

კონკურენტუნარიანი მენეჯმენტი ქართული მეღვინეობის კლასტერის ჩამოყალიბებაში

ევგენი ბარათაშვილი

ეკონომიკურმეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

გუგული ყურაშვილი

ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,
ასოცირებული პროფესორი
საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ირმა მახარაშვილი

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი
ასოცირებული პროფესორი
კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი

ნაშრომის მიზანია კონკურენციის სუბიექტების კონკურენტუნარიანობის კვლევა, მისი რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მაჩვენებლების ანალიზი, ასევე იმის დასაბუთება, რომ გვესურს სამრეწველო საწარმოების კონკურენტუნარიანობა მჭიდროდაა დაკავშირებული მათ თვისებებთან, დარჩენენ ეფექტიანთა კონკურენტული ბრძოლის პირობებში, შეინარჩუნონ ოპერაციული ეფექტიანობის საშუალო დონე, გამოავლინონ კონკურენტუნარიანობისადმი თანამედროვე მიდგომები და ა.შ.

საკვანძო სიტყვები: კონკურენტუნარიანობა; ეფექტიანობა; ანალიზი; კლასტერი; სამომხმარებლო ბაზარი.

საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა იყო და რჩება მისი განვითარების საკვანძო პრობლემად და განვითარების უმნიშვნელოვანეს ორიენტირად, ვინაიდან ის უზრუნველყოფს სოციალურ-ეკონომიკური განვითარების სტრატეგიული მიზნებისა და ეკონომიკის ძირითადი სექტორების განვითარების ზრდის დადებით დინამიკას. ეკონომიკური რეფორმების თითქმის 25-წლიანი პერიოდის მანძილზე, ეროვნული ეკონომიკური ინტერესები პოლიტიკურ ინტერესებზე მაღლაა დაყენებული. საქართველოსა და ევროკავშირს შორის თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულების დადებას ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობის პროგნოზირებადი კრიზისი მოჰყვა, განსაკუთრებით ეს გადამამუშავებელ დარგებში წარმოებულ პროდუქციას შეეხო და მისი განხილვა შეიძლება დამატებითი ეკონომიკური ეფექტის მიღებისა და ამ ხელშეკრულებაში მონაწილეობის მეშვეობით ეროვნული კონკურენტუნარიანობის ზრდის თვალსაზრისით. მოცემულ ეტაპზე კონკურენტუნარიანობის ამაღლების მნიშვნელოვან ფაქტორებს ინსტიტუციური გარემო, ინფრასტრუქტურა, მაკროეკონომიკური სტაბილურობა, ჯანდაცვა და განათლება წარმოადგენს[1.გვ.101].

უკანასკნელ წლებში, მრეწველობის კონკურენტუნარიანობის მრავალრიცხოვანი თეორიული და გამოყენებითი კვლევებისა და საერთაშორისო კონკურენტული პროცესების წარმატებული და წარუმატებელი მართვის მაგალითების გააზრებისა და ანალიზის გამო, ეროვნული ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა ერთერთ ცენტრალურ ადგილს იკავებს სამეცნიერო ნაშრომებისა და პუბლიკაციების არსებულ თემატიკას შორის. საქონელმწარმოებლის კონკურენტუნარიანობა არის ერთ-ერთი დონე, რომელზეც შესაძლებელია კონკურენტუნარიანობის, როგორც მრავალმხრივი ეკონომიკური კატეგორიის განხილვა[1.გვ.131], ხოლო საწარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლების უზრუნველყოფის ამოცანა სახელმწიფო, დარგობრივი და კორპორაციული განვითარების გეგმებისა თუ პროგრამების ძირითადი მიზანი ხდება. ყოველივე ამან საშუალება მისცა საქართველოს მთავრობას, დიდი ძალისხმევით შედეგად შეეცვალა ეროვნული ეკონომიკის ზოგიერთი პარამეტრი, რომლებსაც ევრობაზართან ბარიერების დაწევისა და ქართულ ბაზარზე შემოსვლის გამარტივების შედეგად რეალურად შეეძლოთ შიდა ბაზარზე ქართული საწარმოების მიერ გამოშვებული პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის კლების გამოწვევა.

