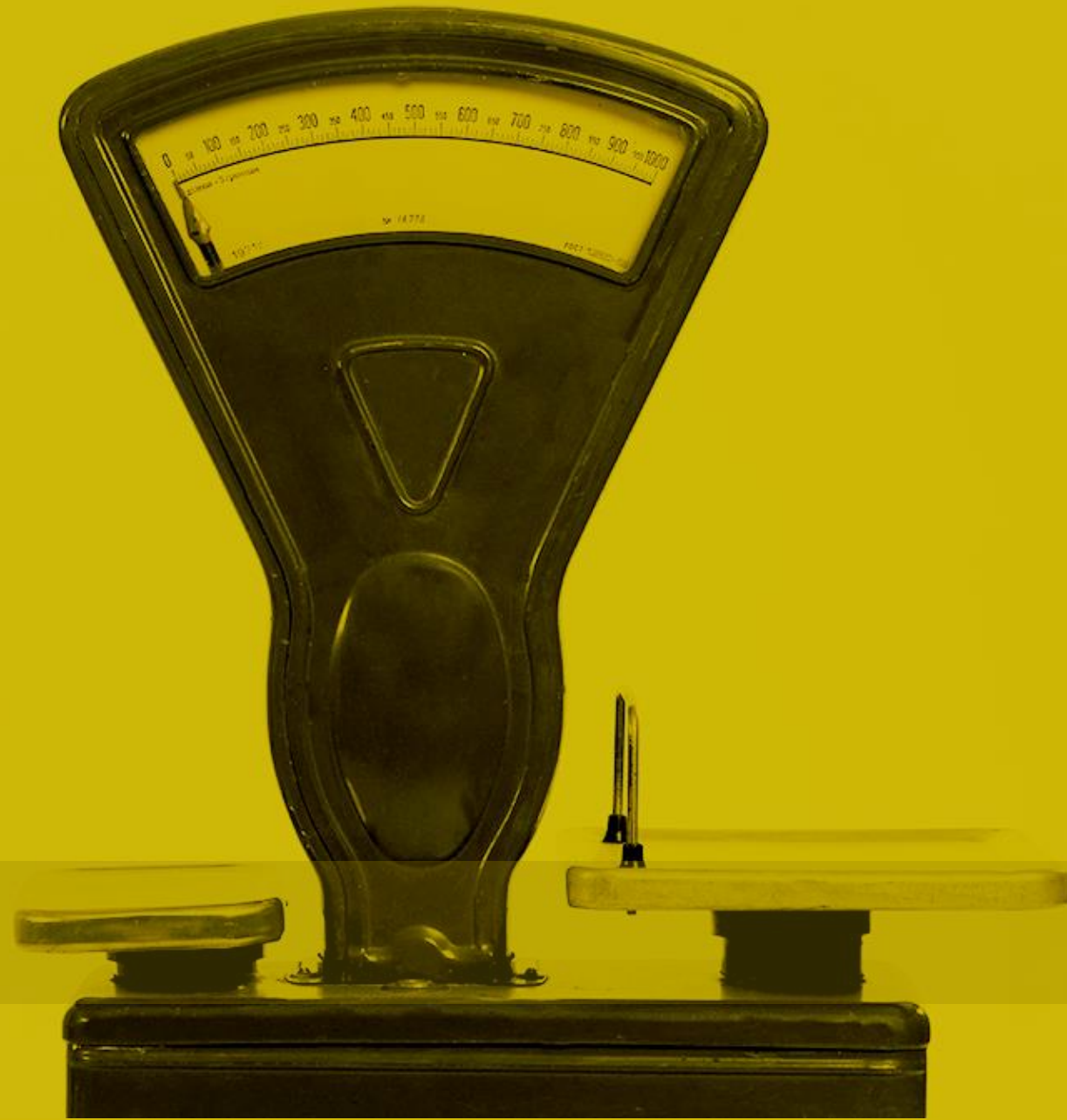




ბალო & თავარი  
მშენიშნის მისამართები

# FMCG სექტორი საქართველოში

დეკემბერი, 2024





ბალი & თაგარი  
მშენი მსახურობა

# შინაარსი



**2024 წლის შეჯამება**

**2025-28 წლის მოლოდინები**

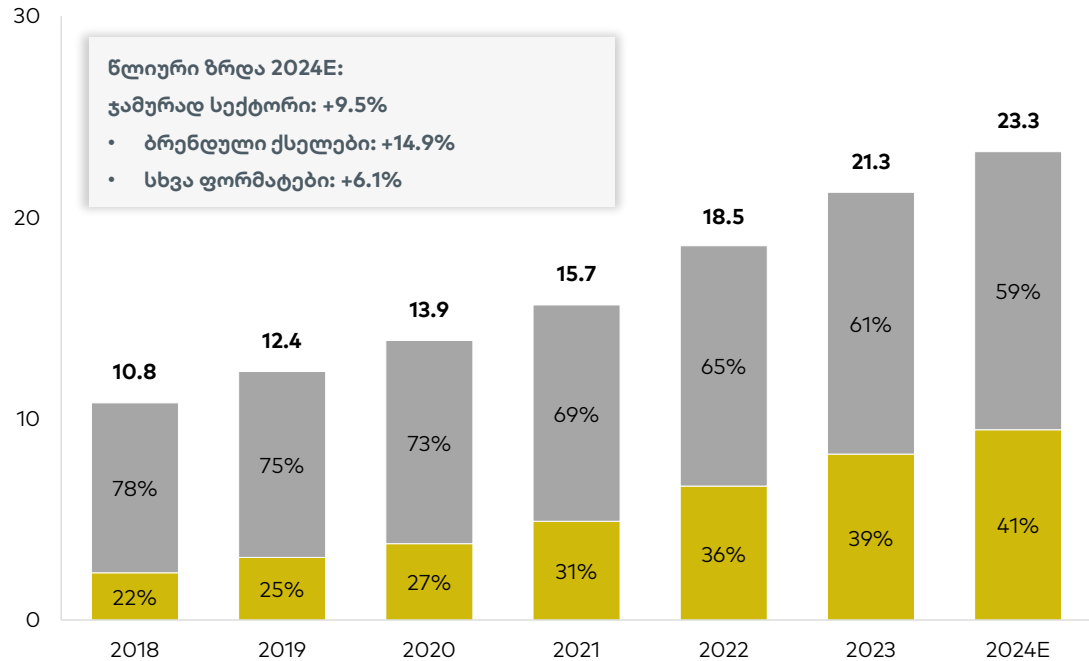
## FMCG ბაზარის ტენდენციებისა და პროგნოზის - სექტორი სტაბილურად მზარდია

- ● ● **2024 წელს FMCG ბაზრის ზომა 23.3 მლრდ ლარს მიაღწევს, რაც წლიურად 9.5%-იანი ზრდაა.** 2024 წელს FMCG სექტორის შემოსავლების ზრდა ძირითადად მოთხოვნის ფაქტორით არის განპირობებული, რადგან ფასისმიერი ეფექტი მინიმალურია. აღსანიშნავია, რომ ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატებზე მაღალი ტემპით იზრდება - 2024 წელს ბრენდული ქსელების შემოსავლების ზრდა წლიურად 14.9%-ით 9.5 მლრდ ლარამდეა მოსალოდნელი, ხოლო სხვა ფორმატების ზრდა 6.1%-ის დონეზე. შედეგად, ბრენდული ქსელების წილი 40.7%-ია, რაც დინამიკაში მზარდია.
- ● ● **ბრენდული ქსელების შემოსავლის ზრდა ძირითადად გეოგრაფიული ექსპანსიით იყო გამოწვეული.** 2024 წელს ბრენდული ქსელების 500 ახალი მაღაზია დაემატა ბაზარს და მაღაზიების რაოდენობამ 4,000-ს გადააჭარბა. ამასთან, გათანაბრდა თბილისსა და რეგიონებში ბრენდული მაღაზიების რაოდენობა, თუმცა ერთი მაღაზიის გაყიდვები თბილისში საშუალოდ დაახლოებით 30%-ით აღემატება რეგიონების მაჩვენებელს. შესაბამისად, ბრენდული ქსელების ჯამურ შემოსავლებში თბილისის წილი 56.7%-ს შეადგენს.
