

სტარტაპი ქართული მოდის ინდუსტრიაში

ავტორი:სალომე გაგნიძე

საბაკალავრო ნაშრომი შესრულებულია

საქართველოს უნივერსიტეტის

მეცნიერებათა სკოლის

ბაკალავრის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: მამუკა კუსიანი

თბილისი

2022

მიმოხილვა

ნაშრომი შეეხება საქართველოში სტარტაპის განვითარებას მოდის ინდუსტრიაში. რა შესაძლებლობები და სირთულეები არსებობს. სტარტაპი დღითიდღე უფრო აქტუალური ხდება, აქტიურად იქმნება ახალი მცირე ბიზნესები, რომელთაც სურთ განავითარონ საკუთარი წამოწყება. სტარტაპის განვითარებასთან ერთად წარმოიშვა უამრავი პრობლემა, რაც ხელს უშლის მცირე ბიზნესს მაგალითად, მაღალი საპროცენტო განაკვეთი სესხებზე, კომერციული ფართების სიძვირე, არასათანადო თანამშრომლები და ა.შ, მაგრამ ამ ყველაფრის მიუხედავად არსებობენ კომპანიები, რომელთა კონცეფციაც, სტარტაპერების ხელშეწყობაა.

სარჩევი

[კონცეფცია 4](#_Toc105774349)

[თავი I -შესავალი 4](#_Toc105774350)

[1.1ქვეთავი-რა ხელშეწყობა აქვთ სტარტაპერებს საქართველოში 5](#_Toc105774351)

[1.2ქვეთავი-ქართული ჩანთების სტარტაპი „salione“ 6](#_Toc105774352)

[1.3ქვეთავი-კვლევა 7](#_Toc105774353)

[1.4ქვეთავი-კვლევა 2 7](#_Toc105774354)

[1.5ქვეთავი- ჰიპოთეზა 7](#_Toc105774355)

[II თავი-ინფორმაციული წყაროები 8](#_Toc105774356)

[წინასწარი განაცხადი 9](#_Toc105774357)

[I თავი-შესავალი 9](#_Toc105774358)

[1.1ქვეთავი-სტარტაპის წარუმატებლობის მიზეზები 9](#_Toc105774359)

[1.2 ქვეთავი- როგორ ვაქციოთ სტარტაპ იდეა წარმატებულად 10](#_Toc105774360)

[II თავი-კომპანიები, რომლებიც ხელს უწყობენ სტარტაპის განვითარებას საქართველოში 11](#_Toc105774361)

[2.1 ქვეთავი- დაფინანსების შესაძლებლობები 13](#_Toc105774362)

[III თავი-ქართული სტარტაპი 15](#_Toc105774363)

[3.1 ქვეთავი- სოციალური კვლევა 16](#_Toc105774364)

[IV თავი- პრობლემები სტარტაპის ბაზარზე 17](#_Toc105774365)

[დასკვნა 18](#_Toc105774366)

[გამოყენებული ლიტერატურა: 19](#_Toc105774367)

[ანალიტიკური სტატია 20](#_Toc105774368)

[სტარტაპის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში 20](#_Toc105774369)

[დანართი1 23](#_Toc105774370)

[დანართი2 24](#_Toc105774371)

[დანართი3 25](#_Toc105774372)

[დანართი 4 26](#_Toc105774373)

# 

# კონცეფცია

## თავი I -შესავალი

XXI-ე საუკუნეში, საქართველოში მით უფრო იზრდება ქართველი სტარტაპერების რაოდენობა მოდის სფეროში. საინტერესოა ის ფაქტი თუ რა ხელშეწყობა აქვთ ახალ დამწყებ დიზაინერებსა თუ შემოქმედებს ქვეყანაში. დღითიდღე კომპანიების მატებასთან ერთად იზრდება მომხმარებელთა რიცხვი, და აქტუალური ხდება თემა #„აწარმოე საქართველოში“, #„ჩაიცვი მხოლოდ ქართული“. მსოფლიოს მასშტაბით სტატისტიკურად დაახლოებით 305 მილიონი ახალი სტარტაპი იქმნება. ბევრს გაუჩნდება ის კითხვა ალბათ, რას ნიშნავს სტარტაპი? რა გასხვავებაა მცირე ბიზნესსა და სტარტაპს შორის? პირველას ეს სიტყვა 1975 წელს „ჟურნალ ფორბსის“ სტატიაში startap მზარდი კომპანიის აღსანიშნავად გამოიყენეს. ამ ტერმინის განმარტების ზუსტი კონსესუსი არ არსებობს, რადგან ყოველ ადამიანს თავისი შეხედულება და განმარტება აქვს ამ თემასთან დაკავშირებით . Steve blank- ის განმარტებით „სტარტაპი არის დროებითი ორგანიზაცია, რომელიც გამოიყენება განმეორებადი და მასშტაბირებადი ბიზნესის მოდელის მოსაძებნად“. სტივი გამოყოფს რამოდენიმე მნიშვნელოვან საკითხს: პირველი ეს არის დროებითი- რადგან სტარტაპის მიზანია მცირდე ბიზნესიდან აქციოს დიდ ბიზნესად თავისი კომპანია. მოძებნოს - სტარტაპი გულისხმობს ახალი მიდგომების და იდეების მოძიებას პრობლემების გადასაჭრელად. მასშტაბირებადი- საწყის ეტაპზე მყოფი საწარმო, რომელსაც არ შეუძლია სწრაფი ტემპით განვითარება არის მცირე ბიზნესი და არა სტარტაპი. (kanchaveli,ge, გიორგი ყანჩაველი, 2016 წელი).

აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ სტარტაპი ყველა შემთხვევაში წარმატებული ვერ იქნება, შესაძლოა სრულიად წარუმატებლად დამთავრდეს ბიზნეს წამოწყება. ბიზნესის 90% წარმატებას ვერ აღწევს. სტარტაპი არის დროებითი ორგანიზაცია, რომელიც ეძებს მაღალი მოგების პოტენციალის მქონე ბიზნეს მოდელს. სტარტაპის დაწყებამდე უპირველეს რიგში მნიშვნელოვანია განსაზღვოთ სამიზნე აუდიტორია, რომელზეც ვიმუშავებთ შემდგომში. რათქმაუნდა ყოველ ნაბიჯს თან ახლავს რისკი და თუ ადამიანი გამბედავი არ არის, მაშინ მას არ გამოუვა ბიზნესი. წარუმატებელი სტარტაპების 10% საქმიანობის პირველივე წელს მარცხდება. სტარტაპის წარუმატებლობის 10 გავცელებული მიზეზი ასე გამოიყურება: 1) მარცხის 42% განპირობებულია, იქიდან რომ დამფუძვნებისას არ ხდება ბაზრის სტრუქტურის მიმოხილვა, მომხმარებელთა ქცევისა და სხვა მსგავსი ფაქტორების კვლევა. 2) მარცხის 29% საჭირო ფინანსების ამოწურვის გამო ხდება 3) 18% მოდის არასწორედ განსაზღვრული ფასის გამო 4)არასწორედ ფორმულირებული სამუშაო გუნდი 23% 5) არაკონკურენტუნარიანობა 19% 6) ბიზნეს მოდელის შეუმუშავებლად გაშვებული პროდუქტი 17% 7) რთულად მოხმარებადი პროდუქტი 17% 8)მომხმარებლის იგნორირება 14% 9) სუსტი მარკეტინგული კამპანია 14% 10) არასწორ დროს ჩაშვებული პროდუქტი 13%

ასე გამოიყურება სტარტაპის წარუმატებლობის მიზეზები და სტატისტიკა.

როგორ უნდა ვაქციოთ სტარტაპის იდეა წარმატებულ ბიზნესად: 1) შევისწავლოთ ბაზარი 2) მოვიძიოთ ბიზნესის დაფინანსების წყაროები 3) შევაგროვოთ ერთ გუნდად პროფესიონალები 4) შევქმნათ სტარტაპის კულტურა 5) შევიმუშავოთ პროდუქტის რეალიზების სტრატეგია 6) შევადგინოთ pr და მარკეტინგული გეგმები 7) შევეცადოთ იდეა ვაქციოთ ბრენდად (finedu.gov.ge)

### 1.1ქვეთავი-რა ხელშეწყობა აქვთ სტარტაპერებს საქართველოში

რაც შეეხება სტარტაპის ხელშეწყობას საქართველოშ, არსებობს ბევრი კომპანია და კამპანიები, რომლებიც ხელს უწყობენ დამწყებ შემოქმედებს, რათა რეალიზება მოახდინონ მათი პროდუქციის. ასეთი ერთერთი კომპანია არის caravan-ი, რომელიც ეხმარება დამწყებებს. ქარავანი სეზონურად შაბათ/კვირას, სტარტაპს საშუალებას აძლევს დახლების მეშვეობით წარუდგინონ საზოგადოებას ადგილზე მათი პროდუქცია. ასევე არსებობს კომპანია stall, რომელიც იგივე სერვის სთავაზობს მომხმარებელს. აღნიშნული კომპანიების ხელშეწყობით, სტარტაპს შესაძლებლობა ეძლევა, ბიუჯეტურად წარუდგინოს მომხმარებელს პროდუქცია ადგილზევე და გაყიდოს. მათი ასეთი კამპანიები იზიდავს ხალს, რაც მომგებიანია მეწარმეებისთვის. თავდაპირველად სტარტაპერების უმეტესობას არ აქვთ იმხელა ბიუჯეტი, რომ გახსნან საკუთარი შოურუმი და ამიტომაც ხელსაყრელია ამ სახით ჩვენება. ამასთან ერთად ამ კომპანიებს აქვთ არჩეული, ისეთი ტერიტორია, სადაც უამრავი ხალხი იყრის თავს და ამასთანავე, აწყობენ სხვადახვა სახის გასართობ ზონებს, რომ რაც შეიძლება ბევრმა ხალხმა მოიყაროს თავი. Extra.ge არის საქართველოს ბანკის პროექტი, სადაც განთავსებულია ქართველი სტარტაპერების ნაწარმი და მათი რეკლამებითა და კამპანიებით ხელს უწყობენ განვითარებას. ისინი ქართველ დამწყებს ბიზნესებთან ძალიან დაბალ პროცენტში თანამშრომლობენ, რის შემდეგაც მათ ვებგვერძე განთავსებენ პროდუქციას. აქვე გამოსაყოფია ასეთივე ვებგვერდი shopshop.ge, რომელიც ანალოგიურად ხელს უწყობს ქართველ სტარტაპერებს, მათი პროდუქციის უკეთ რეალიზებაში. აღნიშნული ვებგვერდები თვითონვე უზრუნველყოფენ მიწოდებას. ხშირად აქვთ წამახალისებელი ფასდაკლებები მომხმარებლებისათვის ქეშბექები რაც კიდევ უფრო მეტ კლიენტს იზიდავს. Startup info. სტარტაპ ინფო, ფეისბუქ გვერდი შექმნილია რეკომენდაციების მიზნით. აქ ადამიანები გასცემენ სხვადასხვა ინფორმაციებს, სტარტაპერებზე, დაფინანსებებზე, შემოქმედებაზე. გაზიარებულია ვიდეო ტუტორიალები, თუ როგორ უნდა შევქმნათ წარმატებული სტარტაპი. სტარტაპს ჰყავს ბევრი დამფინანსებელი საქართველოში, მაგალითად თბს ბანკის 2018 წლის გამოქვეყნებული მონაცემებიდან ვიგებთ, რომ ფინანსური მხარდაჭერით 12 ათასმა სტარტაპმა ისარგებლა. საქართველოს ბანკი, აწარმოე საქართველოშ, სტარტაპ საქართველო.

