

# სერტიფიკაცია და ხარისხის ქართული სტანდარტები

## GEORGIAN CERTIFICATION AND QUALITY STANDARDS

---

### პოლიტიკის დოკუმენტი POLICY DOCUMENT

---

#### ავტორი

სალომე გელაშვილი, ნინო კაკულია

ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი

#### **Authors:**

Salome Gelashvili, Nino Kakulia

ISET Policy Institute

## პროექტის შესახებ

ბროშურა მომზადებულია ევროკავშირის მიერ დაფინანსებული პროექტის „სურსათისა და სოფლის მეურნეობის დარგში მცირე და საშუალო სანარმოების მხარდამჭერი ინიციატივა“ (FASSI) ფარგლებში. პროექტის განმახორციელებლები არიან: საქართველოს ფერმერთა ასოციაცია (GFA), ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი (ISET-PI), ასოციაცია „ათინათი“, სამოქალაქო განვითარების სააგენტო (CiDA) და ექსპორტის განვითარების ასოციაცია (EDA).

პროექტი მიზნად ისახავს მცირე და საშუალო აგროსანარმოების ევროკავშირის ბაზარზე გასვლაში დახმარებას, ბიზნესის მხარდამჭერი ორგანიზაციების გაძლიერების გზით.

## ABOUT THE PROJECT

This document was developed within the project “Food and Agriculture SME Support Initiative (FASSI)” funded by the European Union and implemented by the Georgian Farmers’ Association together with its partner organizations: ISET Policy Institute, Civil Development Agency (CiDA), Export Development Association (EDA), and Association Atinati.

The project’s main objective is to strengthen the capacity of Business Support Organizations in the food and agriculture sectors so that they may more effectively assist their members to comply with the new regulations and gain access to the EU market.

<b>1. შესავალი</b> <b>1. INTRODUCTION</b> .....	5
<b>2. ქართული სტანდარტების შემუშავების საჭიროება</b> <b>2. THE NEED TO WORK OUT GEORGIAN STANDARDS</b> .....	7
<b>3. სასაქონლო და სერტიფიკატების ნიშნები</b> <b>3. TRADEMARKS AND CERTIFICATES</b> .....	10
3.1 სტანდარტი GEO GAP 3.1 Standard GEO GAP.....	11
3.2 ნიშანი „ქართული რძე“ 3.2 “Georgian Milk” mark.....	15
<b>4. მომხმარებლის დამოკიდებულება</b> <b>4. CONSUMERS’ ATTITUDES</b> .....	18
<b>5. გამოწვევები</b> <b>5. CHALLENGES</b> .....	25
<b>6. რეკომენდაციები</b> <b>6. RECOMMENDATIONS</b> .....	28



## 1. შესავალი

სურსათის უვნებლობა მრავალგანზომილებიანი საკითხია. ამ დარგში არსებული გამოწვევების გადასაჭრელად აუცილებელია სახელმწიფოს, მომხმარებლების, მწარმოებლების, მეცნიერებისა და მკვლევარების ერთობლივი ძალისხმევა. სურსათის უვნებლობის კონცეფცია მჭიდრო კავშირშია სტანდარტიზაციის საკითხთან, რომელიც სულ უფრო მეტ აქტუალობას იძენს თანამედროვეობაში.

ზოგადად, პრაქტიკა აჩვენებს, რომ სტანდარტი შეიძლება დაწესდეს ბაზრის ნებისმიერი მონაწილეს (მოთამაშის) მიერ. მაგალითად, მთავრობის მიერ დაწესებული სტანდარტი ცნობილია რეგულაციის სახით, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც სტანდარტის ჩამოყალიბება და ადმინისტრირება ხდება ნახევრად დამოუკიდებელი სააგენტოების მიერ. რეგულაციები, თავის მხრივ, შეიძლება ემყარებოდნენ საერთაშორისო შეთანხმებებსა და გზამკვლევებს, დაწესებულს საერთაშორისო სამთავრობო ორგანიზაციების მიერ, როგორცაა FAO / WHO Codex Alimentarius Commission.

მეორეს მხრივ, სტანდარტის დამწესებელი თვითონ ინდუსტრია შეიძლება იყოს. სტანდარტის დამწესებლის როლში ამ შემთხვევაში გამოდის მწარმოებელი ან ჯაჭვის სხვა მონაწილე - მყიდველები ან გადამყიდველები (საცალო მოყვავაჭრეები). განმარტების თანახმად, სერტიფიცირების პროცესი ხორციელდება მესამე პირს მიერ, რომელსაც არ აქვს ინტერესი იმ ბიზნესის მიმართ, რომლის სერტიფიცირებაც ხდება.

ასოციაციაში ან კოოპერატივში გაერთიანებულ მწარმოებლებს შეიძლება ჰქონდეთ ინტერესი დაწესდეს სტანდარტი და მონივიონ მესამე მხარე, რომელიც იქნება სერტიფიცირების განმახორციელებელი. ჯგუფური სერტიფიცირება ხელს უწყობს დროისა და ფინანსური დანახარჯების შემცირებას ინ-

## 1. INTRODUCTION

Food safety is a multidimensional issue. In order to overcome the challenges existing in this field, collective action is required from the state, consumers, producers, academia, and researchers. The topic of food safety is closely related to the topic of certification, which has become more popular in recent years.

Standards can be set by any market participant. For example, the standards set by governments are usually called regulations, except when they are developed and administered by semi-independent agencies. Regulations may, in turn, be based on international agreements or guidelines set by inter-governmental bodies, such as the FAO/WHO Codex Alimentarius Commission.

A second type of standard-setting organization may be the industry itself. These may be the producers themselves (i.e. the first party), or actors further down the chain, the buyers or retailers (i.e. the second party). By definition, certification involves a third party with no stake in the business being certified. Therefore, in this publication, only those industry standards that use a third party to carry out verification are discussed.

The producers, generally in an association or cooperative, might have an interest in setting a standard and inviting a third party to verify implementation in order to demonstrate to a wide range of buyers that they fulfil certain requirements generally in demand on the market. Such an assurance programme may save time and money, compared to assuring each buyer individually. An

დივიდუალურ სერტიფიცირებასთან შედარებით. ასეთი, მწარმოებლის მიერ დადგენილი, სტანდარტის მაგალითია ის სტანდარტები, რომლებიც შექმნილია ეროვნული მწარმოებლების ასოციაციების მიერ COLEACP-ის ჰარმონიზებული ჩარჩოებით. ან კიდევ ორგანული მწარმოებლების ასოციაციების მიერ დადგენილი პირველი ორგანული სტანდარტები, რომლებიც არა მხოლოდ მომხმარებლების მოზიდვას ემსახურებოდა, არამედ ფუნქციონირებდა როგორც სასწავლო ინსტრუმენტი მწარმოებლებისთვის.

თუ მყიდველთა ჯგუფი აღიარებს, რომ მათ ძირითადად აქვთ იგივე მოთხოვნები გარკვეული პროდუქციის მიმართ, მათ შეიძლება ერთად შექმნან სტანდარტი. ეს ნაახალისებს მწარმოებლებს უფრო სწრაფად განახორციელონ ასეთი სტანდარტები, რადგან ცხადი ხდება, რომ ბაზრის დიდი ნაწილი მას მოითხოვს. ასეთი, მყიდველების, სტანდარტის მაგალითია EurepGap პროტოკოლი.

ასევე ინდუსტრიის ქრილში, მაგრამ სხვა თვალსაზრისით, პროფკავშირები შეიძლება იყვნენ სტანდარტების ინიციატორები. თავისუფალი პროფკავშირების საერთაშორისო კონფედერაციამ (ICFTU) ჩამოაყალიბა ერთგვარი ზოგადი კოდექსი. ასევე პროფკავშირები შეიძლება მონაწილეობდნენ მრავალპარტიული კოალიციებში, რომლებიც ადგენენ სტანდარტებს.

დაბოლოს, მთავრობებმა, კერძო სექტორმა და არასამთავრობო ორგანიზაციებმა შეიძლება ჩამოაყალიბონ ორ ან სამპარტიული კოალიცია სტანდარტების დასადგენად. მაგალითად, მთავრობები, ინდუსტრიული და მომხმარებელთა ორგანიზაციები ყველა წარმოდგენილია ISO-ს წევრთა შორის, ხოლო ეთიკური სავაჭრო ინიციატივა (ETI) არის სამხრევი ორგანიზაცია მთავრობის, არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და პროფკავშირების წარმომადგენლობით.

example of such producer-set standards are those standards set by national producer associations under the COLEACP harmonized framework. Another example would be the first organic standards set by organic producer associations, which not only served to assure consumers but also functioned as a learning tool for producers.

At the other end of the chain, if a group of buyers recognize that they have basically the same requirements for certain products, they may set a standard together. This would encourage producers to implement such standards more quickly, as it becomes clear that a large segment of the market requires them. An example of such a buyers' standard is the EurepGAP protocol.

Also with a stake in the industry itself, but from a different perspective, are trade unions. Their main mode of work is through negotiating collective bargaining agreements for individual enterprises, and this sits uneasily alongside setting general standards. Nevertheless, the International Confederation of Free Trade Unions (ICFTU) has established a kind of generic code, and trade unions may be involved in multi-party coalitions that set standards.

Finally, governments, the private sector, and NGOs may form two- or three-party coalitions to set standards. For example, governments, industry, and consumer organizations are all represented among ISO members, and the Ethical Trading Initiative (ETI) is a tripartite organization with government, NGO, and trade union representation.

## 2. ქართული სტანდარტების შემაჯავებელი საჭიროება

ადგილობრივი ქართული სტანდარტების შემუშავების საჭიროება რამდენიმე ფაქტორ-მა განაპირობა, რომელიც უფრო ვრცლად აღწერილის ქვემოთ:

### » სურსათის უვნებლობის გამკაცრებული სტანდარტები და რეგულაციები

ბაზრის მოთხოვნებიდან გამომდინარე, ბოლო წლების განმავლობაში სურსათის უვნებლობასთან დაკავშირებული საკითხები, სხვა ქვეყნების მსგავსად, ძალზედ აქტუალურია საქართველოშიც, რას გამოიხატება სახელმწიფოს მხრიდან სხვადასხვა საკანონმდებლო მუხლების მიღებით (კანონი, რეგულაცია, ტექნიკური რეგლამენტი). სურსათის უვნებლობის სტანდარტების და რეგულაციების გამკაცრებას, ასევე ხელი შეუწყო „ერთი მხრივ, საქართველოსა და მეორე მხრივ, ევროკავშირსა და ევროპის ატომური ენერჯის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის ასოცირების შესახებ შეთანხმება“-მ, რომლის უმნიშვნელოვანეს ნაწილს წარმოადგენს „ევროკავშირთან ღრმა და ყოვლისმომცველი თავისუფალი საავაჭრო სივრცის შესახებ“ შეთანხმება (DCFTA).

