

საქართველოდან
ევროკავშირში
მრეწველობის და
მომსახურების ცალკეული
პროდუქტების
ექსპორტირების
პერსპექტივების შეფასება



მოსაზრებები
ექსპორტის
დივერსიფიკაციაზე
დაკავშირებით
და შესაბამისი
რეკომენდაციები



პროექტს „ქართული ბიზნესი ახლოს ევროპასთან“ ახორციელებს ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი სააგენტო აწარმოე საქართველოში თანამშრომლობით.

The project GeClose2EU is implemented by the Economic Policy Research Center (EPRC) in cooperation with Enterprise Georgia Agency.

„წინამდებარე პუბლიკაცია შექმნილია შვედეთის მთავრობის დახმარებით. მის შინაარსზე პასუხისმგებელია მხოლოდ ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი (EPRC) პუბლიკაციის შინაარსის შვედეთის მთავრობის პოზიციად აღქმა დაუშვებელია“.

“This publication has been produced with the support of Sweden. Its contents are the sole responsibility of the Economic Policy Research Center (EPRC) can in no way be taken to reflect the views of the Swedish government”.

საქართველოდან
ევროკავშირში
მრეწველობის და
მომსახურების ცალკეული
პროდუქტების
ექსპორტირების
პერსპექტივების შეფასება

მოსაზრებები ექსპორტის
დივერსიფიკაციასთან
დაკავშირებით და შესაბამისი
რეკომენდაციები

შინაარსი

| | |
|--|----|
| შესავალი | 5 |
| მთავარი მიგნებები და რეკომენდაციები | 6 |
| მეთოდოლოგიური განმარტება | 8 |
| ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტირებისთვის პერსპექტიული სამრეწველო საქონლის შესარჩევად გამოყენებული მეთოდოლოგია | 16 |
| ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 1 – ტანსაცმლის წარმოება | 21 |
| ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 2 – ფეხსაცმლის წარმოება | 27 |
| ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 3 – ტყავისა და მასთან დაკავშირებული პროდუქციის წარმოება | 31 |
| ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 4 – ხის და კორპის ნაწარმის წარმოება, ავეჯის გარდა; ნაკეთობების წარმოება ჩალის და წნული მასალებისგან | 34 |
| ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 5 – ავეჯის წარმოება | 37 |
| ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო ქვედარგები | 41 |
| მომსახურების ექსპორტის პოტენციურად პერსპექტიული დარგების მოკლე მიმოხილვა | 43 |
| დასკვნა და რეკომენდაციები | 46 |
| გამოყენებული ლიტერატურა | 49 |

შესავალი

წინამდებარე კვლევის მიზანია საქართველოს ეკონომიკისათვის პერსპექტიული, საექსპორტო პოტენციალის მქონე სამრეწველო წარმოებისა და მომსახურების ცალკეული დარგების შესაძლებლობათა შეფასება – საერთაშორისო ბაზრებზე არსებული ტენდენციებისა და მდგომარეობის ფონზე. კვლევის შედეგად განსაზღვრულია მინიმუმ ორი პერსპექტიული საქონლის / მომსახურების და შესაბამისი დარგების გამოვლენა, რომელთაც მნიშვნელოვანი განვითარების პერსპექტივა და საექსპორტო პოტენციალი გაააჩნიათ. აქვე წარმოდგენილია რეკომენდაციები გამოვლენილი პერსპექტიული საქონლის / მომსახურებისთვის ევროკავშირში ექსპორტირების პოზიციების გასაძლიერებლად.

დოკუმენტი მომზადდა საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის (ITC), ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის (WTO), ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის (OECD) ინფორმაციისა და მეთოდოლოგიის გამოყენებითა, ასევე საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატის) ინფორმაციაზე დაყრდნობით.

კვლევა ჩატარდა შვედეთის მთავრობის მხარდაჭერით მიმდინარე პროექტის „ქართული ბიზნესი ახლოს ევროპასთან“ GEclose2EU ფარგლებში, რომელსაც ახორციელებს ეკონომიკური პოლიტიკის კვლევის ცენტრი (EPRC).

მთავარი მიზნები და რეკომენდაციები

- სამიზნე სამრეწველო პროდუქციის საექსპორტო პოტენციალის შესწავლისას გამოყენებულია აპრობირებული, კერძოდ საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის (ITC) მეთოდოლოგია. კვლევის მიზნებით დამუშავებულია დივერსიფიკაციის კარგი პერსპექტივების მქონე 46 დარგი, რომელიც გაერთიანებულია 17 სასაქონლო ჯგუფში. (აღსანიშნავია, რომ ამ დარგებში არ შედის მომსახურების დარგები, რომლებიც უკვე განსაზღვრულია საექსპორტო პერსპექტივის მქონე დარგებად და მათ შორის მხარდაჭერილია პროექტის „GeClose2Georgia” ფარგლებში, რომლის ფარგლებშიც მიმდინარე კვლევა ჩატარდა);
- აღნიშნული 46 დარგიდან, კვლევის შედეგად, გამოიკვეთა რამდენიმე (ხუთი) მეტად პერსპექტიული მიმართულება ბიზნესისთვის, რომელიც, სათანადო მხარდაჭერის შემთხვევაში, ექსპორტის პოტენციალს ავლენს, ესენია: 1. ტანსაცმლის წარმოება; 2. ფეხსაცმლის წარმოება; 3. ტყავისა და მასთან დაკავშირებული საქონლის წარმოება; 4. ხის და კორპის წარმოება, ნაკეთობების წარმოება ჩაის და წნული მასალებისგან; 5. ავეჯის წარმოება.
- საინტერესოა, რომ ჩამოთვლილი დარგები – შესაბამისად ტექსტილთან, სოფლის მეურნეობასთან, ხე-ტყის დამუშავებასთან, ფეხსაცმლისა და ტანსაცმლის ინდუსტრიასთან ერთად ქმნიან კლასტერებს, რაც სამომავლოდ ყველა დარგის მეტ-ნაკლები განვითარების იმედს იძლევა. საქართველოში ამჟამად ეს კლასტერები ჩანასახოვან მდგომარეობაშია და სწორი განვითარებისა და სახარბიელო ეკონომიკური კონიუნქტურის პირობებში განვითარების კარგი პოტენციალი გააჩნიათ;
- მაგალითად ტანსაცმლის ინდუსტრია ზოგადად მრეწველობასთან და დამამუშავებელ მრეწველობასთან შედარებით ბოლო დეკადის განმავლობაში ბევრად უფრო დამაიმედებელ დინამიკაშია. მართალია, ამ დარგის წილი მთლიანად მრეწველობაში მაღალი არ არის, მაგრამ ზრდის პოტენციალი იმდენად თვალშისაცემია, რომ მისი გამოყენება, ახალი ბაზრების გამონახვის შემთხვევაში, პრობლემას არ უნდა წარმოადგენდეს. ასევე ამ დარგს დასაქმების (განსაკუთრებით დაბალი განვითარების მქონე რეგიონებში) პოტენციალი აქვს.
- ხის დამამუშავების სფეროში საკმაოდ სწრაფად იზრდება ბრუნვაც და დამატებული ღირებულებაც. ბრუნვის ზრდით იგი წინ უსწრებს დამამუშავებელ მრეწველობას და მრეწველობას მთლიანად.

ამავე დროს, შედარებით ნელა იზრდება დამატებული ღირებულება, რაც მარჯუბის თანდათანობით შემცირებას მოასწავებს. საქსტატის მონაცემებით, ამ დარგში ერთ-ერთი ყველაზე ნაკლებია ფიქსირებული ინვესტიციები და მათ შორის, ფიქსირებული ინვესტიციები ერთ დასაქმებულზე, რაც მიანიშნებს, რომ დარგის განვითარებისათვის აუცილებელი არ არის დიდი ზომის ინვესტიციების მობილიზება. დარგისათვის ხელსაყრელია ის გარემოება, რომ 2014-2015 წლების მინი კრიზისის შემდეგ ევროკავშირის ბაზარი გამოცოცხლებას განიცდის და იმპორტი წლიურად საშუალოდ 10%-ზე მეტად იზრდება.

- აღნიშნული დარგებიდან შესაძლო დანახარჯისა და პოტენციალის ურთიერთმიმართებით პერსპექტიულ ქვედარგებად კვლევაში გამოყოფილია საბავშვო ტანსაცმლის წარმოება (ტანსაცმლის წარმოების ქვედარგი) და სათამაშოების წარმოება (უპირატესად ხის სათამაშოების, როგორც ხის ნაკეთობების ქვედარგის). ამ ქვედარგების შერჩევასა გათვალისწინებული იქნა წარმატებული ქეისების გამოცდილება (მათ შორის საკმაოდ დაბალი ბრუნვის მქონე კომპანიების მიერ ევროკავშირის ბაზარზე განხორციელებული ექსპორტის ფაქტები) და ის ფაქტორი, რომ ამ ქვედარგებში შედარებით მცირე დანახარჯებით შესაძლებელია მეტი ეფექტის მიღწევა. ამასთან, აღნიშნულ დარგებს აქვთ არა მხოლოდ ექსპორტის, არამედ მნიშვნელოვანი ზრდის პოტენციალიც შიდა ბაზარზეც, რადგან
- ზემოთქმულიდან გამომდინარე, კვლევის რეკომენდაციას, გამოკვეთილი 5 დარგის მიმართულებით, პირველ რიგში კი 2 ქვედარგის (ბავშვთა ტანსაცმლის და სათამაშოების წარმოება) განხორციელდეს მიზნობრივი დახმარების სტრატეგია, რაც შესაძლოა გულისხმობდეს: მხარდაჭერას საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლაში, კერძოდ – საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობის თანადაფინანსებას, ცოდნის მიწოდებას (საერთაშორისო ბაზარზე არსებული მოთხოვნებისა და რეგულაციების, DCFTA ვალდებულებების შესახებ და ა.შ.), საერთაშორისო ლიცენზიებისა და სერტიფიკატების მოპოვებაში დახმარებას, კლასტერების შექმნაში მხარდაჭერა, რაც შესაძლებელს გახდიდა მაღალტექნოლოგიური წარმოების დანერგვას მცირე ბიზნესისთვის, ტექნოლოგიური გადაიარაღებაში მხარდაჭერას, წარმოების მასშტაბის ზრდის ხელშემწყობი საქმიანობის მხარდაჭერას და ა.შ. საჭიროებების კვლევისთვის პროექტის Geclouse2EU ფარგლებში, წარმოდგენილი კვლევის საფუძველზე, დაიგეგმა აღნიშნული ორი ქვესექტორის დეტალური კვლევა, რომლის საფუძველზეც შემოთავაზებული იქნება დეტალური რეკომენდაციები ბავშვთა ტანსაცმლის წარმოებისა და სათამაშოების ქვედარგების განვითარების ხელშემწყობ ღონისძიებებთან დაკავშირებით.

მეთოდოლოგიური ბანკმართება

სამიზნე სამრეწველო პროდუქციის საექსპორტო პოტენციალის შესწავლისას გამოყენებულია აპრობირებული, კერძოდ საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის (ITC) მეთოდოლოგია. ეს მეთოდოლოგია ეყრდნობა საქონლით ვაჭრობის **ჰარმონიზებული სისტემის (HS)** კლასიფიკატორს და ადგენს როგორც (ა) ცალკეული საქონლით ამა თუ იმ ქვეყანაში ან ქვეყანათა ჯგუფში ექსპორტის პერსპექტივას, **ექსპორტის პოტენციალის შეფასების გზით**, ასევე გამოყოფს (ბ) ექსპორტიორი ქვეყნის საექსპორტო საქონლის ნუსხიდან ისეთ საქონელს ან სასაქონლო ჯგუფს, რომელსაც სასურველ ბაზარზე თავის დამკვიდრების დამაჯერებელი პერსპექტივები აქვს, **ექსპორტის დივერსიფიკაციის შეფასების გზით**. ექსპორტიორი ქვეყნის, საექსპორტო პროდუქტისა და დანიშნულების ბაზრის შერჩევის შემდეგ, მოდელი ავტომატურად ახდენს შესაბამისი შედეგების გენერირებას. მოდელის კომპონენტების დეტალური აღწერა მოცემულია ქვემოთ:

(ა) საექსპორტო პოტენციალის შეფასება შერჩეული საქონლისთვის

საექსპორტო პოტენციალი = მოთხოვნა X მიწოდება X ვაჭრობის სიმარტივის კოეფიციენტი

ამავე დროს,

საექსპორტო პოტენციალი = ფაქტობრივი ექსპორტი + აუთვისებელი პოტენციალი

i ქვეყნის მიერ j ბაზარზე მიწოდებული k პროდუქტის საექსპორტო პოტენციალი (ღირებულება აშშ დოლარში) გამოითვლება, როგორც მოთხოვნის ნამრავლი მიწოდებაზე (კორექტირებული ბაზარზე წვდომით) და მათი ნამრავლი ორმხრივი ვაჭრობის სიმარტივის კოეფიციენტზე.

მიწოდება

მიწოდების პარამეტრის გამოთვლის საწყისი წერტილია სამიზნე ბაზარზე ქვეყნის შესაბამისი პროდუქტის პოტენციური წილის შეფასება. შედეგად, i' ქვეყნის k პროდუქტის ექსპორტის წილი k-ს

მთლიან ექსპორტში მრავლდება ექსპორტიორის მშპ-ს საპროგნოზო ზრდის ფარდობით ტემპზე. ექსპორტიორის მშპ-ს ზრდის ფარდობითი ტემპი განისაზღვრება, როგორც სხვაობა ექსპორტიორი ქვეყნის მშპ-ს ზრდასა და კონკურენტი ქვეყნების მშპ-ს ზრდის ტემპს შორის. ამ პარამეტრში გათვალისწინებულია რეექსპორტის ფაქტორი და იგი კორექტირებულია ბაზარზე წვდომამდე. კერძოდ, მიწოდების ინდიკატორის არსია აჩვენოს საპროგნოზო წილი ბაზარზე რეექსპორტისა და ტარიფების არარსებობის პირობებში.

მოთხოვნა

მოთხოვნის კომპონენტის გამოთვლის საწყისი წერტილია საპროგნოზო მოთხოვნის შეფასება j' ბაზარზე k იმპორტირებულ პროდუქტზე, რომელიც შეწონილია მოსახლეობის სავარაუდო ზრდით, ასევე ერთ სულ მოსახლეზე მშპ-ს ზრდის ტემპით (აქ გათვალისწინებულია სექტორის დონეზე ერთ სულზე იმპორტზე მოთხოვნის ელასტიურობაც შემოსავლების მიხედვით). ამ ინდიკატორში ასევე, გათვალისწინებულია ეგრეთ წოდებული „სატარიფო უპირატესობა“, „სატარიფო უპირატესობა“ ნიშნავს იმას, რომ ექსპორტიორ ქვეყანას იმპორტიორის ბაზარზე კონკურენტებზე უკეთესი პირობებით წვდომა აქვს. მოთხოვნის პარამეტრში გათვალისწინებულია ექსპორტიორიდან იმპორტიორ ბაზრამდე გეოგრაფიული მანძილისა და კონკურენტი ქვეყნებიდან იმპორტიორამდე გასაშუალოებული მანძილის სხვაობა.

ვაჭრობის სიმარტივე

ვაჭრობის სიმარტივე ეფუძნება i ექსპორტიორისა და j ბაზარს შორის საკვლევი საქონლით ვაჭრობის მოცულობის ფარდობას მათ შორის ვაჭრობის ჰიპოთეტურ მოცულობასთან, i ექსპორტიორს j ბაზარზე იგივე წილი რომ ჰქონოდა, რაც მსოფლიო ბაზარზე. მრიცხველში ასახულია ექსპორტიორ i -სა და j ქვეყანას შორის ფაქტობრივი ვაჭრობა, ხოლო მნიშვნელში i ექსპორტიორსა და j ბაზარს შორის კომპლემენტარულობა (Complementarity), ანუ ის თუ რამდენად ავსებენ ერთმანეთს i ექსპორტიორისა და j ბაზრები. თუ მიღებული ფარდობა ერთზე მეტია, i ქვეყნისთვის უფრო ადვილია j ბაზარზე ვაჭრობა, ვიდრე დანარჩენ მსოფლიოსთან. ეს, თავის მხრივ, შესაძლოა განპირობებული იყოს სავაჭრო სუბიექტების სიახლოვით, კულტურული და ენობრივი მსგავსებით, წარსულში არსებული კომერციული კავშირებით და სხვა.

ათვისებული პოტენციალი

ეს მაჩვენებელი ასახავს იმას, თუ რამდენადაა უკვე ათვისებული საექსპორტო პოტენციალი საძიებელი პროდუქტის, ბაზრისა თუ მომწოდებლისათვის. ყველაზე უფრო მეტად დეტალიზებულ დონეზე, ქვეყნის, საქონლისა და ბაზრის მიხედვით, რეალიზებული პოტენციალი შეესაბამება პოტენციური და ფაქტობრივი ექსპორტის სხვაობას, ასახულს პროცენტებში. განზოგადებულ დონეზე (ექსპორტის

პოტენციური რეგიონული ბაზრისა და სექტორის დონეზე), რეალიზებული პოტენციური შესაძლოა 100%-ზე ნაკლები იყოს მაშინაც კი, თუ აგრეგირებული ფაქტობრივი ექსპორტი პოტენციურს სჭარბობს. ეს მაშინ ხდება, როცა ექსპორტიორის, საქონლისა და ბაზრის გარკვეული კომბინაცია კვლავ შეიცავს რაიმე არარეალიზებულ პოტენციალს.

