

შემოქმედებითი მეწარმეობის სახელმძღვანელო



სახელმძღვანელო შექმნილია სსიპ შემოქმედებითი საქართველოს მიერ, ბრიტანეთის საბჭოს პროგრამის, „შემოქმედებითი ნაპერწკალი: სამეწარმეო განათლება უმაღლესებისათვის“ ფარგლებში.

ავტორები: თინათინ ბალაშვილი, ელენე თოიძე, ვახტანგ ურუშაძე

რედაქტორები: ირმა რატიანი, ლილი მეტრეველი

დიზაინი: მარიამ კუპრაშვილი

2021 წელი, თბილისი.



შემოქმედებითი
საქართველო
CREATIVE GEORGIA



წინასიტყვაობა

შესაძლოა, შემოქმედებით ბიზნესსაქმიანობაში გარკვეული გამოცდილება უკვე გაქვთ, ან ახლახან დაიწყეთ ამაზე ფიქრი და საერთოდ სუფთა ფურცლიდან, იდეის გარეშე, იწყებთ საქმიანობას, **შემოქმედებითი მეწარმეობის სახელმძღვანელო** დაგეხმარებათ საწყისი წერტილის ან ახალი პერსპექტივის პოვნაში.

გვინდოდა შეგვექმნა მარტივი, პრაქტიკული და რთული ტერმინებით ნაკლებად დატვირთული სახელმძღვანელო, რომლის წაკითხვაც სახალისო, საინტერესო და ამავე დროს სასარგებლო იქნებოდა.

ამისთვის ჩვენი თავი თქვენს ადგილას წარმოვიდგინეთ, ვეცადეთ, დაგვენახა შემოქმედებით ბიზნესიდეაზე ფიქრისას თუ მუშაობისას, რა დაგჭირდებოდათ და სახელმძღვანელოს აგების/ შედგენის ლოგიკაც შესაბამისად განვსაზღვრეთ.

შედეგად, სახელმძღვანელო დავყავით სამ თავად: I — იდეის ჩამოყალიბება, II — გარემო და რესურსები და III — „ფანდრაიზინგი“.

თითოეულ თავში იპოვით:

- * მოკლე თეორიულ მიმოხილვას
- * პრაქტიკულ რჩევებს
- * საინტერესო მაგალითებს
- * სხვადასხვა ტიპის სავარჯიშოებს
- * თავისუფალ სივრცეებს

სავარჯიშოები და მაგალითები თეორიული კომპონენტის უკეთ შესწავლაში, თქვენი ბიზნესიდეის მოფიქრებასა და შემდგომ განვითარებაში დაგეხმარებათ.

თავეებს შორის შემოქმედებითი ბიზნესპროექტების ავტორებთან საინტერესო ინტერვიუებიც დავურთეთ, რაც, ვფიქრობთ, შთაგონებისთვის გამოგადგებათ.

სახელმძღვანელოს ბოლოს, დატანილია ე.წ. ბიზნესმოდელის ტილოს¹ ციფრული ვერსია (შესაბამისი შტრიხკოდით). მას შემდეგ, რაც დაამუშავებთ თქვენს იდეას, გაეცნობით გარემოში არსებულ შესაძლებლობებსა და გამოწვევებს, ბიუჯეტირებას, დაფინანსებისა და განვითარების შესაძლებლობებს, ეს ყველაფერი „ბიზნესმოდელის ტილოზე“ გადაიტანეთ, რაც საშუალებას მოგცემთ თქვენი ბიზნესის სხვადასხვა კომპონენტი ერთ სივრცეში აღიქვას.

შემოქმედებითი მეწარმეობის სახელმძღვანელო მომზადდა სსიპ „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ, ბრიტანეთის საბჭოს საგრანტო პროგრამის — „შემოქმედებითი ნაპერწკალი: სამეწარმეო განათლება უმაღლესებისათვის“ — ფარგლებში.

¹ ალექს ოსტერვალდერის უნივერსალური კანვას ბიზნეს მოდელი არის ინსტრუმენტი, რომელიც ბიზნესიდეის შექმნასა და შეფასებაში დაგეხმარებათ. იგი შედგება 9 ძირითადი პუნქტისგან, რომელიც თქვენს ბიზნესიდეას უკეთ გაგაანალიზებინებთ.

ს

ა

რ

ნ

ე

ვ

ო

8

შემოქმედებითი ბიზნესიდეს გენერირება

- * საიდან დავიწყეთ? როგორ დავიწყეთ?
- * 4 მარტივი გზა შემოქმედებითი ბიზნესიდეს მოსაფიქრებლად
- * როგორია „კარგი“ ბიზნესიდეა?
- * ბიზნესიდეს შესამოწმებელი/განსავითარებელი მარტივი ინსტრუმენტების სია

30

ინტერვიუ N1

36

გარემო და ბიზნესის განვითარება

- * რესურსების ანალიზი
- * საჭიროებების ანალიზი
- * გარემო, გარე ფაქტორები და კონკურენცია
- * ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები

43 ————— ინტერვიუ N2

56

„ფანდრაიზინგი“

- * გვჭირდება თუ არა დაფინანსება?
- * „ფანდრაიზინგი“: რა გზები არსებობს და რა გვჭირდება დაფინანსების მოსაპოვებლად?
- * როგორ უნდა შევადგინოთ ბიუჯეტი?
- * ბიუჯეტირებისას გასათვალისწინებელი რჩევები და პრინციპები

78 ————— ინტერვიუ N3

84

ბიზნესმოდელის ტილო

შემოქმედებითი ბიზნესიდეის გენერირება

ამ თავის წაკითხვის შემდეგ:

- * გეცოდინებათ, რა ძირითადი გზები არსებობს ბიზნესიდეის მოსაფიქრებლად;
- * გამოიყენებთ ბიზნესიდეების შემოწმებისთვის საჭირო პრაქტიკულ ინსტრუმენტებს;
- * იპოვით საინტერესო ბმულებს და ინფორმაციას თქვენთვის სასარგებლო ორგანიზაციების შესახებ.

ცხოვრებაში, ალბათ, ერთხელ მაინც ყველას გაგჩენიათ ბიზნესიდეა, რომელსაც დღის სინათლე არ უხილავს. ხშირად გითქვამთ შემდეგი ფრაზები?

- * ძალიან მაგარი იდეა მაქვს, მაგრამ...
- * რომ შემეძლოს, აუცილებლად დავიწყებდი ბიზნესს, მაგრამ...
- * მინდა, მაგრამ არ ვიცი, რა იმუშავებდა კარგად...
- * მინდა, მაგრამ ბიზნესის დაწყებას ბევრი ფული სჭირდება...

ამ თავში ვეცდებით მოგცეთ საკმარისი ინფორმაცია და შთაგონება, რომ სურვილის შემთხვევაში, დამატებითი ფინანსური რესურსის გარეშე, დაამუშაოთ თქვენი ბიზნესიდეა და შეამოწმოთ, აქვს თუ არა მას შემდგომი განვითარების პერსპექტივა.

საიდან დავიწყოთ? როგორ დავიწყოთ?

თუკი თქვენ გარკვეული პროდუქტის წარმოებისა თუ მომსახურების იდეები უკვე გაქვთ, შეგიძლიათ ამ თავში არსებული სავარჯიშოები გამოიყენოთ. შემდეგ თავებში – შეგიძლიათ იმუშაოთ თქვენი ბიზნესიდეის დახვეწაზე და სხვადასხვა ინსტრუმენტის საშუალებით შეამოწმოთ მისი განვითარების პოტენციალი.

თუკი სუფთა ფურცლიდან იწყებთ და არ იცით, როგორ და სად იპოვოთ იდეები, მაშინ ქვემოთ მოცემული ინფორმაცია აუცილებლად დაგეხმარებათ:

ეცადეთ, გვერდით გადადოთ, პირველ რიგში, შიში. მაგალითად შიში იმისა, რომ თქვენი მოფიქრებული იდეა ვინმესთვის სულელური აღმოჩნდება, ანაც, რომ თქვენი იდეა მარცხისთვის არის განწირული.

ალბათ, ძალიან, ძალიან ბევრ კარგ იდეას არ უნახავს დღის სინათლე იმის გამო, რომ ამ იდეის ავტორებმა მარცხის შიში ვერ დაძლიეს. ასევე, ეცადეთ, არ მოექცეთ უკვე დამკვიდრებულ ჩარჩოებში/გასცდით სტერეოტიპებს, იფიქრეთ განსხვავებულად, თუნდაც ეს ყველაფერი აბსურდულად გეჩვენებოდეთ.

როგორც ა.შ.შ-ს პრეზიდენტმა, ჯონ ფიცჯერალდ კენედიმ, 1968 წელს, ირლანდიის პარლამენტისადმი წარმოთქმულ თავის სიტყვაში აღნიშნა: „მსოფლიოს პრობლემებს ვერ გადაჭრიან სკეპტიკოსები და ცინიკოსები, რომელთა წარმოსახვის არეალიც შემოსაზღვრულია ჩვეული რეალობით. ჩვენ გვჭირდება ადამიანები, რომელთაც შეუძლიათ ისეთი რამეების წარმოდგენა, რასაც არასდროს უარსებია“².

ქვემოთ მოყვანილი მაგალითები მარტივ წარმოდგენას შეგიქმნით იმის შესახებ, თუ რა წინააღმდეგობებს აწყდებოდნენ ინოვაციური იდეის ავტორები საუკუნეების მანძილზე და როგორ შეფასებებს იმსახურებდა თანამედროვეთა შორის დღეისთვის უკვე აბსოლუტურ ჭეშმარიტებად და ბუნებრივად ქცეული ამბები.

2 კენედი ჯ.ფ., 28 ივნისი, 1968, დუბლინი, მიმართვა ირლანდიის პარლამენტისადმი. მოპოვებულია ჯონ ფ.

კენედის საპრეზიდენტო ბიბლიოთეკისა და მუზეუმის ვებგვერდზე, ბმულზე: <https://www.jfklibrary.org/archives/other-resources/john-f-kennedy-speeches/irish-parliament-19630628>

4 საინტერესო მაგალითი ახალი და უახლესი ისტორიიდან:

„იმდენი საუკუნე გავიდა სამყაროს შექმნის შემდეგ, ნაკლებსავარაუდოა, რომ ვინმემ აღმოაჩინოს რაიმე ღირებულების მქონე უცნობი მიწა“

*ესპანეთის მეფის, ფერდინანდისა და დედოფლის, ისაბელას მრჩეველთა საბჭო
ქრისტეფორე კოლუმბის შეთავაზების შესახებ, 1486 წელი.³*

„მაღალსიჩქარიანი სარკინიგზო მოძრაობა შეუძლებელია, რადგან მგზავრები, ვერ შეძლებენ რა სუნთქვას, ასფიქსიით დაიხოცებიან.“

დოქტორი დიონისე ლარდნერი.⁴

„სიმართლე რომ ითქვას, ვერც ერთი ონლაინ მონაცემთა ბაზა ვერ ჩაანაცვლებს თქვენს ყოველდღიურ გაზეთს, ვერც ერთი სიდი ვერ დაიკავებს კომპეტენტური მასწავლებლის ადგილს და ვერც ერთი კომპიუტერი ვერ შეცვლის მთავრობის მუშაობის სტილს“

კლიფორდ სტოლი, ჟურნალი „ნიუსვიკი“, 26 თებერვალი, 1995.⁴

„მაგრამ რისთვის შეიძლება მათი გამოყენება?“

IBM-ის ინჟინერი მიკროჩიპის შესახებ, 1968⁵

³ ელისი ჯ., 2019, „სუპერკოლაიდერის კრიტიკოსებმა ისტორიიდან უნდა ისწავლონ“, *Nature* 567, 311, <https://doi.org/10.1038/d41586-019-00927-y>

⁴ მოპოვებულია ბმულზე: <https://www.latimes.com/business/hiltzik/la-fi-mh-actually-that-offbase-20150227-column.html>

⁵ „ფრაზა მიეწერება IBM-ის ინჟინერს, მოწინავე კომპიუტერული სისტემების განყოფილებიდან“. - ბერვალდი, ჯ.ჯ. (2019) კვანტური აპლიკაციების მათემატიკა დ-ტალღურ კვანტურ კომპიუტერებში. ამერიკის მათემატიკის საზოგადოების შენიშვნები.66(6)

4 მარტივი გზა შემოქმედებითი ბიზნესიდის მოსაფიქრებლად:

მას შემდეგ, რაც უკან მოიტოვებთ „შიშის ეტაპს“ და გადაწყვეტთ, ბიზნესიდეაზე ფიქრი დაიწყეთ, შეგიძლიათ შთაგონებისთვის რამდენიმე ხერხს მიმართოთ. თქვენს დასახმარებლად გამოვყავით 4 მარტივი და ხელმისაწვდომი გზა, რომლებიც, ვფიქრობთ, რომ ბიზნესიდის მოფიქრებაში ნამდვილად წაგადგებათ:

პრობლემები:

თუკი საჭირო და მომხმარებელზე მორგებული ბიზნესიდის მოფიქრება გსურთ, გირჩევთ შეისწავლოთ, თუ რა პრობლემები არსებობს თქვენ ირგვლივ. ყველა კარგი ბიზნესიდეა აგვარებს მომხმარებლის პრობლემას, გარკვეულწილად მაინც. დაიწყეთ საკუთარი თავით, შემდგომ კი — გადადით ახლობლებსა და ნაცნობებზე და ეცადეთ, დაფიქრდეთ, რა ისეთ პრობლემას აწყდებით ხოლმე ხშირად, რისი მოგვარებაც მნიშვნელოვნად გაამარტივებდა თქვენს ცხოვრებას. ეს პრობლემა შესაძლოა, საყოფაცხოვრებო საკითხებს უკავშირდებოდეს [მაგალითად, მერედით პერის მსგავსად, გეზიზღებათ ერთმანეთში გადახლართული სადენები, ავითარებთ უსადენო მაღალსიხშირული დამტენი მოწყობილობის იდეას და აფუძნებთ სტარტაპს - uBeam-ს], ანაც - სხვა რამეს, მთავარია - ეძიოთ! ხშირად, ამბობენ, რომ პრობლემები მხოლოდ „შენიღბული“ შესაძლებლობებია. იქ, სადაც არსებობს პრობლემა, არსებობს მისი გადაჭრის გზაც, რაც თქვენთვის შეიძლება ახალი და საინტერესო ბიზნესიდის მოფიქრების საფუძველი გახდეს.

მაგალითი N1:

NETFLIX ციფრული „სტრიმინგის“ პლატფორმაა, რომლის მომსახურება, ალბათ, ბევრ თქვენგანს გამოუყენებია ან, სულ მცირე, სმენია მაინც. ნეტფლიქსის საბაზრო კაპიტალიზაცია⁶ 2020 წლის ოქტომბრის მდგომარეობით — 240 მილიარდ აშშ დოლარს შეადგენს, ხოლო წლიური შემოსავალი — 20 მილიარდ აშშ დოლარს.

ნ კომპანიის საბაზრო კაპიტალიზაცია აღწერს მის საერთო საბაზრო ღირებულებას. ის დგინდება ცალკეული აქციის ღირებულების, აქციების საერთო რაოდენობაზე გამრავლების შედეგად.

თუკი ნეტფლიქსის დაფუძნების ისტორიას და გარემოებებს გადავხედავთ, ნათლად დავინახავთ, რომ მან მომხმარებლებს ბევრი პრობლემა მოუგვარა. დღეს აღარავის აქვს ვიდეოგაქირავების მაღაზიებში სიარულის საჭიროება, აღარავინ ხარჯავს ფულს ამ ძვირიან მომსახურებაში, როცა ბევრად უფრო იაფად, სახლიდანაც შეუძლიათ უკეთესი ხარისხის მომსახურება მიიღონ. ნეტფლიქსმა მოაგვარა მომხმარებლის პრობლემა, მორგებოდა ტელევიზიის გრაფიკს/განრიგს და გადაცემების თუ ფილმების ჩვენების დროს. ახლა მომხმარებელი თავად ირჩევს როდის და რას უყუროს.

მინი სავარჯიშო: გზები, რომლებიც პრობლემებს გვაპოვნინებს.

- * დასვი კითხვა, რა პროდუქტი ან მომსახურება გინდა რომ არსებობდეს და არ არსებობს?
- * ათვალიერე სოციალური მედია და ნახე რაზე „წუწუნებენ“ მომხმარებლები;
- * დაელაპარაკე შენს მეგობრებს, ნაცნობებს და ჰკითხე, რა პრობლემები აწუხებთ. არ აქვს მნიშვნელობა სფეროს, ეხება ეს - ჯანმრთელობას, ფიტნესს, სწავლას, საყოფაცხოვრებო საკითხებს, სოციალურ ცხოვრებას თუ სხვა რამეს;
- * გამოიყენე საძიებო სისტემები და შეეცადე იპოვო არსებული პრობლემები.

