

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტი

ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი

სადოქტორო პროგრამა „ეკონომიკა“

ნინო ტალიკაძე

ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და
წარმოების პერსპექტივები

ეკონომიკის დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად წარმოდგენილი
დისერტაცია

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი,
პროფესორი ეთერ ხარაიშვილი

თბილისი

2022

აბსტრაქტი

საქართველოდან ექსპორტირებულ ტოპ 10 პროდუქტში დღეს სოფლის მეურნეობის პროდუქტები გვხვდება. ერთი მხრივ, მნიშვნელოვანია ადგილობრივი წარმოების პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის გაზრდა შესაბამისი მახასიათებლებიდან გამომდინარე. სამყარო სწრაფად იცვლება და ასეთ პირობებში მომხმარებელთა პრეფერენციების დადგენა შეიძლება სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი იყოს მეწარმისთვის. მეორე მხრივ, მნიშვნელოვანია შეფასდეს საექსპორტო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და საექსპორტო პოტენციალი შესაბამის ბაზრებზე.

სადისერტაციო ნაშრომის მიზანია: (1) ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დადგენის საფუძველზე საექსპორტო პოტენციალის შეფასება და ადგილობრივი წარმოების პრიორიტეტული მიმართულებების გამოვლენა; (2) პოტენციური საექსპორტო ბაზრების განსაზღვრა; (3) პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მთავარი მახასიათებლების დადგენა.

სადისერტაციო ნაშრომში განხილულია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის გამსაზღვრელი ფაქტორები და მკვლევართა შეხედულებები ამ მიმართულებით. ავტორის მიერ გამოთქმულია დასკვნები, თუ რა შეიძლება იყოს აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის გასაღები; ჩამოყალიბებულია ჰიპოთეზები; მოსაზრებები გამყარებულია სოციოლოგიური კვლევის შედეგებით, რომელიც ჩატარებულია ოთხი ძირითადი მიმართულებით: მომხმარებლები, მწარმოებლები, ექსპორტიორები და დარგის ექსპერტები. სულ გამოიკითხა 1200 მომხმარებელი, აგროსასურსათო პროდუქტის 57 მწარმოებელი, 20 ექსპორტიორი და 9 ექსპერტი/მკვლევარი. გამოიკითხვა ჩატარდა ციფრული არხებით კითხვარის გაგზავნით. მომხმარებელთა 74%-მა კონკურენტუნარიანობის მთავარ მახასიათებლად დაასახელა ხარისხი. ფასი მხოლოდ მეორე ადგილზეა და მას მომხმარებელთა 21% ირჩევს. ასაკისა და შემოსავლის მატებასთან ერთად, ხარისხის მნიშვნელოვნება იზრდება. გაირკვა, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევის პროცესში მომხმარებლისთვის მომსახურება და შეფუთვა გადამწყვეტი არ არის. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ გამოიკითხულთა 42%-ზე მეტ-ნაკლებად გავლენას ახდენს

აგროსასურსათო პროდუქტების რეკლამა. ამრიგად, მწარმოებლებმა რესურსების დიდი ნაწილი უნდა დაუთმონ ხარისხის გაუმჯობესებას, ხოლო სახელმწიფომ უნდა შექმნას ამისთვის ხელსაყრელი გარემო.

მოცემული სადისერტაციო ნაშრომში, ასევე, გაანალიზებულია ევროკავშირის (EU-27) ქვეყნებში ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსის გამოყენებით 2006–2020 წლებში. საქართველოსთვის ევროკავშირის ბაზარზე კონკურენტუნარიანობით გამოირჩევა ის პროდუქტები, რომელთაც ახასიათებს ექსპორტის ხანგრძლივი პრაქტიკა. შედარებითი ანალიზის საფუძველზე, ასევე, დადგენილია, რომ სავაჭრო რეჟიმები, საერთაშორისო ხელშეკრულებები დადებითად მოქმედებს სხვა თანაბარ პირობებში და ხშირ შემთხვევაში ზრდის კონკურენტუნარიანობას.

სადისერტაციო ნაშრომში ადგილობრივი წარმოების პროგნოზირების საფუძველზე განსაზღვრულია სამომავლო ექსპორტის მოცულობა. ასევე, გამოვლენილია პოტენციური საექსპორტო ბაზრები (ევროკავშირის წევრი ქვეყნები).

Competitiveness of Georgian export agro-food products and production prospects

Abstract

Agricultural products can be found in the top 10 products exported from Georgia today. On the one hand, it is important to increase the competitiveness of locally produced products based on the relevant characteristics. The world is changing rapidly and setting consumer preferences in such conditions can be vital for an entrepreneur. On the other hand, it is important to assess the competitiveness of export products and export potential in relevant markets.

The aim of the dissertation is: (1) to assess the export potential on the basis of determining the competitiveness of Georgian export agri-food products and to identify priority directions of local production; (2) identification of potential export markets; (3) Identify the main characteristics that determine the competitiveness of the product.

The dissertation discusses the determinants of product competitiveness and the views of researchers in this area. The author draws conclusions about what can be the key to the competitiveness of agri-food products, hypotheses are formulated, opinions are supported by the results of quantitative and qualitative research conducted in four main areas: consumers, producers, exporters and experts. A total of 1,200 consumers, 57 agri-food producers, 20 exporters and 9 experts / researchers were interviewed. The survey was conducted by sending a questionnaire through digital channels. 74% of consumers named quality as the main characteristic of competitiveness. The price comes only in second and it is chosen by 21% of consumers. With increasing age and income, the importance of quality increases. It was found out that service and packaging are not crucial for consumers in the process of selecting agri-food products. In addition, it should be noted, that for 42% of respondents are more or less impacted by advertising for agri-food products. Thus, producers need to devote a large portion of their resources to quality improvement, while the state should create a favorable environment for this.

This dissertation also analyzes the competitiveness of Georgian agri-food products in EU (27-EU) countries using the comparative advantage index identified in 2006-2020. Products that are characterized by long-term export practices are characterized by competitiveness in the EU market for Georgia. Based on comparative analysis, it has also been established that trade regimes, international agreements have a positive effect on other things being equal and in many cases increase competitiveness.

The dissertation determines the volume of future exports based on the forecast of local production. Potential export markets (EU member states) have also been identified.

Keywords: *Competitiveness, agri-food products, export, purchasing factors, consumer preferences*

შინაარსი

დიაგრამები, ცხრილები და სხვა ილუსტრაციები	7
აბრევიატურის ჩამონათვალი	15
შესავალი	16
თავი 1. კონკურენტუნარიანობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომები და ემპირიული ანალიზი	23
1.1 პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესახებ არსებული შეხედულებები	23
1.2 პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორები, კონკურენტუნარიანობის შეფასების მეთოდები და Covid-19	30
1.3 საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევის და საექსპორტო პოტენციალის გამოვლენის გზები	43
თავი 2. აგროსასურსათო პროდუქტების ბაზარი: ტენდენციები ციფრებში	51
2.1 ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ანალიზი	51
2.2 ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების იმპორტის ანალიზი	64
2.3 ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების არსებული ტენდენციები და სამომავლო პერსპექტივები	72
თავი 3. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორებისა და კონკურენტუნარიანობის შეფასება	97
3.1 ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონის ინდექსური შეფასება	97
3.2 სოციოლოგიური კვლევის შედეგების ანალიზი	123
დასკვნები და რეკომენდაციები	161
გამოყენებული ლიტერატურა	165
დოქტორანტის მიერ გამოქვეყნებული სამეცნიერო ნაშრომები	181
დანართები	183

დიაგრამები, ცხრილები და სხვა ილუსტრაციები

დიაგრამების ჩამონათვალი

დიაგრამა 2.1.1. სურსათის ექსპორტის ხვედრითი წილი ექსპორტის მთლიან მოცულობაში (%).....	52
დიაგრამა 2.1.2 საქართველოს ექსპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით.....	53
დიაგრამა 2.1.3 საქართველოს სურსათის ექსპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით.....	54
დიაგრამა 2.1.4 აგროსასუსათო პროდუქტის ექსპორტი წლების მიხედვით (მლნ აშშ დოლარი).....	55
დიაგრამა 2.1.5 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტი, 2020 წელი (მლნ აშშ დოლარი).....	56
დიაგრამა 2.1.6 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის განაწილება ძირითადი საექსპორტო ბაზრების მიხედვით, 2020 წელი.....	58
დიაგრამა 2.1.7 ევროკავშირის ქვეყნებში ექსპორტირებული აგროსასურსათო პროდუქტი, 2020 წელი.....	60
დიაგრამა 2.2.1 სურსათის იმპორტის ხვედრითი წილი იმპორტის მთლიან მოცულობაში (%).....	64
დიაგრამა 2.2.2 საქართველოს იმპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით.....	65
დიაგრამა 2.2.3 საქართველოს სურსათის იმპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით.....	66
დიაგრამა 2.2.4 აგროსასუსათო პროდუქტის იმპორტი წლების მიხედვით (მლნ აშშ დოლარი).....	67
დიაგრამა 2.2.5 აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტი, 2020 წელი (მლნ აშშ დოლარი).....	68

დიაგრამა 2.2.6 აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის განაწილება ძირითადი საიმპორტო ბაზრების მიხედვით, 2020 წელი.....	69
დიაგრამა 2.2.7 ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტირებული აგროსასურსათო პროდუქტი, 2020 წელი.....	70
დიაგრამა 2.2.8 აგროსასურსათო პროდუქტის სავაჭრო სალდოს პროგნოზირება.....	71
დიაგრამა 2.3.1 ერთწლიანი კულტურების წარმოების მატების ტემპი (%).....	87
დიაგრამა 2.3.2 მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მატების ტემპი (%).....	88
დიაგრამა 2.3.3 ერთწლიანი კულტურების წარმოების პროგნოზირება სცენარების მიხედვით.....	89
დიაგრამა 2.3.4 მრავალწლიანი კულტურების წარმოების პროგნოზირება სცენარების მიხედვით.....	90
დიაგრამა 3.2.1 პასუხი შეკითხვაზე: ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან, რომელი ფაქტორები გიბიძგებთ შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე? (მომხმარებლები).....	126
დიაგრამა 3.2.2 პასუხი შეკითხვაზე: ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შემდენისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი.(მომხმარებლები).....	127
დიაგრამა 3.2.3 პასუხი შეკითხვაზე: როგორ შეაფასებდით ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? (მომხმარებლები).....	129
დიაგრამა 3.2.4 პასუხი შეკითხვაზე: აგროსასურსათო პროდუქტების შესახებ რეკლამა, გავლენას ახდენს თუ არა თქვენს არჩევანზე? გიბიძგებთ შემდენისკენ? (მომხმარებლები).....	130
დიაგრამა 3.2.5 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი)? (მწარმოებლები).....	144
დიაგრამა 3.2.6 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი)? (მწარმოებლები).....	145

დიაგრამა 3.2.7 პასუხი შეკითხვაზე: თქვენ მიერ წარმოებული პროდუქტის რა ნაწილი გადის ექსპორტზე? (ექსპორტიორები).....	147
დიაგრამა 3.2.8 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი)?(ექსპორტიორები).....	150
დიაგრამა 3.2.9 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი)? (ექსპერტები).....	151
დიაგრამა 3.2.10 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი)?(ექსპერტები).....	152
დიაგრამა 3.2.11 პროდუქტთა კონკურენტუნარიანობა შეფასებული ექსპერტული მეთოდით ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	156

ცხრილების ჩამონათვალი

ცხრილი 1.2.1 ექსპერტული მეთოდით პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	37
ცხრილი 1.3.1 სურსათით თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტები 2006-2020 წლებში (%).....	48
ცხრილი 2.1.1 ძირითადი აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის განაწილება 2019 და 2020 წელს (%).....	56
ცხრილი 2.1.2 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტ-იმპორტი: 2019-2020 წლებში.....	57
ცხრილი 2.1.3 2020 წელს საქართველოდან ევროკავშირში აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის შედარება 2019 წელთან.....	60
ცხრილი 2.2.1 ძირითადი აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის განაწილება 2019 და 2020 წელს (%).....	68
ცხრილი 2.3.1 სასოფლო მეურნეობების განაწილება მეურნეობის ორიენტირის მიხედვით (%).....	74

ცხრილი 2.3.2 სასოფლო მეურნეობების განაწილება წარმოების მიზნის მიხედვით (%).....	75
ცხრილი 2.3.4 ერთწლიანი კულტურების წარმოება 2019 და 2020 წელს (ათასი ტონა).....	76
ცხრილში 2.3.5 ერთწლიანი კულტურების საშუალო წლიური ზრდის ტემპი.....	77
ცხრილი 2.3.6 ერთწლიანი კულტურების წარმოება რეგიონების მიხედვით, დალაგებული ყველაზე მაღალი წარმოების მოცულობის მიხედვით.....	78
ცხრილი 2.3.7 ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობები რეგიონების მიხედვით (ათასი ჰექტარი).....	79
ცხრილი 2.3.8 ერთწლიანი კულტურების საშუალო მოსავლიანობა 2019 და 2020 წელს და მათი შედარება (ტ/ჰა).....	80
ცხრილი 2.3.9 მრავალწლიანი კულტურების წარმოება 2019 და 2020 წელს (ათასი ტონა).....	81
ცხრილი 2.3.10 მრავალწლიანი კულტურების საშუალოწლიური ზრდის ტემპი და საშუალო აბსოლუტური მატება.....	82
ცხრილი 2.3.11 მრავალწლიანი კულტურების წარმოება რეგიონების მიხედვით, დალაგებული ყველაზე მაღალი წარმოების მოცულობის მიხედვით (ათასი ტონა).....	83
ცხრილი 2.3.12 მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება 2019 და 2020 წელს (ათასი ტონა).....	84
ცხრილი 2.3.13 ცალკეული სახეობის ხორცის წილი ხორცის მთლიან წარმოებაში (%).....	85
ცხრილი 2.3.14 მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოების საშუალოწლიური ზრდის ტემპი და საშუალო აბსოლუტური მატება.....	85
ცხრილი 2.3.15 მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება რეგიონების მიხედვით, დალაგებული ყველაზე მაღალი წარმოების მოცულობის მიხედვით (%).....	86
ცხრილი 2.3.16 ადგილობრივი წარმოება წლებისა და აგროსასურსათო პროდუქტების მიხედვით (ათასი ტონა).....	91
ცხრილი 2.3.17 პროგნოზირება ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელით (ათასი ტონა).....	93

ცხრილი 2.3.18 ექსპორტზე გასატანი საპროგნოზო ადგილობრივი წარმოების პროდუქტის მოცულობა (ათასი ტონა).....	96
ცხრილი 3.1.1 საქართველოს სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსი 2006-2020 წლები.....	98
ცხრილი 3.1.2 ნორმალიზაციის ინდექსები ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით.....	99
ცხრილი 3.1.3 ნორმალიზაციის ინდექსები ევროკავშირის წევრი ქვეყნების მიხედვით.....	100
ცხრილი 3.1.4 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და ევროკავშირის (EU) ქვეყნები (აშშ დოლარი).....	101
ცხრილი 3.1.5 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის (დსთ) ქვეყნები (CIS) (აშშ დოლარი).....	102
ცხრილი 3.1.6 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის (BSEC) ქვეყნები (აშშ დოლარი).....	103
ცხრილი 3.1.7 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ქვეყნები (OECD) (აშშ დოლარი).....	104
ცხრილი 3.1.8 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველოს და ევროკავშირის წევრი ქვეყნები.....	105
ცხრილი 3.1.9 საკვლევი პროდუქტის საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურა (HS 2012-2017 კომბინირებული ოთხნიშნა და ექვსნიშნა კოდები).....	107
ცხრილი 3.1.10 2006-2020 წლებში გამოვლენილი შედარებითი უპირატების ინდექსი პროდუქტებისთვის: სიმინდი; ყურძნის ნატურალური ღვინოები; სპირტიანი სასმელები; წყლები, მინერალურისა და დაგაზიანებულის ჩათვლით, შაქრის დანამატების შემცველობით.....	109
ცხრილი 3.1.11 2006-2020 წლებში გამოვლენილი შედარებითი უპირატების ინდექსი პროდუქტებისთვის: ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცვლელი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (<i>Corylus spp.</i>); ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცლილი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (<i>Corylus spp.</i>); ყურძენი, ახალი ან გამხმარი; ახალი ყურძენი; ხმელი ყურძენი; ახალი ვაშლი; ხმელი ვაშლი; ახალი ატამი, ნექტარინების ჩათვლით; ახალი საზამთრო.....	110

ცხრილი 3.1.12 2006-2020 წლებში გამოვლენილი შედარებითი უპირატების ინდექსი პროდუქტებისთვის: ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული; შინაური ქათმის, (<i>Gallus domesticus</i>) ახალი კვერცხი ნაჭუჭით, ინკუბირებისათვის; ბოსტნეული და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფები; კარტოფილი ახალი ან შეყინული; პომიდორი ახალი ან შეყინული.....	111
ცხრილი 3.1.13 2020 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის განაწილების შედარება RCA ინდექსის მაჩვენებელთან პროდუქტთა ჯგუფების მიხედვით (ცვლილებების შედარება 2019 წელთან).....	113
ცხრილი 3.1.14 RCA ინდექსების მნიშვნელობები (შედარება 2013 წელს 2018, 2019 და 2020 წლებთან პროდუქტების მიხედვით).....	114
ცხრილი 3.2.1 მომხმარებელთა მიერ შეფასებული პროდუქტის მახასიათებლების შედეგები.....	128
ცხრილი 3.2.2 შედეგები კითხვაზე: ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან, რომელი ფაქტორი გიბიძგებთ, შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსგავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე? (წარმოდგენილი ასაკობრივ ჯგუფში) (მომხმარებლები)	131
ცხრილი 3.2.3 შედეგები კითხვაზე: ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შემენისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი (წარმოდგენილი ასაკობრივ ჯგუფში) (მომხმარებლები).....	132
ცხრილი 3.2.4 შედეგები კითხვაზე: გთხოვთ, აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისას ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს მიანიჭოთ შესაბამისი ქულები (1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი) მათი მნიშვნელოვნების მიხედვით (წარმოდგენილი ასაკობრივ ჯგუფში, საშუალო ქულა) (მომხმარებლები).....	133
ცხრილი 3.2.5 შედეგები კითხვაზე: ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი ფაქტორი გიბიძგებთ შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსგავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე? (წარმოდგენილი შემოსავლების ჯგუფში) (მომხმარებლები).....	134

ცხრილი 3.2.6 შედეგები კითხვაზე: ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი (წარმოდგენილი შემოსავლების ჭრილში) (მომხმარებლები).....	135
ცხრილი 3.2.7 შედეგები კითხვაზე: გთხოვთ, აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისას ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს მიანიჭოთ შესაბამისი ქულები (1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი) მათი მნიშვნელოვნების მიხედვით (წარმოდგენილი შემოსავლების ჭრილში, საშუალო ქულა) (მომხმარებლები).....	136
ცხრილი 3.2.8 ექსპერტული მეთოდით ყურძნის ნატურალური ღვინოების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	153
ცხრილი 3.2.9 ექსპერტული მეთოდით სპირტიანი სასმელების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	153
ცხრილი 3.2.10 ექსპერტული მეთოდით მინერალური და მტკნარი წყლების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	154
ცხრილი 3.2.11 ექსპერტული მეთოდით თხილის კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	154
ცხრილი 3.2.12 ექსპერტული მეთოდით გაზიანი სასმელების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	155
ცხრილი 3.2.13 ექსპერტთა მიერ პროდუქტების საექსპორტო პოტენციალის შეფასება (ქულა).....	158

სქემების ჩამონათვალი

სქემა 1.1.1 კონკურენტუნარიანობის პირამიდა	23
სქემა 1.2.1 კონკურენტუნარიანობის დონეების პირამიდა მომხმარებლის პოზიციიდან.....	32
სქემა 1.2.2 კონკურენტუნარიანობის ანალიზი პორტერის „ალმასის” მოდელით.....	38
სქემა 1.3.1 საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების გამოვლენა.....	50

დანართების ჩამონათვალი

დანართი 1. მთლიანი ექსპორტი და სურსათის ექსპორტი.....	183
დანართი 2. მთლიანი იმპორტი და სურსათის იმპორტი.....	183
დანართი 3. აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის პროგნოზირება წრფივი რეგრესიის მოდელის გამოყენებით.....	184
დანართი 4. აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის პროგნოზირება წრფივი რეგრესიის მოდელის გამოყენებით.....	184
დანართი 5. ბაზარზე შესვლის ფასს დაქვემდებარებული პროდუქტები, რომელთა იმპორტის გადასახადის ადვალორული კომპონენტი გაუქმებულია (ევროკავშირი).....	185
დანართი 6. გაყალბების საწინააღმდეგო მექანიზმს დაქვემდებარებული სოფლის მეურნეობისა და კვების გადამამუშავებელი პროდუქტის ჯგუფები (ტონა).....	186
დანართი 7. გამოვლენილი შედარებითი ინდექსები ცალკეული პროდუქტის მიხედვით დროის დინამიკაში, ნაჩვენები განვითარების დინამიკით.....	187
დანართი 8. პროგნოზირება ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელით, ARMA ARIMA მოდელები.....	197
დანართი 9. პროდუქტთა კონკურენტუნარიანობა შეფასებული ექსპერტული მეთოდით ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით.....	203
დანართი 10. მომხმარებლის კითხვარი.....	204
დანართი 11. მწარმოებლის კითხვარი.....	208
დანართი 12. ექსპორტიორთა კითხვარი.....	212
დანართი 13. ექსპერტთა კითხვარი.....	216

აბრევიატურის ჩამონათვალი

ITC - საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრი

EU - ევროკავშირი

CIS - დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობა (დსთ)

BSEC - შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაცია

OECD - ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია

EFTA - ევროპის თავისუფალი ვაჭრობის ასოციაცია

DCFTA- ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ

შეთანხმება

RCA - გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსი

RXA - ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი

RTA - ვაჭრობის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი

GCI - გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი

შესავალი

საკვლევი პრობლემის აქტუალობა

საქართველოს სავაჭრო ბალანსში ათეული წლებია იმპორტი აჭარბებს ექსპორტს. საქართველოში სასურსათო კატეგორიების უმეტესობის შემთხვევაში საქართველო დიდწილად იმპორტზეა დამოკიდებული. 2020 წლის მონაცემებით სურსათის იმპორტის მოცულობა დაახლოებით 3-ჯერ და მეტად აღემატება სურსათის ექსპორტის მოცულობას.¹ ამის მიზეზად შეიძლება მივიჩნიოთ პროდუქტების წარმოების დაბალი მოცულობა და შესაბამისი სექტორის სუსტი კონკურენტუნარიანობა უცხოელ მწარმოებლებთან შედარებით. აღნიშნულს ადასტურებს თვითურუნველყოფის დაბალი კოეფიციენტებიც. კერძოდ, 2020 წელს თვითურუნველყოფის კოეფიციენტის ყველაზე დაბალი მნიშვნელობა დაფიქსირებულია ხორბლის (15%) და ხორცის (49%), ბოსტნეულის (63%), სიმინდის (68%), შემთხვევაში. შედარებით უკეთესი მაჩვენებლებია რძისა და რძის პროდუქტებისთვის (81%), ასევე, კარტოფილის (92%), კვერცხისა (97%) და ყურძნისთვის (145%)². სტრატეგიული მნიშვნელობის სურსათი ძირითადად იმპორტზეა დამოკიდებული, რაც ზრდის თანმხლებ რისკებს, განსაკუთრებით COVID-19-ის პანდემიის პირობებში. საქართველო გლობალური სასურსათო ჯაჭვის ნაწილია. შესაბამისად, პანდემიის დროს იმ გამოწვევებს გაიზიარებს (არსებულსა და მოსალოდნელს), რომელთა წინაშეც სასურსათო სისტემები დგას მსოფლიო მასშტაბით. უნდა გავითვალისწინოთ შემდეგიც: როდესაც იმპორტის მოცულობა აჭარბებს ექსპორტის მოცულობას, უარყოფითი სავაჭრო სალდო ზრდის გაცვლით კურსზე ზეწოლას. სხვა სიტყვებით, რადგან, საქართველოს მოსახლეობის მიერ მოხმარებული სოფლის მეურნეობის პროდუქტის თითქმის ნახევარზე მეტი იმპორტირებულია, ქვეყანაში სასურსათო პროდუქტების რეალიზაციიდან მიღებული ვალუტა საზღვარგარეთ მიედინება, რაც ისევ ადგილობრივ წარმოებას აფერხებს. მაშინ, როცა საქართველოდან ექსპორტირებადი პროდუქტის ტოპ ათეულში ხვდებიან აგროსასურსათო პროდუქტები, მნიშვნელოვანია ადგილობრივი წარმოების

¹ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სურსათის ექსპორტი და იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

² წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სასურსათო ბალანსები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება შესაბამის მახასიათებლებზე დაყრდნობით. ეს ბუნებრივად გამოიწვევს მომხმარებლების მხრიდან იმპორტის ადგილობრივი წარმოებით ჩანაცვლებას. მნიშვნელოვანია, სახელმწიფომ სწორად განსაზღვროს პრიორიტეტები და შესაბამისად გაანაწილოს რესურსები პოტენციურად მაღალი კონკურენტუნარიანობის მქონე პროდუქტების მწარმოებელი დარგების განვითარებისთვის.

გარდა ამისა, აგროსასურსათო პროდუქტების მწარმოებელი და მით უმეტეს ექსპორტიორი ფირმებისთვის მნიშვნელოვანია იმის ცოდნა, თუ როგორ მოიზიდოს მომხმარებელი. მსოფლიო სწრაფად იცვლება, იცვლება თაობები, ასეთ პირობებში მომხმარებელთა პრეფერენციების გამოვლენა შესაძლოა სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი აღმოჩნდეს მეწარმისთვის.

საქართველოდან საექსპორტო პროდუქტები წლების განმავლობაში უცვლელია, ამასთან, საექსპორტო პროდუქტი არა ადგილობრივი წარმოების, არამედ რეექსპორტისთვის განკუთვნილი პროდუქტია. ადგილობრივი წარმოებიდან ძირითად საექსპორტო პროდუქტს ღვინო, მინერალური წყალი და თხილი წარმოადგენს. გამომდინარე აქედან, მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ, რამდენად კონკურენტუნარიანია ქართული პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე.

კვლევის მიზანი და ამოცანები, ჰიპოთეზები

სადისერტაციო ნაშრომში ჩამოყალიბდა კვლევის რამდენიმე მიზანი:

1. ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დადგენის საფუძველზე საექსპორტო პოტენციალის შეფასება და ადგილობრივი წარმოების პრიორიტეტული მიმართულებების გამოვლენა.
2. პოტენციური საექსპორტო ბაზრების განსაზღვრა.
3. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მთავარი მახასიათებლების დადგენა.

აღნიშნული მიზნების მისაღწევად დაისახა შემდეგი ამოცანები:

- კონკურენტუნარიანობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომების შესწავლა;
- კონკურენტუნარიანობის შეფასების კრიტერიუმების განსაზღვრა;

- აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტ-იმპორტის ანალიზი;
- აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების ანალიზი და პროგნოზირება;
- საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევა;
- ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონის გაანგარიშება;
- ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონის შეფასება ექსპერტული მეთოდით;
- პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის მთავარი მახასიათებლების გამოვლენა და სხვ.

კონკურენტუნარიანობამ შესაძლოა გადაწყვეტი რილი შეასრულოს საექსპორტო პოტენციალის სწორად და მიზანმიმართულ ათვისებაში, განსაკუთრებით განვითარებად ქვეყნებში. აღნიშნულიდან გამომდინარე, სადისერტაციო თემის ფარგლებში ჩამოყალიბდა შესაბამისი კვლევითი ჰიპოთეზები:

ჰიპოთეზა 1. მომხმარებლებისთვის პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორია არა ფასი, არამედ ხარისხი.

ჰიპოთეზა 2. საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების გამოვლენაში დიდ როლს ასრულებს ხანგრძლივი საექსპორტო გამოცდილება.

ჰიპოთეზა 3. საექსპორტო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე საერთაშორისო ბაზარზე დადებითად მოქმედებს სავაჭრო რეჟიმები, შეთანხმებები და ხელშეკრულებები.

კვლევის ობიექტი და საგანი

კვლევის ობიექტს წარმოადგენს ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონე და ადგილობრივი წარმოების მოცულობა.

კვლევის საგანია ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა.

კვლევის მეთოდოლოგია და ემპირიული ბაზა

კვლევის პროცესში დასახული მიზნისა და დასმული ამოცანების მისაღწევად გამოყენებულია კვლევის სხვადასხვა თეორიულ-მეთოდოლოგიური ინსტრუმენტი, ასევე, ანალიზის, სინთეზის, შედარებისა და სხვა მეთოდი. კერძოდ:

მთავარი საკვლევი საკითხების ირგვლივ ჩატარდა სამაგიდე კვლევა ქართველი და უცხოელი მეცნიერების სტატიების, ნაშრომების, საერთაშორისო ორგანიზაციების ანგარიშების, სამეცნიერო კონფერენციების კრებულების, სამეცნიერო ელექტრონული ბაზების (Scopus, Web of Science, Google Scholar, Researchgate) გამოყენებით. კვლევის ემპირიული ბაზაა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები და წლიური ანგარიშები, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემები და წლიური ანგარიშები, მსოფლიო სტატისტიკური მასალების ინტერნეტ-რესურსები და სხვა.

დინამიკაში გაანალიზებულია აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტ-იმპორტის, წარმოების მოცულობის სტატისტიკური მაჩვენებლები. აგრეთვე, შესწავლილია სასურსათო ბალანსები და სტრატეგიული დანიშნულების პროდუქტების თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტები.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა მოკლევადიან პერიოდში შეფასებულია Ex-Post მეთოდით, კერძოდ, გამოთვლილია გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის (RCA ინდექსი) მაჩვენებელი. აღსანიშნავია, რომ ინდექსი გაანგარიშებულია ევროკავშირის ბაზრისთვის. ასევე, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა შეფასდა ექსპერტული მეთოდით ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით. საკვლევი აგროსასურსათო პროდუქტის შერჩევა მოხდა საექსპორტო პროდუქტის შერჩევის კრიტერიუმების მიხედვით: არსებული რესურსები და მარაგები, წარმოების მოცულობა, თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი, საშუალო მოსავლიანობა, ექსპორტის მოცულობა.

ეკონომიკური ცვლადების პროგნოზირებისა და წარმოების პერსპექტივების დადგენისთვის გამოყენებულია პროგნოზირება: საშუალო აბსოლუტური მატებით, საშუალოწლიური ზრდის ტემპით, მარტივი წრფივი რეგრესიისა და ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელებით.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მახასიათებლების გამოსავლენად ჩატარებულია სოციოლოგიური კვლევა ოთხი ძირითადი მიმართულებით: მომხმარებელთა, მწარმოებელთა, ექსპორტიორთა და ექსპერტთა გამოკითხვა. სულ გამოიკითხა 1200 მომხმარებელი, აგროსასურსათო პროდუქტის 57

მწარმოებელი და 20 ექსპორტიორი, ასევე, სოფლის მეურნეობის მიმართულებით 9 ექსპერტი/მკვლევარი.

სადისერტაციო ნაშრომის მეცნიერული სიახლე

ნაშრომში გამოკვლეულია საქართველოსთვის არსებული და პოტენციური საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა ევროკავშირის ბაზარზე. წარმოდგენილი კვლევის ძირითადი მეცნიერული სიახლეებია:

- მიმდინარე პერიოდში „ex-post” მეთოდით გაანგარიშებულია ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა;
- გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსის (RCA) დინამიკაში შესწავლით დადასტურებულია, რომ სავაჭრო რეჟიმები, საერთაშორისო ხელშეკრულებები დადებითად მოქმედებს კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაზე;
- ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსით დივერსიფიკაციის მიზნით გამოვლენილია პოტენციური საექსპორტო ბაზრები ევროკავშირის წევრი ქვეყნების ბაზარზე;
- ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელის გამოყენებით დადგენილია ადგილობრივი წარმოების აგროსასურსათო პროდუქტების პროგნოზული პარამეტრები და ექსპორტის სამომავლო მოცულობა;
- მარტივი წრფივი რეგრესიის საფუძველზე შემუშავებულია აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების პროგნოზული მაჩვენებლები პესიმისტური, ოპტიმისტური და რეალისტური სცენარების მიხედვით;
- ექსპერტული მეთოდით შეფასებულია ქართული საექსპორტო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით;
- მწარმოებელთა, ექსპორტიორთა და ექსპერტთა რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის საფუძველზე გამოვლენილია აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების ხელშემშლელი ფაქტორები;
- მომხმარებლების პრეფერენციათა საფუძველზე ჩატარებული რაოდენობრივი კვლევით გამოვლენილია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მთავარი მახასიათებლები.

ნაშრომის პრაქტიკული და თეორიული მნიშვნელობა

საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევა და კონკურენტუნარიანობის დონის შეფასების შესახებ კვლევა მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ოპტიმალური საექსპორტო პოტენციალისა და ადგილობრივი წარმოების პრიორიტეტების განსაზღვრაში. აგროსასურსათო პროდუქტების მაღალი კონკურენტუნარიანობა ქვეყნის სასურსათო უსაფრთხოების ერთ-ერთი ქვაკუთხედი იქნება, ასევე, შიგა და საერთაშორისო ბაზრებზე კონკურენტუნარიანი აგროსასურსათო პროდუქტების მიწოდება ხელს შეუწყობს წარმოების სამომავლო განვითარებას.

კვლევის მეთოდები, მიღებული შედეგები და დასკვნები შეიძლება გამოიყენოს სამთავრობო უწყებებმა და ინსტიტუციებმა საერთაშორისო სავაჭრო ურთიერთობების ჩამოყალიბებისას, ასევე, რიგითმა მეწარმეებმა და ექსპორტიორებმა. კვლევის შედეგების გამოყენება შესაძლებელია მეცნიერთა მიერ საკუთარი კვლევის დასაგეგმად ან მონათესავე საკითხების კვლევისას. ნაშრომში წარმოდგენილი თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომების გამოყენება შესაძლებელია სხვადასხვა დარგში პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ანალიზისათვის, საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიკაციისთვის. კვლევის შედეგები მნიშვნელოვანია აგროსასურსათო სექტორში ჩართული მხარეებისა და შესაბამისი საქმიანობით დაინტერესებული პირებისათვის.

ნაშრომის გამოყენება შესაძლებელია უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში სტუდენტებისათვის სალექციო კურსებში.

სადისერტაციო ნაშრომის სტრუქტურა და მოცულობა

ნაშრომის მოცულობა 222 გვერდია. ნაშრომი შედგება შემდეგი ნაწილებისგან: შესავალი, სამი თავი, რვა ქვეთავი, ოცდაათი დიაგრამა, ორმოცდაათი ცხრილი, ოთხი სქემა, ცამეტი დანართი, დასკვნები და რეკომენდაციები და გამოყენებული ლიტერატურა.

ნაშრომის პირველ თავში ჩატარებულია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესახებ თეორიული და ემპირიული კვლევის ანალიზი. თავდაპირველად გაანალიზებულია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესახებ არსებული შეხედულებები, ხოლო შემდეგ მასზე მოქმედი ფაქტორები. ჩამოყალიბებულია კონკურენტუნარიანობის შეფასების მეთოდოლოგია სხვადასხვა დონეზე. ამასთან, განხილულია საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისა და საექსპორტო პოტენციალის, საექსპორტო ბაზრების გამოვლენის გზები.

მეორე თავში გაანალიზებულია საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქტების ბაზრის არსებული ტენდენციები, კერძოდ, აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტი, იმპორტი და წარმოება. გამოვლენილია აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების პერსპექტივები პესიმისტური, ოპტიმისტური და რეალისტური სცენარების, მიხედვით. ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელის საფუძველზე გაკეთებულია ცალკეული ადგილობრივი წარმოების პროდუქტების პროგნოზი. ასევე, მიმოხილულია ექსპორტიორების წინაშე წაყენებული მოთხოვნები ევროკავშირის ბაზარზე გასასვლელად.

მესამე თავში გაანგარიშებულია საექსპორტო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის დონე გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსის საფუძველზე. ამასთან, წარმოდგენილია სოციოლოგიური კვლევის შედეგების ანალიზი.

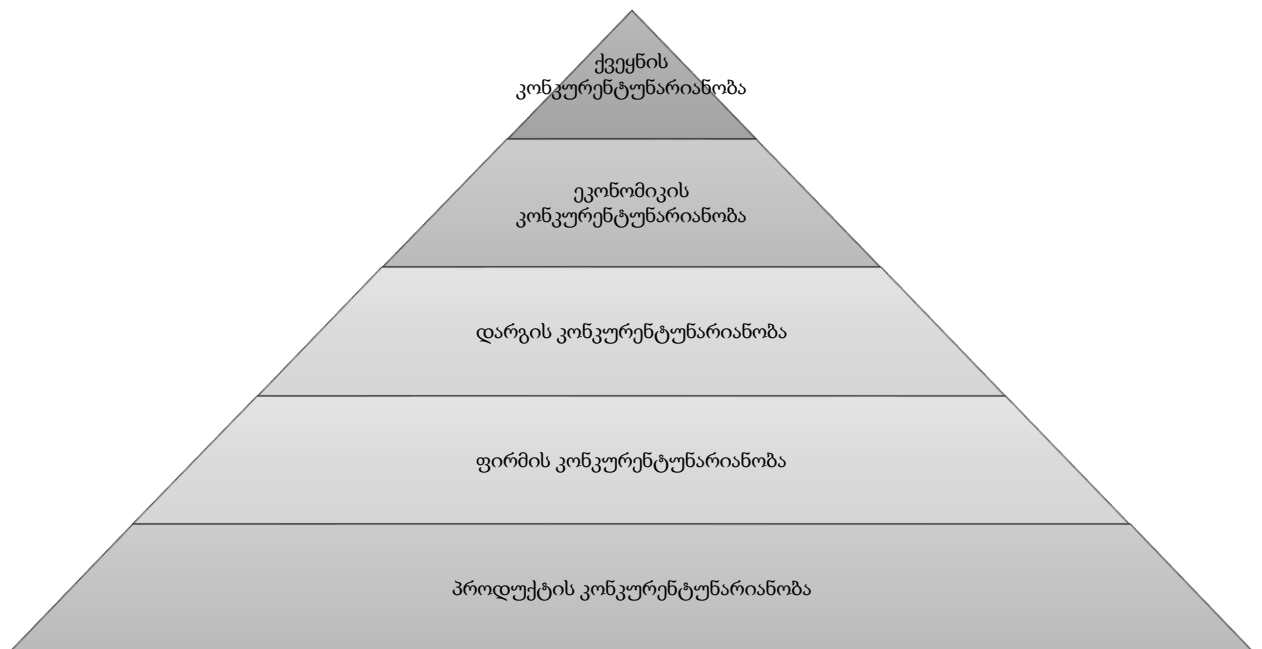
ნაშრომის ბოლოს კვლევის შედეგების განზოგადების, ანალიზის და ჰიპოთეზების შემოწმების შემდეგ გაკეთებულია დასკვნები და შემუშავებულია რეკომენდაციები.

ნაშრომს თან ერთვის შესწავლილი და გამოყენებული ლიტერატურის სია და დანართები.

თავი 1. კონკურენტუნარიანობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური მიდგომები და ემპირიული ანალიზი

1.1 პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესახებ არსებული შეხედულებები

კონკურენტუნარიანობა კომპლექსური და მრავალმხრივი ცნებაა და მისი შეფასება აუცილებელია კონკურენციის სახეობებისა და ეკონომიკური სუბიექტების დონეთა მიხედვით. მიკრო დონეზე კონკურენტუნარიანობა შეიძლება შეფასდეს პროდუქტის და ფირმის მიხედვით; მეზოდონეზე - ვერტიკალურად და ჰორიზონტალურად ინტეგრირებული საწარმოების, დარგობრივი კორპორაციული გაერთიანებების, დარგების მიხედვით; მაკროდონეზე - ქვეყნების, რეგიონული სამეურნეო კომპლექსების მიხედვით (Dung, Hoang and Dieu 2020). შესაბამისად, კონკურენტუნარიანობა სისტემური სახით შეგვიძლია წარმოვადგინოთ ე.წ. „კონკურენტუნარიანობის პირამიდის“ საფუძველზე შემდეგნაირად:



სქემა 1.1.1 კონკურენტუნარიანობის პირამიდა³

³ იხ. ასევე, ბმული:
https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/konkurenc.pdf?fbclid=IwAR0Hk0BHJVMC1ykrE-oIpEypSF2W6M23EcJH8SAxgeIPrvBR-n1urJKq77s

შესაბამისად, ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა ეს არის ერთობლიობასი მიკრო, მეზო და მაკროსუბიექტების საქმიანობის შედეგი, რომელიც საბოლოოდ აისახება საზოგადოების კეთილდღეობაზე (ბეშკენაძე 2017).

კონკურენტუნარიანობა ხშირად გაიგივებულია პროდუქტიულობასთან. პროდუქტიულობა გულისხმობს ორგანიზაციის შიგა შესაძლებლობებს, ხოლო კონკურენტუნარიანობა - ორგანიზაციის ფარდობით პოზიციას მისი კონკურენტების მიმართ (Chang and Peery 1995).

ფირმის კონკურენტუნარიანობა ძირითადად პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის და/ან საერთაშორისო ვაჭრობის კონტექსტში განიხილება. ფირმის კონკურენტუნარიანობას წარმოებული პროდუქტის თუ მაკროეკონომიკური პირობების გარდა სხვადასხვა ფაქტორიც განსაზღვრავს, მაგალითად, მენეჯმენტი, მარკეტინგი, ფინანსური პოლიტიკა და სხვა. სხვა შემთხვევაში, ოპტიმალური მაკროეკონომიკური პირობების მქონე ყველა ფირმა კონკურენტუნარიანი იქნებოდა.

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა მნიშვნელოვანი ინფორმაციაა საწარმოებისთვის, რადგან ის ეხმარება მათ განსაზღვრონ თავიანთი პროდუქტის პოზიცია ბაზარზე (Chen, Miller 2014). კონკურენციის შესახებ ინფორმაციის საფუძველზე, საწარმოებს, ასევე, შეუძლიათ გაანალიზონ თავიანთი პროდუქტის ნაკლოვანებები ზოგიერთ მნიშვნელოვან სფეროში და გააუმჯობესონ კონკურენტუნარიანობა შესაბამისი კონკურენტული სტრატეგიის შემუშავებით, რაც მიზნად ისახავს პროდუქტის ბაზრის წილის გაფართოებას და კორპორატიული მოგების ზრდას (Huang, Chen 2019).

პორტერმა განსაკუთრებული წვლილი შეიტანა პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესწავლაში. მისი ნაშრომები განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის თეორიაში (Porter 1980). ამის შემდეგ ჩენმა და მილერმა (Chen, Miller 1994) ჰანტმა და მენონმა (Hunt, Menon 1995) ჩაატარეს ვრცელი კვლევები პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე. ასევე, კონკურენტუნარიანობის ცნებას იკვლევდნენ და იკვლევენ შემდეგი მეცნიერები: აბოტი და ბრედალი (Abbott And Bredahl 1992), კრუგმანი (Krugman 1994), ჩო და სხვ. (Cho, et al. 2005), ატკინსონი (Atkinson 2013), ბურკინსკი და სხვ. (Burkynskyi, et al. 2019), ნურიაკინი და მარიატი (Nuryakin and

Maryati 2020), ბავაკილენუო და აგბელი (Bawakyillenuo and Agbelie 2021), ლიუ და სხვ. (Liu, Qin and Zhang 2021).

პორტერის აზრით, ფირმის კონკურენტუნარიანობა ეკონომიკურ მახასიათებელთა კომპლექსია, რომელიც განაპირობებს ფირმის მდგომარეობას დარგობრივ, ეროვნულ ან მსოფლიო ბაზარზე. მეცნიერის შეხედულებით, პროდუქტისა და ფირმის კონკურენტუნარიანობის ურთიერთმიმართება მთელისა და ნაწილის ურთიერთმიმართებაა. „ბაზარზე ფირმის კონკურენტუნარიანობა უშუალოდ განისაზღვრება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობით და ფირმის საქმიანობის ეკონომიკურ მეთოდთა ერთობლიობით” (Porter 2000). მოცემული შეფასების თანახმად, ბაზარზე ფირმის კონკურენტუნარიანობა თვით პროდუქტის კონკურენტუნარიანობით ვლინდება. ეს კი იმას ნიშნავს, რომ იზრდება იმ თვისებათა მნიშვნელობა, რომელსაც პროდუქტი და მისი მწარმოებელი ფირმა უნდა ფლობდეს. გამომდინარე აქედან, პორტერი გამოყოფს ფირმის შემდეგ ორ კონკურენტულ სტრატეგიას: 1. დაბალი დანახარჯების სტრატეგია - ფირმის მიერ პროდუქტის დამუშავების, წარმოებისა და გაყიდვის შესაძლებლობა კონკურენტზე ნაკლები დანახარჯებით; 2. პროდუქტის დიფერენციაციის სტრატეგია - კონკურენტთან შედარებით უკეთესი სამომხმარებლო თვისებების პროდუქტის მიყიდვის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა მისაღები ფასების პირობებში (Porter 1997).

კონკურენტუნარიანობის საკითხის შესწავლისას მეცნიერთა მთავარი ამოცანა მისი კრიტერიუმების ძიებასა და კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი წყაროებისა თუ ფაქტორების გამოვლენაში მდგომარეობს. 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“ (Харитонов 2002); აგრეთვე, მოცემულია სხვა განმარტებებიც: კონკურენტუნარიანობა არის „განმაზოგადოებელი მაჩვენებელი, რომელშიც ასახულია ეკონომიკური რესურსების ეფექტიანად გამოყენება და კონკურენტებთან მიმართებაში იწარმოება უფრო ხარისხიანი პროდუქტი“. სხვა სიტყვებით, „კონკურენტუნარიანი პროდუქტის არის მისი მიზიდულობის დონე გადახდისუნარიანი მომხმარებლისთვის” (Юданов 2000). კონკურენტუნარიანობა

დაკავშირებულია არა პროდუქტის საუკეთესო თვისებებთან, არამედ მიზიდულობის დონესთან იმ მომხმარებლისთვის, ვინც ახორციელებს ყიდვას.

„პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა არის ეკონომიკური, ტექნიკური და საექსპლოატაციო პარამეტრები, რომლითაც კონკურენციას უწევენ ბაზარზე ანალოგიურ პროდუქტს“ (Мишин 2000). „პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა ფართო გაგებით არის ”პროდუქტის ხარისხი“ და „პროდუქტის ტექნიკური დონე“ (Романов 2000). კონკურენტუნარიანობა არის „ფირმის უნარი, გამოუშვას კონკურენტუნარიანი პროდუქტი თავისი კონკურენტული უპირატესობით სხვა ფირმებთან მიმართებაში, როგორც ქვეყნის შიგნით, ისე ფარგლებს გარეთ“ (Фатхутдинов 2000).

„პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა, უმეტესად, სამომხმარებლო ღირებულების თვალსაზრისით არის წარმოდგენილი. რაც უფრო მაღალია სამომხმარებლო მახასიათებლები და დაბალია პროდუქტის ფასი, მით მაღალია კონკურენტუნარიანობა. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრისათვის მკვლევრები პირველხარისხოვან მნიშვნელობას ფასისა და ხარისხის პარამეტრებს მიაკუთვნებენ“ (ხარაიშვილი 2011).

სასოფლო-სამეურნეო დარგსა და აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობაზე მნიშვნელოვანი კვლევები გვხვდება ქართველი მკვლევრის, ეთერ ხარაიშვილის ნაშრომებში. მისი შრომები ეხება საქართველოში კონკურენტუნარიანობის როგორც ზოგად საკითხებს, ისე კონკრეტულ მიმართულებებს, კერძოდ, აგროსასურსათო სექტორის კონკურენტუნარიანობის, ცალკეული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის, საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიკაციის კონკურენტული მოდელების შესწავლას. 2014 წელს გამოქვეყნებულ სტატიაში, მკვლევრები ეთერ ხარაიშვილი, მარინა ჩავლეიშვილი და მარინა ნაცვალაძე შეისწავლიან ქართული ღვინის ბაზრის განვითარების ტენდენციებსა და პერსპექტივებს (Kharaiashvili, Chavleishvili, Natsvaladze 2014). 2015 წელს გამოქვეყნებულ სტატიაში მკვლევარები ეთერ ხარაიშვილი, გულნაზ ერქომაიშვილი და მარინა ჩავლეიშვილი სწავლობენ სოფლის მეურნეობის სექტორისა და აგრობიზნესის სტრატეგიის განვითარების წინაშე მდგარ პრობლემებს საქართველოში (Kharaiashvili, Erkomaishvili, Chavleishvili 2015). 2016 წელს ეთერ ხარაიშვილი და ნინო საღარეიშვილი ერთობლივ სტატიაში ყურადღებას ამახვილებენ

ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ხელშემწყობ პროგრამებსა და მათ ეფექტიანობაზე (Kharaisvili, Sagareishvili 2016). 2017 წელს ეთერ ხარაიშვილის ავტორობით გამოქვეყნდა სტატია სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების განვითარებაზე საქართველოში, რომელშიც განხილული იყო ფერმერების დამოკიდებულებები და შეფასებები. სტატიაში დასაბუთებულია, რომ კოოპერატივების შექმნა და გაფართოება მნიშვნელოვანია საქართველოში სოფლის მეურნეობის მდგრადი სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების უზრუნველსაყოფად (Kharaisvili 2017). ამავე წელს მკვლევარი აქვეყნებს მონოგრაფიას ქართული ღვინის ბაზრის შესახებ. მონოგრაფიაში შეფასებულია ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობის დონე, შემოთავაზებულია ღვინის ბაზრისა და ღვინის პროდუქტების დივერსიფიკაციის შესაძლებლობები. გამოვლენილია საქართველოსა და მსოფლიოში მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები, დასახულია დარგის განვითარების პერსპექტივები. დივერსიფიკაციის ევროპული მოდელების კვლევებზე დაყრდნობით, გაკეთებულია დასკვნები საქართველოში მევენახეობა-მელვინეობის სფეროში არსებული თანამედროვე გამოწვევების შესახებ და შემოთავაზებულია დივერსიფიკაციის კონკურენტული მოდელები, გამოვლენილია ქართული ღვინის ბრენდისა და ღვინის ტურიზმის როლი მევენახეობა-მელვინეობის დივერსიფიკაციის ეფექტიანი მოდელის ფორმირებაში (Kharaisvili 2017). 2019 წელს მეცნიერი ეთერ ხარაიშვილი ბადრი გეჩბაიასთან და გელა მამულაძესთან ერთად ერთობლივ ნაშრომში ანალიზებს ბოსტნეულის ბაზარზე ქართული პროდუქტის კონკურენტულ უპირატესობებსა და კონკურენციის გამოწვევებს. სტატიაში კვლევის საფუძველზე დადგენილია, რომ საქართველოს აქვს ბოსტნეულის ექსპორტის მნიშვნელოვანი პოტენციალი როგორც ევროპის, ისე ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებში. ასევე, შემოთავაზებულია სეზონურობაზე დამოკიდებულების შემცირების გზები, თანამედროვე სათბურების განვითარების შესაძლებლობები და მომხმარებელთათვის პროდუქტის მიწოდების მექანიზმები მთელი წლის განმავლობაში (Kharaisvili, Gechbaia, Mamuladze 2019). ამავე წელს, მკვლევრები ეთერ ხარაიშვილი, ბადრი გეჩბაია და ზურაბ მუშკუდიანი განიხილავენ აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების ტენდენციებსა და ექსპორტის ინოვაციურ მარკეტინგული სტრატეგიას საქართველოში. კვლევით დასაბუთებულია, რომ

საქართველოს სოფლის მეურნეობის სექტორში ბოლო წლებში შეიმჩნევა წარმოების ზრდის ტენდენცია. თუმცა, იმპორტის მოცულობა კვლავ მნიშვნელოვნად აღემატება ექსპორტს. გამოთქმულია ვარაუდი, რომ ექსპორტის დივერსიფიკაცია საქართველოს საშუალებას მისცემს დაძლიოს ბაზრის შეზღუდული შესაძლებლობები და ხელი შეუწყოს პროდუქტიულობის ზრდას. ამ მიზნების მისაღწევად მკვლევრების მიერ შემოთავაზებულია შესაბამისი მასტიმულირებელი ეკონომიკური პოლიტიკის ინსტრუმენტების გამოყენება, კერძოდ, ექსპორტის სუბსიდირება, საექსპორტო კრედიტები, ექსპორტის დაზღვევა, სპეციალური ფინანსური მომსახურება და სხვა (Kharaiashvili, Gechbaia, Mushkudiani 2019). ეთერ ხარაიშვილის მიერ მნიშვნელოვანი კვლევა არის შესრულებული 2020 წელს კონკურენტუნარიანობის დონის განსაზღვრის მეთოდოლოგიურ თავისებურებებზე საქართველოს აგროსასურსათო სექტორში. სტატიაში ავტორის მიერ ხაზგასმულია, რომ მწარმოებლებს, განსაკუთრებით წარმოების მცირემასშტაბების პირობებში, სასურსათო ბაზრებზე შეზღუდული წვდომა აქვთ. სასურსათო ბაზრებზე წვდომის გასაუმჯობესებლად მნიშვნელოვანია მათთვის დასაბუთებული ინდიკატორების მიწოდება კონკურენციისა და პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესახებ. აღნიშნული აუცილებელი წინაპირობაა წარმოების გაფართოებისა და ბაზარზე წარმატებით გასვლისათვის (ხარაიშვილი 2020).

აღსანიშნავია, რომ ქვეყნების დონეზე კონკურენტუნარიანობას სხვადასხვა ასპექტით იკვლევენ შემდეგი ქართველი მკვლევრები: გ. ლაღანიძე (2018), გ. გრიგოლაშვილი და ი. ნაცვლიშვილი (გრიგოლაშვილი და ნაცვლიშვილი 2011), ე. ლეკაშვილი (2011), ი. მესხია (2011), უ. სამადაშვილი (2011), ე. სეფაშვილი (2011) და სხვები. მაგალითად, მკვლევრის, ინეზა გაგნიძის ნაშრომში აღნიშნულია, რომ კონკრეტული ერის კონკურენტუნარიანობა დამოკიდებულია საწარმოო პროცესების მოდერნიზებისა და სიახლეების შემოღების უნარზე, ხოლო მისი შენარჩუნება შესაძლებელია ძლიერ ლოკალიზებული პროცესების საშუალებით (გაგნიძე 2012).

გარდა ზემოთ აღნიშნულისა, ცალკეული ქვეყნის მიხედვით კონკურენტუნარიანობა ახსნილია შემდეგი უცხოელი მკვლევრების ნაშრომებში: როჯაკა (Rojaka 2008), საბონინე (Saboniene 2009), სნიესკა და ბრუნეკიენი (Snieska and Bruneckiene 2009), კარდოსი (Kardos 2010), ბრუნეკიენი და პალტანავიციენი (Bruneckiene and Paltanaviciene 2012), რეისი და უსეჩე (Reyes and Useche 2019),

სენიშინი და სხვ. (Senyshyn et al. 2019), მასლოვა და სხვ. (Maslova et al. 2019); პუსტოვოიტი (Pustovoit 2021), მატკოვსკი და სხვ. (Matkovsk et al. 2019), (Matkovsk et al. 2022).

საინტერესოა, რომ უშუალოდ აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის შესახებ კვლევები სხვადასხვა დროს გვხვდება შემდეგი უცხოელი მეცნიერების ნაშრომებში: მასტერსი (Masters et al 1995), გოპინათი (Gopinath et al. 1997), ჟუ (Zhu et al. 2008), პაპაგეორგიუ და პეტროპულოსი (Papageorgiou, Petropoulos 2010), ლატრუფე (Latruffe 2010), ბოინეცი და ფერტო (Bojnec, Ferto 2015), შელდონი (Sheldon 2017), დოვგალი (Dovgal 2017), შესტაკოვსკა (Shestakovska 2018), ვილსონი (Wilson 2018), ოზეროვა (Ozerova et al. 2019), ალტუხოვი (Altukhov 2019), სავჩენკო და სხვ. (Savchenko et al. 2019), მასლოვა და სხვ. (Maslova et al. 2019), ლოგოდაშკი (Logodashki 2020), ზახარჩენკო და სხვ. (Zakharchenko et al. 2020), რასტორგუევი (Rastorgouev 2020) და ბორისოვი (Borisov 2021).

ამდენად, კონკურენტუნარიანობის შესწავლა მრავალი მიმართულებით მიმდინარეობს როგორც უცხოელ, ისე ქართველ მკვლევრებს შორის, კერძოდ, ეს იქნება ქვეყნების, რეგიონების დარგების თუ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესწავლა. ამასთან კონკურენტუნარიანობის უნივერსალური და აბსოლუტურად დამაკმაყოფილებელი ახსნა არ არსებობს. ჭეშმარიტება გარკვეულწილად ყოველ მათგანშია (გაგნიძე 2012). იმდენად, რამდენადაც კონკურენტუნარიანობა წარმოგვიდგება მრავალწახნაგოვან ცნებად, შესაბამისად, მივიღეთ მისი განმარტებების ასეთი ფართო სპექტრიც.

დღეს შეუძლებელია ფირმის და პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა რომელიმე ერთი პარამეტრით განისაზღვროს, ის მრავალი ფაქტორის ურთიერთზემოქმედების შედეგია, ხოლო თითოეული მათგანი კონკრეტულ სიტუაციაში უნიკალურია. კონკურენტუნარიანობა მხოლოდ ყველა ფაქტორისა და პარამეტრის ეფექტიანად შერწყმის შემთხვევაში მიიღწევა.

შეიძლება ითქვას, რომ კონკურენტუნარიანობის შესახებ არსებული შეხედულებები და მოდელები მუდმივ განვითარებასა და სრულყოფის ძიებაშია. შესაბამისად იბადება შეკითხვა, თუ როგორ უნდა მივიღოთ ინფორმაცია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესახებ, კონკურენტუნარიანობის რომელი მახასიათებლებია

ყველაზე მნიშვნელოვანი? როგორ შეუძლიათ საწარმოებს გაზარდონ კონკურენტუნარიანობა? ამ შეკითხვებზე პასუხს მწარმოებლებისათვის დიდი მნიშვნელობა აქვს.

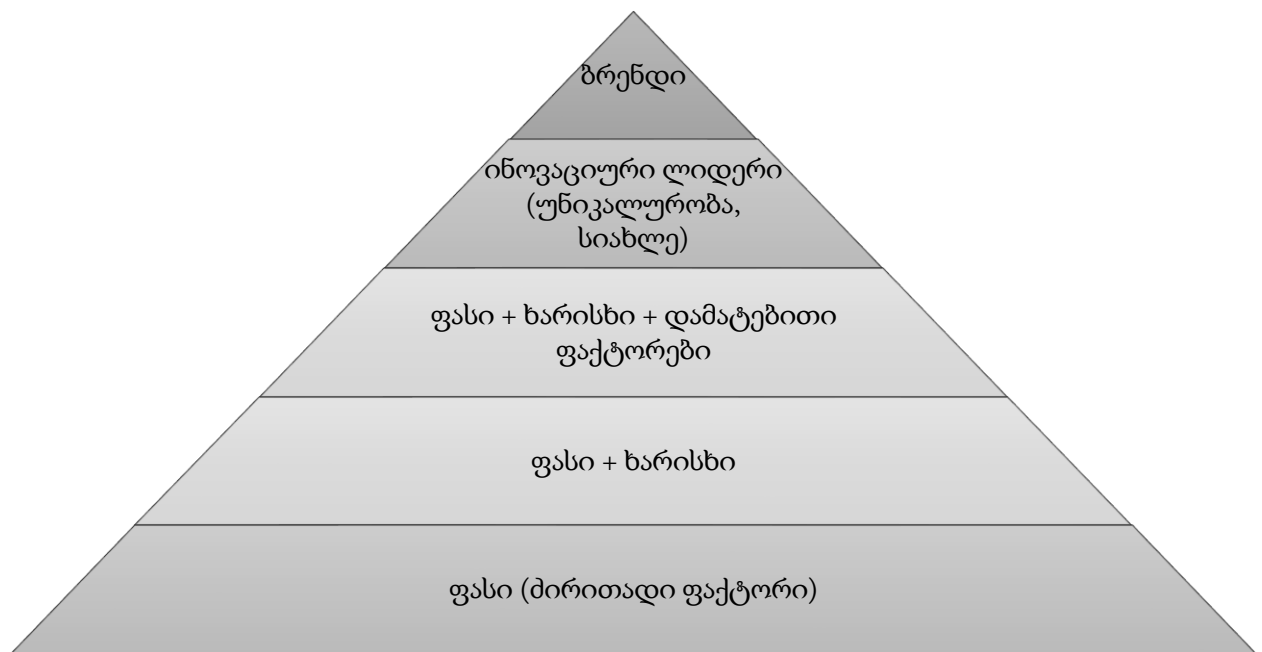
1.2 პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორები, კონკურენტუნარიანობის შეფასების მეთოდები და Covid-19

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე გავლენას ახდენს მრავალი ფაქტორი. ისინი შეგვიძლია დავყოთ შიგა და გარე ფაქტორებად (Luo 2010). შიგა ფაქტორების შემთხვევაში მრავალი კვლევა ფოკუსირებულია კონკურენტუნარიანობაზე ინოვაციის გავლენაზე. ჰამბრიკმა (Hambrick 1983) და მილერმა (Miller 1988) პირველად შემოგვთავაზეს კონკურენტული სტრატეგიის ხუთი განზომილება და აღნიშნეს, რომ მათ შორის ინოვაციების დიფერენცირება ყველაზე მნიშვნელოვანი განზომილებაა. ინოვაციის გარდა ფასი, ღირებულება და ბრენდი ასევე მნიშვნელოვანი შიგა ფაქტორებია, რომლებიც გავლენას ახდენს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე. ძლიერი საბაზრო კონკურენციის პირობებში ფასისა და დანახარჯების უპირატესობები მნიშვნელოვანი ფაქტორებია კონკურენტულ ბრძოლაში წამყვანი პოზიციის შესანარჩუნებლად (Hunold, Kesler, et al. 2020), ბრენდი კი საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის განვითარების ძირითადი ფაქტორია (Desmichel, Kocher 2020). თუმცა, არ გამოვრიცხავთ, რომ არსებობდეს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი სხვა ფაქტორებიც.

გარე ფაქტორების მხრივ კონკურენტული გარემო არის აშკარა ფაქტორი. კერძოდ, კონკურენტები კონკურენტული გარემოს ყველაზე მნიშვნელოვანი კომპონენტია, ხოლო ინფორმირებულობამ, მოტივაციამ და კონკურენტის შესაძლებლობებმა (awareness, motivation, capability, შემდეგში AMC) შეიძლება ასახოს ზოგიერთი კონკურენტული სიგნალი. ამიტომ ზოგიერთმა მკვლევარმა გამოიყენა AMC კონკურენციის ქცევის პროგნოზირებისთვის (Marcel, Barr, Duhaime 2010). გარდა ამისა, საზოგადოებრივი აზრი ასევე კონკურენტული გარემოს ნაწილია და მეცნიერთა ერთმა ჯგუფმა დაადგინა, რომ ონლაინ განთავსებული უარყოფითი მიმოხილვები და გამოხმაურებები ამცირებს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას (Helversen,

Abramczuk etc 2018), განსაკუთრებით კი პირველი ონლაინ შეფასება (Li, Hitt 2008). უფრო მეტიც, კაპიტალის ინვესტიცია და პროდუქტის გამოშვების დრო პირდაპირ აისახება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე (Hambrick 1983). მაგალითად, რაც არ უნდა ინოვაციური იყოს პროდუქტი გამოშვების დროს, მისი კონკურენტული უპირატესობა დროთა განმავლობაში მცირდება და მას შემდგომ აჯობებს მოგვიანებით გამოშვებული პროდუქტი.

მიუხედავად იმისა, რომ მეცნიერებმა შეისწავლეს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ფაქტორები სხვადასხვა კუთხით, მხოლოდ მცირე რაოდენობის კვლევები არსებობს, რომლებშიც განხილულია პროდუქტის მახასიათებლების გავლენა მის კონკურენტუნარიანობაზე. არსებობს შეხედულება, რომ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა ძირითადად განისაზღვრება თავად პროდუქტის ხარისხით და არა გარე ფაქტორებით (Huang, Chen 2019). ზოგადად, ა. მასლოუს თეორია მენეჯერებისა და მარკეტოლოგების მნიშვნელოვანი ინსტრუმენტია მომხმარებლებთან კომუნიკაციისას. ამასთან, გასათვალისწინებელია შემდეგი: (1) უფრო მაღალი დონის მოთხოვნილებაზე გადასვლა ხდება, თუ წინა დონის მოთხოვნილება უკვე დაკმაყოფილებულია 70%-ით (მასლოუს მიხედვით - 100%-ით) და (2) კონკრეტული ადამიანის მოთხოვნილებათა იერარქია უნიკალურია. იგი იცვლება ადამიანიდან ადამიანამდე და ერთი და იმავე ადამიანისთვის განსხვავებულია მისი ცხოვრების სხვადასხვა პერიოდში (McLeod 2007). მასლოუს თეორიაზე დაფუძნებული „კონკურენტუნარიანობის დონეების პირამიდა“ (მომხმარებლის პოზიციიდან) მოიცავს იმ ეტაპებს, რომლის მიხედვითაც მყიდველი აფასებს კონკრეტულ პროდუქტს (Dima, Man and Kot 2010) (იხ. სქემა 1.2.1):



სქემა 1.2.1 კონკურენტუნარიანობის დონეების პირამიდა მომხმარებლის პოზიციიდან⁴

აღსანიშნავია, რომ საქართველოში ბოლოდროინდელი კვლევით დადგენილია, რომ მომხმარებელთა სურსათის მოთხოვნაზე გავლენას ახდენს პირველ რიგში ფასი და შემდეგ პროდუქტის ხარისხი (თოდუა 2012).

ზოგადად, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე პროდუქტის მახასიათებლების ზემოქმედების მექანიზმს უფრო მეტი პრაქტიკული მნიშვნელობა აქვს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის გაზრდისთვის და ამ მექანიზმის შესახებ კვლევა სასურველია გაღრმავდეს. სხვადასხვა კვლევა აჩვენებს, რომ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე გავლენას ახდენს ძირითადად ოთხი შემადგენელი კომპონენტი: პროდუქტის დანიშნულება, მისი ხარისხი, ფასი და მოხმარების ან ექსპლოატაციის ეკონომიურობა. აღნიშნული მსჯელობა მოცემული დისერტაციის ფარგლებში შემოწმდა ქართველი მომხმარებლების გამოკითხვის საფუძველზე.

საექსპორტო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამალეებისათვის მნიშვნელოვანია საერთაშორისო სტანდარტებისა და ეროვნული ტრადიციების გათვალისწინებით მარკეტინგული ღონისძიებებისა და სტრატეგიების შემუშავება. აღნიშნულ საკითხებზე ქართველი მკვლევრის ნუგზარ თოდუას მიერ დამუშავებული

⁴ იხ. ასევე, ბმული: https://www.tsu.ge/data/file_db/economist_faculty/konkurenc.pdf?fbclid=IwAR0Hk0BHJVMC1ykrE-oIpEypSF2W6M23EcJH8SAxgeIPrvBR-n1urJKq77s

ძალიან ბევრი ნაშრომი გვხვდება. იგი თავის ერთ-ერთ სტატიაში ყურადღებას ამახვილებს პროდუქტის შეფუთვის მნიშვნელოვნებაზე და მიუთითებს ამ მხრივ, მომხმარებლების გადმოსახედიდან პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლების გზებზე (Todua 2018).

ზოგადად, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასების მეთოდები შეიძლება დაიყოს ხარისხობრივ (თვისებრივ) და რაოდენობრივ მეთოდებად. თვისებრივი მეთოდის ფარგლებში, მკვლევრები ხშირად იყენებენ SWOT ანალიზს, რომელიც დაფუძნებულია შიგა და გარე კონკურენტულ გარემოზე, პროდუქტის ძლიერი და სუსტი მხარეების, ასევე, გარე შესაძლებლობებისა და საფრთხეების გაანალიზებაზე. ამრიგად, იგი ემსახურება პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესების სტრატეგიების შემუშავებას (Phadermrod, Crowder etc 2019). გარდა ამისა, პორტერის მიერ შემოთავაზებული კონკურენციის ხუთი ძალის მოდელი წარმოადგენს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასების კლასიკურ მოდელს, რომელიც აანალიზებს ხუთ ძალას (კერძოდ, შემცველი პროდუქტები, მყიდველის ძალაუფლება, მომწოდებლის ძალაუფლება, ახალი მონაწილეები, პოზიციონირების არჩევა). პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის კანონზომიერების შესასწავლად რაოდენობრივი ანალიზისთვის ყველაზე ხშირად გამოყენებული მეთოდი არის სტრუქტურული განტოლების მოდელი (Lee, Kim 2012). მაგალითად, ბევრმა მკვლევარმა გამოიყენა სტრუქტურული განტოლების მოდელი, რათა შეესწავლათ ურთიერთობა საწარმოს ინოვაციებს, პროდუქტის ფასს, ბრენდსა და პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას შორის (Yonezawa, Richards 2016). მოთხოვნის ფუნქცია და სისტემის დინამიკის მოდელი ასევე ხშირად გამოიყენება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესასწავლად (Yan, Ma 2011). კონკურენტუნარიანობის მრავალფეროვანი მახასიათებლების გამო თამაშის მოდელებიც ხშირად გამოიყენება პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ანალიზის დროს (Hagiu, Wright 2020).

ბოლო წლების განმავლობაში ტექსტის ინტელექტუალური ანალიზი ეტაპობრივად გახდა მნიშვნელოვანი კვლევის მეთოდი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესასწავლისას. იგი წარმოადგენს თვისებრივი ანალიზის მეთოდს. ტექსტის ინტელექტუალური ანალიზის საფუძველზე პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შესწავლის ორი ძირითადი გზა არსებობს: თემატური

ანალიზი და მოსაზრებების შედარებითი ანალიზი. თემატური ანალიზი მოიცავს მთლიანი ტექსტიდან პროდუქტის ატრიბუტების საკითხების ამოღებას (Bi, Liu etc 2019). კონკრეტული ატრიბუტისთვის პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას შეიძლება ახასიათებდეს პოზიტიური ან უარყოფითი შეხედულებები. მოსაზრებების შედარებითი ანალიზი ხორციელდება მთლიანი ტექსტიდან შედარებითი სუბიექტების წყვილის ამოღებით, შედარებული წყვილი თავის თავში გულისხმობს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ურთიერთკავშირს (Xu, Liao etc 2011). თემატურ ანალიზთან შედარებით, მოსაზრებების შედარებითი ანალიზი უფრო დაწვრილებითია ტექსტის ინტელექტუალურ ანალიზში.

კონკურენტუნარიანობის შეფასების საკითხებს ვხდებით ისეთი მკვლევრების ნამუშევრებშიც, როგორებიცაა: ტაკეი (Takei 1985), გარდინერი (Gardiner et al. 2004), ჰოვარზი (Howarth 2007), ნივიესკი (Nivievskiy et al.2010), პენედერი და რამერი (Peneder and Rammer 2018), ტიუნიუკოვა და სხვ. (Tyunyukova et al. 2018), ვარგა და სხვ. (Vargha et al. 2019), შპაკი და სხვ. (Shpak et al. 2019), ფარჰიხტე და სხვ. (Farhikhteh et al. 2020). აღსანიშნავია, რომ კონკურენტუნარიანობის შეფასების კონცეფციები კვეთს ეკონომიკის თითოეული დონეს (Nedelcheva 2021).

პროდუქტის დონეზე, პროდუქტის კონკურენტული უპირატესობების განმსაზღვრელი ფაქტორების გათვალისწინება გამოიწვევს ტრადიციულ და პერსპექტიულ ბაზრებზე ქართული საექსპორტო პროდუქტების პოზიციების განმტკიცება-გაფართოებას, რაც მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ეკონომიკურ ზრდაში და უზრუნველყოფს მოსახლეობის ცხოვრების დონის გაუმჯობესებას (ხარაიშვილი 2016).

