



ბალდ & თავარიტი
ვმენით შესაძლებლობებს

FMCG სექტორი საქართველოში 9 თვის შეჯამება

ნოემბერი 2025



გაღიგთაგარი
მეფენი შესაქლებლობა

შინაარსი

- 2025 წლის 9 თვის შეჯამება
- ბაზრის ზომა
- ბრენდული ქსელების შედეგები
- ელექტრონული კომერცია

სწრაფად ბრუნვადი სამომხმარებლო საქონლის (FMCG) ბაზარი საქართველოში - სექტორი სტაბილურად მზარდია

- ● ● **2025 წლის 9 თვეში FMCG ბაზარი წლიურად 10.0%-ით გაიზარდა 17.9 მილიარდ ლარამდე. აქედან, ბრენდული ქსელების შემოსავალმა 7.5 მილიარდი ლარი შეადგინა (ბაზრის 41.8%), რაც წლიურად 11.6%-იანი ზრდაა.** ეს ზრდა ძირითადად განპირობებული იყო არსებული მაღაზიების გაყიდვების ზრდით და რეგიონალური ექსპანსიით. ამასთან, სხვა სავაჭრო ფორმატების შემოსავლები წლიურად 8.9%-ით გაიზარდა.
- ● ● **ბრენდული მაღაზიების რაოდენობით რეგიონებმა გადაუსწრეს თბილისს.** 2025 წლის 9 თვეში რეგიონებში 2,137 ბრენდული ქსელების მაღაზია მოქმედებდა, რაც წინა წელთან შედარებით 76 ერთეულით არის გაზრდილი და უკვე აღემატება თბილისის მაჩვენებელს (2,055 მაღაზია, სადაც ზრდა 9 მაღაზია იყო). შედეგად, რეგიონებში ბრენდული ქსელების შემოსავლები 2025 წლის 9 თვეში წლიურად 16.6%-ით გაიზარდა, ხოლო თბილისში ზრდამ 7.9% შეადგინა.
- ● ● **დეილი ჯგუფი რჩება ბაზრის უპირობო ლიდერად.** მისი წილი ბრენდული ქსელების შემოსავლებში განსაკუთრებით მაღალია რეგიონებში, ხოლო თბილისში მცირედით უსწრებს ძირითად კონკურენტებს. **დეილი ჯგუფის** წილი შეადგენს ჯამური ბაზრის 29.1%-ს (რეგიონებში - 41.4%, თბილისში - 19.3%). ბაზრის მეორე პოზიციაზე გადავიდა **ორი ნაბიჯი** ბრენდული ბაზრის 18.1%-იანი წილით (თბილისში - 19.3%, რეგიონებში - 16.6%). მესამე ადგილზეა **ნიკორა ჯგუფი** 16.3%-იანი წილით (თბილისში - 19.0%, რეგიონებში - 13.0%). **კარფური** და **აგროჰაბი** მეოთხე და მეხუთე ადგილებს იკავებენ, შესაბამისად. საერთო ჯამში, ტოპ-5 კომპანიის წილი ბრენდული ქსელების შემოსავლებში 76.0%-ს შეადგენდა 2025 წლის 9 თვეში.
- ● ● **ელექტრონული კომერცია:** ონლაინ FMCG გაყიდვებმა 2025 წლის 9 თვეში 124 მლნ ლარი შეადგინა, რაც ბრენდული FMCG ბაზრის შემოსავლების 1.7%-ია. ონლაინ გაყიდვებში შეინიშნება აღმავალი ტენდენცია, თუმცა მისი წილი დაბალია ევროპის მსგავს ქვეყნებთან შედარებით (საშუალოდ 3.5%). ჩვენი მოლოდინით, ონლაინ FMCG გაყიდვების წილი გაიზრდება და 2030 წლისთვის ბრენდული ქსელების შემოსავლის 4%-ს მიუახლოვდება.

