

ეთერ ხარაიშვილი

**კონკურენციისა და
კონკურენტუნარიანობის პრობლემები
საქართველოს აგროსასურსათო
სექტორში**



გამომცემლობა „უნივერსალი“

თბილისი 2011

მონოგრაფიაში განხილულია საქართველოს ეკონომიკის უმნიშვნელოვანესი პრობლემა – კონკურენცია და კონკურენტუნარიანობა აგროსასურსათო სექტორში. ამ სექტორის განვითარების ტენდენციების საფუძველზე შეფასებულია სასურსათო ბაზრებზე კონკურენციის დონე, გამოვლენილია ბაზარზე შეღწევის ბარიერები. კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრის მეთოდოლოგიაზე დაყრდნობით, ასევე პორტერის „აღმასის“ მოდელისა და კონკურენციის ხუთი ფაქტორის მიხედვით გამოკვლეულია საქართველოსათვის სტრატეგიული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონე. საბაზრო სტრატეგიების საფუძველზე შეფასებულია აგროსასურსათო სექტორის მდგრადი განვითარების პრიორიტეტები.

ნიგნი განკუთვნილია მეცნიერ-ეკონომისტების, აგროსასურსათო სექტორში ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მიღებით დაინტერესებული მენეჯერების, სტუდენტებისა და ახალგაზრდა მკვლევარების, ასევე, მკითხველთა ფართო წრისათვის.

რედაქტორი ე. მექვაბიშვილი, თსუ სრული პროფესორი

რეცენზენტები: რ. გველესიანი, თსუ სრული პროფესორი

მ. ჩავლეიშვილი, თსუ ასოცირებული პროფესორი

მონოგრაფია იბეჭდება ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სარედაქციო-საგამომცემლო საბჭოს გადაწყვეტილებით.

© ე. ხარაიშვილი, 2011

გამომცემლობა „**უნივერსალი**“, 2011

თბილისი, 0179, ი. ჯავახიშვილის გამზ. 19, ☎: 22 36 09, 8(99) 17 22 30

E-mail: universal@internet.ge

ISBN 978-9941-17-342-4

შინაარსი

წინასიტყვაობა.....	4
თავი 1. კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის თეორიები... 13	
1.1. კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები ..	13
1.2. კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრის კრიტერიუ- მები და შეფასების პრობლემები	29
თავი 2. კონკურენცია და საქართველოს აგროსასურსათო სექტორის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები ..43	
2.1. აგროსასურსათო სექტორის განვითარების დარგო- ბრივ-ტერიტორიული პარამეტრების ანალიზი	43
2.2. კონკურენცია და სასურსათო ბაზრების ფუნქციონირების თავისებურებები.....	74
2.3. კონკურენცია და ფირმების ქცევის სტრატეგია	85
თავი 3. ქართული აგროსასურსათო პროდუქტის (სექტორის) კონკურენტუნარიანობა	90
3.1. აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარია- ნობის დონე	90
3.2. კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი მიკროეკონო- მიკური რისკები.....	99
3.3. ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობა და ბაზრის დივერსიფიკაცია.....	111
3.4. ქართული თხილის კონკურენტუნარიანობა და წარმოების დომინანტური მახასიათებლები	120
3.5. ნედლი ხილის ევროპული ბაზარი და წარმოების პოტენციალი საქართველოში.....	130
3.6. საქართველოს აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა	145
თავი 4. კონკურენტული სტრატეგიები და მდგრადი განვითარების ინოვაციური ფაქტორები	161
4.1. კონკურენტუნარიანობა და მდგრადი განვითარების პრობლემები აგროსასურსათო სექტორში.....	161
4.2. საექსპორტო სასურსათო პროდუქტების დივერსი- ფიკაცია და საბაზრო პირობების სტრატეგია	166
4.3. კონკურენცია და რეგიონული განვითარების ინოვაციური ინდიკატორები	175
ლიტერატურა.....	183
ანოტაცია და შინაარსი (ინგლისურ ენაზე)	194

ენიანიტიყვაოზა

კვლევის მიზანი და მოტივაცია

აგროსასურსათო სექტორის განვითარებას ნებისმიერ ქვეყნაში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება. ენგელის კანონის შესაბამისად ამ სექტორის წილი მთლიანი შიდა პროდუქტის სტრუქტურაში დროში შემცირების ტენდენციით ხასიათდება. თუმცა, გასათვალისწინებელია ერთი მნიშვნელოვანი თავისებურება – აგროსასურსათო სექტორიდან ნაკლებად კონკურენტუნარიანი ფერმერები გამოიდევენებიან და ეფექტიანობის მაჩვენებლები დარგში ზრდადია.¹ თუ ერთი საუკუნის წინ სოფლის მეურნეობა ეკონომიკის ძირითადი დარგი იყო დასაქმებულთა დიდი რაოდენობით, დღეს ინდუსტრიულ ქვეყნებში ამ დარგის ხვედრითი წონა მხოლოდ 2-3%-ია, მცირეა დასაქმებულთა წილიც – საშუალოდ 10%. აღნიშნულის საწინააღმდეგოდ მნიშვნელოვნად ამაღლდა შრომის მწარმოებლურობა. თუ გასულ საუკუნეში აგროსასურსათო სექტორი 3-4 ადამიანს უზრუნველყოფდა კვების პროდუქტებით, დღეისათვის ეს მაჩვენებელი 100-მდე გაიზარდა.

მწარმოებლურობის ამაღლებასთან ერთად ბოლო პერიოდში მნიშვნელოვნად განვითარდა ხელოვნური მეთოდებით მიღებული სასურსათო პროდუქტების წარმოება, თუმცა აგროსასურსათო პროდუქტების მიწოდებაში გარკვეული დისბალანსი შეიქმნა. აღნიშნულის გამო მდგრადი განვითარება უმთავრეს მიზნად იქნა აღიარებული.² ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკის მდგრადი განვითარება მხოლოდ შიდა რესურსული პოტენციალის გამოყენებით მიიღწევა, რაც, თავის მხრივ, საექსპორტო პოტენციალის ამოქმედებასაც უზრუნველყოფს.

საქართველოში 2006-2009 წლებში სოფლის მეურნეობის

¹ D. Gale Jonson. World Agriculture in Disarray. London: Macmillan Press Ltd. 1991. გვ. 60.

² A Sustainable Agricultural Policy for Europe, Position paper on CAP review and reform, IFOAM EU Regional Group, April 2002. გვ. 6.

ნილი მშპ-ში 11.2%-დან 8.3%-მდე,³ ხოლო წარმოება რეალურ მაჩვენებლებში დაახლოებით 5%-ით შემცირდა,⁴ სექტორში დასაქმებულია მოსახლეობის 55.1%.⁵ მონაცემები ადასტურებენ, რომ დღეს ქვეყანაში მოსახლეობის უმსხვილესი დამსაქმებელი დარგია დაბალშემოსავლიანი სოფლის მეურნეობა. ცხადია, წარმოებისა და დასაქმების ასეთი სტრუქტურის პირობებში აუცილებელია მდგრადობის პრინციპების გავლენის გამოკვლევა წარმოების სისტემის რელევანტურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ფაქტორებზე. ბოლო წლების პუბლიკაციათა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მეცნიერ ეკონომისტები მდგრადობის საკითხებს ძირითადად წარმოების პოზიციით განიხილავენ. ამასთან, აგროსასურსათო სექტორის ევროპული მოდელის მიხედვით მნიშვნელოვან კონცეფციად მისი მრავალფუნქციურობა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემების კვლევა არის მიჩნეული.⁶

თანამედროვე მსოფლიოში აგროსასურსათო სექტორის განვითარების პრიორიტეტების შემუშავების დროს ქვეყნები ითვალისწინებენ, რომ ძირითად საკუთარ სასურსათო პროდუქტებზე მოხმარების ნორმის 30%-მდე შემცირება სასურსათო უსაფრთხოებისა და პოლიტიკური დამოუკიდებლობის დაკარგვას იწვევს. თუ საქართველოს მოსახლეობას 4.4 მლნ კაცად მივიჩნევთ, შესაბამისი გათვლებით მოსახლეობის მიერ მოხმარებული ეროვნული სასურსათო პროდუქტების მოცულობა ქვეყნის სასურსათო ბაზარზე 49%-ით ნაკლებია ფიზიოლოგიური ნორმებთან შედარებით. სოფლად ეს მაჩვენებელი უკეთესია და 10-15%-ით აღემატება ქალაქის მოსახლეობის

³ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 17.

⁴ შინამეურნეობების გამოკითხვის შედეგებზე დაყრდნობით ჩატარებული გათვლები.

⁵ <http://www.geostat.ge>

⁶ Givord Dorian. Defending the European Rural and Agricultural Model at the WTO. 2001.

www.rural-europe.aidl.be

სურსათით უზრუნველყოფის მაჩვენებელს.⁷

საქართველოში მეცნიერულად დასაბუთებულ ნორმებთან შედარებით დაბალია უმეტესი პროდუქტების მოხმარების დონე. სასურსათო პროდუქტების ბალანსების, ასევე შინამეურნეობებში კვების პროდუქტებზე მოხმარების მაჩვენებლების შესწავლამ გვიჩვენა, რომ 2009 წელს 2003 წელთან შედარებით შემცირებულია უმეტესი პროდუქტების მოხმარების დონე, დაბალია თვითუზრუნველყოფის მაჩვენებლები სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე პროდუქტებზე.

სურსათზე დეფიციტის შევსება იმპორტული პროდუქტების ხარჯზე ხდება. 2010 წლის მონაცემებით იმპორტის მოცულობა საშუალოდ 4-ჯერ და მეტად აღემატება ექსპორტის მოცულობას.⁸ დასახელებული მაჩვენებლების მიხედვით უნდა ვივარაუდოთ, რომ საქართველოს აგროსასურსათო სექტორში ძირითადი კონკურენტები იმპორტიორები არიან. კონკურენტუნარიანობის გაზრდა უნდა მოხდეს არა იმპორტზე ბარიერების დაწესებით, არამედ ადგილობრივი წარმოების პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებით.

კონკურენციის შესახებ ჩატარებული კვლევებით დადგენილია, რომ აგროსასურსათო სექტორში ყველაზე რთულია კონკურენციის განევა – ფერმერთა 66.7%-ს უჭირს კონკურენტებთან ბრძოლა.⁹ აღნიშნულის ძირითადი მიზეზია აგროსასურსათო პროდუქტებისა და აგრარული სექტორის კონკურენტუნარიანობის დაბალი დონე, რაც, ასევე, ართულებს მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფასაც.

ფარდობითი უპირატესობის მიხედვით საქართველოს შეუძლია კონკურენტუნარიანი გახდეს აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების მიხედვით. კონკურენტუნარიანი პროდუქტების წარმოება გამოიწვევს ეროვნული რესურსების ეფექტიან გამოყენებას, შიდა და საერთაშორისო ბაზარზე წი-

⁷ გაანგარიშებები ჩატარებულია www.geostat.ge მონაცემების საფუძველზე.

⁸ www.mof.ge

⁹ მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 67.

ლების მოპოვებას, მოსახლეობის კეთილდღეობის ეფექტების გაზრდას. „საქართველო ყოველთვის იყო და კვლავაც უნდა გახდეს ვაზისა და ხორბლის ქვეყანა. ის მდგომარეობა, რაც ამ კულტურების მიმართ დღეს არის, დამღუპველია, როგორც სულიერი, ისე მატერიალური თვალსაზრისით. ჩვენი წინაპრებისათვის ღვინო და პური, გარდა თავისი ჩვეულებრივი მნიშვნელობისა, მაცხოვრის ხორცისა და სისხლის სიმბოლოს უკავშირდებოდა და, ამიტომაც ქართველ გლეხს მათდამი ყოველთვის განსაკუთრებული დამოკიდებულება ჰქონდა და განსაკუთრებულადაც უვლიდა; და ეს უნდა აღდგეს“.¹⁰

ამრიგად, მოკლე და გრძელვადიან პერიოდებში საქართველოს ეკონომიკური აღმავლობის სტრატეგია კვლავ აგროსასურსათო სექტორის განვითარების შესაძლებლობებზე უნდა აიგოს. აღნიშნულის მიღწევაში მნიშვნელოვანი როლი ამ სექტორში კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის (პროდუქტის, სექტორის, დარგის) პრობლემების კომპლექსურმა კვლევამ უნდა შეასრულოს.

კვლევის მიზანი. კვლევის მიზანია აგროსასურსათო ბაზრებზე კონკურენციის დონის შეფასებისა და ქართული პროდუქტების (სექტორის, დარგის) კონკურენტუნარიანობის გათვლებით წარმოების დომინანტური მახასიათებლების დადგენა; ასევე, ამ სექტორში ოპერატიული და სტრატეგიული გადანყვეტილებების გაანალიზება და გამოვლენილი პრობლემების გადაჭრის მეცნიერულად დასაბუთებული რეკომენდაციების შემუშავება.

კვლევის მისია. კვლევის მისია არის აგროსასურსათო სექტორის ეკონომიკური ერთეულებისა და ინდივიდებისათვის დახმარების შეთავაზება, რათა შემუშავებული მეთოდისა და ანალიზის ინსტრუმენტების გამოყენებით მიიღონ ოპტიმალური ინდივიდუალური და კოლექტიური გადანყვეტილებები.

კვლევის სფერო. კვლევის სფეროა აგროსასურსათო და აგროეკოლოგიური სისტემა: აგროსასურსათო ბაზრები, აგრარული პროდუქტები, აგრარული სექტორი, კვების ეკონომიკა,

¹⁰<http://www.ambebi.ge/sazogadoeba/844-patriarqis-sashobao-epistole.html>

საჭიროების შემთხვევაში ბუნებრივი რესურსები და საზოგადოება (მსოფლიო სასურსათო სისტემა).

პრობლემაზე არსებული პუბლიკაციებისა და კვლევების ანალიზი. კონკურენციისა და პროდუქტის (სექტორის, დარგის) კონკურენტუნარიანობის პრობლემები, შესწავლილია როგორც კლასიკოსთა შრომებში, ასევე სხვა ავტორთა კვლევებში და პუბლიკაციებში (34, 44, 83, 84, 86, 87, 96, 97, 101, 104, 108, 109, 110, 114, 115, 116, 117, 118, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 130, 131, 132). გამოქვეყნებულ ნაშრომებში შეფასებულია სტატიკური და დინამიკური კონკურენტუნარიანობის თეორიები, დასაბუთებულია კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების სტრატეგიები, გაანალიზებულია კონკურენციის მამოძრავებელი ძალები და სხვ.

საქართველოში კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემებზე აღსანიშნავია რამდენიმე კვლევა და პუბლიკაცია (2, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 20, 32, 48, 50, 51, 61, 67, 69, 70, 77). ნაშრომებში ძირითადად შესწავლილია ბიზნესის კონკურენტული გარემო, გამოვლენილია კონკურენტული გარემოს ჩამოყალიბების შემაფერხებელი ფაქტორები. თეორიულ დონეზე გაანალიზებულია კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები, გამოვლენილია კონკურენტუნარიანობის დაბალი დონით გამონვეული ნეგატიური შედეგები, შემოთავაზებულია კონკურენტული გარემოს სრულყოფის რეკომენდაციები და სხვ.

კვლევის მეთოდები. კვლევის პროცესში გამოვიყენეთ ანალიზის, სინთეზისა და შედარების მეთოდები, ასევე ემპირიული სოციალური კვლევის მეთოდები; პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა მიმდინარე პერიოდში შეფასდა „ex-post“ მეთოდით, ხოლო გრძელვადიან პერიოდში „ex-ante“ მეთოდითა და პორტერის „აღმასის“ მოდელით; ანალიტიკურ და სტატისტიკურ შეფასებებს შორის კანონზომიერებების დასადგენად ვისარგებლეთ შინამეურნეობების გამოკვლევის მონაცემთა ბაზით, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ნელინაღწეულებითა და სხვა სტატისტიკური პუბლიკაციით;

რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლების დასადგენად შევიმუშავეთ სტანდარტული (სტრუქტურირებული) და არასტანდარტული (ღია ინტერვიუ, თხრობითი) გამოკითხვის ტიპები, ჩატარდა ჩაღრმავებული ინტერვიუები ექსპერტებთან; ასევე, ვისარგებლეთ საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის, მენარმეობის მხარდამჭერი საერთაშორისო ცენტრის, საქართველოსა და ნიდერლანდების დამსაქმებელთა ასოციაციისა და ფონდი „ათასწეულის გამონვევა საქართველოში“, USAID-ის კვლევის მასალებით;

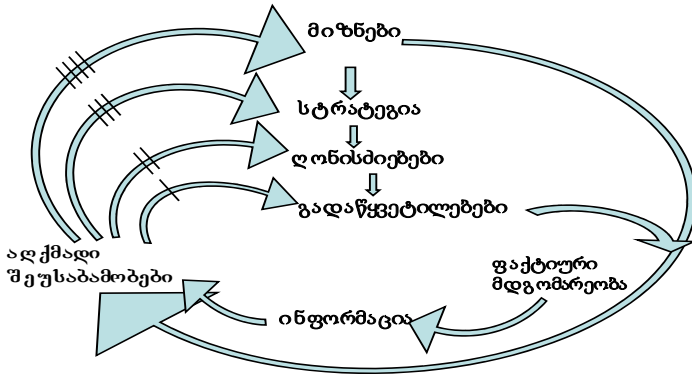
კვლევის მეთოდები შეირჩა დასმული პრობლემის შესაბამისად, მაგალითად, გამოვლენილი კონკურენტუნარიანობის საფუძველზე სტრუქტურული ცვლილებების დასადგენად გამოვიყენეთ სხვადასხვა მეთოდი.

პრობლემების მიხედვით გამოყენებული კვლევის მეთოდები

კვლევის ობიექტი	გამოსაკვლევი პრობლემა	კვლევის მეთოდი
ფერმა სანარმო	როგორ შეუძლიათ ფერმერებს სწრაფ სტრუქტურულ ცვლილებებზე ზეგავლენის მოხდენა?	ბიზნესის კვლევა
ფერმერი	რომელი ფაქტორები ახდენენ ზეგავლენას ფერმერის გადაწყვეტილებებზე მოახდონოს თუ არა წარმოების რეორგანიზაცია	ემპირიული სოციალური კვლევა
აგროსასურსათო სექტორი რეგიონულ დონეზე	რა გავლენას ახდენს სტრუქტურულ ცვლილებებზე ტერიტორიის დაყოფა სასოფლო-სამეურნეო სპეციალიზაციის ზონებად	მოდელებით კვლევა
აგროსასურსათო სექტორი, როგორც ეროვნული ეკონომიკის სფერო	როგორი იქნება მიწათსარგებლობისა და მიწათმფლობელობის ფორმები ცვალებადი ეკონომიკური პირობებისა და სტრუქტურული გარდაქმნების შემთხვევაში?	ოპერაციული კვლევა (OR)
აგროსასურსათო სექტორი, როგორც რეგულირების ობიექტი	როგორ გავლენას ახდენს გადასახადები წარმოების პარამეტრებზე და სტრუქტურულ ცვლილებებზე?	სიმულაციები

კვლევის მეთოდების ოპტიმალურად შერჩევამ საშუალება მოგვცა ლოგიკურად დაგვეკავშირებინა ერთმანეთთან დასახული მიზნები და მიღებული გადაწყვეტილებები, შეგვეფასებინა მოკლე და გრძელვადიანი ეკონომიკური სტრატეგიები.

კვლევის მიზნები და გადაწყვეტილებები



კვლევის პროცესში, როგორც ზემოთ აღინიშნა, განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილდა რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლების შეფასებაზე.

რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლები

რაოდენობრივი	ხარისხობრივი
ახსნა	აღმოცენება
გაზომვა	აღწერა
ნიმუში	სპეციფიკური შემთხვევები
ქცევა	გამოცდილება

კვლევის პრობლემის შესაბამისად შეირჩა გამოკითხვის ტიპებიც და გავითვალისწინეთ თითოეული მათგანის თავისე-

ბურება. კონკურენტუნარიანობის პრობლემის კვლევის პროცესში შევარჩიეთ გამოკითხვის შემდეგი ტიპები:

გამოკითხვის ტიპები და თავისებურებები

	კითხვები	პასუხები	აპლიკაცია
სტანდარტული ინტერვიუ (სტრუქტურული გამოკითხვა)	დიახ	დიახ	რაოდენობრივი
ნახევრადსტანდარტული გამოკითხვა	დიახ	არა	ხარისხობრივი და რაოდენობრივი
არასტანდარტული გამოკითხვა (გამოკითხვის გზამკვლევი, ღია ინტერვიუ, თხრობითი ინტერვიუ)	არა	არა	ხარისხობრივი და რაოდენობრივი

თავდაპირველად კვლევა ჩატარდა აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასებაზე. ბაზრის ხარისხობრივი მაჩვენებლებით დახასიათებას საფუძვლად დაედო სტატისტიკური კონკურენტუნარიანობის თეორია (ბაზრის ტრანსპარენტულობის დონე, ბაზარზე შეღწევადობა, ბაზრის მონაწილეთა რეაქცია მონაცემების ცვლილებაზე და სხვა); დინამიკური კონკურენტუნარიანობის თეორიის საფუძველზე კი განისაზღვრა რაოდენობრივი მაჩვენებლები (მიმწოდებლების და მომხმარებლების ოდენობა და სხვ.).

მომდევნო ეტაპზე კონკურენტუნარიანობის კვლევა გაგრძელდა სივრცობრივი ექსპანსიების შესაბამისად, ამასთან, კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები გავიანგარიშეთ ძირითად აგროსასურსათო პროდუქტზე, ასევე პორტერის „აღმასის“ მოდელით შევაფასეთ აგროსასურსათო სექტორის კონკურენტუნარიანობა.

**კონკურენტუნარიანობის ანალიზი
სივრცობრივი ექსპანსიების მიხედვით**

პროდუქტის აგრეგაცია	სივრცობრივი ექსპანსია		
	სანარმო	რეგიონები ქვეყნის ფარგლებში	ქვეყანა
ეროვნული ეკონომიკა	არა	არა	დიახ
აგროსასურსათო სექტორი	არა	დიახ	დიახ
აგროსასურსათო პროდუქტი	დიახ	დიახ	დიახ

სამეცნიერო კვლევის მეთოდოლოგიაზე, ასევე მიღებულ შედეგებზე კონსულტაციები მიმდინარეობდა ციურიხის (შვეიცარია) ტექნიკური უნივერსიტეტის სამეცნიერო წრეებთან – პროფესორ რობერტ იორინთან და ფატიმა მამარდაშვილთან. ნედლი ხილის ევროპული ბაზრის კვლევა ჩატარდა ეკონომიკის აკადემიურ დოქტორ ეკა ზვიადაძესთან ერთად. უდიდეს მადლობას ვუძღვნი მათ განეული დახმარებისათვის.

კვლევის შედეგები პერიოდულად გამოიცა სტატიების სახით, ასევე, გაკეთდა მოხსენებები სამეცნიერო კონფერენციებზე.

თაპი 1.

კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის თეორიები

1.1. კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები

კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის თეორიული დებულებები კლასიკურ პოლიტიკურ ეკონომიაში ჩამოყალიბდა. ამ სკოლის წარმომადგენელთა ნაშრომებში ძირითადი ყურადღება საფასო კონკურენციაზე იყო გამახვილებული. მეცნიერთა თვალსაზრისით კონკურენცია ეკონომიკის ყველა დარგს მოიცავდა. თავდაპირველად იკვლევდნენ კონკურენციას, მოგვიანებით კი ამ პროლემებთან ერთად დაიწყეს ქვეყნის, დარგის, ფირმის (პროდუქტის) კონკურენტუნარიანობის შესწავლაც. საფასო ფაქტორებით ანალიზის დროს კონკურენცია განიხილებოდა, როგორც სიტუაცია, რომელიც აიძულებდა ბაზრის მონაწილეებს შეჯიბრში ჩართვას. ასევე, კონკურენცია მიჩნეული იყო როგორც ეკონომიკის მდგრადი განვითარების საფუძველი, რომელიც უზრუნველყოფდა სასაქონლო ბაზრებზე მოთხოვნა-მიწოდების დაბალანსებას და მომხმარებლისათვის მისაღები ფასის ფორმირებას. მათი აზრით, რაც უფრო კონკურენტული იყო ბაზარი, მით მეტი დაბალანსების პირობები არსებობდა და, შესაბამისად, იზრდებოდა საზოგადოების კეთილდღეობა. კონკურენცია კერძო ინტერესებისა და ეკონომიკური ეფექტიანობის დამაბალანსებელი მექანიზმის სახითაც განიხილებოდა. ა. სმითი კონკურენციას უწოდებდა ბაზრის „უხილავ ხელს“, რომელიც კერძო და საზოგადოებრივ ინტერესთა თანაფარდობას ასახავდა. მეცნიერის აზრით ბაზარზე ფასების ფორმირება მწარმოებელთა ერთობლივ ქმედებებზე იყო დამოკიდებული, ქმედებათა ჯამური ერთობლიობა კი აყალიბებდა ფასებს. ფასები, თავის მხრივ, ემორჩილება მომხმარებელთა ქცევის კანონზომიერებებს. ა. სმითმა გააკეთა დასკვნა, რომ რაც უფრო თავისუფალია და ფართოა კონკურენცია, მით ხელსაყრელია იგი საზოგადოებისათვის.¹¹

¹¹ ა. სმითი, გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ, თბილისი, 1938, გვ. 375.

საფასო კონკურენციის იდეა განავითარა დ. რიკარდომ. მეცნიერის აზრით კონკურენცია გადამწყვეტ როლს თამაშობს დაბალანსებული ფასების დადგენაში. კონკურენციას დაქვემდებარებული ფასები დამოკიდებულია „ბოლოს და ბოლოს, არა მოთხოვნისა და მიწოდების მდგომარეობაზე, არამედ მათი წარმოების ხარჯების გადიდებასა და შემცირებაზე“.¹² ამ თეორიით ძირითადად აღინერებოდა სრულყოფილი კონკურენციის მოდელი გრძელვადიან პერიოდში, რამაც მეცნიერებს საშუალება მისცა ახლებურად შეეფასებინათ ეკონომიკური ზრდის პრობლემები. კონკურენციის თეორიის განვითარებაში დიდი როლი შეასრულა ა. სმიტის მიერ საერთაშორისო ვაჭრობაში სანარმოთა კონკურენტული უპირატესობების ანალიზმა. ანალიზის საფუძველზე შემუშავდა დებულება, რომლის თანახმად ქვეყანას შეეძლო იმ პროდუქტის ექსპორტი, რომლის წარმოებაზეც იგი სხვა ქვეყანასთან შედარებით ნაკლებს ხარჯავდა. მაგალითად, საფრანგეთს ხელსაყრელი კლიმატური პირობების გამო ნაკლები დანახარჯებით მოყავდა ყურძენი და ამიტომ, შეეძლო შვეციისთვის, მეტალის ნაწარმზე გაცვლის პირობებში, ღვინო მიეწოდებინა (შვეციას მეტალის ნაკეთობებზე ნაკლები დანახარჯები ჰქონდა, ვიდრე საფრანგეთს). ა. სმიტი საერთაშორისო ვაჭრობას განიხილავდა, როგორც გაცვლას ჩვეულებრივ სანარმოებს შორის. გაცვლა ხელსაყრელია მაშინ, როდესაც მომხმარებელი ისეთ პროდუქტს შეიძენს, რომლის დამზადებაზეც იგი უფრო მეტს დახარჯავდა, ვიდრე გაცვლის დროს.

ა. სმიტის იდეა კონკურენტულ უპირატესობებთან დაკავშირებით განავითარა დ. რიკარდომ. მისთვის მისაღები იყო ა. სმიტის მოსაზრება ნაკლები დანახარჯების შესახებ, მაგრამ ამ პირობას ექსპორტის განხორციელებისათვის არასაკმარისად მიიჩნევდა. დ. რიკარდო ვარაუდობდა, რომ ქვეყანამ უნდა მოახდინოს არა ნებისმიერი საქონლის ექსპორტი, არამედ მხოლოდ ისეთის, რომლის წარმოებაც რესურსების ყველაზე

¹² დ. რიკარდო, პოლიტიკური ეკონომიის და დაბეგვრის საფუძველები, ტფილისი, 1937, გვ. 329.

ეფექტიანი გამოყენებით ხდება. მაგალითად, საფრანგეთი აწარმოებდა ხორბალს და ყურძენს უფრო ნაკლები დანახარჯებით, ვიდრე საშუალოდ ევროპის ქვეყნები; შესაბამისად, საფრანგეთს შეეძლო გაეყიდა რომელიმე მათგანი მისთვის ხელსაყრელი პირობებით. მაგრამ დანახარჯებში განსხვავება ყურძნის წარმოების მხრივ უფრო მაღალი იყო, ვიდრე ხორბლის შემთხვევაში. მაშასადამე, თუ ქვეყანა თავის რესურსებს მხოლოდ ყურძნის წარმოებაზე გამოიყენებდა, შეეძლო უფრო მეტი მოგების მიღება, ვიდრე მათი ორივე პროდუქტზე (ყურძენზე და ხორბალზე) გადანაწილების შემთხვევაში.

ა. სმიტის მოძღვრება ძირითადად აბსოლუტური უპირატესობის თეორიას ეფუძნებოდა. ამ თეორიის თანახმად სპეციალიზაციის საფუძველს დაბალი აბსოლუტური დანახარჯები წარმოადგენს. დ. რიკარდომ კი ჩამოაყალიბა შედარებითი უპირატესობების კონცეფცია, რომლის თანახმად საჭიროა პროდუქტების წარმოებაზე სპეციალიზაცია შედარებითი უპირატესობის პრინციპის გამოყენებით. შედარებითი უპირატესობის მაჩვენებელი სხვადასხვა დარგში პროდუქციის ერთეულის წარმოებაზე განეული შეფარდებითი დანახარჯია.

ამრიგად, აბსოლუტური და ფარდობითი კონკურენტული უპირატესობები განსაზღვრავენ სპეციალიზაციას, ხოლო სპეციალიზაცია მოგების გაზრდის საშუალებას იძლევა. ამ პარადიგმის გათვალისწინება ერთმნიშვნელოვნად აუცილებელია აგროსასურსათო სექტორში.

XIX საუკუნეში მეცნიერებმა ახლებურად შეაფასეს სრულყოფილი კონურენციის მოდელის ფასების სისტემაზე გავლენის შედეგები. ა. მარშლის ნეოკლასიკური კონცეფციის თანახმად კონკურენცია და ფასების სისტემა დაკავშირებულია ტექნოლოგიებთან და მასშტაბიდან უკუგების შემთხვევებთან. „წარმოების მასშტაბების გაფართოება სწრაფად აფართოებს უპირატესობას კონკურენტების წინაშე და ამცირებს ფასებს“.¹³ ამ პერიოდში წარმოიშვა წარმოების ფაქტორთა თეორია (ჰექტერი, ოლინი), რომლის თანახმად, ყველა ქვეყანას დაახლოებით ერთნაირი ტექნოლოგია აქვს, მაგ-

¹³ Маршалл А. Принципы экономической науки, т. 2, М. 1993, гл. 189.

რამ სხვადასხვა ხარისხის წარმოების ფაქტორებს ფლობენ (მინა, სამუშაო ძალა, ბუნებრივი რესურსები და კაპიტალი). მაგალითად, ქვეყნებს, რომელთაც სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წარმოებისათვის ნაყოფიერი მიწის სავარგულე-ბი საკმარისი რაოდენობით აქვთ, შეუძლიათ მარცვლეულისა და ხორცის ექსპორტი, ჭარბი სამუშაო ძალის შემთხვევაში შესაძლებელია შრომატევადი პროდუქტის ექსპორტი, საკმარისი რაოდენობის კაპიტალის პირობებში – სამრეწველო პროდუქტის ექსპორტი, ნახშირისა და რკინის საკმარისი რესურსების დროს – მეტალის პროდუქტების წარმოება.

აღნიშნული კონცეფცია მნიშვნელოვნად განვითარდა XX საუკუნის პირველ ნახევარში. მეცნიერების აზრით ყველა ქვეყანაში ტექნოლოგიის დაახლოებით ერთი დონე იყო. ამით ისინი, უნებურად, მთელ მსოფლიოს ევროპის ცივილიზაციის საზღვრებში აქცევდნენ. ცხადია, შეუძლებელი იყო ჩინეთის, ინგლისისა და ბრაზილიის ტექნოლოგიური დონეების შედარება. ევროპისა და ამერიკის ქვეყნებში განსხვავებული ტექნოლოგიები არსებობდა, ფაქტორთა თეორიის ავტორები კი განსხვავებული დანახარჯების მიზეზების ანალიზის დროს ამ გარემოებას არ ითვალისწინებდნენ.

მოგვიანებით დადასტურდა, რომ კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემების შესწავლა მხოლოდ საფასო კონკურენციის მექანიზმით შეუძლებელი იყო. აღნიშნულის ძირითადი მიზეზი იყო ის, რომ საფასო ფაქტორით ეკონომიკური მოვლენების ახსნა მხოლოდ სრულყოფილი კონკურენციის მოდელშია შესაძლებელი. თუ საფასო ფაქტორებით შეფასების დროს კონკურენცია განიხილებოდა როგორც „ორი ან მეტი პირის მცდელობა დამოუკიდებელი საქმიანობით უზრუნველყონ წარმატება მესამე პირისათვის საუკეთესო პირობების შეთავაზებით“, ¹⁴ მოგვიანებით ნათელი გახდა, რომ „კონკურენციის ეს სახეობა ძალზე აქტუალური ვერ იქნება, როდესაც ლაპარაკია ახალი საქონლის, ახალი ტექნოლოგიის, ახალი რესურსებისა ან ორგანიზაციის ახალი ტიპის შესახებ.“ ¹⁵ ი. შუმპეტერმა კონკურენცია განიხილა,

¹⁴ Adam Smith, „The Wealth of Nations“, 1776, გვ. 35.

¹⁵ Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия., М. 1995, გვ. 54.

როგორც ბუნებით დინამიკური პროცესი, რომლის არსია ახლის დანერგვა და ხარისხის კონკურენცია. ამრიგად, მეცნიერებმა კონკურენცია უკვე განიხილეს არა როგორც სიტუაცია, არამედ როგორც პროცესი. აღნიშნულმა მნიშვნელოვანი ცვლილებები შეიტანა კონკურენციის არსის ახსნაში. კონკურენტულ ბრძოლაში გადამწყვეტი გახდა ცოდნა. ერთი მხრივ, ადამიანები ლებულობენ ცოდნას, მეორე მხრივ, გადასცემენ და ეფექტიანად იყენებენ „გაბნეულ ცოდნას“. ცოდნის საშუალებით მწარმოებლები გამოავლენენ ახალ მოთხოვნილებებს, ხოლო მომხმარებლები მათი დაკმაყოფილების საშუალებებს. საზოგადოების ხელმისაწვდომობა ცოდნაზე წარმოებას აიძულებს სიახლეების დანერგვას. კონკურენციის ქმედითუნარიანობით იზრდება საზოგადოების კეთილდღეობის ეფექტები: მწარმოებლები აღწევენ მოგების მაქსიმიზაციას, ხოლო მომხმარებლები პროდუქტზე ფასების შემცირებასა და ხარისხის გაუმჯობესებას.¹⁶

ავსტრიული სკოლის წარმომადგენლის ფ. ჰაიეკის აზრით საფასო ფაქტორებით შეფასება ზღუდავს საბაზრო ეკონომიკის ფუნდამენტალურ პრინციპებს. მეცნიერი ითვალისწინებდა, რომ სახელმწიფოებრივი წყობილება უკვე არსებობს. . . . და კონკურენციის პროცესი მიმდინარეობს უკვე არსებულ სისტემაში. . . . თანამედროვე სახელმწიფო და პოლიტიკურ მოღვაწეთა შორის გაბატონებული მრავალი წარმოდგენა ეკონომიკური ფენომენების, კერძოდ კი, ღირებულებებისა და ფასების, ისევ და ისევ გულუბრყვილო ახსნას ემყარება, რომელიც წარუმატებლად ცდილობს ისინი ადამიანის ცოდნისა და მიზნებისაგან დამოუკიდებელ „ობიექტურ“ გამოვლინებად განიხილოს. ასეთი ახსნა ვერ განსაზღვრავს ვაჭრობისა და ბაზრის ფუნქციებს და ვერც დიდი რაოდენობით მწარმოებლური ძალისხმევის კოორდინაციისათვის ამ უკანასკნელთა მნიშვნელობას შეაფასებს.“¹⁷ „რეალურ სახელმწიფოში სრულყოფილი კონკურენციის მოდელი ოდესმე რომ არსებულებო, არ წარმოიქმნებოდა არავითარი შეზღუდვები

¹⁶ Хайек Ф. А. Пагубная самонодеянность, М. 1992, გვ. 38.

¹⁷ ფ. ჰაიეკი, საბედისწერო თავდაჯერებულობა, სოციალიზმის შეცდომები, თბილისი, 2000, გვ. 160.

საქმიანობის ყველა სფეროში, მაგრამ ეს ფაქტიურად შეუძლებელია, რადგან სახელმწიფოებრივი შეზღუდვები სასიცოცხლო აუცილებლობას წარმოადგენს.“¹⁸ სრულყოფილი კონკურენციის მოდელში ბაზრის არცერთ მონაწილეს არ აქვს საკმარისი ძალაუფლება იმისათვის, რომ დაანესოს ფასი ერთგვაროვან პროდუქტებზე. თუმცა აღსანიშნავია, რომ ასეთი მდგომარეობა იშვიათია და ძირითადად მხოლოდ ნედლეულისა და სასოფლო-სამეურნეო წარმოებისთვის არის დამახასიათებელი. სასურსათო ბაზრებზე მსგავსი პროდუქტების მიმწოდებლები და მომხმარებლები არიან. მიმწოდებლები ვერ აწესებენ საბაზრო ფასზე მაღალ ფასს, რადგან მომხმარებლები ადვილად შეძლებენ შემცვლელ სასურსათო პროდუქტებზე გადართვას. ფასის შემცირების შემთხვევაში კი მწარმოებლების მოგებაც მცირდება. ბაზრის მონაწილეებს, ასევე, არ აქვთ შესაძლებლობა დიზაინის, რეკლამის, ინოვაციებისა და სხვათა გზით მიაღწიონ მოგების გაზრდას. ამ თვალსაზრისით შეზღუდულია ერთგვაროვანი პროდუქტების დიფერენციაციის შესაძლებლობებიც. ამრიგად, სრულყოფილი კონკურენციის მოდელში გადაჭარბებული ყურადღებაა გამახვილებული საფასო კონკურენციის მიმართ და ბაზრის მონაწილეები პასიურ როლში არიან. სრულყოფილი კონკურენციის მოდელი ნეოკლასიკოსთა ნაშრომებში ნაკლებად არის გაკრიტიკებული. აღნიშნული მოდელის წინააღმდეგობრივი ხასიათი ავსტრიული სკოლის წარმომადგენლების მიერ არის ახსნილი.

არასრულყოფილი კონკურენცია მეცნიერთა მიერ შეფასებულია როგორც ბაზარზე არსებული სიტუაცია, როდესაც კონკურენტებს შეუძლიათ მომხმარებლისათვის დიფერენცირებული პროდუქტების შეთავაზება, თუმცა აღნიშნული ცალსახად არ ნიშნავს ბაზარზე განუსაზღვრელ ძალაუფლებას და პროდუქტზე ნებისმიერი ფასის დადგენას. მოცემულ შემთხვევაში უნდა გავიხსენოთ, რომ არასრულყოფილი კონკურენციის ბაზარზე მიმწოდებელს საქმე აქვს დაღმავალი მოთხოვნის მრუდთან. ეს იმას ნიშნავს, რომ თუ მიმწოდებელს სურს მეტი რაოდენობით პროდუქტის გაყიდვა, მაშინ

¹⁸ ფ. ჰაიეკი, „ინდივიდუალიზმი და ეკონომიკური წესრიგი“, თბილისი, 2000, გვ. 193.

მას მოუწევს ფასის შემცირება (კონკურენტულ ბაზარზე მოთხოვნის მრუდი ჰორიზონტალურია).

არასრულყოფილი კონკურენციის პირობებში კონკურენცია აიძულებს მწარმოებლებს ახალი პროდუქტების ან მომსახურების ახალი სახეობებისა და ტექნოლოგიების შექმნას. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ კონკურენცია ხშირ შემთხვევაში დამატებით დანახარჯებს წარმოშობს და არაეფექტიან ქმედებებს იწვევს.

ეკონომიკაში კონკურენციის რამდენიმე სახეობა განიხილება: 1. პირდაპირი (დარგის/ბრენდის), როდესაც კონკურენცია ხდება ერთიდაიმავე დანიშნულების პროდუქტებს შორის (მაგალითად, კონკურენცია ღვინის წარმოების სფეროში); 2. არაპირდაპირი, როდესაც კონკურენცია შემცვლელ პროდუქტებს შორის მიმდინარეობს (მაგალითად, კარაქსა და მარგარინს შორის); 3. საბიუჯეტო, რომელიც თავისი არსით ყველაზე ფართოა და მოიცავს ყველა სფეროს, სადაც მომხმარებელმა შეიძლება დახარჯოს შემოსავლები.

კონკურენციის ცნების ეკონომიკური ასპექტები მეცნიერთა უმეტესობის მიერ ახსნილია როგორც მეტოქეობა უფრო მომგებიანი პირობების მისაღებად.

ამერიკელი მეცნიერი მ. პორტერი მიიჩნევს, რომ კონკურენცია დინამიკური და განვითარებადი პროცესია და მასში მთავარი როლი ინოვაციებსა და ცვლილებებს განეკუთვნება; ასევე, განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილებულია ფირმების სტრატეგიულ ქცევაში კონკურენტული უპირატესობების შენარჩუნებაზე.¹⁹ მეცნიერთა ნაწილის მოსაზრებით კი კონკურენცია წარმოიშვება მაშინ, როდესაც ორი ან მეტი პირი იბრძვის წარმატებისათვის და აღნიშნულის მიღწევა ყველასათვის ხელმისაწვდომი არ არის.²⁰

კონკურენციის პრობლემების შეფასების პროცესში აქტუალური გახდა კონკურენტუნარიანობის საკითხის კვლევაც.

მეცნიერ-ეკონომისტების განსხვავებული მიდგომები კონკურენციის არსის შესახებ ასახვას პოვენს კონკურენტუნა-

¹⁹ Портер. М. Конкуренция. Санкт-Петербург, Москва, Киев, 2000.

²⁰ George I. Stigler, The New Palgrave Dictionary of Economics, Second Edition, 2008.

რიანობის შესახებ სხვადასხვა შეფასებებშიც. კონკურენტუნარიანობის შესახებ არსებულ გამოკვლევებში ეკონომისტების ყურადღება ყველაზე მეტად გამახვილებულია ფირმის კონკურენტუნარიანობის ანალიზზე. ძირითადი დასკვნის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ მაკროეკონომიკური პირობების ანალიზითა და საერთაშორისო ვაჭრობის მაჩვენებლებით შესაძლებელია ფირმის კონკურენტუნარიანობის ხარისხის დადგენა.

კონკურენტუნარიანობა კომპლექსური და მრავალმხრივი ცნებაა და მისი შეფასება აუცილებელია კონკურენციის სახეობებისა და ეკონომიკური სუბიექტების დონეთა მიხედვითაც. მიკრო დონეზე კონკურენტუნარიანობა აუცილებელია შეფასდეს პროდუქტის, ფირმის, ცალკეული ქვედანაყოფების მიხედვით; მეზოდონეზე – ვერტიკალურად და ჰორიზონტალურად ინტეგრირებული საწარმოებისა და ფირმების, დარგობრივი კორპორაციული გაერთიანებების, დარგების მიხედვით; მაკროდონეზე – ქვეყნების, რეგიონული სამეურნეო კომპლექსების მიხედვით.

მეცნიერთა ნაშრომებში ფირმების კონკურენტული ქცევის ანალიზი შედარებით დეტალურად არის გადმოცემული ოლიგოპოლიური კონკურენციისა და სტრატეგიული მენეჯმენტის პირობებში. ოლიგოპოლიის დროს ფირმის კონკურენტული ქცევის მოდელი განხილულია წარმოების მოცულობისა და ფასების დონეთა შედარებითი ანალიზით და ამ საკითხების განხილვის პროცესში ძირითადად თამაშთა თეორიის მათემატიკური მეთოდი გამოყენებულია;²¹ ფირმის კონკურენტული ქცევა სტრატეგიული მენეჯმენტის პირობებში შესწავლილია ბაზრის პერსპექტიულ სეგმენტებზე გასვლის ფაქტორების გათვალისწინებით. ამასთან, სეგმენტების არჩევის კრიტერიუმებად მიჩნეულია სეგმენტის ზრდის სიდიდე და დინამიკა.²²

თანამედროვე მსოფლიოში მიმდინარე გლობალიზაციის პროცესმა წარმოშვა კონკურენტული ბრძოლის ახალი ფორმები და მიმართულებები. კონკურენცია გამძაფრებულია

²¹ David A. Besanko Ronald R. Braeutigam – Microeconomics, An Integrated Approach, JOHN WILEY & SONS, INC. 2001.

²² Robert Axelrod, The Evolution of Cooperation, New York, Basic Books, 1984.

ყველა დონის სუბიექტებს შორის, ხოლო წარმატების გადამწყვეტი ფაქტორი გახდა სამომხმარებლო უპირატესობები. ყოველივე აღნიშნულმა ასახვა ჰპოვა კლასტერიზაციის პროცესში. „ინდუსტრიული ოლქების“, „ლოკალური საწარმოო სისტემების“, „დიფუზიური წარმოების ზონების“ და სხვათა სახით ჩამოყალიბებული კლასტერები საშუალებას აძლევს საშუალო, მცირე და პატარა საწარმოებს დინამიკური განვითარებისათვის. კლასტერების სახით საწარმოები მონაწილეობენ გლობალურ ექსპანსიაში უმსხვილეს ტრანსნაციონალურ კორპორაციებთან ერთად, რითაც ძლიერდება მცირე მენარმეობის როლი, ადგილი აქვს ინოვაციური პოტენციალის გამოყენების გაუმჯობესებას და გაადვილებულია მსოფლიო ბაზარზე პოზიციების დაკავება. აღნიშნულ მოსაზრებებს იზიარებს მეცნიერთა ის ჯგუფი, რომლებსაც კლასტერიზაციის პროცესი ფუნქციურად და სამომხმარებლო თვისებების მიხედვით აქვთ აღწერილი (ჯ. ბაკატინი, მ. პორტერი, ა. კრუგმანი და სხვ.).²³

აღნიშნულმა პროცესმა ახლებურად მოითხოვა ქვეყნის, ასევე დარგის, სექტორის, ფირმის (პროდუქტის) კონკურენტუნარიანობის პრობლემების კვლევა. საქმე ის არის, რომ მსოფლიოში მიმდინარე სამეურნეო ურთიერთობათა ლიბერალიზაციისა და ეკონომიკის გლობალიზაციის შედეგებით უპირატესად კონკურენტუნარიანმა ქვეყნებმა და კორპორაციებმა ისარგებლეს. კონკურენტუნარიანობის დონე კი ძირითადად გლობალური კონკურენტუნარიანობის, ბიზნესის კონკურენტუნარიანობისა და გლობალური საინოვაციო ინდექსების საფუძველზე განისაზღვრა.²⁴

²³ Porter.M.Конкуренция. Санкт-Петербург, Москва, Киев, 2000.

Porter M.The Competitive Advantage of Nations L.Macmillan, 1990.

Krugan P.(ed) Geography and Trade. Cambridge University, Cambridge(Mass), 1990.

²⁴ The Global Competitiveness Report 2009-2010. Word Economic Forum. www.Weforum.org

KAM Index by the World Bank, 2006.

ევროპის ინოვაციის მონაცემთა ინდიკატორები, ევროსაბჭოს სტატისტიკური სამსახური (Eurostat), CIS, OECD, OHM.

არასრულყოფილი კონკურენციის პირობებში ფირმების ქცევის ზემოთ დასახელებული ორივე მოდელი ყურადღებას ამახვილებს ფირმის ტაქტიკისა და სტრატეგიის ოპტიმალურ შერჩევაზე სეგმენტური კონკურენციის პირობებში. ცხდია, ასეთი შეფასება მნიშვნელოვანია, თუმცა აღნიშნული მიდგომები საშუალებას არ იძლევა გამოვლინდეს ფირმის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი შიდა ფაქტორები და წყაროები.

მეცნიერ-ეკონომისტთა ნაშრომების შესწავლამ გამოავლინა, რომ ფირმის კონკურენტუნარიანობა ძირითადად პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის და/ან საერთაშორისო ვაჭრობის კონტექსტში განიხილება. ამ მოსაზრების გაზიარება ნაწილობრივ შესაძლებელია, მაგრამ გასათვალისწინებელია, რომ კონკურენტუნარიანობა შედარებით ფართო სპექტრის ტერმინია. ფირმის კონკურენტუნარიანობას, წარმოებული პროდუქტის გარდა, სხვადასხვა ქმედებებიც განსაზღვრავს: მენეჯმენტი, მარკეტინგი, ფინანსური პოლიტიკა, ოპერატიული მენეჯმენტი და სხვა. ნებისმიერ ქვეყანაში ფირმის საქმიანობის მაკროეკონომიკური გარემო მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს მის კონკურენტუნარიანობაზე, მაგრამ სრულად ვერ განსაზღვრავს ამ მაჩვენებლის დონეს. საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის თეორიებით შეუძლებელია იმ მიზეზების ახსნა, რაც ერთიდაიგივე ქვეყანაში ფირმების განსხვავებულ კონკურენტუნარიანობას იწვევს. მაშასადამე, საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის თეორია ნაკლებად სასარგებლო იქნება კონკრეტული ფირმების კონკურენტუნარიანობის შეფასებისა და მიკროეკონომიკური ანალიზის დროს.

მ. პორტერის თვალსაზრისით ფირმის კონკურენტუნარიანობა ეკონომიკურ მახასიათებელთა კომპლექსია, რომელიც განაპირობებს ფირმის მდგომარეობას დარგობრივ, ეროვნულ ან მსოფლიო ბაზარზე.²⁵ მეცნიერის აზრით პროდუქტისა და ფირმის კონკურენტუნარიანობის ურთიერთმიმართება – მთელისა და ნაწილის ურთიერთმიმართებაა. სასაქონლო ბაზარზე ფირმის კონკურენტუნარიანობა უშუალოდ განისაზღვრება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობით და

²⁵ Портер. М. Конкуренция. Санкт-Петербург, Москва, Киев, 2000, გვ. 20.

ფირმის საქმიანობის ეკონომიკურ მეთოდთა ერთობლიობით. მოცემული შეფასების მიხედვით ფირმის კონკურენტუნარიანობა ბაზარზე თვით პროდუქტის კონკურენტუნარიანობით ვლინდება. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ იზრდება იმ თვისებათა მნიშვნელობა, რომელსაც პროდუქტი და მისი მწარმოებელი ფირმა ფლობს. ფირმის კონკურენტუნარიანობა ასევე განხილულია, როგორც ბიზნესსუბიექტის ქმედება კონკურენტულ გარემოში, კერძოდ იგი არის საბაზრო ურთიერთობების სუბიექტის თვისება, გამოვიდეს ბაზარზე კონკურენტ სუბიექტებთან თანაბარ მიმართებაში.

კონკურენტუნარიანობის შესწავლისას მკვლევარების ძირითადი ამოცანა მისი კრიტერიუმების ძიებაში, ასევე, კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი წყაროებისა და ფაქტორების გამოვლენაში მდგომარეობს. მეცნიერთა ნაწილის მიერ მიჩნეულია, რომ ფირმისა და პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა ერთიდაიგივე კრიტერიუმებით უნდა შეფასდეს და ნაკლები ყურადღებაა გამახვილებული კონკურენტუნარიანობის წყაროებსა და ფაქტორებზე. მაგალითად, მეცნიერთა ერთ ჯგუფს მიაჩნია, რომ კონკურენტუნარიანობა არის „საწარმოს უნარი და შესაძლებლობები გამოუშვას ისეთი პროდუქტი, რომელიც თავისი საფასო და არასაფასო მახასიათებლებით უფრო მიმზიდველია მომხმარებლისათვის, ვიდრე კონკურენტების პროდუქტი“ (ვ. ხარიტონოვი); ასევე, მოცემულია სხვა განმარტებებიც: კონკურენტუნარიანობა არის „განმაზოგადოებელი მაჩვენებელი, რომელშიც ასახულია ეკონომიკური რესურსების ეფექტიანად გამოყენება და კონკურენტებთან მიმართებაში ინარმოება უფრო ხარისხიანი საქონელი“ (ა. იუდანოვი). „საწარმოს უნარი მიიღოს მოგება ჩადებულ კაპიტალზე უმოკლესი ხანის პერიოდში“ (პ. ზაბელინი); „საქონლის კონკურენტუნარიანობა არის ეკონომიკური, ტექნიკური და საექსპლოატაციო პარამეტრები, რომლითაც კონკურენციას უწევენ ბაზარზე ანალოგიურ საქონელს“ (ი. მიშინი). „საწარმოს კონკურენტუნარიანობა არის მისი უნარი გამოუშვას სხვა ფირმის პროდუქტებთან შედარებით კონკურენტუნარიანი პროდუქცია, აგრეთვე გააჩნდეს ადაპტაციის შესაძლებლობა კონკურენციის ცვალებადი პირობების მიმართ“ (ტ. დავეა); „საქონლის კონკურენტუნარიანობა ფართო გაგებით არ

არის „საქონლის ხარისხი“ და „საქონლის ტექნიკური დონე“ (ლ. რომანოვი). სხვაგვარად, თუმცა, არსობრივად იგივე დატვირთვით არის სანარმოს კონკურენტუნარიანობა განმარტებული სხვა მეცნიერთა მიერ. კონკურენტუნარიანობა არის „სანარმოს უნარი აწარმოოს მომხმარებლისთვის მოთხოვნადი პროდუქცია სანარმოო, კადრების და საფინანსო პოტენციალის ეფექტიანი გამოყენების პირობებში“ (ი. ერშოვა); ფირმის კონკურენტუნარიანობის ტერმინში ხშირად კონკურენტული უპირატესობაც არის ასახული. კონკურენტუნარიანობა არის „ფირმის უნარი გამოუშვას კონკურენტუნარიანი პროდუქცია თავისი კონკურენტული უპირატესობით სხვა ფირმებთან მიმართებაში როგორც ქვეყნის შიგნით და ისე ფარგლებს გარეთ (რ. ა. ფატხუტდინოვი).

ფირმისა და პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის იდენტიფიკაციაზე გარკვეული მოსაზრებები გამოითქვა მეცნიერთა მიერ ამ პრობლემაზე გამართულ სხვადასხვა ინტერნეტ-ფორუმზეც.²⁶

მრავალმხრივი მასალების ანალიზის საფუძველზე მიზანშეწონილად მივიჩნევთ ფირმის (პროდუქტის) კონკურენტუნარიანობის იმ განსაზღვრას, რომელიც რესურსების ეფექტიანად გამოყენების პირობებს ემყარება. პრობლემის კვლევის პროცესში კონკურენცია განისაზღვრა როგორც პაექრობა ეკონომიკურ ერთეულებს შორის. აღნიშნული ეკონომიკური ერთეულები ორიენტირებულნი არიან მოგების მიღებაზე რესურსების შეზღუდულობის პირობებში. თუ ეკონომიკური ერთეულების მიზნის კონკრეტიზაციას საბაზრო კონკურენციის თვალსაზრისით შევაფასებთ, მაშინ საბაზრო ეკონომიკა განიხილება როგორც ეკონომიკური სუბიექტების ბრძოლა მოგების მისაღებად. მოგების მიღების ძირითად მეთოდს წარმოადგენს პროდუქტის წარმოება და გაყიდვები, რაც შეზღუდული რესურსების გამოყენებით ხორციელდება. აქედან გამომდინარე, საზოგადოდ, მოგების მიღება რესურსების ეფექტიანად გამოყენების საშუალებით ხდება. ფირმის მიერ

²⁶ Е. Сазонов, г. Москва, 5 июля, 2009 г. А. Агеев, г. Санкт-Петербург, 17 мая 2009 г. Д. Воронов, 6 ноября, 2009 г. Давид и Лиана Алексанян, 23 октября, 2009 г.

რესურსების ეფექტიანად გამოყენების ხარისხი განისაზღვრება კონკურენტების ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარების გზით. ამგვარად, ფირმის კონკურენტუნარიანობა არის ეკონომიკური ერთეულების განმაზოგადოებელი მაჩვენებელი, რომელშიც აისახება კონკურენტებთან შედარებით რესურსების ეფექტიანად გამოყენების დონე.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა, უმეტესად, სამომხმარებლო ღირებულების თვალსაზრისით არის წარმოდგენილი. რაც უფრო მაღალია სამომხმარებლო მახასიათებლები და დაბალია პროდუქტის ფასი, მით მაღალია კონკურენტუნარიანობა. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრისათვის მკვლევარები პირველხარისხოვან მნიშვნელობას ფასსა და ხარისხის პარამეტრებს მიაკუთვნებენ.

თანამედროვე ეტაპზე ფირმის (პროდუქტის) კონკურენტუნარიანობის გამოკვლევებში აქტუალურია კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორების გათვალისწინება. ამიტომ, ეკონომისტები ყურადღებას ამახვილებენ ფირმის საქმიანობის მაკროეკონომიკური პირობების ანალიზზე. კეთდება დასკვნა, რომ საბოლოოდ სწორედ მაკროეკონომიკური პირობები განაპირობებენ ფირმის კონკურენტუნარიანობის დონეს. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა, ასევე, დამოკიდებულია მენეჯმენტზე, მარკეტინგზე, ფინანსურ პოლიტიკაზე და ა.შ.

