



ფინანსები, განათება, ბიოტექნოლოგიები



ქართული პროფესიის სამსახურთა პოტენციალის სტატისტიკური ანგარიში

ლია ძეგისაური

თსუ დოქტორანტი

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

საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ საქართველომ, ისევე, როგორც პრაქტიკულად ყოფილი კავშირის ყველა სუბიექტმა, მემკვიდრეობით მიიღო ეკონომიკური სისტემა სპეციფიკური დარგობრივი სტრუქტურით, დარღვეული სამეურნეო კავშირებით, დანგრეული ფინანსური სისტემით, საბაზრო ურთიერთობების სრული გამოუცდელობით და ასეთივე საკანონმდებლო ბაზით ახალი ეკონომიკური საფუძვლების ფორმირებისათვის. ეკონომიკური სირთულეები გაღრმავდა პოლიტიკური პროცესებით და სეპარატისტული ხასიათის ეთნოკონფლიქტებით.

დამოუკიდებლობის მოპოვების პირველივე დღეებში დღის წესრიგში აქტიურად დადგა მსოფლიო ეკონომიკურ სისტემაში საქართველოს ინტეგრირებაზე ორიენტირებული ეფექტური საგარეო სავაჭრო პოლიტიკის ჩამოყალიბებისა და განხორციელების საკითხი. 1990-იან წლებში საქართველო დიდი ეკონომიკური სიძნელეების წინაშე აღმოჩნდა. თუმცა, საერთაშორისო საფინანსო ორგანიზაციების დახმარებით ქვეყანამ შეძლო მოეხდინა საგარეო ვაჭრობის ღრმა ლიბერალიზაცია: გაუქმდა ექსპორტ-იმპორტის ქვოტირება, მხოლოდ ძალიან

შეზღუდული ნომენკლატურის სპეციფიკურ საქონელზე შენარჩუნდა ექსპორტის და იმპორტის აკრძალვა და ლიცენზირება, გაუქმდა საგარეო სავაჭრო კონტრაქტების რეგისტრაციის მოთხოვნა, შემცირდა აქციზური საქონლის ნუსხა და სააქციზო განაკვეთები. ექსპორტის ხელშეწყობის მიზნით გაუქმდა საბაჟო გადასახადი ექსპორტზე.

თანამედროვე მსოფლიოში ეკონომიკური ურთიერთთანამშრომლობის პროცესი აქტიურად ვითარდება. ამ პროცესში საქართველოს, როგორც სოციალისტური ეკონომიკური სისტემიდან საბაზრო ეკონომიკაზე გარდამავალი ქვეყნის, ჩართვის სირთულე მდგომარეობს იმაში, რომ, ერთი მხრივ, ამ მიმართულებით არ არსებობს ისტორიული ანალოგი და, მეორე მხრივ, მსოფლიო სტანდარტების დონეზე პროდუქციის წარმოება მრავალმხრივ ეკონომიკურ პრობლემებს უკავშირდება.

საქართველოს ხელსაყრელი გეოგრაფიული მდებარეობა, ბუნებრივი სიმდიდრე, სოფლის მეურნეობის ტრადიციები, ღვინისა და მინერალური წყლების წარმოებისა და ექსპორტირების შესაძლებლობები შრომის საერთაშორისო დანაწილებაში მისი რაციონალური ჩართვის საშუალებას იძლევა.

ქვეყნის საექსპორტო პოტენციალის სწორად განსაზღვრასა და მისი ეფექტურად გამოყენების ღონისძიებების შემუშავებას დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ეროვნული ეკონომიკის ზრდისა და განვითარებისათვის, მყარი და სტაბილური ექსპორტი თავისთავად, უზინარეს ყოვლისა, ეკონომიკის გაძლიერებით მიიღწევა.

საქართველო მდიდარი საექსპორტო პოტენციალის მქონე ქვეყანაა. ერთ-ერთი სტრატეგიული დარგია მეღვინეობა. განვითარებული მევენახეობა-მეღვინეობის ქვეყნებს შორის საქართველო გამოირჩევა კონკურენციული უპირატესობით. ამას განაპირობებს მრავალსაუკუნოვანი ტრადიციები და ბუნებრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნება.

