

წინამდებარე დოკუმენტი განსაზღვრავს ბიზნეს გეგმის ფორმატსა და შინაარსს:

დასრულებული ბიზნეს გეგმა შედგება:

- უშუალოდ ბიზნეს გეგმა ერთიანი დოკუმენტის სახით MS Word და PDF ფორმატში, თანმხლები ფინანსური უწყისებისა და დამხმარე ცხრილებით MS Excel ფორმატში;
- ბიზნეს გეგმის პრეზენტაცია;

ნაწილი 1 - ბიზნეს გეგმის ფორმატი და შინაარსი

1. ფორმატი

- 1.1. ენა - ბიზნეს გეგმა შედგენილი უნდა იყოს ქართულ ენაზე;
- 1.2. ბიზნეს გეგმა წარმოდგენილი უნდა იყოს ერთიანი დოკუმენტის სახით MS Word და PDF ფორმატში, დოკუმენტში გაერთიანებული უნდა იყოს ყველა ფინანსური უწყისი, ცხრილები და დანართები, დანართების ცალკე დოკუმენტებად წარმოდგენა დაუშვებელია;
- 1.3. ფონტი - Sylfaen, გამონაკლისს წარმოადგენს დანართების სახით წარმოდგენილი დოკუმენტაცია;
- 1.4. ფონტის ფერი - შავი;
- 1.5. ფონტის ზომა - 10 ან 11 (გარდა საკითხების სათაურებისა, ფონტის ზომა, სურვილის შემთხვევაში შეიძლება აღემატებოდეს ძირითადი ტექსტის ფონტის ზომას მაქსიმუმ 2 ერთეულით) - გამონაკლისს წარმოადგენს დანართების სახით წარმოდგენილი დოკუმენტაცია;
- 1.6. სტრიქონებს შორის დაშორება - 10 იანი ზომის ფონტის შემთხვევაში - 1,5, 11 იანი ზომის ფონტის შემთხვევაში 1,15;
- 1.7. ბიზნეს გეგმის ტექსტის ძირითად ნაწილში დაუშვებელია Bold, Italic და Underline გამოყენება, გამონაკლისს წარმოადგენს ბიზნეს გეგმის თავებისა და ქვეთავების სათაურები, სქოლიოები, შენიშვნები, ცხრილების, დიაგრამებისა და სქემების დასათაურება და ასევე ის შემთხვევები, როდესაც ავტორის მიერ ხდება ცალკეული სიტყვის, ფრაზის ან აზრის გამოყოფა;
- 1.8. გვერდების ნუმერაცია - ყველა გვერდი გარდა თავფურცელისა, სარჩევისა და დანართებისა უნდა იყოს დანომრილი, თუმცა თავფურცლის და სარჩევის გვერდების რაოდენობის გათვალისწინება უნდა მოხდეს ნუმერაციაში. გვერდის ნომერი განთავსებული უნდა იყოს გვერდის footer -ის, შუა ადგილას;
- 1.9. ბიზნეს გეგმის მთელი ტექსტი გამოთანაბრებული უნდა იყოს მინდვრებს შორის, გარდა იმ სტრიქონებისა, რომელიც სრულად ვერ ავსებს მინდვრებს შორის მანძილს და ამავდროულად შემდგომი წინადადება იწყება ახალი აბზაცით - ე.წ. Justify;
- 1.10. ბიზნეს გეგმის მთელი ტექსტის მინდვრები (ე.წ. margin ები) უნდა იყოს ერთი ზომის, იმ შემთხვევაში, თუ გამოყენებულია საკითხების რამოდენიმე დონიანი ე.წ. numbering ან bullet, ერთიდაიგივე დონის საკითხების მარჯვენა მინდვრი (margin) უნდა იყოს ერთი და იგივე;

- 1.11. ცხრილები, დიაგრამები და სქემები - ბიზნეს გეგმაში არსებული ყველა ცხრილი, დიაგრამა და სქემა უნდა იყოს დანომრილი და დასათაურებული, ამავდროულად ცხრილების, დიაგრამების და სქემების ნუმერაცია ხორციელდება ცალ ცალკე, რაც ნიშნავს, რომ მათ ცალ ცალკე რიგითობა აქვთ. ნუმერაციის კუთხით გამონაკლისი შეიძლება იყოს ფინანსური უწყისები - მოგება ზარალის უწყისი, ბალანსი, ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისი.
- 1.12. ბიზნეს გეგმაში არსებული თითოეული ცხრილი (ფინანსური უწყისების ჩათვლით), დიაგრამა, სქემა განთავსებული უნდა იყოს ერთი გვერდის ფარგლებში, დასაშვებია იმ გვერდის მინდვრების (margin ების) გაფართოება, ან გვერდის „ორიენტაციის შეცვლა“ რომელზეც განთავსებულია ცხრილი. იმ შემთხვევაში თუ ცხრილი ვერ თავსდება ერთი გვერდის ფარგლებში, შემდგომ გვერდზე ცხრილის ნაწილის გადატანისას, მითითებული უნდა იყოს რომ ეს არის შესაბამისი ცხრილის გაგრძელება და ყველა კოლონის სათაური უნდა იყოს განმეორებული.
- 1.13. ცხრილებში, დიაგრამებსა და სქემებში გამოყენებული ფონტის ზომა არ არის დადგენილი, თუმცა ყველა დასახელება და რიცხვი უნდა იკითხებოდეს;
- 1.14. სხვადასხვა:
 - 1.14.1. თავფურცელი - აუცილებელი წესით ასახული უნდა იყოს შემდეგი მონაცემები: ბენეფიციარის დასახელება (იმ იურ. პირის დასახელება, რომელიც განიხილება თანადაფინანსების მიმღებად), სააგენტოში განაცხადის რეგისტრაციის ნომერი, დარგი, ბიზნესის ტიპი, რაიონი, რეგიონი;
 - 1.14.2. სარჩევი - უნდა იყოს დანომრილი და სარჩევში მითითებული ყველა საკითხის გასწვრივ შესაბამისი გვერდის ნომერი;
 - 1.14.3. ქვეთავების ნუმერაცია არ არის სავალდებულო.

2. შინაარსი

2.1. თავი - მიმოხილვა

- 2.1.1. ბიზნეს იდეის მოკლე აღწერა;
- 2.1.2. აღწერეთ მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულება (პროდუქტი/სერვისი), პროექტის ძირითადი ასპექტები და მოსალოდნელი შედეგები (დაგეგმილი შემოსავლის მოცულობა და მოგება, დასაქმებულთა რაოდენობა და წლიური სახელფასო ბიუჯეტი, ფინანსური კოეფიციენტები და ა.შ.). ჩამოთვალეთ ბიზნესის წარმატების განმაპირობებელი ფაქტორები და რა ხდის მას უნიკალურს (კონკურენტული უპირატესობა).
- 2.1.3. წარმატების განმაპირობებელი ფაქტორები
- 2.1.4. გეგმური მაჩვენებლები - ბიზნესის ამოქმედებისას მიღწეული გაყიდვების, შექმნილი პროდუქტის/სერვისის გეგმიური მაჩვენებლები და მათი მიღწევის ვადა (ზოგადი მიმოხილვის სახით).

2.1.5. ნულოვანი მოგების წერტილი - როგორც ფულად გამოხატულებაში, ასევე რეალიზებული პროდუქციის/სერვისის მოცულობით გამოხატულებაში;

შენიშვნა - მიმოხილვის თავში ჩამოთვლილი საკითხების ცალკე ქვეთავებად გამოყოფა არ არის სავალდებულო.

