



თბილისის ღია უნივერსიტეტი

ღალი კალმახელიძე

Covid 19-ის გავლენა საერთაშორისო ბიზნესზე

(McDonald's, Wendy's, Dunkin'donats და Domino's pizza-ის მაგალითზე)

წარმოდგენილია მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

თბილისი, 0156, საქართველო.

თბილისი

2020

ხელმოწერის გვერდი

„ თბილისის ღია სასწავლო უნივერსიტეტი“, ბიზნესის სკოლა „ბიზნესის ადმინისტრირება“

„ჩვენ, ქვემოთ ხელისმომწერნი ვადასტურებთ, რომ გავეცანით კალმახელიძე ლალი-ის მიერ შესრულებულ ნაშრომს დასახელებით: “Covid19-ის გავლენა საერთაშორისო ბიზნესზე.“ და ვაძლევთ რეკომენდაციას განხილულ იქნას თბილისის ღია სასწავლო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის საგამოცდო კომისიის მიერ მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად”.

თარიღი: _____

ხელმძღვანლის ხელმოწერა: _____

ხარისხის მართვისა და სტრატეგიული განვითარების სამსახურის უფროსის ხელმოწერა: _____

რეცენზენტის ხელმოწერა: _____

ავტორის ხელმოწერა: _____

ანოტაცია

საერთაშორისო ბიზნესი წარმოადგენს საქმიანობის ისეთ ფორმას რომელიც ხორციელდება ერთ ან რამდენიმე ქვეყანას შორის, Covid-19-ის სწრაფი ტემპით გავრცელებამ კი ბიზნესი ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. საერთაშორისო ბიზნესის განხორციელება შეუძლიათ როგროც ფიზიკურ ასევე იურიდიულ პირებს.

სამაგისტრო ნაშრომის კვლევის მიზანია თუ რა გავლენა მოახდინა covid-19-მა საერთაშორისო ბიზნესზე.

კვლევის საგანია ნაშრომში დასახეული მიზნის მისაღწევად განვიხილავთ საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციების, სწრაფი კვებითი ქსელების -McDonald's-ის, Wendy's-ის და Dunkin'donats-ის ფინანსურ მონაცემებს. შედარებითი ანალიზის მეშვეობით შევეცდები დავადგინო რა გავლენა იქონია პანდემიამ ორგანიზაციის მოგებასა და შემოსავლებზე, რა განსხვავება არსებობს წინა წელთან შედარებით, როგორ ახერხებენ ისინი კრიზისული სიტუაციების მართვას, რა სიახლეები დაინერგა და როგორ შეიცვალა მოხმარებელთა ლოიალობის ინდექსი. თემის საფუძვლიანად შესწავლისათვის გამოყენებულია ლიტერატურა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციების შესახებ, არსებული კვლევები და სტატისტიკური მონაცემების შედარებითი ანალიზი.

კვლევამ ცალსახად გვანახა, რომ პანდემიამ დიდი გავლენა იქონია საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციებზე, სწრაფი კვების ქსელებზე, მათ მუშაობის სპეციფიკასა და შემოსავალზე/მოგებაზე. კომპანიებისთვის კრიზისი ერთგვარ მოტივატორად იქცა სიახლეების დანერგვის საქმეში, რამაც ბევრ ინოვაციას ჩაუყარა საფუძველი. ორგანიზაციები მიხვდნენ რომ გაზრდილი მოთხოვნილებების ფონზე საჭირო იყო მართვის მოქნილი სისტემა, რათა შეენარჩუნებინათ სტატუს ქვო ბაზარზე და მინიმუმამდე დაეყვანათ ზარალი. რეკომენდაციის სახით ისინი თავაზობენ მცირე ბიზნეს ორგანიზაციებს გეგმას, რომელიც კრიზისების მართვის ეფექტური საშუალებაა. თუ მსოფლიო ახალ რელსებზე გადადის, ამ ბრძოლაში მხოლოდ ის გადარჩება ვისაც შეუძლია ფეხი

აუწყოს საზოგადოების მოთხოვნებს და ნებისმიერ ფასად შეასრულოს ბაზრის პრინციპები.

Annotation

International business represents a kind of work which is implemented between several countries. During world pandemic Covid-19 an international business faced up with a new challenges. International business can be implemented by both-legal entity or Individual.

The purpose of a master's degree is to show Covid-19 impact on an international business.

Due to the purpose of a master's degree i will discuss financial data of a fast food branches like - McDonalds, Wendy's and Dankin'donats. By ratio analysis i will try to establish what impacts does Covid-19 have on companies income and benefits and what is the difference between past and present years, how do companies manage to run their work through crisis situations, what innovations do they have and how does customer loyalty index is changed. In order to learn the topic basically there is used literature about an international business organizations, researches and ratio analysis.

The research clearly showed that world pandemic had a huge impact on international business organizations, on fast food branches, on their work and on their income/benefit. But on the other way crisis has become the motivator for international companies in order to make innovations. Companies realized that increased demands needed more flexible system, due to ensure their status quo, and to reduce the damage.

If a world continues the way on a new road, the only companies which'll rescue are the ones which have the right system to satisfy customer demands.

შინაარსი

შესავალი	7
1. საერთაშორისო ბიზნესის არსი, გარემო და მისი ფორმები	9
1.1 საერთაშორისო ბიზნესის არსი და გარემო	10
1.2 საერთაშორისო ბიზნესის ფორმები	11
2. საერთაშორისო ბიზნესი გლობალიზაციის პირობებში	15
3. covid 19 და საერთაშორისო ბიზნესი	18
3.1 რა არის covid 19?	18
3.2 Covid 19-ის გავლენა საერთაშორისო ბიზნესზე	19
4. საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები - სწრაფი კვების ქსელები და კოვიდ-19	21
4.1. McDonald's	22
4.2 Wendy's	27
4.3 Dunkin'donats	32
4.5 Domino's Pizza	37
4.6 McDonald's-ის, Wendy's-ის Dunkin'donats-ის და Domino's pizza-ის შედარებითი ანალიზი	42
დასკვნა	48
გამოყენებული ლიტერატურა	51

შესავალი

ჩინეთმა 2019 წლის დეკემბერში მსოფლიოს კორონა ვირუსის პანდემიის შესახებ აცნობა. შედეგად, მსოფლიო ახალ რეალობის, გლობალური სოციალურ-ეკონომიკური კრიზისის წინაშე დადგა . ახალი კორონავირუსის გავრცელების საფრთხეებმა მკვეთრად შეცვალა ჩვენი ყოველდღიურობა, შესაბამისად საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები იძულებულები გახდნენ ახალ რეალობაზე გადასულიყვნენ, რათა კრიზისული სიტუაციიდან მინიმალური დანაკარგით გამოსულიყვნენ.

მოცემულ ვითარებაში, ნებისმიერ ორგანიზაციისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია კრიზისული მენეჯმენტი . ამ მხრივ განსაკუთრებით საინტერესოა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები, კერძოდ, კვებითი ობიექტები , რომლებზედაც ერთ მხრივ გაიზარდა მოთხოვნა , ხოლო მეორე მხრივ შეიცვალა მიწოდების გზები. ასე რომ გლობალური კრიზისის პარალელურად ისინი არანაკლებ დიდი გამოწვევის წინაშე დადგნენ. პრობლემის მნიშვნელობიდან და მასშტაბიდან გამომდინარე, საკითხის გარშემო ინტერესი მზარდია, თუმცა შესწავლილი არაა, რაც განაპირობებს კიდევ კვლევის აქტუალობას.

კვლევის მიზანია დავაგდონოთ, რა გავლენა იქონია კოვიდ 19-მა საერთაშორისო ბიზნესზე, კერძოს სწრაფი კვების ობიექტებზე - McDonald's, Wendy's და Dunkin'donats კერძოდ, ერთი წლის განმავლობაში კომპანიის განვითარების დინამიკასა და წინა წლის მონაცემების შედარებით ანალიზზე დაყრდნობით, გვსურს დავადგინოთ რამდენად მზად აღმოჩნდა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები , სწრაფი კვებითი ქსელები (McDonald's, Wendy's და Dunkin'donats) კრიზისული სიტუაციისთვის.

კვლევის ამოცანაა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციების, სწრაფი კვებითი ქსელების კრიზისულ მენეჯმენტზე დაყრდნობით დავადგინოთ როგორ შეძლეს

მათ გარემოსთან ადაპტირება, კრიზისების მართვა და როგორ ინარჩუნებენ მომხმარებლებს. ასევე, კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, მსრულს ჩამოვყალიბო რეკომენდაციების ნუსხა, რომელიც დახმარებას გაუწევს პატარა ბიზნეს ორგანიზაციებს, სწრაფი კვების ობიექტებს კრიზისული სიტუაციების სამართავად.

ნაშრომმა უნდა უპასუხოს შემდეგ საკვლევ კითხვებს : 1. რა გამოწვევების წინაშე დადგა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები, სწრაფი კვების ობიექტები(McDonald's, Wendy's და Dunkin'donats) და როგორ ახერხებენ ისინი კრიზისების მართვას . 2. რა გავლენა იქონია კოვიდ-19-მა მათ შემოსავლებსა და მოგებაზე. 3. რა სიახლეები დაინერგა პანდემიის პერიოდში და როგორ შეიცვალა მომხმარებელთა დამოკიდებულება.

კვლევისას გამოვიყენე ლიტერატურა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციების შესახებ, არსებული კვლევები და სტატისტიკური მონაცემები .

ნაშრომის პირველი და მეორე ნაწილი დაეთმოთა თეორიული საკითხების მიმოხილვასა და ლიტერატურის ანალიზს. თეორიულ ნაწილში საუბარია საერთაშორისო ბიზნესის არსა და საერთაშორისო ბიზნესის ფორმებზე . ამასთან , ლიტერატურის მიმოხილვაში საუბარია კრიზისების მართვის პრაქტიკასა და თემის გარშემო არსებული ლიტერატურის ანალიზზე.

მესამე ნაწილი დაეთმოთა არსებული კვლევებისა და სტატისტიკური მონაცემების ანალიზს, ბოლო ნაწილში კი წარმოდგენილია დასკვნა და ის პრაქტიკული რეკომენდაციები , რასაც ნაშრომი მისცემს ცალკეულ ორგანიზაციებს კრიზისების სამართავად. რეკომენდაციები საინტერესო იქნება ასევე ამ სფეროთი დაინტერესებული და დასაქმებული ადამიანებისთვის.

1. საერთაშორისო ბიზნესი არსი, გარემო და მისი ფორმები

1.1 საერთაშორისო ბიზნესის არსი და გარემო

საერთაშორისო ბიზნესი უშუალოდ დაკავშირებული ბაზართან, რომელიც მსოფლიო მეურნეობის მახასიათებელი ცნებაა. საერთაშორისო ბიზნესის არსი სრულყოფილად რომ გავიგოთ თავდაპირველად საჭირო არის ბიზნესის არსის გაგება. ბიზნესი ინგლისური სიტყვაა და საქმეს ნიშნავს, რომელიც, რისკის პირობებში მოგების ან სხვა რაიმე შემოსავლების მისაღებად განხორციელებულ საქმიანობას წარმოადგენს. რაც შეეხება საერთაშორისო ბიზნესს ეს არის საქმიანობის სფერო რომელიც ხორციელდება ორ ან მეტ პარტნიორ ქვეყანებს შორის სახელმწიფო საზღვრის გადაკვეთით.

საერთაშორისო ბიზნესის კლასიკური მაგალითია: სხვა ქვეყნებში საქონლის გატანა გასაყიდად, ერთ ქვეყანაში ნედლეულის მასალების შესყიდვა და მეორეში შეტანა გადასამუშავებლად ან მოსახმარად, ასევე საერთაშორისო ბიზნესს მიეკუთვნება ერთი ქვეყნიდან მეორეში არამატერიალური ღირებულებების გატანა როგორც არის ნოუ ჰაუ, პატენტი და ა.შ, რეალიზაციის მიზნით და სხვა. მოკლედ რომ ვთქვათ საერთაშორისო ბიზნესი მოიცავს სამეურნეო-ეკონომიკურ ურთიერთობათა ნებისმიერ სფეროს.

საერთაშორისო ბიზნესი შეიძლება განახარციელოს როგორც ფიზიკურმა ასევე იურიდიულმა პირებმა, სახელმწიფო და კერძო კომპანიებმა, კომპანიათა ჯგუფებმა და ა.შ

საერთაშორისო ბიზნესის განხორციელებისას უნდა გავითვალისწინოთ საერთაშორისო ბიზნეს გარემო. საერთაშორისო ბიზნეს გარემოს ქმნის

საერთაშორისო ბიზნესზე მოქმედი სხვადასხვა ფაქტორები. იმისათვის რომ კომპანია წარმატებული იყოს საერთაშორისო ბაზარზე საჭირო არის ჯერ კარგად გამოკვლეული იქნას არსებულ ბიზნეს გარემო. მკველვარები გამოყოფენ პირდაპირ და ირიბი ზემოქმედების გარემოს.

პირდაპირი ზემოქმედების გარემოში იგულისხმება ის ფაქტორები რომლებიც უშუალოდ ზემოქმედებენ ბიზნეს ოპერაციებზე, როგორცაა, მიმწოდებლები, მომხმარებლები, საკანონმდებლო დაწესებულებები, კონკურენტები და ა.შ. რაც შეეხება ირიბი ზემოქმედების გარემო ფაქტორებს ესენი სწრაფ ზემოქმედებას არ ახდენენ ბიზნესზე თუმცა მათი ზეგავლენა დროთა განმავლობაში მაინც თვალსაჩინო ხდება. მსგავსი ტიპის ფაქტორებია, მაგალითად: ეკონომიკის მდგომარეობა, ტექნოლოგიური პროგრესი, სოციალურ-პოლიტიკური ცვლილებები და ა.შ

საერთაშორისო ბიზნეს გარემო იყოფა ოთხ ნაწილად:

- სამართლებრივი გარემო
- პოლიტიკურ-ეკონომიკური გარემო
- სოციალურ-კულტურული გარემო
- ინფორმაციულ-ტექნოლოგიური გარემო

განვიხილოთ რამდენიმე მათგანი, სამართლებრივი გარემოს კვლევა გვეხმარება დავინახოთ ქვეყნებს შორის არსებული კავშირები, ნებისმიერმა საერთაშორისო ორგანიზაციამ უნდა შეისაწვლოს იმ ქვეყნის კანონმდებლობა სადაც აპირებს ბიზნესის გაფართოებას. რადგან ნებისმიერი ბიზნესის წარმატება გარკვეულწილად დამოკიდებულია ქვეყანაში არსებულ სამართლებრივ სისტემაზე. ყველა ქვეყანას განსხვავებული სამართლებრივი სისტემა აქვს რომლის დროსაც ერთი ან რამდენიმე მხარე იძულებულია შეიტანოს კორექტივები თავის საქმიანობაში, რათა მოხდეს ამ საქმიანობის თანხვედრა ქვეყნის კანონმდებლობასთან.

