

საკონსერვო პროდუქციის ბაზრის თანამედროვე ტენდენციები საქართველოში

DOI:10.36962/ECS106/6-8/2024-78

ნანა კირვალიძე

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,
„ავიჯენას“-ს საერთაშორისო საზოგადოებრივი
კოლეჯის პედაგოგი,
E-mail: julietakazariani1956@gmail.com

თამარ გელიაშვილი

პროფესორი, „ავიჯენას“-ს საერთაშორისო
საზოგადოებრივი კოლეჯის სასწავლო
პროცესის დეპარტამენტის დირექტორი

რეზიუმე

განხილულია საქართველოში საკონსერვო პროდუქციის ბაზრის მახასიათებლები: წარმოების დინამიკა; ასორტიმენტის სტრუქტურა და ფასწარმოქმნა; ექსპორტ-იმპორტის ტენდენციები. აღნიშნულია, რომ ლიდერი კომპანიები საკონსერვო პროდუქციის დასამზადებლად იყენებენ მხოლოდ ნატურალურ ნედლეულს, ამიტომ ამ პროდუქციის თვითღირებულებაში 40%-ი არის დანახარჯები ნედლეულზე, პროდუქციის წარმოებასა და ტრანსპორტირებაზე. ექსპორტის მოცულობას მზარდი ხასიათი აქვს და ქვეყნის მთლიანი ექსპორტის მხოლოდ 0,4-0,5% შეადგენს. პროდუქციის ექსპორტი საბითუმო ბაზების საშუალებით ხორციელდება. ხდება მიზნობრივი მომხმარებლის მოთხოვნის შესწავლა, მარკეტინგის კომპლექსის ყველა ასპექტის დაქვემდებარება მომხმარებლის ინტერესებთან. სამამულო პროდუქციამ საქართველოში ჩაანაცვლა მოზღვავებული იმპორტიც.

გაანალიზებულია ყველა ასაკობრივი ჯგუფის მომხმარებელთა გამოკითხვის შედეგები საკონსერვო პროდუქციის უვნებლობის თვალსაზრისით. მომხმარებელთა 63% უპირატესობას ანიჭებს მხოლოდ ქართულ ხილ-ბოსტნეულის კონსერვებს. მომხმარებელთა 20%-ის აზრით პროდუქციის ნიშანდების (ეტიკეტის) მონაცემები არ შეესაბამება სინამდვილეს, ამიტომ პროდუქციას შეაფასებენ მოხმარების შემდეგ, 30%-ის აზრით არაკომპეტენტურია ხარისხის შეფასებაში, მათთვის მნიშვნელოვანია ხარისხის შესაბამისობის სერტიფიკატი, 50%-ი ენდობა ეტიკეტზე მოცემულ მონაცემებს.

ავტორები ასევე საუბრობენ საკონსერვო პროდუქციის ბაზრის განვითარების ღონისძიებებზე.

საკვანძო სიტყვები: საკონსერვო პროდუქციის ბაზარი, წარმოება, თვითღირებულება, ფასწარმოქმნა, ექსპორტ-იმპორტის დინამიკა, მომხმარებელთა კვლევა, სტრატეგიული მიმართულებები.

შესავალი

საქართველოში საბაზრო ეკონომიკის განვითარება გულისხმობს კონკურენტუნარიანი საწარმოების და პროდუქციის არსებობას და მიწოდებას როგორც საშინაო, ასევე საერთაშორისო ბაზარზე. ამის არარსებობის გამო მრავალი არარენტაბელური და არაკონკურენტუნარიანი დარგი განადგურდა. მეხილეობით, მებოსტნეობით და სუფთა სასმელი წყლით მდიდარ ქვეყანაში ალორ-

ძინდა ტრადიციული დარგი საკონსერვო წარმოება. ქვეყანაში შეიქმნა ქართული ბრენდები, რომლებიც აწარმოებენ 100%-ით ნატურალურ, უნიკალურ პროდუქციას, მოქნილ ფასწარმოქმნას, პროდუქციის გაფართოების სწორ, მიზანმიმართულ მარკეტინგულ სტრატეგიებს, პარტნიორობას ექსპორტიორ საბითუმო ფირმებთან. მთავარი აქცენტი სასაქონლო პროდუქციის სწორ ფორმირებასა და მართვაზე, საქონლის მიწოდების მეთოდებზე, ოპტიმალურ ლოგისტიკურ ჯაჭვზე, სარეკლამო ღონისძიებებზე, მომხმარებლებთან გაყიდვის შემდგომ ორმხრივ კავშირებზეა და სხვა.

