

უცხოური ბრენდების პენეტრაცია სწრაფი კვების ობიექტების
ბაზარზე საქართველოში

ნინო გუგუტიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის
სკოლის ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების
მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ზურაბ ჭიაბერაშვილი, პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2015

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის დეკანს

პროფ. მიხეილ ბატიაშვილს

ამავე უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის მაგისტრანტის

ნინო გუგუტიშვილის

განაცხადი

როგორცწარდგენილი სადისერტაციო ნაშრომისავტორი,ვაცხადებ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩემს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ,გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიცნაშრომში არ არისმოხსენიებულიან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ნინო გუგუტიშვილის

17.03.2015

აბსტრაქტი

თანამედროვე სამყაროში, სადაც ცხოვრების რიტმი აჩქარებულია, მზარდი მოთხოვნაა სწრაფ მომსახურებაზე, მათ შორის-სწრაფ კვებაზე.

სწრაფი კვების ინდუსტრია მსოფლიოში განვითარებას გასული საუკუნის 20-ანი წლებიდან იწყებს. საქართველოში, ქალაქ თბილისში, პირველი სწრაფი კვების ობიექტი, McDonald`s-ი, 1999 წლის 5 თებერვალს გაიხსნა.

დღეისათვის, ქვეყანაში ბიზნესსექტორის განვითარებას ხელს უწყობს სწრაფი კვების საერთაშორისო ქსელების შემოსვლა, მათი უმეტესობა უკვე წარმოდგენილია ბაზარზე. მიუხედავად იმისა, რომ დღითიდღე იზრდება ისეთი კომპანიების რიცხვი, რომლებიც სწრაფი კვების ინდუსტრიაში ოპერირებენ, კვლავაც აქტუალური რჩება ამ სფეროთან დაკავშირებული ინფორმაციის ნაკლებობა და მისი მოძიების სირთულე. ძნელია მოიპოვო ამ სფეროსთან დაკავშირებული კვლევა თუ სტატისტიკური მონაცემები, რომელიც დაინტერესებულ პირს დაეხმარება უფრო კონკრეტული წარმოდგენის შექმნაში და არგუმენტირებული პოზიციის ჩამოყალიბებაში.

ნაშრომი მიმოიხილავს საქართველოს ბაზარზე მოქმედი 4 ძირითადი სწრაფი კვების ბრენდის, McDonald`s-ის, KFC-ის, Wendy`s-ისა და Subway-ს საერთაშორისო ბეჭრაუნდს, ადგილობრივ ბაზარზე შემოსვლის იდეის გაჩენიდან დღევანდლამდე არსებულ მდგომარეობას.

საქართველოში სწრაფი კვების ბიზნესის ყველაზე გამოკვეთილი ბრენდების ფრანჩიზის მფლობელებისაგან ინფორმაციის მოძიების, მომხმარებელთა გამოკითხვისა და კომუნიკაციის უახლეს ტენდენციებს შორის მსოფლიო ლიდერის, სოციალური მედიის მიმოხილვით, ნაშრომი შეეცდება პასუხი გასცეს საქართველოში სწრაფი კვების ინდუსტრიასთან

დაკავშირებით წამოჭრილ ძირითად საკითხებს, ზოგად წარმოდგენას შეუქმნის ინდუსტრიის მიმდინარე მდგომარეობით დაინტერესებულ მხარეებს და გამოკვეთავს თემის გარშემო შემდგომი კვლევებისათვის აქტუალურ საკითხებს.

Abstract

In the modern world, where the rhythm of life accelerated, we face a growing demand for quick service, including fast-food.

Fast food industry starts its development in the world since 20-ies of the last century. The first fast-food restaurant, McDonald`s, in Georgia, Tbilisi, was opened on 5 February 1999.

Currently, the development of the industry in Georgia is contributed by entering international fast food brands; most of them are already represented on the local market.

Although the ever-growing number of companies operating in fast food industry, the lack of field related information and the difficulty of its reach is still actual problem. Neither any research, nor statistical datais available connected to the industry to meet the needs of the interested parties so that they could form more concrete vision and specific arguments.

The paper reviews the international background of the four market leader fust food companies in Georgia: McDonald`s, KFC, Wendy`s and Subway, gives information about their position from the idea of entering the market to today.

By researching information from the fast food market leader franchise owners in Georgia, their service consumers, reviewing world`s leading and latest trend in communication, social media of those companies, the work will try to answer the main issues arising about the fast food industry in Georgia.