DCFTA IV თავი ეძღვნება სანიტარიულ და ფიტოსანიტარიულ ზომებს, რომელთა მიხედვითაც შემუშავდა საქართველოს მიერ სურსათის უვნებლობის სფეროში დასაახლოებელი ევროკავშირის კანონმდებლობის ჩამონათვალი. ამრიგად შემუშავებული გეგმის თანახმად საქართველომ უნდა დაამტკიცოს ევროკავშირის 102 სამართლებრივი აქტი 2026 წლამდე სურსათის უვნებლობის დარგში, 84 სამართლებრივი აქტი ვეტერინარიაში, რომელიც უნდა დაამტკიცდეს 2027 წლამდე და მცენარეთა დაცვის კუთხით დასამტკიცებელია 85 აქტი 2026 წლამდე. დასამტკიცებელი სამართლებრივი აქტების სიმრავლე მიუთითებს გამკაცრებულ საკანონმდებლო ჩარჩოზე. ასევე აღსანიშნავია ის, რომ ახალი საკანონმდებლო აქტები არ შემოიფარგლება მხოლოდ

## 2. THE NEED TO WORK OUT GEORGIAN STANDARDS

The need to elaborate nationally adapted Georgian standards is driven by various factors, discussed in detail below:

### » Stricter food safety standards and regulations.

As in many other countries, the issue of food safety has recently become more prominent in Georgia, which has resulted in the adoption of numerous new legislative acts (laws, regulations, technical regulations, etc.). The process was also backed by the “Association Agreement between the European Union and the European Atomic Energy Community and their Member States, of the one part, and Georgia, of the other part” with the “Deep and Comprehensive Free Trade Area (DCFTA) agreement with the EU being a crucial part of the Association Agreement.

Chapter IV of the DCFTA is dedicated to Sanitary and Phytosanitary Measures and Georgia elaborated a list of legislative measures regarding food safety according to this chapter. As such, Georgia should adopt 102 legal acts in food safety by 2026, 84 legal acts in the veterinary sphere by 2027, and 85 legal acts in plant health by 2026, all in accordance with the EU legislative framework. While the abundance of EU legal acts to be adopted foreshadows stricter regulations, the adoption of some of the regulations, like the “Technical Regulation on Milk and Dairy Products”, was determined by the needs of the domestic market.

იმ აქტებით, რომელიც ევროკავშირთან ხელშეკრულების შედეგად არის დასანარგი. ამის მაგალითია „რძის ტექნიკური რეგლამენტი“, რომლის მიღებაც განპირობებული იყო ადგილობრივი ბაზრის საჭიროებებით.

გარდა ამისა, დღესდღეობით, სახელმწიფოს მიერ უკვე შექმნილია ათზე მეტი ხარისხისა თუ გეოგრაფიული წარმოშობის ნიშანი რომელიც ორიენტირებულია მომხმარებლის და მწარმოებლების კეთილდღეობის ზრდაზე. სახელმწიფოს გარდა ხარისხის ნიშნების განვითარებასა და ჩამოყალიბებაში აქტიურად მონაწილეობს არასამთავრობო და კერძო სექტორი.

### » მომხმარებლის მხრიდან მოთხოვნა ხარისხიან და უვნებელ პროდუქტზე

მომხმარებლის მხრიდან მოთხოვნა ხარისხიან და უვნებელ პროდუქტზე მზარდია. თუმცა მათი მხრიდან ცნობადობის დონეს ისევ სჭირდება ამაღლება. დღევანდელ მსოფლიოში, ამ კუთხით, გარდა რეგულაციებისა და სხვადასხვა საკანონმდებლო მუხლებისა ძალზე დიდ როლს ასრულებს სოცალური ქსელები და ვებ პორტალები, მაგალითად როგორცაა - *momxmarebeli.ge*. კვლევები აჩვენებს, რომ მომხმარებლები დაინტერესებულნი არიან ნატურალური და უვნებელი პროდუქტის შეძენით და მომხმარებელთა ნაწილი ასევე მზადაა, რომ უფრო მაღალი ფასი გადაიხადოს ასეთ პროდუქტში.

### » სერტიფიკაციის შემთხვევაში მწარმოებლისთვის და ღირებულებათა ჯაჭვის სხვა მონაწილეებისთვის დამატებითი ღირებულების და სხვა სახის სარგებლის შექმნის შესაძლებლობა

სერტიფიცირების და ბრენდინგის ერთ-ერთი კლასიკური სარგებელია სერტიფიცირებული მწარმოებლის მიერ დამატებითი შემოსავლის მიღების შესაძლებლობა. მართალია, ყველა რიგითი მომხმარებელი არაა მზად გადაიხადოს მეტი სერტიფიცირებულ პროდუქტში, იურიდიული პირების (რესტორნები, სასტუმროები) მზაობა მაღალია.

Additionally, aiming to benefit producers and consumers, the government of Georgia has already developed more than ten marks of quality, or geographical indications and appellations of origin. Non-governmental organizations and the private sector are also actively involved in this process.

### » The demand from consumers for quality and safe products.

The demand for quality and safe products is increasing, but consumer awareness needs to increase, too. In the modern world, parallel to the legislative framework, social networks and web-sites like *momxmarebeli.ge* play a vital role in increasing consumers' awareness. Surveys confirm that consumers want to use natural and safe products and some of them are also willing to pay a higher price for such products.

### » The possibility of providing value-added or other types of benefits for producers and other actors in the value chain in case of certification.

Collecting an additional income is a typical benefit of certification and branding. Despite not every consumer being willing to pay more for certified products, legal entities' (from the HoReCa sector) readiness is high. Legal entities are the actors most interested in buying certified products. Certification and branding is beneficial for middlemen and consumers, as well.



სწორედ ეს სეგმენტი არის ამ ეტაპზე ყველაზე მეტად დაინტერესებული სერტიფიცირებული პროდუქციის შექმნით. სერტიფიკაცია და ბრენდინგი ასევე სასარგებლოა შუმაველებისთვის და მომხმარებლისთვის. სხვადასხვა ტიპის სარგებელი ჯაჭვის სხვადასხვა მონაწილისთვის შეჯამებულია ქვემოთ (ცხრილი 1):

Various types of benefits for different actors in the value chain are summarized below (Table 1):

**ცხრილი 1. სერტიფიკაციისა და ბრენდინგის მოსალოდნელი სარგებელი სხვადასხვა დაინტერესებული მხარისთვის**

**Table 1. Expected benefits of certification and branding for different stakeholders**

სერტიფიკაციისა და ბრენდინგის მოსალოდნელი სარგებელი სხვადასხვა დაინტერესებული მხარისთვის			
Expected benefits of certification and branding for different stakeholders			
მოსალოდნელი სარგებელი Expected benefit	საცალო მოვაჭრე/კვების მომსახურება Retailers/food service sector	მომხმარებელი Consumers	მწარმოებელი Producers
ფასის ზრდა Price increases	✓		✓
გაუმჯობესებული ურთიერთობები კლიენტებთან Improved client relationships	✓ (with consumers)		✓ (with consumers)
გაუმჯობესებული მენეჯმენტი, რომელიც ხელს უწყობს გრძელვადიან მდგრადობას Improved management resulting in longer term sustainability	✓ (სერტიფიკაციის შემთხვევაში) (for certification)	✓ (სერტიფიკაციის შემთხვევაში) (for certification)	✓ (სერტიფიკაციის შემთხვევაში) (for certification)
პროდუქციის გაუმჯობესებული ხარისხი Improved quality of products	✓ (ბრენდინგის შემთხვევაში) (for branding)	✓ (ბრენდინგის შემთხვევაში) (for branding)	✓ (ბრენდინგის შემთხვევაში) (for branding)
გაუმჯობესებული მიკვლევაობა Better knowledge of provenance/source	✓	✓	
გაზრდილი ხელმისაწვდომობა ბაზრებზე Continued/improved access to markets			✓
უკეთესი იმიჯი საზოგადოებაში Improved public image	✓		✓
პროდუქციის დიფერენციაცია და ბაზრების სეგმენტაცია Product differentiation and market segmentation	✓		✓

### » საერთაშორისო სერტიფიკატებზე დაბალი ხელმისაწვდომობა

ადგილობრივი სტანდარტების საჭიროება იმიტაც არის განპირობებული, რომ საერთაშორისო სერტიფიკატის მიღება საკმაოდ ძვირია ქართველი მწარმოებლისთვის, რომელთა უმეტესობა მცირე და საშუალო მწარმეებია. მაგალითად GLOBALG.A.P-ის სერტიფიკატის აღება ფერმერული მეურნეობისთვის ჯდება მინიმუმ 10000 აშშ დოლარი. ამ თანხის ნახევარი მოდის ადგილობრივი საკონსულტაციო კომპანიის მომსახურების ანაზღაურებაზე, ხოლო დანარჩენი თანხა უშუალოდ აუდიტსა და სერტიფიცირებაზე. ეს თანხა არ მოიცავს იმ ინფრასტრუქტურულ ცვლილებებს, რომლის დაფინანსებაც უწევს მწარმოებელს, რაც საბოლოო ჯამში მნიშვნელოვნად აძვირებს ამ საერთაშორისო სერტიფიკატის აღებას.

### » სერტიფიკატისა თუ სასაქონლო ნიშნის ადმინისტრირება კერძო და არასამთავრობო სექტორის მიერ

სურსათის უვნებლობის მაკონტროლებელი ფუნქცია აკისრია სახელმწიფოს. თუმცა დღეისათვის ბევრი ახალი (და არა მხოლოდ ახალი) რეგულაციის აღსრულება ვერ ხერხდება რიგი მიზეზების გამო. კერძო სტანდარტებმა, რომელთაც თავისი მაკონტროლებელი სუბიექტები ყავთ, შესაძლოა შეამციროს საჯარო სექტორის დატვირთვა, რაც ხელს შეუწყობს სურსათის უვნებლობის დარგში კანონის უფრო ეფექტიან აღსრულებას.

## 3. სასაქონლო და სერტიფიკატების ნიშნები

სასაქონლო ნიშანი არის სიმბოლო ან სიმბოლოთა ერთობლიობა, რომელიც გამოისახება გრაფიკულად და განასხვავებს ერთი საწარმოს საქონელს ან/და მომსახურებას მეორე საწარმოს საქონლისა ან/და მომსახურებისაგან (შემდგომში – საქონელი)

### » Little access to international certificates

The high cost of obtaining international certificates for mainly small- or medium-scale Georgian producers increases the need for domestic standards. For instance, to get the GLOBALG.A.P. certificate, a farmer has to pay at least 10000 USD, one half of which is a service fee to a local consultancy firm, and the other half is the direct cost of audit and certification. These costs do not include additional infrastructural expenses, which are covered by the farmer and make the international certification much more expensive.

### » Administration of a certificate or a trademark by private and non-governmental sectors

The government is responsible for food safety control, but, at the moment, due to numerous issues many new (and not only new) regulations are not properly enforced. Private sector standards, which have their respective controlling entities, might relieve the burden from the public sector and support more efficient law enforcement in the field of food safety.

## 3. TRADEMARKS AND CERTIFICATES

A trademark is a sign or combination of signs that can be represented graphically and is capable of distinguishing the goods or services or both (hereinafter referred to as “goods”) of one undertaking from those of other undertakings.

სერტიფიცირების ნიშანი არის სასაქონლო ნიშნის სახეობა, რომელიც გამოიყენება მომხმარებლებისთვის, რომ კონკრეტული საქონელი ან / და სერვისი ან მათი პროვაიდერები შეესაბამება გარკვეულ სტანდარტებს.

