

ქართული ღვინის მსოფლიო ბაზარზე წარმატებისა და პერსპექტივის შესახებ

ქადაგიშვილი ლეილა

ეკონომიკის დოქტორი,
თსუ-ის ასისტენტ-პროფესორი

მაისურაძე რუსუდან

თსუ-ის დოქტორანტი

ღვინის ინდუსტრია მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საქართველოს ეკონომიკურ განვითარებაში. უკანასკნელ წლებში იზრდება ვენახის პლანტაციები, შექმნილია ახალი და გაფართოებულია ღვინის ძველი საწარმოები, იწერება ხარისხის მართვისა და ღვინის წარმოების საერთაშორისო სტანდარტები, იზრდება მევენახეების შემოსავლები, თითქმის ყველა მიმართულებით იზრდება ქართული ღვინის ექსპორტი, განსაკუთრებით - აშშ-ში, დიდ ბრიტანეთში, ჩინეთში, პოლონეთში, საფრანგეთში, მონღოლეთში, იაპონიაში, თუმცა ექსპორტის დიდი ნაწილი ჯერ კიდევ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებზე მოდის. წინამდებარე ნაშრომში გაანალიზებულია ქართული ღვინის საექსპორტო პოტენციალი, შეფასებულია ღვინის ექსპორტის ძირითადი გამოწვევები და შემუშავებულია რეკომენდაციები, რაც ხელს შეუწყობს ქართული ღვინის მსოფლიო ბაზრებზე სულ უფრო მეტად დამკვიდრებას.

საკვანძო სიტყვები: მევენახეობა, მეღვინეობა, ექსპორტი, ბაზარი.

საქართველოში მეღვინეობის ტრადიცია 8 000 წელზე მეტს ითვლის. „ღვინის სამშობლო“ - ასე საუბრობენ საქართველოზე, როგორც ღვინის უძველეს კერაზე. ქართული მეღვინეობის დიდი ისტორია საერთაშორისო მასშტაბითაა აღიარებული. საყურადღებოა, რომ 2012 წლის ივლისიდან, საქართველოს აქვს ექსკლუზიური უფლება ქართული წარმოების ღვინოს პოპულარიზაცია გაუწიოს ევროკავშირის ქვეყნებში დევიზით - „საქართველო ღვინის აკვანია“. ამასთან ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ ბოლო პერიოდში სხვადასხვა ქვეყნის, ბევრმა მკვლევარმა აღიარა, რომ მეღვინეობის უძველესი კვალი სწორედ საქართველოს ტერიტორიაზე იქნა აღმოჩენილი, საიდანაც ის მთელ მსოფლიოში გავრცელდა. ამ აღიარებამ საქართველოს საშუალება მისცა, ბორდოში - ღვინის ცივილიზაციის ცენტრში აღნიშნული სტატუსით წარმდგარიყო [1-გვ-3].

თანამედროვე მსოფლიოში ქართული ღვინის კულტურის უნიკალურობა, პირველ რიგში, განპირობებულია იმით, რომ საქართველო გამოირჩევა ყურძნის ენდოგენური ჯიშების სიუხვით. ქვეყანაში ხარობს 500 ენდოგენურ ჯიშზე მეტი, რაც მსოფლიოში არსებული ყურძნის ჯიშების 20%-ია და შეიძლება თამამად ითქვას, რომ ქართული წარმოებისაა ვაზის ბევრი ჯიში, რომელიც დღეს ევროპასა და აზიაში მოჰყავთ. მეორეც, უძველესი დროიდან დღემდე საქართველოში ღვინოს აყენებენ თიხის ჭურჭელში (ქვევრში), რომელიც მინაში ინახება. ქვევრის დანიშნულება ქართული ღვინის წარმოებაში უდიდესია. ამ მეთოდით ღვინის დაყენება ჩვენს ქვეყანაში დღემდე გრძელდება. ღვინის დამზადება ეს არის ტრადიცია, რომელიც ქართველებს გენში აქვთ და რომელიც საუკუნეების მანძილზე მომავალ თაობებს შემოუნახეს [ხანიშვილი გელა, 2018] ქვევრის გამოყენებით ღვინის დაყენება დიდი პოპულარობით სარგებლობს იმ მეღვინეებს შორის, რომლებიც ღვინის დაყენების ნატურალურ და ორგანულ მეთოდს ანიჭებენ უპირატესობას. ქვევრის ღვინის დაყენების უძველეს, ქართულ ტრადიციულ მეთოდს, 2013 წელს იუნესკოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი მიენიჭა, რაც ამ მეთოდის უნიკალურობაზე მიუთითებს და გზავნილია მთელი მსოფლიოსთვის, რომ ღვინო უძველესი ქართული კულტურის შემადგენელი ნაწილია. ამასთან, ქვევრში ღვინის დაყენების ტრადიცია, ტურისტული ინდუსტრიის სხვა ელემენტებთან ერთად, საქართველოს აძლევს შესაძლებლობას მთავარი ტურისტული მიმართულება გახდეს.