2. ტენდენციები:

საინტერესო ბიზნესიდეების პოვნაში გარემოში არსებულ ტენდენციებზე დაკვირვებაც მნიშვნელოვნად დაგეხმარებათ: გამოიყენეთ საძიებო სისტემები და ეცადეთ მუდმივად გაეცნოთ ბიზნეს სამყაროში თუ ზოგადად არსებულ სიახლეებს; ეწვიეთ ვებ-გვერდებს, რომლებიც მსოფლიოში ან ჩვენს ქვეყანაში არსებულ სტატისტიკასა და „ტრენდებს“ აღწერენ; ნახეთ, რას „გუგლავენ“ ყველაზე ხშირად საქართველოში, კავკასიის რეგიონში ან ზოგადად, მსოფლიოში. დააკვირდით ამ „ტრენდებს“ და ეცადეთ ბიზნესიდეის შთაგონებისთვის გამოიყენოთ. 2021 წელი ამ მხრივ ძალიან საინტერესო წელია, კორონავირუსის პანდემიამ მრავალი ახალი ტრენდი გააჩინა და საერთოდ შეცვალა საბაზრო ეკონომიკა. ახალმა რეალობამ ბევრ ბიზნესს დიდი პრობლემა შეუქმნა და გაკოტრების პირასაც კი მიიყვანა, თუმცა ახალ ბიზნესებს განვითარების საინტერესო პერსპექტივა გაუჩინა.

მაგალითი N1:

რას იზამდით 1994 წელს რომ გეცხოვრათ და გაგეგოთ, რომ ვებ-გვერდების მომხმარებელთა რაოდენობა წელიწადში 2300%-ით იზრდებოდა? ამ სტატისტიკამ 30 წლის ჯეფ ბეზოსის ყურადღება მიიპყრო, მან ვოლ სტრიტზე მუშაობა მიატოვა და საკუთარ ავტოფარეხში წიგნების ონლაინ მაღაზია გახსნა - **Amazon.com**. დღეს ამაზონი მსოფლიოში მესამე ყველაზე მსხვილი კომპანიაა, 1.6 ტრილიონიანი საბაზრო კაპიტალიზაციით და 321.8 მილიარდი შემოსავლებით და მომხმარებელს უამრავ განსხვავებულ მომსახურებას სთავაზობს.

3. არსებული ბიზნესების გააზრება/ანალიზი:

იმისთვის, რომ საინტერესო ბიზნესიდეა მოიფიქროთ, შეგიძლიათ უკვე არსებული ბიზნესების გააზრებასა და კრიტიკულ ანალიზს შეუდგეთ. სხვადასხვა ბიზნესის შექმნისა და განვითარების ისტორიის, მათი ბიზნეს მოდელის შესწავლა, მახასიათებლების გააზრება და ანალიზი შთაგონების მნიშვნელოვანი წყაროა. ერთი მხრივ, ანალიტიკური მიდგომა დაგანახებთ, თუ რა ნაკლი აქვს რომელიმე არსებულ ბიზნესს და შეიძლება საინტერესო იდეასაც „გამოჰკრათ ხელი“, მეორე მხრივ, კი ეს პროცესი თქვენს მეწარმეულ აზროვნებას განავითარებს და სფეროს შესახებ ბევრ საინტერესო ინფორმაციას მოგაწვდით.

აღნიშნული ინსტრუმენტი განსხვავებული მიმართულებებით შეგიძლიათ გამოიყენოთ:

1. გადაიაზროთ არსებული ბიზნესმოდელები და დაფიქრდეთ, რა შეიძლება გაკეთდეს სხვაგვარად? როგორ უნდა გაუმჯობესდეს არსებული ბიზნესიდეა? ჩამოწერეთ თუნდაც ტრადიციული ბიზნესები და ეცადეთ იფიქროთ შემოქმედებითად: როგორ შეცვლიდით მას, რას გააუმჯობესებდით, როგორ „ამოაყირავებდით“ ამ იდეას?
2. შეისწავლეთ არსებული მაგალითები და დაფიქრდით, ხომ არ არის თავისუფალი ნიშა დატოვებული მსგავსი, მაგრამ მცირედად განსხვავებული ბიზნესისთვის?
3. ხომ არ შეგიძლიათ მომხმარებელს უკვე არსებული ბიზნესის მსგავსი, უფრო ხელმისაწვდომი პროდუქტი ან მომსახურება შესთავაზოთ? ან იქნებ არსებული ბიზნესის მიწოდების ფორმა ან ადგილმდებარეობა შეცვალოთ?
4. დააკვირდეთ არსებულ ბიზნესებს და ნახეთ, როგორ იპოვეს და განავითარეს თავიანთი იდეები ცნობილმა მეწარმეებმა. რა რჩევებს აძლევენ ისინი დამწყებ მეწარმეებს?

მაგალითი N1:

2003 წელს სტეფან ქეიმ სან ხოსეში, კალიფორნიაში, დაარსა ახალი კომპანია მას შემდეგ, რაც გაიაზრა, რომ გიტარის ბიზნესში ოპერირებადი მსხვილი კომპანიები მომხმარებელს არ სთავაზობდნენ მედიატორების⁷ ახალ საკოლექციო მოდელებს. მან შექმნა თავის ქალის ფორმის მქონე მოდელი, რომელმაც კომპანიას დიდი პოპულარობა მოუპოვა და მათი პროდუქცია შემდგომ მსოფლიოს მასშტაბით 10,000 სხვადასხვა მაღაზიაში იყიდებოდა. „დიდი მოთამაშეები შესაძლებლობების უსაზღვრო რაოდენობას ტოვებენ მაგიდაზე“ – სტეფან ქეი, ვებგვერდ inventright.com-ის თანადამფუძნებელი, პროდუქტის იდეის ლიცენზირების წამყვანი ექსპერტი.

მაგალითი N2:

სტარტაპმა უბერმა (UBER) უკვე არსებული და კარგად ნაცნობი ტაქსის მომსახურება ახალ საფეხურზე აიყვანა. უბერის დამფუძნებლებს სრულად ახალი ბიზნესი არ მოუფიქრებიათ, მათ გაიაზრეს არსებული ბაზარი, დაინახეს პრობლემა და მომხმარებელს შესთავაზეს ინოვაციური მომსახურება. დღესდღეობით უბერი მსოფლიოში ყველაზე ცნობილი და გავრცელებული ტაქსის აპლიკაციაა, რომელიც მგზავრობის მსურველებს და მძღოლებს ერთმანეთთან აკავშირებს.

4. „შეიცან თავი შენი“⁸: დაფიქრდით, რა გიცვართ, რა მოგწონთ, რა გამოგდით კარგად და რაში არ დაგეგნანებოდათ დროისა და ენერგიის დახარჯვა. გაიაზრეთ, რა უნარებს ფლობთ, რაში ხართ ნიჭიერი? ბუნებრივია, რომ ბევრად დიდი შანსი გაქვთ წარმატებას მიაღწიოთ ისეთი ბიზნესიდეის განვითარებაში, რომელთანაც გარკვეული უნარ-ჩვევები ან ინტერესები გაკავშირებთ. კარგად გაიაზრეთ, რამდენად შეგიძლიათ ბიზნესად აქციოთ ის, რაც ძალიან

7 რქის, ძვლის, ხის ან სხვა მასალისგან დამზადებული პატარა ფირფიტა, რომლითაც უკრავენ გიტარაზე, მანდოლინაზე ან ზოგიერთ სხვა სიმებიან საკრავზე.

8 ძველ საბერძნეთში, ქალაქ დელფოში, აპოლონის ტაძარზე ამოკვეთილი 7 ბერძენი ბრძენის გამონათქვამთაგან ერთ-ერთი, რომელიც გადმოცემის მიხედვით ეკუთვნის ჰილონ სპარტელს (ძვ. წ. VI ს. ბერძენი პოლიტიკოსი და ელევგიური ჟანრის პოეტი).

სასარგებლო ბმულები ტრენდების და სტატისტიკის შესახებ:

<https://www.worldometers.info/>

<https://trends.google.com>

<https://thecurrentdaily.com/>

<https://www.statista.com/>

<https://www.trendhunter.com/>

<https://ourworldindata.org/>

კარგად გამოგდით, ან რისი კეთებაც ძალიან მოგწონთ და გაინტერესებთ. რთულია, საკუთარი თავი ისეთი ბიზნესიდის განვითარებაზე მუშაობისთვის განაწყით, რომელიც არ გხიბლავთ, ადრე თუ გვიან მასზე მუშაობა უბრალოდ მოგებრდებათ და შეიძლება მანამდე გაწეული კარგა ხნის შრომა ჩაგეყაროთ წყალში.

წარმატების მისაღწევად, რა თქმა უნდა, ძალიან მნიშვნელოვანია საქმის სიყვარული. გამოწვევების მიუხედავად, რეზულტატი ნამდვილად ღირს გაწეულ შრომად

კერამიკ სტუდიო. სრული ინტერვიუ იხ. 56-ე გვერდზე

არ არის აუცილებელი ეს იყოს საქმიანობა, რომელიც სკოლაში ან სპეციალურ წრეზე სიარულისას შეისწავლეთ. იქნებ თავისუფალ დროს ხატვა ან წერა გიყვართ, ან იქნებ ძველი ნივთების შეკეთება გეხერხებათ, ანაც — ავტომობილებით და ზოგადად სპორტით ხართ გატაცებული; შეიძლება რომელიმე საკითხის შესახებ საკმაოდ დიდი ცოდნა გქონდეთ დაგროვებული, ეს ბიზნესის წამოწყებაში ნამდვილად დაგეხმარებათ. გაიაზრეთ თქვენი საყვარელი საქმიანობა, თქვენი ჰობი. ერთ-ერთი კარგი გზა ბიზნესიდის დასაწყებად თქვენი ჰობის ბიზნესად ქცევაა. ასე ერთმანეთს დააკავშირებდით თქვენს გატაცებასა და საქმიანობას.

მინი სავარჯიშო: აქციე საკუთარი გატაცება - ბიზნესად.

- * რა მოგწონთ, რითი ხართ გატაცებული, რის შესახებ კითხულობთ და ეცნობით ყველაზე მეტ ინფორმაციას (სპორტი, ახალი ტექნოლოგიები, ხელოვნება, ასტრონომია...)?
- * თქვენი ძირითადი საქმიანობის გარდა, რა გეხერხებათ (გაფუჭებული ნივთების შეკეთება, კულინარია, ხატვა...)?
- * გაიხსენეთ, რის წრეზე დადიოდით სკოლაში ან სკოლის გარეთ?
- * რას ამბობენ თქვენი მეგობრები, ნაცნობები - რა გამოგდით კარგად?
- * თქვენი აზრით, რა იქნებოდა საქმიანობა, რომლის ბიზნესად და საქმედ ქცევაც არ მოგებზრდებოდათ?

როგორია „კარგი“ ბიზნესიდეა?

- * ბიზნესიდეა უმთავრესად მომხმარებელს უნდა ერგებოდეს;
- * ის უნდა აგვარებდეს პოტენციური მომხმარებლის პრობლემას;
- * ის უნდა აუმჯობესებდეს მომხმარებლის ცხოვრებას და მოჰქონდეს მისთვის სარგებელი;
- * მასზე უნდა იყოს რეალური მოთხოვნა;
- * თქვენი მომსახურება/პროდუქტი უნდა იყოს იმდენად კარგი, რომ მასში მომხმარებელმა ფული გადაიხადოს;
- * უნდა მოგწონდეთ ის, რასაც აკეთებთ და არ უნდა გეზარებოდეთ მის განვითარებაში დროისა და ენერგიის ჩადება;
- * უნდა გქონდეთ გარკვეული ცოდნა და გამოცდილება იმის შესახებ, რასაც შენი ბიზნესიდეა უკავშირდება.

არ არსებობს კარგი იდეა, რომელიც არ შეიძლება, რომ გაუმჯობესდეს

— მაიკლ ეისნერი

(ამერიკელი ბიზნესმენი, „უოლტ დისნეის“ ყოფილი ხელმძღვანელი)

თქვენი ბიზნესიდეა მიზნად უნდა ისახავდეს მომხმარებლის ცხოვრების გაუმჯობესებას თუ მისი პრობლემის მოგვარებას და ზუსტად ამიტომ, ყოველთვის მზად უნდა იყოთ შეცვალოთ და გააუმჯობესოთ იდეა ისე, რომ მომხმარებლის საჭიროებებს მოერგოს. ბაზარზე დამკვიდრებისთვის, წარმატებულ ბიზნესად ჩამოყალიბებისთვის საუკეთესო ბიზნესიდეებსაც კი სჭირდებათ კორექტირება. ცვლილებებისთვის მზადყოფნა კი ამ პროცესს ბევრად გაგიმარტივებთ. ნუ შეიყვარებთ საკუთარ ბიზნესიდეას ისე, რომ მომხმარებლები დაგავიწყდეთ, ამაღ შეიძლება მარცხამდე მიგიყვანოთ.

„ მთავარია გააგრძელო შრომა, გამოსავლის ძიება, ადაპტაცია რთულ ვითარებასთან. ასევე, უნდა ისწავლოთ უარის თქმა თქვენი ბიზნესის თქვენთვის საყვარელ პროდუქტებსა და მახასიათებლებზე, თუკი ეს არ არის მომგებიანი. საჭიროა მეტად პრაგმატულად იფიქროთ! ჩვენ ყველანი სხვადასხვა პროფესიიდან ვართ და, ბუნებრივია, არ გვქონდა გამოცდილება, თუმცა, ჩვენი შეცდომებიდან ვისწავლეთ!

- სპილოუ (სრული ინტერვიუ იხ. 78-ე გვერდზე)

სავარჯიშო N1

ბიზნესიდეის შესამოწმებელი/განსავითარებელი მარტივი ინსტრუმენტების სია:

ახლა, როცა უკვე გაქვთ გარკვეული იდეები, შეეცადეთ შეამოწმოთ და უკეთ ჩამოაყალიბოთ ისინი. ამისთვის ისეთ ინსტრუმენტებს გთავაზობთ, რომელთა გამოყენებაც არ მოითხოვს დიდ დროს ან ფინანსურ დანახარჯებს, უბრალოდ გამოიყენეთ ის რესურსები, რომლებიც თქვენ ირგვლივაა - იქნება ეს ოჯახის წევრები, საკუთარი თავი, სოციალური მედია თუ სხვ.

ეცადეთ, ქვემოთ მოცემულ კითხვებზე პასუხები წერილობით ჩამოაყალიბოთ, ეს თქვენი იდეის პრაქტიკული რეალიზებისკენ გადადგმული კონკრეტული ნაბიჯი იქნება და მის გააზრებაში უკეთ დაგეხმარებათ.

ქვემოთ მოცემული სავარჯიშო დაყოფილია 5 ბლოკად. თითოეულ ბლოკს კი მოსდევს სამუშაო ფურცელი, რომელიც შეგიძლიათ სურვილისამებრ გამოიყენოთ.

დაუსვით საკუთარ თავს კითხვები და იყავით მაქსიმალურად გულწრფელი:

- * რატომ მინდა ბიზნესის დაწყება?
- * რატომ მომწონს ეს ბიზნესიდეა?
- * თავად თქვენ რამდენად გამოიყენებდით მოცემულ პროდუქტს/მომსახურებას?
- * ვინ არის თქვენი მომხმარებელი?
- * სჭირდება თუ არა მომხმარებელს თქვენი პროდუქტი ან მომსახურება?
- * რა პრობლემას მოუგვარებს თქვენი ბიზნესი მომხმარებელს?
- * რა სარგებელს მოუტანს თქვენი ბიზნესი მომხმარებელს?
- * იქნება თუ არა მასზე საკმარისი მოთხოვნა და რამდენად დიდი შეიძლება იყოს მომხმარებელთა ჯგუფი?
- * არის თუ არა ეს იდეა იმდენად კარგი, რომ მასში მომხმარებელმა ფული გადაიხადოს?

განსაზღვრეთ თქვენი ბიზნესის მისია და მიზანი:

- * რა არის თქვენი ბიზნესის მიზანი?
- * რა სოციალური ან ეკონომიკური სარგებლის მოტანა შეუძლია მას?
- * ძალიან მნიშვნელოვანია, რომ ბიზნესიდეაზე ფიქრისას გაიაზროთ ის პოტენციური სარგებელი, რომელიც თქვენს ბიზნესს აქვს არა მხოლოდ თქვენთვის, არამედ გარემოსთვის, სოციუმისთვის, ეკოლოგიისთვის. გაიაზრეთ ის მწვავე პრობლემები, რომლებიც ჩვენ გარშემო დგას და ეცადეთ თქვენი საქმიანობით სხვა გამოწვევებსაც უპასუხოთ.

Google, google, google:

გამოიყენეთ თქვენ ხელთ არსებული საძიებო სისტემები იმის გადასამოწმებლად, არსებობს თუ არა უკვე მსგავსი ბიზნესი/ები; თუკი არსებობს, მაშინ რითია თქვენი იდეა განსხვავებული და რატომ აირჩევს მომხმარებელი მას?

რა პრობლემებს აწყდება უკვე ამუშავებული ბიზნესი და როგორ შეძლებთ თქვენ ამ პრობლემების მოგვარებას?

”

ბიზნესის შექმნის თავდაპირველ ეტაპზე, პროდუქტი დაგურიგეთ ახლობლებს, რათა გაგვეგო მათი ემოციები, მიგველო უკუკავშირი. საკმაოდ დადებითი რეაქციები მოჰყვა ყველასგან და მაშინ მივხვდით, რომ ჩვენი შექმნილი საპონი შეგვეძლო გაგვეზიარებინა მეტი ადამიანისთვის - საპო

“

სრული ინტერვიუ იხ. 30-ე გვერდზე

ესაუბრეთ ოჯახს, მეგობრებს, ნაცნობებს.

