პროექტი "ახალგაზრდები კულტურისა და მომავლითვის" შექმნილი ახალგაზრდების მიერ ახალგაზრდებისთვის

ევროკომისიის მიერ ამ პუბლიკაციის წარმოებაში მხარდაჭერა არ ნიშნავს შინაარსის მოწონებას, აქ წარმოდგენილია მხოლოდ ავტორთა შეხედულებები და კომისიას არ ეკისრება პასუხისმგებლობას მასში მოცემული ინფორმაციაზე.

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

შემოქმედებითი და კულტურული მეწარმეობა

YOU(TH)FOR CUL/FU(TURE)

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

2020

შემოქმედებითი და კულტურული მეწარმეობა

I. მოკლე მიმოხილვა / შესავალი
II. პროექტის შესახებ
III. ხელი შეუწყეთ კრეატიულობას
    ა. შემოქმედებითობის სწავლების ცნება
    ბ. ცხრა გზა შემოქმედებითობის გასაზრდელად
    გ. როგორ გავარღვიოთ კრეატიული ბლოკი
IV. გააანალიზეთ და შეარჩიეთ საუკეთესო ბიზნეს იდეა
    ა. ბიზნეს იდეა
V. ბიზნეს იდეის განვითარება
VI. იპოვეთ სამიზნე ჯგუფი / აუდიტორია
VII. შექმენით ბიზნეს გეგმა
VIII. გაყიდეთ იდეა
ა. სარეკლამო შეთავაზება
ბ. მოკლე სარეკლამო შეთავაზება
გ. შექმენით სარეკლამო პრეზენტაცია
IX. განხორციელება და ზრდა
X. ფინანსები
XI. არაფორმალური განათლება
XII. ელექტრონული ბმულები და რესურსები

მოკლე მიმოხილვა

წარმოიდგინეთ, რა შეიძლება შექმნას მეწარმეობის შემოქმედებითი და კულტურული ასპექტების ერთობლიობამ. ეს იქნება დამოუკიდებელი ტენდენციების უნიკალური ნაზავი: ხელოვნება, როგორც შინაარსზე დაფუძნებული არამატერიალური ღირებულება და მეწარმეობა, როგორც არამატერიალური ფასეულობების დამხმარე.

ამისა და მეწარმეების სოციალური პასუხისმგებლობის გათვალისწინებით, შემოქმედებითი და კულტურული მეწარმეობა ემსახურება მნიშვნელოვან კულტურულ მისიას და მენეჯერული ფასეულობებისა და ინოვაციებს შორის ბალანსის შენარჩუნებისას დგება რისკების წინაშე.

გზამკვლევი და ონლაინ პლატფორმა შეიქმნა ახალგაზრდულ სფეროში შესაძლებლობების გაძლიერების პროექტის „ახალგაზრდობა კულტურისა და მომავლისთვის“ ფარგლებში და მასზე მუშაობდნენ პარტნიორები: “ადვიტ” მოლდოვა, ახალგაზრდული ასოციაცია დრონი, “განვითარების ცენტრი პანგეა ულტმა”, ახალგაზრდული განათლების ცენტრი „ფიალტა“. , “იუს მიქსი”, “კოდეკი”, “ჯეოკლუბი”, “კულტურული ასოციაცია ტაბალა”, “პლან ბი” და “ქონექთინგ ევროპა”.

ეს სახელმძღვანელო და ონლაინ პლატფორმა განკუთვნილია ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის, ფასილიტატორებისა და ტრენერებისთვის. ყველა იმ ადამიანისთვის, ვინც დაინტერესებულია შემოქმედებითი და კულტურული მეწარმეობით.

პროექტის შესახებ

კრეატიულად მოაზროვნე ადამიანებს, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ხელოვნებითა და კულტურით, ნაკლებად ან საერთოდ არ აქვთ საშუალება შეისწავლონ ეფექტური ლიდერობის საფუძვლები. მაშინ, როდესაც შემოქმედებითი და კულტურული მეწარმეობა(„კ/კ მ“ რომელსაც ამიერიდან ამ აბრევიატურით მოვიხსენიებთ) არის საუკეთესო შესაძლებლობა, რომელიც ზრდის პოტენციურ დასაქმებულთა რაოდენობას (მაგალითად ახალგაზრდები, რომლებიც დაინტერესებულნი არიან ხელოვნებითა და კულტურით), რაც ძნელად მისაღწევია ახალგარზდებისთვის, განსაკუთრებით აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში, სადაც კულტურის პოლიტიკა ჯერ კიდევ შორსაა იმისგან, რომ კარგად განვითარებული ვუწოდოთ.

პროექტის მიზანია შემუშავდეს საგანმანათლებლო ინოვაციური გზა, “NEET” ახალგაზრდებისთვის (ანუ ის ახალგაზრდები რომლებიც არ არიან დასაქმებულნი, არც განათლების სისტემაში არიან და არც ტრენინგს გადიან) დასაქმების პოტენციალის გასაზრდელად, შემოქმედებითი და კულტურული მეწარმეობის სწავლების გზით (”კ/კ-მ”). ჩვენი პროექტი წარმოგიდგენთ სტრუქტურირებულ ინოვაციურ მიდგომებს ახალგაზრდების განათლების მიმართულებით. თუ როგორ უნდა მოხდეს მეწარმეობის ინტეგრირება შემოქმედებითი პრაქტიკის განვითარების პროცესში და როგორ მივუსადაგოთ შემოქმედებითი მიდგომა ახალი სოციალური ბიზნესის განვითარებას.

პროექტის მიმდინარეობის განმავლობაში ჩვენ მხარს ვუჭერთ უმუშევარი ახალგაზრდების შესაძლებლობებს შექმნან ინოვაციური პროდუქტები, მივაწოდოთ მათ სამეწარმეო უნარ-ჩვევები და დამხმარე მასალები შემოქმედებითი და კულტურული ცოდნის კომერციალიზაციისთვის. პროექტში მონაწილე ახალგაზრდული მუშაკები და ახალგაზრდები მიიღებენ თეორიულ ცოდნას კულტურული ეკონომიკის და შემოქმედებითი ინიციატივების შესახებ და შეიმუშავებენ გზებს - თუ როგორ აქციონ შემოქმედებითობა და კრიტიკული აზროვნება სამეწარმეო იდეებად.

პროექტის ძირითადი მიზნებია:

- კონსორციუმის შესაძლებლობების გაძლიერება "კ/კ- მ" სფეროში, პარტნიორებს შორის არსებული გამოცდილების გაზიარება და ევროკავშირსა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებს შორის თანამშრომლობის გაღრმავება;
- ქსელის ფუნქციონირებისთვის შესაფერისი გარემოს შექმნა და ახალგაზრდული მუშაკების აღჭურვა შესაფერისი ცოდნითა და სპეციფიკური კომპეტენციებით "კ/კ-მ" სფეროში;
- ისეთი გარემოს შექმნა, რომელიც უზრუნველყოფს „კ/კ-მ“-ზე ინფორმაციის მიწოდებას უმუშევარ და განვითარების ნაკლები შესაძლებლობის მქონე ახალგაზრდებზე, ასევე მიზნად ისახავს ხელი შეუწყოს ახალგაზრდებს სხვადასხვა უნარების განვითარებაში, იქნება ეს ინიციირების საკუთარ თავზე აღება თუ შემოქმედებითი აზროვნების წახალისება.
- ყოვლისმომცველი სასწავლო მასალების შექმნა - გზამკვლევი, ბროშურა და ონლაინ პლატფორმა - მორგებული ახალგაზრდულ მუშაკებზე, სოციალური მეწარმეობის სფეროში დაინტერესებულ მხარეებსა და პოტენციურ მეწარმეებზე;
- სოციალური, კულტურული და შემოქმედებითი მეწარმეობის, აქტიურ მოქალაქეობისა და არაფორმალურ სწავლების ხელშეწყობა ევროკავშირსა და აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში;
-ევროპული ღირებულებების პოპულარიზაცია სოციალური მეწარმეობის სფეროში და ერასმუს პლიუსის გავლენის გაზრდა, როგორც ევროპულ ასევე აღმოსავლეთ პარტნიორობის ქვეყნებში.

პროექტის მთავარი შედეგი იქნება ნაკლები შესაძლებლობების მქონე ახალგაზრდებთან მუშაობის ახალი მოდელების შემუშავება, ინოვაციური ხელსაწყოებითა და სახელმძღვანელოებით, რაც ახალგაზრდებს საშუალებას მისცემს დამოუკიდებლად განახორციელონ საკუთარი შემოქმედებითი და კულტურული საწარმოების იდეები.

ხელი შეუწყვე შენს შემოქმედებითობას

მოგებაზე ორიენტირებულ სამყაროში ტერმინი „სტრატეგია“ ერთ – ერთი ყველაზე გამოყენებადი სიტყვა გახდა. სტრატეგია უნდა იყოს შემოქმედებითი და ღირებული. ეს დაგვეხმარება შევქმნათ მდგრადი მომავალი მკაფიო ხედვებზე, ფასეულობებსა და დამოკიდებულებებზე დაყრდნობით. "შესრულებადი მისია“ ნიშნავს, რომ საჭიროა ახალი გადაწყვეტილებების მიღება, უჩვეულო, არასწორხაზოვანი აზროვნება და ქმედება, რაც შესაძლებელია მხოლოდ კრეატიული მიდგომებით.

მოდით ერთად დავიწყოთ ჩვენი „შესრულებადი მისია“ შემოქმედებითობის კონცეფციიდან და შეუფერხებლად ვიაროთ შემოქმედებითის გაძლიერებისა და კრეატიულ გზაზე.

შემოქმედებითობის სწავლების ცნება

ისეთმა მეცნიერმა, როგორიცაა ე. პაულ ტორენსი(E. Paul Torrance), მთელი სიცოცხლე მიუძღვნა განათლების სფეროში კრეატიულობის წინსვლას. მას თავის დროზე დიდი წინააღმდეგობა შეხვდა, შემოქმედებითობის ბუნებასთან დაკავშირებით. კრეატიულობა ითვლებოდა უსაზღვრო, ბუნებრივ შესაძლებლობად. ტორენსი მკაფიოდ უჭერდა მხარს შემოქმედების სწავლებას. იგი თვლიდა, რომ ეს სპეციფიკურ და მიზანმიმართულ ინსტრუქციას მოითხოვდა. საბოლოოდ, მისმა ცხოვრებამ განაპირობა ტორენსის ტესტებისა და პროგრამების შემუშავება მთელი მსოფლიოს მასშტაბით.

ბოლო დროს, შეინიშნება კრეატიული ღირებულებების აუცილებლობის აღიარება ყველა საგანმანათლებლო სფეროში. სერ კენ რობინსონის 2003 წლის „ტედ საუბარს“ 5 მილიონზე მეტი მაყურებელი ჰყავდა. იგი მსჯელობს იმაზე, თუ როგორ თრგუნავს ჩვენი ამჟამინდელი სასკოლო სისტემები შემოქმედებითობას. ის გამოთქვამს ვარაუდს, რომ ამჟამინდელი საგანმანათლებლო მოდელი ნაკლებ შესაძლებლობას აძლევს განსხვავებული აზროვნების ჩამოყალიბებას.

კრეატიულობისა და შემოქმედებითობის ნაკლებობაში დამნაშავედ კი შეიძლება მივიჩნიოთ ჩვენი ტრადიციული საგანმანათლებლო სისტემა.

ყოველივე ეს ეფუძნება სწორი პასუხების სწავლებას. საჭიროა ინოვაციური აზროვნების მოდელი. რობინსონმა სულ ცოტა ხნის წინ გამოაქვეყნა ინფორმაცია ახალი კვლევის შესახებ, რომლის თანახმადაც, გამოკითხულ პედაგოგთა 80% უპირატესობას ანიჭებს კრეატიულობას, როგორც სწავლების სტანდარტის ნაწილს.

ამავდროულად, დევიდ ჰიუზი , ,,დისიჟენ ლაბის” დამფუძნებელი და ,,UNC”-ის კაპელ ჰილის პროფესორი, ამტკიცებს, რომ ინოვაცია არის მნიშვნელოვანი უნარი ჩვენი გლობალური ეკონომიკისთვის. მისი თქმით, სკოლებში კრეატიულობის ნაკლებობაზე საუბრისას, დამნაშავედ შეიძლება მივიჩნიოთ არსებული ტრადიციული საგანმანათლებლო სისტემა.

უმეტესად, კრეატიული მეთოდების პრაქტიკაში განხორციელება მიმდინარეობს ტრადიციული საგანმანათლებლო დაწესებულებების გარეთ, საკონსულტაციო კომპანიებისა და ინდივიდუალური პირების მიერ, რომლებსაც გავლილი აქვთ შესაბამისი გადამზადება კრეატიული პრობლემების გადაჭრის მეთოდებში. 1950 წლის შემდეგ, ბევრი რამ არ შეცვლილა უნივერსიტეტებში. გამორჩეულმა ფსიქოლოგმა ჯ. პ. გილფორდმა, ამერიკის ფსიქოლოგიური ასოციაციის პრეზიდენტმა თავის საინაუგურაციო გამოსვლაში განაცხადა, რომ განათლების უპატივცემულობა შემოქმედებითობის მიმართ ყოვლად მიუღებელია.

ამ მოვლენებს ემატება ის ფაქტიც, რომ სახელმძღვანელოები მათ გამოქვეყნებამდე კარგავენ ღირებულებას და მინიმუმ სამი წლით ჩამორჩებიან არსებულ რეალობას.

საგანმანათლებლო სისტემა ყოველთვის ძნელად ითვისებდა ინოვაციებს. ამრიგად, ჩვენ ვხედავთ, რომ სასწავლო დაწესებულებებს კრეატიული პრობლემების გადაჭრის ქმედითი მეთოდები სჭირდებათ.

ჩვენ გვსურს შემოგთავაზოთ ცხრა გზა, რომელიც ეფექტიანად მივიჩნიეთ ჩვენი კვლევისა და პრაქტიკული სამუშაოების განხორციელებისას.

ცხრა გზა შემოქმედებითობის გასაზრდელად

1. შეზღუდეთ საკუთარი თავი

ოდესმე წაწყდომიხართ რთულ პრობლემას, რომელის გადასაჭრელადაც შეგიძლიათ, არიჩიოთ „გონებრივად ნაკლებად წინააღმდეგობრივი“ გზა, უკვე არსებულ იდეებზე დაყრდნობით, ან თქვენს ხელთ არსებული ყველა რესურსის გამოყენებით?

ჩვენ გირჩევთ, საკუთარ თავს წაუყენოთ შეზღუდვები, რამაც შესაძლოა ხელი შეუწყოს შემოქმედებითობას, რადგან ეს მეთოდი თვით შემოქმედ ადამიანებსაც კი აიძულებს იმუშაონ თავიანთი კომფორტის ზონის მიღმა.

ერთ-ერთი ყველაზე ცნობილი მაგალითია რედაქტორთან სანაძლეოს საფუძველზე, პროფესორ სეუსის მიერ 50 სხვადასხვა სიტყვის გამოყენებით დაწერილი წიგნი - “მწვანე კვერცხი და ლორი“ . გაიხსენეთ ის მომენტები, როდესაც იძულებულნი ხართ დაწეროთ მცირე ტექსტი, (მაგალითად ინსტაგრამის ბიოგრაფია), ან არჩევთ სიტყვებს მოკლე, მაგრამ "მიმზიდველი" პოსტისთვის. ამან შეიძლება მიგიყვანოთ კრეატიული პრობლემების დაძლევის მეთოდებამდე და იმპროვიზაციის ზრდამდე. შეეცადეთ მუშაობა გარკვეულწილად შეზღუდოთ და დაინახავთ თუ როგორ იბადება კრეატიული გამოსავალი თქვენს გონებაში, იმისათვის რომ დათქმულ დროს დაასრულოთ თქვენი სამუშაო.

2. პრობლემის ხელახლა წამოჭრა

ოდესმე შეგინიშნავთ, რომ განსაკუთრებით კრეატიული ადამიანები უფრო ხშირად პრობლემის ხელახლა კონცეპტუალიზაციას მიმართავენ, ვიდრე მათი ნაკლებად კრეატიული კოლეგები? ეს ნიშნავს, რომ გარკვეულ სიტუაციებში საბოლოო მიზანზე ფიქრის ნაცვლად, ისინი უკან იხევენ და პრობლემას სხვადასხვა გზით განიხილავენ იქამდე ვიდრე მუშაობას შეუდგებიან.