საქართველოს დღევანდელი მთავრობის პირობებში ერთ-ერთი ძირითადი პრიორიტეტი სოფლის მეურნეობის განვითარება გახდა. განსაკუთრებული ყურადღება მიექცა მევენახეობა-მეღვინეობის დარგის განვითარებას. უნდა აღინიშნოს, რომ ამ მიმართულებით მთავრობის მიერ განხორციელებული ბოლოდროინდელი რეფორმების შედეგად, ღვინის ბიზნესი თანდათანობით იკრებს ძალას და სწორ ნიშნულზე დგება. 2018 წელი იყო პირველი წელი ბოლო ათი წლის მანძილზე, როდესაც სახელწიფო სრულად გამოვიდა ყურძნის სუბსიდირების რეჟიმიდან, რთველი სრულად საბაზრო ფასების პირობებზე დაფუძნდა და მენარმე და ფერმერი დამოუკიდებლად, სახელმწიფოს ჩარევის გარეშე, თავად შეთანხმდნენ ყურძნის ფასებზე [ხანიშვილი გელა, 2018]. 2018 წელს დამოუკიდებელი საქართველოს ისტორიაში რეკორდული რაოდენობის - 230 ათასი ტონა ყურძენი

გადამუშავდა და მევენახეების შემოსავლებმა 300 მლნ ლარს გადააჭარბა (2012 წელს გადამუშავდა 52 ათასი ტონა). ღვინის საწარმოებს ყურძენი 22 ათასმა მევენახემ ჩააბარა, რაც ასევე რეკორდული მაჩვენებელია და ნიშნავს იმას, რომ ქვეყანაში იმატა ვენახების რაოდენობამ, გაჩნდნენ ახალი მევენახეები და რომ სახელმწიფოს მიერ ბოლო წლებში მევენახეობა-მელვინეობის დარგში სწორი პოლიტიკა და რეფორმები გატარდა [დავითაშვილი ლ., 2018].

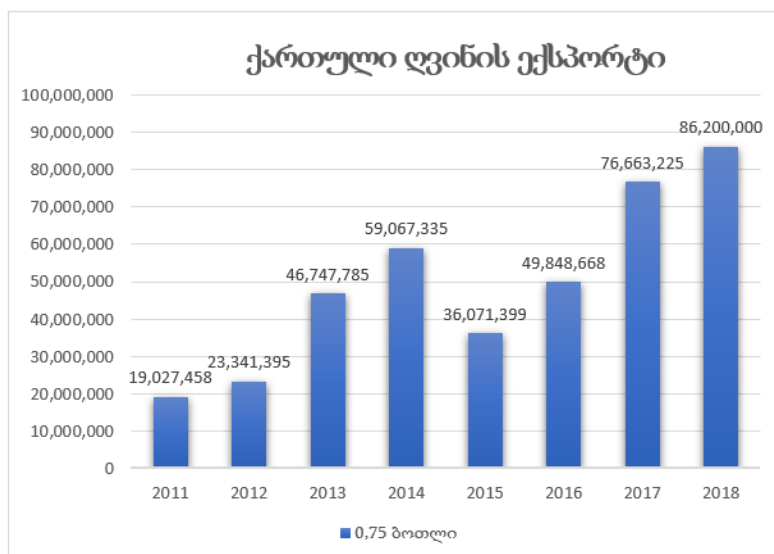
მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისათვის ხელსაყრელი ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალი, ყურძენის ენდემური ჯიშების მრავალფეროვნება, ნედლეულის მაღალი ხარისხი, ღვინის წარმოების ისტორია და ტრადიციები, ქართული ღვინის ცნობადობა, კონკურენტული ფასები განაპირობებს ქართულ ღვინოზე მოთხოვნის ზრდის სტიმულირებას და ზრდადი მოთხოვნის შესაბამისი მიწოდების უზრუნველყოფას [ხარაიშვილი ეთერი, 2016]. ღვინის გლობალურ ბაზარზე გასვლის შემდეგ, ქართული ღვინის კომპანიები მოტივირებული გახდნენ, მოხდინათ საწარმოების ტექნიკური გადაიარაღება, დაენერგათ ხარისხის მართვისა თუ წარმოების საერთაშორისო სტანდარტები, მოენვიათ ენოლოგები ევროპიდან და დაენწყით კონკურენტუნარიანი პროდუქციის წარმოება. შესაბამისად, თავის დროზე რუსული ბაზრისთვის განკუთვნილი იაფფასიანი, სშირად ფალსიფიცირებული და ე. წ. ჩვეულებრივი ნახევრადტკბილი ღვინოების ნაცვლად, გამოჩნდა ინდივიდუალური ღვინოების მქონე, ახალი სტილის, ჯანსაღი და ხარისხიანი ქართული ღვინოები, რომელთა ხასიათშიც უკვე არა მანქანა-დანადგარების, არამედ მელვინეობის ხელნერა ჩანს [5]. 90-იანი წლებიდან მოყოლებული ქართული ღვინის ექსპორტი განუზრვლად იზრდებოდა და ამ თვალსაზრისით პიკი 2006 წელი იყო. რუსულ ემბარგომდე რამდენიმე თვით ადრე, 100-მდე ღვინის კომპანიამ გაიტანა ღვინო ქვეყნის ფარგლებს გარეთ. რუსული ემბარგოს დანესების შემდეგ შემცირდა ღვინის ექსპორტი და ღვინის ექსპორტიორთა რიცხვიც. მიუხედავად ამისა, დღეს შეიძლება თამამად ითქვას, რომ ბოლო წლებში ქართული ღვინო გაცილებით მრავალფეროვანი გახდა და ის მზად აღმოჩნდა, ყველაზე გემოვნებიანი და სიახლის მაძიებელი მყიდველიც კი დააინტერესოს. დღეს სულ უფრო მეტი უცხოელი მომხმარებელი და ღვინით მოვაჭრე ყიდულობს ქართულ ღვინოს. ეს, პირველ რიგში, ტრადიციული ტექნოლოგიით, ქვევრში დაყენებულ ღვინოს ეხება, თუმცა, გაყიდვების დიდი ნაწილი ჯერ კიდევ პოსტსაბჭოთა ქვეყნებზე და ღვინის იმ სახეობებზე მოდის, რომელიც საბჭოთა პერიოდში იყო გავრცელებული [5].

