

მენარმეობა ♦ ბიზნესი ENTREPRENEURSHIP ♦ BUSINESS

ქართული მინერალური წყლების კონკურენტუნარიანობის დონე და მისი ამაღლების გზები

ნინო ლობჯანიძე

ივანე ჯავახიშვილის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის დოქტორი
nino.lobzhanidze@tsu.ge

სტატიაში შეფასებულია კონკურენცია და კონკურენტუნარიანობა საქართველოს მინერალური წყლების სექტორში. კონკურენცია გაანალიზებულია კონკურენტუნარიანობის ინდექსებისა და ფაქტორული ანალიზის მიხედვით. ნაშრომში გამოკვლეულია საქართველოს მინერალური წყლების ექსპორტის დინამიკის თავისებულებები. გამოვლენილი და გაანალიზებულია მინერალური წყლების პროდუქტის ექსპორტის ზრდისა და კლების მიზეზები სხვადასხვა პერიოდში. დასაბუთებულია ექსპორტზე კონკურენტუნარიანობის დადებითი გავლენა.

კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის საკითხის იჩვევით ჩატარებულია ბიბლიოგრაფიული კვლევა. მინერალური წყლების სექტორში კონკურენცია შეფასებულია კონცენტრაციის ინდექსით. მონოპოლიზაციის დონის დასადგენად გამოთვლილია ჰეჩინდად-ჰიშმანის ინდექსი (HHI). პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა დასაბუთებულია ექსპორტის შედარებითი უპირატესობისა (RCA) და ექსპორტის გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის (RXA) ინდექსების გამოთვლის საფუძველზე. ეკონომეტრიკული მოდელით შესწავლილია მიზეზ-შედეგობრივი კავშირი კონკურენტუნარიანობასა და ექსპორტს შორის და გამოვლენილია დადებითი გავლენა.

საქართველოს მინერალური წყლების სექტორში კონკურენციის დონის ანალიზის საფუძველზე, გაკეთებულია დასკვნა, რომ დაჩვი კონკურენტუნარიანობა და ბაზარი ახალ მონოპოლიზებული. სტატიაში შეფასებულია დაჩვი საბაზო ძაღუფების შედეგები, განსაზღვრულია საბაზო ძაღუფების გავლენა საფასო მექანიზმზე. ამასთან, გამოვლენილია

კონკუხენციის ხედისშემშდედი ძიხეუდი პიობდეშები და გაანადიზებუ-
დია თანამედხოვე გამოწვევები. მათ შოხის ყუხადლება გამახვიდებუ-
დია კოხოონავიხუსის გავხცელებით შექმნიდ მდგომახეობაზე უშუადოდ
საქახთვედოს მინეხადუხი წყდების სექტოხში.

ნაშოშში გამოვდენიდი პიობდეშების შესაბამისად, გაკეთებუდია
დასკვნები და შემოთავაზებუდია ხეკომენდაციები.

საკვანძო სიგყვები: კონკუხენცია, კონკუხენტუნარიანობა, მინე-
ხადუხი წყდები, ექსპოხტის დივეხსიფიკაცია.

JEL Codes: Q20, Q25, Q29

შესავალი

მინერალური წყალი საქართველოსა და მთელ მსოფლიოში სწრა-
ფად მზარდი უალკოპოლო სასმელების სექტორია. ძირითადი ფაქტორი,
რის გამოც მომხმარებლებს ურჩევნიათ მინერალური სასმელი ონკანის
წყალს, არის ჯანმრთელობაზე ზრუნვა და გემოვნური მახასიათებლები.
გარდა ამ ფაქტორებისა, მინერალური წყლების პროდუქტზე დაბალი ფა-
სები კიდევ უფრო მეტ სტიმულს აჩენს, რომ ამ პროდუქტის მომხმარებელ-
თა რაოდენობა სულ უფრო გაიზარდოს.

მინერალური წყლის ჩამოსხმა საქართველოს ეკონომიკური განვი-
თარების მნიშვნელოვანი ფაქტორია. მისი წარმოების პრიორიტეტულებას
რიგი უპირატესობები განსაზღვრავს, ესენია: ბუნებრივი რესურსების სი-
მდიდრე, არასეზონურობა, დაბალი ფასები, მაღალი ხარისხი და რაც მთა-
ვარია, ჩადებული კაპიტალის ანაზღაურება მოკლე დროში (Erkomaishvili
G. 2014). ამაზე მეტყველებს ის ფაქტი, რომ 2019 წლის მონაცემებით, მი-
ნერალური წყლები საქართველოს საექსპორტო უმსხვილესი სასაქონლო
ჯგუფების ათეულში მე-6 ადგილს იკავებს 4%-იანი წილით (საქართველოს
ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ანგარიში, 2019).

ზემოთ აღნიშნულიდან გამომდინარე, კონკურენტუნარიანობის დო-
ნის შეფასებას ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს როგორც ლოკალური,
ასევე საერთაშორისო ბაზრებზე ქართული მინერალური წყლების პოზი-
ციის გასამყარებლად და გასაფართოებლად შესაბამისი სტრატეგიული
გადაწყვეტილების მიღების მიზნით.

კონკურენცია და კონკურენტუნარიანობა ციფრებში

კონკურენტუნარიანობის შეფასების ეკონომიკური მიდგომები მნიშ-
ვნელოვნად განსხვავდება ფირმის, სექტორისა და მთლიანი ეკონომიკის
მიხედვით (Carraresi and Banterle, 2008). პროდუქტისა და სექტორის კონკუ-
რენტუნარიანობა ერთმანეთთან არის დაკავშირებული. მაიკლ პორტერის

მიხედვით, სექტორის კონკურენტუნარიანობა ფირმის კონკურენტუნარიანობის ინდენტურია (Porter, 1990).

სოფლის მეურნეობაში კონკურენტუნარიანობის გაზომვა ხშირად ხდება საშუალო ზომის ფირმების მონაცემების საფუძველზე (Nivievskiy, Cramon-Taubadel 2009) მკვლევრები აშშ-სა და ევროპაში ხაზს უსვამენ კონკურენტუნარიანობის გაზომვის მნიშვნელობას სასოფლო-სამეურნეო და სურსათის მარკეტინგის სისტემის სხვადასხვა ეტაპზე, კონკურენტუნარიანობა და მისი გაზომვის აუცილებლობა აისახება სოფლის მეურნეობის პოლიტიკის მხარდამჭერ მრავალ დებულებასა და სახელმძღვანელო პრინციპებში (Sheldon, 2016).

კონკურენტული პროდუქტის წარმოების მიზნით მნიშვნელოვანია სახელმწიფომ ბიზნესისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნას შეუწყოს ხელი (ერქომაიშვილი გ. 2016). კონკურენტუნარიანობა სხვა არაფერია, თუ არა სახელმწიფოს მიერ ბიზნესისთვის გარემოს შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს ქვეყანაში მოქმედი ფირმების მიერ კონკურენტუნარიანი საქონლის წარმოებას. ამასთან, კონკურენტული უპირატესობის მისაღწევად საჭიროა სამიზნე ბაზრების შესწავლა (ხადური, 2010).

