



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

მარი დიასამიძე

**ქართული საექსპორტო კომპანიების კონკურენტუნარიანობა
დინამიურ გარემოში**

ბიზნეს ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამა

ნაშრომი შესრულებულია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად.

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

თსუ-ს ეკონომიკისა და ბიზნესის პროფესორი გიორგი ლაღანიძე.

თბილისი

2020

ანოტაცია:

თანამედროვე ეტაპზე, როდესაც ასე აქტიურად მიმდინარეობს და უფრო მეტად ღრმავდება საქართველოს ეკონომიკის ინტეგრაციის პროცესები მსოფლიო ეკონომიკურ სივრცეში, ქვეყნის ეკონომიკური გაჯანსაღებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საგარეო სავაჭრო ურთიერთობების არსისა და მისი თავისებურებების სიღრმისეულად შესწავლა.

საქართველოს ეკონომიკური ზრდისთვის პრიორიტეტულია არსებული და პოტენციური შესაძლებლობების შესწავლა და მათი მაქსიმალურად გამოყენება, ასევე ერთმნიშვნელოვნად საყურადღებოა საექსპორტო პოტენციალის მქონე დარგების სტიმულირება და მხარდაჭერა. ჩვენს ქვეყანას რეალურად აქვს დიდი საექსპორტო რესურსი, რომლის სტრატეგიულად გამოყენება საქართველოში არსებული მძიმე ეკონომიკური ფონის გამოსასწორებლად ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია.

მოცემული სამაგისტრო ნაშრომის მიზანია, განვიხილოთ ქვეყნის საექსპორტო კომპანიების კონკურენტუნარიანობა დინამიურ გარემოში, რისთვისაც შესწავლილია რამდენიმე ფუნდამენტალური საკითხი, როგორცაა: საქართველოს საგარეო ვაჭრობის არსი, მნიშვნელობა და მისი როლი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში, ასევე განხილულია საქართველოს საგარეო ვაჭრობის გეოგრაფია, ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობა, ქვეყნის ექსპორტში არსებული პრობლემები და მათი დაძლევის გზები.

ნაშრომის მიზანია, ნათლად დავინახოთ და გავანალიზოთ საქართველოს ლიდერი საექსპორტო კომპანიებისა და პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები. შევაფასოთ არსებული რესურსი და ის მნიშვნელოვანი დარგები, სადაც იკვეთება ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობის ცალკეული ასპექტები.

მოცემული საკითხის სიღრმისეულად შესწავლის მიზნით ჩატარებულია კვლევა და გაკეთებულია შესაბამისი დასკვნები.

Annotation:

At the present stage, when the processes of integration of the Georgian economy into the world economic space are so active and deepening, it is especially important for the economic recovery of the country to study in depth the essence of foreign trade relations and its peculiarities.

The priority for Georgia's economic growth is to study the existing and potential opportunities and use them to the maximum, as well as to stimulate and support the sectors with export potential. Our country actually has a large export resource, the strategic use of which is one of the most important factors to overcome the difficult economic background in Georgia.

The aim of this master's thesis is to discuss the competitiveness of the country's export companies in a dynamic environment, for which several fundamental issues are studied, such as: the essence of Georgia's foreign trade, its importance and role in the country's economic development. Problems and ways to overcome them.

The aim of the paper is to clearly see and analyze the competitiveness of Georgia's leading export companies and products. Evaluate the available resources and the important areas where certain aspects of the country's competitive advantage are highlighted.

In order to study this issue in depth, research has been conducted and relevant conclusions have been made.

სარჩევი

ანოტაცია

Annotation

შესავალი.....	5
თავი 1. საქართველოს საგარეო ვაჭრობის სტრუქტურა.....	8
1.1. საგარეო ვაჭრობის არსი, მნიშვნელობა და როლი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში	8
1.2. საქართველოს საგარეო ეკონომიკური ურთიერთობების მიმოხილვა	12
თავი 2. საქართველოს ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი და მისი დინამიკა მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში.....	18
2.1. ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი	18
2.2. საქართველოს ექსპორტის განვითარებაში არსებული პრობლემები და მათი დაძლევის გზები	25
თავი 3. ლიდერი საექსპორტო კომპანიებისა და პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები	29
3.1. ქართული თხილის ბაზარი, შეფასება და პერსპექტივები	29
3.2. ქართული მინერალური წყლების ბაზრის მიმოხილვა და ანალიზი	35
3.3. ღვინის ბაზრის შედარებითი ანალიზი და მისი კონკურენტული უპირატესობის განხილვა საერთაშორისო ბაზარზე	42
კვლევა: ქართული ლიდერი საექსპორტო კომპანიების მარკეტინგული კვლევა	50
დასკვნა	58
გამოყენებული ლიტერატურა	60

შესავალი.

მსოფლიო ეკონომიკის განვითარების მზარდმა ტემპებმა და განსაკუთრებით ეროვნული ეკონომიკის სწრაფვამ გლობალიზაციისკენ გამოიწვია ინტერესი საგარეო ვაჭრობის მეცნიერული შესწავლისადმი.

ვაჭრობის სფერო დროთა განმავლობაში ხდება მეტად კონკურენტული და სულ უფრო და უფრო რთულდება რაიმე ისეთი პროდუქტისა თუ მომსახურების შეთავაზება ბაზრისათვის, რომელიც მოიპოვებს მომხმარებლის მაქსიმალურ ლოიალობას.

დღეს, საერთაშორისო ვაჭრობაში მსოფლიოს ყველა ქვეყანას ჩართული, რადგან ვერც ერთი მათგანი ვერ შეძლებს იყოს თვითკმარი და მხოლოდ თავისი წარმოების პროდუქციით უზრუნველყოს მოსახლეობა. აქედან გამომდინარე, ქვეყანას ყოველთვის სჭირდება რესურსების, სამომხმარებლო პროდუქციისა და მომსახურების იმპორტირება, ხოლო საიმპორტო ხარჯების დაფარვის ძირითადი წყარო რა თქმა უნდა, ექსპორტიდან მიღებული შემოსავლებია.

საქართველო საერთაშორისო ვაჭრობაში ჩართვას ცდილობს დამოუკიდებლობის მოპოვების დროიდან, თუმცა საბჭოურმა გამოცდილებამ და დანგრეულმა ეკონომიკამ მძიმე გარდატეხის პერიოდი გაიარა, რამაც რა თქმა უნდა თავისებული დაღი დაასვა და მნიშვნელოვნად შეაფერხა ქვეყნის განვითარების პროცესები.

საქართველოს ეკონომიკის განვითარებისთვის უდიდესი მნიშვნელობა აქვს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლებას მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში. აუცილებელია საექსპორტო პოტენციალის მქონე დარგების სტიმულირება, მათი მხარდაჭერა, შესაძლებლობების მაქსიმალური გამოყენება. ქვეყანას ნამდვილად აქვს საექსპორტო რესურსი, გამორჩეული პროდუქცია და დარგები, რომლის განვითარების პირობებშიც საქართველო აუცილებლად შეძლებს თავისი ადგილის დამკვიდრებას მსოფლიო ბაზარზე.

საქართველოს ეკონომიკაში მიმდინარე პროცესებმა, საზოგადოების დემოკრატიისკენ აღებული კურსმა და მსოფლიო ეკონომიკურ თანამეგობრობაში ინტეგრაციის მცდელობამ დაგვანახა, რომ ქვეყნის ეკონომიკურ პოლიტიკაში ერთ-ერთ მთავარ

პრიორიტეტად უნდა იქცეს საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ზრდის სტიმულირება, როგორც ტრადიციულ, ასევე აუთოვისებელ ბაზრებზე.

ექსპორტის ზრდის მეშვეობით შესაძლებელი იქნება ექსპორტ-იმპორტის მეტ-ნაკლებად დაბალანსება, ადგილობრივი წარმოების გაფართოება და შესაბამისად მოსახლეობის კეთილდღეობის ზრდა.

მოცემული სამაგისტრო ნაშრომის მიზანია: შევისწავლოთ ქართული

საექსპორტო დარგებისა და კომპანიების კონკურენტუნარიანობა დინამიურ გარემოში. ნათლად დავინახოთ საგარეო ვაჭრობის არსი, როლი და მნიშვნელობა ქვეყნის განვითარების გზაზე, განვიხილოთ საქართველოს სავაჭრო ურთიერთობების გეოგრაფია. ასევე ნაშრომის მიზანია, გამოვავლინოთ ის დარგები, სადაც ქვეყანას აქვს საექსპორტო რესურსი და სწორი მენეჯმენტის შემთხვევაში შესაძლებელი იქნება საერთაშორისო ბაზარზე წარმატების მიღწევა.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე გამოიკვეთა რამდენიმე ძირითადი **ამოცანა**:

- ❑ საგარეო ვაჭრობის მნიშვნელობის ანალიზი საქართველოს ეკონომიკური განვითარების კვალდაკვალ.
- ❑ საქართველოს საგარეო-ეკონომიკური ურთიერთობების განხილვა და ანალიზი.
- ❑ საქართველოს ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობის განხილვა და შედარებითი ანალიზის გაკეთება წინა წლის მონაცემებთან მიმართებაში.
- ❑ ლიდერი საექსპორტო დარგების გამოვლენა, მიმდინარე მდგომარეობის ანალიზი და მათი განვითარების პერსპექტივების შეფასება.

კვლევის საგანი: აღნიშნული სამაგისტრო თემის კვლევის საგანს წარმოადგენს ლიდერი საექსპორტო დარგებისა და კომპანიების კონკურენტუნარიანობა დინამიურ გარემოში.

კვლევის ობიექტს: მოცემული თემის კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ქართული ღვინის ბაზარზე არსებული ლიდერი კომპანიების თანამედროვე მდგომარეობის

შესწავლა, მათი საექსპორტო პოტენციალის განვითარების ტენდენციების განხილვა და კონკურენტული უპირატესობების გამოვლენა.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძველი: ნაშრომი ეყრდნობა, როგორც ქართველი, ასევე უცხოელი მეცნიერების მოსაზრებებს ქართული საექსპორტო დარგებისა და ლიდერი ექსპორტიორი კომპანიების კონკურენტუნარიანობასთან დაკავშირებით. თეორიულ და მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს სხვადასხვა მკვლევართა ანალიტიკური ნაშრომები, ოფიციალური საინფორმაციო-სტატისტიკური და ანალიტიკური მასალები. ნაშრომი ასევე ეყრდნობა სხვადასხვა სტატიებს, პუბლიკაციებს, მონოგრაფიებს; საქართველოს ბაზარზე არსებულ კვლევის ანგარიშებს, მეცნიერთა წიგნებს და ასევე სხვა თემასთან დაკავშირებულ ელექტრონულ წყაროებს. კვლევის დროს გამოიკითხა საქართველოს ბაზარზე მოქმედი ლიდერი ღვინის კომპანიების მარკეტინგული სამსახურის წარმომადგენლები, რის შედეგადაც გაკეთდა შესაბამისი დასკვნები. კვლევის პროცესში გამოყენებულია როგორც რაოდენობრივი ასევე თვისობრივი კვლევის მეთოდები. კვლევა ეყრდნობა ანალიზის, სინთეზის, დაჯგუფებისა და შედარების მეთოდებს.

თავი 1: საქართველოს საგარეო ვაჭრობის სტრუქტურა.

1.1 საგარეო ვაჭრობის არსი, მნიშვნელობა და როლი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში.

თანამედროვე მსოფლიოში გლობალიზაციის უპრეცედენტო ტემპებმა მოიცვა ყველა ქვეყანა და ყველა სფერო, გაიზარდა ინტერესი ეკონომიკური გლობალიზაციის მიმართ, რომელმაც ქვეყნებს მისცა მოტივაცია და ერთგვარი ბიძგი, რომ ბიზნესი განეხორციელებინათ არა მხოლოდ ქვეყნის შიგნით, არამედ საერთაშორისო ბაზარზეც.

მსოფლიო საფინანსო და ეკონომიკური ცხოვრების ინტერნაციონალიზაციამ, საქონლისა და კაპიტალის გადაადგილებისათვის სახელმწიფო საზღვრების გახსნამ ახალი პირობები და პერსპექტივები შექმნა. 21-ე საუკუნეში ფაქტობრივად აღარ არსებობს ისეთი ქვეყანა, რომელიც ეკონომიკურად არ არის დანარჩენ მსოფლიოსთან დაკავშირებული.

კონკურენტულმა გარემომ ქვეყნებს მისცა ბიძგი მოეხდინათ სპეციალიზაცია მათთვის ეკონომიკურად მომგებიანი და მაღალხარისხიანი პროდუქციის წარმოებაზე, რომელიც პირველ რიგში სრულად დააკმაყოფილებს საშინაო მოთხოვნას და საერთაშორისო ბაზრებზე რეალიზაციისთვის იქნება გათვლილი.

ქვეყნებს შორის საქონლის და მომსახურების მოძრაობა ეროვნულ ბაზრებს ერთიანი ბაზრის სისტემაში აკავშირებს და შედეგად ქვეყნებს შორის აღრმავებს ურთიერთდამოკიდებულებას.

არსებულ რეალობაში, როდესაც ასე აქტიურად მიმდინარეობს და უფრო მეტად ღრმავდება საქართველოს ეკონომიკის ინტეგრაციის პროცესები მსოფლიო ეკონომიკურ სივრცეში, ქვეყნის ეკონომიკური გაჯანსაღებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია საგარეო სავაჭრო ურთიერთობების არსისა და მისი თავისებურებების სიღრმისეულად შესწავლა.

საგარეო ვაჭრობა წარმოადგენს საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობების ტრადიციულ და უფრო განვითარებულ ფორმას. ის ექსპორტ-იმპორტის წესით ქვეყნებს

შორის საქონლის ურთიერთგაცვლაა, ურთიერთხელსაყრელ პირობებში ყიდვა-გაყიდვის გზით.

საგარეო ვაჭრობის მიმდინარეობა და განვითარების პერსპექტივები დამოკიდებულია არა მხოლოდ ქვეყნის შიდა პოლიტიკურ-ეკონომიკურ პროცესებზე, არამედ მსოფლიოს წამყვანი სავაჭრო ქვეყნების საგარეო ეკონომიკურ-პოლიტიკურ კურსზე.

საგარეო ვაჭრობის ეფექტიანობის ერთ-ერთი მთავარი მაჩვენებელი ქვეყნის საგარეო სავაჭრო ბალანსია. აქედან გამომდინარე, საგარეო ეკონომიკური პოლიტიკის მნიშვნელოვან ამოცანას წარმოადგენს ექსპორტის ზრდა ისე, რომ მიუახლოვდეს იმპორტს და მოხდეს მათ შორის მაქსიმალური ბალანსი.

იდეაში იმისათვის, რომ მოხდეს საექსპორტო პოტენციალის მაქსიმალურად სტიმულირება, საჭიროა არსებული ბუნებრივი, მატერიალური და შრომითი რესურსების რაციონალური და გეგმაზომიერი გამოყენება. თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა, პროდუქციის ხარისხის გამოუმჯობესებისათვის შესაბამისი სამუშაოების განხორციელება, ახალი სავაჭრო კავშირების დანერგვა, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან მჭიდრო ურთიერთთანამშრომლობა და ა.შ. რაც შეეხება საიმპორტო საქმიანობას, ამ კუთხით უნდა გამოიკვეთოს პრიორიტეტული მიმართულებები და შეიქმნას მათთვის ხელშემწყობი პირობები.

საქართველოს ეკონომიკური პოლიტიკის რეალიზაციისთვის ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი პირობა არის სწორედ საგარეო ვაჭრობის განვითარება, რომელმაც ხელი უნდა შეუწყოს თავის მხრივ ადგილობრივი წარმოების გაფართოებას, მოსახლეობის დასაქმების ზრდას, იმპორტზე შიდა ბაზრის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას, ეკონომიკის სტრუქტურის სრულყოფას, ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ფორმირებას და შესაბამისად დააჩქაროს ქვეყნის მსოფლიო ეკონომიკურ სისტემაში ინტეგრირების პროცესი.

საქართველო განვითარებადი ქვეყანაა, რომელიც წლებია ცდილობს ფეხი აუწყოს მსოფლიო ეკონომიკური განვითარების ტენდენციებს, ცდილობს სხვადასხვა რეფორმებით ასტიმულიროს საგარეო ვაჭრობა, თუმცა ამკარაა, რომ ეკონომიკის მთელი რიგი დარგები, რომლთა მუშაობაზეც მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული

საექსპორტო და იმპორტშემცველი პროდუქტის წარმოება, ჯერ კიდევ არასტაბილურად მუშაობს.

ბევრ ისეთ სფეროში, სადაც ქვეყანას რეალურად გააჩნია მნიშვნელოვანი პოტენციალი, პროდუქციის იმპორტი ჭარბობს შიდა პროდუქციას. ერთ-ერთი ყველაზე განვითარებადი დარგი საქართველოში არის აგრარული სექტორი. ქვეყნის თანამედროვე ინდუსტრიულ-აგრარულ სახელმწიფოდ გადაქცევისთვის აუცილებელია სტრატეგიული ამოცანების დასმა და მხარდამჭერი პოლიტიკის გააქტიურება. შედეგად შეიქმნება მყარი საფუძველი იმისა, რომ მოხდეს სასურსათო პროდუქციის ადგილზე წარმოების განვითარების დაჩქარება და ქვეყნის შიდა მოთხოვნების დაკმაყოფილება.

თანამედროვე ეკონომიკა, როგორც საბაზრო კავშირებისა და მათი ურთიერთგანპირობებულობის რთული სისტემა, წარმოდგენილია სახელმწიფოებრივი რეგულირების გარეშე. აუცილებელია სახელმწიფომ შექმნას ქვეყნის განვითარებაზე ორიენტირებული სამართლებრივი ბაზა და ეკონომიკური პოლიტიკა.

საქართველოს ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ-ერთ მთავარ პრინციპს წარმოადგენს ლიბერალური საგარეო სავაჭრო პოლიტიკა. საქართველოს მთვარობამ განახორციელა როგორც სატარიფო პოლიტიკა, ასევე ტექნიკური რეგულირების რეფორმაც. რომლის შედეგადაც, საქართველო დღეისათვის მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე ლიბერალური საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის მქონე ქვეყანაა, რაც გულისხმობს გამარტივებულ საგარეო ვაჭრობის რეჟიმს, მარტივ საბაჟო პროცედურებს, დაბალ საიმპორტო ტარიფებს და მინიმალურ არასატარიფო რეგულირებას.

„საკანონმდებლო ცვლილებების შესაბამისად, 2006 წლის 1 სექტემბრიდან საიმპორტო ტარიფების 16 სატარიფო განაკვეთი შემცირდა 3 განაკვეთამდე (0,5 და 12%).

საიმპორტო ტარიფები გაუქმდა პროდუქციის დაახლოებით 85%-ზე და ფაქტობრივად აღარ არსებობს სეზონური ტარიფები.

საქართველოს კანონმდებლობის თანახმად ექსპორტი ან რეექსპორტი საქართველოდან გათავისუფლებულია საბაჟო გადასახადებისგან. გამომდინარე იქედან, რომ 1997 წლის 1

სექტემბრიდან საქართველო იყენებს საქონლის დამატებითი ღირებულების დაბეგვრას დანიშნულების ქვეყნის პრინციპით, ექსპორტი საქართველოდან დღე-თი არ იბეგრება.”