2025 წლის 9 თვის შეჯამება

FMCG სექტორის შემოსავლებმა 17.9 მლრდ ლარი შეადგინა 2025 წლის პირველი 9 თვეში

გაყიდვის არხები

ბრენდული ქსელები

41.8%

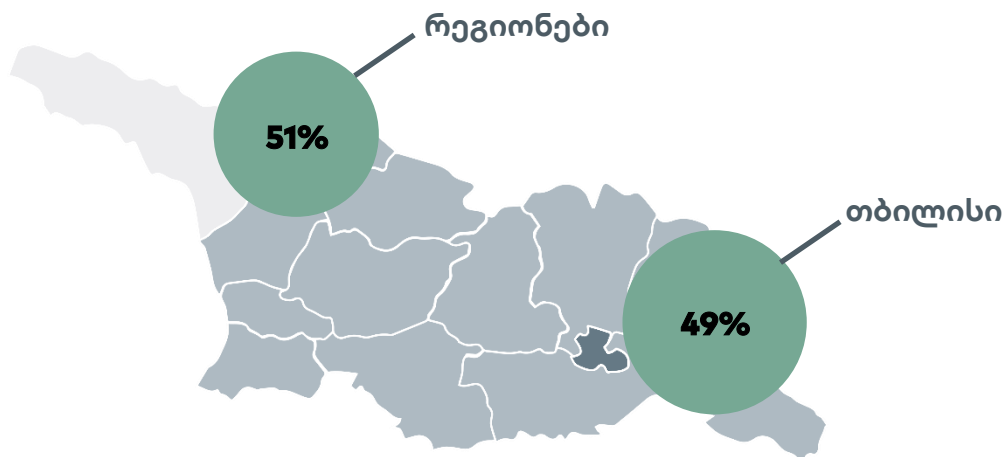
არაბრენდული მაღაზიები

26.4%

სხვა ფორმატები

31.7%

გაყიდვების გეოგრაფია



პროდუქცია

საკვები

69%