საქართველოს ღვინის ბაზარი მსოფლიო ეკონომიკურ სისტემაში თანდათანობით აქტიურად ინტეგრირდება. გაეროს სურსათისა და სოფლის მეურნეობის ორგანიზაცია (FAO) ყოველწლიურად აქვეყნებს მელვინეობის დარგის მიერ გამოშვებული პროდუქციის მოცულობის მიხედვით ქვეყნების სიას. 2016 წელს ასეთი სიის ათეულში შევიდა: საფრანგეთი (4,2 მლნ ტონა), იტალია (4,1 მლნ ტონა), აშშ (3,2 მლნ ტონა), ესპანეთი (3,2 მლნ ტონა), ჩილე (1,8 მლნ ტონა), ჩინეთი (1,7 მლნ ტონა), არგენტინა (1,5 მლნ ტონა), ავსტრალია (1,2 მლნ ტონა), სამხრეთი აფრიკა (1,1 მლნ ტონა) და გერმანია (0,8 მლნ ტონა). საქართველო კი ოცდამეორე ადგილს იკავებს (0,1 მლნ ტონა) და მისი წილი მსოფლიო ბაზრის 0,4 % -ს შეადგენს [უროტაძე ეკა, 2017]. თუმცა, ისეთი პატარა ქვეყნისათვის, როგორც საქართველოა, იუნესკოს მხრიდან ქვევრის ღვინის აღიარებაც კი საკმაოდ დიდი მიღწევაა და დროთა განმავლობაში მსოფლიო ეკონომიკაში ქართული ღვინის წარმოება დიდ მნიშვნელობას შეიძენს.

◆ 2018 წელს საქართველოდან მსოფლიოს 53 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 86,2 მლნ ბოთლი (0,75 ლ) ღვინო, რაც 13%-ით აღემატება 2017 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს.

◆ საანგარიშო პერიოდში ექსპორტირებულია 203 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების ღვინო, რაც 20%-ით მეტია 2017 წლის ამავე პერიოდის მაჩვენებელზე.

◆ ექსპორტის ზრდა:
 • იაპონია- 37% (211 883)
 • პოლონეთი - 31% (3 508 122)
 • დიდი ბრიტანეთი - 33% (105 608)
 • აშშ - 2% (466 056)



თანამედროვე საქართველოსთვის ღვინო ქვეყნის ერთ-ერთი მთავარი საექსპორტო პროდუქციაა. ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით, 2018 წელს სხვადასხვა მოცულობის ღვინის ექსპორტი 284-მა კომპანიამ განახორციელა. 2018 წელს საქართველოდან მსოფლიოს 53 ქვეყანაში 86,2 მლნ ბოთლი ღვინოა ექსპორტირებული, რაც ბოლო, თითქმის 30 წლის მანძილზე, ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია. ზრდამ, 2017 წელთან შედარებით, 13%-ს მიაღწია. ექსპორტირებული ღვინის ღირებულება 203 მლნ აშშ დოლარს აღწევს, რაც 2017 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით, 20%-ითაა გაზრდილი. ექსპორტი გაზრდილია ქართული ღვინის სტრატეგიულ ბაზრებზე: იაპონია - 37%, პოლონეთი - 31%, დიდი ბრიტანეთი - 33% და აშშ - 2%; ასევე, ექსპორტი გაზრდილია ევროპის მიმართულებით, ტრადიციულ ბაზრებსა და აზიის მიმართულებით. ექსპორტიორი კომპანიების რიცხვი, გასულ წელთან შედარებით, 34-ით გაიზარდა. მსოფლიოს 26 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 422 ათასი ბოთლი (0,5 ლ) ჭაჭა, ექსპორტის ზრდამ 47% შეადგინა. ჭაჭის ექსპორტით მიღებული შემოსავლები 1,2 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს; ზრდამ, 2017 წელთან შედარებით, 44%-ს მიაღწია. მთლიანობაში, ღვინის, ბრენდის, ჭაჭის, ჩამოსასხმელი ბრენდის და საბრენდე სპირტის ექსპორტის შედეგად მიღებული შემოსავლები 306,5 მლნ აშშ დოლარს შეადგენს - ზრდამ, 2017 წელთან შედარებით, 7%-ს მიაღწია [7]. 2019 წლის პირველ ნახევარში საქართველოდან მსოფლიოს 44 ქვეყანაში 40,5 მლნ-მდე ბოთლი ღვინოა ექსპორტირებული, რაც 2018 წლის ამავე მაჩვენებელს 6%-ით აღემატება. ექსპორტირებული ღვინის ღირებულება 98 მლნ აშშ დოლარს აჭარბებს, რაც 2018 წლის ანალოგიურ მონაცემზე 9%-ით მეტია. ექსპორტი გაიზარდა ქართული ღვინის სტრატეგიულ ბაზრებზე: აშშ - 88%, ჩინეთი -19% და პოლონეთი - 16%. ადგილწარმოშობის დასახელებებიდან ყველაზე დიდი რაოდენობით ექსპორტირებულია „ქინძმარაული“, შემდეგ კი „მუკუზანი“, „წინანდალი“ „ახაშენი“, „ხვანჭკარა“, „ტვიში“, „ყვარელი“, „ვაზისუბანი“ და სხვ. [7].