წარმოიდგინეთ, რომ თქვენ ხართ ადამიანი, რომელმაც უნდა შეიმუშაოს მარკეტინგული სტრატეგია დამწყები ბიზნესისთვის, თქვენი „საკემპინგე ტექნიკა“ - საბოლოო მიზანს წარმოადგენს. პრობლემა კი ის არის, რომ თუ სამუშაოს ასე მიუდგებით - „რა შემიძლია დავწერო, რაც დიდ გამოხმაურებას

გამოიწვევს? “- ამ მიდგომით ნამდვილად ვერ შეძლებთ შექმნათ რაიმე ღირებული.
შეეცადეთ შეკითხვები სხვა კუთხით დასვათ, მაგალითად: „რა სახის სტატიები იზიდავს საზოგადოებას და იპყრობს მათ ყურადღებას?“. ასეთი მიდგომით თქვენ იწყებთ ფიქრს არა მხოლოდ საკუთარ თავზე, არამედ თქვენს სამიზნე ჯგუფზე და იწყებთ მათთან ურთიერთობას. მსგავსი მიდგომით თქვენ ნამდვილად რაიმე უფრო ორიგინალურს შექმნით.

ნუ ინერვიულებთ, თუ ზოგად პრობლემაზე ფოკუსირებისას უკან დახევა მოგიწევთ, მაგალითად, "რა იქნებოდა ყველაზე კარგი ნახატი?" შეეცადეთ პრობლემის ხელახალ კონცეპტუალიზაციას და კონცენტრირდით მათზე. მაგალითად "რა სახის ნახატი იწვევს ადამიანებში მარტოობის განცდას, რომელსაც ყველა შეეჩეხა საკარანტინო რეჟიმის დროს? ".

3. შექმენით ფსიქოლოგიური დისტანცია

დიდი ხანია ცნობილია, რომ შემოქმედებითი ბლოკის გარღვევისთვის დავალების შესრულებისგან ცოტახნით თავის შეკავება სასარგებლოა, ასევე ჩანს, რომ „ფსიქოლოგიური“ დისტანციის შექმნაც შესაძლებელია, არანაკლებ მომგებიანი იყოს. ადამიანებმა, რომლებმაც მონაწილეობა მიიღეს ამ კვლევაში, ორჯერ მეტი პრობლემის მოგვარება შეძლეს, მაშნ როცა მათ სთხოვეს დაფიქრებულიყვნენ ამოცანაზე, როგორც შორეულ პერსპექტივაზე და არა როგორც არსებულზე.

შეეცადეთ წარმოიდგინოთ თქვენი შემოქმედებითი ამოცანა, როგორც განცალკევებული და დროში დაშორებული თქვენს ამჟამინდელ პოზიციასთან/ მდებარეობასთან. კვლევის თანახმად, ამ მეთოდმა შესაძლოა პრობლემა უფრო ხელმისაწვდომი გახადოს თქვენთვის და წაახალისოს აზროვნება. დასაშვებია, რომ ეს არის ადამიანის ფენომენი, სწრაფვა შორეულ ოცნებებისა და მიზნებისკენ.

4. მეოცნებეობა

ბოლო კვლევები ადასტურებს, რომ ოცნება და დღის მანძილზე ხანმოკლე ძილი ხელს უწყობს შემოქმედებითი აზროვნების პროცესს და ეხმარება ადამიანს სტრესისა და უარყოფითი მოვლენების გადალახვაში.

აქედან გამომდინარე, ოცნება და ლატერნული პერიოდი ყველაზე ეფექტურია იმ პროექტისთვის, რომელშიც თქვენ უკვე ჩადებული გაქვთ დიდი შემოქმედებითი ძალისხმევა.
ასე რომ, სანამ შეეცდებით თქვენი უმოქმედობის საბაბად ხანმოკლე ძილი და ოცნებებში დაკარგვა მოიმიზეზოთ, იყავით გულწრფელი საკუთარ თავთან და არ დაგავიწყდეთ - იჩქარეთ!

5. ჩაეფლე რაღაც აბსურდულში

რამდენად ხშირად გამოგიჭერიათ საკუთარი თავი უცნაურ აზრებზე ფიქრისას? უნდა იცოდეთ, რომ კვლევის თანახმად, რაღაც აბსურდულის ან სურეალისტურის კითხვა ნამდვილად დაგეხმარებათ ხელი შეუწყოთ შემოქმედებით აზროვნებას.

მითითებული კვლევა გვირჩევს გავეცნოთ ფრანც კაფკას, თუმცა ფსიქოლოგები აგრეთვე გვირჩევენ ისეთი წიგნების კითხვასაც, როგორიცაა „ალისა საოცრებათა ქვეყანაში“.
იქედან გამომდინარე, რომ გონება ყოველთვის ცდილობს გაითვალისწინოს ის რაც დაინახა, სიურეალისტური / აბსურდული ხელოვნება მოკლე დროის განმავლობაში ზეგავლენას ახდენს ადამიანზე, და გონება ცდილობს ზუსტად გაანალიზოს თუ რას უყურებს ან კითხულობს.
ცოტაოდენი დრო დაუთმეთ საკუთარ თავს, მიეცით მას ნება აღმოაჩინოს ახალი და უჩვეულო მოვლენები ხელოვნებისა და ლიტერატურის სფეროში. მაგალითად, გაეცანით ისეთ საინტერესო მოკლე მოთხრობებს როგორიცაა ისააკ ასიმოვის „ბოლო კითხვა “, ლუის კეროლის „ალისა საოცრებათა ქვეყანაში“ ან დაათვალიერეთ აბსურდისტული ხელოვნება ისეთ ადგილებში, როგორიცაა- „მძიმე გონება“ და ა.შ.

6. განაცალკევეთ სამუშაო მოხმარებისგან

ეს ცნობილია როგორც ”შთანთქმის მდგომარეობა”, ეს ტექნიკა გამოირჩევა ინკუბაციური პროცესით და გაცილებით ეფექტურია, ვიდრე შემოქმედებითი აზროვნების სამუშაოსთან შერწყმის მცდელობა.

ყოველივე ეს საღ აზრს მოკლებული როდია. ჩვენ ხშირად გონებრივად ორ განსხვავებულ სტადიაში ვართ- როდესაც ვაკვირდებით მოქმედებას და როდესაც ვცდილობთ შევქმნათ რაიმე ახალი. ბევრად უკეთესია თუ თქვენ უბრალოდ გამორთავთ "სამუშაო რეჟიმს" და უფრო მეტ შთაგონებას მიიღებთ კითხვით, ყურებით და დაკვირვებით. ამის შემდეგ, ინსპირაციით სავსეს, შეგიძლიათ ჩართოთ თქვენი "სამუშაო რეჟიმი" და განაგრძოთ თქვენს პროექტზე მუშაობა.

7. შექმენით ამაღლებულ განწყობაზე

უკვე დიდი ხნაია კვლევებმა ბედნიერება მიიჩნიეს, როგორც იდეალური მდგომარეობა რაიმე ახლის შესაქმნელად. ცოტა ხნის წინ, შედარებით ახალმა კვლევამ - სამუშაო ადგილებზე შემოქმედებითობის შესახებ, ასეთი თამამი დასკვნა გამოიტანა: ”მომუშავეთა კრეატიულობა გაიზარდა მაშინ, როდესაც როგორც პოზიტიურმა, ასევე უარყოფითმა ემოციებმა პიკს მიაღწია… ”

მიუხედავად იმისა, რომ გარკვეული უარყოფითი განწყობა შეიძლება იყოს „შემოქმედებითობის მკვლელი“, ის არ არის ისეთი უნივერსალური, როგორც პოზიტიური განწყობა(სიხარული, აღფრთოვანება, სიყვარული და ა.შ.), რადგან ზოგჯერ მათ შეუძლიათ გვიბიძგონ შემოქმედებითად აზროვნებისკენ, ვიდრე ამ პროცესის ხელის შემშლელი ფაქტორები აღმოჩნდნენ. ჩვენ სულაც არ გვსურს, რომ შემოქმედებით პროცესში თავი ცუდად იგრძნოთ, მაგრამ მომავალში, როდესაც ძლიერი ემოციური წნეხის ქვეშ იქნებით, შეეცადეთ დაჯდეთ და ეს ენერგია გადაიტანოთ შემოქმედებაზე. საბოლოო შედეგი შეიძლება საკმაოდ ღირებული და მოულოდნელი აღმოჩნდეს თქვენთვის.

8. იმოძრავეთ

ალბათ არ გაგიკვირდებათ თუ გეტყვით, რომ ”ბევრი ვარჯიში” ერთ-ერთი ყველაზე სასურველი კარგი ჩვევაა მთელ მსოფლიოში.
ზოგიერთი გამოკვლევა იმაზე მეტყველებს, რომ ვარჯიშს შეუძლია რეალურად ხელი შეუწყოს კრეატიულ აზროვნებას, გამომდინარე იქედან, რომ

ის ადამიანებს პოზიტიურ განწყობაზე აყენებს. სხვა კვლევების მსგავსად, ამ კვლევებმაც აჩვენა, რომ სიყვარულზე ფიქრმა შეიძლება ადამიანში გამოიწვიოს შემოქმედებით აზრთა სომრავლე. ამის მისაღწევად, რა თქმა უნდა, აუცილებელი არ არის რაიმე მოხდეს, შესაძლებელია განწყობის ცვლილებამაც ანალოგიური ზეგავლენა იქონიოს.

თუ თქვენ ჩაფლული ხართ შემოქმედებით პროცესში და გსურთ შესვენების მოწყობა, შეეცადეთ ივარჯიშოთ, სანამ თქვენი ტვინი ქვეცნობიერად დაკავებულია სხვა საკითხით, ამან შეიძლება ხელი შეგიწყოთ და "გონება გაგინათდეთ!".

9. დასვით კითხვა: „ რა შეიძლება მომხდარიყო?“

კონტრფაქტუალური აზროვნების პროცესის გარშემო ჩატარებული კვლევის თანახმად, უნდა გადახედოთ არსებულ ვითარებას და ჰკითხოთ საკუთარ თავს თუ ” რა შეიძლება მომხდარიყო?”. როგორც აღმოჩნდა ამ კითხვას შეუძლია შემოქმედებითობის ზრდა დროის მოკლე პერიოდში.

როგორ გავარღვიოთ შემოქმედებითი ბლოკი?

„კრეატიულ ბლოკში“ შეჭრა უკიდურესი იმედგაცრუებაა ყველასთვის, განსაკუთრებით კი მათთვის, ვინც რეგულარულად ახორციელებს შემოქმედებით საქმიანობას. ამ პროცესში ნამდვილად იგრძნობა უსუსურობა, განსაკუთრებით მაშინ როდესაც გსურს საკუთარი იდეის განხორციელება, მაგრამ თქვენ უბრალოდ ვერ ახერხებთ ამას.
ყველა ჩვენგანზე, მიუხედავად იმისა თუ რამდენი და როგორი იდეები გვაქვს, ფსიქოლოგიურ წიგნებს ნამდვილად დიდი ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია შემოქმედებით მცდელობებეზე.
ადამიანები ხშირად ვპოულობთ პრობლემური სიტუაციიდან გამოსავალს , პრობლემაზე თავის არიდებთა და მოგვიანებით მიბბრუნებით. ოდესმე წაგიგიათ ვიდეო თამაში? რა თქმა უნდა, ამ დროს თავს ანებებთ თამაშს და მოგვიანებით კიდევ ერთხელ იბრძვით გამარჯვებისთვის, გარკვეული პერიოდის შემდეგ კი მიზანსაც აღწევთ და გამარჯვებას ზეიმობთ.

ამის შემდეგ, რა თქმა უნდა, გაინტერესებთ, "რატომ ვერ შევძელი გამარჯვება პირველივე ჯერზე?!" ეს გამოწვეულია თავის ტვინში არსებული ინკუბაციური ეფექტით, რომელიც შედგება კრეატიულობის შემდეგი ხუთი ნაწილისგან:

1. მომზადება
2. საინკუბაციო პერიოდი
3. განზრახვა
4. ილუმინაცია ან გამჭრიახობა
5. დამოწმება

პრობლემა ისაა, რომ სტადია, რომელიც გამოიყენება კრეატიულ ბლოკში შესაღწევად (ინკუბაცია), გარკვეულწილად იდუმალი და ბუნდოვანია; ჩვენ უკვე ვიცით, რომ შესვენების მოწყობა ერთ-ერთი ნაწილია, მაგრამ კიდევ რა ახასიათებს მას? ერთი რამ კი უდაოდ მართალია: ეს ნამდვილად ამართლებს. ინკუბაციისა და კრეატიულობის შესახებ ერთმანეთისგან დამოუკიდებლად ჩატარებული 50 კვლევის 3/4-ზე მეტმა აღმოაჩინა ძირითადი ეფექტი (სხვებმა უფრო მცირე ეფექტები ან არანაირი, რაც მოსალოდნელიც იყო).

გარდა ამისა, კვლევამ აჩვენა, რომ როდესაც ადამიანი წყვეტს შემოქმედებითი დავალების შესრულებას, იმ შემთხვევაში თუ იგი ინფორმირებულია სამუშაოს

უპირობო დასრულების შესახებ, დავალებაზე მუშაობის განახლებისას , გაცილებით უფრო მეტი შანსია რომ შეიმუშაოს კრეატიული იდეები.

კვლევის დროს ადამიანებმა, რომლებსაც არ დაასრულებინეს შემოქმედებით დავალებაზე მუშაობა და არ გააფრთხილეს, რომ დავალებას კვლავ მიუბრუნდებოდნენ, ვერ შეძლეს შემოქმედებითი იდეების შემუშავება. ამის საპირისპიროდ - ის ადამიანები, რომლებიც გაფრთხილებულნი იყვნენ, რომ განაახლებდნენ დავალებაზე მუშაობას, უკან უფრო კრეატიული იდეებით დაბრუნდნენ.

მკვლევრებმა დაასკვნეს, რომ დაგეგმილი შესვენებები საშუალებას აძლევს ადამიანს ქვეცნობიერად გააგრძელოს დავალებაზე მუშაობა, რასაც მოჰყვება ყველასათვის ცნობილი და საყვარელი "გონების გაბრწყინების!" მომენტი, რომელიც ხშირად მოულოდნელად მოდის. ეს ნიშნავს, რომ გონებრივი ბლოკის სტიმულირება უფრო მეტს მოითხოვს, ვიდრე უბრალო შესვენებაა. შემოქმედებით ადამიანებს შეუძლიათ, ისარგებლონ დაგეგმილი შესვენებით, რადგან მოტივირებულნი არიან და იციან, რომ ისინი კვლავ დაუბრუნდებიან პრობლემაზე მუშაობას.

თქვენი ინკუბაციური პერიოდის ეფექტურობის მაქსიმალურად გაზრდის მიზნით და უფრო მეტი „აჰა!“ მომენტებისთვის, შეეცადეთ არ მისცეთ საკუთარ თავს გონებრივად გადაღლის საშუალება,დაგეგმეთ შესვენებები რათა თქვენმა ქვეცნობიერმა გააგრძელოს დასახულ პრობლემაზე მუშაობა.

კრეატიულობა ჯგუფებში: რატომ არ მუშაობს ბრეინსტორმინგი

მოულოდნელია, არა? მკვლევართა ჯგუფებმა დაადგინეს რომ, ადამიანები ბრეინსტორმინგისას ნაკლებ და არც ისე ეფექტურ იდეებს ქმნიან ვიდრე მარტო მუშაობის დროს.

აი, რატომ გამოიტანეს მკვლევრებმა ამგვარი დასკვნა:

- **სოციალური უსაქმურობა:** „სოციალური უსაქმურობის“ სფეროში ჩატარებულმა კვლევებმა აჩვენა, რომ როდესაც ადამიანები ჯგუფებში მუშაობენ, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ ბოლომდე წარმოაჩინონ თავი.
- **წარმოების დაბლოკვა:** როდესაც სხვა ადამიანები ლაპარაკობენ, ჯგუფის დანარჩენი წევრები უნდა დაელოდონ საკუთარ რიგს. ეს იწვევს ზოგიერთი ადამიანის ყურადღების გაფანტვას, მათი იდეების მივიწყებას ან სულაც თავს იკავებენ საკუთარი აზრის დაფიქსირებისგან.
- **შეფასება შეხედულებისამებრ:** მარტივად რომ ვთქვათ, მართალია ჯგუფის წარმომადგენლები ცდილობენ შეფასების რუბრიკა ბოლოსთვის მოიტოვონ, მაგრამ ადამიანებმა იციან, რომ სხვა მსმენელები განსჯიან მათ იდეებს. ხოლო, მარტო მუშაობისას თქვენ გაქვთ მეტი დრო დახვეწოთ არსებული იდეა, მის გასაჯაროებამდე.

იმის გამო, რომ ყველა შემოქმედებითი სამუშაო არ შეიძლება შესრულდეს ინდივიდუალურად, საჭიროა გარკვეული სახის თანამშრომლობა, რათა დარწმუნდეთ, რომ არცერთი იდეა არ დაიკარგება და ჯგუფის ყველა წევრი ჩართული იქნება ამ პროცესში.

