სასოფლო-სამეურნეო პროდუქციის ღირებულებათა ჯაჭვი იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში

მევენახეობა-მეღვინეობა

1. შესავალი

კვლევა ხორციელდებოდა 2013 წლის ივლისიდან 2014 წლის ივნისამდე პრაღის, ცოცხალი ორგანიზმების შემსწავლელი მეცნიერებების ჩეხეთის უნივერსიტეტის (ტროპიკული აგრომეცნიერებების ფაკულტეტი), საქველმოქმედო ჰუმანიტარულ ორგანიზაციის - ,,People in Need"–ის და საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის ერთობლივი თანამშრომლობით. წინამდებარე კვლევა წარმოადგენს რეგიონში სოფლის მეურნეობის ძირითადი დარგების ღირებულებათა ჯაჭვის ანალიზის ნაწილს.

კვლევის მიზანია საბაზისო ინფორმაციისა და მონაცემების მოპოვება და ანალიზი პროექტის შემდგომი ეტაპების განსახორციელებლად. პროექტი მცირე ფერმერული კოოპერატივების მწარმოებლურობის გაძლიერება იმერეთისა და რაჭა-ლეჩხუმის რეგიონებში ხორციელდება ”ევროპის სამეზობლო პროგრამა სოფლის მეურნეობა და სოფლის მეურნეობის განვითარება საქართველოში” (ENPARD GEORGIA)–ს ფინანსური მხარდაჭერით.

2. კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევითმა ჯგუფმა იხელმძღვანელა მიდგომით, რომელიც იძლევა ერთდროულად რამდენიმე საკითხის შესწავლის შესაძლებლობას. სხვადასხვა სპეციფიკური საკითხის შესაფასებლად განხორციელდა ხარისხობრივი და რაოდენობრივი მონაცემების ტრიანგულაცია. მას შემდეგ, რაც გამოვლინდა განვითარების მაღალი პოტენციალის მქონე ადგილობრივი რვა სექტორი, (ადგილობრივი ექსპერტებისა და ოფიციალურ პირებთან გამოკითხვის შედეგად), განხორციელდა შერჩეული სექტორების დეტალური კვლევა.

კვლევის მიზნებიდან და პროექტის დაფარვის ზონიდან გამომდინარე შეირჩა ქვემოთ ჩამოთვლილი მუნიციპალიტეტები, სადაც გავრცელებულია მევენახეობა - მეღვინეობა:

- ზესტაფონი
- თერჯოლა
- ბაღდათი
- ამბროლაური

სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტთან დაკავშირებული მონაცემების შეგროვება შემდეგ ეტაპებად განხორციელდა:

- 2013 წლის ივლისი - წარმოების სისტემები რვა ძირითადი პროდუქტისათვის იმერეთის 11 მუნიციპალიტეტში;

- 2013 წლის აგვისტო - ბაზრის კვლევა და წარმოების სისტემების ანალიზი პროექტის მიზნობრივ მუნიციპალიტეტებში;
- 2013 წლის ნოემბერი - პირველი პროდუქტისთვის საპილოტე მონაცემების შეგროვება;
- 2014 წლის მარტი-ივნისი - დანარჩენი პროდუქტებისთვის მონაცემების შეგროვება.
- 2015 წლის აპრილი - ივნისი ანგარიშის განახლება

ანალიზისთვის ძირითადად გამოყენებული იქნა ფერმერთა ჯგუფის და ინფორმირებული პირების თვისებრივი კვლევის შედეგად მიღებული მონაცემები. კვლევის დიზაინი მიზნად ისახავდა სამიზნე ჯგუფების კონკრეტულ საკითხებთან და თემებთან მიმართებაში ქცევისა და აღქმის შკალის გამოვლენას. ნახევრადსტრუქტურული, ჩაღრმავებული ინტერვიუს მეთოდი გამოყენებულ იქნა, როგორც ძირითადი თვისებრივი კვლევის მეთოდი. ინტერვიუები ჩატარდა ისეთ პირებთან, რომლებიც გამოსაკვლევ საკითხთან დაკავშირებით უშუალოდ ფლობდნენ ინფორმაციასა და ცოდნას. თითოეული ინტერვიუს ხანგრძლივობა იყო 1,5-დან 2 საათამდე. რესპოდენტთა მრავალფეროვნება მნიშვნელოვანი იყო იმისათვის, რომ უზრუნველყოფილ ყოფილიყო ღირებულებათა მთლიანი ჯაჭვი - დაწყებული მიმწოდებლებით, დამთავრებული ადგილობრივი ბაზრით. შედეგად დღის წესრიგში დადგა ისეთი რესპოდენტების იდენტიფიცირება და ინტერვიუების წარმოება, როგორებიც არიან: სხვადასხვა ზომის ფერმერები, შემგროვებლები, შუამავლები, გადამამუშავებლები, ადგილობრივ ბაზარზე მოვაჭრე გამყიდველები, ექსპორტიორები, ასევე, აგრო-სამრეწველო მაღაზიები, რომლებიც ყიდიან თესლს, ნერგებს, სხვადასხვა სახეობის სამუშაო იარაღს, ტექნიკას, პესტიციდებს, ჰერბიციდებს, სასუქებს და სხვა ნაწარმს.

მევენახეობა-მეღვინეობის შესახებ საველე მონაცემთა შეგროვებისთვის გამოყენებულ იქნა შემდეგი ინსტრუმენტები:

- ინტერვიუები მევენახეებთან/მეღვინეებთან;
- ინტერვიუები სამეურნეო საშუალებების და შესაწამლი საშუალებების მიმწოდებლებთან;
- ადგილობრივი ბაზრის შესწავლა.

სურათი 1. მონაცემების შეგროვების წერტილების რუკა

თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ თვისებრივი კვლევა ნაწილობრივ რეპრეზენტატიულია, ასახავს ზოგად სურათს და იძლევა მომაცემებს ყველაზე მეტი სიხშირით გავრცელებული ინფორმაციის შესახებ. მეორადი რაოდენობრივი და თვისებრივი მონაცემები კი ემყარება სხვადასხვა არსებული და ხელმისაწვდომი კვლევების ერთობლიობას, რომელიც მოიცავს სახელმწიფოს ოფიციალურ სტატისტიკურ მონაცემებს, საერთაშორისო ორგანიზაციების - FAO-სა და EU-ს მიერ წარმოებულ კვლევებს და ა.შ.

3 მევენახეობა-მეღვინეობა როგორც საქართველოს სოფლის მეურნეობის სექტორი

საქართველოს ღვინის კულტურასთან რვაათასწლიანი უწყვეტი ისტორია აკავშირებს, რასაც მრავალი არქეოლოგიური აღმოჩენა და ისტორიული ფაქტი ადასტურებს. საქართველოს მუზეუმებში დაცულია მეღვინეობასთან დაკავშირებული, ათასწლეულებით დათარიღებული მრავალი ექსპონატი.

საქართველოს მრავალფეროვანი ბუნებრივი პირობები საუკეთესო გარემოს ქმნის მაღალხარისხიანი მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარებისთვის, რომლის თავისებურებათა მიხედვით ქვეყნის ტერიტორია იყოფა შემდეგ ზონებად და მიკროზონებად:

- **კახეთი**. ქვეზონები: შიდა კახეთი, გარე კახეთი;

- **ქართლი**. ქვეზონები: ქვემო ქართლი, შიდა ქართლი, ზემო ქართლი;
- **მესხეთი**;
- **იმერეთი**. ქვეზონები: ზემო იმერეთი, შუა იმერეთი, ქვემო იმერეთი;
- **რაჭა-ლეჩხუმი**. ქვეზონები: რაჭა, ლეჩხუმი;
- **შავი ზღვის სანაპირო ზონა**. ქვეზონები: აჭარა, გურია, სამეგრელო, აფხაზეთი.

იმერეთი ქართული ღვინის ერთ-ერთი ყველაზე მრავალფეროვანი მხარეა, სადაც ძალზე განსხვავებული კლიმატური პირობები და ნიადაგური შემადგენლობაა, ამიტომ ღვინოები ყველგან განსხვავებულია. იმერეთში გავრცელებული ჯიშებია: ცოლიკოური, ციცქა, კრახუნა, ქვიშხური, ძელშავი, ალადასტური, დონდღლაბი, ბაზალეთური, კუნძა, ოცხანური საფერე, არგვეთული საფერე, რკო, ადანასური, ბზვანურა, შავი დონდღლაბი, ვანის ჩხავერი და სხვა. ტრადიციული მეღვინეობა აქაც, როგორც სხვა რეგიონებში, ქვევრთანაა დაკავშირებული, რომელსაც იმერეთში ჭურს უწოდებენ. განსხვავებით კახური ტრადიციული ღვინისგან, აქ ტკბილს უმატებენ ჭაჭის მხოლოდ მცირე ნაწილს. დადუღების შემდეგ ღვინოს ჭურში აყოვნებენ დაახლოებით 2 თვე, შემდეგ ხსნიან დურდოდან, გადააქვთ კასრებში და ამუშავებენ. იმერული ტიპის ღვინო ლამაზი ყვითელი ფერისაა, სრული, შინაარსიანი, საკმაოდ ჰარმონიული და ხალისიანი. იმერეთი განთქმულია სვირული კრახუნათი, ობჩური ცოლიკოურითა და კვალითური ციცქათი. იმერეთში იწარმოება ადგილწარმოშობის ღვინო „სვირი“.

რაჭა-ლეჩხუმი სხვა რეგიონებისგან გამოირჩევა ვენახების სიმცირითა და იშვიათი ჯიშის ყურძნით. აქ გავრცელებულია: ალექსანდროული, მუჯურეთული, ცოლიკოური, წულუკიძის თეთრა, ძელშავი, უსახელოური და ორბელური. რაჭის ზონა მოიცავს ამბროლაურის რაიონის დიდ ნაწილს, სადაც ვენახები გაშენებულია მდინარე რიონის ხეობაში, და ქვემო რაჭის ყველაზე მნიშვნელოვან ხვანჭკარის მიკროზონას. ლეჩხუმის მევენახეობის მხარის ძირითადი მიკროზონებია: ცაგერი, ორბელი, ალპანა-ტვიში, ზუბი-ოყურეში. ყველაზე სახელგანთქმული ღვინოები ამ რეგიონიდან არის უსახელოური და ადგილწარმოშობის ღვინოები _ ხვანჭკარა და ტვიში. ტვიშის მიკრორაიონული კლიმატი განაპირობებს იმერული ვაზის ჯიშის, ცოლიკოურის ყურძენში მაღალ შაქარმჟავიანობას და სწორედ ამ მიკროზონის ცოლიკოურისგან მზადდება თეთრი ბუნებრივად ნახევრად ტკილი ღვინო "ტვიში".

მსოფლიოში 4 ათასამდე ვაზის ჯიშია ცნობილი, მათ შორის 525 ჯიშს ქართული წარმოშობა აქვს. მიზნობრივი რეგიონების მიხედვით ღვინოების ჩამონათვალი ყურძნის ჯიშებისა და შეფერილობის გათვალისწინებით შემდეგნაირია[1]:

ცხრილი 1. იმერეთის რეგიონში გავრცელებული ღვინოები და ყურძნის ჯიშები

ღვინის დასახელება	ყურძნის ჯიში	ფერი
სვირი	ციცქა, ცოლიკოური,კრახუნა	თეთრი
ციცქა	ციცქა	თეთრი
ცოლიკოური	ცოლიკოური	თეთრი
კრახუნა	კრახუნა	თეთრი
ოცხანური საფერე	ოცხანური საფერე	წითელი
ქვიშხური	გორული მწვანე	თეთრი

[1] ღვინის ეროვნული სააგენტო, http://georgianwine.gov.ge/geo/

ცხრილი 2. რაჭის რეგიონში გავრცელებული ღვინოები და ყურძნის ჯიშები

ღვინის დასახელება	ყურძნის ჯიში	ფერი
ხვანჭკარა (AOC)	ალექსანდროული, მუჯურეთული	წითელი
ალექსანდროული	ალექსანდროული	წითელი
მუჯურეთული	მუჯურეთული	წითელი
ძელშავი	ძელშავი	წითელი
თეთრა	წულუკიძის თეთრა	თეთრი

მსოფლიოში ყურძნის წარმოებამ 2012 წელს 69,1 მლნ ტონა შეადგინა. ბოლო 12 წლის განმავლობაში ეს მაჩვენებელი 7%-ით გაიზარდა. საშუალოდ ამ პერიოდში ყურძნის ყოველწლიური მოსავალი მსოფლიოში 66,4 მლნ ტონა იყო.

ცხრილი 3. [2]

ყურძნის წარმოება მსოფლიოში; მილიონი ტონა													
2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	**2012**	საშუალო
64.8	61.1	61.5	63.1	68.1	67.4	67.0	65.5	67.4	68.2	68.8	71.4	**69.1**	66.4

მიუხედავად იმისა, რომ ყურძნის მოყვანის მსოფლიო მაჩვენებელი სტაბილურია, იგივე პერიოდში მნიშვნელოვნად დაეცა მოსავლიანობა ევროკავშირის ქვეყნებში და გაიზარდა ისეთ ქვეყნებში, როგორიცაა ჩინეთი, ჩილე და ინდოეთი. თუ 2000 წელს ევროპაში მოდიოდა მსოფლიო ყურძნის 62,5%, 2012 წლისათვის იგივე მაჩვენებლი 39%-მდე შემცირდა.

ცხრილი 4. ყურძნის წარმოების დინამიკა კონტინენტებზე (წილი მსოფლიო მაჩვენებელში)[3]

	2000წ	**2012წ**
ევროპა	62.5%	39%
აზია	19.4%	31.2%
ამერიკა	12%	21%
აფრიკა	4.3%	6.3%
წყნარი ოკეანის ქვეყნები	2%	2.7%

2012 წლის მონაცემებით ყურძნის მწარმოებელი ქვეყნების ათეული ასეთია: ჩინეთი; იტალია; აშშ, ესპანეთი, საფრანგეთი, თურქეთი, ჩილე, არგენტინა, ინდოეთი და ირანი.

ღვინის მწარმოებელ ქვეყნებს შორის ლიდერის პოზიციას იტალია და საფრანგეთი ინარჩუნებენ. 2012 წელს მსოფლიოში წარმოებული ღვინის (25 721 000 ტონა) შესაბამისად 15,9% და 15,8% ამ ქვეყნებზე მოდის. საგულისხმოა, რომ რეიტინგში საქართველო წარმოებული 95 000 ტონა ღვინითა და 0,37%-იანი წილით მსოფლიო ბაზარზე 26-ე ადგილზეა. ზოგადად მსოფლიო ღვინის ბაზარი კლებადი ტენდენციით ხასიათდება, 2009 წელთან შედარებით ღვინის წარმოებამ 2012 წელს 6,3%-ით შემცირდა.