სერტიფიცირების ნიშანი შეიძლება გვიჩვენებდეს:

- საქონელის ან მომსახურების წარმომავლობას კონკრეტული გეოგრაფიული რეგიონიდან;
- საქონელი ან მომსახურება აკმაყოფილებს ხარისხის სტანდარტებს სანარმოო მასალების ან დამზადების თვალსაზრისით;
- საქმიანობა, რომელიც განხორციელდა საქონელის ან მომსახურების შექმნისათვის ხორციელდება კავშირის ან სხვა ორგანიზაციის წევრის მიერ ან მომსახურების იმ მიმწოდებლის მიერ, რომელიც გარკვეულ სტანდარტებს აკმაყოფილებს.

სერტიფიცირების ნიშანსა და სასაქონლო ნიშნის შორის განსხვავება არის ის, რომ ის გვიჩვენებს რომ საქონელი, მომსახურება ან მომწოდებელი აკმაყოფილებს გარკვეულ სტანდარტებს. ხოლო, სასაქონლო ნიშანი ასახავს კონკრეტული საქონლის ან მომსახურების კომერციულ წყაროს ან ბრენდს.

სერტიფიცირების სტანდარტებს და მოთხოვნებს მასერტიფიცირებელი ორგანო არეგულირებს ხოლო რაც შეეხება თვითონ სასაქონლო/სავაჭრო ნიშანს მის რეგისტრაციას და მინიჭებას ინტელექტუალური საკუთრების ცენტრი - საქპატენტი ახორციელებს. საქართველოში ხარისხის ნიშნის გამოყენება რეგულირდება „ხარისხის ნიშნის გამოყენების უფლების მინიჭების წესით“.

ბოლო ორი წლის განმავლობაში ქართულ ბაზარზე გამოჩნდა ადგილობრივი სტანდარტი GEO GAP და სასაქონლო ნიშანი „ქართული რძე“.

A certificate is the document granted in the name of the trademark holder, and consumers use it to make sure that a specific product or service, or their respective providers comply with specific standards.

A certificate might show information regarding the following topics:

- Origin of a product or a service from a specific geographical region;
- Product or service satisfies the quality standards in terms of production materials or processes;
- The activities involved in the production process of a product or service are carried out by members of a union or other organization, or service providers who comply with specific standards.

The difference between a certificate and a trademark is that the prior demonstrates that the good or its supplier complies with specific standards, while the later shows the commercial source (company credentials) or the brand of the good.

In Georgia, the respective certification body regulates the certificate's standards and requirements, while the intellectual property center Sakpatenti registers and grants trademarks in Georgia. "The procedure for granting the right to use a quality mark" regulates the use of quality marks in the country.

Over the last two years, Georgian standard GEO GAP and the "Georgian Milk" mark have emerged on the domestic market.

### 3.1 სტანდარტი GEO GAP

GEO GAP-ი შემუშავდა 2018 წელს, საქართველოს ფერმერთა ასოციაციის მიერ USAID

### 3.1 Standard GEO GAP

The Georgian Farmers' Association (GFA), within the framework of the

–ის პროექტის „ზრდა საქართველოში“ ფარგლებში. ხოლო 2019 წლის თებერვალში GFA-მ გააფორმა მემორანდუმი საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროსთან ხილისა და ბოსტნეულის პირველადი წარმოების ღირებულებათა ჯაჭვის განვითარებასთან და გეოგრაფიული აღნიშვნების სქემების განვითარების, პროდუქტის ბრენდინგის და მარკეტინგის საერთაშორისო პრაქტიკის საკითხებთან დაკავშირებით.

ამ ეტაპზე GEO GAP მხოლოდ ხილისა და ბოსტნეულის პირველად წარმოებას მოიცავს. იგი შეიქმნა საერთაშორისო სტანდარტის GLOBAL GAP-ის ბაზაზე და წარმოადგენს მის გამარტივებულ ვარიანტს. სტანდარტის მოთხოვნები მოიცავს ასევე ყველა იმ მოთხოვნას რომელსაც სახელმწიფო უწესებს ფერმერს/მწარმოებელს.

GLOBAL GAP-სა და GEO GAP-ს შორის შემდეგი განსხვავებებია:

- GLOBAL GAP-ი ითვალისწინებს 230 მოთხოვნას, ხოლო GEO GAP-ი დაახლოებით 90 მოთხოვნას;
- უგულველყოფილი მოთხოვნები არ შეეხება სურსათის უვნებლობის საკითხებს;
- GLOBAL GAP-ი საერთაშორისო სტანდარტია, ხოლო GEO GAP-ი ორიენტირებულია შიდა ბაზარზე.

სტანდარტის ჩამოყალიბება გამოიწვია საერთაშორისო დონის მსგავსი სერთიფიკატის - GLOBAL GAP-ის სიძვირემ. GEO GAP მორგებულია ადგილობრივ ფერმერის შესაძლებლობებზე და ადგილობრივი მოხმარებისთვის განკუთვნილ პროდუქტებზე ორიენტირებული.

მოთხოვნა სასერთიფიკატო ნიშანზე წამოვიდა აჭარა ჯგუფის სასტუმროების ქსელის მხრიდან, რომელთანაც GFA-ს სადისტრიბუციო კომპანია თანამშრომლობს და აწვდის ფერმერთა პროდუქციას. მათ აქვთ მოთხოვნა მაღალი ხარისხის პროდუქციაზე და შესაბამისად აქვთ სურვილი, რომ მათ მიერ მიღებული პროდუქცია იყოს სერთიფიცირებული და მიკვლევადი.

USAID project “Growth in Georgia”, elaborated GEO GAP in 2018, while in February 2019 the GFA signed a memorandum of understanding with the Ministry of Environment Protection and Agriculture of Georgia (MEPA) regarding the development of the value chain of primary production of fruits and vegetables, the development of geographical marking schemes, product branding topics, and international practices of marketing.

At the moment, GEO GAP, which is based on a simplified version of GLOBAL G.A.P; covers only the primary production of fruits and vegetables. GEO GAP also covers all the requirements for standards for farmers/producers set by the government of Georgia.

The differences between GLOBAL G.A.P. and GEO GAP include:

- GLOBAL G.A.P. has 230 different requirements, while GEO GAP has around 90;
- Missing requirements do not deal with food safety issues;
- GLOBAL G.A.P. is the international standard, while GEO GAP focuses on the domestic market.

High costs associated with international certificates, like GLOBAL G.A.P; triggered the elaboration of the GEO GAP standard, which better suits domestic farmers’ capacities and focuses on products designated for the domestic market.

Hotel network Adjara Group, who partners with the distribution company of the GFA and gets high-quality produce from them, was the first to ask for a certificate. Adjara Group demands quality goods and, therefore, they are willing to get certified and traceable products.

GEO GAP-ი ჯერ კიდევ შემოუშავების პროცესშია, შესაბამისად, ზუსტი ღირებულება და ვადა არ არის დადგენილი. თუმცა როგორც GFA-სთან საუბრისას გამოიკვეთა, სავარაუდოა რომ თავიდან ორი წელი ქონდეს ვადა, ხოლო შემდეგ ერთწლიან სტანდარტზე გადავიდნენ. რაც შეეხება ღირებულებას, ფერმერს მოუწევს საფასურის გადახდა როგორც GFA-სთვის როგორც კონსულტაციის გამწვევი და შიდა აუდიტის ჩამტარებელი ორგანოსთვის (300 ლარი) და ასევე მასერტიფიცირებელი ორგანოსთვის (200-400 ლარი) რომელიც ჩატარებს გარე აუდიტს და პასუხისმგებელია სტანდარტის მინიჭებაზე. მასერტიფიცირებლის საფასურს გარე ორგანიზაცია GFA-სთან შეთანხმებით განსაზღვრავს. მომსახურების საფასური შეიძლება განისაზღვროს სავსე გასვლების რაოდენობიდან გამომდინარე; ან ფერმამდე მანძილის მიხედვით; ან ფართობის ზომის მიხედვით. ასევე შესაძლებელია, რომ საფასურის ნაწილი იყოს ფიქსირებული და ნაწილი ვარიირებდეს.

გარდა ამისა, ფერმერს ასევე მოუწევს ლაბორატორიულ ანალიზებთან დაკავშირებული ხარჯების განევა (ნიადაგის, წყლის ანალიზი, ა.შ.).

რაც შეეხება სტანდარტის მინიჭების პროცედურას, სერტიფიკატის აღების მსურველმა ფერმერმა უნდა მიმართოს GFA-ს სტანდარტის დანერგვაში დახმარებისთვის. GFA თავისი მომსახურების ფარგლებში კონსულტაციას უწევს ფერმერს სტანდარტის მოთხოვნებთან დაკავშირებით; ეხმარება დოკუმენტაციის წარმოებაში; უტარებს ტრენინგებს (მავნებლების იტეგრირებულ მართვა, ჰიგიენის ნორმების გაუმჯობესება, ნარჩენების მდგრადი მართვა, პროდუქციის სასაწყობო ფართის მოწყობა, სურსათის უვნებლობა, ქიმიკატების სათავსოს მოწყობა და სხვა GEO GAP-ის სახელმძღვანელოთი გათვალისწინებული საკითხების შესახებ. ასევე ეხმარება ფერმერებს ლაბორატორიული ანალიზების ჩატარებაში.

ამასთანავე, უკვე არსებობს სტანდარტის სახელმძღვანელო რომელშიც ყველა დეტალია განერილი. გარდა ამისა, GFA-ს საკონსულტა-

GEO GAP is still in the process of finalization, thus its cost and duration is not known yet. Nevertheless, during an interview, GFA representatives stated that the expected duration of the certificate will be two years in the first stage, and afterwards they will switch to a one-year period. The expected costs will include 300 GEL paid to the consultancy and internal audit service provider GFA; and 200-400 GEL paid to the certification body who is responsible for granting the standard and performing an external audit. The price of certification will be determined by the independent organization and agreed upon with the GFA. The price of the service might be tied to the number of field visits, the distance to the farm, or its total area. The price could also be divided into fixed and variable parts.

Additionally, farmers will have to cover the costs of all laboratory tests (soil, water, etc.).

As far as the procedure for granting the standard is concerned, the farmer seeking a certificate will have to get assistance from the GFA. The GFA, in their service package framework, will consult farmers regarding the requirements of the standard; will assist them in preparing the documentation and reporting issues; conducting trainings (integrated pest management, improvement of hygiene norms, sustainable management of waste, preparation of warehouse space, food safety, preparation of chemical storage space, etc.); and help farmers conduct laboratory tests.

The guidebook for standards already exists and its chapters cover all the necessary details, while the GFA consultants' group performs inter-

ციო ჯგუფი უტარებს ფერმერს შიდა აუდიტს, რომლის საფუძველზეც დგინდება არის თუ არა ფერმერის პროდუქცია მოთხოვნბთა შესაბამისი და აქვს თუ არა მის პროდუქციას რეალური შანსი, რომ მიიღოს სერტიფიკატი.

შემდეგ ეტაპზე ერთვება მასერტიფიცი-რებელი ორგანიზაცია რომელიც ატარებს დამოუკიდებელ გარე აუდიტს და ამის შემდეგ იღებს გადაწყვეტილებას სტანდარტის მინიჭების თაობაზე. აღსანიშნავია რომ მასერტიფიცირებელი ორგანოს თავად GFA აკონტრაქტებს რესურსებიდან და გამოცდილებიდან გამომდინარე.

