

Evaluating Sustainability Practices in Chain Supermarkets in Georgia

Student : Kristina Gvanidze

The master's thesis is submitted to the Faculty of Business, Technology and Education of Ilia State University in compliance with the requirements established for the conferral of the Master of Business Administration (MBA) degree

Faculty of Business, Technology and Education

Supervisor: Dr. Nino Pataraia, Professor

Ilia State University

Tbilisi, 2025

Declaration

As the author of the submitted master's thesis, I hereby state that the submitted thesis is entirely original work of mine and does not contain any materials previously published, accepted for publication, or submitted for defense by other authors that are not properly credited, referenced or cited in the thesis according to established rules. Student's first name, surname, signature, and date

Kristina Gvanidze

19.06.2025

Abstract

The master's thesis presents a theoretically grounded and methodological assessment of sustainable development practices adopted by Georgian chain supermarkets. The main goal is to assess the extent to which environmental issues are integrated into retail strategies, how effectively they are delivered to consumers, and what impact they have on consumer behavior and brand loyalty. The study uses a quantitative research method and is based on the conceptual frameworks of the triple bottom line (acknowledging the integrated value of economic, environmental, and social aspects) and shared value, which allows for an integrated analysis across economic, environmental, and social domains.

The research findings reveal a substantial misalignment between increasing consumer expectations regarding sustainability and the fragmented or underdeveloped initiatives currently present within supermarket operations. Key issues include limited public visibility of sustainability efforts, suboptimal packaging practices, and insufficient consumer engagement. Nonetheless, the data reflect a high level of consumer willingness to embrace sustainable alternatives, indicating potential for meaningful progress through enhanced communication strategies, institutional mechanisms, and supportive regulatory interventions.

The thesis offers practical policy and management recommendations for stakeholders aiming to bring retail operations in line with sustainability goals, thus playing a meaningful role in shaping the ongoing dialogue around sustainable retail development in Georgia.

Keywords: sustainability, consumer behavior, supermarket sector, packaging, waste management, corporate social responsibility, Triple Bottom Line, Shared Value, brand loyalty.

აბსტრაქტი

სამაგისტრო ნაშრომში წარმოდგენილია საქართველოს ქსელური სუპერმარკეტების მიერ მიღებული მდგრადი განვითარების პრაქტიკების თეორიულად დასაბუთებული და მეთოდოლოგიური შეფასება. მთავარი მიზანია შეფასდეს, თუ რამდენად არის გარემოსდაცვითი საკითხები ინტეგრირებული საცალო ვაჭრობის სტრატეგიებში, რამდენად ეფექტურად ხდება მათი მომხმარებლებისთვის მიწოდება და რა გავლენას ახდენენ ისინი მომხმარებლის ქცევასა და ბრენდისადმი ლოიალობაზე. კვლევა იყენებს რაოდენობრივ კვლევის მეთოდს და ეყრდნობა Triple Bottom Line (ეკონომიკური, ეკოლოგიური და სოციალური ფაქტორების ერთმნიშვნელოვნების აღიარებას) და საერთო ღირებულების კონცეპტუალურ ჩარჩოებს (Shared Value), რაც საშუალებას იძლევა ინტეგრირებული ანალიზი ჩატარდეს ეკონომიკურ, გარემოსდაცვით და სოციალურ სფეროებში.

კვლევის შედეგები მიანიშნებს მნიშვნელოვან დისბალანსზე მომხმარებელთა მხარდ მოლოდინებსა და იმ ფრაგმენტულ, ხშირად არასაკმარისად განვითარებულ ინიციატივებს შორის, რომლებიც ამ ეტაპზე სუპერმარკეტების მიერ ხორციელდება. ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევად რჩება მდგრადობის პრაქტიკების საჯარო მნიშვნელობის ნაკლებობა, შეფუთვის არაეფექტური მეთოდები და მომხმარებელთა მინიმალური ჩართულობა. ამასთანავე, კვლევის მონაცემები ასახავს მომხმარებელთა მაღალ მზადყოფნას მდგრადი ალტერნატივებისადმი, რაც მიუთითებს პროგრესის რეალურ შესაძლებლობაზე – განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ გაუმჯობესდება კომუნიკაცია, გამკაცრდება ინსტიტუციური მექანიზმები და გაძლიერდება რეგულაციები.

ნაშრომი სთავაზობს პრაქტიკულ რეკომენდაციებს პოლიტიკისა და მენეჯმენტის მიმართულებით იმ დაინტერესებულ მხარეებს, რომლებიც ცდილობენ საცალო ვაჭრობის ოპერაციათა მდგრადობის მიზნებთან შესაბამისობაში მოყვანას. ეს რეკომენდაციები

მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საქართველოში მდგრადი საცალო ვაჭრობის ფორმირების პროცესზე მიმდინარე დისკუსიის გაღრმავებასა და განვითარებას.

საკვანძო სიტყვები: მდგრადობა, მომხმარებლის ქცევა, სუპერმარკეტების სექტორი, შეფუთვა, ნარჩენების მართვა, კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა, სამმაგი შედეგიანობა (Triple Bottom Line), გაზიარებული ღირებულება (Shared Value), ბრენდისადმი ლოიალობა.