

საქართველოს პარლამენტი საქართველოს პარლამენტი

გიორგი ნანუაშვილი,
გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორი
თამარ ლავგილავა,
სტუდენტ-მაგისტრი

რეზიუმე

საბაზრო ეკონომიკის მთავარი პრინციპია კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოება, ჩვენს რეალობაში როგორც ხარისხით, ისე ფასების მხრივ, ასეთი პროდუქციის შექმნა მომავალ პერსპექტივად რჩება. ექსპერტების აზრით საქართველოს მუდმივად ჰქონდა ექსპორტის განვითარების პრობლემა. კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოების გარეშე ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის გაზრდა შეუძლებელია. ისიც აღსანიშნავია, რომ საქართველოს გააჩნია საკმარისი დიდი პოტენციალი ამ კუთხით, რომელსაც ბოლომდე ვერ იყენებს.

Резюме

Главный принцип рыночной экономики, это создание конкурентной продукции. В нашей реальности, как по качеству, так и по цене создание такой продукции остоется перспективой в будущем. По мнению экспертов, у Грузии всегда было проблема по развитию экспорта, без производства конкурентоспособной продукции невозможно повышению экспортного потенциала страны. Надо отметить и то, что Грузия имеет очень большой потенциал по этой линии, но до сих пор его не использует достаточно на высоком уровне.

საქართველოს ინტეგრაცია მსოფლიოს სივრცეში შეუძლებელია ეკონომიკური ურთიერთობების და მათ შორის საერთაშორისო ვაჭრობის გარეშე. საზღვარგარეთის ქვეყნებთან საგარეო-ეკონომიკური კავშირების სწრაფი განვითარება-გაფართოება, როგორც ყველა სხვა ქვეყნისათვის, ასევე საქართველოსთვისაც უმნიშვნელოვანეს სტრატეგიასთან რიცხვს განეკუთვნება. არ შევცდებით თუ ვიტყვით, რომ მსოფლიოში ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკური წარმატება დიდად არის დამოკიდებული საგარეო ვაჭრობაზე. ფაქტია და ამას დამტკიცება არ სჭირდება, რომ ჯერჯერობით არცერთ ქვეყანას არ შეუქმნია მყარი და ძლიერი ეკონომიკა მსოფლიო ეკონომიკური სისტემისაგან იზოლირებულად.

ისეთი მცირე ზომის ეკონომიკური პოტენციალის მქონე ქვეყნისათვის, როგორც საქართველო ექსპორტზე ორიენტაციას და აღნიშნული პროცესის სახელმწიფოსაგან მხარდაჭერასა და ხელშეწყობას უდიდესი სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს. რატომ არის ეს საკითხი ასე მნიშვნელოვანი? ჯერ ერთი ეკონომიკის ექსპორტზე ორიენტაციის გარეშე, შიდა ბაზრის სიმ-

ცირის გამო ადგილობრივი წარმოების გაფართოებას და განვითარებას, ვფიქრობთ, პერსპექტივა არ გააჩნია. გარდა აღნიშნულისა ექსპორტის გაზრდა-გაფართოებას მთელი რიგი ღირსებები ახასიათებს, როგორც ეკონომიკური, ისე სოციალური და პოლიტიკური თვალსაზრისითაც.

პირველ რიგში იგი მოითხოვს საქართველოს ეკონომიკური პოტენციალის გააზრებულ და გონივრულ გამოყენებას. ეხება იგი როგორც ბუნებრივი, ისე რეკრეაციული და გეოპოლიტიკური რესურსების გამოყენებას.

მეორე მსოფლიო თუ ევროპის ბაზარზე დამკვიდრების მიზნით კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის ახალი ტექნიკისა და ტექნოლოგიების დანერგვას და შესაბამისად, შრომისა და წარმოების კულტურის ამაღლებას დიდი მნიშვნელობა აქვს, რადგანაც ყოველივე აღნიშნული მოითხოვს განათლებულ მაღალკვალიფიციურ კადრებს და პროფესიონალ სპეციალისტებს და არამხოლოდ მათ ვინც ინგლისური და კომპიუტერთან მუშაობა იცის.

მესამე და არანაკლებ მნიშვნელოვანია ისიც, რომ საქართველოს ეკონომიკის საგარეო ვაჭრობაზე ორიენტაცია სტიმულია სამუშაო ადგილების შექმნისათვის, იქცეს ქვეყანაში სიღარიბის დაძლევის ერთ-ერთ საუკეთესო გზად.