ნებისმიერ ქვეყანაში მაკროეკონომიკური პირობები კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის მხოლოდ საფუძველს ქმნის. კონკურენტუნარიანობის მაღალი დონე მრავალსხვა ფაქტორზეც არის დამოკიდებული. წინააღმდეგ შემთხვევაში, ოპტიმალური მაკროეკონომიკური პირობების მქონე ყველა ფირმა კონკურენტუნარიანი იქნებოდა. საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის თეორია ამომწურავ პასუხს არ იძლევა კონკრეტული ფირმის (პროდუქტის) საქმიანობის მიკროეკონომიკური ანალიზისთვის, ასევე, შეუძლებელია იმ მიზეზების დადგენა, რომლებიც ფირმების განსხვავებულ კონკურენტუნარიანობას განსაზღვრავს.

ბოლო პერიოდში საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის შესახებ მთელი რიგი ახალი თეორიები წარმოიშვა. მათი ანალიზის საფუძველზე ძირითადი პარადიგმა შემდეგია: მნიშვნელოვანია ყურადღების კონცენტრირება კონკურენტული

ბრძოლის ერთ რომელიმე ფაქტორზე, მაგალითად ტექნოლოგიებზე, რესურსებზე, დანახარჯების დონეზე და სხვა. კონკურენტუნარიანობის ეკონომიკური კატეგორიის განხილვის დროს ასეთი მიდგომა უსაფუძვლოა. შეუძლებელია დღეს ფირმის კონკურენტუნარიანობა რომელიმე ერთი პარამეტრით განისაზღვროს, ის მრავალი ფაქტორის ურთიერთზემოქმედების შედეგია, ხოლო თითოეული მათგანი კონკრეტულ სიტუაციაში უნიკალურია. რიგ შემთხვევებში ამა თუ იმ ფაქტორს შეიძლება გადაამწყვეტი მნიშვნელობა ჰქონდეს, თუმცა, ეს არ შეიძლება იყოს მისი კომპლექსურობის მიჩნევის საფუძველი. დღეს კონკურენტუნარიანობა მხოლოდ ყველა ფაქტორისა და პარამეტრის ეფექტიანად შერწყმის შემთხვევაში მიიღწევა.

ამ მოსაზრების გათვალისწინებით საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის სრულყოფილ თეორიად აღიარებულია მ. პორტერის თეორია. სხვა განხილულ თეორიებთან შედარებით მ. პორტერის კონცეფციის უპირატესობა განპირობებულია იმით, რომ კონკურენტუნარიანობაში ასახულია რესურსების ეფექტიანი გამოყენება. ეს პრინციპი სამართლიანია როგორც ქვეყნის ეკონომიკის, ასევე, ფირმის დონეზე. ეს თავის მხრივ, საშუალებას იძლევა მ. პორტერის თეორიის ადაპტირება მოხდეს ჩვენი გამოკვლევის მიზნებთან მიმართებაში. მ. პორტერი, განიხილავს რა ისეთ ფაქტორებს, როგორებიცაა სამუშაო ძალა, ბუნებრივი რესურსები, მთავრობის პროტექციონისტული პოლიტიკა, განსხვავებანი სანარმოთა მენეჯმენტში და სხვა, მივიდა დასკვნამდე, რომ არცერთი მათგანი, ცალკე აღებული, არ იძლევა საშუალებას დამაჯერებელი პასუხი მივიღოთ კითხვაზე: რა განსაზღვრავს ფირმის (პროდუქტის) კონკურენტუნარიანობას?

კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემები თეორიულ დონეზე შესწავლილია ქართველ ეკონომისტთა ნაშრომებშიც, სადაც ძირითადი ყურადღება გამახვილებულია საქართველოში კონკურენციის პოლიტიკის ფორმირების თავისებურებებსა და წინაპირობებზე, კონკურენციის მოდელებზე, სასაქონლო ბაზრებზე კონკურენციის ხარისხის მახასიათებლებზე და კრიტერიუმებზე, გლობალურ კონკურენტუნარიანობაში საქართველოს პოზიციების შეფასებაზე, კონკურენტული ურთიერთობების მიმართულებებზე, კონკურენტუ-

ლი გარემოს ანალიზსა და მომხმარებელთა დაცვის უფლებებზე, კონკურენციის შეზღუდვის ტიპებზე, კონკურენციის საკანონმდებლო რეგულირების ბერკეტებზე, კონკურენტუნარიანობის ხელშემშლელი ფაქტორების დახასიათებაზე, კონკურენტული უპირატესობების მოპოვების ბერკეტებზე, კონკურენტუნარიანობის მაკროეკონომიკური ფაქტორების განხილვაზე, ვალუტათა გაცვლის კურსებზე, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის ამღლების სტრატეგიაზე და სხვ.

ამრიგად, კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის თეორიები მრავალ მეცნიერულ ნაშრომშია განხილული. ჩვენთვის საინტერესო აღმოჩნდა ის მთავარი ჰიპოთეზები, რომლებიც მიკროეკონომიკური შესწავლით განვითარდა.²⁷ ამ თვალსაზრისით კვლევის დროს ძირითადად გავაანალიზეთ და გამოვიყენეთ სტატიკური და დინამიკური კონკურენტუნარიანობის თეორიები.

სტატიკური კონკურენტუნარიანობის თეორიას საფუძვლად უდევს ბაზრის ხარისხობრივი (ტრანსპარენტულობის დონე, ბაზარზე შეღწევადობა, ბაზრის მონაწილეთა რეაქცია მონაცემების ცვლილებაზე და სხვ.). და რაოდენობრივი ნიშნების (მიმწოდებლებისა და მომხმარებლების ოდენობა) მიხედვით შესწავლა.

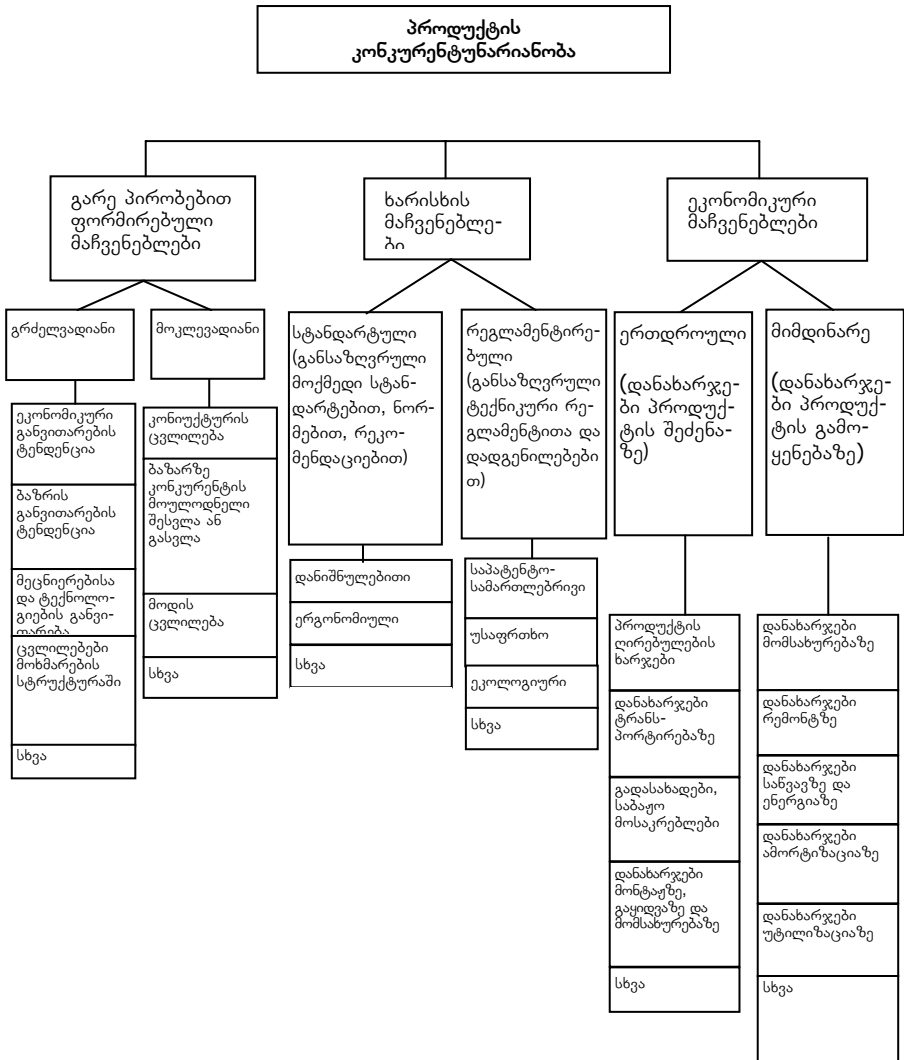
დინამიკური კონკურენტუნარიანობის თეორიის მიხედვით ბაზრის მონაწილეთა შორის პერმანენტული ბრძოლა მიმდინარეობს ბაზრის წილების დასაპყრობად. ფირმები იძულებულნი არიან ახალი პროდუქტები ან პროდუქტების მიღების ახალი ტექნოლოგიები შეიმუშაონ.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება მაჩვენებელთა სისტემას მოიცავს და სქემატურად იგი შესაძლებელია შემდეგი სახით წარმოვადგინოთ (იხ. სქემა 1.1.1).

²⁷ Klump, 2006, გვ. 91-92.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მაჩვენებლების კლასიფიკაცია

სქემა 1.1.1



1.2 კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრელი კრიტერიუმები და შეფასების პრობლემები

კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი კრიტერიუმების შესახებ მეცნიერთა მიდგომები განსხვავებულია, მათგან მნიშვნელოვანია: 1. მიკროეკონომიკური, რომელიც ეკონომიკურ მაჩვენებლებს ანალიზებს ფირმის დონეზე; 2. მაკროეკონომიკური, რომელიც განიხილავს ისეთ პარამეტრებს, როგორებიცაა წარმოების ფაქტორთა ღირებულება, ერთობლივი მოთხოვნა, დანაზოგებისა და ინვესტიციების ნორმები, აგრეთვე მსოფლიოში ვალუტათა გაცვლის კურსები და სხვ.; 3. სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკა, როდესაც სახელმწიფო აქტიურად ერევა ეკონომიკაში შიდა ბაზრის დაცვის, სამეცნიერო-კლევითი სამუშაოების სუბსიდირებისა და სხვათა მიზნით.

მეცნიერთა მიერ ასევე განიხილება ქვეყნების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობა ვალუტათა კურსების ცვლილებების საფუძველზე. ამ მიდგომის მიხედვით ვალუტების არასწორად შეფასებული საცვლელი კურსები იწვევს დისბალანსს ვაჭრობასა და გადასახდელებში, კორექტირება კი შესაძლებელია სავალუტო კურსების ცვლილებით. კონკურენტუნარიანობის ასეთი შეფასება პოპულარული იყო XX საუკუნის 80-იან წლებში, ძირითადად ამერიკელ პოლიტიკოსთა შორის. აღნიშნული მიდგომა გააკრიტიკა მ. პორტერმა. მეცნიერმა მიუთითა იმ ერებზე, რომლებმაც სახელმწიფო ბიუჯეტის დეფიციტის (იაპონია, იტალია, კორეა), ეროვნული ვალუტის კურსის ზრდისა (გერმანია, შვეიცარია) და მაღალი საპროცენტო განაკვეთის (იტალია და კორეა) მიუხედავად კონკურენტუნარიანობის მაღალ დონეს მიაღწიეს.

ამრიგად, კონკურენტუნარიანობა შეფასებულია როგორც ფირმის, ასევე სექტორის და ეროვნული ეკონომიკის დონეზე. ჩვენი კვლევის საფუძველია კონკურენტუნარიანობის თეორიული დებულებები, რომლის თანახმად „ფირმა კონკურენტუნარიანია თუ მას შეუძლია კონკურენციის პირობებში თავისი საქონელი გაყიდოს და ხანგრძლივი დროის მანძილზე

მიიღოს „მაღალი“ რეალური შემოსავალი“;²⁸ „სექტორი კონკურენტუნარიანია თუ მას შეუძლია შეინარჩუნოს ბაზრის წილები შიდა და საერთაშორისო ბაზრებზე“;²⁹ „ეროვნული ეკონომიკა საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობით ხასიათდება, თუ მას შეუძლია ხანგრძლივი დროის მანძილზე შეინარჩუნოს თავისი ექსპორტების წილი საერთაშორისო ბაზრებზე“.³⁰

მკვლევარები დ. საქსი, ა. ჰარტი, ს. კოენი, ჯ. ჰარელი და სხვები ქვეყნის კონკურენტუნარიანობას განსხვავებული მიდგომით განიხილავენ, თუმცა ყველა მათგანის მიერ კონკურენტუნარიანობის კრიტერიუმები საზოგადოების კეთილდღეობის თვალთახედვით არის შეფასებული. დ. საქსი და ა. ჰარტი მიიჩნევენ, რომ „ეკონომიკა მსოფლიოში კონკურენტუნარიანია, თუ ეკონომიკური ინსტიტუტები და ქვეყნის პოლიტიკა უზრუნველყოფს მყარ და სწრაფ ეკონომიკურ ზრდას“.³¹ „თავისუფალი და თანასწორუფლებიანი ბაზრის პირობებში, მსოფლიო ბაზრების მოთხოვნილებათა შესატყვისად, ქვეყნის საქონლის წარმოებისა და მომსახურების შესაძლებლობათა ხარისხი და ამავდროულად, თავიანთი მოქალაქეების რეალური შემოსავლების შენარჩუნება ან ამაღლება“ – ამგვარად არის ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა განსაზღვრული მ. კოენისა და ე. ზისმანის მიერ.³² ზოგიერთი მოსაზრება ერთობლივად ქვეყნისა და რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შემცველია და შესაბამისად მიჩნეულია, რომ რეგიონის, ქვეყნის ან მეზობელი ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა არის შესაძლებლობა საერთაშორისო კონკურენციის პირობებში აწარმოოს პროდუქტი და მომსახურება, და ამავდროულად, შეინარ-

²⁸ Baade, D. (2007). Demographischer Wandel und internationale Wettbewerbs-fähigkeit Deutschlands. Eine Analyse basierend auf Porters Ansatz. გვ. 42.

²⁹ იქვე, გვ. 42.

³⁰ იქვე, გვ. 43.

³¹ Hart A. Jeffrey. Rival Capitalist: International Competitiveness in the United State, Japan and Western Europe. L. Cornell University Press, 1992.

³² <http://Ska.ru/98/24142/1.html>

ჩუნოს და გააფართოვოს მოქალაქეთა რეალური შემოსავალი და დასაქმება ხანგრძლივი დროის მანძილზე.³³

ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტული უპირატესობის განსაზღვრის დროს მთავარი ყურადღება კონკურენციის კრიტერიუმთა განხილვაზე, ასევე, ქვეყნის მასშტაბით საზოგადოების განვითარების პოზიტიური შედეგების უზრუნველყოფის მიმართულებით არის გამახვილებული.³⁴ ამ ჰიპოთეზის მიხედვით ეკონომიკა კონკურენტუნარიანად ითვლება, თუ ეკონომიკური ინსტიტუტები და პოლიტიკა უზრუნველყოფენ მდგრად და სწრაფ ეკონომიკურ ზრდას. მაშასადამე, ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა განსაზღვრულია როგორც ეკონომიკის პერსპექტიული განვითარება, ეკონომიკური ზრდის გათვალისწინებით.³⁵

კონკურენტუნარიანობის ფორმირების სტადიებს მ. პორტერი წარმოების ფაქტორთა, ინვესტიციების, ინოვაციისა და სიმდიდრის ანალიზის საფუძველზე განიხილავს. ამასთან პირველი სამი ეკონომიკურ ზრდას უკავშირდება, ხოლო მეოთხე დაცემას.³⁶ ზოგიერთი მეცნიერი დამატებით ინფრასტრუქტურულ და ინფორმაციულ სტადიებსაც განიხილავს. ამასთან, ინფრასტრუქტურული სტადია შეფასებულია, როგორც ინოვაციურის წინმსწრები.³⁷

კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის ყველაზე ტიპიურ ნოვაციად ითვლება ახალი ტექნოლოგიები, მყიდველთა ახალი ან შეცვლილი მოთხოვნა, დარგის ახალი სეგმენტის

³³ Klump, R. (2006). Wirtschaftspolitik. Instrumente, Ziele und Institutionen. Verlag Pearson Studium, München.

³⁴ Christensen G. The past and future of competitive advantage. Oslo, 2001. Hart A. Jeffrey. Rival Capitalist: International Competitiveness in the United State, Japan and Western Europe. L. Cornell University Press, 1992.

³⁵ Hart A. Jeffrey. Rival Capitalist: International Competitiveness in the United State, Japan and Western Europe. L. Cornell University Press, 1992.

³⁶ Портер М. Международная конкуренция. Москва, 1993.

³⁷ Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. Москва-Смоленск, 2005.

გამოჩენა, ღირებულებებისა და წარმოების კომპონენტთა, სახელმწიფო რეგულირების ცვლილება.³⁸

დღეს ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის აღიარებულ კონცეფციად ითვლება ფაქტორთა დეტერმინანტებზე დამოკიდებულების პრობლემის შესწავლა. ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობის ფაქტორთა შეფასება (იგულისხმება ძირითადი და განვითარებული ფაქტორები) უფრო მნიშვნელოვანია კონკურენტული უპირატესობის მისაღწევად. ასეთი ფაქტორები ყოველთვის მემკვიდრეობით არ გადმოდის, არამედ ქვეყანაში სხვადასხვა პროცესთა ზეგავლენით იქმნება.³⁹ აღნიშნულიდან გამომდინარე, არსებითი როლი ენიჭება იმ პროცესთა სტიმულირებას, რომლებიც კონკურენტული უპირატესობის მიღწევას ფაქტორთა გამოყენებით უზრუნველყოფენ.

ქართულ ეკონომიკურ მეცნიერებაში კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები, კონკურენტული უპირატესობის დეტერმინანტები და ფაქტორების ფორმირების პრობლემები სხვადასხვა წრილშია შესწავლილი. მკვლევარ მეცნიერთა მიერ აღიარებულია, რომ პოსკომუნისტური ეკონომიკა შედგება ნეკროეკონომიკისა და ვიტაეკონომიკის ჯგუფებისაგან, ხოლო ნეკროეკონომიკა სახელმწიფო სექტორში, თავის მხრივ, მოიცავს გადამამუშავებელი მრეწველობის ობიექტებს, რომლებიც წარმოებული პროდუქტების მიხედვით შეფასებულია როგორც სტრატეგიული, მაგრამ არაკონკურენტუნარიანი.⁴⁰ კონკურენტუნარიანობისადმი მიძღვნილ ნაშრომებში კონკურენტუნარიანობის მიღწევა განიხილება არსებული რესურსების ოპტიმალური გამოყენების, მწარმოებლურობის ამაღლების, ფარდობითი უპირატესობების გამოვლენის უმთავრეს პირობად, ხოლო რეალური კონკურენტუნარიანობის ჩამოყა-

³⁸ Портер М. Международная конкуренция. Москва, 1993.

³⁹ Портер М. Международная конкуренция. Москва, 1993.

⁴⁰ შაპავა ვლადიმერ., ნეკროეკონომიკის ზომბირება, თბილისი, 2010, გვ. 20-21.

ლიბების საფუძვლად მიჩნეულია ფრიტრედერიზმი.⁴¹ ასევე, დასმულია საკითხი, რომ მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება საქართველოს ცალკეული რეგიონების მიხედვით კონკურენტული მახასიათებლების განსაზღვრას, შეფასების მეთოდის ჩამოყალიბებას.⁴²

კონკურენტუნარიანობის შესაძლებლობებისა და პრიორიტეტების განხილვისას, კეთდება რა აქცენტი ფაქტორულ ანალიზზე, შრომის საერთაშორისო დანაწილებაში საქართველოს ეკონომიკის დარგობრივი სტრუქტურის ფორმირებისა და შედარებითი უპირატესობის მოსაპოვებლად ყურადღება გამახვილებულია შემდეგ ფაქტორებსა და წყაროებზე: ეკონომიკურ-გეოგრაფიული და გეოპოლიტიკური მდებარეობა; რესურსების არსებული პოტენციალი; კულტურული მემკვიდრეობა და ტრადიციები (ადამიანური, მატერიალური, სანედლეულო და ა.შ.); შრომისადმი და ბიზნესისადმი დამოკიდებულება, შრომის დისციპლინა; საგანმანათლებლო-სამეცნიერო პოტენციალი; პოლიტიკური წყობა და მართვის მეთოდები; ეკონომიკური განვითარების დონე და ა.შ.⁴³

ეროვნული კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ფაქტორების ანალიზის საფუძველზე მეცნიერთა მიერ შემოთავაზებულია ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტული მიმართულებები,⁴⁴ ხოლო კონკურენტუნარიანობის განმსაზ-

⁴¹ ხადური ნ. საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის მაკროეკონომიკური დეტერმინანტები. „საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები“, კვარტალური მიმოხილვა. დეკემბერი, 2005.

⁴² ბარათაშვილი ე., ციმიცია კ., ზარანდია ჯ. რეგიონების კონკურენტუნარიანობის შეფასება (თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომა). ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006, №11-12.

ქარქაშაძე ნ., თოდუა ნ., მუშუყდიანი ა. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006, №4.

⁴³ კვარაცხელია დ., საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა: გამოწვევები, შესაძლებლობები და პრიორიტეტები, ფ. საქართველოს ეკონომიკა, 2007, №10, გვ. 76-81.

⁴⁴ ერქომაიშვილი გ., ეროვნული კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ეკონომიკური პოლიტიკა, სამეცნიერო შრომების კრებული. თბილისი, 2010.

ღვრელი ინდექსები შეფასებულია თანამედროვე რეალური ეკონომიკური პროცესების შემეცნების საფუძველზე.⁴⁵

ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მრავალფეროვან მეთოდიკათა შორის განსაკუთრებულ ადგილს იკავებს მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმისა (WEF) და განვითარების მართვის შვეიცარიის საერთაშორისო ინსტიტუტის (IMD) მეთოდები. მსოფლიო ეკონომიკური ფორუმის ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის რეიტინგის გათვლა ხორციელდება საერთაშორისო განვითარების ჰარვარდის ინსტიტუტის (CID) მიერ და ყოველწლიურად ასახვას პოულობს „The Global Competitiveness Report“-ში. მას საფუძველად უდევს ჯ. საქსისა და გ. სტოუნის მიდგომები კონკურენტუნარიანობის შესახებ. აღნიშნული რეიტინგის შემუშავების დროს გათვალისწინებულია რვა ძირითადი ფაქტორი, რომელთა მდგომარეობაც განსაზღვრავს გრძელვადიანი ეკონომიკური ზრდის შესაძლებლობებს. კონკურენტუნარიანობის თითოეულ კომპლექსურ ფაქტორს გააჩნია ფაქტორული წილი და განისაზღვრება მაჩვენებელთა ჯგუფით.

კონკურენტუნარიანობის დონე შემდეგი ინდექსების საფუძველზეა განსაზღვრული: გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსები; ბიზნესის კონკურენტუნარიანობის ინდექსები; გლობალური საინოვაციო ინდექსები; პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ინდექსები და სხვა. ჩვენი კვლევის სფეროა აგროსასურსათო სექტორი, ამიტომ მიმდინარე ეტაპზე ძირითადად ფირმის (პროდუქტის), ნაწილობრივ აგროსასურსათო სექტორის კონკურენტუნარიანობას ვიკვლევთ.

დღეისათვის ფირმის კონკურენტუნარიანობის შემდეგი ძირითადი მაჩვენებლებია აღიარებული:

- პროდუქტისა და მომსახურების ხარისხი;
- წარმოების ტექნოლოგიური დონე;
- ფინანსურ წყაროებზე ხელმისაწვდომობა;
- მიმწოდებლების გამართული ქსელი;

⁴⁵ ლალანიძე გ., ეკონომიკური ინდექსები და ეკონომიკური რეალობა, თეუსუ სამეცნიერო შრომების კრებული, თბილისი, 2011.

- მომხმარებელთა მიზნობრივ ჯგუფებზე ორიენტირებული და მკაფიოდ ჩამოყალიბებული სტრატეგია;
- პერსონალისა და მენეჯმენტის კვალიფიკაციის დონე და სხვა.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა დარგის კონკურენტუნარიანობასთან არის დაკავშირებული. მ. პორტერის მიერ შემუშავებული მოდელების თანახმად დარგის კონკურენტული უპირატესობა იდენტიფიცირდება ამ დარგში შემავალი ფირმის კონკურენტულ უპირატესობებთან. აღნიშნულიდან გამომდინარე, დარგის შიდა კონკურენტულ უპირატესობებს მეცნიერი მიაკუთვნებს:

- დარგის პროდუქტზე არსებულ მაღალ მოთხოვნას;
- დარგში კონცენტრაციის, სპეციალიზაციის და კოოპერირების ოპტიმალურ დონეს;
- დარგის პროდუქტის უნიფიკაციისა და სტანდარტიზაციის ოპტიმალურ დონეს;
- დარგში მომსახურე კონკურენტუნარიანი პერსონალის ოპტიმალურ ხვედრით წონას;
- დარგში არსებულ მართვის მაღალხარისხიან საინფორმაციო და ნორმატიულ-მეთოდურ ბაზას;
- კონკურენტუნარიან მიწოდებას;
- მაღალხარისხიანი იაფი ნედლეულისა და სხვა რესურსების ხელმისაწვდომობას;
- სამუშაოების შესრულებას რესურსთა ეფექტიანი გამოყენებით;
- ინოვაციების მაღალ დონეს;
- კონკურენტუნარიან მენეჯერებს;
- დარგში კონკურენტუნარიანობის უზრუნველმყოფი სისტემების ფუნქციონირებას;
- პროდუქტისა და მომსახურების სერთიფიკაციას;
- დარგის პროდუქტის ექსკლუზიურობას;
- მეცნიერებატევადი პროდუქტის ექსპორტის წილს;
- დარგში კონკურენტუნარიანი სანარმოებისა და პრო-

დექტის მნიშვნელოვან წილს.

მ. პორტერის თანახმად, კონკურენტუნარიანობას აღწევნენ არა მარტო ცალკეული დარგები, არამედ დარგების მთელი ერთობლიობებიც (კლასტერებიც), რომლებშიც კომპანიები ინტეგრირებულია ვერტიკალური ან ჰორიზონტალური მიმართულებით.

მ. პორტერმა აჩვენა, რომ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში არსებობენ კონკურენტუნარიან ინდუსტრიათა ისეთი ჯგუფები, რომლებიც მცირე ტერიტორიული განვრცობის მიუხედავად მსოფლიო ბაზარზე ლიდერის პოზიციებს ინარჩუნებენ. რეგიონულ კლასტერებზე დაფუძნებული ეროვნული კონკურენტუნარიანობის სტრატეგიის თეორიის შექმნით მ. პორტერმა დაასაბუთა, რომ კონკურენტული უპირატესობა დამოკიდებულია კლასტერებზე დამყარებულ რეგიონულ და ადგილობრივ ინოვაციურ სისტემებზე.⁴⁶

მიმდინარე პერიოდში ფირმის, სექტორის ან ქვეყნის ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის შეფასებისათვის „export“ მეთოდი გამოიყენება. აღნიშნულისათვის საგარეო ვაჭრობის სტატისტიკის საფუძველზე შემდეგი ინდექსებია შემუშავებული:⁴⁷

▪ **გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (Revealed Comparative Advantage Index (RCA))**

$$RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_{ij}) / (\sum X_{ij} / \sum \sum X_{kl}), \text{ სადაც}$$
$$1, l \neq j \quad k, k \neq i \quad k, k \neq 1, l \neq j$$

RCA – ქვეყნის რომელიმე საქონლის ექსპორტის წილი მსოფლიოში ამ ქვეყნის მთლიან ექსპორტთან მი-

⁴⁶ Porter, Michael L., *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York, 1990.

⁴⁷ Weindlmaier, H. (1999): Die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Ernährungs-industrie: Methodische Ansatzpunkte zur Messung und empirische Ergebnisse. Referat. Vierzigste Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V. vom 4. bis 6. Oktober 1999 in Kiel. გვ. 2-4.

მართებაში.

X – ექსპორტები; i, k - პროდუქტების კატეგორია;
 j, l – რეგიონები.

თუ მოყვანილი ინდექსის მნიშვნელობა 1-ზე მეტია, მაშინ სექტორი კონკურენტუნარიანია, ხოლო თუ 1-ზე ნაკლებია სექტორი არაკონკურენტუნარიანია.

- **ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (Relative Export Advantage Index (RXA))**

$$RXA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_{ij}) / (\sum X_{kj} / \sum \sum X_{kl})$$

RXA იგივე ინდექსია, რაც RCA. განსხვავება მხოლოდ იმაშია, რომ ყველა ექსპორტის შეჯამების შემთხვევაში, თვითონ გამოსაკვლევი ქვეყნის ექსპორტი არ იქნება გამოყენებული. მას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს იმ დიდი ქვეყნების შემთხვევაში, რომელთა წილი საერთაშორისო ბაზრებზე საკმაოდ მაღალია.

საქართველოს მაგალითზე RCA და RXA ინდექსებს შორის განსხვავება არ არის. ნაშრომში გაანგარიშებულია მხოლოდ RXA ინდექსები.

- **იმპორტის შედარებითი შემოღწევალობის ინდექსი (Relative Import Penetration Index (RMP))**

$$RMP_{ij} = (M_{ij} / \sum M_{ij}) / (\sum M_{kj} / \sum \sum M_{kl})$$

$1, l \neq j \quad k, k \neq i \quad k, k \neq i \quad 1, l \neq j$

RMP ინდექსი ისევე იანგარიშება, როგორც RXA-ინდექსი, მხოლოდ ექსპორტები X ჩანაცვლებულია იმპორტებით M -ით. მაგალითად, საქართველოს ხორბლის იმპორტი/მთლიანად მსოფლიოს ხორბლის იმპორტი/საქართველოს ყველა იმპორტი/მსოფლიოს მთლიანი იმპორტი.

RMP ინდექსის 1-ზე ნაკლები მნიშვნელობა ნიშნავს მაღალ კონკურენტუნარიანობას, ხოლო 1-ზე მეტი ნაკლებ კონკურენტუნარიანობას.

- **ვაჭრობის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (Relative Trade Advantage Index (RTA))**

$$RTA_{ij} = RXA_{ij} - RMP_{ij}$$

RTA ინდექსში ერთდროულად არის გათვალისწინებული

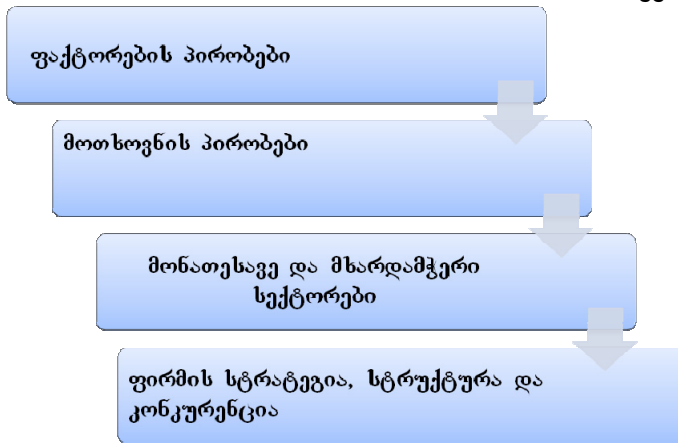
ლი როგორც ექსპორტები, ასევე იმპორტები. დადებითი RTA ინდექსი მიუთითებს კონკურენტუნარიანობაზე, ხოლო უარყოფითი RTA ინდექსი კი – არაკონკურენტუნარიანობაზე.

კონკურენტუნარიანობა, როგორც წინა თავებში აღვნიშნეთ, კომპლექსური მაჩვენებელია. აღნიშნულის გამო ინდექსებთან ერთად აუცილებელია შეფასების სხვა ინსტრუმენტების გამოყენებაც, მათგან უმნიშვნელოვანესია პორტერის „აღმასის“ მოდელი. მოცემულ შემთხვევაში კონკურენტუნარიანობა შეფასდება ოთხი ძირითადი და ორი დამატებითი ფაქტორით.

კონკურენტუნარიანობის შეფასება ოთხი ძირითადი ფაქტორით სქემატურად შეიძლება შემდეგნაირად წარმოვადგინოთ (იხ. სქემა 1.2.1).

კონკურენტუნარიანობის შეფასება ოთხი ძირითადი ფაქტორით

სქემა 1.2.1



კონკურენტუნარიანობის ოთხი ძირითადი დეტერმინანტი გამოდებით ზემოქმედებს ერთმანეთზე. დეტერმინანტთა შორის ფაქტორული პირობები წარმოების კონკრეტული ფაქტორების სახით გვევლინება (მაგალითად, შრომა, მიწა, კაპიტალი, ინფრასტრუქტურა და სხვ.). ნებისმიერ დარგში, მათ შორის

აგროსასურსათო სექტორში, ფაქტორული პირობების ოპტიმალური გამოყენება აუცილებელია წარმატებული კონკურენციისათვის. ამგვარ პირობათა რანგში განსახილველია: ადამიანური რესურსები (სამუშაო ძალის ოდენობა, კვალიფიკაცია, ღირებულება, სამუშაო კვირის ხანგრძლივობა და ა.შ.); ფიზიკური ან ბუნებრივი რესურსები (მინა, წყალი, ტყეები, კლიმატური პირობები და ა.შ.); მეცნიერულ-ინფორმაციული პოტენციალი (ქვეყანაში დაგროვილი ცოდნის რესურსები); კაპიტალი (არსებული ფულადი რესურსები, კაპიტალის ღირებულება, რომელიც შეიძლება გამოყენებული იქნეს ინვესტიციებისათვის, დანაზოგები და სხვ.); ინფრასტრუქტურა (ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, ფინანსური დაწესებულებები და სხვ.).

ფაქტორები, ერთი მხრივ, შეიძლება იყოს ბუნებრივი და კლიმატური რესურსების სახით, მეორე მხრივ, განვითარებული ფაქტორების სახით (თანამედროვე ინფრასტრუქტურა, მაღალკვალიფიციური პერსონალი და ა.შ.). თანამედროვე ეტაპზე განვითარებული ფაქტორები კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების საუკეთესო გზაა.

კონკურენტუნარიანობის შეფასების პროცესში განვიხილავთ ზოგად (უნივერსიტეტები, საავტომობილო გზები და რკინიგზები) და სპეციალიზებულ (საიპოთეკო ბანკები, რკინიგზის ჩქაროსნული მატარებლები, სამედიცინო ბიბლიოთეკები) ფაქტორებს. სპეციალიზებული ფაქტორების განვითარება და სრულყოფა პროდუქტის, დარგის, ქვეყნის კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებისათვის გრძელვადიან საფუძველს ქმნის.

ფაქტორული პირობების ანალიზით შესაძლებელია დასკვნის გაკეთება, რომ კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების საუკეთესო გზაა განვითარებული და სპეციალიზებული ფაქტორების ერთდროული თანაარსებობა.

მოთხოვნის პირობები მოიცავს: მოთხოვნის სტრუქტურას (ბაზრის სეგმენტაცია, მომხმარებლის მოთხოვნილებები, ბაზრის მოცულობა, მომხმარებელთა განათლების დონე, სახელმწიფო შესყიდვები და ა.შ.); შიდა მოთხოვნის მოცულობას და ხასიათს; შიდა ბაზარზე არსებული სამომხმარებლო უპირატესობების საზღვარგარეთის ქვეყნების ბაზრებზე გადაცემას.

მოთხოვნების პირობების მიხედვით კონკურენტუნარიანობის შეფასების დროს მნიშვნელოვანია არა მარტო მოთხოვნის მოცულობის, არამედ ხარისხის განსაზღვრა. მაგალითად, საქართველოს ბაზარს შესაძლებელია მყიდველთა შედარებით მცირე რაოდენობა ყავდეს, მაგრამ მოთხოვნა პროდუქტზე ან მომსახურებაზე მაღალი იყოს შემოსავლების მაღალი დონის, წარმატებული სარეკლამო კამპანიისა და სხვათა საშუალებით. გასათვალისწინებელია მომხმარებელთა მოთხოვნის ხარისხიც. მომთხოვნი და კარგად ინფორმირებული მომხმარებლის არსებობის შემთხვევაში მწარმოებლები მიმართავენ პროდუქტის მუდმივ სრულყოფას. თუ პროდუქტი მაღალხარისხიანი იქნება, მასზე მოთხოვნა გაიზრდება, რაც ნიშნავს გაყიდვების მოცულობის გაზრდას ქვეყნის შიგნით და მასზე მოთხოვნის გაჩენას საერთაშორისო ბაზრებზე. მომხმარებლების მხრიდან ხარისხზე მოთხოვნის ზრდა ხელს უწყობს ისეთი ფირმების შექმნას, რომლებიც მომხმარებლების „ძალისხმევით“ მსოფლიო ლიდერებად შეიძლება გადაიქცნენ.

ფირმის (პროდუქტის) კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად აუცილებელია მომიჯნავე და მომსახურე დარგების ანალიზი. აგროსასურსათო სექტორში, წარმოებაზე ბუნებრივი პირობების ძლიერი ზემოქმედების გამო, განსაკუთრებით საგულისხმოა მონათესავე და დამხმარე დარგებთან კავშირების შესწავლა. ამ სექტორში ცალკეული დარგის განვითარება ფაქტობრივად ხელს უწყობს მომიჯნავე დარგების აღმავლობას, ერთობლივი პროექტების წარმატებით განხორციელებას, ალიანსების შექმნას, ტრანსაქციური დანახარჯების შემცირებას, ინფორმაციების ოპერატიულ გაცვლას განსხვავებული სპეციალიზაციის დარგებს შორის და სხვა სინერგიული ეფექტების მიღებას.

შიდა ბაზარზე ნებისმიერი ფირმის წარმატებით გავლისა და დამკვიდრებისათვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ბერკეტია მისი სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია. აღნიშნული ძირითადი ფაქტორით შესაძლებელია შეფასდეს ბაზარზე არსებული კონკურენტული გარემო, ინოვაციების დანერგვის პროცესი და სხვა.

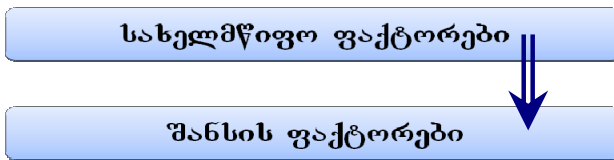
ეკონომიკის ინტეგრაციის პირობებში გლობალურმა

კონკურენციამ მისთვის დამახასიათებელი განსაკუთრებული ნიშან-თვისებები გამოავლინა, მათგან აღსანიშნავია: მაქსიმალური რაოდენობის კონკურენტული უპირატესობების ურთიერთშეთანხმება (ადაპტირებული საშუალო და გრძელვადიანი სტრატეგიების შემუშავება, დანახარჯების შემცირება, ინოვაციები, ხარისხის ამაღლება და ა.შ.); კონკურენტული უპირატესობის გაფართოებისა და გაზრდის მიზნით კონკურენციის მრავალმხრივი განვითარება; ბაზრის განვითარების დინამიზმი (კონკურენტთა პოზიციები და ძალთა განლაგების სწრაფი ცვლილება, ბაზარზე ახალ კონკურენტთა შემოსვლისა და ბაზრიდან ძველ კონკურენტთა გასვლის უწყვეტი პროცესი, მომსახურების ახალ სახეობათა გამოჩენა, სიტუაციების პროგნოზირების სირთულე, პროგნოზირების მცირე ვადები); საბაზრო აგენტების მონაწილეთა აგრესიულობა.

კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად გამოიყენება ორი დამატებითი – სახელმწიფო და შანსის ფაქტორი (იხ. სქემა 1.2.2).

კონკურენტუნარიანობის შეფასება ორი დამატებითი ფაქტორით

სქემა 1.2.2



სახელმწიფო ფაქტორებიდან მნიშვნელოვანია შევაფასოთ: აგროსასურსათო სექტორში სახელმწიფო ეკონომიკური პოლიტიკის მიმართულებები და პრიორიტეტები; მაღალმთიანი რეგიონების მხარდაჭერის პოლიტიკა; ქვეყნის, როგორც კავკასიის რეგიონის, გარემო პირობები და მისი როლი აგროსასურსათო სექტორის განვითარებაში; გადასახადების გავლენის შედეგები; აგროსასურსათო სფეროში სუბსიდირებისა და მიზნობრივი ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამები; აგროსასურსათო სექტორის განვითარებისა და სტრატეგიული

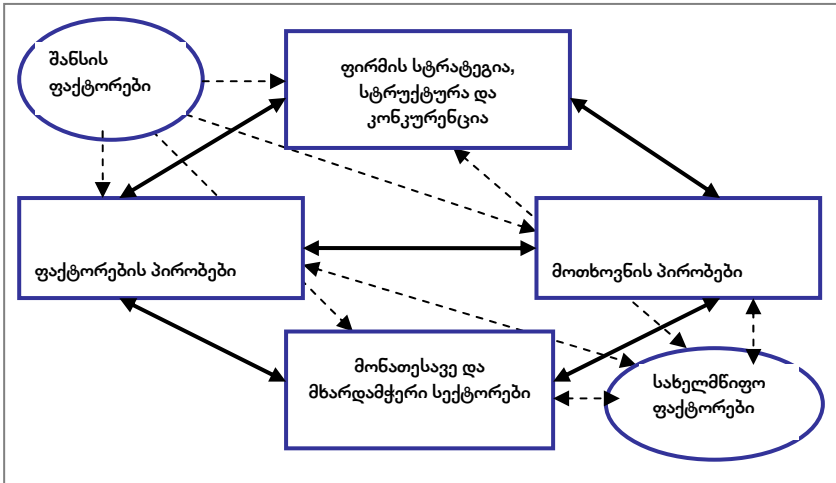
პროდუქტების წარმოების მარეგულირებელი საკანონმდებლო ბაზა და სხვ;

შანსის ფაქტორებიდან გამოსაკვლევი კონკურენტუნარიანი ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოებისათვის ბუნებრივ-გეოგრაფიული, უძველესი ცივილიზაციის, ტრადიციებისა და სხვა ფაქტორების ეფექტიანად გამოყენების შესაძლებლობები.

აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა პორტერის „აღმასის“ მოდელით ყველა ფაქტორისა და ურთიერთქმედების გათვალისწინებით შემდეგი სქემის მიხედვით გაანალიზდა (სქემა 1.2.3).

კონკურენტუნარიანობის ანალიზი პორტერის „აღმასის“ მოდელით⁴⁸

სქემა 1.2.3



⁴⁸ Porter, M., Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt. Sonderausgabe. Wirtschaftsverlag Ueberreuter, 1993, გვ. 151.

თავი 2.

კონკურენცია და საქართველოს აგროსასურსათო სექტორის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები

2.1. აგროსასურსათო სექტორის განვითარების დარგობრივ- ტარიტორიული პარამეტრების ანალიზი

კონკურენციის პირობებში განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს აგროსასურსათო სექტორის ეფექტიანი ფუნქციონირების პირობებისა და განვითარების პრიორიტეტების გამოვლენას. აღნიშნული, თავის მხრივ, მოითხოვს დარგობრივი და სასაქონლო ჯგუფების გაანალიზებას.

საზოგადოების განვითარების შესაბამისად ეკონომიკაში აგრარული სექტორის წილი შეფარდებით მცირდება. თუ გასული საუკუნის ბოლოს მსოფლიოს ყველა ქვეყანაში (გამონაკლისია დიდი ბრიტანეთი) სოფლის მეურნეობა ეკონომიკის ძირითადი დარგი იყო დასაქმებულთა დიდი რაოდენობით, დღეს განვითარებულ ქვეყნებში მისი წილი მშპ-ში საშუალოდ 3-5%-ია და დარგში დასაქმებულია მოსახლეობის მხოლოდ 10%. ამ მაჩვენებლების საწინააღმდეგოდ მკვეთრად გაიზარდა შრომის მწარმოებლურობა – ერთი ამერიკელი ფერმერი 100 ადამიანს კვებავს.⁴⁹ აღნიშნული მაჩვენებელი ქვეყნების მიხედვით განსხვავებულია. მოვიყვანოთ რამდენიმე მაგალითი. აშშ-ში სოფლის მეურნეობის წილი ეკონომიკაში 1%-ია; სოფლის მეურნეობის, კვების პროდუქტების წარმოების, გადამამუშავების, ტრანსპორტირებისა და გადაზიდვების სფეროში დასაქმებულია მოსახლეობის 7.3%; აბსოლუტური მაჩვენებლის მიხედვით ეს 22 მილიონი კაცია, მათგან უშუალოდ მინათმოქმედებას 4.6 მილიონი ადამიანი მისდევს. აშშ-ს მთლიანი ფართობი 917 მილიონ ჰექტარს შეადგენს, აქედან 47% სამეურნეო დანიშნულებისთვის გამოიყენება. ქვეყანა არის სასურსათო პროდუქტების უმსხვილესი მწარმოებელი. საშუალოდ ყოველ ერთ საათში ექ-

⁴⁹ www.faostat.fao.org

სპორტზე 6 მილიონი დოლარის ღირებულების სოფლის მეურნეობის პროდუქცია გადის.

ბრაზილიაში აგრარულ სექტორს მშპ-ის 33% უკავია და ამ სფეროში ქვეყნის შრომისუნარიანი მოსახლეობის 40%-ია დასაქმებული. ქვეყანაში აგროტექნიკის გამოყენების დონე დაბალია და მეურნეობების 60% ხელით შრომას იყენებს. დასამუშავებელი მიწები მთლიანი მიწის ფონდის 12%-ს შეადგენს, რაც ბრაზილიის მთელი ტერიტორიის 4%-ია. ამ დარგში ინარმოება მთლიანი ეროვნული შემოსავლის 70%. სოფლის მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში მაღალია მემცენარეობის წილი. ბრაზილიის სტატისტიკის და გეოგრაფიის ინსტიტუტის (IBGE) მონაცემებით, 2010 წლის მეორე კვარტალში, სოფლის მეურნეობის ზრდის ტემპები მშპ-ში, ეკონომიკის სხვა დარგებთან შედარებით, ყველაზე მაღალი იყო.

იაპონია მსოფლიოში სოფლის მეურნეობის პროდუქტების ერთ-ერთი ყველაზე მსხვილი იმპორტიორია. ადგილობრივი წარმოება, მხოლოდ ბრინჯის საშინაო ბაზრის მთლიან მოთხოვნის დაკმაყოფილებას ახდენს. იაპონიაში განვითარებულია სოფლის მეურნეობის მრავალი დარგი, ძირითადია მინათ-მოქმედება, სადაც მოჰყავთ მარცვლოვანი კულტურები და ჩაი. სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულია ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის 3%. ხოლო, მშპ-ში სოფლის მეურნეობის წილი 2%-ია, ამ უკანასკნელში მემცენარეობას 70% უჭირავს.

თურქეთის ეკონომიკაში სოფლის მეურნეობა ერთ-ერთი ძირითადი სექტორია. ქვეყნის ფართობის ნახევარი ამ დარგში გამოიყენება. სოფლის მეურნეობის წილი მშპ-ში 12-14%-ს შეადგენს, ხოლო ქვეყნის ექსპორტში აგროსასურსათო პროდუქტებს 60% უჭირავს. ქვეყანაში ყველაზე მეტად გავრცელებულია მარცვლეული კულტურები (85%). ევროპაში დამუშავებული მიწების რაოდენობით (24.9 მილიონი ჰექტარი) იგი მესამე ადგილს იკავებს.⁵⁰

რუსეთში სოფლის მეურნეობის წილი მშპ-ში 60%-ს შეადგენს. 2010 წლის დასაწყისში ქვეყანა მსოფლიოში მარ-

⁵⁰ <http://banksandfinance.ge/village/1944-soflis-meurneoba.html>

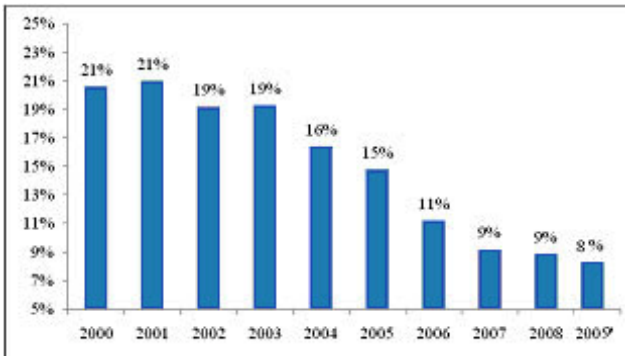
ცვლელის ექსპორტით მესამე ადგილზე იყო (აშშ-ს და ევროკავშირის შემდეგ), თუმცა 2010 წელს გვალვის შედეგად დარგი მნიშვნელოვნად დაზარალდა და მისი წილი მსოფლიო ბაზარზე დღეს 10%-ით არის შემცირებული.

აზერბაიჯანში სოფლის მეურნეობის წილი მშპ-ში 6.7%-ს, სომხეთში 20%-ს შეადგენს. ორივე ქვეყანაში ამ სფეროში დასაქმებულია შრომისუნარიანი მოსახლეობის თითქმის ნახევარი.

საქართველოში 2000-2009 წლებში, როგორც ნახაზის 2.1.1 მონაცემებმა გვიჩვენა, სოფლის მეურნეობის წილი კლებადი ტენდენციით ხასიათდება. ამ სექტორში დასაქმებულია მოსახლეობის ნახევარზე მეტი. მოსახლეობის ძირითადი ნაწილი, ასევე, დასაქმებული იყო სამშენებლო სექტორში, თუმცა ამ უკანასკნელზე გლობალურმა კრიზისმა და საფინანსო ბაზრების რყევებმა მკვეთრად უარყოფითად იმოქმედა და შესაბამისად, დასაქმების არაეფექტიანი სტრუქტურა ჩამოყალიბდა. დღეს ეკონომიკის უმსხვილეს დამსაქმებელ დარგად დაბალშემოსავლიანი სოფლის მეურნეობა დარჩა. ამავე პერიოდში აგრარულ სექტორში რეალური წარმოება დაახლოებით 5%-ით შემცირდა.⁵¹

**სოფლის მეურნეობის წილი მშპ-ში,
%⁵²**

ნახაზი 2.1.1



⁵¹ შინამეურნეობების გამოკითხვის შედეგებზე დაყრდნობით ჩატარებული გათვლები.

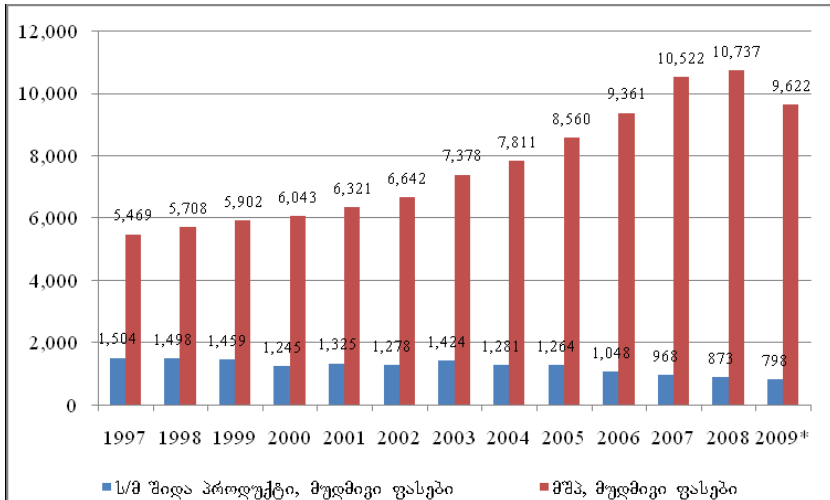
⁵² სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები.

ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტისა და სოფლის მეურნეობის მთლიანი შიდა პროდუქტის შედარებითი ანალიზი აჩვენებს, რომ აგროსასურსათო სექტორი გაცილებით მძიმე მდგომარეობაშია (იხ. ნახაზი 2.1.2).

ქვეყნის მშპ და სოფლის მეურნეობის შიდა პროდუქტი⁵³

მლნ ლარი (მუდმივი ფასები; მშპ დეფლატორი 2000=100)

ნახაზი 2.1.2



მნიშვნელოვანი კორელაცია არის გამოვლენილი სოფლის მეურნეობის მთლიანი შიდა პროდუქტის დინამიკასა (მუდმივი ფასები) და წარმოების განვითარების ხელშემშლელ ფაქტორებს შორის (იხ. ცხრილი 2.1.1).

⁵³ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურისა და საერთაშორისო სავალუტო ფონდის გათვლები.

სოფლის მეურნეობის მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდა ხელ-
შემშლელი ფაქტორების გათვალისწინებით⁵⁴

ცხრილი 2.1.1

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
ცვლილება სოფ- ლის მეურნეობის შიდა პროდუქტში	0%	-3%	-15%	6%	-4%	11%	-10%	-1%	-17%	-8%	-10%	-9%
ხელისშემშლელი ფაქტორები			გვალვა				გვალვა	ფრინველის გრიპი	გვალვა; ფრინველის გრიპი	ლორის ჭირი		

როგორც მონაცემებიდან ჩანს, სოფლის მეურნეობის მთლიანი შიდა პროდუქტის შემცირება განსაკუთრებით მაღალია იმ პერიოდებში, როცა წარმოების განვითარების ხელ-შემშლელი ფაქტორებია დაფიქსირებული, კერძოდ 2000-2004-2006-2008 წლებში. თუმცა ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ბუნებრივი კატაკლიზმებისა და ცხოველთა დაავადებების გარეშეც კლებადია მთლიანი შიდა პროდუქტი, მაგალითად, ეს მაჩვენებელი 1998 წელთან შედარებით 2008 წელს 10%-ით, ხოლო 2009 წელს 9%-ით შემცირდა.

აგროსასურსათო სექტორში არსებული პრობლემების გამოვლენა დარგობრივი სტრუქტურის ანალიზით უნდა დავინწყოთ. შესწავლით გაირკვა, რომ ბოლო პერიოდში არასასურველი დარგობრივი სტრუქტურა ჩამოყალიბდა (იხ. ცხრილი 2.1.2).

⁵⁴ www.geostat.ge საერთაშორისო სავალუტო ფონდის მიერ ჩატარებული გათვლები.

**სოფლის მეურნეობის დარგობრივი სტრუქტურის
დინამიკა 2006-2009 წლებში⁵⁵**
%

ცხრილი 2.1.2

	2006	2007	2008	2009
სოფლის მეურნეობის პრო- დუქციის გამოშვება, სულ	100	100	100	100
მემცენარეობა	43	47	41	44
მეცხოველეობა	55	51	56	53
სასოფლო-სამეურნეო მომ- სახურება	2	2	3	3

2009 წლის მონაცემებით სოფლის მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში მემცენარეობის წილია 44%, მეცხოველეობისა 53%, სასოფლო-სამეურნეო მომსახურებას 3% უჭირავს. სოფლის მეურნეობაში შედარებით ოპტიმალური სტრუქტურა 2001-2002 წლებში აღინიშნა.⁵⁶ ამ პერიოდში მემცენარეობა და მეცხოველეობა მთლიან გამოშვებაში დაახლოებით თანაბარი პროპორციით იყო წარმოდგენილი, რაც საერთაშორისო ნორმებით აღიარებულ სტანდარტებთან მიახლოებას ნიშნავს. პრობლემა ის არის, რომ მემცენარეობის მნიშვნელოვანი ჩამორჩენა მეცხოველეობის განვითარების ხელშემშლელი ფაქტორია.

ადგილობრივი წარმოების კვების პროდუქტებით მოსახლეობის დაკმაყოფილება ნებისმიერი ქვეყნისათვის პრიორიტეტული ამოცანაა. აღნიშნულის განხორციელება ობიექტურად მოითხოვს სოფლის მეურნეობის ისეთი დარგობრივი სტრუქტურების შექმნას, რომელშიც წამყვანი ადგილი დაეთმობა სასურსათო ბალანსის ფორმირებისათვის საჭირო პროდუქტები წარმოებას. პირველ რიგში, აუცილებელია სოფლის

⁵⁵ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 18.

⁵⁶ www.geostat.ge

მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში დაახლოებით თანაბარი რაოდენობით იყოს წარმოდგენილი მემცენარეობისა და მეცხოველეობის პროდუქცია.

აგროსასურსათო სექტორში დარგობრივი სტრუქტურის რეალური სურათის მისაღებად აუცილებელია ფასების ცვლილების, საგარეო ვაჭრობისა და უცხოური ვალუტის რეჟიმის გათვალისწინება. ამ ფაქტორების გავლენა მსოფლიოს ნებისმიერ ქვეყანაში ძალზე დიდია, მით უმეტეს დღეს. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ მოთხოვნა აგროსასურსათო პროდუქტებზე ზრდადია, ასევე იზრდება ფასებიც და ეკონომიკის აღნიშნული სფერო მაღალშემოსავლიანი ხდება. ამას ემატება ისიც, რომ საქართველოში აგროსასურსათო სექტორი ძირითადად არასაექსპორტო დანიშნულებით ვითარდება და ბაზარზე ფაქტობრივად არ ხორციელდება ფასების პირდაპირი ინტერვენცია. ფასების სწორი პოლიტიკის შემუშავება და აღრიცხვის სისტემის მონესრიგება ხელს შეუწყობს მოქნილი ფინანსური სისტემის შექმნას და რეალური დარგობრივი სტრუქტურის დადგენას.

