



ბალტი & თაბართი  
ვყვებით შენს ამბავს

# FMCG სექტორი საქართველოში

თებერვალი 2025



ბალდ & თავარტი  
ვყვებით შესაძლებლობებს

# შინაარსი

- 2024 წლის შეჯამება
- ბაზრის ზომა და ზრდის ტენდენციები
- ბრენდული ქსელების შედეგები
- 2025-28 წლის მოლოდინები
- ბრენდული ქსელის გაფართოების პერსპექტივები
- დანართები

## FMCG ბაზარის ტენდენციები საქართველოში - სექტორი სტაბილურად მზარდია

- ● ● **2024 წელს FMCG ბაზარი წლიურად 6.8%-ით გაიზარდა და 22.7 მლრდ ლარს მიაღწია.** როგორც მოსალოდნელი იყო, ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატებზე მაღალი ტემპით გაიზარდა წლიურად 14.9%-ით 9.2 მლრდ ლარამდე, ხოლო სხვა ფორმატები 1.9%-ით 13.5 მლრდ ლარამდე. შედეგად, ბრენდული ქსელების წილი 2023 წელს დაფიქსირებული 37.6%-დან 40.4%-მდე გაიზარდა 2024 წელს.
- ● ● **ბრენდული ქსელების შემოსავლის ზრდა ძირითადად გეოგრაფიული ექსპანსიით იყო გამოწვეული.** 2024 წელს, ბრენდული მალაზიების ქსელს 500-მდე ახალი მალაზია დაემატა, აქედან დაახლოებით 350 რეგიონში, დანარჩენი თბილისში. შედეგად მალაზიების რაოდენობა თბილისსა და რეგიონებში გათანაბრდა. რეგიონებში ბრენდული ქსელების შემოსავლები წლიურად 23.6%-ით გაიზარდა, ხოლო თბილისში 9.3%-ით, რის გამოც თბილისის წილი ჯამურ შემოსავლებში 57.8%-მდე შემცირდა 2024 წელს (58.9% იყო 2023 წელს). ჩვენი მოლოდინით, რეგიონში გაფართოების მაღალი ტემპი მომავალშიც გაგრძელდება. 2024 წლის შეფასებით, გაფართოებისთვის ყველაზე მიმზიდველი საქართველოს რეგიონებია აჭარა და ქვემო ქართლი, ხოლო თბილისის უბნებიდან საბურთალო, გლდანი და სამგორი.
- ● ● **FMCG ბაზრის ახალი ლიდერია დეილი ჯგუფი ბრენდული ქსელების შემოსავლის 27.5%-იანი, ხოლო მთლიანი ბაზრის 11.0%-იანი წილით.** 2024 წელს, ერთი ჰოლდინგის ქვეშ გაერთიანდნენ შპს ფუდმარტი (ბრენდებით სპარი, იოლი და კალათა), შპს დეილი, შპს გვირილა რითეილი (გვირილა) და შპს რითეილ ჯგუფი (მაგნიტი). შედეგად, დეილი ჰოლდინგი ფლობს 1,600-ზე მეტ მალაზიას მთელი საქართველოს მასშტაბით. 2024 წლის გაყიდვებში, დეილი ჯგუფი ქსელური ბაზრის 27.5%-ს იკავებს. მეორე ადგილზეა ორი ნაბიჯი, 17.0%-იანი წილით, ხოლო მესამეზე ნიკორა 16.4%-იანი წილით. ჯამში ტოპ-5 კომპანია ორგანიზებული ბაზრის 74.9%-ს იკავებს, ხოლო დანარჩენი 25.1% მოდის შედარებით მცირე ზომის 40-მდე კომპანიის მალაზიებზე. თბილისსა და რეგიონებში წილობრივი გადანაწილება განსხვავებულია.
- ● ● **FMCG ბაზარი წლიურად საშუალოდ 8.0%-ით გაიზარდება 2025-28 წლებში, ჩვენი პროგნოზით.** FMCG ბაზრის ზრდის წარმმართველი ფაქტორი იქნება მოსახლეობის მსყიდველობითუნარიანობის ზრდა. ამასთან, ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატებზე მაღალი ტემპით ზრდას განაგრძობს გეოგრაფიული ექსპანსიის, გაყიდვების ფორმატების და ასორტიმენტის დივერსიფიკაციის და სხვა სტრატეგიული განვითარების ხარჯზე. ამასთან, ბრენდული ქსელების შემოსავლების მოსალოდნელი წლიური 15.0%-იანი ზრდა 2025-28 წლებში (+23.3%-იანი ზრდა 2021-24 წლებში), საბაზრო წილის მიმდინარე 40.4%-დან 52.0%-მდე ზრდას გამოიწვევს 2028 წელს, ჩვენი შეფასებით.

