

ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის განვითარების ტენდენციები გლობალიზაციის პირობებში

Tendencies of Development of the Export Potential of the Country in the Conditions of Globalizations

ნინო სამჭკუაშვილი - ეკონომიკის დოქტორი, ასოცირებული პროფესორი
საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტის (სეუ)

თამარ დუდაური - ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, კავკასიის
საერთაშორისო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

Nino Samchkuashvili - Doctor of Economics,
Associate Professor of Georgian National University
Tamar Dudauri - Academic Doctor of Economy, Associate
Professor of Caucasus International University

რეზიუმე: ნაციონალური ეკონომიკის და მისი შემადგენელი ნაწილის საექსპორტო პოტენციალის შესწავლა მოითხოვს არა მხოლოდ დიდ ყურადღებას, არამედ გულდასმით და მრავალმხრივ კვლევას. ამრიგად, ქვეყნის ეკონომიკისა და მისი საგარეო-ეკონომიკური მდგომარეობის რეალური შეფასება უნდა გახდეს ის პლატფორმა, რომელიც საფუძვლად უნდა დაედოს საქართველოს საექსპორტო პოლიტიკის პრიორიტეტების ფორმირებას მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში.

Abstract: Studying of potential of national economy and its integral part of the export potential, is the problem requiring not only attention, but also studying. Assessment of a real condition of national economy and effectiveness of its foreign economic activity can become that the starting platform which will allow to formulate priorities of export policy of Georgia in the conditions of globalization of economies.

საკვანძო სიტყვები: ექსპორტი, საექსპორტო პოლიტიკა, საექსპორტო პოტენციალი, კონკურენტული უპირატესობები, გლობალიზაცია, იმპორტი, ევროპული ბაზარი.

Key Words: Export, export policy, export potential, competitive advantages, globalization, import, and European market.

შესავალი: გლობალიზაციის პირობებში ნებისმიერი სახელმწიფოს ეკონომიკური დამოუკიდებლობა შეუძლებელია ისეთი მნიშვნელოვანი პრობლემის გადაწყვეტის გარეშე, როგორიცაა მსოფლიო ბაზარზე თავისი სეგმენტის დაკავება. ამრიგად, საექსპორტო პოტენციალი წარმოადგენს ნაციონალური ეკონომიკის ორგანულ ნაწილს და თავის თავში მოიცავს საწარმოო, მეცნიერულ-ტექნიკურ, საკადრო და საინვესტიციო რესურსებს. ფაქტიურად იგი ასახავს ნაციონალური ეკონომიკის შესაძლებლობას აწარმოოს უცხოურ ბაზრებზე კონკურენტუნარიანი საქონელი და მომსახურება.

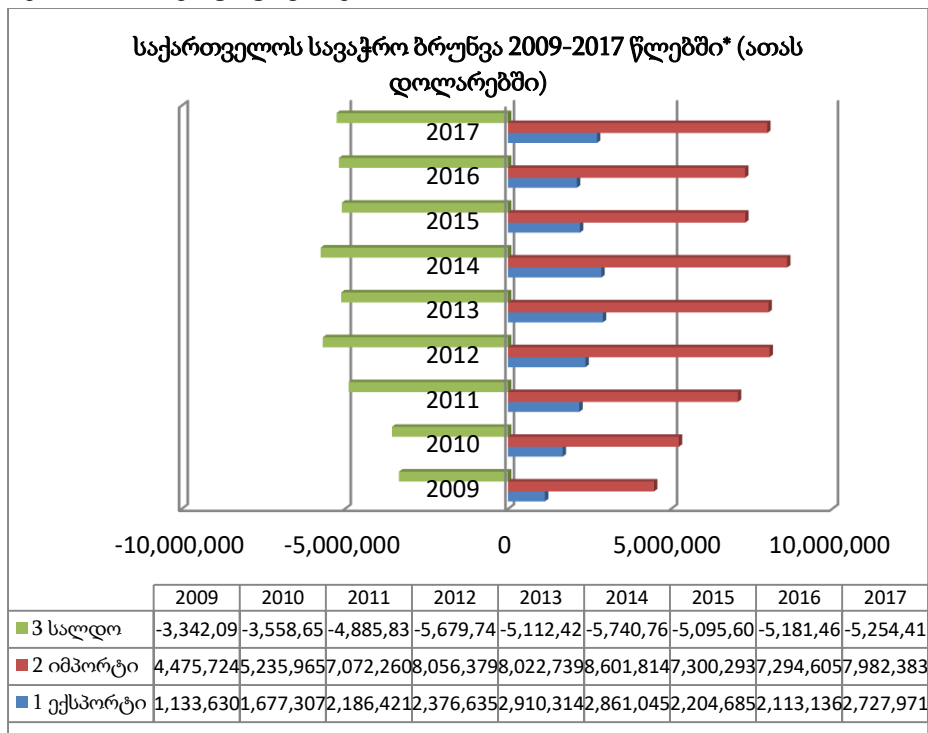
საექსპორტო პოტენციალს შეუძლია ეკონომიკას შესთავაზოს დამატებითი რესურსები, რომლებსაც მათი მიზნობრივად და ეფექტიანად გამოყენების შემთხვევაში შეუძლიათ ეკონომიკური ზრდის სტიმულირება. მისი სტრატეგიული როლი მდგომარეობს იმაში, რომ იგი უნდა გახდეს საერთაშორისო შრომით დანაწილებაში ქვეყნის ეკონომიკის არსებული და პოტენციური კონკურენტული უპირატესობების აქტივიზაციის ინსტრუმენტი.