დარგობრივი სტრუქტურის სრულყოფა საინვესტიციო უზრუნველყოფის გათვალისწინებით უნდა მოხდეს. ამ უკანასკნელის საფუძველზე გამოვყოფთ დარგთა სამ ჯგუფს:

1. საბაზრო დარგები, რომლებიც ადგილობრივი პირობების გათვალისწინებით თვითონ შექმნიან საინვესტიციო რესურსებს;
2. პერსპექტიული დარგები, რომლებიც საინვესტიციო რესურსებს შექმნიან მათი რესტრუქტურიზაციის შემდეგ. ასეთი დარგები ბაზრებთან მიმართებაში წარმოქმნიან აღწარმოების აუცილებელ პირობებს;
3. სტრუქტურულად დეპრესიული დარგები, რომლებიც მთლიანად ან ნაწილობრივ დაექვემდებარებიან ლიკვიდაციას.⁵⁷

კონკურენტუნარიანობის ფაქტორული ანალიზი აგროსა-

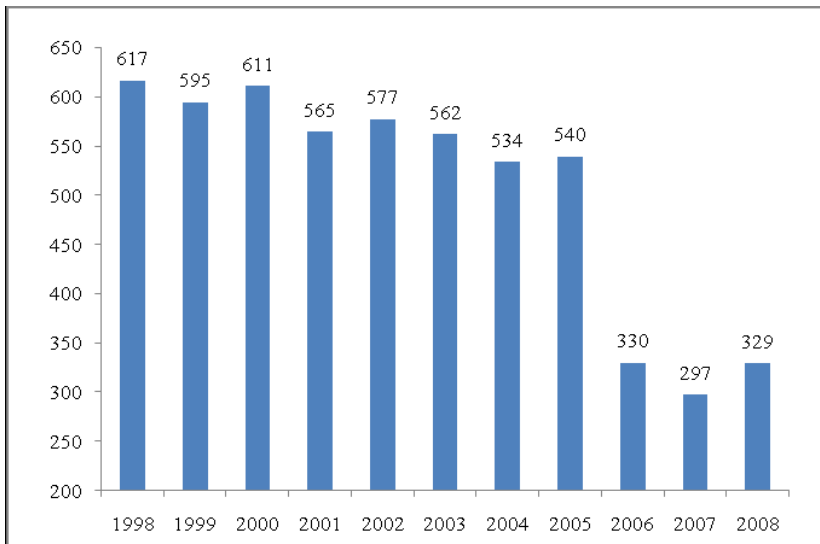
⁵⁷ ხარაიშვილი ე., აგროსამრეწველო კომპლექსის ეკონომიკურ-ორგანიზაციული მექანიზმი და მისი სრულყოფის მიმართულებები, თბილისი, 2004, გვ. 97.

სურსათო სექტორში მიწის რესურსების შესწავლასაც მოითხოვს. საქართველო მცირემინიანი ქვეყანაა. მიწის, როგორც წარმოების ფაქტორის, ეფექტიანად გამოყენება ძალზე აქტუალურია.

ბოლო წლების განმავლობაში მემცენარეობის დარგში წარმოების შემცირება გამოყენებული სავარგულების ფართობის შემცირებით იყო გამოწვეული (ნახაზი 2.1.3).

**სასოფლო-სამეურნეო კულტურების წათესი
ფართობების დინამიკა⁵⁸**
ათასი ჰა

ნახაზი 2.1.3



2008 წელს 1998 წელთან შედარებით სასოფლო-სამეურნეო სავარგულები 288 ათასი ჰექტარით შემცირდა, 2009 წელს კი 289.8 ათასი ჰექტარი შეადგინა.

გამოყენებული სავარგულების ფართობის გარკვეულ საზღვრებში შემცირება შესაძლებელია გამოწვეული იყოს ინ-

⁵⁸ www.geostat.ge

ტენსიური კულტურების გაშენებით, მაგრამ თუ ხორბლის, ქერის, სიმინდის, მზესუმზირის, ბოსტნეულის, კარტოფილისა სხვა და კულტურების საშუალო მოსავლიანობის მიხედვით ვიმსჯელებთ, საწინააღმდეგო სურათს მივიღებთ. მაგალითად, ხორბლის მოსავლიანობა 2006 წელს იყო 1.2 ტ/ჰა, 2007 და 2008 წლებში – 1.7 ტ/ჰა, 2008 წელს – 1.2 ტ/ჰა; ქერის კულტურის შესაბამისი მაჩვენებლებია: 1.2, 1.5, 1.6, 1.1 ტ/ჰა; სიმინდის: 1.8, 2.4, 2.3, 2.4 ტ/ჰა; კარტოფილის: 7.4, 10.8, 8.0, 11.5 ტ/ჰა; ბოსტნეულის: 6.6, 6.1, 5.9, 6.8 ტ/ჰა.⁵⁹ შესაბამისად, ამ კულტურების წარმოების მაჩვენებლებიც კლებადია.

საქართველოში მიწის რესურსების ტერიტორიული განაწილება ვერტიკალური ზონალობის კანონს ექვემდებარება, ამიტომ აუცილებელია მისი გათვალისწინება ბაზარზე ორიენტირებული კულტურებისა და მეცხოველეობის დარგების განვითარებისათვის. საქართველოს მიწის ფონდის ვერტიკალური ზონალობა შემდეგი სახით არის წარმოდგენილი:

I ზონა (ზღვის დონიდან 250 მეტრამდე) – ამ მიწებზე უპირატესად გავრცელებულია დასავლეთ საქართველოს სუბტროპიკული კულტურები;

II ზონა (250-500 მ) – მებალეობა-მებოსტნეობის, მევენახეობის, ინტენსიური მემინდვრეობის (ძირითადად სიმინდი) გავრცელების არეალი;

III ზონა (500-1000 მ) – ამ მიწებზე ძირითადად მოჰყავთ თავთავიანი კულტურები, ბუნებრივი საკვები სავარგულები, მისდევენ მეცხოველეობას;

IV ზონა (1000-1500 მ) – ასეთ მიწებზე ძირითადად განლაგებულია სათიბ-საძოვრები, მემინდვრეობა სუსტადაა განვითარებული;

V ზონა (1500-2000 მ) – ძირითადად სათიბ-საძოვრების არეალია;

⁵⁹ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 35-36-37-39-40.

VI ზონა (2000 მეტრის ზემოთ) – მინათმოქმედება არ არსებობს.

გამოყენების თვალსაზრისით საქართველოს ტერიტორია შეიძლება სამ ნაწილად დაიყოს:

1. სამინათმოქმედო ტერიტორია – 15.8%;
2. ბუნებრივ-სამეურნეო ფართობი (ტყე, ბუჩქნარი, სათიბ-საძოვრები) – 70.6%;
3. სოფლის მეურნეობაში გამოყენებული მიწა – 13.6%.

სოფლის მეურნეობის მიწის ფართობი (მათ შორის საძოვრები და მდელოები) მთლიანი ფართობის 44%-ს შეადგენს. მიწის რესურსების ნაწილი – 763.0 ათასი ჰექტარი სასოფლო-სამეურნეო სავარგული – დღეს კერძო საკუთრებაშია. აღნიშნული მაჩვენებელი რეგიონების მიხედვით განსხვავებულია, კერძოდ ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი არის კახეთის (154.1 ათასი ჰექტარი), ქვემო ქართლის (158.7 ათასი ჰექტარი) და სამეგრელო-ზემო-სვანეთის (106.8 ათასი ჰექტარი) რეგიონებში. კახეთში პრივატიზებულია სასოფლო-სამეურნეო სავარგულების 25.6%, შიდა ქართლში – 27.7%, ქვემო ქართლში – 15.6%, სამცხე-ჯავახეთში – 17.6%, აჭარაში – 21.0%, გურიაში – 51.8%, სამეგრელო-ზემოსვანეთში – 38.2%, იმერეთში – 51.7%, რაჭა-ლეჩხუმში – 31.2%.⁶⁰

ბაზარზე ორიენტირებული წარმოების პირობებში განსაკუთრებით პრობლემატურია სასოფლო-სამეურნეო სავარგულთა კონცენტრაციის საკითხი, კერძოდ, გადასაჭრელია მიწების დანაწევრებისა და წვრილკონტურიანობის პრობლემა. მიწის ნაკვეთების ზომა საშუალოდ 1.22 ჰა-ია. მათი უმეტესობა წარმოდგენილია 0.45 ჰა ფართობის მქონე 2-3 მიწის ნაკვეთად. გურიის მხარეში და აჭარაში ანკეტური გამოკითხვის მასალებით გაირკვა, რომ ნაკვეთების საშუალო ზომა 0.6-0.7 ჰექტარია, წარმოებული პროდუქციის უმეტესი ნაწილი საკუთარი მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად გამოიყენება და ბაზარზე პროდუქციის მხოლოდ 30-35% მიეწოდება

⁶⁰ www.geostat.ge

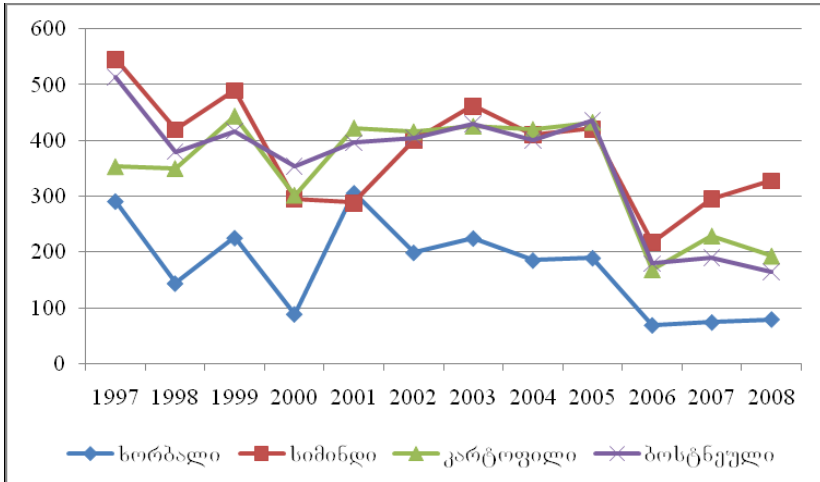
ბა. ასეთ პირობებში, ცხადია, ვერ განხორციელდება წარმოების მასშტაბზე ყურადღების გამახვილება, შეუძლებელია პროგრესული ტექნოლოგიების დანერგვა, ნიადაგების დაცვის ღონისძიებების ჩატარება და სხვ. ყოველივე აღნიშნული ნიშნავს იმას, რომ საკმაოდ გართულდება კონკურენციულ ბრძოლაში ჩართვა და უპირატესობის მოპოვება.

საქართველოს მოსახლეობამ „სასოფლო-სამეურნეო და-ნიშნულების მიწის იჯარის შესახებ“ კანონის ამოქმედების შემდეგ, იჯარით მიიღო 903.0 ათასი ჰექტარი სასოფლო-სამეურნეო სავარგული მიწა, ერთ კომლზე გაანგარიშებით საშუალოდ 0.89 ჰექტარი. ეს მაჩვენებელი თითქმის ორჯერ ნაკლებია შიდა ქართლის (0.47 ჰექტარი) და მცხეთა-მთიანეთის (0.41 ჰექტარი) რეგიონებში, ხოლო 4-ჯერ და 6-ჯერ ნაკლები გურიის (0.18 ჰექტარი) და იმერეთის (0.13 ჰექტარი) რეგიონებში, თითქმის 25-ჯერ ნაკლები რაჭა-ლეჩხუმ-ქვემო სვანეთში (0.035 ჰექტარი). საქართველოში ისეთი რეგიონებიცაა, სადაც გაცილებით მაღალია ერთ კომლზე იჯარით გაცემული მიწის რაოდენობა (კახეთი და სამცხე-ჯავახეთი, სადაც ერთ კომლზე გაცემულია შესაბამისად 1.88 და 3.38 ჰექტარი მიწა). მიწების სამეურნეო პოტენციალის მაქსიმალურ გამოყენებას და საერთოდ საბაზრო ურთიერთობათა განვითარებას ძალზე ზღუდავს ის, რომ არ არსებობს მიწის ბაზარი.

ბაზარზე ორიენტირებული დარგთა ჯგუფების გამოსავლენად შევისწავლეთ მემცენარეობისა და მეცხოველეობის დარგთა განვითარების ტენდენციები. სტატისტიკური მონაცემების ანალიზით გამოირკვა, რომ 2009 წლის მონაცემებით საქართველოში მემცენარეობის პროდუქციის წარმოების მაჩვენებლები ჯერ კიდევ დაბალია წინა წლების დონესთან შედარებით (იხ. ნახაზი 2.1.4).

ხორბლის, სიმინდის, კარტოფილის და ბოსტნეულის წარმოება⁶¹
ათასი ტონა

ნახაზი 2.1.4



მარცვლეული კულტურების წარმოება ნებისმიერ ეროვნულ ეკონომიკაში სასიცოცხლო მნიშვნელობის პრობლემაა. დღეს მსოფლიო ბაზარზე მარცვლეულის ფასების ზრდის დინამიკა ჩამოყალიბდა; ამასთან, შემცირების ტენდენციით ხასიათდება ერთ სულ მოსახლეზე მარცვლეულის წარმოების მაჩვენებელიც. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მარცვლეულზე ყოველწლიურად ზრდადი მოთხოვნა ფასების შეუჩერებელ ზრდას იწვევს, რაც დიდ გავლენას ახდენს მარცვლეულის იმპორტიორ ქვეყნებზე. ექსპერტთა შეფასებით უახლოეს პერიოდში კვლავ ხორბლის ღირებულების ზრდა არის მოსალოდნელი. საქართველოში ყველა კატეგორიის მეურნეობაში 2009 წელს მარცვლეული კულტურების ნათესმა ფართობმა 50.2 ათასი ჰექტარი, ხოლო მოსავალმა 53.9 ათასი ტონა შეადგინა. დასახელებული მაჩვენებლები 1997 წლის მონაცემებთან შედარებით 6-ჯერ მეტად არის შემცირებული. FAO-ს

⁶¹ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 35-36-37-39-40.

მონაცემებით, საქართველო შედის იმ 36 ქვეყნის სიაში, რომლებიც ხორბლის მარცვლის დეფიციტს განიცდიან და ამ თვალსაზრისით ხორბლის ბაზრის კვლევა განსაკუთრებით აქტუალურია.

საქართველოში საშუალოვადიან პერიოდში პრიორიტეტულ მიმართულებად უნდა ვაღიაროთ ადგილობრივი წარმოების ხორბალზე სასურსათო მოთხოვნილების დაკმაყოფილება. აღნიშნული იმ შემთხვევაში მიიღწევა, თუ ნედლეულის წარმოების შესაძლებლობები დაბალანსებული იქნება გადამუშავებასთან.

ექსპერტებთან გასაუბრებითა და მასალების ანალიზით გამოვლინდა ხორბლის ბაზარზე არსებული მიკროეკონომიკური დაუბალანსებლობის პრობლემები, კერძოდ, დიდია დისპროპორციები ადგილობრივი წარმოების პურ-პროდუქტების მოხმარებასა და მეცნიერულად დასაბუთებულ ნორმებს, ნედლეულის წარმოებასა და გადამუშავებას, ნედლეულის წარმოებასა და დამზადებას, საწარმოო სიმძლავრეებსა და მათი გამოყენების დონეს, წარმოების შესაძლებლობებსა და მოსახლეობის ფულად შემოსავლებს, სასაქონლო წარმოებასა და საქონელმიმოქცევას შორის და სხვა. მიკროეკონომიკური დაუბალანსებლობის პრობლემების გადაჭრის გზების დასახვა პასუხს მოგვაძებნინებს კითხვებზე: როგორია ხორბლის ბაზრის ტევადობა და რა ადგილს დაიჭერს მასში ადგილობრივი წარმოება, როგორ მივალნიოთ ნედლეულის წარმოებისა და გადამუშავების დაბალანსებას, რა მიმართულებებით უნდა წარიმართოს რეორგანიზაციის პროცესი, ინვესტიციების რა რაოდენობაა საჭირო წარმოების მოდერნიზაციისათვის, როგორ შევუსაბამოთ საწარმოო სიმძლავრეები ნედლეულის წარმოების მოცულობას და სხვა.

ზოგადად სურსათის ადგილობრივი რესურსების წარმოების გადიდება ობიექტურად მოითხოვს სოფლის მეურნეობის ისეთი დარგობრივი სტრუქტურის შექმნას, რომელშიც წამყვანი ადგილი დაეთმობა სასურსათო ბალანსის ფორმირებისათვის საჭირო პროდუქტების წარმოებას. ამ თვალსაზრისით აუცილებელია აგროსასურსათო სექტორის სტრუქტურაში მარცვლეული კულტურების წარმოების ხვედრითი წონის გადიდება.

ხორბლის ბაზრის ფორმირება საქართველოში რთულად მიმდინარეობს. გასათვალისწინებელია, რომ ტრადიციულად, ხორბლის მოცულობის მნიშვნელოვანი ნაწილი აღმოსავლეთ საქართველოში ე. წ. „ოჯახურ ბელელში“ ინარმოებოდა. დედოფლისწყაროს, სიღნაღის, ყვარლის, ახმეტის, თელავის, საგარეჯოსა და კახეთის სხვა რაიონებში, ექსპერტების გათვლით, ივლისის თვეში საშუალოდ 25 ათას ტონა ხორბალსა და ქერს იღებდნენ. აღნიშნული ფენომენი დღესაც საინტერესოა ამ რეგიონისთვის. უფრო მეტიც, საბაზრო ეკონომიკის პრინციპებით მოსახლეობას საკუთარი ხორბლის კანონიერად წარმოების მეტი შესაძლებლობა გაუჩნდა. გასათვალისწინებელია ის გარემოებაც, რომ სახლში ხორბლის მარაგების შექმნას, მის დაფქვასა და პურის ცხობას ხელს უწყობს სოფლების სიშორე რაიონული ცენტრებიდან, საიდანაც პურის მიტანა გაძვირებულია სატრანსპორტო დანახარჯებით.

საქართველოში ხორბლის ბაზრის ფორმირებას ხელს უშლის მთელი რიგი მიზეზები:

1. მარცვლეულ კულტურებზე ფასების მნიშვნელოვანი ცვლილება. აღნიშნული მიზეზი რამდენიმე თვალთახედვით შეიძლება შევაფასოთ: ა. პროგნოზირებადი ფასების ცვლილება. მაგალითად, ფასების სეზონური ცვლილება შემოდგომისა და გაზაფხულის პერიოდების მიხედვით; ბ. ფასების ცვლილების გაუთვალისწინებელი ამპლიტუდა, გამონვეული განუვითარებელი ინფრასტრუქტურით; გ. ფასების მერყეობა, გამონვეული დაბეგვრის სისტემისა და საკანონმდებლო ცვლილებებით;

2. არ არსებობს მარცვლეულის წარმოების განვითარების სახელმწიფო პროგრამები, ფერმერთა სუბსიდირებისა და ექსპორტის ნახალისების სისტემა, მოუწესრიგებელია გარიგებათა სამართლებრივი ასპექტები;

3. მნიშვნელოვანი პრობლემაა ნაკვეთების წვრილკონტურიანობა. ფერმერული მეურნეობების ოპტიმალურ სიდიდეს მიწაზე კერძო საკუთრება განსაზღვრავს. გატარებული რეფორმებისა და განუვითარებელი მიწის ბაზრის პირობებში მოსალოდნელია წვრილ მეურნეობათა სიჭარბე 10–20 ჰექტარიანი ფერმერული მეურნეობებით, ხოლო კერძო საკუთრების იჯარასთან შეთანხმებით 50–60 და 100–200 ჰექტარიანი ფერმე-

რული მეურნეობებისა და კოოპერატივების ჩამოყალიბება. ასეთი ფერმერული მეურნეობები დღეს ძალზე მცირეა. მცირე წარმოების მოცულობები, დიდი დანახარჯები და რეალიზაციით მიღებული შემოსავლები მარტივ აღწერასაც ვერ უზრუნველყოფს, გაფანტულია და არაორგანიზებულად გამოიყენება მატერიალური, შრომითი და ფინანსური რესურსები, გართულებულია პროდუქციის აღრიცხვა, შეუძლებელია ხარისხზე კონტროლი და სხვა. პრობლემის გადასაწყვეტად აუცილებელია განხორციელდეს სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის სახელმწიფო შეკვეთები, განვითარდეს აგრობიზნესი, საბითუმო ვაჭრობა. სასურველია სახელმწიფომ ხელი შეუწყოს სასაწყობო მეურნეობებისა და ნისქვილკომბინატების ამოქმედებას შეღავათიანი კრედიტებით. ეს განაპირობებს ხორბალზე მაღალ საბაზრო ფასს, რაც თავის მხრივ დამატებითი შემოსავლებისა და ინვესტიციების მიღების წყარო იქნება;

4. საშინაო ბაზრის საკუთარი პროდუქტებით გაუჯერებლობა, ბუნებრივია, იმპორტის გადიდების აუცილებლობას იწვევს. ექსპორტ-იმპორტის მონაცემების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ხორბალზე ძირითადი მოთხოვნის დაკმაყოფილება იმპორტის ხარჯზე ხდება. შესასწავლი ბაზრის სტრუქტურაში 80%-ზე მეტი იმპორტული პროდუქციაა. ხორბლის ბაზრის განვითარების საფუძველი უნდა გახდეს მთავარი პრინციპის გათვალისწინება: ა. საშინაო ბაზარზე სამართლიანი კონკურენციის დამკვიდრება; ბ. ღია საერთაშორისო რეჟიმის მტკიცე დაცვა;

5. საქართველოში განუვითარებელია მინერალური სასუქებისა და მცენარეთა დაცვის საშუალებების სოფლის მეურნეობისათვის მიწოდების საბაზრო მექანიზმიც. პირველ რიგში აუცილებელია ამ სფეროს ტექნიკური რესურსებით უზრუნველყოფა. მინერალური სასუქებისა და მცენარეთა დაცვის საშუალებების მიწოდების გაზრდა სასურსათო ფონდის გაზრდის მნიშვნელოვანი ფაქტორი იქნება. დღეს სასუქებისა და შხამქიმიკატების ნაკლებობით წელიწადში საშუალოდ 500–530 მილიონი ლარის პროდუქცია იკარგება. დიდია დანაკარგები ხორბლის წარმოებაშიც. სასუქებითა და შხამქიმიკატებით მომარაგება უნდა უზრუნველყოს ქიმიურმა მრეწ-

ველობამ პრინციპულად წარმოების ახალი ორგანიზაციითა და გაადგილებით. ადგილობრივმა განსხვავებულმა პირობებმა შესაძლებელია მოითხოვოს არა უნიფიცირებული სისტემის ორგანიზაცია, არამედ ინტეგრირებული კომპლექსების შეთანხმება ფორმალურად დამოუკიდებელი ქიმიკატებისა და სასუქების საბითუმო და საცალო ვაჭრობის საწარმოებთან. შესაძლებელია შეიქმნას საბითუმო ვაჭრობის თანამედროვე ფორმა – მცირე ქარხანა-ფილიალები, რომლებიც კომპლექსურ სასუქებს დაამზადებენ და ფერმერულ მეურნეობებს მომსახურებას გაუწევენ 30–40 კმ-ის რადიუსში. ასეთი მინიქარხნების მშენებლობა იაფი იქნება და მომსახურე პერსონალის მცირე რაოდენობაც დაჭირდებათ. საცალო ვაჭრობის საწარმოებთან და სასუქების მსხვილ მომხმარებლებთან (ფერმერებთან) მათი უშუალო კავშირი უზრუნველყოფს სასუქების ნარევის დამზადებას ინდივიდუალური შეკვეთების მიხედვით და ფერმერებისათვის მომსახურების განწევას სასუქების შეტანაზე თავიანთი მანქანებით და მოწყობილობებით, ნიადაგის სინჯების აღებას და სხვა;

6. ხორბლის ბაზრის განვითარებაში განსაკუთრებული როლის შესრულება შეუძლია სუბსიდირებას. საქართველოში მხოლოდ ამ გზით შეძლებენ ხორბლის მწარმოებელი და გადამამუშავებელი დარგები არსებობას და, მაშასადამე, მოსახლეობის ადგილობრივი წარმოების პროდუქტით მომარაგებას. ზოგადად ხორბლის წარმოების უფლების მოსაპოვებლად აუცილებელი მოთხოვნაა, რომ პროდუქტი მსოფლიო ბაზარზე იყოს კონკურენტუნარიანი. თუ ხორბალი კონკურენტუნარიანი არ არის, აღნიშნულის მიღწევა შესაძლებელია ხელოვნურად – სუბსიდირების გზით.

ექსპერტული გაანგარიშებებით უახლოეს პერიოდში შემოთავაზებული რეკომენდაციების გათვალისწინებით, შესაძლებელია 120 ათას ტონაზე მეტი ხორბლის წარმოება, რაც საკუთარი წარმოების პურპროდუქტებზე ხელმისაწვდომობას მინიმუმ 6 თვემდე მაინც გაზრდის; ეს გამოიწვევს სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავლების 18–20%-მდე გადიდებას.

ამრიგად, საქართველოსთვის ხორბლის ბაზრის განვი-

თარება ქვეყნის ეროვნული უსაფრთხოების რანგშია განსახილველი.

სიმინდის ნათესი ფართობისა და წარმოების მაჩვენებლის დინამიკა ცვალებადი ტენდენციისა. თუ 1997-2001 წლებში დასახელებული მაჩვენებლის შემცირება აღინიშნებოდა, 2001-2005 წლებში ზრდა დაფიქსირდა, თუმცა, 2005-2006 წლებში წარმოება მკვეთრად დაეცა და მხოლოდ ბოლო პერიოდში შეინიშნება მდგომარეობის უმნიშვნელოდ გაუმჯობესება. იგივე ტენდენციებით ხასიათდება კარტოფილისა და ბოსტნეულის ნათესი ფართობებისა და წარმოების მაჩვენებლებიც.

საქართველოში კარტოფილის წარმოება ძირითადად მაღალმთიან და მთაბორცვიან ზონებშია შესაძლებელი. თუ დარგი დაექვემდებარება გაძლოლის მაღალინტენსიურ სისტემას, მაშინ ზემოთ დასახელებულ ზონებში იგი მაპროფილებელ დარგად შეიძლება ჩამოყალიბდეს. დღეს საშინაო ბაზარი იმპორტული პროდუქტით არის გაჯერებული და მხოლოდ მცირე წილით ხდება ადგილობრივი პროდუქტებით მოთხოვნის დაკმაყოფილება. უახლოეს პერსპექტივაში საჭირო იქნება საშინაო ბაზარზე ადგილობრივი წარმოების წილის გაზრდა, ხოლო გარკვეული ნაწილი, განსაკუთრებით საადრეო კარტოფილი, საგარეო ბაზარზეც შეიძლება იქნეს გატანილი.

მებოსტნეობა საქართველოსათვის ერთ-ერთი უძველესი დარგია და ქვეყანაში მისი გაძლოლის ტრადიციული მეთოდები არსებობს. თუმცა, დარგის გაძლოლა სრულიად ახალ მიდგომას მოითხოვს. თუ დღეს ბოსტნეულის დიდი ნაწილი საშინაო ბაზრის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას ხმარდება, საერთაშორისო ბაზრებზე მოთხოვნისა და კონკურენტუნარიანობის შესწავლის საფუძველზე შესაძლებელია ამ პროდუქტის საექსპორტოდ წარმოებაც. ქართული მწვანეხაშის ძირითადი ბაზარი შეიძლება იყოს უკრაინა. დღეს ამ პროდუქტს უკრაინის ბაზრის 65-70% უჭირავს, თუმცა, ბაზარი მეტი რაოდენობის მწვანეხაშის მისაღებადაც არის მზად. მწვანეხაშის იმპორტის გაფართოება შეიძლება პოლონეთსა და გერმანიაში, უახლოეს მომავალში კი ჰოლანდიაშიც.

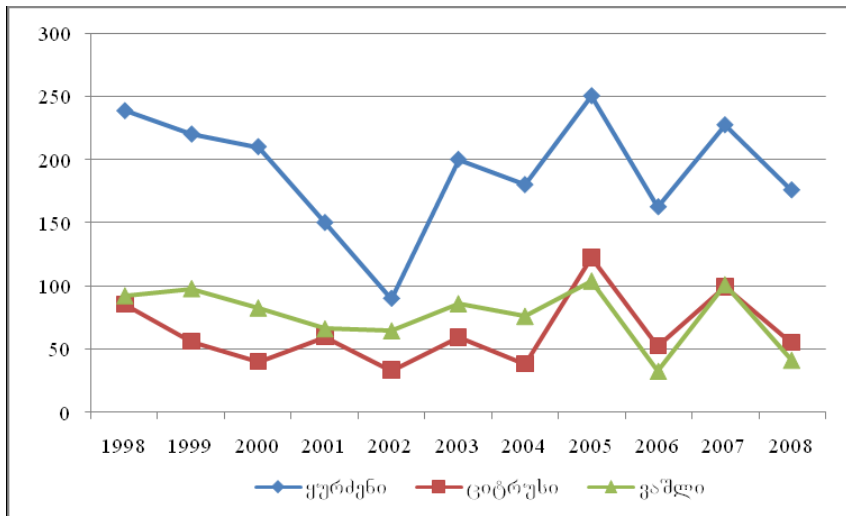
საერთაშორისო ბაზარზე ადგილის დასამკვიდრებლად აუცილებელია თანამედროვე ტექნიკით აღჭურვილი მწვანი-

ლის მიმღები და შესაფუთი ცენტრის შექმნა. სწრაფგაციები-სა და ცივი ოთახების გამოყენებით მწვანილის შენახვის ვადები 2-3 კვირით გახანგრძლივდება და მოგება 30%-ით გაიზრდება. მოსაფიქრებელია მწვანილის კონებად შეკვრის საკითხი, ასევე ეთიკეტის, ფირმის ლოგოს, საკონტაქტო რეკვიზიტების, პროდუქტის შტრიხ-კოდის ბაზრის მოთხოვნების შესაბამისად მოწესრიგება. ამგვარ ჭრილში პრობლემის გადაწყვეტა მწვანილს გაცილებით კონკურენტუნარიანს გახდის. მხოლოდ ამ გზით შეიძლება ევროპის მაღალსაფეხმენტიან ბაზარზე გასვლა და დამკვიდრება, გაიზრდება დასაქმების დონე და შესაბამისად განვითარდება მომიჯნავე სექტორები.

საქართველოს სოფლის მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში წამყვან პოზიციებს იკავებს მრავალწლიანი კულტურები (იხ. ნახაზი 1.2.5).

ვაშლის, ყურძნისა და ციტრუსის წარმოება⁶²
ათასი ტონა

ნახაზი 2.1.5



⁶² საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 51, 55, 56.

ყურძნის წარმოება ქვეყნისათვის ეკონომიკური ზრდის რეალური პერსპექტივაა. სწორედ მევენახეობა-მეღვინეობის სფეროშია მიღწევადი კონკურენტუნარიანი პროდუქტების წარმოებისა და მრავალრიცხოვანი მომიჯნავე დარგების განვითარების შესაძლებლობები.

დღეს მსოფლიოში მოთხოვნილება ძირითადად წითელ და ვარდისფერ ღვინოებზეა, საქართველოში კი ამ ღვინოების ხარისხი საკმაოდ მაღალია. ამიტომ, აუცილებელია ხელსაყრელი გარემოს შექმნა ფერმერებისათვის ყურძნის წითელი და ვარდისფერი ჯიშების, ძირითადად კაბერნეს, საფერავის და ოჯალეშის გასაშენებლად. მსოფლიო ბაზარზე საქართველოს შეუძლია მაღალხარისხოვანი სუფრის სამარკო და უნიკალური ნახევრადტკბილი ღვინოების მიწოდება. მოთხოვნაა გამოვლენილი სხვა ღვინოპროდუქტებზეც.

ყურძნის წარმოებისა და გამოყენების სტრუქტურაზე წარმოდგენას იძლევა ცხრილი 2.1.3-ის მონაცემები.

ყურძნის წარმოება და გამოყენება⁶³

ათასი ტონა

ცხრილი 2.1.3

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
მარაგი წლის დასაწყისში	334	273	205	77	46	36	193	167	210	202
წარმოება	210	150	90	200	180	250	162	227	176	150
იმპორტი	3	5	5	15	3	2	6	8	2	1
სულ რესურსები	547	428	300	292	230	288	361	402	388	353
სასურსათო მოხმარება	226	183	174	175	125	133	165	160	153	145
ყურძნის სახით	23	13	11	25	10	14	14	15	13	7
ღვინის სახით	112	93	90	102	82	67	151	145	140	138
დანაკარგები	8	6	3	7	3	6	5	8	5	5
ექსპორტი	40	34	46	64	66	91	24	24	28	25

⁶³ geostat.ge/საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 85.

ყურძნის რესურსების 41% სასურსათო მოხმარების მიზნით ინარმოება, მათგან 95% ღვინის მისაღებად არის განკუთვნილი.

ბოლო პერიოდში ყურძნის წარმოებაზე უარყოფით გავლენა მოახდინა ფულადი სახსრების დეფიციტმა და დაბალხარისხიანი შხამ-ქიმიკატების, სასუქების გამოყენებამ. საწარმოო სიმძლავრეების ეფექტიანად გამოყენებისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვით შესაძლებელია ახალი ბაზრების მოპოვება. აღნიშნულ საკითხს დეტალურად განვიხილავთ ღვინის ბაზრის ანალიზის დროს (§3.3.).

საქართველოში მეხილეობა ერთ-ერთი უძველესი დარგია. ბოლო წლებში სანვავის, მინიმალური სასუქების, შხამ-ქიმიკატების დეფიციტისა და სიძვირის გამო, სარწყავი სისტემის უმოქმედოობით მეხილეობის დარგი მნიშვნელოვნად დაზარალდა. ხეხილის ბალის ფართობები ამ პერიოდში განახევრდა და პროცესი დღესაც გრძელდება. ქართული ხილის დიდი ნაწილი საერთაშორისო ბაზრებზე გადიოდა, დღეს ძირითადად დარგის ფუნქციონირება საშინაო ბაზრის მოთხოვნის დაკმაყოფილებით შემოიფარგლება.

ციტრუსების წარმოება არასტაბილურობით გამოირჩევა. დარგის განვითარებაზე განსაკუთრებით უარყოფითად აისახება ბუნებრივი ფაქტორების მოქმედება, ასევე საჭირო რესურსების შეზღუდულობა. ციტრუსოვან კულტურებში წამყვან პოზიციებს მანდარინის კულტურა იკავებს. თუ 2006 წელს 48.4 ათასი ტონა მანდარინი ინარმოებოდა, 2007 წელს ეს მაჩვენებელი ორჯერ მეტად გაიზარდა (93.6 ათასი ტონა), მაგრამ 2008 წელს წარმოება კვლავ შემცირდა – 51.6 ათას ტონამდე, ხოლო 2009 წელს კვლავ 2007 წლის დონეს მიუახლოვდა და 90.5 ათასი ტონა შეადგინა.⁶⁴

ამრიგად, მემცენარეობის დარგობრივ სტრუქტურაში გამოიკვეთა კულტურები, რომლებიც წამყვან პოზიციებს იკავებენ. მიზანშეწონილია აღნიშნული პოზიციების მიხედვით შე-

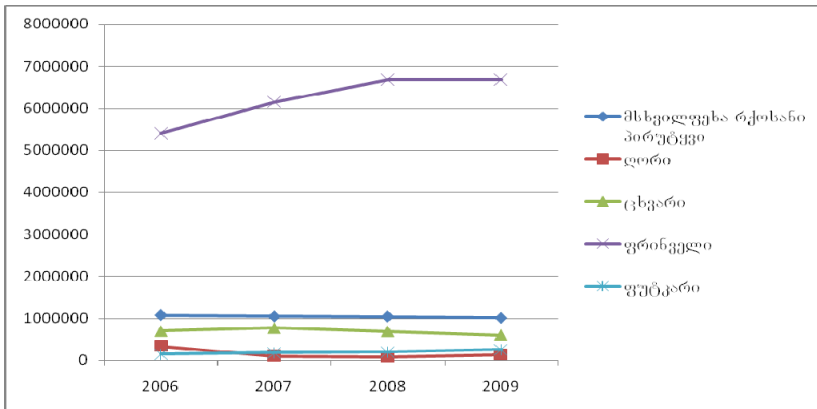
⁶⁴ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 56.

ფასდეს სასურსათო ბაზრებზე კონკურენციის დონე და განისაზღვროს შესაბამისი პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა.

მეცხოველეობას სოფლის მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში მემცენარეობასთან შედარებით მაღალი ხვედრითი წონა უჭირავს. მეცხოველეობის დარგის სტრუქტურა შემდეგნაირია (იხ. ნახაზი 2.1.6).

პირუტყვისა და ფრინველის სულადობა და ფუტკრის ოჯახების რაოდენობა⁶⁵ ათასი სული

ნახაზი 2.1.6



2009 წელს 2006 წელთან შედარებით შემცირებულია მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის, ასევე ცხვრის სულადობა, განსაკუთრებით ღორის სულადობა. თუ ამ პერიოდში პირველი ორი მაჩვენებლის კლებამ შესაბამისად 65.6 ათასი და 94.5 ათასი სული შეადგინა, ღორის სულადობა 343.5 ათასიდან 135.2 ათას სულამდე შემცირდა. საპირისპირო სურათია მეფრინველეობასა და მეფუტკრეობაში. დასახელებულ პერიოდში ფრინველის რაოდენობა 544.7 ათასი ფრთიდან 6674.8 ათასი ფრთამდე, ხოლო ფუტკრის ოჯახების რაოდენობა

⁶⁵ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 62-63.

146.3 ათასიდან 256.5 ათას ოჯახამდე გაიზარდა.

ცხადია, მეცხოველეობის სულადობაში არსებულმა ცვლილებებმა გავლენა მოახდინა წარმოების მაჩვენებლებზეც. უფრო მეტიც, მეცხოველეობის დარგი უმეტესად დაბალინტენსიური ტექნოლოგიებით ვითარდება და შესაბამისად, უმეტესი პროდუქტების წარმოების პარამეტრები წინა წლების მაჩვენებლებთან შედარებით დაბალი და კლებადია.

მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოების მაჩვენებლები⁶⁶

ცხრილი 2.1.4

	1985	1990	2000	2004	2005	2007	2008	2009
ხორცი დაკლული წონა (ათასი ტონა)	166.4	170.3	107.9	109.2	109.5	73.0	57.3	54.3
მ. შ. მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის	52.2	57.3	48.3	49.8	49.2	31.3	25.1	29.2
ღორის	70.0	64.4	36.9	34.7	33.3	21.4	11.4	8.2
ცხვარისა და თხის	8.1	10.3	8.9	9.2	9.6	7.5	7.5	4.1
ფრინველის	35.5	37.5	13.7	15.2	16.9	12.4	12.9	12.4
სხვა ხორცი	0.6	0.8	0.1	0.3	0.5	0.4	0.4	0.4
რძე, ათასი ტონა	684.5	659.4	618.9	780.4	787.7	624.8	645.8	551.4
კვერცხი (მლნ ცალი)	822.7	769.2	361.4	496.6	504.6	438.1	437.5	430.6
მატყლი (ათასი ტონა)	6.2	6.2	1.9	2.2	2.2	2.2	1.9	1.8
თაფლი (ათასი ტონა)	2.1	1.6	1.4	2.3	2.3	2.3	2.4	2.5

მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის მომშენებლობა მეცხოველეობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დარგია. ამ დარგის განვითარების პერსპექტიულობა ქვეყნისთვის აუცილებელია. დარგის რესურსული პოტენციალი აღნიშნული პროდუქტების

⁶⁶ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 67-68.

რეალიზაციაში სამამულო წარმოების ხვედრითი წონის გაორკეცების საშუალებას იძლევა. თუმცა, უახლოეს პერიოდში აუცილებელი იქნება მაღალპროდუქტიული მეცხოველეობის სისტემების დანერგვა და საკვები ბაზის არსებითი გაუმჯობესება.

მოსახლეობის ხორციით მომარაგების საქმეში განსაკუთრებულ ადგილი უნდა დაიკაოს მელორეობამ. დღეს საქართველოში ხორცის მოხმარების სტრუქტურაში მნიშვნელოვნად არის შემცირებული ღორის ხორცის მოხმარება. ასევე, მცირეა დარგის ხვედრითი წონა ღორის ხორცის რეალიზაციაში. ბოლო წლებში თბილისში რეალიზებული ბეკონის 90%, ღორის ხორცის 85% და ქონის 97%-ზე მეტი იმპორტული იყო.

ხორცის ბალანსის შევსების მნიშვნელოვანი წყაროა მეფრინველეობა. მეფრინველეობის დარგის პროდუქცია ძირითადად ადგილობრივ ბაზარზე იყიდება. ფრინველის სულადობის მხრივ ჯერ კიდევ არ არის მიღწეული წინა წლების დონე.

აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასება მათი წარმოების ტერიტორიული ნიშნის მიხედვით შესწავლასაც მოითხოვს. დღეს საქართველოში დარღვეულია დარგობრივი და ტერიტორიული ინტერესების ოპტიმალური თანაფარდობა, ძალზე დიდია დისპროპორციები რეგიონების განვითარებაში. ეს გამოიხატება ისეთი ძირითადი მაჩვენებლების მკვეთრ მერყეობაში, როგორცაა: აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების პარამეტრები, დასაქმება და შემოსავლები, საქონელბრუნვა, ინვესტიციები, სანარმოო და სოციალური ინფრასტრუქტურის განვითარების დონე, ექსპორტ-იმპორტის თანაფარდობა და სხვა.

საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალ პერიოდში კიდევ უფრო მწვავედ გამოიკვეთა ეკონომიკურად სუსტად განვითარებული რეგიონები, ეს ნაწილობრივ, ობიექტურად, მათი ბუნებრივ-სანარმოო პირობებითა და სანარმოო ძალების განვითარებაში არსებული თავისებურებებით აიხსნება, მაგრამ აუცილებელია დეპრესიულ ტერიტორიულ სტრუქტურებში განსხვავების შერბილება შრომითი და სამეწარმეო აქტივობების ამაღლებისათვის ხელშემწყობი გარემოს შექმნით, კონკურენტუნარიანი პროდუქტების წარმოებით. ამ მიზნის მიღწევის

ერთ-ერთი ძირითადი საშუალებაა დარგობრივი და ტერიტორიული პრიორიტეტების გამოკვეთა და შესაბამისი პროექტების შემუშავება.

წარმოების პარამეტრების ტერიტორიული ნიშნის მიხედვით ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მემცენარეობისა და მეცხოველეობის განვითარების მაჩვენებლები მკვეთრად დიფერენცირებულია (ცხრილი 2.1.5 და ცხრილი 2.1.6).

**მემცენარეობის განვითარების მაჩვენებლები
რეგიონების მიხედვით⁶⁷
ათასი ტონა**

ცხრილი 2.1.5

	2006	2007	2008	2009
ხორბალი				
საქართველო	69.7	74.9	80.3	53.9
შიდა ქართლი	8.5	4.7	11.3	19.0
კახეთი	42.7	62.0	52.7	22.2
ქვემო ქართლი	14.1	5.5	12.4	8.7
დანარჩენი რეგიონები	4.4	2.7	3.9	4.0
კარტოფილი				
საქართველო	168.7	229.2	193.4	216.8
აჭარა	25.5	32.0	31.6	16.7
ქვემო ქართლი	69.8	59.9	24.9	35.3
სამცხე-ჯავახეთი	54.3	109.3	108.1	144.1
დანარჩენი რეგიონები	19.1	28.0	28.8	20.7
ბოსტნეული				
საქართველო	179.7	190.3	165.0	170.3
იმერეთი	17.2	15.3	15.9	14.0
სამერგელო-ზემო სვანეთი	14.6	8.6	9.0	7.0
შიდა ქართლი	34.4	36.9	32.9	25.4
კახეთი	21.4	11.6	41.4	17.4
ქვემო ქართლი	62.2	79.5	28.9	66.8
სამცხე-ჯავახეთი	15.5	20.6	17.0	27.6
დანარჩენი რეგიონები	14.4	17.8	19.9	12.1
ხილი				

⁶⁷ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 35-39-40-49-55.

საქართველო	153.3	227.5	157.6	181.2
აჭარა	7.7	16.6	12.7	8.2
იმერეთი	35.6	26.6	29.3	17.4
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	45.9	34.5	33.3	25.9
შიდა ქართლი	20.3	68.5	17.3	66.8
კახეთი	9.7	13.4	19.2	20.1
ქვემო ქართლი	7.7	20.2	12.4	7.1
სამცხე-ჯავახეთი	1.5	18.3	11.2	19.1
დანარჩენი რეგიონები	24.9	29.4	22.2	16.6
ყურძენი				
საქართველო	162.5	227.3	175.8	150.1
იმერეთი	36.3	54.5	43.7	30.3
შიდა ქართლი	10.9	16.0	8.1	16.4
კახეთი	80.2	118.6	100.0	82.7
დანარჩენი რეგიონები	35.1	38.2	24.0	20.7
ციტრუსი				
საქართველო	52.2	98.9	55.2	93.6
აჭარა	31.9	80.5	32.6	78.3
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	9.0	5.3	5.9	2.8
გურია	11.3	13.1	16.7	12.5

2006-2009 წლებში საქართველოში შემცირდა ხორბლის, ბოსტნეულისა და ყურძნის, ხოლო უმნიშვნელოდ გაიზარდა კარტოფილის, ხილისა და ციტრუსების წარმოება. ხორბლის წარმოებაში წამყვანი პოზიციები უჭირავს კახეთისა და შიდა ქართლის რეგიონებს, კარტოფილის წარმოებით გამოირჩევა სამცხე-ჯავახეთისა და ქვემო ქართლის რეგიონები; ბოსტნეულის განვითარებისათვის საქართველოში ყველა რეგიონს გააჩნია ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალი. დღეს ამ მიმართულებით ლიდერობს ქვემო ქართლის, სამცხე-ჯავახეთისა და სამეგრელო-ზემო სვანეთის რეგიონები. ხილის მწარმოებელი რეგიონებია: შიდა ქართლი, სამეგრელო-ზემო სვანეთი და კახეთი. მევენახეობა-მელვინეობის განვითარებაში ტრადიციულად კვლავ კახეთისა და იმერეთის რეგიონები, ხოლო ციტრუსების წარმოებაში აჭარა და სამეგრელო-ზემო სვანეთი იქნებიან ლიდერები.

**მეცხოველეობის განვითარების მაჩვენებლები
რეგიონების მიხედვით⁶⁸
ათასი სული ცხრილი 2.1.6**

	2006	2007	2008	2009
მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვი				
საქართველო	1080,3	1048,5	1045,5	1014,7
აჭარის არ	112,2	103,5	87,7	87,5
იმერეთი	188,1	186,8	204,2	192,7
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	175,4	196,2	204,0	198,8
შიდა ქართლი	85,1	69,9	65,5	75,0
კახეთი	97,0	87,5	89,2	82,8
ქვემო ქართლი	164,8	186,2	186,7	158,1
სამცხე-ჯავახეთი	121,0	101,6	88,6	103,0
დანარჩენი რეგიონები	136,7	116,8	119,6	116,8
ლორი				
საქართველო	343,5	109,9	86,4	135,2
იმერეთი	58,1	34,6	27,4	35,7
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	122,9	37,2	23,2	33,0
კახეთი	46,8	7,4	10,4	22,8
ქვემო ქართლი	20,0	8,5	4,8	13,3
დანარჩენი რეგიონები	95,7	22,2	20,6	30,4
ცხვარი				
საქართველო	696,8	711,0	690,0	602,3
მცხეთა-მთიანეთი	57,1	67,0	79,8	50,0
კახეთი	266,1	313,9	300,2	269,4
ქვემო ქართლი	230,0	210,1	206,8	131,8
სამცხე-ჯავახეთი	90,0	72,8	61,7	87,4
დანარჩენი რეგიონები	53,6	47,2	41,5	63,7
ფრინველი				
საქართველო	5400,7	6149,7	6682,2	6674,8
იმერეთი	1211,6	1159,4	1318,3	1186,3
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	1013,9	1471,0	1359,2	1207,8
შიდა ქართლი	265,1	266,3	314,7	446,8
კახეთი	878,7	804,8	1004,4	1088,5
ქვემო ქართლი	1211,7	1572,5	1641,4	1644,9
დანარჩენი რეგიონები	819,7	875,7	1044,2	1100,5
ფუტკარი				
საქართველო	146,3	183,8	206,9	256,5

⁶⁸ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 62-66.

აჭარა	14,6	6,8	9,1	21,2
იმერეთი	22,8	29,6	27,8	27,6
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	16,9	47,8	49,7	70,2
კახეთი	28,6	41,7	57,4	52,9
ქვემო ქართლი	12,4	11,6	10,6	15,6
სამცხე-ჯავახეთი	16,7	16,7	12,6	17,9
დანარჩენი რეგიონები	34,3	29,6	39,7	51,1

მეცხოველეობის დარგებიდან ფრინველისა და ფუტკრის ოჯახების გარდა სულადობის მაჩვენებლები 2006-2009 წლებში შემცირდა, რაც უარყოფითად აისახა მოსახლეობის სურსათით უზრუნველყოფის მაჩვენებლებშიც. მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის მომშენებლობა მეცხოველეობის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი დარგია. ამ დარგის განვითარების პერსპექტიულობა ეჭვს არ იწვევს. დღეს თბილისის ბაზრებზე რეალიზებული ძროხის ხორცის 35-38%, რძისა და რძის პროდუქტების 40-46% ადგილობრივი წარმოებისაა. დარგის რესურსული პოტენციალი აღნიშნული პროდუქტების რეალიზაციაში სამამულო წარმოების ხვედრითი წონის გაორკეცების საშუალებას იძლევა. ეს მნიშვნელოვნად გაზრდის სამუშაო ადგილების რაოდენობას და მოსახლეობის შემოსავლების დონეს. მაგრამ ამისათვის აუცილებელი იქნება მაღალპროდუქტიული მეცხოველეობის სისტემების დანერგვა და საკვები ბაზის არსებითი გაუმჯობესება.

საბაზრო ურთიერთობათა დამკვიდრება აუცილებლობით მოითხოვს რძისა და ხორცის წარმოების სტიმულირებას, მყარი კონტრაქტების დამყარებას ინვესტორებთან სანარმოო სიმძლავრეების ასამოქმედებლად, კოოპერატიული და ინდივიდუალური ფერმერული მეურნეობების ბაზაზე მეცხოველეობის რეპროდუქტორების შექმნას და ა.შ. როგორც მონაცემებიდან ჩანს, აღნიშნული დარგი ყველა რეგიონშია განვითარებული, თუმცა ბაზარზე ორიენტაციის თვალსაზრისით წამყვან როლს შეასრულებს სამეგრელო-ზემო სვანეთის, იმერეთის, ქვემო ქართლისა და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონები.

დღეს საქართველოში მეცხოველეობის უმეტესი დარგები ექსტენსიურად ვითარდება, მათ შორის მეღორეობა და

მეცხვარეობა. კვლავ გრძელდება მათი სულადობის შემცირების ტენდენცია. პროპორციულად შემცირებულია ხორცის პროდუქტების წარმოების მაჩვენებლებიც. მეცხვარეობის განვითარებას პრიორიტეტი ძირითადად საქართველოს მაღალმთიანეთში უნდა მიენიჭოს. ამ დარგის ინტენსიური ტექნოლოგიებით გაძღოლის შემთხვევაში ხელსაყრელი იქნება როგორც მატყლის, ასევე ხორცისა და რძის წარმოებაც.

აგროსასურსათო სექტორში კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად შევისწავლეთ სასურსათო პროდუქტების ბალანსები, ასევე შინამეურნეობებში კვების პროდუქტებზე მოხმარების მაჩვენებლები. მონაცემების ანალიზმა დაგვარწმუნა, რომ ამ მხრივ საქართველოში მძიმე მდგომარეობაა. 2009 წელს 2003 წელთან შედარებით შემცირებულია უმეტესი პროდუქტების მოხმარების დონე, დაბალია თვითუზრუნველყოფის მაჩვენებლები სტრატეგიული მნიშვნელობის მქონე პროდუქტებზე (იხ. ცხრილი 2.1.7).

**სასურსათო პროდუქტების თვითუზრუნველყოფის
კოეფიციენტები⁶⁹**
%

ცხრილი 2.1.7

	2006	2007	2008	2009
ხორბალი	8	9	12	8
სიმინდი	94	100	97	92
კარტოფილი	88	81	86	93
ბოსტნეული	79	75	76	76
ყურძენი	112	108	117	118
ხორცი	73	58	48	47
მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცი	81	73	68	76
ლორის ხორცი	79	61	47	37
ცხვრისა და თხის ხორცი	99	99	101	98
ფრინველის ხორცი	43	31	26	24
რძე და რძის პროდუქტები	82	89	94	92
კვერცხი	85	100	95	101

⁶⁹ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009 წელს, თბილისი, 2009, გვ. 81-92.

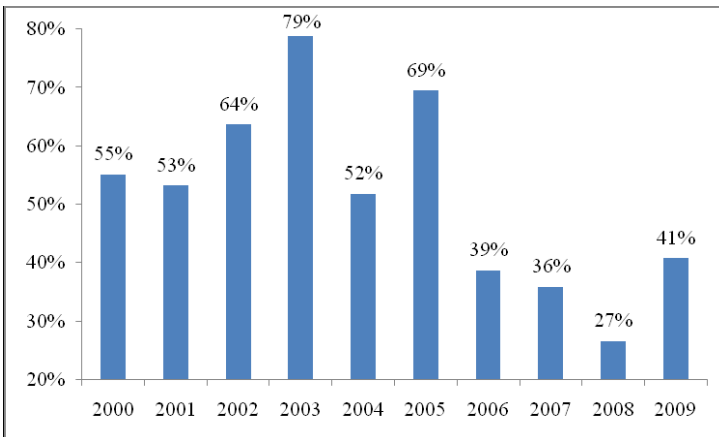
2009 წელს თვითუზრუნველყოფის დაბალი კოეფიციენტები დაფიქსირებულია ხორბლის (8%), შაქრის (0%), ფრინველის ხორცის (24%), ხორცის (47%) და სხვათა მოხმარებაში; შედარებით უკეთესი მაჩვენებლებია ბოსტნეულის (76%), კარტოფილის (93%), რძისა და რძის პროდუქტების (92%), კვერცხის (101%), ყურძნის (118%) და სხვათა მოხმარებაში.

თუ საქართველოს მოსახლეობას 4,4 მლნ კაცად მივიჩნევთ, ჩვენი გათვლებით მოსახლეობის მიერ მოხმარებული ძირითადი პროდუქტების მოცულობა ქვეყნის აგროსასურსათო ბაზარზე 49%-ით ნაკლებია ნორმით გათვალისწინებულ მაჩვენებელზე. სოფლად ეს მაჩვენებელი უკეთესია და 10-15 პროცენტული პუნქტით აღემატება ქალაქის მოსახლეობის სურსათით უზრუნველყოფის მაჩვენებელს.⁷⁰

საქართველო აგროსასურსათო პროდუქტების მხრივ წმინდა იმპორტიორი ქვეყანაა (ნახაზი 2.1.7).

**სოფლის მეურნეობის პროდუქტებისა და სურსათის
სავაჭრო ბალანსი⁷¹**
%

ნახაზი 2.1.7



⁷⁰ ექსპერტული გათვლები

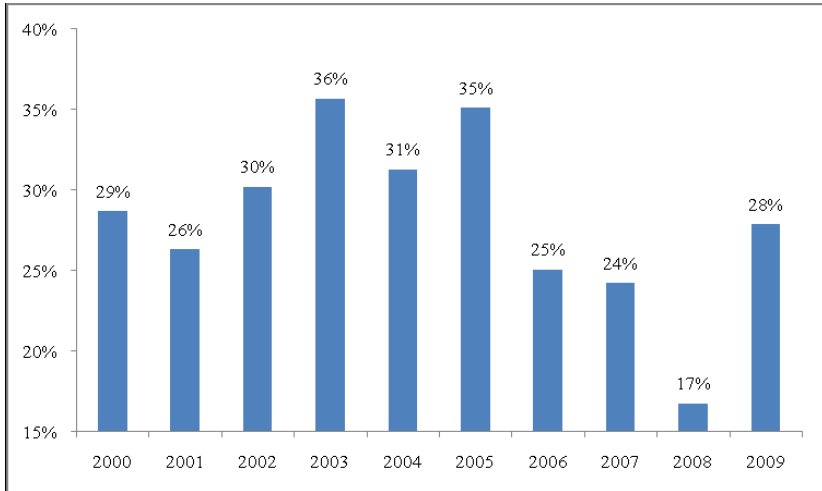
⁷¹ რ. შავგულიძე, სოფლის მეურნეობის სექტორის განვითარება, USAID-ის კვლევის მასალა, თბილისი, 2010, გვ. 14.

USAID-ის კვლევის მასალების მიხედვით 2000-2009 წლებში სურსათის სავაჭრო ბალანსში შემცირებულია ადგილობრივი წარმოების პროდუქტების წილი. თუ 2000-2003 წლებში აღნიშნული მაჩვენებელი 24%-ით გაიზარდა, მომდევნო წელს 27%-ით შემცირდა და 2009 წელს კვლავ არ არის მიღწეული 2000 წლის დონე.

ექსპორტიდან მიღებულ მთლიან შემოსავლებში მცირეა აგროსასურსათო პროდუქტების წილი (ნახაზი 2.1.8).

სოფლის მეურნეობის პროდუქტებისა და სურსათის წილი მთლიანი ექსპორტიდან მიღებულ შემოსავლებში⁷²
%

ნახაზი 2.1.8



სურსათის სავაჭრო ბალანსის მონაცემების ანალიზით გამოვლინდა, რომ ბოლო წლებში სოფლის მეურნეობის პროდუქტებისა და სურსათის წილი ექსპორტიდან მიღებულ შემოსავლებში კლებდა. 2009 წელს აღნიშნული მაჩვენებელი 2000 წლის დონესაც ვერ აღწევს. 2003-2005 წლებში სექ-

⁷² www.geostat.ge
www.moa.gov.ge

ტორს შედარებით უკეთესი პოზიციები ჰქონდა – საშუალოდ 34%, თუმცა, 2008 წელს ეს მაჩვენებელი კატასტროფულად დაეცა და მხოლოდ 17% შეადგინა, 2009 წელს 28%–მდე გაიზარდა. ეს იმას ნიშნავს, რომ სექტორი მოსახლეობისათვის მხოლოდ საარსებო საშუალებაა და ქვეყანაში სასურსათო უსაფრთხოების პრობლემები კვლავ მოსაგვარებელია.

