



მეწარმეობა

სტუდენტის ბზამკვლევი

მენარმეობის სტუდენტის გზამკვლევი

გზამკვლევი მომზადებულია გაეროს განვითარების პროგრამისა (UNDP) და შვეიცარიის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოს (SDC) მხარდაჭერით და ორგანიზაციასთან „მოძრაობა შიმშილის წინააღმდეგ“ (ACF) თანამშრომლობით.

პროფესიული უნარების სააგენტოსა და გაეროს განვითარების პროგრამის საგრანტო პროექტის „საქართველოში სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებული სისტემების გაფართოება და პროფესიული განათლების მოდერნიზაცია, ფაზა-II“ ფარგლებში.

წინამდებარე გამოცემაში გამოთქმული შეიძლება არ ასახავდეს გაეროს განვითარების პროგრამის, შვეიცარიის განვითარებისა და თანამშრომლობის სააგენტოსა და ა(ა)იპ პროფესიული უნარების სააგენტოს თვალსაზრისს.

გზამკვლევი წარმოადგენს პროფესიული უნარების სააგენტოს ინტელექტუალურ საკუთრებას და განკუთვნილია პროფესიული განათლების სტუდენტებისთვის.

სახელმძღვანელოზე მუშაობდა ავტორთა ჯგუფი: პაატა ცაგარეიშვილი, ლაშა ნარსია

გრაფიკული დიზაინერი: ირინა ქიტუაშვილი

საავტორო უფლებები დაცულია



საქართველო, თბილისი, 2022

მენარმეობა

სტუდენტის გზამკვლევი



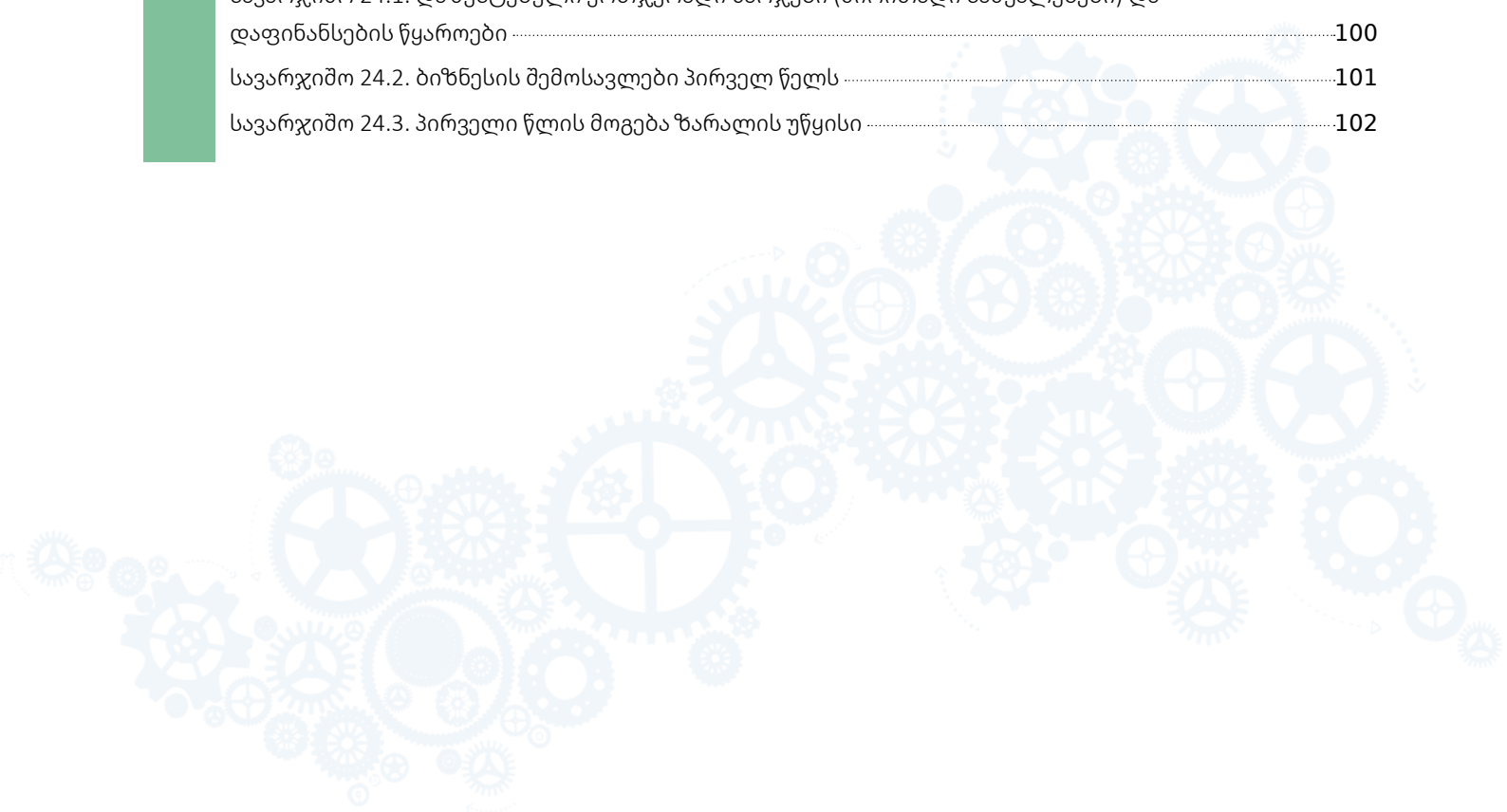
სარჩევი

I	თავი I. რეზლექსია საკუთარ სამენარმეო კომპეტენციებზე და სამომავლო განვითარების გეგმის დასახვა	11
	შეხვედრა 1 (1.1). მენარმეობის არსი	11
	სავარჯიშო 1.1. ტერმინების განმარტება – სტარტაპერი, ბიზნესმენი, ანტრეპრენერი, ინტრაპრენერი	11
	სავარჯიშო 1.2 მეწარმე VS ცხოვრების ხარისხი – მეწარმეობის ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული ღირებულება	12
	სავარჯიშო 1.3.1 პრაქტიკული მაგალითები- ბიზნესმენი? ანტრეპრენერი? ინტრაპრენერი? თუ სტარტაპერი?	13
	სავარჯიშო 1.3.2. პრაქტიკული მაგალითები- ეკონომიკური ღირებულება, სოციალური თუ კულტურული?	14
	შეხვედრა 2 (1.2). მენარმის აზროვნების მოდელი	16
	სავარჯიშო 2.1.1. ვარჯიში იმპროვიზაციაში (არასწორი დასახელებები)	16
	სავარჯიშო 2.1.2. ჩარჩოს გარეთ აზროვნება (წერტილების შეერთება)	16
	სავარჯიშო 2.2. დაქირავებით მუშაობა VS სამეწარმეო საქმიანობა	17
	სავარჯიშო 2.3. ტრადიციული მეწარმეობა VS სოციალური მეწარმეობა	18
	შეხვედრა 3 (1.3). საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციების გაანალიზება	19
	სავარჯიშო 3.1. ევროპის სამეწარმეო კომპეტენციების ჩარჩო	19
	სავარჯიშო 3.2. საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციები VS საყვარელი საქმიანობა	20
	სავარჯიშო 3.3. საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციები VS იდეები	21
	შეხვედრა 4 (1.4). სამეწარმეო კომპეტენციების განვითარების გეგმის შედგენა	22
	სავარჯიშო 4.1. გუნდის სამეწარმეო კომპეტენციების გაანალიზება	22
	სავარჯიშო 4.2. გუნდის წევრების სამეწარმეო კომპეტენციების შეფასება	23
	სავარჯიშო 4.3. საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციების განვითარების ერთ წლიანი გეგმის შედგენა	24
II	თავი II. მომავლის შესაძლებლობების ამოცნობა და ოპტიმიზაცია	26
	შეხვედრა 5 (2.1). შესაძლებლობების ამოცნობის ინსტრუმენტები	26
	სავარჯიშო 5.1. ევროპის სამეწარმეო კომპეტენციები VS იდეები და შესაძლებლობები	26
	სავარჯიშო 5.2. სამი ლინზის მეთოდი	27
	სავარჯიშო 5.3. სამი ჰოტიზონტის მეთოდი	28
	შეხვედრა 6 (2.2). კვლევის ჩატარება მომხმარებლის ქცევის გასაანალიზებლად	30
	სავარჯიშო 6.1. მომხმარებლის სეგმენტების იდენტიფიცირება დემოგრაფიული ნიშნის მიხედვით	30
	სავარჯიშო 6.2. ემპათიის რუკის შედგენა	31

სავარჯიშო 6.3. დირებულების რუკის შედგენა	32
მეხვედრა 7 (2.3). საჭიროების/ბაზრის კვლევა	32
სავარჯიშო 7.1. კონკურენტების რუკის შედგენა	32
სავარჯიშო 7.2. კონკურენტების ანალიზი	33
სავარჯიშო 7.3. პროდუქტის/სერვისის ოპტიმიზაცია ბაზრის საჭიროებებზე	34
მეხვედრა 8 (2.4). პერჩეული იდეის ოპტიმალური სამომავლო პოტენციალის დადგენა	35
სავარჯიშო 8.1. იდეის განსახორციელებლად საჭირო რესურსები (სავარაუდო ძირითადი საშუალებების, ხარჯებისა და დაფინანსების წყაროების იდენტიფიცირება)	35
სავარჯიშო 8.2. იდეის პრაქტიკული განხორციელება (სავარაუდო საბრუნავი საშუალებებისა და ხარჯების იდენტიფიცირება)	36
სავარჯიშო 8.3. განვითარების ეფექტურობის გასაზომი ინსტრუმენტების იდენტიფიცირება	37
III თავი III იდეების გენერირება, განვითარება და შეფასება	38
მეხვედრა 9 (3.1). იდეის შეფასებისა და განვითარების ინსტრუმენტები	38
სავარჯიშო 9.1. იდეების შეფასება ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული დირებულების მიხედვით	38
სავარჯიშო 9.2. იდეების შეფასება SWOT ანალიზის მიხედვით	39
სავარჯიშო 9.3. საიმონ სინეკის „ოქროს წრეების“ VS მისია და ხედვა	40
მეხვედრა 10 (3.2). მარკეტინგული საშუალებები	41
სავარჯიშო 10.1. პირდაპირი კომუნიკაციის საშუალებები	41
სავარჯიშო 10.2. არაპირდაპირი კომუნიკაციის საშუალებები	42
სავარჯიშო 10.3. გარე სარეკლამო საშუალებები	43
მეხვედრა 11 (3.3). მინიმალური სიცოცხლისუნარიანობის პროდუქტის/სერვისის პროტოტიპის შექმნა	44
სავარჯიშო 11.1. ლინ-სტარტაპ მეთოდოლოგია	44
სავარჯიშო 11.2. მინიმალური სიცოცხლისუნარიანობის პროდუქტი (მსპ/MVP)	45
სავარჯიშო 11.3. მსპ(MVP)-ის დაგეგმვა და შექმნა (გამყიდველი გვერდი)	46
მეხვედრა 12 (3.4). ინფორმაციის შეგროვება მსპ(MVP)-ის/პროტოტიპის გასაუმჯობესებლად	49
სავარჯიშო 12.1. მსპ/MVP-ის ტესტირება და უკუკავშირის მიღება	49
სავარჯიშო 12.2. უკუკავშირის ანალიზი	50
სავარჯიშო 12.3. მსპ/MVP-ის განახლება	51
მეხვედრა 13 (3.5). იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალის დადგენა	52
სავარჯიშო 13.1. ლინ-კანვა VS იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალი	52
სავარჯიშო 13.2. ბიზნეს-კანვა VS იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალი	53
სავარჯიშო 13.3. მიზნები/ამოცანები და მათი განხორციელების სამოქმედო გეგმა	54

შეხვედრა 14 (4.1). ბიზნესის რეგისტრაცია	55
სავარჯიშო 14.1. ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის შერჩევა	55
სავარჯიშო 14.2. ბიზნესის შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმის/სტატუსის შერჩევა	55
IV თავი IV. ბიზნესის დაგეგმვა	55
სავარჯიშო 14.3. ადგილმდებარეობის შერჩევა და ლიცენზიის/ნებართვის საჭიროების დადგენა	56
შეხვედრა 15 (4.2). PESTLE ანალიზი	57
სავარჯიშო 15.1. პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემოს ანალიზი	57
სავარჯიშო 15.2. სოციალური და ტექნოლოგიური გარემოს ანალიზი	58
სავარჯიშო 15.3. სამართლებრივი და სხვა გარე ფაქტორების ანალიზი	59
შეხვედრა 16 (4.3). მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება	60
სავარჯიშო 16.1. ადრეული მომხმარებლების იდენტიფიცირება	60
სავარჯიშო 16.2. მარკეტინგის 4P სტრატეგია	61
სავარჯიშო 16.3. მარკეტინგული აქტივობების დაგეგმვა	62
შეხვედრა 17 (4.4). კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია	64
სავარჯიშო 17.1. გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები	64
სავარჯიშო 17.2. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა	65
სავარჯიშო 17.3. საკუთარი ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა VS გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები	67
შეხვედრა 18 (4.5). პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა	68
სავარჯიშო 18.1. პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა ლინ-კანვას მეშვეობით	68
სავარჯიშო 18.2. პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა ბიზნეს-კანვას მეშვეობით	69
სავარჯიშო 18.3. პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა Elevator pitch-ის მეშვეობით	70
ნაწილი 1. ბიზნესის აღწერა და ბაზრის კვლევა	73
ნაწილი 3. რესურსები, დაფინანსების წყაროები და ფინანსური გეგმები	79
შეხვედრა 19 (5.1). დაფინანსების მოძიების ფონდები	83
სავარჯიშო 19.1. დაფინანსების ფონდების მოძიება და გაანალიზება	83
სავარჯიშო 19.2. დაფინანსების საჭიროების გამოკვეთა	83
V თავი V. რეაქციის მართვა და გაბარტივებული ფინანსური აღრიცხვა-ანგარიშება	83
სავარჯიშო 19.3. მიზნების განსაზღვრა და სამოქმედო გეგმის შედგენა დაფინანსების მოსაპოვებლად	84
შეხვედრა 20 (5.2). ადამიანური რესურსები და მათი მოძიების გზები	86
სავარჯიშო 20.1. სამუშაო აღწერილობის შედგენა	86
სავარჯიშო 20.2. ვაკანსიის მომზადება	87

სავარჯიშო 20.3. იმიტირებული გასაუბრება.....	88
შეხვედრა 21 (5.3). ტექნიკური რესურსების ბაზრები.....	89
სავარჯიშო 21.1. ძირითადი საშუალების ბაზრების იდენტიფიცირება.....	89
სავარჯიშო 21.2. საბრუნავი საშუალების ბაზრების იდენტიფიცირება.....	90
სავარჯიშო 21.3. პრაქტიკული მაგალითები რესურსების მოძიებასთან დაკავშირებით	91
შეხვედრა 2 (5.4). საბიუჯეტო გადასახადები	92
სავარჯიშო 22.1. საბიუჯეტო გადასახადები VS ქვეყნის ეკონომიკური კეთილდღეობა	92
სავარჯიშო 22.2. შედეგები საჭირო რესურსების იმპორტისას ან მზა პროდუქციის ექსპორტისას	93
სავარჯიშო 22.3. საბიუჯეტო გადასახადებთან დაკავშირებული სერვისები	95
შეხვედრა 23 (5.5). ფასის განსაზღვრა	96
სავარჯიშო 23.1. საფასო სტრატეგიის განსაზღვრის მეთოდები	96
სავარჯიშო 23.2. მარკეტინგისა და ყოველთვიური ხარჯების (საბრუნავი საშუალებები) განსაზღვრა	98
სავარჯიშო 23.3. დისტრიბუციისა და შემოსავლის არხების განსაზღვრა	99
შეხვედრა 24 (5.6). გამარტივებული ფინანსური აღრიცხვა-ანგარიშგების მომზადება	100
სავარჯიშო 24.1. დაზუსტებული ერთჯერადი ხარჯები (ძირითადი საშუალებები) და დაფინანსების წყაროები	100
სავარჯიშო 24.2. ბიზნესის შემოსავლები პირველ წელს	101
სავარჯიშო 24.3. პირველი წლის მოგება ზარალის უწყისი	102



მენარმოება

სტუდენტის გზამკვლევი



თავი I. რეალურ საკუთარ სამუშაო კომპლექსიზაცია და სამომავლო განვითარების გზის დასახვა

■ შეხვედრა 1 (1.1). მენარეობის არსი

სავარჯიშო 1.1. ტერმინების განმარტება – სტარტაპერი, ბიზნესმენი, ანტრეპრენერი, ინტრაპრენერი

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 4 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი

სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი

ბიზნესმენი	ა	●	●	1	ის, ვინც ახალ იდეებსა და შესაძლებლობებზე დაყრდნობით ქმნის ეკონომიკურ, სოციალურ ან კულტურულ ღირებულებას
ანტრეპრენერი	ბ	●	●	2	ბიზნესმენი, ანტრეპრენერი, ინტრაპრენერი ან სტარტაპერი
ინტრაპრენერი	გ	●	●	3	ის, ვინც ქმნის ბიზნესს უკვე არსებულ იდეაზე დაყრდნობით და მომხმარებელს სთავაზობს პროდუქტს ან მომსახურებას
სტარტაპერი	დ	●	●	4	ანტრეპრენერი ორგანიზაციაში. ანუ, ის, ვინც ახალ იდეებსა და შესაძლებლობებზე დაყრდნობით, ქმნის ეკონომიკურ, სოციალურ ან კულტურულ ღირებულებას ორგანიზაციაში
მეწარმე	ე	●	●	5	დამწყები ბიზნესმენი, ანტრეპრენერი ან ინტრაპრენერი, რომელიც სრული განუსაზღვრელობის პირობებში ქმნის ახალ პროდუქტს ან სერვისს

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 1.2 მეწარმე VS ცხოვრების ხარისხი – მეწარმეობის ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული ღირებულება

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 2 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი

სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი

ეკონომიკური ღირებულება	ა	●	●	1	როდესაც სამეწარმეო სამიანობის შედეგად იქმნება ხელოვნება-სთან დაკავშირებული პროდუქტები ან მომსახურება
სოციალური ღირებულება	ბ	●	●	2	როდესაც სამეწარმეო საქმიანობის შედეგად იქმნება სამუშაო ადგილები, არსებული მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად ბაზარზე იყიდება რაიმე პროდუქტი ან მომსახურება, ხდება საბიუჯეტო გადასახადების გადახდა, უზრუნველდება ცხოვრების ხარისხი
კულტურული ღირებულება	გ	●	●	3	როდესაც სამეწარმეო საქმიანობა წყვეტს რაიმე სოციალურ პრობლემას ან დაკავშირებულია გარემოს დაცვასთან

პასუხების ცხრილი:

დავალემა	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 1-3.1 პრაქტიკული მაგალითები - ბიზნესმენი? ანტრეპრენერი? ინტრაპრენერი? თუ სტარტაპერი?

სრულდება ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 5 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ გასწორებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.



ბუნდის ლიდერის სახელი, გვარი

<p>ნინო არის სტუდენტი, სწავლობს პროგრამირებას. მას უყვარს ექსკურსი-აზე სიარული, თუმცა არ უყვარს ექსკურსიის საორგანიზაციო საკითხები - ფულის აკრეფა, ტრანსპორტის დაქირავება, საკვების ყიდვა და ა.შ. ნინომ გააკეთა აპლიკაცია, რომელიც ექსკურსიის მსურველებს დაეხმარება საორგანიზაციო საკითხების მოგვარებაში</p>	ა	●	
<p>გიორგი მუშაობს შემოსავლების სამსახურის მომსახურების დეპარტამენტის ოპერატორად. ის დააკვირდა, რომ ყოველი თვის 14-15 რიცხვში მომსახურების დეპარტამენტში უამრავი ხალხი მოდის საგადასახლო დეკლარაციის ვადაში ჩასაბარებლად. ერთ დღესაც, გიორგის დაებადა ასეთი იდეა - რა კარგი იქნებოდა საგადასახლო დეკლარაცია ონლაინ რომ ივსებოდა, არც რიგები იქნებოდა, არც არავინ დაარღვევდა ვადას. მან ეს იდეა თავის უშუალო ხელმძღვანელს გაუზიარა. იდეა მოწონებულ იქნა და მალე განხორციელდა კიდევ</p>	ბ	● ●	1 ბიზნესმენი
<p>დავითს აქვს მაღაზია. ამჟამად სწავლობს ლოგისტიკის პროფესიულ პროგრამაზე. ლოგისტიკის სწავლა იმიტომ გადაწყვიტა, რომ სურს გაზარდოს თავისი ბიზნესი და ჰქონდეს არა ერთი მაღაზია, არამედ საკუთარი სუპერმარკეტების ქსელი</p>	მ	● ●	2 ანტრეპრენერი
<p>ჯონის უკვე 10 წელია აქვს საკუთარი ბიზნესი. სტუდენტობის პერიოდში, ის აზარტულ თამაშებზე იყო დამოკიდებული და ფულს, რასაც დედა საზღვარგარეთიდან უგზავნიდა, მთლიანად თამაშებში ხარჯავდა. ერთ დღესაც, როდესაც სწავლის საფასური ვერ გადაიხადა, დაფიქრდა, რომ ასე გაგრძელება არ შეიძლებოდა. შექმნა აპლიკაცია, რომელზე ჩარიცხული თანხის დახარჯვაც მხოლოდ ერთი კონკრეტული სუპერმარკეტის და სასწავლებლის ანგარიშზე იყო შესაძლებელი. ამ აპლიკაციით უკვე ბევრი ადამიანი სარგებლობს და საკმაო პოპულარობით სარგებლობს ემიგრანტების ოჯახებში</p>	დ	● ●	3 ინტრაპრენერი
<p>თინა მოცეკვავეა. დიდი ხანი ეძებდა ხარისხიან ტანსაცმელს, რომელიც რეპეტიციის დროს მოსახერხებელიც იქნებოდა და გამძლეც. 15 წლის წინ გააკეთა საკუთარი სამკერვალო და დაიწყო სწორედ ისეთი სარეპეტიციო ტანსაცმლის დამზადება, როგორც მას მოსწონდა. დღეს ის ცნობილი ბრენდია, რომლის ტანსაცმელსაც, არაერთი ანსამბლის მოცეკვავეები ყიდულობენ</p>	ე	● ●	4 სტარტაპერი

თიკამ სამედიცინო განათლება მიიღო. ის მთელი ბავშვობა აკვირდებოდა, რომ დამწვრობის ის მალამო, რომელსაც მისი ბებო ამზადებდა და ნაცნობ-მეგობრებზე ყიდდა, მართლაც ძალიან კარგი საშუალება იყო დამწვრობის სამკურნალოდ. თიკამ გადაწყვიტა ბებოს რეცეპტით დაემზადებინა მალამო და საინტერესოდ შეეფუთა, რათა სააფთიაქო ქსელში მოეხდინა მისი გაყიდვა

3 ●

პასუხების ცხრილი:

დავალეზა	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					

სავარჯიშო 1.3.2. პრაქტიკული მაგალითები - ეკონომიკური ღირებულება, სოციალური თუ კულტურული?