კონსერვის ისტორია 3000 წელს ითვლის. პორველი კონსერვები ეგვიპტეში აღმოაჩინეს ფარაონთა სამარხის გათხრისას. ეს იყო თიხის ჯამებში მოთავსებული შემწვარი იხვები, რომლებიც კუპრით იყო ჰერმეტიზებული. თანამედროვე სახით კონსერვები მხოლოდ XIX საუკუნის დასაწყისში მიიღეს. საკონსერვო პროდუქციის წარმოებამ გაიარა მრავალსაუკუნოვანი გზა პრიმიტიული წარმოებიდან განვითარებულ მაღალტექნოლოგიურ დარგამდე. საქართველოს მრავალფეროვანმა ბუნებრივ-კლიმატურმა პირობებმა, ბუნებრივი რესურსების სიუხვემ, მეხილეობის, მებოსტნეობის და მებალეობის მრავალსაუკუნოვანმა ტრადიციებმა, სუფთა სასმელმა წყალმა განაპირობა საკონსერვო წარმოების არსებობა. 1989 წლის მონაცემებით საქართველოში ფუნქციონირებდა 64 საკონსერვო ქარხანა და წლის განმავლობაში გადამუშავებას ექვემდებარებოდა 600-650 ათასი ტონა ხილ-ბოსტნეულის ნედლეული. მიღებული მზა პროდუქციის (860 მილიონი პირობითი ქილა) 65% იგზავნებოდა საექსპორტოდ ყოფილ საბჭოთა კავშირის რესპუბლიკებსა და ევროპის ქვეყნებში.

საბაზრო ეკონომიკის დანერგვის კვალობაზე, როდესაც ქვეყანაში შეიცვალა მეურნეობის აგებულება, საკონსერვო წარმოება განადგურების პირას მივიდა. 2002 წელს საკონსერვო წარმოების ხვედრითი წილი მრეწველობაში მხოლოდ 1,7%-ს შეადგენდა. ქვეყანაში ფუნქციონირებდა ათიოდე საწარმო, რომელთა საწარმოო სიმძლავრეების გამოყენების დონე მხოლოდ 3-8% იყო. საკონსერვო პროდუქციაზე მოთხოვნა ნაწილობრივ კმაყოფილდებოდა თურქული, ირანული, ბერძნული, ნიდერლანდული, რუსული, უკრაინული და სხვა იმპორტიორი ქვეყნების პროდუქციით, რომლებიც ხშირად უხარისხო და ფალსიფიცირებული იყო, ასევე შინამეურნეობების მიერ სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამუშავებით მიღებული ნაწარმის მეოხებით.

მაგრამ საკონსერვო საწარმოებმა შეძლეს არსებობა და განვითარება. მათ შესძლეს დაყრდნობდნენ ძველ ან განახლებულ წარმოებას, რომელიც უკვე ათვისებული იყო მუშების და საინჟინრო-ტექნიკური პერსონალის მიერ. ბოლო 15 წლის განმავლობაში საქართველოში შეიქმნა საერთაშორისო საკონსერვო ფირმები. ქართული პროდუქცია ძლიერ კონკურენციას უწევს იმპორტულ კონსერვებს, ითვისებს საერთაშორისო ბაზარს. საკონსერვო მრეწველობა მოიცავს როგორც ხილ-ბოსტნეულის, ხორცისა და თევზისაგან დამზადებულ კონსერვებს, საწებლებსა და მარინადებს, ასევე ისეთ პროდუქტებს, რომლებიც უშუალოდ კონსერვებს არ წარმოადგენენ, მაგრამ შენახვის გახანგრძლივების მიზნით გარკვეული დამუშავება განიცადეს: გამშრალი ან გაყინული ხილი და ბოსტნეული, ბოსტნეულის და ხილის წვენები და სხვა (რაც სტატიაში ჩვენ არ განვიხილეთ).

2019-2023 წლებში საქართველოში დამამუშავებელ მრეწველობაში შექმნილ პროდუქციას ზრდის ტენდენცია აქვს (პანდემიის მიუხედავად) და მთლიანი შიდა პროდუქტის 10-11%-ს შეადგენს, ხოლო ხილისა და ბოსტნეულის კონსერვების ხვედრითი წილი დამამუშავებელი მრეწველობის მხოლოდ 0,6%-ია (2023 წლის მონაცემებით) და ზრდის ტენდენცია აქვს (ცხრილი 1). არასტაბილურია ხილის, ბოსტნეულის და ბალჩეულის წარმოება, რომელიც საკონსერვო პროდუქციის ძირითადი ნედლეულია, რაც გახშირებული სტიქიური მოვლენებით არის გამოწვეული. ბოსტნეულის კულტურებიდან შემცირების ტენდენცია აქვს ბადრიჯნის, მწვანე ლობიოს, პამიდვრის წარმოებას. მცირე რაოდენობით იწარმოება მარწყვი, ყოლო, მოცვი, გარგარი. გაცილებით უფრო საიმედოა ვაშლის, ქლიავის, ბალის, ატმის და ვაშლატამის, მანდარინის წარმოება.

ცხრილი 1

საქართველოში მთლიანი შიდა პროდუქტი და მ.შ. დამამუშავებელ მრეწველობაში შექმნილი დამატებითი ღირებულება 2019-2023 წლებში მლნ. ლარი

	2019	2020	2021	2022	2023*
მთლიანი შიდა პროდუქტი საბაზრო ფასებში	43482,0	43453,4	52826,1	63396,6	69571,7
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	99,9	121,6	120,0	109,7
მ.შ. დამამუშავებელი მრეწველობა	4388,6	4694,2	6021,4	7084,4	6624,5
დამამუშავებელი მრეწველობის ღირებულების წილი, მთლიან დამატებით ღირებულებაში	10,1	10,8	11,4	11,2	9,5
%-ად წინა წელთან შედარებით	100,0	107,0	128,3	117,7	93,5