სერტიფიკატის აღების პროცესი სქემატურად შეჯამებულია ქვემოთ (ნახაზი 1):

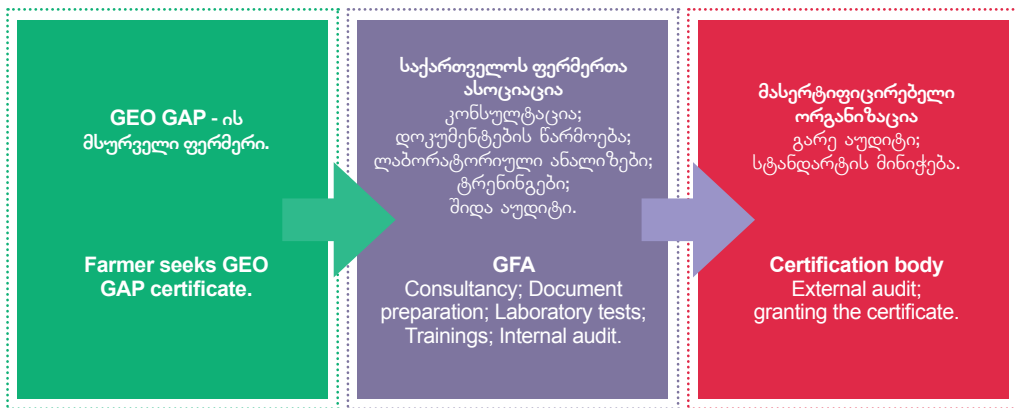
ნახაზი 1. GEO-GAP-ის აღების პროცესი

nal audits of farmers and determines whether their produce is of the required quality and has the real potential to get a certificate.

At the next stage, the certification body, who conducts an independent, external audit, rules whether to grant the standard, or not. Note that the certification body is contracted by the GFA according to the prior's resource and experience capacities.

The process of certification is given below (Graph 1):

Graph 1. The process of getting a GEO GAP certificate



დღეისათვის სერტიფიცირებული ჯერ არცერთი მწარმოებელი არ არის. ამ ეტაპზე, დაახლოებით 15 ფერმერი არის სტანდარტის დანერგვის პროცესში. სავარაუდოა, რომ წლის ბოლომდე მათი უმეტესობა შეძლებს სერტიფიკატის მიღებას.

ფერმერები თავიანთ პროდუქციას პირველ ეტაპზე გაყიდვან GFA-ს სადისტრიბუციო კომპანიის, მობილური აპლიკაცია აგრონავტის და ონლაინ პლატფორმის soplidan.ge-ს მეშვეობით.

As of today, no producers have yet obtained the certificate, but at the moment about 15 farmers are introducing the standards in their production processes and the majority of them are expected to earn the certificate by the end of the current year.

Farmers, initially, will sell their produce through the GFA distribution company, via the application Agronav-

სტანდარტთან მიმართებაში GFA გეგმავს შემდეგ ღონისძიებებს:

- მომხმარებლის შესწავლა/კვლევა;
- ცნობიერების ამაღლების კამპანია;
- მობილური ლაბორატორიის შექმნა;
- სასწავლო თამაშის შექმნა აგრონავტი (მაგ. ვაშლის მოყვანის ტექნოლოგია);
- სტანდარტის გავრცელება სხვა პროდუქტებზე (მაგ. ღვინო და თაფლი);
- ონლაინ ბაზის შექმნა, სადაც იქნება თავმოყრილი ინფორმაცია იმის შესახებ თუ ვის აქვს სერტიფიკატი, როდის მოხდა არება, სანამდე აქვს ვადა და ა.შ.

### 3.2 სასაქონლო ნიშანი „ქართული რძე“

2018 წლის დეკემბერში მოხდა დარეგისტრირება საქპატენტიში, ხოლო 2019 წლის დასაწყისში გაიმართა ქართული რძის ნიშნის პრეზენტაცია.

„ქართული რძის“ ნიშანი ენიჭება მხოლოდ იმ საწარმოების პროდუქტებს რომლებიც მხოლოდ ნედლი რძისგან დამზადებულ პროდუქციას აწარმოებენ. ამ ნიშნის მიზანია ნედლი რძით წარმოებული პროდუქციის პოპულარიზება და მომხმარებლის ცნობიერების გაზრდა.

ნიშნის ადმინისტრირებას დამოუკიდებელი ორგანიზაცია, საქართველოს ბიზნესის ინსტიტუტი, ახორციელებს. ის იღებს გადაწყვეტილებას ნიშნის გამოყენების უფლებაზე და რეგულარულად ატარებს აუდიტს ნიშნის მქონე საწარმოებში. ამასთანავე ადმინისტრირებას უწევს „ქართული რძის“ ნიშნის ვებ გვერდს, სერტიფიცირებული მწარმოებლების ბაზას და საჭიროების შემთხვევაში ლობირებას უწევს მენარმეების ინტერესებს. გარდა ამისა, ნიშნის მქონე მენარმეებს კონსულტაციას უწევს ბიზნესის ადმინისტრირების, ფინანსების, ბაზრის კვლევების და მარკეტინგის საკითხებზე. ნიშანი „ქართული რძე“ შეიქმნა საერთაშორისო კვლევითი ორგანიზაციის „კავკასიის რესურს-ცენტრის“ მიერ ჩატარებული ურბანულ მომხ-

ტი, and via the online platform *soplidan.ge*.

With regards to the standard, the GFA plans the following activities:

- Consumer survey/study;
- Awareness-raising campaign;
- Creation of a mobile laboratory;
- Development of an educational game (teaching apple cultivation technologies, for example) in Agronavti;
- Covering other products (for example, wine or honey) by the standard;
- Development of an online database, where information on certificate-holders, granting and expiry dates of certificates, and other types of information will be collected and stored.

### 3.2 “Georgian Milk” mark

In December 2018, Sakpatenti registered the “Georgian Milk” mark, which was presented to the general public in the beginning of 2019.

Only companies that produce their products exclusively from raw milk, can get the “Georgian Milk” mark. The aim of the mark is to raise consumer awareness about the quality aspects of dairy products and help consumers differentiate dairy products produced from raw milk and dairy products produced from milk powder, as well as to promote consumption of dairy products made of domestic raw milk.

The Georgian Business Institute of Georgia (BIG), an independent organization, administers the mark. The organization decides on the rights to use the mark, and performs regular audits of the companies which currently have the mark. BIG also manages the “Geor-

მარბელთა ეროვნული კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, რომელმაც აჩვენა ასეთი ნიშნის საჭიროება. კვლევის მიხედვით მომხმარებელთა უმრავლესობას სურს შეიძინოს ნელი რძისგან დამზადებული ნატურალური პროდუქტი, თუმცა უჭირს მისი გარჩევა სხვა რძის პროდუქტისგან, რომელიც დამზადებულია რძის ფხვნილისა და მცენარეულ ცხიმებზე. აღსანიშნავია, რომ ნიშანს მხარს უჭერს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო.

ნიშნის მთავარი მიზანია, რომ მომხმარებელს ჰქონდეს ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ რას მოიხმარს, როგორია მის მიერ შექმნილი რძის პროდუქტის წარმოშობა და შეეძლოს განასხვავოს ნელი რძისგან დამზადებული ყველი რძის ფხვნილისგან წარმოებული პროდუქტისგან. ამასთანავე, ნიშანი მიზნად ისახავს ნელი რძისგან ყველის მწარმოებლების კონკურენტუნარიანობის ამაღლების ხელშეწყობასა და ნელი რძით დამზადებული რძის პროდუქტების პოპულარიზებას.

რაც შეეხება სასაქონლო ნიშნის ვადასა და ღირებულებას, ხელშკრულების მიხედვით ნიშნის ვადა 1 წელია, შემდგომში გაგრძელების შესაძლებლობით. ღირებულება შეადგენს თვეში 100 ლარს, მიუხედავად იმისა მწარმე რამდენი ტიპის ყველს აწარმოებს.

ნიშნის მინიჭების მსურველი მწარმე თავდაპირველად ავსებს განაცხადის ფორმას რომელიც განთავსებულია ქართული რძის ნიშნის საიტზე და აგზავნის ელექტრონული ფოსტით. შემდეგ ხდება ტელეფონით კომუნიკაცია მწარმესთან და დეტალების დაზუსტება, რასაც შემდეგ მოჰყვება საწარმოში ადგილზე ვიზიტი. სავსე ჯგუფი შედგება როგორც ბიზნეს ინსტიტუტის წარმომადგენლებისაგან ასევე სურსათის უვნებლობის სპეციალისტისაგან, რომელიც დაკონტრაქტებულია როგორც ფიზიკური პირი. ვიზიტის შემდეგ მზადდება დასკვნა და რეკომენდაციები. ყოველივე ამის და კიდევ ერთხელ გადამოწმების შემდეგ ხდება ნიშნის მინიჭება. მინიჭების შემდეგ პერიოდულად ხდება დაკონტრაქტებული მწარმეების კონტროლი და კეთდება ნიშნის

გian Milk” website, its database, and, if necessary, lobbies important topics for producers. Additionally, the BIG consults mark holders in business administration, finance, market survey, and marketing-related topics. Insights from a national survey of the urban population conducted by the international research company “Caucasus Resource Center”, showed the need for a quality mark and created a basis for the “Georgian Milk” mark. According to the survey, the majority of consumers want to buy products made from raw milk, but to differentiate them from other types of products is very difficult. It is important to note that the MEPA supports the mark.

The primary goal of the quality mark is to inform consumers regarding the product they purchase, regarding the origin of the cheese they consume, and equip them with a tool to distinguish between cheeses made from raw milk and those made from milk powder. The mark also aims to boost the competitiveness of cheese made from raw milk and to promote products made from raw milk.

As far as the duration and the price of the mark is concerned, the duration of the mark is one year, with an extension option. The monthly fee is 100 GEL, which is independent of the number of types of cheeses the producer produces.

At first, the mark seeker fills out an application form available on the Georgian Milk mark website and sends it via e-mail; afterwards the trademark seeker is contacted via telephone to clarify all the details; and a group visit to the field (factory, farm, etc.) follows. The field group consists of representatives from BIG and a food safety specialist, contracted as an



მქონე პროდუქტების ლაბორატორიული ანალიზი, რათა არ მოხდეს ნიშნის მოთხოვნების დარღვევა.

კრიტიკიუმები რომელსაც უნდა აკმაყოფილებდეს სანარმო, „ქართული რძის“ ნიშნის გამოყენების უფლების მისაღებად ჩამოთვლილია ქვემოთ:

- სანარმო უნდა იყოს რეგისტრირებული საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოს ბიზნესის რეესტრში;
- სანარმოს უნდა ჰქონდეს აღიარება სურსათის ეროვნული სააგენტოს მიერ;
- სანარმოს უნდა ჰქონდეს დანერგილი HACCP;
- სანარმო უნდა იყოს მოქმედი და აწარმოებდეს პროდუქციას განაცხადის წარდგენის დროს;
- სანარმოს უნდა ჰქონდეს რძის სექტორში მუშაობის მინიმუმ სამთვიანი გამოცდილება;
- სანარმო უნდა აწარმოებდეს პროდუქციას იმ ნედლი რძით, რომელსაც აგროვებს ფერმერებისგან, რომელთა საქონელი თავისუფლად ძოვს საძოვრებზე წელიწადში მინიმუმ ექვსი თვე, ხოლო ზამთრის საკვების ძირითადი ნაწილი ბალახზე დამზადებული საკვებს წარმოადგენს;
- რძის პროდუქტები არ უნდა შეიცავდეს რძის ფხვნილს ან მცენარეულ ცხიმს.