## 2024 წლის შეჯამება

FMCG სექტორის შემოსავლებმა 22.7 მლრდ ლარი შეადგინა 2024 წელს

### გაყიდვის არხები

ბრენდული ქსელები

40%

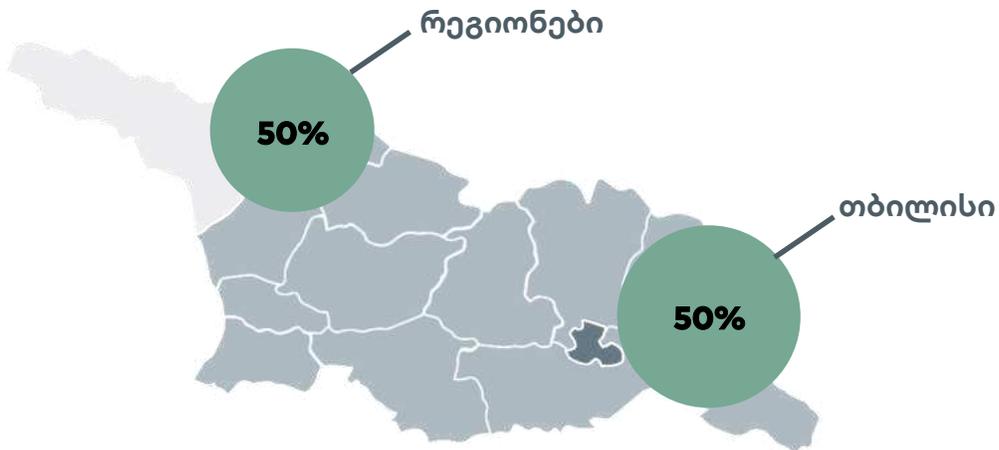
არაბრენდული მალაზიები

25%

სხვა ფორმატები

32%

### გაყიდვების გეოგრაფია



### პროდუქცია

საკვები

67%

სასმელი

14%

თამბაქო

7%

საყოფაცხოვრებო ნივთები

6%

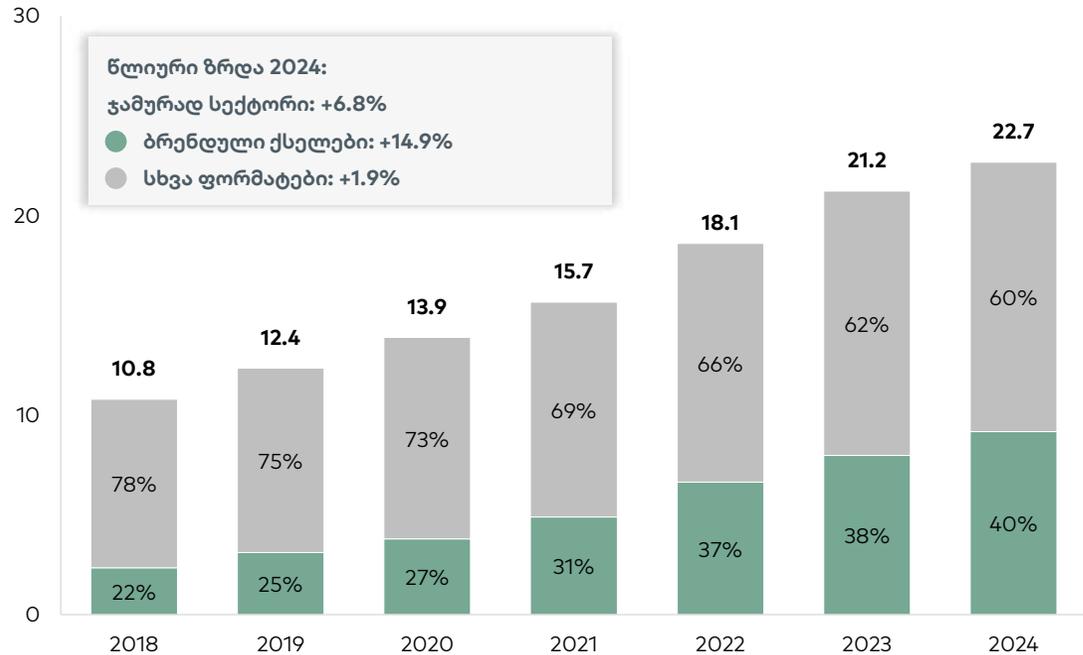
პირადი ჰიგიენა

6%

## 2024 წლის შეჯამება - ბაზრის ზომა

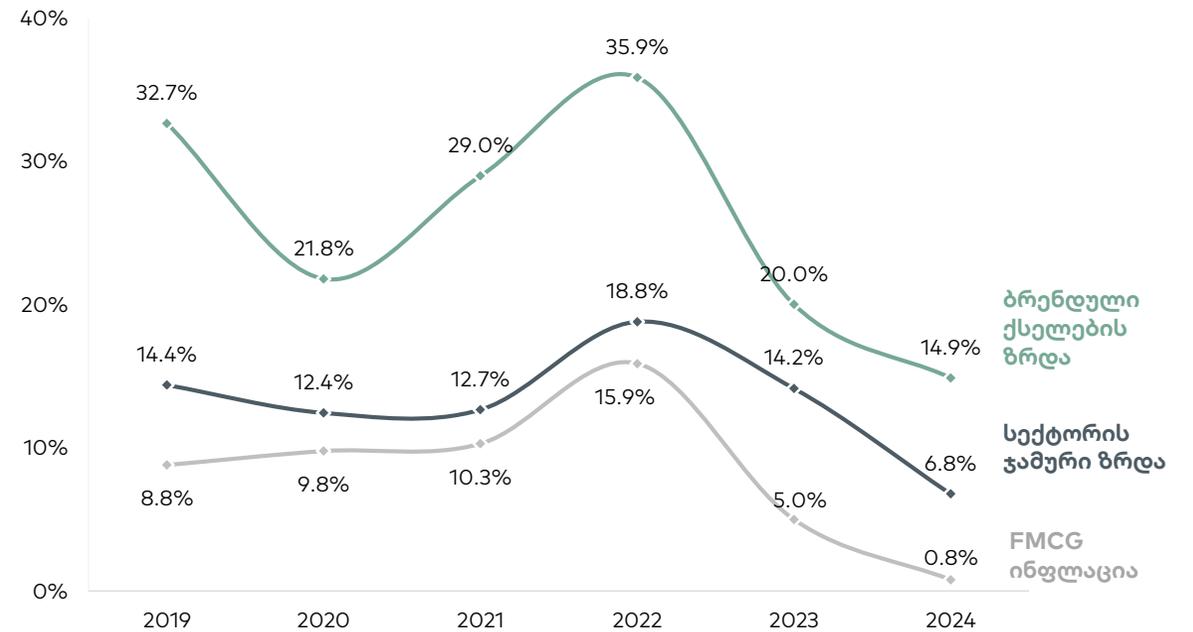
### 2024 წელს სექტორის შემოსავლები 6.8%-ით გაიზარდა და 22.7 მლრდ ლარი შეადგინა

**FMCG სექტორის შემოსავლები სეგმენტების მიხედვით, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)**



2024 წელს სექტორის შემოსავლებმა 22.7 მლრდ ლარი შეადგინა. აქედან, ბრენდული ქსელების წილი 40.4%-ია, რაც დინამიკაში მზარდია.

**FMCG სექტორის და ბრენდული ქსელების შემოსავლების წლიური ზრდა და FMCG ინფლაცია**

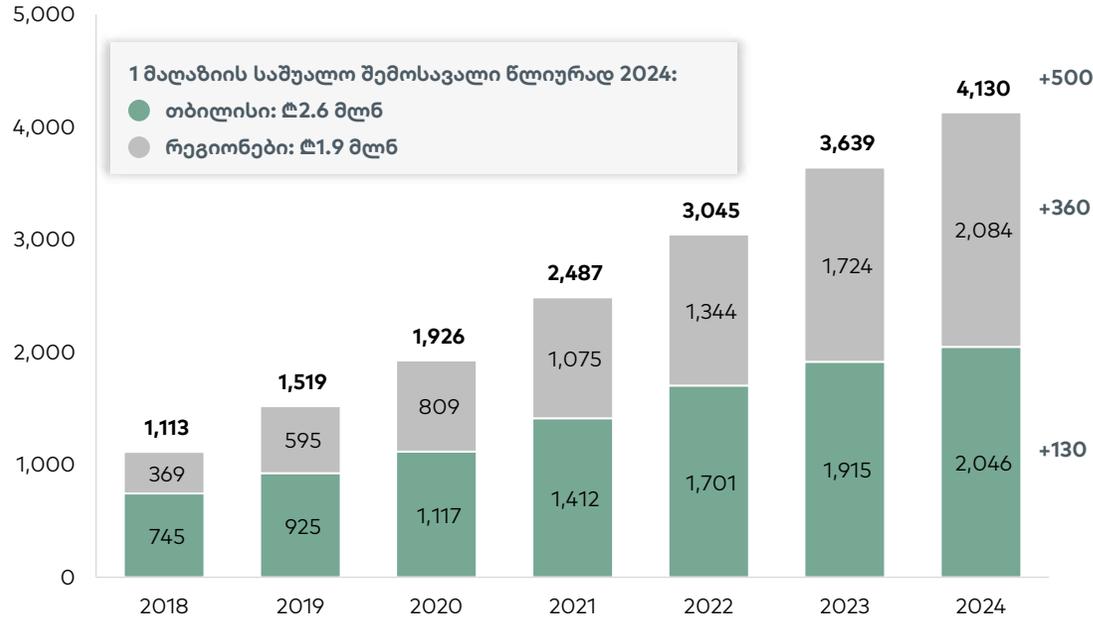


2024 წელს FMCG სექტორის შემოსავლების ზრდა ძირითადად მოთხოვნის ფაქტორით არის განპირობებული, რადგან ფასისმიერი ეფექტი მინიმალურია. ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატებზე მაღალი ტემპით იზრდება.

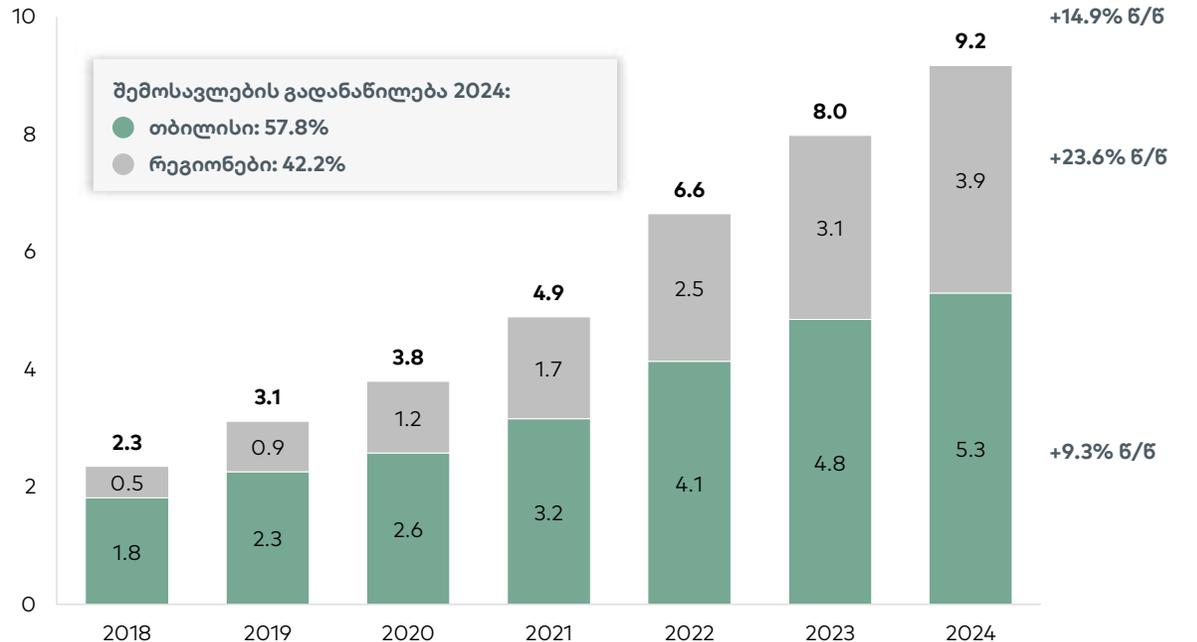
## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

### გაფართოების შედეგად ბრენდული ქსელების შემოსავლები რეგიონებში უფრო სწრაფად გაიზარდა ვიდრე თბილისში

#### ბრენდული ქსელების მალაზიების რაოდენობა თბილისსა და რეგიონებში



#### ბრენდული ქსელების შემოსავლების განაწილება თბილისსა და რეგიონებს შორის, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)



რეგიონებში ქსელური მალაზიების რაოდენობა უფრო სწრაფად იზრდება, თუმცა ერთ მალაზიაზე საშუალო შემოსავალი თბილისთან შედარებით ნაკლებია. აღნიშნული მოსახლეობის ნაკლები მსყიდველუნარიანობით, განსხვავებული ქცევით და არაფორმალური ფორმატებით აიხსნება.