* 2023 წლის მონაცემები არის წინასწარი

ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე

საკონსერვო მრეწველობის სტაბილური მუშაობის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს ხილ-ბოტ-ნეულის და სხვა ნედლეული პროდუქტების შესანახი სამაცივრე კომპლექსის არსებობა და მოწეს-რიგება. საკუთარი სამაცივრე სისტემები ლიდერ კომპანიებს აქვთ. დანარჩენი საკონსერვო ფი-რმები და ფერმერები სარგებლობენ ხილ-ბოსტნეულის საცავი მაცივრებით, სადაც თანამედროვე ტექნიკის ნაკლებობაა. არ არის შექმნილი ცალკეული სახის ხილის შესანახად (მაგალითად ატმის) საჭირო კლიმატის დამცავი ავტომატიზებული სისტემები, რის შედეგადაც ხოლის მოსავლის ნა-წილი ფუჭდება, იკარგება ნედლეული.

ცხრილი 2

საქართველოში ხილის, ბოსტნეულის და ბალჩეულის წარმოება 2019-2023 წლებში (ათასი ტონა)

	2019	2020	2021	2022	2023*
ხილი სულ	502,2	602,3	566,5	568,0	485,5
მ.შ. თესლოვანი ხილი	52,7	102,1	86,3	89,9	61,1
კურკოვანი ხილი	38,5	60,7	66,0	71,3	59,3
კაკლოვანი ხილი	30,9	40,8	53,9	43,7	45,9
სუპტროპიკული ხილი	20,3	22,3	23,1	17,8	18,3
კენკროვანი ხილი	2,0	2,7	4,0	4,9	5,7
ყურძენი	293,8	316,9	271,6	287,3	223,4
ციტრუსი	64,0	56,8	61,6	53,1	71,8
ბოსტნეული სულ	161,1	176,1	149,0	128,5	138,2
ბალჩეული სულ	79,9	83,6	77,9	72,6	-

* 2023 წლის მონაცემები არის წინასწარი

ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე

საკონსერვო პროდუქციის მწარმოებელი ლიდერი კომპანიებია: მარნეულის სასურსათო ქარხანა, გორის საკონსერვო ქარხანა „კულა“, კასპის საკონსერვო ქარხანა თი ემ თი, მცხეთის

„ჯორჯიან ნატურალურ პროდუქტი“, გურჯაანის „ქართული აგროპროდუქტი“, ქედის და ჩოხატაურის საკონსერვო ქარხნები.

საწარმოებში განახლდა მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, მოხდა ძველის რეკონსტრუქცია. კერძო ინვესტორის და პროექტ „აწარმოე საქართველოში“ დახმარებით კომპანიებმა აღადგინეს დანგრეული წარმოება. თი ემ თი-მ 1 მილიონი ლარის ინვესტიციით განაახლა წარმოება, ხოლო „ოქროს ბრენდი-2013“-ის დაჯილდოებაზე კომპანია „კულა“ გამარჯვებულად დასახელდა და იმ კომპანიებს შორის მოხვდა, რომლებმაც უმოკლეს დროში განსაკუთრებულ წარმატებას მიაღწიეს. მარნეულის სასურსათო ქარხნის ნატურალურმა პროდუქციამ მნიშვნელოვნად ჩაანაცვლა იმპორტი.

საქართველოში ამჟამად ფუნქციონირებს 20-მდე საკონსერვო საწარმო. ლიდერი კომპანიების პროდუქცია მრავალფეროვანია. ამზადებენ ნაირგვარი ხილის მურაბებს, ჯემებს, ხილფაფებს, კომპოტებს, ბოსტნეულის კონსერვებს, მარინადებს, ტომატ-პასტას, სანებლებს, საბავშვო კონსერვებს. პროდუქცია დამზადებულია ნატურალური ნედლეულისაგან, არ შეიცავს კონსერვანტებს, მავნე დანამატებს, ხელოვნურ საღებავებს და გენმოდირებული პროდუქტებს. პროდუქცია დაფასებულია მინის ტარასა და თუნუქის ქილებში. მინის ტარის მიმწოდებლებია რუსეთის, მოლდავას, უკრაინის და ქსანის მინის ქარხანა (იმპორტული მინის ტარა მნიშვნელოვნად ზრდის პროდუქციის თვითღირებულებას). საკონსერვო საწარმოებში ფუნქციონირებს თუნუქის ქილების მწარმოებელი ხაზები. 2017 წელს კი ბაზარზე პირველად გამოჩნდა „კულა“-ს დამზადებული ხორციანი კერძის კონსერვები: ყაურმა, ჩაქაფული, ხორცის ჩაშუშული. ამზადებენ თევზის კონსერვსაც (სამწუხაროდ ეს მონაცემები ვერ მოვიპოვეთ კონფიდენციალურობის გამო). ზოგიერთი მცირე საწარმო, სადაც არ არსებობს სრულყოფილი ტექნოლოგიური პროცესები, ბაზარს მიაწვდის კონსერვანტებით გაჯერებულ პროდუქციას. ეს სრულად დაუშვებელი დამოკიდებულებაა პროდუქციის ხარისხის გაუმჯობესების საკითხისადმი, ისინი უგულვებელყოფენ იმ უპირატესობას, რაც ქართულ კონსერვს გამოარჩევს სხვა ფირმების პროდუქციისაგან. საქართველოში დამზადებული საკონსერვო პროდუქციის ძლიერებას და ვარგისიანობას ნატურალური ნედლეულის არსებობა განაპირობებს. ლიდერ კომპანიებს შორის კონკურენტული ბრძოლა მიმდინარეობს პროდუქციის ეკოლოგიური სისუფთავის, უნიკალურობის, ხარისხის, ასორტიმენტის სიფართოვის, შეფუთვის, ნიშანდების, მიწოდების სისწრაფის, ბრენდის გავლენის, სარეკლამო ღონისძიებების, გასაღების სტიმულირების, ფასების დონის და სხვა მიხედვით.

ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში (ცხრილი 3) ნაჩვენებია ხილ-ბოსტნეულის კონსერვების და სანებლების წარმოების დინამიკა საქართველოში.

ამ ცხრილიდან ჩანს, რომ საკონსერვო მრეწველობა აღმავლობის პროცესშია. 2023 წელს 2019 წელთან შედარებით ბოსტნეულის კონსერვების წარმოება ნატურაში გაიზარდა 47,9%-ით, ხილის კონსერვების - 50%-ით, ხოლო ტომატ-პასტის, ტყემლის და სანებლის - 66,4%-ით. საქართველოში წარმოებული ხილის კონსერვები (კაკლის მურაბა) საერთაშორისო კონკურსის ჯილდოს მფლობელია. 1997 წელს მადრიდში ჩატარებულ გამოფენაზე გორკონის (გორის საკონსერვო ქარხანა „კულა“) პროდუქციამ კაკლის მურაბამ მიიღო ჯილდო „ევროპის თალი“. მაგრამ მიუხედავად განვითარების სწრაფი ტემპებისა, უკანა რიგშია მწვანე ლობიოს კონსერვი, მარწყვის მურაბა და ჯემი, ჟოლოს, საზამთროს ქერქის და ვარდის მურაბა.

საქართველოში მოსახლეობის ჯანდაცვის საკვებისმიერი ინტოქსიკაციის, ეპიდემიური აფეთქებების თავიდან აცილების და მოსახლეობის ხარისხიანი კონსერვირებული პროდუქტების უზრუნველყოფის მიზნით მოქმედებს კონსერვების სანიტარულ-ტექნიკური კონტროლის წესი სამრეწველო საწარმოებში, საბითუმო ბაზრებში, საცალო ვაჭრობაში და საზოგადოებრივი კვების ობიექტებში, რომლის საფუძველზე ლაბორატორიულად მონმდება პროდუქციის ვარგისიანობა. მითითებული კონტროლის წესებისა და ნორმების დარღვევების შემთხვევაში დაწესებულია მკაცრი ადმინისტრაციული ღონისძიებები, ხდება წუნდებული პროდუქციის განადგურება. ასეთი კონტროლით მომხმარებელი რწმუნდება საწარმოებში დამზადებული კონსერვების უე-

ცხრილი 3

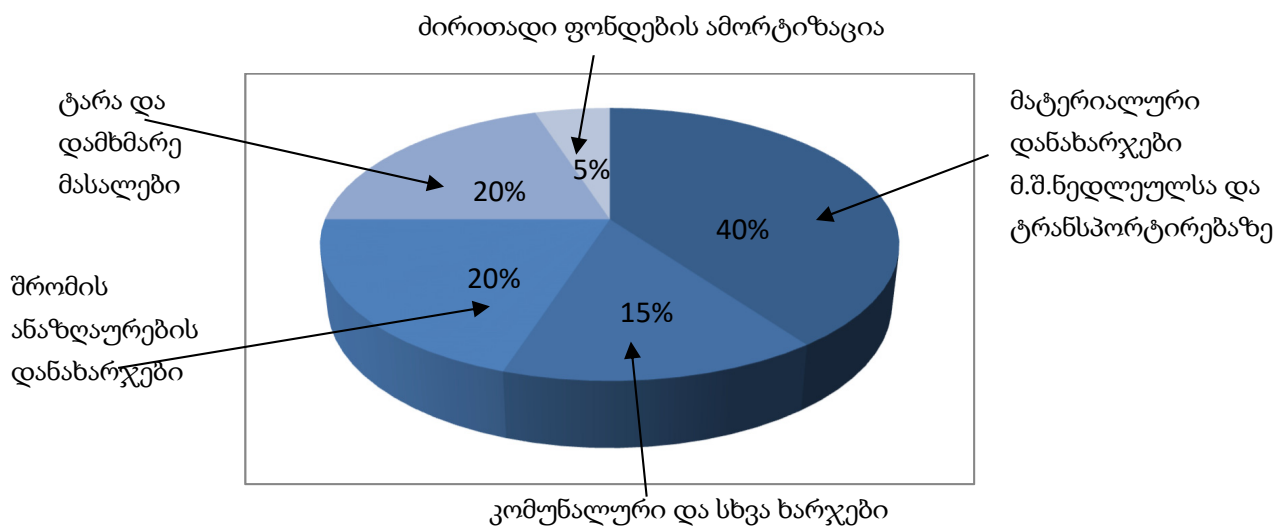
საქართველოში ხილის და ბოსტნეულის კონსერვების წარმოება 2019-2023 წლებში

