

საერთაშორისო სტრატეგიების როლი კომპანიების კონკურენტული
პოზიციების განმტკიცებაში

ქეთევან ამბროლიძე

ლიანა მამფორია

მარიამ ჯაფარიძე

ლევან ხიდაშელი

ვახტანგ მეზუკე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის
(მენეჯმენტში ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის) აკადემიური ხარისხის მინიჭების
მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ოთარ ანთია, დოქტორანტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი

სარჩევი

შესავალი	4
თავი 1. სტრატეგიული მენეჯმენტის არსი და სტრუქტურა	
1.1. სტრატეგიული მენეჯმენტის პროცესი	6
1.2. სტრატეგიების სახეები	11
1.3. კონკურენტული უპირატესობის არსი და ანალიზი	17
თავი 2. სტრატეგიული ხედვა, მისია და მიზნები	
2.1. სტრატეგიული ხედვისა და მისიის ფორმირება	23
2.2. სტრატეგიული მიზნების შემუშავება	30
2.3 სტრატეგიების ეფექტიანობის კრიტერიუმები	38
თავი 3. საერთაშორისო სტრატეგიების ფორმირება	
3.1. საერთაშორისო ბაზრებზე შეღწევის სტრატეგიები	40
3.2. სტრატეგიული ალიანსები და თანამშრომლობის ფორმები	49
3.3 ახალ ბაზრებზე დამკვიდრების კონკურენტული სტრატეგიები	55
თავი 4. კვლევა: სს „ბაგრატიონი 1882“	
4.1. სს „ბაგრატიონი 1882“-ის ინტერნაციონალიზაციის მიზეზები, ადგილობრივი და საერთაშორისო ბაზრები	58
4.2. სს „ბაგრატიონი 1882“-ის პოტენციური საგარეო ბაზრები, წინააღმდეგობები უცხოეთის ბაზრებზე და პრიორიტეტები	64
დასკვნა	67
ლიტერატურა	69

თვალსაჩინოებების ჩამონათვალი

ნახაზი 1: სტრატეგიული მიზნების იერარქია	35
გრაფიკი 1: „ბაგრატიონი 1882“-ის გაყიდვების სტრუქტურა	61
სურათი 1: "ბაგრატიონი 1882"-ის საექსპორტო რუკა	61
სქემა 1: უცხოურ მოთხოვნაზე ინფორმაციის ნაკადი	62