პოსტსაბჭოთა ქვეყნების ბაზრებზე საქართველოს ყველაზე ძლიერ კონკურენციას მოლდავეთი უწევს. განსაკუთრებით თვალსაჩინოა მოლდავეთის უპირატესობა ბელორუსის და ყაზახეთის ბაზრებზე, სადაც ბაზრის ნახევარზე მეტი მოლდავეთს უჭირავს. ბელორუსში ქართული ღვინის ექსპორტი მოლდავეთს 6-ჯერ ჩამორჩება, ხოლო რუსეთსა და ყაზახეთში - 2-ჯერ. ქართული ღვინის საექსპორტო პოტენციალის გაზრდის ერთ-ერთ შესაძლებლობად სპეციალისტები მოლდოვას წარმატების მაგალითის შესწავლის აუცილებლობას მიიჩნევენ. როგორც ირკვევა, მოლდავეთი წარმოების ღვინო გამოირჩევა ალკოჰოლის შედარებით მაღალი შემცველობით და უმეტესწილად ტკბილი ან/და ნახევრად ტკბილი ღვინოების კატეგორიაში გადის. საქართველოში კი პირიქით, ძირითადად მშრალი ღვინო ინარმოება, რომელიც უპირატესად რქანითელის ჯიშის ყურძნისგან მზადდება [8].

დღეისათვის, საქართველოდან ღვინის ექსპორტირებული ქვეყნების ათეულში პირველ ადგილს რუსეთი იკავებს. 2018 წლის მონაცემებით ასეთი ქვეყნების ათეული ასე გამოიყურება (ბოთლი): რუსეთი - 53 682 627, უკრაინა - 10 687 835, ჩინეთი - 6 951 019, ყაზახეთი - 3 599 143, პოლონეთი - 3 508 122, ლატვია - 1 711 078, ბელორუსი - 1 606 002, ესტონეთი - 581 190, ლიეტუვა - 488 154 გერმანია - 483 791. ეს ამკარად აჩვენებს, რამდენად მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ქართული ღვინის წარმოების ინდუსტრია რუსულ ბაზარზე. აქვე უნდა აღვნიშნოთ, რომ ქართული ღვინის კონკურენტუნარიან პროდუქტად ჩამოყალიბებისთვის მნიშვნელოვან პრობლემად რჩება ბაზრების დივერსიფიკაცია. პოლიტიკური და ეკონომიკური სანქციები, რომელსაც რუსეთი საქართველოს მიმართ ხშირად ახორციელებს, ქართული ღვინის რუსულ ბაზრებზე ექსპორტის მდგრადობას ვერ უზრუნველყოფს. ამასთან, ისიც უნდა აღვნიშნოს, რომ ღვინის წარმოების რაოდენობრივ ზრდას თავისი ბუნებრივი ლიმიტები აქვს. ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე, ღვინის ბაზრების დივერსიფიცირებასთან ერთად, პროფესიონალთა მოსაზრებით, ქართული ღვინის საექსპორტო პოტენციალის გაზრდის მიზნით, საჭიროა, ქართულმა ღვინომ შეიცვალოს პოზიცია მსოფლიო ბაზარზე და გადავიდეს უფრო მაღალი დონის სეგმენტში - მცირე რაოდენობით, მაგრამ მაღალი ფასით [ლაღანიძე გიორგი, 2015; 10]. თუკი ეს ტენდენცია მართლაც განხორციელდება, სამომავლოდ ჩვენი ძირითადი ბაზარი რუსეთი კი აღარ იქნება, არამედ ევროკავშირი, ჩინეთი, აშშ, იაპონია და სხვ. აქვე უნდა ითქვას, რომ ქართულმა ღვინომ არ უნდა დათმოს უკვე დამკვიდრებული ადგილი მეგობარი ქვეყნების ბაზრებზე, იქნება ეს უკრაინა, ბელორუსი, აზერბაიჯანი, ყაზახეთი და ა.შ. და, რა თქმა უნდა, შეინარჩუნოს პროგრესი რუსეთთან არსებულ სავაჭრო ურთიერთობებში. ცხადია, ხარისხისა და შესაბამისად, ფასის ზრდის, ისევე, როგორც მიმზიდველ, მაგრამ რისკიან ბაზარზე დამოკიდებულების შემცირების სტრატეგიის ჩამოყალიბებისა და განხორციელების პროცესი ფრთხილად და თანმიმდევრულად უნდა წარიმართოს [10].