როგორ მუშაობს ეს? პირველ რიგში, ის ეფუძნება ბრეინსტორმინგის არსებულ წესებს, რომელიც გულისხმობს:

- არა კრიტიკას
- რაოდენობაზე ორიენტირება
- სხვადასხვა იდეების გაერთიანება და გაუმჯობესება
- დაწერეთ ნებისმიერი იდეა, რაც თავში გაგიელვებთ, რაოდენ სულელურადაც არ უნდა გეჩვენებოდეთ ის
- ჩვენ გვჯერა თქვენი

გააანალიზეთ და შეარჩიეთ საუკეთესო ბიზნეს იდეა

სოციალური მეწარმეობის წამოწყება რთულია. ეს შეიძლება იყოს ძალზედ სასიამოვნო ჯილდო მომავალში, მაგრამ საწყის ეტაპზე მარტივი ნამდვილად არ გახლავთ. ერთადერთი გზა, რაც საშუალებას მოგცემთ თქვენი იდეა გახადოთ წარმატებული, მიუხედავად მძიმე და გრძელი სამუშაო პირობებისა, არის ის, რომ ნამდვილად გატაცებული იყოთ თქვენი საქმიანობით. მიჰყევით თქვენს ოცნებებს და გამოიყენეთ თქვენი განათლება. სურვილი და საკითხის ცოდნა საუკეთესო საშუალებებია ახალი ბიზნესის იდეის ჩამოსაყალიბებლად. მიიღეთ გამოწვევა და მიჰყევით ცხოვრების გამარტივების ამ მეთოდებს :)

ბიზნეს იდეა

თქვენი სოციალური და კულტურული ვალდებულებების შესრულება დამოკიდებულია ძლიერ, მდგრად ბიზნესზე. წარმატებული, მდგრადი ბიზნესის საწარმოებლად, პირველადი იდეა უნდა იყოს განხორციელებადი და შემოქმედებითი. ზოგიერთ ადამიანს, შესაძლოა ბიზნესის შექმნის შესანიშნავი იდეა ჰქონდეს, ზოგიერთებს კი შეიძლება გარკვეული დრო დასჭირდეთ შესაფერისი იდეის შესაქმნელად. ეს თავი დაგეხმარებათ გაიგოთ, თუ როგორ უნდა შექმნათ და შეაფასოთ ბიზნეს იდეა.

1. რატომ არის ბიზნეს იდეა მნიშვნელოვანი?

ბიზნეს იდეა არის კონცეფცია, პროდუქტი ან მომსახურება, რომელიც გარკვეულ ფინანსურ სარგებელს მოიტანს. თუ მეწარმეობა ცდილობს მიაღწიოს სოციალურ მიზანს, გარდა ამისა იყოს კრეატიული და კულტურული, შეიძლება გაგიჩნდეთ კითხვა თუ რატომ არის ბიზნეს იდეა მნიშვნელოვანი.

სინამდვილეში, ბიზნეს იდეა არის ყველა მეწარმეობის საფუძველი, იგი უდაოდ უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე სოციალური მისია, რადგან სოციალური მეწარმეობა უპირველეს ყოვლისა, არის ბიზნესი. სწორედ ბიზნეს იდეა განასხვავებს სოციალურ მეწარმეობას საქველმოქმედო ორგანიზაციისაგან. კომერციული საქმიანობიდან შემოსავლის წყაროს არსებობა საშუალებას აძლევს შემოქმედებით და კულტურულ მეწარმეობას, დაიცვას საკუთარი დღის წესრიგი, ადგილობრივი, რეგიონალური ან ეროვნული მთავრობის და სხვა ორგანიზაციების მხრიდან ჩარევისგან, რომელთაც სურვილი აქვთ ზეგავლენა მოახდინონ თქვენს მიმართულებასა და მისიაზე.

2. იდეების შემუშავება

იდეების შემუშავება პირველი ნაბიჯია, საკუთარი მეწარმეობის წამოწყებისას, ქვემოთ მოცემული რამდენიმე მეთოდი კი წინსვლაში დაგეხმარებათ:

- **ოჯახი** - ხშირად მეწარმეები შთაგონების წყაროს საკუთარ ოჯახში პოულობენ. გაატარეთ გარკვეული დრო ოჯახთან ერთად, ესაუბრეთ მათ, დაუსვით კითხვები და დააკვირდით რა მოხდება.
- **მეგობრები** - თქვენი მეგობრები შეიძლება აღმოჩდნენ ისეთივე ღირებული რესურსი, როგორც ოჯახი.
- **რა გაღიზიანებთ?** - ალბათ ბევრჯერ ყოფილა მომენტი, როცა გაუღიზიანებიხართ პროდუქტს ან მომსახურებას. იფიქრეთ ამ სიტუაციებზე და ჰკითხეთ საკუთარ თავს, რატომ გაღიზიანდით. ბრეინსტორმინგის ტექნიკით თქვენ შეძლებთ მიაგნოთ ამ პრობლემას და მოიფიქროთ მისი გადაჭრისა და უკეთესად მოგვარების გზები.
- **ჰობი** - რა არის თქვენი ჰობი/ინტერესის სფერო? შეიძლება კი ერთ-ერთი მათგანი აქციოთ შემოსავლის, ბიზნესის წყაროდ?

- **მოგზაურობა** - მოგზაურობა უკეთეს პერსპექტივას მოგცემთ მსოფლიოს მასშტაბით და გაგზრდით თქვენ, როგორც პიროვნებას. შესაძლოა აღმოაჩინოთ ისეთი რამ, რაც კარგად მოიკიდებს ფეხს და იმუშავებს თქვენს ქვეყანასა თუ რეგიონში. ამასთანავე, მოგზაურობისას შესაძლებელია შეხვდეთ მომავალ პარტნიორებს.
- **არასოდეს მოდუნდე** - პირიქით, ადგილობრივი გარემოს ცოდნითა და შესწავლით შეიძლება აღმოაჩინოთ თქვენთვის სასურველი ინსპირაცია.
- **შეისწავლეთ არსებული მომსახურება და პროდუქტები** - ინოვაცია მოდის ყოველდღიური განვითარებიდან. დააკვირდით რა არის თქვენ გარშემო და იკითხეთ, „რისი გაკეთება შემიძლია უკეთესად?“
- **იფიქრეთ ძილში** - ხშირად ყველაზე კრეატიულები ძილში ვართ. გაღვიძებისთანავე ჩამოწერეთ იდეები.
- **ინტერნეტ კვლევა** - ხელთ უზარმაზარი ცოდნა გაქვთ, გამოიყენეთ იგი!

მოდით ვცადოთ, აიღეთ ფანქარი და დაიწყეთ ვიზუალიზაცია!

1. ჩამოწერეთ თქვენი ბიზნეს იდეები, როგორც გსურთ.
2. დაადგინეთ, უარსებია თუ არა ამ ტიპის ბიზნესს ადრე, და თუ მანამდე არავის გაუკეთებია ეს, იფიქრეთ შესაძლებელია თუ არა იდეის განხორციელება.
3. ჩამოაყალიბეთ ამ იდეის დადებითი მხარეები (ეს ნამდვილად სასარგებლოა / დასვით კითხვა: გახდის კი ეს საზოგადოების ცხოვრებას უკეთესს?) ან ის თუ, რა შეგიძლიათ გააკეთოთ არსებული პროდუქტის / ბიზნესის გასაუმჯობესებლად.
4. დაწერეთ ამ იდეის უარყოფითი მხარეები (ძალიან ძვირი ხომ არ არის? / არსებობს კი ტექნოლოგია?)

Ideas	Has the idea been done before? (Y/N)	Advantages or positive impact of this idea	Disadvantages or negative impact of this idea

3. ბიზნეს იდეის შეფასება

ბიზნეს იდეის შექმნის შემდეგ მნიშვნელოვანია, რომ ის უფრო დეტალურად განიხილოთ და უზრუნველყოთ მისი სიცოცხლის უნარიანობა, დარწმუნდეთ მის ღირებულებაში.

სიცოცხლის უნარიანობა გულისხმობს ბიზნესის პოტენციალის და მოგების შენარჩუნებას დროის ხანგრძლივ პერიოდში. იმისათვის, რომ ბიზნესი გადარჩეს, იგი ყოველწლიურად უნდა ზრდიდეს შემოსავალს. რაც უფრო დიდხანს შეძლებს კომპანია დარჩეს მომგებიანი, მით უკეთესი იქნება მისი სიცოცხლისუნარიანობა.

არსებობს სამი კითხვა, რომელიც შეგიძლიათ საკუთარ თავს დაუსვათ, იდეის ეფექტურობის შესაფასებლად:

- რა პრობლემის მოგვარებას ცდილობთ? / რა მიზანს ემსახურება თქვენი პროდუქტი / მომსახურება?
- რა არის გამორჩეული ან ახალი თქვენს პროდუქტსა თუ მომსახურებაში? /გყავთ თუ არა კონკურენტები ამ ბიზნესში? თუ ასეა, რით განსხვავდება თქვენი მიდგომა? თუ არა, რატომ?

- ვინ გადაიხდის თანხას იმაში, რასაც აკეთებთ? / არსებობს თუ არა ამ სფეროს ბაზარი?

მნიშვნელოვანია იმის უზრუნველყოფა, რომ შემოქმედებითი და კულტურული საწარმოს მხარდამჭერი ბიზნეს იდეა სიცოცხლისუნარიანი და მდგრადი იყოს. კრეატიული და კულტურული ბიზნესი ვერ შეძლებს მიაღწიოს მის შემოქმედებით, კულტურულ და სოციალურ ამბიციებს. თუ იგი ვერ შეძლებს ფინანსურად დაეხმაროს საკუთარ თავს, სწორედ ამისათვის გამოიყენება ბიზნეს იდეა სოციალური მეწარმეობის წარმატებისთვის.

4. სოციალური მისია

ის, რაც შემოქმედებით და კულტურულ მეწარმეობას ნორმალური ბიზნესისგან განასხვავებს, არის მისი სოციალური მისია, კულტურული და შემოქმედებითი მიდგომა. ჩვენ დაგეხმარებით იმის გაგებაში, თუ რა არის სოციალური მისია და როგორ უნდა შეეცადოს სოციალური მეწარმეობა მის მიღწევას. ასევე განვიხილავთ, თუ როგორ უნდა მართოთ ურთიერთობები, განსაკუთრებით თქვენს ბენეფიციარებთან და პარტნიორებთან.

მსოფლიოში არსებობს უამრავი სხვადასხვა სოციალური პრობლემა, რომელთა წინაშეც საზოგადოება დგას, აქ მოცემულია რამდენიმე მაგალითი, თუ რას ვგულისხმობთ, როდესაც ვახსენებთ სოციალურ საკითხებს:

- ლტოლვილებისა და მიგრანტების დიდი რაოდენობა
- ახალგაზრდების უმუშევრობის მაღალი დონე
- ხანდაზმული მოსახლეობა
- უსახლკარობის მაღალი დონე.

ზემოთ ჩამოთვლილი პრობლემები ზოგადია, რომლებიც გავლენას ახდენენ ბევრ ქვეყანაზე, თუმცა შეიძლება არსებობდეს სოციალური საკითხები, რომლებიც მხოლოდ თქვენი ადგილობრივი მხარისთვის იყოს დამახასიათებელი. ბიზნეს იდეისგან განსხვავებით, სოციალური მეწარმეების უმეტესობა არ „ირჩევენ“ სოციალურ საკითხს, ისინი ორიენტირდებიან ისეთ საკითხზე, რომელთანაც მეტ-ნაკლებად შეხება აქვთ.

სოციალური პრობლემები არის სოციალური მეწარმეობის მთავარი მამოძრავებელი, სწორედ ამიტომ მისი არსებობა და ქმედებები მიმართული უნდა იყოს სოციალური პრობლემის მაქსიმალურად მოგვარებისკენ.

სოციალური პრობლემის იდენტიფიცირებისას უნდა გაითვალისწინოთ, ეხმიანება თუ არა თქვენი გამოსავალი ძირეულ მიზეზს, ან გამომდინარეობს თუ არა ეს უფრო ფართო პრობლემიდან. მაგალითად, თუ თქვენი სოციალური საწარმო ახდენდა უნარშეზღუდული და უსახლკარო ადამიანების გადამზადებას, ეხმარებოდა მათ სამუშაოს პოვნაში, ეს ვერ აღმოფხვრიდა ხალხის პრობლემას, რაც საცხოვრებლის არ ქონას უკავშირდებოდა, ასევე ეს ვერ აღკვეთდა მათ უმუშევრობის პრობლემას.

ამასთან, ზოგიერთი საკითხისათვის ძნელი იქნებოდა ძირეული მიზეზის მოგვარება. მაგალითად, ლტოლვილთა და მიგრანტთა პრობლემები გამოიწვია გეოპოლიტიკურმა მოვლენებმა, რომელთა გადაჭრა თქვენი მხრიდან ნაკლებად სავარაუდოა. მიუხედავად ამისა, საკითხავია შეუძლია თუ არა სოციალურ მეწარმეობას ამ საკითხის შემსუბუქება მაინც.

მთავარია პრობლემის ძირეული მიზეზის მოგვარება, სადაც ეს შესაძლებელია, თუმცა არანაკლებ მნიშვნელოვანია დადებითი გავლენის მოხდენა ყველა სფეროში შეძლებისდაგვარად.

Social Issue	Business
Homelessness	Tour Guiding Business
Youth Unemployment	Café/Restaurant
Refugees and Migrants	Grocery Store
Disabled Adults	Magazine/Newspaper
Vulnerable Elderly People	Upcycling Shop
Indigenous Populations	Art Gallery

ბიზნეს იდეის შემუშავება

მას შემდეგ, რაც შეიმუშავებთ შემოქმედებით ბიზნეს იდეას და სოციალურ მისიას, უნდა ჩამოაყალიბოთ თქვენი იდეა და აქციოთ ის რეალობად. ამისათვის თქვენ უნდა გესმოდეთ ღირებულება, რომელსაც ქმნით.

„კ / კ მ“ ეყრდნობა სამმაგ ძირს, რათა შეაფასონ მათ მიერ შექმნილი ფასეულობები და მათი გავლენა. ეს კიდევ ერთი ფაქტორია, რაც მას განასხვავებს ნორმალური ბიზნესისგან.

გარდა ამისა, იმისათვის, რომ განსაზღვროთ პრაქტიკული ნაბიჯები, რომლებიც უნდა გადადგათ თქვენი ბიზნესის შესაქმნელად, უნდა გააცნობიეროთ თქვენი ხედვა, მისია და დაისახოთ მიზნები.

1. სამმაგი ხაზის მოგების შექმნა

სამმაგი ხაზი არის მოსაზრება, რომლის მიხედვითაც კომპანიები უნდა ფოკუსირდნენ სამ სხვადასხვა ძირითად ხაზზე:

- **პირველი არის მოგება** - ნებისმიერი კომპანიის მოგებისა და ზარალის ანგარიშის ტრადიციული გამოთვლა.
- **მეორე ხალხია** - იდენტიფიცირება, თუ რამდენად სოციალურად პასუხისმგებლიანია კომპანია თავის საქმიანობის განმავლობაში.
- **მესამე და საბოლოო არის პლანეტა** - რამდენად ეკოლოგიურად პასუხისმგებელიანია ორგანიზაცია.

ასე რომ, თუ უკვე გაქვთ ბიზნეს იდეა დროა განსაზღვროთ თქვენი სოციალური მისია. ახლა თქვენ უნდა გაითვალისწინოთ, თუ როგორ გააერთიანებთ ამ ყველაფერს სოციალურ საწარმოში, რათა შექმნათ სამმაგი ხაზის მოგება.

ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე წარმატებული მოდელი, რომელიც მრავალი „კ /კ -მ“-ის მიერ იქნა გამოყენებული სხვადასხვა დროს:

- **ჯვარედინი კომპენსაცია** - მომხმარებელთა ერთი ჯგუფი იხდის მომსახურების საფასურს. ამ ჯგუფის მოგება გამოიყენება სხვა მომსახურების სუბსიდირებისთვის.
- **მომსახურების საფასური** - ბენეფიციარები იხდიან უშუალოდ „კ/კ მ“-ის მიერ მოწოდებული პროდუქტის ან მომსახურების საფასურს.
- **დასაქმების და უნარ-ჩვევების სწავლება** - ძირითადი მიზანია ბენეფიციარებისთვის შემოსავლის წყაროს არსებობა, უნარების განვითარება და დასაქმებულთა გადამზადება.
- **საბაზრო შუამავალი** - „კ /კ მ“ მოქმედებს, როგორც შუამავალი ან დისტრიბუტორი გაფართოებულ ბაზარზე. ბენეფიციარები წარმოადგენენ იმ პროდუქტის / მომსახურების მომხმარებლებს, რომელიც ვრცელდება საერთაშორისო ბაზარზე.
- **ბაზრის მაკავშირებელი** - „კ/ კ მ“ ხელს უწყობს სავაჭრო ურთიერთობებს ბენეფიციარებსა და ახალ ბაზრებს შორის.