2.2. თავი - მფლობელობა, მენეჯმენტი და პერსონალი

2.2.1. ქვეთავი - სამეწარმეო სუბიექტის სტატუსი და ისტორია

- არსებული ბიზნესის შემთხვევაში დაფუძნების თარიღი, საქმიანობის ისტორია მიღწეული შედეგები - უკანასკნელი 3 წლის გაყიდვების მოცულობა (უნდა დასტურდებოდეს საგადასახადო დოკუმენტაციით და დამადასტურებელი დოკუმენტაცია წარმოდგენილი უნდა იყოს ბიზნეს გეგმის დანართად), აქტივების მოცულობა.
- ახალი ბიზნესის შემთხვევაში მეწარმე სუბიექტის დასახელება და რეგისტრაციის თარიღი

2.2.2. ქვეთავი - მფლობელთა ჩამონათვალი წილობრივი მითითებით

- იურიდიული პირის შემთხვევაში - ყველა დამფუძნებელი სახელი, გვარისა და პირადი ნომრის მითითებით, იმ შემთხვევაში, თუ კომპანია დაფუძნებულია ან უნდა დაფუძნდეს სხვა იურ. პირის მიერ - დამფუძნებელი კომპანიის დასახელება, საიდენტიფიკაციო კოდი, საქმიანობის სფერო და მისი ყველა დამფუძნებლის სახელი, გვარი, პირადი ნომერი.
- მეწარმე სუბიექტის/დამფუძნებლების საქმიანობის აღწერა - მიმდინარე სამუშაო ადგილი, წილები სხვადასხვა კომპანიებში, შემოსავლები (შემოსავლები და წილები დადასტურებული დოკუმენტურად, დამადასტურებელი დოკუმენტაცია ასევე უნდა იყოს ბიზნეს გეგმის დანართი). განხორციელებული პროექტები, მათი ბიზნეს გამოცდილება და ა.შ.

2.2.3. ქვეთავი - საკვანძო პერსონალი და მათი კვალიფიკაცია

- შესაქმნელი ბიზნესის, რომელი პოზიციები წარმოადგენს საკვანძო პოზიციებს, რა გარემოებებით არის განპირობებული ამ პოზიციების მნიშვნელობა ბიზნესის წარმატებით ფუნქციონირებაში. საკვანძო პოზიციებზე დასაქმებულ პირთა კვალიფიკაცია, მათი რეზიუმედან იმ ძირითადი ნაწილის ამონარიდი, რომლითაც დასტურდება მათი კვალიფიკაცია (საკვანძო პერსონალის სრული რეზიუმეები უნდა წარმოადგენდეს ბიზნეს გეგმის დანართს).

შენიშვნა - შესაძლოა საკვანძო პერსონალი არ იყოს დაქირავებული პირები და იყოს კომპანიის დამფუძნებელი/მეწარმე სუბიექტი, ამ შემთხვევაში არგუმენტირებული უნდა იყოს დამფუძნებლის/მეწარმის გამოცდილება, როგორ უზრუნველყოფს ბიზნესის წარმატებას.

შენიშვნა: იმ შემთხვევაში, თუ ბიზნესის სპეციფიკიდან გამომდინარე არ არის მნიშვნელოვანი საკვანძო პერსონალის გამოყოფა აღწერეთ მიზეზი.

2.2.4. ქვეთავი - თანამშრომელთა რაოდენობა

- დეტალურად უნდა იყოს აღწერილი თანამშრომლების გეგმიური რაოდენობა პოზიციებისა და ანაზღაურების (დარიცხული საშემოსავლო გადასახადის ჩათვლით) მითითებით, ასევე თანამშრომლების რაოდენობის სეზონური ცვლილების შემთხვევაში - გამიჯნული უნდა იყოს სეზონზე და მთელი წლის განმავლობაში თანამშრომლების რაოდენობა (გამიჯნვა შესაძლებელია განხორციელდეს ერთი და იგივე ცხრილის ფარგლებში). დასაქმებულთა რაოდენობა უნდა იყოს სათანადოდ დასაბუთებული და ამ ქვეთავში წარმოდგენილი სახელფასო ანაზღაურება უნდა ემთხვეოდეს ფინანსურ მოდელში გათვალისწინებულ მონაცემებს.

2.3. თავი -პროდუქტები/სერვისები

2.3.1. ქვეთავი - მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულება

- რა სახის პრობლემის გადაჭრას ემსახურება თქვენ მიერ შექმნილი პროდუქტი/სერვისი? რა ეტაპებს გაივლის პრობლემის გადაჭრამდე? როგორ იმოქმედებს ქალებზე, ახალგაზრდებზე და გარემოზე? რა გავლენას მოახდენს ადგილობრივ (მუნიციპალიტეტი, რეგიონი, სოფელი) ეკონომიკაზე? აღწერეთ მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულების - პროდუქტის/სერვისის (ტექნიკური მახასიათებლები, თვისებები, სავარაუდო სიცოცხლის ხანგრძლივობა, მისი სწორი ფუნქციონირების წინაპირობები და ა.შ.). თუ თქვენს მომხმარებლებს სთავაზობთ რამდენიმე ტიპის პრობლემის გაადაწყვეტის გზას (პროდუქტი/სერვისი), აღწერეთ თუ როგორ არიან ისინი ერთმანეთთან დაკავშირებული და როგორ ზეგავლენას ახდენენ ერთმანეთზე. სტარტ აპ ბიზნესის ან ბაზრისთვის ახალი პროდუქტის/სერვისის შეთავაზების შემთხვევაში ახსენით რამდენად სრულყოფილად უზრუნველყოფს მომხმარებლის პრობლემის გადაჭრას? არსებული ბიზნესის შემთხვევაში აღწერეთ როგორ მუშაობს თქვენი პრობლემის გადაჭრის გზა (პროდუქტი/სერვისი) და როგორ შეიძლება მისი განვითარება (მაგალითად, ფუნქციონალურად). თუ თქვენს პრობლემის გადაჭრის გზას(პროდუქტი/სერვისი) ინოვაციურად მიიჩნევთ, აღწერეთ რატომ და დაასაბუთეთ მტკიცებულებებით.

2.3.2. ქვეთავი - შესაქმნილი პროდუქტი/სერვისი

ქვეთავში აუცილებელი წესით დეტალურად აღწერილი უნდა იყოს, მეწარმე სუბიექტის მიერ გამოსაშვები ყოველი პროდუქტი/სერვისის სახეობა ცალ ცალკე, ამასთან ერთად თითოეული პროდუქტის/შეთავაზებული სერვისის აღწერა უნდა მოიცავდეს:

- რა ტიპის პროდუქტს წარმოადგენს საბოლოო პროდუქცია, იგულისხმება ეს არის ე.წ. შუალედური პროდუქტი შემდგომი გადამამუშავებისათვის (ან თუნდაც შემდგომი დაფასოებისათვის, კუპაჟირებისათვის და ა.შ.) თუ საბოლოო პროდუქტი, რომელიც დახლზე ან

შესაბამის საცალო სარეალიზაციო ქსელში განთავსდება იმ სახით, რომლითაც საწარმო მოახდენს მის წარმოებას; (წარმოების შემთხვევაში)

- შეთავაზებული სერვისების დეტალური აღწერა მათი სპეციფიკის მითითებით.
- პროდუქტის/სერვისის მახასიათებლები - მახასიათებლები განსხვავდება გამოსაშვები პროდუქტების/სერვისის სახეობის მიხედვით, წარმოდგენილ ბიზნეს გეგმაში მაქსიმალურად უნდა იყოს მახასიათებლები დეტალიზებული, როდესაც სწორედ ამგვარი მახასიათებლები წარმოდგენს კონკურენტულ უპირატესობას.
- დაფასოება და შეფუთვა - რა მოცულობებით მოხდება ბიზნეს გეგმით გათვალისწინებული ყველა ცალკეული პროდუქტის დაფასოება და ასევე უნდა იყოს საკმარისად არგუმენტირებული დაფასოებების მითითებული მოცულობის განმაპირობებელი გარემოებები, შეფუთვისა და შესაფუთი მასალების დეტალები (აუცილებელია მხოლოდ იმ შემთხვევებში, როდესაც, პროდუქციის შეფუთვა განაპირობებს პროდუქციის შენახვის ვადას, ან რაიმე სახის კონკურენტულ უპირატესობას) (წარმოების შემთხვევაში);
- მაგალითად, არის თქვენი პროდუქტი ინოვაციური? ახალი ბაზარზე? თუ მომხმარებელზე მორგებული? მომხმარებელს ეხმარება ხარჯების დაზოგვაში?