სახელმწიფოს მნიშვნელოვანი როლი უკავია ექსპორტის განვითარებაში, რაც მდგომარეობს ექსპორტიორების მხარდაჭერაში, მათთვის ხელსაყრელი გარემო პირობების შექმნითა და ექსპორტის სტიმულირებით. იგი შესაძლებელია განხორციელდეს, როგორც ტექნიკური, ასევე ფინანსური მხარდაჭერით, ამასთან საქართველოს შემთხვევაში აქცენტი უნდა გაკეთდეს მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე, რომელთაც ხშირად არ ყოფნით რესურსები, რათა გახდნენ კონკურენტუნარიანი მსოფლიო ბაზარზე.

ძირითადი ტექსტი: მსოფლიო ეკონომიკის გლობალიზაციის პირობებში ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის განვითარება და მისი რეალური გაზრდა წარმოადგენს საკვანძო ფაქტორს, რომელიც ახასიათებს სამამულო მეურნეობის ყველა დარგისა და სფეროს კონკურენტუნარიანობას. არსებული ობიექტური რეალობის, რომლის დაძლევა აუცილებელია ექსპორტის დივერსიფიკაციის დაჩქარების გზით, წარმოადგენს ის, რომ დღესდღეობით ექსპორტის ძირითად ნაწილს შეადგენს ნედლეული, ხოლო კონკრეტული პროდუქტის და ახალ ბაზარზე შეღწევის და დამკვიდრების მაჩვენებლები - არადამაკმაყოფილებელია. ექსპორტის პოტენციალის ზრდის და ევროპულ ბაზარზე ინტეგრაციისათვის აუცილებელია საქართველოსა და ევროკავშირის შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმებით გათვალისწინებული ვალდებულებების შესრულება. ეს ხელს შეუწყობს ქართული საექსპორტო პროდუქტის ევროკავშირის ბაზარზე შესვლასა და დამკვიდრებას, ასევე საქართველო-ევროკავშირის სავაჭრო-ეკონომიკური ურთიერთობების თვისობრივად ახალ საფეხურზე გადასვლას. ამასთან, მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის ინფორმირებულობის ამაღლება შეთანხმებით გათვალისწინებულ გასატარებელ ღონისძიებებთან დაკავშირებით. [1]

საექსპორტო პოტენციალის ფორმირების ფაქტორების მრავალფეროვნების გამო ეკონომიკურ ლიტერატურაში არსებობს მისი შეფასების კრიტერიუმების შერჩევისადმი სხვადასხვა მიდგომა. მათგან საექსპორტო პოტენციალის განსაზღვრისას გამოიყენება რვა კრიტერიუმი: საწარმოო რესურსების მდგომარეობა, ლოგისტიკის ორგანიზაცია, ფინანსური რესურსების მდგომარეობა, საინფორმაციო რესურსების ხარისხი, საკადრო რესურსების მდგომარეობა, მარკეტინგის სისტემის ორგანიზაცია, პროდუქციის რეალიზაციაში

