

კონკურენციის ანალიზი საქართველოს საცალო ვაჭრობის ბაზარზე -
საცალო სავაჭრო კომპანიების შედარებითი დახასიათება

ნიკოლოზ ბურდული
დავით ონიანი

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში*

პროექტის ხელმძღვანელი: თამარ ქობლიანიძე, ეკ.მეცნიერებათა-კანდიდატი, ეკონომიკის-
დოქტორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016

სარჩევი

შესავალი.....1

თავი I. პრობლემა და კონტექსტი

1.1 საცალო ვაჭრობის არსი და მისი როლი ქვეყნის ეკონომიკაში.....3

1.2 კონკურენცია საცალო ვაჭრობის ბაზარზე.....5

1.3 ძირითადი პრობლემები საქართველოს საცალო ვაჭრობის ბაზარზე.....9

1.4 საცალო სავაჭრო საწარმოთა ძირითადი ტიპები საქართველოში და მათი დახასიათება.....12

თავი II. კვლევა - მიზანი და ამოცანები, კომპანიების დახასიათება (SWOT ანალიზი)

2.1 მიზნები და ამოცანები.....15

2.2 „კარფური“.....17

2.3 „გუდვილი“.....23

2.4 „ფრესკო“.....31

თავი III. მეთოდოლოგია

3.1 კვლევის ინსტუმენტები.....39

3.2 სამიზნე ჯგუფი, შერჩევა და შეზღუდვები.....40

3.3 კვლევის დიზაინი.....42

თავი IV. მონაცემების ანალიზი

4.1 გამოკითხვების შედეგები და ანალიზი.....44

4.2 ფასთა ანალიზი.....52

დასკვნა / რეკომენდაცია.....54

დანართ(ებ)ი.....57

ბიბლიოგრაფია.....58