

საქართველოს მევენახეობა-მეღვინეობის დარგის კონკურენტუნარიანობის ანალიზი

თამარ ჩიკავა
სტუ-ს დოქტორანტი

COMPETITIVENESS ANALYSIS FOR THE GEORGIAN VITICULTURE-WINEMAKING INDUSTRY

Tamar Chikava

RESUME

In the article is made competitiveness analysis for the Georgian viticulture-winemaking industry. For the assessment is used Porter's "Diamond model" method. The current state of wine industry in Georgia is reviewed according to six broad factors incorporated into the Porter diamond, which has become a key tool for the analysis of competitiveness. These factors are: factor conditions, demand conditions, related and supporting industries, firm strategy, structure and rivalry, government and chance factors. In order to have better understanding how these factors impact the competitiveness of Georgian wine, the data were analyzed using the SWOT method. Therefore were determined which aspects represent strengths and weaknesses for the Georgian viticulture-winemaking industry, also, what are the future opportunities which can be utilized to increase the competitiveness of Georgian wine in the global markets and which aspects can be considered as threats.

Keywords: Competitiveness, Factor, Cluster, Determinants of Competitiveness, SWOT Analysis.

საკვანძო სიტყვები: კონკურენტუნარიანობა, ფაქტორი, კლასტერი, კონკურენტუნარიანობის დეტერმინანტები, SWOT-ანალიზი.

პირითადი ტექსტი

საქართველოს ღვინის დარგის კონკურენტუნარიანობის სრულყოფილი ანალიზისათვის საჭიროა იმ ფაქტორების განსაზღვრა, რომლებიც დადებით ან ნეგატიურ ზეგავლენას ახდენენ ამ დარგის განვითარებაზე. ამისათვის გამოვიყენეთ პორტერის "ალმასის" მოდელი და შევაფასეთ თუ როგორი ეფექტი აქვს კონკურენტუნარიანობის დეტერმინანტებს ღვინის დარგის კონკურენტულ საქმიანობაზე. მ. პორტერის მიერ განსაზღვრულია შემდეგი დეტერმინანტები: ფაქტორის პირობები, მოთხოვნის პირობები, მონათესავე და მხარდაჭერი დარგები, ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია, სახელმწიფოს ფაქტორები და შანსის ფაქტორები.

ფაქტორის პირობები - ყველა ქვეყანა ფლობს გარკვეულ ფაქტორის პირობებს, რომლითაც ისინი მოიპოვებენ შედარებით უპირატესობას. ამ ფაქტორის პირობებს შორის ურთიერთკავშირი განსაზღვრავს დარგის კონკურენტუნარიანობას.

ღვრავს დარგის კონკურენტუნარიანობას.

ღვინის დარგის კონკურენტუნარიანობაზე მოქმედ ფაქტორთა შორის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან ფაქტორად მიჩნეულია ტერუარი. ქართული ტერუარის ფიზიკური მახასიათებლები - სიმაღლე, დაქანება, მზისკენ ექსპოზიცია, გეოლოგია, ნიადაგის ტიპი და სიღრმე ძალიან ხელსაყრელია. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, საქართველოში ბევრი უნიკალური ჯიშის ვაზია. ქართული ღვინის მწარმოებლები დაკავებულნი არიან სპეციფიკური ტერუარის ღვინის დამზადებით, რომლებსაც აქვთ პოტენცია, რომ მსოფლიოში წარმატება მოიპოვოს განსაკუთრებული და უნიკალური გემოს დამსახურებით. თუმცა, საქართველოს ღვინის დარგის მიერ არ ხდება ამ მნიშვნელოვანი კონკურენტული უპირატესობის წყაროს მთლიანად გამოყენება. ამის მიზეზი არის ის, რომ ადგილობრივი ღვინოები გამორჩეულია არამარტო ვაზის ადგილმდებარეობის მიხედვით, არამედ დამზადების პროცესითა და რესურსების გამოყენებითაც. არასაკმარისად გამოიყენება ღვინის წარმოებისა და ვაზის მოშენების მენეჯმენტის ისეთი პრაქტიკა, როგორცაა, მაგალითად, კლონების არჩევანი, მწკრივების განლაგება და მიმართულება, სასუქისა და პესტიციდების გამოყენება, ირიგაცია, გასხვლა, მოსავლის აღების ტექნოლოგიები და პროდუქციის წარმოებასთან დაკავშირებული სხვა დეტალები. ეს ნაკლოვანებები, მიუხედავად ხელსაყრელი ბუნებრივი გარემოებებისა, ზღუდავს დარგის უნარს, რომ მოიპოვოს კონკურენტული უპირატესობა გლობალურ ბაზარზე.

