



ევროკავშირი
საქართველოსთვის



YouthStart

ENTREPRENEURIAL CHALLENGES

იდუის გამოწვევა B1

მე შემოიძლია შევიმუშავო იდეა და მისი განხორციელების
მოდელი.

ძირითადი სამეწარმეო განათლება



სამეწარმეო დიზაინი - მდგრადი ბიზნესი მოდელი

იდუის შემუშავებისგან პროდუქტის დიზაინსა და მარკეტინგამდე მისვლა - რა პროცესს
გადის პროდუქტი? - რა არის სავაჭრო ნიშნის დაცვა? - გაეცით პასუხი ამ კითხვებს.

სტუდენტის სახელმძღვანელო
იდუიდან მდგრად ბიზნესი მოდელამდე

www.youthstart.eu

ახალგაზრდული სტარტის სამეწარმეო გამოწვევების პროგრამა

დაფუძნებულია სამეწარმეო განათლების ტრიო მოდელზე –
www.youthstart.eu



ძირითადი სამეწარმეო სწავლება					
იდეის გამოწვევა		გმირის გამოწვევა		ჩემი პირადი გამოწვევა	
ლიმონათის სტენდის გამოწვევა		რეალური ბაზრის გამოწვევა		დაიწყე შენი პროექტის გამოწვევა	
სამეწარმეო კულტურა					
ემპათიის გამოწვევა		თხრობის გამოწვევა		მეგობრული გამოწვევა	
პერსპექტიული გამოწვევა		ნარჩენი/გამოუსადეგარი ღირებულების გამოწვევა		ღია კარის გამოწვევა	
ექსტრემალური გამოწვევა		“იყავი დიახ“ გამოწვევა		საექსპერტო გამოწვევა	
სამეწარმეო სამოქალაქო განათლება					
საზოგადოების გამოწვევა		დებატების გამოწვევა		მოხალისეთა გამოწვევა	

TRIO მოდელი არის მეწარმეობის ჰოლისტიკური განმარტება, რომელიც მოიცავს სამ სფეროს:

ძირითადი სამეწარმეო განათლება მოიცავს სამეწარმეო აზროვნებისა და მოქმედების ძირითად კვალიფიკაციას: ორიგინალური და ინოვაციური იდეების შემოქმედებით და სტრუქტურირებულად შემუშავებას და განხორციელებას.

სამეწარმეო კულტურა გულისხმობს პიროვნულ განვითარებას: თვითინიციატივა, თავდაჯერებულობა, გუნდური მუშაობა, საკუთარი თავის და სხვების გაძლიერება.

სამეწარმეო სამოქალაქო განათლება მიზნად ისახავს სოციალური კომპეტენციების ამაღლებას და სტუდენტების, როგორც მოქალაქეების როლის გაძლიერებას: პასუხისმგებლობის აღება საკუთარ თავზე, სხვებზე და გარემოზე.

თითოეული გამოწვევა ეკუთვნის **გამოწვევების ერთობლიობას**, რომელსაც აქვს საკუთარი სიმბოლო ფერის კოდით, რომელიც შეესაბამება სამი TRIO სფეროდან ერთ-ერთს. გამოწვევის ერთობლიობა მოიცავს რამდენიმე გამოწვევას სხვადასხვა კომპეტენციის დონეზე. სასწავლო მასალებში მოცემული ასო კოდები შეესაბამება შემდეგ დონეებს:

A1 – დაწყებითი დონე;

A2 – საშუალო I საფეხური;

B1 და B2 – II საშუალო დონე;

C1 - II საშუალო დონიდან მესამე დონეზე გადასვლა. თითოეული დონე ეფუძნება წინა დონე.

Basically I do not think that economics is bad. It always depends on how the mechanisms of the economy are utilised and what you make of it.

Gerhard Zoubek



იდეიდან მდგრადი ბიზნეს მოდელამდე

ომპეტენციები

იმუშავეთ ამ თავის მიხედვით და თქვენ შეძლებთ რომ...

- შეიმუშაოთ მდგრადი ბიზნეს მოდელი იდეიდან
- დაფიქრდეთ თქვენი იდეის განხორციელების სხვადასხვა გზებზე
- გააანალიზეთ თქვენი იდეა დაინტერესებული მხარის პერსპექტივიდან

Keep
ack

იდეა იწყება დიდი პოტენციალით, სანამ ბიზნესის განვითარების კონსტრუქციულ პროცესში შევა

ბიზნეს მოდელი არის იდეის კონცეპტუალური მიმართულება და ბიზნეს გეგმის ძირითადი ელემენტი.

თითოეულ ბიზნესს აქვს საკუთარი ბიზნეს მოდელი და პერსპექტივის მოსაპოვებლად საჭიროა პასუხის გაცემა ორ კითხვაზე:

- ვინ არიან ჩვენი მომხმარებლები?
- რა სერვისები სჭირდებათ ჩვენს მომხმარებლებს?



ამოცანა 1: ბიზნეს მოდელების ამოცნობა

ა) გაანალიზეთ ორივე კითხვა
ვინ არიან ჩვენი მომხმარებლები?

სამ საუკეთესო პრაქტიკაზე დაყრდნობით, რა მომსახურება სჭირდება ჩვენს მომხმარებელს?

ბ) იფიქრეთ იმაზე, თუ რა ინფორმაცია აკლია.

Cloed Priscilla Baumgartner-მა შექმნა საკუთარი დიზაინის ლეიბლი Milch ახალგაზრდებისთვის და ქალებისთვის. ის ხელახლა იყენებს ძველ შარვალსა და პერანგებს ტანსაცმლის ახალი მოდის ხაზის შესაქმნელად.

Upcycling Fashion არის ტერმინი, რომელიც საუკეთესოდ აღწერს ბაუმგარტნერის მუშაობას. წარმოების პროცესში მამაკაცის შარვალი შიგნიდან იჭრება და ისევ იკერება, რათა თითოეულ ნაწილს ჰქონდეს ახალი და უნიკალური სტილი. ეტიკეტის მიმზიდველი დიზაინი მას ასევე გამორჩეულს ხდის. გამოყენებული მასალა მოწოდებულია Volkshilfe-ის (საზოგადოებრივი ტანსაცმლის შემოწირულობის) ყუთებით და ირეცხება Green and Clean Laundromat-ში. Volkshilfe Merit და ქუდების ქარხანა Gaweinstal წარმოების პარტნიორები არიან. Milch ყიდის თავის პროდუქტებს როგორც საკუთარ მაღაზიაში, ასევე ევროპის 30 დამატებით პარტნიორ მაღაზიაში.



ორგანული ფერმერი გერჰარდ ზუბეკი Adamah Organic Farms-დან მდებარეობს მარჩფელდში, პატარა ქალაქში ვენის გარეთ, ავსტრია. Adamah-ის პროდუქცია იყიდება თითქმის 15 ფერმერულ ბაზარზე ვენაში და მის გარშემო და ყოველკვირეულად ამარაგებს დაახლოებით 6000 მომხმარებელს პირდაპირ Abo-Biokistin-ით (ორგანული პროდუქტებით სავსე ყუთები). ფერმა განიხილება, როგორც საჩვენებელი პროექტი რომელიც ეკოლოგიურად თავსებადია და სოციალურად პასუხისმგებელიც სოფლის მეურნეობაში; ის გვთავაზობს 60 სახეობის მოსავალს, სხვადასხვა ბოსტნეულს, სალათებს, პომიდორს, ბულგარულ წიწკას, კარტოფილს, ხახვს და სხვა; აქ ასევე შედის პურ-პროდუქტები, რძის პროდუქტებს, ხორცი და რეგიონის სხვა მწარმოებლების ხილი. დიდი მნიშვნელობა ენიჭება ყველა მომწოდებლის პირადად გაცნობას.



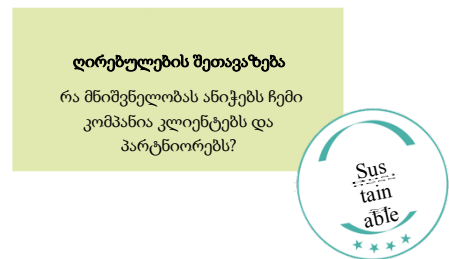
1. ფიქრი ორმხრივ სარგებელზე

წინა სამი მაგალითი ფოკუსირებული იყო იმაზე, თუ როგორ მიეწოდება მომსახურება მომხმარებლებს. მეტი ინფორმაცია არსებობს, რომელიც უნდა იცოდეთ მომხმარებელთა შესახებ, რათა განისაზღვროს სამიზნე ჯგუფი. მომდევნო ოთხ თავში ვიმუშავებთ ახალი ბიზნეს მოდელის შემუშავებაზე. **მდგრადი ბიზნეს მოდელი** ფოკუსირებულია მინიმუმ 4 თემაზე და პასუხობს ძირითად კითხვებს (იხ. ილუსტრაცია).



ბიზნეს მოდელი აღწერს კომპანიას ან ბიზნესს და შედგება სამი ძირითადი კომპონენტისგან: სარგებელი (ღირებულების შეთავაზება), ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა (როგორ არის მოწოდებული მომსახურება) და მომგებიანობის მოდელი. **მდგრადი ბიზნეს მოდელი** შემუშავებულია ამ ოთხი კომპონენტიდან ერთ-ერთის ინტეგრირებით, სოციალური და ეკონომიკური საკითხების გათვალისწინებით.