არ ჰკითხოთ მათ - მოსწონთ თუ არა თქვენი ბიზნესი იდეა, ისინი იქნებიან სუბიექტურები და თქვენთვის საკვანძოდ საჭირო კრიტიკულ პასუხებს ვერ მიიღებთ. ნაცვლად ამისა, ზემოთ მოცემული ინსტრუმენტების საშუალებით, განსაზღვრეთ პრობლემა, რომელსაც ფიქრობთ, რომ შენი ბიზნესი აგვარებს, საჭიროება, რომელსაც თქვენი ბიზნესი პასუხობს და **დასვით შემდეგი კითხვები:**

- * როგორ ფიქრობთ, რა მოგიგვარებდათ მოცემულ პრობლემას?
- * როგორ ფიქრობთ, რა უპასუხებდა თქვენს ამ საჭიროებას?
- * რამდენად გამოიყენებდით ამ პროდუქტს/მომსახურებას და პასუხობს თუ არა ის თქვენს საჭიროებებს?
- * რამდენად გადაიხდიდით მასში გარკვეულ თანხას? თუ კი, რამდენს გადაიხდიდით?
- * შეგიძლიათ დამისახელოთ სულ მცირე 3 მიზეზი, რის გამოც შეიძლება იდეამ ვერ იმუშაოს?
- * ეცადეთ პასუხებს ყურადღებით უსმინოთ, აქცენტი გააკეთეთ იდეასა და მის შეფასებაზე და დრო არ დახარჯოთ იმაზე საუბარში, თუ როგორ მოიფიქრეთ იდეა, რატომ არის ის კარგი და ა.შ. და რაც მთავარია, არ არის საჭირო საკუთარი იდეის „სიკარგის“ მტკიცება, თქვენ კრიტიკა გჭირდებათ!

გამოიყენეთ სოციალური მედია და ჩაატარეთ მარტივი გამოკითხვა

მომზადეთ ძალიან მარტივი და მოკლე კითხვარი, ისეთი, რომლის შევსებაც შენც არ დაგეზარებოდა. ნუ იქნებით ზედმეტად აკადემიური, თუმცა ტექსტში უაზრო შეცდომებსაც ერიდეთ. კითხვარის ჩამოყალიბება ცალკე ხელოვნებაა, თუმცა, თქვენ რაც გჭირდებათ, მსგავსი კითხვარის მომზადებას სოციოლოგის ან მარკეტოლოგის ხარისხი ნამდვილად არ სჭირდება. გადაქექეთ გუგლი და ბევრ საინტერესო რჩევას წააწყდებით. ერთ-ერთი საინტერესო მასალის ბმული აქვე შეგიძლია იხილოთ.

გამოიყენეთ უფასო გამოკითხვის ინსტრუმენტები, როგორებიცაა - surveymonkey [<https://www.surveymonkey.com/>], google forms [<https://www.google.com/forms/about/>] და ა.შ. და თქვენი მომზადებული კითხვარი გაავრცელეთ სოციალური მედიის საშუალებით. გამოთვალეთ კითხვარის შევსებისთვის საჭირო შესაძლო დრო და თქვენს ფეისბუქ მეგობრებს, ინსტაგრამ თუ თვითერ „მიმდევრებს“ სთხოვეთ სულ მცირე დრო დაგითმონ ახალი პროდუქტის დახვეწასა და განვითარებაში.

გაეცანი ონლაინ სასწავლო პროგრამა „coursera“-ზე პენსილვანიის უნივერსიტეტის მიერ შემოთავაზებულ საინტერესო კურსს მეწარმეობის შესახებ, კერძოდ კი, მე-4 მოდულს, რომელიც იდეის ტესტირების შესახებ ძალიან სასარგებლო ვიდეოსაც მოიცავს: <https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-3-testing-your-idea-surveys-tTWd2>

როგორ მოგივიდა შენი ბიზნესიდეა?

თავდაპირველად დავიწყეთ მე და ჩემმა მამიდაშვილმა – სალომე გოგიჩაიშვილმა. გვინდოდა შეგვექმნა ქართული პროდუქტი, რომელიც სრულიად განსხვავებული და ორიგინალური იქნებოდა. ორივეს ძალიან მოგვწონდა საპნები. გვსურდა, შეგვექმნა კონცეპტუალური საპნები, რომლებსაც თავინთი ისტორია/ზღაპარი მოჰყვებოდა. ამბებს მე ვიგონებ. შეიძლება ზღაპრის იდეა უკავშირდებოდეს ბრძოლისუნარიანობას, დაბრკოლების მიუხედავად, რომ არ უნდა დანებდე და გზა გააგრძელო. გვინდოდა, ჩვენი პროდუქტი ინტერაქტიულიც ყოფილიყო: ზღაპრებს ბავშვები, როგორც წესი, ხელების დაბანისას კითხულობენ და ძალიან აინტერესებთ მისი ფინალიც, ხშირად თავადაც ფიქრობენ პოტენციურ დასასრულზე, საპონი მათთვის ერთგვარ სათამაშოს ფუნქციას ასრულებს, ამიტომ ხელების დაბანა ბავშვებისთვის სასურველ და საყვარელ საქმიანობად, მშობლებისთვის კი დამხმარე ნივთად იქცა. განსაკუთრებით იმ მშობლებისთვის, რომელთა შვილებსაც ხელების დაბანა არ უყვართ.

როგორ მიხვდი, რომ ეს იდეა იმუშავებდა და რა გამოწვევების გადალახვა მოგიხდა მისი განხორციელებისთვის?

პროდუქტის შექმნის თავდაპირველ ეტაპზე საპნები დავურიგეთ ახლობლებს, რათა გაგვეგო მათი ემოციები, მიგვეღო „Feedback“-ი, მართლაც, საკმაოდ დადებითი რეაქციები მოჰყვა ყველასგან, მაშინ მივხვდით, რომ საპნის გაზიარება მეტი ადამიანისთვის შეგვეძლო. მთავარი გამოწვევა, ალბათ, ის იყო, რომ მართო მომიხდა იდეაზე მუშაობა, და მინდოდა საპნის შემადგენლობა ქართული ყოფილიყო. თუმცა ძალიან გავგიჭირდა შესაბამისი ქართული წარმოების აღმოჩენა, ბოლოს მაინც მივაგენით რამდენიმე სახეობის ზეთს. მუშაობის პროცესში აღმოვაჩინე, რომ გამოწვევა იყო კრეატიული შეფუთვის მოფიქრებაც.

რა პრობლემის მოგვარებაში ეხმარება შენი ბიზნესი მომხმარებელს და შენი აზრით, რატომ ირჩევენ მას?

პირველი, მშობელს ეხმარება ნაკლები სტრესის ფონზე ბავშვს შეაყვაროს ხელების დაბანა, მეორე, ვფიქრობ, მისი შემადგენლობა და ფორმაა: ბაზარზე არსებული საბავშვო საპნებიდან შეიძლება შეგხვდეთ კრეატიული ფორმის საპონი (მაგ. სპაიდერმენის გამოსახულებით), მაგრამ შემადგენლობა არ იყოს ნატურალური. ჩვენი საპონი კი ორივე კომპონენტს აერთიანებს და მომხმარებელისთვისაც კომფორტული არჩევანია, არის ნატურალური და საინტერესო, მიმზიდველია როგორც ბავშვისთვის, ისე მშობლისთვის.



რას ეტყოდით ადამიანებს, რომელთაც სურთ ბიზნესის დაწყება და არ იციან, საიდან დაიწყონ?

პირველ რიგში, ვურჩევდი დაბრკოლებებმა არ შეაშინოთ და საკუთარ მიზანზე უარი არ თქვან. რაც უფრო ბევრ ნაბიჯს გადადგამ, მით უფრო მარტივად მიხვალ მიზანამდე.

რა რესურსები გააჩნია თქვენს ბიზნესს, მოგვიყევით მის ძლიერ მხარეებზე?

ძლიერი მხარე, ალბათ, ბიზნესის განვითარებზე მუდმივი ფიქრია, სწორედ ამ მოტივით გაჩნდა ზღაპრების იდეა, ჯერჯერობით ნ პერსონაჟი გვყავს, რომელთა ისტორიების გაგრძელება ბავშვებს ძალიან აინტერესებთ, ერთგვარი „საპნის ოპერის“ ეფექტი მოქმედებს: სურვილი გიჩნდება, გაგრძელება სწრაფად ნახო.

ვინ არის თქვენი პროდუქტის მომხმარებელი და როგორ განვითარდა/ შეიცვალა თქვენი მომხმარებელი ბიზნესის დაწყების დღიდან?

თავდაპირველად ჩვენი მომხმარებლები მშობლები იყვნენ, რომელთაც აინტერესებდათ ნატურალური შემადგენლობის მქონე საპნის შეძენა. მოგვიანებით დავამატე საპნები უფროსებისთვისაც. მეორე ხაზი უკავშირდება არქიტექტურას - თბილისში მდებარე კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებს, განადგურების პირას მისულ შენობებს, რომელთაც ნაკლები ყურადღება ექცევა. ჩვენ გადავწყვიტეთ გაგვეკეთებინა ამ ნაგებობების ფორმის საპნები. იდეა საინტერესოა რამდენიმე მიზეზის გამო: 1) ეცნობი შენობის ფორმას/არქიტექტურას; 2) საპონს მოჰყვება ისტორია/ მცირე მოცულობის წიგნი შენობის არქიტექტორისა და მისი თავგადასავლის შესახებ; 3) წიგნს ბოლოს თან ერთვის რუქა, რომელიც დაგეხმარებათ, მოძებნოთ შენობა/უძველესი სახლი და, სურვილის შემთხვევაში, მოინახულოთ კიდეც. პროექტის მთვარი მიზანია, რაც შეიძლება მეტი ადამიანის ყურადღება მივაპყროთ მნიშვნელოვნად დაზიანებული განძისკენ, რათა დავიცვათ ის განადგურებისგან. სიმბოლურია პროექტის სახელიც: „ხელებიც დამიბანია“ - საპონზე დატანილია ძეგლების დეტალები და ხელს რომიბან, ქრება. იდეა ისაა, რომ მომხმარებელი დაფიქრდეს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის საჭიროებაზე. მეორე ხაზის საპნები უმთავრესად ურბანიზმით დაინტერესებული ადამიანებისთვისაა განკუთვნილი, მათთვის, ვისაც უყვარს თბილისი, კულტურა, არქიტექტურა.



მესამე პროექტი ისეთი საპნების წარმოებას გულისხმობს, რომელთაც ქართული ხალხური გამოცანები მოჰყვება. გამოცანაზე პასუხი საპონშივეა, მის პოვნას საპნის გაქრობისთანავე შეძლებ. გამოცანებს საკმაოდ დიდი ხნის განმავლობაში ვეძებდი, შეფუთვაზე დატანილია ილუსტრაციები, ერთგვარი მინიშნებები, რომლებსაც თავად ვეძენი. ინტერაქტიული თამაშითაა: - როგორ შეიძლება გამოვიცნოთ გამოცანის პასუხი.

რა არის ყველაზე რთული თქვენს ბიზნეს საქმიანობაში? როგორ ცდილობთ მის დაძლევას?

ჩემთვის ყველაზე რთული არის მარკეტინგი. ვცდილობ, გამოვიყენო ყველა არსებული თანამედროვე მეთოდი, მათ შორის, სოციალური ქსელები.

რამდენად მნიშვნელოვანი როლი ჰქონდა დაფინანსებას თქვენი ბიზნესის საწყის ეტაპზე? და როგორ მოიპოვეთ ის?

ფინანსებს საკმაოდ დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა რამდენიმე თვალსაზრისით: ჯერ ერთი, მივიღე დიდი გამოცდილება, რაც, თავის მხრივ, დამეხმარა მომხმარებლის პოვნაში, სწორი

გზების მოძიებაში, საზოგადოებაში ჩემი პროდუქტის ეფექტურ რეალიზებაში. მეორე, ფინანსები დაგვეხმარა მასალებისა და ინვენტარის შეძენაში, რაც საპნის დამზადებისას ძალიან მნიშვნელოვანია. მომავალში ვაპირებ გაფართოებას: მცირე ზომის საწარმოს ამუშავებას რამდენიმე მიზეზის გამო: 1) სახლის პირობებში საპნის დამზადება ძალიან რთულია; 2) წარმოებული პროდუქცია უფრო მრავალფეროვანი გახდება; 3) გაიზრდება „საპოს“ ცნობადობა. სამწუხაროდ, ამ ეტაპზე პანდემიამ შეგვაფერხა.



გისარგებლიათ თუ არა საქართველოში არსებული ბიზნეს საქმიანობის დაფინანსების პროგრამებით? მაგალითად, მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა „აწარმოე საქართველოს“, „შემოქმედებითი საქართველოს“ ან „ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების სააგენტოს“ მიერ გამოცხადებულ კონკურსებში?

ჯერჯერობით მცდელობის მიუხედავად („აწარმოე საქართველოს“ ერთ-ერთი კონკურსი), დაფინანსება ვერ მოვიპოვე.

თქვენს გამოცდილებაზე დაყრდნობით, რას ურჩევდით დამწყებ სტარტაპერებს ფინანსების მოძიების მიმართულებით?

ალბათ, ეფექტური ბიზნესგეგმის დაწერას ვურჩევდი. დღეს არა ერთი საშუალება არსებობს, თუნდაც „სპარკი - შემოქმედებითი ნაპერწკალი“, შეუძლიათ გაწევრიანდნენ, რაც კარგი ბიზნეს-გეგმის შემუშავებაში დაეხმარებათ, შემდეგ მოიძიონ რაც შეიძლება ბევრი კონკურსი, სახელმწიფო დაფინანსება, ყველაგან სცადონ ბედი. ფინანსების მოძიებასთან დაკავშირებული აქტივობები გარდა იმისა, რომ წარმატებით შეიძლება დასრულდეს და მნიშვნელოვნად დაეხმაროს ბიზნესის განვითარებას, ვფიქრობ, კარგი შესაძლებლობა შეიძლება აღმოჩნდეს შენი ბიზნესის პოპულარობის გაზრდისთვის.



გარემო და ბიზნესის განვითარება

ამ თავის გაცნობის შემდეგ:

- * გეცოდინებათ, როგორ უნდა გაანალიზოთ არსებული რესურსები ;
- * რა გჭირდებათ იმისათვის, რომ წინ წახვიდეთ;
- * გაითავისებთ აუდიტორიას/მომხმარებელს და გაცნობით ბაზარზე არსებული კონკურენციის პრინციპებს;
- * გაიგებთ ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობებისა და სახელმწიფო პროგრამების შესახებ.

რესურსების ანალიზი

ნებისმიერი ტიპის შემოქმედებით მეწარმეს თავისი ბიზნესისთვის სჭირდება რესურსები, რომლებიც, თავის მხრივ, წარმოების ელემენტებად იწოდება.

არსებობს საწარმოო საქმიანობის რესურსების სამი ტიპი: ბუნებრივი, ადამიანური და კაპიტალი:

ბუნებრივი რესურსები არის ბუნების მიერ ნაბოძები ისეთი სიმდიდრე, როგორიცაა მინერალები, ხე-ტყე და სუფთა ჰაერი.

ადამიანური რესურსები ანუ შრომა ის ფიზიკური და გონებრივი ძალისხმევაა, რომელსაც ადამიანები პროდუქტისა და მომსახურების საწარმოებლად იყენებენ.

კაპიტალი არის ის ნაგებობები, ხელსაწყოები და მანქანები, რომელთა გამოყენებითაც ადამიანები სხვადასხვა პროდუქტსა და მომსახურებას აწარმოებენ.

მაგალითად, თუ თქვენი იდეა გულისხმობს სამკერვალოს გახსნას, რომლის მეშვეობითაც უნდა აწარმოოთ გარკვეული დიზაინის ტანისამოსი, აქსესუარი ა.შ. თქვენ აუცილებლად დაგჭირდებათ რესურსი სასურველი საქმიანობის წარმოებისთვის. აღნიშნულ შემთხვევაში, თქვენ, შესაძლოა, მოიცავდეთ რესურსების კლასიფიკაციის სამივე ნაწილს. ბუნებრივი რესურსიდან გქონდეთ ბუნებრივი საღებავებით გაფორმებული დიზაინი ან ბუნებრივი ქსოვილი (აბრეშუმი, სხვა). დაგჭირდებათ თანამშრომლები - მკერავები, დიზაინერები, რომლებიც წარმოადგენენ ადამიანურ რესურსს. ასევე, დაგჭირდებათ კაპიტალი, სივრცე, სადაც თქვენი სამკერვალო განთავსდება ან ტექნიკა, საკერავი მანქანა და სხვა. თუმცა, აღნიშნული იდეა ასევე მოიცავს სხვა დამატებით რესურსებსაც, რომლებიც ლოგიკურად ჯგუფდება უნივერსალური კლასიფიკაციის მიხედვით.

ხშირ შემთხვევაში არსებული კლასიფიკაციის გათვალისწინებით, თუკი შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებული ადამიანი - შემოქმედებითი მეწარმე, - მუდმივად ერთსა და იმავე სახის პროდუქტს არ ქმნის (არ არის კვლავწარმოებადი), მის მიერ წარმოებული პროდუქტი იწოდება როგორც „უნიკალური რესურსი“.