კიდევ ერთი ფაქტორი, რომელიც უნდა გავითვალისწინოთ დარგის კონკურენტუნარიანობის განსაზღვრისას არის სამუშაო ძალა. ერთმანეთისგან უნდა განვასხვავოთ დაბალი და მაღალი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელი. საქართველოს აქვს უპირატესობა დაბალი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელში როგორც დანახარჯების, ისე ხელმისაწვდომობის მხრივ. თუმცა, სხვაგვარადაა საქმე მაღალი კვალიფიკაციის მქონე მუშახელის შემთხვევაში და ერთ-ერთ ნაკლოვანებად სწორედ ასეთი სამუშაო ძალის დეფიციტი გვევლინება. საქართველოში ძალიან მცირეა ღვინის მაღალკვალიფიციური ტექნოლოგების, ვენახების მენეჯერების, მარკეტინგის სპეციალისტების რიცხვი. ბუნებრივია, ეს ფაქტორი დაკავშირებულია ვენახების სუსტ მენეჯმენტთან და, შესაბამისად, ქართული ტერუარის უპირატესობების გამოყენებლობასთან.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ფაქტორები იყოფა საბაზო და განვითარებულ ფაქტორებად. ზემოთ მოყ-

ვანილიდან გამომდინარე, შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საქართველოს აქვს უპირატესობები საბაზო ფაქტორებში, თუმცა განვითარებული ფაქტორები, მაგალითად, ინფრასტრუქტურა, მაღალკვალიფიციური მუშახელი, ქვეყანას აკლია და საჭიროა მათ განვითარებაზე ზრუნვა.

მოთხოვნის პირობები - ღვინის დარგის კონკურენტუნარიანობის გაზრდაზე დიდი გავლენა არა აქვთ ადგილობრივი ბაზრის მომხმარებლებს. ისინი არ არიან ძალიან მომთხოვნი ინოვაციური პროდუქტების მიმართ. თუმცა, აღინიშნება ხარისხიან ღვინოზე მოთხოვნის ზრდის ტენდენცია, რაც, ბუნებრივია, დადებითად იმოქმედებს ღვინის ხარისხზე, რადგან კომპანიები იძულებულნი იქნებიან დააკმაყოფილონ გარკვეული მოთხოვნები ღვინის გასაყიდად. მართალია, ღვინის დარგს აქვს მზარდი შიდა ბაზარი, მაგრამ ამ ბაზარს ახასიათებს დაბალი მსყიდველობითუნარიანობა.

ფირმის სტრატეგია, სტრუქტურა და კონკურენცია - საქართველოში მეღვინეობაში საკმაოდ ბევრი კომპანია ფუნქციონირებს. 2016 წლის მონაცემებით, რეგისტრირებულია 413 ღვინის კომპანია. შესაბამისად, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ კონკურენცია საკმაოდ მაღალია, რაც ფირმებს მოდუნების საშუალებას არ აძლევს და მათ მუდმივად განვითარებას აიძულებს. ყოველივე ეს კი დადებით გავლენას ახდენს დარგის კონკურენტუნარიანობაზე.

