

# მეღვინეობის როლი ქვეყნის ეკონომიკისა და მესაქონლის განვითარების მიმართულებით

ლია კურახნიშვილი-

ფინანსების დოქტორი, სტუ

**საკანძო სიტყვები:** ბიზნესი, მთლიანი შიდა პროდუქტი, მეღვინეობა, ღვინის ექსპორტი.

## რეზიუმე:

საქართველოში ეკონომიკური და სოციალური ფონის მკვეთრი გაუმჯობესებისათვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის განვითარებას. ბიზნესის აღმავლობის შედეგად არის შესაძლებელი მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) გაზრდა.

მთლიანი შიდა პროდუქტის წარმოებაში სოფლის მეურნეობას მოკრძალებული (7%), მაგრამ საციცოცხლოდ მნიშვნელოვანი როლი აქვს. სოფლის მეურნეობის სპეციფიკის თვალსაზრისით საქართველო მსოფლიო მნიშვნელობის რეგიონია. ბოლო წლებში, სოფლის მეურნეობის სტრუქტურაში განსაკუთრებული როლი და მნიშვნელობა მიენიჭა მეღვინეობას. მეღვინეობის პოპულარიზებამ და ექსპორტის მიმართულებით მიღწეულმა წარმატებამ, დიდი სტიმული მისცა ადგილობრივ წარმოებას და ბიზნესის განვითარებას. ქართული ღვინის საექსპორტო ბაზრების განვითარების მარკეტინგული სტრატეგიის განხორციელებამ, რასაც სახელმწიფო კერძო სექტორთან ერთად აკეთებს, ქართული ღვინის ცნობადობა გაზარდა. შესაბამისად, მოთხოვნა ქართულ პროდუქტზე წლიდან წლამდე მატულობს. ტრადიციულ ბაზრებთან ერთად, საექსპორტო ნაწარმზე გაიზარდა მოთხოვნა ახალ ბაზრებზე, მათ შორის აზიის ქვეყნებში.

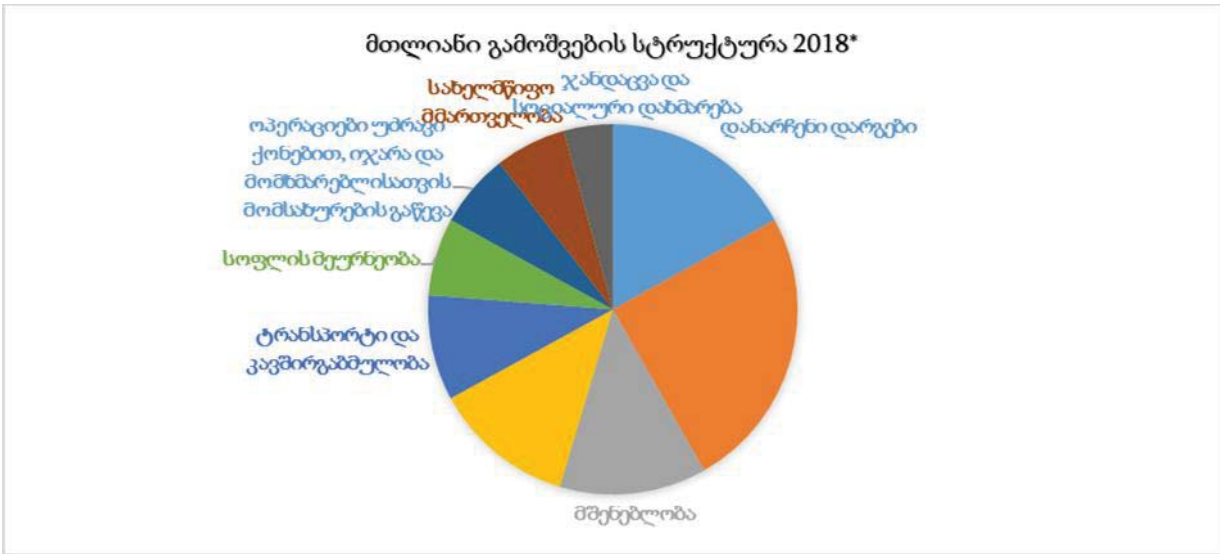
2019 წლის პირველ კვარტალში საქართველოდან მსოფლიოს 37 ქვეყანაში 19.4 მლნ ბოთლი (0.75ლ) ღვინოა ექსპორტირებული, რაც 2018 წლის ამავე მაჩვენებელს 10%-ით აღემატება. მთლიანობაში, 2019 წლის პირველ კვარტალში ღვინის, ბრენდის, ჭაჭის, ჩამოსასხმელი ბრენდის და საბრენდე სპირტის ექსპორტის შედეგად მიღებული შემოსავლების ზრდა 2018 წლის იანვარ-მარტის მაჩვენებელთან შედარებით 4%-ს აღწევს. საჭიროა მეტი ყურადღება მიექცეს საერთაშორისო ბაზრების დივერსიფიკაციას, ეკონომიკის ამ სექტორში ფინანსური რესურსების მოზიდვას, რადგან ღვინო არის ქვეყანაში ყველაზე ექსპორტირებადი პროდუქტი.

