

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის
ფაკულტეტი

ჰოვსეფ ბაბაჯანიან

საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლების
გზები გლობალიზაციის პირობებში

ბიზნეს ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამა

ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ლეილა ქადაგიშვილი
ეკონომიკის დოქტორი, ასისტ. პროფესორი

თბილისი 2020

ანოტაცია

როგორც მსოფლიოს ყველა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებისთვის, ასევე საქართველოსთვის მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში ექსპორტის განვითარებას აქვს დიდი მნიშვნელობა. ამ კუთხიდან ჩვენი ქვეყნის მთავრობის მიზანია ქვეყნის სწრაფი განვითარება, ეკონომიკის გაძლიერება და მოსახლეობის ცხოვრების დონის ამაღლება. დასახული მიზნების რეალიზაციისათვის მთავარია შესაძლებლობების სრული გამოყენება, იმ დარგების სტიმულირებით და მხარდაჭერით, რომლებიც ფლობენ საექსპორტო პოტენციალს.

საქართველოს გააჩნია პირველ რიგში ნატურალური და დიდი საექსპორტო რესურსი, რომელიც ჩვენ ქვეყანას გამოარჩევს არა მარტო მეზობელ ქვეყნებში, არამედ მთელ მსოფლიოში. სამაგისტრო ნაშრომი აქტუალურია, რადგან მასში განხილულია ის მიდგომები და წესები, რომელიც პრაქტიკული ქმედებებით ხელს შეუწყობენ ქვეყნის საგარეო ვაჭრობის მზარდი პოტენციალის მქონე დარგების განვითარებას.

სამაგისტრო ნაშრომის მთავარი მიზანია გამოვავლინოთ, თუ რა მექანიზმით შეიძლება განხორციელდეს საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლება გლობალიზაციის პირობებში.

ნაშრომის პირველ ნაწილში განხილულია საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების ისტორიული და თეორიული ასპექტები. მეორე ნაწილი ეთმობა საქართველოს საექსპორტო პოტენციალს, ძირითად საექსპორტო ქვეყნებს, ასევე საქართველოს ექსპორტის აქტუალურობას ევროკავშირის ქვეყნებში, ხოლო მესამე ნაწილში წარმოდგენილია საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ძირითადი პრობლემები და მათი გადაჭრის გზები.

Annotation

For economic development of Georgia, like any other countries in the modern world, it's very important to increase its export potential in the world economics globalization conditions. In this regard the main goal of the government of Georgia is to develop the country quickly, to strengthen its economics and raise the living standards of the population. For the realization of the set goals is necessary and important to use the existing economic opportunities as much as possible, by stimulating and supporting to those sectors that have more export potential.

First of all, Georgia has natural and enormous export resources, which distinguish it not only from neighboring countries but also from countries all over the world. The master's thesis is really actual because there are discussed the specific approaches to the issues and rules in it which will be able by practical actions to support to develop the sectors with huge export potential in Georgia.

The main goal of the master's thesis is to find out which mechanisms can be used to increase the export potential of Georgia in the context of globalization.

In the first part of the research is discussed the historical and theoretical aspects of the international trade development. The middle part is devoted to the export potential, the major export countries, as well Georgia's export actuality for the EU countries. In the third part of the research is presented the main problems of Georgia export potential and best ways to solve them.

სარჩევი

შესავალი.....	5
თავი I. საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების ისტორიულ - თეორიული ასპექტები.....	11
1. საერთაშორისო ვაჭრობის თეორიული ასპექტები.....	11
2. ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია (ვმო) და მისი როლი საერთაშორისო ვაჭრობაში.....	12
3. საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკა.....	15
თავი II. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის თანამედროვე მდგომარეობა.....	20
1. საქართველოს საექსპორტო დინამიკა დამოუკიდებლობის მოპოვებიდან დღემდე.....	20
2. საქართველოს ძირითადი საექსპორტო ქვეყნები.....	23
3. საქართველოს ექსპორტი ევროკავშირის ქვეყნებში.....	29
თავი III. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ძირითადი პრობლემები და პერსპექტივები გლობალიზაციის პირობებში.....	34
1. საქართველოს ექსპორტის კონკურენტუნარიანობა.....	34
2. საქართველოს ექსპორტის პოტენციალის ამაღლების გზები	43
დასკვნები და რეკომენდაციები.....	48
გამოყენებული ლიტერატურა.....	51
დანართები.....	56

შესავალი

თემის აქტუალობა

ქართული ეროვნული ეკონომიკის ზრდა განისაზღვრება ქვეყნის საექსპორტო შესაძლებლობებით. საერთაშორისო ვაჭრობაში მსოფლიოს ყველა ქვეყანაა ჩართული.

საქართველო ისწრაფვის გახდეს ევროპულ ფასეულობებზე დაფუძნებული ქვეყანა, ამისათვის საჭიროა მსოფლო ბაზარზე ინტეგრაცია. ამისათვის მნიშვნელოვანია საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლებისათვის გზების ძიება და მათი წარმატებით განხორციელება.

გლობალიზაციის პირობებში ამ გზების დასახვა და განხორციელება მიმართული უნდა იყოს უცხოური ინვენსტიციების ხელის შეწყობით, რაც უფრო კაპიტალტევად დარგებში ჩაიდება ინვესტიცია და რაც უფრო გრძელვადიანი იქნება მით მეტი ექსპორტის საშუალება ექნება ქვეყანას.

საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლების ერთ ერთი მნიშვნელოვანი გზაა სასოფლო სამეურნეო პროდუქციისა და ნედლეულის წარმოება და მათი ექსპორტი, რომლებსაც გააჩნიათ დაბალი დამატებითი ღირებულება. რეალურად ქვეყანაში მოსახლეობის 2/3 თვითდასაქმებულია, უმეტესად აქედან სოფლის მეურნეობაშია დასაქმებული ესაა მევენახეობის, მეჩაიეობის, მებაღეობისა და მებოსტნეობის მიმართულებით.

ყველა ის ქვეყანა, რომელიც ეკონომიკის განვითარების პირველ ნაბიჯებს დგამს, ეკონომიკის განვითარების გზას ხედავს ექსპორტის განვითარებაში. რაც, აძლევს საშუალებას დაძლიოს ადგილობრივი ბაზრის შეზღუდული შესაძლებლობები და აამაღლონ პროდუქტიულობა. საქართველო ექსპორტის პოტენციალის ამაღლების გზით ცდილობს ეკონომიკის განვითარებას გლობალიზაციის პირობებში.

ამის მისაღწევად აუცილებელია ქვეყანამ გამოიყენოს ექსპორტის სტიმულირების სპეციალური პროგრამები. ექსპორტის სტიმულირებისათვის მრავალი მექანიზმი არსებობს. ექსპერტები თვლიან, რომ ექსპორტის გაზრდა გულისხმობს მხოლოდ გაცვლითი კურსის ეფექტურ მართვას. ზოგადად ეს გავლენას ახდენს ექსპორტის შედეგებზე, ამას თავისი მხარმამჭერები ჰყავს.

საერთაშორისო ვაჭრობა საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობის ყველაზე ადრეული და შედარებით გავრცელებული ფორმაა, მასზე მოდის მსოფლიო ეკონომიკური ბრუნვის 80%. საერთაშორისო ვაჭრობა გულისხმობს ქვეყნებს შორის ანაზღაურებული საქონელბრუნვის ერთობლივ მოცულობას. საერთაშორისო ვაჭრობის ცნება განსხვავდება საგარეო ვაჭრობის ცნებისაგან. საგარეო ვაჭრობა ეწოდება ერთი ქვეყნის მიერ მეორე ქვეყანასთან რეალიზებული ექსპორტ - იმპორტის მოცულობას. საერთაშორისო ვაჭრობის ობიექტია; მატერიალური ნივთები, (მზა პროდუქცია, მანქანა-მოწყობლობები, ნედლეული) მომსახურება (სატრანსპორტო, კომუნალური, ტურისტული, საფინანსო , საკრედიტო). ¹[ლია ძევისაშვილი თბილისი 2012]

საქართველოში ექსპორტის წახალისების ნაწილია სუბსიდირების პოლიტიკა, რაც გულისხმობს საჭირო იმპორტული წარმოების საქონელზე გადასახადების უკან დაბრუნებას, გატანილი პროდუქციისათვის საგადასახადო წახალისებას და სუბსიდირებას იმ კომპანიებისათვის, რომლებიც ექსპორტს აწარმოებენ. ექსპორტის პოლიტიკის სუბსიდირების მაგალითია ავსტრალიაში განხორციელებული ის საგრანტო პროგრამა ბაზრების განვითარებისათვის, რომელიც გულისხმობს გრანტების გაცემას ექსპორტის განსავითარებად: გამოფენები, წარმოებული პროდუქციის რეკლამა, სავაჭრო მისიები და ასე შემდეგ.

სუბსიდირების პოლიტიკის შესახებ კვლევები ცხადყოფს, რომ მსგავსი ტიპის ღონისძიებები არაეფექტურია, ხოლო იქ, სადაც ეს პოლიტიკა წარმატებით ხორციელდება შედეგები დამოუკიდებელია ისეთ კომპლიმენტარულ პოლიტიკაზე, როგორცაა კარგად ორგანიზებული ბიუროკრატია, სტაბილური მაკრო ეკონომიკური პოლიტიკა და იმპორტის ლიბერალიზაცია. 90-იან წლებში ბრაზილიაში არგენტინასა და მექსიკაში განხორციელებული იმპორტის სუბსიდირების პოლიტიკა ცხადყოფს, რომ ეს პოლიტიკა, არც აუცილებელია და არც საკმარისი ექსპორტს ზრდის მისაღწევად „სტრატეგიული გეგმა საქართველო 2020-სამოქალაქო საზოგადოების

¹ ლია ძევისაშვილი, საქართველოს საგარეო - სავაჭრო ურთიერთობების სტატისტიკური შესწავლა, დისერტაცია, თბილისი 2012 წ;

ჩართულობის გაძლიერება“-სფარგლებში გამოქვეყნდა პროექტის ბლოგზე „საქართველო 2020“.²[2]

საქართველოში ასეთი საგრანტე სუბსიდირების პროექტი არის „აწარმოე საქართველოში“ რომლის ფარგლებშიც განხორციელდა სხვადასხვა საექსპორტო საქონლის წარმოება .

„აწარმოე საქართველოში ექსპორტი“ მიზნად ისახავს ჩვენი ქვეყნის საექსპორტო პოტიენციალის მაქსიმალურად ათვისებას. რისთვისაც აუცილებელია ქართული პროდუქციის რეკლამირება საერთაშორისო ბაზრებზე. ეს უკანასკნელი კი, თავის მხრივ რეკლამირებული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ზრდას გამოიწვევს. ქვეყანა უნდა მიისწრაფვოდეს ბაზრების დივერსიფიცირებისკენ, რათა არ იყოს დამოკიდებული ერთი ან რამდენიმე ქვეყნის ეკონომიკაზე, მის პოლიტიკურ პროცესებზე და ა.შ. „აწარმოე საქართველოში ექსპორტის“ მიმართულებით გაწეული ღონისძიებებია:

- **საერთაშორისო გამოფენების ორგანიზება.**

სტრატეგიულ და პრიორიტეტულ ბაზრებზე B2B ტიპის გამოფენების ორგანიზება და საქართველოში არსებული სხვადასხვა სექტორის წარმომადგენელი კომპანიების თანადაფინანსება, ახალ პარტნიორებთან დაკავშირების და საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირების მიზნით.

- **სავაჭრო მისიების ორგანიზება.**

სტრატეგიულ და პრიორიტეტულ ბაზრებზე ქართული ექსპორტიორი კომპანიებისთვის წინასწარ B2B ტიპის შეხვედრების დაგეგმვა, ორგანიზება და თანადაფინანსება, ახალი პარტნიორების და ბაზრების დივერსიფიცირების მიზნით.

- **უცხოელი მყიდველების დაკავშირება ქართველ მწარმოებლებთან.**

სააგენტოს ფარგლებში უცხოური ბაზრებიდან შემოსული მოთხოვნების შესაბამისად ქართული კომპანიების დაკავშირება მათი პროდუქტების დაინტერესებულ მყიდველებთან.

- **სავაჭრო პლატფორმა www.tradewithgeorgia.com-ზე რეგისტრაცია.**

²მისაღწევად „სტრატეგიულ იგეგმა საქართველო 2020-სამოქალაქო საზოგადოების ჩართულობის გაძლიერება“-ს ფარგლებში გამოქვეყნდა პროექტის ბლოგზე „საქართველო 2020“

პლატფორმის მიზანია საქართველოში შექმნილი პროდუქტების და სერვისების პოპულარიზაცია საერთაშორისო ბაზრებზე.

- **ექსპორტის განვითარება.**

საქართველოში არსებულ ექსპორტის პროცედურებზე ინფორმაციის მიწოდება ექსპორტის პროცედურების აღწერა, ექსპორტისთვის საჭირო სერტიფიკატებზე ინფორმაციის მიწოდება.

- **უცხოურ ბაზრებზე არსებულ საბაჟო ტარიფებზე ინფორმაციის მიწოდება.**

ქართველი მწარმოებლებისთვის კონკრეტულ ბაზრებზე ტარიფის დადგენა.

- **განათლება (ექსპორტ მენეჯერების გადამზადება).**

კურსის მიზანია ექსპორტის მიმართულების ქართული კომპანიებში არსებული კადრების პროფესიული უნარების ამაღლება.

- **ევროპის მეწარმეთა ქსელი (EEN).**

ევროპის მეწარმეთა ქსელი (Enterprise Europe Network) წარმოადგენს პლატფორმას, რომელიც ემსახურება ევროკავშირისა და პარტნიორი ქვეყნების მცირე და საშუალო ბიზნესის წარმომადგენელთა შორის კონკრეტული ბიზნეს შემოთავაზებების ურთიერთგაცვლასა და კავშირების დამყარებას. EEN ქართული კომპანიებისთვის ახალ შესაძლებლობებს ქმნის ევროკავშირის ბაზარზე ფართოდ გაავრცელონ საკუთარი ბიზნეს წინადადებები და მოიზიდონ შესაბამისი პარტნიორები.

„აწარმოე საქართველოში ექსპორტის“ მიმართულების მიზანია საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის პოპულარიზაცია, ქართული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის გაზრდა, საერთაშორისო ბაზრებზე, ქართული პროდუქტების ექსპორტის მოცულობის ზრდა და საქართველოს საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირება.

კვლევის მიზანი და ამოცანები

ექსპორტის განვითარების სტრატეგიაზე მუშაობის ფარგლებში „GFA Consulting Group“-ის ექსპერტები ერთობლივად ახორციელებენ კონკრეტული ინდუსტრიების საექსპორტო პოტენციალის ანალიზსა და შეფასებას. რის საფუძველზეც

შესაძლებელია შემდგომი ღონისძიებების დაგეგმვა. ღონისძიებების, რომლებიც პირდაპირ იქნება მიმართული ექსპორტის ზრდისკენ.

აღნიშნული კვლევის მიზანია საქართველოს საექსპორტო გარემოს მრავალმხრივი ანალიზი, იმდაგვარად, რომ გამოვლინდეს ქვეყნის შესაძლებლობები პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის, საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირების, ექსპორტის ზრდის ხელშეწყობის გზები.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე ჩემს ნაშრომში გამახვილებულია ყურადღება ძირითად ამოცანებზე:

- საერთაშორისო ვაჭრობის თეორიული ასპექტების შესწავლა;
- ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის (ვმო) როლის განსაზღვრა საერთაშორისო ვაჭრობაში;
- საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის შესწავლა;
- საქართველოს საექსპორტო დინამიკის შესწავლა დამოუკიდებლობის მოპოვებიდან დღემდე;
- საქართველოს ძირითადი საექსპორტო ქვეყნების განსაზღვრა;
- საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის შესწავლა ევროკავშირის ქვეყნებში;
- საქართველოს ექსპორტის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრა
- საქართველოს ექსპორტის პოტენციალის ამაღლების გზების ჩამოყალიბება.

კვლევის საგანი და ობიექტი

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის საგანია საქართველოს ექსპორტის ზრდის შესაძლებლობების გამოვლენა, ქვეყნის საექსპორტო პროდუქტები და კონკრეტული სექტორები. კვლევის ობიექტია ქვეყნის საგარეო ვაჭრობაზე ორიენტირებული წამყვანი და მომგებიანი დარგები.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველი

ჩემი კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველი არის ქართველ და უცხოელ მეცნიერთა ნაშრომების საფუძვლიანი კვლევების ანალიზზე დაყრდნობით

კვლევის მიზნის მიღწევა. კვლევის პროცესის წარმართვისათვის ნაშრომში ასევე გამოყენებულია, სამთავრობო და არასამთავრობო, ეროვნული და საერთაშორისო ორგანიზაციების ანგარიშები და სტატისტიკური მასალები.

თავი I. საერთაშორისო ვაჭრობის განვითარების ისტორიულ - თეორიული ასპექტები

1. საერთაშორისო ვაჭრობის თეორიული ასპექტები

საერთაშორისო ვაჭრობა საერთაშორისო განვითარების ისტორიის პერიოდში ვითარდებოდა და მნიშვნელოვან როლს იძენდა როგორც თითოეული ქვეყნის ეკონომიკის განვითარების მხრივ, ისე ამა თუ იმ გეოგრაფიული არეალის პოლიტიკური და კულტურული ურთიერთობების არეალის შექმნის კუთხით. დღეს დღეობით კიდევ უფრო მნიშვნელოვანი ხდება საერთაშორისო ვაჭრობა, რომელსაც დიდი ისტორიული განვითარების გზა და ეტაპები აქვს გამოვლილი.

საუკუნეთა განმავლობაში საერთაშორისო სამეურნეო კავშირები კაცობრიობის ურთიერთობის ძირითადი ფორმა იყო. ომი და ვაჭრობა უძველეს სახელმწიფოთა მთავარი საგარეო სამხედრო პოლიტიკური ფუნქცია გახლდათ. შრომის საერთაშორისო დანაწილების შედეგად ჩამოყალიბდა ეკონომიკის განსაზღვრული ტიპები: მესაქონლეობითი, მიწათმოქმედებითი და სამრეწველო. აზიური ეკონომიკისთვის დამახასიათებელი იყო აგრარული ორიენტაცია ეროვნულ ანტიკური (ძველ ბერძნულ-რომაული) ეკონომიკაც კი, სამრეწველოსაკენ მეტად იხრებოდა, რომელიც რკინის ტექნიკას ეფუძნებოდა. ცნობილია რომ, ძვ. წ-ის დროინდელი ქალაქი პოლისბი (ათენი, დიოსკურია, (ებლანდელი სოხუმი) ფაზისი, (ებლანდელი ფოთი) და სხვა ხელოსნური წარმოების ცენტრი იყო. ეროვნულ ეკონომიკათა ასეთი სპეციალიზაცია ობიექტურად იწვევდა საქონლის გაცვლას.

