პოზიციის დოკუმენტი

პოზიციის დოკუმენტები

ოქტომბერი

2024 წელი

დოკუმენტის შესახებ

2023 წლის ოქტომბრიდან **გერმანიის ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ფედერალური სამინისტროს** (BMZ) დაფინანსებით, ასოციაცია **ნატურლანდმა** (Naturland) დაიწყო პროექტის „KVP საქართველო“ განხორციელება, რომლის მიზანს წარმოადგენს ხელი შეუწყოს ქვეყანაში ორგანული სოფლის მეურნეობის განვითარების და სამართლიანი ვაჭრობის პრინციპების დანერგვას, რაც მომავალში, სოფლებში სტაბილურ დასაქმებას და გარემოსა და ბუნებრივი რესურსების დაცვას უნდა მოემსახუროს.

პროექტის მესვეურებისა და ქართველი პარტნიორების ერთობლივი გადაწყვეტილებით, პროექტი რამდენიმე ფაზად დაიყო, რომლის ერთ-ერთ ნაწილს წინამდებარე სამი პოზიციის დოკუმენტი წარმოადგენს

პროექტის პირველი ფაზაში შეიქმნა საგანმანათლებლო კურსი, რომელიც შემდეგ მიმართულებებად დაიყო: ორგანული სოფლის მეურნეობა და სამართლიანი ვაჭრობის პრინციპები; ქართული ჩაი; ქართული ღვინო; ორგანული სოფლის მეურნეობა და მცირე საოჯახო მეურნეობები. პროექტის მეორე ეტაპი ითვალისწინებდა საქართველოს პარლამენტისა და საქართველოს მთავრობისთვის პოზიციის დოკუმენტების შექმნას, რომელიც ადგილობრივი ორგანიზაციის ექსპერტების ჩართულობით უნდა შექმნილიყო. წარდგენის ვადად განისაზღვრა ოქტომბრის საპარლამენტო არჩევნების შემდგომი პერიოდი.

პარტნიორი ორგანიზაციების შესახებ

პოზიციის დოკუმენტის შექმნისთვის, კომპეტენციებისა და გამოცდილების გათვალისწინებით, შეირჩა შემდეგი პარტნიორი ორგანიზაციები:

საერთაშორისო ალიანსი მდგრადი კავკასია (SCIA) - დაარსდა 2023 წელს და წარმოადგენს სოფლის განვითარებისა და მდგრადობის კომპეტენციის ცენტრს, რომელიც ემსახურება საქართველოს მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებას და სამხრეთ კავკასიის ბუნებრივი რესურსების, ბიომრავალფეროვნების დაცვას, ფოკუსით შემდეგ სამ კომპონენტზე: 1. ორგანული სოფლის მეურნეობა, წარმოება და გადამუშავება; 2. ენერგოეფექტური მშენებლობა, წყლის რესურსით ეფექტური სარგებლობა;3. მწვანე ეკონომიკა, ორგანიზაციული განვითარება, განათლება, საერთაშორისო ურთიერთობები, სოფლის განვითარება.

ბიოლოგიურ მეურნეობათა ასოციაცია ელკანა - ასოციაცია „ელკანა“ ქართული არასამთავრობო ორგანიზაციაა, რომელიც 1994 წლიდან მუშაობს საქართველოში ბიო-წარმოებისა და აგრო-ეკოლოგიის განვითარების, აგრარული ბიომრავალფეროვნების კონსერვაციის, სასოფლო-სამეურნეო მცენარეთა და ცხოველთა ენდემური და ადგილობრივი გენოფონდის დაცვის საკითხებზე. დღეისათვის ასოციაცია 458 წევრს

აერთიანებს, რომელთა შორის არიან როგორც ინდივიდუალური აგროეკოლოგიური მწარმოებლები, ასევე, იურიდიული პირები - სასოფლო-სამეურნეო კოოპერატივები, ფერმერთა ასოციაციები, მცირე საწარმოები და სხვ. ამ გზით ასოციაცია „ელკანა“ პირდაპირ ან არაპირდაპირ 2,500-მდე მეურნეს ემსახურება საქართველოს მასშტაბით.