ამრიგად იმ სანარმოებს, რომელთაც განაცხადი გააკეთეს ნიშნის გამოყენების უფლებაზე, ადგილზე ამოწმებს საქართველოს ბიზნეს ინსტიტუტი, სურსათის უვნებლობის სპეციალისტთან ერთად. თუ შემოწმება დადებითი შედეგით დასრულდება, შემდეგ ფორმდება ხელშეკრულება რძის სანარმოსა და საქართველოს ბიზნეს ინსტიტუტს შორის და სანარმომ უნდა გადაიხადოს ყველის შემთხვევაში ყოველთვიური გადასახადი 100 ლარი, ხოლო სხვა დანარჩენი პროდუქტების შემთხვევაში (მანონი, არაჟანი, კარაქი) - 50 ლარს, თითო სახეობის პროდუქტზე.

სერტიფიკატის აღების პროცესი სქემატურად შეჯამებულია ქვემოთ (ნახაზი 2):

individual. Together they make a conclusion and list recommendations of secondary topics, which are double-checked before the mark is granted. After the trademark is granted, periodic controls take place to make sure the producer does not violate any requirements.

To get the right to use the Georgian Milk mark, enterprises must comply with the following criteria:

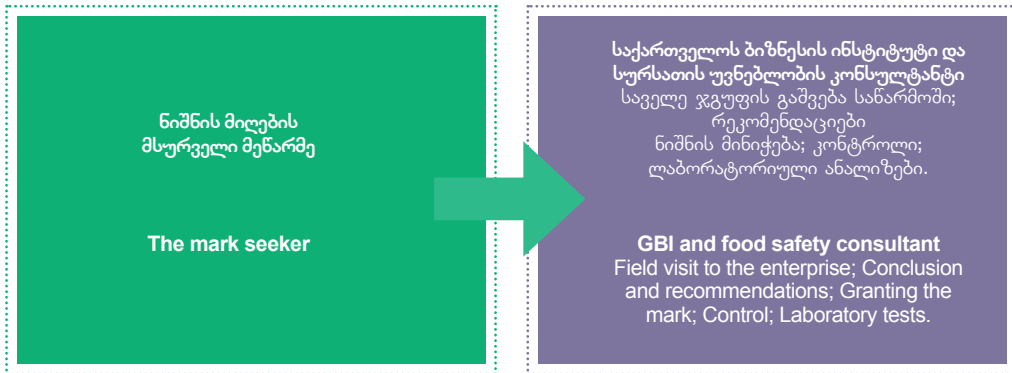
- Registered in the business register of the National Agency of Public Register;
- Recognized by the National Food Agency;
- The dairy enterprise should be HACCP certified;
- The dairy enterprise should be fully operational when applying for the Georgian Milk mark;
- The dairy enterprise should have a minimum of three months experience working in the dairy sector;
- The dairy product should be made only from Georgian raw milk, collected from farmers/suppliers whose cattle has access to grazing for a minimum of six months a year. The majority of winter feed should be grass based;
- The dairy product does not contain milk powder or vegetable oil.

If dairy producers seeking the mark pass the laboratory tests and the conclusion is positive, the dairy producer and GBI sign an agreement. Afterwards, the enterprise will have to pay a monthly fee of 100 GEL for the cheese mark, or a monthly fee of 50 GEL for each other type of product (matsoni, sour milk, butter, etc.).

The process of getting the mark is illustrated below (Graph 2):

### ნახაზი 2. სასაქონლო ნიშნის „ქართული რძე“ მინიჭების პროცესი

### Graph 2. The process of getting the “Georgian Milk” mark



ამ ეტაპზე 13 საწარმოს აქვს მინიჭებული ეს ნიშანი და გაიცემა მხოლოდ ყველის ნაირსახეობებზე. ნიშანზე მითითებულია კოდი, რომელიც უნიკალურია თითოეული პროდუქტის შემთხვევაში და დაინტერესებუი პირს საშუალება აქვს გადაამოწმოს პროდუქტი და მისი მწარმოებელი ქართული რძის ნიშნის საიტზე search ველში კოდის მითითებით და მენარმის შესახებ ინფორმაციის მიღებით.

რაც შეეხება ნიშანთან დაკავშირებულ სამომავლო გეგმებს, იგეგმება ნიშნის გავრცელება სხვა რძის ნაწარმზეც.

At the moment, the mark is granted to cheese varieties only and 13 different enterprises have the mark. The mark bears the unique code assigned to a specific enterprise and interested parties can use this code to check the producer’s information via the Georgian Milk website’s search option.

As for the future, the mark is planned to cover other types of dairy products, too.

## 4. მომხმარებლის და მოკიდებულება

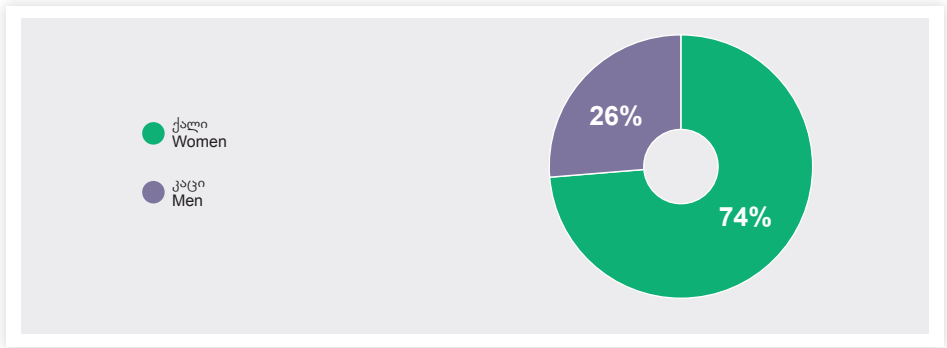
სასაქონლო და სერტიფიცირების ნიშნების წარმატებას მნიშვნელოვნად განაპირობებს მომხმარებლის დამოკიდებულება ამ ნიშნების მიმართ. იმის დასადგენად, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია მსგავსი ნიშნები მომხმარებლისთვის ჩატარდა ონლაინ გამოკითხვა, რომელშიც მონაწილეობა მიიღო 361-მა რესპონდენტმა. რესპონდენტების უმეტესობა 73.7% არის ქალი. რესპონდენტების 63.4% მიეკუთვნება 20-დან 39 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიას და არის დასაქმებული (54%). მოცემული ინფორმაცია შეჯამებულია ქვემოთ (გრაფიკი 1-3).

## 4. CONSUMERS’ ATTITUDES

Consumer attitude strongly affects the success of a mark or a certificate. To find out how important the named marks or certificates are, an online survey was conducted and 361 individuals provided their responses. 73.7% of the total number of respondents were women; 63.4% of the total number of respondents were aged 20 to 39, and 54% of the total number of respondents were employed (hired). A more detailed breakdown is given below (Table 1, Table 2, and Table 3).

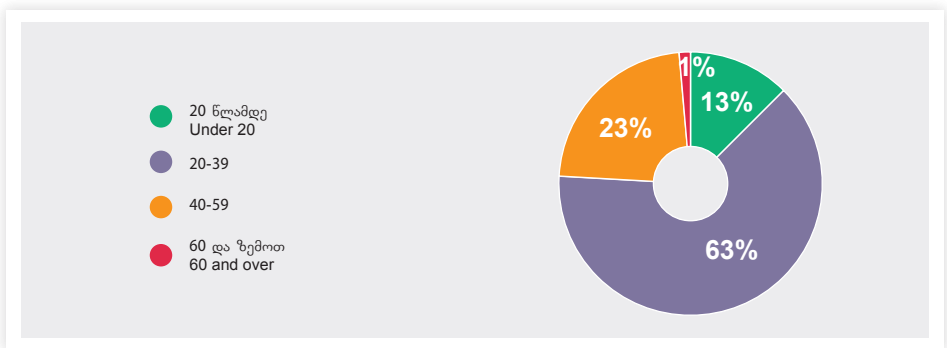
გრაფიკი 1. რესპონდენტების სქესი

Table 1. Gender composition of respondents



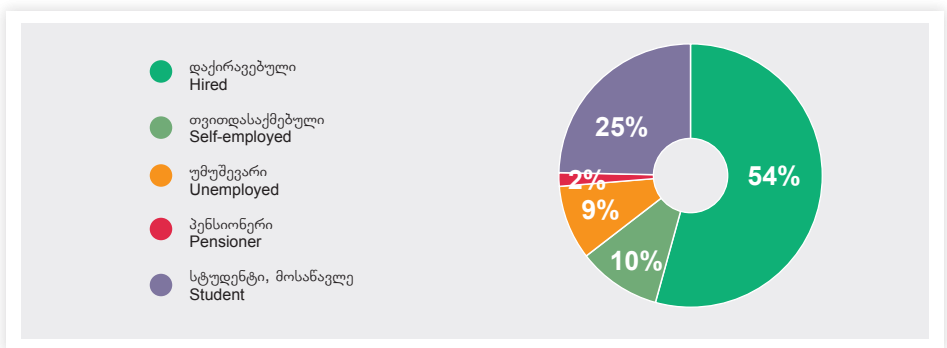
გრაფიკი 2. რესპონდენტების ასაკი

Table 2. Age composition of respondents



გრაფიკი 3. რესპონდენტების დასაქმების სტატუსი

Table 3. Employment status of respondents

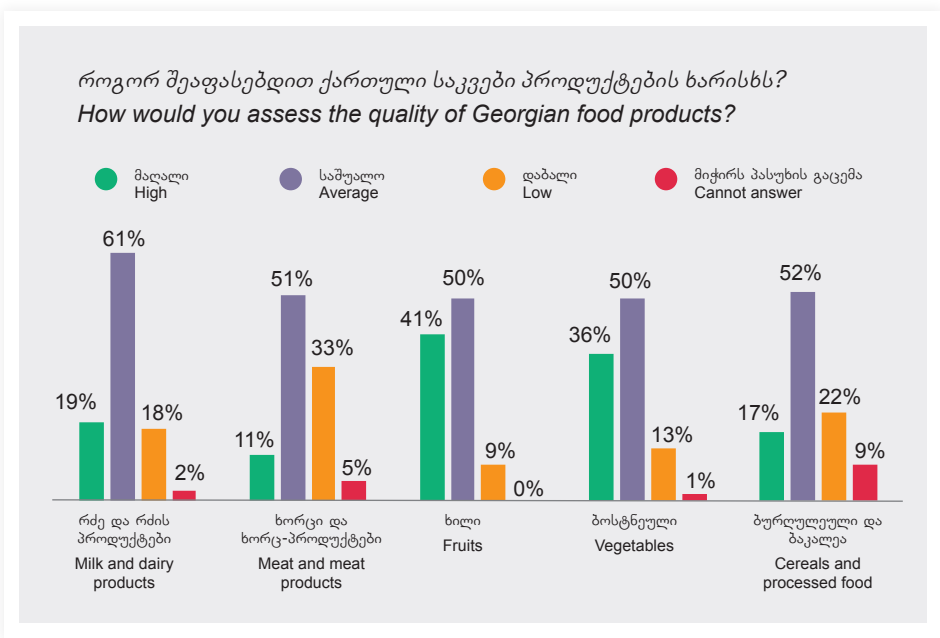


კითხვაზე თუ როგორ აფასებს მომხმარებელი ქართული საკვები პროდუქტების ხარისხს, რესპონდენტების უმეტესობამ აღნიშნა, რომ საკვები პროდუქტების სხვადასხვა კატეგორიას საშუალო ხარისხი შეესაბამება. აღსანიშნავია, რომ ხილისა და ბოსტნეულის შემთხვევაში, სხვა კატეგორიებთან შედარებით მაღალია იმ რესპონდენტთა წილი, ვინც თვლის, რომ ადგილობრივი ხილი და ბოსტნეული მაღალი ხარისხის არის (გრაფიკი 4).