პირველი ნაბიჯი არის ღირებულების შეფასება და ეს ყველაფერი ბიზნეს იდეით იწყება. ბიზნეს მოდელი აღწერს პოტენციურ ღირებულებას, რომელიც სარგებელს მოუტანს დამფუძნებელს. ამ ღირებულების/სარგებლის ურთიერთობის განსაზღვრის შედეგი განსაზღვრავს ბიზნესს. პროდუქტები არის ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურის ნაწილი და ასრულებენ დანიშნულებას ბაზარზე. ბიზნესის უნარი, წარმოადგინოს პროდუქტის ან სერვისის უმაღლესი ღირებულება გახლავთ მომხმარებელთა ფავორიტიზმის სავარაუდო ფაქტორი.

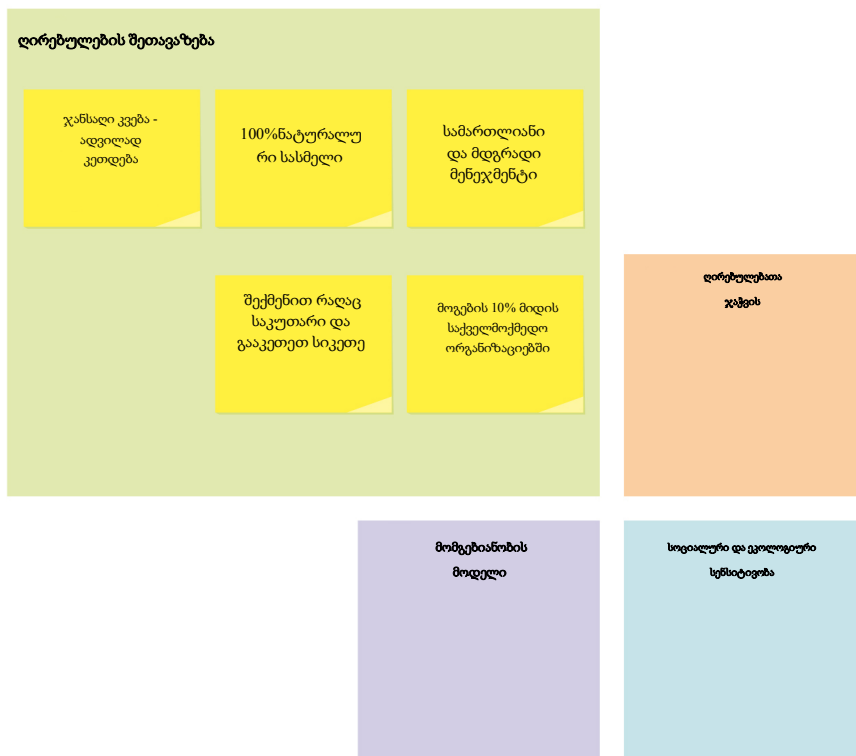




- ❑ **დიზაინი.** Cloed Priscilla Baumgartner-ს უყვარს კომბინირება, დიზაინი და ახალი პროდუქტების შემუშავება მისი მოდის ეტიკეტით Milch. სხვა კონტექსტში, Apple-ის დამფუძნებლებს სურთ დააკავშირონ კომპიუტერული დიზაინი მომხმარებლის კეთილგანწყობასთან.
- ❑ **ბუნების სიყვარული.** ბიზნეს Sonnenator-ის დამფუძნებლის იოჰანეს გუტმანის მთავარი იდეა იყო რეგიონული ორგანული პროდუქტების მიწოდება. ბიზნესი სარგებლობს მომხმარებლის მაღალი ნდობით არჩეული გზის მიმართ.
- ❑ **მოხერხებულობა.** გერჰარდ ზუბეკს სურს, რომ თავისი ორგანული პროდუქტები პირდაპირ მომხმარებელს მიაწოდოს, რათა ჯანსაღი საკვები ადვილად ხელმისაწვდომი გახდეს.
- ❑ **ფასი.** ხშირად მომხმარებლები ირჩევენ შეთავაზებას, რადგან სურთ ფულის დაზოგვა. სკაიპი ახერხებს საერთაშორისო ზარების განხორციელებას პრაქტიკულად უფასოდ. სხვა კონტექსტში, ონლაინ კომპანია Airbnb გთავაზობთ შესაძლებლობას განახორციელოთ მოგზაურობა საცხოვრებლად დიდი თანხის დახარჯვის გარეშე მასპინძლების პოტენციურ სტუმრებთან დაკავშირების გზით, რომლებსაც სურთ თავიანთი ადგილის დაჯავშნა.
- ❑ **ბრენდი ან სტატუსი.** ზოგიერთი ბიზნესი ახერხებს პრესტიჟის და ხალისის გადმოცემას.
- ❑ **ღირებულების შემცირება.** ბიზნესი ხშირად მხარს უჭერს სხვებს ხარჯების შესამცირებლად. კონკრეტული ბიზნესი გთავაზობთ კომპიუტერულ სერვერებს ან თუნდაც საგადასახადო კონსულტაციას.

□ გააკეთეთ რაიმე კარგი

ავიღოთ *innocent*-ის მაგალითი, როგორც ბიზნეს მოდელი და ვნახოთ, როგორ განავითარეს მათ თავიანთი იდეა. მეგობრების ჯგუფს, რიჩარდს, ჯონს და ადამს გაუჩნდათ სურვილი, შეექმნათ რაღაც საკუთარი. ხანგრძლივი ფიქრის შემდეგ მათ გაუჩნდათ იდეა. მათ გადაწყვიტეს ხილისგან გაეკეთებინათ სასმელი, რომელიც არამარტო გემოთი, არამედ ჯანსაღიც იქნებოდა. პირველი ნაბიჯი იყო იმის დადგენა, თუ რა ღირებულება ექნებოდა მას როგორც დამფუძნებლების, ასევე მომხმარებლებისთვის (მშრომელი ხალხი დიდ ქალაქებში).



ამოცანა 2: დაბადების დღის საჩუქარი

გსურთ აჩუქოთ თქვენს საუკეთესო მეგობარს დაბადების დღის საჩუქარი.

ა) დაფიქრდით დაბადების დღის საჩუქრის ღირებულებაზე.

ბ) რა მნიშვნელობა უნდა ჰქონდეს საუკეთესო მეგობრისთვის საჩუქარს?

2. ღირებულებათა ჯაჭვის სტრუქტურა

მეორე საფეხურზე, შემდეგ კითხვაზე პასუხის გაცემა საჭირო. როგორ შეიძლება განისაზღვროს ღირებულებები მომხმარებლებისთვის? ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა შედგება ამოცანის აღწერისგან, რომელშიც ჩამოთვლილია პარტნიორები და მათი როლები. ის პასუხობს კითხვაზე: **როგორ და ვის მიერ არის მოწოდებული სერვისი და რა გზით?**



როგორ უზრუნველყოს კომპანია ღირებულებას? ვინ უზრუნველყოს კომპანიის მომსახურებას? როგორ აღწევს სერვისი მომხმარებელს? (მაგ. გაყიდვები)

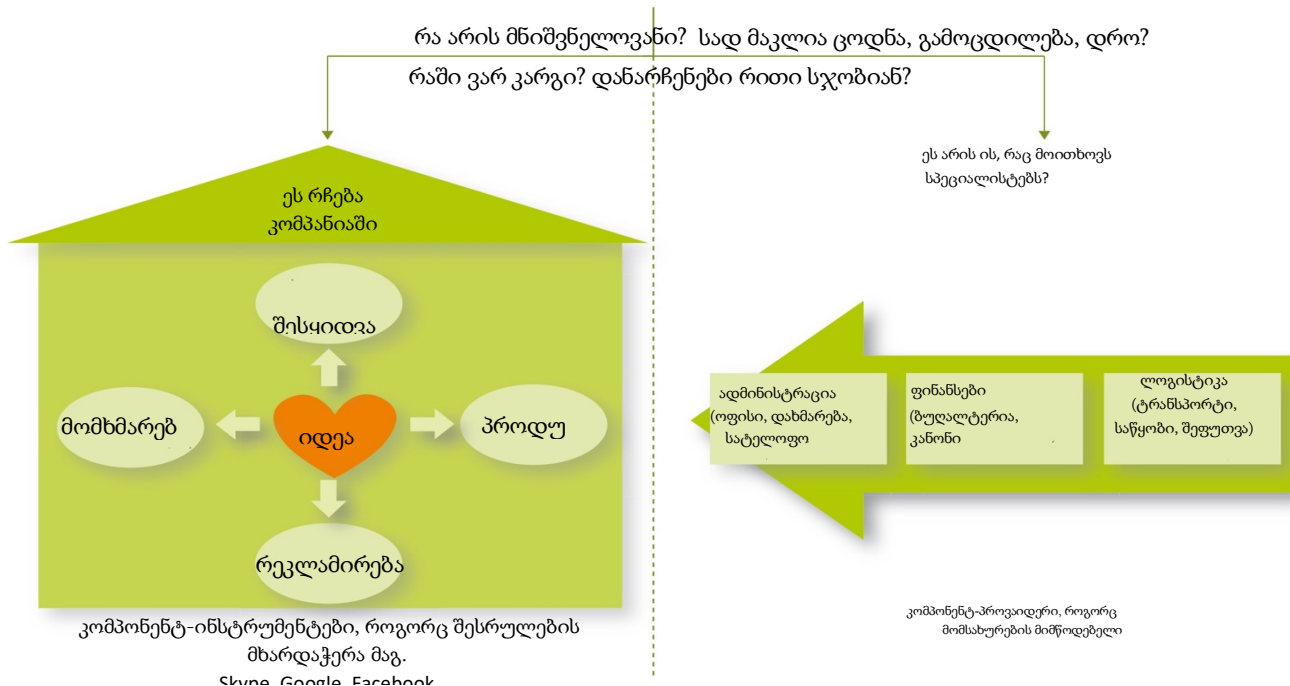
იმისათვის, რომ ბიზნესს მოდელმა იმუშაოს, ძირითადი კომპეტენციები უნდა იყოს გააზრებული, ისევე როგორც კომპანიის ძირითადი აქტივობები, რომლებიც ხელს შეუწყობს ამ კომპეტენციებს.