### 1.2ქვეთავი-ქართული ჩანთების სტარტაპი „salione“

ამ თემაზე მუშაობის ინსპირაცია გახდა ჩემს მიერ დაარსებული სტარტაპი salione. სალივანი შეიქმნა დაახლოებით ერთი წლის წინ აპრილის თვეში. სწორედ ჩემს ბრებდზე დაყრდნობითა და გამოცდილებით მსურს შევეხო ამ თემას. ბრენდის კონცეფცია და მთავარ იდეა მდგომარეობას „სიმარტივეში“. მომხმარებელს ვთავაზობთ ყველა სეზონისათვის შესაფერის ულამაზეს ჩანთებს. ჩვენ ვქმნით მაღალი ხარისხის ჩანთებს ხელმისაწვდომ ფასად. მსურს ბრენდის ირგვლივ ავაგო ნაშრომი, და მოვიცვა თემა სტარტაპის განვითარება. ჩემს მიერ განვლილი თითოეული ნაბიჯი დამეხმარება უკეთ ავღწერო, რა ვითარებაა და როგორ ვითარდება საქართველოში აღნიშნული სფერი. საინტერესოა ნოლიდან დაწყებული სტარტაპი, როგორ განვითარდა, ერთი წლის განმავლობაში. დღესდღეობით უკვე თანამშრომლობა გვაქვს ბევრ კომპანიასთან, რომლებიც ხელს გვიწყობენ ცნობადობის მოპოვებაში. სოციალურ ქსელშ გვყავს 5000-მდე მიმდევარი, და 1 წლის განმავლობაში მოვახდინეთ 2000-მდე ჩანთის რეალიზაცია. საშუალოთ დღეში salione-ი ყიდის 5 პროდუქტს და თვეში საშუალოდ ხდება 150 ჩანთის რელიზება. ჩანთების მასალები მარადგება სხვადასხვა ლოკაციებიდან. ძირითადი ქსოვილების მომწოდებელი ლილო მოლია. რის შემდეგაც ქსოვილი მიდის მკერავთან საწარმოში და იქ ხდება პროდუქციის შექმნა. რადგანაც ზემოთ ავღნიშნეთ პროდუქციის დაბალი ბიუჯეტი, ჩანთების ფასი 30 ლარიდან 45 ლარამდე მერყეობს. აქედან გამომდინარე salione-ს წლიურმა ბრუნვამ შეადგინა 70 000 ლარი.

### 1.3ქვეთავი-კვლევა

გადავწყვიტე კვლევის მიზნით დავადგინო, რამდენად აქვთ დაფინანსების მხრივ ხელშეწყობა ქართველ დამწყებ ბიზნესმენებს. გამოვიყენებ იმ ფონდების და ორგანიზაციების მონაცემებს, რომლებიც სტარტაპერებს აფინანსებენ. კვლევის შედეგად დავადგენ პირობებს, თუ რას სთავაზობენ სტარტაპერებს. ჩემი კვლევის სამიზნე კომპანიები არიან: თიბისი ბანკი, საქართველოს ბანკი, აწარმოე საქართველოში, ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების სააგენტო. ასევე პარალელურად დავადგენ რა მგომარეობაა ამ მხრივ ამერიკაში: სტენფორდის უნივერსიტეტის დახმარებით.

კვლევის მიზანი:

დავადგინო რა პირობებს სთავაზობენ საქართველოში დამფინანსებლები სტარტაპერებს და უღირთ თუ არა ამ შეთავაზების მიღება, რამდენად მომგებიანი და მისაღებია დამწყები ბიზნესმენისთის მათი შეთავაზება. ამასთან ერთად პარალელს გავავლებ ამერიკაში რა ვითარებაა ამ მხრივ და როგორი ხელშეწყობაა.

### 1.4ქვეთავი-კვლევა 2

ნაშრომში გამოყენებული მექნება: კვლევის რაოდენობრივ მეთოდი. კვლევის მიზნით გამოვკითხავ ხალხს, თუ რამდენად ხშირი მომხმარებლები არიან ქართველი ნაწარმის ? მოსწონთ თუ არა მათი შემოქმედება? გუგლის ფორმატის დახმარებით შევადგენ კითხვარს და სოციალური ქსელის მეშვეობით გავუგზავნი დაახლოებით 100 ადამიანს, საიდანაც დავადგენ სტატისტიკურად 100 კაციდან რამდენია ქართული სტარტაპის მომხმარებელი და რამდენი უჭერს მხარს. ასევე ჩემი პირადი გვერდიდან სთორის მეშვეობით გამოვაქვეყნებ კითხვარს.

კვლევის მიზანი: შევქმნა მომხმარებელთა სტატისტიკა.

### 1.5ქვეთავი- ჰიპოთეზა

ჩემი ნაშრომის მთავარი მიზანი და იდეა მგომარეობს შემდგომში, რომ წყაროებზე, არგუმენტებზე, სტატისტიკებზე, კვლევებზე დაყრდნობით, გავამყარო ნაშრომი და დავასკვნა : აქვთ თუ არა ხელშეწყობა ქართული მოდის ინდუსტრიაში სტარტაპერებს?. ჩემი კვლევები დამეხარება აღნიშნული საკითხის ნათლად წარმოჩენაში.