2.3.3. ქვეთავი - პოზიციონირება

- აუცილებელი წესით აღწერილი უნდა იყოს, რომელ საფასო სეგმენტში გეგმავს ბიზნესი პროდუქციის/სერვისის პოზიციონირებას, რა თავისებურებები ახასიათებს სეგმენტს და რითი არის განპირობებული წარმოდგენილი პოზიციონირების გადაწყვეტილება.

2.3.4. ქვეთავი - ფასწარმოქმნა და თვითღირებულების სტრუქტურა

აუცილებელი წესით აღწერილი უნდა იყოს:

- ფასწარმოქმნის სტრატეგია, რომელიც გულისხმობს - დაგეგმილი აქვს თუ არა მეწარმე სუბიექტს ბაზრის სპეციფიკის ან სეზონურობის მიხედვით საკუთარი მარჟის ცვლილება, თუ ეცდება შეინარჩუნოს ფიქსირებული ფასი მთელი წლის განმავლობაში. რა გარემოებებით არის განპირობებული აღნიშნული გადაწყვეტილება;
- პროდუქციის/სერვისის ფასები - ერთიანი ცხრილის სახით უნდა იყოს წარმოდგენილი თითოეული პროდუქტის/სერვისის საბითუმო და საცალო ფასი (გადასახადების ჩათვლით ან მის გარეშე ერთიან ფორმატში). სერვისების/პროდუქციის ტიპების მიხედვით შესაძლებელია, მათი გამოსახვა საერთო მაჩვენებლებში;
- თვითღირებულების სტრუქტურა - ცხრილის სახით უნდა იყოს წარმოდგენილი ყველა გამოსაშვები პროდუქციის/სერვისის თვითღირებულების სტრუქტურა სააგენტოსთან შეთანხმებული ფორმატით;

2.3.5. ქვეთავი - კონკურენტი - სუბსტიტუტი პროდუქტები/სერვისები და უპირატესობები მათთან შედარებით

- კონკურენტი პროდუქტების/სერვისების ძირითადი ნაწილი (იმ შემთხვევაში თუ მსგავსი პროდუქტების/სერვისების რაოდენობა დიდია, რამოდენიმე ტიპის აღწერა საკმარისი იქნება), კონკურენტი პროდუქტების/სერვისების არ არსებობის შემთხვევაში კი აღნიშნული ახსნილი და დასაბუთებული უნდა იყოს სათანადოდ.
- სუბსტიტუტი პროდუქტები/სერვისები - წარმოდგენილი უნდა იყოს ის პროდუქტები რომლებიც შესაძლოა წარმოადგენდნენ საწარმოებელი პროდუქტის/სერვისის ალტერნატივას მახასიათებლების კუთხით და წარმოდგენილი იყოს იგივე საფასო სეგმენტში.
- ქვეთავში აუცილებელი წესით უნდა იყოს შედარებული დასაფინანსებელი მეწარმე სუბიექტის მიერ წარმოებული პროდუქტის/სერვისის ფასები კონკურენტი და სუბსტიტუტი პროდუქტის/სერვისის ფასებთან, ამავდროულად შედარებები განხორციელებული უნდა იყოს ერთიან ფორმატში საერთო მაჩვენებლების გათვალისწინებით. შედარების შედეგად გამოყოფილი უნდა იყოს კონკურენტული უპირატესობა (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) და ამავდროულად დასაბუთებული.

2.3.6. ქვეთავი - პროდუქციის/სერვისის მიწოდების თარიღები

- აუცილებელი წესით აღწერილი უნდა იყოს პროდუქციის/სერვისის პირველი პარტიის წარმოების/შეთავაზების თარიღი (დაგეგმილი ვადა), ასევე ბაზარზე / პოტენციურ შემსყიდველებისათვის პროდუქციის/სერვისის მიწოდების ვადები. რა გარემოებებზე არის დამოკიდებული ვადები.

2.3.7. ქვეთავი - პატენტირება / ლიცენზირება

- ეს ქვეთავი ბიზნეს გეგმაში წარმოდგენილი და აღწერილი უნდა იყოს, თუ მეწარმე სუბიექტი ან მისი დამფუძნებლები ფლობენ რაიმე პატენტს ან გამოსაშვები პროდუქცია/სერვისი ექვემდებარება ლიცენზირებას, წინააღმდეგ შემთხვევაში ქვეთავი საერთოდ არ უნდა იყოს ბიზნეს გეგმაში წარმოდგენილი.

2.4. თავი - გასაღების ბაზრები

2.4.1. ქვეთავი - ბაზრების მიმოხილვა და სეგმენტების ანალიზი

- ბიზნეს საჭიროებიდან გამომდინარე, დააჯგუფეთ მომხმარებლები სქესის, ასაკის, შემოსავლის დონის და გეოგრაფიული არეალის მიხედვით. განმარტეთ, რატომ არის თქვენი პრობლემის გადაჭრის გზა(პროდუქტი/სერვისი) მომგებიანი მომხმარებლებისთვის, ინვესტიციის მიზანშეწონილობის, გაწეული დანახარჯების და მიღებული მოგების მიხედვით.

- პროდუქციის/სერვისის ადგილობრივი და საექსპორტო ბაზრების მახასიათებლები, კერძოდ: არის თუ არა ორგანიზებული და ჩამოყალიბებული ბაზარი დადგენილი წესებით, შესვლის ბარიერი - რა სირთულეებთან არის დაკავშირებული ბაზარზე შესვლა (როგორც ადგილობრივ ბაზარზე, ასევე საექსპორტო); იმ შემთხვევაში თუ გაყიდვები იგეგმება მხოლოდ ადგილობრივ ბაზარზე საექსპორტო ბაზრების დეტალური ანალიზი არ არის აუცილებელი;
- ბაზრის სეგმენტები და მათი ანალიზი;
- ადგილობრივი მოთხოვნისა და საექსპორტო მოთხოვნის ანალიზი (იმის მიხედვით რომელ ბაზარზე არის გათვლილი) პროდუქციის/სერვისის ბაზრების საერთო წლიური მოცულობა. როდესაც ბაზრის მოცულობის ზუსტი მონაცემები არ არსებობს, აუცილებელი წესით უნდა განხორციელდეს სავარაუდო მოცულობების დადგენა და ბიზნეს გეგმაში წარმოდგენილი უნდა იყოს დაშვებები და ვარაუდი, რის მიხედვითაც არის განხორციელებული შეფასებითი მონაცემების დადგენა ან დასაბუთებული უნდა იყოს რატომ არ არის ამ მონაცემის ანალიზი მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მისაღებად. ასევე შესაძლებელია ცალკეულ შემთხვევაში ბაზრების დეტალიზაცია ვერ განხორციელდეს პროდუქციის/სერვისის დონემდე, ამ შემთხვაში შეფასებული უნდა იყოს ბაზრის ის ნაწილი რომელშიც გაერთიანებულია შესაბამის პროდუქცია/სერვისი და დასაბუთებული უნდა იყოს ამგვარი ვარაუდი;