აუთვისებული პოტენციური

ეს ასახავს იმას, თუ რამდენად განსხვავდება პოტენციური ექსპორტი ფაქტობრივისგან. ფაქტობრივი ექსპორტი, შესაძლოა, სჭარბობდეს ან ჩამორჩებოდეს ექსპორტის მოსალოდნელ პოტენციურ ღირებულებას. როცა ფაქტობრივი ექსპორტი აჭარბებს პოტენციურ ექსპორტს, ეს შეიძლება განპირობებული იყოს ექსპორტიორის განსაკუთრებულად შთამბეჭდავი შედეგებით შერჩეულ ბაზრებზე, სხვა ბაზრების იგნორირების ფონზე. ამის საპირისპიროდ, აუთვისებელი პოტენციური აჩვენებს ექსპორტის ზრდის რეზერვებს.

ფაქტობრივი ექსპორტი

ფაქტობრივი ექსპორტის სიდიდე გამოითვლება, როგორც გასული ხუთი წლის განმავლობაში განხორციელებული ექსპორტისა და იმპორტიორ ბაზარზე შეტანილი საძიებელი საქონლის იმპორტის საპირისპირო სარკისებური მონაცემების არითმეტიკული საშუალო (დეტალებისათვის იხ. Decreux და Spies (2016)).

(ბ) ექსპორტის დივერსიფიკაციის შეფასება

ეს ინდიკატორი ზომავს საძიებელი k საქონლის მწარმოებელი i ქვეყნის პროდუქტის დივერსიფიკაციის წარმატების შანსებს j ბაზარზე. ამ შემთხვევაში გამოიყენება სპეციალური წესით გამოანგარიშებული მიწოდება.

მიწოდება

პროდუქტის მიწოდების კომპონენტის დივერსიფიკაციის შეფასება ეფუძნება ე.წ. სიმჭიდროვის მეთოდს, რომელშიც ასახულია მსგავსება გამოვლენილი კონკურენტული უპირატესობის მქონე და ახალ ექსპორტირებულ პროდუქტებს შორის. ეს გამოითვლება ეგრეთ წოდებული პროდუქტის სივრცითი მეთოდოლოგიით (იხ. Hausman and Klinger, 2007, Hausman, et al 2007; Hidalgo et al 2007). ეს სტატისტიკური ინდიკატორი ნორმალიზებულია იმგვარად, რომ ამა თუ იმ ქვეყნის საექსპორტო პოტენციური (ყველა პროდუქტისათვის) შეესაბამებოდეს მოსალოდნელი ექსპორტის მოცულობას, რომელიც, თავის მხრივ, გამოითვლება არსებული ექსპორტისა და მშპ-ს მოსალოდნელი ზრდის

გათვალისწინებით. ამა თუ იმ პროდუქტის საექსპორტო შესაძლებლობა შეესაბამება ამ პროდუქტზე მოსალოდნელ მსოფლიო მოთხოვნას, რომელიც, თავის მხრივ, ყველა ქვეყნის მოთხოვნათა ჯამია. თავის მხრივ, გამოვლენილი კონკურენტული უპირატესობა ინდექსია, რომლის მრიცხველშია საძიებელი პროდუქტის წილი შესაბამისი ქვეყნის ექსპორტში, ხოლო მნიშვნელში – საძიებელი პროდუქტის წილი მსოფლიო ექსპორტში.

საექსპორტო საქონლისა და სასაქონლო ჯგუფების ევროკავშირში გატანის პერსპექტივების შესაფასებლად, შემავსებელი მეთოდის სახით გამოყენებულია საექსპორტო საქონლისა თუ მომსახურების მწარმოებელი შესაბამისი დარგის დინამიკაც საქსტატის ინფორმაციის ბაზაზე. **თუ რაიმე დარგი ზოგადად ეკონომიკაზე ან სხვა დარგებზე სწრაფად იზრდება გამოშვების, დასაქმების, ინვესტიციებისა თუ სხვა პარამეტრების მიხედვით, მაშინ ეს დარგი პერსპექტიულად მიიჩნევა.** საჭიროების შემთხვევაში, ამა თუ იმ საექსპორტო საქონლისა თუ მომსახურების სახეობის ევროკავშირში ექსპორტის პერსპექტივების შესაფასებლად გართულებულია რომელიმე დარგთან პირდაპირი თანადობის დამყარება, გაანალიზებულია საექსპორტო საქონლის კომპონენტების მწარმოებელი ან მათი მონათესავე დარგ(ებ)ი.

გარდა ამისა, საქართველოდან სამრეწველო ნაწარმის ევროკავშირში გატანის პერსპექტივების შესწავლისას, გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ მთელ საგარეო სავაჭრო ნომენკლატურაში 2017-2018 წლებისათვის, საქართველო მხოლოდ 14 ჯგუფშია ნეტო-ექსპორტიორი. ამ ჯგუფებით წარმოდგენილია მომპოვებელი მრეწველობის პროდუქტები და ჯართი, სასუქები, სურსათისა და სოფლის მეურნეობის პროდუქტები, ქალაქის მეორადი ნაწარმი, ცოცხალი ცხოველები და ტყავები. ამ გარემოებისა და იმის გათვალისწინებით, რომ ზემოთ განხილული საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის (ITC)-ს საექსპორტო პროდუქციის დივერსიფიკაციის მეთოდოლოგია (PDI) დივერსიფიკაციის პოტენციალს ეძებს უკვე ექსპორტირებულ ასორტიმენტში, იგი არ ჩაითვალა საკმარისად ევროკავშირში საექსპორტო პოტენციალის მქონე ნაწარმის შეძლებისდაგვარად ფართო სპექტრის გამოსავლენად. ამგვარად, საექსპორტო პოტენციალის მქონე პროდუქციის მეტ-ნაკლებად სრული ნუსხის შესადგენად, ამ მეთოდოლოგიასთან ერთად, გამოყენებულია სპეციალური მოდელი, რომელიც განხილულია შესაბამის ქვეთავში გამოყოფილ პროდუქტებთან და დარგებთან ერთად.

ევროკავშირში მომსახურების ექსპორტის ანალიზი გართულებულია საქონლით ვაჭრობასთან შედარებით, რამდენიმე ობიექტური ფაქტორის გამო. პირველ რიგში, გაძნელებულია მომსახურების ღირებულების შეფასება მისი ეკონომიკური ბუნების გათვალისწინებით. ძნელია „ერთეული“ მომსახურების საზღვრების დადგენაც, რადგან მეტად რთულია იმის განსაზღვრა, თუ როდის და სად „იწყება ან მთავრდება“ ამა თუ იმ მომსახურების შექმნის პროცესი. მომსახურების არამატერიალური ბუნების გამო, სიძნელეებს უკავშირდება საერთაშორისო ვაჭრობის აღნუსხვაც, სადაც ჯერაც თითქმის არ არსებობს უნიფიცირებული მიდგომები და მომსახურება ეგრეთ წოდებულ „არავაჭრობად“ დარგად განიხილება. მრავალ ქვეყანაში, მათ შორის საქართველოშიც, სერვისების

წარმოება და ექსპორტი მეთოდოლოგიურად გაცილებით ნაკლები სიზუსტით წარმოებს, რის გამოც, მიღებული მონაცემების ანალიზი დიდ სიფრთხილეს მოითხოვს. მომსახურების ყველაზე ვრცელი და დახვეწილი ასორტიმენტის მწარმოებელ ამერიკის შეერთებულ შტატებშიც კი, ინფორმაციის შეგროვების წესი დღემდე არ შეესაბამება ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის მომსახურებით ვაჭრობის გენერალური შეთანხმების (GATS) მოთხოვნებს. ანალიზისთვის დავეყრდენით, სწორედ ამ უკანასკნელის მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიას, რომლითაც მომსახურებით ვაჭრობა იყოფა შემდეგ ოთხ კატეგორიად:

1. ვაჭრობა ქვეყნებს შორის, რომელიც განიმარტება, როგორც ერთი ქვეყნის ტერიტორიიდან მეორე ქვეყნის ტერიტორიაზე მომსახურების მიწოდება;
2. მოხმარება საზღვარგარეთ, რომელიც მოიცავს ერთი ქვეყნის მიმწოდებლის მიერ წარმოებული მომსახურების მოხმარებას მეორე ქვეყნის მომხმარებლის მიერ;
3. კომერციული წარმომადგენლობა, რომელიც მოიცავს ერთი ქვეყნის წარმომადგენლის მიერ მეორე ქვეყნის ტერიტორიაზე მომსახურების წარმოებას, რაც ფაქტობრივად, მომსახურების მიმწოდებლის მიერ განხორციელებული პირდაპირი უცხოური ინვესტიციაა;
4. ფიზიკურ პირთა წარმომადგენლობა, რომელიც აღნიშნავს ერთი ქვეყნის ფიზიკურ პირთა მიერ მეორე ქვეყნისათვის მომსახურების გაწევას ამ უკანასკნელის ტერიტორიაზე.

წარმოდგენილი კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, მომსახურებით ვაჭრობის მესამე და მეოთხე კატეგორიები განხილული არ არის. ამავე დროს, მეორე კატეგორიაში, (რომელშიც მაგალითად, ტურიზმიც შედის) განხილულია გარკვეული პოტენციალის მქონე, ტურიზმის „არატრადიციული“ სახეობა, – სამედიცინო ტურიზმი. ამგვარად, კვლევის საგანია მხოლოდ პირველი კატეგორია – მომსახურებით ვაჭრობა შორის ვაჭრობა ისე, რომ მიმწოდებლებიცა და მომხმარებლებიც თავიანთი ქვეყნების ტერიტორიაზე რჩებიან, და ნაწილობრივ, მეორე კატეგორია. თუმცა, მეოთხე კატეგორია შესაძლოა წარმოდგენილი იყოს, როგორც დარგის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისა და განვითარების ხელშემწყობი სარეკომენდაციო მექანიზმი. ამავე დროს, აქედანვე უნდა აღინიშნოს, რომ როგორც ITC-ს, ასევე OECD-ს მონაცემებით, საქართველოდან ევროკავშირის ქვეყნებში 2017 წლის ჩათვლით, კვლევისთვის საინტერესო სერვისების ექსპორტი, არ აღირიცხება. ამის გამო, წარმოდგენილი მასალა შემოიფარგლება ევროკავშირის ქვეყნებში ამჟამად არსებული კონკურენციისა და რეგულაციების ანალიზით, ასევე საქართველოს, როგორც მიმწოდებლის პოტენციალის შეფასებით. **ეს ხორციელდება OECD-ს მეთოდოლოგიით, (ამ მეთოდოლოგიის ცენტრალური იდეაა მომსახურებით ვაჭრობის შეზღუდვის ინდექსი (STRI)) და ასევე, საქსტატიდან მოპოვებული ინფორმაციით. მასში აღინიშნება შესაბამისი დარგის განვითარების ტენდენციები როგორც აბსოლუტური, ისე ფარდობითი მნიშვნელობით ბრუნვის, დამატებული ღირებულების, დასაქმებისა და სხვა პარამეტრების მიხედვით. დასკვნებში გამოთქმულია მოსაზრება საქართველოსთვის ყველაზე ხელმისაწვდომი მომსახურების სფეროების პოტენციური ბაზრების შესახებ.**

ზოგადად, მომსახურებით საერთაშორისო ვაჭრობა, საქონლით ვაჭრობისაგან განსხვავებით, გაცილებით უფრო რთულია ანალიზისთვის არა მხოლოდ მისი თავისებურებების, არამედ იმის გამოც, რომ ყველაზე მაღალინტეგრირებულ ეკონომიკურ ბლოკებშიც კი (მაგალითად, ევროკავშირი), მომსახურებით ვაჭრობა საკმაოდ მკაცრად რეგულირებული სფეროა და აქ უნიფიცირებული სტანდარტები ჯერჯერობით ძალიან ცოტაა. მომსახურება განსხვავდება რეგულირების ინტენსივობისა და ქვეყნების მიხედვით. ცალკეულ სფეროებში მოქმედებს შეზღუდვები, რომლებსაც ინდივიდუალური ქვეყნების ადგილობრივი ხელისუფლებები ახორციელებენ. ამის გამო, მომსახურებით ვაჭრობაში რეგულირების „გაერთმნიშვნელოვნება“ პრაქტიკულად შეუძლებელია.

OECD-ს მომსახურებით ვაჭრობის შეზღუდვის ინდექსი (STRI) 2014 წლიდან იანგარიშება. რეგულირების მონაცემთა ბაზისა და ინდექსების განახლება ყოველი წლის დეკემბერში წარმოებს, რის გამოც, ეს ინდექსი უნიკალური ინსტრუმენტია მომსახურებით საერთაშორისო ვაჭრობის რეჟიმის ცვლილებისთვის თვალის მისადევნებლად. ამ მეთოდოლოგიით შესაძლებელია განახლებული რეგულაციებისა და კანონების ზეგავლენის შეფასება ვაჭრობასა და ინვესტიციებზე. აქ გათვალისწინებულია როგორც ზოგადი ეკონომიკური რეგულაციები, ისე სპეციფიკური სექტორებისთვის განკუთვნილი კანონებისა და მოთხოვნების ცვლილება. მომსახურებით საერთაშორისო ვაჭრობის შეზღუდვის ხარისხი განისაზღვრება შემდეგი პარამეტრების ერთობლიობით:

- უცხოური მხარის მიერ ბაზარზე შეღწევის შეზღუდვა
- ადამიანთა თავისუფალი გადაადგილების შეზღუდვა
- კონკურენციის ბარიერები
- სხვა დისკრიმინაციული ზომები
- რეგულირების გამჭვირვალობა

მომსახურებით ვაჭრობის შეზღუდვის ინდექსის უმცირესი მაჩვენებელია 0 და აღნიშნავს სრულიად თავისუფალ ვაჭრობას. ინდექსის მაქსიმალური შესაძლო მნიშვნელობა 1-ია და აღნიშნავს ვაჭრობის აბსოლუტურ შეზღუდვას. 2014 წლიდან შესაძლებელია იმის დანახვა, უფრო ლიბერალური გახდა თუ არა ამა თუ იმ ქვეყნის სავაჭრო რეჟიმი თუ პირიქით. აქვე გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ეს ზომა ადეკვატურად ვერ ასახავს შეზღუდვის სიმწვავესა და მის რეალურ შედეგებს. მაგალითისათვის, 0,10 სიდიდის ინდექსი შესაძლოა საკმაოდ მოკრძალებულად აღიქმებოდეს ამა თუ იმ ქვეყნისათვის, რომელიც უკვე ახორციელებს მომსახურებას ექსპორტს შეზღუდვის ამ კოეფიციენტის მქონე ქვეყანაში და ამავე დროს სავსებით საკმარისი აღმოჩნდეს იმისათვის, რომ მთლიანად შეზღუდოს იმპორტი იმ ქვეყნიდან, რომლისგანაც მიმღებ ქვეყანას საკვლევი მომსახურება ჯერაც კიდევ მიუღია.

ცხრილი #1. საკვლავი მომსახურების სფეროების ვაჭრობის შეზღუდვის ინდექსები ევროკავშირის ქვეყნებში, 2018

| მომსახურების სფერო | ვაჭრობის შეზღუდვის საშუალო ინდექსი | ლიბერალიზაცია 2014 შედარებით | ვაჭრობის შეზღუდვის საშუალო ინდექსზე ნაკლები მქონე ევროპული ქვეყნების რიცხვი | უდიდესი იმპორტიორი | ყველაზე ლიბერალური იმპორტიორი |
|--------------------------------------|------------------------------------|------------------------------|---|--------------------|-------------------------------|
| კომპიუტერული მომსახურება | 0.24 | უმნიშვნელო | 16 | გერმანია | ლატვია |
| სააღრიცხვო და საბუღალტრო მომსახურება | 0.33 | უმნიშვნელო | 19 | გერმანია | ლატვია |
| არქიტექტურა | 0.27 | უმნიშვნელო | 13 | გერმანია | ლატვია |
| საინჟინრო მომსახურება | 0.25 | უმნიშვნელო | 16 | გერმანია | ლატვია |
| ხმის ჩაწერის მომსახურება | 0.22 | უმნიშვნელო | 19 | გერმანია | ლატვია |
| კინონდუსტრიის მომსახურება | 0.22 | უმნიშვნელო | 18 | გერმანია | ლატვია |
| საკურიერო მომსახურება | 0.30 | უმნიშვნელო | 23 | გერმანია | ლატვია |

წყარო: საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრი (ITC)

იმის გათვალისწინებით, რომ მომსახურებით ვაჭრობის გენერალური შეთანხმება (GATS) ჯერჯერობით მხოლოდ თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეწყობის ზოგად ასპექტებს ფარავს, მომსახურების ექსპორტის მსურველმა ქვეყანამ უნდა შეისწავლოს უშუალოდ მიმღები ქვეყნის კანონები და რეგულაციები, ზემოთჩამოთვლილი მიმართულებებით. თვით ევროკავშირის ბაზარზეც კი, ჯერჯერობით არ მოქმედებს უნიფიცირებული სტანდარტები, და აქედან გამომდინარე, კვლევისთვის საინტერესო ან პერსპექტიული მომსახურების სფეროების რეგულაციები ცალ-ცალკე და დეტალურადაა შესასწავლი ქვეყნების მიხედვით, რაც სცილდება ამ კვლევის ფარგლებს. ისევე როგორც საქონლის პერსპექტიული ჯგუფების შესწავლის შემთხვევაში, მომსახურების საექსპორტო მიმართულებების მოსაძიებლად გამოყენებულია შემავსებელი მეთოდოლოგია. იგი ეყრდნობა რამდენიმე პრინციპს, რომლებიც მოცემულია ქვემოთ:

1. საძიებელი სერვისების ექსპორტში საქართველო უნდა ყოფილიყო ნეტო ექსპორტიორი და სასურველია აღმავალი ტრენდით. მიგვანჩნია, რომ ამგვარი მახასიათებლების მქონე საექსპორტო მომსახურებას უფრო მაღალი ალბათობა აქვს ევროპულ ბაზარზე დამკვიდრების, მიუხედავად იმისა, რომ ჯერჯერობით ამ სერვისების ევროკავშირის ბაზარზე გატანის ფაქტი არ აღირიცხება;

2. გათვლებში გათვალისწინებული გვექონდა ვაჭრობის შეზღუდვის ინდექსი, რომელსაც OECD აწარმოებს მომსახურებით ვაჭრობისათვის. აქაც მივიჩნიეთ, რომ ყველაზე ნაკლები შეზღუდვის მქონე სფეროს წარმატების მეტი შანსი უნდა ჰქონდეს;
3. უნდა არსებობდეს შესაძლებლობა, უცხოელ რეზიდენტებს მომსახურება გაეწიოს მათი საქართველოში ყოფნისას. მიგვაჩნია, რომ სერვისებით ვაჭრობაში ამას დამატებითი უპირატესობის მოტანა შეუძლია, განსაკუთრებით ისეთ დარგებში, რომლებშიც საქართველოს გარკვეული ცნობადობა აქვს;
4. უნდა არსებობდეს გარკვეული პოტენციური მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების განვითარებისათვის.
5. ხის დამუშავების სფეროში საკმაოდ სწრაფად იზრდება ბრუნვაც და დამატებული ღირებულებაც. ბრუნვის ზრდით იგი წინ უსწრებს დამამუშავებელ მრეწველობას და მრეწველობას მთლიანად. ამავე დროს, შედარებით ნელა იზრდება დამატებული ღირებულება, რაც მარჟების თანდათანობით შემცირებას მოასწავებს. ამ ფაქტორების გათვალისწინებით რთული ასახსნელი არ არის დასაქმების თანდათანობითი შემცირების ტენდენციაც. საინტერესოა, რომ საქსტატის მონაცემებით, ამ დარგში ერთ-ერთი ყველაზე ნაკლებია ფიქსირებული ინვესტიციები და მათ შორის, ფიქსირებული ინვესტიციები ერთ დასაქმებულზე, რაც მიანიშნებს, რომ დარგის განვითარებისათვის აუცილებელი არ არის დიდი ზომის ინვესტიციების მობილიზება.
6. დარგისათვის ხელსაყრელია ის გარემოება, რომ 2014-2015 წლების მინი კრიზისის შემდეგ ევროკავშირის ბაზარი გამოცოცხლებას განიცდის და იმპორტი წლიურად საშუალოდ 10%-ზე მეტად იზრდება.
7. განხილული არ არის მოგზაურობის (ტურიზმის) ექსპორტი, ვინაიდან ეს ისედაც უდიდესი საქსპორტო მიმართულებაა მომსახურების სფეროში, რომელიც საკმაოდ დამაჯერებელი ტემპებით ვითარდება და ზოგადად არ განიცდის როგორც კერძო საფინანსო დაწესებულებების, ასევე სახელმწიფოსა და დონორი ორგანიზაციების ფინანსურ თუ ტექნიკური დახმარების დეფიციტს.

ევროკავშირის ბაზარზე ექსპორტირებისთვის პერსპექტიული სამრეწველო საქონლის შესარჩევად გამოყენებული მეთოდოლოგია

საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის მეთოდოლოგიით, კვლევის მიზნებით დავამუშავეთ დივერსიფიკაციის კარგი პერსპექტივების მქონე 46 დარგი, რომელიც გაერთიანებულია 17 სასაქონლო ჯგუფში. ასევე გაანგარიშებულია ევროკავშირის იმპორტი თითოეული სასაქონლო ჯგუფისათვის 2017 წლისათვის. ნუსხა წარმოდგენილია ცხრილ #2-ში ქვემოთ.

ცხრილი #2. ევროკავშირში ექსპორტისათვის საინტერესო სასაქონლო ჯგუფები და დარგები

| სასაქონლო ჯგუფი | დარგების რაოდენობა | ევროკავშირის იმპორტი 2017 წ., მლრდ. აშშ დოლარი |
|--|--------------------|--|
| ცოცხალი ცხოველები (ფრინველის გარდა) | 1 | 0 |
| ხილი | 5 | 6.73 |
| ბოსტნეული | 1 | 1 |
| კაკლოვნები | 1 | 0.91 |
| ჩაი და მატე | 1 | 0.66 |
| მემცენარეობის პროდუქტები (სხვაგან დაუსახელებელი) | 1 | 0.15 |
| მცენარეული ცხიმები და ზეთები | 1 | 2.3 |
| თევზი და თევზის პროდუქტები | 10 | 21.11 |
| თევზის პროდუქტები (გადამუშავებული) | 2 | 4.1 |
| ხორცი და ხორცის პროდუქტები (ქათმის გარდა) | 2 | 1.01 |
| მატყლი და საქონლის ბეწვი | 1 | 0.47 |
| ტყავები და ცხოველთა ტყავების პროდუქტები | 4 | 0.74 |
| ტანსაცმელი | 11 | 39.73 |
| ფეხსაცმელი | 2 | 23.9 |

| | | |
|--|-----------|------------|
| სასუქები | 1 | 1.4 |
| სხვა ლითონები | 1 | 2.4 |
| სხვა სასურსათო პროდუქტები | 1 | 1.4 |
| სულ | 46 | 108 |
| წყარო: საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრი (ITC) | | |

ნუსხაში წარმოდგენილი დარგებისა და სასაქონლო ჯგუფებისათვის დაანგარიშებულია ევროკავშირის 2017 წლის იმპორტი (მოთხოვნა). კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, ნუსხიდან გამორიცხულია სოფლის მეურნეობისა და სურსათის პროდუქტები, როგორც გადაუმუშავებელი, ისე დამუშავებული. ასევე გამორიცხულია სასუქებისა და ლითონების წარმოება, ვინაიდან ეს დარგები მსხვილი, კაპიტალტევადი საწარმოების მოწყობას მოითხოვს. პირდაპირი გზით, საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის (ITC) პროდუქტის დივერსიფიკაციის შეფასების (PDI) მეთოდოლოგიით პირდაპირ შეიჩნა ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის წარმოება, როგორც პერსპექტიული მიმართულებები. გარდა ამისა, დამატებითი მეთოდოლოგიით შემუშავებული მოდელით შეიჩნა დამატებითი პერსპექტიული საქონელი შემდეგი წესით:

პირველ რიგში მოხდა 2010–2018 წლებში საქართველოს საგარეო ვაჭრობის (როგორც ექსპორტის, ისე იმპორტის) დახარისხება ექვსნიშნა დონეზე, იმისათვის, რათა გამორიცხულიყო რაიმე ისეთი პროდუქტის დაკარგვა, რომელშიც შესაძლოა საქართველოს ჰქონოდა ნიშური პოზიციები, მაგრამ ამავე დროს ყოფილიყო ნეტო-იმპორტიორი ამ პროდუქტის მომცველ, უფრო ფართო კლასში საქონლისა (ორნიშნა კოდების დონეზე).

მეორე ტესტი იყო ევროკავშირის რომელიმე ქვეყანაში ბოლო ხუთი წლის მანძილზე დაფიქსირებული ჯამური ექსპორტი თუნდაც 100 ათასი დოლარის რაოდენობით, მიუხედავად იმისა, არის თუ არა საქართველო ნეტო-ექსპორტიორი შესაბამისი პროდუქტის, თუნდაც ექვსნიშნა დონეზე. ამ მიდგომის არსი ისაა, რომ ხშირ შემთხვევაში ქვეყნები, რომლებიც ახდენენ იმპორტირებული საქონლის რეექსპორტს, გარკვეული დროის შემდეგ თავად ხდებიან ხსენებული საქონლის, ან შესაბამისი დარგის პროდუქციის ექსპორტიორები. ამგვარად, არ გვინდოდა გამოგვერიცხა გონივრული პერსპექტივის მქონე რაიმე პროდუქტი.

მესამე ტესტის გასავლელად აუცილებელი იყო საქართველოს ჰქონოდა გაუმჯობესებული ტრენდი პროდუქტით დანარჩენ მსოფლიოსთან ვაჭრობაში. კერძოდ, თანდათანობით უნდა შემცირებულიყო საქონლით ვაჭრობის ნეგატიური სალდო როგორც აბსოლუტური, ისე ფარდობითი მნიშვნელობით.

მეოთხე ტესტის გასავლელად, აუცილებელი იყო, რომ საანგარიშო პერიოდში (2014–2018 წლები), პროდუქტის ექსპორტი (რეექსპორტის გარდა) ყოფილიყო საშუალოდ, იმპორტის სულ მცირე 20%.

ეს აუცილებელია იმისათვის, რომ განისაზღვროს არსებობს თუ არა საქართველოში პროდუქტის პოტენციალის გონივრული შეფასების საშუალება.

მეხუთე ტესტის გასავლელად აუცილებელი იყო პროდუქტის საქართველოში არსებულიყო შესაბამისი სანედლეულო ბაზა. ეს აუცილებელია იმისათვის, რათა პროექტი პერსპექტიულად ჩათვლილიყო.

ასევე სასურველად ჩავთვალეთ, რომ საძიებელი საქონელი ყოფილიყო დამუშავების პროდუქტი, თუნდაც ნახავერფაბრიკატი და არა ნედლეული.

ტესტირების მოდელი ცხრილის სახით მოკლედაა წარმოდგენილი ქვემოთ.

ცხრილი #3. საკვლევი პროდუქტების შერჩევის კრიტერიუმები (HS ექვსნიშნა დონეზე) და შერჩეული პროდუქტების საბოლოო რიცხვი

| შერჩევის კრიტერიუმები | ტესტი 1 | ტესტი 2 | ტესტი 3 | ტესტი 4 | ტესტი 5 |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|
| დაფიქსირებულია საქონლის ექსპორტი | 3684 | | | | |
| ბოლო ხუთი წლის ჯამური ექსპორტი ევროკავშირში >100 000 აშშ დოლარზე | | 158 | | | |
| ექსპორტი (რეექსპორტის გარეშე) > იმპორტის 20% | | | 15 | | |
| ვაჭრობის გაუმჯობესებული ტრენდი | | | | 14 | |
| გადამუშავების პროდუქტი | | | | | 5 |

წყარო: საქსტატი

ამასთანავე, სასურველად იყო მიჩნეული დარგში მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების პერსპექტივისა და შესაბამისი დასაქმების პოტენციალის არსებობა.

შერჩევის ყველა კრიტერიუმის გავლის შემდეგ, მოდელის მიხედვით, HS სისტემის ექვსნიშნა დონეზე შეირჩა 5 საქონელი, რომელიც დაიყო 3 დარგად.

ცხრილი #4. დაბაბებითი მეთოდოლოგიით შერჩეული პირსაკეტივლი საქონელი და შესაბამისი დარგები

| HS ექვსნიშნა კოდი | საქონელი | დარგი | ბოლო ხუთი წლის საშუალო ექსპორტი (ათასი აშშ დოლარი) | იმპორტიორი |
|-------------------|---|---|--|--|
| 410411 | მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის (კამეჩების ჩათვლით) ან ცხენების ოჯახის ცხოველების გათრიმლული ტყავი, ნოტიო მდგომარეობაში, გაუხეხავი წალმა გაუყოფელი; წალმა გაყოფილი | ტყავი და მასთან დაკავშირებული ნაწარმის წარმოება | 1,976 | იტალია, ესპანეთი |
| 410419 | დანარჩენი მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის (კამეჩების ჩათვლით) ან ცხენების ოჯახის ცხოველების გათრიმლული ტყავი, ნოტიო მდგომარეობაში, გაუხეხავი წალმა გაუყოფელის და წალმა გაყოფილის გარდა | ტყავი და მასთან დაკავშირებული ნაწარმის წარმოება | 20 | იტალია, ესპანეთი |
| 442190 | დანარჩენი ხის ნაწარმი, ტანსაცმლის საკიდრებისა და 4414 00-დან 4420 90-მდე კოდებში მითითებულების გარდა | ხის და კორპის ნაწარმის წარმოება, ავეჯის გარდა; ნაკეთობების წარმოება ჩალის და წნული მასალებისგან | 5,885 | გერმანია, პოლონეთი, ბელგია, ნიდერლანდები, საფრანგეთი, დიდი ბრიტანეთი, ესპანეთი, ავსტრია, ჩეხეთი, საბერძნეთი, დანია, იტალია, ლატვია |
| 940161 | დასაჯდომი ავეჯი ხის კარკასით, გადაკრული, საწოლად ტრანსფორმირებადი ან არატრანსფორმირებადი, | ავეჯის წარმოება | 150 | სლოვენია, გერმანია, ჩეხეთი, ლიტვა, სლოვაკია, იტალია, დანია, ბელგია, ესტონეთი, საფრანგეთი, საბერძ- |

| | ქირურგიული, სტომატოლოგიური ან ვეტერინარული, საპარიკმახერო და ანალოგიური სავარძლების გარდა | | | ნეთი, უნგრეთი, ლატვია, მალტა, ნიდერლანდები, პოლონეთი, რუმინეთი, ესპანეთი, შვედეთი, დიდი ბრიტანეთი |
|--------|---|-----------------|-----|---|
| 940390 | ავეჯის ნაწილები | ავეჯის წარმოება | 140 | სლოვენია, იტალია, ჩეხეთი, დანია, ბელგია, ესტონეთი, საფრანგეთი, ლატვია, ნიდერლანდები, პოლონეთი, რუმინეთი, შვედეთი, დიდი ბრიტანეთი, გერმანია, ლიტვა, ბულგარეთი, ირლანდია, უნგრეთი |

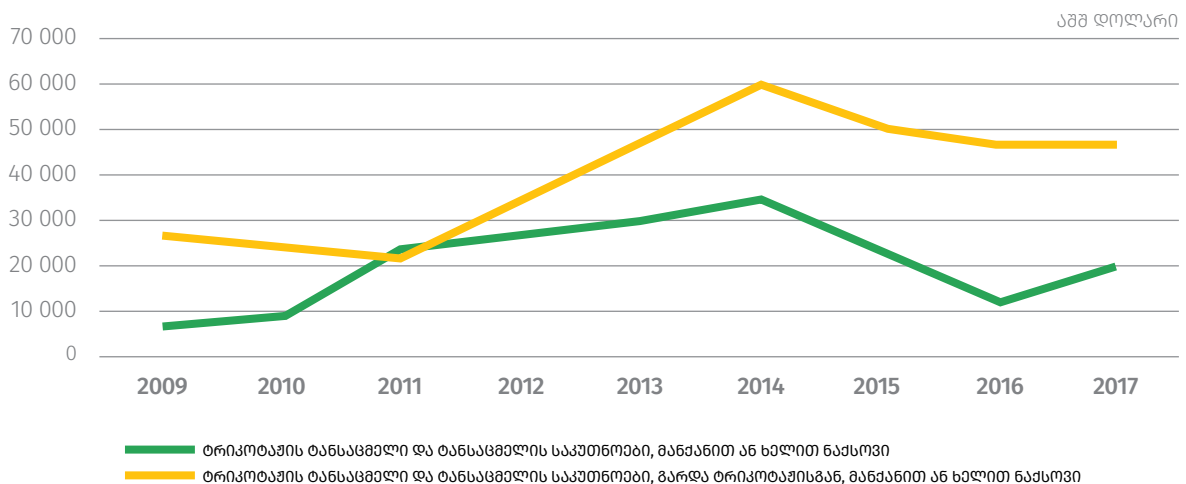
საინტერესოა, რომ დამატებითმა მეთოდოლოგიამ გამოავლინა (მასში იმთავითვე არ იყო გათვალისწინებული ფეხსაცმელი და ტანსაცმელი) **ტყავის დამუშავების დარგი**, რაც ITC-ს მეთოდოლოგიის შედეგს დაემთხვა. კიდევ ორი დამატებითი საქონელი აღმოჩნდა **ავეჯის წარმოება და ხის და კორპის ნაწარმის წარმოება, ავეჯის გარდა; ნაკეთობების წარმოება ჩალის და წნული მასალებისგან**. საინტერესოა, რომ ეს დარგები შესაბამისად ტექსტილთან, სოფლის მეურნეობასთან, ხე-ტყის დამუშავებასთან, ფეხსაცმლისა და ტანსაცმლის ინდუსტრიასთან ერთად ემნიან კლასტერებს, რაც სამომავლოდ ყველა დარგის მეტ-ნაკლები განვითარების იმედს იძლევა. შეიძლება გამოითქვას ვარაუდი, რომ საქართველოში ამჟამად ეს კლასტერები ჩანასახოვან მდგომარეობაშია და სწორი განვითარებისა და სახარბიელო ეკონომიკური კონიუნქტურის პირობებში განვითარების კარგი პოტენციალი გააჩნიათ.

ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 1 - ტანსაცმლის წარმოება

ვაჭრობის საერთაშორისო ცენტრის (ITC) მეთოდოლოგიის მიხედვით, საქართველოს მაღალი პოტენციალი აქვს ტანსაცმლით ვაჭრობაში და მათ შორის, ტანსაცმლის ნაწარმის ევროკავშირში გატანაში.