ქართული ღვინის კომპანიების უმეტესობის სტრატეგია არ ითვალისწინებს შრომით რესურსებსა და კვლევებზე დიდი დანახარჯების განევას, ასევე, მაღალი ხარისხის ტექნოლოგიების გამოყენებასა და გარემოსთან თავსებადი პროდუქტების წარმოებას. უმეტესად, კომპანიებში ნაკლები ყურადღება ექცევა სტრატეგიულ მიზნებს და ძირითადი აქცენტი მოკლევადიანი წარმატების მიღწევაზეა გაკეთებული. მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების ერთ-ერთი შემაფერხებელი ფაქტორია ფირმების არახელსაყრელი სტრუქტურა და ზომა. მოქმედი საწარმოების მხოლოდ 18%-ია მსხვილი, უმეტესობა კი მცირე საწარმოა. რაც შეეხება ვენახის ფართობებს, დაახლოებით 10%-ის მესაკუთრე არის 15-20 მსხვილი ზომის საწარმო, ფართობების 90% კი საშუალო და მცირე ზომის საოჯახო მეურნეობებზე მოდის.

მონათესავე და მხარდამჭერი დარგები - კონკურენტული უპირატესობის მოპოვების ერთ-ერთი მთავარი წყარო არის კლასტერი. კლასტერი ფირმას აძლევს საშუალებას, რომ გაზარდოს სპეციალიზაცია და ითანამშრომლოს მონათესავე დარგების ფირმებთან.

ღვინის კლასტერი შეგვიძლია წარმოვიდგინოთ შემდეგი სახით: ყურძნის მომყვანები, ღვინის საწარმოები, სასუქების, პესტიციდებისა და პერბიციდების მწარმოებლები, ყურძნის მოსავლის ამღები და ღვინის წარმოების აღჭურვილობა, საირიგაციო სისტემების, ბოთლების, საცობების, ბოცებისა და ეტიკეტების მომწოდებლები, მეცნიერულ-კვლევითი

ინსტიტუტები, საგანმანათლებლო დაწესებულებები, სამთავრობო უწყებები და საკომუნიკაციო სერვისის მომწოდებლები.

საქართველოს ღვინის დარგი ძირითადად იყენებს უცხოელი მომწოდებლების მასალებს. ღვინის კლასტერის შემადგენელი ზემოთ ჩამოთვლილი კომპონენტების უმეტესობის წარმოება არ ხდება ქვეყანაში და ღვინის მწარმოებლებს უწევთ მათი იმპორტი სხვა ქვეყნებიდან. დაბრკოლებები არსებობს, ასევე, ღვინის წარმოებაში აუცილებელი მეცნიერული კვლევებისა და საგანმანათლებლო დაწესებულებების მხრივ. მართალია, საქართველოში არსებობს გარკვეული საგანმანათლებლო დაწესებულებები, მაგრამ დარგის ეფექტიანობაზე მათი გავლენა მცირეა. პროფესიული განათლება ყოველი დარგის გრძელვადიანი წარმატების საფუძველია. მუდმივი ცვლილებები საბაზისო ცოდნის გაფართოების საჭიროებას მოითხოვს. სხვა პროფესიების მსგავსად, ამ პროფესიაშიც სწავლა მთელი ცხოვრების მანძილზეა აუცილებელი. შესაბამისად, უნდა იყოს იმის შესაძლებლობა, რომ დაინტერესებულ პირებს აქვე შეეძლოთ ღრმა პროფესიული განათლების მიღება როგორც თეორიული, ისე პრაქტიკული კუთხით და კომპანიებს არ უწევდეთ თანამშრომლების გაგზავნა საზღვარგარეთ ცოდნის მისაღებად და ახალი ტექნოლოგიების ასათვისებლად.