2.4.2. ქვეთავი - გასაღების ბაზრების გეოგრაფია და მოთხოვნის განმაპირობებელი ფაქტორები

- ჩამოთვლილი უნდა იყოს ყველა ის ქვეყანა სადაც იგეგმება პროდუქციის/სერვისის რეალიზაცია/შეთავაზება და შესაბამისი ქვეყნების მიხედვით ის გარემოებები აღწერილი, რომელთა მიხედვით მოხდა გადაწყვეტილების მიღება (გარემოებები უნდა აღწერილი იყოს ქვეყნების მასშტაბით და არა ცალკეული პოტენციურის შემსყიდველი კომპანიების მოთხოვნების მიხედვით);

2.4.3. ქვეთავი - კლიენტების / სამიზნე სეგმენტის დახასიათება

- მხოლოდ საბითუმო რეალიზაციის დაგეგმვის შემთხვევაში - პოტენციური კლიენტების (სადისტრიბუციო კომპანიების ან სავაჭრო ქსელების) ჩამონათვალი დაჯგუფებული ქვეყნების ჭრილში, მათი გამოცდილება, ადგილი შესაბამის ბაზარზე, პატნიორი ან საკუთარი ობიექტების / კომპანიების რაოდენობა, პროდუქციის ასორტიმენტი, და თანამშრომლობის პრინციპები - მიწოდების მინიმალური მოცულობები, მინიმალური ასორტიმენტი და ა.შ. ურთიერთგაგების მემორანდუმების არსებობის შემთხვევაში აღწერილი უნდა იყოს მემორანდუმის პირობები, ხოლო უშუალოდ მემორანდუმი წარმოდგენილი უნდა იყოს ბიზნეს გეგმის დანართად;
- იმ შემთხვევაში თუ მეწარმე სუბიექტი პროდუქციის/სერვისის მიწოდება განხორციელებს საკუთარი რესურსით, აღწერილი უნდა იყოს პროდუქციის/სერვისის საბოლოო მომხმარებელი ასაკობრივ და მსყიდველუნარიონობის ჭრილში. შესაბამის ბაზარზე შეფასებული უნდა იყოს

მსგავსი მომხმარებლის რაოდენობრივი მონაცემები (ამ კუთხით ზუსტი მონაცემების დადგენა ხშირ შემთხვევაში შეუძლებელია, შესაბამისად მონაცემები უნდა ეყრდნობოდეს გარკვეულ დაშვებებს და აღწერილი უნდა იყოს ყველა დაშვება რის შედეგადაც მიღებული მონაცემები). ასევე აღწერილი უნდა იყოს აქვს თუ არა პროექტის განმახორციელებელ ჯგუფს პროდუქციის/სერვისის მწოდების გამოცდილება;

2.4.4. ქვეთავი - კონკურენტული გარემო, კონკურენტების დახასიათება

- კონკურენტი კომპანიები, განსხვავებით 2.3.4. პუნქტისაგან, შეფასებული უნდა იყოს უშუალოდ კომპანიები, რომლებიც მოღვაწეობენ იმ მიზნობრივ ბაზრებზე სადაც დაგეგმილია შესვლა, შეფასებული უნდა იყოს მათი გამოცდილება, პროდუქციის/სერვისის სპექტრი. რა თქმა უნდა ძირითად შემთხვევებში ყველა კონკურენტი კომპანიის ჩამოთვლა იქნება შეუძლებელი, ამ შემთხვევაში შეფასებული უნდა იყოს ბაზრის ლიდერი კომპანიები (რომელი კომპანია წარმოადგენს ბაზრის ლიდერს, შეფასებითა. დასაბუთებული უნდა იყოს რა ფაქტებსა და გარემოებებს ეყრდნობა მსჯელობა). შესაძლებელია ასევე დარგის საერთო მახასიათებლების გამოყოფა და დარგში მომუშავე კომპანიების საერთო დახასიათება;

2.4.5. ქვეთავი - გაყიდვების გეგმა და მიზნობრივ ბაზარზე წილის საპროგნოზო მოცულობა

- გეგმიური 5 წლის გაყიდვების გეგმა პროდუქციის/სერვისის სახეობების მიხედვით ფულად და რაოდენობრივ ან მოცულობით გამოხატულებში (სააგენტოსთან შეთანხმებული ფორმატით). დეტალიზაცია უნდა განხორციელდეს პროდუქციის/სერვისის ერთგვაროვანი სახეობების დონემდე, გარდა იმ შემთხვევებისა, როდესაც შეფუთვა /დაფასოება/სერვისის მიწოდების ფორმა განსხვავებულია სხვადასხვა მიზნობრივი სეგმენტისათვის ან სხვადასხვა ბაზრისათვის;
- აუცილებელი წესით ახსნილი უნდა იყოს რატომ არის დაგეგმილი რეალიზაციის ზრდის წარმოდგენილი ტემპი, ან რატომ არ იზრდება;
- წარმოდგენილი გაყიდვების გეგმის შესრულების შემთხვევაში შესაბამის ბაზრებზე კომპანიის წილი. ბაზრების მონაცემები უნდა ემთხვეოდეს 2.4.1. პუნქტში მითითებულ ბაზრების შეფასებით მოცულობებს; წარმოდგენილი უნდა იყოს ის დაშვებები რომელსაც ეყრდნობა პროგნოზი;

2.4.6. ქვეთავი - გაყიდვების სეზონურობა

- ახასიათებს თუ არა პროდუქციას/სერვისს სეზონურობა და რითი არის განპირობებული;
- ფულად გამოხატულებაში რა მოცულობით არის ასახული სეზონური გაყიდვების წილი მთლიან რეალიზაციებში;

2.4.7. ქვეთავი - სარეალიზაციო არხებისა და დისტრიბუციის მეთოდის აღწერა

- რა ტიპის სარეალიზაციო არხების გამოყენება პროდუქციის/სერვისის გაყიდვისას;
- მიწოდების მეთოდის დეტალური აღწერა - ობიექტების რაოდენობა, პროდუქციის/სერვისის მიწოდების სიხშირე, ფულადი სახსრების მიღების პერიოდულობა და ა.შ. გაყიდვების მიმართულებით პარტნიორ კომპანიებთან თანამშრომლობის მაქსიმალურად დეტალიზებული პირობები და ფასნამატი (რიცხვები უნდა ემთხვეოდეს ფასწარმოქმნის ქვეთავში მითითებულ მონაცემებს);

2.4.8. ქვეთავი - მარკეტინგი

- პროდუქციის/სერვისის გაყიდვების სტიმულირების მიზნით, დროში გაწერილი მარკეტინგული აქტივობები (მარკეტინგის ბიუჯეტი შესაბამისად ასახული უნდა იყოს ფინანსურ უწყისებში). იმ შემთხვევაში თუ არ არის დაგეგმილი მარკეტინგული აქტივობები, დასაბუთებული უნდა იყოს ამგვარი გადაწყვეტილების მიზეზი;
- ბაზარზე შეღწევის სტრატეგიების აღწერა.
- სტარტაპ ბიზნესის ან ახალი პროდუქტის/მომსახურების შემთხვევაში: როგორ აპირებთ ბაზარზე შესვლას? როგორ მოიპოვებთ პირველ მომხმარებლებს? როგორ გაზრდით მომხმარებელთა ბაზას? როგორ აცნობებთ/დაარწმუნებთ თქვენს პოტენციურ მომხმარებლებს შეისყიდონ თქვენი პროდუქცია/სერვისი? არსებული ბიზნესის შემთხვევაში: დეტალურად აღწერეთ როგორ გაიარეთ ზემოთ აღნიშნული ეტაპები.
- როგორ დაეხმარებით პასიური მოთხოვნები ჩამოყალიბდეს რეალურ (ღია) მოთხოვნად? როგორ იმოქმედებს თქვენი სტრატეგია ქალებზე და ახალგაზრდებზე?
- როგორია მომხმარებელთა გადახდის პირობები? რა სახის ურთიერთობის დამყარებას გეგმავთ მომხმარებლებთან? რა რიპის სერვისების/შეთავაზების გაკეთებას აპირებთ გაყიდვის და მის შემდგომ პერიოდისთვის? როგორი იქნება დაბრუნების ან გარანტიის სისტემა?
- სად მდებარეობს თქვენი ბიზნესი და რატომ? არის თუ არა ეს ხელმისაწვდომი მოსახლეობის ყველა ჯგუფისთვის (ქალები, ახალგაზრდები, სოციალურად დაუცველები)? როგორ მიაწვდით მათ თქვენს პრობლემის გადაჭრის გზას(პროდუქტი/სერვისი)? თუ სხვების დახმარებით აწვდით, აღწერეთ მათი შესაძლებლობები და როლი ღირებულებათა ჯაჭვში? რომელი რესურსები (უნარები, აპარატურა, უძრავი ქონება და ა.შ.) გჭირდებათ მარკეტინგისა და დისტრიბუციისთვის?