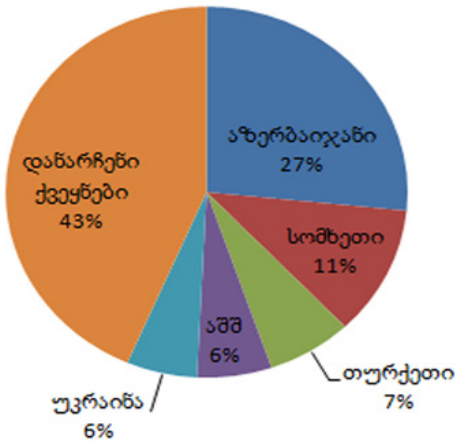
საგარეო ვაჭრობის განვითარება ასევე ექსპორტ-იმპორტის საინვესტიციო პოლიტიკის და სხვათა სწორად განსაზღვრა და წარმართვა განაპირობებს ბიზნესის გარემოს განვითარებას ქვეყანაში, სავალუტო მარაგის შევსებას, ჯანსაღი კონკურენტული გარემოს ფორმირებასა და სხვა პრობლემების გადაწყვეტას, რომელიც ამჟამად ჩვენი ქვეყნის წინაშე დგას.

ქვეყნის ადგილისა და როლის განსაზღვრას საგარეო ვაჭრობაში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება.

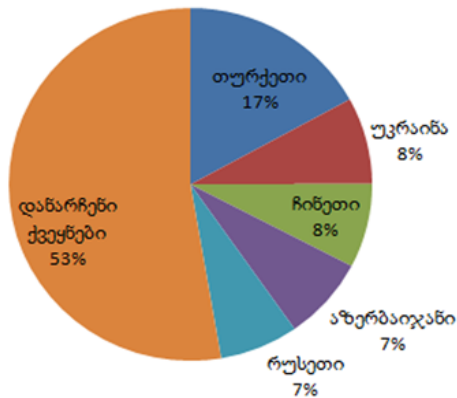
საყურადღებოა ის გარემოებაც, რომ საქართველოს სავაჭრო პარტნიორ ქვეყნებს შორის წამყვანი ადგილები ჩვენს მეზობელ ქვეყნებს უკავიათ. ამის ახსნა მეტად მარტივია კერძოდ ძველი სავაჭრო ურთიერთობათა ტრადიციები, მათთან ვაჭრობა მოითხოვს შედარებით ნაკლებ კაპიტალ დაბანდებას და მაღალ შემოსავლებს. ამ უკანასკნელის გამოყენება კი შესაძლებელია ეკონომიკის შემდგომი განვითარებისათვის. შეიძლება ითქვას, რომ მეზობელ ქვეყნებთან ექსპორტის განვითარებას გააჩნია გარკვეული უპირატესობები და წანამძღვრები.

- მრავალი წლების განმავლობაში ეს ქვეყნები წარმოადგენდნენ ქართული პროდუქციის გასაღების ბაზარს;
- ამ ქვეყნების ბაზარზე ქართული პროდუქცია მაღალი მოთხოვნილებით სარგებლობს არა

უმსხვილესი საქსპორტო ქვეყნების წილი მთლიან ექსპორტში 2013 წლის იანვარ-აგვისტო



უმსხვილესი საიმპორტო ქვეყნების წილი მთლიან იმპორტში 2013 წლის იანვარ-აგვისტო



მარტო ხარისხის არამედ ტერიტორიული სიახლოვის გამოც.

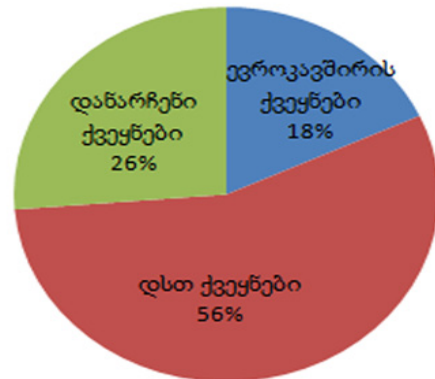
- განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობდა და სარგებლობს ჩვენი ქვეყნის სოფლის მეურნეობის პროდუქტთა.