1

მაშასადამე, საქართველოს ეკონომიკური პოლიტიკის სამართლებრივი ბაზა ცხადჰყოფს, რომ სტრატეგია მიმართულია ეკონომიკის გაჯანსაღებისაკენ, თუმცა მეტი ეფექტურობისთვის საჭიროა პოტენციური შესაძლებლობების მაქსიმალური გამოყენება, საექსპორტო პოტენციალის მქონე დარგების სტიმულირება და მხარდაჭერა.

1. ¹ <http://www.economy.ge/>- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო.

1.2. საქართველოს სავაჭრო ეკონომიკური ურთიერთობების მიმოხილვა.

მაშინ, როდესაც ვსაუბრობთ საგარეო ვაჭრობაზე, მის როლზე, მნიშვნელობაზე და მისი განვითარების პერსპექტივებზე, აუცილებლად უნდა განვიხილოთ სავაჭრო ეკონომიკური ურთიერთობები. კერძოდ, განვიხილოთ საქართველოს საგარეო ვაჭრობის გეოგრაფია. ვისთან გვაქვს ეკონომიკური ურთიერთობები, ვისთან გვაქვს თავისუფალი ვაჭრობა, ვინ არიან ჩვენი პარტნიორები, კონკურენტები და ა.შ.

იმისათვის, რომ მოხდეს საქართველოს ინტეგრაცია საერთაშორისო ეკონომიკურ სივრცეში, მნიშვნელოვანია გაღრმავდეს ეკონომიკური ურთიერთობები სავაჭრო პარტნიორ ქვეყნებთან. მიზანშეწონილი და სტრატეგიულად გამართლებული სვლაა სხვა ქვეყნებთან როგორც ორმხრივი, ასევე რეგიონალური და მრავალმხრივი სავაჭრო ურთიერთობებისა და თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმების განვითარება.

ნებისმიერი ქვეყნის და რა თქმა უნდა მათ შორის საქართველოს საგარეო ეკონომიკური განვითარება დამოკიდებულია მრავალ ფაქტორზე და მათ შორის ერთ-ერთი ძირითადი არის სწორედ საგარეო ვაჭრობის წარმატებულად განხორციელება, რეალურად ის ქმნის შესაძლებლობას და ერთგვარ საფუძველს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვისა და ქართული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის გაზრდისთვის.

ჩვენი ქვეყნისთვის, პირველი მნიშვნელოვანი ნაბიჯი რომელიც გადაიდგა საგარეო ვაჭრობის ხელშესაწყობად იყო 1996 წელს ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციაში დამკვირვებლის სტატუსის მიღება, ხოლო 2000 წლის 14 ივნისს კი სრულფასოვანი სტატუსის მოპოვება.

კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი და წარმატებული ნაბიჯია საქართველოსა და სხვა ქვეყნებს შორის მიმდინარე ღრმა და ყოვლისმომცველი ურთიერთობების ჩამოყალიბება, რომელიც ჩვენს ქვეყანას აძლევს განვითარების შესაძლებლობას. ეს ურთიერთობები ხელს უწყობს თავისუფალ ვაჭრობას ქვეყნებს შორის და შესაბამისი სისტემის ფორმირებას ქვეყნის შიგნით.

იმისათვის, რომ უკეთ გავაანალიზოთ მოცემული საკითხი და ნათლად დავინახოთ საქართველოს სავაჭრო ეკონომიკური ურთიერთობების არსებული სურათი, საჭიროა

ცალკე-ცალკე განვიხილოთ ქვეყნის ეკონომიკური ურთიერთობები დსთ-ს ქვეყნების მიმართ და ასევე ევროკავშირის ქვეყნების მიმართ.

დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობა (დსთ) არის საერთაშორისო ორგანიზაცია, რომელიც ამჟამად შედგება 9 ყოფილი საბჭოთა რესპუბლიკისაგან, ესენია: რუსეთი, აზერბაიჯანი, სომხეთი, ბელორუსია, მოლდოვა, თურქმენეთი, ტაჯიკეთი, უზბეკეთი და ყირგიზეთი. აღსანიშნავია, რომ დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობა ჩამოყალიბდა საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდგომ, რათა გადაეწყვიტად არსებული ეკონომიკური პრობლემები და პოსტსაბჭოურ ქვეყნებს დახმარებოდნენ ეკონომიკურ ზრდასა და განვითარებაში.

ორგანიზაციის წევრი ქვეყნები განვითარების არც თუ ისე მაღალი ხარისხით გამოირჩევიან, რაც ნიშნავს იმას, რომ შედარებით დაბალია ცხოვრების დონე, დაბალია ჰუმანური განვითარების ინდექსი, განუვითარებელია ინდუსტრია, ინფრასტრუქტურა და სრულყოფილად არ არის დანერგილი თანამედროვე ტექნოლოგია.

საქართველოს მიერ დსთ-ს დატოვება მოხდა 2009 წელს, თუმცა მიუხედავად ამისა საქართველოსა და დსთ-ს წევრ ქვეყნებს შორის სავაჭრო ურთიერთობები არ შეწყვეტილა, პირიქით გაგრძელდა აქტიური პარტნიორობა და თანამშრომლობა. თუ დავაკვირდებით საქართველოს ექსპორტ-იმპორტის ბოლო წლების სტატისტიკას, შევამჩნევთ, რომ მთავარი სავაჭრო პარტნიორები დსთ-ს ქვეყნები არიან. განსაკუთრებით აღსანიშნავია ექსპორტის ნაწილი, სადაც მათი პარტნიორული ურთიერთობები პირველ-მეორე პოზიციებს არ ცდებთ და ევროკავშირის მონაცემებს ყოველთვის აღემატება.

საქართველო ცდილობს მაქსიმალურად შეინარჩუნოს ეკონომიკური კავშირები დსთ-ს ქვეყნებთან, რაც განპირობებულია გეოგრაფიული სიახლოვეთა და ასევე სხვა მრავალი ფაქტორით. დსთ-ს წევრს ქვეყნებში, საქართველოსთან ეკონომიკური თანამშრომლობის მიმართულებით განსაკუთრებით გამოირჩევა აზერბაიჯანი და რუსეთი, მათ ბოლო წლებში წამყვანი პოზიციები უჭირავთ საგარეო სავაჭრო ურთიერთობების მიმართულებით.

საქართველოსა და რუსეთის ეკონომიკური ურთიერთობების მიმოხილვით შესაძლებელია გავვეთ ამ ორი ქვეყნის ისტორიულ ჯაჭვს. საქართველოსთვის რუსეთთან ურთიერთობა ბევრი კონტექსტით არის მნიშვნელოვანი. ურთიერთობებს თან სდევს დამოკიდებულება ქვეყნის დამოუკიდებლობასთან, საბჭოთა კავშირის მიმართ აღქმასთან, თავისუფლების ხარისხთან. ქვეყნებს შორის აგრესიური პოლიტიკა საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ დაიწყო, რომელსაც თან ახლდა 1993 წლის განცხადება, საქართველო-რუსეთს შორის თავისუფალი ვაჭრობის შეწყვეტის შესახებ. 2006 წელს რუსულმა ბაზარმა შემოიღო სანქციები ქართული პროდუქტის მიმართ, რითაც მან ნდობა დაკარგა და იქცა არასაიმედო ბაზრად, თუმცა რეალურად ის მაინც რჩება ჩვენს მნიშვნელოვან სავაჭრო პარტნიორად. საქსტატის უახლესი 2020 წლის მონაცემების მიხედვითაც ქართული ექსპორტირებული პროდუქტის დაახლოებით 12.5% და იმპორტის 10% მოდის რუსეთზე. ძველი მონაცემები ცვალებადია. 1995 წლიდან 2011 წლამდე რუსეთში ექსპორტი იკლებდა, თუმცა 2011 წლის შემდეგ დაიწყო ისევ აღმასვლა და თავის პოზიციებს არ კარგავს, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს სტრატეგია და მთავარი პრიორიტეტი არის ევროპულ ბაზარზე მორგება და ევროკავშირის ქვეყნებთან ახლო სავაჭრო კავშირების დამყარება.

როგორც ზემოთ აღვნიშნე, რუსეთის ბაზრის მნიშვნელობა საქართველოს ეკონომიკური განვითარებისთვის უაღრესად მნიშვნელოვანია, რუსეთის ხელისუფლება ამას აცნობიერებს და ცდილობს სხვადასხვა ბერკეტებით შეუშალოს ხელი ამ პროცესს. პოლიტიკურ გადაწყვეტილებად შეგვიძლია განვიხილოთ რუსეთის მიერ საქართველოსთვის თავისუფალი სავაჭრო რეჟიმის გაუქმება, თუმცა ის ფაქტი, რომ საქართველოც და რუსეთიც არიან მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის წევრი ქვეყნები, არ აძლევს მას იმის შესაძლებლობას, რომ იმპორტზე დადგენილ სატარიფო გადასახადზე მეტი დაადგინოს.

იქედან გამომდინარე, რომ რუსეთის ფედერაცია არასაიმედო სავაჭრო პარტნიორია პოლიტიკური დამოკიდებულებების გამო და არასტატეგიული იქნება ჩვენთვის რუსეთის ბაზარზე დაყრდნობა, საჭიროა მოხდეს ბაზრის დივერსიფიკაცია, ახალი საექსპორტო ბაზრების მოძიება და პროდუქციისთვის სხვა გასაღების არეალის

კვლევა.შესაბამისად ექსპორტი ნაკლებად იქნება დამოკიდებული ერთ კონკრეტულ ბაზარზე და ქვეყანაც მეტად დამოუკიდებელი იქნება.

საქართველოს ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პარტნიორად გვევლინება აზერბაიჯანი, რომელთან ურთიერთობის გაღრმავებაც გეოგრაფიული სიახლოვის გარდა სხვა მრავალმა ფაქტორმაც განაპირობა. ქვეყნებს შორის დამოკიდებულება და არსებული ურთიერთობები მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ამ ორი ქვეყნისთვის, არამედ მთელი რეგიონისთვისაც. ის პროექტები, რომელიც აზერბაიჯანსა და საქართველოს მიერ არის განხორციელებული გლობალური მნიშვნელობისაა, თუნდაც შორეული აღმოსავლეთისა და ევროპის ყველაზე დასავლური წერტილის დამაკავშირებელი ქვეყნებისთვის.

დიპლომატიური ურთიერთობები ამ ორ ქვეყანას შორის დაიწყო 1992 წელს, მას შემდეგ ღრმავდება ქვეყნებს შორის კავშირი და თანამედროვე პირობებში საქართველოს ეკონომიკური ურთიერთობების დინამიკაში აზერბაიჯანი უმსხვილეს სავაჭრო ეკონომიკურ პარტნიორად გვევლინება. ქვეყნებს შორის მოქმედებს თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმი, რომელიც სამართლებრივად არის დარეგულირებული, როგორც ორმხრივ ასევე მრავალმხრივ ფორმატში.

საქართველოს ექსპორტის მიმართულებით ძირითად პარტნიორებს თუ განვიხილავთ რუსეთისა და აზერბაიჯანის შემდეგ ესენი არიან: ბულგარეთი, სომხეთი, თურქეთი, უკრაინა, ხოლო იმპორტის კუთხით თურქეთი, ჩინეთი, რუსეთი, აზერბაიჯანი და გერმანია.

რაც შეეხება საქართველო-ევროკავშირის სავაჭრო ურთიერთობებს, ნამდვილად ძალიან მნიშვნელოვანი და საყურადღებო საკითხია. ევროკავშირი- ევროპის სახელმწიფოთა ეკონომიკურ-პოლიტიკური გაერთიანებაა, რომელიც ევროპის 28 ქვეყანას აერთიანებს ერთი დიდი იდეის გარშემო. ევროკავშირში მოქმედებს ერთიანი შიდა ბაზარი, რომელსაც არეგულირებს წევრი სახელმწიფოების კანონთა სისტემა. ევროკავშირის პოლიტიკის მთავარი მიზანი არის ადამიანების, საქონლის, კაპიტალისა და სერვისების გადაადგილების უზრუნველყოფა ერთიან ბაზარზე. ევროკავშირი, თავისი სავაჭრო-ეკონომიკური და პოლიტიკური პოტენციალით 21-ე საუკუნეში ერთ-ერთი ყველაზე

განვითარებული რეგიონია. სწორედ ამიტომ, საქართველოს საგარეო ვაჭრობის განვითარებისთვის მთავარი პრიორიტეტი არის ევროკავშირში ინტეგრაცია, ევროპული ინტერესების გაზიარება და მასთან შერწყმა.

მაშინ როდესაც, გლობალიზაციის პირობებში საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების ტემპები დღითიდღე მატულობს, სტრატეგიული თვალსაზრისით საქართველოსთვის უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ევროკავშირთან საფინანსო-ტექნიკური და სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების გაღრმავებას და ინვესტიციების მოზიდვას, რაც შესაბამისად გაზრდის ექსპორტს და განავითარებს ქვეყნის სოციალურ-ეკონომიკურ მდგომარეობას.

საქართველო-ევროკავშირის ურთიერთობები 1992 წლიდან იწყება, თუმცა 2003 წლიდან ხდება უფრო ინტენსიური და ორმხრივი. საქართველო აქტიურად იწყებს ეკონომიკური და პოლიტიკური რეფორმების გატარებას, სავაჭრო რეჟიმების და ხელშეკრულებების გაფორმებას. ურთიერთობებში სრულიად ახალი ეტაპი იწყება 2014 წლის 17 ივნისს, როცა ხელი მოეწერა ასოცირების შეთანხმებას. მოცემულ შეთანხმებაში უმნიშვნელოვანესი ნაწილი არის მე-4 კარი, რომელიც ეხება ვაჭრობას და მასთან დაკავშირებულ საკითხებს, ის ითვალისწინებს ევროკავშირსა და საქართველოს შორის ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი ვაჭრობის ჩამოყალიბებას. ასოცირების შესახებ შეთანხმებაში ვაჭრობასთან დაკავშირებული საკითხების განხორციელება საქართველოს უქმნის ევროკავშირის ბაზარზე ეკონომიკური ინტეგრაციის რეალურ საფუძველს და უხსნის შიდა ბაზრის კარს.

სხვა თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებებისგან განსხვავებით, რომელიც გაფორმებული აქვს საქართველოს, DFTA გულისხმობს, როგორც საქონლით, ასევე მომსახურებით ვაჭრობის ლიბერალიზაციას. ის მოიცავს ვაჭრობასთან დაკავშირებულ საკითხთა მრავალფეროვან სპექტს და ითვალისწინებს იმ საკითხს, რომ საქართველოს კანონმდებლობა მაქსიმალურად დაუახლოვდეს ევროკავშირის კანონმდებლობას.

ასოცირების შეთანხმების მიხედვით, საქართველოს ექმნება იმის საშუალება, რომ ეტაპობრივად მოახდინოს ევროკავშირის შიდა ბაზარზე საქონლის, მომსახურებისა და კაპიტალის თავისუფალი გადაადგილება. უფრო კონკრეტულად, საქართველოში

წარმოებულ საქონელს და მომსახურებას, პირობების დაკმაყოფილების შემთხვევაში, ეხსნება მსოფლიოს უმსხვილესი ბაზარი, რომელიც აერთიანებს 28 ქვეყანას და 500 მილიონზე მეტ მომხმარებელს.

არსებული პირობები ხელს უწყობს საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის გაზრდას, ახალი საწარმოების და საექსპორტო პროდუქციის გაჩენას, ქვეყანა გახდება უფრო მიმზიდველი ინვესტორებისთვის, რაც პირდაპირპროპორციულად გამოიწვევს საინვესტიციო ნაკადების ზრდას და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას. საბოლოო ჯამში კი მიღებული შედეგები აისახება ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდასა და განვითარებაზე.

თავი 2 : საქართველოს ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი და მისი დინამიკა მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში.

2.1 ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი

განვითარებული ქვეყნების მრავალწლიანი გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ ისეთ ქვეყნებსაც კი, რომელთაც საკმაოდ მდიდარი, მრავალფეროვანი და ფართოდ დივერსიფიცირებული სასურსათო ბაზა გააჩნიათ, არ შეუძლიათ იარსებონ მსოფლიო ეკონომიკისგან დამოუკიდებლად, ფაქტობრივად, არ არსებობს მსოფლიოში ისეთი ქვეყანა, რომელსაც თავისი ბუნებრივ-კლიმატური, თუ გეოგრაფიული მდგომარეობიდან გამომდინარე შეუძლია აწარმოოს ყველა სახის საქონელი და მომსახურება, რომელზე მოთხოვნაც არსებობს ქვეყნის ფარგლებს შიგნით. მოცემულ შემთხვევაში, პრობლემის გადაჭრის მთავარ საშუალებად და სტრატეგიულ ნაბიჯად გვევლინება საერთაშორისო ვაჭრობა. ის ეფექტურად და რაციონალურად გამოყენების შემთხვევაში შეიძლება იქცეს ქვეყნისთვის შემოსავლის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან წყაროდ.

თანამედროვე რეალობაში ექსპორტის განვითარებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია მისი ზოგადი სტრუქტურის დახვეწა, რაშიც იგულისხმება ასოლტიმენტის გაფართოება, პროდუქციის ხარისხის მაქსიმალურად გაუმჯობესება და შესაბამისი ფორმებით მიწოდება საერთაშორისო ბაზარზე. იმისათვის, რომ ეს მიზნები განხორციელდეს, საჭიროა სახელმწიფოს აქტიური ჩართულობა და მხარდაჭერა. სახელმწიფომ ეკონომიკური, სამართლებრივი, ორგანიზაციული და სხვა კიდევ მრავალი მნიშვნელოვანი პირობებით უნდა მოახდინოს ექსპორტის განვითარებისთვის შესაბამისი პირობების ფორმირება.

სახელმწიფოსთვის სტრატეგიულად მნიშვნელოვანია საერთაშორისო ეკონომიკური კავშირების მუდმივი რეგულირება, რისთვისაც ხდება საგარეო ეკონომიკური პოლიტიკის შემუშავება. არსებული პოლიტიკის მიზნებიდან გამომდინარე საჭიროა ზრუნვა ექსპორტისა და იმპორტის განვითარებაზე. მნიშვნელოვანი ფაქტორია ასევე

პარტნიორ ქვეყნებთან მჭიდრო და დაბალანსებული სავაჭრო ურთიერთობა როგორც ორმხრივი, ასევე მრავალმხრივი ხელშეკრულებების საფუძველზე.

აუცილებელია, რომ საექსპორტო პოლიტიკა იყოს გრძელვადიან მიზნებზე გათვლილი და მაქსიმალურად მორგებული პარტნიორი ქვეყნების მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზე. ძირითადად მთავარი ორიენტირი უნდა ავიღოთ ისეთ ქვეყნებზე, რომლებიც არიან შედარებით განვითარებულები და ფლობენ მოცულობით დიდ ბაზრებს. იმისათვის, რომ დავაკმაყოფილოთ განვითარებული ქვეყნების მოთხოვნები საჭიროა ექსპორტის სტრუქტურის მუდმივად განახლება და განუწყვეტლივ განხორციელება. საჭიროა დაიხვეწოს პროდუქციის ასოლტიმენტი და ხარისხი, აუცილებელია მოხდეს დადებითი ტრანსფორმაცია და უბრალო პროდუქტი იქცეს უფრო რთულ და შრომატევად პროდუქტად.