საქართველოს მეღვინეობის ერთ-ერთი ყველაზე მეტად დამახასიათებელი თავისებურება და განუყოფელი ნიშან-თვისებაა ხარისხი.

მეორე სახის პროდუქცია, რითაც საქართველოს ევროპის ბაზრის დაინტერესება შეუძლია, თხილია. ჩვენი ქვეყნისათვის ეს პროდუქტი ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს საექსპორტო საქონლად მიიჩნევა. ამჟამად ქართული თხილი და კაკალი ძირითადად გერმანიაში გადის. დიდი ბრიტანეთი კი, რომელიც ამ პროდუქციის მსხვილი მომხმარებელია,

მას თურქეთიდან, გერმანიიდან, დანიიდან და საფრანგეთიდან იღებს.

მესამე მნიშვნელოვანი ქართული წარმოების პროდუქცია მინერალური წყლებია, რომლის საწარმოებლად საქართველოს ბუნებრივი უპირატესობა გააჩნია. ჩვენი ქვეყანა მდიდარია მინისქვეშა წყლებით და ეს რესურსები საკმაოდ მაღალი ხარისხისაა. საკმაოდ მაღალი მინერალიზაციით ხასიათდება ნაბეღლავის წყაროს წყალი.

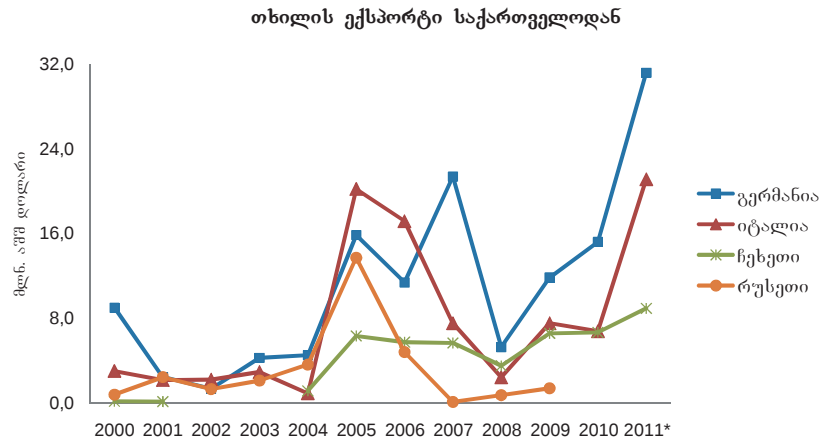
კონკურენტუნარიანობით გამოირჩევა ქართული „ბორჯომი“, „ხვანჭყარა“, „ქინძმარაული“, რომელთა წარმოების სურვილი ბევრს უჩნდება, რის გამოც ადგილი აქვს არაკეთილსინდისიერ კონკურენციას. რუსეთის ბაზარზე ქართულ „ხვანჭყარას“ რუმინული, ბულგარული, უნგრული „ხვანჭყარაც“ უმშვენებს გვერდს. გარდა ამისა, აქ ყაზახეთში, უზბეკეთსა და აზერბაიჯანში დამზადებული „ქინძმარაული“ და „ხვანჭყარაულიც“ იყიდება.

აღნიშნული პრობლემის მოსაგვარებლად აუცილებელია მთავრობის ძალისხმევა მიმართული იყოს ქართული წარმოების საქონლის რეგისტრაციისაკენ სხვა ქვეყნების ბაზრებზე. სამთავრობო დონეზე გაფორმებული ორმხრივი შეთანხმებები პატენტებისა და ლიცენზიების საკითხებსაც მოიცავს, თუმცა პარტნიორი ქვეყნების მხრიდან ხშირად აქვს ადგილი რეგისტრაციის პროცედურების დროში გაწელვას სხვადასხვა სახის ოფიციალური დოკუმენტების მოთხოვნის მიზეზით, რომელიც ზოგიერთ შემთხვევაში საკანონმდებლო ცვლილებების განხორციელებასთან არის დაკავშირებული.