	2019		2020		2021		2022		2023	
	ტონა	ათასი ლარი	ტონა	ათასი ლარი	ტონა	ათასი ლარი	ტონა	ათასი ლარი	ტონა	ათასი ლარი
ხილის და ბოსტნეულის კონსერვები სულ:	5634,3	18536,5	5392,6	17795,2	6131,4	22561,1	6288,5	25150,6	8549,9	38639,7
ხილის და ბოსტნეულის კონსერვები სულ % - ად წინა წელთან შედარებით	100,0	100,0	95,7	96,0	113,7	126,8	102,6	111,5	136,0	153,6
მ.შ. ბოსტნეულის კონსერვები	2902,1	8318,0	2728,9	8151,9	3028,8	10917,6	3213,8	12023,1	4291,1	19916,1
ბოსტნეულის კონსერვები % - ად წინა წელთან შედარებით	100,0	100,0	94,0	98,0	111,0	133,9	106,0	110,1	133,5	165,6
ხილის კონსერვები (კომ-პოტი, მურაბა, ხილფაფა და ა.შ)	1755,6	6531,8	1139,1	3260,8	1753,2	5246,5	1649,3	6366,2	2634,1	9451,5
ხილის კონსერვები (კომპოტი, მურაბა, ხილფაფა და ა.შ) % - ად წინა წელთან შედარებით	100,0	100,0	64,9	49,9	153,9	160,9	94,1	121,3	159,7	148,5
ტომატის და ტყემლის საწებელი	976,6	3686,7	1524,6	6382,5	1349,4	6397,0	1425,4	6761,3	1624,7	9272,1
ტომატის და ტყემლის საწებელი % - ად წინა წელთან შედარებით	100,0	100,0	156,1	173,1	88,5	100,2	105,6	105,7	114,0	137,1

* 2023 წლის მონაცემები არის წინასწარი

ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე

ნახ.1. საკონსერვო პროდუქციის თვითღირებულების სტრუქტურა



ნებლობაში, ხდება მოთხოვნის გადართვა შიდა მეურნეობებში დამზადებული პროდუქციიდან წარმოებაში დამზადებულ პროდუქციაზე.

საკონსერვო ფირმები ატარებენ პროდუქციის ფასწარმოქმნის მოქნილ პოლიტიკას. ფასწარმოქმნა ხდება საწარმოო ხარჯების და ბაზარზე კონკურენტების ფასების გათვალისწინებით. საკონსერვო პროდუქციის თვითღირებულების სტრუქტურა მოცემულია 1 ნახაზზე.

როგორც ნახაზიდან ჩანს, თვითღირებულების 40%-ს შეადგენს დანახარჯები ნედლეულზე, პროდუქციის წარმოებასა და ტრანსპორტირებაზე. 1 კგ ნედლეულის გადამუშავების ხარჯი 0,8-1 ლარია. მაღალია დანახარჯები მინის ტარის და დამხმარე მასალების შესაძენად.

საქართველოში არსებული ქსნის მინის ქარხანა ვერ აკმაყოფილებს მინის ტარაზე გაზრდილ მოთხოვნებს, მაშინ როდესაც ასეთი საწარმოები შეიძლება შეიქმნას.

საქართველოში მოთხოვნა საკონსერვო პროდუქციაზე 160-170 მილიონი პირობითი ქილაა, რაც სრულად კმაყოფილდება (ზოგიერთი სასაქონლო პოზიციის გარდა) როგორც შიდა მეურნეობებში დამზადებული ხილის და ბოსტნეულის კონსერვით, საწებლებით, ასევე საკონსერვო ქარხნების პროდუქციით. კონსერვებიდან ყველაზე დიდი მოთხოვნა ბოსტნეულის კონსერვზე, ტომატ-პასტა-პიურეზე, ხილის ჯემებსა და ხილფაფაზე არის და შესაბამისად შეადგენს მოთხოვნის 33%, 40% და 8%-ს. შექმნილია ექსპორტის მნიშვნელოვანი საფუძველიც. ექსპორტის მოცულობას მზარდი ხასიათი აქვს და ქვეყნის მთლიანი ექსპორტის 0,4-0,5%-ს შეადგენს. უცხოური კომპანიების საკონსერვო პროდუქცია არ გამოირჩევა ეკოლოგიური სისუფთავით, ადგილობრივი საწარმოები კი უპირატესობას მსოფლიო ბაზარზე პროდუქციის სიჯანსაღით, უნიკალურობით, მაღალი ხარისხით და შედარებით დაბალი ფასებით აღწევენ. ხდება მიზნობრივი მომხარებლის მოთხოვნის შესწავლა, პროდუქციის ყველა ასპექტის დაქვემდებარება მომხმარებელთა ინტერესებთან, წინ ნაწევის სწრაფი და ეფექტიანი არსების მოძიება, გრძელდება გაყიდვის შემდგომი ორმხრივი კომუნიკაცია მომხმარებელთან. გერმანიაში მოთხოვნაა ქართულ საწებლებზე, მურაბებზე, ტყემლის კონსერვზე. ევროპის დანარჩენ ქვეყნებში მოწოდებით სარგებლობს საწებლები, ტყემალი. ისრაელში მურაბები და ტყემლის კონსერვი იმსახურებს მოწოდებას, რუსეთში საწებლები და ჯემები. „კულა“ს 2000-ზე მეტი დასახელების პროდუქცია მსოფლიოს 25 ქვეყანაში ექსპორტირდება. საქონლის წინ ნაწევა მწარმოებელიდან მომხმარებელამდე შუამავლის-საბითუმო ფირმის მეშვეობით ხორციელდება. საბითუმო ქსელი თვითონ უზრუნველყოფს საქონლის ტრანსპორტირებას, შენახვას, რეკლამას, საცალო სავაჭრო ქსელისათვის მიწოდებას, გაყიდვის სტიმულირებას.