რაც შეეხება საიმპორტო პოლიტიკას, ის იდეაში უნდა იყოს ორიენტირებული მხოლოდ ისეთ საქონელზე მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად, რომელთა წარმოება ქვეყნის შიგნით შეუძლებელია ან არ არის მიზანშეწონილი.

მოცემულ თავში მინდა განვიხილო საქართველოს ექსპორტ-იმპორტის თანამედროვე მდგომარეობა და მისი დინამიკა მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში. კონკრეტულად მსურს მოკლედ წარმოვადგინო საქართველოს საგარეო ვაჭრობის დინამიკა, საქართველოს საგარეო ვაჭრობის სასაქონლო სტრუქტურა და ასევე უმსხვილესი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნები, რის შედეგადაც შესაძლებელი იქნება არსებული სიტუაციის შეფასება და ანალიზის გაკეთება.

ქვემოთ მოცემულ სქემაში ასახულია საქართველოს სავაჭრო ბრუნვის დინამიკა 2012-2019 წლებში, სადაც მოცემულია ექსპორტისა და იმპორტის წლიური ბრუნვა და ასევე მოცემულია წლიური სალდო, რომელიც რეალურად გვაძლევს მსჯელობის საშუალებას, თუ რა ეკონომიკური მდგომარეობა ქონდა ქვეყანას მოცემულ წლებში. არსებულ მონაცემებზე დაყრდნობით, შეიძლება ითქვას, რომ წლების განმავლობაში საქართველოში განხორციელებული იმპორტი ბევრად სჭარბობს ექსპორტს, რაც გამოხატულია უარყოფითი სალდოს მეშვეობით.

ცხრილი 1: საქართველოს საგარეო ბრუნვის დინამიკა.

საქართველოს საგარეო სავაჭრო ბრუნვის დინამიკა 2012/9-2019/9 წლებში

წლები	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019/9
ბრუნვა	10 433	10 933	11 463	9 505	9 408	0 675	12 476.3	9 193.7
ზრდის ტემპი (%)	13%	5%	5%	-17%	-1%	14%	17%	0.5%
ექსპორტი	2 377	2 910	2 861	2 205	2 113	2 736	3 354.9	2 719.2
ზრდის ტემპი (%)	9%	22%	-2%	-23%	-4%	29%	22.9%	11.1%
წილი ბრუნვაში	22.8%	26.6%	25%	23.2%	22.5%	25.6%	26%	29.6%
იმპორტი	8 056	8 023	8 602	7 300	7 295	7 939	9 121.4	6 474.5
ზრდის ტემპი (%)	14%	-0.2%	7%	-15%	-0.1%	8.8%	15%	-3.3%
წილი ბრუნვაში	77.2%	73.4%	75%	76.8%	77.5%	74.4%	73%	70%
საღდო	-5 679	-5 113	-5 741	-5 095	-5 182	5 204	-5 766.4	-3 755.3

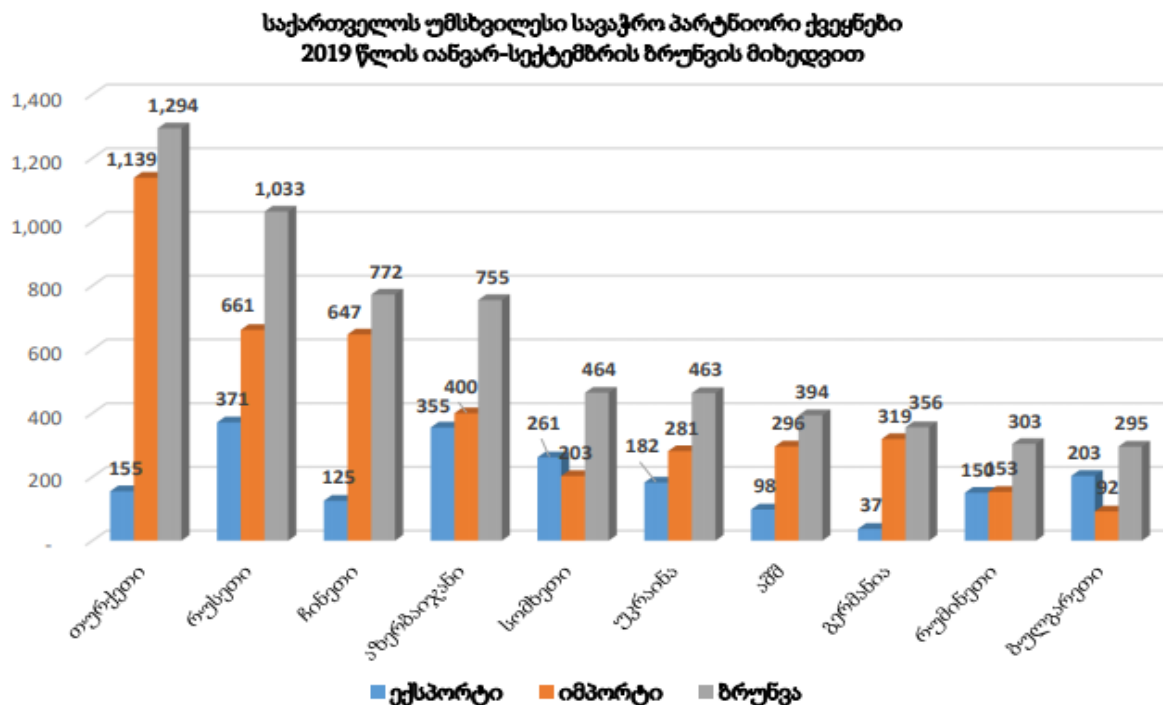
2

მიუხედავად გადადგმული წარმატებული ნაბიჯებისა და განვითარების მზარდი ტემპებისა, მძიმე ეკონომიკური ფონი საქართველოს წლებთან ერთად თან სდევს. იმისათვის, რომ მოხდეს ეკონომიკის გაჯანსაღება, საჭიროა სტრატეგიულად გამართლებული და პერსპექტივაზე მორგებული პოლიტიკის შემუშავება, სადაც დასახული იქნება გეგმები, შესაბამისი ამოცანები და ღონისძიებები.

2019 წლის იანვარ-სექტემბრის ოფიციალური მონაცემების მიხედვით საქართველოს ათი უმსხვილესი პარტნიორი ქვეყნების ნუსხა გამოიყურება შემდეგნაირად:

2. ² <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti> - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.

ცხრილი 2: საქართველოს უმსხვილესი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნები.



3

მონაცემების თანახმად, საქართველოს მთავარ სავაჭრო პარტნიორებს წარმოადგენს: თურქეთი, რუსეთი, ჩინეთი, აზერბაიჯანი, სომხეთი, უკრაინა, აშშ, გერმანია, რუმინეთი და ბულგარეთი. მჭიდრო სავაჭრო ურთიერთობების მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორი უმეტეს პარტნიორ ქვეყანასთან სხვა მიზეზებთან ერთად არის რა თქმა უნდა პირველ რიგში გეოგრაფიული სიახლოვე, რომელიც ბევრად ადვილს ხდის ქვეყნების ერთმანეთთან დაკავშირებას. საქართველოს მჭიდრო სავაჭრო ურთიერთობა ძირითადად სწორედ მის სახმელეთო მეზობლებთან აქვს, მათგან ლიდერებია რუსეთი და თურქეთი. როგორც მოგვეხსენება რუსეთის ბაზარზე დამოკიდებულება საკმაოდ დიდია, რაც რა თქმა უნდა საფთხის შემცვლელია ჩვენი ქვეყნისთვის, რადგან ის არ არის საიმედო ბაზარი საქართველოს მიმართ თავისი სუბიექტური მიზეზებიდან

3. ³ <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti> - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.

გამომდინარე. იმისათვის, რომ ქვეყანამ მიიღოს მეტი ეკონომიკური დოვლათი და ეკონომიკური თავისუფლება საჭიროა მოხდეს ბაზრების დივერსიფიკაცია, მიზანშეწონილი და სტატეგიულად გამართლებულია გავაფართოვოთ სარეალიზაციო არხების არეალი და ნაკლებად დამოკიდებულები ვიყოთ კონკრეტული ქვეყნის ბაზარზე.

იქედან გამომდინარე, რომ ქვეყანა განიცდის კაპიტალის ნაკლებობას, დაბალ კაპიტალიზაციას და ასევე დაბალ ფინანსურ შესაძლებლობებს, ადგილობრივი კომპანიები გამოსავალს ხედავენ იმაში, რომ ძირითადი ორიენტირი აიღონ მარტივი ბაზრებისკენ, სადაც ნაკლები სტანდარტებია პროდუქციისა და მომსახურების ხარისხის მიმართ. ასევე აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ რუსეთის ბაზარზე შესვლას კიდევ უფრო ამარტივებს წლების განმავლობაში ჩამოყალიბებული პირადი და ეკონომიკური ურთიერთობები. რუსეთის ბაზარზე ექსპორტის კლება უნდა მოხდეს არა აბსოლიტური მაჩვენებლების, არამედ პროცენტული წილის შემცირებით და მის ხარჯზე სხვა ქვეყნების ბაზრების წილის ზრდით.

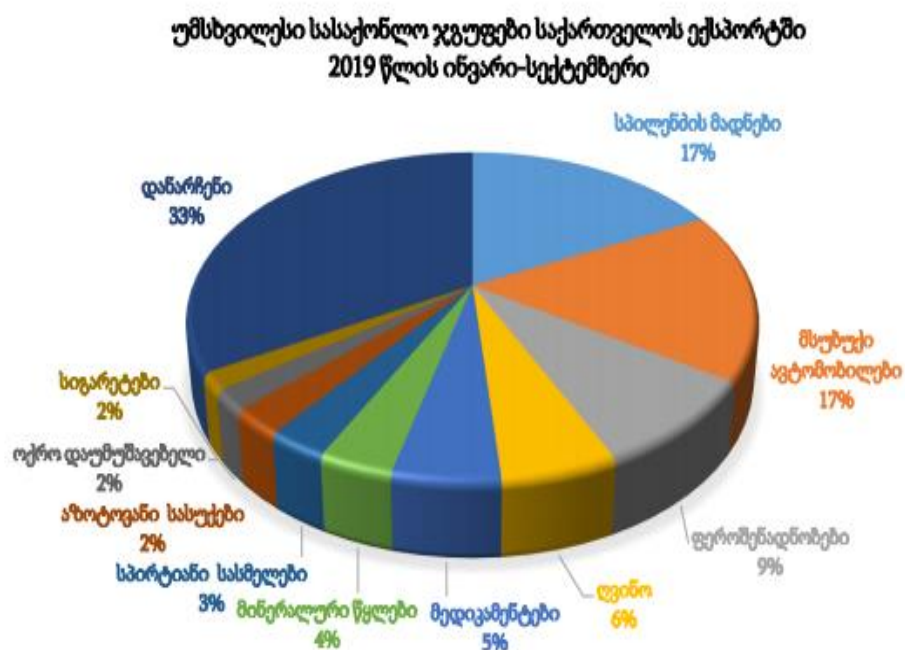
2019 წლის იანვარ-ნოემბერში საქართველოში მთლიანმა სავაჭრო ბრუნვამ შეადგინა 11 504 მლნ აშშ დოლარი, რაც წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 1,4 პროცენტით მეტია. ექსპორტის ნაწილში შემოსავალმა შეადგინა 3 381.4 მლნ აშშ დოლარი, ხოლო იმპორტმა შეადგინა 8 122.6 მლნ აშშ დოლარი. მთლიან სავაჭრო ბრუნვაში იმპორტის წილი საკმაოდ მაღალია და ის 70,6 პროცენტს წარმოადგენს.

2019 წლის იანვარ-ნოემბერში საქართველოდან ექსპორტი განხორციელდა 123 ქვეყანაში, რომელთაგან ყველაზე დიდი ხვედრითი წილით წარმოდგენილნი არიან: რუსეთი 22,2 %; აზერბაიჯანი 13,2%; სომხეთი 10,5 %; ბულგარეთი 7,6%; უკრაინა 6,6%.

რაც შეეხება იმპორტის ნაწილს, საქართველოში იმპორტი განხორციელდა 127 ქვეყნიდან, რომელთა შორის ხვედრითი წილით ლიდერობენ: თურქეთი 17,8%; რუსეთი 10,7%; ჩინეთი 9,7%; აზერბაიჯანი 6,0%; გერმანია 4,8%.

საინტერესოა იმ უმსხვილესი სასაქონლო ჯგუფების ნუსხა, რომელსაც მოწინავე პოზიციები უჭირავთ ექსპორტში.

ცხრილი 3: უმსხვილესი სასაქონლო ჯგუფები საქართველოს ექსპორტში.



4

2019 წლის საქსტატის მონაცემების მიხედვით, იანვარ-ნოემბერში ჯამში განხორციელდა 3,4 მლრდ აშშ დოლარის ღირებულების ექსპორტი. ქვემოთ წარმოდგენილია ის 10 ძირითადი პროდუქტი, რომელთა ხვედრითი წილიც ყველაზე მაღალია მთლიან ექსპორტში.

- ❑ სპილენძის მადნები და კონცენტრატები- (წილი მთლიან ექსპორტში-17,8%)
- ❑ მსუბუქი ავტომობილები (წილი მთლიან ექსპორტში 17,6%)
- ❑ ფეროშენადნობები- (მისი წილი 7,7%)
- ❑ ნატურალური ღვინოები- 6,0%

4. ⁴ <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti> - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.

- ❑ სამკურნალო საშუალებები-4,7%
- ❑ მინერალური წყლები-3,7 %
- ❑ ეთილის სპირტი და სპირტიანი სასმელები- 3,4 %
- ❑ სასუქები მინერალური, ქიმიური და აზოტოვანი-2,5%
- ❑ ოქრო დაუმუშავებელი და ნახევრადამუშავებული-2,0%
- ❑ თხილი და სხვა კაკალი-1,7%

რაც შეეხება იმპორტის ნაწილს, 2019 წლის საქსტატის მონაცემების მიხედვით, იანვარ-ნოემბერში ჯამში განხორციელდა 8,1 მლრდ აშშ დოლარის ღირებულების იმპორტი. ქვემოთ წარმოდგენილია ის 10 ძირითადი პროდუქტი, რომელთა ხვედრითი წილიც ყველაზე მაღალია მთლიან იმპორტში. ესენია:

- ❑ ნავთობი და ნავთობპროდუქტები- (წილი მთლიან იმპორტში არის 8,4%)
- ❑ მსუბუქი ავტომობილები-წილი მთლიან იმპორტში-7,1%
- ❑ სპილენძის მადნები-6,7%
- ❑ სამკურნალო საშუალებები- 3,9%
- ❑ ნავთობის აირები და აირისებული ნახშირწყალბადები-3,5%
- ❑ სატელეფონო აპარატები, ფიჭური ქსელებისთვის ან სხვა უსადენო ქსელებისთვის განკუთვნილი-2,2%
- ❑ ხორბალი-1,1%
- ❑ სიგარები, სიგარილები და სიგარეტები თამბაქოს ან მისი შემცველებისაგან
- ❑ რეზინის პნევმატური სალტეები და საბურავები -1,0%
- ❑ გამომთვლელი მანქანები და მათი ბლოკები- 0,8%

მაშინ, როდესაც განვიხილავთ რეექსპორტის სასაქონლო სტრუქტურას, აუცილებლად უნდა ვახსენოთ რეექსპორტიც, რომელიც საკმაოდ მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ქვეყნის სავაჭრო ბრუნვაში. რეექსპორტის წილი მთლიან ექსპორტში არის 37,5% და არსებულ რეექსპორტირებულ პროდუქტებს შორის მაღალი ხვედრითი წილით გამოირჩევიან სპილენძის მადნები და კონცენტრატები და ასევე მსუბუქი ავტომობილები.

2.1. საქართველოს ექსპორტის განვითარებაში არსებული პრობლემები და მათი დაძლევის გზები

საქართველო, როგორც შავი ზღვის რეგიონისა და აზრეშუმის გზის ერთ-ერთი ცენტრალური ქვეყანა, ცალკეულ ისტორიულ პერიოდებში, მიუხედავად მისი სახელმწიფოებრივი დანაწილებისა, საკმაოდ აქტიურად იყო ჩართული სხვადასხვა ქვეყნებთან სავაჭრო-ეკონომიკურ ურთიერთობებში და როგორც დამოუკიდებელ და ცივილიზებულ ქვეყანას, თავისი წვლილი შეჰქონდა ტერიტორიულად განცალკევებულ სახელმწიფოებს შორის სავაჭრო-ეკონომიკური კავშირების დამყარება-განვითარების საქმეში.

სახელმწიფოში წარმოების განვითარების ერთ-ერთი ყველაზე მთავარი ხელშემწყობი ფაქტორი ექსპორტია, სწორედ ამიტომ სახელმწიფოს ინტერესის სფეროს წარმოადგენს მისი ზრდა და მაქსიმალურად ცდილობს ხელი შეუწყოს მის განვითარებას. მიუხედავად იმისა, რომ ექსპორტის სტიმულირებისთვის სახელმწიფო მნიშვნელოვან თანხებს ხარჯავს, მისი შედეგი მაინც სასურველია. წარმოებისა და დასაქმების ზრდასთან ერთად ვითარდება ეკონომიკა, იზრდება საგარეო ვაჭრობისგან მიღებული შემოსავლები და აგრეთვე სხვადასხვა საგადასახადო შენატანები. ექსპორტის სახელმწიფო სტიმულირების მექანიზმები მრავალფეროვანია და სხვადასხვა ფორმებით ხორციელდება.

მიუხედავად იმ მზარდი ტენდენციებისა და მნიშვნელოვანი პროგრესისა რასაც საქართველომ მიაღწია ექსპორტის განვითარების ჭრილში, პროდუქციის სარეალიზაციო ბაზრების მოძიებასა და დივერსიფიკაციაში, რომელზეც საქართველოს საგარეო ვაჭრობის მიმოხილვა მოწმობს, ჯერ კიდევ მრავალი პრობლემა იკვეთება. შედეგების გაუმჯობესების მიზნით, საჭიროა მკვეთრად გაფართოვდეს საექსპორტო პორტფელი, რაც პირდაპირპროპორციულად გამოიწვევს ქვეყანაში ეკონომიკური ზრდის სტიმულირებას და შედეგად შემცირდება ქვეყნის უარყოფითი სავაჭრო სალდო. პრობლემების აღმოფხვრისათვის აუცილებელია პირველ რიგში გავიაზროთ მათი არსი, გავანალიზოთ ის გარემოებები რაც გავლენას ახდენს და ხელს უშლის ექსპორტის ზრდას და შემდგომ დავეგეგმოთ შესაბამისი ღონისძიებები.

ქვემოთ ჩამოთვლილია ის ძირითადი შემაფერხებელი ფაქტორები, რაც უარყოფით გავლენას ახდენს ექსპორტის განვითარებაზე. ესენია:

- ❑ პროდუქციის დაბალი ხარისხი და არაერთგვაროვნება.
- ❑ მიწის ფრაგმენტაცია
- ❑ განათლებაზე შეზღუდული წვდომა
- ❑ საბრუნავი საშუალებების სიმცირე
- ❑ ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის პრობლემა
- ❑ მოუწესრიგებელი ინფრასტრუქტურა და ლოჯისტიკა
- ❑ მწირი ინფორმაცია ეროპის ბაზრების შესახებ.
- ❑ ქართული პროდუქტის შესახებ დაბალი ცნობადობა ევროპის ბაზრებზე.