წყარო: სარასი, კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

შენიშვნა: 2024 წლის მონაცემები წინასწარია

ბრენდული ქსელების შემოსავლები რეგიონებში წლიურად 23.6%-ით, ხოლო თბილისში 9.3%-ით გაიზარდა 2024 წელს. შედეგად, რეგიონების წილი ბრენდული ქსელების შემოსავალში 41.1%-დან 42.2%-მდე გაიზარდა 2023-24 წლებში.

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

ბაზრის ახალი ლიდერია დეილი ჯგუფი ბრენდული ქსელების 27.5%-იანი და ჯამური FMCG ბაზრის 11.0%-იანი წილით

ბრენდული ქსელების შემოსავლების და მალაზიების რაოდენობის წლიური ზრდა 2024

**შემოსავლები**  
**+14.9%**

**LFL**  
**+1.1%**

**მალაზიების რაოდენობა**  
**+500**

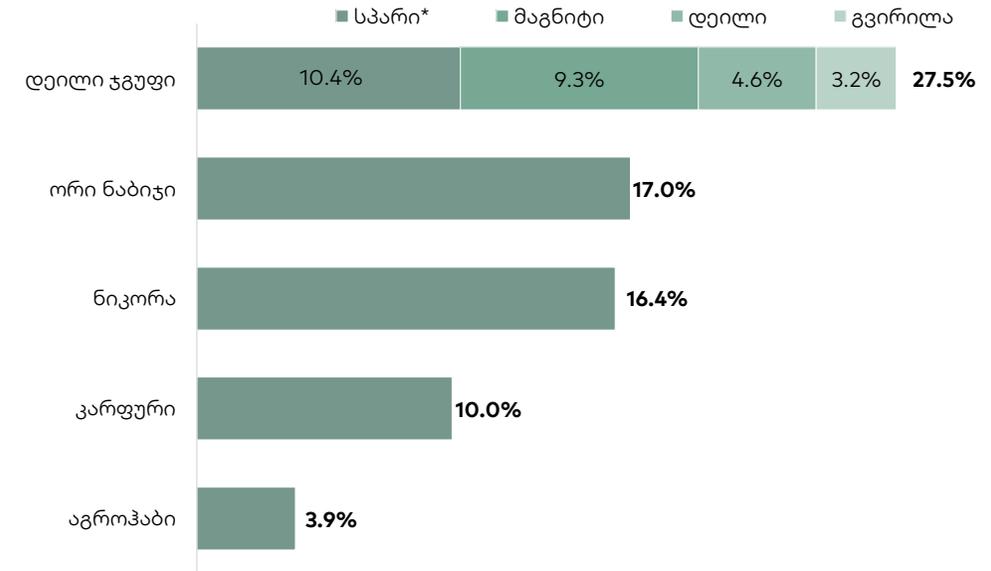
2024 წელს ბრენდული ქსელების შემოსავლების ზრდა მეტწილად ახალი მალაზიების გახსნის ხარჯზე მოხდა. ახალმა მალაზიებმა ჩაანაცვლეს ტრადიციული ფორმატის მალაზიები და არაფორმალური ვაჭრობა.

წყარო: კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

\*სპარი მოიცავს ფულმარტს და მის ფრენჩაიზებს

შენიშვნა: LFL = like for like growth, იმ მალაზიების საშუალო წლიური ზრდა, რომელიც წინა წელსაც გახსნილი იყო

ტოპ-5 ბრენდული ქსელების ბაზრის წილი საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 2024

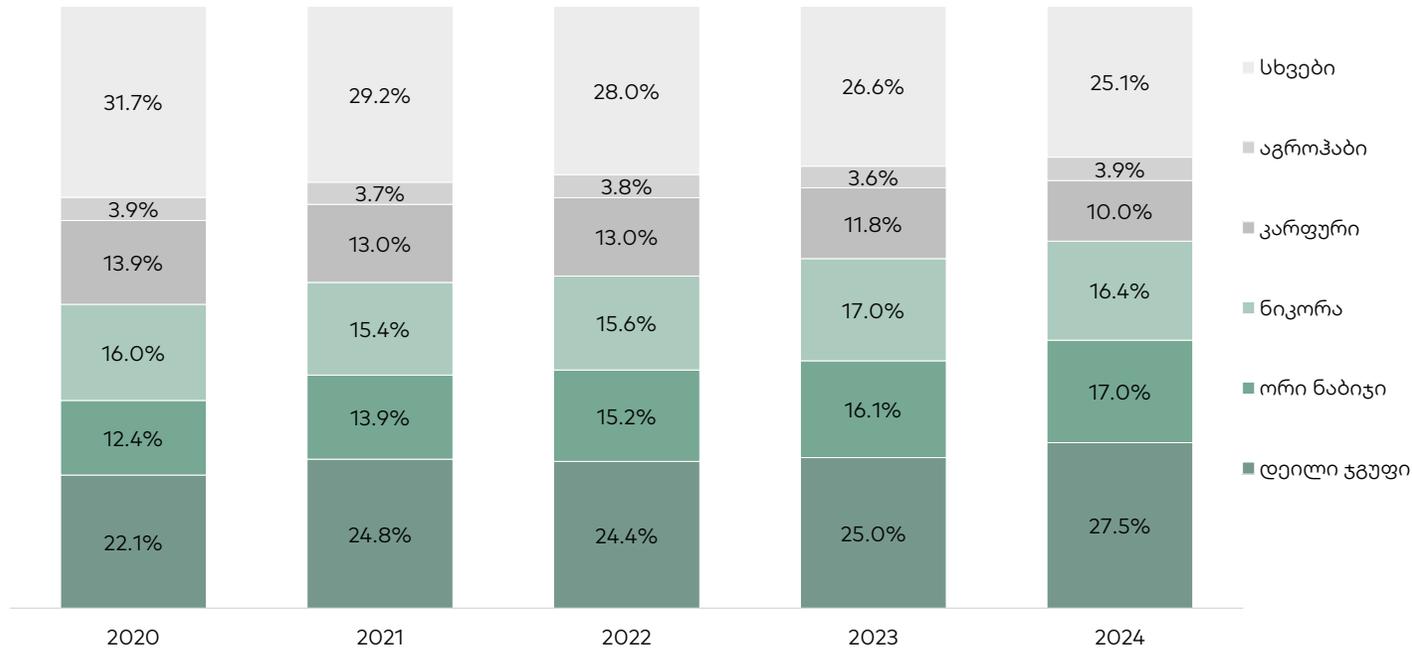


მაგნიტი, სპარის, დეილის და გვირილას გაერთიანებით ბაზარს ახალი ლიდერი ყავს, საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლის 27.5%-იანი წილით. ამ კომპანიების წილი ჯამურ FMCG გაყიდვებში 11.0%-ს შეადგენს.

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

### ტოპ-5 კომპანიის წილი ბრენდული ქსელების ბაზრის 74.9%-ს შეადგენს

ტოპ-5 ბრენდული ქსელების ბაზრის წილი საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით



ტოპ კომპანიების წილი		
	2020	2024
ტოპ-5	68.3%	74.9%
ტოპ-10	83.6%	85.2%
ტოპ-20	94.4%	94.6%
დანარჩენი	5.6%	5.4%

ბრენდული ქსელების გაყიდვებში ტოპ-5 კომპანიის წილი 68.3%-დან 74.9%-მდე გაიზარდა 2020-24 წლებში.

