

მევენახეობა-მელვინეობის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში

საქართველოს ეროვნულ ეკონომიკაში მევენახეობა-მელვინეობა ყოველთვის თვალსაჩინო როლს ასრულებდა. ყურძნის ადგილობრივი ჯიშების შესანიშნავი ფონდით, საუკუნეების გამოცდილებაზე დაფუძნებული საუკეთესო ტვინოების გამოყვანით, მრავალფეროვანი ტვინის პროდუქციის წარმოების ორიგინალური ნესებით, საქართველოს რეფორმამდელ პერიოდში ღირსეული წვლილი შეჰქონდა მსოფლიო მევენახეობა-მელვინეობის განვითარებაში.

ივანე ჯავახიშვილი აღნიშნავდა, რომ „მევენახეობა ძველ საქართველოში უაღრესად განვითარებული უნდა ყოფილიყო, რადგან ისეთი მაღალი ღირსების ვაზ-ყურძნის ჯიშების შექმნა საფერავი, რქაწითელი და სხვა ჯიშები, ქართველ მევენახეს მხოლოდ ხანგრძლივი და შეგნებული მზრუნველობით აღსავსე მუშაობით შეეძლო.“¹

საქართველოსათვის ისტორიულად განმსაზღვრელ დარგებს წარმოადგენდა მევენახეობა და მის საფუძველზე აღმოცენებული მეღვინეობა. სხვადასხვა მხარის ბუნებრივი პირობების შესაბამისად, საუკუნეების მანძილზე იხვეწებოდა ზერების ჯიშობრივი შემადგენლობა. იგი მდიდრდებოდა ახალი სელექციური უხემოსავლიანი და მაღალი ხარისხის ღვინოების მომცემი ჯიშებით, რამაც საფუძველი ჩაუყარა მსოფლიო დონის მევენახეობას და მეღვინეობას.

საქართველოს მეღვინეობის ერთ-ერთი ყველაზე დამახასიათებელი განუყოფელი ნიშანთვისებაა ხარისხი. მსოფლიოს საუკეთესო მეღვინეობის მხარის თანაგარსკვლავედში (რომლებიც განვითარებული ხარისხიანი მეღვინეობით გა-

მოირჩევიან), საქართველოს დამსახურებულად უჭირავს ერთ-ერთი წამყვანი ადგილი. განვითარებული მევენახეობა-მეღვინეობის ქვეყნებს შორის საქართველო გამოირჩევა მნიშვნელოვანი უპირატესობებით. ამას ძირითადად ორი გარემოება განაპირობებს: **ჯერ მართი, მევენახეობა-მეღვინეობის მრავალსაუკუნოვანი ტრადიციები და დაგროვილი უნიკალური გამოცდილება, ვაზის კულტურის გაშენებისა და ღვინის წარმოების მდიდარი ჩვევები, ორიგინალური ჯიშობრივი შემადგენლობა; მმორმ, საქართველოს ბუნებრივ-კლიმატური პირობების მრავალფეროვნება, რაც განპირობებულია მისი გეოგრაფიული მდებარეობით და რელიეფის ხასიათით.** სწორედ, ამ ორი ფაქტორის ოპტიმალური შეხამების გავლენით ყალიბდებოდა ქართული მეღვინეობის განსაკუთრებული ნიშან-თვისებები, რომლებმაც ღირსეული ადგილი და როლი მიუჩინეს მას მსოფლიო მეღვინეობაში.