ლიდერმა კომპანიამ თი ემ თი-მ რეკონსტრუქციის შემდეგ ზურგი აქცია საქართველოს ბა-

ზარს და ნატურალური პროდუქცია მიაწოდა ევროპის ქვეყნებს, აშშ-სა და ისრაელს. მხოლოდ პანდემიის პერიოდში გადანყვითა ადგილობრივ ბაზარზეც წარმოეჩინა საკუთარი შესაძლებლობები და ახლა საქართველოში 1000-მდე სავაჭრო ობიექტს ამარაგებს. ლიდერი ფირმების წარმოებული პროდუქციის 50-60%-ი ექსპორტირდება, 40-50%-ი კი მიეწოდება ადგილობრივ ბაზარს.

ცხრილ 4-ში მოცემულია საკონსერვო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტის დინამიკა საქართველოში. საკონსერვო პროდუქციის იმპორტი მთლიანი იმპორტის 0,7-0,9%-ს შეადგენს. იმპორტი 116725,5 ათ აშშ დოლარით აღემატება ექსპორტს (2023 წლის მონაცემებით).

ცხრილი 4
საქართველოში საკონსერვო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი 2019-2023 წლებში

წელი	ექსპორტი		იმპორტი	
	ათ. აშშ დოლარი	ტონა	ათ. აშშ დოლარი	ტონა
2019	15956,6	4672,3	68921,5	42559,1
2020	16777,1	4844,8	66587,2	41155,1
2021	21458,5	6718,6	75453,1	44094,4
2022	24851,8	8041,5	119089,0	57148,9
2023	29078,0	8104,7	145803,5	63933,2

ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე

ექსპორტის 13,8%-ს შეადგენს მზა საწებლები; ჯემი, ხილფაფა, ხილ-კენკროვანი ჟელე - 5,8%-ია; კონსერვები და მზა კერძები 69,8%-ი (2023 წლის მონაცემებით). იმპორტის 8,2%-ს შეადგენს ხორცი და ხორცპროდუქტები, 7,2%-ს ტომატ-პასტა, 27,8%-ს საწებლები (2023 წლის მონაცემებით).

2023 წელს საკონსერვო პროდუქციის ექსპორტიორი ქვეყნების პირველი ხუთეული ასე გამოიყურება (იხ. ცხრილი 5).

ცხრილი 5
საკონსერვო პროდუქციის ექსპორტი ქვეყნების მიხედვით 2023 წელს

ქვეყანა	ათ. აშშ დოლარი	ტონა
იტალია	5696,7	1066,2
რუსეთი	7640,4	1786,6
ყაზახეთი	1849,3	1000,5
გერმანია	5464,3	889,6
აზერბაიჯანი	1093,0	457,4

ცხრილი შედგენილია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემების საფუძველზე

ზედმეტი არ იქნება თუ მოვიყვანთ სტატისტიკურ მონაცემებს საქართველოში ხილ-ბოსტნეულის გადამამუშავების და კონსერვების საწარმოებში დასაქმებულთა რაოდენობის და მათი შრომის ანაზღაურების შესახებ (იხ. ცხრილი 6).

ცხრილი 6

	2019	2020	2021	2022	2023*
დასაქმებულ პირთა რაოდენობა (კაცი)	2192	2012	2231	2515	2254
შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება (ლარი)	528,2	534,5	571,5	676,1	854,5

* 2023 წლის მონაცემები არის წინასწარი

საკონსერვო პროდუქციის მოხმარებას სეზონური ხასიათი აქვს. ოქტომბერ-აპრილში ხდება კონსერვის ინტენსიური მოხმარება. სარგებლიანობასთან ერთად, კონსერვი არის დიდი რისკის შემცველი პროდუქტი, რომელმაც შეიძლება გამოიწვიოს სხვადასხვა მძიმე დაავადების პროვოცირება და მოწამვლა. ამიტომ, კონსერვის უვნებლობის დაცვისათვის, საჭიროა ნატურალური და სალი პროდუქტების გამოყენებასთან ერთად დაცული იყოს შენახვის პირობები და ვარგისიანობის ვადები.