კონკურენტუნარიანობის დონის შეფასება და ინფორმაციაზე წვდომა მნიშვნელოვანია მომწოდებლების ბაზარზე შესასვლელად, თუმცა, არანაკლებ აუცილებელია პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის დონის დადგენა. კონკურენტუნარიანობის დონის გაზომვა დაკავშირებულია მრავალ გამოწვევასთან და მას სხვადასხვა თვალსაზრისით სწავლობენ მეცნიერები (Kharaisvili 2020). პროდუქციის მიხედვით, კონკურენტუნარიანობის მაჩვენებლები მკვეთრად დიფერენცირებულია (ხარაიშვილი, 2011). ქართული მინერალური წყლების სექტორში კონკურენტუნარიანობის დონის განსაზღვრისათვის კონცენტრაციის ინდექსით უპირატესად განვსაზღვრეთ მსხვილი კომპანიების საბაზრო წილი. გაანგარიშებებისათვის შევარჩიეთ ქართული მინერალური წყლების ექსპორტიორი 30 კომპანიიდან 10 კომპანია, რომელთაგან თითოეული რამდენიმე ბრენდს აწარმოებს:

- „IDS ბორჯომი საქართველო“
- „წყალი მარგებელი“
- „აქვა გეო“
- „საირმე მინერალ ვოთერს“
- „Georgian Water & Company“
- „ჩარგლის წყაროები“
- „Healthy Water“
- „ზეკარის წყაროები“
- „თიემთი“
- „ინვესტ პლუს“

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. დეკემბერი, 2020

კონკურენტი ფირმების განაწილების ხარისხი ბაზრის სტრუქტურას განსაზღვრავს. ბაზარზე ფირმათა რაოდენობა შეიძლება დიდი იყოს, მაგრამ ბაზრის დიდი ნაწილი დომინირებად ფირმებს ჰქონდეთ დაკავებული. ამ შემთხვევაში ბაზრის უმეტეს ნაწილს პირველი ოთხი ფირმა იკავებს და სახეზე გვაქვს მჭიდრო ოლიგოპოლია (4 ფირმა აკონტროლებს ბაზრის დაახლოებით 90%-ს).

განგარიშებებმა გვიჩვენა, რომ კონცენტრაციის ინდექსმა საშუალოდ 0,84 შეადგინა.¹ მინერალური წყლების საბაზრო ფასზე მიმწოდებელთა ზემოქმედების განსაზღვრისათვის, გავიანგარიშეთ კონცენტრაციის ინდექსის შებრუნებული სიდიდე – ენტროპიის ინდექსი. ამით დამატებით შეფასდა ბაზარზე ფუნქციონირებადი სხვა კომპანიების წილიც. გათვლებით მივიღეთ, რომ მინერალური წყლების საბაზრო ფასზე მიმწოდებელთა ზემოქმედება არ არის მაღალი.

მინერალური წყლების ბაზრის მონოპოლიზაციის დონის მაჩვენებლის დასადგენად დავითვალეთ ჰერფინდალ-ჰირშმანის ინდექსი (დაბალკონცენტრირებული - $HHI < 1250$; ზომიერად კონცენტრირებული - $1250 < HHI < 2250$; მაღალკონცენტრირებული - $HHI > 2250$).² ეს უკანასკნელი განისაზღვრა როგორც ბაზრის ყველა მონაწილის წილების კვადრატების ჯამი, რამაც 3456 შეადგინა³.

საგარეო ვაჭრობის სტატისტიკური მონაცემების საფუძველზე “ex-post” მეთოდით კონკურენტუნარიანობის შეფასებისათვის შემდეგი ინდექსებია გამოყენებული (Weindlmaier, 1999):

1. **გამოვლენილი შედარებითი უპირატესობის ინდექსი** (Revealed Comparative Advantage Index (RCA))⁴

2. **ექსპორტის შედარებითი უპირატესობის ინდექსი** (Relative Export Advantage Index (RXA))⁵

RXA იგივე ინდექსია, რაც RCA, განსხვავება მხოლოდ ისაა, რომ ყველა ექსპორტის შეჯამების შემთხვევაში, თვით გამოსაკვლევ ქვეყნის ექპორტი არ იქნება გამოყენებული. ამას განსაკუთრებით დიდი მნიშვნელობა აქვს იმ დიდი ქვეყნების შემთხვევაში, რომელთა წილი საერთაშორისო

¹ $C = \sum_{i=1}^n K_i$, სადა K_i – i არის კომპანიის წილი ბაზარზე, გამოსატული %-ით. n – იცვლება 1-დან 4-მდე

² ბაზრის ანალიზის მეთოდური მითითებები, <http://competition.ge/ge/page2.php?p=4&m=138>

³ $HHI = \sum_{j=1}^n D_n^2$, სადაც n არის ბაზარზე საქონლის მიმწოდებელთა ჩამონათვალი, D_n – n -ური მომწოდებლის წილი ბაზარზე

⁴ $RCA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_{ij}) / (\sum X_{kj} / \sum \sum X_{kl})$, სადაც RCA – განსაზღვრული ქვეყნის რომელიმე პროდუქტის i ექსპორტის წილი მსოფლიოში ამ ქვეყნის მთლიან ექსპორტთან მიმართებით; X – ექსპორტები; i, k – პროდუქტების კატეგორია; j, l – რეგიონები.

⁵ $RXA_{ij} = (X_{ij} / \sum X_{ij}) / (\sum X_{kj} / \sum \sum X_{kl})$

ბაზრებზე საკმაოდ მაღალია. მაგ., საქართველო მცირე ზომის (ან მცირე-მიწიანი) ქვეყანაა. შესაბამისად, RCA და RXA ინდექსებს შორის განსხვავება არ არის.

2019 წლის შესაბამისი მონაცემების მიხედვით ჩატარებული გამოთვლებით მივიღეთ შემდეგი:

$$RCA_{\text{(ქართული მინერალური წყლები)}} = (132\,571/2\,924\,330) / (3\,798\,400/18\,707\,696\,803) = 0.06889 / 0.000203 = 339.36 \\ 339.36 > 1 \quad (1)$$

$$RXA_{\text{(ქართული მინერალური წყლები)}} = (132\,571/2\,924\,330 - 132\,571) / (3\,798\,400/18\,707\,696\,803 - 3\,798\,400) = (132\,571/2\,791\,759) / (3\,798\,400/18\,703\,898\,403) = 0.04749 / 0.000203 = 233.94 \\ 233.94 > 1 \quad (2)$$

ამრიგად, კონკურენტუნარიანობის დონის შეფასებამ (1) და (2) შედეგების მიხედვით, „ex-post“ მეთოდით აჩვენა, რომ ქართული მინერალური წყლები კონკურენტუნარიანია.

პოტენციური უპირატესობები და ნაკლოვანებები

კონკურენტუნარიანობა კომპლექსური მაჩვენებელია, ამიტომ მის შესაფასებლად ინდექსებთან ერთად სხვა ინსტრუმენტების გამოყენებაც არის საჭირო, მათგან აღსანიშნავია ფაქტორული ანალიზი (ხარაიშვილი, 2017). ამისათვის კი გამოვიყენოთ მაიკლ პორტერის „აღმასის“ მოდელი, რამაც აჩვენა, რომ ამ სექტორს გარკვეული პოტენციური უპირატესობები და ნაკლოვანებები გააჩნია.

პოტენციურ უპირატესობებს განაპირობებს:

1. ფაქტორების პირობების მიხედვით - წყლების რესურსების ხელმიწიანადობა, ლიცენზიის გაცემის საფუძველზე, შედარებით თავისუფალი შრომის ბაზარი, იაფი სამუშაო ძალა, ადგილმდებარეობა, წყლების საბადოების ეკო გარემო და დამოწმებული სამკურნალო თვისებები;

2. მოთხოვნის პირობების მიხედვით - ქართულ მინერალურ წყლებზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია შიდა და საერთაშორისო ბაზრებზე, კონკურენციის საშუალო დონე, მარკეტინგულ და სარეკლამო სტრატეგიებზე ორიენტაცია;

3. ფიზიკის სტატუსის, სტრუქტურისა და კონკურენციის მიხედვით - პროდუქტის დივერსიფიკაცია, დაბალი ფასები, ფირმების ექსპორტზე ორიენტირებულობა, ბაზრის გაფართოების სტრატეგიებზე მუშაობა და იმპლემენტაცია, აქტიური მარკეტინგული ღონისძიებები, აშშ-სა და ევრო-

პული სტანდარტების დაცვით წარმოების ჯაჭვის ყველა რგოლის ფუნქციონირების მუდმივი მონიტორინგი, ხარისხის კონტროლი.

4. მონათესავე და მხაჩდამჭეხი სექტორების თვადსაზრისით - მინერალური წყლების მწარმოებელი კომპანიების ქარხნებში თანამედროვე მოდიფიკაციის სრულად ავტომატიზებული უწყვეტი ფილტრაციის, მინისა და პეტ ბოთლებში ჩამოსხმისა და შეფუთვის ხაზების გამოყენება, წყლის დივერსიფიცირებული პროდუქტების წარმოების შესაძლებლობები.