ღირებულებათა ჯაჭვის სტრუქტურა მოიცავს შემდეგ რეკომენდაციებს:

- ❑ **იფიქრე ალტერნატივებზე.** იდეის განხორციელების სხვადასხვა გზა არსებობს. ერთი მაგალითი: სამ მეგობარს აქვს იდეა შექმნას ახალგაზრდული მოდის ხაზი. მათ შეუძლიათ შექმნან მოდა, თავად დაამზადონ ისინი, შეუკვეთონ, ან შესთავაზონ „თავად გააკეთე“ აპლიკაცია შაბლონებითა და კონტაქტები ტექსტილის გამყიდველებთან, რათა მომხმარებელმა შეძლოს შეუკვეთოს საკუთარზე მორგებული ტანსაცმელი.
- ❑ **გარდა ამისა, თავდაპირველი იდეის განხორციელების რამდენიმე გზა არსებობს.** დამფუძნებელსა და მომხმარებელს შორის ორმხრივი ღირებულების იდეებზე დაყრდნობით, უნდა იყოს შედგენილი ვიზუალური სქემა (დერმი) სხვადასხვა შესაძლებლობის საილუსტრაციოდ. შესაძლო ვიზუალურ სქემას (იხ. მორფოლოგიური ყუთი) შეუძლია უპასუხოს შემდეგ კითხვებს: რომელ ძირითად ფუნქციას ახორციელებს იდეა? რომელი მასალების გამოყენება შეიძლება? როგორ განხორციელდა იდეა წარსულში? თქვენი ფანტაზიის გამოყენებით, რომელი შემოქმედებითი განხორციელება შეიძლება იყოს შესაძლებელი (სამეცნიერო ფანტასტიკა)? რა მიდგომები შეიძლება მოიძებნოს გამოყენებით? არსებობს რაიმე ტენდენციები?
- ❑ **სტრატეგიული განზომილება.** ალტერნატივებზე ფიქრი სტრატეგიულ მიდგომას მოითხოვს. ეკონომიკურად რომ ვთქვათ, სტრატეგია არის დაგეგმილი ქცევის ნიმუში, რომელშიც ბიზნესს შეუძლია მიაღწიოს თავის მიზანს. თითოეულ ბიზნესს აქვს თავისი უნიკალური ბიზნესი მოდელი, როგორც ეს აღწერს ბიზნესს. ბიზნესი მოდელის შეგნებული გადაწყვეტილება ნიშნავს, რომ შეირჩევა სტრატეგია.
- ❑ **ჩამოყალიბება კომპონენტებთან ერთად.** თანამედროვე მაღალ სპეციალიზებული ეკონომიკური სისტემა უზრუნველყოფს ბევრ კომპონენტს, რომელიც შეგნებულია გამოიყენოს თქვენი იდეის ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურის შესაქმნელად. აუცილებელია გადაწყვიტოს, რომელი ძირითადი აქტივობა, ძირითადი კომპეტენციებთან მიმართებაში, უნდა დასრულდეს ბიზნესის ფარგლებში და რომელი უნდა იყოს აუტოსორსინგი სხვა პარტნიორების მეშვეობით დაბალი ხარჯების და მაღალი ხარისხის შესანარჩუნებლად.

□ **მასშტაბურობა** არის ვარიანტი, რომელიც არჩეულია ზრდის ხელშესაწყობად. შეხედეთ ამ ორ მაგალითს. ონლაინ პროგრამული პროგრამის მასშტაბურობა ნიშნავს ჩამოტვირთვების ხელმისაწვდომობის გაზრდას მაღალი მოთხოვნის გამო. ეს განხორციელება ადვილად გაფართოებადია. ამის საპირისპიროდ, საპარიკმახერო ბიზნესის გაფართოებისთვის დამატებითი ხარჯები იქნება საჭირო. სრულ განაკვეთზე პარიკმახერის თითოეული სკალირება, რომელიც მუშაობს 8 საათიან ცვლაში, რომელსაც დასჭირდება ზეგანაკვეთური მუშაობა, ან თუნდაც დამატებითი პარიკმახერის დაქირავება, დამატებითი თანხა დაჯდება.

კომპონენტებით ჩამოყალიბება



მაშტაბური არქიტექტურა

სამ მეგობარს სურს განახორციელოს ხილის წვენის იდეა. მათი პირველი მცდელობა იყო 750,00 ევროს დახარჯვა ხილში, წვენის წარმოება და ფესტივალზე გაყიდვა. მა მოხდა შემდეგ? მათ ჩამოაყალიბეს კომპონენტები და გაითვალისწინეს რამდენიმე ძირითადი აქტივობა, როგორიცაა შეძენა, მომხმარებელთან კონტაქტი, პროდუქტის განვითარება და მარკეტინგი. ყველა სხვა აქტივობა ექვემდებარება პარტნიორებს (აუთოსორსინგი) (იხილეთ შემდეგი ორი გვერდი).



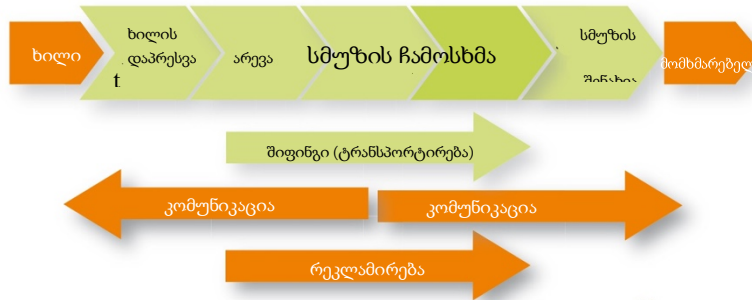
ამოცანა 3: დაბადების დღის საჩუქარი

- ა) თქვენ განსაზღვრეთ დაბადების დღის საჩუქრის ღირებულება მე-2 ამოცანაში. განხორციელების რა შესაძლებლობებს ხედავთ? ჩამოთვალეთ სამი ალტერნატივა.
- ბ) დაფიქრდით შემდგომ ვარიანტებზე, სადაც შეგიძლიათ გამოიყენოთ კომპონენტები პარტნიორებისთვის აუთოსორსინგის მეშვეობით?



www.simplewish.eu/

როგორ ამზადებ სმუზს? რომელია განხორციელების ამოცანები? რომელი კომპონენტებია ხელმისაწვდომი?



რომელი კომპონენტებია აუცილებელი წარმატებისთვის? რომელ კომპონენტებს აქვთ დიდი მნიშვნელობა? რაში ვარ კარგი? რა გადაწყვეტილებები მიიღო innocent-მა?



კარგი, ახალი ხილი გემრიელი სმუზისთვის
→ მნიშვნელოვანია ხარისხი და წინასწარ შეძენა



მეზაღე ალამაზებს თქვენს
→ მანქანას stick out, stick out



გადილეთ ფორთოხლის სურათები და შექმენით
→ ფლაერი ყველაფერი არ უნდა იყოს ძვირი მარტივი
→ კამპანიებიც კი ეფექტურია



როგორ მოსწონთ კლიენტებს სმუზი?
→ მომხმარებლები მნიშვნელოვანია! გირჩევენ და
გახდებიან რეგულარული სტუმრები.



რომელი კომპონენტები რჩება კომპანიაში?

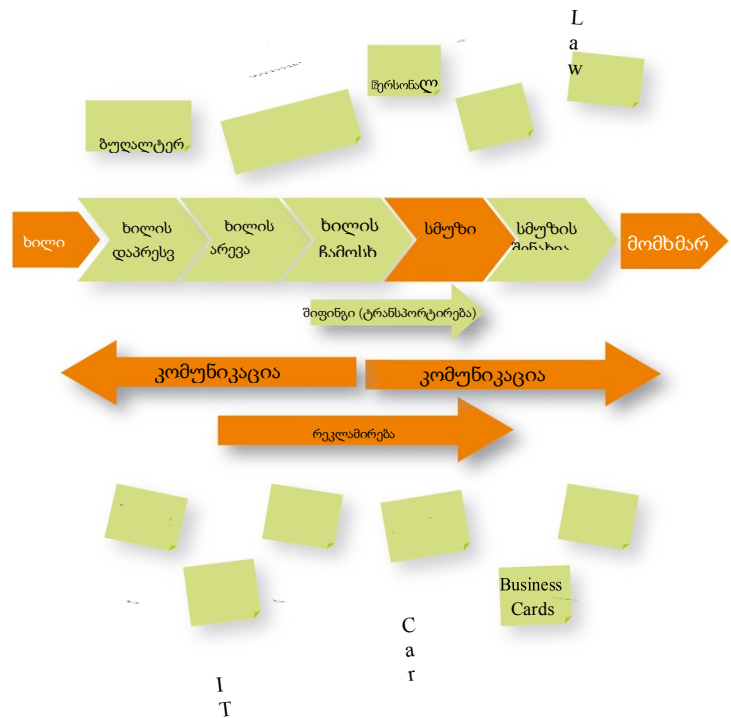


სამი დამფუძნებელი Richard, Jon and Adam



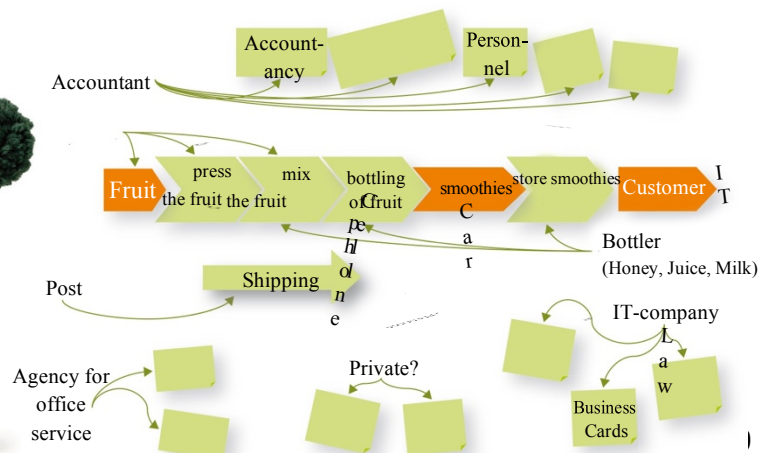
The big knitting

Charity campaign by Caritas



სხვები სპეციალისტებს ექვემდებარება:

კომპანია innocent-ს ამჟამად 250 თანამშრომელი ჰყავს და ლიდერია სმუზის ბაზარზე. Innocent სმუზი შედგება შერეული ხილისა და სუფთა წველებისგან. ისინი არ შეიცავს ხილის წვენის კონცენტრატებს, კონსერვანტებს, სტაბილიზატორებს, დამატებულ შაქარს, გემოს გამაძლიერებლებს და სხვა არაბუნებრივ ინგრედიენტებს. Innocent იღებს თავის ნაყოფს ფერმებიდან, რომლებიც ზრუნავენ გარემოზე და მათ თანამშრომლებზე და ათავსებს სმუზის ეკოლოგიურად სუფთა შეფუთვაში, რომელიც დამზადებულია გადამუშავებული და გადამუშავებადი მასალებისგან. ყოველწლიურად კომპანია ამცირებს ნახშირორჟანგის გამოყოფას და მოგების 10%-ს გადასცემს არაკომერციულ ორგანიზაციებს.



3. მომგებიანობის მოდელი

მესამე ნაბიჯი ეხება მომგებიანობის მოდელს. გარდა იმისა, თუ რა და როგორ, ბიზნეს მოდელი დამატებით აღწერს, თუ რამდენად მაღალი უნდა იყოს მოგება, რომ ბიზნესი იყოს ეკოლოგიურად მდგრადი და ეკონომიკურად წარმატებული. ის იძლევა პასუხს კითხვაზე: **როგორ გამოიმუშავენ ბიზნესი შემოსავალს?**



მომგებიანობის
მოდელი როგორ არის
შესაძლებელი მოგების
მიღება არჩეული
განხორციელების
გეგმით?

თითოეულმა კომპანიამ, თუნდაც არა მოგებაზე ორიენტირებული, უნდა გამოიმუშაოს მოგება ხარჯების დასაფარად. მომგებიანობის მოდელი განსაზღვრავს ხარჯების სტრუქტურას.

არსებობს მომგებიანობის მოდელების სხვადასხვა ფორმა:

- ❑ **პირდაპირი მომგებიანობის მოდელი:** არის თუ არა შემოსავალი მომხმარებლებზე პროდუქტებისა და სერვისების გაყიდვით? (მაგ. საპარიკმახეროში თქვენ იხდით თმის შეჭრის თანხას, ან იხდით ახალ ციფრულ კამერის თანხას ელექტრონიკის საცალო ვაჭრობაში. მომგებიანობის ამ მოდელმა შეიძლება იმუშაოს, თუ პოტენციური სამიზნე ჯგუფები საკმარისად დიდია [იხილეთ თემა მარკეტინგი] და ექნებათ საკმარისი ფინანსური რესურსები.)

ინოვაცია ხშირად მომგებიანობის მოდელის შედეგია. მაგალითად, სატელეკომუნიკაციო სექტორმა მიიზიდა ახალი მომხმარებლები წინასწარი გადახდის მობილური ტელეფონების შეთავაზებით, საფასურის ნაცვლად. კიდევ ერთი მაგალითი: პროგრამული უზრუნველყოფა დღეს გაქირავებულია და არა იყიდება მანქანებთან და თხილამურებთან ერთად. პროდუქტები იაფდება, გასაყიდი მასალები კი ძვირად იყიდება (მაგალითად, პრინტერის კარტრიჯები ან ლიფტის მომსახურება).



არაპირდაპირი მომგებიანობის მოდელი. ძირითადად, რეკლამით, ბოლო წლებში, სულ უფრო მეტი ბიზნესი გაჩნდა, რომლებიც არაპირდაპირ მოგებას გამოიმუშავენ.

მომგებიანობის ინოვაციური მოდელების ზოგიერთი პროდუქტი ან მომსახურება უფასოა მათი კლიენტებისთვის.

აქ არის ორი მაგალითი: გაზეთები ან კერძო ტელეარხების პროდუქტები უფასოა მომხმარებლებისთვის. შემოსავალი მიიღება ექსკლუზიურად რეკლამით.



კერძოდ, ინტერნეტთან დაკავშირებულ ბიზნეს იდეებს სჭირდებათ არაპირდაპირი მომგებიანობის მოდელები, რადგან ისინი მომხმარებლებს სთავაზობენ უფასო პროდუქტებს, როგორიცაა მთარგმნელობითი ინსტრუმენტები www.dict.cc ან Facebook. რეკლამა აფინანსებს ორივეს. Freemium არის ფასების სტრატეგია, სადაც ძირითადი პროდუქტი უფასოა. სრული ვერსია ექვემდებარება გადასახადს და წარმოქმნის მთლიან მოგებას პროდუქტისთვის მთლიანად. მომგებიანობის სპეციალურ მოდელს ეწოდება gift economy, სადაც ნებაყოფლობითი სამუშაოს ინტეგრაცია ბევრად უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე ფულადი გადახდა. მოხალისეობრივი პროექტები, როგორიცაა ვიკიპედია, მხარდაჭერილია ტექნიკის შემოწირულობებით, მაგრამ ძირითადად მონაწილე მოხალისეებით. დაახლოებით 2 მილიონი ავსტრიელი მუშაობს ორგანიზაციებში ანაზღაურების გარეშე.

შემოსავლის არაპირდაპირი წყაროა არა მხოლოდ რეკლამები, არამედ გამოწერის გადასახადები, საკომისიო მომხმარებლების ონლაინ მაღაზიის პორტალებზე გადამისამართებისთვის, სპონსორობა ან შემოწირულობა სოციალურ დაწესებულებებში ან სპონსორობა სპორტისა და ხელოვნების სფეროებში.

4 უფასო მომგებიანობის მოდელებისთვის

- უფასო 1
პირდაპირი ჯვარედინი სუბსიდიები: ერთი პროდუქტი გადასახდელია, მეორე კი უფასო.
- უფასო 2
მომხმარებელთა ერთი ჯგუფი სუბსიდირებს მეორე მომხმარებელთა ჯგუფს მაგ. უფასო გაზეთი ან უფასო ონლაინ შეთავაზებები სარეკლამო შემოსავლით.
- უფასო 3
Freemium: ძირითადი პროდუქტი შემოთავაზებულია უფასოდ, სრული ვერსია უნდა გადაიხადოთ (მაგ. Skype, GMX და ა.შ.).
- უფასო 4
საჩუქრების ეკონომია: საქონლისა და მომსახურების გაცვლა ხდება სანაცვლოდ პირდაპირი დახმარების გარეშე (მაგ. ვიკიპედია, ორგანიზაციების შემოწირულობა)