- ● ● **ბაზრის ახალი ლიდერია დეილი ჯგუფი ბრენდული ქსელების შემოსავლის 27.6%-ით, ხოლო მთლიანი ბაზრის 9.8%-იანი წილით.** 2024 წელს, ბაზრის ტოპ 20-ეულში შემავალი რამდენიმე კომპანია გაერთიანდა. ერთი ჰოლდინგის ქვეშ გაერთიანდნენ შპს ფუდმარტი (ბრენდებით სპარი, იოლი და კალათა), შპს დეილი, შპს გვირილა რითეილი (გვირილა) და შპს რითეილ ჯგუფი (მაგნიტი). შედეგად, დეილი ჰოლდინგი ფლობს 1,600-ზე მეტ მაღაზიას მთელი საქართველოს მასშტაბით. 2024 წლის 10 თვის გაყიდვებში, დეილი ჯგუფი ქსელური ბაზრის 27.6%-ს იკავებს. მეორე ადგილზეა ნიკორა, 17.0%-იანი წილით, ხოლო მესამეზე 2-ნაბიჭი 16.8%-იანი წილით. ჯამში ტოპ-3 კომპანია ორგანიზებული ბაზრის 61.3%-ს იკავებს, ხოლო დანარჩენი 38.7% მოდის შედარებით მცირე ზომის 40 ქსელურ მაღაზიაზე.
- ● ● **FMCG ბაზარი წლიურად 8.0%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში, ჩვენი პროგნოზით.** FMCG ბაზრის ზრდის წარმართველო ფაქტორი იქნება მოსახლეობის მსყიდველუნარიანობის ზრდა. ამასთან, ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატებზე მაღალი ტემპით ზრდას განაგრძობს გეოგრაფიული ექსპანსიისა და სტრატეგიული განვითარების ხარჯზე. ბრენდული ქსელების ბაზარი წლიურად 14.8%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში (+24.5%-იანი ზრდა 2021-24 წლებში), რაც საბაზრო წილის მიმდინარე 40.7%-დან 52.0%-მდე ზრდას გამოიწვევს 2028 წელს.