სრულდება ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 5 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ გასწორებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

გუნდის ლიდერის სახელი, გვარი

ნინო არის სტუდენტი, სწავლობს პროგრამირებას. მას უყვარს ექსკურსიაზე სიარული, თუმცა არ უყვარს ექსკურსიის საორგანიზაციო საკითხები - ფულის აკრეფა, ტრანსპორტის დაქირავება, საკვების ყიდვა და ა.შ. ნინომ გააკეთა აპლიკაცია, რომელიც ექსკურსიის მსურველებს დაეხმარება საორგანიზაციო საკითხების მოგვარებაში	ა	●		
გიორგი მუშაობს შემოსავლების სამსახურის მომსახურების დეპარტამენტის ოპერატორად. ის დააკვირდა, რომ ყოველი თვის 14-15 რიცხვში მომსახურების დეპარტამენტში უამრავი ხალხი მოდის საგადასახლო დეკლარაციის ვადაში ჩასაბარებლად. ერთ დღესაც, გიორგის დაებადა ასეთი იდეა - რა კარგი იქნებოდა საგადასახლო დეკლარაცია ონლაინ რომ ივსებოდეს, არც რიგები იქნებოდა, არც არავინ დაარღვევდა ვადას. მან ეს იდეა თავის უშუალო ხელმძღვანელს გაუზიარა. იდეა მოწონებულ იქნა და მალე განხორციელდა კიდევ	ბ	●	●	1 ეკონომიკური ღირებულება
დავითს აქვს მაღაზია. ამჟამად სწავლობს ლოგისტიკის პროფესიულ პროგრამაზე. ლოგისტიკის სწავლა იმიტომ გადაწყვიტა, რომ სურს გაზარდოს თავისი ბიზნესი და ჰქონდეს არა ერთი მაღაზია, არამედ საკუთარი სუპერმარკეტების ქსელი	გ	●	●	2 სოციალური ღირებულება

<p>ჯონის უკვე 10 წელია აქვს საკუთარი ბიზნესი. სტუდენტობის პერიოდში, ის აზარტულ თამაშებზე იყო დამოკიდებული და ფულს, რასაც დედა საზღვარგარეთიდან უგზავნიდა, მთლიანად თამაშებში ხარჯავდა. ერთ დღესაც, როდესაც სწავლის საფასური ვერ გადაიხადა, დაფიქრდა, რომ ასე გაგრძელება არ შეიძლებოდა. შექმნა აპლიკაცია, რომელზე ჩარიცხული თანხის დახარჯვაც მხოლოდ ერთი კონკრეტული სუპერმარკეტის და სასწავლებლის ანგარიშზე იყო შესაძლებელი. ამ აპლიკაციით უკვე ბევრი ადამიანი სარგებლობს და საკმაო პოპულარობით სარგებლობს ემიგრანტების ოჯახებში</p>	<p>დ ● ●</p>	<p>3</p>	<p>კულტურული ღირებულება</p>
<p>ნელიკო მოცეკვავეა. დიდი ხანი ეძებდა ხარისხიან ტანსაცმელს, რომელიც რეპეტიციის დროს მოსახერხებელიც იქნებოდა და გამძლეც. 10 წლის წინ გააყეთა საკუთარი სამეურველო და დაიწყო სწორედ ისეთი სარეპეტიციო ტანსაცმლის დამზადება, როგორც მას მოსწონდა. დღეს ის ცნობილი ბრენდია, რომლის ტანსაცმელსაც, არც მეტი არც ნაკლები, ანსამბლ სუნიშვილების მოცეკვავეები ყიდულობენ</p>	<p>ე ●</p>		
<p>თიკამ სამედიცინო განათლება მიიღო. ის მთელი ბავშვობა აკვირდებოდა, რომ დამწვრობის ის მალამო, რომელსაც მისი ბებო ამზადებდა და ნაცნობ-მეგობრებზე ყიდდა, მართლაც ძალიან კარგი საშუალება იყო დამწვრობის სამკურნალოდ. თიკამ გადაწყვიტა ბებოს რეცეპტით დაემზადებინა მალამო და საინტერესოდ შეეფუთა, რათა სააფთიაქო ქსელში მოეხდინა მისი გაყიდვა</p>	<p>ვ ●</p>	<p>3</p>	

პასუხების ცხრილი:

დავალეზა	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

■ შეხვედრა 2 (1.2). მენარმის აზროვნების მოდელი

სავარჯიშო 2.1.1. ვარჯიში იმპროვიზაციაში (არასწორი დასახელებები)

გთხოვთ, წარმოთქვათ ეს საგნები არასწორი დასახელებით:

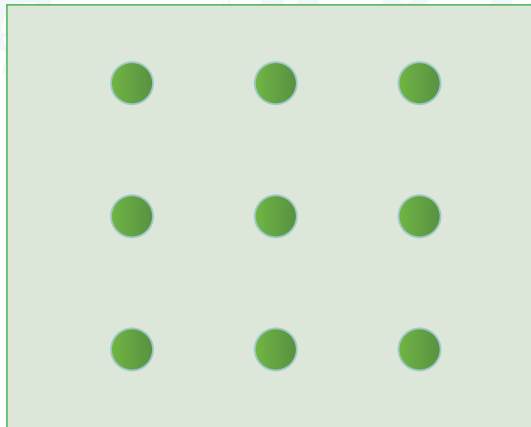


საგანზე 3 არასწორი დასახელება და რაც შეიძლება სწრაფად:



სავარჯიშო 2.1.2. ჩარჩოს გარეთ აზროვნება (წერტილების შეერთება)

ქვემოთ მოცემული 9 წერტილი, კალმის აულებლად შეაერთეთ ჯერ 5 ხაზით, შემდეგ 4 ხაზით, შემდეგ 3 ხაზით, ხოლო შემდეგ 1 ხაზით.



სავარჯიშო 2.2. დაქირავებით მუშაობა VS სამეწარმეო საქმიანობა

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ **7 სწორი** ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითებთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი

სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი

<ul style="list-style-type: none"> შეგიძლია გაუმჯობესო მომხმარებელთა ცხოვრების ხარისხი შეგიძლია შექმნა ინოვაციური პროდუქტები და დაასაქმო უამრავი ადამიანი <p>შემოსავალი შეიძლება გაიზარდოს შეუზღუდავად</p>	ა	●		
<ul style="list-style-type: none"> ყოველთვიური სტაბილური შემოსავალი; ნაკლები პასუხისმგებლობა; არ ეწევა ორგანიზაციის მართვასთან დაკავშირებულ რისკებს; გამოცდილების მიღება ხდება სხვისი რისკის ხარჯზე; 	ბ	●		
<ul style="list-style-type: none"> დამოუკიდებლად ვერ იღებ ყველა გადაწყვეტილებას; არსებობს რისკი რეორგანიზაციის დროს დაგიტოვონ სამსახურიდან რაც უფრო მეტს გამოიმუშავებ, მით ნაკლები თავისუფალი დრო გრჩება; შენს მიერ შექმნილ პროდუქტებზე არ გაქვს საკუთრების უფლება. 	გ	●		
<ul style="list-style-type: none"> საწყის ეტაპზე, შესაძლოა შემოსავალი არ გქონდეს გიხდება ბევრი მუშაობა, განსაკუთრებით ბიზნესის საწყის ეტაპზე; ეწევი ბიზნესის მართვასთან დაკავშირებულ რისკებს; 	დ	●	1	დაქირავებული თანამშრომელი
<p>მიღებული შემოსავლით ყიდულობს აქტივებს. აქტივი ეწოდება ყველა იმ შენაძენს, რომელსაც შემოსავალი მოაქვს. ეს შეიძლება იყოს მანქანის ან სახლის შეძენა გაქირავების მიზნით.</p>	ე	●	2	მეწარმე
<p>მიღებული შემოსავლით ყიდულობს პასივებს. პასივი ეწოდება ყველა იმ შენაძენს, რომელსაც შემოსავალი არ მოაქვს. ეს შეიძლება იყოს პირადი მოხმარების მიზნით შეძენილი ავტომანქანა, ბინა, საყვარელი ბრენდის სმარტფონის უახლოესი მოდელი და ა.შ.</p>	ვ	●		
უმეტესად სესხს იღებს პასივის შესაძენად	ზ	●		
უმეტესად სესხს იღებს აქტივის შესაძენად	თ	●		

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					

სავარჯიშო 2.3. ტრადიციული მეწარმეობა VS სოციალური მეწარმეობა

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 7 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი

სავარჯიშოს შემოწმებელი სტუდენტის სახელი, გვარი

დაინტერესებულია სოციალური პრობლემების მოგვარების შესაძლებლობებით, რომლის შედეგადაც გაძლიერდებიან მოწყვლადი ჯგუფები	ა	●	
რესურსების მობილიზებას ახდენს უმეტესად გრანტებითა და დონორების დახმარებით, იშვიათად საკუთარი პროდუქციის ან მომსახურების რეალიზაციით მიღებული შემოსავლით	ბ	●	
დაინტერესებულია ისეთი აქტივობებით, რომლის შედეგადაც მომხმარებლის პრობლემის მოგვარებასთან ერთად იზრდება ინვესტორთა და დამფუძნებელთა მოგება	გ	●	
რესურსების მობილიზებას ახდენს უმეტესად საკუთარი პროდუქციის ან მომსახურების რეალიზაციით მიღებული შემოსავლით, იშვიათად გრანტებით ან დონორების დახმარებით	დ	●	○ 1
იშვიათად ეძლევა ფასდაკლება რეკლამისთვის მასმედიის საშუალებების მიერ	ე	●	○ 2
მასმედიის თითქმის ყველა საშუალებაში - ტელევიზია, რადიო და ა.შ. რეკლამა ხდება მნიშვნელოვანი ფასდაკლებით	ჟ	●	
მოგება ხმარდება პრობლემის მოსაგვარებლად დასახული მიზნის განხორციელებას	ზ	●	
მოგება შეიძლება გადაეცეს დამფუძნებელს, ან რეინვესტირდეს საწარმოში მისი შემდგომი განვითარების მიზნით	თ	●	

1	ტრადიციული მეწარმე
2	სოციალური მეწარმე

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

■ შეხვედრა 3 (1.3). საკუთარი სამენარეო კომპეტენციების გაანალიზება

სავარჯიშო 3.1. ევროპის სამეწარმეო კომპეტენციების ჩარჩო

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი ჯუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა ჯუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ **2 სწორი** ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითებთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი

სავარჯიშოს შემოწმებელი სტუდენტის სახელი, გვარი

იდები და შესაძლებლობები	ა	●	●	1	რესურსების მართვა სხვების მობილიზაცია ფინანსური და ეკონომიკური ცოდნა თვით-რეფლექსია და თავდაჯერება მოტივაცია და მდგრადობა
რესურსები	ბ	●	●	2	გაურკვევლობასთან გამკლავება ინიციატივის ხელში აღება დაგეგმვა და მართვა სხვებთან მუშაობა სწავლა გამოცდილებით
მოქმედება	გ	●	●	3	შესაძლებლობების შემჩნევა შემოქმედებითი უნარი ხელვა იდების შეფასება ეთიკური და მდგრადი აზროვნება

პასუხების ცხრილი:

დავალემა	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 3.2. საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციები VS საყვარელი საქმიანობა

სრულდება ინდივიდუალურად. ქვემოთ მოცემულ ფორმაში ჩაწერეთ თქვენთვის ყველაზე საყვარელი სამი საქმიანობა. თითოეული საქმიანობასთან მიმართებით შეაფასეთ საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციები. შეფასება ხდება 1-10 ქულით (10 საუკეთესო). რომელი საქმიანობაც მეტ ქულას დააგროვებს, იმ საქმიანობას აქვს საინტერესო იდეად ქცევის შანსი თქვენი ამჟამინდელი სამეწარმეო კომპეტენციებით. თუ რომელიმე საქმიანობა ნაკლებ ქულას დააგროვებს, მაგრამ დარწმუნებული ხართ რომ სწორედ ეს საქმიანობა გიყვართ ყველაზე მეტად, მაშინ მოგიხდებათ შესაბამისი სამეწარმეო კომპეტენციების ამაღლებაზე მუშაობა.

სტუდენტის სახელი, გვარი

N	სამეწარმეო კომპეტენცია	საყვარელი საქმის დასახელება და შეფასება (1-10)		
		<i>(მაგალითად: კულინარია, ფოტოგრაფია, ვიდეო მონტაჟი, მუსიკა, მოდა, ტექნოლოგია, ფინანსები, პროგრამირება, IT, HR, PR, დიზაინი და ა.შ)</i>		
		საყვარელი საქმე 1	საყვარელი საქმე 2	საყვარელი საქმე 3
1	შესაძლებლობების შემჩნევა			
2	შემოქმედებითი უნარი			
3	ხედვა			
4	იდეების შეფასება			
5	ვითვალისწინებ ვთიკური და მდგრადი აზროვნების პრინციპებს			

6	რესურსების მართვის უნარი			
7	სხვების მობილიზაციის უნარი			
8	ფინანსური და ეკონომიკური ცოდნა			
9	თვით-რეფლექსია და თავდაჯერება			
10	მოტივაცია და მდგრადობა			
11	გაურკვევლობასთან გამკლავების უნარი			
12	ინიციატივის ხელში აღების უნარი			
13	დაგეგმვისა და მართვის უნარი			
14	სხვებთან მუშაობის უნარი			
15	საკუთარ გამოცდილებაზე სწავლის უნარი			
	ჯამი:			

სავარჯიშო 3.3. საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციები VS იდეები

სრულდება ინდივიდუალურად. წინა სავარჯიშოს დროს გამოკვეთილი საყვარელი საქმიანობის გათვალისწინებით, ჩაწერეთ სამი იდეა, რომელშიც ისურვებდით ბიზნესის გაკეთებას. შემდეგ კონკრეტულ იდეასთან მიმართებით შეაფასეთ საკუთარი კომპეტენციები. შეფასება ხდება 1-10 ქულით (10 საუკეთესო). რომელი იდეაც მეტ ქულას დააგროვებს, იმ იდეის წარმატებას აქვს მეტი შანსი თქვენი ამჟამინდელი სამეწარმეო კომპეტენციებით.

სტუდენტის სახელი, გვარი

N	სამეწარმეო კომპეტენცია	იდეის მოკლე განმარტება:	იდეა 1	იდეა 2	იდეა 3
1	შესაძლებლობების შემჩნევა				
2	შემოქმედებითი უნარი				
3	ხელვა				
4	იდეების შეფასება				
5	ვითვალისწინებ ეთიკური და მდგრადი აზროვნების პრინციპებს				

6	რესურსების მართვის უნარი			
7	სხვების მობილიზაციის უნარი			
8	ფინანსური და ეკონომიკური ცოდნა			
9	თვით-რეფლექსია და თავდაჯერება			
10	მოტივაცია და მდგრადობა			
11	გაურკვევლობასთან გამკლავების უნარი			
12	ინიციატივის ხელში აღების უნარი			
13	დაგეგმვისა და მართვის უნარი			
14	სხვებთან მუშაობის უნარი			
15	საკუთარ გამოცდილებაზე სწავლის უნარი			
	ჯამი:			

შეხვედრა 4 (1.4). სამენარემო კომპეტენციების განვითარების გეგმის შედგენა

სავარჯიშო 4.1. გუნდის სამენარემო კომპეტენციების გაანალიზება

სრულდება ჯგუფურად. სტუდენტები იყოფიან 3-3 წევრიან გუნდებად, სადაც ერთ-ერთი არის გუნდის მოდერატორი. ქვემოთ მოცემულ ფორმის შესაბამის ადგილზე, გუნდის თითოეული წევრი წერს სასურველ იდეას და საკუთარ სახელსა და გვარს იდეის ავტორის ნაწილში.. ამის შემდეგ, გუნდის თითოეული წევრი წერს საკუთარ ინიციალებს თითოეული იდეის ქვემოთ და აფასებს საკუთარ თავს, თუ რამდენად ფლობს თითოეულ კომპეტენციას თითოეულ იდეასთან მიმართებით. შეფასება ხდება 1-5 ქულით (5 საუკეთესო). დავალების ბოლოს **გუნდის მოდერატორი** აჯამებს შედეგებს თითოეული იდეისთვის. რომელი იდეაც მეტ ქულას დააგროვებს, იმ იდეის წარმატებას აქვს მეტი შანსი ამ გუნდის შესაძლებლობებით.

გაითვალისწინეთ! მომდევნო სავარჯიშოში მასწავლებელთან ერთად მოგიწევთ თქვენი გუნდის სხვა წევრების შეფასება. ამიტომ, გთხოვთ ყურადღებით დააკვირდეთ ერთმანეთის ქცევას/აზროვნებას.

გუნდის ლიდერის სახელი, გვარი														
N	კომპეტენცია თითოეული იდეასთან მიმართებით	იდეის მოკლე განმარტება:												
		იდეის ავტორის სახელი და გვარი:												
		შეფასებლის ინიციალები:				ჯამ.				ჯამ.				ჯამი
1	შესაძლებლობების შემჩნევა													
2	შემოქმედებითი უნარი													

6	აქვს რესურსების მართვის უარი				
7	აქვს სხვების მობილიზაციის უნარი				
8	აქვს ფინანსური და ეკონომიკური ცოდნა				
9	აქვს თვით-რეფლექსია და თავდაჯერება				
10	აქვს მოტივაცია და მდგრადობა კონკრეტულ იდეასთან მიმართებით				
11	აქვს გაურკვევლობასთან გამკლავების უნარი				
12	აქვს ინიციატივის ხელში აღების უნარი				
13	აქვს დაგეგმვისა და მართვის უნარი				
14	აქვს სხვებთან მუშაობის უნარი				
15	აქვს საკუთარ გამოცდილებაზე სწავლის უნარი				

სავარჯიშო 4.3. საკუთარი სამეწარმეო კომპეტენციების განვითარების ერთ წლიანი გეგმის შედგენა

სრულდება ინდივიდუალურად. წინა სავარჯიშოდან გადმოიწერეთ თქვენი კომპეტენციების ჯამური მაჩვენებლები მიმდინარე წლის ჯამური ქულის სვეტში. ამის შემდეგ, მომდევნო წლის აქტივობის სვეტში მონიშნეთ პლიუსით (+) 20 ქულაზე დაბალი (ან სასურველი) კომპეტენციის ამადლებას როგორ ფიქრობთ - შესაბამისი ტრენინგის გავლით თუ სტაჟირებით/მუშაობით ისეთი მიმართულებით, რაც ხელს შეუწყობს ამ კომპეტენციის განვითარებას. ბოლო სვეტში, ჩაწერეთ სასურველი ქულა (მაქსიმუმი 30 ქულა), ტრენინგის გავლის ან სტაჟირების/მუშაობის შედეგად, თუ რამდენი იქნება თქვენი სავარაუდო ქულა კონკრეტულ კომპეტენციაში.