ამასთან ერთად, უნდა აღინიშნოს, რომ 5-10 წლის განმავლობაში, საქართველოს ეკონომიკის ძირითადმა დარგებმა (მაგ. მეღვინეობამ) უნდა მიაღწიოს მსოფლიო კონკურენტუნარიანობის არსებულ დონეს და დაიმკვიდრონ საკუთარი კონკურენტუნარიანობა შიდა ბაზარზე. გარდა ამისა, საქართველოს აქვს ყველა მონაცემი და უნდა გახდეს მეღვინეობის რეგიონული კლასტერის ცენტრი. ეს საშუალებას მისცემს ეროვნულ ეკონომიკას, საწარმოების, დარგებისა და ახლადშექმნილი კლასტერების მომგებიანობის ამოცანების გადაწყვეტისა და სოციალური სფეროს განვითარებისათვის.

მნიშვნელოვანია ქართული მეღვინეობის წარმოშობის და საუკუნეების განმავლობაში მისი ისტორიული წიაღსვლების განხილვა. მნიშვნელოვანია ინფორმაცია მე-20 საუკუნეში მისი აღორძინების შესახებ და შემ-

დგომ 90-იან წლებში მისი დაცემის თაობაზე. წარსულის წარმატებებსა თუ წარუმატებლობებზე მსჯელობის გარეშე შეუძლებელია მეღვინეობის ამჟამინდელი მდგომარეობის არსებულ წინაპირობასთან შედარება და შეფასება.

გამომდინარე იქიდან, რომ საქართველოს მეღვინეობის დარგის საწარმოები (ისევე, როგორც ყველა სამრეწველო საწარმო) მთლიანად არის დამოკიდებული გარემო პირობებზე და განიცდის დარგობრივი კონკურენტუნარიანობის ძირითადი დეტერმინანტების ზეგავლენას როგორც ეროვნულ, ასევე უცხოურ ბაზრებზე, მათი კონკურენტუნარიანობის შემდგომი სისტემური ამაღლებისათვის უნდა შემუშავდეს ეროვნული მეღვინეობის პროდუქციის დომინირების ზომათა კომპლექსი. ამისათვის აუცილებელია შემუშავდეს საქართველოს რეგიონების ფარგლებში არსებული მეღვინეობის საწარმოთა კლასტერის ჩამოყალიბებისა და შემდგომი განვითარების პროგრამა.

ღვინის შიდა ბაზრის დინამიკის შესწავლით აისახა ეროვნული კონკურენტუნარიანი კომპანიების მყარი ზრდა. კარგი პერსპექტივები აქვთ ერთობლივ კომპანიებს, რომლებსაც შემოაქვთ მსოფლიოს საუკეთესო ტექნოლოგიები და მიღწევები მეღვინეობის დარგში. ამასთანავე, ეროვნული ბაზრის დაახლოებით 20% შედგება უცხოური მწარმოებლისგან, რომელიც ამყარებს საკუთარ კონკურენტუნარიანობას, კომპანიების კონკურენტუნარიანობის სტრატეგიული მართვის ხარჯზე, რითიც ქართულ ბაზარზე რაოდენობრივი და თვისებრივი, სიჩქარისა და წარმოების ბიზნეს პროცესების შედეგიანობის ახალი სტანდარტები შემოაქვს[3]

ყოფილი საბჭოთა კავშირის ბაზარი და ყველაზე მეტად რუსეთი ბაზარი გასაღების ყველაზე უფრო მსხვილ ბაზარს წარმოადგენდა წლების განმავლობაში დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ ქართული პროდუქციისათვის, მათ შორის ქართული მეღვინეობისთვისაც. ამიტომაც მნიშვნელოვანია რუსული ბაზრის კვლევა.

ევროკავშირის ბაზარი მსოფლიოს ერთ-ერთი უდიდესი სამომხმარებლო ბაზარია როგორცმომხმარებლების რაოდენობის მიხედვით, ასევე ღირებულებით გამოხატულებამაც, სადაც დღეისათვის ქართული მეღვინეობა მხოლოდ მცირე წილით არის წარმოდგენილი. აშშ-ის, ავსტრალიის, ახალი ზელანდიის, სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის, ჩილეს მეღვინეობის სექტორში დაგროვილი გამოცდილება წარმოების თუ გასაღების მეთოდების გაცნობის მხრივ მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ცოდნის დაგროვებას და შემდგომში მის გადატანას ჩვენი ქვეყნის მეღვინეობის სექტორში.