საქართველოში ეკონომიკური და სოციალური ფონის მკვეთრი გაუმჯობესებისათვის სასიცოცხლო მნიშვნელობა აქვს ბიზნესის განვითარებას. პირველ რიგში, საჭიროა დაბეგვრის მიზნებისთვის განსაზღვრული კლასიფიკაცია დაუახლოვდეს სტატისტიკის მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიას. სპეციალურად შემუშავებული ხელშემწყობი პროგრამების მეშვეობით მოხდეს სექტორის სწრაფი ზრდა. ბიზნესის აღმავლობის შედეგად არის შესაძლებელი მთლიანი შიდა პროდუქტის (მშპ) გაზრდა, მყარი საშუალო ფენის ჩამოყალიბება, დასაქმებისა და სხვა მრავალი პრობლემის გადაჭრა. განვითარებულ ქვეყნებში ეს კარგად აქვთ გააზრებული. იქ ბიზნესის როლი მთლიან ეკონომიკაში მეტად მნიშვნელოვანია.

ახალი ანგარიშის მიხედვით, მსოფლიო ბანკი 2019 წელს საქართველოს ეკონომიკის 4.6 %-ით ზრდას ვარაუდობს, მისივე მონაცემებით საქართველო საშუალოზე დაბალი შემოსავლების მქონე ქვეყნების ჯგუფიდან საშუალოზე მაღალი შემოსავლების მქონე ქვეყნების კატეგორიაში გადავიდა.

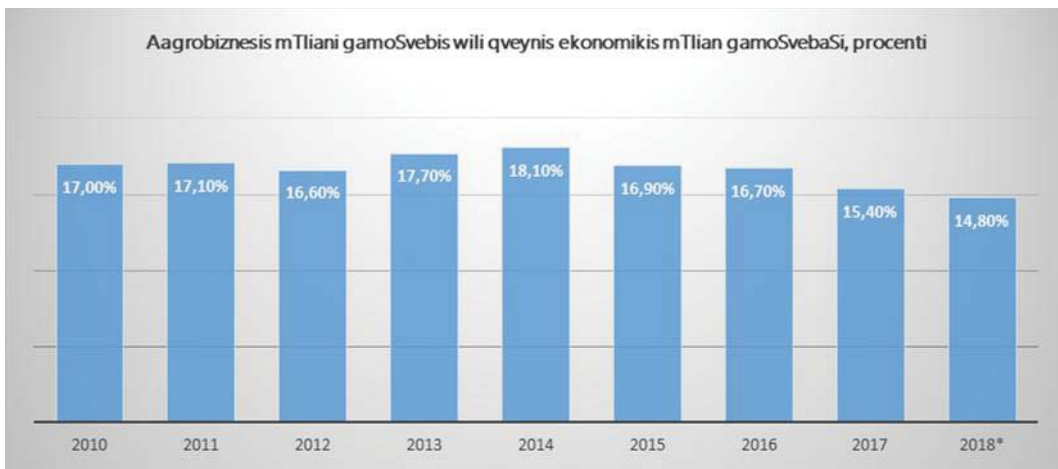
მთლიანი შიდა პროდუქტის წარმოებაში სოფლის მეურნეობას მოკრძალებული (7%), მაგრამ საციცოცხლოდ მნიშვნელოვანი როლი აქვს. მიუხედავად იმისა, რომ სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამამუშავებელ საწარმოთა წილი მშპ-ში სულ 4%-ს შეადგენს, ამ დარგში დასაქმებულია საქართველოს მოსახლეობის დაახლოებით 50%.