ფერმერ ქალთა ასოციაცია (WFA) – ორგანიზაცია 2013 წელს დაარსდა კახეთში, რომლის მთავარ მისიას წარმოადგენს გენდერულად თანასწორუფლებიანი სოფლის მეურნეობის განვითარების ხელშეწყობა. ასოციაციის საქმიანობის ძირითადი მიმართულებებია: ფერმერი ქალების ინფორმირება, ცნობიერებისა და ცოდნის ამაღლება, მათი უფლებების დაცვა და ადვოკატირება. ასოციაციის სამიზნე ჯგუფებია: სოფლად მცხოვრები და სოფლის მეურნეობაში ჩართული ქალები და ახალგაზრდები. ორგანიზაციის სლოგანია: *„ძლიერი ფერმერი, ძლიერი სოფელი, ჯანმრთელი მომავალი თაობა“*

ასოციაცია ოპერირებს მთელი ქვეყნის მასშტაბით და აერთიანებს 300-ზე მეტ ფერმერ ქალს.

საქართველოს ფერმერთა ასოციაცია (GFA) აერთიანებს 5000-ზე მეტ ფერმერს, ფერმერთა ჯგუფებს, სოფლის მეურნეობის სხვადასხვა დარგის ასოციაციებს. ორგანიზაციის მიზანი და ხედვაა ფერმერთა შესაძლებლობების განვითარების ხელშეწყობით გაზარდოს სოფლის მეურნეობის პროდუქტიულობა ქვეყანაში, ასოციაციის ძირითადი საქმიანობა ეფუძნება ფერმერთა ადვოკატირებას, შესაძლებლობების განვითარებას და კავშირების დამყარებას ფერმერების და მათ საქმიანობასთან დაკავშირებული სექტორების გასაძლიერებლად.

სამადლობელი

დოკუმენტის მომზადებაში ხელშეწყობისთვის, ნაყოფიერი თანამშრომლობისთვის, თანადგომისთვის, ხელსაყრელი პირობების შექმნისთვის, პარტნიორი ორგანიზაციები მადლობას ვუხდით ორგანული სოფლის მეურნეობის საერთაშორისო ასოციაცია ნატურლანდს, რომლის მისიას წარმოადგენს მსოფლიოში ეკოლოგიური, მდგრადი და სამართლიანი სასოფლო სამეურნეო პრინციპების გავრცელებასა და დანერგვაზე ზრუნვა. ორგანიზაცის გამორჩეული ადგილი უჭირავს მსოფლიო ბიოსერტიფიცირების ბაზარზე, დღეისთვის, მისი ნიშანდებით 62 ქვეყნის 100 000-ზე მეტი ოპერატორი სარგებლობს.

ამასთან, მადლობას ვუხდით პოზიციის დოკუმენტების მომზადებაში ჩართულ ექსპერტებს: ირინე ფხოველიშვილს, ია ებრალიძეს, ელისაბედ ხმიადაშვილს, თამარ ფხაკაძეს, თეკლა ზაკალაშვილს და კოორდინატორებს: თამაზ დუნდუას და თამარ ფხაკაძეს, რომლებიც აქტიურად მონაწილეობდნენ სამივე ჯგუფის მუშაობის ორგანიზებაში.

პოზიციის დოკუმენტი

3. ღვინის სექტორის განვითარება საქართველოში

პოზიციის დოკუმენტი შემუშავებულია ნატურლანდის
მიერ შერჩეული ექპერტის - თეკლა ზაკალაშვილის მიერ

შესავალი:

საქართველოსთვის ვაზსა და ღვინოს უდიდესი კულტურული, ისტორიული და ეკონომიკური მნიშვნელობა გააჩნია. იგი არის როგორც ღვინის სამშობლო, სადაც მევენახეობისა და მეღვინეობის უწყვეტი ტრადიცია 8000 წელს ითვლის. ბოლო კვლევამ, რომელიც ჟურნალ SCIENCE-ში გამოიცა და რომლის ფარგლებშიც მსოფლიოს 3500-ზე მეტი ვაზის ნიმუშის დნმ-ი იქნა შესწავლილი, კიდევ ერთხელ დაამტკიცა, რომ ვაზის დომესტიკაციის კერა, კავკასიის რეგიონი და საქართველოს ტერიოტრიაა. აღსანიშნავია ასევე ბიომოლეკულური და ინტერდისციპლინარული კვლევებიც, რომელიც როგორც ადგილობრივი, ასევე უცხოელი ექსპერტების მონაწილეობით ჩატარდა. კვლევამ დაადასტურა არქეოლოგიური გათხრების შედეგად ნაპოვნ თიხის ჭურჭელში სხვადასხვა ორგანული მჟავების არსებობა და საბოლოოდ საქართველოს „ღვინის სამშობლოს“ სტატუსი მიენიჭა.