ევროპის ბაზარზე შედარებითი წარუმატებლობის პირობებში სულ უფრო იზრდება მოთხოვნა ქართულ ღვინოზე ჩინეთის ბაზარზე, რომელიც მსოფლიოს ერთ-ერთ ყველაზე უფრო სწრაფად მზარდ ღვინის სამომხმარებლო ბაზარს წარმოადგენს. ბოლო 10 წლის განმავლობაში ღვინოზე მოთხოვნა დაახლოებით 2-3-ჯერ გაიზარდა. ამასთან, ქართულმა ღვინომ ევროპული ბაზრისგან განსხვავებით, ჩინელების მოწონება და პატივისცემა დაიმსახურა. მიუხედავად ბაზრის სიდიდისა და პერსპექტიულობისა, ჩინურ ბაზარზე ადგილის დამკვიდრებისა და შენარჩუნებისთვის ქართველ მეწარმეებს მნიშვნელოვანი ძალისხმევის გაწევა მოუწევთ.

თანამედროვე გლობალური კონკურენციის პირობებში მნიშვნელოვანია ქართული ღვინის ჯიშების მრავალფეროვნების და ხარისხის სათანადოდ გამოყენება წარმოებაში. ქართული ვახის ჯიშების მრავალფეროვნება სხვადასხვახარისხის მიხედვით სათანადოდ უნდა იყოს შესწავლილი, რადგან მხოლოდ 2-3 ვახის ჯიშით პოზიციონირება ქართულ მეღვინეობას საერთაშორისო ასპარეზზე საკუთარი პოტენციალის გამოვლენის საშუალებას არ მისცემს. პირველ რიგში, ამ მხრივ განიხილება კახეთი, რომელიც ვენახების ფართობითა და ჯიშობრივი მრავალფეროვნებით ერთ-ერთი ლიდერია.

მიგვაჩნია, რომ ღვინის ქართული მწარმოებლების კონკურენტუნარიანობისა და კლასტერის წარმატებით ფორმირებისათვის საჭიროა ეკონომიკური გათვლები შემდეგი ლოგიკური თანმიმდევრობით:

ქართული მეღვინეობის კონკურენტული პროდუქციის შეფასება შიდა სამომხმარებლო ბაზარზე;

ღვინის მწარმოებელთა სტრატეგიული ჯგუფების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ყურძნის ღვინის სეგმენტში;

ღვინის მწარმოებელთა სტრატეგიული ჯგუფების კონკურენტუნარიანობის შეფასება ცქრიალა და შამპანური ღვინოების სეგმენტში.

აღსანიშნავია, რომ ქართული მეღვინეობის ბაზარი 2015-2017 წლებში რაოდენობრივად და ხარისხობრივად აქტიურად ვითარდებოდა. ყურძნის ღვინის, ცქრიალა და შამპანური ღვინოების სეგმენტებში ქართული წარმოების კონკურენტუნარიანობა იზრდება, ხოლო ცალკე საწარმოები თანასწორ კონკურენციას უწევდნენ საერთაშორისო კომპანიებს. ზოგიერთი, უცხოური წარმოების დონისგან ჩამორჩენილი კომპანიები, შესაძლებელია განვითარდნენ უახლოეს წლებში, რის შედეგადაც ეროვნული ბაზარი პერსპექტივაში მსოფლიო ღვინის ბაზარზე ღირსეულად დამკვიდრება.

ლიტერატურა:

1. ბარათაშვილი ე., გერბაია ბ., ღლონტი ვ. საქართველოს ეკონომიკის კონკურენტუნარიანობა: თანამედროვე გამოწვევები, თბილისი, 2012, გვ. 205 .
2. „მევენახეობის სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივების ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამა“, მთავრობის დადგენილება №34, ხელმისაწვდომია: <http://acda.gov.ge/res/docs/2017021415270250512.pdf>.
3. Weinbauverband Saale-Unstrut e.V., 2015; <http://www.weinbauverband-saale-unstrut.de/>

Competitive Management in the Formation of Georgian Wine-making Cluster

Evgen Baratashvili

*Doctor of economics, Professor
Georgian Technical University*

Guguli kurashvili

*Doctor of economics, Associate Professor
Georgian Technical University*

Irma Makharashvili

*Doctor of Business Administration, Associate Professor
Caucasus International University*

S u m m a r y

The competitiveness of the Georgian economy has been and remains a key issue of development and development as an important development, as it provides a positive dynamic for the development of strategic goals of social and economic development and the main sectors of the economy. In recent years, the competitiveness of the industry of various theoretical and applied research and international competitive processes of successful and unsuccessful examples of understanding and analyzing the competitiveness of the national management economy is central to one of the publications of scientific papers and topics. While the task of ensuring the competitiveness of enterprises is the main goal of plans, programs and programs of state and sectoral development.

Key words: *competitiveness; effectivity; analysis; cluster; consumer market.*