საერთაშორისო გაცვლისა და წარმოების განვითარებისათვის აუცილებელი სანედლეულო და შრომითი ეკონომიკური ურთიერთობა ადრეულ ეპოქაში, ჯერ კიდევ მონათმფლობელურ საზოგადოებაში აღმოცენდა. საერთაშორისო ვაჭრობა, როგორც სხვადასხვა ქვეყნის, ხალხთა ურთიერთობის პირველი მაცნე, ეკონომიკური თანამშრომლობის, ყველაზე ბუნებრივი პროცესი იყო. მისი წყალობით ქვეყნები (იმპერიების, კოლონიების) ავითარებდნენ ერთმანეთს. თავდაპირველად

საერთაშორისო ანუ მსოფლიო ბაზარი შიდაკონტინენტალური იყო. უძველესი ევროპული სახელმწიფოები ფინიკია, ეგვიპტე, საბერძნეთი რომი, ერთმანეთთან და ხმელთაშუა და შავი ზღვების მრავალ ქალაქ სახელმწიფოებთან ინტენსიურად ვაჭრობდა.³ [ჯოლია გ. თბ.2015]

გლობალიზაციის პროცესი ქვეყნებსა და რეგიონებს შორის ენობრივი, ტერიტორიული, პოლიტიკური, ფსიქიკური ბარიერების, ეკონომიკური რღვევისა და კულტურულ-ცივილიზაციური ერთობისა და რეგულირების ზეეროვნული სისტემის შექმნის პროცესია⁴[აბრალავა ა. ეროვნული ეკონომიკა და გლობალიზაცია თბ.2005 , გვ.11.].

1.2 ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია (ვმო) და მისი როლი

საერთაშორისო ვაჭრობაში

ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია (ვმო) დაარსდა 1995 წლის 1 იანვარს ქ. ჟენევაში, შვეიცარიაში. დღესდღეობით იგი წარმოდგენილია 148 ქვეყნით, რომლებიც საერთაშორისო ვაჭრობაში 95%-იან წილს იკავებენ. ორგანიზაციის ბიუჯეტი დაახლოებით 80 მლნ. აშშ დოლარია.

ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაცია (ვმო) ჩამოყალიბდა 1995 წელს ურუგვაის რაუნდის რვა წლიანი მოლაპარაკებების შედეგად, ტარიფებსა და ვაჭრობაზე გენერალური შეთანხმების ბაზაზე (GATT). ვმო - ს ძირითად მიზანს წარმოადგენს მსოფლიოს მასშტაბით თავისუფალი ვაჭრობის მიღწევა და მისი ძირითადი პრინციპები შემდგომში მდგომარეობს: - შიდა ბაზრის დასაცავად უპირატესად ტარიფული მეთოდების გამოყენება და არარაოდენობრივი შეზღუდვების ანალოგიური მეთოდებისა; - ტარიფების დაფიქსირება გარკვეულ დონეზე, რომლის ზემოთაც ისინი აღარ გაიზრდება, ე.წ. „მიბმა“. - ვაჭრობა დისკრიმინაციის გარეშე, რაც გულისხმობს

³. ჯოლია გურამ, საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები, თბ.2005

⁴. აბრალავა ა., ეროვნული ეკონომიკა და გლობალიზაცია, თბ.2005 , გვ.11.

წევრი ქვეყნების მიერ ერთმანეთისათვის „უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმის“ მინიჭებას; - ეროვნული რეჟიმის დაცვას იმპორტული და ადგილობრივი საქონლისათვის თანაბარი უფლებებისა და პირობების უზრუნველყოფის საშუალებით, მასზე თანაბარი ადგილობრივი გადასახადების დაწესების დაცვით. ამდენად მცირე ეკონომიკის მქონე ქვეყნისათვის ასეთი ორგანიზაციის წევრობა საკმაოდ მომგებიანია. 1999 წლის 6 ოქტომბერს ვმო-ს გენერალურმა საბჭომ ხელი მოაწერა ვმო-ს დამფუძნებელმა რაკემის შეთანხმებაზე საქართველოს მიერთების ოქმს. 2000 წლის 20 აპრილს საქართველოს პარლამენტმა რატიფიკაცია გაუკეთა ვმო-ში საქართველოს გაწევრიანების ოქმს და 2000 წლის 14 ივნისიდან საქართველო გახდა ვმო-ს 137-ე სრულ უფლებიანი წევრი.⁵ [ეკონომისტთა ასოციაცია თბ.2005]

ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის (ვმო) წინაშე საქართველოს აქვს აღებული ვალდებულებები. ვალდებულებების შესრულების უზრუნველყოფის ღონისძიებათა შესახებ (საქართველოს ბრძანებულება NBN#172, 2002 წლის 16 აპრილი. ქ. თბილისი) ნათქვამია: ”ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციაში (ვმო) საქართველოს გაწევრიანების შემდგომ (14.06.2000), საგარეო ვაჭრობის სფეროში ნაკისრ ვალდებულებათა შესრულებისა და ვმო-ს წევრობის სრულფასოვნად გამოყენების მიზნით: ⁶(საქართველოს ბრძანებულება N#172, 2002 წლის 16 აპრილი. ქ. თბილისი).

ორგანიზაციის წესდება გულისხმობს წევრი ქვეყნების მიერ ერთმანეთისათვის „უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმის“ მინიჭებას, ეროვნული რეჟიმის დაცვას იმპორტული და ადგილობრივი საქონლისათვის თანაბარი უფლებებისა და პირობების უზრუნველყოფის საშუალებით, მასზე თანაბარი ადგილობრივი გადასახადების დაწესების დაცვით. ამდენად, მცირე ეკონომიკის მქონე ქვეყნისათვის ასეთი ორგანიზაციის წევრობა საკმაოდ მომგებიანია.

(მსო) მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციას აქვს სამი ძირითადი მიზანი:

1. ხელი შეუწყოს ვაჭრობას;
2. მიაღწიოს თანდათანობით ლიბერალიზაციას მოლაპარაკების გზით;

⁵. საერთაშორისო ორგანიზაციების ზოგადი მიმოხილვა და მათი თანამშრომლობა. საქართველოსთან ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია, თბ., 2005

⁶. saqarTvelos მთავრობის brZanebulebaBN#172, 2002wlis16 aprili q. Tbilisi)

3. დანერგოს დავების სამართლიანი მოგვარების მექანიზმები.

მისი ერთ - ერთი მიზანია აგრეთვე, პროტექციონიზმთან ბრძოლა.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ევროკავშირის ქვეყნებთან DCFTA შეთანხმებით სარგებლობს, ჯერ კიდევ 2014 წლიდან; ქვეყნის ექსპორტი მნიშვნელოვნად არც გაზრდილა აღნიშულ ქვეყნებში. მაშინ, როცა დოკუმენტი შესაძლებლობას იძლევა ქართული პროდუქტი ევროკავშირის ქვეყნებში ნულოვანი დაბეგვრის პირობებში შევიდეს. ფაქტობრივად ქვეყნისთვის გზა ხსნილია ექსპორტის ზრდის კუთხით. მითუმეტეს, რომ საქართველოს კანონმდებლობითაც ექსპორტი განთავისუფლებულია საბაჟო გადასახადისგან. სტატისტიკური მონაცემები არც ისე კარგად გამოიყურება. აღნიშნულ ფაქტს არაერთი მნიშვნელოვანი მიზეზი უდევს საფუძვლად. მაგალითად: ქართული პროდუქციის ნაწილი ხარისხობრივად ვერ აკმაყოფილებს შესაბამის სტანდარტებს, ზოგიერთ პროდუქტს სჭირდება ლაბორატორიული დასკვნა, რომლის მოპოვებაც სხვადასხვა სირთულეებთან არის დაკავშირებული. ამასთანავე ქართული პროდუქციის ზოგიერთი სახეობა ფაქტობრივად არ არის რეკლამირებული შესაბამის ქვეყანაში; ევროპის ბაზარი გაჯერებულია პროდუქციით, ძალზე მაღალია კონკურენციის ხარისხი და ამიტომ ქართულ პროდუქციისთვის განსაკუთრებით რთულია ევროპის ბაზარზე ადგილის დამკვიდრება. მითუმეტეს რომ ქვეყანაში გარკვეულწილად, ინვესტიციის, კაპიტალის, ინფორმაციის, დეფიციტია.

1.3 საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოლიტიკა

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებით, 2020 წელს მაისის თვის ჩათვლით საქართველოდან მსოფლიო მაშტაბით 1236,6 მილიონი დოლარის ექსპორტი განხორციელდა.

ექსპორტის შესახებ მონაცემების შეგროვების, დამუშავების, დაზუსტების და კორექტირების პროცესი ხორციელდება საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად.

საქართველოს საგარეო ვაჭრობის სტატისტიკაში საქონლის ექსპორტ-იმპორტის აღრიცხვის ძირითადი კრიტერიუმია მის მიერ ქვეყნის ეკონომიკური ტერიტორიის გადაკვეთა.

ექსპორტში იგულისხმება, როგორც ეროვნული წარმოშობის პროდუქციის გატანა საზღვარგარეთ, ისე იმპორტირებული საქონლის რეექსპორტი. იმპორტში იგულისხმება ქვეყანაში პროდუქციის შემოტანა და ექსპორტირებული საქონლის რეიმპორტი.

როგორც ცხრილიდან და დიაგრამიდან ჩანს საგარეო ვაჭრობის ძირითადი მაჩვენებლები ექსპორტი და იმპორტი 2016-2019 წლების მაგალითზე საკმაოდ მზარდია და შესაბამისად საგარე ვაჭრობა და კერძოდ ექსპორტის დივერსიფიკაცია მსოფლიო ბაზარზე აღმავლობით ხასიათდება .

ადგილობრივი ექსპორტი მოიცავს, როგორც ქვეყანაში წარმოებული, ისე საზღვარგარეთიდან იმპორტირებული საქონლის ექსპორტს, რომელმაც განიცადა არსებითი სახეცვლილება ან ქვეყნის ფარგლებში გადამუშავების შედეგად მოხდა მისი ღირებულების მნიშვნელოვანი ზრდა.

ცხრილი 1

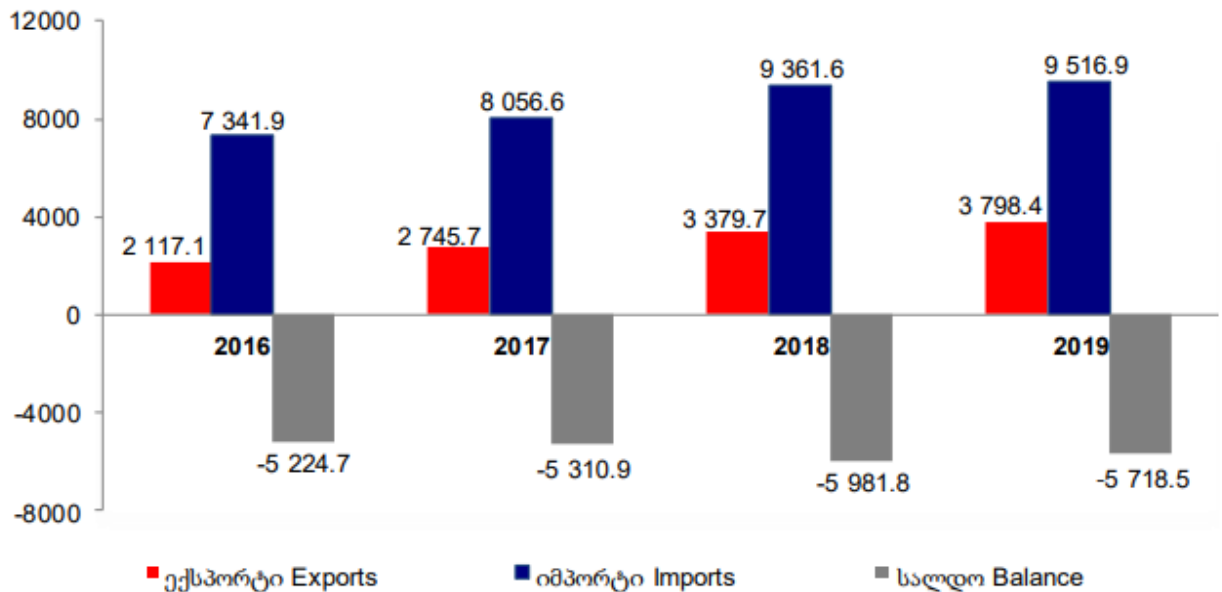
საგარეო ვაჭრობის ძირითადი მაჩვენებლები

მლნ. აშშ დოლარი					Mill. USD
	2016	2017	2018	2019	
ექსპორტი	2 117.1	2 745.7	3 379.7	3 798.4	Exports
იმპორტი	7 341.9	8 056.6	9 361.6	9 516.9	Imports
ბრუნვა	9 459.0	10 802.4	12 741.3	13 315.4	Turnover
სალდო	-5 224.7	-5 310.9	-5 981.8	-5 718.5	Balance

წყარო : www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა ⁷[7]

⁷ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

საქართველოს საგარეო ვაჭრობა 2016 – 2019 წლებში



წყარო : www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა ⁸[8]

საქონლით საგარეო ვაჭრობის შესახებ ინფორმაცია არ მოიცავს საქართველოს ტერიტორიაზე განხორციელებული სატრანზიტო გადაზიდვების და გამარტივებული საბაჟო დეკლარაციების შესახებ მონაცემებს, აგრეთვე არაორგანიზებულ ვაჭრობას. საგარეო სავაჭრო ოპერაციების შესახებ ინფორმაციის ძირითად წყაროს წარმოადგენს სატვირთო-საბაჟო დეკლარაციების მონაცემთა ბაზა, რომელიც მოგვეწოდება საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს შემოსავლების სამსახურიდან. დამატებით ხდება ინფორმაციის მიღება გაზისა და ელექტროენერჯის ექსპორტ-იმპორტის თაობაზე, შესაბამისად, სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტრო სისტემა“-დან და სს „ელექტროენერჯეტიკული სისტემის კომერციული ოპერატორ“-დან. ინფორმაცია მოცემულია საექსპორტო ვაჭრობის სასაქონლო ნომერკლასტურის ჰარმონიზებული სისტემის (HS 2012) 4-ნიშნა და 6-ნიშნა კოდების დონეზე; აგრეთვე, საერთაშორისო ვაჭრობის სტანდარტული კლასიფიკაციის სექციების, ფართო ეკონომიკური კატეგორიების, ქვეყნების და ქვეყნების ჯგუფების, მოვაჭრე სუბიექტების ზომის, ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით. პარტნიორ ქვეყანას წარმოადგენს

⁸ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

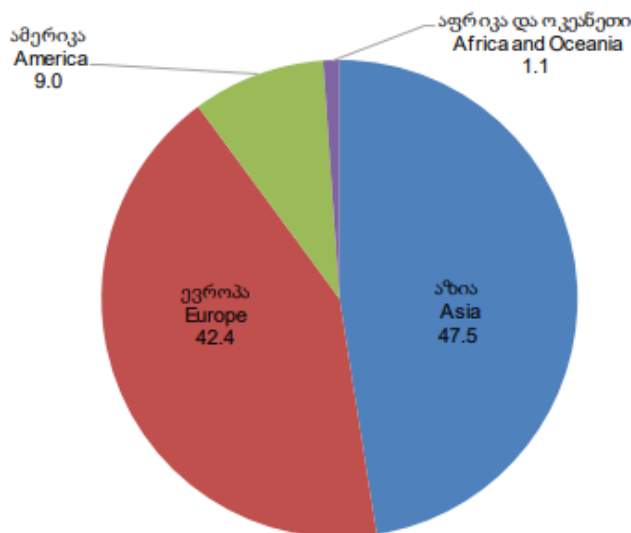
იმპორტისთვის – გამომგზავნი ქვეყანა, ხოლო ექსპორტისთვის – საბოლოო დანიშნულების ქვეყანა; ექსპორტი აღრიცხულია FOB, ანუ ექსპორტი ორი ქვეყნის ფრანკო-საზღვრის ფასებში (მოიცავს ექსპორტიორი ქვეყნის საზღვრამდე ტვირთის ტრანსპორტირებისა და სატრანსპორტო საშუალების ბორტ ზედა ტვირთვის ხარჯებს), ხოლო იმპორტი CIF, ანუ იმპორტი ორი ქვეყნის ფრანკო-საზღვრის ფასებში (გარდა ფასისა მოიცავს საერთაშორისო ფრახტსა და დაზღვევის ხარჯებს).

ცხრილი 2

საგარეო ვაჭრობა გეოგრაფიული რეგიონების მიხედვით

მლნ. აშშ დოლარი					Mill. USD
	2016	2017	2018	2019	
ექსპორტი, სულ	2 117.1	2 745.7	3 379.7	3 798.4	Total Exports
მათ შორის:					Of which:
აზია	999.3	1 281.1	1 705.0	1 915.2	Asia
ევროპა	953.2	1 287.8	1 455.7	1 702.0	Europe
ამერიკა	134.1	143.2	198.6	165.7	America
აფრიკა	29.6	32.6	19.2	14.0	Africa
ოკეანეთი	0.9	1.0	1.2	1.4	Oceania
იმპორტი, სულ	7 341.9	8 056.6	9 361.6	9 516.9	Total Imports
მათ შორის:					Of which:
აზია	3 450.8	3 873.5	4 431.1	4 409.8	Asia
ევროპა	3 461.4	3 600.1	4 160.4	3 941.0	Europe
ამერიკა	403.3	544.7	704.2	1 035.8	America
ოკეანეთი	4.1	3.1	18.7	79.0	Oceania
აფრიკა	22.2	35.2	47.1	51.3	Africa

გეოგრაფიული რეგიონების წილი საქართველოს საგარეო სავაჭრო ბრუნვაში 2019 წელს (%)



წყარო: www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა⁹[9]

საგარეო ვაჭრობის კვლევის ობიექტია ყველა საქონელი, რომელიც შემოდის და გადის ქვეყნის ეკონომიკური ტერიტორიიდან და ცვლის მის მატერიალურ მარაგებს. (გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია, ნიუიორკი, 2011)¹⁰. [10]

შესაბამისად, მონაცემები მუშავდება და ვრცელდება ყოველთვიურად. ყველა საქონელი წარმოდგენილია ღირებულებით და რაოდენობრივ მაჩვენებელში (წონა, დამატებითი ზომა) მონაცემთა კონტროლი ხორციელდება მიღებულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით.

საბაჟო დეკლარაციების მონაცემთა ბაზის შემოწმება: საქონლის კოდის, ფასის, წონის, დეკლარაციის თარიღის, გამომგზავნი საბოლოო დანიშნულების ქვეყნის კოდების მიხედვით. ძირითადი სასაქონლო პოზიციების ფასების კონტროლი და დაზუსტება: ფასების/წონის/დამატებითი ზომის კონტროლი: (საქსტატი ამოწმებს და ასწორებს შემდეგი კოდების რაოდენობას: 0407, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2402, 2716, 8429, 8430, 8701, 8702, 8703, 8704, 8705, 8711, 8716); დუბლირებული დეკლარაციების და იმ საქონლის

⁹ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

¹⁰ გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია, ნიუიორკი, 2011 .

