



Food and Agriculture Organization  
of the United Nations



European Bank  
for Reconstruction and Development

---

# სუფრის ყურძნის ბაზრის ლიდერები და აუტსაიდერები რა ადგილი უჭირავს საქართველოს?

ანდრეი იარმაკი  
გაეროს სურსათის და სოფლის მეურნეობის  
ორგანიზაციის საინვესტიციო დეპარტამენტის  
ეკონომისტი

თბილისი  
ნოემბერი 2018

---



Food and Agriculture Organization  
of the United Nations



European Bank  
for Reconstruction and Development

# კრიზისი ხილის ბიზნესში. რა ხდება, და როგორ გავლენას ახდენს სუფრის ყურძენზე?





# კრიზისი ხილის ბიზნესში არ არის – არის ძალიან დიდი რაოდენობის ხილი **დაბალი** **ხარისხის!**

- მომხმარებლებს სურთ უფრო ხარისხიანი პროდუქტი **იაფად**, მაგრამ მზად არიან გადაიხადონ მნიშვნელოვნად მეტი **პრემიუმ ხარისხისათვის**
- ევროკავშირის EC-15 ქვეყნებში **არ არის მოთხოვნა** პროდუქტზე რომელიც არ რის პრემიუმ ხარისხის – ამ პროდუქტს უბრალოდ არ დებენ დახლზე;
- მომხმარებელი აფასებს კომფორტს;



# კრიზისი ხილის ბიზნესში არ არის – არის ძალიან დიდი რაოდენობის ხილი **დაბალი** **ხარისხის!**

- **ორგანიკა** – ყველზე მზარდი პრემიუმ სეგმენტი;
- მომხმარებელი უფრო და უფრო აქცევს ყურადღებას პროდუქტის ეკოლოგიურობას, მის შეფუთვას და ასევე წარმოების და რეალიზაციის სისტემის მდგრადობას;
- იზრდება **თაობა Y** სრულიად განსხვავებული ღირებულებებით – ძლიან რთული იქნება მატ მიყიდო **არაორგანიკა** არა **ეკოლოგიურ** შეფუთვაში, და ამას ისინი შეიძენენ ხოლოდ **ონლაინ**.





# სუფრის ყურძნის ბაზრის ლიდერები და აუტსაიდერები

- ვინ წარმოადგენს მსოფლიო **ლიდერს** სუფრის ყურძნის წარმოებაში? და რატომ?  
*პასუხი: ჩილე, სარკისებური სეზონურობის და ამერიკული ხარისხის სტანდარტების გამოყენების გამო. ამავე დროს შეერთებული შტატები მესამე ყველაზე მსხვილი ექპორტიორია!*
- ვინ არის ყველაზე მსხვილი ევროპული ექპორტიორი?
- *პასუხი: იტალია – ხარისხი და მარკეტინგი*





# სუფრის ყურძნის ბაზრის ლიდერები და აუტსაიდერები



# სუფრის ყურძნის ბაზრის ლიდერები და აუტსაიდერები

- რომელი რეგიონი ზრდის სუფრის ყურძნის იმპორტს ყველაზე სწრაფად?
- **პასუხი: სამხრეთ აღმოსავლეთ აზია 28% წელიწადში!**  
მოსახლეობის ზრდა + ეკონომიკის და შემოსავლების ზრდა. ვიეტნამი საერთოდ ყოველ წელს აორმაგებს სუფრის ყურძნის იმპორტს!
- ასევე საინტერესოა **ახლო აღმოსავლეთი** – იქ მოცულობები მცირეა და ზრდა ნელი, მაგრამ **7%** ზრდა წელიწადში უკეთესია ვიდრე ევროკავშირის ბაზარი **0%**.
- შესაძლებელია სუფრის ყურძნის მიწოდება ასე შორს?
- **პასუხი: იხილეთ ინფორმაცია ჩილეს შესახებ**
- **რუსეთი ამცირებს სუფრის ყურძნის!**





# საქართველოს შიდა ბაზრის პოტენციალი რომელიც არ გამოიყენება არის **35-50** **მილიონი დოლარი**

- დაახლოებით **1000 ტონა** იმპორტის ჩანაცვლება შესაძლებელი
  - ხარისხიან ყურძენზე ხელმისაწვდომობა მოხმარების გაზრდის წინაპირობაა ! მოლდოვაში მოხმარება B Молдове სულ მოსახლეზე არის **4-ჯერ მაღალი**, ხოლო სლოვენიაში – **10-ჯერ მაღალი**, ვიდრე საქართველოში! მას მოიხმარენ ცოტას... იმიტომ რომ სუფრის ყურძენი ფაქტიურად არ არის!
- უბრალოდ სეზონის გაზრდით და ხარისხიანი ყურძნის შეთავაზებით, შესაძლებელია შიდა ბაზრის მოცულობის ზრდა 26-35 ათასი ტონით! რაც ნიშნავს დამატებით **50 მილიონი** დოლარის პროდუქციის გაყიდვას!

## შესაძლებელია თუ არა მიიღო ფასი 3,5-4,5 ლარი კილოგრამზე ?

- პრემიუმ ხარისხის საადრეო პროდუქციის მიწოდების განვითარება ტურისტული სეზონის დროს - ეს სრულებით შესაძლებელია!
- ახლო აღმოსავლეთის და სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზიის ქვეყნებისთვის პრემიუმ ხარისხის პროდუქტის მიწოდებით ასეთი ფასი სავსებით შესაძლებელია იყოს რეალური. ეს ფასი არის შეუთვის და ტრანსპორტირების ხარჯების გამოკლებით.
- მოცემულ მომენტში ხარისხიანი ყურძნის საბაზრო ფასი ამ ქვეყნებში შეადგენს **5 დან 15 დოლარამდე** კილოგრამზე.
- უზბეკეთი უკვე გამოიმუშავებს **100 მილიონ დოლარს** სუფრის ყურძნის ექსპორტიდან, ხოლო ქიმიშიდან - **200 მილიონ დოლარამდე!**

## სტრატეგია ნაბიჯ ნაბიჯ:

1. იმპორტის ჩანაცვლება + 1 000 ტონა ზაფხულის პერიოდში (სათბურები და საადრეო ჯიშები) და ოქტომბერ-დეკემბერში. ყველაზე მომგებიანი სეგმენტი. ყველაზე საუკეთესოა ტურისტული ზონების სიახლოვეს, შესაძლოა დაწყება 0,1 ჰა დან.
2. შიდა მოხმარების გაზრდა – საადრეო, საშუალო საგვიანო პერსპექტიული ჯიშების წარმოება დიდ ფართობებზე მარტამდე შენახვით. მარჯა დაბალი მაგრამ საერთო მოგება მაღალი!
3. ექსპორტი - თადაპირველი ორიენტაციით მდიდარ ბაზრებზე შესაძლოა იყოს მომგებიანი სეგმენტი მსხვილი მწარმოებლებისათვის ან ფერმერთა კოოპერატივებისათვის.





მადლობა ყურადღებისათვის!

[Andriy.Yarmak@fao.org](mailto:Andriy.Yarmak@fao.org)