სამართლებრივი სისტემა ძირითადად იყოფაშემდეგ სამართლებრივ სისტემებად:

- ტრადიციული;
- სამოქალაქო;

o თეოკრატიული;

ტრადიციულ სამართლებრივი სისტემა დამოკიდებულია არსებულ წესჩვეულებებზე და ტრადიციებზე, სამოქალაქო სამართლის სისტემა გავრცელებულია მსოფლიოს 70 ქვეყანაში, დაფუძნებულია კოდექსების ერთობლიობაზე, რომლის შემთხვევაშიც მთავარი პრიორიტეტი არის კანონი და არსებული ფაქტები, ხოლო რაც, შეეხება თეოკრატიულ სამართლებრივ სისტემას ის ეფუძნება რელიგიურ მცნებებს.

საერთაშორისო ბიზნესზე დიდ ზეგავლენას ახდენს მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკურ-ეკონომიკური ფაქტორები სწორედ ეს უკანასკნელი გახლავთ ქვეყნების ერთ-ერთი განმასხვავებელი ფაქტორი. პოლიტიკური სისტემა ეს არის იდეების შეხედულებების და მიზნების ერთობლიობა, რომელიც განსაზღვრავს ქვეყნის მართვის ფორმას და განსაზღვრავს სახელმწიფოს სოციალურ-პოლიტიკურ წყობას. ქვეყნების უმრავლესობა დემოკრატიის მიმდევარია ამ ქვეყნების უმრავლესობა კი ირჩევს წარმომადგენლობითი დემოკრატიის სხვა სხვა ფორმას, რომელიც აღიარებს სახელმწიფოს მართვის მრავალპარტიულ სისტემას. იმისათვის რომ სწორად შევაფასოთ პოლიტიკური გარემო საჭიროა განვსაზღვროთ ქვეყნის პოლიტიკური სტაბილურობა, პარტიულ-პოლიტიკური განვითარება, პროფკავშირების გავლენა, ინტეგრაცია შრომის საერთაშორისო ბაზრზე და ა.შ. რაც შეეხება ეკონომიკურ სისტემას პოლიტიკური მსგავსად ისიც მრავალფეროვანია ყველა ქვეყანას გააჩნია ინდივიდუალური პრობლემები და ამ პრობლემის გადაჭირს გზები. ამ მხრივ განსაკუთრებით საყურადღებოა განვითარებადი ქვეყნები. ეკონომიკური სისტემის შეასაფასებლად გამოიყენება შემდეგი კრიტერიუმები: კორპორაციული კავშირები, ინფლაცია, კაპიტალის ბაზრის მდგომარეობა, კონკურენციის სიმძაფრე და ა.შ.

თუ გვსურს ჩვენი ბიზნესო წარმატული იყოს სხვა სხვა ქვეყანაში ასევე აუცილებელად უნდა გავითვალისწინოთ კულტურული გარემო. ნებისმიერი ბიზნესის წარმოებისას გასათვალისწინებელია ის კულტურული სახესხვაობები რომლებიც სხვა სხვა ქვეყნის წარმომადგენლებს განსხვავებს ერთმანეთისგან.

კულტურული გარემოს არ ცოდნამ ნებისმიერი მოგება შეიძლება შეამციროს. მაგალითად კოკა კოლამ რომელიც ერთ-ერთ პირველია საერთაშორისო ბიზნეს ინდუსტრიაში, თავისი რეკლამით რომელიც სულ სამი ბანერისგან შედგებოდა, აქედან პირველ ბანერზე უდაბნოში კაცია აგდია უღონოდ, მეორეზე კოკა კოალს სვავს და მესამეზე გარბის, შეამცირა პროდუქციის გაყიდვა რადგან მარკეტოლოგებმა ვერ გაითვალისწინა რომ არაბები მარჯვნიდან მარცხნივ კითხულობენ და ვიზუალური აღქმაც შესაბამისი აქვთ, რომელიც ევროპელებისგან განსხვავდება. შესაბამისად არსებული ბანერიც არასწორად იქნა აღქმული. სწრაფი კვების ქსელს მაკდონალდსაც რომ არ გაეთვალისწინებინა ინდოეთის რელიგიური შეხედულებები და მათთვის ძროხის ხორცის ბურგერები შეეთავაზებინა ცხვრის ნაცვლად, რა თქმა უნდა მისი გოგება არა თუ გაიზრდებოდა არამედ პირიქით შემცირდებოდა.

დღესდღეობით თანამდეროვე მსოფლიოსათვის დამახასიათებელია მსხვილი მანქანური წარმოება, რომლის საშუალებითაც ხდება პროდუქციის მასობრივი წარმოება, რის შედეგადაც ადგილობრივი ბაზრების მიერ ვერ ხერხდება მზა პროდუქციის სრულად ათვისება, წორედ ეს ფაქტორი განაპირობებს მის გატანას ქვეყნის საზღვრებს გარეთ რომელიც ზრდის ფინანსურ მოგებას. საერთაშორისო ბიზნესის ერთ-ერთი თვალსაჩინო მაგალითია კომანია wendy's რომელმაც ადგილობრივი ბაზრის დაპყრობის შემდეგ გადაწყვიტა ქვეყნის საზღვრებს გარეთაც გაეტანათ თავიანთი პროდუქცია და ის დღეს მსოფლიოში ერთ-ერთი ცნობილი სწრაფი კვების ობიექტია რომელიც ლიცენზიის ერთ-ერთი ფორმის ფრანშიაიზინგის მეშვეობით ყიდის უფლებას საკუთარი ბრენდის, სავაჭრო ნიშნის წარმოების ტექნოლოგიის და სხვა არამატერიალური აქტივების გამოყენებაზე.

1.2 საერთაშორისო ბიზნესის ფორმები

საერთაშორისო ბიზნესის ხორციელდება შემდეგი ფორმებით:

- საქონლის და მომსახურების ექსპორტ-მპორტი;

- უცხოური ინვესტიციები;
- ლიცენზირება.

განვიხილოთ თითოეული მათგანი, საქონლის ექსპორტ-იმპორტი ნაკლებად სარისკოა და მინიმალურ ვალდებულებებს მოიცავს, სწორედ ამიტომ ყველაზე გავრცელებულ ფორმას წარმოადგენს, ექსპორტის დროს ხდება საქონლის გატანა ნივთობრივი ფორმით ქვეყნის საზღვრებს გარეთ, რაც შეეხება იმპორტს ის გულისხმობს საქონლის შემოტანას ქვეყანაში. საექსპორტო საიმპორტო ოპერაციები იყოფა ორ ჯგუფად, პირველ ჯგუფს მიეკუთვნება საქონლით ვაჭრობა და მას მეორენაირად „ხილულ ვაჭრობასაც“ უწოდებენ, რაც შეეხება მეორე ჯგუფს მომსახურებით ვაჭრობაა, ანუ არამატერიალური პროდუქტებით ვაჭრობა, და მას ხშირად მოიხსენიებენ როგორც „არახილული ვაჭრობა“. მომსახურება არანივთობრივი ფორმისაა რომელიც გარკვეულ სახის შრომითი პროდუქტია, რომელიც ადამინთა ჯგუფის გარკვეულ მოთხოვნილებებს აკმაყოფილებს.

უცხოური ინვესტიციები ითვალისწინებს უცხოეთში საკუთრების ფლობას ფინანსური მოგების მიზნით. აღნიშნული ბიზნესის სახეობებიდან საზღვარგარეთ კაპიტალის ინვესტირება წარმოადგენს ყველაზე მარტივ ფორმას, რაც გახდა იმის მიზეზი რომ მან დიდი პრაქტიკული გამოყენება ჰპოვა. უცხოური ინვესტიციები წარმოადგენს საერთაშორისო ბიზნესის ერთ-ერთ ფორმას და ნიშნავს ერთი ქვეყნის რეზიდენტის მიერ კაპიტალის გადაცემას მეორე ქვეყნის რეზიდენტისათვის გამოყენების მიზნით. უცხოური ინვესტიციები იყოფა ორ ჯგუფად: პირდაპირი უცხოური და პორტფოლური ინვესტიციები. პირდაპირი უცხოური ინვესტიცია გამოიყენება სხვა ქვეყანაში მთლიანი კომპანიის შეასაძენად და რეალური კონტროლის განსახორციელებლად. ხოლო პორტფოლური ინვესტიცია გამოიყენება უცხოური ფინანსური აქტივების შესაძენად და არ არის ორიენტირებული სრული კონტროლის მოპოვებაზე. პორტფოლურ ინვესტიციებს მიეკუთვნება: აქციები, ობლიგაციები და დეპოზიტური სერთიფიკატები.

ლიცენზირება საერთაშორისო ბიზნესში არის საქმიანობის ისეთი ფორმა როდესაც ერთი ქვეყანაში არსებული კომპანია აძლევს ლიცენზიას მეორე ქვეყნის კომპანიას

თავისი არამატერიალური აქტივის გამოყენებაზე გარკვეული თანხის სანაცვლოდ. ასეთ არამატერიალურ აქტივებს განეკუთვნება: პატენტი, სავაჭრო მარკა, საფირმო სახელწოდება, საავტორო უფლება და ა.შ.

ლიცენზირების განსაკუთრებულ ფორმას წარმოადგენს ფრენშიაინგი. ფრენშიაინგი ინგლისური სიტყვაა და ნიშნავს პრივილეგიას, რომლის დროსაც ერთი ქვეყანაში არსებული კომპანია ანუ ფრენშიაინერი გადასცემს მეორე ქვეყანაში არსებულ კომპანიას ნებართვას თავისი ლოგოტიპის, ბრენდის, წარმოების ტექნოლოგიების გამოყენებაზე და ახდევინებს გარკვეულ საფასურს. ფრენშიაინგის განმახორციელებელი საერთაშორისო კომპანიები არიან მაგალითად: wendy's, McDonald's, Domino's pizza , Dunkin'donats და ა.შ

2.საერთაშორისო ბიზნესი გლობალიზაციის პირობებში

გლობალიზაცია-ესაა განუწყვეტლივ მიმდინარე ბაზრების, სუვერენული სახელმწიფოებისა და ტექნოლოგიების ინვესტიციების მყარი პროცესი, რომელიც საშუალებას აძლევს ცალკეულ პირებს, კორპორაციულ და სუვერენულ სახელმწიფოებს უფრო სწრაფად ვიდრე ოდესმე ყოფილა, მინიმალური დანახარჯებით დაამყარონ ღრმა კონტაქტები მთელი მსოფლიოს მასშტაბით განთავსებულ პარტნიორებთან. მკვლევარების დიდი ნაწილი თვლის რომ გლობალიზაცია გააქრობს ქვეყნის საზღვრებს რაც გამოიწვევს მსოფლიოს გაერთიანებას, ქვეყნები კი, თავის ინდივიდუალიზმს დაკარგავენ. გლობალიზაციის დაწყების თარიღად შეგვიძლია მივიჩნიოთ მეოცე საუკუნე. საერთაშორისო ბიზნესისის გლობალიზაციის გამომწვევი მიზეზი გახდა კოლონიებისა და სოციალიზმის დაშლა და ტექნოლოგიური პროგრესი.

საერთაშორისო ბიზნესისის გლობალიზაციის შედეგია „ჩრდილოეთის დიდი შვიდეულის“ და „სამხრეთის დიდი შვიდეულის“ შექმნა. ცრილში 1, ჩამოთვლილია ჩრდილოეთის და სამხრეთის დიდ შვიდეულში შესული ქვეყნები.

ცხრილი 1. ჩრდილოეთის და სამხრეთის დიდი შვიდეული¹

ჩრდილოეთის დიდი შვიდეული	სამხრეთის დიდი შვიდეული
აშშ	ჩინეთი

¹ ქათამაძე დ. საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტის საფუძვლები, გამომცემლობა „უნივერსალი“ თბილისი 2009 გვ.12

იაპონია	ინდოეთი
საფრანგეთი	ბრაზილია
გერმანია	ინდონეზია
დიდი ბრიტანეთი	მექსიკა
კანადა	სამხრეთ კორეა
იტალია	ტაილანდი

კომპანიებს საერთაშორისო ბაზარზე გასვლას ანუ უფრო გლობალურად გარდაქმნას აიძულებს მთელი რიგი მიზეზები, რომელთაგან აღსანიშნავია:

- კომპანიის საკვანძო უპირატესობების, კომპენტენციის გამოყენება;
- რესურსების შექმნა უფრო დაბალ ფასად;
- კომპანიების ახალ ბაზარზე შეღწევა;
- დარგში უფრო ეფექტური კონკურენციის გაზრდა;

საკვანძო კომპენტეცია გულისხმობს იმ განსხვავების, პრიორიტეტებისა და ძლიერი მხარეების წარმოჩენას, რომლის საშუალებითაც კომპანიას შეუძლია ძლიერი კონკურენცია გაუწიოს კონკურენტებს და ასევე მას მოუტანოს დიდი მოგება, საერთაშორისო ბიზნესზე გასვლა საკვანძო უპირატესობების ფართოდ გამოყენების საშუალებას იძლევა.

რესურსების შექმნა დაბალ ფასად გახლავთ საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის ერთ-ერთი მასტიმულირებელი. ხშირად ადგილობრივ ბაზარზე არ არის საკმარისი პროდუქტები ან სხვა ქვეყნებთან შედარებით ძვირია, ასეთ დროს კომპანიები იღებენ გადაწყვეტილებას საჭირო მასალები შეიძინონ სხვა ქვეყნებისგან, მაგილათად ნავთობს, კომპანიები აღმოსავლეთის ქვეყნებისგან ყიდულობენ რადგან ქვეყნების უმრავლესებაში ის საერთოდ არ მოიპოვება.