ამოღება ვაჭრობის ბაზიდან, რომელიც საერთაშორისო მეთოდოლოგიის თანახმად, დროებით გადაადგილებული და სარემონტოდ განკუთვნილი ტვირთებიდაა.

ექსპორტისა და იმპორტის ცვლილებისას მნიშვნელოვანია რეალური ზრდისა და ფასისმიერი ეფექტის გამოყოფა, რათა ზუსტად გაანალიზდეს რეალური ცვლილება რამდენი იყო. 2018 წლის მეორე ნახევარში გაუმჯობესებულია ექსპორტის რეალური ზრდა, განსაკუთრებით კი აღსანიშნავია, რომ სექტემბრიდან ექსპორტის ცვლილების ფასისმიერი ეფექტი უარყოფითი იყო, რაც რეალური ექსპორტის ცვლილების ნომინალური ექსპორტის ცვლილებაზე უფრო მაღალ დონეს გულისხმობს. 2019 წლის მარტში ექსპორტის რეალურმა ზრდამ 25.8 პროცენტი შეადგინა, ხოლო ნომინალურმა ზრდამ მხოლოდ 12.3 პროცენტი შეადგინა.

თავი 2. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის თანამედროვე მდგომარეობა

2.1 საქართველოს საექსპორტო დინამიკა დამოუკიდებლობის მოპოვებიდან დღემდე

საქართველოს საექსპორტო დინამიკა დამოუკიდებლობის მოპოვებიდან დღემდე მრავალმხრივ შეიცვალა. თანამედროვე ეტაპზე მსოფლიოში მიმდინარე გლობალური ფინანსური კრიზისი, ახალი ეკონომიკური და პოლიტიკური საფრთხეების მოლოდინი, დღის წარიგში აყენებს ცალკეული დარგებისა და მომავალი ქვეყნების ობიექტური ანალიზის, შეფასებისა და შესაბამისი პრევენციული ღონისძიებების განხორციელების აუცილებლობას.

უკანასკნელ წლებში საქართველოში გატარებული სოციალურ - ეკონომიკური შედეგების ანალიზისა და შეფასებიდან გამომდინარე იკვეთება შემდეგი ძლიერი და სუსტი მხარეები.

ძლიერი მხარეები: ეკონომიკური ზრდის შედარებით მაღალი ტემპები, ენერგეტიკული უსაფრთხოების განმტკიცება, სახელმწიფო ბიუჯეტის გაჯანსაღება, საგადასახადო ადმინისტრირების სრულყოფა, საბანკო სექტორების სტაბილურობა, შემოსავლების ზრდა, ტურიზმის დარგისადმი ხელშეწყობა და მისი შედარებით სწრაფი ტემპით განვითარება, თავისუფალი ეკონომიკური ზონების შექმნა და სხვა.

სუსტი მხარეები: უმუშევრობის მაღალი დონე და დასაქმების პროგრამების არაეფექტიანობა, სოფლის მეურნეობის ჩამორჩენილობა და ამ დარგისადმი სათანადო ყურადღების არარსებობა მთავრობის მხრიდან. საგარეო ვალის სწრაფი ზრდა და მომავალში მისგან მოსალოდნელი საფრთხის შეუფასებლობა, უცხოური ინვესტიციების სიმცირე, ბაზარზე მონოპოლიზაციის მაღალი დონე, ინფლაციის მაღალი დონე, საკრედიტო რესურსების სიმცირე, სიღარიბის მაღალი დონე, მოსახლეობის შემოსავლების პოლარიზაცია და საშუალო ფენის არარსებობა, და ა. შ..

საქართველოს ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საექსპორტო პროდუქტია ქართული ღვინო. იმისათვის, რომ ქართული ღვინო გავიდეს საგარეო ბაზარზე და მოიმატოს ცნობადობამ მსოფლიო ბაზარზე ქართული ღვინის შესახებ, უნდა ჩატარდეს მეტი ღონისძიებები, გამოფენები და სხვადასხვა კამპანიები, რათა ქართული ღვინო გახდეს ცნობილი. ძალიან დიდ ინტერესს იჩენს ქვევრი და ქვევრის ღვინო, რაც მსოფლიოსათვის არის ძალიან უცხო, ამასთანავე ქვევრი არის ქვეყნის უნიკალური ტრადიციების მატარებელი, ღვინის უძველესი წარმოების თაობაზე სწორედ, რომ ქვევრის ღვინო აკეთებს განცხადებას. ეს ჩვენი ისტორიაა, ეს ჩვენი ტრადიციაა. ამით შეგვიძლია წარმოვჩინდეთ მსოფლიო ბაზარზე, როგორც უნიკალური, განსაკუთრებული ღვინის მწარმოებლები.

დღეის პირობებში მართალია ქართველმა გლეხმა დაკარგა რუსული ბაზარი, სადაც გლეხებს გაჰქონდათ ვაშლი, ეხლა რუსეთში ქართული ვაშლის ნაცვლად შედის მოლდავეთის, პოლონეთის, ჩინეთის და სხვა ქვეყნებიდან ვაშლი, ჩვენი გლეხებისთვის თითქმის დაკარგულია რუსული ბაზარი ვაშლის გასატანად. რადგანაც გლეხს ვეღარ გააქვს ვაშლი ვეღარ ასაღებს, ამიტომ მან მოსპო ვაშლის სავარგულები და თავის გადასარჩენად თესავს კარტოფილს, პომიდორს, სხვადასხვა ბოსტნეულს, ამან ქვეყნის საბაზრო განვითარებაზე უარყოფითად იმოქმედა. იმისათვის, რომ ქართველმა მეზღვეებმა გაუწიონ ჯეროვანი კონკურენცია მოლდაველ, ჩეხ, პოლონელ და ჩინელ მწარმოებლებს, საჭიროა აითვისონ ხილის მოყვანისა და წარმოების თანამედროვე ტექნოლოგიები, რათა მსხვილი, ხარისხიანი, არომატული ვაშლი აწარმოონ. გარდა ამისა ეს ვაშლი ცივ საცავეებში თვეების მანძილზე ტექნოლოგიის შესაბამისად უნდა შეინახონ, შესაბამის ტემპერატურაზე. რადგან წელიწადის ნებისმიერ დროს შეძლონ საჭირო რაოდენობის პროდუქციის მიწოდება ბაზარზე, გარდა ამისა საჭიროა თანამედროვე ვაშლის ჯიშების მოყვანა საერთაშორისო ბაზარზე კონკურენციის გაწევის მიზნით. ახლო წარსულში დამკვიდრებული იყო მოსაზრება, რომ საქართველოს მთავარი საექსპორტო ბაზარი არის რუსეთი, ხოლო მთავარი საექსპორტო პროდუქტია არის ღვინო და მინერალური წყლები. რა თქმა უნდა რუსეთის ბაზრის ხელმისაწვდომობა ნებისმიერი ქვეყნისათვის საინტერესოა, მაგრამ რუსეთის მხრიდან იძულებითი სახის შეზღუდვებმა საგარეო ვაჭრობაში ახალი მოთამაშეები და რაც მნიშვნელოვანია მრავალი ახალი

პროდუქციის წარმოება წამოსწია წინ. საქართველოს საგარეო ვაჭრობაში 2015 წლის სტატისტიკით ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკას საკმაოდ მოულოდნელი სავაჭრო ბაზრები და რესურსები აქვს ათვისებული. სტატისტიკური მონაცემებით სავაჭრო ბრუნვის მიხედვით 2015 წლის საქართველოს ძირითად სავაჭრო პარტნიორთა ათეულში შედის შემდეგი ქვეყნები:

თურქეთი -1 517მლნ დოლარი, რუსეთი-788 მლნ. დოლარი. აზერბაიჯანი ,783მლნ დოლარი, ჩინეთი+713 მლნ დოლარი, უკრაინა-515 მლნ დოლარი, გერმანია-507-მლნ დოლარი, ირლანდია-458მლნ დოლარი , ბულგარეთი-382 მლნ დოლარი. სომხეთი-352 მლნ დოლარი ¹¹[მღებრიშვილი დ. თბ. 2012].

დსთ-ს და მეზობელი ქვეყნებთან ერთად საქართველოსთან ტერიტორიულად სხვადასხვა მანძილზე დაშორებული თურქეთის, ჩინეთის , ბულგარეთის , გერმანიისა და სხვა ქვეყნების ბაზარზე გამოჩენა საქართველოსთვის ახალი სავაჭრო წარმატებული მიღწევა იყო, ბაზრების გეოგრაფიული არეალის ათვისების კუთხით.

ბაზრების გეოგრაფიული არეალის ათვისების დამადასტურებელია ასევე ის, რომ თუ რუსეთის მიერ 2006 წელს საქართველოს მიმართ გამოცხადებულ ემბარგომდე, და რუსეთ საქართველოს კონფლიქტამდე საქართველოს საგარეო ვაჭრობაში მთავარი პარტნირი იყო რუსეთი, მერე მას თურქეთი ჩაენაცვლა. ეს არის სავსებით ბუნებრივი, რადგან ქვეყანა სავაჭრო ურთიერთობებს პირველ რიგში მეზობელ ქვეყანასთან ამყარებს, რუსეთთან დამაბულმა პოლიტიკურმა ვითარებამ ხელი შეუწყო თურქეთთან სავაჭრო ურთიერთობის გამყრებასა და გაფართოებას¹²[ზირაქიშვილი ლ. 2010, გვ.173].

საექსპორტო პროდუქციის დივერსიფიცირებაზე კი მეტყველებს ის, რომ არც ისე შორეულ წარსულში (2004-2009 წწ) საქართველოს ექსპორტულ პროდუქციაში #1 მუხლი “გაჭირვების ექსპორტი”, ანუ “ჯართის ექსპორტი” იყო, რომლის დროსაც საქართველოდან დიდი რაოდენობით გადიოდა ჯართი.

¹¹ მღებრიშვილი დ. მარკეტინგის აქტუალური თეორიული და პრაქტიკული საკითხები. თბ., 2012;

¹² ზირაქიშვილი ლ., ქართული პროდუქცია მსოფლიო ბაზრებზე გასასვლელ პოტენციალს ვერ იყენებს. ჟურნ. „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, აპრილი, 2010;

2.2 საქართველოს ძირითადი საექსპორტო ქვეყნები

საქართველოს ძირითადი საექსპორტო ქვეყნებია: ავსტრია, ბელგია, ბულგარეთი, გაერთიანებული სამეფო, გერმანია, დანია, ესპანეთი, ესტონეთი, ირლანდია, იტალია, კვიპროსი, ლატვია, ლიეტუვა (ლიტვა), ლუქსემბურგი, მალტა, ნიდერლანდი, პოლონეთი, პორტუგალია, რუმინეთი, საბერძნეთი, საფრანგეთი, სლოვაკეთი, სლოვენია, უნგრეთი, ფინეთი, შვედეთი, ჩეხეთი, ხორვატია.

საქსტატის მონაცემებით, წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით, გაზრდილია ექსპორტის, ხოლო შემცირებულია იმპორტის მაჩვენებლები. უფრო კონკრეტულად, 2019 წლის იანვარ-მაისში ექსპორტი 1 466.7 მლნ. აშშ დოლარს შეადგენს (14.2 პროცენტით მეტი), ხოლო იმპორტი – 3 492.8 მლნ. აშშ დოლარს (3.6 პროცენტით ნაკლები).

საქართველოს უარყოფითმა სავაჭრო ბალანსმა, 2019 წლის იანვარ-მაისში, 2 026.1 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, (საგარეო სავაჭრო ბრუნვის 40.9 %). ამ პერიოდში ანალოგიურ წინა პერიოდთან შედარებით ექსპორტი 4.7% -ით გაიზარდა და 938.6 მლნ აშშ დოლარი გახდა.

2019 წლის იანვარ-მაისში, საქართველოდან ევროკავშირის ქვეყნებში განხორციელდა 360.9 მლნ. აშშ დოლარის ექსპორტი, რაც 22.1 პროცენტით მეტია წინა წლის შესაბამის მაჩვენებელზე და ქვეყნის მთლიანი ექსპორტის 24.6 პროცენტს შეადგენს. იმპორტის მოცულობამ 885.8 მლნ. აშშ დოლარს მიაღწია (11.5 პროცენტით ნაკლები) და მთლიანი იმპორტის 25.4 პროცენტი შეადგინა. სავაჭრო ბრუნვამ ევროკავშირის ქვეყნებთან 1 246.7 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც წინა წლის შესაბამის მაჩვენებელს 3.9 პროცენტით ჩამორჩება. რაც შეეხება სავაჭრო დეფიციტს, 2019 წლის იანვარ-მაისში მთლიან უარყოფით სავაჭრო ბალანსში მისი წილი 25.9 პროცენტით განისაზღვრა.

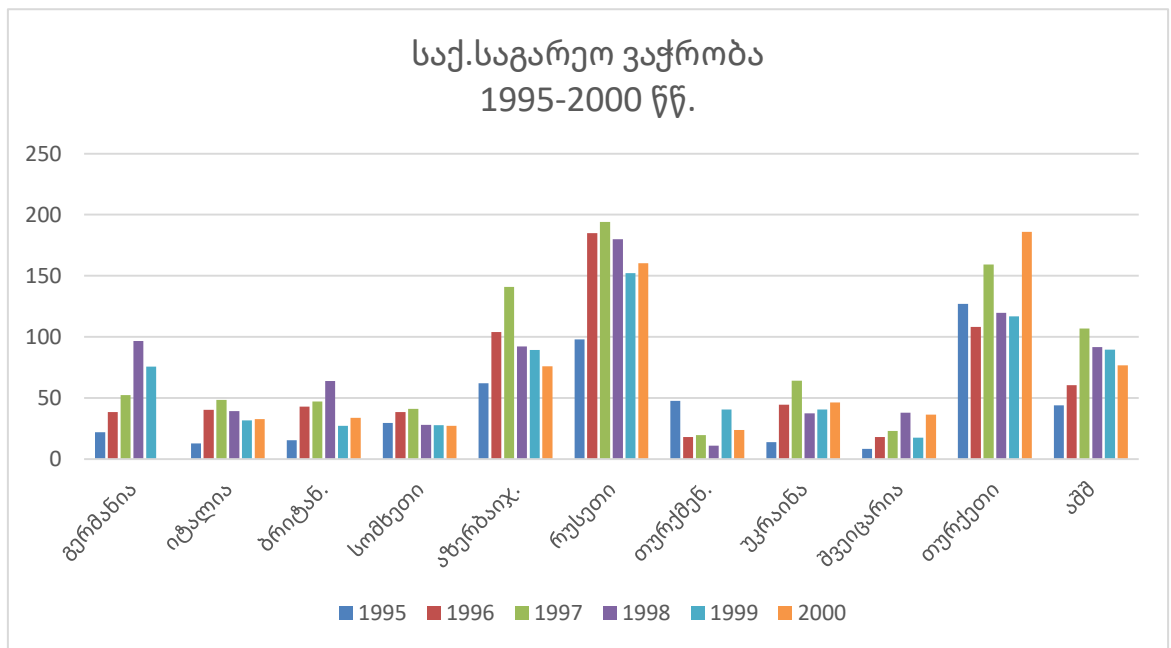
იმპორტის მოცულობა 951.3 მლნ. აშშ დოლარი იყო. (13.2 პროცენტით ნაკლები), რაც მთლიანი იმპორტის 27.2 პროცენტია. სავაჭრო ბრუნვამ დსთ-ის ქვეყნებთან 1 700.0 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც წინა წლის შესაბამის მაჩვენებელზე 1.3 პროცენტით მეტია. რაც შეეხება სავაჭრო დეფიციტს, 2019 წლის იანვარ-მაისში, მისი

წილი მთლიან უარყოფით სავაჭრო ბალანსში 10.0 პროცენტი იყო.

2019 წლის იანვარ - მაისში 10 უმსხვილესი საიმპორტო პარტნიორი ქვეყნის წილმა საქართველოს მთლიან იმპორტში 66,2 % შეადგინა, პირველ სამეულში შედის. თურქეთი (595.7 მლნ. დოლარი) რუსეთი (349.6 მლნ დოლარი) და ჩინეთი (347.9 მლნ. აშშ დოლარი).

დიაგრამა 3.

საქართველოს საგარეო ვაჭრობა 1995 – 2000 წლებში



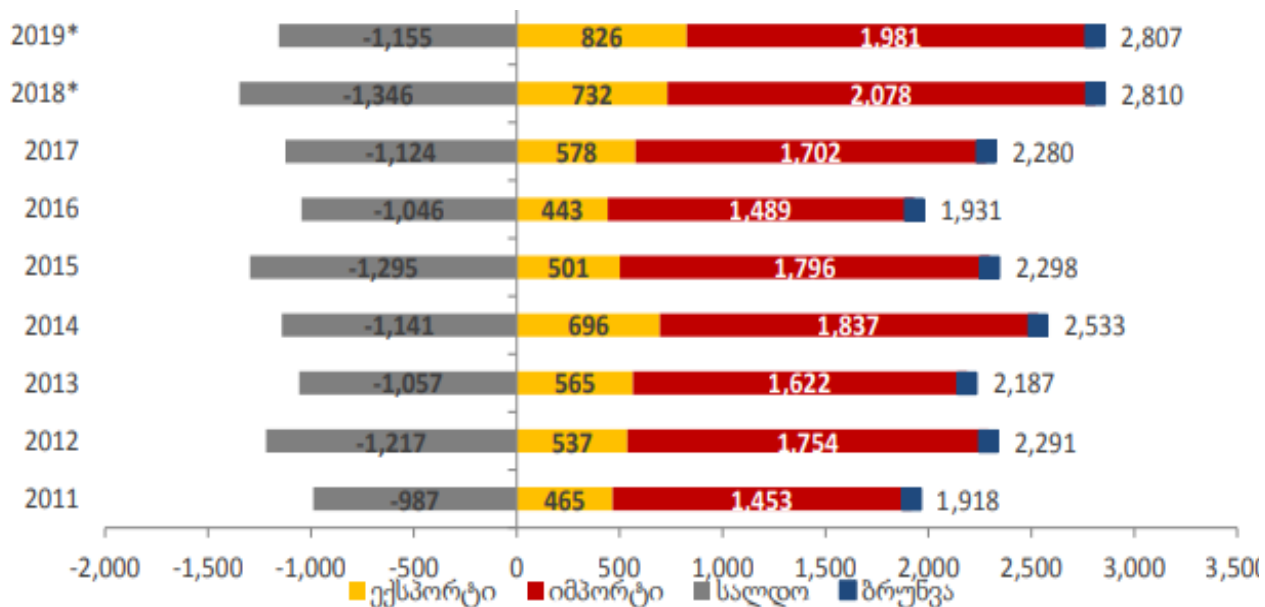
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.¹³[13]

როგორც დიაგრამიდან ჩანს 2019 წლის მარტში იმპორტი შემცირებულია 12.3 პროცენტით, ხოლო ექსპორტის მოცულობა გაზრდილა 12.3 პროცენტით, ასევე გაუმჯობესდა სავაჭრო ბალანსიც. იანვარ მარტში ექსპორტის ზრდამ 12.8 პროცენტი შეადგინა, იმპორტის კლებამ კი - 4.7 პროცენტი. ეს ყველა მონაცემები იმას ნიშნავს, რომ რეგიონში ეკონომიკის გაჯანსაღება კარგად აისახა საქართველოს ექსპორტზე.