2.5. თავი - წარმოება და ძირითადი მატერიალური საშუალებები

2.5.1. ქვეთავი - ბიზნესის მდებარეობა

- ბიზნესის ზუსტი მისამართი (დანართად წარმოდგენილი უნდა იყოს ამონაწერი საჯარო რეესტრიდან), იმ შემთხვევაში, თუ განიხილება რამოდენიმე შესაძლებლობა - მითითებული უნდა იყოს ყველა მისამართი;
- აღწერილი უნდა იყოს გადაწყვეტილების მიღების განმაპირობებელი ფაქტორები;
- დასაბუთებული უნდა იყოს მოცემული მდებარეობის / ების შესაბამისობა ბიზნესის სპეციფიკასთან;
- იმ შემთხვევაში თუ დაგეგმილია მიწის ნაკვეთის შექმნა (პროექტის ფარგლებში არ ფინანსდება), წარმოდგენილი უნდა იყოს შესყიდვის დეტალები და დადასტურებული შესყიდვის მზაობა იმ შემთხვევაში, თუ ბიზნეს გეგმის თანადაფინანსების შესახებ მიღებული იქნება დადებითი გადაწყვეტილება. თუ მიწის/შენობა-ნაგებობების მიღება დაგეგმილია სახელმწიფო ქონების ეროვნული სააგენტოსგან საინვესტიციო ვალდებულებების შესრულების სანაცვლოდ, აღწერილი უნდა იყოს ინფორმაცია თანმდევი ვალდებულებების შესახებ (გასათვალისწინებელია, რომ პროექტით გათვალისწინებული სააგენტოს თანადაფინანსების თანხით განსახორციელებული ინვესტიცია, არ ჩაითვლება აღნიშნული ვალდებულების შესრულებაში)

2.5.2. ქვეთავი - საწარმოო პროცესის/სერვისის შექმნის დეტალური აღწერა

- თითოეული პროდუქტის/სერვისის სახეობის მაქსიმალურად დეტალიზებული შექმნის პროცესი. ნედლეულის მიღებიდან დაწყებული მზა პროდუქციის დასაწყობებით დასრულებული (წარმოების შემთხვევაში);
- პროცესის აღწერა უნდა მოიცავდეს ეტაპებს, კერძოდ: ეტაპის დანიშნულება, ეტაპის ხანგრძლივობა, პროცესში ჩართული დანადგარი/მოწყობილობა, დასაქმებულთა რაოდენობა და სპეციფიური ცოდნის აუცილებლობა.
- აუცილებელი წესით გამოყოფილი და შეფასებული უნდა იყოს მთლიანი პროცესის ე.წ. Bottle Neck.
- როგორ უზღვრუნველყოფთ წარმოებაში/სერვისის შექმნაში ხარისხის კონტროლს?

2.5.3. ქვეთავი - მანქანა დანადგარებისა და სხვა მატერიალური აქტივების დეტალური აღწერა

- აღწერილი უნდა იყოს პროცესით გათვალისწინებული ყველა მანქანა დანადგარი და სხვა მატერიალური აქტივი, წარმადობა (ან შესაბამისი მონაცემი მაგ: ტვირთამწეობა), მწარმოებელი, მდგომარეობა (ახალი / მეორადი) მათი შექმნის წყაროები, შექმნის პირობები. წარმოდგენილი უნდა იყოს ბიზნეს გეგმის დანართის სახით. აუცილებელი წესით ცხრილში გამიჯნულად უნდა იყოს არსებული აქტივები და პროექტის ფარგლებში შესაქმნელი/შესაძენი აქტივები (მანქანა-დანადგარები ა.შ.)

2.5.4. ქვეთავი - შენობა ნაგებობების დეტალური აღწერა

- აუცილებელი წესით წარმოდგენილი უნდა იყოს ბიზნესის ფუნქციონირებისათვის საჭირო ფართის მოცულობა. ამ ფართის გადანაწილება საჭირო დანიშნულებების მიხედვით, როგორც სერვისის ისე წარმოების შემთხვევაში.

2.6. თავი - ნედლეული (წარმოების შემთხვევაში)

2.6.1. ქვეთავი - საწარმოო პროცესში გამოყენებული ნედლეული და დამხმარე მასალები

- საწარმოო პროცესში გამოყენებული ე.წ. ძირითადი / საბაზისო ნედლეულის სახეობების აღწერა
 - მახასიათებლები (იგულისხმება გაზომვადი / თვლადი მახასიათებლები - მაგ: ტენიანობა, კალობრი, თბოტევადობა, ენერგეტიკული ღირებულება და სხვა სპეციფიური მახასიათებლები წარმოების სპეციფიკის გათვალისწინებით);
- ნედლეული გამოსავლიანობა - 1 ტონა / 1 კგ მზა პროდუქციის საწარმოებლად საჭირო ნედლეული მოცულობა, ასევე დანაკარგები;
- ე.წ. ძირითადი / საბაზისო ნედლეულის ადგილობრივი წარმოება უკანასკნელი მინიმუმ 3 წლის განმავლობაში, როგორც ქვეყნის მასშტაბით, ასევე მიზნობრივი რეგიონისა და შეძლებისდაგვარად მიზნობრივი რაიონის მასშტაბით;
- მზა პროდუქციის საწარმოებლად აუცილებელი დამხმარე და შესაფუთი მასალების, დეტალური აღწერა, ასევე ინგრედიენტები. საჭირო მოცულებები 1 ტონა / 1 კგ მზა პროდუქციის საწარმოებლად;
- ნედლეულის დასაწყობების პირობები;
- ცხრილის სახით უნდა იყოს წარმოდგენილი, დაგეგმილი 5 წლის განმავლობაში ყოველწლიურად შესაძენი ნედლეულის, დამხმარე მასალებისა და ინგრედიენტების მოცულობები და მათი ღირებულება (ცხრილის მონაცემები შესაბამისობაში უნდა იყოს ერთის მხრივ გამოსავლიანობასთან, მეორეს მხრივ საწარმოო გეგმასთან);

2.6.2. ქვეთავი - ნედლეულის მოწოდების წყაროები

- ძირითადი / საბაზისო ნედლეულის მიწოდების წყაროები, დასაბუთებული უნდა იყოს 2,6,1 პუნქტში მითითებული მოცულობით ნედლეულით საწარმოს უზრუნველყოფის შესაძლებლობა. წარმოდგენილი უნდა იყოს დასაბუთებისას გამოყენებული მონაცემების წყაროები (იმ შემთხვევაში თუ მონაცემების ოფიციალური წყარო არ არსებობს, წარმოდგენილი უნდა იყოს მეთოდოლოგია, რომლის გამოყენებითაც მოხდა სანედლეულო ბაზის არგუმენტაცია);
- უნდა განხორციელდეს აღწერა, როგორ მოხდება ნედლეულის შეძენის პროცესი, ნედლეულის სპეციფიკის გათვალისწინებით, მათ შორის მიმღები პუნქტების ორგანიზების დეტალები