საილუსტრაციოდ, საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის შესაფასებლად მოგვყავს 2009-17 წლებში საქართველოდან ტანსაცმლის ძირითადი კატეგორიების ექსპორტის ამსახველი ინფორმაცია. ეს დარგი საკმაოდ შთამბეჭდავ ბრძას განიცდის. მართალია, 2015 წელს ადგილი ჰქონდა ექსპორტის ვარდნას, რაც განპირობებული იყო ვალუტის კურსის გაუფასურებითა და მთავარ სავაჭრო ქვეყნებში ეკონომიკური ვითარების გაუარესებით, 2016 წლიდან შეინიშნება ექსპორტის გამოცოცხლება. როგორც ჩანს, საქართველოს ტანსაცმლის ინდუსტრია თანდათანობით ძლევს გლობალური ეკონომიკური პრობლემებით გამოწვეულ სირთულეებს.

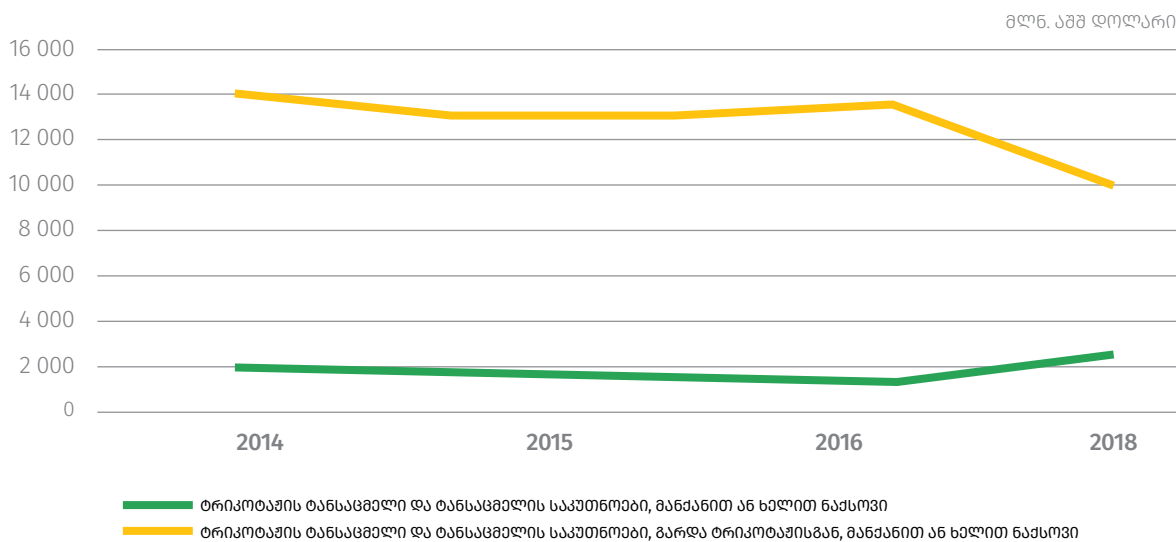
გრაფიკი #1. ტანსაცმლის უმთავრესი კატეგორიების ექსპორტი საქართველოდან



წყარო: საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრი, საქსტატი

საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის (ITC) მონაცემებით, 2017 წელს ეკონომიკურად მნიშვნელოვანი ოდენობით ტრიკოტაჟისგან განსხვავებული ტანსაცმლის ექსპორტი საქართველოდან ევროკავშირის ქვეყნებში ფიქსირდება მხოლოდ იტალიაში (11,390,000 აშშ დოლარი, 2017 წ.) და გერმანიაში (1,800,000 აშშ დოლარი, 2017 წ.). ამასთანავე, იტალიაში გატანილი ექსპორტი ამ კატეგორიის საქონლის ექსპორტის თითქმის 40%-ს შეადგენს. ეს დამაიმედებელი ფაქტია და მიუთითებს იმაზე, რომ ქვეყანაში არის გარკვეული პოტენციალი შედარებით მაღალი ხარისხისა და ძვირი ტანსაცმლის ექსპორტის მიმართულებით. ტრიკოტაჟის ნაწარმის ევროკავშირში ექსპორტი საკმაოდ შეზღუდულია. საქართველოსთვის ძირითადი იმპორტიორები აქაც იტალია და გერმანია არიან, თუმცა ორივე მათგანის მიერ იმპორტირებული საქონლის ღირებულება 2017 წელს სულ რაღაც 1.5 მილიონ აშშ დოლარზე ნაკლებია. ამის მიუხედავად, შესაძლებელია იმის თქმა, რომ ზოგადად ტანსაცმლის ექსპორტის მიმართულებით, საქართველოს მნიშვნელოვანი აუთვისებელი პოტენციალი გააჩნია.

გრაფიკი #2. ტანსაცმლის უმთავრესი კატეგორიების ექსპორტი საქართველოდან ევროკავშირში



წყარო: საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრი, საქსტატი (2018 წლის მონაცემები არასრულია)

ტანსაცმლის წარმოებაში ბავშვთა ტანსაცმლის კატეგორიის შემავსებლად, საქსტატისა და საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის მონაცემებზე დაყრდნობით, ასევე ამ უკანასკნელის მიერ გენერირებული მოდელის შესაბამისად, შესაძლებელია გამოიყოს 10 სასაქონლო კატეგორია და ტანსაცმლის 22 სახეობა, რომელთაგანაც ყველაზე ტრენდული მიმართულებები მოცემულია ცხრილში ქვემოთ.

ცხრილი #5. ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივის მქონე ტანსაცმლის სახეობათა ჩამონათვალი

| კატეგორია | პერსპექტიული სასაქონლო ნომენკლატურის ოთხნიშნა კვუფების კოდები |
|--|---|
| პალტოები, მოკლე პალტოები, მოსასხამები ლაბადები, ქურთუკები (სათხილამუროს ჩათვლით), საქარე, საშტორმო ქურთუკები და ანალოგიური ნაწარმი, მანქანით ან ხელით ნაქსოვი ტრიკოტაჟისა, ქალისა ან გოგონებისათვის | 6102 |
| შარვლები, გულსაფარიანი და თასმებიანი კომბინეზონები, ბრიჯები და შორტები (ორივე სქესისათვის) | 6103 |
| კოსტუმები, კომპლექტები, ჟაკეტები, ბლაიზერები, კაბები, ქვედატანები, ქვედატანი-შარვლები, შარვლები, გულსაფარიანი და თასმებიანი კომბინეზონები, ბრიჯები და შორტები (საბანაოს გარდა) მანქანით ან ხელით ნაქსოვი ტრიკოტაჟისა, ქალისა ან გოგონებისათვის | 6104 |
| კოსტუმები, კომპლექტები, პიჯაკები, ბლაიზერები, შარვლები, გულსაფარიანი და თასმებიანი კომბინეზონები, ბრიჯები და შორტები (საბანაოს გარდა), მამაკაცისა ან ბიჭებისათვის: | 6203 |
| წყარო: საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრი, საქსტატი | |

იმავე საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის მიერ გენერირებული მოდელის მიხედვით, მსოფლიოს მაკროეკონომიკურ შორის, ევროკავშირი ბაზრის პოტენციალის მიხედვით, საქართველოსთვის ყველაზე საინტერესო დანიშნულების წერტილია. აუთვისებელი პოტენციალი, რომლის შევსებაც, მოდელის მიხედვით, მოკლევადიან პერიოდში შესაძლებელია, დაახლოებით 36 მილიონ აშშ დოლარს შეადგენს.

ამ დარგის ზრდის ტემპები 2010-2018 წლების პერიოდში მუდმივად სტარბობს ზოგადად ეკონომიკის, ასევე მთლიანად მრეწველობისა და დამამუშავებელი მრეწველობის ზრდის ტემპებს. საინტერესოა, რომ 2014-2015 წლების საგარეო ეკონომიკური შოკის შედეგები სწრაფად იქნა დაძლეული ზოგადად მრეწველობასთან შედარებით, თუმცა ლამაზად მომავალში საჭირო იქნება განვითარების არსებული ტემპების, სულ მცირე, შენარჩუნება, რათა ლარის გაუფასურებით გამოწვეული ნედლეულისა და საწარმოო ფაქტორების შედარებითი გაძვირების პრობლემა საბოლოოდ გადაილახოს.

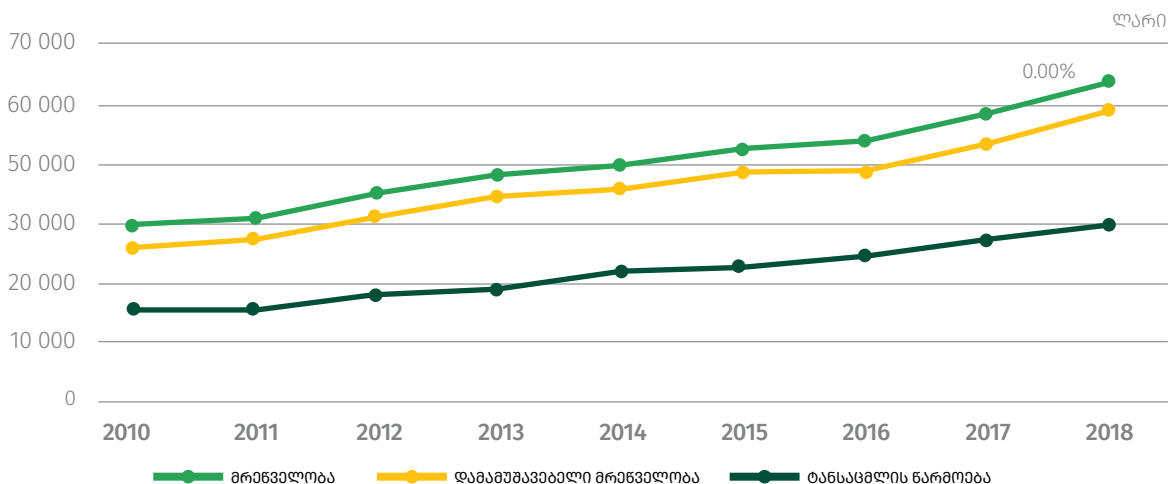
ცხრილი #6. საქართველოს მრეწველობის, დამამუშავებელი მრეწველობისა და ტანსაცმლის წარმოების ბრუნვის დინამიკა 2010-18 წწ. (მილიონი ლარი)

| ბრუნვა | მრეწველობა | დამამუშავებელი მრეწველობა | ტანსაცმლის წარმოება |
|--------------------------------------|---------------|---------------------------|---------------------|
| 2010 | 5486.3 | 3838.9 | 56.2 |
| 2011 | 7186.6 | 5096.8 | 62.5 |
| 2012 | 7535.6 | 5460.7 | 89.4 |
| 2013 | 8006.1 | 5908.7 | 83.2 |
| 2014 | 8953.4 | 6644.1 | 98.6 |
| 2015 | 9603.9 | 6610.2 | 130.1 |
| 2016 | 10571.8 | 7232.5 | 131.4 |
| 2017 | 12384.4 | 8532.1 | 169.8 |
| 2018 | 13506.9 | 9205.2 | 189.0 |
| ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა % | 16.24% | 15.53% | 26.26% |

წყარო: საქსტატი

საინტერესოა, რომ ზოგადად მრეწველობის სფეროში შრომის ნაყოფიერების ზრდა (ერთ დასაქმებულზე გამოშვების თვალსაზრისით) წინ უსწრებს შრომის ანაზღაურების ზრდას, რაც მიუთითებს, რომ მრეწველობის სექტორში ზოგადად, და კერძოდ ტანსაცმლის წარმოებაში საკმაოდ კარგი სტიმულები არსებობს დასაქმების ზრდისა და ახალი საწარმოების გახსნისათვის, მით უმეტეს, რომ ეს დარგი შედარებით ნაკლებად კაპიტალტევადია.

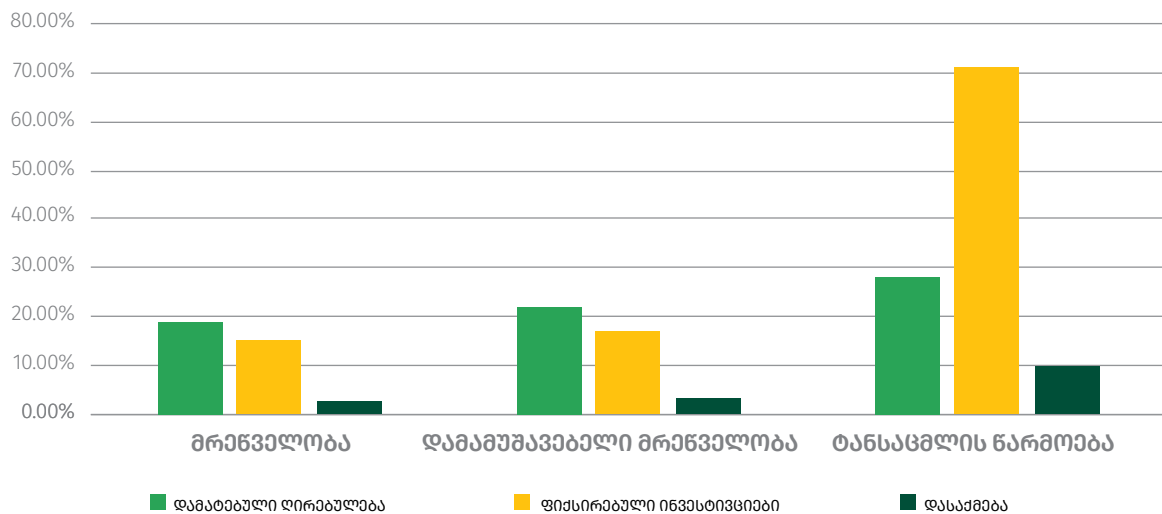
გრაფიკი #3. შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება ტანსაცმლის წარმოებაში



წყარო: საქსტატი

თუ ლარის გაუფასურებას მივიღებთ მხედველობაში, იკვეთება, რომ 2010 წლიდან დღემდე, ტანსაცმლის ინდუსტრიაში შრომის რეალური ანაზღაურება უმნიშვნელოდაა გაზრდილი ან შესაძლოა, შემცირებულია კიდევ. აქედან გამომდინარე, მოსალოდნელია მოთხოვნის ზრდა ახალ საწარმოებზე ეკონომიკურად დაბალგანვითარებულ რეგიონებში, სადაც შესაძლებელია სიმძლავრეების გადატანა შედარებით დიდი ქალაქებიდან. ეს გარემოება, ერთი მხრივ, ქმნის პოტენციალს მუშახელის დიდი რიცხვის მობილიზაციის შესაძლებლობის თვალსაზრისით, თუმცა, მეორე მხრივ, უკავშირდება კვალიფიციური მუშახელის მოძიების პრობლემას. სამომავლოდ, ევროკავშირში პროდუქციის გატანის მსურველ ტანსაცმლის მწარმოებლებს მოუწევთ ამ გამოწვევის გათვალისწინება და მუშახელის გადამზადების პროგრამების განხორციელება. მეორე მხრივ, დარგის დინამიკა და მისი დასაქმების ძირითადი მახასიათებლები ხელსაყრელ პირობებს ქმნის ქალთა და ახალგაზრდების დასაქმებისათვის. სავარაუდოდ, საინტერესო შეიძლება გამოდგეს დასავლეთ საქართველოს ის რეგიონები, რომლებიც საზღვაო პორტებთან მდებარეობს, მაგ. გურია და სამეგრელო.

დიაგრამა #1. ტანსაცმლის ინდუსტრიის ძირითადი პარამეტრების საშუალო წლიური ზრდა მრეწველობის ზრდის ფონზე (%) 2009-2018 წლებში



წყარო: საქსტატი

დიაგრამა #1 მიუთითებს, რომ ტანსაცმლის ინდუსტრია ზოგადად მრეწველობასთან და დამამუშავებელ მრეწველობასთან შედარებით ბოლო დეკადის განმავლობაში ბევრად უფრო დამაიმედებელ დინამიკაშია. მართალია, ამ დარგის წილი მთლიანად მრეწველობაში მაღალი არ არის, მაგრამ ზრდის პოტენციალი იმდენად თვალშისაცემია, რომ მისი გამოყენება, ახალი ბაზრების გამონახვის შემთხვევაში, პრობლემას არ უნდა წარმოადგენდეს. როგორც მონაცემები აჩვენებს, სოლიდური ზრდა აღირიცხება ფიქსირებული აქტივების ზრდის მიმართულებითაც. ფაქტობრივად, მოკლევადიან

პერიოდში ტანსაცმლის წარმოების დარგის ზრდა მიწოდების მხარეს თითქმის მთლიანად ახალი მუშახელის მობილიზაციაზე დამოკიდებული.