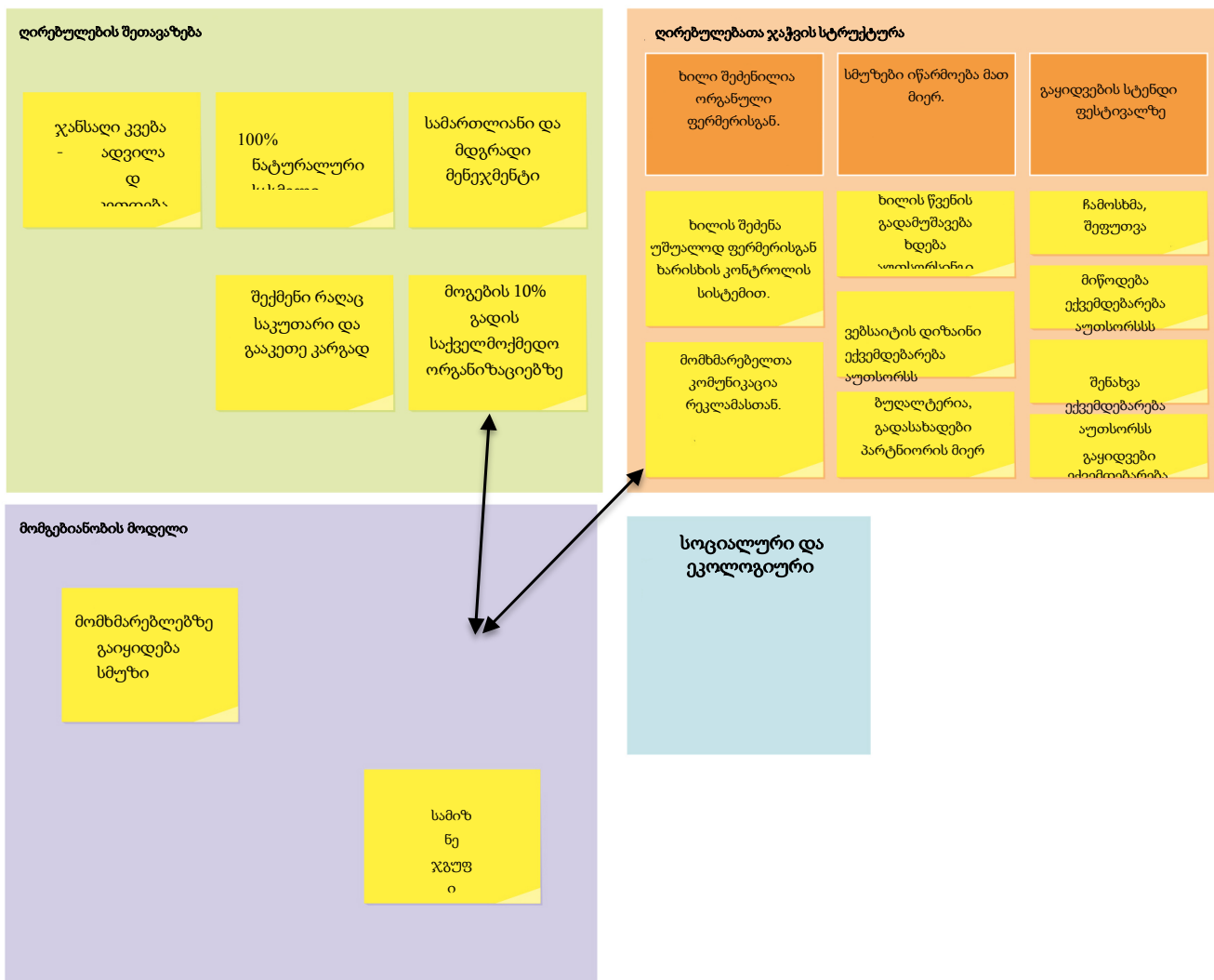


წარმატებული მომგებიანობის მოდელი

Innocent-მა შეიმუშავა პირდაპირი მომგებიანობის მოდელი. ტენდენცია ჯანსაღი საკვებისკენ გრძელდება და სამიზნე ჯგუფი (დასაქმებული ახალგაზრდები) დიდი ალბათობით ყიდულობენ სმუზის. ამ სამიზნე ჯგუფს, ე.წ. LOHAS, ახასიათებს თანამედროვე ყოველდღიური ცხოვრების კონტექსტის გაცნობიერება და მდგრადი აქტიური მოქმედების სურვილი.



Storage by partner



1. სოციალური და ეკოლოგიური სენსიტიურობა

მეოთხე ნაბიჯი ეხება სოციალურ და ეკოლოგიურ

მგრძნობელობას. მდგრადი ბიზნესი მოდელი ჩნდება მხოლოდ მეოთხე საფეხურის ინტეგრაციის გზით. ის იძლევა პასუხს კითხვაზე:

რამდენად მომავალზეა ორიენტირებული ბიზნესი მოდელი?

მდგრადი მენეჯმენტი გულისხმობს ბიზნესის ფუნქციონირებას სოციალურად და ეკოლოგიურად პასუხისმგებლობით და ეკონომიკურად წარმატებულად.

არსებობს მდგრადი ბიზნესი მოდელები, როგორიცაა

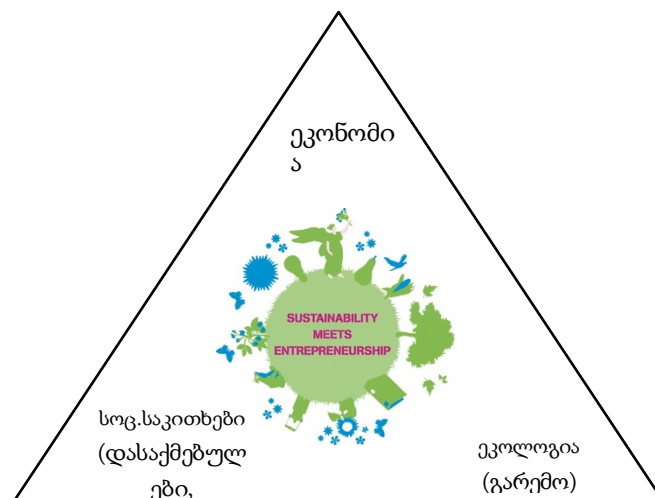
ორგანული მეურნეობა ან ინოვაციური ქარი სატვირთო გემებისთვის. მოდელების უმეტესობა გვაწვდის ინფორმაციას სოციალური და ეკოლოგიური სენსიტიურობის შესახებ, რომელიც ვრცელდება მომხმარებლებზე, პარტნიორებზე და თანამშრომელთა ურთიერთობებზე. გარდა ამისა, ისინი გვაწვდიან ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ რომელი ეკოლოგიური რესურსები გამოიყენება. მოდელი გვიჩვენებს, თუ როგორ უმკლავდება ბიზნესი გარემოსდაცვით საფრთხეებს ან გადაეცემა თუ არა პასუხისმგებლობა საზოგადოებას.

მდგრადი ბიზნესი მოდელით, კომპანიას შეუძლია უზრუნველყოს პროდუქტები და მომსახურება, რათა ხელი შეუწყოს მომავალი თაობების საარსებო წყაროს უზრუნველყოფას და სოციალური სამართლიანობის უზრუნველყოფას. სოციალური სენსიტიურობა გულისხმობს კომპანიის თანამშრომლებისა და მომწოდებლების კარგი სამუშაო პირობებისა და სამართლიანი ხელფასის დაცვას. ეკოლოგიური მგრძნობელობა გულისხმობს ბუნებრივი რესურსების ეფექტურად გამოყენებას და ჯანმრთელობისა და გარემოსთვის საშიში ინგრედიენტების თავიდან აცილებას.



სოც. და ეკ. სენსიტიურობა

რა სოციალურ და ეკოლოგიურ პასუხისმგებლობას იღებს კომპანია?



არსებობს მრავალი მაგალითი მდგრადი ბიზნეს მოდელებისთვის. სპექტრი მერყეობს სამშენებლო კომპანიებიდან, რომლებიც აშენებენ დაბალი ენერგიის და პასიური ენერგიის სახლებს სხვა სამშენებლო კომპანიებამდე, რომლებიც ფოკუსირებულია მყარი ხის სახლებზე. მასში შედის ავეჯის მწარმოებელი Team 7, რომელიც აწარმოებს ბუნებრივ ხის ავეჯს, ასევე გიდის ტურებს, როგორიცაა Weltweitwandern, რომელიც აძლიერებს ეკოტურიზმს.

ჩნდება ინოვაციური, მდგრადი ბიზნეს მოდელები. ინდუსტრიული კომპანიები იყენებენ Cradle-to-Cradle (C2C) მიდგომას. მიზანია გამოიყენოს ყველა რესურსი, რომელიც ან კომპოსტირებადია ან რჩება დახურულ ინდუსტრიულ წრეში. მაგალითად, ხალიჩების მწარმოებელი ცდილობს მომეზნოს ხალიჩების ჩვეულებრივი მავნე PVC წარმოების ალტერნატივები. ამის ნაცვლად, ის იყენებს მასალას, რომელიც შეიძლება მუდმივად გადამუშავდეს. მწარმოებელი არა მხოლოდ ყიდის ხალიჩებს, არამედ იჯარითაც გასცემს მათ. იმ შემთხვევაში, თუ ისინი გაცვეთილია, ისინი გადამუშავდება და მუშავდება ახალ ხალიჩებად.



ჩვენ ვიღებთ პასუხისმგებლობას



ჩვენს innocent მაგალითშიც კი მიღწეულია სოციალურად და ეკოლოგიურად მგრძნობიარე ბიზნესი მოდელი. ბიზნესი იდეიდან გამომდინარე, კომპანია უზრუნველყოფს, რომ სმუზი თავისუფალი იყოს კონცენტრატებისა და გემოს გამაძლიერებლებისგან, შეფუთვა და წარმოება მდგრადია და მოგების ნაწილი ინვესტირებას ახდენს სოციალურ პროექტებში.

ღირებულების

ჯანსაღი კვება
- ადვილად
გასაკეთებელია

100%
ნატურალური
საშაქარი

სამართლი
ანი და
მდგრადი

შექმენი
რადაც შენი
და გააკეთე
საქმე

10% of the profit
go to charity
organisations

ღირებულების ჯაჭვის

ხილი შემენილია
ორგანული
ფერმერისგან.

სმუზი
იწარმოება
თაისეთში

გაყიდვების
მაჩიოა

ხილის შემენა
პირდაპირ
ფერმერისგან
ხარისხის
სადაცაა

ხილის
წვენი
დასამუშაო

ჩამოსხმა,
შეფუთვა
მიწოდება
ის

მომხმარებელთა
ომუნეკაცია
რეკლამასთან

ვებსაიტის
დიზაინი
გაფორმებულ

აუთსორს
ინგი
საწყობის

მოგების მოდელი

მომხმარებელ
ებზე
სამუშაო

სამიზნე ჯგუფი
საკმარისად
დიდია და
სადაცაა

სოც.და ეკოლოგიური სენსიტიურობა



100%
ნატურალ



თავისუ



კო-



მდგრადი
წითლოია



მოაბის



მდგრადი
აიაიაიოშა

დავალება 4: დაბადების დღის საჩუქარი

ა) ამოცანა 3-ში თქვენ შეიმუშავეთ შესაძლო საჩუქრებისთვის სხვადასხვა ვერსიები. გაანალიზეთ ისინი ეკოლოგიური და სოციალური სენსიტიურობის გათვალისწინებით.

