



სადოქტორო პროგრამა

ბიზნესის ადმინისტრირება

(Ph.D in Business Administration)

1. პროგრამის სახელწოდება: ბიზნესის ადმინისტრირება
(Business Administration)

2. მისანიჭებელი აკადემიური ხარისხი:
ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორი (Ph.D in Business Administration)

სადოქტორო პროგრამა მოიცავს შემდეგ კონცენტრაციებს:

- ბუღალტრული აღრიცხვა და აუდიტი;
- მარკეტინგი;
- მენეჯმენტი;
- ფინანსები;
- ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი ;
- საერთაშორისო ბიზნესის მენეჯმენტი;
- ინფორმაციული ტექნოლოგიების მენეჯმენტი.

3. პროგრამის ხელმძღვანელები:

პროფესორი ნუგზარ თოდუა და პროფესორი თემურ შენგელია

სადოქტორო პროგრამის კონცენტრაციების ხელმძღვანელებია:

პროფესორი ე. ხარაბაძე;

პროფესორი ნ. თოდუა;

პროფესორი დ. ნარმანია;

პროფესორი ი. კოვზანაძე;

პროფესორი დ. სიჭინავა ;

პროფესორი თ. შენგელია;
პროფესორი ი.ხელაშვილი

4. სადოქტორო პროგრამის საკვალიფიკაციო დახასიათება

4.1. პროგრამის მიზანი

პროგრამის მიზანია დოქტორანტებისათვის ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში შემოქმედებითი (ნოვატორული) იდეების გენერაცია, კრეატიული იდეებისა და ჰიპოთეზების შექმნა, ამ იდეების შეფასებისა და განხორციელებისათვის საკმარისი ანალიტიკური უნარის გამომუშავება, მათი სხვებისათვის გააზრება და გავრცელება, აგრეთვე ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში სწავლების თანამედროვე მეთოდების დაუფლება. ეს მიზნები თსუ ბიზნესის ადმინისტრირების მიმართულების შესაბამის კათედრებზე განხორციელდება მეცნიერული კვლევების ორგანიზებისა და სწავლების თანამედროვე მეთოდების გამოყენებით.

4.2. პროგრამის შედეგები

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორები მომავალი ლიდერები და უმაღლესი კლასის პროფესიონალი მენეჯერები არიან, რომელთაც შესწევთ უნარი შემოქმედებითად შექმნან ახალი ცოდნა, კრიტიკულად გაანალიზონ დაგროვილი იდეები და გაავრცელონ ისინი პუბლიკაციების, სწავლებისა და პრაქტიკაში დანერგვის გზით.

ა) ცოდნა და გაცნობიერება:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს მოეთხოვება ფართო ფუნდამენტური, სამეცნიერო, პედაგოგიური და პრაქტიკული მომზადება საბაზრო ეკონომიკის პირობებში. მას უნდა გააჩნდეს ბიზნესის მართვის სფეროს უახლეს მიღწევებზე დამყარებული ცოდნა, რაც არსებული ცოდნის ხელახალი გააზრების, გაფართოებისა და ინოვაციური მეთოდების გამოყენების საშუალებას იძლევა. ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა იცოდეს მეცნიერული კვლევისა და სწავლების თანამედროვე მეთოდები და ხერხები, კვლევის შედეგების ანალიზისა და შეფასების რადენობრივი და სტატისტიკური მეთოდები, ბიზნესის მართვის თეორიები, კონცეფციები და პრინციპები, რომლებიც მეცნიერების უახლეს მიღწევებზეა დამყარებული.

ბ) ცოდნის პრაქტიკაში გამოყენების უნარი:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს უნდა შეეძლოს ინოვაციური კვლევის დამოუკიდებლად დაგეგმვა, განხორციელება და ზედამხედველობა, აგრეთვე ახლებური კვლევითი და ანალიტიკური მეთოდებისა და მიდგომების შემუშავება, რომლებიც ახალი ცოდნის შექმნაზე იქნება ორიენტირებული და საერთაშორისო რეფერირებად პუბლიკაციებში აისახება. ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს უნდა ჰქონდეს ბიზნეს-პროცესების გააზრებისა და ადაპტირების მეცნიერული ერთიანობის უნარი. აკადემიურ და პროფესიულ კონტექსტში მან ხელი უნდა შეუწყოს ბიზნესის წინსვლას, ხოლო პრაქტიკულ საქმიანობაში მას უნდა შეეძლოს მიიღოს დასაბუთებული გადაწყვეტილება და განსაზღვროს სამეურნეო საქმიანობის ძირითადი მიმართულებები.

გ) დასკვნის უნარი:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა შეძლოს ახალი, რთული და წინააღმდეგობრივი იდეებისა და მიდგომების კრიტიკული ანალიზი, სინთეზი და შეფასება, რითაც ხდება ბიზნესის მართვაში ახალი მეთოდოლოგიის შემუშავება/განვითარების ხელშეწყობა, პრობლემების გადაჭრისათვის სწორი და ეფექტური გადაწყვეტილებების დამოუკიდებლად მიღება.

