|  |  |
| --- | --- |
| პროგრამა: | ბიომრავალფეროვნების ინტეგრირებული მართვა სამხრეთ კავკასიაში (IBiS) |
| PN: | 15.2101.2-004.00 |
| დავალება: | მარკეტინგული მხარდაჭერა ურბანული ბიომრავალფეროვნების კამპანიისთვის |
| პერიოდი: | 2019 წლის 15 თებერვალი -2019 წლის 30 ნოემბერი |
|  |  |

1. **მოკლე ცნობები პროექტის შესახებ**

სამხრეთ კავკასიის ბიომრავალფეროვნებას გლობალური მნიშვნელობა აქვს. მაგრამ სახეობათა დიდი ნაირსახეობა და მრავალი ეკოსისტემის ფუნქციონირება საფრთხის ქვეშაა. ადგილობრივი მოსახლეობის, ასევე კერძო საწარმოების და მმართველობების მხრიდან ბუნებრივი რესურსების გამოყენებით დიდი ზეწოლა ხდება გარემოზე.

სამხრეთ კავკასიის სამივე ქვეყანაში - საქართველოში, სომხეთსა და აზერბაიჯანში - არსებობს ბიომრავალფეროვნების ეროვნული სტრატეგიები და მოქმედებათა გეგმები (NBSAP-ები) და ასევე ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემური სერვისების მართვის საწყისი დარგობრივი სტრატეგიები. მიუხედავად ამისა, ისინი ვერ უმკლავდებიან სხვადასხვა დარგების (სატყეო მეურნეობა, საძოვრების მართვა, სოფლის მეურნეობა, ბუნების კონსერვაცია და ტურიზმი) ინტერესთა კონფლიქტით განპირობებულ გამოწვევებს. სხვადასხვა სახელმწიფო და არასახელმწიფოებრივ დაინტერესებულ მხარეებსა და მოსახლეობას (მაგ. მწყემსები და ფერმერები) შორის არსებობს კოორდინაციის ნაკლებობა. ამის გარდა, დაგეგმვისა და გადაწყვეტილების მიღების პროცესების ხელშეწყობისთვის, სხვადასხვა სექტორებზე არ არსებობს საკმარისი სარწმუნო მონაცემები.

გერმანიის მთავრობის კავკასიის ინიციატივის ფარგლებში, პროგრამა ძირითადად თანამშრომლობს სამხრეთ კავკასიის სამი ქვეყნის გარემოს დაცვის სამინისტროებთან. პროგრამა იყენებს მრავალსაფეხურიან მიდგომას. ეროვნულ დონეზე, იგი მხარს უჭერს ბიომრავალფეროვნების სტრატეგიებისა და რეგულაციების შემუშავებას ან განახლებას, განსაკუთრებით ტყისა და საძოვრების მართვის, ასევე ეროზიის კონტროლის სფეროში. აღნიშნულ პროცესში გამოყენებულია რაიონის, მუნიციპალიტეტისა და ადგილობრივ დონეზე განხორციელებული საცდელი (საპილოტე) ღონისძიებებიდან მიღებული გამოცდილება. აღნიშნული საპილოტე ზომების ნაწილია შესაბამისი დაინტერესებული მხარეების აღჭურვა ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემური სერვისების მდგრად მართვაში ინტეგრირებული მიდგომების გამოყენებისათვის საჭირო უნარ-ჩვევებით.

პროგრამის საერთო მიზანია ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემური სერვისების მართვის პროცესში, სანდო მონაცემებზე დაყრდნობით უკეთესი კოორდინაციის მხარდაჭერა სხვადასხვა სექტორებს შორის. პროგრამა მოიცავს საქმიანობის ოთხ სფეროს შემდეგი მიზნებით:

ა. ადგილობრივ დონეზე ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემური სერვისების მდგრადი მართვის ინსტრუმენტები და პროცესების კოორდინაცია გამოცდილია.

ბ. გაუმჯობესებულია დარგობრივი სამინისტროების, მათ დაქვემდებარებაში მყოფი ორგანოებისა და ასევე საგანმანათლებლო დაწესებულებების სამუშაო შესაძლებლობები ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემური სერვისების მართვის სფეროში.