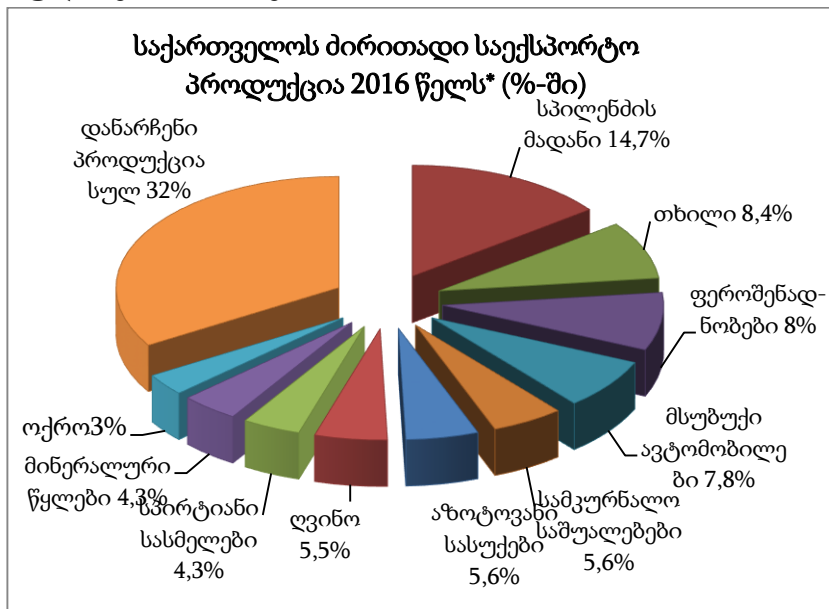
ექსპორტის ხვედრითი წილი, საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისი სერტიფიცირება. [2]



დიაგრამა 1. საქართველოს სავაჭრო ბრუნვა 2009-2017 წლებში (ათას დოლარებში). *ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით.

უნდა აღინიშნოს რომ შეფასების კრიტერიუმები შეიცავენ, როგორც ხარისხობრივ, ისე რაოდენობრივ მაჩვენებლებს. რაოდენობრივ მაჩვენებლებში ზოგჯერ ითვალისწინებენ ისეთ მაჩვენებლებს როგორებიცაა: საექსპორტო გაყიდვების რენტაბელობა, ექსპორტში ინოვაციური პროდუქციის წილი, წარმოების ეფექტიანობა და მწარმოებლის კონკურენტუნარიანობა. საექსპორტო პოტენციალის ფაქტორებისა და კრიტერიუმების ანალიზის

საფუძველზე შეგვიძლია გავაკეთოთ შემდეგი დასკვნა, რომ საექსპორტო პოტენციალის რეალიზაცია და გაზრდა მოითხოვს არა მხოლოდ უნარის და სურვილის არსებობას, არამედ მსოფლიო ბაზარზე სამამულო პროდუქციის გასვლისა და ადგილის დამკვიდრების შესაძლებლობას, სახელმწიფოსაგან ექსპორტის სტიმულირების პირობებში.