[2] World's grape production 200-2012; BKWine Magazine; http://www.bkwine.com
[3] World's grape production 200-2012; BKWine Magazine; http://www.bkwine.com

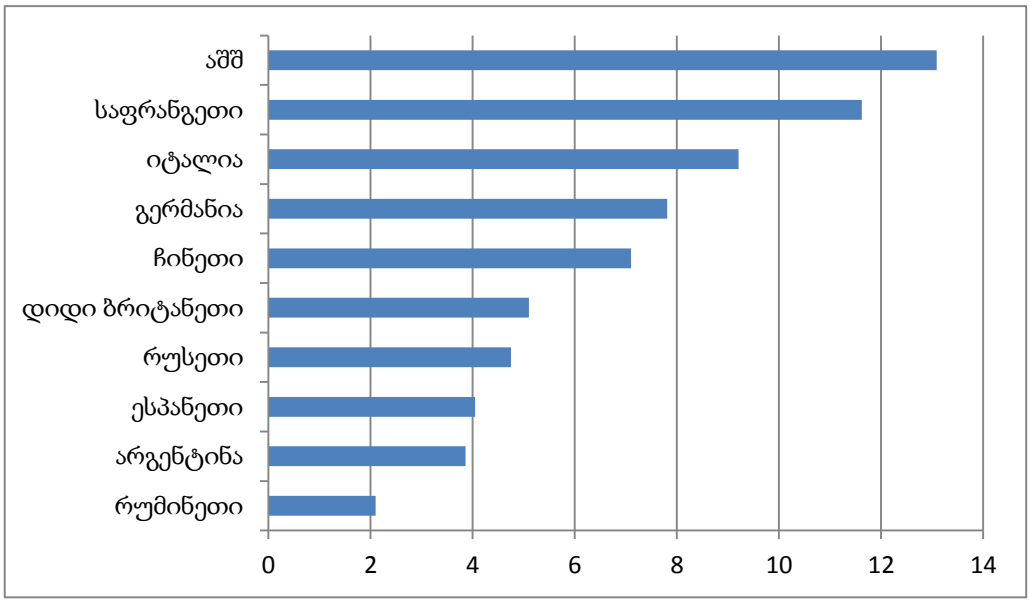
იგივე პერიოდში წარმოების შემცირების ყველაზე მაღალი მაჩვენებლები დაფიქსირდა შემდეგ ქვეყნებში: რუმინეთი (-39,5%); უნგრეთი (-41,4%); კვიპროსი (-45,5%); ჩეხეთი (-22,6%) და ა.შ. აღსანიშნავია, რომ ბოლო წლებში ევროკავშირის ქვეყნების უმეტესობაში, ღვინის წარმოების მაჩვენებელი მცირდება.

საინტერესოა ღვინის მოხმარების მონაცემებიც. 2012 წელს მსოფლიოში მოხმარებული ღვინის ყველაზე მეტი წილი - 13% აშშ-ზე მოდის, მეორე ადგილზეა საფრანგეთი 11,62%-ით. საქართველო, მიუხედავად მოსახლეობის დაბალი რიცხოვნობისა, შედარებით მაღალი მოხმარებით გამოირჩევა, მასზე მოდის მსოფლიო მოხმარების 0,3% და მე-40 ადგილს იკავებს.

ცხრილი 5 . ღვინის წარმოება ქვეყნების მიხედვით, ათასი ლიტრი[4]

2012 RTG	ქვეყნები	2009	2010	2011	2012	2012 წ. % - მსოფლიო წარმოებაში	%-ული ცვლილება 2012/2009
1	იტალია	4731400	4852500	4277200	4082900	15.87%	-13.71%
2	საფრანგეთი	4626900	447000	4977800	4047700	15.74%	-12.52%
3	ესპანეთი	3609300	3536300	3339700	3150000	12.25%	-12.73%
5	ჩინეთი	960000	1089000	1156900	1381600	5.37%	43.92%
11	რუსეთი	550000	540000	635000	620000	2.41%	12.73%
18	უკრაინა	220000	200000	225000	215000	0.84%	-2.27%
26	**საქართველო**	**85000**	**80000**	**90000**	**95000**	**0.37%**	**11.76%**
	სულ, მსოფლიო	27449200	26662800	26965300	25721000	100%	-6.30%

დიაგრამა 1. ღვინის მომხმარებელი ქვეყნების ათეული (მსოფლიო მაჩვენებლში %-ული წილის მიხედვით)[5]

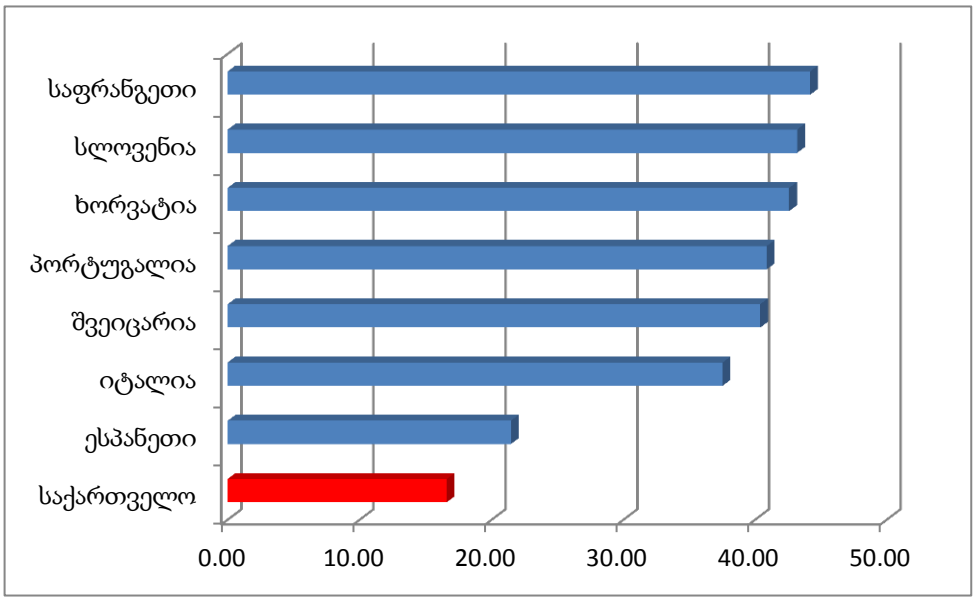


რაც შეეხება ღვინის მოხმარებას 1 სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით, 2009-2012 წლებში მსოფლიოში საშუალოდ 1 სულ მოსახლეზე 3,5 ლიტრი ღვინო მოდიოდა. ღვინის ყველაზე აქტიური მომხმარებლი მოსახლეობა ცხოვრობს ისეთ ქვეყნებში, როგორებიცაა

[4]Wine Intitute, World Statistics, http://www.wineinstitute.org/resources/statistics
[5] Wine Intitute, World Statistics, http://www.wineinstitute.org/resources/statistics

საფრანგეთი, სლოვენია, ხორვატია, მაკედონია, პორტუგალია და ა.შ. 2009-2012 წლებში აღნიშნულ ქვეყნებში ღვინის მოხმარების მაჩვენებელი 1 სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით საშუალოდ 43 ლიტრა იყო. იგივე მონაცემი საქართველოსათვის 16,5 ლიტრ ღვინოს შეადგენს.

დიაგრამა 2. ღვინის მოხმარება 1 სულ მოსახლეზე, ლიტრი. 2012 წ[6]



აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ღვინის მოხმარების მაჩვენებლები ზრდადი ტენდენციით ხასითდება იმ ქვეყნებში, სადაც საქართველო ძირითადად ახდენს ღვინის ექსპორტს.

ცხრილი 6. ქართული ღვინის საექსპორტო ქვეყნებში ღვინის მოხმარება 1 სულ მოსახლეზე, ლიტრი[7]

	2009	2010	2011	2012	%-ული ცვლილება 2012/2009
რუსეთი	7.34	8.42	8.42	8.59	17.0%
ბელორუსია	5.67	6.15	6.01	6.62	16.8%
უკრაინა	3.8	3.81	5.44	4.61	21.3%
ყაზახეთი	1.69	1.77	1.91	2.04	20.9%

ვენახების რაოდენობა პირდაპირ ასახავს ქვეყნის პოტენციალს აწარმოოს ყურძენი და ღვინო. აღსანიშნავია, რომ მსოფლიო ვენახების მესამედი სამ ქვეყანაზე - ესპანეთზე, საფრანგეთსა და იტალიაზე მოდის. სულ მსოფლიოში ვენახები გაშენებულია 7,009,726 ჰექტარზე. ბოლო პერიოდში ვენახების ფართობის ზრდის ყველაზე მაღალი მაჩვენებლებით გამოირჩევა ისეთი ქვეყნები, როგორებიცაა: ისრაელი (40%); ინდოეთი (39%); პერუ (25%)და არგენტინა (23%).

[6] Wine Intitute, World Statistics, http://www.wineinstitute.org/resources/statistics
[7] Wine Intitute, World Statistics, http://www.wineinstitute.org/resources/statistics

მსოფლიო ვენახების ფართობების 0,8% საქართველოზე მოდის. 2004 წლის აღწერის მონაცემებით, ვენახის საერთო ფართობმა საქართველოში 48,0 ათასი ჰექტარი შეადგინა. 1960 წელს ეს მაჩვენებელი 77,9 ათასი ჰექტარი იყო, 1970 წელს - 66,8 ათასი, ხოლო 1984 წელს 87,9 ათასი ჰექტარი.

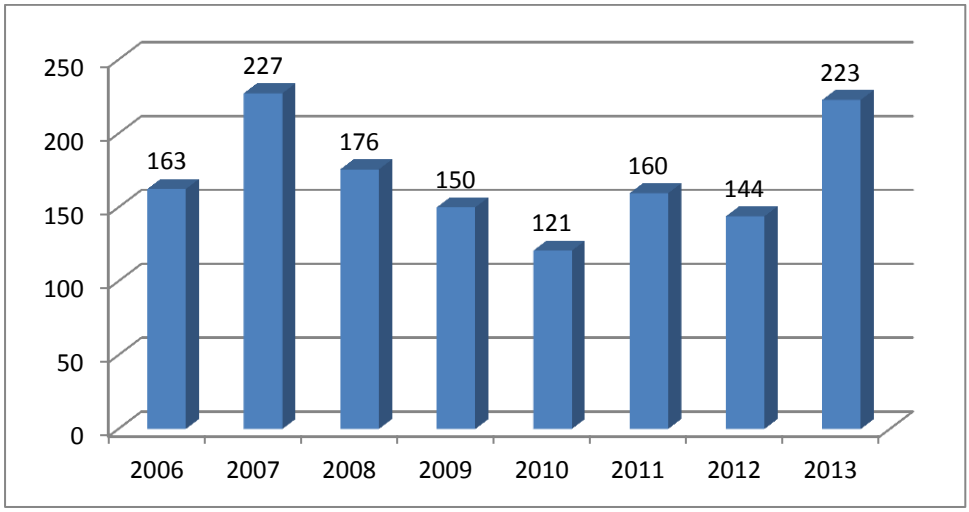
ოფიციალური წყაროებით აღნიშნული მონაცემის განახლება არ მომხდარა. თუმცა, საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტროს მიერ მოწოდებული საორიენტაციო მონაცემების თანახმად, **იმერეთის რეგიონში ვენახების ფართობები დაახლოებით 20 000 ჰექტრია, ხოლო რაჭის რეგიონში კი - 570 ჰა.**

2004 წლის აღწერის მონაცემების თანახმად, საქართველოში ვენახების ფართობების (48 ათასი ჰა) უმეტესი ნაწილი ქვეყნის აღმოსავლეთ ნაწილზე მოდის, კერძოდ კახეთის მხარეში 68%-ია, დასავლეთში წამყვანია იმერეთის მხარე, სადაც შესაბამისი მაჩვენებელი 18%-ია, 9% მოდის ქართლზე, დანარჩენი 5% კი სხვა რეგიონებზეა გადანაწილებული.[8] 2012 წლისათვის საქართველოში ვენახების ფართობების საორიენტაციო მაჩვენებელმა 56 ათას ჰა.-ს მიაღწია.

2013 წლის მონაცემებით ყურძნის ხვედრითი წილი საქართველოს მთლიან შიდა პროდუქტში (მშპ) შეადგენს დაახლოებით 1.4%-ს.

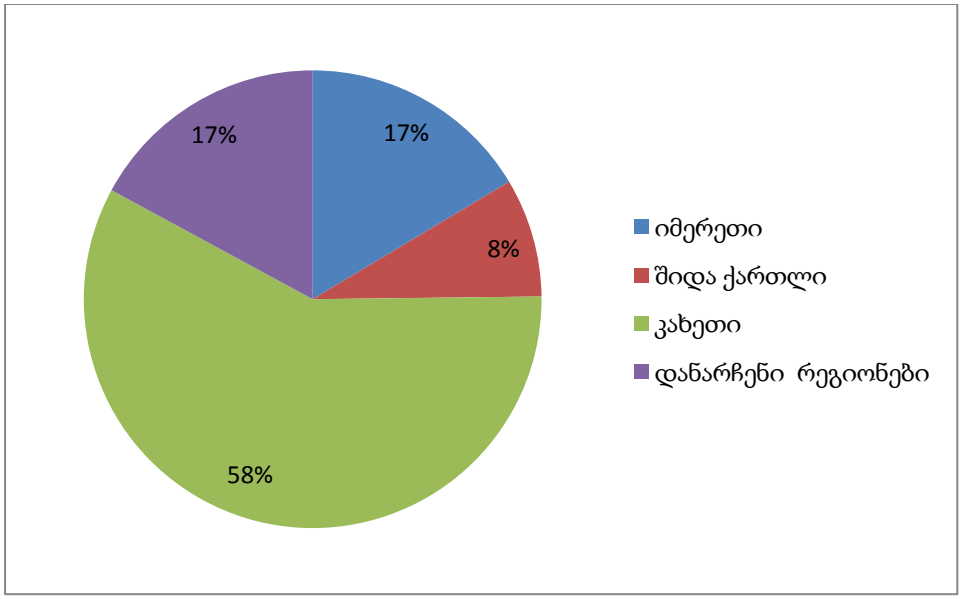
2007 წელს დაფიქსირდა ყურძნის წარმოების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი - 227 ათასი ტონა. მომდევნო პერიოდში ადგილი ქონდა კლებად ტენდენციას, 2011 წლიდან დაიწყო მატება და 2013 წლისათვის შეადგინა 223 ათასი ტონა, მიუახლოვდა რა 2007 წლის მაჩვენებელს. ამასთან, საგულისხმოა, რომ 2013 წელს იმერეთის რეგიონში წარმოებულ იქნა 36,2 ათასი ტონა ყურძენი, რაც ქვეყნის შესაბამისი მაჩვენებლის17% -ია.

დიაგრამა 3. ყურძნის წარმოება საქართველოში, ათასი ტონა[9]



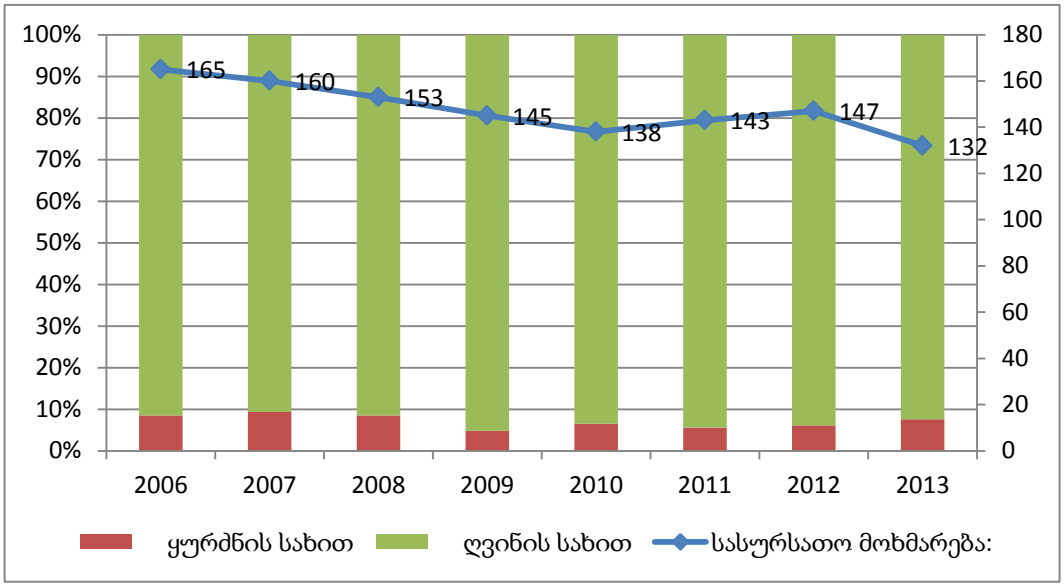
[8] „ქართული ღვინის ბაზრის განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები“ - ე. ხარაიშვილი, მ. ჩავლეიშვილი, მ. ნაცვალაძე. 2013წ.
[9] საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური; http://geostat.ge/

დიაგრამა 4. ყურძნის წარმოების განაწილება რეგიონების მიხედვით, 2013წ.[10]



2013 წელს საქართველოში მოხმარებულ იქნა 132 ათასი ტონა ყურძენი, 8% ყურძნის სახით, დანარჩენი 92% კი ღვინის სახით. ბოლო პერიოდში მოხმარების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი 2006 წელს დაფიქსირდა და 165 ათასი ტონა შეადგინა. 2013 წელს 130%-იანი თვითუზრუნველყოფის კოეფიციენტი დაფიქსირდა.