მოდელი, ზემოთ აღწერილი 4 ძირითადი ფაქტორის გარდა, მოიცავს კიდევ 2 დამატებით ფაქტორს:

- **სახელმწიფო ფაქტორების მიხედვით** - მინერალური წყლების სექტორის მხარდაჭერა სუბსიდირების პროგრამებით, ექსპორტის მასტიმულირებელი პოლიტიკა, მაღალმთიანი რეგიონების მხარდაჭერის პოლიტიკა, გადასახადების დაბალი დონე, ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულება, ჩინეთთან თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულება და სხვ.; განსაკუთრებით სახელმწიფოს მხარდაჭერის როლი გამოიკვეთა 2020 წლის ივნისიდან, როდესაც ბიზნესების, მათ შორის მინერალური წყლების მწარმოებელი ფირმების მხარდაჭერა, სუბსიდირება და საშემოსავლოს გადავადების სახით დახმარების განევა ორ ეტაპად განხორციელდა.

- **შანსის ფაქტორების მიხედვით** - ხელსაყრელი გეოგრაფიული მდებარეობა, წყლების ბუნებრივი მინერალიზაციის მაღალი დონე, ცალკეული მინერალის მაქსიმალურად ოპტიმალური შემადგენლობა, მსოფლიოში მზარდი ტენდენცია მინერალური წყლის იმიჯის ჩამოყალიბების მხრივ, როგორც ადამიანთა თანამედროვე ცხოვრების სტილის განუყოფელი ნაწილი.

პოტენციური ნაკლოვანებები:

- **ფაქტორების პირობების მიხედვით** - ინვესტიციების დაბალი დონე, აუთვისებელი საბადოები;

- **მოთხოვნის პირობების მიხედვით** - მინერალური წყლების შიდა ბაზარზე მომხმარებლის დაბალი მყიდველობითუნარიანობა, მომხმარებლებში მინერალური წყლის ჯანმრთელობისთვის უნიკალური მნიშვნელობის შესახებ ინფორმირებულობის ჯერ კიდევ დაბალი დონე;

- **ფიზიკის სტატუსის, სტრუქტურისა და კონკუზიონის მიხედვით** - მინერალური წყლების მწარმოებელი კომპანიების ნაწილის არაეფექტიანი მასშტაბი და სტრუქტურა, პოტენციური რესურსების აღმოჩენის, წარმოების შესაძლო გაფართოებისა და დივერსიფიკაციის მიმართულებით კვლევაზე გაწეული მცირე დანახარჯები;

- **მონათესავე და მხაჩდამჭეხი სექტორების თვადსაზრისით** - ღირებულების ჯაჭვის თითქმის ყველა რგოლში დანახარჯების მაღალი დონე,

შიდა და საერთაშორისო ბაზრების შესახებ ინფორმაციებზე წვდომის დაბალი დონე.

- **სახელმწიფო ფაქტორების მიხედვით** - არასრულყოფილი საკანონმდებლო ბაზა და მარეგულირებელი წესები, სახელმწიფო მხარდაჭერის პროგრამების გამოყენების დაბალი დონე, ერთიანი ხედვისა და სტრატეგიის შემუშავების მხრივ კომუნიკაციის დაბალი დონე;

- **შანსის ფაქტორების მიხედვით** - კონფლიქტები და დაძაბული პოლიტიკური ურთიერთობები განსაკუთრებით იმ ქვეყნებთან, სადაც ქართული მინერალური წყლების ბაზრებია, კოვიდ 19-ის გავრცელებით გამოწვეული პანდემიით შექმნილი ატიპური კრიზისის უარყოფითი და შემაფერხებელი გავლენა ფირმების საქმიანობაზე.

ბაზრის დივერსიფიკაციისა და ექსპორტის ზრდის მნიშვნელოვან შესაძლებლობებს სწორედ პროდუქტის კონკურენტუნარიანობისა და ბაზარზე არსებული კონკურენციის დონე იძლევა. კონკურენტუნარიანობის ინდექსების გაანგარიშების, ასევე, ფაქტორული ანალიზის საფუძველზე, შესაძლებელია დასკვნის გაკეთება, რომ საქართველოში კონკრეტულად მინერალური წყლების სექტორი კონკურენტუნარიანია და ბაზარზე ფორმირებული კონკურენციის დონე მინერალური წყლების დივერსიფიკაციისათვის ხელსაყრელ პირობებს ქმნის.

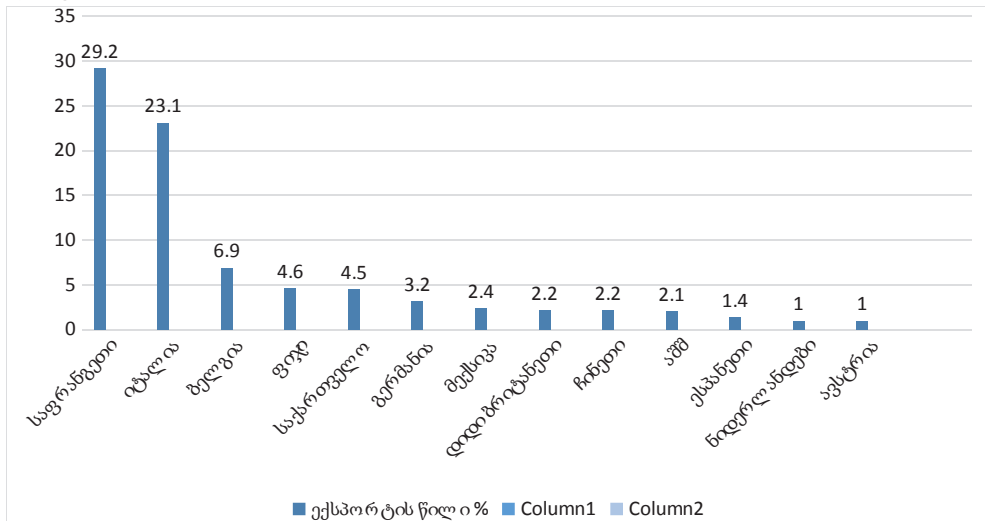
კერძოდ, გამოიკვეთა ქართული მინერალური წყლების სექტორის შემდეგი კონკურენტული უპირატესობები:

- ხელსაყრელი ბუნებრივ-რესურსული პოტენციალი;
- წყლების საბადოებში მოპოვებული დაუმუშავებელი წყლების ბუნებრივად მაღალი მინერალიზაციის დონე;
- წყლის, როგორც ქვეყნის კულტურის ნაწილის მნიშვნელობა;
- მაღალი ხარისხის ნედლეული;
- უნიკალური მეთოდები და თანამედროვე ტექნოლოგიები;
- პროდუქტის ხარისხისა და ფასის თანაფარდობა.

2019 წლის მონაცემების მიხედვით, ისევე, როგორც წინა წლებში, საფრანგეთი და იტალია უდავოდ ლიდერები არიან მინერალური წყლების პროდუქტების მსოფლიოს წამყვან ექსპორტიორთა შორის. მსოფლიოში ცნობილია ამ ქვეყნების ყველაზე კონკურენტუნარიანი ბრენდები, როგორიცაა, მაგალითად, “Evian” საფრანგეთში და “San Pellegrino” იტალიაში (Fine Waters Academy). 2019 წლის მონაცემებით, საფრანგეთის ექსპორტის წილი მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში 29.2%-ია, ხოლო იტალიის - 23.1%. დანარჩენი ქვეყნები მათ შედარებით ჩამორჩებიან. მათ შორის არის საქართველო, ექსპორტის 4.5% -იანი წილით მე -5 პოზიციაზე (UN COMTRADE and ITC statistics, 2019) (იხ. დიაგრამა 1).