თუ გადავხედავთ სტატისტიკურ მონაცემებს შემდეგ სურათს მივიღებთ:

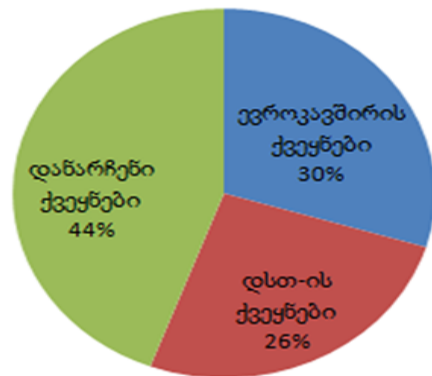
(მლნ. აშშ დოლარი)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013წ. იანვარი-აგვისტო
საგარეო სავაჭრო ბრუნვა	6444	7797	5634	6935	9247	10220	6640
საქონლის რეგისტრირებული ექსპორტი (FOB)	1232	1495	1134	1677	2189	2377	1761
საქონლის რეგისტრირებული იმპორტი (CIF)	5212	6302	4500	5257	7058	7842	4879
საგარეო ვაჭრობის სალდო	-3980	-4806	-3367	-3580	-4869	-5465	-3119

ქვეყნების ჯგუფების წილი მთლიან ექსპორტში 2013 წლის იანვარ-აგვისტო



ქვეყნების ჯგუფების წილი მთლიან იმპორტში 2013 წლის იანვარ-აგვისტო



როგორც მონაცემებიდან ირკვევა 2013 წელს საგარეო სავაჭრო ბრუნვა შემცირდა დაახლოებით 1.5 ჯერ 2012 წელთან შედარებით.

2007 წელს იმპორტი ექსპორტს ჭარბობდა დაახლოებით 4.23 ჯერ, 2008 წელს - 4.22ჯერ, 2009 წელს — 3.97ჯერ, 2010 წელს - 3.13ჯერ, 2011 წელს - 3.22ჯერ, 2012 წელს - 3.3ჯერ, 2013 წლიდან იანვარი-აგვისტოს ჩათვლით ეს მაჩვენებელი შეადგენს 2.77-ს.

1964 წელს შეიქმნა გაეროს გენერალური ასამბლეის ძირითადი ორგანო, ვაჭრობის, ინვესტიციების და განვითარების სფეროში - გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია (United Nations Conference on Trade and Development, UNCTAD) იუნკტადი, რომლის მიზანია დააჩქაროს განვითარებადი ეკონომიკის ქვეყნებში ვაჭრობისა და ეკონომიკის განვითარება, მინიმუმამდე დაიყვანოს განვითარებულ და განვითარებად ქვეყნებს შორის არსებული სოციალური თუ ეკონომიკური განსხვავება, გააუმჯობესოს სატრანსპორტო და საკომუნიკაციო სისტემები ზღვაზე გასასვლელის არ მქონე ქვეყნებს შორის.

70-იან წლებში გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის ეგიდით შემუშავდა პრეფერენციათა განზოგადებული სისტემა - Generalizad

Sistem of Preferens - GSP, რომლის მიზანია ხელი შეუწყოს განვითარებადი და ნაკლებად განვითარებული ქვეყნებიდან პროდუქციის ექსპორტს. G GSP-ს ძირითადი არსია განვითარებულმა ქვეყნებმა დახმარება გაუწიონ ეკონომიკურად სუსტ ქვეყნებს ექსპორტის განვითარებაში. მიზნით განვითარებული ქვეყნები GSP-ს მოსარგებლე ქვეყნებს (GSP-ს ბენეფიციარებს) ანიჭებენ გარკვეულ შეღავათებს საგარეო ვაჭრობაში, კერძოდ, აწესებენ ბენეფიციარი ქვეყნებიდან ექსპორტირებულ საქონელზე საიმპორტო ტარიფის საბაზრო განაკვეთებთან შედარებით შემცირებულ განაკვეთებს. ამგვარი შეღავათები აადვილებს მათი საქონლის შეღწევას განვითარებული ქვეყნების ბაზარზე, ზრდის მათ კონკურენტუნარიანობას და ეხმარება საექსპორტო წარმოების განვითარებაში.

საქართველოსთვის GSP-ის ბენეფიციარის სტატუსი მინიჭებული ქვს: ევროკავშირს (1995წ.), შვეიცარიას, ჩეხეთს, სლოვაკეთს, კანადას, იაპონიას, აშშ-ს (2001 წ.), პოლონეთს (2002 წ.), თურქეთსა (2002 წ.) და ესტონეთს (2003 წ.). GSP-ის სქემები, ცალკეული ქვეყნების მიხედვით ერთმანეთისგან განსხვავდებიან ქვეყნისთვის პრეფერენციების მინიჭების კრიტერიუმებით, პროდუქციაზე საიმპორტო საბაჟო გადასახადებში შეღავათების გავრცელების მასშტაბებითა და მათი დონით, ასევე საქონლის წარმოშობის დადგენის წესებით, მისი დამადასტურებელი დოკუმენტების გაფორმების მოთხოვნებითა და ა.შ.