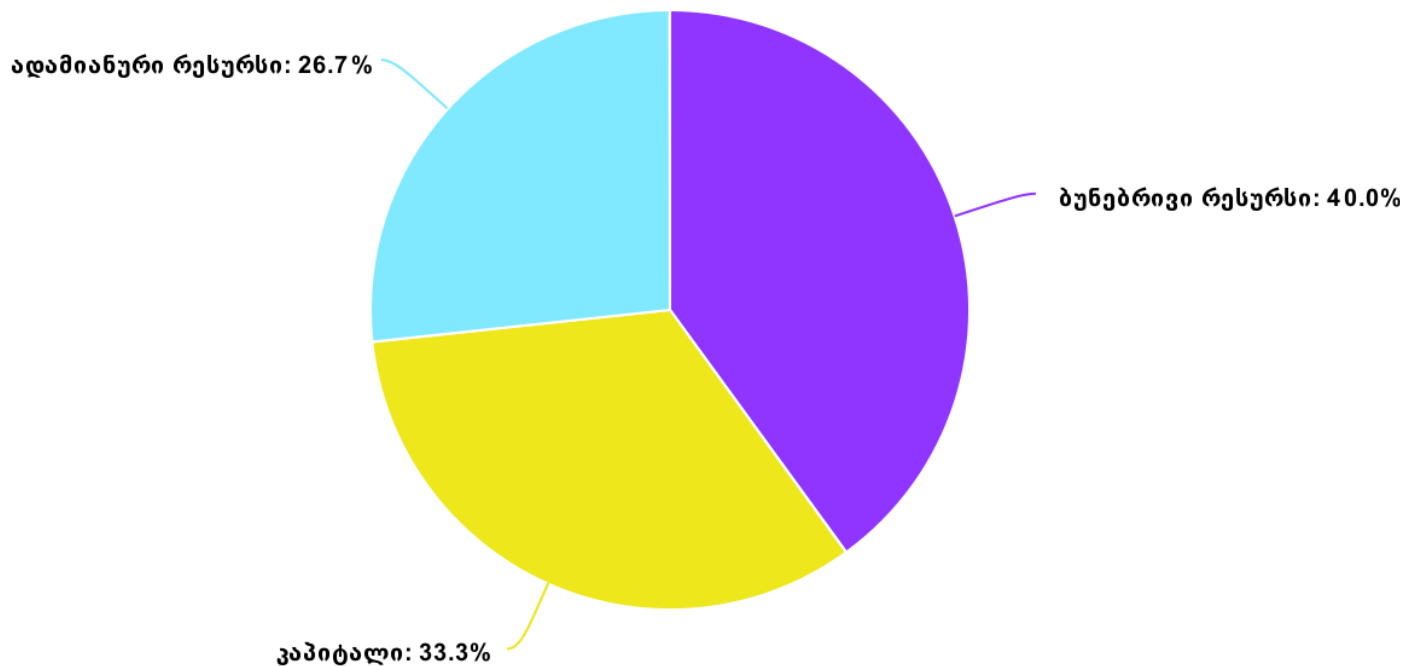
იმისათვის, რომ შემოქმედებითმა მეწარმემ სწორად გაიგოს, რა ტიპის რესურსს ფლობს, მნიშვნელოვანია, სწორად ესმოდეს რესურსების დაჯგუფების პრინციპიც. ასევე, ჰქონდეს პასუხები შემდეგ კითხვებზე:

- * როგორი ტიპის რესურსი გჭირდება? ბუნებრივი, ადამიანური თუ კაპიტალური?
- * ვინ ქმნის შენს ბიზნესს? ვინ არიან შენი გუნდის წევრები? რა არის მათი საკლასიფიკაციო ნიშანი/კვალიფიკაცია? რა განსაკუთრებული უნარები აქვთ მათ, ვისაც/რასაც შენ ბიზნესში გამოიყენებ?
- * რა ტიპის ბუნებრივი რესურსი შეიძლება იყოს საჭირო შენი ბიზნესისთვის?
- * რა კაპიტალი გჭირდება? გაქვს თუ არა ტექნიკური რესურსი? სადმე შეგიძლია ტექნიკური რესურსით სარგებლობა? (ადაპტირებული ფორმაა ინკუბატორები და ფაბლაბები, სადაც სტარტაპერები იყენებენ ტექნიკურ რესურსს თავიანთი ბიზნესის პროტოტიპირებისთვის ან წარმოებისთვის)

სავარჯიშო:

გთხოვთ, ჩამოწეროთ თქვენი ბიზნესის რესურსები, არსებითი სახელები.

თითო გრაფაში ჩაწერეთ 3-4 სიტყვა



საჭიროებების ანალიზი

კულტურის სექტორში ამ ბოლო დროს, ხშირად გვესმის ტერმინი - „შემოქმედებითი მეწარმეობა“. შემოქმედებითი მეწარმეები შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვადასხვა დარგში საქმიანობენ. თავად ტერმინი ნიშნავს შემოქმედებითობაზე დაფუძნებულ კომერციულ საქმიანობას.

თქვენ თუ ხართ შემოქმედებითი ადამიანი ან კულტურის სხვადასხვა დარგში ქმნით შემოქმედებით ნაწარმს და თქვენი საქმიანობა არის ეკონომიკურად შემოსავლიანი, თქვენ ხართ შემოქმედებითი მეწარმე.

ხშირად, როდესაც შემოქმედებით მეწარმეობაზე საუბრობენ და ბიზნესიდეას განიხილავენ, როგორც უკვე წინა თავში აღინიშნა, პირველ ეტაპზე მნიშვნელოვანია შევისწავლოთ გარემო და ჩამოვაცალიბოთ ბიზნესიდეა.

თქვენი ბიზნესიდეა მხოლოდ იმ შემთხვევაში იქნება წარმატებული, თუკი ის ორიენტირებულია გარემოში არსებული პრობლემების მოგვარებისა და ინოვაციური/ახალი გზებით კონკრეტული სერვისის ან პროდუქტის წარმოებისკენ.

როდესაც თქვენ გაივლით ბიზნესის შენების პირველად ეტაპს, რაც იდეის გენერირებას გულისხმობს, გზადაგზა აშკარა ხდება/თანდათან გააცნობიერებთ, რომ თქვენი ბიზნესის წარმატებისთვის აუცილებელი იქნება/ხდება თქვენი რესურსისა და მონაცემების სწორი ანალიზი, რაც ბიზნესის განვითარების წინაპირობაა.

თქვენი ბიზნესის უკეთ შესწავლასა და წარმატებისკენ სვლაში მსოფლიოში კარგად ადაპტირებული SWOT ინსტრუმენტი დაგეხმარებათ.

SWOT ინგლისური სიტყვების აბრევიატურაა და შემავალი სიტყვების პირველ ასოებს აერთიანებს.

S - trength (ძლიერი მხარე);
W - eakness (სუსტი მხარე);
O - pportunity (შესაძლებლობა);
T - hreat (საფრთხე, რისკი).

ჩვენი სახელმძღვანელოს პირველ, იდეის ჩამოყალიბების ნაწილში, თქვენ უკვე გაიაზრეთ თქვენი ბიზნესიდეა, შესაბამის შეკითხვებსაც უპასუხეთ, რამაც, ალბათ, მისი არსი და მიზანი უკეთ დაგანახათ. SWOT ინსტრუმენტი დაგეხმარებათ, არა მხოლოდ ბიზნესიდეის გარკვეული მახასიათებლების პოვნაში, არამედ თქვენი გუნდის, მთლიანად ბიზნესის კარგად გადააზრებასა და ჩამოყალიბებაში.

SWOT-ის ანალიზი ყოველი დამწყები ბიზნესისთვის სასარგებლო საშუალებაა. მისი საშუალებით ბიზნესის მფლობელს შეუძლია განსაზღვროს შემდეგი ასპექტები:

Strength (ძლიერი მხარე) – პუნქტი მოიცავს პასუხებს შემდეგ კითხვებზე:

- * რა არის შენი ბიზნესის უპირატესობა? რით განსხვავდება ის კონკურენტებისგან? ვინ არიან შენი გუნდის წევრები? როგორია მათი კომპეტენცია? როგორია მატერიალური დოვლათი, რომელსაც შეიძლება შენი ბიზნესი ფლობდეს (აღადმიანური რესურსი, ტექნიკა და სხვ.)?

Weakness (სუსტი მხარე) – პუნქტი მოიცავს პასუხებს შემდეგ კითხვებზე:

- * რა აკლია შენს ბიზნესს სრულყოფისთვის? რას აკეთებენ უკეთესად შენი კონკურენტები? რა რესურსები გაკლია? რა ფაქტორები განაპირობებს შენი ბიზნესის ღირებულებას? არის ის უნიკალური?

Opportunity (შესაძლებლობა) – პუნქტი მოიცავს პასუხებს შემდეგ კითხვებზე:

- * ბაზარზე არსებული გარღვევების გათვალისწინებით, რა შეგიძლია შესძინო შენს ბიზნესს? გამოიყენე კონკურენტების შესწავლის სტრატეგია და განსაზღვრე: რისი გაკეთება შეგიძლია შენ მათზე უკეთ (პროდუქტისა და სერვისის დაკავშირება, დამატებითი ღირებულებების შექმნა. მედიის მხარდაჭერისა და პოპულარიზაციის გაზრდის შესაძლებლობა)?.

Threat (საფრთხე, რისკი) – პუნქტი მოიცავს პასუხებს შემდეგ კითხვებზე:

- * როგორ ვაჯობოთ კონკურენტებს? რა გავლენა შეიძლება იქონიოს რეგულაციების ცვლილებებმა, ნეგატიურმა მოვლენებმა, მომხმარებლების შეცვლილმა პოზიციებმა თუ ამ უკანასკნელთა გარკვეული სეგმენტის დაკარგვამ შენი ბიზნესის განვითარებაზე?

ჩვენი გუნდის წარმატებისა და ჰარმონიული ურთიერთობის მთავარი განმაპირობებელი მიზეზია შეთანხმება სტილში, განვითარებაში, მომავლის ხედვაში და ა.შ. როგორც წესი, ყველაფერს ვუზიარებთ ერთმანეთს, ვაჯერებთ მოსაზრებებს, გუნდურობის პრინციპს ყოველთვის ვინარჩუნებთ.

კერამიკ სტუდია, ინტერვიუ გვ. 56

სავარჯიშო:

გთხოვთ, შეავსოთ SWOT გრაფა თქვენი ბიზნესის შესახებ და განსაზღვროთ, რა არის თქვენი ძლიერი და სუსტი მხარე, რა შეიძლება იყოს შესაძლებლობა და საფრთხე. ჩამოწერეთ 2 ან 3 ასპექტი.

ძლიერი მხარე	სუსტი მხარე
შესაძლებლობა	საფრთხე, რისკი

SWOT ანალიზი ბიზნესის მმართველს ეხმარება საჭიროებების ანალიზის დადგენაში, თუ რა გზით უნდა განავითაროს თავისი ბიზნესი, რა აკლია მას სრულყოფისთვის. გრაფა გარკვეულწილად გვეხმარება, დავადგინოთ ბიზნესის არსებული რესურსებიც. თუმცა, სახელმძღვანელოს ამ ნაწილში - „გარემო და ბიზნესის განვითარება“ - მნიშვნელოვანია, ცალკე განვიხილოთ და გავაანალიზოთ ბიზნესის რესურსები. დამატებით იხ. - **3 Great SWOT Analysis Examples with Real Companies - mktoolboxsuite.com**

გარემო, გარე ფაქტორები და კონკურენცია

ბიზნესი ოპერირებს გარემოში, ბიზნესს ჰყავს მწარმოებლები და მომხმარებლები, თქვენი სერვისის/საქონლის შესყიდვის მსყიდველუნარიანობასა და სამიზნე აუდიტორიაზე ბევრია დამოკიდებული. თუ არ გეცოდნებათ მომხმარებელი, თქვენი ბიზნესი ჯერ სტაგნაციას განიცდის, შემდეგ - რეგრესს და ბოლოს, შესაძლოა, გაკოტრებამდე და ბიზნესსაქმიანობის შეწყვეტამდეც მიხვიდეთ.

როგორც სახელმძღვანელოს წინა თავში უკვე გაიაზრეთ, თქვენი ბიზნესიდეის ფორმირებისას მნიშვნელოვანია გაითვალისწინოთ პოტენციური მომხმარებლების ინტერესები და იზრუნოთ მათი ცხოვრების გაუმჯობესებაზე. აქედან გამომდინარე, შემდგომ ეტაპზე, საჭიროა თქვენი სამიზნე აუდიტორიის უკეთ შესწავლა და განსაზღვრა/გამოკვეთა. იდეის დამუშავების პროცესში, სასურველია, ფუკუსირდეთ საზოგადოების ვიწრო სეგმენტზე/სამიზნე აუდიტორიაზე და არა ფართო სპექტრზე.

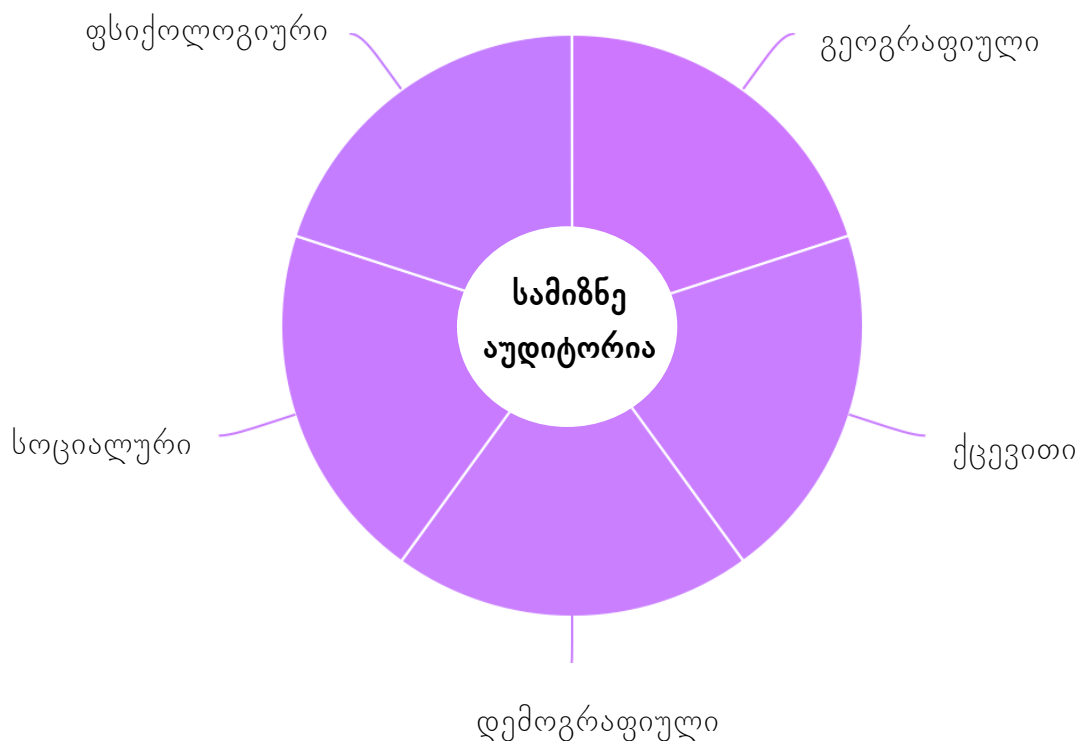
„ ჩემთვის ყველაზე რთული არის მარკეტინგი. ვცდილობ, გამოვიყენო ყველა არსებული თანამედროვე მეთოდი, მათ შორის, სოციალური ქსელები. ასევე, რადგან მართო ვარ, ჩემთვის ეს დიდი გამოწვევაა, ფოტოსაც მე ვიღებ, ვთქვათ, პოსტსაც მე ვწერ. მე ვქმნი ამ ყველაფერს და ვცდილობ, რომ როგორი რეალობაც არის, ვირტუალურ რეალობას ავუწყო ფეხი. ამ ყველაფერს ვცდილობ.

Sapo, სრული ინტერვიუ იხ გვ.30

ხშირ შემთხვევაში, და ყველაზე ადაპტირებული მეთოდია, თქვენი სამიზნე ჯგუფი განსაზღვროთ შემდეგი ფაქტორების/ინდიკატორების გათვალისწინებით:

1. გეოგრაფიული არეალი (მაგ. საქართველო ან კონკრეტული რაიონი, ქალაქი);
2. სოციალური დონე (რომელ სოციალურ ჯგუფს მიეკუთვნება თქვენი მომხმარებელი);
3. ქცევითი (რა ტიპის ქცევები ახასიათებს, აქტიურია თუ პასიური);
4. ფსიქოლოგიური (რა მოსწონს და რა არ მოსწონს);
5. დემოგრაფიული (ამ შემთხვევაში ვაზუსტებთ ასაკს, სქესს ა.შ.).

სავარჯიშო: გთხოვთ, ჩამოწეროთ თქვენი სამიზნე აუდიტორიის 5-ივე მახასიათებელი და განსაზღვროთ, ვინ არიან თქვენი მომხმარებლები?



და ბოლოს, სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრის შემდგომ ეტაპზე სასურველია გავაანალიზოთ ბაზარზე არსებული სხვა, ჩვენი მსგავსი ბიზნესები. ვინ არიან მათი მომხმარებლები? ერთი და იმავე მახასიათებლებით ხომ არ ხასიათდებიან? რატომ ყიდულობენ სხვა ბიზნესისგან საქონელს ან სერვისს და არა თქვენგან? რას აკეთებენ სხვა ბიზნესები უკეთ და როგორ შეგიძლიათ კონკურენტულ გარემოში გააუმჯობესოთ თქვენი ბიზნესი? შეგიძლიათ, რომ ბონუსები, დამატებითი სასარგებლო სერვისები შესთავაზოთ „მომხმარებელს“?