გრაფიკი 4. საკვები პროდუქტების ხარისხი

The majority of the respondents, according to their responses, believe that Georgian products are of average quality, but a relatively high number of the respondents believed that fruits and vegetables are of high quality (Table 4)

Table 4. Food quality

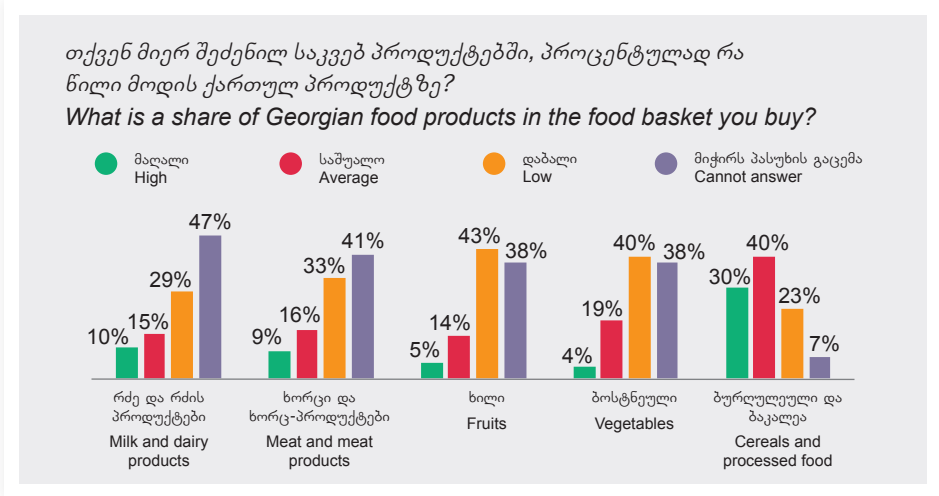


რაც შეეხება, ქართული ნაწარმის წილს მთლიან მოხმარებაში, რძისა და რძის პროდუქტების შემთხვევაში განსაკუთრებით მაღალია ადგილობრივი ნაწარმის წილი, მაშინ როდესაც ბურღულეულისა და ბაკალეის შემთხვევაში, ქართული პროდუქციის წილი შედარებით დაბალია. ხილის, ბოსტნეულისა და ხორცისა და ხორცი-პროდუქტების შემთხვევაში, ადგილობრივი ნაწარმის წილი მთლიან მოხმარებაში ასევე მაღალია (გრაფიკი 5).

As far as the share of Georgian products in total consumption is concerned, this share is extremely high for milk and dairy products, while the share is relatively low for cereals and processed food. Domestically produced meat and meat products, as well as fruits and vegetables also have a high share of total consumption (Table 5).

**გრაფიკი 5. ქართული საკვები პროდუქტების წილი მთლიან მოხმარებაში**

**Table 5. Share of Georgian food products in total food consumption**

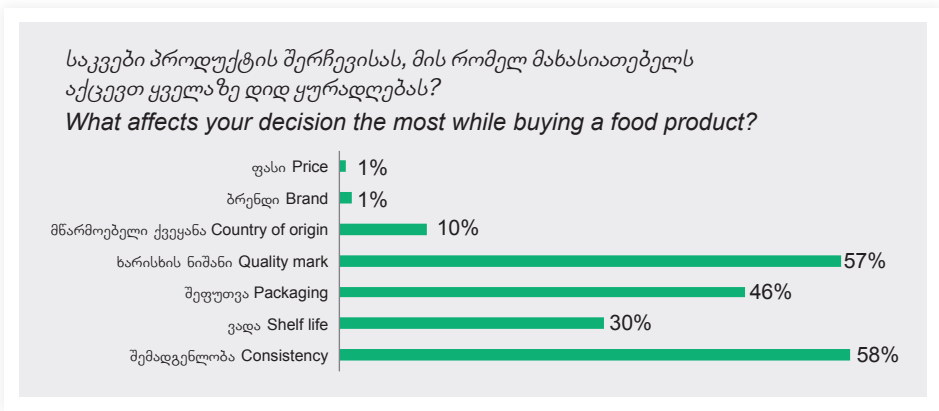


რაც შეეხება იმ მახასიათებლებს, რომელსაც მომხმარებელი აქცევს ყურადღებას საკვები პროდუქტის შერჩევისას, ყველაზე მნიშვნელოვან მახასიათებლებად დასახელდნენ ფასი და ხარისხის ნიშნები. რესპონდენტების დიდმა ნაწილმა ასევე აღნიშნა, რომ მნიშვნელოვანია მწარმოებელი ქვეყანა და ბრენდი (გრაფიკი 6).

According to the survey, price and quality marks are the most important factors affecting the decision whether to buy a product or not, while a significant share of consumers also take into account the country of origin of the product and its brand (Table 6).

**გრაფიკი 6. საკვები პროდუქტების ყველაზე მნიშვნელოვანი მახასიათებლები**

**Table 6. Most important characteristics of food**

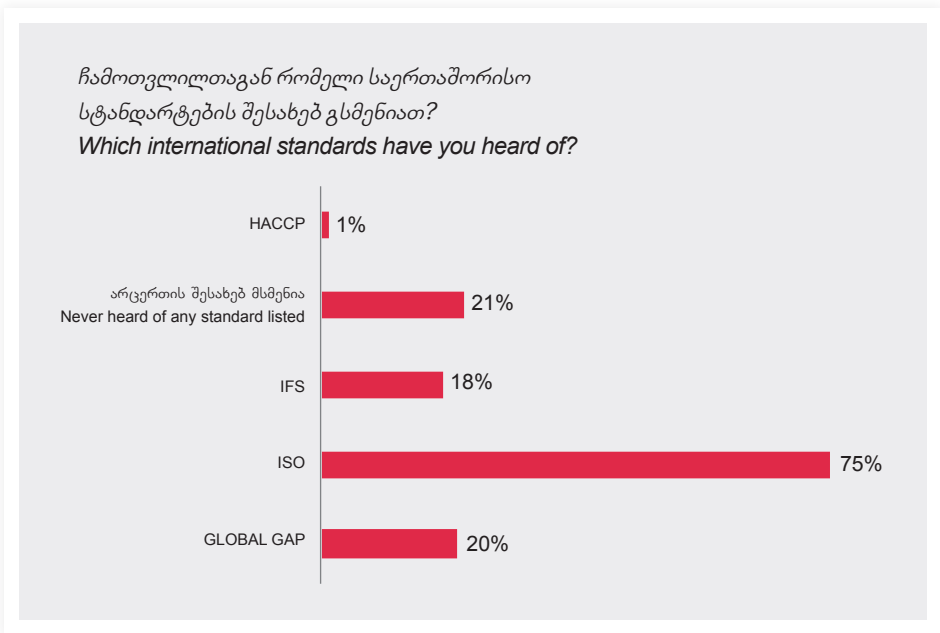


რაც შეეხება რესპონდენტების ცნობიერებას საერთაშორისო სტანდარტების შესახებ, გამოკითხვის თანახმად, ყველაზე ცნობადი სტანდარტია ISO (75%). რესპონდენტების დაახლოებით 20%-მა იცის GLOBAL GAP-ის შესახებ. დაახლოებით იგივე რაოდენობისთვის ცნობილია IFS. თუმცა საკმაოდ მაღალია იმ რესპონდენტების წილიც (21%), ვისაც არ სმენია ჩამოთვლილთაგან არცერთი სტანდარტის შესახებ (გრაფიკი 7).

As to consumer awareness of food safety standards, consumers are most aware of the ISO standard among international standards (75%), while 20% and 18% of respondents knew what GLOBAL G.A.P. or IFS respectively are. But, the share of consumers (21%) who, according to the survey, know nothing about any of the listed standards, is also high. (Table 7).

**გრაფიკი 7. საერთაშორისო სტანდარტების ცნობადობა**

**Table 7. Knowledge regarding international standards**

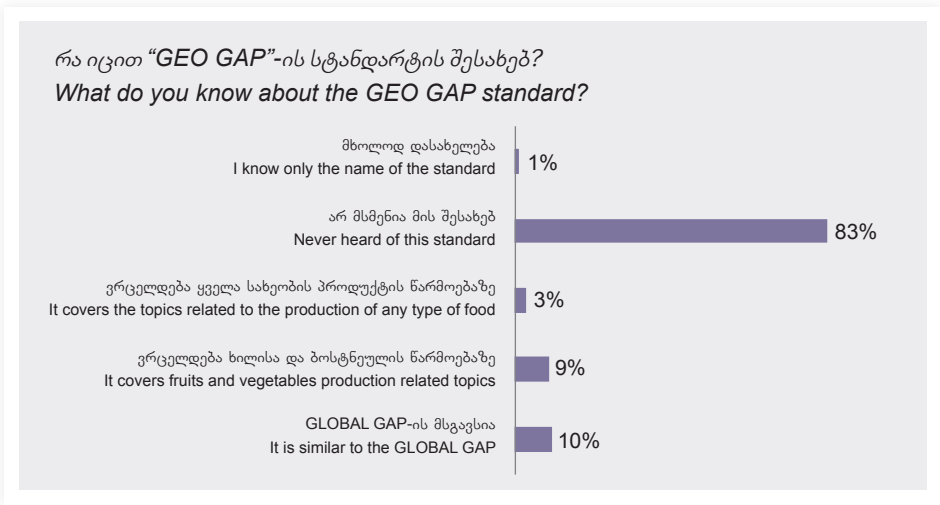


ადგილობრივ სტანდარტებთან მიმართებაში, იმ რესპონდენტთა წილი ვისაც არ სმენია, მაგალითად, GEO GAP-ის შესახებ არის ამ ეტაპზე საკმაოდ მაღალი (83.1%) (გრაფიკი 8). ასევე მაღალია ასეთი რესპონდენტების წილი „ქართული რძის“ სასაქონლო ნიშნის შემთხვევაში (66.8%) (გრაფიკი 9).

A significant share of respondents have never heard anything of national standards, like GEO GAP (83.1%) (Table 8), and the case is similar for the “Georgian Milk” mark (66.8%) (Table 9).