## II თავი-ინფორმაციული წყაროები

პირველ რიგში წყაროები მეყოლებიან ის კოპანიები, რომლებიც ზემოთ ავღნიშნე. კომპანიები, რომელთა ხელშეწყობითაც საქართველოში უფროდაუფრო ვითარდება სტარტაპი, ესენი არიან. Extra.ge-ს წარმომადგენელი ნატა ბერაძე, რომელთანაც ვისაუბრებ თემაზე, თუ რა ხელშეწყობა აქვთ მათგან დამწყებებს და რა პირობები აქვთ, როგორ მუშაობს მათი ეს მცდელობა და იქნა თუ არა მიზანს მიღწეული? (<https://extra.ge/>)

Shopshop.ge-ს წარმომადგენელი ნინი ყიფიანი, რომელთანაც ასევე გავივლი თემას ქართული სტარტაპი. გავიგებ სტატისტიკურად თვეში რამდენი გაყიდვა აქვთ და როგორ მუშაობს მათი ეს მცდელობა?

შემდეგი ჩემი წყაროები იქნებიან: თბს და საქართველოს ბანკიი. მათთან გასაუბრებით გავიგებ თუ სტატისტიკურად რამდენი ქართველი სტარტაპი ფინანსდება საქართველოში.(<https://shopshop.ge/>)

ასევე ჩემი წყაროები იქნებიან caravan, stall. წარმომადგენლები საიდანაც გავიგებთ თუ ყოველწლიურად დაახლოებით რამდენი ბრენდი იღებს ამ ღონისძიებაში და გამოფენაში მონაწილეობას, რამხელაა მოთხოვნა და ა.შ.

(<https://www.stall.ge/>)

წყაროებიდან მოყვანილი მეყოლება, რამოდენიმე სტარტაპი(მათ შორის დაფინანსებული სტარტაპი) დამფუძვნებლის ინტერვიუ, და მომხმარებლები. ორგანიზაციის მიერ დაფინანსებული სტარტაპერიდან გავიგებ თუ რა პირობებით თანამშრომლობს მასთან და რამდენად მომგებიანი და წარმატებული აღმოჩნდა ეს ნაბიჯი? ხოლო მომხმარებლებიდან კი გავიგებ ანიჭებენ თუ არა უპირატესობას შეძენას ქართველი სტარტაპერებიდან?

# წინასწარი განაცხადი

## I თავი-შესავალი

ბოლო რამოდენიმე წელია სიტყვა სტარტაპი დიდი პოპულარობით სარგებლობს. პირველ რიგში საინტერესოა მისი განმარტება-სიტყვა სტარტაპს ზუსტი დეფინიცია არ აქვს, ის ყველას სხვადასხვანაირად ესმის. სტარტაპი დაწყებას ნიშნავს, აქედან გამომდინარე, ტერმინი სტარტაპი ეხება კომპანიის მუშაობის პირველ ეტაპს. ის დაფუძნებულია ერთი ან მეტი მეწარმის მიერ, რომელთაც სურთ განავითარონ პროდუქტი ან სერვისი. ეს კომპანიები წარმოებას იწყებენ, ძირითადად მაღალი ხარჯებით და შეზღუდული შემოსავლით, რის გამოც ისინი ეძებენ კაპიტალს სხვადასხვა წყაროებიდან/დამფინანსებლებისგან.(თარგმნილია ჩემს მიერ), აქედან გამომდინარე საინტერესოა რა შესაძლებლობები და საზღვრები გააჩნია სტარტაპის განვითარებას საქართველოში.

არსებობს ბევრი კომპანია, რომლებიც ხელს უწყობენ სტარტაპის განვითარებას, ესენი არიან: caravan, stall, shopshop.ge, extra.ge, marketer.ge, businesscourse.ge, startaperi.ge, აწარმოე საქართველოში, ბიზნესისა და ინოვაციების სააგენტო, startup.gov.ge.. ეს ის მცირე ჩამონათვალია იმ ორგანიზაციებისა, რომლებიც აფინანსებენ და ხელს უწყობენ სტარტაპერებს.

აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ სტარტაპი ყველა შემთხვევაში წარმატებული ვერ იქნება, შესაძლოა სრულიად წარუმატებლად დამთავრდეს ბიზნეს წამოწყება. ბიზნესის 90% წარმატებას ვერ აღწევს. სტარტაპის დაწყებამდე უპირველეს რიგში მნიშვნელოვანია განსაზღვროთ სამიზნე აუდიტორია, რომელზეც ვიმუშავებთ შემდგომში, ხშირ შემთხვევაში, კომპანიებს არ აქვთ სრულიად განვითარებული ბიზნეს მოდელი.

მსოფლიოს მასშტაბით სტატისტიკურად დაახლოებით 305 მილიონი ახალი სტარტაპი იქმნება. წარუმატებელი სტარტაპების 10% საქმიანობის პირველივე წელს მარცხდება.

### 1.1ქვეთავი-სტარტაპის წარუმატებლობის მიზეზები

სტარტაპის წარუმატებლობის 10 გავრცელებული მიზეზი ასე გამოიყურება: 1) მარცხის 42% განპირობებულია, იქიდან რომ დაფუძნებისას არ ხდება ბაზრის სტრუქტურის მიმოხილვა, მომხმარებელთა ქცევისა და სხვა მსგავსი ფაქტორების კვლევა. 2) მარცხის 29% საჭირო ფინანსების ამოწურვის გამო ხდება 3) 18% მოდის არასწორედ განსაზღვრული ფასის გამო 4)არასწორედ ფორმულირებული სამუშაო გუნდი 23% 5) არაკონკურენტუნარიანობა 19% 6) ბიზნეს მოდელის შეუმუშავებლად გაშვებული პროდუქტი 17% 7) რთულად მოხმარებადი პროდუქტი 17% 8)მომხმარებლის იგნორირება 14% 9) სუსტი მარკეტინგული კამპანია 14% 10) არასწორ დროს ჩაშვებული პროდუქტი 13% (finedu.gov.ge)