სასმელი

13%

თამბაქო საყოფაცხოვრებო ნივთები

7%

6%

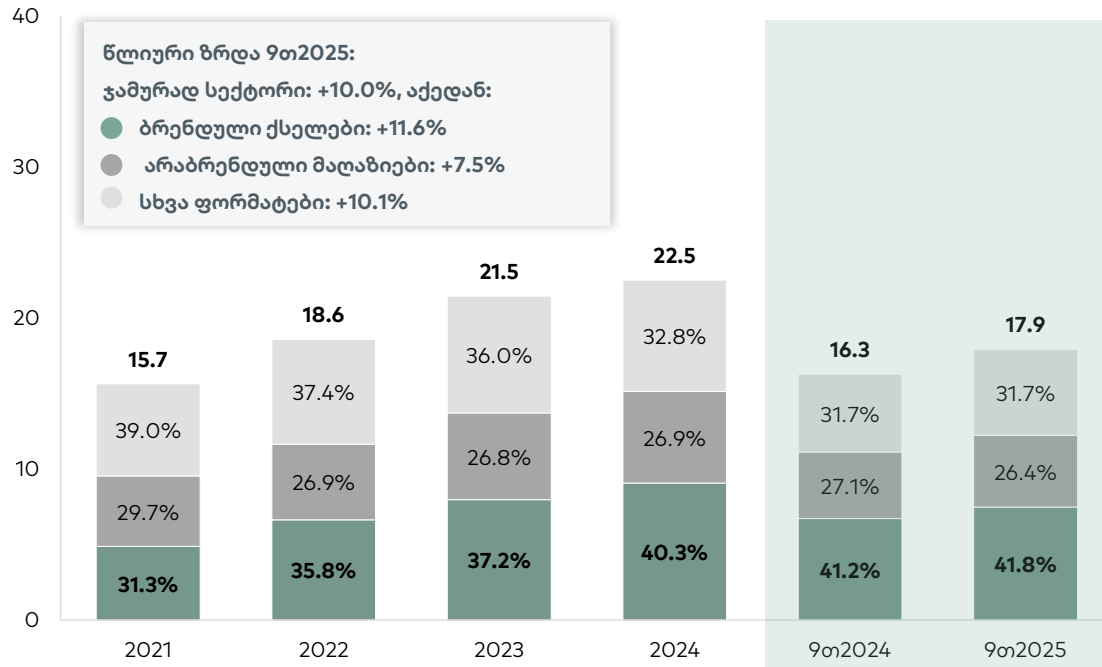
პირადი ჰიგიენა

5%

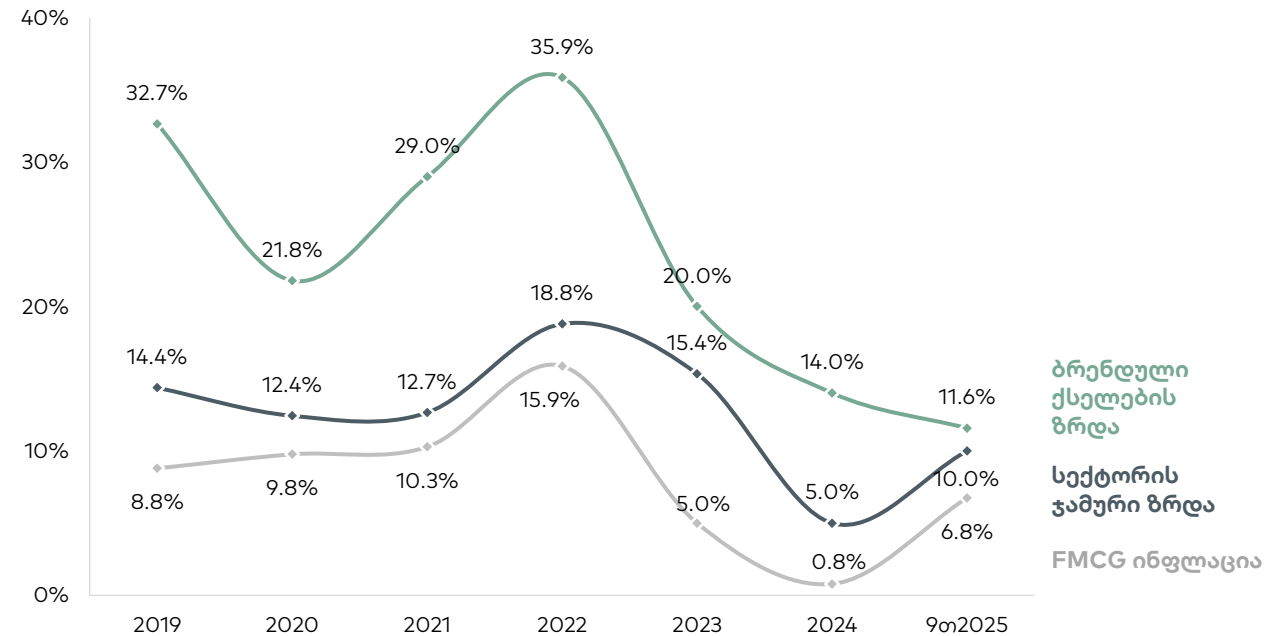
2025 წლის 9 თვის შეჯამება

FMCG სექტორის ჯამური შემოსავლები წლიურად 10.0%-ით გაიზარდა; აქედან, ყველაზე მაღალი ზრდა ბრენდულ ქსელებს ჰქონდათ