- **დამოუკიდებელი მხარდაჭერა** - „კ/ კ მ“ აწვდის პროდუქტს ან მომსახურებას გარე ბაზარს, რომელიც გამოყოფილია ბენეფიციარებისგან და წარმოქმნილი სოციალურ გავლენისგან. ფულადი რესურსები გამოიყენება ბენეფიციარებისთვის სოციალური პროგრამების მხარდასაჭერად.
- **კოოპერატივი** - სამეწარმეო ან არაკომერციული ბიზნესი, რომლის მფლობელებიც ასევე იყენებენ მის მომსახურებას, რომელიც უზრუნველყოფს პრაქტიკულად ნებისმიერი სახის საქონელის ან მომსახურების წარმოებას. თქვენ ვერაფერი შეგაჩერებთ თავი მოუყაროთ ერთ ან რამდენიმე მაგალითს და შექმნათ საკუთარი მოდელი, რადგან „კ /კ მ“ აგებულია ინოვაციებზე!

2. სვოტ ანალიზი

შეიტყვეთ რა მუშაობს კარგად, და რა საჭიროებს დახვეწას. ჰკითხეთ საკუთარ თავს, სად გსურთ წასვლა, როგორ შეიძლება იქ მოხვდეთ და რა შეიძლება გზაზე გადაგეღობოთ. ეს ნამდვილად ფართო საკითხია და თქვენ დაგჭირდებათ ძლიერი, მაგრამ მარტივი ტექნიკა, რომელშიც დაგეხმარებათ: „სვოტ“ ანალიზი.

მოდით განვსაზღვროთ და გავეცნოთ სვოტ ანალიზს.
„სვოტ“- იშიფრება როგორც სიძლიერე, სისუსტე, შესაძლებლობები და საფრთხეები. ამგვარად „სვოტ“ ანალიზი არის თქვენი ბიზნესის ამ ოთხი ასპექტით შეფასების ტექნიკა.

თქვენ შეგიძლიათ გამოიყენოთ „სვოტ“ ანალიზი, რათა მიიღოთ მაქსიმალური სარგებელი უკვე არსებული მასალებიდან და გამოიყენოთ ორგანიზაციის წინსვლაში. თქვენ შეგიძლიათ შეამციროთ წარუმატებლობის შანსები, იმის გარკვევით, თუ რა ნაკლოვანებები აქვს კომპანიას და აღმოფხვრათ ის საფრთხეები, რომლებიც თქვენდაუნებურად შეიძლება არსებობდეს.

უმჯობესი იქნება შეიმუშაოთ სტრატეგია, რაც განსხვავებული და გამორჩეული იქნება თქვენი კონკურენტებისგან, ამ გზით შეძლებთ ბაზარზე წარმატებით მოღვაწეობას.

S	W	O	T
STRENGTHS	WEAKNESSES	OPPORTUNITIES	THREATS
• Things the company does really well • Qualities and characteristics which give you an advantage over the competition • Internal resources such as dedicated and knowledgable staff • Assets such as capital, intellectual property, etc.	• Things the company lacks • Things the competition does better • Limited resources	• Untapped or underserved markets • Few competitors • Growing demand for your products or services • Positive press/media coverage • Goodwill amongst target audience	• New competition • New industry and/or regulatory standards • Negative press/media coverage • Lack of goodwill

გამოიყენეთ „გონებრივი იერიშის“ ტექნიკა იდეების ჩამონათვალის შესაქმნელად, განსაზღვრეთ თუ რა სტადიაზე იმყოფება თქვენი ორგანიზაცია ამჟამად. ყოველ ჯერზე, როდესაც აღმოაჩენთ ძლიერ მხარეს, სისუსტეს, შესაძლებლობას ან საფრთხეს, ჩაწერეთ ის ცხრილის შესაბამის ველში.
იმის გასარკვევად, თუ რომელი იდეა რა ნაწილს მიეკუთვნება, შეიძლება სასარგებლო იყოს ძლიერი და სუსტი მხარეების, როგორც შიდა ფაქტორებად მოსაზრება(ორგანიზაციასთან, მის აქტივებთან, პროცესებთან და ხალხთან დაკავშირებით). ხოლო შესაძლებლობებზე და საფრთხეებზე იფიქრეთ, როგორც გარე ფაქტორებზე, რომლებიც გამომდინარეობს ბაზრიდან, კონკურენციიდან და ფართო ეკონომიკიდან.

3. ხედვა, მისია და მიზნები

ჩვეულებრივი ბიზნესის მსგავსად, სოციალურ საწარმოებსაც სჭირდება დაგეგმარება. თქვენ უნდა გესმოდეთ რისი მიღწევა გსურთ სოციალური საწარმოს საშუალებით და მხოლოდ შემდეგ გაარკვიოთ, თუ როგორ მიაღწევთ მას და რა პრაქტიკული ნაბიჯების გადადგმას აპირებთ.

ამის მისაღწევად და გეგმის შესაქმნელად, უნდა გამოჰყოთ სამი საკითხი, რომელიც ნამდვილად გასათვალისწინებელია: ხედვა, მისია და მიზნები.

- **ხედვა** - ხედვა არის თქვენი სოციალური საწარმოს მთავარი შედეგი, ის შეიძლება არ იყოს კონკრეტული, მაგრამ უნდა აღწერდეს თქვენს ამბიციებს. იფიქრეთ მომავალზე, როგორ ან რატომ იქნება სამყარო განსხვავებული თქვენი ბიზნესის მიღწევების წყალობით?

- **მისია** - თქვენი მისია უფრო კონკრეტული უნდა იყოს, რის მიღწევას ცდილობთ?

- **მიზნები** - მიზნები არის პრაქტიკული ნაბიჯები, რომელიც უნდა გადადგათ მისიის მისაღწევად და ხედვის შესასრულებლად. რა ქმედებები უნდა გაატაროთ და რა ვადებში?

მიზნები ბიზნესის /ცხოვრების ყველა ასპექტის ნაწილია და გვეხმარება მიმართულების, მოტივაციის, მკაფიო აქცენტის შეგრძნებასა და მნიშვნელობის გარკვევაში. მიზნების დასახვით, თქვენ საკუთარ თავს უჩვენებთ თუ რას უნდა ესწრაფოთ მიზნის მისაღწევად.

„სმარტ“ მიზანი - გამოიყენება მიზნების დასახვისთვის. ეს არის აბრევიატურა, რომელიც გულისხმობს სპეციფიკურ, გაზომვად, მიღწევად, რეალისტურ და დროულ მიზანს.

- **სპეციფიკური** - სპეციფიკურ მიზნებს აქვთ განხორციელების გაცილებით დიდი შანსი.

მაგალითად, ზოგადი მიზანია ”მე მსურს დავუკრა მელოდია”. უფრო კონკრეტული მიზანი იქნება ”მე მსურს ერთი წლის განმავლობაში ჩავატარო

მუსიკის გაკვეთილები ჩემს ადგილობრივ საზოგადოებრივ ცენტრში, რომ პოპულარიზაცია გავუწიო მუსიკას მოსახლეობაში”.

- **გაზომვადი** - მიზანს უნდა ჰქონდეს კრიტერიუმები პროგრესის გასაზომად. თუ არ არსებობს კრიტერიუმები, ვერ შეძლებთ განსაზღვროთ პროგრესი და მიზნის მისაღწევი გზის სისწორე.

მაგალითად, ზემოთ მოცემულ კონკრეტულ მიზანზე დაყრდნობით: ”ზაფხულის პერიოდში მე ვატარებ მუსიკის გაკვეთილებს ჩემს ადგილობრივ საზოგადოებრივ ცენტრში, რათა პოპულარიზაცია გავუწიო მუსიკას ახალგაზრდებში. გაკვეთილები ჩატარდება კვირაში სამჯერ”.

- **მიღწევადი** - მიზანი უნდა იყოს მიღწევადი. ეს დაგეხმარებათ გაარკვიოთ, თუ როგორ შეგიძლიათ განახორციელოთ მიზანი და იმუშაოთ ამ მიმართულებით. მიზნის მიღწევა უნდა გახადოთ გამოწვევად საკუთარი თავისთვის, რაც უდაოდ მიზნის მიღწევას გულისხმობს.

- **რეალისტური** - მიზანი უნდა იყოს რეალისტური, რომლის მიღწევაც შესაძლებელი უნდა იყოს არსებული რესურსებითა და დროით. რეალისტურად მიიჩნევა იდეა თუ თავად გჯერათ, რომ მისი შესრულება შესაძლებელია.

- **დრო** - მიზანი უნდა იყოს დროში განსაზღვრული, რადგან მას აქვს დაწყებისა და დასრულების თარიღი. თუ მიზნის მისაღწევად დრო არ არის შეზღუდული, შესაბამისად არ გექნებათ მოტივაცია ამ მიზნის მისაღწევად.

მაგალითად, ზემოთ მოცემულ კონკრეტულ მიზანზე დაყრდნობით: ”ზაფხულის პერიოდში მე ჩავატარებ მუსიკის გაკვეთილებს ადგილობრივ საზოგადოებრივ ცენტრში, რომ პოპულარიზაცია გავუწიო მუსიკას ახალგაზრდებში. გაკვეთილები ჩატარდება კვირაში სამჯერ. პირველი გაკვეთილი ჩატარდება 2020 წლის 1 ივნისს. ”

თქვენი ხედვისა და მისიის ურთიერთთანამშრომლობა განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მომხმარებლებთან და პოტენციურ აუდიტორიასთან ურთიერთობისას. ეს ასევე დაგეხმარებათ პარტნიორების მოზიდვაში, არ უნდა ელოდოთ რომ ვინმე თქვენთან პარტნიორობის სურვილს გამოთქვამს იმ შემთხვევაში თუ თქვენ ზუსტად ვერ აღწერეთ რის მიღწევას აპირებთ.

იპოვნეთ თქვენი სამიზნე ჯგუფი/აუდიტორია

საკუთარი ბიზნესის წამოწყებისას ერთ–ერთი ყველაზე დიდი შეცდომა, რომელიც შეიძლება დაუშვათ, არის ის, რომ ცდილობთ ყველას მოერგოთ. ნაცვლად იმისა, რომ ყველასთან მარკეტინგის გზით მიაღწიოთ წარმატებას, განსაზღვრეთ თქვენი სამიზნე აუდიტორია. თქვენი სამიზნე აუდიტორიის პოვნა მოითხოვს,თქვენი მხრიდან საკუთარი თავის მათ ადგილზე წარმოდგენას. მზად ხართ?
მაშინ მიჰყევით ძალიან მარტივ ნაბიჯებს, რაც საშუალებას მოგცემთ შეარჩიოთ სწორი სამიზნე ჯგუფი და იყოთ უფრო წარმატებული, ვიდრე ოდესმე წარმოგედგინათ.

1. შეისწავლეთ თქვენი სამიზნე ჯგუფი

თქვენი აუდიტორიის, როგორც ხალხით სავსე ოთახის წარმოდგენა არ არის მიზანშეწონილი. ნაცლად ამისა, თქვენ უნდა იფიქროთ ამ ოთახში შემავალ ინდივიდებზე. ამის გაკეთება შეგიძლიათ მომხმარებელთა ბაზის შექმნით. ეს უბრალოდ გამოგონილი პერსონაჟებია, რომლებიც საუკეთესოდ ერგებიან თქვენს სამიზნე ბაზარს.

სახელი: მერი სტარკი
ასაკი: 23
ოჯახური მდგომარეობა: გაუთხოვარი.
ბავშვები - არა
განათლება: კოლეჯი
პროფესია - ადგილობრივი არასამთავრობო ორგანიზაციის მოხალისე
თანამდებობა: უმუშევარი
საცხოვრებელი: ქალაქის გარეუბანში მდებარე საერთო საცხოვრებელი
მოსწონს: მოგზაურობა, მუსიკალური ფესტივალები და ბანაკი
არ მოსწონს: კორპორაციები და სწრაფი კვების ობიექტები
რა სჭირდება მას- დასაქმება, განათლება და კულტურის სფეროში ინეგრაცია, სოციალური მედია- Facebook და Twitter

რა თქმა უნდა, შეგვიძლია ვაწარმოოთ უფრო ღრმა კვლევა, ვიდრე ზემოთ მოყვანილ მაგალითშია და მარკეტინგულ გეგმას დავამატოთ რამდენიმე დამატებითი პერსონაჟი, მაგრამ აუდიტორიის პერსონალიზაციის გზით, უნდა გესმოდეთ იმ ადამიანების, ვინც თქვენს სოციალურ საწარმოსთან გადაკვეთაში მოვა.

2. ქსელი და კვლევა

თქვენ გყავთ მეგობრები სოციალურ მედიაში, თქვენს მეგობრებსაც ჰყავთ მეგობრები, რომლებსაც ასევე ჰყავთ მეგობრები…. დაუკავშირდით თქვენს მეგობრებს სოციალურ ქსელებში და მოუწოდეთ მათ და მათ მეგობრებს, რომ მოიწონონ თქვენი გვერდი.
ფეისბუქის გვერდი ან გუგლი საშუალებას მოგცემთ გაეცნოთ თქვენს ქსელებს, ნახოთ თუ როგორ შეგიძლიათ მოიძიოთ ინფორმაცია და გამოიყენოთ იგი თქვენივე სასიკეთოდ. შეიძლება ასევე დაგჭირდეთ ეშმაკობის გამოყენება და გარკვევა თუ რას აპირებენ თქვენი კონკურენტები, ვისთან საუბრობენ, როგორ კომუნიკაციას ამყარებენ და რისი გაკეთება შეგიძლიათ სხვანაირად.

3. მოახდინეთ ცვლილება მათ ცხოვრებაში

ჩამოყალიბდით თუ რას სთავაზობთ საზოგადოებას. რატომ მოვა პოტენციური მომხმარებელი თქვენთან კონკურენტთან წასვლის სანაცვლოდ? არის ეს უმაღლესი ხარისხის პროდუქტები და მომსახურება, არის თუ არა განსაკუთრებული ნიშა, რომელიც თქვენ აღმოაჩინეთ, ხართ თუ არა უნიკალურები? თუ ბაზარზე ხარვეზს ხედავდით, იყავით ის ადამიანი, ვინც მასზე ხმას ამოიღებს და ეცდება მის აღმოფხვრას. შეეცადეთ რაიმე ახალი ან უნიკალური წარმოადგინოთ, წინააღმდეგ შემთხვევაში თქვენ ვერ შეძლებთ კონკურენცია გაუწიოთ დიდიხნის ფეხმოკიდებულ ბიზნესს ფასთან მიმართებაში.

4. შინაარსი

გახადეთ თქვენი შინაარსი მომხმარებლისთვის შესაფერისი. დაე, უპასუხეთ მათ კითხვებს, ზოგადი ინფორმაციის მიწოდების ნაცვლად. თქვენი საგანმანათლებლო და პროფესიონალური ცოდნა არ დაგვეხმარება ცხოვრების გაადვილებაში. აკონტროლეთ თუ რას აქვეყნებთ იმისთვის, რომ გაიგოთ რა მოსწონს და რა არა საზოგადოებას. ამისათვის არსებობს უამრავი ონლაინ ინსტრუმენტი, რომლის გამოყენება შეგიძლიათ, მათ შორის ‘’გუგლი’’. მას შემდეგ, რაც გაიგებთ თუ რისი წაკითხვა ან ნახვა მოსწონს ხალხს, შეგიძლიათ მომავალი შეტყობინებები სწორედ მათ სურვილებს მოარგოთ.

5. გამოკითხვები

ნუ იქნებით იმაში დარწმუნებული, რომ იცით, რა სურს ხალხს. შეიტყვეთ მათგან, ჩართეთ ისინი პროცესში, აწარმოეთ გამოკითხვები, რაც მოგაწვდით ახალ იდეებს, რათა თქვენი ონლაინ აქტიურობა უფრო ძლიერი და აქტუალური გახადოთ. თქვენ ასევე შეგიძლიათ გამოიყენოთ პროგრამები, როგორიცაა „ქლიქინსაითი“, „სერვეი მანქი“. შეგიძლიათ გააგზავნოთ ელ.შეტყობინებები თქვენს მომხმარებლებთან ყოველ ორ თვეში ან ექვს თვეში ერთხელ, დაუსვათ პირდაპირი კითხვები და შეიტყოთ მათგან თუ რა აინტერესებთ მათ.

6. დაუახლოვდით თქვენს მიმდევრებს

ერთი რამ, რაც ხალხს ინტერესს უკარგავს, არის სოციალური მედიის გვერდის მფლობელთან ურთიერთობის ნაკლებობა. დარწმუნდით, რომ ყურადღებით აკვირდებით თქვენს გვერდებს და გამოეხმაურეთ შეკითხვებს ან კომენტარებს. დიახ, თუნდაც მტკივნეულ ან ბოროტ კომენტარებს. იაქტიურეთ სხვადასხვა შესაბამის ჯგუფებში; ეს დაგეხმარებათ უკეთესად გაეცნოთ მათ სურვილებს. გააკეთეთ მინი გამოკითხვები საინტერესო საკითხებზე, თუნდაც ეს არ იყოს დაკავშირებული თქვენს ბიზნესთან. ძირითადი მისია არის თქვენს სოციალურ გვერდებზე მომხმარებელთა აქტიურობა.

7. იყავით ყურადღებით

დრო დაუთმეთ თქვენი აუდიტორიის გაცნობას და მზად იყავით შექმნათ მათთვის მიმზიდველი სამყარო, რაც მათ მიაჯაჭვებს თქვენს სოციალური მედიის გვერდებს. გახსოვდეთ, შექმენით პუბლიკაციები, რომელიც ფოკუსირდება მათ საჭიროებებზე და ინტერესებზე.