ტანსაცმლის წარმოების დარგის პერსპექტივების ანალიზისას მიზანშეწონილია საწარმოთა ჩაღრმავებული კვლევა იმისათვის, რათა გამოიკვეთოს მათი ძირითადი პარამეტრები, მიმწოდებლებთან და მომხმარებლებთან არსებული კავშირების სიმყარე, პროდუქციის ხარისხი, ასორტიმენტი, რაოდენობა, მარკეტინგი და სხვა საკითხები. გარდა ამისა, ტანსაცმლის ინდუსტრიის პროდუქციის ევროკავშირში გატანის პერსპექტივების განხილვა აუცილებელია შემდეგი გამოწვევების გათვალისწინებით:

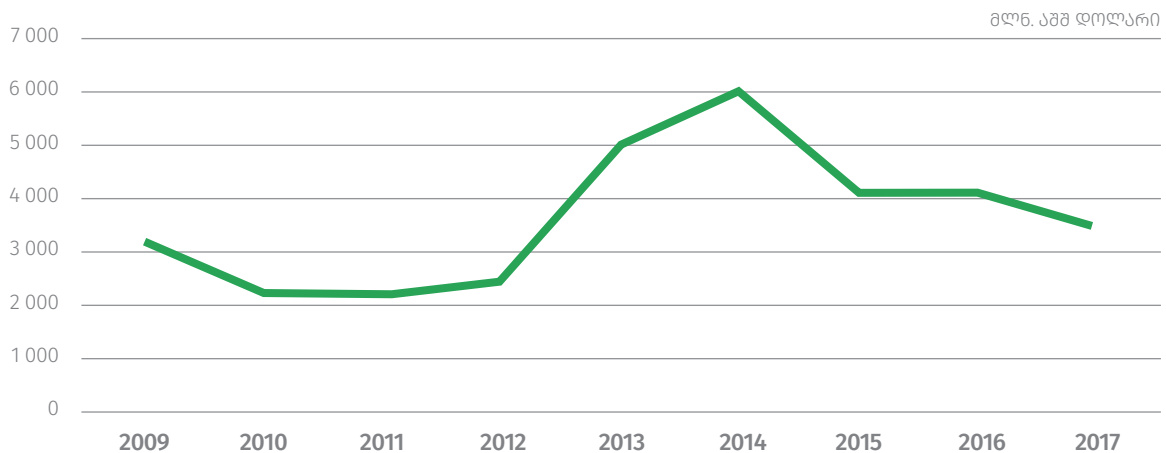
- ტანსაცმლის ინდუსტრიის საწარმოთა (სხვადასხვა წყაროების მიხედვით, დაახლოებით 200 ერთეული) უმეტესობა მიკროსაწარმოს კატეგორიას ეკუთვნის, რაც მოკლევადიან პერიოდში უთუოდ უკავშირდება კვალიფიციური მუშახელისა და მენეჯმენტის პრობლემას და მწვავედ აყენებს პერსონალის გადამზადების აუცილებლობას;
- მაკროეკონომიკური არასტაბილურობა დამაზიანებელია ექსპორტისათვის. ერთის მხრივ, ლარის გაუფასურებამ შესაძლოა ხელი შეუწყოს ექსპორტს, მაგრამ მეორეს მხრივ, განსაკუთრებით კი უცარი დეფლაციის შემთხვევაში, შესაძლებელია საწარმოო ხარჯების სწრაფი ზრდა, რაც შეაფერხებს ექსპორტს;
- აუცილებლად გასათვალისწინებელია ტექნოლოგიური ჩამორჩენის ფაქტორი, რაც ხელს უშლის ხარისხიანი პროდუქციის დროულად და სათანადო რაოდენობით დამზადებას;
- უცხოურ ნედლეულზე დამოკიდებულება ჯერაც მაღალია, მიუხედავად იმისა, რომ იკვეთება კლასტერიზაციის მთელი რიგი პერსპექტივები. ეს ეხება მომიჯნავე ტექსტილის ინდუსტრიის თანდათანობით გაძლიერებას, ადგილობრივი ნედლეულის ხელმისაწვდომობის ზრდას (მაგ, ტყავი, მატყლი, ნართი, და სხვა).

ამას გარდა, გასათვალისწინებელია, რომ ევროპულ ბაზარზე შესვლისა და დამკვიდრების მსურველებს მნიშვნელოვანი დაბრკოლებებისა და შეზღუდვების დაძლევა მოუწევთ, პროდუქტის შემადგენლობის, შეღებვის, ფორმის, ტრანსპორტირებისა და სხვა საკითხებთან დაკავშირებული რეგულაციების გამო.

ეპროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 2 - ფეხსაცმლის წარმოება

მართალია, საქართველოს სპეციალიზაცია ფეხსაცმლის წარმოება-ექსპორტში ტანსაცმელზე შედარებით ნაკლებადაა გამოკვეთილი, მაინც შეიძლება იმის თქმა, რომ არსებობს გარკვეული პოტენციალი ამ სფეროშიც ექსპორტის განსავითარებლად. საილუსტრაციოდ მოგვყავს **გრაფიკი #4**, რომელიც ასახავს საქართველოდან ყველა კატეგორიის ფეხსაცმლისა და მისი კომპონენტების ექსპორტს. 2014 წლამდე დარგი სტაბილურად იზრდებოდა, თუმცა 2015 წლის შემდეგ დაღმასვლას განიცდის. ეს შესაძლოა, განპირობებულია იმპორტირებული კომპონენტების ღირებულების ზრდით ლარებში ვალუტის გაუფასურების გამო. ფეხსაცმლის ექსპორტის შედარებითი შეზღუდულობის გამო მისი ჩაშლა კომპონენტებად ამ კვლევის მიზნებისათვის გამართლებული არ არის. ამის მიზეზი ისაა, რომ შედარებით წვრილი სასაქონლო კატეგორიების წარმოებისა და ექსპორტის დინამიკა შესაძლებელია ადვილად შეიცვალოს იმ შემთხვევაში, თუ დარგი მოთხოვნას უპასუხებს და არსებული კაპიტალაღჭურვის პირობებში ფეხსაცმლის ერთი ტიპის წარმოებიდან მეორეზე გადავა.

გრაფიკი #4. ყველა სახის ფეხსაცმლისა და მისი კომპონენტების ექსპორტი საქართველოდან



წყარო: საქსტატი

ფეხსაცმლის საქართველოდან ევროპაში ექსპორტის პერსპექტივების გასაზრებლად აუცილებელია იმის გათვალისწინება, რომ ევროპის ბაზრები ერთ-ერთი ურთულესია რეგულირებისა და შეღწევის თვალსაზრისით. 2008 წლის კრიზისის შემდეგ აქ გამოცოცხლება შეინიშნება. ვინაიდან მომხმარებელი უწინდელთან შედარებით ნაკლებად გადაადგილდება, ინდივიდუალურ მომხმარებლებზე გათვლილი საქონლის მწარმოებლებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ პროდუქციის გასაღება დისტრიბუტორების დახმარებით მოუწევთ, რაც ასევე პროფესიონალ მარკეტოლოგთა გუნდის დამხმარებას მოითხოვს.

ფეხსაცმლის ინდუსტრიის ეკონომიკური შედეგების ცალკე შეფასება, ისე როგორც ეს ტანსაცმლის შემთხვევაშია, ჯერჯერობით შესაძლებელი არ არის, სტატისტიკური აღრიცხვის თავისებურებების გამო. ამის მიზეზი ისიცაა, რომ განსხვავდება ფეხსაცმლის წარმოებაში გამოყენებული ნედლეულიც, რომელიც მოიცავს ტყავის დამუშავების პროდუქტებს, რეზინისა და ქიმიურ ნაწარმს, ასევე დეტალების ისეთ ასორტიმენტს, რომელიც ტანსაცმლის ინდუსტრიაში ზოგადად არ გვხვდება. ამ ნაკლოვანების ნაწილობრივ შესავსებად, საქსტატის მონაცემებით მოგვყავს რამდენიმე სტილიზებული ფაქტი მომიჯნავე ტექსტილისა და რეზინისა და პლასტმასის წარმოების დარგებიდან.

ორივე ეს დარგი ყველაზე სწრაფად ვითარდება მრეწველობის დარგებს შორის და მათი წლიური ბრუნვის და საშუალო წლიური ზრდის ტემპები 2010-2018, შესაბამისად, 40% და 35%-ს შეადგენს. ტექსტილის წარმოება ლიდერია დასაქმების ზრდაშიც -12%, ხოლო რეზინისა და პლასტმასის წარმოება ყოველწლიურად 2010-2018 წლების პერიოდში საშუალოდ 6%-ით მეტ ადამიანს ასაქმებს. ორივე სფეროში საკმაოდ სწრაფად მატულობს შრომის ანაზღაურება, თუმცა ის მაინც ზოგადად მრეწველობის შრომის ანაზღაურებაზე დაბალი რჩება. ორივეგან სწრაფად იზრდება ინვესტიციები კაპიტალურ აქტივებში, თუმცა რეზინისა და პლასტმასის წარმოებაში დამატებითი კაპიტალდაბანდების საჭიროება აშკარაა. მიუხედავად ამისა, შეიძლება ითქვას, რომ ქართული ფეხსაცმლის წარმოებას აქვს პერსპექტივა მათ შორის იმიტომაც, რომ საკმაოდ კარგად ვითარდება მხარდამჭერი და კომპლემენტარული დარგები.

განვითარების თვალსაზრისით საინტერესოა ქუთაისში ფეხსაცმლის წარმოების გეოგრაფიული კლასტერი. აქ არსებულ საწარმოთა ნაწილში იკერება იტალიური დიზაინით შექმნილი ფეხსაცმელიც. საკმაოდ დიდია ასორტიმენტი, რომელიც მოიცავს როგორც სპორტულ, ისე საბავშვო და გამოსასვლელ ფეხსაცმელებს.

ევროპის ბაზარზე გასასვლელად, ქართველ მწარმოებლებს მნიშვნელოვანი დაბრკოლებების გადალახვა მოუწევთ, ვინაიდან, რეგულირების თვალსაზრისით, ევროპული ბაზარი უკიდურესად მკაცრია. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მოქმედებს არა მხოლოდ საკანონმდებლო შეზღუდვები, არამედ სპეციფიკური, მომხმარებლის საჭიროებას მორგებული სტანდარტები და მოთხოვნები. ამრიგად, ბაზარზე შესვლამდე აუცილებელია არა მხოლოდ საკანონმდებლო მოთხოვნების, არამედ შემსყიდველთა ქცევის თავისებურებათა ცოდნა და ამასთანავე, იმის გააზრება, რომ ევროპაში ზო-

გადად გრძელვადიან ურთიერთობას ამკობინებენ, რაც ერთისმხრივ ბაზარზე შესვლას კიდევ უფრო ართულებს, თუმცა მეორესმხრივ სასარგებლოა უკვე დამკვიდრებული მომწოდებლებისათვის.

ევროპული ბაზრის მნიშვნელოვანი თავისებურება ისაა, რომ მყიდველებს ფართო არჩევანი აქვთ და გაცილებით მარტივად შეუძლიათ შეცვალონ მიმწოდებლები, ვიდრე მიმწოდებლებს მყიდველები. მიუხედავად ბაზარზე შესვლის სირთულისა, გასათვალისწინებელია ის, რომ იმპორტიორთა შორის მძაფრმა კონკურენციამ, პროდუქციის გაიაფებამ, ტექნოლოგიურმა გაუმჯობესებამ, პროდუქციის ადგილზე მიტანის გამარტივებამ და დაჩქარებამ ახალ მოთამაშეებს მნიშვნელოვანი პერსპექტივები შეუქმნა.

ყველაზე დიდი სირთულე, რასაც ბაზარზე შესვლის მსურველები აწყდებიან, კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის მოთხოვნებია (CSR). ამ მოთხოვნებს დიდი ყურადღება ექცევა ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის წარმოებაში განვითარებად ქვეყნებში გავრცელებული ბავშვთა შრომისა და შრომის უსაფრთხოების პრობლემების გამო. CSR მოთხოვნების დაკმაყოფილება რთულია განვითარებადი ქვეყნების კომპანიებისათვის, მაგრამ, თუ თუ კომპანია მაინც გადაწყვეტს ევროპის ბაზარზე გასვლას, ყურადღება უნდა მიაქციოს შემდეგ უახლეს ტენდენციებს:

- ონლაინ დისტრიბუციის მეთოდების განვითარება, ქსელური მაღაზიები, სავაჭრო პლატფორმები მომხმარებლებს ახალი მომწოდებლების პროდუქციის მარტივად გამოცდის საშუალებას აძლევს;
- უდიდეს იმპორტიორ ქვეყნებში, მაგალითად, ჩინეთში მუშახელისა და მასალების ხარჯების სწრაფი ზრდა ევროპელ მომხმარებელს ახალი მწარმოებლების მოძებნისა და ან წარმოების პროცესის ავტომატიზაციისკენ უბიძგებს;
- ფეხსაცმლის სულ უფრო მეტი მწარმოებელი უკავშირდება მომხმარებელს „ბიზნესი-მომხმარებელი“ (B2C) პლატფორმის მეშვეობით. დღესდღეობით გასაღების ახალი ინსტრუმენტებით გაცილებით მეტი მოგების მიღებაა შესაძლებელი;
- მომხმარებლები ეძებენ ახალ მომწოდებლებს, რომლებსაც მათი მოთხოვნების შესაბამისად პროდუქციის რაოდენობისა და ხარისხის გარანტირება და ღირებულებათა ჯაჭვის მუშაობის სრული გამჭვირვალობის ჩვენება შეუძლიათ.

საყურადღებოა, რომ სულ უფრო მეტი მომხმარებელი ცდილობს დაარწმუნოს არსებული მომწოდებელი, რომ წარმოება ახალ გეოგრაფიულ არეალებში გადაიტანოს, რაც „არატრადიციულ ექსპორტიორებს“ ახალ შესაძლებლობებს უქმნის. ამ უპირატესობას აძლიერებს ევროკავშირის მიერ გაფორმებული თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებები. საქართველომ განსაკუთრებით უნდა ისარგებლოს ამით და სრული შანსიც აქვს. მომდევნო პერიოდში უმთავრესი გამოწვევები იქნება შემდეგი:

- აქცენტის გაკეთება შედარებით შრომატევად პროდუქციაზე, რომელსაც შედარებით მაღალი მოგების მარჟა აქვს;

- ყურადღების გამახვილება პროდუქციის იმ ჯგუფებზე, რომელიც ახლა ჩინეთში იწარმოება, მაგალითად, სპორტული ფეხსაცმელი, გამოსასვლელი ფეხსაცმლის შესაბამისი კატეგორიები და სხვა;
- თვალყურის დევნება და მუდმივად გათვალისწინება წარმოების ავტომატიზაციის ტენდენციისა, რაც ართულებს შედარებით ნაკლებად კაპიტალტევადი ნაწარმის გასაღების პერსპექტივას;
- მაკროეკონომიკური მდგომარეობის არამყარობა განსაკუთრებით სახიფათოა ხარჯების კონტროლის თვალსაზრისით, რაც განსაკუთრებით ნედლეულსა და ენერჯიას ეხება;
- კვალიფიციური მუშახელის მოძიებისა და მისი ტრენინგების გზით გადამზადების სირთულეები, რაც შესაძლოა დაუკავშირდეს კონკურენციას სხვა დარგებთან;
- გასაღების ქსელის ორგანიზებასთან დაკავშირებული პრობლემები. ეს უმეტესწილად უკავშირდება იმ გარემოებას, რომ ინდუსტრიაში საწარმოთა უმეტესობას ჯერ კიდევ მცირე ზომის საამქროები შეადგენენ, ვისაც უჭირს მომხმარებელთან უშუალოდ, თანამედროვე საშუალებებით დაკავშირება.

საქართველოსათვის, სავარაუდოდ, მომგებიანი იქნება შესაძლებლობის ფარგლებში კონცენტრაცია წარმოების არატრადიციულ მასალებზე. ევროპულ ბაზარზე დიდი ყურადღება ეთმობა იმპორტიორ ქვეყანაში არსებულ პოლიტიკურ ვითარებას, კონკურენციისა და რეგულაციის პრაქტიკას, ასევე შრომის უსაფრთხოებას. ამ თვალსაზრისით, კონკურენტი განვითარებად ქვეყნებთან შედარებით, საქართველო უკეთეს ვითარებაში იმყოფება, თუმცა, მას აუცილებლად მოუწევს კორპორატიული სოციალური პასუხისმგებლობის (CSR) პრაქტიკის საყოველთაო დანერგვა-გავრცელება.

ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 3 - ტყავისა და მასთან დაკავშირებული პროდუქციის წარმოება

ტყავისა და ტყავის დამუშავების პროდუქტების დეტალური განხილვის მოტივაციას ევროკავშირში დაფიქსირებული მცირეოდენი ექსპორტის გარდა, ქმნის ის გარემოებაც, რომ ამ დარგის პროდუქცია გამოიყენება მსუბუქი მრეწველობის სხვა დარგებში, კერძოდ ფეხსაცმელების წარმოებაში, რაც სამომავლოდ, კლასტერული კვლევების წარმოებისას გასათვალისწინებელია ღირებულაბათა ჯაჭვის პრობლემების შესამცირებელი ღონისძიებების შესამუშავებლად.