დიაგრამა 5. ყურძნის მოხმარება საქართველოში (ათასი ტონა)[11]



მევენახეობის პროდუქცია გამოიყენება 4 საწარმოო მიმართულებით:

- სუფრის ყურძნის წარმოება;
- საქიშმიშე ყურძნის წარმოება;

[10] საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური; http://geostat.ge/
[11] საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური; http://geostat.ge/

- სხვადასხვა ტიპის ღვინის, კონიაკისა და შამპანურის წარმოება;
- საკონსერვო ნედლეულის - ყურძნის წვენის, ბადაგის, კომპოტის, მურაბის, მარინადისა და სხვა უალკოჰოლო პროდუქტების წარმოება.

მათ შორის, ღვინის წარმოება წარმოადგენს უმთავრეს მიმართულებას. ამასთან, ღვინო არის ყველაზე ექსპორტირებადი პროდუქტი ქვეყანაში სოფლის მეურნეობის პროდუქტებიდან. ქართული ღვინო ქვეყნის გარეთ ჯერ კიდევ ათწლეულების წინ გახდა პოპულარული, თუმცა, ის ძირითადად ორიენტირებული იყო რუსეთის და საბჭოთა კავშირის ბაზარზე. 2006 წლის რუსეთის ემბარგოს შედეგად მნიშვნელოვნად შეიცვალა ექპორტის გეოგრაფია. რუსეთში ექსპორტის აკრძალვამ პირველ ეტაპზე გარკვეულწილად შეაფერხა დარგის განვითარება, თუმცა, მეორეს მხრივ, უბიძგა მწარმოებლებს მოეძებნათ ალტერნატიული, უფრო სტაბილური ბაზრები. 2013 წელს რუსეთის ბაზარი კვლავ გაიხსნა და გაიზარდა ქართული ღვინის გასაღების ბაზრები.

2012 წლის მაჩვენებლებით, ქართული ღვინო 43 ქვეყანაში, 23 მილიონ ბოთლზე მეტი გავიდა. უმსხვილესი საექსპორტო ქვეყნების ხუთეული იყო უკრაინა, ყაზახეთი, ბელორუსი, ჩინეთი და პოლონეთი. ლიდერი ქვეყანა უკრაინა იყო, აქ მთლიანი ექსპორტის 47.3% განხორციელდა. მას მოსდევდა ყაზახეთი, სადაც ექსპორტირებული ღვინო, მთლიანი მაჩვენებელის 18.9 %-ს შეადგენდა, ხოლო ბელორუსია 6.9 %-ს[12]

2013 წელს ღვინის ექსპორტი 46 ქვეყანაში განხორციელდა 46,8 მილიონი ბოთლით. რუსეთმა კვლავ გახსნა ბაზარი ქართული პროდუქციისთვის და ღვინის ექსპორტიორთა სიის საათავეშიც მოექცა. ახალი ხუთეული ასეთია: რუსეთი, უკრაინა, ყაზახეთი, ბელორუსია და პოლონეთი.

რაც შეეხება 2014 წლის ექსპორტის სტატისტიკას, ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით, აპრილის თვეში მსოფლიოს 21 ქვეყანაში 3 476 935 (0.75ლ) ბოთლი ღვინის ექსპორტი განხორციელდა.

სულ 2014 წლის იანვარ-აპრილის მდგომარეობით, ღვინის ექსპორტმა 26 ქვეყანაში 18 965 119 ბოთლი შეადგინა, რაც 180%-ით აღემატება წინა წლის შესაბამისი პერიოდის ანალოგიურ მაჩვენებელს.

ქართული ღვინის საექსპორტო ბაზრების პირველი ხუთეული შემდეგნაირად გამოიყურება: რუსეთი, უკრაინა, ყაზახეთი, პოლონეთი და ლატვია, სადაც რუსეთი ლიდეროზს 70%-ით ექსპორტის მთლიან მოცულობაში. ექსპორტმა რუსეთში 2014 წლის აპრილის მდგომარეობით 13 313 742 (0.75ლ) ბოთლი შეადგინა. ექსპორტის მოცულობით მე-6 და მე-7 ადგილზეა შესაბამისად ჩინეთი და ლიტვა.

2014 წლის აპრილის მონაცემებით ექსპორტირებულია 62 173 917 აშშ დოლარის პროდუქცია, რაც 215%-ით აღემატება 2013 წლის შესაბამისი პერიოდის ანალოგიურ მაჩვენებელს.

[12] ღვინის ეროვნული სააგენტო, http://georgianwine.gov.ge/geo/

4 ყურძნისა და ღვინის წარმოების ღირებულებათა ჯაჭვი

4.1 წარმოების სისტემები

სურათი 2. ვენახის ფართობი. იმერეთი

იმერეთის და რაჭის რეგიონებში ვენახის ფართობები შეადგენს შესაბამისად 20 000 ჰა-სა და 570 ჰა-ს. ორივე რეგიონში, სოფლად მცხოვრები საოჯახო მეურნეობები მევენახეობა-მეღვინეობას ტრადიციულ მეთოდებით ეწევა. საოჯახო მეურნეობები[13] ფლობენ 200-დან 1000-მდე ძირ ვაზს, საიდანაც მიღებული მოსავლის ძირითადი ნაწილი გამოიყენება საკუთარი მოხმარებისათვის. თუმცა, ნამეტი პროდუქტი დაახლოებით 40%-ის ოდენობით გაიტანება ბაზარზე გასაყიდად ყურძნის ან ღვინის სახით.

ვაზის მოვლა საკმაოდ შრომატევადია. მისი დარგვისას მიწის დამუშავება ხდება დაახლოებით 60-70 სმ-ის სიღრმეზე, ხოლო შემდეგ ყოველწლიურად გაზაფხულზე ვაზის გასხვლა და მწკრივებს შორის მიწის დამუშავება ხელით ან მექანიზაციის საშუალებებით ხდება. საოჯახო მეურნეობები ძირითადად მიწას ხელით, ან ხელის მინი მოტობლოკის დახმარებით ამუშავებენ, ხოლო სასოფლო-სამეურნეო საწარმოები ფლობენ საკუთარ საშუალო გაბარიტიან ტრაქტორს (ე.წ. ვენახის ტრაქტორს), ან ქირაობენ მათ მექანიზაციის ცენტრებიდან, თუმცა ცალკეულმა რესპოდენტებმა კვლევისას აღნიშნეს, რომ საჭირო გაბარიტების ტრაქტორები დეფიციტურია არსებულ მექანიზაციის ცენტრებში.

ვაზი აყვავებიდან მოსავლის მიღებამდე საჭიროებს მუდმივ ზრუნვას, რაც თავის მხრივ გულისხმობს 3-4 ე.წ. „მწვანე ოპერაციის“ (ზედმეტი ყლორტების მოცლა, დამაგრება ბოძზე ან მავთულზე) შესრულებას, 3-5 შეწამვლას და სხვა ტიპის სამუშაოებს. მოსავლის მიღება ხდება სექტემბერ-ოქტომბრის თვეში (დამოკიდებულია ვაზის ჯიშზე). საოჯახო მეურნეობები ღვინოს ტრადიციული მეთოდებით ამზადებენ. ტრადიციული მეღვინეობა აქაც ისევე როგორც სხვა რეგიონებში ქვევრს გულისხმობს, რომელსაც იმერეთში ჭურს უწოდებენ.

განსხვავებით კახური ტრადიციული ღვინისგან აქ ტკბილას უმატებენ კლერტგაცლილ ჭაჭას. დადუღების შემდეგ ღვინოს ჭურში აყოვნებენ დაახლოებით 2 თვის მანძილზე და

[13] *საოჯახო მეურნეობა - მეურნეობა, რომელიც უმეტესწილად საკუთარი მოხმარებისათვის აწარმოებს პროდუქტს და მხოლოდ ნამეტი გააქვს ბაზარზე.*

შემდეგ ხსნიან დურდოდან გადააქვთ კასრებში და ამუშავებენ. იმერული ტიპის ღვინო ლამაზი ყვითელი ფერისაა, შინაარსიანი, საკმაოდ ჰარმონიული და ხალისიანი. იმერეთი განთქმულია სვირული კრახუნათი, ობჩური ცოლიკოურით და კვალითური ციცქათი. საოჯახო მეურნეობები ძირითადად არ ახდენენ ღვინის ჩამოსხმასა და ეტიკეტირებას. ისინი ოჯახებიდან ყიდიან ღვინოს პირადი კონტაქტების საფუძველზე.

სურათი 3. საწარმოო ხაზი ღვინის ქარხანაში, ამბროლაური, რაჭა

გარდა საოჯახო მეურნეობებისა, რეგიონში არის 8 ღვინის ქარხანა (მათ შორის: „მეღვინეობა ხარება“ თერჯოლაში, საოჯახო ღვინის მარანი ბაღდათში, ღვინის ქარხანა „GVS“, ღვინის ქარხანა „ბუგეული“, ღვინის ქარხანა „ხვანჭკარა“ ამბროლაურში), რომლებიც სხვადასხვა დასახელების ღვინოს აწარმოებენ ადგილობრივი ჯიშის ყურძნისაგან. ქარხნების გარკვეულ ნაწილს აქვს საკუთარი ზვრებიც, თუმცა საკუთარი ყურძნის რაოდენობა არაა საკმარისი და საოჯახო მეურნეობებისაგანაც იძენენ ყურძენს. წარმოებულ პროდუქციას აფასოებენ ძირითადად მინის 750 მლ–იან ბოთლებში და ყიდიან როგორც ადგილობრივ ბაზარზე, ასევე გააქვთ ექსპორტზე.

ვაზი დარგვიდან 4-5 წელიწადში იწყებს მოსავლის მოცემას და დაახლოებით 10 წლის ასაკში აღწევს სრულ მწარმოებლურობას, რაც გრძელდება დაახლოებით 40-45 წელი. 1ჰა ვენახის მოვლის ხარჯი შრომითი ხარჯების გარეშე შეადგენს დაახლოებით 1000-1500 ლარს წელიწადში. შესაწამლად იყენებენ ძირითადად კირსა და შაბიამანს, აგრეთვე დაწყებული აქვთ ბიოპრეპარატ „ორგანიკით“ შეწამვლა, იყენებენ სხვადასხვა ქიმიურ პრეპარატებსაც.

მექანიზაციის საშუალებებიდან საოჯახო მეურნეობები ძირითადად იყენებენ ხელის მინი ტრაქტორებს, ხოლო საშუალო და მსხვილი ფერმერული მეურნეობები ძირითადად ვენახებს აშენებენ ისე, რომ შესაძლებელი იყოს შედარებით მაღალი წარმადობის და დიდი გაბარიტების ტრაქტორების გამოყენება.

საოჯახო მეურნეობებში, მეურნეობას თავად ოჯახის წევრები უძღვებიან და დაქირავებულ შრომას არ იყენებენ. საშუალო და მსხვილი ფერმერული მეურნეობები კი ძირითადად დაქირავებულ შრომას იყენებენ სხვადასხვა ოპერაციების ჩატარებისათვის.

იმერეთისა და რაჭის რეგიონში არსებული ფერმერული მეურნეობების კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ დაქირავებული მუშახელის საშუალო დღიური ანაზღაურება

შეადგენს 20 ლარს.

4.2 პროდუქტიულობა

დარგში პროდუქტიულობის რაოდენობრივი მაჩვენებლის აღწერა სხვადასხვა მიმართულებითაა შესაძლებელი. თუმცა, აქვე გასათვალისწინებელია, რომ იმ ჯიშებისათვის, რომლებიც უნიკალურ მიკროკლიმატს მოითხოვენ და შესაბამისად მცირე რაოდენობის მოსავალს იძლევიან, ეკონომიკური ეფექტიანობა გაცილებით მაღალია და მზა პროდუქციის საცალო ფასი მნიშვნელოვნად აღემატება მაღალმოსავლიანი ჯიშებისაგან მიღებული ყურძნის ღვინოების ფასს.

რაც შეეხება პროდუქტიულობის რაოდენობრივ მონაცემებს, მნიშვნელოვანია შემდეგი პარამეტრები: მოსავლიანობა 1 ჰა-ზე გაანგარიშებით; მიღებული ყურძნის რაოდენობა ერთ ძირ ვაზზე და ერთი კილოგრამი ყურძნიდან მიღებული ღვინის რაოდენობა.

ზოგადად, ყურძნის წარმოების პროდუქტიულობა დამოკიდებულია პირველ რიგში ვაზის ჯიშზე, ასევე მოვლის პირობებზე და კონკრეტული გეოგრაფიული ზონის ბუნებრივ-კლიმატურ პირობებზე.

კვლევის შედეგად დადგინდა პროდუქტიულობის შემდეგი რაოდენობრივი მაჩვენებლები: იმერეთისა და რაჭის რეგიონში გავრცელებული ვაზის ჯიშების საშუალო მოსავლიანობა თითოეულ ძირზე შეადგენს 2-4 კგ. ყურძენს. ღვინის გამოსავლიანობა ყურძნიდან შეადგენს დაახლოებით 45-55%-ს. კონკრეტული წლის მოსავალი დამოკიდებულია ყურძნის ჯიშზე, მიკრო -კლიმატსა და მოცემული წლის ფაქტობრივ ბუნებრივ პირობებზე.

მოსავლიანობა 1 ჰექტარზე განსხვავებულია ჯიშების მიხედვით, ყველაზე პოპულარული სახეობებისათვის ეს პარამეტრი შემდეგნაირია: ალექსანდროული 5,5-6 ტ/ჰა; ციცქა 8-10 ტ/ჰა და ცოლიკაური 10-12 ტ/ჰა.

ქვემოთ მოცემულია იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში ყველაზე მეტად გავრცელებული ყურძნის ჯიშები, რომლებიც ასევე ცნობილ ღვინოებს იძლევიან.

თეთრი ყურძნის ჯიშები/ღვინოები:

ცოლიკოური (სინ.: ცოლიკაური, ობჩური ცოლიკოური, მელქოს ცოლიკოური, კობახიძის ცოლიკოური და სხვა) - ქართული აბორიგენული თეთრყურძნიანი ვაზის ჯიშია. მიეკუთვნება იმერეთის ვაზის ჯიშთა ჯგუფს. იმერეთის გარდა გავრცელებულია რაჭა-ლეჩხუმში, გურიაში, სამეგრელოში, აჭარასა და აფხაზეთში. ფართობის მიხედვით რქაწითელის შემდეგ მეორე ადგილი უკავია საქართველოში. გამოირჩევა მაღალი სამეურნეო-ტექნოლოგიური მახასიათებლებით. მისგან მზადდება ევროპული და იმერული ტრადიციული წესით დაყენებული მაღალხარისხიანი

სუფრისა და ბუნებრივად ნახევრად ტკბილი ღვინოები, რომელთაც ახასიათებს ღია ჩალისფერი შეფერვა, დიდი სხეული, ალკოჰოლისა და მჟავიანობის ნორმალური შემცველობა, სიხალისე და მაღალი გემური მაჩვენებლები, ჯიში საგვიანო სიმწიფის პერიოდისაა, ყურძენი ოქტომბრის მეორე ნახევრიდან მწიფდება. ყურძნის წვენში შაქარი შეადგენს 20,0-25,0%-ს, ხოლო მჟავიანობა - 7,5-9,5 გ/ლ-ს. ცოლიკოურისაგან მზადდება ადგილწარმოშობის დასახელების ღვინოები „სვირი“ (ციცქასთან ერთად) და „ტვიში“.