¹³ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

საგარეო ვაჭრობა (მლნ აშშ დოლარი)

იანვარ მარტი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური¹⁴[14]

2018 წელს ექსპორტი გაიზარდა 22.6 პროცენტით, ხოლო იმპორტის ზრდამ 14.9 პროცენტით და ამის შედეგათ სავაჭრო ბალანსი 560 მლნ აშშ დოლარით გაუარესდა. რაც შეეხება 2018 წლის მეოთხე კვარტალს, ექსპორტი 16.0 პროცენტით გაიზარდა, იმპორტის ზრდამ კი 4.2 პროცენტი შეადგინა და წინა წელთან შედარებით , მეოთხე კვარტალში სავაჭრო ბალანსი 24 მლნ აშშ დოლარით გაუმჯობესდა.¹⁵[15]

¹⁴ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

¹⁵ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

საქართველოს ექსპორტი ქვეყნების მიხედვით 2019 – 2020 წლებში

(ათასი აშშ დოლარი)

ქვეყნის კოდი	ქვეყნები	2020*			
		იანვარი-მაისი	იანვარი	თებერვალი	მარტი
	ექსპორტი - სულ	1,236,597.9	262,649.4	263,616.8	251,896.4
	მათ შორის:				
	ევროკავშირის ქვეყნები	275,097.6	44,947.7	51,863.8	68,584.5
040	ავსტრია	623.1	76.3	18.1	31.9
056	ბელგია	4,325.5	1,180.2	1,711.9	377.6
100	ბულგარეთი	136,925.3	24,104.4	26,858.9	32,505.6
826	გაერთიანებული სამეფო	3,905.3	985.7	973.1	715.2
276	გერმანია	14,925.0	2,523.0	4,134.1	4,519.4
208	დანია	170.7	15.2	8.8	91.0
724	ესპანეთი	33,352.0	922.8	1,126.1	14,452.1
233	ესტონეთი	1,189.0	309.7	275.7	228.5
372	ირლანდია	484.7	134.0	142.1	151.6
380	იტალია	9,601.0	2,740.4	2,855.1	1,892.3
196	კვიპროსი	54.0	21.6	1.3	31.2
428	ლატვია	3,742.1	774.0	986.0	688.5
440	ლიტუა (ლიტვა)	13,041.5	2,948.4	2,284.5	3,517.4
442	ლუქსემბურგი	11.3	-	11.3	-
470	მალტა	39.5	20.7	-	-
528	ნიდერლანდი	9,414.9	2,228.8	1,885.6	2,118.8
616	პოლონეთი	10,435.6	2,266.3	2,825.4	2,459.3
620	პორტუგალია	48.4	-	-	0.0
642	რუმინეთი	15,343.7	119.5	3,281.8	1,912.1
300	საბერძნეთი	2,381.6	213.8	181.8	772.7
250	საფრანგეთი	9,621.8	2,231.6	1,277.6	1,239.0
703	სლოვაკეთი	654.6	37.5	156.0	2.0
705	სლოვენია	795.2	515.7	-	19.0
348	უნგრეთი	241.5	81.6	18.8	70.3
246	ფინეთი	156.4	12.0	78.0	34.7
752	შვედეთი	274.2	16.9	62.4	53.3
203	ჩეხეთი	3,147.7	447.0	549.2	695.5
191	ხორვატია	192.1	20.8	160.1	5.6
	დსთ-ს ქვეყნები	535,755.2	119,083.6	125,792.6	106,988.2
031	აზერბაიჯანი	167,357.6	43,981.5	46,294.9	31,595.7
112	ბელარუსი	14,331.7	2,036.0	1,910.0	3,685.0
795	თურქმენეთი	6,180.8	845.0	397.4	1,501.8
498	მოლდოვა	4,613.0	329.8	2,015.4	619.6
643	რუსეთი	157,103.6	33,445.6	26,943.9	30,842.4
051	სომხეთი	68,169.7	12,033.7	19,537.1	14,360.4
762	ტაჯიკეთი	5,464.9	1,498.5	1,740.5	1,586.7
860	უზბეკეთი	27,375.1	3,607.6	3,788.8	3,110.9
804	უკრაინა	66,636.4	18,422.0	18,836.4	15,478.3
398	ყაზახეთი	13,752.2	1,980.8	2,926.3	3,425.2
417	ყირგიზეთი	4,770.3	903.1	1,401.9	782.3
	დანარჩენი ქვეყნები	425,745.1	98,618.0	85,960.4	76,323.6
036	ავსტრალია	393.9	77.7	33.6	73.0
004	ავღანეთი	128.9	11.0	71.4	-
008	ალბანეთი	9.4	9.4	-	-
012	ალჟირი	-	-	-	-
660	ანგოლა	-	-	-	-
024	ანგოლა	-	-	-	-
020	ანდორა	-	-	-	-
028	ანტიგუა და ბარბუდა	-	-	-	-
784	არაბთა გაერთიანებული საამიროები	11,273.1	6,353.8	2,630.2	1,253.6
032	არგენტინა	-	-	-	-
840	აშშ	34,998.7	1,578.8	14,986.8	2,233.0

ცხრილი 4

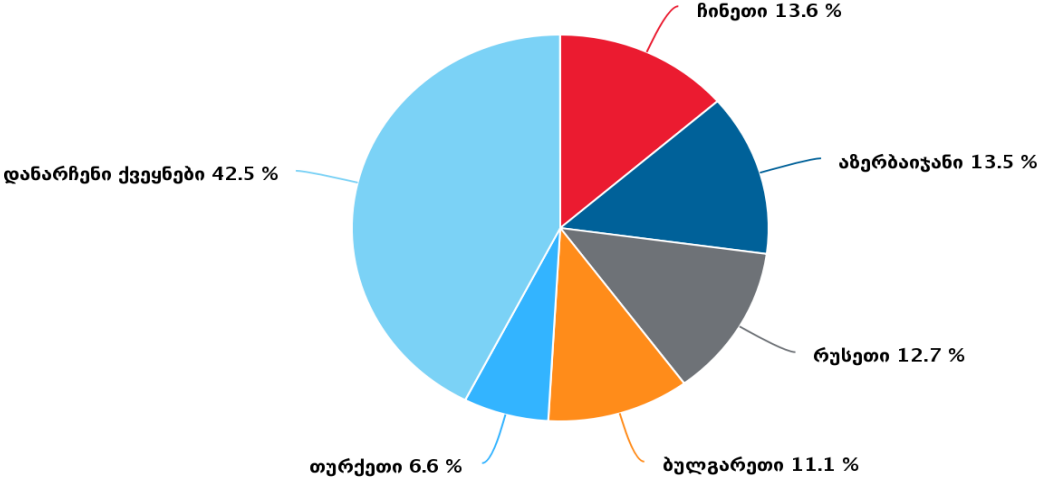
ქვემოთ მოცემულ ცხრილში ნაჩვენებია საქართველოს ექსპორტი ეკონომიკური საქმიანობის მიხედვით (ათასი აშშ დოლარი)

სექციის კოდი	სექციის დასახელება	2020*					
		იანვარი-მაისი	იანვარი	თებერვალი	მარტი	I კვ.	აპრილი
	ექსპორტი - სულ	1,236,597.9	262,649.4	263,616.8	251,896.4	778,162.6	223,160.6
	მათ შორის:						
A	სოფლის, სატყეო და თევზის	21,569.9	4,614.0	3,430.9	3,405.0	11,449.9	4,034.8
B	სამთომშობვებითი	103,035.6	18,600.2	19,190.3	20,616.5	58,407.1	25,256.7
C	დამამუშავებელი მრეწველობა	453,263.6	82,504.7	103,606.9	90,964.1	277,075.7	98,324.9
D	ელექტროენერჯის, აირის, ორთქლის და კონდიციონირების	2,787.9	0.6	34.4	10.8	45.8	353.1
E	წყალმომარაგება; კანალიზაცია, ნარჩენების მართვა და	13.0	-	2.9	10.1	13.0	-
F	მშენებლობა	1,909.1	381.7	902.6	285.5	1,569.7	62.9
G	საბითუმო და საცალო ვაჭრობა; ავტომობილების და	243,163.5	66,374.8	62,169.9	44,975.1	173,519.8	29,481.5
H	ტრანსპორტი და დასაწყობება	267,974.9	56,915.4	32,684.0	63,383.8	152,983.3	46,807.2
I	განთავსების საშუალებებით						
	უზრუნველყოფის და საკვების	465.2	303.0	63.5	37.3	403.7	3.4
J	ინფორმაცია და კომუნიკაცია	308.5	70.1	110.4	127.8	308.3	-
K	საფინანსო და სადაზღვევო	981.4	33.5	384.3	563.6	981.4	-
L	უზრავ ქონებასთან	187.9	76.1	63.7	32.0	171.8	-
M	პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობები	15,366.9	1,535.8	3,581.1	2,758.2	7,875.2	4,985.5
N	ადმინისტრაციული და დამხმარე მომსახურების	1,241.2	47.2	840.3	39.5	927.0	86.4
O	სახელმწიფო მმართველობა და თავდაცვა; სავალდებულო	50.7	-	50.7	-	50.7	-
P	განათლება	42.6	-	12.6	-	12.6	15.0
Q	ჯანდაცვა და სოციალური	40.2	13.9	20.5	5.8	40.2	-
R	ხელოვნება, გართობა და დანარჩენი სექციები**	781.0	109.7	18.1	37.8	165.5	-
		123,414.7	31,068.8	36,449.8	24,643.2	92,161.9	13,749.2

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.¹⁶[16]

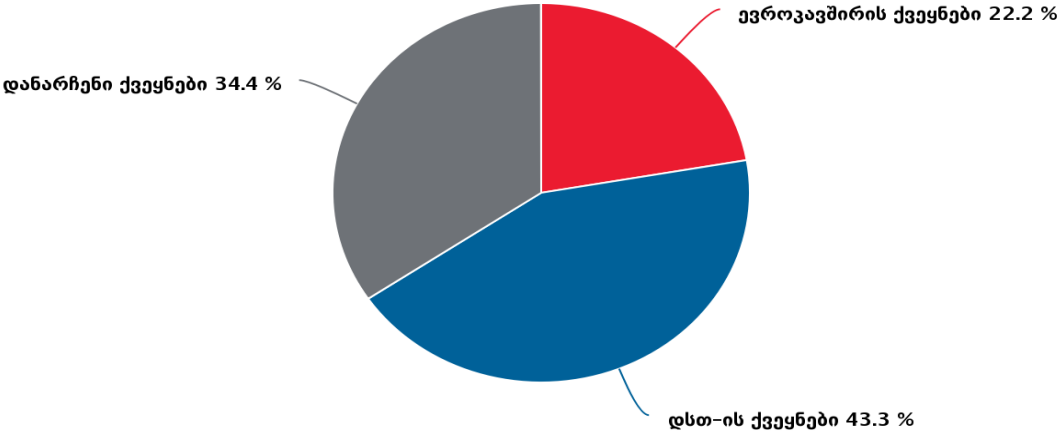
¹⁶ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.

უმსხვილესი საექსპორტო ქვეყნების წილი მთლიან ექსპორტში
2020 წლის იანვარ - მაისი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური¹⁷[17]

ქვეყნის ჯგუფების წილი მთლიან ექსპორტში 2020 წლის იანვარ - მაისში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური¹⁸[18]

¹⁷ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური
¹⁸ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.3 საქართველოს ექსპორტი ევროკავშირის ქვეყნებში

მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციისა და ინტეგრაციის პროცესში საქართველოსთვის განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს ევროკავშირთან სავაჭრო ეკონომიკური ურთიერთობების მასშტაბების ზრდას. ევროკავშირთან თანამშრომლობით საქართველომ უნდა უზრუნველყოს ქვეყნის უსაფრთხო და მდგრადი განვითარება. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს ევროკავშირთან მკვეთრად უარყოფითი ბალანსი აქვს, ამ გაერთიანებასთან ვაჭრობა, თუნდაც იმპორტის ჭრილითაც კი, პოზიტიური ფაქტია, რადგანაც ამ შემთხვევაში ჩვენ საქმე გვაქვს მაღალი ხარისხის, ევროსტანდარტების შესაბამის პროდუქციასთან. აქვე უნდა აღინიშნოს ის ფაქტიც, რომ ერთ-ერთი ძირითადი პოზიცია რისი იმპორტირებაც ხდება ევროკავშირიდან, მეორადი ავტომობილებია. ერთი მხრივ ეს ფაქტი დადებითი მოვლენაა იმიტომ რომ ის მნიშვნელოვანი სარეექსპორტო საქონელია, თუმცა კარგი იქნება თუ ევროკავშირიდან იმპორტის სტრუქტურა თანამედროვე ტექნოლოგიების სასარგებლოდ შეიცვლება, რადგან სწორედ ევროკავშირია აშშ-ს და იაპონიასთან ერთად ის მნიშვნელოვანი წყარო საიდანაც მათ შემოტანას შევძლებთ [ლაღანიძე გ., რამიშვილი ბ., საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დეფიციტის აღმოფხვრის სტრატეგიული მიმართულებები. თბ.2016. გვ., 29]¹⁹.

რაც შეეხება ექსპორტს, კარგია, რომ ევროკავშირი პირველ ადგილს იკავებს საქართველოს სავაჭრო პარტნიორებს შორის ამ მიმართულებითაც. უკანასკნელ წლებში ამ მხრივ ზრდის მდგრადი ტენდენციაც გამოიკვეთა, თუმცა ტემპის აჩქრება საქართველოს ეკონომიკური განვითარების კარგი ინდიკატორი იქნება. სავაჭრო ბრუნვის მიხედვით ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოებიდან საქართველოს მნიშვნელოვანი პარტნიორებია გერმანია რუმინეთი და ბულგარეთი. 2015 წელს ნახტომისებურად გაიზარდა იმპორტი ირლანდიიდან [ლაღანიძე გ., რამიშვილი ბ., საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დეფიციტის აღმოფხვრის სტრატეგიული მიმართულებები. თბ.2016. გვ., 29-30]²⁰.

¹⁹ ლაღანიძე გ., რამიშვილი ბ., საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დეფიციტის აღმოფხვრის სტრატეგიული მიმართულებები. თბ.2016. გვ., 29

²⁰ ლაღანიძე გ., რამიშვილი ბ., საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დეფიციტის აღმოფხვრის სტრატეგიული მიმართულებები. თბ.2016. გვ., 29-30

საქართველოს ექსპორტი ევროკავშირის ქვეყნებში უფრო და უფრო იზრდება და ფართოვდება სხვადასხვა ორგანიზაციული და კვლევითი საქმიანობის წყალობით როგორცაა:

1. საერთაშორისო გამოფენების ორგანიზება ევრო კავშირის ქვეყნებში სხვადასხვა მნიშვნელოვან ბაზრებზე B2B ტიპის გამოფენების ორგანიზება, საქართველოში არსებული სხვადასხვა სექტორში მომუშავე კომპანიების თანადაფინანსება, ახალ ინვესტორებთან, ახალ პარტნიორებთან ურთიერთობის დაწყება და გაღრმავება, რაც პირდაპირ არის დაკავშირებული ახალი საექსპორტო ბაზრების აღმოჩენასა და ათვისებასთან. ეს კი, თავის მხრივ, გამოიწვევს საქართველოს საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირებას;
2. ევროკავშირის ქვეყნებში სავაჭრო მისიების ორგანიზება სტრატეგიულ და პრიორიტეტულ ბაზრებზე ქართული ექსპორტიორი კომპანიებისთვის წინასწარ B2B ტიპის შეხვედრების დაგეგმვა, ორგანიზება და თანადაფინანსება, ახალი პარტნიორების და ბაზრების დივერსიფიცირების მიზნით;
3. უცხოელი მყიდველების დაკავშირება ქართველ მწარმოებლებთან. სააგენტოს ფარგლებში უცხოური ბაზრებიდან შემოსული მოთხოვნების შესაბამისად ქართული კომპანიების დაკავშირება მათი პროდუქტების დაინტერესებულ მყიდველებთან;
4. სავაჭრო პლატფორმა www.tradewithgeorgia.com-ზე რეგისტრაცია. პლატფორმის მიზანია საქართველოში შექმნილი პროდუქტების და სერვისების პოპულარიზაცია საერთაშორისო ბაზრებზე;
5. საქართველოში არსებულ ექსპორტის პროცედურებზე ინფორმაციის მიწოდება, ექსპორტის პროცედურების აღწერა, ექსპორტისთვის საჭირო სერტიფიკატებზე ინფორმაციის მიწოდება;

6. ევრო კავშირის ბაზარზე არსებულ საბაჟო ტარიფებზე ინფორმაციის მიწოდება;
7. ქართველი მწარმოებლებისთვის კონკრეტულ ბაზრებზე ტარიფის დადგენა;
8. განათლება (ექსპორტ მენეჯერების გადამზადება);
9. კურსის მიზანია ექსპორტის მიმართულების ქართული კომპანიებში არსებული კადრების პროფესიული უნარების ამაღლება;
10. თანამშრომლობა ევროპის მეწარმეთა ქსელი (EEN).

ამის მიუხედავად, ჩვენს ქვეყანაში ეს პრობლემები არის კომპლექსურად და ჩვენი ქვეყნის პირობებისა და თავისებურებების გათვალისწინებით მაინც არაა კარგად შესწავლილი თემა.

ჩემი ნაშრომი სწორედ ასეთი სიცარიელის აღმოსაფხვრელად არის საჭირო და ვფიქრობ სწორი მიმართულებით წარმართული კვლევა და მოქმედების გზების დასახვა მცირედი წვლილის შეტანა იქნება იმ დიდ საქმეში, რასაც საქართველოს ექსპორტის ამაღლების და მზარდი განვითარებისკენ სვლა ჰქვია.