საქართველოს, როგორც აგრარულ ქვეყანას ექსპორტის განხორციელების კუთხით ნამდვილად დიდი პერსპექტივები გააჩნია როგორც ევროკავშირის ასევე სხვა ქვეყნების ბაზარზე. თანამედროვე ეტაპზე საქართველო ახორციელებს ძირითადად შემდეგი სასოფლო სამეურნეო პროდუქციის ექსპორტს, ეს არის: ღვინო, კაკალი, კივი, ბროწეული, დაფნა, კურკოვანი კულტურები, თხილი, მწვანილი, ჩაი, თაფლი, მატყლი, მინერალური წყლები, მაგრამ მათი მოცულობების ზრდა ღვინის, მინერალური წყლებისა და თხილის გარდა მიმდინარეობს დაბალი ტემპებით რასაც მრავალი შემაფერხებელი ფაქტორი გააჩნია. შემაფერხებელ ფაქტორებს შორის უნდა აღინიშნოს:

- ❑ დაბალი პროდუქციის ხარისხი - ევროკავშირი ხარისხთან დაკავშირებით მაღალ სტანდარტებს აწესებს, რასაც ქართული პროდუქცია ხშირ შემთხვევაში ვერ აკმაყოფილებს.
- ❑ შეფუთვა/დახარისხება- ევროპის ბაზარზე პროდუქციის გასატანად მეწარმეები უმეტესწილად თავად აფასობენ, ახარისხებენ და აწყობენ ყუთებში. ქვეყანაში რეალურად არ არის ისეთი საწარმოები, სადაც პროდუქტი შეიფუთება და საერთაშორისო ბაზარზე გასატანად სასურველ სარეალიზაციო სახეს მიიღებს.
- ❑ ლოჯისტიკა - მცირე და საშუალო მეწარმეებს პროდუქციის გადაადგილების კუთხით ექმნებათ სერიოზული პრობლემები

- ❑ თანამედროვე ტექნოლოგიების სიმცირე და ასევე მათ მიმართ ცოდნის ნაკლებობა.
- ❑ საექსპორტო ბაზრების შესახებ ინფორმაციის სიმწირე.
- ❑ მარკეტინგი - ქვეყნის მიერ წარმოებული პროდუქციის ცნობადობის ნაკლებობა მსოფლიო დონეზე.

ზემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორებიდან გამომდინარე იკვეთება ის აზრი, რომ მთავარი შემაფერხებელი ფაქტორები და კრიტიკულად მძიმე საკითხები საექსპორტო პოტენციალის განვითარების გზაზე არის პროდუქციის ხარისხი, მოძველებური დანადგარები და თანამედროვეობასთან შეუსაბამო ტექნოლოგიები, ასევე შემაფერხებელი ფაქტორია გამოუცდელიობა თანამედროვე მენეჯმენტში, მართვა მოძველებული მიდგომებით და არსებული საერთაშორისო ტენდენციების არასაკმარისად ცოდნა. ეს ყველა ფაქტორი როგორც ერთად ასევე ცალკ-ცალკე მნიშვნელოვნად აფერხებს მაღალხარისხიანი და მოთხოვნებზე მორგებული პროდუქციის წარმოებას.

აღნიშნული ანალიზის საფუძველზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ექსპორტის განვითარებისთვის შემაფერხებელი ფაქტორების აღმოფხვრა და პროდუქციისა თუ მომსახურების საერთაშორისო ბაზარზე გატანა დიდ ძალისხმევას და მთელ რიგ კომპლექსურ მუშაობას მოითხოვს, რაშიც უნდა ჩაერთონ როგორც სახელმწიფო ორგანოები, ასევე კერძო სექტორიც. მნიშვნელოვანია როგორც ცენტრალური ხელისუფლების, ასევე ადგილობრივი თვითმართველობის ხელშეწყობა და სტიმულირება ექსპორტის განვითარებაში. რაც შეეხება იმ ღონისძიებებს, რომლებიც უნდა დაიგეგმოს მიზნის მისაღწევად დამოკიდებულია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონეზე, ქვეყანაში არსებულ მიდგომებზე, ტრადიციებზე და ამა თუ იმ დარგის განვითარების ტენდენციებზე.

მაშასადამე, იმ ორგანიზაციულ-ეკონომიკური საკითხების მთელი ნაკრების ფორმულირება, რომელიც დიდ გავლენას ახდენს და მაქსიმალურად ხელს უწყობს ქვეყნის საექსპორტო შესაძლებლობების განვითარებას, წარმოადგენს მეტად მნიშვნელოვანს და აქტუალურს.

არსებული საკითხები დაეხმარება ქვეყანას იმაში, რომ გადაჭრას ბევრი ისეთი ამოცანა, რომელიც მსოფლიო ბაზარზე ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ზრდასთან არის დაკავშირებული. ეს ყველაფერი კი თავის მხრივ მყარ საფუძველს შეუქმნის ეკონომიკის გაჯანსაღებას და საზოგადოების დაბალანსებულ განვითარებას.

თავი 3: ლიდერი საექსპორტო კომპანიებისა და პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები.

3.1 ქართული თხილის ბაზარი, შეფასება და პერსპექტივები.

საქართველოში არსებობს რამდენიმე გამორჩეული დარგი, სადაც ექსპორტის განვითარების ტენდენციები საკმაოდ მაღალია, მათ შორის ერთ-ერთი არის თხილის ბაზარი. თხილი ერთ-ერთი იმ პროდუქტთაგანია, რომელსაც აქვს პოტენციური მსოფლიოს სხვადასხვა ბაზარზე საკუთარი ნიშის დასამკვიდრებლად. ქართული თხილი გამორჩეულია თავისი ბუნებრივი მახასიათებლებით და გემოვნური თვისებებით, რაც განპირობებულია ქვეყნის ნიადაგურ-კლიმატური პირობებიდან გამომდინარე. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს ტერიტორიაზე გავრცელებულია 27 სახეობის თხილი, რაც კიდევ ერთხელ ცხადყოფს იმ ფაქტს, თუ რაოდენ მრავალფეროვანი და შესაძლებლობებით სავსეა ეს დარგი.

მოცემულ თავში მინდა მოკლედ განვიხილოთ საქართველოში თხილის წარმოებისა და ექსპორტის დინამიკა, გავაანალიზოთ ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზრებზე, კონკრეტულად ევროკავშირის, დსთ-ს და აზიის ქვეყნებში როგორია თხილის ბაზრის საექსპორტო მდგომარეობა და ზოგადად რა ტენდენციებით ხასიათდება იგი. ასევე სვოტ ანალიზის ფორმატის შესაბამისად გამოვავლინოთ უპირატესობები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფთხეები.

თხილი უკვე წლებია, რაც საქართველოს ათ უმსხვილეს საექსპორტო სასაქონლო ჯგუფის შემადგენლობაში შედის, ხოლო თუ მსოფლიო ბაზარს გადავხედავთ, დავინახავთ, რომ თხილის მწარმოებელ ქვეყანათა ხუთეულშია. საქართველოდან თხილის ექსპორტი ძირითადად ხორციელდება შემდეგ ქვეყნებში, ესენია: იტალია, ჩეხეთი, გერმანია, კანადა, რუსეთი, საბერძნეთი, ესპანეთი, ხორვატია, ლატვია, სლოვაკეთი და ა.შ.

იმისათვის, რომ უკეთ დავინახოთ თხილის ბაზრის არსებული სურათი, საჭიროა გადავხედოთ წლების დინამიკას, რომელიც საკმაოდ დიდი ცვალებადობით ხასიათდება. 2012 წლის მონაცემებით თხილის მწარმოებელ ქვეყანათა რეიტინგში

საქართველო თურქეთის, იტალიის, აშშ-ს და აზერბაიჯანის შემდგომ ადგილს იკავებდა. 2013 წელს კი ერთი ნაბიჯით დაწინაურდა და მეოთხე ადგილას გადავიდა. ამავე წლის მონაცემებით თხილის მსოფლიო ექსპორტის 66% თურქეთზე მოდიოდა, 11% საქართველოზე, იტალიაზე 7%, ხოლო დანარჩენი 16% სხვა ქვეყნებზე.

2013-2014 წლებში საქართველოში თხილის წარმოება დაახლოებით 40 ათას ტონას შედგენდა, ეს კი მაშინ როცა წინა წლებში საშუალო წარმოება იყო 25 ათასი ტონა.

2014 წელს თხილის ფასი მსოფლიო ბაზარზე საკმაოდ გაზრდილი იყო, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველო ექსპორტის კუთხით ამ დარგში ერთ-ერთი მოწინავეა, ის თხილის საბაზრო ფასის ფორმირებაზე გავლენას მაინც ვერ ახდენდა. თხილის ფასს ბაზრის მთავარი მოთამაშე თურქეთი განსაზღვრავს, რომლის ექსპორტიც როგორც ზემოთ აღვნიშნე მოცემულ წლებში დაახლოებით 66% იყო. ფასის ზრდის მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორი თურქეთში განვითარებული მძიმე ბუნებრივი პირობები აღმოჩნდა, რამაც საკმაოდ დააზარალა მოსავალი და რა თქმა უნდა, შედეგი აისახა ექსპორტის მაჩვენებელზე.

შეიძლება ითქვას, რომ 2015-2016 წლებიც განვითარების იგივე დინამიკით მიმდინარეობდა. 2015 წელს თხილის ექსპორტი საგრძნობლად გაიზარდა ევროკავშირის ბაზარზე და მიღებულმა შემოსავალმა 184 ათასი დოლარი შეადგინა. 2016 წლის მონაცემებით, ქვეყნის საქონლის მთლიან ექსპორტში თხილი 8,5%-ს იკავებდა რითაც გადააჭარბა ღვინის ექსპორტსაც (5,8%). ამავე წელს გადაიდგა მნიშვნელოვანი ნაბიჯი, თხილის გულზე მოიხსნა დამატებული ღირებულების გადასახადი, რითაც გაიზარდა დარგის განვითარების შესაძლებლობა და მეწარმეებს მიეცათ მეტი მოტივაცია ბიზნესის გასახორციელებლად.

მომდევნო წლები მძიმე აღმოჩნდა მოცემული დარგისთვის. 2017 წელს საგრძნობლად დაეცა ქართული თხილის საექსპორტო პოტენციალი, კერძოდ ის 8,5%-დან 3,1 %-მდე შემცირდა. ექსპორტიდან მიღებული შემოსავალი 17 მილიონ დოლარს შეადგენდა, მაშინ, როდესაც წინა წელს შემოსავალი 32 მილიონი დოლარი იყო. ასეთი მკაფიო ვარდნის გამომწვევი მიზეზი და პრობლემის საწყისი აღმოჩნდა მოსავლის გაფუჭება, რაც აზიიდან შემოსულმა მწერმა „ ფაროსანამ“ გამოიწვია.

სახელმწიფომ შეიმუშავა პრევენციული ღონისძიებების მთელი პროგრამა და წლების განმავლობაში ინტენსიურად მიმდინარეობდა ფაროსანას წინააღმდეგ ბრძოლა. ხორციელდებოდა შეწამვლითი სამუშაოები, მიმდინარეობდა აქტიური კამპანია სატელევიზიო რეკლამების მეშვეობით და რაც მთავარია ინფორმაციული კუთხით ფერმერებს და გლეხებს უწევდნენ კონსულტაციებს თუ როგორ ებრძოლათ მავნებლების წინააღმდეგ ეფექტურად. ამ პროცესებმა და ნაყოფიერმა შრომამ გამოიღო შედეგი და 2018-2019 წლისთვის უკვე ქართული თხილის მდგომარეობა საგრძნობლად გაუმჯობესდა.

2019 წლის 11 თვის განმავლობაში ქართული თხილი ექსპორტზე გავიდა მსოფლიოს 30-ზე მეტ ქვეყანაში და მისი რეალიზაციიდან მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 54.755 მლნ დოლარი.

საქსტატის ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, ქართული თხილის ტოპ 10 ექსპორტიორ ქვეყნებს შორის პირველ სამ ადგილზე პოზიციონირებენ გერმანია, იტალია და ჩინეთი. მოცემულ ქვეყნებში ექსპორტირებულია როგორც ნაჭუჭგაცვლილი, ასევე ნაჭუჭგაუცვლელი თხილი.

საექსპორტო ქვეყნების ტოპ ხუთეული გამოიყურება შემდეგნაირად:

- ❑ გერმანია- ექსპორტირებული ხმელი ნაჭუჭგაცვლილი თხილის მოხულობამ შეადგინა 1 780 ტონა, რომელმაც ქვეყანას მოუტანა 9,9 მლნ დოლარზე მეტი ღირებულების შემოსავალი.
- ❑ იტალია- რეალიზდა 1 627 ტონა თხილი, მიღებული შემოსავალი 9,7 მლნ აშშ დოლარი.
- ❑ ჩინეთი- ექსპორტზე გავიდა 931 ტონაზე მეტი ნაჭუჭგაუცვლელი თხილი, რომლის ღირებულებამ შეადგინა 2,7 მლნ აშშ დოლარი, ხოლო ნაჭუჭგაცვლილი თხილის მოცულობა იყო დაახლოებით 90 ტონა და მისი ღირებულება შეადგენდა 525 400 აშშ დოლარს.
- ❑ რუსეთი- რეალიზდა 637 ტონა თხილი, მიღებული შემოსავალი- 3,4 მლნ აშშ დოლარზე მეტი.

- ❑ ჩეხეთი- ექსპორტზე გავიდა 616 ტონა ქართული თხილი და მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 3,4 მლნ აშშ დოლარზე მეტი.

ასევე ქართული თხილი, როგორც ნაწუჭგაცვლილი, ასევე გაუცვლელიც ექსპორტირდება შემდეგი ქვეყნების ბაზრებზე, ესენია: საფრანგეთი, ესპანეთი, პოლონეთი, ბელარუსი, ლატვია, კანადა, მექსიკა, შვეიცარია, ბრაზილია, სომხეთი და ა.შ.

თუ განვიხილავთ ქართული თხილის ღირებულებით ჯაჭვს და იმას თუ როგორი დამოკიდებულება და მოხმარებაა მსოფლიო ბაზარზე, ნათლად დავინახავთ, რომ მომხმარებელთა 70% არის ევროპელი, 30%-აზიელი და 10%-სხვა მომხმარებელი. იდეაში ეს მონაცემები ცხადყოფს იმას, რომ ქართული თხილისთვის ევროპული ბაზარი არის ყველაზე პრიორიტეტული ბაზარი, ამიტომ უნდა მოხდეს მაქსიმალური კონცენტრაცია და შესაბამისი პოლიტიკის მეშვეობით შესაძლებლობების უფრო მეტად გაფართოება.

2020 წელი საკმაოდ მძიმე აღმოჩნდა მთელი მსოფლიოსთვის. კორონავირუსის პანდემიამ გლობალური ეკონომიკის ნაწილობრივი შეჩერება გამოიწვია, ქვეყნებმა განიცადეს მილიარდობით ზარალი. შემცირდა წარმოება, საგარეო ვაჭრობა, ექსპორტი, იმპორტი. საქართველომ, როგორც გლობალური სამყაროს ნაწილმა, მიმდინარე პროცესების ნეგატიური ეფექტი მტკივნეულად გადაიტანა, ჯერ კიდევ დიდი დრო სჭირდება ქვეყანას კრიზისიდან გამოსასვლელად. მიმდინარეობს სხვადასხვა ღონისძიებები, რათა მინიმუმ ძველ ნიშნულს დაუბრუნდეს ეკონომიკური მდგომარეობა. პანდემიამ მნიშვნელოვნად შეამცირა საქართველოდან ექსპორტი, თუმცა თხილი ერთ-ერთი ის პროდუქტი აღმოჩნდა, რომლის ექსპორტიც, მიუხედავად მსოფლიო ლოკდაუნისა, 2020 წლის იანვარ-აპრილში გაიზარდა. 4 თვის განმავლობაში ქვეყნიდან 14 131 მლნ დოლარის ღირებულების 2 142 ტონა თხილი გავიდა. ეს მონაცემები კი 2019 წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით თანხობრივად 26,5 %ით მეტია. 2020 წლის საქსტატის მონაცემებით, საქართველოდან ძირითადად გადის ნაწუჭგაცვლილი თხილი. ექსპორტიორ ქვეყნებს შორის პირველ ადგილზე გერმანიაა, სადაც წელს გავიდა 551, 6 ტონა თხილი.

თხილის მთავარი მომხმარებელი ევროპაა, თუმცა ბოლო პერიოდში ამ კუთხით ჩინეთმაც დაიწყო აქტიურობა, რაც ქმნის კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი სარეალიზაციო ბაზრის პერსპექტივას. ჩინეთის ბაზრის ათვისება და თავის დამკვიდრება ნამდვილად დიდი წინ გადადგმული ნაბიჯი იქნება, ქვეყანა შეძლებს გაზარდოს ექსპორტის პროცენტული წილი მსოფლიო მასშტაბით და კონკურენცია გაუწიოს ისეთ ქვეყნებს როგორცაა თურქეთი, იტალია, აზერბაიჯანი და აშშ. თხილის ექსპორტიორთა ასოციაციის მიერ გაკეთებული წინასწარი ანალიზით მომდევნო წლებში აქტიურად იგეგმება ამ კუთხით შესაბამისი ღონისძიებების დაგეგმვა და ჩინეთში ექსპორტის გააქტიურება.

არსებულ ინფორმაციაზე, სტატისტიკაზე და დინამიკაზე დაყრდნობით შესაძლებელია იმის თქმა, რომ საქართველოს აგროსექტორში ერთ-ერთი ყველაზე პერსპექტიული დარგი არის თხილის წარმოება. იგი კონკურენტუნარიანია, რადგან ქვეყანაში არის მისი განვითარებისათვის შესაბამისი ბუნებრივი პირობები, მას აქვს შესაძლებლობების ფართო სპექტრი. საქართველო უკვე ფლობს მსოფლიო ბაზარზე შესაბამის ნიშას, ამიტომ არსებულ სიტუაციაში მიზანშეწონილია უპირატესობების შენარჩუნება და განმტკიცება.

მიუხედავად არსებული წინსვლისა, დარგში პრობლემები საკმაოდ ბევრია. პირველ რიგში აუცილებელია მოხდეს რესურსების მაქსიმალური გამოყენება, ქვეყანაში არსებული ვარგისიანი და ამორტიზებული მიწის ათვისება, დამუშავება, რითაც გაიზრდება წარმოება და შესაძლებელი იქნება მეტი პროდუქტის გატანა საზღვრებს გარეთ. სახელმწიფომ უნდა შეიმუშაოს შესაბამისი პოლიტიკა, რითიც მოხდება ბიზნესის სტიმულირება, თხილის გადამამუშავებელი საწარმოების მხარდაჭერა და ინვესტიციების ჩადება.

ასევე ერთ-ერთი მთავარი პრობლემა და დაბრკოლება განვითარების გზაზე არის თხილის ხარისხი. როგორც ვიცით ევროპული ბაზარი საკმაოდ მაღალ სტანდარტებს აწესებს ამ კუთხით და საჭიროა ბაზრისთვის შესაბამისი დონის პროდუქტის მიწოდება. თხილის ხარისხი აუცილებლად უნდა გაკონტროლდეს როგორც უვნებლობის, ასევე ხარისხობრივი პარამეტრებით.