დ) კომუნიკაციის უნარი:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორმა უნდა შეძლოს დასაბუთებულად და გარკვევით წარმოაჩინოს ახალი ცოდნა არსებულ ცოდნასთან ურთიერთკავშირში, მეცნიერთა ფართო წრეებთან და ზოგადად საზოგადოებასთან დაამყაროს კომუნიკაცია, აგრეთვე საერთაშორისო სამეცნიერო საზოგადოებასთან უცხოურ ენაზე თემატურ პოლემიკაში ჩართვა. კერძოდ, ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს შეუძლია :

მაღალკვალიფიციური მონაწილეობის მიღება ზოგადი და სპეციალური ხასიათის ბიზნესის საკითხებისადმი მიძღვნილ დისკუსიაში;

არსებული ცოდნის კრიტიკული ანალიზი და მისგან ახალი ცოდნის მკაფიო გამიჯვნა და დემონსტრირება;

შეუძლია მონაცემთა ბაზებთან მუშაობა;

წამყვანი ელექტრონული ბიბლიოთეკებიდან კომუნიკაციის სხვადასხვა საშუალებებით ბიზნესის ადმინისტრირების დარგში უახლესი ინფორმაციის მიღება და გაცემა;

უცხო ენის ცოდნა - C1 დონე – პროფესიონალი მცოდნე (დარგობრივ სფეროში). კომუნიკაცია – შეუძლია რთული, ვრცელი ტექსტების გაგება და მათში არაპირდაპირ გადმოცემული ინფორმაციის ამოცნობა. შეუძლია დაუბრკოლებლად საუბარი ისე, რომ საჭირო სიტყვებისა და ფრაზების მოძიებას დრო არ დაუთმოს. თავისუფლად იყენებს ენას სოციალურ, აკადემიურ და პროფესიულ თემებზე სასაუბროდ. კითხვა – შეუძლია ვრცელი, კომპლექსური ტექსტების გაგება ყველა დეტალის ჩათვლით, იმის მიუხედავად, ეხება ის მის პროფესიულ თუ სხვა თემას. შესაძლოა დასჭირდეს განსაკუთრებით რთული ადგილების გადაკითხვა. წერა – შეუძლია მკაფიოდ სტრუქტურირებული ტექსტის დაწერა კომპლექსურ თემებზე თხზულების, წერილის ან ანგარიშის ფორმატში; მთავარი საკითხების გამოყოფა და შესაბამისი სტილის შერჩევა.

ე) სწავლის უნარი:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს შეუძლია:

უახლეს მიღწევებზე დამყარებული ცოდნის მიღება და გადაცემა;

სრულფასოვანი და მასშტაბური კვლევითი პროექტის დამოუკიდებლად შემუშავება, რომელიც პასუხობს მაღალ აკადემიურ სტანდარტებს და კონკურენტუნარიანი სამეცნიერო ფონდების კვლევის დაფინანსების მოპოვების თვალსაზრისით.

ვ) ღირებულებები:

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორს უნდა შეეძლოს ბიზნესის მართვის სფეროში ღირებულებათა დამკვიდრების გზების კვლევა და მათ დასამკვიდრებლად ინოვაციური მეთოდების შეუშავება, ორიგინალური კვლევების მეშვეობით თავისი წვლილი შეიტანოს ბიზნესის განვითარებაში.

4.3. კურსდამთავრებულთა დასაქმების სფეროები

ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის დასაქმების სფეროა ეკონომიკის სხვადასხვა დარგის ნებისმიერი სახის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის კომერციული ორგანიზაციები (კერძო, სახელმწიფო და მუნიციპალური საწარმოები, საწარმოო კოოპერატივები, სამეურნეო ამხანაგობები და საზოგადოებები), აგრეთვე არაკომერციული ორგანიზაციები და გაერთიანებები, რომლებსაც სჭირდებათ პროფესიული ცოდნა ბიზნესის მართვის სფეროში. ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორებს ასევე, შეუძლიათ იმუშაონ უმაღლეს სასწავლებლებში და სამეცნიერო-კვლევით დაწესებულებებში საშუალო და მაღალი დონის ხელმძღვანელ თანამდებობებზე, რომელთა დაკავება მათთვის განსაზღვრულია უმაღლესი განათლების შესახებ საქართველოს კანონით და საუნივერსიტეტო განათლების რეფორმის კონცეფციით.

5. სადოქტორო პროგრამაზე მიღების წინაპირობები:

ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამაზე ჩარიცხვის მსურველი უნდა აკმაყოფილებდეს საერთო საუნივერსიტეტო წინაპირობებს. აგრეთვე, ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დოქტორანტურისა და სადისერტაციო საბჭოს დებულების მოთხოვნებს. პროგრამაზე ჩაბარების მსურველს მოეთხოვება მაგისტრის ან მასთან გათანაბრებული აკადემიური ხარისხი (საქართველოს ფარგლებს გარეთ მიღებული განათლების შემთხვევაში „უმაღლესი განათლების შესახებ“ საქართველოს კანონის 50-ე მუხლის მოთხოვნათა შესაბამისად აღიარებული დიპლომი). სასურველია მაგისტრის აკადემიური ხარისხი ბიზნესის ადმინისტრირების ან ეკონომიკის მეცნიერებების ნებისმიერ სპეციალობაში. თანაბარი ქულების შემთხვევაში უპირატესობა მიენიჭებათ სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილე და საზღვარგარეთის უნივერსიტეტებში სტაჟირებაგავლილ, აგრეთვე, ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში სამუშაო გამოცდილების მქონე პიროვნებებს (შესაბამისი დოკუმენტაცია სხვა საბუთებთან ერთად უნდა იყოს წარმოდგენილი). პროგრამაზე ჩაბარების უფლება აქვთ როგორც მიმდინარე, ისე გასული წლების მაგისტრატურისა და ერთსაფეხურიანი სწავლების კურსდამთავრებულებს. სადოქტორო პროგრამაზე ჩაბარების მსურველი უნდა ფლობდეს კომპიუტერზე მუშაობის უნარ-ჩვევებს, ასევე აუცილებელია უცხო ენის (ინგლისურის, გერმანულის, ფრანგულის) ცოდნა B2 დონეზე. დოქტორანტობის კანდიდატი გადის გასაუბრებას ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს მიერ დადგენილი კომისიის წინაშე.