არსებობს პრობლემები მევენახეობაშიც. საქართველოში ყურძნის მომწოდებლები მცირე ინდივიდუალური ფერმერები არიან, რომლებიც დაბალი ეფექტიანობით ხასიათდებიან და არ ფლობენ ვაზის მოშენების თანამედროვე ტექნოლოგიებს. დღეს ნაკვეთების უმრავლესობა დაბალხარისხიანი ყურძნის ჯიშებით არის გაშენებული. ასევე, ფერმერების მიერ სასუქებისა და სპეციალური აღჭურვილობის გამოყენება ძალზედ უმნიშვნელოა. ღვინის დარგის განვითარებისთვის აუცილებელია ვენახების გაშენება მაღალსტანდარტული ჯიშებითა და საქართველოს დამსახურებული გამოგონებლის თამაზ ქვლივიძის მიერ შემუშავებული უახლესი მეთოდების გამოყენებით, რათა უზრუნველყოფილ იქნას მაღალხარისხოვანი ყურძნის შედარებით დაბალი დანახარჯებით წარმოება.

სახელმწიფოს ფაქტორები - ზოგადად, ამა თუ იმ დარგის განვითარება დიდად არის დამოკიდებული სახელმწიფოს მხარდაჭერაზე. მევენახეობა-მეღვინეობის დარგი ერთ-ერთი პრიორიტეტულია სახელმწიფოსთვის, ამიტომ სახელმწიფო ცდილობს წაახალისოს ყურძნის წარმოება და რეალიზაცია. მევენახეობის სფეროში დასაქმებული ფიზიკური პირების მიერ მიღებული ყურძნის მოსავლის რეალიზაციის ხელშეწყობის მიზნით სახელმწიფოს 2017 წლის ბიუჯეტში განსაზღვრულია სუბსიდირების განხორციელება. ეს, ბუნებრივია, წამახალისებელი ფაქტორია ფერმერებისთვის, რომ ყურძენი დიდი რაოდენობით აწარმოონ.

სახელმწიფოს ფაქტორებში აღსანიშნავია

საკანონმდებლო ბაზა, რომელიც ამჟამად არცთუ ისე დახვეწილია. საქართველოს კანონი „ვაზისა და ღვინის შესახებ“, ექსპერტების აზრით, არ არის სრულყოფილი და საჭიროა მისი ძირეული შეცვლა. დამაბრკოლებელი ფაქტორია, ასევე, რუსეთთან დაძაბული პოლიტიკური ურთიერთობები. 2006 წელს რუსეთის ბაზარზე ქართული ღვინის ემბარგომ სერიოზული დარტყმა მიაყენა ქვეყნის მეღვინეობის დარგს. მართალია, 2013 წლიდან კვლავ გაიხსნა ქართული ღვინისთვის რუსული ბაზარი, მაგრამ ის შეგვიძლია მაინც არასტაბილურად მივიჩნიოთ.

შანსის ფაქტორები - შანსის ფაქტორებში აღსანიშნავია ის, რომ საქართველო კონფლიქტურ ზონაში იმყოფება. რუსეთის შეიარაღებული ძალების მიერ ოკუპირებულია საქართველოს ტერიტორიის 20% (აფხაზეთი და ცხინვალის რეგიონი), რაც ქმნის დიდ დაძაბულობას, აპრობებს ლტოლვილთა და დევნილთა დიდძალი ნაკადების წარმოქმნას და, ეკონომიკის სხვა დარგებთან ერთად, სერიოზულად აფერხებს მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარებას.

იმისათვის, რომ უკეთ გავიგოთ, თუ რა გავლენას ახდენს პორტერის „აღმასის“ მოდელში ჩამოყალიბებული ფაქტორები მეღვინეობის კონკურენტუნარიანობაზე და შევძლოთ ანალიზის გაკეთება, მიზანშეწონილია წარმოვადგინოთ ეს მონაცემები SWOT-ის სახით.