ციცქა (სინ.: შანთი, მამალი ციცქა) - ქართული აბორიგენული თეთრყურძნიანი ვაზის ჯიშია. მიეკუთვნება იმერეთის ვაზის ჯიშთა ჯგუფს. მაღალხარისხიანი საღვინე ვაზის ჯიშია. ციცქასგან დამზადებული სუფრის ღვინო ღია ჩალისფერია მომწვანო იერით, ხასიათდება სხეულით, ენერგიითა და სიხალისით, ნაზი და ჰარმონიული გემოთი. დაძველებისას ივითარებს მეტად ნაზ სასიამოვნო ბუკეტს, ახასიათებს მცენარეული ტონები. ციცქა ერთ-ერთი გამორჩეული ჯიშია საქართველოში მაღალი ხარისხის ცქრიალა ღვინოების დასამზადებლად. საგვიანო სიმწიფის პერიოდის ჯიშია, იმერეთის რაიონებში ყურძენი სრულ სიმწიფეში შედის ოქტომბრის მეორე ნახევრიდან. ყურძნის წვენში შაქარი შეადგენს 18,0-25,0%-ს, ხოლო მჟავიანობა - 6,9-10,5 გ/ლ-ს. ციცქასგან ცოლიკოურთან ერთად მზადდება ადგილწარმოშობის დასახელების კონტროლირებადი უმაღლესი ხარისხის თეთრი მშრალი ღვინო „სვირი“.

კრახუნა - ქართული აბორიგენული თეთრყურძნიანი ვაზის ჯიშია. მიეკუთვნება იმერეთის ვაზის ჯიშთა ჯგუფს. ჯიში გამოიყენება ევროპული და იმერული ტრადიციული ღვინოების, ასევე მაგარი და სადესერტო ღვინოების დასამზადებლად. ევროპული წესით დაყენებული ღვინო მოყვითალო-ჩალისფერია, ხასიათდება სისრულით, ენერგიითა და სასიამოვნო გემოთი. იმერული წესით დაყენებული კრახუნას ღვინო ხასიათდება ლამაზი შეფერილობით, ალკოჰოლის ნორმალური შემცველობით, დიდი სხეულითა და ჰარმონიით, კარგი გემოთი. დაძველებისას კრახუნას ღვინო საგრძნობლად უმჯობესდება. იგი ლამაზ მოოქროსფრო ყვითელ ფერს იღებს და ივითარებს ძლიერ ჯიშურ ბუკეტს. ყურძნის დაგვიანებით დაკრეფისას კრახუნასგან შეიძლება დამზადდეს განსაკუთრებული მაღალი ხარისხის შემაგრებული და სადესერტო ღვინო, რომელიც ხასიათდება მდიდარი ჯიშური არომატითა და ხალისიანი მჟავიანობით. ჯიში საშუალოზე საგვიანო სიმწიფის პერიოდისაა, ზესტაფონში ყურძენი მწიფდება სექტემბრის ბოლოს და ოქტომბრის დასაწყისში. ყურძნის წვენში შაქარი შეადგენს 21,0-23,0 %-ს, ხოლო მჟავიანობა - 7,5-8,5 გ/ლ-ს.

წითელი ყურძნის ჯიშები/ღვინოები:

ალექსანდროული - ქართული აბორიგენული წითელყურძნიანი ვაზის ჯიშია და მიეკუთვნება შავი ზღვის აუზის ვაზის ჯიშების ეკოლოგიურ-გეოგრაფიულ ჯგუფს. ძირითადად, გავრცელებულია რაჭის რაიონებში. ალექსანდროული მაღალხარისხიანი საღვინე ვაზის ჯიშია. ხასიათდება შაქრის დაგროვების მაღალი უნარით - ყურძენს კრეფენ, როდესაც მასში შაქრიანობა 26,0-28,0%-ს მიაღწევს. ამგვარი მასალისგან სპეციალური ტექნოლოგიით დამზადებული ღვინო ხასიათდება ლამაზი შეფერვით, ალკოჰოლისა და მჟავიანობის კარგი შეფარდებით, ჰარმონიულობით, შაქრის ნორმალური შედგენილობითა და სასიამოვნო გემური თვისებებით. შედარებით ნაკლები შაქრის შემცველობისას (20,0-21,0%) ჯიშისგან ამზადებენ მაღალხარისხოვან სუფრის ღვინოს. ალექსანდროულისგან დამზადებული მშრალი და ნახევრად ტკბილი ღვინოები გამოირჩევა სინაზით, ახასიათებს ჟოლოსა და შავი ბლის სურნელები. ჯიში საგვიანო სიმწიფის პერიოდისაა - დასავლეთ საქართველოს რაიონებში ყურძენი ოქტომბრის ბოლო რიცხვებში მწიფდება. ალექსანდროულისგან, მუჯურეთულთან ერთად, მზადდება ადგილწარმოშობის დასახელების კონტროლირებადი უმაღლესი ხარისხის წითელი ბუნებრივად ნახევრად ტკბილი ღვინო „ხვანჭკარა“.

მუჯურეთული _ ქართული აბორიგენული წითელყურძნიანი ვაზის ჯიშია. გავრცელებულია, ძირითადად, რაჭის რაიონში. ხასიათდება შაქრის დაგროვების მაღალი უნარით. მისგან დაყენებული სუფრის ღვინო მაღალი ხარისხისაა, გამოირჩევა კარგი შეფერვით, ალკოჰოლისა და მჟავიანობის ნორმალური შემცველობითა და ჰარმონიულობით. ჯიში საშუალოზე საგვიანო პერიოდისაა. რაჭა-ლეჩხუმის ზონაში ყურძენი სრულ სიმწიფეს ოქტომბრის შუა რიცხვებში აღწევს. ყურძნის წვენში შაქარი შეადგენს 25,0-30,0%-ს, ხოლო მჟავიანობა _ 6,0-7,0გ/ლ-ს. მუჯურეთულისაგან, ალექსანდროულთან ერთად, მზადდება ადგილწარმოშობის დასახელების კონტროლირებადი, უმაღლესი ხარისხის წითელი ბუნებრივად ნახევრად ტკბილი ღვინო „ხვანჭკარა“.

უსახელოური (სინ.: ოყურეშული) - ქართული აბორიგენული წითელყურძნიანი ვაზის ჯიშია. ძირითადად, გავრცელებულია ლეჩხუმში და გამოყენებულია მაღალხარისხოვანი, სუფრის და ბუნებრივად ნახევრად ტკბილი ღვინოების დასამზადებლად, რომელიც ინტენსიური შეფერვით, მაღალი ალკოჰოლით, ჯიშური სასიამოვნო არომატით,

საკმაო სხეულითა და ჰარმონიული გემოთი გამოირჩევა. ნახევრად ტკბილი ღვინოების დასამზადებლად ყურძენი ოქტომბრის შუა რიცხვებიდან იკრიფება, მაშინ, როდესაც მასში 23,0-26,0% შაქარი და 6,0-8,0გ/ლ მჟავიანობაა. ჯიში საშუალო ან საშუალოზე საგვიანო სიმწიფის პერიოდისაა. რაჭა-ლეჩხუმის ზონაში ყურძენი სექტემბრის ბოლო რიცხვებში მწიფდება. ყურძნის წვენში შაქარი შეადგენს 20,0-26,0%-ს, ხოლო მჟავიანობა _ 6,5-9,0გ/ლ-ს.

ოცხანური საფერე - ქართული აბორიგენული წითელყურძნიანი ვაზის ჯიშია. გავრცელებულია, ძირითადად, იმერეთის რაიონებში. გამოიყენება მაღალხარისხიანი წითელი ღვინის დასამზადებლად ან სხვა წითელი და თეთრი ჯიშების ღვინის შესაფერად. ცალკე დაყენებული ოცხანური საფერეს ღვინო გამოირჩევა ინტენსიური შეფერვით, ალკოჰოლისა და მჟავიანობის ნორმალური შემცველობით, ხავერდოვნებით, მდიდარი სხეულით, ჰარმონიულობითა და კარგად გამოსახული ჯიშური არომატით. დაძველების შემდეგ ღვინო ძალზე ღრმა სურნელსა და ელეგანტურობას იძენს, გამოირჩევა მდიდრული და ხანგრძლივი დაბოლოებით. ჯიში საგვიანო პერიოდისაა - ყურძენი ოქტომბრის მესამე დეკადაში მწიფდება. ყურძნის წვენში შაქარი შეადგენს 20,0-23,0%-ს, ხოლო მჟავიანობა - 9,0-10,0 გ/ლ-ს.

4.3 მეღვინეობის ღირებულებათა ჯაჭვი იმერეთის და რაჭის რეგიონებისათვის

იმერეთის და რაჭის რეგიონებში საოჯახო მეურნეობებს ძირითადად აქვს 200-დან 1000-მდე ძირი ვაზი, საიდანაც მიღებული მოსავლის დიდი ნაწილი, დაახლოებით 70% გადამუშავდება საოჯახო მეურნეობაში, ხოლო დანარჩენი ყურძნის სახით იყიდება. თუმცა, მაღალფასიანი ჯიშის ყურძენი როგორიცაა მაგალითად ალექსანდროული და მუჯურეთული თითქმის სრულად შეისყიდება ღვინის ქარხნების მიერ, ხოლო შედარებით დაბალფასიანი ჯიშის ყურძენი მაგალითად ციცქა, ცოლიკაური და ა.შ. ძირითადად შეისყიდება კერძო პირების მიერ, რომლებიც საკუთარი მოხმარებისათვის აწარმოებენ ღვინოს. კერძო პირებზე ყურძნის რეალიზაცია ხდება პირადი კონტაქტების და ურთიერთობის მეშვეობით და მას ძირითადად ყიდულობენ უახლოესი ქალაქების მცხოვრებლები უშუალოდ მწარმოებლებთან.

ყურძნის მწარმოებელთა მიერ დაყენებული ღვინის დაახლოებით 50% გამოიყენება საოჯახო მოხმარებისათვის, ხოლო დანარჩენი სარეალიზაციოდ, რაც ასევე ხორციელდება პირადი ნაცნობობის საშუალებით.

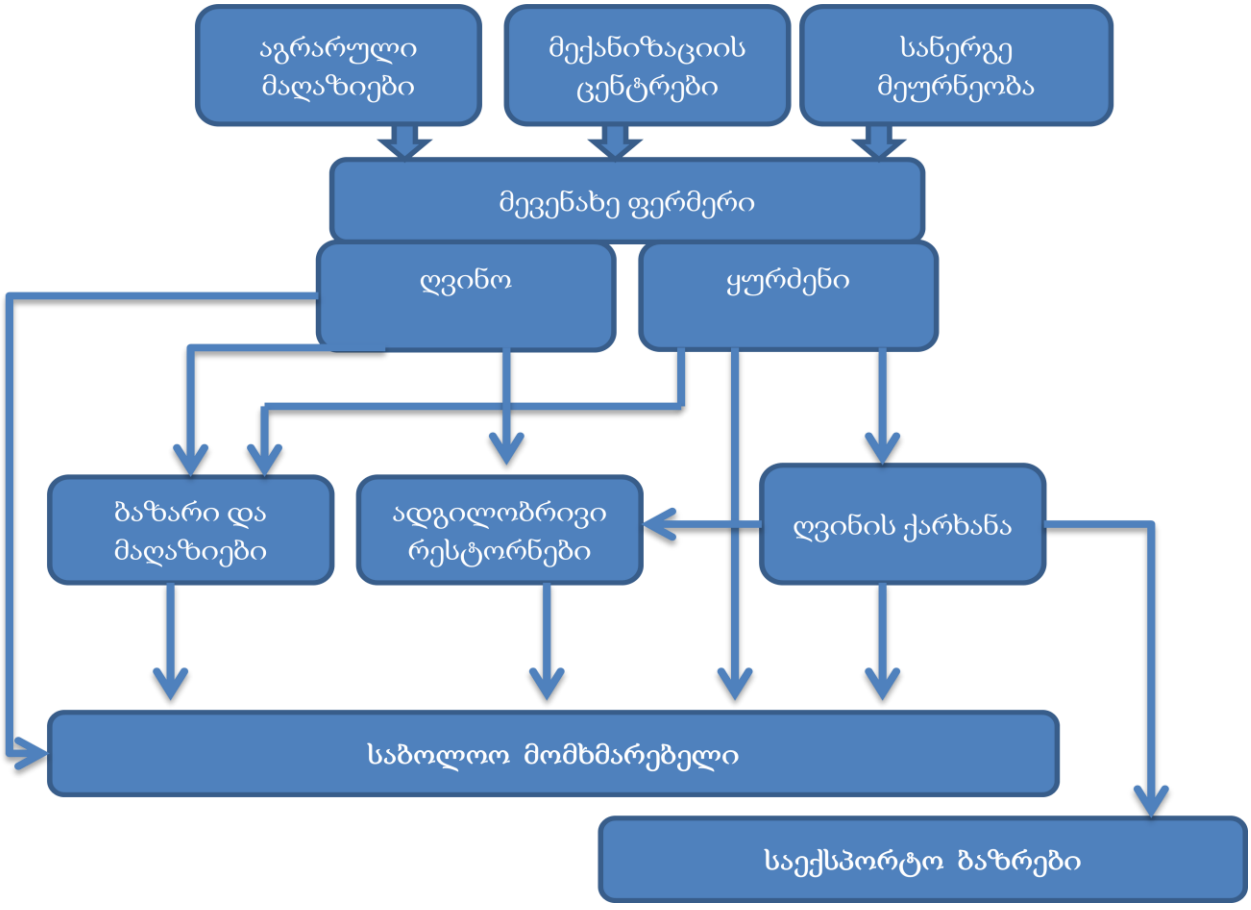
ამასთან, იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში მხოლოდ რამდენიმე საოჯახო მეურნეობაა, რომლებიც ახდენენ წარმოებული ღვინის ჩამოსხმას ბოთლებში (750 მლ) და ეტიკეტირებას, ისიც პრიმიტიული ტექნოლოგიების გამოყენებით. საოჯახო მეურნეობების უდიდესი ნაწილი კი არ ახდენს მის დაფასოებას და საშუალო მოცულობის პარტიებად (100-300 ლიტრი) ყიდის მას უშუალო მომხმარებლებზე

საკუთარი მეურნეობებიდან.

განსხვავებული სიტუაცია არის ღვინის ქარხნების შემთხვევაში. მათ უმეტესობას აქვს საკმაოდ კარგად გამართული ავტომატიზირებული საწარმოო ხაზი, რომელიც ხარისხიანი ყურძნის მიწოდების შემთხვევაში იძლევა შესაძლებლობას წარმოებული იქნას მაღალი ხარისხის ღვინო.