საინტერესოა დინამიკაში ქართული წარმოების, ზემოთ ჩამოთვლილი, პროდუქციის ექსპორტის გაანალიზება პოტენციური ბაზრების ქრილში. უნდა აღინიშნოს, რომ ისინი დღესაც უმსხვილეს ათეულში გვხვდებიან და ასე ვთქვათ, საქართველოს სავიზიტო ბარათებს წარმოადგენენ.

დავინწყოთ თხილთ, რადგან მიმდინარე პერიოდში ეს სასაქონლო პოზიცია უმსხვილეს საექსპორტო ათეულში მეოთხე ადგილზე იმყოფება (დიაგრამა №1):

2011 წელს თხილის ექსპორტმა მთლიანად 130.1 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც თითქმის 2-ჯერ მეტია 2010 წლის მაჩვენებელზე. ძირითადი ექსპორტიორები ევროპის ქვეყნები არიან და მათ შორის გერმანია თითქმის ყოველთვის ლიდერობდა. სწორედ ამის გამო, რუსეთთან ომმა ამ პროდუქციის ექსპორტზე გავლენა ვერ მოახდინა და უკვე ათეულებულ ბაზრებზე თხილის ექსპორტის მოცულობა და ზოგადად მისი

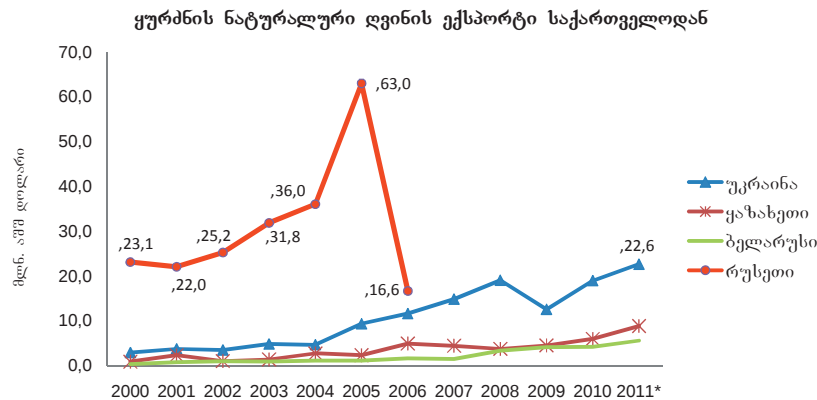


*წინასწარი მონაცემები.

წილი მთლიან ექსპორტში კიდევ უფრო გაიზარდა. 2000-2005 წლებში რუსეთი თხილის ექსპორტიორ სამ უმსხვილეს ქვეყანაში შედიოდა, მაგრამ 2007 წლიდან თხილის ექსპორტის მაჩვენებელი ამ ქვეყანაში მინიმუმამდე დაეცა და 2010 წლიდან საერთოდ განუღდა. აღსანიშნავია, რომ 2 წლიანი პაუზის შემდეგ თხილის ექსპორტი კვლავ განახლდა ჩეხეთში და 2011 წლისთვის ეს ქვეყანა მცირედით ჩამორჩება მეორე პოზიციაზე მყოფ იტალიას.

დიაგრამა №2 გვიჩვენებს ყურძნის ნატურალური ღვინის ექსპორტის დინამიკას 2000-2011 წლებში, საანგარიშო პერიოდის სამი უმსხვილესი ქვეყნისა და რუსეთის მიხედვით.

2011 წლის მიხედვით, ღვინის ექსპორტის მხრივ პირველ ადგილზე უკრაინა იმყოფება 22.6 მლნ აშშ დოლარით 41.7 პროცენტით ღვინის მთლიან ექსპორტში. ყაზახეთს 16.3 პროცენტი და ბელარუსს 10.3 პროცენტი უჭირავს. როგორც ჩანს, ქართული ღვინის ექსპორტის უდიდესი ნაწილი ჯერ ისევ დსთ-ის ბაზარზეა ორიენტირებული. რუსეთის ემბარგო ყველაზე მეტად ღვინის ექსპორტზე აისახა. მიუხედავად იმისა, რომ ღვინის ექსპორტი ღირებულებით მაჩვენებლებში მაინც მზარდ ტენდენციას ინარჩუნებს (გამონაკლისია 2005 წელი, როცა ღვინის ექსპორტმა თავის მაქსიმუმს მიაღწია და 81.3 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა), მთლიან ექსპორტში მისი წილი 2007 წლიდან სტა-



*წინასწარი მონაცემები.