ჩვენს მიერ ჩატარებული მომხმარებელთა შესწავლის შედეგად დავადგინეთ, რომ შემოსავლების მიუხედავად, მომხმარებელთა 88-90% მოიხმარს საკონსერვო პროდუქციას. მომხმარებელთა 25%-ი არ ყიდულობს ქარხნული წესით დამზადებულ კონსერვებს, რადგან თვლიან, რომ პროდუქცია ფალსიფიცირებულია, დარღვეულია ტექნოლოგია, შეიცავს მავნე დანამატებს და აქვს მაღალი ფასი. ისინი შიდა მეურნეობებში ტრადიციული საოჯახო რეცეპტებით ამზადებენ კონსერვებს. 10%-ი საერთოდ არ მოიხმარს კონსერვს. მომხმარებელთა 45%-ი ზოგიერთ კონსერვს ამზადებს ოჯახში. ნაწილს ყიდულობს, რადგან თვლიან, რომ სანარმოში დამზადებული ბოსტნეულის კონსერვი, მარინადი, ტომატი უსაფრთხოა და სასარგებლოა, ვიდრე კუსტარულად, შიდა მეურნეობაში დამზადებული. რესპოდენტთა 20%-ი (ძირითადად ახალგაზრდა ოჯახები) მხოლოდ საცალო სავაჭრო ქსელში შიიძენენ კონსერვს, რადგან ოჯახში ვერ ამზადებენ უდროობის გამო. მომხმარებელთა 20%-მა შენიშვნა გამოთქვა მურაბების და ბოსტნეულის კონსერვების შედგენილობის, კონსისტენციის და გემოს გამო. მოითხოვენ თანამედროვე ტექნოლოგიის შერწყმა ტრადიციულ საოჯახო რეცეპტებთან. მათი აზრით საჭიროა თანამედროვე ტექნოლოგიებით ტრადიციული საოჯახო რეცეპტების უფრო მეტად მოდერნიზება. სამამულო ნაწარმის კონკურენტუნარიანობაზე მიუთითებს კვლევის შედეგი: მომხმარებელთა 63%-ი უპირატესობას ანიჭებს მხოლოდ ქართულ კონსერვებს, 37%-ი კი - იმპორტულ ანალოგიურ ნაწარმს. მომხმარებელთა 20%-ის აზრით ეტიკეტზე არსებული მონაცემები არ შეესაბამება სინამდვილეს, ამიტომ უჭირთ ეკოლოგიური სისუფთავის შეფასება. მომხმარებელთა 50%-ი ენდობა ეტიკეტზე არსებულ მონაცემებს. 30%-ი კი არაკომპეტენტურია ხარისხის შეფასებაში, მათთვის მნიშვნელოვანია ლაბორატორიული კვლევის შედეგად გაცემული ხარისხის სერტიფიკატი. მომხმარებელთა მხოლოდ 25%-ი მოიხმარს ქარხნული წესით დამზადებულ მურაბებს და ჯემებს. მაღალია იმ მომხმარებელთა (ოჯახების) ხვედრითი წილი, რომლებიც საცალო სავაჭრო ქსელში შეძენილ საწებებს და ტომატ-პასტას მოიხმარენ - 80%-ი.

იმპორტული და სამამულო საკონსერვო პროდუქციის სამომხმარებლო თვისებები (არომატი, გემო, ფერი, კონსისტენცია, შედგენილობა და ეკოლოგიური სისუფთავე) მომხმარებლებმა ერთნაირი ქულებით შეაფასეს (4 ან 5 ქულა) შეფასების 5 ქულიანი სისტემით. მხოლოდ ქართული მურაბების და ჯემების სამომხმარებლო თვისებებს მისცეს უპირატესობა ($V=0,1$) მაღალი შეთანხმების დროს.

ყველაფერი ეს კარგია, მაგრამ არ შეიძლება დავკმაყოფილდეთ მიღწეულით. შემდგომი განვითარებისათვის საჭიროდ მიგვაჩნია:

- საკონსერვო წარმოების სეზონურობის ხასიათის მიუხედავად მომხმარებელს პროდუქცია მიენოდოს სტაბილურად, უმოკლეს დროში. ამ მიზნით შეიქმნას საცავები, სასაწყობო ფართო-

ბები. აღიჭურვოს ამწევ-სატრანსპორტო მოწყობილობებით, პროდუქციის შენახვის გარემო-პირობები შეესაბამებოდეს თანამედროვე სტანდარტებს;

- გამოიკვლიონ მიზნობრივი საერთაშორისო ბაზრები (სკანდინავიის ქვეყნები, კანადა, ჩინეთი, შუა და წინა აზიის ქვეყნები, სნგ ქვეყნების ჩრდილოეთი რაიონები,) შემუშავდეს დივერსიფიკაციის სტრატეგია. ითანამშრომლონ რამდენიმე შუამავალ საბითუმო ფირმასთან. შეიქმნას ოპტიმალური ლოგისტიკური სქემა, მომხმარებელს პროდუქცია მიენოდოს უმოკლეს დროში, უწყვეტად;

- მოხდეს საკონსერვო პროდუქციის პოპულარიზაცია, როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო ბაზარზე, ნატურალური ნედლეულით სარგებლობა ერთ-ერთი მძლავრი ბერკეტი ბაზარზე ადგილის დასამკვიდრებლად;

- ქართულ საწარმოებს ზედმეტად ნუ გაიტაცებენ საერთაშორისო ბაზარი, ადგილობრივ მომხმარებელსაც მიაწოდოს ისეთი პროდუქცია, რომელზეც დაუკმაყოფილებელი მოთხოვნაა;

- გაფართოვდეს პროდუქციის ასორტიმენტი, ორმხრივი კომუნიკაცია დამყარდეს მიზნობრივი ბაზრის მომხმარებელთან. გამოიკვლიან კონკრეტული მოთხოვნები, შენიშვნები, შეხედულებები;

- საკონსერვო პროდუქციის რეკლამა იყოს უფრო დეტალიზებული, სისტემატურად იყოს გამოყენებული გასაღების სტიმულირების საშუალებები, სადღესასწაულო და მიმდინარე ფასდაკლებები. საცალო სავაჭრო ქსელის ობიექტებში გაფართოვდეს საკონსერვო პროდუქციის ასორტიმენტი, წარმოდგენილი იყოს ყველა ლიდერი კომპანიის პროდუქცია;

- საქართველოში შეიქმნას მინის ტარის მწარმოებელი საწარმოები, რადგან ქვეყანაში არსებული ერთადერთი საწარმო ვერ აკმაყოფილებს ტარაზე გაზრდილ მოთხოვნას.