სტუდენტის სახელი, გვარი

N	კომპეტენცია	ჯამური ქულა მიმდინარე წელს	მომდევნო წლის აქტივობა მონიშნეთ პლიუსით (+)		მოსალოდნელი ჯამი მომდევნო წლის ბოლოს (მაქს. 30)
			შესაბამისი ტრენინგის გავლა	სტაჟირება ან მუშაობა შესაბამისი მიმართულებით	
1	შესაძლებლობების შემჩნევა				
2	შემოქმედებითი უნარი				
3	ხედვა				
4	იდეების შეფასება				
5	ეთიკური და მდგრადი აზროვნება				

6	რესურსების მართვის უნარი				
7	სხვების მობილიზაციის უნარი				
8	ფინანსური და ეკონომიკური ცოდნა				
9	თვით-რეფლექსია და თავდაჯერება				
10	მოტივაცია და მდგრადობა				
11	გაურკვევლობასთან გამკლავების უნარი				
12	ინიციატივის ხელში ადების უნარი				
13	დაგეგმვისა და მართვის უნარი				
14	სხვებთან მუშაობის უნარი				
15	საკუთარ გამოცდილებაზე სწავლის უნარი				



თავი II. მომავლის შესაძლებლობების ამოცნობა და ოპტიმიზაცია

■ შეხვედრა 5 (2.1). შესაძლებლობების ამოცნობის ინსტრუმენტები

სავარჯიშო 5-1. ევროპის სამეწარმეო კომპეტენციები VS იდეები და შესაძლებლობები

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 4 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი

სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი

შესაძლებლობების შემჩნევა	ა	●	●	1	<ul style="list-style-type: none"> ღირებულების შექმნის რამდენიმე მეთოდის, მათ შორის, უკვე არსებული მეთოდის უფრო სრულყოფილი ვერსიის შემუშავება კვლევისა და ექსპერიმენტების ჩატარება ინოვაციური მიდგომებით ცოდნისა და რესურსების კომბინირება ღირებული ეფექტის მისაღწევად
კრეატიულობა	ბ	●	●	2	<ul style="list-style-type: none"> სარგებლის მომტანი იდეის გავლენისა და სამეწარმეო საქმიანობის მიზნობრივ აუდიტორიაზე, ბაზარზე, საზოგადოებასა და გარემო პირობებზე ზემოქმედების შეფასება დაფიქრება იმაზე, თუ რამდენად მდგრადია იდეის ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული მიზნები გრძელვადიან პერსპექტივაში, ასევე იმაზე, თუ რამდენად სწორი კურსი იქნა არჩეული პასუხისმგებლიანი მოქმედება
ხედვა	გ	●	●	3	<ul style="list-style-type: none"> იდეების კლასიფიცირება ეკონომიკური ღირებულება აქვს, სოციალური თუ კულტურული იდეის პოტენციალის ამოცნობა და ამ პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენების გზების მოძიება რაიმე ღირებულების შესაქმნელად

იღების შეფასება	დ	●	●	4	<ul style="list-style-type: none"> • ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული ლანდშაფტის შესწავლის გზით რაიმე ღირებულების შექმნის შესაძლებლობების იდენტიფიცირება • მოთხოვნების და გამოწვევების განსაზღვრა რომლებიც საჭიროებს დაკმაყოფილებას • ახალი კავშირების დამყარება და ზემოაღნიშნული ლანდშაფტის მიმოფანტული ელემენტების გაერთიანება რაიმე ღირებულის შესაქმნელად
ეთიკური და მდგრადი აზროვნება	ე	●	●	5	<ul style="list-style-type: none"> • მომავლის წარმოდგენა • ხედვის შემუშავება იღების მოქმედებაში მოსაყვანად • მომავლის სცენარების ვიზუალიზაცია ძალისხმევისა და მოქმედების სწორად წარსამართავად

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 5.2. სამი ლინზის მეთოდი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითო-უთელ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია სამი ლინზის მეთოდის გამოყენებით შეძლოთ იღების მდგრადი განვითარების პოტენციალის დადგენა. უპასუხეთ ქვემო მოცემულ კითხვებს:

სამი ლინზის მეთოდის გამოყენება იღების მდგრადი განვითარების პოტენციალის დასადგენად

საჭიროება

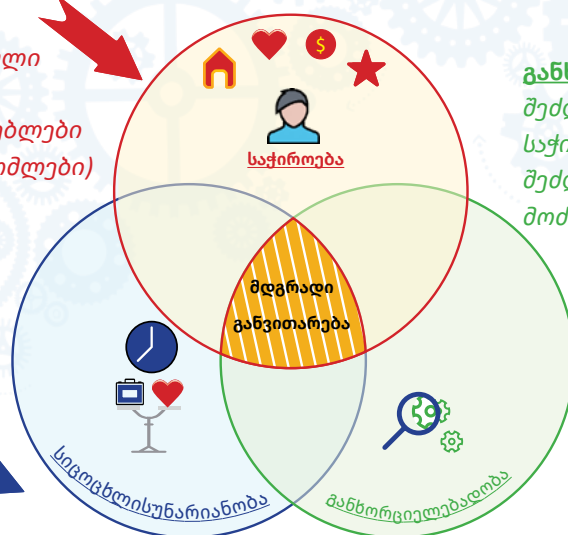
ვის სჭირდება?
(ვინ არიან დაინტერესებული მხარეები, მომხარებლები, მომწოდებლები დაქირავებული თანამშრომლები)

სიცოცხლისუნარიანობა

რამდენად იარსებებს მოთხოვნა მომავალში აღნიშნულ იდეაზე?
(ან მის საფუძველზე შექმნილ პროდუქტზე/სერვისზე)

განსორციელებადობა

შეძლებთ გაკეთებას? (გაქვთ საჭირო გამოცდილება? შეძლებთ სჭირო რესურსების მოძიებას?)



იდეის ავტორი:		
იდეის მოკლე აღწერა:		
№	კითხვა	პასუხი
1	<p>საჭიროება:</p> <p>მოკლედ აღწერეთ ვის აინტერესებს იდეის/პროდუქტის/სერვისის საჭიროება. კერძოდ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ვინ არიან დაინტერესებული მხარეები? • მომხმარებლები? • მომწოდებლები? • დაქირავებული თანამშრომლები? 	
2	<p>განხორციელებადობა:</p> <p>როგორ შეძლებთ გაკეთებას/განხორციელებას. კერძოდ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • გაქვთ საჭირო გამოცდილება? • სად მოიძიებთ საჭირო რესურსებს? 	
3	<p>სიცოცხლისუნარიანობა:</p> <p>რამდენად იარსებებს მოთხოვნა მომავალში აღნიშნულ იდეაზე? (ან მის საფუძველზე შექმნილ პროდუქტზე/სერვისზე)</p>	

სავარჯიშო 5.3. სამი ჰორიზონტის მეთოდი

შესაძლებელია შესრულდეს როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია სამი ჰორიზონტის მეთოდის გამოყენებით შეძლოთ იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალის დადგენა. უპასუხეთ ქვემოთ მოცემულ კითხვებს:

სამი ჰორიზონტის მეთოდის გამოყენება იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალის დასადგენად

2ა	რა სახის რადიკალური ეკონომიკური, პოლიტიკური, ტექნოლოგიური, სოციალური და კულტურული ცვლილებებია მოსალოდნელი?	
2ბ	რა შეიძლება გააკეთოთ, რომ ისარგებლოთ პრობლემის გადაწყვეტის ადრეული ნიშნებით? ვინ შეიძლება გახდეს თქვენი პარტნიორი?	
2გ	რა ნაბიჯები უნდა გადადგათ სასურველი მომავლის შესაქმნელად? რომელი იდეების/ პროდუქტების/ სერვისების განვითარება მიგიყვანთ სასურველ მომავალთან? როგორ მიიზიდავთ ინოვატორებსა და ადრეულ მიმდევრებს?	

შეხვედრა 6 (2.2). კვლევის ჩატარება მომხმარებლის ქცევის გასაანალიზებლად

სავარჯიშო 6-1. მომხმარებლის სეგმენტების იდენტიფიცირება დემოგრაფიული ნიშნის მიხედვით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა წინა შეხვედრებზე განხილული, ან ახალი იდეისთვის. თუ ჩამონათვალში ვერ იპოვეთ სასურველი სეგმენტი, შეგიძლიათ დაამატოთ განყოფილებაში „სხვა და სხვა“.

მომხმარებლის სეგმენტების იდენტიფიცირება დემოგრაფიული ნიშნის მიხედვით:

იდეის ავტორის სახელი და გვარი:					
იდეის დასახელება/მოკლე აღწერა:					
შემოსავლების ოდენობა	(+)	სქესის მიხედვით	(+)	რეზიდენტობის მიხედვით	(+)
დაბალი (500-ზე ნაკლები)		მდედრობითი		საქართველოს მოქალაქე	
საშუალო (500-3000)		მამრობითი		უცხო ქვეყნის მოქალაქე	
მაღალი (3000-ზე მეტი)		ყველა		ყველა	
ყველა					
ასაკის მიხედვით	(+)	სოციალური სტატუსის მიხედვით	(+)	სხვა და სხვა	(+)
ერთ წლამდე		ბადის მოსწავლე		ინტერნეტ მომხმარებელი	
1-2 წლის		სკოლის მოსწავლე (1-4 კლასი)		სმარტფონის მომხმარებელი	
3-6 წლის		საბაზო სკოლის მოსწავლე (5-9 კლასი)		სოციალური ქსელის მომხმარებელი	
6-9 წლის		საშუალო სკოლის მოსწავლე (10-12 კლასი)		ტელემაყურებელი	

10-19 წლის	აბიტურიენტი		
20-50 წლის	სტუდენტი		
50-70 წლის	დასაქმებული		
70 და მეტი	დიასახლისი		
ყველა	ყველა		

ყველაზე ხშირი მომხმარებლის ერთიანი სურათი VS მარკეტინგული კამპანია:

მომხმარებლის ერთიანი სურათი:

მარკეტინგული კამპანია:

მარკეტინგული კამპანია უნდა დაგეგმოს უმეტესად ამ სეგმენტის მომხმარებლებისთვის. კერძოდ:

სავარჯიშო 6-2. ემპათიის რუკის შედგენა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა ლექციაზე შეჩვეული მომხმარებლებიდან, გამოყავით ერთ-ერთი ყველაზე მაღალაღბათური სეგმენტის წარმომადგენელი და შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ემპათიის (თანაგრძნობის) რუკა მხოლოდ ამ მომხმარებლისთვის:

ემპათიის (თანაგრძნობის) რუკა ყველაზე დამაიმედებელი მომხმარებლისთვის:

იდეის მოკლე განმარტება და ავტორი:

The diagram is an Empathy Map shaped like a person's face, enclosed in a large envelope-like border. The face is divided into several sections with the following questions:

- Top Left (Green background):** 1. ვინ არის ეს მომხმარებელი? ასაკი, სქესი, ოჯახური მდგომარეობა, საშუალო შემოსავალი. სხვა საინტერესო დეტალები (სახელი, გვარი და ა.შ.)
- Top Right (Green background):** 2. რას საქმიანობს? სამსახური, სტუდენტის შემთხვევაში სასწავლო პროგრამა, სასწავლებელი
- Center (Yellow face):** 7. რას ფიქრობს? (იდეასთან კავშირში)
 - რა აწუხებს?
 - რა მოლოდინი აქვს?
 - რას ფიქრობენ მასზე, რა ამოტივირებს მის ქცევას
- Bottom (Green background):** 5. რას აკეთებს? (იდეასთან კავშირში)
- Left Side (Green background):** 6. რა ესმის? (იდეასთან კავშირში)
- Right Side (Green background):** 3. რას ხედავს? (იდეასთან კავშირში)
- Bottom Right (Green background):** 4. რას ამბობს? (იდეასთან კავშირში)

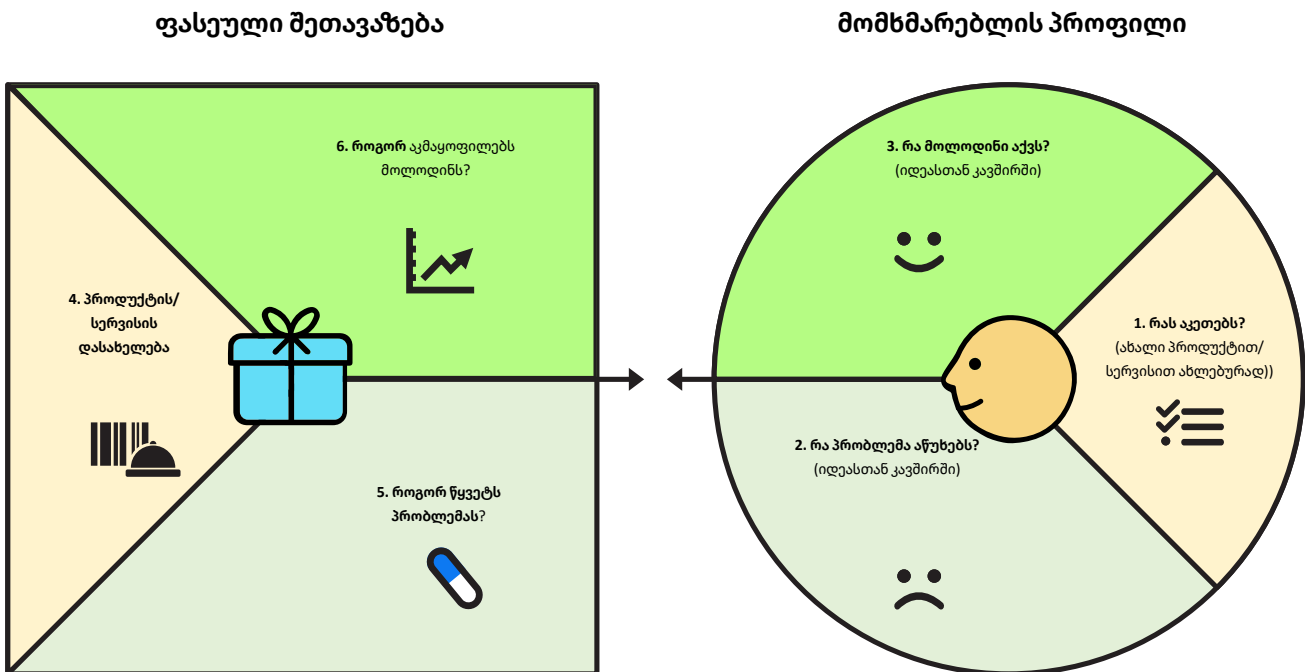
There are horizontal lines provided for writing answers to each question.

სავარჯიშო 6-3. ღირებულების რუკის შედგენა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა ლექციაზე თითოეული იდეისთვის შერჩეული ყველაზე მაღალაღბათური მომხმარებლისთვის შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ღირებულების რუკა:

ღირებულების რუკა ყველაზე დამაიმედებელი მომხმარებლისთვის:

იდეის მოკლე განმარტება და ავტორი:



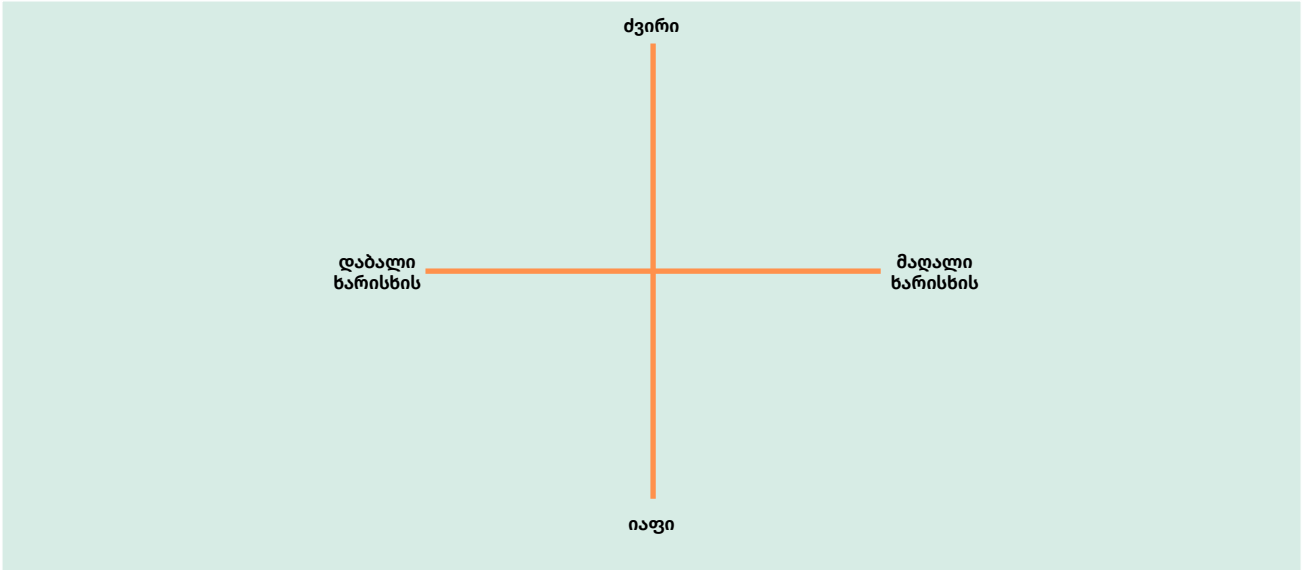
■ შეხვედრა 7 (2.3). საჭიროების/ბაზრის კვლევა

სავარჯიშო 7-1. კონკურენტების რუკის შედგენა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა შეხვედრებზე განხილული ან ახალი იდეისთვის შეავსეთ ქვემოთ მოცემული კონკურენტების რუკა. თითოეული კონკურენტისთვის დასვით წერტილი ფასისა და ხარისხის შესაბამის ადგილზე და ამ წერტილს დააწერეთ კონკურენტის დასახელება. მას შემდეგ, რაც თქვენთვის საინტერესო ყველა კონკურენტის შესაბამის წერტილს დასვამთ, დასვით წერტილი თქვენი იდეისთვის, თუ როგორი ხარისხის იქნება იდეის საფუძველზე შექმნილი პროდუქტი/სერვისი და რა იქნება მისი ფასი. აღნიშნული სავარჯიშოს მიზანია ვიზუალურად დაინახოთ მთავარი მსგავსება და განსხვავება კონკურენტებთან მიმართებაში.

კონკურენტების რუკა ფასისა და ხარისხის მიხედვით

იდეის მოკლე განმარტება და ავტორი:



სავარჯიშო 7.2. კონკურენტების ანალიზი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა შეხვედრებზე განხილული ან ახალი იდეისთვის შეავსეთ ქვემოთ მოცემული კონკურენტების ანალიზის ფორმა. კერძოდ, ჩაწერეთ თქვენთვის ყველაზე საყურადღებო 2-3 კონკურენტის დასახელება და თითოეული კონკურენტის 2-5 ძლიერი და 2-5 სუსტი მხარე:

კონკურენტების ანალიზის ფორმა

იდუის ავტორი:					
იდუის მოკლე აღწერა:					
N	კონკურენტის დასახელება	ძლიერი მხარეები		სუსტი მხარეები	
1		1		1	
		2		2	
		3		3	
		4		4	
		5		5	
2		1		1	
		2		2	
		3		3	
		4		4	
		5		5	

3	1	1
	2	2
	3	3
	4	4
	5	5

სავარჯიშო 7.3. პროდუქტის/სერვისის ოპტიმიზაცია ბაზრის საჭიროებებზე

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა სავარჯიშოს დროს განხილული იდეისთვის შეავსეთ პროდუქტის/სერვისის ოპტიმიზაციის ფორმა:

პროდუქტის/სერვისის ოპტიმიზაცია ბაზრის საჭიროებებზე

იდეის ავტორი:			
იდეის მოკლე აღწერა:			
N	ძლიერი მხარეები	N	სუსტი მხარეები
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	
6		6	
7		7	
8		8	
9		9	
10		10	

შეხვედრა 8 (2.4). პერიული იდუის ოპტიმალური სამომავლო პოტენციალის დადგენა

სავარჯიშო 8.1. იდუის განსახორციელებლად საჭირო რესურსები (სავარაუდო ძირითადი საშუალებების, ხარჯებისა და დაფინანსების წყაროების იდენტიფიცირება)

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). აღნიშნული სავარჯიშოს მიზანია მოახდინოთ იდუის განსახორციელებლად საჭირო სავარაუდო ძირითადი საშუალებების, ხარჯებისა და მათი თავდაპირველი დაფინანსების წყაროების იდენტიფიცირება.

სავარაუდო ძირითადი საშუალებები, ხარჯები და დაფინანსების წყაროები

იდუის ავტორი:	
იდუის მოკლე აღწერა:	

9. ხარჯების სტრუქტურა (ძირითადი საშუალებები)

(რა ხარჯებს უკავშირდება იდუის განხორციელება და როგორ მოახდენთ ძირითადი საშუალებების თავდაპირველ დაფინანსებას)

სავარაუდო ძირითადი საშუალებების ჩამონათვალი (კომპიუტერი, პრინტერი, მაგიდა, სკამი და ა.შ.)

ძირითადი საშუალებების შეძენასთან დაკავშირებული სავარაუდო ხარჯები (ლარში)

ძირითადი საშუალებების შესაძენად დაფინანსების სავარაუდო წყაროები (დანაზოგი; გრანტი; კომერციული სესხი და ა.შ.):

№	ძირითადი საშუალების დასახელება	სავარაუდო ხარჯი	დაფინანსების სავარაუდო წყარო
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			

12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
ბიზნესის დასაწყებად საჭირო მთლიანი ხარჯი:			ლარი

სავარჯიშო 8.2. იდეის პრაქტიკული განხორციელება (სავარაუდო საბრუნავი საშუალებებისა და ხარჯების იდენტიფიცირება).