საგარეო ვაჭრობა არის ექსპორტის იმპორტად გადაქცევის სპეციფიკური ტექნოლოგია მხოლოდ მაშინ თუ ექსპორტი ტოლია ან მეტია იმპორტზე. ასევე ცნობილია რომ ქვეყნის საგარეო ვაჭრობა ანუ კარგახსნილობა ხელს უწყობს ეკონომიკურ განვითარებას, მარამ ეს მაშინ როცა ექსპორტი იმპორტს აბალანსებს ან სჭარბობს²¹[19]

საქართველოში კი იმპორტი ექსპორტს 3,8 ჯერ აღემატება. სავაჭრო ბალანსის ამგვარი უწონასწორობა ანუ ქრონიკული დეფიციტი თავის მხრივ ადასტურებს იმ გარემოებას, რომ ჩვენი ქვეყანა ცალმხრივ ეკონომიკურ ინტეგრაციაზეა მიმართული და მეორე მხრივ იმაზე, რომ ჩვენი ქვეყნის ეკონომიკა დიდად არის დამოკიდებული

²¹ <http://mfa.gov.ge/MainNav/ForeignPolicy/ForeignPolicyStrategy> ორმხრივი ურთიერთობები რეგიონის ქვეყნებთან;

იმპორტზე. იმიტომ რომ ქვეყანა გაცილებით მეტს მოიხმარს ვიდრე აწარმოებს ანუ საქართველო იმპორტზე ორიენტირებული ქვეყანაა.²²[კონლი ჯ. თბ. 2009]

წლების განმავლობაში იმპორტზე ორიენტირებული ეკონომიკის ზრდას ხელს უწყობს მომხმარებლის და არა წარმოების წახალისება.უმეტესად უზრუნველყოფილია სამუშაო ძალის ექსპორტით პირდაპირი უცხოური ინვენსტიციებით , საერთაშორისო ტურისტებით, უცხოური გრანტებით, დახმარებით . ეროვნული ვალუტის სიმყარით და სხვა. ცნობილია, რომ საგარეო ვაჭრობა ქვეყნებს შორის ეკონომიკური ურთიერთობის ყველაზე უფრო ადრეული და გავრცელებული ფორმაა. კონკრეტულად, როგორ გამოიყურებოდა მისი დინამიკა ჩვენს ქვეყანაში 2016 -2019 წლებში.

ცხრილი 5

საგარეო ვაჭრობა მოვაჭრე სუბიექტების ზომის მიხედვით

ექსპორტი					Export
მლნ. აშშ დოლარი					Mill. USD
კატეგორიის დასახელება	2016	2017	2018	2019	Categories
ექსპორტი- სულ	2 117.1	2 745.7	3 379.7	3 798.4	Total Exports
მათ შორის:					Of which:
მსხვილი	740.9	1 078.6	1 464.0	1 490.6	Large
საშუალო	661.7	807.3	905.2	1 136.9	Medium
მცირე	649.6	730.9	766.0	723.0	Small
ზომა უცნობია*	64.9	129.0	244.5	448.0	Unknown*

* მოცემულ ეტაპზე სუბიექტის ზომა განსაზღვრული არ არის.

* The size of traders in not defined at this time.

წყარო: www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა ²³[21]

²² კონლი ჯ. იმპორტის ჩანაცვლებას საქართველოსათვის ბევრი სასიკეთო შედეგის მოტანა შეუძლია – 24 საათი. 4 ნოემბერი, 2009;

²³ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

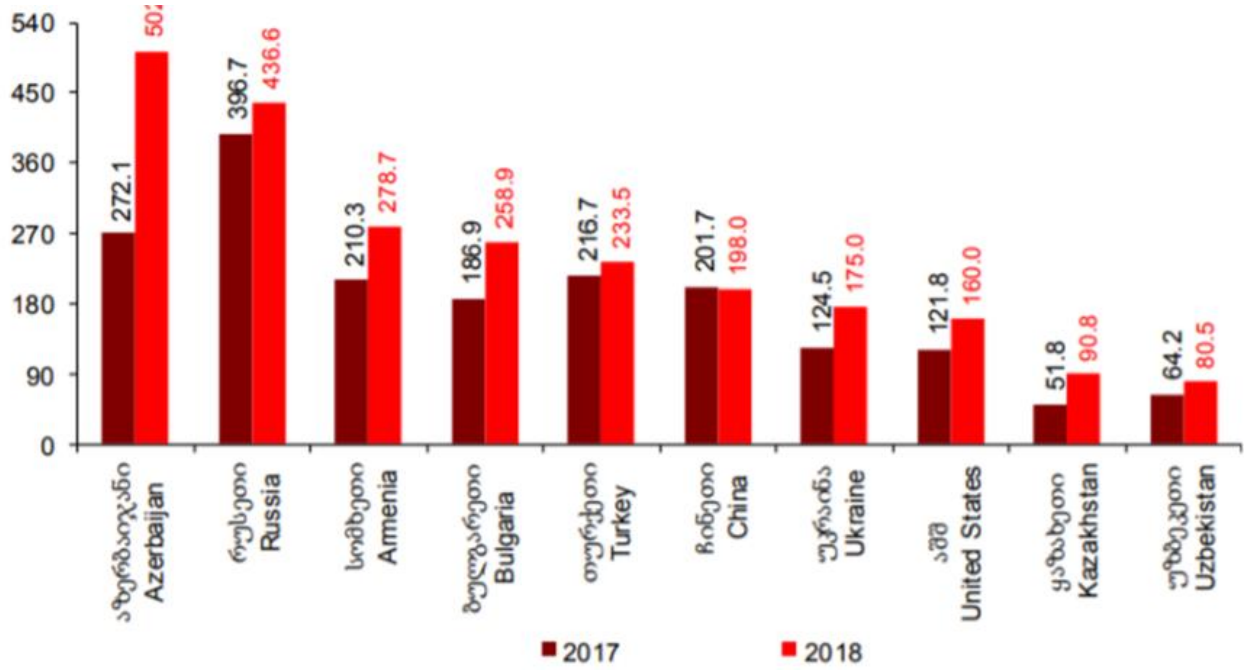
საგარეო სავაჭრო ბრუნვის დინამიკა 2016-2019 წწ. (მლნ დოლარი) ცხრილი N3 იდან ჩანს, რომ 2016 წელს თუ იყო ექსპორტი 2117,1 მლნ დოლარი , 2019 წლისათვის 3798,4 მლნ დოლარამდე გაიზარდა. გაზრდილია ყველა კატეგორიის მწარმოებლის სეგმენტზე წარმოების მოცულობა, მაგრამ ეს ზრდა უნდა იყვეს კიდევ უფრო მეტი, რადგან იმპორტთან მიმართებაში დაბალანსდეს და მეტიც გაუსწროს.

ცხრილი 6

უმსხვილესი საექსპორტო ქვეყნები 2018 -ნ 2019 წლებში

ქვეყნები*	2018		2019		Countries
	მლნ. აშშ დოლარი (%)	წილი	მლნ. აშშ დოლარი (%)	წილი	
ექსპორტი, სულ	3 379.7	100.0	3 798.4	100.0	Total Exports
მათ შორის:					Of which:
აზერბაიჯანი	507.6	15.0	508.7	13.4	Azerbaijan
რუსეთი	437.7	13.0	497.0	13.1	Russia
სომხეთი	286.3	8.5	432.6	11.4	Armenia
ბულგარეთი	259.2	7.7	284.1	7.5	Bulgaria
უკრაინა	179.5	5.3	250.9	6.6	Ukraine
ჩინეთი	199.1	5.9	223.1	5.9	China
თურქეთი	241.4	7.1	202.3	5.3	Turkey
რუმინეთი	57.8	1.7	178.2	4.7	Romania
აშშ	159.9	4.7	132.3	3.5	United States
უზბეკეთი	80.5	2.4	89.2	2.3	Uzbekistan
დანარჩენი ქვეყნები	970.6	28.7	1 000.1	26.3	Other countries

ათი უმსხვილესი საექსპორტო ქვეყნები 2017 -5 2018 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური²⁴[22]

²⁴ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

თავი 3. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ძირითადი პრობლემები და პერსპექტივები გლობალიზაციის პირობებში

3.1 საქართველოს ექსპორტის კონკურენტუნარიანობა

ასოციაციის ხელშეკრულების 2016 წლის 25 ნოემბრის ანგარიშში ნათქვამია, რომ სოფლის მეურნეობის დარგი სტრუქტურული ხარვეზით ხასიათდება. უფრო კონკრეტულად კი, საუბარია მიწის ფრაგმენტაციაზე, ამასთანავე არასაკმარის ინფორმაციაზე, განათლების დაბალ დონეზე, თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენების დეფიციტზე. აგრეთვე პრობლემატური საკითხია ფინანსური რესურსების მოზიდვა. კერძოდ ფერმერებსა თუ სხვა დაინტერესებულ პირებს აგროკრედიტები შეზღუდულად მიეწოდებათ, ძალზედ არახელსაყრელი მდგომარეობაა აგრო დაზღვევასთან დაკავშირებულ საკითხებში. დაზღვევა ხშირ შემთხვევაში ვერ უზრუნველყოფს ფერმერის რეალურ დახმარებას და ა.შ. ამასთანავე სადაზღვევო შემთხვევის დროს, ხშირად დროის მოკლე მონაკვეთში არ ხდება ზარალის შეფასება და მითუმეტეს ზარალის ფინანსური ანაზღაურება, კონკრეტული სადაზღვევო ხელშეკრულების შესაბამისად.

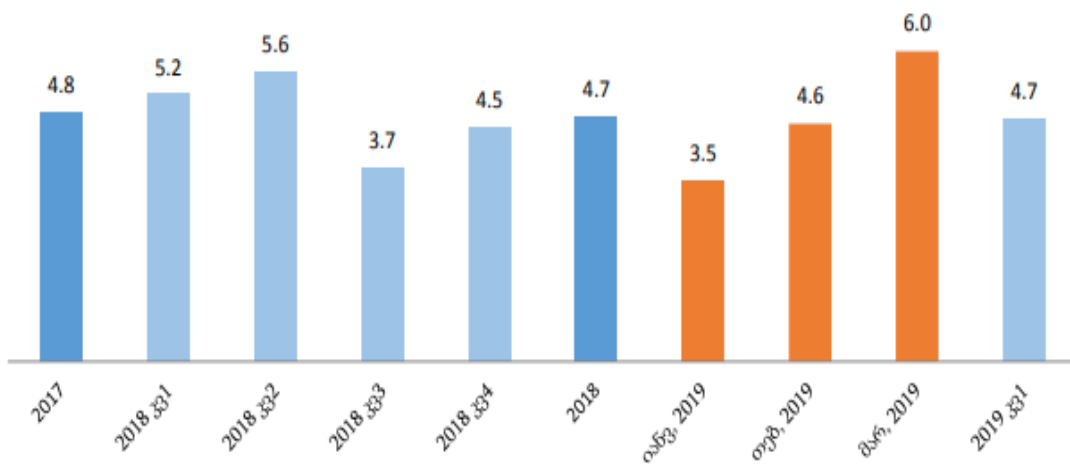
2018 წელი ეკონომიკური აქტივობის მზარდი ტრენდით დაიწყო და წინასწარი შეფასებით, ეკონომიკური ზრდა 4.7 პროცენტზე აღინიშნა. 2019 წლის იანვარში ეკონომიკურმა ზრდამ 3.5 პროცენტი შეადგინა, თებერვალში კი 4.6 პროცენტი, ხოლო მარტში 6.0 პროცენტი. იხილეთ დიაგრამა 8.

რაც შეეხება ქვეყნის იმპორტდამოკიდებულებას: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოში სოფლის მეურნეობის პროდუქტების იმპორტის მნიშვნელოვანი ნაწილი თურქეთიდან ხორციელდება. სამწუხაროა ის ფაქტი, რომ ადგილობრივ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტს მთლიან შიდა პროდუქტში უმნიშვნელო წილი უჭირავს. მაგალითისთვის 2015 წელს ეს მაჩვენებელი 9.2 % შეადგენდა. საქართველოში მოსახლეობის ნახევარზე მეტი სოფელში ცხოვრობს, თითოეულ რეგიონში

კონკრეტული პირველადი წარმოების პროდუქტის ფართო მასშტაბებით წარმოებაა შესაძლებელი, თუმცა აღნიშნული შესაძლებლობების გამოყენება არ ხდება. პრობლემა მრავალმხრივია და ერთი კონკრეტული მიზეზით არ არის გამოწვეული. საქართველოში წარმოებულ სასოფლო სამეურნეო პროდუქტებს არათუ შეუძლია ადგილობრივი ბაზრის მოთხოვნის დაკმაყოფილება, არამედ სრულიად თავისუფლად არის შესაძლებელი მისი ექსპორტზე გატანა და უკვე საექსპორტო პროდუქტების მიწოდების მაჩვენებლის ზრდაც. აღსანიშნავია, რომ DCETA-ს შესაძლებლობების ფარგლებში ქვეყანა საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირების კუთხით მუშაობს და ცდილობს, მაქსიმალურად მოკლე პერიოდში შევიდეს ახალ ბაზრებზე და დაიმკვიდროს ადგილი.

დიაგრამა 8

ეკონომიკური ზრდა



წყარო: www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა²⁵ [23]

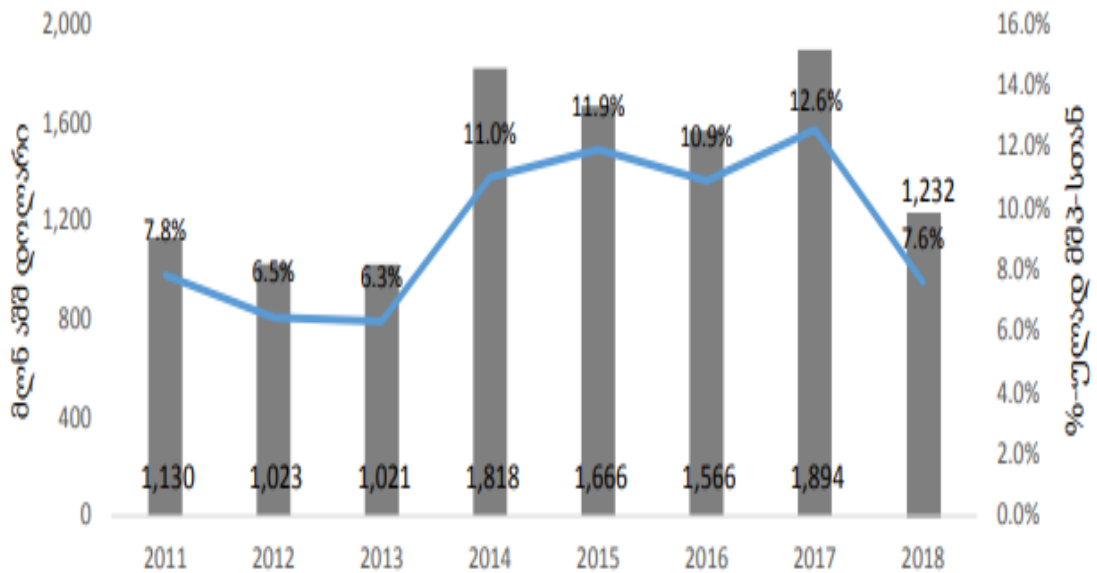
მიუხედავად ამისა, არსებობს უამრავი პასუხგაუცემელი კითხვა. მაგალითად, თუ რატომ არ იზრდება ექსპორტი ევროკავშირის ქვეყნებთან, ექსპორტის შემაფერხებელ ფაქტორებად მსხვილი და გამოცდილი ექსპორტიორები ხშირად ასახელებენ აგრარული სექტორის პრობლემებს. ამასთანავე ევროპის ბაზრებზე კონკურენციის მაღალ დონეს,

²⁵ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

პროდუქტის ხარისხობრივი მაჩვენებლების შეზღუდვებს, სხვა ტექნიკურ ბარიერებს და ა.შ.

დიაგრამა 9

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები



ბოლო წლების განმავლობაში ჩვენს ქვეყანაში შეინიშნება პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მნიშვნელოვანი ზრდა, რაც სტაბილურად მთლიანი შიდა პროდუქტის 10 პროცენტის გარეშე მოვა. 2018 წელს შემცირებულია ინვესტიციები, რისი მიზეზიც არის მაგისტრალური გაზსადენის დასრულების ფაზა. 2018 წელს უცხოური ინვესტიციის მოცულობა გახდა 345 მლნ აშშ დოლარი, რაც მთლიან შიდა პროდუქტთან 8.2 პროცენტია.

მეოთხე კვარტალში კი უცხოურმა ინვესტიციამ მიაღწია 197 მლნ აშშ დოლარს. რის შედეგადაც 2018 წელს პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოცულობა 1232 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, ამ ბოლო პერიოდში განხორციელებულ ინვესტიციებზე გაცილებით ნაკლებია.²⁶[24]

მოუწესრიგებელი ინფრასტრუქტურა, ლოჯისტიკა, სამაცივრე მეურნეობები და ტრანსპორტირება.

²⁶ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დღევანდელიობამ გვიჩვენა რომ შესაბამისი ინფრასტრუქტურის არარსებობის ან/და მოუწესრიგებლობის პირობებში კონკრეტული სექტორების შეზღუდულად ან საერთოდ ვერ პროგრესირებენ. ინფრასტრუქტურას მუმივად სჭრიდება განახლება, რათა თითოეული სექტორში მომუშავე კომპანიებმა მაქსიმალურად სწრაფად აითვისონ სიახლეები, იყვნენ კონკურენტუნარიანები, როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო ბაზრებზე. ეს ეხება სოფლის მეურნეობის დარგსაც, მაშინ როდესაც მოუწესრიგებელია სატრანსპორტო გზა, ეს ზრდის პროდუქციის დაზიანების რისკს, ასევე საჭიროებს მეტ ენერჯიასა და დროს დანიშნულების ადგილამდე მისასვლელად. გარდა სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურისა, როდესაც საქმე ეხება სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების წარმოებას, ეს ყოველივე პირდაპირ არის დაკავშირებული სარწყავი და სადრენაჟე სისტემის აუცილებლობასთან. სარწყავი სისტემის გარეშე, ფაქტობრივად იკარგება მოსავლის მნიშვნელოვანი ნაწილი, ამასთანავე შეუძლებელია მიწის მოსავლიანობის ათვისება და სრულად გამოყენება.

აღსანიშნავია, რომ ქვეყნის სოფლის მეურნეობის სტრატეგიაში მკაფიოდაა ნათქვამი რომ პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს მოსავლის აღების თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვასა და გამოყენებას. ასევე ისეთი პრობლემატური საკითხების განხილვას და მოგვარებას, როგორცაა საბრუნავი საშუალებების დეფიციტი, საჭირო ფინანსური რესურსების მობილიზება და ა.შ.

საბრუნავი საშუალებების სიმცირე და ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის პრობლემა.