მსხვილ ღვინის ქარხნებს, როგორც წესი აქვთ საკუთარი საფირმო მაღაზიები, რომლებშიც ასევე არის შესაძლებელი ღვინის დაგემოვნება. ისინი წარმოებული ღვინის დაფასოებას თავადვე ახდენენ სხვადასხვა ზომის ჭურჭელში. კერძოდ, გავრცელებულია მინისა და პოლიეთილენის ტარა. მინის ტარაში როგორც წესი ისხმება ძვირად ღირებული ღვინო და მისი დიდი ნაწილი განკუთვნილია საექსპორტოდ, ხოლო შედარებით დაბალ ფასიანი ღვინო ისხმება პოლიეთილენის 3, 5 და 10 ლიტრიან ჭურჭელში და ძირითადად გათვალისწინებულია ადგილობრივი ბაზრისათვის. ასეთი ტიპის შეფუთვა ითვლება უფრო ეკონომიურად და შესაბამისად მისი ფასიც ნაკლებია. თუმცა, ღვინის ადგილობრივი მოყვარულები ამ ღვინოს ნაკლებად მოიხმარენ და ძირითადად უპირატესობას საოჯახო პირობებში წარმოებულს ანიჭებენ. იმერეთის და რაჭის რეგიონებიდან ძირითადი ექსპორტიორები არიან: „მეღვინეობა ხარება“, ღვინის ქარხანა „GVS“, ღვინის ქარხანა „ბუგეული“, ღვინის ქარხანა „ხვანჭკარა“.

სქემა 1 . მეღვინეობის ღირებულებათა ჯაჭვი იმერეთისა და რაჭის რეგიონებისათვის



4.4 პროდუქციის ფასები

ყურძნისა და ღვინის ფასები ძალიან დივერსიფიცირებულია, როგორც სეზონების მიხედვით, ასევე ყურძნის ჯიშის მიხედვით. ამასთან, დიდია სხვაობა საოჯახო მეურნეობაში და ღვინის ქარხანაში მიღებული ერთიდაიგივე დასახელების ღვინის ფასშიც. დამატებით უნდა აღინიშნოს, რომ ფასებზე ასევე პირდაპირ გავლენას ახდენს კონკრეტული წლის მოსავლიანობა, რომელსაც თავის მხრივ მნიშვნელოვნად განაპირობებს იმ წლის ამინდები.

ყურძნის ფასები

2014 წლის ჭირვეული ამინდები: ყინვა გაზაფხულზე, სეტყვა და გვალვა რაჭა-ლეჩხუმის ვენახებსაც შეეხო. ამასთან დაერთო ვაზის დაავადებების ტრადიციული პრობლემები და ბეღურების უჩვეულო შემოსევა შემოდგომაზე, რის გამოც რაჭაშიც და ლეჩხუმშიც რთველმა დიდი დანაკარგებით ჩაიარა. თუმცა, მევენახეებმა ვაზის იშვიათი ჯიშების - ალექსანდროულის, მუჯურეთულისა და უსახელოურის ყურძენი ღვინის საწარმოებს რეკორდულად მაღალ ფასში ჩააბარეს. რაჭველმა მევენახეებმა 2014 წელს ალექსანდროულისა და მუჯურეთულის 1 კგ ყურძენზე 8 ლარი მიიღეს. ასეთი მაღალი ფასი ვაზის ამ ჯიშების ყურძენზე საბჭოთა პერიოდშიც კი არ ყოფილა. რუსეთის ემბარგომდეც (2006 წ.), ალექსანდროულსა და მუჯურეთულს კომპანიები 4-5 ლარზე მეტად არ იბარებდნენ.

2014 წელს რეკორდული ფასი დაფიქსირდა ვაზის იშვიათი და ყველაზე ძვირადღირებული ქართული ჯიშის, უსახელოურის ყურძენზე. მევენახეებმა თავიანთ ზვრებში მოყვანილი 1 კგ. უსახელოური 14-15 ლარად გაყიდეს. ასეთი მაღალი ფასი უკიდურესად მცირე მოსავალმა განაპირობა. შედარებისათვის - 2013 წელს 1 კგ უსახელოური 10 ლარი ღირდა.

2014 წელს შედარებით მცირედით, მაგრამ მაინც გაიზარდა იმერული ჯიშის ყურძნის ფასებიც. ამასთან, აღსანიშნავია, რომ ყურძნის სუბსიდირების სახელმწიფო პროგრამა ამ ჯიშებზე არ ვრცელდება. 2014 წელს 1 კგ ცოლიკოურის ფასი ბაზარზე 1,20 ლარიდან 1,50 ლარამდე მერყეობდა. ციცქა - საშუალოდ 1,5 ლარი ღირდა, ხოლო შედარებით იშვიათი ვაზის ჯიშის - კრახუნას ყურძენი - 2 ლარი. ბოლო წლებში ამ ჯიშების საშუალო ფასები ასეთი იყო: ცოლიკოური - 1ლარი; კრახუნა - 1,40 ლარი, ციცქა - 1,10.

ღვინის ფასები

საოჯახო პირობებში წარმოებული ჩამოსასხმელი ღვინის სარეალიზაციო ფასი მნიშვნელოვნად იცვლება წლის განმავლობაში, კერძოდ ის აგვისტო-სექტემბერში 50-70%-ით უფრო მაღალია, ვიდრე იმავე ღვინის ფასი დეკემბერ-იანვარში. შემოდგომით ბაზარზე იგრძნობა პროდუქციის სიჭარბე, ხოლო აგვისტოში მარაგების შემცირების შედეგად ხდება ფასის ზრდა.

საოჯახო მეურნეობების მიერ წარმოებული ღვინის ფასები სახეობების მიხედვით საკმაოდ განსხვავებულია. ყველაზე ძვირადღირებულია უსახელოური და ხვანჭკარა.

ცრილი 7. საოჯახო მეურნეობებში დამზადებული ღვინის საშუალო ფასები, 2014 წელი

ღვინის დასახელება	1 ლ.-ს საშუალო ფასი
ციცქა	4-5 ლარი
ცოლიკოური	4-5 ლარი
ციცქა-ცოლიკოური	5 ლარი
კრახუნა	6 ლარი
ხვანჭკარა	20-25 ლარი
უსახელოური	30 ლარი
ოცხანური	13-15 ლარი

ღვინის ქარხნების მიერ წარმოებული პროდუქციის ფასზე სეზონურობა არ ზემოქმედებს და ის ოჯახური მეურნეობის ღვინის ფასებზე გაცილებით მაღალია. ამასთან, ქარხნების მიერ წარმოებული ღვინოები არის ჩამოსხმული მინის ტარაში, გააჩნია საბრენდო დასახელება და სათანადო ეტიკეტირება. დამატებით უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ამ საწარმოების პროდუქციის უმეტესი ნაწილი საექსპორტოდ მზადდება.

კონკრეტული ღვინის სახეობის მიხედვით საექსპორტო ფასების შესახებ ინფორმაცია არაა ხელმისაწვდომი. თუმცა გაერთიანებული სტატისტიკური მაჩვენებლების თანახმად, 2013 წელს სულ ექსპორტირებულ იქნა 35,91 მლნ ლიტრა ღვინო, ჯამური ღირებულებით - 129,51 მილიონი აშშ დოლარით. შესაბამისად საშუალო საექსპორტო ფასი 1 ლიტრ ღვინოზე 3,6 აშშ დოლარი, დაახლოებით 6 ლარი გამოდის. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს რომ ეს საშუალო ფასია და შედარებით მაღალი კატეგორიის 1 ბოთლი (0,75) ღვინოების ფასი 15 აშშ დოლარიდან იწყება.

ღვინის ქარხნები შიდა ბაზრისთვისაც აწარმოებენ და მარნებში ინახავენ ძვირადღირებულ ღვინოებს. თუმცა, ეს ღვინოები „სანიშე“ ბაზრებისთვისაა განკუთვნილი და მომხმარებელთა ვიწრო წრით შემოიფარგლება. ამ ღვინოებს, როგორც წესი, ყველაზე ხშირად ყიდულობენ, როგორც საჩუქარს, უცხოელი სტუმრებისათვის. ერთ-ერთი ყველაზე ძვირი ამ კატეგორიის ღვინოებიდან არის „უსახელოური“, რომელიც 2007 წლის ჩამოსხმა 1 ბოთლი 150-170 ლარი ღირს. მაღალია ხვანჭკარას ფასიც - სხვადასხვა მწარმოებლის მიერ გამოშვებული 1 ბოთლის ფასი - 45-დან 70 ლარამდე მერყეობს.

ღვინის სპეციალიზირებულ მაღაზიებსა და დიდი სუპერმარკეტების ქსელში ღვინის ფასები ოდნავ განსხვავდება წარმოების წლისა და მწარმოებელი კომპანიის მიხედვით, თუმცა ძირითადად მსგავსია კონკრეტული სახეობებისათვის. იმერეთსა და რაჭაში გავრცელებული ყურძნის ჯიშებიდან ქარხნული წესით წარმოებული ღვინოების საშუალო ფასები 0,75 ბოთლისათვის ასეთია:

ცხრილი 8. ღვინის ქარხნების მიერ წარმოებული ღვინის საბაზრო ფასები

ღვინის დასახელება	1 ბოთლის (0,75) საშუალო ფასი
ციცქა	21 ლარი
ცოლიკოური	17 ლარი
ტვიში (ციცქა-ცოლიკოური)	18 ლარი
კრახუნა	21 ლარი
ხვანჭკარა	44 ლარი
უსახელოური	83 ლარი
ოცხანური	30 ლარი

საოჯახო მეურნეობაში და ქარხნული წესით წარმოებული კონკრეტული დასახელების ღვინის ფასში კარდინალურად დიდია სხვაობა. ეს ძირითადად განპირობებულია იმით, რომ ოჯახები არ იხდიან სახელმწიფო გადასახადებს, არ აქვთ ავტომატიზირებული სისტემები, არ ახდენენ ღვინის ჩამოსხმასა და შესაბამის ეტიკეტირებას. თუმცა, შედეგად საექსპორტო ბაზრები მათი მიერ წარმოებული პროდუქციისათვის არაა ხელმისაწვდომი.

ცხრილი 9. საოჯახო მეურნეობაში და ქარხნული წესით წარმოებული ღვინის ფასების შედარება

ღვინის დასახელება	საოჯახო მეურნეობა 0,75 ლ. საშუალო ფასი	ღვინის ქარხანა 0,75 ლ. საშუალო ფასი	%-ული სხვაობა ფასში
ციცქა	3.8	21	**560%**
ცოლიკოური	3.8	17	**453%**
ციცქა-ცოლიკოური	3.8	18	**480%**
კრახუნა	4.5	21	**467%**
ხვანჭკარა	18.8	44	**235%**
უსახელოური	22.5	83	**369%**
ოცხანური	11.3	30	**267%**

5 კონკურენტუნარიანობის ალმასის მოდელი: - რესურსების პირობები, მოთხოვნის პირობები, მონათესავე სექტორები, კონტექსტი

5.1 წარმოებისთვის საჭირო რესურსების პირობები

ყურძნის წარმოებისათვის აუცილებელია შემდეგი რესურსები:

მიწის ნაკვეთი. ვაზის გაშენებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია მიწის ნაკვეთი, მდებარეობა და ნიადაგის სტრუქტურა, ვინაიდან ესა თუ ის ჯიში, როგორც წესი, მაღალეფექტური მხოლოდ კონკრეტულ მიკროზონაშია, სხვაგან კი ან საერთოდ ვერ ხარობს, ან ნაკლებმოსავლიანობით და დაბალი გემოვნური თვისებებით ხასიათდება.

სანერგე მასალა. ვაზის სელექციური წარმოება მიმდინარეობს სასათბურე მეურნეობაში სადაც მიმდინარეობს მყნობა. საძირეს ძირითადად ყიდულობენ კახეთში, ამყნიან მასზე სასურველი ჯიშის ვაზს და

სურათი 4 - ვაზის სანერგე სათბური რაჭაში

მიღებული ნერგის ფასი დაახლოებით 2-2,5 ლარია ერთეულზე. გარდა ამისა, ტვიშში (ლეჩხუმი) არის საძირე მეურნეობა, სადაც ერტიფიცირებული (გარანტიით) მაღალხარისხიანი ნერგის შეძენა არის შესაძლებელი, თუმცა მისი ფასი 7-8 ლარის ფარგლებშია. მაღალი ფასი გამოწვეულია იმით, რომ საძირე იმპორტირებულია აშშ-დან და ევროპიდან. თუმცა მისგან გამოყვანილი ვაზი უფრო გამძლეა და შედარებით ნაკლებ შეწამლას საჭიროებს.

შესაწამლი საშუალებები. ძირითადად ვაზს უჩნდება ისეთი დაავადებები, როგორიცაა ჭრაქი, ნაცარი, ჭია და ა.შ. რომლებთან საბრძოლველად აუცილებელია მისი შეწამვლა. ამისათვის, ფერმერთა გარკვეული ნაწილი იყენებს ტრადიციულ საშუალებას - ბორდოს ხსნარს (მიიღება კირისა და შაბიამნის წყალში გახსნით), რომელიც ეკოლოგიურად სუფთაა, თუმცა ფერმერთა გარკვეული ნაწილი უკმაყოფილოა ბაზარზე არსებული

სურათი 5 - ქართული საწნახელი

შაბიამნის ხარისხით, რის გამოც მის ნაცვლად იყენებს სხვადასხვა ქიმიურ

პრეპარატებს, რომლებიც მათი განცხადებით უკეთ იცავს ვაზს დაავადებებისაგან, ამავე დროს ქიმიური პრეპარატები, როგორც წესი, ეკოლოგიურად ნაკლებად სუფთაა. ერთი ჰექტარი ვაზის შესაწამლად წელიწადში საჭიროა დაახლოებით 1200 ლარის შხამ-ქიმიკატები, საშუალოდ ამდენივე იხარჯება შრომით რესურსებზე, რომელიც საჭიროა შეწამვლისა და ე.წ. „მწვანე ოპერაციის“ შესრულებისათვის.

შესაწამლი საშუალებები ძირითადად არის უცხოური წარმოების და მათი შეძენა შესაძლებელია ნებისმიერ ქალაქსა თუ რაიონულ ცენტში, ფერმერთა მაღაზიებში დაახლოებით ერთიდაიგივე ფასად.

სხვა საწარმოო საშუალებები. საოჯახო მეურნეობები ყურძნის დაწურვისათვის იყენებენ ტრადიციულ საწნახელს, რომელიც თითქმის ყველა ოჯახში გვხვდება, ასევე, კუსტარულად დამზადებულ მექანიკურ ან ელექტრო საპრეს მოწყობილობას. მიღებულ წვენს ათავსებენ ქვევრში (ჭურში), სადაც ხდება მისი დადუღება და დაახლოებით 1,5-2 თვის შემდეგ გადააქვთ ლითონის, მინის ან პოლიეთილენის კასრებში.

ყველა რაიონულ ცენტრში არის რამდენიმე სასოფლო-სამეურნეო მაღაზია, სადაც შესაძლებელია შეძენილ იქნას სხვადასხვა, მათ შორის მეღვინეობისათვის საჭირო ინვენტარი.

საშუალო ზომის მწარმოებლები[14], რომლებიც ახდენენ ღვინის ბოთლებში ჩამოსხმას, იყენებენ მარტივ ბოთლის საბეჭდ დანადგარებს, რომლებიც ერთდროულად 2-3 ბოთლს ემსახურებიან და მათი ღირებულება დაახლოებით 3000 ლარიდან იწყება. მსხვილი ღვინის გადამამუშავებელი ქარხნები კი ფლობენ ავტომატიზირებულ წარმოების ხაზებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ პროდუქციის წარმოებას თანამედროვე მოთხოვნების დაცვით.

5.2 მოთხოვნა

ღვინო ქართული კულტურის, ტრადიციებისა და ყოფის განუყოფელი ნაწილია. ღვინო ქართული ოჯახის აუცილებელი მარაგების ჩამონათვალშია. მაღალია ღვინის მოხმარება და ხშირ შემთხვევებში ქალაქად მცხოვრები ოჯახებიც კი ცდილობენ, რომ შეიძინონ ყურძენი და თავად დაამზადონ ღვინო საკუთარი მოხმარებისათვის.