## 2024 წლის შეჯამება

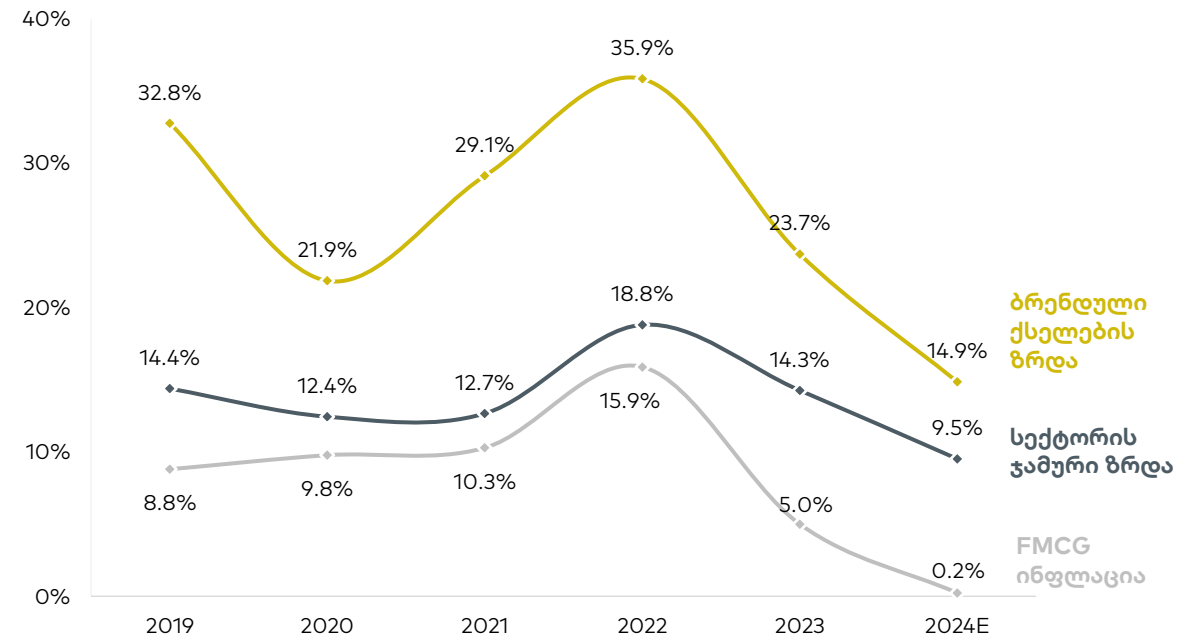
2024 წელს სექტორის შემოსავლები მოსალოდნელია 23 მლრდ ლარის დონეზე, რაც წლიური 9.5%-იანი ზრდაა

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



2024 წელს სექტორის შემოსავლები 23.3 მლრდ ლარის დონეზეა მოსალოდნელი. აქედან, ბრენდული ქსელების წილი 40.7%-ია, რაც დინამიკაში მზარდია.

FMCG სექტორის და ბრენდული ქსელების შემოსავლების წლიური ზრდა და FMCG ინფლაცია

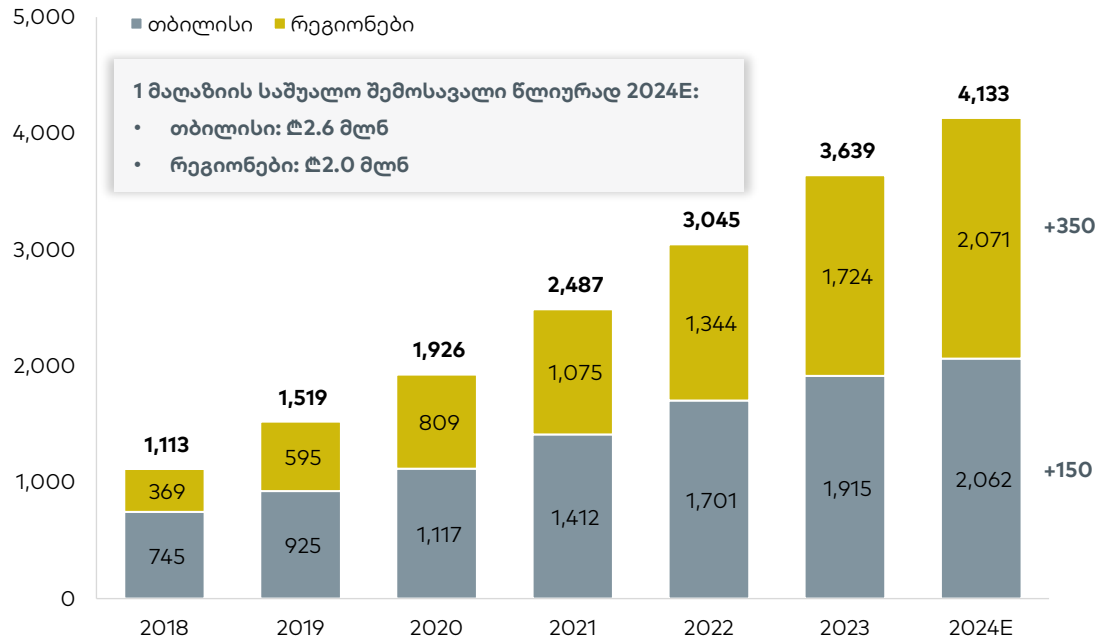


2024 წელს FMCG სექტორის შემოსავლების ზრდა ძირითადად მოთხოვნის ფაქტორით არის განპირობებული, რადგან ფასისმიერი ეფექტი მინიმალურია. ბრენდული ქსელები სხვა ფორმატებზე მაღალი ტემპით იზრდება.

