

სადისტრიბუციო და საცალო-მაღაზიების ქსელების მენეჯმენტი  
კრიზისის დროს

ცოტნე ლაბარტყავა

ბექა ბუცხრიკიძე

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

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

საბა ჯაჯანიძე  
ასისტენტ პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2020 წელი

## სარჩევი

აბსტრაქტი.....	3
Abstract .....	5
შესავალი .....	6
ლიტერატურის მიმოხილვა.....	8
თავი I კრიზისის არსი და მისი მნიშვნელობა .....	<a href="#">122</a>
1.1 კრიზისის არსი და სახეები .....	12
1.2 კრიზისის მენეჯერი და მისი ფუნქცია .....	19
1.3 კრიზისული გეგმის საფუძვრები.....	21
თავი II საცალო ვაჭრობის არსი .....	26
2.1 საცალო ვაჭრობის პრიორიტეტები .....	26
2.2 საცალო ვაჭრობის ფუნქციები.....	31
2.3 ანტიკრიზისული მენეჯმენტი საცალო ვაჭრობაში.....	35
თავი III კვლევა.....	39
3.1 კვლევის აღწერა .....	39
3.2 კვლევის შედეგები.....	41
3.3 კვლევის შედეგების ინტერპრეტაცია.....	52
დასკვნა და რეკომენდაციები .....	56
ბიბლიოგრაფია .....	58

## აბსტრაქტი

მოცემული კვლევის მიზანს წარმოადგენს, განვსაზღვროთ სადისტრიბუციო და საცალო-მაღაზიების ქსელების მენეჯმენტის გამოწვევები ეკონომიკური კრიზისის დროს ეპიდემიის ფონზე. კორონავირუსის გავრცელებამ 2020 წლის დასაწყისში მსოფლიოს მოსახლეობას მკაცრად შეახსენა, რომ აუცილებელია მზადყოფნა მოულოდნელი კრიზისებისთვის. ასევე ნათელი გახდა თუ რამდენად დაკავშირებულია მთელი მსოფლიო დღესდღეობით ერთმანეთთან.

ეკონომიკური კრიზისი გამოწვევების წინაშე აყენებს სადისტრიბუციო და საცალო-მაღაზიების ქსელებს, აიძულებს შეიმუშაონ გარემოსთან ადაპტირებული სტრატეგიები.

კრიზისის პირველ ეტაპზე, პრიორიტეტულია თანამშრომლების, მომხმარებლებისა და საზოგადოების უსაფრთხოება. ყველა ორგანიზაცია მზად უნდა იყოს მართოს ოპერაციული თუ ფინანსური რისკები, რომლებიც დაკავშირებულია ეპიდემიის გავლენასთან მიწოდების ჯაჭვსა და ბაზრებზე. სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია როგორც ბიზნესის მდგრადობისა და უწყვეტი ფუნქციონირების შენარჩუნება, ასევე პოტენციური კრიზისის დაძლევა.

აღნიშნულ ნაშრომში განხილული საკითხები საინტერესო და მნიშვნელოვანია. აქედან გამომდინარე, ჩვენი ნაშრომის მიზანია, შევისწავლოთ საქართველოში მოღვაწე სადისტრიბუციო და საცალო-მაღაზიების ქსელების მენეჯმენტის სტრატეგიები და მათ მიერ განხორციელებული ცვლილებები ეკონომიკური კრიზისის დროს ეპიდემიის ფონზე.

თემას უფრო აქტუალურს ქმნის ის ფაქტი, რომ მოსალოდნელ ეკონომიურ კრიზის განვიხილავთ მსოფლიოში გავრცელებული ეპიდემიის დღევანდელი მდგომარეობის ქრილში, ეპიდემიით გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისის მაგალითზე საქართველოში.

კვლევის მიზნობრივი აუდიტორია გახლდათ საქართველოს ბაზარზე მოღვაწე სადისტრიბუციო კომპანიები. ნაშრომის ფარგლებში ჩატარდა რაოდენობრივი და თვისობრივი კვლევა, რომლის საფუძველზეც გამოვლინდა,

რომ ქართული სადისტრიბუციო კომპანიების უმრავლესობის მთვარი ორიენტირი გაყიდვების ზრდაა, ჩვენს მიერ გამოკითხული კომპანიების უმრავლესობისათვის მიზნობრივი ბაზარი დაბალი, საშუალო და მაღალი შემოსვლის მქონე სეგმენტია. საქართველოში მოღვაწე სადისტრიბუციო კომპანიების უმრავლესობა სათანადოდ ვერ აფასებს კომპანიის კრიზისულ მდგომარეობას და უჭირთ პასუხის გაცემა, თუ როგორ უმკლავდებიან რეცესიის პირობებში კრიზისულ სიტუაციას. მომხმარებლის აქტივობას რაც შეეხება, ეპიდემიის მიერ გამოწვეული კრიზისის ფონზე ცალსახად გაიზარდა.

მოცემული კვლევა ქართული ბაზრისთვის პირველია, რომელიც იკვლევს მარკეტინგულ სტრატეგიებს ეკონომიკური კრიზისის დროს ეპიდემიის პირობებში. შედეგების გამოყენება შეუძლიათ ქართულ ბაზარზე მოღვაწე კომპანიებს და აგრეთვე მკვლევარებს, ამ საკითხის შემდგომი, უფრო სიღრმისეული კვლევისათვის.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** ეკონომიკური კრიზისი, ეპიდემიის პანდემია, სტრატეგია, საცალო მაღაზიების ქსელი, დისტრიბუცია.

## Abstract

The aim of this study is to identify the challenges of distribution and retail store chain management in the face of an economic crisis in the face of an epidemic. The spread of coronavirus in early 2020 was a stark reminder of how necessary it is to be prepared for a sudden crisis and how interconnected the whole world is today. The economic crisis poses challenges for distribution and retail chains, forcing them to devise environmentally friendly strategies. In the first stage of the crisis, the safety of employees, customers and the public is a priority. All organizations must be prepared to manage the operational or financial risks associated with the impact of the epidemic on supply chains and markets. It is vital to maintain business sustainability and sustainability, as well as to overcome potential crises. The issues discussed in this paper are interesting and important. Therefore, the aim of our paper is to study the management strategies of distribution and retail stores operating in Georgia and the changes made by them during the economic crisis against the background of the epidemic. The fact that we are considering the current economic crisis in the context of the current epidemic in the world, on the example of the economic crisis caused by the epidemic in Georgia, makes the topic more relevant. The target audience of the research was the distribution companies operating in the Georgian market. Quantitative research, based on which it was revealed that the main focus of most of the Georgian distribution companies is sales growth, for most of the companies surveyed by us, the target market is the middle and high-income segment. Most of the distribution companies operating in Georgia do not evaluate the company properly. A crisis situation and you have a hard time answering how to deal with a crisis situation in a recession. As for user activity, it has clearly increased amid the crisis caused by the epidemic. This study is the first for the Georgian market to study Marketing strategies in times of economic crisis in the face of an epidemic. The results could be used by companies operating in the Georgian market, as well as by researchers, to conduct more in-depth research on the issue.

**Keywords:** economic crisis, epidemic pandemic, strategy, retail chain, distribution.