2018 წელს მშპ-ს სტრუქტურა დარგების მიხედვით შემდეგნაირად გადანაწილდა: მრეწველობა (25%), მშენებლობა (13%), ვაჭრობა (12%), ტრანსპორტი და კავშირგაბმულობა (9%), სოფლის მეურნეობა (7%), ოპერაციები უძრავი ქონებით, იჯარა და მომხმარებლისთვის მომსახურების გაწევა (6%), სახელმწიფო მმართველობა (6%), ჯანდაცვა და სოციალური (4%), დანარჩენი დარგები (17%).



სოფლის მეურნეობის სპეციფიკის თვალსაზრისით საქართველო მსოფლიო მნიშვნელობის რეგიონია. იგი წარმოადგენს ვაზის სამშობლოს და ხორბლის წარმოების უძველეს კერას. ბუნებრივი და ეკონომიკური პირობების მრავალფეროვნებამ და მოთხოვნილებებმა ხანგრძლივი ისტორიის მანძილზე სოფლის მეურნეობის დარგობრივი მრავალფეროვნება გამოიწვია.

აგრობიზნესის მთლიანი გამოშვების წილი ქვეყნის ეკონომიკის მთლიან გამოშვებაში პროცენტულად 2010-2018 წლებში შემდგენიარად ჩამოყალიბდა: 2010-2013 წლებში 17%-ის ფარგლებში მერყეობდა, 2014 წელს 18.1% მიაღწია, ხოლო 2018 წელს 14.8%-მდე დაეცა.



ბოლო წლებში, სოფლის მეურნეობის სტრუქტურაში განსაკუთრებული როლი და მნიშვნელობა მიენიჭა მეღვინეობას. საქართველოს მასშტაბით, ყველა კუთხე ცნობილია მეღვინეობის ადგილობრივი, ტრადიციული მეთოდით. მათ შორის ყველაზე გავრცელებულია კახური ტრადიციული, რომელიც ძირითადად კახეთში და, შედარებით ნაკლებად, კახეთის მიმდებარე რეგიონებში გამოიყენება. ღვინის დამზადების განსხვავებული მეთოდია ქვეყნის ღვინო, რომელიც იუნესკოს მიერ აღიარებულია როგორც კულტურული მემკვიდრეობა. ისეთ პატარა ქვეყანას, როგორც საქართველოა, აქვს უამრავი განსხვავებული ღვინო და ჯიში. მსოფლიოში 4000-მდე ვაზის ჯიშია ცნობილი, მათ შორის 525-ს ქართული წარმოშობა აქვს. მსოფლიო ვენახების ფართობების თითქმის 1% საქართველოზე მოდის.

მეღვინეობის პოპულარიზებამ და ექსპორტის მიმართულებით მიღწეულმა წარმატებამ, დიდი სტიმული მისცა ადგილობრივ წარმოებას და ბიზნესის განვითარებას. ღვინის ეროვნული სააგენტოს ვებ-გვერდზე განთავსებული ინფორმაციის თანახმად საქართველოში 860 (მათ შორის დიდი ნაწილი თბილისში), ხოლო კახეთის რეგიონში 262 ღვინის კომპანია და მარანია რეგისტრირებული. საწარმოების რაოდენობა ბოლო წლებში გათმაგდა.

ქართული ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების საექსპორტო არეალის გაფართოებამ საერთაშორისო ბაზარზე ქართული პროდუქციის დაბრუნება განაპირობა. ბიზნესის ხელშემწყობ პირობას წარმოადგენს ბაზრების დივერსიფიკაცია, ვენახების ფართობების დადგენა, აღწერა და ვენახების აღრიცხვიანობის საკადასტრო სისტემის შექმნა, ასევე, სხვადასხვა რაიონის მიხედვით ყურძნის რაოდენობისა და წარმოების მასშტაბების განსაზღვრა.