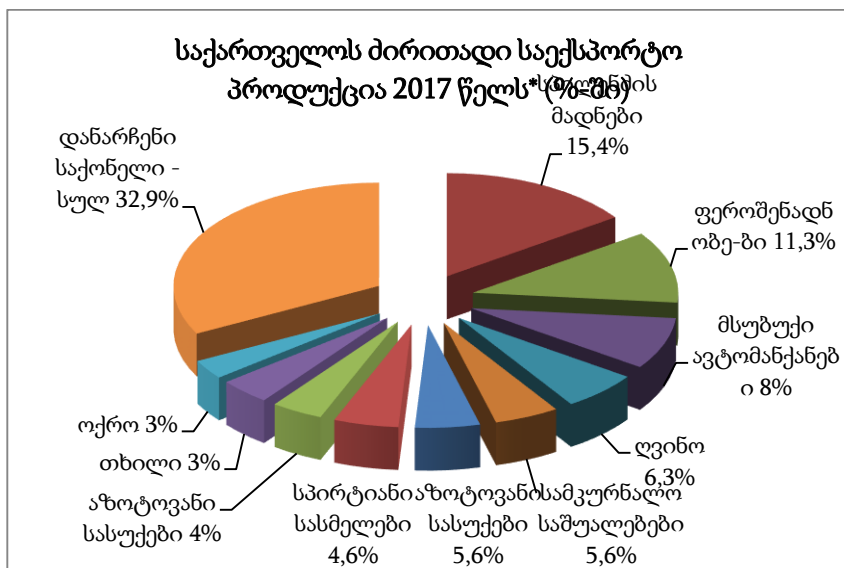


დიაგრამა 2. საქართველოს ძირითადი საექსპორტო პროდუქცია 2016 წელს (%-ში). *ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით.

საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის დასახასიათებლად განვიხილოთ საგარეო ვაჭრობის ოპერაციების სტატისტიკა. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებით საქართველოს სავაჭრო ბრუნვა 2009-2017 წლებში შემდეგნაირად გამოიყურება (იხ. დიაგრამა 1). როგორც დიაგრამიდან ჩანს წინა

წელთან შედარებით 2017 წელს ექსპორტმა შეადგინა 2,728 მილიონი დოლარი, რაც წინა წელთან შედარებით 615 მილიონით მეტია, ხოლო 2013 წელს ექსპორტმა შეადგინა 2.910 მილიონი დოლარი რაც 2017 წლის მაჩვენებელს აღემატება 182 მილიონით. ასევე წლიდან წლამდე იზრდება იმპორტიც, რომელიც 2017 წლის მონაცემებით თითქმის 2,9 ჯერ აღემატება ექსპორტს.

ამრიგად, 2017 წელს საქართველოს ექსპორტი მკვეთრად გაიზარდა, მაგრამ როგორც დავრწმუნდით იმპორტის წილი ექსპორტზე ბევრად მეტია. ამის გამო სავაჭრო სალდო მუდმივად უარყოფით ნიშნულზეა. ამის მიზეზი საკმაოდ ბევრია, მათ შორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია ის, რომ ქართული პროდუქცია ხშირ შემთხვევაში ევროსტანდარტებს ვერ აკმაყოფილებს.



დიაგრამა 3. საქართველოს ძირითადი საექსპორტო პროდუქცია 2017 წელს (%-ში). *ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით.

საექსპორტო პოტენციალის ანალიზისას მნიშვნელოვანია განვიხილით საქართველოს ექსპორტი სტრუქტურულ ჭრილში. 2017 წლის მონაცემებით საექსპორტო ათეულში პირველ ადგილზეა სპილენძის მადნები - 419,8 მლნ. აშშ დოლარით (მთლიანი ექსპორტის 15,4%), 2016 წელს ეს მაჩვენებელი ტოლი იყო 312,3 მლნ. აშშ დოლარის (14,7%).

2017 წელს მეორე ადგილზე ფეროშენადნოები - 306,9 მლნ. აშშ დოლარი (11,3%), იმ დროს როდესაც 2016 წელს მას ეკავა მესამე პოზიცია 169,3 მლნ. აშშ დოლარით (8%), ხოლო მეორე პოზიციაზე 2016 წელს იყო თხილი - 179,2 მლნ. აშშ დოლარით (8,4%), 2017 წელს კი თხილი გადავიდა მეცხრე პოზიციაზე - 82,5 მლნ. აშშ დოლარით (3%), რაც გამოწვეული იყო დასავლეთ საქართველოში თხილის ნარგავებში სოკოვანი დაავადებების და აზიური ფაროსანას გავრცელებით. ძირითადი საექსპორტო პროდუქცია 2016 და 2017 წლებში მოცემულია დიაგრამებზე. (იხ დიაგრამა 2 და 3). სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით 2017 წელს, ექსპორტის მიხედვით, საქართველოს უმსხვილესი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნების ათეულის ჯამურმა ექსპორტმა შეადგინ 1875795.4 ათასი აშშ დოლარი რაც მთლიანი ექსპორტის 68,7%-ია. (იხ. დიაგრამა 4)