ეროვნულ ეკონომიკაში მევენახეობა-მეღვინეობის სექტორს მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია და განვითარების შესაძლებლობებიც გააჩნია. 2009



თამარ ლაზარიაშვილი,
თსუ ეკონომიკისა და
ბიზნესის ფაკულტეტის
ასისტენტ-პროფესორი

წლის მონაცემებით, სოფლის მეურნეობის დარგობრივ სტრუქტურაში მემცენარეობის წილად მოდიოდა მთლიანი შიდა პროდუქტის 41%, მეცხოველეობის წილად 56%, მომსახურების წილად მხოლოდ 3%. მემცენარეობაში წამყვანი ადგილი მევენახეობას უკავია. 2009 წლის მონაცემებით, ვენახების ფართობმა 25 ათასი ჰექტარი, ხოლო მოსავალმა 149,9 ათასი ტონა შეადგინა.² ქვეყანაში შემცირებულია უმეტესი სასურსათო პროდუქტების, მათ შორის, ყურძნისა და ღვინის წარმოება. 1980-2008 წლებში ყურძნის ღვინოების წარმოების მაჩვენებელი 19257 ათასი დკლ-ით შემცირდა. მნიშვნელოვნად შემცირდა შამპანურის (1049 ათასი დკლ-ით), არყისა და ლიქიორის წარმოებაც (559 ათასი დკლ-ით), იგივე პერიოდში ყურძნის წარმოება 795,6 ათასი ტონით შემცირდა.

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნულისა, აგრარული სფეროდან მევენახეობა-მეღვინეობის სექტორი ყველაზე მეტადაა ორიენტირებული ბაზარზე. საქართველოს შეუძლია მსოფლიო ბაზარს მიაწოდოს მაღალხარისხოვანი სუფრის სამარკო და უნიკალური ნახევრადტკბილი ღვინოები. დიდი მოთხოვ-

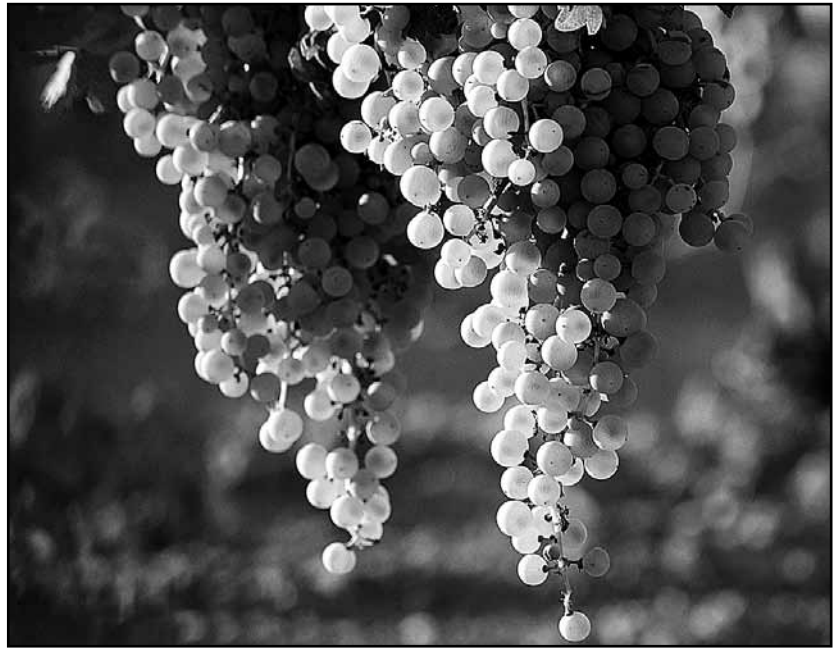
ნიღებაა ქართულ სამარკო შამპანურზე და კონიაკზე. საქართველოს გააჩნია მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების მდიდარი ტრადიციები, რომელთა მიხედვითაც, დღეს ამ სექტორის რეაბილიტაციის ეროვნული პროგრამა უნდა დაიხვეწოს. ასეთი სტრატეგია უზრუნველყოფს ამ სექტორის პროდუქციის კონკურენტუნარიანობას.³ მიზანშეწონილია შეიქმნას საერთაშორისო ბაზარზე ღვინისა და კონკურენტუნარიანი ღვინომასალის გასატანად უცხოური ჯიშების, მაგ. შარდონე, კაბერნე სავინიონი, პინო შავი და სხვა კონკურენტული წარმოებისა და გადამამუშავების ხელსაყრელი პირობები. აქედან გამომდინარე, მევენახეობის რეაბილიტაციის ეროვნული სტრატეგია ორიენტირე-