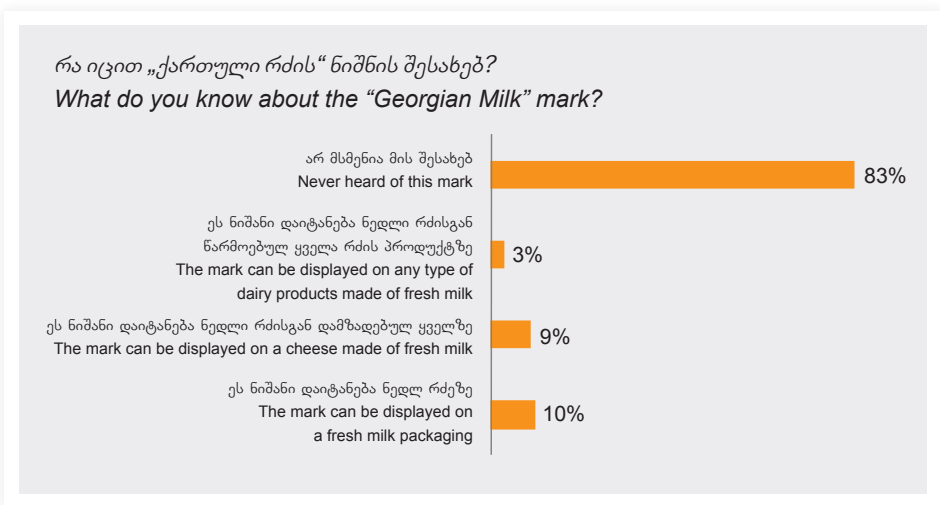
**გრაფიკი 8. GEO GAP-ის შესახებ მომხმარებლის ცოდნა**

**Table 8. Knowledge regarding GEO GAP**



**გრაფიკი 9. „ქართული რძის“ ნიშნის შესახებ მომხმარებლის ცოდნა**

**Table 9. Knowledge regarding “Georgian Milk” mark**



რაც შეეხება მომხმარებლის მზაობას გადაიხადოს უფრო მაღალი ფასი, იმ პროდუქტში, რომელსაც რაიმე სახის ხარისხის ნიშანი აქვს, რესპონდენტების უმეტესობას (61.5%)

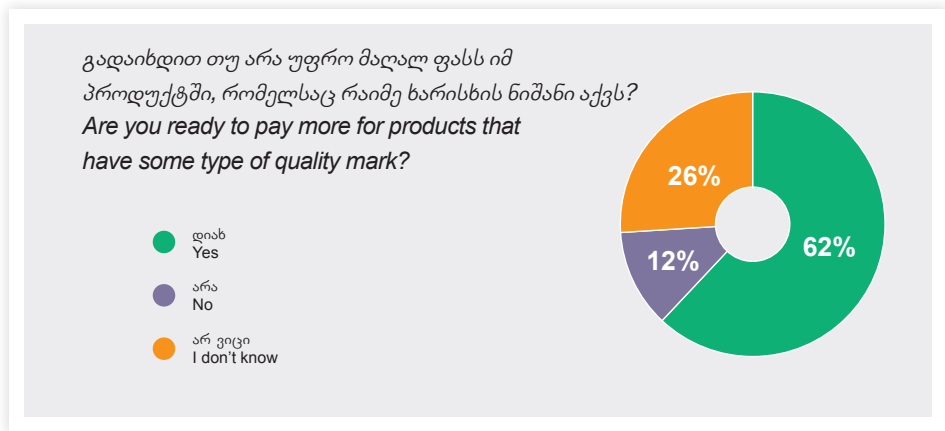
The majority of the respondents (61.5%) are willing to pay more for products that bear some type of quality mark (Table 10), and a significant share

აღნიშნა, რომ მზადაა გადაიხადოს მეტი ასეთ პროდუქტში (გრაფიკი 10). ამ რესპონდენტთა უმეტესობა (45%) მზადაა გადაიხადოს 6-10%-ით მეტი (გრაფიკი 11).

of these respondents are ready to pay around 6-10% more (Table 11).

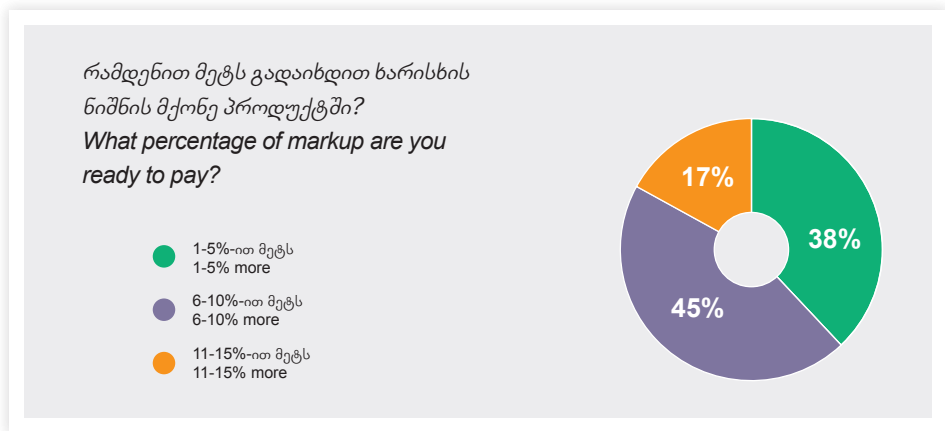
გრაფიკი 10. გადახდისათვის მზაობა

Table 10. Readiness to pay more



გრაფიკი 11. მისაღები ფასნამატი

Table 11. Acceptable markup



ამრიგად რესპონდენტების უმეტესობა თვლის, რომ ქართული საკვები პროდუქტები უმეტესად საშუალო ხარისხისაა, თუმცა ქართული ნაწარმის წილი მთლიან მოხმარებაში

To sum up, most Georgians believe that Georgian food products are of average quality and the share of domestically produced food in total food consumption



ხშირ შემთხვევაში 50%-ს აღემატება. რეს-პონდენტების უმეტესობისთვის ცნობილია ძირითადი საერთაშორისო სტანდარტები და უცნობია ადგილობრივი სასაქონლო ნიშანი „ქართული რძე“ და GEO GAP- ის სტანდარტი, რაც შეიძლება იმითაც აიხსნას, რომ ორივე მათგანი ახალია ქართულ ბაზარზე.

აღსანიშნავია, რომ ხარისხის ნიშნები ზო-გადად მნიშვნელოვანია მოხმარებლებისთვის და საკვები პროდუქტის შექმნისას ხდება მათ-ზე ყურადღების გამახვილება. ამით შეიძლება აიხსნას ის ფაქტი, რომ გამოკითხულთა უმე-ტესობა თანახმაა გადაიხადოს სერტიფიცი-რებულ ან რაიმე ნიშნის მქონე პროდუქტში 6-10%-ით უფრო მაღალი ფასი.

## 5. გამოწვევები

სურსათის უვნებლობის სტანდარტებთან მიმართებაში, დღესდღეობით საქართველოში საკმაოდ ბევრი გამოწვევა არსებობს, რომე-ლიც ქვემოთ არის შეჯამებული.

- **პირველად წარმოებაზე სახელმწიფოს მხრიდან კონტროლის ნაკლებობა და კონ-ტროლის ხარისხთან დაკავშირებული სირ-თულეები.** ეს გამოწვევა განსაკუთრებით აქტუალურია GEO GAP-ის შემთხვევაში, რომელიც გაიცემა პირველად წარმოება-ზე. პირველადი წარმოება კი ამ ეტაპზე ვერ კონტროლდება სახელმწიფოს მიერ. შესაბამისად, ფერმერულ მეურნეობებს არ აქვთ ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ რა მო-თხოვნები უნდა დააკმაყოფილოს მათ მიერ წარმოებულმა პროდუქტმა. ისევე როგორც არ აქვთ ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ როგორი უნდა იყოს გამართული საწარ-მოო პროცესი. იქიდან გამომდინარე, რომ ფერმერული მეურნეობების უმეტესობას არ ჩაუატარებია არც წყლის და არც ნია-დაგის ანალიზები, არ მოეთხოვება ინფორ-მაცია გამოყენებული მცენარეთა დაცვის საშუალებების შესახებ, კერძო სტანდარ-

often exceeds the 50% threshold. Most of the respondents know about the major international standards, but, possibly due to their relatively recent intro-duction, there is a lack of knowledge regarding the national mark “Georgian Milk”, and the national standard “GEO GAP”.

Note that quality marks, in gener- al, are important and consumers take them into account while buying food products. This might explain why the majority of respondents expressed their readiness to pay a 6-10% higher price for products which have some type of certificate or mark.

## 5. CHALLENGES

Food safety standards face many challenges in Georgia today. These challenges are briefly described below:

- **Lack of state control of prima-ry production and the quality of control itself.** This challenge is an especially pressing topic for GEO GAP, as it is granted for primary products and the government can- not properly control this stage of production. Consequentially, farm- ers do not have sufficient informa- tion regarding the requirements they have to comply with, and they do not know exactly what proper and efficient production processes should look like. The majority of farms have never performed water or soil analyses and they are not re- quired to handle the information on the plant protection pesticides used, therefore, the implementation of pri- vate standards in these farms is a very difficult task. As the Georgian

ტების დანერგვა ასეთ მეურნეობებში ძალზე რთულია. რაც შეეხება ქართული რძის ნიშანს, ვინაიდან იგი გაიცემა სურსათის ეროვნული სააგენტოს (სეს) მიერ გაკონტროლებულ და აღიარებულ სანარმოებზე დამატებითი შემოწმების შემდეგ, სეს-ის მიერ ჩატარებული შემოწმების ხარისხი ნიშნის მინიჭების პროცესში მნიშვნელოვან როლს ასრულებს. რიგ შემთხვევაში, სააგენტოს მიერ შემოწმებული სანარმოები, ვერ აკმაყოფილებენ ნიშნის მოთხოვნებს. გარდა ამისა არსებობს აუდიტის ჩატარების პრობლემაც. მაგალითად, რძის თერმული დამუშავებით დაკავებულ სანარმოებს აქვთ ვალდებულება დანერგილი ჰქონდეთ HACCP-ის სტანდარტი, რომელიც უნდა მოწმდებოდეს აუდიტის და არა ინსპექტირების დროს. სეს კი აუდიტს არ ატარებს. სუსტი სახელმწიფო კონტროლის პირობებში, ნიშნის გაცემისას, რთულია მენარმისთვის დამატებითი მოთხოვნების წაყენება და იმის დამტკიცება, რომ მათი დაკმაყოფილება აუცილებელია ნიშნის მისაღებად;