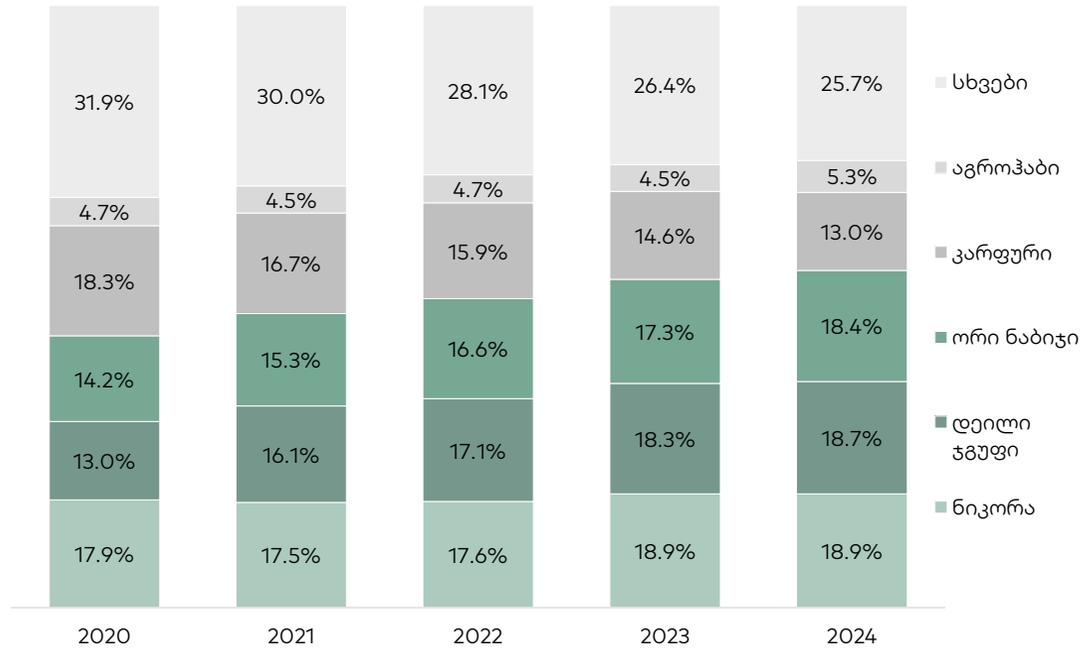
წყარო: კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

შენიშვნა: კომპანიების რიგითობა განსაზღვრულია 2024 წლის შემოსავლებით.

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

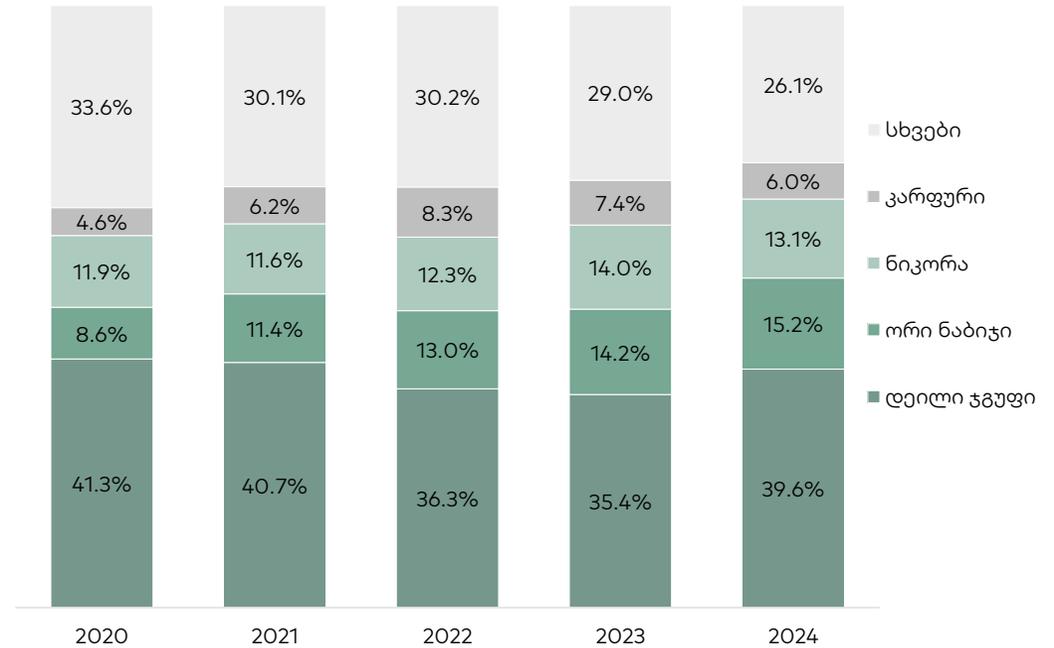
### ბაზრის წილის გადანაწილება განსხვავებულია თბილისსა და რეგიონებში

ტოპ-5 ბრენდული ქსელების თბილისის ბაზრის წილები საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით



თბილისში ბაზრის ლიდერია ნიკორა საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლის 18.9%-იანი წილით, 2024 წელს

ტოპ-4 ბრენდული ქსელების რეგიონების ბაზრის წილები საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით



რეგიონში ბაზრის ლიდერია დეილი ჭგუფი საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლის 39.6%-იანი წილით, 2024 წელს

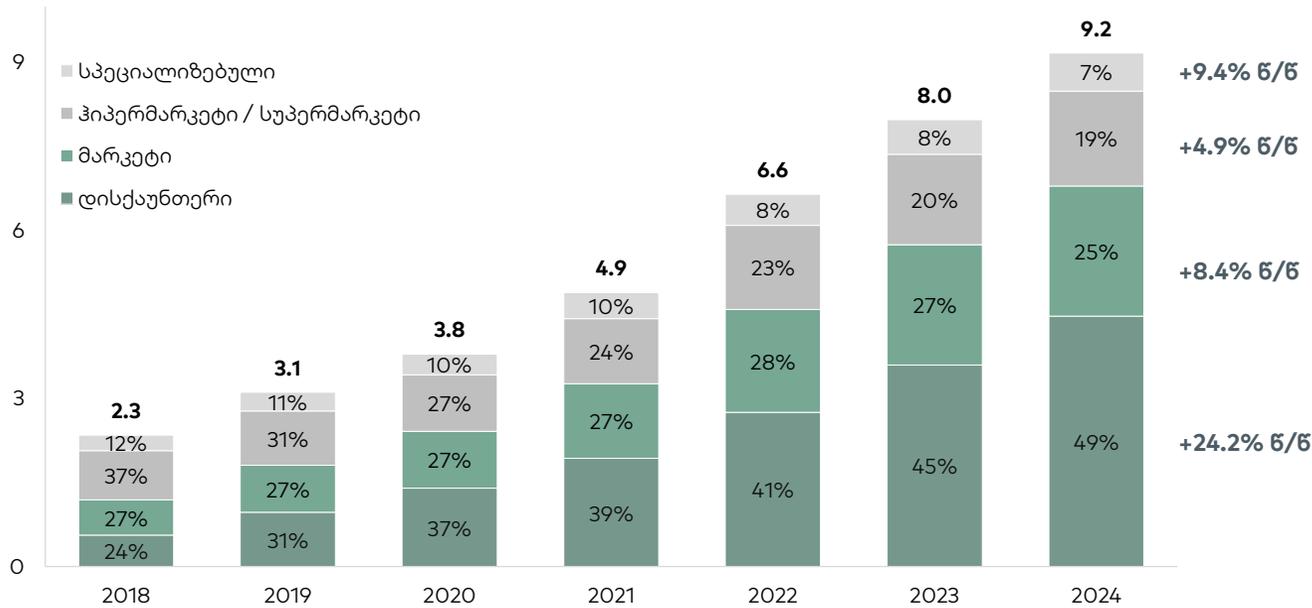
წყარო: კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

შენიშვნა: კომპანიების რიგითობა განსაზღვრულია 2024 წლის შემოსავლებით.

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

ყველაზე სწრაფად დისქაუნთერის ფორმატი იზრდება, ხოლო ჰიპერმარკეტების წილი მცირდება

ბრენდული ქსელების შემოსავლები მალაზიის ფორმატების მიხედვით, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)

