

**საქართველოს ევროინტეგრაციული ორიენტაცია
სოფლის მეურნეობის დარგში მარკეტინგის
სისტემის განვითარების ასპექტში**

DOI:10.36962/ECS105/1-2/2023-94

**ჯემმა სააკიანი,
სტუდენტ-დოქტორანტი
jemmasaakyan@gmail.com**

რეზიუმე

ევროკავშირისა და საქართველოს შორის 2014 წელს ხელმოწერილი ასოცირების შეთანხმების მთავარ მიზანს წარმოადგენდა ეკონომიკური ურთიერთობების განვითარება და საქართველოს ინტეგრაცია ევროკავშირის ბაზარზე. აღსანიშნავია, რომ ევროკავშირის გავლენა საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. ENPARD სოფლის მეურნეობის განვითარების ევროპული პრაქტიკის დანერგვის პროექტის ფარგლებში უდიდესი ფინანსური რესურსები იქნა ჩადებული საქართველოს სოფლის მეურნეობის დარგის განვითარებისთვის ევროკავშირის მხრიდან. აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში გათვალისწინებული ღონისძიებების მთავარი დანიშნულება მდგომარეობდა ასოცირების ხელშეკრულებით განსაზღვრული რეგულაციების შესრულებაში, რომელიც საბოლოო ჯამში არის ორიენტირებული ბუნებრივი და კლიმატური რესურსების სწორი გამოყენების, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისა და საწარმოო პროცესის ჰარმონიზაციისთვის. სოფლის მეურნეობის პროდუქტის პოპულარიზაცია მარკეტინგის სისტემის ელემენტების აქტიური გამოყენების გარეშე სრულიად წარმოუდგენელია. მარკეტინგის როლი საქართველოს ევროინტეგრაციული ორიენტაციისა და სოფლის მეურნეობის დარგის განვითარების უაღრესად მნიშვნელოვან ასპექტს წარმოადგენს.

საკვანძო სიტყვები: ევროკავშირი, მარკეტინგული სისტემა, ENPARD პროგრამა, კონკურენტუნარიანობა, რეგულაციები.

შესავალი

21-ე საუკუნეში, ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებასთან ერთად მარკეტინგისა და მარკეტინგული კომუნიკაციების ინტენსიური გამოყენება ნებისმიერი დარგის ბიზნეს ერთეულისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან ასპექტს წარმოადგენს, რომელიც პირდაპირ კავშირშია წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციასთან, შესაბამისად გამონაკლისს არც სოფლის მეურნეობის დარგი წარმოადგენს. ყურადღაღებია, რომ აღნიშნული დარგი ბევრად სპეციფიკურია და წარმოებულ პროდუქციას გააჩნია თავისი დამახასიათებელი ნიშნები, როგორიც არის, პირველადი მოხმარება, მუდმივი მოთხოვნა, სეზონურობა, მალფუჭებადობა, მიწათსარგებლობის ნაყოფიერება, რეპროდუქციის ფაზებს შორის არსებული განსხვავება და ა.შ..

ძირითადი ტექსტი

ევროკავშირთან თანამშრომლობის გრძელვადიანი სტრატეგია და მუდმივმოქმედი პროექტები საქართველოს ეკონომიკის განვითარების ამოსავალ ნერტილად შეგვიძლია განვიხილოთ. ENPARD-ის დაფინანსებული პროგრამა 2014 წელს დაიწყო ევროკავშირის, სოფლის მეურნეობის ორგანიზაციის (FAO) და გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP) -ის საერთო ფინანსური მხარდაჭერით. საქართველოს სოფლის მეურნეობის დარგის სრულყოფილი მოდერნიზაცია და ასოცირების შეთანხმებით განსაზღვრული რეგულაციებისა და რეკომენდაციების შესრულება სოფლის განვითარების მხარდაჭერის პროექტის მნიშვნელოვან მიზანს წარმოადგენდა. ENPARD-ის პროექტი წარმატებულად წარიმართა და დღეის მდგომარეობით 3 ფაზად შესრულდა, მე-4 ფაზა დაგეგმარების პროცესშია და 2023 წლის განმავლობაში უნდა იყოს გამოცხადებული.

2014-2022 წლის პერიოდში ჯამურად 179,5 მილიონი ევროს ოდენობის ინვესტიცია განხორციელდა საქართველოს სოფლის მეურნეობის დარგში. შესრულდა ისეთი სახის ღონისძიებები, როგორიც არის: საკანონმდებლო ნორმატიული აქტების მომ-

ზადება/შესრულება სოფლის მეურნეობის დარგის სხვადასხვა მოქმედი ინსტიტუტებისთვის, გეოგრაფიული აღნიშვნებისა და ადგილწარმოშობის დასახელების სრული განახლება, საკონსულტაციო-აუთოსორსინგული ღონისძიებები, შემეცნებითი-პრაქტიკული ტრენინგები ევროკავშირის წევრი ქვეყნების იდენტური დარგის გამოცდილების დანერგვის მიზნით, ფიტოსანიტარული ღონისძიებები, სურსათის უვნებლობისა და უსაფრთხოების წესების გაუმჯობესება, ხარისხის კონტროლი, ფერმერთა გაერთიანებების დაფუძნება მუდმივი განვითარების მიზნით, კოოპერატივების ჩამოყალიბება და განვითარების სააგენტოებთან თანამშრომლობა.

ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოს სოფლის მეურნეობის რესტრუქტურისა და გაძლიერების ENPARD-ის პროგრამა სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის განვითარებაზე არის მიზანმიმართული, ინფრასტრუქტურის ავტომატიზაცია და ინოვაციური ტექნოლოგიების დანერგვა მათ ცხოვრების დონეს გააუმჯობესებს და მათი შრომის პროდუქტიულობა ბევრად ამაღლებული იქნება. საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მხრიდან გამოქვეყნებული ანგარიშები და ბენეფიციარების წარმატების ისტორიები არის დამადასტურებელი იმისა, რომ ევროკავშირის დაფინანსებული პროექტებს ჰქონდა დადებითი შედეგები. აღსანიშნავია, რომ ჩვენი კვლევის მთავარ ამოცანას წარმოადგენდა მარკეტინგის სისტემის ანალიზი და შესწავლა სოფლის მეურნეობის დარგში, თუ რა სახის ღონისძიებები გატარდა ამ კუთხით ევროკავშირის პროექტებთან მიმართებაში. ევროკავშირის მხრიდან დაფინანსებული პროგრამის სამივე ფაზის დეტალური შესწავლის საფუძველზე შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ პროგრამის მესამე ფაზის ფარგლებში უშუალოდ წინ იქნა წამოწეული ისეთი საკითხები, როგორიც არის:

- კლიმატ გონივრული სოფლის მეურნეობა;
- მარკეტინგის სისტემები, აგროტურიზმი;

მარკეტინგის სისტემებზე აქცენტი იქნა გამახვილებული მხოლოდ და მხოლოდ სოფლის მეურნეობის დარგის რესტ-

რუქტურიზაციისა და წარმოების პროცესის გაუმჯობესების შემდგომ. აგრო მარკეტინგული სისტემების დანერგვა განსაზღვრავს ბაზრის და სანარმოო ციკლის წინასწარ პროგნოზირებას, სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის შესაბამისი მიწოდებისა და რეალიზაციის მიზნით. აგრო მარკეტინგული სისტემის ძირითადი ასპექტებისა და მისი სრულყოფასთან დაკავშირებული ელემენტების განხილვა ევროკავშირის მხრიდან შესრულებული პროექტების ფონზე ცალსახად არის ორიენტირებული რეკომენდაციების შემუშავებასა და მარკეტინგის სისტემების ინტენსიური დანერგვისკენ.

დასკვნა

სოფლის მეურნეობა გვევლინება საქართველოს ეკონომიკის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან დარგად. ევროკავშირის მხრიდან შესრულებული ENPARD სოფლის განვითარების ევროპული პრაქტიკის დანერგვის პროექტმა საქართველოს სოფლის მეურნეობის განვითარების ტენდენციაში მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა. მარკეტინგის ელემენტების ინტენსიური დანერგვა სოფლის მეურნეობის დარგში წარმოებული პროდუქციის პოპულარიზაციის მიზნით დამადასტურებელი ნიშანია იმისა, რომ დარგი არის მოდერნიზებული და განვითარებული. სწორედ მარკეტინგული სისტემის და კომუნიკაციების ელემენტების ინტეგრირებული დანერგვა შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც საქართველოს სოფლის მეურნეობის სტრატეგიული განვითარების მთავარ ასპექტად, რომელიც ორიენტირებული იქნება ადგილობრივი წარმოების პროდუქციის გონივრული რეალიზაციის და საექსპორტო ბაზრების განვითარებისკენ.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ENPARD - საქართველოს წინსვლა სოფლისა და სოფლის მეურნეობის განვითარებაში. ENPARD-ის საკომუნიკაციო სამსახური Action Global Communications Georgia, იხ.: https://eu4georgia.eu/wp-content/uploads/enpard_ge-2020.pdf
2. Improving Rural Development in Georgia III, Project N. 00097870, იხ.: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ge/UNDP_GE_POV_ENPARD3_prodoc.pdf
3. საქართველოს სოფლის მეურნეობისა და სოფლის განვითარების სტრატეგია 2021 – 2027, იხ.: <https://mepa.gov.ge/Ge/Files/ViewFile/27243>
4. Wang L., Setting Marketing Objectives and Strategies, Academia.edu.journals. 2017, pp 207-210

REFERENCES:

1. ENPARD - SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT IN GEORGIA ENPARD, The Action Global Communications Georgia, Retrieved from: https://eu4georgia.eu/wp-content/uploads/enpard_ge-2020.pdf
2. Improving Rural Development in Georgia III, Project N. 00097870, Retrieved from: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ge/UNDP_GE_POV_ENPARD3_prodoc.pdf
3. Agriculture and rural development strategy of Georgia 2021 – 2027, Retrieved from: <https://mepa.gov.ge/Ge/Files/View-File/27243>
4. Wang L., Setting Marketing Objectives and Strategies, Academia.edu.journals. 2010, pp 207-210

THE EUROPEAN INTEGRATION ORIENTATION OF GEORGIA IN THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL MARKETING SYSTEM

Jemma Saakyan

PhD Student of GTU,

jemmasaakyan@gmail.com

RESUME

The main goal of the Association Agreement signed between the European Union and Georgia in 2014 aimed to develop economic relations and integrate Georgia into the European Union market. It should be noted that the influence of the European Union on the agrarian sector of Georgia is particularly important. As part of the ENPARD project on the introduction of European agricultural development practices, a major financial contribution from the European Union was invested in the development of the agricultural sector in Georgia.

The main goal of the program's measures was to implement the provisions defined in the association agreement, which ultimately focus on the proper use of natural and climatic resources, increasing competitiveness, and harmonization of the production process. The promotion of agricultural products without the active use of elements of the marketing system is absolutely impossible.

The role of marketing is an increasingly important issue in Georgia's European integration and in the development of the agricultural sector. The reasonable realization of domestic production and the development of export markets is the main purpose of using aspects of marketing in the field of agriculture.

Keywords: European Union, marketing system, ENPARD program, competitiveness, regulations.