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



FMCG სექტორის და ბრენდული ქსელების შემოსავლების წლიური ზრდა და FMCG ინფლაცია

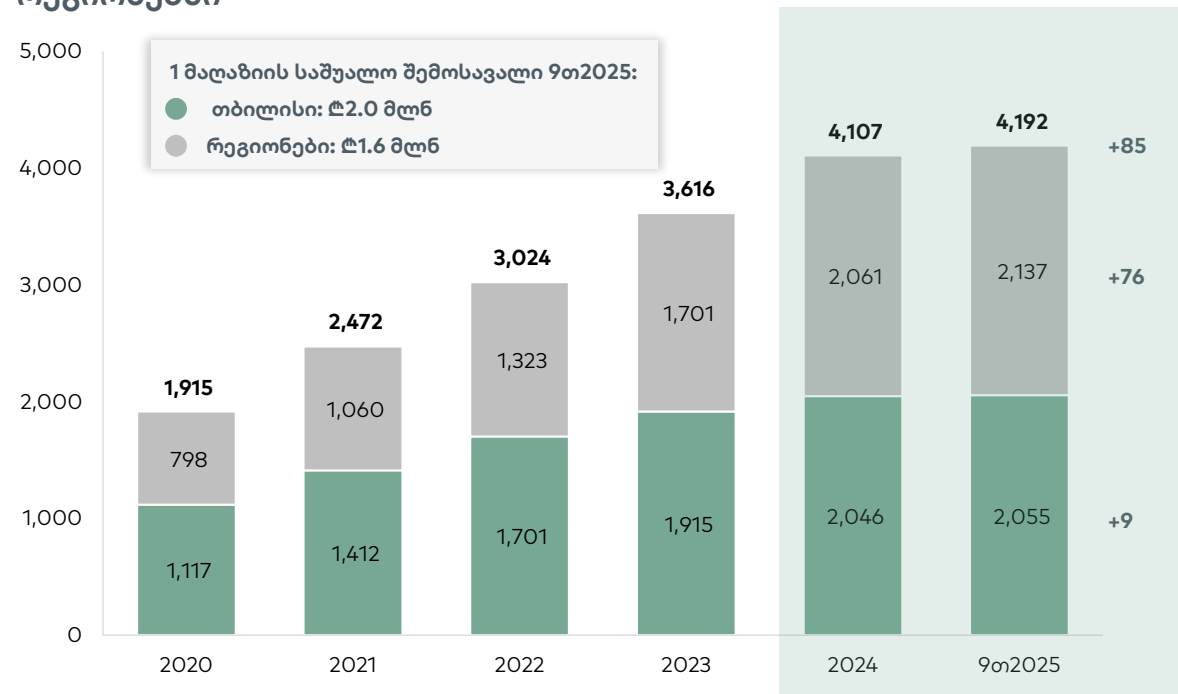


FMCG-ის ჯამური შემოსავალი 2025 წლის 9 თვეში წლიურად 10.0%-ით გაიზარდა და 17.9 მლრდ ლარი შეადგინა. ამასთან, ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატზე სწრაფი ტემპით გაიზარდა და შესაბამისად, მოიმატა ბაზარზე მათმა წილმა 41.8%-მდე.

2025 წლის 9 თვის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

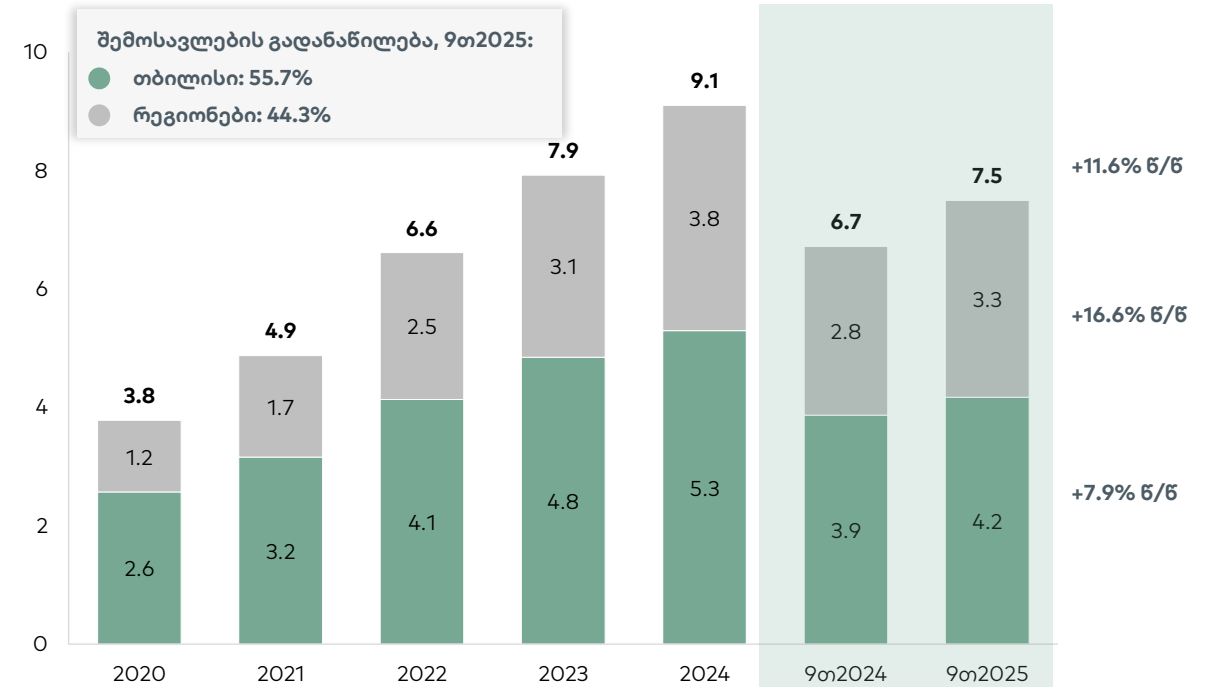
ბრენდული ქსელების შემოსავლების ზრდა ძირითადად განპირობებული იყო რეგიონალური ექსპანსიით და არსებული მალაზიების გაყიდვების ზრდით