### 1.2 ქვეთავი- როგორ ვაქციოთ სტარტაპ იდეა წარმატებულად

როგორ უნდა ვაქციოთ სტარტაპის იდეა წარმატებულ ბიზნესად: 1) შევისწავლოთ ბაზარი 2) მოვიძიოთ ბიზნესის დაფინანსების წყაროები 3) შევაგროვოთ ერთ გუნდად პროფესიონალები 4) შევქმნათ სტარტაპის კულტურა 5) შევიმუშავოთ პროდუქტის რეალიზების სტრატეგია 6) შევადგინოთ pr და მარკეტინგული გეგმები 7) შევეცადოთ იდეა ვაქციოთ ბრენდად (finedu.gov.ge)

## II თავი-კომპანიები, რომლებიც ხელს უწყობენ სტარტაპის განვითარებას საქართველოში

Caravan-არის ორგანიზაცია, რომელიც სეზონურად ორბელიანზე აწყობს ღონისძიებას, სადაც წარმოდგენილია სხვადასხვა ზონები: ბავშვთა გსართობი, სამეწარმეო, საჭმლის მარკეტი და მუსიკალური ზონა. ქარავანი ძალიან კარგ შესაძლებლობას აძლევს მეწარმეებს ,რომ თავიანთი ნაწარმი წარუდგინონ ხალხს დახლების მეშვეობით. ის ყველა დამწყებისათვის ხელმისაწვდომია. ორი დღის ღირებულება შაბათ-კვირა , შეადგენს 60 ლარს. ქარავანი ორგანიზებას უწევს სტენდებით და პიარ კამპანიით, რომელიც იზიდავს ხალხს და მეწარმეებს შესაძლებლობა ეძლევათ რეალიზება მოახდინონ მათი პროდუქციის . Caravan-ის ორგანიზატორი- ქეთი გიგანის თქმით: „ჩვენ მეწარმეებს და დამწყებ ბიზნესმენებს, შესაძლებლობას ვუქმნით გაყიდვები მოახდინონ თავიანთი ნივთების ადგილზე, ასევე ეს ხალხისთვისაც ხელსაყრელია ნახონ ადგილზე და შეაფასონ. 2019 წლიდან ეძლევათ შესაძლებლობა სტარტაპერებს მონაწილეობა მიიღონ ღონისძიებაში, ყოველ წელს გვემატებიან ახალი სტარტაპერები და ფართოვდება არჩევანი.“

Stall- იგივე პირობებს და თანამშრომლობას სთავაზობს მეწარმეებს. სთოლის დახლები განთავსებულია რუსთაველის გამზირზე, მოსწავლე-ახალგაზრდობის სასახლის წინ, ხალხმრავალ ადგილზე. იქ მოყრილია ერთად დაახლოებით 70-მდე დახლი, სადაც აღმოაჩენთ უნიკალურ ნამუშევრებს. დახლის ღირებულება ორი დღის გამნმავლობაში შეადგენს 100 ლარს.

სთოლის ორგანიზატორი მედეა სანაძის თქმით-სთოლი აქტიურადაა ჩართული მეწარმეების განვითარების და ხელშეწყობის პროცეში. „გვსტუმრობს ძალიან ბევრი ხალხი მათ შორის ტურისტები, რაც ვფიქრობ ძალიან დიდი შესაძლებლობაა სტარტაპერებისთვის. ჩვენ ასევე ზაფხულობით ბათუმშიც ვსთავაზობთ დახლებს , სადაც ძალიან დიდი მოთხოვნაა. ვცდილობთ ყველა სტარტაპმა მიიღოს მონაწილეობა და გული არავის დავწყვიტოთ“.

Shopshop.ge-extra.ge - არიან ვებსაიტები, სადაც მეწარმებს შესაძლებლობა ეძლევა განათავსონ თავისი პროდუქცია.

Shopshop.ge ნინი ყიფიანის თქმით- „ჩვენ ეს პლათფორმა შევქმენით დაახლოებით, მაშინ როდეცას კორონა დაიწყო 3 წლის წინ, თავდაპირველად დავუკავშირდით დიდ ბრენდებს, როგოორებიცაა mango,ypekiol,calvinclain,diesel.. ჩვენ ვართ ორიენტირებულები მომხმარებელზე, მუდმივად ვცილობთ მათი მოთხოვნების დაკმაყოფილებას. ასევე გვყავს „ბედნიერების მენეჯერები“ რაც ძალიან მნიშვნელოვანია, მათ ბედნიერება მიაქვთ მომხმარებელთან, აგრეთვე გვყავს ჩვენი მარკეტინგული ჯგუფი, რომელიც მუშაობს, ყოველ დღიურად იმიჯზე და გაპიარებაზე. ძალიან ხშირად გვაქვს აქციები, ვთანავმშრომლობთ visa თან და ქეშ ბექების სახით უბრუნდებათ მომხმარებლებს თანხა უკან. ჩვენს საიტზე განთავსების მოთხოვნა უფროდაუფრო იზდება, დღესდღეისობით დაახლოებით 40 სტარტაპთან ვთანამშრომლობთ და ხელს ვუწყობთ მათ განვითარებას.