საქართველო მეოთხეა (პორტუგალიის, ჩილეს და იტალიის შემდეგ) სასოფლო-სამეურნეო მინების წილით (8%), რომელიც გამოიყენება ვაზის კულტივირებისათვის. დღეის მდგომარეობით, საქართველოში 60 ათას ჰა ვენახია გაშენებული, რაც იმ ფართობის მხოლოდ ნახევარია, რაც 1980-იანების დასაწყისამდე იყო [7]. კლება ძირითადად 90-იან წლებზე მოდის, თუმცა, როგორც ზე-

მთა აღვნიშნეთ, უკანასკნელი რამდენიმე წლის განმავლობაში შეინიშნება ახალ ფართობებზე ვენახების გაშენება და განსაკუთრებული ჯიშების გავრცელების ტენდენცია. შეიძლება ითქვას, რომ ექსპორტის კიდევ უფრო გაზრდა შესაძლებელია ვენახების ახალ ფართობებზე გაშენებით, ასევე განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გამახვილდეს ისეთი პროცედურების დაცვაზე, როგორცაა ყურძნის კრეფა, ტრანსპორტირება, გადამუშავება და სხვ., რაც აუცილებელია მაღალხარისხიანი ღვინის დამზადებისთვის.

ქართული ღვინის საექსპორტო პოტენციალის ამაღლების მიზნით, მნიშვნელოვანია, გაიზარდოს ქართული ღვინის ცნობადობის ამაღლების მიზნით განხორციელებული მარკეტინგული კამპანიების ეფექტურობა. საჭიროა, კარგად იქნეს შესწავლილი სხვადასხვა ქვეყნის ბაზრები, მისი ყველა მნიშვნელოვანი ასპექტით, გაიმიჯნოს ის საკითხები, რა შეიძლება გააკეთონ ცალ-ცალკე სახელმწიფომ და კერძო სექტორმა და როდის შეიძლება სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის ერთობლივი თანამშრომლობა. ამასთან ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ სხვადასხვა ქვეყნის ბაზარზე შესვლისთვის, აუცილებელია შეიქმნას ღვინის ახალი ბრენდები, რომელშიც ამა თუ იმ ქვეყნის მომხმარებლის გემოვნება იქნება გათვალისწინებული. თუმცა, ახალი ბრენდების შექმნა დიდი პრობლემაა, რადგან მისი პოპულარიზაცია კომპანიისთვის დიდ დანახარჯად ითვლება, არადა, ახალი ბრენდების შექმნის თვალსაზრისით ძალიან დიდი პოტენციალი გვაქვს [11].

ღვინის ექსპორტიორი არაეფროპული ქვეყნების გამოცდილებიდან გამომდინარე, არსებობს ექსპერტთა მოსაზრებაც, რომ კონკრეტული ბრენდის რეკლამირებასთან შედარებით, გაცილებით ეფექტურია მწარმოებელი ქვეყნის რეკლამირება. წარმოების ქვეყანას დიდი გავლენა აქვს ღვინის მომხმარებლის ქცევაზე. ქართული ღვინის საერთაშორისო ცნობადობის გაზრდის მიზნით მნიშვნელოვანია კიდევ უფრო მეტად გამახვილდეს ყურადღება ღვინის წარმოების ძველთაძველ ტრადიციებზე და ხაზი გაესვას იმ ფაქტს, რომ საქართველო ვაზის სამშობლოა და ქართველებმა ვენახები და მიწები საუკუნეების მანძილზე შემოინახეს. ვინაიდან ღვინო ქართული კულტურის შემადგენელი ნაწილია, კარგი იქნება თუ ქართული ღვინის მიწოდება განხორციელდება ქართულ კულტურასთან ერთად. ეს ხელს შეუწყობს არამხოლოდ ღვინის, არამედ მინერალური წყლების, ხილის, რძის და სხვა პროდუქტების რეკლამირებასაც.