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანალებ 3 წევრი). აღნიშნული სავარჯიშოს მიზანია მოახდინოთ წინა სავარჯიშოს დროს განხილული იდეის წარმატებით განსახორციელებლად საჭირო საბრუნავი საშუალებების (ყოველთვიური ხარჯების) იდენტიფიცირება:

სავარაუდო საბრუნავი საშუალებები და ხარჯები №1 იდეისთვის:

იდეის ავტორი:	
იდეის მოკლე აღწერა:	

9. ხარჯების სტრუქტურა (საბრუნავი საშუალებები)

(რა ხარჯებს უკავშირდება იდეის განხორციელება და როგორ მოახდენთ საბრუნავი საშუალებების თავდაპირველ დაფინანსებას)

სავარაუდო მასალა/ნედლეული (მაგალითად, რამენი ლარს შეადგინს თვეში საწვავი ან/და კომუნალური მომსახურების ხარჯი)

სავარაუდო ადამიანური რესურსი (რამდენი დაგეხარჯებათ თანამშრომელთა ხელფასებზე თვეში)

სავარაუდო კომერციული ფართის იჯარა (რამდენი დაგეხარჯებათ კომერციული ფართის იჯარისთვის თვეში)

№	საბრუნავი საშუალება	სავარაუდო ხარჯი	დაფინანსების სავარაუდო წყარო
1			

2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
ბიზნესის საერთო ხარჯი თვეში			ლარი

სავარჯიშო 8-3. განვითარების ეფექტურობის გასაზომი ინსტრუმენტების იდენტიფიცირება

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). აღნიშნული სავარჯიშოს მიზანია მოახდინოთ იდეის განვითარების ეფექტურობის გასაზომი მაჩვენებლების იდენტიფიცირება. სავარჯიშო სრულდება წინა შეხვედრებზე განხილული ან ახალი იდეისთვის. ქვემოთ მოცემულ ფორმაში მიუთითეთ ინსტრუმენტები, რომლებმაც შესაძლოა გიჩვენოთ ამ იდეის განვითარების ეფექტურობა:

ეფექტიანობის ძირითადი ინდიკატორები

იდეის ავტორი:	
იდეის მოკლე აღწერა:	

8. ძირითადი მაჩვენებლები

(რა მაჩვენებლებით მიხვდებით რამდენად ეფექტურად ვითარდება იდეა)

თავი III. იღუბის გენეჩინება, განვითარება და შუფასება

■ შხხვედრა 9 (3.1). იღუის შუფასებისა და განვითარების ინსტრუმენტები

სავარჯიშო 9.1. იღუების შუფასება ეკონომიკური, სოციალური და კულტურული ღირებულებების მიხედვით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ჩაწერეთ იღუა, რომელშიც ისურვებდით ბიზნესის გაკეთებას. იღუის გასწვრივ ჩაწერეთ მოკლე განმარტება, თუ რა შესაძლო ეკონომიკური, სოციალური ან/და კულტურული ღირებულება აქვს იღუას და რატომ. ბოლო სვეტში, თითოეული ღირებულების გასწვრივ ჩაწერეთ 1-10 ქულამდე (10 ნიშნავს უფრო მნიშვნელოვანს), იმის მიხედვით, თუ რომელი ღირებულებაა ამ იღუის განსახორციელებლად ყველაზე მნიშვნელოვანი.

იღუის შუფასების ინტრუმენტი:

იღუის ავტორი:			
იღუის დასახელება/ მოკლე განმარტება:			
N	ღირებულება	რა შესაძლო ღირებულებები აქვს იღუას და რატომ	რამდენად მნიშვნელოვანია ეს ღირებულება იღუის განსახორციელებლად (1-10 ქულა)
1	ეკონომიკური		
2	სოციალური		
3	კულტურული		

სავარჯიშო 9.2. იდეების შეფასება SWOT ანალიზის მიხედვით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა, წინა სავარჯიშოს დროს განხილული თითოეული იდეისთვის ცალკ-ცალკე. სავარჯიშოს მიზანია გამოიკვეთოს იდეა, რომელთან მიმართებაშიც ყველაზე მეტი ძლიერი მხარე აქვს გუნდს ან/და ყველაზე მეტი შესაძლებლობა არსებობს ამ მიმართულებით.

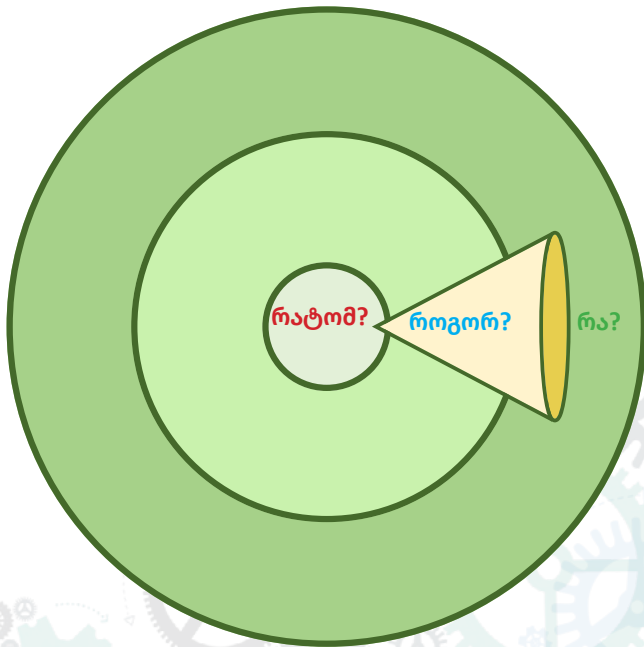
SWOT ანალიზი:

იდეის ავტორი: იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:			
შიდა ფაქტორები	S - ძლიერი მხარეები	W - სუსტი მხარეები	
გარე ფაქტორები	O - შესაძლებლობები		T - საფრთხეები

სავარჯიშო 9.3. საიმონ სინეკის „ოქროს წრეების“ VS მისია და ხედვა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია იდეის განვითარება. გთხოვთ, ქვემოთ მოცემული ფორმა შეავსოთ წინა სავარჯიშოს დროს განხილულ, ან ახალ იდეაზე შემდეგი წესების დაცვით. გუნდის წევრები იყოფენ როლებს - ერთი არის მეოცნებე, ერთი რეალისტი, ხოლო ერთიც კრიტიკოსი:

- **მეოცნებე** - ეძებს გადაწყვეტილებებს ყოველგვარი შეზღუდვების გარეშე.
- **კრიტიკოსი** - ეძებს სისუსტეებს რეალისტის წინადადებებში.
- **რეალისტი** - განიხილავს იდეებს მათი განხორციელების რეალურობის თვალსაზრისით.



ბიზნესის დასახელება

რატომ?

(რატომ არსებობს იდეა/ბიზნესი? იგულისხმება ბიზნესის მისია და ხედვა. მისიის განსაზღვრას გაგიადვილებთ თუ თავდაპირველად ჩამოაყალიბებთ ხედვას, ხოლო შემდეგ მისიას)

მისია:

ხედვა:

როგორ?

(როგორ იქმნება პროდუქტი/სერვისი)

რა?

(პროდუქტი/სერვისის დასახელება/აღწერა)

ოქროს წრეები (საიმონ სინეკის მეგაფონი):

■ მხევედრა 10 (3.2). მარკეტინგული საშუალებები

სავარჯიშო 10.1. პირდაპირი კომუნიკაციის საშუალებები

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ ჩამოთვლილი პირდაპირი კომუნიკაციის რომელ საშუალებას გამოიყენებთ თქვენი იდეის/პროდუქტის/სერვისის მარკეტინგული კამპანიისთვის? რატომ? როგორ?

პირდაპირი კომუნიკაციის საშუალებები

იდეის ავტორი:			
იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:			
N	დასახელება	მონიშნეთ (+)	მოკლედ აღწერეთ რატომ ან/და როგორ
1	იშეილ მარკეტინგი		
2	სატელეფონო მარკეტინგი		
3	მოკლე ტექსტური შეტყობინება		
4	პირდაპირი რეკლამა და გაყიდვა (ონლაინ რეკლამა)		
5	პირდაპირი საფოსტო გზავნილი		

სავარჯიშო 10-2. არაპირდაპირი კომუნიკაციის საშუალებები

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ ჩამოთვლილი არაპირდაპირი კომუნიკაციის რომელ საშუალებას გამოიყენებთ თქვენი იდეის/პროდუქტის/სერვისის მარკეტინგული კამპანიისთვის? რატომ? როგორ?

არაპირდაპირი კომუნიკაციის საშუალებები

იდეის ავტორი:			
იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:			
N	დასახელება	მონიშნეთ (+)	მოკლედ აღწერეთ რატომ ან/და როგორ
1	სოც-მედია მარკეტინგი		
2	SEO და ლინკ ბილდინგი		
3	ინფლუენსერ მარკეტინგი		
4	ლოიალობის პროგრამები		
5	მიმონილვები		
6	სპონსორობა და პრო- დუქტის განთავსება		

სავარჯიშო 10-3. გარე სარეკლამო საშუალებები

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ ჩამოთვლილი გარე სარეკლამო საშუალებებიდან, რომელ საშუალებას გამოიყენებთ თქვენი იდეის/პროდუქტის/სერვისის მარკეტინგული კამპანიისთვის? რატომ? როგორ?

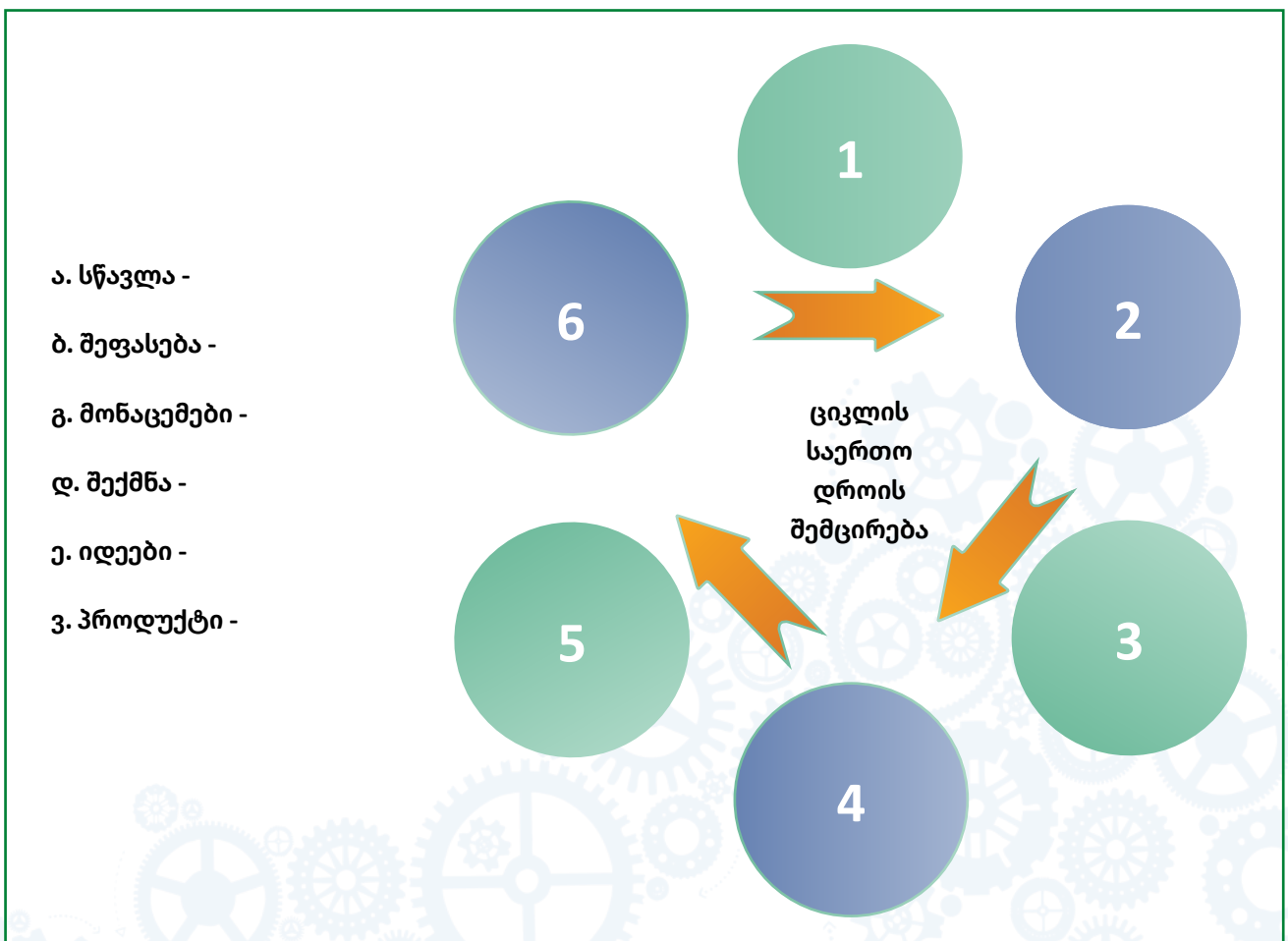
გარე სარეკლამო საშუალებები

იდეის ავტორი:			
იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:			
N	დასახელება	მონიშნეთ (+)	მოკლედ აღწერეთ რატომ ან/და როგორ
1	ბილბორდები და ბანერები		
2	ჩვენება გაყიდვის წერტილზე (POS Displays)		
3	რეკლამა ქუჩის ავეჯზე		
4	ტრანზიტული რეკლამა		
5	მობილური ბილბორდები		
6	პარტიზანული გარე რეკლამა (Guerrilla Advertising Outdoors)		

შეხვედრა 11 (3.3). მინიმალური სიცოცხლისუნარიანობის პროდუქტის/სერვისის პროტოტიპის შექმნა

სავარჯიშო 11.1. ლინ-სტარტაპ მეთოდოლოგია

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემულ ფოტოზე, ქართული ანბანით დანომრილ სიტყვებს მიუწერეთ ლინ-სტარტაპ მეთოდოლოგიის მიხედვით გათვალისწინებული თანმიმდევრობა ფოტოს მარჯვენა მხარეს მოცემული წრეების შესაბამისად. პასუხების ცხრილში გადაიტანეთ არანაკლებ 5 სწორი ვარიანტი. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.



პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					

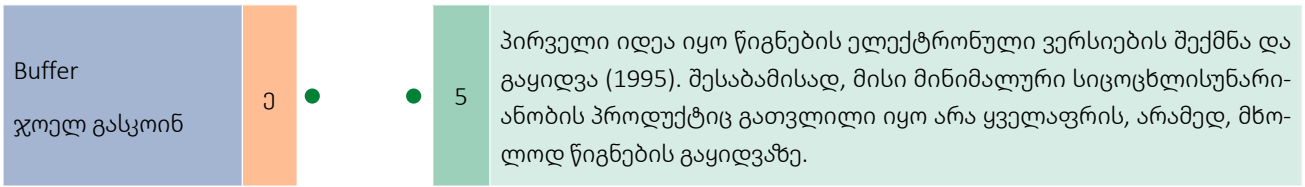
სავარჯიშო 11.2. მინიმალური სიცოცხლისუნარიანობის პროდუქტი (მსპ/MVP)

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). მინიმალური სიცოცხლისუნარიანობის პროდუქტის მაგალითებთან დაკავშირებით, ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 4 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში მითითებული ინფორმაცია.



სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი

Dropbox დრიუ ჰიუსტონი, არაშ ფერდოუსი	ა	● ●	1 საშუალებას იძლევა დაგეგმო პოსტები თითქმის ყველა სოციალური ქსელისთვის. განუთვნილია ძირითადად სოც-მედია მენეჯერებისთვის. დამფუძნებლის იდეა იყო, 2011 წელს შეექმნათ მსპ ისე, რომ მომხმარებლებს შეძლებოდათ დაეტოვებინათ თავიანთი ელ-ფოსტა სასურველი შეთავაზების ქვემოთ. მოგვიანებით უკავშირდებოდნენ მომხმარებლებს და კითხვებოდნენ აზრს, თუ როგორი უნდა ყოფილიყო პლატფორმა, რომელიც საშუალებას მისცემდათ სხვადასხვა სოციალური ქსელის აქტივობები ერთი ადგილიდან ეკონტროლებინათ.
Zappos ნიკ სუინმერნი	ბ	● ●	2 თავდაპირველი დასახელება იყო Facemash (2003), ხოლო მოგვიანებით - Thefacebook (2004). სწორედ ამ დასახელებით გავრცელდა მისი მსპ ოთხ უნივერსიტეტში - ჰარვარდი, სტენფორდი, კოლუმბია და იელი.
Facebook მარკ ცუკერბერგი, ედუარდო სავერინი, დასტინ მასკოვიჩი, კრის ჰიუზი	გ	● ●	3 ფეხსაცმელების ერთ-ერთი პირველი ონლაინ მაღაზია. 1999 წელს, მისმა დამფუძნებელმა ნიკ სუინმერნმა შემოიარა ფეხსაცმლის მაღაზიები, გადაუღო სურათები მათ პროდუქციას და განათავსა ვებ-გვერდზე www.ShoeSite.com. როდესაც მომხმარებლისგან მიიღებდა შეკვეთას ფეხსაცმლის რომელიმე მოდელზე, მიდიოდა ამ ფეხსაცმლის მაღაზიაში, ყიდულობდა და აგზავნიდა მომხმარებელთან. ასეთი ვებ გვერდის დამზადება გაცილებით იაფი ჯდება, ვიდრე ყველა იმ ფეხსაცმლის ყიდვა, რომლის სურათიც იქ იყო განთავსებული. ამ მსპ-ის დახმარებით კომპანიამ უამრავ კითხვას გასცა პასუხი მომხმარებლის საჭიროებებთან დაკავშირებით, მათ შორის, როგორ მოეხდინა ფეხსაცმლის ამოცვლა ან უკან დაბრუნება, თუ მაგალითად ის არ მოერგებოდა მყიდველს. ეს მიდგომა გახდა კომპანიის შემდგომი წარმატების საფუძველი. 2009 წელს, ზაპოსი ამაზონმა 1.2 მილიარდ დოლარად შეიძინა.
Amazon ჯეფ ბეზოსი	დ	● ●	4 კომპანიის იდეა მდგომარეობდა იმაში რომ მომხმარებლებს ჰქონოდათ ერთი ფოლდერთან წვდომა ყველა ინტერნეტ მოწყობილობიდან. მათი მსპ იყო მხოლოდ სერვისის სადემონსტრაციო, უმარტივესი, 3 წუთიანი ვიდეო ანიმაცია. ვიდეოში ნაჩვენებია სერვისის მთავარი ფუნქციები, თუ როგორ ამარტივებს ყოველდღიურობას ეს იდეა. აღნიშნული ვიდეოს მეშვეობით მოხდა იდეის განსახორციელებლად საჭირო პირველი ინვესტიციის მოზიდვა კომპანიამ.



პასუხების ცხრილი:

დავალეზა	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					

სავარჯიშო 11.3. მსპ(MVP)-ის დაგეგმვა და შექმნა (გამყიდველი გვერდი)

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული პირველი ფორმის გამოყენებით, დაგეგმეთ თქვენი იდეის შესაბამისი მსპ(MVP), ხოლო მეორე ფორმის გამოყენებით შექმენით იდეის შესაბამისი გამყიდველი გვერდი. მეორე ფორმის თავისუფალი ველები შეავსეთ თქვენი შეხედულებებისამებრ. მეორე ფორმის ლოგოს ველში შეგიძლიათ ჩახატოთ თქვენი ლოგოს თავდაპირველი ვარიანტი.

ფორმა 1. მსპ(MVP)-ის დაგეგმვა

იდეის ავტორი:	
იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:	
მონიშნეთ მსპ-ის რომელი ტიპი შეესაბამება თქვენს იდეას:	<p>სადემონსტრაციო ვიდეო (Demo video)</p> <p>„ჯადოსნური“ მსპ (Wizard of Oz MVP)</p> <p>გამყიდველი გვერდი (landing page)</p> <p>პლატფორმა მინიმალური ფუნქციონალით</p> <p>სხვა</p>
მინიმალური მახასიათებლები მსპ-ის მინიმალური ფუნქციების აღწერა	საბოლოო მახასიათებლები საბოლოო პროდუქტის ფუნქციების აღწერა

სიცოცხლისუნარიანობისთვის საკმარისი მახასიათებლები
მინიმალური მახასიათებლებიდან, მინიმალური სიცოცხლისუნარიანობისთვის საკმარისი ფუნქციები

№	კითხვა	თქვენი პასუხი
1	ვინ არიან მსპ-ის ადრეული მომხმარებლები?	
2	რა ფასეულ შეთავაზებას უკეთებთ მომხმარებელს მსპ-ით?	
3	როგორ მიაწვდით მსპ-ს მომხმარებელს?	
4	როგორ აპირებთ მომხმარებლისგან უკუკავშირის მიღებას და პასუხის გაცემას?	
5	რას ემსახურება მსპ - მომხმარებლის საჭიროების გადაწყვეტას თუ უბრალოდ ახალი იდეის გავრცელებას?	
6	მოკლედ აღწერეთ თქვენი მსპ-ის ტესტირების პროცესის სცენარი, დასაწყისიდან დასასრულის ჩათვლით	
7	რის გაზომვას აპირებთ - ყიდვის დილაკზე დაწკაპების? ვებ გვერდზე ვიზიტორთა რაოდენობის? თუ უბრალოდ „ლაიქების“ და კომენტარების რაოდენობის?	
8	რა კრიტერიუმებით მიხვდებით, რომ მსპ-მა წარმატებით გაართვა თავი ამოცანას?	

ფორმა 2. გამყიდველი გვერდის შექმნა

იღის ავტორი:	
იღის დასახელება/ მოკლე განმარტება:	

WWW.