კომპანიას გლობალურად გარდაქმნას აიძულებს კიდევ ერთი ფაქტორი ეს არის გასაღების ახალი ბაზრის ძიება. როდესაც ადგილობრივი ბაზარი მთლიანად არის გაჯერებული კომპანიის მიერ წარმოებული პროდუქტით ან

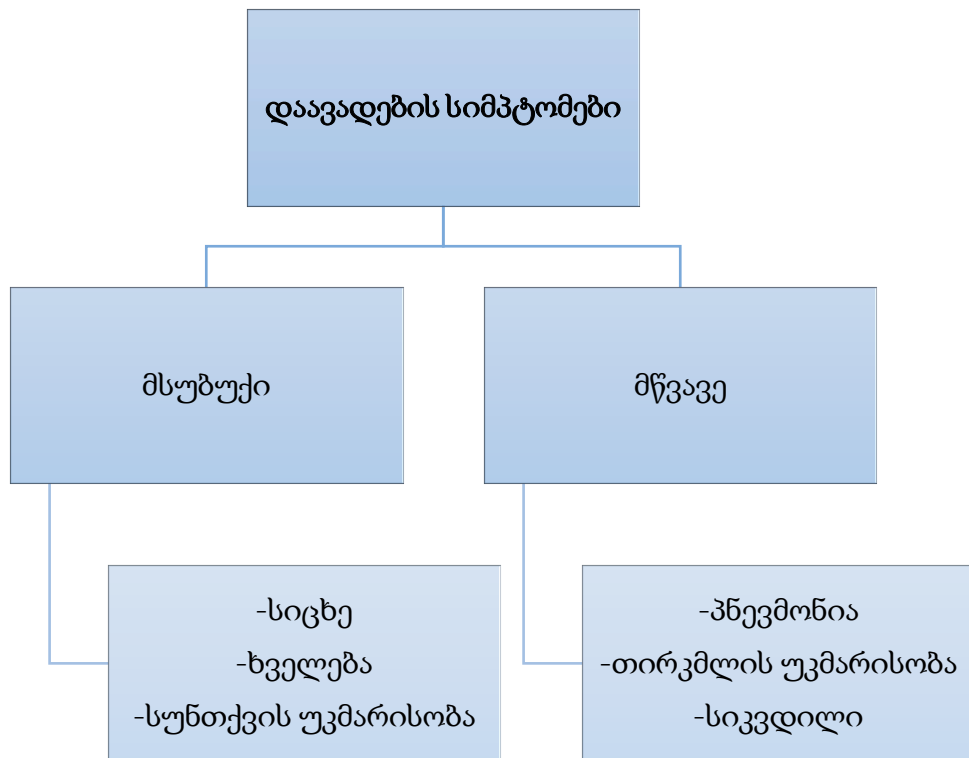
მომსახურებით მცირდება მოგება შესაბამისად ორგანიზაცია იძულებული ხდება ეძებოს ახალი სირცე და გასცდეს ქვეყნის საზღვრებს. და ბოლოს ერთ-ერთი და მთავარი განმაპირობებელი ფაქტორი საერთაშორისო ბაზარზე შედწევის არის კონკურენციის გაზრდა და ბრძოლის უნარიანობის ამაღლება იმ სფეროში რომელშიც თავად მოღვაწეობს, რაც უფრო მეტ კონკურენტთან უწევს კომპანიას კონკურენციის გაწევა მით უფრო ცდილობს გააუმჯობესოს ხარისხი და შეიტანოს სიახლე თავის პროდუქციასა თუ მომსახურებაში, რადგან შეძლოს წარმატებით პოზიციონირება ბაზარზე.

3.covid 19 და საერთაშორისო ბიზნესი

3.1 რა არის covid 19?

2019 წლის დეკემბერში ჩინეთში უხანის პროვინციაში გავრცელდა ვირუსის ახალი ტიპი რომელსაც უწოდეს covid 19. ამ ტიპის ვირუსის მატარებლები ძირითადად ცხოველები არიან სწორედ ამ უკანასკნელებიდან გავრცელდა იმ პირებზე რომელთაც დაავადებულ ცხოველებთან ახლო კონტაქტი ქონდათ. ვირუსის გავრცელების რამდენიმე თეორია არსებობს, ერთ-ერთის თანახმად ვირუსის გადამტანი შეიძლება აღმოჩნდნენ ღამურები, რომლებმაც ჩინეთში არსებული ცხოველების ბაზრობა დაასნებოვნეს, შემდეგ ეს ცხოველები საკვებად იქნა გამოყენებული და სწორედ ამ გზით გავრცელდა ადამიანებზე.

ვირუსის გავრცელება ხდება დაავადებული ადამიანის რესპირაციული წვეთებით რომელიც ხველის ან დაცემინების დროს წარმოიქმნება, ასევე დაბინძურებულ ზედაპირზე შეხებით თუმცა მალევე კვდება მარტივი დეზინფექციის გზით.



მას შემდეგ რაც პირველი შემთხვევა დაფიქსირდა ქალაქ უხანში ვირუსით ინფიცირებულთა რაოდენობა 5 743 798 მილიონს აჭარბებს, გარდაცვლილთა რაოდენობა კი 247 497 უტოლდება ეს მონაცემები დღემდე იცვლება. ვურუსის შემთხვევათა ყველაზე დიდი რაოდენობა ამ ეტპისთვის ფიქსირდება ამერიკის შეერთებულ შტატებში, ბრაზილიასა და რუსეთში.

ცხრილი 3.1.1 Covid 19-ით ინფიცირებულთა ქვეყნების ხუთეული²

ქვეყანა	ინფიცირებული
აშშ	1 875 872
ბრაზილია	614 941
რუსეთი	458 689
დიდი ბირტანეთი	283 315

² <https://www.worldometers.info/coronavirus/> [ბოლოს ნანახია 30.05.2020]

2020 წლის 11 მარტს მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციამ ვირუსი პანდემიად გამოცხადა.

3.2 Covid 19-ის გავლენა საერთაშორისო ბიზნესზე

გარდა იმისა რომ covid 19-მა დიდი გავლენა მოახდინა ადამიანის ჯამრთელობაზე და თითოეული ჩვენგანის ცხოვრება შეცვალა, ასევე დიდი გავლენა იქონია მსოფლიო ეკონომიკაზე. რადგან ვირუსი სწრაფად ვრცელდება მთელს მსოფლიოში წინასწარი პროგნოზების გაკეთება თუ რა ზიანს მოუტანს მსოფლიო ეკონომიკას ცოტა რთულია, თუმცა არსებობს ვერსიები რომლებიც რამდენიმე ორგანიზაციამ უკვე გამოაქვეყნა ერთ-ერთ ასეთ ორგანიზაციას წარმოადგენს ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია, რომელმაც გამოაქვეყნა ეკონომიკური კვლევა რომლის მიხედვითაც წელს ეკონომიკური ზრდა 0,5%-ით შემცირდება და 2,4%-ს შეადგენს ესიც იმ შემთხვევაში თუ ვირუსის ეკონომიკური ეფექტები პირველ კვარტალში მიაღწევს პიკს, ხოლო იმ შემთხვევაში თუ აღნიშნული პროგნოზი არ გამართლდება და პიკი პირველ კვარტალში არ გვექნება ამ შემთხვევაში ეკონომიკური ზრდა შეიძლება შემცირდეს 1,5%-ით.

კომპანია bloomberg-ის შეფასებით კი ეკონომიკური ზრდა 1,2%-ით შემცირდება 2020 წლის პირველ კვარტალში, და ეკონომიკური შედეგები რეცესიებს შეიძლება მოიცავდეს აშშ-ში ევროზონაში, იაპონიასა და ჩინეთში რაც გულისხმობს 2,7 ტლილიონი დოლარის დაკარგვას.

Covid-19-მა დიდი გავლენა იქონია ეკონომიკის სხვადასხვა დარგებზე, როგორცა:

- ტურიზმი;
- გადამამუშავებელი მრეწველობა;
- საფინანსო სექტორი;
- საცალო ვაჭრობა;
- გართობა და დასვენება;

კორონა ვირუსის გავრცელების შესაფერხებლად მსოფლიოს სხვასხვა ქვეყანა შეზღუდვები დააწესა ერთად თავმოყრილი ადამიანების რაოდენობის შესახებ. შეზღუდვებმა გავლენა იქონია ისეთ სუბიექტებზე როგორც არის კაფე-რესტორნები, სწრაფი კვება, სპორტული ღონისძიებები, სპორტული დარბაზები და ა.შ. განსაკუთრებით საინტერესოა ამ მხრივ სწრაფი კვების ობიექტები , რადგანაც კოვიდ 19-მა ჩვენ კვებით ქცევაზე ძალიან დიდი გავლენა იქონია . მეტიც , ადამიანები იმაზე მეტად გახდნენ საკვებზე დამოკიდებულები ვიდრე ოდესმე. შესაბამისად გაიზარდა მოთხოვნა და ადეკვატური უნდა ყოფილიყო მიწოდება.ამ მხრივ საინტერესოა McDonald’s-ის, Wendy’s-ის Dunkin’donats-ის და Domino’s pizza-ის ქეისები, რომლებსაც შემდგომ ქვეთავებში განვიხილავ. კომპანიები იძულებულები გახდნენ ერთგული მომხმარებელთა შენარჩუნების მიზნით მორგებოდნენ არსებულ რეალობას და შეეთავაზებინათ იგივე პროდუქტი განსხვავებული მიწოდების გზით. იმისათვის რომ, კომპანიებმა შეინარჩუნონ ერთგული მომხმარებლები საჭიროა ქონდეთ გასაგები კომუნიკაცია ამისათვის უნდა გამოიყენონ ყველა საკომუნიკაციო არხი, სოციალური მედია კი, როგორცა მაგალითად, facebook და instagram საუკეთესო საშუალებაა ეფექტური კომუნიკაციისთვის.

4. საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები - სწრაფი კვების ქსელები და კოვიდ-19

Covid 19-ის მიერ მსოფლიო ეკონომიკასათვის მიყენებული ზიანის პროგნოზირება ჯერ კიდევ რთულია რადგან ვირუსი დღემდე სწრაფად ვრცელდება ზოგიერთ ქვეყანაში. განვიხილოთ სწრაფი კვების ობიექტების, როგორცაა McDonald's-ის, Wendy's-ის Dunkin'donats-ის და Domino's pizza-ის ფინანსური მონაცემები.

4.1. McDonald's

McDonald's მსოფლიოში ყველაზე მსხვილი სწრაფი კვების რესტორნების ქსელია, რომლის ცენტრალური ოფისი მდებარეობს ჩიკაგოში, ამერიკის შეერთებულ შტატებში. კომპანია ძმებმა დიკ და მაკ მაკდონალდებმა დაარსეს 1940 წლის 5 მაისს და მისი დევიზია „აი რა მიყვარს“. პირველი მაკდონალდსი გაიხსნა სან-ბერნარდინოში კალიფორნიის შტატში, დღეს კი აღნიშნული კვების ობიექტი მსოფლიოს 118 ქვეყანაში წარმატებით ფუნქციონირებს და საშუალოდ 68 მილიონ

მომხმარებელს ემსახურება ყოველდღიურად, რომელთაც სთავაზობს ბურგერების ფართო არჩევანს, ცივ და ცხელ სასმელებს, სალათებს და ა.შ

მაკდონალდსი ყურადღებით აკვირდება კორონა ვირუსის გავლენას იმ გარემოზე, სადაც ჩვენ ვცხოვრობთ და ვმუშაობთ. მთავარ პრიორიტეტს კომპანიისთვის რა თქმა უნდა წარმოადგენს მომხმარებლების და თანამშრომლების უსაფრთხოება. სწორედ ამიტომ Covid 19-ის გავრცელების საწყის ეტაპზე მაკდონალდსმა გაამკაცრა უსაფრთხოების ნორმები, რაც მოიცავდა შემდეგ ცვლილებებს, კერძოდ:

- გაიზარდა მაღალი შეხების წერტილების დასუფთავების გაწმენდისა და დეზინფექციის სიხშირე;
- თანამშრომლების ხელების დეზინფექცია ტარდება ყოველ 15 წუთში ერთხელ;
- ყოველი მომხმარებლის შემდეგ ხდება ინვენტარის დეზინფექცია (მაგილების, სკამების, ლანგრების, პირადამიდეების და ა.შ) დასუფთავება;
- ყოველ ერთ საათში დეზინფექცია უტარდება კარების სახელურებს, სანაგვე ურნის მოძრავ ნაწილებს გადახდის ტერმინალებს და ონკანის საკეტებს;
- ყველა თანამშრომელს სამუშაო დღის დაწყებამდე უკონტროლდება ტემპერატურა;

გამკაცრებულმა ზომებმა მაგალითად, ჰავაიში და ლიმინგტონში ხელი შეუშალა მაკდონალდსის კლასტერის ზრდას. ჰავაიში McDonald's-ის ორ ობიექტზე 12 თანამშრომელი დაავადდა უსიმპტომოდ, საბედნიეროდ აღნიშნულ კვების ობიექტს თავიდანვე ქონდა სოციალურ-დისტანციური ღონისძიებები გატარებული სანამ ვირუსით დაინფიცირდებოდნენ. ფაქტის დადასტურების შემდეგ დაიხურა ობიექტები და ჩატარდა სადეზინფექციო სამუშაოები ასევე დაამატეს დამცავი ბარიერები, გარდა ამისა ყველა თანამშრომელს ჩაუტარდა ტესტი ვირუსზე რადგან თავიდან აეცილებინათ covid 19-ის გავრცელება. თანამშრომლებმა კი 14 დღიანი კარანტინი სახლში გაიარეს. მას შემდეგ რაც ლიმინგტონში კალიფორნიის შტატში თანამშრომლის ტესტი დადებითი აღმოჩნდა covid 19-ზე დაიხურა ობიექტი და აქაც ჩატარდა სადეზინფექციო

სამუშაოები, ხოლო ყველა თანამშრომელი რომელთაც ახლო კონტაქტი ქონდათ ინფიცირულთან გაიარეს თვითიზოლაცია, McDonald's-სმა გამოაქვეყნა ინფიცირებული თანამშრომლის სამუშაო საათები რადგან უფრო გამარტივებულიყო კონტაქტების მოძიება. რადგან ყველა თანამშრომელი იცავს უსაფრთხოების გამკაცრებულ ზომებს, მუშაობს ხელთათმანებით და პირბადით საკვებიდან ვირუსის გადადების ალბათობა ნულამდეა დაყვანილი. აღნიშნული ღონისძიებებით კიდევ ერთხელ დასტურდება რომ McDonald's იღებს თავის წილ სოციალურ პასუხისმგებლობას შექმნილ სიტუაციაში და ინფიცირების ფაქტის არსებობისთანავე აკეთებს განცხადებას და მოქმედებს ჯანდაცვის მსოფლიო ორგანიზაციის რეკომენდაციების შესაბამისად.

Covid-19 ის სწრაფი ტემპით ზრდამ მაკდონალდსი დააყენა ახალი გამოწვევების წინაშე კერძოდ ზოგიერთ ქვეყანაში მას მოუწია რესტორნებში სასადილო სივრცეების დახურვა, ამის საპასუხოდ მან ერთგულ მომხმარებლებს აქტიურად შესთავაზა McDelivery, Drive thru, მობილური აპლიკაციით შეკვეთა და უკონაქტო გადახდა, რომლის საშუალებითაც, კომპანია ცდილობს წარმატებით განაგრძოს ბაზარზე პოზიციონირება და შეინარჩუნოს მომხმარებლების კეთილგანწყობა.

ყველას გვიფიქრია თუ როგორი იქნება რესტორნებსა და კეფეებში ჩვენი სტუმრობა დაწესებული შეზღუდვების მოხსნის შემდეგ, კომპანიის უმეტესმა ნაწილმა ამაზე ფიქრი უკვე დაწყო, გამონაკლისს არც მაკდონალდსი წარმოადგენს. მზადება უკვე დაწყებულია, მაგალითად, პირველმა ნიდერლანდების მაკდონალდსმა გამოცადა ახალი მიდგომა, როგორცაა სპეციალური ურიკები საკვებისთვის და თითოეული კლიენტებისათვის გამოყოფილი მოსაცდელი ადგილები. წარმომადგენელები ასევე აღნიშნავენ რომ, ყველა რესტორანში განთავსდება სტიკერები დისტანციის დასაცავად, და თერმომეტრები რათა გაკონტროლდეს მოხმარებლების ჯამრთელობის მდგომარეობა.