როგორც დიაგრამიდან ჩანს პირველ ადგილი საქათველოს ექსპორტში მყარად უკავია რუსეთს მასზე მოდის საქართველოდან განხორციელებული მთლიანი ექსპორტის 14,5%. მეორეზე აზერბაიჯანია 10%, მესამეზე კი თურქეთი 7,9%. როგორც დიაგრამიდან ნათლად ჩანს პირველ ათეულში ევროკავშირის ქვეყნებიდან მოხვდნენ მხოლოდ ბულგარეთი (6,5%) და რუმინეთი (2,7%), ხოლო ევროკავშირის წამყვან ქვეყნებში ექსპორტის მოცულობები საკმაოდ მოკრძალებულია. რასაც მრავალი, როგორც სუბიექტური ასევე ობიექტური მიზეზი აქვს.



დიაგრამა 3. საქართველოს უმსხვილესი სავაჭრო პარტნიორი ქვეყნების ათეული 2017 წელს* (მილ. აშშ დოლარი). ***ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით.**

საქართველოს, როგორც აგრარულ ქვეყანას დიდი პერსპექტივები გააჩნია ევროკავშირისა და სხვა განვითარებულ ქვეყნებში განახორციელოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტი. თანამედროვე ეტაპზე საქართველო ახორციელებს ძირითადად შემდეგი სასოფლო სამეურნეო პროდუქციის ექსპორტს: ღვინო, თხილი, კაკალი, ნუში, ხილის ჩირი მოცვი, კივი, ბროწეული, კურკოვანი კულტურები, ვარდის ზეთი, სტაფილოს თესლის ზეთი, ჩაი, მწვანილი, დაფნა, მატყლი, თაფლი. მაგრამ მათი მოცულობების ზრდა ღვინისა და თხილის გარდა მიმდინარეობს დაბალი ტემპებით რასაც მრავალი შემაფერხებელი ფაქტორი გააჩნია.

აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტის შემაფერხებელ ფაქტორებს შორის უნდა აღინიშნოს შემდეგი ფაქტორები:

1. დაბალი პროდუქციის ხარისხი - ქართული პროდუქცია ხშირ შემთხვევაში ევროსტანდარტებს ვერ აკმაყოფილებს. მეწარმეებს

არა აქვთ პროდუქციის ხარისხის დამადასტურებელი სერთიფიკატი.

2. შეფუთვა/დახარისხება-პროდუქტის ევროპაში გასატანად მეწარმეები თავად ახარისხებენ, აფასობენ და აწყობენ ყუთებში. არ არის საწარმოები, სადაც პროდუქტი შეიფუთება და ევროპაში გასატანად სასურველ სარეალიზაციო სახეს მიიღებს.
3. ლოგისტიკა - სერიოზული პრობლემები ექმნებათ მცირე და საშუალო მეწარმეებს, რომლებსაც ევროპაში გადაუმუშავებელი ხილი და ბოსტნეული გააქვთ და ჯერჯერობით, ვერც უცხოელი პარტნიორები მოიძიეს, ვინც იქ სასაწყობე მეურნეობის შექმნასა და მართვაში დაეხმარება.
4. მცირე წარმოების გამო ფერმერები საკუთარი პროდუქტით კონტეინერებს ვერ ავსებენ და სხვა კლიენტის ლოდინი დიდხანს უწევთ. საჰაერო ტრანსპორტის გამოყენება ფასს ძალიან აძვირებს, არასტაბილური მიმოსვლა შედარებით იაფ ბორანსაც გამოუყენებელს ხდის.
5. თანამედროვე ტექნოლოგიების არქონა და ცოდნის ნაკლებობა.
6. საექსპორტო ბაზრების შესახებ ინფორმაციის არქონა.
7. მარკეტინგი - ქვეყნისა და აგროპროდუქციის ცნობადობა ჯერ კიდევ არ არის დიდი, ევროპაში ჯერ კიდევ არის ადგილები, სადაც არ იციან ქართული პროდუქტი, ამიტომ მარკეტინგული თვალსაზრისით მუდმივი მუშაობაა საჭირო.
8. ბევრ ფერმერს არ აქვს თანამედროვე უნარ-ჩვევები, რის შედეგადაა დაბალი მწარმოებლურობა და დანაკარგი მოსავლის აღების დროს.
ექსპორტის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორებიდან გამომდინარე, ქართული პროდუქციის მსოფლიო ბაზარზე ექსპორტის საკითხი კომპლექსურ მუშაობას და დიდ ძალისხმევას მოითხოვს სახელმწიფო ორგანოებისა და კერძო სექტორის მხრიდან. აქვე მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს ცენტრალური ხელისუფლებისა

და ადგილობრივი თვითმართველობების როლი ექსპორტის ხელშეწყობასა და სტიმულირებაში.

