

ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის გამოწვევები პანდემიის და რუსეთ-უკრაინის ომის პერიოდში

დათო კუჭაშვილი

დოქტორანტი, საქართველოს უნივერსიტეტი, kuchashvilidato@gmail.com

აბსტრაქტი

საქართველო ღვინის სამშობლოა, რომლის მეღვინეობის ისტორია 8000 წელს სცდება და რომელიც აერთიანებს 510-ზე მეტ ვაზის ჯიშს. უკანასკნელ წლებში ქართულმა ღვინოებმა საერთაშორისო ასპარეზზე მნიშვნელოვანი აღიარება მოიპოვეს, ამიტომაც საქართველოს ერთ-ერთი ძირითადი ვალდებულებაა შეინარჩუნოს მეღვინეობის უძველესი ტრადიცია, ტექნიკა, და წარმოაჩინოს თავისი ძირძველი ყურძნის ჯიშების მრავალფეროვნება მთელ მსოფლიოში. ქართული ღვინის ფესტივალი, როგორცაა „თბილისის ღვინის ყოველწლიური ფესტივალი“, იზიდავს უამრავ მნახველებს მთელ მსოფლიოდან, რომლებსაც სურთ შეისწავლონ და გაეცნონ ქართული მევენახეობის სიმდიდრეს.

საქართველოში, ალკოჰოლური სასმელების წარმოება ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფ მზარდი და სარფიანი დარგია, რომელიც საკმაოდ კარგად პროგრესირებს, რაზეც მიუთითებს ქართული ღვინისა და სპირტიანი სასმელების პოპულარობის ზრდა საერთაშორისო ბაზრებზე. ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის განვითარება აღმასრულებელი ხელისუფლების ერთ-ერთ პრიორიტეტს წარმოადგენს, რადგან აღნიშნული დარგის გაძლიერებამ და წინსვლამ უნდა განაპირობოს საქართველოს ეკონომიკის დივერსიფიკაცია და ტურიზმის სექტორზე დამოკიდებულების ხარისხის შემცირება. რაც უფრო მეტად დივერსიფიცირებული ეკონომიკა აქვს სახელმწიფოს, მით უფრო ნაკლები გავლენა აქვს არსებით განუსაზღვრელობებს ქვეყნის ფინანსურ სტაბილურობაზე. ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორი ეკონომიკური ზრდის მნიშვნელოვანი მამოძრავებელი ძალაა და მისი, როგორც პრიორიტეტული დარგის, განვითარებისთვის სახელმწიფო ახორციელებს შემდეგ ღონისძიებებს:

1. ქართული ღვინოპროდუქციის ადგილობრივი და საერთაშორისო დეგუსტაციების, გამოფენების, კონკურსების და ტურების მოწყობა;
2. სპეციალიზირებული საერთაშორისო ჟურნალებისთვის საქართველოს მეღვინეობის შესახებ სტატიების მომზადება და მათი გამოქვეყნება;
3. მევენახეობის კადასტრის დანერგვა;
4. ვენახების ფართობების აღრიცხვა;
5. ადგილობრივ და საექსპორტო ბაზრებზე ფალსიფიცირებული და უხარისხო პროდუქციის აღკვეთისთვის ლაბორატორიული კვლევების განხორციელება და ა.შ.

ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების დარგში მოღვაწე კომპანიების შემოსავლების დიდი წილი საერთაშორისო ბაზრებზე მოდის, შესაბამისად კონკურენციის შენარჩუნების მიზნით უმნიშვნელოვანესია პროდუქციის ხარისხის უწყვეტი განვითარება და შენარჩუნება, რათა განხორციელდეს რუსეთის ბაზარზე დამოკიდებულების შემცირება.

საკვანძო სიტყვები: მოგების მაქსიმიზაცია; რთველი; ექსპორტი; ბიუჯეტი; ღვინო; რუსეთი; ხარისხი.

შესავალი

ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების დარგისთვის კრიზისული პერიოდი ასოცირდება გაურკვეველ და მნიშვნელოვან მოვლენასთან, რომელიც საფრთხეს უქმნის სექტორის საოპერაციო, ბიზნეს და ფინანსურ სტაბილურობას, რაც თავის მხრივ ნეგატიურად აისახება კომპანიების მიერ დასახულ მიზნებზე, ამოცანებზე და უწყვეტ განვითარებაზე. ამდენად საინტერესოა შესწავლილ იქნას ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორი რა გამოწვევების წინაშე დადგა პანდემიის და რუსეთ-უკრაინის ომის პერიოდში.

კვლევის მიზნებია:

1. კრიზისული პერიოდის (პანდემიის და რუსეთ უკრაინის ომი) გავლენის შეფასება, ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების დარგზე;
2. ღვინისა და ყურძნის ხარისხის გასაუმჯობესებლად, სახელმწიფოს მიერ ბოლო წლებში გატარებული ღონისძიებების შეფასება;
3. ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის მომგებიანობის ანალიზი;
4. რუსეთის ბაზარზე დამოკიდებულების ხარისხის შესწავლა.

