

ბიზნეს გეგმის მნიშვნელობა ახალი ბიზნესისათვის  
პროექტ „ევრო მასტერის“ მაგალითზე

თამარ წულაია

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის ბიზნესის ფაკულტეტის მაგისტრის აკადემიური ხარისხის  
მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: ეკატერინე კერესელიძე, დოქტორანტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი  
თბილისი, 2014

## სარჩევი

შესავალი (პრობლემის აქტუალობა) .....	4
თავი 1. ბიზნეს გეგმა .....	5
1.1 ბიზნეს-გეგმა, მისი არსი და მნიშვნელობა .....	5
1.2 ბიზნეს-გეგმის სტრუქტურა .....	10
1.3 ბიზნეს-გეგმის მოკლე შინაარსი .....	12
1.3.1. მეწარმის ამოცანები ბიზნესში.....	14
1.3.2 შესაძლებლობები ბიზნესისათვის და მათი რეალიზაციის სტრატეგია.....	14
1.3.3 გასაღების ბაზარი და პროგნოზი.....	14
1.3.4 მმართველობითი გუნდის კომპეტენცია და პროფესიონალიზმი.....	15
1.4. დარგი, შესაქმნელი კომპანია და მისი პროდუქცია (მომსახურება).....	15
1.4.1 დარგის (ქვედარგის) აღწერა.....	15
1.4.2. შესაქმნელი კომპანია.....	15
1.4.3 გამოსაშვებად გათვალისწინებული პროდუქცია და მომსახურება.....	16
1.5. ბაზრის გამოკვლევა და ანალიზი.....	16
1.5.1 ბაზრის შემდგომი განვითარება.....	18
1.6. მეხუთე განყოფილება: მარკეტინგის გეგმა.....	18
1.6.1 მარკეტინგის საერთო სტრატეგია.....	19
1.6.2 ფასწარმოქმნა.....	19
1.6.3 პროდუქციის რეალიზაციის ტაქტიკა.....	20
1.6.4 გაყიდვის შემდგომი მომსახურების და გარანტიების მიცემის პოლიტიკა.....	20
1.6.5 რეკლამა და პროდუქციის წინ წაწევა, (დაწინაურება).....	20
1.7. მერვე განყოფილება: მმართველთა გუნდი.....	21
1.7.1 ორგანიზაციული სტრუქტურა.....	21
1.7.2 ხელმძღვანელობის კომპენსაცია და საკუთრების საკითხები.....	21
თავი 2. ბიზნეს პროექტი "ევრო მასტერი" .....	23
2.1 ბიზნეს გეგმის მიზანი .....	23

2.2 კომპანიის შესახებ .....	23
2.2.1 სამართლებრივი ფორმა.....	24
2.2.2 მისიის განაცხადი.....	24
2.2.3 სტრატეგიული ხედვა.....	24
2.2.4 მიზნები.....	24
2.3 ბაზრის კვლევა .....	25
2.3.1 მიზნობრივი ბაზრის ანალიზი- სეგმენტაცია.....	26
2.3.2 კონკურენტების ანალიზი/ ბაზრის მიმზიდველობა.....	27
2.3.3 რა სტრატეგიებს მიმართავენ კონკურენტი კომპანიები მომხმარებელთან ურთიერთობისა და მათი მოზიდვის მიზნით?.....	30
2.3.4 შეფასება.....	31
2.4 პროდუქტების მიმოხილვა .....	32
2.5 საწარმოო ციკლი .....	33
2.6 მარკეტინგული სტრატეგია .....	34
2.6.1 როგორ მოვიზიდოთ მომხმარებელი?.....	34
2.7 ორგანიზაციული სტრუქტურა .....	34
2.7.1 მენეჯერი.....	36
2.7.2 ბუღალტერი.....	36
2.7.3 ქოლ ცენტრის ოპერატორი.....	37
2.7.4 ტექნიკური ჯგუფის ხელმძღვანელი.....	37
2.7.5 ხელოსანი.....	38
2.8 SWOT ანალიზი .....	39
თავი 3. ბიზნესის გარემო .....	39
დასკვნა .....	51
გამოყენებული ლიტერატურა და წყაროები .....	54