მაშასადამე, რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მასალების ანალიზით შეიძლება დასკვნის გაკეთება, რომ ქვეყნის სასურსათო სექტორი დღეისათვის ვერ უზრუნველყოფს იმ რაოდენობის სასურსათო პროდუქციის წარმოებას, რაც დააკმაყოფილებდა სურსათზე მოსახლეობის როგორც კვების ფიზიოლოგიური ნორმებით გათვალისწინებულ, ასევე მის გადახდისუნარიან მოთხოვნასაც. მართალია ქვეყანაში სურსათის დეფიციტი არ აღინიშნება, მაგრამ მისი შევსება იმპორტული საკვები პროდუქტების ხარჯზე ხდება.

საქართველოში აგროსასურსათო სექტორის განვითარებას ხელსაყრელი ბუნებრივი და ეკონომიკური შესაძლებლობები გააჩნია. გამოვლენილი ფარდობითი უპირატესობის მიხედვით საქართველო კონკურენტუნარიანი შეიძლება გახდეს აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოებაში. „ვფიქრობ, ჩვენთან ეკოლოლოგიურად სუფთა და კონკურენტუნარიანი სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის წარმოების კარგი შესაძლებლობა გვაქვს და ამ სახით მსოფლიო ბაზარზე მყარად დამკვიდრების პერსპექტივაც“. ⁷³ განვითარების მოცემულ ეტაპზე განსაკუთრებით აქტუალურია პოტენციურად კონკურენტუნარიანი დარგების განვითარება, ხელსაყრელი მიკრო და მაკროგარემოს შექმნა მათი ხანგრძლივადიანი ეკონომიკური ზრდის მისაღწევად. ასეთი დარგები ეროვნული რესურსებისა და საექსპორტო შესაძლებლობათა ეფექტიან გამოყენებას უზრუნველყოფენ. აღნიშნულისათვის აუცილებელია აგროსასურსათო სექტორის რესტრუქტურისაციის პროგრამის შემუშავება. პროგრამა მსოფლიოში არსებული ეკონომიკური მიღწევების შესაბამისად უნდა განხორციელდეს. უპირ-

⁷³<http://www.ambebi.ge/sazogadoeba/844-patriarqis-sashobao-epistole.html>

ველეს ყოვლისა, საჭიროა სასურსათო ბაზრის კონკურენციის დონის შეფასება, პროდუქტის (სექტორის, დარგის) კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლების გაანგარიშება სანდო კვლევით და ანალიტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით.

2.2. კონკურენცია და სასურსათო ბაზრების ფუნქციონირების თავისებურებები

კონკურენტუნარიანი დარგების განვითარება ლოგიკურად იწვევს სასურსათო ბაზრების ფორმირებას. სასურსათო საქონლის ბაზარზე განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია იმის დადგენა, თუ ბაზრის რომელ სტრუქტურას გააჩნია პოტენციალი, როგორია ბაზრის ტევადობა, ბაზარზე შესვლის ბარიერები, რომელ სტრუქტურებში შესვლა არის დაკავშირებული ნაკლებ დანახარჯებთან და ა. შ.

აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოებაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ბაზარზე შესვლის ბარიერები. მიზანშეწონილია ბაზარზე შესვლის ბარიერები მათი სტრუქტურების შესაბამისად განვიხილოთ. ძირითადად სასურსათო ბაზრის ოთხი ტიპი ფუნქციონირებს:

1. სასურსათო საქონლის სანედლეულო ბაზარი. ბაზრის აღნიშნული ტიპი ძირითადია ისეთი პროდუქტებისათვის, როგორებიცაა ფქვილბურღულეულის, შაქრისა და სხვათა წარმოება. მისი დამახასიათებელი ნიშანია პროდუქტის შედარებით ერთგვაროვნება, სტანდარიზაცია, საქონლის მსხვილი პარტიებით რეალიზაცია;

2. სასურსათო საქონლის ბაზარი პროდუქციის გადამუშავების მაღალი დონით (თამბაქო, საკონდიტრო ნაწარმი, კონსერვები, მოხმარებისათვის საჭირო მზა პროდუქტების ფართო სპექტრი). ცხადია, რაც მეტია პროდუქტის შემცველობები, მით მეტია კონკურენცია და ნაკლებია პრიორიტეტული ფასების დანესების შესაძლებლობა. ასეთ შემთხვევაში საბაზრო ქცევის დამახასიათებელი თავისებურებებია პროდუქციისათვის განმასხვავებელი ნიშნის მიცემა და ანალოგიური მოხმარების თვისებების საქონელთა ჯგუფიდან მათი განცალკევება. ამ სახეობის ბაზარზე კონკურენტული ბრძოლის მთავა-

რი იარაღია რეკლამა და საქონლის მიწოდება-გასაღების სხვადასხვა მეთოდის გამოყენება. ბაზრის ეს სტრუქტურა ოლიგოპოლიურია მაღალდიფერენცირებული პროდუქციით, შესაბამისად, ბაზარზე შესვლის სტრატეგიაც ამ თვალსაზრისით უნდა აიგოს. თუ გავითვალისწინებთ, რომ ოლიგოპოლიურ ბაზარზე განსაკუთრებული ძალით მოქმედებს მასშტაბის ეფექტი და პატენტი გამოყენებულ ტექნოლოგიებზე, ასევე პროდუქტის გასაღებაში წამყვანია მასობრივი რეკლამა, ცხადია, ბაზრის ამ სტრუქტურაში შესვლის ბარიერები საკმაოდ დიდია. გაჯერებული ბაზრის პირობებში ძნელია ახალი პროდუქტის ბაზარზე შეტანა, თუნდაც მას რეალური უპირატესობები გააჩნდეს ბაზარზე გაბატონებულ პროდუქტთან შედარებით. ასეთ შემთხვევაში გამოსავალია რეკლამის სფეროში ადგილის მოსაპოვებლად დამატებითი სახსრების მოძიება;

3. სასურსათო საქონლის ბაზარი შედარებით ერთგვაროვანი პროდუქტებით და და გადამუშავების დაბალი დონით (ხორცის ნახევარფაბრიკატები, ახალი ხორცი, რძე და რძის პროდუქტები). პროდუქტის გადამუშავების დონესა და მის ასორტიმენტს შორის მჭიდრო კავშირი არსებობს. რაც დაბალია გადამუშავების ხარისხი, მით მცირეა ასორტიმენტისა და ინტენსიური რეკლამის გამოყენების შესაძლებლობები. ამ საბაზრო სტრუქტურაში შესვლის ბარიერები შედარებით ნაკლებია და ფასწარმოქმნა კონკურენციის საფუძველზე ხორციელდება;

4. სასურსათო სერვისის ბაზარი. ბაზრის აღნიშნული სახეობა განვითარებულ ქვეყნებში ბოლო პერიოდში განვითარდა. იგი მოიცავს საზოგადოებრივი კვების ყველა ტიპს.

განვითარებული აგრობიზნესის პირობებში სასურსათო ბაზარი ხასიათდება ფირმების შედარებით მრავალრიცხოვნობითა და პროდუქტის მაღალი დიფერენციაციით. ამ ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდების კონიუქტურის ფორმირებაზე საფასო ფაქტორებთან ერთად მოქმედებს არასაფასო ფაქტორებიც ისეთი კლასიკური ატრიბუტებით, როგორებიცაა: მასობრივი რეკლამა, პროდუქციის დიფერენციაცია და გაუმჯობესებული სერვისი. აგრარული და მარკეტინგული სფეროების განსხვავებული სტრუქტურები ინვევენ აგროსასურსათო პროდუქტის

მაღალკონკურენტიანი მიწოდების შეუსაბამობას მოთხოვნაზე, რომელიც რამდენადმე მონოპოლიზებულია დარგებისა და ბაზრის მასშტაბების მიხედვით.

სასურსათო ბაზრის გავლენა სასოფლო-სამეურნეო წარმოებაზე მით ძლიერია, რაც გრძელაა გადამუშავებისა და რეალიზაციის არხები, რაც მეტია ფერმერთა დაშორება კვების პროდუქტების უშუალო მომხმარებლებისგან. ეს გავლენა ძლიერდება იმ შემთხვევაში, როდესაც კვების მრეწველობა მოითხოვს სტანდარტული ხარისხის ნედლეულს მკაცრად დადგენილი ტექნოლოგიით. იშვიათი არ არის ფერმერთა ტექნოლოგიური და ეკონომიკური დამოკიდებულება გადამამუშავებელი მრეწველობის დარგის მწარმოებზეც. ასეთი დამოკიდებულება რეგლამენტირებულს ხდის ფერმერთა ქცევას არა მარტო სანარმოო-ტექნოლოგიურ პროცესებში, არამედ ზღუდავს მათ შემოსავლებსაც.

სასურსათო ბაზრების გაჯერების დონისა და მასში შესვლის ბარიერების შესაფასებლად აუცილებელია გაანალიზდეს სამომხმარებლო პროდუქტის წარმოების მაჩვენებლები. ამასთან, საჭიროა განისაზღვროს სხვა მაჩვენებლებზე მისი ზეგავლენის დონე (მაგალითად, მოსავლიანობის ანალიზი აუცილებელია, ერთი მხრივ, მიწის გამოყენების ეფექტიანობის დასადგენად, მეორე მხრივ, ამ მაჩვენებლით შეფასდება მეცხოველეობის დარგის განვითარების დინამიკა და პერსპექტივები).

ჩვენი გაანგარიშებით ადგილობრივი სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულის წარმოების მიღწეული მასშტაბებით სასურსათო ბაზარი ნაწილობრივ არის დაკმაყოფილებული პურიითა და პურ-პროდუქტებით, ღვინით, ლუდით, უალკოჰოლო სასმელებით, საკონდიტრო ნაწარმით, ბოსტნეულით, კარტოფილით, ხილით. სამამულო წარმოებისაა სასურსათო ბაზრებზე რეალიზებული ხილის საშუალოდ 45-48%, ყურძნის 40-45%, მწვანილეულის 65-70%, მხალეულის 80-82%, ბოსტნეულისა და ბალჩეულის 75-80%, ძროხის ხორცის 25-27%, რძისა და რძის პროდუქტების 38-42%.⁷⁴

⁷⁴ USAID-ის კვლევის მასალებსა და თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტებზე დაყრდნობით მიღებული გათვლები

აგროსასურსათი სექტორში დღეს არსებული წარმოების პარამეტრების მიხედვით ასევე, ზრდის ტემპებისა და გაორმაგების წესის საფუძველზე ჩატარებული გათვლებით უახლოესი ხუთი წლის მანძილზე მიღწეული წარმოების მოცულობები საკმარისი არ იქნება სასურსათო პროდუქტებით მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებისათვის. კერძოდ, ხორცსა და ხორცის პროდუქტებზე მოთხოვნილება დაკმაყოფილდება 46.5%-ით, რძესა და რძის პროდუქტებზე – 46%-ით, პურსა და პურ-პროდუქტებზე – 117.2%-ით, ბოსტნეულზე – 144.5%-ით, ხილზე – 74%-ით, კარტოფილზე – 140%-ით, შაქარზე – 13.8%-ით, კვერცხზე – 45.8%-ით. ბაზრის ტევადობათა შეფასების თვალსაზრისით ხორცის წარმოება ამ სახის პროდუქციის საბაზრო მოთხოვნის 33.3% იქნება, შაქრის – 13.8%, ხილბოსტნეულის კონსერვების – 16.1%, მინერალური წყლების – 44.7%, უალკოჰოლო სასმელების – 76.1%, პაპიროსისა და სიგარეტის – 13.2%, ლუდის – 78.5%, კონიაკის – 86%, არაყისა და ლიქიორ-არაყის ნაწარმის – 63.2% და ა. შ.

პრობლემა გართულდება თუ დასახელებული ბაზრის ტევადობები დაბალანსებული არ იქნება მოსახლეობის ფულად შემოსავლებთან.

საშინაო ბაზრის საკუთარი პროდუქტებით გაჯერების ეკონომიკური პოლიტიკის განსახორციელებლად აუცილებელია სასურსათო ბაზრის უზრუნველმყოფელი დარგების განვითარებისათვის ხელშეწყობა საინვესტიციო მოთხოვნების გათვალისწინებით. უპირველეს ყოვლისა, რესურსებისა და ინვესტიების კონცენტრაცია კონკურენტუნარიან პროდუქტებზე უნდა წარიმართოს. საქართველოსათვის ხილი, ყურძენი, ბოსტნეული, კარტოფილი ტრადიციული კულტურებია, ასევე ტრადიციულია მეცხოველეობის უმეტესი დარგები (მსხილფეხა პირუტყვის მომშენებლობა, მეცხვარეობა, მეფუტკრეობა და სხვა). თუ ამ დარგებისადმი განხორციელდება პროტექციონისტური პოლიტიკა და ამუშავდება გადამამუშავებელი მრეწველობის დარგები, ისინი კონკურენტუნარიანი გახდებიან და თვითონვე შექმნიან საინვესტიციო ფონდებს.

სასურსათო ბაზრის საკუთარი წარმოების პროდუქტებ-

ით შევსების წყაროა ოჯახურ მეურნეობებში პროდუქტების პირველადი გადამუშავება. ასეთი სახით გადამუშავების ორგანიზაცია ნაწილობრივ ავსებს სასურსათო ბაზარს (საშუალოდ 20-25%-ით), მაგრამ ვერ წყვეტს კონკურენტუნარიანი წარმოების პრობლემას. ეს იმით არის გამოწვეული, რომ მცირეა წარმოების მოცულობები, დიდია გადამუშავებაზე განუყოფელი დანახარჯები და ხშირად ვერ ფარავენ მას ბაზრის სტრუქტურებში მოქმედი დემპინგური ფასების გამო, გაფანტულია და არაორგანიზებულად გამოიყენება მატერიალური, შრომითი, ფინანსური და სხვა სახის რესურსები, გართულებულია პროდუქციის აღრიცხვა, შეუძლებელია ხარისხის კონტროლი და სხვა. პრობლემის მოგვარება შესაძლებელია სახელმწიფოს მხრიდან სასოფლო-სამეურნეო შეკვეთების ორგანიზაციით, გადამამუშავებელი საწარმოების ამოქმედებით, აგრობიზნესისა და საბითუმო ვაჭრობის განვითარებით, დემპინგური ფასების სანინალმდეგო ღონისძიებებით და სხვა.

აგროსასურსათო ბაზრის პოტენციალის შესწავლა, კონკრეტული მოთხოვნების შესაბამისად, საშინაო ბაზრის ანალიზით უნდა დაიწყო. თუმცა, ასევე საჭიროა ინფორმაცია ფირმების, კერძოდ მათ მიერ წარმოებული პროდუქტისა და/ან მომსახურების შესახებ. ასეთ დროს თავს იჩენს ურთულესი ამოცანა – საჭიროა საკმაოდ დიდი მოცულობის ხელმისაწვდომი ინფორმაცია და კვლევის ინტერესების შესაბამისი საინფორმაციო წყაროების შერჩევა. მხედველობაშია მისაღები გამოქვეყნებული ინფორმაციის ლიმიტების საზღვრებიც.

აგროსასურსათო ბაზრების კვლევის პროცესში მთავარი პრობლემებია:

- ბაზრის კვლევა არ იძლევა წარმატების გარანტიას. შესაძლებელია გამოვიკვლიოთ ფაქტები ეკონომიკური გარემოს შესახებ, მოთხოვნა-მიწოდების თანაფარდობა კონკრეტულ პროდუქციაზე, ბაზრის მოთხოვნები, სატარიფო და არასატარიფო ბარიერები, მაგრამ ფირმებმა თვითონ უნდა მიიღონ გადაწყვეტილება მარკეტინგული სტრატეგიების შექმნაზე. კვლევა მხოლოდ ხელს შეუწყობს ფირმებს რეალური

გადაწყვეტილებების მიღებასა და სტრატეგიების შემუშავებაში;

- შესაძლებელია ბაზარზე ისეთი სპეციფიკური პროდუქტი იყოს, რომ არ არსებობდეს მის შესახებ გამოქვეყნებული მასალები ან ინფორმაცია არ იყოს დეტალურად აღწერილი. ფირმებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ კვლევის პროცესში ვერ შეიქმნება ხელოვნური ინფორმაციის წყარო;
- ისეთ სიტუაციებში, როდესაც არსებობს შესაბამისი ინფორმაცია კონკრეტული პროდუქტის შესახებ, შესაძლებელია სწორი ანალიზის საფუძველზე მივიღოთ გააზრებული შეფასებები. ბაზრის შეფასება შესაძლებელია განხორციელდეს ექსპერტებთან კონსულტაციებით, სავაჭრო და სხვა ასოციაციებთან გასაუბრებით, ასევე იმ პირებთან ურთიერთობით, რომლებიც უშუალოდ არიან დასაქმებულნი აგროსასურსათო სექტორში;
- რამდენიმე საინფორმაციო წყაროს მონაცემების შედარებით შესაძლებელია გამოამკარავდეს ინფორმაციების შეუსაბამობის მაგალითები. გამომწვევ მიზეზებად შეიძლება მივიჩნიოთ ბაზრის კვლევის განსხვავებული მეთოდები და თვით პროდუქტის ნუსხა. ასევე შესაძლებელია, რომ ბაზრები განსხვავებულად სეგმენტირებულნი აღმოჩნდნენ;
- გამოქვეყნებული ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემები ხშირ შემთხვევაში ვადაგასულად ითვლება ბაზრის სტრუქტურების მიმდინარე შეფასებებისათვის. მაგალითად, 2010 წლის ანგარიშები შეიძლება შეიცავდნენ მონაცემებს მხოლოდ 2008 წლის ბოლო პერიოდის გათვალისწინებით.

ახალ ბაზრებზე შესვლის პროცესში წარმატების საწინდარია მომხმარებლისათვის კარგი მომსახურების განწევა. ეს ნიშნავს შესაბამისი პროდუქტის ან მომსახურების მიწოდებას პროფესიონალურად და დროულად. როგორც აღინიშნა, ბაზრის კვლევა ფირმების საქმიანობის წარმატების გარანტია არ

არის, მაგრამ კვლევით შესაძლებელია ძვირადღირებული შეცდომებისაგან თავის არიდება, მიზნობრივი საბაზრო სტრუქტურების არჩევა შეთავაზებული პროდუქტის შესაბამისად.

სასურსათო ბაზრის სტრუქტურებზე მოქმედი ფაქტორები მრავალგვარია. ამასთან ეს ფაქტორები ერთმანეთისაგან განსხვავდებიან და მუდმივად იცვლებიან. ამიტომ ბაზრებიც არასდროს არ არიან მდგრადი ხასიათის. შესაბამისად იცვლება ბაზრებზე შეღწევის ბარიერებიც.

ბაზრის სტრუქტურების ფორმირებზე მოქმედი ფაქტორებიდან აღსანიშნავია: 1. ბაზრის შერჩევის პირობები (ბაზრისა და მომხმარებლის პროფილი, არსებული საბაზრო ფასები, პოტენციური საბაზრო ფასები და სხვა); 2. კონკურენცია (კონკურენტების მონიტორინგი, პროდუქტის შესაბამისობა პოტენციური მომხმარებლის მოთხოვნილებებთან, კონკურენციის დონე, ფასების დანევის შესაძლებლობები, კონკურენციის სუსტი მხარეები, რომლის გამოყენებაც შეიძლება საკუთარ ინტერესებში და სხვა); 3. ხელშეწყობის დანახარჯები (აგენტების დაქირავება, წარმომადგენლობის გახსნა, სარეკლამო სააგენტო, რეკლამა მასმედიის საშუალებით, სავაჭრო მისია, შეფუთვის დანახარჯები, რეალიზაციის შემდგომი მომსახურება და სხვა); 4. არაპირდაპირი ხარჯები (დამხმარე სამუშაოები, ადმინისტრაცია, მასალები, საკანცელარიო საგნები, სასაწყობო ხარჯები და სხვა); 5. ფასდადების სხვადასხვა დონე (ადრეული ნაღდი ფულის დაბრუნება, ბაზარზე შეღწევა, ახალ პროდუქტზე მაღალი ფასების დადება იმ მომხმარებელზე გაანგარიშებით, რომლებიც მზად არიან შეიძინონ ეს საქონელი, ფასდადება გარიგებებზე და სხვა); 6. ბაზარზე შეღწევის ფასდადება (ძლიერი კონკურენცია ბაზარზე, მოთხოვნილება, რომელიც შექმნილია დაბალი ფასით, მომხმარებლისაგან აღიარების მიღების იმედი, შემდგომი ფასის ნელი მომატება და სხვა); 7. „ნაღების მოხსნა“ – პროდუქტი სავსებით ახალია ბაზრისათვის (პროდუქტზე ზრდადი მოთხოვნა, მაღალი ფასის დადგენა, მაღალი მოთხოვნილებით გამონვეული მოგების მიღება და სხვა).

სასურსათო ბაზრებზე შეღწევის ბარიერებიდან განსა-

კუთრებით მნიშვნელოვანია ფასწარმოქმნის პრობლემის ხედვა. განსახილველია ფასწარმოქმნის ორი მეთოდი: ა/ დანახარჯებზე ორიენტირებული მეთოდი. ამ დროს ყველაზე მეტად გამოიყენება თვითგამოსყიდვის ანალიზი, რომელიც ადგენს თანაფარდობას წარმოების მოცულობას, მასზე განუულ ცვალებად და მუდმივ დანახარჯებსა და ფასს შორის. თვითგამოსყიდვის ანალიზი განსაზღვრავს, თუ მოცემული ფასის პირობებში რა რაოდენობის პროდუქტი უნდა გაიყიდოს იმისათვის, რომ მიღებულმა ამონაგებმა დაფაროს დანახარჯები. თუ მუდმივ დანახარჯებს დაემატება მიზნობრივი მოგება, მაშინ განისაზღვრება პროდუქტის ის რაოდენობა, რომელიც უნდა გაიყიდოს ამ მოგების მისაღებად. ბ/ მოთხოვნაზე ორიენტირებული მეთოდი. მისი გამოყენების დროს განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მოთხოვნის ელასტიკურობის შეფასებას.

აგროსასურსათო ბაზრებზე საკმაოდ მკაცრი კონკურენტული გარემო პირობებია. ზოგადად, ბაზარზე წარმატების მისაღწევად, აუცილებელია საკუთარი ბიზნესის შესაძლებლობების ობიექტურად შეფასება და მაშასადამე, ბაზრის ანალიზი კონკურენტებთან მიმართებაში. ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ ჩატარებული კვლევის მასალებიდან ირკვევა, რომ საქართველოში გამოკვლეულ სანარმოთა 62%-ს უჭირს კონკურენციის განევა, 28%-ის აზრით მათთვის უახლოესი ერთი წლის მანძილზე კონკურენტები საფრთხეს არ წარმოადგენენ. დარგობრივი ნიშნის მიხედვით კვლევამ კი აჩვენა, რომ ყველაზე რთული კონკურენციის განევა აგროსასურსათო სექტორშია (იხ. ცხრილი 2.2.1).⁷⁵ კონკურენციის მაღალი დონე აღინიშნება საცალო ვაჭრობისა და მომსახურების დარგშიც, რასაც ძირითადად ამ სფეროში რეგისტრირებულ სანარმოთა სიმრავლე განაპირობებს (საცალო ვაჭრობისა და მომსახურების დარგში ფუნქციონირებს რეგისტრირებულ სანარმოთა 80%).

⁷⁵ მენარმოების მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 67.

**კონკურენცია დარგების მიხედვით
(%)**

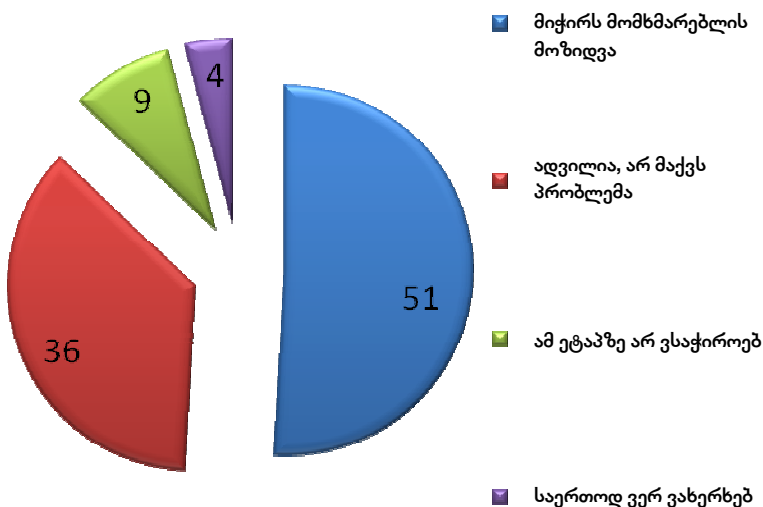
ცხრილი 2.2.1

№	დარგი	კონკურენცია საფრთხეს არ წარმოადგენს	მიჭირს კონკურენცია	კონკურენტი არ მყავს	მიჭირს შეფასება	სულ
1	აგროსასურსათო სექტორი	8,3	66,7	25,0	0,0	100,0
2	ინდუსტრიული წარმოება	33,3	59,4	5,2	2,1	100,0
3	საცალო ვაჭრობა და მომსახურება	26,0	64,0	7,5	2,5	100,0
4	ტურიზმი	39,1	50,0	10,9	0,0	100,0
5	მშენებლობა	47,4	42,1	10,5	0,0	100,0
6	ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა	35,0	40,0	25,0	0,0	100,0
7	საფინანსო სექტორი	33,3	55,6	11,1	0,0	100,0

ბიზნესის ნებისმიერ სფეროში, მათ შორის აგროსასურსათო სექტორში, რთულია კონკურენტული უპირატესობის მოპოვება. ზემოთ აღნიშნული კვლევის მასალების მიხედვით კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების გზად რესპოდენტების 38% პროდუქტის/მომსახურების ფასის შემცირებას მიიჩნევს, 28%-დს კი მიაჩნია, რომ აღნიშნულს ახალი პროდუქტების შემუშავებითა და ახალი ტექნოლოგიების დანერგვით შეძლებენ. საინტერესოა, რომ რესპოდენტთა 18%-ის აზრით, კონკურენციის განვითარების აუცილებელია ბაზრის/კონკურენციის პერიოდული შესწავლა. მწარმოებლებისათვის მნიშვნელოვან პრობლემად რჩება მომხმარებელთა მოზიდვაც (იხ. ნახაზი 2.1.1).

მომხმარებლის მოზიდვის შესაძლებლობები⁷⁶

ნახაზი 2.1.1

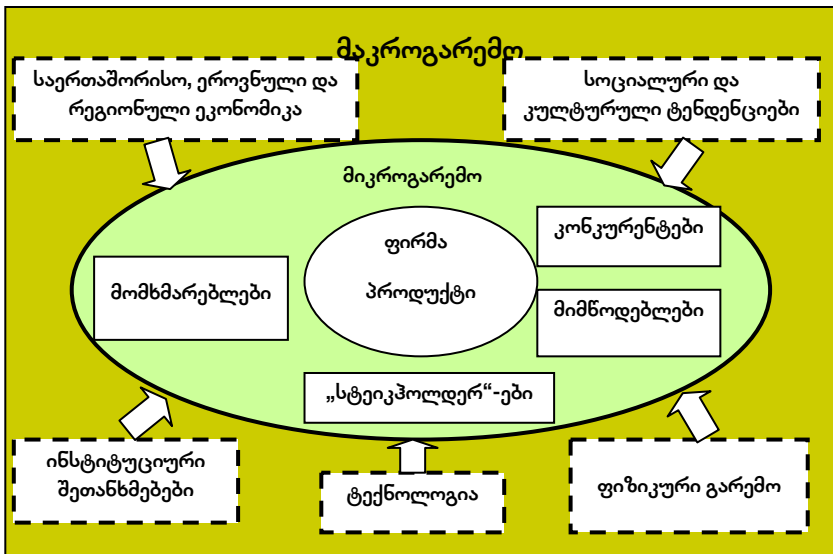


ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზარზე აგროსასურსათო სექტორის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორები მაკრო და მიკრო დონეების მიხედვით შესწავლას მოითხოვს (იხ. ნახაზი 2.2.2).

⁷⁶ მეწარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 23.

კონკურენტუნარიანობის მიკრო და მაკროგარემოს ანალიზი
 აგროსასურსათო სექტორში⁷⁷

ნახაზი 2.2.2



აგროსასურსათო სექტორში კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედ ხელისშემშლელ ფაქტორთა შორის მაკრო დონეზე აღსანიშნავია: არ არსებობს სექტორის განვითარების სტრატეგია, შესაბამისად დაუმუშავებელია განვითარების პროგრამები; სუსტია საჯარო მომსახურება, არ არსებობს პროდუქტებისა და მომსახურების მიწოდების სისტემური ჯაჭვი; რესურსებზე, განსაკუთრებით ფინანსურზე, ხელმისაწვდომობა შეზღუდულია; მაღალია საპროცენტო განაკვეთები; შეზღუდულია კონკურენცია; ვაკუუმია საკანონმდებლო სივრცეში და სხვ. მიკრო დონეზე ეს ფაქტორებია: საქმიანობის ორგანიზაციული და ტექნიკური მართვის სუსტი უნარი; საერთაშორისო სტანდარტების შეზღუდული ცოდნა და გამოყენება; კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა; წარმოების მოძველებული ტექნოლოგია; წარმოების არაეფექტიანი მასშტაბი და სხვა.

⁷⁷ Hall&Mitchel, 2008, გვ. 40.

2.3 კონკურენცია და ფირმების ქცევის სტრატეგია

სასურსათო ბაზარზე კონკურენციისა და ფირმების ქცევის სტრატეგიის შესაფასებლად მიზნად დავისახეთ ღვინის ბაზრის გამოკვლევა.

ღვინის წარმოების მასშტაბების მიხედვით საქართველო მცირე მწარმოებელთა კატეგორიას განეკუთვნება და ამ მხრივ სხვა ქვეყნებისათვის კონკურენციის გასაწევად უპირატესობები არ გააჩნია. მიუხედავად აღნიშნულისა, ღვინის ბაზრის განვითარებას საქართველოს ეკონომიკისათვის სტრატეგიული მნიშვნელობა აქვს. ერთი მხრივ, ქვეყნის უნიკალური ისტორია მეღვინეობის სექტორში წარმოების გამოცდილებითა და უნარ-ჩვევებით, მეორე მხრივ, ვაზის ჯიშების მრავალფეროვნება კონკურენტულ უპირატესობებად უნდა მივიჩნიოთ. წარმოების მცირე მასშტაბების პირობებში საქართველომ, როგორც ღვინის მწარმოებელმა ქვეყანამ, მაღალი ხარისხისა და უნიკალური პროდუქტის წარმოების სტრატეგია უნდა აირჩიოს. კლასიკური თეორიების თანახმად, კონკურენტული სტრატეგიის იდეა სწორედ განსხვავებული ნიშის მოძებნაში მდგომარეობს.⁷⁸

ღვინის ბაზრის ანალიზი ჩატარდა ქართული ღვინის მწარმოებელი კომპანიების მაგალითზე, კერძოდ შეირჩა შემდეგი კომპანიები: „GWS“, „ახაშენი“, „დ. სარაჯიშვილი და ენისელი“, „თბილღვინო“, „ქინძმარაულის მარანი“, „ბაგრატიონი 1882“, „ვაზიანი“, „შუმი“, „მანავის ღვინის მარანი“, „თელიანი ველი“, „AB“.

ღვინის ბაზრის რაოდენობრივი ანალიზისათვის შერჩეულ კომპანიებში გამოშვებული ღვინის მოცულობა შეფარდებულ იქნა დარგში წარმოებულ მოცულობასთან. ამ მაჩვენებელმა 57.6% შეადგინა.

ღვინის ბაზრის კვლევის შემდეგ ეტაპზე განხორციელდა საწარმოთა რანჟირება რეალიზაციის მოცულობის კვების მიხედვით. ნატურალური მაჩვენებლების მიხედვით ჩატარებულ-

⁷⁸ Майкл Портер, Конкуренция, 2002, გვ. 55.

მა გათვლებმა საშუალება მოგვცა მინიმუმამდე შეგვემცირებინა ცდომილებები, რაც შეიძლება გამოენჯია ინფლაციას, ასევე კომპანიების მიხედვით ღვინის წარმოების განსხვავებულ დანახარჯებს.

ღვინის ბაზარზე კონკურენტული გარემოს შეფასებაში გადამწყვეტია ფირმის საბაზრო წილის დადგენა. საბაზრო წილი განისაზღვრა საბაზრო ძალაუფლებისა და კონცენტრაციის მაჩვენებლებით, კერძოდ, გავიანგარიშეთ კონცენტრაციის, ჰერფინდალ-ჰირშმანის, ენტროპიის ინდექსები და საბაზრო წილის დისპერსია.

კონცენტრაციის ინდექსი გავითვალეთ 4 კომპანიის („GWS“, „ახაშენი“, „დ. სარაჯიშვილი და ენისელი“, „შუმი“) შერჩევის საფუძველზე:

$$C_3 = S_1 + S_2 + S_3 + S_4,$$

სადაც S_i არის i -ური ფირმის საბაზრო წილი.

კონცენტრაციის ინდექსმა 0,5 შეადგინა.⁷⁹ ეს იმის მიმანიშნებელია, რომ ღვინის ბაზარი ძირითადად მონოპოლისტური კონკურენციის ძალაუფლებით ხასიათდება. თუმცა, უნდა აღინიშნოს მოცემული ინდექსის ნაკლის შესახებაც. ინდექსში ვერ აისახა იმ კომპანიების რეალური მასშტაბები, რომლებიც გაანგარიშებებში ვერ მოხვდა; ასევე მიღებული შედეგი ვერ ახასიათებს შერჩეულ კომპანიათა შეფარდებით მაჩვენებლებს, მაშინ როცა ღვინის ბაზრის სრულყოფილი ანალიზი მოითხოვს შეფარდებითი სიდიდეების დადგენასაც. ამ თვალსაზრისით განისაზღვრა ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსი:⁸⁰

$$HHH = S_i^2,$$

სადაც S_i არის i -ური ფირმის საბაზრო წილი.

ინდექსის გაანგარიშებამ გვიჩვენა, რომ იგი ნულის მნიშვნელობისაგან მკვეთრად არ განსხვავდება (0.013). მაშასადამე, კვლავ დასტურდება, რომ საკვლევი ბაზარი მონოპოლისტური

⁷⁹ კომპანიების მიერ გამოშვებული ღვინისა და ღვინომასალების, ასევე დასაქმებულთა მონაცემები აღებულია საიტიდან www.winevine.ge 16.11.2009.

⁸⁰ ხარაიშვილი ე., გაგნიძე ი., ჩავლეიშვილი მ., ნაცვლიშვილი ი., ნაცვალაძე მ., მიკროეკონომიკა, თბილისი, 2009, გვ. 261.

კონკურენციის საბაზრო სტრუქტურას შეესაბამება.

ენტროპიის ინდექსი კონცენტრაციის ინდექსის შებრუნებული მაჩვენებელია და გვიჩვენებს ბაზარზე მოქმედი კომპანიების საშუალო წილს ნატურალური ლოგარითმის შებრუნებული სიდიდის მიხედვით. რაც მეტია ეს მაჩვენებელი, მით დაბალია საბაზრო ფასზე მიმწოდებელთა ზემოქმედების საშუალება:

$$E = \sum S_i \ln(1/S_i), \text{ სადა } i=1, \dots, n$$

ჩვენი გათვლებით, ენტროპიის ინდექსმა 2.54 შეადგინა, რაც იმაზე მიანიშნებს, რომ მწარმოებლებს ნაკლებად შეუძლიათ ღვინის საბაზრო ფასზე ზემოქმედება.

ღვინის ბაზარზე მოქმედ კომპანიებს განსხვავებული მასშტაბები გააჩნიათ. მასშტაბების არათანაბარზომიერების ხარისხი გავზომეთ საბაზრო წილების დისპერსიის მაჩვენებლით:

$$\sigma^2 = 1/n \sum (S_i - S_{\text{საშ}})^2, \text{ სადა } i=1, \dots, n.$$

სხვა თანაბარ პირობებში, რაც უფრო მაღალია წილების განაწილების უთანაბრობა, მით უფრო კონცენტრირებულია ბაზარი. ღვინის ბაზარზე $\sigma^2=0.004$, მაშასადამე, საბაზრო წილების უთანაბრობა უმნიშვნელოა. წარმოდგენილი მაჩვენებლების ანალიზის საფუძველზე შეიძლება გავაკეთოთ დასკვნა, რომ ღვინის ბაზარზე ფუნქციონირებს კომპანიები, რომლებსაც თითქმის თანაბარი საბაზრო წილები და შესაბამისად, მონოპოლისტური კონკურენციის კონიუქტურაზე ზემოქმედების ერთნაირი შესაძლებლობები გააჩნიათ.

ღვინის ბაზრის კონკურენტუნარიანობის ანალიზის დროს მიზანშეწონილია შევხვთ ღვინის კომპანიების მასშტაბებს. 2008 წლის მონაცემებით, ღვინის კომპანიათა მთლიან რაოდენობაში მსხვილ კომპანიებს ეკავა 15%, საშუალოს – 26%, მცირე კომპანიებს კი 61%.⁸¹ მსხვილი კომპანიების უმეტესობა ინტენსიურად არის დაკავებული საექსპორტო საქმიანობით, საშუალო და მცირე კომპანიები ძირითადად საშინაო ბაზრის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზეა ორიენტირებული.

⁸¹ www.geostat.ge

ზოგადად სასურსათო ბაზარზე, მათ შორის, ღვინის ბაზარზე, მნიშვნელოვანია პროდუქტის დივერსიფიკაციის პრობლემის ანალიზი. არის თუ არა დივერსიფიკაცია დამოკიდებული საწარმოს მასშტაბზე? ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად ჩატარდა კვლევა სპეციალიზაციის ინდექსსა და კომპანიების მასშტაბებს შორის დამოკიდებულების გამოსავლენად. დადგინდა, რომ კომპანიის მასშტაბზე უშუალოდ არ არის დამოკიდებული პროდუქტის დივერსიფიკაციის დონე. წვრილმასშტაბური ფირმები დივერსიფიკაციას ძირითადად გაკოტრების რისკის ან ეგზოგენური ფაქტორების ზემოქმედების შესამცირებლად, ხოლო მსხვილი ფირმები – ფინანსური რესურსების მომგებიან დარგებში დასაბანდებლად იყენებენ.

ღვინის ბაზრის ანალიზმა მოითხოვა დამოკიდებულების ახსნა კომპანიათა მასშტაბებსა და ერთ დასაქმებულზე რეალიზაციის მაჩვენებლებს შორისაც. კორელაციური და რეგრესული მეთოდის გამოყენებით, თითოეული მათგანისათვის განისაზღვრა რეალიზაციის მაჩვენებელი ერთ დასაქმებულზე. საშუალოდ ეს მაჩვენებელი 1-ის საზღვრებში იცვლებოდა. მიღებული შედეგი იმაზე მიუთითებს, რომ რეალიზაციის მაჩვენებელი ერთ დასაქმებულზე პირდაპირ არის დამოკიდებული საწარმოს მასშტაბზე. საქართველოში ღვინის მსხვილი კომპანიები წარმატებით იყენებენ თანამედროვე ტექნოლოგიებს. ღვინის ხარისხის კონტროლი და ანალიზი მათ საშუალებას აძლევს ღვინის საერთაშორისო სტანდარტების დასამკვიდრებლად. თუმცა, მცირე და საშუალო კომპანიების უმეტესობას მოძველებული და თანამედროვე ტექნოლოგიებისათვის შეუფერებელი დანადგარები აქვს.⁸²

აღნიშნულიდან გამომდინარე, უნდა ვივარაუდოთ, რომ მსხვილმასშტაბურ საწარმოებს უპირატესობა გააჩნიათ შრომის მწარმოებლურობის თვალსაზრისით. ასევე, მოსალოდნელია, რომ მათ ხარჯებშიც ექნებათ ეკონომია და მასშტაბიდან ზრდადი უკუგების ეფექტი. ასეთი კომპანიები ბაზარზე

⁸² ქართული ღვინის ეროვნული სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება, მსოფლიო ბანკის მიერ დაფინანსებული კვლევა, 2009, საბოლოო ანგარიში, დანართი I, გვ. 11.

პარიტეტული ფასების შეთავაზებასაც შეძლებენ.

ღვინის ბაზარზე შრომის ფინდშეიარაღებასა და ერთ დასაქმებულზე რეალიზაციის მაჩვენებელს შორის დამოკიდებულების ასახსნელად ჩატარდა კორელაციური ანალიზი. დადგინდა, რომ ზემოთ დასახელებულ მაჩვენებლებს შორის ამ ბაზარზე დამოკიდებულება არ არსებობს. კაპიტალი და შრომა ურთიერთშემავსებელი ფაქტორებია და წარმოების ეფექტიანობისათვის, უპირველესად, აუცილებელია მათი ოპტიმალური თანაფარდობის განსაზღვრა. მოსალოდნელია, რომ შრომის ფონდშეიარაღების გაზრდით ან შემცირებით არ შეიცვალება რეალიზაციის მაჩვენებელი. ღვინის რეალიზაცია ძირითადად დამოკიდებულია ბაზარზე არსებულ მოთხოვნაზე. ამიტომ, კაპიტალის გაზრდამ შეიძლება უცვლელი დატოვოს რეალიზაციის მოცულობა ან შეცვალოს იგი უმნიშვნელოდ.

ძვირადღირებული ღვინის ბაზრის სტანდარტების მიღწევა მწარმოებლებისათვის საკმაოდ რთული და შრომატევადი პროცესია. ღვინოს ფუფუნების საგნებისათვის დამახასიათებელი თვისებები გააჩნია. ეს იმას ნიშნავს, რომ ბაზარზე პროდუქტების გაყიდვაში უდიდეს როლს ბრენდის შექმნა შეასრულებს. მხოლოდ ბრენდის შექმნით შეძლებენ კომპანიები მსოფლიო ბაზრის მოთხოვნილებებზე ორიენტაციის აღებას. ბრენდის შექმნაში გადამწყვეტია ვაზის ჯიშობრივი შემადგენლობის განსაზღვრა. თუ გავითვალისწინებთ, რომ მსოფლიოში მოთხოვნილება ზრდადია წითელ და ვარდისფერ ღვინოებზე, მწარმოებლებს თავისუფლად შეუძლიათ ორიენტაციის აღება წითელი ყურძნის ჯიშებზე: საფერავი, ალექსანდროული, თაკვერი, ოჯალეში, მუჯურეთული, შავკაპიტო და სხვა. თუმცა, მწარმოებლების მიერ წარმატებით არის იდენტიფიცირებული თეთრი ყურძნის ჯიშებიც: რქანითელი, კახური მწვანე, ხიხვი და სხვა. საექსპორტო ბაზარზე „განსხვავებული ნიშანი“ საქართველოში გავრცელებულმა ამ იშვიათმა ჯიშებმა უნდა განაპირობოს. სარეკლამო კამპანიის მაღალ დონეზე წარმართვით, საქართველო შეძლებს ცნობილ ბრენდებთან კონკურენტულ ბრძოლაში ჩაბმას და მსოფლიო ღვინის ბაზრის მნიშვნელოვანი მონაწილეც გახდება.

თავი 3.

ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების (სექტორის) კონკურენტუნარიანობა

3.1. აგროსასურსათო პროდუქტების (სექტორის) კონკურენტუნარიანობის დონა

საქართველო ოდითგანვე აგრარული პროდუქტების მწარმოებელი ქვეყანაა. გამოვლენილი ფარდობითი უპირატესობის მიხედვით ქვეყანა კონკურენტუნარიანი შეიძლება გახდეს აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოებაში, რადგან ამ კულტურების განვითარებისათვის ხელსაყრელი ბუნებრივი და ეკონომიკური შესაძლებლობები არსებობს.

აგროსასურსათო პროდუქტების საგარეო ვაჭრობაში, როგორც წინა თავებში აღინიშნა, გამოკვეთილია იმპორტის დომინანტი პოზიცია. აგროსასურსათო პროდუქტების მოხმარებაზე უარყოფითი შოკის თავიდან ასაცილებლად აუცილებელია საშუალო და გრძელვადიან პერიოდებში ქვეყნის აგროსასურსათო სექტორის პრიორიტეტულ განვითარებაზე ორიენტაცია. ცხადია, ასეთ შემთხვევაში განსაკუთრებული როლი ტრადიციულმა, ქვეყნის ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალის მქონე კონკურენტული პროდუქტების წარმოებამ უნდა შეასრულოს. კონკურენტუნარიანი პროდუქტების წარმოებით ქვეყანას შეუძლია სავალუტო რესურსების დაზოგვა და საერთაშორისო ბაზრებზე ადგილის დამკვიდრება. საერთაშორისო ბაზრებზე გასასვლელად აგროსასურსათო პროდუქტები კონკურენტუნარიანი უნდა იყოს. კონკურენტუნარიანობის შეფასების საფუძველზე შესაძლებელი იქნება წარმოების დომინანტური მახასიათებლებისა და ბაზარზე გასვლის კონკურენტული პირობების განსაზღვრა.⁸³

⁸³ საქართველოში ამ მაჩვენებლების გაანგარიშება დღემდე არ ჩატარებულა

კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები გავიანგარიშეთ შემდეგ პროდუქტებზე: ღვინო, ალკოჰოლური სასმელები, თხილი, რძე, ხორბალი, ვაშლის წვენი. დასახელებული პროდუქტების მიხედვით კონკურენტუნარიანობის ინდექსები მკვეთრად დიფერენცირებული აღმოჩნდა (იხ. ცხრილი 3.1.1).

**ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების
კონკურენტუნარიანობის ინდექსები⁸⁴**

ცხრილი 3.1.1

პროდუქტი	წლები											
	ღვინო			ალკოჰოლური სასმელები			RMP			RXA		
	RTA	RMP	RXA	RTA	RMP	RXA	RTA	RMP	RXA	RTA	RMP	RXA
	-	0.9	-	-	-	-	26.3	0.1	26.4	26.3	0.1	26.4
	-	-	-	-	-	-	-	-	28.2	-	-	28.2
	11	4.2	15.2	10.2	0.9	11.1	10.2	0.9	11.1	10.2	0.9	11.1
	3.6	6.1	9.7	-	-	17.6	-	-	17.6	-	-	17.6
	4.2	0.9	5.1	-	-	8.8	-	-	8.8	-	-	8.8
	2.8	2.1	4.9	30.4	0.1	30.5	30.4	0.1	30.5	30.4	0.1	30.5
	7.6	1.8	9.4	-	-	58.2	-	-	58.2	-	-	58.2
	4.1	1.0	5.1	46.4	0.1	46.5	46.4	0.1	46.5	46.4	0.1	46.5
	0.3	4.2	4.5	49.2	0.4	49.6	49.2	0.4	49.6	49.2	0.4	49.6
	6.1	0.9	7.0	48.1	0.2	48.3	48.1	0.2	48.3	48.1	0.2	48.3
	8.2	1.2	9.4	50.7	0.2	50.9	50.7	0.2	50.9	50.7	0.2	50.9
	12.6	2.1	14.7	38.1	0.2	38.3	38.1	0.2	38.3	38.1	0.2	38.3
	13.9	1.3	15.2	34.4	0.1	34.5	34.4	0.1	34.5	34.4	0.1	34.5
	16.1	2.3	18.4	47.2	0.2	47.4	47.2	0.2	47.4	47.2	0.2	47.4
	16.0	2.1	18.1	46.0	0.2	46.2	46.0	0.2	46.2	46.0	0.2	46.2
	15.8	2.0	17.8	40.1	0.2	40.3	40.1	0.2	40.3	40.1	0.2	40.3
	15.3	2.0	17.3	42.2	0.2	42.4	42.2	0.2	42.4	42.2	0.2	42.4

⁸⁴ გაანგარიშებულია FAO-ს მონაცემების საფუძველზე (<http://faostat.fao.org/default.aspx>).

რძე				თბილი			პროდუქტი
RTA	RMP	RXA	RTA	RMP	RXA	ინდექსები	
-	11.6	-	-	-	2.5	1992	
-	-	-	-	-	-	1993	
-	-	50.9	-	-	1.5	1994	
-	-	73.8	-	-	14.0	1995	
1.8	0.8	2.6	-	-	94.7	1996	
3.4	1.4	4.8	-	-	154.0	1997	
-1.2	2.0	0.8	-	-	374.0	1998	
-0.5	1.5	1.0	-	-	636.2	1999	
0.9	0.7	1.6	-	-	746.0	2000	
-1.8	2.9	1.1	301.9	2.0	303.9	2001	
-	2.6	-	241.9	2.3	244.2	2002	
-1.3	2.3	1.0	299.7	2.0	301.7	2003	
-2.3	2.5	0.2	247.9	2.1	250.0	2004	
-2.2	2.2	0	522.1	3.1	525.2	2005	
-2.1	2.1	0	524.2	2.0	526.2	2006	
-2.0	2.2	0.2	530.1	2.0	532.2	2007	
-1.9	2.0	0.1	535.0	2.1	537.1	2008	

მლ/კგ

პროდუქტი		წლები																	
		ინდექსები	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
ხორბალი		RTA	-	-	-	-28.5	-25.9	-6.6	-8.2	2.0	-7.8	2.1	0.2	0.6	3.6	-6.1	-5.0	-6.1	-6.0
		RMP	11.5	-	-	62.5	29.4	27.1	12.0	3.7	10.7	5.9	8.3	9.9	13.1	9.6	9.0	9.5	9.2
ვაშლის წვენი		RTA	-	-	-	39.9	83.1	75.5	45.6	92.6	56.8	30.7	47.3	25.6	16.3	19.4	19.0	19.3	19.3
		RMP	-	-	0.1	0.2	0.1	0.2	0.3	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2	0.3	0.9	0.9	0.8	0.7
ვაშლის წვენი		RXA	26.3	-	-	40.1	83.2	75.7	45.9	92.6	56.8	30.8	47.4	25.8	16.6	20.3	20.9	20.1	20.0
		RXA	-	3.3	-	0.9	1.2	2.3	3.8	5.7	2.9	8.0	8.5	10.5	16.7	3.5	4.0	3.4	3.2

ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის ინდექსის (**RXA**) დადებითი მნიშვნელობები დაფიქსირდა ჩვენს მიერ კვლევისათვის შერჩეული ყველა პროდუქტის მიმართ. თუმცა ეს მაჩვენებელი შედარებით მაღალი აღმოჩნდა თხილზე, ღვინოზე და ალკოჰოლურ სასმელებზე, ხოლო მნიშვნელოვნად დაბალი რძეზე და ხორბალზე.

იმპორტის შემოღწევადობის ინდექსის (**RMP**) მნიშვნელობებიც დიფერენცირებულია და ბოლო წლების მანძილზე იგი ჩვენს მიერ შერჩეულ აგროსასურსათო პროდუქტებზე 0.1-დან 13.1-ის ფარგლებში მერყეობს.

პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის ინდექსების დინამიკაში ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (**RXA**) გაიზარდა ღვინის, ალკოჰოლური სასმელების, თხილის პროდუქტებზე; მათგან შოკური ზრდა დამახასიათებელია თხილისათვის. თუ 1992 წელს დასა-

ხელეული ინდექსი თხილზე 2.5-ს შეადგენდა, 2005 წლისათვის მან 525.2 შეადგინა. ინდექსი შემცირდა რძეზე (50.9–დან 0–მდე), ვაშლის წვენზე (26.3–დან 20.3–მდე), თითქმის უცვლელი დარჩა ხორბალზე; იმპორტის შემოღწევადობის ინდექსი (*RMP*) გაიზარდა ალკოჰოლურ სასმელებზე (0.9–დან 2.3–მდე), ვაშლის წვენზე (0.1–დან 0.9–მდე), ხოლო შემცირდა რძეზე (11.6–დან 2.2–მდე), ხორბალზე (11.5–დან 9.6–მდე); უცვლელი დარჩა ღვინოზე.

ვაჭრობის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (*RTA*) 2005 წლის მონაცემებით შეადგენს: თხილზე 522.1-ს, ღვინოზე 47.2-ს, ვაშლის წვენზე 19.4-ს, ალკოჰოლურ სასმელებზე 16.1-ს, ხორბალზე – 6.1-ს, რძეზე –2.2-ს.

ამრიგად, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქტებიდან საერთაშორისო ვაჭრობაში კონკურენტუნარიანობის შედარებით მაღალი დონით გამოირჩევა თხილი; ასევე კონკურენტუნარიანია ღვინო და ალკოჰოლური სასმელები, ხოლო ხორბალი და რძე არაკონკურენტუნარიანია.

კვლევის შედეგებმა გვიჩვენა, რომ ზოგადად აგროსასურსათო პროდუქტების უმეტესობისათვის კონკურენტუნარიანობის დაბალი დონეა დამახასიათებელი. სექტორისათვის თითქმის მიუღწეველია წარმოების მასშტაბზე ფარდობითი ეკონომიის მიღების შესაძლებლობა. თუმცა ეს პრობლემა ზოგადად არის დამახასიათებელი მცირე ზომის ქვეყნებისათვის.⁸⁵

მიმდინარე ეტაპზე საქართველოს ეკონომიკისათვის პრიორიტეტულია იმპორტიდან ექსპორტზე რეორიენტაცია. პრობლემა ქვეყნის საექსპორტო შესაძლებლობების არასათანადოდ შეფასება.⁸⁶ საექსპორტო შესაძლებლობების განვითარება.

⁸⁵ ლალანიძე გ., საქართველოს ეკონომიკის ექსპორტზე ორიენტაციის პერსპექტივები, საქართველოს ექსპორტის დივერსიფიკაცია და ხელშეწყობა, საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმოხილვა, ოქტომბერი, 2007, გვ. 65.

⁸⁶ ასლანიშვილი ნ., საქართველო და დანარჩენი მსოფლიო: UNCTAD-ის ვაჭრობისა და განვითარების ინდექსების მიხედვით, საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმოხილვა, მაისი, 2008, გვ. 72.

რებისათვის მნიშვნელოვანია კვლევების საფუძველზე იმ პროდუქტების გამოვლენა, რომლებზეც მსოფლიო ბაზარზე მოთხოვნა არსებობს და საქართველოში მათი განვითარებისათვის ხელსაყრელი პირობებია. განვითარებული ქვეყნების ბაზრებზე შეღწევა საერთაშორისო სტანდარტების დამკვიდრებით, განსაკუთრებით კი კონკურენტუნარიანობის დასაბუთებული შეფასებით შეიძლება განხორციელდეს. ამ თვალსაზრისით კი აუცილებელია საქართველოს სტატისტიკური მონაცემების შესადარისობაში მოყვანა პარტნიორი ქვეყნების მონაცემებთან.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ინდექსების დადგენის შემდეგ პორტერის „ალმასის“ მოდელით შეფასდა აგროსასურსათო სექტორის კონკურენტუნარიანობა.

„ალმასის“ მოდელმა გამოავლინა პოტენციური უპირატესობები და ნაკლოვანებები.

ოთხი ძირითადი ფაქტორით პოტენციური უპირატესობები შეფასდა რესურსებისა და მოთხოვნის პირობების, ასევე, ფირმის სტრატეგიის, სტრუქტურის, კონკურენტული გარემოს მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორების ანალიზის საფუძველზე (იხ. ნახაზები 3.1.1, 3.1.2, 3.1.3, 3.1.4).

პოტენციური უპირატესობები ფაქტორების პირობებით

ნახაზი 3.1.1

აგროსასურსათო წარმოების ტრადიციები	წარმოების ტრადიციული ტექნოლოგიები
იაფი სამუშაო ძალა	ხელსაყრელი ბუნებრივი პირობები
აგროსასურსათო პროდუქტებზე დაბალი ფასები	თავისუფალი შრომის ბაზარი

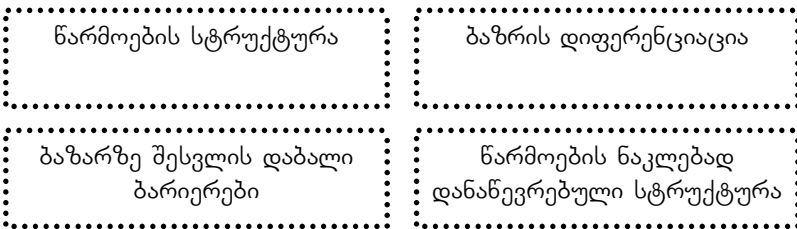
**პოტენციური უპირატესობები
მოთხოვნის პირობებით**

ნახაზი 3.1.2



**პოტენციური უპირატესობები
ფირმის სტრატეგიის, სტრუქტურის, კონკურენციის მიხედვით**

სქემა 3.1.3



**პოტენციური უპირატესობები
მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორების მიხედვით**

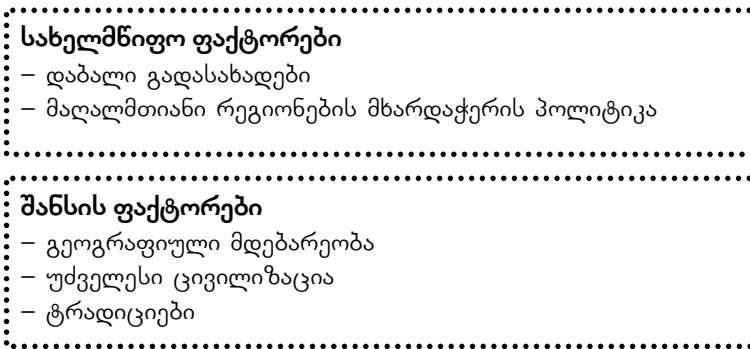
სქემა 3.1.4



კონკურენტუნარიანობის შეფასებამ ორი დამატებითი ფაქტორით შემდეგი პოტენციური უპირატესობები გამოავლინა (იხ. ნახაზი 3.1.5).