კვლევის ჰიპოთეზები მდგომარეობს შემდეგში:

1. სექტორის ეკონომიკური თვისებიდან გამომდინარე კომპანიების მოგება გრძელვადიან პერიოდში ნულის ტოლია;
2. პანდემიის პერიოდში, ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის შემოსავლების შემცირებამ გამოიწვია ბიუჯეტის დეფიციტის 10%-ით ზრდა;
3. პანდემიის პერიოდში რთველის პროცესის სუბსიდირებამ შეამცირა პანდემიით გამოწვეული ნეგატიური შედეგები;
4. მიუხედავად რუსეთ-უკრაინის ომისა, რუსეთის ბაზარზე დამოკიდებულების ხარისხი კვლავ მაღალია.

სტატიაში არსებული ინფორმაცია მნიშვნელოვანია, რადგან ის ხელს უწყობს სექტორში არსებული იმ ძირითადი პრობლემების და გამოწვევების იდენტიფიცირებას, რომლებიც ნეგატიურად აისახება კომპანიების ფუნქციონირებადობის პრინციპზე. საკითხის შესწავლა ეხება პანდემიის და რუსეთ-უკრაინის ომის პერიოდებს.

მეთოდები

მოყვანილი ჰიპოთეზების სიზუსტის შესასწავლად და ამოცანების გადასაჭრელად, ასევე მიზნების მისაღწევად, გამოყენებული იყო პირველადი და მეორადი კვლევის მეთოდები. მეორადი კვლევისთვის გამოყენებულ იქნა სტატისტიკის დეპარტამენტისა და სხვადასხვა უწყებების მიერ გამოქვეყნებული მონაცემები და ჩატარებული კვლევის შედეგები.

სტატიაში მოყვანილი პირველი ჰიპოთეზის შესასწავლად განხორციელდა 2022-2023 წლების საექსპორტო ბაზრების ანალიზი, რომლის ფარგლებშიც შესწავლილ იქნა საექსპორტო ბაზრების ზრდის და კლების დინამიკები, ასევე სტრუქტურა და რუსეთის ბაზარზე დამოკიდებულების ხარისხი. ამასთანავე განხორციელდა ექსპორტირებული ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების ღირებულების დადგენა. აღნიშნული საკითხის შესასწავლად ინფორმაციის მიღების წყაროს წარმოადგენდა ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს და „ღვინის ეროვნული სააგენტოს“ მიერ გამოქვეყნებული ანგარიშები.

მეორე ჰიპოთეზის შესასწავლად განხორციელდა 2018-2023 წლებში ჩატარებული რთველის პროცესის ანალიზი, რომლის ფარგლებშიც გამოკვლეულ იქნა: კომპანიების მიერ გადამამუშავებელი ყურძნის მოცულობა, რეალიზებული ნედლეულის ღირებულება, პანდემიის პერიოდში რთველის პროცესში არსებული გამოწვევები და მათი დაძლევის გზები (სუბსიდირება). ინფორმაციის მიღების წყაროს წარმოადგენდა „ღვინის ეროვნული სააგენტოს“ მიერ გამოქვეყნებული ანგარიშები.

მესამე ჰიპოთეზის შესასწავლად გამოყენებულ იქნა პირველადი და მეორადი კვლევის მეთოდები. კვლევის საწყის ეტაპზე განხორციელდა პანდემიის პერიოდში ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის შემოსავლიანობის ანალიზი, რომლის შეფასების კრიტერიუმებად გამოყენებულ იყო ექსპორტის მოცულობა და ღირებულება. კვლევის საბოლოო ეტაპზე განხორციელდა სახელმწიფო ბიუჯეტის 2020, 2021, 2022 და 2023 წლების ანალიზი, რომლის ფარგლებშიც შესწავლილ იქნა ქვეყნის ძირითადი მონაცემების და მიმართულების დოკუმენტი (BDD), ბიუჯეტის სალდო და მევენახეობა-მეღვინეობის დარგის განვითარებისთვის სახელმწიფოს მიერ გამოყოფილი ასიგნებები.

მეოთხე ჰიპოთეზის შესასწავლად კვლევის საწყის ეტაპზე დადგინდა, თუ რომელი ბაზრის ტიპს (სრულყოფილი კონკურენცია, მონოპოლია, მონოპოლისტური კონკურენცია, ოლიგოპოლია) განეკუთვნებოდა ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორი. შესწავლის მეორე ეტაპზე დადგინდა ეკონომიკის პრინციპებიდან გამომდინარე ბაზრის მოგების მაქსიმიზაციის პრობემების მოკლევადიანი და გრძელვადიანი პერიოდებისთვის.

შედეგები, მსჯელობა და დასკვნები

1. ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების ბაზრის მოგების მაქსიმიზაციის პრობლემა

ბაზარი, ეს არის სივრცე, რომელიც აკავშირებს ორ ან ორზე მეტ როგორც ფიზიკურ, ასევე იურდიულ პირს, რომლებსაც სურთ რაიმეს ყიდვა ან გაყიდვა. ანუ ბაზარი ეს არის ბიზნეს

გარემო, სადაც ხდება მყიდველისა და გამყიდველის ჯანსაღი სავაჭრო ურთიერთობების ჩამოყალიბება.