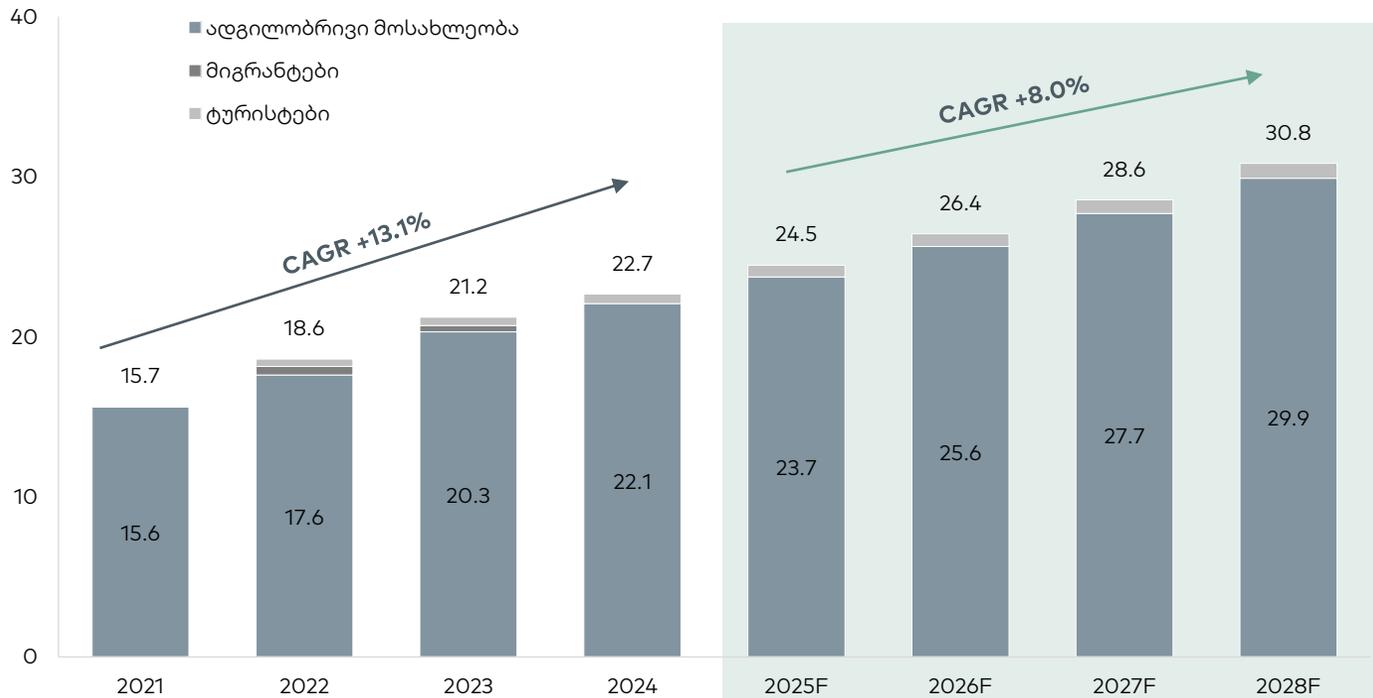


ბაზრის ყველაზე დიდი წილი დისქაუნთერებს უჭირავთ, რაც თანხვედრაშია გლობალურ ტრენდებთან. დისქაუნთერების სწრაფი ზრდა დააჩქარა ბოლო წლების მალაზიის ინფლაციურმა ფონმა.

## 2025-28 წლის მოლოდინები

### FMCG სექტორის შემოსავლები საშუალოდ წლიურად 8%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში

FMCG სექტორის შემოსავლები მომხმარებლების მიხედვით, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)



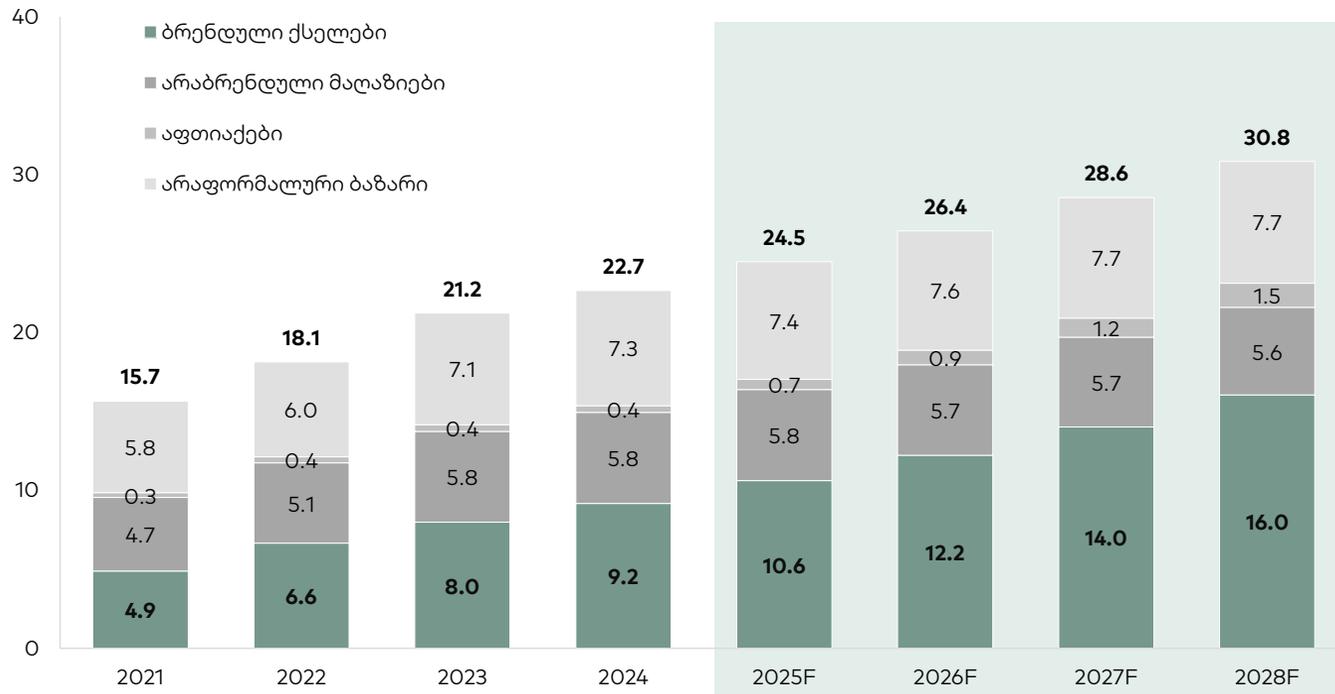
- ● ● FMCG ბაზარი მოსალოდნელია, რომ წლიურად 8.0%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში და 30.8 მლრდ ლარს მიაღწევს 2028 წელს
- ● ● FMCG ბაზრის ზრდის წარმართველი ფაქტორი იქნება მოსახლეობის მსყიდველობითუნარიანობის ზრდა

FMCG სექტორი ტრადიციულად ადგილობრივი მოსახლეობის მოხმარების ხარჯზე იზრდება, თუმცა ტურიზმის აღდგენასა და მიგრანტების შემოდინებას მნიშვნელოვანი კონტრიბუცია ჰქონდა 2022-23 წლებში.

## 2025-28 წლის მოლოდინები

### ბრენდული ქსელები ბაზრის ნახევარზე მეტს დაიკავენ 2028 წლისთვის

FMCG სექტორის შემოსავლები სეგმენტების მიხედვით, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)



ბაზრის წილის განაწილება

	2021	2024	2025F	2028F
ბრენდული ქსელები	31.3%	40.4%	43.3%	52.0%
სხვა სეგმენტები	67.9%	59.6%	56.7%	48.0%

ბრენდული ქსელების წილი 31.3%-დან 40.4%-მდე გაიზარდა 2021-24 წლებში. ბრენდული ქსელების ბაზარი წლიურად 15.0%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში (+23.3%-იანი ზრდა 2021-24 წლებში) გეოგრაფიული ექსპანსიისა და სტრატეგიული განვითარების ხარჯზე, რაც საბაზრო წილის 52.0%-მდე ზრდას გამოიწვევს (მიმდინარე 40.4%-დან), ჩვენი პროგნოზით.

წყარო: საქსტატი, სარასი, კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

## ბრენდული ქსელის შემოსავლის ზრდის სტრატეგია 2025-28 წლებში

### გეოგრაფიული ექსპანსია

რეგიონალური გაფართოება ყველაზე საინტერესოა აჭარაში, ქვემო ქართლსა და თბილისში. ხოლო თბილისის უბნებიდან საბურთალოზე, გლდანსა და სამგორში

ბრენდული მალაზიები

2024

2028F

4,000+

6,000+

### პროდუქციის ასორტიმენტი

ბაზრის დამატებითი წილის ასათვისებლად და ხარჯების ოპტიმიზაციისთვის მნიშვნელოვანია:

- პროდუქციის ასორტიმენტის ზრდა
- საკუთარი წარმოება (private label)
- მონაცემთა ანალიზი და პერსონალიზაცია