McDonald's კვარტალში ერთხელ აქვეყნებს ფინანსურ მონაცემებს. გამოქვეყნებული ფინანსური მონაცემების ანალიზიდან ნათლად ჩანს რომ, მიუხედავად განხორციელებული ღონისძიებებისა კორონა ვირუსმა კომპანიის

შემოსავლებზე და მოგებაზე გარკვეულ წილად მაინც მოახდინა გავლენა რამაც კომპანიის შემოსავლების და მოგების შემცირება გამოიწვია.

თარიღი	მოგება	შემოსავალი
31/03/2019	2552 000 000	5024 000 000
30/06/2019	2830 000 000	5281 000 000
30/09/2019	2903 000 000	5431 000 000
31/12/2019	2831 000 000	5341 000 000
31/03/2020	2342 000 000	4714 000 000

ცხრილი 4.1.1 McDonald's მოგება და შემოსავალი 2019-2020 წწ.³

ცხრილში 4.1.1 წარმოდგენილია 2019-2020წლების McDonald's-ის შემოსავლები და მოგება კვარტალურად, რომლის მიხედვითაც 2020 წლის პირველ კვარტალში კომპანიის მოგება და შემოსავალი შემცირდა 2019 წლის პირველ კვარტალთან შედარებით.

დიაგრამა 4.1.1-ზე ასახულია 2019-2020 წლების McDonalds-ის კვარტალური მოგება და შემოსავლები. კომპანიამ ბოლო ერთი წლის განმავლობაში მაქსიმალური მოგება და შემოსავლები მიიღო 2019 წლის სექტემბერში. კომპანიის შემოსავლების და მოგების მინიმალური ოდენობა ამ ერთი წლის განმავლობაში დაფიქსირდა 2020 წლის მარტში.

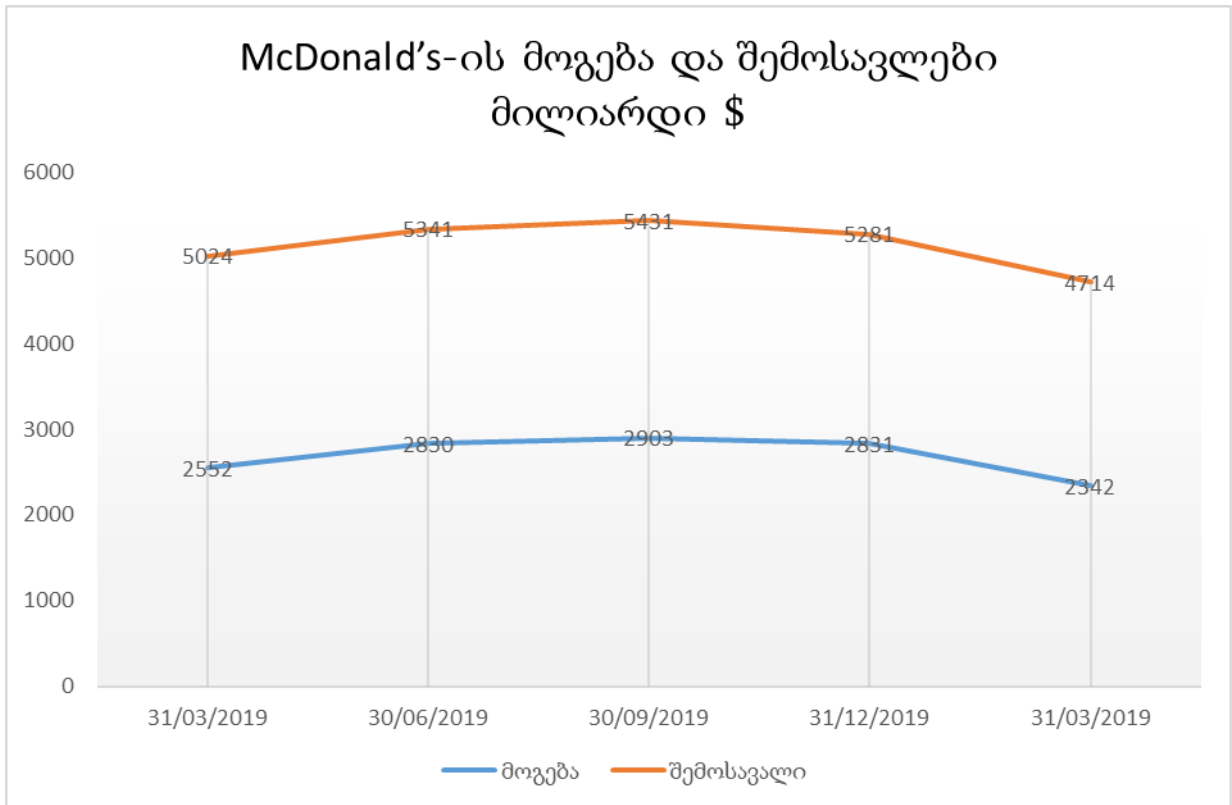
აღნიშნული კომპანიის შემოსავლები 2019 წლის პირველი კვარტალში შეადგენდა 5024 000 000\$ ივნისის მონაცემებით კი გაიზარდა 257 მილიონით, წლის მესამე კვარტალში კი 5341 მილიონ დოლარს შეადგენდა, შემდეგ კი მაკდონალდსის შემოსავლებმა დაიწყო კლება და წლის ბოლოს შეადგენდა 5341 000 000\$ რაც წინა კვარტლის მაჩვენებელთან შედარებით შემცირდა 1,6%-ით. რაც შეეხება 2019-2020

³ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/financial-statements> (ნანახია 14.05.2020)

წლის პირველი კვარტლების ფინანსური მონაცემების შედარებას ამ შემთხვევაში შემოსავლები შემცირებულია 6%-ით.

McDonald's-ის მოგება ისევე როგორც შემოსავლები 2019 წლის მესამე კვარტლამდე იზრდებოდა, შემდეგ კი შემცირება დაიწყო. სექტემბრის ბოლოდან დეკემბრის ჩათვლით მოგება შემცირდა 72 მილიონი დოლარით, დაახლოებით 2%-ით. 2019 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებს თუ შევადარებთ 2020 წლის ამავე პერიოდის მონაცემებს ვნახავთ რომ მოგება შემცირდა 8%-ით, რაც საერთო ჯამში 210 000 000 დოლარია.

დიაგრამა 4.1.1 McDonald's მოგება და შემოსავალი 2019-2020 წწ.⁴



⁴ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/MCD/mcdonalds/financial-statements> (ნანახია 14.05.2020)

Covid 19-ის გლობალურმა განვითარებამ მნიშვნელოვნად შეაფერხა მაკდონალდსის ბიზნესი და ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა. არსებული მომენტისთვის კომპანია ცდილობს წარმატებით განაგრძოს პოზიციონირება ბაზარზე. ამ ეტაპისთვის მსოფლიოს მასშტაბით რესტორნების 75% ფუნქციონირებს და მომხმარებლებს შეუფერხებლად ემსახურება, ის განუწყვეტლივ აწარმოებს მოლაპარაკებებს თავის მომწოდებლებთან და ჯერ-ჯერობით მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემები არ აქვთ.

4.2 Wendy's

Wendy's არის ამერიკული სწრაფი კვების რესტორნების ქსელი რომელიც დაარსა დეივ ტომასმა 1969 წლის 15 ნოემბერს, ოჰაიოს შტატში კოლუმბისში. Burger king-ის და mcdonald's-ის შემდეგ მესამე ადგილზეა მსოფლიოში და სწრაფი კვების გიგანტებს შორის იკავებს ადგილს. ის მომხმარებლებს ძირითადად სთავაზობს ჰამბურგერებს, ქათმის სენდვიჩებს, სალათებს, გაყინულ დესერტებს, ფრანგულ კარტოფილს და სასმელებს. მისი ჰამბურგერები გემოვნური თვისების გარდა გამოირჩევა ოთკუთხედი ფორმითაც. ბოლო მონაცემებით Wendy's სულ აქვს 6500 რესტორანი 29 ქვეყანაში.

Covid-19 გავლენას ახდენს მთელს მსოფლიოში სხვადასხვა გზით სხვადასხვა სექტორზე. მას შემდეგ რაც ვირუსმა სწრაფადა გავრცელება დაიწყო და მსოფლიო ჯანდაცვის ორგანიზაციამ ხალხს და კომპანიებს სოციალური პასუხისმგებლობის აღებისკენ მოუწოდა, კომპანია Wendy's-მა შეცვალა მომსახურების პოლიტიკა, კერძოდ, სწრაფი კვების ობიექტები მომხმარებელს სთავაზობენ drive thru-ს და

ადგილზე მიტანის სერვისს, თუ ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ დამატებით რაიმე სხვა სახის აკრძალვა არ არსებობს.

აღნიშნული რესტორნის თანამშრომლები იცავენ ერთ მეტრიან დისტანციას, რეგულარულად იტარებენ ხელების დეზინფექციას და ასავე სადეზინფექციო ხსნარით ასუფთავებენ მაღალი შეხების წერტილებს, (მაგიდებს, ლანგრებს სკამებს და ა.შ).

Wendy's-თვის თითოეული მომხარებლის და დასაქმებულის ჯამრთელობის მდგომარეობა მნიშვნელოვანია, სწორედ ამიტომ როდესაც ბაჰამის ერთ-ერთ რესტორნის თანამშრომელს დაუდგინდა ვირუსი გააკეთეს საჯარო განცხადება ტესტის დადებითობის შესახებ, ფრანჩაიზმა არ დაასახელა კონკრეტული ობიექტი რადგან ინფიცირებული თანამშრომელი დილის ცვლაში მუშაობდა და არ ქონია მომხმარებელთან შეხება. ფაქტის დადასტურების შემდეგ ყველა თანამშრომელი გაუშვეს ორ კვირიან შვებულებაში თვითიზოლაციის მიზნით. ჩატარდა სადეზინფექციო სამუშაოები, სპეციალური სამსახურების მიერ, გაიწმინდა როგორც გარე ასევე შიდა ტერიტორია.

Covid 19-ის პანდემიამ Wendy's სწრაფი კვების რესტორნები სერიოზული გამოწვევების წინაშე დააყენა, კერძოდ შეექმნათ საქონლის ხორცის დეფიციტი, აღნიშნული მდგომარეობის გამო მენიუმში არსებული ზოგიერთი პროდუქტი შესაძლოა ყველა რესტორანში არ იყოს. ბოლო გამოკითხვების მიხედვით CNN იტყობინება რომ, სტატისტიკის მიხედვით აშშ-ში ხუთი რესტორნიდან ერთს მაინც საქონლის ხორცი არ აქვს. კომპანია აწარმოებს მოლაპარაკებებს თავიანთ მწარმოებლებთან რადგან აღმოფხვრან არსებული პრობლემა უმოკლეს ვადაში რათა შექმნილმა სიტუაციამ არ გამოიწვიოს ფინანსური დანაკარგები.

ყოველ კვარტალში საზოგადოებას Wendy's წარუდგენს ფინანსურ ანგარიშგებას, რომელზე დაყრდნობითაც განვიხილავ კომპანიის მოგებას და შემოსავლებს 2019-2020 წლებში, ამ მონაცემების მიხედვით Wendy's-მა მოგების მაქსიმუმი ბოლო ერთი წლის განმავლობაში მიიღო 2019 წლის მეორე ნახევარში, მისი მოგება ამ პერიოდში შეადგენდა 280 000 000 დოლარს, ხოლო მინიმალური მოგება მიიღო

2020 წლის პირველ კვარტალში. ცხრილში 4.2.1 სწორედ კომპანიის კვარტალური მოგება არის წარმოდგენილი 2019-2020წლებში

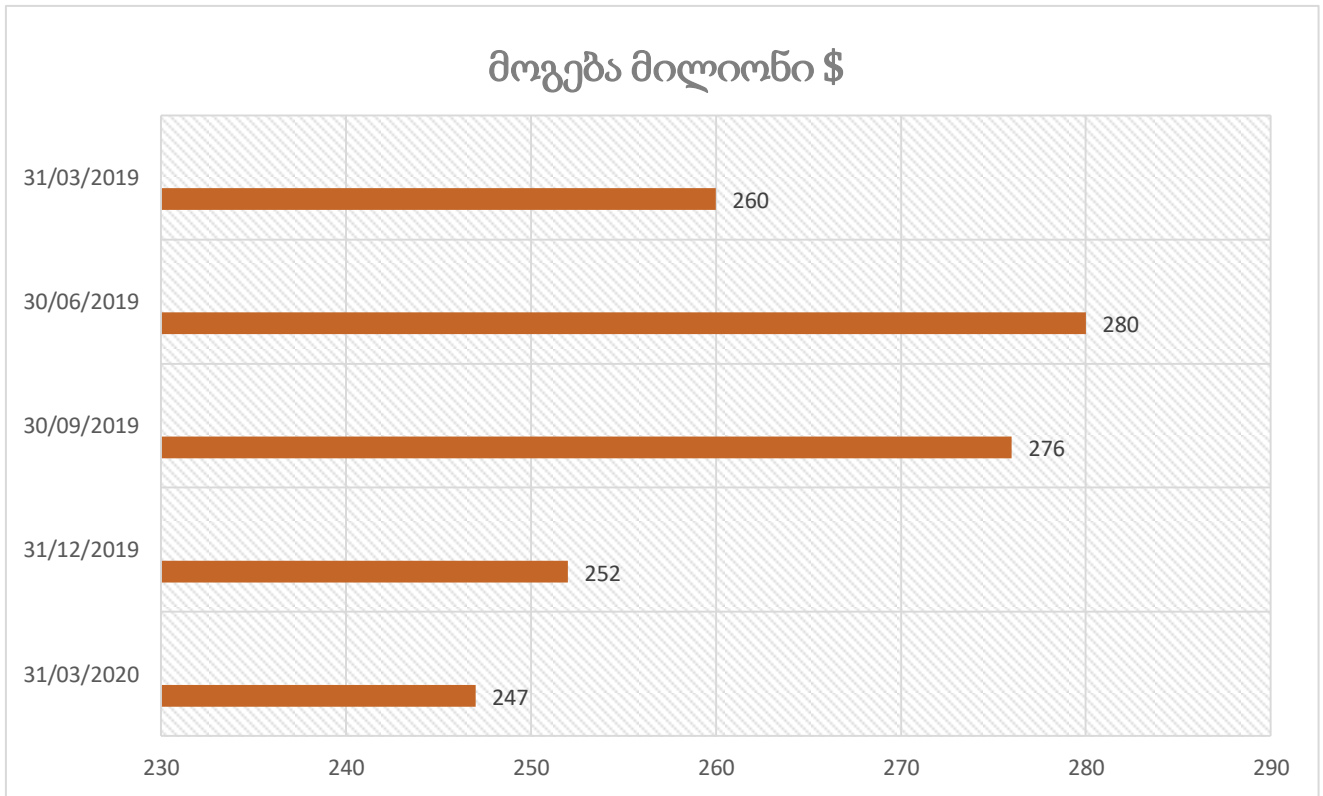
ცხრილი 4.2.1 Wendy’s-ის მოგება 2019-2020 წწ.⁵

თარიღი	მოგება
31/03/2019	260 000 000
30/06/2019	280 000 000
30/09/2019	276 000 000
31/12/2019	252 000 000
31/03/2020	247 000 000

დიაგრამაზე 4.2.1 წარმოდგენილია Wendy’s 2019-2020 წლების კვარტალური მოგება, დიაგრამიდან ჩანს რომ, 2019 წლის პირველ კვარტალში კომპანიის მოგება შეადგენდა 260 000 000 დოლარს , შემდეგ კვარტალში ეს მონაცემი გაიზარდა 20 000 000 დოლარით ანუ დაახლოებით 8%-ით . მესამე კვარტალში ეს მონაცემები მეორესთან შედარებით შემცირდა 1,43%-ით, თუმცა მოგებას კლება არ შეუწყვიტავს არც შემდეგ კვარტლებში და თუ საწყის წერტილად ავიღებთ 2019 წლის მეორე კვარტლის მონაცემებს ვნახავთ რომ 2020 წლის მარტის მონაცემებით მოგება შემცირებულია 33 000 000 დოლარით, ანუ დაახლოებით 12%-ით. 2020 წლის მარტის მონაცემების მიხედვით კომპანიის მოგება შედაგენს 247 000 000 დოლარს, რაც წინა წლის პირველ ნახევართან შედარებით 13 000 000 დოლარით არის შემცირებული, რაც ნიშნავს რომ მოგება 5%-ით შემცირდა.