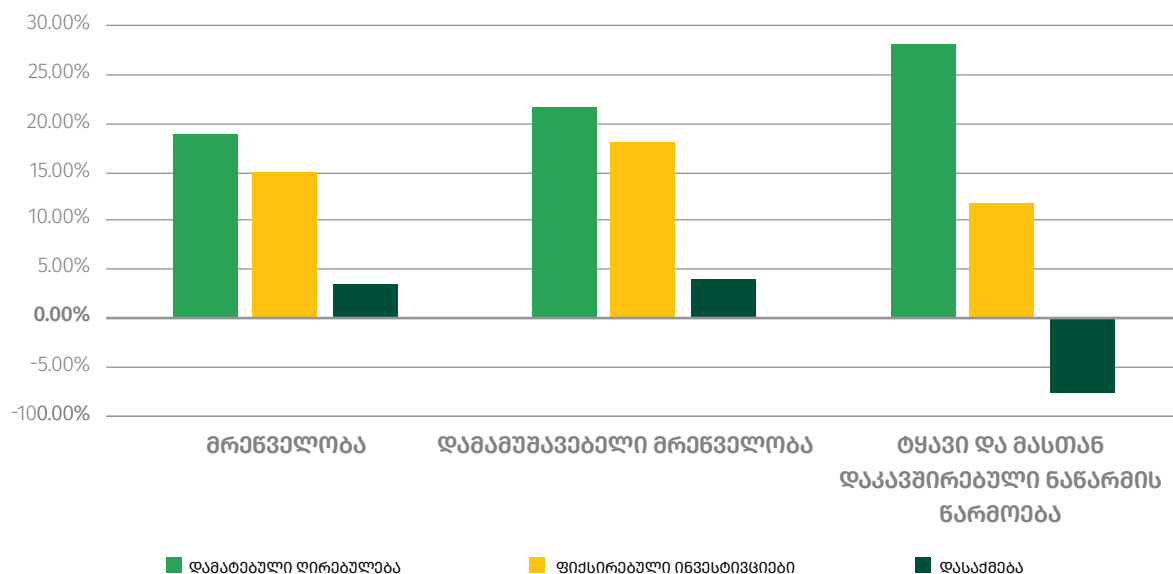
ცხრილი #7. საქართველოს მრეწველობის, დამამუშავებელი მრეწველობისა და ტანსაცმლის წარმოების ბრუნვის დინამიკა 2010-2018 წ. (მლნ.ლარი)

| ბრუნვა | მრეწველობა | დამამუშავებელი მრეწველობა | ტყავი და მასთან დაკავშირებული პროდუქციის წარმოება |
|--------------------------------------|---------------|---------------------------|---|
| 2010 | 5486.3 | 3838.9 | 9.8 |
| 2011 | 7186.6 | 5096.8 | 20.6 |
| 2012 | 7535.6 | 5460.7 | 11.3 |
| 2013 | 8006.1 | 5908.7 | 14.6 |
| 2014 | 8953.4 | 6644.1 | 17.4 |
| 2015 | 9603.9 | 6610.2 | 22.5 |
| 2016 | 10571.8 | 7232.5 | 17.8 |
| 2017 | 12384.4 | 8532.1 | 15.4 |
| 2018 | 13506.9 | 9205.2 | 14.7 |
| ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა % | 16.24% | 15.53% | 5.56% |
| წყარო: საქსტატი | | | |

ცხრილი #7 აჩვენებს, რომ დარგის ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა ოდნავ აღემატება ინფლაციას. ერთის მხრივ, ეს მიუთითებს ქვეყანაში არსებულ სტაგნაციაზე, ხოლო მეორეს მხრივ იმაზე, რომ

დარგის ნედლეულის გამოყენება შედარებით სტაბილურია ღირებულებითი თვალსაზრისით. შესაძლებელია ისიც, რომ დროთა განმავლობაში სასაკლავოებისა და ხორცპროდუქტების გასაღების ფორმალიზაციის ზრდის ფონზე, მცირდება ტყავის ერთეულის ფასი.

დიაგრამა #2. ტყავის და მასთან დაკავშირებული ნარმოების ძირითადი კარამეტრების საშუალო წლიური ზრდა მრეწველობის ზრდის ფონზე (%) 2009-2018 წლებში

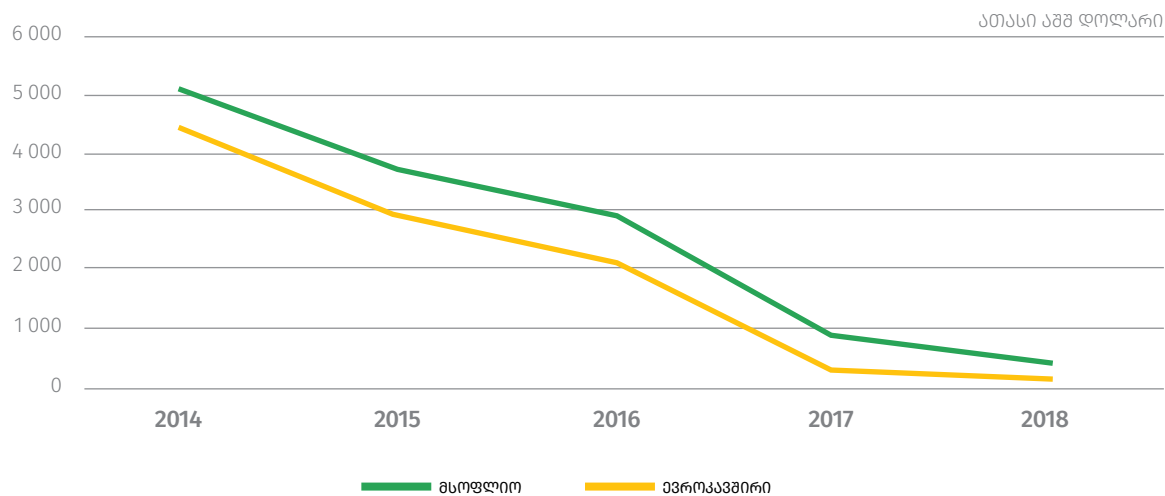


წყარო: საქსტატი

ტყავისა და თანმხლები პროდუქციის დამუშავების ინდუსტრიაში სტაბილურად იზრდება დამატებული ღირებულება, თანაც მრეწველობის სხვა სფეროებზე ბევრად სწრაფად. მიუხედავად ამისა, ამ დარგში შედარებით მწირია კაპიტალური ინვესტიციები, ხოლო დასაქმება არა თუ არ იზრდება, მცირდება კიდევ.

საინტერესო დასკვნების გაკეთების საშუალებას იძლევა **გრაფიკი #5** ქვემოთ. 2014 წლიდან დღემდე სახეზეა ტყავეულის მსოფლიოსა და ევროკავშირში ექსპორტი. ეს მით უფრო საინტერესოა, რომ ამ პროდუქციის ექსპორტი საქართველოში ფიქსირდება ფეხსაცმლის, ჩანთებისა და აქსესუარების მწარმოებელ ისეთ დიდ ქვეყნებში, როგორებიც იტალია და ესპანეთია. ამის ფონზე, ერთგვარად უცნაურია ექსპორტის კლების მკვეთრად გამოხატული ტენდენცია, მითუმეტეს იმ ფონზე, როცა დარგში შექმნილი დამატებული ღირებულება საკმაოდ სწრაფი ტემპებით იზრდება.

გრაფიკი #5. ტყავისა და მასთან დაკავშირებული პროდუქტის ექსპორტი საქართველოდან



წყარო: საქსტატი

გამოვთქვამთ ვარაუდს, რომ დამუშავებული ტყავეულის ექსპორტის კლება განპირობებულია საშინაო მოთხოვნის სწრაფი ზრდითა და ფეხსაცმლის, ტანსაცმლისა და ტყავის, როგორც ნედლეულის მომხმარებელი მომიჯნავე დარგების თანდათანობით გამოცოცხლებაზე. ამავე დროს, გამორიცხული არ არის, რომ წარმოდგენილი ტენდენციები ბაზარზე შედარებით იაფი ხელოვნური ტყავის მოძალე-ბითაა განპირობებული, რაც თავის მხრივ, ნავთობისა და ნავთობროდუქტების გაიაფებას მოჰყვა. გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ მესაქონლეობის შედარებით დაბალი განვითარების გამო, საქართველოში დაბალია ნედლი ტყავის ხარისხი, რაც პრობლემას უქმნის როგორც უშუალოდ დამუშავების ინდუსტრიას, ასევე იმ დარგებს, რომლებიც დამუშავების პროდუქტს იყენებენ.

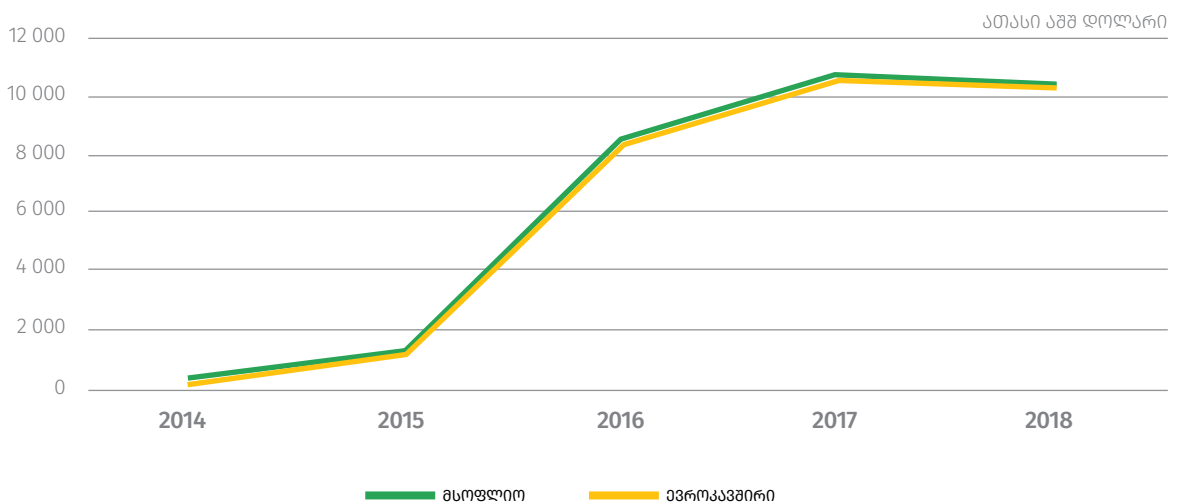
ნებისმიერ შემთხვევაში, ტყავის დამუშავებისა და თანამედროვე პროდუქტების სამომავლო განხილვა, როგორც ევროკავშირში გატანის პერსპექტივის მქონე, მიზანშეწონილია ღირებულების ჯაჭვის ნაწილად ტექსტილის, ტანსაცმლის წარმოების, ფეხსაცმლის წარმოებისა და მომიჯნავე დარგებთან ერთად.

ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 4 - ხის და კორპის ნაწარმის წარმოება, ავეჯის გარდა; ნაკეთობების წარმოება ჩაღისა და წნული მასალებისგან

ამ დარგის ეკონომიკური შედეგები გაცილებით უფრო შთამბეჭდავია ტყავის გადამუშავების ინდუსტრიასთან შედარებით. ჯერ ერთი, ამ პროდუქციის ექსპორტი 2014-2018 წლებში განხორციელდა 13 ქვეყანაში, და მათ შორის ისეთ ხალხმრავალ ქვეყნებში როგორებიცაა გერმანია, პოლონეთი, საფრანგეთი, დიდი ბრიტანეთი, იტალია და ესპანეთი.

საკმაოდ დამაჯერებელია ექსპორტის საშუალო მაჩვენებელი ბოლო 5 წლის განმავლობაში. ამ პერიოდში იგი თითქმის ექვს მილიონ დოლარს შეადგენს წლიურად. აღსანიშნავია ის გარემოებაც, რომ ექსპორტი თითქმის ექსკლუზიურად ევროკავშირში ხორციელდება და განსაკუთრებით სწრაფად გაიზარდა ბოლო სამი წლის განმავლობაში.

გრაფიკი #6. ხის ნაწარმის (ავეჯის გარდა) ექსპორტი საქართველოდან



წყარო: საქსტატი

ზოგადად, ამ დარგის პროდუქციისათვის საჭირო ნედლეული საკმაოდ მოიპოვება საქართველოში და დიდად ამ დარგის გეოგრაფიული განფენილობა. დამატებით პლიუსად შეიძლება ჩაითვალოს ის, რომ დარგი შესაძლოა გამოვიდეს, როგორც ავეჯის ინდუსტრიისათვის მასალის მიმოწოდებლად ასევე, ხის სხვა დანიშნულების ნაკეთობების დასამზადებლადაც.

ცხრილი #8. ხის და კორკის ნაწარმის წარმოება (ავეჯის გარდა), ნაკეთობების წარმოება ჩალისა და წნული მასალებისგან, ძირითადი კარამიტები

| ბრუნვა | ბრუნვა (მლნ.ლარი) | დამატებული ღირებულება (მლნ.ლარი) | დასაქმებულთა რაოდენობა |
|--------------------------------------|-------------------|----------------------------------|------------------------|
| 2010 | 27.1 | 17.6 | 1659 |
| 2011 | 91.0 | 10.5 | 2550 |
| 2012 | 94.1 | 28.5 | 1867 |
| 2013 | 74.0 | 30.6 | 1371 |
| 2014 | 81.4 | 27.2 | 1574 |
| 2015 | 84.8 | 27.7 | 1468 |
| 2016 | 96.6 | 38.7 | 1834 |
| 2017 | 115.0 | 27.9 | 1546 |
| 2018 | 112.2 | 32.8 | 1319 |
| ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა % | 34.89% | 9.60% | -2.28% |
| წყარო: საქსტატი | | | |

ცხრილ #8-ში გამოკვეთილია რამდენიმე მნიშვნელოვანი გარემოება. პირველ რიგში, ხის დამუშავების სფეროში საკმაოდ სწრაფად იზრდება ბრუნვაც და დამატებული ღირებულებაც. ბრუნვის ზრდით იგი წინ უსწრებს დამამუშავებელ მრეწველობას და მრეწველობას მთლიანად. ამავე დროს, შედარებით ნელა იზრდება დამატებული ღირებულება, რაც მარჯუების თანდათანობით შემცირებას მოასწავებს. ამ ფაქტორების გათვალისწინებით რთული ასახსნელი არ არის დასაქმების თანდათანობითი შემცირების ტენდენციაც. საინტერესოა, რომ საქსტატის მონაცემებით, ამ დარგში ერთ-ერთი ყველაზე ნაკლებია ფიქსირებული ინვესტიციები და მათ შორის, ფიქსირებული ინვესტიციები ერთ დასაქმებულზე, რაც მიანიშნებს, რომ დარგის განვითარებისათვის აუცილებელი არ არის დიდი ზომის ინვესტიციების მობილიზება.

დარგისათვის ხელსაყრელია ის გარემოება, რომ 2014-2015 წლების მინი კრიზისის შემდეგ ევროკავშირის ბაზარი გამოცოცხლებას განიცდის და იმპორტი წლიურად საშუალოდ 10%-ზე მეტად იზრდება. ამ კვლევის ფარგლებს სცილდება საქართველოს ხის დამამუშავებელი ინდუსტრიის ნაწარმის ასორ-

ტიმენტისა და ხარისხის კვლევა, მაგრამ ევროპაში მაღალი მოთხოვნაა რიგ პროდუქციაზე, რომლის დამზადებაც საქართველოში არსებული რესურსებით სავსებით შესაძლებელია. ეს მოიცავს ჩარჩოებს, დაპრესილ ხეს, ფანერას, ხის ფურცლებს, შესაფუთ კალათებსა და ყუთებს, კასრებს, სახელურებს, კონდახებს, სასადილო და სამზარეულო ინსტრუმენტებს და სხვა.

საქართველოს ხის და კორპის ნაწარმის წარმოების, ჩალის და წნული მასალებისგან ნაკეთობების წარმოების ინდუსტრიის გამოწვევები მეტ-ნაკლებად მრეწველობის სხვა დარგების გამოწვევების მსგავსია:

- ევროპულთან შედარებით ქართული საწარმოები შედარებით მცირეა, რაც ხელს უშლის ერთი საწარმოს ფარგლებში ნაწარმოები პროდუქციის ასორტიმენტის ზრდას და ამ გზით მაღალი მარჟების შენარჩუნებას;
- შედარებით არასტაბილური მაკროეკონომიკური გარემო, მათ შორის ვალუტის მკვეთრი რყევები ართულებს ხის დამუშავებისათვის საჭირო დანადგარების იმპორტს, რაც თავის მხრივ, უარყოფითად აისახება პროდუქციის ხარისხზე;
- კვალიფიციური მუშახელის მოზიდვის პრობლემა, ვინაიდან წარმოების ასორტიმენტი მწირია, რაც ერთი მხრივ შედარებით დაბალი კვალიფიკაციითაა გამოწვეული, ხოლო მეორე მხრივ ამ კვალიფიკაციის ამაღლების პერსპექტივების ნაკლებობა ქმნის ერთგვარ ჩაკეტილ წრეს;
- დარგის ტექნოლოგიური სიმარტივე პრობლემაა არა მხოლოდ საქართველოში, ასევე სხვაგანაც. ასეთ პირობებში, მნიშვნელოვანი იქნება იმგვარი ხელშეწყობის პროგრამების შემუშავება და განხორციელება, რომელიც ამ დარგს თანდათანობით შეურწყამს ავეჯის წარმოებას, რაც შექმნის საშუალებას როგორც მარჯის, ასევე დასაქმების ზრდისათვის.

ევროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო დარგი 5 - ავიაციის წარმოება

საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის მონაცემებით, ევროკავშირის ავეჯის ბაზარი უდიდესია მსოფლიო რეგიონებს შორის. ეს რეგიონი ბოლო წლებში გამოდის როგორც ავეჯის ნეტო-ექსპორტიორის, ისე ნეტო-იმპორტიორის როლში და გლობალური ვაჭრობის დაახლოებით 40-45%-ს ფარავს. ამასთანავე, ევროკავშირი (ჩრდილოეთ ამერიკასთან ერთად) მსოფლიოს ლიდერია ერთ სულ მოსახლეზე ავეჯზე გაწეული ხარჯებით.