Extra.ge ნატა ბერიძე(საქართველოს ბანკის პროექტი) ჩვენთან აღნიშნავს, რომ- „ელ კომერციული პლათფორმა არის, შესაბამისად მაღაზიების გაციფრულებაა, ვქმნით უნივერსალურ პლათფორმას. სტარტაპის მიმართულებით, ჩვენი მხრიდან და სტარტაპერების მხირიდანაც დიდი ინიციატივები მოდის. სტარტაპერების მხრიდან უპირატესობა ის არის, რომ ჩვენ დიდ ნაწილს ვიღებთ ჩვენს თავზე, ვანთავსებთ პლათფორმაზე, საკურიერო მომსახურებას ჩვენ თავზე ვიღებთ, იქ მარკეტინგული აქტივობები არის რომელიც ჩვენი მხრივ ვანხორციელებთ, აქედან გამომდინარე მათთვის ძალიან სასარგებლო არის. თანამშრომლობის პირობას რაც შეეხება თითო გაყიდული პროდუქციიდან 20% ვიღებთ, მაგრამ აქაც გააჩნია კომპანიებს სტარტაპერებთან უფრო დაბალ პროცენტში ვთანამშრომლობთ 15-18%-მდე. (ნატა ბერიძის თქმით)

Businesscourse.ge არის საქართველოს ბანკის პროექტი, რომლის ფარგლებშიც სრულიად უფასოდ შეუძლია ნებისმიერ ადამიანს გაიაროს კურსი, რის შემდეგაც გადაეცემა სერთიფიკატი. საიტზე შესვლისას ვხვდებით კურსების დიდ ჩამონათვალს, სადაც რეგისტრაცია ძალიან მარტივია. აქ შევხვდებით შემდეგ კურსებს: როგორ დავიწყოთ ინვესტირება 1$-იდან, როგორ გავყიდოთ სწორედ, მომსახურების მართვა, როგორ შემოვკრიბოთ აუდიტორია ბრენდის გარშემო, მარკეტინგული კვლევის როლი ბიზნეში და ა.შ. ეს უნიკალური საშვალებაა დამწყები ბიზნესმენისთვის, რომელმაც არ იციან ბიზნესის სწორედ მართვა.

### 2.1 ქვეთავი- დაფინანსების შესაძლებლობები

აწარმოე საქართველოში- ბიზნესის მიმართულების მიზანია საქართველოში მეწარმეობის განვითარება, მეწარმის მხარდაჭერა. აწარმოე საქართველოში ერთ-ერთი პირველი სახელმწიფო უწყებაა საქართველოში. აწარმოე საქართველოს გამოქვეყნებულ წლევანდელი ინფორმაციიდან ვიგებთ, რომ შესულია 14,823 განაცხადი, გასულ წელს ეს ციფრი იყო 26000, რაც იმას ნიშნავს, რომ წელს უფრო ნაკლები განაცხადია დაფინანსებაზე შევსებული. აწარმოე საქართველო წლევანდელ წელ გეგმავს 1500 ბიზნესის დაფინანსებას რაც გასულ წელსთან შედარებით სამჯერ მეტია. შესული განცხადიდან 54.2% კაცია, 45,8% ქალი. აწარმოე საქართველოს ოპერატორი მარიამ ხიმშიაშვილის თქმით, განაცხადების შევსება 11 აპრილს დასრულდა, გამოცხადებული იყო 30 000 ლარიანი საგრანტო პროგრამა გარდა საპილოტე რეგიონებისა, სადაც 40 000 ლარს შეადგენდა გრანტი. ეს თანხა სრულიად საჩუქრად გადაეცემა გამარჯვებულებს. 300 მეტი საქმიანობა ფინანსდება და მონაწილე შემდეგ კრიტერიუმებს უნდა აკმაყოფილებდეს :18 წელს ზემოთ, უნდა იყოს ფიზიკური პირი, ინდივიდუალური მეწარმე, მცირე მეწარმე ან მიკრო მეწარმე. საგრანტო პროგრამა ცხადდება 1 წელში ერთხელ, წლევანდელ წელს გამოყოფილია 27,5 მილიონი ლარი და ეს თანხა გადანაწილდება გამარჯვებულებზე.

Startup.gov.ge სტარტაპ საქართველო- „სტარტაპ საქართველოს დაწყების მიზანი გახდა, რომ მოქალაქეებს, განსაკუთრებით კი, ახალგაზრდებს, რომლებიც აქამდე ფინანსური რესურსის არქონის გამო არ შეეძლოთ ბიზნესის წამოწყება, მიეცეთ უნიკალური შანსი განახორციელონ სიახლეზე ორიენტირებული ბიზნეს იდეები და დაიწყონ საკუთარი ბიზნესი“. სახელმწიფომ პროგრამის დაწყების პირველ ეტაპზე გამოჰყოფს 11მლნ ლარს, სამომავლოდ კი, შესაძლოა ეს ბიუჯეტი 35 მლნ ლარამდეც კი გაზარდონ. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ ამ პროგრამის კოორდინატორები გახლავთ „ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო“,საპარტნიორო ფონდი“. (startup.gov.ge)

Tbc-startaperi.ge-„ სტარტაპერი თიბისი ბანკის პროგრამაა. რომლის მიზანია სტარტაპერების განვითარების ხელშეწყობა და ახალი ბიზნესის წამოწყების სტიმულირება. პროგრამა მოიცავს ფინანსურ და არაფინანსურ მხარდაჭერას სტარტაპერებისათვის“. მათი სლოგანია -„თუ ხარ სტარტაპერი, მოდი აქ, ჩაერთე პროგრამის სხვადასხვა აქტივობაში და გახდი უფრო წარმატებული“.(startaperi.ge)

თიბისის ოპერატორის გიორგი გიგილიგაშვილის თქმით- მათ აქვთ ორი შეთავაზება

სუბსიდირებული, რომელსაც სახელმწიფო აფინანსებს და სესხის გაცემით ხელშეწყობა. როგორ სესხის შემთხვევაში ასევე სახელმწიფო დაფინანსებით, 50%-ით ხდება ხელშეწყობა. დაფინანსების მისაღებად საჭიროა მინიმუმ 6 თვიანი გამოცდილება და 10 000 ლარის შემთხვევაში სესხის პროცენტი 18-21% -მდეა.