თქვენი ვებ გვერდი



თქვენი ლოგო

უნიკალური სავაჭრო წინადადება



ვის გამოადგება

თავისუფალი ველი 1
თავისუფალი ველი 2
თავისუფალი ველი 3

შეკვეთა

მისამართი:
 მობილური:
 საშუალო საათები:
 @2022,By

**მეხვედრა 12 (3.4). ინფორმაციის შეგროვება მსკ(MVP)-ის/პროტოტიპის გასა-
უმჯობესებლად**

სავარჯიშო 12.1. მსკ/MVP-ის ტესტირება და უკუკავშირის მიღება

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია რეალურ გარემოში, რეალურ მომხმარებლებს გააცნოთ თქვენი იდეა და მიიღოთ მათგან უკუკავშირი, თუ რის შეცვლას/გაუმჯობესებას ისურვებდნენ სამომავლოდ. ამისათვის გააკეთეთ წინა სავარჯიშოს დროს მომზადებული „გამყიდველი გვერდის“ პრეზენტაცია და სთხოვეთ ყველა სტუდენტს შეავსონ ქვემოთ მოცემული უკუკავშირის ფორმა:

უკუკავშირის მიღების ინსტრუმენტი

იდეის აღწერა:						
№	მომხმარებლის სახელი, გვარი	რამდენად წყვეტს პრობლემას? 1-5 ქულა (5 საუკეთესო)	იოლად შეძლებთ შეძენას? 1-5 ქულა (5 საუკეთესო)	რამდენად მისაღებია ფასი? 1-5 ქულა (5 საუკეთესო)	დააწვებით შეკვეთის დილაკს? 1- დიახ 0 - არა	გთხოვთ გვირჩიოთ, რა შევცვალოთ ან გავაუმჯობესოთ სამომავლოდ?
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
ჯამი:						

სავარჯიშო 12.2. უკუკავშირის ანალიზი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია მსპ-ის ტესტირების შედეგების ანალიზი, რის საფუძველზეც მოახდენთ პროდუქტის სამომავლო სრულყოფას. უკუკავშირის განალიზებაში დაგეხმარებათ ქვემოთ მოცემული ფორმა:

იდეის ავტორი:		
იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:		
მონიშნეთ მსპ-ის რომელი ტიპი შეესაბამება თქვენს იდეას:		<p>სადემონსტრაციო ვიდეო (Demo video)</p> <p>„ოზის ჯადოქარი“ მსპ (Wizard of Oz MVP)</p> <p>გამყიდველი გვერდი (landing page)</p> <p>პლატფორმა მინიმალური ფუნქციონალით</p> <p>სხვა</p>
№	კითხვა	გადმოიტანეთ 12.1 დანართის ჯამური მონაცემები
1	რამდენად წყვეტს იდეა პრობლემას?	
2	რამდენად იოლია შექმნა?	
3	რამდენად მისაღებია ფასი?	
4	რამდენი დააწვა შეკვეთის დილაქს?	
5	რა რჩევები მიიღეთ შეცვლასთან და გაუმჯობესებასთან დაკავშირებით?	

სავარჯიშო 12.3. მსპ/MVP-ის განახლება

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია მიიღოს ამ ორიდან ერთ-ერთი გადაწყვეტილება - შეინარჩუნოს კურსი თუ გადაუხვიოს გზიდან? გადაწყვეტილების მიღებაში დაგეხმარებათ ქვემოთ მოცემული ფორმა:

მსპ/MVP-ის განახლების ინსტრუმენტი

იდეის ავტორი:		
იდეის დასახლება/მოკლე განმარტება:		
მონიშნეთ მსპ-ის რომელი ტიპი შეესაბამება თქვენს იდეას:	<p>სადემონსტრაციო ვიდეო (Demo video)</p> <p>„ოზის ჯადოქარი“ მსპ (Wizard of Oz MVP)</p> <p>გამყიდველი გვერდი (landing page)</p> <p>პლატფორმა მინიმალური ფუნქციონალით</p> <p>სხვა</p>	
№	კითხვა	თქვენი პასუხი
1	ტესტირების შედეგებზე დაყრდნობით, როგორია თქვენი შემდგომი ნაბიჯები? კურსს ინარჩუნებთ თუ გზიდან უხვევთ? გაჩერებას ხომ არ აპირებთ ამ მიმართულებით? რატომ?	
2	რას გააკეთებთ სხვანაირად მომავალში?	
3	დარწმუნებული ხართ, რომ სწორად იქნა შერჩეული მსპ-ის ტიპი? სხვა რომელ ტიპს შეარჩევდით?	

■ მენეჯერა 13 (3.5). იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალის დადგენა

სავარჯიშო 13.1. ლინ-კანვა VS იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა შეხვედრისას განხილული ერთ-ერთი იდეისთვის შეადგინეთ ლინ-კანვა ქვემოთ მოცემული ფორმის გამოყენებით:

<p>იდეის ავტორი: სახელი და გვარი, პროფესია ან პროგრამა რომელზედაც სწავლობს, სასწავლებლის დასახელება</p>	
<p>იდეის მოკლე აღწერა: რა შეიძლება იყოს იდეის დასახელება (არსი), ეკონომიკური, სოციალური ან/და კულტურული ღირებულება</p>	
<p>1. პრობლემა რა პრობლემები არსებობს (1-3 პრობლემა)</p> <p>არსებული ალტერნატივები ჩამოთვლილი პრობლე- მების რა ალტერნატიული გადაწყვეტა არსებობს (1-3 ალტერნატივა)</p>	<p>2. გადაწყვეტა როგორ წყვეტს ჩამოთვლილ პრობლემებს იდეა</p>

სავარჯიშო 13.2. ბიზნეს-კანვა VS იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა შეხვედრისას განხილული იდეისთვის შეადგინეთ ბიზნეს-კანვა ქვემოთ მოცემული ფორმის გამოყენებით:

<p>იდეის ავტორი: სახელი და გვარი, პროფესია ან პროგრამა რომელზედაც სწავლობს, სასწავლებლის დასახელება</p>	
<p>იდეის მოკლე აღწერა: რა შეიძლება იყოს იდეის დასახელება (არსი), ეკონომიკური, სოციალური ან/და კულტურული ღირებულება</p>	
<p>1. პარტნიორები (ვინ არიან ბიზნესის პარტ- ნიორები)</p>	<p>2. ძირითადი საქმიანობა (რა ძირითად საქმიანობას ეწევა ბიზნესი)</p>
<p>8. ძირითადი რესურსები (რა რესურსებია საჭირო ფასეული შეთავაზების შესაქმნელად)</p>	

სავარჯიშო 13-3. მიზნები/ამოცანები და მათი განხორციელების სამოქმედო გეგმა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული სამოქმედო გეგმა ადრე განხილული ან ახალი იდეისთვის:

მიზნები/ამოცანები და მათი განხორციელების სამოქმედო გეგმა

იდეის ავტორი:														
იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:														
№	მიზნები და ამოცანები	ერთწლიანი გეგმა თვეების მიხედვით მონიშნეთ (+) რომელ ამოცანას რომელ თვეში შეასრულებთ												ინდიკატორები რა შემთხვევაში ჩაითვლება ამოცანა შესრულებულად?
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
მიზანი 1:														
	ამოცანები													
	1.1													
	1.2													
	1.3													
მიზანი 2:														
	2.1													
	2.2													
	2.3													
მიზანი 3:														
	3.1													
	3.2													
	3.3													

თავი IV. ბიზნესის დაგეგმვა

■ მუხვი 14 (4.1). ბიზნესის რეგისტრაცია

სავარჯიშო 14.1. ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის შერჩევა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის არჩევასთან დაკავშირებით:

ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა

იდეის ავტორი:

იდეის მოკლე განმარტება:

აირჩიეთ ორგანიზაციულ სამართლებრივი ფორმა	რატომ აირჩიეთ ეს ფორმა
ინდივიდუალური მეწარმე შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს) სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს) კომანდიტური საზოგადოება (კს) სააქციო საზოგადოება (სს, კორპორაცია) კოოპერატივი	


სავარჯიშო 14.2. ბიზნესის შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმის/სტატუსის შერჩევა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა ბიზნესის შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმის/სტატუსის არჩევასთან დაკავშირებით:

ბიზნესის შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმი/სტატუსი

იდეის ავტორი:

იდეის მოკლე განმარტება:

საჭიროების შემთხვევაში მონიშნეთ ბიზნესის შეღავათიანი სტატუსი	დამხმარე რესურსის ლინკი / QR კოდი	რატომ აირჩიეთ ეს სტატუსი
მიკრო ბიზნესი მცირე ბიზნესი ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელი	შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმები/სტატუსები 	

სავარჯიშო 14.3. ადგილმდებარეობის შერჩევა და ლიცენზიის/ნებართვის საჭიროების დადგენა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმები ბიზნესის ადგილმდებარეობის შერჩევასთან და ლიცენზიების/ნებართვების საჭიროების დადგენასთან დაკავშირებით:

იღის ავტორი:

იღის მოკლე განმარტება:

ბიზნესის ადგილმდებარეობა:

სად უნდა მდებარეობდეს ბიზნესი საქსის ეტაპზე	რატომ აირჩიეთ ეს ადგილი

ლიცენზიები/ნებართვები:

საჭიროებს თუ არა თქვენი საქმიანობა ლიცენზიას ან ნებართვას	დამხმარე რესურსის ლინკი/QR კოდი	თუ აირჩიეთ - „საჭიროებს“ - დააზუსტეთ ლიცენზიის/ნებართვის დასახელება
<p>ლიცენზია:</p> <p>საჭიროებს</p> <p>არ საჭიროებს</p>	<p>საქართველოს კანონი ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ</p> 	
<p>ნებართვა:</p> <p>საჭიროებს</p> <p>არ საჭიროებს</p>		

■ მენივდრა 15 (4.2). PESTLE ანალიზი

სავარჯიშო 15.1. პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემოს ანალიზი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემოს ანალიზთან დაკავშირებით:

PESTLE - პოლიტიკური და ეკონომიკური გარემო

იღის ავტორი:

იღის მოკლე განმარტება:

კითხვები	პასუხი	კომენტარი
პოლიტიკური გარემო		
ქვეყანაში მხარდაჭერილია თუ არა თავისუფალი ბაზრის ეკონომიკური პოლიტიკა?	დიახ არა	
ბიზნესის რეგისტრაცია იოლია თუ არა ქვეყანაში?	დიახ არა	
ეკონომიკური გარემო		
მოქმედებს თუ არა ვალუტის კურსის ცვალებადობა თქვენ საქმიანობაზე?	დიახ არა	
ადვილია თუ არა ნახოთ ისეთი თანამშრომელი, რომელიც ფლობს თქვენი სფეროსთვის აუცილებელ უნარებს?	დიახ არა	

სავარჯიშო 15.2. სოციალური და ტექნოლოგიური გარემოს ანალიზი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა სოციალური და ტექნოლოგიური გარემოს ანალიზთან დაკავშირებით:

PESTLE - სოციალური და ტექნოლოგიური გარემო

იდეის ავტორი:

იდეის მოკლე განმარტება:

კითხვები	პასუხი	კომენტარი
სოციალური გარემო		
მოქმედებს თუ არა თქვენ საქმიანობაზე დემოგრაფიული სიტუაციის შეცვლა (ბავშვების რაოდენობის ზრდა, მიგრაცია, ემიგრაცია და ა.შ.)?	დიახ არა	
როგორც წესი, მომხარებელი სოციალურად უფრო გათვითცნობიერებული ხდება და ითხოვს ეკოლოგიურად უფრო სუფთა პროდუქტს. ახდენს თუ არა ეს გარემოება გავლენას თქვენს საქმიანობაზე?	დიახ არა	
ტექნოლოგიური გარემო		
შეცვლის თუ არა ტექნოლოგიური პროგრესი თქვენს სფეროში მომხმარებლებთან, მომწოდებლებთან და თანამშრომლებთან ურთიერთობის წესს?	დიახ არა	
ხომ არ იმყოფება თქვენი წარმოება ან მომსახურების გაწევა ტექნოლოგიური დაძველების საშიშროების ქვეშ - მალე ხომ არ განდება გამოუსადეგარი იმის გამო, რომ იქმნება უფრო იაფი პროდუქტი/სერვისი?	დიახ არა	
ახალი საბანკო პროდუქტების გამოჩენა დადებითად მოქმედებს თქვენ საქმიანობაზე?	დიახ არა	

სავარჯიშო 15.3. სამართლებრივი და სხვა გარე ფაქტორების ანალიზი

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითო-ეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა სამართლებრივი და სხვა გარე ფაქტორების ანალიზთან დაკავშირებით:

PESTLE - სამართლებრივი და სხვა გარე ფაქტორები

იდეის ავტორი:

იდეის მოკლე განმარტება:

კითხვები	პასუხი	კომენტარი
სამართლებრივი გარემო		
ხომ არ არის მოსალოდნელი რაიმე ლიცენზიის ან/და ნებართვის შემოღება თქვენ დარგში?	დიახ არა	
დამსაქმებელთა ან/და მომხმარებელთა დამცავი კანონები ხომ არ იცვლება და ხადენს თუ არა ეს ცვლილება გავლენას თქვენს საქმიანობაზე?	დიახ არა	
ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის კანონი ხომ არ იცვლება და ახდენს თუ არა ეს ცვლილება გავლენას თქვენს საქმიანობაზე?	დიახ არა	
სხვა გარე ფაქტორები		
ნახშირბადის ოდენობის ზრდა ეხება თუ არა თქვენ საქმიანობას და როგორ ფიქრობთ შემცირებას?	დიახ არა	
კლიმატის ცვლილების პრობლემა ეხება თუ არა თქვენ საქმიანობას და როგორ ფიქრობთ შემცირებას?	დიახ არა	
სუფთა წყლის მარაგის შენარჩუნება ეხება თუ არა თქვენს საქმიანობას?	დიახ არა	

■ შეხვედრა 16 (4.3). მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება

სავარჯიშო 16.1. ადრეული მომხმარებლების იდენტიფიცირება

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა შეხვედრისას განხილული ერთ-ერთი იდეისთვის, ან ახალი იდეისთვის:

1. ადრეული მომხმარებლების ნაწილში ჩაწერეთ ვინ არიან თქვენი იდეის თავდაპირველი მომხმარებლები - ენთუზიასტები და ადრეული მიმდევრები.
2. მომხმარებელთა სეგმენტების ნაწილში ჩაწერეთ იდეის სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი მომხმარებლის სეგმენტი

მომხმარებლის სეგმენტების იდენტიფიცირება ლინ-კანვას გამოყენებით

იდეის ავტორი:	
იდეის მოკლე აღწერა:	

3. მომხმარებელთა სეგმენტები

(ვისთვის ემნით ფასეულ შეთავაზებას, ვინ არიან იდეის მნიშვნელოვანი მომხმარებლები)

ადრეული მომხმარებლები

(ვინ არიან თქვენი იდეის ყველაზე ადრეული მომხმარებლები - ენთუზიასტები და ადრეული მიმდევრები)

სავარჯიშო 16.2. მარკეტინგის 4P სტრატეგია

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია მარკეტინგის 4P სტრატეგიის გამოყენებით შედლოთ იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალის დადგენა იმ შემთხვევაში, თუ იდეას აქვს სტარტაპად ქცევის პოტენციალი. ამისათვის საჭიროა უპასუხოთ ქვემო მოცემულ კითხვებს:

მარკეტინგის 4P სტრატეგიის გამოყენება იდეის მდგრადი განვითარების პოტენციალის დასადგენად



იდეის ავტორი:		
იდეის მოკლე აღწერა		
№	კითხვა	პასუხი
1	პროდუქტი/სერვისი მოკლედ აღწერეთ პროდუქტი/სერვისი	
2	ფასი მოკლედ აღწერეთ საფასო სტრატეგია, გადახდის მეთოდები და ფასდაკლებები	
3	ადგილი მოკლედ აღწერეთ საცალო გაყიდვები გეგნებათ თუ საბითუმო, მიწოდების არხები, დისტრიბუცია, ბაზრის მასშტაბი	
4	მარკეტინგი მოკლედ აღწერეთ კომუნიკაციის არხები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR), მარკეტინგის სტრატეგია	

სავარჯიშო 16-3. მარკეტინგული აქტივობების დაგეგმვა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული ფორმის გამოყენებით, ადრე განხილული ან ახალი იდეისთვის მოიფიქრეთ მისია და ხედვა. შემდეგ, მისიასთან და ხედვასთან დაკავშირებული საკვანძო სიტყვების გამოყენებით შეადგინეთ სამი პოსტი სოციალურ ქსელში განსათავსებლად:

იდეის ავტორი:	
იდეის დასახელება/ მოკლე აღწრა:	
მისია:	
ხედვა:	
აქტივობა 1	
სათაური:	
აღწრა:	
საკვანძო სიტყვები:	
დისკუსიის წამახალისებელი კითხვები:	
მთავარი სურათი:	

აქტივობა 2	
სათაური:	
ადწერა:	
საკვანძო სიტყვები:	
დისკუსიის წამახალისებელი კითხვები:	
მთავარი სურათი:	
აქტივობა 3	
სათაური:	
ადწერა:	
საკვანძო სიტყვები:	
დისკუსიის წამახალისებელი კითხვები:	
მთავარი სურათი:	

შეხვედრა 17 (4.4). კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია

სავარჯიშო 17-1. გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). სავარჯიშოს მიზანია გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნების გააზრება. ლექციის თემატიკის გამოყენებით, ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 6 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გაითვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი		სავარჯიშოს შემმოწმებელი სტუდენტის სახელი, გვარი			
სიღარიბის აღმოფხვრა	ა	●	●	1	მსოფლიოს პირველ მიზანს წარმოადგენს უკიდურესი სიღარიბის დაძლევა 2030 წლისთვის. ამ მიზნის მისაღწევად აუცილებელია შემუშავდეს ეფექტური სოციალური დაცვის პროგრამები, იმისთვის რომ ყველას თანაბრად მიუწვდებოდეს ხელი საბაზისო სერვისებზე. სიღარიბის განმავირობებელი უმთავრესი ფაქტორებია ჯანდაცვის, უსაფრთხოებისა და განათლების სისტემებზე ხელმიუწვდომლობა. სიღარიბის ზღვარს მიღმა მყოფი ადამიანები განიცდიან აგრეთვე შიმშილსა და სოციალურ დისკრიმინაციას.
ნულოვანი შიმშილი	ბ	●	●	2	აღნიშნული მიზანი გულისხმობს, რომ 2030 წლისთვის უნდა აღმოიფხვრას შიმშილის ყველაწარმოშობა. ეს მიიღწევა სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტიულობისა და მცირე მასშტაბის სურსათის მწარმოებლების (განსაკუთრებით ქალებისა და მცვიდრი მოსახლეობის) შემოსავლის გაორმაგებით, საკვები პროდუქტების წარმოების მდგრადი სისტემების უზრუნველყოფით და მიწისა და წყლის ხარისხის გაუმჯობესებით.
ჯანსაღი ცხოვრება და კეთილდღეობა	გ	●	●	3	აღნიშნულ მიზნის მისაღწევად აუცილებელია დედებისა და ახალშობილებისთვის მშობიარობა გახდეს უსაფრთხო. შემცირდეს ჩვილი და 5 წლამდე ასაკის ბავშვთა სიკვდილიანობა. ყველას ჰქონდეს ხარისხიანი სამედიცინო დახმარება. ხელმისაწვდომი მედიკამენტები და ვაქცინები.
ხარისხიანი განათლება	დ	●	●	4	აღნიშნული მიზანი გულისხმობს, რომ ყველას თანაბრად შეეძლოს ხარისხიანი განათლების მიღება, აღმოიფხვრას უთანასწორობა საგანმანათლებლო სისტემაში, შეიქმნას უსაფრთხო ინკლუზიური და პოზიტიური გარემო სკოლებში.
გენდერული თანასწორობა	ე	●	●	5	აღნიშნული მიზნის მთავარი ამოცანაა ქალებისა და გოგონებს ჰქონდეთ ისეთივე შესაძლებლობები, როგორც მამაკაცებსა და ბიჭებს. დასრულდეს ქალებისა და გოგონების მიმართ ყველა ფორმის ძალადობა და დისკრიმინაცია. აღმოიფხვრას მავნე პრაქტიკები და ტრადიციები, რომლებიც ხელს უშლის გოგონების განვითარებას

სუფთა წყალი და სანიტარია	3 ●	6 ●	ეს მიზანი გულისხმობს სასმელი წყლის მიწოდებასა და სანიტარული ნორმების გაუმჯობესებას. ამ კუთხით მნიშვნელოვანია სანიტარული პირობები ყველასთვის თანაბრად იყოს მორგებული, რაც გულისხმობს ხანდაზმულებისა თუ შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირების სპეციფიკური საჭიროები გათვალისწინებას. აუცილებელია წყალთან დაკავშირებული ბუნებრივი რესურსების: მთების, ტყეების, მდინარეებისა და სხვა რესურსების დაცვა.
ხელმისაწვდომი და მდგრადი ენერჯია	8 ●	7 ●	აღნიშნული მიზანი გულისხმობს ყველასთვის საიმედო თანამედროვე და მდგრადი ენერგომომსახურების ხელმისაწვდომობას. ასევე, გულისხმობს განახლებადი ენერჯიის წილისა და ენერგოეფექტურობის გაზრდას, ახალი ტექნოლოგიების განვითარების გზით. ამ კუთხით კი მნიშვნელოვანია ღია დამუშავებისა და სუფთა ენერგეტიკის ინფრასტრუქტურაში უფრო მეტი ინვესტიციის მოხილვება.[16]

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 17.2. კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). სავარჯიშოს მიზანია კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის გააზრება. ლექციის თემატიკის გამოყენებით, ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 5 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმონ ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი	სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი
--	--



თანამშრომელთა განათლება და გაძლიერება	ა ●
ნარჩენების შემცირება და გადამუშავება	ბ ●

ნახშირორჟანგის გამოყოფა	გ	●
ფონდი „სიცოცხლის ხე“	დ	●
ადაპტირებული ანიმაციური ფილმები	ე	
სტარტაპექსპო	3	

● 1	საქართველოს ბანკი	
● 2	Apple	

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი			სავარჯიშოს შემმოწმებელი სტუდენტის სახელი, გვარი			
საქართველოს ბანკი	 საქართველოს ბანკის CSR	ა ●		●	1	<ul style="list-style-type: none"> • თანამშრომელთა განათლება და გაძლიერება • ნარჩენების შემცირება და გადამუშავება • ნახშირორჟანგის გამოყოფა
		ბ ●		●	2	
Apple	 Apple-ის CSR	გ ●		●	3	<ul style="list-style-type: none"> • ფონდი „სიცოცხლის ხე“ • ადაპტირებული ანიმაციური ფილმები • სტარტაპექსპო

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					

სავარჯიშო 17.3. საკუთარი ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობა VS გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნები

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან, გაეროს მდგრადი განვითარების რომელ მიზანს შეიძლება ითვალისწინებდეს თქვენი ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია (CSR) და როგორ?