ბრენდული ქსელების მალაზიების რაოდენობა თბილისსა და რეგიონებში



2025 წლის 9 თვეში, რეგიონებში მალაზიების ჯამური რაოდენობა 76-ით გაიზარდა 2,137-მდე, რაც მნიშვნელოვნად აღემატება თბილისის 2,055 მალაზიას. ცნობისთვის, 2025 წლის 9 თვეში, თბილისში რამდენიმე მალაზია დაიხურა, თუმცა ჯამურად, მალაზიების რაოდენობა გაიზარდა 9-ით.

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



2025 წლის 9 თვეში, ბრენდული ქსელების შემოსავლები რეგიონებში წლიურად 16.6%-ით, ხოლო თბილისში - 7.9%-ით გაიზარდა. შედეგად, რეგიონების წილი ბრენდული ქსელების შემოსავლებში მცირედით გაიზარდა (2024 წლის 9 თვეში რეგიონების წილი შეადგენდა 42.4%-ს, ხოლო 2025 წლის 9 თვეში 44.3%-ს).

2025 წლის პირველი 9 თვის შეჯამება - ბრენდული ქსელები დეილი ჯგუფი ინარჩუნებს ბაზრის ლიდერობას

ბრენდული ქსელების შემოსავლების და მალაზიების
რაოდენობის წლიური ზრდა 9თ2025

შემოსავლები
+11.6%

მალაზიების რაოდენობა
+85

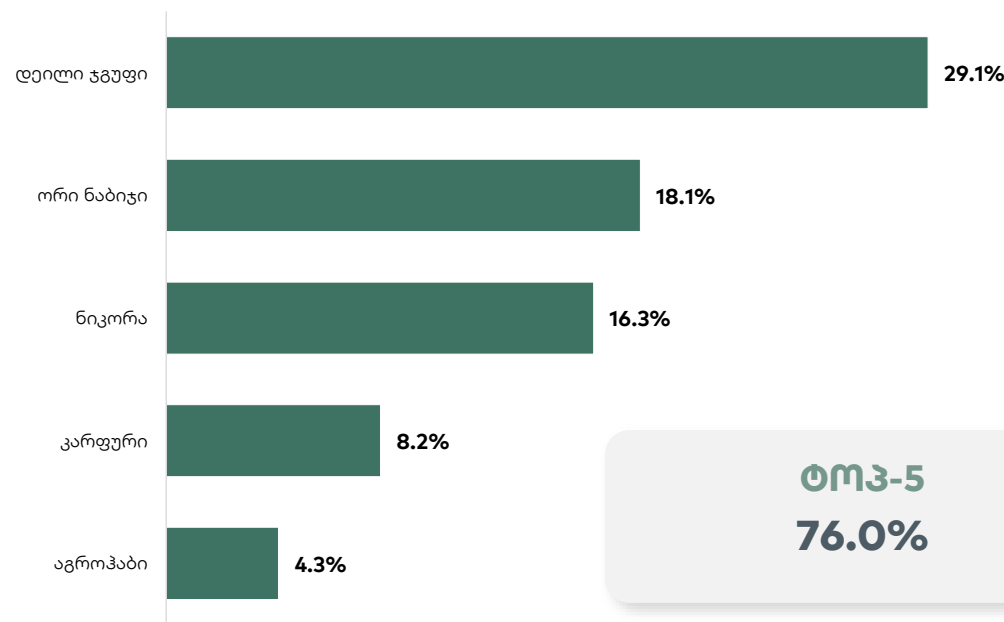
LFL
+2.8%

მალაზიების რაოდენობა წინა წელთან შედარებით დაბალი ტემპით გაიზარდა (წინა წელს ჯამურად მალაზიების რაოდენობა 491-ით გაიზარდა), ხოლო LFL-ის ზრდის ტემპმა მოიმატა.