ბული უნდა იყოს მევენახეთა სტიმულირებაზე მაღალმოსავლიანი დაბალხარისხიანი ყურძნის წარმოებიდან გადავიდნენ დაბალმოსავლიანი მაღალ-ხარისხიანი ყურძნის წარმოებაზე. შესაბამისი ვაზის ჯიშის შერჩევით და მოწინავე აგროტექნიკით შეიძლება მოსავლიანობის გადიდების და ღვინის ხარისხის გაუმჯობესების საკითხის გადაწყვეტა. ვენახის ფართობების ზრდასთან დაკავშირებით ისმება ჯიშის სწორი განლაგების, სუფრის, შამპანური, სადესერტო ღვინოების, კონიაკების გამოშვების შემდგომი გადიდებისა და მათი ხარისხის არსებითი გაუმჯობესებისათვის მიწის მასივების რაციონალურად გამოყენების საკითხი. პროდუქციის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისა და მაშას-

დამე, ბაზარზე მეტი ხვედრითი წილის მოპოვებისათვის მნიშვნელოვანია სასოფლო-სამეურნეო ნედლეულისა და სურსათის სფეროში სასურსათო საქონლის მარკეტინგული სამსახურის განვითარება. რაც მეტი იქნება ბაზრის ხვედრითი წილი, მით მეტი იქნება ეკონომიკური ეფექტიანობა. დღეისათვის საკმაოდ დიდი პრობლემაა მევენახეებისთვის ყურძნის მოსავლის რეალიზაცია. ღვინის დასაყენებლად დაკრეფილი ყურძენი ადვილად ფუჭებადი, მისი ტრანსპორტირება შორს მანძილზე შეუძლებელია. ამით სარგებლობენ ღვინის ქარხნის მეპატრონეები და მოსავლის მიმღები ბიზნესმენები, ქმნიან მონოპოლიურ კავშირებს და ერთობლივად ადგენენ ყურძნის შესასყიდ ფასს, რომელიც ძალიან მცირეა. ამით ისპობა მოსახლეობის ინტერესი ამ სფეროში და შეიძლება ითქვას ვაზის გადარჩენა ბოლო წლებში მხოლოდ მევენახის ტრადიციებისადმი სიყვარულმა განაპირობა. 2003 წლიდან დღემდე მაქსიმალურად შეიზღუდა უცხოური ყურძნის შემოღინება, რითაც შედარებით გაიზარდა შესასყიდი ფასი. კერძოდ, საფერავის ჯიშის 1 კილოგრამის ფასმა 1,5 ლარიდან 1,8 ლარამდე აიწია, თეთრი ყურძნის ფასმა კი 0,40-დან 0,90 ლარამდე, რაც შედარებით ხელსაყრელია გლეხებისა და ფერმერებისათვის.⁴ რეფორმების გაგრძელების სტრატეგია უნდა იყოს აგროსასურსათო სფეროს პოტენციალის მაქსიმალური გამოყენება კერძო სექტორის გააქტიურების, საკუთრების და მეურნეობრიობის ფორმების ოპტიმალური შეთანაწყობის, წარმოების მასშტაბების გაზრდისა და სხვათა გზით, ასევე საზღვარგარეთული პროდუქტების იმპორტზე ტარიფებისა და ქვოტების გამოყენებით. საბაზრო ეკონომიკაზე ორიენტირებული აგროსასურსათო სექტორის განვითარების საფუძველი უნდა იყოს ორი მთავარი პრინციპის გათვალისწინება: 1.