გ. ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემური სერვისების მნიშვნელობის ფართო საზოგადოების მიერ აღქმა უფრო დადებითია.

დ. ბიომრავალფეროვნებისა და ეკოსისტემურ სერვისების მართვაზე რეგიონულ დონეზე ინფორმაციის გაცვლა გაუმჯობესებულია.

IBiS პროგრამა ეფუძნება პროგრამების „ბიომრავალფეროვნების მდგრადი მართვა სამხრეთ კავკასიაში“ და „მთიან რეგიონებში ეროზიის ინტეგრირებული კონტროლი სამხრეთ კავკასიაში“ მიღწევებს და გაგრძელდება მომდევნო ოთხი წელი (2015 წლის დეკემბრიდან 2019 წლის ნოემბრამდე). პროგრამა ხორციელდება გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოების (GIZ) მიერ, გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ფედერალური სამინისტროს (BMZ) სახელით.

1. **არსებული სიტუაცია**

**ურბანული ექსპანსია** ახლად შემოჭრილი ანთროპოგენური ეპოქის ერთ-ერთი მთავარი მახასიათებელია და ურბანიზაციის პროცესი არც საქართველოში წარმოადგენს გამონაკლისს. საქართველოს მოსახლეობის თითქმის ნახევარი თბილისში, ქვეყნის დედაქალაქში ცხოვრობს და მათი რიცხვი ყოველდღიურად იზრდება. ბოლო წლებში, თბილისში სწრაფი ურბანული განვითარება დაიწყო. იმის გათვალისწინებით, რომ ურბანული გარემო მუდმივად ვითარდება, სწრაფად ქრება მწვანე სივრცეები, რომელსაც ბეტონის კონსტრუქციები, გზები და ავტომანქანები ანაცვლებს. არაბუნებრივი მასალებისა და დაბინძურების ზრდის პირობებში ადგილობრივი მცენარეებისა და ცხოველებისთვის რთულია გადარჩენა და გამრავლება. ქვეყნის შიდა კონტექსტის გათვალისწინებით, სხვა პრობლემების ფონზე, ბუნება ნაკლებ პრიორიტეტად არის მიჩნეული, შესაბამისად **ჰაბიტატების დეგრადაცია** და **ბიომრავალფეროვნების კარგვა** თბილისის სამწუხარო რეალობა გახდა.

აღიარებულია, რომ ქალაქები, რომლებსაც ფუნქციონირებადი ეკოსისტემები გააჩნია, უკეთეს ადგილებს წარმოადგენს საცხოვრებლად. ურბანული მწვანე სივრცეები ეხმარება ქალაქს ჰაერის დაბინძურებისა და ხმაურის წინააღმდეგ ბრძოლაში, იწოვს წვიმის წყალს, რომელიც სხვა შემთხვევაში დატბორვის საშიშროებას შექმნიდა, ქმნის ჰაბიტატს ადგილობრივი ველური ბუნებისთვის, ამცირებს საცობებს და ურბანულ დანაშაულს. აუმჯობესებს ქალაქის მაცხოვრებელთა ფსიქოლოგიურ მდგომარეობას. ბოლო პერიოდში ბიომრავალფეროვნება ხშირად გამოიყენება, როგორც ურბანული გარემოს სიჯანსაღის საზომი.

თბილისში ბუნების ეკოლოგიური და სოციალური ღირებულების გაცნობიერება, არსებული მწვანე სივრცეების დაცვა და დაფასება უმნიშვნელოვანესია ქალაქის ბიომრავალფეროვნების მხარდაჭერის თვალსაზრისით. აღნიშნულის მიღწევა გარკვეულ გამოწვევას წარმოადგენს და მის დასაძლევად საჭიროებს თანამშრომლობას თბილისის მერიას, გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს, კერძო სექტორს, არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და საზოგადოებრივ ერთეულებს შორის.