ექსპორტის ხელშეწყობის ღონისძიებები დამოკიდებულია ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების დონეზე, არსებულ ტრადიციებზე, ამა თუ იმ დარგის განვითარების პრიორიტეტებზე. მსოფლიოს მრავალ განვითარებულ ქვეყანაში საქონელგამტარი ქსელების შექმნის ინიციატორად გვევლინებიან თვით მეწარმეები. ამავდროულად ამ ქვეყნებში სახელმწიფოს შეუძლია განახორციელოს ექსპორტიორების მხარდაჭერის ეროვნული საექსპორტო სტრატეგია. მსოფლიო პრაქტიკაში არსებობს, როგორც სპეციალიზებული სავაჭრო კომპანიები შეზღუდული ფუნქციებით, ასევე ისეთები, რომლებიც ერთდროულად ასრულებენ მრავალ ფუნქციას. მაღალტექნოლოგიური და უნიკალური პროდუქციის ექსპორტზე, როგორც წესი, სპეციალიზდებიან მცირე და საშუალო კომპანიები, ხოლო ნედლეულისა და სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის ბაზარზე კი - მსხვილი კომპანიები.

ამ სფეროში სასურველია გათვალისწინებულ იქნეს აშშ-ის, გერმანიის და იაპონიის გამოცდილება. აშშ-ში ფართედ არის გავრცელებული ექსპორტის მართვის კომპანიები და საექსპორტო სავაჭრო კომპანიები. ექსპორტის მართვის კომპანიების ძირითად ფუნქციას წარმოადგენს ერთი ან რამდენიმე საწარმოს საექსპორტო საქმიანობის წარმოება და ხდება კომპანიის დროებითი საექსპორტო განყოფილება. ძირითადად ასეთი სახის ორგანიზაციები მოწოდებულნი არიან იმუშაონ მცირე და საშუალო კომპანიებთან, რათა ექსპორტის წარმოებისას განახორციელონ მათი ძალისხმევის აგრეგირება და დაეხმარონ შეზღუდული რესურსების პირობებში უცხოურ ბაზრებზე გასვლაში. ექსპორტის მართვის კომპანიებისაგან განსხვავებით საექსპორტო სავაჭრო კომპანიები ორიენტირებულნი არიან გარე ბაზრების მოთხოვნილებებზე, სწავლობენ მათ, ხოლო

შემდგომ ეტაპზე მწარმოებლებს საჭირო პროდუქციის ექსპორტისათვის.[5]

აშშ-ში არსებობს, როგორც პატარა, ვიწრო სპეციალიზებული შუამავლები, ასევე მზა პროდუქციისა და ნედლეულის მსხვილი საერთაშორისო დისტრიბუტორები.

გერმანიაში არსებობს დიდი რაოდენობის მცირე სავაჭრო სახლები (მაგალითად, ჰამბურგში მათი რაოდენობა 3000 აღწევს). როგორც გამოცდილებამ აჩვენა ამ სახლების კონკურენტული უპირატესობა და მაღალი რეპუტაცია მეტწილად ეფუძნება სპეციალურ ცოდნას, ვიდრე ფინანსურ შესაძლებლობებს. გერმანიის სავაჭრო კომპანიები ძირითადად მუშაობენ მზა პროდუქციასთან.[6]

სავაჭრო სახლებს იაპონიაში საგარეო ვაჭრობაში თავიდანვე მინიჭებული ჰქონდათ კვაზი-მონოპოლია, ისინი სარგებლობენ საგადასახადო და ფინანსური შეღავათებით, აქვთ უფლება შექმნან მსხვილი კონგლომერატები, რაც აკრძალულია სხვა ქვეყნებში. სახელმწიფომ ფაქტობრივად აიძულა ადგილობრივი კომპანიები ექსპორტი განეხორციელებინათ სავაჭრო სახლების დახმარებით. იაპონიის სავაჭრო სახლები სპეციალიზირდებიან არა მხოლოდ ექსპორტზე არამედ იმპორტზეც. [6]