პოტენციური უპირატესობები სახელმწიფო და შანსის ფაქტორების მიხედვით

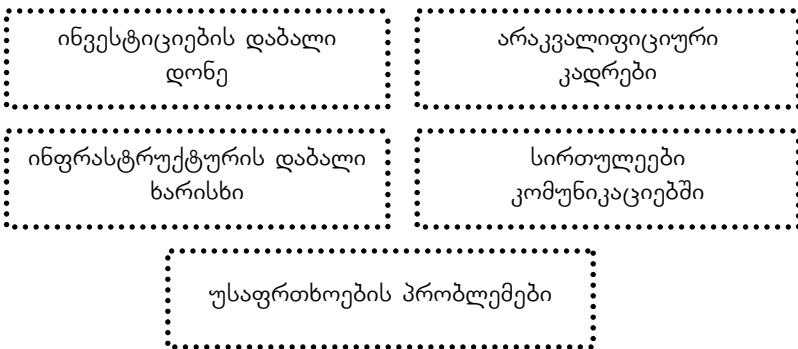
სქემა 3.1.5



პორტერის „აღმასის“ მოდელმა გამოავლინა აგროსა-სურსათო სექტორის კონკურენტუნარიანობის პოტენციური ნაკლოვანებები (იხ. სქემები 3.1.6, 3.1.7, 3.1.8, 3.1.9).

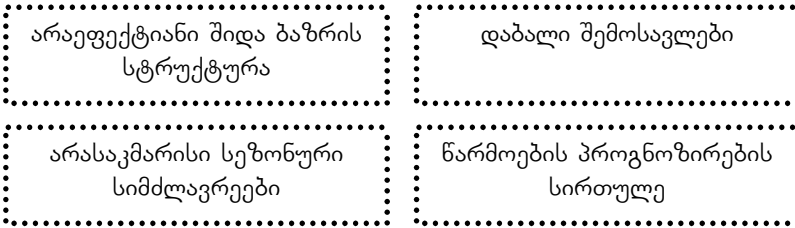
პოტენციური ნაკლოვანებები ფაქტორების პირობების მიხედვით

სქემა 3.1.6



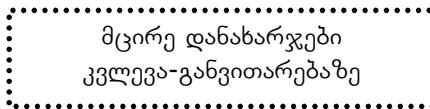
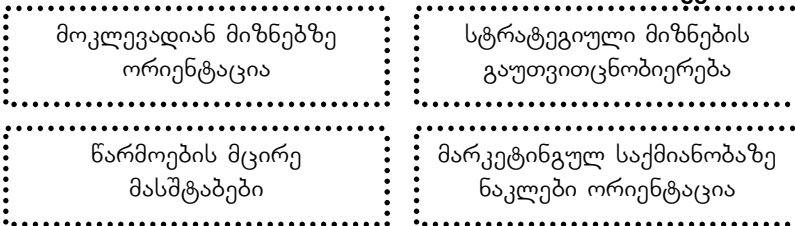
**პოტენციური ნაკლოვანებები
მოთხოვნის პირობების მიხედვით**

სქემა 3.1.7



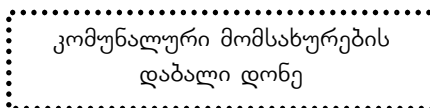
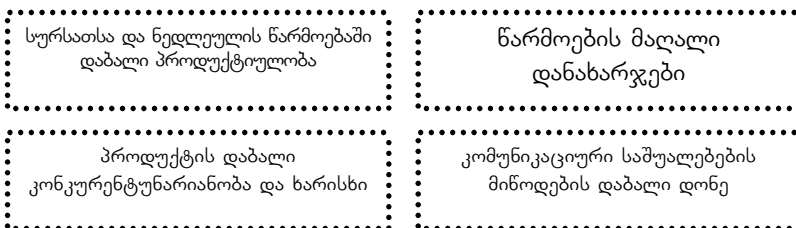
**პოტენციური ნაკლოვანებები
ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა, კონკურენცია**

სქემა 3.1.8



**პოტენციური ნაკლოვანებები
მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორების მიხედვით**

სქემა 3.1.9



პორტერის „აღმასის“ მოდელის თანახმად ორი დამატებითი ფაქტორით კონკურენტუნარიანობის პოტენციური ნაკლოვანებებია (იხ. სქემა 3.1.10).

**კონკურენტუნარიანობის პოტენციური ნაკლოვანებები
სახელმწიფო და შანსის ფაქტორების მიხედვით**
სქემა 3.1.10

სახელმწიფო ფაქტორები

- არასრულყოფილი კანონები და რეგულაციების ცვლილება
- კავკასიის რეგიონის არასტაბილურობა
- სუბსიდირებისა და მიზნობრივი მხარდაჭერის დაბალი დონე

შანსის ფაქტორები

კონფლიქტური ზონა

**3.2. კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი
მიკროეკონომიკური რისკები**

ბაზრის ფუნქციონირებას მუდმივად თან ახლავს განუსაზღვრელობა. აღნიშნულის გამო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა გარკვეულ რისკ ფაქტორებზეა დამოკიდებული. მიმდინარე მიკროეკონომიკური რისკების შეფასება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნების, წარმოების მდგრადი განვითარების პირობაა. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამალლებისა და მასთან დაკავშირებული მიკროეკონომიკური რისკების გამოვლენის გარეშე შეუძლებელია გრძელვადიან პერიოდში ადგილობრივი ფერმერული მეურნეობების მდგრად განვითარებაზე ორიენტირების დასახვა. მაშასადამე, აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობასა და მიკროეკონომიკურ რისკებს შორის კორელაციური კავშირების შესწავლით არის შესაძლებელი კონკურენტუნარიანობის ამალლებისა და მასთან დაკავშირე-

ბული რისკების შემცირების ღონისძიებებთან დასახვა.

აღნიშნული პრობლემის კვლევის პროცესში გავითვალისწინეთ, ერთი მხრივ, მიმდინარე და გრძელვადიან პერიოდებში შეფასებული კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები, მეორე მხრივ, დადგინდა რისკ-ფაქტორების გავლენით გამოწვეული ცვლილებები.

პრობლემის სრულყოფილად შესაფასებლად, ასევე, გავითვალისწინეთ აგრარული სექტორის დარგობრივი სტრუქტურის, საინვესტიციო უზრუნველყოფისა და საქესპორტო პოტენციალის შესწავლით მიღებული შედეგები, ევროკავშირის ბაზრებზე უზაჟოდ შეტანის შესაძლებლობები, GSP+ სქემის გათვალისწინებით გამოვლენილი საქართველოსათვის სტრატეგიული პროდუქტების წარმოების შესაძლებლობები (თხილი, ღვინო, ღვინის ძმარი, კაკალი, ნატურალური თაფლი, ბოსტნეული, ხილი, სუნელები. საზამთრო, კომში, დაფნის ფოთოლი).

აგროსასურსათო პროდუქტებზე დაბალანსებული მოთხოვნა-მიწოდების ფორმირებაში უპირველესად მნიშვნელოვანია მიკროეკონომიკური კონკურენტული რისკების შეფასება-ანალიზი. კვლევის საფუძველზე განისაზღვრა ძირითადი მიკროეკონომიკური რისკები, რომლებიც გავლენას ახდენენ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე. მათ მიეკუთვნება: საკუთრების ფორმა, ფირმის წილი ბაზარზე, ფირმის ფინანსური მდგომარეობა, ბუნებრივი ფაქტორებით გამოწვეული რისკები, მოსახლეობის შემოსავლები, სიღარიბის დონე, ინვესტიციური მიმზიდველობა, საკადრო პოტენციალი, ინოვაციური პოტენციალი, წარმოების ორგანიზაცია და სხვა. მიკროეკონომიკურ რისკ-ფაქტორთა შორის, ასევე, ცალკე უნდა შეფასდეს აგრარული სექტორის მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორების ფინანსური, საკრედიტო და კონკურენტული რისკები.⁸⁷

⁸⁷ ხარაიშვილი ე., აგრარული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა და მიკროეკონომიკური რისკები, მოხსენება საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციაზე „ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების ტენდენციები საქართველოში“, სამეცნიერო შრომების კრებული, თბილისი, 2010.

აგროსასურსათო სფეროში კონკურენტული ბრძოლა ძირითადად კერძო საკუთრებაზე დაფუძნებული წარმოების პირობებში მიმდინარეობს. დღეს ამ სექტორის ყველა დარგში და ქვედარგში პროდუქტების თითქმის 100% კერძო სექტორში იწარმოება. მაგრამ ერთგვარი დისბალანსია კერძო საკუთრებაში წარმოებული პროდუქტების მოცულობასა და მიწის ფართობებს შორის. 2008 წლის მონაცემებით კერძო საკუთრებაში გადაცემულია მიწის მთლიანი ფართობის 25%, იჯარით გაცემული მიწების რაოდენობა შეადგენს: კერძო პირებისაგან 6, ხოლო სახელმწიფოსაგან – 191 ჰექტარს. საქართველოში ერთ სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით 0.2 ჰექტარი სასოფლო-სამეურნეო მიწის ფართობი და 0.1 ჰექტარი სასოფლო-სამეურნეო სავარგული მოდის.⁸⁸ მონაცემები ადასტურებენ, რომ წარმოების სფეროში სახელმწიფო და კერძო სექტორს შორის მოსალოდნელი კონკურენტული რისკები უმნიშვნელოა, ხოლო სტრატეგიული რესურსის, მიწის მხრივ, მაღალია რისკები როგორც მცირემიწიანობის, ასევე მიწის ბაზრის განუვითარებლობის გამო. მცირემიწიანობა როგორც მოცემულობა ისე უნდა მივიჩნიოთ, ხოლო მიწის ბაზრის განუვითარება წარმოების მასშტაბების გამსხვილებისა და პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამალღების გზით უპირველესად მოსაგვარებელი პრობლემაა.

აგროსასურსათო ბაზარი ყველაზე ახლოს არის სრულყოფილი კონკურენციის ბაზართან. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ბაზარზე ფირმის წილი ამ სტრუქტურის შესაბამისი უნდა იყოს. ამ თვალსაზრისით, პირველ რიგში, გამოვავლინეთ ფერმერულ მეურნეობათა ტიპები.

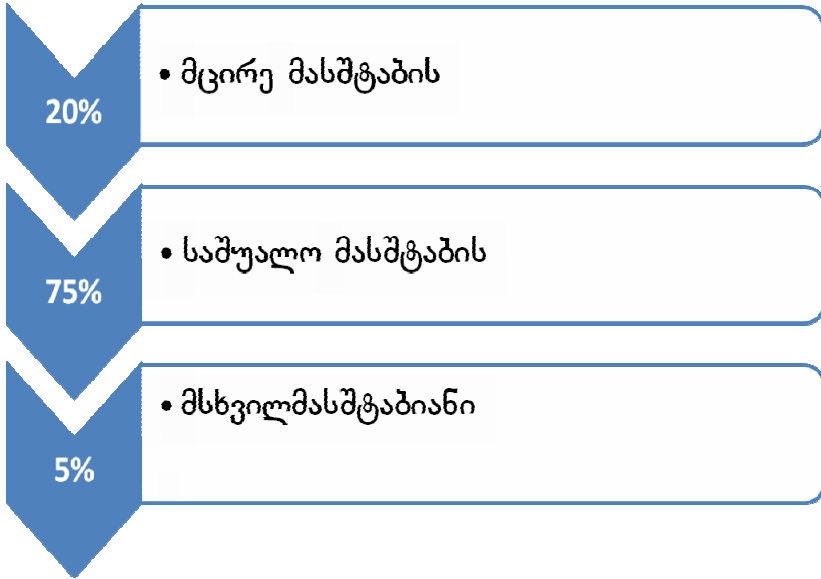
საქართველოში სამი ტიპის ფერმერული მეურნეობა ფუნქციონირებს: 1. მცირე მასშტაბის, რომლებიც პროდუქტებს მხოლოდ საკუთარი მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად აწარმოებენ; 2. საშუალო მასშტაბის, რომლებიც პროდუქტებს საკუთარი და ბაზრის მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად აწარმოებენ; 3. მსხილმასშტაბიანი, რომლებიც

⁸⁸ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009, თბილისი, 2009, გვ. 23.

პროდუქტებს მხოლოდ გასაყიდად აწარმოებენ (იხ. ნახაზი 3.2.1).

ფერმერულ მეურნეობათა ტიპები

ნახაზი 3.2.1



პირველი ტიპის მეურნეობებს საკუთრებაში ერთ ჰექტარამდე მიწის ნაკვეთები აქვთ, მათი წილი მეურნეობათა საერთო რაოდენობაში 20%-ია და მაღალი მიკროეკონომიკური რისკ-ფაქტორების მატარებლები არიან. მეორე ტიპის მეურნეობებს საკუთრებაში გააჩნიათ ერთიდან სამ ჰექტარამდე მიწის ნაკვეთი, მათი წილი 75%-ია და მათაც უჭირთ გაურკვეველი სიტუაციების შეფასება; მესამე ტიპის მეურნეობები შედარებით მსხვილმასშტაბურია, მათ სარგებლობაში არსებული სავარგულები ხშირ შემთხვევაში 100 და მეტ ჰექტარს შეადგენს. მეურნეობათა მთლიან რაოდენობაში მათი ხვედრითი წონა 5%-ია და რისკ-ფაქტორების ზემოქმედება წარმოებაზე შედარებით შემცირებულია.

დასახელებული სტრუქტურის პირობებში ფირმები მოკრძალებული წილებით არიან წარმოდგენილი ოთხივე სახეობის სასურსათო ბაზარზე: 1. სასურსათო საქონლის სანედლეულო

ბაზარზე (ფექვილბურღულეულის, შაქრისა და სხვათა წარმოება) ძირითადად იმპორტიორი ფირმები დომინირებენ; 2. სასურსათო საქონლის ბაზარი პროდუქტის გადამუშავების მაღალი დონით (თამბაქო, საკონდიტრო ნაწარმი, კონსერვები, მოხმარებისათვის საჭირო მზა პროდუქტების ფართო სპექტრი) ადგილობრივი ფირმებისათვის შედარებით ხელსაყრელ გარემო პირობებს ქმნის და მათი წილიც ბაზარზე ექსპერტული შეფასებით 25-30%-ის ფარგლებში მერყეობს. ამ ბაზარზე ქართული პროდუქტებისათვის კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების გზა განმასხვავებელი ნიშნის მიცემა და ფასების დაწესების პრიორიტეტულობის გამოყენება. თუმცა, ასევე, აუცილებელია რეკლამა, რაც დანახარჯების თვალსაზრისით რისკფაქტორად უნდა მივიჩნიოთ მცირემემოსავლიანი ფერემერებისათვის; 3. სასურსათო საქონლის ბაზარზე შედარებით ერთგვაროვანი პროდუქციით და გადამუშავების დაბალი დონით (ხორცის ნახევარფაბრიკატები, ახალი ხორცი, რძე და რძის პროდუქტები), პროდუქტის 55%-ზე მეტი იმპორტული წარმოებისაა.⁸⁹ პროდუქტის გადამუშავების ტექნოლოგიების გამოყენებით შესაძლებელია ასორტიმენტის გაფართოება და ბაზარზე ადგილობრივი წარმოების წილების გაზრდა; 4. სასურსათო სერვისის ბაზარზე (საზოგადოებრივი კვების ყველა ტიპი) ექსპერტული გათვლებით ფირმების წილი მოკრძალებულია.

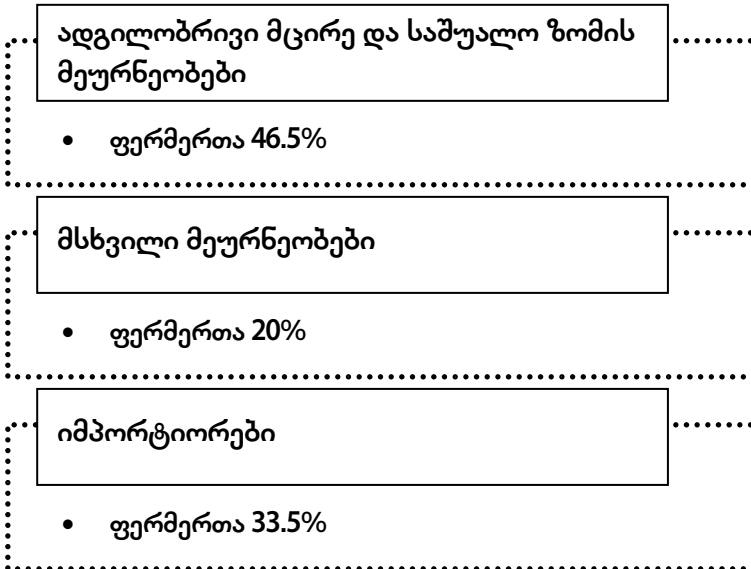
ანკეტური გამოკითხვის მასალებისა და ექსპერტებთან ჩატარებულმა ინტერვიუების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ფერმერული მეურნეობების მასშტაბების თვალსაზრისით ფერმერთა 46.5% მთავარ კონკურენტად ადგილობრივ მცირე და საშუალო ზომის მეურნეობებს მიიჩნევს, მსხვილ მეურნეობებს კონკურენტად მხოლოდ 20% თვლის. მწარმოებელთა 33.5%-თვის ძირითადი კონკურენტები იმპორტიორები არიან (იხ. ნახაზი 3.2.2). შედეგები განსხვავებულია ზაფხულისა და ზამთრის პერიოდების მიხედვით. ზამთრის პერიოდში ბაზარი ძირითადად იმპორტული პროდუქტებით არის გაჯერებული, მცირე მოცულობის ადგილობრივი პროდუქტები კი არაკონ-

⁸⁹ http://geostat.ge/cms/site_images/_files/georgian/bop/External%20Trade_January-March-2010-GEO.pdf

კურენტულია. აღნიშნულის მიზეზი საქართველოში სატბურების განვითარების დაბალი დონე, ასევე შენახვის თანამედროვე სისტემების არარსებობაა.

კონკურენტუნარიანობის დამოკიდებულება წარმოების მასშტაბზე

ნახაზი 3.2.2



სასურსათო წარმოებაში მიკროეკონომიკური რისკების ზემოქმედებას მნიშვნელოვნად ზრდის ბუნებრივი ფაქტორები. ამ სფეროში სამომხმარებლო ღირებულება ბუნებრივი ძალებითაც იქმნება. მიმდინარე და გრძელვადიან პერიოდებში კონკურენტუნარიანობის შეფასების დროს გასათვალისწინებელია დაზღვევის გავლენა რისკების შემცირებაზე (განსაკუთრებით აქტუალურია მოსავლის დაზღვევა). სიტუაციური ანალიზით გამოირკვა, აგრარული პროდუქტების დაზღვევის ასეთი ინფრასტრუქტურა საქართველოში არ არსებობს.

ფინანსური რისკების შესწავლა პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის მაღალი დონის შენარჩუნების პირობაა. მცირე შემოსავლების გამო ამ სახეობის რისკების შესამცი-

რებლად მნიშვნელოვანია ფინანსური რესურსების მოზიდვა. ამ მხრივ ფირმების მდგომარეობა არასტაბილური და სტაგნაციურია. საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ განხორციელებული ბიზნეს-გარემოს კვლევის მიხედვით, გამოკითხული 1000 სანარმოდან მხოლოდ 344-მა შეძლო დამატებითი ფინანსური რესურსების მოზიდვა, მაშინ, როდესაც შესწავლილ სანარმოთა 58% გაყიდვების ზრდის ძირითად შესაძლებლობად ფინანსური რესურსების მოზიდვას ასახელებს. მდგომარეობას ართულებს ისიც, რომ ბოლო პერიოდში სანარმოთა 73.2%-ის შემოსავლები შემცირებულია, მათგან 29.6%-თვის საგრძნობლად არის შემცირებული. იგივე შემოსავლები მხოლოდ სანარმოთა 19.6%-ს დარჩა.⁹⁰

აგროსასურსათო სექტორში წარმოების მოცულობისა და შესაბამისად შემოსავლების კლების ტენდენციას მასშტაბიდან დაბალი უკუგების რისკებიც ემატება. 2005-2009 წლებში სოფლის მეურნეობის წილი მშპ-ში 12.4%-დან 8.3%-მდე დაეცა.⁹¹ ამავე პერიოდში რეალურ მაჩვენებლებში წარმოება დაახლოებით 5%-ით შემცირდა.

ფინანსური რისკების შეფასების დროს გასათვალისწინებელია, რომ აგროსასურსათო სექტორს არ აქვს ფინანსური მდგომარეობის ცვლილებაზე სწრაფი რეაგირების უნარი. 2008 წლის მონაცემებით საქართველოში ფუნქციონირებად სანარმოთა 29.4%-ში დასაქმებულები შემცირდა, ეს მაჩვენებელი უცვლელი დარჩა 59%-ში, ხოლო გაიზარდა 11%-ში. თბილისში დასაქმებულთა რაოდენობა შემცირდა სანარმოთა 23.6%-ში, 19%-ში გაიზარდა, რეგიონებში შესაბამისი მაჩვენებლები იყო 33.1% და 6.9%.⁹²

სანარმოთა ფინანსურ მდგომარეობასა და მომუშავეთა რაოდენობას შორის კორელაციური კავშირის საფუძველზე შე-

⁹⁰ მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 23.

⁹¹ http://geostat.ge/?action=page&p_id=427&lang=geo

⁹² გაეროს განვითარების პროგრამა (2008), ჰუმანური განვითარების ანგარიში 2007/2008. <http://hdrstats.undp.org/indicators/147.html> and <http://hdrstats.undp.org/indicators/24.html>

იძლება დავასკვნათ, რომ სანარმოები ფინანსურ კრიზისზე ადექვატურად ვერ რეაგირებენ. ფინანსური მაჩვენებლების 60-70%-იან გაუარესებას უნდა გამოენვიო დასაქმებულების მეტი რაოდენობით შემცირება. აღნიშნული პრობლემა კიდევ უფრო მწვავედ გამოვლინდა აგროსასურსათო სექტორში. ფერმერულ მეურნეობას არ შეუძლია მნიშვნელოვნად შეამციროს წარმოებაში დასაქმებულთა რიცხვი ბაზრის შეცვლილი კონიუქტურიდან გამომდინარე, რადგან სხვა დარგებისაგან განსხვავებით სოფლის მეურნეობა არა მარტო წარმოების, არამედ ცხოვრების სფეროც არის. ამავე დროს, თუ ფერმერი ტოვებს ფერმას, მისი მიწა გადადის სხვა ფერმერის ხელში და ბაზარზე სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების მიწოდება შენარჩუნებულია. ამრიგად, ფინანსური რისკების გავლენა აგრარულ წარმოებაზე განსაკუთრებით ძლიერია და მისი შემცირების გზების ძიება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში უნდა ვეძიოთ.

სანარმოთა ფინანსურ რისკებზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ბაზრის მოთხოვნები. პროდუქტზე/მომსახურებაზე ბაზრის მოთხოვნები შემცირდა სანარმოთა 75.1%-ში, მათგან 23.2%-ში საგრძნობლად. მოთხოვნის მოცულობა იგივე დარჩა სანარმოთა 15.8%-ში, ხოლო გაიზარდა მხოლოდ 17.2%-ში.⁹³

აგრობიზნესის განვითარებაში მნიშვნელოვანია ახალი მომხმარებლის მოზიდვა არსებულ და ახალ ბაზრებზე პროდუქტის ცნობადობისა და რეპუტაციის დამკვიდრების გზით. მომხმარებლის მოზიდვა პირდაპირ კავშირშია გაყიდვების ზრდის შესაძლებლობასთან. ფერმერთა 58%-ის აზრით ისინი გაყიდვების ზრდას მხოლოდ დამატებითი ფინანსური რესურსების მოზიდვით მიაღწევენ. მაგრამ გასათვალისწინებელია, რომ აგროსასურსათო პროდუქტებზე მოთხოვნას თავისებურებები გააჩნია. მოთხოვნის საფასო ელასტიკურობა კვების პროდუქტებზე ერთზე ნაკლებია. მომხმარებლები სურსათის ძირითად სახეობებს მათზე ფასების ცვლილების მიუხედავად პრაქტიკულად უცვლელი მოცულობით ყიდულობენ. ინდუსტრიულ ქვეყნებში სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებზე

⁹³ მენარმოების მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 86-87.

ელასტიკურობის კოეფიციენტი საშუალოდ 0.20–0.25-ია. ეს ნიშნავს, რომ პროდუქტის გაყიდვების მოცულობის 10%-ით ზრდისათვის ფერმერმა ფასები 40-50%-ით მაინც უნდა შეამციროს. პურზე ეს მაჩვენებელი არის 0.15%, ხორცზე – 0.64%, კვერცხზე – 0.32%. ფასების მიხედვით ელასტიკური მოთხოვნა კვების პროდუქტების ძალიან მცირე რაოდენობას გააჩნია. ამრიგად, ფასების შემცირება აგროსასურსათო სექტორში გაყიდვების გადიდებით არ კომპენსირდება და ამონაგების ზრდის შესაძლებლობებიც შეზღუდულია.

აგროსასურსათო პროდუქტებზე მოთხოვნა არაელასტიკურია შემოსავლის მიხედვითაც. ენგელის კანონის თანახმად ერთ სულ მოსახლეზე შემოსავლის ზრდა იწვევს საკვებზე დანახარჯების ნაკლები პროპორციულობით ზრდას. განვითარებულ ქვეყნებში სურსათზე ხარჯავენ ოჯახის მთლიანი შემოსავლის არაუმეტეს 20%-ს, ინგლისსა და გერმანიაში – დაახლოებით 12%-ს, აშშ-ში დ 10%-ს.⁹⁴ ცხოვრების დაბალი დონის პირობებში კვებაზე ოჯახის შემოსავლის ძირითადი ნაწილი მოდის. საქართველოში სურსათზე, სასმელზე და თამბაქოზე სამომხმარებლო ხარჯების 45.9% იხარჯება.⁹⁵

მაშასადამე, სურსათზე არაელასტიკური მოთხოვნის გამო მდგრადი წარმოების შენარჩუნება ძირითადად პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებით არის შესაძლებელი, მით უმეტეს, რომ აგროსასურსათო პროდუქტებზე მდგრადი მოთხოვნის პირობებშიც კი ფასები არასტაბილურია. უმნიშვნელო ცვლილება მიწოდების მოცულობაში იწვევს ფასების მკვეთრ გადიდებას ან შემცირებას არაადეკვატური პროპორციით (კარგი ან ცუდი მოსავლის დროს). კონკურენტუნარიანი პროდუქტის წარმოების პირობებში ბაზარზე მოთხოვნა-მიწოდების ოპტიმალური თანაფარდობის ფორმირება ფინანსური რისკ-ფაქტორების შემცირების გარანტიაა.

კონკურენტული რისკების შეფასების დროს გასათვა-

⁹⁴ A Sustainable Agricultural Policy for Europe, Position paper on CAP review and reform, IFOAM EU Regional Group April 2002. ჩგვ. 2.

⁹⁵ საქართველოს სტატისტიკური წელიწადნაწიური, თბილისი, 2009, გვ 59.

ლისწინებელია სანარმოებისა და ინდივიდუალური შემოსავლების დონე. დაბალი შემოსავლები, სიღარიბის მაღალი დონე უარყოფითად აისახება წარმოების ფაქტორთა და პროდუქტივის მოთხოვნაზე.

2009 წლის მონაცემებით აგროსასურსათო სექტორში დასაქმებულია მოსახლეობის 55.1%, ხოლო იგივე სექტორი ეკონომიკაში არსებულზე 2-ჯერ ნაკლები შემოსავლებით ხასიათდება. ასევე, სექტორში საშუალო თვიური შემოსავალი 541.8 მლნ ლარია, ერთ შინამეურნეობაზე გაანგარიშებით ეს მაჩვენებელი 537.4 ლარი, ხოლო ერთ სულზე 115.2 ლარია. შემოსავლების სტრუქტურაში ფულად შემოსავლებს 70.4% უჭირავს. ქალაქად ფულადი შემოსავლების ძირითადი წყაროა დაქირავებული შრომიდან მიღებული შემოსავალი – 54%, სოფლად ეს მაჩვენებელი დაბალია – 25.6%.⁹⁶

სიღარიბის ზღვრებისა და ინდექსების ანალიზით გამოირკვა, რომ ღარიბი მოსახლეობის 55%-ზე მეტი სოფლად მცხოვრებია. ამასთან, ქალაქისაგან განსხვავებით ამ სექტორში სიღარიბის დონე ზრდადი ტენდენციით ხასიათდება. აღნიშნული იმით არის გამოწვეული, რომ ქალაქად დაქირავებულებს მაღალი შემოსავლები აქვთ, სოფელში კი უპირატესად დაბალშემოსავლიანი თვითდასაქმების ფორმაა გავრცელებული. სანარმოთა და ინდივიდუალური შემოსავლების ზრდა მოთხოვნის სტიმულირებისა და კონკურენტული რისკების შემცირების მნიშვნელოვანი ფაქტორია.

საბაზრო გარემოში პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას კრედიტებსა და ინვესტიციებზე ხელმისაწვდომობაც განსაზღვრავს. გამოკვლევებით კონკურენტულ რისკ-ფაქტორთა შორის დასახელებულია: საკრედიტო რესურსების სიმცირე (25.9%), საგადასახადო სისტემა (13.6%), ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობა (12.0%), პროდუქტების იმპორტი (10.0%), არასამართლიანი კონკურენცია (10%).⁹⁷

⁹⁶ www.geostat.ge/action=page&p_id=181&lang=geo 0 9.03.2010.

⁹⁷ გაეროს განვითარების პროგრამა (2008), ჰუმანური განვითარების ანგარიში 2007/2008 <http://hdrstats.undp.org/indicators/147.html> and <http://hdrstats.undp.org/indicators/24.html>

ექსპერტებთან ჩაღრმავებული ინტერვიუს მეთოდით აგროსასურსათო სექტორში რისკ-ფაქტორების ხუთეული შემდეგნაირად გადანაწილდა: 1. საკრედიტო რესურსების სიმცირე – 37.1%; 2. ინფრასტრუქტურის განუვითარებლობა – 20.4%; 3. საგადასახადო სისტემა – 18.2%; 4. იმპორტი – 17.0%, 5. ეროვნული ვალუტის კურსის ცვალებადობა – 7.3%. სტრატეგიული და კონკურენტული სასურსათო პროდუქტების წარმოებაზე, ასევე ინოვაციურ პროდუქტებზე და ტექნოლოგიებზე კრედიტების მიღების შესაძლებლობები მნიშვნელოვნად შეზღუდულია. განუვითარებელი ინფრასტრუქტურაც წარმოების განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორია. სოფლის გზების 55%-ს საფარი არ აქვს, ხოლო საფარიანი გზების დაახლოებით 50% ცუდ ან ძალიან ცუდ მდგომარეობაშია. აღნიშნულის გამო, ექსპერტული შეფასებით ამ გზებით მოსარგებლე წარმოებისა და მოსახლეობის დანახარჯები მნიშვნელოვნად იზრდება.

მიკროეკონომიკურ რისკებს შორის ასევე გასათვალისწინებელია: ბიზნეს საქმიანობის მცირე გამოცდილება, მენარმეობრივი უნარების განვითარების დაბალი დონე და სხვა. კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების გზად მწარმოებელთა 38% პროდუქტზე/მომსახურებაზე ფასის შემცირებას მიიჩნევს, 28%-ის აზრით კი კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებას ისინი მხოლოდ ახალი პროდუქტებისა და ტექნოლოგიების გამოყენებით შეძლებენ.⁹⁸ გამოკითხვებმა დაადასტურა, რომ კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების მთავარ გზად ფერმერთა უმეტესობა ფასის შემცირებას მიიჩნევს. ისიც დადგინდა, რომ გამოკითხულთა 68%-ის გამოცდილება 5 წელს არ აღემატება. ორივე შედეგი იმაზე მიუთითებს, რომ აგრობიზნესი განვითარების საწყის სტადიაზეა. ამასთან, კონკურენციის პერიოდული შესწავლა და კვლევის შედეგების ხელმისაწვდომობა აგრობიზნესს დახმარებას გაუწევს კონკურენტულ ბრძოლაში.

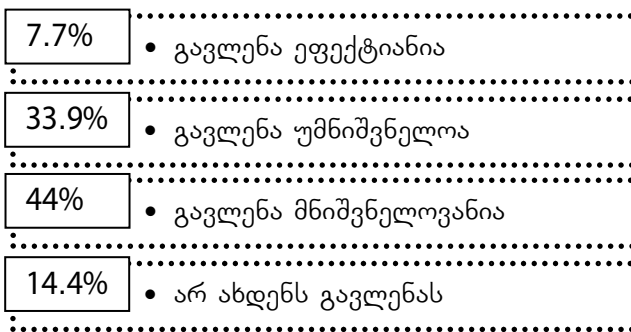
⁹⁸ მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 103.

მიკროეკონომიკური რისკების შეფასებისას აუცილებელია გარესამენარმეო ფაქტორების გათვალისწინება (საკანონმდებლო ბაზა, ეკონომიკური პოლიტიკის მიმართულებები, კონიუქტურის ცვლილება და სხვა). მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრის მიერ ჩატარებული კვლევებით მნარმოებელთა თითქმის 30% ფიქრობს, რომ გაყიდვების მოცულობის გაზრდის შესაძლებლობას ხელს შეუწყობს არსებული საკანონმდებლო ბაზის გაუმჯობესება.⁹⁹

აგრობიზნესში საკანონმდებლო ბაზის თვალსაზრისით მძიმე მდგომარეობაა. მიღებული არ არის კანონი „ფერმერული მეურნეობების შესახებ“, სრულყოფას მოითხოვს საქართველოს კანონი „ვაზისა და ღვინის შესახებ“ და სხვ. სამთავრობო რეგულაციების ცვლილების გავლენას კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებაზე ფერმერები შემდეგნაირად აფასებენ (იხ. ნახაზი 3.2.3).

სამთავრობო რეგულაციების ცვლილების გავლენა კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებაზე

ნახაზი 3.2.3



ფერმერთა 33.9% მიიჩნევს, რომ კონკურენტული უპირატესობის მოპოვებაზე სამთავრობო რეგულაციების ცვლილების გავლენა უმნიშვნელოა, 44%-ის აზრით ასეთი გავლენა

⁹⁹ იქვე, გვ. 90.

ნა მნიშვნელოვანია, ხოლო 7.7%-ის აზრით – უმნიშვნელო. ამრიგად, კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებსა და მიკროეკონომიკურ რისკებს შორის კორელაციური კავშირების შესწავლა აგროსასურსათო პროდუქტებზე მოთხოვნის სტიმულირებისა და ეკონომიკური ობიექტების შემოსავლების ზრდის საფუძველი იქნება.

3.3. ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობა და ბაზრის ღვივრისიზიკაცია

ეროვნულ ეკონომიკაში მევენახეობა-მელვინეობის სექტორს მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია და განვითარების კონკურენტული შესაძლებლობებიც აქვს. საქართველოში საუკუნეების მანძილზე ჩამოყალიბებულია მევენახეობა-მელვინეობის გაძლოლის მრავალსაუკუნოვანი ტრადიციები, ასევე დაგროვილია უნიკალური გამოცდილება ვაზის კულტურის გაშენებისა და ღვინის წარმოების მდიდარი ჩვევებით; ქართული მელვინეობის განსაკუთრებული ნიშან-თვისებები ორიგინალური ჯიშობრივი შემადგენლობითაც არის განპირობებული. სტანდარტული ასორტიმენტი ძირითადად წარმოდგენილია ქართული აბორიგენული ჯიშებით: რქანითელი, კახური მწვანე, გორული მწვანე, ხიხვი, ქისი, საფერავი, ჩინური, ალექსანდროული, ალადასტური, უსახელური, ცოლი-კაური, ციცქა, კრაზუნა, ოცხანური საფერე, ოჯალეში, ჩხავერი, კაჭიჭი, თავკვერი, შავკაპიტო და სხვა.

აგროსასურსათო სექტორიდან მევენახეობა-მელვინეობა ყველაზე მეტად არის ორიენტირებული ბაზარზე. საქართველოს შეუძლია მსოფლიო ბაზარს მიანოდოს მაღალხარისხოვანი სუფრის სამარკო და უნიკალური ნახევრადტკბილი ღვინოები. დიდი მოთხოვნილებაა ქართულ სამარკო შამპანურზე და კონიაკზეც. საშინაო და განსაკუთრებით საერთაშორისო ბაზრებზე ადგილის დასამკვიდრებლად უპირველისი მნიშვნელობა აქვს ღვინის პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასებას.

ღვინის კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებმა ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის, იმპორტის შედარებითი

შემოღწევადობისა და ვაჭრობის შედარებითი უპირატესობის ინდექსების მიხედვით, ასევე პორტერის კონკურენტუნარიანობის მოდელის შესაბამისად (ეროვნული კონკურენტუნარიანობის 4 ძირითადი და 2 დამატებითი ფაქტორით) აჩვენა, რომ საქართველოს ღვინის სექტორი კონკურენტუნარიანია. როგორც კვლევამ გვიჩვენა (§3.1), 1996-2009 წლებში ღვინის კონკურენტუნარიანობის დონე დინამიკაში ზრდადია.

პორტერის „აღმასის“ მოდელის მიხედვით ღვინის კონკურენტუნარიანობის შეფასებამ 4 ძირითადი და 2 დამატებითი ფაქტორით დაადასტურა, რომ ქართულ ღვინოს გარკვეული პოტენციური უპირატესობები და ნაკლოვანებები გააჩნია (ცხრილი 3.3.1).

პორტერის „აღმასის“ მოდელმა გამოავლინა როგორც ღვინის წარმოების, ასევე მევენახეობის განვითარების შემზღველი ფაქტორები.

ქართული მევენახეობის შემზღველი ფაქტორებს შორის აღსანიშნავია:

ა/ მიწის სიმცირე. საშუალოდ ნაკვეთების ზომა 10 ჰექტარს შეადგენს, ფერმერები იშვიათად ფლობენ 100 ჰექტარიან ფართობებს;

ბ/ სანერგე მასალის სიმწირე. განუვითარებელი სანერგე მეურნეობათა გამო ვერ ხერხდება მოთხოვნების დაკმაყოფილება მაღალხარისხიან ნერგებზე;

გ/ ყურძნის ფასები. ამჟამად ფასები ყურძენზე საკამოდ დაბალია, რაც მენარმეებისა და ინვესტორების სტიმულირებას ვერ ახდენს;

დ/ დაბალი ხარისხის ყურძნის ჯიშები. დღეს ნაკვეთების უმრავლესობა დაბალხარისხიანი ჯიშებით არის გაშენებული. ღვინის სექტორის განვითარების მნიშვნელოვანი ამოცანაა მაღალსტანდარტული ჯიშებით ნაკვეთების გაშენება;

ე/ ღვინის სანარმოთა მოძველებული აღჭურვილობა. ღვინის წარმოებისათვის სანარმოთა უმეტესობას შეუსაბამო აღჭურვილობა გააჩნია, რაც ღვინის სექტორის განვითარების დამაბკლოებელი ფაქტორია და ძვირად ღირებული საქონლის ბაზრისთვის დაწესებული სტანდარტის მიღწევას უშლის ხელს.

პორტერის „ალმახის“ მოდელი ღვინის სექტორში

ცხრილი 3.3.1

ფაქტორების პირობები	მოთხოვნის პირობები	ფორმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია	მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორები	სახელმწიფო ფაქტორები	შანსის ფაქტორები
<ul style="list-style-type: none"> + დაბალი შრომის ღირებულება + თავისუფალი შრომის ბაზარი + მუშახელის ტრადიციული გამოცდილება + მუშახელის მოტივაცია + ადგილმდებარეობა 	<ul style="list-style-type: none"> + მზარდი შიდა ბაზარი + რუსული ბაზრის გახსნის შესაძლებლობა + ხარისხიან ღვინოზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია + სპეციფიკურ ტრადიციებზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია 	<ul style="list-style-type: none"> + ბაზრების დიფერენცირება + ინტენსიური კონკურენცია + მარკეტინგზე ორიენტაცია 	<ul style="list-style-type: none"> + თანამედროვე მანქანა-დანადგარები ღვინის წარმოებისათვის (დიდი ზომის ღვინის საწარმოებში) + მაღალხარისხიანი ყურძნის წარმოების შესაძლებლობა 	<ul style="list-style-type: none"> + დაბალი გადასახადები + ღვინის სექტორის განსაკუთრებული მხარდაჭერა + მსოფლიო სავაჭრო ორგანიზაციის წევრობა 	<ul style="list-style-type: none"> + გეოგრაფიული მდებარეობა
სინერჯიზაცია					

პორტერის „აღმასის“ მოდელი ღვინის სექტორში

	ფაქტორების პირობები	მოთხოვნის პირობები	ფორმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია	მონათესავე და მხარდამჭერი ინდუსტრიები	სახელმწიფო ფაქტორები	შანსის ფაქტორები
<p>სტრუქტურული ფაქტორები</p> <ul style="list-style-type: none"> - კაპიტალი - მუშა-ხელის კვალიფიკაცია, პროფესიონალიზმი - ცუდი ინფრასტრუქტურა - გარემოს დაცვის უზრუნველყოფა 	<ul style="list-style-type: none"> - ღვინის შიდა ბაზრის სტრუქტურა - ღვინის მოხმარების თავისებურებები საქართველოში - შიდა ბაზრის დაბალი მყოფდევლობითუნარიანობა - მცირე ბაზრები, სადაც არ მოხმარენ ღვინოს (მუსლიმანური ქვეყნები) 	<ul style="list-style-type: none"> - მოკლევადიანი ორიენტაცია - ნაკლები ყურადღება სტრატეგიული მიზნებისადმი - ფორმების არახელსაყრელი სტრუქტურა და ზომა - მცირე დანახარჯები კვლევა-განვითარებისათვის 	<ul style="list-style-type: none"> - ყურძნის წარმოების მაღალი ღირებულება (დანახარჯები) - მოსავალზე ორიენტაცია → ყურძნის დაბალი ხარისხი - მანქანა-დანადგარების, ადგილობრივი მცენარეთა დაცვის საშუალებების და სასუქების ადგილობრივი მომწოდებლების არარსებობა 	<ul style="list-style-type: none"> - არასრულყოფილი კანონები - რუსეთთან დაძაბული პოლიტიკური ურთიერთობები 	<ul style="list-style-type: none"> - კონფლიქტური ზონა 	

ღვინის სექტორის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ახალ ბაზრებზე ბრენდის ცნობადობისა და რეპუტაციის გაზრდა, რაც მნიშვნელოვან კაპიტალს საჭიროებს.

ღვინის მწარმოებლებმა მაღალი ხარისხის და საშუალო ფასის ღვინოები უნდა მიანოდოს ბაზარს. ამ მხრივ მასტიმულირებელი სტრატეგიის შესამუშავებლად ხუთი მოსაზრება განიხილება: შეიცვალოს მწარმოებელზე ორიენტაცია მომხმარებელზე ორიენტაციით, ფოკუსირება მოხდეს რამდენიმე ბაზარზე, შეიზღუდოს გამოფენებში მონაწილეობა ღვინის ერთი ან ორი გამოფენით, დაიწყოს ქვეყნის შიგნით ღონისძიებების ორგანიზება, დისტრიბუტორებისა და საბლოო მომხმარებლების მოზიდვა.

ქართული ღვინის სექტორის განვითარება ახალი საერთაშორისო ბაზრების ათვისებითა და ძველი ბაზრების რეორიენტაციითაც უნდა გამოიხატოს. ახალ ბაზრებზე შესვლის პროცესში აუცილებელია, ერთი მხრივ, პროდუქტის ფასი საკმარისად დაბალი უნდა იყოს მყიდველების მოსაზიდად, ხოლო მეორე მხრივ, ფასი იმდენად მაღალი უნდა იყოს, რომ მომხმარებელმა ის დაბალხარისხიანი ღვინოებისაგან გამოარჩიოს.

ექსპერტთა გაანგარიშებით ღვინის პროდუქტზე წარმოების დანახარჯი ერთ ბოთლზე საშუალოდ 14 აშშ დოლარს შეადგენს.¹⁰⁰ საცალო სავაჭრო ქსელში ქართული ღვინის 10-15 დოლარის ფარგლებში რეალიზაცია წარმოებას წაახალისებს და განეულ დანახარჯებსაც დაფარავს. ბაზრის განვითარების ამ ეტაპზე და რუსეთის ემბარგოს შედეგად გამოწვეული გაყიდვების ვარდნის გამო ქართული ღვინის სექტორის მიზანია მისი სავაჭრო ნიშნის ცნობადობა. საკმარისი მოცულობისა და ეფექტიანობის მიღწევის შემთხვევაში, სექტორი პროდუქტის დიფერენცირებაზე გადასვლას შეძლებს მაქსიმალური მოგების მიღების მიზნით.

¹⁰⁰ ქართული ღვინის ეროვნული სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება, მსოფლიო ბანკის მხარდაჭერით განსახორციელებული საქართველოს სოფლის მეურნეობის პროექტების საკოორდინაციო ცენტრი, თბილისი, 2009, გვ. 148.

ყოფილ საბჭოთა კავშირის ბაზრებზე ქართული ღვინის რეალიზაციის შემაფერხებელი ფაქტორია მოსახლეობის შემოსავლების დაბალი დონე. მომხმარებელთა უმეტესობა ფასის მიმართ მგრძნობიარეა. თუმცა ამ ქვეყნების გეოგრაფიული სიახლოვის გამო გაცილებით დაბალია ტრანსპორტირების დანახარჯები. საქართველოს შეუძლია ამ ქვეყნებში დაბალხარჯიან ბაზრებზე შეღწევის პოლიტიკა განაგრძოს. მის პარალელურად თანმიმდევრულად უნდა მოხდეს ბაზრის სავაჭრო ნიშნის სახელის შექმნა საერთაშორისო არენაზე. ქართულ ღვინოს უახლოეს მომავალში სხვა ბაზრებზე შესაღწევად ეკონომიკური ფასი და ადაპტირება ესაჭირობა.

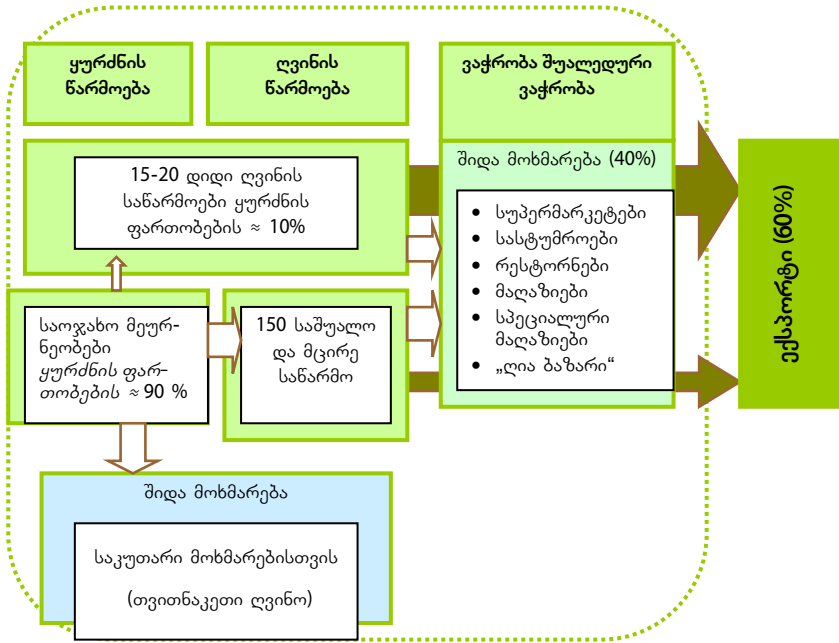
მევენახეობა-მელვინეობის სექტორში აუცილებელია საკრედიტო ბერკეტების ამოქმედება. ამ ბერკეტის გამოყენებით ყურძნის გადამამუშავებელი საწარმოები შეძლებენ ადგილობრივი წარმოების ნატურალური რესურსების მაქსიმალურად გამოყენებას, სამეურნეო გარიგებების სამართლებრივ მონესრიგებას ყურძნის შესყიდვაზე, მარკეტინგული სამსახურის პრიორიტეტულად განვითარებას და სხვა.

დღეს საქართველოში აქტიურად განიხილება ვენახის ფართობების ცვლილების საკითხი. ცვლილება უნდა შეეხოს დაბალხარისხიანი ნერგებით გაშენებული ვენახის ფართობების მაღალხარისხიანი ჯიშებით ჩანაცვლებას.

საქართველოს ღვინის ბაზრის მიკროგარემოს ანალიზმა თვალნათლივ გვიჩვენა, რომ მევენახეობა-მელვინეობის განვითარების ძირითადი შემაფერხებელი ფაქტორია საწარმოთა წვრილმასშტაბურობა (იხ. ნახაზი 3.3.1). ვენახის ფართობის 10%-ის მესაკუთრე არის 15-20 მსხვილი ზომის საწარმო, ფართობების 90% საშუალო და მცირე ზომის საოჯახო მეურნეობების წილად მოდის. ამ სექტორისათვის პრობლემაა ასევე სანერგე მასალის სიმცირე, მოუნესრიგებელი ფასწარმოქმნის მექანიზმი, ყურძნის მოთხოვნა-მიწოდებაზე შეუსწავლელი კონიუქტურა და სხვა.

საქართველოს ღვინის ბაზარი

ნახაზი 3.3.1



საქართველოში ვაზის მოყვანისგან მიღებული მოგება საკმაოდ დაბალია და უცხოელებისაგან განსხვავებით ქართველი მევენახეები უზარალობის წერტილს შესაბამის ვადაში ვერ აღწევენ.¹⁰¹

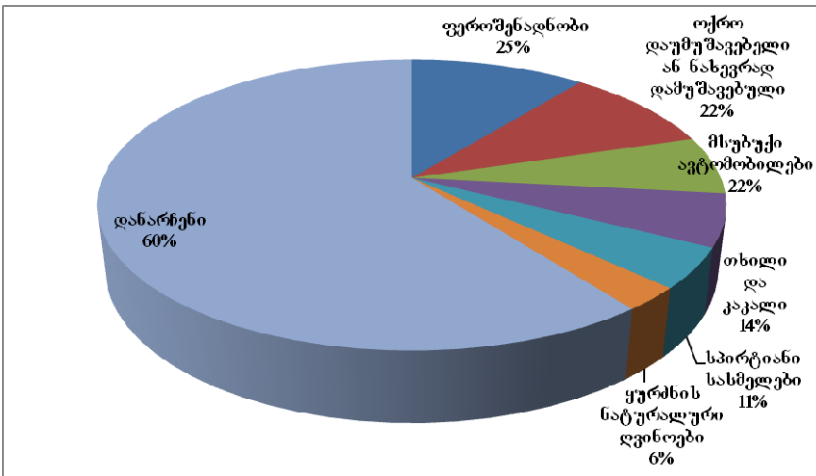
ღვინის ბაზრის დივერსიფიკაციის სტრატეგიაში მნიშვნელოვანია მსოფლიო ბაზარზე წითელ და თეთრ ღვინოებზე არსებული მოთხოვნის გათვალისწინება. საქართველოს ადგილობრივი ყურძნის ჯიშების უნიკალური მემკვიდრეობა გააჩნია, რომლითაც მსოფლიო ბაზარზე შესაძლებელია „განმასხვავებელი ნიშის“ მოძებნა და კონკურენტული უპირატესობის მიღწევა. თუ გავითვალისწინებთ, რომ საერთაშორისო ბაზარ-

¹⁰¹ ქართული ღვინის ეროვნული სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება, მსოფლიო ბანკის მხარდაჭერით განსახორციელებული საქართველოს სოფლის მეურნეობის პროექტების საკოორდინაციო ცენტრი, თბილისი, 2009, გვ. 142.

ზე მოთხოვნა წითელ ღვინოებზე ზრდადია, ექსპორტის ზრდის გეგმა და შესაბამისად ვენახების ფართობების ოპტიმალური განაწილება წითელი და თეთრი ყურძნის ჯიშების ოპტიმალური თანაფარდობით უნდა განხორციელდეს. ნატურალური ქართული ღვინის ექსპორტის წილი უმსხვილეს სასაქონლო პოზიციებში 2009 წლის მონაცემებით 6%-ს შეადგენს (იხ. ნახაზი 3.3.2).

ქართული ღვინის ექსპორტის წილი სასაქონლო პოზიციებში

სქემა 3.3.2



ყურძნის ნატურალური ღვინის ექსპორტის მოცულობამ 2009 წელს რაოდენობრივ მაჩვენებელში 9 307 652 ლიტრი შეადგინა, რაც ღირებულებით მაჩვენებელში 30 419. 8 ათასი აშშ დოლარი იყო და 2008 წელთან 0.3%-ით გაიზარდა. პროდუქტის ექსპორტი შემდეგ ქვეყნებში განხორციელდა: ბულგარეთი, ბელორუსია, ბელგია, იაპონია, ირლანდია, ყირგიზეთი, სიანგანი, სინგაპური, უკრაინა, არაბთა გაერთიანებული ემირატები, აშშ, ყაზახეთი, აზერბაიჯანი, პოლონეთი, ლიტვა, ლატვია, დიდი ბრიტანეთი, კანადა, კორეა, თურქეთი.

სპირტიანი სასმელების ექსპორტის მოცულობამ 40 803.8

ათასი აშშ დოლარი შეადგინა. პროდუქტი მიენოდებოდა ბელორუსიას, უკრაინას, ყაზახეთს, კანადას, აშშ-ს, ჩეხეთს, ისრაელს, სინგაპურს, იაპონიას, უზბეკეთს, ყაზახეთს, ლატვიას, პოლონეთს, გერმანიას, აზერბაიჯანს.

ცქრიალა ღვინოების ექსპორტი განხორციელდა ფინეთში, იაპონიაში, სინგაპურში, უკრაინაში, აშშ-ში, ყაზახეთში, ჩინეთში. ამ ქვეყნებში ექსპორტის მთლიანმა მოცულობამ 181 419 ლიტრი (813 855 აშშ დოლარი) შეადგინა.¹⁰²

ქართულ ქღვინოს საერთაშორისო ბაზარზე დამკვიდრება მკაცრ კონკურენტულ გარემოში უწევს. მსოფლიოში ყურძნისა და ღვინის მიწოდება აჭარბებს მასზე მოთხოვნას. ამიტომ საქართველო ყურძნის დაბალი ფასების მიხედვით უნიკალურ შემთხვევად ვერ განიხილება. ბაზრის დივერსიფიკაციის სტრატეგია მაღალი ხარისხის ყურძნის მიწოდებაზე უნდა იყოს ორიენტირებული.

საქართველოში ყურძნის ბაზარზე ჭარბი მიწოდება განსაკუთრებით მაღალი მოსავლის პირობებში ფიქსირდება და მწარმოებლები დაბალი ფასების გამო კვეთრად ზარალდებიან. სასურველია სახელმწიფოს მიერ პროდუქტზე ფასების გაზრდის საშუალებების – გარანტირებული ფასების სისტემის გამოყენება. საქართველოს რეალობაში ყურძენზე გარანტირებული ფასების კრედიტით დარეგულირება ამ სფეროში ეკონომიკურ და ფინანსურ წესრიგსაც დაამყარებდა. კრედიტზე სარგებლის განაკვეთის ეფექტიანი საფასო მინიმუმის დონეზე დადგენის პირობებში ყურძენზე დაბალი ფასების შემთხვევაში ფერმერს საშუალება ექნებოდა პროდუქტით დაეფარა სახელმწიფო კრედიტი.

ღვინის ბაზრის დივერსიფიკაციის სტრატეგიები ინსტიტუციონალური რეფორმების გატარებას მოითხოვს. გაუმიჯნავი ფუნქციები წარმოების განვითარებისა და რეგულირების სფეროში მევენახეობა-მელვინეობის განვითარების მნიშვნელოვანი შემაფერხებელი ფაქტორია. ღვინის ინდუსტრიის განვითარებისა და ამ ინდუსტრიის კონტროლის თვალსაზრი-

¹⁰² www.maf.gov.ge

სით მნიშვნელოვანია „სამტრესტის“ ფუნქციების გამიჯვნა, კერძოდ დამოუკიდებელი ღვინისა და ბრენდის მარკეტინგის ეროვნული ბიუროსა და ღვინის სტანდარტების საბჭოს შექმნა.

პორტერის „აღმასის“ მოდელში პოტენციურ ნაკლოვანებათა შორის გამოკვეთილია არასრულყოფილი საკანონმდებლო ბაზა. ქართველი ექსპერტებისა და მეცნიერების მიერ კანონი „ვაზისა და ღვინის შესახებ“ შეფასებულია როგორც არათანმიმდევრული და წინააღმდეგობრივი. ისე როგორც ინსტიტუციონალური რეფორმების გატარება, ასევე უახლოეს პერიოდში აუცილებელია „ვაზისა და ღვინის შესახებ“ კანონის ძირეულად შეცვლა. ასევე მისაღებია კანონი „ფერმერული მეურნეობის შესახებ“.

ამრიგად, ღვინის კონკურენტუნარიანობის რეალურად შეფასება და ექსპორტის დივერსიფიკაციის დასაბუთებული სტრატეგია მევენახეობა-მელვინეობის სფეროს მდგრად განვითარებას და ქვეყნის ეკონომიკურ კეთილდღეობაში მნიშვნელოვანი წვლილის შეტანას უზრუნველყოფს.