მოკლევადიან პერიოდში პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასებისთვის გამოყენებულია Ex-Post მეთოდი. ამისთვის, საგარეო ვაჭრობის სტატისტიკის საფუძველზე შემდეგი ინდექსებია შემუშავებული (Weindlmaier 1999):

- გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (Revealed Comparative Advantage Index-RCA)

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

სადაც X-ექსპორტი; i, k - პროდუქტების კატეგორიები; j, l - რეგიონები.

RCA - ქვეყნის რომელიმე პროდუქტის ექსპორტის წილი მსოფლიოში ამ ქვეყნის მთლიან ექსპორტთან მიმართებაში.

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

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

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

სადაც X-ექსპორტი; i, k - პროდუქტების კატეგორიები; j, l - რეგიონები.

RXA და RCA ინდექსები თითქმის ერთმანეთის მსგავსია. განსხვავება კი მხოლოდ ისაა, რომ RXA ინდექსის შემთხვევაში ყველა ექსპორტის შეჯამების დროს თავად გამოსაკვლევი ქვეყნის ექსპორტი არ არის გამოყენებული.

- იმპორტის შედარებითი შემოღწევადობის ინდექსი (Relative Import Penetration Index-RMP)

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

სადაც M-იმპორტი; i, k - პროდუქტების კატეგორიები; j, l - რეგიონები.

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

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

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

დადებითი RTA ინდექსი მიუთითებს კონკურენტუნარიანობაზე, ხოლო უარყოფითი RTA ინდექსი კი არაკონკურენტუნარიანობაზე.

აქვე აღვნიშნავთ, რომ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების გარკვეული ჯგუფისთვის (ღვინო, ალკოჰოლური სასმელები, თხილი, რძე, ხორბალი, ვაშლის წვენი) ამ ინდექსების მნიშვნელობები 1992-2008 წლებისთვის უკვე დათვლილი იყო მკვლევრის, ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორის, პროფესორის ეთერ ხარაიშვილის მიერ მონოგრაფიაში „კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემები საქართველოს აგროსასურსათო სექტორში“ (ხარაიშვილი 2011).

მეცნიერ რ. ფატხუტდინოვის მიერ შემოთავაზებულია კონკურენტუნარიანობის შეფასების შემდეგი მეთოდი: პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება

სისტემით „1111-5555“. იგი შეიძლება გავიანგარიშოთ ორი მეთოდით: ფაქტორების წონების გათვალისწინებით და ფაქტორების წონების გათვალისწინების გარეშე (Фатхудинов 2000).

„1111-5555“ სისტემაში ფაქტორების წონების გათვალისწინების გარეშე პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა განისაზღვრება როგორც ქულათა ჯამი თითოეული ფაქტორის მიხედვით. ექსპერტი (ერთი ან ექსპერტთა ჯგუფი) აფასებს თითოეულ ფაქტორს 1-დან (მინიმუმი, ფაქტორის ყველაზე ცუდი მნიშვნელობა) 5-მდე (მაქსიმუმი, ფაქტორის ყველაზე კარგი მნიშვნელობა). ამგვარად, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის მინიმალური მნიშვნელობა შეიძლება იყოს 5 (11111), ხოლო მაქსიმალური 25 (55555). მაგალითად, თუ პროდუქტი არის დაბალი ხარისხის, შემოთავაზებულია მაღალ ფასად, აქვს დაბალი დონის სერვისი და მისი ექსპლუატაციის ხარჯები მაღალია, შეფასდება დაახლოებით 1-2 ქულის ფარგლებში.

მეორე მეთოდი, რომელსაც გვთავაზობს მეცნიერი არის ექსპერტული მიდგომით პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით. კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად იქმნება ექსპერტთა ჯგუფი, რომელიც შედგება მაღალკვალიფიციური სპეციალისტებისაგან არა ნაკლებ 5 ადამიანისა (მაგალითად, ხელმძღვანელი ან ტოპ-მენეჯერი, კონსტრუქტორი, მარკეტინგის მენეჯერი, ტექნოლოგი, ეკონომისტი). შემდეგ ხდება ქულათა სისტემის შედგენა: პროდუქტის ხარისხი, პროდუქტის ფასი, სერვისის ხარისხი, ექსპლუატაციური დანახარჯები (მაგალითში არ არის გათვალისწინებული შიგა დინამიკური ფაქტორი - მართვის ხარისხი).

კონკურენტუნარიანობის თითოეულ ფაქტორს ექსპერტმა შესაძლებელია, მიანიჭოს 1 დან 5 ქულამდე. ფაქტორის წონა მერყეობს 4-დან (პროდუქტის ხარისხი) 1-მდე (ექსპლუატაციის ხარჯები). დავუშვათ, ექსპერტთა ჯგუფმა, რომელიც შედგება 5 ადამიანისაგან, თითოეული ფაქტორი შეაფასა ქულებით. აღნიშნული მოცემულია ცხრილში 1.2.1.

ცხრილი 1.2.1 ექსპერტული მეთოდით პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით

ექსპერტი	ექსპერტის შეფასება			
	პროდუქტის ხარისხი	პროდუქტის ფასი	სერვისის ხარისხი	ექსპლუატაციური ხარჯი
ხელმძღვანელი	3	3	4	3
კონსტრუქტორი	4	3	4	4
მარკეტოლოგი	3	3	3	3
ეკონომისტი	4	3	4	4
ტექნოლოგი	4	4	4	3
ქულათა ჯამი	18	16	19	17
საშაულო	3,6	3,2	3,8	3,4

ექსპერტული მეთოდით ქულათა სისტემის მიხედვით განსაზღვრული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება გამოისახება ფორმულით:

$$K_T = \frac{\sum_{i=1}^n B_{ij} / n}{5} \times \alpha_j ,$$

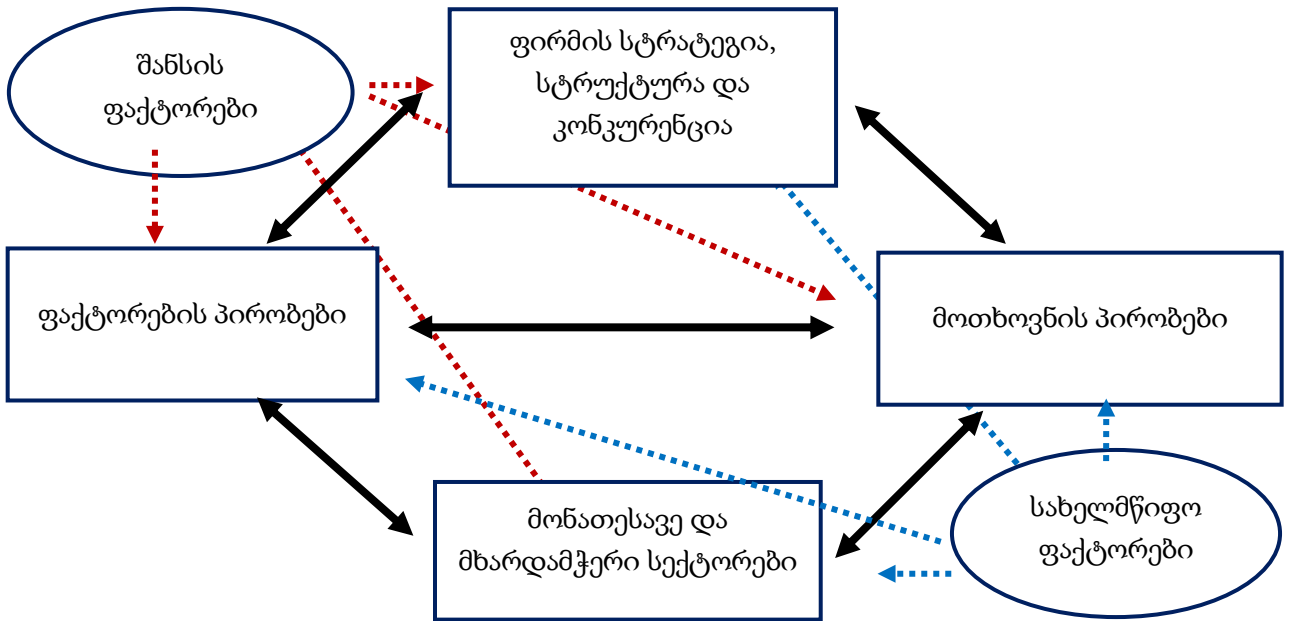
სადაც K_T -არის პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა (მნიშვნელობა მერყეობს 2 დან 10 მდე); n - არის ექსპერტთა რაოდენობა, B_{ij} - ექსპერტთა შეფასება j - ფაქტორის i - ექსპერტის მიერ, α_j - ფაქტორის წონა (1-დან 4-მდე); 5- ფაქტორის მაქსიმალური შეფასება. ჩავსვათ ცხრილში მოცემული მონაცემები ფორმულაში, მივიღებთ:

$$\begin{aligned} K_T &= \frac{(3 + 3 + 3 + 3 + 4) / 5}{5} \times 4 + \frac{(3 + 3 + 3 + 3 + 4) / 5}{5} \times 3 + \\ &+ \frac{(4 + 4 + 3 + 4 + 4) / 5}{5} \times 2 + \frac{(3 + 4 + 3 + 4 + 3) / 5}{5} \times 1 = \\ &= 2,88 + 1,92 + 1,52 + 0,68 = 7,0. \end{aligned}$$

შესაბამისად, ექსპერტთა ჯგუფმა პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა შეაფასა 7 ქულით 10-დან, ე. ი. ორგანიზაციას აქვს საკმარისი (30%) რეზერვი იმისა, რომ აამაღლოს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა ყველა მიმართულებით.

ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის თანამედროვე კვლევებში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება პორტერის კონკურენტუნარიანობის აღმასის წესს. მოცემულ

შემთხვევაში კონკურენტუნარიანობა ქვეყნის დონეზე ფასდება ოთხი ძირითადი (ფაქტორის პირობები, მოთხოვნის პირობები, მონათესავე და მხარდამჭერი სექტორები, ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია) და ორი დამატებითი ფაქტორით (შანსის ფაქტორები და სახელმწიფო ფაქტორები) (Porter 1993). კონკურენტუნარიანობის შეფასება სქემატურად შეიძლება შემდეგნაირად წარმოვადგინოთ (იხ. სქემა 1.2.2).



სქემა 1.2.2 კონკურენტუნარიანობის ანალიზი პორტერის „ალმასის“ მოდელით

მიღებულია, რომ „მაღალგანვითარებული ქვეყნების კონკურენტუნარიანობა ეყრდნობა ტექნოლოგიურ უპირატესობას (ის მიიღწევა ისეთი ფაქტორების საფუძველზე, როგორცაა ინვესტიციები ახალ ტექნოლოგიებში და ადამიანისეულ კაპიტალში; სიახლეების დანერგვისთვისა და კომპანიის ტექნოლოგიური განვითარებისთვის ხელსაყრელი ეკონომიკური გარემო; საერთაშორისო ვაჭრობისთვის ღია სისტემა ეროვნული ინტერესების დაცვის პირობებში), მაშინ როდესაც ჩამორჩენილი ქვეყნების - რესურსულ (კავშირშია ბუნებრივი და შეძენილი რესურსების ფლობასთან) უპირატესობას (აღსანიშნავია, რომ რესურსული უპირატესობის შემდეგ ზოგი ავტორი გამოყოფს საოპერაციო უპირატესობას, რომელიც კავშირშია რესურსულ უპირატესობასთან და გულისხმობს არსებული რესურსების ეფექტურ გამოყენებას)“ (ზეშკენაძე 2017).

ქვეყნების კონკურენტუნარიანობის შესაფასებლად მსოფლიო ეკონომიკურმა ფორუმმა შეიმუშავა გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი (Global Competitiveness Index – New GCI), რომელიც ეფუძნება 12 კომპლექსურ მდგენელს (World Economic Forum):

1. ინსტიტუტები;
2. ინფრასტრუქტურა;
3. მაკროეკონომიკური სტაბილურობა;
4. ჯანმრთელობა და საბაზისო განათლება;
5. უმაღლესი განათლება და ტრენინგები;
6. სასაქონლო ბაზრების ეფექტიანობა;
7. შრომის ბაზრის ეფექტიანობა;
8. საფინანსო ბაზრის განვითარების ხარისხი;
9. ტექნოლოგიური მზაობა;
10. ბაზრის სიდიდე;
11. ბიზნესის განვითარების ხარისხი;
12. ინოვაციები.

გლობალური კონკურენტუნარიანობის ინდექსი უკვე თავის თავში მოიაზრებს მდგრადი განვითარების თანამედროვე კონცეფციის სამ ძირითად კომპონენტს, კერძოდ, ეკონომიკური, საზოგადოებრივი და გარემოსდაცვითი ინტერესების ჰარმონიზაციის შეფასებას მთელი მსოფლიოს მასშტაბით.

2019 წლის მონაცემებით საქართველო გლობალური კონკურენტუნარიანობის ანგარიშში ზემოთ დასახელებული მდგენელების მიხედვით 141 ქვეყანას შორის იკავებს 74-ე ადგილს, სულ 60,6 ქულით, ხოლო ცვლილება 2018 წელთან შედარებით არის მინუს რვა პოზიცია (World Economic Forum, 2019). ზოგადად, ბაზარზე კონკურენციის ინტენსივობა პირდაპირ აისახება ეკონომიკურ ეფექტიანობაზე (ნ. ხადური და სხვები 2012). ვეთანხმებით, მკვლევარს, რომ გლობალური კონკურენტუნარიანობის მდგრადობის განმსაზღვრელ ფაქტორებს შორის წამყვანი ადგილი უკავია სახელმწიფოს შესაძლებლობას, არ ჩამორჩეს მსოფლიო განვითარების ტენდენციებს. ჩვენი აზრით, მდგრადი ეკონომიკური განვითარება დამოკიდებულია მრავალ ელემენტზე, რომლებიც ერთად მუშაობენ ოპტიმალურ გარემოში. მთავრობის

როლია მეწარმეობის განვითარების მხარდაჭერა საკანონმდებლო/მარეგულირებელი ზედამხედველობის სწორი ბალანსის შენარჩუნების უზრუნველყოფით. მაგალითად, ერთ-ერთ გზად დასახელებულია „საკანონმდებლო და ინსტიტუციური მექანიზმების გაუმჯობესება და საქართველო-ევროკავშირის ასოცირების შესახებ შეთანხმების შესაბამისად, საუკეთესო ევროპული პრაქტიკის დანერგვა, რომელიც უნდა დაეყრდნოს კარტელური გარიგებების, კონკურენციის შემზღუდავი შეთანხმებების და დომინირებული მდგომარეობის ბოროტად გამოყენების აღმოფხვრის ეფექტიან ნორმებს და აღსრულების მექანიზმებს“ (ხადური 2018).

მკვლევრები, ასევე, მიიჩნევენ, რომ სახელმწიფოს კონკურენტუნარიანობის საფუძველი მისი საექსპორტო კონკურენტუნარიანობაა. ექსპორტზე ორიენტირებული სტრატეგია გახდა მრავალი სახელმწიფოს ეკონომიკის განვითარების უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი. ყოველივე ამის ნათელი მაგალითია სამხრეთ აზიის ახალი ინდუსტრიული სახელმწიფოების მიღწეული წარმატებები, რომლებმაც აირჩიეს ზუსტად ექსპორტზე ორიენტირებული სტრატეგია და მიიღეს საერთაშორისო ასპარეზზე ხარისხის ამაღლება. აქვე შეიძლება აღინიშნოს შვეიცარია, სადაც საექსპორტო პროდუქტებზე უფრო იაფი ფასებია დაფიქსირებული, ვიდრე სახელმწიფოს შიგნით. ფასებში განსხვავებას სახელმწიფო ანაზღაურებს (Erkomaishvili 2014). ამდენად, აგროსასურსათო სექტორის განვითარებაზე, ექსპორტის სტიმულირებაზე დადებით გავლენას უნდა ახდენდეს საერთაშორისო ვაჭრობა. ემპირიული მასალების საფუძველზე ვლინდება აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოებისა და ექსპორტის დივერსიფიკაციის შესაძლებლობა (Kharaisvili, Gechbaia, Mushkudiani 2019).

2020 წლის დასაწყისში მსოფლიო დიდი გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა COVID-19 პანდემიის გამო. COVID-19 პანდემიამ პრობლემები შეუქმნა მცირე და საშუალო ბიზნესის სექტორს და, შესაბამისად, საფრთხე შეუქმნა ქვეყნების ეკონომიკების განვითარებას, ისევე როგორც, შეაფერხა კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მიმართულებით ფირმების მცდელობები. მრავალი ქართველი მეცნიერის ნაშრომი ეძღვნება COVID-19 პანდემიის და ეკონომიკის, წარმოების, ექსპორტის, სოფლის მეურნეობის მდგომარეობის საკითხებს. მაგალითად, ე. მექვაბიშვილი (2021), მ. კაკულია და ნ. კაპანაძე (კაკულია, კაპანაძე, 2021), პ. კოლუაშვილი და დ.

მამუკელაშვილი (კოლუაშვილი, მამუკელაშვილი 2021), პ. კოლუაშვილი და ი. არჩვაძე (კოლუაშვილი, არჩვაძე 2020), თ. შენგელია და ზ. კირკიტაძე (შენგელია, კირკიტაძე 2020) და სხვები.

2020 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომში აკადემიკოსი ვლადიმერ პაპავა შეისწავლის ეკონომიკური კრიზისის ძირითად მახასიათებლებს, რომელიც არის COVID-19 პანდემიის შედეგი. დასაბუთებულია, რომ ეს კრიზისი არ წარმოიშვა თავად ეკონომიკაში, არამედ ის არის შედეგი, რომ თანამედროვე მედიცინა ვერ უმკლავდება კორონავირუსს. ამიტომ ამ შემთხვევაში ეკონომიკა მედიცინის მძევალია. ნაჩვენებია, რომ კორონომიული კრიზისი განსხვავდება იმ ეკონომიკური კრიზისებისგან, რომლებიც ასევე მოხდა მეოცე საუკუნეში არაეკონომიკური მიზეზების გამო. განსაკუთრებული ყურადღება ეთმობა ეკონომიკის ზომბირების პრობლემას იმ კომპანიების მხარდაჭერის ანტიკრიზისული მეთოდებით, რომლებსაც მოუწიათ თავიანთი ეკონომიკური საქმიანობის შემცირება ან მთლიანად შეჩერება (Papava, 2020). აქვე, უნდა აღინიშნოს, რომ აკადემიკოსი ვლადიმერ პაპავას აზრით, „საქართველოს ეკონომიკის შესაბამის სტატისტიკურ ინფორმაციაზე დაყრდნობით შეიძლება დავასკვნათ, რომ ქვეყანაში ჩამოყალიბდა ეკონომიკის მომხმარებლური მოდელი. ამის დასტურად საკმარისია აღვნიშნოთ, რომ იმპორტი, სამწუხაროდ, უკვე არაერთი წელია სტაბილურად 3,5-ჯერ აღემატება ექსპორტს, ხოლო სამომხმარებლო კალათაში ისევე, როგორც სასურსათო კალათაში იმპორტული საქონლის ხვედრითი წილი ასევე სტაბილურად 80%-ია. სხვა სიტყვებით, ჩვენ უფრო მეტს მოვიხმართ, ვიდრე ვაწარმოებთ. თუ ეს ასეა, ბუნებრივია კითხვა - როგორ ვახერხებთ მოვიხმართ უფრო მეტი, ვიდრე ვაწარმოებთ? თანამედროვე საქართველოსათვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ისეთ ეკონომიკურ განვითარებას, რომელიც დაეფუძნება ინკლუზიურ ეკონომიკურ ზრდას“ (პაპავა ვ. 2018). მეცნიერის აზრით, მნიშვნელოვანია, რომ ქვეყანაში ხელი შეეწყოს ტურიზმის გარდა სხვა კონკურენტუნარიანი დარგების განვითარებას, განსაკუთრებით ინდუსტრიულ წარმოებას.

ასევე, 2020 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომში მკვლევარი ია ნაცვლიშვილი საუბრობს კონკურენტუნარიანობის ასამაღლებლად ზოგადად რა ბიზნეს მოდელს შეიძლება მიექცეს ყურადღება პოსტპანდემიურ პირობებში. ავტორის მოსაზრებით

კოვიდპანდემიით შექმნილი კრიზისი თანდათან ფორმირდება „სამმაგი ტალღის“ ბუნების მქონე კრიზისად, სადაც პანდემიურ შოკსა და საზოგადოებრივი ჯანდაცვის კრიზისს (პირველ ტალღა) მოსდევს ეკონომიკური მეგარეცესიის უფრო ძლიერი შოკი (მეორე ტალღა), რომელსაც მომავალში, შესაძლოა, მოჰყვეს კლიმატის ცვლილებითა და ბიომრავალფეროვნების შემცირებით გამოწვეული კიდევ უფრო მძლავრი ეკოლოგიური კრიზისი. შესაბამისად, მკვლევრის რეკომენდაციაა მთავრობებმა პოსტკრიზისულ პერიოდში ეკონომიკის აღდგენის ხელშეწყობ ღონისძიებებში უფრო მეტი აქცენტი გააკეთონ მდგრადი განვითარების მიზნების მიღწევასა და მდგრადი ბიზნეს მოდელების დანერგვის ხელშეწყობაზე (ნაცვლიშვილი 2020). ყურადსაღებია 2021 წელს შესრულებული ერთობლივი სტატია ეთერ ხარაიშვილთან და თამარ ლაზარიანიშვილთან ერთად, რომელშიც მკვლევრები საუბრობენ აგროტურიზმის გავლენის მნიშვნელობაზე მონათესავე სექტორების ეკონომიკურ განვითარებაში. მოცემული სტატიის მთავარი გზავნილია ის, რომ დასაბუთებულია სოფლის მეურნეობის და მასთან დაკავშირებული სექტორების (მ.შ. აგროტურიზმს შორის) განვითარების მნიშვნელობა ეკონომიკურ ზრდასა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში (Natsvlishvili, Kharaishvili, Lazariashvili 2021).

2021 წელს გამოქვეყნებულ სტატიაში მკვლევარი ეთერ ხარაიშვილი გულნაზ ერქომაიშვილთან, ია ნაცვლიშვილთან და მანანა ლობჯანიძესთან ერთად ყურადღებას ამახვილებს სურსათის სატრანსპორტო გადაზიდვების გამოწვევებზე, რამაც შეიძლება უარყოფითად იმოქმედოს ქართული საექსპორტო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობაზე. სტატიაში დასაბუთებულია, რომ სატრანსპორტო გადაზიდვების სისტემაში არსებული გამოწვევების გამოვლენითა და პოლიტიკის ეფექტიანი მექანიზმების შემუშავებით შესაძლებელია შეცვლილი მოთხოვნების შესაბამისი სასურსათო ბაზრების ფორმირება COVID-19 პანდემიის პირობებშიც (ხარაიშვილი, ერქომაიშვილი, ნაცვლიშვილი, ლობჯანიძე 2021). ამავე წელს, მეცნიერი ეთერ ხარაიშვილი საუბრობს ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტისა და იმპორტის ინდიკატორებზე პანდემიის პირობებში. ავტორი სტატიაში ასაბუთებს აგროსასურსათო სექტორის მოდერნიზაციის აუცილებლობას. დასაბუთებულია, რომ საკვები პროდუქტების წარმოების და პროდუქტიულობის დაბალი მაჩვენებლები უარყოფითად აისახება ექსპორტ-იმპორტის ოპტიმალური თანაფარდობის მიღწევაზე.

შესაბამისად, ეს იწვევს სხვა ქვეყნებზე დამოკიდებულების ზრდას და ამცირებს სასურსათო უსაფრთხოების დონეს. კვლევის საფუძველზე გამოვლენილია ფაქტორები, რომლებიც ხელს უშლის ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტს, შესაბამისად, მათ კონკურენტუნარიანობას, მოკლევადიან პერიოდში COVID-19-ის პანდემიის პირობებში. ესენია: ფერმერების შემოსავლის შემცირება, აგროსასურსათო სექტორისთვის ნედლეულის მიწოდებისა შეფერხება მეზობელი მრეწველობისგან, აგრეთვე მოსავლის აღების, გადამამუშავების, მარკეტინგის, ტრანსპორტირების და სხვა სექტორებში გაზრდილი არაპირდაპირი დანახარჯები და ა.შ. გრძელვადიან პერსპექტივაში ექსპორტის და კონკურენტუნარიანობის გაზრდის შემაფერხებელ ფაქტორებად მიჩნეულია ინდუსტრიის მიმართ საზოგადოების ნდობის, ტრადიციულ ბაზრებზე პოზიციების დაკარგვა და ა.შ.

ყოველივე ზემოთ თქმულიდან, უნდა დავასკვნათ, რომ როგორც მრავალფეროვანია კონკურენტუნარიანობის ცნების განმარტება, ისე მრავალმხრივია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორები და შესაბამისად, კონკურენტუნარიანობის შეფასების მეთოდები.

1.3 საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევის და საექსპორტო პოტენციალის გამოვლენის გზები

ეროვნული ე.ი. ქვეყნის დონეზე კონკურენტუნარიანობის შესწავლის საწყის ეტაპზე მკვლევრების მიერ დიდი ყურადღება ექცევა სტაბილური ექსპორტის არსებობას სხვა ქვეყნებში, რომელიც ემყარება საკუთარ ქვეყანაში შექმნილ აქტივებსა და გამოცდილებას (გაგნიძე 2012). ბოლო პერიოდში მკვლევრები, ასევე, საუბრობენ ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების ბაზრებსა და ექსპორტის მასტიმულირებელ ეკონომიკურ პოლიტიკაზე, რომელიც გავლენას ახდენს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე. ქართველი მკვლევრების, ეთერ ხარაიშვილისა და ია ნაცვლიშვილის 2019 წელს გამოქვეყნებულ სტატიაში საუბარია შემდეგ შემაფარხებელ ფაქტორებზე, კერძოდ, „ადგილობრივ ექსპორტიორებს შეზღუდული წვდომა აქვთ ინფორმაციებზე სტანდარტების, დაფინანსების წყაროებისა და მექანიზმების, სავაჭრო მისიებსა და გამოფენების, მარეგულირებელი

წესებისა და სხვათა შესახებ. სრულყოფილი ინფორმაციის პაკეტების შექმნა და მიწოდება, ასევე, მიწოდების სიხშირის გაზრდა ხელს შეუწყობს ექსპორტის დივერსიფიკაციას“. ამასთან, მნიშვნელოვანია სასურსათო ბაზრების განვითარება და საექსპორტო ბაზრების შესახებ საინფორმაციო ვაკუუმის აღმოფხვრა (Kharaisvili and Natsvlishvili 2019).

იმ პირობებში, როდესაც საქართველოს ყველა უმსხვილეს სავაჭრო პარტნიორ ქვეყანასთან აქვს ქრონიკული უარყოფითი სავაჭრო სალდო, მიზანშეწონილია ექსპორტის წახალისება, ოპტიმიზება და დივერსიფიკაცია, არაგონივრული იმპორტის ჩანაცვლება და რეექსპორტის გონივრული გამოყენება (სამადაშვილი 2016).

მკვლევრები აღნიშნავენ, რომ კონკურენტუნარიანობაში უნდა გამოიყოს რამდენიმე ასპექტი, კერძოდ: ა) კონკურენტუნარიანობა, რომელიც გამოვლენილია და დადასტურებულია; ბ) კონკურენტუნარიანობა, რომელიც პოტენციურად არსებობს, თუმცა, მისი რეალიზაცია შესაძლებელია სხვა ფაქტორების მეშვეობით; გ) კონკურენტუნარიანობა, რომელიც შექმნილია ხელოვნურად, ადამიანის ნებელობითი გადაწყვეტილების საფუძველზე; დ) კონკურენტუნარიანობა, რომელიც ეფუძნება ცალკეული სპეციფიკური ფაქტორის არსებობას (დადანძე 2013). ჩვენ კვლევის მიზნებისთვის განვიხილავთ პირველ მათგანს, ანუ არსებულ კონკურენტუნარიანობას, რომელიც ეფუძნება ქვეყნის აბსოლუტურ ან ფარდობით უპირატესობას საგარეო ვაჭრობაში. საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრი (ITC) და ჰარვარდის უნივერსიტეტის სტრატეგიისა და კონკურენტუნარიანობის კვლევის ინსტიტუტი, კონკურენტუნარიანობის საზომად იყენებს გამოვლენილი კონკურენტული უპირატესობის (ლაფაიეს) ინდექსებს. გამოვლენილი კონკურენტული უპირატესობა ესაა უპირატესობა, რომელიც გვაქვს დღეს. გამოვლენილი კონკურენტული უპირატესობა ეფუძნება ერთი გარკვეული პროდუქტის ჯგუფის ან მომსახურების საექსპორტო მოცულობას და ქვეყნის მიერ დაკავებულ ადგილს მსოფლიოში ამ პროდუქტის ან მომსახურების ექსპორტიორ ქვეყნებს შორის. ამდენად, კონკურენტუნარიანობის შეფასება ეფუძნება კონკრეტული ქვეყნის ეკონომიკისა და მასში ექსპორტის წილის სხვადასხვა ასპექტის შეფასებას. შესაბამისად, საინტერესოა როგორ შევარჩევთ პოტენციურ კონკურენტუნარიან საექსპორტო პროდუქტებს.

ზოგადად თანხმდებიან, რომ საექსპორტო პროდუქტების შესარჩევად შემდეგ რვა კრიტერიუმს უნდა დავეყრდნოთ (ტალიკაძე 2019ა, 2019ბ, 2020). ესენია: ტენდენციები ექსპორტში, წარმოების მოცულობა და პროდუქტის ხელმისაწვდომობა, პროდუქტის ადაპტირებადობა, შეგუებადობა, პოტენციურ საექსპორტო ბაზრებზე არსებული მოთხოვნა, სავაჭრო შეზღუდვები, ექსპორტისთვის შეთავაზებული სტიმულები/საშუალებები, ცვალებადი დახარჯების მაგალითები, ხარისხი და მარკეტინგული ნიშა.

საექსპორტო პროდუქტების შერჩევასთან ერთად მნიშვნელოვანია შეფასდეს ბაზრის პოტენციალი. ამისათვის, ზოგიერთი მკვლევარი იყენებს საგარეო ვაჭრობის ნორმალიზაციის ინდექსს. ეს ინდექსი გვაძლევს შესაძლებლობას გამოვავლინოთ საექსპორტო პოტენციალის ასამაღლებლად ყველაზე უფრო პერსპექტიული საგარეო ბაზრები. საქართველოს საგარეო ვაჭრობის სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსი გვიჩვენებს კონკრეტულ პარტნიორებთან საგარეო ვაჭრობის მდგომარეობას, კერძოდ: თუ მისი მნიშვნელობა იცვლება -1-დან 0-მდე, მაშინ ეს ნიშნავს მაღალ იმპორტს, ხოლო 0-დან +1-მდე კი, პირიქით, ნიშნავს ექსპორტის პრევალირებას იმპორტზე (დალანიძე 2017). ამასთან, არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ამ ინდექსის მნიშვნელობა ცალკეული პარტნიორების მიხედვით უნდა იქნეს განხილული და შედარებული საერთო ინდექსთან. სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსების ანალიზი მიგვანიშნებს საექსპორტო პოტენციალის ათვისების აუცილებლობა-არაუცილებლობაზე. ამის შემდეგ, პარალელურად უნდა განისაზღვროს ის ბაზრები, სადაც ყველაზე ნაკლებადაა ათვისებული საექსპორტო პოტენციალი. მიჩნეულია, რომ სწორად ამ ბაზრებზე ძალისხმევის მაქსიმალური კონცენტრაციით მიიღება საექსპორტო რეალიზაციის ზრდა (დალანიძე 2017). საექსპორტო პოტენციალის შეფასების ერთ-ერთი მეთოდია ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსის გაანგარიშება. უნდა ითქვას, რომ ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი აბსოლუტურად ზუსტად არ ზომავს საექსპორტო პოტენციალს, მაგრამ რამდენიმე ბაზრის შედარების შემთხვევაში, ის ძალიან კარგად ასრულებს იმ ფუნქციას, რომ სწორად განისაზღვროს ბაზრები, სადაც საექსპორტო პოტენციალი ყველაზე უარესადაა ათვისებული და, ამდენად, ამ ბაზრებზე მოხდეს საექსპორტო აქტივობის კონცენტრაციის ხელშეწყობა (Gaganidze and Ramishvili 2018). ინდექსი გაიანგარიშება შემდეგნაირად:

$I_{ij}=(X_{ij}/X_i)/(M_j/M)$, სადაც,

X_{ij} – i ქვეყნის ექსპორტი j ქვეყანაში

X_i - i ქვეყნის მთლიანი ექსპორტი

M_j – j ქვეყნის მთლიანი იმპორტი

M - მსოფლიო იმპორტი

მიღებული მაჩვენებელი I_{ij} თუ მეტია 1-ზე, მაშინ სავაჭრო პარტნიორი გაცილებით უფრო მნიშვნელოვანი სავაჭრო პარტნიორია ჩვენთვის, ვიდრე ჩვენ მისთვის. თუ მიღებული მაჩვენებელი ერთის ტოლია, მაშინ საექსპორტო პოტენციალი ადეკვატურია ჩვენი შესაძლებლობებისა და იმპორტიორი ქვეყნის შესაძლებლობებისა, ხოლო თუ ის 1-ზე ნაკლებია, მაშინ ჩვენს ექსპორტს აქვს გამოუყენებელი პოტენციალი. ამ შემთხვევაში გამოუყენებელი საექსპორტო პოტენციალი განისაზღვრება, როგორც სხვაობა - რა იქნებოდა ექსპორტის მაჩვენებელი რომ ყოფილიყო 1-ის ტოლი და რა არის რეალურად (ლაღანიძე 2015).

ჩვენი აზრით, ზემოთ მოცემული პრაქტიკაში აპრობირებული მეთოდები დაგვეხმარება დისერტაციით დათქმული ჰიპოთეზების შემოწმებასა და გარკვეული დასკვნების გამოტანაში.

სადისერტაციო ნაშრომისთვის საკვლევი აგროსასურსათო პროდუქტის შერჩევა მოხდა საექსპორტო პროდუქტის შერჩევის კრიტერიუმებიდან გამომდინარე. კერძოდ, საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების შესაფასებლად ჩვენ მიერ გამოიყო შემდეგ ძირითადი მაჩვენებლები:

- არსებული რესურსები;
- მარაგები;
- წარმოების მოცულობა;
- თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი;
- ნათესი ფართობი;
- საშუალო მოსავლიანობა;
- ექსპორტის მოცულობა.

2020 წლის ბოლოს არსებული მარაგების მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ პირველი ხუთეული შემდეგნაირად გამოიყურება: ყურძენი (466 ათასი ტონა), სიმინდი (207 ათასი ტონა), ბოსტნეული (152 ათასი ტონა), კარტოფილი (43 ათასი ტონა) და

ხორბალი (41 ათასი ტონა)⁵. ხოლო ზოგადად 2020 წელს ხელთ არსებული რესურსების მიხედვით ლიდერობს რძე და რძის პროდუქტები - 745 ათასი ტონა (მათ შორის იმპორტირებულია 21%), მეორე ადგილს იკავებს ხორბალი - 735 ათასი ტონა⁶, თუმცა უნდა აღინიშნოს, რომ ხორბლის ასეთი დიდი რაოდენობა განსხვავებით რძის და რძის პროდუქტებისგან განპირობებულია არა ადგილობრივი წარმოებით, არამედ მისი იმპორტის მოცულობით. ხორბლის რესურსების დაახლოებით 76% 2020 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით იმპორტირებულია საზღვარგარეთიდან, შესაბამისად, მისი თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი არის ძალიან დაბალი (15%). ამდენად, ხორბლის ექსპორტზე ფიქრი აქედანვე უკვე გამორიცხულია. წლის ბოლოს ხელთ არსებული რესურსების მიხედვით მესამე პოზიციაზე არის ყურძენი - 650 ათასი ტონა (მათ შორის იმპორტირებულია 0,15%) მეოთხე პოზიციაზე არის სიმინდი - 529 ათასი ტონა (მათ შორის იმპორტირებულია 23%), და ბოლოს ბოსტნეული - 384 ათასი ტონა (მათ შორის იმპორტირებულია 29%)⁷.

2020 წლის ადგილობრივი წარმოების მონაცემებს ვრცლად განვიხილავთ ქვეთავში 2.3. მოცემულ პარაგრაფში მოკლედ მიმოვიხილავთ მთავარ შედეგებს. ერთწლიანი და მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მონაცემებზე დაკვირვებამ ცხადყო, რომ ლიდერი პოციები უკავიათ შემდეგ პროდუქტებს: სიმინდი, კარტოფილი, ბოსტნეული, ვაშლი, ყურძენი და ატამი.

2020 წლის მონაცემების მიხედვით თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი გააჩნია ყურძენს - 145%, შემდეგი არის კვერცხი (97%) და კარტოფილი - 92%, რძე და რძის პროდუქტები 81%, სიმინდი - 68%, ბოსტნეული 63% , და ბოლოს ხორცი - 49% და ხორბალი - 15 %. (იხ. ცხრილი 1.3.1).

⁵ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, სასურსათო ბალანსები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

⁶ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, სასურსათო ბალანსები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

⁷ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, სასურსათო ბალანსები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

ცხრილი 1.3.1 სურსათით თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტები 2006-2020 წლებში⁸
(%)

წელი	ხორბალი	სიმინდი	კარტოფილი	ბოსტნეული	ყურძენი	რძე და რძის პროდუქტები	ხორცი	კვერცხი
2006	8	94	88	79	112	82	73	85
2007	9	100	81	75	108	89	58	100
2008	12	97	86	76	117	93	48	95
2009	8	92	93	76	118	92	47	101
2010	6	96	103	77	133	93	48	98
2011	13	92	85	73	129	93	41	99
2012	9	100	89	78	127	92	36	100
2013	12	96	100	75	130	91	39	95
2014	7	91	88	66	165	90	43	96
2015	17	77	90	66	121	87	48	102
2016	19	79	92	64	150	82	48	100
2017	15	64	109	65	183	82	47	98
2018	15	71	102	59	152	81	52	99
2019	15	70	93	62	151	81	47	96
2020	15	68	92	63	145	81	49	97

2006-2020 წლების მონაცემების ანალიზმა გვიჩვენა, რომ ზოგიერთი პროდუქტის თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი დროის აღნიშნულ შუალედში უმჯობესდებოდა, ზოგიერთის კი უარესდებოდა (ტალიკაძე 2021, 2022). მაგალითად, თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტის მიხედვით ზრდადი ტენდენციით ხასიათდება შემდეგი აგროსასურსათო პროდუქტები: კარტოფილი, ყურძენი, კვერცხი და ხორბალი. კლებადი ტენდენციით ხასიათდება შემდეგი აგროსასურსათო პროდუქტები: სიმინდი, ბოსტნეული, რძე და რძის პროდუქტები, ხორცი.

თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი ძირითადად იმეორებს ადგილობრივი წარმოების ტენდენციას. სხვა სიტყვებით, როდესაც იზრდება ადგილობრივი წარმოება

⁸ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სასურსათო ბალანსები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

იზრდება თვითურუნველყოფის კოეფიციენტიც. სწორად ამ მიზეზით, საკვლევი საექსპორტო პროდუქტების გამოვლენის პროცესში ერთ-ერთ კრიტერიუმად შეირჩა თვითურუნველყოფის მაჩვენებელიც. თუ განვიხილავთ იმპორტს, მაშინ პირიქით, მისი ზრდის შემთხვევაში სხვა ცვლადების უცვლელობის პირობებში მცირდება თვითურუნველყოფის კოეფიციენტი. რაც შეეხება ექსპორტს, რაც უფრო იზრდება იგი, იზრდება თვითურუნველყოფის კოეფიციენტის მნიშვნელობაც, თუ სხვა ცვლადები უცვლელია (ტალიკაძე 2018, 2021, 2022).

2020 წლის მონაცემებით ნათესი ფართობის 75% (152,4 ათასი ჰა) მოდის მარცვლოვან და მარცვლოვან-პარკოსან კულტურებზე (მათ შორის: ხორბალი, ქერი, სიმინდი, ლობიო), კარტოფილსა და ბოსტნეულ-ბაღჩეულ კულტურებზე - 16% (32,1 ათასი ჰა), სხვა კულტურებზე - 9%. აქედან ყველაზე დიდი ნათესი ფართობი უკავია სიმინდს (74,7 ათასი ჰა), შემდეგ ხორბალს (43,6 ათასი ჰა), ქერს (26,5 ათასი ჰა), კარტოფილს (16,4 ათასი ჰა) და ბოსტნეულს (12,6 ათასი ჰა)⁹. უნდა აღნიშნოს, რომ ნათესი ფართობის მიხედვით აღინიშნება უარყოფითი ტენდენცია, ანუ სხვა სიტყვებით წლიდან წლამდე შემცირებულია ნათესი ფართობის მოცულობა, მაგალითად, 2014 წელთან შედარებით 2020 წელს ნათესი ფართობის მოცულობა შემცირებულია 35%-ით. საშუალო მოსავლიანობის მიხედვით თუ ვიმსჯელებთ, 2020 წლის მონაცემებით, დაბალი მონაცემები აქვს ლობიოს, ხორბალს, ქერსა და სიმინიდს, შედარებით უკეთესი მაჩვენებელი აქვს ბოსტნეულს, კარტოფილსა და ბაღჩეულს (აქედან პომიდორის საშუალო მოსავლიანობა არის 9,9)¹⁰.

აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის შესახებ მონაცემები ვრცლად განხილული იქნება ქვეთავში 2.1. ანალიზის საფუძველზე შესაძლებელია შემდეგი ძირითადი დასკვნის გაკეთება: 2020 წელს ექსპორტის მოცულობის მიხედვით ლიდერობს ყურძნის ნატურალური ღვინოები, სპირტიანი სასმელები, მინერალური

⁹ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ნათესი ფართობები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

¹⁰ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საშუალო მოსავლიანობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

და მტკნარი წყლები, თხილი¹¹. ზემოთ წარმოდგენილი მონაცემები დაჯგუფებულია სქემაზე 1.3.1.

სქემა 1.3.1 საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების გამოვლენა

2020 წლის ბოლოს არსებული მარაგები	რესურსები	ადგილობრივი წარმოება	თვითუნერუნველყოფის კოეფიციენტი	საშუალო მოსავლიანობა	ექსპორტი
<ul style="list-style-type: none"> • ყურძენი • სიმინდი • ბოსტნეული • კარტოფილი • ხორბალი 	<ul style="list-style-type: none"> • რძე და რძის პროდუქტები • ხორბალი • ყურძენი • სიმინდი • ბოსტნეული 	<ul style="list-style-type: none"> • სიმინდი • კარტოფილი • ბოსტნეული • ვაშლი • ყურძენი • ატამი 	<ul style="list-style-type: none"> • ყურძენი • კვერცხი • კარტოფილი • რძე და რძის პროდუქტები • სიმინდი 	<ul style="list-style-type: none"> • კარტოფილი • ბოსტნეული • ბალჩეული • სიმინდი • ხორბალი 	<ul style="list-style-type: none"> • ღვინო • სპირტიანი სასმელები • წყლები • თხილი

ამდენად, ჩვენ უნდა შევავასოთ მინერალური და მტკნარი წყლების, ატმის, ვაშლის, სპირტიანი სასმელების, ყურძნის, ყურძნის ნატურალური ღვინოების, კვერცხის, ბოსტნეულის და ბალჩეულის (მ.შ. პომიდორი, საზამთრო), თხილის, კარტოფილის, კვერცხის, სიმინდის კონკურენტუნარიანობის დონე. ამავდროულად საინტერესოა აღნიშნული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონის დადგენა ევროკავშირის ბაზრისთვის.

¹¹ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

თავი 2. აგროსასურსათო პროდუქტების ბაზარი: ტენდენციები ციფრებში

2.1 ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ანალიზი

ქვეყნის სტაბილური განვითარება და კონკურენტუნარიანობის ამაღლება შეუძლებელი იქნება, თუ არ გაიზრდება ექსპორტის წილი სავაჭრო ბრუნვაში (Erkomaishvili 2010). ამდენად, უპირველეს ყოვლისა, მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია განვიხილოთ ისეთი სპეციფიკური მაჩვენებლები, როგორებიცაა, ექსპორტის წილი მთლიან სამამულო პროდუქტში¹², ექსპორტის სტრუქტურა და ა.შ. მაგალითად, 2020 წლის მდგომარეობით, საქონლის ექსპორტმა საბაზისო ფასებში გამოსახული მთლიანი სამამულო პროდუქტის 31% შეადგინა, ხოლო პროდუქტის ექსპორტმა საბაზისო ფასებში გამოსახული მთლიანი სამამულო პროდუქტის - 27 %. უნდა აღინიშნოს, რომ მოცემული მაჩვენებლები შემცირებულია წინა, 2019 წელთან შედარებით. თუმცა, იგი დაკვირვების ათწლიანი პერიოდის ფონზე მერყეობს დაახლოებით 20%-დან 30%-ის დიაპაზონში¹³. შესაბამისად, მოყვანილი მაჩვენებლების ანალიზი ცალსახად მიანიშნებს, რაოდენ მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ექსპორტს საქართველოსთვის მთლიანი სამამულო პროდუქტის ფორმირების პროცესში. არაერთი მკვლევრის მიერ გამოკვეთილია მოსაზრება, რომ ქართულმა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტმა უნდა მოიპოვოს პოპულარობა, როგორც რაოდენობრივად, ისე ხარისხობრივად ჯერ შიგა, შემდეგ კი საგარეო ბაზარზე (Erkomaishvili et al. 2017).

2020 წელს საქართველოს მთლიანი ექსპორტის მოცულობამ შეადგინა 3 343,4 მლნ აშშ დოლარი, რაც 12%-ით ნაკლებია, ვიდრე 2019 წლის მაჩვენებელი¹⁴. მიუხედავად

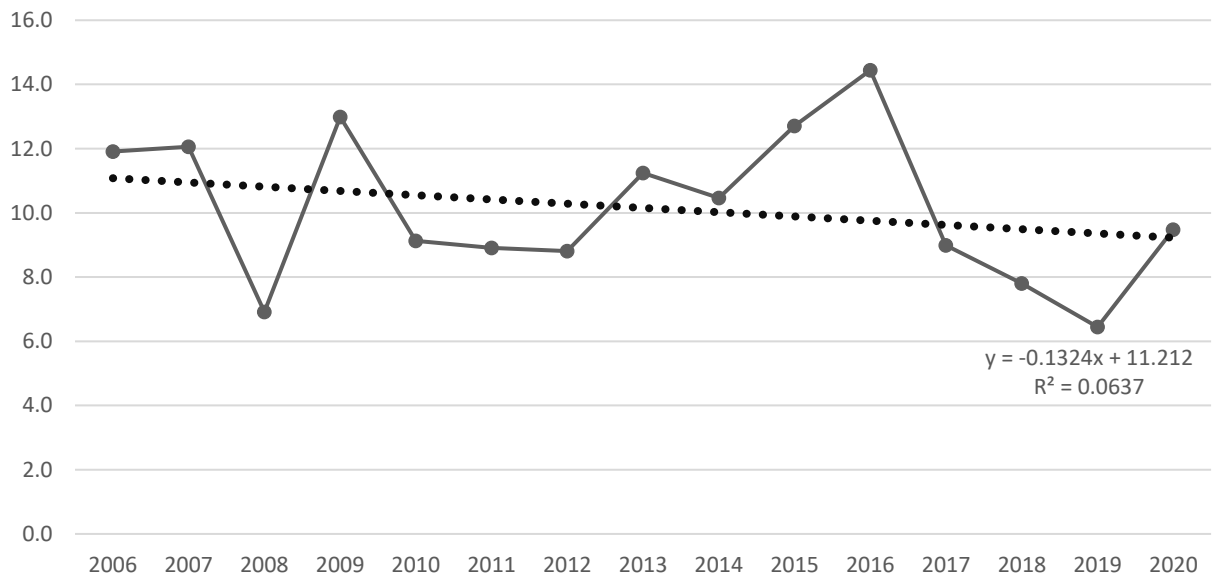
¹² მსკ - მთლიანი სამამულო პროდუქტი მთლიანი შიგა პროდუქტის ნაცვლად ქართველი აკადემიკოსების მოკვლევის თანახმად (იხ. პაპავა, ვ., სილაგაძე, ა. (2019) „სიახლე ქართულ ეკონომიკურ ტერმინოლოგიაში“, ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, N1, 2019, გვ. 180-182).

¹³ დამუშავებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მთლიანი შიდა პროდუქტი და მისი გამოყენება ძირითადი კატეგორიების მიხედვით იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/23/mtliani-shida-produkti-mshp>

¹⁴ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, ექსპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti>

ამისა, იმავე წელს მხოლოდ სურსათის (სასმელების გარეშე) ექსპორტმა შეადგინა 316,8 მლნ აშშ დოლარი, რაც 29%-ით აღემატება 2019 წლის მაჩვენებელს. 2020 წელს სასურსათო პროდუქტის ხვედრითი წილი მთლიან ექსპორტში დაახლოებით 9,5%-ია და ასევე, გაზრდილია წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით 3,1%-ით¹⁵.

საქართველოს საექსპორტო პოტენციალისათვის დამახასიათებელია მცირე რაოდენობით საექსპორტო პროდუქტის არსებობა, რაც ახალ ბაზრებზე შესვლისათვის ქმნის გარკვეულ ობიექტურ სირთულეებს (ღაღანიძე 2015).



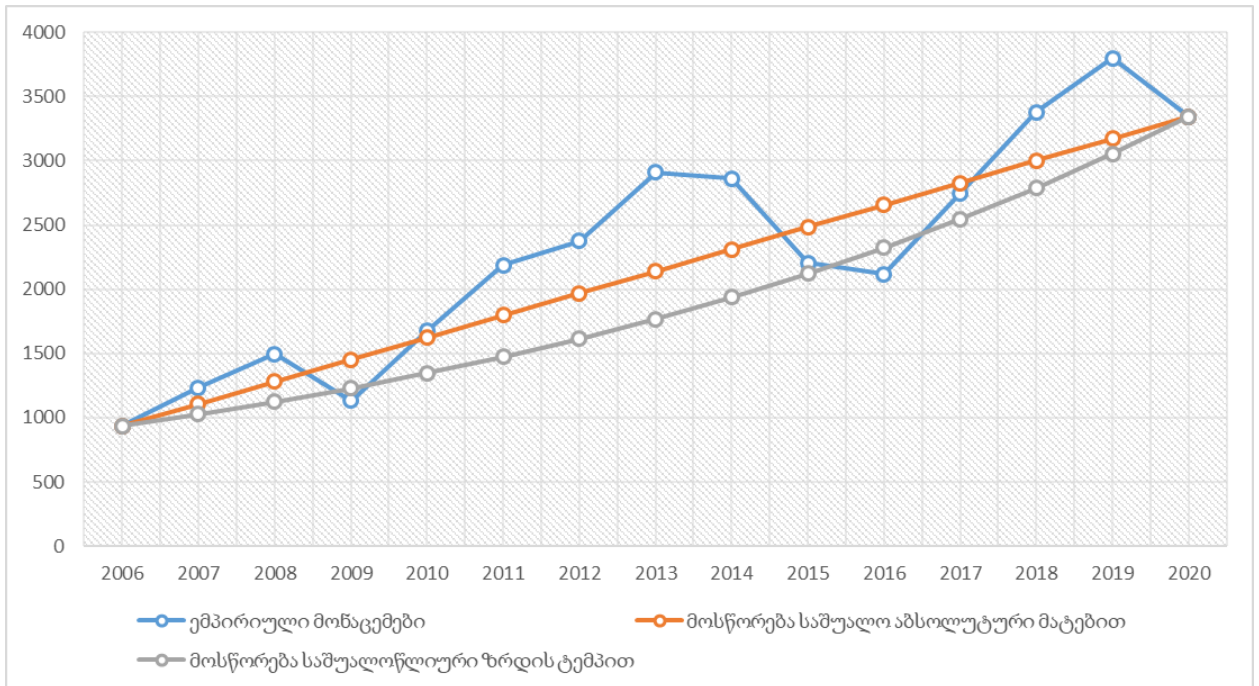
დიაგრამა 2.1.1. სურსათის ექსპორტის ხვედრითი წილი ექსპორტის მთლიან მოცულობაში (%)¹⁶

დიაგრამიდან 2.1.1 ვხედავთ, რომ სურსათის ექსპორტის ხვედრითი წილი ექსპორტის მთლიან მოცულობაში ხასიათდება კლებადი ტენდენციით. ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი დაფიქსირებულია 2016 წელს, როდესაც სურსათის წილმა მთლიან ექსპორტში შეადგინა 14,4%, ხოლო 2009 წელს სურსათის წილმა მთლიან ექსპორტში შეადგინა 13%. 2006-2020 წლების პერიოდში ყველაზე მინიმუმი მაჩვენებელი დაფიქსირებულია 2019 წელს და შეადგინა 6,4% მთლიან ექსპორტში.

აღსანიშნავია, რომ სურსათის ექსპორტს ზოგადად ზრდადი ტენდენცია გააჩნია, რაც კარგად ჩანს ქვემოთ მოცემულ დიაგრამებზე (იხ. დიაგრამები 2.1.2 და 2.1.3).

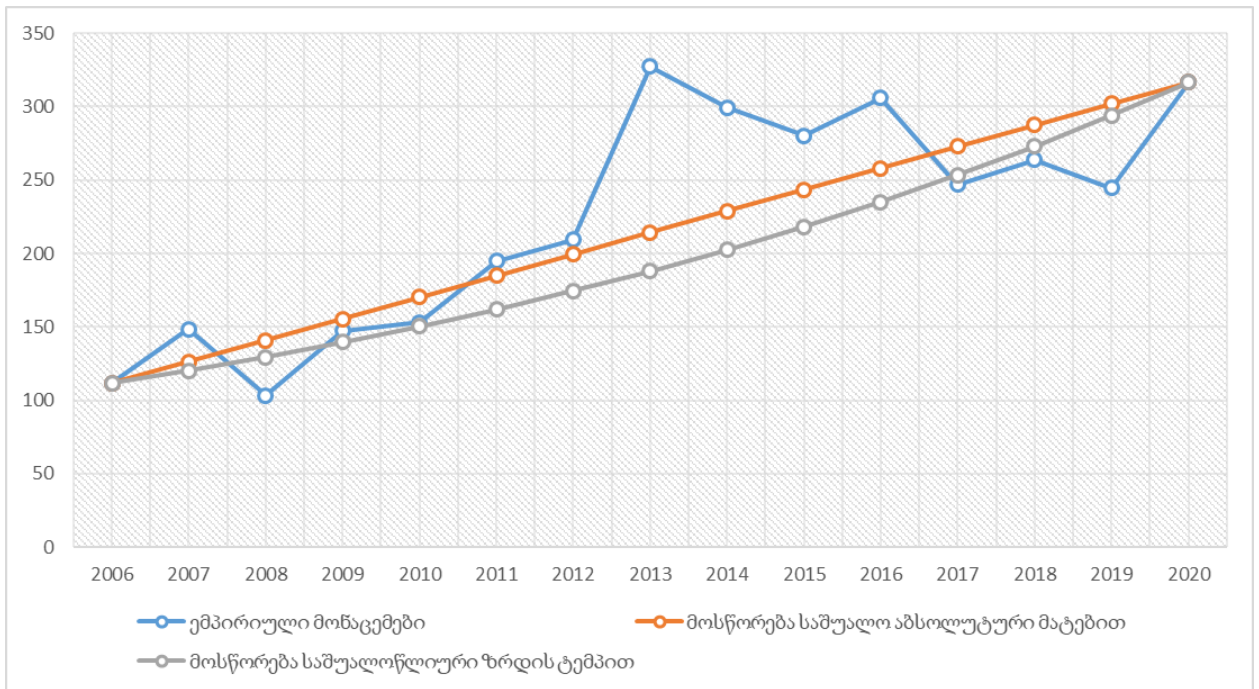
¹⁵ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021
¹⁶ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სურსათის ექსპორტი და იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

იმისათვის, რომ გამოგვევლინა განვითარების ტენდენცია მივმართეთ დინამიკური მწკრივის დონეების მოსწორებას, ანუ მწკრივში ე.წ. „ნახტომების“ ზრდიდან კლებაში და კლებიდან ზრდაში გადასვლების გამორიცხვა და განვითარების საერთო სურათის გამოვლენა. დინამიკური მწკრივების მოსწორების მარტივი ხერხებიდან გამოყენებულია შემდეგი: საშუალო აბსოლუტური მატება და საშუალოწლიური ზრდის ტემპი.



დიაგრამა 2.1.2 საქართველოს ექსპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით¹⁷

¹⁷ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ექსპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti>



დიაგრამა 2.1.3 საქართველოს სურსათის ექსპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით¹⁸

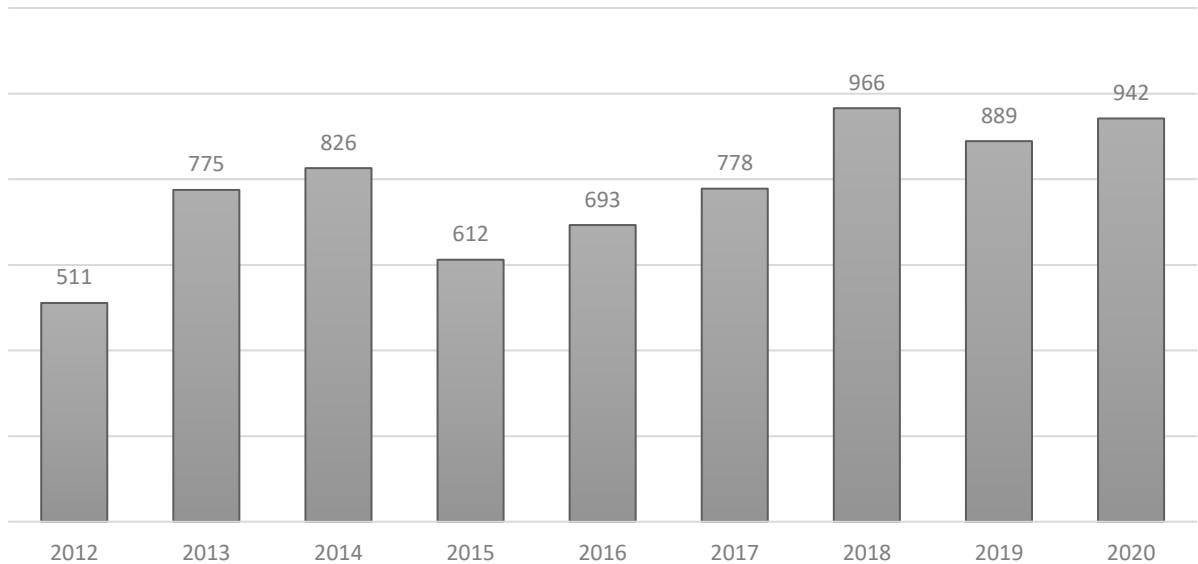
2006-2020 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოს მთლიანი ექსპორტი ხასიათდება ზრდადი ტენდენციით, საშუალო აბსოლუტური მატება შეადგენს 172 მლნ აშშ დოლარს, ხოლო საშუალოწლიური ზრდის ტემპი არის 1,1.

ახლა განვიხილოთ სასურსათო პროდუქტის ექსპორტიც. იგი, ასევე, ხასიათდება ზრდადი ტენდენციით, თუმცა, უფრო ნელი ტემპით, ვიდრე მთლიანი ექსპორტის ცვლილებაა. საინტერესოა, რომ ყველაზე მაღალი ზრდა წინა წელთან შედარებით დაფიქსირებულია 2009 (42%) და 2013 (56%) წლებში, ხოლო ყველაზე დაბალი ზრდა - 2008 (-30%) და 2017 (-19%) წლებში. ამდენად, პანდემიის ფონზეც კი არ შეინიშნება დიდი ვარდნა. სასურსათო პროდუქტის ექსპორტი საშუალოდ ყოველწლიურად იზრდება 14,7 მლნ. აშშ დოლარით. თუ შენარჩუნდება აღნიშნული ტენდენცია, მაშინ 2030 წელს სასურსათო პროდუქტის ექსპორტმა ჩვენი გათვლებით (გამოყენებულია პროგნოზირება საშუალო აბსოლუტური მატებით) უნდა შეადგინოს 463,4 მლნ აშშ დოლარი, ანუ 46%-ით მეტი ვიდრე 2020 წელს, ხოლო თუ პროგნოზირებისთვის

¹⁸ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, სურსათის ექსპორტი და იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrkhoeba>

გამოვიყენებთ მარტივ წრფივ ფუნქციას, მაშინ 462,4 მლნ აშშ დოლარი, 45,9%-ით მეტი, ვიდრე 2020 წელს.

2020 წლის მონაცემებით საქართველოდან ექსპორტირებულია 942 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების აგროსასურსათო პროდუქტი (შესულია, ასევე, სასმელებიც), რაც 6%-ით აღემატება 2019 წლის და 84%-ით 2012 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს (იხ. დიაგრამა 2.14).

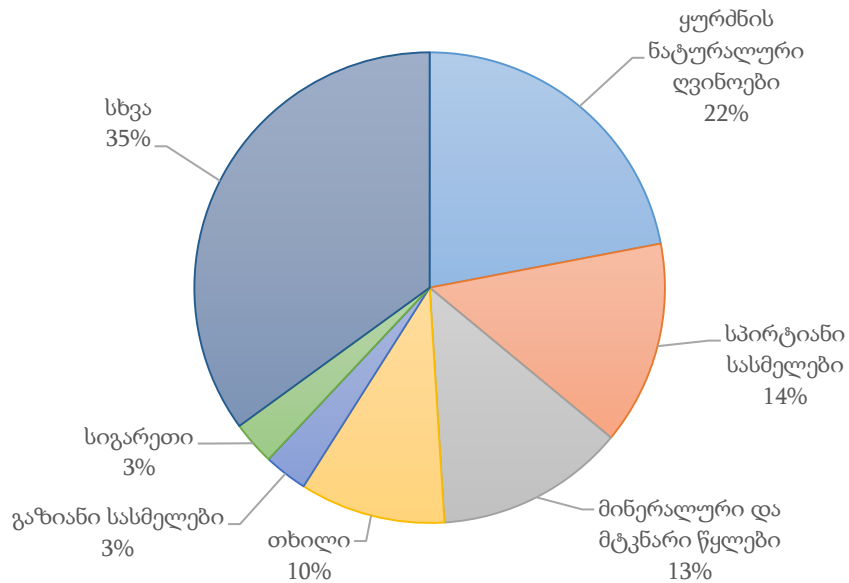


დიაგრამა 2.1.4 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტი წლების მიხედვით (მლნ აშშ დოლარი)¹⁹

თუ ანალიზისთვის დავეყრდნობით დიაგრამაზე 2.1.4 მოცემულ ინფორმაციას, მაშინ შეიძლება ითქვას, რომ აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტი საშუალოდ ყოველწლიურად იზრდება 53,9 მლნ აშშ დოლარით და თუ შენარჩუნდება აღნიშნული ტენდენცია, 2030 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტმა ჩვენი გათვლებით (გამოყენებულია პროგნოზირება საშუალო აბსოლუტური მატებით) უნდა შეადგინოს 1480,8 მლნ აშშ დოლარი, ანუ 57%-ით მეტი ვიდრე 2020 წელს. თუ პროგნოზირებისთვის გამოვიყენებთ მარტივ წრფივ ფუნქციას, მაშინ 2030 წელს ექსპორტმა უნდა შეადგინოს 1363 მლნ აშშ დოლარი, რაც 45%-იან ზრდას გულისხმობს. იგივე მაჩვენებელი 2025 წლისთვის 22%-იან ზრდას აჩვენებს (იხ. დანართი 3).

¹⁹ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

თუ მხედველობაში არ მივიღებთ სიგარეტს, თამბაქოს და თამბაქოს ნედლეულის ექსპორტს, რაც წარმოადგენს რეექსპორტს, 2019 წელთან შედარებით, 2020 წელს, აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტი 10%-ით გაიზარდა და 898.2 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა.



დიაგრამა 2.1.5 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტი, 2020 წელი (მლნ აშშ დოლარი) ²⁰

როგორც დიაგრამიდან 2.1.5 ჩანს, 2020 წელს, ძირითადად ექსპორტირებულია: ღვინო (22%), სპირტიანი სასმელები (14%), მინერალური და მტკნარი წყლები (12%), თხილი (10%), ალკოჰოლური გაზიანი სასმელები (3%), სიგარეტები (3%) და სხვ. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის ზრდა ძირითადად გამოწვეულია თხილის, თევზის ქონის, ატმისა და ვაშლატამას, თევზის ფქვილის და მსხვილფაზა რქოსანი პირუტყვის გაყინული ხორცის ექსპორტის ზრდით.

ცხრილი 2.1.1 ძირითადი აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის განაწილება 2019 და 2020 წელს (%) ²¹

	2019	2020	2020/2019 წლების შედარება (მლნ აშშ დოლარი)

²⁰ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

²¹ განგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

ყურძნის ნატურალური ღვინოები	21%	22%	+1% ზრდა
სპირტიანი სასმელები	13%	14%	+1% ზრდა
მინერალური და მტკნარი წყლები	11%	13%	+2% ზრდა
თხილი	7%	10%	+3% ზრდა
გაზიანი სასმელები	3%	3%	0% ცვლილება
სიგარეტები	16%	3%	-13% კლება

თუ შევადარებთ 2020 წელს 2019 წელთან, დავინახავთ დადებით ტენდენციას, კერძოდ, გაზრდილია ყველა ძირითადი საექსპორტო პროდუქტის მოცულობა წინა წელთან შედარებით, აღნიშნული ეხება ღვინოს, სპირტიან სასმელებს, მინერალურ და მტკნარ წყლებს, თხილს. ასევე, სიგარეტების ექსპორტის კლება დადებითად შეგვიძლია მივიჩნიოთ, რადგან იგი განეკუთვნება რეექსპორტის კატეგორიას.

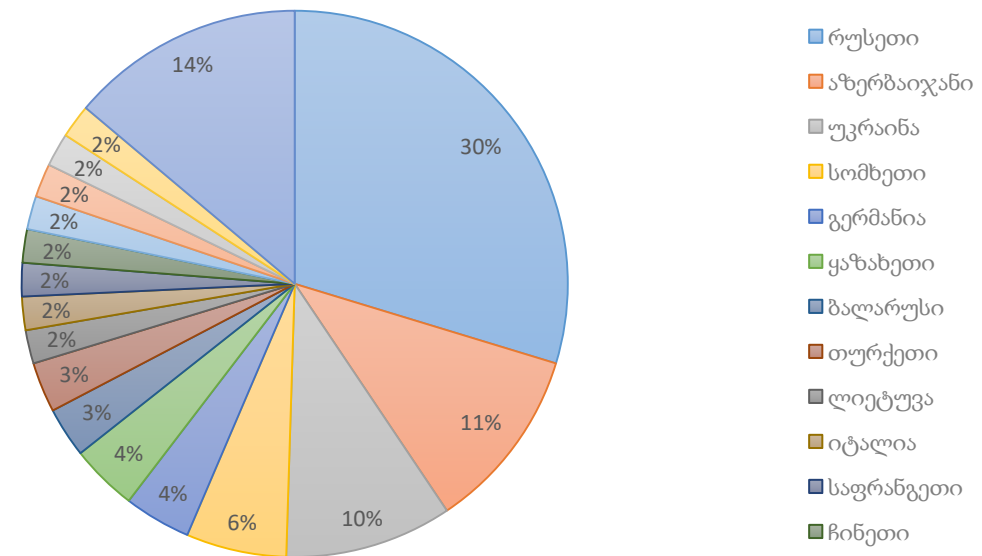
ამდენად, 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით აგროსასურსათო პროდუქტით საგარეო ვაჭრობის მონაცემების მიხედვით უარყოფითი სავაჭრო სალდო შემცირდა 27%-ით (იხ. ცხრილი 2.1.2). 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის ზრდა ძირითადად გამოწვეულია თხილის, თევზის ქონის, ატმისა და ვაშლატამას, თევზის ფქვილის და მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის გაყინული ხორცის ექსპორტის ზრდით.

ცხრილი 2.1.2 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტ-იმპორტი: 2019-2020 წლებში²²

	2020 წლის 2019 წელთან შედარება
აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტი	6%-ით გაიზარდა
აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტი	4%-ით გაიზარდა

²² წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

2020 წელს, საქართველოდან აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტი 92 ქვეყანაში განხორციელდა (იხ დიაგრამა 2.1.6). კერძოდ, 2020 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის ძირითადი საექსპორტო ბაზრებია: რუსეთი (287 მლნ აშშ დოლარი), ევროკავშირი (163 მლნ აშშ დოლარი), აზერბაიჯანი (100 მლნ აშშ დოლარი), უკრაინა (93 მლნ აშშ დოლარი), სომხეთი (54 მლნ აშშ დოლარი), ყაზახეთი (35 მლნ აშშ დოლარი) და ბელარუსი (32 მლნ აშშ დოლარი).



დიაგრამა 2.1.6 აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის განაწილება ძირითადი საექსპორტო ბაზრების მიხედვით (2020 წელი)²³

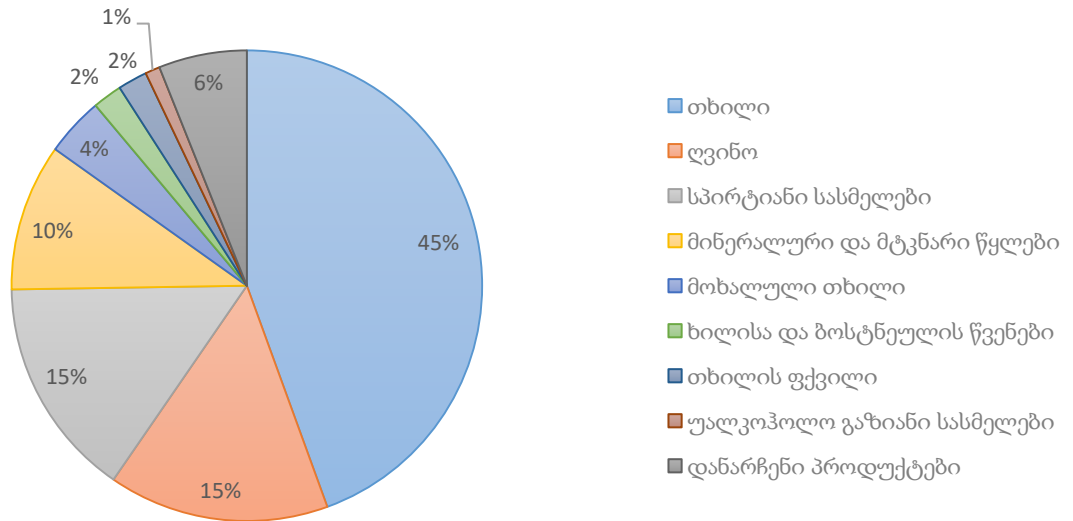
დიაგრამაზე 2.1.6 კარგად ჩანს ძირითადი აგროსასურსათო პროდუქტების პროცენტული გადანაწილება ქვეყნების მიხედვით. კერძოდ, 2020 წლის მონაცემებით ძირითადი საექსპორტო ბაზარი აგროსასურსათო პროდუქტებისთვის არის რუსეთი (30%), აზერბაიჯანი (11%), უკრაინა (10%), სომხეთი (6%) და ა.შ. საინტერესოა, რომ სწორად აზერბაიჯანთან და სომხეთთან აქვს საქართველოს ყველაზე მაღალი დადებითი სავაჭრო სალდო (შესაბამისად, 73 და 36 მლნ აშშ დოლარი), ხოლო ყველაზე მაღალი უარყოფითი სავაჭრო სალდო ფიქსირდება უკრაინასთან (-114 მლნ აშშ დოლარი) და თურქეთთან (-87 მლნ აშშ დოლარი). აღსანიშნავია ისიც, რომ წლების

²³ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

მანძილზე ზემოთ ჩამოთვლილი ქვეყნები არიან სწორად საქართველოს ძირითადი პარტნიორი საექსპორტო ქვეყნები აგროსასურსათო პროდუქტებისთვის.