საქართველოს მევენახეობა გამოირჩევა ადგილობრივი, უნიკალური ვაზის ჯიშების სიმრავლით, ღვინის დაყენების ტრადიციული ტექნოლოგიით, სავენახე ნიადაგების მრავალფეროვნებით და შესაბამისად ტერუართა სიმრავლით. მიუხედავად მრავალათასწლოვანი ისტორიისა, ღვინის ექსპორტი მსოფლიო ბაზარზე, გარკვეული გამოწვევების წინაშე დგას.

წინამდებარე პოზიციის დოკუმენტი, ხაზს სწორედ ამ გამოწვევებს, შესაძლებლობებსა და სტრატეგიულ რეკომენდაციებს უსვამს, რათა ქართულმა ღვინომ საერთაშორისო დონეზე მეტი წარმატება მოიპოვოს.

ღვინის ექსპორტის დღევანდელი მდგომარეობა:

საკითხის ლოკალურ ჭრილში განხილვამდე, უნდა აღინიშნოს, რომ 2023 წლის მონაცემების მიხედვით, რომელიც OIV-ის (ვაზისა და ღვინის საერთაშორისო ორგანიზაცია) მიერაა წარმოდგენილი, მსოფლიოში 7.3 მლნ ჰექტარი ეთმობა ვენახს, საიდანაც ესპანეთი ტერიტორიის ფართობით ლიდერობს. რაც შეეხება ღვინის წარმოებას, ის 2023 წელს, 2022 წელთან შედარებით 7%-ით შემცირდა და 244 მლნ ჰექტოლიტრი შეადგინა. აღნიშნულის მიზეზი კლიმატის ცვლილების შედეგად გახშირებული ტემპერატურული ექსტრემუმები ან მოვლენებია, ასევე რთული ფიტოსანიტარული ფონი, რაც სოკოვანი დაავადებების მიერ მიყენებული ზიანითაა

გამოხატული. აღნიშნული ფაქტორები ერთობლივად გავლენას ახდენს არამხოლოდ ღვინის წარმოებაზე, არამედ შიდა მოხმარებასა და ექსპორტის დონეზეც.

ქართული ღვინის ექსპორტი ბოლო წლებში ცვალებადია, მაგრამ გარკვეულწილად სტაბილური. არსებულ კვლევებზე დაყრდნობით, 2023 წელს საქართველომ 89.5 მლნ ლიტრი ღვინო გაიტანა ექსპორტზე. მიუხედავად იმისა, რომ ექსპორტი 2022 წელთან შედარებით 12%-ით იყო შემცირებული, შემოსავალმა 3%-ით მაღალი მაჩვენებელი დააფიქსირა, რამაც ჯამში 259 მლნ ამერიკული დოლარი შეადგინა. 2022 წელს ლიტრი ღვინის ფასი ექსპორტზე 2.48$-ს უდრიდა, მაშინ როცა 2023 წელს ერთი ლიტრის ფასი 2.89$-ით განისაზღვრა. 2021 წელი ქართული ღვინისთვის რეკორდული იყო ექსპორტის კუთხით, ამ წელს 107 მლნ ბოთლი გავიდა ექსპორტზე, ხოლო შემოსავალმა 250 მლნ დოლარი შეადგინა. რაც შეეხება 2024 წლის მონაცემებს, წყაროებზე დაყრდნობით, (Georgia today, CBW) საქართველომ 61 ქვეყანაში 54.4 მლნ ლიტრი ღვინო გაიტანა (156.7 მლნ ამერიკული დოლარი). რიცხვები მხოლოდ წლის პირველ ნახევარს მოიცავს, რაც 2023 წელთან შედარებით 26 %-ით არის გაზრდილი. რაც შეეხება შემოსავალს, აქ იგივე პერიოდთან შედარებით 24%-იანი ზრდა ფიქსირდება. რაც შეეხება ბაზრებს, ბოლო ტრენდის მიხედვით ბოლო ათი წლის განმავლობაში, აღსანიშნავია გერმანიაში გაზრდილი ექსპორტი 34%-მდე, ხოლო ამერიკაში 53%-მდე. აღნიშნულ ბაზრებს, მათ შორის პოლონეთს, უკრაინას, იაპონიას, კორეასა თუ ჩინეთს, ასევე ევროპის ბევრ ქვეყანას მზარდი ინტერესი აქვს ქართული ღვინის მიმართ. ძირითად ბაზრებს შორის, აღსანიშნავია რუსეთის ბაზარიც, რომელიც გარკვეულწილად თავისი მერყეობის გამო, არასტაბილურ ბაზარს წარმოადგენს ქართული ღვინისთვის.