თითოეულ კომპანიას ესაჭიროება საბრუნავი საშუალებები, რათა შეუჩერებლად განახორციელოს თავისი საქმიანობა, იქნება ეს წარმოება, ყიდვა-გაყიდვა თუ სხვა რომელიმე საქმიანობა. შესაბამისად ექსპორტიორი კომპანიებისთვისაც საბრუნავი საშუალებების ქონა აუცილებელია. კომპანია პირველ რიგში ყიდულობს საქონელს, რომელიც შემდგომ უნდა გაყიდოს წარმოების შედეგად გადამუშავებული ან გადაუმუშავებელი სახით. როდესაც საუბარია ექსპორტზე, მნიშვნელოვანი ფაქტორია რომ კომპანიებმა შეუფერხებლად იმუშაონ. მაშინ როდესაც მას არ აქვს საკმარისი ფინანსური რესურსი, რომლითაც უნდა განახორციელოს მთლიანი წარმოების და

მიწოდების ჯაჭვის უზრუნველყოფა, ამ შემთხვევაში იგი ფაქტობრივად ხდება ნაკლებად კონკურენტუნარიანი ბაზარზე, ვიანიდან დროულად ვერ ახერხებს იგი საჭირო მოცულობის პროდუქტის მიწოდებას. ამასთანავე ფინანსური რესურსების დეფიციტის დროს საფრთხე ექმნება კომპანიის პრესტიჟსაც, გამომდინარე იქედან რომ, დათქმულ ვადებში ვერ უზრუნველყოფს მომწოდებლებთან ნაკისრი ვალდებულებების შესრულებას. გარდა მომწოდებლებისა კომპანია მთელი რიგი სირთულეებისა და პრობლემების წინაშე აღმოჩნდება.

როდესაც ვსაუბრობთ ფინანსური რესურსების მობილიზებაზე, უმაღლვე გვახსენდება ბანკები და საბანკო პროდუქტები. ამ მხრივაც კომპანიებს საქართველოში მნიშვნელოვან სირთულეებთან შეჭიდება უწევთ. ზოგჯერ, ვერ ხერხდება საბანკო კრედიტის საჭირო ოდენობით მიწოდება, ხშირად ვერ ხერხდება დროის მოკლე მონაკვეთში პრობლემის გადაჭრა, სამწუხაროდ ძალიან დიდია საბანკო პროცეტი თითოეულ საკრედიტო პროდუქტზე. მაღალი საპროცენტო განაკვეთი კი, ცხადია კომპანიის არასაოპერაციო ხარჯია და პირდაპირ აისახება კომპანიის მოგებაზე.

მიწის ფრაგმენტაცია

მიწის მაღალი ფრაგმენტაცია, როგორც სოფლის მეურნეობის პროდუქციის წარმოების ასევე სხვა უამრავი პრობლემებისა და წინააღმდეგობების გამომწვევი ძირითადი მიზეზია. დღეისათვის ჩვენს ქვეყანაში 700 ათასზე მეტი მეურნეობაა რომელთა მფლობელობაში არის 1.5 ჰექტარი მიწის ნაკვეთი საჭიროა ათვისებული მიწების ფართობების გაზრდა და რესურსების ეფექტიანად გამოყენება.

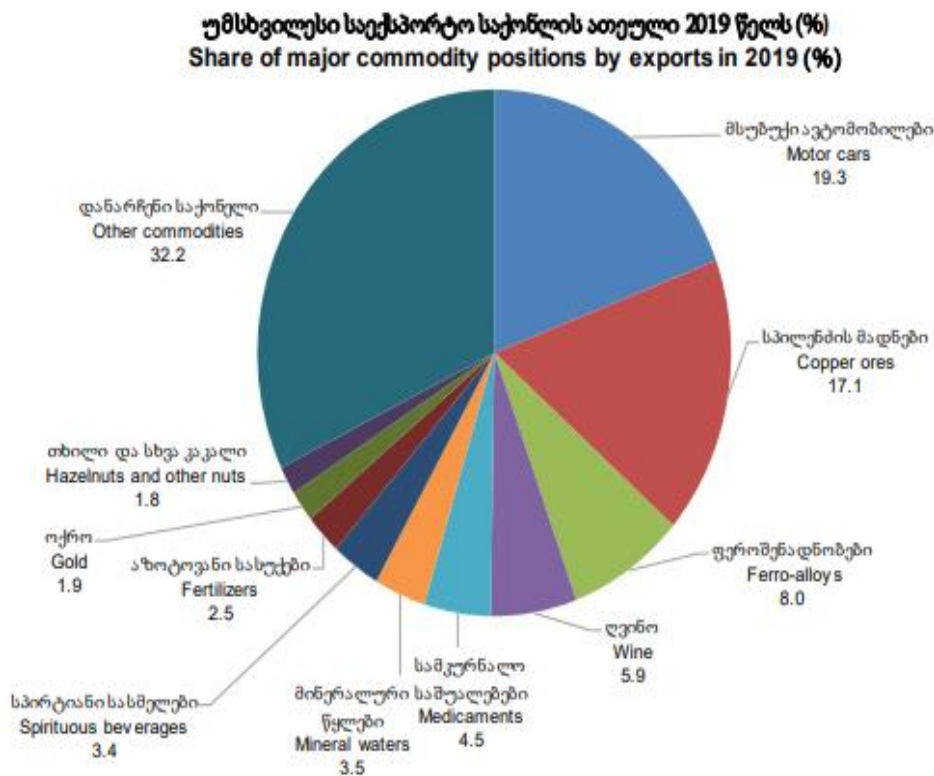
განათლებაზე შეზღუდული წვდომა

სახელმწიფო აქტიურად უნდა იყოს ჩართული ისეთ ღონისძიებებში, რომლებიც ემსახურება უცხოელი დარგის სპეციალისტების, ტრენერების ჩამოყვანას და ადგილობრივი ფერმერებისათვის ტრეინინგების ჩატარებას. ასევე ახალგაზრდების გადასამზადებლად მიიღებს ქმედით ზომებს, რათა ინფორმაციული კუთხით ფიზიკური თუ იურიდიული პირები მზად იყვნენ განახორციელონ სწორი მიმართულებით კვლევები, რაც წინაპირობაა ექსპორტის განვითარებისთვის.

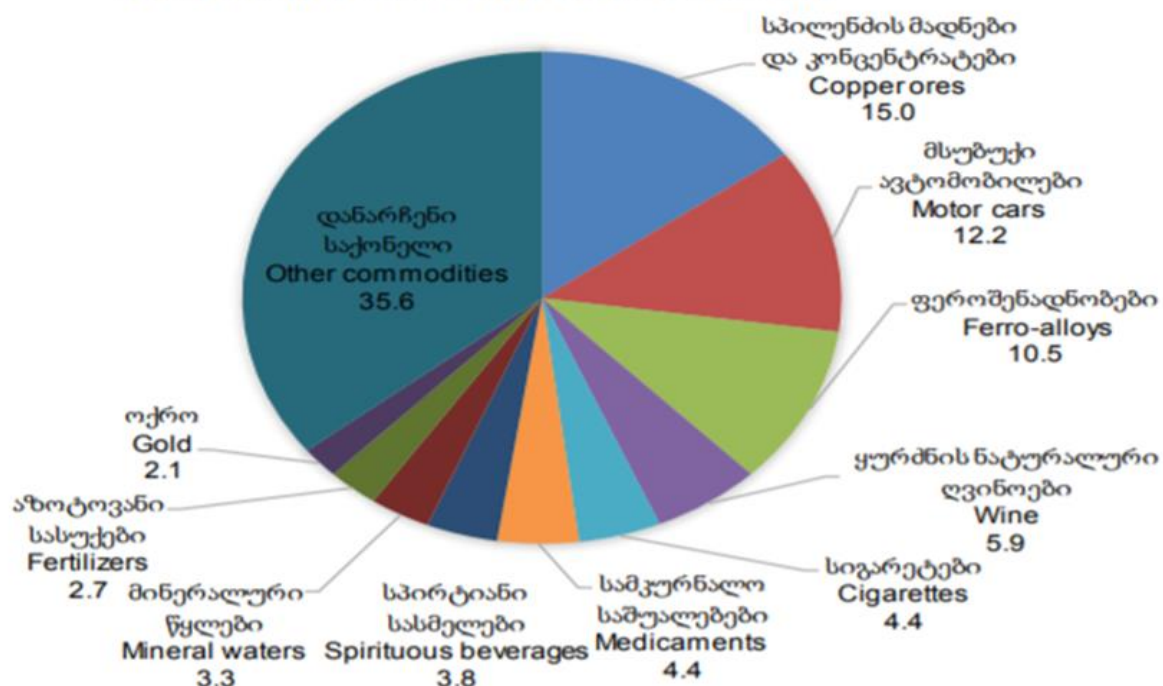
ქართული პროდუქტების დაბალი ცნობადობა

ქართული აგრარული პროდუქტების წარმომავლობა ევროკავშირის ბაზრისათვის ჯერ კიდევ უცხოა, ამიტომ, საჭიროა ჩატარდეს აგრესიული მარკეტინგული ღონისძიებები. ქვეყნის ერთიანი ექსპორტის ბრენდისათვის. რაც ევრო კავშირის ქვეყნების მომხმარებელს მისცემს საშუალებას გარკვეული წარმოდგენა შეექმნას ქართულ პროდუქციაზე. მანამდე კი საჭიროა ვიმუშაოთ ხარისხის გაუმჯობესებაზე. აუცილებელია საერთაშორისო გამოფენებში აქტიურად მონაწილეობის მიღება ექსპერტების მიერ შემოთავაზებული რეკომენდაციების შესაბამისად. შესაძლებელია ეფექტიანობის გაზრდა სოფლის მეურნეობაშიც და ახალი შესაძლებლობების ათვისება.

დიაგრამა 10



უმსხვილესი საექსპორტო საქონლის ათეული 2018 წელს (%)
Share of major commodity positions in 2018 (%)



წყარო: www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა²⁷[25]

როგორც ამ დიაგრამიდან და ცხრილიდან ჩანს, ქართული პროდუქცია საკმაოდ ცნობადი და კონკურენტუნარიანი შეიძლება გახდეს საგარეო ვაჭრობაში ცხრილი #7-ის შესაბამისად შემდეგი სასაქონლო პოზიციების მიხედვით.

იმისათვის, რომ კონკურენტუნარიანი იყოს საქართველოში წარმოებული პროდუქცია ქართველმა მწარმოებელმა უნდა გაითვალისწინოს ის გარემოება, რომ საქართველო როგორც ევროკავშირის არაწევრი ქვეყანა, უნდა აკმაყოფილებდეს გაცილებით მეტ სტანდარტებს ვიდრე სხვა წევრი ქვეყნები. ამიტომ უნდა გაიტანოს მეწარმემ მხოლოდ მაღალი სტანდარტის მქონე საქონელი, მაგალითისათვის ავიღოთ ღვინის წარმოება, რადგანაც საქართველო აღიარებულია ისტორიულად ღვინის მწარმოებელ ქვეყნად. მსოფლიო საერთაშორისო ბაზრებზე ქართული ღვინის

²⁷ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

პოპულარიზაციის მიზნით და ასევე ექსპორტის ზრდისთვის ღვინის ეროვნული სააგენტო, როგორც ადგილობრივ ისე საერთაშორისო ბაზრებზე, ახორციელებს ქართული ღვინის დეგუსტაციისთვის საჭირო ღნიძიებებს, ასევე მართავს სხვადასხვა კონფერენციებს, გამოფენებს და ა.შ.

ცხრილი 7

უმსხვილესი საექსპორტო სასაქონლო პოზიციები 2018-2019 წლებში
Major export commodity positions in 2018-2019

სასაქონლო პოზიციები*	2018		2019		Commodity positions*
	მლნ. აშშ დოლარი	ტონა	მლნ. აშშ დოლარი	ტონა	
	Mill. USD	Tons	Mill. USD	Tons	
ექსპორტი, სულ	3 379.7		3 798.4		Total Exports
მათ შორის:					Of which:
მსუბუქი ავტომობილები (ვალი)	428.6	54 493	732.8	107 268	Motor cars (unit)
სპილენძის მადნები და კონცენტრატები	504.4	341 561.7	649.4	373 692.0	Copper ores and concentrates
ფეროშენადნობები	352.9	298 391.7	303.4	274 848.3	Ferro-alloys
ყურძნის ნატურალური ღვინოები	196.9	62 680.6	222.8	70 086.0	Wine
სამკურნალო საშუალებები	147.0	3 557.4	172.5	2 612.2	Medicaments
მინერალური და მტკნარი წყლები	118.3	171 998.2	133.5	221 176.1	Waters, natural or artificial mineral and aerated waters
სპირტიანი სასმელები	128.7	34 700.0	127.4	32 067.3	Spirituous beverages
აზოტოვანი სასუქები	92.0	487 076.2	94.8	502 426.0	Fertilizers
ოქრო დაუმუშავებელი ან ნახევრადდამუშავებული, ან ფხვნილის სახით	69.8	2.9	72.8	2.6	Gold unwrought or in semi-manufactured forms, or in powder form.
თხილი და სხვა კაკალი	69.5	12 923.7	66.7	13 355.8	Hazelnuts and other nuts
დანარჩენი საქონელი	1 271.6		1 222.2		Other commodities

* საქონელი დალაგებულია 2019 წ. ექსპორტის მიხედვით.

* Commodities are ranged by exports in 2019.

წყარო: www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა²⁸[26]

²⁸ www.geostat.ge საქართველოს საგარეო ვაჭრობა

3.2. საქართველოს ექსპორტის პოტენციალის ამაღლების გზები

საქართველოს მთავრობა აუმჯობესებს ექსპორტის პოტენციალის ამაღლების პროცესს. ჩვენი მთავრობა გეგმავს, შექმნას ეფექტიანი მექანიზმი საჯარო-კერძო პარტნიორობისათვის, რაც განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია ინფრასტრუქტურის ჰიდროენერგეტიკულ სექტორებში, ინვენსტიციის მოსაზიდად ამავდროულად ჩვენი მთავრობა ყურადღებით აფასებს საჯარო-კერძო პარტნიორობასთან დაკავშირებულ ფისკალურ რისკებს მათი უკეთესად მართვისათვის. საქართველოს ეკონომიკური პოლიტიკა მუშავდება საერთაშორისო დონორებთან მჭიდრო თანამშრომლობით. საქართველო ახორციელებს მიმდინარე პროგრამას საერთაშორისო სავალუტო ფონდებთან. საქართველოს მთავრობა გეგმავს მოითხოვოს ახალი პროგრამა, რომელიც ხელს შეუწყობს გრძელვადიან ჩართულობას და მუდმივი კონსულტაციების გამართვას. ფისკალური წესები ჩვენი მთავრობის სტრატეგიული ხედვის უმთავრეს პრინციპს წარმოადგენს. საქართველოს აქვს ფისკალური და ხანგრძლივი შეზღუდვა. საბიუჯეტო აგრეგატების სახით რიცხოვრივი ლიმიტებს შემოსავლების წესები-ორგანული კანონი კრძალავს ნებისმიერი გადასახადის განაკვეთის გაზრდას გარდა აქციზისა. ჩვენი მთავრობა ხელმძღვანელობს სხვა ფისკალური წესებით. რომლებიც არ არის გათვალისწინებული კანონმდებლობით მაგრამ ფისკალური პოლიტიკის ძირითად პრინციპად მიიჩნევა:

1. ფისკალური დეფიციტის კლებადი ტენდენცია
2. საჯარო ინვენსტიციების 10% ზე მეტი მაღალი ზრდის ტემპი:
3. დაუგეგმავმა შემოსავალმა არ უნდა მოახდინოს გავლენა სტრუქტურულ დეფიციტზე.

რაც შეეხება კერძო სექტორის კონკურენტუნარიანობას ბაზრებზე, ქართულ წარმოებულ პროდუქტებს საკმაოდ დიდი პოტენციალი აქვს. ამისათვის საჭიროა ექსპორტის ზრდის შემაფერხებელი ფაქტორების გამოვლენა, მათი ანალიზი და გადაჭრის გზების ძიება. ასევე ექსპორტის სხვადასხვა მასტიმულირებელი ღონისძიებების ჩატარება. სულ რამდენიმე თვის წინ როცა მსოფლიო და საქართველო პანდემიის გამოწვევის წინაშე დადგა საქართველო გახდა პირბადეების ექსპორტიორი ქვეყანა. თუმცა მანამდე საქართველო გახლდათ პირბადეების

იმპორტიორი..“ადგილობრივი ბაზარი იმდენად გაჯერდა კარგი ხარისხის სამედიცინო და საყოფაცხოვრებო პირბადეებით, რომ მივიღეთ გადაწყვეტილება პირბადეების გატანა ექსპორტიზაციაც დაიწყო. “ნიუტექნოლოჯი იმპექსის” მსგავსი საწარმოები, რომლებიც მილიონობით მაღალი ხარისხის სამედიცინო პირბადეებს აწარმოებენ, შეძლებენ მოამარაგონ არა მხოლოდ ადგილობრივი ბაზარი არამედ ექსპორტზეც გაიტანონ პროდუქცია”- აღნიშნა ეკონომიკის მინისტრმა ნ. თურნავამ. ეკონომიკის მინისტრის განცხადებით , ყველაფერი რაც საქართველოში იწარმოება მხარდაჭერილი იქნება სახელმწიფოს მხრიდან და ამაში წვლილი სახელმწიფო პროგრამებსაც შეაქვთ.

“ჩვენი თანადგომით სულ უფრო მეტი საწარმო უერთდება პირბადეების წარმოების ინიციატივას და აწარმოებენ კომერციულ პირბადეებს არა მხოლოდ საქართველოს ბაზრისთვის არამედ გარეთ გასატანად, ეს არის ის თუ როგორ სწრაფად რეაგირებს ჩვენი კერძო სექტორი და ჩვენი ხელისუფლება იმ გამოწვევებზე, რომელსაც ბევრი სხვა გიგანტიც ქვეყანა ვერ უმკლავდება ასე წარმატებით” ----აღნიშნა ნათია თურნავამ <http://nsp.ge/27318-qarthuli-tsarmoebis-pirbadeebi-eqsportze-gava.html>²⁹. საქართველოს

ექსპორტს დიდი პოტენციალი აქვს, თუმცა ამ მიმართულებით საგარეო ვაჭრობის ერთბაშად და მაღალი მაჩვენებლის დადება შეუძლებელია. ექსპორტის განვითარება ნელ-ნელა უნდა მოხდეს გონივრული გათვლებით. პირველ რიგში ისეთი პროდუქტები უნდა შეირჩეს გასატანად, რომლის წარმოებაშიც საქართველოს ყველაზე დიდი გამოცდილება აქვს. ასეთი პროდუქტებია: ღვინო, ალკოჰოლიანი სასმელები და ბოსტნეულისა და ხილის წვენები. კარგად არის ცნობილი ევროპისთვის იმის თაობაზე, კავკასიაში მოყვანილი ხილი და ბოსტნეული სარგებლობს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის მაღალი მახასიათებლებით ამიტომ დიდია დაინტერესება ქართული ხილის და ბოსტნეულის ნაწარმით. თუ ქართული პროდუქციას ექნება სათანადო შეფუთვა და ტექნოლოგიების შესაბამისად პროდუქციის ტრანსპორტირება, დახვეწილი მარკეტინგი, გაცილებით მეტი მოცულობის ექსპორტი ექნება ამ პროდუქციის მწარმოებლებს საქართველოდან.