თუ შევადარებთ 2020 წელს 2019 წელთან, დავინახავთ, რომ რუსეთსა და სომხეთში შემცირებულია ექსპორტი, შესაბამისად, 3% და 5%-ით. ექსპორტი გაზრდილია აზერბაიჯანისა და უკრაინის შემთხვევაში, შესაბამისად, 14% და 4%-ით. საინტერესოა რამ განაპირობა აზერბაიჯანის შემთხვევაში მსგავსი ორნიშნა პროცენტული ზრდა? ამ შემთხვევაში ექსპორტის ზრდა ძირითადად განაპირობა მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის გაყინული ხორცისა და კარაქის ექსპორტის ზრდამ, თუმცა, ორივე პროდუქტის შემთხვევაში 2020 წელს ძირითადად განხორციელდა რეექსპორტი. 2020 წელს მათი ექსპორტის ღირებულება, შესაბამისად, 10,8 და 6,4 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს, 2019 წელს მათი ექსპორტი კი პრაქტიკულად არ განხორციელებულა. ასევე, ზრდა ფიქსირდება ცოცხალი მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ექსპორტშიც, მისი ღირებულება საანგარიშო პერიოდში 13,8 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს, რაც წინა წლის ანალოგიური პერიოდის მაჩვენებელს 37%-ით აღემატება. რუსეთში ექსპორტის შემცირება გამოიწვია მინერალური და მტკნარი წყლებისა, ასევე, ღვინის ექსპორტის შემცირებამ, შესაბამისად, 16,6 მლნ (27%) და 13,7 მლნ (10%) აშშ დოლარით.

ევროკავშირში 2020 წელს საქართველოდან ექსპორტირებულმა აგროსასურსათო პროდუქტის ღირებულებამ შეადგინა 163 მლნ აშშ დოლარი, რაც 26%-ით აღემატება 2019 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს. 2020 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის მთლიან ექსპორტში ევროკავშირის ქვეყნების წილი 17,3%-ს შეადგენს. 2020 წელს ევროკავშირში ძირითადად ექსპორტირებულია: თხილი, პირველადი და გადამუშავებული სახით (44%), ღვინო (15%), სპირტიანი სასმელები (15%) და მინერალური წყლები (10%) (იხ. დიაგრამა 2.1.7).



დაგრაფა 2.1.7 ევროკავშირის ქვეყნებში ექსპორტირებული აგროსასურსათო პროდუქტი, 2020 წელი²⁴

2020 წელს ევროკავშირში აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის განაწილება ქვეყნების მიხედვით ასე გამოიყურება: გერმანია - 25%, ლიეტუვა - 14%, იტალია - 13%, საფრანგეთი - 13%, პოლონეთი - 10%, ლატვია - 4%, ჩეხეთი - 4%, ესპანეთი - 3%, ნიდერლანდები - 2% და დანარჩენი ქვეყნები - 12%.

ცხრილი 2.1.3 2020 წელს საქართველოდან ევროკავშირში აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის შედარება 2019 წელთან²⁵

	2019	2020	2020/2019 წლების შედარება რაოდენობის მიხედვით	2020/2019 წლების შედარება ღირებულების მიხედვით
თხილი (ათასი ტონა)	8,1	12,9	59%-იანი ზრდა	62%-იანი ზრდა
ყურძნის ნატურალური ღვინოები (მლნ ლიტრი)	6,5	7,7	19%-იანი ზრდა	19%-იანი ზრდა

²⁴ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

²⁵ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

სპირტიანი სასმელები (მლნ ლიტრი)	5,1	6,5	28%-იანი ზრდა	16%-იანი ზრდა
მინერალური და მტკნარი წყლები (მლნ ლიტრი)	25,3	27,3	8%-იანი ზრდა	8%-იანი ზრდა

ცხრილიდან 2.1.3 კარგად ჩანს, რომ 2020 წელს ევროკავშირში პროდუქტების მიხედვით ექსპორტის ყველაზე მაღალი ზრდა აქვს თხილს, ხოლო ყველაზე მცირე სპირტიან სასმელებს. თხილის ექსპორტი მნიშვნელოვნად გაიზარდა გერმანიაში - 15,2 მლნ აშშ დოლარით ე.ი. 2,3-ჯერ, ასევე, იტალიაში - 5,9 მლნ აშშ დოლარით (41%). თუ დავაკვირდებით რაოდენობისა და ღირებულების შედარებებს, დავინახავთ, რომ ძირითად შემთხვევებში ღირებულების ცვლილება ჩამორჩება რაოდენობას, რაც გვაფიქრებინებს, რომ ვაჭრობა მიმდინარეობს დაბალი ფასებით.

სოფლის მეურნეობის პირველადი და გადამამუშავებული პროდუქტების ექსპორტისათვის ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ლიბერალური სავაჭრო რეჟიმები. ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმება (DCFTA), რომელიც ძალაში შევიდა 2014 წლის პირველი სექტემბრიდან, გულისხმობს საქართველოდან ექსპორტირებული სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტების თავისუფალ შეღწევას ევროკავშირის ბაზარზე. იგი ხელს უწყობს ვაჭრობის განვითარებას ევროკავშირის ქვეყნებთან და საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირებას. საქართველოს აქვს თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმებები დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობასთან (CIS) და თურქეთთან (2008 წლიდან), უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი (MFN) ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის (WTO) წევრ ქვეყნებთან (საქართველო არის ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის წევრი), პრეფერენციათა განზოგადებული სისტემა (GSP) აშშ-თან, კანადასთან, შვეიცარიასთან, ნორვეგიასა და იაპონიასთან. 2016 წელს საქართველომ დაასრულა მოლაპარაკებები თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შექმნასთან დაკავშირებით ევროპის თავისუფალი ვაჭრობის ასოციაციასთან (EFTA). 2016 წელსვე დასრულდა მოლაპარაკებები თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკასთან. ჯამში თავისუფალი ვაჭრობის რეჟიმით ქართველ მეწარმეებს შეუძლიათ ისარგებლონ დაახლოებით 2 მილიარდიან სამომხმარებლო ბაზრებზე

(ტალიკაძე 2018ბ). ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველ თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმებაში (შემდეგ DCFTA) ქართველი ექსპორტიორებისთვის მნიშვნელოვანია შემდეგი თავები: საქონლით ვაჭრობა, ვაჭრობაში დაცვითი ზომები, ტექნიკური ბარიერები ვაჭრობაში, სტანდარტიზაცია, სანიტარული და ფიტოსანიტარული ზომები და საბაჟო და ვაჭრობის ხელშეწყობა. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია სურსათის უვნებლობის მკაცრი კონტროლი, რომელზეც პასუხისმგებლობა ეკისრება მწარმოებელ ქვეყანას. სურსათის უვნებლობის კონტროლს საქართველოში ახორციელებს საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს დაქვემდებარებული სურსათის ეროვნული სააგენტო. კონტროლის მექანიზმებია: ინსპექტირება, მონიტორინგი, ზედამხედველობა, დოკუმენტური შემოწმება, სურსათის ნიმუშის აღება (DCFTA ბიზნესისათვის)²⁶.

DCFTA-ის ყველაზე მთავარი შედეგი არის ის, რომ საქართველოში წარმოშობილი პროდუქტი ევროკავშირში შესვლის დროს თავისუფლდება საბაჟო გადასახადისგან. თუმცა არსებობს რამდენიმე ასპექტი, რომლებსაც ექსპორტიორებმა ყურადღება უნდა მიაქციონ. მაგალითად, საქართველოს ექსპორტიორებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ პროდუქტის ნაწილზე ევროკავშირის მიერ დაწესებულია ე.წ. „შესვლის ფასი“ – Entry Price (იმპორტის ფიქსირებული ფასი). მაშასადამე, ეს პროდუქტები ექვემდებარება საბაჟო გადასახადის გადახდას გარკვეულ პირობებში. როგორც წესი, შესვლის ფასი შედგება 2 კომპონენტისაგან: ადვალორული (პროცენტული) საბაჟო გადასახადი და სპეციფიკური (ფიქსირებული) საბაჟო გადასახადი. DCFTA-ში შეთანხმების საფუძველზე უქმდება ადვალორული საბაჟო გადასახადი და რჩება მხოლოდ სპეციფიკური საბაჟო გადასახადი, რომელიც მიბმულია პროდუქტის საინვოსო ფასთან. აღნიშნული რეგულაცია, საქართველოს შემთხვევაში ეხება მხოლოდ 28 დასახელების სასოფლო სამეურნეო პროდუქტს (იხ. დანართი 5). ერთ-ერთი ასეთი მსგავსი პროდუქტის ევროკავშირში შეტანისას იმპორტიორი გადაიხდის საბაჟო გადასახადს მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ საქართველოში წარმოშობილი პროდუქტის საინვოსო ღირებულება ევროკავშირის მიერ დადგენილ ფასზე დაბალი

²⁶ DCFTA ბიზნესისათვის, თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან, თავები. იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/agreement>

იქნება. თუ ეს ფასი დაწესებულ ზღვარზე მაღალია, პროდუქცია თავისუფლდება ყოველგვარი გადასახადისგან. ასევე, აღსანიშნავია, რომ ადვალორული გადასახადი საქართველოსთვის გაუქმებულია. შესვლის ფასის გაანგარიშება იმპორტირებული პროდუქტის სეზონურობის მიხედვით იცვლება (DCFTA ბიზნესისათვის)²⁷.

აუცილებლად უნდა აღვნიშნოთ, რომ სოფლის მეურნეობისა და კვების გადამამუშავებელი პროდუქტის 277 სატარიფო ხაზი (სრული სატარიფო ნუსხის (ნომენკლატურის 3%) ექვემდებარება გაყალბების საწინააღმდეგო მექანიზმს (იხ. დანართი 6). მოცემულ პროდუქტისთვის განსაზღვრულია წლიური ფიქსირებული რაოდენობა, რომლის ექსპორტირებაც შესაძლებელია ქვეყნიდან. თუმცა, ეს არ არის კვოტა და მისი ცვლილება (გაზრდა) მარტივად არის შესაძლებელი. სატარიფო კვოტა დაწესებულია მხოლოდ ნიორზე 220 ტონის ოდენობით. აღნიშნული რაოდენობის ფარგლებში საქართველოში წარმოშობილი ნივრის კალენდარული წლის განმავლობაში ევროკავშირში იმპორტირება ხდება საბაჟო გადასახადის გარეშე.

იმისთვის, რომ ქართული პროდუქტი ბაჟის გარეშე მოხვდეს ევროკავშირის ბაზარზე, მან უნდა დააკმაყოფილოს წარმოშობასთან დაკავშირებული პირობები (DCFTA ბიზნესისათვის)²⁸. კერძოდ, საქართველოში წარმოშობილ პროდუქციად ჩაითვლება:

- საქართველოში მოყვანილი მცენარეული პროდუქტები;
- საქართველოში დაბადებული და გაზრდილი ცოცხალი საქონელი;
- საქართველოში განხორციელებული ნადირობითა თუ თევზჭერით მიღებული პროდუქტები და ა.შ.

საქართველოდან ევროკავშირში საქონლის ექსპორტისას თავისუფალი სავაჭრო სივრცის შესახებ შეთანხმებით განსაზღვრული შეღავათებით სარგებლობისთვის საჭიროა საქონლის პრეფერენციული წარმოშობის სერტიფიკატის - EUR.1-ის მოპოვება²⁹. EUR.1 გაიცემა შემოსავლების სამსახურის მიერ. გარდა ამისა,

²⁷ DCFTA ბიზნესისათვის, თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან, ტარიფები იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/ge/dcfta-for-business>

²⁸ DCFTA ბიზნესისათვის, თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან, წარმოშობის წესები, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/ge/dcfta-for-business?id=53>

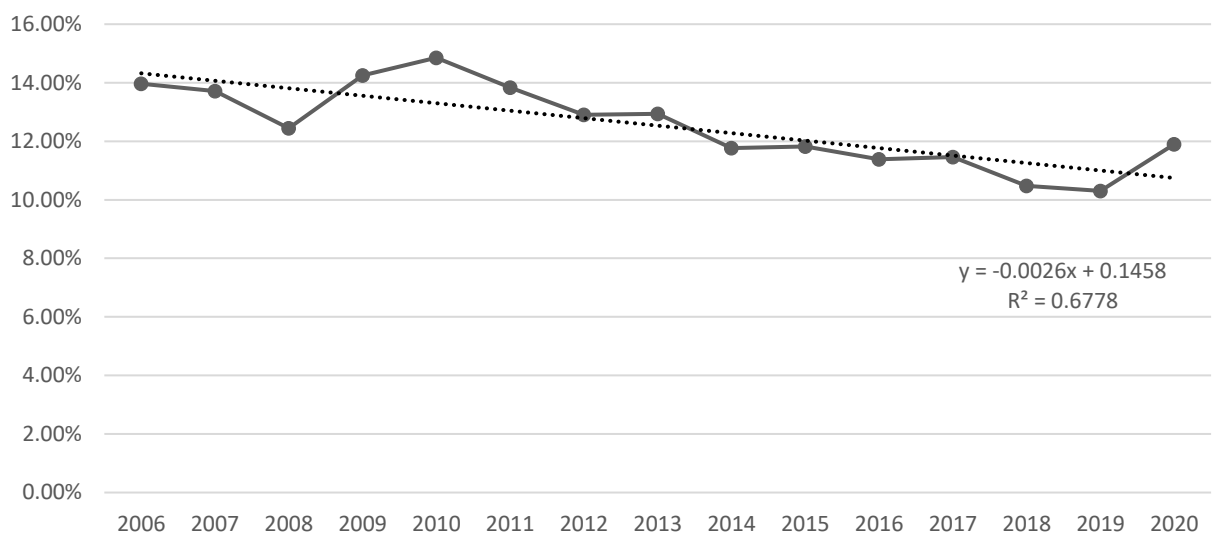
²⁹ სერტიფიკატის დამადასტურებელი დოკუმენტი, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/assets/uploads/legislation/EUR.1.pdf>

მნიშვნელოვანია აგროსასურსათო პროდუქტს თან ახლდეს ისეთი სერტიფიკატები, როგორებიცაა: ფიტოსანიტარიული³⁰ და ჰიგიენური³¹ სერტიფიკატები.

ამდენად, არსებული შეღავათების გათვალისწინებითაც ქართველ მეწარმეებს ევროკავშირის ბაზარზე მოსახვედრად დიდი გზის გავლა და ძალისხმევა სჭირდებათ.

2.2 ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების იმპორტის ანალიზი

2020 წელს საქართველოს მთლიანი იმპორტის მოცულობამ შეადგინა 8 052,9 მლნ აშშ დოლარი, რაც დაახლოებით 15%-ით ნაკლებია, ვიდრე 2019 წლის მაჩვენებელი³². იმავე წელს მხოლოდ სურსათის (სასმელების გარეშე) იმპორტმა შეადგინა 957,8 მლნ აშშ დოლარი, რაც მხოლოდ 2%-ით ჩამორჩება 2019 წლის მაჩვენებელს.³³ 2020 წელს სასურსათო პროდუქტის ხვედრითი წილი მთლიან იმპორტში დაახლოებით 12%-ია, ასევე, გაზრდილია წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით 1,59%-ით.



დიაგრამა 2.2.1 სურსათის იმპორტის ხვედრითი წილი იმპორტის მთლიან მოცულობაში (%)³⁴

³⁰ სერტიფიკატის დამადასტურებელი დოკუმენტი, იხ. ბმული: https://dcfta.gov.ge/assets/uploads/export_fitocert_georgia.pdf

³¹ სერტიფიკატის დამადასტურებელი დოკუმენტი, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/assets/uploads/hygienic.PDF>

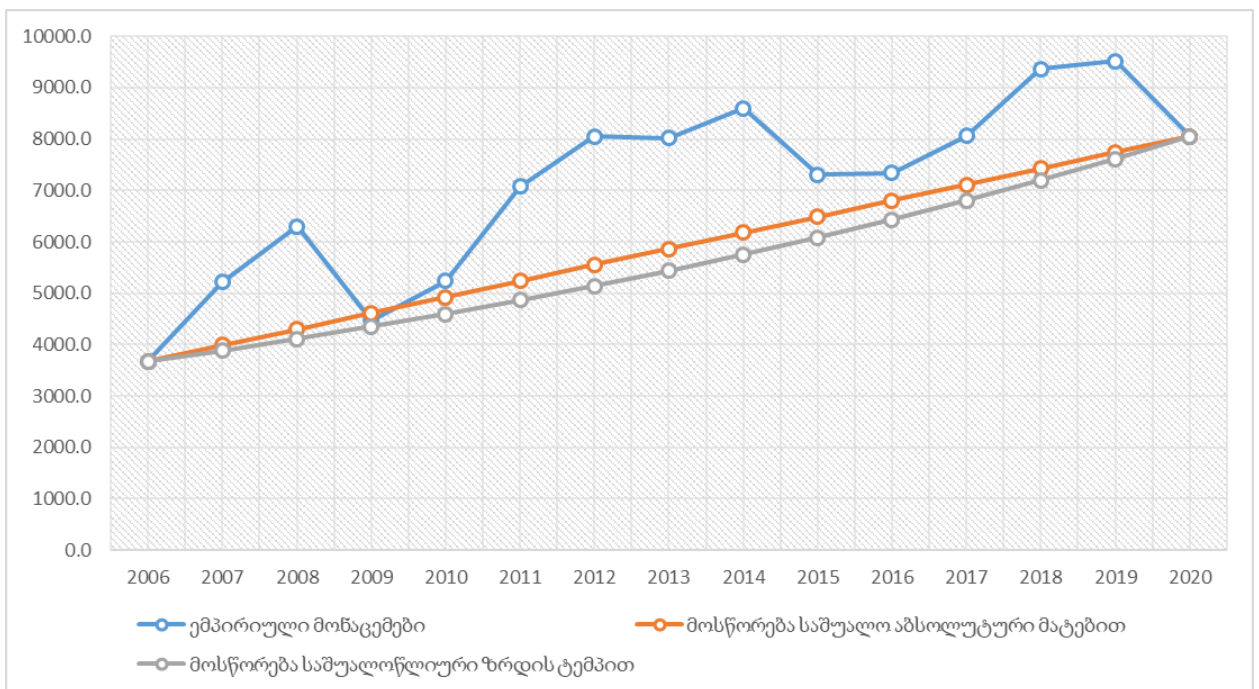
³² წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/638/importi>

³³ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

³⁴ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სურსათის ექსპორტი და იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

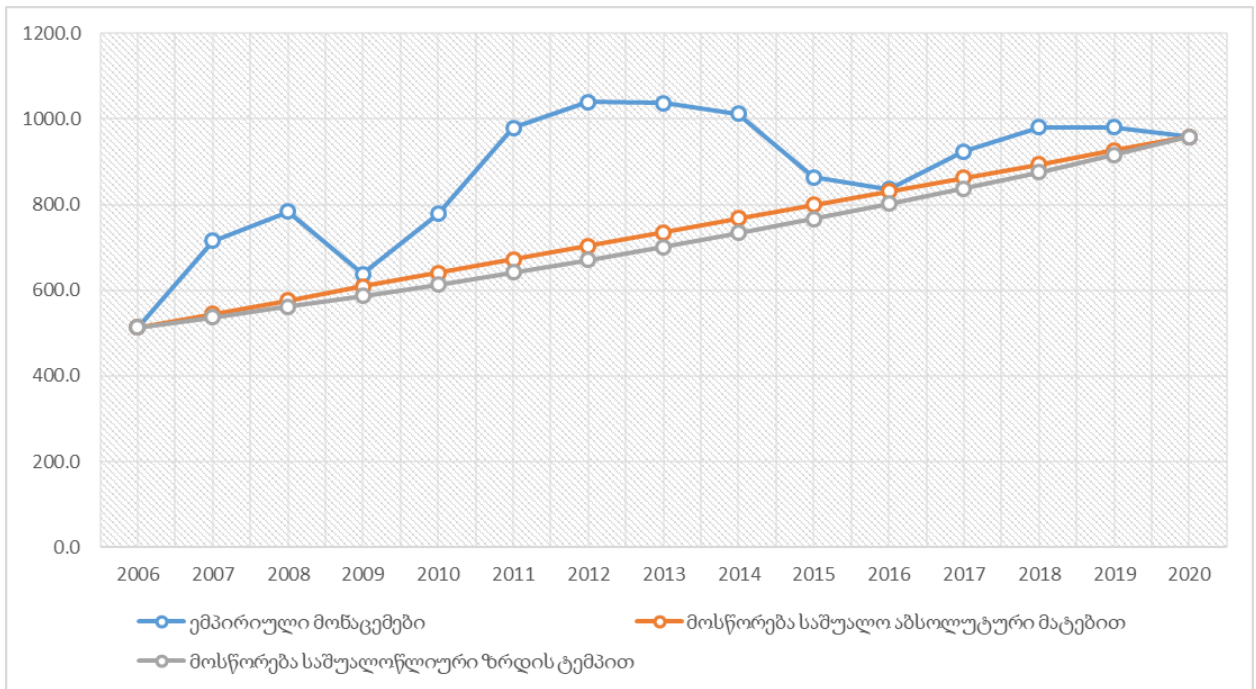
დიაგრამიდან 2.2.1 ნათლად იკვეთება, რომ სურსათის იმპორტის ხვედრითი წილი იმპორტის მთლიან მოცულობაში ხასიათდება კლებადი ტენდენციით. ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი დაფიქსირებულია 2009 და 2010 წელს, როდესაც სურსათის წილმა მთლიან იმპორტში შეადგინა შესაბამისად 14,25% და 14,85%. 2006-2020 წლების პერიოდში ყველაზე მინიმალური სურსათის იმპორტის ხვედრითი წილის მაჩვენებელი იმპორტის მთლიან მოცულობაში დაფიქსირებულია 2019 წელს და შეადგინა 10,3%.

2020 წლის მონაცემების თანახმად სურსათის იმპორტი სურსათის ექსპორტს აღემატება 3-ჯერ. ასევე, სურსათის იმპორტს ზოგადად ზრდადი ტენდენცია აქვს, რაც კარგად ჩანს ქვემოთ მოცემულ დიაგრამებზე (იხ. დიაგრამები 2.2.2 და 2.2.3). იმისათვის, რომ გამოგვევლინა განვითარების ტენდენცია, აქაც მივმართეთ დინამიკური მწკრივის დონეების მოსწორებას და დინამიკური მწკრივების მოსწორების მარტივი ხერხებიდან გამოვიყენეთ შემდეგი: საშუალო აბსოლუტური მატება და საშუალოწლიური ზრდის ტემპი.



დიაგრამა 2.2.2 საქართველოს იმპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით³⁵

³⁵ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, სურსათის ექსპორტი და იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrkhoeba>



დიაგრამა 2.2.3 საქართველოს სურსათის იმპორტის ემპირიული მონაცემების მოსწორება საშუალო აბსოლუტური მატებით და საშუალოწლიური ზრდის ტემპით³⁶

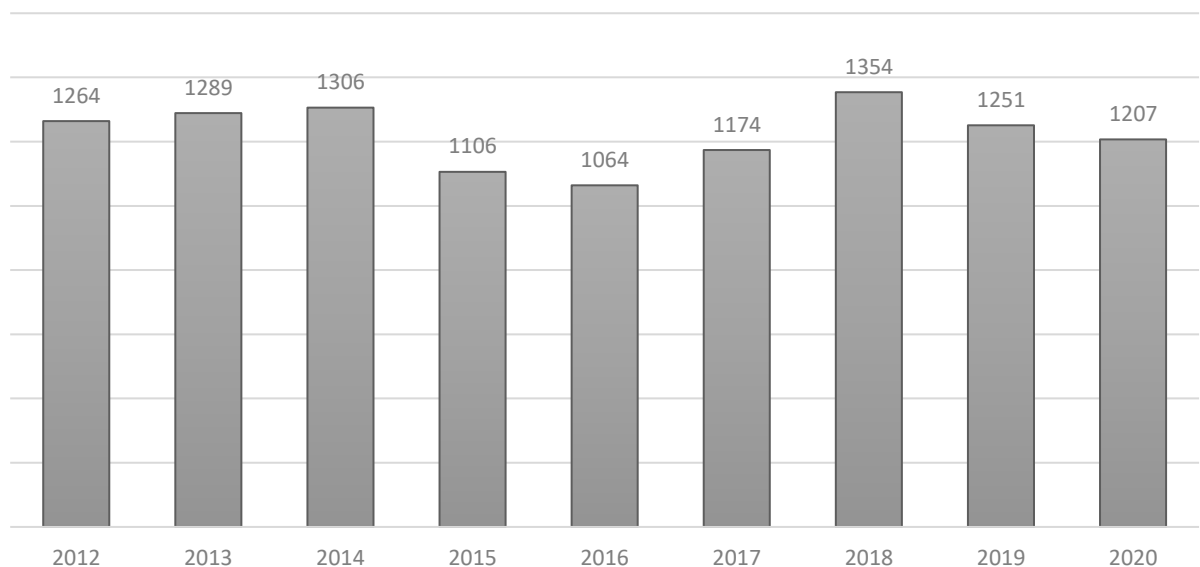
2006-2020 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოს მთლიანი იმპორტი ხასიათდება ზრდადი ტენდენციით, საშუალო აბსოლუტური მატება შეადგენს 312-ს (1,8-ჯერ მეტი, ვიდრე იგივე მაჩვენებელი ექსპორტის შემთხვევაში), თუმცა, საშუალოწლიური ზრდის ტემპი არის მხოლოდ 1,06.

სასურსათო პროდუქტის იმპორტი ხასიათდება ზრდადი ტენდენციით, თუმცა, უფრო ნელი ტემპით, ვიდრე მთლიანი იმპორტის ცვლილებაა. საინტერესოა, რომ ყველაზე მაღალი ზრდა წინა წელთან შედარებით დაფიქსირებულია 2007 და 2011 წლებში (შესაბამისად, 39% და 26%), ხოლო ყველაზე დაბალი ზრდა - 2009 და 2015 წლებში (-19% და -15%). ამდენად, იმპორტის შემთხვევაშიც პანდემიის დიდი გავლენა არ შეინიშნება. სასურსათო პროდუქტის იმპორტი საშუალოდ ყოველწლიურად იზრდება 31,8 მლნ აშშ დოლარით, რაც 2-ჯერ და მეტად აღემატება სურსათის ექსპორტის ანალოგიურ მაჩვენებელს. თუ შენარჩუნდება აღნიშნული ტენდენცია, მაშინ 2030 წელს სასურსათო პროდუქტის იმპორტმა, ჩვენი გათვლებით (გამოყენებულია პროგნოზირება საშუალო აბსოლუტური მატებით), უნდა შეადგინოს

³⁶ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, სურსათის ექსპორტი და იმპორტი, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrtkhoeba>

1275,4 მლნ აშშ დოლარი- 33,2%-ით მეტი, ვიდრე 2020 წელს, ხოლო თუ პროგნოზირებისთვის გამოვიყენებთ მარტივ წრფივ ფუნქციას, მაშინ 1279,1 მლნ აშშ დოლარი-33,5%-ით მეტი, ვიდრე 2020 წელს.

2020 წლის მონაცემებით საქართველოში იმპორტირებულია 1 207 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების აგროსასურსათო პროდუქცია (ჩათვლილია, ასევე, სასმელებიც), რაც 2019 და 2012 წლის ანალოგიურ მაჩვენებლებზე ნაკლებია, შესაბამისად 4% და 4.5%-ით (იხ. დიაგრამა 2.2.4).

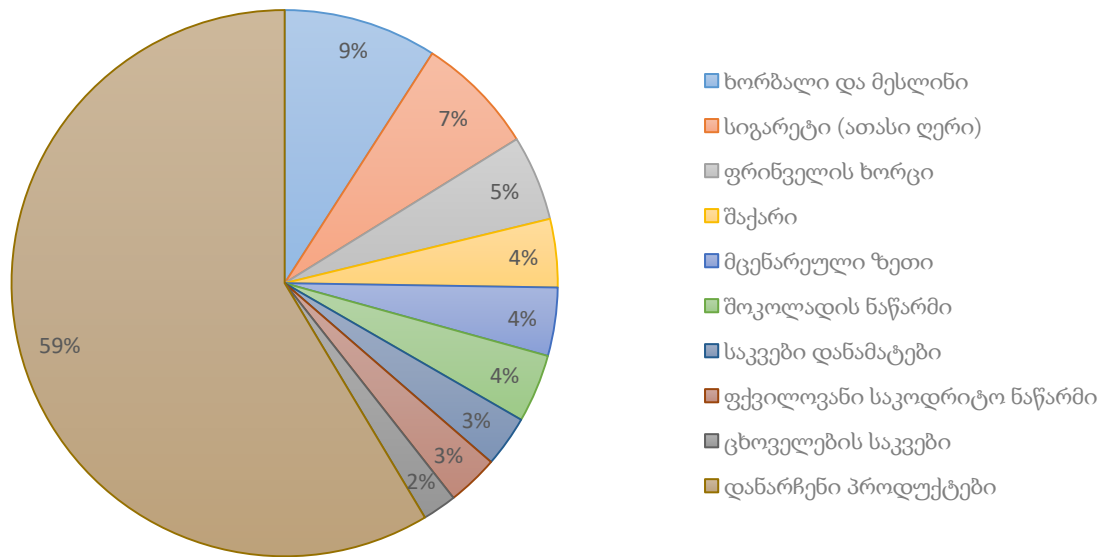


დიაგრამა 2.2.4 აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტი წლების მიხედვით (მლნ აშშ დოლარი)³⁷

თუ ანალიზისთვის დავყვარდნობით დიაგრამაზე 2.2.4 მოცემულ ინფორმაციას, მაშინ ცოტათი განსხვავებულ შედეგს მივიღებთ. კერძოდ, აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტი საშუალოდ ყოველწლიურად მცირდება 7,1 მლნ აშშ დოლარით და თუ შენარჩუნდება აღნიშნული ტენდენცია, 2030 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტმა, ჩვენი გათვლებით (გამოყენებულია პროგნოზირება საშუალო აბსოლუტური მატებით), უნდა შეადგინოს 1135,8 მლნ აშშ დოლარი- 6%-ით ნაკლები, ვიდრე 2020 წელს. ხოლო თუ პროგნოზირებისთვის გამოვიყენებთ მარტივ წრფივ ფუნქციას, მაშინ 2030 წელს იმპორტმა უნდა შეადგინოს 1182 მლნ აშშ დოლარი, რაც

³⁷ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

მხოლოდ 2%-იან კლებას ნიშნავს. იგივე მაჩვენებელი 2025 წლისთვის 1%-იანი შემცირებას გვიჩვენებს (იხ. დანართი 4).



დიაგრამა 2.2.5 აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტი, 2020 წელი (მლნ აშშ დოლარი)

38

როგორც დიაგრამიდან 2.2.5 ჩანს, 2020 წელს საქართველოში ძირითადად იმპორტირებულია ხორბალი და მესლინი (9%), სიგარეტი (ათასი ღერი) (7%), ფრინველის ხორცი (5%), შაქარი (4%), მცენარეული ზეთი (4%), შოკოლადის ნაწარმი (4%) და სხვ. ცხრილში 2.2.1 2020 წლის აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის განაწილება პროდუქტების მიხედვით შედარებულია 2019 წელთან.

ცხრილი 2.2.1 ძირითადი აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის განაწილება 2019 და 2020 წელს (%)³⁹

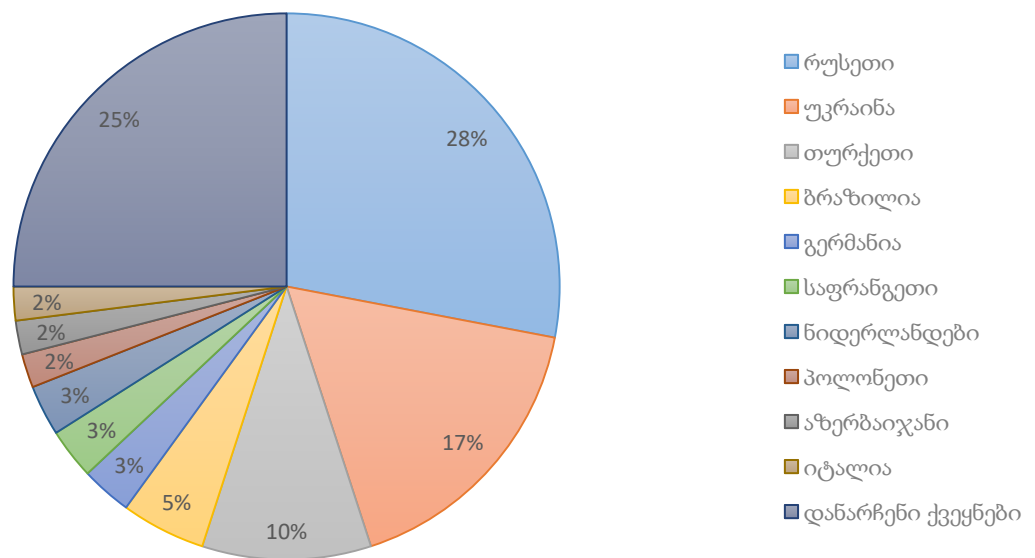
	2019	2020	2020/2019 წლების შედარება, %-ული ცვლილება
ხორბალი და მესლინი	8%	9%	+1%

³⁸ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

³⁹ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

სიგარეტი	14%	7%	-7%
ფრინველის ხორცი	5%	5%	0%
შაქარი	4%	4%	0%
შოკოლადის ნაწარმი	4%	4%	0%

თუ შევადარებთ 2020 წელს 2019 წელთან, დავინახავთ, რომ ძირითადი ტენდენცია არის შენარჩუნებული და დიდი ცვლილებები არ გვაქვს, თუ არ ჩავთვლით სიგარეტის შემთხვევას. სიგარეტის იმპორტის ხვედრითი წილი შემცირებულია 7%-ით, რამაც იმოქმედა მისი ექსპორტის მაჩვენებელზეც.



დიაგრამა 2.2.6 აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის განაწილება ძირითადი საიმპორტო ბაზრების მიხედვით, 2020 წელი⁴⁰

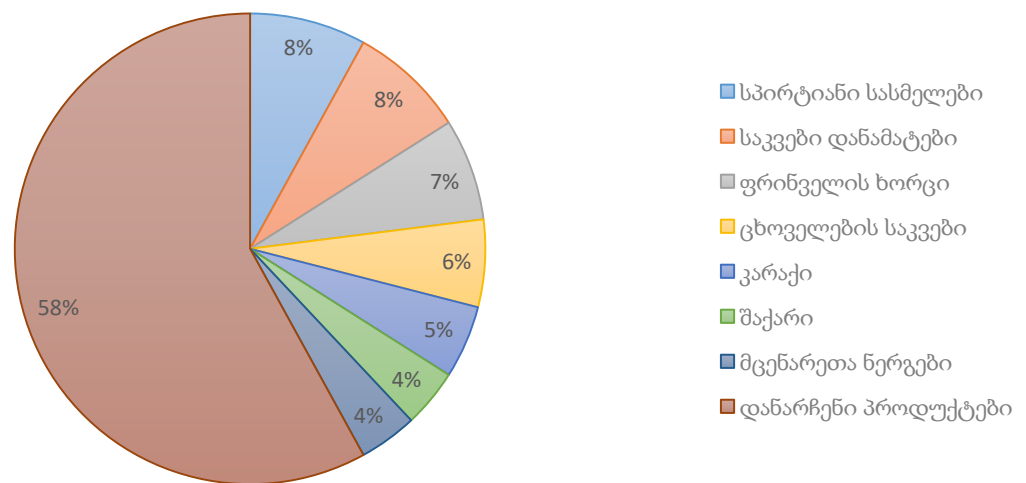
დიაგრამაზე 2.2.6 გამოსახულია აგროსასურსათო პროდუქტების იმპორტის განაწილება ქვეყნების მიხედვით. კერძოდ, 2020 წლის მონაცემებით საქართველოში ძირითადად იმპორტი ხორციელდება შემდეგი ქვეყნებიდან: რუსეთი (28%), უკრაინა (17%), თურქეთი (10%), ბრაზილია (5%), გერმანია (3%) და ა.შ. აღსანიშნავია, რომ წლების მანძილზე ზემოთ ჩამოთვლილი ქვეყნები არიან სწორად საქართველოს

⁴⁰ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

ძირითადი პარტნიორი საიმპორტო ქვეყნები აგროსასურსათი პროდუქტების მიხედვით.

თუ შევადარებთ 2020 წელს 2019 წელს, დავინახავთ, რომ გაზრდილია იმპორტის მოცულობა რუსეთიდან და ბრაზილიიდან, ხოლო იმპორტი შემცირებულია უკრაინიდან. შესაბამისად, ხვედრითი წილების ცვლილება არის +5%, +1% და -1%.

ევროკავშირიდან 2020 წელს საქართველოში იმპორტირებულმა აგროსასურსათო პროდუქტის ღირებულებამ შეადგინა 263 მლნ აშშ დოლარი (100 მლნ აშშ დოლარით მეტი ვიდრე ექსპორტი), რაც 10%-ით ნაკლებია 2019 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე და 14%-ით ნაკლები 2018 წელთან შედარებით. 2020 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის მთლიან იმპორტში ევროკავშირის ქვეყნების წილი 22%-ს შეადგენს. 2020 წელს ევროკავშირის ქვეყნებიდან ძირითადად იმპორტირებულია: სპირტიანი სასმელები (8%), საკვები დანამატები (8%), ფრინველის ხორცი (7%), ცხოველების საკვები (6%), კარაქი (5%), შაქარი (4%) და მცენარეთა ნერგები (4%) (იხ. დიაგრამა 2.2.7).

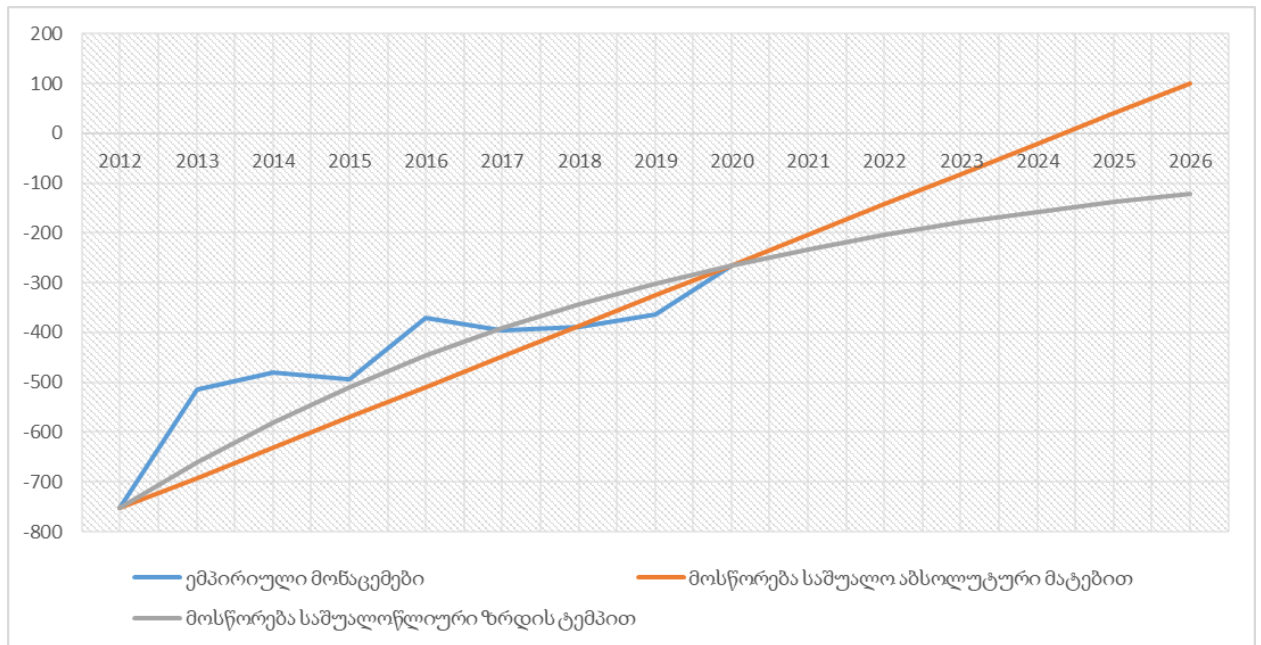


დიაგრამა 2.2.7 ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტირებული აგროსასურსათო პროდუქტი, 2020 წელი⁴¹

2020 წელს ევროკავშირიდან აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის განაწილება ქვეყნების მიხედვით კი ასე გამოიყურება: გერმანია - 15%, საფრანგეთი -

⁴¹ წყარო: საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ანგარიში, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტ-იმპორტი, 2021

13%, ნიდერლანდები - 13%, პოლონეთი - 11%, იტალია - 9%, ესპანეთი - 6%, ავსტრია - 5%, ბელგია - 4%, რუმინეთი - 4% და დანარჩენი ქვეყნები - 20%.



დიაგრამა 2.2.8 აგროსასურსათო პროდუქტის სავაჭრო სალდოს პროგნოზირება⁴²

აქვე უნდა აღინიშნოს აგროსასურსათო სექტორში უარყოფითი სავაჭრო ბალანსის კლებადობა. კერძოდ, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს 2021 წლის ანგარიშზე დაყრდნობით, იგი 2012-2020 წლების დროის მონაკვეთში კლებადობით ხასიათდება. საშუალოდ, წლიურად აღნიშნული მაჩვენებელი დაახლოებით 61,4 მლნ აშშ დოლარით მცირდება, რაც ნიშნავს წელიწადში ამ მაჩვენებლის დაახლოებით 0,9-ჯერ შემცირებას. თუ გაგრძელდება აღნიშნული ტენდენცია, მაშინ დადებით სავაჭრო სალდოს უკვე 2025 წლისთვის (საშუალო აბსოლუტური მატებით გაანგარიშებულს) უნდა ველოდოთ (იხ. დიაგრამა 2.2.8). თუმცა, ამ კუთხით მნიშვნელოვანია, რომ პარალელურად გაიზარდოს საშუალო წლიური ზრდის ტემპი და მან გადააჭარბოს 1-ს. ამ შემთხვევაში მსგავსი პროგნოზი იქნება ბევრად გამყარებული.

⁴² გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტი-იმპორტი, 2021

2.3 ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების არსებული ტენდენციები და სამომავლო პერსპექტივები

სოფლის მეურნეობისადმი დიდი ყურადღება განვითარებულ ქვეყნებში რამდენიმე მოსაზრებითაა განპირობებული (1) სურსათით თვითუზრუნველყოფა უსაფრთხოებისა და მდგრადობის გარანტიაა; (2) მოსახლეობის ტრადიციული საქმიანობა სოფლად ქვეყნის რეკრეაციული და სოციალური ფასეულობების შენარჩუნებას ნიშნავს (3) სასოფლო-სამეურნეო წარმოება ეროვნული იდენტურობისა და კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელოვანი ელემენტია (კოლუაშვილი 2012).

მკვლევართა შორის არსებობს მოსაზრებები, რომ საქართველომ უნდა მოიპოვოს კონკურენტული უპირატესობა არა მხოლოდ ტრადიციულ ინდუსტრიებში, არამედ მაღალხარისხიან, მაღალტექნოლოგიურ და მაღალპროდუქტიულ საწარმოო ინდუსტრიებში, რადგან ეს არის ერთადერთი გზა კონკურენტუნარიანობის გრძელვადიანი და მდგრადი განვითარების უზრუნველსაყოფად. ასეთი სექტორები მოიცავს, მაგალითად, ფარმაცევტული პროდუქტების, სატელეკომუნიკაციო აღჭურვილობის, აგრეთვე, ხელსაწყოების და ჩარხების წარმოებას. ეს ნიშნავს, რომ მეტი ყურადღება უნდა მიექცეს მაღალტექნოლოგიური და ძვირადღირებული პროდუქტის წარმოებას (Erkomaishvili 2014). გარდა ამისა, იმისათვის, რომ ფერმერებმა გაზარდონ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტის მიწოდება როგორც შიგა, ისე საერთაშორისო ბაზარზე, მნიშვნელოვანია მათი პროდუქტისა და მომსახურების ასორტიმენტის გაფართოება გონივრული სტრატეგიების გამოყენების საფუძველზე (Kharaiashvili, Erkomaishvili, Chavleishvili 2017).

2020 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომში კი მკვლევრები ნაცვლიშვილი, ხარაიშვილი და ლაზარიშვილი განიხილავენ ბიო-პროდუქტების ბაზარს საქართველოში. სტატიაში საქართველოსთვის ბიოწარმოება განიხილება, როგორც სოფლის მეურნეობის წარმოების ტრადიციული სისტემის ალტერნატივა. შედარებითი ანალიზით გამოვლენილია საქართველოში ბიოპროდუქტების წარმოების განვითარების გზები და სამომავლო პერსპექტივები (Natsvlishvili, Kharaiashvili, Lazariashvili 2020).

ამასთან, აღნიშვნის ღირსია ის გარემოება, რომ კონკურენტუნარიანობის შესახებ ეროვნულ დონეზე მკვლევრების მიერ მიღებული კონცეფცია, უკავშირდება მწარმოებლურობას. მწარმოებლურობა კი ეროვნული შემოსავლის ერთი-ერთი ძირითადი წყაროა. კონკრეტული ქვეყნის ცხოვრების დონე დამოკიდებულია ეროვნული კომპანიების შესაძლებლობაზე მიაღწიონ მწარმოებლურობის მაღალ დონეს. მწარმოებლურობის ზრდა მოითხოვს ეკონომიკის მუდმივ სრულყოფას. ეროვნული კომპანიები უნდა ეცადონ მუდმივად გაზარდონ მწარმოებლურობა მათ მიერ წარმოებული პროდუქტის ხარისხის ამაღლებით, მისთვის ახალი სამომხმარებლო თვისებების მინიჭებით, ტექნოლოგიის სრულყოფით ან წარმოების ეფექტიანობის ამაღლებით (გაგნიძე 2012ბ). მკვლევარი ინეზა გაგნიძე მიიჩნევს, რომ საქართველოს სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთი გარანტი და შესაბამისად, აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების ხელშემწყობი მექანიზმია კლასტერები (გაგნიძე 2012ა).

ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების გაფართოება/გაზრდისთვის საჭიროა „სოფლის მეურნეობასა და მასთან დაკავშირებულ დარგებში სახელმწიფო პროგრამების მეშვეობით უნდა გააქტიურდეს საინვესტიციო პროცესები, ინოვაციური და მეცნიერულ-ტექნოლოგიური მიღწევების დანერგვა. ამასთან, არსებითია, რომ ხელი შეეწყოს სახელმწიფოს გადაქცევას სოფლის მეურნეობის პროდუქტის არა მარტო მთავარ დამკვეთად, არამედ მთავარ მყიდველად და გამანაწილებლად, იმ შემთხვევაში, თუ საჭირო იქნება ბაზარზე მდგომარეობის სტაბილიზაცია“ (კოლუაშვილი 2012).

ამავდროულად, დადგენილია, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების აღორძინების საფუძველი უნდა გახდეს „განვითარებულ ქვეყნებში აპრობირებული აგრარული წარმოების ორგანიზაციული ფორმები, იგივე სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივები. შეუძლებელია სოფლის მეურნეობის განვითარება მხოლოდ ოჯახური (ფერმერული) მეურნეობის ბაზაზე, რამდენადაც ოჯახური (ფერმერული) მეურნეობის ინტერესები შეზღუდულია პირადი კეთილდღეობითა და მათთვის მეორე ხარისხოვანია სასურსათო ბაზრის გაჯერებაზე ზრუნვა“ (გრიგოლაია 2013).

მკვლევარი პაატა კოლუაშვილიც, მის მიერ 2015 წელს გამოქვეყნებულ სტატიაში გამოკვეთს კოოპერატივების აქტიური ამოქმედების მნიშვნელობას

კონკურენტუნარიანობისა და წარმოების ხელშეწყობის მიზნით. ვეთანხმებით მკვლევარს, სახელმწიფოსთვის კოოპერატივი უნდა წარმოადგენდეს ძლიერ და სანდო პარტნიორს სოფლად რთული ეკონომიკური და ორგანიზაციული პრობლემების მოგვარებისას. მნიშვნელოვანია მიწის წვრილ მესაკუთრეთა ნებაყოფლობითი კოოპერაციული გაერთიანებების შექმნა და მათი გადამმუშავებელ საწარმოებთან ინტეგრირება. „ასეთი სისტემის ფორმირებით გლეხებს მიეცემათ აგრო ნედლეულის წარმოების, გადამმუშავებისა და რეალიზაციის ერთიანი საწარმოო ციკლის შექმნის შესაძლებლობა, სადაც პროდუქტის ღირებულება ყოველ სამეურნეო საფეხურზე იზრდება და აგრო ნედლეულის მწარმოებლები დაინტერესებულნი იქნებიან საბოლოო პროდუქტის რეალიზაციიდან მნიშვნელოვნად გაზრდილი მოგებით“ (კოლუაშვილი 2015).

საკითხის სრული შესწავლისთვის თავდაპირველად განვიხილოთ მეურნეობების განაწილება სასოფლო-სამეურნეო ორიენტირის მიხედვით, კერძოდ, გვაქვს სამი შესაძლო შემთხვევა: ორიენტირია მემცენარეობის პროდუქტის წარმოება, ორიენტირია მეცხოველეობის პროდუქტის წარმოება, ორიენტირია მემცენარეობის და მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება თანაბრად.

ცხრილი 2.3.1 სასოფლო მეურნეობების განაწილება მეურნეობის ორიენტირის მიხედვით (%)⁴³

	2019	2020
მეურნეობები, რომელთა ძირითადი ორიენტირია მემცენარეობის პროდუქტის წარმოება	57,5	59,3
მეურნეობები, რომელთა ძირითადი ორიენტირია მეცხოველეობის პროდუქტის წარმოება	5,7	6,0
მეურნეობები, რომელთა ორიენტირია მემცენარეობის და მეცხოველეობის პროდუქტის წარმოება თანაბრად	36,8	34,7

ცხრილიდან 2.3.1 კარგად ჩანს, რომ სასოფლო მეურნეობების ძირითადი ორიენტირი არის მემცენარეობის პროდუქტის წარმოება და მასზე მოდის თითქმის 60%-მდე. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ეს უკანასკნელი გაზრდილია წინა წელთან

⁴³ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სასოფლო მეურნეობების განაწილება მეურნეობის ორიენტირის და პროდუქციის წარმოების მიზნის მიხედვით, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

შედარებით 1,8%-ით. რიგით მეორე ადგილი უკავია ისეთ მეურნეობებს, რომელთა ორიენტირი თანაბრად არის მემცენარეობის და მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება. მოცემული მაჩვენებელი კი წინა წელთან შედარებით შემცირებულია 2,2%-ით. ასევე, საინტერესოდ გამოიყურება მეურნეობების განაწილება წარმოების მიზნის მიხედვით. მოცემული ინფორმაცია მოცემულია ცხრილში 2.3.2.

ცხრილი 2.3.2 სასოფლო მეურნეობების განაწილება წარმოების მიზნის მიხედვით (%)⁴⁴

	2019	2020
მეურნეობები, რომლებმაც აწარმოეს თითქმის სრულად გაყიდვისათვის (გაყიდეს 90% და მეტი)	3,5	4,2
მეურნეობები, რომლებმაც აწარმოეს ძირითადად გაყიდვისათვის (გაყიდეს 50%-ზე მეტი და 90%-ზე ნაკლები)	12,3	12,9
მეურნეობები, რომლებმაც აწარმოეს ძირითადად საკუთარი მოხმარებისათვის (გაყიდეს 10%-ზე მეტი და 50%-ზე ნაკლები)	17,5	17,7
მეურნეობები, რომლებმაც აწარმოეს თითქმის სრულად საკუთარი მოხმარებისათვის (გაყიდეს 10% და ნაკლები)	64,1	62,8
მეურნეობები, რომლებსაც არ უწარმოებიათ სასოფლო-სამეურნეო პროდუქცია ^{*45}	2,6	2,4

ცხრილიდან 2.3.2 ძალიან საინტერესო გარემოება იკვეთება. კერძოდ, 2020 წელს, იმ მეურნეობების წილი, რომლებმაც აწარმოეს პროდუქტი თითქმის სრულად გაყიდვისათვის (გაყიდეს 90% და მეტი) შეადგენს მხოლოდ 4,2%-ს. იმ მეურნეობების წილი, რომლებმაც აწარმოეს ძირითადად გაყიდვისათვის (გაყიდეს 50%-ზე მეტი და 90%-ზე ნაკლები) არის 12,9%-ს, რაც საკმაოდ დაბალი მაჩვენებელია იმის ფონზე, რომ მეურნეობების 94%-მდე აწარმოებს მხოლოდ მემცენარეობის ან მემცენარეობის და მეცხოველეობის პროდუქტებს. ამასთან, თითქმის 63% მეურნეობებისა აწარმოებს პროდუქტს თითქმის სრულად საკუთარი მოხმარებისთვის, ანუ ისინი ყიდნიან თავისი

⁴⁴ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სასოფლო მეურნეობების განაწილება მეურნეობის ორიენტირის და პროდუქციის წარმოების მიზნის მიხედვით, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

⁴⁵ * მეურნეობა, რომელსაც საანგარიშო პერიოდში არ უწარმოებია სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტი, თუმცა კვლავ წარმოადგენს სასოფლო-მეურნეობას.

პროდუქტის 10%-ზე ნაკლებს. თუ შევადარებთ 2020 წელს წინა წელთან, შევნიშნავთ, მცირე დადებით ტენდენციას. 0,7 პროცენტული პუნქტით გაზრდილია მეურნეობების წილი, რომლებმაც აწარმოეს პროდუქტი თითქმის სრულად გაყიდვისათვის (გაყიდეს 90% და მეტი), 0,6 პროცენტული პუნქტით გაზრდილია მეურნეობების წილი, რომლებმაც პროდუქტი აწარმოეს ძირითადად გაყიდვისათვის (გაყიდეს 50%-ზე მეტი და 90%-ზე ნაკლები), მხოლოდ 0,2 პროცენტული პუნქტით გაიზარდა იმ მეურნეობების წილი, რომლებმაც პროდუქტი აწარმოეს ძირითადად საკუთარი მოხმარებისათვის (გაყიდეს 10%-ზე მეტი და 50%-ზე ნაკლები). აღსანიშნავია, რომ 1,3 პროცენტული პუნქტით შემცირებულია იმ მეურნეობების წილი, რომლებმაც აწარმოეს პროდუქტი თითქმის სრულად საკუთარი მოხმარებისათვის (გაყიდეს 10% და ნაკლები).

ქართული აგროსასურსათო პროდუქტის წარმოების არსებული ტენდენციების განხილვა დავიწყოთ პირველ რიგში ერთწლიანი კულტურების წარმოების ანალიზით.

ცხრილი 2.3.4 ერთწლიანი კულტურების წარმოება 2019 და 2020 წელს (ათასი ტონა)⁴⁶

	2019	2020	2020/2019 წელთან შედარება	წილი მთლიან წარმოებაში 2020 წელს
ხორბალი, სულ	100,6	102,4	1,8%	11,0%
ქერი, სულ	53,5	45,4	-15,1%	4,9%
შვრია	3,0	2,3	-23,3%	0,2%
სიმინდი	207,1	255,0	23,1%	27,4%
ლობიო	5,9	5,2	-11,9%	0,6%
მზესუმზირა	2,6	1,9	-26,9%	0,2%
კარტოფილი	194,7	208,6	7,1%	22,4%
ბოსტნეული, სულ	161,1	176,1	9,3%	18,9%
ბაღჩეული, სულ	79,9	83,6	4,6%	9,0%
ერთწლიანი ბალახები თივად	10,0	10,4	4,0%	1,1%
მრავალწლიანი ბალახები თივად	45,7	41,0	-10,3%	4,4%

⁴⁶ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთწლიანი კულტურების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

ცხრილიდან 2.3.4 კარგად ჩანს, რომ ერთწლიან კულტურების წარმოებაში პირველი სამეულია: სიმინდი, კარტოფილი და ბოსტნეული. მათი წილი ერთწლიანი კულტურების მთლიან წარმოებაში 2020 წელს არის, შესაბამისად, 27,4%, 22,4% და 18,9%. სწორედ ამ კულტურებზე მოდის ყველაზე მაღალი ზრდაც წინა წელთან შედარებით. კერძოდ, სიმინდის წარმოება 2019 წელთან შედარებით გაზრდილია 23,1%-ით, კარტოფილის - 7,1%-ით და ბოსტნეულის - 9,3%-ით. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით ყველაზე მეტად შემცირებულია მზესუმზირისა და შვრიის წარმოება, კერძოდ, -26,9%-ით და -23,3%-ით. აღსანიშნავია ისიც, რომ 2006-2020 წლების მონაკვეთში სწორად სიმინდზე, კარტოფილსა და ბოსტნეულზე მოდის ერთწლიანი კულტურების ძირითადი წარმოება. თავის მხრივ ბოსტნეულის წარმოებაში ლიდერობს: პომიდორი, კიტრი, კომბოსტო, ყვავილოვანი კომბოსტო და ბროკოლი. მაგალითად, 2020 წელს ბოსტნეულის მთლიანი წარმოებიდან პომიდორზე მოდის 39,5%, კიტრზე - 18,6%, ხოლო კომბოსტოზე, ყვავილოვან კომბოსტოსა და ბროკოლიზე - 16,8%.

გარდა ზემოთ აღნიშნულისა, კვლევის პროცესში ჩვენ შევისწავლეთ ერთწლიანი კულტურებიდან რომელი მათგანი ხასიათდებოდა უფრო მაღალი ზრდის ტემპით. შედეგები მოცემულია ცხრილში 2.3.5.

ცხრილში 2.3.5 ერთწლიანი კულტურების საშუალოწლიური ზრდის ტემპი⁴⁷

	საშუალოწლიური ზრდის ტემპი
ხორბალი, სულ	1,03
ქერი, სულ	1,03
შვრია	1,04
სიმინდი	1,01
ლობიო	0,97
მზესუმზირა	0,88
კარტოფილი	1,02
ბოსტნეული, სულ	1,00
ბაღჩეული, სულ	1,06

⁴⁷ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთწლიანი კულტურების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

ერთწლიანი ბალახები თივად	0,94
მრავალწლიანი ბალახები თივად	1,03

ცხრილიდან 2.3.5 იკვეთება შედარებით განსხვავებული სურათი. კერძოდ, სიმინდმა, კარტოფილმა და ბოსტნეულმა დაკარგა ლიდერობა. საშუალოწლიური ზრდის ყველაზე მაღალი ტემპი აქვთ ბალახებს (მათ შორის: საზამთრო, ნესვი და გოგრა), შვრიას და მესამე ადგილს ინაწილებენ ხორბალი, ქერი და მრავალწლიანი ბალახები თივად. ამდენად, როდესაც განვიხილავთ წარმოებას, მონაცემები უნდა განვიხილოთ კომპლექსურად. მოცემული მსჯელობიდან ყველაზე პერსპექტიულად გვევლინება ბალახული, რომელშიც წილობრივად 85% მოდის საზამთროზე. ჩვენ, ასევე, გამოვიკვლიეთ, თუ რომელ რეგიონში იწარმოება ზემოთ ნახსენები ერთწლიანი კულტურები (იხ. ცხრილი 2.3.6).

ცხრილი 2.3.6 ერთწლიანი კულტურების წარმოება რეგიონების მიხედვით, დალაგებული ყველაზე მაღალი წარმოების მოცულობის მიხედვით⁴⁸

ხორბალი, სულ	კახეთი - 78,8%
ქერი, სულ	კახეთი - 55,1%
სიმინდი	სამეგრელო-ზემო სვანეთი - 27,3%
ლობიო	შიდა ქართლი - 32,7%
მზესუმზირა	კახეთი - 57,9%
კარტოფილი	სამცხე-ჯავახეთი - 59%
ბოსტნეული, სულ	შიდა ქართლი - 37,7%
ბალახული, სულ	კახეთი - 80,7%
ერთწლიანი ბალახები თივად	სამცხე-ჯავახეთი - 65,4%
მრავალწლიანი ბალახები თივად	ქვემო ქართლი - 62%

ცხრილში 2.3.6 ნაჩვენებია საბოლოო შედეგები დალაგებული ხვედრითი წილების გათვალისწინებით, კერძოდ, საქართველოს რომელ რეგიონში იწარმოება ყველაზე მეტი ერთწლიანი კულტურა. შედეგებიდან ჩანს, რომ ლიდერობს კახეთი, სწორად ამ რეგიონში იწარმოება დიდწილად ხორბალი, ქერი, ბალახული და

⁴⁸ დალაგებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთწლიანი კულტურების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

მზესუმზირა. შიდა ქართლში ძირითადად იწარმოება ლობიო და ბოსტნეული, მაშინ როცა სამცხე-ჯავახეთში კარტოფილი. შესაძლოა ეს მონაცემები გახდეს ერთგვარი მინიშნება სასოფლო-სამეორნეო პოლიტიკის გამტარებლებისთვის, თუ რომელი პროექტები იქნება უფრო სასურველი და ხელშესაწყობი მოცემულ რეგიონებში. თუმცა, კახეთის პირველობა ამ კუთხით მოსალოდნელიც იყო, ვინაიდან 2020 წელს ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობების მიხედვით სწორად მასზე მოდის მთლიანი მოცულობის 35,5% (იხ. ცხრილი 2.3.7).

ცხრილი 2.3.7 ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობები რეგიონების მიხედვით, (ათასი ჰექტარი)⁴⁹

	2019	2020	2020/2019 წელთან შედარება	წილი მთლიან წარმოებაში 2020 წელს
საქართველო	203,0	209,9		
ქ. თბილისი	0,1	0,2	100,0%	0,1%
აჭარის არ	3,4	3,8	11,8%	1,8%
გურია	3,5	4,4	25,7%	2,1%
იმერეთი	24,3	24,5	0,8%	11,7%
კახეთი	72,6	74,6	2,8%	35,5%
მცხეთა-მთიანეთი	2,5	3,8	52,0%	1,8%
რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი	1,0	0,8	-20,0%	0,4%
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	22,4	24,9	11,2%	11,9%
სამცხე-ჯავახეთი	21,9	18,8	-14,2%	9,0%
ქვემო ქართლი	28,0	28,6	2,1%	13,6%
შიდა ქართლი	23,3	25,5	9,4%	12,1%

ცხრილიდან 2.3.7 კარგად ვხედავთ, რომ ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობები ძირითადად განლაგებულია კახეთში, ქვემო ქართლსა და შიდა ქართლში. ასევე, საინტერესოა, რომ ზოგიერთ რეგიონში ნათესი ფართობის მიხედვით წინა 2019 წელთან შედარებით გვაქვს ორნიშნა კლება. ესენია, რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი,

⁴⁹ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

სადაც ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობი შემცირებულია 20%-ით, ასევე, სამცხე-ჯავახეთი - 14,2%-ით. რაჭა-ლეჩხუმსა და ქვემო სვანეთში ასეთი კლება ძირითადად განაპირობა სიმინდის ნათესი ფართობის შემცირებამ, ხოლო სამცხე-ჯავახეთში კლება განაპირობა შემდეგი ერთწლიანი კულტურების - ქერი, სიმინდი, კარტოფილი, ერთწლიანი და მრავალწლიანი ბალახები, ფართობების შემცირებამ.

წარმოებასთან ერთად აუცილებლად უნდა განვიხილოთ საშუალო მოსავლიანობაც.

ცხრილი 2.3.8 ერთწლიანი კულტურების საშუალო მოსავლიანობა 2019 და 2020 წელს და მათი შედარება (ტ/ჰა)⁵⁰

	2019	2020	2020/2019 წელთან შედარება
ხორბალი, სულ	2,3	2,2	-4,3%
ქერი, სულ	2,1	1,9	-9,5%
სიმინდი	2,8	3,1	10,7%
ლობიო	0,8	1,0	25,0%
მზესუმზირა	1,1	0,8	-27,3%
კარტოფილი	11,8	13,1	11,0%
ბოსტნეული, სულ	10,0	11,1	11,0%
ბაღჩეული, სულ	25,1	28,5	13,5%
ერთწლიანი ბალახები თივად	4,5	4,2	-6,7%
მრავალწლიანი ბალახები თივად	3,8	4,0	5,3%

ცხრილიდან 2.3.8 ჩანს, რომ საშუალო მოსავლიანობა ყველაზე მაღალია ბაღჩეულის, კარტოფილისა და ბოსტნეულისთვის. ეს კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს ბაღჩეულის პერსპექტიულობას. ასევე, თუ 2020 წელს შევადარებთ წინა წელს, დავინახავთ, რომ საშუალო მოსავლიანობა შემცირებულია შემდეგ კულტურებში: ხორბალი, ქერი, მზესუმზირა და ერთწლიანი ბალახი თივად. ყველაზე დიდი - 27,3%-იანი კლება სწორად მზესუმზირის შემთხვევაში ფიქსირდება. საშუალო

⁵⁰ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთწლიანი კულტურების საშუალო მოსავლიანობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

მოსავლიანობა გაზრდილია შემდეგ კულტურებში: სიმინდი, ლობიო, კარტოფილი, ბოსტნეული, ბაღჩეული და მრავალწლიანი ბალახები თივად. ყველაზე მაღალი ზრდა გააჩნია ლობიოს, რომელმაც შეადგინა 25%. 2006-2020 წლებზე დაკვირვებამ გამოვლინა შემდეგი: საშუალო მოსავლიანობით მოწინავე ადგილს იკავებს 1) ბაღჩეული, 2) კარტოფილი და 3) ბოსტნეული. თუ არ ჩავთვლით მხოლოდ ერთ წელს (2011 წელი), ბაღჩეული ყოველთვის პირველ ადგილს იკავებს საშუალო მოსავლიანობის კუთხით.

განვიხილოთ მრავალწლიანი კულტურების წარმოება.

ცხრილი 2.3.9 მრავალწლიანი კულტურების წარმოება 2019 და 2020 წელს (ათასი ტონა)⁵¹

	2019	2020	2020/2019 წელთან შედარება	წილი მთლიან წარმოებაში 2020 წელს
თესლოვანი ხილი	52,7	102,1	93,7%	17,0%
კურკოვანი ხილი	38,5	60,7	57,7%	10,1%
კაკლოვანი ხილი	30,9	40,8	32,0%	6,8%
სუბტროპიკული ხილი	20,3	22,3	9,9%	3,7%
კენკროვანი ხილი	2,0	2,7	35,0%	0,4%
ყურძენი	293,8	316,9	7,9%	52,6%
ციტრუსი	64,0	56,8	-11,3%	9,4%

ცხრილიდან 2.3.9 კარგად ჩანს, რომ მრავალწლიანი კულტურების წარმოებაში პირველი სამეული 2020 წელს არის: თესლოვანი და კურკოვანი ხილი, ყურძენი. უნდა აღინიშნოს, რომ ყურძენი 2006-2020 წლების პერიოდში არასდროს ტოვებდა სამეულს და მყარ პირველ ადგილს ინარჩუნებდა წარმოების კუთხით. ანალოგიურად, მყარი მესამე ადგილი 2020 წლამდე ეკავა ციტრუსების წარმოებას, რომელიც კურკოვანმა ხილმა ჩაანაცვლა. ყველაზე მაღალი ზრდა 2019 წელთან შედარებით აქვს თესლოვანი ხილის წარმოებას - 93,7%, შემდეგ კურკოვან ხილს - 57,7% და ბოლოს ყურძენს 7,9%.

⁵¹ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მრავალწლიანი კულტურების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

2020 წელს 2019 წელთან შედარებით ყველაზე მეტად შემცირებულია ციტრუსის წარმოება, კერძოდ, 11,3%-ით.

თავის მხრივ, თესლოვანი ხილის წარმოებაში 2020 წელს ლიდერია: ვაშლი 87,2%-ით და მსხალი 11,1%-ით. კურკოვანი ხილის წარმოებაში 2020 წელს მოწინავე ადგილი უკავია შემდეგ სახეობებს: ატამი, ვაშლატამა - 46,5%-ით და ტყემალი, ალუჩა - 20,8%. 2020 წელს კაკლოვანი ხილის წარმოებაში 80%-ით ლიდერობს თხილი. სუბტროპიკული ხილის წარმოებაში 2020 წელს დიდი წილი მოდის შემდეგ სახეობებზე: ხურმა, კარალიოკი - 69,1% და ლეღვი - 8,5%. კენკროვანი ხილის წარმოებაში 2020 წელს წამყვანი პოზიციები უკავია: მარწყვსა და ხენდროს - 44,4%. ყურძნის შემთხვევაში 2020 წელს ძირითადად იწარმოება თეთრი ყურძენი და მასზე ყურძნის მთლიანი წარმოებიდან მოდის 70,7%. ციტრუსის წარმოებაში 2020 წელს ლიდერია მანდარინი 93,5%-ით. თუ მრავალწლოვანი კულტურების წარმოებას ჩვენ განვიხილავთ ცალკეული სახეობის მიხედვით ჩაშლილად, დავინახავთ უფრო ნათელ სურათს. კერძოდ, ამ შემთხვევაში პირველი სამეული შემდეგნაირად დალაგდა. 1. ყურძენი, 2. ვაშლი და 3. მანდარინი. მრავალწლიანი კულტურების მთლიანი წარმოებიდან მათზე 2020 წელს შესაბამისად მოდის 52,9%, 14,9% და 8,9%.

კვლევის პროცესში, ჩვენ ასევე, გავანალიზეთ, მრავალწლიანი კულტურებიდან რომელი ხასიათდებოდა უფრო მაღალი ზრდის ტემპით. შედეგები მოცემულია ცხრილში 2.3.10.

ცხრილი 2.3.10 მრავალწლიანი კულტურების საშუალოწლიური ზრდის ტემპი და საშუალო აბსოლუტური მატება⁵²

	საშუალოწლიური ზრდის ტემპი	საშუალო აბსოლუტური მატება
ვაშლი	1,07	4,00
მსხალი	0,95	-0,80
კომში	1,03	0,04
ქლიავი, ჭანჭური, ღოდნაშო	0,99	-0,11
ბალი, ალუბალი	1,01	0,04
გარგარი, ჭერამი	1,10	0,10

⁵² გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მრავალწლიანი კულტურების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

ატამი, ვაშლატამა	1,13	1,64
ტყემალი, ალუჩა	0,95	-0,84
კაკალი	1,05	0,26
თხილი	1,02	0,66
ყურძენი	1,05	11,03
მანდარინი	1,01	0,34
ფორთოხალი	1,01	0,02
ლიმონი	0,98	-0,03

ცხრილიდან 2.3.10 იკვეთება შედარებით განსხვავებული სურათი. კერძოდ, საშუალოწლიური ზრდის ყველაზე მაღალი ტემპი აქვს 1) ატამს, ვაშლატამს, 2) გარგარს, ჭერამს, 3) ვაშლს. ხოლო ყველაზე მაღალი საშუალო აბსოლუტური მატება აქვს ყურძენს, შემდეგ ვაშლსა და ბოლოს ატამს, ვაშლატამს. მოცემული მსჯელობიდან ყველაზე პერსპექტიულად გვევლინება ატამის, ვაშლატამის და გარგარის, ჭერამის წარმოება.

რეგიონების მიხედვით მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მაჩვენებლები მოცემულია ცხრილში 2.3.11.

ცხრილი 2.3.11 მრავალწლიანი კულტურების წარმოება რეგიონების მიხედვით, დალაგებული ყველაზე მაღალი წარმოების მოცულობის მიხედვით (ათასი ტონა)⁵³

ვაშლი	შიდა ქართლი - 83,6%
მსხალი	სამეგრელო-ზემო სვანეთი - 25,7%
ქლიავი, ჭანჭური, დოდნოშო	შიდა ქართლი - 64,6%
ბალი, ალუბალი	შიდა ქართლი - 57,4%
ატამი, ვაშლატამა	კახეთი - 78,7%
ტყემალი, ალუჩა	იმერეთი - 25,4%
კაკალი	აჭარა - 30,7%
თხილი	სამეგრელო-ზემო სვანეთი - 53,8%
ყურძენი	კახეთი - 75,5%
ციტრუსი	აჭარა - 66,2%
სუბტროპიკული ხილი	სამეგრელო-ზემო სვანეთი - 36,8%

⁵³ დალაგებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მრავალწლიანი კულტურების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

ცხრილში 2.3.11 ნაჩვენებია საბოლოო შედეგები დალაგებული ხვედრითი წილების გათვალისწინებით, კერძოდ, საქართველოს რომელ რეგიონში იწარმოებოდა ყველაზე მეტი ესა თუ ის მრავალწლიანი კულტურა 2020 წელს. შედეგებიდან გამომდინარე, ჩანს, რომ მრავალწლიანი ნარგავების მხრივ წამყვანი პოზიციები უკავია ორ რეგიონს, უპირველესად შიდა ქართლს და შემდგომ სამეგრელო-ზემო სვანეთს. სწორედ, შიდა ქართლში იწარმოება დიდწილად ვაშლი, ქლიავი, ჭანჭური, ლღნოშო და ბალი, ალუბალი. ხოლო სამეგრელო-ზემო სვანეთში იწარმოება ძირითადად თხილი, სუბტროპიკული ხილი (ხურმა, კარალიოკი, ლეღვი, ფეიხოა, კივი, ბროწეული, მუშმალა და თუთა). კახეთი გამოირჩევა, რა თქმა უნდა, ყურძნისა და ატმის, ვაშლატამის წარმოებით. აღსანიშნავია, რომ მრავალწლიანი ნარგავებით დაკავებული მიწის ფართობის დაახლოებით 62% მოდის ხეხილის ბაღებზე, ხოლო 30% - ვენახებზე.