ჩამოაყალიბეთ აქტუალური კითხვების სია, რომლებიც ხშირად ისმებოდა სოციალური მედიის გვერდებზე და ელექტრონული ფოსტის საშუალებით. მიაწოდეთ ინფორმაცია, თუ როგორ დაეხმარება თქვენი ინიციატივა მათ პრობლემების მოგვარებაში; მომხმარებლის სურვილია გაიგოს, თუ როგორ შეცვლის პროდუქტი მის ცხოვრებას და არა ის თუ რა თვისებები აქვს პროდუქტს.

და ბოლოს, უბიძგეთ მათ "მოქმედებისკენ", მაგალითად, გამოიწერონ თქვენი „YouTube“ არხი ან გამოგყვნენ „Instagram“- ზე. ამ გზით შეძლებთ შექმნათ სოციალური მედიის საზოგადოება და უფრო მეტი ადამიანი ჩართოთ თქვენს გვერდებზე.

შექმენით თქვენი ბიზნეს გეგმა

“გეგმები უსარგებლოა, მაგრამ დაგეგმვა ყველაფერია.”

დუაიტ დ. ეიზენჰაუერი

მოდით გავითვალისწინოთ ამერიკული არმიის გენერლის სიტყვები, როგორც კარგი რჩევა და ერთად განვახორციელოთ მომავალი სოციალური და კულტურული მეწარმეობის წარმატებული დაგეგმარება.

გვინდა შემოგთავაზოთ ბიზნეს გეგმის მონახაზი, როგორც სოციალური და კულტურული მეწარმეობის ბიზნეს გეგმის კვლევის, დაგეგმვისა და წერის სახელმძღვანელო.

ქვემოთ არსებულ მონაკვეთებში მოცემულია გეგმის რუქა. საქმიანი გეგმის უმეტესობა მოიცავს ამ სექციებიდან ყველას, თუმცა დეტალების ხანგრძლივობა და რაოდენობა განსხვავდება. ეს დამოკიდებულია საწარმოს ხასიათზე, ორგანიზაციის სირთულეზე, გეგმის მიზანსა და სამიზნე ჯგუფზე.

ძირითადი შინაარსი

ძირითადი შინაარსი ყველაზე მნიშვნელოვან ინფორმაციას აწვდის კლიენტს, რომელმაც უნდა გაიგოს და მხარი დაუჭიროს კონცეფციას, მაგრამ არ უნდა იცოდეს დეტალური გეგმები.

- ორგანიზაციული აღწერა
- ბიზნეს კონცეფცია
- ბაზრის აღწერა
- ღირებული წინადადება, ან კონკურენტული უპირატესობა
- წარმატების ძირითადი ფაქტორები
- ფინანსური მაჩვენებლები და კაპიტალის მოთხოვნები

მისია

სოციალურ და კულტურულ მეწარმეობაში ნათლად უნდა იყოს ნათქვამი მისია, ხედვა და ღირებული შეთავაზება, რაც ზემოთ უკვე განვიხილეთ. ზოგიერთი ცვლილების თეორიასაც მოიცავს. მისიაზე მორგება გადამწყვეტი საკითხია.

- ორგანიზაციის მისიის/ ხედვის გაცხადება
- სოციალური საწარმოს ურთიერთმიმართება ორგანიზაციულ/ან ინდივიდუალურ მისიასთან

წინაპირობა და სტრუქტურა

ამ განყოფილებაში შეჯამებულია ორგანიზაციის ისტორია, პროგრამები და თუ როგორ დააკმაყოფილებს ის ორგანიზაციის უფრო დიდ მოთხოვნებს. ფორმა უნდა შეესაბამებოდეს ფუნქციას. სამართლებრივმა სტრუქტურამ ხელი უნდა შეუწყოს საწარმოს მიზანსა და საქმიანობას.

- მოკლე აღწერა, კონტექსტისა და პროგრამების ჩათვლით
- როგორ სტრუქტურირდება ბიზნეს საწარმო ორგანიზაციაში
- სამართლებრივი სტრუქტურა და მმართველობა (საბჭოები, საკონსულტაციო კომიტეტები, ანგარიშგება)

საზოგადოება

ბიზნესში ჩართული საზოგადოება ძალიან მნიშვნელოვანია, განსაკუთრებით კი ინვესტორებისთვის და დონორებისთვის.

- ძირითადი პერსონალი
- მრჩევლები
- მხარდამჭერები/ პარტნიორები
- ორგანიზაციული სქემა
- ადამიანთა რესურსების სამომავლო გეგმა

ბაზრის ანალიზი

ბაზრის ანალიზი ბიზნეს გეგმის საფუძველია და ძალიან ხშირად არ არის საკმარისად შესწავლილი სოციალური საწარმოს დაგეგმვისას. კარგი კვლევაა საჭირო იმისათვის, რომ შევისწავლოთ სამიზნე მომხმარებლები, საწარმოს უნარიანობა ბაზარზე არსებული დაბრკოლებებისა და მოთხოვნების წინააღმდეგ.

- მიმდინარე ბაზრის აღწერა
- სამიზნე ბაზარი და მომხმარებელი
- მომხმარებლის მახასიათებლები

კონკურენციის ანალიზი

ამ სექციაში აღწერილია ბიზნესის კონკურენტები, როგორც არაკომერციული, ასევე კომერციული. ღირებული შეთავაზება, და შემოთავაზებული ბიზნესის საბაზრო უპირატესობა.

- პირველადი კონკურენტები
- კონკურენტული მომსახურება / პროდუქტები
- რისკები და შესაძლებლობები კონკურენტულ ბაზარზე
- შემოთავაზებული პროდუქტის კონკურენტული უპირატესობის / ღირებულების ან მომსახურების სპეციფიკური აღწერა

სერვისები და პროდუქტები

ეს არის პროდუქტის ან მომსახურების მოკლე აღწერა, რომელიც დააკმაყოფილებს ბაზარზე არსებულ მოთხოვნას. სადაც არ არის საჭირო დეტალური აღწერილობა, ფასების სია ან სხვა ჩამონათვალი.

- სერვისების / პროდუქტების აღწერა
- მომსახურების / პროდუქტის განლაგება
- მომავალი სერვისები/ პროდუქტები

მარკეტინგი და გაყიდვები

ამ სექცია აღწერილი იქნება თუ როგორ მიაღწევს ორგანიზაცია მიზნობრივ ბაზარს და გადააქცევს ამ პერსპექტივებს შემოსავლად.

- მარკეტინგული სტრატეგია
- გაყიდვების ტაქტიკა
- რეკლამა, საზოგადოებასთან ურთიერთობა და აქციები
- გაყიდვების პროგნოზის შეჯამება

ოპერაციები

ეს არის სექცია „როგორ?“, სადაც აღწერილია ბიზნეს სერვისის ან პროდუქტის შექმნა და მიწოდება.

- მენეჯმენტის სტრუქტურა
- პერსონალის გეგმა და ძირითადი პერსონალი
- მომხმარებელთა მომსახურება / მხარდაჭერის სტრატეგია და გეგმა
- საჭირო ობიექტები, მათ შორის სპეციალური აღჭურვილობის შეძენა და გაუმჯობესება

შეფასება და განსაზღვრა

მოგებაზე არაორიენტირებული ბიზნესი საკუთარ წარმატებას ფინანსური შედეგებით აფასებს. გახსოვთ? სოციალურ საწარმოებს აქვთ სამმაგი ხაზი. ამ ნაწილში მოცემულია ის ფაქტორები, რომლებიც გამოიყენება საწარმოს თითოეული ასპექტის წარმატების შესაფასებლად.

- რაოდენობრივი ფინანსური მიზნები
- მისიის მიზნები
- მონიტორინგისა და შეფასების სტრატეგია

ფინანსური გეგმა და პროგნოზები

ფინანსური განყოფილება მოიცავს პროგნოზს შემოსავლისა და ხარჯების შესახებ მინიმუმ სამი წლის განმავლობაში. ამ განყოფილებაში აღწერილია აღჭურვილობის, ინვენტარის, საწყისი მარკეტინგის და პერსონალისათვის აუცილებელი ხარჯები. ეს მოთხოვნები შეიძლება დაფინანსდეს არაკომერციული შენატანებით, გრანტებით და ა.შ.

- დაიწყეთ ხარჯების გაზრდა, ინვესტირება აღჭურვილობაში /ტექნიკაში
- კაპიტალის მოთხოვნები და წყაროები
- შემოსავლისა და ხარჯების პროექცია
- ფულის ბრუნვა და პროგნოზები
- ვარაუდები და კომენტარები

რისკები

დაადგინეთ ძირითადი რისკები და როგორ ხდება მათი შემცირება. ყოველთვის წარმოადგინეთ შესაძლო გადაწყვეტილებები, რაც შემუშავებული გაქვთ რისკების მართვისთვის.
არსებობს ორი სახის რისკი:

- გარეგანი რისკები
- შინაგანი რისკები

გაყიდეთ თქვენი იდეა

ხშირად ხედვის ან იდეის ქონა საკმარისი არ არის. მრავალი აუცილებელი ნაბიჯი უნდა გადაიდგას და შეფასდეს ყველაფერი, რომ იდეა გადავაქციოთ გაზომვად წარმატებად. გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ინფორმაციული სიჭარბის დროს, ხალხის ყურადღება არ შეიძლება იყოს მიმართული ერთდროულად ყველა კომპონენტისკენ, არამედ ხალხის გონება მოქმედებს შერჩევითობის პრინციპით, რათა დავიცვათ თავი ზედმეტი ინფორმაციისგან.

ეს არის მყარი ჭეშმარიტება, რომლის წინაშეც ადრე თუ გვიან ყველა მეწარმე აღმოჩნდება - ადამიანთა რიცხვი, ვინც შეიძლება თქვენი შეთავაზებით დაინტერესდეს ძალიან დაბალია, ეს დამოკიდებულია მათ ამჟამინდელ სოციალური სტატუსზე, ემოციური მდგომარეობაზე ან სხვა ფაქტორებზე .

მეწარმისათვის, როდესაც ისი აყალიბებს იდეებს, მნიშვნელოვანია სამიზნე ჯგუფი, რომელზეც ზეგავლენას ახდენს იდეა და თავად იდეის განხორციელებაზე მომუშავე ჯგუფთა შესწავლა.

ეს გულისხმობს სოციალური გარემოს, პოტენციური ბენეფიციარების, მომხმარებლების / კლიენტებისა თუ დონორების საჭიროებების შესწავლას. გახსოვდეთ, რომ ყველა იდეამ ან წამოწყებამ უნდა გადაჭრას გარკვეული ტიპის პრობლემა და მუდმივად უნდა იკითხოთ, რა არის პრობლემა რის მოგვარებასაც თქვენ შეძლებთ. სოციალური მეწარმეებისთვის წარმატება იზომება პირველ რიგში იმ სოციალური ეფექტის მიხედვით, რომელსაც ქმნის საწარმო.
მტკიცედ გირჩევთ, დაიწყოთ თქვენი სფეროს კვლევა. იდეის მიზანშეწონილობა ემყარება მის უნიკალურობას, სიახლეს და შესაბამისობას. პროფესიონალური ქსელების საშუალებით ეცნობით, კითხულობთ პროფესიონალურ წყაროებსა და ინდუსტრიის უახლეს ამბებს.

თქვენ უნდა გქონდეთ პასუხები შემდეგი კითხვებზე:

- განახორციელა თუ არა ვინმემ მსგავსი იდეა? თუ მათ წარმატებას ვერ მიაღწიეს, რითია თქვენი იდეა უპირატესი?
- სხვა რა გამოსავალი არსებობს?
  რამდენად დიდია სამიზნე აუდიტორია?
- გრძნობთ თუ არა პასუხისმგებლობას ამ საქმის მიმართ?

გარდა თქვენი იდეისა და სამიზნე ჯგუფების შესწავლისა, უნდა გქონდეთ ცოდნა თემაზე, რათა შეძლოთ იდეა მიმზიდველი ფორმით წარუდგინოთ პოტენციურ კლიენტებს. ეს ძალიან მნიშვნელოვანია და ამის უარყოფამ შეიძლება გამოიწვიოს კარგი იდეების გაუფასურება ან უგულებელყოფა.
აქედან გამომდინარე, არსებობს უამრავი ტექნიკა, რომლსაც უნდა დაეუფლოთ, რომ უკეთესად წარმოადგინოთ იდეები, მაგრამ ჩვენ წარმოგიდგენთ იდეის შეთავაზების სწრაფ მეთოდს.

სარეკლამო იდეის შეთავაზება

კარგი იდეების შედგენა საკმაოდ რთულია, მაგრამ სხვების დარწმუნება ამ საქმეში გაცილებით უფრო რთული. ბევრ სფეროში იდეის გაჟღერებას ისეთ ადამიანებთან, ვისაც შეუძლია დადებითი გავლენა იქონიოს მასზე, იდეის შეთავაზება ეწოდება: პროგრამული უზრუნველყოფის მხატვრული იდეები, განხორციელების სტრატეგიები, ფილმის სცენარები, ორგანიზაციული ცვლილებები და ბიზნეს გეგმები, ეს ყველაფერი ერთი ადამიანიდან მეორეზე შეთავაზებით ხორციელდება.

✓ **დრო კრიტიკულად მნიშვნელოვანია**
რაც უფრო ნაკლები დრო სჭირდება იდეას შეთავაზებისთვის, მით უკეთესი. ბრწყინვალე იდეა არაფერს ნიშნავს, თუ თქვენ ვერ შეძლებთ მის რამდენიმე წამში გადმოცემას. რაც უფრო ლაკონურად გადმოსცემთ სათქმელს, მით უფრო წარმატებული იქნებით.

✓ **გადააქციეთ თქვენი შეთავაზება მოთხრობად**
ისტორიის მოყოლა მსმენლის ყურადღების მიქცევის მეცნიერულად დადასტურებული მეთოდია. გარდა ამისა, ეს თქვენს შეთავაზებას დაუვიწყარს გახდის.

✓ **განმარტეთ, რა არის თქვენი პროდუქტი**
აჩვენეთ თქვენს პოტენციურ ინვესტორებს სურათი ან წარუდგინეთ ნამდვილი პროდუქტი.

✓ **განმარტეთ, რა არის უნიკალური თქვენს პროდუქტსა თუ მომსახურებაში.**

✓ **ვინ არის თქვენი სამიზნე აუდიტორია ?**
გამოიყენეთ დემოგრაფიული და ფსიქოლოგიური მახასიათებლები თქვენი მომხმარებლების დასადგენად. ინვესტორებს აჩვენეთ მომხმარებლის სურათი შესაბამის მონაცემებთან ერთად.

✓ **იყავით ენთუზიაზმით აღსავსე**
თქვენი ენერგიის დონის ამაღლების კარგი ტექნიკაა თუ თქვენთვის კომფორტულ ენერგიას 50 პროცენტით გაზრდით. გადაჭარბებული ენთუზიაზმი არ უკუაგდებს თქვენს დახვეწილობას, გამჭრიახობას, მთლიანობასა და რეალიზმს. ეს მხოლოდ გაამდიდრებს მას.

✓ **კარგი გარეგნობა**
შეგიძლიათ განსაჯოთ პიროვნება იმით, თუ როგორ გამოიყურება იგი. ეს შეიძლება იყოს უსამართლო და უკმაყოფილებასაც იწვევდეს, მაგრამ ჩვენ ვერ უკუვაგდებთ ბუნებრივ ადამიანურ ტენდენციას.

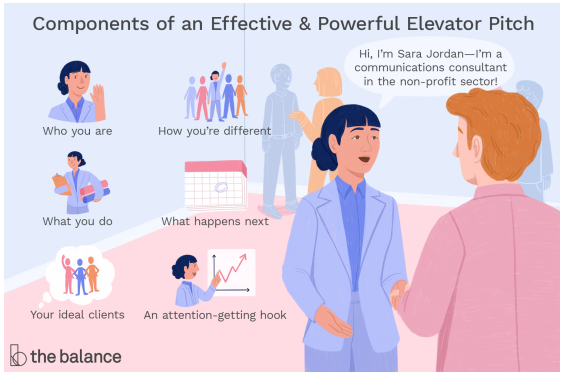
✓ **ივარჯიშეთ შეთავაზებაზე**
დიახ, ისევ.

✓ **მზად იყავით კითხვებზე პასუხის გასაცემად**

მოკლე სარეკლამო შეთავაზება ანუ „ელევეითორ ფიჩ“

ნებისმიერი მეწარმის საქმიანობაში მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ იდეის ან პროდუქტის წარდგენის შესაძლებლობა, არამედ კარგი პრეზენტაციის გაკეთება. ეს შეიძლება სასარგებლო იყოს პოტენციურ დონორებთან ან კლიენტებთან კავშირის დამყარებისას. ძირითადად ეს არის მოკლე გამოსვლა, რომელიც ეხება შემდეგ საკითხებს - ვინ ხართ, რას საქმიანობთ და რისი გაკეთება გსურთ (იმ შემთხვევაში თუ თქვენ ეძებთ სამსახურს).