(მიმღები პუნქტების ორგანიზების დეტალების აღწერა არ არის საჭირო იმ შემთხვევებში თუ ნედლეულის შექმნა ხორციელდება კომპანიებისაგან ან დამამზადებლებისაგან);

- შესაფუთი და დამხმარე მასალების მოწოდების წყაროები, მომწოდებელი კომპანიები და მათთან თანამშრომლობის პირობები (შესასყიდი მინიმალური მოცულობები, მოწოდების პირობები და ა.შ.);

2.6.3. ქვეთავი - ადგილობრივი და იმპორტირებული ნედლეულის შედარებითი დახასიათება

- ეს ქვეთავი წარმოდგენილი უნდა იყოს მხოლოდ იმ შემთხვევებში, როდესაც ძირითადი / საბაზო ნედლეულის იმპორტი ხორციელდება საქართველოში;
- უნდა განხორციელდეს ისეთი მონაცემების შედარება როგორც არის თვლადი მახასიათებლები, ფასი, მიწოდების სტაბილურობა, მიწოდებული ნედლეული ერთგვაროვნება, ხარისხი და ა.შ.;

2.6.4. ქვეთავი - ნედლეულის ფასები და მისი დინამიკა

- ყველა ძირითადი / საბაზო ნედლეულის ფასების დინამიკა უკანასკნელი 3 წლის განმავლობაში ფასების დინამიკა, როგორც ადგილობრივ ნედლეულზე, ასევე იმპორტირებულ ნედლეულზე;

2.7. თავი - მარაგები (წარმოების შემთხვევაში)

2.7.1. ქვეთავი - მზა პროდუქციისა და ნედლეულის მარაგების მართვის სტრატეგია

- ნედლეულის მართვის სტრატეგია, რაც გულისხმობს როგორც ძირითადი / საბაზოსო ნედლეულის შესყიდვისა და გადამუშავების პერიოდულობას, ასევე დამხმარე და შესაფუთი მასალებისა და ნედლეულის შესყიდვის პერიოდულობას. (ნედლეულის მართვის სტრატეგია შესაბამისობაში უნდა იყოს ფინანსურ უწყისებთან)
- მზა პროდუქციის მარაგების მართვის სტრატეგია, რაც გულისხმობს როგორც მარაგების დასაწყობების პირობებს, ასევე ახსნილი უნდა იყოს დისტრიბუციის მეთოდის გათვალისწინებით, როგორ განხორციელდეს საწარმო მზა პროდუქციის მიწოდების ორგანიზებას, ერთროულად ქსელში / პარტნიორებთან ან დისტრიბუტორებთან, რა მოცულობის მარაგები იქნება გადატვირთული. ექნება თუ არა საწარმოს დამატებითი საწყობები და ა.შ.;

2.7.2. ქვეთავი - სასაწყობე მეურნეობის / ების მდებარეობა და აღწერა

- ქვეთავში აღწერილი უნდა იყოს ნედლეულისა და მზა პროდუქციის სასაწყობე მეურნეობები, ასევე ექნება თუ არა საწარმოს დამატებითი საწყობები მიწოდების უწყვეტობის შენარჩუნების მიზნით;

2.8. თავი - სერვისის ფორმირებაში მონაწილე მხარეები (მომსახურების შემთხვევაში)

2.8.1. ქვეთავი - საბოლოო მომსახურების ფორმირების პროცესში ჩართული მხარეები და მომსახურების სახეები:

- მიუთითეთ საბოლოო მომსახურების ფორმირების პროცესში ჩართული ყველა მხარე და მომსახურების სახეობები, რომელიც აუცილებელია საბოლოო სერვისის შეთავაზებისთვის

(აღწერეთ აუცილებელია თუ არა დამატებითი სერვისების ჩართვა პროექტით გათვალისწინებული სერვისის შესაქმნელად);

- დასაბუთებული უნდა იყოს სერვისის შესაქმნელად ყველა საჭირო დამატებით მომსახურებაზე ხელმისაწვდომობა. სერვისების მიმწოდებელი კომპანიების ჩამონათვალი, დახასიათება და თანამშრომლობის დეტალები.

2.9. თავი - საინვესტიციო გეგმა

2.9.1. ქვეთავი - პროექტის ჯამური ღირებულება და დაფინანსების წყაროები

- ქვეთავში წარმოდგენილი უნდა იყოს ცხრილის სახით პროექტის ჯამური ღირებულება მუხლების მიხედვით და თითოეული მუხლის დაფინანსების წყაროს მითითებით.

შენიშვნა: - პროგრამა არ ითვალისწინებს შემდეგი ხარჯების დაფინანსებას:

- ა) უძრავი ქონების, მათ შორის მიწის, შესყიდვა;
- ბ) საპროექტო მომსახურება;
- გ) კრედიტებისა და სხვა ვალდებულებების დაფარვა;
- დ) საწარმოს აქციების/წილების შესყიდვა;
- ე) ცხოველის შესყიდვა.
- პროექტის ჯამურ ღირებულებაში გამიცხული უნდა იყოს პროგრამის ფარგლებში დაშვებული დასაფინანსებელი ძირითადი საშუალებები. სააგენტოს თანადაფინანსების მოცულობაც სწორედ აღნიშნული თანხიდან უნდა იყოს გამოყვანილი. (პროექტის ფარგლებში დასაფინანსებელი ძირითადი საშუალებების მთლიანი ღირებულების არაუმეტეს 50%).

მიუხედავად იმისა, რომ პროგრამა არ ითვალისწინებს საბრუნავი და საოპერაციო ხარჯების დაფინანსებას, აუცილებლად უნდა იყოს აღწერილი და წარმოდგენილი ტექსტურ და ფინანსურ მოდელში ბენეფიციარის მიერ აღნიშნული ხარჯების გაწევის დეტალები. დაფინანსების წყაროები (მათ შორის შესაძლებელია განხილული იყოს ნაწილობრივ არაფულადი წყაროც, მათ შორის კომპანიის ან/და დამფუძნებელ პარტნიორთა საკუთრებაში არსებული სანედლეულო ბაზაც) . შესაბამისად სააგენტოს თანადაფინანსების მოცულობის გაანგარიშებაში არ მიიღებს მონაწილეობას არც საბრუნავი და საოპერაციო ხარჯები.

2.9.2. ქვეთავი - ფიქსირებულ აქტივებში ინვესტირების დეტალები

ქვეთავში დეტალურად წარმოდგენილი უნდა იყოს ყველა ძირითადი საშუალების ჩამონათვალი, რომლის შექმნაც იგეგმება. შენობა ნაგებობების მშენებლობის, სარემონტო სამუშაოების ჩათვლით, მომწოდებელი / შემსრულებელი (შესაძლოა, ბიზნეს გეგმის შედგენის პერიოდში არ იყოს საბოლოოდ შერჩეული მომწოდებელი / შემსრულებელი, ამ შემთხვევაში ახსნილი უნდა იყოს მიზეზები და ის გარემოება რატომ არის ნაკლებად მნიშვნელოვანი) მათი ღირებულება, საიდანაც

გამოყოფილი უნდა იყოს დღგ, ტრანსპორტირების ღირებულება, ინსტალაციის ღირებულება და სხვა ხარჯები. გარდა შემთხვევებისა, როდესაც ტრანსპორტირება და ინსტალაცია ცალკე ხარჯად არ არის წარმოდგენილი ინვოისში / კონტრაქტში (ინვოისები / კონტრაქტები უნდა იყოს წარმოდგენილი ბიზნეს გეგმის დანართად, იმ შემთხვევაში, თუ მომწოდებლის / შემსრულებლის მიერ არ არის ბიზნეს გეგმის შედგენის პროცესში მოწოდებული საბოლოო ინვოისი, წარმოდგენილი უნდა იყოს მიმოწერა, ან ის წყარო რომლის გათვალისწინებითაც მოხდა ღირებულების დადგენა), აქვე მითითებული უნდა იყოს თითოეული მუხლის დაფინანსების წყარო, რომელიც თავის მხრივ უნდა შეესაბამებოდეს სოფლის განვითარების პროგრამის დადგენილ პირობებს, რომელიც გამოქვეყნებულია ვებ გვერდზე - www.arda.gov.ge ;

2.9.3. სამოქმედო გეგმა

- ბიზნესის შექმნის/გაფართოება/მოდერნიზების პროცესების დეტალური აღწერა სავარაუდო პერიოდების (თარიღების) მიხედვით.