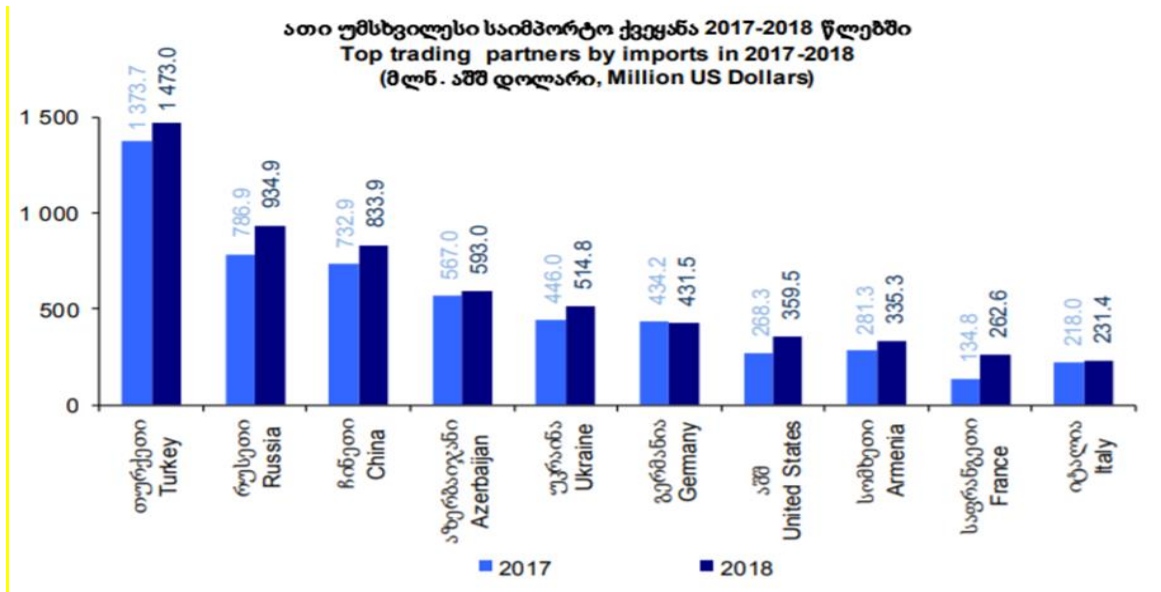
²⁹<http://nsp.ge/27318-qarthuli-tsarmoebis-pirbadeebi-eqsportze-gava.html>

ალკოჰოლიანი სასმელების ექსპორტ 2016 – 2019 წლებში

ექსპორტი					Export
ათასი აშშ დოლარი					Thsd. USD
დასახელება	2016	2017	2018	2019	Name
ყურძნის ნატურალური ღვინო	113 533.7	171 357.3	196 851.0	222 849.4	Wine of fresh grapes
ლუდი	1 133.2	3 898.5	4 365.5	3 480.2	Beer
ვერმუტები და ყურძნის სხვა ნატურალური ღვინოები	1 686.7	1 251.2	1 815.8	1 853.2	Vermouth and other wine of fresh grapes
ათასი ლიტრი					Thsd. Litres
დასახელება	2016	2017	2018	2019	Name
ყურძნის ნატურალური ღვინო	37 613.3	58 057.4	62 680.6	70 086.0	Wine of fresh grapes
ლუდი	1 143.2	4 636.5	4 351.9	4 203.3	Beer
ვერმუტები და ყურძნის სხვა ნატურალური ღვინოები	348.1	242.4	349.9	371.3	Vermouth and other wine of fresh grapes

ბოსტნეულისა და ხილის წვენების ექსპორტი 2016 – 2019 წლებში

ექსპორტი					Export
ათასი აშშ დოლარი დასახელება	2016	2017	2018	2019	Thsd. USD Name
სულ	5 565.9	9 211.6	8 628.6	7 239.3	Total
მათ შორის:					Of which:
ფორთოხლის წვენი	32.4	57.1	53.4	22.7	Orange juice
გრეიპფრუტის წვენი	0.3	2.8	4.8	-	Grapefruit juice
დანარჩენი ერთი სახეობის ციტრუსების წვენები	746.1	1 453.5	1 082.7	560.2	Others juice of single citrus fruit
ვაშლის წვენი	658.6	3 329.0	3 327.8	2 327.7	Apple juice
პომიდორის წვენი	10.4	31.1	22.3	4.9	Tomato juice
ყურძნის წვენი	1.1	28.2	20.1	40.8	Grapes juice
ანანასის წვენი	-	3.0	11.0	8.9	Pineapple juice
დანარჩენი ერთი სახეობის ბოსტნეულისა ან ხილის წვენები	3 563.7	3 647.8	3 324.6	3 699.4	Others juice of any single fruit or vegetable
წვენების ნარევი	553.3	659.0	781.9	574.8	Mixtures of juices
<hr/>					
ტონა დასახელება	2016	2017	2018	2019	Tons Name
სულ	4 836.6	8 049.4	8 259.6	6 482.3	Total
მათ შორის:					Of which:
ფორთოხლის წვენი	26.6	59.9	57.9	27.3	Orange juice
გრეიპფრუტის წვენი	0.3	3.2	4.3	-	Grapefruit juice
დანარჩენი ერთი სახეობის ციტრუსების წვენები	596.0	1 061.2	709.2	402.5	Others juice of single citrus fruit
ვაშლის წვენი	713.5	3 209.8	4 003.1	2 634.7	Apple juice
პომიდორის წვენი	10.6	34.2	26.8	5.7	Tomato juice
ყურძნის წვენი	1.2	57.1	28.2	53.5	Grapes juice
ანანასის წვენი	-	3.7	14.2	10.9	Pineapple juice
დანარჩენი ერთი სახეობის ბოსტნეულისა ან ხილის წვენები	2 947.3	2 936.8	2 668.6	2 847.2	Others juice of any single fruit or vegetable
წვენების ნარევი	541.0	683.5	747.2	500.5	Mixtures of juices



წყარო:საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური³⁰ [27]

³⁰ წყარო:საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დასკვნა და რეკომენდაციები

მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობების სფეროში, საქართველოს მიერ ასოცირების ხელშეკრულების თანახმად ნაკისრი ვალდებულებების თანახმად, ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის გზების შესწავლის შედეგად ჩამოვყალიბეთ შემდეგი დასკვნები:

1. საქართველოსთვის, როგორც განვითარებადი ქვეყნისთვის, საექსპორტო პერსპექტივებზე ყურადღების გამახვილება არის აუცილებელი მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში. საქართველოს საექსპორტო შემოსავლის არა მდგრადობის მიზეზები შემდგომში მდგომარეობს: ნედლეულზე ფასების მერყეობა, რაც გამოწვეულია მასზე მოთხოვნისა და მიწოდების თანაფარდობის ცვლილებით და ექსპორტის სასაქონლო პროდუქციის კონკურენცია.

2. საქართველოში იმპორტის სასაქონლო სტრუქტურა უფრო მეტად უნდა იყოს ორიენტირებული საწარმოო ძალათა განვითარებაზე რაც საექსპორტო ვაჭრობის განვითარების საფუძველი გახდება. ამისათვის ადგილობრივი წარმოების განვითარება ყველაზე მეტად საყურადღებოა. ნედლეული საქართველოს იმპორტის სტრუქტურაში უმნიშვნელო ხვედრითი წილით არის წარმოდგენილი.

3. საქართველოს საექსპორტო ქვეყნებს თუ გადავხედავთ, დავინახავთ რომ მეზობელ ქვეყნებს ქვეყნის საგარეო სავაჭრო ბრუნვაში მნიშვნელოვანი წილი ეჭირათ წლების მანძილზე და ასეა დღესაც. კონკრეტულად რუსეთის მაგალითს თუ განვიხილავთ, რუსეთის საექსპორტო ბაზარი ქვეყნისთვის მნიშვნელოვანი იყო წლების მანძილზე, თუმცა აღნიშნულ ქვეყანასთან არასტაბილური ეკონომიკური და პოლიტიკური ვითარება ართულებს ქვეყნების ურთიერთთანამშრომლობის განვითარებას. გარდა რუსეთისა, საქართველოსთვის მნიშვნელოვანია თურქეთთან და აზერბაიჯანთან თანამშრომლობის გაღრმავება. ამასთანავე ევროკავშირის რატიფიცირების ხელშეკრულების გაფორმება იყო ახალი ბაზრებზე შესვლის და

ათვისების მნიშვნელოვანი შანსი და შესაძლებლობა, რომლის მნიშვნელოვანი ნაწილი დღემდე არ არის გამოყენებული.

4. საქართველოს ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართულია ექსპორტ-იმპორტის შორის დისბალანსის აღმოფხვრისა და შემცირებისკენ. გამომდინარე იქედან, რომ საქართველოს საგარეო სავაჭრო ბრუნვაში იმპორტის მოცულობა ფაქტობრივად სამჯერ აღემატება ექსპორტის მაჩვენებლებს, ძალზე მნიშვნელოვანია ექსპორტის ზრდის სტიმულირება სახელმწიფოს მხრიდან. მთავრობის მიერ დღემდე განხორციელებული აქტივობები და სხვადასხვა ღონისძიებები არსებითად არ არის საკმარისი ექსპორტის ზრდისთვის იმ დონემდე, რომელიც ქვეყნის საგარეო ვაჭრობის დისბალანსის აღმოსაფხვრელად აღმოჩნდებოდა საკმარისი.

5. საქართველოსთვის სოფლის მურნეობის დარგი განსაკუთრებით პრიორიტეტული და პერსპექტიულია. ქვეყანას შეუძლია გაზარდოს ქართული თხილის, ნიგოზის, ნატურალური და მინერალური წყლების, ციტრუსებისა და სხვა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების ექსპორტი ევროპის ქვეყნებში. მიუხედავად იმისა, რომ ევროპის ქვეყნებში და სხვა საერთაშორისო ბაზრებზე, როგორც წესი, ძალიან დიდი კონკურენციაა თითქმის ყველა პროდუქტზე, ქართულ ზოგიერთ პროდუქტზე მოთხოვნა გარკვეულწილად მაინც არსებობს და იზრდება. მოთხოვნის ზრდასთან ერთად კომპანიებმა უნდა უზრუნველყონ მისი დაკმაყოფილება და გაზარდონ მიწოდება. ერთ-ერთი შემაფერხებელი ფაქტორი ევროპის და სხვა განვითარებული ქვეყნების ბაზრებზე შესვლისათვის არის ამ ქვეყნების მოთხოვნების პროდუქტის ხარისხთან დაკავშირებით. თითოეული საქონლის ხარისხი, შენახვის ვადები, არსებული თითოეული მოთხოვნა მუდმივად მკაცრად კონტროლირდება ქვეყნების შესაბამისი სამსახურების მიერ. შესაბამისად ქართულმა საექსპორტო კომპანიებმა, წინასწარვე, ზედმიწევნით უნდა დაგეგმონ და განახორციელონ ყველა საჭირო ეტაპის გადალახვის გზები.

6. საქართველოდან ექსპორტირებული პროდუქტი ევროპის ბაზრებზე შესვლამდე გადის საბაჟო შემოწმებას, რაც ზოგჯერ რამდენიმე დღეს საჭიროებს. აღნიშნული

ტექნიკური ბარიერი აბრკოლებს მაღფუჭებადი პროდუქციის ევროპის ბაზარზე შეტანას. მაგალითად, სოფლის მეურნეობის ზოგიერთი პროდუქტის ექსპორტისთვის, ლოგისტიკურ ღონისძიებებებთან ერთად და ზემოთ აღნიშნული საბაჟო პროცედურა მნიშვნელოვან ბარიერს ქმნის და ფაქტობრივად კონკრეტული საქონლის შეტანა ბაზარზე არაეფექტური და არამომგებიანია.

7. ექსპორტის განხორციელებისას, ნებისმიერი პროდუქციის ბაზარზე შეტანის დროს მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს საქონლის ფასი. სამწუხაროდ კი ქართული პროდუქციის ნაწილი ძვირია და ნაკლებადკონკურენტული. მის სიძვირეს მნიშვნელოვანწილად განაპირობებს საქონლის თვითღირებულება. მაგალითად: ევროპაში ჩეხური ღვინო თითქმის 6-ჯერ უფრო იაფია ვიდრე ქართული საექსპორტო ღვინო. ჩვენი ქვეყნის ექსპორტის ეროვნული პერსპექტივა პირველ რიგში სტანდარტიზაციისა და სერთიფიცირების პრობლემას უკავშირდება. და როგორც სპეციალისტები გვიჩვენებენ ყველაზე მოკლე გზა ამ მიმართულებით საქართველოში სააერთაშორისო აღიარების მქონე უცხოური სასერთიფიკაციო ფილიალების სრულფასოვანი ამუშავება და სათანადოდ აღჭურვილი ადგილობრივი ლაბორატორიების საერთაშორისო აკრედიტაცია.

8. საქართველოს პოლიტიკა იმპორტთან და ექსპორტთან მიმართებაში საკმაოდ ლიბერალურია. საქართველოს საგადასახადო კოდექსის მიხედვით ექსპორტი და რეექსპორტი საბაჟო გადასახადებისგან თავისუფლდება. რაც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სამართლებრივი სტიმულატორია ექსპორტის ხელშეწყობისა. საქართველოს აქვს შანსი გამოიყენოს არსებული პოტენციალი და უფრო აქტიურად ჩაერთონ კომპანიები ბაზრების ათვისების პროცესში. თუმცა მხოლოდ სახელმწიფო ან მხოლოდ კერძო სექტორის მოქმედება არ იქნება ეფექტური. საჭიროა ყველა მხარის მიერ შეთანხმებული, გაანალიზებული და მიზანმიმართული მოქმედებები, რაც ნამდვილად გამოიღებს შედეგს და შექმნის სინერგიის ეფექტსაც.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. არევაძე ლ. საქართველოს ექსპორტის პრობლემები და ექსპორტის წამახალისებელი პროგრამები. IDFI. 28 ივნისი 2016. <https://idfi.ge/ge/problems-of-georgia-export>
2. ბიზნეს პრეს ნიუსი (bpn). ლევან დავითაშვილმა აგრარული დარგის განვითარების 2017 წლის პრიორიტეტები წარადგინა. 2016. <https://bpn.ge/finansebi/30253-levan-davithashvilma-agraruli-dargisganvitharebis-2017-tslis-prioritetebi-tsaradgina.html?lang=ka-GE>
3. ბიძინაშვილი თ. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამალღების გზები მსოფლიო მეურნეობრივი კავშირების გლობალიზაციის პირობებში. ავტორეფერატი. თბ. 2016.
4. გაბულდანი მ. საექსპორტო პოტენციალის მქონე აგროპროდუქტები და ნიშური ბაზრები ევროკავშირში. 06.05.2016. <http://eugeorgia.info/ka/article/433/saeqsporto-potencialis-mqone-agroproduqtebida-nishuri-bazrebi-evrokavshirshi/>
5. გიგაური ო., და სხვები. საერთაშორისო ბიზნესი გამომცემლობა უნივერსალი. თბ. 2011. https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/Dakabadonebuli_Saertashoriso_Biznesi.pdf
6. გიგიაშვილი ო., ფუტკარაძე რ., თოლორდავა ჟ. და სხვები. საერთაშორისო ბიზნესი. ლექციების კურსი. გამომცემლობა უნივერსალი. თბ. 2011.
7. დუდაური თ. სოფლის მეურნეობის საექსპორტო პოტენციალი და მისი როლი საქართველოს ეკონომიკის განვითარებაში. ივ. ჯავახიშვილის უნივერსიტეტი. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია. თბილისი. 2013. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 161-166.
8. ერქომაიშვილი გ. ექსპორტ-იმპორტის ტენდეციები და პოლიტიკა საქართველოში. ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის

- ინსტიტუტი. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. თბ., 2013. კონფერენციის შრომათა კრებული გვ. 105-107.
9. თევდორაძე ნ., პაპაშვილი ლ. მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაცია (WTO). თბ. 2005. 70 გვ.
 10. ლომთაძე მ. ბიძინაშვილი თ. . საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამადლების გზები. თბ. 2017. <https://unigeo.edu.ge/ge/attachments/TeaBidzinashvili-monografia.pdf>
 11. მელქაძე ქ. ევროკავშირის ქვეყნებში ქართული ექსპორტის შემაფერხებელი ფაქტორების ანალიზი. 23.12. 2016. <http://eugeorgia.info/ka/article/537/evrokavshiris-qveynebshi-qartuli-egsportisshemaferxebeli-faqtoebis-analizi/>
 12. მესხია ი. საქართველოს საგარეო ვაჭრობის ახალი ვექტორის ფორმირება. ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. თბ.. 2014. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 38-40.
 13. ნათელაური ი. საერთაშორისო ეკონომიკის და საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის თანამედროვე პრობლემები მცირე ღია ეკონომიკის ქვეყნებში. თბ. 2013.
 14. ნოზაძე ბ. წვენები და კონსერვების ექსპორტი ევროპაში შემცირდა, ხის ნაწარმის - გაიზარდა. თბ. 2016. <http://eugeorgia.info/ru/latestarticle/77/wvnebidakonservebis-egsporti-evropashi-shemcirda-xis-nawarmis---gaizarda/>
 15. ოქროცვარიძე ა., ოქროცვარიძე დ., ვადაჭკორია მ. საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობები. დამხმარე სახელმძღვანელო. თბ. 2009. <https://novatori.files.wordpress.com/2011/02/cigni2020sagareo20ekonomikuri20urt>
 16. სამჭკუაშვილი ნ. დუდაური თ. ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის განვითარების ტენდენციები გლობალიზაციის პირობებში. საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტის შრომათა კრებული. გვ. 23-27. თბ. 2018.
 17. სამჭკუაშვილი ნ. საგარეო ვაჭრობის მარკეტინგი და და უცხოურ ბაზარზე შესვლის რისკების შეფასება. ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ. პაატა გუგუშვილის 71

- ეკონომიკის ინსტიტუტი. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. თბ.. 2013. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 552-555.
18. საქართველოს მთავრობა. „საქართველოს სოციალურ ეკონომიკური განვითარების სტრატეგია საქართველო 2020“
<https://napr.gov.ge/source/%E1%83%A1%E1%83%A2%E1%83%A0%E1%83%90%E1%83%A2%E1%83%94%E1%83%92%E1%83%98%E1%83%90/ViewFile.pdf>
19. საქართველოს მთავრობა. საქართველოს სოფლის განვითარების სტრატეგია
 1. 2017-2020. <http://enpard.ge/ge/wp>
20. საქართველოს მთავრობა. დადგენილება #131. თავისუფალი ინდუსტრიული
 2. ზონის შექმნის, მოწყობისა და ფუნქციონირების წესების დამტკიცების შესახებ.
 3. თბ. 3 ივნისი 2008. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/6388>
21. საქართველოს მთავრობა. დადგენილება #72. ფოთის თავისუფალი ინდუსტრიული ზონის შექმნის შესახებ. თბ. 14 აპრილი 2009.
<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/5068>
22. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სააგენტო "აწარმოე საქართველოში". მისია და ხედვა.
<http://enterprisegeorgia.gov.ge/ge/aboutus/Mission--Vission?v=78>
23. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. საექსპორტო პოტენციალის მქონე ახალი სექტორების შესწავლა იწყება. 02.08.2017. <http://www.economy.ge/?page=news&nw=275>
24. საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო. რა არის DCFTA. <http://www.moa.gov.ge/7/AboutDCFTA>
25. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. <http://www.geostat.ge/>
26. საყვარელიძე რ. სარფიანად ვაჭრობის მოლოდინში. ჟურნალი: ბიზნესი: ადამიანები, მეთოდები, სტრატეგიები. №5. თბ. 2007. 72
27. სოფლისა საფლის მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობა(ENPARD). საქართველოს სოფლის მეურნეობის მიმოხილვა 2006-2015. http://enpard.ge/ge/wp-content/uploads/2015/05/Agricultural-Review_GEO.pdf