ბიოლოგიური მრავალფეროვნება წარმოადგენს საჯარო ზრუნვის საგანს. ქალაქის ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნებისთვის აუცილებელია ბევრი მონაწილის ჩართულობა. ყველა მოქალაქეს ხელი უნდა მიუწვდებოდეს ბუნების ელემენტებზე და სარგებლობდეს მისი დადებითი მხარეებით. განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ბავშვებისა და ახალშობილების ბუნებასთან სიახლოვე, მათი ფსიქოლოგიური თუ ფიზიკური განვითარებისთვის. ბუნებასთან სიახლოვე არანაკლებ მნიშვნელოვანია მოხუცებისთვის. შეიძლება ასევე ჩაითვალოს, რომ ბიოლოგიური მრავალფეროვნების დაცვის ინტერესი სცდება ქალაქის საზღვრებს და გააჩნია რეგიონული, ეროვნული და გლობალური პერსპექტივები.

თბილისის დარჩენილი ველური ბუნების სახეობების შესანარჩუნებლად და დასაცავად აუცილებელია, რომ თბილისის მოსახლეობას გააჩნდეს შესაბამისი ცოდნა ბიომრავალფეროვნების დაცვის მნიშვნელოვნებაზე. ამისათვის, მნიშვნელოვანია ურბანული ბიომრავალფეროვნებისა და თბილისის სხვადასხვა სახეობათა ფასეულობების შესახებ მოსახლეობის ცნობიერების ამაღლება. როდესაც მოსახლეობა ინფორმირებული იქნება თბილისის ურბანულ ბიომრავალფეროვნებასა და მის მნიშვნელობაზე, მათ მიერ გარემოსთვის მიყენებული ზიანის ალბათობა შემცირდება. მეტიც, ინფორმირებული მოსახლეობა აქტიურად იქნება ჩართული გადაწყვეტილების მიღების პროცესში და ბუნების დაცვისკენ მიმართულ სხვადასხვა აქტივობებში.

თუ ადგილობრივ მოსახლეობასა და კერძო სექტორში ამ საკითხების შესახებ ცნობიერების და ინფორმაციის ნაკლებობა კვლავაც შენარჩუნდა, მაშინ ნაკლებად სავარაუდოა, რომ აღნიშნული ტენდენციები უკეთესობისკენ შეიცვალოს.

აქედან გამომდინარე, GIZ-მა და სამუშაო ჯგუფმა, რომელიც შედგებოდა თბილისის მერიის წარმომადგენლობის, თბილისის ბოტანიკური ბაღის, ჟურნალ National Geographic Georgia-ს, ეკოვიზიის, საბუკოს, SEED-ის, ეკო-ფილმსის და გარემოსდაცვითი განათლების და ინფორმაციის ცენტრის წევრებისგან, შევიმუშავეთ საკომუნიკაციო სტრატეგია ურბანული ბიომრავალფეროვნების შესახებ, რომელიც მიმართულია ურბანული განვითარების და ურბანული ბიომრავალფეროვნების შესახებ კავშირის შესახებ ცნობიერების ამაღლებაზე. განსაკუთრებით კი, ინფორმაციის მიწოდებით ჰაბიტატების განადგურებაზე, ბიომრავალფეროვნების დანაკარგზე და მწვანე სივრცეების საჭიროებაზე, რომელიც საბოლოო ჯამში უნდა გახდეს საფუძველი საზოგადოების მხრიდან გარემოს მიმართ მეგობრული ჩვევების დამკვიდრებისა.

სამიზნე აუდიტორიებად გამოვავლინეთ : 1. თბილისში მცხორვრები ახალგაზრდები, 2. გადაწყვეტილებების მიმღები პირები, 3. ჟურნალისტები და თემის ლიდერები

ქვევით ფორმურილებული კომუნიკაციის ამოცანები მიმართულია არა იმდენად ჩვევების შეცვლაზე, არამედ ცოდნის გაზრდაზე და დამოკიდებულების ცვლილებაზე:

* სამიზნე აუდიტორიამ იცის მეტი თბილისის ბიომრავალფეროვანების სიმდიდრის შესახებ.
* სამიზნე აუდიტორიამ იცის მეტი იმ ეკოსისტემური სერვისების შესახებ, რომელიც ურბანულ ბიომრავალფეროვნებას შეუძლია მოიტანოს, განსაკუთრებით ჰაერის, ზოგადი ჯანმრთელობის და ცხოვრების ხარისხე, ტურიზმის და სოციო-კულტურულ პოტენციალზე.
* სამიზნე აუდიტორიამ იცის მეტი იმ საფრთხეების შესახებ, რომელიც მოაქვს ბუნებასთან არაჰარმოინიულად მიმდინარე ურბანიზაციას
* ადგილობრივმა ხელისუფლებამ იცის მეტი ქალაქის ბიომრავალფეორვნების მნიშვნელობასა და ღირებულებაზე.
* მედია სექტორი უფრო მეტად ინტერესდება ქალაქის განვითარების და ქალაქის ბიომრავალფეროვნების პრობლემებით, შესაბამისად მეტი სტატია თუ სიუჟეტი ქვეყნდება ამ თემასთან დაკავშირებით.
* სამიზნე აუდიტორია უფრო პოზიტიურადაა განწყობილი სამომავლოდ ქალაქის განვითარების და ბუნების ჰარმონიულად თანაცხოვრების შესაძლებლობასთან დაკავშირებით.
* სამიზნე აუდიტორია უფრო მეტად იჩენს ჩართულობის სურვილს ან იღებს ინიციატივებს მწვანე სივრცეების, ეკოსისტემური სერვისების და ბიომრავალფეროვნების დაცვის აქტივობებში.
* უფრო ხშირია საჯარო დისკუსიები ურბანული განვითარების და ბიომრავალფეროვნების შესახებ.

მედიაპროდუქტები, ღონისძიებები და სხვა აქტივობები, რომელიც დაგეგმილი და განხორციელებულია კამპანიის ფარგლებში:

* საველე ექსკურსიები
* თბილისის ბიომრავალფეროვნების რუკის შექმნა
* ფოტო კონკურსები, გამოფენები და ბლოგები
* მედიატრენინგი
* არტ-დოკუმენტური ფილმი თბილისის ბიომრავალფეროვნების შესახებ
* კამპანია ქალაქის ჩიტები
* კამპანია აქტიური მოქალაქეების საზოგადოება
* ურბანული ტყის საპილოტე ტერიტორია.

1. **მიზნები და დავალებები**

ამ შეთანხმების მიზანია ურბანული ბიომრავალფეროვნების კამპანიას გაეწიოს პროფესიონალური მარკეტინგული მხარდაჭერა, ზემოთ ხსენებული 9 პარტნიორის, აგრეთვე GIZ-ის ინტერესებისა და პროგრამა IBiS-ის კონტექტის გათვალისწინებით. მოსალოდნელია, რომ მარკეტინგული აქტივობების წყალობით შევძლებთ გავცდეთ კამპანიის უკვე არსებულ სამიზნე აუდიტორიებს და მივწვდებით ახალ ჯგუფებს (იხ. 2. ასრებული სიტუაცია). ჩვენი კამპანიის მიზანია მივწვდეთ იმ ადამიანებს, ვინც უკვე დაინტერესებულია ბუნების პრობლემებით, მაგრამ არ აქვს საკმარისი წვდომა ინფორმაციასთან. აქედან გამომდინარე მნიშვნელოვანია, რომ კონსულტანტ კომპანიას ჰქონდეს სრულყოფილი ცოდნა იმ საკომუნიკაციო არხებისა, რომელიც ყველაზე მეტად არის ათვისებული თბილისის მოსახლეობის მიერ.

## კონსულტაცია გულისხმობს მარკეტინგული გეგმის დაგეგვმის და განხორციელების კოორდინირებას, სოციალური მარკეტინგის ზედამხედველობას და ღონისძიებების დაგეგვმაში ჩართულობას. საერთო ჯამში კონსულტაცია მოიცავს შემდეგ ამოცანებს:

1. უნდა შემუშავდეს მარკეტინგული სამოქმედო გეგმა, რომელშიც გათვალისწინებული იქნება კამპანიის პარტნიორების მიერ უკვე დაგეგმილი ღონისძიებები. გეგმა გაწერილი უნდა იყოს ეტაპების, ღონისძიებების და პასუხისმგებლობების მიხედვით. 02/2019 დან 11/2019-ის ჩათვლით.
2. საკომუნიკაციო არხების გაძლიერებით, გაფართოებით და გაერთიანებით უნდა გაიზარდოს პარტნიორების მიერ განხორციელებული აქტივობების წვდომა და ეფექტურობა სამიზნე აუდიტორიებთან მიმართებით, კამპანიის ბიუჯეტის, ადამიანური რესუსრის და დროის ჩარჩოს გათვალისწინებით
3. კამპანიის ხედვის და მიზნის შესახებ რეგულარული საინფორმაციო-გაცვლითი ღონისძიებების ორგანიზება ჟურნალისტებთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, აკადემიურ ინსტიტუტებთან, პარლამენტარებთან და ა.შ. იმ პროდუქტების დახმარებით, რომელიც შეიქმნა და შეიქმნება კამპანიის ფარგლებში 9 პარტნიორის მიერ.
4. კამპანიის ორი მთავარი ღონისძიების ორგანიზება, შუალედური - 2019 წლის 22 მაისს, ბიომრავალფეროვნების საერთაშორისო დღეს და დასკვნითი - 2019 წლის შემოდგომის პერიოდში. ღონისძიება უნდა იყოს მედია/საინფორმაციო ფესტივალის ფორმატში, სადაც მოხდება პარტნიორების მიერ მომზადებული პროდუქტების გამოქვეყნება.
5. ზემოთ აღნიშნულ ღონისძიებებთან თუ სხვადსხვა მარკეტინგულ აქტივობებთან დაკავშირირებული ტექნიკური დავალების, სატენდერო დოკუმენტაციის, სერვისის მომწოდებლების კონტრაქტების და ა.შ. შემუშავების მხარდაჭერა.
6. სოციალური მარკეტინგის საკომუნიკაციო არხების, მარკეტინგული აქტივობების და ღონისძიებების შინაარსის კამპანიის კონტექსტთან მორგება.
7. კამპანიის ფარგლებში მიღებული ყველა მნიშვნელოვანი სიახლის გაზიარება 9 პარტნიორისთვის.
8. **სამუშაოს აღწერა და მოსალოდნელი შედეგები**

მოცემულ კონტექსტში მოკლევადიანი კონსულტაციის მოსალოდნელი შედეგებია:

1. კამპანიის 9 პარტნიორის მიერ დაგეგმილი აქტივობების სამოქმედო გეგმა, გაწერილი დროის, ეტაპების, ღონისძიებების, პასუხისმგებლობების და ა.შ. მიხედვით, 02/2019-დან 11/2019-მდე.
2. მეთვალყურეობა და ანგარიში იმ განხორციელებული აქტივობებისა, რომელიც მოცემულია სამოქმედო გეგმაში 2019 წლის ნოემბრმდე. რეგულარული ანგარიშები მედიაპროდუქტის წარმოება-მიწოდების ზედამხედველობის პროცესისა, რომელიც მორგებული იქნება კამპანიის კონტექსტს.
3. ეფექტური სოციალური მარკეტინგის წარმოება და კამპანიის პარტნიორების მედიაპროდუქტების, ღონისძიებების და სხვადასხვა აქტივობების წვდომის გაუმჯობესება სამიზნე აუდიტორიებთან. საინფორმაციო შეხვედრები ჟურნალისტებთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, აკადემიურ ინსტიტუტებთან, პარლამენტარებთან და ა.შ. აგრეთვე, კამპანიის ორი მთავარი ღონისძიების ორგანიზება მედია/საინფორმაციო ფესტივალის ფორმატში. შუალედური ღონისძიების 2019 წლის 22 მაისს, ბიომრავალფეროვნების საერთაშორისო დღეს და დასკვნითი ღონისძების - 2019 წლის საშემოდგომოდ.
4. ტექნიკური დავალება, სატენდერო დოკუმენტაცია, მომსახურების მომწოდებლების კონტრაქტები და ა.შ. რომელიც დაკავშირებულია მედიაპროდუქტების მომზადებასთან, რომელიც მორგებული იქნება კამპანიის შინაარსს.
5. ინფორმაციისა და პროდუქტების მუდმივი გაცვლა-გაზიარება პარტნიორთა შორის და საერთო ციფრული პლატფორმის (მაგალითად, ფეისბუქ ჯგუფის) რეგულარული განახლება.

**6. ვადები და სამუშაო გრაფიკი**

კონტრაქტის პერიოდია 2019 წლის 15 თებერვალიდან 2019 წლის 30 ნოემბრაამდე.