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელები

# გაფართოების შედეგად ბრენდული ქსელების შემოსავლები რეგიონებში უფრო სწრაფად გაიზარდა ვიდრე თბილისში

### ბრენდული ქსელების მალაზიების რაოდენობა თბილისსა და რეგიონებში

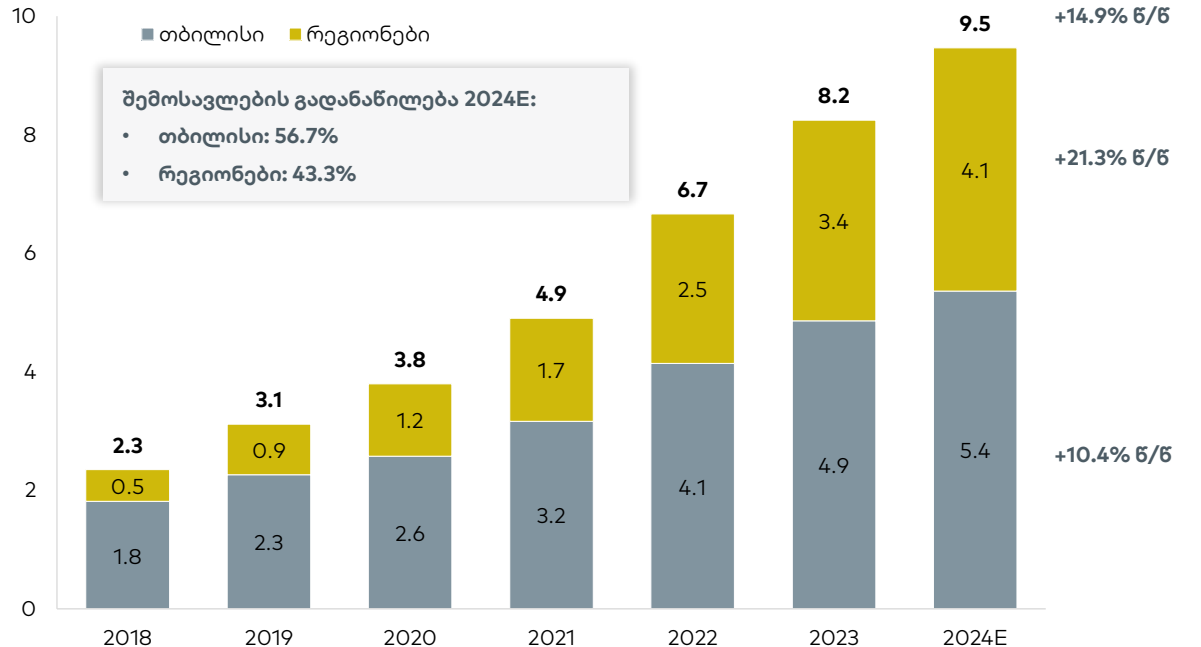


რეგიონებში ქსელური მალაზიების რაოდენობა უფრო სწრაფად იზრდება, თუმცა ერთ მალაზიაზე საშუალო შემოსავალი თბილისთან შედარებით ნაკლებია. აღნიშნული მოსახლეობის ნაკლები მსყიდველუნარიანობით, განსხვავებული ქცევით და არაფორმალური ფორმატებით აიხსნება.

წყარო: სარასი, კომპანიების გამოკითხვა, გალატ & თაგარტი

შენიშვნა: 2024 წლის მონაცემები წინასწარია

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



ბრენდული ქსელების შემოსავლების ზრდა რეგიონებში წლიურად 21.3%-ით, ხოლო თბილისში 10.4%-ითაა მოსალოდნელი 2024 წელს. შედეგად, რეგიონების წილი ბრენდული ქსელების შემოსავალში 41.1%-დან 43.3%-მდე გაიზარდა 2023-24 წლებში.

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელების ბაზრის წილი

ბაზრის ახალი ლიდერია დეილი ჯგუფი ბრენდული ქსელების 27.6%-იანი და ჯამური FMCG ბაზრის 9.8%-იანი წილით

ბრენდული ქსელების შემოსავლების და მალაზიების რაოდენობის წლიური ზრდა 2024E

**შემოსავლები**  
**+14.9%**

**LFL**  
**+2.3%**

**მალაზიების რაოდენობა**  
**+500**

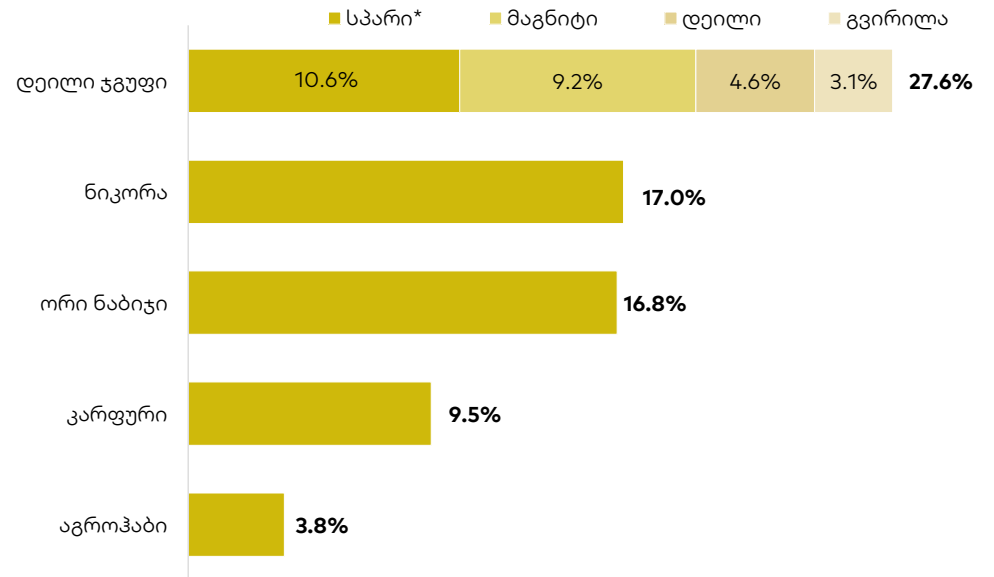
2024 წლის 10 თვეში ბრენდული ქსელების შემოსავლების ზრდა მეტწილად ახალი მალაზიების გახსნის ხარჯზე მოხდა. ახალმა მალაზიებმა ჩაანაცვლეს ტრადიციული ფორმატის მალაზიები და არაფორმალური ვაჭრობა.