განვიხილოთ მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება.

ცხრილი 2.3.12 მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება 2019 და 2020 წელს (ათასი ტონა)⁵⁴

	2019	2020	2020/2019 წელთან შედარება
ხორცი, სულ	69,5	69,4	-0,14%
რძე (მლნ. ლიტრი)	561,8	569,0	1,28%
კვერცხი (მლნ. ცალი)	661,2	674,5	2,01%
მატყლი	1,8	1,9	5,56%
თაფლი	2,5	2,4	-4,00%

ცხრილიდან 2.3.12 ჩანს, რომ 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით ყველაზე მეტად გაზრდილია მატყლის წარმოება- 5,56%-ით, რიგით მეორე ადგილი კი კვერცხს უკავია 2,01%-ით. საყურადღებოა, რომ წინა წელთან შედარებით შემცირებულია ხორცის წარმოება. ამდენად, საინტერესოა განვიხილოთ ხორცის წარმოება ჩაშლილად, რათა დავადგინოთ წარმოების შემცირების მიზეზები.

⁵⁴ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

ცხრილი 2.3.13 ცალკეული სახეობის ხორცის წილი ხორცის მთლიან წარმოებაში (%)⁵⁵

	2019	2020
მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცი	31,8%	29,0%
ღორის ხორცი	26,3%	28,5%
ცხვრისა და თხის ხორცი	8,5%	7,1%
ფრინველის ხორცი	32,8%	34,9%
სხვა ხორცი	0,6%	0,6%

ცხრილიდან 2.3.13 ჩანს, რომ ხორცის მთლიან წარმოებაში 2020 წელს პირველ ადგილს იკავებს ფრინველის ხორცი, მეორე ადგილს - მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცი, ხოლო მესამე ადგილს - ღორის ხორცი. წინა წელთან შედარებით შემცირებულია მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცის წილი მთლიან წარმოებაში, ასევე, შემცირებულია ცხვრისა და თხის ხორცის წილი. სამაგიეროდ, გაზრდილია ღორის და ფრინველის ხორცის წილი. ამასთან, 2020 წელს რძის წარმოებაში ძირითადი დატვირთვა მოდის ფურისა და ფურკამეჩის რძეზე - 98,2%-ით.

ზემოთ აღნიშნულის გარდა, ჩვენ შევისწავლეთ მეცხოველეობის პროდუქტის წარმოების ზრდის ტემპები და საშუალო აბსოლუტური მატება. შედეგები მოცემულია ცხრილში 2.3.14.

ცხრილი 2.3.14 მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოების საშუალოწლიური ზრდის ტემპი და საშუალო აბსოლუტური მატება⁵⁶

	საშუალოწლიური ზრდის ტემპი	საშუალო აბსოლუტური მატება
მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცი	0,97	-0,92
ღორის ხორცი	0,97	-0,81
ცხვრისა და თხის ხორცი	0,97	-0,19
ფრინველის ხორცი	1,06	0,93

⁵⁵ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

⁵⁶ გათვლილია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

სხვა ხორცი	1,00	0,00
რძე (მლნ ლიტრი)	1,00	-2,65
კვერცხი (მლნ ცალი)	1,07	30,38
მატყლი	1,00	-0,01
თაფლი	1,03	0,06

ცხრილიდან 2.3.14 ჩანს, რომ საშუალოწლიური ზრდის ყველაზე მაღალი ტემპი აქვს 1) კვერცხს, 2) ფრინველის ხორცს, 3) თაფლს. ყველაზე მაღალი საშუალო აბსოლუტური მატებაც ზემოთ ჩამოთვლილ პროდუქტებზე მოდის. მოცემული მსჯელობიდან ყველაზე პერსპექტიულად გვევლინება სწორად ეს სამეული. სხვა შემთხვევებში გვაქვს 1-ზე დაბალი ზრდის ტემპი და უარყოფითი საშუალო აბსოლუტური მატება.

რეგიონების მიხედვით მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება წარმოდგენილია ცხრილში 2.3.15.

ცხრილი 2.3.15 მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება რეგიონების მიხედვით, დალაგებული ყველაზე მაღალი წარმოების მოცულობის მიხედვით (%)⁵⁷

მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცი	იმერეთი - 31,3
ღორის ხორცი	იმერეთი - 22,7
ცხვრისა და თხის ხორცი	კახეთი - 51
ფრინველის ხორცი	ქვემო ქართლი - 59,9
რძე (მლნ. ლიტრი)	ქვემო ქართლი - 21,4
კვერცხი (მლნ. ცალი)	ქვემო ქართლი - 42,5
მატყლი	კახეთი - 57,9
თაფლი	იმერეთი - 33,3

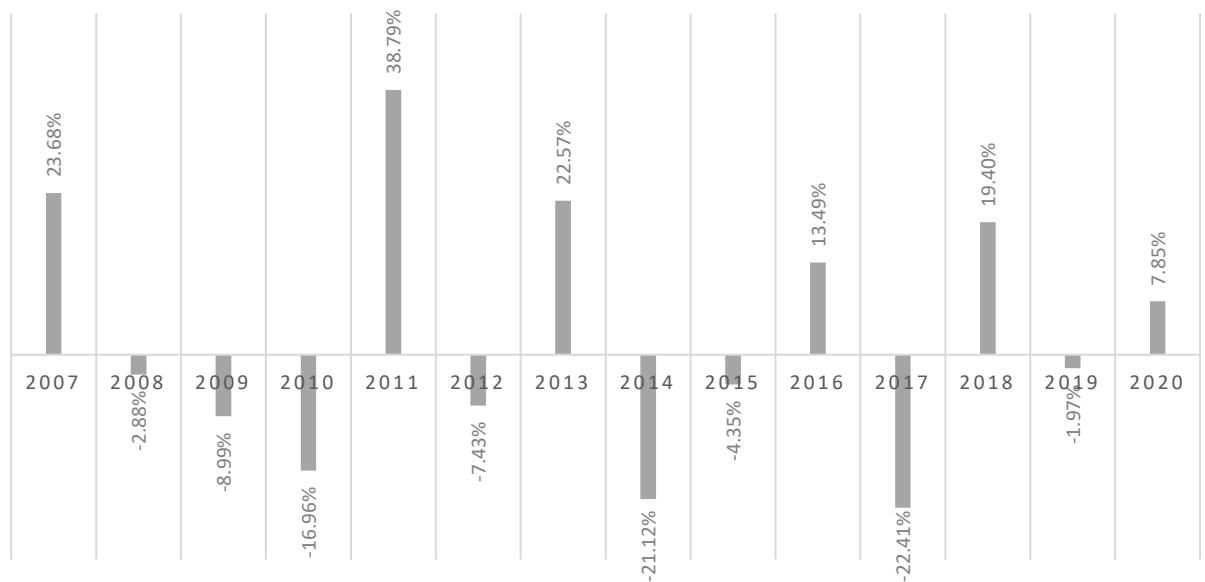
ცხრილში 2.3.15. ნაჩვენებია, საქართველოს რომელ რეგიონში იწარმოებოდა ყველაზე მეტი მეცხოველეობის ესა თუ ის პროდუქტი 2020 წელს, დალაგებული ხვედრითი წილების გათვალისწინებით. მონაცემებიდან ჩანს, რომ მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოების მხრივ გამოირჩევა ძირითადად ორი რეგიონი, ქვემო ქართლი და იმერეთი. სწორედ, ქვემო ქართლში იწარმოება დიდწილად ფრინველის

⁵⁷ დალაგებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>

ხორცი, კვერცხი და რძე. ხოლო იმერეთში იწარმოება ძირითადად თაფლი, მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვისა და ღორის ხორცი.

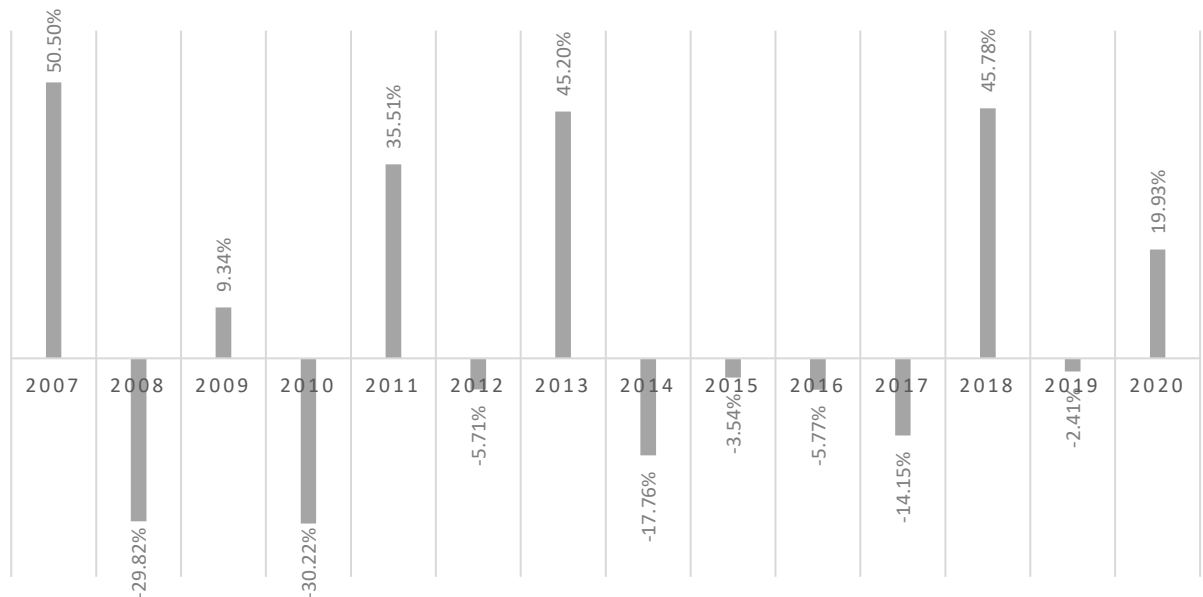
საბოლოოდ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 2020 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით, ერთწლიანი კულტურების წარმოებაში მოწინავე პოზიციები უკავია სიმინდს, კარტოფილსა და ბოსტნეულს. ხოლო მრავალწლიანი კულტურების წარმოების შემთხვევაში ლიდერობს ვაშლი, ყურძენი და ატამი.

კონკურენტუნარიანობის შეფასების შემდეგ მნიშვნელოვანია სწორად შევაფასოთ წარმოების პერსპექტივები და შესაძლებლობები, რამდენად შესაძლებელია ვუპასუხოთ ბაზარზე არსებულ მოთხოვნას. სანამ ვისაუბრებთ უშუალოდ ცალკეული აგროსასურსათო პროდუქტის წარმოების პერსპექტივებზე, მანამდე მიზანშეწონილად მიგვაჩნია დავიწყოთ აღნიშნული საკითხის შესახებ არსებული ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემების მიმოხილვა. კერძოდ, თავდაპირველად საერთო ჭრილში განვიხილოთ ერთწლიანი და მრავალწლიანი კულტურების წარმოების განვითარების ტენდენციები. შესაბამისი მაჩვენებლები წარმოდგენილია და დამუშავებულია ავტორის მიერ ოფიციალური სტატისტიკურ მონაცემებზე დაყრდნობით შედგენილ ქვემოთ მოცემულ დიაგრამებზე (იხ. დიაგრამები 2.3.1 და 2.3.2).



დიაგრამა 2.3.1 ერთწლიანი კულტურების წარმოების მატების ტემპი (%)⁵⁸

⁵⁸ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით



დიაგრამა 2.3.2 მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მატების ტემპი (%)⁵⁹

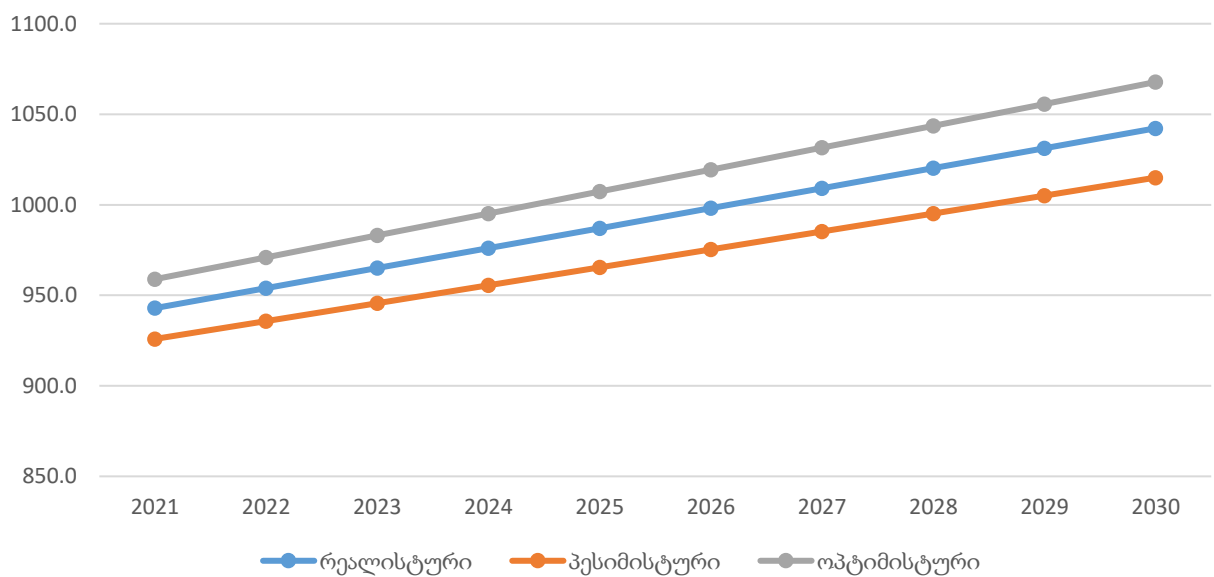
დიაგრამებიდან ჩანს, რომ ერთწლიანი და მრავალწლიანი კულტურების წარმოების დინამიკა წლიდან წლამდე ცვალებადია და დადებით მატების ტემპს ხშირად ცვლის უარყოფითი კლების ტემპი. მაგალითად, დიაგრამიდან 2.3.1 ირკვევა, რომ ერთწლიანი კულტურების წარმოებაში ყველაზე მაღალი მატების ტემპი დაფიქსირდა 2011 წელს (38,8%), ხოლო ყველაზე დაბალი - 2017 წელს (-22,4%). 2020 წელს, მიუხედავად პანდემიისა, ერთწლიანი კულტურების წარმოების ტემპი დადებითია და შეადგინა 7,85%. მსგავსი სიტუაციაა მრავალწლიანი კულტურების შემთხვევაშიც. დიაგრამიდან 2.3.2 ჩანს, რომ 2020 წელს, წინა წელთან შედარებით მატების ტემპი არის დადებითი, რომელმაც თითქმის 20%-ს მიაღწია. ყველაზე მაღალი დადებითი მატების ტემპი დაფიქსირებულია 2007 წელს (50,5%), ხოლო ყველაზე მაღალი უარყოფითი მატების ტემპი 2010 წელს (30,22%).

ახლა კი საინტერესოა შევაფასოთ წარმოების პერსპექტივები 2030 წლამდე. ამ მიზნით ავტორის მიერ შემუშავებულია სამი სავარაუდო სცენარი: პესიმისტური, რეალისტური და ოპტიმისტური. მონაცემები დამუშავებულია შემდეგი პროგრამული უზრუნველყოფით: MS Excel. ავტორის მიერ 2006-2020 დროითი მწკრივის ანალიზის საფუძველზე შეირჩა შესაბამისი კოეფიციენტები სცენარებისთვის. კერძოდ, რეალისტური სცენარისთვის აღებულია თხუთმეტწლიანი დროითი მწკრივის (2006-

⁵⁹ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით

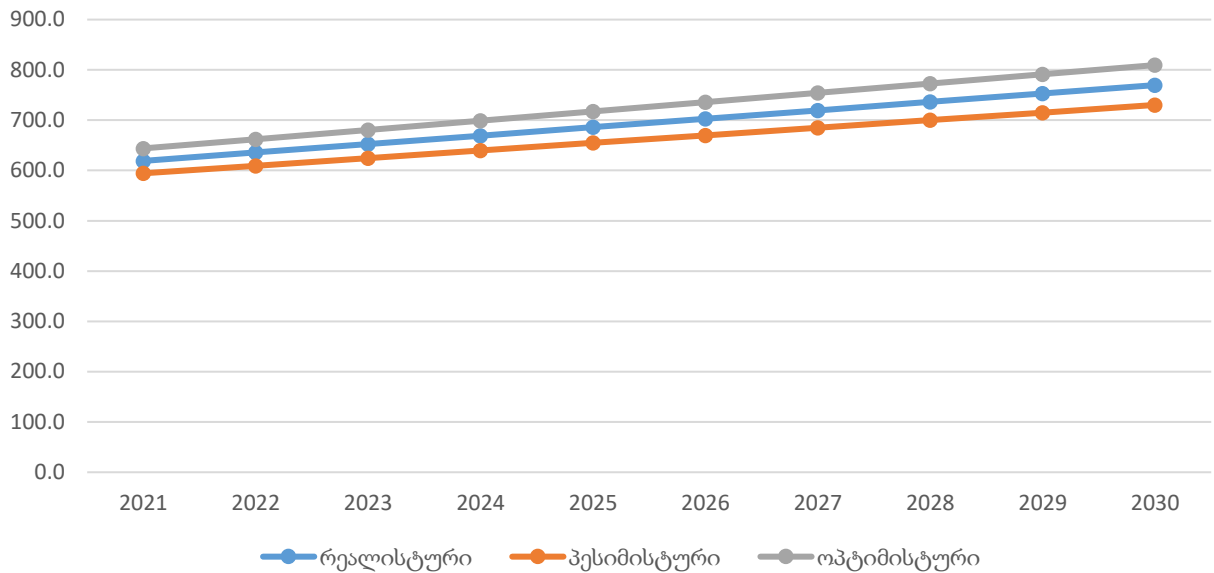
2020) ანალიზის შედეგად დადგენილი საშუალო ზრდის ტემპი. ოპტიმისტური სცენარისთვის საშუალო ზრდის ტემპი, გაზრდილია 10%-ით და პესიმისტური სცენარისთვის საშუალო ზრდის ტემპი, შემცირებულია 10%-ით. წარმოების პარამეტრების პროგნოზირება მოხდა მარტივი წრფივი რეგრესიის მეთოდის გამოყენებით.

ქვემოთ მოცემულ გრაფიკზე ასახულია სამივე, ზემოთ აღნიშნული სცენარის ფარგლებში განხორციელებული პროგნოზების შედეგები 2030 წლამდე პერიოდისთვის (იხ. დიაგრამები 2.3.3 და 2.3.4) შემდეგი მიმართულებებით: 1. ერთწლიანი კულტურების წარმოება; 2. მრავალწლიანი კულტურების წარმოება.



დიაგრამა 2.3.3 ერთწლიანი კულტურების წარმოების პროგნოზირება სცენარების მიხედვით⁶⁰

⁶⁰ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით



დიაგრამა 2.3.4 მრავალწლიანი კულტურების წარმოების პროგნოზირება სცენარების მიხედვით⁶¹

ზემოთ წარმოდგენილი დიაგრამები 2.3.3 და 2.3.4 გვიჩვენებს, რომ 2030 წლისთვის როგორც რეალისტური, ისე ოპტიმისტური და პესიმისტური სცენარები, ზრდადი ტენდენციით ხასიათდება. განვიხილოთ თითოეული სცენარი დაწვრილებით:

- რეალისტური სცენარის თანახმად, სხვა თანაბარ პირობებში, ერთწლიანი კულტურების წარმოების მოცულობა 2023 წლისთვის გაიზრდება 4%-ით, 2025 წლისთვის 6%-ით, 2027 წლისთვის 8%-ით, ხოლო 2030 წლისთვის 12%-ით. მრავალწლიანი კულტურების წარმოების შემთხვევაში გვაქვს უფრო მაღალი ზრდის მაჩვენებლები, კერძოდ, მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მოცულობა 2023 წლისთვის გაიზრდება 8%-ით, 2025 წლისთვის 14%-ით, 2027 წლისთვის 19%-ით, ხოლო 2030 წლისთვის 28%-ით.
- ოპტიმისტური სცენარის თანახმად, სხვა თანაბარ პირობებში, ერთწლიანი კულტურების წარმოების მოცულობა 2023 წლისთვის გაიზრდება 5%-ით, 2025 წლისთვის 8%-ით, 2027 წლისთვის 11%-ით, ხოლო 2030 წლისთვის 15%-ით. მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მოცულობა 2023

⁶¹ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით

წლისთვის გაიზრდება 13%-ით, 2025 წლისთვის 19%-ით, 2027 წლისთვის 25%-ით, ხოლო 2030 წლისთვის 34%-ით.

- პესიმისტური სცენარის თანახმად, სხვა თანაბარ პირობებში, ერთწლიანი კულტურების წარმოების მოცულობა 2023 წლისთვის გაიზრდება 1%-ით, 2025 წლისთვის 4%-ით, 2027 წლისთვის 6%-ით, ხოლო 2030 წლისთვის 9%-ით. მრავალწლიანი კულტურების წარმოების მოცულობა 2023 წლისთვის გაიზრდება 4%-ით, 2025 წლისთვის -9%-ით, 2027 წლისთვის 14%-ით, ხოლო 2030 წლისთვის 21%-ით.

რაც შეეხება ცალკეული აგროსასურსათო პროდუქტის წარმოების მოცულობის პროგნოზირებას, გამოვიყენეთ ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელი.

ცხრილში 2.3.16 მოცემულია 2020 წელს ყველაზე ექსპორტირებადი პროდუქტების ჩაშლილი ჯგუფების წარმოების მოცულობები 2006-2020 წლების პერიოდში.

ცხრილი 2.3.16 ადგილობრივი წარმოება წლებისა და აგროსასურსათო პროდუქტების მიხედვით (ათასი ტონა)⁶²

	თხილი გადამუშავებული	არაყი და ლიქიორ- არყის ნაწარმი	ბრენდი (კონიაკი)	ცერიალა ღვინო (შამპანური)	ყურძნის ღვინო და ღვინომასალა	ლუდი	მინერალური წყლები	უალკოჰოლო სასმელები	მტკნარი წყლის ჩამოსხმა	ყურძენი	კარტოფილი	კვერცხი
2006	6.754	776.5	151.6	...	2117.8	7337.4	7823.7	16437.4	1342.5	162	169	249
2007	6.653	667.6	86.7	162.2	1437.9	7086.9	9356.4	18277.4	1434.7	227	229	438
2008	4.815	826.4	151.1	159.5	1669.8	6246.1	11317.5	14623.7	2145.5	176	193	438
2009	6.632	613.3	123.5	121.8	1399.8	6853.6	10458.5	12474.1	1629.1	150	217	431
2010	9.817	564.2	99.9	114.2	2475.6	8279	14286.3	15405.2	2299.8	121	229	445
2011	19.832	664.1	225.9	138.8	2904.7	7873.9	15499.1	13742.6	2972.3	160	274	483
2012	15.633	666.5	338.4	123.7	4499.1	9903.4	18029.1	19196.8	3768.1	144	252	474
2013	28.949	414.9	228.7	164.5	6551.5	10090.0	21208.4	18955.1	5018.2	223	297	495
2014	18.935	402.0	286.1	180.7	10869.2	9965.5	24483.5	22269.8	6729.3	165	215	552
2015	21.363	229.5	322.7	127.7	7553.8	8605.8	20301.1	21872.0	7565.6	215	187	602
2016	34.202	104.3	361.7	159.9	9000.5	10237.8	19911.0	20514.8	9146.4	159	249	590
2017	22.432	160.2	912.4	353.1	8701.8	8849.5	23654.4	22836.8	11592.5	181	180	600
2018	14.725	189.9	1253.2	216.9	11396.9	8879.5	26205.5	26956.4	12724.1	260	238	635
2019	14.727	187.9	1240.8	378.1	14039.3	10239.9	32010.4	28497.1	13970.1	294	195	661
2020	23.305	196.9	1378.9	420.8	9401.0	10807.1	29002.2	29893.58	12102	317	209	675

მოცემული აგროსასურსათო პროდუქტების ადგილობრივი წარმოების მონაცემებით გაკეთდა პროგნოზი 2021-2023 წლებისთვის ძირითადად ARMA ტიპის

⁶² დალაგებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

მოდელის საფუძველზე. თითოეული პროდუქტისთვის შესაბამისი კრიტერიუმით შეირჩა საუკეთესო მოდელი ARMA მოდელების ოჯახიდან. ყურადსაღებია, რომ ARMA მოდელის აგება შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა საკვლევი ერთგანზომილებიანი დროითი მწკრივი სტაციონალურია (ტალიკაძე 2018ბ).

დაკვირვებადი მონაცემების მნიშვნელობის საფუძველზე დროითი მწკრივის მკაცრი სტაციონალურობის შემოწმება რთულია, ამიტომ პრაქტიკაში იყენებენ სუსტად სტაციონალური მწკრივის განმარტებას. მწკრივს ეწოდება სუსტად სტაციონალური თუ Y_t დროით მწკრივს გააჩნია (ტალიკაძე 2018ბ):

1. მუდმივი და სასრული საშუალო;
2. მუდმივი და სასრული დისპერსია;
3. მუდმივი ავტოკოვარიაციული სტრუქტურა.

მწკრივის მკაცრი და სუსტი სტაციონალურობის განმარტება ერთმანეთს არ ემთხვევა. თუ მწკრივი მკაცრად სტაციონალურია, სავალდებულო არაა, ის იყოს სუსტად სტაციონალური, და პირიქით სუსტად სტაციონალური მწკრივი შეიძლება არ იყოს მკაცრად სტაციონალური (ტალიკაძე 2018ბ).

პრაქტიკაში სტაციონარულობის შემოწმებისას რამდენიმე მიდგომა გამოიყენება. ყველაზე ხშირად შემოწმებისთვის გამოიყენება დიკი-ფულერის ტესტი: მარტივ შემთხვევაში, როცა საქმე $AR(1)$ პროცესთან გვაქვს ტესტის განტოლება შემდეგი სახისაა:

$$y_t = \theta y_{t-1} + \varepsilon_t.$$

ვაცალიბებთ შემდეგ ჰიპოთეზებს: $H_0 : \theta = 1$ (არსებობს ერთეულოვანი ფესვი და მწკრივი სხვაობით-სტაციონალური ტიპისაა); $H_1 : \theta < 1$ (არ არსებობს ერთეულოვანი ფესვი და მწკრივი ტრენდ-სტაციონალური ტიპისაა) (ტალიკაძე 2018ბ).

თუ დავადგინეთ, რომ მწკრივი სტაციონარულია, მაშინ, ზოგად შემთხვევაში, მწკრივის დასახასიათებლად შეიძლება გამოვიყენოთ $ARMA(p, q)$ მოდელი (ავტორეგრესიული მცურავი საშუალოს მოდელი), რომლის კერძო შემთხვევებია $AR(p)$ - ავტორეგრესიული მოდელი და $MA(q)$ - მცურავი საშუალოს მოდელი. წინააღმდეგ შემთხვევაში, თუ მწკრივი ერთეულოვან ფესვს შეიცავს, ანუ არასტაციონარულია, მაშინ მის დასახასიათებლად უნდა განვიხილოთ $ARIMA(p, 1, q)$

მოდელი, სადაც I წარმოგვიდგება, როგორც ინტეგრირების მაჩვენებელი (ტალიკაძე 2018ბ).

დროითი მწკრივის მოდელის აგების მთავარი მიზანი ეკონომიკურ ცვლადთა მომავალი ტრაექტორიის პროგნოზირებაა. აღსანიშნავია, რომ ARMA მოდელი ამას საკმარისად წარმატებით ასრულებს და ხშირად უკეთესია, ვიდრე უფრო რთული სტრუქტურის მოდელი მოკლევადიანი პროგნოზირებისთვის (ტალიკაძე 2018ბ).

საპროგნოზო მოდელით მოსწორებული ცვლადების მნიშვნელობები მომავალი სამწლიანი პერიოდისთვის იხილეთ ცხრილში 2.3.17.

ცხრილი 2.3.17 პროგნოზირება ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელით, (ათასი ტონა)⁶³

წელი	თბილი გადამამუშავებელი	არაყო და ლიქიორ-არყის ნაწარმი	ბრენდი (კონიაკი)	ცქრიალა ღვინო (შამხანური)	ყურმნის ღვინო და ღვინო მასალა	ლუდი	მინერალური წყლები	უალკოჰოლო სასმელები	მტკნარი წყლის ჩამოსხმა	კვერცხი	კარტოფილი	ყურძენი
2021	21,7	189,8	1472,2	455,5	13340,7	10514,7	31515,9	27863,0	10916,6	659,7	141,461	324,0
2022	20,9	195,3		490,3	14253,8	10314,2	33017,9	25988,1	10164,5			317,8
2023	20,5	191,0		525,1	15166,9	10177,6	34519,9		9687,3			323,4

ცხრილში 2.3.17 წარმოდგენილია წარმოების დონის პროგნოზი ერთი ან სამი პერიოდით წინ. როგორც ვხედავთ, წარმოება ერთმნიშვნელოვნად იზრდება შემდეგ პროდუქტებზე: ცქრიალა ღვინო, ყურმნის ღვინო, მინერალური წყლები. ხოლო დანარჩენ პროდუქტზე პროგნოზის გაკეთება რთულდება. სავარაუდოდ, აღნიშნული გამოწვეულია იმით, რომ ადგილობრივი წარმოების მოცულობაზე, მიმდინარე და წინა წლების წარმოების მოცულობაზე მეტად სხვა შემთხვევითი ფაქტორები ახდენენ გავლენას (მაგალითად, გვალვა, წყალდიდობა, სეტყვა, გარემოს დაბინძურება, მიგრაცია, ცოდნის გადინება, მოძველებული ტექნიკური აღჭურვილობა).

⁶³ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ

ზოგადად, ეს მოდელები გვიჩვენებს, რომ მიმდინარე წლის წარმოების მოცულობა დამოკიდებულია გასული წლის წარმოების დონეზე და შემთხვევითი მოვლენების წრფივ კომბინაციაზე. დამოკიდებულების საზომს წარმოადგენს კოეფიციენტები. ზოგადად მოდელს აქვს შემდეგი სახე: $\Delta X_t = X_t - X_{t-1}$ (ტალიკაძე 2018ბ). ხოლო თითოეული აგროსასურსათო პროდუქტის შემთხვევაში არის:

თხილი გადამუშავებული

$$D(\text{NUTS_PROCESSED}) = 0 + [\text{AR}(1)=0.477684292146, \text{MA}(1)=-0.923740076134$$

$$\Delta nuts_t = 0.48 * \Delta nuts_{t-1} + \varepsilon_t - 0.92\varepsilon_{t-1}$$

$$\text{(prob)} \quad (0,0191) \quad (0,000)$$

არაყი და ლიქიორ-არყის ნაწარმი

$$D(\text{VODKA_AND_LIQUEUR_VODKA_})=0+[\text{AR}(1)=0.781445728988, \text{MA}(1)=0.999290193412$$

$$\Delta vodka_t = 0.78\Delta vodka_{t-1} + \varepsilon_t + 0.99 * \varepsilon_{t-1}$$

$$\text{(prob)} \quad (0,00) \quad (0,01)$$

ბრენდი (კონიაკი)

$$D(\text{BRANDY_COGNAC_}) = 0 + [\text{MA}(1)=0.936829166314$$

$$\Delta brandy_t = \varepsilon_t + 0.94 \varepsilon_{t-1}$$

$$\text{(prob)} \quad (0.00)$$

ცქრიალა ღვინო (შამპანური)

$$D(\text{SPARKLING_WINE_CHAMPAGN}) = 34.7585286779 + [\text{MA}(1)=-0.940917248696, \text{MA}(2)=0.999962563244$$

$$\text{CHAMPAGN}_t = 34,7 + \varepsilon_t - 0.94 * \varepsilon_{t-1} + 0.99 * \varepsilon_{t-2}$$

$$\text{(prob)} \quad (0,03) \quad (0,00) \quad (0,00)$$

ყურძნის ღვინო და ღვინომასალა

$$D(\text{GRAPE_WINE_AND_WINE_MATE}) = 913.111395552 + [\text{MA}(1)=-0.90648957363$$

$$\Delta \text{GRAPE_WINE}_t = 913.1 + \varepsilon_t - 0.9 * \varepsilon_{t-1}$$

$$\text{(prob)} \quad (0,00) \quad (0,00)$$

ლუდი

$$D(\text{BEER}) = 0 + [\text{AR}(1)=0.68441477226, \text{MA}(1)=-0.9311909266$$

$$\Delta \text{BEER}_t = 0,68\Delta \text{BEER}_{t-1} + \varepsilon_t - 0.93 \varepsilon_{t-1}$$

(prob) (0,01) (0,00)

მინერალური წყლები

$$D(\text{MINERAL_WATERS}) = 1502.01664249 + [\text{MA}(1)=-2.68043160273]$$

$$\Delta \text{MINERAL_WATERS}_t = 1502 + \varepsilon_t - 2.68 \varepsilon_{t-1}$$

(prob) (0.00) (0.00)

უალკოჰოლო სასმელები

$$D(\text{NONALCOHOLIC_DRINKS}) = 0 + [\text{MA}(1)=0.218467135919, \text{MA}(2)=-0.920637119375]$$

$$\Delta \text{NONALCOHOLIC_DRINKS}_t = \varepsilon_t + 0.21\varepsilon_{t-1} + 0.92\varepsilon_{t-2}$$

(prob) (0.00) (0.00)

მტკნარი წყლის ჩამოსხმა

$$D(\text{FRESHWATER_BOTTLING}) = 0 + [\text{AR}(1)=0.634517383599]$$

$$\Delta \text{FRESHWATER_BOTTLING}_t = 0.63 * \Delta \text{FRESHWATER_BOTTLING}_{t-1} + \varepsilon_t$$

(prob) (0.03)

კვერცხი

$$D(\text{EGGS}) = 0 + [\text{MA}(1)=0.975831530782]$$

$$\Delta \text{EGGS}_t = \varepsilon_t + 0.97\varepsilon_{t-1}$$

(prob) (0.00)

ყურბენი

$$D(\text{GRAPES}) = 0 + [\text{AR}(1)=-0.885621565346, \text{MA}(1)=0.92184430523]$$

$$\Delta \text{GRAPES}_t = -0.88 * \Delta \text{GRAPES}_{t-1} + \varepsilon_t + 0.92\varepsilon_{t-1}$$

(prob) (0.00) (0.00)

კარტოფილი

$$\text{POTATOES} = 0 + [\text{MA}(1)=0.911201216208]$$

$$\text{POTATOES}_t = \varepsilon_t + 0.91\varepsilon_{t-1}$$

(prob) (0.00)

თუ ჩვენ ამ საპროგნოზო მაჩვენებლებს გადავამრავლებთ შესაბამისი პროდუქტების ჯგუფის საშუალო ექსპორტის მაჩვენებელზე, მაშინ მივიღებთ, დაახლოებით რა მოცულობის ადგილობრივი წარმოების პროდუქტი გავა მომავალში ექსპორტზე. სხვა სიტყვებით, მივიღებთ ექსპორტზე გასატანი ადგილობრივი წარმოების პროდუქტის რაოდენობას (იხ. ცხრილი 2.3.18).

ცხრილი 2.3.18 ექსპორტზე გასატანი საპროგნოზო ადგილობრივი წარმოების პროდუქტის მოცულობა (ათასი ტონა)⁶⁴

	არაყი და ლიქიორ-არყის ნაწარმი	ცქრიალა ღვინო (შამპანური)	ყურძნის ღვინო და ღვინო მასალა	მინერალური წყლები
2021	15 943	48 739	1 427 455	2 395 208
2022	16 405	52 462	1 525 157	2 509 360
2023	16 044	56 186	1 622 858	2 623 512

ცხრილში 2.3.18 ანალიზი გაკეთებულია იმ პროდუქტებისთვის, რომელთაც აქვთ განვითარების ზრდადი ტენდენცია და მაღალი კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებელი (იხ. ქვეთავი 3.1). გამომდინარე აქედან, ყველაზე მაღალი მოლოდინია მინერალური წყლების ექსპორტიდან და შემდეგ ღვინისგან. ბოლო ადგილს კი არაყი და ლიქიორ-არყის ნაწარმი იკავებს. არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ პროდუქტების ექსპორტირებისას ამ ფაქტორებს ემატება პროდუქტთა თვითუზრუნველყოფის მაჩვენებლები, საერთაშორისო ბაზარზე არსებული მოთხოვნილებები და სტანდარტები, ტრანსპორტირების დანახარჯები და ა.შ. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია ამ ფაქტორების გათვალისწინება ექსპორტის დაგეგმვისას.

⁶⁴ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ

თავი 3. პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი ფაქტორებისა და კონკურენტუნარიანობის შეფასება

3.1 ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონის ინდექსური შეფასება

საკვლევ თემაზე არსებული ლიტერატურის მიმოხილვამ ცხადყო, რომ მნიშვნელოვანია, სწორად შეირჩეს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მახასიათებლები. ასევე, აუცილებელია სწორად შეფასდეს საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა ევროკავშირის ბაზარზე. საქართველოს სოფლის მეურნეობის სექტორს აქვს პოტენციალი, აწარმოოს და მიაწოდოს ბაზარს კონკურენტუნარიანი აგროსასურსათო პროდუქტები (Kharaiashvili, Gechbaia and etc 2021). ამდენად, საკვლევია აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევა მოხდა, ერთი მხრივ, იმის გათვალისწინებით, თუ რომელი პროდუქტების ექსპორტირება ხდება მიმდინარე ეტაპზე, ხოლო მეორე მხრივ, რომელი აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტირებაა შესაძლებელი (ვრცლად იხ. ქვეთავი 1.3).

თავდაპირველად, ზოგად ჭრილში გავანალიზოთ საქართველოს სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსი. გაანგარიშებები ჩატარებულია ავტორის მიერ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ოფიციალურ მონაცემებზე დაყრდნობით. ნორმალიზაციის ინდექსი გაანგარიშდა შემდეგი ფორმულით:

$$N=(X-M)/(X+M), \text{ სადაც}$$

X არის მთლიანი ექსპორტი; M - მთლიანი იმპორტი.

ცხრილი 3.1.1 საქართველოს სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსი 2006-2020 წლები⁶⁵

	$N=(X-M)/X+M$
2006	-0.59
2007	-0.62
2008	-0.62
2009	-0.60
2010	-0.51
2011	-0.53
2012	-0.54
2013	-0.47
2014	-0.50
2015	-0.54
2016	-0.55
2017	-0.49
2018	-0.47
2019	-0.43
2020	-0.41

ცხრილიდან 3.1.1 ჩანს, რომ მოცემული ინდექსი იცვლება -1-დან 0-მდე, რაც ნიშნავს მაღალ იმპორტულ მაჩვენებელს საქართველოსთვის. თუ ზოგადად ინდექსი გვიჩვენებს შესაბამის პარტნიორთან საგარეო ვაჭრობის მდგომარეობას, ამ შემთხვევაში მიზანშეწონილია აღნიშნული ინდექსი ვიანგარიშით ცალკეული სავაჭრო პარტნიორის დონეზე და შემდეგ იგი შედარდეს ზოგად ინდექსს. თუ ინდექსი იცვლება 0-დან 1-მდე, მაშინ ექსპორტი ცალსახად აჭარბებს იმპორტს.

აღნიშნული ინდექსი თავდაპირველად გავიანგარიშეთ ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით, ხოლო შემდგომ უშუალოდ ევროკავშირის ქვეყნების დონეზე.

⁶⁵ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

ცხრილი 3.1.2 ნორმალიზაციის ინდექსები ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით⁶⁶

	ევროკავშირის ქვეყნები (EU)	დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის (დსთ) ქვეყნები (CIS)	შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის ქვეყნები (BSEC)	ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნები (OECD)
2006	-0,71	-0,56	-0,59	-0,63
2007	-0,70	-0,60	-0,61	-0,59
2008	-0,68	-0,57	-0,54	-0,60
2009	-0,70	-0,51	-0,53	-0,62
2010	-0,65	-0,40	-0,49	-0,55
2011	-0,66	-0,30	-0,50	-0,62
2012	-0,75	-0,25	-0,49	-0,67
2013	-0,58	-0,15	-0,39	-0,64
2014	-0,58	-0,18	-0,44	-0,64
2015	-0,53	-0,40	-0,53	-0,65
2016	-0,60	-0,46	-0,57	-0,67
2017	-0,54	-0,32	-0,45	-0,66
2018	-0,56	-0,23	-0,38	-0,67
2019	-0,49	-0,09	-0,28	-0,72
2020	-0,46	-0,23	-0,36	-0,66

ცხრილიდან 3.1.2 ჩანს, რომ ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით დათვლილი სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსის მიხედვით საქართველო საჭიროებს ყველა ზემოთ მოცემულ ქვეყნების ჯგუფთან საექსპორტო პოტენციალის ათვისებას. ეს საკითხი განსაკუთრებით მწვავეა ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნებისა და ევროკავშირის ქვეყნების შემთხვევაში. 2020 წელს მათი ნორმალიზაციის ინდექსი არის, შესაბამისად, -0,66 და -0,46. სხვა სიტყვებით, ამ ქვეყნების ჯგუფებისთვის იმპორტის მოცულობა ბევრად აღემატება ექსპორტს. ამასთან, 2020 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით ყველაზე დაბალი ნორმალიზაციის

⁶⁶ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

ინდექსი ე.ი. შედარებით უკეთესი სავაჭრო მდგომარეობა საქართველოს აქვს დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის ქვეყნების ჯგუფთან (-0,23).

გამომდინარე აქედან, შემდეგ ეტაპზე გავიანგარიშეთ უშუალოდ ევროკავშირის ცალკეული ქვეყნის დონეზე სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსები (იხ. ცხრილი 3.1.3).

ცხრილი 3.1.3 ნორმალიზაციის ინდექსები ევროკავშირის წევრი ქვეყნების მიხედვით⁶⁷

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ავსტრია	-0.91	-0.83	-0.92	-0.96	-0.96	-0.96	-0.98	-0.98	-0.87	-0.95	-0.98	-0.84	-0.87	-0.96	-0.95
ბელგია	-0.54	-0.44	-0.79	-0.49	-0.40	-0.21	-0.05	-0.01	-0.24	-0.61	-0.78	-0.61	-0.58	-0.78	-0.64
ბულგარეთი	-0.30	-0.51	-0.07	-0.30	-0.33	-0.46	-0.59	-0.13	-0.11	0.12	0.03	0.09	0.17	0.41	0.48
გერმანია	-0.80	-0.75	-0.88	-0.86	-0.81	-0.81	-0.87	-0.72	-0.74	-0.70	-0.67	-0.82	-0.80	-0.80	-0.74
დანია	-0.89	-0.89	-0.85	-0.89	-0.62	-0.66	-0.91	-0.80	-0.85	-0.93	-0.91	-0.84	-0.84	-0.93	-0.87
ესპანეთი	0.01	-0.23	-0.28	-0.21	-0.02	-0.55	-0.70	-0.14	-0.12	-0.37	-0.37	-0.26	-0.26	-0.40	-0.03
ესტონეთი	0.31	-0.46	-0.52	-0.22	-0.71	-0.30	-0.42	-0.51	-0.37	-0.36	-0.34	-0.04	0.07	-0.11	0.03
ირლანდია	-0.99	-0.87	-0.95	-0.92	-0.92	-0.96	-0.98	-0.94	-0.97	-0.78	-0.97	-0.96	-0.87	-0.80	-0.69
იტალია	-0.62	-0.78	-0.83	-0.69	-0.68	-0.42	-0.67	-0.46	-0.44	-0.45	-0.57	-0.52	-0.69	-0.70	-0.68
კვიპროსი	-0.56	-0.85	0.04	-0.82	-0.79	-0.71	-0.85	-0.68	-0.73	-0.76	-0.68	-0.69	-0.52	-0.45	-0.84
ლატვია	-0.27	-0.30	-0.34	-0.66	-0.40	-0.38	-0.59	-0.57	-0.43	-0.51	-0.63	-0.44	-0.55	-0.51	-0.44
ლიეტუვა (ლიტვა)	-0.52	-0.45	-0.49	-0.28	-0.40	-0.37	-0.46	-0.26	-0.17	-0.15	-0.24	-0.13	0.08	0.10	0.02
ლუქსემბურგი	-0.46	-1.00	-0.97	-0.95	-0.99	-0.99	-1.00	-0.99	-1.00	-1.00	-0.94	0.00	-0.99	-0.98	-0.88
მალტა	-0.99	-1.00	-1.00	-0.97	-0.94	-1.00	-1.00	-0.10	-0.93	-0.72	0.18	0.78	0.72	-0.66	-0.87
ნიდერლანდები	-0.84	-0.79	-0.83	-0.84	-0.71	-0.76	-0.85	-0.70	-0.65	-0.51	-0.71	-0.59	-0.64	-0.73	-0.73
პოლონეთი	-0.74	-0.81	-0.83	-0.80	-0.83	-0.75	-0.88	-0.85	-0.81	-0.52	-0.84	-0.74	-0.81	-0.72	-0.65
პორტუგალია	-0.50	-0.36	-0.96	-0.42	-0.27	-0.22	-0.17	-0.82	-0.91	-0.99	-0.82	-0.99	-1.00	-0.95	-0.96
რუმინეთი	-0.77	-0.85	-0.74	-0.81	-0.65	-0.81	-0.97	-0.97	-0.97	-0.77	-0.68	-0.43	-0.57	-0.09	-0.71
საბერძნეთი	-0.61	-0.77	-0.81	-0.67	-0.80	-0.82	-0.92	-0.60	-0.79	-0.74	-0.71	-0.92	-0.93	-0.89	-0.75
საფრანგეთი	-0.69	-0.79	-0.42	-0.83	-0.74	-0.55	-0.72	-0.66	-0.66	-0.70	-0.66	-0.66	-0.71	-0.70	-0.65
სლოვაკეთი	-0.55	-0.42	-0.81	-0.89	-0.70	-0.44	-0.64	-0.55	-0.32	-0.43	-0.32	-0.63	-0.55	-0.86	-0.82
სლოვენია	-0.99	-0.99	-1.00	-0.71	-0.84	-0.99	-1.00	-0.99	-0.95	-0.99	-0.99	-0.93	-0.76	-0.85	-0.72
უნგრეთი	-0.99	-1.00	-0.99	-0.98	-0.99	-0.88	-0.99	-0.98	-0.97	-0.97	-0.97	-0.96	-0.96	-0.95	-0.94
ფინეთი	-0.99	-0.69	-0.95	-0.93	-0.90	-0.83	-0.70	-0.78	-0.93	-0.95	-0.97	-0.97	-0.98	-0.98	-0.93
შვედეთი	-1.00	-0.99	-1.00	-0.98	-0.99	-0.95	-0.90	-0.99	-0.95	-0.99	-0.99	-0.96	-0.95	-0.93	-0.92
ჩეხეთი	-0.75	-0.79	-0.86	-0.73	-0.76	-0.81	-0.79	-0.68	-0.65	-0.62	-0.67	-0.79	-0.81	-0.79	-0.78
სოფრატია	-1.00	-1.00	-1.00	-0.94	-0.97	-0.99	-0.99	-0.99	-0.93	-0.96	0.26	-0.78	-0.99	-0.80	-0.93

ცხრილიდან 3.1.3 ჩანს, რომ 2020 წელს, ევროკავშირის ქვეყნებიდან საქართველოს მხოლოდ ბულგარეთთან აქვს ყველაზე ხელსაყრელი საგარეო სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსის მნიშვნელობა, შემდეგ მოდის ესტონეთი და ლიეტუვა. საქართველოს შედარებით არასახარბიელო მდგომარეობა აქვს ევროკავშირის შემდეგ

⁶⁷ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

ქვეყნებთან: პორტუგალია, ავსტრია, უნგრეთი, ფინეთი და შვედეთი. სწორად ამ ოთხ ქვეყანასთან საქართველოს მოუწევს ყველაზე მეტი ძალისხმევის გაღება სამომავლოდ მათთან ვაჭრობის შემთხვევაში. თუმცა, უფრო ზუსტი დასკვნების გამოსატანად და საექსპორტო პოტენციალის მქონე ქვეყნების გამოსავლენად ჩვენ დამატებით უნდა განვიხილოთ ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსიც.

განვიხილოთ ვაჭრობის ინტენსივობა საქართველოსა და ცალკეულ ქვეყანათა ჯგუფს შორის (იხ. ცხრილები 3.1.4-3.1.7).

ცხრილი 3.1.4 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და ევროკავშირის (EU) ქვეყნები (აშშ დოლარი) ⁶⁸

	X_{ij} = i ქვეყნის ექსპორტი j ქვეყანაში	X_i = i ქვეყნის მთლიანი ექსპორტი	M_{ij} = j ქვეყნის მთლიანი იმპორტი	M = მსოფლიო იმპორტი	I_{ij}
2006	157 901,95	935 139,00	4 098 361 473,00	12 268 193 543,00	0,51
2007	268 530,35	1 232 361,00	4 823 347 819,00	14 108 457 659,00	0,64
2008	335 153,84	1 497 485,00	5 470 245 626,00	16 352 373 006,00	0,67
2009	237 552,54	1 133 629,00	4 090 055 626,00	12 630 542 396,00	0,65
2010	309 189,51	1 677 299,00	4 627 452 024,00	15 338 445 302,00	0,61
2011	424 448,13	2 186 407,00	5 447 991 128,00	18 371 606 290,00	0,65
2012	352 950,40	2 376 634,00	5 057 093 156,00	18 522 078 580,00	0,54
2013	607 204,00	2 910 582,00	5 151 939 892,00	18 866 531 073,00	0,76
2014	624 201,42	2 861 043,00	5 239 124 702,00	18 926 026 108,00	0,79
2015	644 729,94	1 792 719,00	4 474 942 835,00	16 566 800 341,00	1,33
2016	565 674,95	1 818 888,00	4 486 903 419,00	16 068 777 562,00	1,11
2017	655 435,80	2 344 033,00	4 989 932 632,00	17 785 831 105,00	1,00
2018	729 224,32	2 538 234,00	5 604 164 172,00	19 662 461 602,00	1,01
2019	834 946,55	2 699 657,00	5 378 703 266,00	19 080 085 436,00	1,10
2020	716 520,47	2 554 547,00	4 999 024 165,00	17 551 465 827,00	0,98

⁶⁸ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

ცხრილიდან 3.1.4 ჩანს, რომ ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი ევროკავშირის ქვეყნებთან ძირითად შემთხვევებში არის 1-ზე ნაკლები ე.ი. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალი არ არის საკმარისად გამოყენებული, გამონაკლისია 2015-2019 წლების პერიოდი, როდესაც ინდექსმა 1-ს გადააჭარბა.

ცხრილი 3.1.5 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის (დსთ) ქვეყნები (CIS) (აშშ დოლარი) ⁶⁹

	Xij= i ქვეყნის ექსპორტი j ქვეყანაში	Xi= i ქვეყნის მთლიანი ექსპორტი	Mij= j ქვეყნის მთლიანი იმპორტი	M = მსოფლიო იმპორტი	Iij
2006	391 077,53	935 139,00	246 167 581,00	12 268 193 543,00	20,84
2007	461 895,52	1 232 361,00	344 413 621,00	14 108 457 659,00	15,35
2008	540 884,82	1 497 485,00	460 378 233,00	16 352 373 006,00	12,83
2009	416 162,34	1 133 629,00	298 918 179,00	12 630 542 396,00	15,51
2010	676 618,19	1 677 299,00	375 940 780,00	15 338 445 302,00	16,46
2011	1 052 101,34	2 186 407,00	509 485 217,00	18 371 606 290,00	17,35
2012	1 244 575,82	2 376 634,00	533 736 721,00	18 522 078 580,00	18,17
2013	1 621 095,69	2 910 582,00	527 390 126,00	18 866 531 073,00	19,92
2014	1 465 298,71	2 861 043,00	469 614 286,00	18 926 026 108,00	20,64
2015	840 854,12	1 792 719,00	312 847 975,00	16 566 800 341,00	24,84
2016	741 193,98	1 818 888,00	311 339 805,00	16 068 777 562,00	21,03
2017	1 194 184,21	2 344 033,00	388 933 368,00	17 785 831 105,00	23,30
2018	1 689 151,95	2 538 234,00	423 711 561,00	19 662 461 602,00	30,88
2019	2 043 208,67	2 699 657,00	447 426 802,00	19 080 085 436,00	32,27
2020	1 509 316,05	2 554 547,00	413 150 906,00	17 551 465 827,00	25,10

ცხრილიდან 3.1.5 ჩანს, რომ საქართველოსა და დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის (დსთ) ქვეყნებთან ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი 1-ს ბევრად აღემატება. გამომდინარე აქედან, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ როგორც სავაჭრო პარტნიორი, საქართველოსთვის ბევრად მნიშვნელოვანია დსთ-ს ქვეყანათა ჯგუფი,

⁶⁹ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

ვიდრე საქართველო მათთვის. აღნიშნულ საკითხზე მიუთითებენ ქართველი მეცნიერები ავთანდილ სილაგაძე და თამარ ათანელიშვილი 2020 წელს გამოქვეყნებულ ნაშრომში, რომელშიც აღნიშნულია, რომ მაღალია დსთ-ს წვერი ქვეყნების წვლილი საქართველოს საგარეო ვაჭრობაში. ამასთან, დსთ-ის ქვეყნებიდან რუსეთის წილი (კონტრიბუცია) ექსპორტსა და იმპორტში და საქართველოში განხორციელებულ ფულადი გზავნილებში საგრძნობლად მაღალია. მკვლევრები მიზანშეწონილად მიიჩნევენ, რომ დსთ-ს ქვეყნებზე დამოკიდებულება შემცირდეს წარმოების კონკურენტუნარიანობის გაზრდით, საგარეო ბაზრების დივერსიფიკაციის და ურთიერთობების გაღრმავებით ევროკავშირთან, აშშ-სთან და სხვ (Silagadze, Atanelishvili 2020).

ცხრილი 3.1.6 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის (BSEC) ქვეყნები (აშშ დოლარი) ⁷⁰

	Xij= i ქვეყნის ექსპორტი j ქვეყანაში	Xi= i ქვეყნის მთლიანი ექსპორტი	Mij= j ქვეყნის მთლიანი იმპორტი	M = მსოფლიო იმპორტი	Iij
2006	499 232,06	935 139,00	490 581 063,00	12 268 193 543,00	13,35
2007	634 403,10	1 232 361,00	646 918 425,00	14 108 457 659,00	11,23
2008	884 007,88	1 497 485,00	819 133 896,00	16 352 373 006,00	11,78
2009	697 234,15	1 133 629,00	543 946 474,00	12 630 542 396,00	14,28
2010	898 098,27	1 677 299,00	669 819 168,00	15 338 445 302,00	12,26
2011	1 182 843,53	2 186 407,00	856 454 513,00	18 371 606 290,00	11,60
2012	1 326 382,70	2 376 634,00	853 882 147,00	18 522 078 580,00	12,11
2013	1 778 144,40	2 910 582,00	875 636 643,00	18 866 531 073,00	13,16
2014	1 676 758,38	2 861 043,00	820 077 792,00	18 926 026 108,00	13,53
2015	1 089 179,48	1 792 719,00	614 038 871,00	16 566 800 341,00	16,39
2016	970 896,78	1 818 888,00	619 637 798,00	16 068 777 562,00	13,84
2017	1 499 166,40	2 344 033,00	737 653 447,00	17 785 831 105,00	15,42
2018	1 976 565,97	2 538 234,00	780 336 737,00	19 662 461 602,00	19,62
2019	2 383 049,17	2 699 657,00	775 748 407,00	19 080 085 436,00	21,71

⁷⁰ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

2020	1 828 592,66	2 554 547,00	746 302 521,00	17 551 465 827,00	16,83
------	--------------	--------------	----------------	-------------------	-------

ცხრილიდან 3.1.6 ცხრილის 3.1.5 მსგავსად ანალოგიური მდგომარეობა იკვეთება. საქართველოსა და შავი ზღვის ეკონომიკური თანამშრომლობის ორგანიზაციის ქვეყნებს შორის ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი ბევრად აღემატება 1-ს.

ცხრილი 3.1.7 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველო და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ქვეყნები (OECD) (აშშ დოლარი) ⁷¹

	X _{ij} = i ქვეყნის ექსპორტი j ქვეყანაში	X _i = i ქვეყნის მთლიანი ექსპორტი	M _{ij} = j ქვეყნის მთლიანი იმპორტი	M = მსოფლიო იმპორტი	I _{ij}
2006	388 179,89	935 139,00	8 612 497 568,00	12 268 193 543,00	0,59
2007	598 638,87	1 232 361,00	9 701 832 335,00	14 108 457 659,00	0,71
2008	749 559,16	1 497 485,00	10 886 981 534,00	16 352 373 006,00	0,75
2009	519 616,51	1 133 629,00	8 186 672 653,00	12 630 542 396,00	0,71
2010	742 692,02	1 677 299,00	9 673 444 907,00	15 338 445 302,00	0,70
2011	814 807,28	2 186 407,00	11 389 582 947,00	18 371 606 290,00	0,60
2012	796 116,40	2 376 634,00	11 198 555 538,00	18 522 078 580,00	0,55
2013	841 524,68	2 910 582,00	11 233 968 658,00	18 866 531 073,00	0,49
2014	943 526,14	2 861 043,00	11 378 308 557,00	18 926 026 108,00	0,55
2015	768 786,58	1 792 719,00	10 044 989 396,00	16 566 800 341,00	0,71
2016	743 085,04	1 818 888,00	9 886 811 513,00	16 068 777 562,00	0,66
2017	794 047,96	2 344 033,00	10 817 396 073,00	17 785 831 105,00	0,56
2018	922 946,21	2 538 234,00	11 871 270 408,00	19 662 461 602,00	0,60
2019	814 456,83	2 699 657,00	11 512 554 844,00	19 080 085 436,00	0,50
2020	825 354,44	2 554 547,00	10 674 968 609,00	17 551 465 827,00	0,53

ცხრილი 3.1.7 გვიჩვენებს საქართველოსა და ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნებს შორის არსებულ ვაჭრობის ინტენსივობის

⁷¹ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

მდგომარეობას. ინდექსი ნაკლებია 1-ზე ე.ი. ამ მიმართულებითაც არ არის გამოყენებული საექსპორტო პოტენციალი.

ახლა კი განვიხილოთ ევროკავშირის ცალკეული ქვეყნის მიხედვით ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი (იხ. ცხრილი 3.1.8).

ცხრილი 3.1.8 ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსი: საქართველოს და ევროკავშირის წევრი ქვეყნები ⁷²

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ავსტრია	0.18	0.36	0.19	0.09	0.06	0.07	0.03	0.02	0.19	0.15	0.05	0.26	0.34	0.07	0.06
ბელგია	0.41	0.49	0.17	0.43	0.51	0.61	1.08	0.89	0.61	0.40	0.18	0.33	0.37	0.22	0.31
ბულგარეთი	35.11	22.59	31.92	39.28	24.07	24.23	16.58	28.48	31.82	67.65	49.06	41.55	52.96	56.22	61.45
გერმანია	0.56	0.61	0.30	0.28	0.30	0.33	0.26	0.40	0.38	0.66	0.71	0.30	0.31	0.31	0.36
დანია	0.10	0.10	0.10	0.09	0.40	0.20	0.10	0.10	0.07	0.05	0.13	0.12	0.12	0.05	0.07
ესპანეთი	0.62	0.42	0.51	0.59	0.94	0.54	0.37	1.29	1.32	1.27	1.21	1.32	1.22	0.87	1.75
ესტონეთი	1.69	0.99	0.61	1.21	0.61	1.23	1.43	0.62	0.82	1.32	1.57	2.68	2.58	2.22	2.15
ირლანდია	0.01	0.05	0.02	0.05	0.04	0.02	0.01	0.03	0.01	0.26	0.04	0.05	0.04	0.09	0.14
იტალია	0.71	0.40	0.33	0.63	0.49	1.14	0.85	1.10	1.20	1.68	1.58	1.16	0.67	0.60	0.56
კვიპროსი	1.49	0.31	3.22	0.20	0.15	0.18	0.39	0.93	0.44	0.57	0.73	2.44	1.19	1.92	0.43
ლატვია	4.23	3.39	3.74	4.10	5.34	4.17	2.96	2.59	3.11	4.19	3.65	4.46	4.24	4.24	3.75
ლიეტუვა (ლიტვა)	1.99	2.83	3.06	6.00	4.40	4.88	4.63	4.06	5.96	10.93	8.13	8.61	9.20	8.90	7.35
ლუქსემბურგი	0.23	0.00	0.02	0.05	0.01	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.78	0.00	0.01	0.08
მალტა	0.01	0.00	0.00	0.05	0.03	0.00	0.00	0.69	0.04	0.42	2.47	24.59	19.27	0.59	0.45
ნიდერლანდები	0.24	0.33	0.28	0.26	0.37	0.30	0.18	0.28	0.41	0.94	0.80	0.66	0.69	0.39	0.34
პოლონეთი	0.32	0.44	0.25	0.37	0.28	0.37	0.22	0.23	0.31	1.40	0.40	0.65	0.44	0.79	0.77
პორტუგალია	0.18	0.32	0.01	0.16	0.23	0.29	0.55	0.20	0.15	0.02	0.20	0.01	0.00	0.03	0.02
რუმინეთი	1.33	1.23	1.79	2.51	4.37	2.18	0.39	0.44	0.36	3.57	4.35	6.69	4.58	13.03	1.53
საბერძნეთი	1.13	1.05	0.69	1.91	1.10	0.78	0.27	1.56	1.46	2.07	2.14	0.53	0.39	0.44	0.73
საფრანგეთი	0.31	0.22	0.63	0.12	0.17	0.33	0.20	0.33	0.27	0.35	0.40	0.34	0.52	0.32	0.40
სლოვაკეთი	0.39	0.30	0.14	0.04	0.16	0.45	0.33	0.51	0.93	0.87	0.98	0.28	0.32	0.07	0.10
სლოვენია	0.01	0.02	0.00	0.68	0.33	0.03	0.01	0.02	0.13	0.05	0.04	0.23	0.76	0.42	0.78
უნგრეთი	0.02	0.00	0.01	0.04	0.02	0.18	0.03	0.03	0.05	0.07	0.06	0.08	0.07	0.07	0.09
ფინეთი	0.03	0.97	0.13	0.11	0.12	0.16	0.37	0.16	0.06	0.06	0.04	0.03	0.02	0.02	0.07
შვედეთი	0.00	0.01	0.00	0.02	0.00	0.02	0.04	0.00	0.01	0.01	0.00	0.01	0.02	0.03	0.03
ჩეხეთი	0.86	0.60	0.33	0.75	0.59	0.53	0.55	0.67	0.61	0.88	0.86	0.42	0.38	0.41	0.38
ხორვატია	0.00	0.00	0.00	0.09	0.02	0.00	0.00	0.12	0.06	0.90	0.10	0.01	0.33	0.07	0.13

ცხრილიდან 3.1.8 ნათლად ჩანს, რომ საქართველოსთვის ყველაზე მნიშვნელოვანი სავაჭრო პარტნიორები ევროკავშირის ქვეყნებიდან არიან: ბულგარეთი, ლატვია და ლიეტუვა, მხოლოდ ცალკეულ წლებში ქვეყანათა ამ ჩამონათვალს უერთდებიან: ესპანეთი, ესტონეთი, იტალია, კვიპროსი, რუმინეთი და საბერძნეთი. დანარჩენი ქვეყნების შემთხვევაში სავაჭრო ინტენსივობის ინდექსი

⁷² გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით, საგარეო ვაჭრობა, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>

ნაკლებია 1-ზე, ე.ი. საქართველოს საექსპორტო პოტენციალი რჩება გამოუყენებელი. იდეალური შემთხვევა გვექნებოდა, როდესაც მოცემული ინდექსი ახლოს ან ტოლი იქნებოდა 1-ის. ასევე, მოცემული ცხრილი გვაძლევს ორიენტირს, თუ რომელი ქვეყნის ბაზარზე შეიძლება გავაკეთოთ აქცენტი და კონცენტრირება.

კონკურენტუნარიანობა შეფასდა გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის (RCA) ინდექსის საფუძველზე (Balassa 1965, 1971, 1977). შეფასებისთვის ერთიანი მიდგომის უზრუნველსაყოფად გამოყენებულია საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის მონაცემები (International Trade Centre). პროდუქტთა მხოლოდ ორი ჯგუფისთვის (080121 - ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცლელი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (Corylus spp.) და 080222 - ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცლილი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (Corylus spp.)) ოფიციალური მიმართვის საფუძველზე იქნა გამოთხოვილი მონაცემები საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურიდან.

პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა დათვლილია უშუალოდ ევროკავშირის ბაზრისთვის. შესაბამისად RCA-ის ფორმულამ ცალკეული პროდუქტის შემთხვევაში მიიღო შემდეგი სახე:

$$RCA = \frac{\frac{\text{საქართველოს } i \text{ პროდუქტის ექსპორტი}}{\text{საქართველოს მთლიანი ექსპორტი}}}{\frac{\text{ევროკავშირის } i \text{ პროდუქტის მთლიანი ექსპორტი}}{\text{ევროკავშირის მთლიანი ექსპორტი}}}$$

მაგალითად, 2020 წელს ყურძნის ნატურალური ღვინით ვაჭრობა შეადგენდა ევროკავშირის ვაჭრობის 0,46%-ს (24 მლრდ დოლარის ღირებულებით). ვთქვათ, საქართველომ იმავე წელს 209 მლნ დოლარის ღირებულების ყურძნის ნატურალური ღვინის ექსპორტი განახორციელა, ხოლო მისი მთლიანი ექსპორტის რაოდენობა მოცემულ წელს 2,5 მლრდ დოლარი იყო. ყურძნის ნატურალური ღვინის ექსპორტი საქართველოს ექსპორტის 8,2%-ს შეადგენდა. შესაბამისად, გათვლებით მივიღებთ, რომ RCA ინდექსი 17,99 შეადგენს. ამდენად, $RCA > 1$ და შეიძლება ითქვას, რომ საქართველო 17,99-ჯერ მეტად ახორციელებს ღვინის ექსპორტს, ვიდრე ეს მისი „სამართლიანი წილი“ იქნებოდა. ამგვარად, საქართველოს აქვს მაღალი გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობა ყურძნის ნატურალურ ღვინოებში.

საკვლევი აგროსასუსათო პროდუქტები, როგორც უკვე ნახსენები იყო, გამოვლინდა შემდეგი პარამეტრების მიხედვით: ტენდენციები ექსპორტში, წლის ბოლოს არსებული მარაგები და რესურსები, ადგილობრივი წარმოება, საშუალო მოსავლიანობა და თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტები. შესაბამისად, შერჩეული პროდუქტებისთვის დადგინდა საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურა (HS 2012-2017 კომბინირებული). ცხრილში 3.1.9 მოცემულია საკვლევი პროდუქტების კოდების გაშიფრვა ოთხ და ექვსნიშნა დონეებზე.

ცხრილი 3.1.9 საკვლევი პროდუქტის საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურა (HS 2012-2017 კომბინირებული ოთხნიშნა და ექვსნიშნა კოდები) ⁷³

2201	მინერალური და მტკნარი წყლები
080930	ახალი ატამი, ნექტარინების ჩათვლით
081330	ხმელი ვაშლი
2208	ეთილის სპირტი არადენატურირებული, სპირტის კონცენტრაციით 80 მოც.%-ზე ნაკლები, სპირტიანი სასმელები (ათასი ლიტრი, 100 % სპირტი)
2204	ყურძნის ნატურალური ღვინოები
2202	წყლები, მინერალურისა და დაგაზიანებულის ჩათვლით, შაქრის დანამატების შემცველობით
040711	შინაური ქათმის, (<i>Gallus domesticus</i>) ახალი კვერცხი ნაჭუჭით, ინკუბირებისათვის
080810	ახალი ვაშლი
080222	ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცლილი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (<i>Corylus spp.</i>)
0407	ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული
0701	კარტოფილი, ახალი ან შეყინული
0702	პომიდორი, ახალი ან შეყინული
07	ბოსტნეული და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფები
080221	ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცლელი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (<i>Corylus spp.</i>)

⁷³ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, კლასიფიკაციები, საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურა (HS 2012-2017 კომბინირებული), იხ. ბმული: https://www.geostat.ge/media/13419/13-HS-2012-2017-%28combined%29_GEO.pdf

080610	ახალი ყურძენი
0806	ყურძენი, ახალი ან გამხმარი
1005	სიმინდი
080711	ახალი საზამთრო
080620	ხმელი ყურძენი

გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსი (RCA) ერთი შეხედვით ემყარება რიკარდოს ვაჭრობის თეორიას, რომელიც ამტკიცებს, რომ ქვეყნებს შორის სავაჭრო ურთიერთობები რეგულირდება სწორად მათ შორის პროდუქტიულობის შედარებითი განსხვავებებით. მიუხედავად იმისა, რომ პროდუქტიულობის ასეთ განსხვავებებზე ძნელია დაკვირვება, RCA ინდექსი საკმარის შესაძლებლობას გვაძლევს ვაჭრობის მონაცემების გამოყენებით ასეთი „გამოვლენისთვის“ (Bojnec and Fertő 2015).

ინდექსი იძლევა იმის საშუალებას, რომ იგი გამოვიყენოთ ცალკეული ქვეყნის პროდუქტის საექსპორტო კონკურენტუნარიანობის შეფასებისა და ექსპორტისთვის კონკურენტუნარიანი პროდუქტების პირველადი გამოვლენისთვის, თუმცა, მასში არ არის გათვლისწინებული ისეთი ფაქტორები რომლებმაც შეიძლება გავლენა მოახდინონ კონკურენტუნარიანობაზე, მაგალითად: ტარიფები, არასატარიფო ზომები, სუბსიდიები და სხვა.

RCA ინდექსი გაანგარიშებულია 2006-2020 დროის მონაკვეთში იმისათვის, რომ გვეჩვენებინა მისი განვითარება დინამიკაში. ასევე, ჩვენი დაკვირვების ობიექტი იყო DCFTA-ის შეთანხმების გაფორმებამდე 2013 წელი და მისი გაფორმების შემდეგ უახლესი 2020 წელი. ამდენად, შეგვიძლია გამოკვლიოთ როგორც კონკურენტუნარიანობა, ისე საერთაშორისო სავაჭრო ხელშეკრულებების ზემოქმედებაც. კვლევის შედეგები მოცემულია ცხრილებში 3.1.10, 3.1.11 და 3.1.12.