ტრადიციულ-ეკონომიკურად გამოირჩევა ოთხი ტიპის ბაზარი:

1. სრულყოფილი კონკურენცია
2. მონოპოლია
3. მონოპოლისტური კონკურენცია
4. ოლიგოპოლია

ნახსენები ტიპებიდან ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების ბაზარი განეკუთვნება მონოპოლისტური კონკურენციის საბაზრო სისტემას, რადგან:

1. დარგში არსებული კომპანიები ყოდიან პროდუქციას, რომელიც ოდნავ მაინც განსხვავდება კონკურენტების შეთავაზებებისაგან. კერძოდ კი, ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების ბაზარზე პროდუქტები განსხვავდება ერთმანეთისგან დაძველებით, დამზადების ტექნოლოგიით, ფერით, არომატით, გემოთი, ხარისხით, ალკოჰოლის შემცველობით და სხვა;
2. ბაზარზე მრავალი გამყიდველია, რის გამოც ბაზარი გაჯერებულია და მოთხოვნის და მიწოდების მაჩვენებლები გაწონასწორებულია.

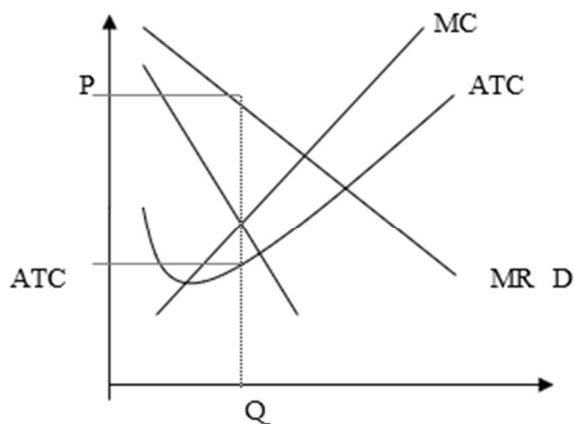
აღნიშნული ბაზარი ვერ განიხილება მონოპოლისტურად ანდა ოლიგოპოლიურად თუნდაც იმის გამო, რომ ბაზარზე მრავალი გამყიდველია. მოცემული დარგი ასევე ვერ განიხილება სრულყოფილ კონკურენციად, რადგან ამ დროს მწარმოებლების მიერ შეთავაზებული პროდუქტები ერთმანეთის იდენტურია.

ზემოთ მოყვანილი ანალიზიდან გამომდინარე, შესაძლებელია განვიხილოთ ღვინისა და ალკოჰოლური კომპანიების მოგების მაქსიმიზაციის პირობები როგორც გრძელვადიან, ასევე მოკლევადიან პერიოდში. ბაზრის თვისებიდან გამომდინარე, კომპანიები მოგების მაქსიმიზაციას ახდენენ მაშინ, როდესაც ზღვრული შემოსავალი ტოლია ზღვრული დანახარჯის ($MR=MC$). იმის გათვალისწინებით, რომ ალკოჰოლური სასმელების ბაზარი მონოპოლისტური კონკურენციის ტიპისაა, აქ მოღვაწე კომპანიებმა მოკლევადიან პერიოდში შესაძლოა მიიღონ როგორც მოგება, ასევე განიცადონ ზარალი. მაგრამ გრძელვადიან პერიოდში, ბაზრის თვისებებიდან გამომდინარე, კომპანიების მოგება ნულის ტოლია.

ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებლების მოგება მოკლევადიან პერიოდში

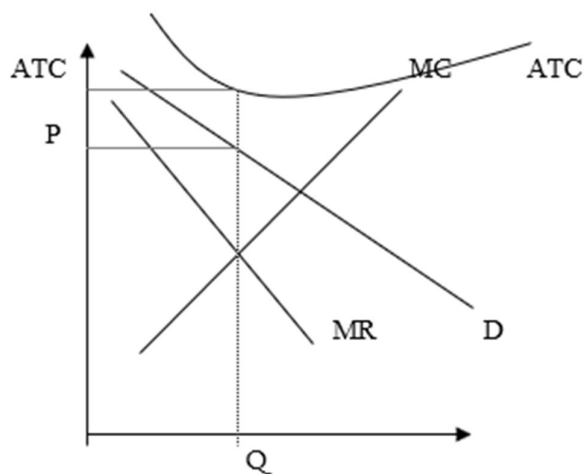
ბაზრის თვისებებიდან გამომდინარე, ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებლები მოკლევადიან პერიოდში იღებენ მოგებას იმ შემთხვევაში, როდესაც ფასი მეტია საშუალო-მთლიან დანახარჯზე ($P > ATC$), ხოლო განიცდიან ზარალს, როდესაც ფასი ნაკლებია საშუალო-მთლიან დანახარჯზე ($P < ATC$).

ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებლების მოგება მოკლევადიან პერიოდში:



ნახ. 1. კომპანიების მოგების მიღების პირობა

კომპანიების ზარალის მიღების პირობა:

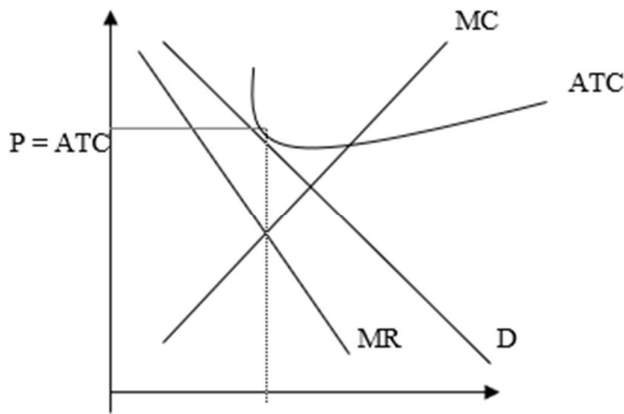


ნახ. 2. კომპანიების ზარალის მიღების პირობა

ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებლების მოგება გრძელვადიან პერიოდში

გრძელვადიან პერიოდში, ვინაიდან ალკოჰოლური სასმელების ბაზარი მონოპოლისტური კონკურენცისაა, კომპანიების მოგება ნულოვანია, რადგან ბაზრის თვისებებიდან გამომდინარე, ფასი საშუალო ზღვრული დანახარჯის ტოლია ($P=ATC$).

ალკოჰოლური სასმელების მწარმოებლების მოგება გრძელვადიან პერიოდში:



ნახ. 3. მოგება გრძელვადიან პერიოდში

3. მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის ბიუჯეტიდან გამოყოფილი ასიგნებები

ცხრილი 1. ბიუჯეტის მთლიანი სალდო, საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტში გამოყოფილი ასიგნებები მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის და ღვინის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლები.

წელი	ბიუჯეტის მთლიანი სალდო (საბიუჯეტო სახსრები, ათას ლარებში)	ბიუჯეტიდან გამოყოფილი ასიგნებები მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის, ათას ლარებში	ღვინის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავალი, მლნ აშშ დოლარი
2018 ფაქტი	-759 229	18 060	203
2019 ფაქტი	-1 463 381	13 830	240
2020 ფაქტი	-4 264 377	79 956	216,5
2021 ფაქტი	-3 779 206	152 800	250
2022 ფაქტი	-2 001 510	124 747	252,5
2023 ფაქტი	-2 415 678	67 400	259,2
2024 გეგმა	-2 370 509	53 800	

წყარო: საქართველოს კანონი სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ; ღვინის ეროვნული სააგენტოს ანგარიშები, 2018-2023 წწ.

დასკვნა: საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტში, 2018 წლიდან მოყოლებული, ფიქსირდება ბიუჯეტის დეფიციტი, კერძოდ:

ბიუჯეტის დეფიციტი საბაზისო 2018 წელთან მიმართებით:

1. 2019 წელს გაიზარდა 704 152 ათასი ლარით, ანუ 93%-ით;
2. 2020 წელს გაიზარდა 3 505 148 ათასი ლარით, ანუ 462%-ით;
3. 2021 წელს გაიზარდა 3 019 977 ათასი ლარით, ანუ 398%-ით;
4. 2022 წელს გაიზარდა 1 242 281 ათასი ლარით, ანუ 163%-ით;

5. 2023 წელს გაიზარდა 1 656 449 ათასი ლარით, ანუ 218%-ით;
6. 2024 წელს გაიზარდა 1 611 280 ათასი ლარით, ანუ 212%-ით.

ბიუჯეტის დეფიციტის უარყოფითი მაჩვენებელი გავლენას ახდენს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაზე, რადგან აღნიშნულის მეშვეობით ხორციელდება სხვადასხვა სახის პროგრამების დაფინანსება, რამაც შემდგომში უნდა უზრუნველყოს საზოგადოების ცხოვრების დონის ამაღლება. გარდა ზემოთ ხსენებულისა, ბიუჯეტის უარყოფითი მთლიანი სალდო განაპირობებს სახელმწიფო ვალის მატებას, რამაც შესაძლოა განაპირობოს ქვეყნის საკრედიტო რეიტინგის გაუარესება და ინვესტიციების მოცულობების მკვეთრი ვარდნა, რაც ნეგატიურად აისახება ეროვნული ვალუტის გაცვლით კურსზე.

პანდემიის დაწყებიდან ერთ წელიწადში (2020 წელს) ბიუჯეტის დეფიციტი საბაზისო წელთან შედარებით გაიზარდა 462%-ით, ხოლო წინა წელთან მიმართებით 191%-ით. მიუხედავად ზემოთ ხსენებულისა, 2020 წელს ბიუჯეტიდან გამოყოფილი ასიგნებები მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის 2019 წელთან შედარებით გაიზარდა 478%-ით, თუმცა მიუხედავად აღნიშნულისა, ღვინის რეალიზაციიდან მიღებულმა შემოსავლებმა იკლო 23,5 მლნ აშშ დოლარით, ანუ 10%-ით. 2020 წელს, საექსპორტო ბაზრებიდან მიღებული შემოსავლების კლება განპირობებული იყო ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის შემცირებით და სახელმწიფოს მიერ დაწესებული შეზღუდვებით.

პანდემიის დაწყებიდან მეორე წელს (2021 წელს) საქართველოს ეკონომიკამ დაიწყო თანდათანობით აღდგენა, რაც დადებითად აისახა სახელმწიფო ბიუჯეტის მთლიან სალდოზე. კერძოდ: ბიუჯეტის დეფიციტმა საბაზისო წელთან შედარებით შეადგინა 398%, ხოლო 2021 წელთან შედარებით იკლო 11%-ით, რამაც განაპირობა მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის ბიუჯეტიდან გამოყოფილი ასიგნებების წინა წელთან შედარებით ზრდა 91%-ით. 2020 წელთან შედარებით მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის სახელმწიფოს მიერ ასიგნებების 91%-ით ზრდამ განაპირობა ღვინის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავლების 33,5 მლნ აშშ დოლარით ზრდა, რაც 15%-ით აღემატება წინა წლის მაჩვენებელს.