28. ტაბალუა ნ. საგარეო ვაჭრობა ანუ რამდენი გავიტანეთ და რამდენი შემოვიტანეთ 2017 წელს? ქრონიკა+. 04.02.2018. <http://qronikaplus.ge/?p=14776>
29. ფუტყარაძე რ. საქართველო - ჩინეთის სავაჭრო ურთიერთობების განვითარების ტენდეციები. ივ. ჯავახიშვილის უნივერსიტეტი. II საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია. თბილისი, 2017. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ.494-497.
30. ფუტყარაძე რ. საქართველოს საგარეო ვაჭრობის აქტუალური საკითხების შესახებ. ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. თბ., 2013. კონფერენციის შრომათა კრებული. ტომი 2. გვ. 51-57.
31. ქათამაძე დ. საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები. თეორია და პრაქტიკა. დამხმარე სახელმძღვანელო. ბათუმი 2008. https://lib.bsu.ge/ebooks/book_279.pdf
32. ქისტაური ნ. მელაშვილი მ. საგარეო ვაჭრობის სახელმწიფო რეგულირების ძირითადი ასპექტები. ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ. პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. თბ.. 2014. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 192-195.
33. ლაღანიძე გ. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის მენეჯმენტის აქტუალური საკითხები. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი., თბ.2014
34. ყორღანაშვილი ლ. საქართველოს ექსპორტის კონკურენტუნარიანობის პრობლემა გლობალიზაციის პირობებში. ივ. ჯავახიშვილის უნივერსიტეტი. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია. თბ.. 2016. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 528-532. 73
35. ხარაძე ლ. ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის მისია გლობალიზაციის პირობებში და მისი გავლენა გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნებზე. ივ. ჯავახიშვილის უნივერსიტეტი. II საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია. თბ., 2017. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 635-639.
36. ჯავახიშვილი რ. საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დივერსიფიკაცია გლობალიზაციის პირობებში. ივ. ჯავახიშვილის სახ. თსუ. პაატა გუგუშვილის

- ეკონომიკის ინსტიტუტი. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია. თბ.. 2013. კონფერენციის შრომათა კრებული. გვ. 257-259.
37. Гелбрейт Дж. К. Экономические теории и цели общества. Перевод с английского. М. 1979.
38. Перунов С. Ю. Формирование и развитие экспортного потенциала региона. Автореферат. 2015. <https://rsue.ru/avtoref/PerunovSU/avtoref.pdf>
39. Портер Майкл Е. Конкурентная стратегия. Пер. с английского. М. 2006. www.mybiz.ru/index/php?page=474
40. Export Trading Company. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/e/export-trading-company-etc.asp>
41. Khan Dr. K., Anwar S. Special Economic Zones (SEZs) and CPEC: Background, Challenges and Strategies. 2017. <http://www.pide.org.pk/psde/pdf/AGM32/papers/Special%20Economic%20Zones.pdf>
42. Khan M. Z. EU renews GSP+ scheme for two years. February 21. 2018. <https://www.dawn.com/news/1390653>

საგარეო ვაჭრობა ქვეყნის ჯგუფების მიხედვით
External trade by country groups

მლნ. აშშ დოლარი					Mill. USD
	2016	2017	2018	2019	
ექსპორტი, სულ	2 117.1	2 745.7	3 379.7	3 798.4	Total Exports
მათ შორის:					Of which:
ევროკავშირის ქვეყნები (28)	565.7	655.4	729.2	819.2	EU countries (28)
შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის ქვეყნები	970.9	1 499.2	1 976.6	2 367.5	Black Sea Economic Coopera- tion Organization (BSEC) coun- tries
სუამის ქვეყნები	228.7	404.8	690.5	768.7	GUAM countries
დსთ-ის ქვეყნები	741.2	1 194.2	1 689.2	2 043.5	CIS countries
ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნები	768.3	829.2	922.9	814.8	Organization of Economic Co- operation and Development (OECD) countries
იმპორტი, სულ	7 341.9	8 056.6	9 361.6	9 516.9	Total Imports
მათ შორის:					Of which:
ევროკავშირის ქვეყნები (28)	2 228.1	2 225.0	2 555.2	2 407.2	EU countries (28)
შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის ქვეყნები	3 586.2	3 913.7	4 355.2	4 257.3	Black Sea Economic Coopera- tion Organization (BSEC) coun- tries
სუამის ქვეყნები	921.4	1 025.5	1 121.7	985.6	GUAM countries
დსთ-ის ქვეყნები	1 986.5	2 321.9	2 695.4	2 440.6	CIS countries
ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნები	3 851.6	3 965.2	4 629.5	4 989.2	Organization of Economic Co- operation and Development (OECD) countries

უმსხვილესი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნები 2019 წლის ბრუნვის მიხედვით
Top trading partners by turnover in 2019

ქვეყნები	ექსპორტი Exports		იმპორტი Imports		ბრუნვა Turnover		Countries
	მლნ. აშშ დოლარი	წილი (%)	მლნ. აშშ დოლარი	წილი (%)	მლნ. აშშ დოლარი	წილი (%)	
	Mill. USD	Share (%)	Mill.USD	Share (%)	Mill. USD	Share (%)	
სულ	3 798.4	100.0	9 516.9	100.0	13 315.4	100.0	Total
მათ შორის:							Of which:
თურქეთი	202.3	5.3	1 616.9	17.0	1 819.3	13.7	Turkey
რუსეთი	497.0	13.1	977.0	10.3	1 474.0	11.1	Russia
ჩინეთი	223.1	5.9	858.6	9.0	1 081.7	8.1	China
აზერბაიჯანი	508.7	13.4	558.7	5.9	1 067.4	8.0	Azerbaijan
აშშ	132.3	3.5	678.7	7.1	811.0	6.1	United States
სომხეთი	432.6	11.4	267.7	2.8	700.3	5.3	Armenia
უკრაინა	250.9	6.6	415.6	4.4	666.5	5.0	Ukraine
გერმანია	54.3	1.4	501.7	5.3	556.0	4.2	Germany
ბულგარეთი	284.1	7.5	124.6	1.3	408.7	3.1	Bulgaria
რუმინეთი	178.2	4.7	212.2	2.2	390.5	2.9	Romania
დანარჩენი ქვეყნები	1 035.0	27.2	3 305.1	34.7	4 340.1	32.6	Other countries

უმსხვილესი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნები 2018 წლის ბრუნვის მიხედვით
Top trading partners by turnover in 2018

ქვეყნები	ექსპორტი Exports		იმპორტი Imports		ბრუნვა Turnover		Countries
	მლნ. აშშ დოლარი	წილი (%)	მლნ. აშშ დოლარი	წილი (%)	მლნ. აშშ დოლარი	წილი (%)	
	Mill. USD	Share (%)	Mill.USD	Share (%)	Mill. USD	Share (%)	
სულ	3 379.7	100.0	9 361.6	100.0	12 741.3	100.0	Total
მათ შორის:							Of which:
თურქეთი	241.4	7.1	1 474.3	15.7	1 715.7	13.5	Turkey
რუსეთი	437.7	13.0	934.7	10.0	1 372.5	10.8	Russia
აზერბაიჯანი	507.6	15.0	592.8	6.3	1 100.4	8.6	Azerbaijan
ჩინეთი	199.1	5.9	833.9	8.9	1 033.0	8.1	China
უკრაინა	179.5	5.3	514.9	5.5	694.4	5.5	Ukraine
აშშ	159.9	4.7	501.0	5.4	660.9	5.2	United States
სომხეთი	286.3	8.5	335.4	3.6	621.7	4.9	Armenia
გერმანია	51.4	1.5	467.4	5.0	518.8	4.1	Germany
ბულგარეთი	259.2	7.7	182.0	1.9	441.1	3.5	Bulgaria
საფრანგეთი	44.7	1.3	264.6	2.8	309.3	2.4	France
დანარჩენი ქვეყნები	1 012.8	30.0	3 260.7	34.8	4 273.5	33.5	Other countries

ექსპორტი საერთაშორისო ვაჭრობის სტანდარტული კლასიფიკაციის მიხედვით

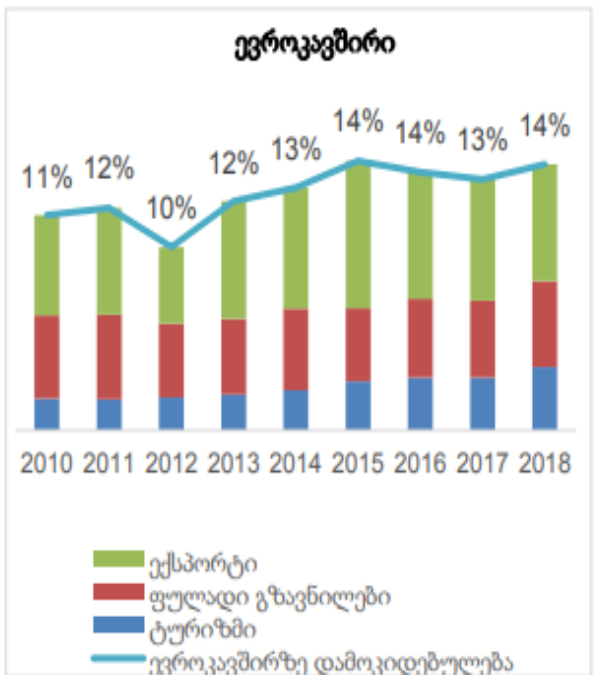
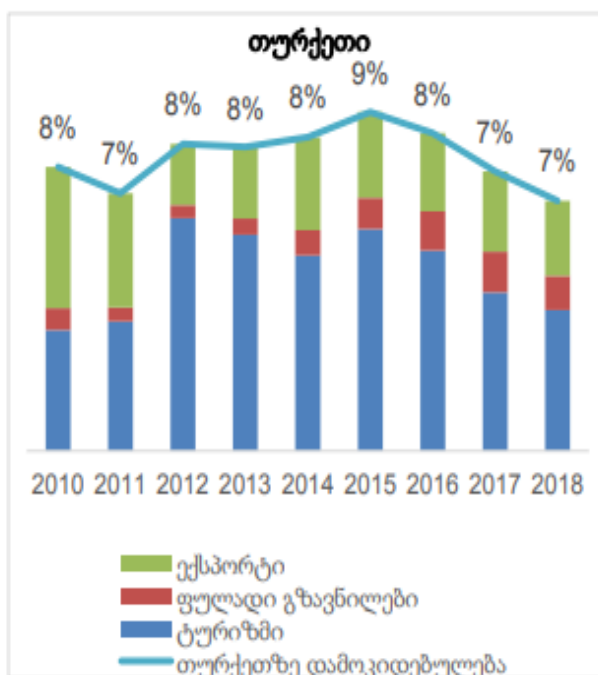
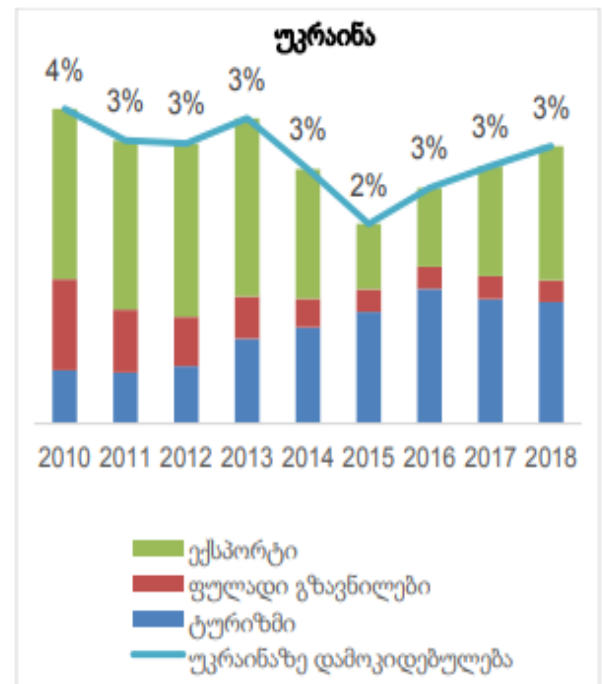
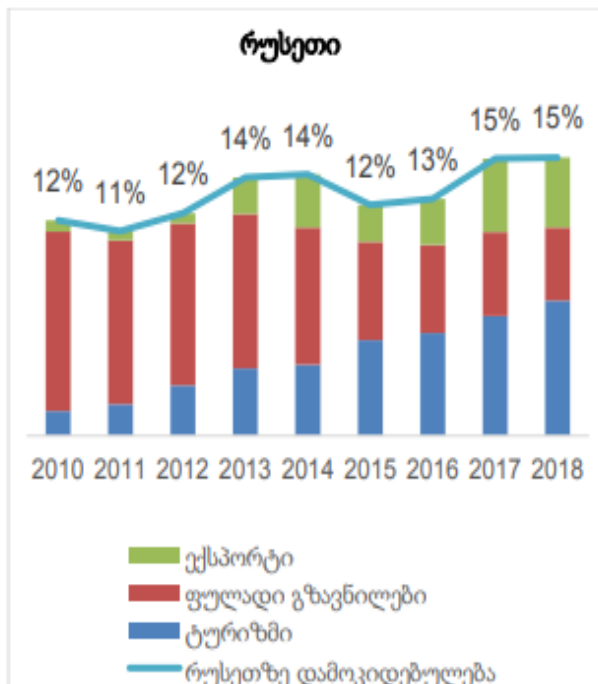
Export by Standard International Trade Classification (SITC Rev.4)

მლნ. აშშ დოლარი					Mill. USD
სექციის დასახელება	2016	2017	2018	2019	Name of section
ექსპორტი - სულ	2 117.1	2 745.7	3 379.7	3 798.4	Total Exports
მათ შორის:					Of which:
საკვები პროდუქტები და ცოცხალი ცხოველები	364.0	296.1	302.2	284.4	Food and live animals
სასმელები და თამბაქო	312.5	463.9	638.0	586.6	Beverages and tobacco
არასაკვები ნედლი მასალები, საწვავის გარდა	386.0	494.4	595.5	747.4	Crude materials, inedible, except fuels
მინერალური საწვავი, საცხები და მათთან დაკავშირებული მასალები	62.3	108.9	68.0	25.0	Mineral fuels, lubricants and related materials
ცხოველური და მცენარეული ზეთები, ცხიმები და ცვილები	9.7	12.8	15.6	10.5	Animal and vegetable oils, fats and waxes
ქიმიკატები და მასთან დაკავშირებული პროდუქტები, სხვაგან დაუსახელებელი	230.6	292.9	332.6	371.8	Chemicals and related products, n.e.s.
სამრეწველო საქონელი (ნაწარმი) ძირითადად კლასიფიცირებული შემადგენელი ნედლეულის მიხედვით	292.1	490.4	573.9	526.9	Manufactured goods classified chiefly by material
მანქანები და სატრანსპორტო მოწყობილობები	242.5	374.9	609.7	955.7	Machinery and transport equipment
შერეული სამრეწველო საგნები (ნივთები)	114.2	133.7	163.4	208.4	Miscellaneous manufactured articles
საქონელი, რომელიც სხვაგან არაა კლასიფიცირებული სვსკ-ში	103.3	77.8	80.9	81.7	Commodities not classified elsewhere in the SITC

ექსპორტი ეკონომიკური საქმიანობის სახეების მიხედვით
Export by kind of economic activities (NACE Rev.2)

მლნ. აშშ დოლარი					Mill. USD
სექციის დასახელება	2016	2017	2018	2019	Name of section
ექსპორტი - სულ	2 117.1	2 745.7	3 379.7	3 798.4	Total Exports
მათ შორის:					Of which:
სოფლის, სატყეო და თევზის მეურნეობა	17.9	26.0	31.3	32.7	Agriculture, forestry and fishing
სამთო მოპოვებითი მრეწველობა	150.5	161.9	184.3	185.8	Mining and quarrying
დამამუშავებელი მრეწველობა	1 001.3	1 215.5	1 291.1	1 299.6	Manufacturing
ელექტროენერჯის, აირის, ორთქლის და კონდიციონირებული ჰაერის მიწოდება	22.6	22.4	20.1	8.3	Electricity, gas, steam and air conditioning supply
წყალმომარაგება; კანალიზაცია, ნარჩენების მართვა და დაბინძურებისაგან გასუფთავების საქმიანობები	0.2	0.1	1.4	0.5	Water supply; sewerage, waste management and remediation activities
მშენებლობა	11.2	30.9	33.9	12.7	Construction
საბითუმო და საცალო ვაჭრობა; ავტომობილების და მოტოციკლების რემონტი	563.5	792.7	1 068.9	1 111.5	Wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles
ტრანსპორტი და დასაწყობება	263.0	364.6	444.3	588.1	Transportation and storage
განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობები	0.6	0.6	0.9	1.8	Accommodation and food service activities
ინფორმაცია და კომუნიკაცია	1.2	3.7	2.4	0.7	Information and communication
საფინანსო და სადაზღვევო საქმიანობები	4.5	5.5	4.4	7.5	Financial and insurance activities
უძრავ ქონებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	1.3	1.7	1.3	1.6	Real estate activities
პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობები	32.7	4.6	70.2	64.8	Professional, scientific and technical activities
ადმინისტრაციული და დამხმარე მომსახურების საქმიანობები	1.3	1.5	2.2	3.4	Administrative and support service activities
სახელმწიფო მმართველობა და თავდაცვა; საგადასახადო სოციალური უსაფრთხოება	0.2	2.6	0.7	0.7	Public administration and defence; compulsory social security
განათლება	0.1	0.1	0.5	0.5	Education
ჯანდაცვა და სოციალური მომსახურების საქმიანობები	0.3	1.0	0.4	0.9	Human health and social work activities
ხელოვნება, გართობა და დასვენება	0.5	0.3	1.1	0.4	Arts, entertainment and recreation
დანარჩენი სექციები	44.2	110.1	220.3	476.9	Other Sections

ფულად გზავნილებზე დამოკიდებულება (%-ად CAB-ის შემოსავლებთან)



Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

Faculty of Economics and Business

Student: Mr. Hovsep Babajanyan

**The Export Potential Ways Of Georgia In The Globalization
Conditions**

Business Administration Master's Program

Module: International Business

The work is done to obtain the master's degree of

Business Administration

Scientific director: LEILA KADAGISHVILI

Doctor of Economics, Assistant Professor

Tbilisi 2020