მევენახეობა-მღვინეობის სექტორს აქვს საკმაოდ დიდი დივერსიფიკაციის შესაძლებლობები, რომელიც მხოლოდ ნაწილობრივ არის ათვისებული ფერმერებისა და საწარმოების მხრიდან.

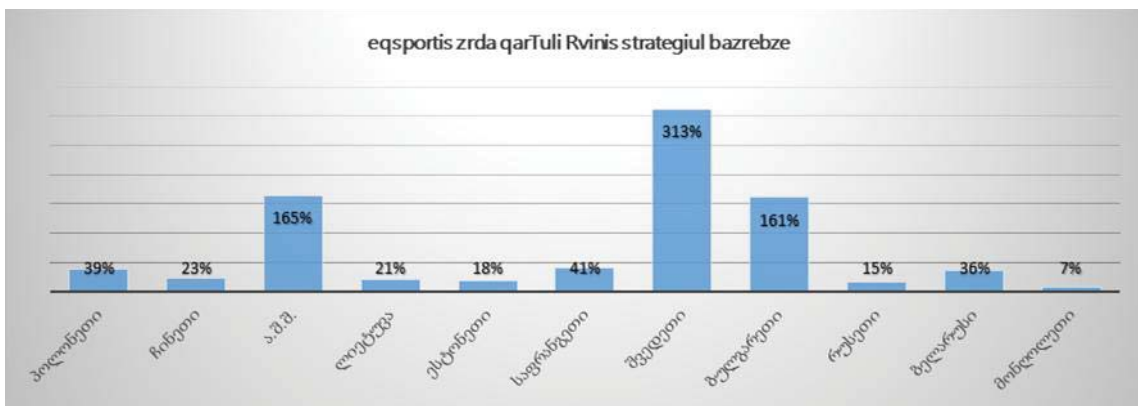
გასათვალისწინებელია რომ, იმ ჯიშებისათვის, რომლებიც უნიკალურ მიკროკლიმატს მოითხოვენ და შესაბამისად, მცირე რაოდენობის მოსავალს იძლევიან, ეკონომიკური ეფექტიანობა გაცილებით მაღალია და მზა პროდუქციის საცალო ფასი მნიშვნელოვნად აღემატება მაღალმოსავლიანი ჯიშებისაგან განსხვავებული ყურძნის ღვინოების ფასს.

ქართული ღვინის საექსპორტო ბაზრების განვითარების მარკეტინგული სტრატეგიის განხორციელებამ, რასაც სახელმწიფო კერძო სექტორთან ერთად აკეთებს, ქართული ღვინის ცნობადობა გაზარდა. შესაბამისად, მოთხოვნა ქართულ პროდუქტზე წლიდან წლამდე მატულობს. ტრადიციულ ბაზრებთან ერთად, საექსპორტო ნაწარმზე გაიზარდა მოთხოვნა ახალ ბაზრებზე, მათ შორის აზიის ქვეყნებში. ღვინის ეროვნული სააგენტო, რომლის უშუალო მოვალეობაც არის ქვეყანაში ვაზისა და ღვინის წარმოების ხელშეწყობა, უკანასკნელი წლების განმავლობაში აქტიურად ახდენს ქართული პროდუქტის პოპულარიზაციას მთელ მსოფლიოში.

ღვინის ეროვნული სააგენტო, რომლის უშუალო მოვალეობაც არის ქვეყანაში ვაზისა და ღვინის წარმოების ხელშეწყობა, უკანასკნელი წლების განმავლობაში აქტიურად ახდენს ქართული პროდუქტის პოპულარიზაციას. ტრადიციული რუსეთის ბაზრის გარდა, ქართული ღვინის რეალიზაცია იზრდება ევროპის ქვეყნებში, ამერიკაში, ჩინეთში, იაპონიაში. სახელმწიფო დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს ქართული ღვინის ექსპორტს სტრატეგიულ ბაზრებზე. მიღწეული შედეგები მუდმივად მზარდია.