6. პროგრამის სტრუქტურა

სადოქტორო პროგრამის სტრუქტურის შედგენისას გათვალისწინებულია მსოფლიოს წამყვან უნივერსიტეტებში ბიზნესის ადმინისტრირების დოქტორის მომზადების სპეციფიკა, აგრეთვე ის გამოცდილება, რაც დაგროვდა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასპირანტებთან და სამეცნიერო ხარისხის მაძიებლებთან მუშაობის პროცესში. ასევე, გათვალისწინებულია საერთო საუნივერსიტეტო მოთხოვნები (სადოქტორო პროგრამების წარმოდგენის ინსტრუქცია, დოქტორანტურის მინიმალური სტანდარტი) და თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის დოქტორანტურისა და სადისერტაციო საბჭოს დებულება.

წარმოდგენილი სადოქტორო პროგრამით ბიზნესის ადმინისტრირების სპეციალობით დოქტორის მომზადების ნორმატიული ვადა 3 წელია (მაქსიმალური ხანგრძლივობა შეიძლება იყოს 5 წელი). დოქტორის აკადემიური ხარისხის მისაღებად დოქტორანტმა უნდა დააგროვოს 180 კრედიტი. აქედან სასწავლო კომპონენტი შეადგენს 50 კრედიტს, 130 კრედიტი ეთმობა კვლევას.

სასწავლო კომპონენტი გულისხმობს ძირითადი მეცნიერული უნარების განვითარებას, ბიზნესის ადმინისტრირების სფეროში მიღებული ცოდნის გაღრმავებას, ტრანსფერირებადი უნარების განვითარებას, სწავლების თანამედროვე მეთოდების შესწავლას და დოქტორანტის ჩართვას სასწავლო პროცესში. იგი ხელს უწყობს დოქტორანტს სადისერტაციო ნაშრომის დაწერაში, ამზადებს მას მომავალი პედაგოგიური და სამეცნიერო საქმიანობისათვის.

დოქტორანტურის სასწავლო კომპონენტი გულისხმობს შემდეგ სალექციო კურსებს და სხვა სახის აქტივობებს:

დასახელება	სტატუსი	კრედიტ. რაოდენობა
სწავლების თანამედროვე მეთოდები	სავალდებულო	5 კრედიტი
პროფესორის ასისტენტობა	სავალდებულო	15 კრედიტი
სემინარი	სავალდებულო	15 კრედიტი
აკადემიური წერა	სავალდებულო	5 კრედიტი
არატრადიციული ეკონომიკის: მეთოდოლოგია და მეთოდოლოგია	არჩევითი	10 კრედიტი
სტატისტიკური პროგნოზირების მეთოდები ეკონომიკისა და ბიზნესში	არჩევითი	5 კრედიტი
მეცნიერების მენეჯმენტი	არჩევითი	5 კრედიტი
კვლევის მეთოდები	არჩევითი	5 კრედიტი
საუნივერსიტეტო სასწავლო კურსები	არჩევითი	10 კრედიტი
უცხოეთის აკრედიტებულ უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებაში	არჩევითი	10 კრედიტი

მოსმენილი სასწავლო კურსი		
(შეფასების დამადასტურებელი შესაბამისი დოკუმენტის წარმოდგენის შემთხვევაში)		

უცხო ქვეყნის მოქალაქეებმა შეიძლება პროგრამით გათვალისწინებული კომპონენტები - სემინარი და კოლოქვიუმები შეასრულონ უცხო (ინგლისურ, გერმანულ, ფრანგულ, რუსულ) ენაზე ქართული სინქრონული თარგმანით.

სტუდენტის მიღწევების შეფასების წესი:

ქულათა მაქსიმალური რაოდენობიდან	შეფასება	შეფასების კვალიფიკაცია
91%– ზე მეტი	(A) „ფრიადი“	დადებითი
81 – 90%	(B) „ძალიან კარგი“	დადებითი
71 – 80%	(C) „კარგი“	დადებითი
61 – 70%	(D) „დამაკმაყოფილებელი“	დადებითი
51 – 60%	(E) „საკმარისი“	დადებითი
41 – 50%	(FX) „ვერ ჩააბარა“	უარყოფითი
40% და ნაკლები	(F) „ჩაიჭრა“	უარყოფითი

დისერტაციის შეფასება

დისერტაციის დაცვა ფასდება სადისერტაციო კომისიის დახურულ სხდომაზე ფარული კენჭისყრით, რაზეც დგება ოქმი, რომელიც გასაჩივრებას არ ექვემდებარება.

სადისერტაციო ნაშრომი ფასდება:

ა) (P) – დაიცვა;

ბ) (F) – ვერ დაიცვა.

დისერტაციის დაცვის შემთხვევაში, მისი საბოლოო შეფასება ხდება შემდეგი სისტემით:

summa cum laude – ფრიადი;

magna cum laude – ძალიან კარგი;

cum laude – კარგი;

bene – საშუალო;

rite – დამაკმაყოფილებელი.