3.4. ქართული თხილის კონკურენტუნარიანობა და წარმოების ღირებულებების მახასიათებლები

განვითარებული კონკურენტული უპირატესობებით საქართველოს აგროსასურსათო სექტორი მნიშვნელოვნად ჩამორჩება მსოფლიოს წამყვან პოზიციებს, თუმცა ბუნებრივი უპირატესობებით, როგორც ზემოთ აღინიშნა, ქვეყანას შეუძლია კონკურენტუნარიანი გახდეს ზოგიერთი პროდუქტის წარმოებით. ამ პროდუქტებს შორის არის ქართული თხილი.

ქართული თხილის კონკურენტული უპირატესობები შემდეგი გარემოებებით არის განპირობებული: ა/ საქართველოში თხილის წარმოება ტრადიციულია და ამ სფეროში დაგროვილია პროდუქტის მოვლა-მოყვანის გამოცდილება; ბ/ ქვეყნის ბუნებრივი პირობები იძლევა თხილის კულტურის მოყვანის შესაძლებლობებს ზღვის დონიდან 1500-1800 მეტრამდე, რა-

საც წარმოების გაფართოებისათვის სტრატეგიული მნიშვნელობა აქვს; გ/ მიკროზონების მრავალფეროვანი ბუნებრივი პირობები განსაზღვრავავენ პროდუქტის ორიგინალურ კვებით, სამკურნალო, საპარფიუმერიო და სხვა ღირებულებებს; დ/ ქართული თხილი ეკოლოგიურად სუფთაა, გააჩნია მდგრადობა დაავადებებისადმი, რაც ზრდის მასზე მოთხოვნას; ე/ პროდუქტის წარმოებით მიიღწევა ბუნებრივი და სხვა რესურსების, ასევე საექსპორტო შესაძლებლობათა ეფექტიანი გამოყენება; ვ/ თხილის პროდუქტის რეალიზაცია არსებითად არ არის დამოკიდებული რუსეთის ბაზარზე. ამასთან, ევროპისა და აზიის ბაზრებზე ამ პროდუქტზე დეფიციტი აღინიშნება. ეს კი საქართველოში თხილის ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელ პირობებს ქმნის; ზ/ მსოფლიოში თხილის ბაზარს თურქეთი აკონტროლებს და შესაბამისად იგი ახდენს გავლენას თხილის ფასზე, ასევე სხვა ბაზრებზე. ამ ქვეყანასთან ტერიტორიული სიახლოვე განაპირობებს ნაკლები სატრანსპორტო დანახარჯებით პროდუქტის მიწოდებას თურქეთის, ასევე ევროპისა და აზიის დანარჩენ ბაზრებზე; თ/ მრავალფეროვანი ენდემური და ახალი ჯიშები პროდუქტის განსხვავებული სახეობების დამზადებისა და მომხმარებლებზე მიწოდების საშუალებას იძლევა (მოხალული თხილი, თხილის გრანულები, თხილის პასტა, თხილის ფქვილი, დაშაქრული თხილი, თხილის ზეთი). დიფერენცირებული პროდუქტების მიწოდება, თავის მხრივ, განსხვავებული ფასების დანესებისა და მწარმოებელთა შემოსავლების გაზრდის საშუალებაა.

ამრიგად, საქართველოში თხილის ბიზნესის განვითარებისათვის ხელსაყრელი ბუნებრივ-რესურსული და ეკონომიკური პოტენციალი არსებობს. ქვეყანას ენდემური ჯიშების სიმრავლით (შველისყურა, გულშიშველა, ბერძნულა, ანაკლიური, ხაჭაპურა, ნემსა) საერთაშორისო ბაზრებზე მაღალხარისხიანი პროდუქტის მიწოდება შეუძლია. კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ინდიკატორების დაკმაყოფილების შემთხვევაში თხილი საქართველოსათვის სტრატეგიული მნიშვნელობის კულტურათა შორის განიხილება.

გამოკვლევებმა აჩვენა, რომ აგროსასურსათო სექტორში

პროდუქტების უმეტესობა არაკონკურენტუნარიანია¹⁰³ და მწარმოებელთა 62%-ის აზრით ამ სექტორში კონკურენციის განევა რთულია.¹⁰⁴ ამავე დროს, ევროპისა და აზიის ქვეყნებში საკმაოდ მაღალკონკურენტული სასურსათო ბაზრები ფუნქციონირებენ. ამიტომ, ნებისმიერი ქვეყნისთვის, ასევე მწარმოებლისთვის მთავარი ამოცანაა ბაზრისათვის კონკურენტუნარიანი პროდუქტის მიწოდება. სამწუხაროდ, დღეს საქართველოში შესაბამისი ეკონომიკური სამსახურებისა და კვლევითი დაწესებულებების მიერ არ ხდება აგროსასურსათო პროდუქტების (ფირმის, სექტორის, დარგის) კონკურენტუნარიანობის დადგენა.

მიმდინარე ეტაპზე საქართველოს აგროსასურსათო სექტორისათვის პრიორიტეტულია იმპორტიდან ექსპორტზე რეორიენტაცია. თუმცა მნიშვნელოვანი პრობლემაა ქვეყნის საექსპორტო შესაძლებლობების არასათანადოდ შეფასება.¹⁰⁵ აღნიშნული პრობლემის მოგვარებაში მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს კონკურენტუნარიანობის შეფასების საფუძველზე იმ პროდუქტების გამოვლენა, რომლებზეც მსოფლიო ბაზარზე მოთხოვნა არსებობს და საქართველოში მათი განვითარებისათვის ხელსაყრელი პირობებიცაა.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, მოცემულ შემთხვევაში კვლევის ძირითად მიზნად დავისახეთ ქართული თხილის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრის საფუძველზე წარმოების განვითარების დომინანტური სტრატეგიების შეფასება.

თხილის ბაზარზე ევროპისა და აზიის ქვეყნისათვის მთავარი კონკურენტია თურქეთი. მისი წილი თხილის გაყიდვების

¹⁰³ ე. ხარაიშვილი, ფ. მამარდაშვილი, საქართველოს აგრარული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასება, ჟურნალი „ეკონომიკა“, მაისი, 2009.

¹⁰⁴ მენარმის სამაგიდო წიგნი, მენარმეობის მხარდამჭერი საერთაშორისო ცენტრი, ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის კვლევა, თბილისი, 2008, გვ. 103.

¹⁰⁵ ასლანიშვილი ნ., საქართველო და დანარჩენი მსოფლიო: UNCTAD-ის ვაჭრობისა და განვითარების ინდექსების მიხედვით, საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმოხილვა, მაისი, 2008, გვ. 72.

მთლიან მოცულობაში 75%-ია. ეს მაჩვენებელი იმაზე მიუთითებს, რომ პროდუქტზე ფასების კონტროლი თურქეთს შეუძლია. ცხადია, ამ ქვეყანას თხილის მწარმოებელ ქვეყნებს შორის ფართობების მიხედვითაც წამყვანი პოზიციები უჭირავს. სურსათისა და აგროკულტურის საერთაშორისო ორგანიზაციის მონაცემებით თხილით დაკავებული ფართობი თურქეთში 345 ათას ჰექტარს შეადგენს, იტალიაში ეს მაჩვენებელი 69 ათასი ჰექტარია, აზერბაიჯანში – 19.5 ათასი ჰა, ესპანეთში – 12.1 ათასი ჰა, აშშ-ში – 11.8 ათასი ჰა, ირანში – 11 ათასი ჰა, საქართველოსა და ჩინეთში – 8.8 ათასი ჰა. წარმოებული პროდუქტის მოცულობის მიხედვით პოზიციები შემდეგნაირად არის განაწილებული: თურქეთი – 501.6 ათასი ტონა, იტალია – 112.3 ათასი ტონა, ესპანეთი 18.3 ათასი ტონა, აშშ – 28.5 ათასი ტონა, აზერბაიჯანი – 18.6 ათასი ტონა, ირანი, საქართველო და ჩინეთი – თითოეული 12 ათასი ტონა.¹⁰⁶

ბოლო პერიოდში საქართველოს აგროსასურსათო სექტორში გამოიკვეთა დარგები, რომლებმაც ექსპორტის მოცულობაში პრიორიტეტული ადგილი დაიკავეს და მათ პროდუქტებზე მოთხოვნა ზრდადია. ასეთი დარგების რიცხვს მიეკუთვნება მემცენარეობა, კერძოდ კაკლოვანები, რომელთა შორის გამოირჩევა თხილის წარმოება. 2009 წლის მონაცემებით სოფლის მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში მემცენარეობის წილი 44%-ს შეადგენდა, მათგან კაკლოვანებია 3.1%, ხოლო კაკლოვანების 72.7% კი თხილის კულტურაზე მოდის.¹⁰⁷

საქართველოში თხილით დაკავებული ფართობი ბოლო პერიოდში საგრძნობლად გაიზარდა. ამ მაჩვენებლის დადგენა შოფიციალური სტატისტიკური მასალებით შეუძლებელია, ექსპერტული შეფასებებიც კი საკმაოდ განსხვავებულია. სურსათისა და აგროკულტურის საერთაშორისო ორგანიზაციის მონაცემებით საქართველოში თხილის კულტურას 12 ათასი ჰექტარი უჭირავს,¹⁰⁸ სხვადასხვა წყაროს მიხედვით ასევე და-

¹⁰⁶ www.maf.gov.ge

¹⁰⁷ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009, თბილისი, 2010, გვ. 18, 48, 54.

¹⁰⁸ www.maf.ge/index.php?pg=ser&s=sursaTisa%20da%20agrokul

სახელბუღალტრული ციფრები – 40.0 ათასი ჰექტარი, 29.5 ათასი ჰექტარი, 13-16 ათასი ჰექტარი და სხვა.¹⁰⁹ „თხილის საექსპორტო კომპანიის“ მონაცემებით სამეგრელო-ზემო სვანეთში თხილის ფართობი 10114 ჰექტარს შეადგენს, გურიაში – 3339 ჰექტარს, იმერეთში – 1305 ჰექტარს, აჭარაში – 275 ჰექტარს, კახეთში – 388 ჰექტარს.¹¹⁰ ამ მონაცემების მიხედვით თხილის ფართობის რაოდენობა საქართველოში 15421 ჰექტარი უნდა იყოს. 2009 წელს საქართველოში 21.8 ათასი ტონა თხილი იქნა წარმოებული.¹¹¹ ოფიციალურად აღიარებული წარმოებული პროდუქტის რაოდენობისა და თხილის საექსპორტო კომპანიის მიერ აღრიცხული ფართობის პირობებში თხილის მოსავლიანობა ერთ ჰექტარზე 1.41 ტონა იქნება. სურსათისა და აგროკულტურის საერთაშორისო ორგანიზაციის მონაცემებზე დაყრდნობით ირკვევა, რომ საშუალო საჰექტარო მოსავლიანობა არის თურქეთში 1.45 ტონა, იტალიაში – 1.63 ტონა, ესპანეთში – 1.51 ათასი ტონა, აშშ-ში – 2.4 ტონა, აზერბაიჯანში – 0.95 ტონა, ირანში – 1.09 ტონა, საქართველოში – 1.5 ტონა.¹¹² ექსპერტებთან და სპეციალისტებთან ინტერვიუების საფუძველზე გაირკვა, რომ საქართველოში თხილის საჰექტარო მოსავლიანობა საშუალოდ 1.45 ჰექტარს არ აღემატება. ასეთ პირობებში უნდა ვივარაუდოთ, რომ თხილის ფართობის რაოდენობა ქვეყანაში 15034 ჰექტარზე მეტს არ შეადგენს.

საქართველოში თხილის წარმოების მაჩვენებლების დინამიკაში შესწავლამ გვიჩვენა, რომ 2006 წელს 1998 წელთან შედარებით პროდუქტის წარმოება 7.7 ათასი ტონით გაიზარ-

¹⁰⁹ www.ghn.ge/news-6544.html
www.nutexportcompany.com/index.php
www.maf.ge/index.php?rec_start=5&rec_start_nav=0&pg
www.aplr.org/?lang=geo

¹¹⁰ www.nutexportcompany.com/index.php

¹¹¹ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009, თბილისი, 2010, გვ. 54.

¹¹² გაანგარიშებულია ავტორის მიერ ოფიციალურ მონაცემებზე დაყრდნობით.

და.¹¹³ ხოლო 2009 წელს 2006 წელთან შედარებით ეს მაჩვენებელი 1.7 ათასი ტონით არის შემცირებული (იხ. ცხრილი 3.4.1). ამავე წლის მონაცემებით თხილის წარმოების 83,9% სამი რეგიონის – სამეგრელო-ზემო სვანეთის, გურიისა და იმერეთის წილად მოდიოდა. იგივე მაჩვენებელი 2006 წელს 95.6% იყო. ცვლილება გამოწვეულია იმით, რომ დასავლეთ საქართველოს გარდა თხილის ბალების გაშენება აქტიურად დაიწყო აღმოსავლეთ რეგიონებშიდაც, შესაბამისად გამოიკვეთა წარმოების გაფართოების სტრატეგიებიც.

თხილის წარმოების მაჩვენებლები საქართველოში¹¹⁴
(ათასი ტონა)

ცხრილი 3.4.1

რეგიონები	წლები			
	2006	2007	2008	2009
საქართველო	23.5	21.2	18.7	21.8
გურია	5.7	4.5	4.2	3.7
იმერეთი	3.2	3.2	3.9	3.2
სამეგრელო ზე- მო სვანეთი	13.5	12.0	9.3	11.4
სხვა რეგიონები	1.1	1.5	4.2	3.5

თხილის წარმოების აღნიშნული პარამეტრების პირობებში გავიანგარიშეთ ამ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის დონე. ინდექსების გასაანგარიშებლად გამოვიყენეთ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის, თხილის საექსპორტო კომპანიისა და FAO-ს მონაცემები (1996-2009 წწ.)¹¹⁵ კონკურენტუნარიანობის „ex-post“ ანალიზმა გვიჩვენა,

¹¹³ ე. ხარაიშვილი, მ. ჩავლიეშვილი, თხილის ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები და პერსპექტივები საქართველოში, ჟურნალი „აგროინფო“, (აშშ საერთაშორისო სააგენტოს USAID -ის მხარდაჭერა), 2008, №1(15).

¹¹⁴ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009, თბილისი, 2010, გვ. 54.

¹¹⁵ FAO (2008): FAOSTAT. Food and Agricultural Organisation of United Nations (FAO) <http://faostat.fao.org/default.aspx> 20.01.2011. www.geostat.ge; <http://nutexportcompany.com/index.php>

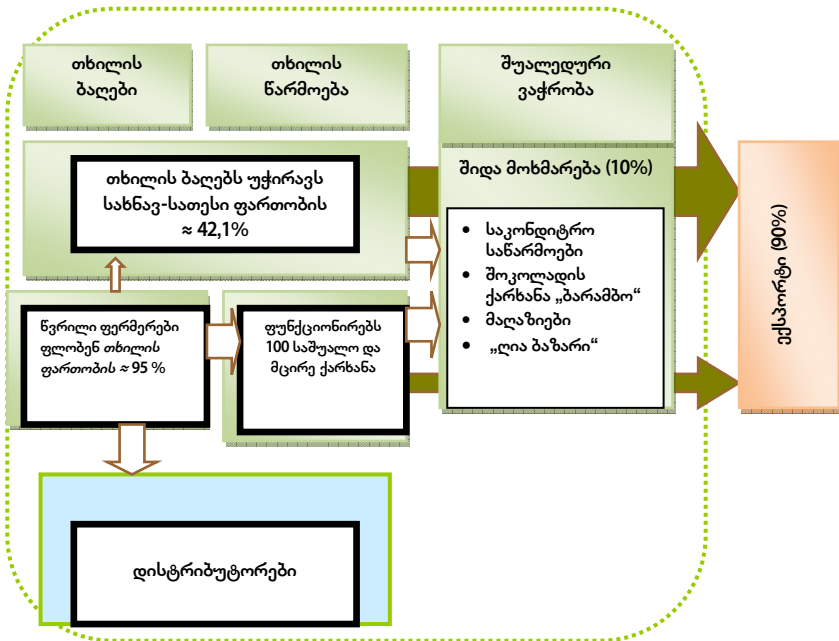
რომ თხილის პროდუქტზე კონკურენტუნარიანობის ინდექსები წლების მიხედვით დიფერენცირებულია (§3.1).

აგროსასურსათო პროდუქტებს შორის თხილი ყველაზე მეტად კონკურენტუნარიანი აღმოჩნდა, დინამიკაში კონკურენტუნარიანობის დონის შოკური ზრდა არის დაფიქსირებული. 2009-2010 წლებში თხილის წარმოება 2008 წელთან შედარებით 3.1 ათასი ტონით არის გაზრდილი. აღნიშნულის გათვალისწინებით, უნდა ვივარაუდოთ, რომ ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი ამ პერიოდში გაზრდილი იქნება.

თხილის კონკურენტუნარიანობის დონის სრულყოფილი შეფასება საქართველოს თხილის ბაზრის მიკროგარემოს ანალიზსაც მოითხოვს (იხ. ნახაზი 3.4.1).

საქართველოს თხილის ბაზარი

ნახაზი 3.4.1



თხილის ბაზრის სტრუქტურის მიკროეკონომიკურმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ საქართველოში ამ პროდუქტის ბაზარი სამი მიმართულებით ვითარდება. სტრუქტურაში წამყვან როლს ასრულებენ სადისტრიბუციო კომპანიები, შემდეგ პოზიციებზეა თხილის გადამამუშავებელი ქარხნები და ბოლოს ფერმერები. პირველი სეგმენტისათვის თხილის მიმწოდებელია წვრილი ფერმერები, რომლებიც თხილის ბაღების მთლიანი ფართობის 95%-ს ფლობენ.

თხილის ბიზნესის წარმატებული განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია ვერტიკალურად და ჰორიზონტალურად ინტეგრირებული წარმოების სისტემის შექმნა, სადაც თავმოყრილი იქნება ნედლეულის წარმოება, გადამამუშავება და რეალიზაცია. ექსპერტებთან ჩაღრმავებული ინტერვიუებმა დაადასტურეს, რომ გურიისა და სამეგრელოს რეგიონებში ფუნქციონირებს მცირე ზომის ინტეგრირებული ფერმები. თხილის ბაზარზე ძირითადად 100-მდე საშუალო და წვრილი თხილის გადამამუშავებელი ქარხანაა. ბოლო წლებში გაშენდა 50-100 ჰექტარიანი ბაღები, მაგრამ მათი წილი ბაზარზე ჯერჯერობით უმნიშვნელოა. უახლოეს პერსპექტივაში თხილის ბაზრის სტრუქტურის ნაწილობრივ შეცვლას გამოიწვევს კერძო კომპანია „ფერეროს“ („Ferrero“) ბაზარზე შესვლა. აღნიშნული კომპანია ცნობილი საკონდიტრო ბრენდების („Nutella“, „Raffaello“, „Kinder Chocolate“) მწარმოებელია და სამეგრელოს რეგიონში შესყიდულ 1200 ჰექტარ მიწაზე გეგმავს 6 მილიონიან ინვესტირებას.¹¹⁶ 3-4 წლის შემდეგ საბაზრო სტრუქტურაში გარკვეულ ცვლილებებს შეიტანს ასევე ქართული კაპიტალით შექმნილი შპს „დორანი“, რომელიც კახეთში 50 ჰექტარი თხილის ბაღის მფლობელია. ამრიგად, ბაზრის მეორე და მესამე სეგმენტიც ნელა, მაგრამ თანმიმდევრულად ვითარდება. სპეციალისტებთან ჩაღრმავებულმა ინტერვიუებმა გამოავლინა, რომ ამ სეგმენტებისთვის მთავარი პრობლემაა საბანკო სესხების დე-

¹¹⁶ www.aplr.org/?lang=geo მიწის მესაკუთრეთა დაცვის ასოციაცია, 12 იანვარი, 2011.

ფიციტი და სარგებლის განაკვეთის მაღალი დონე.

თხილის პროდუქტის სტრატეგიული მნიშვნელობა მისი ექსპორტის მოცულობის მიხედვითაც უნდა შეფასდეს. 2009 წელს საქართველოდან განხორციელებული ექსპორტის სასაქონლო ჯგუფის სტრუქტურაში თხილისა და კაკლის ექსპორტმა 70.0 მილიონი დოლარი შეადგინა. შედარებისათვის აღვნიშნავთ, რომ ტრადიციული ქართული ღვინის ექსპორტი ამ წელს მხოლოდ 32.0 მილიონი, ხოლო მინერალური წყლებისა 24.7 მილიონი დოლარი იყო.

2008-2010 წლებში ქართული თხილის ექსპორტის მაჩვენებელი ზრდადი იყო. თხილის ყველაზე მეტი რაოდენობის ექსპორტი 2009 წელს დაფიქსირდა – კერძოდ 69.3 მილიონი დოლარი, რაც მთლიანი სასურსათო ექსპორტის 24.3%-ია. 2010 წლის I კვარტლის მონაცემებით თხილის ექსპორტის მოცულობა ევროპის ბაზარზე კონტროლის გამკაცრების გამო გასული წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით 12%-ით შემცირდა.¹¹⁷

თხილის ბაზრის სტრუქტურის ანალიზმა ასევე გვიჩვენა, რომ ქვეყანაში წარმოებული თხილის უმეტესი ნაწილი (90%-ზე მეტი) საექსპორტო პროდუქტია, შიდა მოხმარებას მხოლოდ 10% უჭირავს (საკონდიტრო საწარმოები, შოკოლადის ქარხნები, რესტორნები, მაღაზიები და სხვა). თუმცა საკონდიტრო ნაწარმის ქსელებისა და შოკოლადის ქარხანა „ბარამბოს“ სიმძლავრეების გაფართოებით ამ პროდუქტზე მოთხოვნა სავარაუდოდ მცირედ, მაგრამ მაინც გაიზრდება.

ქართული თხილის ექსპორტის 95% დარჩეულ თხილზე მოდის. ექსპორტის სტრუქტურაში მაღალი ხვედრითი წონა, დაახლოებით 70-80%, ევროპის ქვეყნებს უჭირავს, მათ შორის გამოირჩევა გერმანია – 35%.¹¹⁸ დარჩეული თხილი ასევე გა-

¹¹⁷ <http://nutexportcompany.com/index.php>

¹¹⁸ ე. ხარაიშვილი, ნ. ჩავლეშვილი, „კაკლოვანი კულტურების ბაზრის განვითარების მდგომარეობა და პერსპექტივები“, საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, თბ., 2006, გვ. 266.

დის რუსეთის, უკრაინის ყაზახეთის, ბალტიის ქვეყნებში. აზიის ბაზარზე უპირატესად დაურჩეველ თხილზეა მოთხოვნა, მომხმარებელთა შორის გამოირჩევა ერაყი და ირანი. ამ ქვეყნებში საექსპორტო მოთხოვნილებების დააკმაყოფილება ხდება სამეგრელოს რეგიონში მოყვანილი ანაკლიური ჯიშის თხილით. ქართული თხილის პროდუქტი მიეწოდება აშშ და ავსტრალიის ბაზრებსაც.

წარმოების განვითარების სტრატეგიული მიმართულებების განსაზღვრის დროს გასათვალისწინებელია, რომ ევროკავშირის ბაზარი თხილზე მოთხოვნის მიხედვით დეფიციტურია. მსოფლიოში თხილის წარმოების მასშტაბების ზრდის მიუხედავად ამ პროდუქტზე მაღალი მოთხოვნა კვლავ შენარჩუნებული იქნება. საქართველოში თხილის წარმოების ზრდის მასშტაბების, ამ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის დონის, მიწის რესურსული პოტენციალის, ბაზრის სტრუქტურის ანალიზიდან გამომდინარე, პერსპექტივაში მოსალოდნელია მსოფლიო ბაზრის მაქსიმუმ 10%-იანი ნიშის ათვისება. ექსპერტული შეფასებით მიმდინარე პერიოდში საქართველოს წილი მსოფლიო თხილის ბაზარზე 2-3%-ია. ამასთან, საქართველომ, როგორც თხილის მწარმოებელმა ქვეყანამ, მაღალი ხარისხის, ეკოლოგიურად სუფთა და უნიკალური პროდუქტის წარმოების სტრატეგია უნდა აირჩიოს. კლასიკური თეორიების თანახმად, კონკურენტული სტრატეგიის იდეა სწორედ განსხვავებული ნიშის მოძებნაში მდგომარეობს.¹¹⁹

ზრდადი მოთხოვნის პირობებში თხილის ბაზრის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორია პროდუქტზე ფასების არასტაბილურობა. პრობლემაა ისიც, რომ თხილის მიმწოდებლებს, მომხმარებლებსა და საბაზრო ურთიერთობებში ჩართულ სხვა მონაწილეებს შორის კავშირები სუსტია და სტიქიურად ყალიბდება. 2010 წლის მონაცემებით ერთი კილოგრამი დაურჩეველი თხილის შესყიდვის ფასი 3.50 ლარია, ევროპის ბაზარზე კი დარჩეული პროდუქტის ფასი 5.20 დოლარია.

¹¹⁹ Майкл Портер, Конкуренция, 2002, гл. 55.

ერაყში დაურჩეველი ერთი კილოგრამი თხილი 2.10 დოლარი ღირს. შედარებითმა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მსოფლიო ბაზარზე ქართული თხილი საშუალოდ 20 ცენტით ძვირია, ვიდრე თურქული. მაშასადამე, ქართული თხილი საფასო ფაქტორის გათვალისწინებით არაკონკურენტუნარიანია, რაც აფერხებს პროდუქტის რეალიზაციას.

ამრიგად, საქართველოს კონკურენტუნარიანი თხილის პროდუქტის წარმოების ბუნებრივ-რესურსული და ეკონომიკური პირობები გააჩნია. ქართული ენდემური ჯიშის თხილი კონკურენტუნარიანობის მაღალი დონით ხასიათდება. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის რეალურად შეფასება და ექსპორტის დივერსიფიკაციის დასაბუთებული სტრატეგია უზრუნველყოფს თხილის წარმოების მდგრად განვითარებას და ქვეყნის ეკონომიკურ კეთილდღეობის ზრდას.

3.5. ნედლი ხილის ევროპული ბაზარი და წარმოების პოტენციური საქართველოში

თანამედროვე მსოფლიოში მოსახლეობის ჯანმრთელობის დაცვის გაუმჯობესების ზრუნვით აიხსნება ის ფაქტი, რომ მომხმარებელთა კვების სტრუქტურაში მნიშვნელოვნად გაიზარდა ნედლ ხილსა და ბოსტნეულზე მოთხოვნა. შესაბამისად, აუცილებელი გახდა ამ პროდუქტებზე არსებული მოთხოვნის შესწავლა და ადგილობრივი წარმოების პოტენციალის შეფასება. აღნიშნული პრობლემის კვლევით გამოვლინდება ალტერნატიული პროდუქტები, რომელთა წარმოებისთვისაც ქვეყანას ხელსაყრელი ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალი და ფარდობითი უპირატესობა გააჩნია. საქართველოსათვის ერთ-ერთი ასეთი პროდუქტია ნედლი ხილის სახესხვაობა – ბალი.

დღემდე საქართველოში ბალის ბაზრისა და წარმოების პოტენციალის კვლევა არ ჩატარებულა, შესაბამისად ხელმისაწვდომი ანალიტიკური მასალა ფრაგმენტული, არასრულყოფილია.

ფილი და მოძველებულია. აქედან გამომდინარე, მიზნად დავისახეთ საქართველოში ბალის წარმოების პოტენციალისა და პროდუქტის ევროპულ ბაზარზე მიწოდების ხელშემწყობი პირობებისა და სირთულეების კომპლექსური გამოკვლევა.

კვლევისათვის განისაზღვრა შემდეგი ამოცანები:

- ბალის წარმოებისა და მოხმარების ტენდენციების ანალიზი მსოფლიო და ევროპულ ბაზარზე;
- ევროპული ბაზრის მოთხოვნებთან შესაბამისობის აუცილებელი ასპექტების შესწავლა;
- ევროპის ბაზარზე არსებული მიწოდების ქსელის ანალიზი;
- საქართველოში ბალის წარმოების ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალის შეფასება;
- ევროპის ბაზარზე ქართული ბალის გატანის შესაძლებლობების განსაზღვრა;
- საქართველოში ბალის წარმოების პოტენციალისა და ევროპის ბაზარზე გასვლის შესაძლებლობის დადგენის შემთხვევაში შესაბამისი რეკომენდაციების შემუშავება.

კვლევის პროცესში გამოვიყენეთ ეკონომიკური ანალიზის მეთოდები. ასევე, ჩატარდა SWOT ანალიზი, რომლითაც გამოვლინდა ბალის ბაზრის ძლიერი და სუსტი მხარეები, გამოიკვეთა შესაძლებლობების, რეალიზაციისა და საფრთხეების მინიმუმამდე დაყვანის მექანიზმები. ევროპის ქვეყნების ბაზარზე ქართული ბალის შეღწევის სტრატეგია შეფასდა პორტერის კონკურენციის ხუთი ფაქტორის მიხედვით.

კვლევისათვის ინფორმაცია მოვიპოვეთ საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროში, სტატისტიკის ეროვნულ სამსახურში, ბიბლიოთეკებში, კვლევით დაწესებულებებში, სხვადასხვა სახელმწიფო ორგანიზაციაში, ინტერნეტის საშუალებით. პირველადი წყაროებიდან ინფორმაციები შეფასდა რაოდენობრივი კითხვარის საშუალებით, ხარისხობრივი ინფორმაცია კი დადგინდა დისკუსიებითა და ინტერვიუებით;

ასევე, დეტალურად გავაანალიზეთ რესპოდენტებიდან მიღებული მასალები. გამოვიყენეთ ღია (რესპოდენტები აფიქსირებდნენ საკუთარ აზრს) და დახურული (შეიცავდა სავარაუდო პასუხის ვარიანტებს) კითხვარი. შეკითხვების 80% იყო დახურული, ხოლო 20% – ღია. ღია შეკითხვების საშუალებით მოხდა ხარისხობრივი მონაცემების კონცენტრაცია. ასევე, მიღებული შედეგებით გადამოწმდა რაოდენობრივი მონაცემების სისწორე.

კვლევის სფეროდ შეირჩა შიდა ქართლისა და კახეთის რეგიონი. გამოიკითხა 21 რესპოდენტი, კერძოდ:

- სოფლის მურნეობის სამინისტროს რეგიონული წარმომადგენლები;
- ბალის მწარმოებელი ფერმერები;
- სანერგეების მფლობელები;
- ბალის კონსოლიდატორები და ექსპორტიორები;
- სატრანსპორტო კომპანიების წარმომადგენლები.

კვლევა ჩატარდა შემდეგი ეტაპების მიხედვით: პრობლემის იდენტიფიკაცია, კვლევის ძირითადი მიზნებისა და სამოქმედო გეგმის ჩამოყალიბება, მეორადი ინფორმაციის დამუშავება (არსებული ინფორმაციის ანალიზი, პუბლიკაციები, ანგარიშები), პირველადი ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების შემუშავება (კითხვარის შედგენა და ტესტირება), სავლელე გასვლები (პირველადი ინფორმაციის მოპოვება და ანალიზი), შესაბამისი დასკვნებისა და რეკომენდაციების შემუშავება.

მსოფლიოში ბალის კულტურით დაკავებული ფართობი 1990-2009 წლებში 28%-ით გაიზარდა და 370 ათასი ჰა შეადგინა. 2006 წლიდან ბალების ფართობის რაოდენობა შედარებით სტაბილურია და მნიშვნელოვანი ცვლილებები არ განუცდია. ეს შესაძლებელია იმით აიხსნას, რომ ბოლო პერიოდში ყურადღება გადატანილია მაღალმოსავლიან ჯიშებსა და წარმოების ინტენსიურ ტექნოლოგიებზე.

მსოფლიოში ბალის ფართობის დინამიკის შესწავლამ გვიჩვენა, რომ ახლო აღმოსავლეთის, ჩრდილოეთ ამერიკის

ქვეყნებში ამ მაჩვენებლის ზრდა, ხოლო ევროპის ზოგიერთ ქვეყანაში შემცირება შეინიშნება. 1995-2009 წლებში ბალის ბალის ფართობი მნიშვნელოვნად გაიზარდა ჩილეში (3265 ჰა-დან 12969 ჰა-მდე), ჩინეთში (1000 ჰა-დან 7000 ჰა-მდე), პორტუგალიაში (3334 ჰა-დან 6255 ჰა-მდე).

ბალის წარმოებაში მკვეთრი ზრდის ტენდენცია 1990-2000 წლებში დაფიქსირდა, კერძოდ, ეს მაჩვენებელი 27%-ით გაიზარდა. 2002 წელს ბალის ფართობმა 364 849 ჰა შეადგინა, მაგრამ სხვა წლებთან შედარებით იმდენად დაბალი იყო მოსავლიანობა, რომ წარმოების შესაბამისი ზრდა არ მოჰყოლია. 2005-2009 წლებში ბალის წარმოება მსოფლიოში შედარებით სტაბილური გახდა.¹²⁰

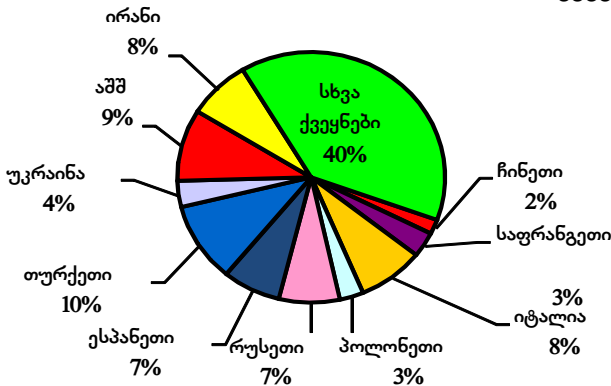
ბალის ძირითადი მწარმოებელი ქვეყნებია: თურქეთი, ირანის ისლამური რესპუბლიკა, ამერიკის შეერთებული შტატები, იტალია, ესპანეთი, გერმანია, რუსეთი, საფრანგეთი, რუმინეთი, უკრაინა.

2002-2009 წლებში ბალის წარმოება მკვეთრად გაიზარდა თურქეთში (99%-ით) და აშშ-ში (100%-ით). განსაკუთრებით საყურადღებო აღმოჩნდა რუმინეთის მაგალითი. ბალის ფართობის 40%-იანი შემცირების ფონზე ამ ქვეყანაში წარმოება 10%-ით გაიზარდა და 70 ათასი ტონა შეადგინა. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ ყურადღება გამახვილდა ბალების განახლებაზე და თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვაზე. მოსავლიანობამ ბალის ძირითად მწარმოებელ ქვეყნებში შეადგინა (ტონობით): თურქეთში – 11, აშშ-ში – 11.3, ესპანეთში – 3.5. მსოფლიოში ბალის მოსავლიანობა არის 5.8. 2009 წლის მონაცემებით, ბალის ბალების ფართობმა 370 ათასი ჰა შეადგინა, რომლის ძირითადი ნაწილი არის თურქეთში – 10%, აშშ-ში – 9%, ირანის ისლამურ რესპუბლიკასა და იტალიაში – თითოეულში 8%, რუსეთში – 7% (იხ. ნახაზი 3.5.1).

¹²⁰ <http://www.faostat.fao.org>

ბალის ბალების წილი ძირითადი მწარმოებელი ქვეყნების მიხედვით 2009 წელს¹²¹

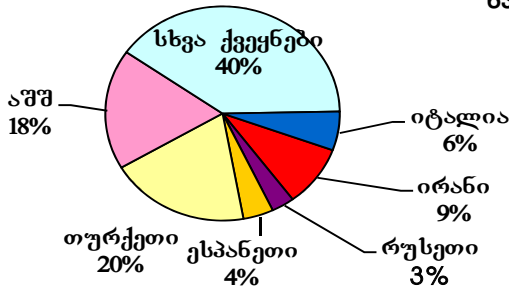
ნახაზი 3.5.1



ბოლო მონაცემებით, მსოფლიოში ბალის წარმოება 2.1 მლნ ტონას შეადგენს, რაც ქვეყნების მიხედვით შემდეგნაირად არის განაწილებული (იხ. ნახაზი 3.5.2).

ბალის წარმოების წილი მსოფლიოში 2009 წელს¹²²

ნახაზი 3.5.2



თურქეთში ბალის წარმოების ზრდა საუკეთესო მენეჯ-მენტით და სასუქების რაციონალურად გამოყენებითაა მიღწეული. უახლოეს პერიოდში თურქეთს დაგეგმილი აქვს ბალის წარმოების 3%-ით გაზრდა. ეს ახალი ინტენსიური ბალების სრულ მსხმოიარობაზე გადასვლით იქნება განპირობებული.

¹²¹ <http://www.faostat.fao.org>

¹²² <http://www.faostat.fao.org>

წინასწარი პროგნოზით, წარმოების ზრდა მოსალოდნელია აშშ-იც, სადაც ნედლი ბალის მოხმარება საგრძნობლად გაიზარდა დაბალი ადგილობრივი ფასების, საუკეთესოდ ჩამოყალიბებული სადისტრიბუციო ქსელისა და ინტენსიური პრომოუშენის შედეგად.

ბალი არის ალტერნატიული ხილი მაღალშემოსავლიანი მომხმარებლის სეგმენტისათვის არა მარტო სეზონურად, არამედ მთელი წლის განმავლობაში. აღნიშნული გარემოება წარმოადგენს ერთგვარ სტიმულს მსოფლიოში ბალის პოტენციური მწარმოებლებისათვის, მათ შორის საქართველოს ფერმერებისთვისაც.

ბალის იმპორტის დინამიკის შესწავლამ გამოავლინა, რომ 1980-იანი წლების შემდეგ მსოფლიოში ეს პროცესი საკმაოდ დიდი რყევებით ხასიათდებოდა. 2008 წელს ბალის იმპორტის მოცულობა დაახლოებით 4-ჯერ გაიზარდა და 272 ათასი ტონა შეადგინა, მათგან 40% ევროპის ქვეყნებზე მოდიოდა (27 ქვეყანა).¹²³ ეს ადასტურებს, რომ ევროპაში ბალზე მეტი მოთხოვნაა, ვიდრე მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში.

იმპორტში წამყვანია ათი ძირითადი ქვეყანა: რუსეთი, გერმანია, ავსტრია, დიდი ბრიტანეთი, ჩინეთი, კანადა, იაპონია, იტალია, აშშ, ჰოლანდია. ამ ქვეყნებზე მოდის მსოფლიო ბალის იმპორტის დაახლოებით 81-83%.

მსოფლიო ვაჭრობის მონაცემებით ბალის იმპორტის აბსოლუტური რაოდენობა და ღირებულება ერთმანეთისგან განსხვავებულია. მაგალითად, 2005 წელს რუსეთის ფედერაციაში რაოდენობრივად ყველაზე მეტი ბალი იქნა იმპორტირებული – მთლიანი რაოდენობის 16%, მაგრამ დაბალი ფასების გამო, ღირებულებითმა მაჩვენებელმა მთლიანი იმპორტის მხოლოდ 6% შეადგინა. ერთეულ პროდუქტზე საიმპორტო ფასი ყველაზე მაღალია იაპონიაში, კანადაში, ჩინეთში, დიდ ბრიტანეთში.

ბალის ძირითადი ექსპორტიორებია: აშშ, თურქეთი, ავსტრია, ჩილე, ესპანეთი, საფრანგეთი, პოლონეთი, სირია,

¹²³ <http://www.faostat.fao.org>

ჰოლანდია და გერმანია. აშშ-ზე მოდის ბალის მთლიანი ექსპორტის 20%. იგი ძირითადად ჩინეთსა (30%) და კანადას (28%) ამარაგებს. მეორე მსხვილი ექსპორტიორია ჩილე. მისი წილი მსოფლიო ბაზარზე 18%-ია. თურქეთი მსოფლიო ექსპორტის 11%-ს იკავებს და ძირითადად ევროპის ქვეყნებს ამარაგებს, კერძოდ: გერმანიას (45%), დიდ ბრიტანეთს (19%), ჰოლანდიას (6%), იტალიას (7%).

ევროპის ქვეყნებში, 2009 წლის მონაცემებით, ბალის ბალების ფართობი 129 491 ჰა-ს შეადგენს. მისი ძირითადი ნაწილი განლაგებულია ესპანეთში 20% (26 000 ჰა), იტალიაში – 23% (29 700 ჰა), საფრანგეთში – 9.2% (12 000 ჰა), ბულგარეთში – 9.2% (12 000 ჰა). ამავე პერიოდში ევროპის ქვეყნებში წარმოებულ იქნა 546 840 ტონა ბალი, მათ შორის იტალიაში – 23%, რუმინეთში – 12.4%, ესპანეთში – 16.5%, საფრანგეთში – 7.7%, საბერძნეთში – 7.7%.¹²⁴

ევროპის ბაზარი განსაკუთრებით მიმზიდველია ნედლი ბალის ექსპორტიორებისათვის. 2001-2009 წლებში ნედლი ბალის იმპორტი ამ რეგიონში 37%-ით გაიზარდა. ექსპერტების აზრით, ნედლ ბალზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია მომავალშიც გაგრძელდება, განსაკუთრებით დიდი მოთხოვნაა გერმანიაში, ავსტრიაში, დიდ ბრიტანეთსა და ჰოლანდიაში.

ევროპის ქვეყნებში ბალის იმპორტი ძირითადად 4 ქვეყანაზეა განაწილებული: ავსტრია, გერმანია, ჰოლანდია და დიდი ბრიტანეთი. 2001-2009 წლებში ავსტრიაში იმპორტი 12%-ით, გერმანიაში – 18%-ით, ჰოლანდიაში – 82%-ით, დიდ ბრიტანეთში – 52%-ით გაიზარდა.

გერმანიის ბაზარზე ნედლი ბალის ყველაზე დიდი მიმწოდებლებია ავსტრია, იტალია საფრანგეთი, საბერძნეთი, ბელგია. თუმცა, ავსტრია თავად ახორციელებს თურქეთიდან ნედლი ბალის იმპორტს, თანაც საკმაოდ დიდი მოცულობით – 93%-ს.

ჰოლანდიის ბაზარზე ნედლი ბალის ძირითადი მიმწოდებელია საბერძნეთი, რომლის წილი მთლიან იმპორტში 59%-ია

¹²⁴ <http://www.faostat.fao.org>

(6785 ტონა). დანარჩენი იმპორტიორებიდან გამოირჩევა: საფრანგეთი – 7.0% (804 ტონა), ესპანეთი – 6.9% (801 ტონა), თურქეთი – 5.1% (591 ტონა), ბელგია – 4.2% (479 ტონა), ჩილე – 3.4% (387 ტონა).

ქართული ბალის პოტენციური საერთაშორისო ბაზარი ძირითადად დიდი ბრიტანეთია, რაც რიგი მიზეზით შეიძლება აიხსნას. ამ ქვეყანაში ბალის მოხმარება მკვეთრი ზრდის ტენდენციით ხასიათდება, ასევე, ევროპის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, საიმპორტო ფასი ერთეულ პროდუქტზე ყველაზე მაღალია – ერთ ტონაზე 4 855 აშშ დოლარი.

დიდ ბრიტანეთში ბაზარი შედარებით დივერსიფიცირებულია. ქვეყანას ნედლი ბალი მთელი წლის განმავლობაში მიეწოდება. ბაზრის მთლიან მოცულობაში ადგილობრივი წარმოება მხოლოდ 5%-ია. წარმოების ამგვარი დაბალი მაჩვენებელი გამოწვეულია ადგილობრივი ცივი კლიმატური პირობებით – სეზონი ამ ქვეყანაში 5-8 კვირა გრძელდება (ივნისი, ივლისი).

დიდი ბრიტანეთის ბაზარზე ბალის ძირითადი მიმწოდებლებია თურქეთი, აშშ და ჩილე. თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვით (იგულისხმება ინტენსიური ბაღების გაშენება) თურქეთში ბალის მოსავლიანობაა 11 ტ/ჰა, ხოლო აშშ-ში 11.3 ტ/ჰა. დიდ ბრიტანეთში ბალის ძირითადი იმპორტიორი კომპანიაა „UTOPIA Limited“ და „AMS Exotics“¹²⁵.

ევროპის ბაზარზე დღეს მომხმარებლის მთავარი მოთხოვნაა ბაზარს ბალი მთელი წლის განმავლობაში მიეწოდებოდეს. ეს გარემოება ხელს უწყობს ბალის სეზონური მწარმოებლების ურთიერთთანამშრომლობას. მაგალითად, თურქეთი და არგენტინა ბალს სხვადასხვა პერიოდში აწარმოებენ, კერძოდ თურქეთი – მაის-ივლისში, არგენტინა – დეკემბერ-თებერვალში. ეს ქვეყნები დიდი ბრიტანეთის ბაზარს თანამშრომლობის საფუძველზე ინაწილებენ.

ბალის წარმოება მსოფლიოს სხვადასხვა კონტინენტზე მთელი წლის განმავლობაში მიმდინარეობს. მიუხედავად ამი-

¹²⁵ www.cbi.eu

სა, მაინც არის პერიოდები, როდესაც მწარმოებლები ბაზარს ვერ აწვდიან ნედლ ბალს, კერძოდ მარტსა და ოქტომბერში.

ბალის მიწოდება ევროპის ბაზარზე აპრილიდან იწყება აშშ-დან (კალიფორნიის შტატი). მაისის შუა რიცხვებში მიწოდება ერთდროულად იწყება ესპანეთიდან, თურქეთიდან, ასევე გრძელდება აშშ-დან. ნორვეგია ევროპას ნედლ ბალს აწვდის სექტემბრის ბოლომდე. ჩილეში, არგენტინაში, სამხრეთ აფრიკასა და ავსტრალიაში ბალის სეზონი ნოემბერში იწყება.

ევროპის ბაზარზე ნედლი ბალის მიწოდების პირობების გამოსავლენად აუცილებელია საქართველოს რესურსული პოტენციალისა და უპირატესობების შესწავლა. ექსპერტების დასაბუთებული შეფასებით კახეთში, ქვემო ქართლსა და იმერეთში საადრეო პროდუქტის წარმოების მიზნით შესაძლებელია სამრეწველო ბაღების, ხოლო შიდა ქართლში, მცხეთა-მთიანეთსა და სამცხე-ჯავახეთში კი – ინტენსიური ბაღების გაშენება; ნაკლებად მიზანშეწონილია კომერციული ბალის წარმოება გურიაში, აჭარაში, სამეგრელო-ზემო სვანეთში, რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში.¹²⁶

იმერეთი, ექსპერტების აზრით, სარისკო ზონაა, მაგრამ ულტრა საადრეო ჯიშებით ვანისა და სამტრედიის რაიონები შესაძლებელია ჩართულ იქნეს ბაზარზე საადრეო ხილის მიმწოდებელთა ჯაჭვში.

საორიენტაციოდ, 8-10 წლის მანძილზე, საქართველოში შესაძლებელია 20000—25000 ტონა ბალის წარმოება. თავდაპირველად, 1000 ჰა ინტენსიური ბალის გაშენების შემთხვევაში, საშუალოდ 15000 – 20000 ტონა ნედლი ბალის წარმოების პოტენციალი არსებობს.¹²⁷

საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში ნაკლებად გამართლებულია ბაზარზე ორიენტირებული კომერციული ბალის წარმოება. ერთ-ერთ მიზეზად შეიძლება ჩაითვალოს

¹²⁶ ზ. ბობოქაშვილი —სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა დოქტორი – პირადი ინტერვიუ, 2008 წლის 24 სექტემბერი.

¹²⁷ ექსპერტული გაანგარიშების მონაცემები.

მოკლე სავეგეტაციო პერიოდი, ასევე, მიწის რესურსების სიმცირე და ტრანსპორტირებასთან დაკავშირებული პრობლემები.

საქართველოში ბალის კომერციული წარმოების შესაძლებლობების დასადგენად შედგა კითხვარები და გასაუბრება ჩაუტარდათ ფერმერებს, სანერგეების მფლობელებს, კონსოლიდატორებს და სატრანსპორტო ორგანიზაციების წარმომადგენლებს. ფერმერთა გამოკითხვა ჩატარდა შიდა ქართლში, კახეთსა და ქვემო ქართლში.

გამოკითხვით დადგინდა, რომ დღეს ფერმერთა დიდი ნაწილი პროდუქტის მხოლოდ იმ რაოდენობას აწარმოებს, რაც მისი ოჯახის მოთხოვნებს აკმაყოფილებს. ფერმერთა 90% სათანადოდ არ არის ჩართული ფულად-სასაქონლო ურთიერთობებში, დაბალია სოფლის მოსახლეობის მყიდველობითუნარიანობა.

კახეთსა და ქვემო ქართლის რეგიონებში ბალის კომერციული წარმოება არ ხდება (გამონაკლისი აღმოჩნდა გარდაბნის რაიონის სოფელ სააკაძეში 2 ჰა ბალის ბაღი, რომელიც მოძველებულია და განახლებას მოითხოვს). დასახლებულ რეგიონებში მოსახლეობას ამ კულტურის რამდენიმე ძირი მხოლოდ საკარმიდამო ნაკვეთებში აქვთ გაშენებული. ამ რეგიონებში შესაფერისი სამაცივრო მოწყობილობებიც არ არის. გამოკითხულ ფერმერთა უმრავლესობა მზადაა გააშენოს თანამედროვე ინტენსიური ბალის ბაღები, თუ აღნიშნულ პროდუქტზე გამოვლინდება მოთხოვნა და შეიქმნება შესაბამისი ინფრასტრუქტურა.

ბალის ინტენსიური ბაღების (ნაგალა და ნახევრად ნაგალა ჯიშები) გაშენებით შიდა ქართლის ფერმერებიც არიან დაინტერესებულნი. რეგიონში ძირითადად წარმოდგენილია მცირე რაოდენობით ძლიერი საძირეების ბალის ნარგაობები. წარმოებული ბალის 50% არის დროგანის ყვითელი, ხოლო დანარჩენი – ხარისგულასა და თათრული შავის ჯიშები. სწორედ ქართული ენდოგენური ჯიშებია ევროპულ ბაზარზე კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების ერთ-ერთი საშუალება.

გამოკითხულ ფერმერთა უმრავლესობა არ იყენებს აგრონომის კონსულტაციებს, ნერგებს ძირითადად სანერგეებში ან აგრარულ ბაზრებში, ხოლო პესტიციდებს – სპეციალიზებულ მაღაზიებში ყიდულობს.

ფერმერების ძირითადი პრობლემაა საკონსოლიდაციო სამაცივრო ცენტრების სიმცირე, კრედიტის მაღალი საპროცენტო განაკვეთი, ბალების განახლება, სარწყავი ქსელის უქონლობა და საერთაშორისო ბაზრებზე შესვლა.

ევროპის ქვეყნების ბაზარზე ქართული ბალის შეღწევის პირობები, პორტერის კონკურენციის ხუთი ფაქტორის მიხედვით გაანალიზდა, კერძოდ, შეფასდა მიმწოდებლების ძალაუფლება, მომხმარებლების ძალაუფლება, ბაზარზე შესვლის ბარიერები, პროდუქტის შემცვლელები, კონკურენციის დონე.¹²⁸

ბაზარზე მიმწოდებლების ძალაუფლებას განსაზღვრავს:

- ბაზარზე მასალის რაოდენობის ან მომსახურების შეზღუდულობა;
- მომხმარებლისთვის განსაკუთრებული პროდუქტის შეთავაზება;
- სხვა მიმწოდებელზე გადასვლის სირთულე და მასთან დაკავშირებული დამატებითი დანახარჯები;
- მომხმარებლის პროდუქტზე მოთხოვნის სიდიდე;
- მომხმარებლის ინფორმაციული შეზღუდვა მიმწოდებლის ბაზარზე არსებული სიტუაციის შესახებ.

ქართული ბალის მწარმოებლებზე მასალების მიმწოდებლების მხრივ ძალაუფლების შემდეგი ბერკეტები გამოვლინდა (იხ. ცხრილი 3.5.1).

¹²⁸ Портер М. Конкуренция, 2002, гв. 97-101.

**მასალების მიმწოდებლების ძალაუფლება ბალის
მწარმოებლებზე**

ცხრილი 3.5.1

წარმოებისათვის საჭირო მასალები და მომსახურება	მომწოდებელი	შედეგი
აგრო-ქიმიკატები	ქვეყანაში არის აგრო-ქიმიკატების მიმწოდებელი რამდენიმე კომპანია	მაღალი კონკურენციის გამო მიმწოდებელს მყიდველზე ძალაუფლება არ გააჩნია
სანერგე მასალა	<ul style="list-style-type: none"> • არსებული ადგილობრივი სანერგე მეურნეობები არ აწარმოებენ ნაგალა და ნახვერად ნაგალა ბალის ნერგებს • მოცემულ ეტაპზე ერთადერთი გამოსავალია ნერგების იმპორტი 	თუკი ბაზარზე მსგავსი მასალის მწარმოებელი გაჩნდა, მაშინ ის მონოპოლისტი იქნება და საფასო ფაქტორის გამოყენებით შეძლებს მომხმარებელზე უპირატესობის მოპოვებას
სარწყავი სისტემები	ამჟამად საქართველოში სარწყავი სისტემის მიმწოდებელი მხოლოდ ერთი კომპანიაა	ამ სფეროში არსებობს მონოპოლისტი. იგი ფასის დამწესებელია და უპირატესი ძალა აქვს მომხმარებელზე
სამაცივრო სისტემები და ხილის დახარისხებისა და დამუშავების ხაზები	საქართველოში ამ ეტაპზე აღნიშნული ტექნოლოგიების მომწოდებელი კომპანია არ არის	თუ ბაზარზე მსგავსი მასალის მწარმოებელი გაჩნდა, მაშინ ის მონოპოლისტი იქნება და საფასო ფაქტორის გამოყენებით შეძლებს მომხმარებელზე უპირატესობის მოპოვებას
სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა	ქვეყანაში არ არსებობს კომერციული მოცულობების საჰაერო გადაზიდავი (AIR CARGO) კომპანიები	თუ ბაზარზე მსგავსი მომსახურების მომწოდებელი გაჩნდა, მაშინ ის მონოპოლისტი იქნება და საფასო ფაქტორის გამოყენებით შეძლებს მომხმარებელზე უპირატესობის მოპოვებას

ბაზარზე მყიდველების ძალაუფლების უპირატესობას შემდეგი გარემოებები განაპირობებს:

- ბაზარზე არის ბევრი მცირე მწარმოებელი, ასევე, მსხვილი მყიდველიც მცირე რაოდენობითაა;
- მწარმოებლის პროდუქტი ან მომსახურება ძვირადღირებულია;
- მყიდველს ხელი მიუწვდება მარკეტინგულ ინფორმაციაზე (ფასები, მოთხოვნა, წარმოების დანახარჯები);
- პროდუქტი არ გამოირჩევა განსაკუთრებული რაიმე ნიშნით და მისი შექმნა სხვა მიმწოდებლისგანაც შეიძლება;
- მყიდველს თვითონ შეუძლია ანალოგიური პროდუქტის წარმოება;
- მყიდველს შეუძლია ადვილად და დანახარჯების გარეშე გადაერთოს სხვა პროდუქტზე.

ბალის მიმწოდებლებზე მყიდველის ძალაუფლების ფაქტორის შესწავლით შემდეგი ბერკეტები გამოვლინდა (იხ. ცხრილი 3.5.2).

მყიდველების ძალაუფლება ბალის მიმწოდებლებზე
ცხრილი 3.5.2

არსებული ან პოტენციური მყიდველები	მყიდველი (სუპერმარკეტები, ჰიპერმარკეტები)	შედეგი
ევროპაში არსებული საცალო სავაჭრო ქსელები (სუპერმარკეტები, ჰიპერმარკეტები)	მყიდველები (TESCO, Sainsbury's, Waitrose, M&S) აკონტროლებენ სასურსათო ბაზრის 80%-ს	მიმწოდებლები დამოკიდებულნი არიან მყიდველების მიერ დადგენილ პირობებზე

ბალის წარმოებაში საქმიანობის დაწყებამდე მიზანშეწონილია არსებული ბარიერების ანალიზი. ასეთი ბარიერი შეიძლება იყოს:

- ბიზნესის დაწყებისთვის საჭირო კაპიტალი (ინვესტი-

- ციების მოცულობა);
- კანონით განსაზღვრული მოთხოვნები (ნებართვები, ლიცენზიები, კვოტები);
- არაპირდაპირი ბარიერები (მყიდველების მიერ შემოღებული მოთხოვნები და სტანდარტები).

კვლევით დადგინდა, რომ ნედლი ბალის ბაზარზე შესვლის შემდეგი ბარიერები არსებობს (იხ. ცხრილი 3.5.3).

ნედლი ბალის ბაზარზე შესვლის ბარიერები ცხრილი 3.5.3

ბარიერები	არსებული მდგომარეობა	შედეგი
ინვესტიციები	ბიზნესი მოითხოვს მაღალ კაპიტალდაბანდებას	ბიზნესში შესვლის მსურველ კომპანიებს უნდა გააჩნდეს ძლიერი ფინანსური რესურსი
კანონით განსაზღვრული მოთხოვნები	ნებართვები, ლიცენზიები, კვოტები. მაგ., იმპორტის კვოტა 1 ტონაზე 420 ევრო	ფასის ხელოვნური მატება
არაპირდაპირი ბარიერები	მყიდველების მხრიდან ლობირებული სტანდარტები (მაგ., GLOBALGAP)	სტანდარტის უქონლობის შემთხვევაში ბაზარი შეზღუდულია

ბალის ბაზარზე ერთ-ერთი მთავარი საკითხია ნედლი ბალის შესაძლო შემცვლელების შესწავლა. საქართველოში ნედლი ბალის შესაძლო შემცვლელად უნდა ჩავთვალოთ ყველა ის პროდუქტი, რომლის შექმნა მომხმარებელს იმავე პერიოდში შეუძლია; ასევე, პროდუქტი, რომელიც მსგავსი გემოვნებითა და ქიმიური შემადგენლობით ხასიათდება. ბალის შემთხვევაში შემცვლელია კენკროვნები, კერძოდ მარწყვი, მოცივი და სხვ. (იხ. ცხრილი 3.5.4).