2019 წლის პირველ კვარტალში საქართველოდან მსოფლიოს 37 ქვეყანაში 19.4 მლნ ბოთლი (0.75ლ) ღვინოა ექსპორტირებული, რაც 2018 წლის ამავე მაჩვენებელს 10%-ით აღემატება. ექსპორტირებული ღვინის ღირებულება 47 მლნ აშშ დოლარს აღწევს, რაც 2018 წლის ანალოგიურ მონაცემებზე 16%-ით მეტია. ქართული ღვინის რეალიზაცია გაზრდილია როგორც ამერიკის, ისე აზიის, ევროპისა და ტრადიციული ბაზრების მიმართულებით.

მთლიანობაში 2019 წლის პირველ კვარტალში ღვინის, ბრენდის, ჭაჭის, ჩამოსასხმელი ბრენდის და საბრენდე სპირტის ექსპორტის შედეგად მიღებულმა შემოსავლებმა 67.7 მლნ აშშ დოლარს გადააჭარბა, ზრდა 2018 წლის იანვარ-მარტის მაჩვენებელთან შედარებით 4%-ს აღწევს. ქართული ღვინის ექსპორტის ზრდა სტრატეგიულ ბაზრებზე ქვეყნების მიხედვით შემდეგნაირად გადანაწილდა: შვედეთი (313%), აშშ (165%), ბულგარეთი (161%), ლიეტუვა (21%), ესტონეთი (18%), საფრანგეთი (41%), პოლონეთი (39%), ბელორუსი (36%), ჩინეთი (23%), ლიეტუვა (21%), ესტონეთი (18%), რუსეთი (15%), მონღოლეთი (7%).



რადგან ღვინო არის ქვეყანაში ყველაზე ექსპორტირებადი პროდუქტი, ამიტომ საჭიროა მეტი ყურადღება მიექცეს საერთაშორისო ბაზრების დივერსიფიკაციას, ეკონომიკის ამ სექტორში ფინანსური რესურსების მოზიდვას, სასურსათო უსაფრთხოების უზრუნველყოფას და სოფლად სიღარიბის დაძლევას.

## ლიტერატურა:

1. საინფორმაციო-ანალიტიკური პორტალი, ქართული ღვინის კომპანიები <http://vinoge.com/qarTuli-Rvinis-kompaniebi>
2. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური <http://geostat.ge>
3. თამარ ლაზარიაშვილი, მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების პრობლემები საქართველოში, 2007
4. ქართული ღვინის ასოციაცია <http://www.gwa.ge>
5. ქვეყნის ძირითადი მონაცემები და მიმართულებები, 2015-2018 წლები, საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო, <http://www.mof.ge/BDD>;

## The Role of Winemaking in Economy and Export Development of the Country

**Lia Kurakhchishvili-**  
Doctor of Finance, GTU

**Key words:** business, gross domestic product, winery, wine export

### Abstract

In Georgia business development has got a vital importance for sharp improvement of economic and social background. The business development will give possibility to increase gross domestic product (GDP). In the GDP growth rate of Georgia, agriculture has a small (7%) but a vital role. In terms of agriculture specificity, Georgia is a world-renowned region. In recent years, the winemaking has obtained a special role and importance in the structure of the agriculture. The promotion of winemaking and the success achieved in export direction have strongly stimulated both local production and business development. The state, together with the private sector has implemented marketing strategies of export markets development for Georgian wine. The above mentioned strategies have increased awareness of Georgian wine. Accordingly, there is a growing demand for Georgian products.

Together with traditional markets, export products have increased demand for new markets, including Asian countries. In the first quarter of 2019, Georgia exported 19.4 million bottles (0.75 GEL) in 37 countries of the world, which is more than 10% of the same indicator in 2018. In general, in the first quarter of 2019, revenues from wine, brand, chacha, bottling of brand and brandy spirits have been increased by 4%, compared to the first quarter (January-March) of 2018. We need to pay more attention to diversification of international markets, attracting financial resources in this sector of economy, as wine is the most exported product in the country.