ისეთი მცირე ეკონომიკის ქვეყნისათვის, როგორიც საქართველოა მნიშვნელოვან როლს ექსპორტის განვითარებაში, მის მიერ დადებული ხელშეკრულებები და შეთანხმებები უცხოეთის ქვეყნებთან და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან გზას უხსნის ქართველ იმპორტიორებს მსოფლიო ბაზარზე შესასვლელად. ერთ-ერთ ასეთ შეთანხმებას წარმოადგენს ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA) ასოცირების შესახებ შეთანხმების უმნიშვნელოვანესი ნაწილი (IV კარი - ვაჭრობა და ვაჭრობასთან დაკავშირებული საკითხები), რადგან სწორედ ის

მოიცავს ევროკავშირთან ეკონომიკური ინტეგრაციის მექანიზმს და საქართველოსთვის უხსნის ევროკავშირის შიდა ბაზარს. [4] DCFTA-ის შესაძლებლობების მაქსიმალურად გამოყენება დღემდე ვერ ხდება, რასაც მოწმობს ევროკავშირში ექსპორტირებული საქონლის პირველი ათი კატეგორია, რომელიც 2010 წლიდან არ შეცვლილა. ექსპორტი 2017 წელს გაიზარდა ისევ ტრადიციული საექსპორტო პროდუქტების ხარჯზე (დიაგრამა 2 და 3).

EBRD-ის დირექტორი კავკასიის რეგიონში, მოლდოვასა და ბელარუსში, ბრუნო ბალვანერა საუბრობს იმ გამოწვევებზე, რომლებიც DCFTA-ის შესაძლებლობების გამოყენებას აფერხებს:

“დიდ გამოწვევად ითვლება ქვეყნის სამეწარმეო საქმიანობის განვითარება და ახალი პროდუქტის შექმნა ევროპის ბაზარზე გასაყიდად. ასევე გამოწვევაა იპოვო გზა ამ ბაზარზე მოსახვედრად. ევროპული ბაზარი საკმაოდ დიდია და მასთან წვდომა მარტივი არ არის. საჭიროა ინფრასტრუქტურის განვითარებაც. კომუნიკაციისთვის საჭიროა უკეთესი გზა: პორტები, აეროპორტები. მთავრობაც მუშაობს ამ გამოწვევებზე, ჩვენ ვმუშაობთ და შედეგიც გვაქვს ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების სახით”- აცხადებს ბრუნო ბალვანერა. [7]

ამ მიმართებით ქმედითი ნაბიჯები იდგმება. 2017 წლის 2 აგვისტოს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ გამოქვეყნებულ ინფორმაციაში ნათქვამია:

სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ ქვეყნის ექსპორტის განვითარებისა და ზრდის ხელშეწყობის მიზნით, გერმანული საკონსულტაციო კომპანია „GFA Consulting Group“-ის ექსპერტებთან ერთად, მაღალი საექსპორტო პოტენციალის მქონე სექტორების სიდრმისეულ შესწავლას იწყებს. აღნიშნულ საქმიანობას მხარდაჭერას უწევს ევროკავშირის თანადაფინანსებით მიმდინარე პროექტი „მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება და DCFTA საქართველოში“,

რომელსაც გერმანიის საერთაშორისო თანამშრომლობის საზოგადოება (GIZ) „ეროკავშირი ბიზნესისთვის“ პროგრამის ფარგლებში ახორციელებს. პროექტი „მცირე და საშუალო მეწარმეობის განვითარება და DCFTA საქართველოში“ მეწარმეებს კონკურენტუნარიანობის გაზრდასა და ეროკავშირთან თავისუფალი სავაჭრო სივრცის პირობებში ჩამოყალიბებულ ახალ მარეგულირებელ გარემოსთან ადაპტირებაში ეხმარება. [8]

საექსპორტო პოტენციალის გაზრდისათვის საქართველოს მთავრობის მიერ გაწეული ძალისხმევა ჯერ კიდევ არ არის საკმარისი, მას მოუწევს უფრო გაბედული ნაბიჯების გადადგმა. ჩვენი აზრით უნდა შემუშავდეს ექსპორტის განვითარების ხანგრძლივადიანი სახელმწიფო პროგრამა. აუცილებელია სახელმწიფოს ხელშეწყობით შეიქმნას სავაჭრო სახლები, რომლებიც იმუშავებენ უცხოეთის ბაზრების შესწავლაზე და ინფორმაციას მიაწოდებენ მეწარმეებსა და ფერმერებს საექსპორტო პროდუქციის ხარისხისა და სტანდარტების შესახებ.