მაშასადამე, თხილის მსოფლიო ბაზრის ზრდის ტენდენციები, ქართული თხილის კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები, წარმოების პროდუქტიულობის და მასშტაბების გაფართოების შესაძლებლობები ქმნის საფუძველს ქართული თხილის საექსპორტო პოტენციალის გაზრდის, რითაც ის შეძლებს აითვისოს ევროკავშირის, დსთ-ს და აზიის ბაზრები.

3.2 მინერალური წყლების ბაზარი.

მინერალური წყლების ბაზარი თანამედროვე ეტაპზე საკმაოდ მზარდი ბაზარია, განსაკუთრებით მაშინ, როცა ბევრ ქვეყანას ექმნება წყლის დეფიციტი, მწვავდება პრობლემა და საჭირო ხდება მისი გადაწყვეტა. საქართველო არის ის ერთ-ერთი უდიდესი პოტენციალის მქონე ქვეყანა, რომელსაც აქვს შესაძლებლობა გახდეს მინერალური წყლების მთავარი მომწოდებელი მსოფლიო მაშტაბით. იმისათვის, რომ ქვეყანა კონკურენტუნარიანი იყოს მოცემულ დარგში საჭიროა პროდუქციისა და მომსახურების ბაზრის განვითარება, ხარისხის გაუმჯობესება, ახალი ტექნოლოგიების დანერგვა, ინოვაციური იდეების გენერირება, კონკურენტული ფასების დაწესება, გარკვეული საშეღავათო ტარიფების დამკვიდრება, ბიზნესის მხარდაჭერა და ა. შ.

მსოფლიოში არსებული ფონიდან გამომდინარე, აუცილებელია აღნიშნული პროდუქტის ბაზრის შეფასება, მისი განვითარების ტენდენციების დადგენა, სწორედ ამიტომ მოცემულ თავში მინდა განვიხილო ქართული მინერალური წყლის ბაზარი, მისი ექსპორტის დინამიკა ევროკავშირის, დსთ-ს და სხვა ქვეყნების მიმართებაში და მიმოვიხილო ქართული მინერალური წყლების ყველაზე წარმატებული კომპანიების საექსპორტო საქმიანობა.

საქართველოში მინერალური წყლები გამოირჩევა თავისი ბუნებრივი მახასიათებლებით, მაღალი ფიზიოლოგიური აქტივობით, რითიც მან დაიმკვიდრა საკუთარი ნიშა მსოფლიო ბაზარზე და შესაბამისად მინერალური წყლების ექსპორტი წლების განმავლობაში ზრდის ტენდენციით ხასიათდება. საქართველოში წყლის რესურსების თითქმის 30 % არის უმაღლესი ხარისხის სასმელი წყალი, რაც რეალურად იმდენად დიდ შესაძლებლობებთან ასოცირდება, რომ ჩვენს ქვეყანას შეუძლია დააკმაყოფილოს მსოფლიოს დიდი ნაწილი. მრავალი წელია ძირითადი ორიენტირი გვაქვს დსთ-ს ქვეყნებზე, სადაც ქართული მინერალური წყლების მიმართ მოთხოვნა ყველაზე დიდია, თუმცა ევროპის ბაზარზეც აქტიურად ხდება პროდუქტის გატანა და პოპულარიზაცია.

იმისათვის, რომ ნათლად დავინახოთ ქართული მინერალური წყლის ექსპორტის დინამიკა და განვითარების ტენდენციები, ამისათვის გავაკეთოთ შედარებითი

ანალიზი წლების მიხედვით როგორც ევროკავშირის ასევე დსთ-ს ბაზრებთან მიმართებაში.

ცხრილი 4 : ექსპორტის დინამიკა საქართველო-ევროკავშირის შორის 2016-2019 წლები.

წლები	ბრუნვა (მლნ)	ზრდის ტემპი
2016	12,2	+14%
2017	13,2	+8%
2018	16,2	+23%
2019	12,1	-2%

2016 წელს ევროკავშირის ქვეყნებში საქართველოდან განხორციელებული ექსპორტიდან მიღებული შემოსავალი შეადგენდა 12, 2 მლნ აშშ დოლარს, რომელიც 14 %-ით და 1,5 მლნ აშშ დოლარით მეტი იყო 2015 წლის შემოსავალთან შედარებით. აღსანიშნავია, რომ ექსპორტის ფაქტობრივად 97 % განხორციელდა ლიტვაში და ეს მონაცემები 13%-ით აღემატება გასული წლის მონაცემებს.

2017 წელს ევროკავშირის ქვეყნებში საქართველოდან განხორციელებული თხილის ექსპორტიდან მიღებული შემოსავალი შეადგენდა 13,2 მლნ აშშ დოლარს, რომელიც 8%-ით და 1.0 მლნ აშშ დოლარით მეტი იყო წინა წლის მონაცემებთან. აღნიშნულ წელს ექსპორტის 96% განხორციელდა ლიტვაში, 1% ლატვიაში, ხოლო 1% გაერთიანებულ სამეფოში.

2018 წელს 23%-ით და 3.0 მლნ აშშ დოლარით გაიზარდა თხილის ექსპორტი ევროკავშირის მიმართულებით და მისგან მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 16,2 მლნ აშშ დოლარი. ძირითადი ექსპორტი ისევ ხორციელდება ლიტვაში, გაერთიანებულ სამეფოში და ბულგარეთში.

რაც შეეხება 2019 წელს, 2018 წელთან შედრებით ევროკავშირის მიმართულებით მინერალური წყლის ექსპორტი შემცირდა 2%-ით და მისგან მიღებული შემოსავალი იყო დაახლოებით 12,1 მლნ აშშ დოლარი. ძირითადი სარეალიზაციო ბაზარი ისევ წლების გასვლის მიუხედავად ლიეტუვა აღმოჩნდა.

მიუხედავად არსებული ზრდის ტენდენციებისა ევროკავშირის ბაზარზე, მაინც თამამად შეიძლება ითქვას, რომ მინერალური წყლების ძირითად სარეალიზაციო არხად წლების განმავლობაში რჩება დსთ-ს ქვეყნები.

ცხრილი 5: ექსპორტის დინამიკა საქართველო-დსთ-ს შორის 2016-2019 წლები.

წლები	ბრუნვა (მლნ)	ზრდის ტემპი
2016	65,1	-5%
2017	79,7	+22%
2018	91,1 მლნ	+14%
2019	83,3	+28%

2016 წელს საქართველოდან დსთ-ს ქვეყნების მიმართულებით განხორციელებულმა მინერალური წყლების ექსპორტმა შეადგინა 65.1 აშშ დოლარი. ძირითადი ექსპორტი ხორციელდებოდა რუსეთში, მთლიანი წილის 44%, ასევე უკრაინაში 17%, ლიტვაში 15%, ყაზახეთი 8%, ბელარუსში 7%.

2017 წლის საქსტატის მონაცემებით საქართველოდან დსთ-ს ქვეყნების მიმართულებით განხორციელებულმა მინერალური წყლის ექსპორტმა შეადგინა 79.7 მლნ აშშ დოლარი, რომელიც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 22%-ით მეტია. ძირითადი ექსპორტი განხორციელდა რუსეთში, უკრაინაში, ბელარუსიაში, ყაზახეთში. წინა წელთან შედარებით 29%-ით გაიზარდა ექსპორტი რუსეთში, უკრაინაში 20%-ით და ბელარუსიაში 41%-ით.

2018 წელს შეინიშნებოდა დიდი წინსვლა, მინერალური წყლის ექსპორტმა 14%-ით მოიმატა წინა წელთან შედარებით და მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 91.1 მლნ აშშ დოლარი. ლიდერ ექსპორტიორ ქვეყნებად ისევ რუსეთი, ბელარუსია და ყაზახეთი რჩებოდა.

რაც შეეხება 2019 წელს საქართველოდან დსთ-ს ქვეყნების მიმართ განხორციელებულმა მინერალური წყლის ექსპორტმა შეადგინა 83.3 მლნ დოლარი, რითაც ჩამორჩებოდა წინა წლის შედეგს. რუსეთი კი პირველობას არ კარგავდა, ძირითადი ნაწილი ექსპორტისა ისევ სწორედ რუსეთში ხორციელდებოდა.

2019 წლის საერთო ანალიზის საფუძველზე, საქართველოდან მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში ექსპორტზე 133.6 მლნ დოლარის ღირებულების მინერალური და გაზიანი წყლების ექსპორტი განხორციელდა, ხოლო 935.3 ათასი დოლარის 2.1 მლნ ლიტრი მტკნარი წყლები გავიდა.

„ უმსხვილესი საექსპორტო ბაზარი მინერალური წყლებისთვის უკვე წლებია არის რუსეთი, ხოლო ტოპ ხუთეული გამოიყურება შემდეგნაირად.

- ❑ რუსეთი- მინერალური და გაზიანი წყლები-60.0 მლნ დოლარი, მტკნარი წყლები- 591.0 ათასი დოლარი
- ❑ უკრაინა- მინერალური და გაზიანი წყლები-23.2 მლნ დოლარი; მტკნარი წყლები- 100.1 ათასი დოლარი
- ❑ ლიეტუვა-მინერალური და გაზიანი წყლები-15.0მლნ დოლარი; მტკნარი წყლები- 79.3 ათასი დოლარი
- ❑ ყაზახეთი-მინერალური და გაზიანი წყლები-14.2 მლნ დოლარი; მტკნარი წყლები-8.9 ათასი დოლარი.

- ❑ ბელარუსი-მინერალური და გაზიანი წყლები-9.9 მლნ დოლარი; მტკნარი წყლები- 57.9 ათასი დოლარი. ⁵

შემდგომ პოზიციებს ინაწილებენ აზერბაიჯანი, ისრაელი, მოლდოვა. გარდა ამისა ექსპორტი ასევე ხორციელდება: სომხეთში, ტაჯიკეთში, კანადაში, თურქმენეთში, თურქეთში, საბერძნეთში, გაერთიანებულ სამეფოში, ლატვიაში და ა.შ.

2020 წლის პანდემიის პირობებში, იანვარ-აპრილის ანალიზის საფუძველზე შეინიშნება მინერალური წყლების ექსპორტის კლება, რადგანაც შეფერხდა საგარეო ვაჭრობა, შეფერხდა წარმოების პროცესები და ასევე შემცირდა მოთხოვნა მსოფლიო ბაზარზე.

მნიშვნელოვანი ფაქტია, რომ საქართველოში მოიპოვება 730-ზე მეტი სახეობის მინერალური წყალი, როგორც სამრეწველო ასევე ბალნეოლოგიური მიზნით, თუმცა მხოლოდ რამდენიმე მათგანია შესწავლილი, ათვისებული და ბიზნესად ქცეული. საქართველოში მინერალური წყლების რამდენიმე ლიდერი ექსპორტიორი კომპანიაა გამოკვეთილი. ესენია: ბორჯომი, ნაბელავი, ლიკანი, საირმე, მიტარბი, ბაკურიანი და სხვა.

ბორჯომი არის ერთ-ერთი ლიდერი კომპანია ქართული მინერალური წყლების ბაზარზე, რომელსაც საუკუნოვანი ისტორია აქვს. მისი სახელი მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნების მომხმარებელში პირდაპირ ასოციაციას იწვევს საქართველოს მიმართ და რეალურად ის ჩვენი ქვეყნის სავიზიტო ბარათია.

ჯერ კიდევ 1816 წელს ბორჯომის ველთან ახლოს ჯარისკაცებმა აღმოაჩინეს ბორჯომის წყალი, რომელიც გამოსაკვლევად გააგზავნეს სანკ-პეტერბურგში. 1850 წელს უკვე ოფიციალურად ადგილობრივმა აფთიაქარმა დაიწყო ბორჯომის წყლის ჩამოსხმა საექსპორტოდ და 1300 ბოთლი წაიღო თბილისში გასაყიდათ. 1890 წლიდან ქალაქში ამუშავდა მინერალური წყლების პირველი ქარხანა, რომლის შემდეგაც ის უწყვეტად მუშაობს. 2011 წლიდან ბორჯომი გადის 40 ქვეყანაში და დსთ-ს ქვეყნებში მინერალური წყლების იმპორტის შეუცვლელი ლიდერია.

5. ⁵ <https://bm.ge/ka/article/reitingi-qartuli-mineraluri-wylebis-top-msoflio-bazrebi/47952> - მინერალური წყლების ბაზარი.

ქართული მინერალური წყლების კომპანია მაქსიმალურად ცდილობენ შისწავლონ მსოფლიო ბაზარი, მათი მოთხოვნები და მომხმარებლებს მიაწოდონ მათ სურვილებზე მორგებული პროდუქცია.

არსებულ ინფორმაციაზე, სტატისტიკაზე და განვითარების ტენდენციებზე დაყრდნობით, შეიძლება ითქვას, რომ თანამედროვე რეალობაში ძნელად თუ მოიძებნება ისეთი ქვეყანა, რომელსაც საქართველოს მსგავსი ეკოლოგიურად სუფთა მინერალური წყლების რესურსი გააჩნია. ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს იმ სფეროების მხარდაჭერისკენ, რომელშიც ქვეყანას გააჩნია კონკურენტული უპირატესობა. მინერალური წყლების ბაზარი კი არსებული მაღალი საექსპორტო პოტენციალისა და სტაბილური ზრდის პერსპექტივების გამო სწორედ ის ინდუსტრიაა, რომელიც ეროვნული ეკონომიკის მთავარი დარგი უნდა გახდეს.

მიუხედავად იმისა, რომ მინერალური წყლების რესურსი საქართველოში უზვადაა და მოპოვებაც საკმაოდ იაფი ჯდება, არსებობს რიგი პრობლემები, რომლებიც აფერხებს და აბრკოლებს ექსპორტის ზრდის ტემპებს:

- ❑ სახელმწიფოს მხრიდან ნაკლები მხარდაჭერა და არაქმედითუნარიანი ნაბიჯები, რომლებიც ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხია.
- ❑ დარგში ინვესტიციების ნაკლებობა, რომელიც დიდი ალბათობით გამოწვეულია მსოფლიო მასშტაბით მისი პოტენციალის ნაკლებად ცნობადობით.
- ❑ მარკეტინგული ღონისძიებების ნაკლებობა, რომელიც აბრკოლებს პოპულარიზაციას საერთაშორისო ბაზარზე.

მაშასადამე, ქართული მინერალური წყლების ბაზარი ერთ-ერთი უმთავრესი და მზარდი მოთხოვნების ბაზარია, მის მსოფლიო ბაზარზე დასამკვიდრებლად კი საჭიროა შეიქმნას განვითარების სწორი სტრატეგია და ტაქტიკა, დაინერგოს უახლესი ტექნოლოგიები, დაცული იქნას წარმოების ყველა სტანდარტი და შეიქმნას ხარისხიანი და იაფი პროდუქტი, რომელიც შეძლებს თქვას ქვეყნის სათქმელი მსოფლიოს ნებისმიერი ქვეყნის ბაზარზე.

3.1 ღვინის ბაზარი.

მეღვინეობა ერთ-ერთი უძველესი ქართული ტრადიციას, რომელიც დღემდე შემორჩენილია. არქეოლოგებმა დაამტკიცეს, რომ ქართული ღვინის წარმოების ისტორია 8000-მდე წელს ითვლის.

საქართველო მისი მრავალფეროვანი ბუნებისა და შესაძლებლობების მიუხედავად, ისეთი ექსკლუზიური და განსაკუთრებული პოტენციალის არ არის, რომ მსოფლიოს ბაზარზე იყოს ძლიერი კონკურენტი და ლიდერული პოზიციები დაიკავოს სხვადასხვა სფეროში, თუმცა ქვეყანას აქვს რამდენიმე გამორჩეული დარგი, სადაც შესაძლებლობების ფართო სპექტრია და განვითარების ტენდენციებიც საკმაოდ მზარდია.

ღვინო ერთ-ერთი იმ პროდუქტთაგანია, რომელიც შეიძლება იქცეს ქვეყნის სავიზიტო ბარათად მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. როგორც ქართველი, ასევე უცხოელი მევენახეები თანხმდებიან იმაზე, რომ ქართული მევენახეობა მსოფლიოში უნიკალურია. პირველ რიგში იმიტომ, რომ საქართველო გვთავაზობს ენდოგენური ყურძნის საოცარ მრავალფეროვნებას. საქართველოში 500-ზე მეტი ენდოგენური ყურძენია გაშენებული, რაც მსოფლიოში ყველა ყურძნის ჯიშის 20%-ს შეადგენს. მეორე მხრივ, საქართველოში არის ცნობილი ღვინის დამზადების ტექნოლოგია ქვევრი, რომელიც რეალურად ჩვენი მთავარი კონკურენტული უპირატესობაა. ნაცვლად ხის კასრების, ლითონის ან ბეტონის კონტეინერებში დუდილისა, როგორც ამას მსოფლიოს სხვა ქვეყნები იყენებენ, ქართველი მეღვინეები მთავარ აქცენტს აკეთებენ თიხის ჭურჭელზე, რომლებიც მიწაშია დამარხული.

XIX საუკუნიდან მოყოლებული, ქართველებმა დაიწყეს ღვინის დამზადება ევროპული დუდილის პრაქტიკის შესაბამისად. პირველი ევროპული სტილის მარანი აშენდა ივანე მუხრანბატონის მიერ, ის იყო ძველი ქართული დინასტიის მუხრანელთა შთამომავალი და გენერალ-იმპერატორი რუსეთის არმიისა. მუხრანბატონმა დააფინანსა ქართული ღვინის წარმოება, რაც შემდგომ გახდა მთელი ინდუსტრიისთვის განვითარების საფუძველი. მან დაიწყო ღვინის წარმოება ევროპული სტილით, მაგრამ მისი ექსპორტი მიმდინარეობდა არა ევროპაში, არამედ რუსეთში. შემოქმედებითი მარკეტინგის

გამოყენებით, მისი ღვინოები მალე გახდა რუსული ზედა კლასების სასურველი არჩევანი და მათი ობიექტური თვისებების გამო, მათ საერთაშორისო აღიარება მოიპოვეს. 1898 წელს, პარიზის ღვინის გამოფენაზე მუხრანბატონის ერთ-ერთმა ღვინომ მოიპოვა უმაღლესი პრიზი.