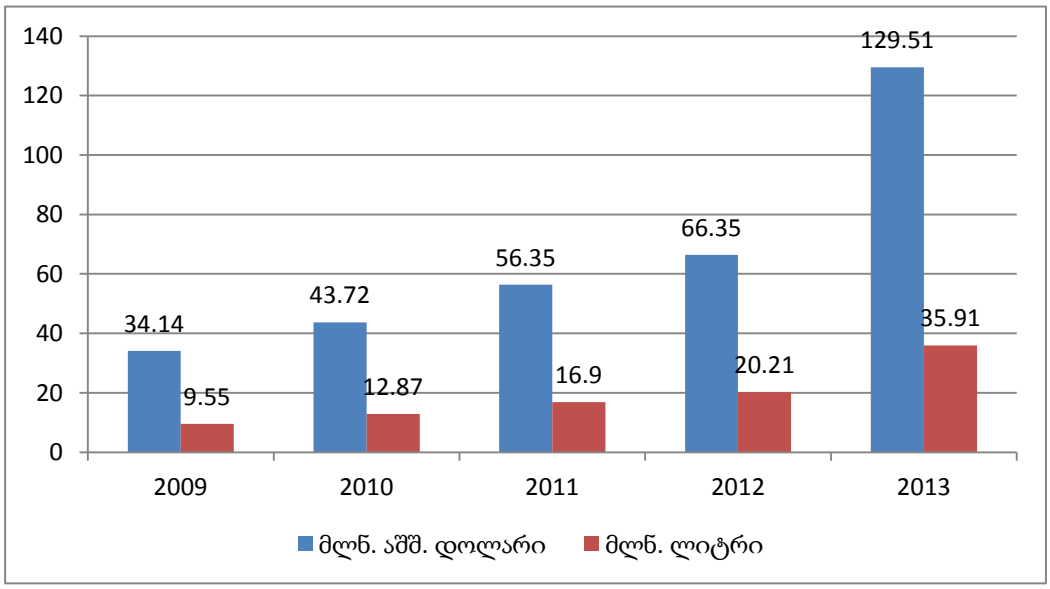
ასევე, დიდი რაოდენობის ღვინოს ყიდიან რესტორნები და ბარები, რომლებიც თავის მხრივ ღვინის ფართო ასორტიმენტს თავაზობენ მომხმრებელს - როგორც ოჯახურ მეურნეობებში, ასევე სხვადასხვა ღვინის მწარმოებელი კომპანიის მიერ დამზადებულს. დიდია ღვინისა და მწარმოებელის არჩევანი ქსელურ სუპერმარკეტებში და სპეციალიზირებულ ღვინის მაღაზიებიც. ღვინის მსხვილ ქარხნებს ასევე გააჩნიათ საკუთარი საფირმო მაღაზიები დიდ ქალაქებში.

ადგილობრივი მოსახლეობა ძირითად ღვინოს შეიძენს ნაცნობი საოჯახო მეურნეობებიდან. ბოლო პერიოდში ასევე პოპულარული გახდა მსხვილი

[14] წვრილი მწარმოებელი -წარმოების მოცულობა 1ტ-მდე წელიწადში, საშუალო 1-5ტ, მსხვილი 5ტ და მეტი

მწარმოებელების მიერ შეთავაზებული ე.წ. ჩამოსახმელი ღვინოებიც. ბოთლში ჩამოსხმულ ღვინოებზე შიდა ბაზარზე მოთხოვნა მცირეა. ექსპერტული შეფასებით შიდა მოხმარების მხოლოდ 15-20% მოდის ბოთლის ღვინოზე. თუმცა, საექსპორტოდ მხოლოდ ბოთლში ჩამოსხმული და სათანადოდ ეტიკეტირებული ღვინო გადის.
ზოგადად, ქართულ ღვინოს გააჩნია გამორჩეული საექსპორტო პოტენციალი. ბოლო პერიოდებში იზრდება, როგორც ექსპორტის აბსოლუტური მაჩვენებლები (მოცულობითი და ღირებულებით გამოსახულებაში), ასევე ქვეყნების ჩამონათვალი. ბუნებრივია, დივერსიფიცირებული საექსპორტო ბაზრები გარკვეული სტაბილურობის გარანტს ქმნის მწარმოებლისათვის. ამის კარგი მაგალითი იყო რუსეთის 2006 წლის ემბარგო.

დიაგრამა 6. ქართული ღვინის ექსპორტი[15]



ღვინის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით, 2014 წელს მსოფლიოს 46 ქვეყანაში ღვინის ექსპორტმა 59 067 335 (0,75 ლ) ბოთლი შეადგინა, რაც 26%-ით აღემატება 2013 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელს. ქართული ღვინის საექსპორტო ბაზრების პირველი ხუთეული შემდეგნაირად გამოიყურება: რუსეთი, უკრაინა, ყაზახეთი, ბელარუსი და პოლონეთი, სადაც რუსეთი ექსპორტის მთლიან მოცულობაში ლიდეროზს 63%-ით. საექსპორტო ქვეყნების ათეულშია ჩინეთი, ლატვია, ლიტვა, ესტონეთი და გერმანია. ექსპორტის ზრდა დაფიქსირდა შემდეგ ქვეყნებში - ჩინეთი (34%), იაპონია (32%), გერმანია (23%), პოლონეთი (22%), ყაზახეთი (21%), ლატვია (18%), ბელარუსი (13%) და სხვა.

2013 წელს საქართველოში მოხმრებულ იქნა დაახლოებით 76 000 ტონა ღვინო. საინტერესოა, რომ 1 სულ მოსახლეზე გაანგარიშებით ღვინის მოხმარება ბოლო წლებში მეტ-ნაკლებად მსგავსია და საშუალოდ 16,5 ლიტრს შეადგენს. უნდა აღინიშნოს, რომ შიდა ბაზრის ზრდა სავარაუდოდ ვერ მოხდება მოხმარების ზრდის ხარჯზე, თუმცა

[15] საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური; http://geostat.ge/

ეკონომიკური განვითარების და შესაბამისად შემოსავლების ზრდის ფონზე შესაძლოა გაიზარდოს მოთხოვნა შედარებით მაღალხარისხიან და შედეგად მაღალფასიან ღვინოებზე.

5.3 მონათესავე სექტორები

მევენახეობა-მეღვინეობის სექტორს აქვს საკმაოდ დიდი დივერსიფიკაციის შესაძლებლობები, რომელიც მხოლოდ ნაწილობრივაა ათვისებული ფერმერებისა და საწარმოების მხრიდან. ფერმერები, როგორც წესი, ღვინოსთან ერთად აწარმოებენ არაყს. **არაყის წარმოება.** არაყი წარმოადგენს ღვინის წარმოების თანმდევ პროდუქტს, რომელიც მიიღება ყურძნის დაწურვისას წვენის გამოღების შემდეგ დარჩენილი ნარჩენის (ჭაჭა), ასევე ღვინის დადუღების შემდეგ დარჩენილი ნალექის მასის სპეციალური აღჭურვილობის გამოყენებით გამოხდის შედეგად. არაყი მაღალალკოჰოლური სასმელია, მასში ალკოჰოლის შემცველობა დაახლოებით 60-65 გრადუსია. მისი გამოსავლიანობა ყურძნის ჯიშსა და შაქრიანობაზე არის დამოკიდებული და იმერეთში გავრცელებული ციცქასა და ცოლიკაურის ჯიშის ყურძნებისაგან, მიიღება დაახლოებით 60-70 ლიტრი ერთი ტონა ყურძნისაგან ღვინის მიღების შემდეგ. თითქმის ყველა საოჯახო მეურნეობა სოფლად აწარმოებს არაყს საკუთარი მოხმარებისათვის, თუმცა სარეალიზაციოდ განკუთვნილი პროდუქტის წილი მნიშვნელოვანი არ არის და ექსპერტული შეფასებით 10%-ს არ აჭარბებს. საოჯახო მეურნეობები გამოხდილ არაყს, რომელსაც ზოგჯერ ჭაჭასაც უწოდებენ, უშუალოდ ადგილზე ან უახლოეს ბაზრებზე ყიდიან ჩამოსხმა-დაფასოების გარეშე. მისი სარეალიზაციო ფასი იწყება დაახლოებით 5-6 ლარიდან ლიტრზე და ცვალებადია წლის მანძილზე ღვინის ფასის მსგავსად. აღნიშნული არაყისაგან საოჯახო მეურნეობები ამზადებენ **კონიაკს**, რისთვისაც არაყს ათავსებენ მუხის კასრში და ახდენენ მის დაძველებას რამდენიმე წლის მანძილზე. ისევე როგორც არაყი, მისი საბაზრო მნიშვნელობაც დაბალია.

ყურძნის არაყსა და შემდეგ კონიაკს ასევე აწარმოებენ იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში მოქმედი ღვინის ქარხნებიც (მაგ. „მეღვინეობა ხარება“), თუმცა მათი რეალიზაციის მოცულობაში აღნიშნული პროდუქტების ხვედრითი წილი დიდი არ არის და 5%-ს არ აღემატება.

სუფრის ყურძენი. ცალკეული საოჯახო მეურნეობები და ფერმერული მეურნეობები რეგიონში მისდევენ სუფრის ყურძნის წარმოებას. სუფრის ყურძენი, როგორც წესი, შენდება ტალავერის სახით, რისთვისაც ვაზი ირგვება 3მX1,5მ–ზე. გამოიყენება ამერიკული ჯიშის უწიბწო, უხმოსავლიანი ყურძენი, რომლის ერთი, სრულად მსხმოიარე ძირი იძლევა საშუალოდ 80-90 კგ. მაღალი ხარისხის ყურძენს. სუფრის ყურძნის ფასი 2 ლარიდან 4 ლარამდე მერყეობს. ფასი ყველაზე დაბალია შემოდგომაზე მოსავლის მიღებისას და მარაგების შემცირების კვალობაზე ხდება მისი ზრდა.

ყურძნის წვენი. რამდენიმე მწარმოებელი რეგიონში აწარმოებს ყურძნის წვენს. მისი მიღებისათვის საჭყლეტი–კლერტგამცლელი დანადგარით ხდება ყურძნის დამუშავება,

შემდეგ რეზერვუარებში ფერმენტაცია, ცივდება სპეციალურ მაცივრებში რომ არ მოხდეს ადუღება, იფილტრება სპეციალური ფილტრებით ორჯერადად (უხეში და წმინდა) და ბოლოს ხდება ბოთლში ჩამოსხმა. თუმცა აღნიშნული პროდუქტის მოცულობა და შესაბამისად ხვედრითი წილი რეალიზაციის მოცულობაში დიდი არ არის.

წიპწის ზეთი. ყურძნის წიპწისგან მიიღება ზეთი, რომელიც შეიცავს დიდი რაოდენობით ბიოლოგიურად აქტიურ ნივთიერებებს და ფართოდ გამოიყენება როგორც კულინარიაში, ასევე კოსმეტოლოგიაში. საქართველოში ზეთის ეს სახეობა არაა პოპულარული, თუმცა მას დიდი პოტენციალი გააჩნია, მათ შორის საექსპორტო ბაზრებზე. მიზნობრივ რეგიონებში მხოლოდ შპს. „მეღვინეობა ხარება“–ს მიერ იწარმოება და 250 გრამიანი ზეთის ბოთლი 17.80 ლარი ღირს. წიპწის ზეთის ყიდვა შესაძლებელია სპეციალიზირებულ ღვინის მაღაზიებშიც. ამ ზეთის წარმოება შესაძლოა გახდეს მნიშვნელოვანი დამატებითი მიმართულება იმერეთისა და რაჭის ფერმერებისათვის.

ღვინის ტურიზმი. განსხვავებით კახეთის რეგიონისა ღვინის ტურიზმი ფაქტობრივად საერთოდ არაა განვითარებული იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში. თუმცა თუ გავითვალისიწინებთ, რომ აღნიშნული რეგიონები, განსაკუთრებით კი რაჭა, მიმზიდველია ტურიზმის განვითარების კუთხით, ღვინის ტურიზმი მევენახე და მეღვინე ფერმერებისათვის შემოსავლების მნიშვნელოვან წყაროდ შეიძლება იქცეს. აღნიშნული მიმართულების განვითარება ხელს შეუწყობს ზოგადად სოფლის მეურნეობისა და მომსახურების სფეროების გაძლიერებას რეგიონებში. თუმცა, სახელმწიფო ჩარევა აუცილებლი იქნება ისეთი საკითხების მოგვარებისათვის, როგორებიცაა ინფრასტრუქტურა, მარკეტინგული ღონისძიებები და ა.შ.

5.4 კონკურენცია

იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში არსებული ვენახები არ იძლევიან იმდენად დიდ მოსავალს, რომ ძნელი იყოს ყურძნისა და ღვინის რეალიზაცია. როგორც, საოჯახო მეურნეობების, ასევე ღვინის გადამამუშავებელი ქარხნები ახალი მოსავლის მიღებამდე თითქმის სრულად ახდენენ წინა წელს მიღებული მოსავლის რეალიზაციას. ამდენად, კონკურენცია ბაზარზე მწარმოებელთა შორის არც თუ ისე მაღალია.

მაღალი კონკურენცია რაჭის რეგიონში შეინიშნება ყურძნის ჩამბარებელ ქარხნებს შორის იშვიათი და ძვირადღირებული ყურძნის (ალექსანდრეული, მუჯურეთული) მოსავლის შესყიდვის პროცესში, რის შედეგადაც 2014 წელს, აღნიშნული ჯიშის ყურძნის შესყიდვის ფასი 8 ლარამდე გაიზარდა კილოგრამზე, მაშინ როცა წინა წლებში 4-5 ლარი იყო.

ღვინის ქარხნებსა და ოჯახურ მეურნეობებს შორის კონკურენციას ფაქტობრივად არ აქვს ადგილი. მიუხედვად იმისა, რომ ისინი ერთიდაიგივე დასახელების ღვინოებს აწარმოებენ, მათი მიზნობრივი ბაზრები აბსოლუტურად განსხვავებულია და

შესაბამისად კარდინალურად განსხვავებულია პროდუქტის სასაქონლო სახეც და ფასიც.

შედარებით მაღალი კონკურენცია შეინიშნება საერთაშორისო ბაზრებზე, სადაც ქართული ღვინის ძირითადი კონკურენტები არიან ისეთი ქვეყნები, როგორებიცაა საფრანგეთი, იტალია, ესპანეთი, ავსტრალია და ჩილე, თუმცა ქართული პროდუქტი თავისი უნიკალური გემოვნური თვისებებიდან გამომდინარე ბაზარზე სწორი პოზიციონირების და მაღალი ხარისხის დაცვის შემთხვევაში საკუთარ ადგილს იჭერს ბაზარზე.

6 სტრატეგიული მწარმოებლურობა და ხარისხი

6.1 ყურძნისა და ღვინის წარმოება- კვების უსაფრთხოებასთან და ხარისხთან მიმართებაში

საქართველოში მოქმედებს კანონი ვაზისა და ღვინის შესახებ, რომელიც არეგულირებს ქვეყანაში იმ ფიზიკური და იურიდიული პირების ქცევას, რომელთა სამეურნეო საქმიანობა მოიცავს მევენახეობა-მეღვინეობის დარგში სასაქონლო პროდუქციის, მათ შორის, ყურძნისეული წარმოშობის პროდუქტების წარმოებას, რეალიზაციას, შენახვას, ტრანსპორტირებას, ექსპორტსა და იმპორტს. კანონის მიზანია, ხელი შეუწყოს მევენახეობა-მეღვინეობის, როგორც ქვეყნის ეკონომიკის პრიორიტეტული დარგის განვითარებას, კონკურენტუნარიანი ყურძნის, ღვინისა და ყურძნისეული წარმოშობის სხვა ალკოჰოლიანი სასმელების წარმოებასა და რეალიზაციას, ფალსიფიცირებული და უხარისხო პროდუქციისაგან სამომხმარებლო ბაზრის დაცვას.