**შემცვლელების გავლენა ბალის გაყიდვების
რაოდენობასა და ფასზე**

ცხრილი 3.5.4

შემცვლელები	არსებული მდგომარეობა	შედეგი
კენკროვანი კულტურები	კენკროვან კულტურებზე მაღალი ფასები (გარდა მარწყვისა)	პირდაპირი გავლენა გაყიდვების რაოდენობაზე (თუ მარწყვის წარმოება გაიზარდა, ის გაიაფდება და ბალის მომხმარებლის წაწილს მიიზიდავს)

პორტერის ხუთეულში ყველაზე მნიშვნელოვანი ფაქტორია კონკურენციის დონე. იმ შემთხვევაში, თუ ბაზარი გაჯერებულია მწარმოებლებით, კონკურენცია მძაფრდება. ეს აიძულებს მწარმოებელს გამოიყენოს მის ხელთ-არსებული ყველა მეთოდი პოზიციისა და ბაზრის კუთვნილი წილის შესანარჩუნებლად. ბაზარზე კონკურენცია მძაფრდება შემდეგ შემთხვევებში:

- თუ ერთ ფირმას ან ფირმათა ჯგუფს აქვს ინიციატივა ლიდერობისკენ;
- თუ ბაზარი ნელა იზრდება ან მცირდება;
- თუ მძაფრი კონკურენციაა მალფუჭადი პროდუქტის ბაზარზე, რადგან არსებობს დანაკარგების რისკი და შენახვის დანახარჯები მაღალია;
- თუ პროდუქტი არ არის განსაკუთრებული, მსგავს პროდუქტებს შორის კი საფასო კონკურენციაა;
- თუ ბიზნესიდან გამოსვლის დანახარჯები მაღალია. კომპანიები, რომლებმაც დიდი ინვესტიციები განახორციელეს, მაქსიმალურ ზომებს მიიღებენ ბაზრის დიდი სეგმენტის დასაკავებლად.

ბალის ბაზარზე არსებული კონკურენციის შესწავლამ გამოავლინა, რომ დარგში არ არის მაღალი კონკურენცია და ქართულ ბალს რესურსული პოტენციალის ეფექტიანად ამოქმედების შემთხვევაში შეუძლია ევროპის ბაზარზე წარმატებით გასვლა (იხ. ცხრილი 3.5.5).

ბალის ბაზარზე არსებული კონკურენცია

ცხრილი 3.5.5

კონკურენტები	არსებული მდგომარეობა	შედეგი
ჩრდილოეთ ნახევარსფეროს ქვეყნები	<ul style="list-style-type: none"> • წარმოება აპრილი, მაისი ივნისის თვეებში • მოთხოვნა აღემატება მიწოდებას და პროდუქტის ფასი არის მაღალი 	<ul style="list-style-type: none"> • საქართველოში ბალის წარმოება შესაძლებელია აპრილის მესამე დეკადიდან აგვისტოს მეორე დეკადის ჩათვლით • კონკურენცია დაბალია

ამრიგად, საქართველოს ბალის ინტენსიური წარმოები-სათვის ხელსაყრელი ნიადაგობრივ-კლიმატური პირობები და მეხილეობის ზონებში თავისუფალი სასოფლო-სამეურნეო სავარგულები გააჩნია. ევროპის ქვეყნებში ბალზე მზარდი მოთხოვნა და მაღალი ფასი ამ პროდუქტის ექსპორტის ზრდის პერსპექტივებს ქმნის. აუცილებელია ქართული ბალის ბრენდის ჩამოყალიბება ისეთი ფაქტორების გამოყენებით, როგორცაა: ხარისხი, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტი, სარეკლამო და პიარ-კამპანიის განხორციელება (გამოფენა-გაყიდვები, პრეზენტაციები, ქართული პროდუქციის დღეები და სხვა.) გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ევროპის ბაზარზე მნიშვნელოვნად ფასობს დრო და პირობის შესრულება.

3.6. საქართველოს აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა

ტურიზმის მნიშვნელობა დიდია ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში. მის წილად მოდის მსოფლიო შიდა პროდუქტის 10%, ინვესტიციების 11.8%, დასაქმებულთა 10%.¹²⁹ ტურისტული ბაზრებისა და სეგმენტების რიცხვი ყო-

¹²⁹ შუბლაძე ვ., საქართველო და ტურიზმი, თბილისი, 2004, გვ. 60.

ველწლიურად იზრდება, ხოლო ბოლო პერიოდში ამ სფეროში სტრუქტურული ცვლილებებიც აღინიშნა. ტურისტული ბაზრის სეგმენტთა შორის გაფართოვდა რეკრეაციული და ეკოლოგიური მიზნებით მოგზაურობის მსურველთა რიცხოვნობა.

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის შეფასებით უახლოესი 10 წლის მანძილზე ტურისტების მხრიდან მოთხოვნა აგროტურისტულ პროდუქტებზე ათეულში მე-7 პოზიციას იკავებს.¹³⁰ საქართველოში აგროტურისტული პროდუქტების მდიდარი რესურსული პოტენციალია და მათ გონივრულ გამოყენებას პოზიტიური როლის შესრულება შეუძლია ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში. აგროტურიზმი კულტურულ ტურიზმთან ერთად ტურისტული პროდუქტების მრავალფეროვნების შექმნისა და ეფექტიანი გამოყენების საფუძველია.

აგროტურიზმის სფეროში საქართველოს შედარებით უპირატესობებია: უძველესი ცივილიზაცია, არსებული ლეგენდები, ტრადიციები, გეოგრაფიული მდებარეობა, სტრატეგიული სავაჭრო გზები, მდიდარი ფლორა და ფაუნა, განსაკუთრებული სტუმართმოყვარეობა და სხვა. ბიზნესის აღნიშნული სახეობა ტრადიციული ქართული სოფლებისათვის რაიმე განსაკუთრებულ დანახარჯებთან არ არის დაკავშირებული, რაც იაფი პროდუქტებისა და მომსახურების მიწოდების საშუალებას იძლევა. აგროტურისტულ პროდუქტებზე შედარებით დაბალი ფასები ხელმისაწვდომი იქნება ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპის ევროპის ქვეყნების ტურისტებისათვის.

თუ გავითვალისწინებთ, რომ დღეს საქართველოში სოფლად მოსახლეობის 47.3% ცხოვრობს,¹³¹ ნათელი გახდება, რომ იაფი და სოფლის ცხოვრების წეს-ჩვეულებების მცოდნე შრომითი რესურსების ეფექტიანი გამოყენებით ქვეყანაში აგროტურიზმის განვითარების მნიშვნელოვანი რეზერვები არსებობს.

¹³⁰ მერლანი გ., ტურიზმის განვითარება საქართველოში, ჟურნალი „ეკონომიკა“, №5-6, 2009.

¹³¹ საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2008, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2009, გვ. 17.

მხედველობაშია მისაღები ერთი მნიშვნელოვანი გარემოებაც. საქართველოს ტერიტორიის 54.4% ზღვის დონიდან 1000 მეტრ სიმაღლეზე მდებარეობს. ამ ტერიტორიების უმეტეს ნაწილზე ინტენსიური აგარარული პროდუქტების წარმოების შესაძლებლობები შეზღუდულია. მთისა და მაღალმთიანი ზონის ეკონომიკურ აღმავლობაში ადგილობრივი არაინტენსიური ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების წარმოებას და ტრადიციებს, ფლორასა და ფაუნას, ლამაზ ბუნებრივ საცხოვრებელ გარემოს აგროტურიზმის განვითარებაში გადამწყვეტი როლის შესრულება შეუძლია. საქართველოს მთიანეთის სამ რეგიონს – აღმოსავლეთ, ჩრდილოეთ და სამხრეთ მთიანეთს განსხვავებული ტრადიციებით, რესურსული პოტენციალით, სოციალურ-ეკონომიკური პირობებით დიფერენცირებული აგროტურისტული პროდუქტების შეთავაზებაც შეუძლიათ მომხმარებლისათვის. ამასთან, მთის რეგიონებისათვის დამახასიათებელი საერთო ნიშან-თვისებების ორიენტაციით კონკურენტული აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდება უკვე შესაძლებელია თანამედროვე ტექნიკური საშუალებების გამოყენებით.

გაეროს გარემოს დაცვისა და განვითარების მსოფლიო კომისიის მასალების მიხედვით მსოფლიოს მოსახლეობის 10% უშუალოდ არის დამოკიდებული მთის რესურსებზე.¹³² ბოლო 50 წლის მანძილზე ტექნიკურმა პროგრესმა მნიშვნელოვნად გაზარდა ბარსა და მთაში ცხოვრების პირობებს შორის განსხვავება. მთის მოსახლეობის შემოსავლები მკვეთრად ჩამორჩება ბარის მოსახლეობის ანალოგიურ მაჩვენებელს. აღნიშნულის გამო შეინიშნება ბარისაკენ მიმართული მიგრაციული პროცესების მკვეთრად გაძლიერება.¹³³ ეს ტენდენცია საქართველოსთვისაც

¹³² მაღალმთიანი რეგიონების სოციალური და ეკონომიკური განვითარების ხელშემწყობი პირობები, ევროპული გამოცდილება, საქართველოს პარლამენტის კვლევითი დეპარტამენტის მასალები, თბილისი, 2006.

¹³³ Federal Law relating to improvements of living conditions in the mountain regions (WS) www.admin.ch/ch/f/rs/c844.html 25.03.2010.

არის დამახასიათებელი. აგროტურიზმის განვითარება ხელს შეუწყობს შემდეგი პრობლემების მოგვარებას:

- გამოიწვევს არაეფექტიანი მიგრაციული პროცესების შეჩერებას;
- უზრუნველყოფს შემოსავლების შედარებით თანაბარ-ზომიერ განაწილებას ბარისა და მთის მოსახლეობას შორის;
- აამაღლებს აგრარულ სექტორში მომუშავეთა კვალიფიკაციას;
- ხელს შეუწყობს მთიან რეგიონებში არსებული გენდერული პრობლემების მონესრიგებას;
- უზრუნველყოფს ინოვაციური ტექნოლოგიების შეღწევას მაღალმთიან რეგიონებში და მის ოპტიმალურ შეთანხმებას ველურ ბუნებასთან;
- განავითარებს ინფრასტრუქტურას და სხვა.

საქართველოს აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასებისათვის მიზნად დავისახეთ ძირითადად პორტერის „აღმასის“ მოდელის მიხედვით გამოგვევლინა აგროტურიზმის განვითარების ხელშემშლელი ფაქტორები და შემოგვეთავაზებინა ამ სფეროს განვითარების რეკომენდაციები. აღნიშნულიდან გამომდინარე, განისაზღვრა კვლევის ამოცანებიც: ა/ აგროტურიზმის როლის შეფასება ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში; ბ/ აგროტურისტული პროდუქტების რესურსული პოტენციალის ანალიზი და სტრატეგიული სახეობების განსაზღვრა; გ/ საქართველოს აგროტურისტული პროდუქტების პოტენციური უპირატესობებისა და ნაკლოვანებების გამოვლენა; დ/ აგროტურიზმის განვითარების მიმართულებებზე რეკომენდაციების შემუშავება.

პორტერის „აღმასის“ მოდელის მიხედვით აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასდა ეროვნული კონკურენტუნარიანობის 4 ძირითადი და 2 დამატებითი ფაქტორი. მასალების ანალიზით გამოვლინდა ქართული აგროტურისტული პროდუქტების გარკვეული პოტენციური უპი-

რატესობები და ნაკლოვანებები (იხ. ცხრილი 3.6.1).

პორტერის „ალმასის“ მოდელი აგროტურისტულ სექტორში

ცხრილი 3.6.1

	ფაქტორების პირობები	მოთხოვნის პირობები	ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია	მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორები	სახელმწიფო ფაქტორები	შანსის ფაქტორები
პოტენციური უპირატესობები	+ ნარმოების ტრადიციული ტექნოლოგიები + იაფი სამუშაო ძალა + თავისუფალი შრომის ბაზარი + მუშახელის ტრადიციული გამოცდილება + აგროტურისტულ პროდუქტებზე დაბალი ფასები + ადგილმდებარეობა	+ მზარდი შიდა და საერთაშორისო ბაზარი + რუსული ბაზრის გახსნის შესაძლებლობა + ხარისხიან პროდუქტებზე და მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია + სპეციფიკურ ტრადიციებზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია	+ ბაზრების დიფერენცია + კონკურენციის დაბალი დონე + ფერმის ნაკლებად დანაწევრებული სტრუქტურა	+ აგრარული სექტორის განვითარების შესაძლებლობები + მაღალხარისხიანი ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტების ნარმოების შესაძლებლობები + გადამამუშავებელი დარგების განვითარების შესაძლებლობები	+ დაბალი გადასახადები + მაღალმთიანი რეგიონების მხარდაჭერის პოლიტიკა	+ გეოგრაფიული მდებარეობა + უძველესი ცივილიზაცია + ტრადიციები

ცხრილი 3.6.1-ის გაგრძელება

	ფაქტორების პირობები	მოთხოვნის პირობები	ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია	მონათესავე და მხარდამჭერი ინდუსტრიები	სახელმწიფო ფაქტორები	შანსის ფაქტორები
პოტენციური ნაკლოვანებები	<ul style="list-style-type: none"> - ინვესტიციების დაბალი დონე - აგროტური ზმის სფეროში კომპეტენტური კადრების ნაკლებობა - ინფრასტრუქტურის დაბალი ხარისხი - კომუნიკაციებთან დაკავშირებული სირთულეები - უსაფრთხოების პრობლემები - ენობრივი ბარიერები 	<ul style="list-style-type: none"> - არაეფექტიანი ტურისტიული შიდა ბაზრის სტრუქტურა - ტურისტული მომსახურების თავისებურებები - დაბალი მსყიდველობითუნარიანობა შიდა ბაზარზე - რეგიონებში ტურისტთა განთავსების არასაკმარისი სიმძლავრეები - აგროტური ზმის ბიზნესის პროგნოზირების სირთულე 	<ul style="list-style-type: none"> - მიზნებზე მოკლევადიანი ორიენტაცია - სტრატეგიული მიზნების გაუთვითცნობიერება - ფერმების არახელსაყრელი სტრუქტურა და ზომა - მცირე დანახარჯები - კვლევა-განვითარებაზე მარკეტინგზე ორიენტაცია 	<ul style="list-style-type: none"> - სურსათისა და ნედლეულის წარმოებაში დაბალპროდუქტიულობა - აგარარული პროდუქტების წარმოების მაღალი დანახარჯები - პროდუქტების დაბალი ხარისხი - თანამედროვე კომუნიკაციური საშუალებების მომწოდებლების არარსებობა - კომუნალური მომსახურებაზე მიწოდების დაბალი დონე 	<ul style="list-style-type: none"> - არასრულყოფილი კანონები - კავკასიის რეგიონის არასტაბილურობა - სუბსიდირებისა და მიზნობრივი ფინანსური მხარდაჭერის დაბალი დონე 	<ul style="list-style-type: none"> - კონფლიქტური ზონა

ფაქტორების პირობების მიხედვით დადგინდა, რომ საქართველოს პოტენციური უპირატესობა გააჩნია აგრარული პროდუქტების წარმოების ტრადიციების მიხედვით, ასევე, შენარჩუნებული აქვს წარმოების ტრადიციული ტექნოლოგიები და პროდუქტების შენახვის უძველესი წესები; მუშახელის ტრადიციული გამოცდილებიდან გამომდინარე, შესაძლებელია ტურისტული მარშრუტების შეთავაზებაც (გასეირნება ახლომდებარე ბუნებრივი და კულტურულ ისტორიული ძეგლების მოსანახულებლად, თევზაობა, ნადირობა, ცხენებით მომსახურება და სხვა). აღნიშნულს ემატება იაფი სამუშაო ძალის გამოყენების შესაძლებლობები, რაც ადგილობრივი შრომითი, ბუნებრივი, კულტურულ-ისტორიული და სხვა სახის რესურსების კომპლექსური გამოყენების გზით აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდების გაზრდის საშუალებას იძლევა.

აგროტურისტულ პროდუქტებზე მოთხოვნისა და მიწოდების ოპტიმალური თანაფარდობის განსაზღვრა სტრატეგიული მნიშვნელობის საკითხია. შიდა და საერთაშორისო ბაზარზე საქართველოს აგროტურისტულ პროდუქტებზე ზრდის ტენდენციაა დამახასიათებელი. უფრო მეტიც, ლამაზ ბუნებრივ გარემოზე და ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებზე მოთხოვნა დიდია და ზოგჯერ აჭარბებს კიდევ მიწოდებას (სვანეთი, თუშეთი და სხვა). პირისპირ ინტერვიუს მეთოდით გამოვლინდა, რომ მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია დინამიურია, მაგრამ კომბინირებულიც – მომსახურების ხარისხთან ერთად. აგროტურისტული პოტენციალის მაღალი დონის პირობებში პროდუქტებზე მოთხოვნა-მიწოდების ჰარმონიზაცია რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მახასიათებლების შეთანწყობით უნდა მოხდეს.

ფირმის სტრატეგიის განსაზღვრის დროს გასათვალისწინებელია ბაზრების დიფერენციაციის მხრივ არსებული პოტენციური უპირატესობა. საქართველო განსხვავებული ბუნებრივ-საწარმოო პირობების, წარმოების სპეციალიზაციის, რესურსული პოტენციალის, ეკოლოგიური, დემოგრაფიული და სხვა თავისებურებების მიხედვით კლასიკური ქვეყანაა.

სავსებით შესაძლებელია ტურისტებისათვის დიფერენცირებული პროდუქტების მიწოდება მოსახლეობის გამოცდილების, სამეურნეო ფსიქოლოგიის, კულტურული და ყოფითი ტრადიციების გათვალისწინებით. საქართველოს მთიანეთის სამ რეგიონს სრულიად განსხვავებული აგროტურისტული პროდუქტების შეთავაზება შეუძლიათ რეკრეაციული აქტივობების ორგანიზების, კულტურული, სათავგადასავლო მოგზაურობებისა და სხვათა განსახორციელების დროს. დიფერენცირებული პროდუქტების მიწოდება განსხვავებული ფასების დანერგვის საუკეთესო საშუალება იქნება.

აგროტურისტული პროდუქტების ბაზარზე კონკურენციის დაბალი დონეა. კერძო სექტორი ჯერ კიდევ სუსტია და ამასთან მცირერიცხოვანიც. მართალია კონკურენციის დაბალი დონე მასტიმულირებელ როლს ვერ ასრულებს პროდუქტის მიწოდების ზრდაში, მაგრამ ბაზარზე შესვლის დაბალი ბარიერების გამო ეს ფაქტორი მაღალმთიანი რეგიონებისათვის მოცემულ ეტაპზე პოტენციურ უპირატესობად უნდა მივიჩნიოთ.

დღეისათვის ფორმირებული წარმოების სტრუქტურაც აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდებაში პოტენციური უპირატესობაა. ზოგადად ევროპის მთიან რეგიონებშიც სოფლის მეურნეობისა და მეტყვევობის განვითარება ერთ-ერთ პრიორიტეტად არის მიჩნეული. საქართველოში მთლიანი შიდა პროდუქტის სტრუქტურაში მემცენარეობის წილად მოდის 41%, მეცხოველეობას უჭირავს 56%, ხოლო მომსახურებას მხოლოდ 3%. მთიან რეგიონებში ამ სტრუქტურისაგან განსხვავებით წამყვანია მეცხოველეობა და მეტყვევობა. საკვლევი ზონის ბუნებრივი პირობები ხელსაყრელია მეხორცულ-მერძეული მესაქონლეობის, ასევე კარტოფილის წარმოებისათვის. ზონაში სავარგულების 80%-ზე მეტი სათიბებსა და საძოვრებზე მოდის.¹³⁴ ასეთი სტრუქტურა უცხოელი ოჯახის თითოეული წევრისათვის განსხვავებული პროდუქტების შე-

¹³⁴ რეგიონული ეკონომიკა (ავტორთა კოლექტივი), თბილისი, 2004, გვ. 252.

თავაზების საშუალებას იძლევა (მამაკაცებისათვის: ნადირობა, თიბვა, ზვინების დადგმა, ცხოველების მოვლა, ცხენებით ჯირითი, თევზაობა; ქალებისათვის: ტრადიციული კერძების დამზადება, ქარგვა, თექის დამზადება, კერვა, ქსოვა და სხვა)

ზოგადად მიღებულია, რომ ადგილობრივი პროდუქტებით კვება ტურისტის კვების სტრუქტურაში მინიმუმ 40%-ს უნდა შეადგენდეს. ამ თვალსაზრისით მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორების განვითარება კონკურენტუნარიანი აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდებაში სასიცოცხლოდ აუცილებელია. პირველ რიგში გასათვალისწინებელია აგრარული წარმოების განვითარების შესაძლებლობები. საქართველოში ადგილობრივი წარმოების პროდუქტების მოხმარებაში თვითუზრუნველყოფის დაბალი კოეფიციენტებია დაფიქსირებული.

ქვეყნის სასურსათო სექტორი დღეისათვის ვერ უზრუნველყოფს საჭირო რაოდენობის სასურსათო პროდუქციის წარმოებას, რაც გარკვეულწილად აგროტურიზმის განვითარების შემაფერხებელ ფაქტორად შეიძლება გადაიქცეს. პრობლემის მოგვარების მთავარ გზად აგრარულ სექტორში წარმოებული პროდუქციის ზრდა უნდა მივიჩნიოთ. სასურსათო ბაზრისა და ტურიზმის განვითარებაში მნიშვნელოვანია კონკურენტუნარიანი აგრარული პროდუქტების წარმოება. საქართველოს აგრარული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა განსხვავებულია.¹³⁵ კვლევის ობიექტად შერჩეულ რეგიონებში (აღმოსავლეთი, ჩრდილოეთი და სამხრეთი მთიანეთი) ტრადიციულად მეცხოველეობის დარგებია განვითარებული. ამ დარგის პროდუქტების უმეტესობას კონკურენტუნარიანობის დაბალი მაჩვენებლები აქვთ. თუმცა ახალ ხორცზე და რძის პროდუქტებზე შიდა ბაზრის მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების პოტენციური უპირატესობები მაღალმთიან რეგიონებში ამკარად გამოკვეთილია. პოტენციურ უპირატესობათა რანგში უნდა განვიხილოთ მეცხოველეობის დარგში არსებუ-

¹³⁵ სრულად იხ. ე. ხარაიშვილი, ფ. მამარდაშვილი, საქართველოს აგრარული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასება, ჟურნალი „ეკონომიკა“, მაისი, 2009.

ლი მოსახლეობის ტრადიციები, ასევე იაფი სამუშაო ძალის გამოყენების შესაძლებლობები.

გამოვლენილი ფარდობითი უპირატესობის მიხედვით აგროტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით საქართველო კონკურენტუნარიანი შეიძლება გახდეს ბიოპროდუქტების წარმოებაში. ბიოპროდუქტებზე მოთხოვნა-მიწოდების გაზრდა ბიომეურნეობათა მრავალფუნქციურ მიზნებსაც განსაზღვრავენ. ბიონარმოება მაღალმთიან რეგიონებში ტურისტების მოზიდვის გარდა, ეკოლოგიური, ეკონომიკური და სოციალური განვითარების პრობლემებსაც გადაჭრის. ორგანული მეურნეობების ჩართვა აგროტურიზმის სასტუმროების ქსელში ხელს შეუწყობს საოჯახო სასტუმრო სახლების მხრიდან ბუნებისა და გარემოს მიმართ პასუხისმგებლობის გაზრდას. აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობაში პოტენციური უპირატესობა დაფიქსირდა დაბალი გადასახადების გამოც. ეს ძირითადად იმით არის გამოწვეული, რომ მოსახლეობის უმეტესობა მიწის მცირე ფართობებს ფლობს და გათავისუფლებულია გადასახადისაგან. ამასთან, მაღალმთიან რეგიონებში წარმოება ძირითადად წვრილმასშტაბურია და ამავე დროს საკვლევ ზონაში მთელი რიგი შეღავათები მოქმედებს.¹³⁶

მაღალმთიანი რეგიონების გეოგრაფიული მდებარეობა, უძველესი ცივილიზაცია და ტრადიციები ეროვნული აგროტურისტული პროდუქტების მაღალი კონკურენტუნარიანობის მნიშვნელოვანი შანსებია.

მთიანი რეგიონების მთავარი პრობლემა არის საინვესტიციო გარემოს განვითარების დაბალი დონე. ეს განპირობებულია როგორც სახელმწიფოს მიერ გატარებული რეგიონული პოლიტიკის, ასევე კერძო სექტორის განვითარების სისუსტით. გამოკვლევამ გვიჩვენა, რომ მაღალმთიან რეგიონებში ძალზე დაბალია სამეწარმეო საქმიანობის აქტივობის მაჩვენებელი. 2008 წლის მონაცემებით სამეწარმეო სფეროში სა-

¹³⁶ საქართველოს კანონი „მაღალმთიანი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული განვითარების შესახებ“.

მი რეგიონის საქონელბრუნვის წილმა საშუალოდ 0.15% შეადგინა,¹³⁷ რაც ქვეყნის სხვა რეგიონებთან შედარებით საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია. ინვესტიციური აქტიურობის დონის შესწავლამაც გამოავლინა, რომ მაღალმთიანი რეგიონები ინვესტიციური აქტიურობის ძალიან დაბალი დონის რეგიონთა ჯგუფში არიან რეგისტრირებული. საკმარისია აღინიშნოს, რომ ინვესტიციური აქტიურობის მაღალი დონის ჯგუფის (თბილისი, იმერეთი, ქვემო ქართლი) წილად მოდის ინვესტიციების 82.1%; ინვესტიციების მოცულობა ერთ სულზე თბილისში შეადგენს საშუალოდ 457 ლარს, საკვლევ რეგიონებში საშუალოდ – 68.1 ლარს.¹³⁸ ხელსაყრელი საინვესტიციო გარემოს შექმნისათვის საჭიროა ღონისძიებათა გატარება: პოტენციური ინვესტორების ინფორმაციული უზრუნველყოფა, საინვესტიციო პროექტების მომზადება, შესაბამისი მეთოდური და ინფორმაციული დახმარება, საინვესტიციო საქმიანობის ინფრასტრუქტურის განვითარება, საინვესტიციო პროექტების მუდმივი მონიტორინგი და სხვა.

აგროტურიზმი მხოლოდ გარედან მოცემული რეკომენდაციებით ვერ განვითარება. აუცილებელია ადგილობრივი მოსახლეობის აქტიური, გაცნობიერებული მონაწილეობა აგროტურისტული პროდუქტების მოთხოვნა-მიწოდების ფორმირებაში. აგროტურიზმის სფეროში ადგილობრივი კადრების ცოდნის დაბალი დონე ამ ბიზნესის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორია. აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის განვითარების თვალსაზრისით უცილებელია ამოქმედდეს პრინციპი „თანამონაწილეობა სწავლებასა და ქმედებაში“; მოსახლეობის ცოდნისა და კომპეტენტურობის ამაღლება მაღალმთიანი რეგიონების ტურიზმის განვითარებაში განსაკუთრებულ წვლილს შეიტანს.

საქართველოს მთიანეთში თანამედროვე ინფრასტრუქტურისა და კომუნიკაციების გამოყენების შეზღუდული შესაძლებლობები აგროტურიზმის განვითარების პოტენციურ ნაკ-

¹³⁷ მენარმეობა საქართველოში, სტატისტიკური პუბლიკაცია, 2009, გვ. 46.

¹³⁸ საქართველოს წელიწადნაწლევანი 2009, თბილისი, 2009, გვ. 187.

ლოვანებათა რანგში უნდა განვიხილოთ. მაგალითად, საქართველოში სოფლის გზების 55%-ს საფარი არ აქვს, ხოლო საფარიანი გზების დაახლოებით 50% ცუდ ან ძალიან ცუდ მდგომარეობაშია.¹³⁹ მაღალმთიან რეგიონებში კიდევ უფრო მძიმე მდგომარეობაა. ახალი სატრასპორტო კომუნიკაციების გაყვანა და შემდგომი განვითარება, ძველი სისტემების რეაბილიტაცია უნდა დაექვემდებაროს ევროპის ერთიან გეოგრაფიულ სივრცეში არსებულ გამოცდილებას, რომლის თანახმადაც სატრანსპორტო კომუნიკაციები განიხილება სოციალური, ეკონომიკური და კულტურული განვითარების კომპლექსში.

გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში მაღალმთიან რეგიონებს ეკოსისტემაში უნიკალური ადგილი უჭირავთ. ინფრასტრუქტურის რეაბილიტაციის პროგრამების განხორციელებით საქართველოს მთიანეთიც შეძლებს კონკურენტუნარიანი აგროტურისტული პროდუქტების შეთავაზებას უცხოელი ტურისტებისათვის.

„აღმასის“ მოდელით აგროტურისტული პროდუქტების პოტენციური ნაკლოვანებების შეფასებისას აღმოჩნდა, რომ საქართველოში არაეფექტიანი ტურისტული შიდა და საერთაშორისო ბაზრის სტრუქტურებია ჩამოყალიბებული. შიდა ბაზარზე სამი ტურისტული პროდუქტი დომინირებს: ზაფხულის დასვენება, ზამთრის დასვენება და სამკურნალო ტურიზმი. 2008 წლის მონაცემებით საქართველოში ზღვაზე დაისვენა მოსახლეობის 37%-მა, საკუთარ სოფელში 45%-მა, დანარჩენმა კი მთაში. საზღვარგარეთ მთაში მოსახლეობის დაახლოებით 67% ისვენებს და ისინი აგროტურების ძირითადი მომხმარებლები არიან. დღეს საქართველოში აგროტურებით მოსახლეობის 2.9% სარგებლობს. საქართველოს ახალგაზრდა ასოციაციის გამოკვლევებით საქართველოში მთის რეგიონები დასვენების სამომავლო ლოკაციის ადგილთა შორის შიდა და საერთაშორისო ბაზრებზე მნიშვნელოვან პოზიციებს დაიკავე-

¹³⁹ ეწარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ბიზნესგარემოს გაუმჯობესება საქართველოში, კვლევის მასალები 2008, გვ. 67.

ბენ.¹⁴⁰ ეფექტიანი და დაბალანსებული სტრუქტურის მქონე საერთაშორისო ტურისტული ბაზრის ფორმირებაში დიდ როლს შეასრულებს აგროტურისტული პროდუქტების შეთავაზება, მით უმეტეს, რომ 2007 წლიდან საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტმა მაღალმთიანი რეგიონები (განსაკუთრებით სვანეთი) აგროტურიზმის განვითარების სფეროში პრიორიტეტად აღიარა.

აგროტურისტულ პროდუქტებზე მოთხოვნის მოთხოვნის პირობების გათვალისწინებით პოტენციურ ნაკლოვანებად განვიხილავთ მოსახლეობის დაბალ შემოსავლებს და მსყიდველობითუნარიანობას.

2008 წლის მონაცემებით საქართველოში მოსახლეობის საშუალო თვიურმა შემოსავალმა 468.8 მლნ ლარი შეადგინა.¹⁴¹ აღნიშნული მაჩვენებელი სოფლად დაბალია, ვიდრე ქალაქად. მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით სოფლად ასევე დაბალია როგორც ფულადი, ისე არაფულადი შემოსავლები. საშუალო შემოსავალი სანახევროდაც ვერ უზრუნველყოფს საარსებო მინიმუმით გათვალისწინებული მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებას. სამომხმარებლო ფულადი შემოსავლების მაჩვენებლების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მაღალმთიან რეგიონებში სურსათზე, სასმელზე, თამბაქოზე შემოსავლების ნახევარზე მეტი იხარჯება – დაახლოებით 53.4%, ტანსაცმელზე 5.7%. აღნიშნული მაჩვენებლები ქვეყნის მასშტაბით შედარებით უკეთესია – 37.5% და 3.8%-ს.¹⁴² მოსახლეობის ბუნებრივი მოძრაობის ზოგადი კოეფიციენტის გაანგარიშებამ კი გვიჩვენა, რომ კვლევის ობიექტად შერჩეულ რეგიონებში ბუნებრივი მატების შემცირება შეინიშნება. ცხადია, ეს ფაქტორი უარყოფითად მოქმედებს ეკონომიკურ განვითარებაზე, რადგან ადგილი აქვს მოსახლეობის შეფერხებულ კვლავნარმოებას და გართულებულია შრომითი რესურ-

¹⁴⁰ ტურიზმის სამომხმარებლო პოტენციალი, რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში, IESC, 2007.

¹⁴¹ საქართველოს სტატისტიკური წელიწადნაწილი, 2009, გვ. 55.

¹⁴² გაანგარიშებულია მონაცემების საფუძველზე: საქართველოს სტატისტიკური წელიწადნაწილი, 2009, გვ. 58.

სების სტრუქტურის ფორმირება, განსაკუთრებით ახალგაზრდების წილის თვალსაზრისით.

მოთხოვნის პირობების მიხედვით ასევე პოტენციური ნაკლოვანებებია ტურისტთა განთავსების არასაკამარისი სიმძლავრეები, ბიზნესის პროგნოზირების სირთულე, ტურისტთა მომსახურების თავისებურებების გამოვლენა და სხვა. მეცნიერული შეფასების თვალსაზრისით განსაკუთრებულად პრობლემაა ბიზნესის პროგნოზული პარამეტრების გათვლა. ეს იმით აიხსნება, რომ მოთხოვნის მოცულობის სიდიდე, მოთხოვნის ტიპები და ობიექტები არასტაბილურია და შესაბამისად პროგნოზების გაკეთება რისკებთან არის დაკავშირებული.

საქართველოში აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდებაში პოტენციური ნაკლოვანებაა როგორც მოკლევადიან მიზნებზე ორიენტაცია, ასევე წარმოების მცირე მასშტაბები. ჩვენი გაანგარიშებით მაღალმთიან რეგიონებში საშუალოდ ერთ მოსახლეზე 0.72 ჰექტარი სასოფლო-სამეურნეო მიწის ფართობი მოდის, სავარგულების მხრივ კიდევ უფრო მძიმე მდგომარეობაა და ეს მაჩვენებელი 0.32 ჰექტარია.¹⁴³ შესაბამისად მცირეა წარმოების მასშტაბებიც. სოციალურად თანასწორი და ეკოლოგიურად უსაფრთხო პოლიტიკის გატარებით მაღალმთიან რეგიონებში შესაძლებელია მცირე, მაგრამ ოპტიმალური მეურნეობების შენარჩუნება.¹⁴⁴

აგროტურისტული პროდუქტების საერთაშორისო ბაზარზე გატანა შეუძლებელია მარკეტინგული სამსახურის გარეშე. მით უმეტეს, რომ აღნიშნულ სფეროს დივერსიფიკაციის მაღალი დონე ახასიათებს და საერთაშორისო ტურისტული ორგანიზაციის განმარტებით იგი განიხილება როგორც ეკონომიკური, სოციალური, ეკოლოგიური, კულტურული და პოლიტიკური მოვლენა. სამწუხაროდ, მაღალმთიან რეგიონებში პირდაპირი მარკეტინგის სისტემა ჯერჯერობით განუვითარე-

¹⁴³ გაანგარიშებულია სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე

¹⁴⁴ საქართველოს კანონი „მაღალმთიანი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული განვითარების შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, №24(31), 1999, გვ. 31.

ბელია, ასევე სოფლის მოსახლეობას არ შეუძლია ინტერნეტით პროდუქტების პოპულარიზაცია და გაყიდვა. დიდიმარკეტინგული ხარჯების გამო კერძო სექტორს არ შეუძლია ამ ამოცანების გადაჭრა, ხოლო სახელმწიფოს მხრიდან აგროტურიზმი დაუფინანსებელია. მარკეტინგული სამსახურის განვითარების გარეშე რთულია აგროტურისტულ პროდუქტებზე რეალური მოთხოვნის გამოვლენა და მისი მიწოდებით უზრუნველყოფა.

აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობას ამცირებს კომუნალური მომსახურების დაბალი დონე (ნაგვის გატანა-გადამუშავება, კანალიზაციის სისტემის შექმნა), თანამედროვე კომუნიკაციური საშუალებების მიმწოდებლის არარსებობა და სხვა.

კონკურენტუნარიანი აგროტურისტული პროდუქტების მიწოდების სტიმულირებაში გადამწყვეტია სახელმწიფოს როლი. მაღალმთიანი რეგიონების ეკონომიკური განვითარების პრობლემათა შორის უნდა განვიხილოთ ეკონომიკური გარემოს არამდგრადობა და მკაცრი ბუნებრივ-ეკონომიკური პირობები, რასაც ემატება სასაზღვრო მთიანი მასივების პრობლემაც. აქედან გამომდინარე, რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების პერსპექტიული მიმართულებების, კერძოდ ტურიზმის განვითარებაში, გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ქვეყანაში მოქმედ ეკონომიკურ პოლიტიკას, კერძოდ მთიანი რეგიონების განვითარების ხელშემწყობი კანონების პაკეტს.

დასახელებული რეგიონების მდგრადი განვითარების ხელშემწყობი პოლიტიკის გატარება დაფუძნებული უნდა იყოს გარემოს და ლანდშაფტების შენარჩუნებაზე. ხელშეწყობა ასევე უნდა გამოიხატებოდეს მიზნობრივ ფინანსურ დახმარებაში, მინისა და სხვა სახის გადასახადებისაგან განთავისუფლებაში, სესხების პროცენტის შემცირებაში, ამ რეგიონებისათვის დამახასიათებელი მაღალხარისხოვანი პროდუქტებისა და მომსახურების გაყიდვების ხელშეწყობაში (სვანური ქუდები, ხევსურული ტანსაცმელი, თექის ნაწარმი, წინდები, დაზგურ-სამხატვრო და ჭედური ნაწარმი, ტურისტული მომსახურება და სხვა).

მთის რეგიონებში ფერმერებზე ფულადი სახსრების პირდაპირი გაცემის პოლიტიკაა გასატარებელი. დახმარების ოდენობის დასადგენად გასათვალისწინებელია რეგიონის რთული ბუნებრივი პირობები, ტოპოგრაფია, კლიმატი, მანძილი პროდუქტის გასაღების მიზნობრივ ბაზრებამდე. მწარმოებელსა და მომხმარებლამდე მანძილის სიშორე მნიშვნელოვნად ზღუდავს სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების წარმოების პოტენციალს და დახმარება ამ სფეროში გადამწყვეტია. განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიექცეს ტრადიციული დარგების შენარჩუნებას, კერძოდ მეცხოველეობას, მაგრამ ამ რეგიონში მაღალხარისხიანი და კონკურენტული პროდუქტების წარმოებისათვის, მარკეტინგული იმიჯის შესაქმნელად კვლავ სახელმწიფოებრივი დახმარებაა საჭირო. ხელშეწყობა საჭიროა ისეთ ინიციატივებზე და პროექტებზე, რომლებიც ამ ტიპის რეგიონების განვითარების კრიტერიუმებს აკმაყოფილებენ.

ამრიგად, საქართველოს მაღალმთიან რეგიონებში აგროტურისტული პროდუქტების პოტენციური უპირატესობების გამოყენებით პერსპექტიულია აგროტურიზმის განვითარება. კონკურენტუნარიანი აგროტურისტული პროდუქტების მოწოდებაში გადამწყვეტია აგროტურიზმისა და მხარდაჭერი ინდუსტრიების განვითარება, კონტრასტული ბუნების, მდიდარი ფლორისა და ფაუნის, სამონადირეო სივრცის, მდიდარი ისტორიული საეკლესიო-ხუროთმოძღვრული ძეგლების ეფექტიანი გამოყენება. ასევე, აუცილებელია მართვისა და რეგულირების თანამდროვე, მომავალზე ორიენტირებული სისტემების შექმნა, შესაბამისი ინფორმაციული ტექნოლოგიებით და მონაცემთა ბაზებით უზრუნველყოფა.

თავი 4.

კონსერვანტული სტრატეგიები და მდგრადი განვითარების ინოვაციური ფაქტორები

4.1 კონსერვანტუნარიანობა და მდგრადი განვითარების პრობლემატი აგროსასურსათო საქტორში

აგროსასურსათო სექტორში არანაკლებ მნიშვნელოვანია მდგრადი განვითარების კონტექსტში კონკურენტუნარიანობის თეორიების შეფასება. თავდაპირველად აღმოცენდა თეორია „მდგრადი გლეხური მეურნეობის“ შესახებ. ამ თეორიის ფუძემდებლები (კ. კლავკი, გ. გეხტი, ლ. ბრენტალო) უპირატესობას მცირე მეურნეობებს ანიჭებდნენ. მოგვიანებით ამ თეორიამ ტრანსფორმაცია განიცადა და მეცნიერები (სამუელსონი, გ. ნიკჰაუზი, გ. რიბე) ასაბუთებდნენ, რომ მაღალმექანიზებული წარმოება გაცილებით მდგრადია, ვიდრე მცირე ხელით შრომაზე დამყარებული საოჯახო ფერმერულ მეურნეობები. ტრანსფორმაციის პერიოდში წარმოების რაოდენობრივ მაჩვენებლებზე ორიენტაცია ჭარბი წარმოების შეზღუდვის თეორიებმა, ასევე, ხარისხობრივ მაჩვენებლებზე ყურადღების გადატანამ შეცვალა¹⁴⁵.

გლობალური ეკონომიკის პირობებში მნიშვნელოვნად იცვლება ეკონომიკური განვითარების პრიორიტეტები. დღეს განვითარებულ ქვეყნებში პროდუქტის დეფიციტი სიჭარბემ შეცვალა, ხოლო პრიორიტეტული მიმართულება გარემოს დაცვა და ცხოვრების კომფორტული პირობების შენარჩუნება გახდა. მწარმოებლურობის ზრდის ნაცვლად მდგრადი განვითარება მსოფლიოს მრავალი ქვეყნისათვის უმთავრეს მიზნად

¹⁴⁵ A Sustainable Agricultural Policy for Europe, Position paper on CAP review and reform, IFOAM EU Regional Group April 2002, გვ. 2.

არის აღიარებული.¹⁴⁶ ეს ნიშნავს, რომ მდგრადობის პრინციპების გავლენის შესწავლას წარმოების სისტემის რელევანტურ, სოციალურ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ფაქტორებზე განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება.

ბოლო წლების პუბლიკაციათა ანალიზმა გვიჩვენა, რომ მეცნიერ ეკონომისტები მდგრადობის საკითხებს ძირითადად წარმოების პოზიციით განიხილავენ. აგროსასურსათო სექტორის მდგრადი განვითარება ქვეყნის ეკონომიკური უსაფრთხოებისა და სასურსათო დამოუკიდებლობის განმსაზღვრელია. მდგრად განვითარებასთან ერთად ევროპული მოდელის მიხედვით მნიშვნელოვან კონცეფციად აღიარებულია მისი მრავალფუნქციურობისა (სოფელი, როგორც საცხოვრებელი გარემო, მისი საწარმოო ფუნქციები, გარემოს დაცვა, კულტურულ-სოციალური ასპექტები) და კონკურენტუნარიანობის პრობლემების კვლევა.¹⁴⁷

ნებისმიერ ქვეყანაში ეკონომიკური კრიზისის დროს სტაბილიზაციისა და აღმავლობის როლს ყოველთვის აგრარული სექტორი ასრულებს. ამასთან, ეს სექტორი ეროვნული ეკონომიკის სხვა დარგების განვითარებასაც უწყობს ხელს.

კონკურენტუნარიანობის პრობლემების კვლევა მნიშვნელოვან როლს ასრულებს მდგრადი განვითარების მექანიზმების გამოვლენაშიც. მიმდინარე პერიოდში, ასევე პერსპექტივაში, ქვეყნის აღმავლობის სტრატეგია კვლავ აგრარული სექტორის განვითარების შესაძლებლობებზე უნდა აიგოს. ამიტომ კონკურენტუნარიანობისა და მდგრადი განვითარების პრობლემების კომპლექსური კვლევა საქართველოს აგროსასურსათო სექტორისათვის სასიცოხლოდ აუცილებელია.

საქართველოში დღეს ეკონომიკის უმსხვილეს დამსაქმე-

¹⁴⁶ A Sustainable Agricultural Policy for Europe, Position paper on CAP review and reform, IFOAM EU Regional Group, April 2002. გვ. 6.

¹⁴⁷ Givord Dorian. Defending the European Rural and Agricultural Model at the WTO. 2001

www.rural-europe.acidl.be

ბელ დარგად დაბალშემოსავლიანი სოფლის მეურნეობა დარჩა. ცხადია, წარმოებისა და დასაქმების ასეთი სტრუქტურის პირობებში მნიშვნელოვნად გართულებულია სექტორის მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა.

მდგრადი განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორია სიღარიბის დონე. ამ მაჩვენებლის ზღვრებისა და ინდექსების ანალიზით გამოიკვეთა, რომ ღარიბი მოსახლეობის 55%-ზე მეტი სოფლად მცხოვრებია. ბოლო წლების ანალიზმა ისიც დაადასტურა, რომ სოფლად სიღარიბის დონე ოფიციალური საარსებო მინიმუმის მიმართ არ შეცვლილა და შესაბამისად სოციალური კეთილდღეობის თვალსაზრისით წინსვლა არ ყოფილა.¹⁴⁸ 2008 წლის მონაცემებით სიღარიბის დონემ მედიანური მოხმარების 60 პროცენტის მიმართ 22.1%, ხოლო 40 პროცენტის მიმართ 9.5% შეადგინა; სიღარიბის სიღრმე შესაბამისად იყო 7.0% და 2.7%, სიღარიბის სიმწვავე 3.2% და 1.2%.¹⁴⁹ სიღარიბის მაღალი დონე არა მარტო საზოგადოების უთანასწორო განვითარებას უქმნის საფრთხეს, არამედ აბრკოლებს წარმოების მდგრად განვითარებას და ადამიანის თავისუფლების რეალიზაციასაც.¹⁵⁰ საშუალო და გრძელვადიან პერიოდებში მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფაში გადამწყვეტი როლი შემოსავლების ზრდამ და მისმა სამართლიანმა განაწილებამ უნდა უზრუნველყოს. საქართველოში ეს ტენდენციები ჯერჯერობით არ შეინიშნება და მდგრადი განვითარების საფუძვლების მონესრიგება კვლავ უპირველეს ამოცანად რჩება.

კონკურენტუნარიანობასა და წარმოების მდგრად განვითარებას მნიშვნელოვნად განსაზღვრავს წარმოების მასშტაბები. საქართველო მცირემიწიანი ქვეყნების რიცხვს მიეკუთ-

¹⁴⁸ <http://www.delgeo.ec.europa.eu/en/index.html> 15.03.2010.

¹⁴⁹ საქართველოს სტატისტიკური წელიწადნული 2009, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2009, გვ. 63.

¹⁵⁰ გაეროს განვითარების პროგრამა (2008), ჰუმანური განვითარების ანგარიში 2007/2008, გვ. 39.

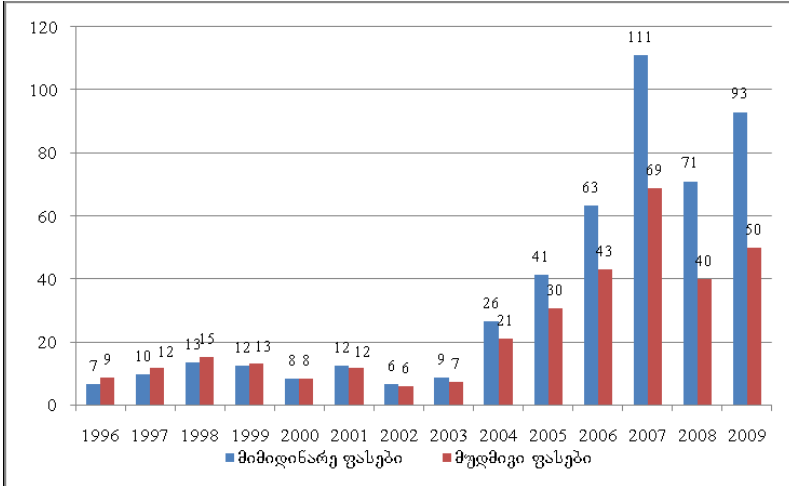
<http://hdrstats.undp.org/indicators/147.html> and <http://hdrstats.undp.org/indicators/24.html>.

ვნება. ცხადია, მიწის რესურსების შეზღუდულობა უარყოფითად აისახება წარმოების მასშტაბებზე. საქართველოში მცირე მასშტაბის ოჯახური მეურნეობები მხოლოდ ოჯახის წევრთა მოთხოვნილების დაკმაყოფილებას უზრუნველყოფენ; საშუალო მასშტაბის საწარმოები პროდუქტებს აწარმოებენ როგორც საკუთარი მოთხოვნილების დასაკმაყოფილებლად, ასევე ბაზრისათვის, ხოლო მსხვილმასშტაბიანი საწარმოები ძირითადად ბაზარზე გასატანად. პირველი და მეორე ტიპის მეურნეობები საკუთრებაში ერთიდან სამ ჰექტარამდე მიწის ნაკვეთებს ფლობენ, მათი წილი მეურნეობათა საერთო რაოდენობაში თითქმის 85%-ია და მდგრადი განვითარების ნაკლები შესაძლებლობები გააჩნიათ. მსხვილმასშტაბური მეურნეობების წილი მხოლოდ 5%-ია, მაგრამ მათ სარგებლობაშია 100-ზე მეტი ჰექტარი სავარგული და ამ ჯგუფს შეუძლია ორიენტირების აღება მდგრად განვითარებაზე.

მდგრადი განვითარების პროცესში გასათვალისწინებელია, რომ ერთობლივი მოთხოვნა აგროსასურსათო პროდუქტებზე უფრო ნელა იზრდება, ვიდრე მიწოდება. არაელასტიკური მოთხოვნის დროს ადგილი აქვს ფასების მკვეთრ ცვლილებას და მამასადამე, შემოსავლების ცვლილებასაც. ეს ნიშნავს, რომ სასურსათო ბაზრებზე მოთხოვნა მდგრადიც რომ იყოს, ფასები მაინც არასტაბილურია. უმნიშვნელო ცვლილება მიწოდების მოცულობაში (კარგი ან ცუდი მოსავლს გამო) იწვევს ფასების მკვეთრ გადიდებას ან შემცირებას არაადეკვატური პროპორციით. აღნიშნულს სახელმწიფოს მიერ აგრარულ სექტორში განეული ხარჯების მიმდინარე და მუდმივ ფასებში შედარებითი ანალიზიც ადასტურებს (იხ. ნახაზი 4.1.1).

სახელმწიფო წლიური ხარჯები სოფლის მეურნეობაში¹⁵¹
(მლნ ლარი, მშპ დეფლატორი 2000=100)

ნახაზი 4.1.1



სახელმწიფოს მხრიდან სოფლის მეურნეობის სექტორის მხარდაჭერა 1997-2009 წლებში გაიზარდა, თუმცა, აგროსასურსათო სექტორში წარმოების მაჩვენებლების ანალიზით, კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლების დადგენით გამოირკვა, რომ გატარებულმა სახელმწიფო პოლიტიკამ ვერ გადაწყვიტა სექტორში არახელსაყრელი ფაქტორების ზემოქმედების შემცირება და წარმოების მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა.

სოფლის მეურნეობა მაღალკონკურენტული დარგია. ბაზრის კანონების ძალით შემოსავლების შემცირების პარალელურად უნდა მოხდეს ფერმერების გადადინება საქმიანობის უფრო მომგებიან სფეროებში. თუმცა გადინება იმ პროპორციით არ ხდება, როგორც მცირდება ფერმერთა შემოსავლები. ეს იმით არის გამოწვეული, რომ სოფლის მეურნეობა არა მარტო წარმოების, არამედ ცხოვრების სფეროცაა. შედე-

¹⁵¹ რ. შავგულიძე, სოფლის მეურნეობის სექტორის განვითარება, USAID-ის კვლევის მასალები, თბილისი, 2010, გვ. 5.

გად, დასაქმება ამ სექტორში არ რეაგირებს ეკონომიკის კონიუნქტურაზე ისეთივე ტემპით, როგორც სხვა დარგებში.

კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებით (ex-post, ex-ante მეთოდებით გაანგარიშებული მაჩვენებლები, პორტერის „ალმასის“ მოდელით შეფასებული პოტენციური უპირატესობები და ნაკლოვანებები) და მდგრადი განვითარების პირობებით საქართველოსათვის სტრატეგიული აგროსასურსათო პროდუქტებია:

- ნედლი ხილი და ბოსტნეული – ვაშლი, კარტოფილი, სუფრის ყურძენი, მწვანილი, მანდარინი, ხახვი, კენკრა;
- გადამუშავებული ხილი და ბოსტნეული – ვაშლის ნვენი, გაყინული ბოსტნეული, ტყემალი, აჯიკა, ლელვის მურაბა და სხვა;
- სპეცპროდუქტები – სოკო, ნაბლი, თხილი და ა.შ.;
- იმპორტის ჩანაცვლება შესაძლებელია რძის პროდუქტებით, მეფრინველეობის პროდუქტებით, გადამუშავებული ხორცის პროდუქტებითა და სხვა.

ამრიგად, საქართველოს აგრარული სექტორის განვითარებისათვის ხელსაყრელი ბუნებრივი და ეკონომიკური შესაძლებლობები გააჩნია. მიმდინარე ეტაპზე აქტუალურია პოტენციურად კონკურენტუნარიანი პროდუქტების გამოვლენა მეცნიერული მეთოდების საშუალებით. კონკურენტუნარიანი პროდუქტები და დარგები უზრუნველყოფენ ეროვნული რესურსებისა და საექსპორტო შესაძლებლობათა ეფექტიან გამოყენებას და გრძელვადიან პერიოდში მდგრადი განვითარების შენარჩუნებას.

4.2. საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების დივერსიფიკაცია და საბაზრო პირობების სტრატეგია

მცირე ქვეყანა საგარეო ვაჭრობაზე ანუ მსოფლიო ეკონომიკაში ღრმა ინტეგრირებაზე უნდა იყოს ორიენტირებული. ტრადიციული სავაჭრო კავშირების შენარჩუნება მნიშვნელოვანია, მაგრამ ამავე დროს აუცილებელია ახალ ბაზრებზე შეღწევა და საექსპორტო პროდუქტების დივერსიფიკაცია.

ამისათვის კი ისეთი სტრატეგიები უნდა შემუშავდეს, რომლებშიც გათვალისწინებული იქნება საექსპორტო ბაზრების პირობები.

ექსპორტის დივერსიფიკაცია და სავაჭრო ნაკადების რეორიენტაცია რთული საკითხია. აღნიშნულის საილუსტრაციოდ განვიხილოთ ექსპორტი-იმპორტის სტრუქტურა (იხ. ცხრილი 4.2.1, ცხრილი 4.2.2).

უმსხვილესი სასაქონლო პოზიციები საქართველოს ექსპორტში¹⁵²

ცხრილი 4.2.1

სასაქონლო პოზიციის დასახელება	2008		2009	
	ათასი აშშ დოლარი	%	ათასი აშშ დოლარი	%
ექსპორტი სულ	1 496 055.6	100.0	1 134 953.7	100.0
ფეროშენადნობები	267 241.6	17.9	130 081.3	11.5
ოქრო დაუმუშავებელი ან ნახევრადდამუშავებული	100 111.7	6.7	116 189.3	10.2
მსუბუქი ავტომობილები	113 333.4	7.6	78 461.6	6.9
თხილი და სხვა კაკალი	31 731.5	2.1	69 955.8	6.2
შავი ლითონების ჯართი	128 532.3	8.6	63 616.0	5.6
სპილენძის მადნები და კონცენტრატები	118 265.4	7.9	61 868.0	5.5
აზოტოვანი სასუქები სას- მელები	105 519.4	7.1	60 213.6	5.3
სპირიტ ეთილის არადენა- ტურურებული და სპირტი- ანი სასმელები	58 993.1	3.9	54 019.4	4.8
ყურძნის ნატურალური ღვინოები	36 862.8	2.5	31 997.0	2.8
მინერალური და მტკნარი წყლები	31006.0	2.1	24 674.7	2.2
დანარჩენი	504 458.4	33.7	443 876.8	39.1

¹⁵² www.maf.gov.ge

უმსხვილესი სასაქონლო პოზიციები საქართველოს
იმპორტში¹⁵³

ცხრილი 4.2.2

სასაქონლო პოზიციის დასახელება	2009 იანვარი- ოქტომბერი		2010 იანვარი- ოქტომბერი	
	ათასი აშშ დოლარი	%	ათასი აშშ დოლარი	%
იმპორტი სულ	3 524 880.4	100.0	4 002 669.8	100.0
ნავთობი და ნავთობ- პროდუქტები	429 598.6	12.2	539 525.3	13.5
მსუბუქი ავტომობილები	212 249.6	6.0	258 934.7	6.5
სამკურნალო საშუალებები	134 884.7	3.8	148 577.7	3.7
ხორბალი	82 587.3	2.3	131 283.4	3.3
ნავთობის აირები და აირისებრი ნახშირ- წყალბადები	115 899.5	3.3	96 716.6	2.4
სატელეფონო აპარატები, ფიჭური ან სხვა უსადენო ქსელების- თვის	61 735.0	1.8	85 193.8	2.1
შაქარი	45 270.6	1.3	70 323.9	1.8
სიგარეტები	44 903.2	1.3	63 715.7	1.6
ნავთობის კოქსი და ბიტუმი	32 020.5	0.9	47 549.0	1.2
მანგანუმის მადნები და კონცენტრატები	7 003.9	0.2	46 978.9	1.2
დანარჩენი	2 358 727.6	66.9	2 513 870.7	62.8

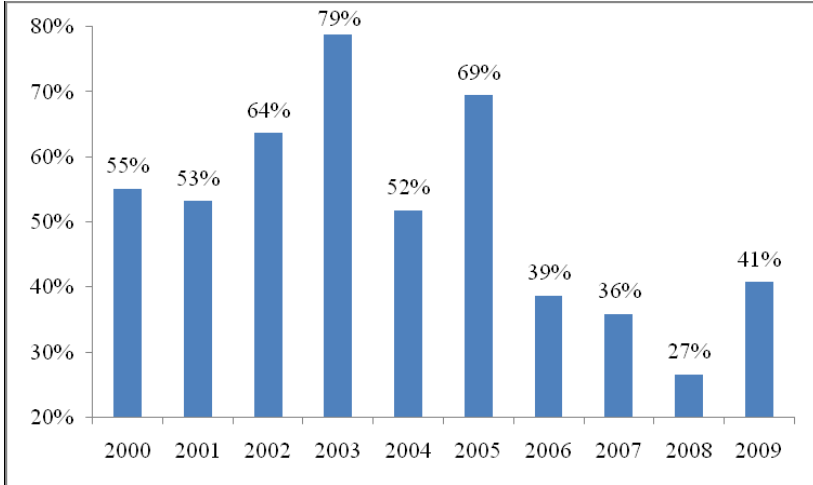
ცხრილების მონაცემებიდან ჩანს, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების წილი უმსხვილეს სასაქონლო პოზიციებში მცირეა.