ცხრილი 3.1.10 2006-2020 წლებში გამოვლენილი შედარებითი უპირატების ინდექსი პროდუქტებისთვის: სიმინდი; ყურძნის ნატურალური ღვინოები; სპირტიანი სასმელები; წყლები, მინერალურისა და დაგაზიანებულის ჩათვლით, შაქრის დანამატების შემცველობით ⁷⁴

	1005	2204	2208	2201	2202
2006	7,85	10,99	16,81	57,11	15,34
2007	4,29	5,77	23,41	49,89	14,77
2008	1,49	6,01	20,71	50,76	3,41
2009	0,98	6,45	23,52	50,74	5,32
2010	1,75	5,95	16,09	57,40	5,57
2011	0,40	5,90	15,09	60,13	4,35
2012	2,58	6,21	14,97	71,10	5,26
2013	3,53	9,75	14,90	98,64	3,43
2014	2,57	14,28	15,13	122,51	5,63
2015	1,32	11,69	10,06	109,05	5,45
2016	0,97	13,75	16,04	102,16	3,41
2017	0,29	15,96	17,64	98,99	3,85
2018	0,27	16,25	16,71	112,46	5,65
2019	0,36	18,51	15,09	121,12	5,03
2020	0,21	17,99	18,58	114,87	5,45

⁷⁴ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის მონაცემებზე დაყრდნობით, იხ. ბმული: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

ცხრილი 3.1.11 2006-2020 წლებში გამოვლენილი შედარებითი უპირატეხის ინდექსი პროდუქტებისთვის: ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცვლელი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (*Corylus spp.*); ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცვლილი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (*Corylus spp.*); ყურძენი, ახალი ან გამხმარი; ახალი ყურძენი; ხმელი ყურძენი; ახალი ვაშლი; ხმელი ვაშლი; ახალი ატამი, ნექტარინების ჩათვლით; ახალი საზამთრო ⁷⁵

	080221	080222	0806	080610	080620	080810	081330	080930	080711
2006	0,75	17,92	0,26	0,26	0,17	2,58	3,44	0,26	0,000
2007	0,28	12,74	0,00	0,00	0,00	0,64	13,57	0,22	0,000
2008	0,72	4,62	0,12	0,13	0,00	4,31	6,24	0,67	0,000
2009	1,27	12,29	0,01	0,01	0,00	0,12	7,85	1,63	0,000
2010	2,03	7,11	0,01	0,00	0,09	0,70	15,21	0,32	0,000
2011	0,57	10,96	0,01	0,01	0,00	0,09	8,54	0,23	0,000
2012	0,44	7,57	0,04	0,04	0,00	0,18	14,86	0,83	0,000
2013	0,40	11,20	0,12	0,02	1,26	0,19	10,37	1,08	0,003
2014	0,19	8,41	0,03	0,03	0,00	0,46	17,50	3,05	0,006
2015	0,17	9,61	0,17	0,19	0,00	0,58	27,28	2,80	0,014
2016	0,29	8,87	0,08	0,08	0,00	0,23	21,47	5,24	0,042
2017	0,11	2,99	0,04	0,04	0,00	0,74	21,74	6,69	0,035
2018	0,06	1,65	0,03	0,03	0,01	0,83	26,69	12,36	0,342
2019	0,16	1,33	0,05	0,06	0,00	4,09	19,39	20,50	0,000
2020	0,30	2,78	0,26	0,27	0,01	3,59	22,41	31,94	0,058

⁷⁵ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის მონაცემებზე დაყრდნობით, იხ. ბმული: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

ცხრილი 3.1.12 2006-2020 წლებში გამოვლენილი შედარებითი უპირატების ინდექსი პროდუქტებისთვის: ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული; შინაური ქათმის, (*Gallus domesticus*) ახალი კვერცხი ნაჭუჭით, ინკუბირებისათვის; ბოსტნეული და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფები; კარტოფილი ახალი ან შეყინული; პომიდორი ახალი ან შეყინული ⁷⁶

	0407	040711 ⁷⁷	07	0701	0702
2006	0,22	-	0,28	0,27	0,03
2007	2,06	-	0,16	0,00	0,00
2008	0,15	-	0,22	0,00	0,00
2009	1,84	-	0,45	0,23	0,07
2010	0,09	-	0,63	1,51	0,08
2011	0,58	-	0,50	0,27	0,03
2012	0,30	0,60	0,58	0,10	0,17
2013	0,18	0,48	0,83	2,07	0,34
2014	0,72	2,40	0,67	0,74	0,24
2015	1,95	2,35	0,78	0,38	0,21
2016	0,83	1,06	1,05	1,81	1,46
2017	0,79	2,61	1,34	3,72	2,10
2018	0,84	1,78	1,34	4,73	2,13
2019	1,09	2,85	0,82	0,68	1,09
2020	1,41	3,81	0,65	0,89	0,83

RCA ინდექსის გათვლით გამოიკვეთა შემდეგი მდგომარეობა: 2006-2020 წლის განვითარების დინამიკის შეფასებით მხოლოდ შემდეგი პროდუქტთა ჯგუფებისთვის დაფიქსირდა ზრდადი განვითარების ტენდენცია: ყურძნის ნატურალური ღვინოები (2204), ყურძენი, ახალი ან გამხმარი (0806), შინაური ქათმის, (*Gallus domesticus*) ახალი კვერცხი ნაჭუჭით ინკუბირებისათვის (040711), მინერალური და მტკნარი წყლები

⁷⁶ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, გაანგარიშებულია ავტორის მიერ საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის მონაცემებზე დაყრდნობით, იხ. ბმული: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

⁷⁷ მოცემული პროდუქტის კოდი შეიქმნა 2012 წელს

(2201), ახალი ყურძენი (080610), ახალი ვაშლი (080810), ხმელი ვაშლი (081330), კარტოფილი, ახალი ან შეყინული (0701), ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცლელი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (*Corylus spp.*) (080221), ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული (0407), ბოსტნეული და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფები (07), პომიდორი, ახალი ან შეყინული (0702), ახალი ატამი, ნექტარინების ჩათვლით (080930), ახალი საზამთრო (080711). ხოლო კლებადი განვითარების ტენდენცია ახასიათებს შემდეგ პროდუქტებს: სპირტიანი სასმელები (2208), ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცლილი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (*Corylus spp.*) (080222), სიმინდი (1005), წყლები, მინერალურისა და გაზიანის ჩათვლით, შაქრის დანამატების შემცველობით (2202) და ხმელი ყურძენი (080620).

2020 წლის მდომარეობით RCA ინდექსი აღემატება ერთს და, შესაბამისად, კონკურენტუნარიანობით ხასიათდება შემდეგი პროდუქტები (დალაგებულია კლებადობის მიხედვით): მინერალური და მტკნარი წყლები, ახალი ატამი, ნექტარინების ჩათვლით, ხმელი ვაშლი, სპირტიანი სასმელები, ყურძნის ნატურალური ღვინოები, შინაური ქათმის ახალი კვერცხი ნაჭუჭით, ინკუბირებისათვის, ახალი ვაშლი, ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცლილი თხილი და ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული.

2020 წლის მონაცემებით $RCA < 1$ შემდეგი პროდუქტებისთვის: კარტოფილი, ახალი ან შეყინული, პომიდორი ახალი ან შეყინული, ბოსტნეული და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფები, ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცლელი თხილი, ახალი ყურძენი, ყურძენი ახალი ან გამხმარი, სიმინდი, ახალი საზამთრო, ხმელი ყურძენი.

ამ კუთხით ძალიან საინტერესო შედეგები მივიღეთ. ექსპორტის მაჩვენებლებში პირველი და მეორე მაჩვენებელი მოდის ღვინოსა და სპირტიან სასმელებზე. თუმცა, მათ შედარებით დაბალი RCA ინდექსის მაჩვენებელი გააჩნიათ, ვიდრე სხვა პროდუქტებს, მაგალითად მინერალურ და მტკნარ წყლებს, ახალ ატამს, ხმელ ვაშლს. მსგავსი გამოვლინდა უალკოჰოლო გაზიანი სასმელების შემთხვევაშიც. რაც შეეხება თხილს, აქ ორი შემთხვევა უნდა განვიხილოთ. მართალია, ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცლილი თხილი (კოდი: 080222) არის კონკურენტუნარიანი ($RCA > 1$), მაგრამ მასზე უფრო მაღალი RCA ინდექსი აქვს შინაური ქათმის ახალ კვერცხს ნაჭუჭით,

ინკუბირებისათვის და ახალ ვაშლს. ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცვლელი თხილი (კოდი: 080221) არის არაკონკურენტუნარიანი ევროკავშირის ბაზარზე, მისი RCA ინდექსი მხოლოდ 0,30-ია.

ცხრილი 3.1.13 2020 წელს აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის განაწილების შედარება RCA ინდექსის მაჩვენებელთან პროდუქტთა ჯგუფების მიხედვით (ცვლილებების შედარება 2019 წელთან) ⁷⁸

	აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის განაწილება პროდუქტების მიხედვით 2020 წელს	2020/2019 წლების შედარება (ცვლილება ექსპორტში მოცემული პროდუქტებისთვის)	ყველაზე მაღალი RCA ინდექსის მაჩვენებლის მქონე პროდუქტი 2020 წელს	2020/2019 წლების შედარება (ცვლილება RCA ინდექსის მაჩვენებელში მოცემული პროდუქტებისთვის)
1	ღვინო (22%)	6%-ით შემცირდა	მინერალური და მტკნარი წყლები (114,87)	-5%-ით შემცირდა
2	სპირტიანი სასმელები (14%)	4%-ით გაიზარდა	ახალი ატამი (31,94)	56%-ით გაიზარდა
3	მინერალური და მტკნარი წყლები (13%)	13%-ით შემცირდა	ხმელი ვაშლი (22,41)	16%-ით გაიზარდა
4	თხილი (10%)	41%-ით გაიზარდა	სპირტიანი სასმელები (18,58)	23%-ით გაიზარდა

⁷⁸ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრისა და საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, იხ. ბმული: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

5	უალკოჰოლო გაზიანი სასმელები (3%)	15%-ით გაიზარდა	ღვინო (17,99)	-3%-ით შემცირდა
---	---	-----------------	------------------	-----------------

თუ დავაკვირდებით ცხრილში 3.1.13 2020 და 2019 წლის შედარებებს, შემდეგი დასკვნის გამოტანას შევძლებთ: ექსპორტში უარყოფითი ცვლილება პროცენტულად უფრო ნაკლებად მოქმედებს RCA ინდექსზე, ხოლო ექსპორტში დადებითი ცვლილების შემთხვევაში RCA ინდექსის პროცენტული ცვლილება ბევრად აღემატება ამ უკანასკნელს.

ამგვარად, ზემოთ მოტანილი მსჯელობიდან გამომდინარე, პოტენციურ მაღალი კონკურენტუნარიანობის მქონე საექსპორტო პროდუქტებად გვევლინება ატამი, ვაშლი და კვერცხი, რომელთაც, ასევე, გააჩნიათ ზრდადი განვითარების ტენდენცია.

და ბოლოს, DCFTA-ის შეთანხმების გაფორმებამდე 2013 წელი შევუდაროთ მისი გაფორმების შემდეგ 2018, 2019 და 2020 წლებს. სამწლიანი პერიოდი აღებულია, გამომდინარე იქიდან, რომ გაგვეთვალისწინებინა COVID-19-ის პერიოდიც (იხ. ცხრილი 3.1.14).

ცხრილი 3.1.14 RCA ინდექსების მნიშვნელობები (შედარება 2013 წელს 2018, 2019 და 2020 წლებთან პროდუქტების მიხედვით) ⁷⁹

	2013	2018	2019	2020	%-ული ცვლილება (2020/2013)
1005	3,53	0,27	0,36	0,21	-94,13%
2204	9,75	16,25	18,51	17,99	84,49%
2208	14,90	16,71	15,09	18,58	24,65%
2201	98,64	112,46	121,12	114,87	16,45%
2202	3,43	5,65	5,03	5,45	58,88%
080221	0,40	0,06	0,16	0,30	-23,89%

⁷⁹ გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრისა და საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით, იხ. ბმული: <https://www.trademap.org/Index.aspx>

080222	11,20	1,65	1,33	2,78	-75,15%
0806	0,12	0,03	0,05	0,26	107,62%
080610	0,02	0,03	0,06	0,27	1195,02%
080620	1,26	0,01	0,00	0,01	-99,10%
080810	0,19	0,83	4,09	3,59	1773,83%
081330	10,37	26,69	19,39	22,41	116,02%
080930	1,08	12,36	20,50	31,94	2847,23%
080711	0,003	0,342	0,000	0,058	1882,47%
0407	0,18	0,84	1,09	1,41	705,53%
040711	0,48	1,78	2,85	3,81	689,86%
07	0,83	1,34	0,82	0,65	-21,78%
0701	2,07	4,73	0,68	0,89	-57,29%
0702	0,34	2,13	1,09	0,83	145,42%

ცხრილში 3.1.14 დაკვირვების 19 წერტილიდან მხოლოდ 6 შემთხვევაში გამოვლინდა შემცირება 2013 წელთან შედარებით. აქედან ორი პროდუქტის RCA ინდექსი 2018 წელს აღემატებოდა, როგორც 1-ს, ისე 2013 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს. უნდა ვივარაუდოთ, რომ ეს გამოწვეულია სხვა დამატებითი გარე ფაქტორების ზეგავლენით. სხვა დანარჩენი პროდუქტების შემთხვევაში გვაქვს დადებითი ზრდა და იგი მერყეობს დაახლოებით 16%-დან 2847%-მდეც კი. მსგავსი ნახტომისებური გაუმჯობესება RCA ინდექსში აქვს შემდეგ პროდუქტებს: ახალი ყურძენი, (თუმცა, მისთვის გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსის მნიშვნელობა 1-ზე ნაკლებია), ახალი ვაშლი ($RCA > 1$), ახალი ატამი, ($RCA > 1$), ახალი საზამთრო ($RCA < 1$), ფრინველის კვერცხი ($RCA > 1$) და შინაური ქათმის ახალი კვერცხი ნაჭუჭით ($RCA > 1$). ამდენად, დაკვირვების 79%-ში გავქვს დადებითი ზრდა და უნდა ვიგულისხმოთ, რომ სხვა თანაბარ პირობებში საერთაშორისო სავაჭრო ხელშეკრულებების გაფორმება, რომელიც მიმართულია სატარიფო და არასატარიფო ზომების მოხსნა/შერბილებაზე ზრდის მოცემული ქვეყნის საექსპორტო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობას კონკრეტულ ბაზარზე.

ამასთან, საინტერესოა მიმოვიხილოთ ზემოთ გამოკვლეული პროდუქტებისთვის საექსპორტო და საიმპორტო ბაზრები, რომელიც დაგვეხმარება საერთო სურათის დანახვაში და სასარგებლო ინფორმაციის მომტანი შეიძლება იყოს ადგილობრივი მწარმოებლებისათვის.⁸⁰

მინერალური და მტკნარი წყლების (კოდი: 2201) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 57% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 22%-ით არის საფრანგეთი, 17%-ით იტალია, ხოლო 5%-ით ბელგია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 29%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 24% - ბელგია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 19% - გერმანია, 15% - ნიდერლანდები. თუმცა, 2020 წელს საქართველოდან მინერალური და მტკნარი წყლების ექსპორტის 37% (რაოდენობრივ ჭრილში) განხორციელდა რუსეთში, 22% - უკრაინაში, 13% კი - ყაზახეთში.⁸¹

ახალი ატამის, ნექტარინების ჩათვლით (კოდი: 080930) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 60% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 41,9%-ით არის ესპანეთი, მეორე ადგილზე 5,4%-ით იტალიაა, ხოლო მესამე ადგილზე 5%-ით საბერძნეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 52%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 32% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 16% - საფრანგეთი, 11% - იტალია.

ხმელი ვაშლის (კოდი: 081330) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 44% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 9%-ით არის იტალია, მეორე ადგილზე 8%-ით პოლონეთია, ხოლო

⁸⁰ წყარო: დალაგებულია ავტორის მიერ, საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრისა და საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებზე დაყრდნობით

⁸¹ წყარო: გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

მესამეზე 6%-ით გერმანიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 48%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 40% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 11,2% - ესპანეთი, 10,8% - ნიდერლანდები.

სპირტიანი სასმელების (კოდი: 2208) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 41,2% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 15,6%-ით არის საფრანგეთი, მეორე ადგილზე 4,2%-ით იტალიაა, ხოლო მესამე ადგილზე 4%-ით - ირლანდია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 27%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 19% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 15% - საფრანგეთი, 11% - ნიდერლანდები. 2020 წელს საქართველოდან სპირტიანი სასმელების ექსპორტის 41% (რაოდენობრივ ჭრილში) განხორციელდა უკრაინაში, 28% - საფრანგეთში და მხოლოდ 14% - რუსეთში.⁸²

ყურძნის ნატურალური ღვინოების (კოდი: 2204) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 71% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 29%-ით არის საფრანგეთი, მეორე ადგილზე 21%-ით იტალიაა, ხოლო მესამეზე 9%-ით ესპანეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 32%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 26% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 13% - ნიდერლანდები 10% - ბელგია. 2020 წელს

⁸² წყარო: გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

საქართველოდან ყურძნის ნატურალური ღვინოების ექსპორტის 60% (რაოდენობრივ ჭრილში) განხორციელდა რუსეთში, 13% - უკრაინაში და მხოლოდ 6% - პოლონეთში.⁸³

წყლების, მინერალურისა და დაგაზიანებულის ჩათვლით, შაქრის დანამატების შემცველობით (კოდი: 2202) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 56% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 12,6%-ით არის ავსტრია, მეორე ადგილზე 8,9%-ით ნიდერლანდებია, ხოლო მესამეზე 8,7%-ით გერმანიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 36,2%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 18,5% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 11,2% - ბელგია 11,2% - ნიდერლანდები. 2020 წელს საქართველოდან წყლების, მინერალურისა და გაზიანის ჩათვლით (შაქრის დანამატების შემცველობით) ექსპორტის 42% (რაოდენობრივ ჭრილში) განხორციელდა რუსეთში, 20% - აზერბაიჯანში, 10% - სომხეთში.⁸⁴

შინაური ქათმის, (*Gallus domesticus*) ახალი კვერცხი ნაჭუჭით, ინკუბირებისათვის (კოდი: 040711) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 56% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 17%-ით არის ნიდერლანდები, მეორე ადგილზე 9%-ით გერმანიაა, ხოლო მესამე ადგილზე 8%-ით ბელგიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 31%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 31% - ნიდერლანდები (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 18% - გერმანია, 17% - ბელგია.

ახალი ვაშლის (კოდი: 080810) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 35% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი

⁸³ წყარო: გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

⁸⁴ წყარო: გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

ექსპორტიორი 13%-ით არის იტალია, მეორე ადგილზე 7%-ით საფრანგეთია, ხოლო მესამე ადგილზე 5%-ით პოლონეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 27%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 32% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 12% - ნიდერლანდები, 9% - ესპანეთი.

ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცილი, ტყის კაკლის ანუ თხილის (კოდი: 080222)⁸⁵ ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 25% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 15%-ით არის გერმანია, მეორე ადგილზე 6%-ით ნიდერლანდებია, ხოლო მესამე ადგილზე 1%-ით იტალიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 53%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 43% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 15% - ნიდერლანდები, 12% - საფრანგეთი. 2020 წელს საქართველოდან ნაჭუჭგაცილი თხილის ექსპორტის 32% (რაოდენობრივ ჭრილში) განხორციელდა გერმანიაში, 15% - იტალიაში და მხოლოდ 5% - სომხეთში.⁸⁶

ფრინველის კვერცხის, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული (კოდი: 0407) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 58% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 19,8%-ით არის ნიდერლანდები, მეორე ადგილზე 6,7%-ით გერმანიაა, ხოლო მესამე ადგილზე 6,6%-ით პოლონეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 46%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 35% - გერმანია (შედარებულია

⁸⁵ შენიშვნა: ანალიზი გაკეთებულია საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის მონაცემებზე დაყრდნობით კოდისთვის „080122 - Fresh or dried brazil nuts, shelled“, რადგან ანალოგი კოდით ქართული დასახელების პროდუქტი არ იძებნება

⁸⁶ წყარო: გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 23% - ნიდერლანდები, 8% - ბელგია.

კარტოფილის, ახალი ან შეყინული (კოდი: 0701) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 58% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 19%-ით არის ნიდერლანდები, მეორე ადგილზე 16%-ით საფრანგეთია, ხოლო მესამე ადგილზე 9%-ით გერმანიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 54%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 25% - ბელგია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 14% - ნიდერლანდები, 13% - ესპანეთი.

პომიდვრის, ახალი ან შეყინული (კოდი: 0702) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 42% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 19%-ით არის ნიდერლანდები, მეორე ადგილზე 11%-ით ესპანეთია, ხოლო მესამე ადგილზე 5%-ით საფრანგეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 44%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 36% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 17% - საფრანგეთი, 8% - ნიდერლანდები.

ბოსტნეულის და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფების (კოდი: 07) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 37% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 10,7%-ით არის ნიდერლანდები, მეორე ადგილზე ძალიან მცირედი სხვაობით- 10,4%-ით ესპანეთია, ხოლო მესამე ადგილზე 3,5%-ით ბელგიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 36%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 28% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 13% - საფრანგეთი, 11% - ნიდერლანდები.

ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაუცლელი, ტყის კაკლის ანუ თხილის (კოდი: 080221)⁸⁷ ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 20,4% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 7,2%-ით არის გერმანია, მეორე ადგილზე 6,3%-ით ნიდერლანდებია, ხოლო მესამე ადგილზე 3,9%-ით იტალიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 36%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 27% - იტალია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 24% - ნიდერლანდები 17% - საფრანგეთი. 2020 წელს საქართველოდან ნაჭუჭგაუცლელი თხილის ექსპორტის 77% (რაოდენობრივ ჭრილში) განხორციელდა იტალიაში, 5-5% - რუსეთსა და სომხეთში.⁸⁸

ახალი ყურძნის (კოდი: 080610) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 27% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 9,3%-ით არის იტალია, მეორე ადგილზე 8,9%-ით ნიდერლანდებია, ხოლო მესამე ადგილზე 5,3%-ით ესპანეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 30%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 27% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 27% - ნიდერლანდები, 7% - საფრანგეთი.

ყურძნის, ახალი ან გამხმარი (კოდი: 0806) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 24% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 7,69%-ით არის იტალია, მეორე ადგილზე, ძალიან მცირე განსხვავებით, 7,68%-ით ნიდერლანდებია, ხოლო მესამე ადგილზე 4,39%-ით ესპანეთი. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 31%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა

⁸⁷ შენიშვნა: ანალიზი გაკეთებულია საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის მონაცემებზე დაყრდნობით კოდისთვის „080121 - Fresh or dried brazil nuts, in shell“, რადგან ანალოგი კოდით ქართული დასახელების პროდუქტი არ იძებნება

⁸⁸ წყარო: გაანგარიშებულია ავტორის მიერ, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ მოწოდებულ მონაცემებზე დაყრდნობით

შემდეგი სამი ქვეყანა: 27% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 25% - ნიდერლანდები, 8% - საფრანგეთი.

სიმინდის (კოდი: 1005) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 17% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 4,7%-ით არის საფრანგეთი, მეორე ადგილზე 3,3%-ით იტალიაა, ხოლო მესამე ადგილზე 2,8%-ით უნგერეთია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 21%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 20% - ესპანეთი (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 15% - ნიდერლანდები, 15% - იტალია.

ახალი საზამთროს (კოდი: 080711) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 47% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 27%-ით არის ესპანეთი, მეორე ადგილზე 7%-ით იტალიაა, ხოლო მესამე ადგილზე 5%-ით ნიდერლანდებია. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 55%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 31% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 16% - საფრანგეთი, 11% - ნიდერლანდები.

ხმელი ყურძნის (კოდი: 080620) ექსპორტი მსოფლიოს მთლიანი ექსპორტიდან 2020 წელს 11% ევროკავშირის ქვეყნებზე მოდის. ევროკავშირის ქვეყნებიდან მთავარი ექსპორტიორი 2,8%-ით არის საბერძნეთი, მეორე ადგილზე 2,3%-ით ნიდერლანდებია, ხოლო მესამე ადგილზე 2,1%-ით გერმანიაა. 2020 წელს უშუალოდ ევროკავშირის იმპორტის მოცულობის წილი მთლიან მსოფლიო იმპორტში მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის შეადგენს 37%-ს. ევროკავშირის ქვეყნებიდან იმპორტის მოცულობის მიხედვით გამოირჩევა შემდეგი სამი ქვეყანა: 29% - გერმანია (შედარებულია ევროკავშირის მთლიანი იმპორტის მოცულობასთან მოცემული პროდუქტის ჯგუფისთვის), 18% - ნიდერლანდები, 10% - საფრანგეთი.

ამდენად, საქართველოს აქვს პოტენციალი, აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების მიხედვით გახდეს კონკურენტუნარიანი ევროკავშირის ბაზარზე. ვფიქრობთ კონკურენტუნარიანი პროდუქტების წარმოება გამოიწვევს ეროვნული რესურსების ეფექტიან გამოყენებას, მოსახლეობის კვების სტრუქტურისა და ხარისხის გაუმჯობესებას, შიგა და საერთაშორისო ბაზრებზე წილების მოპოვებას, საგადამხდელო ბალანსის დეფიციტის შემცირებას, ქვეყნის სასურსათო დამოუკიდებლობის ხარისხის გაზრდას (ტალიკაძე 2020).

3.2 სოციოლოგიური კვლევის შედეგების ანალიზი

პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ხარისხობრივი შეფასების მიზნით ჩატარდა სოციოლოგიური კვლევა რამდენიმე მიმართულებით, კერძოდ:

1. მომხმარებელთა გამოკითხვა
(ელექტონული და ინტერნეტ კითხვარის საფუძველზე)
2. აგროსასურსათო პროდუქტების მწარმოებელთა გამოკითხვა
(ონლაინ ანკეტა-კითხვარის საფუძველზე)
3. აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტიორთა გამოკითხვა
(ონლაინ ანკეტა-კითხვარის საფუძველზე)
4. დარგში ექსპერტთა გამოკითხვა
(ონლაინ ანკეტა-კითხვარის საფუძველზე)

კვლევის შეზღუდვები

მომხმარებელთა გამოკითხვისას მომხმარებელთა შერჩევის ზომა და მახასიათებლები: შერჩევით ერთობლიობაში წარმოდგენილია ეკონომიკურად აქტიური ადამიანები 18 წლის ზემოთ, რომელთაც (ან მათ ოჯახს) აქვთ მუდმივი შემოსავლის წყარო. შესაბამისად, შერჩევის ზომა არის უფრო მეტად ზოგადი, ვიდრე კონკრეტული. თუმცა, მოცემული შეზღუდვის განეიტრალებისთვის მომხმარებელთა კითხვარში ჩართული ერთ-ერთი შეკითხვა საშუალებას გვაძლევდა, გამოგვერიცხა ის ჯგუფი, რომელიც არარეპრეზენტატიულს გახდიდა კვლევის შედეგებს. შედარებით განსხვავებული მდგომარეობაა მწარმოებლებისა და ექსპორტიორთა გამოკითხვის მიმართულებით. მწარმოებელთა შერჩევის ზომა და მახასიათებლები შემდეგნაირი

იყო: შერჩევით ერთობლიობაში შედიოდნენ აქტიური მეწარმეები აგროსასურსათო სექტორიდან საკვლევი პროდუქტთა ჯგუფების მიხედვით (სულ 100 მეწარმე). მონაცემთა ბაზად აღებულია საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ოფიციალურ გვერდზე განთავსებული სტატისკური ბიზნეს რეგისტრი⁸⁹, სადაც ყველა ეკონომიკურ სუბიექტზე არ იძებნებოდა ან საკონტაქტო ტელეფონის ნომერი, ან ფოსტის მისამართი, ან/და ორივე ერთად. ექსპორტიორთა შერჩევის ზომა და მახასიათებლები შემდეგია: შერჩევით ერთობლიობაში შედიოდნენ აქტიური მეწარმეები, რომლებიც ახორციელებენ საკვლევი პროდუქტების ექსპორტს (სულ 50 მეწარმე). მონაცემთა ბაზად აღებულია სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ მხარდაჭერით შექმნილ ვებგვერდზე „Trade with Georgia“ დარეგისტრირებული ექსპორტიორები,⁹⁰ სადაც ყველა ეკონომიკურ სუბიექტზე არ იძებნებოდა ან საკონტაქტო ტელეფონის ნომერი, ან ფოსტის მისამართი, ან/და ორივე ერთად.

გამოკითხვის ჩატარების ფორმა: ონლაინ გამოკითხვას ყოველთვის ახლავს რისკი იმისა, რომ იქნება რესპოდენტების დაბალი აქტივობა. მაგალითად, მეწარმეებისა და ექსპორტიორების შემთხვევაში, მიუხედავად იმისა, რომ კითხვარი დაეგზავნა სულ 150 პოტენციურ რესპოდენტს გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 77-მა (51,3%) სუბიექტმა. ამასთან, მომხმარებელთა ონლაინ გამოკითხვის დროს ადგილი შეიძლება ჰქონოდა ე.წ. „თვითშერჩევას“, რაც შეიძლება უარყოფითად ასახულიყო კვლევის შედეგებზე. ამასთან, გარდა დაბალი აქტივობისა, შეიძლება მეწარმე სუბიექტს ბიზნესის რეესტრში მითითებული ჰქონდეს არააქტიური ან არასწორად მითითებული პირადი ფოსტის მისამართი, რაც გამორიცხავს ანეტა-კითხვარის მიღებას ადრესატის მიერ. მოცემულ პრობლემას კვლევის პროცესშიც წავაწყდით.

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნულისა, კვლევის შედეგად მივიღეთ საინტერესო და მნიშვნელოვანი შედეგები, რაც გარკვეული დასკვნების გაკეთების შესაძლებლობას გვაძლევს საკითხის შემდგომი კვლევისათვის.

ამასთან, კვლევის ფარგლებში გამოიკითხვა სოფლის მეურნეობის დარგში ექსპერტები და მკვლევრები. ექსპერტებს დაეგზავნათ ანკეტა-კითხვარი (შეკითხვები

⁸⁹ წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სტატისტიკური ბიზნეს რეგისტრი, იხ. ბმული: http://br.geostat.ge/register_geo/

⁹⁰ წყარო: სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ მხარდაჭერით შექმნილი ვებგვერდი „Trade with Georgia“, იხ. ბმული: <http://tradewithgeorgia.com/companies?type=1&category=&q=>

დახურული და ღია კითხვებით) და მასში მონაწილეობდნენ საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს, ეკონომიკის საერთაშორისო სკოლის (ISET) კვლევითი ცენტრის (სოფლის მეურნეობის მიმართულება) წარმომადგენლები და ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის პროფესორები და ასოცირებული პროფესორები (საკვლევ თემასთან ახლოს მდგარი მკვლევარები).

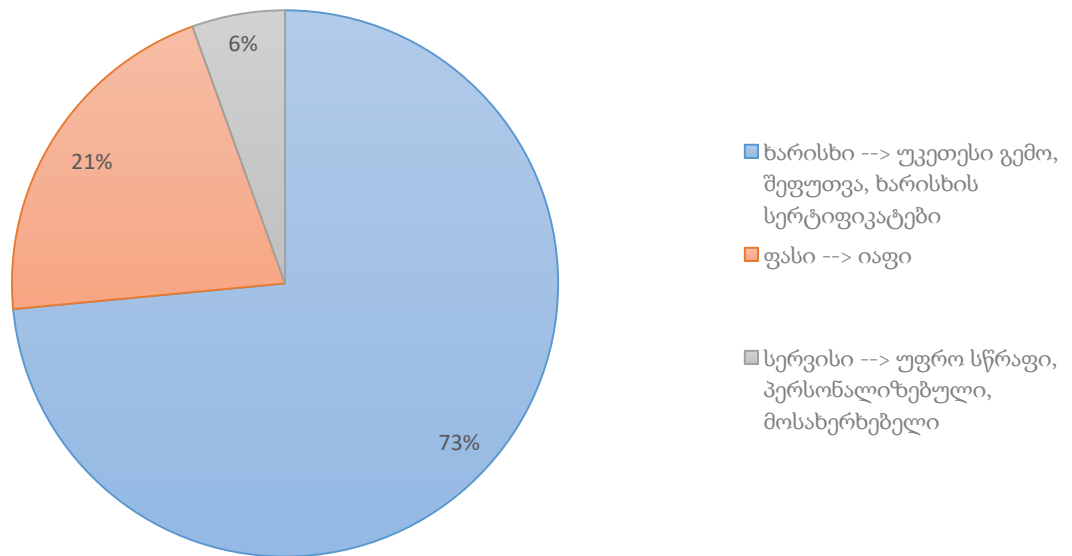
აღსანიშნავია, რომ დოქტორანტი თავად არ წარმოდგენს აღნიშნულ დარგთან დაკავშირებულ პირს, რასაც შეეძლო გარკვეული გავლენა მოეხდინა თვისებრივი და რაოდენობრივი მონაცემების ინტერპრეტაციის პროცესზე. ამ რისკის შესამცირებლად კვლევის დასკვნები და ინდექსური შეფასება განხილული იქნა დაინტერესებული რესპონდენტების ნაწილთან მათი მართებულობის გადამოწმების მიზნით.

მომხმარებელთა გამოკითხვის შედეგების ანალიზი

მომხმარებელთა გამოკითხვა ჩატარდა 2021 წელის 9 დეკემბრიდან 17 დეკემბრის ჩათვლით. კითხვარი შედგებოდა 14 შეკითხვისგან, მათგან 2 ღია კითხვა და 12 დახურული ტიპის შეკითხვა. სულ გამოიკითხა 1200 რესპონდენტი, მათ შორის 75,3% (903) ქალი და 24,8% (297) მამაკაცი. რაც მთავარია, 1200 რესპონდენტიდან 46,7% იღებს მთავარ გადაწყვეტილებას აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას, 39,2%-ში ხდება გადაწყვეტილების გაზიარება და მხოლოდ 14,2% არ იყო მთავარი გადაწყვეტილების მიმღები აგროპროდუქტების შეძენისას. აღნიშნულ მაჩვენებლებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ კვლევა რეპრეზენტატიულია. ასევე, გამოიკითხა ყველა ასაკის რესპონდენტი, პროცენტები შემდეგნაირად გადანაწილდა: 18-24 წელი - 41,5%, 25-34 წელი - 27,8%, 35-54 წელი - 24,3%, 55-64 წელი - 5,4% და 65 და მეტი წელი - 1%. რესპონდენტთა განაწილება მათი ყოველთვიური შემოსავალით შემდეგია: 0-500% - 25,6%, 501-1000 ლარი - 26%, 1001-1500 ლარი - 17,7%, 1501-2000 ლარი - 9,8% და 2001 და მეტი ლარი - 20,9%. საინტერესო იქნება პასუხების განხილვა, როგორც ასაკობრივ, ისე შემოსავლების ჭრილში. თუმცა, მანამდე განვიხილოთ ერთიანი აგრეგირებული შედეგები 1200 რესპონდენტის მიხედვით.

შეკითხვაზე, თუ რომელი ფაქტორები უბიძგებდათ შეერჩიათ ორი მსგავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთი, გამოკითხულთა უმრავლესობისთვის

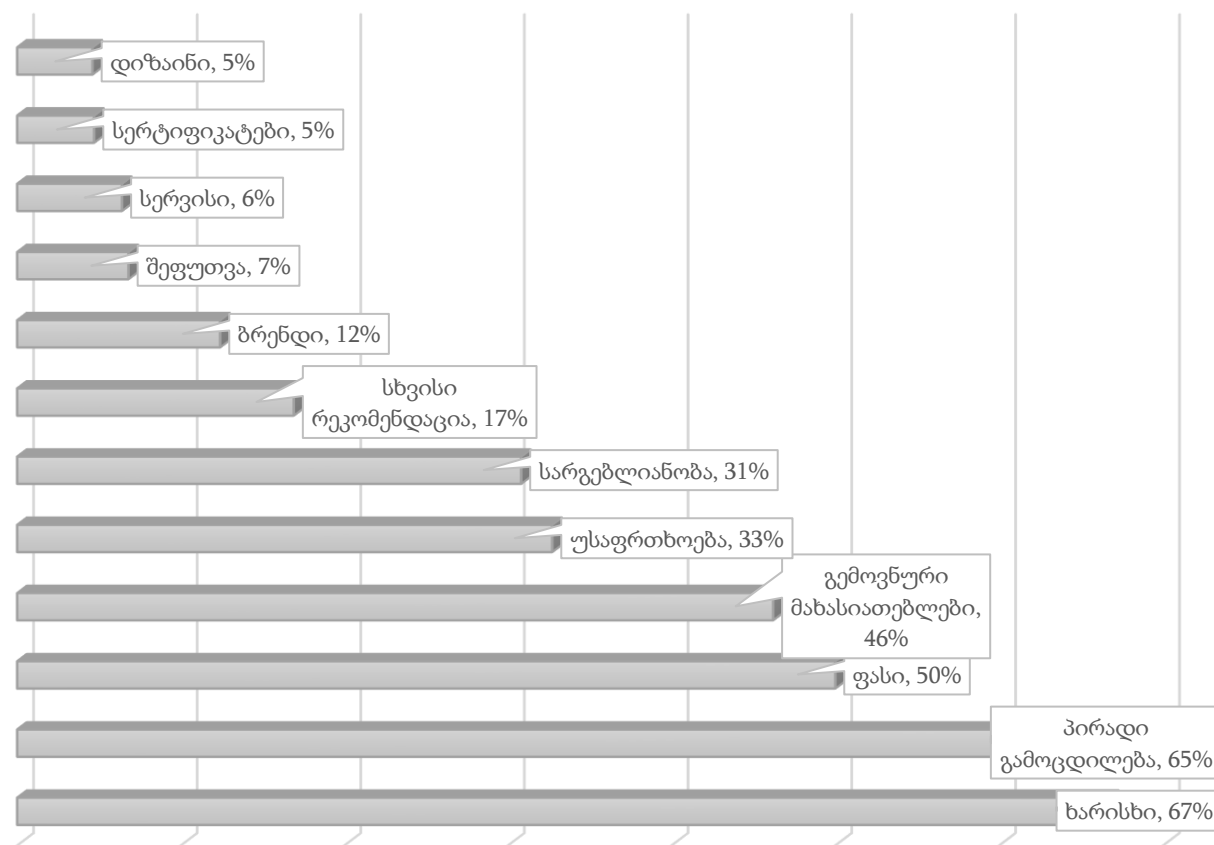
პირველ ადგილს იკავებს ხარისხი (73,5%), მხოლოდ მეორე ადგილი უკავია ფასს (21%). შედეგები წარმოდგენილია დიაგრამაზე 4.2.1. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ აქ არ იყო ყურადღება გამახვილებული პროდუქტის სახეობაზე.



დიაგრამა 3.2.1 პასუხი შეკითხვაზე: ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი ფაქტორები გიბიძგებთ, შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე? (მომხმარებლები) ⁹¹

შემდეგ შეკითხვაში, სადაც დავაკონკრეტეთ პროდუქტის სახეობა და მივუთითეთ აგროსასურსათო პროდუქტი, ასევე, გავზარდეთ პასუხების შესაძლო ვარიანტები, ფასმა მეორე ადგილიდან გადაინაცვლა მესამე ადგილზე 600 ხმით. ხოლო მყარად პირველ ადგილზე კვლავ ხარისხი გვევლინება 800 ხმით (იხ. დიაგრამა 4.2.2). შეკითხვაში ერთ-ერთი პირობა იყო, შეერჩიათ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო ვარიანტი. ამდენად, პროცენტული გადანაწილება აჭარბებს 100%-ს.

⁹¹ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით



დიაგრამა 3.2.2 პასუხი შეკითხვაზე: ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შექმნისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი (მომხმარებლები) ⁹²

დიაგრამიდან 3.2.2 ჩანს, რომ მომხმარებელთა არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შექმნისას ძირითადად განაპირობებს ხარისხი, პირადი გამოცდილება, ფასი, გემოვნური მახასიათებლები, უსაფრთხოება და სარგებლიანობა. მათთვის ნაკლებად მნიშვნელოვანია შემდეგი ფაქტორები: სხვისი რეკომენდაცია, ბრენდი, შეფუთვა, სერვისი, სერტიფიკატი და დიზაინი.

რადგან წინა შეკითხვაში მომხმარებლებს შეეძლოთ აერჩიათ შესაძლო ვარიანტებიდან მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი, შემდეგ შეკითხვაში რესპონდენტებს ვთხოვეთ შეეფასებინათ აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისას კონკრეტული ფაქტორები/მახასიათებლები შესაბამისი ქულებით 1-დან 5-მდე (1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი) მათი მნიშვნელოვნების მიხედვით. აქაც

⁹² წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ძალიან მნიშვნელოვანი დასკვნების გაკეთების საშუალება გვეძლევა. ცხრილში 3.2.1. შედეგები დალაგებულია შეფასების კლებადობის მიხედვით.

ცხრილი 3.2.1 მომხმარებელთა მიერ შეფასებული პროდუქტის მახასიათებლების შედეგები⁹³

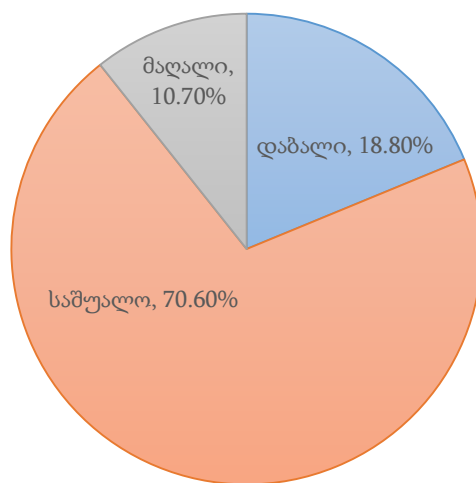
პოზიცია	მახასიათებლები	ჯამობრივი ქულა	საშუალო ქულა
1	ხარისხი	5 183	4,3
2	უსაფრთხოება	5 016	4,2
3	გემოვნური მახასიათებლები	4 949	4,1
4	პირადი გამოცდილება	4 868	4,1
5	სარგებლიანობა	4 851	4,0
6	ფასი	4 321	3,6
7	სერვისი	3 874	3,2
8	ბრენდი	3 615	3,0
9	სხვისი რეკომენდაცია	3 531	2,9
10	სერტიფიკატები	3 464	2,9
11	შეფუთვა	3 391	2,8
12	დიზაინი	3 381	2,8

ცხრილიდან 3.2.1 კარგად ვხედავთ, რომ ისევ მყარ პოზიციას იკავებს ხარისხი, ჯამში 5 183 ქულით (საშუალო ქულა 4,3- ყველაზე ახლოს 5-თან), შემდეგ უსაფრთხოება 5 016 ქულით (საშუალო ქულა 4,2), გემოვნური მახასიათებლები - 4 949 ქულა (საშუალო ქულა 4,1), პირადი გამოცდილება - 4 868 ქულა (საშუალო ქულა 4,1), სარგებლიანობა - 4 851 ქულა (საშუალო ქულა 4,0). ფასმა გადაინაცვალა უკვე მესამე პოზიციიდან მეექვსე პოზიციაზე 4 321 ქულით (საშუალო ქულა 3,6). კვლავ შედარებით ბოლო პოზიციებს 3,5 საშუალოზე დაბალი ქულით იკავებენ სერვისი,

⁹³ წყარო: გააგნარიშებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ბრენდი, სხვისი რეკომენდაცია, სერტიფიკატები, შეფუთვა და დიზაინი. საინტერესოა ისიც, რომ რეალურად სხვადასხვა სერტიფიკატის ქონა ადასტურებს მოცემული პროდუქტის შესაბამისს ან მაღალ ხარისხისს.

მომხმარებელთა მოცემული გამოკითხვის მიზანი იყო შეგვეფასებინა, როგორც მათი გადმოსახედიდან პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის გამსაზღვრელი ფაქტორები, ისე ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა ეროვნულ ბაზარზე. გამოკითხულთა 70,6% მიიჩნევს, რომ ქართული აგროსასურსათო პროდუქტები ხასიათდება საშუალო კონკურენტუნარიანობით (იხ. დიაგრამა 3.2.3). ამ პასუხს ამყარებს მომდევნო შეკითხვაზე პასუხიც, კერძოდ, კითხვაზე „აგროსასურსათო პროდუქტების შექენისას, ზოგადად, მათ სამომხმარებლო კალათაში ჭარბობდა ადგილობრივი წარმოების პროდუქტი, თუ იმპორტირებული პროდუქტი?“ პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: 39%-ის შემთხვევაში ჭარბობს ადგილობრივი წარმოების პროდუქტი, 26,2%-ის შემთხვევაში იმპორტირებული პროდუქტი და 34,8%-თვის თანაბრად არის გადანაწილებული.

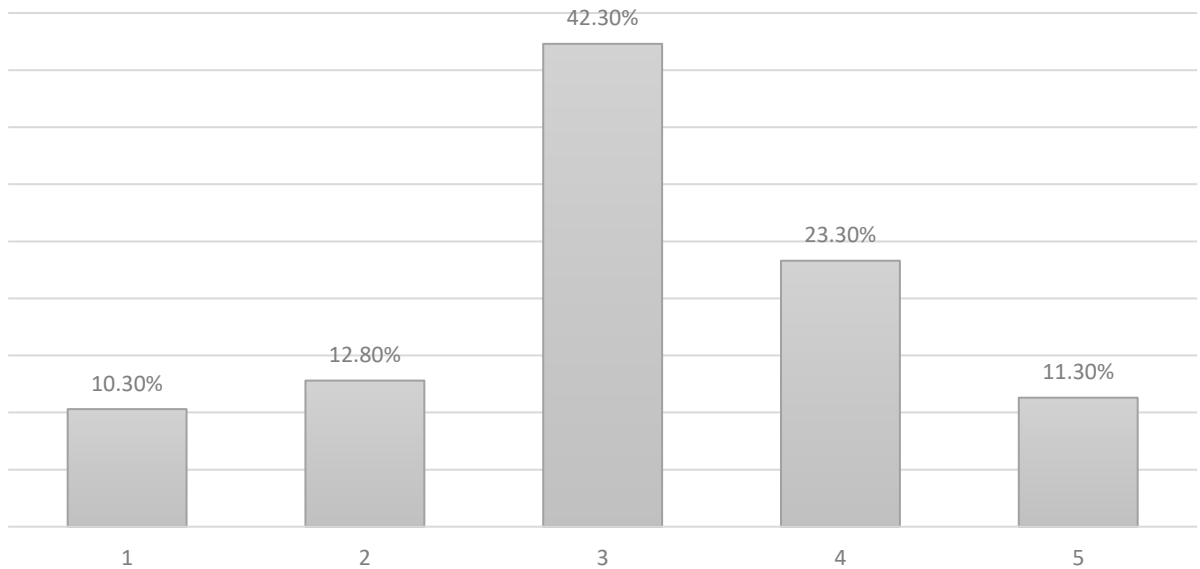


დიაგრამა 3.2.3 პასუხი შეკითხვაზე: როგორ შეაფასებდით ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? (მომხმარებლები) ⁹⁴

⁹⁴ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

დიაგრამიდან 3.2.3 ჩანს, რომ მომხმარებელთა მხოლოდ დაახლოებით 11% აფასებს ქართულ აგროსასურსათო პროდუქტს, როგორც მაღალი კონკურენტუნარიანობის მქონეს.

ჩვენ დავინტერესდით, ახდენდა თუ არა მომხმარებელზე გავლენას აგროსასურსათო პროდუქტების შესახებ რეკლამა და ვთხოვეთ მათ, შეეფასებინათ ზემოქმედების ხარისხი ქულობრივად, 1-დაბალი, 5 - მაღალი (იხ. დიაგრამა 4.2.4).



დიაგრამა 3.2.4 პასუხი შეკითხვაზე: აგროსასურსათო პროდუქტების შესახებ რეკლამა გავლენას ახდენს თუ არა თქვენს არჩევანზე? გიბიძგებთ შეძენისკენ? (მომხმარებლები)⁹⁵

ამდენად, როგორც დიაგრამიდან 3.2.4 ჩანს, მომხმარებელთა არჩევანზე რეკლამა მეტ-ნაკლებ ზეგავლენას ახდენს (საშუალოდ 3,1 შეფასება/ქულა). ეს შეიძლება იყოს ერთ-ერთი მინიშნება მწარმოებლებისთვის, რომ მათ დიდი ძალისხმევა არ მიმართონ რეკლამაზე და პირველ ადგილზე დააყენონ პროდუქტის ხარისხი. კიდევ ერთი მინიშნება მწარმოებლებისთვის შეიძლება იყოს პასუხი კითხვაზე, თუ ძირითადად მომხმარებლები სად ყიდულობენ აგროსასურსათო პროდუქტებს. კვლევამ აჩვენა, რომ პირველ ადგილს იკავებს 27,8%-ით უბნის მაღაზიები, მეორე ადგილზეა 20,5%-ით აგროსასურსათო ბაზრები, მესამე ადგილზე 18,9%-ით სუპერმარკეტებია და მასთან ძალიან ახლოს მეოთხე ადგილზე აღმოჩნდა 18,5%-ით სუპერმარკეტების ქსელი „კარფური“. ამდენად, აგროპროდუქტების მეწარმეებმა მთავარ სამიზნედ უნდა

⁹⁵ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

დაისახონ და ითანამშრომლონ პირველ სამ პოზიციაზე მყოფ სუბიექტებთან (სავარაუდოდ, მეწარმეთა ადგილმდებარეობის გათვალისწინებით).

რესპონდენტებს ვკითხეთ, თუ რომელი ბრენდი, კომპანია ან პროდუქტი ახსენებოდათ ქართულ საექსპორტო აგროსასურსათო სექტორში. მოცემული შეკითხვა იყო ღია ტიპის და მათ თავად უნდა ჩაეწერათ პასუხი. მიღებული 1200 გამოხმაურებიდან ძირითადად ჭარბობს შემდეგი: „ნაბელავი“, „ბორჯომი“, ღვინო, „ზედაზენი“, „გურიელი“, მარნეულის ქარხანა, „ჰერბია“, „კულა“, პომიდორი, თხილი, „კოდა“. მივიღეთ ასეთი კომენტარიც: „გარკვეული ქართული პროდუქცია, რომელიც გადის ექსპორტზე, არ არის ცნობილი საზოგადოებისათვის“. შემდეგ შეკითხვაში რესპონდენტებს შერჩეული კომპანიების პროდუქტებიდან (სავარაუდო პასუხებში შერჩეული იყო ის კომპანიები, რომლებიც არიან ექსპორტიორები თითქმის ყველა მიმართულებიდან) უნდა შეერჩიათ ის, რომელიც მათთვის ყველაზე ცნობადი და აქტიური იყო ბაზარზე. მომხმარებლებს შეეძლოთ შეერჩიათ მაქსიმუმ სამი პასუხი. შედეგები კი შემდეგია: ყველაზე ბევრი- 864 ხმა მიიღო „ბორჯომმა“ (72%), შემდეგი ადგილი დაიკავა 747 ხმით „ნაბელავმა“ (62,3%), „ნატახტარმა“ 565 ხმა (47,1%), მიიღო, „კულამ“ - 538 ხმა (44,8%), „ზედაზენმა“ - 454 ხმა (37,8%). ყველაზე ნაკლები ხმები მიიღო „მარნეულმა“, „ალპიამ“, „შატო მუხრანმა“, „პლანტამ“, „მტვეინომ“, „რაჭის თაფლმა“ და ა.შ.

გამოკითხვის შედეგების ანალიზის შემდეგი ნაბიჯი იყო პასუხებიდან გამოგვერიცხა ის 170 ადამიანი, რომელიც არ იყო მთავარი გადაწყვეტილების მიმღები და პასუხები განგვეხილა უკვე ასაკობრივ ჭრილში.

ცხრილი 3.2.2 შედეგები კითხვაზე: ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი ფაქტორი გიბიძგებთ შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსგავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე? (წარმოდგენილი ასაკობრივ ჭრილში) (მომხმარებლები)⁹⁶

	18-24 წელი	25-34 წელი	35-54 წელი	55-64 წელი	65 და მეტი წელი
ფასი	25,7%	24,8%	10,6%	17,2%	8,3%
სერვისი	4,0%	5,8%	8,2%	4,7%	0,0%
ხარისხი	70,4%	69,4%	81,2%	78,1%	91,7%

⁹⁶ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ცხრილი 3.2.2 ძალიან საინტერესო დამოკიდებულებას გვიჩვენებს. პროდუქტის შერჩევასაც რაც უფრო იზრდება ასაკი, იზრდება პასუხებში ხარისხის წილობრივი მაჩვენებელიც, ხოლო ფასი უმეტეს შემთხვევაში მცირდება ე.ი. არ არის განმსაზღვრელი ფაქტორი არჩევნის გაკეთებისას. ყოველ შემთხვევაში ის ზოგადი ტენდენცია, რომ ხარისხი არის მთავარი ფაქტორი შესყიდვისას, ვლინდება ყველა ასაკობრივი ჯგუფისთვის. ამასთან, ფასს ყველაზე მაღალი წილი - თითქმის 26% უკავია 18-24 წლის ასაკობრივ ჯგუფში. ეს, სავარაუდოდ, განაპირობა იმან, რომ მოცემული ასაკობრივი კატეგორიის 45%-ის საშუალოთვიური ხელფასი შეადგენს მხოლოდ 0-500 ლარს.

ცხრილი 3.2.3 შედეგები კითხვაზე: ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი (წარმოდგენილი ასაკობრივ ჯგუფში) (მომხმარებლები)⁹⁷

	18-24 წელი	25-34 წელი	35-54 წელი	55-64 წელი	65 და მეტი წელი
ფასი	61%	51%	39%	31%	25%
ხარისხი	67%	64%	64%	77%	83%
სარგებლიანობა	30%	30%	34%	28%	67%
უსაფრთხოება	33%	31%	35%	28%	17%
გემოვნური მახასიათებლები	52%	47%	37%	39%	25%
სერტიფიკატები	5%	5%	5%	2%	0%
შეფუთვა	11%	7%	3%	3%	8%
პირადი გამოცდილება	69%	64%	61%	73%	75%
სხვისი რეკომენდაცია	20%	16%	12%	9%	0%

⁹⁷ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

სერვისი	7%	8%	6%	2%	0%
დიზაინი	8%	4%	1%	0%	0%
ბრენდი	15%	12%	10%	13%	0%

ცხრილიდან 3.2.3 ჩანს, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას 18-24 წლის, 25-34 წლის და 35-54 წლის ასაკობრივ კატეგორიაში მთავარი ფაქტორებია პირადი გამოცდილება, ხარისხი და ფასი (ფასი კვლავ მხოლოდ მესამე პოზიციას სჯერდება ამ ჩამონათვალშიც). ცვლილებებს უკვე ვხედავთ 55-64 წლის და 65 და მეტი წლის კატეგორიებში, როდესაც ფასი უკვე აღარ არის მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი და მას ერთ შემთხვევაში ანაცვლებს გემოვნური მახასიათებლები, ხოლო მეორე შემთხვევაში სარგებლიანობა.

ცხრილი 3.2.4 შედეგები კითხვაზე: გთხოვთ, აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისას, ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს მიანიჭოთ შესაბამისი ქულები (1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი) მათი მნიშვნელოვნების მიხედვით. (დანახული ასაკობრივ ჯგუფში, საშუალო ქულა) (მომხმარებლები)⁹⁸

	18-24 წელი	25-34 წელი	35-54 წელი	55-64 წელი	65 და მეტი წელი
ფასი	3,6	3,6	3,5	3,7	2,9
ხარისხი	4,2	4,4	4,4	4,4	4,0
სარგებლიანობა	3,9	4,2	4,1	4,2	4,0
უსაფრთხოება	4,1	4,2	4,2	4,4	4,0
გემოვნური მახასიათებლები	4,1	4,2	4,1	4,2	3,9
სერტიფიკატები	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1
შეფუთვა	2,8	2,9	2,8	3,0	2,8
პირადი გამოცდილება	4,0	4,2	4,0	4,1	3,9
სხვისი	2,9	3,1	2,9	2,8	2,6

⁹⁸ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

რეკომენდაცია					
სერვისი	3,2	3,3	3,2	3,4	2,9
დიზაინი	2,8	2,8	2,8	3,1	2,6
ბრენდი	3,0	3,0	3,1	3,3	3,1

ცხრილის 3.2.4 თანახმად ყველა ასაკობრივი ჯგუფისთვის პირველი ადგილი უკავია ხარისხს, ხოლო მეორე-მესამე ადგილებს მონაცვლეობით ინაწილებენ უსაფრთხოება, სარგებლიანობა, გემოვნური მახასიათებლები და, რა თქმა უნდა, პირადი გამოცდილება. სერტიფიკატი და ბრენდი ჩნდება და ინაწილებს მესამე ადგილს მხოლოდ 65 და მეტი წლის ადამიანების შემთხვევაში. თუმცა, გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ამ კატეგორიისთვის პირველ და მეორე ადგილებს ძალიან ბევრი მახასიათებელი ინაწილებდა თანაბრად, რადგან შერჩევის მცირე რიცხვი (სულ 12 რესპონდენტი ამ კატეგორიაში) გვექონდა.

შემდეგ ეტაპზე დავინტერესდით ზემოთ მოცემული კითხვების პასუხები განგვებილა შემოსავლების ჭრილში. ამ შემთხვევაშიც გამორიცხულია ის 170 ადამიანი, რომელიც არ იღებდა მთავარ გადაწყვეტილებას აგროსასურსათო პროდუქტების შექმნისას.

ცხრილი 3.2.5 შედეგები კითხვაზე: ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი ფაქტორი გიბიძგებთ შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსგავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე? (წარმოდგენილი შემოსავლების ჭრილში) (მომხმარებლები)⁹⁹

	0-500 ლარი	501-1000 ლარი	1001-1500 ლარი	1501-2000 ლარი	2001 და მეტი ლარი
ფასი	32,8%	22,6%	22,3%	11,7%	8,3%
სერვისი	4,3%	4,7%	5,7%	7,8%	7,0%
ხარისხი	62,9%	72,6%	72,0%	80,6%	84,6%

ცხრილში 3.2.5 ჩანს საკმაოდ საინტერესო დამოკიდებულება. პროდუქტის შერჩევისას რაც უფრო იზრდება ინდივიდის შემოსავალი, იზრდება პასუხებში

⁹⁹ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ხარისხის წილობრივი მაჩვენებელიც, ხოლო ფასი მცირდება. სხვა სიტყვებით, როდესაც შემოსავალი არის სოლიდური, ფასს გადამწყვეტი მნიშვნელობა არ ენიჭება აგროსასურსათო პროდუქტის შერჩევისას. ამასთან, ზოგადი ტენდენცია, რომ ხარისხი არის მთავარი ფაქტორი შესყიდვისას, ვლინდება ყველა შემოსავლის ჯგუფისთვის. თუ დავაკვირდებით ფასს, ყველაზე მაღალი წილი თითქმის 33% უკავია 0-დან 500 ლარამდე ყოველთვიური შემოსავლის მქონე ინდივიდებში, ხოლო ყველაზე დაბალი, დაახლოებით 8% -2001 და მეტი ლარის შემოსავლის მქონე პირებისთვის. შესაბამისად, ხარისხს განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობს ამავე კატეგორიის პირთა თითქმის 85%.

ცხრილი 3.2.6 შედეგები კითხვაზე: ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი (წარმოდგენილი შემოსავლების ჭრილში) (მომხმარებლები)¹⁰⁰

	0-500 ლარი	501-1000 ლარი	1001-1500 ლარი	1501-2000 ლარი	2001 და მეტი ლარი
ფასი	60,3%	51,8%	49,7%	43,7%	39,5%
ხარისხი	65,5%	67,5%	68,4%	58,3%	67,1%
სარგებლიანობა	31,9%	31,8%	32,1%	35,0%	29,4%
უსაფრთხოება	39,2%	32,8%	32,1%	27,2%	28,5%
გემოვნური მახასიათებლები	45,3%	45,3%	46,1%	42,7%	46,1%
სერტიფიკატები	3,4%	2,9%	4,7%	7,8%	6,6%
შეფუთვა	8,2%	5,8%	5,2%	5,8%	9,6%
პირადი გამოცდილება	65,9%	65,0%	61,1%	72,8%	66,2%
სხვისი რეკომენდაცია	19,8%	11,3%	15,5%	21,4%	16,2%
სერვისი	5,6%	4,4%	5,7%	9,7%	9,2%

¹⁰⁰ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

დიზაინი	6,9%	4,7%	4,1%	1,9%	2,6%
ბრენდი	8,2%	9,9%	14,0%	15,5%	17,1%

ცხრილიდან 3.2.6 ჩანს, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას 0-500 ლარის, 501-1000 ლარის, 1001-1500 ლარის, 1501-2000 ლარის ყოველთვიური შემოსავლების კატეგორიაში მთავარი ფაქტორებია: ხარისხი, პირადი გამოცდილება და ფასი (ფასი კვლავ მხოლოდ მესამე პოზიციაზეა ამ ჩამონათვალშიც). ხოლო ცვლილებებს უკვე ვხედავთ 2001 და მეტი ლარის ყოველთვიური შემოსავლის კატეგორიაში, როდესაც ფასი უკვე აღარ არის მთავარი განმსაზღვრელი ფაქტორი და მას ანაცვლებს გემოვნური მახასიათებლები. საინტერესოა, რომ პროდუქტის ბრენდმა სწორედ მოცემული შემოსავლების კატეგორიაში მიიღო ყველაზე მაღალი გამოხმაურება-დაახლოებით 17%. ამასთან, თუ შევნიშნავთ, რაც უფრო იზრდება პიროვნების შემოსავალი, მით მეტად იზრდება მის არჩევანში ბრენდის მნიშვნელობაც. ცხრილი 3.2.7 შედეგები კითხვაზე: გთხოვთ, აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისას, ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს მიანიჭოთ შესაბამისი ქულები (1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი) მათი მნიშვნელოვნების მიხედვით. (წარმოდგენილი შემოსავლების ჭრილში, საშუალო ქულა) (მომხმარებლები)¹⁰¹

	0-500 ლარი	501-1000 ლარი	1001-1500 ლარი	1501-2000 ლარი	2001 და მეტი ლარი
ფასი	3,6	3,6	3,9	3,6	3,4
ხარისხი	4,1	4,3	4,4	4,4	4,5
სარგებლიანობა	3,9	4,1	4,2	4,0	4,0
უსაფრთხოება	4,0	4,2	4,3	4,2	4,2
გემოვნური მახასიათებლები	3,9	4,1	4,2	4,2	4,3
სერტიფიკატები	2,8	3,0	3,0	3,1	2,8
შეფუთვა	2,7	2,9	3,1	3,0	2,7
პირადი	3,8	4,1	4,2	4,1	4,1

¹⁰¹ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

გამოცდილება					
სხვისი რეკომენდაცია	2,8	2,9	3,1	3,1	3,0
სერვისი	3,1	3,2	3,3	3,3	3,3
დიზაინი	2,8	2,8	3,0	2,9	2,7
ბრენდი	2,8	3,1	3,2	3,3	3,0

ცხრილის 3.2.7 თანახმად ყველა შემოსავლების ჯგუფისთვის პირველი ადგილი უკავია ისევ ხარისხს, ხოლო მეორე, მესამე ადგილს მონაცვლეობით ინაწილებენ უსაფრთხოება და გემოვნური მახასიათებლები. თუმცა, მათ ზოგიერთ შემოსავლების კატეგორიაში ემატებათ ისეთ მახასიათებლებიც, როგორებიცაა პირადი გამოცდილება და უსაფრთხოება. 0-დან 500 ლარის ჩათვლით ყოველთვიური შემოსავლის პირობებში ყველაზე დაბალი საშუალო შეფასება მიიღო შეფუთვამ, 501-დან 1000 ლარის ჩათვლით ყოველთვიური შემოსავლის პირობებში ყველაზე დაბალი საშუალო შეფასება მიიღო დიზაინმა, 1001-დან 1500 ლარის ჩათვლით ყოველთვიური შემოსავლის პირობებში ყველაზე დაბალი საშუალო შეფასება მიიღო სერტიფიკატებმა და დიზაინმა, 1501-დან 2000 ლარის ჩათვლით ყოველთვიური შემოსავლის პირობებში ყველაზე დაბალი საშუალო შეფასება მიიღო დიზაინმა, 2001 და მეტი ლარის ყოველთვიური შემოსავლის პირობებში ყველაზე დაბალი საშუალო შეფასება მიიღო, ასევე, დიზაინმა და შეფუთვამ. შესაბამისად, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების შემთხვევაში მომხმარებლის არჩევანზე ნაკლებ გავლენას ახდენს დიზაინი, რაც გასაგებიცაა, გავლენის მხრივ შემდეგ მოდის შეფუთვა და ბოლოს სერტიფიკატები.

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ მომხმარებლებისთვის კონკურენტუნარიანობის მთავარი განმსაზღვრელია ხარისხი და მასთან ერთად ისეთი ფაქტორები, როგორებიცაა უსაფრთხოება, გემოვნური მახასიათებლები და პირადი გამოცდილება. ეს მომხმარებლის თვალთ დასახული მხოლოდ ერთი მხარეა. ჩვენ დავინტერესდით მეორე - მწარმოებელთა და ექსპორტიორთა და მესამე მხარის-ექსპერტთა აზრითაც. ამ შემთხვევაში რაოდენობრივ კვლევასთან ერთად საქმე თვისებრივ კვლევასთან გვაქვს. ამ

უკანასკნელთა კითხვარი შედგებოდა როგორც დახურული, ისე ღია კითხვებისგან, სადაც შეეძლოთ დაეფიქსირებინათ საკუთარი აზრი, უმეტეს შემთხვევაში ეს გათვალისწინებული იყო დახურულ შეკითხვებში.

მწარმოებელთა გამოკითხვის შედეგების ანალიზი

მწარმოებელთა გამოკითხვა მიმდინარეობდა 2021 წელის 9 დეკემბრიდან 31 დეკემბრის ჩათვლით. კითხვარი შედგებოდა 20 შეკითხვისგან, მათგან 7 ღია კითხვა და 13 დახურული ტიპის შეკითხვა. პასუხი მივიღეთ 57 მწარმოებლისგან. ასევე, მათთან შედგა ინდივიდუალური სატელეფონო გასაუბრებაც.

გამოკითხული რესპონდენტები ძირითადად არიან მემცენარეობის, მეცხოველეობის, მებოსტნეობის, მევენახეობის, მეფრინველეობის და კაკლოვანი პროდუქტის მწარმოებელი ფერმერები. შედეგებმა გვიჩვენა, რომ გამოკითხულთა 58,9%-ს აქვს 1-5 წლამდე გამოცდილება, 5-10 წლამდე გამოცდილება აქვს 23,2%-ს, 14,3%-ს 10 წელზე მეტი გამოცდილება აქვს, მხოლოდ 3,6%-ს აქვს 1 წლამდე გამოცდილება.

ბიზნესის სამართლებრივ-ორგანიზაციული ფორმის მიხედვით გამოკითხულთა 58,9% არის შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, 32,1% - ინდივიდუალური მეწარმე და 8,9% - კოოპერატივი. დაბეგვრის და შეღავათების მიღების მიზნებიდან გამომდინარე 16,1% არის მიკრო ბიზნესი, 41,1% მცირე ბიზნესია, 35,7% - საშუალო ბიზნესი და 7,1% მსხვილი ბიზნესია. ასევე, გამოკითხვამ მთლიანად დაფარა საქართველოს თითქმის ყველა (სამცხე-ჯავახეთის გამოკლებით) რეგიონი. კერძოდ, ბიზნესის რეგისტრაციის ადგილის მიხედვით გამოკითხულთა 5,4% ფუნქციონირებს სამეგრელო-ზემო სვანეთში, 7,1% - აჭარაში, 8,9%- ქვემო ქართლში, 7,1% - შიდა ქართლში, 16,1% - იმერეთში, 30,4% - კახეთში, 8,9% - მცხეთა-მთიანეთში, 1,8% - რაჭა-ლეჩხუმში და ქვემო სვანეთში, 1,8% - გურიაში და 12,5% - თბილისში.

დასაწყისში ჩვენ დავინტერესდით წარმოების საკითხებით და რესპონდენტებს ვკითხეთ, თუ როგორ იცვლებოდა მათი პროდუქტის წარმოების დინამიკა წლების განმავლობაში. გამოკითხულთა 67,9% პასუხობს, რომ დინამიკა ზრდადია, 19,6%-

თვის თანაბარია და მხოლოდ 12,5%-თვისაა კლებადი. ამ უკანასკნელში ჭარბობდა მევენახეობის დარგი. მევენახეებისთვის წარმოების მთავარ პრობლემად სახელდება:

1. კვალიფიციური მუშა ხელის ნაკლებობა რეგიონებში;
2. გაყიდვა (ბაზრის გაუმართაობა), ტექნოლოგთა ნაკლებობა;
3. სარწყავი სისტემა, არა შესაბამისი ჯიშის ნერგი;

დანარჩენი მწარმოებლების შემთხვევაში პროდუქტების წარმოების სხვა პრობლემები დასახელდა. პასუხები შინაარსიდან გამომდინარე აგრეგირებული და დალაგებულია შემდეგნაირად:

- კვალიფიციური სპეციალისტების (მუშა-ხელის) დეფიციტი;
- ცოდნის ნაკლებობა („დარგში 99% თვითნასწავლი „პროფესიონალები“ ვართ“). სხვა სიტყვებით, ხაზგასმულია აგროტექნიკური ცოდნის ნაკლებობა, შედეგად, სახეზეა უამრავი შეცდომა და მათ გამოსწორებაზე დაკარგული დრო და ფინანსები;
- თანამედროვე ხარისხიანი აგროტექნიკის დეფიციტი, მაგალითად, როგორც მოსავლის აღების, ისე გადამუშავების კუთხით;
- გამოყენებული ნედლეულის სეზონური არასტაბილურობა ან გამძვირებული ფასები;
- სასუქების და შხამ-ქიმიკატების გამძვირება;
- ლოგისტიკა;
- მიწის სიმცირე;
- სარწყავი წყლის უქონლობა, გაუმართავი სადრენაჟო სისტემა;
- უხარისხო სარგავ-სათესი მასალა;
- ფინანსებზე ნაკლები წვდომა („ბანკები სოფლის მეურნეობას უდგებიან იმპორტ-ექსპორტის რისკების მსგავსად);
- შესაბამისად აღჭურვილი საწარმოების ნაკლებობა;
- ძვირი ძირითადი საშუალებები;
- მომხმარებლის ინერტულობა;
- არასტაბილური ფასები და სავალუტო რყევა;

- რადიკალურად შეცვლილი კლიმატური პირობები (ალაზნის ველზე ასეულობით ჰექტარზე გაჩენილი თევზის საგუბრების გამო გაზრდილი ტენიანობა, მომატებული სეტყვა), რაც ყურძნის ხარისხს აქვეითებს;
- პროფესიონალი კონსულტანტების ნაკლებობა.

მიუხედავად ამისა, გამოკითხული მწარმოებლები გეგმავენ წარმოებული პროდუქტის ასორტიმენტის გაფართოებას, გამოკითხულთა 87% აღნიშნავს, რომ გააფართოებენ პროდუქტის ასორტიმენტს. შეკითხვაზე „კორონავირუსის გავრცელებამ იმოქმედა თუ არა მათი პროდუქტის წარმოების მოცულობაზე“, გამოკითხულთა 57,1% აცხადებს, რომ არ იმოქმედა, 26,8%-თვის შემცირდა წარმოების რაოდენობა. ასევე, მივიღეთ ინდივიდუალური გამოხმაურებები, სადაც რესპონდენტები ასახელებდნენ, რომ COVID-19-მა უფრო მეტად იმოქმედა არა წარმოებაზე, არამედ მათი პროდუქტის რეალიზაციაზე და, შესაბამისად, ფინანსურ რესურსებზე შემცირების მიმართულებით.

მომხმარებელთა კითხვარში ერთ-ერთი შეკითხვა ეხებოდა, თუ სად იძენდნენ ისინი აგროსასურსათო პროდუქტებს. შესაბამისად, მწარმოებლებთანაც ვიკითხეთ მათი პროდუქტის გაყიდვების/დისტრიბუციის ძირითადი გზები. ძირითადად პასუხებში სახელდება შემდეგი სადისტრიბუციო თუ გაყიდვის არხები: ქსელური მაღაზიები, მსხვილი სავაჭრო ქსელი და რესტორნები, სოციალური ქსელი, მსხვილი შემსყიდველი კომპანიები, HoReCa ქსელი, ქარხნები, კორპორატიული შეთავაზებები, ტურისტული ობიექტები, პირდაპირი მიყიდვა დისტრიბუტორზე ან გაყიდვის სპეციალისტებისა და ექსპორტის სპეციალისტების დახმარება. შესაბამისად, მათი პასუხები ნამდვილად თანხვედრაშია ერთმანეთთან და სწორადაა შეფასებული, თუ სად არის მათი მომხმარებელი. რა თქმა უნდა, შესაძლებელია ალტერნატიული გზებიც მოძებნაც.