⁵ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/WEN/wendys/income-statement?freq=Q> (ნანახია 17.05.2020)

დიაგრამა 4.2.2 Wendy's-ის მოგება 2019/03/31-2020/03/31 წწ.⁶



რაც შეეხება Wendy's-ის შემოსავლებს, აღნიშნული სწრაფი კვების ქსელმა შემოსავლების მაქსიმალური ოდენობა უკანასკნელი ერთი წლის განმავლობაში მიიღო 2019 წლის მესამე კვარტალში 438 მილიონი დოლარი, ხოლო ყველაზე მცირე შემოსავალი ქონდა 2019 წლის პირველ ნახევარში. ცხრილში 4.2.2 წარმოდგენილია Wendy's-ის 2019-2020 წლის შემოსავლები კვარტლების მიხედვით.

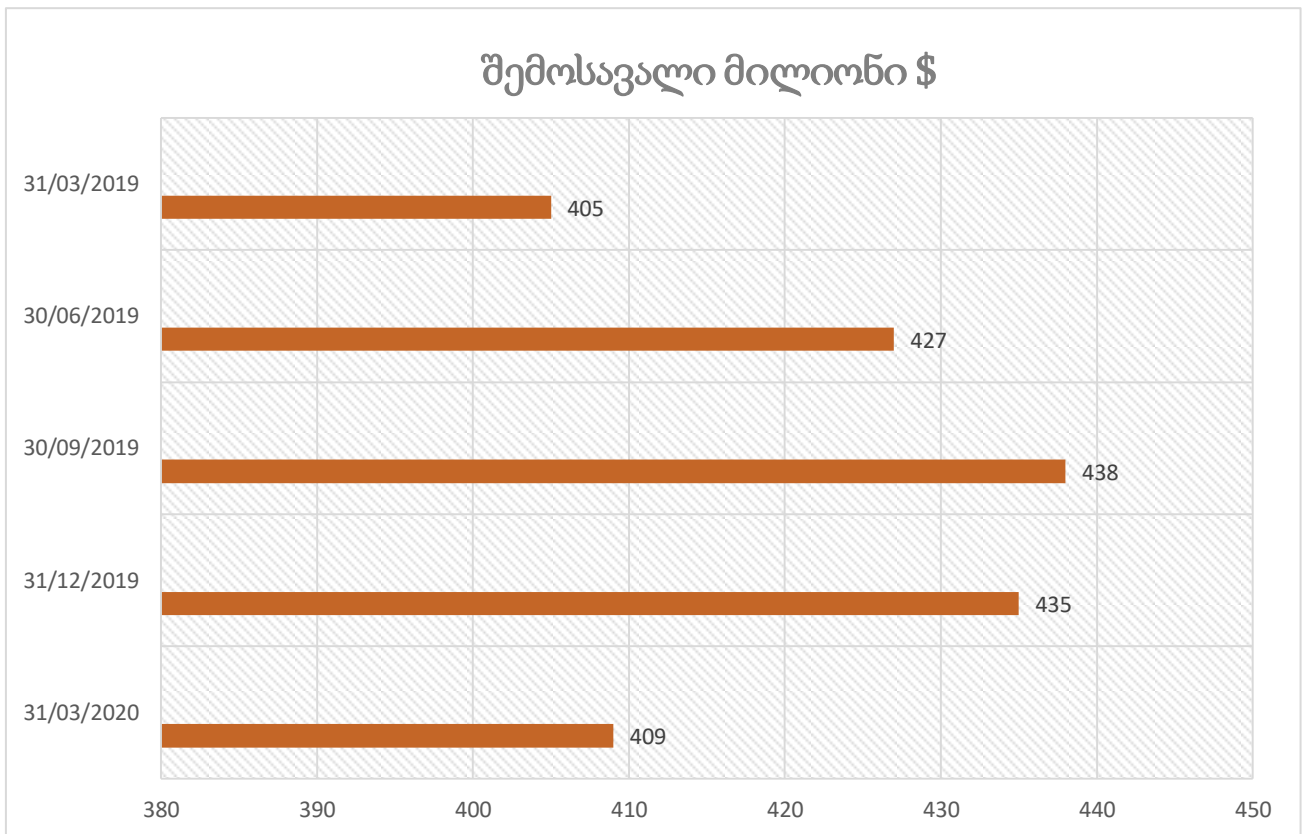
ცხრილი 4.2.2 Wendy's-ის შემოსავალი 2019/03/31-2020/03/31 წწ.⁷

⁶ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/WEN/wendys/income-statement?freg=Q> (ნანახია 17.05.2020)
⁷ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/WEN/wendys/income-statement?freg=Q> (ნანახია 17.05.2020)

თარიღი	შემოსავალი
31/03/2019	405 000 000
30/06/2019	427 000 000
30/09/2019	438 000 000
31/12/2019	435 000 000
31/03/2020	409 000 000

Wendy's -ს შემოსავლები 2019 წლის პირველ კვარტალში 405 000 000\$-ს შეადგენდა მესამე კვარტალში კი გაიზარდა 33 000 000 დოლარით ანუ 8%-ით, 2019 წლის ბოლოს კი მისი შემოსავლები წინა კვარტალთან შედარებით შემცირდა 3 000 000 დოლარით, 2020 წლის პირველ ნახევარში კომპანიის მოგება შეადგენდა 409 000 000\$-ს რაც წინა კვარტალთან შედარებით შემცირებულია 26 000 000 \$-ით. აღსანიშნავია ის ფაქტი რომ 2019 წლის პირველ ნახევართან შედარებით კომპანიის შემოსავლები 2020 წლის პირველ ნახევარში გაიზარდა 1%-ით რაც 4 000 000 \$-ს წარმოადგენს. დიაგრამაზე 3.2.2 ასახულია Wendy's -ის კვარტალური შემოსავლები 2019-2020 წწ.

დიაგრამა 4.2.2 Wendy’s-ის შემოსავალი 2019/03/31-2020/03/31 წწ.⁸



Wendy’s-მა განხორციელებული ღონისძიებების საშუალებით ამ ეტაპზე შეძლო შედარებით ნაკლები დანაკარგებით დაესრულებინა 2020 წლის პირველი ნახევარი და იმდენიც კი შეძლო რომ შემოსავლები წინა წლის პირველ ნახევართან შედარებით 1%-ით გაზარდა, ეს კი იმის დამსახურებაა რომ აქტიურად შესთავაზე მომხმარებლებს ადგილზე მიტანის სერვისს და drive thru. სრწაფი კვები ობიექტების უმეტესობა მუშაობს 10:30-დან 21:00 მდე, ხოლო drive thru მუშაობს 6:30-დან 00:00-მდე. მიუხედავად მსოფლიოში არსებული კრიზისისა Wendy’s-მა მომხმარებლებს მაინც შესთავაზა ახალი „breakfast menu“ რომელიც ამერიკის შეერთებულ შტატებში ამ ეტაპზე გაყიდვების 8%-ს შეადგენს.

4.3 Dunkin’donats

⁸ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/WEN/wendys/income-statement?freq=Q> (ნანახია 17.05.2020)

Dunkin'donats არის ამერიკული მულტინაციონალური სწრაფი კვების რესტორნების ქსელი რომელიც 1950 წელს დაარს მასაჩუსეტის შტატში კანტონში. ის არის ერთ-ერთი უმსხვილესი ყავისა და გამომცხვა პროდუქტების ქსელი. Dunkin'donats მომხმარებელს სთავაზობს ფუნთუშებს, ბეიგელს და სხვა გამომცხვარ პროდუქტებს ასევე ცივი და ცხელი სასმელების ფართო ასორტიმენტს. აღნიშნული სწრაფი კვების რესტორანი მსოფლიოს 36 ქვეყანაში ფუნქციონირებს და ფლობს 11 300 რესტორანს.

Dunkin'donats-თვისაც covid 19 გახდა მთავარი გამოწვევა. დანკინის ბრენდი აქტიურად აკვირდება კორონა ვირუსის გავრცელების მამტაბებს, მათთვის პრიორიტეტულია როგორც მომხმარებლების ასევე მათ რესტორნებში დასაქმებული პირების ჯამრთელობა და უსაფრთხოება. Dunkin'donats-ის ყველა პატარა რესტორანში დახურულია სასადილო ოთახები და მომხმარებლებს შეუძლიათ ისარგებლონ აპლიკაციით შეკვეთებით და ბარათით გადახდით, ადგილზე მიტანის სერვისით და ასევე აქტიურად მუშაობს drive thru. კომპანია ზრუნავს თავის თანამშრომლების უსაფრთხოებაზე ამიტომ ცდილობენ დასაქმებულებს შეუქმნან მაქსიმალურად სუფთა და უსაფრთხო გარემო, ისინი იცავენ დისტანციას მუშაობის პროცესში და რაც ყველაზე მთავარია შემცირებული სამუშაო დროის დახმარებით მათ შეუძლიათ დიდი დრო გაატარონ ოჯახის წევრებთან.

Dunkin'donats-მა 2020 წლის მაისში გამოაქვეყნა პირველი კვარტლის ფინანსური მონაცემები, როლზე დაყრდნობითაც გავნვიხილავ აღნიშნული სწრაფი კვების ობიექტის შემოსავლებს და მოგებას. კომპანიის მოგება ბოლო ერთი წლის მონაცემებით მზარდი იყო 2019 წლის დეკემბრის ჩათვლით. 2020 წლის პირველ ნახევარში მისი მოგება შედაგენდა 285 000 000 დოლარს. ცრილში 3.3.1 ასახულია Dunkin'donats-ის 2019-2020 წლების კვარტალური მოგება.

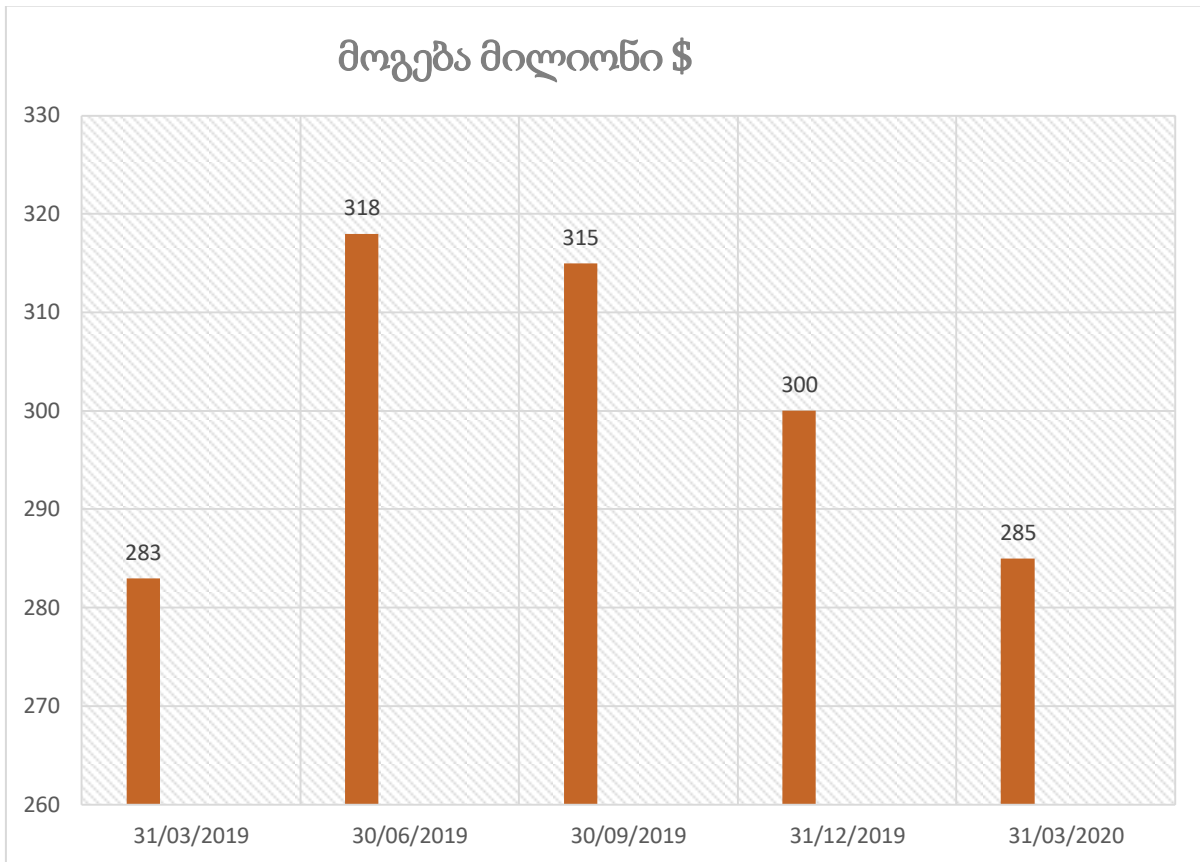
ცხრილი 4.3.1 Dunkin'donats-ის მოგება 31/03/2019-31/03/2020 წწ.⁹

თარიღი	მოგება მილიონი \$
31/03/2019	283 000 000
30/06/2019	318 000 000
30/09/2019	315 000 000
31/12/2019	300 000 000
31/03/2020	285 000 000

დიაგრამა 4.3.1 გვიჩვენებს თუ როგორ იცვლებოდა 2019-2020 წლებში Dunkin'donats-ის მოგება კარტლების მიხედვით. 2019 წლის პირველ ნახევარში კომპანიამ მიიღო 283 000 000 დოლარიანი მოგება რომელიც შედეგ კვარტალში გაიზარდა 12%-ით და შეადგენდა 318 000 000 \$-ს, ამავე წლის მესამე კვარტალში მოგება შემცირდა 3 000 000 დოლარით, 2019 წლის ბოლოს 300 000 000 დოლარი იყო კომპანიის მოგება რაც იმას ნიშნავს რომ კომპანიის მოგება შემცირდა დაახლოებით 5% ით წინა კვარტალთან შედარებით. 2020 წლის პირველ ნახევარში Dunkin'donats-ის მიიღო 285 000 000 დოლარიანი მოგება რაც წინა კვარტალთან შედარებით 15 000 000 დოლარით ნაკლებია, რაც შეეხება 2019 პირველი ნახევრის მონაცემთან შედარებას ამ შემთხვევაში მოგება გაზარდილია 2 000 000 დოლარით დაახლოებით 0.7%-ით.