მიუხედავად ამ შეღავათებისა, თუნდაც ევროპულ ბაზარზე ჩვენი ქვეყნის შეღწევა და თავის დამკვიდრება ჯერ კიდევ საკმაოდ რთულია, ამას არა ერთი და ორი ფაქტორი განაპირობებს. მათ შორის მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია:

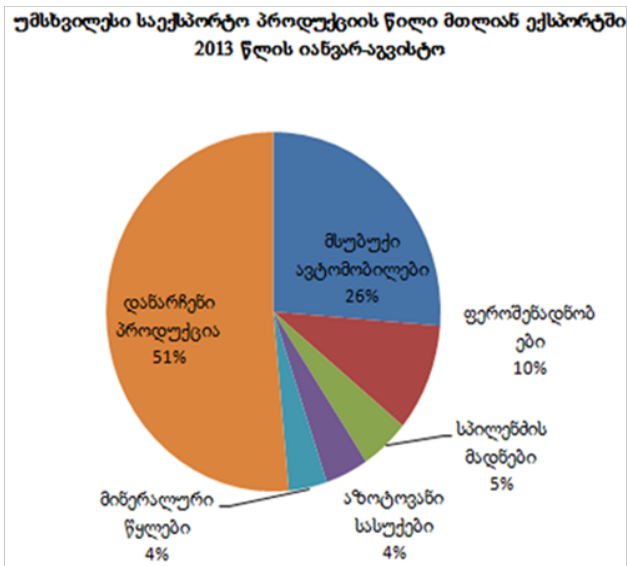
- ქართული პროდუქცია არ არის მაინცდა მაინც ცნობილი ევროკავშირის ბაზარზე, ამას თავისი ისტორიული ფესვები გააჩნია.
- ბაზრის ასათვისებლად და მომხმარებელთა რაოდენობის გაზრდისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს თუ რა ბრენდით შედიხარ ბაზარზე, რას სთავაზობ მომხმარებელს. ქართულ ექსპორტირებულ პროდუქციაში კი ვფიქრობთ და არცთუ უსაფუძვლოდ, ასეთი ბრენდები ჯერჯერობით საკმაოდ მცირეა.
- რთულია მომხმარებლის ერთხელ ჩამოყალიბებული ტრადიციის შეცვლა და ცხადია, ერთი ბრენდიდან მეორეზე გადასვლა სხვა მომენტებთან ერთად დროსაც მოითხოვს, რადგანაც შეძლება ითქვას, მომხმარებელთა უმეტესი ნაწილი კონსერვატორია, ვიდრე ნოვატორი.
- ევროკავშირის ქვეყნებში საქონლის იმპორტირებისას ბევრად მეტია დანახარჯები, ვიდრე ჩვენს მეზობელ ქვეყნებში (თურქეთი, აზერბაიჯანი, სომხეთი, უკრაინა) აქ იგულისხმება არამარტო სატრანსპორტო ხარჯები, არამედ ბაზარზე შეღწევისათვის გაღებული თანხები.
- დასამალი არ არის, რომ 2008 წლის აგვისტოს მოვლენების შემდეგ საქართველოსათვის და

არა ქართული პროდუქციისათვის დაიხურა რუსეთის ბაზარი. საქმე ის არის, რომ აზერბაიჯანის მოსახლეობა ყიდულობს ქართულ პროდუქტს და აზერბაიჯანის ეგიდით გააქვს რუსეთის ბაზარზე.

მიზეზთა ჩამონათვალი შეიძლება კიდევ გაგვეგრძელებინა, მაგრამ ვფიქრობთ ეს ჩამონათვალიც საკმარისია, რომლებიც აფერხებენ ქართული პროდუქციის ექსპორტს.