ბ) იფიქრეთ შემდგომ ვარიანტებზე, რომლებიც ეკოლოგიურად და სოციალურად მგრძნობიარეა.



დავალება 5: Cradle-to-cradle ბეჭდური პროდუქცია

რა განასხვავებს მედიაკომპანიის cradle to cradle ბეჭდურ პროდუქტს

Gugler-ისგან? ლინქი: www.youtube.com/watch?v=UIrvWVcb4E8

ინტერესთა კონფლიქტის აღიარება

თქვენ არ ქმნით ახალ ბიზნეს მოდელს პატარა ოთახში, არამედ პარტნიორებთან, სამიზნე ჯგუფებთან ან დაინტერესებულ მხარეებთან კომუნიკაციით. შემფოთება და ინტერესები საკამათოა და ჩვეულებრივ ეფუძნება გარკვეულ სტანდარტებსა და ღირებულებებს. სამიზნე ჯგუფების ანალიზის საფუძველზე, კომპანია წყვეტს, რომელი ბიზნეს აქტივობები უნდა განხორციელდეს და რომელი თავიდან იქნას აცილებული, ასევე, რა რესურსების მიღწევა შეუძლია კომპანიას ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურისთვის. მოდით შევხედოთ უდანაშაულო, როგორც პრაქტიკული მაგალითი.



- ❑ **საზრუნავი და ინტერესები.** საზრუნავი არის ზოგადად გამოყენებული მიზნები გარემოს მიმართ (მაგ. გარემოს დაცვა, სამართლიანი სამუშაო პირობები), მაშინ როცა ინტერესები მიუთითებს პირდაპირ სარგებელს/საკუთარი ინტერესზე.

ერთი მაგალითი: ორგანიზაცია Fairtrade ელის, რომ innocent გამოიყენებს მხოლოდ ხილს სამართლიანი ვაჭრობისგან. Fairtrade ამართლებს მას იმით, რომ მიმწოდებლების თანამშრომლებისთვის სამუშაო პირობები უკეთესია. innocent აფასებს დამატებით ხარჯებს და საბოლოოდ გადაწყვეტს ხილის ყიდვას ძირითადად Fairtrade-დან.

- ❑ **სტანდარტები და ღირებულებები.** სტანდარტები ეტიკეტის ძირითადი წესებია. ღირებულებები წარმოადგენს იდეებს იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა გამოიყურებოდეს კარგი ცხოვრება. სტანდარტები და ღირებულებები მთავარ როლს თამაშობს კომპანიის გადაწყვეტილების მიღების პროცედურებში.

ერთი მაგალითი: მოსახლეობის ერთ ნაწილს მიაჩნია, რომ სამართლიანი სამუშაო პირობები უნდა მოქმედებდეს საერთაშორისო დონეზე. ავსტრიის სახელმწიფო არ აწესებს მინიმალურ პირობებს სხვა ქვეყნებს; არსებობს მხოლოდ წესები ავსტრიის საზღვრებში.

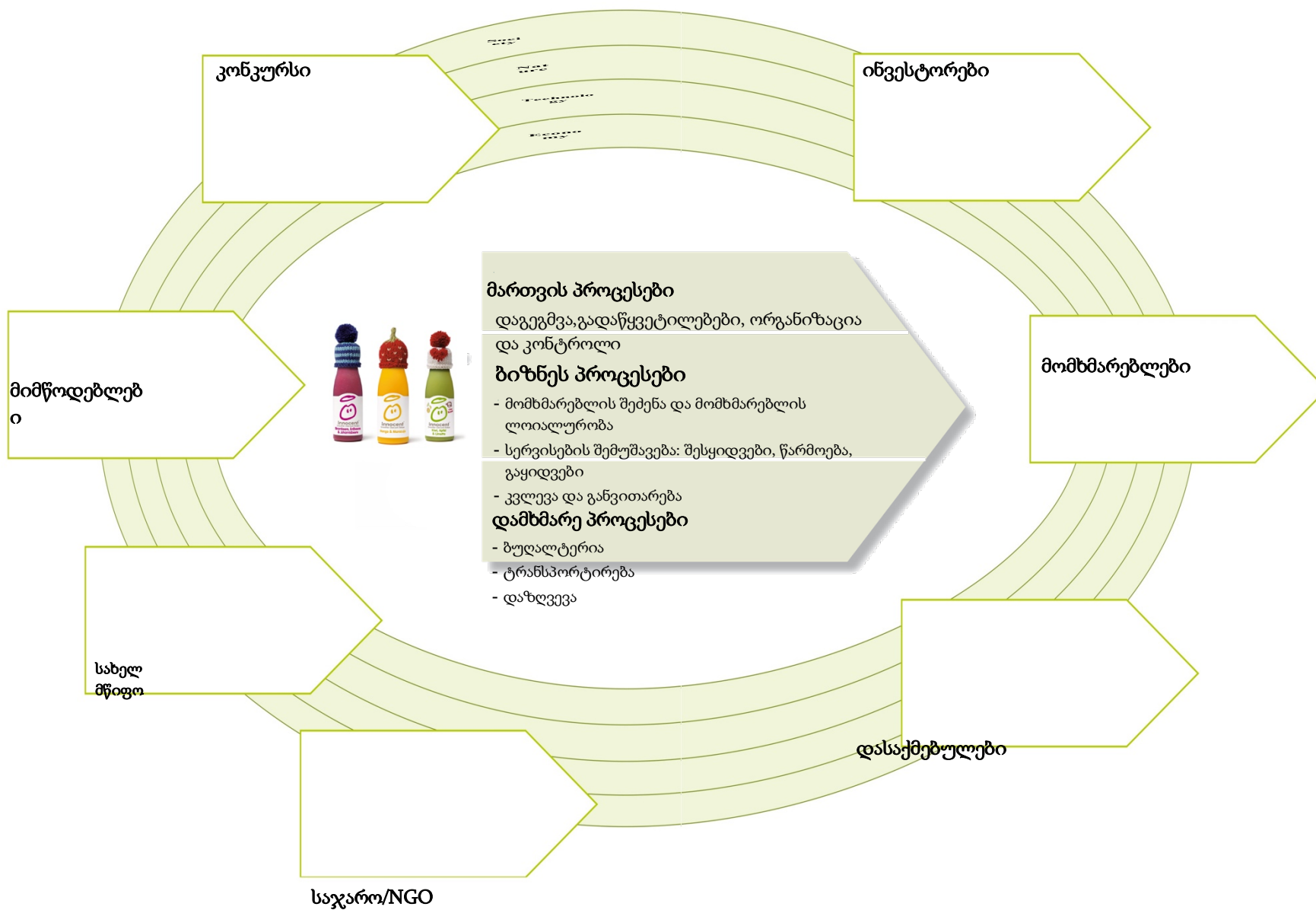
- ❑ **რესურსები** მოთხოვნილია ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურისთვის და მოიცავს ნედლეულს, ენერგიას, საიტს, ფინანსებს, ინფორმაციას ან ადამიანურ სამუშაო ძალას.

მაგალითად, *innocent* ითხოვს ხილის გარდა სხვა რაღაცეებს, რომ გააკეთოს სმუზი.

დავალეზა 6: ინტერაქციული საკითხები

- დაასახელოთ ორი საკითხი დაინტერესებული მხარის პერსპექტივიდან, მაგალითად გამოიყენეთ *innocent*. (გამოიყენეთ გრაფა, რომელიც შემდეგ გვერდზეა და ჩამოწერეთ).

წარმოიდგინეთ, რომ ხართ *innocent*-ის კონსულტანტი. თქვენ უნდა მიუთითოთ სად შეიძლება მოხდეს ინტერესთა/მიზნების კონფლიქტი და როგორ მოავგაროთ ისინი.



დავალება 7: ბიზნეს მოდელის ანალიზი

გ) უყურეთ ფილმს და წაიკითხეთ სტატიები მოდის სახლის შესახებ - Goddess of Happiness/Luck (Göttin des Glücks) და გააანალიზეთ ბიზნეს მოდელი ეტაპობრივად. ჩაწერეთ თქვენი ანალიზი გრაფაში.



Links: www.youtube.com/watch?v=mPPO132TFQE,
www.dropbox.com/sh/m5i0lgsiktjb38m/AAAY8VyVpdZCkljaY4arzRmma/english?dl=0



b) შეადარეთ ანალიზი და დაუმატეთ მოსაზრებები.

ღირებულების შეთავაზება

რა ღირებულება აქვს მას
... დამფუძნებლისთვის?
... მომხმარებლებისთვის?

...ძირითადი
კითხვები
უკეთესი
ორიენტაციის
თვის

მომგებიანობის მოდელი

როგორ არის შესაძლებელი მოგების ნახვა არჩეული
განხორციელების გეგმით?



ღირებულებების ჯაჭვის სტრუქტურა

როგორ უზრუნველყოფს კომპანია ღირებულებას?

როგორ და ვინ უზრუნველყოფს სერვისს? როგორ გადის

მომხმარებელზე სერვისი? (მაგალითად, გაყიდვები)

სოც. და ეკოლოგიური სენსიტიურობა

რა სოციალურ და ეკოლოგიურ პასუხისმგებლობას
იღებს ბიზნესი?

დავალება 8: ბიზნეს მოდელის შემუშავება

ქვემოთ იხილეთ ორი შესაძლო იდეა ბიზნესის მოდელისთვის. აირჩიეთ და შეიმუშვეთ ბიზნეს მოდელი.