2.10. თავი - ფინანსური გეგმა

ზოგადი მიდგომები - ფინანსური გეგმის შედგენისას დაცული უნდა იყოს შემდეგი ძირითადი პრინციპები:

- ფინანსური გეგმა შედგენილი უნდა იყოს ლარებში, თუმცა სააგენტოს მოთხოვნის შემთხვევაში შესაძლებელი უნდა იყოს სხვა ვალუტაში მისი გადაკეთება.
- გეგმიური პერიოდი მოიცავს მინიმუმ 5 წელიწადს (მინიმუმ 60 თვე);
- მოგება ზარალის და საბალანსო უწყისები შედგენილი უნდა იყოს ყოველწლიური, ხოლო ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისი ყოველთვიური, ამასთან ბიზნეს გეგმაში ხდება მხოლოდ ყოველწლიური უწყისების წარმოდგენა („ჩასმა“), ხოლო ელექტრონული ფორმით აუცილებელი წესით წარმოდგენილი უნდა იყოს ფულადი ნაკადების მოძრაობის ყოველთვიური უწყისი;
- ფინანსური უწყისები და უწყისების შედგენისას გამოყენებული დამხმარე ცხრილები წარმოდგენილი უნდა იყოს ასევე ელექტრონული ფორმით MS Excel ფორმატში, ფორმულების მითითებით, იმგვარად რომ, ფინანსურ უწყისებში მითითებული ყველა მონაცემი იყოს მიკვლევადი;
- ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისში მუხლი - ბალანსი პერიოდის ბოლოს უნდა იყოს დადებითი რიცხვი;
- სააგენტოს თანადაფინანსება ასახული უნდა იყოს საბალანსო უწყისში გაუნაწილებელი მოგებისა და მფლობელთა კაპიტალის თავში ცალკე მუხლად, ამავდროულად მოგება ზარალის უწყისში მიღებული თანადაფინანსება უნდა მონაწილეობდეს მოგების გადასახადის გაანგარიშებაში თანადაფინანსების ფაქტობრივად მიღების პროპორციულად.

- ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისში სესხის საპროცენტო ხარჯების ხარჯის ასახვა უნდა განხორციელდეს სესხის დაფარვის გეგმიური გრაფიკში საშეღავათო პერიოდის შესაბამისად (ასეთის არსებობის შემთხვევაში), ხოლო მოგება ზარალის უწყისში - საპროცენტო განაკვეთის ხარჯი გატარებული უნდა იყოს დარიცხვის შესაბამისად, ამასთან ერთად საპროცენტო ხარჯი ორივე უწყისში გატარებული უნდა იყოს სრულად, და არა მხოლოდ ბენეფიციარის მიერ გადასახდელი ნაწილი (შეღავათიანი აგროკრედიტის შემთხვევაში).
- სააგენტოს მიერ დაფინანსებული საპროცენტო ხარჯი გატარებული უნდა იყოს მოგება ზარალი უწყისში არასაოპერაციო შემოსავალში, ხოლო ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისში - შემოდინებებში ფინანსური აქტოვობებიდან (ასეთი სესხის არსებობის შემთხვევაში);
- მოგება ზარალის უწყისში გამიჯნული უნდა იყოს არსებობის შემთხვევაში საექსპორტო და ადგილობრივი რეალიზაცია;
- დღგ - ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისში ასახული უნდა იყოს დღგ როგორც შემოდინებების ნაწილში ასევე ხარჯის ნაწილში, ხოლო მოგება ზარალის უწყისში არ უნდა იყოს ასახული დღგ არც რეალიზაციის ნაწილში, არც ხარჯის ნაწილში.
- საბალანსო უწყისში ფიქსირებული აქტივების ღირებულება ასახული უნდა იყოს დღგ - ს გარეშე;
- საბალანსო უწყისში გამიჯნული უნდა იყოს გრძელვადიანი სესხი მიმდინარე ნაწილი და შესაბამისად ასახული უნდა იყოს მიმდინარე ვალდებულებებში;
- ფინანსური უწყისები უნდა იყოს მაქსიმალურად დეტალიზებული და შეესაბამებოდეს სააგენტოს მიერ შემუშავებულ ფორმატს (იხ. ელექტრონული დანართი), თუმცა შესაძლებელია ფორმატის მორგება ბიზნესის სპეციფიკაზე, ძირითადი პრინციპების დაცვით.

2.11. რისკები და SWO T

- აღწერეთ ბიზნესის ძლიერი და სუსტი მხარეები, გაანალიზეთ საფრთხეები და შესაძლებლობები. ჩამოაყალიბეთ სტრატეგია, რომელიც მაქსიმალურად გამოიყენებს თქვენს ძლიერ მხარეებს და შესაძლებლობებს, ამასთან შეამცირებს საფრთხეებს და სისუსტეების გავლენას. შეიმუშავეთ რისკების მართვის სისტემა და თითოეული იდენტიფიცირებული რისკი შეაფასეთ მათი დადგომის ალბათობით/სიხშირით (მაგ 1 – 5 ქულათა მინიჭების პრინციპით). შეაფასეთ აღნიშნული რისკები მათი საქმიანობაზე ზეგავლენის მიხედვით (მაგ 1 – 5 ქულათა მინიჭების პრინციპით). აღწერეთ თითოეული მათგანის შემამსუბუქებელი ღონისძიებები. აჩვენეთ, რა გავლენა მოახდინა იდენტიფიცირებულმა რისკებმა და საპასუხო ღონისძიებებმა თქვენს ბიზნეს გეგმაზე. განსაზღვრეთ გარემოს, კლიმატის ცვლილების, ბუნებრივი, სოციალური (განსაკუთრებით ქალების, ახალგაზრდების, სოციალურად დაუცველების) და ფინანსური რისკები.

2.12. ქვეთავი - დაშვებები და რისკები

- ქვეთავში აღწერილი უნდა იყოს ყველა ის დაშვება და რისკი რომელთა საფუძველზე მოხდა ფინანსური უწყისები აგება:
- ბიზნეს გეგმაში გათვალისწინებული სესხის / ების ან სალიზინგო დაფინანსების პირობები (გათვალისწინებული პირობები უნდა შეესაბამებოდეს სოფლის განვითარების პროგრამით დადგენილ პირობებს, რომელიც გამოქვეყნებულია - www.arda.gov.ge);
- ძირითადი საშუალებების ცვეთის დარიცხვის პრინციპი და მისი ყოველწლიური მოცულობა;
- უცხოური ვალუტის კურსი;
- რეალიზაციის პრინციპი და დებიტორული დავალიანების მიღების პერიოდი;
- მზა პროდუქციის თვითღირებულება მთელი პერიოდის განმავლობაში;
- ნედლეულის და დამატებით სერვისების შეძენის პრინციპი;
- ნედლეულის დანაკარგი და გამოსავლიანობა (სპეციფიკიდან გამომდინარე);
- მზა პროდუქციის ჩამოწერის პრინციპი (სპეციფიკიდან გამომდინარე);
- ცვლადი და ფიქსირებული ხარჯების მუხლები;
- ნულოვანი მოგების დათვლის პრინციპი;
- და სხვა მნიშვნელოვანი დაშვებები რომელიც გამოყენებულია ფინანსური მოდელის აგებისას.