საინტერესოა, რომ გამოკითხულთა 60,7% აგროსასურსათო პროდუქტს აწარმოებს ადგილობრივი ბაზრისთვის და 39,3% საერთაშორისო ბაზრისთვის. ჩვენ ვკითხეთ მათ, დაინტერესებულნი იყვნენ თუ არა ექსპორტით. 12,5%-მა განაცხადა, რომ დაინტერესებულია, მაგრამ არ აქვს აღნიშნულის შესახებ საჭირო ინფორმაცია, 23,2%-ც დაინტერესებულია, მაგრამ არ აქვს საჭირო ფულადი რესურსები, 32,1% დაინტერესებულია და ემზადება პროდუქტის ექსპორტზე გატანისთვის, ხოლო 14,%

არ არის დაინტერესებული და ურჩევნია პროდუქტის რეალიზაცია ადგილობრივ ბაზარზე. შესაბამისად, დავინტერესდით, თუ რა დაბრკოლებებს აწყდებიან აგროსასურსათო პროდუქტების მწარმოებლები ექსპორტის განხორციელებისას ან მცდელობისას. 30,4% ასახელებს წარმოების მცირე მასშტაბებს, 21,4% - ინფორმაციის და ცოდნის ნაკლებობას გასაღების ბაზრების შესახებ, 10,7% - მცირე ფინანსურ შესაძლებლობებს. მოცემულ კითხვაზე, ასევე, მივიღეთ შემდეგი ინდივიდუალური პასუხები (წარმოგიდგენილია უცვლელად):

- „მალფუჭებადი პროდუქტია და გაუმართავია ჯაჭვი, ლოჯისტიკური პრობლემები აფერხებს ექსპორტს“;
- „ძალიან რთულია ექსპორტზე ჩვენი პროდუქტის გატანა“;
- „ბალის განვითარების მე-3 წელი“;
- „მარკეტინგი“;
- „აუცილებელია ლიცენზია“;
- „დრო და ფინანსები“;
- „ახლად გაშენებული პლანტაცია“;
- „ქვეყანაში არ არსებობს ექსპორტის ხელისშეწყობის არანაირი გზები... საქართველოში არ არსებობს საექსპორტო ტარის სურსათის დასაფასოებლად ვარგისიანობის დამდგენი ლაბორატორია და ტარა, რომ არაა დაავადებული და ვარგა სურსათის დასაფასოებლად, ამის დასადგენადაც უცხო ქვეყნების ლაბორატორიებს მივმართავთ“.

შემდეგ ბლოკში ჩვენ მწარმოებლებს ვკითხეთ თუ რას მიიჩნევდნენ ისინი მათი წარმოების ყველაზე ძლიერ მხარედ. ძირითადად სახელდება მათი პროდუქტის ხარისხი ან ბიო მიმართულება და პროდუქტის ეკოლოგიური სისუფთავე. ჩვენ, ასევე, ვკითხეთ, თუ რა იყო მათი პროდუქტის წარმოების პროცესში სუსტი მხარე. პასუხები ამჯერად მრავალფეროვანია და ისინი დაჯგუფდა თემატიკის მიხედვით შემდეგნაირად:

- რეალიზაციის პროცესი, გაყიდვების ბაზრების გაურკვეველობა;
- საწარმოო პროცესის ხანგრძლივობა;
- სარეველებთან ჰერბიციდით ბრძოლა;
- მცირე გამოცდილება;

- მარკეტინგი-მენეჯმენტი;
- გადამზადების და სწავლებების ნაკლებობა;
- სარწყავი წლის უქონლობის გამო, უხარისხო პროდუქტის სიჭარბე მოსავალში და, შესაბამისად, მცირე რაოდენობა;
- ნაკლები ლაბორატორიული და ტექნოლოგიური ცოდნა;
- სამაცივრე მეურნეობის სფეროს განუვითარებლობა;
- საკმარისი დანადგარების არქონა;
- შენახვის პირობები;
- სასათბურე ნაგებობების მწყობრიდან ხშირი გამოსვლა ამინდის გამო;
- ინფორმაციული ქაოსი;
- კვალიფიციური აგრონომების სიმცირე.

მწარმოებლების ამ შეკითხვაზე პასუხები ძალიან ახლოს დგას იმ პრობლემებთან, რასაც ისინი აწყდებიან წარმოების დროს. მათ მიერ დასახელებული საკითხები ყურადსაღებია სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკის გამტარებლებისა და შესაბამისი სამინისტროებისთვის.

ჩვენ დავინტერესდით, თუ რაში ხედავდნენ თავად მეწარმეები გამოსავალს, თუ რა პრიორიტეტული საქმიანობების განხორციელებაა საჭირო აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების განვითარებისათვის.

პასუხები გამომდინარეობდა სუსტი მხარეების გაძლიერების გზების ძიებიდან:

- სპეციალისტების გადამზადება, აგრონომებისთვის და ფერმერებისთვის მასტერკლასები;
- გასაღების ბაზრის შესწავლა, თვითღირებულების და წარმოების ხარჯების შემცირება;
- ახალი ტექნოლოგიების ცოდნა-დანერგვა;
- ლოგისტიკური ჯაჭვის გამართული მუშაობა;
- ფიუჩერსული კონტრაქტები დისტრიბუტორებსა და მწარმოებლებს შორის;
- ხარისხის კონტროლი იმპორტირებულ საქონელზე რათა მოხდეს ადგილობრივი და შემოტანილი პროდუქტის ჯანსაღი კონკურენცია;
- ფინანსებზე წვდომა;

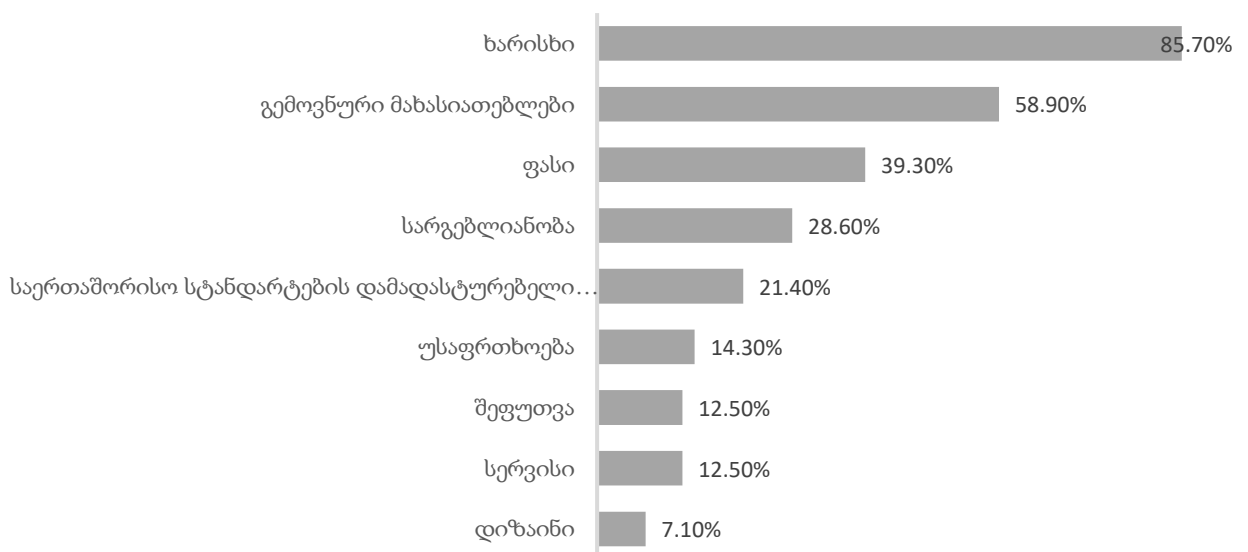
- გამოცდილების დაგროვება/უცხოელი ექსპერტების მოწვევა;
- ძირითადი საშუალებების გაიაფება, მათ შორის, დარგისთვის განსაკუთრებული სტატუსის მინიჭებით და სპეციალური საგადასახადო სისტემის შემუშავებით;
- ფერმერთა ცოდნის გაღრმავება რეალური სასწავლო პროგრამებით და საერთაშორისო სახელმძღვანელოების ხელმისაწვდომობით;
- სისტემური თანამედროვე განათლების სისტემის შემუშავება;
- სამაცივრე მეურნეობებისა და პროდუქტის შენახვასთან და ლოგისტიკასთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის განვითარება;
- ირიგაციის გამართულობა;
- დასამუშავებელი პუნქტების გახსნა;
- ასოციაციების შექმნა და მათი ეფექტური მუშაობა ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრების ასათვისებლად;
- ხარისხის დამადასტურებელი კვლევითი ლაბორატორიების გახსნა;
- მიწის რესურსები არ არის სწორად გადანაწილებული. მაგალითად, ყოველი 10 მიწის ნაკვეთის მესაკუთრიდან (მინ.20ჰა) მხოლოდ 1 არის აქტიურად დაინტერესებული აგრობიზნესში ინვესტირებით. დანარჩენები არ მონაწილეობენ ეკონომიკაში. ამის გამო საქართველოში ფერმერები ძალიან მცირემიწიან რესურსს ფლობენ;
- მიწა: არ არის ხელმისაწვდომი ე.წ. FarmGate გაყიდვების გარანტირებული შესაძლებლობა. საქართველოში ფერმერი ვალდებულია, იფიქროს მოსავლის მიღებაზე, დასაწყობებაზე, რეალიზაციის ბაზრის მოპოვებაზე, ფინანსურ გამართულობაზე და ა.შ. საჭიროა შუალედური რგოლი;
- ფინანსური რისკები: ნებისმიერი სახელმწიფო თუ საერთაშორისო დონორების მიერ შეთავაზებული დაფინანსების ან სხვა ტიპის წასახალისებელი პროგრამები საბოლოოდ ფერმერს პირისპირ ტოვებს ყველა შესაძლო რისკებთან. აიღეთ ნებისმიერი: მაგალითად, შეღავათიანი აგროკრედიტი. ცხადია, კრედიტი შეღავათიანია მაგრამ რისკები იგივე რჩება. მაგალითად, მართალია, აგროდაზღვევა ანაზღაურებს მიუღებელი

მოსავლის ნაწილს, მაგრამ განადგურებული მრავალწლიანი ბადის აღდგენას 10 მოსავლის ღირებულება არ ეყოფა;

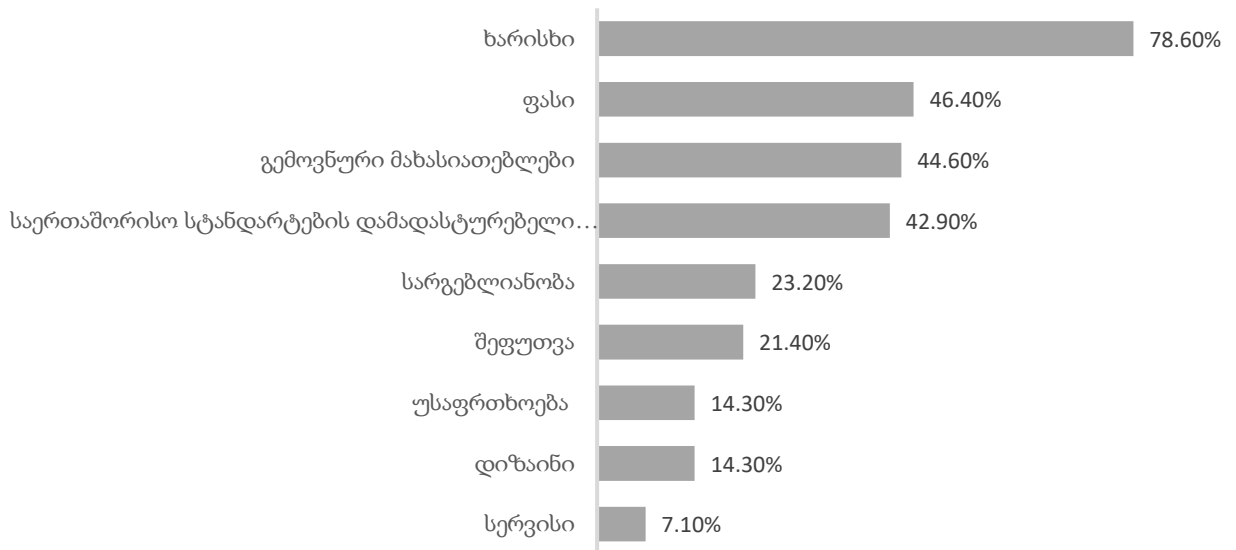
- ნედლეულის დეფიციტის აღმოფხვრა;
- პირველადი წარმოების გაფართოება, გადამამუშავებელი სიმძლავრეების გაზრდა;
- საბაზრო კონიუნქტურის ნათელი სურათის არსებობა;
- უნდა არსებობდეს კოოპერატივები, რომლებიც უზრუნველყოფს წარმოებული პროდუქტის რეალიზაციას;
- აგროდაზღვევის მრავალფეროვანი პროდუქტების შექმნა და დაბალპროცენტიანი კრედიტი;
- გადამამუშავებელი საწარმოს ქსელის გაზრდა.
- უფრო მეტი საგრანტო პროექტი.

მართალია, შესაბამისი სამინისტროების მიერ შემუშავებულია პროექტები, თუმცა, როგორც ჩანს, ის არ არის მომცველობითი და არ ფარავს ყველა მწარმოებელს.

და ბოლოს, მწარმოებლებს ვეკითხებოდით ორ ერთმანეთის მსგავს შეკითხვას: 1. რა მახასიათებლები განსაზღვრავს მათი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? 2. რა მახასიათებლები განსაზღვრავს მათი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? (შენიშვნა: შეეძლოთ შეერჩიათ სამი სავარაუდო პასუხი) (იხ. დიაგრამები 3.2.5 და 3.2.6).



დიაგრამა 3.2.5 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი) (მწარმოებლები)¹⁰²



დიაგრამა 3.2.6 პასუხი შეკითხვაზე - რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი) (მწარმოებლები) ¹⁰³

პირველ კითხვაზე ლიდერი სამეული შემდეგნაირად გადანაწილდა: 1. ხარისხი (85,5%), 2. გემოვნური მახასიათებლები (58,9%) და 3. ფასი (39,3%). მეორე შეკითხვაზეც მივიღეთ ანალოგიური პასუხები. თუმცა, განსხვავებული პროცენტული გადანაწილებებით: 1. ხარისხი (78,6%), 2. ფასი (46,4%), 3. გემოვნური მახასიათებლები (44,6%). ამდენად, მწარმოებელიც ძირითადად მიჰყვებიან მომხმარებელთა აზრს ხარისხის და გემოვნური მახასიათებლების აღიარებით, მაგრამ მეტ-ნაკლებად განსხვავებული მოსაზრებებია ფასის შესახებ.

ექსპორტიორთა გამოკითხვის შედეგების ანალიზი

ექსპორტიორთა გამოკითხვა მიმდინარეობდა 2021 წელის 9 დეკემბრიდან 31 დეკემბრის ჩათვლით. კითხვარი შედგებოდა 19 შეკითხვისგან, მათგან 7 ღია კითხვა

¹⁰² წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

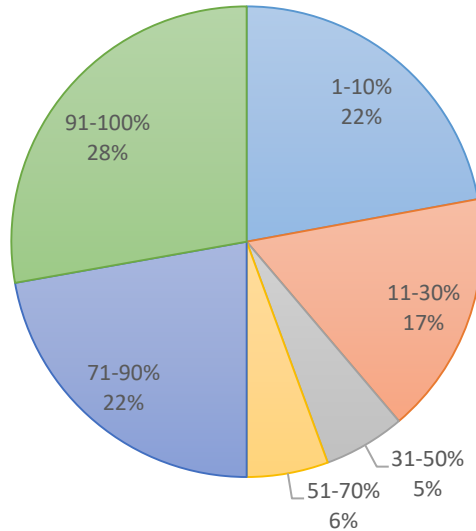
¹⁰³ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

და 12 დახურული ტიპის შეკითხვა. პასუხები მივიღეთ 20 ექსპორტიორისგან. ასევე, მოხდა ინდივიდუალური სატელეფონო გასაუბრებაც.

გამოიკითხა მემცენარეობის, მეცხოველეობის, მებოსტნეობის, მევენახეობის, მეფრინველეობის, მეჩაიეობის და კაკლოვანების პროდუქტის ექსპორტიორი მწარმოებლები. აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის სფეროში საქმიანობის 10 წელზე მეტი გამოცდილება აქვს გამოკითხულთა 33,3%-ს, 5-10 წლამდე - 22,2%-ს, 1-5 წლამდე - 33,3%-ს და 1 წლამდე - 11,2%-ს. გამოკითხულთა უმეტესობას გამოცდილება აქვს ექსპორტის სფეროში.

ბიზნესის სამართლებრივ-ორგანიზაციული ფორმის მიხედვით გამოკითხულთა 82,2% არის შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, 11,1% - ინდივიდუალური მეწარმე, 1,1% - კოოპერატივი და 5,6% - სააქციო საზოგადოება. ხოლო დაბეგვრის და შეღავათების მიღების მიზნებიდან გამომდინარე 11,1% არის მიკრო ბიზნესი, 38,9% - მცირე ბიზნესი, 44,4% - საშუალო ბიზნესი და 5,6% მსხვილი ბიზნესი. ასევე, გამოკითხვამ მთლიანად დაფარა საქართველოს თითქმის ყველა (მცხეთა-მთიანეთის და რაჭა-ლეჩხუმი ქვემო სვანეთის რეგიონის გამოკლებით) რეგიონი. კერძოდ, ბიზნესის რეგისტრაციის ადგილის მიხედვით გამოკითხულთა 44,4% ფუნქციონირებს კახეთში, 16,7% - თბილისში, 11,1% - გურიაში, 11,1% - იმერეთში, 5,6% - სამეგრელო-ზემო სვანეთში, 5,6% - აჭარაში და 5,6% ქვემო ქართლში.

დასაწყისში ჩვენ დავინტერესდით წარმოების საკითხებით და რესპონდენტებს ვკითხეთ, თუ როგორ იცვლებოდა მათი პროდუქტის წარმოების დინამიკა წლების განმავლობაში. გამოკითხულთა 83,3% პასუხობს, რომ დინამიკა ზრდადია, 5,6%-თვის თანაბარია და 11,1%-თვის კლებადი. შემდეგ დავინტერესდით, რესპონდენტთა მიერ წარმოებული პროდუქტის რა ნაწილი გადიოდა ექსპერტზე (იხ. დიაგრამა 3.2.7).



დიაგრამა 3.2.7 პასუხი შეკითხვაზე: თქვენ მიერ წარმოებული პროდუქტის რა ნაწილი გადის ექსპორტზე? (ექსპორტიორები)¹⁰⁴

დიაგრამიდან 3.2.7 ჩანს, რომ რესპონდენტთა დაახლოებით 56% თავისი პროდუქტის 51%-ზე მეტს ექსპორტისთვის აწარმოებს, მათგან უშუალოდ 28%-ის შემთხვევაში ხდება წარმოებული პროდუქტის 91-100%-ის ექსპორტი. გამოკითხულთა მხოლოდ 22%-ს გააქვს ექსპორტზე საკუთარი წარმოების 1-10%. საექსპორტო ბაზრებად რესპონდენტთა მიერ სახელდება შემდეგი: ქუვეითი, უკრაინა, რუსეთი, ჰოლანდია, დანია, ბელგია, იტალია, საფრანგეთი, გერმანია, აშშ, ყაზახეთი, ისრაელი, ჰონკონგი, სამხრეთ კორეა, იაპონია, პოლონეთი, დიდი ბრიტანეთი, ბელორუსი, კანადა, ფინეთი, შვედეთი, აზერბაიჯანი, სომხეთი, თურქეთი, ინდოეთი, ჩინეთი, ლიეტუვა, ლატვია, ესტონეთი, პოლონეთი. აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტთა 88,9% გეგმავს მომავალში საექსპორტო ბაზრის გაფართოებას და ძირითად კვლავ ევროპის სხვა დანარჩენ ქვეყნებში, ხოლო მეორე მიმართულებად გამოიყო აზია, კერძოდ, ჩინეთი.

შეკითხვაზე, კორონავირუსის გავრცელებამ იმოქმედა თუ არა მათი პროდუქტის წარმოების მოცულობაზე, გამოკითხულთა 44,4% აცხადებს, რომ არ იმოქმედა. 11,1%-თვის შემცირდა წარმოების მოცულობა, 5,6%-ის შემთხვევაში, პირიქით, გაიზარდა წარმოების მოცულობა, ხოლო 33,3%-ს უბრალოდ შეეზღუდა პროდუქტის საერთაშორისო ბაზარზე გატანა. ასევე, მივიღეთ ინდივიდუალური

¹⁰⁴ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

გამოხმაურებებიც, სადაც რესპონდენტები ასახელებდნენ, რომ COVID-19 პანდემიამ იმოქმედა საწარმოს სტაბილურ მუშაობასა და შემოსავლების ნაკადებზე.

კვლევის პროცესში დავინტერესდით ექსპორტიორების მიერ მათი პროდუქტის გაყიდვების/დისტრიბუციის ძირითად გზებზე. ძირითადად პასუხებში სახელდება შემდეგი სადისტრიბუციო თუ გაყიდვის გზები: HoReCa ქსელი, მარკეტები, საბითუმო ვაჭრობის ობიექტები, სადისტრიბუციო კომპანიები, უცხოელ პარტნიორებთან თანამშრომლობა, მაგალითად, ჰოლანდიის იმპორტიორი და იტალიის იმპორტიორი კომპანიები და ა.შ.

კითხვაზე, რა პრობლემებს აწყდებიან ან წააწყდნენ წარსულში ექსპორტის განხორციელების პროცესში, პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა: 11,1% ასახელებს წარმოების მცირე მასშტაბებს, ასევე, 11,1% - ინფორმაციის და ცოდნის ნაკლებობას გასაღების ბაზრების შესახებ, 22,2% - გასაღების ბაზრებზე შეზღუდულ წვდომას, 11,1% - იაფი კრედიტების ნაკლებობას, 11,1% - წარმოებაში თანამედროვე ტექნოლოგიების საჭიროებას, ხოლო 16,7%-ს არ ახსენდება მსგავსი რაიმე პრობლემები. მოცემულ კითხვაზე მივიღეთ ინდივიდუალური პასუხებიც (მოცემულია უცვლელად):

- „ქვეყნის დაბალი ცნობადობა, ძვირი ლოგისტიკა“;
- „პირველიდან 7 პუნქტის ჩათლით ყველა“.

ექსპორტიორების აზრით, მათი წარმოების ძლიერი მხარე არის პროდუქტის ხარისხი ან ბიო სერტიფიცირებული პროდუქტი, უნიკალური „story“, დეტალები, 100%-ით ნატურალური ინგრედიენტები. კითხვაზე, რა იყო მათი პროდუქტის წარმოების პროცესში სუსტი მხარე, ექსპორტიორთა პასუხები თემატურად შემდეგნაირად დაჯგუფდა:

- სუსტი პიარი, პროდუქტის ცნობადობა;
- დაბალი შემოსავალი შემდგომი წარმოების უზრუნველსაყოფად;
- არასაკმარისი ტექნოლოგიური აღჭურვილობა (დანადგარები);
- იმპორტირებული დამხმარე მასალები (შესყიდვების ნაწილში იმპორტზე დამოკიდებულება);
- პროფესიონალების ნაკლებობა;
- გამოცდილი და კომპეტენტური სამუშაო ძალის არ არსებობა/დეფიციტი;

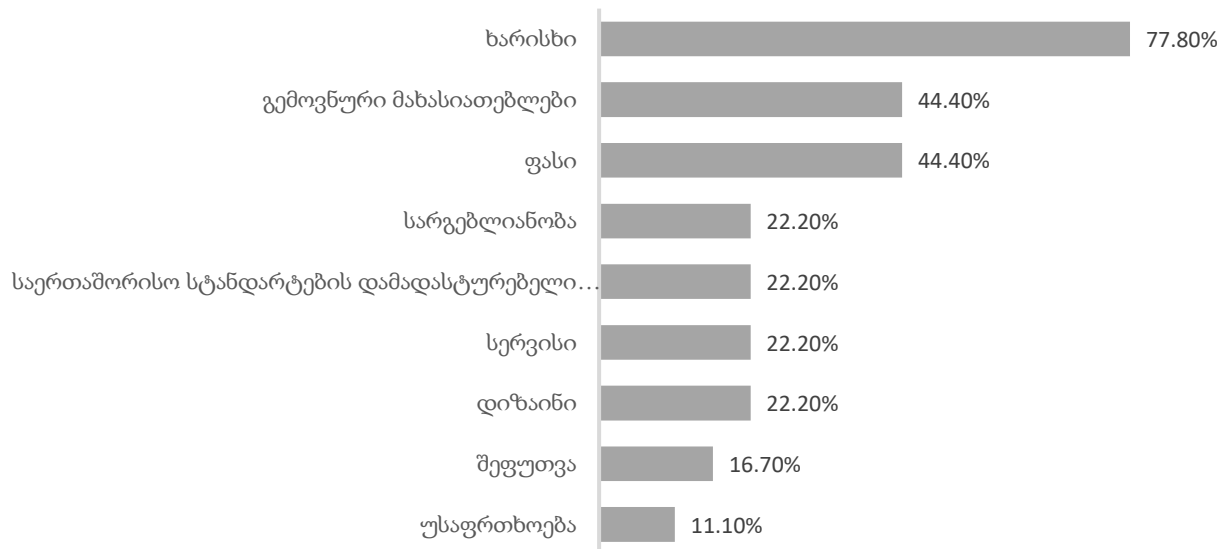
- ნედლეულის მოპოვება, რეალიზაცია;
- ფინანსური სახსრების სიმცირე;
- წარმოების პროცესის დიდი ხანგრძლივობა, რადგან ხდება ხელით მუშაობა.

ექსპორტიორების ამ შეკითხვაზე პასუხი მცირედით მაინც განსხვავდება იმ პრობლემისგან, რასაც ისინი აწყდებიან წარმოების სფეროში, თუნდაც იმ კუთხით, რომ ექსპორტის შემთხვევაში მათი მთავარი პრობლემა მარკეტინგი და ბაზარზე პროდუქტის ნაკლები ცნობადობაა. თუმცა, მათ მიერ დასახელებული საკითხები ყურადსაღებია სასოფლო-სამეურნეო პოლიტიკის გამტარებლებისა და სამინისტროებისთვის. სწორედ ეს არის მათ წინაშე არსებული პრობლემები მიმდინარე პერიოდში.

ჩვენ დავინტერესდით რესპონდენტთა აზრით, თუ რა არის საჭირო აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ხელშეწყობისთვის. პასუხები კი შემდეგია:

- სახელმწიფოს მხრიდან ექსპორტიორების ხელშეწყობა, საექსპორტო სერვისების გაფართოება;
- საინფორმაციო მხარდაჭერის გაზრდა;
- შესაბამის სტანდარტებთან ხარისხის მკაცრი მონიტორინგი;
- იაფი კრედიტების უზრუნველყოფა;
- კომუნალურ მომსახურებაზე გადასახდელების შემცირება;
- სავაჭრო პალატები (კერძო) სამიზნე ქვეყნებში.

და ბოლოს, ექსპორტიორებს შევეკითხეთ, თუ რა მახასიათებლები განსაზღვრავს მათი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე.



დიაგრამა 3.2.8 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი) (ექსპორტიორები) ¹⁰⁵

ექსპორტიორების შემთხვევაშიც დიაგრამის 3.2.8 მიხედვით ნარჩუნდება მწარმოებლების მსგავსი ტენდენცია: პირველი ადგილი უკავია ხარისხს (77,8%), მეორე ადგილს ინაწილებენ გემოვნური მახასიათებლები და ფასი (44,4-44,4%), ხოლო მესამე ადგილს ერთდროულად იკავებენ: საერთაშორისო სტანდარტების დამადასტურებელი სერტიფიკატები, სარგებლიანობა, დიზაინი და სერვისი. საინტერესოა, რომ ყველაზე მცირე ხმა მიიღო უსაფრთხოებამ და შეფუთვამ.

დარგში ექსპერტთა/მკვლევართა გამოკითხვის შედეგების ანალიზი

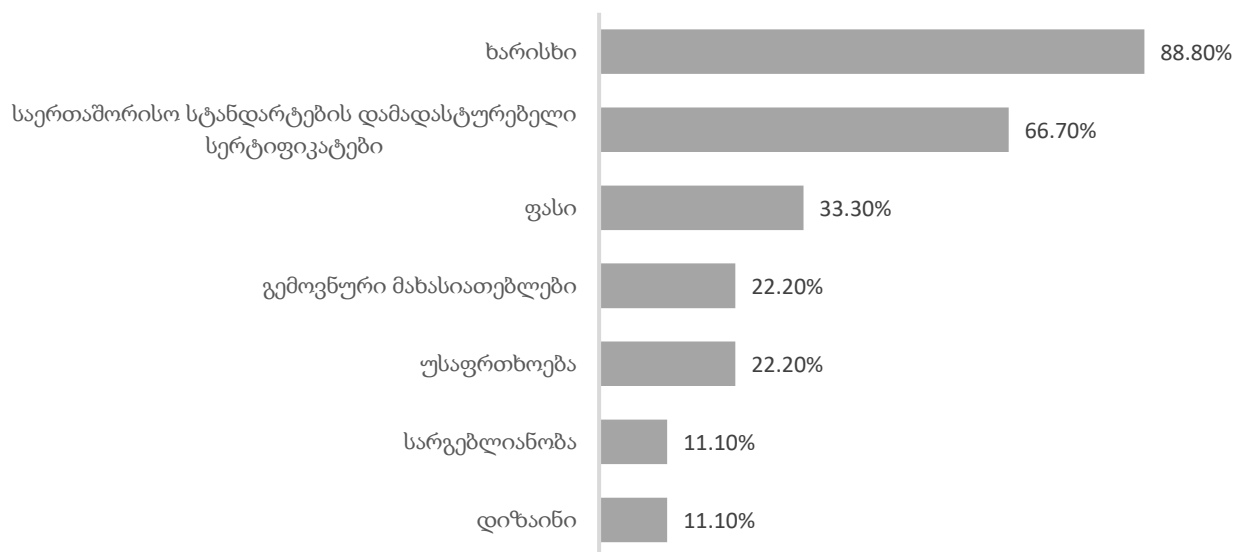
დარგში ექსპერტთა/მკვლევართა გამოკითხვა ჩატარდა 2021 წელის 9 დეკემბრიდან 31 დეკემბრის პერიოდში. ანკეტა-კითხვარი მოიცავდა 15 შეკითხვას, მათგან 3 ღია კითხვა და 12 დახურული ტიპის შეკითხვა. ჩვენთვის საინტერესო იყო გაგვეგო ექსპერტთა აზრი აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი მახასიათებლების შესახებ. ასევე, შეგვეფასებინა უშუალოდ ექსპორტირებადი პროდუქტები ექსპერტული მეთოდის გამოყენებით. ექსპერტები იყვნენ კვლევითი ცენტრებისა და საჯარო უწყებების წარმომადგენლები, ასევე

¹⁰⁵ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

მეცნიერები, მკვლევრები, სულ 9 რესპონდენტი. ასევე, შედგა სატელეფონო გასაუბრებაც.

ექსპერტთა და მკვლევართა გამოცდილების სტაჟი 77,8%-ის შემთხვევაში შეადგენდა 10 წელზე მეტს და 22,2%-ში - 4-დან 9 წლამდე პერიოდს.

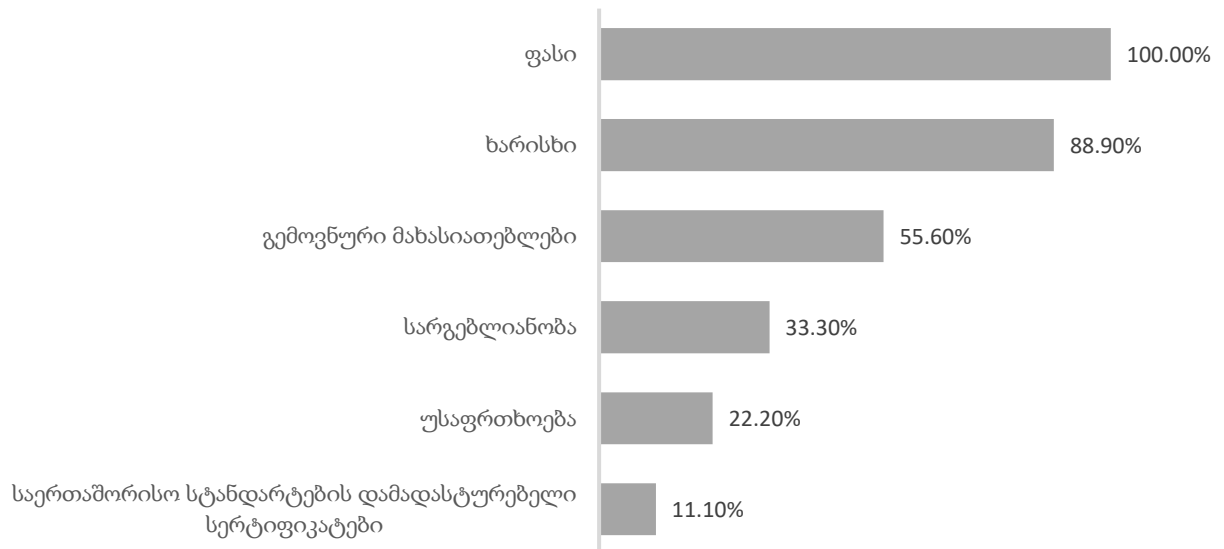
მათი აზრით, აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე განსაზღვრავს, პირველ რიგში, ხარისხი (88,9%), მეორე, საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები (66,7%) და მესამე, ფასი (33,3%), მხოლოდ შემდეგ პოზიციაზეა წარმოდგენილი გემოვნური მახასიათებლები და უსაფრთხოება (22,2%-22,2%) (იხ. დიაგრამა 3.2.9).



დიაგრამა 3.2.9 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი) (ექსპერტები)¹⁰⁶

დიაგრამიდან 3.2.9 ჩანს, რომ ყველაზე ნაკლები ხმა მიიღო დიზაინმა და სარგებლიანობამ. მოცემულ შეკითხვაზე, ასევე, მიღებულია ინდივიდუალური პასუხებიც, რომ მნიშვნელოვანია ყველა ჩამოთვლილი მახასიათებელი, სურსათის უვნებლობის მოთხოვნის დაკმაყოფილება და წარმოების სტანდარტების დაცვა.

¹⁰⁶ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით



დიაგრამა 3.2.10 პასუხი შეკითხვაზე: რა მახასიათებლები განსაზღვრავს აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? (შეარჩიეთ მაქსიმუმ სამი სავარაუდო პასუხი) (ექსპერტები)¹⁰⁷

დიაგრამიდან 3.2.10 კარგად ჩანს, რომ ექსპერტებმა ადგილობრივ ბაზარზე აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას მახასიათებლების განსაზღვრისას ფასს მიანიჭა 100%, ხარისხს 88,9% და გემოვნურ მახასიათებლებზე 55,6%. ექსპერტთა შეფასებაში ამჯერად ვერ მოხვდნენ ისეთი მახასიათებლები, როგორებიცაა, შეფუთვა, დიზაინი და სერვისი.

ექსპერტებს ვთხოვეთ, შეეფასებინათ ქართული საექსპორტო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა და ცალკეული პროდუქტის შემთხვევაში მათი მახასიათებლებისთვის მიენიჭებინათ შესაბამისი ქულა. გამოყენებულია მეცნიერ ფატხუდინოვის (*Фатхутдинов 2000*) მიდგომა ექსპერტული მეთოდით პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით. წონები დავადგინეთ თავად მომხმარებელთა გამოკითხვის შედეგებიდან. მახასიათებლებიც შერჩეულია პროდუქტის სპეციფიკიდან გამომდინარე და თავად მწარმოებელთა და ექსპორტიორთა შეფასებების მიხედვით. ამასთან, თავდაპირველად, შერჩეული 5 მახასიათებლიდან ანალიზისთვის დარჩა 4 მახასიათებელი ვინაიდან, ექსპერტთა მიერ ყველაზე მეტად მეხუთე მახასიათებელი (გასაღების ბაზარზე ადვილი წვდომა) ვერ ფასდებოდა.

¹⁰⁷ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ცხრილი 3.2.8 ექსპერტული მეთოდით ყურძნის ნატურალური ღვინოების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით¹⁰⁸

	პროდუქტის ხარისხი	პროდუქტის ფასი	პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები	პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან	გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა
ექსპერტი N1	4	3	5	5	5
ექსპერტი N2	5	3	5	5	4
ექსპერტი N3	4	3	5	5	4
ექსპერტი N4	4	ვერ შევაფასებ	4	5	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N5	4	5	4	4	3
ექსპერტი N6	4	3	4	4	5
ექსპერტი N7	4	3	4	4	3
ექსპერტი N8	5	5	4	3	3
ექსპერტი N9	5	5	5	5	2
ქულათა ჯამი	39	30	40	40	29
საშუალო	4,33	3,75	4,44	4,44	3,63

ცხრილი 3.2.9 ექსპერტული მეთოდით სპირტიანი სასმელების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით¹⁰⁹

	პროდუქტის ხარისხი	პროდუქტის ფასი	პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები	პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან	გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა
ექსპერტი N1	4	3	5	5	5
ექსპერტი N2	4	4	4	3	3
ექსპერტი N3	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N4	3	ვერ შევაფასებ	3	4	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N5	4	4	3	3	3
ექსპერტი N6	4	3	4	4	5

¹⁰⁸ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

¹⁰⁹ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ექსპერტი N7	4	4	4	3	4
ექსპერტი N8	5	5	4	4	3
ექსპერტი N9	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	3	ვერ შევაფასებ	3
ქულათა ჯამი	28	23	30	26	26
საშაულო	4	3,83	3,75	3,71	3,71

ცხრილი 3.2.10 ექსპერტული მეთოდით მინერალური და მტკნარი წყლების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით¹¹⁰

	პროდუქტის ხარისხი	პროდუქტის ფასი	პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები	პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან	გასაღების ბაზარზე ადვილი შელწევადობა
ექსპერტი N1	4	3	5	5	5
ექსპერტი N2	5	4	5	5	4
ექსპერტი N3	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	5	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N4	5	5	5	5	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N5	3	3	2	3	2
ექსპერტი N6	5	4	5	5	5
ექსპერტი N7	5	5	5	5	4
ექსპერტი N8	5	5	5	4	3
ექსპერტი N9	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ
ქულათა ჯამი	32	29	37	32	23
საშაულო	4,57	4,14	4,63	4,57	3,83

ცხრილი 3.2.11 ექსპერტული მეთოდით თხილის კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით¹¹¹

	პროდუქტის ხარისხი	პროდუქტის ფასი	პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები	პროდუქტის შესაბამისობა	გასაღების ბაზარზე
--	----------------------	-------------------	--	---------------------------	----------------------

¹¹⁰ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

¹¹¹ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

				ალიარებულ სტანდარტებთან	ადვილი შელწევადობა
ექსპერტი N1	5	5	5	5	5
ექსპერტი N2	4	4	4	4	4
ექსპერტი N3	3	3	4	3	4
ექსპერტი N4	4	ვერ შევაფასებ	4	4	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N5	4	5	4	4	4
ექსპერტი N6	5	4	4	4	4
ექსპერტი N7	3	3	3	3	3
ექსპერტი N8	3	4	5	3	3
ექსპერტი N9	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	1
ქულათა ჯამი	31	28	33	30	28
საშუალო	3,88	4	4,13	3,75	3,5

ცხრილი 3.2.12 ექსპერტული მეთოდით გაზიანი სასმელების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით¹¹²

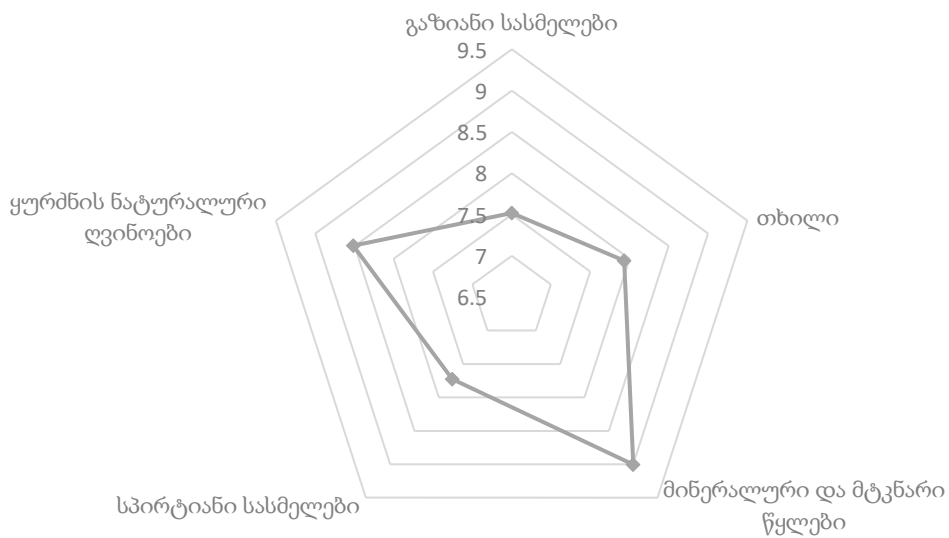
	პროდუქტის ხარისხი	პროდუქტის ფასი	პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები	პროდუქტის შესაბამისობა ალიარებულ სტანდარტებთან	გასაღების ბაზარზე ადვილი შელწევადობა
ექსპერტი N1	4	3	5	5	5
ექსპერტი N2	3	3	3	3	4
ექსპერტი N3	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N4	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ	ვერ შევაფასებ
ექსპერტი N5	3	3	3	3	3
ექსპერტი N6	5	4	4	4	4
ექსპერტი N7	3	3	3	3	3
ექსპერტი N8	4	3	4	3	3
ექსპერტი N9	5	5	5	5	ვერ შევაფასებ

¹¹² წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ქულათა ჯამი	27	24	27	26	22
საშუალო	3,86	3,43	3,86	3,71	3,67

ექსპერტთა მიერ ყველა მახასიათებლის მიხედვით ყველაზე მაღალი საშუალო მიიღო მინერალურმა და მტკნარმა წყლებმა. ჩაშლილად რომ განვიხილოთ, პროდუქტის ხარისხის მიხედვით ლიდერობს მინერალური და მტკნარი წყლები, ბოლო ადგილს იკავებს გაზიანი სასმელები. პროდუქტის ფასის მიხედვით ლიდერობს მინერალური და მტკნარი წყლები, ბოლო პოზიციაზეა ისევ გაზიანი სასმელები. პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლების მიხედვით ლიდერობს მინერალური და მტკნარი წყლები, ბოლო პოზიციაზეა სპირტიანი სასმელები. პროდუქტის შესაბამისობით აღიარებულ სტანდარტებთან პირველ პოზიციაზეა კვლავ მინერალური და მტკნარი წყლები, ხოლო ბოლო ადგილს ინაწილებენ: გაზიანი სასმელები და სპირტიანი სასმელები.

ზემოთ წარმოდგენილი ცხრილების შემაჯამებელი სურათი წარმოდგენილია დიაგრამაზე 3.2.11.



დიაგრამა 3.2.11 პროდუქტთა კონკურენტუნარიანობა შეფასებული ექსპერტული მეთოდით ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით¹¹³

დიაგრამა 3.2.11 აჯამებს ექსპერტული მეთოდით შეფასებულ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას. სხვა სიტყვებით, ექსპერტთა შეფასებით მოწინავე ადგილი

¹¹³ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

უკავია მინერალურ და მტკნარ წყლებს. მოცემულ ეტაპზე მნიშვნელოვანია ამ უკანასკნელის საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირება. მეორე მხრივ, ყველაზე დიდი მუშაობაკონკურენტუნარიანობის ამაღლებაში სჭირდებათ სპირტიან და გაზიან სასმელებს.

აღსანიშნავია, რომ ექსპერტთა უმრავლესობის (88,9%) აზრით, ქართული აგროსასურსათო პროდუქტებისთვის ევროკავშირის ბაზარი ნაკლებად ხელმისაწვდომია. კითხვაზე, თუ რა პრობლემებს შეიძლება აწყდებოდნენ მწარმოებლები ექსპორტის განხორციელებისას, მთავარ გამოწვევად სახელდება: ხარისხის სტანდარტების დაუკმაყოფილებლობა (77,8%), ინფორმაციებისა და ცოდნის ნაკლებობა გასაღების ბაზრების შესახებ (55,6%), პროდუქტის წარმოების მცირე მასშტაბები (44,4%) და წარმოებისთვის თანამედროვე ტექნიკის/ტექნოლოგიების გამოყენება (22,2%). შესაბამისად, ექსპერტთა აზრით, აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ხელშეწყობისთვის სასურველია შემდეგი ღონისძიებების გატარება: საექსპორტო მხარდამჭერი სერვისების გაფართოება (77,8%), შესაბამის სტანდარტებთან ხარისხის შესაბამისობის მკაცრი მონიტორინგი (44,4%), საინფორმაციო მხარდაჭერის გაზრდა (33,3%) და იაფი აგროკრედიტების უზრუნველყოფა (33,3%). ასევე, ერთ-ერთ შემოთავაზებად დასახელდა შემდეგი - „კლასტერებისა და ვერტიკალური და ჰორიზონტალური ინტეგრაციის ხელშეწყობა ღირებულებათა ჯაჭვებში, რომ უზრუნველყონ შესაბამისი მოცულობის უწყვეტად წარმოება და მიწოდება საერთაშორისო ბაზრებზე“.

და ბოლოს, ექსპერტებს ვთხოვეთ, დაესახელებინათ მათი აზრით ყველაზე მაღალი პოტენციალის მქონე საექსპორტო აგროსასურსათო კონკრეტული პროდუქტი და ქვეყანა, რომელშიც მისი გატანა იქნებოდა შესაძლებელი. პასუხები შემდეგნაირად გადანაწილდა:

- ლურჯი მოცვი (ევროკავშირი);
- კენკროვნები (ინგლისი, გერმანია და ა.შ.);
- თხილი (ევროპის ქვეყნები, ევროკავშირის ქვეყნები);
- ღვინო (ევროკავშირი, ჩინეთი);
- მინერალური წყლები (ევროპის ქვეყნები (სკანდინავიის ქვეყნების ჩათვლით), ჩინეთი);

- ნედლი ხილი;
- ზეთისხილის ზეთი (ზეითუნის ზეთი).

მოცემულ კითხვაზე მივიღეთ განსხვავებული პასუხიც, რომელსაც გთავაზობთ უცვლელი სახით: „მიმაჩნია, რომ აუცილებელია არა მხოლოდ აგროსასურსათო პროდუქტზე აქცენტის გაეკეთება, არამედ ამ პროდუქტის გადამუშავებაზე ზრუნვა. ეს, თავის მხრივ, გაზრდის პროდუქტის დამატებულ ღირებულებას, გაზრდის დასაქმებას, შესაბამისად - მსყიდველუნარიანობას და აქედან გამომდინარე, საექსპორტო პოტენციალზეც იქონიებს მნიშვნელოვან გავლენას. მიჭირს იმაზე პასუხის გაცემა, თუ რა პროდუქტი შეიძლება ეს იყოს, ბოსტნეული? ხილი? ხორცი? არა, მე ვფიქრობ, მხოლოდ ასე, აგრო პროდუქტების ექსპორტით შორს ვერ წავალთ, თუ ამ პროდუქტის გადამუშავებაზე არ ვიზრუნეთ“. ვფიქრობთ, რომ მოცემული მოსაზრება მართლაც საფუძვლიანია და სოფლის მეურნეობის განვითარების მომდევნო ეტაპზე გადასვლის წინაპირობად შეიძლება მოვიაზროთ.

ჩვენს შემდეგ შეკითხვაში ექსპერტებს ვთხოვდით შეეფასებინათ მათ მიერ შერჩეული პროდუქტის საექსპორტო პოტენციალი სხვადასხვა მაჩვენებლის მიხედვით 0-დან 5 ქულამდე. ეს მაჩვენებლები იყო: ქვეყნის შესახებ ინფორმირებულობის დონე უშუალო მყიდველებში, პროდუქტის ფარდობითი უპირატესობა, ექსპორტის მხარდამჭერი კანონმდებლობა, ექსპორტიორთა ფინანსური მხარდაჭერა, ლოგისტიკური მდგომარეობა, იმპორტის ქვეყანასთან მოქმედი სავაჭრო რეჟიმი, იმპორტის ქვეყანასთან მოქმედ სტანდარტებთან შესაბამისობა (დაღანიძე 2014). გამომდინარე იქიდან, რომ ზოგიერთი ექსპერტის მიერ ერთი პროდუქტის ნაცვლად სახელდებოდა ორი და სამი ერთად, მონაცემები აგრეგირებულია და წარმოდგენილია ცხრილის სახით (იხ. ცხრილი 3.2.13).

ცხრილი 3.2.13 ექსპერტთა მიერ პროდუქტების საექსპორტო პოტენციალის შეფასება (ქულა)¹¹⁴

თხილი	99
ღვინო	53
ლურჯი მოცვი	49
მინერალური წყლები	27

¹¹⁴ წყარო: აგებულია ავტორის მიერ გამოკითხვის მონაცემებზე დაყრდნობით

ცხრილში 3.2.13 მონაცემები დალაგებულია კლებადობის მიხედვით და გამოყოფილია შეფასებულ პროდუქტებს შორის ყველაზე მაღალი რეტიგული ქულის მქონე ხუთი პროდუქტი. აღმოჩნდა, რომ ექსპერტები მაღალი საექსპორტო პოტენციალის მქონედ ცალსახად მიიჩნევენ თხილს, შემდეგ ღვინოს და მესამე ადგილს იკავებს ლურჯი მოცვი. სადისერტაციო ნაშრომის ფარგლებში არ მომხდარა ამ უკანასკნელის კონკურენტუნარიანობის შეფასება, იგი სამომავლო კვლევის ობიექტად მივიჩნიეთ.

საქართველოში წინა კვლევებისგან განსხვავებით, რომელშიც მომხმარებლის გადაწყვეტილებაზე ზემოქმედების მთავარ ფაქტორად პირველ რიგში ფასი და შემდეგ ხარისხი სახელდებოდა, დღეს მსოფლიო კოვიდ 19 პანდემიას ებრძვის და პარალელურად იზრდება მოთხოვნა ბიო პროდუქტებზეც, სტატუსქვო შეიცვალა. ზემოაღნიშნული დისკუსიიდან გამომდინარე, არსებობს მტკიცებულება, რომ ხარისხი, სხვა ფაქტორებთან ერთად, როგორცაა უსაფრთხოება, გემოვნების მახასიათებლები და პირადი გამოცდილება კონკურენტუნარიანობის მთავარი განმსაზღვრელი მახასიათებლებია. მწარმოებლებმა მხედველობაში უნდა მიიღონ ეს ახალი სიტუაცია და საჭიროა თავიანთი ძალისხმევა მიმართონ პროდუქტის ხარისხისა და სარგებლიანობის გაუმჯობესებაზე. მნიშვნელოვანია, რომ აგროსასურსათო მწარმოებლებმა იცოდნენ როგორ მოიგონ მომხმარებლების გული, როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო დონეზე.

პირადი გამოცდილება, ასევე, ერთ-ერთი მთავარი გადაწყვეტი ფაქტორია პროდუქტის შექმნისას. შეიძლება ითქვას ქართველი მომხმარებელი ჩვეულ პროდუქტზე საკმაოდ მიჯაჭვულია. ამ მოსაზრებიდან გამომდინარე, აუცილებელია ისეთი მარკეტინგული მიდგომების შემუშავება, რომელიც შექმნის პირველ დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას ლოიალური მომხმარებლის მოსაპოვებლად.

როგორც წესი, აგროსასურსათო პროდუქტს სპეციალური შეფუთვა არ სჭირდება, მაგრამ იმისათვის, რომ ადვილად გადაადგილზე სავაჭრო ქსელებში, იფუთება სხვადასხვა კონტეინერში. ეს განსაკუთრებით ეხება ექსპორტირებულ პროდუქტებს (Todua 2012). ამრიგად, შეფუთვა შეიძლება არ იყოს მომხმარებლისთვის შესყიდვის

მთავარი განმსაზღვრელი, თუმცა მწარმოებლებისთვის ის არ კარგავს თავის მნიშვნელოვნებას.

საქართველოში აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისთვის აუცილებელია ხელშემწყობი გარემო. მაგალითად, ახალი ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობის ზრდა, ათვისება და პოპულარიზაცია, ახალი სპეციალისტების, აგრონომების მომზადება აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპერტიზისა და ხარისხის კონტროლის სფეროში. სახელმწიფოს შეუძლია შეასრულოს შუამავლის როლი, დაეხმაროს მეწარმეებს საჭირო რესურსების მოპოვებასა თუ პროექტების განხორციელებაში. სახელმწიფომ სწორად უნდა განსაზღვროს პრიორიტეტები და შესაბამისად გამოყოს რესურსები პოტენციურად მაღალი კონკურენტუნარიანობის მქონე პროდუქტის სექტორების განვითარებისთვის.

პროდუქტის

მართალია, საქართველოში არსებობს სახელმწიფო და კერძო ლაბორატორები, რომლებიც ქვეყნის სურსათის უვნებლობის სისტემის განუყოფელი ნაწილია, თუმცა მათი რიცხვი მცირეა და არათანაბრად გადანაწილებული ქვეყნის ტერიტორიაზე (როგორც მეწარმეები აღნიშნავენ). ამიტომ, თანამედროვე გამოწვევების საპასუხოდ, მთავრობამ ხელი უნდა შეუწყოს აგროსასურსათო პროდუქტის სექტორში საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამდგენი კვლევითი ლაბორატორიების შექმნა-გაფართოებას. პროდუქტის დონეზე კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას ვერ მივაღწევთ თუ ქვეყანაში არ იქნება შექმნილი შესაბამისი გარემო-პირობები.

დასკვნები და რეკომენდაციები

აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის დონის შეფასების მიზნით ჩატარებული ბიბლიოგრაფიული, სოციოლოგიური კვლევის, გაანგარიშებული ინდექსების, ჰიპოთეზების ჩამოყალიბებისა და შემოწმების საფუძველზე გაკეთებულია ძირითადი დასკვნები და შემუშავებულია შემდეგი რეკომენდაციები, კერძოდ:

- რეალისტური, ოპტიმისტური და პესიმისტური სცენარებით ერთწლიანი და მრავალწლიანი კულტურების წარმოებას 2030 წლისთვის ახასიათებთ მატების დადებითი ტემპი. დადგენილია, რომ ერთწლიან და მრავალწლიან კულტურების პროდუქტებს გააჩნიათ განვითარების ზრდადი ტენდენცია. ამასთან, მრავალწლიანი კულტურების ზრდის ტემპი უფრო მაღალია, ვიდრე იგივე მაჩვენებელი ერთწლიანი კულტურებისთვის. ერთწლიანი კულტურების წარმოებაში მთავარი პოზიციები უკავიათ: სიმინდს, კარტოფილსა და ბოსტნეულს. თუმცა, ყველაზე მაღალი საშუალოწლიური ზრდის ტემპი გააჩნია ბაღჩეულს (მ.შ. საზამთრო, ნესვი და გოგრა). ამასთან, საშუალო მოსავლიანობაც ყველაზე მაღალია ბაღჩეულის, კარტოფილისა და ბოსტნეულისთვის. რაც შეეხება მრავალწლიან კულტურებს, აქ ცალსახა ლიდერი წარმოების კუთხით არის ყურძენი. თუმცა, მრავალწლიან კულტურებში ყველაზე მაღალი საშუალოწლიური ზრდის ტემპი აქვთ ვაშლს, გარგარსა და ატამს. მიზანშეწონილია ზემოთ დასახელებული პროდუქტების მწარმოებლების წახალისება, რათა ერთის მხრივ შენარჩუნდეს წარმოების განვითარების დადებითი ტენდენცია, მეორეს მხრივ გაიზარდოს მოცემული პროდუქტების თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტის მნიშვნელობები.
- ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელით დადგინდა, რომ მომავალი ორი წლის მანძილზე წარმოების ზრდას უნდა ველოდოთ შემდეგ პროდუქტებზე: ცქრიალა ღვინო, ყურძნის ღვინო, მინერალური წყლები. საპროგნოზო მაჩვენებლების ექსპორტის საშუალო მაჩვენებელზე გადამრავლებით მივიღეთ სამომავლო ექსპორტის მოცულობა. გამომდინარე აქედან, ყველაზე პერსპექტიულად გვევლინება მინერალური წყლების ექსპორტი

და შემდეგ - ღვინის. შესაბამისად, სასურველია ძირითადი აქცენტი გაკეთდეს მინერალური წყლების ექსპორტის მხარდაჭერაზე.

- სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსის საფუძველზე გამოვლინდა კონკრეტული ქვეყნები, რომელთანაც საქართველოს აქვს ხელსაყრელი საგარეო სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსი. თუმცა, ნორმალიზაციის ინდექსის გაანალიზებამ ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით გვიჩვენა, რომ საქართველო საჭიროებს საექსპორტო პოტენციალის ათვისებას, განსაკუთრებით ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის ქვეყნებისა და ევროკავშირის ქვეყნების შემთხვევაში. ევროკავშირის წევრი ქვეყნების დონეზე გამოვლინდა ის ქვეყნები, რომელთანაც საქართველოს გააჩნია ხელსაყრელი საგარეო სავაჭრო ბალანსის ნორმალიზაციის ინდექსი, ესენია ბულგარეთი, ესტონეთი და ლიეტუვა. მნიშვნელოვანია დასახელებულ ქვეყნებთან ვაჭრობის გაფართოება/გაღრმავება.
- ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსის ანალიზი ცხადყოფს, რომ საქართველოს ევროკავშირის ბაზარზე დსთ-ს ბაზართან შედარებით არასახარბიელო შედეგები აქვს. სხვა სიტყვებით, არსებული საექსპორტო პოტენციალი სრულად არ არის გამოყენებული. როგორც სავაჭრო პატრნიორი, საქართველოსთვის დსთ-ს ქვეყნათა ჯგუფი ბევრად მნიშვნელოვანია (ვიდრე საქართველო მათთვის). დსთ-ს ქვეყნათა ჯგუფში კი მთავარი სავაჭრო პარტნიორის ადგილი საქართველოსთვის უკავია რუსეთს. მიზანშეწონილია, საექსპორტო ძალისხმევის კონცენტრაციამ გადაინაცვლოს ევროკავშირის ბაზარზე, იმ სავაჭრო რეჟიმის გათვალისწინებით, რაც უკვე ევროკავშირთან საქართველოს აკავშირებს. ეს დაგვეხმარება საერთაშორისო ვაჭრობის დროს ნაკლებად დამოკიდებულები ვიყოთ ერთ რომელიმე ქვეყანაზე. საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიკაციის მიზნით ვაჭრობის ინტენსივობის ინდექსისა და საკვლევი პროდუქტის საექსპორტო და საიმპორტო ბაზრების ანალიზის საფუძველზე გამოვლინდა ის პოტენციური ევროკავშირის წევრი ქვეყნები, რომლებთან ურთიერთობების გაღრმავებაზე უნდა კონცენტრირდეს საქართველო. ესენია: გერმანია, ნიდერლანდები, საფრანგეთი.

- კვლევით დადასტურებულია ნაშრომში ჩამოყალიბებული ჰიპოთეზები: (1) ყველა აგროსასურსათო პროდუქტი, რომელსაც ახასიათებს ექსპორტის ხანგრძლივი გამოცდილება და ლიდერი პოზიციები ექსპორტში აგროსასურსათო სექტორიდან, არის კონკურენტუნარიანი. (2) სავაჭრო რეჟიმები, საერთაშორისო ხელშეკრულებები დადებითად მოქმედებს სხვა თანაბარ პირობებში და ხშირ შემთხვევაში ზრდის კონკურენტუნარიანობას. გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსის მიხედვით მაღალი კონკურენტუნარიანობით ხასიათდება შემდეგი პროდუქტები: მინერალური და მტკნარი წყლები, ახალი ატამი, ხმელი ვაშლი, სპირტიანი სასმელები, ყურძნის ნატურალური ღვინოები, შინაური ქათმის ახალი კვერცხი ნაჭუჭით, ინკუბირებისათვის, ახალი ვაშლი, ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცილილი თხილი და ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული. მართალია, ექსპორტის მოცულობაში პირველი და მეორე ადგილები უკავიათ ღვინოსა და სპირტიან სასმელებს, მაგრამ მათ დაბალი RCA ინდექსი გააჩნიათ ისეთ პროდუქტებთან შედარებით, როგორებიცაა: მინერალური და მტკნარი წყლები, ახალი ატამი, ხმელი ვაშლი. სწორად ზემოთ დასახელებულ პროდუქტებს გააჩნიათ მაღალი საექსპორტო პოტენციალი. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია მოცემული პროდუქტთა ჯგუფების ექსპორტიორების წახალისება და მხარდაჭერა საექსპორტო პოტენციალის ათვისების მიზნით.
- მომხმარებელთა გამოკითხვებით გამოვლინდა, რომ აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის მთავარი განმსაზღვრელი მახასიათებელი ცალსახად არის: ხარისხი, გემოვნური მახასიათებლები, სარგებლიანობა და უსაფრთხოება. ქართველი მომხმარებელი ქართულ აგროსასურსათო პროდუქტს საშუალო კონკურენტუნარიანობის მქონედ მიიჩნევს. ამდენად, მნიშვნელოვანია მწარმოებლებმა აქცენტი გააკეთონ პროდუქტების ხარისხის ამაღლებაზე. მწარმოებელთა, ექსპორტიორთა და ექსპერტთა გამოკითხვის შედეგები აჩვენებს, რომ მათთვის პროდუქტის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედი მთავარი ფაქტორი ხარისხთან ერთად არის ფასი. გამომდინარე აქედან, შეიძლება, დავასკვნათ, რომ მწარმოებლები და

ექსპორტიორები ტრადიციულ ფასით კონკურენციის სტრატეგიას მისდევენ პროდუქტის რეალიზაციის პროცესში.

- მწარმოებელთა და ექსპორტიორთა გამოკითხვის საფუძველზე გამოვლინდა ის გამოწვევები და საკითხები, რომლებიც პირველ რიგში არის მოსაწესრიგებელი თუ ჩვენ გვსურს აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების ზრდადი ტენდენციის შენარჩუნება და ექსპორტის გაფართოება. ეს საკითხებია: სოფლის მეურნეობის დარგში კვალიფიციური სპეციალისტების, აგრონომების, კონსულტანტების ჯგუფის შექმნა, მათი მომზადება-გადამზადება სისტემური, თანამედროვე საგანმანათლებლო პროგრამების, სასწავლო კურსების შემუშავების გზით; სოფლის მეურნეობის დარგის ტექნიკური მოდერნიზაციის უზრუნველყოფა; ნედლეულის მიმწოდებელი საწარმოების განვითარება; შემნახველი, სამაცივრე და გადამამუშავებელი საწარმოების, საკონსულტაციო კომპანიების ზრდა-განვითარება; საერთაშორისო ბაზრებზე ქართული ნაწარმის პოპულარიზაცია. მოცემული გამოწვევების ნაწილობრივ გადალახვაში შესაძლოა დიდი როლი ითამაშოს კლასტერებისა და ფერმერების მიერ კოოპერატივებში გაწევრიანებამ და აქტიურმა საქმიანობამ.
- ექსპერტთა გამოკითხვის საფუძველზე საექსპორტო პოტენციალის შეფასების მეთოდით გამოვლინდა ერთ-ერთი ყველაზე მაღალი საექსპორტო პოტენციალის მქონე აგროსასურსათო პროდუქტი: მოცვი. მნიშვნელოვანია სამომავლოდ მოცემული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობისა და საექსპორტო ბაზრების შესწავლა.
- მიზანშეწონილია აქტიური აგროსასურსათო პროდუქტების მწარმოებელთა და ექსპორტიორთა ბაზების შექმნა და პერიოდული განახლება. ამგვარად, უწყვეტი კავშირის უზრუნველყოფა ფერმერებსა და შესაბამის სახელმწიფო ორგანოებს შორის.
- სასურველია საქართველოს სტატისტიკური მონაცემებისა და ტერმინების შესაბამისობის უზრუნველყოფა საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის თუ სხვა ორგანიზაციის მონაცემებთან და საერთაშორისოდ დადგენილ ტერმინებთან შესაბამისი მეცნიერულად და ემპირიულად დასაბუთებული დასკვნების გაკეთებისთვის.

გამოყენებული ლიტერატურა

- ბემკენაძე, ზ. 2017. „კონკურენტუნარიანობა და მისი ფაქტორები. ეროვნული კონკურენტუნარიანობის ამაღლების გზები.“ *მეორე საერთაშორისო კონფერენცია „თანამედროვე განვითარების ეკონომიკური, სამართლებრივი და სოციალური პრობლემები - 2017“*. EISSN 2346-8203.
- გაგნიძე, ი. 2012ა. „კლასტერი - საქართველოს სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების ერთ-ერთი გარანტი.“ *I საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების პრიორიტეტები“*. თბილისი.
- გაგნიძე, ი. 2012ბ. „ქვეყნების კონკურენტუნარიანობა და კლასტერები: ისტორია და თანამედროვეობა.“ *„უნივერსალი“*. თბილისი.
- გრიგოლაია, ნ. 2013. „სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივი - აგრარული წარმოების აღორძინების საფუძველი.“ *II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ბიოეკონომიკა და სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარება“*. თბილისი.
- გრიგოლაშვილი, გ. და ნაცვლიშვილი, ი. 2011. „ფირმის დივერსიფიკაციის სტრატეგიები ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის კონტექსტით“. *II საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“*. თბილისი.
- კაკულია, მ. და კაპანაძე, ნ. 2021. „ანტიპანდემიური შეზღუდვების გავლენა ეკონომიკურ ზრდაზე: ხილული და უხილავი დანაკარგი.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N2.
- კოლუაშვილი, პ. 2012. „რა ემართება და რა ჰმართებს ქართულ სოფელს.“ *ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“*. N5. 20-26.
- კოლუაშვილი, პ. 2015. „აგროწარმოების პარალიზება და სოფლიდან გლეხობის აყრა უნდა შეჩერდეს!!! კოოპერაცია წარმოების, გადამამუშავებისა და რეალიზაციის ერთიანი ციკლია.“ *ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“*. N2.

- კოლუაშვილი, პ. და არჩვაძე, ი. 2020. „საქართველოს სოფლის მეურნეობა თანამედროვე გამოწვევების წინაშე.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N3.
- კოლუაშვილი, პ. და მამუკელაშვილი, დ. 2021. „საქართველოს რეგიონებში მეწარმეობის განვითარების ეკონომიკური მექანიზმი.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N2.
- ლევაშვილი, ე. 2011. „რეგიონული ეკონომიკური ინტეგრაცია – მცირე ქვეყნების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობის ამალგების გზა.“ *II საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“*. თბილისი.
- მამარდაშვილი, ფ. გელაშვილი, ს. კაცია, ი. & დეისაძე, ს. 2020. „რა ზეგავლენას მოახდენს COVID-19 სურსათის მიწოდების ჯაჭვზე საქართველოში?“ *ISSET Policy Institute*. პუბლიკაციები. ხელმისაწვდომია: <https://iset-pi.ge/ka/publications/1904-ra-zegavlenas-moaxdens-covid-19-sursatis-mitsodebis-jachvze-saqartveloshi>
- მესხია, ი. 2011. „საქართველოს გლობალური კონკურენტუნარიანობა: ანალიზი და პროგნოზები.“ *II საუნივერსიტეტთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „საქართველოს ეკონომიკა მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლებში: პრობლემები, პერსპექტივები“*. თბილისი.
- მექვაბიშვილი, ე. 2021. „კორონომიკური კრიზისის გამოწვევები მსოფლიოსა და საქართველოსთვის.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N1.
- ნაცვლიშვილი, ი. 2020. „მდგრადი განვითარების და მდგრადი ბიზნეს მოდელის პერსპექტივები პოსტკოვიდურ ეპოქაში.“ *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*. N10. 227-232.
- პაპავა, ვ. 2018. „საქართველოს ეკონომიკა „ტურისტულ ხაფანგში.“ *რონდელის ფონდის ბლოგი*.
- პაპავა, ვ. და სილაგაძე, ა. 2019. „სიახლე ქართულ ეკონომიკურ ტერმინოლოგიაში.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N1. 180-182.
- სამადაშვილი, უ. 2010. „კონკურენტუნარიანობა, როგორც გლობალიზაციის პროცესებში საქართველოს აქტიური მონაწილეობის საშუალება.“ *ჟურნალი „ბიზნესი და კანონმდებლობა“*. N13.

- სამადაშვილი, უ. 2016. „საქართველოს სავაჭრო ბალანსის დეფიციტი და მისი დაძლევის გზები.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N3. 176-195.
- საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო. 2021. „საქართველოს აგროსასურსათო პროდუქციის ექსპორტი-იმპორტი.“
- სეფაშვილი, ე. 2007. „ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა და კლასტერული განვითარების სტრატეგია.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა“*. საუნივერსიტეტო შორისო სამეცნიერო შრომების კრებული „საერთაშორისო ბიზნესი“. V ტომი. N1-4. თბილისი.
- ტალიკაძე, ნ. 2018ა. „ადგილობრივი წარმოების გავლენა სასურსათო დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფაზე: ტენდენციები და თანამედროვე გამოწვევები.“ *საერთაშორისო სამეცნიერო ინტერნეტ-კონფერენცია „ეკონომიკური უსაფრთხოების გლობალური და ეროვნული პრობლემები“*. ინტერნეტ კონფერენციის მასალათა კრებული. თბილისი.
- ტალიკაძე, ნ. 2018ბ. „ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და წარმოების მდგრადი განვითარება.“ *დაცული სამაგისტრო ნაშრომი*. თბილისი.
- ტალიკაძე, ნ. 2019ა. „ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების სტრატეგია.“ *II ეროვნული სამეცნიერო კონფერენცია „ეკონომიკური პოლიტიკა: ეკონომიკისა და პოლიტიკის ურთიერთმოქმედების თანამედროვე გამოწვევები“*. კონფერენციის პროგრამა და მოხსენებების რეზიუმეები. ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. ბათუმი. ISBN 978-9941-462-99-3.
- ტალიკაძე, ნ. 2019ბ. „ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობა და კონკურენტული ფაქტორების შეფასება.“ *„ბაკალავრიატის, მაგისტრატურისა და დოქტორანტურის სტუდენტთა მეშვიდე საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია“*. თეზისების კრებული. თბილისი. ISBN 978-9941-8-1384-9.
- ტალიკაძე, ნ. 2020. „საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ეკონომიკური პოლიტიკა.“ *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*. N9/2020; ISSN 2449-2396 ბექდური. E ISSN 2449-2612 ონლაინ.

- ტალიკაძე, ნ. 2021. „სურსათის ხელმისაწვდომობა საქართველოში - უახლესი ტენდენციები.“ *„გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“*. კონფერენციის პროგრამა და კრებული. თბილისი.
- ტალიკაძე, ნ. 2022. „სასურსათო უსაფრთხოების მდგომარეობა - უახლესი ტენდენციები ციფრებში.“ *ინფორმაციის თავისუფლების და განვითარების ინსტიტუტი*. ბლოგპოსტები, ეკონომიკა და სოციალური პოლიტიკა. https://idfi.ge/ge/food_security_latest_trends_in_numbers
- ღალანძვე, გ. 2013. „კონკურენტუნარიანობისა და სტრატეგიის ურთიერთკავშირის საკითხები.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N4.
- ღალანძვე, გ. 2015. „საექსპორტო პოტენციალი და კონკურენტული უპირატესობა.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N3. 91-99.
- ღალანძვე, გ. 2017. „ქართული პროდუქციის საექსპორტო პოტენციალი და კონკურენტული უპირატესობები ევროკავშირის ბაზარზე.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N3.
- ღალანძვე, გ. 2018. „ქვეყნის კონკურენტუნარიანობა, როგორ ბაზისი ეფექტიანი საექსპორტო სტრატეგიის ფორმირებისათვის.“ *საერთაშორისო კონფერენცია ICABMIT. Cannes, France.* (ინგლისურ ენაზე)
- შენგელია, თ. და კირკიტაძე, ზ. 2020. „მსოფლიოსა და საქართველოს პოსტ-კორონავირუსული ეკონომიკა.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N4.
- ხადური, ნ. 2018. „ინკლუზიური ზრდის ფაქტორები და საქართველოს ეკონომიკის წინაშე არსებული გამოწვევები.“ *ჟურნალი „ეკონომისტი“*. N1.
- ხადური, ნ. მურდულია, თ. ნარმანია, დ. & მურდულია, შ. 2012. „კონკურენციის პოლიტიკა და ბაზრის რეგულირების პრაქტიკა.“ *ფრიდრიხ ებერტის ფონდი*. 49.
- ხარაიშვილი, ე. 2011. „კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემები საქართველოს აგროსასურსათო სექტორში.“ *„უნივერსალი“*. თბილისი.
- ხარაიშვილი, ე. 2016. „მოთხოვნა ქართულ ღვინოზე და მევენახეობა-მეღვინეობის სექტორის კონკურენტული უპირატესობის ფაქტორების შეფასება.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N3. 92-108.
- ხარაიშვილი, ე. 2020. „კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის დონის განსაზღვრის მეთოდოლოგიური თავისებურებები საქართველოს

აგროსასურსათო სექტორში.“ *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*. N10. 42-48.