მინერალური წყლების ექსპორტიორტიორები და მათი საექსპორტო წილები მსოფლიო ექსპორტში, 2019 (%)¹

დიაგრამა 1



წყარო: აგებულია ავტორის მიერ UN COMTRADE and ITC statistics -ის მონაცემებზე დაყრდნობით

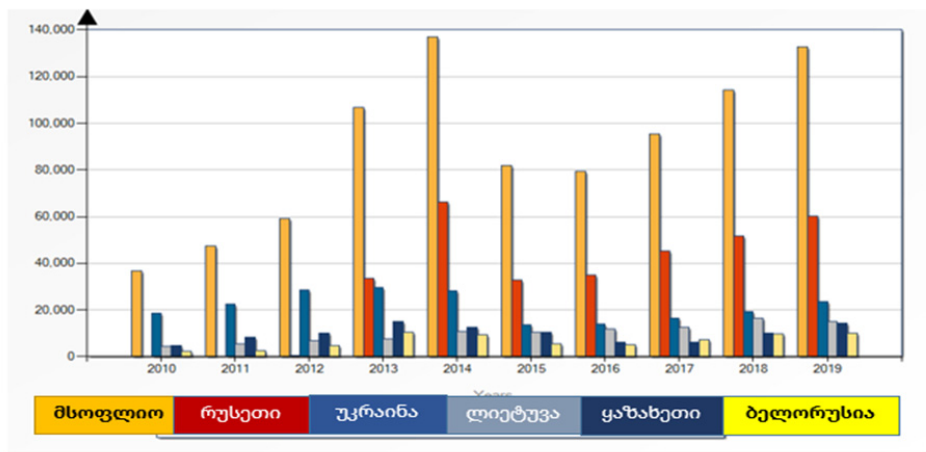
საქართველოს მინერალურ წყლებზე როგორც შიგა, ასევე საერთაშორისო ბაზრებზე მოთხოვნა ყოველთვის იყო. თუმცა, 2005 წლის შემდეგ რუსეთის მიერ ქართულ ღვინოსა და მინერალურ წყლებზე დაწესებულმა ემბარგომ პროდუქტის ექსპორტი საგრძნობლად შეამცირა, მაგრამ რამდენიმე წელიწადში ქართულმა კომპანიებმა აღნიშნული პრობლემა შესაძლებლობად აქციეს, სტიმული გაუჩნდათ ახალ ბაზრებზე გასვლის. 2012 წლისთვის საქართველოს მინერალური წყლები უკვე მსოფლიოს 40-ამდე ქვეყანაში იყო წარმოდგენილი, მათ შორის იყო აშშ, კანადა, იაპონია, ჩინეთი, საფრანგეთი, იტალია.

2010 წლიდან 10-წლიან დინამიკას თუ დავაკვირდებით, მინერალური წყლების სექტორი ძირითადად ზრდის ტენდენციით ხასიათდება, გარდა რამდენიმე ჩავარდნისა. ამ წლების აგრეგირებული მონაცემებით, საქართველოს მინერალური წყლების ლიდერ 5 იმპორტიორ ქვეყნებს შორისაა: რუსეთის ფედერაცია, უკრაინა, ლიეტუვა, ყაზახეთი და ბელორუსი (Trade Map, 2019) (დიაგრამა 2).

¹ მსოფლიოში ექსპორტიორთა საერთო სიიდან შევარჩიეთ ქვეყნები, რომელთა ექსპორტის წილი %1-ზე მეტია.

საქართველოს მინერალური წყლების 5 ლიდერი იმპორტიორი ქვეყანა, 2010-2019 (ათასი აშშ. დოლარი)

დიაგრამა 2



წყარო: აგებულია ავტორის მიერ Trademap.org -ის მონაცემებზე დაყრდნობით

აღსანიშნავია, რომ რუსეთის ფედერაცია არ არის საქართველოს მინერალური წყლების პროდუქტის იმპორტიორ ქვეყნებში 2013 წლამდე 7-წლიანი ემბარგოს გამო, 2013 წლიდან კი, ემბარგოს მოხსნის შემდეგ, ლიდერი ქვეყანაა იმპორტიორთა შორის. შესაბამისად, 2015 წლამდე ექსპორტის მკვეთრი ზრდა შეინიშნება.

2015 წელს რეგიონში არსებულმა ეკონომიკურმა და პოლიტიკურმა კრიზისებმა, რომელიც უკავშირდება ნავთობის ფასის ზრდასა და რუსეთ-უკრაინის ომს, მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა ქართული მინერალური წყლების ექსპორტზე მეზობელი ქვეყნების საგარეო მოთხოვნის შემცირების ფონზე. ექსპორტის შემცირება კი ნამდვილად მკვეთრი იყო, რადგან რომ ქართული მინერალური წყლების ძირითადი იმპორტიორები ძირითადად ჩვენი რეგიონის ქვეყნები იყო.

2017 წელს ბორჯომმა ახალი საწარმოო ხაზი გახსნა და ალუმინის ქილებში ჩამოსხმული მინერალური წყალი გამოუშვა ბაზარზე.

უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოსა და ჩინეთს შორის 2016 წელს მიღწეულ იქნა შეთანხმება, რომელიც ითვალისწინებდა საქართველოდან ჩინეთის რესპუბლიკაში ღვინის, მინერალური წყლებისა და სოფლის მეურნეობის სხვა პროდუქტების ნულოვანი ტარიფებით შეტანას. ამ შეთანხმების ხელმოწერა ძალზე მნიშვნელოვანი იყო საქართველოსთვის, მან დიდი შესაძლებლობები შეუქმნა ქვეყნის აგრო-სასურსათო სექტორს. 2017 წლის მეორე ნახევრიდან ქართული ღვინო, მინერალური წყლები და

სოფლის მეურნეობის სხვა პროდუქტები ჩინეთის ბაზარზე გადასახადების გარეშე შევიდა. შესაბამისად, ქართულ მინერალურ წყლებს აღნიშნულ ბაზარზე მოხსნილი აქვს საბაჟო გადასახადი, რაც ამ პროდუქტს ბევრად კონკურენტუნარიანს ხდის (Business Media, 2016).

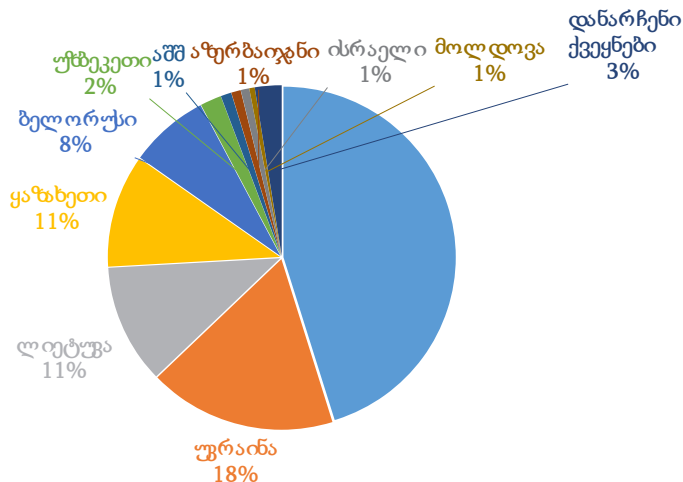
გარდა ჩინეთისა, 2016 წელს პროგრესი მიღწეულ იქნა კორეაშიც. კერძოდ, წლის ბოლოს პირველად გაიყიდა ქართული მინერალური წყლები «ბორჯომი» და «ნაბეღლავი» უმსხვილესი საცალო ქსელის პანგიოს ფილიალში, რაზეც შეთანხმება შედგა იმპორტიორ კომპანიებს "ბორჯომი", "ნაბეღლავი" და ANK SERVICE CO, Premier Water International შორის. (Business Media, 2016).

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ 2019 წელს აშშ-ს ბაზარზე გავიდა კომპანია „აქვა გეო“-ს ბრენდი – „კობი“, რომელიც საქართველოში 2008 წლიდან იწარმოება. 2019 წელს ექსპორტი კიდევ განხორციელდა იაპონიაშიც. აღნიშნული ფაქტები ქართული მინერალური წყლების ექსპორტის დივერსიფიკაციის პოზიტიურ პროგნოზებზე მიუთითებს.