რუსეთ-უკრაინის ომის დაწყებიდან ერთ წელიწადში ბიუჯეტის უარყოფითი მთლიანი სალდო გაიზარდა 21%-ით, რამაც განაპირობა მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარებისთვის ბიუჯეტიდან გამოყოფილი ასიგნებების შემცირება 45%-ით, თუმცა მიუხედავად აღნიშნულისა, ღვინის რეალიზაციიდან მიღებული შემოსავალი გაიზარდა 3%-ით.

როველის პროცესი 2018-2023 წლებში

მევენახეობა-მელვინეობის დარგის განვითარების პროგრამის ფარგლებში, ბიუჯეტიდან გამოყოფილი ასიგნებების ეფექტიანი ხარჯვისათვის მნიშვნელოვანია სახელმწიფოს მიერ:

1. შემუშავებული დაგეგმვის სისტემა უზრუნველყოფდეს ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების სექტორის სტრატეგიული მიზნებისა და ამოცანების მიღწევადობას;

2. დანერგილი რისკის მართვის სისტემა უზრუნველყოფდეს რისკების ეფექტურ მართვას;
3. ალკოჰოლიანი სასმელების პოპულარიზაციის ფარგლებში დანერგილი ინფორმაციისა და კომუნიკაციის სისტემა უზრუნველყოფდეს სწორი გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ინფორმაციის შეუფერხებლად და დროულად მიმოცვლას, რათა მიღწეულ იქნეს ინფორმაციის მთლიანობა და საიმედოობა;
4. განხორციელდეს რთველის პროცესის ეფექტურად ჩატარება.

ცხრილი 2. რთველის პროცესი პანდემიის და რუსეთ-უკრაინის ომის პერიოდში

წელი	კომპანიების მიერ გადამამუშავებელი ყურძნის ოდენობა (ტონა)	რეალიზებული ყურძნის ღირებულება (მლნ ლარი)
2018	245 000	312
2019	271 000	300
2020	284 000	310
2021	243 000	270
2022	257 000	270
2023	221 200	306

წყარო: ღვინის ეროვნული სააგენტოს ანგარიშები, 2018-2023 წწ.

დასკვნა: რთველის პროცესი ერთ-ერთი უძველესი ქართული ტრადიციაა, რის გამოც ის კულტურის განუყოფელ ნაწილად იქცა. უკანასკნელი წლების განმავლობაში სახელმწიფოს ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს გამოწვევას წარმოადგენს რთველის პროცესის ორგანიზებულად ჩატარება მთელი საქართველოს მასშტაბით. რთველის პროცესის წარმატებით ჩატარება გავლენას ახდენს ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების რეალიზაციიდან მიღებულ შემოსავლებზე, კერძოდ, რაც უფრო მეტი და ხარისხიანი მოსავალი იქნება საანგარიშო წელს, მით უფრო მეტი შესაძლებლობა ეძლევა კომპანიებს აწარმოონ დიდი რაოდენობის ხარისხიანი ალკოჰოლური სასმელები და გაყიდონ ისინი საერთაშორისო ბაზრებზე.

2019 წელს საქართველოს მასშტაბით კომპანიების მიერ განხორციელდა 271 ათასი ტონა ყურძნის გადამამუშავება, რაც წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს აღემატებოდა 11%-ით, მაშინ როდესაც აღნიშნულ პერიოდში ადგილობრივ ბაზარზე რთველის განხორციელების კუთხით არსებობდა რამდენიმე ძირითადი გამოწვევა, კერძოდ:

1. თეთრ ყურძენზე მოთხოვნის შემცირება;
2. ჭარბი მოსავალი;
3. რუსეთის ბაზარზე არასტაბილური მდგომარეობა.

ზემოთხსენებული გამოწვევის მიუხედავად სახელმწიფოს მიერ 2019 წელს სრულად განხორციელდა ქვეყნის მასშტაბით მოსავლის დაბინავება. თუმცა მიუხედავად ამისა, ყურძნის რეალიზაციიდან მიღებულმა შემოსავალმა, წინა წელთან შედარებით, იკლო 4%-ით. 2020 წელს, 2019 წელთან შედარებით, 11%-ით ყურძნის გადამამუშავების მაჩვენებლის ზრდის გამომწვევი ძირითადი ფაქტორი გახლდათ კახეთის რეგიონში გადამამუშავების მაჩვენებლის ზრდა 33 ათასი ტონით და ვენახების ფართობების მატება.

კოვიდ 19-ის პერიოდში, 2020 წელს, სახელმწიფოს უმთავრეს მიზანს წარმოადგენდა:

1. ყურძნის ჭარბი მოსავლის დაბინავება;
2. მეღვინეობა-მევენახეობის სტაბილური განვითარების პოზიტიური დინამიკის შენარჩუნება.

