

საქართველოს ღვინის კომპანიების მართვის თანამედროვე
სტრატეგიები და საერთაშორისო ბაზარზე ექსპანსია

გვანცა სოლოლაშვილი
თინათინ ელიზბარაშვილი
სოფო ცინცაძე

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას
სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის სკოლის
ფაკულტეტზე ბიზნეს ადმინისტრირების მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების
შესაბამისად*

ბიზნეს ადმინისტრირება (მენეჯმენტი)

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ევ. დოქტორი, თამარ ქობლიანიძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2017

სარჩევი

| | |
|---|----|
| შესავალი | 2 |
| 1.ქართული ღვინის ისტორია, არსი და მნიშვნელობა | 3 |
| 1.1 ქართული ღვინის ისტორია | 3 |
| 1.2 ქართული ღვინის არსი და მნიშვნელობა..... | 4 |
| 2.ქართული ღვინო რუსეთის ემბარგომდე და ემბარგოს შემდეგ | 7 |
| 3.საქართველოს ღვინის კომპანიების მართვის თანამედროვე სტრატეგიები და ექსპორტზე გასვლის მეთოდები | 11 |
| 3.1 ქართული ღვინის კომპანიების მართვის თანამედროვე სტრატეგიები..... | 11 |
| 3.2. საერთაშორისო ბაზარზე შესვლის მეთოდები | 21 |
| 4.სახელმწიფოს როლი მევენახეობა-მეღვინეობის დარგის განვითარებაში და ექსპორტის სტიმულირებაში | 24 |
| 4.1 სახელმწიფოს როლი დარგის განვითარებაში..... | 24 |
| 4.2.სახელმწიფოს როლი ექსპორტის სტიმულირებაში | 34 |
| 5.ღვინის ეროვნული სააგენტოსა ძირითადი საქმიანობა, მარკეტინგული სტრატეგიები და ტურიზმი..... | 41 |
| 6.კვლევის შედეგები | 50 |
| დასკვნა | 53 |
| გამოყენებული ლიტერატურა | 56 |