ა) გაზეთში წაიკითხავთ, რომ სულ უფრო მეტი პური მასიურად იწარმოება (საწარმოო ხაზი). პურის მხოლოდ გამოცხოვაა საჭირო. თქვენ გიყვართ მაღალი ხარისხის ინგრედიენტებით დამზადებული ახალი პური და გამოცხობის ტრადიციული ხელოვნება და გსურთ, რომ ეს ბიზნეს იდეა ამოქმედდეს. რომელ ბიზნეს მოდელს გამოიყენებდით?

ბ) თუკი თქვენ შეიმუშავებთ საკუთარ ბიზნეს იდეას, გამოიყენეთ ის და იმუშავეთ თქვენს პირველ ბიზნეს მოდელზე.

ღირებულების

მომგებიანობის მოდელი

დირექტორის ავტოგრაფი.

სოც. და ეკონ. სენსიტიურობა

<p>მდგრადი ბიზნეს მოდელი</p>	<p>ბიზნესის აღწერა. ასეთი მოდელი შედგება ოთხი ძირითადი კომპონენტისგან: სარგებელი (ღირებულების წინადადება), ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა (როგორ არის მოწოდებული სერვისი), მომგებიანობის მოდელი და სოციალური და ეკოლოგიური სენსიტიურობა.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>ღირებულების წინადადება</p> <p>რა სახის ღირებულებას უზრუნველყოფს ჩემი კომპანიამომხმარებლებისთვის და პარტნიორებისთვის?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>ღირებულებათა ჯაჭვის სტრუქტურა</p> <p>როგორ უზრუნველყოფს კომპანია ღირებულებას? ვინ აწარმოებს კომპანიის მომსახურებას?</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>მომგებიანობის მოდელი</p> <p>როგორ არის შესაძლებელი არჩეული განხორციელების გეგმით მოგება?</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;"> <p>სოციალური და ეკოლოგიური სენსიტიურობა</p> <p>რა სოციალურ და ეკოლოგიურ პასუხისმგებლობას იღებს კომპანია?</p> </div> </div>
<p>ბიზნეს მოდელის სტრატეგიული განზომილება</p>	<p>ალტერნატივებზე ფიქრი სტრატეგიულ მიდგომას მოითხოვს. ეკონომიკურად რომ განვმარტოთ, სტრატეგია არის დაგეგმილი ქცევის ნიმუში, რომლითაც ბიზნესს შეუძლია მიაღწიოს თავის მიზანს. თითოეულ ბიზნესს აქვს თავისი უნიკალური ბიზნეს მოდელი, რადგან ის აღწერს ბიზნესს. ბიზნეს მოდელის შეგნებული გადაწყვეტილება ნიშნავს, რომ შეირჩევა სტრატეგია.</p>
<p>კომპონენტებთან ერთად ჩმოყალიბება</p>	<p>თანამედროვე, უაღრესად სპეციალიზებული ეკონომიკური სისტემა უზრუნველყოფს მრავალი კომპონენტის გამოყენებას ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურის განვითარებისას ერთი იდეისთვის. აუცილებელია გადაწყვიტოს, რომელი ძირითადი აქტივობა, ძირითადი კომპეტენციებთან მიმართებაში, უნდა დასრულდეს ბიზნესის ფარგლებში და რომელი უნდა მოხდეს სხვა პარტნიორების მეშვეობით, რათა შევინარჩუნოთ დაბალი ხარჯები და მაღალი ხარისხი.</p>
<p>მასშტაბურობა</p>	<p>აღწერს შესაძლებლობას ხელი შეუწყოს ბიზნესის ზრდას.</p>
<p>მოგების მოდელი</p>	<p>შეიცავს სტრატეგიულ განზომილებას, რომელიც აფასებს შემოსავლის წყაროებს. მასში არ შედის დეტალური გაანგარიშება, რომელიც ხორციელდება ფინანსურ გეგმასთან ერთად.</p>
<p>პირდაპირი მოგების მოდელი</p>	<p>შემოსავალი წარმოიქმნება მომხმარებლებისთვის პროდუქტებისა და სერვისების გაყიდვით (მაგ. თქვენ იხდით თმის შეჭრას პარიკმახერში.)</p>
<p>არა პირდაპირი მოგების მოდელი</p>	<p>ძირითადად, რეკლამით, ბოლო წლებში, უფრო მეტი ბიზნესი გაჩნდა, რომლებიც არაპირდაპირ მოგებას გამოიმუშავებენ. მომგებიანობის ინოვაციური მოდელების ზოგიერთი პროდუქტი ან მომსახურება „უფასოა“ (მაგ. უფასო გაზეთი - შესაძლებელია მხოლოდ რეკლამების გაყიდვით).</p>

„უფასო“ მოგების მოდელი	<p><input type="checkbox"/> უფასო 1 პირდაპირი ჯვარედინი სუბსიდიები: ერთი პროდუქტი ფასიანია, მეორე კი უფასო.</p> <p><input type="checkbox"/> უფასო 2 <input type="checkbox"/> მომხმარებელთა ერთი ჯგუფი სუბსიდირებს სხვა მომხმარებელთა ჯგუფს (მაგ. უფასო გაზეთი ან უფასო ონლაინ შეთავაზებები სარეკლამო შემოსავლით).</p> <p><input type="checkbox"/> უფასო 3 ძირითადი პროდუქტი შემოთავაზებულია უფასოდ, სრული ვერსია უნდა გადაიხადოთ (მაგ. Skype, GYM და ა.შ.).</p> <p><input type="checkbox"/> უფასო 4 საჩუქრების ეკონომია: პროდუქტებისა და სერვისების გაცვლა ხდება პირდაპირი მომსახურების სანაცვლოდ (მაგ. ვიკიპედია, როგორც ღია წყაროს მოძრაობის ნაწილი, ორგანოების დონაცია).</p>
მდგრადი მენეჯმენტი	მდგრადი მენეჯმენტი გულისხმობს სოციალურად და ეკოლოგიურად პასუხისმგებელი ბიზნესის ფუნქციონირებას, რომელიც ასევე შეიძლება გახდეს ეკონომიკურად წარმატებული.
Cradle-to-Cradle (C2C)	მიზანია გამოიყენოს ყველა რესურსი, რომელიც ან კომპოსტირებადია ან რჩება დახურულ ინდუსტრიულ წრეში.
საკითხები/დ აინტერესებუ ლი მხარეების თემები (St. Galler-ის მართვის მოდელი)	<p>საზრუნავი და ინტერესები არის განზოგადებული მიზნები გარემოში (მაგ. გარემოს დაცვა, სამართლიანი სამუშაო პირობები), მაშინ როცა ინტერესები მიუთითებს პირდაპირ სარგებელზე/საკუთარი ინტერესზე.</p> <p>სტანდარტები და ღირებულებები: სტანდარტები გახლავთ ღირებულებების ეტიკეტების საბაზისო წესები, რომლებიც წარმოადგენენ იდეებს, როგორ უნდა გამოიყურებოდეს კარგი ცხოვრება. სტანდარტები და ღირებულებები ასრულებენ ძირითად როლს კომპანიის გადაწყვეტილების მიღების პროცედურებში.</p> <p>რესურსები საჭიროა ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურისთვის და შეიძლება მოიცავდეს ნედლეულს, ენერგიას, სამუშაო ადგილს, ფინანსებს, ინფორმაციას ან ადამიანურ შრომას.</p>

იმუშავით დაგალებზე. თქვენ შეგიძლიათ შეაფასოთ, თუკი შეისწავლით წინა თავების

შემოწმება 1: მდგრადი ბიზნეს მოდელის შემუშავება

ჩამოთვლილია სამი იდეა. აირჩიეთ ერთერთი მათგანი და შეიმუშავეთ ბიზნეს მოდელი.

- a) თქვენ გაზეთებში წაიკითხავთ, რომ საშუალოდ ავსტრიელი წელიწადში იყენებს 3 კბილის ჩოთქს. ეს უნდა შეცვალოთ და ხელი უნდა მიჰყოთ უკეთესი დენტალური ჰიგიენის შემუშავებას.
- b) თქვენი დეიდა კვლავ დიდი სიამოვნებით იხსენებს მის მოგზაურობას *Interrail-ით* მისი ახალგაზრდობის დროს (იაფფასიანი მატარებლის ბილეთით 26 წლამდე ახალგაზრდებს შეეძლოთ ემოგზაურათ ევროაში ერთი თვის განმავლობაში). თქვენ უნდა იცოდეთ იაფიანი ვარიანტი მოგზაურობის დასაგეგმად და კულტურული შესაძლებლობის უზრუნველსაყოფად ადგილობრივების გაცნობა.
- c) თქვენ გიყვართ სადილის მომზადება. სად მიყვართ ამას?

ბიზნეს მოდელის შემუშავებისთვის, უფრო მოსახერხებელია რომ არ ავირჩიოთ განხორციელების ჩვეულებრივი გზა. შეგიძლიათ გამოიყენოთ ვიზუალური დერმი განხორციელების სხვადასხვა ვერსიების სანახავად.

ღირებულების

ღირებულებათა ჯაჭვის სტრ.