## III თავი-ქართული სტარტაპი

Tavrieli- თავრიელი არის ახალგაზრდა მხიარული და ფერადი გოგონა, რომელიც უწყვეტ რეჟიმში სთავაზობს თავის ტოლებს გემოვნებიან, კომფორტულ და ხარისხიან პროდუქციას. როგორც თავრიელის ერთ-ერთი დამფუძნებლისგან ვიგებთ, ისინი ჩართულნი იყვნენ, პროექტ „აწარმოე საქართველოში“, რომელიც ხელს უწყობს ქართულ პროდუქციას, იპოვოს საკუთარი სუსტი მხარე და გააძლიეროს ის. „ჩვენ შემთხვევაში ეს იყო ექსპორტი, სრული დაფინანდება და ღონისძიება დუბაიში. ჩვენი მონაწილეობის მიღება ამ პროექტში, მიმართული იყო ბრენდის ამ კუთხით განვითარებაზე“.

Lovestar-ის დამფუძნებელი ნიტა ტრაპაიძე- „ჩვენი ბრენდი დაახლოებით 3 წელია რაც არსებობს. ჩვენი ნახატები გადაგვაქვს სხვადასხვა ქსოვილზე და ვქმნით ქალის ფეხსაცმელს, ტანსაცმელს და აქსესუარებს. ქარავანზე სამჯერ მივიღეთ მონაწილეობა. პირველად გაზაფხულზე გავედით, შემდეგ შემოდგომაზე და გვქონდა სტენდი, სადაც მომხმარებლისთვის გატანილი გვქონდა ჩვენი პროდუქცია. ასევე მივიღეთ მონაწილეობა საშობაო ქარავანზე, თიბისი ბანკმა სტარტაპის ფარგლებში დააფინანსა ჩვენი სტენდი, სადაც ბევრმა ახალმა მომხმარებელმა გაიცნო ჩვენი ბრენდი და პროდუქცია.

Salione

სალივანი დაარსდა 1 წლის წინ, რომლის ბიუჯეტიც შეადგენდა 300 ლარს. თავდაპირველად შეიქმნა 5-6 ჩანთის მოდელი, რომელიც განთავსებული იქნა ინსტაგრამზე. პროდუქციის შექმნის პროცესი ასე გამოიყურება: პირველ რიგში მატერიები მარაგდება, სამგორი,ლილო,მარჯანიშვილი,ნაფარეულიდან, რის შემდეგადაც მიდის საწარმოში,სადაც მკერავი ამუშავებს. სალივანმა გაყიდვები დაიწყო ონლაინ. დღესდღეობის სოციალურ ქსელში ჰყავს 5000მდე მიმდევარი/გამომწერი. 1 წლის განმავლობაში ბრენდმა სალივანმა აწარმოა 2000-მდე ჩანთა და მოახდინა ამის რეალიზება სხვადასხვა გზებით. ის აქტიურად იყო ჩართული ქარავანის ღონისძიებაში, ასევე პროდუქცია განათავსა shopshop-ზე და extra.ge-ზე, რამაც გაუზარდა გაყიდვების რაოდენობა. თუ დავდაპირველად დღეში ეყიდებოდა 1-2 ჩანთა დღეს უკვე საშუალოდ 5-15 ჩანთამდე იყიდება. 1 ჩანთის ფასი 30ლარიდან 45 ლარის ჩათვლით მერყეობს და წლიურმა ბრუნვამ 70000 ლარი შეადგინა. ამ დროის განმავლობაში სტარტაპმა სალივანმა მოახერხა და სულ რამოდენიმე კვირის უკან ჭავჭავაძის გამზირზე გახსნა მაღაზია, რაც მისთვის ძალიან დიდი წარმატებაა და მიღწევაა.

### 3.1 ქვეთავი- სოციალური კვლევა

სოციალური კვლევა:

სოციალური ქსელის დახმარების დაახლოებით 150 კაცს გაეგზავნა გუგლის ფორმატი შემდეგი კითხვარით:

სქესი

ასაკი

მოგწონთ თუ არა სტარტაპერების შემოქმედება მოდის ინდუსტრიაში?

რამდენად ხშირად შეიძენთ მათ პროდუქციას?

უჭერთ თუ არა მხარს სტარტაპის განვითარებას საქართველოში?

გამოკითხვაში მონაწილეობა მიიღო 119 ადამიანმა საიდანაც 72,2%მდედრობითი ,27.3% მამრობითი სქესის წარმომადგენელია. ასაკი 90,9% 15-30 წლამდე მერყეობდა. რაც შეეხება კითხვაზე მოსწონთ თუ არა სტარტაპერების შემოქმედება 100% დადებითად პასუხობს, რამდენად ხშირად იძენენ მათ პროდუქციას 54,5% პასუხობს, რომ ხშირად შეიძენენ და 45.5% ნაკლებად. ამ გამოკითხულთა 100% უჭერს მხარს საქართველოში სტარტაპის განვითარებას.

## IV თავი- პრობლემები სტარტაპის ბაზარზე

ქვეყანაში ზოგადად კაპიტალზე, ფულზე წვდომა გართულებულია, არ არსებობს კაპიტალის ბაზარი და მოსახლეობა მიჯაჭულია ბანკებზე ან სახელმწიფო პროგრამებზე, ეს ართულებს ბიზნესის და მათ შორის სტარტაპერების განვითარება/გაფართოებას.

ერთ-ერთი ნათელი მაგალითია, სტარტაპი ecocosmetic, რომელიც აწარმოებდა ორგანულ კოსმეტიკურ ბრენდს. ეკოკოსმეტიკი თავის პროდუქციას აწარმოებდა ჩინეთის ერთ-ერთ ქარხანაში და რეალიზებას ახდენდა საქართველოში. მათი პროდუქცია ხელმისაწვდომი და მაღალი ხარისისხის იყო. ერთ დღეს, როდესაც ჩინეთის ფაბრიკამ მოუმატა ფასი პროდუქციაზე, იძულებულები გახდნენ მფლობელები მიემართათ, ბანკისთვის დაფინანსების მიზნით, მაგრამ მათ მიიღეს უარი. Ecocosmetic-სმა მისსივე სახსრებით სულ რაღაც 6 თვე იარსება, რის შემდეგაც მოუწიათ სტარტაპის შეჩერება.