7. სამეცნიერო კვლევების მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა

სადოქტორო პროგრამის სამეცნიერო-კვლევითი კომპონენტი განხორციელდება ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის ბიზნესის ადმინისტრირების მიმართულების შესაბამის კათედრებზე, აგრეთვე თსუ-ს, საქართველოს ეროვნული და მეცნიერებათა აკადემიის ბიბლიოთეკების ბაზაზე. ფაკულტეტზე, სადაც დაგეგმილია კვლევა, არსებობს კომპიუტერული კლასები და ინტერნეტი. ასევე, ცალკეულ კათედრებს გააჩნიათ კომპიუტერები და ინტერნეტში მუშაობის შესაძლებლობა. პროგრამაში მონაწილე ყველა ლექტორს აქვს შესაბამისი უახლესი ლიტერატურა, ამიტომ დოქტორანტი უზრუნველყოფილი იქნება სწავლებისა და კვლევებისათვის აუცილებელი ლიტერატურით.

8. დოქტორანტების მისაღები რაოდენობა

ადამიანური და მატერიალური რესურსებიდან გამომდინარე, შესაძლებელია 35-40 დოქტორანტის მიღება სხვადასხვა კონცენტრაციით.

9. პროგრამაში მონაწილე აკადემიური პერსონალის ბიოგრაფიული მონაცემები (CV)

სადოქტორო პროგრამაში ჩართული პროფესორების CV წარმოდგენილია დანართში.

10. პროგრამის ფინანსური უზრუნველყოფა

სადოქტორო პროგრამაზე სწავლა მიმდინარეობს ერთიანი საუნივერსიტეტო წესების შესაბამისად.

დოქტურანტურის ცნობარი და სხვა დამატებითი ინფორმაცია იხილეთ შემდეგ მისამართზე:

<http://www.tsu.edu.ge/ge/faculties/economics/study/doctorate/u7n77kyw1jjauqyfw>

დანართი

პროგრამის ხელმძღვანელთა CV

ნუგზარ თოდუა

საკონტაქტო ინფორმაცია

მისამართი: ქ.თბილისი, უნივერსიტეტის ქ. #2, ოთახი #1111

ტელ: +995 32 2 30 45 92

ფაქსი: +995 32 2 30 00 32

ვებ გვერდი: www.tsu.ge ; www.economics.tsu.ge

ელ. ფოსტა: nugzar.todua@tsu.ge

განათლება

1986 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ვაჭრობის ეკონომიკისა და საქონელმცოდნეობის ფაკულტეტი. სპეციალობა „საქონელმცოდნეობა და არასასურსათო საქონლით ვაჭრობის ორგანიზაცია“ (წარჩინებით)

1986 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის საზოგადოებრივ პროფესიათა ფაკულტეტი. სპეციალობა „სამართალმცოდნეობა“

1989 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის და ლენინგრადის საბჭოთა ვაჭრობის ინსტიტუტის ასპირანტურა. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“

1995 ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის დოქტორანტურა. სპეციალობა „მარკეტინგი“.

სამეცნიერო ხარისხი, წოდება

- 1990 მოსკოვის კომერციის სახელმწიფო ინსტიტუტი. ტექნიკურ მეცნიერებათა კანდიდატი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“.
- 1995 ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების სამეცნიერო-კვლევითი ინსტიტუტი. ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.
- 1995 დოცენტის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „სამრეწველო საქონელმცოდნეობა“
- 1998 პროფესორის სამეცნიერო-პედაგოგიური წოდება. ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი. სპეციალობა „მიკროეკონომიკა. მარკეტინგი“.

სამსახურებრივი გამოცდილება

- 2006 წ–დან ოსუ სრული პროფესორი, მარკეტინგის კათედრის ხელმძღვანელი
დღემდე
- 2006 წ–დან ოსუ წარმომადგენლობითი საბჭოს (სენატის) წევრი
დღემდე
- 2005–2007 ოსუ სამკურნალო–დიაგნოსტიკური ცენტრის სამეთვალყურეო საბჭოს
თავმჯდომარის მოადგილე
- 2002–2006 ოსუ მარკეტინგის კათედრის გამგე

2006–2007	აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მოწვეული სპეციალისტი (გამორჩეული რანგით)
2001–2005	ნ.მუსხელიშვილის სახელობის ქუთაისის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის პროფესორი, მარკეტინგის კათედრის გამგე (შეთავსებით)
2001–2003	თბილისის ეკონომიკურ ურთიერთობათა სახელმწიფო ინსტიტუტის პროფესორი (შეთავსებით)
1996–2006	თსუ პროფესორი
1994–2004	თსუ კომერციისა და მარკეტინგის ფაკულტეტის დეკანის მოადგილე სამეცნიერო მუშაობის დარგში
1994–1998	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის დოცენტი, პროფესორი (შეთავსებით)
1994–1998	საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს ექსპერტიზისა და სოციალურ გამოკვლევათა ცენტრის სასაქონლო ექსპერტიზის შტატგარეშე სპეციალისტი
1994–1998	თსუ დოცენტი
1992–1996	თსუ მასწავლებელი
1991–1992	თსუ უმცროსი მეცნიერ–თანამშრომელი

1990–1991

გამოქვეყნებული შრომები

170 სამეცნიერო და სასწავლო–მეთოდური ნაშრომი. მათ შორის:

- სახელმძღვანელო 4
- მონოგრაფია 4
- ლექციების კურსი 3
- სამეცნიერო სტატიები 159.