⁹ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DNKN/dunkin-brands/financial-statements>
(ნანახია 16/05/2020)

დიაგრამა 4.3.1 Dunkin'donats-ის მოგება 31/03/2019-31/03/2020 წწ.¹⁰



შემოსავლებს რაც შეეხება 2019 წლის პირველი კვარტლის მონაცემების მიხედვით იზრდებოდა ამავე წლის ივნისამდე, შემდეგ კი მისმა შემოსავლებმა იწყო კლება. ცხრილში 4.3.1 მოცემულია 2019-2020 წლების შემოსავლები კვარტლების მიხედვით, ამ მონაცემების მოხედვით კომპანიამ ყველაზე მეტი შემოსავალი მიიღო 2019 წლის მეორე ნახევარში ხოლო ყველაზე მცირე ამავე წლის პირველ კვარტალში.

¹⁰ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DNKN/dunkin-brands/financial-statements>
(ნანახია 16/05/2020)

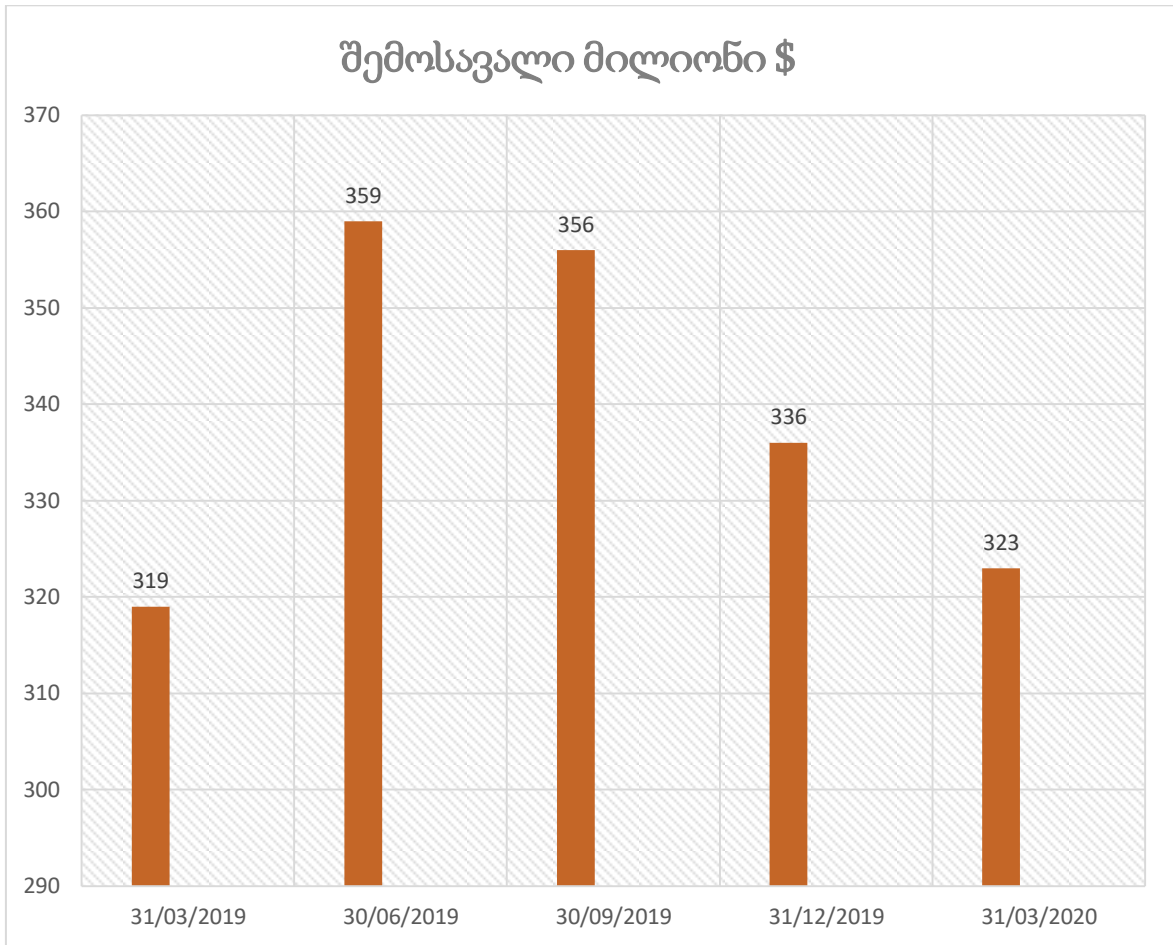
ცხრილი 4.3.2 Dunkin'donats-ის შემოსავალი 31/03/2019-31/03/2020 წწ.¹¹

თარიღი	შემოსავალი
31/03/2019	319 000 000
30/06/2019	359 000 000
30/09/2019	356 000 000
31/12/2019	336 000 000
31/03/2020	323 000 000

ქვემოთ წარმოდგენილ დიაგრამაზე 4.3.2 ასახულია 2019-2020 წლების Dunkin'donats-ის კვარტალური შემოსავალი, რომლის მიხედვითაც, კომპანიის 2019 წლის პირველ კვარტალში მიღებული შემოსავალი შეადგენდა 319 000 000 \$-ს შემდეგ კვარტალში ეს მონაცემი გაიზარდა 40 000 000 დოლარით, და მიაღწია ბოლო ერთი წლის მაქსიმალურ მაჩვენებელს. შემდეგ კვარტლებში კი მისმა შემოსავლებმა დაიწყო კლება. ბოლო მონაცემების მიხედვით 2020 წლის პირველ ნახევარში კომპანიამ მიიღო 323 000 000 დოლარის ოდენობის შემოსავალი, რაც დაახლოებით 4%-ით ნაკლებია 2019 წლის მეოთხე კვარტალთან შედარებით, რაც შეეხება 2019 წლის პირველი კვარტლის მონაცემებს ამ შემთხვევაში კომპანიის შემოსავლები გაზრდილია 1,25% ით, რაც 4 000 000 დოლარს წარმოადგენს.

¹¹ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DNKN/dunkin-brands/financial-statements>
(ნანახია 16/05/2020)

დიაგრამა 4.3.2 Dunkin'donats-ის შემოსავალი 31/03/2019-31/03/2020 წწ.¹²



Dunkin'donats მსოფლიოში არსებული მდგომარეობიდან გამომდინარე მთელი აქცენტი გადაიტანა drive thru-ზე, დღესდღეობით სულ 5300-ზე მეტი drive thru ობიექტი ფუნქციონირებს სწორედ ეს გახდა ერთ ერთი მთავარი მიზეზი იმისა რომ მისი შემოსავლები 2020 წლის პირველ კვარტლაში დაახლოებით 1%-ით გაიზარდა 2019 წლის პირველ ნახევართან შედარებით covid 19-ის არსებობის პირობებში.

¹² <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DNKN/dunkin-brands/financial-statements>
(ნანახია 16/05/2020)

4.5 Domino's Pizza

Domino's Pizza მსოფლოში უდუდიდესი პიცერიების ქსელია რომელიც 1960 წელს მიჩიგანის შტატში დაარსეს ძმებმა ტომ და ჯეიმს მონაგჰემებმა, ყველაფერი კი პატარა პიცერიის ყიდვით დაიწყო რომელიც ძმებმა სულ რაღაც 500 დოლარად იყიდეს, ხოლო 1983 წელს უკვე აშშ-ში ყველაზე სწრაფად მზარდ კომპანიად ჩამოყალიბდა, დღეს კი მსოფლიოს 90 ქვეყანაში არის წარმოდგენილი 17 000 000 რესტორნით.

რესტორნების ქსელი მომხარებლებს სთავაზობს პიცის მრავალფეროვან არჩევანს, გარდა ამისა მის მენიუში შევხვდებით პასტას, სენდვიჩებს გამაგრებულ სასმელებს და სხვა.

მას შემდეგ რაც covid 19 ვირუსი მთელ მსოფლიოში გავრცელდა პიცერიის ქსელმა მიიღო გადაწყვეტილება თანამშრომლების და მომხმარებლების უსაფრთხოების მიზნით დაეხურა სასადილო სივრცეები და მომხმარებლებს ალტერნატიულ ვერსიად შეთავაზა ადგილზე მიტანის სერვისი.

დაავადებათა ცენტრების რეკომენდაციით და ვირუსის გავრცერლების რისკის შესამცირებლად Domino's Pizza-ის რესტორნებში ტარდება ხშირი დეზინფექცია ხშირად შეხების წერტილებზე, მათ შორის დეზინფექცირდება მიტანის ჩანთები, პიცის ყუთები და გადაადგილების საშუალებები, ყოველ 4 საათში ერთხელ. აღსანიშნავია ის ფაქტიც რომ, საკვები მზადდება 450 გრადუსზე და დამზადებულ კერძს არავინ არ ეხება მომხმარებლების გარდა. რაც შეეხება თანამშრომლებს, ისინი იცავენ სოციალურ დისტანციას და აღჭურვილი არიან ხელთათმანებით და პირბადით, გარდა ამისა ყოველდღირად ხდება მათი ტემპერატურის შემოწმება.

ყოველ კვარტალში Domino's Pizza აქეყნებს თავის ფინანსურ მონაცემებს, ამ მონაცემებზე დაყრდნობით განვიხილავთ კომპანიის მოგებას და შემოსავლებს 2019-2020 წლებში. ცხრილში მოცემულია Domino's Pizza-ის 2019-2020 წლების

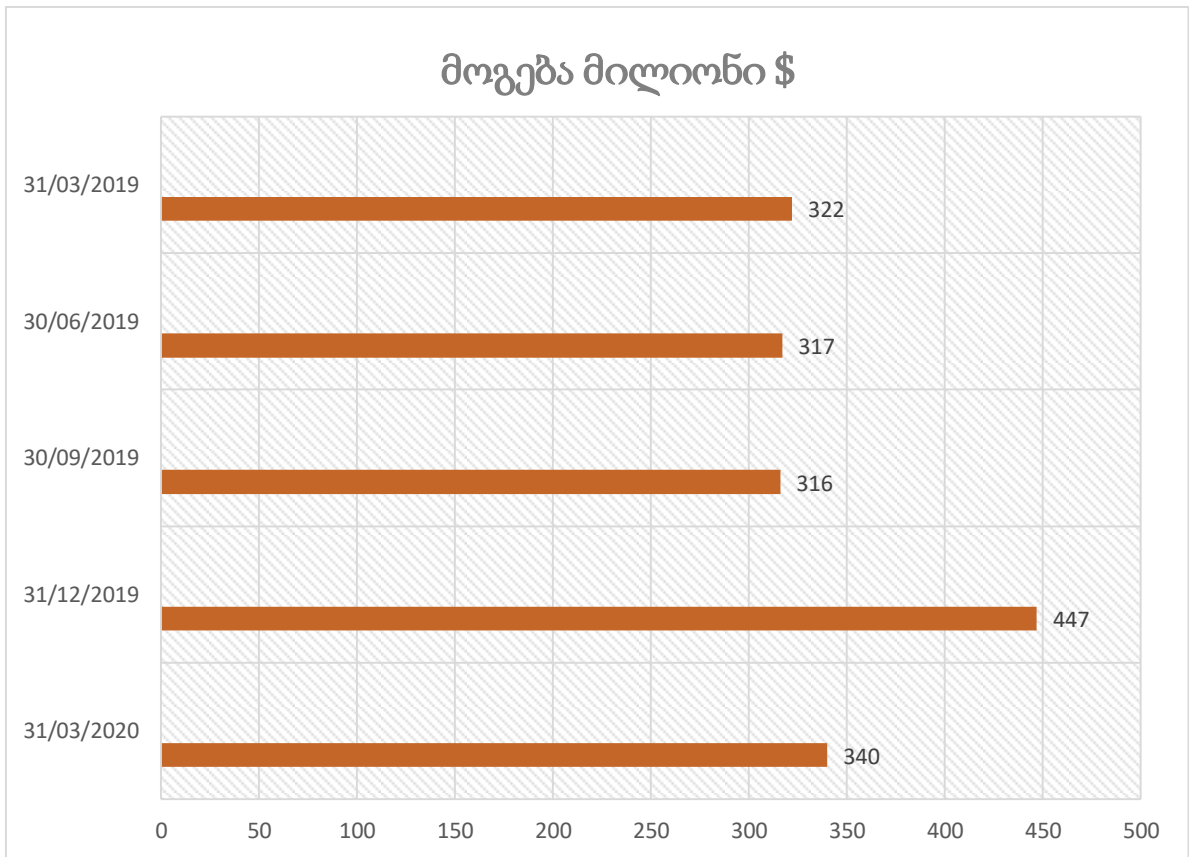
კვარტალური მოგება რომლის მიხედვითაც, კომპანიამ მაქსიმალური მოგება მიიღო 2019 მეოთხე კვარტალში ხოლო მინიმალური 2019 წლის სექტემბერში.

ცხრილი 4.5.1 Domino's Pizza კვარტალური მოგება 2019-2020 წწ.¹³

თარიღი	მოგება
31/03/2019	322 000 000
30/06/2019	317 000 000
30/09/2019	316 000 000
31/12/2019	447 000 000
31/03/2020	340 000 000

Domino's Pizza წლის პირველი კვარტლის მოგება შედაგენდა 322 000 000 დოლარს რომელიც შემდეგ კვარტალში შემცირდა 1,55%-ით, ეს მონაცემი თითქმის არ შეცვლილა მომდევნო კვარტალში, რასაც ვერ ვიტყვით მეოთხე კვარტლის მონაცემებზე სადაც კომპანიის მოგება წინა პერიოდთან შედარებით გაიზარდა დაახლოებით 29%-ით. 2020 წლის პირველი კვარტლი მონაცემებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას რომ პანდემიამ მკვეთრად შეამცირა კომპანიის მოგება, კერძოდ, შემცირდა 24%-ით. თუმცა აღსანიშნავია ის ფაქტიც რომ წინა წლის იგივე პერიოდის მონაცემთან შედარებით მოგება 5%-ით გაზრდილია, რაც იმის მანიშნებელია რომ საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციამ სწრაფი კვები ობიექტმა დომინომ ასე თუ ისე თავი გაართვა კრიზისულ სიტუაციას და წინა წელთან შედარებით მოგება კი არ შეუმცირდა არამედ გაეზარდა.