წყარო: კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

\*სპარი მოიცავს ფულმარტს და მის ფრენჩაიზებს

შენიშვნა: LFL = like for like growth, იმ მალაზიების საშუალო წლიური ზრდა, რომელიც წინა წელსაც გახსნილი იყო

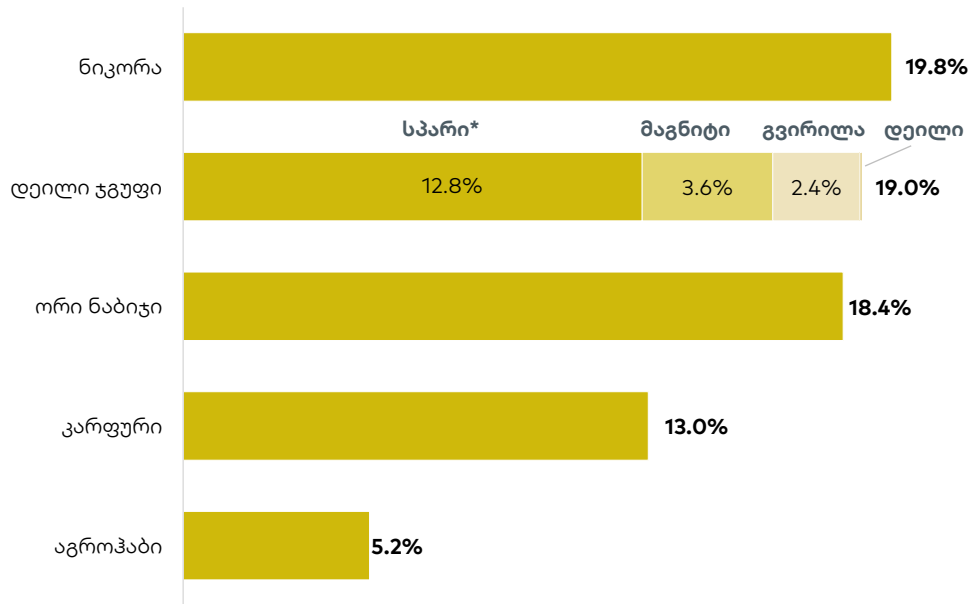
პოტ-5 ბრენდული ქსელების ბაზრის წილი საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 10თ24



მაგნიტი, სპარის, დეილის და გვირილას გაერთიანებით ბაზარს ახალი ლიდერი ყავს, საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლის 27.6%-იანი წილით, ხოლო მალაზიების რაოდენობაში 39%-იანი წილით. ამ კომპანიების წილი ჯამურ FMCG გაყიდვებში 9.8%-ს შეადგენს.

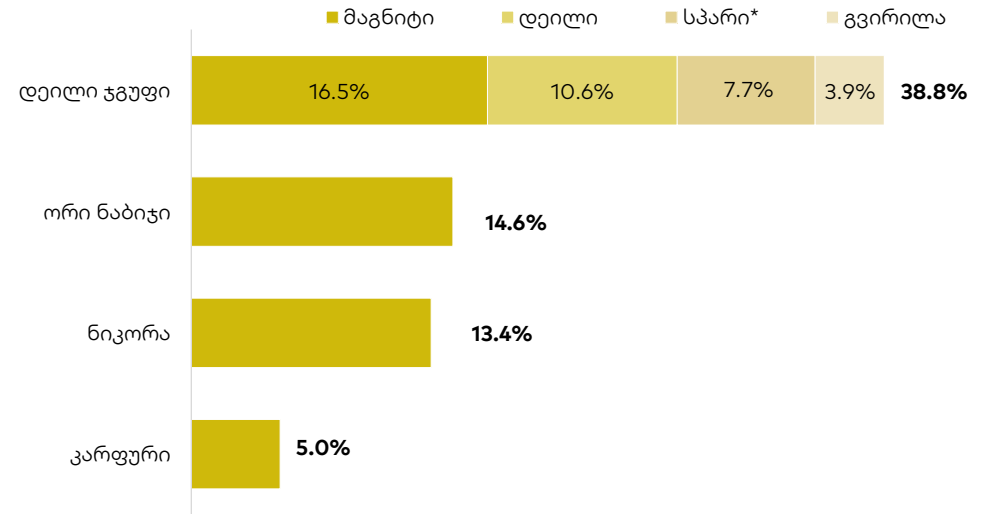
## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელების ბაზრის წილი თბილისსა და რეგიონებში ბაზრის წილის გადანაწილება განსხვავებულია თბილისსა და რეგიონებში