ჩვენი აზრით, საჭიროა საქართველოს მთავრობამ ბიზნესმა შეთანხმებულად ჩამოაყალიბონ სწორი და გონივრული მიდგომები და სრულყოფილი ეკონომიკური საექსპორტო სტრატეგია. აქცენტი უნდა გაკეთდეს მაღალი ხარისხის კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოებაზე. ასეთ შემთხვევაში შეგვეძლება ნებისმიერი ქვეყნის ბაზარზე შესვლა და დამკვიდრება. კონკურენტუნარიანობას კი საერთაშორისო ვაჭრობა და ბიზნესი განსაზღვრავს, რადგანაც საბაზრო ეკონომიკის მთავარი პრინციპი კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოებაა, თუმცა დღეისათვის ჩვენს რეალობაში, როგორც ხარისხით ისე ფასების მხრივ ასეთი პროდუქციის წარმოება ისევ და ისევ მომავალ პერსპექტივაში მოიაზრება. ეს გასაკვირი არც არის, საქართველოს მუდმივად ჰქონდა ექსპორტის განვითარების პრობლემა, საკმარისია გავიხსენოთ თუნდაც ქართული ღვინოები, რომლებიც დსთ-ს ქვეყნებში გადიოდა. არადა დღეისათვის კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოების გარეშე ქვეყნის ასე ჩამორჩენილი საექსპორტო მაჩვენებლის გაზრდა შეუძლებელია. აქვე უნდა აღინიშნოს რომ აღნიშნული პრობლემის გამოსწორება შესაძლებელია, საქართველოს აქვს საკმაოდ დიდი საექსპორტო პოტენციალი, რომელსაც ის ბოლომდე ვერ იყენებს.

გასულ წლებში საქართველოდან ექსპორტზე 100-მდე დასახელების პროდუქცია გადიოდა, მათგან ზოგი მეტი ზოგიც ნაკლები მოცულობით, მაგრამ მაინც გადიოდა. საქართველოს უმსხვილესი სასაქონლო ჯგუფის ათეულში რუსულ აგრესიამდე, უმნიშვნელო ადგილმონაცვლეობით თითქმის ერთი და იგივე პროდუქცია ტრიალებდა.



უმსხვილესი საექსპორტო პროდუქციის შემადგენლობაში შედის: მსუბუქი ავტომობილები, ფეროშენადნობები, სპილენძი, აზოტოვანი სასუქები, მინერალური წყლები. „რუსული ემბარგოსა“ და 2008 წლის ცნობილი მოვლენების შემდეგ ფეროშენადნობები ლიდერის პოზიციას არავის უთმობს საექსპორტო ათეულში. შავი ლითონების ჯართი, რომელიც წლების მანძილზე გაედინება საქართველოდან სამსუხაროდ ისევ მოთხოვნად საქონლად რჩება. 90-იან წლებში თითქოს რაც დასაჭრელი და დასაშლელი იყო დაიჭრა და დაიშალა, მაგრამ ფაქტია მარაგში კიდევ ბევრი გვექონია, ამაზე მეტყველებს ქვეყანაში ყოველ ფეხის ნაბიჯზე არსებული ჯართის მიმღები პუნქტები. უმსხვილეს საექსპორტო საქონელთა ჩამონათვალში შედის მსუბუქი ავტომობილები, ამ შემთხვევაში სტატისტიკურ მონაცემებში იგულისხმება ის ტრანსპორტი, რომელიც საქართველოს გავლით სხვა ქვეყნებში გადის. სტატისტიკური მონაცემებით საექსპორტო პროდუქციის ათეულში სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებიდან შედის თხილი, კაკალი, ციტრუსები და ა.შ.

აღსანიშნავია ისიც, რომ ადგილობრივი წარმოებები საქართველოში მცირე რაოდენობით ფუნქციონირებენ, ამის მრავალი მიზეზი შეიძლება დავასახელოთ, მათ შორის გამოვყოფდით იმას, რომ ადგილობრივი წარმოების ზრდას ნებისმიერ ქვეყანაში ხელს უწყობს ხელისუფლება და ეს უნდა წარმოადგენდეს მის პოლიტიკურ ნებას. ამ მხრივ საქართველოში არ არსებობს მოქნილი საკანონმდებლო ბაზა, ასეთ პირობებში კი ადგილობრივი წარმოება მუდამ ჩრდილში რჩება, სწორედ ერთ-ერთი მიზეზი ესეცაა, რომ საქართველოში სამომხმარებლო კალათის 80% დამოკიდებულია იმპორტულ საქონელზე და მხოლოდ 20 პროცენტი ადგილობრივზე.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. ნ. ასლამაზიშვილი-საგარეო ვაჭრობა, თბ., 2003
2. შ. ვეშაპიძე, ა. გრიშკაშვილი, ე. ლეკაშვილი, ნ. ასლამაზიშვილი- მსოფლიო ეკონომიკა, თბ., 2008.
3. ლ. ყორღანაშვილი- საერთაშორისო სავაჭრო ეკონომიკური ურთიერთობები. თბ., 2007
4. Фомичев В.И.-международная торговля, М.,2000
5. www.geostat.ge
6. http://mfa.gov.ge/?sec_id=569&lang_id=GEO