ქართული ღვინის მსოფლიო ბაზარზე დამკვიდრების განსაკუთრებულ პრობლემათა რიცხვს განეკუთვნება, როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე მის ფარგლებს გარეთ, ქართული ღვინოების ფალსიფიცირება, რეგისტრირებული სასაქონლო ნიშნების, ქართული ადგილწარმოშობისა და გეოგრაფიული აღნიშვნების უნებართვო გამოყენება, რის გამოც ქვეითდება ქართული ღვინის პრესტიჟი, იკარგება ტრადიციული ბაზრები, ზარალდება ქართული ღვინის მილიონობით მომხმარებელი, ეს კი ნეგატიურად აისახება არამარტო მეღვინეობის, არამედ მისი საფუძვლის – მევენახეობის განვითარებაზეც. ფალსიფიცირების უარყოფითი მხარეა ისიც, რომ მთლიანობაში მომხმარებელი იხდის უფრო ძვირს, ვიდრე ღირს პროდუქტი. გარდა ამისა, პროდუქტი შეიძლება საშიში იყოს ჯანმრთელობისთვის და, რაც ყველაზე ცუდია, მომხმარებელი კარგავს ნდობას პროდუქტისადმი, რითაც ზარალდება პატიოსანი მწარმოებელი [12]. საქართველოს მეღვინეობის დარგის მარეგულირებელი ორგანოს - ღვინის ეროვნული სააგენტოს საქმიანობის ერთ-ერთი უმთავრესი მიზანი ქართული ღვინის მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფის ხელშეწყობა და მისი კონტროლია. ამ მიზნით, 2017 წელს, „ვაზისა და ღვინის შესახებ საქართველოს კანონში“ შესული ცვლილებებით, 2018 წლის 1 იანვრიდან სავალდებულო დეგუსტაციას დაექვემდებარა ყველა კატეგორიის საექსპორტო ღვინო. ღვინის ეროვნულ სააგენტოში ხარისხის კონტროლი ერთ-ერთი უმთავრესი პრიორიტეტია და ამ მიმართულებით ბოლო წლებში მუშაობა გაძლიერებულია, რათა არ მოხდეს ქვეყნის გარეთ ღვინის ფალსიფიცირება და, საქართველოში წარმოებული ათეულ მილიონობით ბოთლი ღვინო აკმაყოფილებდეს შესაბამის სტანდარტს. ამ სამუშაოს საფრანგეთსა და ესპანეთში გადამზადებული ექსპერტები ახორციელებენ. გარდა ამისა, ფალსიფიცირების თავიდან აცილების მიზნით, ფერმერები ვალდებული არიან ღვინის სააგენტოს ჩაბარონ მონაცემები ყურძნის მოსავლის ოდენობის შესახებ. ეს მონაცემები შესაძლებლობას იძლევა მოხდეს ღვინის გაყიდვების კონტროლი და თავიდან იქნეს აცილებული ღვინის გაყალბება ან სპეციალური ფხვნილებისგან დამზადება.

მევენახეობისა და მეღვინეობის განვითარების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფაქტორს, სასოფლო-სამეურნეო კოოპერაციის ფარგლებში მათი ურთიერთინტეგრაცია წარმოადგენს. ამ მიზნით საქართველოს მთავრობამ შეიმუშავა მევენახეობის სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამა [13]. პროგრამის ძირითად პრიორიტეტებს წარმოადგენს მევენახეობის განვითარებისა და წარმოებული ყურძნის გადამუშავების ხელშეწყობა, თანამედროვე ტექნოლოგიებით აღჭურვილი ყურძნის მიმღებ-გადამამუშავებელი საწარმოების ჩამოყალიბების სტიმულირება, ღვინის ხარისხისა და კონკურენტუნარიანობის ზრდა და სოფლად მცხოვრები მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება. სახელმწიფო პროგრამა ითვალისწინებს გრანტის სახით 100 ტონა ყურძნის გადამამუშავებისათვის საჭირო აღჭურვილობის სა-

სოფლო-სამეურნეო კოოპერატივებისთვის გადაცემას და ასევე, ტექნიკურ დახმარებას, რომელიც მოიცავს მოკლევადიან სწავლებას და კონსულტაციებს შემდეგი მიმართულებით: ვენახის მოვლა, ღვინის პირველადი გადამუშავება და საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებული სამართლებრივი რეგულაციები.

მევენახეობა-მელვინეობაში კოოპერატივებს შემდეგი უპირატესობები შეიძლება გააჩნდეთ: მცირე მასშტაბის ფერმერები და ღვინის მწარმოებლები კოოპერატივებად გაერთიანების შემთხვევაში შეძლებენ მასშტაბიდან ზრდადი უკუგების მიღებას; კოოპერატივში განევრიანება გამოიწვევს საბითუმო ბაზრებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდას, რითაც შემცირდება რესურსების შესყიდვაზე განულები დანახარჯები; მიწისა და ტექნიკური საშუალებების გაერთიანება მნიშვნელოვნად გაზრდის მწარმოებლურობას; გაუმჯობესდება კრედიტებზე ხელმისაწვდომობა და კრედიტუნარიანობის დონე; გაფართოვდება ყურძნისა და ღვინის წარმოების დივერსიფიკაციის პროცესი [ხარაიშვილი ეთერი, 2017]; მევენახეებს მიეცემათ შესაძლებლობა სარგებელი არა მხოლოდ ყურძნიდან, არამედ უკვე ღვინიდანაც მიიღონ; კოოპერატივში განევრიანებულებს შესაძლებლობა ექნებათ შეისწავლონ როგორც ღვინის სანარმოს ფუნქციონირებასთან დაკავშირებული ტექნიკური და მეთოდოლოგიური საკითხები, ასევე საქართველოს კანონმდებლობით დადგენილი სხვა სპეციფიკური მოთხოვნები [1. გვ.5].

ქართული ღვინის საექსპორტო პოტენციალზე მსჯელობისას არ უნდა გამოგვრჩეს კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი - ღვინის ინდუსტრიაში დასაქმებულ მუშაკთა პროფესიული ცოდნის დონე. პროფესიონალთა რჩევით გგჭირდება მეღვინე, რომელმაც იცის ენოლოგიის თეორიული საფუძვლები და აცნობიერებს ღვინის წარმოების პროცესში მიმდინარე ფიზიკურ-ქიმიურ პროცესებს, შეძენილი აქვს პრაქტიკული უნარ-ჩვევები და ტრადიციების გათვალისწინებით ქმნის თანამედროვე ბაზრის მოთხოვნების შესაბამის პროდუქციას [12].