ჩვენი მომხმარებლები უმთავრესად არიან დედები,
რომლებიც ერთგულებით გამოირჩევიან, ფაქტობრივად,
მათი შვილები სპილოუსთან ერთად იზრდებიან. პანდემიის
დროს ჩვენ უკვე დავიწყეთ პირბადეების წარმოებაც,
„ლოქ დაუნის“ შემდეგ მაღაზია აღარ გაგვიხსნია, რადგან
მომხმარებელი მოგვეჩვია, ადაპტირდა ვირტუალურ
სივრცესთან. მართალია, თავდაპირველად გამოწერასთან
დაკავშირებული ტექნიკური დეტალების შესახებ მათთან
სატელეფონო კომუნიკაციაც კი გვიწევდა, თუმცა, მალევე
შეეჩვივნენ „ონლაინ“ გაყიდვების სისტემას. პანდემიის
დროს ჩვენ უკვე დავიწყეთ პირბადეების წარმოებაც,
რამაც მნიშვნელოვნად გაზარდა ჩვენი მომხმარებლის
რაოდენობა.

სპილოუ გვ. 78

იმისათვის, რომ თქვენი ბიზნესი წარმატებული გახდეს, შეისწავლეთ თქვენი პირდაპირი და არაპირდაპირი კონკურენტები, მათი მომხმარებელზე გასვლის/მომხმარებელთან ურთიერთობის სტრატეგიები და მოიფიქრეთ სხვა, ინოვაციური გზა, რათა გახდეთ უკეთესი. არ გაიმეოროთ თქვენი კონკურენტების საქმიანობა, დამოკიდებულება თუ სხვ. ასევე, გახსოვდეთ, რომ, ჯანსაღი კონკურენციის პირობებში, ბიზნესები ვითარდებიან და სერვისს/მომსახურეობას აუმჯობესებენ მომსახურების ხარისხის შესაბამისად. ბაზარზე არსებული

თქვენი კონკურენტები შეგიძლიათ თქვენთვის ერთგვარ მოტივატორებად წარმოიდგინოთ, რომლებიც „შთაგაგონებენ“ უკეთ აკეთოთ ბიზნესი/გააუმჯობესოთ თქვენი იდეა/ბიზნესი.

ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები

იმისათვის, რომ დაიწყოთ ბიზნესი, აუცილებელია რამდენიმე საფეხურის გავლა. პირველ რიგში, უნდა დარეგისტრირდეთ მეწარმე სუბიექტად.

საქართველოში ბიზნესის დარეგისტრირება მარტივ პროცედურებთანაა დაკავშირებული და ამისათვის მხოლოდ ერთი დღეა საჭირო. ბიზნესის დასარეგისტრირებლად იმისათვის, რომ დაარეგისტრიროთ ბიზნესი, მნიშვნელოვანია განსაზღვროთ მეწარმე-სუბიექტის ფორმა, რომელიც სხვადასხვაგვარია და ერთმანეთისგან განსხვავდება თავისი შინაარსით, ვალდებულებებითა და პასუხისმგებლობებით.

მეწარმე სუბიექტის რეგისტრაცია სავალდებულოა და მას ახორციელებს საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტო.

არსებობს სხვადასხვაგვარი მეწარმე სუბიექტის ტიპი, რომელიც თქვენი საქმიანობიდან გამომდინარე წინასწარ უნდა განსაზღვროთ. ყველაზე ხშირად ადამიანი რეგისტრირდება ინდივიდუალურ მეწარმედ, ან არსებს შემზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას (შპს), რომლითაც მას კომერციული საქმიანობის განხორციელება მარტივად შეუძლია. დამატებითი ინფორმაციისათვის იხ. <https://napr.gov.ge/>

რეგისტრაციის შემდეგ აუცილებელი ეტაპია შემოსავლების სამსახურში ინდივიდუალური კონსულტაციის გავლა და შესაბამისი სტატუსის მინიჭება, რაც საშუალებას მოგცემთ სწორად მართოთ თქვენ მიერ დაწყებული საქმიანობა. აღნიშნულის შემდეგ თქვენ გექნებათ სრული ინფორმაცია სახელმწიფო გადასახადების თაობაზე.

“

პირველ რიგში, ვურჩევდი დაბრკოლებებმა არ შეაშინოს და საკუთარ მიზანზე უარი არ თქვან, რაც უფრო ბევრ ნაბიჯს გადადგამ, მით უფრო მარტივად მიხვალ მიზანამდე.

”

საპო, ინტერვიუ გვ 30

ბიზნესის ეტაპები: ჩანართი

ამის შემდეგ, ბიზნესის დაწყებისთვის აუცილებელი ეტაპია საბანკო ანგარიშის გახსნა, რომელიც იქნება თქვენი ბიზნესის საკუთრება და სადაც სრულად მოხდება შემოსავლებისა და გასავლების აღრიცხვა. *საბანკო ანგარიში არის ცალკეული ანგარიში, რომელიც არ ასოცირდება პირად საბანკო საქმიანობასთან.

ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ეტაპია ლიცენზიისა და ნებართვების შესახებ გაეცნოთ კანონმდებლობას ([ლიცენზიებისა და ნებართვების შესახებ | სსიპ "საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე"](#) (matsne.gov.ge)) და გაარკვიოთ თქვენთვის სასურველი საქმიანობისთვის თუ გჭირდებათ ლიცენზიის მოპოვება, ან გჭირდებათ თუ არა შესაბამისი ნებართვის აღება სასურველი საქმიანობის დაწყებისთვის.

როგორ გაჩნდა თქვენი ბიზნესიდეა?

იდეა ძალიან მარტივად დაიბადა, დამფუძნებლები პროფესიით ვართ კერამიკოსები. თავდაპირველად გაგვიჩნდა სურვილი, გვექონოდა ჩვენი პირადი სივრცე მუშაობისთვის, ნაკლებად ვვარაუდობდით ბიზნესის წამოწყებას, უფრო მეტად შემოქმედებითი მიზნები გვექონდა. მოგვიანებით ჩვენი იდეები ერთმანეთს დაემთხვა.

როდის გაგიჩნდათ სურვილი თქვენი გატაცება ბიზნესიდეად გექციათ და რა გამოწვევების გადალახვა მოგიხდათ პროცესში?

ჩვენი გატაცების ბიზნესად ქცევა სრულიად შემთხვევით მოხდა. მთავარ გამოწვევად კერამიკული დანადგარებისა და მასალის იმპორტი გვესახებოდა, ვინაიდან საქართველოში მსგავსი ტიპის რესურსი, ფაქტობრივად, არ არსებობს. პირველადი კაპიტალის არარსებობის გამო მოგვიხდა სესხის აღებაც. ასევე აქცენტი გავაკეთეთ ნაკლებად შემოქმედებით ნივთებზე და მეტად კომერციული ტიპის ნაკეთობებზე (ჭურჭელი, სახლისთვის საჭირო დეკორაციები), რათა მარტივად რეალიზებადი ყოფილიყო. შევეცადეთ შეგვენარჩუნებინა ბალანსი ხელოვნებასა და პრაქტიკულობას შორის, თუმცა, ამ ეტაპზე სტუდია მეტად ორიენტირებულია კომერციული ტიპის ნამუშევრებზე.

როგორ ფიქრობთ, რატომ ირჩევს მომხმარებელი თქვენს პროდუქციას?

რამდენიმე დეტალზე გავამახვილებთ ყურადღებას: მომხმარებლის დამოკიდებულება კერამიკისადმი ჩვენმა სახელოსნომ შეცვალა, სხვა სიმაღლეზე აიყვანა, თანამედროვე სტილის კერამიკული ნაკეთობა უპირველეს მიზეზად მიგვაჩნია გაყიდვების, ასევე აღსანიშნავია ჩვენი სახელოსნოს კერამიკული ნაკეთობების სისადავე, სიმარტივე, დიზაინზე ორიენტირებულობა.

რა იქნებოდა თქვენი რჩევა/რეკომენდაცია დამწყები ბიზნესისტვის, სტარტა-

პერებისთვის, რომელთაც აქვთ იდეა, თუმცა არ იციან, საიდან დაიწყონ?

მინდა აღვნიშნო, რომ თავდაპირველად, როდესაც ბაზარზე გამოვჩნდით, ჩვენ ვიყავით პირველნი და ამ ტიპის კერამიკული სახელოსნო თბილისში არ არსებობდა. ამჟამად ვითარება მკვეთრად შეცვლილია, რაც ძალიან სასიამოვნოა. კონკურენტული გარემო ხელს შეუწყობს დარგის განვითარებას, რაც დამაიმედებელი პროგნოზის გაკეთების შესაძლებლობას გვაძლევს. ახალი სახელოსნოების დამფუძნებლები ჩვენი ძველი მოსწავლეები არიან. ისინი ჩვენთან ხშირად მოდიან რჩევის საკითხავად, ვეხმარებით სხვადასხვა ტექნიკური საკითხის მოგვარებაში. ვფიქრობ, წარმატების მისაღწევად, ძალიან მნიშვნელოვანია საქმის სიყვარული. გამოწვევების მიუხედავად, რეზულტატი ნამდვილად ღირს გაწეულ შრომად.



როგორ შეარჩიეთ გუნდის შემადგენლობა? რა არის თქვენი ძლიერი და სუსტი მხარეები?

თავდაპირველად, გუნდის შემადგენლობაში მხოლოდ ორნი ვიყავით, თუმცა ბიზნესის გაფართოებასთან ერთად, ბუნებრივია, გუნდიც გაიზარდა. თავდაპირველად ვასწავლიდით ჩვენსავე მეგობრებს და შემდეგ ვასაქმებდით, დღეს კი მეგობრებთან ერთად, ბიზნეს პარტნიორებიც ვართ. მოგვიანებით გუნდში შემოგვიერთდნენ ახალდამთავრებული კერამიკოსები. ჩვენი გუნდის წარმატებისა და ჰარმონიული ურთიერთობის მთავარი

განმაპირობებელი მიზეზი სტილთან, განვითარების პერსპექტივასა და მომავლის ხედვასთან დაკავშირებით შეთანხმებული პოზიციაა. როგორც წესი, ერთმანეთს ყველაფერს ვუზიარებთ, ვაჯერებთ მოსაზრებებს, გუნდურობის პრინციპს ყოველთვის ვინარჩუნებთ.

რას გვეტყვით თქვენს მომხმარებელთან დაკავშირებით? ბიზნესის საწყის ეტაპზე რომელიმე კონკრეტულ სეგმენტზე გქონდათ გათვლილი თქვენი პროდუქცია და მის განვითარებასთან ერთად თუ შეიცვალა თქვენი მომხმარებლის დამოკიდებულება პროდუქციისადმი?

ბუნებრივია, შეიცვალა. თავდაპირველად კერამიკის მიმართ წარმოდგენა პრიმიტიული იყო, კერამიკული ჭურჭელი მხოლოდ დოქი ან ფიალა ეგონათ. ბევრმა არ იცის, რომ ჭურჭლის დიდი ნაწილი, რომელსაც მოვიხმართ, კერამიკისაა, თუმცა, სახეობები ერთმანეთისგან მხოლოდ დამზადების ტექნოლოგიით განსხვავდება. ცნობიერება ამ მიმართულებით გაფართოვდა, ადამიანებმა აღმოაჩინეს, რომ გარდა ჭურჭლისა, კერამიკული შეიძლება იყოს ლარნაკი, სანათი. მომხმარებელი „წამოგვყვა“. აღსანიშნავია, რომ ყოველთვის ვცდილობთ მათთვის დამატებითი ინფორმაციის მიწოდებას ჩვენი პროდუქციის შესახებ, ვუხსნიდით, რისგანაა დამზადებული კონკრეტურად. ამჟამად მასალისადმი და დამზადების ტექნოლოგიისადმი ინტერესი მომხმარებლის ინფორმირებულობის მაღალ მაჩვენებელზე მიუთითებს.

რა გამოწვევების წინაშე დგას კერამიკის ბიზნესი საქართველოში? რამდენად აისახა პანდემიის შედეგად გამოწვეული ეკონომიკური კრიზისი თქვენი ბიზნესის განვითარებაზე?

ჩვენთვის, როგორც კერამიკის სპეციალისტებისთვის, ძალიან მნიშვნელოვანია ზოგადად დარგის განვითარება ქვეყანაში, მიუხედავად იმისა, რომ პროფესიონალებს ეს სფერო არ უჩივის, ინტერესი საზოგადოებისა და სახელმწიფოს მხრიდან უფრო ნაკლებია. ჩვენ ვცდილობთ მივმართოთ სხვადასხვა ტიპის შემეცნებით აქტივობას, ხშირად ვმართავთ გამოფენებს, ვიწვევთ სხვა დარგის წარმომადგენლებს, კოლაბორაციული მუშაობა საზოგადოების მეტ ინტერესს იწვევს და დარგის პოპულარობის მასშტაბსაც ზრდის. სახელმწიფოს მხრიდან

მნიშვნელოვანია წახალისდნენ არტისტები. ამ ეტაპზე მთავარ გამოწვევად მიგვაჩნია აუთვისებელი ბუნებრივი რესურსი.



ფინანსურად პანდემიამ დიდი ზიანი მოგვაცენა, თუმცა პაუზამ შემოქმედებითი განვითარების შესაძლებლობაც მოგვცა. მიუხედავად იმისა, რომ ახალ რეალობასთან ადაპტირება სწრაფადვე მოვახერხეთ, გადავედით მომხმარებელთან კომუნიკაციის „ონლაინ“ /დისტანციურ რეჟიმზე, ბუნებრივია, გაყიდვების რაოდენობა მნიშვნელოვნად შემცირდა. გასათვალისწინებელია, რომ ჩვენს მაღაზიას ლოკაციაც ტურისტული ჰქონდა, ასე რომ, მომხმარებლის კლება ამ გარემოებამაც გამოიწვია.

რამდენად აქვს დარგს საერთაშორისო მასშტაბით განვითარების პერსპექტივა?

რა თქმა უნდა! მსოფლიოს მასშტაბით კერამიკოსების არა ერთი გამოფენა, სიმპოზიუმი თუ სხვადასხვა ტიპის ღონისძიება იმართება, არსებობს კერამიკოსების გაერთიანებები. ამ პროცესებში რომ ქართული კერამიკა ჩაერთოს, ძალიან მნიშვნელოვანია. თუმცა, ჩვენნიარი მცირე ორგანიზაციისთვის რთულია პროცესებში სრულფასოვანი მონაწილეობა, კარგი იქნება შეიქმნას დიზაინის მიმართულებით ორგანიზაცია, რომელიც საერთაშორისო თანამშრომლობის ხარისხს გააღრმავებს. მნიშვნელოვანია, გავიზიაროთ სხვა ქვეყნების გამოცდილებაც, ვგულისხმობთ სხვადასხვა ფონდებისა და ორგანიზაციების მიერ

ხელოვანთათვის ფინანსური მხარდაჭერის პროგრამებს.

ბიზნესის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანია საწყისი კაპიტალი, როგორია თქვენი გამოცდილება? თუ გისარგებლიათ საქართველოში არსებული ფონდებისა თუ სხვადასხვა ორგანიზაციების დაფინანსებით?

თავდაპირველად მოგვიხდა ბანკიდან სესხის აღება. გამოუცდელიდან გამომდინარე თავს ვიკავებდით დაფინანსების წყაროების ძიებით. გარდა ამისა, რთულად წარმოგვიდგენია გრანტის დაწერა ტექნიკური დეტალების გათვალისწინებით, იდეების არსებობის მიუხედავად, გვიჭირს ჩვენი მოსაზრებებისა თუ იდეების კუნკურსის პირობებთან მორგება. რამდენიმე მცდელობის მიუხედავად, არ გვიმართლებდა, თუმცა, გასულ წელს „შემოქმედებითმა საქართველომ“ დააფინანსა ჩვენი პროექტი, რომელიც თუშეთში ვორქშოფის ორგანიზებას გულისხმობდა. მოპოვებულმა წარმატებამ თავდაჯერებულობა შეგვმატა და ვფიქრობთ, კიდევ ვცდით ბედს.



„ფანდრაიზინგი“ – როგორ მოვიპოვოთ ფინანსები ჩვენი იდეების განხორციელების გზაზე

ამ თავის წაკითხვის შემდეგ ჩვენ გვეცოდინება პასუხი კითხვებზე:

- * გვჭირდება თუ არა დაფინანსება?
- * რა არის „ფანდრაიზინგი“: რა გზები არსებობს და რა არის საჭირო დაფინანსების მოსაპოვებლად?
- * როგორ უნდა შევადგინოთ ბიუჯეტი „ფანდრაიზინგისთვის“?

გვჭირდება თუ არა დაფინანსება?

ალბათ, ყველას გვექონია იდეა, რომელიც გვერდზე გადაგვიდია იმის გამო, რომ არ გვცოდნია, თუ როგორ მოვიძიოთ ფინანსური რესურსი მის განსახორციელებლად. წინამდებარე თავი სწორედ ფინანსების მოძიების საბაზისო ცოდნას გვაზიარებს პრაქტიკული მაგალითების მეშვეობით. სანამ უშუალოდ ფონდების მოძიების, იმავე „ფანდრაიზინგის“ განხილვაზე გადავალთ, დანამდვილებით უნდა ვიცოდეთ გვჭირდება თუ არა ფინანსები ჩვენი იდეების განსახორციელებად. ამისათვის კი აუცილებელია ზოგადად წარმოდგენილი იდეა უფრო დავაკონკრეტოთ.