ტოპ-5 ბრენდული ქსელების თბილისის ბაზრის წილები საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 10თ24



თბილისში ბაზრის ლიდერია ნიკორა საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლის 19.8%-იანი წილით, 2024 წლის 10 თვეში

ტოპ-4 ბრენდული ქსელების რეგიონების ბაზრის წილები საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლების მიხედვით, 10თ24

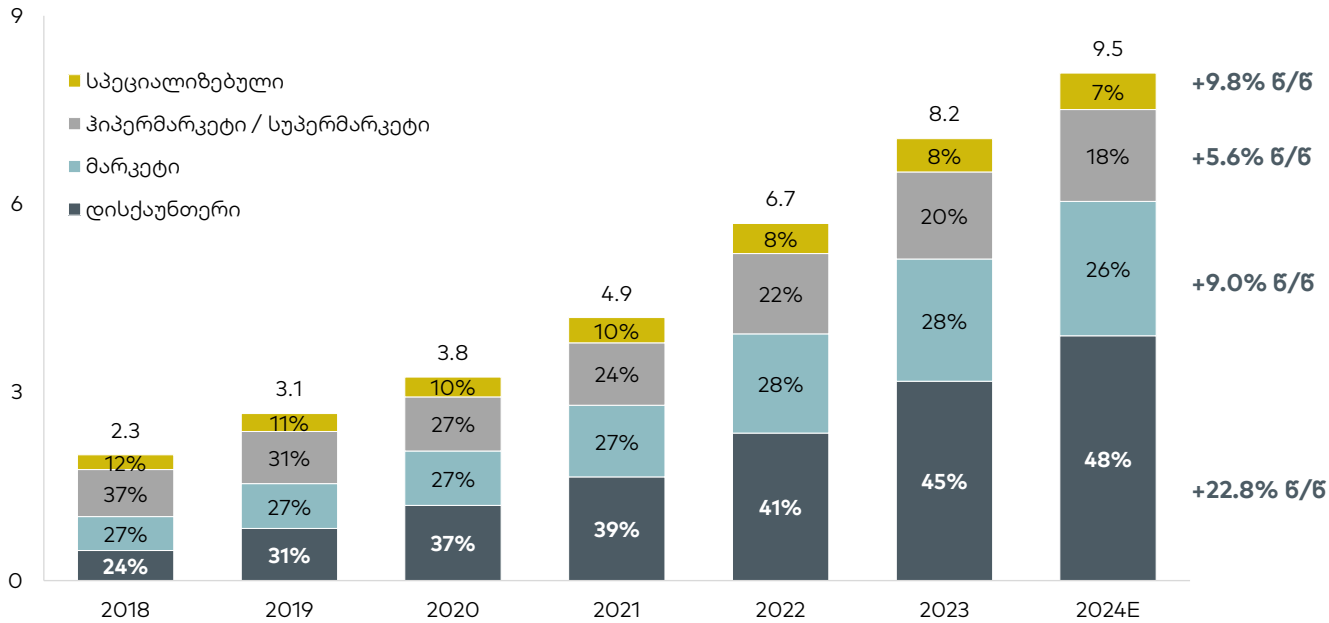


რეგიონში ბაზრის ლიდერია დეილი ჯგუფი საცალო ვაჭრობიდან მიღებული შემოსავლის 38.8%-იანი წილით, 2024 წლის 10 თვეში

## 2024 წლის შეჯამება - ბრენდული ქსელების ფორმატები

ყველაზე სწრაფად დისქაუნთერის ფორმატი იზრდება, ხოლო ჰიპერმარკეტების წილი მცირდება

ბრენდული ქსელების შემოსავლები მალაზიის ფორმატების მიხედვით, მლრდ ლარი (დღგ-ს ჩათვლით)



ბაზრის ყველაზე დიდი წილი დისქაუნთერებს უჭირავთ, რაც თანხვედრაშია გლობალურ ტრენდებთან. დისქაუნთერების სწრაფი ზრდა დააჩქარა ბოლო წლების მალაზია ინფლაციურმა ფონმა.

●●● კომპანიების უმეტესობა კონცენტრირებულია მომხმარებელთა კონკრეტულ ჯგუფებზე და მიზერულია ისეთი კომპანიების რაოდენობა, რომელიც რამდენიმე ფორმატში ოპერირებს.

●●● ფორმატების დივერსიფიკაცია შესაძლებელს ხდის სხვადასხვა პრეფერენციების მომხმარებლის მოზიდვას, რაც კრიტიკულია, როდესაც მოსახლეობის რაოდენობა არ იზრდება.