მსოფლიოში მიმდინარე ტექნიკური და ტექნოლოგიური გადაიარაღების ფონზე, საქართველო განიცდის არამხოლოდ მაღალკვალიფიციური აგრონომების, არამედ ტექნიკური (ტრაქტორისტები, კომბაინერები და ა.შ.) სპეციალისტების დეფიციტსაც [ქადაგიშვილი ლეილა, შაბურიშვილი შოთა, 2013]. საერთაშორისო ორგანიზაცია ოქსფამის (Oxfam) შეფასებით, ამ თვალსაზრისით, განსაკუთრებით მძიმეა მევენახეობა-მელვინეობის დარგში დასაქმებული წვრილი ფერმერების მდგომარეობა, რადგან მათ საჭირო კაპიტალზე, ცოდნასა და ინფორმაციაზე საკმარისი წვდომა და გარკვეულ შემთხვევებში არც მზაობა და მიმღებლობა არ გააჩნიათ, რაც მათ კონკურენტუნარიანობის ამაღლების, შემოსავლების გაზრდისა და ცხოვრების დონის გაუმჯობესების შესაძლებლობას მისცემდათ [16].

დოკუმენტში - „საქართველოს სოფლის განვითარების სტრატეგია 2017-2020-წწ.“ აღნიშნულია, რომ ქვეყანაში ბიზნესისა და მარკეტინგისთვის საჭირო უნარ-ჩვევების ნაკლებობა და წარმოების შესაძლებლობების განვითარების დაბალი დონეა (17. გვ. 56). ასეთი კადრების დეფიციტის არსებობაა ასახული დღეს ბაზარზე წარმოდგენილ პროდუქციაზე. ქვეყანას ესაჭიროება უფრო მაღალი კვალიფიკაციის მქონე მუშაკები, რომლებიც სამენარმეო საქმიანობის თანამედროვე გამოწვევებს უპასუხებენ. ეს კი განათლების, მეცნიერების და ბიზნესს შორის ეფექტიანი კავშირის გარეშე შეუძლებლად მიგვაჩნია [Kadagishvili Leila, 2018; Kadagishvili Leila, 2016; Shaburishvili Shota, Kadagishvili Leila, 2018]. საქართველოს მთავრობის მიერ შემუშავებულ სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიაში ხაზგასმულია, რომ სახელმწიფო პოლიტიკა მიმართული უნდა იყოს ადამიანთა რესურსების, განსაკუთრებით ახალგაზრდების შესაძლებლობის ამაღლებაზე. თანამედროვე შრომის ბაზარი მოითხოვს მაღალი კვალიფიკაციის აკადემიური და ტექნიკური სამუშაო ძალის მომზადებას. „აღსანიშნავია, რომ მენარმეობის განვითარების სააგენტოს დებულებით (2014 წლის 19 თებერვალი) მისი მთავარი მიზანია დამხმარე მექანიზმების შემოღება, რომელიც დამწყებ ბიზნესმენებს და სანარმეობებს გაუადვილებს წვდომას ინფორმაციაზე ფინანსებსა და განათლებაზე და ხელს შეუწყობს მათში მაღალი სამენარმეო კულტურის ჩამოყალიბებას. ღვინის ინდუსტრიაში მაღალი სამენარმეო კულტურის ჩამოყალიბება გულისხმობს მუშაკთა განათლების ხელშეწყობას მევენახეობის, მელვინეობის, მარკეტინგისა და ღვინის ტურიზმის სფეროში, ქართული სახელმძღვანელოების შექმნას, უცხოური ლიტერატურის თარგმნას, ღვინის შესახებ ხელმისაწვდომ მონაცემთა ბაზის შექმნას, საუნივერსიტეტო კვლევითი და საგანმანათლებლო ცენტრების დაარსებას, ხელშეწყობას ვაზისა და ღვინის კვლევისათვის და სხვ. ბიზნესის, უნივერსიტეტების, სამეცნიერო-კვლევითი დაწესებულებების თანამშრომლობა საგრძობლად შეუწყობს ხელს ქვეყანაში მენარმეთა ახალი თაობის აღზრდას.

ამრიგად, ბოლო პერიოდში შესამჩნევია საერთაშორისო ბაზრებზე ქართული ღვინის ექსპორტის გაზრდა და აქტიური მუშაობა ამ მიმართულებით. წარმატებული ეკონომიკური რეფორმები იძლევა იმის საშუალებას, რომ გაიზარდოს ქართული ღვინის ექსპორტი მსოფლიოში და საქართველო იყოს ერთდერთი აქტიური მოთამაშე ღვინის გლობალურ ბაზარზე. ასევე მნიშვნელოვანია, რომ საქართველო არსებითად არ იყოს რომელიმე კონკრეტულ ბაზარზე დამოკიდებული და მოხდეს ქართული ღვინის საექსპორტო ბაზრის დივერსიფიკაცია.