დავუშვათ, გვაქვს მეტნაკლები სიზუსტით ფორმულირებული კომერციული პროდუქტის, სერვისის ან თუნდაც ინოვაციური პროექტის შექმნის იდეა და გვიჩნდება კითხვა – „მჭირდება თუ არა ფინანსური რესურსის მოძიება ჩემი იდეის განსახორციელებლად?“ უმეტეს შემთხვევაში, ჩვენი იდეა იმდენად მოგვწონს, რომ ამ კითხვას არც კი ვსვამთ, ავტომატურად შევუდგებით ხოლმე ფინანსების მოძიების შრომატევად და გრძელ გზას; არადა ჩვენს იდეებზე ხელი მაშინაც არ უნდა ჩავიქნიოთ, თუ დაფინანსების მოპოვებას ვერ მოვახერხებთ, სასურველია, მათი რეალიზებისთვის ალტერნატიული, უფრო შემოქმედებითი და მოქნილი გზების პოვნა ვცადოთ.

„მჭირდება თუ არა ფინანსების მოძიება?“ - ამ კითხვაზე პასუხის გასაცემად და გადაწყვეტილების მისაღებად მხოლოდ იდეა საკმარისი არ არის, არამედ საჭიროა ჩვენი იდეის „განხორციელების გზის“ წარმოდგენა **(იდეის გენერაციისა და ვალიდაციის ეტაპების დეტალური განხილვა მოცემულია სახელმძღვანელოს წინა თავებში)**. ამოცანის გასამართივებლად კარგი იქნება, თუ დავსვამთ კითხვას - რა უნდა გავაკეთო იმისათვის, რომ ჩემი იდეა რეალიზდეს და დასახულ მიზნებს მივაღწიო?

სრული სურათის შესაქმნელად ჩვენი იდეის „განხორციელების გზა“ მის შემადგენელ ელემენტებად უნდა დავყოთ და წარმოვადგინოთ გეგმა-გრაფიკის სახით. ამგვარი სტრატეგია საშუალებას მოგვცემს, დავინახოთ იდეის შემადგენელი ნაწილების ურთიერთმიმართება და განვსაზღვროთ მათი შესრულებისთვის აუცილებელი ფინანსური თუ არაფინანსური რესურსების საჭიროებები. გეგმა-გრაფიკის საილუსტრაციოდ განვიხილოთ ქვემოთ მოცემული ორი განზოგადებული მაგალითი:

მაგალითი 1. სტუდენტური პროექტი - გამოფენა-გაყიდვა სამხატვრო აკადემიის გალერეაში

საქველმოქმედო ღონისძიება მიზნად ისახავს სამხატვრო აკადემიის ფერწერის ფაკულტეტის მეოთხე კურსის სტუდენტების მიერ სემესტრის განმავლობაში შესრულებული ნამუშევრების გამოფენა-გაყიდვას, აქციის შედეგად შემოსული თანხა მოხმარდება ხელოვნების ნიმუშების ონლაინ გაყიდვების პლატფორმის შექმნას. განვიხილოთ გეგმა-გრაფიკი, რომელიც მოიცავს მხოლოდ გამოფენა-გაყიდვის ორგანიზების ეტაპს.

გეგმა გრაფიკის მაგალითი 1.

გამოფენა - გაყიდვის საორგანიზაციო ეტაპის გეგმა-გრაფიკი

აქტივობა \ თვე	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	მაისი	ივნისი
1. გამოფენის კონცეფციის შემუშავება						
2. კონკურსის გამოცხადება სტუდენტებს შორის						
3. ნამუშევრების შერჩევა						
4. ექსპოზიციის დიზაინი						
5. ექსპოზიციის აწყობა						
6. PR აქტივობა						
7. გამოფენის გახსნა						
8. გამოფენის დახურვა და შედეგების შეჯამება						
9. პროექტის მეორე ეტაპისთვის მომზადება						

მაგალითი 2. შემოქმედებით სფეროს წარმომადგენლების დასაქმების ვებ-გვერდი და მობილური-აპლიკაცია. მოგებაზე ორიენტირებული მობილური აპლიკაციის იდეა ეხება შემოქმედებითი სფეროს წარმომადგენლების დასაქმებას და მისი მიზანია, დააკავშიროს „ფრილანსერები“ პოტენციურ დამკვეთებთან.

აქტივობა \ თვე	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	მაისი	ივნისი	ივლისი
1. ბაზრისა და საჭიროებათა მოკვლევა							
2. კვლევითი მასალის დამუშავება და ანალიზი							
3. დიზაინის პირველი პროტოტიპის შემუშავება კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით							
4. პირველი პროტოტიპის ტესტირება							
5. ტესტირების შედეგების გათვალისწინება საბოლოო ვერსიის შემუშავების ფარგლებში							

აქტივობა ^{თვე}	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	მაისი	ივნისი	ივლისი
6. მობილური აპლიკაციის სატესტო რეჟიმში გაშვება							
7. ხარვეზების გამოსწორება							
8. აქტიური მარკეტინგული ღონისძიებების დაგეგმვა							
9. სერვისის სრული დატვირთვით ამოქმედება							

ორივე გეგმა-გრაფიკი წარმოდგენილი იდეების განხორციელებისთვის აუცილებელი და კონკრეტული მოქმედებების ტრაექტორიას ასახავს. გრაფიკში დროითი თანმიმდევრობით არის გაწერილი ის აქტივობები, რომლებსაც საბოლოოდ მიზნის რეალიზაციამდე მივყავართ.

შეკითხვა: როგორ ფიქრობთ, დაფინანსების გარეშე, რომელი იდეის განხორციელება იქნებოდა შესაძლებელი და როგორ?

ჩვენ უკვე გვაქვს წარმოდგენა, თუ როგორ ხდება იდეის დეტალიზაცია გეგმა-გრაფიკისა და კონკრეტული აქტივობების გაწერის სახით. სწორედ ასეთი სამუშაოს ჩატარების შემდეგ შეგვიძლია ზუსტად განვსაზღვროთ, როდის არის ფინანსების მოძიება გარდაუვალი აუცილებლობა და როდის შეგვიძლია მის გარეშე ჩვენი იდეის ხორცშესხმა.

ფინანსები, როგორც წესი, მნიშვნელოვნად ამარტივებს და ამოკლებს გზას მიზნამდე, ძალიან ხშირად საბაზისო აქტივობების განსახორციელება დაკავშირებულია სხვადასხვა ტიპის მომსახურების ან პროდუქციის შეძენასა ან ქირაობასთან, რასაც, რა თქმა უნდა, ფინანსების მოძიებასთან, იგივე „ფანდრაიზინგთან“ მიეყავართ. **„ფანდრაიზინგი“: რა გზები არსებობს და რა გვჭირდება დაფინანსების მოსაპოვებლად?**

განმარტება: „ფანდრაიზინგი“ არის ღირებულებებზე დამყარებული შემოქმედებითი პროცესი, რომელიც მიზნად ისახავს ინიციაციის ან ორგანიზაციის მისწრაფებების რეალიზაციას ფინანსური რესურსების მდგრადი მობილიზების გზით.

დაფინანსების მოპოვება საკმაოდ საინტერესო და, შეიძლება ითქვას, აზარტული საქმიანობაა, ის მოითხოვს „ფანდრაიზერის“ მრავალმხრივ გამოცდილებას, როგორც ფინანსებისა და კომუნიკაციის, ასევე პროდუქტის ან სერვისის სიღრმისეული შინაარსობრივი ცოდნის მიმართულებით. ეს კი ნიშნავს იმას, რომ ჩვენ ზედმიწევნით კარგად უნდა ვერკვეოდეთ სამეწარმეო და საპროექტო იდეაში, მისი განხორციელებისათვის აუცილებელ მოქმედებათა ჯაჭვში, შესაბამისად, სრულყოფილად უნდა გვეჩვენოს მოკვლეული კონკრეტული ელემენტის/აქტივობის საჭიროებები და მათი შესრულების ფინანსური ღირებულება.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, ფანდრაიზინგის პროცესი იწყება გამორკვევით, თუ რა არის ჩვენი მიზანი და რისი მიღწევა გვსურს მოძიებული ფინანსებით. ჩვენი იდეა შეიძლება იყოს სამეწარმეო პოტენციალის მქონე პროდუქტის თუ ინოვაციური სერვისის შექმნა, ინტელექტუალურ საკუთრებაზე დაფუძნებული სტარტაპი ან თუნდაც ერთდჯერადი ღონისძიება, რომელიც ეკონომიკური სარგებლის გენერირებაზე იქნება ორიენტირებული. კონკრეტული და რეალისტური მიზანი გვაძლევს საშუალებას ვკონცენტრირდეთ ამოცანებზე, რომლებიც, თავის მხრივ, იშლება დეტალურ აქტივობებად გეგმა-გრაფიკის გაწერის ეტაპზე. საკუთარ მიზნებსა და ამოცანებზე ნათელი წარმოდგენის ჩამოყალიბების შემდეგ, გადავდივართ - „ფანდრაიზინგის“ - ეტაპზე.

გარემო: ინოვაციური და სამეწარმეო საქმიანობის განხორციელებისას ჩვენ მზად უნდა ვიყოთ, ვითანამშრომლოთ პოტენციური დამფინანსებლებისა და სპონსორების სხვადასხვა ჯგუფთან, რომელთა შორისაც მოიაზრებიან როგორც კერძო სპონსორები, ინდივიდები და ორგანიზაციები, ისე სახელმწიფო და საერთაშორისო ფონდები და ინსტიტუციები.

მაგალითისათვის განვიხილოთ კონკურსის საფუძველზე გამოცხადებული ფინანსების მოძიების შესაძლებლობა, რომელსაც, როგორც წესი, სახელმწიფო და საერთაშორისო ფონდები გვთავაზობენ - მათი ვალდებულებაა, თანაბარი პირობები შექმნან რესურსების ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით, დაიცვან ფუნდამენტური ღირებულებები - მათ შორის, ანგარიშვალდებულება საზოგადოების წინაშე, უზრუნველყონ ფინანსების ღია გადანაწილება, ამავე დროს, მნიშვნელოვანია, მათი საქმიანობა შეესაბამებოდეს სახელმწიფოს მიერ დასახულ სტრატეგიასა და სამეწარმეო პრიორიტეტებს (სახელმწიფო დაფინანსებისგან განსხვავებით, კერძო სპონსორი ან ინვესტორი არჩევანს საკუთარი შეხედულებისამებრ, პირადი ინტერესებისა და ღირებულებების შესაბამისად აკეთებს).

როგორც წესი, კონკურსის გამოცხადებისას წინასწარ არის განსაზღვრული კონკურსის პრიორიტეტული თემატური მიმართულებები, საკონკურსო ვადები, ბიუჯეტის მთლიანი მოცულობა და ინდივიდუალური პროექტის დაფინანსების ზედა ზღვარი, სამართლებრივი და ფინანსური ადმინისტრირების წესები და ა.შ. ჩვენი, როგორც აპლიკანტის, უმთავრესი ამოცანაა დეტალურად შევისწავლოთ საკონკურსო დოკუმენტაცია და გავიაზროთ საკუთარი სამეწარმეო იდეის შესაბამისობა კონკურსის პრიორიტეტებთან.

5 რჩევა „ფანდრაიზინგის“ განაცხადის შემუშავებასთან დაკავშირებით:

- * შეეცადეთ, დაესწროთ საკონსულტაციო შეხვედრებს ან ასეთის არარსებობის შემთხვევაში, მოითხოვოთ მისი დანიშვნა, აღნიშნული ფორმატი შესაძლებლობას მოგცემთ დასმულ კითხვებზე მიიღოთ დეტალური პასუხები საგრანტო მენეჯერისგან/კონკურსის კოორდინატორისაგან. ხშირად საგრანტო მენეჯერები გამოცდილებაზე დაყრდნობით მოგცემენ ისეთ რჩევებს, რომლებსაც კონკურსის დოკუმენტაციაში ვერ წააწყდებით ან შეიძლება ყურადღება არც კი გაამახვილოთ.
- * გადახედეთ წინა პერიოდებში დაფინანსებულ პროექტებს და გაანალიზეთ, თუ რა პრინციპით მოქმედებდა ორგანიზაცია (ან გადაწყვეტილების მიმღები კომისია) სხვა შემთხვევებში. ეს დაგეხმარებათ კონკურსის გამომცხადებელი ორგანიზაციის პერსპექტივიდან შეხედოთ/შეაფასოთ თქვენს საპროექტო იდეას.
- * მოკვლევის ჩატარება უმნიშვნელოვანესია დონორ ორგანიზაციასთან მუშაობისას - კარგად გაიაზრეთ მათი ღირებულებები და პრინციპები, ხოლო თქვენი იდეის რეფორმულირება ისე უნდა მოახერხოთ, რომ დამფინანსებელს, ნდობის აღძვრასთან ერთად, გაუჩნდეს განცდა იმისა, რომ მის მიერ ფინანსური რესურსის დაბანდება ეკონომიკური მომგებიანობის გარდა, სარგებლის მომტანიც იქნება კონკრეტული სფეროსა და ზოგადად საზოგადოებისთვის.
- * „ფანდრაიზინგისთვის“ ასევე ძალიან მნიშვნელოვანია, გაეცნოთ, თუ რა კრიტერიუმებით ფასდება თქვენი იდეა. შეფასების კრიტერიუმების ანალიზი საშუალებას მოგცემთ, გაითვალისწინოთ ის ძირითადი ელემენტები, რომლებსაც საკონკურსო კომისია თქვენს განაცხადში ყველაზე დიდ მნიშვნელობას მიანიჭებს. საკონკურსო კრიტერიუმები, როგორც წესი, საპროექტო წინადადების შემდეგ ასპექტებზე ამახვილებს ყურადღებას: **იდეის რელევანტურობა და ინოვაციურობა, ხარჯთეფექტიანობის შეფასება, თქვენი პროექტის გრძელვადიანი გეგმები და მდგრადობა საკომუნიკაციო გეგმა** და სხვ. თითოეული მათგანის საფუძვლიანი დამუშავება საპროექტო განაცხადში დაგეხმარებათ გაამყაროთ თქვენი პოზიცია და არგუმენტირებულად დაასაბუთოთ იდეის შესაბამისობა კონკურსის მიზნებთან.

- * გაითვალისწინეთ ის ფაქტიც, რომ დაფინანსების მისაღებად ან განაცხადის წარსადგენად ხშირად განმცხადებელი იურიდიულ პირად უნდა იყოს დარეგისტრირებული, თუმცა, არის გამონაკლისი შემთხვევები და კონკურსებში მონაწილეობის მიღება ფიზიკურ პირებსაც შეუძლიათ. - ამის კარგი მაგალითია ქვემოთ მოყვანილი დაფინანსების სამი მაგალითი.

მაგალითი: 2020-2021 წლების განმავლობაში საქართველოში სამეწარმეო საქმიანობის დაფინანსებას ახორციელებენ ისეთი ორგანიზაციები, როგორებიცაა:

- * „აწარმოე საქართველოში“ - მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობის პროგრამა;
- * „შემოქმედებითი საქართველო“ - შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების კონკურსი.
- * „ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების სააგენტო“ - თანადაფინანსების გრანტები სტარტაპებისთვის.

დავალება: მოიძიეთ და გაეცანით ზემოთ მოცემულ საკონკურსო/საგრანტო მიმართულებებს. იმსჯელეთ, თუ რომელი მათგანი ერგება თქვენს პრიორიტეტებს და რატომ?

როგორ უნდა შევადგინოთ ბიუჯეტი?

ბიუჯეტის შედგენა ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ეტაპია ჩვენი იდეის განხორციელების გზაზე. ბიუჯეტირება გვეხმარება ნათლად ჩამოვაყალიბოთ სამომავლო მოქმედებების ფინანსური ხედვა - რა დაგვიჯდება ჩვენი ამოცანების განხორციელება და რა წყაროებიდან ვგვემავთ თანხების მოძიებას ხარჯების დასაფარად.

ბიუჯეტის შედგენისთვის უნდა განვსაზღვროთ ჩვენი იდეის/პროექტის ძირითადი მიზანი და ამოცანები, თითოეულ ამოცანას შესაბამისი აქტივობა უნდა მივუსადაგოთ. ხოლო ამ აქტივობების განსახორციელებლად უნდა გამოიკვეთოს კონკრეტული საჭიროებები, რომლებიც შეიძლება მოიცავდეს მრავალი ტიპის ხარჯს - პროგრამული უზრუნველყოფის დამზადება, დიზაინის შექმნა, ტექნიკის ქირაობა, ექსპერტების ჰონორარი, ადმინისტრაციული ხარჯები და ა.შ.

ხშირად ჩვენი იდეებისა და მიზნების მორგება გვიწევს დამფინანსებლის მოთხოვნებსა და გამოყოფილ ფინანსებთან, შესაბამისად, აუცილებელია ბიუჯეტირების პროცესს მოქნილად მივუდგეთ და ვიფიქროთ ფინანსების მოძიების ალტერნატიულ წყაროებზე/საშუალებებზე.

ბიუჯეტის შედგენისას უნდა გავითვალისწინოთ არსებული საბაზრო ფასები და ჩამოვაყალიბოთ მაქსიმალურად რეალისტური ფინანსური გეგმა, რომლის მეშვეობითაც, ერთი მხრივ, შესაძლებელი გახდება ჩვენი იდეის სრულყოფილად შესრულება, ხოლო, მეორე მხრივ, თავიდან აგვაცილებს ზედმეტ ხარჯს, რომელიც, შესაძლოა, დამფინანსებლის ჩვენდამი უნდობლობის მიზეზიც კი გახდეს.