სამეცნიერო პრემიები და ჯილდოები

1997 ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჯორჯ შულცის სახელობის ახალგაზრდა მეცნიერთა პრემია

1999 ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის სამეცნიერო პრემია სახელმძღვანელოსათვის

1997–2004 საქართველოს პრეზიდენტის პირველი ხარისხის ახალგაზრდა მეცნიერთა სტიპენდია

ღირსების ორდენი

2013

სამეცნიერო და საზოგადოებრივი ორგანიზაციების წევრობა

1997 წ–დან დღემდე	საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი
2000 წ–დან დღემდე	საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი
2001 წლიდან დღემდე	ასოციაცია „მარკეტინგული კვლევის ცენტრის“ დამფუძნებელი (2001 წ) და თავმჯდომარე
2013 წლიდან დღემდე	სოციალური მარკეტინგის საერთაშორისო ასოციაციის (კანადა) წევრი
2015 წ	კვლევებისა და განვითარების ევროპული ცენტრის (ინგლისი) წევრი

საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციებში მონაწილეობა

- 1990 ტყავისა და ფეხსაცმლის მრეწველობის მე-9 მსოფლიო კონგრესი, ბუდაპეშტი
- 1990 ბეწვეულის მრეწველობის მე-14 საერთაშორისო კონფერენცია, ალმა-ატა
- 2008 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „ვერბალური კომუნიკაციური ტექნოლოგიები“ (საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი)
- 2008 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „მიმდინარე გამოწვევები ცოდნის მართვაში - ცოდნა ცხოვრებისათვის“ (გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2009 ბიზნესის მე-18 მსოფლიო კონგრესი „მენეჯმენტის პრობლემები რეგიონული და გლობალური გაფართოების პირობებში“ (შავი ზღვის საერთაშორისო უნივერსიტეტი)
- 2009 მე-4 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ინტერნეტი და საზოგადოება. ინსო-2009“ (აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2009 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „გლობალიზაცია, მსოფლიო კრიზისი და სამხრეთ კავკასია“ (აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2009 მე-2 საერთაშორისო კონფერენცია „ახალი მიმართულებები განათლებასა და კვლევაში“ (გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2010 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ინოვაციები ბიზნესში“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2010 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „რეგონალიზაცია, თანამედროვე რეგიონული ეკონომიკური და სოციალური პროცესები“ (აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2010 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ტრაპიზონის შავი ზღვის ტექნიკური უნივერსიტეტი, ბათუმი – ტრაპიზონი).
- 2010 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ეკონომიკის აქტუალური პრობლემები განვითარების თანამედროვე ეტაპზე“ (პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი).
- 2010 მე-3 საერთაშორისო კონფერენცია „განათლება და განვითარება“ (გორის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)

- 2011 მე-5 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ინტერნეტი და საზოგადოება. ინსო-2011“ (აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი)
- 2011 მე-4 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ახალი ტრენდები განათლებაში: კვლევა და განვითარება“ (გორის სასწავლო უნივერსიტეტი)
- 2011 I საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარების პრიორიტეტები“(თსუ)
- 2012 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „გლობალიზაცია, საერთაშორისო ბიზნესის თანამედროვე პრობლემები და განვითარების ტენდენციები“ (თსუ)
- 2012 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ეკონომიკის მდგრადი განვითარების პრობლემები: რეალობა და პერსპექტივები“ (ქუთაისის უნივერსიტეტი).
- 2012 მე-5 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „განათლება და ინოვაცია“ (გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი)
- 2013 სოციალური მარკეტინგის მსოფლიო კონფერენცია (ტორონტო, კანადა)
- 2013 მე-4 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ინოვაციები ტურიზმში: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (ბათუმი, ტრაპიზონი)
- 2013 მე-2 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ბიოეკონომიკა და სოფლის მეურნეობის მდგრადი განვითარება“ (თსუ)
- 2013 მე-6 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „განათლების თანამედროვე გამოწვევები“ (გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი)
- 2013 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაცია და სტატისტიკა“ (თსუ)
- 2014 მარკეტინგული კომუნიკაციების მე-19 საერთაშორისო კონფერენცია (მილანის კათოლიკური უნივერსიტეტი, იტალია).
- 2015 ინოვაციებისა და მარკეტინგის მე-17 საერთაშორისო კონფერენცია (იტალია).
- 2015 პირველი საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „თანამედროვე ინფორმაციული ტექნოლოგიები ეკონომიკური გლობალიზაციის პირობებში (თსუ)
- 2015 სამეცნიერო კონფერენცია: „სამართლებრივი სახელმწიფოს მშენებლობის ამოცანები საქართველოში“ (საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემია,).
- 2016 მე-4 საერთაშორისო კონფერენცია „თანამედროვე მარკეტინგის პრობლემები“ (ჰერაკლიონი, საბერძნეთი,)

- 2016 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „შესაძლებლობები და რისკები თანამედროვე ბიზნეს გარემოში“ (ზუქარესტი, რუმინეთი).
- 2016 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“ (თსუ).
- 2017 მარკეტინგული კომუნიკაციების 22-ე საერთაშორისო კონფერენცია (სარაგოსას უნივერსიტეტი, ესპანეთი)
- 2017 მე-6 საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (ბათუმი)
- 2017 მე-2 საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია „გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“ (თსუ).

სარედაქციო კოლეგიების წევრობა

- 1997–2005 წ.წ. თსუ სამეცნიერო შრომების კრებულის „მარკეტინგის აქტუალური საკითხები“ (თსუ გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის თავმჯდომარე (1997 წ) და პასუხისმგებელი რედაქტორი (1998–2005)
- 2002 წ. საქართველოს პრეზიდენტის სტიპენდიატ ახალგაზრდა მეცნიერთა სამეცნიერო შრომების კრებულის (თსუ გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- 2004 წ. ნ.მუსხელიშვილის სახელობის ქუთაისის სახელმწიფო ტექნიკური უნივერსიტეტის სამეცნიერო შრომების კრებულის სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალის „ახალი ეკონომისტის“ სარედაქციო კოლეგიის წევრი
- 2006 წ–დან თსუ ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის სარედაქციო-