გაეროს მდგრადი განვითარების მიზნების გათვალისწინება CSR-ში

იდეის ავტორი:			
იდეის აღწერა:			
№	მიზანი	რომელ მიზანს შესაძლოა ითვალისწინებდეს თქვენი ბიზნესის კორპორაციული სოციალური პასუხისმგებლობის სტრატეგია (CSR)? (მონიშნეთ პლიუსით - „+“)	მოკლედ აღწერეთ როგორ?
1	სიღარიბის აღმოფხვრა		
2	ნულოვანი შიმშილი		
3	ჯანსაღი ცხოვრება და კეთილდღეობა		
4	ხარისხიანი განათლება		
5	გენდერული თანასწორობა		
6	სუფთა წყალი და სანიტარია		
7	ხელმისაწვდომი და მდგრადი ენერჯია		
8	ღირსეული სამუშაო ეკონომიკური ზრდა		
9	მრეწველობა, ინოვაცია და ინფრასტრუქტურა		
10	შემცირებული უთანასწორობა		
11	მდგრადი ქალაქები და დასახლებები		
12	მდგრადი მოხმარება და წარმოება		
13	კლიმატის ცვლილების საწინააღმდეგო ქმედებები		
14	ოკეანისა და ზღვის რესურსები		
15	დედამიწის ეკოსისტემები		
16	მშვიდობა, სამართლიანობა, ძლიერი ინსტიტუციები		
17	პარტნიორობა მიზნის მისაღწევად		

■ მენეჯერა 18 (4.5). პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა

სავარჯიშო 18.1. პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა ლინ-კანვას მეშვეობით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია სტუდენტმა შეძლოს თავისი იდეის გადმოცემა ლინ კანვას მეშვეობით. ამ ფორმის გამოყენება რეკომენდებულია სტარტაპებისთვის და სოციალური მეწარმეებისთვის. გთხოვთ, შეავსოთ და წარადგინოთ ქვემოთ მოცემული ფორმა თქვენი პროექტის/ბიზნეს გეგმის შესაბამისად.

ლინ-კანვა

<p>იდეის ავტორ(ებ): ვინ არიან იდეის ავტორები? სახელი, გვარი, პროფესია ან პროგრამა რომელზეც სწავლობენ, სასწავლებელი</p>				
<p>იდეის მოკლე აღწერა: (რა არის იდეის დასახელება/არსი, მისი ეკონომიკური, სოციალური ან/და კულტურული ღირებულება)</p>				
<p>1. პრობლემა (რა პრობლემები არსებობს)</p>	<p>2. გადაწყვეტა (როგორ წყვეტთ პრობლემებს)</p>	<p>4. ფასეული შეთავაზება (რა არის იდეის მთავარი ფასეულობა)</p>	<p>5. კონკურენტებისგან დაცვა (რისი იოლად ყიდვა ან კოპირებაა შეუძლებელი?)</p>	<p>3. მომხმარებელთა სეგმენტები (ვისთვის ქმნით ფასეულ შეთავაზებას)</p>
<p>არსებული ალტერნატივები (არსებობს თუ არა ჩამოთვლილი პრობლემების ალტერნატიული გადაწყვეტა)</p>	<p>8. ძირითადი მაჩვენებლები (რა მაჩვენებლებით მიხვდებით რამდენად ეფექტურად ვითარდება იდეა)</p>	<p>საუკეთესო კონცეფცია (რომელია თქვენი იდეის ყველაზე მსგავსი იდეა)</p>	<p>6. დისტრიბუციის არხები (იდეით სარგებლობისთვის რომელ არხებს ანიჭებენ მომხმარებლები უპირატესობას)</p>	<p>ადრეული მომხმარებლები (ვინ არიან თქვენი იდეის ყველაზე ადრეული მომხმარებლები)</p>
<p>9. ხარჯების სტრუქტურა (რა ხარჯებს უკავშირდება ბიზნესის საქმიანობა)</p>		<p>7. შემოსავლის არხები (რა შემოსავალი მოაქვს ბიზნესს)</p>		

სავარჯიშო 18.2. პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა ბიზნეს-კანვას მეშვეობით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია სტუდენტმა შეძლოს თავისი იდეის გადმოცემა ბიზნეს-კანვას მეშვეობით. ამ ფორმის გამოყენება რეკომენდებულია იმ შემთხვევაში, თუ ხდება არსებულ ორგანიზაციაში ახალი პროდუქტის/სერვისის დაგეგმვა. გთხოვთ, შეავსოთ და წარადგინოთ ქვემოთ მოცემული ფორმა თქვენი პროექტის/ბიზნეს გეგმის შესაბამისად.

ბიზნეს-კანვა

იდეის ავტორ(ებ)ი: <i>ვინ არიან იდეის ავტორები? სახელი, გვარი, პროფესია ან პროგრამა რომელზეც სწავლობენ, სასწავლებელი</i>				
იდეის მოკლე აღწერა: <i>(რა არის იდეის დასახელება/არსი, მისი ეკონომიკური, სოციალური ან/და კულტურული ღირებულება)</i>				
1. პარტნიორები <i>(ვინ არიან ბიზნესის პარტნიორები)</i>	2. ძირითადი საქმიანობა <i>(რა საქმიანობას ეწევა ბიზნესი)</i>	4. ფასეული შეთავაზება <i>(რა არის ბიზნესის მთავარი ფასეულობა)</i>	5. მომხმარებელთან ურთიერთობა <i>(როგორ ურთიერთობს ბიზნესი მომხმარებელთან)</i>	3. მომხმარებელთა სეგმენტები <i>(ვისთვის ქმნით ფასეულ შეთავაზებას)</i>
	8. ძირითადი რესურსები <i>(რა რესურსებია საჭირო ფასეული შეთავაზების შესაქმნელად)</i>		6. დისტრიბუციის არხები <i>(რომელ არხებს ანიჭებენ ბიზნესის მომხმარებლები უპირატესობას)</i>	
9. ხარჯების სტრუქტურა <i>(რა ხარჯებს უკავშირდება ბიზნესის საქმიანობა)</i>			7. შემოსავლის არხები <i>(რა შემოსავალი მოაქვს ბიზნესს)</i>	

სავარჯიშო 18-3. პროექტის/ბიზნეს გეგმის წარდგენა Elevator pitch-ის მეშვეობით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია სტუდენტმა შეძლოს თავისი იდეის გადმოცემა Elevator pitch-ის (E-Pitch) მეშვეობით. გთხოვთ, შეავსოთ და წარადგინოთ ქვემოთ მოცემული, თქვენი პროექტის/ბიზნესის შესაბამისი ფორმა. წარდგენის დრო 30 წამი.

E-Pitch შაბლონები:

- 1. პროდუქტზე ორიენტირებული.** გამოიყენეთ იმ შემთხვევაში, როდესაც გსურთ პროდუქტის აღწერა რაც შეიძლება მოკლე დროში.
- 2. ცუდის კარგად ქცევაზე ორიენტირებული.** გამოიყენეთ ისეთი იდეის აღწერისას, რომელიც უარყოფით გამოცდილებას პოზიტიურად აქცევს.

1. პროდუქტზე ორიენტირებული. გამოიყენეთ იმ შემთხვევაში, როდესაც გსურთ პროდუქტის აღწერა რაც შეიძლება მოკლე დროში

(პროდუქტის დასახელება) არის ინსტრუმენტი, რომელიც
(მომხმარებლის სეგმენტის დასახელება) ეხმარება
(დახმარების აღწერა)

ის ასე მუშაობს: (აუხსენით როგორ მუშაობს)

(პროდუქტის დასახელება) საშუალებით ახლა უკვე შესაძლებელია
(აუხსენით ამ პროდუქტის გამოყენების უნიკალური უპირატესობები):

(პროდუქტის დასახელება) გარეშე,
(რა მოხდება თუ პროდუქტს არ გამოვიყენებთ):

თუ გსურთ გაიგოთ მეტი (პროდუქტის დასახელება) შესახებ,
(რა არის საჭირო მეტი ინფორმაციის მისაღებად).

მაგალითი:

ამწეს გამაძლიერებელი არის ინსტრუმენტი, რომელიც

სამშენებლო კომპანიებს ეხმარება

თავიანთი ამწეების უფრო მეუფერხებლად და უსაფრთხოდ მუშაობაში

ის ასე მუშაობს:

ამწეს გამაძლიერებელი შესაძლებელია გამოყენებულ იქნას ნებისმიერი ამწეკრანის გასაძლიერებლად. ის ამარტივებს ამწეს მართვას და ამცირებს ამწეს მკვეთრ მოძრაობებს. შედეგად მნიშვნელოვნად იზრდება სამშენებლო ობიექტზე მოუმუშავე ადამიანთა უსაფრთხოება.

ამწეს გამაძლიერებლის საშუალებით ახლა შესაძლებელია

სამშენებლო სამუშაოების შესრულება უფრო სწრაფად და რაც მთავარია, უფრო უსაფრთხოდ.

ამწეს გამაძლიერებლის გარეშე,

სამშენებლო კომპანიებს აქვთ ობიექტზე მომუშავე ადამიანების დაზიანების მაღალი რისკები, სადაზღვეო კომპანიებთან გაფუჭებული ავტორიტეტი და სამუშაო გრაფიკის ჩამორჩენის მაღალი ალბათობა.

თუ გსურთ გაიგოთ მეტი ამწეს გამაძლიერებლის შესახებ,

ეწვიეთ ვებ გვერდს www.CraneRaiser.ge.

2. ცუდის კარგად ქცევაზე ორიენტირებული. გამოიყენეთ ისეთი იდეის აღწერისას, რომელიც უარყოფით გამოცდილებას პოზიტიურად აქცევს

მოგესალმებით, მე მექვია

(თქვენი სახელი)

ვარ კომპანია

(კომპანიის დასახელება და თქვენი თანამდებობა)

გვჭირდება

(თანხის რაოდენობა და ვალუტა), კომპანიის

(რამდენ?) პროცენტიანი წილის სანაცვლოდ.

რამდენიმე წლის წინ **(რა პრობლემამ შეგაწუხათ):**

ვიფიქრე, რომ უნდა არსებობდეს ამ პრობლემის დაგაწყვეტის გზა. ასე დაიბადა იდეა შეგვექმნა **(პროდუქტის/სერვისის დასახელება),** რაც მოაგვარებდა მსგავს პრობლემას

(როგორ?)

თვეში **(ადამიანების სავარაუდო რაოდენობა, ვისაც აწუხებს ეს პრობლემა)** ადამიანს აქვს მსგავსი პრობლემა. ვფიქრობ დაგაინტერესებთ, როგორ შეგვიძლია ერთად გადავჭრათ ეს პრობლემა. ეს არის ჩემი სავიზიტო ბარათი. დაინტერესების შემთხვევაში, გთხოვთ დამიკავშირდეთ.

მაგალითი:

მოგესალმებით, მე მექვია **მარიამი**

ვარ კომპანია **Traffic Stop - ის დამფუძნებელი.**

გვჭირდება 50 000 ლარი, კომპანიის

10 პროცენტიანი წილის სანაცვლოდ

რამდენიმე წლის წინ საცობში ვხვდებოდი ყოველდღიურად, როდესაც სახლიდან სამსახურის ან სამსახურიდან სახლის მიმართულებით გადავადგილდებოდი პიკის საათებში.

ვიფიქრე, რომ უნდა არსებობდეს ამ პრობლემის დაგაწყვეტის გზა. ასე დაიბადა იდეა შეგვექმნა

Traffic Stop, რაც მოაგვარებდა მსგავს პრობლემას,

ალტერნატიული, ნაკლებ გადატვირთული გზების სმარტფონში ჩვენებით.

თვეში **5 მილიონ** ადამიანს აქვს მსგავსი პრობლემა. ვფიქრობ დაგაინტერესებთ, როგორ შეგვიძლია ერთად გადავჭრათ ეს პრობლემა. ეს არის ჩემი სავიზიტო ბარათი. დაინტერესების შემთხვევაში, გთხოვთ, დამიკავშირდეთ.

ბიზნეს გეგმა


<p>ბიზნესის ორგანიზაციულ სამართლებრივი ფორმა და დასახელება:</p>	
<p>საქმიანობის სფერო (ნიშა):</p>	
<p>ბიზნესის დამფუძნებლები/ ბიზნეს გეგმის ავტორები:</p>	
<p>საკონტაქტო ინფორმაცია:</p>	<p>ელ-ფოსტა: მობ: მის:</p>

ნაწილი 1. ბიზნესის აღწერა და ბაზრის კვლევა

1.1. ბიზნესის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა

აირჩიეთ ორგანიზაციულ სამართლებრივი ფორმა	რატომ აირჩიეთ ეს ფორმა
<p>ინდივიდუალური მეწარმე</p> <p>შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)</p> <p>სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (სპს)</p> <p>კომანდიტური საზოგადოება (კს)</p> <p>სააქციო საზოგადოება (სს, კორპორაცია)</p> <p>კოოპერატივი</p>	


1.2. ბიზნესის შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმი/სტატუსი

საჭიროების შემთხვევაში მონიშნეთ ბიზნესის შეღავათიანი სტატუსი	დამხმარე რესურსის ლინკი/QR კოდი	რატომ აირჩიეთ ეს სტატუსი
<p>მიკრო ბიზნესი</p> <p>მცირე ბიზნესი</p> <p>ფიქსირებული გადასახადის გადამხდელი</p>	<p>შეღავათიანი დაბეგვრის რეჟიმები/სტატუსები</p> 	

1.3. ბიზნესის ადგილმდებარეობა

სად უნდა მდებარეობდეს ბიზნესი საწყის ეტაპზე	რატომ აირჩიეთ ეს ადგილი

1.4. ლიცენზიები/ნებართვები

საჭიროებს თუ არა თქვენი საქმიანობა ლიცენზიას ან ნებართვას	დამხმარე რესურსის ლინკი/QR კოდი	თუ აირჩიეთ - „საჭიროებს“ -დააწუსტეთ ლიცენზიის/ნებართვის დასახელება
<p>საჭიროებს</p> <p>არ საჭიროებს</p>	<p>საქართველოს კანონი ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ</p> 	

1.5. SWOT ანალიზი

შიდა ფაქტორები	S - ძლიერი მხარეები	W - სუსტი მხარეები
გარე ფაქტორები	O - შესაძლებლობები	T - საფრთხეები

1.6. ბიზნეს იდეის განხორციელებასთან დაკავშირებული რისკები

N	რისკის დასახელება	რისკის პრევენციის გზა
1		
2		

1.7 მომხმარებლის სეგმენტების იდენტიფიცირება

შემოსავლების ოდენობა	(+)	სქესის მიხედვით	(+)	რეზიდენტობის მიხედვით	(+)
დაბალი (500-ზე ნაკლები)		მდედრობითი		საქართველოს მოქალაქე	
საშუალო (500-3000)		მამრობითი		უცხო ქვეყნის მოქალაქე	
მაღალი (3000-ზე მეტი)		ყველა		ყველა	
ყველა					
ასაკის მიხედვით	(+)	სოციალური სტატუსის მიხედვით	(+)	სხვადასხვა	(+)
ერთ წლამდე		ბაღის მოსწავლე		ინტერნეტ მომხმარებელი	
1-2 წლის		სკოლის მოსწავლე (1-4 კლასი)		სმარტფონის მომხმარებელი	
3-6 წლის		საბაზო სკოლის მოსწავლე (5-9 კლასი)		სოციალური ქსელის მომხმარებელი	
6-9 წლის		საშუალო სკოლის მოსწავლე (10-12 კლასი)		ტელემაყურებელი	
10-19 წლის		აბიტურიენტი			
20-50 წლის		სტუდენტი			
50-70 წლის		დასაქმებული			
70 და მეტი		დიასახლისი			
ყველა		ყველა			

1.8. კონკურენტების ანალიზი

N	კონკურენტის დასახელება	ძლიერი მხარეები		სუსტი მხარეები	
1		1		1	
		2		2	
		3		3	
		4		4	
		5		5	
2		1		1	
		2		2	
		3		3	
		4		4	
		5		5	
3		1		1	
		2		2	
		3		3	
		4		4	
		5		5	

1.9. პროდუქტის/სერვისის ოპტიმიზაცია ბაზრის საჭიროებებზე

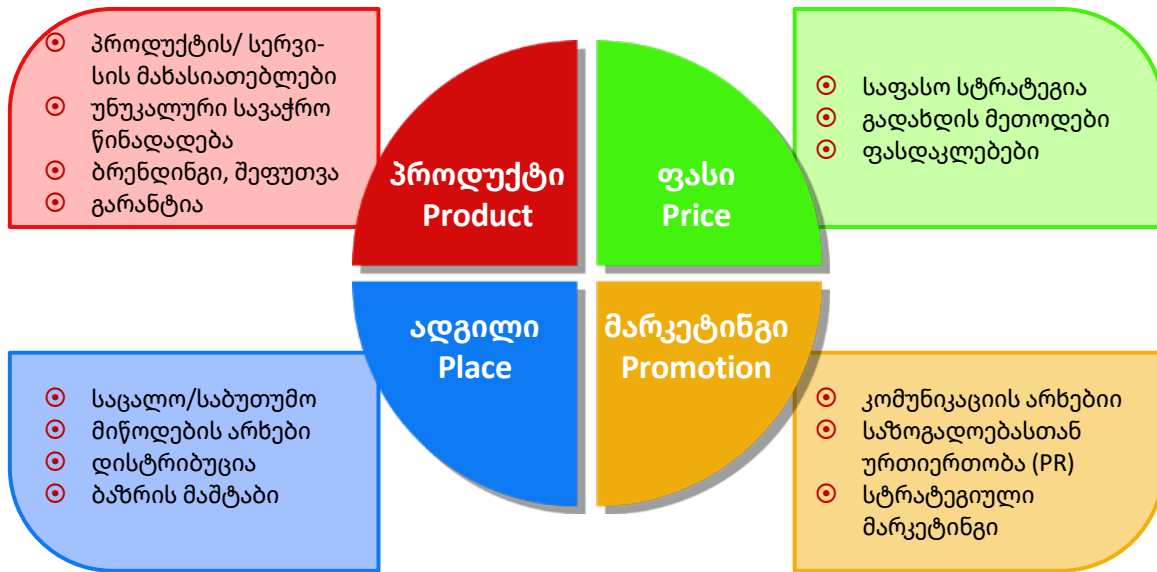
N	ძლიერი მხარეები	N	სუსტი მხარეები
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	
6		6	
7		7	

ნაწილი 2. ბიზნესის ორგანიზება და მარკეტინგი

2.1. სამოქმედო გეგმა

მისია														
ხედვა														
№	მიზნები და ამოცანები	ერთწლიანი გეგმა თვეების მიხედვით												ინდიკატორები რა შემთხვევაში ჩაითვლება ამოცანა შესრულებულად?
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
მიზანი 1:														
	ამოცანები													
1.1														
1.2														
1.3														
მიზანი 2:														
2.1														
2.2														
2.3														
მიზანი 3:														
3.1														
3.2														
3.3														

2.2. მარკეტინგის 4P სტრატეგია



№	კითხვა	პასუხი
1	პროდუქტი/სერვისი მოკლედ აღწერეთ პროდუქტი/სერვისი	
2	ფასი მოკლედ აღწერეთ საფასო სტრატეგია, გადახდის მეთოდები და ფასდაკლებები	
3	ადგილი მოკლედ აღწერეთ საცალო გაყიდვები გეგნებათ თუ საბითუმო, მიწოდების არხები, დისტრიბუცია, ბაზრის მასშტაბი	
4	მარკეტინგი მოკლედ აღწერეთ კომუნიკაციის არხები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა (PR), მარკეტინგის სტრატეგია	

2.3. მარკეტინგული აქტივობების მაგალითი

აქტივობა 1	
სათაური:	
<p>აღწერა:</p> <p>საკვანძო სიტყვები:</p> <p>დისკუსიის წამახალი- სებელი კითხვები:</p>	
მთავარი სურათი:	
აქტივობა 2	
სათაური:	
<p>აღწერა:</p> <p>საკვანძო სიტყვები:</p> <p>დისკუსიის წამახალი- სებელი კითხვები:</p>	
მთავარი სურათი:	