2019 წლის მონაცემებით, იმპორტიორ ქვეყნებს შორის 45%-იანი წილით კვლავ ლიდერობს რუსეთის ფედერაცია, მას მოსდევს უკრაინა - 18%, ლიეტუვა და ყაზახეთი, თითოეული - 11%, ბელორუსი - 8%, უზბეკეთი - 2%, აშშ, აზერბაიჯანი, ისრაელი და მოლდოვა, თითოეული - 1%, ხოლო დანარჩენ ქვეყნებზე მოდის 3% (Trade Map, 2019) (დიაგრამა 3).

საქართველოს მინერალური წყლების 10 ლიდერი იმპორტიორი ქვეყანა, 2019 (%)

დიაგრამა 3



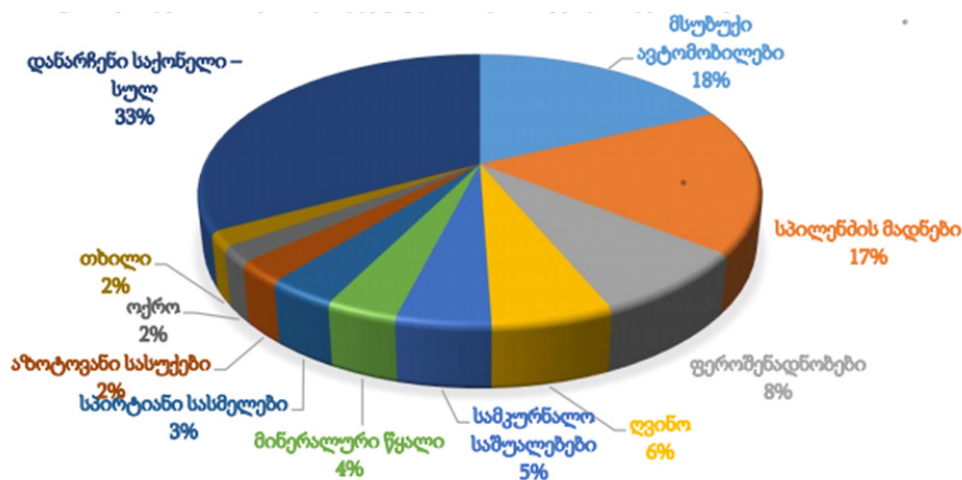
წყარო: აგებულია ავტოჩის მიხედვით Trademap.org -ის მონაცემებზე დაყრდნობით

კონკურენტუნარიანობასა და ექსპორტს შორის მიზეზშედეგობრივი კავშირი

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, მინერალური წყლები საქართველოს ექსპორტის უმსხვილესი სასაქონლო ჯგუფების ათეულში შედის. 2019 წლის მონაცემებით, მინერალური წყლები მე-6 ადგილს იკავებს 4%-იანი წილით (საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ანგარიში, 2019) (დიაგრ. 4).

უმსხვილესი სასაქონლო ჯგუფები საქართველოს ექსპორტში, 2019 (%)

დიაგრამა 4



წყაიხო: საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ანგარიში: „საქართველოს საგარეო ვაჭრობა 2019“.

საქართველოს მინერალური წყლების პოტენციალი კი კიდევ უფრო მრავალფეროვანი და მაღალია. შესაბამისად, ძალზედ მნიშვნელოვანია აღნიშნული პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის დონის შესწავლა, გამოვლენილი პრობლემების დაძლევა და ამგვარად ექსპორტის გაფართოების ხელშეწყობა. კონკურენტუნარიანობის ექსპორტზე გავლენის დასაბუთების მიზნით შევიმუშავეთ ეკონომეტრიკული მოდელი.

ეკონომეტრიკულ მოდელში კონკურენტუნარიანობის ამხსნელ ცვლადებად ავიღეთ ბიზნესის კეთებისა და ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსები 2000-2019 წლების დინამიკაში. ასევე, დამატებით ამხსნელ ცვლადად ავიღეთ ვაჭრობის წილებით შეწონილი პოტენციური პარტნიორი ქვეყნების საგარეო მოთხოვნის მონაცემები, რომელიც გვიჩვენებს

საქართველოში წარმოებულ პროდუქტზე მსოფლიოში საქართველოს პოტენცური პარტნიორების მოთხოვნის ცვლილებას გამოსახულოს მსოფლიო მთლიანი სამამულო პროდუქტით (GDP). შედეგობრივი ცვლადი კი არის ქართული მინერალური წყლების ექსპორტის მოცულობა გამოსახულებით ღირებულებაში. მოდელისთვის აღებული ზემოთ აღწერილი მონაცემები მოცემულია შემდეგ ცხრილში (Doing Business, Index of Economic Freedom, 2020) (იხ. ცხრილი 1):

საქართველოს მინერალური წყლების ექსპორტი, ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსი, ბიზნესის კეთების ინდექსი, მსოფლიო GDP, 2000-2019

ცხრილი 1

წლები	ექსპორტი 1000 აშშ დოლარი (EXPORT)	ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსი (FREE_IND)	ბიზნესის კეთების ინდექსი (DOING_BUS_IND)	მსოფლიო GDP (WORLD GDP)
2000	9093.315	54.3		
2001	11517.34277	58.3		
2002	17290.54	56.7		
2003	19674.58789	58.6		0.6915
2004	19303.52539	58.9		0.734
2005	32459.99219	57.1		0.792
2006	24032.91797	64.5	112	0.873
2007	24975.65625	69.3	37	0.9547
2008	30544.35	69.2	21	0.9815
2009	24562.32813	69.8	16	0.9594
2010	36814.65625	70.4	13	1
2011	47433.26	70.4	17	1.0282
2012	59289.41	69.4	12	1.0499
2013	106781.1406	72.2	9	1.0783
2014	136777.5781	72.6	14	1.0989
2015	81837.76	73	24	1.1192
2016	79434.3	72.6	23	1.1272
2017	95286.82	76	16	1.1652
2018	117834.3672	76.2	9	1.2
2019	132571.0313	75.9	6	1.2316

წყარო: შედგენილია ავტორის მიერ საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მონაცემებზე დაყრდნობით

Akaike-სა და Schwarz-ის შერჩევის კრიტერიუმების საფუძველზე მოდელი შევამოწმეთ სტაციონალურობაზე. შესაბამისად, ავიღეთ პირველი რიგის სხვაობა, რომ მოდელში არ ყოფილიყო სტაციონალურობის პრო-

ბლემა. ეს გულისხმობს იმას, რომ მონაცემებში დარეგრესებულია წინა წელთან სხვაობა და არა თვით მოცემული ცვლადი. საქმე გვაქვს პირველი რიგის სხვაობასთან და მოდელში სტაციონალურობა არ ფიქსირდება.