დღემდე	საგამომცემლო კოლეგიის წევრი
2007 წ-დან	საერთაშორისო რეფერირებადი და რეცენზირებადი სამეცნიერო-პრაქტიკული ჟურნალის „ეკონომიკა და ბიზნესის“ სარედაქციო კოლეგიის წევრი
დღემდე	საუნივერსიტეტაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალის „ბიზნესი და მენეჯმენტის“ (ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამომცემლობა) სარედაქციო კოლეგიის წევრი
2008 წ-დან	
დღემდე	სამეცნიერო ჟურნალ „Global World“-ის სარედაქციო საბჭოს წევრი
2009 წ-დან	Member of International Scientific Committee and Editorial Review Board on Economics and Management Engineering (World Academy of Science, Engineering and Technology)
დღემდე	
2015 წ-დან	საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალის „Asian Business Research“-ის სარედაქციო საბჭოს წევრი
დღემდე	საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალის „Economics World“-ის სარედაქციო საბჭოს წევრი
2013 წ-დან	
დღემდე	საერთაშორისო სამეცნიერო ჟურნალის International Journal Information Models and Analyses “-ის სარედაქციო საბჭოს წევრი
2016 წ-დან	
დღემდე	
2016 წ-დან	
დღემდე	
2017 წ-დან	
დღემდე	

საგანმანათლებლო პროგრამების ხელმძღვანელობა

2002–2009 თსუ მარკეტინგის საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი;

2009 წ–დან დღემდე	თსუ ბიზნესის ადმინისტრირების საბაკალავრო პროგრამის ხელმძღვანელი;
2002–2010	თსუ მარკეტინგის სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი;
2009 წ–დან დღემდე	თსუ ბიზნესის ადმინისტრირების სამაგისტრო პროგრამის მარკეტინგის მოდულის ხელმძღვანელი;
2006–2010	ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მარკეტინგის სამაგისტრო პროგრამის ხელმძღვანელი;
2009–2010	ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მარკეტინგის სამაგისტრო პროგრამის თანახელმძღვანელი;
2006–2010	თსუ მარკეტინგის ინდივიდუალური სადოქტორო პროგრამის ხელმძღვანელი;
2008–2010	ქუთაისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის მარკეტინგის სადოქტორო პროგრამის ხელმძღვანელი;
2008 წ–დან დღემდე	თსუ ბიზნესის ადმინისტრირების სადოქტორო პროგრამის თანახელმძღვანელი.

სამეცნიერო ნაშრომების ხელმძღვანელობა

- 11 სადოქტორო დისერტაციის ხელმძღვანელი
- 2 საკანდიდატო დისერტაციის ხელმძღვანელი
- 65 სამაგისტრო ნაშრომის ხელმძღვანელი.

საზღვარგარეთ სტაჟირება

1996 ზაარლანდის უნივერსიტეტის(გერმანია) საერთაშორისო მარკეტინგის კათედრა
2000 აშშ სახელმწიფო დეპარტამენტის განათლებისა და კულტურის საკითხთა
 ბიუროს მიერ ორგანიზებულ საერთაშორისო სტუმრის პროგრამაში „ უმაღლესი
 განათლების მართვა აშშ-ში“ მონაწილეობა

ოჯახური მდგომარეობა

დაოჯახებული (მეუღლე და სამი შვილი).

მნიშვნელოვანი პუბლიკაციები

1. Perceptions of Georgian consumers about healthy nutrition. International Journal of Innovative Technologies in Economy. 2017, Vol. 5, No. 11, pp. 11-15.
2. გლობალიზაციის გავლენა ჯანსაღი კვებისადმი ქართველი მომხმარებლების დამოკიდებულებაზე. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“ (თსუ, 2017 წლის 11-12 ნოემბერი) შრომების კრებული, თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 2017 წ. გვ. 203-211.
3. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საქართველოს აგროსასურსათო ბიზნესში. პირველი საერთაშორისო საზაფხულო სამეცნიერო-პრაქტიკული სკოლის „ახალი ტექნოლოგიების მართვა ურბანულ და აგრარულ სექტორებში“ (ბათუმი, გონიო, 2017 წლის 2-9 აგვისტო) მასალები.
4. Georgian Farmers' Attitudes Towards Genetically Modified Crops. Economics World, 2017, Vol. 5, No. 4, pp. 362-369. (თანაავტორები: თ.გოგიტიძე, ბ.ფუტყარაძე).
5. სასურსათო პროდუქციის მარკირების გავლენა მომხმარებელთა ქცევაზე. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ეკონომიკური განვითარების სტრუქტურული და ინოვაციური პრობლემები“ (თსუ პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი, 2017 წლის 23-24 ივნისი) შრომების კრებული, თსუ პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა, თბილისი, 2017 წ. გვ. 49-54.