„ელევეითორ ფიჩ“ - არის გზა, რომელიც საშუალებას გაძლევთ სწრაფად და ეფექტურად გაუზიაროთ თქვენი გამოცდილება და მისია იმ ადამიანებს, ვინც არ გიცნობთ.



✓ სათქმელი უნდა იყოს მოკლე

შეამცირეთ სათქმელი ისე რომ ჩაეტიოთ 30-60 წამში- ეს არის დრო, რაც ლიფტს სჭირდება სართულებს შორის მოძრაობისთვის, სწორედ აქედან გამომდინარეობს სახელიც. საჭირო არაა თქვენი სამუშაო ისტორიისა და კარიერული მიზნების ჩასმა. თქვენი მოხსენება უნდა იყოს მოკლე, ვინ ხართ და რას აკეთებთ.

✓ უნდა იყოთ დამაჯერებელი

მიუხედავად იმისა, რომ დრო შეზღუდულია, გამოსვლა უნდა იყოს დამაჯერებელი, იმისათვის რომ შეძლოთ მსმენლის ინტერესის გაღვივება იდეისა და ორგანიზაციის მიმართ. გაუზიარეთ თქვენი უნარები. ხანმოკლე გამოსვლა უნდა აღწერდეს თუ ვინ ხართ და რა უნარებს ფლობთ.

✓ ვარჯიში, ვარჯიში, ვარჯიში

საუკეთესო გზა იმისათვის რომ თავი კომფორტულად იგრძნოთ მოკლე გამოსვლისას არის ვარჯიში, იქამდე სანამ თქვენი გამოსვლა და

სისწრაფე ბუნებრივად შეერწყმება ერთმანეთს და თქვენი საუბარი არ იქნება არაბუნებრივი.

✓ იყავით მოქნილი

თქვენ არ გადიხართ გასაუბრებას კონკრეტულ პოზიციაზე, ამრიგად თქვენი მიზანია გამოჩნდეთ მოაზროვნე და პროგრესული პიროვნება. ეს შანსია, რომ დიდი შთაბეჭდილება მოახდინოთ პოტენციური პარტნიორზე.

✓ ახსენეთ მიზნები

თქვენ არ გჭირდებათ დაწვრილმანება. მიზნებზე ზედმეტად ჩაღრმავება არ არის მიზანშეწონილი, რადგან მსგავსი გამოსვლა გამოყენებული იქნება მრავალ გარემოებაში, განსხვავებული ტიპის საზოგადოებასთან. მაგრამ გახსოვდეთ, თქვით რა არის თქვენი საუბრის მიზანი.

✓ გაეცანით აუდიტორიას და ესაუბრეთ მათ

ზოგიერთ შემთხვევაში, ჟარგონის გამოყენება შეიძლება მომგებიანი ნაბიჯი იყოს - ეს მეტყველებს თქვენს მიერ სფეროს ცოდნაზე. მაგრამ ფრთხილად იყავით შეთავაზებაში ჟარგონის გამოყენებისას, განსაკუთრებით, თუ მსგავსი სიტყვები უცხო და მიუღებელია მსმენლისთვის. გაეცანით მაგალითებს

✓ იქონიეთ მზა სავიზიტო ბარათები

თუ გაქვთ სავიზიტო ბარათი, შესთავაზეთ იგი საუბრის ბოლოს, როგორც დიალოგის გაგრძელების ერთ-ერთი გზა. ასეთის არ ქონის შემთხვევაში, შეგიძლიათ შესთავაზოთ საკონტაქტო ინფორმაციის გაცვლა.

ვარჯიშის დროს ყურადღება მიაქციეთ ამ მახასიათებლებს. ეს არის ზოგადი შეცდომები, რასაც ვუშვებთ იდეის შეთავაზებისას, შეეცადეთ თავიდან აიცილოთ ისინი.

- ✗ აცდით სამიზნე ჯგუფს.
- ✗ ვერ აყალიბებთ სათქმელს.
- ✗ საუბარში/პრეზენტაციაში
- ✗ იყენებთ ზედმეტ სიტყვებს.
- ✗ ვერ ანსხვავებთ მოკლე მიმოხილვასა და მოკლე შინაარს.
- ✗ წარმოადგენთ ბევრ ფინანსურ დეტალს.
- ✗ არ აღიარებთ კონკურენციას.

შეთავაზების გეგმის შექმნა

შეთავაზების გეგმა არის მოკლე პრეზენტაცია, რომელიც იქმნება „ფაუერფოინთის“, „ქინოუთის“ ან „პრეზის“ გამოყენებით. მსგავსი პრეზენტაცია აუდიტორიას საშუალებას მისცემს სწრაფად დაათვალიეროს კონცეფცია ან ბიზნეს გეგმა. შეთავაზების ამ გეგმას ჩვეულებრივ გამოიყენებთ პოტენციურ ინვესტორებთან პირისპირ ან ონლაინ შეხვედრების დროს, ასევე მომხმარებლებთან, პარტნიორებთან და თანადამფუძნებლებთან.

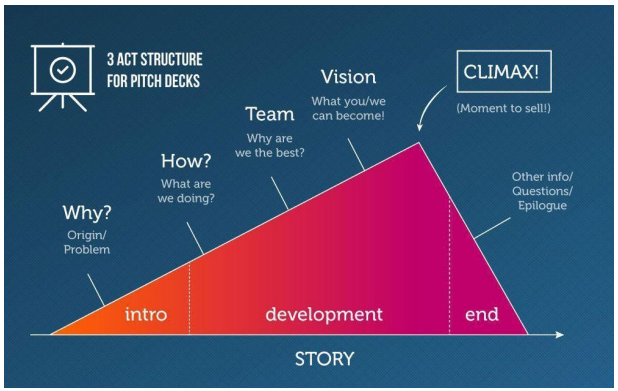
შეთავაზების გეგმის შინაარსი:

1. მოყევით ისტორია
2. არ გამოიყენოთ გადატვირთული სლაიდები.
3. იყავით პრაქტიკულები.

პრეზენტაციის გეგმის სტრუქტურა:

1. თქვენი პრეზენტაცია უნდა შეიცავდეს მაქსიმუმ 10-15 სლაიდს;
2. შეთავაზების დროს საუბარი უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე სლაიდები;
3. დაგეგმეთ თქვენი დრო ისე, რომ თითოეულ სლაიდთან ერთად მოხერხდეს დისკუსია.

პრეზენტაციის განლაგება:



იდეა (1 გვერდი);
პრობლემა (1-3 გვერდი);
გადაჭრის გზა (1-2 გვერდი);
ბიზნეს მოდელი(1-2 გვერდი);
კონკურენცია (1 გვერდი);
მარკეტინგული გეგმა (1 გვერდი);
გუნდის შეკრება(1 გვერდი);
მომავალი (1 გვერდი);
ფინანსები (1-2 გვერდი).

განხორციელება და ზრდა

ალბათ იცით, რომ ინიციატივის ზრდასა და განვითარებაში, მნიშვნელოვანია ბიზნესის სხვადასხვა ძირითადი ასპექტის მონიტორინგი. ამის საჭიროება ყველაზე აშკარაა, როდესაც დამწყები ბიზნესი კონკურენციას უწევს საკუთარ თავს. ეს საუკეთესო კონკურენციაა ორი ძირითადი მიზეზის გამო:

- ✓ პირველ რიგში, წინა წლებთან შედარებით გაუმჯობესება ნამდვილად ზრდის ნიშანია.
- ✓ მეორეც, თვითკონკურენცია არის თვითმოტივაციის საუკეთესო სტიმულატორი .

შეფასებაზე ფიქრისას, ელემენტარული კითხვები, რომლებიც გონებაში იბადება არის - რატომ და როგორ. ჩვენ გირჩევთ, უპასუხოთ ამ კითხვებს.

რატომ უნდა შევაფასოთ?

როდესაც არ ხართ დარწმუნებული, თუ რა არის თქვენი საწყისი საზომი, მაშინ რას ეჯიბრებით? პროგრესის გასაზომად ყოველთვის საჭიროა საორიენტაციო პუნქტი. ყოველი წლის ბოლოს კოეფიციენტური მაჩვენებელი საუკეთესო საორიენტაციო პუნქტია მომდევნო წლისთვის, იმის გათვალისწინებით, რომ ბიზნესი მუდმივად იზრდება.

როგორ გავზომოთ?

არსებობს მრავალი ფაქტორი, რომელიც მოქმედებს როგორც პროგრესის ინდიკატორი. მათი კლასიფიკაცია შესაძლებელია ეფექტურობის ძირითადი ინდიკატორების (KPI) ფართო კატეგორიაში.

KPI-ის გამოყენების უპირატესობები

სწორად შერჩეული ინდიკატორები და თვალყურის მიდევნება - სწორ კურსს შეგინარჩუნებთ. ისინი ასახავენ ბიზნესის ყველაზე მნიშვნელოვან ელემენტებს.
ჩამონათვალში მოცემულ თითოეულ დავალებაზე შეგიძლიათ ჰკითხოთ საკუთარ თავს, თუ როგორ იმოქმედებს ის რომელიმე ინდიკატორზე და შესაბამისად აქციოთ პრიორიტეტულად . შეგიძლიათ დარწმუნდეთ, რომ დროის უმეტეს ნაწილს ხარჯავთ დავალებებზე, რომლებიც პირდაპირ გავლენას მოახდენენ მეწარმეობისთვის არსებითად მნიშვნელოვან საკითხებზე.

შეარჩიეთ KPI თქვენი სტრატეგიული მიზნების შესაბამისად

მოდით, დავიწყოთ და მივუბრუნდეთ ბიზნეს გეგმას.
ყველაზე არაფორმალურ ბიზნეს გეგმასაც კი უნდა ჰქონდეს სტრატეგიული მიზნების მკაფიო ჩამონათვალი. დაიწყეთ ამ ჩამონათვლით და შეიმუშავეთ KPI, ისე რომ ასახავდნენ თითოეული სფეროს მნიშვნელობას.
ბრიტანულმა არაკომერციულმა უმაღლესმა საგანმანათლებლო ორგანიზაციამ ,,ჯისკ" უზრუნველყო კითხვების ჩამონათვალი, რომელსაც ძირითადი ინდიკატორების გაანელიზებისას გამოიყენებთ.

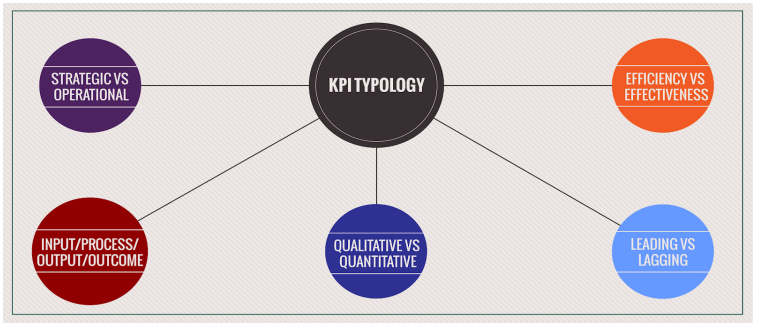
აქ მოცემულია ჩამონათვალთა მცირე ვერსია:

- რა კითხვებზე აპირებთ პასუხის გაცემას ძირითადი მახასიათებლების/ინდიკატორების საშუალებით?
- უკავშირდება თუ არა ეს კითხვები სტრატეგიულ გეგმაში მოცემულ სტრატეგიულ მიზნებს?
- აგროვებთ ამ კითხვებზე პასუხის მისაღებად საჭირო მონაცემებს, თუ კონცენტრირებას ახდენთ იმ მონაცემებზე, რაც მარტივად მოსაპოვებელია?
- აგროვებთ თუ არა უნებართვო მონაცემებს?
- როგორ და რამდენად ხშირად აპირებთ მონიტორინგს თქვენი ინდიკატორების მიმართ პროგრესირებაზე?

გაითვალისწინეთ, რომ ზოგიერთი მათგანი შესაფერისია უფრო დიდი ინსტიტუტებისთვის და შეიძლება საჭირო გახდეს მათი მორგება შემოქმედებით და კულტურულ მეწარმეობაზე.

KPI სხვადასხვა სახეობები

რა სახის KPI არსებობს? მართალია, შეგიძლიათ თვალყური ადევნოთ იმას, რაც გსურთ, სფეროები კი განსხვავებული იქნება თითოეული მეწარმეობისთვის.



ხარისხზე ორიენტირებული თუ რაოდენობაზე ორიენტირებული?

ეს ერთ–ერთი ყველაზე პოპულარული მიდგომაა KPI-ის განსაზღვრაში. ჩვეულებრივ, ეფექტურობის ძირითადი მაჩვენებლებია, რომლებიც ზომავენ პიროვნულ თვისებებს და შეხედულებებს განიხილება, როგორც ხარისხზე ორიენტირებული, ხოლო დანარჩენი რაოდენობაზე.

წამყვანი თუ ჩამორჩენილი?

ეს მიმართულება აკვირდება ძირითად ინდიკატორებს შორის ურთიერთდამოკიდებულებას. ამ სიტუაციაში, წამყვანი და ჩამორჩენილი ეფექტურობის ძირითადი მაჩვენებლების განასხვავება დამოკიდებულია კონტექსტზე. "წამყვანი" ეხება იმ ძირითად ინდიკატორებს, რომლებმაც შეიძლება გავლენა მოახდინონ მომავალ ღირებულებაზე, ხოლო "ჩამორჩენა" მოიცავს ,იმ მაჩვენებლებს, რაც მიუთითებს წარსულის შემოქმედებაზე.

ქმედითობა ეფექტურობის წინააღმდეგ

ეს კატეგორიები სასარგებლოა პროცესის მნიშვნელოვანი განზომილებების გასაგებად. ქმედითობა განიხილავს, წარმოიქმნა თუ არა სასურველი შედეგები, ხოლო ეფექტურობა მიუთითებს იმაზე, თუ რამდენად კარგად არის გამოყენებული დრო, ძალისხმევა ან ღირებულება სასურველის მისაღწევად.

- **დაბანდება- პროცესი- წარმოება-შედეგი**

თითოეული მიზნისთვის ღირებულების ანალიზი უზრუნველყოფს KPI-ის გამოთვლას. თითოეული 4 ეტაპისთვის შესაძლებელია შესაბამისი KPI-ის იდენტიფიცირება (დაბანდება, პროცესი, წარმოება და შედეგი).
ამ ღირებულების ანალიზი წარმოშობს რამდენიმე ძირითადი მახასიათებლების კოეფიციენტს, რომელთა საშუალებით შესაძლებელია თვალყურის დევნება თითოეული მიზნის მიღწევის პროცესზე.

- **სტრატეგიული თუ ოპერატიული**

ორგანიზაციულ დონეზე დაფუძნებული ძირითადი მახასიათებლების კოეფიციენტი, რომელსაც დიდი გავლენა აქვს დამოკიდებულია შინაარსზე.

- **საჯარო თუ პერსონალური**

ძირითადი მახასიათებლების კოეფიციენტი გამოქვეყნებულია ფართო აუდიტორიისათვის ან მხოლოდ ორგანიზაციის ფარგლებში.
ძირითადი მახასიათებლების კოეფიციენტის ტიპოლოგიების არსებობის დადასტურება იძლევა იმის გარკვევის შესაძლებლობას, თუ როგორ მოქმედებენ ძირითადი მახასიათებლების კოეფიციენტები სხვადასხვა კონტექსტში და რა ზომები შეიძლება გატარდეს იმავე მიზნის მისაღწევად.

პროგრამული უზრუნველყოფის ინსტუმენტები

1. „ინესფთი“
2. „ჰენდი კპი“
3. „დათაბოქს“
4. „დაშერო“
5. „ასანა“

ფინანსები

მეწარმეობა ძალიან საინტერესოდ და მიმზიდველად ჟღერს, არა?

საკუთარი ბიზნესის ფლობა და მართვა შეიძლება ბევრი ადამიანის ოცნება იყოს, მაგრამ არ უნდა დაკარგოთ რეალობის შეგრძნება, თუ გსურთ რომ წარმატებას მიაღწიოთ.

ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილის შემდეგ, ბიზნესმა მოგების შემოტანა უნდა დაიწყოს, რაც გულისხმობს იმას, რომ მეწარმეებმა უნდა იცოდნენ როგორ მართონ ფინანსები და ბიუჯეტი ეფექტურად. არ აქვს მნიშვნელობა რა სახის კომპანიას მართავთ, თქვენი ფინანსების კონტროლი დაგეხმარებათ ზარალის თავიდან აცილებასა და თქვენი ბიზნესის უფრო სწრაფად განვითარებაში.