ნაწილი 3. რესურსები, დაფინანსების წყაროები და ფინანსური გეგმები

3.1. ერთჯერადი ხარჯები და დაფინანსების წყაროები

N	ძირითადი საშუალებების დასახელება რესურსები, რომელთაც ერთხელ იყიდით და მრავალჯერ გამოიყენებთ (კომპიუტერი; პრინტერი; ავტომანქანა და ა.შ.)	ზომის ერთეული (ცალი, კგ, კომპლექტი ა.შ)	რაოდენობა	ხარჯი ერთ ერთეულზე (ლარი)	მთლიანი ხარჯი (ლარი)	დაფინანსების შესაძლო წყარო (დანაზოგი, სესხი, გრანტი და ა.შ)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
	ჯამი					

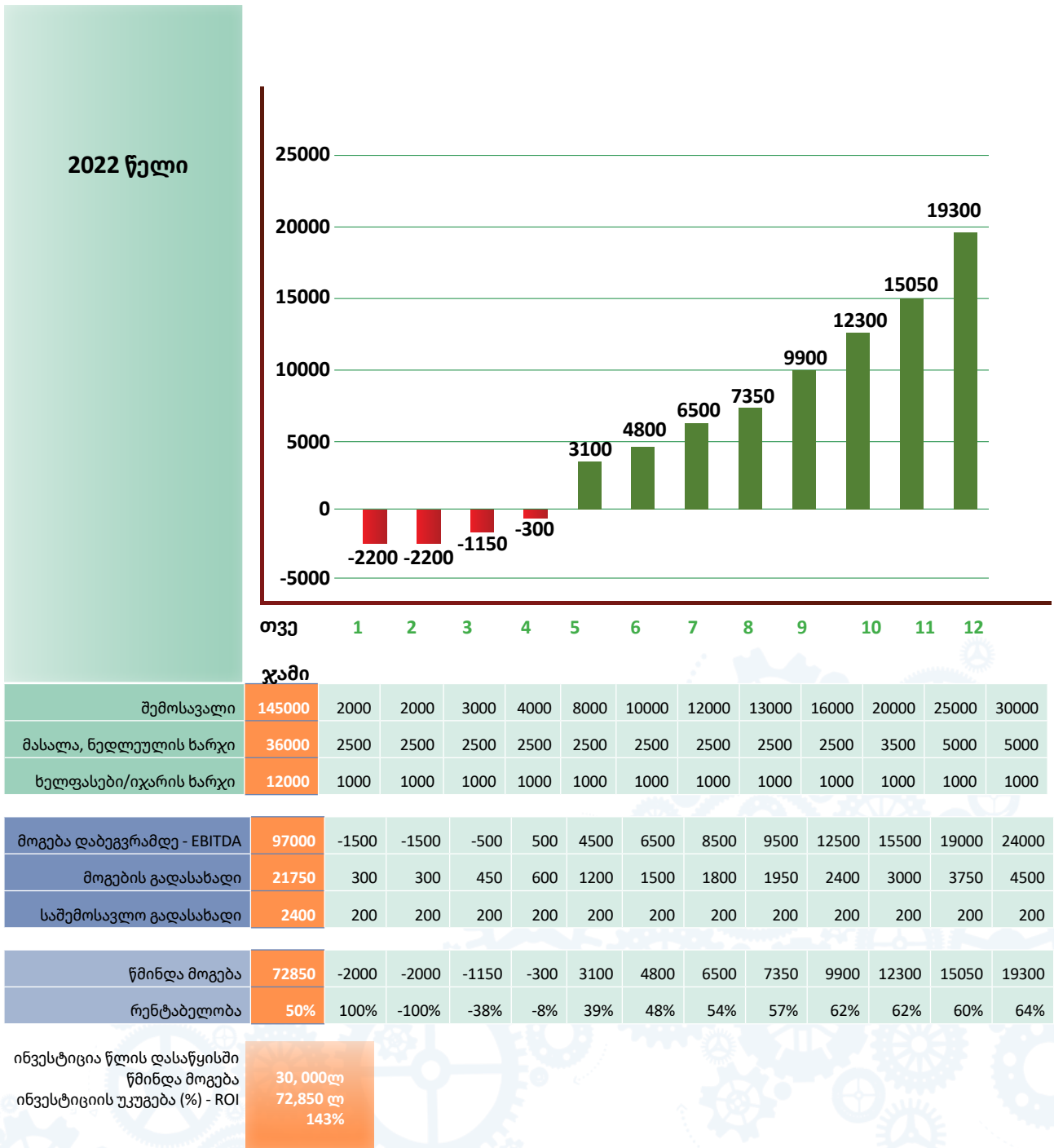
3.2. მარკეტინგისა და ყოველთვიური ხარჯები (საბრუნავი საშუალებები)

N	ხარჯის აღწერა მასალა, ნედლეული (მაგ. საწვავი; ერთჯერადი ჩანგალი-10 შეკვრა) კომუნალური გადასახადი, მარკე- ტინგი და ა.შ	თვეში რამდენი დაგჭირდებ- ათ	ფასი ლარში (ერთი ერთეული)	ხარჯი თვეში	თვეების რაოდენობა	ხარჯი წელიწადში
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10	გაუთვალისწინებელი ხარჯი					
11	კომუნალური გადასახადის სავარაუდო ხარჯი თვეში (ელექტრო ენერჯია, წყალი, გაზი) :					
12	მარკეტინგის სავარაუდო ხარჯი თვეში:					
			ჯამი			
N	ადამიანური რესურსი/იჯარის ობიექტი თანამშრომლის პოზიცია, ასევე რა ქონებას იღებთ იჯარით	ხელფასი/ იჯარა ხელზე	ხარჯი თვეში	თვეების რაოდენობა	ხარჯი წელიწადში	
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
		ჯამი				
	მთლიანი ხარჯი:		თვეში:		წელიწადში:	

3.3. შემოსავლები

		თვე	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
N	პროდუქტი/სერვისის დასახელება	წლის ჯამი												
1	პროდ/სერვ 1													
	ფასი													
	რამდენი გაიყიდა													
2	პროდ/სერვ 2													
	ფასი													
	რამდენი გაიყიდა													
3	პროდ/სერვ 3													
	ფასი													
	რამდენი გაიყიდა													
4	პროდ/სერვ 4													
	ფასი													
	რამდენი გაიყიდა													
5	პროდ/სერვ 5													
	ფასი													
	რამდენი გაიყიდა													
	ჯამი													

3.4. მოგება ზარალის უწყისი



თავი V. ჩასუწების მართვა და გამაჩივებელი ფინანსური აღიწხვა-ანგაჩივება

■ მხვვედრა 19 (5.1). დაფინანსების მოძიების ფონდები

სავარჯიშო 19.1. დაფინანსების ფონდების მოძიება და გაანალიზება

მესაძლებელია მესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). მოცემული ვებ გვერდების გამოყენებით შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა: www.grants.gov.ge და www.csogeorgia.org/ge:

დაფინანსების ფონდების ანალიზი

იდეის ავტორი: იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:				
№	ფონდის/დონორის დასახელება	რას/ვის აფინანსებს?	რა პროექტები აქვს აღრე დაფინანსებული?	ამჟამად აქვს თუ არა გამოცხადებული კონკურსი? (ამოიწერეთ ვადები და დეტალები - რამდენად გეზებათ თქვენ?)
1				
2				
3				
4				
5				

სავარჯიშო 19.2. დაფინანსების საჭიროების გამოკვეთა

მესაძლებელია მესრულდეს როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა – რაში მდგომარეობს პრობლემა/საჭიროება რომლის გადასაჭრელადაც ითხოვთ დაფინანსებას:

დაფინანსების საჭიროების გამოკვეთა

<p>იდეის ავტორი: იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:</p>	
--	--

პრობლემის/საჭიროების აღწერა	
№	კითხვა
1	რაში მდგომარეობს პრობლემა/საჭიროება? (მოკლედ და მაფიოდ აღწერეთ რისთვის გჭირდებათ დაფინანსება)
2	რა გავლენას ახდენს პრობლემა/საჭიროება პროგრამის ბენეფიციარებზე? (ხელს უშლის განათლების მიღებაში, არ იცინ კომპიუტერი, ვერ სარგებლობენ ინტერნეტით და ა.შ)
3	რა ფაქტორები ახდენს გავლენას პრობლემაზე/საჭიროებაზე? (სეზონურობა, დისტანციური მუშაობა, ვალუტის კურსის ცვალებადობა და ა.შ.)
4	როგორ ფიქრობთ გადაწყვეტას? (აღწერეთ რა შედეგებზე გახვალთ პროგრამის წარმატებით განხორციელების შემთხვევაში)

სავარჯიშო 19.3. მიზნების განსაზღვრა და სამოქმედო გეგმის შედგენა დაფინანსების მოსაპოვებლად

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). რა მიზნებს ემსახურება პროგრამა, რა შემთხვევაში ჩაითვლება მიზანი მიღწეულად და როდის იგეგმება ამ მიზნის შესრულებაზე მუშაობა – ამ კითხვებზე პასუხის გაცემაში დაგეხმარებათ ქვემოთ მოცემული სამოქმედო გეგმის ფორმა:

მიზნები და სამოქმედო გეგმა

იდეის ავტორი: იდეის დასახელება/ მოკლე განმარტება:													
№	პროგრამის მიზნები	ერთწლიანი გეგმა თვეების მიხედვით											
	(გაითვალისწინეთ, რომ მიზნები უნდა იყოს მაქსიმალურად რეალისტური, გაზომვადი და ქრონოლოგიურად დალაგებული)	(მონიშნეთ „+“ პლიუსით, რომელ მიზანს რომელ თვეში განახორციელებთ)											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

■ მუხვი 20 (5.2). ადამიანური რესურსები და მათი მოქმედების გზები

სავარჯიშო 20.1. სამუშაო აღწერილობის შედგენა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული ფორმის გამოყენებით შეადგინეთ სამუშაო აღწერილობები ყველა პოზიციისთვის.

სამუშაო აღწერილობა

დამსაქმებელი:	
პოზიციის დასახელება:	
ადგილმდებარეობა:	
სრული განაკვეთი	არადისტანციური
არასრული განაკვეთი	დისტანციური
სამუშაო დრო:	ანაზღაურება:
ძირითადი ფუნქცია-მოვალეობები:	
განათლება ან/და სამუშაო გამოცდილება (საკვალიფიკაციო მოთხოვნები):	
პოზიციზე დასაქმებული თანამშრომლის სახელი და გვარი:	
ვადასტურებ, რომ გავეცანი სამუშაო აღწერილობას	
პოზიციზე დასაქმებული თანამშრომლის ხელმოწერა:	
თარიღი:	

სავარჯიშო 20-2. ვაკანსიის მოძიება

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული ფორმის გამოყენებით მოამზადეთ ვაკანსიები ყველა საჭირო პოზიციისთვის:

ვაკანსია

დამსაქმებელი:	
პოზიციის დასახელება:	
ადგილმდებარეობა:	
სრული განაკვეთი არასრული განაკვეთი არადისტანციური დისტანციური	
სამუშაო დრო:	
ანაზღაურება:	
ძირითადი ფუნქცია-მოვალეობები:	
საკვალიფიკაციო მოთხოვნები	
განათლება:	
სამუშაო გამოცდილება:	
დამატებითი მოთხოვნები:	

სავარჯიშო 20.3. იმიტირებული გასაუბრება

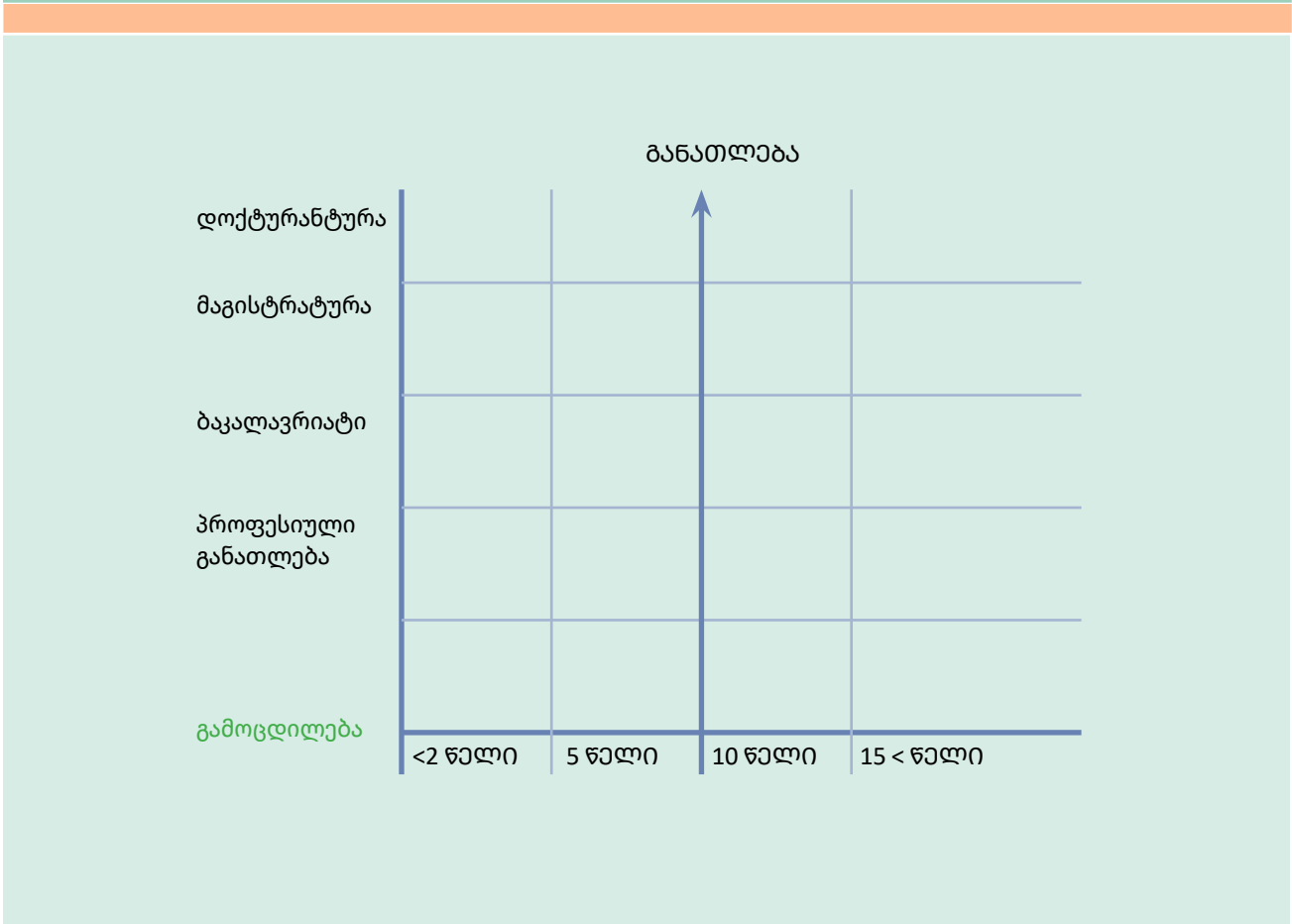
კლასი უნდა მოეწყოს ისე, როგორც რეალურ გასაუბრებაზეა. ყველა სტუდენტი გადის კლასიდან და შემოდინ სათითაოდ, ზუსტად ისე, როგორც რეალურ გასაუბრებაზე ხდება (ვაკანსიის დასახელება, საკვალიფიკაციო მოთხოვნები და ანაზღაურება შესაძლოა შეირჩეს პროფესიის შესაბამისად). თავდაპირველად, „გამსაუბრებელი კომისიის“ როლში გამოდის მასწავლებელი. მას შემდეგ, რაც გაესაუბრება „პირველ კანდიდატს“, ეს კანდიდატი იკავებს ადგილს კომისიის მე-2 წევრად და გრძელდება გასაუბრება „მეორე კანდიდატთან“. შემდეგი „მეორე კანდიდატი“ ხდება კომისიის მე-3 წევრი და გრძელდება გასაუბრება „მესამე კანდიდატთან“. „მესამე კანდიდატი“ გასაუბრების დასრულების შემდეგ მასწავლებელი აღარ იღებს კომისიის წევრის როლში მონაწილეობას. „კომისიაში“ რჩებიან პირველი, მეორე და მესამე „კანდიდატები“. გრძელდება გასაუბრება „მეოთხე კანდიდატთან“. შემდეგ პირველი კანდიდატი აღარ იღებს კომისიაში მონაწილეობას და მის ადგილს იკავებს „მეოთხე კანდიდატი“. ასე გრძელდება სანამ ჯგუფის ყველა სტუდენტი არ აღმოჩნდება ჯერ „კანდიდატის“, ხოლო შემდეგ „კომისიის წევრის“ როლში. ამასთან, კომისიის ყოველი ახლად გამხდარი წევრი ავტომატურად ითვლება კომისიის თავმჯდომარედ მომდევნო „კანდიდატთან“ გასაუბრების პროცესში. „კომისიის თავმჯდომარე“ ავსებს ფორმებს, რომელიც თან ერთვის ამ სავარჯიშოს: **ფორმა 1. კანდიდატების სია** და **ფორმა 2. კონკურენტების რუკა**. ფორმები ივსება თითოეულ „კანდიდატთან“ გასაუბრების შედეგის შესაბამისად:

ფორმა 1. კანდიდატების სია

№	კანდიდატის სახელი და გვარი	განათლება	სამუშაო გამოცდილება	გასაუბრების შედეგი 1-10 ქულა (10 საუკეთესო)	რომელს დაასაქმებდით (+)
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					

ფორმა 2. კონკურენტების რუკა

რუკაზე დასვით თითოეული კანდიდატის შესაბამისი წერტილი ან/და ნომერი მისი განათლებისა და გამოცდილების შესაბამის ადგილზე. მიღებული სურათი, გასაუბრების შედეგებთან კომბინაციაში დაგეხმარებათ მაქსიმალურად ობიექტური გადაწყვეტილების მიღებაში:



■ მუხვი 21 (5.3). ტექნიკური რესურსების ბაზრები

სავარჯიშო 21.1. ძირითადი საშუალების ბაზრების იდენტიფიცირება

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული ფორმა დაგეხმარებათ ძირითადი საშუალებების ბაზრების იდენტიფიცირებაში:

ძირითადი საშუალებების ბაზრები

№	დასახელება	რომელ პლატფორმაზე შეიძლება შეძენა	ქვეყანა	საბითუმო	საცალო
1	შესაძლებელია შეიძინოთ: ავტომანქანები, სკუტერები, მოტოციკლები				
2	შესაძლებელია შეიძინოთ: ტექნიკა, კომპიუტერები, ავეჯი				
3	შესაძლებელია შეიძინოთ: მანქანა-დანადგარები				
4	შესაძლებელია შეიძინოთ: ტექნიკა				

სავარჯიშო 21.2. საბრუნავი საშუალების ბაზრების იდენტიფიცირება

შესაძლებელია მესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული ფორმა დაგეხმარებათ საბრუნავი საშუალებების ბაზრების იდენტიფიცირებაში.