კანონი აწესებს რეგლამენტაციებს ვაზთან და ღვინოსთან დაკავშირებული სრული საწარმოო ციკლისათვის, რომელიც იწყება ვაზის სარგავი მასალის წარმოებით და სრულდება პროდუქციის რეალიზაციით ადგილობრივ თუ უცხოურ ბაზარზე.

კანონით განსაზღვრულია საქართველოში მევენახეობა-მეღვინეობის დარგში საქმიანობის მარეგულირებელი ორგანო, საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – ღვინის ეროვნული სააგენტო, რომლის კონტროლს, თავის მხრივ, ანხორციელებს საქართველოს სოფლის მეურნეობის სამინისტრო.

სააგენტო ზედამხედველობს მევენახეობა-მეღვინეობის დარგში საქმიანობის განხორციელებისას საქართველოს კანონმდებლობით განსაზღვრული პირობებისა და სხვა შესაბამისი ნორმატიული აქტების მოთხოვნათა დაცვას და მათი დარღვევისას ატარებს საქართველოს კანონმდებლობით გათვალისწინებულ ღონისძიებებს. სააგენტო ზედამხედველობს ვაზის სადედეების, სამყნობი მასალებისა და ნამყენი ნერგების წარმოებასა და გაშენებას. სააგენტო ადგენს და აწარმოებს ვენახის ფართობებისა და საწარმოებში პროდუქციის მოძრაობისა და ნაშთების კარტოთეკას (საინფორმაციო ბანკს).

6.2 ფიტოსანიტარული, ჰიგიენური და ხარისხთან დაკავშირებული მოთხოვნები საექსპორტო პროდუქციისათვის

საქართველოს კანონით „ვაზისა და ღვინის შესახებ“ ადგილწარმოშობის დასახელების ღვინოების სერტიფიცირება სავალდებულოა. სუფრისა და მხარის ღვინოების, ძლიერი ალკოჰოლიანი სასმელების სერტიფიცირება ნებაყოფლობითია. ამ შემთხვევაში საკმარისია შესაბამისობის დეკლარაცია (აკრედიტებული საგამოცდო ლაბორატორიის გამოცდის ოქმის საფუძველზე). დეგუსტაცია სავალდებულოა ექსპორტისათვის განკუთვნილი ადგილწარმოშობის დასახელების ღვინოების შესაბამისობის სერტიფიკატის გასაცემად, ხოლო დანარჩენი ღვინოების შემთხვევაში დეგუსტაცია ნებაყოფლობითია და მას დაკვეთის საფუძველზე ახორციელებს სააგენტოსთან შექმნილი მუდმივმოქმედი სადეგუსტაციო კომისია. საგამოცდო ლაბორატორიების აკრედიტაციას ახორციელებს აკრედიტაციის ერთიანი ეროვნული ორგანო – აკრედიტაციის ცენტრი. ექსპორტიორი ვალდებულია სერტიფიცირებული პარტიის საექსპორტოდ გამზადების შესახებ ექსპორტირებამდე 3 დღით ადრე შეატყობინოს სააგენტოს, რის შემდეგაც სააგენტო იღებს გადაწყვეტილებას რეფერენტული ლაბორატორიული გამოცდისათვის ნიმუშების აღების თაობაზე. ექსპორტიორის მიერ წარმოდგენილი ნიმუშების შემოწმების მიზნით სააგენტო უფლებამოსილია აღნიშნული შეტყობინებიდან არა უგვიანეს 3 სამუშაო დღისა შესაბამისი სერტიფიცირებული პარტიიდან აიღოს ნიმუშები და გადასცეს საგამოცდო ლაბორატორიას ექსპორტიორის მიერ წარმოდგენილ ნიმუშებთან შესადარებლად. აღნიშნული ვადის ამოწურვამდე აკრძალულია სერტიფიცირებული პარტიის ექსპორტირება ან ბაზარზე სხვაგვარად განთავსება.

ბუნებრივია, ღვინის ქარხნები, რომლებიც ახორციელებენ ექსპორტს სრულყოფილად იცავენ აღნიშნულ პროცედურებს და ნორმებს, ხოლო საოჯახო მეურნეობები მხოლოდ შიდა ბაზარზე ყიდიან რა საკუთარ პროდუქციას, რეალურად რეგულირების მიღმა რჩებიან. მითუმეტეს, რომ არც მომხმარებელს აქვს მოთხოვნები ხარისხის ან/და წარმოშობის დამადასტურებელ დოკუმენტებზე, ისინი ყიდვის შესახებ გადაწყვეტილებას ნაცნობი მეურნეობის რეპუტაციისა და პირადი დეგუსტაციის საფუძველზე იღებენ.

7 ექსპლუატაციური მწარმოებლურობა - დამუშავება, გადაადგილება, დაავადებები, ბიოლოგიური საფრთხეები

7.1 დამუშავება

მევენახეობა-მეღვინეობის სფეროში ფართოდ არის გავრცელებული დამუშავების ტრადიციული, კუსტარული მეთოდები, რომლებიც არ იძლევა მაღალი მწარმოებლურობის მიღწევის საშუალებას. ეს ეხება ძირითადად საოჯახო მეურნეობებს, რომელთა ზვრები არ არის დიდი და მოიცავს არაუმეტეს რამდენიმე ასეულ ძირ ვაზს. საოჯახო მეურნეობები ასევე ტრადიციული მეთოდებით, თითქმის სრულად ხელით

ახდენენ ყურძნის დამუშავებასა და ღვინის წარმოებას. თუმცა, აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ სათანადო ღონისძიებების გატარების შემთხვევაში, სწორედ ტრადიციული მეთოდებით დამზადებული ღვინო შეიძლება იქცეს უნიკალურ პროდუქტად, მათ შორის საექსპორტო პოტენციალის ათვისების თვალსაზრისით. მაგალითად, კახეთში არის 2 საოჯახო მეურნეობა, რომლებიც ხელით დამუშავებული ყურძნისგან მიღებულ ქვევრის ღვინოს მცირე გაბარიატიანი ხაზის საშუალებით ასხავენ ბოთლებში და საკმაოდ მაღალი ფასით გააქვთ ექსპორტზე იაპონიასა და იტალიაში.

ღვინის ქარხნები კი, რომლებიც უმეტეს შემთხვევაში თავადაც ფლობენ ზვრებს, გამოირჩევიან მექანიზაციისა და ავტომატიზაციის მაღალი ხარისხით, მაღალტექნოლოგიური, ძვირადღირებული საწარმოო ხაზებით. ისინი ასევე ფლობენ ჩამოსხმული ღვინის თანამედროვე შესანახ მეურნეობებს.

7.2 ტრანსპორტირება და გადაადგილება

სატრანსპორტო საშუალებების ინტენსიურ გამოყენებას მევენახეობის დარგი არ საჭიროებს, ტრანსპორტი გამოიყენება ძირითადად მოსავლის ზვრებიდან გადამუშავების ადგილებამდე მიტანისათვის, რისთვისაც საშუალო და მსხვილ მწარმოებლებს ჰყავთ სპეციალური სატვირტო ავტომობილები, ხოლო წვრილი მწარმოებლები საჭიროების შემთხვევაში ქირაობენ ასეთ სატრანსპორტო საშუალებებს.

რაც შეეხება, ღვინის ტრანსპორტირებას, ღვინის ქარხნებს გააჩნიათ საკუთარი სატრანსპორტო პარკი, ხოლო საოჯახო მეურნეობები მსუბუქი ავტომობილებით აწვდიან ბაზრებსა და რესტორნებს შესაბამისი ზომის კასრებით, თუმცა, უმეტეს შემთხვევაში მომხმრებელი თავად მიდის მეურნეობაში და შესაბამისად თავად უზრუნველყოფს პროდუქტის ტრანსპორტირებას.

7.3 დაავადებები და ქიმიური საფრთხეები

ვაზს ძირითადად უჩნდება შემდეგი დაავადებები, ჭრაქი, ნაცარი, ჭია და ა.შ. მათ წინააღმდეგ საბრძოლველად ხდება ვაზის შეწამლვა ბორდოს ხსნარით ან სხვადასხვა სახის ქიმიური პრეპარატებით. სხვადასხვა ჯიშის ვაზს სეზონზე (მაისი - ივლისი) ესაჭიროება 3-5 შეწამვლა, რათა მიღწეული იქნეს ნორმალური მოსავლიანობა. საოჯახო მეურნეობები შეწამლას ახდენენ მექანიკური საშუალებებით, ხოლო საშუალო და მსხვილი ფერმერული მეურნეობები იყენებენ სპეციალურ მექანიზაციის საშუალებებს.

8 მომარაგების ჯაჭვის მენეჯმენტი - პროდუქციის და ინფორმაციის მოძრაობა

ღვინის ქარხნებს საკუთრებაში ყავთ სპეციალური მანქანები, როგორც ყურძნის, ასევე ბოთლებში ჩამოსხმული ღვინის შიდა ტრანსპორტირებისათვის. ქვეყნის გარეთ კი ტრანსპორტირებას უზრუნველყოფენ გადამზიდავი კომპანიები, ძირითადად საავტომობილო ან საზღვაო ტრანსპორტით. მაგალითად უკრაინაში გადაზიდვა ხდება ბორნით, კონტეინერში ეტევა 15 ათასი ბოთლი ღვინო და მისი ტრანსპორტირება ღირს 3500 აშშ დოლარი.

საოჯახო მეურნეობები პრაქტიკულად არ იყენებენ დისტრიბუციის ქსელს, მსხვილი მწარმოებლები კი ან ქმნიან საკუთარ სადისტრიბუციო ქსელს, ან კიდევ პროდუქციის დისტრიბუციას ახდენენ სადისტრიბუციო კომპანიების საშუალებით. რაც შეეხება დისტრიბუციას ქვეყნის გარეთ, მსხვილი ექსპორტიორები იმ ქვეყნებში, სადაც მოხმარება დიდია (მაგალითად უკრაინაში), როგორც წესი, ქმნიან საკუთარ წარმომადგენლობას და საკუთარ სადისტრიბუციო ქსელს, ხოლო შედარებით მცირე მოხმარების ქვეყნებში პროდუქციის ქსელისათვის მიწოდებას ახდენენ ე.წ. გარე დისტრიბუტორების საშუალებით.

ინფორმაციის გავრცელების თვალსაზრით ღვინის ქარხნებს გააჩნიათ საკუთარი პერსონალი, რომლიც მოიპოვებს ინფორმაციას ჯიშების, ტექნოლოგიისა თუ ბაზრების შესახებ. ამასთან, ღვინის ქარხნებსა და შედარებით მსხვილ მეურნეობებს შეუძლიათ ისარგებლონ სხვადასხვა ინტერნეტ-რესურსებით, ასევე ღვინის სააგენტოსა და ღვინის ასოციაციების მიერ მომზადებული საინფორმაციო მასალებით. ისინი ასევე უზრურნველყოფენ სხვადასხვა გამოფენებში, სიმპოზიუმებსა თუ ფორუმებში მონაწილეობის შესაძლებლობის შესახებ ინფორმაციის გავრცელებას და მხარდაჭერას. თუმცა ეს შესაძლებლობები არაა ხელმისაწვდომი და არც შესაბამისი მცირე საოჯახო მეურნეობებისათვის.

9 ინსტიტუციები, სოციალური კაპიტალი, ადამიანური რესურსები და გაფართოების შესაძლებლობები

9.1 Know-how და ხელმისაწვდომობა გაფართოების სერვისებზე

საოჯახო მეურნეობებს მევენახეობა-მეღვინეობის სფეროში ცოდნა დაგროვილი აქვთ ტრადიციებიდან გამომდინარე, რომლის განახლება და გაზიარება ძირითადად ხდება ფერმერთა შორის პირადი ურთიერთობების შედეგად.

აუცილებლად უნდა აღნიშნოს რომ ღვინის დაყენების სწორედ ტრადიციული მეთოდი წარმოადგნეს იმ Know-how-ს, რომლითაც ფერემერს სათანადო დამატებითი ღონისძიებების გატარების შემთხვევაში შეუძლია მიიღოს განსაკუთრებული სარგებელი - იქნება ეს ღვინის ტურზიმის და საექსპორტო ბაზრებზე წვდომის მიმართულება. მაგალითისთვის, თუ იმერეთში გავრცელებული ღვინის კრახუნას ქარხნული წესით დამზადებული 1 ბოთლის საბაზრო ფასი არის 21 ლარი, ქვევრის კრახუნა 44,5 ლარი ღირს. შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ტრადიუციული მეთოდები სწორი დაწინაურების შემთხვევაში მეურნეობებს შეუძლიათ მნიშვნელოვნად გააფართოონ ბაზრები და იმავდროულად გაზარდონ საკუთარი შემოსავლები.

რეგიონში აშკარაა ორგანიზებული მოკლევადიანი სასწავლო-ტრენინგ კურსების ნაკლებობა, რომელიც დაინტერესებულ პირს აღნიშნულ დარგში სრულ საბაზისო განათლებას ან არსებული ცოდნის განახლებისა და მოდიფიკაციის საშუალებას მისცემდა. USAID-ის მხარდაჭერით ამბროლაურში პროფსასწავლებელში ფუნქციონირებს მევენახეობის „მესამე დონის დამხმარე მუშახელის“ მომზადების რამდენიმეთვიანი პროგრამა, რომლის გავლის შედეგად გაიცემა სერტიფიკატი.

გარდა ამისა, პერიოდულად სხვადასხვა დონორი ორგანიზაციების მიერ იმართება ტრენინგები მევენახეობასთან დაკავშირებულ კონკრეტულ საკითხებზე, თუმცა, საოჯახო მეურნეობების წარმომადგენლებს ხშირად ინფორმაცია არ აქვთ მათ შესახებ. ამასთან, ტრენინგები მეღვინეობაში ტარდება ძირითადად თბილისში, რის გამოც რეგიონებში არსებული საოჯახო მეურნეობებისათვის მათზე წვდომა მინიმალურია. შედარებით მსხვილი მწარმოებლები კი გაცილებით მეტი შესაძლებლობებით ხასიათდებიან ამ მხრივ, რაც აისახება კიდეც მათ საქმიანობაზე.

9.2 ფორმალური განათლების შესაძლებლობები

ქვეყანაში მევანახეობა-მეღვინეობის დარგის შესწავლა შესაძლებელია აგრარული უნივერსიტეტის მევენახეობის და მეღვინეობის ინსტიტუტის, საბაკალავრო და სამაგისტრო პროგრამების საშუალებით.
არსებობს, ასევე, რამდენიმე არასამთავრობო ორგანიზაცია, მათ შორის ღვინის ასოციაციები, რომლებიც მსურველს თავაზობენ სხვადასხვა კურსებს მევენახეობა-მეღვინეობის კუთხით. ასევე უნივერსიტეტები და სხვადასხვა დაწესებულები თავაზობენ მსურველებს სასერთიფიკაციო კურსებს. მაგალითად ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტს თავაზობს სასერტიფიკაციო კურსებს ღვინოთმცოდნეობასა და ღვინის ტურიზმში.

თუმცა, მთავარი გამოწვევა ისაა, რომ მცირე საოჯახო მეურნეობისათვის არაა ხელმისაწვდომი საჭირო კურსები ადგილზე ან/და თუნდაც რეგიონალურ დონეზე, ხოლო თბილისში თუნდაც 2 კვირით ჩამოსვლის და კურსის გავლის საშუალება კი არ გააჩნიათ.