ბიუჯეტირების პარალელურად უნდა ვფიქრობდეთ „ფანდრაიზინგის“ ალტერნატიულ და პარალელურ გეგმებსა და სცენარებზე - დავსვათ რადიკალური კითხვები: რა მოხდება იმ შემთხვევაში, თუ ჩვენ მიერ წარდგენილი ბიუჯეტის ნაცვლად განახევრებულ თანხას მივიღებთ ან უარეს შემთხვევაში დაფინანსების გარეშე დავეჩებით? რა ალტერნატიული გზები არსებობს ფინანსების მოსაძიებლად? რა დრო და რესურსები დასჭირდება სასურველი მიზნის მისაღწევად? და ა.შ.

დაფინანსების მოძიებას საწყის ეტაპზე საკმაოდ დიდი მნიშვნელობა ჰქონდა რამდენიმე თვალსაზრისით.
„ფანდრაიზინგის“ პროცესისგან ძალიან დიდი გამოცდილება მივიღე, ის ასევე დამეხმარა მომხმარებლის სწორად პოვნაში, სწორი გზების მოძებნაში, იმისათვის რომ ჩემი პროდუქტი უფრო ცნობადი გამხდარიყო საზოგადოებაში. მოძიებული ფინანსებით შევძელით წარმოებისათვის აუცილებელი მასალებისა და ინვენტარის შეძენა

საპო, სრული ინტერვიუ იხილეთ გვ 30

ბიუჯეტებისას გასათვალისწინებელი რჩევები და პრინციპები:

კომერციული vs არაკომერციული? ძალიან მნიშვნელოვანია გვეჩვენეს ზუსტი წარმოდგენა არის თუ არა ჩვენი პროექტი კომერციული თუ არაკომერციული სახის. უნდა განვსაზღვროთ, თუ რა მასშტაბის ფინანსური უკუგების მოტანის პოტენციალი აქვს ჩვენს პროექტს და როგორ შეიძლება გავაკეთოთ მიახლოებითი პროგნოზი. კომერციული და არაკომერციული პროექტების ბიუჯეტები, შესაძლოა, იდენტურიც კი იყოს, ძირეული განსხვავება მდგომარეობს პირველადი ფინანსების მოძიებისა და მათი შემდგომი მართვის თავისებურებებში. კონკრეტულად კი, არაკომერციული პროექტის განხორციელების შემდგომ ჩვენ არ ველით ფინანსური ნაკადების მიღებას, შესაბამისად, მიზნების განსახორციელებლად აუცილებელი ფინანსური რესურსები წინასწარ უნდა მოვიძიოთ „ფანდრაიზინგის“ მეშვეობით. რაც შეეხება კომერციულ პროექტს, აქ გათვლა სწორედ ფინანსური სარგებლის მიღებაზეა, ამდენად, ჩვენი დაგეგმარება არა მხოლოდ ფანდრაიზინგის შედეგებს, არამედ ჩვენი პროდუქტის თუ მომსახურების გაყიდვიდან მიღებული ფულადი ნაკადების გათვალისწინებასაც მოიცავს/უნდა მოიცავდეს.

გაიცანით დამფინანსებელი! ყველაზე სწრაფი გზა დაფინანსების სპეციფიკაში გასარკვევად არის პირისპირ შეხვედრა ორგანიზაციების წარმომადგენლებთან და საგრანტო პროექტების კოორდინატორებთან. მათი პირდაპირი ვალდებულებაა დეტალურად გაგაცნონ საკონკურსო

თუ საინვესტიციო პირობები და მასთან დაკავშირებული შეზღუდვები (მაგალათისთვის, ხშირია კონკურსების პირობებში ძირითადი საშუალებების შეძენის აკრძალვა ან სივრცის იჯარის/რემონტის შეტანა). როგორც წესი, ორგანიზაციების უმრავლესობას ბიუჯეტის საკუთარი ფორმები გააჩნია, რომელთა მიხედვითაც ივსება საპროექტო განაცხადები, თუმცა ასევე არსებობს უფასო შაბლონები, რომლებიც microsoft office-ის პროგრამაში შეგიძლიათ გამოიყენოთ.

როგორ დავითვალთ? ბიუჯეტირების პროცესში არსებობს მარტივად და რთულად გამოსათვლელი ხარჯები. მაგალითისთვის ვებ-პროგრამისტის ჰონორარი, რომელმაც თქვენი სერვისისთვის ონლაინ მაღაზია უნდა ააწყო, შეიძლება დავითვალთ როგორც სამუშაოს მთლიანი მოცულობის, ასევე საათობრივი ან დღიური განაკვეთების მიხედვით. მიახლოებითი ჰონორარის გადასამოწმებლად, შესაძლებელია მსგავსი საქმიანობით დაკავებული ვებ-დეველოპერული სტუდიებისგან შესაბამისი ინფორმაციის მიღება. აღნიშნული საბიუჯეტო მუხლი შეგვიძლია, მარტივ ხარჯად განვსაზღვროთ. რაც შეეხება რთული ტიპის ხარჯებს, ეს არის შედგენილი, რამდენიმე საფეხურისგან შემდგარი ხარჯები, რომლის ზუსტი გათვლა წინასწარ თითქმის შეუძლებელია. ამ შემთხვევაში ჩვენ შეგვიძლია გამოვიყენოთ ორი მიდგომა: 1) დავშალოთ კომპლექსური ხარჯები მარტივ ნაწილებად ან 2) შევისყიდოთ აღნიშნული ხარჯი გარე მომწოდებლისგან.

მაგალითი: კომპლექსური საბიუჯეტო მუხლის საილუსტრაციოდ გამოვიყენოთ 2019 წლის ვენეციის ბიენალეზე ქართველი არტისტის ANNA K.E.-ს წარმოდგენილი საგამოფენო პროექტი Simulation is a Simulation is a Simulation. დავუშვათ, რომ პროექტში არსებობს საბიუჯეტო მუხლი **გამოფენის აწყობა/ინსტალაცია**.

სწორედ ამ ტიპის მუხლი წარმოადგენს კომპლექსურ ხარჯს, რომელიც ქვემუხლებად იშლება და მოიცავს - ინსტალაციის დამზადებას, შეფუთვას, ტრანსპორტირებას, საგამოფენო სივრცეში მონტაჟს, ტექნიკური პერსონალის მომსახურების ხარჯებს და ა.შ. საბიუჯეტო მუხლების დეტალიზაცია გვეხმარება დავინახოთ კონკრეტული აქტივობის სრული სურათი, შევამციროთ გაუთვალისწინებელი ხარჯების ალბათობა და მინიმუმამდე დავიყვანოთ რისკები, ამგვარი მიდგომა პროექტის განხორციელების შემდეგომ ეტაპზე თავიდან აგვაცილებს დროისა და ფინანსური რესურსის დაკარგვის საფრთხეს.

დავალება:

მოიყვანეთ კომპლექსური ხარჯის მაგალითი, რომელიც თქვენს იდეაზე მუშაობისას წარმოიშვა. შეეცადეთ ეს მრავალკომპონენტიანი, შედგენილი ხარჯი მარტივ ელემენტებად და საბიუჯეტო მუხლებად დაყოთ. იმსჯელეთ, რა დადებითი და უარყოფითი მხარეები შეიძლება ჰქონდეს ბიუჯეტის ზედმეტ დეტალიზაციას. როგორც ამ თავში დავრწმუნდით, „ფანდრაიზინგის“ მიმართულება არის რისკიანი და შემოქმედებითი, მრავალფეროვანი და კომპლექსური საქმიანობა, რომელიც პრაქტიკული გამოცდილების მატებასთან ერთად, სულ უფრო და უფრო მიმზიდველი და საინტერესო ხდება. ფანდრაიზინგის პრინციპების ცოდნა საშუალებას გაძლევთ თქვენს იდეებს, სურვილებს და მიზნებს ხორცი შეასხათ. „ფანდრაიზინგის“ პროცესს მუდმივად თან სდევს დაფინანსების ვერ მოპოვების რისკი, რაც ჩათვალეთ, რომ ყველაზე გამოცდილი „ფანდრაიზერებისთვისაც“ კი ყოველდღიურობის ნაწილია. ამიტომ არ შეეპუოთ, თუ თავდაპირველი მცდელობები წარუმატებელი იქნება, ყოველთვის ჩაეძიეთ და გააუმჯობესეთ თქვენი განაცხადი და იდეა, ისწავლეთ სხვებისა და საკუთარ შეცდომებზე, დააკვირდით დეტალებს და წარმატებას ნამდვილად მიაღწევთ!

დამწყები სტარტაპერისთვის ფინანსების
მოძიებისათვის მნიშვნელოვანია კარგი ბიზნეს გეგმის
დაწერა, რისთვის ძალიან ბევრი საშუალება და
ორგანიზაცია არსებობს, მაგალითისთვის გამოდგება
ბიზნეს აქსელერატორი „სპარკი“. ბიზნეს-გეგმის
დაწერის შემდეგ უნდა მოვიძიოთ რაც შეიძლება ბევრი
კონკურსი, სახელმწიფო და კერძო დაფინანსებს გზები,
ყველაგან უნდა ვცადოთ ბედი, გარდა იმისა, რომ
თანხობრივად ძალიან დაგვეხმარება, შესაძლებლობაა,
რომ შენი ბიზნესის ცნობადობა მნიშვნელოვნად
გაიზარდოს და ხალხმა გაიცნოს ბრენდი

საპო

სრული ინტერვიუ 30-ე გვ.

გუნდური სავარჯიშო შეავსეთ გუნდურად (3 – 5 წევრი გუნდში)

ა) პროექტის შესრულების გეგმა-გრაფიკი

ბ) ბიუჯეტი

გ) მიიღეთ გადაწყვეტილება დაფინანსების საჭიროებასთან დაკავშირებით

ე) გეგმა-გრაფიკი, როგორც ვიცით, ეს არის პროექტის აქტივობების ერთობლიობა, რომელიც მათი განხორციელების მიმდევრობასა და ურთიერთკავშირს ასახავს. ჩამოწერეთ პროექტის ის ძირითადი აქტივობები, რომლებიც თქვენი იდეის განხორციელების ძირითად კომპონენტებს შეადგენენ.

ვ) გეგმა-გრაფიკის შაბლონი:

თვე აქტივობა	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	მაისი	ივნისი
1.						
2.						
3.						

თვე აქტივობა	იანვარი	თებერვალი	მარტი	აპრილი	მაისი	ივნისი
4.						
5.						
6.						
7.						
8.						
9.						

ზ) ბიუჯეტის **ხარჯის** ნაწილში ჩამოწერეთ თქვენი იდეის განხორციელებისათვის აუცილებელი ხარჯები (მაგ. ექსპერტის ჰონორარი, აპარატურის დაქირავება, ადმინისტრაციული ხარჯები და ა.შ.). ბიუჯეტის შემოსავლების ნაწილში კი ჩამოწერეთ ის წყაროები, რომლებიდანაც ელით შემოსავლის მიღებას (ბილეთების გაყიდვა, გრანტები, კომერციული საქმიანობა - საკვებისა და სასმელის გაყიდვა, „მერჩენდაიზი“ და ა.შ.) იმსჯელეთ, თუ რომელი ხარჯების გაწევა მოგიწევთ წინასწარ და რა ტიპის ხარჯები შეიძლება გადაიხადოთ მოგვიანებით. როგორ შეიძლება არსებული ფინანსური რესურსის ოპტიმიზაციამ დადებითად იმოქმედოს იდეის განხორციელების პროცესზე?

თ) ბიუჯეტის შაბლონი 1

ხარჯები				შემოსავალი			
	ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი		ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი
ექსპერტების ჰონორარი				ბილეთების გაყიდვა			
დაიზაინერის მომსახურება				სპონსორები			
პროგრამული მომსახურება				ფონდები/ დაფინანსება			
ტექნიკური აღჭურვილობა				საკვები და სასმელი			

ხარჯები

შემოსავალი

	ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი		ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი
სივრცის/ადგილის დაქირავება				მერჩანდაიზი			
დაზღვევა				სხვა კომერციული საქმიანობა			
კომუნალური ხარჯები/სველი წერტილები							
ქეითერინგი/კვებითი მომსახურება							
ბეჭდვა							
ციფრული სთრიმინგი							
ფოტო-ვიდეო დოკუმენტაცია							
პიარი და კომუნიკაცია							
ჯამი				ჯამი			

დაფინანსების საჭიროების სავარჯიშო

ბიუჯეტისა და გეგმა-გრაფიკის შემდეგ უნდა გავთვალთ დაფინანსების საჭიროება, კერძოდ კი - შეძლებთ თქვენი იდეის განხორციელებას/ღონისძიების გამართვას ნულოვანი ბიუჯეტით, თუ - აუცილებელია დამატებითი დაფინანსების მოძიება? ამისათვის კი კარგად უნდა გაიაზროთ თქვენ მიერ ბიუჯეტში ასახული ყველა პირდაპირი თუ არაპირდაპირი ხარჯი, რომელიც იდეის განხორციელებას/ღონისძიების ჩატარებას უკავშირდება. ამის შემდგომ კი თითოეულ ამ ხარჯს დავუსვით შემდეგი კითხვები:

- * როდის უნდა გავწიოთ ხარჯი - იდეის განხორციელებამდე/ღონისძიებამდე თუ მის შემდეგ?
- * შეგვიძლია თუ არა ხარჯის იდეის განხორციელებამდე/ღონისძიების შემდეგ დაფარვა მიღებული მოგებით და რა პირობით?
- * ფორს-მაჟორული სიტუაციის შემთხვევაში, რა პასუხისმგებლობა გვეკისრება და როგორ ანაზღაურდება ის?
- * განსაზღვრეთ, თუ როდის გიწევთ ხარჯების გაწევა, რაც საშუალებას მოგვცემს მეტ-ნაკლები სიცხადით წარმოვიდგინოთ ის პირველადი ბიუჯეტი, რომლის გარეშეც იდეის ხორცშესმა წარმოუდგენელი იქნება.

ბიუჯეტის შაბლონი 2

ხარჯები				შემოსავალი			
	ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი		ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი
ექსპერტების ჰონორარი				ბილეთების გაყიდვა			
დაიზაინერის მომსახურება				სპონსორები			
პროგრამული მომსახურება				ფონდები/ დაფინანსება			
ტექნიკური აღჭურვილობა				საკვები და სასმელი			
სივრცის/ადგილის დაქირავება				მერჩანდაიზი			

ხარჯები				შემოსავალი			
	ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი		ერთეულის ღირებულება	ერთეულის რაოდენობა	ჯამი
დაზღვევა				სხვა კომერციული საქმიანობა			
კომუნალური ხარჯები/ სველი წერტილები							
ქეითერინგი/კვებითი მომსახურება							
ბეჭდვა							
ციფრული სთრიმინგი							
ფოტო-ვიდეო დოკუმენტაცია							
პიარი და კომუნიკაცია							
ჯამი				ჯამი			

გარემოში არსებული ბიზნესის განვითარების შესაძლებლობები

საქართველოში თანდათანობით ვითარდება ბიზნესის კულტურა. ადამიანებმა დაიწყეს ინდივიდუალური ინიციატივების განხორციელება და შესაბამისი უნარ-ჩვევების განვითარება. მეტიც, საქართველოს რეალობაში ბევრი ბიზნესია, რომლებიც არა მხოლოდ ადგილობრივ, არამედ საერთაშორისო ბაზრებზეც იყიდება. მაგ. სპილოუ, კოსმო, ჩიკატი და სხვა.

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო აქტიურად არის ჩართული მიკრო და მცირე ბიზნესების განვითარების პროცესში. აღნიშნული უწყება დაქვემდებარებული საჯარო სამართლის იურიდიული პირების საშუალებით ახორციელებს ისეთ პროექტებს, რომლებიც ადგილობრივ წარმოებას განვითარებაში ეხმარება.

აწარმოე საქართველოში მოიცავს სამ ძირითად პროგრამას, რომელთა მიზანია საქართველოში მეწარმეობის განვითარება და მეწარმის მხარდაჭერა, საქართველოს საექსპორტო პოტენციალის პოპულარიზაცია, ქართული პროდუქტების კონკურენტუნარიანობის გაზრდა საერთაშორისო ბაზრებზე და პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვა, ხელშეწყობა და განვითარება.

<http://www.enterprisegorgia.gov.ge/ka>

ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს მიზანია საქართველოში ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების განვითარებისთვის საჭირო ეკოსისტემის ფორმირება, ცოდნისა და ინოვაციის კომერციალიზაციის ხელშეწყობა, ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების გამოყენების სტიმულირება ეკონომიკის ყველა დარგში, ინოვაციებისა და მაღალტექნოლოგიური პროდუქტების ექსპორტის ზრდისთვის საჭირო გარემოს შექმნა და ქვეყნის მასშტაბით მაღალსიჩქარიანი ინტერნეტის განვითარება. სააგენტო მთელი წლის მანძილზე აცხადებს დაფინანსებისა და თანადაფინანსების პროგრამებს, რომელთა მეშვეობით საქართველოს ნებისმიერ მოქალაქეს შეუძლია გრანტი მიიღოს სასურველი საქმიანობის წამოწყებისთვის.

<https://gita.gov.ge/geo>

სპარკი არის თბილისის მერიის მიერ ინიცირებული პროგრამა, რომელიც საქართველოს მოქალაქეებს სთავაზობს უფასო ბიზნეს-კონსულტირებასა და შესაბამის კურსებს, რათა ადამიანებმა შეძლონ თავიანთი ბიზნესის დამუშავება და შემდგომ მოიპოვონ ინვესტორზე წვდომა.

<https://accelerate.ge/>

„შემოქმედებითი საქართველო“ არის კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროში შემავალი სსიპ, რომლის მიზანია ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა. ორგანიზაციაში ფუნქციონირებს შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიმართულება, რომელიც ახორციელებს ორ მთავარ პროგრამას: შესაძლებლობების განვითარებისა და კვლევით პროგრამებს.