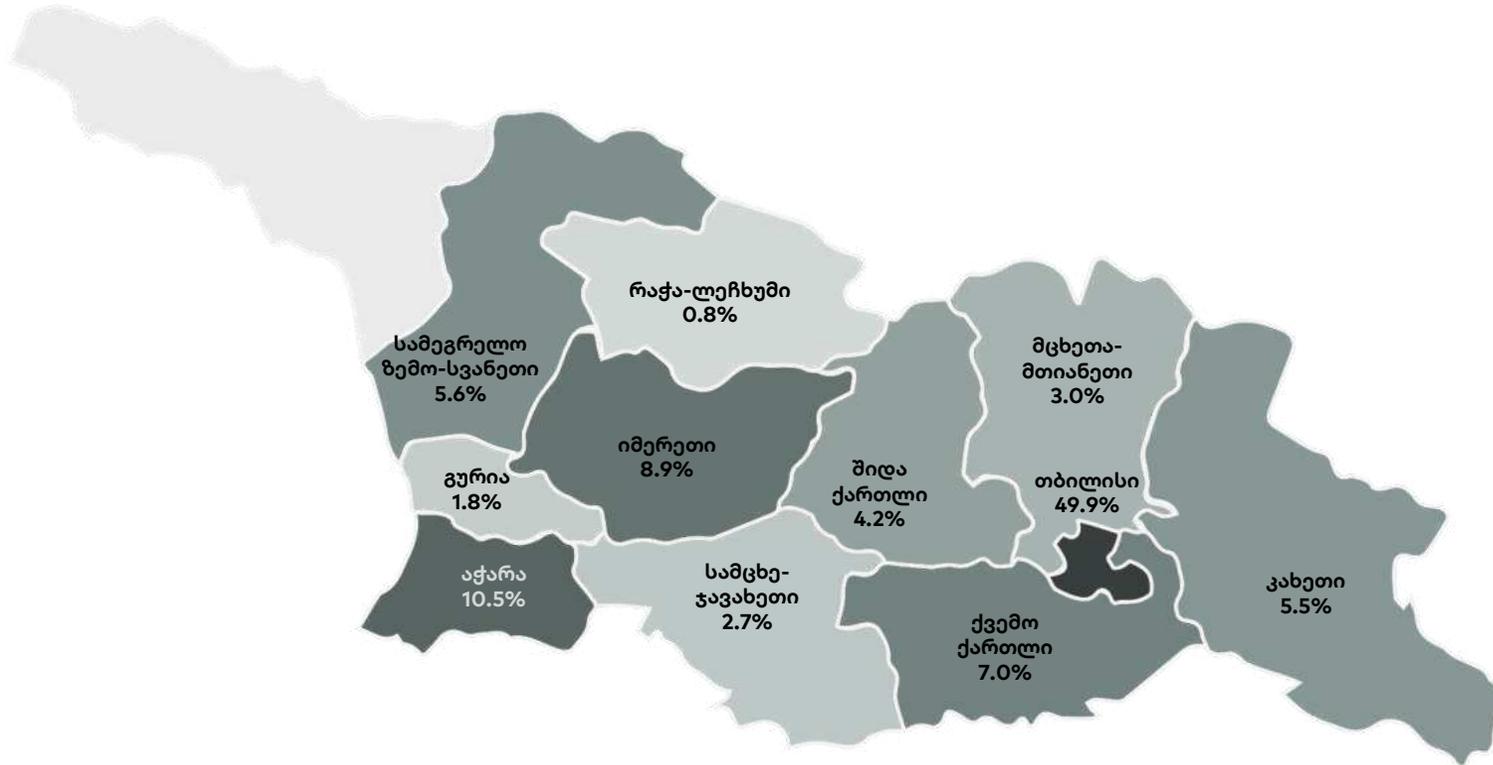
### გაყიდვის არხები

ახალი მომხმარებლის მოსაზიდად მნიშვნელოვანია გაყიდვის არხების დივერსიფიკაცია:

- ფორმატების დივერსიფიკაცია
- E-Commerce წილის ზრდა

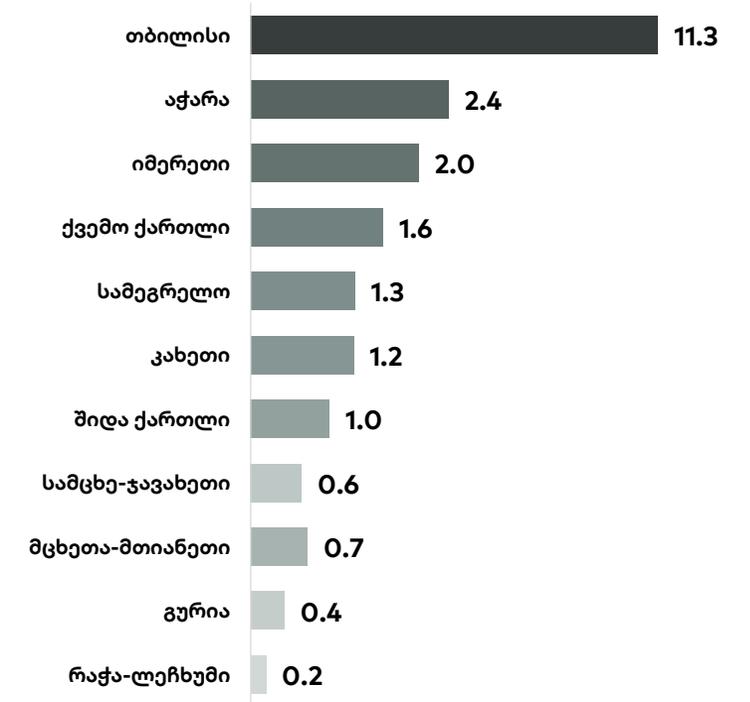
## დანართი 1: რეგიონალური ექსპანსია თბილისი FMCG ბაზრის შემოსავლების ნახევარს შეადგენს

FMCG ბაზრის ზომა რეგიონების მიხედვით 2024 წელს, %



თბილისში FMCG ბაზრის ზომამ **11.3 მლრდ** (ჯამურის 49.9%) შეადგინა 2024 წელს, ხოლო დანარჩენ რეგიონებში ჯამურად **11.4 მლრდ-ს** შეადგენს.

FMCG ბაზრის ზომა რეგიონების მიხედვით 2024 წელს, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)



## დანართი 2: რეგიონალური ექსპანსია

### განვითარების ყველაზე მაღალი პოტენციალი არის აჭარაში, ქვემო ქართლსა და თბილისში

რეგიონალური გაფართოების პოტენციალის შეფასება, ყველაზე მიმზიდველი = 10



#### შეფასების კრიტერიუმები

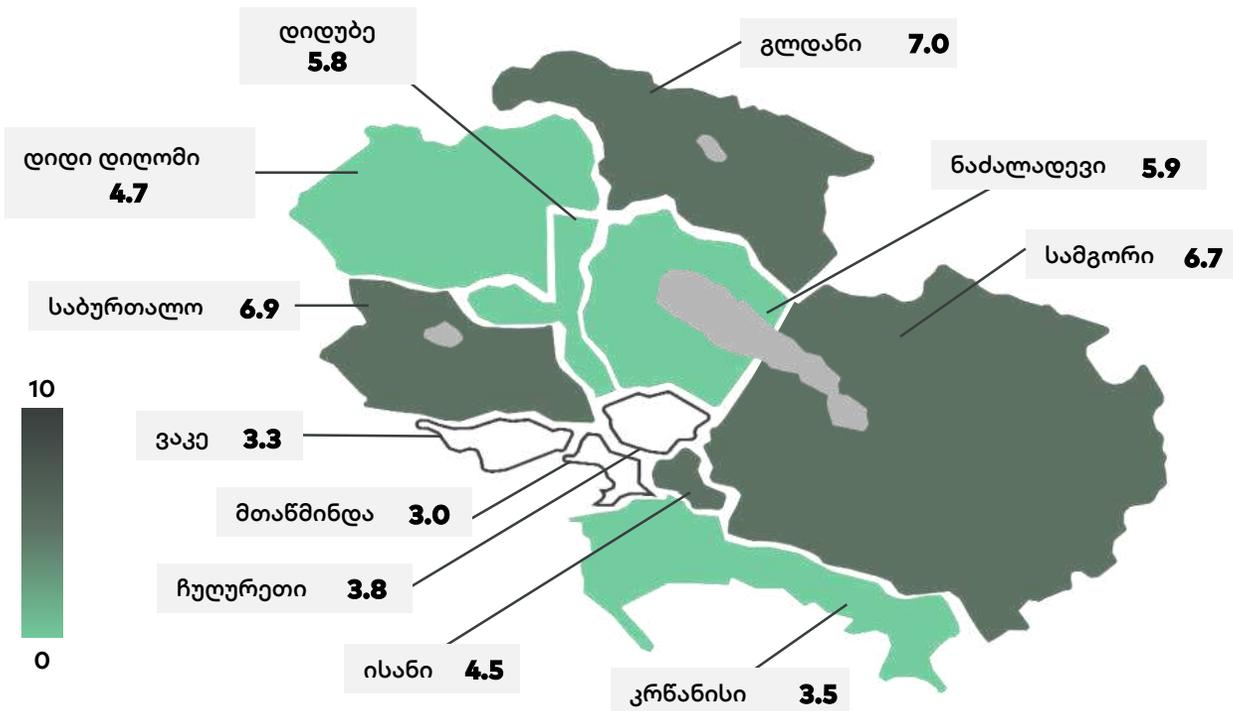
- მშპ ერთ სულ მოსახლეზე
- რეგიონალური FMCG ბაზრის ზომა
- მოსახლეობა
- მოსახლეობის ზრდა 2013-24 წლებში
- მოსახლეობის სიმჭიდროვე
- ურბანიზაცია
- ბრენდული მალაზიები 1,000 მოსახლეზე
- ბრენდული მალაზიების წილი FMCG ბაზარზე

ბრენდული ქსელების სამომავლო ექსპანსიისთვის ყველაზე საინტერესო რეგიონები აჭარა, ქვემო ქართლი და თბილისია. გაფართოებისთვის შედარებით ნაკლებად საინტერესოა მაღალმთიანი რეგიონები და გურია. შეფასების კრიტერიუმების ცვლილების მიუხედავად, საინტერესო რეგიონების რიგითობა არ შეცვლილა 2023-24 წლებში.