უმცირეს კვადრატთა მეთოდის გამოყენებით შეფასებულ მოდელს აქვს შემდეგი სახე:

Dependent Variable: DLOG(EXPORT)				
Method: Least Squares				
Date: 01/10/21 Time: 00:42				
Sample (adjusted): 2007 2019				
Included observations: 13 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DLOG(WORLDGDP)	8.358327	0.982554	8.506732	0.0000
D(DOING_BUS_IND)	0.010971	0.001634	6.713284	0.0002
D(FREE_IND(-1))	0.018141	0.013397	1.354126	0.2127
D15	-0.783582	0.073010	-10.73259	0.0000
D13	0.416315	0.075316	5.527567	0.0006
R-squared	0.960392	Mean dependent var	0.131361	
Adjusted R-squared	0.940589	S.D. dependent var	0.274954	
S.E. of regression	0.067018	Akaike info criterion	-2.283974	
Sum squared resid	0.035932	Schwarz criterion	-2.066686	
Log likelihood	19.84583	Hannan-Quinn criter.	-2.328636	
Durbin-Watson stat	1.903084			

$$\text{LogExp}_t = 8.36 \text{WorldGDP}_t + 0.01 \text{Doing Bus}_t + 0.02 \text{Free Ind}_{t-1} + u_t \quad (3)$$

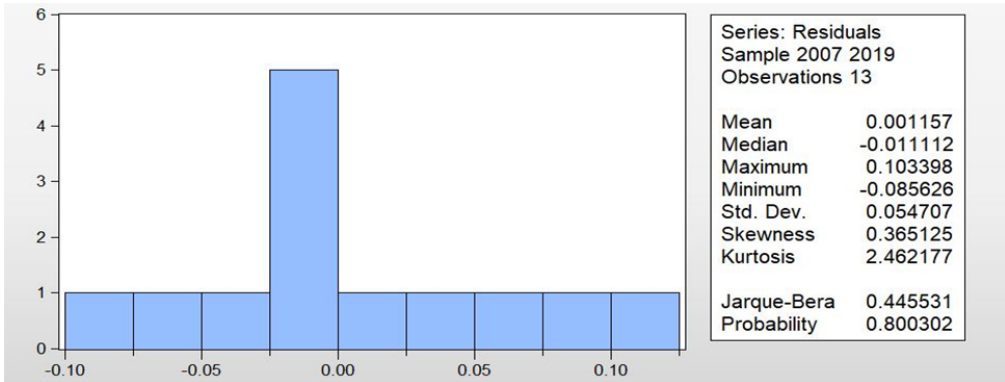
რეგრესიაში (3) ნარჩენობით წევრებში ავტოკორელაცია არ შეინიშნება დარბინ-უიტსონის სტატისტიკის მიხედვით. $1.90 > 1.875$ (dU). ნარჩენობით წევრში ავტოკორელაციის არსებობის შესამოწმებლად შესაძლებელია, ასევე, გამოვიყენოთ ბროიშ-გოდფრის ლაგრანჟის მამრავლთა (LM) ტესტი. აღნიშნულ ტესტის ნულოვან ჰიპოთეზას წარმოადგენს ავტოკორელაციის არარსებობა ნარჩენობით წევრში, ხოლო ალტერნატიული ჰიპოთეზა ავტოკორელაციის არსებობაა. ბროიშ-გოდფრის ტესტის მიხედვით, მიიღება ნულოვანი ჰიპოთეზა 99%-იანი ალბათობით, რაც გულისხმობს ნარჩენობით წევრებში ავტოკორელაციის არარსებობას.

გლეიჯერის ტესტის მიხედვით ნარჩენობით წევრებში ჰეტეროსკეტასტურობის შესახებ მიიღება ნულოვანი ჰიპოთეზა ჰომოსკეტასტურობის შესახებ. რეზიდუალები არ არის კოლერაციაში, რაც იმას ნიშნავს, რომ მოდელში შემთხვევითი კავშირები არ გვაქვს და შესაბამისად, ნარჩენობითი წევრების ვარიაცია არის მუდმივი, რაც მოდელს უფრო ვალიდურს ხდის.

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	0.816116	Prob. F(5,7)	0.5741
Obs*R-squared	4.787435	Prob. Chi-Square(5)	0.4424
Scaled explained SS	3.284955	Prob. Chi-Square(5)	0.6561

მოდელის ნარჩენობითი წევრები ნორმალურადაა განაწილებული, რაც გულისხმობს, რომ არ არის საჭირო მოდელის კოეფიციენტები შევაფასოთ t ტესტისგან განსხვავებული ტესტით.



როგორც ვხედავთ, მოდელის ყველა კოეფიციენტი სტატისტიკურად მნიშვნელოვანს წარმოადგენს. რადგან ყველა კოეფიციენტისთვის მიიღება H_1 ჰიპოთეზა სტატისტიკური მნიშვნელოვნების შესახებ. ამასთან, დეტერმინაციის და კორექტირებული დეტერმინაციის კოეფიციენტებსაც საკმაოდ მაღალი მნიშვნელობები აქვთ (0.96; 0.94), რაც მოდელში დეტერმინირებული წევრებით შედეგობრივი ცვლადის მაღალ ამხსნელობით უნარზე მიუთითებს.

მოდელისგან მიღებული შეფასებები წარმოადგენს საიმედოს, რადგან ნარჩენობითი წევრებში არ შეინიშნება ავტოკორელაცია. ეს მიგვითითებს რომ მოდელში არ გვაქვს გამორჩენილი სტატისტიკურად მნიშვნელოვანი ამხსნელი ცვლადები და მოდელს გააჩნია სწორი ფუნქციური სპეციფიკაცია. ნარჩენობითი წევრები ხასიათდება მუდმივი ვარიაციით, კოეფიციენტები და მოდელი სტატისტიკურად მნიშვნელოვანს წარმოადგენს.

მოდელის თეორიული ინტერპრეტაცია: დამუშავებული ეკონომეტრიკული მოდელის მიხედვით, მინერალური წყლების ექსპორტის ზრდის ტემპი დადებით დამოკიდებულებაშია ეკონომიკური თავისუფლების ინდექსის, ბიზნესის კეთების და ვაჭრობის წილებით შეწონილი პოტენცი-

ური პარტნიორი ქვეყნების მთლიანი სამამულო პროდუქტის (GDP) მიმდინარე მნიშვნელობებთან. ცალკე უნდა აღინიშნოს მოდელში დაფიქსირებული თვისებრივი მიზეზით განპირობებული ცვლილებები, რომელიც აიხსნება ფიქტიური ცვლადების გამოვლენით (D13; D15). ეს დაკავშრებულია 2013 და 2015 წლებში განვითარებულ ისეთ მოვლენებთან, რამაც გავლენა იქონია საქართველოს მინერალური წყლების ექსპორტის ცვლილებაზე აღნიშნულ წლებში. კერძოდ, 2013 წელს უკავშირდება რუსეთის ბაზრის გახსნა 2005 წლიდან შვიდწლიანი ემბარგოს მოხსნის საფუძველზე, რამაც ოთხმაგად გაზარდა საქართველოს ექსპორტი რუსეთში და მათ შორის, გაიზარდა საქართველოს მინერალური წყლების ექსპორტიც რუსეთის გახსნილი ბაზრის ხარჯზე; ხოლო 2015 წელს უკავშირდება რეგიონული კრიზისი, კერძოდ, ნავთობის ფასების დაცემა, რამაც რუსეთისა და აზერბაიჯანის მოთხოვნა შეამცირა. ასევე, ამ პერიოდს უკავშირდება რუსეთ-უკრაინის ომი. შესაბამისად, 2015 წელს საქართველოს მინერალური წყლის ექსპორტი შემცირდა, რაც მოდელში გამოჩნდა ფიქტიური ცვლადების გამოვლენით. კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი დასკვნა, რომლის გაკეთების საფუძველს მოდელი გვაძლევს არის ის, რომ მსოფლიო GDP-ით გამოხატული ვაჭრობის წილებით შეწონილი პარტნიორი ქვეყნების საგარეო მოთხოვნის 1%-ით ზრდისას, 8%-ით იზრდება საქართველოს მინერალური წყლების ექსპორტი.

გარდა კლასიკური ეკონომიკური გამოწვევებისა, უნდა აღინიშნოს, რომ 2020 წელს ეკონომიკის კონტრაგენტების საქმიანობაზე ძალიან ნეგატიურად აისახა კორონავირუსის გავრცელება. კრიზისის მიზეზები არ წარმოქმნილა ეკონომიკაში, არამედ პროვოცირებულია მისგან დამოუკიდებელი წყაროდან, სამედიცინო სექტორიდან. ამიტომ თითოეული ქვეყანა და მთელი მსოფლიო „კორონომიკური კრიზისის» წინაშე დგას, რომელიც კლასიკური ეკონომიკური კრიზისისაგან განსხვავებულია და ატიპიურს წარმოადგენს (Papava V. 2020).