საინტერესოა, რომ ევროკავშირში და ასევე, მსოფლიოს დანარჩენ რეგიონებში ავეჯის წარმოებაში ძირითადად მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები დომინირებენ, მიუხედავად იმისა, რომ ამ სფეროშიც არის რამდენიმე ცნობილი გლობალური ბრენდი. ბაზარზე შეინიშნება რამდენიმე ფუნდამენტური ტენდენცია. პირველ რიგში, ევროპის ბაზარზე მძაფრდება კონკურენცია, განსაკუთრებით ჩინეთის შეღწევის ხარჯზე. ალტერნატიული მომწოდებლები, რომლებიც ჩინეთის შევიწროებას ცდილობენ, ხელს უწყობენ საბოლოო პროდუქტზე ფასების ვარდნას, რაც შემდგომში ამცირებს სტიმულებს ახალი მწარმოებლების ბაზარზე შესასვლელად. მეორე მხრივ, შედარებით დაბალფასიან სეგმენტში დიდი ზომის განვითარებადი ქვეყნების მოძალების კვალდაკვალ, ევროპაში სულ უფრო ფართოვდება ნიშური და შედარებით ძვირადღირებული ავეჯის სეგმენტი. ამ სეგმენტში საკმაოდ კარგად არიან წარმოდგენილი ისეთი მომცრო ქვეყნები, როგორებიცაა ესტონეთი და სლოვაკეთი. ესტონეთს თავისი ავეჯი გაავს სკანდინავიის ქვეყნებში, ბრიტანეთსა და გერმანიაში და მისი მთლიანი ექსპორტი დაახლოებით მილიარდ დოლარს შეადგენს. ევროპის ბაზარზე სიტუაციას ართულებს პროტექციონისტური სენტენციების მომძლავრება და ასევე მუდმივი ინოვაცია და აქცენტი გაუმჯობესებულ დიზაინზე, რაც მცირე ზომის ქვეყნებისათვის საკმაოდ დიდ ხარჯებს უკავშირდება. ამავდროს, ახალი ქვეყნებისთვის ევროპის ბაზარზე შესაღწევად აუცილებელია ინვესტიციები კვალიფიციურ მუშახელსა და ნედლეულში, ინვესტიციები ძირითად კაპიტალში და ხანგრძლივი, კარგად გათვლილი მარკეტინგული სტრატეგია. საინტერესოა, რომ ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნების ავეჯის მწარმოებლები ყველაზე კარგ პოზიციებს აღმოსავლეთ ევროპის, ყოფილი სოციალისტური ბანაკის წევრი, ქვეყნების ბაზრებზე ფლობენ.

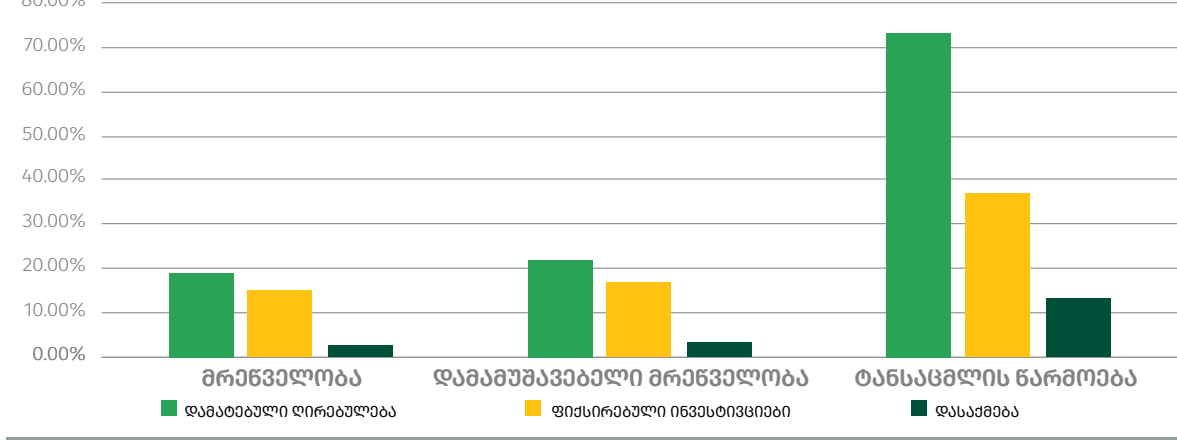
ცხრილი #9. ავჯის წარმოების ძირითადი პარამეტრები

| ბრუნვა | ბრუნვა (მლნ.ლარი) | დამატებული ღირებულება (მლნ.ლარი) | დასაქმებულთა რაოდენობა |
|--------------------------------------|-------------------|----------------------------------|------------------------|
| 2010 | 56.1 | 5.1 | 1513 |
| 2011 | 90.8 | 16.1 | 2325 |
| 2012 | 92.4 | 17.4 | 2650 |
| 2013 | 108.3 | 28.2 | 2853 |
| 2014 | 142.5 | 27.8 | 3160 |
| 2015 | 151.1 | 47.0 | 3499 |
| 2016 | 156.0 | 35.8 | 3428 |
| 2017 | 172.8 | 47.9 | 3464 |
| 2018 | 197.4 | 38.0 | 3373 |
| ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა % | 27.99% | 71.68% | 13.66% |

წყარო: საქსტატი

ავჯის წარმოების ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულების ზრდის ტემპი გაცილებით აღემატება ზოგადად მრეწველობისა და დამამუშავებელი მრეწველობის ანალოგიურ მაჩვენებლებს. საგულისხმოა ისიც, რომ ბრუნვაზე სწრაფად იზრდება დამატებული ღირებულებაც. ეს მიუთითებს დარგში შრომის რესურსის გამოკვეთილად ძლიერ როლზე და ასევე იმაზე, რომ არსებობს მაღალია მარჟები და კვლავაც დიდია ახალი აქტორებისათვის მიმზიდველი სტიმულები. დასაქმების ზრდის ტემპები მაღალი იყო 2010-იანი წლების დასაწყისში და შემდეგ მოხდა მათი სტაბილიზაცია. ეს, სავარაუდოდ, იმას მიუთითებს, რომ დარგში საკმაოდ აქტიურად მიმდინარეობს ფიქსირებულ აქტივებში ინვესტირების პროცესი, რომელიც 2018 წელს ერთგვარად შენედა.

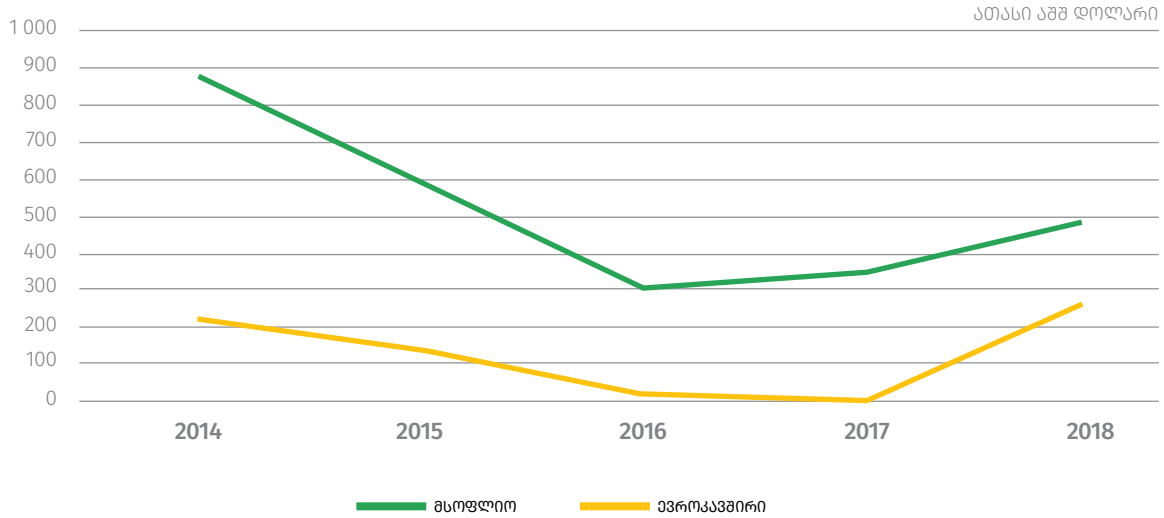
დიაგრამა #3. ავჯის წარმოების ძირითადი პარამეტრების საშუალო წლიური ზრდა მრეწველობის ზრდის ფონზე (%) 2009-2018 წლებში



წყარო: საქსტატი

დიაგრამა #3 აჩვენებს, რომ ავეჯის ინდუსტრია ყველა პარამეტრით ბევრად უფრო დინამიკურად ვითარდება, ვიდრე მრეწველობა ზოგადად. ეს დარგი არც ისე კაპიტალტევადია, მაგრამ ამ მიმართულებითაც კი განვითარების ტემპები დამაიმედებელია. ფაქტობრივად, იკვთება, რომ გაზრდილი მოთხოვნის შემთხვევაში, მის დაკმაყოფილებას ეს დარგი დამატებითი მუშახელის მოზიდვითა და ტექნოლოგიებით შეძლებს.

გრაფიკი #7. ავეჯის ექსპორტი საქართველოდან



წყარო: საქსტატი

გრაფიკი #7 აჩვენებს ავეჯის ნაწილებისა და ავეჯის ექსპორტს მსოფლიოსა და ევროკავშირში 2014–2018 წლებში. 2016–2017 წლებში აღინიშნა ექსპორტის მკვეთრი კლება, ევროკავშირში ექსპორტი კი თითქმის ნულამდე დავიდა. შარშან ადგილი ჰქონდა ექსპორტის მაჩვენებლების თანდათან აღდგენას. დამაიმედებელია ის გარემოება, რომ მთელ ექსპორტში გაიზარდა ევროკავშირის წილი, თუმცა მომავალი გვიჩვენებს, რამდენად შენარჩუნდება ეს ტენდენცია. მართალია, ექსპორტის მოცულობა ჯერჯერობით შთამბეჭდავად ვერ ჩაითვლება, მაგრამ სასიხარულოა ის, რომ იმპორტიორთა შორის მოხვდა 20 ევროპული ქვეყანა, მათ შორის მოსახლეობით უდიდესი და ეკონომიკურად დაწინაურებული ევროპული სახელმწიფოები.

საქართველოს ავეჯის ინდუსტრიის უმთავრესი გამოწვევები, ზოგადად ეკონომიკის და მრეწველობის გამოწვევების მსგავსია, მათ შორის:

- კვალიფიციური მუშახელის სათანადო რაოდენობით მობილიზაციის პრობლემა. ეს საკმაოდ მწვავე საკითხია, მით უმეტეს საქართველოს მოსახლეობის თანდათანობითი დაბერების ფონზე, აგრეთვე იმის გათვალისწინებით, რომ ავეჯის წარმოების სექტორში ანაზღაურება მნიშვნელოვნად ჩამორჩება ზოგადად მრეწველობაში საშუალო ანაზღაურებას;

- ნაწარმის შეზღუდული ასორტიმენტი, რაც არ იძლევა მაღალ მარჟებზე გადასვლის საშუალებას. ეს კი, თავის მხრივ, აუცილებელია მუშახელის გადამზადებისა და პროდუქციის ხარისხის ამაღლებისათვის;
- მაღალი დამოკიდებულება იაფფასიან იმპორტულ მაკომპლექტებელ მასალებზე და სუსტი ინტეგრაცია ღირებულებათა ჯაჭვის სხვა აქტორებთან, მათ შორის მაკომპლექტებელი მასალების მწარმოებლებთან;
- პროდუქციის შედარებით დაბალი ხარისხი, რაც ექსპორტს მოწყვლადს ხდის საგარეო ეკონომიკური კონიუნქტურის ცვლილებებისადმი და წარმოადგენს ხელისშემშლელ ფაქტორს შედარებით მაღალფასიანი და მაღალხარისხიანი ნიშის დაკავებაში;
- მოწყვლადი მაკროეკონომიკური გარემო, განსაკუთრებით კი ვალუტის კურსის ცვალებადობა აძვირებს იმპორტირებულ მაკომპლექტებლებს და ამცირებს დარგის კონკურენტუნარიანობას;
- დასაქმებულთა გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ასამაღლებლად საჭირო ტრენინგების დაფინანსების აუცილებლობა, რაც სოლიდურ თანხებსა და კვალიფიკაციას მოითხოვს.

ეპროკავშირის ბაზარზე პერსპექტივების მქონე სამრეწველო ქვედარგები

ზემოთ განხილული დარგებიდან შესაძლო დანახარჯისა და განვითარების პოტენციალის ურთიერთ-მიმართებით პერსპექტიულ ქვედარგებად შეგვიძლია გამოვყოთ საბავშვო ტანსაცმლის წარმოებისა (ტანსაცმლის წარმოების ქვედარგი) და სათამაშოების წარმოების (უპირატესად ხის სათამაშოების, როგორც ხის ნაკეთობების ქვედარგი) მიმართულებები.

პირველ რიგში აღნიშნულ დარგებზე აქცენტის გაკეთების საფუძველი შეიძლება იყოს საქართველოს შიდა ბაზარზე არსებული მდგომარეობა. 2017 წლის 1 იანვრის მდგომარეობით, საქართველოში 14 წლამდე ასაკის ბავშვების რაოდენობა 710 ათასზე მეტია, რაც მთელი მოსახლეობის 19%-ს შეადგენს. 2014 წლის მოსახლეობის საყოველთაო აღწერის მონაცემებით, საქართველოში 1 109 130 შინამეურნეობაა. ხოლო, 397 193 შინამეურნეობას 14 წლამდე ასაკის ბავშვი ჰყავს, რაც მთლიანი შინამეურნეობების რაოდენობის 36%-ია. მიუხედავად იმისა, რომ UNICEF-ის მონაცემები საქართველოში ბავშვთა მდგომარეობის შესახებ საკმაოდ შემაშფოთებელია და ყოველი მეხუთე ბავშვი სიღარიბის ზღვარს მიღმა ცხოვრობს, ზოგადად ბავშვთა საერთო რაოდენობა მნიშვნელოვნად აღემატება იმ მიწოდებას, რომელიც საბავშვო ტანსაცმლისა და სათამაშოების სფეროში საქართველოში შიდა წარმოების მხრიდან არსებობს.

სხვადასხვა მონაცემებით, საქართველოში სულ 10-მდე ბავშვთა ტანსაცმლის მწარმოებელი მოქმედი კომპანიაა და 40-მდე სათამაშოების მწარმოებელი კომპანია. მათი წარმოება, ძირითადად, საშუალო შემოსავლის მქონე სეგმენტებზე, ხარისხიან ნიშაზეა ორიენტირებული. თუმცა საერთო წარმოებაში მათი წილი იმდენად მცირეა, რომ სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის კოდებით მათი დამუშავება გართულებულია.

მიუხედავად ამისა, ვფიქრობთ საინტერესოა საერთაშორისო ექსპორტის ქეისები, რომელიც წარმოადგენს ქმნის იმაზე, მცირე დანახარჯისა და ტექნიკური მხარდაჭერის პირობებში რა ტიპის ეფექტის მიღწევას შესაძლებელი შემოთავაზებული ორი ქვედარგის კომპანიებში.

მაგალითად ბავშვთა ტანსაცმლის მწარმოებელმა კომპანიებმა „სპილოუ“ და „რკო“, 2019 წლის იანვარში საერთაშორისო გამოფენა Playtime Paris ერთჯერადი მონაწილეობის შედეგად (რომელიც მხარდაჭერილი იყო სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ მიერ) შეძლეს საერთაშორისო კონტრაქტების გაფორმება. კერძოდ, წიგნის მსოფლიო დღესთან დაკავშირებით „სპილოუმ“ წიგნის გმირების ფორმები შეკერა დიდ ბრიტანეთში მალაზია IGLOOKIDS-სთვის. ამ დღეს დიდ ბრიტანეთში მოსწავლეები სკოლაში წიგნის რომელიმე გმირის ფორმით მიდიან. კომპანიამ მიიღო ასევე ლიბანური კომპანიის შეკვეთები. კომპანიის „რკოს“ პროდუქცია კი, იგივე გამოფენაზე დამყარებული კონტრაქტების საფუძველზე, განთავსდება ბუტიკური ტიპის მაღაზიებში ევროკავშირში, კერძოდ ლონდონში გაიყიდება მაღაზია „golden blossom“-ში, იტალიაში კი, გაიყიდება ერთ-ერთ კონცეპტუალურ მაღაზიაში.

კომპანიის „Eshvi Kids“ მიერ წარმოებული საბავშვო ტანსაცმელი კი იაპონიაში ექსპორტზე გავიდა. „კომპანიამ „Eshvi Kids“ იაპონურ კომპანიასთან „Roherman“ ბიზნესკავშირები საერთაშორისო გამოფენაზე „Pitti Bimbo“ დაამყარა. ზემოხსენებული ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი მაღაზიაა არამხოლოდ იაპონიის, არამედ აშშ-ს მასშტაბითაც. გამოფენა „Pitti Bimbo“ 2019 წლის ივნისის თვეში, ქ. ფლორენციაში გაიმართა, სადაც სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ მხარდაჭერით, აღნიშნულ კომპანიასთან ერთად, კიდევ სამი ქართული კომპანია „ჟირაფი“, „ანცი“ და „სპილოუ“ იყო წარმოდგენილი.

სათამაშოების მწარმოებელი კომპანიის შპს „გეო თოიზის“ პროდუქციის პირველი პარტია, წიფლისგან დამზადებული სათამაშოები საფრანგეთში ექსპორტზე 2019 წლის 15 აპრილისთვის გავიდა და ეს კონტრაქტიც ასევე საერთაშორისო გამოფენაზე მონაწილეობის შედეგი იყო (გერმანია, გამოფენა Spielwarenmesse). ქართული კომპანიის დამკვეთი ფრანგული კომპანია Koobi გახდა.

მიმდინარე ეტაპზე, ამ კომპანიების განვითარების შეფერხების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი მიზეზი წარმოების მცირე მასშტაბი და ტრანსპორტირებასთან დაკავშირებული პრობლემებია. თუმცა წარმატების ეს მაგალითები აჩვენებს, რომ საკმაოდ მცირე დანახარჯითაც შესაძლებელია საინტერესო საექსპორტო პერსპექტივების გახსნა. ამასთან, როგორც ზემოთ უკვე იქნა აღნიშნული, ეს დარგები შედარებით მცირე მასშტაბის კაპიტალდაბანდებებს საჭიროებს, მათში მალაღია მცირე ბიზნესის მონაწილეობის ხარისხი (ქვედარგების ყველა კომპანია მცირე ბიზნესის წარმომადგენელია) და, შესაბამისად, პირდაპირ ჯდება სახელმწიფოს მცირე ბიზნესის განვითარებს სტრატეგიულ მიზნებში.