გამოწვევები:

1. ბაზრის დივერსიფიკაცია- როდესაც ღვინის ექსპორტი ერთ ან რამდენიმე ბაზარზეა მიბმული, ეს ყოველთვის ქმნის საფრთხეს, რადგან ძირითადი საექსპორტო ქვეყნების გეოპოლიტიკური სიტუაცია, არამყარია. გაზრდილი ეკონომიკური რისკის შესამცირებლად, აუცილებელია ახალი ბაზრების მოძიება, რომელთა მრავალფეროვნება და დივერსიფიკაციაც ამ ეკონომიკურ რისკს შეამცირებს. აღნიშნული დაეხმარება ქართულ პროდუქტს გრძელვადიან მდგრადობაში.
2. ბაზრების განსხვავებული მოთხოვნა და სხვადსხვა რეგულაციები- ქვეყნების უმეტესობას განსხვავებული მოთხოვნა აქვს ღვინის იმპორტთან მიმართებაში, რაც მოიცავს, როგორც ღვინის ენოქიუმიურ, ასევე ხარისხობრივ მახასიათებლებს, გარდა ამისა ეტიკეტირების წესს, ეტიკეტზე განთავსებულ ინფორმაციასა თუ ორგანული ღვინის შემთხვევაში სერთიფიცირების სხვადასხვა წესებს. ხშირად ეს რთული ბარიერია ღვინის მწარმოებლისთვის, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც პროდუქტის ჩამოსხმამდე ჯერ არ იცის მისი საექსპორტო ქვეყანა. აღსანიშნავია ასევე ქვეყნის შიგნით მოქმედი

რეგულაციები, მაგალითად აშშ-ს სამდონიანი სისტემა[5] რომლის გაცნობა და გადალახვა ბევრ მწარმოებელს უჭირს, განსაკუთრებით მცირე მარნების შემთხვევაში.

3. ცნობადობა: საქართველო, როგორც ღვინის სამშობლო ცნობილია ღვინით დაინტერესებულ ადამიანებში, მაგრამ მომხმარებელი, რომელიც არაა ღვინის ენთუზიასტი, რთულად ცნობს, როგორც ქართულ ჯიშებს, ასევე ღვინის ქართველ მწარმოებლებს. აღნიშნული მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს სექტორისთვის.
4. ფასი: ქართული ღვინის უმეტესობას, განსაკუთრებით სპეციალიზირებულ მაღაზიებში, ასევე მაშინ თუ ის ტრადიციული მეთოდითაა დამზადებული, თავისი ხარჯობრივი სპეციფიკიდან გამომდინარე, საკმაოდ მაღალი ფასი უკავია ღვინის საექსპორტო ბაზარზე. მნიშვნელოვანია ფასის სწორად განსაზღვრა, ვინაიდან ბაზრების უმეტესობა მაღალკონკურენტუნარიანია.
5. კლიმატის ცვლილება-აღსანიშნავია, რომ კლიმატის ცვლილების გამო მევენახეობის რეგიონები იცვლება; ზოგიერთ შემთხვევაში ტრადიციული ტერუარები მეტად განიცდიან კლიმატის ცვლილების უარყოფით გავლენას, ამიტომ ახალი ტერიტორიების, ჯიშებისა თუ საძირეების მოძიება, მევენახეობისთვის და ქართული მევენახეობისთვის მიმდინარე გამოწვევაა.