საბჭოთა პერიოდში დასრულდა მსოფლიო დონის ღვინოების წარმოების მისწრაფება. საქართველო და მოლდოვა იყო საბჭოთა კავშირისთვის ღვინის მთავარი მიმწოდებელი, მაგრამ საბჭოთა კავშირის უმეტეს სამომხმარებლო პროდუქტებთან მიმართებაში ხარისხი გაუარესდა. საბჭოთა მეღვინეები მძიმედ ეყრდნობოდნენ შაქრის დამატებას სიტკბოსა და ალკოჰოლის შემცველობაზე, მაგრამ საბჭოთა მოქალაქეებს არ ჰქონდათ ალტერნატივა, რომლის მიხედვითაც მათ ქართული ღვინის შედარება შეეძლოთ. ქართული ღვინის განსაკუთრებული როლი საბჭოთა კავშირში განმარტავს იმას, თუ რატომ იყო მის მიმართ კვლავ დიდი მოთხოვნილება რუსეთში 1990 წლის შემდეგ, როცა საქართველო გახდა დამოუკიდებელი ქვეყანა. 2006 წლამდე აქტიურად მიმდინარეობდა ღვინის ექსპორტი რუსულ ბაზარზე, თუმცა შემდგომ ქვეყნებს შორის დამაბული პოლიტიკური ვითარების გამო რუსეთმა ქართულ ღვინოს დაუწესა ემბარგო, რითაც უდიდესი ზიანი მიაყენა ღვინის ინდუსტრიას.⁶

ქართული ღვინის ექსპორტის საერთო ღირებულება თითქმის 50% -ით შემცირდა და შემდგომ წლებში კვლავ შემცირების ტენდენციით ხასიათდებოდა. არსებულმა მძიმე პერიოდმა ცხადი გახადა ის ფაქტი, რომ რუსეთი არ არის სანდო ბაზარი და საჭიროა საქართველომ მოახდინოს დივერსიფიკაცია იმ ქვეყნების ჯგუფისა, სადაც ხდება ღვინის რეალიზაცია. ქართული ღვინო შეიძლება გაიყიდოს დსთ-ს სხვა ქვეყნებში, ევროპაში, აშშ-ში, ჩინეთში, სადაც ღვინის მოხმარება წლებთან ერთად იზრდება. რუსეთის აკრძალვამ ქართველი მეღვინეები აიძულა ეზრუნათ ხარისხის ამაღლებაზე, რათა მაქსიმალურად მორგებოდნენ საერთაშორისო სტანდარტებს. ქართული ღვინის ბაზარი თანდათან ვითარდებოდა და ფეხს იკიდებდა მსოფლიო დონეზე და წლებთან ერთად იმატებდა წარმატებებიც. კონკრეტულად:

6. ⁶ <https://www.winesgeorgia.com/>- ქართული ღვინო

- ❑ 2012 წლის ივლისიდან, საქართველომ ევროკავშირში ღვინის გაყიდვის ექსკლუზიური უფლება მიიღო ლოზუნგით ”საქართველო - ღვინის აკვანი”.
- ❑ 2013 წელს იუნესკომ ქვევრები შეიტანა კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიაში.
- ❑ ხოლო 2014 წელს, ღვინის პრესტიჟულ საერთაშორისო კონკურსში და ღვინის საერთაშორისო გამოწვევაში ქართულმა ღვინომ მიიღო ჯილდო.

სახელმწიფოს მხრიდან ბოლო წლებში განხორციელებულმა სწორმა დარგობრივმა პოლიტიკამ მევენახეობა-მეღვინეობა მნიშვნელოვნად გააძლიერა. შეიქმნა ახალი საწარმოები, გაუმჯობესდა ღვინის ხარისხი, ამუშავდა აგრო დაზღვევის სისტემა, რეკორდულ რაოდენობამდე გაიზარდა ღვინის ექსპორტი და საგრძნობლად გაფართოვდა საექსპორტო ბაზრების არეალი.

იმისათვის, რომ ნათლად დავინახოთ ღვინის ბაზრის განვითარების გზა და წლებთან ერთად მოპოვებული წარმატება, გავცნოთ ქართული ღვინის ექსპორტის დინამიკას და მიმდინარე ტენდენციებს, ამისათვის კი გავაკეთოთ შედარებითი ანალიზი წლების მიხედვით როგორც ევროკავშირის ასევე დსთ-ს ბაზრებთან მიმართებაში.

ცხრილი 6 : ექსპორტის დინამიკა საქართველო-ევროკავშირის შორის 2016-2019 წლები.

წლები:	ბრუნვა (მლნ)	ზრდის ტემპი (%)
2016	14,2	+14%
2017	14,9	+5%
2018	18,6	+24%
2019	14,7	+7

2016 წელს საქართველოდან ევროკავშირის მიმართულებით განხორციელებული ქართული ღვინის ექსპორტიდან მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 14,2 მლნ აშშ დოლარი, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 14%-ით, ანუ 1.7 მლნ აშშ დოლარით მეტია. ძირითადი ექსპორტი განხორციელდა: პოლონეთში, ლატვიაში, ესტონეთში, ლიტვაში. ექსპორტი გაიზარდა პოლონეთში (29%-ით და 1.1 მლნ აშშ დოლარით), ესტონეთში (36%-ით და 0,4 მლნ აშშ დოლარით), ჩეხეთში(5-ჯერ და 0,3 მლნ დოლარით). ექსპორტი შემცირდა: ნიდერლანდებში (41%-ით და 0.5 მლნ აშშ დოლარით) გერმანიაში (8%-ით და 0.1 მლნ აშშ დოლარით).

2017 წელს საქართველოდან ევროკავშირის მიმართულებით ექსპორტზე გავიდა 14,9 მლნ დოლარის ღირებულების ქართული ღვინო, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 5%-ით ანუ 0,7 მლნ დოლარით მეტი იყო. მოცემულ წელს ძირითად საექსპორტო ბაზრებს წარმოადგენდა: პოლონეთი, ლატვია, ესტონეთი, გერმანია, ლიტვა, ნიდერლანდები.

2018 წლის საქსტატის მონაცემებით, კიდევ უფრო გაიზარდა ღვინის ექსპორტი ევროკავშირის მიმართულებით. მიღებული შემოსავლები შეადგენდა 18,6 მლნ აშშ დოლარს, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 24%-ით მეტი იყო. ძირითადი საექსპორტო ბაზრები ფაქტობრივად უცვლელია: გერმანია, ლატვია, პოლონეთი, ესტონეთი, ლიტვა, ნიდერლანდები.

რაც შეეხება 2019 წლის იანვარ-სექტემბერში ევროკავშირის მიმართულებით განხორციელდა ყველაზე მეტი რაოდენობის ექსპორტი ქართული ღვინის ისტორიაში. მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 14,7 მლნ აშშ დოლარი, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 9%-ით მეტია. ღვინის ძირითადი სარეალიზაციო ბაზრები მოცემულ წელს ისევ პოლონეთი, ლატვია, გერმანია, ესტონეთი და ლიეტუვაა.

მიუხედავად არსებული ზრდის ტენდენციებისა ევროკავშირის ბაზარზე, მაინც თამამად შეიძლება ითქვას, რომ ქართული ღვინის ძირითად სარეალიზაციო არხად წლების განმავლობაში რჩება დსთ-ს ქვეყნები. მეტი თვალსაჩინოებისთვის და შედარებითი ანალიზისთვის განვიხილოთ ექსპორტის დინამიკა საქართველო-დსთ შორის 2016-2019 წლებში.

ცხრილი 7: ექსპორტის დინამიკა საქართველო-დსთ-ს შორის 2016-2019 წლები.

წლები:	ბრუნვა (მლნ)	ზრდის ტემპი (%)
2016	81,6	+15%
2017	130,7	+60%
2018	152,1	+16%
2019	119,0	+11

2016 წელს საქართველოდან დსთ-ს ქვეყნების მიმართულებით განხორციელებული ღვინის ექსპორტიდან მიღებულმა შემოსავალმა შეადგინა 81.6 მლნ აშშ დოლარი, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 15% ანუ 10.6 მლნ აშშ დოლარით მეტი იყო. ძირითადად ექსპორტი ხორციელდებოდა რუსეთში (68%), უკრაინაში (15%), ყაზახეთში (10%) .

2017 წლის მონაცემებით საქართველოდან დსთ-ს ქვეყნების მიმართულებით განხორციელებულმა ღვინის ექსპორტმა შეადგინა 130,7 მლნ აშშ დოლარი, რაც 60%-ით ანუ 49.1 მლნ აშშ დოლარით მეტი იყო წინა წლის ექსპორტთან. ძირითად სარეალიზაციო ბაზრად კვლავ რჩებოდა რუსეთი (76%), უკრაინა (14%), ყაზახეთი (6%), ბელარუსია (4%).

2018 წელი აღმოჩნდა ბევრად წარმატებული, ღვინის ექსპორტიდან მიღებულმა შემოსავლებმა დსთ-ს ქვეყნებში შეადგინა 152,1 მლნ აშშ დოლარი, რაც წინა წელთან შედარებით 16%-იან ზრდას გულისხმობდა. სარეალიზაციო ბაზრები კვლავ უცვლელია, ესენია: რუსეთი, უკრაინა, ყაზახეთი.

რაც შეეხება 2019 წელს, დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში ყველაზე მეტი ღვინის ექსპორტის განხორციელება მოხდა დსთ-ს ქვეყნების მიმართულებით.

იანვარ-სექტემბერში განხორციელებული ექსპორტიდან მიღებული შემოსავალი შეადგენდა 119.0 მლნ აშშ დოლარს და ეს შემოსავალი წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 11%-ით იყო გაზრდილი. ექსპორტის ზრდა განხორციელდა რუსეთის, ბელარუსიის, ყაზახეთის და უკრაინის მიმართლებით.

2019 წლის საერთო ანალიზის საფუძველზე, საქართველომ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში განხორციელებული ღვინის ექსპორტიდან 220 მლნ აშშ დოლარი გამოიმუშავა.

ღვინის სააგენტოს ოფიციალური ინფორმაციით, 2019 წლის პირველ 11 თვეში საქართველომ 94 მილიონი ბოთლი ღვინო გაიტანა ექსპორტზე 53 ქვეყანაში, რაც ცხრა პროცენტით მეტია 2018 წელთან შედარებით და ყველაზე მაღალი ექსპორტული მოცულობაა დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში. აღსანიშნავია, რომ ღვინის ექსპორტი განახორციელა 341-მა კომპანიამ.⁷

ექსპორტის მოცულობა გაიზარდა ქართული ღვინის სტრატეგიულ ბაზრებზე:

- ❑ პოლონეთი - 4,114,972 ბოთლი (17% –იანი ზრდა)
- ❑ ჩინეთი - 7,089,259 ბოთლი (ზრდა 2%)
- ❑ შვედეთი - 678,148 ბოთლი (48% -იანი ზრდა)
- ❑ გაერთიანებული სამეფო - 168, 307 ბოთლი (გაზრდა 60%)

ექსპორტო გაიზარდა ასევე ტრადიციულ საექსპორტო ბაზრებსა და აზიის ქვეყნებში:

- ❑ ლიტვა - 708,408 ბოთლი (ზრდა 45%)
- ❑ გერმანია - 671,453 ბოთლი (40% -იანი ზრდა)
- ❑ ბელორუსია - 2, 787,065 ბოთლი (74% –იანი ზრდა)
- ❑ ისრაელი - 324,700 ბოთლი (ზრდა 80%)
- ❑ ესტონეთი - 693,248 ბოთლი (20% –იანი ზრდა)
- ❑ რუსეთი - 58,384,540 ბოთლი (9% –იანი ზრდა)
- ❑ მოლდოვა - 625, 724 ბოთლი (87% ზრდა)

7. ⁷ <http://georgianwine.gov.ge/> ღვინის ეროვნული სააგენტო.

2019 წელს ქართულ ღვინოებს შორის ყველაზე მეტად მოთხოვნად სასმელს ქინძმარაული წარმოადგენდა. 2019 წელს საქართველომ ექსპორტზე 17,418,683 ბოთლი კინძმარაული გაიტანა.

მძიმე აღმოჩნდა ღვინის ინდუსტრიისთვის 2020 წელი. პანდემიამ მნიშვნელოვნად დააზარალა ეს დარგი. იმის გათვალისწინებით, რომ COVID-19-მა მსოფლიოს ტურისტული საზღვრები დაუწესა, შემცირდა ღვინის მოხმარება საქართველოს ადგილობრივ ბაზარზე, რადგანაც სწორედ ტურისტებზე პირდაპირპროპორციულად იყო დაკავშირებული ბაზრის განვითარების პერსპექტივები. ასევე შემცირდა გაყიდვები საერთაშორისო ბაზარზეც, რამაც მნიშვნელოვნად შეამცირა ექსპორტის ზრდის ტემპი, რითიც წლების განმავლობაში ქართული ღვინის ბაზარი ასე ამაცობდა.

2020 წლის მონაცემებით, იანვარ-მაისში წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით მეღვინეებმა თითქმის 3 მლნ ლიტრით ნაკლები ღვინო გაიტანეს მსოფლიო ბაზარზე, რაც საკმაოდ დიდი უკუსვლაა მოცემული დარგისთვის.

თამამად შეიძლება ითქვას, რომ მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარება ქვეყნის პრიორიტეტული მიმართულებაა, აქედან გამომდინარე, იმისათვის, რომ პანდემია მძიმედ არ აისახოს დარგის განვითარებაზე, მთავრობა მასზე ანტიკრიზისული გეგმის ფარგლებში იზრუნებს. მთავრობა გეგმავს დარგის სუფსიდირებას, რაც ფაქტობრივად ბოლო ორი წელია აღარ ხორციელდებოდა. 2018 წელი იყო პირველი, ბოლო 10 წლის განმავლობაში, როცა ეს დარგი სახელმწიფო სუფსიდირების გარეშე ვითარდებოდა, თუმცა არსებულმა მძიმე ეკონომიკურმა ფონმა და მსოფლიოში განვითარებულმა მოვლენებმა მიზანშეწონილი გახადა ქართული ღვინის ბაზრისთვის კვლავ სახელმწიფო მხარდაჭერის აღმოჩენა.

ქართული ღვინის ბაზარზე 300-ზე მეტი კომპანია მოღვაწეობს, რომელთა შორის რამდენიმე ლიდერ პოზიციებზეა და განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს როგორც შიდა, ასევე საერთაშორისო ბაზარზე.

თბილღვინო- ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი ღვინის კომპანიაა საქართველოში, ის აწარმოებს სხვადასხვა დასახელების ევროპულ და სუფრის ღვინოს. ასევე ის საქართველოს ლიდერი ექსპორტიორი კომპანიაა და 30-ზე მეტ ქვეყანაში გააქვს

საკუთარი პროდუქტი. ქვეყნები, სადაც თბილღვინო არის წარმოდგენილი, ესენია: ლატვია, პოლონეთი, კანადა, ჰოლანდია, საფრანგეთი, ყაზახეთი, ლიტვა, ბელორუსია, ესტონეთი, რუსეთი, აზერბაიჯანი, ჩინეთი, გერმანია, უკრაინა და ა.შ. 2012 წლის შემდგომ კომპანია ასევე აწარმოებს ტრადიციულ ქვევრის ღვინოსაც, ის არ ივიწყებს ძველ ტრადიციებს და ცდილობს თანამედროვეობისა და სიძველის ერთმანეთთან შერწყმით აწარმოოს მაღალხარისხიანი და სტანდარტებთან თანხვედრაში მყოფი პროდუქტი. კომპანიის ლაბორატორია თანამედროვე დანადგარებით არის აღჭურვილი, რომლის მეშვეობითაც წარმოების ყველა ეტაპზე ხდება ღვინის წარმოების ხარისხის შემოწმება და გაკონტროლება.

შატო მუხრანი- ეს არის ღვინის კომპანია, რომელსაც საუკუნოვანი ისტორია აქვს. ის არის პირველი და ნამდვილი ქართული სამეფო შატო, რომელიც აერთიანებს ოთხ მნიშვნელოვან კომპონენტს: ვენახებს, მეღვინეობას, ციხესიმაგრეს და ისტორიას. მუხრანული ღვინის წარმოება დაარსდა მე-19 საუკუნის სამეფო ოჯახის, პოლიტიკური და საზოგადო მოღვაწის ივანე მუხრანბატონის მიერ. 1876 წელს ივანე მუხრანბატონი საფრანგეთიდან დაბრუნდა ღვინის დამზადების კონცეფციის ცოდნით და მას შემდეგ იწყება შატო მუხრანის მეღვინეობის ისტორია. 2003 წელს, საერთაშორისო ჯგუფმა „Marussia Beverages“ და მათმა ქართველმა პარტნიორებმა დააფუძვნეს „შატო მუხრანი“. ჯგუფის მიზანი იყო ის, რომ აღედგინა ის პროდუქცია, რომელიც აერთიანებს თანამედროვე და ტრადიციულ ტექნოლოგიებს. 2007 წელს დაიწყო თანამედროვე სტანდარტებზე დაფუძნებული ღვინის ქარხნის მშენებლობა, რაც მნიშვნელოვანი წინ გადადგმული ნაბიჯი იყო. ამავე წლიდან „შატო მუხრანი“-ს ღვინის დაყენება ხდება მხოლოდ და მხოლოდ მის ვენახებში მოყვანილი ყურძნით. კომპანია აღჭურვილია თანამედროვე ტექნოლოგიებით და შეესაბამება ISO ხარისხის მართვის სტანდარტებს. მუხრანი, როგორც მხარე, აერთიანებს უნიკალურ ნიადაგს, კლიმატს, მეღვინეობის უძველეს ტრადიციას და ქმნის ღვინის განსაკუთრებულ ხასიათს. „შატო მუხრანი“ ერთ-ერთი ლიდერი ექსპორტიორი კომპანიაა, რომელიც პროდუქცია გააქვს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის ბაზარზე. 2011 წლიდან კომპანიამ დაიწყო ღვინის ტურიზმისა და სხვადასხვა სერვისების განვითარება, მასპინძლობს მრავალი სახის ღვინის ტურებს, კორპორატიულ ღონისძიებებს, ქორწილებს და და დღესასწაულებს.

ასკანელი ძმები- „ მათი ისტორია იწყება გურიაში, სოფელ ასკანაში. ყველაზე ძველ ქვევრზე ამოტვიფრულია 1880 წელი და შესაბამისად სწორედ ამ თარიღიდან იწყება დროის ათვლა. ისინი ღვინოს უძველესი წესით, თიხის ტრადიციულ ჭურჭელში-ქვევრში ამზადებდნენ. კომპანია „ასკანელი ძმები“ დაარსდა 1998 წელს. კომპანიაში მიწვეულნი არიან საუკეთესო მეღვინეები, რომლებიც მეღვინეობის როგორც ტრადიციულ, ასევე თანამედროვე ტექნოლოგიებს ფლობენ და იყენებენ. წარმოებული პროდუქცია მიეწოდება მრავალ ქვეყანას, მათ შორისაა: გერმანია, აზერბაიჯანი, ესტონეთი, ლატვია, ინდოეთი, უკრაინა, ყაზახეთი, ბელორუსია, ჩეხეთი და ა.შ. „ ასკანელი ძმები“-ს კომპანია წლების მანძილზე ემსახურება როგორც საქართველოს მეღვინეობა-მევენახეობის აღორძინებას, ასევე -უნიკალური ვაზის ჯიშების გადარჩენასა და შენარჩუნებას. კომპანია აწარმოებს 30 დასახელების ღვინოს, ბრენდის, ჭაჭასა და ბრუტს. „ ასკანელი ძმები“ ერთ-ერთი უმსხვილესი ორგანიზაციაა საქართველოში, რომელიც შედის ამ სექტორის პირველ სამეულში როგორც წარმოების, ასევე სავენახე მეურნეობის განაშენიანების კუთხით. “⁸

მაშასადამე, არსებული ინფორმაცია, სტატისტიკა და დინამიკა გვიქმნის ერთგვარ სურათს ქართული ღვინის მსოფლიო ბაზარზე ზრდის ტენდენციების, კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლების, წარმოების პროდუქტიულობის და მასშტაბების გაფართოების შესაძლებლობებთან დაკავშირებით. შეიძლება ითქვას, რომ ქართულ ღვინოს აქვს საექსპორტო პოტენციალის გაზრდის წინაპირობა, რითიც ის შეძლებს აითვისოს ევროკავშირის, დსთ-ს და სხვა ქვეყნის ბაზრები.