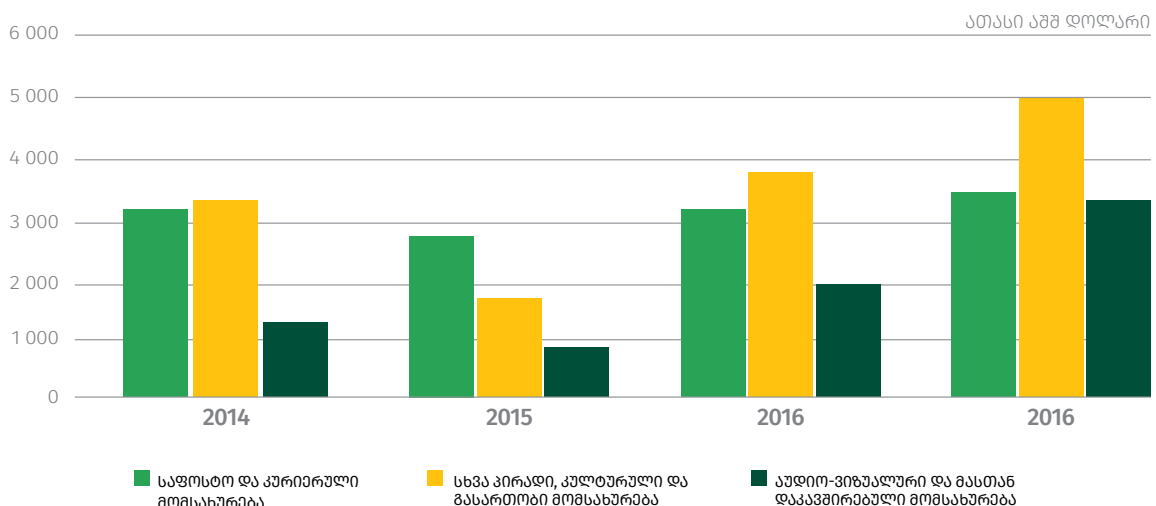
მომსახურების ექსპორტის პოტენციურად პერსპექტიული დარბების მოკლე მიმოხილვა

დამატებითი მეთოდოლოგიის გამოყენებით გამოვლენილ იქნა მომსახურების სფეროები, სადაც საქართველო ასეთ პოზიციებს ფლობს, წარმოდგენილია **დიაგრამა #4**-ში.

საფოსტო და კურიერული მომსახურების ექსპორტი საქართველოდან მუდმივად იზრდება ბოლო წლებში. ITC-სა და OECD-ს მონაცემთა ბაზაში წარმოდგენილია ინფორმაცია 129 ქვეყნის შესახებ. საქართველო მათ შორის სავაჭრო სალდოს დადებითი ბალანსის სიდიდის მიხედვით 50 ქვეყანას შორის ხვდება და თანდათანობით მიიწევს ზემოთ, რაც დამაიმედებელი ფაქტია.

აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურების საგარეო ვაჭრობის სალდოს მიხედვით, საქართველო გამოკვლეული 96 ქვეყნიდან მე-40 ადგილზე იმყოფება, რაც საკმაოდ კარგი მაჩვენებელია.

დიაგრამა #4. მომსახურების ცალკეული საგარეო ვაჭრობის ბალანსი



წყარო: საქსტატი

კარგი პოზიციები აქვს და აუმაჯობებს კონკურენტულობას საქართველო სხვა პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურების ექსპორტის მიმართულებითაც, რაშიც შედის ჯანდაცვის, განათლების, რეკრეაციული და კულტურული მემკვიდრეობის მომსახურება (მუზეუმები და სხვა).

საფოსტო და კურიერული მომსახურების შესახებ საქსტატის ინფორმაცია მოიპოვება 2016-2017 წლების პერიოდისათვის, რომელიც წარმოდგენილია ცხრილ #10-ში ქვემოთ.

ცხრილი #10. საფოსტო და საკურიერო საქმიანობით დაკავებული სანარმოების შემოსავლები 2016-2017 წელს (ათასი ლარი)

| | 2016 | 2017 |
|--|----------------|----------------|
| საფოსტო და საკურიერო მომსახურებიდან მიღებული შემოსავლები, სულ | 53038.6 | 72684.9 |
| წერილობითი კორესპონდენციებიდან | 15259.7 | 19301.3 |
| აღგილობრივი | 8958.1 | 10199.3 |
| საერთაშორისო | 6301.6 | 9102.0 |
| ამანათებიდან | 22784.2 | 32287.0 |
| აღგილობრივი | 4537.7 | 5054.4 |
| საერთაშორისო | 18246.5 | 27232.6 |
| წყარო: საქსტატი | | |

ამ ბიზნესის შემოსავლებში თანდათან იზრდება უცხოური კომპონენტის წილი. იგივე ეხება უცხოეთში გადაგზავნილი წერილობითი კორესპონდენციებისა და ამანათების რიცხვს. უცხოელი ტურისტების რიცხვისა და საქართველოს ეკონომიკისა და ბიზნესის საერთაშორისო სისტემაში ინტეგრაციის ზრდის კვალობაზე მოსალოდნელია ამ საფოსტო და საკურიერო მომსახურების მაჩვენებლების ზრდაც.

აუდიო-ვიზუალური მომსახურების საერთაშორისო ბაზარი, რომელშიც კინო ინდუსტრია და ხმის ჩამწერი და სხვა აუდიოვიზუალური მომსახურების მომწოდებლები შედიან, საკმაოდ მკაცრად რეგულირებული სფეროა, რომელში რთული იურიდიული კანონმდებლობა მოქმედებს. ამავე დროს, დასავლეთში არ არის ის გარემოება, რომ ამ სფეროში საქართველო საკმაოდ სოლიდურ წარსულ გამოცდილებას ეყრდნობა და აგრეთვე ისიც, რომ საქართველოს მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა საკმაოდ ფართო სპექტრის პროდუქციის დამზადების საშუალებას იძლევა. სამწუხაროდ, დეტალური ინფორმაცია ამ სექტორის მაჩვენებლების შესახებ ჯერჯერობით არ მოიპოვება, მაგრამ მისი განხილვა, როგორც მომსახურების სფეროს ევროკავშირში ექსპორტის დივერსიფიკაციის პოტენციალის მქონე დარგისა ნამდვილად ლოგიკურია, ყოველ შემთხვევაში, მისი საჭიროებების შესწავლის ეტაპზე მაინც.

რაც შეეხება სამედიცინო მომსახურების ექსპორტს, ნიშანდობლივია ის, რომ საქართველოში ბოლო დროს სამედიცინო მიზნით ჩამოსულ ტურისტთა რიცხვი, საქსტატის ინფორმაციით, სტაბილურად იზრდება და ტურისტების ჯამური რიცხვის დაახლოებით 3%-ს შეადგენს. ამავე დროს, შეიძლება იმის თქმა, რომ ტურიზმის ეს სეგმენტი საქართველოს გამოყენებული არ აქვს, მით უმეტეს, რომ აქ არსებობს კარგი შესაძლებლობა ჯანდაცვის ტურიზმი დაუკავშიროს რეკრეაციის საკმარისად იაფ (ევროპული სტანდარტებით) და ხარისხიან მომსახურებას.

მიგვაჩნია, რომ დენტალ ტურიზმი საკმაოდ პერსპექტიულ მიმართულებად უნდა ჩაითვალოს, მით უმეტეს, რომ ეს მომსახურება შესაძლებელია გაეწიოს საქართველოში ვიზიტად მყოფებს და მისი გაწევა ხორციელდება საქართველოს კანონმდებლობის შესაბამისად. პორტალ <https://www.dentotourism.com/> ინფორმაციით, საქართველოში ამ სერვისის მიღება ევროპელ და ამერიკელ კლიენტს ხარჯების დაახლოებით 70-80%-ს უზოგავს. აქვე აღსანიშნავია ქართველი სპეციალისტების კვალიფიკაციის აღმავალი ტრენდი და ის გარემოება, რომ სერვისის გასაწევად საჭირო საქონელს, სამედიცინო საშუალებებსა და აღჭურვილობას, საქსტატის მონაცემებით, ეს სექტორი სულ უფრო მზარდი რაოდენობით ყიდულობს განვითარებული ევროპული სახელმწიფოებისაგან. აღსანიშნავია ის გარემოებაც, რომ საქსტატის მონაცემებით ბოლო 9 წლის განმავლობაში, 2009 წლიდან 2018 წლამდე, კბილის ექიმთა რაოდენობა 909-დან 2153-მდე გაიზარდა. ამგრავად, სახეზეა დაახლოებით 2.5 ჯერ ზრდა, რაც რადიოლოგების რიცხვის ზრდის შემდეგ ყველაზე მაღალი ზრდის ტემპია, სხვა დანარჩენ სპეციალობებს შორის. მიგვაჩნია, რომ ტარგეტირებული საინფორმაციო კამპანია ბევრად გააუმჯობესებდა საქართველოს პოზიციას ამ ბაზარზე.

დასკვნა და რეკომენდაციები

საერთაშორისო ვაჭრობის ცენტრის, ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაციის, ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციისა და საქსტატის მონაცემებით მოპოვებული ინფორმაციით გამოიკვეთა საქართველოსთვის ევროკავშირში ექსპორტისათვის საინტერესო მიმართულებები:

მრეწველობა

1. ტანსაცმლის წარმოება და მისი ოთხი სპეციფიკური მიმართულება (იხ. ცხრილი შესაბამის სექციაში), მათ შორის საბავშვო ტანსაცმლის წარმოება
2. ფეხსაცმლის წარმოება
3. ტყავისა და მასთან დაკავშირებული პროდუქციის წარმოება
4. ხის და კორპის ნაწარმის წარმოება, ავეჯის გარდა; ნაკეთობების წარმოება ჩალის და წნული მასალებისგან, მათ შორის საბავშვო სათამაშოების წარმოება
5. ავეჯის წარმოება

მომსახურების სფერო

6. საფოსტო და კურიერული მომსახურება
7. აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურება
8. პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება, მ.შ ჯანდაცვის მომსახურება

აქვე აღსანიშნავია, რომ ტანსაცმლის მიმართულებით საკმაოდ ვრცელია არჩევანი, ხოლო შერჩეული დარგების რიცხვი, სავარაუდოდ, არ იძლევა მათზე თანაბარი კონცენტრაციის საშუალებას

რესურსების შეზღუდულობის გამო. ამ მიზეზით, საჭიროა ჩაღრმავებული საჭიროებების კვლევა ამ დარგებისათვის ხელშეწყობი ოპტიმალური სქემის შესამუშავებლად. ეს პროცესი უნდა ითვალისწინებდეს შემდეგ ფაქტორებს: ა) დარგის მოკლევადიანი პოტენციალი, ბ) ხელშესახები შედეგების გენერაციის პოტენციალი, დახმარების გაწევის შემდეგ, გ) დარგში მოთამაშეთა რაოდენობა, დ) ჯამური შედეგის სიდიდე, ე) უკუგება ინტერვენციაზე როგორც ეფექტიანობის, ისე სიდიდის თვალსაზრისით, სხვა ფაქტორები.

ასევე, შეიძლება კონცენტრირება რამდენიმე პრიორიტეტული მიმართულებით, რომელშიც მნიშვნელოვანი იქნება საქართველოსთვის უნიკალური კულტურული თავისებურებებით განპირობებული უპირატესობის რეალიზაცია. ეს ეხება ეთნიკური და მოდური, ასევე ეკოლოგიურად სუფთა მასალებით დამზადებული ტანსაცმლის რეალიზაციას. მნიშვნელოვანია გადაზიდვის, გაცვლითი თუ ტრენინგ პროგრამების განხორციელება სექტორში დასაქმებული მენეჯმენტ და მომუშავე პერსონალის კვალიფიკაციის ასამაღლებლად. ევროკავშირში ექსპორტის წასახალისებლად მიზანშეწონილია საინფორმაციო და მარკეტინგული კამპანიების ხელშეწყობა.

ფეხსაცმლის წარმოებაში დივერსიფიკაციის პოტენციალი ნაკლებია და ექსპორტის თვალსაზრისით დარგი საწყის ეტაპზე იმყოფება. ამ ეტაპზე, სავარაუდოდ, უნდა განიხილებოდეს არსებული ბიზნესის ხელშეწყობის, გარკვეული პროგრამების შექმნის შესაძლებლობა, მათ შორის გეოგრაფიული ნიშნით. მაგალითად, ამის გაკეთება შესაძლებელია ქუთაისში, სადაც ფეხსაცმლის წარმოებისა და მასთან დაკავშირებული დარგების კლასტერი ყალიბდება. გამართლებულია კვალიფიკაციის ამაღლების, მარკეტინგისა და ბრენდირების ხელშეწყობა.

ტყავის დამუშავების ნაწარმის ხელშეწყობის მექანიზმების განხილვისას პირველ რიგში აუცილებელია ამ დარგის ინტეგრირებულობის შესწავლა მომიჯნავე დარგებთან (ტანსაცმელი, ფეხსაცმელი, სოფლის მეურნეობა), იმისათვის, რათა დადგინდეს გეოგრაფიული და ფუნქციონალური კლასტერის ჩამოყალიბების ხელისშემშლელი ფაქტორები. ამის შემდეგ უნდა გადაწყდეს სპეციფიკური ტრენინგ და მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა-განხორციელება.

ხის დამუშავებისა და ავეჯის დამზადების მიმართულებით მიზანშეწონილია ჩაღრმავებული საჭიროებების კვლევების წარმოება და მენეჯმენტისა და პერსონალის გადაზიდვის ხელშეწყობი მექანიზმების შემუშავება. ამავე დროს, გამართლებულია მუშაობა სპეციფიკური ნიშური საექსპორტო პროდუქციის წარმოებისა და გასაღების ხელშესაწყობად.

საფოსტო და საკურიერო სერვისების დარგის განვითარების ხელშეწყობა უნდა დაიწყოს საჭიროება-თა ჩაღრმავებული კვლევით, იმ მექანიზმების შემუშავების ხელშესაწყობად, რომლებიც დაეხმარებიან დარგში პროცესების ოპტიმიზაციას, ახალი პროგრამული უზრუნველყოფისა და ტექნოლოგიების დანერგვას, აგრეთვე გადაზიდვაში ჩართული აქტივების გადაიარაღებას.

აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურების განვითარების ხელშესაწყობად თავდაპირველად აუცილებელია საჭიროებათა გამოკვლევა, რასაც, სავარაუდოდ უნდა მოყვეს ინიციატივები აღჭურვილობის გადაიარაღების ხელშეწყობა და პოტენციური უცხოელი მომხმარებლების ტარგეტირების გაუმჯობესება.

პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება, მ.შ ჯანდაცვის მომსახურება საჭიროებათა შესწავლის შემდეგ ფოკუსირებული უნდა იყოს პრომოუშენზე, ტურიზმის სხვა სექტორებთან ინტეგრაციის გაძლიერებაზე და სასურველი მომხმარებლის ტარგეტირების სქემების შემუშავებაზე.

ყველა მიმართულებით გადამწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება პრაქტიკული ტრენინგებისა და გამოცდილების, გაცვლით პროგრამებში მონაწილეთა ჩართვის საკითხებს.

გამოყვებული ლიტერატურა

1. Export potential assessments: a methodology to identify export opportunities for developing countries, Seminars at ITC and WTO. Decreux, Y and Spies, J. (2016).
2. Structural Transformation and Patterns of Comparative Advantage in the Product Space, Ricardo Hausmann, Baily Klinger, 2007
3. The product space and its consequences for economic growth, Cesar Hidalgo, Ricardo Hausmann, Albert-Laszlo Barabasi, 2007
4. The product space conditions for development of nations, Cesar Hidalgo, Ricardo Hausmann, Albert-Laszlo Barabasi, 2007
5. OECD STRI Sector Brief: Architecture services
6. OECD STRI Sector Brief: Engineering
7. OECD STRI Sector Brief: Telecommunications
8. OECD Services Trade Restrictiveness Index: Policy trends up to 2019, January 2019
9. World Trade Statistical Review 2018, 2019
10. Data Analysis Export Opportunities – Products and Services, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
11. Balance of Payments Manual (BOP) – IMF, 2018
12. What competition do you face on the European home textile market? – Center for import support from developing countries, Ministry of Foreign Affairs of Netherlands
13. What requirements should home decoration products and home textiles comply with to be allowed on the European market? – Center for import support from developing countries, Ministry of Foreign Affairs of Netherlands
14. Through what channels can you get your outsourcing services onto the European market? Specialising in horizontal/vertical markets – Center for import support from developing countries, Ministry of Foreign Affairs of Netherlands
15. Spotting Products with Export Potential – an ITC Assessment to Support Export Promotion Activities in 64 Developing Countries – International Trade Center

16. Cross-border services trade and regulation, Evidence from the European architectural sector – Architect’s Council of Europe
17. პოლიტიკის დოკუმენტები DCFTA საკითხებზე, საბოლოო ანგარიში – USAID Governing for Growth (G4G) in Georgia
18. Tarde in Services and Development – UNCTAD, 2018
19. Survey of the European Management Consultancy, FEACO 2018
20. SME Development and DCFTA in Georgia – GIZ, 2018
21. Technological Innovation, Supply Chain Trade, and Workers in a Globalized World – Global Value Chain Development Report 2019 – OECD, 2019
22. Trade and market intelligence – ITC 2018
23. Trade Map User Guide – Trade statistics for international business development – ITC, 2014
24. World Trade Statistics Review 2017 – WTO, 2017
25. Toy Industry – Enterprise Georgia, 2018