ბიუჯეტი და ბიზნესის დაგეგმვა

ქვემოთ მოცემულია მრავალი სასარგებლო ინფორმაცია ბიზნესის ბიუჯეტის შედგენის შესახებ, ამასთანავე შეძლებთ გააუმჯობესოთ თქვენი შესაძლებლობები შემდეგ სფეროებში:

- ფულის ეფექტურად მართვა
- პროექტებისთვის შესაბამისი რესურსების გამოყოფა
- მიზნების ჩამოყალიბება
- გადაწყვეტილების მიღების გაუმჯობესება
- პრობლემის იდენტიფიცირება მის წარმოქმნამდე
- სამომავლო გეგმა
- პერსონალის მოტივაციის გაზრდა

ბიუჯეტის შექმნა

ბიუჯეტის შექმნა, მონიტორინგი და მართვა არის ბიზნესის წარმატების გასაღები, რაც დაგეხმარებათ რესურსების

საჭიროებისამებრ განაწილებაში, რომ ბიზნესმა შეინარჩუნოს მოგება და წარმატება. ეს არ არის რთული. თქვენ უბრალოდ უნდა გამოთვალოთ ბიუჯეტის სავარაუდო შემოსავალები და დანახარჯები.
დაიწყეთ შემდეგი კითხვების დასმით:

- რამდენია, საბიუჯეტო პერიოდისთვის, სავარაუდო გაყიდვები? იყავით რეალისტური - თუ გადააჭარბებთ შეფასებას, ამან შეიძლება მომავალში პრობლემებს შეგიქმნათ.

- რა არის გაყიდვების პირდაპირი ხარჯები(ე.ი. მასალების, სხვადასხვა კომპონენტებისა თუ ქვეკონტრაქტორების ხარჯები) იმისათვის რომ შექმნათ პროდუქტი ან მიაწოდოთ მომსახურება?

- *როგორია გათვალისწინებული და გაუთვალისწინებელი ხარჯები?*

ჩამოწერეთ ფიქსირებული და გაუთვალისწინებელი ხარჯები მათი ტიპის მიხედვით.თქვენს ბიზნესს შეიძლება ჰქონდეს განსხვავებული ტიპის ხარჯები და შეიძლება საჭირო გახდეს ბიუჯეტის დაყოფა. არ დაგვავიწყდეთ ჩაამატოთ საკუთარი ანაზღაურების საფასური. ასევე შეიტანეთ საშემოსავლო გადასახადი.

Pro Forma Business Budget			
Expense Category	**Planned Expense**	**Actual Expense**	**Variance**
Building Rent / Lease	$0.00	$0.00	$0.00
Equipment Rent / Lease	$0.00	$0.00	$0.00
Product / Material			
Coffee	$0.00	$0.00	$0.00
Other	$0.00	$0.00	$0.00
Marketing Expenses			
Brochure	$0.00	$0.00	$0.00
Website	$0.00	$0.00	$0.00
Business Cards	$0.00	$0.00	$0.00
Advertising	$0.00	$0.00	$0.00
Other	$0.00	$0.00	$0.00
Administrative Expenses			
Fax/Copies	$0.00	$0.00	$0.00
Postage	$0.00	$0.00	$0.00
Office Supplies	$0.00	$0.00	$0.00
Other	$0.00	$0.00	$0.00
Sales Expenses			
Mileage	$0.00	$0.00	$0.00
Parking	$0.00	$0.00	$0.00
Other	$0.00	$0.00	$0.00
Operating Expenses			
Utilities	$0.00	$0.00	$0.00
Insurance	$0.00	$0.00	$0.00

როდესაც ბიუჯეტს შეადგენთ, შეძლებისდაგვარად მიჰყევით მას, მაგრამ გადახედეთ და განიხილეთ საჭიროებისამებრ. წარმატებული ბიზნესები ხშირად ისე აწარმოებს ბიუჯეტს, რომ ისინი მუდმივად ქმნიან მას ერთწლიანი წინსწრებით. ჩამოყალიბდით რა რაოდენობის ბიუჯეტი გჭირდებათ. ბევრ მცირე ბიზნესს აქვს ერთი საერთო საოპერაციო ბიუჯეტი, რომელიც განსაზღვრავს რა რაოდენობის თანხა სჭირდება ბიზნესის განსახორციელებლად მომავალში - ჩვეულებრივ წელიწადში. ბიზნესის ზრდასთან ერთად, მთლიანი საოპერაციო ბიუჯეტს სავარაუდოდ დაემატება რამდენიმე ინდივიდუალური ბიუჯეტი, როგორიცაა მარკეტინგის ან გაყიდვების ბიუჯეტები.

რას უნდა მოიცავდეს ბიუჯეტი

თანხის ბრუნვა

თქვენი ბიუჯეტი განსაზღვრავს მომავალ ფინანსურ მდგომარეობას ყოველთვიურად. ამ გზით ბიუჯეტის შედგენა სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია მცირე ბიზნესისათვის, რადგან მას შეუძლია ნებისმიერი სირთულის იდენტიფიცირება მოახდინოს, რომლის წინაშეც შეიძლება აღმოჩნდეთ. მისი განხილვა უნდა მოხდეს მინიმუმ ყოველთვიურად.

ხარჯები

როგორც წესი, თქვენს ბიზნესს ექნება სამი სახის დანახარჯი:

- ფიქსირებული ხარჯები - როგორიცაა ქირა, ხელფასი და სხვა ხარჯები
- ცვლადი ხარჯები - ნედლეულის და ზეგანაკვეთური ხარჯები
- ერთჯერადი კაპიტალური ხარჯები - მაგალითად, კომპიუტერული ტექნიკის ან შენობის შეძენა

თქვენი ხარჯების პროგნოზირების მიზნით, აღნიშნული ცხრილი დაგეხმარებათ შეადაროთ შარშანდელ ჩანაწერებს და დაადგინოთ მომხდარი ცვლილებები.

შემოსავლები

გაყიდვების ან შემოსავლების პროგნოზები, როგორც წესი, ეფუძნება გაყიდვების ისტორიის ერთობლიობას და იმას თუ რამდენად ეფექტურად აღიქვამთ სამომავლო ქმედებებს. გაყიდვებისა და ხარჯების პროგნოზის გამოყენებით, შეგიძლიათ მოამზადოთ მოსალოდნელი მოგების მაჩვენებელი მომდევნო 12 თვისთვის. ეს საშუალებას მოგცემთ გააანალიზოთ თქვენი ზღვრები და სხვა ძირითადი თანაფარდობები.

გამოიყენეთ ბიუჯეტი თქვენი წარმატების შესაფასებლად

თუ თქვენს ბიუჯეტს ბიზნეს გეგმაზე დაყრდნობით შეადგენთ, შექმნით ფინანსურ სამოქმედო გეგმას, ეს შეიძლება ემსახურებოდეს რამდენიმე სასარგებლო ფუნქციას, განსაკუთრებით მაშინ როდესაც ბიუჯეტს რეგულარულად განიხილავთ, როგორც თქვენი წლიური დაგეგმარების ციკლის ნაწილს.

ბიუჯეტი შეიძლება გამოდგეს როგორც:

- საქმიანობასთან დაკავშირებული ხარჯებისა და შემოსავლების ინდიკატორი,
- ინფორმაციის მიწოდებისა და მენეჯმენტის გადაწყვეტილებების მხარდამჭერი საშუალება მთელი წლის განმავლობაში.
- ბიზნესის მონიტორინგისა და კონტროლის საშუალება

კრიტერიუმების შესრულება

სხვადასხვა წლის ბიუჯეტის შედარება შეიძლება იყოს თქვენი ბიზნესის საქმიანობის შეფასების შესანიშნავი გზა - მაგალითად, შეგიძლიათ შეადაროთ წინასწარ პროგნოზირებული რიცხვები წინა წლების მაჩვენებლებს და გაზომოთ წარმატება
ასევე შეგიძლიათ, მონაცემები საპროგნოზო ზღვრებისა და ზრდის შესახებ შეადაროთ იმავე სექტორის სხვა კომპანიების მონაცემებს ან თქვენივე ბიზნესის სხვადასხვა სეგმენტებს.

წარმოების ძირითადი მაჩვენებლები

თქვენი ბიზნესის მუშაობის გასაძლიერებლად უნდა გესმოდეთ და აკონტროლოთ მისი ძირითადი „მამოძრავებლები“ . წამყვანი არის ის, რაც ყველაზე დიდ გავლენას ახდენს ბიზნესზე. უმეტესად, ბიზნესის სამი ძირითადი წამყვანი პროგრამა არსებობს:

გაყიდვები → ხარჯები → სამუშაო კაპიტალი

ბიუჯეტისა და პროგნოზების შეფასებისას ამ ციფრებში თავს იჩენს შესაძლო ფულადი პრობლემები ან მომგებიანობის ვარდნა. მათ შეუძლიათ პრობლემების ადრეულ ეტაპზე აღმოჩენა, იმ შემთხვევაში თუ სწორად იქნება ნაანგარიშები.

რეგულარულად გადახედეთ ბიუჯეტს

ბიუჯეტის ეფექტურად გამოყენების მიზნით, ხშირად უნდა გადახედოთ და გადაამოწმოთ ის. ეს განსაკუთრებით ეხება იმ შემთხვევებს, როდესაც ბიზნესი იზრდება და აპირებთ ახალ სფეროებში გადაინაცვლოთ.
არსებული ბიუჯეტის გამოყენება საშუალებას მოგცემთ იყოთ მოქნილი, ასევე მართოთ თქვენი შემოსავლები და განსაზღვროთ, თუ რას უნდა მიაღწიოთ მომდევნო საბიუჯეტო პერიოდში.

რეალური შემოსავალი

ყოველთვიურად შეადარეთ რეალური შემოსავალი გაყიდვების ბიუჯეტს შემდეგი კრიტერიუმებით:

- ნებისმიერი წარუმატებლობის მიზეზების ანალიზი
- განსაკუთრებით მაღალი ბრუნვის მიზეზების გამოკვლევა
- თქვენი შემოსავლის ვადების შედარება პროგნოზთან და მათი შესაბამისობის შემოწმება
- ამ ვარიაციების გაანალიზება დაგეხმარებათ მომავალი ბიუჯეტის უფრო ზუსტად განსაზღვრაში და ასევე საშუალებას მოგცემთ საჭიროების შემთხვევაშ მიიღოთ შესაბამისი ზომები.

რეგულარული დანახარჯები

რეგულარულად გადახედეთ ბიუჯეტთან დაკავშირებულ რეალურ ხარჯებს. ეს დაგეხმარებათ ზუსტად განსაზღვროთ მომავალი ხარჯები.

თქვენ უნდა:

- შეხედოთ როგორ განსხვავდებოდა ძირითადი ხარჯები ბიუჯეტისგან.
- გადაამოწმეთ,რომ ცვლადი ხარჯები შესაბამისობაშია თქვენს ბიუჯეტთან - ჩვეულებრივ, ცვლადი ხარჯები იცვლება გაყიდვების მოცულობის შესაბამისად.
- გააანალიზეთ ცვლილებების გამომწვევი მიზეზები ხარჯებსა და ბრუნვას შორის.
- გააანალიზეთ ხარჯების ნებისმიერი განსხვავება დროში მომწოდებლებთან გადახდის პირობების და ფასების გადამოწმებით.

ბიუჯეტისთვის სასარგებლო შაბლონები და პროგრამული უზრუნველყოფის ინსტრუმენტები

- ბიუჯეტის მარტივი სამუშაო ფურცლის შაბლონი არის მარტივი შაბლონი თქვენი ბიუჯეტის და ფულადი სახსრების დაგეგმვისთვის.
- ყოველკვირეული ბიუჯეტის დამგეგმავი შაბლონი მეწარმეებისთვის უფრო დეტალური ვერსიაა, რომელიც დაგეხმარებათ ხარჯების ყოველკვირეულად დაკვირვებაში.
- მცირე გუნდის ბიუჯეტის შაბლონი წინგადადგმული ნაბიჯია იმ მეწარმეებისთვის, რომლებსაც უკვე ჰყავთ გუნდი და სჭირდებათ უფრო დეტალური ბიუჯეტის დაგეგმვა.
- პროექტის ბიუჯეტის შაბლონი შესანიშნავი დამატება იქნება თქვენი პროექტის ბიუჯეტის დაგეგმვისთვისა და შემოწმებისთვის, თუ რამდენად კარგად ასრულებთ მას.

- ღონისძიების მენეჯმენტის პროექტის შემსწავლელი შაბლონი არის კარგი საშუალება თქვენი ღონისძიების ხარჯების დასადგენად და ბიუჯეტის ყველა დეტალის წარმოსაჩენად.
- დანახარჯების ნარინჯისფერი შაბლონი არის ჭკვიანი, წინასწარ განსაზღვრული შაბლონი, რომ შეამოწმოთ თქვენი ბიზნესის ხარჯები.
- პირადი ბიუჯეტის შაბლონი დაგეხმარებათ განასხვაოთ თქვენი ბიზნესი და პირადი ფინანსები, ასევე გაგხდით უფრო ორგანიზებულს.
- შემოსავლის ბრუნვის დეკლარაციის ლურჯი შაბლონი მეწარმეების ოფიციალური შაბლონია, რომელიც შექმნილია ფულის ბრუნვისა და ფინანსების გასაკონტროლებლად.
- ფინანსური ანგარიშგების შაბლონი ძირითადად საგადასახადო მიზნებისათვის შეიქმნა და ნამდვილად შეგიმსუბუქებთ ტვირთს საგადასახადო პერიოდში.

1. „უნაბ“
2. „პირადიკაპიტალი“
3. „სწრაფი წიგნები“
4. „ვეივ“
5. „მინთ“

არაფორმალური განათლება

წარსულს ჩაბარდა ის დღეები, როდესაც ტრენერი მხოლოდ ლექციების მეთოდს იყენებდა სესიების ჩატარებისას. დღეს ტრენერმა უნდა ჩამოაყალიბოს მთელი რიგი ინსტრუმენტებისა, რომ მონაწილეები სასწავლო პროგრამაში ჩართოს და პროგრამის დასრულებამდე მოტივაცია შეუნარჩუნოს მათ.მსმენელებიც შესაბამისად ინოვაციურ და ინტერაქტიულ სესიას უფრო ელიან, ვიდრე ერთფეროვანსა და მოსაწყენს.

თამაშები არის ერთ–ერთი ასეთი ინსტრუმენტი, რომელიც დღესდღეობით უფრო და უფრო ფართოდ გამოიყენება.

- თამაშები ხელს უწყობს ტრენერსა და მონაწილეებს, ასევე აუმჯობესებს თავად მონაწილეებს შორის ურთიერთთანამშრომლობას.
- თამაში, როგორც ყინულის გადნობის საშუალება, ანიჭებს მონაწილეებს სიმშვიდესა და კომფორტს.
- თამაშები შეიძლება გამოიყენებოდეს არსებული ქცევითი ტენდენციების (კომუნიკაცია, გუნდის დინამიკა, ლიდერობა) და ახალი უნარების (ანალიტიკური აზროვნება, მოლაპარაკება) განსავითარებლად.
- თამაშები უფრო მეტად გამოიყენება, როდესაც სესია ან პროგრამა შედარებით ხანგრძლივია.

ყურადღების გაფანტვა დროის ხანგრძლივ მონაკვეთში მოსალოდნელია. თამაშები სესიების განმავლობაშ ხელს უწყობს მოძრაობასა და აქტიურობას, რითიც აღადგენს ენერგიასა და ენთუზიაზმს.
და ბოლოს, თამაშები შესაძლებელია გამოვიყენოთ ახლად გაწერილი კონცეფციების განსახორციელებლად. ეს დაეხმარება მონაწილეებს შესწავლილი საკითხის დიდხანს დამახსოვრებაში, პროცესის პრაქტიკულად გააზრებასა და მათ სამუშაო ადგილზე გამოყენებაში.

«ხელოვნების ნიმუში»

- **მიზანი**: ჯგუფური მუშაობის შესწავლა, ყინულის გალღობა, თეორიული სწავლების შემდეგ მიღებული ცოდნის კონსოლიდაცია.
- **მონაწილეთა რაოდენობა:** 20-30.
- **დრო:** 30-60 წუთი
- **საჭირო მასალები:** საკმარისი ადგილი
- **შესაძლო თემები:** სარეკლამო შეთავაზება, ბიზნესის ამუშავება, მიზნობრივი ჯგუფი, ფონდების მოძიება, მეწარმეობა და ა.შ.
- **ნაბიჯები:**

1.ეს სავარჯიშო გამიზნულია იმისთვის, რომ დაეხმაროს ადამიანებს შეინარჩუნონ ცოდნა კონკრეტული თემების შესახებ. სავარჯიშო უნდა განხორციელდეს მას შემდეგ, რაც მათ მიაწოდებთ თეორიულ ინფორმაციას კონკრეტულ საკითხზე.

2. . მონაწილეები იყოფა 4-6 კაციან ჯგუფებად.

3. მონაწილეთა თითოეულ ჯგუფს ეძლევა ერთი სახელი/სიტყვა, რომელიც თემასთან კავშირშია(მაგალითად: ”სოციალური ეკონომიკის ტიპები” ან ”მდგრადი განვითარების მიზნები”). სახელები გასაიდუმლოებულია სხვა დანარჩენი ჯგუფის წევრებისთვის.