6. INFLUENCE OF FOOD LABELING AWARENESS ON HEALTHY BEHAVIOR OF GEORGIAN CONSUMERS. Ecoforum Journal. Volume 6, Issue 2, 2017.
7. სოციალური მედია მარკეტინგის როლი ტურიზმში. საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის „ტურიზმი: ეკონომიკა და ბიზნესი“ (ბათუმი, 2017 წლის 10-11 ივნისი) შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2017 წ. გვ. 91-96.
8. Social Media Marketing for Promoting Tourism Industry in Georgia. Proceedings of 22nd International Conference on Corporate and Marketing Communications, 4-5 May, 2017, Zaragoza, Spain, pp. 168-171.
9. Marketing Research of Attitudes Towards Genetically Modified Crops by Georgian Farmers. Annals of 'Constantin Brancusi' University of Targu-Jiu. Economy Series. 2017, Issue 1, pp. 69-76 (თანაავტორი თ. გოგიტიძე).
10. საქართველოს ბაზარზე გენმოდიფიცირებული პროდუქციის შესახებ მომხმარებელთა აღქმის კვლევა. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, 2017 წ. ტომი X, N 1, გვ. 107-124 (თანაავტორი თ. გოგიტიძე).
11. საქართველოს სასურსათო ბაზარზე სამართლებრივი გარემოს ფორმირების ძირითადი ასპექტები. საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენციის „გლობალიზაციის გამოწვევები ეკონომიკასა და ბიზნესში“ (თსუ 2016 წლის 11-12 ნოემბერი) სამეცნიერო შრომების კრებული, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2016, გვ. 250-256 (თანაავტორები ბ. მღებრიშვილი და ე. უროტაძე).
12. Employment Opportunities in the Context of the Georgia – EU Association Agreement/ DCFTAS. Gender Overview. Proceedings of International Academic Conference „Opportunities and Risks in the Contemporary Business Environment“. Publisher „SNSPA“, Bucharest, Romania, 20-21 October, 2016. pp. 135-144 (თანაავტორი ჩ.ჯაში, თ. ჯანგულაშვილი).
13. Conceptual and Practical Aspects of Peace Marketing in Tourism (Georgian Case). In Book: „Peace Marketing“ (chapter XXVII), Publisher „Editura universitara“ (Bucharest), 2016, pp. 346-356 (თანაავტორი ჩ.ჯაში).
14. Main Aspects of Service Quality in the Hotel Industry of Georgia. In the 4th International Conference on Contemporary Marketing Issues, 22-24 June 2016, Heraklion, Greece. pp. 431-435 (თანაავტორი ჩ.ჯაში).
15. უცხოური ბრენდებისადმი ქართველი მომხმარებლების ლოიალურობის აღქმის სპეციფიკა. ჟურნალი „თსუ მეცნიერება“, თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 2015 წ. #7, გვ. 65-66 (თანაავტორი ჩ.ჯაში).
16. ON THE MARKETING RESEARCH OF CONSUMER PRICES AND INFLATION PROCESS. British Journal of Marketing Studies. Vol.3, No.2/2015. pp.48-57 (თანაავტორი თ.დოჭვირი)
17. ANOVA IN MARKETING RESEARCH OF CONSUMER BEHAVIOR OF DIFFERENT CATEGORIES IN GEORGIAN MARKET. Annals of the „Constantin Brâncuși“ University of Târgu Jiu, Economy Series, Issue 1, volume I/2015 (თანაავტორი თ.დოჭვირი)
18. Georgian Consumer Attitudes Towards Genetically Modified Products. International Journal of Management and Economics No. 46, April–June 2015, pp.120–133 (თანაავტორები: თ.გოგიტიძე, ჯ.ფუტკარაძე).
19. Some Aspects of Social Media Marketing (Georgian Case). International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic and Management Engineering Vol:9, No:4, 2015 (თანაავტორი ჩ.ჯაში).

20. Perception of Consumer loyalty of Foreign Brands (Georgian Case). კორპორაციული და მარკეტინგული კომუნიკაციების მე-19 საერთაშორისო კონფერენციის შრომების კრებული. მილანი, იტალია, 2014 წ. pp. 159-160 (თანაავტორი ჩ.ჯაში).
21. http://centridiricerca.unicatt.it/labcom_2014-03-27_CMC_CONFERENCE_schedule_final.pdf On the Multiple Linear Regression in Marketing Research. BULLETIN OF THE GEORGIAN NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES, vol. 7, no. 3, 2013. pp. 135-139. (თანაავტორი პ.ბაბილუა, თ.დოჭვირი).
22. Behavior Changing through of Social marketing (Georgian Case). სოციალური მარკეტინგის მსოფლიო კონფერენციის მასალები. ტორონტო (კანადა), 2013 წ. <http://wsmconference.com/> (თანაავტორი ჩ.ჯაში). http://wsmconference.com/downloads/wsm_presentations/monday/Charita%20Jashi%20Nugzar%20Todia%20-%20Behavior%20changing%20through.pdf
23. Aspects of social Responsibility of marketing in the Georgian Market. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“. 2012, #6. გვ.113-134 (თანაავტორი ი.გიგაური).
24. საქართველოს ბაზარზე მომხმარებელთა მოტივაციის ცვლილების მარკეტინგული კვლევა. საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის შრომები. X ტომი, გამომცემლობა „სიახლე“, თბილისი, 2012, გვ. 292-311.
25. ქართველი მომხმარებელი ლოგიკურზე მეტად ემოციურ სარეკლამო კამპანიას ენდობა. სამეცნიერო-პოპულარული ჟურნალი „თსუ მეცნიერება“, 2012, # 2, გვ.64-67.
26. საქართველოს ბაზარზე მომხმარებელთა ქცევის მარკეტინგული კვლევა. **მონოგრაფია**. გამომცემლობა „უნივერსალი“. თბილისი, 2012, -327 გვ.
27. Marketing Research of Consumer Behavior in the Medical Service Market of Georgia. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, 2011, #2, pp. 113- 126. (თანაავტორი დ.ლომინაძე).
28. საქართველოს ბაზარზე სოციალური ქსელებისადმი მომხმარებელთა დამოკიდებულების მარკეტინგული კვლევა. საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის შრომები. მე-9 ტომი. გამომცემლობა „სიახლე“, თბილისი, 2011 წ. გვ.240-260.
29. ინტერნეტ მარკეტინგი. სახელმძღვანელო. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2011 წ. 319 გვ. (თანაავტორი რ.აბულაძე).
30. მარკეტინგის გამოყენების თავისებურებები საზღვაო ტრანსპორტის მომსახურების სფეროში. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, თბილისი, 2010, #1, გვ.124-136 (თანაავტორი მ.დოლიძე).
31. მარკეტინგის საფუძვლები. ლექციების კურსი. გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი, 2009 წ. გვ.578 (თანაავტორი ბ.მღებრიშვილი).
32. Product Preference Differences of High and Low Ethnocentric Consumers in Georgia. Eighteenth World Business Congress „Management Challenges in an Environment of Increasing Regional and Global Concerns“. July 1-5, 2009. International Black Sea University, Tbilisi. International Management Development Association. Research Yearbook. Volume XVIII. 2009. pp.531-539 (with Ali Riza Apil, Erdener Kaynak).
33. საერთაშორისო საგანმანათლებლო მომსახურების ბაზრის მარკეტინგული კვლევა. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2009 წ. #1/2, გვ. 228-237 (თანაავტორი თ.ვალიშვილი).
34. Consumer Attitudes Toward Domestic and Foreign Products and Marketing Practices. ნაწილი I და ნაწილი II. ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“ 2009, # 1 (134), pp. 32-34. 2009, # 2 (135), pp. 45-50. (with Ali Riza Apil).