2020 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებში უკვე ჩანს COVID-19-ის გავლენა ამ ბიზნესზე, გაყიდვების 11 %-ით შემცირების სახით, რომელიც 30 მლნ დოლარის ეკვივალენტურია (Investor, 2020). მიუხედავად ამისა, სწორედ მინერალური წყლების კოკურენტუნარიანობის მაღალი დონე მოწმობს იმაზე, რომ 2021 წლის დასაწყისამდე აღნიშნულ პროდუქტზე ფასები არ გაზრდილა და კომპანიებმა ფასები მოგების მარჟის შემცირების ხარჯზე შეინარჩუნეს. ძირითადად შემცირდა შიდა მოხმარება ტურისტების რაოდენობის საგრძნობი კლების ფონზე. 2021 წლის პროგნოზები დიდწილად დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენ ხანს გასტანს შექმნილი მწვავე ვითარება.

ჩვენ მიერ ჩატარებული ანალიზის საფუძველზე შეგვიძლია გამოვყოთ ექსპორტზე ორიენტირებული კონკურენტუნარიანობის ზრდის შემდეგი გზები:

- დროული და ზუსტი ინფორმაციის მიღება და გამოყენება ბაზრის დინამიკის ანალიზის საფუძველზე, რომელიც შექმნილია ბაზრის მოთხოვნილებით, როგორც ადგილობრივ, ასევე საერთაშორისო ბაზრებზე;

- ბაზრის დივერსიფიკაცია;

- ინვესტიციების ზრდის ხელშესაწყობად ბაზრის სეგმენტების იდენტიფიცირება;

- ისტორიული და პროგნოზირებული მონაცემების საფუძველზე დროული და ეფექტიანი გადაწყვეტილებების მიღება, ბაზრის მატარებლებისა და შეზღუდვების გათვალისწინება;

- შიდა, რეგიონულ და საერთაშორისო ბაზრებზე წარმატებული ოპერაციის მოკლევადიანი და გრძელვადიანი სტრატეგიების შექმნა;

- მომხმარებელთა სეგმენტაცია და მუდმივი მოთხოვნილების კვლევა;

- კონკურენციის მენეჯმენტი ფასების პოლიტიკისა და ხარისხის კონტროლის თვალსაზრისით;

- ახალი ბაზრების შემოსვლისა და დივერსიფიკაციის სტრატეგიების შემუშავება;

- მიმდინარე სამუშაოები რესურსების ოპტიმიზაციასა და მასშტაბის ეკონომიაზე;

- კვლევაზე დაფუძნებული საქმიანობა;

- ინოვაციების დანერგვა;

- კონკურენციის პროცესის განვითარების და კონკურენტუნარიანობის დონის დასადგენად საჭიროა შესაბამისი სამართლებრივი ჩარჩოს გაუმჯობესება.

დასკვნა

მიმდინარე გამოწვევებზე საპასუხოდ სასურველია, რომ საჯარო და კერძო სექტორებმა ერთობლივად განავითარონ ექსპორტის მხარდაჭერის პროგრამების ერთიანი ხედვა. ამასთან, პროგრამები უნდა ასახავდეს გრძელვადიან გეგმებს და არა ერთჯერად სარგებელს. საჭიროა საექსპორტო ბაზრების უფრო დივერსიფიკაცია. მინერალური წყლების ექსპორტის მაჩვენებლის, პროდუქტის კონკურენტუნარიანობისა და კომპანიების რესურსული პოტენციალის ანალიზმა აჩვენა, რომ შესაძლებელია პროდუქტის ექსპორტის მოცულობის გაზრდა ამერიკისა და იაპონიის ბაზრებზე. ამ ეტაპზე რეგიონში ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემაა გაცვლითი კუ-

რისი არასტაბილურობა. უნდა აღინიშნოს, რომ გაცვლითი კურსის გაუფასურება დაფიქსირდა რეგიონის ყველა ქვეყანაში, რაც საფრთხეს უქმნის ეკონომიკურ სტაბილურობას და მნიშვნელოვნად ზრდის ფინანსურ რისკებს. ფინანსური ინსტიტუტების ნაკლებობა და სისუსტე, მაგალითად, ჰეჯირება, არ უნდა იყოს განსაკუთრებით ძვირი. ამრიგად, ფინანსური სტაბილურობა და ექსპორტის დივერსიფიკაცია წარმოადგენს იმ ორ მთავარ გამონკვევას, რომლებიც ყველაზე პრობლემურია მინერალური წყლების სექტორში, სადაც პანდემიით გამონკვეული ზოგადი ფონი 2020 წლის ბოლოდან უფრო გამწვავდა. კომპანიებისა და სახელმწიფოს ერთობლივი მუშაობა ამ მიმართულებით ხელს შეუწყობს სექტორის განვითარებას და ექსპორტის ზრდას.

ლიტერატურა:

- Erkomaishvili G. (2014) "The Strategy for Increasing the Competitiveness of Georgia", World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering Vol: 8 No:10, p. 3039.
- Carraresi L., Banterle A. (2008), Measuring Competitiveness in the EU Market: a Comparison between Food Industry and Agriculture. Paper presented at the 12th EAEE Congress, Gent, Belgium, August 27–30. <http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.43692>.
- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ანგარიში: „საქართველოს საგარეო ვაჭრობა 2019“, http://www.economy.ge/uploads/files/sagareo_vachroba/trade_turnover_2019_16_10.pdf (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- Porter M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. The Free Press, New York.
- Nivievskiy O., Cramon-Taubadel S., (2009). Measuring and comparing the competitiveness of heterogeneous production systems in agriculture,
- https://www.researchgate.net/publication/233562299_Measuring_and_comparing_the_competitiveness_of_heterogeneous_production_systems_in_agriculture (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- Sheldon I. M. (2016). The Competitiveness of Agricultural Product and Input Markets: A Review and Synthesis of Recent Research, Journal of Agricultural & Applied Economics 49(1): 1-44.
- ერქომაიშვილი გ. (2016). „საქართველოს განვითარების ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტული მიმართულებები“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი.
- ხადური ნ. (2010). „საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი და პერსპექტივები“, თბილისი.
- Kharaishvili E. (2020). Methodological Features of Determining the Level of Competitiveness in the Agri-Food Sector of Georgia. Globalization and Business, 10, 43-49. <https://doi.org/10.35945/gb.2020.10.004>.

- ხარაიშვილი ე. (2011) „კონკურენციისა და კონკურენტუნარიანობის პრობლემები საქართველოს აგროსასურსათო სექტორში“, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი.
- Weindlmaier, H. (1999). The Competitiveness of the German Food Industry: Methodological Starting Points for Measurement and Empirical Results. Presentation. Fortieth annual meeting of the Society for Economic and Social Sciences in Agriculture 4.
- ხარაიშვილი ე. (2017). „ღვინის ბაზარი და მევენახეობა-მელვინეობის დივერსიფიკაციის კონკურენტული მოდელები საქართველოში“, 24-31, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი.
- Fine Waters Academy. “Bottled Water of the World”, <http://www.finewaters.com> (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- ITC Calculations based on UN COMTRADE and ITC Statistics, The World Aggregation Represents the Sum of Reporting and non Reporting Countries: “List of Mineral Water (code: 220110) Exporters and their Exports Shares in 2019”.
- Trademap. Org, List of importing markets for a Georgian Mineral Water by exported value in 2010-2019, [https://www.google.com/search?q=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+\(trademap.org\)&rlz=1C1BNSD_enGE942GE943&oq=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+\(trademap.org\)&aqs=chrome..69i57j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+(trademap.org)&rlz=1C1BNSD_enGE942GE943&oq=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+(trademap.org)&aqs=chrome..69i57j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8) (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- Business Media Georgia (2016). <https://bm.ge/ka/article/quotchinetsi-agro-sasursato-produqciis-nulovani-tarifit-shesvla-mnishvnelovnad-sheuwyoobs-xels-eqsportis-zrdasquot/6080> (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- Business Media Georgia (2016) <https://bm.ge/ka/article/koreashi-umsxvilesi-savachro-qselshi-pirvelad-gantavsda-qartuli-mineraluri-wylebi-borjomi-da-nabeglavi/8402> (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- Trademap.org. Market Diversification for mineral water exported by Georgia in 2019, https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Graph.aspx?nvp-m=1%7c268%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c%7c2%7c1%7c%7c2 (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).
- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, (2020), “Doing Business”, Index of Economic Freedom” რეიტინგების ანგარიშები, http://www.economy.ge/uploads/files/2017/reitingebi/doing_business_2020_geo.pdf http://www.economy.ge/uploads/files/2017/reitingebi/heritage_2020_geo_1.pdf (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).