4. თითოეულ ჯგუფს აქვს დავალება ასახოს თემის მახასიათებლები, შექმნან ქანდაკება (გარკვეული ფორმა საკუთარი სხეულით). ჯგუფებს 10 წუთი აქვთ თავიანთი ქანდაკებების მოსამზადებლად.

5. მონაწილეები ერთ ოთახში იკრიბებიან და ყველა ჯგუფი, სათითაოდ, წარმოადგენს ქანდაკებას. მნიშვნელოვანია, რომ სხვა მონაწილეებმა წინასწარ არ იცოდნენ თემები, რადგან მათ უნდა გამოიცნონ ქანდაკების სახელი.

6. დასასრულს მიეცით მონაწილეებს ყველა თემის სია და განიხილეთ ისინი.

«შეუსრულებელი მისია»

- **მიზანი:** გუნდურუ მუშაობის სწავლა, ყინულის გალღობა , პრობლემების გადაჭრა.
- **მონაწილეთა რაოდენობა:** 5-30.
- **დრო**: 60 წუთი (დამოკიდებულია დავალებების რაოდენობაზე)
- **მასალები:** მობილური ტელეფონი, წვდომა ინტერნეტთან
- **ნაბიჯები:**

1. ეს სავარჯიშო მიზნად ისახავს, დაეხმაროს ხალხს წარმოდგენილი ამოცანების ერთად მოგვარებასა და ტერიტორიის შესწავლაში.

2. მონაწილეთა დაყოფა შეიძლება მცირე ჯგუფებად;

3. მონაწილეთა თითოეული ჯგუფი იღებს დავალებების საერთო ჩამონათვალს;

4. დროის ამოწურვის შემდეგ, ყველა ჯგუფი ერთსა და იმავე ოთახში იკრიბება და სათითაოდ წარადგენენ შესრულებულ დავალებებს.

5. დასასრულს, მონაწილეები ერთმანეთს უზიარებენ ემოციებს.

დავალების ნიმუშები:

- ❑ გადაიღეთ ჯგუფური ფოტო და განათავსეთ იგი „ფეისბუქ“ ჯგუფში;
- ❑ გადაიღეთ ადამიანებისგან შექმნილი პირამიდის სურათი;
- ❑ იცეკვეთ ტრადიციული ცეკვა ადგილობრივებთან;
- ❑ შექმენით რუკა უახლოეს მაღაზიამდე / ბანკამდე / ფოსტამდე;
- დაწერეთ ERASMUS + სხეულის გამოყენებით და გადაიღეთ სურათი;
- ❑ სურათის გადაღება 10 ადგილობრივთან;
- ❑ ისწავლეთ როგორ უნდა მივესალმოთ ხალხს მოლდავურ / გერმანულ / იტალიურ ენაზე;
- ❑ დაწერეთ ლექსი პირველი დღის შესახებ;
- ❑ გადაიღეთ სატრენინგო სივრცეში არსებული ბიზნეს წერტილების სურათები და ა.შ.

«პრობლემის გადაჭრა»

- **მიზანი:** საშუალება მიეცით ახალგაზრდებს, იფიქრონ როგორც მეწარმეებმა პრობლემის გადაჭრის / საჭიროებების აღმოფხვრის გზებზე.
- **მონაწილეთა რაოდენობა:** 5- 20 მონაწილე (მცირე ჯგუფები).
- **დრო:** 60 წუთი.
- **მასალები:** სტიკერები, კალმები, ქაღალდის ფურცლები, მარკერები, წებოვანი ლენტი
- **ნაბიჯები:** თითოეული ჯგუფის ამოცანაა დაფიქრდნენ საზოგადოებაში არსებულ პრობლემაზე და იპოვონ ამ პრობლემის გადაჭრის შესაძლო გზები.

1. 20 მონაწილე უნდა დაიყოს ოთხ ჯგუფად. თითოეულმა ჯგუფმა 10 წუთის განმავლობაში უნდა ჩამოწეროს იდეები, იფიქრონ სიტუაციებზე, პრობლემებზე, მოთხოვნილებებზე (საზოგადოების, ერის და ა.შ.), რომლებიც შეიძლება მოგვარდეს მეწარმეობით (ფულის გამომუშავების იდეა). ისინი აყალიბებენ რაც შეიძლება მეტ იდეებს ქაღალდზე ან „ფლიფჩარტზე“.

2. თითოეულმა ჯგუფმა უნდა აირჩიოს 3-4 იდეა, რომელიც შეიძლება შეესაბამებოდეს სოციალური ბიზნესის ან სოციალური კომპონენტის მქონე ბიზნესის იდეას, ქვემოთ ჩამოთვლილი კრიტერიუმების საფუძველზე: რესურსები (როგორც ადამიანური, ისე მატერიალური), რომლებიც საჭიროა პრობლემის / სიტუაციის გადასაჭრელად, პროდუქტი, რომელსაც ისინი აწვდიან მყიდველს, მომხმარებელს ან ფინანსურ კომპონენტს.

3. იდეების ანალიზი. ჯგუფი იკრიბება წრეში და წარადგენენ თავიანთ შერჩეულ იდეებს. მათ უნდა განიხილონ / გამართონ დებატები პრობლემებსა და შესაძლო გადაჭრის გზებზე, გადაწყვიტონ თუ იქნება კონკრეტულ შემთხვევაში საუკეთესო გამოსავალი.

«სარეკლამო შეთავაზება»

- **მიზანი:** ხელი შეუწყვეთ მონაწილეებს, იფიქრონ როგორც მეწარმეებმა პრობლემის გადაჭრის / მოგვარების გზებზე, სთხოვეთ მათ მოკლედ და ნათლად წარმოადგინონ თავიანთი იდეები
- **მონაწილეთა რაოდენობა:** 1-99
- **დრო: 60 წუთი.**
- **მასალები:** სტიკერები, კალმები, ქაღალდის ფურცლები, მარკერები
- **ნაბიჯები:**

1. ჯგუფი უნდა დავყოთ 6 ქვეჯგუფად, მათ მიერ შექმნილი შემოქმედებითი იდეის ტიპის მიხედვით: ისტორიული მემკვიდრეობა, ხელოვნება, მედია, კრეატიულობა, სოციალური შემოქმედება და სხვა .
2. თითოეულმა მონაწილემ უნდა წარმოადგინოს საკუთარი ბიზნეს იდეები 3-7 კაციან ჯგუფებში, შემდეგ კი შერჩეული 7 იდეიდან საუკეთესოდ დასახელეს საზოგადოების/ჯგუფის წევრების მიერ შერჩეული იდეა.
3. იწერება კონცეფცია და იკვეთება სამიზნე აუდიტორია, ასვე იქმნება სქემა ინდივიდუალური იდეების წარმოსადგენად.

«რეკლამირება, გაყიდე!»

- **მიზანი:** ახალგაზრდების ხელშეწყობა, იფიქრონ როგორც მეწარმეებმა პროდუქტის/ იდეის რეკლამირებისთვის. ვიდეოს გადაღება და წარდგენა
- **მონაწილეთა რაოდენობა:** 5-40 მონაწილე (მცირე ჯგუფებად დაყოფა).
- **დრო:** 60-80 წუთი.
- **მასალები:** სტიკერები, კალმები, ქაღალდის ფურცლები, მარკერები, წებოვანი ლენტები და სხვა არსებული მასალები
- **ნაბიჯები:**

1. მონაწილეებმა უნდა აირჩიონ ყუთში მოთავსებული ნივთებიდან 3-4 ობიექტი (ამ ყუთში შეიძლება იყოს ყველაფერი - მარკერი, ქოლგა, შოკოლადი, ტელეფონი, დღიური, ყვავილი და ა.შ.)
2. თითოეული ჯგუფის ამოცანაა მომზადონ რეკლამა (არჩეული ობიექტების გამოყენებით)
3. ვიდეოების პრეზენტაცია და პროდუქტების პოპულარიზაცია.

«რას ხედავთ ?»

- **მიზანი:** მონაწილეების წახალისება, განავითარონ შემოქმედებითი აზროვნება სოციალური მეწარმეობისა და სოციალური ეკონომიკის შესახებ.
- **მონაწილეთა რაოდენობა:** 10-25 (ჯგუფები 5).
- **დრო:** 60-90 წუთი.
- **მასალები:** სტიკერები, კალმები, ქაღალდის ფურცლები, მარკერები, წებოვანი ლენტები და ა.შ.
- **ნაბიჯები:**

1. მონაწილეები უნდა დავყოთ ჯგუფებად (თითო ჯგუფში მაქსიმუმ 5 წევრი)
2. თითოეულ გუნდს ეძლევა მსგავსი საქაღალდე 10 შემთხვევითი სურათით. სურათები ასახავენ სოციალური ეკონომიკის სხვადასხვა ასპექტებს.
3. ყველა გუნდმა უნდა აირჩიოს 10 ფოტოდან 3 და შეიმუშაოს სიუჟეტი სოციალური ეკონომიკის ან ბიზნესის შესახებ, რომელიც უკავშირდება მათ მიერ არჩეულ ფოტოებს.
4. გუნდებმა უნდა წარმოადგინონ მათ მიერ შექმნილი ამბავი ფოტოების დახმარებით.
5. გუნდის ყველა წევრს შეუძლია წვლილი შეიტანოს პრეზენტაციაში, მათ მიერ მოფიქრებული წინადადების გაჟღერებით. ამ თამაშის მიზანია ღია დებატების გამართვა არსებულ იდეებთან დაკავშირებით.

სასარგებლო ბმულები ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის

UnLtd
სოციალური მეწარმეების დამხმარე პლატფორმა, რომელიც გთავაზობთ მსოფლიოში ყველაზე დიდ ქსელს. ისინი ყოველწლიურად ასობით ადამიანს აფინანსებენ საგრანტო პროგრამის საშუალებით. UnLtd უშუალოდ აერთიანებს პირებს, რომელიც გთავაზობს საგრანტო დაფინანსებას, მუდმივ რჩევებს, ქსელებსა და პრაქტიკულ მხარდაჭერას.

Prince's Trust
http://www.princes-trust.org.uk/
მათი მიზანია ახალგაზრდებს პრაქტიკული და ფინანსური დახმარება გაუწიონ. დაეხმარონ ძირითადი უნარების, მუშაობის, განათლების ან ტრენინგების საშუალებით თავდაჯერებულობასა და მოტივაციის ამაღლებაში. სამეწარმეო პროგრამა უზრუნველყოფს გრანტებს და დახმარებას ახალგაზრდებისთვის ბიზნესის წამოწყებაში.

Rockstar Youth
http://www.rockstarstartup.co.uk/
„როკსტარ იუსი" არის „როკსტარ ჯგუფის", დიდი ბრიტანეთის უმსხვილესი სამეწარმეო სამეცნიერო ორგანიზაციის ნაწილი, რომელმაც შეიმუშავა ბაზრის წამყვანი პროგრამა 18-30 წლამდე ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის, რათა ხელი შეუწყოს მათ საწარმოთა შექმნის იდეებში, ამასთანავე დააჩქარონ ზრდა და ინვესტიციები. ამ პლატფორმის საშუალებით ახალგაზრდა მეწარმეები იძენენ გამოცდილებას, პოულობენ ნდობას, ქმნიან წარმატებულ ქსელს და მდგრად ბიზნესს.

Newable
https://www.newable.co.uk/
გთავაზობთ სტარტაპულ სესხებს 500 ფუნტიდან ზევით, თქვენ მიიღებთ უფასო მხარდაჭერას განაცხადის მოსამზადებლად და სამეცნიერო კვლევის საწარმოებლად, სანამ დაიწყებთ ვაჭრობას. თქვენ უნდა იყოთ 18 წელზე ზევით, გსურდეთ ბიზნესის წამომწყება დიდ ბრიტანეთში, უნდა გაგაჩნდეთ მუდმივი საცხოვრებელი, ლეგალურად მუშაობდეთ და ცხოვრობდეთ ბრიტანეთში იმისათვის რომ მიიღოთ ეს სესხი. ორგანიზაცია ასევე დაინტერესდება თქვენი საკრედიტო ინფორმაციით.

Elevation Networks
http://www.elevationnetworks.org/
გთავაზობთ შანსს დიდ ბრიტანეთში მცხოვრებ მეწარმეებს მიიღოთ დაფინანსება თქვენი ბიზნესის გასამართად. განაცხადის გაკეთება შეუძლია ნებისმიერ მსურველს 18 წლიდან, ამასთან არ დაგავიწყდეთ რომ თქვენი ბიზნესის არსებობა ერთ წელზე ნაკლებს უნდა ითვლიდეს.

Start Up Direct
http://startupdirect.org/
ორგანიზაცია უზრუნველყოფს ინგლისში დაფუძნებული ბიზნესის დაფინანსებას, მფარველობასა და დახმარებას. სესხის ყველა მიმღებს ექნება 12 თვიანი მხარდაჭერა წარმატებული ბიზნესისთვის აუცილებელ სრულ ასორტიმენტზე: მენტორობა სამუშაო შეხვედრებისა და ქსელური ღონისძიებების ორგანიზებაში, ბიზნესის დამხმარე საშუალებების შეთავაზება და მრავალი სხვა.

Small Business Centre
http://smallbusinesscentre.org.uk/
გაწვდით მიუკერძოებელი და პრაქტიკული ბიზნესის მხარდაჭერის სერვისებს, მათ შორის; ბიზნესის დაგეგმვის სემინარები, სასწავლო კურსები, პირისპირ მიღებული რჩევები (სამეცნიერო სწავლება) და სესხები. ლონდონში დაფუძნებული ახალი ბიზნესის და სესხების უზრუნველყოფა.

Startup Nation
გთავაზობთ სამეწარმეო რჩევებს ყველა იმ ადამიანისგან, რომელმაც ნულიდან დაიწყო - და დღეს წარმატებული ბიზნესის მფლობელია. საიტზე მოცემულია რჩევები სტარტაპის შექმნის და მუშაობის ყველა ასპექტის შესახებ.

Lateral Action
განკუთვნილია კრეატიული ადამიანებისთვის, როგორებიც არიან გრაფიკული დიზაინერები, მწერლები და ა.შ., არსებობს განსაკუთრებული სირთულეები, რომლებიც ახლავს საკუთარი ბიზნესის წამოწყებას, ამიტომ პლათფორმა გთავაზობთ რჩევებს, რომლებიც გამიზნულია სხვადასხვა სფეროებისთვის.

Freelance Switch
მოიცავს ყველაფერს თვითდასაქმებულთათვის - ბიზნეს რჩევები, იდეები პროდუქტიულობის გასაზრდელად და უამრავი სხვა. მიუხედავად იმისა, რომ სათაურში მოხსენიებულია "თვითდასაქმებული" - აქ უამრავი ინფორმაცია ხელმისაწვდომი მათთვის ვინც საკუთარ ბიზნესს აწარმოებს.

Young Entrepreneur
საიტი ყურადღებას ამახვილებს იმ გამოწვევებზე, რომლებსაც ახალგაზრდა მეწარმეები აწყდებიან ბიზნესის დაწყებისას. ასევე თავმოყრილია ახალგაზრდა მეწარმეების შესანიშნავი ისტორიები

Small Business Labs
ადვილი არ არის წინასწარ განსაზღვროთ ფაქტორები, რომლებიც გავლენას მოახდენს მცირე ბიზნესზე, მაგრამ „მცირე ბიზნესის ლაბორატორია“ დამატებით გზას გადის, რათა შეისწავლონ საკითხი და მეწარმეებს ამცნონ თუ რა ელის მათ მომავალში.

SCORE
თუ ატყობთ რომ გჭირდებათ მენტორი, რომელმაც ეს გზა უკვე გაიარა, მაშინ „სქორი” დაგეხმარებათ იპოვნოთ ასეთი ადამიანი. ეს არის უფასო ბიზნეს რჩევების გასაოცარი წყარო.

Freelancers Union
გაერთიანება გთავაზობთ თვითდასაქმებულთა რესურსების დიდ ჩამონათვალს - იგი მოიცავს მეწარმეების საკმაოდ ფართო არჩევანს. ამ საიტზე შეგიძლიათ ნახოთ ჯანმრთელობის დაზღვევის სხვადასხვა ვარიაციები, რომელიც უმუშევარი ადამიანისთვისაც კი ხელმისაწვდომია.

Entrepreneur
საკუთარი ბიზნესის წამოწყებისა და ამუშავების შესახებ ინფორმაციის უზარმაზარი კოლექციისთვის ეწვიეთ „მეწარმეს”.

ქალთა მეწარმეობის
პროექტზე - რაც გვევლინება საუკეთესო რესურსად იმ ქალებისთვის, ვისაც მეწარმეობის დაწყება სურს.

About.com Entrepreneurs
გთავაზობთ რეგულარულად განახლებად რესურსებს მეწარმეობის შესახებ.

Entrepreneurship.org
საიტს მართავს „ევინგ მარიონ კაუფმანის ფონდი”, რომელიც უზრუნველყოფს გლობალურ რესურსებს მეწარმეებისთვის.