ორგანიზაცია საქართველოს მოქალაქეებს სთავაზობს უფასო კონსულტირებასა და დახმარებას შემოქმედებითი ბიზნესების განვითარების მიმართულებით, ასევე, წვდომას სხვადასხვა საერთაშორისო პროექტში მონაწილეობაზე შემოქმედებითი ბიზნეს ინიციატივისთვის დაფინანსების მოპოვების მიზნით.

აღნიშნულის გარდა, ორგანიზაცია წლის მანძილზე აცხადებს ღია კონკურსებს შემოქმედებითი ბიზნესგარემოს ხელშეწყობის, შემოქმედებითი სტარტაპების, სხვადასხვა ღონისძიებისა და ხელოვანთა/შემოქმედებით მეწარმეთა მობილობის მიმართულებით, რომელშიც საქართველოს ნებისმიერ მოქალაქეს შეუძლია განაცხადის შეტანა, დადგენილი ვადებისა და პირობების გათვალისწინებით.

<http://creativegeorgia.ge/>

როგორ გაჩნდა თქვენი ბიზნესიდეა?

როგორი იყო თქვენი პირველი ნაბიჯები?

სპილოუ დავაფუძნეთ სამმა მეგობარმა - მე - სოფო ჩხაიძემ, მარინკა ღარიბაშვილმა და ტასო ჯაფარიძემ - ჩვენი ცელქი შვილების შთაგონებით. ჩვენთვის თავიდანვე ამოსავალი წერტილი იყო ბავშვებისა და მშობლებისთვის ერთნაირად მოსაწონი და მისაღები პროდუქტი შეგვექმნა და რაც მთავარია, არ შეგვეზღუდა ბავშვის თამაში. ეს არის ტანსაცმელი-სათამაშო, რომელიც ბავშვებს ხელს უწყობს თამაშში, გარდასახვასა და წარმოსახვის უნარის გაუმჯობესებაში. პროდუქტი მშობლებისთვისაც ძალიან საინტერესო აღმოჩნდა. სპილოუ, როგორც წესი, ასოცირდება დინოზოტან, დინოზოების გარეშე ჩვენ არ ვარსებობთ.



როდის მიხვდით, რომ თქვენი იდეა „იმუშავებდა“? რა გამოწვევების გადალახვა მოგიხდათ იდეის განხორციელების პროცესში?

თავდაპირველად, როცა ნამუშევრებს ვქმნიდით, facebook-ის საშუალებით ვავრცელებდით და, როგორც წესი, დიდი გამოხმაურება მოჰყვებოდა ხოლმე ჩვენს ყველა ახალ პროდუქტს, ამ გარემოებამ მიგვახვედრა, რომ გვჭირდებოდა გაყიდვების ობიექტი და სამკერვალო.

პირველი გამოწვევა სწორედ სამკერვალოს უქონლობას უკავშირდებოდა, სხვადასხვა ადგილებში კერვისას რთული იყო ხარისხის შენარჩუნება; მეორე სირთულე კი ნედლეულია, რომელიც დღემდე არ დაძლეულა. საქართველოში, სამწუხაროდ, არ არსებობს ქსოვილის წარმოების შესაძლებლობა და - არც სხვა სამკერვალო ატრიბუტების. 4 წლის წინ ადგილობრივ ბაზარზე რთული იყო ნატურალური ქსოვილის მოძიება, ქსოვილების გამყიდვლები, როგორც წესი, არ ფლობდნენ ინფორმაციას მისი შემადგენლობის შესახებ და თავად გვიხდებოდა ნატურალური ქსოვილის გამოცნობა. ამ ეტაპზე ნედლეულის პრობლემა თითქმის დაძლეულია, შემოგვაქვს იმპორტირებული ქსოვილი თურქეთიდან და ამერიკიდან, თუმცა, აღსანიშნავია, რომ ქართული ბაზარიც ნელ-ნელა ინტერესდება ფერადი ქსოვილებით, რაც, ბუნებრივია, მისასალმებელია. ამ ეტაპზე ბაზარი მეტად გაჯერებულია მსგავსი ტიპის ქსოვილებით. ჩვენი ბიზნესის განვითარების შემდეგ ეტაპზე ავიღეთ სტარტაპერის სესხი და გავაკეთეთ პატარა სამკერვალო-სახელოსნო და მაღაზია CiTy Mall -ის საბურთალოს ფილიალში.



როგორ ფიქრობთ, რატომ გირჩევთ მომხმარებელი თქვენ? და თუ გიწარმოებიათ კვლევა მომხმარებლის ინტერესებისა და განწყობებისა ცვლილებასთან დაკავშირებით თქვენი პროდუქციის მიმართ?

ჩვენი მომხმარებლები უმთავრესად არიან დედები, რომლებიც ერთგულებით გამოირჩევიან, ფაქტობრივად, მათი შვილები სპილოუსთან ერთად იზრდებიან. აღსანიშნავია, რომ თავდაპირველად საცალო გაყიდვებს ვაწარმოებდით, მოგვიანებით კი დაინტერესდნენ კორპორატიული გაერთიანებებიც. TBC-ისთან ერთად შევქმენით ახალი პროდუქტები

(დინო მაისურები). პანდემიის დროს ჩვენ უკვე დავიწყეთ პირბადეების წარმოებაც, რამაც მნიშვნელოვნად გაზარდა ჩვენი მომხმარებლის რაოდენობა. ზოგადად, პანდემია ჩვენი ბიზნესის განვითარებაზე დადებითად აისახა. გაგვიჩნდა ერთგული მომხმარებელი. „ონლაინ“ გაყიდვებამდე თბილისის მასშტაბით სხვადასხვა „Mall“-ში გვექონდა გამოყოფილი მცირე ზომის სივრცე, რაც პროდუქციის სრულყოფილად დემონსტრირების შესაძლებლობას არ გვაძლევდა. ამიტომ, გავხსენით მაღაზია თაქთაქიშვილის ქუჩაზე, თუმცა, პანდემიის დროს ობიექტი, სამწუხაროდ, დაიხურა და სწორედ ამ დროს გაგვახსენდა ვებ-გვერდი, რომელიც, პრაქტიკულად, არ ფუნქციონირებდა, გავააქტიურეთ და სრულად გადავედით „ონლაინ“ გაყიდვების ფორმატზე.



„ლოქდაუნის“ შემდეგ მაღაზია აღარ გავგვისვს, რადგან მომხმარებელი მოგვეჩვია, ადაპტირდა ვირტუალურ სივრცესთან. მართალია, თავდაპირველად გამოწერასთან დაკავშირებული ტექნიკური დეტალების შესახებ მათთან სატელეფონო კომუნიკაციაც კი გვიწევდა, თუმცა, მალევე შეეჩვივნენ „ონლაინ“ გაყიდვების სისტემას. ასევე გაიზარდა მომხმარებლის ის სეგმენტი, რომელიც პირბადეების შეძენით იყო დაინტერესებული. ამასთანავე, „სპილოუს“ ერთ-ერთმა დამფუძნებელმა - მარინკა ღარიბაშვილმა - გვთხოვა, პირბადეები საჩვენებლად ლონდონში გაგვეგზავნა და სწორედ ასე გაგვიჩნდა პირბადეების ექსპორტზე გატანის იდეა... მოგვიანებით დაუკავშირდით ამაზონის ვებ-გვერდის ერთ-ერთ გამყიდველს და ბრიტანულ ამაზონზე განვათავსეთ ჩვენი პროდუქცია. ამჟამად დაგეგმილია „სპილოუს“ პირბადეების საფრანგეთსა და გერმანიაში ექპორტი.

გამოდის, რომ პანდემიისას მოგიწიათ გადაწყობა და კონცეპტუალურადაც შეიცვალა თქვენი გაყიდვების ხაზი: საბავშვო სათამაშო ტანსაცმლიდან გადაერთეთ პირბადეების წარმოებაზე.

დიახ, პირბადეები და დინოზოები ძირითადად, რასაც ამჟამად ვაწარმოებთ.

ვინ ქმნის თქვენს პროდუქციას, როგორია გუნდის შემადგენლობა?

მე, მარინკას და ტასოს გვაქვს გადანაწილებული ფუნქციები: მე ორგანიზაციის დირექტორი ვარ და, შესაბამისად, პასუხისმგებელი მის სრულყოფილად ფუნქციონირებაზე, ტასო ფინანსურ საკითხებზეა ორიენტირებული, მარინკა კი სოციალურ მედიასა და ვებ-გვერდს კურირებს, რადგან ჩვენგან მოშორებით, ლონდონში იმყოფება. ასევე გვაქვს პატარა სამკერვალო, რომელშიც მუშაობენ თანამშრომლები. პატარა, მაგრამ ძალიან კარგი, გუნდი გვყავს. ვფიქრობთ გუნდის და ორგანიზაციის გაფართოებაზე, თუმცა, ველოდებით პანდემიის დასრულებას, რათა მეტნაკლებად შესაძლებელი გახდეს მომავლის პროგნოზირება.

როგორ მოიძიეთ თქვენი ბიზნესისთვის საწყისი კაპიტალი? თუ გისარგებლიათ საქართველოსა თუ მის ფარგლებს გარეთ არსებული ორგანიზაციების/ფონდების (სსიპ „შემოქმედებითი საქართველო“, განვითარებისა და ინოვაციების სააგენტო, „აწარმოე საქართველო“ და ა.შ.) საგრანტო დაფინანსების პროგრამებით?

პირველ ეტაპზე ჩვენი საწყისი კაპიტალი ძალიან მოკრძალებული იყო - სამმა მეგობარმა 2000-2000 ლარი გამოვყავით, სტარტაპერის სესხი ავიღეთ, შეიძლება ითქვას, რომ „აწარმოე საქართველო“ ჩვენი მნიშვნელოვანი მხარდამჭერია. თავდაპირველად მივიმართეთ „აწარმოე საქართველოს“ საფეიქრო ინდუსტრიების განვითარების სააგენტოს, რომელიც ტანსაცმლის დიზაინრებს უფინანსებს „მოუ რუმებს“ „ფეშენ ვიკზე“, „აწარმოე საქართველოდან“ მივიღეთ თანხმობა, მათ გაიაზრეს საბავშვო ტანსაცმლის წარმოების მნიშვნელობა. „Fasion Week“ საბავშვო ტანსაცმლისთვის არ არსებობს, არსებობს მხოლოდ საბავშვო ტანსაცმლის სავაჭრო გამოფენები - Playtime პარიზში <https://www.iloveplaytime.com/> და Piky Bingo ფლორენციაში. „აწარმოე საქართველოს“ იდეის განხორციელებამდე პროცესში

სექტორის სხვა წარმომადგენლების ჩართულობის მოთხოვნა ჰქონდა, ჩვენ თავად მოვიძიეთ მათი კონტაქტები და შევექმენით საინიციატივო ჯგუფი და გავემგზავრეთ გამოფენებზე, რამაც შესაძლებლობა მოგვცა დაგვეყარებინა კავშირები უცხოელ პარტნიორებთან და პროდუქცია გაგვეტანა ექსპორტზე.



უკვე მეორე წელია, რაც გამოფენების მონაწილეები ვართ, ამ ეტაპზე „აწარმოე საქართველოს“ უშუალო ჩართულობით (პლატფორმას თანადაფინანსებას უზრუნველყოფს) კვლავ ვთანამშრომლობთ მათთან, თუმცა „ონლაინ“ ფორმატში. ჩვენი პროდუქციისადმი ინტერესი უცხოეთში იზრდება იტალიაში, საფრანგეთში, გერმანიაში, საბერძნეთში, ლუქსემბურგში, ლიბანსა და ინგლისში გამოფენების შედეგად. ასევე, ვთანამშრომლობთ მერიასთან არსებულ ფონდ „კრეატიულ თბილისთან“, რომლის ფინანსური მხარდაჭერით დავბეჭდეთ ფიროსმანის 5 ნამუშევრის მიხედვით შექმნილი საბავშვო ფაზლები, ნაწილი საჯარო ბაღებში დავარიგეთ, ნაწილი ამჟამადც ხელმისაწვდომია ჩვენს ვებ-გვერდზე: https://spilow.ge/products?subcategory=5b7ea29dd81d615b1b314289&fbclid=IwAR0BBWJi_mQW0BMCEgzs0NgSChBI1DV4aRZWGYC9qCfwC-9wwWHswPz91QE

მიუხედავად იმისა, რომ საერთაშორისო მასშტაბით წარმატებული წელი გვექონდა, საქართველოში პანდემიის გამო, სამწუხაროდ, ჩვენი გაყიდვების რაოდენობა მნიშვნელოვნად შემცირდა. პანდემიამ შეაფერხა ჩინურ ბაზარზე პროდუქტის ექსპორტიც, საბოლოოდ, უნდა ვთქვათ, რომ ჩვენი მთავარი აქცენტი პროდუქციის ექსპორტირება იქნება, ამაზონის

მეშვეობით. ვფიქრობთ, საერთაშორისო საბავშვო ტანსაცმლის ბაზარს დინოებიც გავაცნოთ.

თქვენი ბიზნესიდეის განხორციელებიდან 4 წლის თავზე, მას შემდეგ, რაც მოგიხდათ პანდემიასთან დაკავშირებული გამოწვევების დაძლევა და საერთაშორისო ბაზრის ათვისების პერსპექტივაც გაჩნდა, რას მიიჩნევთ თქვენთვის მთავარ გამოწვევად?

მთავარი გამოწვევა ისევ ფინანსებს უკავშირდება, სამწუხაროდ, ვერ ვახერხებთ EURO 1 სერტიფიკატის აღებას, რაც უცხოელ პარტნიორებთან თანამშრომლობას მნიშვნელოვნად ართულებს, ასევე გამოწვევად რჩევა ქსოვილის იმპორტი. გარდა ამისა, ბიზნესის განვითარებისთვის დაინტერესებული ვართ პოლიონური ქსოვილების წვდომით, როგორც საუკეთესო ხარისხის მქონე პროდუქტის - თუმცა, ფინანსების უქონლობის გამო ჯერჯერობით ვერ ვახერხებთ მის იმპორტირებას.

რა იქნებოდა თქვენი რჩევა სტარტაპერებისთვის?

ალბათ, იმ აზრის გათვალისწინება, რომ საკუთარი საქმე ნიშნავს თავდაუზოგავ შრომას, მუდმივ ფიქრს. მიუხედავად იმისა, რომ ამ დროის მანძილზე არა ერთხელ გვიფიქრია დანებებაზე, ყოველთვის ვაგრძელებდით დაწყებულ საქმეს. მთავარია, გააგრძელო შრომა, გამოსავლის ძიება, შეძლო ადაპტაცია რთულ ვითარებასთან. ასევე უნდა ისწავლოთ უარის თქმა თქვენი ბიზნესის იმ ნაწილზე, რომელიც, შესაძლოა, თქვენთვის ძვირფასია, მაგრამ არაა მომგებიანი. პრაგმატულად უნდა იფიქროთ! ჩვენ ყველანი სხვადასხვა პროფესიის წარმომადგენლები ვართ და, ბუნებრივია, არ გვქონდა ბიზნესსაქმიანობის გამოცდილება, თუმცა, ჩვენი შეცდომებისგან ვისწავლეთ!

„ბიზნესმოდელის ტილო“

თუ ამ ტექსტს კითხულობთ, ალბათ ან იმ კატეგორიის მკითხველი ხართ, რომელიც წიგნის ხელში აღებისას ბოლო გვერდებს ფურცლავს ხოლმე, ან კითხვა დაასრულეთ, უკვე ბევრი იფიქრეთ თქვენს ბიზნესიდეაზე, შეისწავლეთ და შეაფასეთ რესურსები, ისწავლეთ ბიუჯეტირება და სახელმძღვანელოს სავარჯიშოებიც და სამუშაო გვერდებიც კარგად ააჭრელეთ თქვენი ნამუშევრით.

ახლა, შეგიძლიათ მთელი ეს პროცესი, თქვენი ბიზნესიდეა მისი სხვადასხვა კომპონენტით, ერთ სივრცეში, ერთ ტილოზე გადაიტანოთ და აღიქვათ. ამაში ალექს ოსტერვალდერის მიერ შექმნილი ინსტრუმენტი - „ბიზნესმოდელის ტილო“ დაგეხმარებათ.

ეს ერთგვარი მარტივი სამუშაო ფურცელია, რომელიც აერთიანებს ბიზნესიდეის განვითარებასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა ეტაპს. ის შედგება 9 ნაწილისგან, რომელთა დამუშავება და სწორი გაანალიზება თქვენი ბიზნესიდეის განვითარებაში ძალიან დაგეხმარებათ.

ბიზნესმოდელის ტილოს შემადგენელი ელემენტებია:

- * იდეის ღირებულება;
- * სამომხმარებლო სეგმენტი/სამიზნე აუდიტორია;
- * საკომუნიკაციო არხები;
- * მომხმარებელთან ურთიერთობა;
- * პარტნიორების განსაზღვრა;
- * არსებული რესურსის ანალიზი;
- * ძირითადი საქმიანობა/აქტივობები;
- * დანახარჯები და შემოსავლები.

გთხოვთ, ბიზნესმოდელ კანვასის სამუშაო დოკუმენტის მისაღებად დაასკანერეთ მითითებული კოდი. დეტალური ვიდეო თუ ტექსტუალური ინსტრუქცია შეგიძლიათ შემდეგ ბმულზე იხილოთ - (53) Business Model Canvas Explained - YouTube