კვლევითი ნაწილი: ლიდერი ქართული ღვინის კომპანიების კონკურენტუნარიანობის შეფასების ანალიზი.

8. ⁸ <https://askaneli.ge/> - ასკანელი ძმები

თემის აქტუალობიდან გამომდინარე ქართული ღვინის ბაზრის პოტენციალის რეალური სურათის დასანახად, გადავწყვიტე გამეკეთებინა ქართული ღვინის კომპანიების საექსპორტო კონკურენტუნარიანობის შეფასების ანალიზი, რომლის შედეგადაც საკვლევ ობიექტად შერჩეულ იქნა საქართველოს ღვინის ინდუსტრიის 10 ლიდერი საექსპორტო კომპანია. ესენია:

- თბილღვინო
- შატო მუხრანი
- თელიანი ველი
- ასკანელი ძმები
- ბადაგონი
- მეღვინეობა ხარება
- კახური ტრადიციული მეღვინეობა
- ხარება
- მილდიანი
- მოსმიერი

კვლევის მიზანი იყო შემესწავლა ქართული ღვინის კომპანიების თანამედროვე ტენდენციები და მათი განვითარების პერსპექტივები. კვლევითი ნაწილი ჩატარდა დისტანციურ რეჟიმში, ელექტრონული ფორმატის მეშვეობით, რომელიც ითვალისწინებდა როგორც ღია ასევე დახურულ კითხვებს შევეცადე გამომეკვლია შემდეგი მნიშვნელოვანი საკითხები:

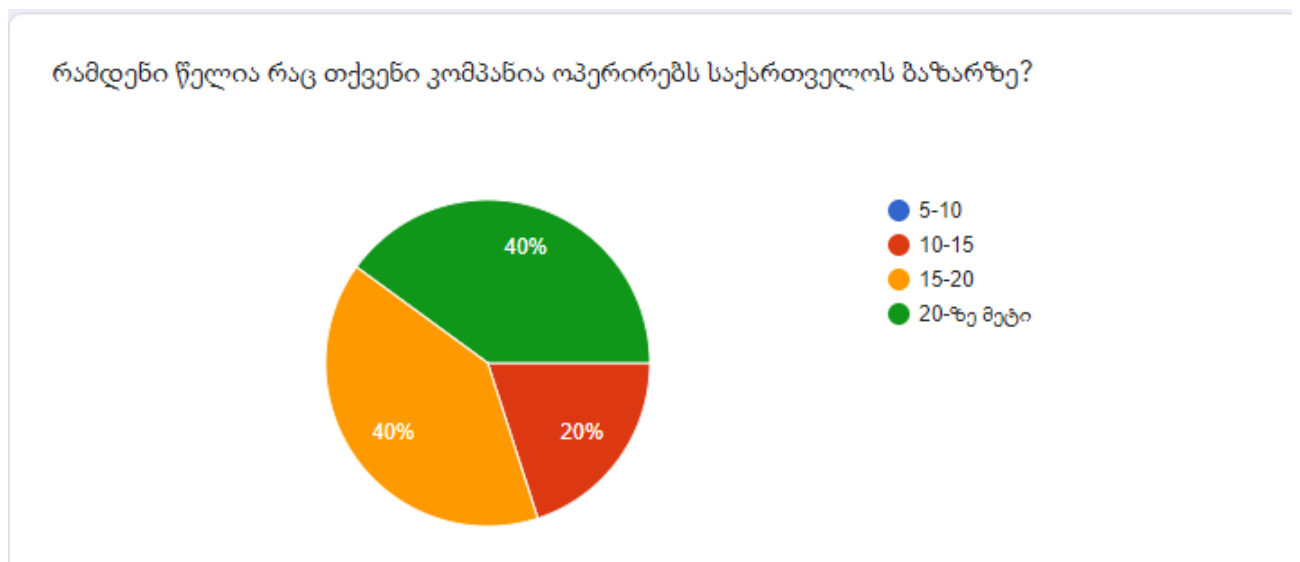
- რამდენი წელია რაც ოპირირებენ მოცემული კომპანიები ქართულ ბაზარზე.
- რომელია მათი საექსპორტო ლოკაცია.
- რა ფაქტორებმა განაპირობა ბოლო წლებში ექსპორტის მნიშვნელოვანი ზრდა.
- ვინ არიან მათი კონკურენტები მსოფლიო ბაზარზე.
- რა არის მათი ძირითადი კონკურენტული უპირატესობა
- რომელ მარკეტინგულ ღონისძიებებს მიმართავენ საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებისათვის.
- რა გავლენა იქონია პანდემიამ კომპანიის განვითარების ტენდენციებზე.

- ❑ არსებული მძიმე ეკონომიკური ფონიდან გამომდინარე რა მხარდაჭერა მიიღეს მათ სახელმწიფოს მხრიდან.

კვლევა საკმაოდ ნაყოფიერი გამოდგა და მისი შედეგები არის ვალიდური. იმისათვის, რომ უკეთ გავანალიზოთ მოცემული საკითხი, განვილილოთ კვლევის შედეგები.

პირველი შეკითხვით შევეცადე გამეგო თუ რა ასაკის კომპანიასთან გვქონდა შეხება, რამდენი წელია რაც ის ფუნქციონირებს და რამდენ წლიანი ისტორია აქვს.

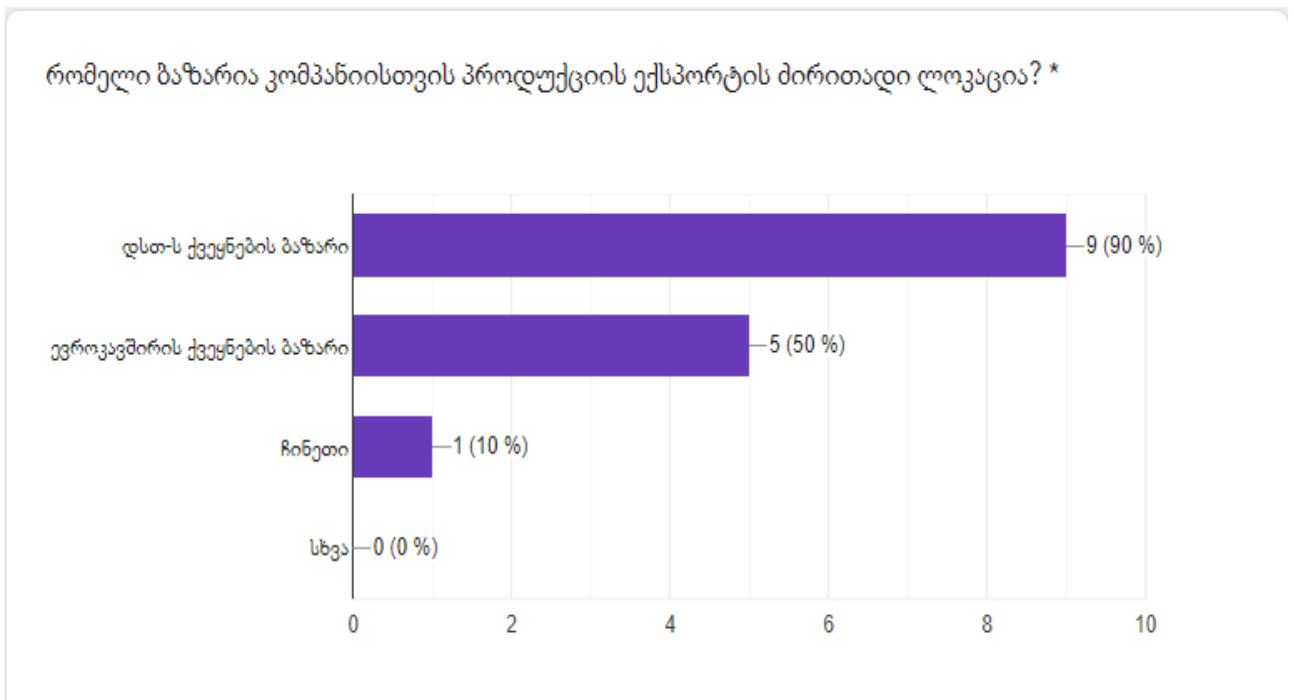
დიაგრამა 1:



აღმოჩნდა, რომ გამოკითხული კომპანიების უმეტესობა 20 წელზე მეტისაა, რაც რა თქმა უნდა პოზიტიური შედეგია. მრავალწლიანი ფუნქციონირება ბაზარზე გულისხმობს მეტ გამოცდილებას, მეტ წარმატებას, მეტ სტატეგიულ ნაბიჯებს, მრავალმხრივ კავშირებს საერთაშორისო დონეზე და განვითარების მეტ პერსპექტივას.

მეორე შეკითხვა ეხებოდა იმას, თუ რომელი ბაზრებია მათთვის პროდუქციის ექსპორტის ძირითადი ლოკაცია, ანუ რომელ ქვეყნებში ხდება ძირითადად პროდუქციის ექსპორტი.

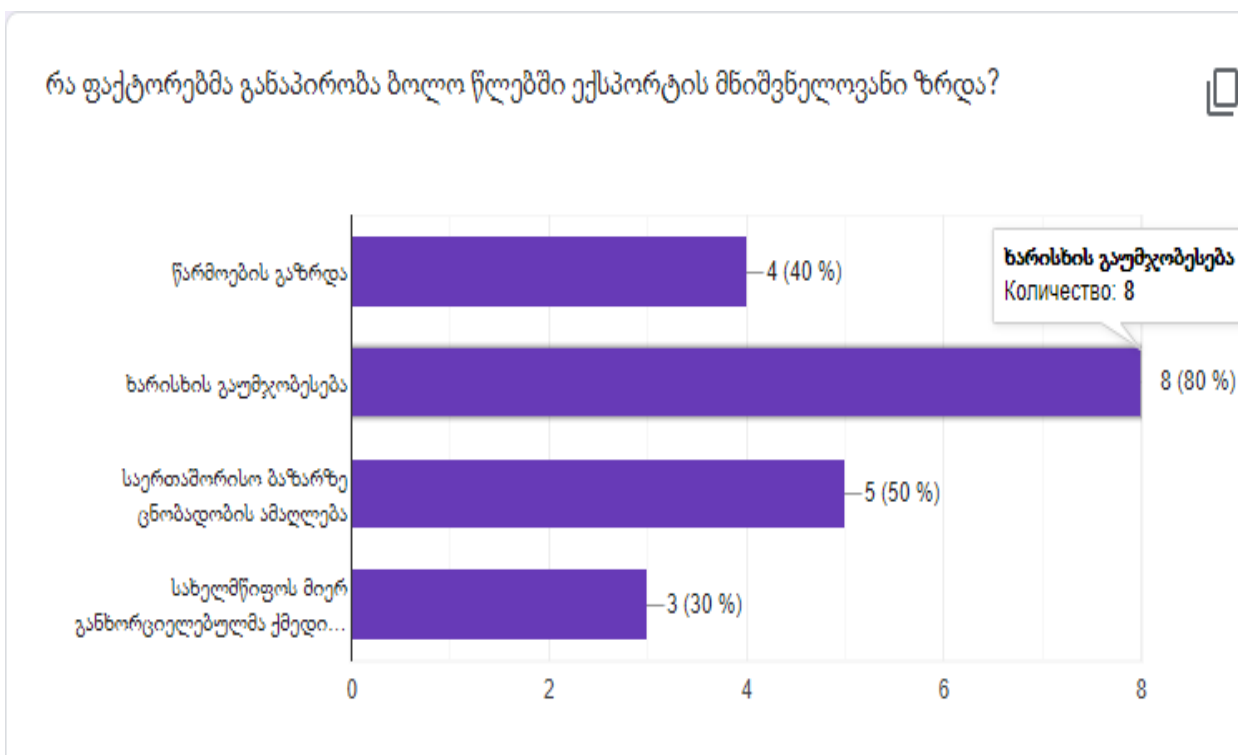
დიაგრამა 2:



აღმოჩნდა, რომ ქართული ღვინის კომპანიებისთვის მთავარი სარეალიზაციო ბაზარი არის დსთ-ს ქვეყნები, რაც უკვე წლებია უცვლელი ფაქტია. ძირითადად ღვინის ექსპორტი ხორციელდება რუსეთში, უკრაინაში, ბელარუსიაში და ყაზახეთში. თუმცა 2006 წლის რუსული ემბარგოს შემდგომ ქართულმა კომპანიებმა გადაწყვიტეს ბაზრების დივერსიფიკაცია, პრიორიტეტი გახდა პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება და ევროპულ სტანდარტებთან მაქსიმალურად შერწყმა. წლებთან ერთად, რა თქმა უნდა, ევროპის ბაზრებზე ქართულმა ღვინომ აღიარება ჰპოვა და ის სხვადასხვა ქვეყანაში წარმატებით იყიდება. ასევე მზარდი ბაზარია ჩინეთის ბაზარიც, სადაც ყოველწლიურად იზრდება ღვინის მოხმარება. ქართული კომპანიები ცდილობენ სხვადასხვა ღონისძიებებით ღვინის პოპულარიზაციას ჩინეთში, რადგან მოცემული ქვეყნის ბაზარზე ადგილის დამკვიდრების და ექსპორტის ზრდის დიდი წინაპირობა იქმნება.

შემდგომ დავინტერესდი იმ ფაქტით, თუ რა ფაქტორებმა განაპირობა ბოლო წლებში საქართველოდან ღვინის ექსპორტის შესამჩნევი ზრდა. გამოიკვეთა რამდენიმე მნიშვნელოვანი ფაქტორი.

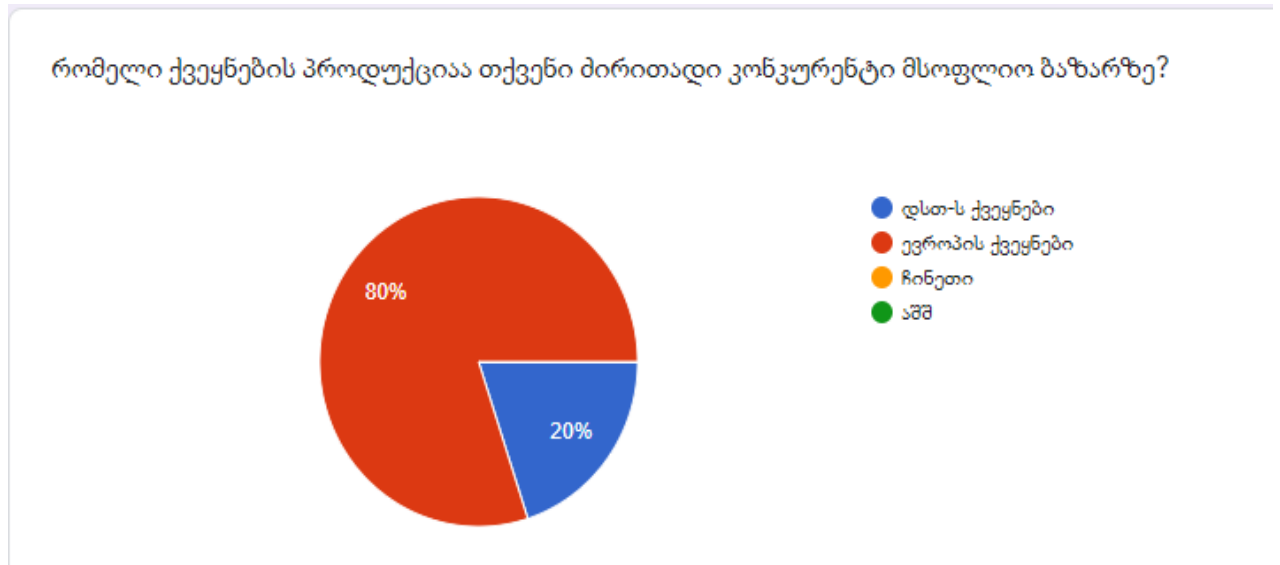
დიაგრამა 3:



როგორც შედეგებმა აჩვენა, ექსპორტის ზრდის მთავარ ფაქტორად სახელდება პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესება, რაც პირდაპირ კავშირშია ევროპის ქვეყნების სტანდარტების გათვალისწინებასთან. ასევე ხარისხის გაუმჯობესების წინაპირობა გახდა საქართველო-ევროკავშირის შორის გაფორმებული ღრმა და ყოვლისმომცველი ხელშეკრულება, რომელიც სხვადასხვა დებულებების გათვალისწინებას და შესრულებას მოითხოვდა. შედეგების მიხედვით, ექსპორტის ზრდა დაკავშირებულია ასევე წარმოების ზრდასთან, საერთაშორისო ბაზარზე ცნობადობის ამაღლებასთან, რომელიც გულისხმობს სხვადასხვა სახის პიარ კამპანიას, სარეკლამო სიუჟეტების გაკეთებას, ვებ-გვერდების მეშვეობით პოპულარიზაციას და ა.შ. აღსანიშნავია ასევე სახელმწიფოს როლიც, რომლის მიერაც ბოლო წლებში განხორციელებულმა დარგობრივმა პოლიტიკამ მევენახეობა-მეღვინეობა მნიშვნელოვნად გააძლიერა.

შემდეგი შეკითხვა ეხებოდა იმ ფაქტს, თუ რომელი ქვეყნები არიან ქართული ღვინის კომპანიების კონკურენტები მსოფლიო ბაზარზე.

დიაგრამა 4:



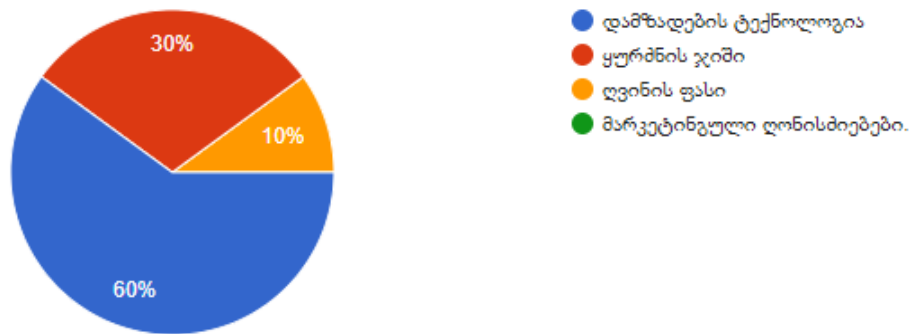
გამოკითხული კომპანიების შედეგების მიხედვით, ცხადი ხდება, რომ ქართული ღვინის ძირითადი კონკურენტი საერთაშორისო ბაზარზე არიან ევროპის ქვეყნები. სტატისტიკის თანახმად, მსოფლიო მასშტაბით ღვინის წარმოების კუთხით ლიდერი ქვეყნები არიან: იტალია, საფრანგეთი, ესპანეთი, აშშ, ავსტალია, არგენტინა. ეს ქვეყნები გამოირჩევიან როგორც წარმოების ფართო მასშტაბებით ასევე ყურძნის ჯიშებით, დამზადების ტექნოლოგიითა და მარკეტინგული სვლებით. შესაბამისად, მიუხედავად საქართველოში არსებული რესურსების, მრავალფეროვანი ყურძნის ჯიშებისა და განსაკუთრებული დამზადების ტექნოლოგიის მაინც ჩამორჩება ძალიან ბევრ ქვეყანას ღვინის ბაზრის განვითარების ტენდენციებით.