აგროსასურსათო პროდუქტების მიხედვით საქართველო წმინდა იმპორტიორი ქვეყანაა (იხ. ნახაზი 4.2.1).

¹⁵³ www.maf.gov.ge

აგროსასურსათო პროდუქტების სავაჭრო ბალანსი¹⁵⁴
%

ნახაზი 4.2.1

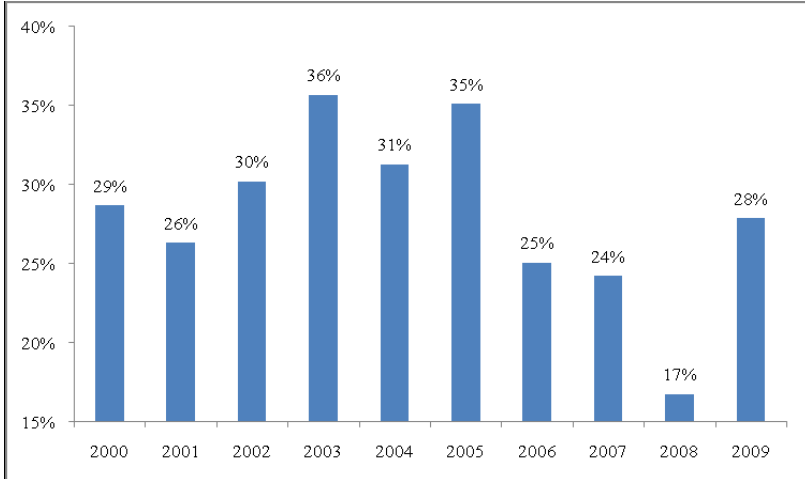


აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტისა და იმპორტის მასშტაბები ზრდადია, მაგრამ იმპორტის ზრდის დინამიკა უფრო შესამჩნევია. სოფლის მეურნეობის პროდუქციისა და სურსათის ექსპორტიდან შემოსავალი 84 მლნ აშშ დოლარიდან 316.5 მლნ აშშ დოლარამდე მერყეობდა და საშუალოდ, ექსპორტიდან მიღებული მთლიანი შემოსავლების დაახლოებით 28 პროცენტი მოდიოდა მასზე (ნახაზი 4.2.2).

¹⁵⁴ www.geostat.ge

**აგროსასურსათო პროდუქტების წილი მთლიანი ექსპორტიდან
მიღებულ შემოსავლებში¹⁵⁵**
%

ნახაზი 4.2.2



ევროკავშირი საქართველოს ბუნებრივ სავაჭრო პარტნიორად ძალზე მომთხოვნი ბაზრით გვევლინება. ევროკავშირთან ვაჭრობაში შეღავათების გამოყენებისას საქართველომ, როგორც პატარა და დაბალშემოსავლიანმა ქვეყანამ, ყურადღება თავის უპირატესობებზე – სამუშაო ძალის დაბალ ფასზე და სასურსათო პროდუქტებზე უნდა გაამახვილოს. სავაჭრო პოლიტიკა ხელს უნდა უწყობდეს ვაჭრობის გეოგრაფიის რეორიენტაციას, თუმცა არსებულ სიტუაციაში კონკრეტული სავაჭრო პოლიტიკის ეფექტიანობა ეკონომიკის რეალურ ფუნქციონირებაზეა დამოკიდებული.

ექსპორტის ნაკადებს ფარდობითი უპირატესობის მქონე პროდუქტები განსაზღვრავს. რეგისტრირებული ვაჭრობის მონაცემების მიხედვით ყოფილი ბაზრებიდან რეორიენტაციის

¹⁵⁵ რ. შავგულიძე, სოფლის მეურნეობის სექტორის განვითარება, USAID-ის კვლევის მასალები, თბილისი, 2010, გვ. 4.

პროცესი საქართველოში ისე დინამიურად არ მიმდინარეობს, როგორც ეს ევროკავშირის ახალ წევრ ქვეყნებში ხდება. საქართველოს ექსპორტში რუსეთის წილი მნიშვნელოვნად შემცირდა, გამოუყენებელია საქსპორტო პოტენციური აშშ-სთან, გერმანიასთან, ბელგიასთან, კორეასთან და სხვა ქვეყნებთან. მიუხედავად იმისა, რომ წარსულის ინერცია კვლავ ახდენს გავლენას რეგიონული ვაჭრობის მოდელზე, საქართველომ ბოლო ათწლეულის მანძილზე წარმატებით შეძლო პროდუქციის გასაღების ბაზრების გაფართოება. ამჟამად, გეოგრაფიული თვალსაზრისით, ექსპორტი ნაკლებად არის კონცენტრირებული, ვიდრე ეს ათი წლის წინ იყო. ყველაზე დიდ წარმატებას ქართველებმა თურქეთის ბაზრებზე მიაღწიეს, რომელიც ამჟამად რუსეთის შემდეგ სიდიდით საქართველოს მეორე სავაჭრო პარტნიორია.

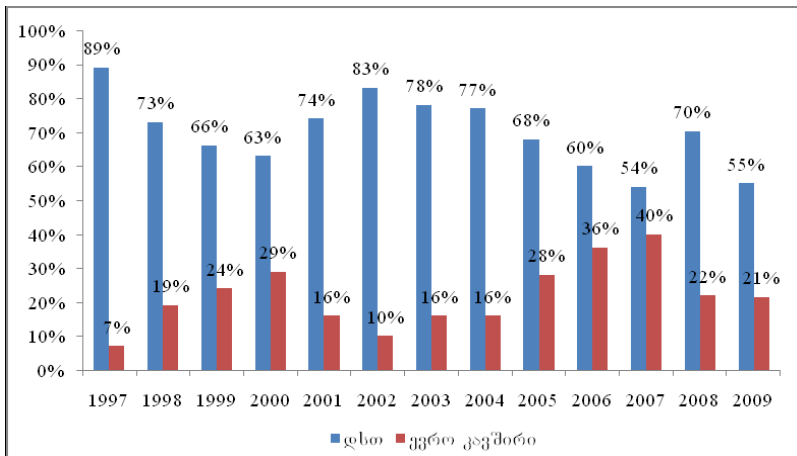
ევროკავშირთან ვაჭრობაში საქართველოს წილი მთელი ექსპორტის მოცულობის 55%-ს შეადგენს.¹⁵⁶

2006 წლის იანვრიდან საქართველო ევროკავშირთან ვაჭრობაში პრეფერენციების განზოგადებული სისტემით სარგებლობს. ეს იმას ნიშნავს, რომ 2006 წლიდან 2008 წლამდე საქართველოს ზოგიერთი დასახელების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის გარდა შეუძლია ევროკავშირში ყველა სახის საქონლის უბაჟოდ ექსპორტირება. თუ პროდუქტი, მაგალითად, ღვინო (ღვინის ზოგიერთი სახეობა შესულია პრეფერენციების განზოგადებულ სისტემაში), იბეგრება როგორც ღირებულების, ისე რაოდენობის მიხედვითაც. იგი ღირებულების მიხედვით ნულოვანი განაკვეთით დაიბეგრება, ხოლო რაოდენობის მიხედვით – სრული განაკვეთით.

¹⁵⁶ www.maf.gov.ge

**აგროსასურსათო პროდუქტების საექსპორტო
მიწოდების წილი დსთ-სა და ევროკავშირის ბაზრებზე¹⁵⁷**
%

ნახაზი 4.2.3



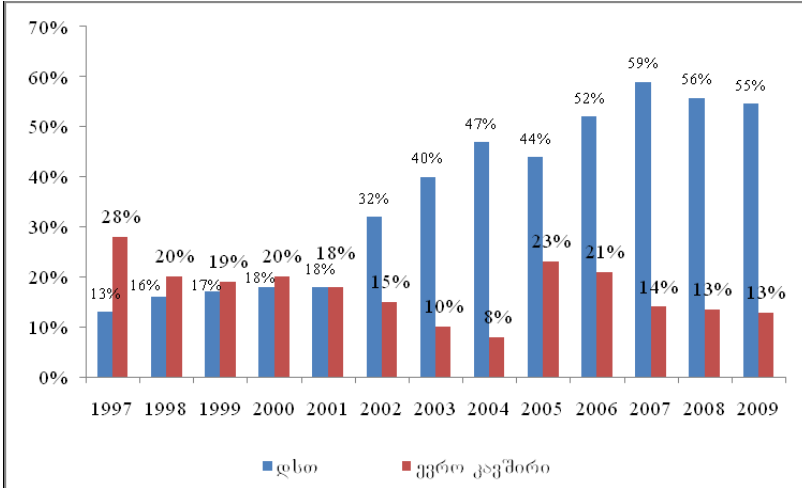
დსთ-ს წევრ ქვეყნებს შორის უკრაინა და ყაზახეთი ყველაზე დიდი საექსპორტო ბაზრებია. მათ ნაწილობრივ ჩაანაცვლეს რუსეთი. ევროკავშირის სავაჭრო პარტნიორთა ჯგუფში წამყვან პოზიციას იკავებს გერმანია. ძირითადი საექსპორტო პროდუქტებია: თხილი, მინერალური წყალი, ღვინო, ალკოჰოლური და უალკოჰოლო სასმელები.

აგროსასურსათო პროდუქტების იმპორტის წილი დსთ-სა და ევროკავშირის ბაზრებიდან დიმანიკაში ცვალებადი ტენდენციით ხასიათდება (იხ. ცხრილი 4.2.4).

¹⁵⁷ რ. შავგულიძე, სოფლის მეურნეობის სექტორის განვითარება, USAID-ის კვლევის მასალები, თბილისი, 2010, გვ. 4.

**აგროსასურსათო პროდუქტების იმპორტის
წილი დსთ-სა და ევროკავშირის ბაზრებიდან
%**

ნახაზი 4.2.4



ძირითადი იმპორტიორი ქვეყნებია თურქეთი, უკრაინა, ყაზახეთი, რუსეთი და ბრაზილია, ხოლო ძირითადი იმპორტირებული პროდუქტები – მარცვლეული, ფქვილი, სხვადასხვა სახის ხორცი, შაქარი, ტკბილეული და სიგარეტი.

ევროკავშირის ბაზრებზე წარმატების მისაღწევად მხოლოდ სავალდებულო მოთხოვნების დაკმაყოფილება არ არის საკმარისი. პროდუქტები მარკირებული უნდა იყოს, ასევე, უნდა ჰქონდეს საფირმო ნიშანი, რათა განსხვავებოდეს კონკურენტული პროდუქტისაგან და მომხმარებლისათვის შესამჩნევი იყოს. ამისათვის, უპირველეს ყოვლისა, საჭიროა გეოგრაფიული სივრცის აღიარება, ფალსიფიცირებისაგან დაცვა და ზუსტი ინფორმაცია პროდუქტის შემადგენლობაზე. ეს, თავს მხრივ, მოითხოვს კულტურებზე ზონების რეგისტრაციას, გადამამუშავებელი ქარხნების გაკონტროლებასა და პროდუქტის სავაჭარო პერიოდში ზედამხედველობას.

ამჟამად ევროკავშირთან მიმდინარეობს მოლაპარაკება საქართველოს მარკებისა და სტანდარტების აღიარების სა-

კითხვებზე. ევროკავშირთან აგროსასურსათო პროდუქტებით ვაჭრობაზე ორმხრივი ხელშეკრულების დადება ხელს შეუწყობს ქართული პროდუქტების ევროკავშირის ბაზარზე გატანას და რეკლამას. მომავალ ხელშეკრულებებში განსაზღვრული იქნება:

- ენოლოგიური პრაქტიკა და პროდუქტის შემადგენლობასთან დაკავშირებული მოთხოვნები;
- წარმოშობის ქვეყნის და საფირმო ნიშნების, აგრეთვე შესაბამისი პროცედურების ორმხრივი აღიარება;
- სერტიფიცირების მოთხოვნები.

გარდა ვაჭრობასთან დაკავშირებული ფორმალური მოთხოვნებისა, რომელთა შესრულებაც სავალდებულოა, უნდა მოხდეს კონკურენტული ფასით ისეთი პროდუქტის მიწოდება, რომელიც ევროკავშირის მომხმარებლების გემოვნებას შეეფერება. ექსპორტის რეორიენტაცია პროდუქტის მახასიათებლების შეცვლასაც გამოიწვევს.

ამრიგად, საქართველოს ეკონომიკისათვის ერთ-ერთ პრიორიტეტულ მიმართულებას სასურსათო პროდუქტებით საგარეო ვაჭრობა შეიძლება წარმოადგენდეს. სახელმწიფოს მხრიდან ექსპორტის სტიმულირება ქვეყნის სავალუტო შემოსავლების ზრდისა და სურსათის ადგილობრივი წარმოების შემდგომი გაფართოების საფუძველი გახდება.

კონკურენტუნარიანი სექტორის განვითარება იმპორტის ჩანაცვლების პოლიტიკით უნდა განხორციელდეს. ხელშემწყობი პოლიტიკისა და შესაბამისი სამართლებრივი გარემოს პირობებში ადგილობრივი მწარმოებლები წარმატებულად შეძლებენ იმპორტის ჩანაცვლებას. აღნიშნულის მისაღწევად მიზანშეწონილია დამატებით შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

- ფერმერულ მეურნეობებში მარკეტინგული ჯგუფების შექმნა;
- აგროსასურსათო სექტორის მხარდამჭერი დარგების განვითარებისათვის მხარდაჭერა;
- ფერმერთა გაერთიანებებისა და საკონსოლიდაციო ცენტრების ჩამოყალიბება;

- საერთაშორისო საცალო ვაჭრობის კომპანიების შექმნა და ადგილობრივი ბაზრით დაინტერესების მექანიზმების ფორმირება;
- სურსათის უვნებლობის, ვეტერინარიისა და მცენარეთა დაცვის მარეგულირებელი ინსტიტუტებისა და კანონმდებლობის ჰარმონიზაცია მსოფლიო მოთხოვნების შესაბამისად;
- აგროსასურსათო სექტორის შესახებ საჭირო სტატისტიკური მონაცემების შეგროვების, გადამუშავების გაუმჯობესება და ბაზრის საინფორმაციო სისტემის შექმნა და სხვ.

4.3 კონკურენცია და რეგიონული განვითარების ინოვაციური ინდიკატორები

ბოლო პერიოდში ფირმების უმეტესობა ეკონომიკური საქმიანობის პროცესში კონკურენტუნარიანობის ზრდაზე ორიენტირებულ რეგიონული საინოვაციო სისტემის შექმნას ირჩევს (გერმანია, გაერთიანებული სამეფო, აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნები და სხვა).¹⁵⁸

საქართველო ტრადიციულად რეგიონული მონეობის ქვეყანაა. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში რეგიონი განიხილება როგორც სოციუმი, ინფორმაციული საზოგადოების ქვესისტემა, ეკონომიკის ინტერნაციონალიზაციისა და გლობალიზაციის უშუალო მონაწილე. რაც მთავარია, რეგიონი ეკონომიკური ინტერესების მქონე სუბიექტი და პროდუქტის, მომსახურებისა და კაპიტალის ბაზარზე კონკურენტული ბრძოლის მონაწილეა.

¹⁵⁸ „საქართველოს ეროვნული საინოვაციო სისტემის კონცეფცია“, გ. ივანიაშვილი-ორბელიანი, კ. კიკაბიძე, დ. ლოსაბერიძე, თბილისი, 2008. „Quick Scan: Public Policies to support ‘Hot Spots’ in Europe“, 2005. http://www.technopolisgroup.com/resources/downloads/reports/544_Volume_II_Hotspots.pdf 09.02.2010.

დღეს საქართველოს რეგიონებს შორის არსებული ურთიერთობები უპირატესად სავაჭრო-ეკონომიკური ხასიათისაა.¹⁵⁹ თუმცა რეგიონული სტრუქტურების ტრანსფორმაცია მსოფლიო გლობალური კონკურენტუნარიანობის პირობებში მიმდინარეობს. ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებით აქტუალური ხდება რეგიონის კონკურენტუნარიანობისა და ინოვაციურობის შეფასება.

კონკურენტუნარიანობისა და ინოვაციურობის არასრული პარამეტრების მიხედვით 2006-2007 წლებში საქართველო 83-ე ადგილზე იყო, ხოლო 2007-2008 წლების მონაცემებით მან 90-ე ადგილზე გადაინაცვლა, ცალკე აღებული ინოვაციურობის ინდექსით კი 110-ე ადგილზეა.¹⁶⁰

დამკვიდრებული ტენდენციების შესაბამისად, რეგიონი განიხილება როგორც ბუნებრივი ეკონომიკური ზონა, განსაკუთრებით მაშინ, თუ მათ უკვე განავითარეს კლასტერები და შესაბამისი ადმინისტრაციულ-ინსტიტუციური მოწყობა ინოვაციური პროექტების მხარდასაჭერად.

საქართველოში რეგიონებს ასეთი განვითარების სტრატეგია არ გააჩნია და არც შესაბამისი პოლიტიკა არის შემუშავებული.

საინოვაციო სისტემების გამოყენებისა და რეგიონების კონკურენტული უპირატესობების გამოსავლენად, ეკონომიკური ზრდის უზრუნველსაყოფად, მდგრადი და გრძელვადიანი ეფექტების გენერირებისათვის მასტიმულირებელი როლი ინოვაციურმა ფაქტორებმა უნდა შეასრულოს. ეს გამოიწვევს რეგიონული საინოვაციო სისტემის, როგორც რეგიონული განვითარების ახალი მოდელის ფორმირებას, რომელიც შესაძლოა იქცეს ქვეყნის დაბალანსებული და დაჩქარებული ეკონომიკური განვითარების ახალ ინსტრუმენტად. აქედან გამომდინარე, კვლევის მიზანია წარმოების ტრადიციულ ფაქტორებთან შე-

¹⁵⁹ რეგიონული ეკონომიკა, ე. ხარაიშვილი, მ. ჩავლეიშვილი, მ. ნაცვალაძე, თ. ლაზარიაშვილი და სხვ., თბილისი, 2004, გვ. 43.

¹⁶⁰ KAM Index by the World Bank, 2006.

ევროპის ინოვაციის მონაცემთა ინდიკატორები, ევროსაბჭოს სტატისტიკური სამსახური (Eurostat), CIS, OECD, OHM.

თანაწყობით ინოვაციებზე ორიენტირებული ეკონომიკური სტიმულების გამოვლენა და მის საფუძველზე რეგიონული განვითარების შედარებითი უპირატესობების დადგენა.

„ინოვაცია“ ეკონომიკურ ლიტერატურაში ორგვარი თვალთახედვით განიხილება: 1. როგორც ახალი პროდუქტის, მომსახურების შექმნა;¹⁶¹ 2. როგორც ახალი ტექნოლოგიების, იდეების ფორმირების, კვლევა-განვითარების, წარმოების, მარკეტინგის და ა. შ. პროცესი.¹⁶² რეგიონული საინოვაციო სისტემა არის რეგიონის შედარებითი უპირატესობების ნიშნით, სამენარმეო სუბიექტებისა და სხვადასხვა ინსტიტუციების გაერთიანებისა და თანამშრომლობის მოდელი, რომლის უმთავრესი მიზანია მოცემულ რეგიონში არსებული ფიზიკური და სოციალური ინფრასტრუქტურის, ბუნებრივი და სხვა მატერიალური რესურსების ეფექტიანი გამოყენება-განვითარება.

გლობალური პროცესების ანალიზი აჩვენებს, რომ ინოვაციები სულ უფრო მეტ მნიშვნელობას იძენს რეგიონებში კონკურენტუნარიანი პროდუქტების წარმოების პროცესში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, თუ დღემდე კონკურენტუნარიანობის ძირითად ფაქტორად მდიდარი ბუნებრივი რესურსები ითვლებოდა, ამჟამად მნიშვნელოვან განმსაზღვრელ ფაქტორებად მიჩნეულია: სამეცნიერო-კვლევითი ინფრასტრუქტურა, მაღალი კვალიფიკაციის სამუშაო ძალა, თანამედროვე ტექნოლოგიები, კომუნიკაციის საშუალებები, ინოვაციური კულტურის განვითარება და სხვა.

მ. პორტერმა აჩვენა, რომ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში არსებობს კონკურენტუნარიან ინდუსტრიათა ისეთი ჯგუფი, რომლებიც მცირე ტერიტორიული განვრცობის მიუხედავად მსოფლიო ბაზარზე ლიდერის პოზიციებს ინარჩუნე-

¹⁶¹ Kotler, F Marketing: Analysis, Planning, Implementation and Control. Warsaw: Gebethner & S-ka, 1994.

¹⁶² Porter, Michael L., The Competitive Advantage of Nations. The Free Press, New York, 1990.

ბენ. რეგიონულ კლასტერებზე დაფუძნებული ეროვნული კონკურენტუნარიანობის სტრატეგიის თეორიის შექმნით მ. პორტერმა დაასაბუთა, რომ კონკურენტული უპირატესობა დამოკიდებულია კლასტერებზე დამყარებულ რეგიონულ და ადგილობრივ ინოვაციურ სისტემებზე.¹⁶³

საინოვაციო საქმიანობის შეფასება რეგიონებში შესაძლებელია ევროპული ინდიკატორების გამოყენებით განხორციელდეს. ასეთ ინდიკატორებად აღიარებულია: 1. ინოვაციური პოტენციალის შეფასება (მეცნიერთა და ინჟინერთა, უმაღლესი განათლების მქონე მოსახლეობის რაოდენობა, სამეცნიერო დაწესებულებების რიცხვი, ცოდნის დონე და ა.შ.). ამ მაჩვენებლებით განისაზღვრება ინოვაციური პოტენციალისათვის საჭირო სტრუქტურული პირობები; 2. კვლევასა და განვითარებაში ჩადებული ინვესტიციების რაოდენობა; 3. კორპორატიულ დონეზე ინოვაციებზე განეული ხარჯები; 4. ინოვაციურ სექტორებში ცოდნის გამოყენებით მიღებული დამატებითი ღირებულება, მენარმეობრივი ცოდნა და უნარები; 5. ინტელექტუალური საკუთრების რაოდენობა, რომლითაც გაიზომება ნოუ-ჰაუს საკითხებში მიღწეული შედეგები.¹⁶⁴

გლობალური საინოვაციო ინდექსების გაანგარიშებებში საქართველოს შესაბამისი მაჩვენებელი ვერ აისახა. სიაში მოსახვედრად აუცილებელია განვითარებად ქვეყანას ინოვაციებზე დახარჯული ჰქონდეს მთლიანი შიდა პროდუქტის მინიმუმ 0.1%. ერთ სულ მოსახლეზე განეული ხარჯებით ქვეყანა 500-ჯერ ჩამორჩება მისივე ზომის ფინეთს, 140-ჯერ მასზე 5-ჯერ მცირე სლოვენას და ბოლოდან მეორე ათეულშია ნეპალთან და სეიშელის კუნძულებთან ერთად და 149-ე ადგილი უკავია. აღნიშნულს ემატება შემდეგი პრობლემა: ევროპული ინოვაციების გაზომვის მეთოდოლოგიის 26 პარამეტრიდან სტატისტიკურად მხოლოდ 10 პარამეტრის შეფასების შესაძ-

¹⁶³ Porter, Michael L., *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press, New York, 1990.

¹⁶⁴ ევროპის ინოვაციის მონაცემთა ინდიკატორები, ევროსაბჭოს სტატისტიკური სამსახური (Eurostat), CIS, OECD, OHM.

ლებლობა არსებობს. მაშასადამე, ინოვაციურობის ინდექსის კომპლექსურად გათვლა საქართველოსთვის ამ ეტაპზე შეუძლებელია.

ინოვაციური განვითარების საფუძველი სამეცნიერო-კვლევითი სფერო შესაბამისი პარამეტრებით. ბოლო პერიოდში მნიშვნელოვნად შეიცვალა სამეცნიერო პოტენციალი, კერძოდ სამეცნიერო დაწესებულებების რაოდენობა შემცირდა 17%-ით, სამეცნიერო კადრების რაოდენობა – 43%-ით, ხოლო სამეცნიერო ხარისხის მქონე პერსონალის რაოდენობა კი 46.4%-დან 64.1%-მდე გაიზარდა.¹⁶⁵ სამეცნიერო-კვლევითი სამუშაოების მოცულობა 16.2%-ით შემცირდა. სამეცნიერო კვლევების დაფინანსებაზე განეული ხარჯების მოცულობა საქართველოში ქვეყნის ეროვნული შემოსავლის მხოლოდ 0.2%-ია.¹⁶⁶ ცოდნის ეკონომიკის ინდექსის მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, საქართველოს პოზიციები ამ პარამეტრშიდაც არასახარბიელოა. საქართველო ცოდნის ეკონომიკის ინდექსით, ეკონომიკური სტიმულირებით, ინსტიტუციური რეჟიმით, ინოვაციურობით, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების განვითარებით, ჩამორჩება არა თუ ევროკავშირის წევრ, არამედ თავის უახლოეს მეზობელ ქვეყნებსაც¹⁶⁷.

ამ მონაცემების ანალიზით შესაძლებელია დასკვნის გაკეთება იმის შესახებ, რომ საქართველოს ინოვაციური საქმიანობის განხორციელების მცირე პოტენციური შესაძლებლობები აქვს.

რეგიონულ განვითარებაში განსაკუთრებულ როლს ასრულებს კვლევა და განვითარებაში განხორციელებული ინვესტიციები. საქართველოში სამეცნიერო კვლევებსა და განვითარებაზე განეული ხარჯები 23.2 მილიონ ლარს შეადგენს, რაც

¹⁶⁵ საქართველოს სტატისტიკური წელიწადეული 2008, თბილისი, 2008, გვ. 4.

¹⁶⁶ INNO-Policy TrendChart - Policy Trends and Appraisal Report , Georgia, 2007.

¹⁶⁷ KAM Index by the World Bank, 2006.

მთლიანი ეროვნული შემოსავლის 0.2%-ია.¹⁶⁸ შედარებისათვის აღვნიშნავთ, რომ აშშ-ში ეს მაჩვენებელი 36.69%-ია, ევროპის ქვეყნებში საშუალოდ -22.85%, იაპონიაში - 20.41%, დაბალგანვითარებულ ქვეყნებში კი 3%-დან 0.3%-მდე მერყეობს.

რეგიონულ ბაზრებზე მუდმივად იზრდება კონკურენციის ხარისხი. ეს გარემოება ადასტურებს, რომ რეგიონულ განვითარებაში მნიშვნელოვანია მენარმეობრივი ცოდნისა და უნარების ამაღლება, ცოდნის გამოყენებით მიღებული დამატებითი ღირებულების შექმნა. მასალების ანალიზით გამოიკვეთა, რომ რეგიონულ განვითარებაში ერთ-ერთი ხელშემშლელი ფაქტორია დაბალი მენარმეობრივი უნარები.

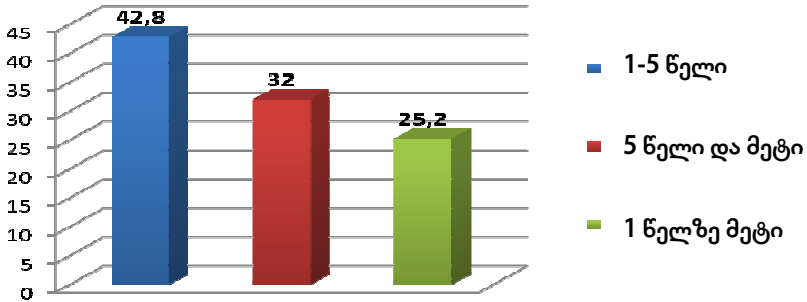
მენარმეობრივი უნარების შესაფასებლად ძირითადად დავყვდებით ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის გამოკვლევებს. კვლევის შედეგების მიხედვით სანარმოთა 68%-ის მუშაობის გამოცდილება 5 წელს არ აღემატება; 28% მიიჩნევს, რომ კონკურენტები საფრთხეს არ წარმოადგენენ; მხოლოდ 18% ფიქრობს, რომ გაყიდვების გაზრდისთვის საჭიროა ბაზრის შესწავლა; 9% საერთოდ ვერ ხედავს ახალი მომხმარებლის მოზიდვის საჭიროებას; 72% კი კომპანიის არასაკმარისი შემოსავლების მთავარ მიზეზად მომხმარებელთა შემოსავლების დაბალ დონეს ასახელებს და ა.შ. შესაბამისად, განსხვავებულია სანარმოთა ფუნქციონირების პერიოდებიც (იხ. ნახაზი 4.3.1).¹⁶⁹

¹⁶⁸ INNO-Policy TrendChart - Policy Trends and Appraisal Report , Georgia, 2007.

¹⁶⁹ „მენარმის სამაგიდო წიგნი“, მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის კვლევა, თბილისი, 2008, გვ. 88.

შესწავლილი საწარმოების ფუნქციონირების პერიოდები

ნახაზი 4.3.1



ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ ჩატარებული კვლევით რესპოდენტთა 39%-ის აზრით მასმედია მენარმეებს უნდა მიაწოდოს მეტი ინფორმაცია ბიზნესსაკანონმდებლო სიახლეების შესახებ. 31% მიიჩნევს, რომ ბიზნესსთვის აქტუალური საკითხების გაშუქებით მედია ხელს შეუწყობს გარემოს განვითარებას. მენარმეების 29% კი მედიის როლს სახელმწიფო ორგანოებსა და კერძო სექტორს შორის დიალოგის ხელშეწყობაში ხედავს. საკანონმდებლო რეგულირების ზოგადი შეფასებით გამოკითხული 1000 საწარმოდან 77%-მა ბიზნესის რეგულირების ძირითად კანონად საგადასახადო კოდექსი დაასახელა. სხვა კანონებზე საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელი მოდის. თუმცა, საგადასახადო კოდექსის მხრივაც ვერ ავლენენ ცოდნის შესაბამის დონეს. შესწავლილი საწარმოების 23%-მა არ იცის, რომელი კანონის მიხედვით იხდის გადასახადებს, ხოლო რესპოდენტთა 14% საერთოდ არ იცნობს არცერთ კანონს, რომლითაც შესაძლებელია მისი საქმიანობის რეგულირება (იხ. ცხრილი 4.3.1).

**რესპოდენტების მიერ დასახელებული ბიზნესსაქმიანობის
მარეგულირებელი კანონები¹⁷⁰**

ცხრილი 4.3.1

№	დასახელებული კანონი	რაოდენობა
1	საგადასახადო კოდექსი	771
2	მენარმეთა შესახებ კანონი	173
3	საბაჟო კოდექსი	84
4	შრომის კოდექსი	64
5	კანონი მიწის შესახებ	41
6	კანონი ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ	34
7	კანონი ბანკების შესახებ	30
8	სამოქალაქო კოდექსი	21
	სხვა კანონები	26
	არ ვიცი	145

რეგიონებში პირადი ინტერვიუების საფუძველზე ჩატარებულმა გამოკითხვებმა გამოავლინა, რომ აგროსასურსათო ბიზნესის სფეროს წარმომადგენლებს არ გააჩნიათ მომხმარებელზე ორიენტირებული წარმოების გამოცდილება, ასევე ინოვაციური ცოდნის მიღების შესაძლებლობები. მენარმეობრივი უნარების გაზრდის მიმართულებით დიდი წვლილის შეტანა შეუძლია არასამთავრობო სექტორს და საერთაშორისო ორგანიზაციებს. რეგიონებში აუცილებელია ხელმისაწვდომი ბიზნესკონსულტაციების ჩატარება მოთხოვნების შესაბამისად. განსაკუთრებულ ხელშეწყობას მიკრო და მცირე ბიზნესი საჭიროებს. აგროსასურსათო სექტორის რეგიონულ განვითარებაში მნიშვნელოვანია ბიზნესსაკანონმდებლო სიახლეებზე ორიენტაცია.

¹⁷⁰ „მენარმის სამაგიდო წიგნი“, მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის კვლევა, თბილისი, 2008, გვ. 90.

ლიტერატურა

1. ასათიანი რ., პატარა ქვეყნებს დიდი შეცდომების უფლება არა აქვს, ეკონომიკური მიმოხილვა, ნაწილი I, თბილისი, 2005.
2. ასათიანი რ., ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა და კონკურენციის გლობალიზაცია, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის შრომები, "5, თბილისი, 2005.
3. ასათიანი რ., საქართველოს ეკონომიკა, ახალი ეპოქა, თბილისი, 2009.
4. ასათიანი რ., ეკონომიკისა და ბიზნესის ლექსიკონი, თბილისი, 2010.
5. ასლანიშვილი ნ., საქართველო და დანარჩენი მსოფლიო: UNCTAD-ის ვაჭრობისა და განვითარების ინდექსების მიხედვით, საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმოხილვა, მაისი, 2008.
6. ბარათაშვილი ე., ზარანდია ჯ., ციმინტია კ., საქართველოს რეგიონების კონკურენტუნარიანობის შეფასება, თბილისი, 2008.
7. ბარათაშვილი ე., ციმინტია კ., ზარანდია ჯ. რეგიონების კონკურენტუნარიანობის შეფასება (თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომა). ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006, №11-12.
8. გელაშვილი ს., დარსაველიძე დ., ქალაქების კონკურენტუნარიანობის შედარებითი ანალიზის მოდელი გლობალიზაციის პირობებში, ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №1, იანვარ-თებერვალი, 2009.
9. გაეროს განვითარების პროგრამა (2008), ჰუმანური განვითარების ანგარიში 2007/2008, (<http://hdrstats.undp.org/indicators/147.html> and <http://hdrstats.undp.org/indicators/24.html>).
10. გველესიანი რ., კონკურენციის პოლიტიკის ამოცანები და პრობლემები, ჟურნალი „ახალი ეკონომისტი“, №3, 2010.
11. გველესიანი რ., საერთაშორისო მენარმეობის რისკები და სადაზღვევო ბიზნესის პრინციპები, თბილისი, 2003.
12. გეჭბაია ბ., გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი და საქართველოს რეალობა, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „მსოფლიო ეკონომიკური კრიზისი და საქართველო“, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი, საქართველოს ეკონომისტთა ასოციაცია, თბილისი, ჟურნალი 2011.

13. გოგიაშვილი შ., კონკურენციის ეკონომიკური პოლიტიკა და საკანონმდებლო პრაქტიკა საქართველოში, თბილისი, 2009.
14. გოგიაშვილი შ., ფეტელავა ს., კონკურენცია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება, თბილისი, 2007.
15. ერქომაიშვილი გ., ბიზნესი, ფირმის ფუნქციონირების ძირითადი ასპექტები, თბილისი, 2007.
16. ერქომაიშვილი გ., ეროვნული კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ეკონომიკური პოლიტიკა, სამეცნიერო შრომების კრებული. თბილისი, 2010.
17. ერქომაიშვილი გ., ბიზნესის როლი ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში. თსუ I საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მოხსენებათა კრებული. თბილისი, გამომცემლობა „უნივერსალი“, 2009.
18. ვისენტზი ვ., საქართველოს ექსპორტის დივერსიფიკაცია და ხელშეწყობა, საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმიხილვა, ოქტომბერი, 2006.
19. თესლოვანი და კურკოვანი კულტურების ძირითადი და პერსპექტიული ჯიშების კატალოგი, საქართველოს ხილი. თბილისი. საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, თბილისი, 2001.
20. ივანიშვილი გ., სადისერტაციო ნაშრომი „გლობალიზაცია და ერი-სახელმწიფოს მომავალი: ერი-სახელმწიფოს კონკურენტუნარიანობის სტრატეგია გლობალიზაციის ეპოქაში, თბილისი, 2008.
21. კვარაცხელია ნ., კოჭლამაზაშვილი ლ., შავიშვილი ნ., აგროტურიზმი – საქართველოს რეგიონული ეკონომიკის განვითარების ხელშეწყობი ფაქტორი, ყურნალი „ეკონომიკა“, №12, 2005.
22. კვარაცხელია დ., საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა: გამოწვევები, შესაძლებლობები და პრიორიტეტები, ყურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, №10, 2007.
23. ლაზარიაშვილი თ., მევენახეობა-მელვინეობის განვითარების პრობლემები კახეთის მხარეში, თბილისი, 2007.
24. მარგველაშვილი მ., ტურისტული ბაზრის მარკეტინგული კონცეფცია, ყურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, №2, 2002.
25. მარგველაშვილი მ., ტურიზმი და ეკონომიკა, ყურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, №6, 2001.
26. მაღალმთიანი რეგიონების სოციალური და ეკონომიკური

- განვითარების ხელშემწყობი პირობები, ევროპული გამოცდილება, საქართველოს პარლამენტის კვლევითი დეპარტამენტის მასალები, თბილისი, 2006.
27. „მენარმის სამაგიდო წიგნი“, მენარმეობის მხარდაჭერის საერთაშორისო ცენტრი, ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის კვლევა, თბილისი, 2008.
 28. მერლანი გ., ტურიზმის განვითარება საქართველოში, ჟურნალი „ეკონომიკა“, №5-6, 2009.
 29. ნაცვალაძე მ., ბიოპროდუქტებისადი მომხმარებელთა დამოკიდებულება და გადახდისადმი მზადყოფნა საქართველოში, ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №6, 2000.
 30. პაპავა ვლადიმერ, პოსტკომუნისტური კაპიტალიზმის პოლიტიკური ეკონომია და საქართველოს ეკონომიკა, თბილისი, 2002.
 31. პაპავა ვლადიმერ, პოსტკომუნისტური გარდამავალი პერიოდის მაკროეკონომიკა, თბილისი, 2005.
 32. პაპავა ვლადიმერ, ნეკროეკონომიკის ზომბირება, თბილისი, 2010.
 33. ჟღენტი მ., ძირითადი კურკოვანი კულტურების წარმოებისა და შენახვისუნარიანობის გაუმჯობესების აგროტექნოლოგიური საფუძვლები. დისერტაცია, თბილისი, საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის მებაღეობის, მევენახეობის და მეღვინეობის საამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი, 2007.
 34. რიკარდო დ., პოლიტიკური ეკონომიის და დაბეგვრის საფუძვლები, ტფილისი, 1937.
 35. რეგიონული ეკონომიკა, ხარაიშვილი ე., ჩავლეიშვილი მ., მექეაბიშვილი ე., ლაზარიაშვილი თ., და სხვ. თბილისი, 2004.
 36. სარჯველაძე ე., მიქელაძე გ., მსოფლიო ბაზარზე ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობის ამალღეებისათვის, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, №6, 2002.
 37. საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმოხილვა. დეკემბერი, თბილისი, 2005.
 38. საქართველოს სოფლის მეურნეობა 2009, სტატისტიკური პუბლიკაცია, თბილისი, 2009.
 39. საქართველოს სტატისტიკური წელიწადწლეული, თბილისი, 2009.
 40. საქართველოს კანონი „მაღალმთიანი რეგიონების სოციალურ-ეკონომიკური და კულტურული განვითარების შესახებ“, საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე, №24(31), 1999.

41. საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“, თბილისი, 1997.
42. საქართველოს ტურიზმის განვითარების კონცეფცია და სამოქმედო პროგრამა, თბილისი, 2001.
43. საქართველოს რეგიონული განვითარების 2010-2017 წწ. სახელმწიფო სტრატეგია, თბილისი, 2010.
44. სმითი ა., გამოკვლევა ხალხთა სიმდიდრის ბუნებისა და მიზეზების შესახებ, თბილისი, 1938.
45. სემინარის მოხსენებები, მეხილეობის აქტუალური საკითხები. თბილისი, საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო, 2002.
46. სოფლის მეურნეობის ეკონომიკა (მიკრო, მეზო და მაკროეკონომიკური ანალიზი), დამხმარე სახელმძღვანელო, ავტორთა კოლექტივი: მ. ხურცილავა, ნ. ხარაიშვილი, ლ. გეგენავა, ე. მექვაბიშვილი, ე. ხარაიშვილი, თბილისი, 2009.
47. ტურიზმის სამომხმარებლო პოტენციალი, რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში, IESC, 2007.
48. ფეტელავა ს., კონკურენციის თეორია და ანტიმონოპოლიური რეგულირება საქართველოში, თბილისი, 2007.
49. ქართული ღვინის ეროვნული სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის შემუშავება, მსოფლიო ბანკის მიერ დაფინანსებული კვლევა, საბოლოო ანგარიში, თბილისი, 2009.
50. ქარქაშაძე ნ., თოდუა ნ., მუშკუდიანი ა. რეგიონის კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხი. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006, №4.
51. ლაღანიძე გ., საქართველოს ეკონომიკის ექსპორტზე ორიენტაციის პერსპექტივები, საქართველოს ექსპორტის დივერსიფიკაცია და ხელშეწყობა, საქართველოს ეკონომიკური ტენდენციები, კვარტალური მიმოხილვა, ოქტომბერი, 2007.
52. ლაღანიძე გ., ეკონომიკური ინდექსები და ეკონომიკური რეალობა, თეუსუ პრომების კრებული, თბილისი, 2011.
53. შავგულიძე რ., „სოფლის მეურნეობის სექტორის განვითარება“, USAID-ის კვლევის მასალები, თბილისი, 2010.
54. შუბლაძე ვ., საქართველო და ტურიზმი, თბილისი, 2004.
55. შუბლაძე ვ., სამთო ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში, ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, №4, 2008.
56. ჩავლეიშილი მ., ფერმერული მეურნეობების განვითარების ტენდენციები, ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, თბილისი, 2007, №5.

57. ჩავლეიშვილი მ., აგრობიზნესის განვითარების ტენდენციები, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ბიზნესი და კეთილდღეობა“, ტ. 1, თბილისი, 2008.
58. ჩავლეიშვილი მ., აგრობიზნესის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში, ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №3, 2010.
59. ჩავლეიშვილი მ., რეგიონული განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში, ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“, მაისი, 2010.
60. ჩიქავა ლ., ინოვაციური ეკონომიკა, თბილისი, 2006.
61. ხადური ნ., საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი და პერსპექტივები, USAID-ის კვლევის მასალები, 2010.
62. ხარაიშვილი ე. საქართველოს აგროსამრეწველო კომპლექსის ეკონომიკურ-ორგანიზაციული მექანიზმი და მისი სრულყოფის მიართულებები, თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 2004.
63. ხარაიშვილი ე., მექვაბიშვილი ე., ჩავლეიშვილი მ., ნაცვალაძე მ., ლაზარიაშვილი თ. და სხვ., რეგიონული ეკონომიკა, თბილისი, 2004.
64. ხარაიშვილი ე., ჩავლეიშვილი ნ., „აკალოვანი კულტურების ბაზრის განვითარების მდგომარეობა და პერსპექტივები“, საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე, თბ., 2006.
65. ხარაიშვილი ე., გაგნიძე ი., ჩავლეიშვილი მ., ნაცვლიშვილი ი., ნაცვალაძე მ., მიკროეკონომიკა, თბილისი, 2009.
66. ხარაიშვილი ე., მამარდაშვილი ფ., ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობა და ბაზრის დივერსიფიკაციის სტრატეგიები, საუნივერსიტეტოშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალები, თბილისი, 2009.
67. ხარაიშვილი ე., მამარდაშვილი ფ., საქართველოს აგრარული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასება, | საუნივერსიტეტოშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია: „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“, თბილისი, 2009.
68. ხარაიშვილი ე., აგრარული სექტორის განვითარების რეტროსპექტიული ანალიზი, აკადემიკოს სერგი ჯიქიას დაბადების 110 წლისთავისადმი მიძღვნილი სამეცნიერო კონფერენცია, ახალციხე, 2009.

69. ხარაიშვილი ე., ღვინის სექტორის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში, პ. გუგუშვილის სახელობის ეკონომიკის ინსტიტუტის დაარსებიდან 65-ე წლისთავისადმი მიძღვნილი საქართველოს ეკონომისტთა სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული, თბილისი, 2009.
70. ხარაიშვილი ე., ლოკალური სასურსათო ბაზრების კონკურენტული უპირატესობები, საქართველოს ინსტიტუტთაშორისი სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „აგრარული სექტორის ეკონომიკური ზრდის პრიორიტეტები და რისკის მართვა“, თბილისი, 2009.
71. ხარაიშვილი ე., ღვინის ბაზრის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი და ფირმების ქცევის სტრატეგია, ჟურნალი „ეკონომიკა“, №6, 2009.
72. ხარაიშვილი ე., ფ. მამარდაშვილი, საქართველოს აგრარული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შეფასება, ჟურნალი „ეკონომიკა“, მაისი, 2009.
73. ხარაიშვილი ე., ნაცვალაძე მ., მოთხოვნა-მიწოდების თანაფარდობა ქართული ბიოპროდუქტების ბაზარზე, ჟურნალი „ახალი ეკონომისტი“, № 4, 2009.
74. ხარაიშვილი ე., საქართველოს აგროტურისტული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა, I საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“, შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, აჭარის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, შავი ზღვის ტექნიკური უნივერსიტეტი (თურქეთი), ბათუმში-ტრაპიზონი, 2010.
75. ხარაიშვილი ე., აგრარული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და მიკროეკონომიკური რისკები, საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ეკონომიკისა და ბიზნესის განვითარების ტენდენციები საქართველოში“, სამეცნიერო შრომების კრებული, თბილისი, 2010.
76. ხარაიშვილი ე., კონკურენტუნარიანობა და მდგრადი განვითარების პრობლემები აგრარულ სექტორში, საერთაშორისო-სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული, თბილისი, 2010 წელი.
77. ხარაიშვილი ე., გენბაია ბ., საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ფაქტორები, ჟურნალი „ბიზნესი და მენეჯმენტი“, №2, 2010.
78. ხარაიშვილი ე., ქართული თხილის კონკურენტუნარიანობა და წარმოების განვითარების სტრატეგიები, ჟურნალი

- „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №1, 2011.
79. ხარაიშვილი ე., ზვიადაძე ე., ნედლი ხილის ევროპული ბაზარი და წარმოების პოტენციალი საქართველოში, ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, №2, 2011.
 80. ხაზარაძე ნ., ტურიზმის განვითარების პერსპექტივები საქართველოში, სადისერტაციო ნაშრომი, თბილისი, 2008.
 81. ხომიზურაშვილი ნ., საქართველოს მეხილეობა, კურკოვანი, კაკლოვანი და სუბტროპიკული კულტურები. თბილისი, გამომცემლობა მეცნიერება, თბილისი, 1978.
 82. ჭამპურიძე ა., სამხრეთ ოსეთის მეხილეობა. თბილისი, გამომცემლობა განათლება, თბილისი, 1984.
 83. ჰაიეკი ფ., საბედისწერო თავდაჯერებულობა, სოციალიზმის შეცდომები, თბილისი, 2000.
 84. ჰაიეკი ფ., „ინდივიდუალიზმი და ეკონომიკური წესრიგი“, თბილისი, 2000.
 85. A Sustainable Agricultural Policy for Europe, Position paper on CAP review and reform, IFOAM EU Regional Group April 2002.
 86. Adam Smith, „The Wealth of Nations“, 1776.
 87. Baade, D. Demographischer Wandel und internationale Wettbewerbs-fähigkeit Deutschlands. Eine Analyse basierend auf Porters Ansatz. 2007.
 88. Besanko David A.; Brautigam Ronald R. Microeconomics. An Intergrated Approach.; Printed in the USA. 2004.
 89. Givord Dorian. Defending the European Rural and Agricultural Model at the WTO. 2001.
 90. D. Gale Jonson. World Agriculture in Disarray. London: Macmillan Press Ltd. 1991.
 91. George I. Stigler, „The New Palgrave Dictionary of Economics“, Secend Edition, 2008.
 92. Gechbaia B. Devadze A., International Competitiveness and its Defining Factors in Georgia. International Scientifis Internet Conference "Problems of New Economy Formation of the XXI century". Ukraine. 2010.
 93. Christensen G. The past end fiuture of competitive advantage. Oslo, 2001.
 94. INNO-Policy TrendChart - Policy Trends and Appraisal Report, Georgia, 2007.
 95. KAM Index by the World Bank, 2006.
 96. Klump, R. Wirtschaftspolitik. Instrumente, Ziele und Institutio-

- nen. Verlag Pearson Studium, München, 2006.
97. Krugman P.(ed) Geography and Trade. Cambridge University, Cambridge(Mass), 1990.
 98. Kharaisvili E., Tendencies of Agrarian Manufacturing Development in Georgia, Tendencies of Agrarian Manufacturing Development in Georgia, V The international scientific conference, Ukraine 2010.
 99. Kharaisvili E., Nacvaladze M., Bioproduction as the basis of the development of Georgian sustainable agriculture, 2011.
 100. Kotler, F Marketing: Analysis, Planning, Implementation and Control. Warsaw: Gebethner & S-ka, 1994.
 101. Porter, M., The Competitive Advantage of Nations. The Free Press, New York, 1990.
 102. Porter, M., Nationale Wettbewerbsvorteile. Erfolgreich konkurrieren auf dem Weltmarkt. Sonderausgabe. Wirtschaftsverlag Ueberreuter, 1993.
 103. Publication of Belrose, Inc. 2006. *World Sweet Cherry Review – 2006 Edition*. USA. Creston Lane, Pullman.
 104. Robert S. Pindyck, Daniel L. Rubinfeld. Mikroökonomie. 7 Aufl. Pearson Studium, 2009.
 105. Shining Stone, Sophie Danlos, Konstantin Kobaxidze.. *The potential for off-season cherry supply from China to the UK*. MBA in Food and Agribusiness. 2007.
 106. The international marketing magazine for fresh produce buyers in Europe. June 2008/#408. *Eurofruit*.
 107. The Global Competitiveness Report 2009-2010. World Economic Forum.
 108. Hart A. Jeffrey. Rival Capitalist: International Competitiveness in the United State, Japan and Western Europe. L. Cornell University Press, 1992.
 109. Weindlmaier, H. (1999): Die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Ernährungs-industrie: Methodische Ansatzpunkte zur Messung und empirische Ergebnisse. Referat. Vierzigste Jahrestagung der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e. V. vom 4. bis 6. Oktober 1999 in Kiel.
 110. Глухов А. Оценка конкурентоспособности товара и способы ее обеспечения. Маркетинг. 1999.
 111. Гечбаия Б. Современное состояние и совершенствование

методики мониторинга конкурентоспособности аграрного предприятия. საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერების მეცნიერებათა აკადემიის ჟურნალი „მოამბე“, №21, 2007.

112. Гечбаия Б. Инновационные тенденции развития конкурентоспособности экономики Грузии в условиях глобализации. Материалы Международной научно-практической конференции, Иваново, 2011.
113. Лифиц И. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг, 2001.
114. Маршалл А. Принципы экономической науки, т. 2, М. 1993.
115. Мишин Ю. Экономические основы организации конкурентоспособного производства, 2000.
116. Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. Москва-Смоленск, 2005.
117. Портер Майкл, Конкуренция, 2002.
118. Портер Майкл, Международная конкуренция, М., Международные отношения, 1993.
119. Тухашвили М., Шелиа М., Хараишвили Э., Демографические и трудовые проблемы горнодобывающих регионов Грузии, Международная конференция Проблемы труда и социальной политики в промышленном регионе Теория и практика Луганск, 2008.
120. Треиси. М. Сельское хозяйство и продовольствие Введение в теорию, практику и политику. СПб.: Эк. школа. 1995.
121. Романов Л.Е. Методы построения стратегии конкуренции фирмы. //Вопросы экономики// июль 2000.
122. Соколов В. Проблемы стратегического эффекта в международной конкуренций, Ж. Вопросы Экономики, №5, 2011.
123. Спиридонов И.А. Международная конкуренция и Россия, 1997.
124. Юданов А.Ю. Конкуренция, М. Экономика, 2000.

125. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия., М. 1995.
126. Щербаковский Г.З. Внутренний механизм конкуренции и конкурентные силы, 1997.
127. Фатхудинов Р. Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление. Москва, 2000.
128. Хараишвили Э., Справедливое распределение доходов и пути преодоления бедности в Грузии, міжнародної науково-практичної конференції „НАУКА І СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬСТВА“, АКАДЕМІЯ ЕКОНОМІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ, МІНІСТЕРСТВО ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ, ЛУГАНСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ, ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД «ЛУГАНСЬКИЙ ІНСТИТУТ ПРАЦІ ТА СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ», Луганськ, 2010 року.
129. Хараишвили Э., Гечбая Б., Кластерные стратегии регионального развития в Грузии, Научно-информационный журнал „Наука и экономика“, #1(5) 2011 (http://company-nm.com/ru/journal/archive/2011_jan)
130. Харитонов В.К. Государство и проблемы конкуренции в современной экономике \ \ Вопросы экономики №2. 2002.
131. Хейне П. Экономический образ мышления. М. 1991.
132. Хайек Ф. А. Пагубная самодеянность, М. 1992.
133. www.ambebi.ge/sazogadoeba/844-patriarqis-sashobaopistole.html
134. www.agvantage.org.ge
135. www.agriturizmo.pg.it
136. www.agrotourizm.com
137. www.agromarketplace.com
138. www.accueil-paysan.com
139. www.admin.ch/ch/f/rs/c844.html
140. banksandfinance.ge/villige/1944-soflis-meurneoba.html
141. www.geostat.ge
142. www.ghn.ge/news-6544.html
143. www.greentrade.net
144. www.delgeo.ec.europa.eu/en/index.html
145. www.elkana.org.ge
146. www.europages.com
147. www.cbi.eu
148. www.tourism.gov.ge

149. www.maf.ge/index.php?rec_start=5&rec_start_nav=0&pg
150. www.mof.ge
151. www.moa.gov.ge
152. www.uni-kiel.de/agrarmarketing/Gewisola99/c4weindl.pdf
153. www.nutexportcompany.com/index.php
154. www.rural-europe.aeidl.be
155. http://faostat.fao.org/Portals/_Faostat/documents/xls/Total_Agricultural_Exports.xls
156. http://faostat.fao.org/Portals/_Faostat/documents/xls/Total_Agricultural_Imports.xls
157. http://faostat.fao.org/Portals/_Faostat/documents/xls/Total_Merchandise_Trade.xls
158. http://faostat.fao.org/Portals/_Faostat/documents/xls/Total_Agricultural_Imports.xls
159. http://faostat.fao.org/Portals/_Faostat/documents/xls/Total_Agricultural_Exports.xls
160. http://faostat.fao.org/Portals/_Faostat/documents/xls/Total_Merchandise_Trade.xls
161. <http://www.foodtrader.com>
162. <http://www.freshinfo.com>
163. <http://www.foodmarketexchange.com>
164. <http://www.freshplaza.com>
165. <http://faostat.fao.org>
166. www.winevine.ge
167. www.Weforum.org

Eter Kharashvili

Problems of Competition and Competitiveness in Agro-Food Products Sector in Georgia

The monograph contains review of the most important problem of economics of Georgia – competition and competitiveness in agro-food products sector. Based on development tendencies of this sector there has been evaluated level of competition in food markets and exposed penetration barriers. With support of definition for competitiveness methodology and in accordance of Porter „diamond” model and five factors of competition has been explored level of agro-product competitiveness that is strategic for Georgia. On the base of market strategies have been evaluated priorities for sustainable development of agro-product sector.

The book envisages to be used by scientists – economists, managers interested in taking optimal decisions in agro-product sector, students and young analysts and wide range of readers.

CONTENT

Preface	4
Chapter 1. Theories of Competition and Competitiveness.....	13
1.3. Theoretical methodological principles of competition and competitiveness.....	13
1.4. Criteria for definition of competitiveness and evaluation problems.	29
Chapter 2. Competition and modern tendencies of development of agro-product sector in Georgia.....	43
2.1. Analysis of industrial-territorial parameters of development of agropduct sector.....	43
2.2. Competition and the peculiarity of market operations.	74
2.3. Competition and strategy of the firms behaviour.	85
Chapter 3. Competitiveness of Agro- Food products of Georgia	90
3.1. Level of competitiveness of Agro-food products	90
3.2. The microeconomic risks affecting the competitiveness	99
3.3. Competitiveness of Georgian wine and the Market diversification	111
3.4. Georgian hazelnut competitiveness and dominant features of manufacturing	120
3.5. The raw fruits European market and potential of manufacturing in Georgia	130
3.6. Competitiveness of agro-tourism products in Georgia	145
Chapter 4. Competitive Strategies and Innovative Factors of Sustainable Development	161
4.1. Competitiveness and problems of sustainable development in agro-food products sector.....	161
4.2. Diversification of the export food products and strategy of market conditions.....	166
4.3. Competition and innovative factors of regional development	175
Literature	183
Summary	194



გამომცემლობა „უნივერსალი“

თბილისი, 0179, 0. ჯავახიშვილის გამზ. 19, ☎: 22 36 09, 8(99) 17 22 30
E-mail: universal@internet.ge