ლიტერატურა

- 1 ჩვენი სოფელი. სოფლის მეურნეობის სამინისტროს ყოველთვიური გამოცემა. თბილისი 2017. #10 (25). 16 გვ. <file:///D:/Installs/User/Desktop/25%20small.pdf>.
- 2 ხანიშვილი გ. ბიზნესი უბრუნდება სწორ ნიშნულს, მენარმე და ფერმერი თავად შეთანხმდებიან ფასებზე; 13.08. 2018
<https://agora.ge/new/24454-giorgi-khanishvili-biznesi-ubrundeba-stsor-nishnuls-metsarme-da-fermeri-tavad-shetankhmdebian-fasebze>
- 3 დავითაშვილი ლ . 2018 წლის რთველზე საქართველოში 230 ათას ტონაზე მეტი ყურძენი გადამუშავდა; 22.10.2018
https://allwine.ge/ka/blog/2018-wlis-rtvelze-saqartvelosi-230-atas-tonaze-meti-yurzeni-gadamusavda_2092/
- 4 ხარაიშვილი ე. მოთხოვნა ქართულ ღვინოზე და მევენახეობა-მეღვინეობის სექტორის კონკურენტული უპირატესობის ფაქტორების შეფასება. ჟურნ. ეკონომიკა და ბიზნესი; თბილისი, 2016. #4. 260 გვ.
- 5 <http://vinoge.com/mevenaxeoba/qarTuli-Rvino-dRes-2018>
- 6 უროტაძე ე. საქართველოს ღვინის ბაზარზე მომხმარებელთა ქცევის მარკეტინგული კვლევა. თსუ, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია, გლობალიზაციის გამონვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში; თბილისი 2017. 680 გვ.
- 7 <http://georgianwine.gov.ge>
- 8 <http://www.ttimes.ge/archives/28892>
- 9 ლალანიძე გ. საქართველოს 2015 წლის საგარეო-ეკონომიკური საქმიანობის ანალიზი: შესაძლებლობები და გამონვევები. თსუ, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია, გლობალიზაციის გამონვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში; თბილისი, 2016. 647 გვ.
- 10 <https://www.gfsis.org/ge/blog/view/776>
- 11 [.https://allwine.ge/ka/blog/ra-afexs-qartul-rvinis-bizness_0/](https://allwine.ge/ka/blog/ra-afexs-qartul-rvinis-bizness_0/)
- 12 <http://agronews.ge/mevenakheoba-meghvineobis-gamotsvevebi-da-ganvitharebis-perspeqtivebi/>.
- 13 <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4053667?publication=0>
- 14 ხარაიშვილი ე. ღვინის ბაზარი და მევენახეობა მეღვინეობის დივერსიფიკაციის კონკურენტული მოდელები საქართველოში. თბილისი, 2017. გამომც. უნივერსალი. 203გვ.
- 15 ქადაგიშვილი ლ., შაბურშივილი შ., სოფლის მეურნეობის თანამედროვე მდგომარეობის ანალიზი და განვითარების ორიენტირები საქართველოში. თსუ II საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია, ბიოეკონომიკა და სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარება. თბილისი, 2013. 592გვ
- 16 <http://enpard.ge/ge/evrokavshiris-mkhardatcher-16/>.
- 17 საქართველოს სოფლის განვითარების სტრატეგია 2017-2020.
<http://enpard.ge/ge/wp-content/uploads/2015/05/საქართველოს-სოფლის-განვითარების-სტრატეგია-2017-2020.pdf> . 66 გვ.
- 18 Kadagishvili, L. Challenges of the Priority Sectors of Entrepreneurship in Georgia. Governing Business Systems. Theories and Challenges for Systems, Thinking in Practice. Springer Proceedings in Business and Economics, 2018. 176 pp.
- 19 https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-66036-3_4
- 20 Kadagishvili, L. Systematic approach to develop small and medium-sized businesses in Georgia. Third International Scientific and Practical Conference on Strategic Imperatives of Contemporary Management, Kiev, 2016. 307 pp.
- 21 <http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/20960/209-218.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- 22 Shaburishvili S. T., Kadagishvili L. V. Challenges to the Development of Small and Medium Business in Georgia . Scientific journal HERALD of Khmelnytskyi National University Economic sciences 2018, Issue 5, Part 1. 282 pp.
- 23 [file:///C:/Users/user/Downloads/Vchnu_ekon_2018_5\(1\)_5%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Vchnu_ekon_2018_5(1)_5%20(1).pdf)

REGARDING THE SUCCESS AND PROSPECT OF GEORGIAN WINE ON THE WORLD MARKET

Kadagishvili Leila

*Doctor of Economics,
Assistant Professor at TSU*

Maisuradze Rusudan

PhD student at TSU

The wine industry plays an important role in Georgia's economic development. Vineyard areas have increased in recent years, new wineries have been established and the old ones have been expanded, international standards of quality management and wine production are introduced, grape growers' income is increasing, export of Georgian wine is increasing in almost every direction, especially in the US, UK, China, Poland, France, Mongolia and Japan; however, the post-Soviet countries still account for a large share of wine export. The present paper analyzes the export potential of Georgian wines, assesses the main challenges of exporting Georgian wines and elaborates recommendations that will help the growth of Georgian wine in the world market.

Key words: *Viticulture, winemaking, export, market.*