მომგებიანობის მოდელი

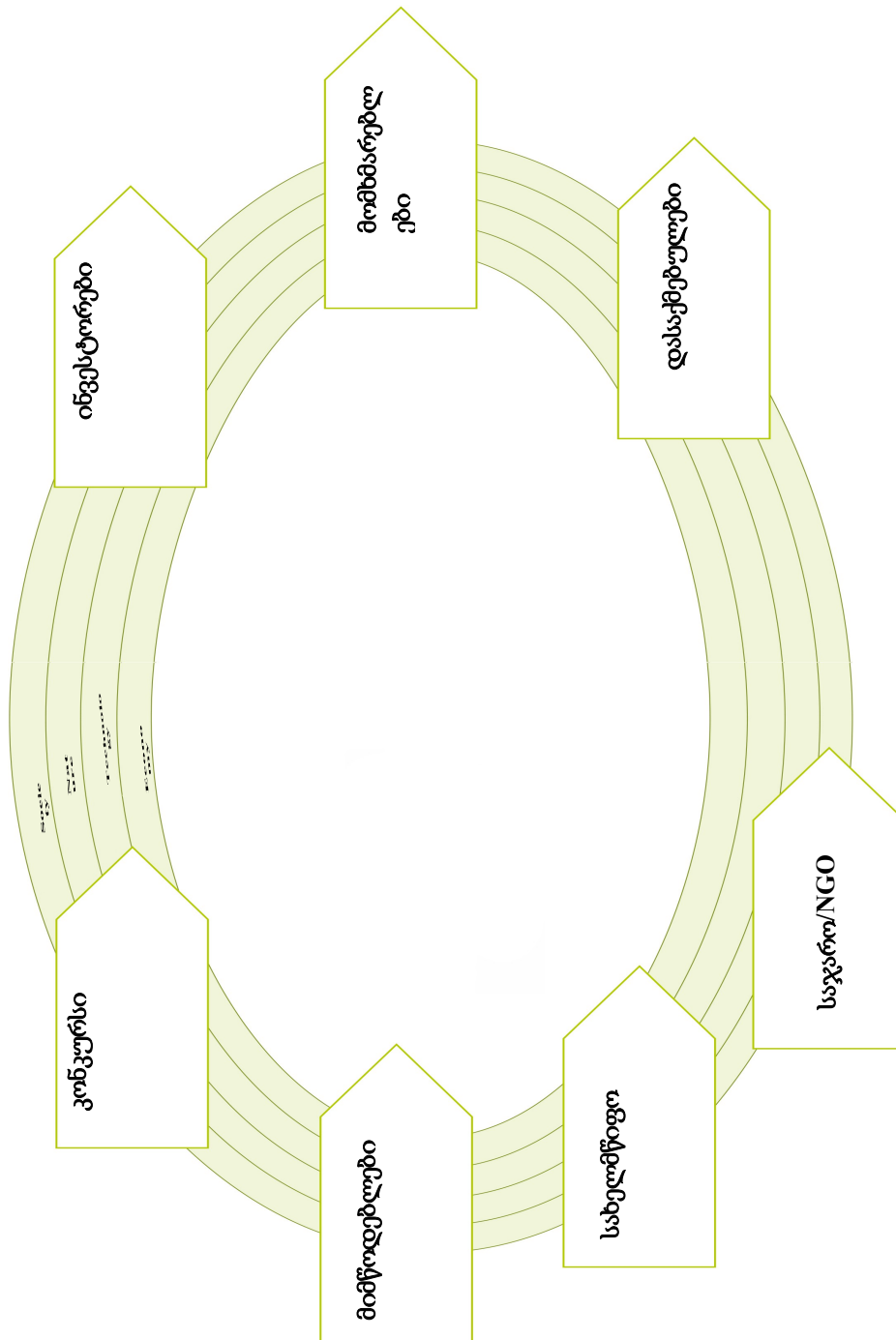
სოფ.და ეკო. სენსიტიურობა

შემოწმება 2: ურთიერთქმედების საკითხების ანალიზი

დაასახელეთ ორი საზრუნავი, თითოეული დაინტერესებული მხარე ჯგუფის ინტერესებთან დაკავშირებით, თითოეული თქვენ მიერ არჩეული ბიზნეს იდეისთვის.

ა) წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ ხართ თქვენი არჩეული ბიზნეს იდეის კონსულტანტი.

მიუთითეთ, რომელმა ინტერესებმა და/ან მიზნებმა შეიძლება გამოიწვიოს კონფლიქტი და როგორ მოაგვარებთ მათ.





სამუშაო ფურცელი 1: მდგრადი ბიზნეს მოდელი სამეწარმეო დიზაინის ტილოს გამოყენებით

დონე	შინაარსი და ორგანიზაცია	სტილი და ენა
0	ჩემი ბიზნეს მოდელი არ შეესაბამება ქვემოთ აღწერილ სტანდარტებს.	ჩემი ბიზნეს მოდელი არ აღწევს ქვემოთ აღწერილ სტანდარტებს.
1 - 2	<p>ჩემს ბიზნეს მოდელს აქვს მცირედი შემდეგიდან:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნეს იდეის ძალიან მკაფიო აღწერა იდენტიფიცირებული პრობლემით/საჭიროებით და რეალისტური გადანაცვებით • დამაჯერებელი ღირებულების წინადადება, რომელიც აღწერს როგორც მომხმარებლების, ასევე დამფუძნებლების პერსპექტივებს • კარგად აღწერილი ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა • ძალიან რეალისტური და დადგენილი მოგების მოდელი • გამოსატყვის ძლიერ სოციალურ და ეკოლოგიურ მგრძნობელობას 	მე მაქვს სიტყვების მწირი არჩევანი და ბევრი სიტყვა მეორდება. მაქვს ბევრი გრამატიკული, ორთოგრაფიული ან პუნქტუაციის შეცდომა, რაც ართულებს ჩემი ნაწერის წასაკითხად.
3 - 5	<p>ჩემს ბიზნეს მოდელს აქვს რამდენიმე შემდეგიდან:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნეს იდეის ძალიან მკაფიო აღწერა იდენტიფიცირებული პრობლემით/საჭიროებით და რეალისტური გადანაცვებით • დამაჯერებელი ღირებულების წინადადება, რომელიც აღწერს როგორც მომხმარებლების, ასევე დამფუძნებლების პერსპექტივებს • კარგად აღწერილი ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა • ძალიან რეალისტური და დადგენილი მოგების მოდელი • გამოსატყვის ძლიერ სოციალურ და ეკოლოგიურ მგრძნობელობას 	მე ვიყენებ სიტყვის მცირე მრავალფეროვნებას და ვიმეორებ ბევრ სიტყვას . ბევრი გრამატიკული, მართლწერის თუ პუნქტუაციის შეცდომა მაქვს, მაგრამ ჩემი ნაწერი მაინც გასაგებია.
6 - 8	<p>ჩემს ბიზნეს მოდელს აქვს უმეტესობა შემდეგიდან:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნეს იდეის ძალიან მკაფიო აღწერა იდენტიფიცირებული პრობლემით/საჭიროებით და რეალისტური გადანაცვებით • დამაჯერებელი ღირებულების წინადადება, რომელიც აღწერს როგორც მომხმარებლების, ასევე დამფუძნებლების პერსპექტივებს • კარგად აღწერილი ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა • ძალიან რეალისტური და დადგენილი მოგების მოდელი • გამოსატყვის ძლიერ სოციალურ და ეკოლოგიურ მგრძნობელობას 	მე ვიყენებ მრავალფეროვან სიტყვებს, მაგრამ შეიძლება რამდენიმე გავიმეორო. მაქვს რამდენიმე გრამატიკული, მართლწერის ან პუნქტუაციის შეცდომები, რაც აადვილებს ჩემი ნაწერის კითხვას.
9 - 10	<p>ჩემს ბიზნეს მოდელს აქვს ყველაფერი შემდეგი:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ბიზნეს იდეის ძალიან მკაფიო აღწერა იდენტიფიცირებული პრობლემით/საჭიროებით და რეალისტური გადანაცვებით • დამაჯერებელი ღირებულების წინადადება, რომელიც აღწერს როგორც მომხმარებლების, ასევე დამფუძნებლების პერსპექტივებს • კარგად აღწერილი ღირებულების ჯაჭვის სტრუქტურა • ძალიან რეალისტური და დადგენილი მოგების მოდელი • გამოსატყვის ძლიერ სოციალურ და ეკოლოგიურ მგრძნობელობას 	ვიყენებ მრავალფეროვან სიტყვებს და არ ვიმეორებ ბევრჯერ. მე არ მაქვს გრამატიკული, მართლწერის ან პუნქტუაციის შეცდომები, რაც ჩემს ნაწერს საკმაოდ ადვილად კითხულობს .



სამუშაო ფურცელი 2: თვით-შეფასების ნაწილის დასასრული

შემოხაზეთ სმაილი, რომელიც საუკეთესოდ აფასებს
თქვენს შესაძლებლობებს!

1. მე შემიძლია პასუხისმგებლობის აღება მოცემულ დავალებაზე.	☺	☺☺	☺☺☺
2. მე შემიძლია პოტენციური კონკურენციის გამკლავება დავალებების განხორციელების დროს.	☺	☺☺	☺☺☺
3. მე შემიძლია იდეების შემუშავება.	☺	☺☺	☺☺☺
4. მე შემიძლია გამოვავლინო და გამოვიყენო შესაძლებლობები.	☺	☺☺	☺☺☺
5. მე შემიძლია წარმოვადგინო კონცეფციის სამუშაო ვერსია.	☺	☺☺	☺☺☺
6. მე მსურს ჩემი წვლილი შევიტანო მომავალზე ორიენტირებულ ეკოლოგიურად და სოციალურად მგრძნობიარე გარემოზე ბიზნესსა და საზოგადოებაში.	☺	☺☺	☺☺☺
7. მე შემიძლია გავაანალიზო, იქნება თუ არა ჩემი იდეა მომგებიანი.	☺	☺☺	☺☺☺