შემდეგი შეკითხვით მიხდოდა გამერკვია რეალურად რაში იკვეთება ქართული ღვინის კომპანიების კონკურენტული უპირატესობა. რითი ვართ განსაკუთრებულები, რა განსხვავებული პროდუქცია შეგვიძლია შევთავაზოთ მსოფლიო ბაზარს, რითი შეგვიძლია ვიამაყოთ და ასევე რითი შეიძლება ვაქციოთ ქართული ღვინო ჩვენს

სავიზიტო ბარათად. მოცემულ საკითხთან დაკავშირებით გამოიკვეთა რამდენიმე მნიშვნელოვანი ფაქტორი.

დიაგრამა 5:

რა არის თქვენი კომპანიის ძირითადი კონკურენტული უპირატესობა?



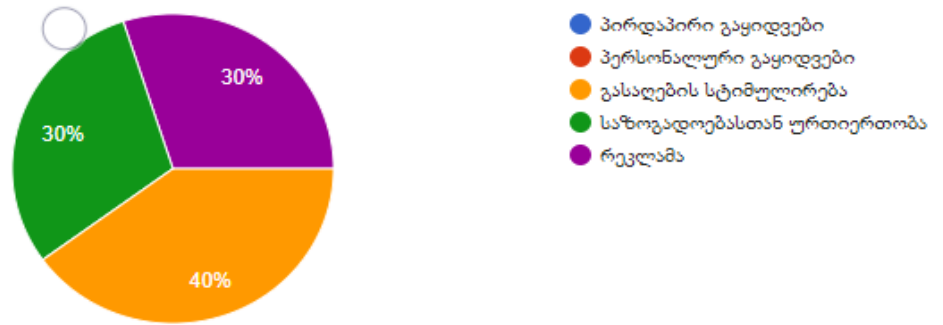
აღნიშნული სქემის მიხედვით, საქართველოს ღვინის კომპანიები თვლიან, რომ მათი ძირითადი კონკურენტული უპირატესობა არის დამზადების ტექნოლოგია. შეიძლება თამამად ითქვას, რომ ჩვენი ქვეყანა ამ კუთხით მართლაც გამორჩეულია.

საქართველოში არის ცნობილი ღვინის დამზადების ტექნოლოგია ქვევრი, ნაცვლად ხის კასრების, ლითონის ან ბეტონის კონტეინერებში დუღილისა, როგორც ამას მსოფლიოს სხვა ქვეყნები იყენებენ, ქართველი მეღვინეები მთავარ აქცენტს აკეთებენ სწორედ თიხის ჭურჭელზე, რომლებიც მიწაშია დამარხული. კომპანიების ნაწილი თვლის, რომ უპირატესობას გვანიჭებს ასევე მრავალფეროვანი ყურძნის ჯიშების არსებობა, როგორც ვიცით, საქართველოში 500-ზე მეტი ენდოგენური ჯიშის ყურძენი არსებობს.

შემდეგი კითხვით შევეცადე დამედგინა, თუ რომელ ინტეგრირებულ მარკეტინგულ ღონისძიებებს მიმართავენ ღვინის მწარმოებლები საერთაშორისო ბაზარზე.

დიაგრამა 6:

რომელ მარკეტინგულ ღონისძიებებს მიმართავენ საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებისთვის?

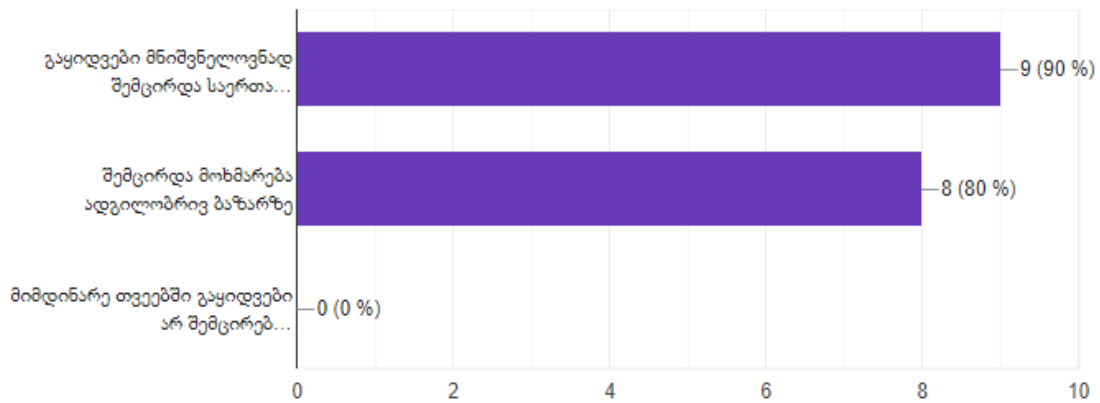


შედეგების მიხედვით, პირველ ადგილს იკავებს გასაღების სტიმულირება, რაც ინტეგრირებული მარკეტინგული ღონისძიებებიდან ყველაზე ნაკლებად ზრუნავს იმაზე, რაც იდეაში ყველაზე მნიშვნელოვანი უნდა იყოს მეღვინისთვის. გასაღების სტიმულირება მხოლოდ გაყიდვების ზრდას უწყობს ხელს და აქ ბრენდის ფორმირებაზე და ბრენდის შესახებ ინფორმაციის მიწოდებაზე ნაკლები აქცენტი კეთდება, რაც არასწორი სტრატეგიაა, რადგან გაყიდვების მოცულობის ზრდა იქნება მოკლევადიანი ეფექტი, გრძელვადიანი პერსპექტივებისთვის კი საჭიროა მომხმარებელმა შეიყვაროს ბრენდი და გახდეს მისი ერთგული. კომპანიების ნაწილი საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირებისთვის იყენებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის სტრატეგიას და ასევე რეკლამას, რაც საკმაოდ წარმატებული ნაბიჯია და შეიძლება ითქვას მეტწილად განპირობებულია ღვინის ეროვნული სააგენტოს ძალისხმევით.

შემდგომი კითხვა ეხებოდა პანდემიას და მასთან დაკავშირებულ ეკონომიკურ პრობლემებს. კონკრეტულად მსურდა გამერკვია, თუ რა გავლენა იქონია პანდემიამ ღვინის ინდუსტრიაზე, შემცირდა თუ არაა ღვინის წარმოება, შიდა მოხმარება ან საზღვრებს გარეთ პროდუქციის გატანა.

დიაგრამა 7:

რა გავლენა იქონია პანდემიამ კომპანიის განვითარების ტენდენციებზე?



გამოკითხვამ აჩვენა, რომ პანდემიამ მნიშვნელოვნად დააზარალა ეს დარგი. იმის გათვალისწინებით, რომ COVID-19-მა მსოფლიოს ტურისტული საზღვრები დაუწესა, შემცირდა ღვინის მოხმარება საქართველოს ადგილობრივ ბაზარზე, რადგანაც სწორედ ტურისტებზე მნიშვნელოვანწილად იყო დაკავშირებული ბაზრის განვითარების პერსპექტივები. ასევე შემცირდა გაყიდვები საერთაშორისო ბაზარზეც, რამაც მნიშვნელოვნად შეამცირა ექსპორტის ზრდის ტემპი, რითიც წლების განმავლობაში ქართული ღვინის ბაზარი ასე ამაყოფიდა.

ბოლო კითხვა ეხებოდა ისევ პანდემიის თემატიკას. მინდოდა გამეგო რამდენად დიდი იყო მთავრობის მხრიდან მზაობა დახმარებოდა ღვინის კომპანიებს რთული ეკონომიკური ფონიდან გამომდინარე. ანალიზის საფუძველზე დადგინდა, რომ მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარება ქვეყნის პრიორიტეტ დარგად რჩება და იმისათვის, რომ პანდემია ღვინის ინდუსტრიის განვითარებაზე უარყოფითად არ აისახოს, მთავრობა მასზე ანტიკრიზისული გეგმის ფარგლებში იზრუნებს. მთავრობა გეგმავს დარგის სუფსიდირებას და ასევე გეგმავს შეიმუშაოს შესაბამისი ღონისძიებების ნუსხა, რითიც მაქსიმალურად გაუადვილებს მეღვინეებს ამ რთულ პირობებში შეძლონ ურყევად ყოფნა და წარმატებისკენ მიმავალ გზაზე ორიენტირის შენარჩუნება.

დასკვნა:

ნაშრომში განხილული საქართველოს საგარეო-ეკონომიკური საკითხების, კერძოდ, საგარეო ვაჭრობის დინამიკის, ვაჭრობის გეოგრაფიის, ლიდერი საექსპორტო დარგებისა და კომპანიების შესახებ ინფორმაციის გაცნობის და ანალიზის საფუძველზე, შესაძლებელია ჩამოვაყალიბოთ შემდეგი დასკვნა.

თანამედროვე მსოფლიოში გლობალიზაციის უპრეცედენტო ტემპებმა მოიცვა ყველა ქვეყანა და ყველა სფერო, გაიზარდა ინტერესი ეკონომიკური გლობალიზაციის მიმართ, რომელმაც ქვეყნებს მისცა მოტივაცია და ერთგვარი ბიძგი, რომ ბიზნესი განეხორციელებინათ არა მხოლოდ ქვეყნის შიგნით, არამედ საერთაშორისო ბაზარზეც. კონკურენტულმა გარემომ ქვეყნებს მისცა ერთგვარი მიმართულება მოეხდინათ სპეციალიზაცია მათთვის ეკონომიკურად მომგებიანი და მაღალხარისხიანი პროდუქციის წარმოებაზე, რომელიც პირველ რიგში სრულად დააკმაყოფილებს საშინაო მოთხოვნას და საერთაშორისო ბაზრებზე რეალიზაციისთვის იქნება გათვლილი.

საქართველო, როგორც მიმდინარე პროცესების მონაწილე ქვეყანა, წლებია ცდილობს ფეხი აუწყოს მსოფლიო ეკონომიკური განვითარების ტენდენციებს, ცდილობს სხვადასხვა რეფორმებით ასტიმულიროს საგარეო ვაჭრობა, ხელი შეუწყოს თავის მხრივ ადგილობრივი წარმოების გაფართოებას, იმპორტზე შიდა ბაზრის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას, საზოგადოებაში დასაქმების ზრდას, ეკონომიკის სტრუქტურის სრულყოფას, ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ფორმირებას და შესაბამისად დააჩქაროს ქვეყნის მსოფლიო ეკონომიკურ სისტემაში ინტეგრირების პროცესი.

მიუხედავად გადადგმული წარმატებული ნაბიჯებისა და განვითარების მზარდი ტემპებისა, მძიმე ეკონომიკური ფონი საქართველოს წლებთან ერთად თან სდევს. მრავალი პრობლემა იკვეთება ექსპორტის ზრდის გზაზე. მთავარი შემაფერხებელი ფაქტორები და კრიტიკულად მძიმე საკითხები საექსპორტო პოტენციალის განვითარების გზაზე არის პროდუქციის ხარისხი, მოძველებული დანადგარები და თანამედროვეობასთან შეუსაბამო ტექნოლოგიები, ასევე შემაფერხებელი ფაქტორია გამოუცდელიობა თანამედროვე მენეჯმენტში, მართვა მოძველებული მიდგომებით და

არსებული საერთაშორისო ტენდენციების არასაკმარისად ცოდნა. ეს ყველა ფაქტორი როგორც ერთად ასევე ცალკ-ცალკე მნიშვნელოვნად აფერხებს მაღალხარისხიანი და მოთხოვნებზე მორგებული პროდუქციის წარმოებას.

ექსპორტის განვითარებისთვის შემაფერხებელი ფაქტორების აღმოფხვრა და პროდუქციისა თუ მომსახურების საერთაშორისო ბაზარზე გატანა დიდ ძალისხმევას და მთელ რიგ კომპლექსურ მუშაობას მოითხოვს, რაშიც უნდა ჩაერთონ როგორც სახელმწიფო ორგანოები, ასევე კერძო სექტორიც. მნიშვნელოვანია როგორც ცენტრალური ხელისუფლების, ასევე ადგილობრივი თვითმმართველობის ხელშეწყობა და სტიმულირება ექსპორტის განვითარებაში. რაც შეეხება იმ ღონისძიებებს, რომლებიც უნდა დაიგეგმოს მიზნის მისაღწევად, დამოკიდებულია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონეზე, არსებულ ტრადიციებზე და ამა თუ იმ დარგის განვითარების ტენდენციებზე.

იდეაში იმისათვის, რომ მოხდეს საექსპორტო პოტენციალის მაქსიმალურად სტიმულირება, საჭიროა არსებული ბუნებრივი, მატერიალური და შრომითი რესურსების რაციონალური და გეგმაზომიერი გამოყენება. თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა, პროდუქციის ხარისხის გამოუმჯობესებისათვის შესაბამისი სამუშაოების განხორციელება, ახალი სავაჭრო კავშირების დანერგვა, საერთაშორისო ორგანიზაციებთან მჭიდრო ურთიერთთანამშრომლობა და ა.შ. რაც შეეხება საიმპორტო საქმიანობას, ამ კუთხით უნდა გამოიკვეთოს პრიორიტეტული მიმართულებები და შეიქმნას მათთვის ხელშემწყობი პირობები.

მაშასადამე, იმისათვის, რომ მოხდეს ეკონომიკის გაჯანსაღება, საჭიროა სტრატეგიულად გამართლებული და პერსპექტივაზე მორგებული პოლიტიკის შემუშავება, სადაც დასახული იქნება გეგმები, შესაბამისი ამოცანები და ღონისძიებები.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. აბულაძე გ., საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლების გზები გლობალიზაციის პირობებში. თბილისი, 2018.
2. ბიძინაშვილი თ., საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის ამაღლების გზები მსოფლიო მეურნეობრივი კავშირების გლობალიზაციის პირობებში, დისერტაციის ავტორეფერატი, თბილისი 2016 წ;
3. დოლიძე ხ., საქართველოს საგარეო სავაჭრო ურთიერთობები. თბილისი, 2016.
4. ზაქაშვილი ი., ქართული ღვინის საექსპორტო პოტენციალი და მისი ზრდის პერსპექტივები. თბილისი, 2018.
5. ზარანდია გ., განვითარებადი ქვეყნების იმპორტის ძირითადი მაჩვენებლების ანალიზი. თბილისი, 2019.
6. ზავრდაშვილი ნ., საქართველო-ევროკავშირის სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობები, სამაგისტრო ნაშრომი, თბილისი 2018 წ;
7. ლობჯანიძე ნ., ქართული მინერალური წყლების ბაზარი და პოტენციალის შეფასება.
8. მიქაბერიძე თ., საქართველოს საგარეო ვაჭრობა და მისი განვითარების პერსპექტივები WHO-ს შეთანხმების საზღვრებში. ავტორეფერატი. თბილისი, 2016.
9. მელიქიძე მ., ევროინტეგრაცია და საექსპორტო პოტენციალის ზრდის პერსპექტივები. თბილისი, 2019.
10. მაღლაკელიძე მ., საქართველოს საგარეო ვაჭრობის განვითარების ხელშემწყობი ეკონომიკური პოლიტიკა. თბილისი, 2019.
11. ოთიაშვილი ი., საქართველო-თურქეთის სავაჭრო ურთიერთობების შედეგები. თბილისი, 2019.
12. ჟიჟიაშვილი ზ., საქართველოს სოფლის მეურნეობის პროდუქტის ექსპორტის პერსპექტივები ევროკავშირის ბაზარზე.
13. სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, საქონლით საგარეო ვაჭრობა 2019 (იანვარ აპრილი.

14. სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, საქონლით საგარეო ვაჭრობა 2020 (იანვარ აპრილი).
15. ღაღანიძე გ., საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის მენეჯმენტის აქტუალური საკითხები. თბილისი, 2014.
16. შენგელია თ. საერთაშორისო ბიზნესი (ლექციების კურსი). თსუ, თბ., 2011 გამ. „უნივერსალი“, თბ., 2011. 382 გვ.
17. ჩირგაძე ე., ლურსმანაშვილი მ., კობახიძე თ., ქართული ღვინის ბაზრის განვითარების პერსპექტივა საქართველოში თავისუფალი (DCFTA), ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმების ფონზე. თბილისი, 2019.
18. ჩავლეიშვილი მ., ქართული თხილის ბაზარი:
19. ჩაჩხიანი ა., საქართველოს საგარეო სავაჭრო პოტენციალის ზეგავლენა ქვეყნის ეკონომიკის განვითარებაზე. თბილისი, 2019.
20. ძეგისაური ლ., საქართველოს საგარეო-სავაჭრო ურთიერთობების სტატისტიკური შესწავლა, ავტორეფერატი. თბილისი, 2016.
21. ჯიბლაძე ნ., საქართველოს ექსპორტის დივერსიფიკაციის პერსპექტივები საფინანსო ინსტიტუტების ხელშეწყობით. თბილისი, 2019.
22. ჯოლია გ., საერთაშორისო ეკონომიკური ურთიერთობები, ევროპის სასწავლო უნივერსიტეტი, თბილისი 2015;

ინტერნეტ რესურსები:

1. <https://idfi.ge/ge/problems-of-georgia-export> - საქართველოს ექსპორტის პრობლემები და ექსპორტის წამახალისებელი პროგრამები.
2. <https://bm.ge/ka/article/2019-wlis-ekonomikuri-machveneblebis-mimoxilva/46374> - 2019 წლის ეკონომიკური მაჩვენებლების მიმოხილვა.
3. <https://bm.ge/ka/video/qartuli-txilis-saeqsperto-potenciali-wels/18300/> - ქართული თხილის საექსპორტო პოტენციალი.
4. <https://bm.ge/ka/article/top-10-qveyana-sadac-qartuli-txilis-eqsperti-xorcieldeba/45673> - ტოპ 10 ქვეყანა, სადაც ქართული თხილის ექსპორტი ხორციელდება.
5. <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti> - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.
6. <http://www.economy.ge/> - საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო.
7. <https://bm.ge/ka/article/reitingi-qartuli-mineraluri-wylebis-top-msoflio-bazrebi/47952> - მინერალური წყლების ბაზარი.
8. <https://askaneli.ge/> - ასკანელი ძმები
9. <https://chateaumukhrani.com/ge/home> - შატო მუხრანი.
10. <http://tbilvino.ge/> - თბილღვინო.
11. <http://georgianwine.gov.ge/> - ღვინის ეროვნული სააგენტო.
12. <http://www.oiv.int/> - ღვინის საერთაშორისო ორგანიზაცია.
13. <https://www.winesgeorgia.com/> - ქართული ღვინო
14. <http://www.dcfta.gov.ge/> - თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან.
15. <https://galtandtaggart.com/upload/news/14925.pdf> - ღვინის სექტორი საქართველოში.
16. <https://www.borjomi.com/ge/#0> - კომპანია ბორჯომის ოფიციალური გვერდი.

დანართი 1:

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University
Faculty of Economics and Business

Mari Diasamidze

**Competitiveness of Georgian export companies in a dynamic
environment.**

Master of Business Administration program

The research was done to gain an academic quality of Master of Business
Administration

Scientific adviser: Giorgi Gaganidze
Professor of Economics and Business at TSU.

Tbilisi

2020