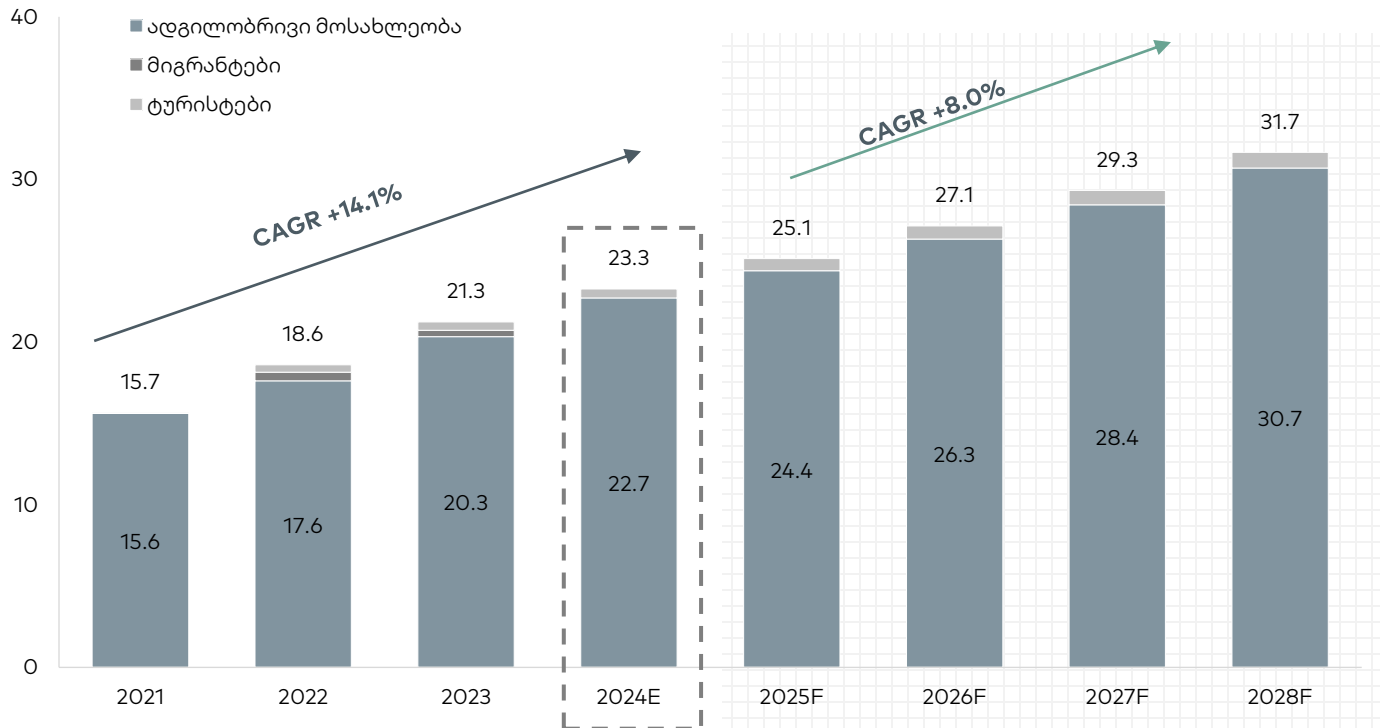
დეილი ჯგუფის ფორმატები: დეილი ჯგუფი თითქმის ყველა ფორმატითაა წარმოდგენილი. დეილი და მაგნიტი ძირითადად რეგიონებში იყვნენ წარმოდგენილი და ბიუჯეტურ სეგმენტზე გადიოდნენ **დისქაუნთერის** ფორმატით. ამავე სეგმენტს ფარავდა გვირგვინი მთელი საქართველოს მასშტაბით. სპარი და იოლი, თავისი ფრენჩაიზებით, **სტანდარტული** უბნის მალაზიის (convenience store) ფორმატით იყო წარმოდგენილი.



## 2025-28 წლის მოლოდინები

### FMCG სექტორის შემოსავლები საშუალოდ წლიურად 8%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში

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



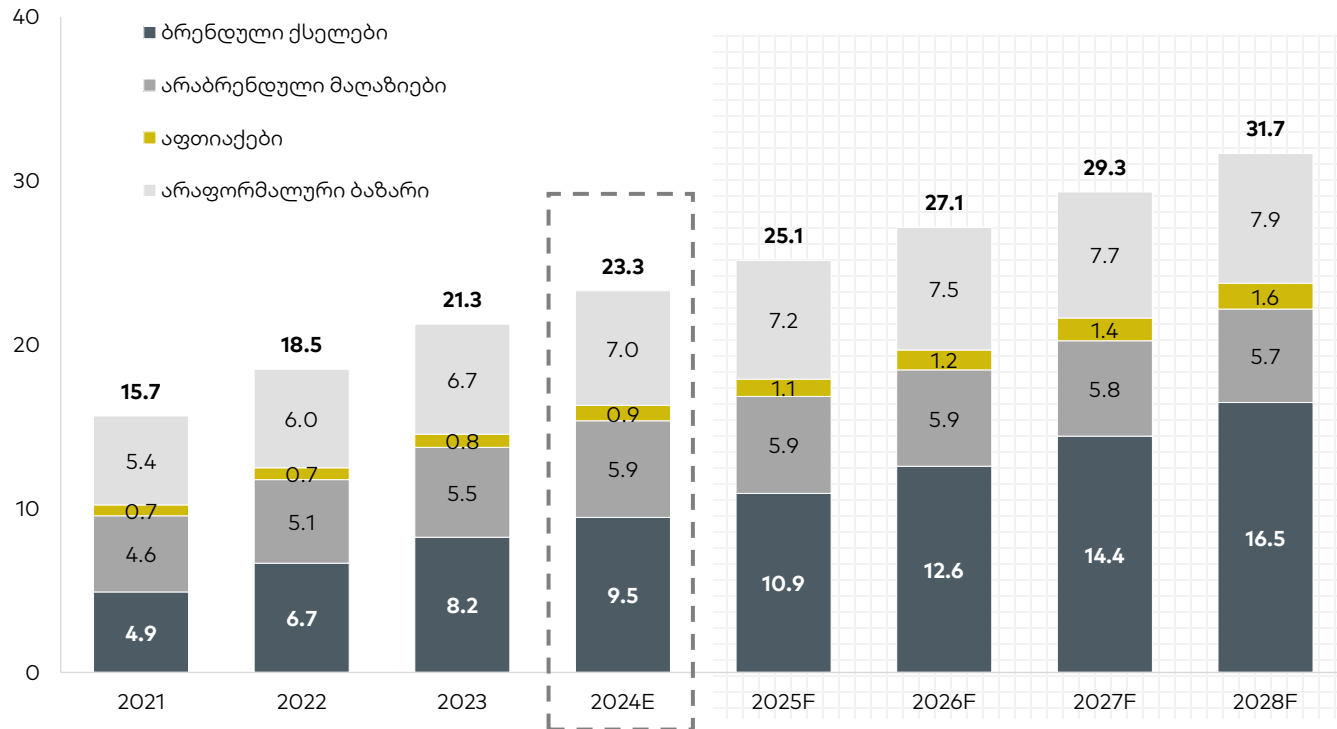
- ● ● FMCG ბაზარი მოსალოდნელია, რომ წლიურად 8.0%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში და 31.7 მლრდ ლარს მიაღწევს 2028 წელს
- ● ● FMCG ბაზრის ზრდის წარმართველო ფაქტორი იქნება მოსახლეობის მსყიდველობითუნარიანობის ზრდა