ბილურია და საშუალოდ 2.5 პროცენტს შეადგენს, თუმცა ასეთი სტაბილურობა აბსოლუტური მაჩვენებლის ზრდის პირობებში უარყოფით ტენდენციად უნდა ჩაითვალოს.

2011 წელს ღვინის მთლიანი ექსპორტი 2005 წლის მაჩვენებელზე 33.5 პროცენტით ნაკლებია და მხოლოდ რუსეთში ღვინის ექსპორტის მაჩვენებელს 14.1 პროცენტით ჩამოუვარდება. დიაგრამიდან კარგად ჩანს თუ რა დიდი მნიშვნელობის იყო ქართული ღვინის ექსპორტისთვის რუსეთის ბაზარი. 2002-2005 წლის დონისთვის დღევანდელ პირველ სამეულს არ მიუღწევია ჯამში. ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ რუსეთის ემბარგოს შემდეგ 2007 წელს ღვინო საქართველოს უმსხვილესი საექსპორტო ათეულიდან საერთოდ გაქრა და მხოლოდ ერთი წლის შემდეგ შეძლო ათეულში ადგილის კვლავ დამკვიდრება.

ქართული ღვინის სახეობებიდან ყველაზე მეტი პოპულარობით ქინძმარაული სარგებლობს (ცხრილი №1), თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ამ სახეობის ექსპორტი ღირებულებით აჭარბებს საფერავს. მაგრამ თუ გავანალიზებთ ქართული ღვინის ექსპორტს მოცულობის და არა ღირებულების მიხედვით, ყველაზე მეტი ოდენობით საქართველოდან საფერავის ექსპორტი ხორციელდება. ხვანჭკარა მესამე პოზიციას იკავებს და ყველაზე ძვირადღირებულ ქართულ ბრენდს წარმოადგენს, რომლის ერთი ლიტრის საექსპორტო ფასი საშუალოდ 6.3 აშშ დოლარის ფარგლებში ვარირებს.

ყურძნის ნატურალური ქართული ღვინის ექსპორტი საქართველოდან

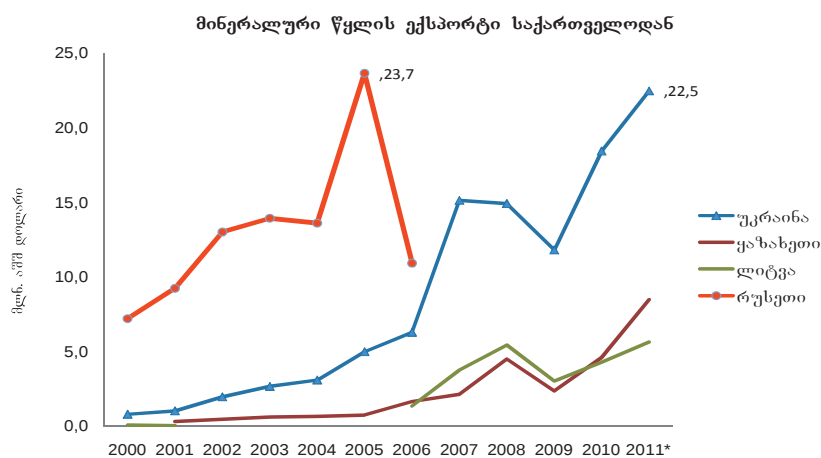
	2008		2009		2010		2011*	
	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლიტრი	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლიტრი	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლიტრი	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლიტრი
სულ	18.4	4.8	13.7	3.7	16.9	4.7	21	5.9
მათ შორის:								
ქიმიკატები	5	1.1	4.2	0.9	5.1	1.2	6.4	1.4
საფერავი	5	1.9	3.6	1.6	4.3	1.8	5.8	2.7
ხვანჭკარა	3.7	0.6	2.7	0.4	3.5	0.6	4.1	0.6
წინანდალი	2.3	0.7	1.5	0.5	2	0.7	2.1	0.7
მეკეუზანი	1.7	0.4	1.3	0.3	1.5	0.3	1.7	0.4
დანარჩენი	0.8	0.2	0.4	0.1	0.6	0.1	0.8	0.2