სტრატეგიული რეკომენდაციები ქართული ღვინის შესახებ:

1. მარკეტინგი და სწორი პოზიციონირება; ნიშურ ბაზარზე დამკვიდრება და სამართლიანი ვაჭრობის პრინციპების დამკვიდრება;
2. ბაზრის ზრდა: ტრადიციულ ბაზრებთან ერთად, მნიშვნელოვანია ახალი მიმართულების აღმოჩენაც. მაგალითად, საოჯახო მარნების მხარდაჭერა,-საერთაშორისო გამოფენებზე, ქართული ღვინის წარდგენაში, როგორც კონვენციური, ასევე ორგანული/ბიოდინამიურ ღვინის მიმართულებით. ამის მაგალითია პროვაინი, ბიოფახი, ჰონკ-კონგის საერთაშორისო ფესტივალი და სხვ.,რომელიც გარკვეულწირად ეხმარება არამხოლოდ ღვინის გაყიდვას, არამედ ღვინით დაინტერესებულ მრავალ რგოლთან, მაგალითად მარნის ინვენტარის, საცობისა თუ ბოთლის მწარმოებელ, ჰორეკას ჯგუფთან თუ სომელიეებთან ურთიერთობის დამყარებას და მათში ცნობადობის ზრდას.
3. ცნობიერების ამაღლება- მაგალითად, ბორდოს ღვინის მუზეუმში ცალკე სივრცე ეთმობა ქართულ ღვინოს. ამავე ქალაქის ვაზისა და ღვინის ინსტიტუტის შესასვლელში კი ქვევრია განთავსებული. საქართველოშიც მსგავსი მუზეუმის არსებობა და მისი ჩართვა ღვინის გზაში, ტურისტებს, მეტ წარმოდგენას შეუქმნის ქართულ ღვინოზე და ამ კუთხით ცნობიერებაც მეტად ამაღლდება.
4. ფასის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესება: ვინაიდან ქართული ღვინის დაყენება-ფერმენტაცია, ჩამოსხმა და საბოლოო ფორმამდე მიყვანა ზოგიერთ შემთხვევაში ძალიან დიდ ხარჯს მოითხოვს, მნიშვნელოვანია მწარმოებლების მიერ გადაიხედოს ხარჯის შემცირების სტრატეგიები. აღნიშნულის გამოცდილება არსებობს და მოიცავს

[5] ალკოჰოლის დისტრიბუციის სამდონიანი სისტემა, რომელიც მოიცავს მწარმოებელს (იმპორტიორს), დისტრიბუტორს, გამყიდველს და მათ რეგულირებას.

კოლაბორაციულ მიდგომას. მაგალითად, პატარა მარნებისთვის საწარმოო ხაზის გაზიარება, ვენახის მოვლის დროს სხვადასხვა აგრეგატების ერთობლივად გამოყენება და სხვ. გარკვეულწილად შეამცირებს როგორც ყურძნის მოყვანის, ასევე ღვინის დაყენების ხარჯებს. აქვე აღსანიშნავია, რომ საბოლოო პროდუქტი თუ იქნება მრავალფეროვანი, შესაძლებელი იქნება სხვადასხვა ტიპის ღვინოების სხვადასხვა ფასის სეგმენტზე მორგება. რაც ფასის კონკურენტუნარიანობას გააუმჯობესებს.