ძლიერი მხარეები

- ბუნებრივი პირობები - არაორდინარული ნიადაგები და კლიმატი, ვაზის უნიკალური ჯიშები;
- წარმოებული პროდუქციის მაღალი ხარისხი;
- ყურძნის წარმოებაზე გამოყენებული შრომის დაბალი ღირებულება;
- გამოცდილი მუშახელი;
- უნიკალური ბრენდების წარმოების შესაძლებლობა;
- მაღალი ცნობადობა დსთ-ს ქვეყნებში;
- ხელსაყრელი ადგილმდებარეობა დსთ-სა და ევროკავშირის ქვეყნებში ტრანსპორტირების დაბალი დანახარჯებისათვის;
- სახელმწიფო ხელშემწყობი პოლიტიკა;
- მიმზიდველობა უცხოელი ინვესტორებისათვის.

სუსტი მხარეები

- მაღალკვალიფიციური მუშახელის დეფიციტი;
- თანამედროვე აღჭურვილობისა და ტექნოლოგიების ნაკლებობა;
- ვენახების სუსტი მენეჯმენტი;
- მაღალი დანახარჯები იმპორტირებულ მასალებსა და კომპონენტებზე;
- ყურძნის დაბალი მწარმოებლურობა და ეფექტიანობა;
- მომუშავეთა განათლების დაბალი ხარისხი;

- დაბალი ცნობადობა დსთ-ს ქვეყნების გარეთ;
- მცირე ინვესტიციები მეცნიერულ კვლევაში;
- ფირმების სუსტი სტრატეგიები;
- მარკეტინგული უნარების ნაკლებობა;
- მეღვინეთა შორის ერთიანობის არარსებობა;
- ქართული ღვინის შესახებ ობიექტური და დახვეწილი ინფორმაციის არარსებობა;
- არასრულყოფილი საკანონმდებლო ბაზა.

შესაძლებლობები

- ახალი გლობალური ბაზრების ათვისება;
- ძველ ბაზრებზე უფრო ღრმად დამკვიდრება;
- თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა;
- მაღალხარისხიანი და ხელმისაწვდომი პროდუქტების წარმოება და ცნობადობის გაზრდა;

საფრთხეები

- არსებული ბრენდების ფალსიფიცირება;
- ვაზის დაავადებების გავრცელების რისკი;
- საომარი სიტუაციის დადგომა;
- პოლიტიკური დესტაბილიზაცია;
- საერთაშორისო ბაზრებზე კონკურენციის გამძაფრების რისკი.

დასკვნის სახით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საქართველოს გააჩნია საკმარისი ხელსაყრელი ბუნებრივი პირობები იმისათვის, რომ ჩამოყალიბდეს კონკურენტუნარიან ღვინის ექსპორტიორ ქვეყნად, თუმცა აუცილებელია რიგი ღონისძიებების გატარება პროდუქტიულობისა და ეფექტიანობის გასაზრდელად და ღვინის წარმოებაზე განეული დანახარჯების შესამცირებლად.

ბაიოყენილი ლიტერატურა

1. გაეროს ევროპისა და დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობის რეგიონული ბიურო, „საქართველოში ვაჭრობის განვითარებისათვის საჭიროებების შეფასება“, თბილისი, 2011
2. საქართველოს ღვინის ასოციაცია, საქსპორტო ბაზრების განვითარების გეგმა, ღვინის სექტორი, თბილისი, საქართველო, 2011
3. ქართული ღვინის ასოციაცია, <http://www.gwa.ge>
4. ღვინის ეროვნული სააგენტო, <http://georgianwine.gov.ge/>
5. Berulava G., The Impacts of the Free Trade Agreement with the European Union on the Georgian Wine Industry: the Competitiveness Analysis, 2008
6. <http://www.parliament.ge/ge/ajax/downloadFile/50-295/1>
7. World Bank Group, “Georgia Sector Competitiveness Overview”, 2009, p.27.