## დანართი 3: რეგიონალური ექსპანსია

### ქსელური მარკეტების განვითარებისთვის ყველაზე მიმზიდველი უბნებია: საბურთალო, გლდანი და სამგორი

თბილისში გაფართოების პოტენციალის შეფასება, ყველაზე მიმზიდველი = 10



#### შეფასების კრიტერიუმები

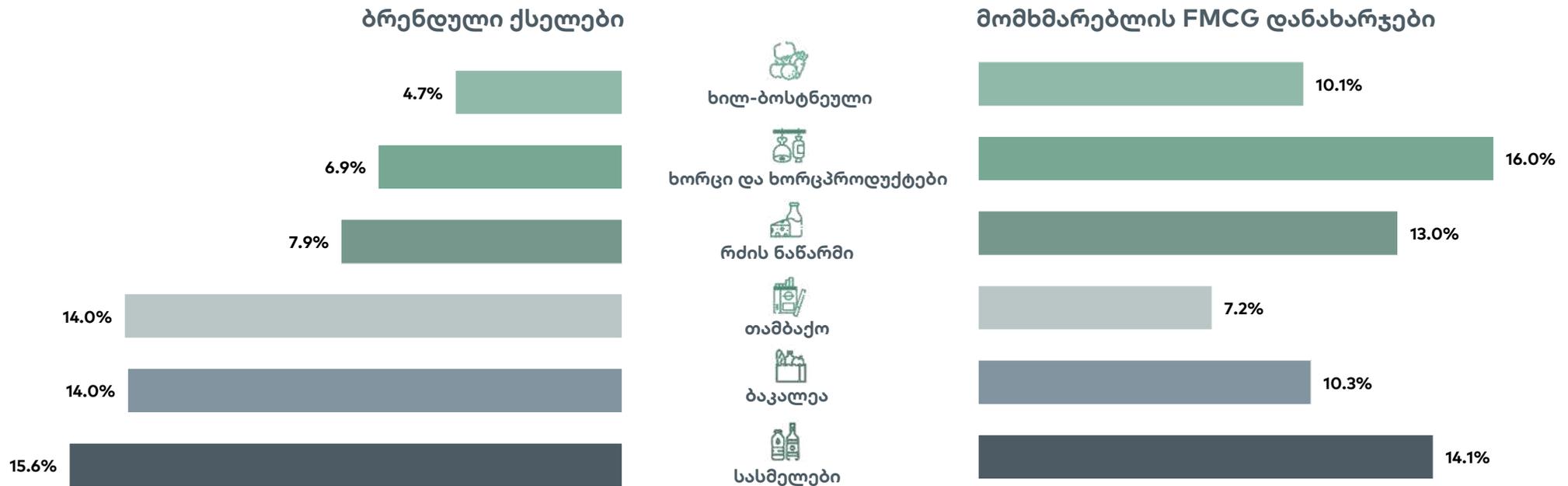
- მოსახლეობა
- მოსახლეობის ზრდა 2024-28 წლებში
- მსყიდველობითუნარიანობა
- არაბრუნდული მალაზიები 1,000 მოსახლეზე
- ღ1მლნ+ ბრუნვის არაბრუნდული მალაზიები
- ბრუნდული მალაზიები 1,000 მოსახლეზე

ბრუნდული ქსელების სამომავლო განვითარებისთვის ყველაზე საინტერესო რაიონებია საბურთალო, გლდანი და სამგორი, რაც განპირობებულია მოსახლეობის რაოდენობით, მოსახლეობის ზრდით, უძრავი ქონების განვითარებით და არაბრუნდული მალაზიების ჯერ კიდევ დიდი რაოდენობით.

## დანართი 4: ასორტიმენტი

### მოსახლეობა ყველაზე მეტს აგრარულ პროდუქტებზე ხარჯავს, სადაც ბრენდული ქსელების წილი მცირეა

შერჩეული პროდუქტების წილი ბრენდული ქსელების გაყიდვებსა და მომხმარებლის FMCG დანახარჯებში, 2024

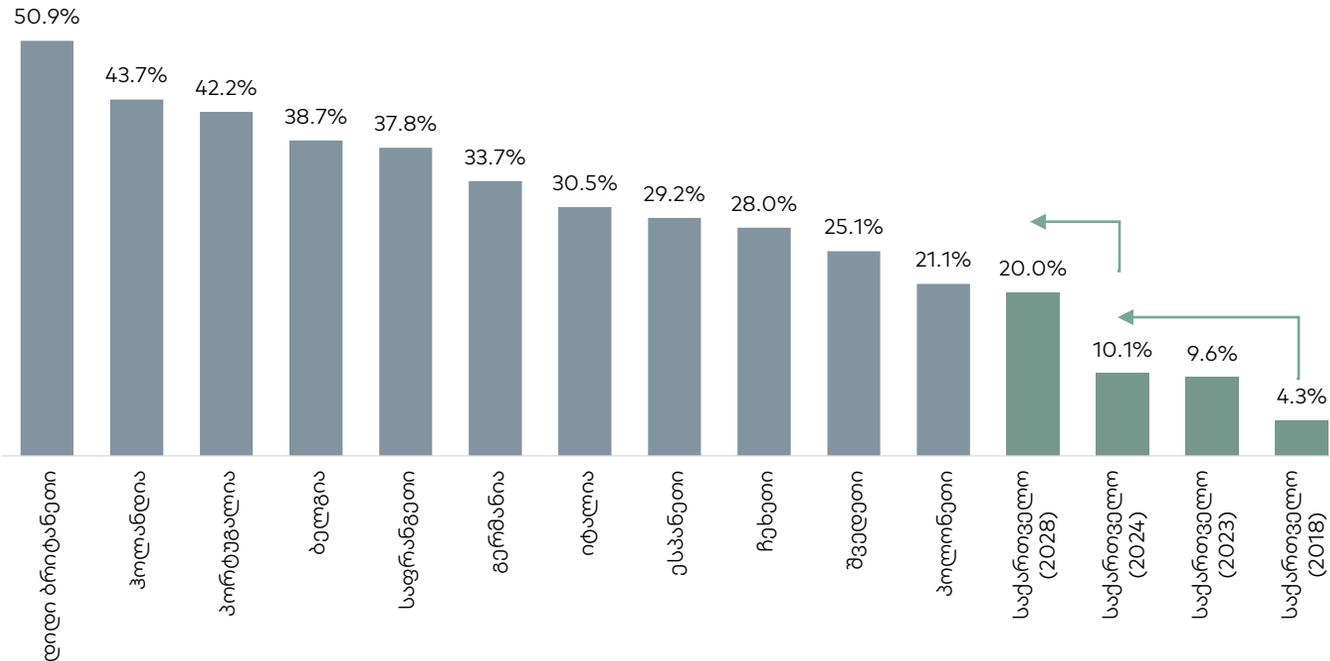


ხორცის, რძის პროდუქტების და ხილ-ბოსტნეულის წილი მომხმარებლის FMCG დანახარჯებში 39.1%-ს შეადგენს, მაშინ როცა ბრენდული ქსელების შემოსავლებში ამ კატეგორიების ჯამური წილი მხოლოდ 19.5%-ია, რაც ზრდის პოტენციალზე მიუთითებს.