¹³ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DPZ/dominos-pizza-inc/financial-statements>
(ნანახი 27/05/2020)



დიაგრამა 4.5.1 Domino's Pizza კვარტალური მოგება 2019-2020 წწ.¹⁴

ხოლო, რაც შეეხება კომპანიის კვარტალური შემოსავლების მონაცემების შედარებით ანალიზს, კომპანიამ მაქსიმალური შემოსავლები 2019 წლის დეკემბრის თვეში მიიღო, ხოლო მინიმალური კი 2019 წლის ივნისში, რაც შეეხება კომპანიის შემოსავლებს პანდემიისას ეს მონაცემი წინა წლის ამავე კვარტლის მონაცემებს რომ შევადაროთ მივხვდებით რომ კომპანიის შემოსავლები კი არ შემცირდა პირიქით გაიზარდა. ქვემოთ მოყვანილ ცხრილში 4.5.2 წარმოდგენილია Domino's Pizza -ის კვარტალური მონაცემები 2019-2020წწ.

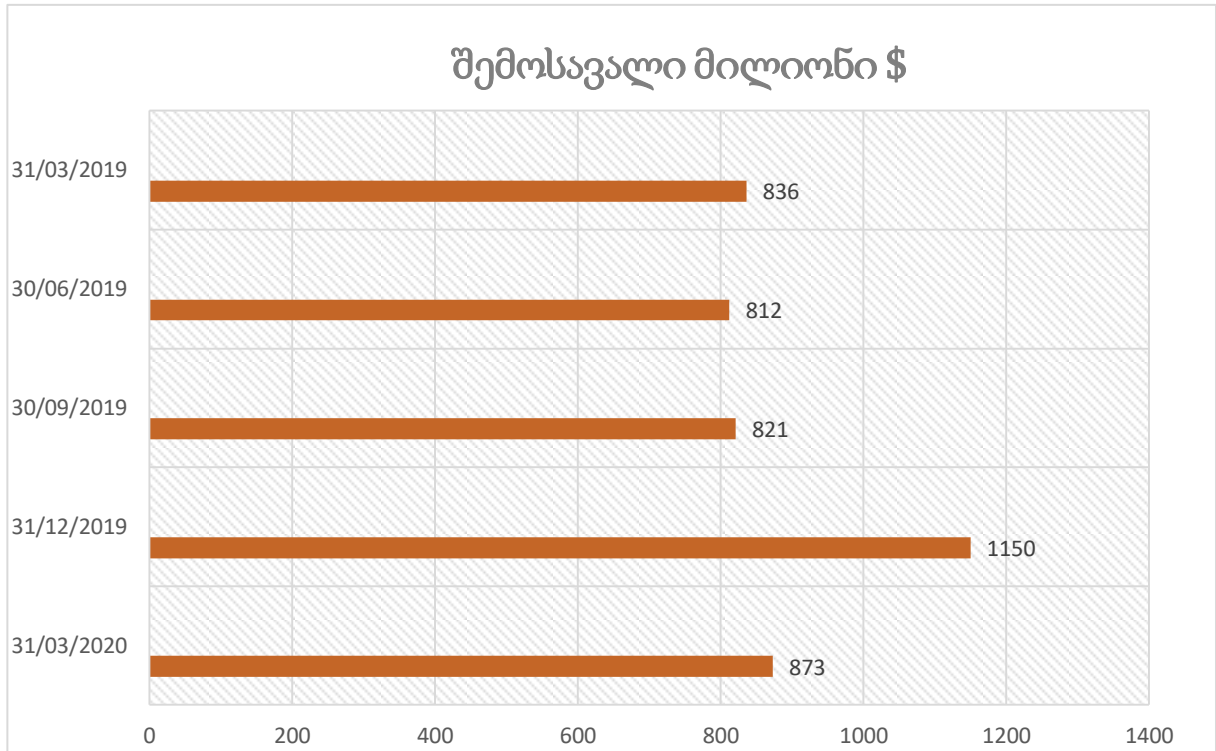
¹⁴ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DPZ/dominos-pizza-inc/financial-statements>
(ნანახი 27/05/2020)

თარიღი	შემოსავალი
31/03/2019	836 000 000
30/06/2019	812 000 000
30/09/2019	821 000 000
31/12/2019	1150 000 000
31/03/2020	873 000 000

ცხრილი 4.5.2. Domino's Pizza კვარტალური შემოსავალი 2019-2020 წწ.

2019 წლის პირველ კვარტალში აღნიშნული კვების ქსელის შემოსავალი შედაგენდა 836 000 000 დოლარს შემდეგ პერიოდში ეს მონაცემი შემცირდა 24 000 000 დოლარით, დიაგრამა 4.5.2- დან ჩანს რომ კომპანიის შემოსავლები გაიზარდა მესამე კვარტალში წინა პერიოდთან შედარებით უმნიშვნელოდ 1%-ით, რასაც ვერ ვიტყვით დეკემბრის მონაცემებზე ის წინა პერიოდთან შედარებით 28,6%-ით გაიზარდა, რაც შეეხება პანდემიის პერიოდს, შემოსავლების აშკარა კლება იგრძნობა, მაგრამ ეს მონაცემი წინა წლის იგივე კვარტალის მონაცემს, რომ შევადაროთ მივხვდებით, რომ ზრდის დინამიკა კი შეიცვალა მაგრამ კომპანიის შემოსავლები წინა წლის ამავე პერიოდთან შედარებით გაზრდილია 4,4%-ით გაზრდილია. შეჯამების სახით შეილება ითქვას, რომ კომპანიის შემოსავლების კლება კრიზისულ პერიოდში მოსალოდნელი იყო და ბიზნეს ორგანიზაციას თავისუფლად უფრო დიდი ზარალი შეიძლებოდა მიეღო ვიდრე ამ მონაცემებით ჩანს.

დიაგრამა 4.5.2 Domino's Pizza კვარტალური შემოსავალი 2019-2020 წწ.¹⁵



Domino's Pizza-ის ქსელმა შექმნილი კრიზისული სიტუაციისათვის თავის დასაღწევად თავიდანვე მიიღო გადაწყვეტილება რომ გაყიდვების ტემპის შენარჩუნების მიზნით დაექიროვებინათ დამატებით 10000-მდე ახალი მიწოდების მძღოლი, რადგან შეძლონ მომხმარებელთა კეთილგანწყობის შენარჩუნება. აღსანიშნავია ის ფაქტიც რომ დომინოს მენიუს ფასები ზუსტად იგივე დარჩა რაც კრიზისამდე და იყო და რა მომხდარა ფასების მატება. სწორედ ამ და სხვა გატარებული ღონისძიებების წყალობით შეძლო კომპანიამ თავისი შემოსავლების ზრდა 2019 წლის პირველ კვარტალთან შედარებით. სტატისტიკაზე დაყრდნობით შეიძლება ვივარაუდოთ , რომ კომპანიის კრიზისული მენეჯმენტისა და მყისიერი რეაგირების დამსახურებაა ის ფაქტი, რომ სწრაფმა კვების ქსელმა საფრთხეები

¹⁵ <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/DPZ/dominos-pizza-inc/financial-statements>
(ნანახი 27/05/2020)

მინიმუმამდე დაიყვანა და ნაკლები დანაკარგი მიიღო გლობალური კრიზისის ფონზე .

4.6 McDonald's-ის, Wendy's-ის Dunkin'donats-ის და Domino's pizza-ის

შედარებითი ანალიზი

საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები, სწრაფი კვების ობიექტები ჩვენ ცხოვრებაში ძალიან დიდ როლს თამაშობენ, შესაბამისად, რთული წარმოსადგენია ჩვენი ყოველდღიურობა მათ გარეშე . გლობალური პანდემიის პირობებში სამყაროსგან კარს ვერ გამოიხურავ, კრიზისი რომელიც არსებობს დედამიწის ერთ წერტილში, ისეთივე სიმწვავეით დგას მეორეგან, განსაკუთრებით მაშინ ,როდესაც საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციებზე ვსაუბრობთ .

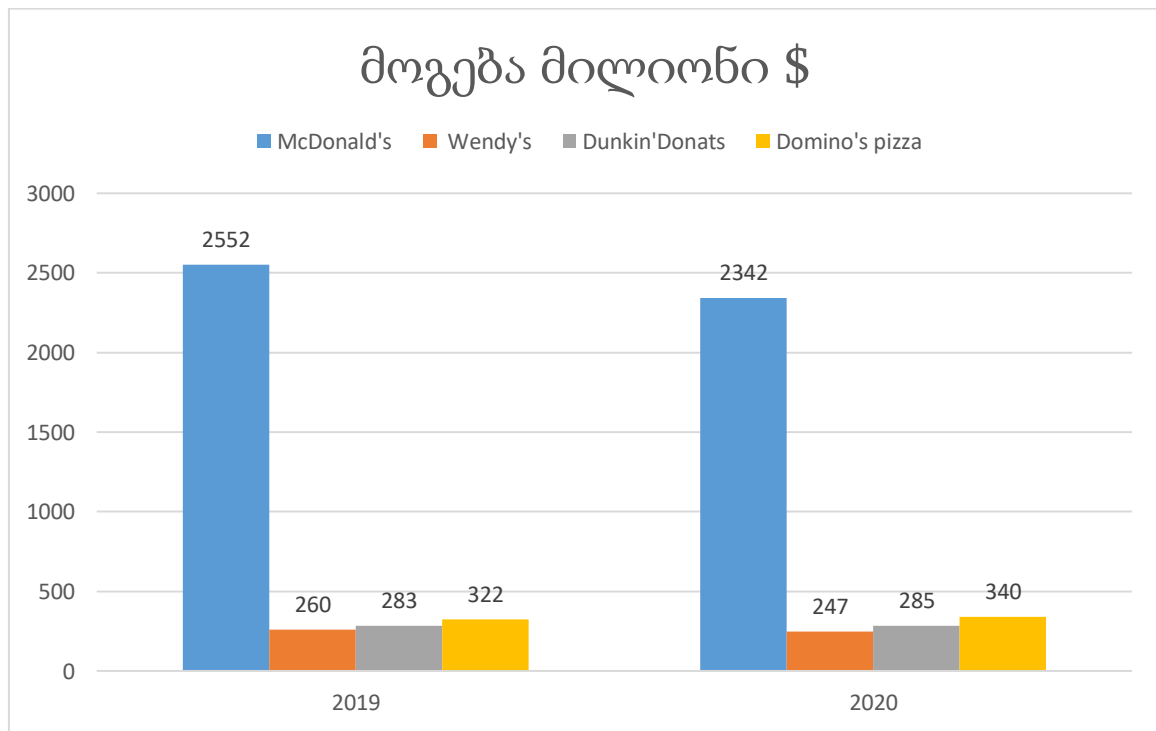
Mcdonald's, Wendy's, და Dunkin donats, Domino's pizzaa მსოფლიოს გიგანტ კვების რესტორნების ქსელების ათეულში არიან. როგორც კვლევამ ცხადყო Covid 19-ის გავრეცელებამ ზემოთ აღნიშნულ კომპანიებს აიძულა შეეცვალათ 2020 წლისათვის დასახული მიზნები და სტრატეგიები, რათა არ შეფერხებულიყო განვითარების დინამიკა და შეენარჩუნებინათ მომხმარებელთა ლოიალობა.

ამის ნათელი მაგალითია კომპანია Wendys-სი, რომელიც როგორც სხვა საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციები პანდემიამ ახალი რელობის წინაშე დააყენა. კერძოდ, მსოფლიოში შექმნილი სიტუაციიდან გამომდინარე ამერიკის შეერთებული შტატები ვერ ახერხებდა ხორცის მიწოდებას ზოგიერთი კვების ობიექტებისთვის, რაც იწვევდა მომხმარებელთა უკმაყოფილებას, იმ პირობებში როდესაც პირდაპირი კონკურენტები, Dunkin'donats-სი, Mcdonald's -სი და Domino's pizzaa არ იდგნენ მსგავსი პრობლემის წინაშე . მომხმარებელთა შენარჩუნების მიზნით Wendys-სი მოლაპარაკებებს აწარმოებდა სხვადასხვა კომპანიებთან, რათა მალე აღმოფხვრილიყო მიწოდების პრობლემა. სოციალური მედიის ეპოქაში, სადაც ინფორმაცია ელვისებური სისწრაფით ვრცელდება მედიას ეს ფაქტი ყურადღების მიღმა არ დარჩენია, ერთ დროს ვენდის ცნობილი კამპანია „where's the beef? “ რეალობად იქცა. თუმცა კომპანია უარს არ ამბობდა მედიასთან ურთიერთობებზე და ცდილობდა მაქსიმალურად ამომწურავად ეპასუხა

საზოგადოების ყველა შეკითხვას. რაც როგორც შედეგებმა ცხადყო სწორი გადაწყვეტილება იყო, კომპანიის შემოსავლები არ შემცირებულა პირიქით გაიზარდა მაგრამ მინიმალური დანაკარგი განიცადა მოგების თვალსაზრისით, რაც გლობალური კრიზისი მდგომარეობაში სავსებით ლოგიკურიც იყო.

2019-2020 წლების პირველი კვარტლის ფინანსურმა მონაცემმა გვაჩვენა რომ Mcdonald's-ის მოგება 2019 წლის პირველ კვარტლთან შედარებით შემცირდა დაახლოებით 8%-ით, Wendy's-ის 5%-ით, როცა მათი კონკურენტი Dunkin donats-ის მოგება წინა წლის პირველ კვარტლთან შედარებით გაიზარდა 0,70%-ით, ხოლო Domino's pizza-ის 5,59%-ით.

