

**მერძეეობის დარგის მოდერნიზაციის და ბაზარზე წვდომის სახელმწიფო პროგრამა
 განაცხადის ფორმა**

განაცხადის ჩაბარების თარიღი (ავტომატურად)

რეგისტრაციის ნომერი (ავტომატურად)

1. ინფორმაცია ბენეფიციარის შესახებ

1.1. სახელი	
1.2. გვარი	
1.3. სამეწარმეო სტატუსი	
1.4. პირადი ნომერი	
1.5. დაბადების თარიღი	
1.6. სქესი	
1.7. საკონტაქტო ტელეფონის ნომერი	
1.8. დამატებითი ტელ. ნომერი (საკონტაქტო პირის მითითებით)	
1.9. იურიდიული მისამართი	
1.10. ფაქტიური მისამართი	
1.11. ელ.ფოსტა	

2. ბიზნეს გამოცდილება

#1 ბიზნეს საქმიანობაში არსებული გამოცდილება წლებში		<ul style="list-style-type: none"> ○ დამფუძნებლის ან მმართველი პოზიციის რანგში ○ თანამშრომლის რანგში
#2 განსახორციელებელი პროექტის მიმართლებით არსებული გამოცდილება წლებში		

3. ინფორმაცია კომპანიის შესახებ

3.1 კომპანიის დასახელება:	
3.2 სამართლებრივი ფორმა:	
3.3 საიდენტიფიკაციო კოდი:	
3.4 უფლებამოსილი/მთავარი პირი	საკონტაქტო

3.5 უფლებამოსილი პირის საკონტაქტო ტელ:	
3.6 ელ.ფოსტა	
3.7 კომპანიის იურიდიული მისამართი:	
3.8 კომპანიის ფაქტიური მისამართი:	

3.1. დამფუძნებლების სტრუქტურა

სახელი, გვარი	პირადი ნომერი / საიდენტიფიკაციო კოდი	დაბადების თარიღი/რეგისტრაციის თარიღი	სქესი	დევენილობის სტატუსი	წილი პროცენტებში	
დამფუძნებელი #1						%
დამფუძნებელი #2						%
დამფუძნებელი #3						%
დამფუძნებელი #4						%
		ლილავი „სტრიქონის დამატება“				

4. ბენეფიციარის ტიპი

(ასარჩევი ველი)	<ul style="list-style-type: none"> ○ რძის მწარმოებელი-ფერმერი (1-25 მეწველი საქონელი) ○ სერვის პროვაიდერი (შესაბამისი კვალიფიკაციით) ○ რძის შემგროვებელი/გადამამუშავებელი ბენეფიციარი ○ ალტერნატიული საქმიანობა ახალგაზრდებისთვის
-----------------	---

5. პროგრამის ფარგლებში დაფინანსების მიმართულება

(ასარჩევი ველი)	<ul style="list-style-type: none"> • რძის პირველადი წარმოება; • რძის შემგროვებელი პუნქტი; <ul style="list-style-type: none"> ○ საზაფხულო სამოვრებზე ○ რძის შემგროვებელი პუნქტი • რძის გადამამუშავებელი საწარმო; <ul style="list-style-type: none"> ○ მცირე ზომის ○ საშუალო ზომის
-----------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • ალტერნატიული საქმიანობა ახალგაზრდებისთვის; • ვეტერინარია და ხელოვნური განაყოფიერება;
--	---

6. ინფორმაცია განსახორციელებელი პროექტის შესახებ:


6.1. ბიზნეს მიმართულება	(წარმოება; მომსახურება)
6.2. ბიზნეს იდეის მოკლე აღწერა (არაუმეტეს 200 სიტყვა)	
6.3. პროექტის განხორციელების ადგილი (რეგიონი, მუციპალიტეტი, მისამართი)	
6.4. მიწის ნაკვეთის საკადასტრო კოდი	
6.5. მიწის ნაკვეთის მესაკუთრე	
6.6. მფლობელობის ფორმა	<ul style="list-style-type: none"> • საკუთრება • იჯარა/აღნაგობა <p>იჯარა/აღნაგობის შემთხვევაში მიუთითეთ ხელშეკრულებით დარჩენილი წლების რაოდენობა</p>

7. მოსალოდნელი შედეგები

დაგეგმილი შემოსავალი და დასაქმების შექმნა დაგეგმილი სამი წლის განმავლობაში

	საწყისი წელი	წელი 2	წელი 3
შემოსავალი			
ხარჯები			
მოგება (ავტომატურად)			
დასაქმებული ქალების რაოდენობა			
დასაქმებული კაცების რაოდენობა			
დასაქმებულთა საერთო რაოდენობა (ავტომატურად)			

8. საინვესტიციო გეგმა

		ჯამური ღირებულება,	%
1	ძირითადი საშუალებების შესყიდვა:		
1.2	საწარმოო შენობა / ნაგებობები აშენება		
1.3	მანქანა - დანადგარები		
	ლილაკი „სტრიქონის დამატება“		
	მთლიანად ძირითადი საშუალებები	ჯამი	

9. დაფინანსების წყაროები

პროექტის ჯამური ღირებულება	მათ შორის:		
	საკუთარი სახსრები	სესხი	სააგენტოს თანადაფინანსება
	%	%	%

10. ბიზნეს მოდელი

1. მომხმარებელთა სეგმენტი

ვინ არიან მომხმარებლები? საჭიროების შემთხვევაში, დაყავით მომხმარებელთა სეგმენტები (მაგალითად, პროდუქტის / მომსახურების ან იმ პროდუქციის / მომსახურების პაკეტის მიხედვით, რომლის შეთავაზებასაც აპირებთ). თითოეული სეგმენტისთვის შექმენით ტიპური მომხმარებლის პორტრეტი (მაგ., მუნიციპალიტეტში მდებარე საშუალო ასაკის ქალები, რომლებიც...). შეაფასეთ ბაზრის ზომა (თითოეული სეგმენტისთვის), ანუ, რამდენი ადამიანია წარმოდგენილი ამ „ტიპური მომხმარებლისგან“ და რამდენი შეიძლება გახდეს თქვენი მომხმარებელი.