- **ქვეყანაში ხარისხის ინფრასტრუქტურის (Quality Infrastructure) არ არსებობა.** მეტროლოგიის, სტანდარტიზაციის, შესაბამისობის შეფასების სისტემის მოშლამ გამოიწვია ის, რომ დღეისათვის ქვეყანაში არ არსებობს სურსათის უვნებლობის უზრუნველსაყოფად საჭირო ინფრასტრუქტურა;
- **სტანდარტების დანერგვისა და სასაქონლო ნიშნების მიღების დაბალი მოტივაცია მენარმეებში.** ასევე დაბალია ნდობა ხარისხის ამგვარი ნიშნების მიმართ, ვინაიდან ადრე არსებობდა ქართული ხარისხის ნითელი ნიშანი და მწვანე ნიშანი, რომელსაც წლების განმავლობაში გასცემდნენ ყოველგვარი კრიტერიუმების გარეშე, ამიტომ მსგავსი ნიშნების მიმართ როგორც მნარმოებლებს, ასევე მომხმარებელს ნდობა დაეკარგა;
- **მასერტიფიცირებელი ორგანიზაციების ნაკლებობა, რაც აძვირებს სერტიფიცირებას.** ამ ეტაპზე, მხოლოდ კავკასიურტი

Milk mark is only granted after the National Food Agency (NFA) performs additional checks of the mark-seeking enterprise that has already been controlled and recognized by the agency, the quality of the checks is important for the process. Sometimes, the enterprises fail to comply with the requirements of the quality mark. Besides, performing an audit is also problematic. For instance, enterprises involved in thermal processing of milk are required to implement the HACCP standard. This standard must be checked during the audit and not during the inspection, but the NFA does not perform audits. In light of weak state control, it is difficult to set additional requirements for the enterprises and to prove that these requirements are absolutely necessary if someone wants to get the mark;

- **Lack of quality infrastructure in the country.** The erosion of standard, metrology, and conformity assessment systems resulted in the absence of the infrastructure necessary to guarantee food safety;
- **Low motivation among enterprises to introduce standards and obtain quality marks.** Trust in these types of marks is low as Red and Green Marks of Quality used to exist in Georgia, but for years they often were granted without any criteria and lost credibility for producers and consumers as well;
- **Shortage of certification bodies makes the process of certification expensive.** At the moment, only Caucasert performs certification and, thus, their services are expensive. The number of individuals capable of becoming accredited certification experts is also low. The shortage of sim-

ახორციელებს სერტიფიცირებას და შესაბამისად ეს მომსახურება ძვირია. ასევე შეინიშნება იმ ინდივიდუალური პირების/ექსპერტების ნაკლებობა, რომელთაც აქვთ პოტენციალი მიიღონ მასერტიფიცირების აკრედიტაცია. ამგვარი მომსახურების ნაკლებობა შესაძლოა გამოწვეული იყოს დაბალი მოთხოვნით მენარმეების მხრიდან, ისევე როგორც დაბალი ნდობით ქართული საკონსულტაციო კომპანიების მიმართ;

- **სტანდარტებისა და სასაქონლო ნიშნების შესახებ მომხმარებლის ცნობიერების დაბალი დონე.** მართალია მომხმარებელთა ნაწილს აქვს გარკვეული ინფორმაცია საერთაშორისო სტანდარტების შესახებ, თუმცა საკამოდ მაღალია იმ მომხმარებელთა წილი, ვისაც არ აქვს ინფორმაცია არც საერთაშორისო, და არც ქართული სტანდარტებისა და სასაქონლო ნიშნების შესახებ.
- **ლაბორატორიული კვლევების შეზღუდული შესაძლებლობა, რაც გამოიხატება იმაში, რომ ლაბორატორიებში ადგილობრივად შეუძლებელია ბევრი ისეთი კვლევის ჩატარება, რომელიც აუცილებელია ნებისმიერი სტანდარტის დანერგვისას.** ქართული რძის ნიშანთან მიმართებაში აქტუალურია ის, რომ რძის ფხვნილის აღმოჩენა რძის პროდუქტებში ვერ ხერხდება. გარდა ამისა დაბალია საქართველოს ლაბორატორიებში მიღებული შედეგების ნდობა მწარმოებლებში.
- **კერძო სტანდარტების ფინანსური მდგრადობის საკითხი.** ამ ეტაპზე კერძო სტანდარტებისა და სასაქონლო ნიშნების განვითარებაში აქტიურად მონაწილეობენ უცხოური დონორი ორგანიზაციები და ამ ეტაპზე გაურკვეველია შეძლებენ თუ არა ქართული რძის ნიშანი და GEO GAP დამოუკიდებლად არსებობას მომავალში, როდესაც დონორი ორგანიზაციები შეწყვეტენ მათ დაფინანსებას.

არსებული გამოწვევებიდან გამომდინარე დღეისათვის სურსათის უვნებლობა ფერმიდან სუფრამდე არ არის სათანადოდ უზრუნ-

ilar services might be a result of insufficient demand from enterprises, or the lack of trust towards Georgian consultancy firms;

- **Low consumer awareness of standards and marks.** Despite some consumers being knowledgeable of international standards, a large share of the population does not have any information regarding either international or Georgian standards or trademarks;
- **Limited capacity of laboratory analyses.** It is impossible in Georgia to perform numerous tests necessary for the implantation of either of the standards. In the case of the Georgian Milk mark, this means the absence of the ability to detect milk powder in dairy products. Trust in test results provided by Georgian laboratories is also low;
- **The financial sustainability of private standards.** At present, foreign donors actively support private standards and trademarks and it is impossible to predict whether the Georgian Milk mark or the GEO GAP standard will be sustainable when foreign donors cease financing them.

The existing challenges show that food safety from farm to table is not well-guarded in Georgia at the moment. The main cause of this problem is the absence of control of primary production, but sometimes the sporadic nature and the quality of control of enterprises is a problem too. As food safety is a priority and quality is an additional economic feature of safe food, it is important first to guarantee food safety, which will ease the implementation of standards and trademarks.

ველყოფილი. ეს განპირობებულია იმით, რომ არ ხდება პირველადი წარმოების კონტროლი. ასევე ზოგ შემთხვევაში ბიზნესოპერატორების შემონმების ხარისხი და სისტემატიურობა ასევე წარმოადგენს პრობლემას. ვინაიდან სურსათის უვნებლობა არის პრიორიტეტი, ხოლო ხარისხი არის უვნებელი სურსათის დამატებითი ეკონომიკური მაჩვენებელი, მნიშვნელოვანია ვერ უვნებლობის უზრუნველყოფა, რაც მომავალში ხელს შეუწყობს სტანდარტებისა და სასაქონლო ნიშნების დანერგვას.

## 6. რეკომენდაციები

ზემოთაღნიშნული გამოწვევების დაძლევისთვის მნიშვნელოვანია საჯარო და კერძო სექტორის, ასევე სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების ერთობლივი ძალისხმევით შემდეგი რეკომენდაციების გათვალისწინება.

- ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს დაქვემდებარებაში არსებული სტანდარტებისა და მეტროლოგიის ეროვნული სააგენტოსა და აკრედიტაციის ცენტრის საქმიანობის აქტუალიზაცია და თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლება. ამ შემთხვევაში ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს აქვს წამყვანი პოზიცია, ხოლო სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების როლი გამოიხატება იმაში, რომ მოითხოვოს ხარისხის ინფრასტრუქტურის არსებობა;
- საინფორმაციო კამპანიების ჩატარება მომხმარებელთა ცნობიერების ამაღლების მიზნით. ამ შემთხვევაში მნიშვნელოვანია ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს, სეს-სა და კერძო სექტორის ჩართულობა, რათა მოხდეს მომხმარებლის ცნობიერების დონის ამაღლება უვნებელი პროდუქტის მნიშვნელობის შესახებ;

## 6. RECOMMENDATIONS

To cope with the challenges listed above, it is important that both the public and private sector as well as civil society organizations (CSOs) join efforts and act upon the recommendations given below:

- *Promote the activities of the Accreditation Center and the Georgian National Agency for Standards and Metrology (both are subordinate bodies of the Ministry of Economy and Sustainable Development of Georgia (MoESD)), and provide professional development programs for their employees.* Here MoESD should play a major role, while CSOs should demand quality infrastructure;
- *Carry out consumer awareness-raising campaigns.* The involvement of the MoESD, the NFA, and the private sector in this process is important to raise consumer awareness regarding the importance of safe products;
- *Enhance the scope of laboratory analyses.* The involvement of the NFA, the MEPA, and the MoESD in the process is important, while CSOs' role is to demand that the government make the control of producers more strict;
- *Develop certification bodies and support food safety specialists.* The role of the government is to make the attitude towards HACCP stricter. It is also important that the private sector be more willing to implement standards and take the respective responsibilities, while consumers and CSOs should become more assertive and demanding of producers

- **ლაბორატორიული კვლევების არეალის გაფართოება.** ამ შემთხვევაში ასევე აქტიურია გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს და სეს-ის ჩართულობა. სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციების როლი კი გამოიხატება იმაში, რომ მოითხოვოს სახელმწიფოსგან მწარმოებლებზე კონტროლის გამკაცრება;
  - **სურსათის უვნებლობის სპეციალისტებისა და მასერტიფიცირებელი ორგანიზაციების განვითარება.** ამ შემთხვევაში სახელმწიფოს როლი გამოიხატება იმაში, რომ უნდა გამკაცრდეს HACCP-თან დაკავშირებული მიდგომები. გარდა ამისა მნიშვნელოვანია კერძო სექტორის მხრიდან სტანდარტების დანერგვის მიმართ უფრო მეტი მზაობისა და პასუხისმგებლობის გამოჩენა. რაც შეეხება მომხმარებლებსა და სამოქალაქო საზოგადოების ორგანიზაციებს, მათი როლი გამოიხატება იმაში, რომ მწარმოებლებისა და სახელმწიფოს მიმართ უფრო მკაცრი და მომთხოვნები იყვნენ.
  - **კერძო სტანდარტისა და ხარისხის ნიშნების ფინანსური მდგრადობის გაუმჯობესება.** ამ შემთხვევაში სახელმწიფოს როლი შესაძლოა გამოიხატოს იმაში, რომ მან შეუწყოს ხელი ასოციაციების ჩამოყალიბებას, ხოლო თავად ასოციაციებმა იმუშაონ კეთილსინდისიერად. ასოციაციების მიერ სასაქონლო ნიშნების მართვა ხელს შეუწყობს ამ ნიშნების მიმართ საზოგადოების ნდომის ამაღლებას.
- ამრიგად სტანდარტებისა და სასაქონლო ნიშნების დანერგვისას მნიშვნელოვანია ბაზრის ყველა მონაწილეს ჩართულობა.

and the state;

- **Improve the financial sustainability of private standards and quality marks.** The Government might play their role by supporting the creation of associations, who should follow fair practices. Management of trademarks by associations will help increase trust in these marks.
- As a result, it is vital that all the players on the market are involved in the process of implementation standards and trademarks.







ევროკავშირი  
საქართველოსთვის

EU4Business

ეს პუბლიკაცია შექმნილია ევროკავშირის მხარდაჭერით. მის შინაარსზე სრულად პასუხისმგებელია საქართველოს ფერმერთა ასოციაცია (GFA), ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი (ISET-PI), ასოციაცია „ათინათი“, სამოქალაქო განვითარების სააგენტო (CiDA), ექსპორტის განვითარების ასოციაცია (EDA) და არ ნიშნავს რომ იგი ასახავს ევროკავშირის შეხედულებებს.

This publication been produced with the assistance of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Georgian Farmers' Association, ISET Policy Institute association "Atinati", Civil Development Agency, Export Development Association and do not necessarily reflect the views of the European Union.