4.6.1 Mcdonald's, Wendy's, და Dunkin donats, Domino's pizza-ის პირველი კვარტლის მოგება 2019-2020 წწ.-ში¹⁶

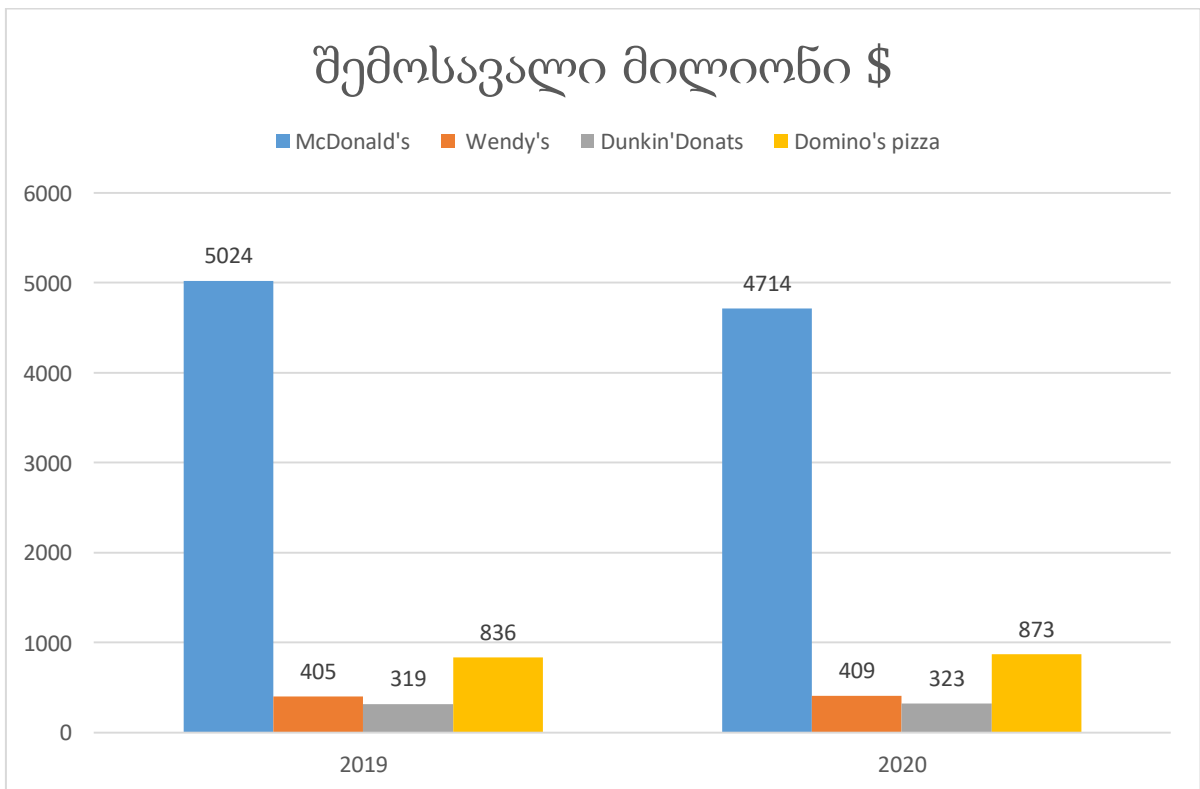


კომპანიების შემოსავლების შედარებით ანალიზს დაყრდნობით, რომელიც მოცემულია დიგრამაზე 4.6.1-ში და მოიცავს 2019 -2020 წლების პირველი კვარტლის მოგებას, შეიძლება ითქვას , რომ კომპანიებმა თავი გაართვეს

¹⁶ <https://www.macrotrends.net> (ნანახი 27/05/2020)

კრიზისულ სიტუაციებს და მოახერხეს კრიზისების ეფექტური მართვა, სწორი კომუნიკაციითა და მენეჯმენტით. მომხმარებელთა კეთილგანწყობისა და მათთან სწორი კომუნიკაციის კვალდაკვალ, არანაკლებ მნიშვნელოვანია შიდა კომუნიკაცია, ანტიკრიზისული გეგმა და პრიორიტეტების სწორი დასახვა. იმ პირობებში, როდესაც საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციებმა შემოსავლების 20-30% დაკარგეს და მილიარდობით იზარალებს, Mcdonald's-ის შემოსავლები სულ რაღაც 6%-ით შემცირდა, რაც მინიმალური დანაკარგია კრიზისულ სიტუაციებში. ხოლო მისი კონკურენტების შემოსავლები გაიზარდა, კერძოდ Wendy's-ის 1%-ით და Dunkin donats-ის 1,25%-ით, ხოლო, რაც შეეხება Domino's pizza-ის შემოსავლებს ის გაზარდა, დაახლოებით 4%-ით.

4.6.2 Mcdonald's, Wendy's, და Dunkin donats, Domino's pizza-ის პირველი კვარტლის შემოსავლები 2019-2020 წწ.-ში¹⁷



საინტერესოა, რა გამომწვევი მიზეზები ქონდა შემოსავლების კლებას Mcdonald's-ის შემთხვევაში, როცა მისი კონკურენტები კლების ნაცვლად შემოსავლების მატებას განიცდიდნენ და რითი იყო განპირობებული თუნდაც მინიმალური 6%-

¹⁷ <https://www.macrotrends.net> (ნანახი 27/05/2020)

იანი დანაკლისი. არ უნდა დაგვავიწიქდეს, რომ Mcdonald's-სი სწრაფი კვების გიგანტებს შორის, ყველაზე დიდი კომპანიაა, რომელიც 100 ქვეყანაშია წარმოდგენილი, როდესაც მისი კონკურენტი Wendy's-ი მხოლოდ 30 ქვეყანაში ფუნქციონირებს, შესაბამისად , რესტორნების რაოდენობა მსოფლიოს გარშემო თითქმის 4-ჯერ აღემატება კონკურენტებისას. პანდემიის პერიოდში კი მათი ნახევრის დახურვის აუცილებლობა გახდა მაგალითად იტალიაში, საფრანგეთში და ესპანეთში რესტორნების ნახევარზე მეტი არ ფუნქციონირებს , შესაბამისად პროდუქციაზე ხელმისაწვდომობა შეფერხდა , რაც ლოგიკურად აისახა კიდევ შემოსავლებზე.

ცხრილი 4.6.1 Mcdonald's, Wendy's, და Dunkin donats, Domino's pizza-ის ქვეყნების და

სწრაფი კვების ქსელი	ქვეყნები	რესტორნები
Mcdonald's	100	38000
Wendy's	30	6500
Dunkin'donats	37	11300
Domino's pizza	90	17000

რესტორნების რაოდენობა.

გარდა ამისა კარანტინმა შეცვალა მომხმარებელთა ქცევა და ისინი ჩვეულ რუტინას არც ისე მარტივად უბრუნდებიან, უსაფრთხოება გახდა ნომერ პირველი პრიორიტეტი და ყველა საშუალებას იყენებენ თავის დასაცავად. ამის ნათელი მაგალითია იაპონია , სადაც რესტორნების 99% გახსნილია , მაგრამ გაყიდვები მაინც შემცირებულია .

ერთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი რაც სამივე ამ საერთაშორისო ბიზნეს ორგანიზაციას აერთიანებდა, გარდა იმისა, რომ ერთ მოედანზე თამაშობენ, არის სწორი მყისიერი კომუნიკაცია და ადაპტირებული სერვისები. მათ აქტიურად დაიწყეს წინა პლანზე წამოწევა აპლიკაციით შეკვეთისთვის, ბარათით გადახდისა და ადგილზე მიტანის სერვისების. რესტორნებში ჰიგიენაზე მკაცრი კონტროლია, ისინი მომხმარებლებს სუფთა და დაცულ გარემოს სთავაზობენ გემრიელ ბურგერებთან ერთად, პარალელურად კი ზრუნავენ თანამშრობლების უსაფრთხოებაზე.

ასე რომ პანდემიამ შექმნა პრეცედენტი და დანერგა პრაქტიკა კრიზისულ სიტუაციაში შეუფერხებელი მუშაობისა, რაც ერთგვარ რეკომენდაციებს მისცემს ცალკეული ბიზნეს ორგანიზაციებს კრიზისული მენეჯმენტისა. რეკომენდაცია თავის მხრივ საინტერესო იქნება არა მარტო ბიზნეს ორგანიზაციებისთვის, არამედ ამ სფეროთი დაინტერესებული და მომუშავე ადამიანებისთვის.

დასკვნა

2019 წლის დეკემბრის შემდეგ რაც მსოფლიოსთვის ცნობილი გახდა ახალი covid 19 ვირუსის შესახებ რომელიც შემდგომში მსოფლიო პანდემიად იქცა აუცილებელი გახდა ახალი რეალობისა და გამოწვევების წინაშე ახალი სამოქმედო გეგმის შემუშავება, როგორც ინდივიდუალურად ისე ორგანიზაციებისთვისაც, იქნებოდა ეს საერთაშორისო თუ არასაერთაშორისო მასშტაბების კომპანია-ორგანიზაციები. ეტაპობრივად თითოეული ჩვენგანის ცხოვრება შეიცვალა და ახალი ფაქტორების წინაშე დაგვაყენა. სწორედ ამიტომ როგორც ყველა სხვა შემთხვევაში, ახლაც ვცდილობთ ვისწავლოთ ცხოვრება ახალი რეალობით, რათა ფეხი ავუწყოთ დინებას და არ ჩამოვრჩეთ პროგრესს ისეთი ფაქტორების გამო როგორცაა თუნდაც მსოფლიო პანდემია, საჭიროა და აუცილებელიც კი რომ ვისწავლოთ ცხოვრება ახალ ვირუსთან ერთად. ვირუსის სწრაფი ტემპით გავრცელებამ სხვა მრავალ სავალალო შედეგთან ერთად გამოიწვია საზღვრების ჩაკეტვა, თავშეყრის ადგილების დახურვა და სხვა, რის შედეგადაც მსოფლიო ეკონომიკა ახალი გამოწვევების წინაშე დადგა.

თავშეყრის ადგილების დახურვის შედეგად დაზარალდნენ ისეთი დაწესებულებები, როგორც არის რესტორნები, კაფე-ბარები, სწრაფი კვების ქსელები და ა.შ. სამაგისტრო ნაშრომში განვიხილე შემდეგი კვების ობიექტების: Mcdonald's-ის, Wendy's-ის, Dunkin donats-ის, და Domino's pizza-ის ფინანსური მოგება და შემოსავალი, რომლის მიხედვითაც შეგვიძლია დავასკვნათ რომ მიუხედავად მსოფლიოში შექმნილი მძიმე სიტუაციისა აღნიშნული კომპანიები მუშაობენ თავდაუზოგავად და ცდილობენ წარმატებით გაართვან თავი არსებულ კრიზისს, იმოქმედონ სწრაფი და გამართული სისტემით, რაც თავის მხრივ

უზრუნველყოფს რაც შეიძლება ნაკლები დანაკარგის არსებობას. ყოველივე ზემოთაღნიშნულს კი ფინანსური მომანცემები მოწმობენ, მაგალიათად:

Domino's pizza-მ შეძლო შეძლო მისი მოგება 2020 წლის პირველ კვარტალში წინა წლის ამავე პერიოდთან შედარებით გაეზარდა 4%-ით, ხოლო მოგება 5,59%-ით, რაც ასრებულ კრიზისულ პერიოდში დამეთანხმებით რომ საკმაოდ რთულია.

მიუხედავად იმისა რომ ასრებული მსოფლიო კრიზისი ამცირებს როგორც მიწოდებას ასევე მოთხოვნას საერთაშორისო ბაზარზე Mcdonald's-ის, Wendy's-ის, Dunkin donats-ის და Domino's pizza-ის ცდილობენ წარმატებით შეინარჩუნ პირველობა და მომხმარებლების ლოიალური დამოკიდებულება საერთაშორისო ბაზარზე. არსებული სიტუაციის მიუხედავად Domino's pizza არის ერთ-ერთი პიცერია რომელმაც გაითვალისწინა ჩვენს გარშემო არსებული რეალობა და არ გაზარდა ფასი თავის მენიუზე, რაც თავის მხრივ საყურადღებო ფაქტია, მომხმარებელი ფასის ცვლილების ფაქტორს ყოველთვის დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს, კომპანიისთვის კი მომხმარებლის ინტერესები უპირველესია და აისახება როგორც მუშაობის ხარისხზე ასევე მათ წინსვლასა და განვითარებაზე.

იმისათვის, რომ ისეთ რთულ მდგომარეობაში, როგორც დღეს არსებობს საერთაშორისო ბაზარზე აღნიშნულმა კვების ობიექტებმა შეძლონ დანაკარგების მინიმალიზაცია ვფიქრობ საჭირო გაატარონ შემდეგი სახის ღონისძიებები:

- დაიქირავონ დამატებით თანამშრომლები კურიერული მოსმახურებისთვის
- გაითვალისწინონ კრიზისული სიტუაცია და შეინარჩუნონ არსებული ფასები;
- შეინარჩუნოს საიმედო რეპუტაცია;
- აწარმოოს განუწყვეტელი მოლაპარაკებები მომწოდებლებთან რადგან არ შეეკმნას მიწოდებასთან დაკავშირებული პრობლემები.

დასკვნის სახით კიდევ ერთხელ აღვნიშნავ, რომ ეფექტური მუშობა და გამართული, მოქნილი და სწრაფი სისტემა საჭიროა ყოველთვის, თუმცა დამეთანხმებით, რომ დღესდღეობით განსაკუთრებით აუცილებელია კომპანიებმა

ფეხი აუწყონ მსოფლიოში მიმდინარე მოვლენებს, არ ჩამორჩნენ პროგრესს და მიუხედავად ძლიერი წინააღმდეგობებისა ეცადონ შეინარჩუნონ საკუთარი სტანდარტი და ადგილი საერთაშორისო ბაზარზე. აქედან გამომდინარე ვფიქრობ, რომ ზემოთ მოყვანილი რეკომენდაციების გათვალისწინების შემთხვევაში აღნიშნული კვების ქსელები შეძლებენ ნაკლები დანაკარგები მიიღონ და შეინარჩუნონ მომხმარებელბის კეთილგანწყობა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ქათამაძე დ. საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტის საფუძვლები, გამომცემლობა „უნივერსალი“ თბილისი 2009 გვ.12
2. შენგელია თ. საერთაშორისო ბიზნესი, გამომცემლობა უნივერსალი 2011 გვ.7
3. <https://dd.ge/ge/ourhistory> [ბოლოს ნანახია 15.05.2020]
4. https://en.m.wikipedia.org/wiki/Domino%27s_Pizza [ბოლოს ნანახია 14.05.2020]
5. <https://en.m.wikipedia.org/wiki/McDonald%27s> [ბოლოს ნანახია 15.05.2020]
6. <https://en.m.wikipedia.org/wiki/Dunkin%27Donats> [ბოლოს ნანახია 15.05.2020]
7. <https://www.google.ge/amp/s/amp.theguardian.com/world/2020/may/19/hundreds-of-mcdonalds-employees-placed-on-unpaid-leave-after-covid-19-contact> [ბოლოს ნანახია 14.05.2020]
8. <https://www.mcdonalds.com/us/en-us.html> [ბოლოს ნანახია 15.05.2020]
9. <https://www.macrotrends.net> [ბოლოს ნანახია 27.05.2020]

10. <https://www.unicef.org/georgia/ka> [ბოლოს ნანახია 13.05.2020]

11. <https://www.worldometers.info/coronavirus/> [ბოლოს ნანახია 30.05.2020]