2. მომხმარებლისთვის შექმნილი ღირებულება

თითოეული იდენტიფიცირებული მომხმარებლის სეგმენტისთვის მკაფიოდ დაადგინეთ რა არის მათი რეალური პრობლემა, რა ღირებულების მატარებელია მათთვის ამ პრობლემის გადაჭრა? როგორ გადაჭრის თქვენი გამოსავალი (პროდუქტი ან მომსახურება) ამ პრობლემას, რა არის თქვენი პროდუქტის/მომსახურების უნიკალური ღირებულება მომხმარებლისთვის? რა განსხვავებაა და რა უპირატესობა გააჩნია თქვენ მიერ შეთავაზებულ პრობლემის გადაჭრის გზას კონკურენტებთან შედარებით?

3. მიწოდების არხები

როგორ ხდება მომხარებლისთვის შექმნილი ღირებულების (პროდუქტის / მომსახურების) მიწოდება შერჩეული სეგმენტისთვის? რა არხებით გასურთ მიაწოდოთ პროდუქტი/მომსახურება თქვენს მომხმარებელს? იქნებით პირდაპირი მიმწოდებელი? თუ გამოიყენებთ სხვებს პროდუქტის/მომსახურების მისაწოდებლად? იგეგმება თუ არა გაყიდვების შემდგომი მხარდაჭერა დამატებითი სერვისების შეთავაზების სერვისებით (გარანტია; წუნდებული პროდუქციის დაბრუნება და ა.შ.).

4. მომხარებელთან ურთიერთობა

როგორ აპირებთ მომხარებელთა ბაზის შექმნას, მის ეტაპობრივ ზრდას და შენარჩუნებას? დაგეგმილია თუ არა შეთავაზებული პროდუქტის/სერვისის შესახებ დამატებით ინფორმაციის/საჭირო ცოდნის მიწოდება (სერვისიდან/პროდუქციიდან მაქსიმალური სარგებლის მიღებად). იქნება თუ არა გაყიდვების შემდგომი უკუკავშირი, რომელიც არის საშუალება მომხმარებელმა შეაფასოს თქვენი პროდუქტი / მომსახურება. პროდუქტის/სერვისის შექმნისას რამდენად გათვალისწინებული იქნება მომხარებლისგან მიღებული ინფორმაცია მათი საჭიროებების გათვალისწინებით?

5. შემოსავლის ნაკადი

შერჩეული მომხმარებელთა სეგმენტისთვის რა პერიოდულობით და რა ფასად იგეგმება თითოეული პროდუქტის/სერვისის მიწოდება? აღწერეთ რამდენს იხდის შერჩეული მომხმარებელთა სეგმენტი კონკურენტი პროდუქტების/სერვისებისთვის და რა თანხის გადასახდელად არიან მზად თქვენ მიერ შეთავაზებული პრობლემის გადაჭრის გზისთვის (შექმნილი მომხარებელთა ღირებულება/სერვისი/პროდუქტი).

6. ძირითადი რესურსები

რა რესურსების ფლობა/გამოყენებაა მნიშვნელოვანი იმისთვის, რომ თქვენ მიერ შექმნილი პროდუქტი/სერვისი იყოს მომხმარებლისთვის ღირებული და პასუხობდეს მათ საჭიროებებს (გამოყავით ძირითადი, მაგალითად: პერსონალი, ტექნიკა, ხელსაწყოები, მიწის ნაკვეთი, საცხოვრებელი ფართი, მარაგი, ლიცენზია და ა.შ.) ?

7. ძირითადი აქტივობები

რა აქტივობები/ქმედებები უნდა განხორციელდეს მომხმარებელთა პრობლემის გადასაჭრელად (პროდუქტი/სერვისის შესაქმნელად)? აღწერეთ პროდუქტის/სერვისის შესაქმნელად პროცესში ჩართული სუბიექტებზე დამოკიდებულების ხარისხი და მათი როლი?

8. საკვანძო პარტნიორები

პარტნიორები: ისინი, ვინც საჭიროა, რომ წარმართოთ თქვენი ბიზნესი (მომწოდებლები, თანამშრომლები, პარტნიორები, ინვესტორები და ა.შ.).

9. ხარჯების სტრუქტურა

აღწერეთ პროდუქციის/სერვისის შექმნისთვის საჭირო გასაწევი ხარჯების სტრუქტურა? რომელი ხარჯები ახდენს მნიშვნელოვან ზეგავლენას პროდუქციის თვითღირებულებაზე? ჩამოთვალეთ ხარჯები, რომელიც იცვლება შექმნილი პროდუქციის/სერვისის მოცულობის ცვლილებისას და რომელი არა (აღწერეთ მიზეზები)?