5. ორგანული, ბიოდინამიკური და ნატურალური ღვინო- ყოველწლიურად იზრდება მომხმარებლის რაოდენობა, რომელიც პროდუქტის შეძენის დროს გადაწყვეტილებას იღებს ეკომეგობრულობის გათვალისწინებით. ასეთი მომხმარებლისთვის მნიშვნელოვანია პროდუქტი იყოს მდგრადი სოფლის მეურნეობის წესებით მღებული, ორგანული, ნატურალური ან ბიოდინამიური. ამ მიმართულებით ფერმერის წახალისება, რომ შეძლოს აღნიშნულის ქვეშ სერთიფიცირება, ძალიან დაეხმარება ორგანული თუ ბიოდინამიკური ღვინის ბაზრის ზრდას. ვინაიდან სერთიფიცირება და კონვერსია დიდ რესურსს მოითხოვს, ამ კუთხით მცირე და საშუალო ზომის ფერმერთა მხარდაჭერა სახელმწიფო პროგრამით (სერთიფიცირების თანხის, საწამლი თუ ენოქიმიური პრეპარატების და სხვ. კუთხით) დაეხმარება მათ მიიღონ სერთიფიკატი, რაც თავის მხრივ მეტად მრავალფეროვანს გახდის ქართულ ღვინოს სხვადასხვა მიმართულებით.
6. ხარისხი: ფოკუსირება ხარისხზე დაეხმარება ქართულ ღვინოს, როგორც ორგანოლეპტიკური კუთხით ღვინის მაღალი ხარისხის შენარჩუნებაში, ასევე იმაში, რომ მოერგოს საერთაშორისო ბაზრის სტანდარტებს. ეს მოითხოვს მეღვინეობისა და მევენახეობის ცოდნის უწყვეტ ამაღლებას, რაშიც უდიდესი როლი აქვს თანამედროვე და საერთაშორისო განათლების მიღებას. სასწავლო პროგრამების არსებობა, რომელიც მოიცავს უცხოეთში ვიზიტს, სწავლას, მარნების ტურს, პრაქტიკას თუ სხვ., მეტად დაეხმარება ღვინის პროფესიონალს ცოდნის ამაღლებაში. აღსანიშნავია, რომ ამ კუთხით არსებობს საქართველოში არსებული გამოცდილება, რომლის გაფართოებაც დადებითი შედეგის მომტანი იქნება სფეროსთვის.
7. ღვინის ტურიზმის მხარდაჭერა: ვინაიდან ღვინის მოხმარება გარკვეულწილად უკავშირდება ღვინის გზასა და ტურიზმს, ამ ორს შორის კავშირის გაძლიერება მნიშვნელოვანი კომპონენტია. ღვინის ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარება, როგორიცაა ღვინის მუზეუმის არსებობა, რეგიონალურად საგამოფენო სივრცეების მოწყობა, რომელიც გადმოსცემს ქართული ღვინის ისტორიას და მეღვინეობის კუთხეების მრავალფეროვნებას (განსხვავებული საფერმენტაციო რეზერვუარები, ხელსაწყოები, ფერმენტაციის მრავალფეროვანი ტექნიკა, რომელიც რეგიონების მიხედვით განსხვავდება), დაეხმარება ტურისტს მიიღოს დიდი ინფორმმაცია, რომელიც წაახალისებს მის მიერ ღვინის ყიდვას და მის საკუთარ სამშობლოში წაღებას.
8. პარტნიორობა: მნიშვნელოვანია სხვადასხვა საერთაშორისო გამოფენებზე მონაწილეობა. ასევე, ღვინის ჟურნალებში, ციფრულ მედიაში, ღვინის მაგისტრების, სომელიეების, ღვინის მწერლების მიერ ინფორმაციის გაზიარება შეუწყობს ხელს ქართული ღვინის პოპულარიზაციას.ღვინის დისტრიბუტორებთან და გამყიდველებთან

კოლაბორაცია საერთაშორისო დონეზე გაზრდის ცნობადობას, რაც თავის მხრივ ახალი ბაზრის ათვისებას შეუწყობს ხელს.

9. კლიმატის ცვლილება და ინოვაცია-საქართველოს, მისი კლიმატური, ნიადაგობრივი თუ ჯიშობრივი მრავალფეროვნებიდან გამომდინარე, შანსი აქვს რომ გადალახოს კლიმატის ცვლილების შედეგად გამოწვეული პრობლემები, შეარბილოს კლიმატის ცვლილების ნეგატიური გავლენა და მომხმარებელს შესთავაზოს მრავალფეროვანი პროდუქცია. ეს მოიცავს გამართულ აგროტექნიკურ ღონისძიებებს, ვენახის გამართულ მენეჯმენტს, ნიადაგის ნაყოფიერების შენარჩუნებასა, ამაღლებას და ინოვაციურ მიდგომებს.

დასკვნა:

საქართველოს, როგორც ვაზისა და ღვინის სამშობლოს, აქვს დიდი შანსი და პერსპექტივა, რომ ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ქვეყანა გახდეს მსოფლიო ღვინის ბაზარზე. არსებული პრობლემების გამოვლენა, გამოწვევების სწორად შეფასება და გაანალიზება, მათზე მორგებული შესაძლებლობების მოძიება და სტრატეგიულად სწორი ინტერვენცია, დაეხმარება ქვეყანას გაზარდოს ქართული ღვინის ცნობადობა და ექსპორტი მსოფლიო ბაზარზე.

პოზიციის დოკუმენტი