ხრაიშვილი, ე. ერქომაიშვილი, გ. ნაცვლიშვილი, ი. & ლობჯანიძე, მ. 2021. „სურსათის სატრანსპორტო გადაზიდვების გამოწვევები და პოლიტიკის პრიორიტეტები საქართველოში.“ *ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“*. N3.

Abbott, P. C., & Bredahl, M. E. 1994. „Competitiveness: Definitions, Useful Concepts, and Issues.“ In *Competitiveness in International Food Markets* p. 25.. CRC Press.

Altukhov, A. I., Drokin, V. V., & Zhuravlev, A. S. 2019. „Increasing competitiveness the agro-food complex is impossible without its rational territorial organization.“ *IOP conference series: earth and environmental science*. IOP Publishing, Vol. 274, No. 1.

Amin S.H., Razmi J., Zhang G. 2011. „Supplier selection and order allocation based on fuzzy SWOT analysis and fuzzy linear programming.“ *Expert Syst. Appl.* 38 334–342.

Atkinson, R. D. 2013. „Competitiveness, innovation and productivity: cleaning up the confusion.“ *The Information Technology & Innovation Foundation*.

Balassa, B. 1965. „Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage.“ *The Manchester School of Economic and Social Studies*, Vol. 33, No. 2, pp. 99–123.

Balassa, B. 1971. „Trade Policies in Developing Countries.“ *The American Economic Review*, Vol. 61, No. 2, pp. 178–187.

Balassa, B. 1977. „Revealed Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of the Industrial Countries.“ *The Manchester School of Economic and Social Studies*, Vol. 45, No. 4, pp. 327–344.

Bi J., Liu Y., Fan Z., Zhang J. 2019. „Wisdom of crowds: conducting importance-performance analysis IPA.“ *through online reviews, Tourism. Manage.* 70 460–478.

Bojnec, Š., & Fertő, I. 2015. „Agri-Food Export Competitiveness in European Union Countries.“ *Journal of Common Market Studies JCMS.*, Volume 53, Issue 3, 476-492.

Borisov, P., Stoeva, T., & Dirimanova, V. 2021. „Methodology for Assessing The Competitiveness of Agricultural Enterprises.“ *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*.

Bruneckienė, J., & Paltanavičienė, D. 2012. „Measurement of Export Competitiveness of the Baltic States by Composite Index.“ *Inžinerinė ekonomika*, Vol. 23, No. 1, 50-62.

- Chand S., n.d. „8 Criteria's for Selection of Product for Export.“
<https://www.yourarticlelibrary.com/export-management/8-criterias-for-selection-of-product-for-export-export-management-2/5850>.
- Chang Moon, H. and Peery, N.S. 1995. „Competitiveness Of Product, Firm, Industry, And Nation In A Global Business", *Competitiveness Review*, Vol. 5 No. 1. 37-43.
- Charykova, O. G., Salnikova, E. V., Pashuta, A. O., & Chernysheva, I. I. 2020. „Assessment of Competitiveness of Agricultural Products in the Global Market.“ *International Conference on Policicies and Economics Measures for Agricultural Development AgroDevEco*. 60-64. Atlantis Press.
- Chen M.J. 1996. „Competitor analysis and interfirm rivalry: toward a theoretical integration.“ *Acad. Manag. Rev.* 21 1. 100–134.
- Chen M.J., Miller D. 1994. „Competitive attack, retaliation and performance: an expectancy-valence framework.“ *Strategic. Manage. J.* 15 85–102.
- Chen, M. J., & Miller, D. 2015. „Reconceptualizing Competitive Dynamics: A Multidimensional Framework.“ *Strategic Management Journal*, 758-775.
- Cho, D., & Moon, H. C. 2000. „From Adam Smith To Michael Porter: Evolution Of Competitiveness Theory.“ Singapore: *World Scientific Publishing*.
- Desmichel, P., & Kocher, B. 2020. „Luxury Single- versus Multi-Brand Stores: The Effect of Consumers' Hedonic Goals on Brand Comparisons.“ *Journal of Retailing*, 203-209.
- Dovgal, O. V., Kravchenko, M. V., Demchuk, N. I., Odnoshevnaya, O. A., Novikov, O. Y., Andrusiv, U. Y., Popadynets, I. R. 2017. „Methods of competitiveness assessment of agricultural enterprise in eastern Europe.“ *Regional Science Inquiry*, Vol. IX, 2., 231-242.
- Erkomaishvili G. 2010. „Economic Policy Of Georgia Determiner Of National Competitiveness.“ *Economics and Business*, N6
- Erkomaishvili G. 2014. „The Strategy for Increasing the Competitiveness of Georgia.“ *International Conference on Economics, Industrial and Business Management*. World Academy of Science, Engineering and Technology, Barselona, Spain.
- Erkomaishvili G., Kobalava M., Lazariashvili T., Saghareishvili M. 2017. „Consumer Market of Agricultural Products and Agricultural Policy in Georgia.“ *Conference Paper*
- Fatkhutdinov, R. 2001. „Competitiveness.“ *Economics, Strategy, Management*. Moscow.

- Gaganidze G., Ramishvili B. 2018. „How To Evaluat Efficiency Of The Export Strategies.“ *International Scientific-Practical Magazine - Globalization And Business*, N5
- Gagnidze, I. 2012. „Country Competitiveness and Clusters: History and Modernity.“ *Universali*. Tbilisi.
- Gardiner, B., Martin, R., & Tyler, P. 2006. „Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions.“ In *Regional Competitiveness*. 24.
- Gopinath, M., Arnade, C., Shane, M., & Roe, T. 1997. „Agricultural competitiveness: The case of the United States and major EU countries.“ *Agricultural Economics*, Volume 16, Issue 2, 99-109.
- Gupta S., Malhotra N.K., Czinkota M.R., Foroudi P. 2016. „Marketing innovation: a consequence of competitiveness.“ *J. Bus. Res.* 69 12. 5671–5681.
- Hagiu A., Wright J. 2020. „Platforms and the exploration of new products.“ *Manag. Sci.* 66 4. 1527–1543.
- Hambrick, D. C. 2017. „High Profit Strategies in Mature Capital Goods Industries: A Contingency Approach.“ *Academy of Management Journal*, Vol. 26, No. 4.
- Howarth, D. 2007. „Internal Policies: Reinforcing the New Lisbon Message of Competitiveness and Innovation.“ *JCMS*, Volume 45, 89-106.
- Huang, H., He, Y., & Chen, J. 2019. „Competitive strategies and quality to counter parallel importation in global market.“ *Omega*, Volume 86, 173-197.
- Hunold, M., Kesler, R., & Laitenberger, U. 2020. „Rankings of Online Travel Agents, Channel Pricing, and Consumer Protection.“ *Marketing Science*, Vol. 39, No. 1.
- Hunt S.D., Menon A. 1995. „Metaphors and competitive advantage: evaluating the use of metaphors in theories of competitive strategy.“ *J. Bus. Res.* 33 2. 81–90.
- Kardos, M. 2010. „The Issues of Competitiveness. Romania's Competitive Positioning in Global Context.“ *Ovidius University Annals, Economic Sciences Series*, Vol. 0 1., 91-96.
- Kharaishvili E. 2021. „Export and Import Indicators of Georgian Agri-food Products during the Pandemic: Challenges and Opportunities.“ *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Economics and Management Engineering*. Vol:15, No:05, 2021.

- Kharaishvili E., Erkomaishvili G., Chavleishvili M. 2017. „Problems Faced by the Agricultural Sector and Agribusiness Development Strategy in Georgia.“
- Kharaishvili E., Gechbaia B., Erkomaishvili G., Lobzhanidze M., Natsvlshvili I., 2021. „Shipping policy of agri-food products and the formation of food markets in Georgia.“ *MATEC Web of Conferences* 339, 01001 2021. ISTSML 2021. 2.
- Kharaishvili, E. 2011. „Problems of Competition and Competitiveness in Agro-Food Products Sector in Georgia.“ Tbilisi: Universali.
- Kharaishvili, E. 2020. „Methodological Features of Determining the Level of Competitiveness in the Agri-Food Sector of Georgia.“ *Globalization And Business*, 43-49.
- Kharaishvili, E., & Natsvlshvili, I. 2019. „Markets of Georgian Agro-Food Products and Export Stimulating Economic Policy.“ *Globalization And Business*, 44-53.
- Kharaishvili, E., Gechbaia, B., & Mushkudiani, Z. 2019. „The trends of producing agro-food products and export innovative marketing strategy in Georgia.“ *Economics. Ecology. Socium*, 33., 1-10. <https://ees-journal.com/index.php/journal/article/view/107>
- Kharaishvili, E. 2017. „Development of agricultural cooperatives in Georgia - farmers' attitude and assessments.“ *In: The 2nd International Scientific Conference: Challenges of Globalization in Economics and Business*. Ivane Javakhishvili Tbilisi State University Press, Tbilisi, pp. 617-622. ISBN 978-9941-13-650-4
- Kharaishvili, E. 2017. „Wine Market and Competitive Models of Diversification of the Viticulture-Winemaking Industry in Georgia.“ Tbilisi, Georgia. ISBN 978-9941-26-082-7
- Kharaishvili, E., Chavleishvili, M., Natsvaladze, M. 2014. „Trends and prospects for the development of Georgian wine market.“ *International Journal of Economics and Management Engineering*, 8-10.
- Kharaishvili, E., Erkomaishvili, G., Chavleishvili, M. 2015. „Problems faced by the agricultural sector and agribusiness development strategy in Georgia.“ *International Journal of Industrial and Systems Engineering*, 9-11.
- Kharaishvili, E., Gechbaia, B., Mamuladze, G. 2019. „Vegetable market competitive advantages of Georgian product and competition challenges.“ *Innovative Marketing*, 14 3.. pp. 8-16. ISSN 1814-2427

- Kharaishvili, E., Sagareishvili, N. 2016. „Export promotion programs of Georgian agricultural products and its effectiveness.“ *In: The International Scientific Conference: “Challenges of Globalization in Economics and Business”*. Universal, Tbilisi, pp. 604-607. ISBN 978-9941-22-884-1
- Krugman, P. 1994. „Competitiveness: A dangerous Obsession.“ *Foreign Affairs*, Vol. 73, No. 2.
- Latruffe, L. 2010. „Competitiveness, Productivity and Efficiency in the Agricultural and Agri-Food Sectors.“ *OECD Food, Agriculture and Fisheries Working Papers*, No. 30, OECD Publishing.
- Lee H., Kim M.S., Park Y. 2012. „An analytic network process approach to operationalization of five forces model.“ *Appl. Math. Model.* 36 1783–1795.
- Li X., Hitt L.M., 2008. „Self-selection and information role of online product reviews.“ *Inform. Syst. Res.* 19 4. 456–474.
- Liu, Z., C. X. Qin, and Y. J. Zhang. 2021. „Mining product competitiveness by fusing multisource online information.“ *Decision Support Systems*, 143 113477.
- Logodashki, N. 2020. „Competitiveness And Competitive Strategies In Wine Production.“ *Икономика и управление*, 17(2) 72-83.
- Luo X., 2010. „Product competitiveness and beating analyst earnings target.“ *J. Acad. Market. Sci.* 38 3. 253–264.
- Marcel J.J., Barr P.S., Duhaime I.M., 2010. „The influence of executive cognition on competitive dynamics, Strategic.“ *Manage. J.* 32 115–138.
- Maslova, V., N. Zaruk, C. Fuchs, and M. Avdeev. 2019. „Competitiveness of agricultural products in the Eurasian Economic Union.“ *Agriculture*, 9(3) 61.
- Maslova, V., V. Chekalin, and M. Avdeev. 2019. „Competitiveness of agri-food products of Russia in current conditions.“ *OP Conference Series: Earth and Environmental Science* Vol. 274, No. 1, p. 012053. IOP Publishing.
- Masters, W. A., & Winter-Nelson, A. 1995. „Measuring the Comparative Advantage of Agricultural Activities: Domestic Resource Costs and the Social Cost-Benefit Ratio.“ *American Journal of Agricultural Economics*, Volume 77, Issue 2, 243-250.
- Matkovski, B., B. Kalaš, S. Zekić, and M. Jeremić. 2019. „Agri-food competitiveness in South East Europe.“ *Outlook on Agriculture*, 48(4) 326-335.

- Matkovski, B., S. Zekić, D. Đokić, Ž. Jurjević, and I. Đurić. 2022. „Export competitiveness of agri-food sector during the EU integration process: Evidence from the Western Balkans." *Foods*, 11(1) 10.
- McLeod, S. 2007. „Maslow's Hierarchy of Needs.“ <https://www.simplypsychology.org/maslow.html>
- Miller, D. 2017. „Relating Porter's Business Strategies to Environment and Structure: Analysis and Performance Implications.“ *Academy of Management Journal* Vol. 31, No. 2.
- Natsvlshvili, I. Kharashvili E. Lazariashvili, T. 2020. „Bio-products market in Georgia: current challenges and development perspectives. *International Journal of Markets and Business Systems*, Vol. 4, No. 1. 81–98
- Natsvlshvili, I. Kharashvili, E. Lazariashvili, T. 2021. „Impact of agro tourism on economic development of related sectors in the context of sustainable well-being case of Georgia.“ *International Journal of Markets and Business Systems* Vol. 4, No. 2. 120-139
- Nedelcheva, Y. 2021. „Competitiveness assessment concepts." *Revista inclusiones*. 49-61.
- Nivievskiy, O., Bernhard, B., & Cramon-Taubadel, S. 2010. „A Note on Technical Efficiency, Productivity Growth and Competitiveness.“ *Agricultural and Applied Economics Association* p. 14. Colorado: AgEcon Search - Research in Agricultural & Applied Economics.
- Nuryakin, N., and T. Maryati. 2020. „Green product competitiveness and green product success. Why and how does mediating affect green innovation performance?" *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 7(4) 3061.
- Ozerova, M. G., Sharopatova, A. V., & Olentsova, J. A. 2019. „Improving the competitiveness of agricultural products as a basis for solving import replacement issues.“ *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, Volume 315, Issue 2. IOP Publishing.
- Papageorgiou, A., & Petropoulos, D. P. 2010. „The competitiveness of agricultural products in domestic and international markets 1981-2007.“ *Sustainable agriculture and food production: adaptations to a changing social, economic and institutional environment pp. 89-103.. Thessaloniki, Greece: Hellenic Association of Agricultural Economists.*

- Papava, V. 2020. „Features of the Economic Crisis Under the COVID-19 Pandemic and the Threat of the Zombie-ing of the Economy.“ *Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences*, 143., 128-134.
- Peneder, M., and C. Rammer. 2018. „Measuring Competitiveness.“ *Wien: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung*.
- Phadermrod B., Crowder R.M., Wills G.B. 2019. „Importance-performance analysis based SWOT analysis.“ *Int. J. Inform. Manage.* 44 194–203.
- Porter, M. E. 1980. „Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors.“ *New York: The Free Press*.
- Porter, M. E. 1993. „The Competitive Advantage of Nations.“
- Porter, M.E. 1997. „Competitive Strategy.“ *Measuring Business Excellence*, Vol. 1 No. 2, 12-17.
- Pustovoit, O. 2021. „Institutional Changes And Dynamics Of Product Competitiveness In Ukraine.“ *Three Seas Economic Journal*, 2(4) 49-55.
- Rastorgouev, P.V. 2020. „Methodological bases for assessing competitiveness of agri-food products according to quality Parameters.“ *Proceedings of the National Academy of Sciences of Belarus. Agrarian Series*, 58(2) 164-175.
- Reyes, G. E., and A. J. Useche. 2019. „Competitiveness, economic growth and human development in Latin American and Caribbean countries 2006-2015: A performance and correlation analysis.“ *Competitiveness Review*, Volume 29 Issue 2 139-159.
- Rojaka, J. 2008. „Lithuania’s Competitiveness: Myths, Realities and Perspectives.“ *Ekonomika*, Vol. 84, 92-108.
- Romanov, L. 2000. „Methods for constructing a firm's competition strategy.“ *Economic Issues* N6.
- Saboniene, A. 2009. „Lithuanian Export Competitiveness: Comparison with other Baltic States.“ *Engineering Economics*, Vol. 62, No. 2.
- Savchenko, T., N. Basiurkina, O. Rodina, and A. Kwilinski. 2019. „Improvement of the assessment methods of product competitiveness of the specialized poultry enterprises.“ *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, vol. 41, no. 1 43-61.

- Senyshyn, O., O. Kundytskyj, and O. Klepanchuk. 2019. „An index analysis for the assessment of the competitiveness of food products in Ukraine." *Journal of Competitiveness*, 11(2) 130.
- Sheldon, I. M. 2017. „The Competitiveness of Agricultural Product and Input Markets: A Review and Synthesis of Recent Research." *Journal of Agricultural and Applied Economics*, Volume 49 Issue 1, 1-44.
- Shestakovska, T., Durglishvili, N., & Kushnir, S. 2018. „Competitiveness of the agrarian business in the context of maintenance of leadership positions on the market." *International Conference on Social, Economic and Academic Leadership ICSEAL*. pp. 177-184. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, Vol. 217.
- Shpak, N., Seliuchenko, N., Kharchuk, V., Kosar, N., & Sroka, W. 2019. „Evaluation of Product Competitiveness: A Case Study Analysis." *Organizacija*, Volume 52, Issue 2.
- Silagadze, A. Atanelishvili, T. 2020. „Georgia -Cis Trade Relations: The Problems Of The Russian Market." *Academic Journal of Science*, CD-ROM. ISSN: 2165-6282 :: 1001.:53–58 2020.
- Snieska, V., & Bruneckienė, J. 2009. „Measurement of Lithuanian Regions by Regional Competitiveness Index." *Inžinerinė ekonomika*, 1., 45-57.
- Sun S., Luo C., Chen J., 2017. „A review of natural language processing techniques for opinion mining systems." *Inform. Fusion*. 36 10–25.
- Takei, F. 1985. „Product competitiveness evaluation - quantitative analysis for development strategy." *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 28, Issue 2, 123-139.
- Todua, N. 2012. „marketing marketing of the agro-food market and its development trends in Georgia." *Priorities of the Sustainable Development of Agriculture, I International Scientific-Practical Conferene*. Tbilisi University Publishing House. 198-202.
- Todua, N. 2018. „Impact of food Labeling on Consumers Buying Decision Georgian Case." *International Journal of Innovative Technologies in Economy*, Volume 1, 38-43.
- Tyunyukova, E., V. Ruban, and V. Burovtsev. 2018. „Modern approaches to product competitiveness evaluation for companies of various industries." *MATEC Web Conf., X International Scientific and Technical Conference "Polytransport Systems"*.

- Vargha, B. T., E. Németh, and K. Á. Pályi. 2019. „What Do Competitiveness Rankings Show Us?: Substantiation and Informativeness of the World Economic Forum’s Competitiveness Ranking." *Public Finance Quarterly*, 64(3) 350-368.
- 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.
- Wilson, S. 2018. „Assessing export competitiveness of food manufacturers in SIDS." *Competitiveness Review*, Vol. 28 No. 4 408-432.
- World Bank Group. 2020. „Doing Business 2020, Comparing Business Regulation in 190 Economies.“
- World Economic Forum. 2019. „The Global Competitiveness Report 2019.“ https://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
- Xu K., Liao S.S., Li J., Song Y., 2011. „Mining comparative opinions from customer reviews for competitive intelligence.“ *Decis. Support. Syst.* 50 4. 743–754.
- Yan H.S., Ma K.P., 2011. „Competitive diffusion process of repurchased products in knowledgeable manufacturing.“ *Eur. J. Oper. Res.* 208 243–252.
- Yonezawa K., Richards T.J., 2016. „Competitive package size decisions.“ *J. Retailing.* 92 4. 445–469.
- Zakharchenko, O.V., O.O. Aliexsieichuk, A. V. Kliuchnyk, N. Y. Shyriaieva, and I. V. Kudlai. 2020. „State support of agricultural producers as a factor in increasing the competitiveness of the agricultural sector." *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1) 687.
- Zhu, X., Demeter, R. M., & Lansink, A. G. 2008. „Competitiveness of dairy farms in three countries: the role of CAP subsidies.“ *International Congress. Ghent, Belgium: European Association of Agricultural Economists EAAE*.
- Мишин, Ю. 2000. „Экономические основы организации конкурентоспособного производства.“
- Портер, М. 2000. „Конкуренция.“ Санкт-Петербург, Москва.

- Романов, Л.Е. 2000. „Методы построения стратегии конкуренции фирмы.“ *Вопросы экономики*. №6.
- Фатхутдинов, Р. 2000. „Конкурентоспособность: Экономика, стратегия, управление.“ Москва.
- Харитонов, В.К. 2002. „Государство и проблемы конкуренции в современной экономике.“ *Вопросы экономики*. №2.
- Юданов, А.Ю. 2000. „Конкуренция“. *Экономика*.

გამოყენებული საიტები:

- I. <https://dcfta.gov.ge> – საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, თავისუფალი ვაჭრობა ევროკავშირთან (DCFTA ბიზნესისთვის, როგორც ვივაჭროთ ევროკავშირთან) ოფიციალური ვებგვერდზე არსებული ინფორმაცია, კერძოდ:
1. ტარიფები, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/ge/dcfta-for-business>
 2. სერტიფიკატი, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/ge/dcfta-for-business?id=52>
 3. წარმოშობის წესები, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/ge/dcfta-for-business?id=53>
 4. თავები, იხ. ბმული: <https://dcfta.gov.ge/ge/agreement>
- II. <http://tradewithgeorgia.com/> - სსიპ „აწარმოე საქართველოში“ შექმნილ ოფიციალურ ვებგვერდზე „Trade with Georgia (National Exporters Database)“ გამოქვეყნებული ინფორმაცია, კერძოდ:
1. ეროვნული ექსპორტიორთა მონაცემთა ბაზა, იხ. ბმული: <http://tradewithgeorgia.com/companies?category=&q=&type=1>
- III. <https://www.geostat.ge/ka> - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ოფიციალურ ვებგვერდზე არსებული სტატისტიკური მონაცემები, კერძოდ:
1. მთლიანი შიდა პროდუქტი და მისი გამოყენება ძირითადი კატეგორიების მიხედვით 2019, 2020), იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/23/mtliani-shida-produkti-mshp>
 2. სასურსათო ბალანსები, იხ. ბმული: <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrkxhoeba>

3. საგარეო ვაჭრობა, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/35/sagareo-vachroba>
4. სურსათის ექსპორტ-იმპორტი, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/297/sasursato-usaftrkhoeba>
5. ერთწლიანი კულტურების წარმოება, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
6. ერთწლიანი კულტურების ნათესი ფართობები, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
7. ერთწლიანი კულტურების საშუალო მოსავლიანობა, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
8. მრავალწლიანი კულტურების წარმოება, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
9. მრავალწლოვანი ნარგავებით დაკავებული მიწის ფართობები, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
10. მეცხოველეობის პროდუქტების წარმოება, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
11. სასოფლო მეურნეობების განაწილება მეურნეობის ორიენტირის და პროდუქციის წარმოების მიზნის მიხედვით, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/196/soflis-meurneoba>
12. ექსპორტი ქვეყნების მიხედვით, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti>
13. ექსპორტი ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/637/eksporti>
14. იმპორტი ქვეყნების მიხედვით, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/638/importi>
15. იმპორტი ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით, იბ. ბმული:
<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/638/importi>
16. საგარეო ეკონომიკური საქმიანობის სასაქონლო ნომენკლატურა (HS 2012-2017 კომბინირებული), იბ. ბმული: https://www.geostat.ge/media/13419/13-HS-2012-2017-%28combined%29_GEO.pdf

17. სტატისტიკური ბიზნეს რეგისტრი, იხ. ბმული:

http://br.geostat.ge/register_geo/

IV. <https://www.trademap.org/Index.aspx> - საერთაშორისო სავაჭრო ცენტრის ოფიციალური ვებგვერდი. ხდებოდა ფილტრაცია, პროდუქტის ჯგუფის (19 დასახელების), რეგიონის (ევროკავშირის) და პარტნიორი ქვეყნების (საქართველოს) დონეზე. სულ - 38 შესაძლო ვარიანტი.

საერთო ჯამში დამუშავებულია 210 წყარო.

დოქტორანტის მიერ გამოქვეყნებული სამეცნიერო ნაშრომები

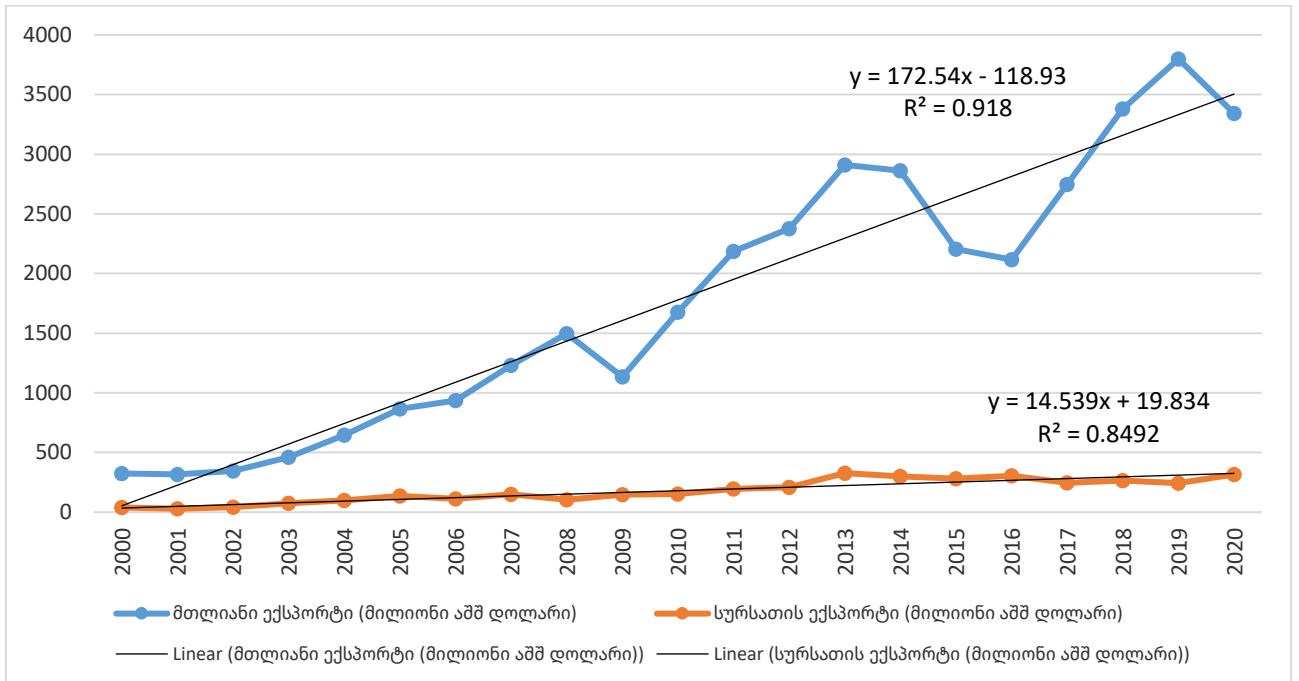
კვლევის შედეგების წარდგენა მოხდა საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებზე და გამოქვეყნდა რეცენზირებად სამეცნიერო ჟურნალებში, მათ შორის:

1. „Competitiveness characteristics of agri-food products - what does the consumer choose? (Case of Georgia).“ 2022. *The journal “Innovative Marketing”* (რედაქტირების პროცესში).
2. „COVID-19 პანდემია და აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოება“. 2022. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „COVID 19 პანდემია და ეკონომიკა.“ *კონფერენციის პროგრამა და კრებული*. თბილისი (გამოქვეყნდება უახლოეს მომავალში).
3. „სასურსათო უსაფრთხოების მდგომარეობა - უახლესი ტენდენციები ციფრებში.“ 2022. *ინფორმაციის თავისუფლების და განვითარების ინსტიტუტი*. ბლოგპოსტები, ეკონომიკა და სოციალური პოლიტიკა. იხ. ბმული: https://idfi.ge/ge/food_security_latest_trends_in_numbers
4. „საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ეკონომიკური პოლიტიკა“. 2020. *ჟურნალი „გლობალიზაცია და ბიზნესი“*. N9/2020; ISSN 2449-2396 (ბეჭდური), E ISSN 2449-2612 (ონლაინ).
5. „ქართული საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობა და კონკურენტუნარიანობის ამაღლების სტრატეგია.“ 2019. *II ეროვნული სამეცნიერო კონფერენცია, „ეკონომიკური პოლიტიკა: ეკონომიკისა და პოლიტიკის ურთიერთმოქმედების თანამედროვე გამოწვევები“*. კონფერენციის პროგრამა და მოხსენებების რეზიუმეები. ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. ბათუმი. ISBN 978-9941-462-99-3.
6. „ქართული ღვინის კონკურენტუნარიანობა და კონკურენტული ფაქტორების შეფასება.“ 2019. *ბაკალავრიატის, მაგისტრატურისა და დოქტორანტურის სტუდენტთა მეშვიდე საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია*. თეზისების კრებული. თბილისი. ISBN 978-9941-8-1384-9.
7. „ადგილობრივი წარმოების გავლენა სასურსათო დამოუკიდებლობის უზრუნველყოფაზე: ტენდენციები და თანამედროვე გამოწვევები.“ 2018.

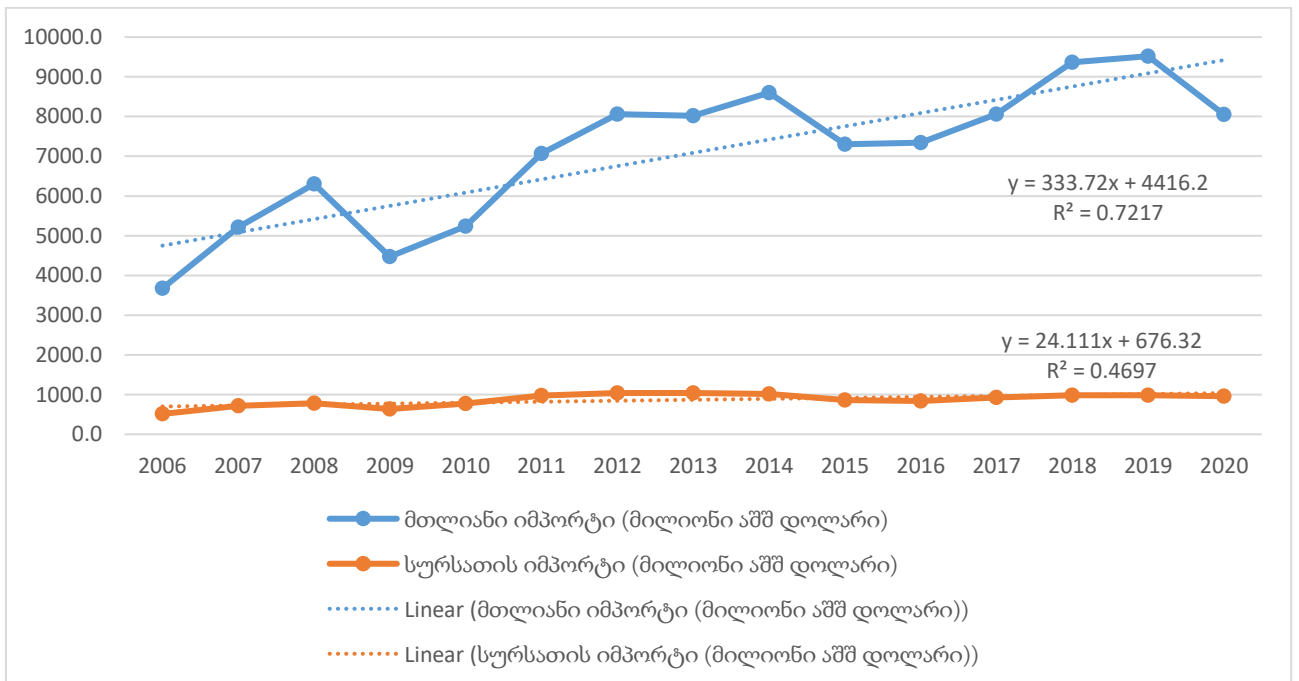
საერთაშორისო სამეცნიერო ინტერნეტ-კონფერენცია „ეკონომიკური უსაფრთხოების გლობალური და ეროვნული პრობლემები“. ინტერნეტ კონფერენციის მასალათა კრებული. თბილისი.

დანართები

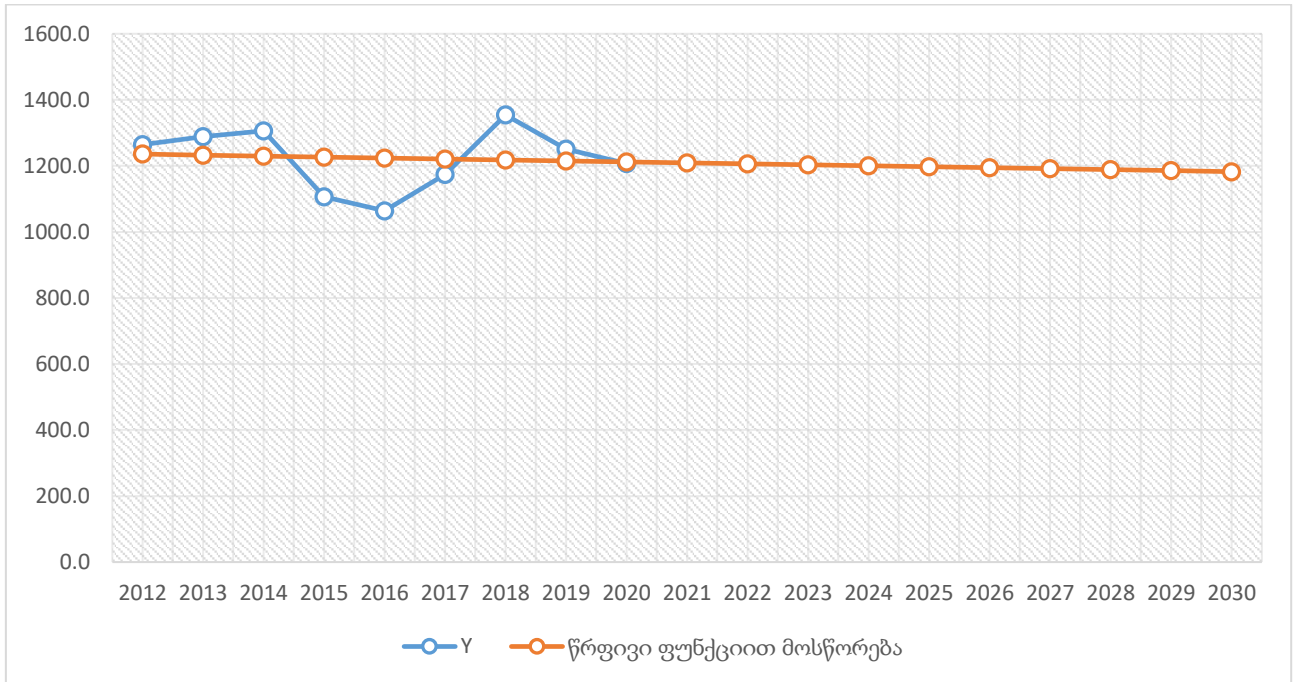
დანართი 1. მთლიანი ექსპორტი და სურსათის ექსპორტი



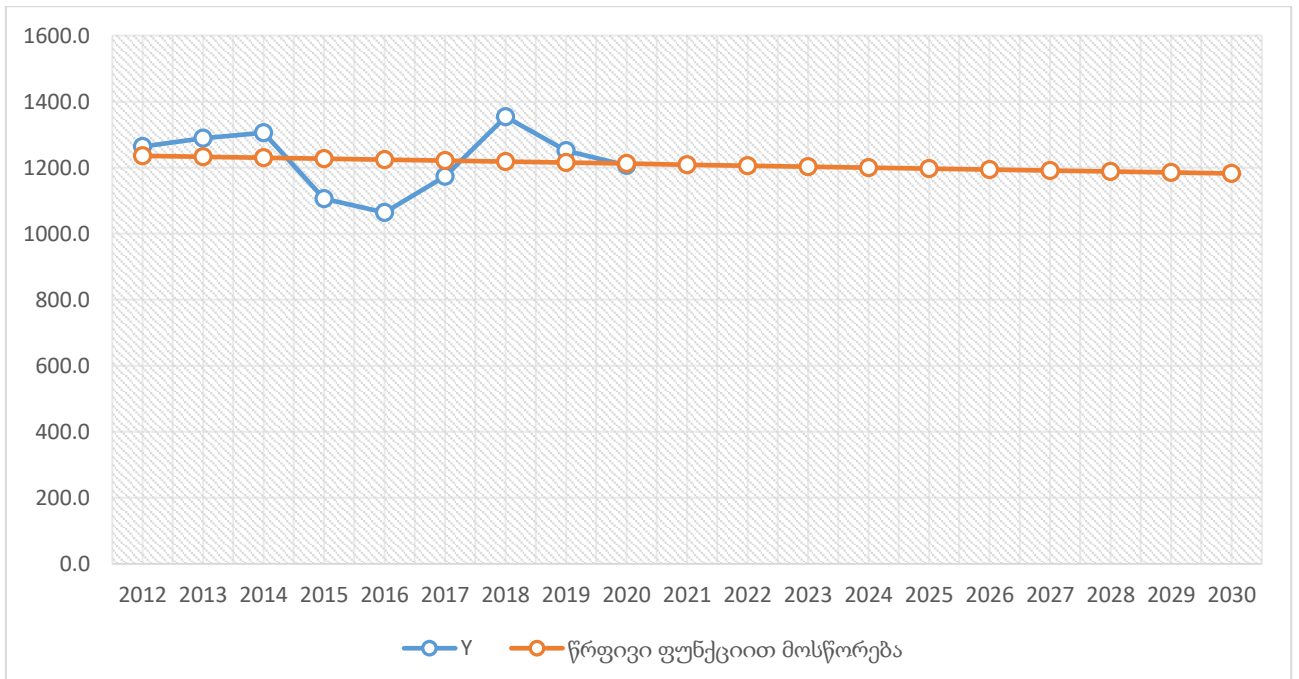
დანართი 2. მთლიანი იმპორტი და სურსათის იმპორტი



დანართი 3. აგროსასურსათო პროდუქტის ექსპორტის პროგნოზირება წრფივი რეგრესიის გამოყენებით



დანართი 4. აგროსასურსათო პროდუქტის იმპორტის პროგნოზირება წრფივი რეგრესიის მოდელის გამოყენებით



დანართი 5. ბაზარზე შესვლის ფასს დაქვემდებარებული პროდუქტები, რომელთა იმპორტის გადასახადის ადვალორული კომპონენტი გაუქმებულია

CN კოდი 2012	პროდუქციის აღწერა
0702 00 00	პომიდორი, ახალი ან გაცივებული
0707 00 05	კიტრი, ახალი ან გაცივებული
0709 91 00	არტიშოკი, ახალი ან გაცივებული
0709 93 10	ყაბაყი, ახალი ან გაცივებული
0805 10 20	ფორთოხალი ტკბილი, ახალი
0805 20 10	კლემენტინები
0805 20 30	მონრეალი და სატსუმა
0805 20 50	მანდარინები და ვილკინგები
0805 20 70	მანდარინები
0805 20 90	ტანჟელოები, ortaniques და malaquinas ციტრუსის ჰიბრიდები გარდა კლემენტინების, მონრეალების, სატსუმების, მანდარინის, ვიკლინგებისა და ტანჟენიტებისა)
0805 50 10	ლიმონი Citrus limon, Citrus limonum)
0806 10 10	სუფრის ჯიშების ყურძენი, ახალი
0808 10 80	ვაშლი, ახალი გარდა სიდრის გადასამუშავებლად ვარგისი ვაშლის ჯიშისა, დიდი პარტიებით, 16 სექტემბრიდან 15 დეკემბრამდე)
0808 30 90	მსხალი, ახალი Pears, fresh გარდა სიდრის გადასამუშავებლად ვარგისი მსხლის ჯიშისა, დიდი პარტიებით, 1 აგვისტოდან 31 დეკემბრამდე)
0809 10 00	გარგარი, ახალი
0809 21 00	მჟავე ალუბალი Prunus cerasus), ახალი
0809 29 00	ბალი ალუბლის გარდა), ახალი
0809 30 10	ნექტარინები, ახალი
0809 30 90	ატამი ნექტარინების გარდა), ახალი
0809 40 05	ქლიავი, ახალი
2009 61 10	ყურძნის წვენი ყურძნის ტკბილის ჩათვლით), დაუდუღებელი, ბრიქსის გრადუსით არაუმეტეს 30-სა 20°C-ზე, 100 კგ-ზე 18 ევროზე მეტი ღირებულებით, შაქრისა ან სხვა დამატკობელი ნივთიერებების დამატებით ან მათ გარეშე გარდა სპირტის შემცველობით)
2009 69 19	ყურძნის წვენი ყურძნის ტკბილის ჩათვლით), დაუდუღებელი, ბრიქსის გრადუსით 67-ზე მეტი 20°C-ზე, 100 კგ-ზე 22 ევროზე მეტი ღირებულებით, შაქრისა ან სხვა დამატკობელი ნივთიერებების დამატებით ან მათ გარეშე გარდა სპირტის შემცველობით)
2009 69 51	ყურძნის წვენი ყურძნის ტკბილის ჩათვლით), დაუდუღებელი, ბრიქსის გრადუსით 30-ზე მეტი 20°C-ზე, 100 კგ-ზე 18 ევროზე

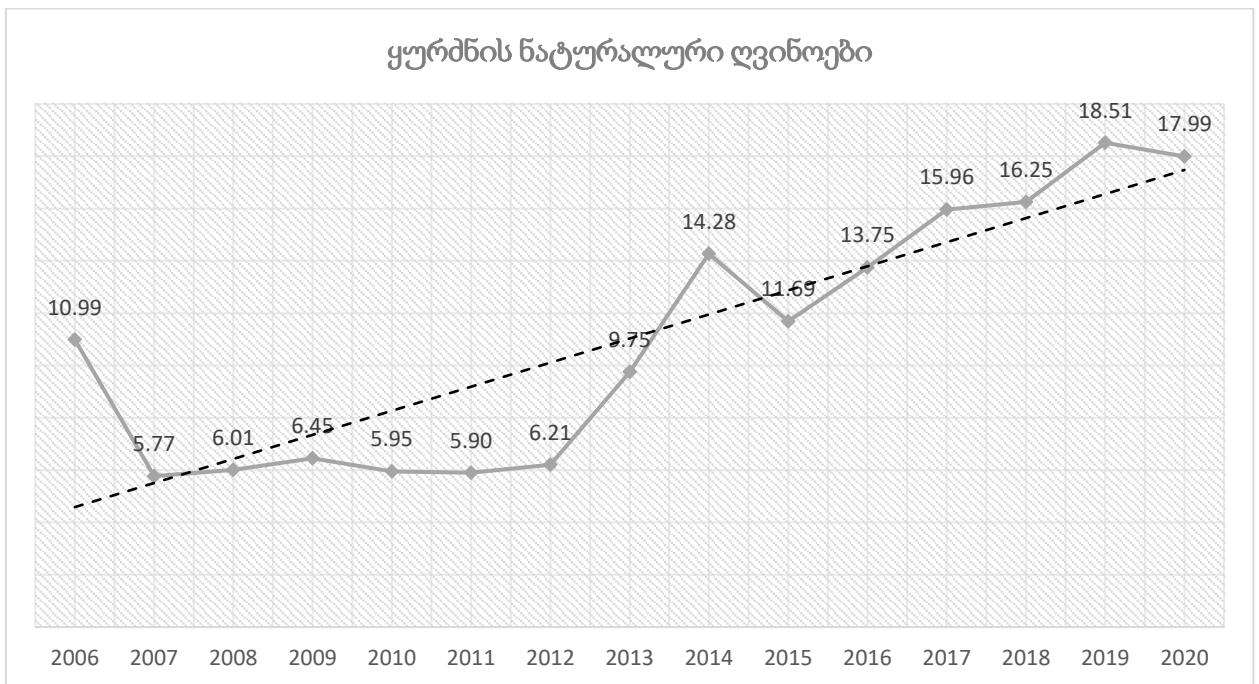
	მეტი ღირებულებით, შაქრისა ან სხვა დამატკობელი ნივთიერებების დამატებით ან მათ გარეშე გარდა სპირტის შემცველობით)
2009 69 59	ყურძნის წვენი (ყურძნის ტკბილის ჩათვლით), დაუდუღებელი, ბრიქსის გრადუსით 30-ზე ნაკლები, მაგრამ არანაკლებ 67-სა 20°C-ზე, 100 კგ-ზე 18 ევროზე მეტი ღირებულებით, შაქრისა ან სხვა დამატკობელი ნივთიერებების დამატებით ან მათ გარეშე გარდა კონცენტრირებულისა და სპირტის შემცველობით)
2204 30 92	ყურძნის ტკბილი, დაუდუღებელი, კონცენტრირებული 22-ე თავის მე-7 დამატებითი შენიშვნის შესაბამისად, სიმკვრივით 1,33 გ/სმ ³ ან ნაკლები 200 C ტემპერატურაზე და სპირტის ფაქტობრივი კონცენტრაციით < = 1მოც.%-ისა, მაგრამ > 0,5% -ზე, გარდა ყურძნის ტკბილისა, რომლის დუღილი შეჩერებულ იქნა დუღილის პროცესში სპირტის დამატებით)
2204 30 94	ყურძნის ტკბილი, დაუდუღებელი, არაკონცენტრირებული, სიმკვრივით 1,33 გ/სმ ³ ან ნაკლები 200 C ტემპერატურაზე და სპირტის ფაქტობრივი კონცენტრაციით < = 1%-ისა, მაგრამ > 0,5მოც.%-ზე გარდა ყურძნის ტკბილისა, რომლის დუღილი შეჩერებულ იქნა დუღილის პროცესში სპირტის დამატებით)
2204 30 96	ყურძნის ტკბილი, დაუდუღებელი, კონცენტრირებული 22-ე თავის მე-7 დამატებითი შენიშვნის შესაბამისად, სიმკვრივით 1,33 გ/სმ ³ -ზე მეტი 200 C ტემპერატურაზე და სპირტის ფაქტობრივი კონცენტრაციით < = 1მოც.%-ისა და > 0,5%-ზე გარდა ყურძნის ტკბილისა, რომლის დუღილი შეჩერებულ იქნა დუღილის პროცესში სპირტის დამატებით)
2204 30 98	ყურძნის ტკბილი, დაუდუღებელი, არაკონცენტრირებული, სიმკვრივით 1,33 გ/სმ ³ -ზე მეტი 200 C ტემპერატურაზე და სპირტის ფაქტობრივი კონცენტრაციით < = 1მოც.%-ისა, მაგრამ > 0,5მოც.%-ზე ნაკლები გარდა ყურძნის ტკბილისა, რომლის დუღილი შეჩერებულ იქნა დუღილის პროცესში სპირტის დამატებით)

დანართი 6. გაყალბების საწინააღმდეგო მექანიზმს დაქვემდებარებული სოფლის მეურნეობისა და კვების გადამამუშავებელი პროდუქტის ჯგუფები (ტონა)

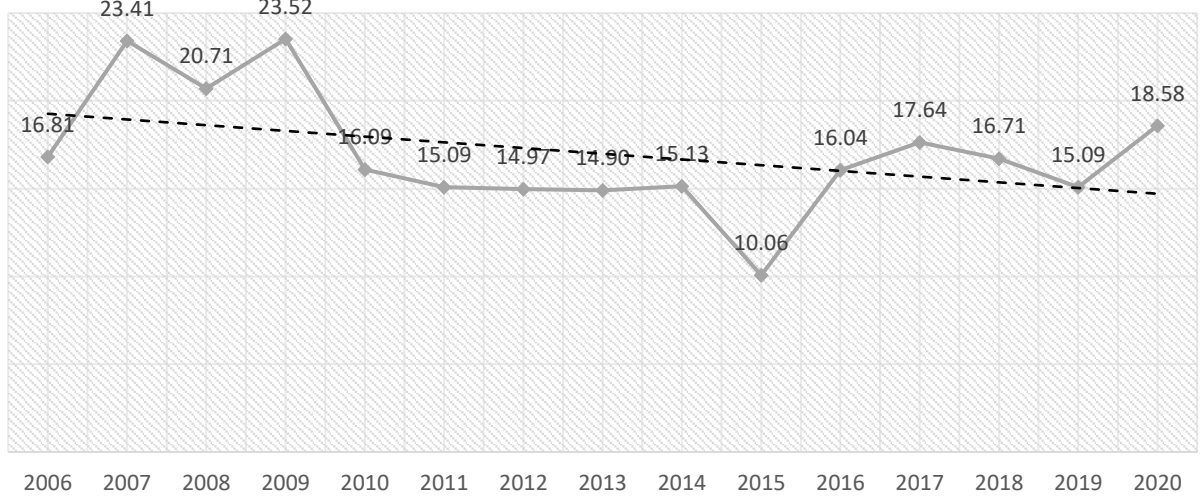
1.	საქონლის, ღორის და ცხვრის ხორცი	4 400
2.	ფრინველის ხორცი	550
3.	რძის ნაწარმი	1 650
4.	კვერცხი ნაჭუჭით	6 600 132 მლნ (ცალი)
5.	კვერცხები და ალბუმინები	330
6.	სოკო	220

7.	მარცვლოვანები	200 000
8.	ალაო და ხორბლის წებოვანა	330
9.	სახამებლები	550
10.	შაქარი	8 000
11.	ანაცერი, ქატო და სხვა ნარჩენები	2 200
12.	შაქრიანი სიმინდი	1500
13.	შაქარი დამუშავებული	6 000
14.	გადამუშავებული მარცვლეული	330
15.	სიგარეტები	500

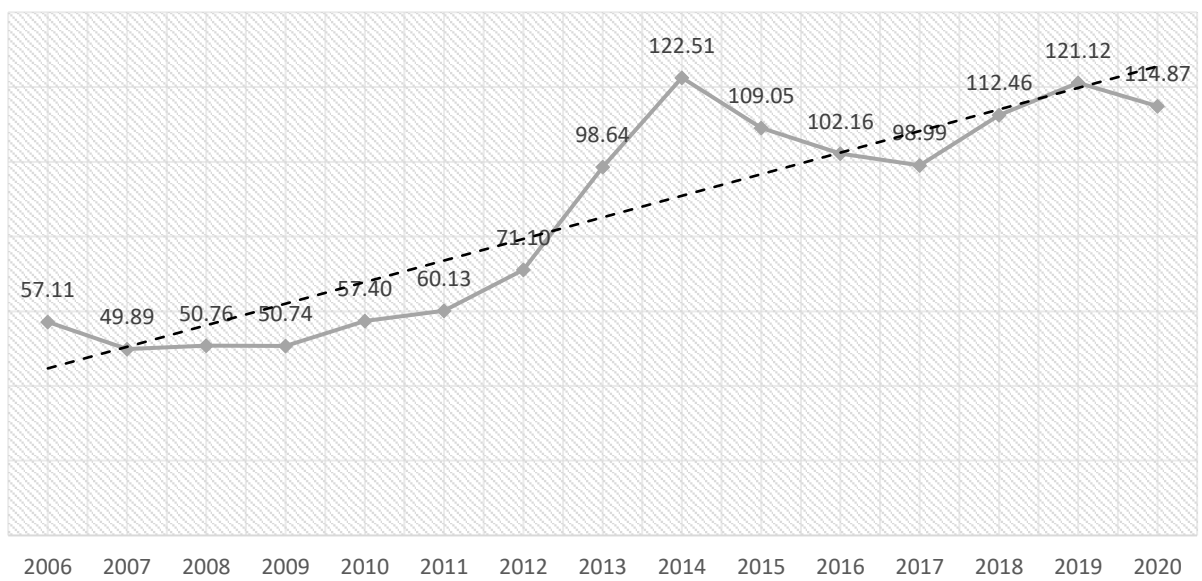
დანართი 7. გამოვლენილი შედარებითი ინდექსები ცალკეული პროდუქტის მიხედვით დროის დინამიკაში, ნაჩვენებია განვითარების დინამიკით



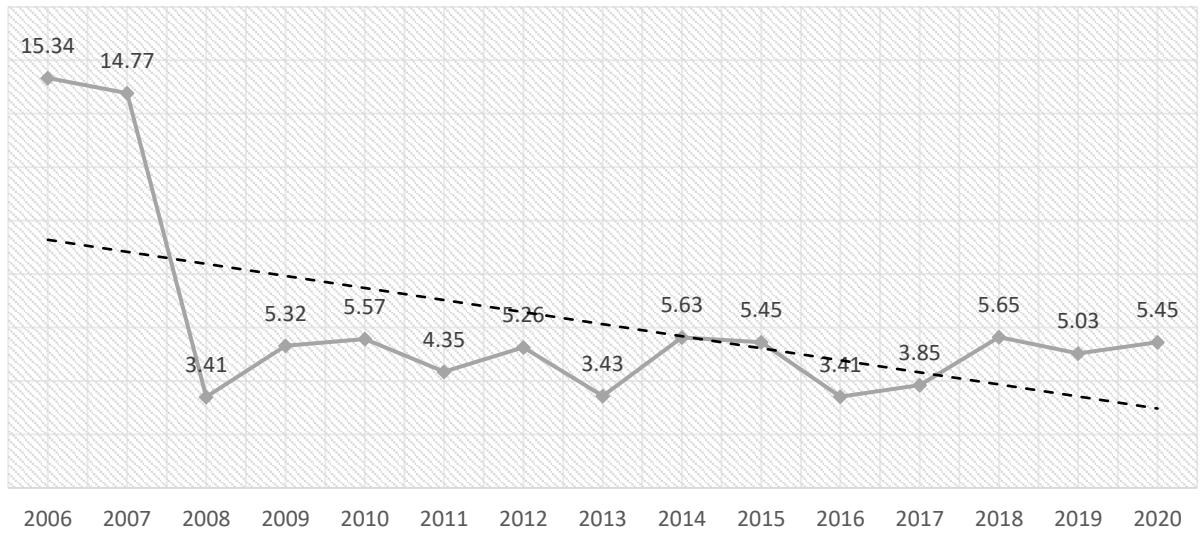
ეთილის სპირტი არადენატურირებული, სპირტის კონცენტრაციით 80 მოც. %-ზე ნაკლები, სპირტიანი სასმელები (ათასი ლიტრი, 100 % სპირტი)



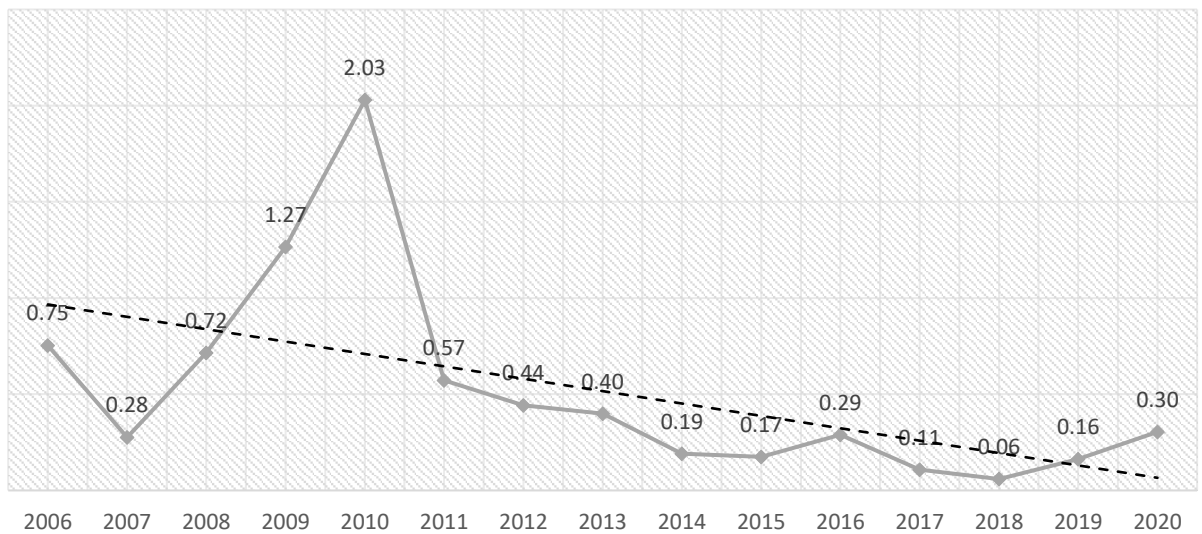
მინერალური და მტკნარი წყლები



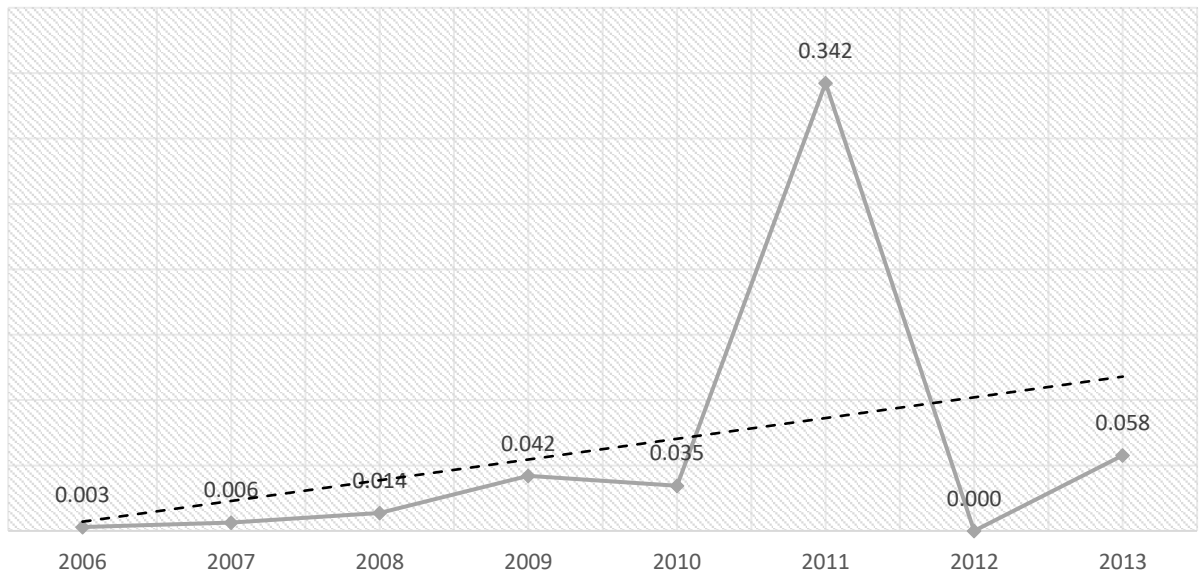
წყლები, მინერალურისა და გაზიანის ჩათვლით, შაქრის დანამატების შემცველობით



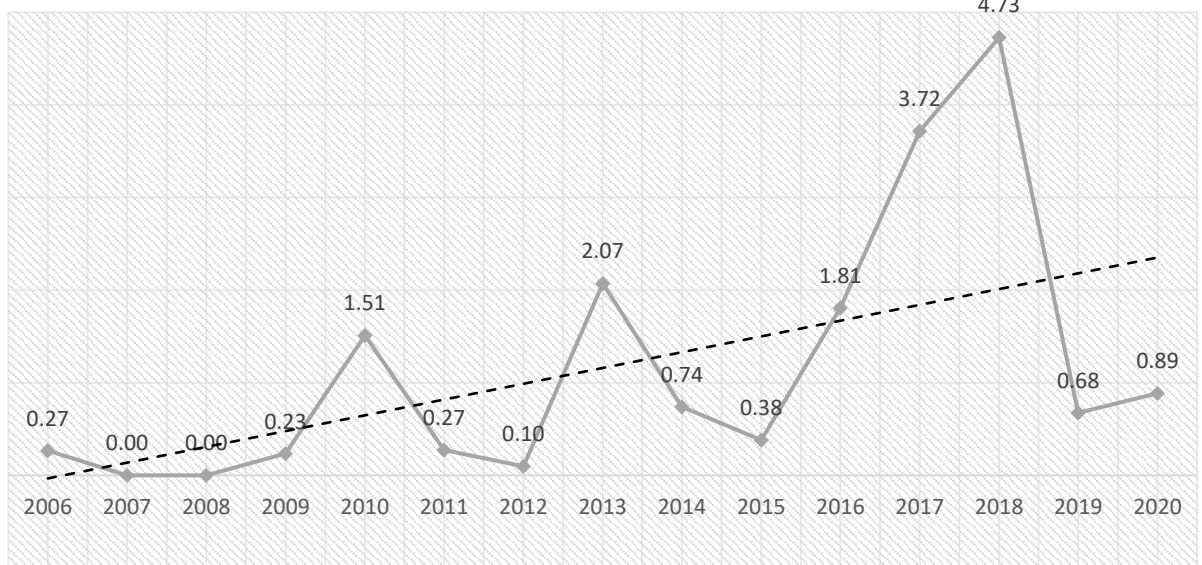
ახალი ან ხმელი ნაჭუჭაუცლელი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (Corylus spp.)



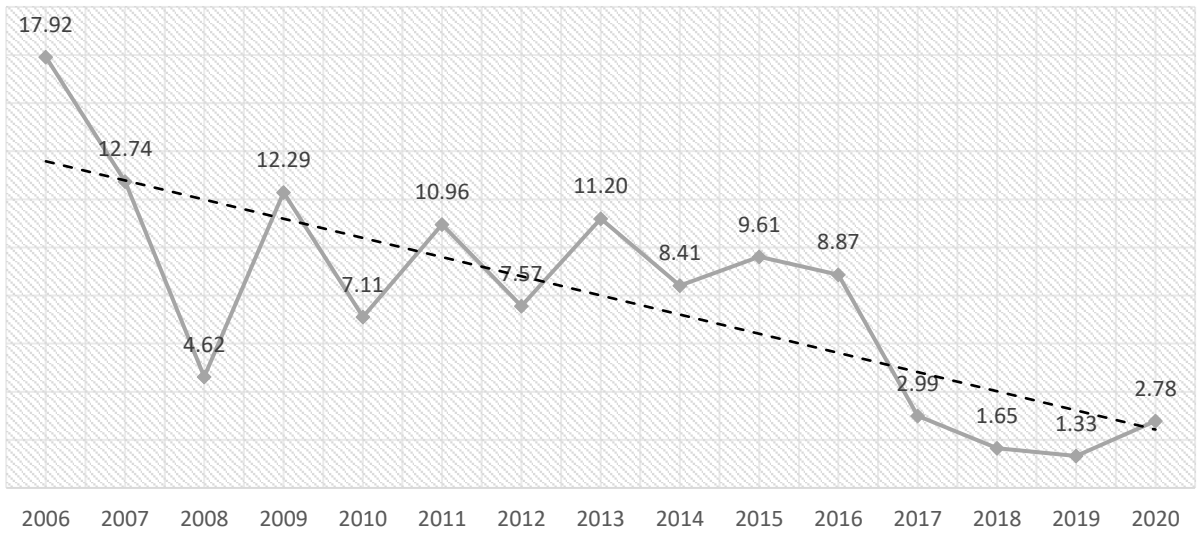
ახალი საზამთრო



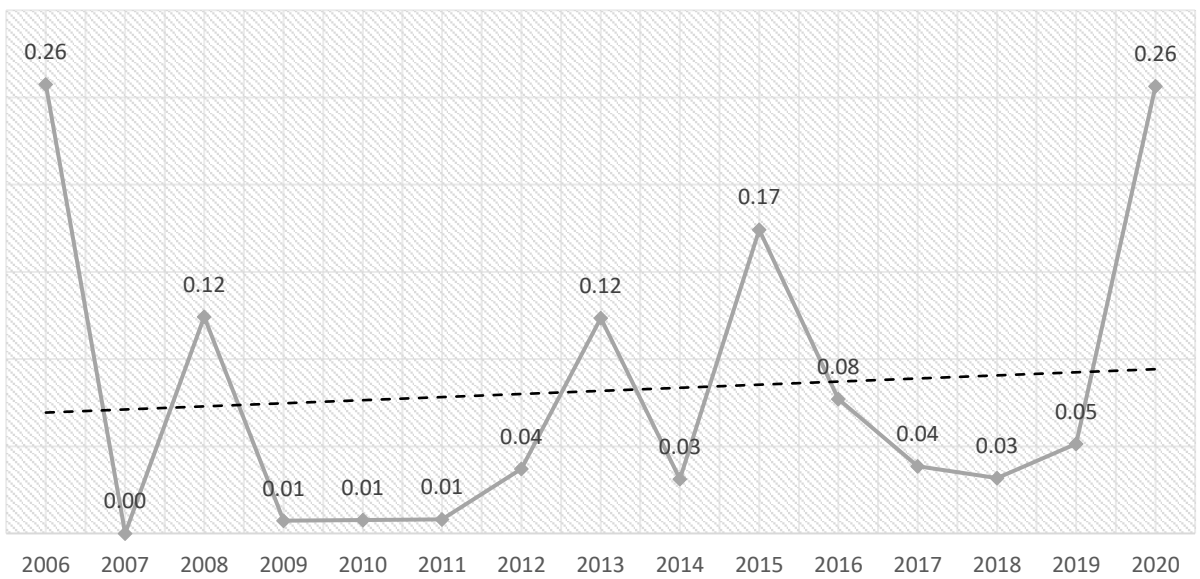
კარტოფილი, ახალი ან შეყინული



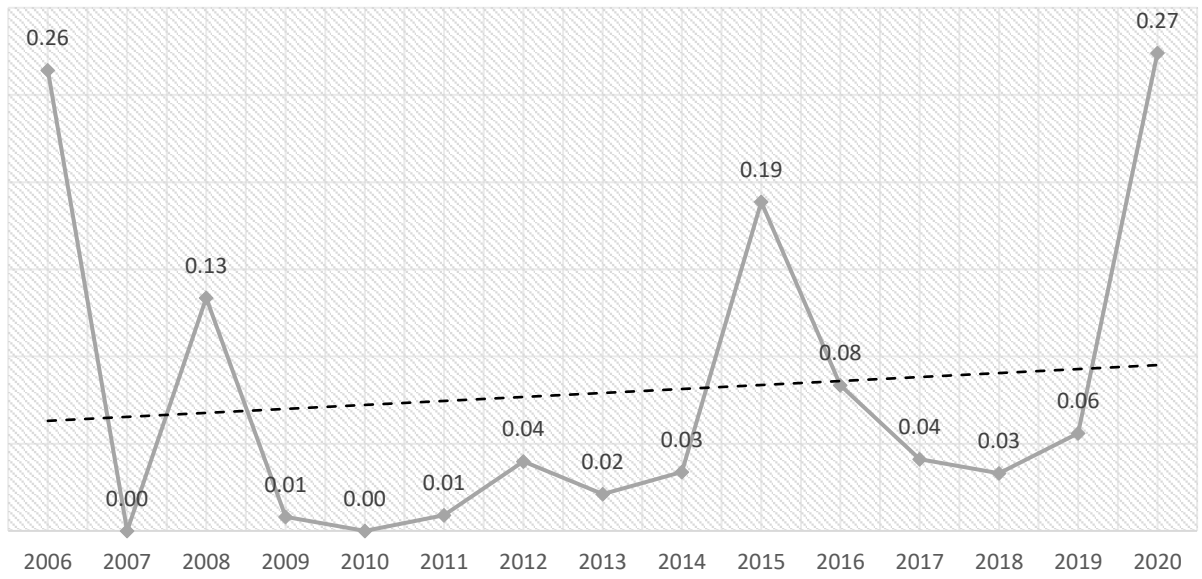
ახალი ან ხმელი ნაჭუჭგაცილი, ტყის კაკალი ანუ თხილი (*Corylus spp.*)



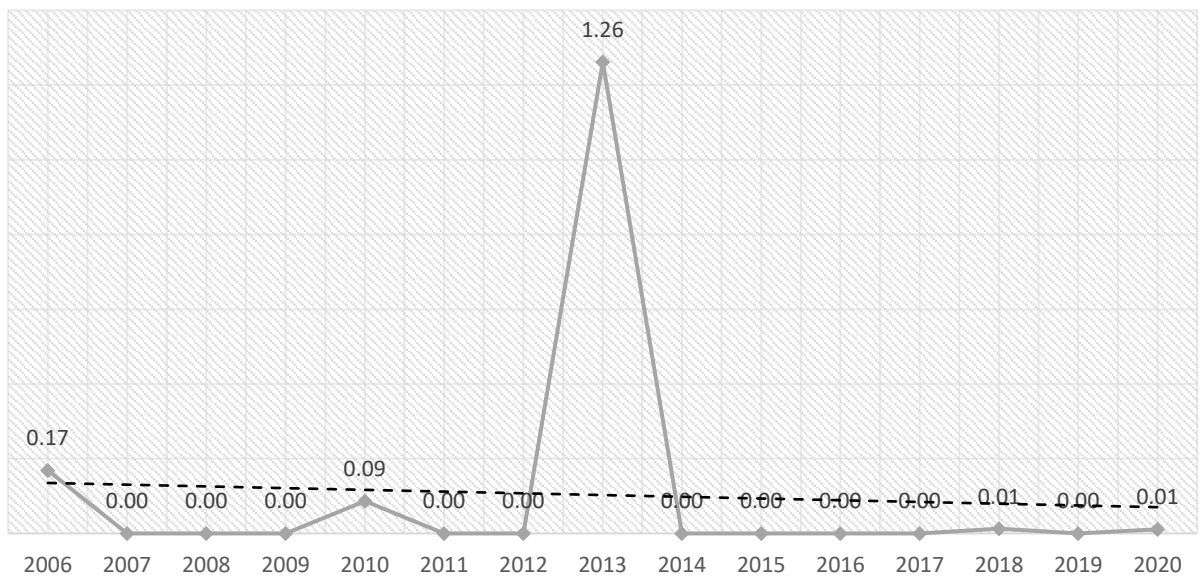
ყურძენი, ახალი ან გამზმარი



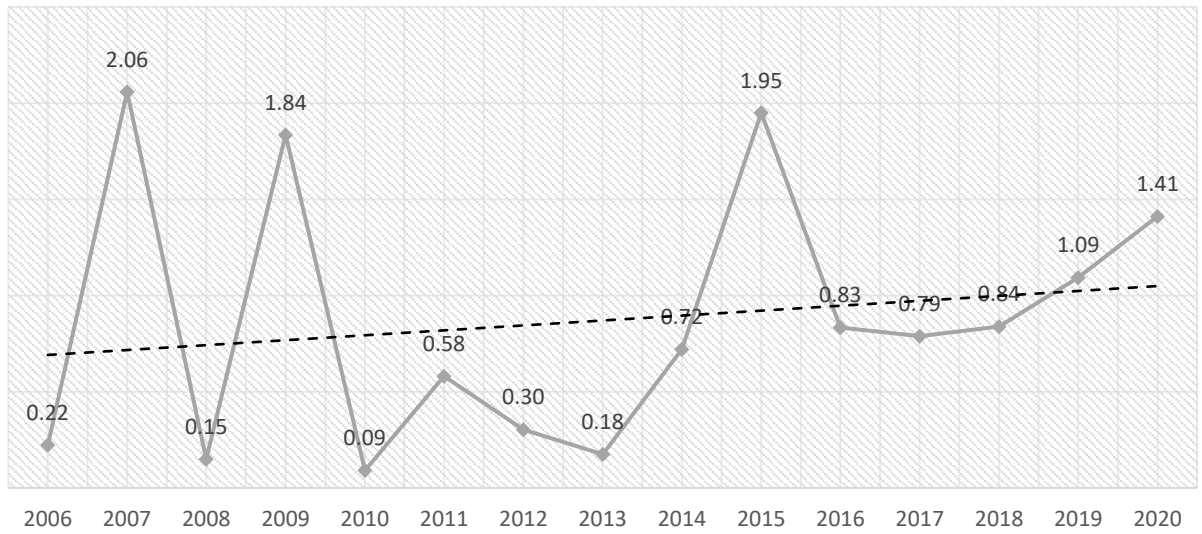
ახალი ყურბენი



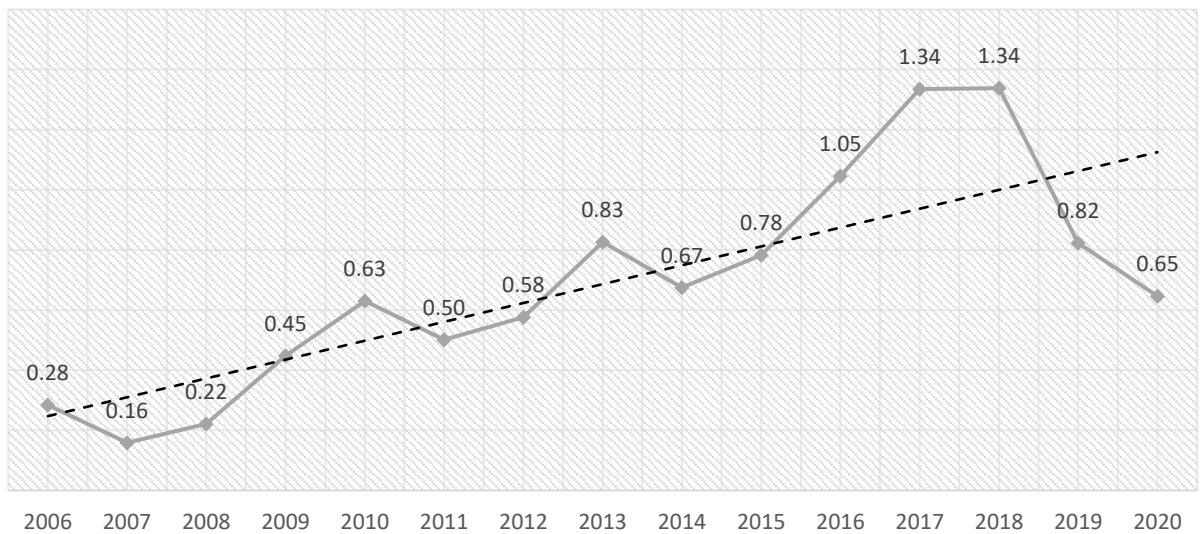
ხმელი ყურბენი



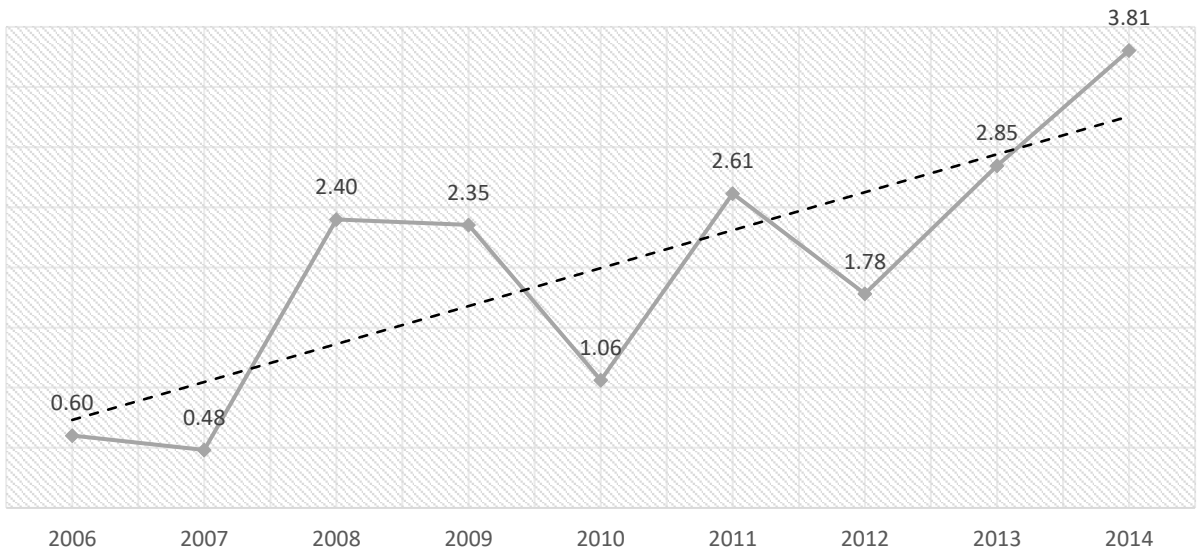
ფრინველის კვერცხი, ნაჭუჭით, ახალი, დაკონსერვებული ან მოხარშული