წყარო: კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

შენიშვნა: LFL (like for like) ნიშნავს იმ მალაზიებში გაყიდვების ცვლილებას, რომლებიც მუშაობდნენ როგორც მიმდინარე, ისე წინა წელს.

ტოპ-5 ბრენდული ქსელების ბაზრის წილი საცალო ვაჭრობიდან
მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 9თ2025

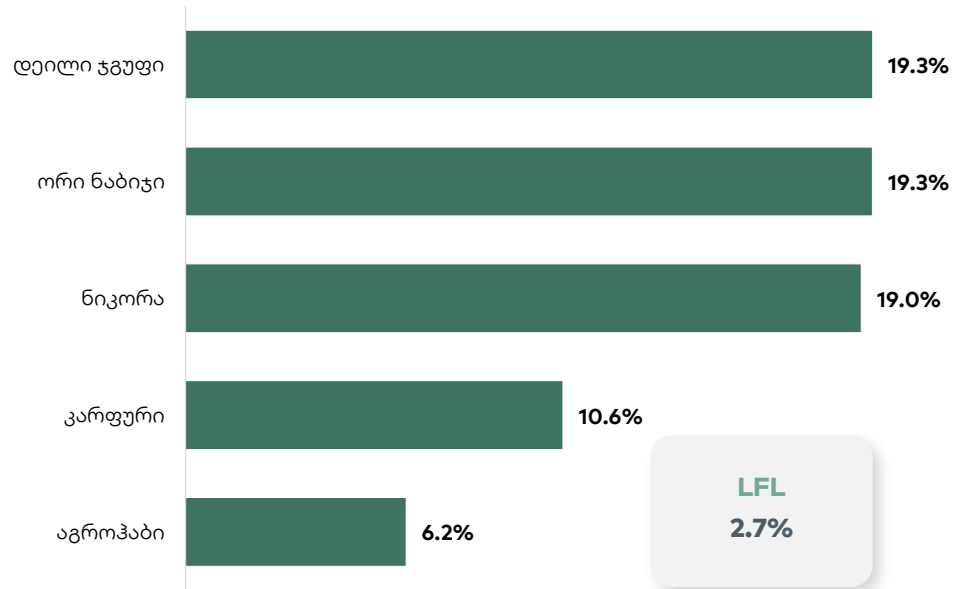


ტოპ 5 კომპანიის საბაზრო წილი 76.0%-მდე გაიზარდა, რაც მცირედი ზრდაა 2024 წლის 74.6%-თან შედარებით. დეილი ჯგუფი ბაზრის ლიდერობას ინარჩუნებს ბრენდული ქსელების ბაზრის 29.1%-იანი და მთლიანი FMCG-ის 14.1%-იანი წილით 2025 წლის 9 თვეში.