საშინაო ბაზარზე სამართლიანი კონკურენციის დამკვიდრება; 2. ღია საერთაშორისო ბაზრის რეჟიმის მტკიცე დაცვა. მევენახეობის სანედლეულო რესურსებთან ერთად განსაკუთრებული მნიშვნელობა უნდა მიენიჭოს სხვა ადგილობრივი რესურსების მაქსიმალურად გამოყენებას. კერძოდ, შინამრეწველობის განვითარებას და მის შეთანაწყობას მევენახეობასთან. ქვეყანაში ვენახის ოპტიმალური ფართობი უნდა განისაზღვროს 80-90 ათასი ჰექტარით. მხარეების მიხედვით ფართობის 65-68% და წარმოებული ყურძნის 65-70% მოვა კახეთის მხარეზე, შესაბამისად, იმერეთში და დასავლეთ საქართველოში 18-20%, ქართლში 14-15%, ვენახებში ასაკობრივი თანაფარდობის დაცვისა და ამორტიზაციის ნორმის ფარგლებში 2.5% არსებული ნარგავების 90-92% უნდა იყოს სრულ მოსავლიანი. ახალშენი (4 წლიანის ჩათვლით) ვენახის ნარგავობაში არ უნდა აღემატებოდეს 8-10%-ს.⁵ გრძელვადიან პერს-



პექტივაში ღვინის მრეწველობის განვითარების ძირითადი მიმართულებების განსაზღვრისას გათვალისწინებული უნდა იქნას მისი მუშაობის კონკრეტული პირობები, ნედლეულის რესურსების ზრდის, პროდუქციის წარმოებისა და რეალიზაციის შესაძლებლობები და

ამ პროდუქციაზე საშინაო და საგარეო ბაზრის მოთხოვნა.

ამრიგად, მევენახეობა-მეღვინეობის სექტორის განვითარების ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორია ქვეყნის მოსახლეობის სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესება. დღეს დარგის აღორძინება თითქმის ნულიდან იწყება. საექსპორტო პოტენციალის გაუმჯობესება, ქართული ღვინოების დამკვიდრება მსოფლიო ბაზარზე უნდა იქცეს მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების სტრატეგიულ მიმართულებად, რაც მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ქვეყნის ეკონომიკურ ზრდაში.

1 ჯავახიშვილი ი. მასალები საქართველოს ეკონომიკური ისტორიისათვის, ნაწ. II, თბილისი, «ფედერაცია», გვ. 308, 1935.

2 www.geostat.ge

3 ხარაიშვილი ე. სურსათის რესურსული პოტენციალი და სასურსათო ბაზრის ფუნქციონირების თავისებურებები, საქართველოს სოფლის მეურნეობის მეცნიერებათა აკადემიის ჟურნალი „მოამბე“, თბ. N 15, 2006.

4 ოზბეტილაშვილი გ. საქართველოს აგრარული სექტორის განვითარება განსახელმწიფოებრიობის პირობებში, თბ. გვ. 145. 2009.

5 ლაზარიშვილი თ. მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების პრობლემები კახეთის მხარეში, თბ. გამომცემლობა „უნივერსალი“, გვ. 79. 2007.

ANNOTATION

OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF VITICULTURE AND WINE-MAKING IN GEORGIA

Tamar Lazariashvili, Assistant Professor of Tbilisi State University, Faculty of Economics and Business

On the base of analysis of opportunities for development of viticulture and Wine Making in Georgia the article has evaluated its importance in the country economics.

Has been substantiated that the national strategy of viticulture rehabilitation should be directed towards encouragement of wine-makers in order to raise competitive ability and therefore to obtain more specific weight in the market it is important to develop marketing service of commodities of agricultural raw material and products sphere.

On the grounds of generalizing of material has been concluded that development of viticulture and wine-making sector is one of the foremost factor for improvement of social state of population. Acceleration of the export potential, introduction of Georgian wines in the international market should become the strategic direction of viticulture and wine-making of Georgia that will perform the important role in the economic boost of Georgia.