2.13. ქვეთავი - შემოსავლებისა და ხარჯების სტრუქტურა

2.14. ქვეთავი - საპროგნოზო ფინანსური უწყისები

- ფულადი ნაკადების მოძრაობის უწყისი - ყოველწლიური
- მოგება ზარალის უწყისი - ყოველწლიური,
- საბალანსო უწყისი - ყოველწლიური,

2.15. ქვეთავი - ნულოვანი მოგების წერტილი

- აუცილებელი წესით წარმოდგენილი უნდა იყოს როგორც ფულად და რეალიზებული პროდუქციის/სერვისის მოცულობით/რაოდენობრივ გამოხატულებაში, ასევე გათვალისწინებული უნდა იყოს პროდუქციის/სერვისის ასორტიმენტი;

2.16. ფინანსური კოეფიციენტების ანალიზი:

- ქვეთავი მოიცავს აუცილებელი ფინანსური კოეფიციენტებს და მათი ანალიზს, კოეფიციენტები დათვლილი უნდა იყოს მთელ დაგეგმილ პერიოდზე და ასევე წარმოდგენილი უნდა იყოს თითოეულის საშუალო და ჯამური მაჩვენებელი.
- აუცილებელი კოეფიციენტების ჩამონათვალი და მათი გაანგარიშების ფორმულები:

ლიკვიდურობის კოეფიციენტები:

- მიმდინარე ლიკვიდურობის კოეფიციენტი (Current Ratio) - მიმდინარე აქტივები / მიმდინარე ვალდებულებები;

- სწრაფი ლიკვიდურობის კოეფიციენტი (Quick Ratio) - (მიმდინარე აქტივებს-მარაგები) / მიმდინარე ვალდებულებებზე;

- საბრუნავი კაპიტალი (Working Capital) – მიმდინარე აქტივებს-მიმდინარე ვალდებულებები

მომგებიანობის კოეფიციენტები:

- ერთობლივი მოგების მარჟა (Gross Profit Margin) - ერთობლივი მოგება / შემოსავალი რეალიზაციიდან;

- წმინდა მოგების მარჟა (Net Profit Margin) - წმინდა მოგება / შემოსავალი რეალიზაციიდან;

სესხის კოეფიციენტები:

- ვალდებულებები / აქტივებთან (DEBT TO ASSETS) - (მიმდინარე ვალდებულებებს+გრძელვადიანი ვალდებულებები)/მთლიან აქტივებზე;

- ვალდებულებები / საკუთარ კაპიტალთან (DEBT TO EQUITY) - (მიმდინარე ვალდებულებებს+გრძელვადიანი ვალდებულებები)/მთლიან კაპიტალზე;

- საპროცენტო განაკვეთის დაფარვის კოეფიციენტი (ICR) - (წმინდა მოგებას+ სესხებზე დარიცხული საპროცენტო განაკვეთი ხარჯი + ცვეთის ხარჯი) / სესხებზე დარიცხული საპროცენტო განაკვეთი ხარჯი;

- სესხის მომსახურების დაფარვის კოეფიციენტი (DSCR) - (წმინდა მოგებას + სესხებზე დარიცხული საპროცენტო განაკვეთი ხარჯი + ცვეთის ხარჯი) / სესხის მომსახურების ხარჯი (ძირითადი თანახა + საპროცენტო განაკვეთი - Cash flow დან);

- სესხის მომსახურებისათვის ნაღდი ფულის კოეფიციენტი (CADS Ratio) - (ბალანსი პერიოდის ბოლოს+ სესხის მომსახურების ხარჯი (ძირითადი თანახა + საპროცენტო განაკვეთი)/ (სესხის მომსახურების ხარჯი (ძირითადი თანახა + საპროცენტო განაკვეთი)

ეფექტურობის კოეფიციენტები:

- მარაგების ბრუნვადობის კოეფიციენტი (Inventory turnover) - რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება / პერიოდის საშუალო მარაგებზე;

- მარაგების ბრუნვადობის კოეფიციენტი დღეებში (DOH) - 365 / (რეალიზებული პროდუქციის თვითღირებულება / პერიოდის საშუალო მარაგებზე)

- ROE - წმინდა მოგება/მთლიან აქტივებზე

- ROA - წმინდა მოგება/მთლიან კაპიტალზე

სხვა კოეფიციენტები - ბიზნესის სპეციფიკიდან გამომდინარე შეზღუდული არ არის სხვა კოეფიციენტების დამატებაც, ამგვარი დამატება შესაძლებელია განხორციელდეს ბენეფიციარის ან/და სააგენტოს მოთხოვნითაც.

- ქვეთავში გაანალიზებული უნდა იყოს ყველა კოეფიციენტი, რამდენად მისაღებია თითოეული მათგანი;

2.17. თავი - რეგულირება / სერტიფიცირება

სახემწიფო რეგულირებისა და/ან ლიცენზირების რეჟიმის აღწერა

2.18. თავი - დანართები

- ჩამოთვლილი უნდა იყოს ყველა დანართი რომელიც ბიზნეს გეგმის ერთიან დოკუმენტში არის წარმოდგენილი, ამასთან ბიზნეს გეგმის ტექსტში უნდა იყოს მითითება აღნიშნული დანართების შესახებ.

ნაწილი 2 - პრეზენტაციის სტრუქტურა და შინაარსი

პრეზენტაციის წარმოდგენა ხორციელდება PPT ფორმატში და არ უნდა აღემატებოდეს 20 სლაიდს, პრეზენტაცია აუცილებელი წესით უნდა მოცავდეს:

1. თავფურცელი:
 - ბენეფიციარი;
 - დარგი;
 - რაიონი, რეგიონი;
 - პროექტის ჯამური ღირებულება
2. პროექტის აღწერა და დაფინანსების სტრუქტურა (სტრუქტურაში იგულისხმება სააგენტოს თანადაფინანსება, სესხი და საკუთარი თანამონაწილეობა);
3. მფლობელების სტრუქტურა და საკვანძო პერსონალი - საკვანძო პერსონალი მაქს 2-3 ადამიანი (რომლებიც მართლა ძირითადები არიან) და თითო წინადადება მათ გამოცდილებასთან დაკავშირებით;
4. საბოლოო პროდუქტის/სერვისის აღწერა და მიზნობრივი ბაზარი.
5. ნულოვანი მოგების გათვლა (ნულოვანი მოგების წერტილი - წარმოებული პროდუქციის/სერვისის რაოდენობრივი და თანხობრივი მონაცემების მითითებით. დაგეგმილი რეალიზაციის მოცულობები და გეგმიურად რა პერიოდში გადის ნულოვანზე;
6. მიზნობრივი ბაზრის მოცულობის მოკლე ანალიზი.
7. სანედლეულო ბაზის და დამატებითი სერვისების აღწერა
8. მოგება ზარალის უწყისი - სლაიდი (მისი გარჩევა რომ შესაძლებელი იყოს, და პროცენტები რომ ჩანდეს, შესაძლებელია ნაწილ ნაწილ, ან შეკვეცილი ვარიანტი ძირითად მომენტები რომ ჩანდეს)
9. აუცილებელი კოეფიციენტები.
10. დამატებითი სლაიდები