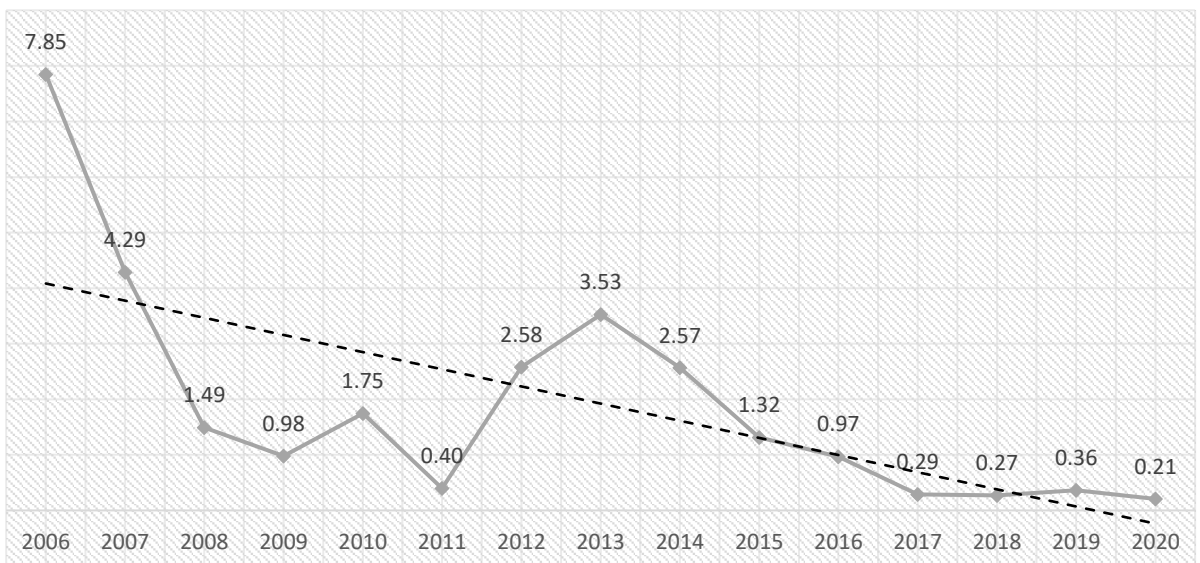
ბოსტნეული და საკვებად ვარგისი ზოგიერთი ძირნაყოფი და ბოლქვნაყოფები



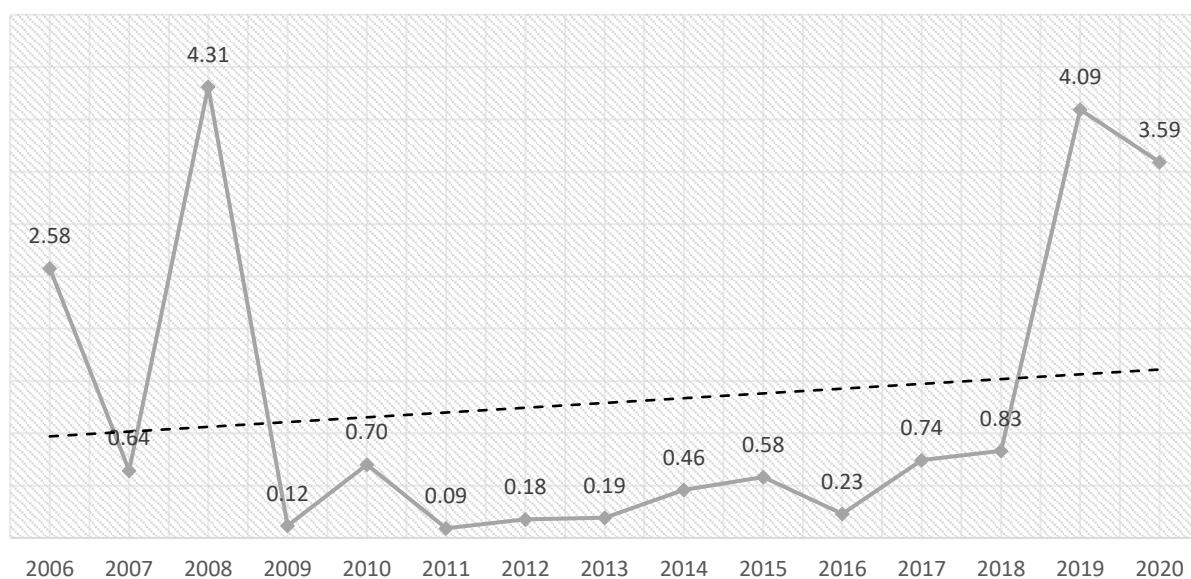
შინაური ქათმის, (*Gallus domesticus*) ახალი კვერცხი ნაჭუჭით,
ინკუბირებისათვის



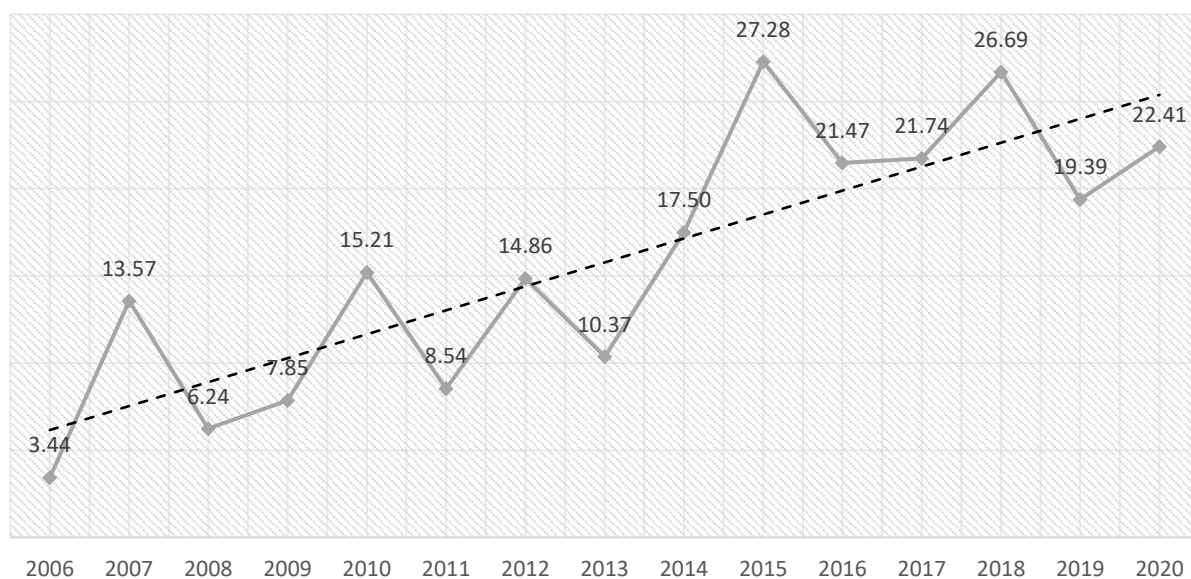
სიმინდი



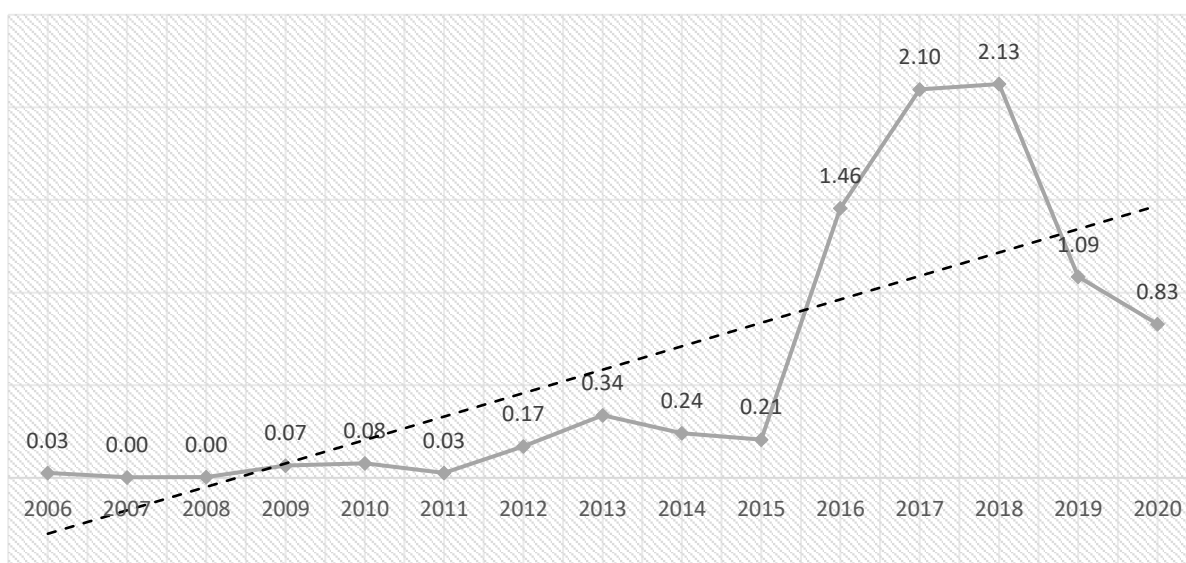
ახალი ვაშლი



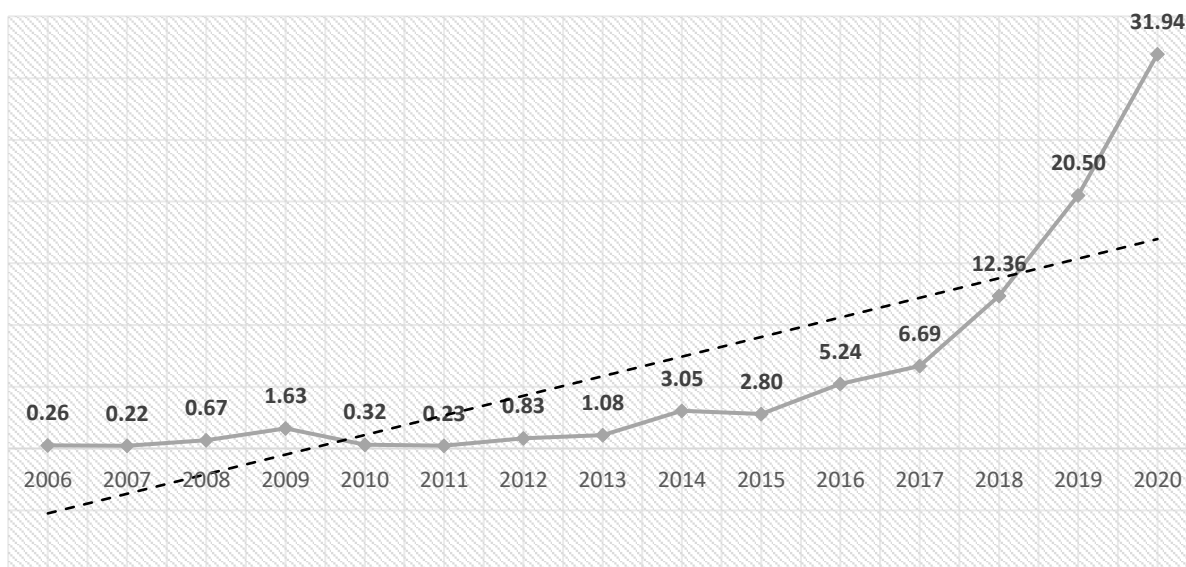
ხმელი ვაშლი



პომიდორი, ახალი ან შეყინული

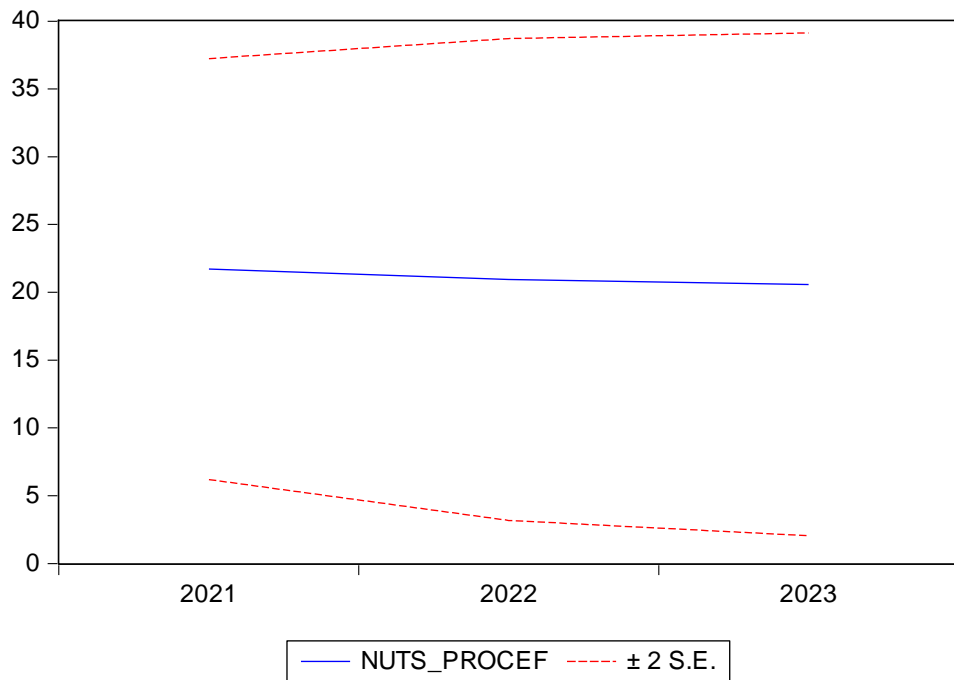


ახალი ატამი, ნექტარინების ჩათვლით

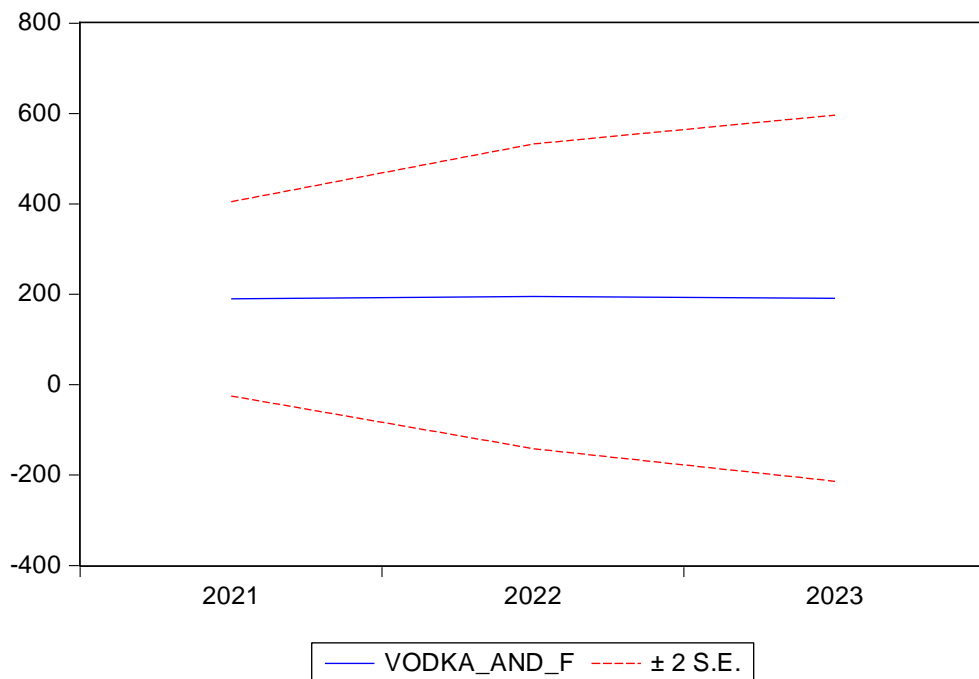


დანართი 8: პროგნოზირება ავტორეგრესიული მცოცავი საშუალოს მოდელით, ARMA
ARIMA მოდელები

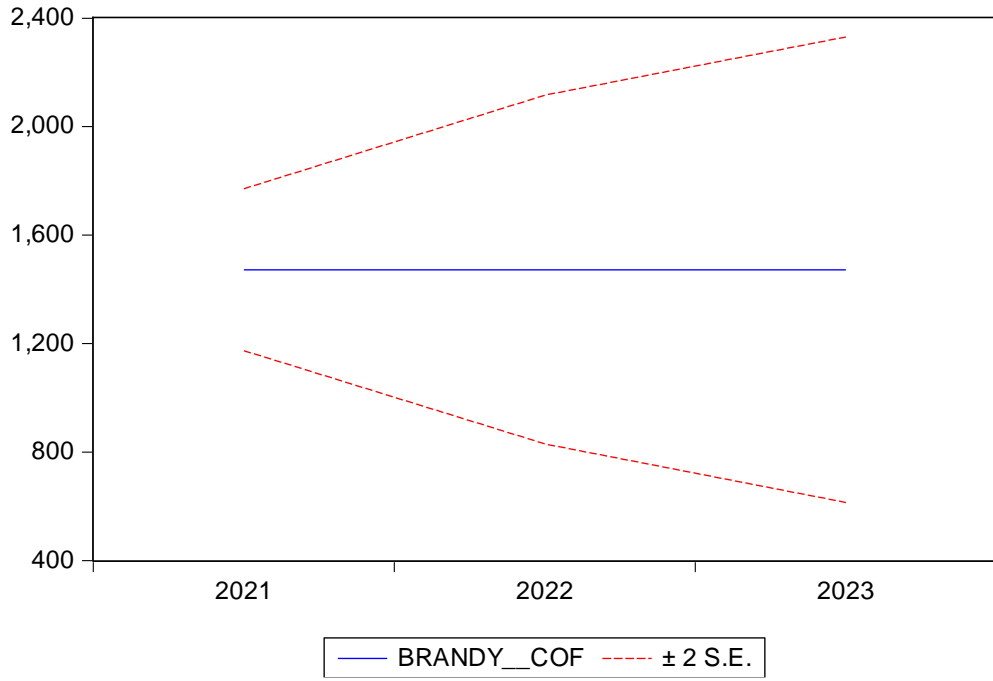
თხილი გადამუშავებული



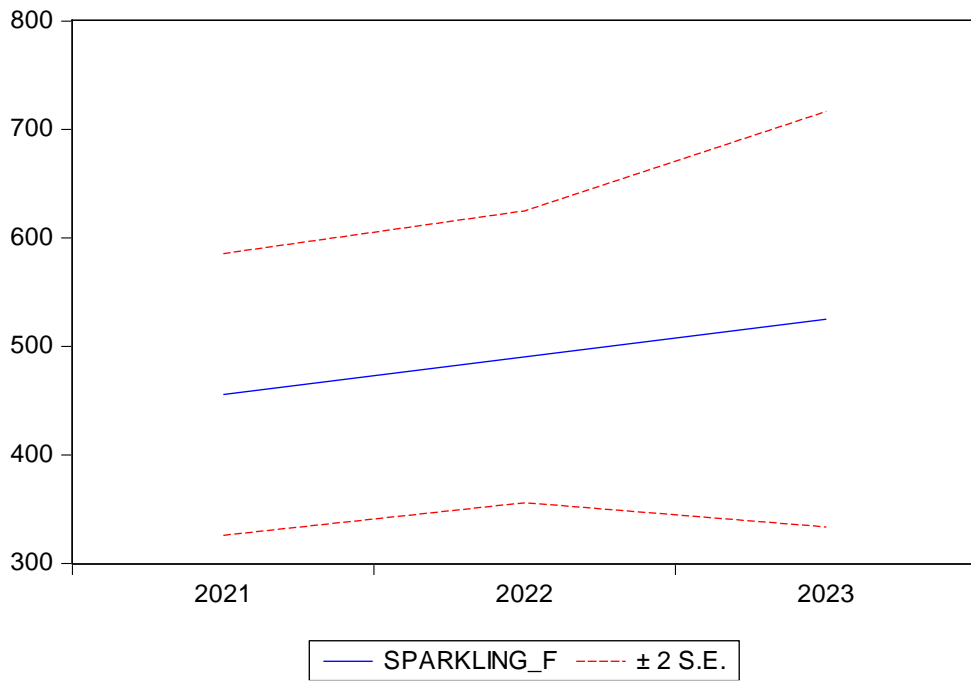
არაყი და ლიქიორ-არყის ნაწარმი



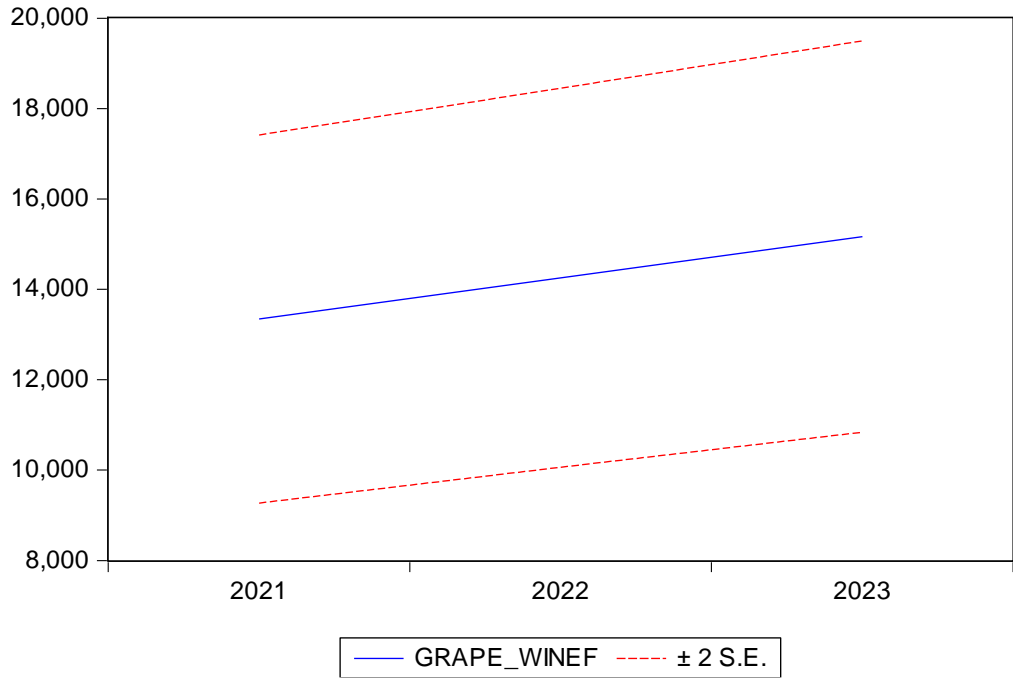
ბრენდი კონიაკი



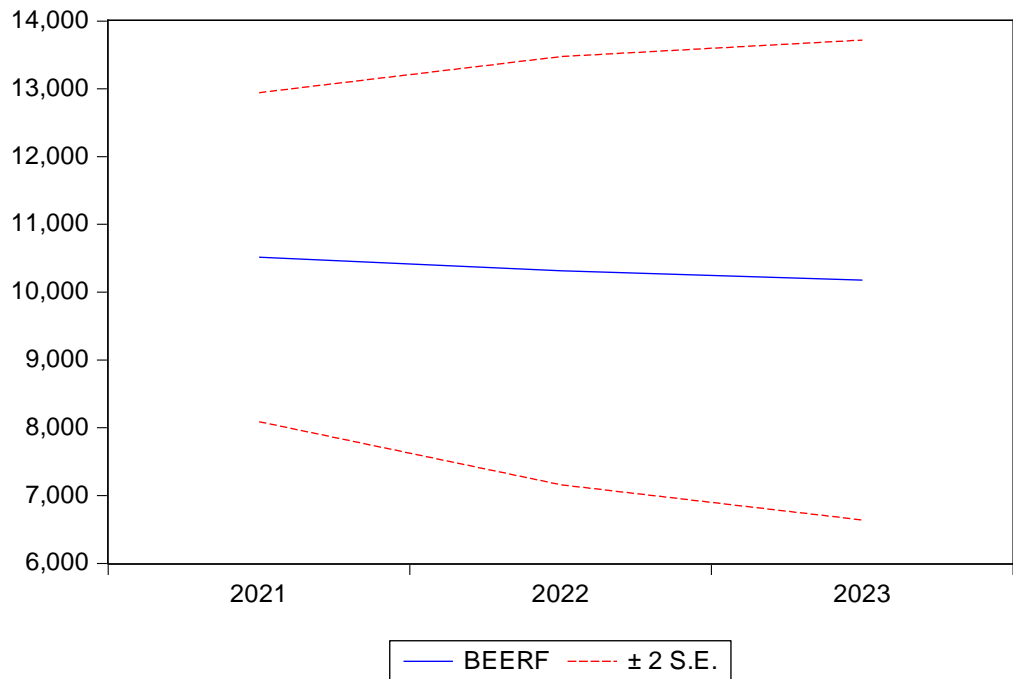
ცერიალა ღვინო შამპანური



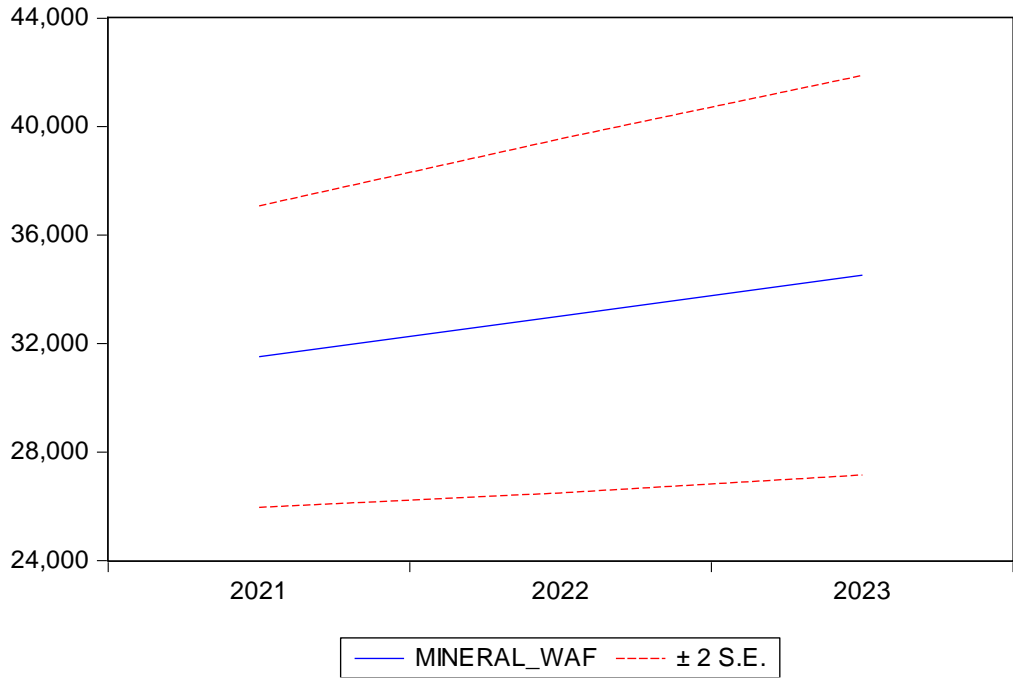
ყურძნის ღვინო და ღვინომასალა



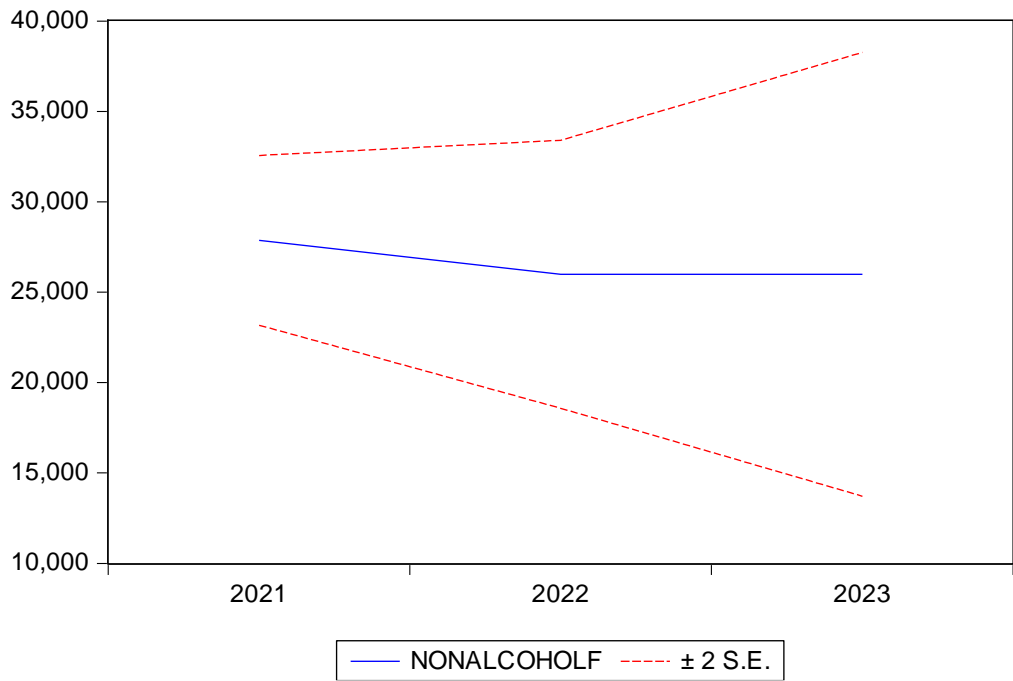
ლუდი



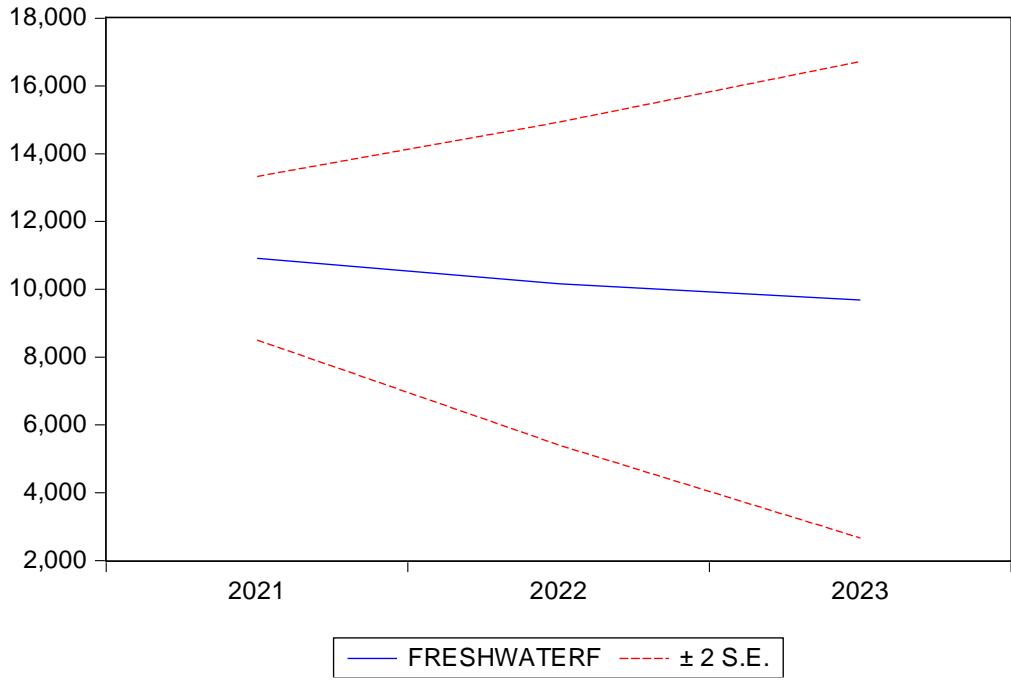
მინერალური წყლები



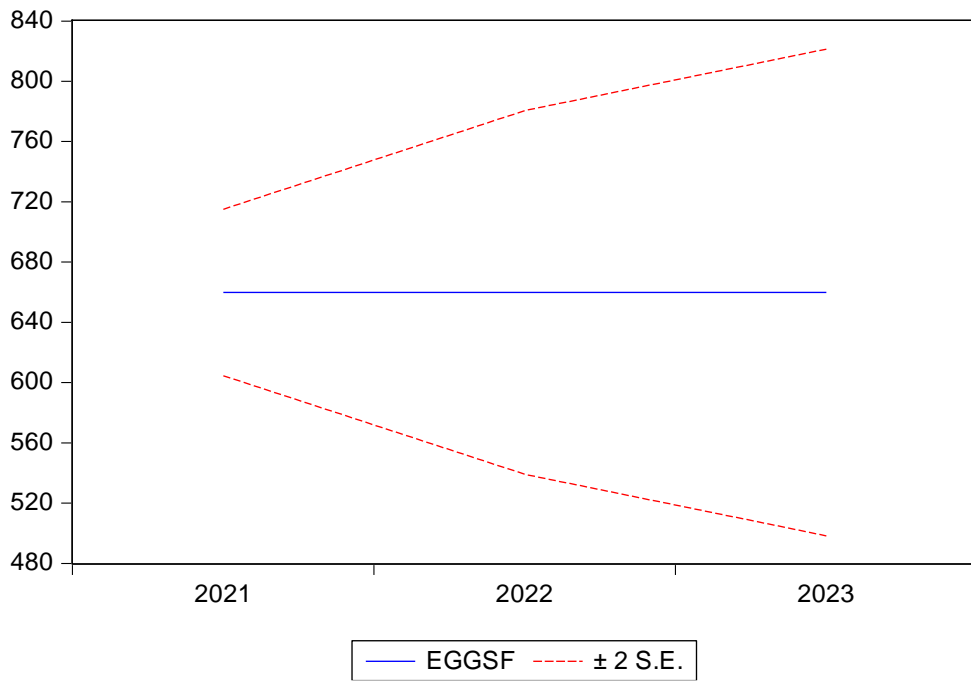
უალკოჰოლო სასმელები



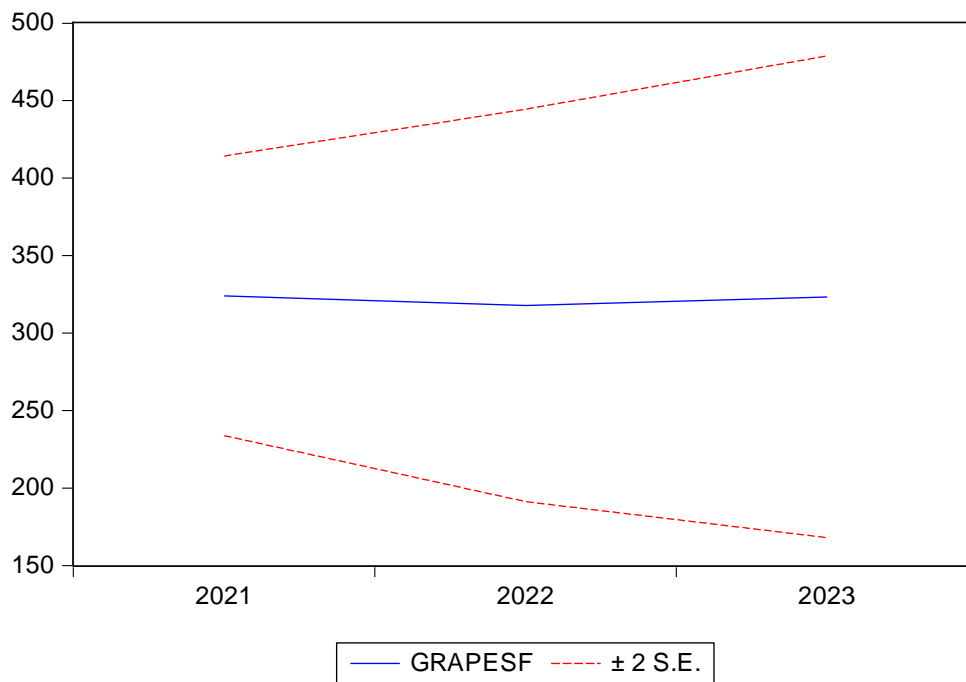
მტკნარი წყლის ჩამოსხმა



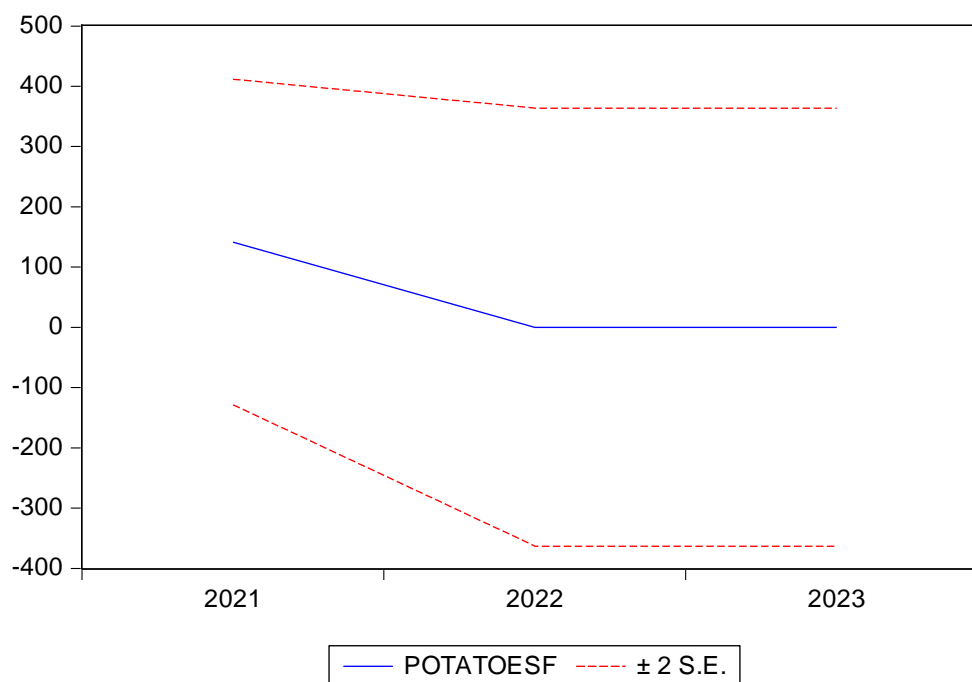
კვერცხი



ყურძენი



კარტოფილი



დანართი 9. პროდუქტთა კონკურენტუნარიანობა შეფასებული ექსპერტული მეთოდით ფაქტორთა წონის გათვალისწინებით

გაზიანი სასმელები	7.518
თხილი	7.932
მინერალური და მტკნარი წყლები	9.004
სპირტიანი სასმელები	7.724
ყურძნის ნატურალური ღვინოები	8.516

დანართი 10. მომხმარებლის კითხვარი

პატივცემულო რესპონდენტებო, მადლობა კვლევაში ჩართვისთვის და თქვენი დათმობილი დროისთვის.

მოცემული კვლევის ძირითადი მიზანია მომხმარებლის არჩევანის განმაპირობებელი ფაქტორების გამოვლენა აგროსასურსათო პროდუქტების შესყიდვისას.

გამოკითხვა არის ნებაყოფლობითი და ანონიმური.

მონაცემები გამოყენებული იქნება მხოლოდ აკადემიური მიზნებისათვის.

კონტაქტი: თუ კვლევის შესახებ რამე კითხვა ან შენიშვნა გაგიჩნდებათ, შეგიძლიათ მოგვწეროთ შემდეგ მისამართზე: nino.talikadze@tsu.ge

- როდესაც საქმე ეხება აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენას, ხართ თუ არა მთავარი გადაწყვეტილების მიმღები პირი?*
 - დიახ, მე ვარ მთავარი გადაწყვეტილების მიმღები/მყიდველი
 - ხდება გადაწყვეტილების გაზიარება
 - არა, მე არ ვარ მთავარი გადაწყვეტილების მიმღები
- ზოგადად, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან რომელი ფაქტორი გიბიძგებთ შეაჩეროთ თქვენი არჩევანი ორი მსგავსი დანიშნულების პროდუქტიდან ერთ-ერთზე?*
 - ფასი ---> იაფი
 - სერვისი ---> უფრო სწრაფი, პერსონალიზებული, მოსახერხებელი
 - ხარისხი ---> უკეთესი გემო, შეფუთვა, ხარისხის სერტიფიკატები
- ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი ფაქტორები განსაზღვრავს თქვენს არჩევანს აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 3 სავარაუდო პასუხი*
 - პირადი გამოცდილება
 - სხვისი რეკომენდაცია
 - სარგებლიანობა
 - გემოვნური მახასიათებლები
 - ბრენდი
 - შეფუთვა
 - სერვისი
 - სერტიფიკატები
 - უსაფრთხოება
 - ფასი

- ხარისხი
 - დიზაინი
 - სხვა
4. გთხოვთ, აგროსასურსათო პროდუქტების შერჩევისას, ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს მიანიჭოთ შესაბამისი ქულები (1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი) მათი მნიშვნელოვნების მიხედვით
- ფასი
 - ხარისხი
 - სარგებლიანობა
 - უსაფრთხოება
 - გემოვნური მახასიათებლები
 - სერტიფიკატები
 - შეფუთვა
 - პირადი გამოცდილება
 - სხვისი რეკომენდაცია
 - სერვისი
 - დიზაინი
 - ბრენდი
5. როგორ შეაფასებდით ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე?
- დაბალი
 - საშუალო
 - მაღალი
6. აგროსასურსათო პროდუქტების შეძენისას, ზოგადად, თქვენს სამომხმარებლო კალათაში ჭარბობს ადგილობრივი წარმოების პროდუქტი, თუ იმპორტირებული პროდუქტი?
- ჭარბობს ადგილობრივი წარმოების პროდუქტი
 - ჭარბობს იმპორტირებული პროდუქტი
 - თანაბრად არის გადანაწილებული
7. რომელია ის პირველი ბრენდი, კომპანია ან პროდუქტი, რომელიც გახსენდებათ ქართულ საექსპორტო აგროსასურსათო სექტორში? (ღია შეკითხვა)

8. ქვემოთ ჩამოთვლილი რომელი კომპანიების პროდუქტებია თქვენთვის ყველაზე ცნობადი და აქტიური ბაზარზე? გთხოვთ მონიშნოთ მაქსიმუმ 3 ვარიანტი

- აგრიტორიდი
- კავკასნათი
- *nugbari* (ნუგბარი)
- ჩიკორი
- *Kula*
- ზედაზენი
- ნაბელლავი
- ბორჯომი
- საირმე
- ნატახტარი
- გურიელი
- გრინგოლდი
- *Tbilvino* (თბილღვინო)
- თელიანი ველი
- ბადაგონი
- ბაგრატიონი
- *Mtevino* მტევინო)
- *Racha Natural Product* (რაჭის თაფლი)
- *Vake* (ვაკე)
- ლიდერფუდი
- სხვა

9. აგროსასურსათო პროდუქტების შესახებ რეკლამა, გავლენას ახდენს თუ არა თქვენს არჩევანზე? გიბიძგებთ შეძენისკენ?

არ ახდენს გავლენას - 1

ძალიან დიდ გავლენას ახდენს - 5

10. როგორც წესი, სად იძენთ აგროსასურსათო პროდუქტს ყველაზე ხშირად?

- აგროსასურსათო ბაზრები
- უბნის მაღაზიები
- სხვა სუპერმარკეტი
- გუდვილი

- კარფური
- აგროჰაბი
- სხვა

11. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ასაკი

- <17
- 18-24
- 25-34
- 35-54
- 55-64
- 65 და მეტი

12. გთხოვთ დააფიქსიროთ სქესი

- მდედრობითი
- მამრობითი

13. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ყოველთვიური შემოსავალი (ლარი)

- 0-500
- 501-1000
- 1001-1500
- 1501-2000
- 2001 და მეტი

14. საჭიროების შემთხვევაში გთხოვთ დატოვოთ დამატებითი კომენტარი
(ღია შეკითხვა)

დანართი 11. მწარმოებლის კითხვარი

პატივცემულო რესპონდენტებო, მადლობა კვლევაში ჩართვისთვის და თქვენი დათმობილი დროისთვის.

მოცემული კვლევის ძირითადი მიზანია მწარმოებლების შეფასების საფუძველზე ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ფაქტორებისა და საწარმოო გამოწვევების გამოვლენა.

კვლევის შედეგები გამოყენებული იქნება მხოლოდ აკადემიური მიზნებისათვის.

თქვენი ჩართულობა ძალიან მნიშვნელოვანია!

კონტაქტი: თუ კვლევის შესახებ რამე კითხვა ან შენიშვნა გაგიჩნდებათ, შეგიძლიათ მოგვწეროთ შემდეგ მისამართზე: nino.talikadze@tsu.ge

1. რომელი დარგის პროდუქტს აწარმოებთ?

- მემცენარეობა
- მეცხოველეობა
- მებოსტნეობა
- მევენახეობა
- მეთევზეობა
- მეფრინველეობა
- მეჩაიეობა
- სხვა

გთხოვთ დაასახელოთ კონკრეტულად თქვენ მიერ წარმოებული პროდუქტი (ღია შეკითხვა)

2. როგორ იცვლება თქვენი პროდუქტის წარმოების დინამიკა წლების მიხედვით?

- ზრდადია
- კლებადია
- თანაბარია

3. გეგმავთ თუ არა მომავალში თქვენ მიერ წამოებული პროდუქტის ასორტიმენტის გაფართოებას?

- დიახ
- არა

4. რა პრობლემებს აწყდებით პროდუქტის წარმოების სფეროში? (დაასახელოთ მაქსიმუმ 3 პრობლემა) (ღია შეკითხვა)

5. თქვენი პროდუქტის წარმოების პროცესში რას მიიჩნევთ ყველაზე ძლიერ მხარედ? (ღია შეკითხვა)
6. თქვენი პროდუქტის წარმოების პროცესში რას მიიჩნევთ ყველაზე სუსტ მხარედ? (ღია შეკითხვა)
7. დაასახელეთ თქვენი პროდუქტის გაყიდვების/დისტრიბუციის ძირითადი გზები (ღია შეკითხვა)
8. აგროსასურსათო პროდუქტს აწარმოებთ
 - ადგილობრივი ბაზრისთვის
 - საერთაშორისო ბაზრისთვის (ექსპორტისთვის)
9. ხართ თუ არა დაინტერესებული თქვენი პროდუქტების ექსპორტით?
 - დაინტერესებული ვარ, ვემზადები პროდუქტის ექსპორტზე გატანისთვის
 - დაინტერესებული ვარ, მაგრამ არ მაქვს აღნიშნულის შესახებ საჭირო ინფორმაცია
 - დაინტერესებული ვარ, მაგრამ არ მაქვს საჭირო ფულადი რესურსები
 - არ ვარ დაინტერესებული, მირჩევნია პროდუქტის რეალიზაცია ადგილობრივ ბაზარზე
 - ვარ ექსპორტიორი
10. რა ფაქტორები გიშლით ხელს ექსპორტის განხორციელებაში?
 - წარმოების მცირე მასშტაბები
 - მცირე ფინანსური შესაძლებლობები
 - ინფორმაციებისა და ცოდნის ნაკლებობა გასაღების ბაზრების შესახებ
 - ხარისხის სტანდარტების დაუკმაყოფილებლობა
 - ასეთი ფაქტორები არ მახსენდება
 - არ ვარ ექსპორტიორი
 - სხვა
11. რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 3 სავარაუდო პასუხი
 - სარგებლიანობა
 - ფასი
 - ხარისხი

- გემოვნური მახასიათებლები
- საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები
- შეფუთვა
- სერვისი
- უსაფრთხოება
- დიზაინი
- არ მაქვს პასუხი
- სხვა

12. თქვენი ვარაუდით, რა მახასიათებლები უზრუნველყოფს პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 3 სავარაუდო პასუხი

- სარგებლიანობა
- ფასი
- ხარისხი
- გემოვნური მახასიათებლები
- საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები
- შეფუთვა
- სერვისი
- უსაფრთხოება
- დიზაინი
- არ მაქვს პასუხი
- სხვა

13. თქვენი აზრით, აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების განვითარებისათვის/გაზრდისთვის რა პრიორიტეტული საქმიანობების განხორციელებაა საჭირო? (დაასახელეთ მაქსიმუმ 3 მიმართულება) (ღია შეკითხვა)

14. კორონავირუსის გავრცელებამ იმოქმედა თუ არა თქვენი პროდუქტის წარმოების მოცულობაზე?

- არა, არ იმოქმედა
- დიახ, შემცირდა წარმოების რაოდენობა
- დიახ, გაიზარდა წარმოების რაოდენობა

- სხვა

15. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ბიზნესის რეგისტრაციის ადგილი

- სამეგრელო-ზემო სვანეთი
- სამცხე-ჯავახეთი
- აჭარა
- ქვემო ქართლი
- შიდა ქართლი
- იმერეთი
- კახეთი
- მცხეთა-მთიანეთი
- რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი
- გურია
- თბილისი

16. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ბიზნესი რომელ ზომით კატეგორიას მიეკუთვნება?

- მიკრო ბიზნესი
- მცირე ბიზნესი
- საშუალო ბიზნესი
- მსხვილი ბიზნესი

17. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ბიზნესის სამართლებრივ-ორგანიზაციული ფორმა

- ინდივიდუალური მეწარმე
- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება
- სააქციო საზოგადოება
- სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება
- კომანდიტური საზოგადოება
- კოოპერატივი

18. აგროსასურსათო პროდუქტების წარმოების სფეროში საქმიანობის რამდენწლიანი გამოცდილება გაქვთ?

- 1 წლამდე
- 1-5 წლამდე
- 5-10 წლამდე
- 10 წელზე მეტი

19. საჭიროების შემთხვევაში გთხოვთ დატოვოთ დამატებითი კომენტარი (ღია შეკითხვა)

დანართი 12. ექსპორტიორთა კითხვარი

პატივცემულო რესპონდენტებო, მადლობა კვლევაში ჩართვისთვის და თქვენი დათმობილი დროისთვის.

მოცემული კვლევის ძირითადი მიზანია ექსპორტიორების შეფასების საფუძველზე ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ფაქტორებისა და საექსპორტო გამოწვევების გამოვლენა.

კვლევის შედეგები გამოყენებული იქნება მხოლოდ აკადემიური მიზნებისათვის.

თქვენი ჩართულობა ძალიან მნიშვნელოვანია!

კონტაქტი: თუ კვლევის შესახებ რამე კითხვა ან შენიშვნა გაგიჩნდებათ, შეგიძლიათ მოგვწეროთ შემდეგ მისამართზე: nino.talikadze@tsu.ge

1. რომელი დარგის პროდუქტს აწარმოებთ?

- მემცენარეობა
- მეცხოველეობა
- მებოსტნეობა
- მევენახეობა
- მეთევზეობა
- მეფრინველეობა
- მეჩაიეობა
- სხვა

2. გთხოვთ დაასახელოთ კონკრეტულად თქვენ მიერ წარმოებული პროდუქტი (ღია შეკითხვა)

3. როგორ იცვლება თქვენი პროდუქტის წარმოების დინამიკა წლების მიხედვით?

- ზრდადია
- კლებადია
- თანაბარია

4. თქვენ მიერ წარმოებული პროდუქტის რა ნაწილი გადის ექსპორტზე?

- 1-10%
- 11-30%
- 31-50%

- 51-70%
 - 71-90%
 - 91-100%
 - 0%
5. გთხოვთ დაასახელოთ თქვენი საექსპორტო ბაზარი/ბაზრები (ღია შეკითხვა)
 6. გეგმავთ თუ არა საექსპორტო ბაზრის გაფართოებას?
 - დიახ
 - არა
 7. წინა შეკითხვაზე დადებითი პასუხის შემთხვევაში მიუთითეთ სად გეგმავთ თქვენი პროდუქტის გატანას მომავალში? (ღია შეკითხვა)
 8. თქვენი პროდუქტის წარმოების პროცესში რას მიიჩნევთ ყველაზე ძლიერ მხარედ? (ღია შეკითხვა)
 9. თქვენი პროდუქტის წარმოების პროცესში რას მიიჩნევთ ყველაზე სუსტ მხარედ? (ღია შეკითხვა)
 10. დაასახელოთ თქვენი პროდუქტის გაყიდვების/დისტრიბუციის ძირითადი მეთოდები/გზები (ღია შეკითხვა)
 11. რა პრობლემების აწყდებით ან წააწყდით ექსპორტის განხორციელების პროცესში?
 - პროდუქტის წარმოების მცირე მასშტაბები
 - მცირე ფინანსური შესაძლებლობები
 - ინფორმაციის და ცოდნის ნაკლებობა გასაღების ბაზრების შესახებ
 - ხარისხის სტანდარტების დაუკმაყოფილებლობა
 - გასაღების ბაზრებზე შეზღუდული წვდომა
 - იაფი კრედიტების ნაკლებობა
 - წარმოებაში თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენების საჭიროება
 - რთული საბაჟო რეგულაციები
 - ასეთი პრობლემები არ მახსენდება
 - არ ვარ ექსპორტიორი
 - სხვა
 12. რა მახასიათებლები განსაზღვრავს თქვენი პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 3 სავარაუდო პასუხი
 - სარგებლიანობა

- ფასი
- ხარისხი
- გემოვნური მახასიათებლები
- საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები
- შეფუთვა
- სერვისი
- უსაფრთხოება
- დიზაინი
- არ მაქვს პასუხი
- სხვა

13. თქვენი აზრით, აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ხელშეწყობისთვის რა პრიორიტეტული საკმიანობების განხორციელებაა საჭირო? (მონიშნეთ მაქსიმუმ 2 პასუხი) ან ჩაწერეთ თქვენი პასუხი

- შესაბამის სტანდარტებთან ხარისხის შესაბამისობის მკაცრი მონიტორინგი
- საინფორმაციო მხარდაჭერის გაზრდა
- საექსპორტო სერვისების გაფართოება
- იაფი კრედიტებით უზრუნველყოფა
- სახელმწიფოს მხრიდან ექსპორტირების ხელშეწყობა
- სხვა

14. კორონავირუსის გავრცელებამ იმოქმედა თუ არა თქვენი პროდუქტის წარმოების მოცულობაზე?

- არა, არ იმოქმედა
- დიახ, შემცირდა წარმოების რაოდენობა
- დიახ, გაიზარდა წარმოების რაოდენობა
- შემეზღულდა პროდუქტის საერთაშორისო ბაზარზე გატანა
- სხვა

15. ვთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ბიზნესის რეგისტრაციის ადგილი

- სამეგრელო-ზემო სვანეთი
- სამცხე-ჯავახეთი
- აჭარა
- ქვემო ქართლი

- შიდა ქართლი
- იმერეთი
- კახეთი
- მცხეთა-მთიანეთი
- რაჭა-ლეჩხუმი და ქვემო სვანეთი
- გურია
- თბილისი

16. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ბიზნესი რომელ ზომით კატეგორიას მიეკუთვნება?

- მიკრო ბიზნესი
- მცირე ბიზნესი
- საშუალო ბიზნესი
- მსხვილი ბიზნესი

17. გთხოვთ დააფიქსიროთ თქვენი ბიზნესის სამართლებრივ-ორგანიზაციული ფორმა

- ინდივიდუალური მეწარმე
- შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება
- სააქციო საზოგადოება
- სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება
- კომანდიტური საზოგადოება
- კოოპერატივი

18. აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის სფეროში საქმიანობის რამდენწლიანი გამოცდილება გაქვთ?

- 1 წლამდე
- 1-5 წლამდე
- 5-10 წლამდე
- 10 წელზე მეტი
- არ მაქვს

19. საჭიროების შემთხვევაში გთხოვთ დატოვოთ დამატებითი კომენტარი (ღია შეკითხვა)

დანართი 13. ექსპერტთა კითხვარი

პატივცემულო რესპონდენტებო, მადლობა კვლევაში ჩართვისთვის და თქვენი დათმობილი დროისთვის.

კვლევის მიზანია დარგში ექსპერტთა შეფასების საფუძველზე ქართული აგროსასურსათო პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის განმსაზღვრელი ფაქტორებისა და გამოწვევების გამოვლენა.

კვლევის შედეგები გამოყენებული იქნება მხოლოდ აკადემიური მიზნებისათვის.

თქვენი ჩართულობა ძალიან მნიშვნელოვანია!

კონტაქტი: თუ კვლევის შესახებ რამე კითხვა ან შენიშვნა გაგიჩნდებათ, შეგიძლიათ მოგვწეროთ შემდეგ მისამართზე: nino.talikadze@tsu.ge

1. დაასახელეთ თქვენი დასაქმების ადგილი და პოზიცია (ღია შეკითხვა)
2. მიუთითეთ თქვენი სამუშაო გამოცდილების სტაჟი
 - 1 წლამდე
 - 1- 3 წელი
 - 4- 9 წელი
 - 10 წელზე მეტი
3. თქვენი აზრით, რა მახასიათებლები უზრუნველყოფს აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას საერთაშორისო ბაზარზე? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 3 სავარაუდო პასუხი
 - სარგებლიანობა
 - ფასი
 - ხარისხი
 - გემოვნური მახასიათებლები
 - საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები
 - შეფუთვა
 - სერვისი
 - უსაფრთხოება
 - დიზაინი
 - არ მაქვს პასუხი
 - სხვა

4. თქვენი აზრით, რა მახასიათებლები უზრუნველყოფს აგროსასურსათო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობას ადგილობრივ ბაზარზე? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 3 სავარაუდო პასუხი

- სარგებლიანობა
- ფასი
- ხარისხი
- გემოვნური მახასიათებლები
- საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისობის დამადასტურებელი სერტიფიკატები
- შეფუთვა
- სერვისი
- უსაფრთხოება
- დიზაინი
- არ მაქვს პასუხი
- სხვა

5. გთხოვთ შეაფასოთ ყურძნის ნატურალური ღვინოების კონკურენტუნარიანობა. მიანიჭეთ ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს შესაბამისი ქულები 1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი ან მონიშნეთ ვერ შევაფასებ

- პროდუქტის ხარისხი
- პროდუქტის ფასი
- პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები
- პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან
- გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა

6. გთხოვთ შეაფასოთ სპირტიანი სასმელების კონკურენტუნარიანობა. მიანიჭეთ ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს შესაბამისი ქულები 1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი ან მონიშნეთ ვერ შევაფასებ)

- პროდუქტის ხარისხი
- პროდუქტის ფასი
- პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები
- პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან
- გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა

7. გთხოვთ შეაფასოთ მინერალური და მტკნარი წყლების კონკურენტუნარიანობა. მიანიჭეთ ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს შესაბამისი ქულები 1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი ან მონიშნეთ ვერ შევაფასებ)
- პროდუქტის ხარისხი
 - პროდუქტის ფასი
 - პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები
 - პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან
 - გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა
8. გთხოვთ შეაფასოთ თხილის ნატურალური ღვინოების კონკურენტუნარიანობა. მიანიჭეთ ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს შესაბამისი ქულები 1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი ან მონიშნეთ ვერ შევაფასებ)
- პროდუქტის ხარისხი
 - პროდუქტის ფასი
 - პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები
 - პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან
 - გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა
9. გთხოვთ შეაფასოთ გაზიანი სასმელების კონკურენტუნარიანობა. მიანიჭეთ ქვემოთ ჩამოთვლილ ფაქტორებს შესაბამისი ქულები 1-ყველაზე დაბალი, 5-ყველაზე მაღალი ან მონიშნეთ ვერ შევაფასებ)
- პროდუქტის ხარისხი
 - პროდუქტის ფასი
 - პროდუქტის გემოვნური მახასიათებლები
 - პროდუქტის შესაბამისობა აღიარებულ სტანდარტებთან
 - გასაღების ბაზარზე ადვილი შეღწევადობა
10. თქვენი აზრით, ზოგადად, რამდენად ხელმისაწვდომია ქართული აგროსასურსათო პროდუქტებისთვის ევროკავშირის ბაზარი?
- არ არის ხელმისაწვდომი
 - ნაკლებად ხელმისაწვდომია
 - ხელმისაწვდომია

11. თქვენი გადმოსახედიდან რა პრობლემებს აწყდებიან მწარმოებლები ექსპორტის განხორციელების პროცესში? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 2 სავარაუდო პასუხი ან ჩაწერეთ თქვენი შეხედულება.

- პროდუქტის წარმოების მცირე მასშტაბები
- მცირე ფინანსური შემოსავლები
- ინფორმაციებისა და ცოდნის ნაკლებობა გასაღების ბაზრების შესახებ
- ხარისხის სტანდარტების დაუკმაყოფილებლობა
- გასაღების ბაზრებზე შეზღუდული წვდომა
- იაფი კრედიტების ნაკლებობა
- წარმოებისთვის თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენების საჭიროება
- რთული საბაჟო რეგულაციები
- სხვა

12. თქვენი აზრით, აგროსასურსათო პროდუქტების ექსპორტის ხელშეწყობისთვის რა პრიორიტეტული საქმიანობების განხორციელებაა საჭირო? შეარჩიეთ მაქსიმუმ 2 სავარაუდო პასუხი ან ჩაწერეთ თქვენი შეხედულება.

- შესაბამის სტანდარტებთან ხარისხის შესაბამისობის მკაცრი მონიტორინგი
- საინფორმაციო მხარდაჭერის გაზრდა
- საექსპორტო მხარდაჭერი სერვისების გაფართოება
- იაფი აგროკრედიტებით უზრუნველყოფა
- სხვა

13. გთხოვთ დაასახელოთ, თქვენი აზრით, ყველაზე მაღალი პოტენციალის მქონე საექსპორტო აგროსასურსათო პროდუქტი. რატომ ფიქრობთ ასე? კერძოდ, რომელ ქვეყანაშია მისი გატანა შესაძლებელი? (ღია შეკითხვა)

საექსპორტო პოტენციალის შეფასება გზამკვლევი)

1. ქვეყნის შესახებ ინფორმირებულობის დონე უშუალო მყიდველებში --
-->

მსოფლიოში აღიარებული ბრენდი – 5 ქულა;

მოცემულ ბაზარზე ცნობადი ბრენდი – 4 ქულა;

მოცემულ ბაზარზე ბრენდის ცნობადობა მომხმარებელთა გარკვეულ ჯგუფებში ასაკობრივი, ეთნიკური) მაღალია – 3

ქულა;

ბრენდის შესახებ ინფორმაცია აქვს მომხმარებელთა მინიმუმ 10%-ს – 2

ქულა;

ბრენდი იციან მხოლოდ სპეციალიზებულმა იმპორტიორებმა – 1 ქულა.

2. პროდუქტის ფარდობითი უპირატესობა --->

გამოვლენილი კონკურენტული უპირატესობის გკუ) მიხედვით პროდუქტი შედის მსოფლიოს 10 ლიდერში – 5 ქულა;

გკუ-ს მიხედვით, პროდუქტი საუკეთესოა საქართველოში – 4 ქულა;

გკუ-ს მიხედვით, პროდუქტი შედის საქართველოში 10 ლიდერ პროდუქტში – 3 ქულა;

გკუ-ს მიხედვით, პროდუქტი შედის საქართველოში 20 ლიდერ პროდუქტში – 2 ქულა;

პროდუქტი იწარმოება საქართველოში – 1 ქულა.

3. ექსპორტის მხარდამჭერი კანონმდებლობა --->

ექსპორტიორი არ იხდის დღგ-ს, მთლიანად ან ნაწილობრივ განთავისუფლებულია მოგების გადასახადიდან – 5 ქულა;

არ იხდის დღგ-ს, მოგება იბეგრება რეგრესიული გადასახადით – 4 ქულა;

განთავისუფლებულია დღგ-გან – 3 ქულა;

იმპორტირებულ მასალებზე, რაც გამოიყენება საექსპორტო პროდუქტის წარმოებაში, საბაჟო განაკვეთი 0-ნია – 2 ქულა;

იმპორტირებულ პროდუქციაზე, რომელიც გამოიყენება საექსპორტო პროდუქტის წარმოებაში, საბაჟო გადასახადიდან განთავისუფლებულია – 1 ქულა.

4. ექსპორტიორთა ფინანსური მხარდაჭერა --->

არსებობს ექსპორტიორთათვის დაბალპროცენტიანი კრედიტები ან საკრედიტო პროცენტის სუბსიდირება – 5 ქულა; არსებობს

ექსპორტიორთა ფინანსური მხარდაჭერის სპეციალური სქემები გამოფენა-ბაზრობებზე მისიების დაფინანსება, სავაჭრო მისიების ორგანიზება, კონკრეტულ ბაზრებზე კვლევების დაფინანსება, ექსპორტიორთა უფასო ტრენინგების ჩატარება ცალკეულ საკითხებზე) – 4 ქულა;

არსებობს იგივე სქემა, რომელიც მუშაობს გარკვეული შეზღუდვებით შეზღუდვები შეიძლება ეხებოდეს გარკვეულ სასაქონლო ჯგუფებს ან გარკვეულ მიზნობრივ ბაზრებს) – 3 ქულა;

კონკრეტულ შემთხვევაში შესაძლებელია გარკვეული ფინანსური მხარდაჭერა – 2 ქულა;

მოქმედებს ექსპორტიორთა მხარდაჭერის დროსა და თანხებში შეზღუდული სქემა, რაც ითვალისწინებს, მხოლოდ სპეციფიური ხარჯების ნაწილობრივ ანაზღაურებას – 1 ქულა.

5. ლოგისტიკური მდგომარეობა --->

გადაზიდვა ხორციელდება ერთი სატრანსპორტო საშუალებით, ნებისმიერი დანიშნულების ადგილამდე – 5 ქულა;

გადაზიდვა ხორციელდება კომბინირებული სატრანსპორტო საშუალებებით, მაგრამ ერთი გადამზიდავით, ნებისმიერი დანიშნულების ადგილამდე – 4 ქულა;

გადაზიდვაში ჩართულია რამდენიმე გადამზიდავი, დანიშნულების ადგილები შეზღუდულია – 3 ქულა;

ექსპორტიორი მყიდველს თავაზობს ერთ დანიშნულების ადგილამდე პროდუქციას CIF ფასით – 2 ქულა;

ექსპორტიორი მყიდველს თავაზობს პროდუქციას FOB ფასში – 1 ქულა.

6. იმპორტის ქვეყანასთან მოქმედი სავაჭრო რეჟიმი --->

არსებობს შეთანხმება საბაჟო კავშირზე ან შეუზღუდავი თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმება – 5 ქულა;

თავისუფალი ვაჭრობის შეთანხმება, გარკვეული შეზღუდვებით - 4 ქულა;

არსებობს პრეფერენციების გენერალიზებული სისტემის შესახებ შეთანხმება – 3 ქულა;

არსებობს უპირატესი ხელშეწყობის რეჟიმი – 2 ქულა;

არ არსებობს არანაირი შეთანხმება და საერთაშორისო ვაჭრობა ხორციელდება ჩვეულებრივი საბაჟო ტარიფებით – 1 ქულა.

7. იმპორტის ქვეყანასთან მოქმედ სტანდარტებთან შესაბამისობა --->

საქართველოში მოქმედი ხარისხობრივი პარამეტრები, სრულად შეესაბამება იმპორტის ქვეყანაში მოქმედს და

აღიარებულია იმპორტის ქვეყნის ხარისხის მასერტიფიცირებელი ორგანოების მიერ – 5 ქულა;

ძირითადად შეესაბამება, იმპორტის ქვეყანა აღიარებს ქართული ან საქართველოში მოქმედი ხარისხის მასერტიფიცირებელი ორგანოების ხარისხის სერტიფიკატებს – 4 ქულა;

საქართველოში მოქმედი ხარისხობრივი პარამეტრები, ნაწილობრივ შეესაბამება იმპორტის ქვეყნის ხარისხობრივ მოთხოვნებს,

აუცილებელია ხარისხის სერტიფიცირება იმპორტის ქვეყნის მიერ აღიარებულ ორგანოებში – 3 ქულა; ქართული პროდუქტის ხარისხის

სერტიფიცირება უნდა მოხდეს ადგილზე, იმპორტიორის მიერ გამოგზავნილი მასერტიფიცირებელი ორგანოს წარმომადგენლების მიერ – 2 ქულა;

პროდუქტის სერტიფიცირება უნდა მოხდეს იმპორტის ქვეყანაში მითითებულ მასერტიფიცირებელ ორგანოში – 1 ქულა.

14. გთხოვთ შეაფასოთ თქვენ მიერ შერჩეული პროდუქტის საექსპორტო პოტენციალი ქვემოთ ჩამოთვლილი მაჩვენებლების მიხედვით 0-დან 5 ქულამდე. ისარგებლეთ წინა სექციაში მოცემული აღწერილობით.

- ქვეყნის შესახებ ინფორმირებულობის დონე უშუალო მყიდველებში
- პროდუქტის ფარდობითი უპირატესობა
- ექსპორტის მხარდამჭერი კანონმდებლობა
- ექსპორტიორთა ფინანსური მხარდამჭერა
- ლოგისტიკური მდგომარეობა
- იმპორტის ქვეყანასთან მოქმედი სავაჭრო რეჟიმი
- იმპორტის ქვეყანასთან მოქმედ სტანდარტებთან შესაბამისობა

15. საჭიროების შემთხვევაში გთხოვთ დატოვოთ დამატებითი კომენტარი (ღია შეკითხვა)