დასკვნა

შედეგებმა ცხადყო, რომ უმოკლეს დროში ქვეყანაში აღორძინდა საკონსერვო დარგი, შეიქმნა საერთაშორისო საწარმოები, რომლებიც აწარმოებენ და ბაზარს მიაწვდიან ნატურალურ, ჯანსაღ პროდუქციას. ეს მნიშვნელოვანი ბერკეტი საერთაშორისო ბაზრის ასათვისებლად. ადგილობრივმა წარმოებამ არა მარტო ჩაანაცვლა მოზღვავებული იმპორტი და ტრადიციულ შიდა მეურენეობებში წარმოებული პროდუქცია, არამედ საერთაშორისო ბაზარზეც კონკურენტუნარიანია და აქვს სერიოზული მიღწევები.

თითოეულ მიზნობრივ ბაზარზე მარკეტინგის ინდივიდუალური კომპლექსია გამოყენებული. აწარმოებენ მოქნილი ფასწარმოქმნის, გასაღების, საქონლის წინ ნაწევის, გაყიდვის შემდგომი ორმხრივი კომუნიკაციების და სხვა პოლიტიკას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. მარკეტინგის საფუძვლები, ფ. კოტლერი, გ. ამსტრონგი, მე-14 გამოცემა, თარგმანი ინგლისურიდან, თბილისი, 2016 წ. გვ. 292-325;
2. ავთანდილ ლაფაჩი, საკონსერვო მრეწველობის რეაბილიტაცია და მისი ეკონომიკური ამაღლების გზები, დისერტაცია ეკონომიკის მეცნიერებათა კანდიდატის ხარისხის მოსაპოვებლად, თბილისი, 2003 წ.;
3. რ. ხუციშვილი, ე. სადალაშვილი, დაკონსერვების ზოგადი ტექნოლოგია (საღებეცეო კონსერვები), სტუ, 2012 წ.;
4. საქართველოს შრომის, ჯანმრთელობის და სოციალური დაცვის სამინისტროს ბრძანება #304/5, 2003 წლის 27 ნოემბერი. კონსერვების სანიტარულ-ტექნიკური კონტროლის წესი სამრეწველო საწარმოებში, საბითუმო ბაზებში, საცალო ვაჭრობაში და საზოგადოებრივი კვების ობიექტებში.
5. <https://www.momxmarebeli.ge>;
6. www.geostat.ge

REFERENCES:

1. Fundamentals of Marketing. G. Armstrong. P. Kotler. G. Armstrong, 14th Edition. Translation from English, Tbilisi, 2015s. pg.292-325.
2. Avtandil Lapachi, cannery industry rehabilitation and rising its ways of economic, dissertation (postgraduate thesis), Tbilisi 2003s. (In Georgian language).
3. R. Khecishvili, E. Sadagashvili, general technology of preserving (lecturer resume) GTU, 2012s (In Georgian language).
4. Georgia Ministry of Labor, Health and Social Affairs Order N 304/5, 2003s. 27-th of November, The rule of preserves Sanitary technical control manufacturing production in wholesale basis, retail trade and social catering facilities (In Georgian language).
5. <https://www.momxmarebeli.ge>
6. www.geostat.ge.

MODERN MARKET TRENDS OF CANNERY PRODUCTION IN GEORGIA

Nana kirvalidze

Academic Doctor of Economics, International community college teacher of „Avicenna”

Tamar Geliashvili

International community college professor of „Avicenna” and Director of Department of Teaching processes

RESUME

This article discusses the market of Cannery production in Georgia: Dynamics of manufactory, the structure of assortment, the structure of production and cost price setting, the tendencies of export and import. Leader companies use natural material for getting ready cannery production, so in production cost price there are 40% percent expenses on raw material, on manufacturing of production and transporting. The amount of export is increasing. It occurs teaching of the targeted consumer demand and the submission all the aspects of market complex with the consumer interest. Patriotic production in Georgia changed affluent import. The demand of the cannery production in the country is 160-170 millions of conditional jars. This article also describes the results of the survey for the safety of cannery production. 63 % of consumers are superiority of the only Georgian cannery producing. According to the 20% percent of consumers' opinion the data on the label of the production are wrong and they will value the uniqueness of the production after using them. 30% percent of consumers are unqualified in valuing of quality. It's important for them to get the adequate degree certificate after the laboratory control. 50% of consumers trust the data of the label. The authors also talk about cannery market development.

Key words: The market of the cannery production, manufactory, cost of price, price setting, the dynamics of the export, import.