## დანართი 5: ასორტიმენტი

### ვერტიკალური ინტეგრაცია კომპანიებს დანახარჯების და მომგებიანობის ოპტიმიზაციის საშუალებას მისცემს

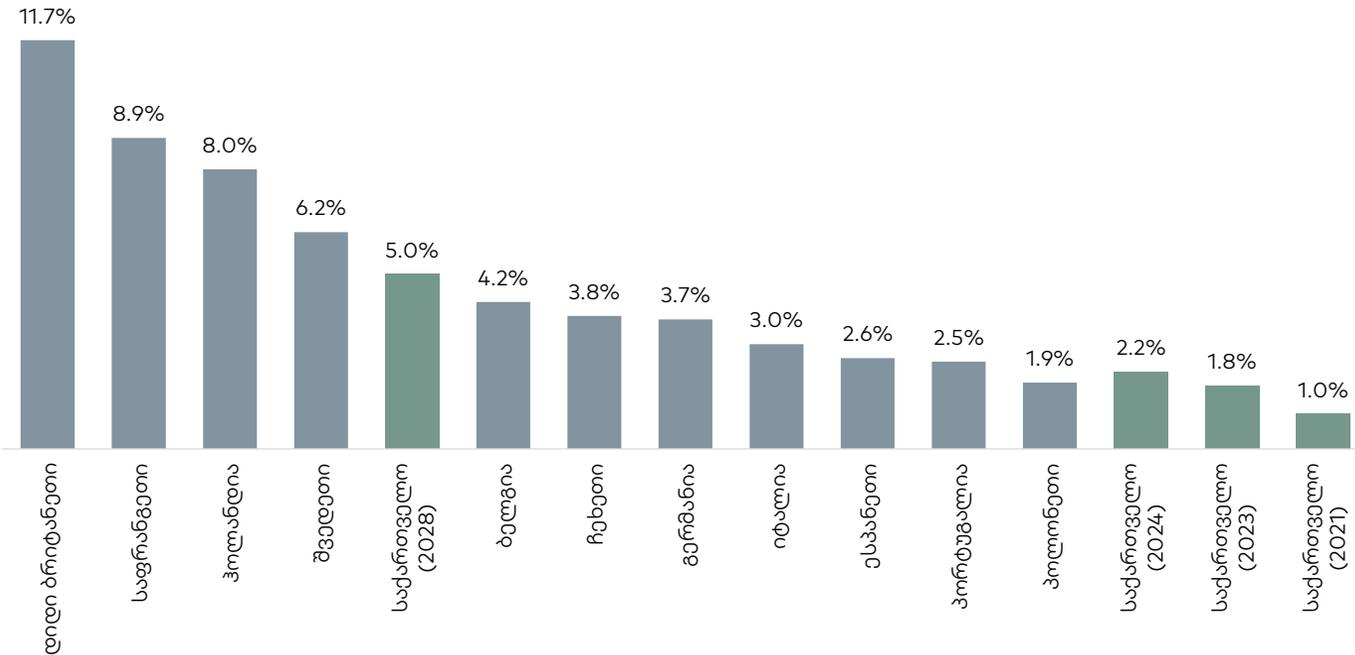
საკუთარი წარმოების (private label) წილი მთლიან FMCG გაყიდვებში, 2022



საკუთარი წარმოების წილი საქართველოს FMCG გაყიდვებში ჯერ კიდევ დაბალია, თუმცა მოსალოდნელია მისი ზრდა, 20%-ის ფარგლებში 2028 წლისთვის.

## დანართი 6: გაყიდვის არხები საქართველოში დაბალია ელ-კომერციის გამოყენება

ელ-კომერციის წილი მთლიან FMCG გაყიდვებში, 2022



ბრენდული ქსელების გაყიდვებში ელ-კომერციას მცირე წილი უჭირავს და 2028 წლამდე მნიშვნელოვანი ზრდა მოსალოდნელი არ არის.



**გალტ & ტაგარტი**  
ვებინთ შიხადლაბლობაბ

## კვლევების დეპარტამენტის უფროსი

ევა ბოჭორიშვილი  
[evabochorishvili@gt.ge](mailto:evabochorishvili@gt.ge)

## საქტორის უფროსი

მარიამ ჩახვაშვილი  
[mchakhvashvili@gt.ge](mailto:mchakhvashvili@gt.ge)

## ეკონომისტი

ლაშა ძავთარაძე  
[lashakavtaradze@gt.ge](mailto:lashakavtaradze@gt.ge)

## ანალიტიკოსი

დაჩი მუჯირიშვილი  
[dmujirishvili@gt.ge](mailto:dmujirishvili@gt.ge)

## მისამართი:

ალექსანდრე ჰუშკინის ქუჩა 3, თბილისი, 0105, საქართველო

**ტელ:** + (995) 32 2401 111

**ელ. ფოსტა:** [research@gt.ge](mailto:research@gt.ge)

# მნიშვნელოვანი შეტყობინება

ეს დოკუმენტი არის სს "გალტ ენდ თაგარტი" ("Galt & Taggart"), რომელიც არის სს Lion Finance Group ("ჯგუფი") წევრი, საკუთრება და მომზადებულია Galt & Taggart-ის მიერ, მხოლოდ საინფორმაციო მიზნებისთვის და მასში ნახსენები კომპანიებისგან დამოუკიდებლად. ეს დოკუმენტი არ წარმოადგენს რაიმეს ნაწილს და არ უნდა იქნას განხილული, როგორც შეთავაზება ან კლიენტების მოზიდვა ან მოწვევა რაიმე აქტივების ყიდვისთვის ან გაყიდვისთვის, ან გამოწერისთვის და ამ დოკუმენტის არცერთი ნაწილი არ ქმნის საფუძველს კონტრაქტისთვის ან ვალდებულებისთვის და არ შეიძლება განხილული იყოს, როგორც რეკომენდაცია რაიმე მსგავსი ქმედებისთვის.

Galt & Taggart-ის ან რომელიმე სხვა პირის მიერ არ მომხდარა რაიმე რწმუნების, გარანტიის ან ვალდებულების წარდგენა ან აღება, აშკარად გამოხატულის ან ნაგულისხმევის, და ამ დოკუმენტს არ აქვს პრეტენზია მასში არსებული ინფორმაციის უტყუარობაზე, სისწორეზე და ამომწურავობაზე (და იმაზე, რომ რაიმე ინფორმაცია არ არის გამოტოვებული ამ დოკუმენტიდან) და არ შეიძლება მასზე დაყრდნობა. ეს დოკუმენტი არ უნდა განიხილებოდეს, როგორც ბაზრების, ინდუსტრიების და/ან კომპანიების სრული აღწერა, რომლებიც მასში არის ნახსენები. ამ დოკუმენტის არცერთი ნაწილი არ წარმოადგენს სამართლებრივ, საინვესტიციო, ბიზნეს ან საგადასახადო რჩევას, წარსულის ან მომავლის მიმართ, Galt & Taggart-ის მხრიდან. Galt & Taggart-ი პასუხისმგებლობას არ იღებს ნებისმიერ ვალდებულებაზე რაიმე ზიანის ან ზარალის მიმართ, რომელიც შეიძლება წარმოიქმნას, პირდაპირ ან ირიბად, ამ დოკუმენტის ან მისი შინაარსის რაიმე გამოყენების შედეგად, ან რაიმენაირად უკავშირდებოდეს ამ დოკუმენტს, ან რაიმე ქმედების, ან უმოქმედობის შედეგად რომელიმე მხარის მიერ, ამ დოკუმენტის საფუძველზე. ინვესტიციები (ან მოკლევადიანი გარიგებები) განვითარებად ბაზრებზე დაკავშირებულია მნიშვნელოვან რისკთან და მერყეობასთან და შეიძლება არ იყოს ყველასთვის შესაფერისი.

ამ დოკუმენტის მიმღებმა პირებმა უნდა მიიღონ საკუთარი საინვესტიციო გადაწყვეტილებები, რომლებიც მათ მიაჩნიათ სწორად, მათ საკუთარ ამოცანებსა და ფინანსურ მდგომარეობაზე დაყრდნობით. ამ დოკუმენტში არსებული ინფორმაცია ექვემდებარება შემოწმებას, სრულყოფას და ცვლილებას შეტყობინების გარეშე და Galt & Taggart-ს არ აქვს რაიმე ვალდებულება ამ დოკუმენტში არსებული ინფორმაციის განახლების ან აქტუალურობის შენარჩუნების მიმართ. Galt & Taggart-ის მიერ არ გაცემულა რაიმე რწმუნება ან გარანტია, აშკარად გამოხატული ან ნაგულისხმევი ამ ინფორმაციის სისწორესთან და ამომწურავობასთან დაკავშირებით.

ამ დოკუმენტში მოწოდებული ინფორმაცია და გამოთქმული მოსაზრებები ემყარება ინფორმაციას, რომელიც ხელმისაწვდომი იყო გამოცემის თარიღისთვის და წარმოადგენს მხოლოდ Galt & Taggart-ის შიდა კვლევის ნაწილს. მოსაზრებები, პროგნოზები და შეფასებები, რომლებიც მოცემულია მასში, მიღებულია მესამე მხარის წყაროებიდან, რომლებიც მიჩნეულია სანდოდ და კეთილსინდისიერად, და შეიძლება შეიცვალოს შეტყობინების გარეშე. მესამე მხარის პუბლიკაციები, კვლევები და გამოკითხვები ზოგადად აჩვენებს, რომ ამ დოკუმენტში მოცემული ინფორმაცია მიღებულია წყაროებიდან, რომლებიც მიჩნეულია სანდოდ, მაგრამ არ არსებობს ამ მონაცემების სისწორის და ამომწურავობის გარანტია.00