2025 წლის 9 თვის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

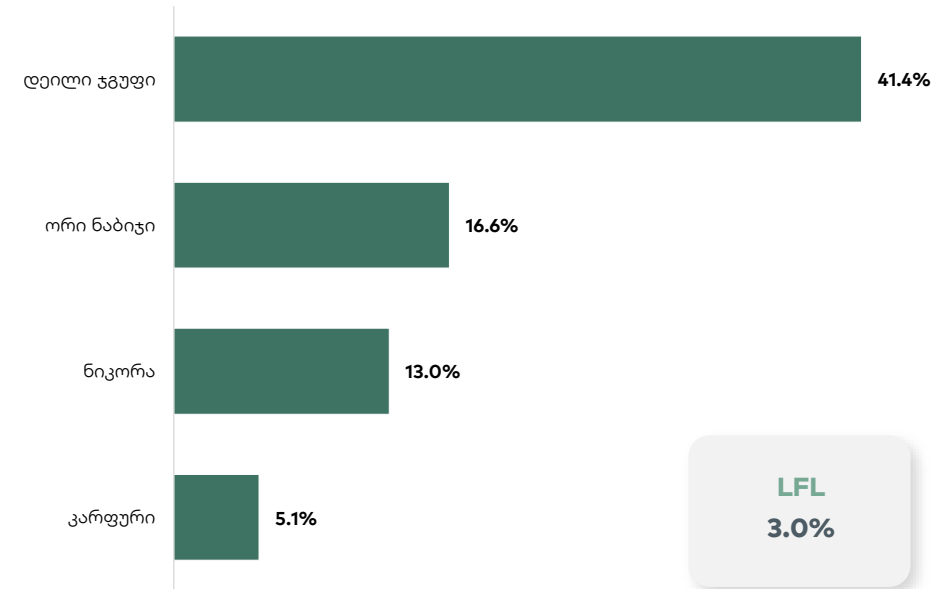
თბილისში ტოპ 3 მოთამაშეს ბაზრის მსგავსი წილი უჭირავთ და მაღალი კონკურენციაა პირველობისთვის, ხოლო რეგიონში დეილი ჯგუფი უპირობო ლიდერია

ტოპ-5 ბრენდული ქსელების თბილისის ბაზრის წილები საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 9თ2025



2025 წლის 9 თვეში დეილი ჯგუფს და ორი ნაბიჯს **თბილისში** გაყიდვების თანაბარი 19.3%-იანი წილი ეჭირათ, ხოლო ნიკორა ოდნავ ჩამორჩებოდა 19.0% წილით. ამასთან, LFL თბილისში 2.7%-ს შეადგენდა.

ტოპ-4 ბრენდული ქსელების რეგიონების ბაზრის წილები საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 9თ2025

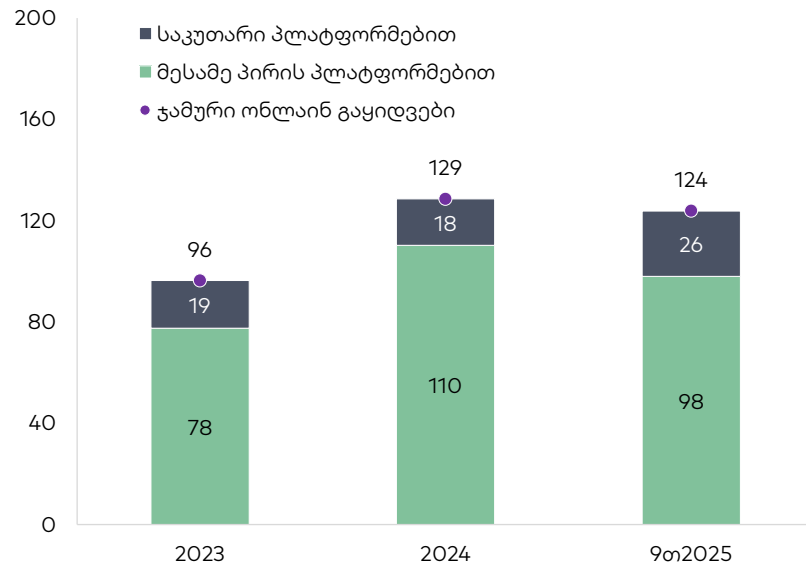


რეგიონებში დეილი ჯგუფი ბაზრის უპირობო ლიდერი იყო 41.4%-იანი წილით 2025 წლის 9 თვეში. ამასთან, რეგიონებში LFL 3.0%-ს შეადგენდა.

