

ქართული ღვინის კომპანიების ვაჭრობის შესაძლებლობები და
გამოწვევები საერთაშორისო ბაზარზე

დავით ფარქოსაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს
სკოლაში მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ზურაბ პერტაია
აკადემიური თანამდებობა: მოწვეული ლექტორი

თბილისი

2017

სარჩევი

შესავალი	3
თავი 1 - ქართული ღვინის ინდუსტრია	4
1.1 ქვევრის მეთოდი	4
1.2 ენდემური ჯიშები	4
1.3 ვენახები საქართველოში	6
1.4 ღვინის კომპანიები	7
1.5 ღვინის წარმოება საქართველოში	9
1.6 ღვინის მოხმარება	10
თავი 2 - ქართული ღვინის ექსპორტი	12
2.1 ღვინის საექსპორტო ბაზრების მიმოხილვა	13
2.2 ღვინის ექსპორტის მთლიან ექსპორტთან შედარება	16
თავი 3 - მსოფლიო ღვინის ბაზარი	18
3.1 საქართველო მსოფლიო ღვინის ექსპორტიორებს შორის	18
3.2 ღვინის იმპორტიორი ქვეყნები	19
3.3 ქართული ღვინის საექსპორტო ბაზრები	21
3.4 ქართული ღვინის ექსპორტიორი კომპანიები	26
3.5 ქართული ღვინის ფასები	27
თავი 4 - კვლევა	28
4.1 წინააღმდეგობები ღვინის ექსპორტირებისას	29
4.1.1 მცირე ტვირთების ტრანსპორტირების პრობლემა	29
4.1.2 მიმღები ქვეყნების რეგულაციები	30
4.1.3 საიმედო პარტნიორის მოძებნა და თანხის დაფარვი პრობლემა	30
4.1.4 ეკონომიკური პრობლემები და ვალუტის დევალვაცია საექსპორტო ქვეყნებში	31
4.1.5 დაბალი ფასების მოთხოვნა კონკურენციის გამო	31
4.1.6 დაბალი ცნობადობა	31
4.2 ქართული ღვინის უპირატესობები	32
4.3 ღვინის ექსპორტის გაზრდისთვის საჭირო ნაბიჯები	33
4.4 ღვინის კომპანიების სავაჭრო პარტნიორები	34
4.5 პრიორიტეტული ბაზრები	34
4.5.1 ჩინეთი, რუსეთი, პოლონეთი	35
4.5.2 აშშ, უკრაინა, ყაზახეთი	37
4.5.3 იაპონია, საფრანგეთი, ჰონგკონგი	41
თავი 5 - გამოწვევები საერთაშორისო ბაზარზე	45
თავი 6 - დასკვნა	52
გამოყენებული ლიტერატურა	54
დანართი	56