პანდემიის გავლენა რთველის პროცესზე 2020 წელს იყო უმნიშვნელო, რადგან:

1. აღმასრულებელი ხელისუფლების გადაწყვეტილებით რთველის პროცესის სუბსიდირება, კერძოდ, 1 კგ ყურძნის შესყიდვისას ღვინის კომპანიებზე გაიცემოდა რეაქტივებზე და კახურ მწვანეზე 30 თეთრის სუბსიდია. სუბსიდიის პროგრამაში მონაწილეობა შეძლო მხოლოდ ისეთმა კომპანიებმა, რომლებმაც მევენახეებისგან შეისყიდა და გადაამუშავა არანაკლებ 1000 ტონა რეაქტიული ან კახური მწვანის ჯიშის ყურძენი და ჩაბარებულ ერთ კილოგრამ ნედლეულში ჩამბარებელს გადაუხადა არანაკლებ 80 თეთრისა. კოვიდ 19-ის პერიოდში, რომ არ განხორციელებულიყო აღმასრულებელი ხელისუფლების მიერ რთველის პროცესის სუბსიდირება, გლეხებს მოუწევდათ ერთი კილოგრამი რეაქტიულის გაყიდვა 50 თეთრად, რაც მეღვინეობა-მევენახეობის სექტორს დიდ დარტყმას მიაყენებდა;
2. 2019 წელთან შედარებით, კომპანიების მიერ გადამამუშავებელი ყურძნის ოდენობა გაიზარდა 13 000 ტონით, ანუ 5%-ით, ხოლო რეალიზებული ყურძნის ღირებულება 10 მილიონი ლარით, ანუ 3%-ით;
3. სახელმწიფო საწარმოებმა მევენახეებისგან ჭარბი რაოდენობის მოსავალი შეისყიდა, რომელზეც კერძო სექტორიდან არ იყო მოთხოვნა. რომ არა ეს გადაწყვეტილება, ათი ათასამდე მევენახე ფერმერი ვერ შეძლებდა 94 000 ტონა ყურძნის რეალიზაციას, რაც შემდგომში ნედლეულზე ფასების მკვეთრ ვარდნას განაპირობებდა.

მიუხედავად იმისა, რომ პანდემიის დაწყებიდან მეორე წელს სახელმწიფომ კვლავ განაგრძო სუბსიდირების პროგრამის განხორციელება, 2021 წელს 250 ღვინის საწარმოს მიერ განხორციელდა მხოლოდ 243 000 ტონა ყურძნის გადამამუშავება, რაც 2021 წლის მაჩვენებელზე 14%-ით ნაკლებია და რამაც განაპირობა რეალიზებული ყურძნის შემოსავლების 40 მლნ ლარით კლება. კახეთის რეგიონში მოწეული 1 კგ ყურძნის შესყიდვის სანაცვლოდ ღვინის კომპანიებზე გაიცემოდა სუბსიდია ერთ კილოგრამ რეაქტიულისთვის და კახური მწვანისთვის 35 თეთრი. რაჭა-ლეჩხუმის რეგიონში სუბსიდია მიიღო ყველა იმ კომპანიამ, რომელმაც შეიძინა და გადაამუშავა ხვანჭკარის მიკროზონაში მოწეული არანაკლებ 3 ტონა ალექსანდროულისა და მუჯურეთულისა ჯიშის ყურძენი და ერთ კილოგრამ ყურძენში

ფერმერს არანაკლებ 7 ლარისა გადაუხადა. სუბსიდიის თანხამ შეადგინა 3 ლარი ერთ კილოგრამზე როგორც ალექსანდროულის, ისე მუჯურეთულის ჯიშის ყურძენზე.

2021 წელს, 2020 წელთან შედარებით, ყურძნის გადამამუშავების მაჩვენებლის 14%-ანი ვარდნის გამოწვევი ძირითადი მიზეზი გახლდათ არა კოვიდ 19-ის მიერ გამოწვეული პანდემიის ნეგატიური შედეგები, არამედ სტიქიის მიერ მოსავლის დაზიანება, კერძოდ,

1. 26 აგვისტოს ძლიერმა ქარმა და სეტყვამ კახეთის რეგიონში 4600 ჰა ფართობის ვენახები გაანადგურა;
2. 2 სექტემბერს ძლიერმა სეტყვამ ყვარელსა და თელავში დააზიანა 180 ჰა ფართობის ვენახები.

აღმასრულებელი ხელისუფლების გადაწყვეტილებით, სტიქიის შედეგად დაზიანებული ყურძნის მიღება მოსავლის მართვის კომპანიამ განახორციელა, რაშიც მევენახეებს ერთ კილოგრამ რეაქტივზე 0,8 ლარს და ერთ კილოგრამ საფერავზე 1 ლარს უხდიდა. ხოლო ისეთ ფერმერებზე, რომლებსაც სტიქიამ მოსავალი სრულად გაუნადგურა, სახელმწიფომ კომპენსაციის სახით 1 ჰა ფართობზე ბიუჯეტიდან 3000 ლარის ოდენობის დახმარება გასცა.