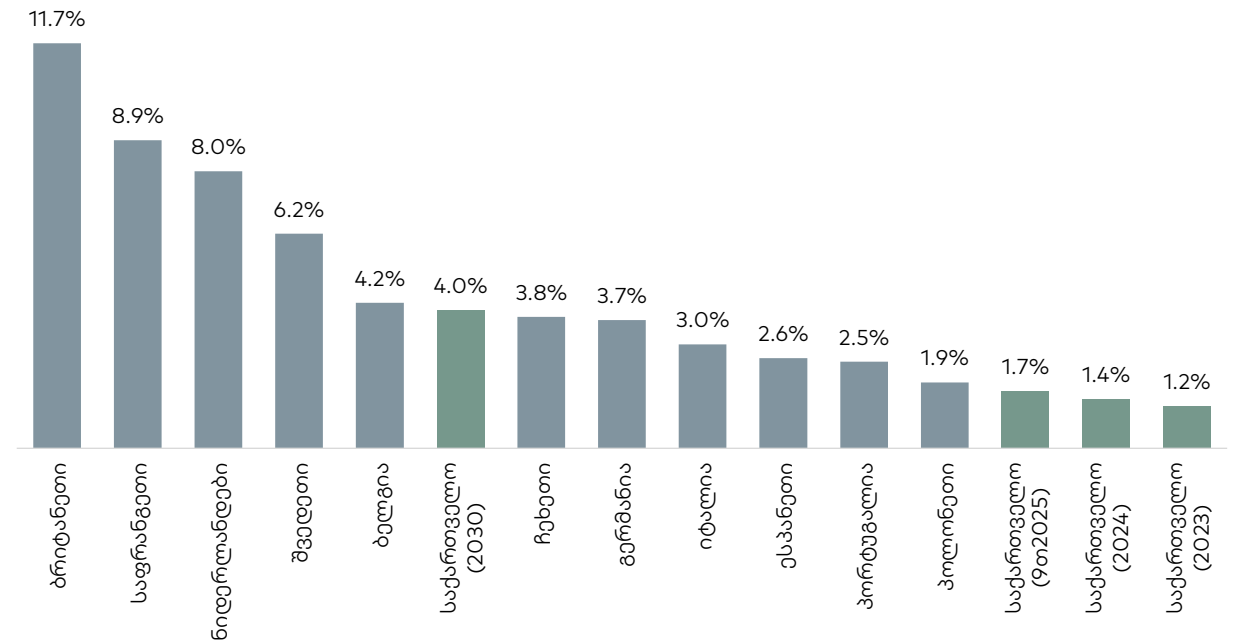
2025 წლის 9 თვის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

ელ-კომერცია მზარდია, თუმცა მისი წილი მთლიან გაყიდვებში კვლავ მცირეა

FMCG-ის ელ-კომერციის გაყიდვები საქართველოში, მლნ ლარი



ელ-კომერციის წილი ბრენდულ FMCG გაყიდვებში, 2022



ელექტრონული კომერცია: ელ-კომერციით FMCG გაყიდვებმა 2025 წლის 9 თვეში 124 მლნ ლარი შეადგინა, რაც ბრენდული FMCG ბაზრის 1.7%-ია. ონლაინ გაყიდვებში შეინიშნება აღმავალი ტენდენცია, თუმცა მისი წილი დაბალია ევროპის მსგავს ქვეყნებთან შედარებით (საშუალოდ 3.5%). ჩვენი მოლოდინით, ონლაინ FMCG გაყიდვების წილი გაიზრდება და 2030 წლისთვის 4.0%-ს მიუახლოვდება. ონლაინ გაყიდვები გაიზრდება როგორც საკუთარი პლატფორმებით, ასევე შუამავალი კომპანიების მეშვეობით.



გალტ & ტაგარტი
გვერდითი შესაძლებლობები

კვლევების დეპარტამენტის უფროსი

ევა ბოჭორიშვილი
evabochorishvili@gt.ge

საქტორის უფროსი

მარიამ ჩახვაშვილი
mchakhvashvili@gt.ge

მთავარი აკონომისტი

ლაშა ქავთარაძე
lashakavtaradze@gt.ge

უფროსი ანალიტიკოსი

დაჩი მუჯირიშვილი
dmujirishvili@gt.ge

მისამართი:

ალექსანდრე ჰუშკინის ქუჩა 3, თბილისი, 0108, საქართველო

ტელ: + (995) 32 2401 111

ელ. ფოსტა: research@gt.ge

მნიშვნელოვანი შეტყობინება

ეს დოკუმენტი არის სს "გალტ ენდ თაგარტის" ("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