საბრუნავი საშუალებების ბაზრები

№	დასახელება	რომელ პლატფორმაზე შეიძლება შეძენა	ქვეყანა	საბითუმო	საცალო
1	შესაძლებელია იქირაოთ: ავტომანქანები, სკუტერები, მოტოციკლები				
2	შესაძლებელია იქირაოთ: კომერციული ფართი				
3	შესაძლებელია შეიძინოთ: ერთჯერადი თევშები, კონტეინერები, ჩანგლები, კოვზები და ა.შ.				
4	შესაძლებელია შეიძინოთ: შესაფუთი მასალები				
5	შესაძლებელია შეიძინოთ: შესაფუთი მასალები				

სავარჯიშო 21.3. პრაქტიკული მაგალითები რესურსების მოძიებასთან დაკავშირებით

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). ქვემოთ მოცემული ფორმა დაგეხმარებათ გაიუმჯობესოთ საჭირო რესურსის სწრაფად მოძიების უნარები. საჭიროების შემთხვევაში, რომელიმე ნივთის დასახელების სათარგმნად შესაძლოა გამოიყენეთ ლინკი: www.translate.google.ge

რესურსების მოძიების ფორმა

№	რესურსის დასახელება ძირითადი საშუალებები	ლინკი	სავარაუდო ფასი
1	მეორადი ლეპტოპი 700-1000 ლარის ფარგლებში, 3 ცალი		
2	მეორადი პრინტერი 300-400 ლარის ფარგლებში, 1 ცალი		
3	ქსეროქსის აპარატი 2000 ლარის ფარგლებში, 1 ცალი		
4	მაისურზე/ჭიქაზე საბეჭდი პრინტერი		
5	2010 წლიანი ფორდ ტრანზიტის მარკის მიკროავტობუსის შეძენა		
ძირითადი საშუალებების ჯამი:			

№	საბრუნავი საშუალებები	ლინკი	სავარაუდო ფასი
1	საჭმლის შესანახი ერთჯერადი კონტეინერები 500 ცალი		
2	ფერადი საწრუპები 1000 ცალი		
3	ჯიპის ქირაობა 7 დღით		
4	2010 წლიანი ფორდ ტრანზიტის მარკის მიკროავტობუსის ქირაობა 5 დღით		
5	კომერციული ფართის იჯარა თბილისში, დიდუბე-ჩუღურეთის რაიონი, მარჯანიშვილის მეტროსთან		
საბრუნავი საშუალებების ჯამი:			

■ მეხვედრა 2 (5.4). საბიუჯეტო გადასახადები

სავარჯიშო 22.1. საბიუჯეტო გადასახადები VS ქვეყნის ეკონომიკური კეთილდღეობა

სავარჯიშო სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). სავარჯიშოს მიზანია კავშირის დანახვა საბიუჯეტო გადასახადებსა და ქვეყნის ეკონომიკურ კეთილდღეობას შორის. ლექციის თემატიკის გამოყენებით, ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ 6 სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი	სავარჯიშოს შემმოწმებელი სტუდენტის სახელი, გვარი
---	---

დაასრულეთ წინადადებები:

მობილიზებული საბიუჯეტო გადასახადებით მთავრობა აფინანსებს...	ა	●	●	1	საერთოდ არ უწევს საბიუჯეტო გადასახადების გადახდა, ან იხდის შემცირებულ გადასახადს.
სამეწარმეო საქმიანობის დაწყების პირველ ეტაპზე...	ბ	●	●	2	დამატებული ღირებულების გადასახადის (დღგ) ან/და მოგების გადასახადის გადახდის ვალდებულება.
ბიზნესის მასშტაბების ზრდის კვალდაკვალ, მოგვიანებით შესაძლოა წარმოგეშვათ...	გ	●	●	3	საბიუჯეტო გადასახადებიდან, უმეტესად შეხება გექნებათ მხოლოდ საშემოსავლო გადასახადთან.
საქართველოს კანონმდებლობა ითვალისწინებს ასევე, ისეთი ტიპის შეღავათებს, როდესაც მეწარმეს...	დ	●	●	4	ვერ ვისარგებლებთ საჯარო სერვისებით
ლექციის თემატიკაში მოცემული, შვედეთის საგადასახადო სააგენტოს პირველი ვიდეოს მიხედვით, საბიუჯეტო გადასახადების გარეშე...	ე	●	●	5	საზოგადოებრივი მიზნების ეფექტიან მიღწევას. მაგალითად, სწორედ გადასახადებით ფინანსდება სკოლები, ჯანდაცვა, თავდაცვა, შენდება მაგისტრალები, საჯარო საავადმყოფოები და სხვა.
ლექციის თემატიკაში მოცემული, შვედეთის საგადასახადო სააგენტოს მეორე ვიდეოს მიხედვით, საბიუჯეტო გადასახადების გარეშე...	3	●	●	6	საშემოსავლო გადასახადის დროული გადახდით.
ლექციის თემატიკაში მოცემული, უოლტ დისნეის (მესამე) ვიდეოს მიხედვით, დონალდ დაკს შეუძლია დიდი დახმარება გაუწიოს ქვეყანას...	ზ	●	●	7	არ გვექნება კეთილმოწყობილი ინფრასტრუქტურა.

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 22.2. შეღავათები საჭირო რესურსების იმპორტისას ან მზა პროდუქციის ექსპორტისას.

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). ქვემოთ მოცემულ ფორმაში აღწერილი თითო შემთხვევის ქვემოთ მონიშნეთ თითო სწორი ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში მითითებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შემსრულებელი სტუდენტის სახელი, გვარი		სავარჯიშოს შემოწმებელი სტუდენტის სახელი, გვარი	
<p>1. დავითმა გადაწყვიტა გაყიდოს ღვინო საზღვარგარეთ (გააკეთოს ღვინის ექსპორტი). ამისთვის, საწყის ეტაპზე მას დასჭირდება მცირე წარმადობის ქარხანა, სადაც ღვინოს ჩამოსახამს შუშის ბოთლებში. პრობლემა იმაშია, რომ შუშის ბოთლების მწარმოებელი ქართული კომპანიები არც თუ ისე ბევრია ქვეყანაში.</p> <p>რას ურჩევდით დავითს?</p>			
<p>ა. რატომ უნდა იწვალოს, პირდაპირ ყურძენი გაიტანოს ექსპორტზე.</p>	<p>ბ. ბოთლები შეუკვეთოს ფრანგულ კომპანიას და საქართველოში შემოიტანოს იმპორტის საბაჟო პროცედურით.</p>	<p>გ. ბოთლები შეუკვეთოს ფრანგულ კომპანიას და საქართველოში შემოიტანოს შიდა გადასახადების საბაჟო პროცედურით.</p>	
<p>2. თორნიკე ფერმერია. ჰყავს 200 სული ძროხა და რძით ამარაგებს საქართველოს რძის პროდუქტების მწარმოებელ კომპანიებს. გიორგის სურს მომავალი წლიდან თავისი ფერმის რძე გაიტანოს ასევე ექსპორტზე. ცოტა ხნის წინ, მეგობარმა აჩუქა კარაქის და ყველის წარმოების დანადგარი. რას ურჩევდით გიორგის?</p>			
<p>ა. რძე გაიტანოს ექსპორტზე.</p>	<p>ბ. კარაქი და ყველი გაიტანოს ექსპორტზე.</p>	<p>გ. სამივე გაიტანოს ექსპორტზე - რძეც, კარაქიც და ყველიც.</p>	

3. მარიამი მკერავია. სურს თავის მიერ შეკერილი ტანსაცმელი გაყიდოს საზღვარგარეთ. ერთ-ერთი ცნობილი უცხოური ტანსაცმლის მაღაზიის მენეჯერს ძალიან მოეწონა მარიამის მიერ დამზადებული ტანსაცმლის დიზაინი და მარიამს ასეთი შეთავაზება გაუკეთა: თუ იგივე ნაჭრისგან დაამზადებდა - თვეში 2000 ცალს იყიდდა, ხოლო თუ დაამზადებდა უფრო მაღალი ხარისხის ნაჭრისგან, თვეში 5000 ცალს შეუკვეთავდა. მოთხოვნილი ხარისხის ნაჭრის შეძენა საქართველოში უფრო ძვირი ჯდება, ვიდრე მისი საზღვარგარეთიდან შემოტანა. რას ურჩევდით მარიამს, რათა რაც შეიძლება მეტი მოგება დარჩეს თითოეული გაყიდვიდან?

<p>ა. შემოიტანოს მაღალი ხარისხის ნაჭერი იმპორტის საბაჟო პროცედურით და მისგან დაამზადოს ტანსაცმელი.</p>	<p>ბ. შემოიტანოს მაღალი ხარისხის ნაჭერი შიდა გადამუშავების საბაჟო პროცედურით და მისგან დაამზადოს ტანსაცმელი.</p>	<p>გ. საქართველოში შეძენილი მაღალი ხარისხის ნაჭრისგან დაამზადოს ტანსაცმელი.</p>
---	---	--






პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 22.3. საბიუჯეტო გადასახადებთან დაკავშირებული სერვისები

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). სავარჯიშოს მიზანია საბიუჯეტო გადასახადებთან დაკავშირებული სერვისების გამოყენების უნარის გაუმჯობესება. ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ **3 სწორი** ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმოს ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

<p>სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი</p>	<p>სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი</p>
---	---

<p>თიკამ გადაწყვიტა გახდეს მეწარმე. აინტერესებს როგორი ურთიერთობა ექნება სახელმწიფოსთან როგორც მეწარმეს. პირველ რიგში დააინტერესა თუ რისი უფლება აქვს მეწარმეს, როგორც გადასახადის გადამხდელს? დაეხმარეთ თიკას აღნიშნული ინფორმაციის მოძიებაში. შეგიძლიათ, გამოიყენოთ ლინკზე ან QR კოდზე მოცემული ინფორმაცია.</p>		<p>ა</p>	<p>● ●</p>	<p>1</p>	<p>2204 10 110 00</p>
<p>ზურამ ავტომანქანების ყიდვა-გაყიდვის ბიზნესი დაიწყო. საზღვარგარეთ შეიძინა ავტომანქანა შემდეგი მონაცემებით: გამოშვებულია 2 წლის წინ; ძრავის მოცულობა – 1.8; ჰიბრიდი. დაეხმარეთ ავტომანქანის საბაჟო გაფორმების თანხის გამოთვლაში. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ლინკზე ან QR კოდზე მოცემული ინფორმაცია.</p>		<p>ბ</p>	<p>● ●</p>	<p>2</p>	<p>იმპორტის გადასახადი - 9286 ლარი დღგ - 2679.48 ლარი სულ - 11965.48 ლარი</p>
<p>ამჯერად ზურამ იგივე მონაცემების მანქანა გამოიწერა, ოღონდ არ არის ჰიბრიდი. დაეხმარეთ ავტომანქანის საბაჟო გაფორმების თანხის გამოთვლაში. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ლინკზე ან QR კოდზე მოცემული ინფორმაცია.</p>		<p>გ</p>	<p>● ●</p>	<p>3</p>	<p>კანონით დადგენილი წესით გაეცნოს საგადასახადო ორგანოში მის შესახებ არსებულ ინფორმაციას; ისარგებლოს საგადასახადო შეღავათით;</p>
<p>გიორგის აინტერესებს შამპანურის სასაქონლო კოდი. დაეხმარეთ კოდის მოძებნაში. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ლინკზე ან QR კოდზე მოცემული ინფორმაცია.</p>		<p>დ</p>	<p>● ●</p>	<p>4</p>	<p>აქციზი - 1080 ლარი იმპორტის გადასახადი - 99 ლარი სულ - 1179 ლარი</p>
<p>ამჯერად გიორგიმ საფრანგეთში შეიძინა შამპანური და აინტერესებს რა დაუჯდება საბაჟო გაფორმება. დაეხმარეთ საბაჟო გაფორმების თანხის გამოთვლაში თუ: რაოდენობა - 2000 ლიტრია; საქონლის ღირებულება 5000 ლარი; ტრანსპორტირების ხარჯი 400 ლარი ხოლო სხვა ხარჯი 200 ლარი. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ლინკზე ან QR კოდზე მოცემული ინფორმაცია.</p>		<p>ე</p>	<p>● ●</p>		<p>აქციზი - 2700 ლარი იმპორტის გადასახადი - 99 ლარი სულ - 2779 ლარი</p>

პასუხების ცხრილი:

დავალება	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

■ მუხვი 23 (5.5). ფასის განსაზღვრა

სავარჯიშო 23.1. საფასო სტრატეგიის განსაზღვრის მეთოდები

სრულდება ინდივიდუალურად ან წყვილში (შესაძლებელია შესრულდეს ჯგუფურადაც. ამ შემთხვევაში, ერთი გუნდის წევრების ნაშრომები უნდა შეამოწმონ სხვა გუნდის წევრებმა). სავარჯიშოს მიზანია ფასის განსაზღვრის სტრატეგიული მეთოდების იდენტიფიცირება. ქვემოთ მოცემულ სქემაზე შეაერთეთ არანაკლებ **6 სწორი** ვარიანტი. სწორი პასუხები მიუთითეთ პასუხების ცხრილში. გაითვალისწინეთ, რომ შესაძლოა თქვენ მიერ შესრულებული სავარჯიშო შესაძლოა შეამოწმონ ერთ-ერთმა სტუდენტმა. შედეგები განვიხილოთ ერთობლივად. შემოწმებისას გათვალისწინებული იქნება პასუხების ცხრილში დაფიქსირებული ინფორმაცია.

სავარჯიშოს შესრულებული სტუდენტის სახელი, გვარი	სავარჯიშოს შემოწმებული სტუდენტის სახელი, გვარი
--	--

ბაზარზე ნაღების მოხსნის სტრატეგია გულისხმობს...	ა	● ●	1	ფასი წესდება შეგნებულად არა მრგვალი რიცხვი (მაგალითად, არა 30 ლარი, არამედ 29.99), რათა მომხარებელს შეექმნას შთაბეჭდილება, რომ ფასი მაქსიმალურად სამართლიანად არის დაწესებული.
ბაზარზე შეღწევის სტრატეგია გულისხმობს...	ბ	● ●	2	ამ შემთხვევაში ყურადღება ექცევა პროდუქტის ხარისხს. როდესაც ყოველთვის მაღალი ხარისხის პროდუქტს აწოდებ ბაზარზე, მომხმარებელს აქვს ნდობა. შეიძლება არ იყიდოს უფრო იაფი, უფრო მეტი ფუნქციის მქონე (და შესაძლოა უფრო მაღალი ხარისხისაც კი) სმარტფონი მხოლოდ იმიტომ, რომ არ არის ცნობილი ბრენდის.
კონკურენტული ფასების სტრატეგია გულისხმობს...	გ	● ●	3	ამ შემთხვევაში მნიშვნელობა აქვს პროდუქტის გამოყენების ადგილსა და გარემოებას. მაგალითად, რატომ ღირს საქორწინო კაბა რამდენიმე ასეული ლარით უფრო ძვირი, ვიდრე უკეთესი ხარისხის, მაგრამ არასაქორწინო კაბა?
პრემიუმ ფასის სტრატეგია გულისხმობს...	დ	● ●	4	გულისხმობს სიახლის ხარჯზე ცნობილი ბრენდების მიერ მაღალ ფასად პროდუქტის რეალიზაცია
დანაკარგებში ლიდერის სტრატეგია გულისხმობს...	ე	● ●	5	ერთი შეხედვით პარადოქსულია თუ დანაკარგი გაქვს (თან დანაკარგში ლიდერი ხარ), მაშინ რითია გამართლებული ეს სტრატეგია? საქმე იმაშია, რომ ასეთ ხერხს მიმართავენ ბევრი ასორტიმენტის მქონე სუპერმარკეტები. მაგალითად, შექარს ყიდის იმაზე დაბალ ფასად, რაც დაუჯდა. სამაგიეროდ, მომხმარებელი აქ მოდის და შექართან ერთად ბევრ სხვა რამეს ყიდულობს.
ფსიქოლოგიური ფასის სტრატეგია გულისხმობს...	ვ	● ●	6	ეს არის პირველი სტრატეგიის საპირისპირო სტრატეგია, როდესაც ფასს აწესებენ იმაზე დაბალს, რაც ბაზარზეა. იყენებენ ნაკლებად ცნობილი კომპანიები რათა თავი დაიმკვიდრონ მასობრივ ბაზარზე
ღირებულებებზე ორიენტირებული სტრატეგია გულისხმობს...	ზ	● ●	7	ჰგავს ბაზარზე შეღწევის სტრატეგიას, შეგნებულად დაბალ ფასს აწესებენ კომპანიები, თუმცა ამ შემთხვევაში მათი მიზანია კონკურენტების გაძევება ბაზრიდან

პასუხების ცხრილი:

დავალეა	ა	ბ	გ	დ	ე
პასუხები					
გასწორება					

სავარჯიშო 23-2. მარკეტინგისა და ყოველთვიური ხარჯების (საბრუნავი საშუალებები) განსაზღვრა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). აღნიშნული სავარჯიშოს მიზანია მოახდინოთ იდეის წარმატებით განსახორციელებლად საჭირო ყოველთვიური ხარჯების (საბრუნავი საშუალებების) იდენტიფიცირება. სავარჯიშო სრულდება წინა შეხვედრებზე განხილული ან ახალი იდეისთვის.

მარკეტინგისა და ყოველთვიური ხარჯების (საბრუნავი საშუალებები) განსაზღვრა

იდეის მოკლე განმარტება და ავტორი:

N	ხარჯის აღწერა მასალა, ნედლეული (მაგ. საწვავი; ერთ- ჯერადი ჩანგალი-10 მუკვრა) კომუნალური გადასახადი, მარკეტინგი და ა.შ	თვეში რამდენი დაგჭირდუ- ბათ	ფასი ლარში (ერთი ერთეული)	ხარჯი თვეში	თვეების რაოდენობა	ხარჯი წელი- წადში
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						

10	გაუთვალისწინებელი ხარჯი				
11	კომუნალური გადასახადის სავარაუდო ხარჯი თვეში (ელექტრო ენერჯია, წყალი, გაზი) :				
12	მარკეტინგის სავარაუდო ხარჯი თვეში:				
		ჯამი			

N	ადამიანური რესურსი/იჯარის ობიექტი თანამშრომლის პოზიცია, ასევე რა უონებას იღებთ იჯარით	ხელფასი/ იჯარა ხელზე	ხარჯი თვეში	0	თვეების რაოდენობა	ხარჯი წელიწადში
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
	ჯამი					
	მთლიანი ხარჯი:	თვეში:			წელიწადში:	

სავარჯიშო 23-3. დისტრიბუციისა და შემოსავლის არხების განსაზღვრა

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). წინა შეხვედრებზე განხილული ან ახალი იდეისთვის შეავსეთ ქვემოთ მოცემული ფორმა:

დისტრიბუციისა და შემოსავლის არხების განსაზღვრა

<p>იდეის ავტორი:</p> <p>იდეის მოკლე აღწერა:</p>	
---	--

6. დისტრიბუციის არხები

(იდეით სარგებლობისთვის რომელ არხებს ანიჭებენ მომხმარებლები უპირატესობას: ინტერნეტი, საკუთარი მაღაზია, პარტნიორის მაღაზია, მათი კომბინაცია თუ სხვა)

7. შემოსავლის არხები

(რა შემოსავალს მოიტანს იდეის განხორციელება და როგორ)

შეხვედრა 24 (5.6). გამართივებული ფინანსური აღრიცხვა-ანგარიშების მოგზადება

სავარჯიშო 24.1. დაზუსტებული ერთჯერადი ხარჯები (ძირითადი საშუალებები) და დაფინანსების წყაროები

შესაძლებელია შესრულდეს, როგორც ინდივიდუალურად, ისე ჯგუფურად (სასურველია თითოეულ ჯგუფში იყოს არანაკლებ 3 წევრი). სავარჯიშოს მიზანია ძირითადი საშუალებების ქართული და უცხოური ბაზრების შესწავლის საფუძველზე, ქვემოთ მოცემული ფორმის გამოყენებით დააზუსტოთ 8.1 სავარჯიშოს დროს შევსებული სავარაუდო მონაცემები:

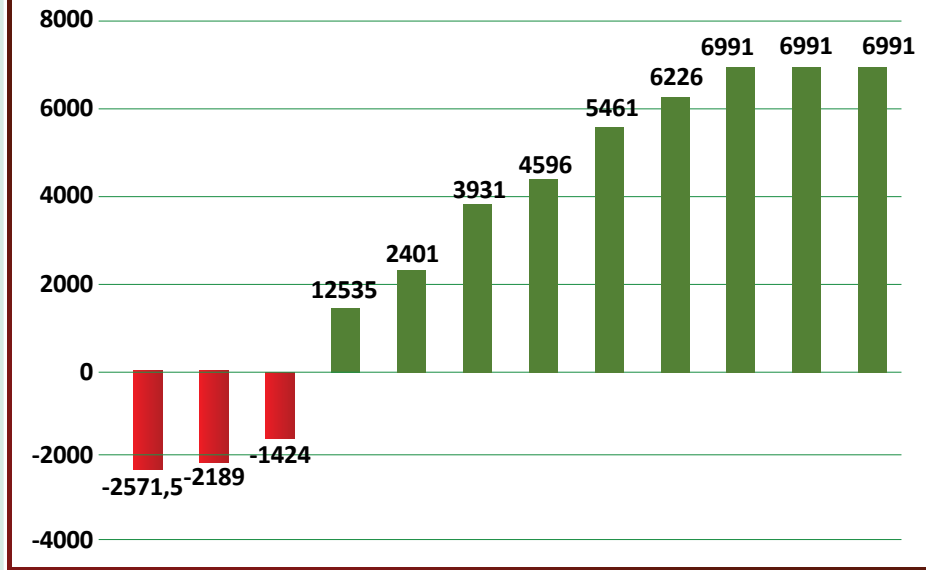
ერთჯერადი ხარჯები (ძირითადი საშუალებები) და დაფინანსების წყაროები

იდეის ავტორი:

იდეის მოკლე განმარტება:

N	ძირითადი საშუალებების დასახელება რესურსები, რომელთაც ერთხელ იყიდით და მრავალჯერ გამოიყენებთ (კომპიუტერი; პრინტერი; ავტომანქანა და ა.შ.)	ზომის ერთეული (ცალი, კგ, კომპლექტი ა.შ)	რაოდენობა	ხარჯი ერთ ერთეულზე (ლარი)	მთლიანი ხარჯი (ლარი)	დაფინანსების შესაძლო წყარო (დანაზოგი, სესხი, გრანტი და ა.შ)
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						

პირველი წელი



თვე 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12

ჯამი

შემოსავალი	130500	4050	4500	5400	8550	9900	11700	12600	13500	14400	15300	15300	15300
მასალა, ნედლეულის ხარჯი	5568	464	464	464	464	464	464	464	464	464	464	464	464
ხელფასები/იჯარის ხარჯი	55500	4625	4625	4625	4625	4625	4625	4625	4625	4625	4625	4625	4625
მოგება დაბეგრამდე - EBITDA	69432	-1039	-589	311	3461	4811	6611	7511	8411	9311	10211	10211	10211
მოგების გადასახადი	19575	607,5	675	810	1282,5	1485	1755	1890	2025	2160	2295	2295	2295
საშემოსავლო გადასახადი	11100	200	925	925	925	925	925	925	925	925	925	925	925
წმინდა მოგება	38757	-2571,5	-2189	-1424	1253,5	2401	3931	4696	5461	6226	6991	6991	6991
რენტაბელობა	30%	63%	-49%	-26%	15%	24%	34%	37%	40%	43%	46%	46%	46%
ინვესტიცია წლის დასაწყისში	5 300 ლ												
წმინდა მოგება	38 757 ლ												
ინვესტიციის უკუგება (%) - ROI	631%												