9.3 სოციალური კაპიტალი და თანამშრომლობა

დარგში კოოპერირების დონე საკმაოდ დაბალია, რეგიონში არსებული რამდენიმე კოოპერატივი არსებითად ვერ ქმნის ამინდს დარგში, თუმცა ინდივიდუალურ მწარმოებელთა შორის არსებობს არაფორმალური ურთიერთოები, რომლის ფარგლებშიც ისინი აწვდიან ერთმანეთს ინფორმაციას შესაწამლი საშუალებების, მყიდველების და სხვა საკითხების შესახებ.

კვლევამ აჩვენა, რომ წვრილი საოჯახო მეურნეობების ინტერესი და ნდობა კოოპერატივში გაწევრიანებასთან დაკავშირებით არის დაბალი და ამის წარმატებული პრეცენდენტებიც თითქმის არ არსებობს. კოოპერირების ერთ-ერთ ხელშემშლელ ფაქტორს წარმოადგენს ისიც, რომ საოჯახო მეურნეობები თავს იკავებენ ზვრების გაერთიანებისაგან.

10 ინსტიტუციები და ბიზნეს-გარემო

10.1 ბიზნეს გარემო

მევენახეობა-მეღვინეობა საქართველოს სოფლის-მეურნეობის სექტორის ერთ-ერთი ყველაზე უფრო განვითარებული დარგია, რასაც ხელსაყრელი ბიზნეს გარემოც უწყობს ხელს. აქ, უპირველეს ყოვლისა, იგულისხმება საგადასახადო დაბეგვრის სისტემა, რომელიც საკმაოდ ლიბერალურია ქვეყანაში და მთელ რიგ შეღავათებს სთავაზობს მწარმოებლებს (კერძოდ სოფლის მეურნეობის სექტორი 200 ათას ლარამდე წლიური ბრუნვის ფარგლებში გათავისუფლებულია ყველა გადასახადისაგან) და კიდევ უფრო მეტს ექსპორტიორებს (ექსპორტირებული პროდუქცია გათავისუფლებულია დღგ-საგან ჩათვლის უფლებით). ყურძნისა და ღვინის შიდა ბაზარი თითქმის სრულად თავისუფალია არაფორმალური ბარიერებისაგან და ნებისმიერ მწარმოებელს თავისუფლად შეეძლება ოპერირება მასზე.

ქვეყანაში არსებობს ყურძნისა და ღვინის მწარმოებელთა რამდენიმე გაერთიანება, რომლებიც ფუნქციონირებენ, მათ შორის იმერეთსა და რაჭაში:

ასოციაცია "ქართული ღვინო". ასოციაცია "ქართული ღვინო" (GWA) წარმოადგენს ქართული ღვინის სექტორს ეროვნულ და საერთაშორისო ბაზარზე. ასოციაცია მიზნად ისახავს ქართული ღვინის პოპულარიზაციასა და გაყიდვების გაზრდას საერთაშორისო ასპარეზზე.

ასოციაცია "ქვევრის ღვინო". ასოციაცია "ქვევრის ღვინო" წარმოადგენს ქვევრის ღვინის მწარმოებელი მცირე კომპანიების ერთობას, რომლებიც გაერთიანებული არიან ქვევრის ღვინის წარმოების მანიფესტის საფუძველზე.

ქართული ტრადიციული ღვინის ფონდი. ფონდის მიზნებია ვაზის ძირძველი ჯიშების მოვლა-აღორძინება და მათგან ტრადიციული ტექნოლოგიებით დაყენებული ღვინოების პოპულარიზაცია; ტრადიციული საღვინე ჭურჭლების აღორძინება-დაცვა და პოპულარიზაცია. ფონდი თავის მხრივ არის ქართული ღვინის კულტურის ცენტრის დამფუძნებელი.

10.2 მთავრობის მხარდაჭერა

კვლევამ აჩვენა, რომ მთავარი მიმართულება, რომელშიც ღვინის ადგილობრივი მწარმოებლები სახელმწიფოს მხარდაჭერას მოითხოვენ არის შემდეგი:

- საერთაშორისო ბაზრების მოძიება და ამ ბაზრებზე ფალსიფიკაციასთან ბრძოლაში დახმარება;
- თანამედროვე მექანიზაციის საშუალებებსა და ტექნოლოგიებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა შეღავათიანი გრძელვადიანი საკრედიტო რესურსების გამოყენების გზით, ან ამ საშუალებათა ლიზინგის წესით აღების შესაძლებლობების გაჩენა;
- თანამედროვე განათლება. ფერმერები, ასევე, მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ

ინფორმაციის მიღებას დარგში არსებულ სიახლეებზე, ისეთი საკითხების შესახებ როგორიცაა ვაზის მოვლა, ეფექტური შესაწამლი საშუალებები და მათი გამოყენების წესები და ა.შ.

ღვინის ეროვნული სააგენტო, რომლის უშუალო მოვალეობაც არის ქვეყანაში ვაზისა და ღვინის წარმოების ხელშეწყობა, უკანასკნელი წლების განმავლობაში აქტიურად ახდენს ქართული პროდუქტის პოპულარიზაციას მსოფლიოში.

ამჟამად სააგენტოს მიერ ჩამოყალიბებული ხედვის შესაბამისად, სტრატეგიულ ბაზრებად დასახელდა შემდეგი ქვეყნები: დიდი ბრიტანეთი, აშშ, პოლონეთი, ჩინეთი, რუსეთი, ყაზახეთი, უკრაინა და ბალტიისპირეთის ქვეყნები. აღნიშნულ ბაზრებზე ქართული ღვინის პოზიციონირება მოხდება ღვინის ენთუზიასტებისთვის, პროფესიონალებისთვის, ნოვატორებისთვის და გურმანებისათვის. ეფექტური მარკეტინგული კამპანიის განხორციელების მიზნით, თითოეულ ბაზარზე იმუშავებს ადგილობრივი მარკეტინგული კომპანია ან ე.წ. „ღვინის ელჩი“, რომელიც განსაზღვრავს საკომუნიკაციო არხებს. რუსეთის ბაზარს ექნება ლოკომოტივის როლი ყოფილ საბჭოთა სივრცეში, ხოლო დასავლეთ ევროპაში - დიდ ბრიტანეთს, როგორც აღნიშნულ სფეროში მოდის განმსაზღვრელსა და ღვინის უდიდეს იმპორტიორ ქვეყანას და აგრეთვე პოლონეთს - როგორც ერთ-ერთ ყველაზე მზარდ ბაზარს აღმოსავლეთ ევროპაში, რომელშიც ქართული ღვინის და ზოგადად საქართველოს ცნობადობა და პოზიტიური აღქმის ხარისხი დღითიდღე იზრდება.

დაგეგმილია შემდეგი საკომუნიკაციო არხებისა და მეთოდების გამოყენება: პრეს ტურების მოწყობა, ღვინის ჟურნალისტებისა და ბლოგერების ჩამოყვანა, ასევე სოციალური მედია-აქტივობა და საიმიჯო/სარეკლამო რგოლებისა და ვიზუალური რეკლამის დამზადება/განთავსება, საექსპორტო ბაზრებზე და საერთაშორისო გამოფენებში - „პროვაინ“ დუსელდორფსა და შანხაიში მონაწილეობის მიღება, დეგუსტაციების გამართვა და საქართველოში ღვინის ტურიზმის კონფერენციის (IWINETC) მოწყობა, რომელშიც 200-ზე მეტი ღვინის ტურიზმის სფეროს გავლენიანი პირი მიიღებს მონაწილეობას. დამატებით სპეციალიზირებული უცხოური ჟურნალებისათვის მომზადდება და გამოქვეყნდება საქართველოს მევენახეობა-მეღვინეობის შესახებ სტატიები; გამოიცემა კატალოგები და ბროშურები, ასევე ჩატარდება ტრენინგები/სემინარები, რომლებზეც მოწვეული იქნებიან დარგის მაღალკვალიფიციური სპეციალისტები სხვადასხვა ქვეყნიდან, განხორციელდება გაცვლითი პროგრამები ღვინის მწარმოებელ ქვეყნებში გამოცდილების გასაზიარებლად; საქართველო უმასპინძლებს ღვინით ვაჭრობის მსოფლიო ჯგუფის წლიურ შეხვედრას (WWTG). ის რომ მევენახეობა-მეღვინება სახელმწიფოს დეკლარირებული პრიორიტეტია, დასტურდება იმითაც, რომ დარგის განვითარების ხედვა ჩამოყალიბებულია 2014-2017 წლების ქვეყნის ძირითადი მონაცემებიისა და მიმართულებების დოკუმენტში (BDD), შემდეგი დებულებების სახით[16]:

[16] საქართველოს ფინანსთა სამინისტრო, http://www.mof.ge/BDD

- მევენახეობა-მეღვინეობის დარგის განვითარება, ახალი სამომხმარებლო ბაზრების ათვისება და მომხმარებლის დაცვა უხარისხო ღვინოპროდუქციისაგან;
- ქართული ღვინოპროდუქციის საერთაშორისო და ადგილობრივი დეგუსტაციების, კონკურსების, გამოფენების და პრეს-ტურების მოწყობა, რომლის ფარგლებშიც ჩატარდება სხვადასხვა წარმომადგენლობითი და კულტურული ღონისძიებები;
- ქართული ღვინის პოპულარიზაციის მიზნით სარეკლამო რგოლების დამზადება და სპეციალიზირებული უცხოური ჟურნალებისათვის საქართველოს მევენახეობა-მეღვინეობის შესახებ სტატიების მომზადება-გამოქვეყნება;
- ალკოჰოლიანი სასმელების სერტიფიცირებული პარტიებიდან აღებული ნიმუშების შედარების უზრუნველსაყოფად ლაბორატორიული კვლევის ჩატარება;
- ვენახების ფართობების აღრიცხვა, რეგისტრაცია, პასპორტიზაცია, სპეციფიკური ზონების საზღვრების დაზუსტება;
- სპეციალიზირებული სადედე ნარგაობებისა და სანერგეების შერჩევა/მოწყობის ხელშეწყობა;
- ჯიშების სარგავი და სამყნობი მასალის გადაცემა მოსახლეობისათვის და მათი მოვლა-მოყვანის ღონისძიებების შესახებ კონსულტაციის გაწევა;
- გასამრავლებელი, უნიკალური და იშვიათი ჯიშების ასორტიმენტის შედგენა რეგიონების მიხედვით;
- ვაზის აბორიგენული ჯიშების და ველური ვაზის, საქართველოს ტერიტორიაზე აღმოჩენილი წიპწების და მერქნის შესწავლის ხელშეწყობა მოლეკულური გენეტიკის მეთოდებით;
- თანამონაწილეობა არქეოლოგიურ გათხრებში წიპწების მოპოვების მიზნით და კვლევები არქეოლოგიურ მასალაზე ღვინის ნაშთების აღმოსაჩენად;
- ლიტერატურული წყაროების მოძიება, შეკრება და პუბლიკაციების მომზადება ჟურნალებში გამოსაქვეყნებლად;
- მევენახეობის სფეროში დასაქმებული ფიზიკური პირების მიერ მიღებული ყურძნის მოსავლის რეალიზაციის ხელშეწყობის მიზნით სუბსიდიის გაცემა ღვინის მწარმობელ კომპანიებზე ან ყურძნის ჩამბარებელ პირებზე.

11 დასკვნები და რეკომენდაციები

11.1 SWOT

S • წარმოებული პროდუქციის მაღალი ხარისხი; • მეღვინეობის ხანგრძლივი გამოცდილება; • ვაზის უნიკალური ჯიშები; • ქართული ბრენდის ცნობადობა • სახელმწიფო ხელშემწყობი პოლიტიკა	**W** • თანამედროვე აღჭურვილობისა და ტექნოლოგიების ნაკლებობა; • დაბალი ხელმისაწვდომობა ფინანსურ რესურსებზე; • მენეჯერული გამოცდილების ნაკლებობა მცირე მწარმოებლებში;
O • თანამედროვე ტექნოლოგიების დანერგვა; • კოოპერაციის განვითარება; • მსხვილი ინვესტიციების მოზიდვა; • ღვინის ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობა; • ახალი ბაზრების ათვისება;	**T** • ვაზის დაავადებების გავრცელების რისკი (ჭრაქი, ნაცარი); • უხარისხო შესაწამლი საშუალებების რისკი; • საერთაშორისო ბაზრებზე კონკურენციის გამძაფრების რისკი.

11 მევენახეობის პროდუქციის ღირებულებათა ჯაჭვის გაუმჯობესების პოტენციალი

1 **სანერგე მეურნეობების განვითარება.** სანერგე მეურნეობებში მოხდება ხარისხიანი ნერგის მიღება და გავრცელება, რომლისგანაც მიღებული ვაზი უფრო გამძლე და პროდუქტიულია;

2 **ეკოლოგიურად სუფთა ბიო პროდუქციის წარმოება.** ვინაიდან საქართველოში ღვინის წარმოების რესურსი არ არის განუსაზღვრელი, ამიტომ აქცენტი გადატანილი უნდა იქნეს ეკოლოგიურად სუფთა მაღალხარისხიანი პროდუქციის წარმოებაზე, რომელიც კონკურენტუნარიანი იქნება საერთაშორისო ბაზრებზე საშუალო და მაღალ საფასო სეგმენტში;

3 **კოოპერატივების განვითარების ხელშეწყობა დარგში.** იმის გამო, რომ არსებული მეურნეობები მცირე ზომისაა, თითოეული ცალ-ცალკე ვერ ახერხებს თანამედროვე ძვირადღირებული ტექნიკისა და ტექნოლოგიების შეძენას და დანერგავს, რაც აუცილებელია ხარისხიანი პროდუქციის წარმოებისა და ზოგადად დარგში პროდუქტიულობის გაზრდისათვის. ამ პრობლემის მოგვარების ერთ-ერთი ეფექტური გზა შეიძლება იყოს კოოპერირების საშუალებით მეურნეობების მოცულობის ზრდა;

4 **ახალი ბაზრების ათვისება.** წარმოების მოცულობის ზრდის კვალობაზე, მისი შემდგომი სტიმულირებისათვის აუცილებელია ახალი ბაზრების მოძიება,

რაზედაც აქტიურად მუშაობს ღვინის ეროვნული სააგენტო;

5 **დივერსიფიკაციის შესაძლებლობების ათვისება.** დარგში მოქმედი ფერმერებისათვის მონათესავე სექტორების ათვისება შემოსავლების ზრდის მნიშვნელოვანი საშუალება გახდება, იქნება ეს არყის, ბრენდის წიპწის ზეთის წარმოება. ასევე დიდი პოტენციალი გააჩნია იმერეთისა და რაჭის რეგიონებში ღვინის ტურისზმის განვითარებას.

11 ბიბლიოგრაფია

1. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური http://geostat.ge
2. საინფორმაციო – ანალიტიკური პორტალი, ქართული ღვინის კომპანიები http://vinoge.com/qarTuli-Rvinis-kompaniebi
3. ღვინის ეროვნული სააგენტო, http://georgianwine.gov.ge/
4. თამარ ლაზარიაშვილი, მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების პრობლემები საქართველოში, 2007;
5. ქართული ღვინის ასოციაცის http://www.gwa.ge
6. საქართველოს აგრარული უნივერსიტეტი, მევენახეობა–მეღვინეობის ინსტიტუტი http://agruni.edu.ge/ge/node/578
7. ქვეყნის ძირითადი მონაცემები და მიმართულებები, 2015-2018 წლები, საქართველოს ფინანსთა სამინსტრო, http://www.mof.ge/BDD;
8. „ქართული ღვინის ბაზრის განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები“ - ე. ხარაიშვილი, მ. ჩავლეიშვილი, მ. ნაცვალაძე. 2013წ.
9. Wine Intitute, World Statistics, http://www.wineinstitute.org/resources/statistics
10. World’s grape production 200-2012; BKWine Magazine; http://www.bkwine.com