2022 წელს რთველის მხარდაჭერის პროგრამისთვის სახელმწიფო ბიუჯეტიდან 100 მილიონამდე ლარი დაიხარჯა და სახელმწიფო საწარმოს, მოსავლის მართვის კომპანიის მიერ შესყიდული და გადამამუშავებული იქნა რეაქტივებისა და კახური მწვანის 38%. 2023 წელს 2022 წელთან შედარებით კომპანიების მიერ გადამამუშავდა 14%-ით ნაკლები ყურძენი, თუმცა მიუხედავად აღნიშნულისა, რეალიზებული ყურძნის ღირებულება გაიზარდა 13%-ით. აღნიშნული შემოსავლის ზრდის მიზეზი გახლდათ კერძო სექტორის ორიენტირებულობა ხარისხიანი ყურძნის შეძენაზე.

ღვინისა და ალკოჰოლური სასმელების ექსპორტი

ცხრილი 3. ღვინის ექსპორტი (2018-2023)

წელი:	ექსპორტირებული ღვინის რაოდენობა (მლნ ბოთლი)	ექსპორტირებული ღვინის ღირებულება (მლნ აშშ დოლარი)
2018	86,2	203
2019	94	240
2020	92,4	216,5
2021	107	250
2022	104 მლნ ლიტრი	252,5
2023	89,5 მლნ ლიტრი	259,2

წყარო: ღვინის ეროვნული სააგენტოს ანგარიშები, 2018-2023 წწ.

2018 წელს, საქართველოდან მსოფლიოს 53 ქვეყანაში განხორციელდა 86.2 მლნ ბოთლი ღვინის ექსპორტი, რაც წინა წლის მაჩვენებელს 13%-ით აღემატება. ექსპორტირებული ღვინის

ღირებულებამ 203 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა. ექსპორტის ზრდა შეინიშნებოდა ისეთ სტრატეგიულ ბაზრებზე, როგორიცაა იაპონია, დიდი ბრიტანეთი, აშშ და პოლონეთი.

2019 წელს ექსპორტირებული ღვინის ღირებულებამ 240 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, რაც წინა წლის მაჩვენებელს 17%-ით აღემატება, ზრდის განმაპირობებელი ძირითადი ფაქტორი გახლდათ 2018 წელთან შედარებით ექსპორტირებული ღვინის ბოთლების 9%-ანი ზრდა.

პანდემიის დაწყებიდან ერთ წელიწადში ექსპორტირებული ღვინის ბოთლების მოცულობამ 2019 წელთან შედარებით იკლო 1,6 მლნ ბოთლით, რამაც განაპირობა საექსპორტო შემოსავლის კლება 23,5 მლნ აშშ დოლარით. მსოფლიო პანდემიის გამოწვევების მიუხედავად, ქართული ღვინის მარკეტინგული ღონისძიებები 2021 წელსაც აქტიურად გაგრძელდა, რამაც ზეგავლენა იქონია ქართული ღვინის ცნობადობისა და პოპულარიზაციის ზრდაზე, კერძოდ, პანდემიის დაწყებიდან ორ წელიწადში ექსპორტირებული ღვინის ღირებულება, 2020 წელთან შედარებით, გაიზარდა 15%-ით, ხოლო ექსპორტირებული ღვინის ბოთლების რაოდენობა 16%-ით.

2022 წელი საქართველოს მეღვინეობა-მევენახეობის დარგისთვის გამოწვევებით დაიწყო. რუსეთ-უკრაინის ომის ფონზე, წლის პირველ ნახევარში, ქართული ღვინის ექსპორტმა იკლო რუსეთსა და უკრაინის ბაზრებზე, რაც ექსპორტის საბოლოო მაჩვენებელზე უარყოფითად აისახა. თუმცა, მიუხედავად ზემოთ ხსენებულისა, წლის მეორე ნახევრიდან მდგომარეობა დასტაბილურდა და გაგრძელდა ექსპორტის ზრდის ტენდენცია, რის შედეგადაც 2022 წელს მსოფლიოს 66 ქვეყანაში ექსპორტირებული იყო 104 მლნ ლიტრამდე და 252.5 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების ღვინო. 2022 წელს ექსპორტიდან მიღებული შემოსავალი გაზრდილია 5.5%-ით, ხოლო მოცულობა 30%-მდე.

2023 წელს ექსპორტირებული ღვინოს ღირებულებამ 259,2 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 2022 წლის მაჩვენებელს 3%-ით აღემატება. ექსპორტირებული ღვინის მოცულობამ 89,5 მლნ ლიტრი შეადგინა, რაც გასული წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე 12%-ით ნაკლებია. ექსპორტის რაოდენობრივი შემცირების ფონზე ექსპორტიდან მიღებული შემოსავლების მატება განპირობებული იყო ქართული ღვინის საექსპორტო ფასის ზრდით, კერძოდ, 2022 წელს 1 ლიტრი ქართული ღვინის საშუალო საექსპორტო ფასი იყო 2.48 აშშ დოლარი, ხოლო 2023 წელს 2.89 აშშ დოლარი.

