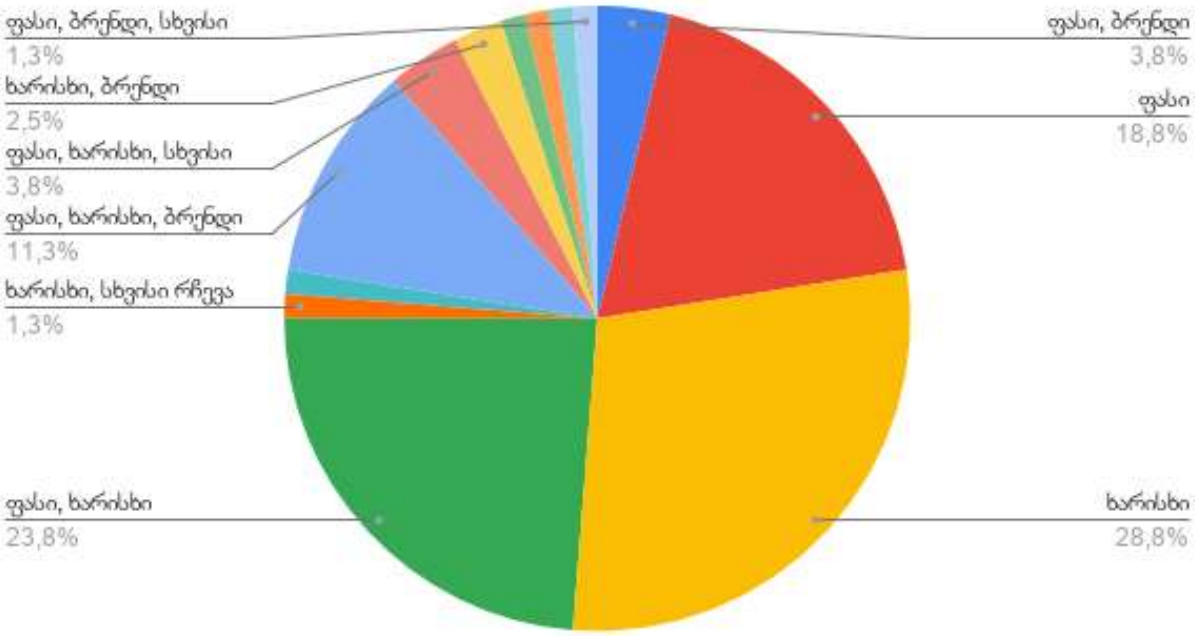
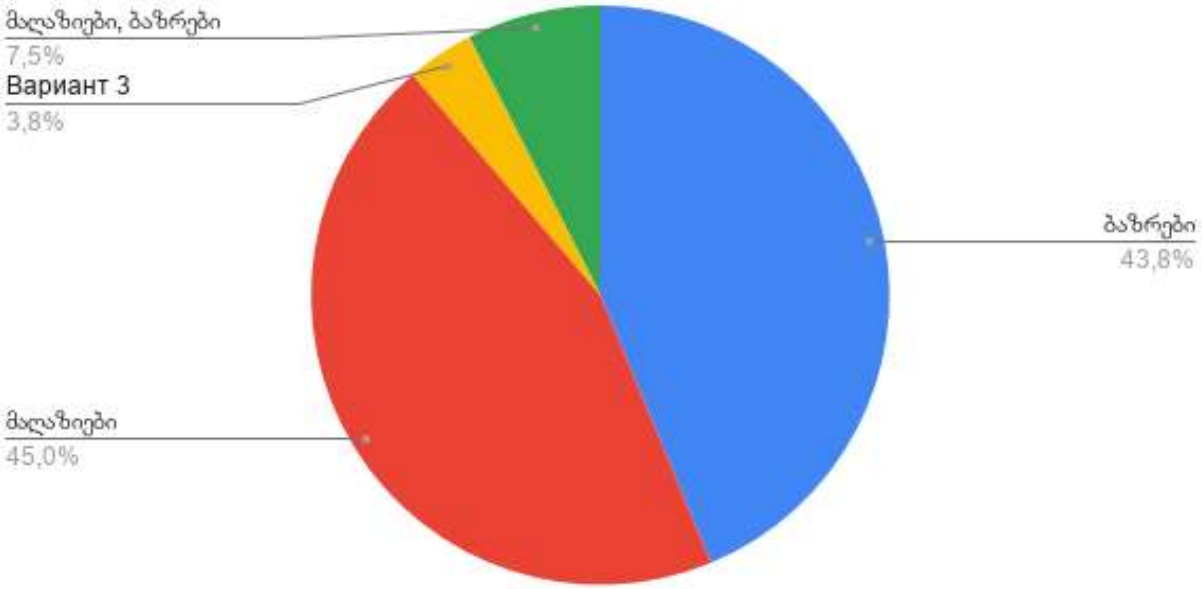
დიაგრამა 14 მომხმარებლის მზაობა ბიო პროდუქტში მეტი თანხის გადახდის თვალსაზრისით



დიაგრამა 15 ბიო პროდუქტებში მომხმარებლის მიერ გადახდილი მეტი საფასურის მაჩვენებელი (ლარებში)



დიაგრამა 16 პროდუქციის შესყიდვაზე მოქმედი ფაქტორები



დიაგრამა 17 პრიორიტეტული ადგილები სოფლის მეურნეობის პროდუქტის შესაძენად