* წინასწარი მონაცემები

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

და ბოლოს განვიხილოთ მინერალური წყლების ექსპორტში არსებული ტენდენცია (დიაგრამა №3).

დიაგრამა №3



*წინასწარი მონაცემები.

განსახილველ პერიოდში მინერალური წყლების ექსპორტმა მაქსიმალურ მაჩვენებელს მიაღწია და 47.6 მლნ. აშშ დოლარი შეადგინა, რაც მთლიანი ექსპორტის მხოლოდ 2.2 პროცენტია, მაგრამ ეს საკ-

მარისი აღმოჩნდა, რომ აღნიშნულ საქონელს ათეულში მოეპოვებინა ადგილი. უმსხვილესი საექსპორტო ქვეყნების პირველ სამეულს ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნები წარმოადგენენ. რუსეთის ემბარგოს შემდეგ, 2006 წელთან შედარებით მინერალური წყლების ექსპორტი საქართველოდან 98.0 პროცენტით გაიზარდა. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ როგორც ღვინის შემთხვევაში იყო, უკრაინა, რომელიც ამ საქონლის პირველი საექსპორტო ქვეყანაა რეიტინგის მიხედვით, თავისი მაქსიმალური მაჩვენებლით 5.1 პროცენტით ჩამორჩება რუსეთში მინერალური წყლების ექსპორტის 2005 წლის მაჩვენებელს. ეს ფაქტი კიდევ ერთხელ ადასტურებს, რომ რუსეთის ბაზარი ამ დარგისთვისაც საკმაოდ მიმზიდველი და შეიძლება ითქვას, შეუცვლელი იყო.

2011 წელს ექსპორტირებული მინერალური წყლების 95.2 პროცენტს წარმოადგენს მინერალური წყალი „ბორჯომი“, ხოლო „ნაბეღლავი“ მხოლოდ 4.3 პროცენტს იკავებს. 2010 წელს ეს მაჩვენებლები შესაბამისად იყო 92.9 და 6.2 პროცენტი (ცხრილი №2).

ცხრილი №2

ქართული მინერალური წყლის ექსპორტი საქართველოდან

	2008		2009		2010		2011*	
	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლარი	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლარი	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლარი	მლნ. აშშ დოლარი	მლნ. ლარი
სულ	30.5	47.1	24.3	39.7	36.6	58.4	47.4	71.2
მათ შორის:								
ბორჯომი	29.1	44.1	22.3	35.5	34.3	53.6	45.3	67
ნაბეღლავი	1.4	2.8	2	4.1	2.3	4.6	2	4.1
საირმე	0.02	0.2	0.05	0.2	0.1	0.2	0.04	0.1
ზანავი	0.02	0.03	0.01	0.01	-	-	-	-

* წინასწარი მონაცემები

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ქვეყანამ უნდა აირჩიოს ექსპორტზე ორიენტირებული სტრატეგიული სავაჭრო პოლიტიკა. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის რეალიზაციისათვის მნიშვნელოვანი წინაპირობაა ასევე, ინვესტირების მოზიდვა და საიმედო კაპიტალდაბანდებების განხორციელება, რომლებიც ხელს შეუწყობს ეროვნული წარმოების ამოქმედებას, ეროვნული პროდუქციის ხარისხისა და შესაბამისად, კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, რაც თავის მხრივ, ექსპორტის წახალისებისა და საექსპორტო პოტენციალის ეფექტურად გამოყენების მყარი გარანტია.