35. Georgian Consumers Evaluation of Domestic Products. ჟურნალი „ეკონომიკა და ბიზნესი“, 2009, #1, pp. 106- 126. (with Ali Riza Apil).
36. Обработка шерстяных тканей натуральными биозащитными красителями. // Georgian Engineering Neus. 2008, # 4, с. 193 – 195 (соавторы Ахведиани М. Е., Гинтибидзе Н. Г.)
37. Georgian Consumers Evaluation of Products Sourced From a Geographically Close Proximity Country. USA. „Journal of Euromarketing“, 17 (2008), No. 3/4, pp.199-218. (with Ali Riza Apil, Erdener Kaynak)
38. Georgian Consumers Perception of domestic and foreign Products. ნაწილი I და ნაწილი II. ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“, 2008, # 11 (132), pp. 30-33; 2008, # 12 (133), pp. 29-33. (with Ali Riza Apil).
39. ელექტრონული ბიზნესის განვითარების თანამედროვე ტენდენციები მსოფლიოში. ჟურნალი „ახალი ეკონომისტი“, 2008. # 1, გვ. 18-30 (თანაავტორი რ. აბულაძე).
40. სამედიცინო მომსახურების ბაზრის ფორმირების თავისებურებანი საქართველოში. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006, # 6, გვ. 148-152 (თანაავტორი დ. ლომინაძე).
41. პროდუქციის ხარისხსა და ფასს შორის ურთიერთდამოკიდებულების განსაზღვრა კონკურენტუნარიანობის საფუძველზე. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2006, # 4, გვ. 104-112 (თანაავტორები: თ. კუპრაშვილი, ე. უროტაძე).
42. საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის შეფასება ინოვაციური პარამეტრების მიხედვით. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2004, # 3, გვ.176-181. (თანაავტორი ნ.მახარაძე).
43. მოთხოვნის მოცულობის განსაზღვრა ტურისტულ პროდუქციაზე. ჟურნალი „ეკონომიკა“, 2004, # 1/2, გვ. 98-103(თანაავტორი ე.ბახტაძე)
44. ახალი საქონლის შემუშავების მარკეტინგული სტრატეგია აბრეშუმის ქსოვილებისათვის. სამეცნიერო ნაშრომთა კრებული „მარკეტინგის აქტუალური საკითხები“, გამოშვება III, თსუ გამომცემლობა, თბილისი, 1999, გვ. 106 – 111 (თანაავტორი ე.უროტაძე)
45. ფეხსაცმლის კომფორტულობის სკალის მათემატიკური მოდელის შემუშავება. ჟურნალი „ტყავ-ფეხსაცმლის მრეწველობა“, #5/8, გვ. 45-47, მოსკოვი, 1994 (თანაავტორები: გ.ნადირაშვილი, მ.ივანოვი, ა.ოზერკოვი).
46. ზამთრის ფეხსაცმლის მრავალფენიანი სისტემების ჰიგიენურობის კომპლექსური მაჩვენებლის გაანგარიშება. შემუშავება. ჟურნალი „ტყავ-ფეხსაცმლის მრეწველობა“, #3/4, გვ.41-42, მოსკოვი, 1994.
47. ზამთრის ასორტიმენტის ფეხსაცმლის მასალების ჰიგიენური თვისებების კომპლექსური შეფასება. ჟურნალი „უმაღლესი სკოლების სამეცნიერო შრომების მაცნე. მსუბუქი მრეწველობის ტექნოლოგია“. მოსკოვი, 1992, #1, გვ. 22-27.
48. საფეხსაცმლე მასალების თბოდამცველი თვისებების გამოკვლევა. ჟურნალი „ტყავ-ფეხსაცმლის მრეწველობა“, #6, გვ.37-40, მოსკოვი, 1989 (თანაავტორები: ო.ერმოლაევა, ტ.ჩალიხი, მ.ივანოვი, გ.ნადირაშვილი).
49. საფეხსაცმლე მასალათა სისტემების ტენგაცვლის თვისებების გამოკვლევა. ჟურნალი „ტყავ-ფეხსაცმლის მრეწველობა“, #4, გვ.58-61, მოსკოვი, 1989 (თანაავტორები: ო.ლიბიანენი, ტ.ჩალიხი, მ.ივანოვი, გ.ნადირაშვილი).