ცხრილი 4. ბრენდის და ჭაჭის ექსპორტი (2019-2021)

წელი:	ბრენდი	ჭაჭა
2019	31,6 მლნ ბოთლი=68 მლნ აშშ დოლარი	625 000 ბოთლი=1,7 მლნ აშშ დოლარი
2020	32,7 მლნ ბოთლი= 66 მლნ აშშ დოლარი	428 000 ბოთლი=1,2 მლნ აშშ დოლარი
2021	42,2 მლნ ბოთლი=78,3 მლნ აშშ დოლარი	1 მლნ ბოთლი=2,6 მლნ აშშ დოლარი

წყარო: (ღვინის ეროვნული სააგენტოს ანგარიშები 2019-2021)

პანდემიის დაწყებიდან ერთ წელიწადში, ჭაჭის ექსპორტის რაოდენობა შემცირდა 197 ათასი ბოთლით, რამაც განაპირობა საექსპორტო შემოსავლების შემცირება 0,5 მლნ აშშ დოლარით. აღნიშნულ პერიოდში ბრენდის ექსპორტის რაოდენობა გაიზარდა 1,1 მლნ ბოთლით, თუმცა მიუხედავად აღნიშნული ზრდისა, საექსპორტო შემოსავალი შემცირდა 3%-ით.

2023 წელს მკვეთრი ზრდა დაფიქსირდა სპირტიანი სასმელების ექსპორტის მაჩვენებელში, კერძოდ, მსოფლიოს 54 ქვეყანაში ექსპორტირებულია 196,2 მლნ აშშ დოლარის ღირებულების 31,5 მლნ ლიტრი სპირტიანი სასმელები. შემოსავალი 42%-ით, ხოლო ექსპორტის მოცულობა - 55%-ით არის გაზრდილი.

ცხრილი 5. ქართული ღვინის ექსპორტი რუსეთის ფედერაციის ბაზარზე

წელი	მლნ აშშ დოლარი	რუსეთის წილი ქართული ღვინის მთლიან ექსპორტში
2012	0	0%
2013	57	44.3%
2014	111	61.8%
2015	43	45.2%
2016	56	49.1%
2017	99	57.7%
2018	115	58.2%
2019	133	59.8%
2020	120	56.8%
2021	131	54.7%
2022	161	63.8%
2023 (იანვარ-ივნისი)	82	64.9%

წყარო: საქსტატი

დასკვნა: 2016 წლიდან მოყოლებული ქართული ღვინის ექსპორტი რუსეთის ფედერაციის ბაზარზე მაღალი დამოკიდებულებით გამოირჩევა, რაზეც მიუთითებს შემდეგი ფაქტი: 2023 წლის პირველ ნახევარში რუსეთში 83 მლნ აშშ დოლარის ქართული ღვინო გაიყიდა, რაც წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 41%-იანი ზრდაა. მიუხედავად რუსეთ-უკრაინის ომისა, გაიზარდა საქართველოს ჯამურ ღვინის ექსპორტში რუსეთის ბაზრის წილი და 64.9%-ს მიაღწია, რაც 2012 წლიდან, ქართული ღვინის რუსულ ბაზარზე დაბრუნების შემდეგ, ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია (www.transparency.ge, 2024 წელი).

გამოყენებული ლიტერატურა

გაბუნია, კ. (2015). ბიზნესი და ეკონომიკა. თბილისი: თბილისი

ლიპარტია, ზ. (2024). ეკონომიკური ეფექტიანობის მენეჯმენტის მეთოდოლოგია. თბილისი: უნივერსალი.

მენქიუ, გ. (2007). ეკონომიკის პრინციპები. თბილისი: დიოგენე.

ღვინის ეროვნული სააგენტოს ანგარიშები. 2018-2023 წწ. თბილისი.

Challenges for the Wine and Spirits Sector During the Pandemic and the Russian-Ukraine War

Dato Kutchashvili

PhD Student, University of Georgia, kuchashvilidato@gmail.com

Abstract

Georgia is the homeland of wine, with a winemaking history spanning over 8,000 years and encompassing more than 510 grape varieties. In recent years, Georgian wines have gained significant recognition on the international stage, which is why one of Georgia's main obligations is to maintain its ancient winemaking tradition, technique, and showcase the diversity of its indigenous grape varieties worldwide. Georgian wine festivals, such as the "Tbilisi Annual Wine Festival," attract numerous visitors from around the world who wish to study and learn about Georgia's viticultural wealth.

In Georgia, alcoholic beverage production is one of the fastest-growing and most profitable sectors, which is progressing quite well, as indicated by the growing popularity of Georgian wine and spirits in international markets. The development of the wine and alcoholic beverages sector is one of the executive government's priorities, as strengthening and advancing this field should lead to the diversification of Georgia's economy and reduce dependence on the tourism sector. The more diversified a state's economy is, the less impact material uncertainties have on the country's financial stability. The wine and alcoholic beverages sector is a significant driving force for economic growth, and the state implements the following measures for its development as a priority sector:

1. Organization of local and international wine product tastings, exhibitions, competitions, and tours;
2. Preparation and publication of articles about Georgian winemaking in specialized international journals;
3. Implementation of viticulture cadaster;

4. Recording of vineyard areas;
5. Conducting laboratory research to prevent counterfeit and low-quality products in local and export markets, etc.

A large share of revenue for companies operating in the wine and alcoholic beverages sector comes from international markets; accordingly, to maintain competitiveness, continuous development and maintenance of product quality is crucial to reduce dependence on the Russian market.

Keywords: Profit maximization; Harvest; Export; Budget; Wine; Russia; Quality.