FMCG სექტორი ტრადიციულად ადგილობრივი მოსახლეობის მოხმარების ხარჯზე იზრდება, თუმცა ტურიზმის აღდგენასა და მიგრანტების შემოდინებას მნიშვნელოვანი კონტრიბუცია ჰქონდა 2022-23 წლებში.

## 2025-28 წლის მოლოდინები

### ბრენდული ქსელები ბაზრის ნახევარზე მეტს დაიკავენ 2028 წლისთვის

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



ბაზრის წილის განაწილება

	2021	2024E	2025F	2028F
ბრენდული ქსელები	31.3%	40.7%	43.5%	52.0%
სხვა სეგმენტები	68.7%	59.3%	56.5%	48.0%

ბრენდული ქსელების წილი 31.3%-დან 40.7%-მდე გაიზარდა 2021-24E წლებში. ბრენდული ქსელების ბაზარი წლიურად 14.9%-ით გაიზრდება 2025-28 წლებში (+24.5%-იანი ზრდა 2021-24 წლებში) გეოგრაფიული ექსპანსიისა და სტრატეგიული განვითარების ხარჯზე, რაც საბაზრო წილის 52.0%-მდე ზრდას გამოიწვევს (მიმდინარე 40.7%-დან).

წყარო: საქსტატი, სარასი, კომპანიების გამოკითხვა, გალტ & თაგარტი

## ბრენდული ქსელების შემოსავლის ზრდის სტრატეგია 2025-28 წლებში

### გეოგრაფიული ექსპანსია

რეგიონებში ექსპანსია ყველაზე საინტერესოა აჭარაში, ქვემო ქართლსა და თბილისში

ბრენდული მალაზიები

**2024**

**2028**

4,000+

6,500+

დეტალები იხილეთ გალტ & თაგარტის იანვრის მიმოხილვაში [10-15 გვერდებზე](#)

### პროდუქცია

ბაზრის დამატებითი წილის ასათვისებლად და ხარჯების ოპტიმიზაციზიისთვის მნიშვნელოვანია:

- პროდუქციის ასორტიმენტის ზრდა
- საკუთარი წარმოება (private label)
- მონაცემთა ანალიზი და პერსონალიზაცია

დეტალები იხილეთ გალტ & თაგარტის იანვრის მიმოხილვაში [17-18 გვერდებზე](#)

### გაყიდვის არხები

ახალი მომხმარებლის მოსაზიდად მნიშვნელოვანია გაყიდვის არხების დივერსიფიკაცია:

- ფორმატების დივერსიფიკაცია
- E-Commerce წილის ზრდა

დეტალები იხილეთ გალტ & თაგარტის იანვრის მიმოხილვაში [16,21 გვერდებზე](#)



**გალტ & ტაგარტი**  
 შპს-ის შიდა კომუნიკაციების განყოფილება

**კვლევების დეპარტამენტის უფროსი**

ევა ბოჭორიშვილი  
**evabochorishvili@gt.ge**

**საქტორის უფროსი**

მარიამ ჩახვაშვილი  
**mchakhvashvili@gt.ge**

**მთავარი აკომოთისტი**

ლახა ქავთარაძე  
**lashakavtaradze@gt.ge**

**მისამართი:**

ალექსანდრე ჰუშკინის ქუჩა 3, თბილისი, 0105, საქართველო

**ტელ:** + (995) 32 2401 111

**ელ. ფოსტა:** research@gt.ge

# მნიშვნელოვანი შეტყობინება

ეს დოკუმენტი არის სს "გალტ ენდ თაგარტი" ("Galt & Taggart"), რომელიც არის სს საქართველოს ბანკის ჯგუფის ("ჯგუფი") წევრი, საკუთრება და მომზადებულია Galt & Taggart-ის მიერ, მხოლოდ საინფორმაციო მიზნებისთვის და მასში ნახსენები კომპანიებისგან დამოუკიდებელია. 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