- Papava V. (2020). On the Reflection of Coronomics in Economic Science and Economic Policy. Globalization and Business, 10, 15-24. <https://doi.org/10.35945/gb.2020.10.001>.
- Investor.ge. Analytical Business Magazine, (2020), "Georgian waters flowing towards new export markets" <http://www.investor.ge/2020/09/22/georgian-waters-flowing-towards-new-export-markets/> (ბოლო ნახვა 20 იანვარი, 2021).

References:

- Erkomaishvili G. (2014) "The Strategy for Increasing the Competitiveness of Georgia", World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social, Management, Economics and Business Engineering Vol:8 No:10, p. 3039.
- Carraresi L., Banterle A. (2008) Measuring Competitiveness in the EU Market: a Comparison between Food Industry and Agriculture. Paper presented at the 12th EAAE Congress, Gent, Belgium, August 27–30. <http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.43692>.
- „sakartvelos sagareo vachroba 2019“. [Georgian External Trade 2019. Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia.] (in Georgian). http://www.economy.ge/uploads/files/sagareo_vachroba/trade_turnover_2019_16_10.pdf (last view 20 January, 2021).
- Porter M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. The Free Press, New York.
- Nivievskiy O., Cramon-Taubadel S. (2009). Measuring and Comparing the Competitiveness of Heterogeneous Production Systems in Agriculture.
- https://www.researchgate.net/publication/233562299_Measuring_and_comparing_the_competitiveness_of_heterogeneous_production_systems_in_agriculture (last view 20 January, 2021).
- Sheldon I. M. (2016). The Competitiveness of Agricultural Product and Input Markets: A Review and Synthesis of Recent Research, Journal of Agricultural & Applied Economics 49(1): 1-44.
- Erkomaishvili G. (2016). „sakartvelos ganvitarebis ekonomikuri politikis prioritetuli mimartulebebi“. [«Priorities of Economic Development Policy of Georgia», "Universali", Tbilisi]. (in Georgian).
- Khaduri N. (2010). „sakartvelos ekonomikis konkurentunarianobis analizi da perspektivebi“. [“The Georgian Economy Competitiveness Analysis and Prospects” Tbilisi.] (in Georgian).
- Kharaishvili E. (2020). Methodological Features of Determining the Level of Competitiveness in the Agri-Food Sector of Georgia. Globalization and Business, 10, 43-49. <https://doi.org/10.35945/gb.2020.10.004>.
- Kharaishvili E. (2011). „konkurenciisa da konkurentunarianobis problemebi sakartvelos agrosasursato sektorshi“. [Problems of Competition and Competitiveness in Agro-Food Products Sector in Georgia. "Universali", Tbilisi]. (in Georgian).
- Weindlmaier H. (1999). The Competitiveness of the German Food Industry: Methodological Starting Points for Measurement and Empirical Results. Presentation

- Fortieth Annual Meeting of the Society for Economic and Social Sciences in Agriculture 4.
- Kharaishvili ^{F_n} (2017). Monographia „ghvinis bazari da mevenakheoba-meghvineobis diversifikaciis konkurentuli modelebi sakartveloshi“. [Monograph “Wine Market and Competitive Models of Viticulture and Enology in Georgia“, 24-31, “Universaili“, Tbilisi.] (in Georgian).
 - Fine Waters Academy. “Bottled Water of the World”, <http://www.finewaters.com> (last view 20 January, 2021).
 - ITC calculations based on UN COMTRADE and ITC statistics, The world aggregation represents the sum of reporting and non reporting countries: “List of Mineral Water (code: 220110) Exporters and their Exports Shares in 2019”. (last view 20 January, 2021).
 - Trademap. Org, List of importing markets for a Georgian Mineral Water by exported value in 2010-2019, [https://www.google.com/search?q=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+\(trademap.org\)&rlz=1C1BNSD_enGE942GE943&oq=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+\(trademap.org\)&aqs=chrome..69i57.5257j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+(trademap.org)&rlz=1C1BNSD_enGE942GE943&oq=List+of+importing+markets+for+a+product+exported+by+Georgia+%7C+Product%3A+220110+Mineral+waters+and+aerated+waters%2C+not+containing+added+sugar%2C+other+sweetening+matter+or+flavoured+(trademap.org)&aqs=chrome..69i57.5257j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8) (last view 20 January, 2021).
 - Business Media Georgia (2016). <https://bm.ge/ka/article/quotchinetsi-agrosasursato-produqciis-nulovani-tarifit-shesvla-mnishvnelovnad-sheuwyoobs-xels-eqsportis-zrdasquot/6080> (last view 20 January, 2021). Business Media Georgia.
 - Georgian Mineral Waters ‘Borjomi’ and ‘Nabeghlavi’ Placed for the First Time in the Largest Trade Network of Korea | BM.GE (last view 20 January, 2021).
 - Trademap.org. Market Diversification for mineral water exported by Georgia in 2019, Trade Map - Prospects for market diversification for a product exported by Georgia in 2019 | Product : 220110 Mineral waters and aerated waters, not containing added sugar, other sweetening matter or flavoured (last view 20 January, 2021).
 - Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia. (2020). “Doing Business”. “Index of Economic Freedom” Rankings, Presentations.
 - http://www.economy.ge/uploads/files/2017/reitingebi/doing_business_2020_geo.pdf; http://www.economy.ge/uploads/files/2017/reitingebi/heritage_2020_geo_1.pdf (last view 20 January, 2021). In Georgian.
 - Papava, V. (2020). On the Reflection of Coronomics in Economic Science and Economic Policy. Globalization and Business, 10, 15-24. <https://doi.org/10.35945/gb.2020.10.001>.
 - Investor.ge. Analytical Business Magazine, (2020), “Georgian waters flowing towards new export markets”, Georgian waters flowing towards new export markets – Investor.ge (last view 20 January, 2021).

The Competitiveness Level of Georgian Mineral Water and its Promoting Ways

Nino Lobzhanidze

Doctorate Student,
Ivane Javakishvili Tbilisi State University
nino.lobzhanidze@tsu.ge

The article assesses the competition and competitiveness in the mineral water sector of Georgia. Competition is analyzed according to competitiveness indexes and factor analysis. The paper examines the peculiarities of the dynamics of Georgian mineral water exports.

Biblio graphic research has been conducted on the issue of competition and competitiveness. Competition in the mineral water sector is assessed by the Concentration Index. The Herfindahl-Hirschman index (HHI) is calculated to determine the level of monopolization of the market. Product competitiveness is justified by calculating the Revealed Comparative Advantage Index (RCA) and the Relative Export Advantage Index (RXA). The econometric model examines the cause-and-effect relationship between competitiveness and exports and reveals a positive impact.

Mineral water production is one of the leading sectors in Georgia, which significantly contributes to the economic development of Georgia. Priority for mineral water production is determined by a number of advantages. These are: wealth of natural resources, lack of seasonality, low prices, high quality and, most importantly, return on investment in a short time.

Based on the analysis of the level of competition in the Georgian mineral water sector, it is concluded that the sector is competitive and the market is not monopolized. The article evaluates the results of the market power of the industry. The impact of market power on the pricing mechanism is determined. At the same time, the most acute problems of competition are identified and modern challenges are analyzed.

In accordance with the problems and challenges identified in the paper, conclusions are made and recommendations are proposed. In response to the current challenges, it is desirable for the public and private sectors to jointly develop a common vision for export support programs. However, programs should reflect long-term plans and not one-time benefits. It should be noted that more diversification of mineral water export is needed.

Keywords: Competition, competitiveness, mineral waters, export diversification.

JEL Codes: Q20, Q25, Q29