საქართველოს, როგორც აგრარული ქვეყნისათვის, საშური საქმეა სოფლად კოოპერაციის ხელშეწყობა და მათი წახალისება საგადასახადო შეღავათებითა და ფინანსური მხარდაჭერით ეკოლოგიურად სუფთა, კონკურენტუნარიანი საექსპორტო პროდუქციის წარმოებისათვის.

ჩვენი აზრით ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის განვითარებისათვის მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს განვითარების ფონდის შექმნა ინოვაციური პროექტების დასაფინანსებლად, ასევე ამ ფონდით იქნება დაფინანსებული ის საწარმოები, რომლებიც აწარმოებენ საექსპორტო პროდუქციას საექსპორტო აგროპროდუქციის წარმოების გაზრდისათვის აუცილებელია რეგიონებში თვითმმართველობებთან შეიქმნას

ეკონომიკური სააგენტოები, რომლებიც მოახდენენ ინფორმაციის შეგროვებასა და ექსპორტის ხელშეწყობი პროექტების დაგეგმვას.

დასკვნები: ამრიგად, სახელმწიფოს როლი ექსპორტის განვითარებაში მდგომარეობს ექსპორტიორების მხარდაჭერაში ხელსაყრელი გარემო პირობების შექმნისა და ექსპორტის სტიმულირების გზით. ამასთან ყურადღება უნდა გამახვილეს მცირე და საშუალო მეწარმეობაზე, რომლებსაც არა აქვთ საკმარისი რესურსი.

თანამედროვე ეტაპზე მთავარ ამოცანას წარმოადგენს ქვეყნის დაფარული საექსპორტო პოტენციალის გამოვლენა და უკვე არსებული პოტენციალის განვითარების ხელშეწყობა. რაც აამაღლებს საქართველოში წარმოებული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზრებზე. ყოველივე ეს კი დადებითად იმოქმედებს ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაზე, რაც თავის მხრივ გაზრდის ცხოვრების დონეს ქვეყანაში და საქართველოს დაუმკვიდრებს თავის ადგილს დიდ ევროპულ ოჯახში.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. საქართველოს მთავრობის დადგენილება „საქართველოს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიის „საქართველო 2020“ დამტკიცებისა და მასთან დაკავშირებული ზოგიერთი ღონისძიების თაობაზე“ საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე.
2. Давыденко, Е. Внешнеторговая политика стран с малой экономикой в условиях либерализации международной торговой системы: автореферат / Е. Давыденко. – Мн.: БГУ, 2010.
3. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.
<http://www.geostat.ge/>

4. სოფლის მეურნეობის სამინისტრო. რა არის DCFTA.
<http://www.moa.gov.ge/7/AboutDCFTA>
5. Export Trading Company. Investopedia.
<https://www.investopedia.com/terms/e/export-trading-company-etc.asp>
6. Шкутко О. Н. Экспортный потенциал республики: направления совершенствования и оптимизации. Економічний вісник університету | Випуск № 21/1.
<https://cyberleninka.ru/article/v/eksportnyy-potentsial-respubliki-belarus-napravleniya-sovershenstvovaniya-i-optimizatsii>
7. EBRD-ის მიერ დანახული ევროკავშირთან თავისუფალი ვაჭრობის შემაფერხებელი გარემოებები.
<http://eugeorgia.info/ka/article/679/ebrd-is-mier-danaxuli-evrokavshirtan-tavisufali-vachrobis-shemaferxebeli-garemoebebi/>
8. საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო. საექსპორტო პოტენციალის მქონე ახალი სექტორების შესწავლა იწყება. 02.08.2017.
<http://www.economy.ge/?page=news&nw=275>