როგორც ზემოთ თიბისის შეთავაზებიდან ვიგებთ სტარტაპერებთან 10000 ლარი სესხის შემთხვევაში თანამშრომლობა ხდება 18-21%, რაც მაღალი პროცენტური მაჩვენებელია სტარტაპერებისთვის. აქედან გამომდინარე ძალიან ბევრ დამწყებ ბიზნესმენს არ უღირს ამხელა პროცენტის გადახდა ან ზოგი თუნდაც ვერ აუვა გადასახადს, რადგან მათთვის დიდი რისკია. სტარტაპერებს რჩებათ ერთადერთი გზა დარეგისტრირდნენ სახელმწიფოს მიერ გამოყოფილ პროგრამებზე, სადაც გამარჯვების შანსი ძალიან დაბალი აქვთ.

## დასკვნა

ზემოთ მოყვანილ წყაროებზე და კვლევაზე დაყრდნობით, ჩვენ შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ საქართველოში ნაწილობრივ ძალიან კარგი შესაძლებლობები და პირობები არსებობს სტარტაპის განსავითარებლად . ნათელი მაგალითია ჩემს მიერ დაარსებული სტარტაპი სალივანი, რომელმაც ზემოთ მოყვანილი კომპანიების მეშვეობის გაითქვა სახელი და დღესდღეისობით, ძალიან კარგ შედეგებს დებს. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ სახელმწიფო ზრუნავს და გამოჰყოფს ყოველწლიურად ბიუჯეტს სტარტაპერებისათვის. აწარმოე საქართველო, რომელიც უნიკალურ შესაძლებლობას აძლევს მეწარმეებს,გრანტის მოსაპოვებლად, ასევე ნათელი მაგალითია tavrieli ჩვენი ერთ-ერთი წყარო,რომელიც სრულიად დააფინანსა და ექსპორტზე, დუბაიში გაატანინა მათი შემოქმედება. თიბისი, რომელიც ასევე ზრუნავს სტარტაპერებზე და ძალიან ხშირად აფინანსებს მათ, როგორც სესხით, ასევე უსასყიდლოდ. ქარავანი და სთოლი უნიკალურ შესაძლებლობას უქმნის მეწარმეებს, ბიუჯეტურ ფასად წარადგინონ პროდუქცია ადგილზე. საერთო ჯამში შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში სტარტაპის განვითარებას, ძალიან კარგი მომავალი აქვს. ყოველ ადამიანს შეუძლია დაიწყოს მცირე ბიზნესი და განავითაროს, მარტივად ზემოთ მოყვანილი კომპანიების დახმარებით.

## გამოყენებული ლიტერატურა

<https://finedu.gov.ge/ge/blogi-1/8-rcheva-rogor-vaktsiot-startapi-tsarmatebul-biznesad-1?fbclid=IwAR0AtetXAmHOQ8pgJ-uNC5Cxv0936RUQRqAgU3sEsc2T0uAx_8FWLe8mRco> (ლილი ნინოშვილი,2021წელი.)

<https://kanchaveli.ge/2016/05/what-is-a-startup/> (გიორგი ყანჩაველი,2016)

<https://extra.ge/> (წარმომადგენელი, ნატა ბერიძე)

<https://shopshop.ge/home?fbclid=IwAR3_-V8I6CVg5MR_iLFrnqiNNZ6qPb1kcmXL51u94F2_uVdVNkg2dhVxLW4> (წარმომადგენელი, ნინი ყიფიანი)

<https://www.startuperi.ge/> (ოპერატორი,გიორგი გილიგაშვილი)

<http://startup.gov.ge/geo/home>

<https://www.enterprisegeorgia.gov.ge/>

lovestar-დამფუძნებელი, ნიტა ტრაპაიძე.

Salione დამფუძნებელი, სალომე გაგნიძე

Eco cosmetic, შემქმნელი, ნიტა ზირაქაძე.

# ანალიტიკური სტატია

## სტარტაპის განვითარების შესაძლებლობები საქართველოში

ინტერნეტმა XX საუკუნის 90-იან წლებში სამყაროს ცენტრალიზაცია მოახდინა. გაამარტივა კომუნიკაცია ადამიანებს შორის, შესაბამისად ამ გარემოებამ დიდი საფუძველი დაუდო და გაუმარტივა განვითარება სტარტაპერებს. სიტყვა სტარტაპი აქტუალურად გამოიყენება ბოლო რამოდენიმე წელია, ის დაწყებას ნიშნავს. მას ზუსტი დეფინიცია არ აქვს, ყველას სხვადასხვანაირად ესმის, ზოგი მას უნიკალური პროდუქტის ან მომსახურების შექმნასთან აკავშირებს, ზოგის აზრით კი, ტერმინი სტარტაპი ეხება კომპანიის მუშაობის პირველ ეტაპს. ის დაფუძნებულია ერთი ან მეტი მეწარმის მიერ, რომელთაც სურთ განავითარონ პროდუქტი ან სერვისი. ეს კომპანიები წარმოებას იწყებენ, ძირითადად მაღალი ხარჯებით და შეზღუდული შემოსავლით, რის გამოც ისინი ეძებენ კაპიტალს სხვადასხვა წყაროებიდან/დამფინანსებლებისგან. საქართველოში ყველაზე დიდი გამოწვევა სტარტაპის შემთხვევაში, არის მაღალი საპროცენტო განაკვეთი, კომერციული ფართების სიძვირე და მუშა ხელი. ხსენებული ფაქტორები დიდ წინაღობას უქმნიან დამწყებ ბიზნესმენებს, რომალთაც სურთ განავითარონ საკუთარი ბიზნესი უმოკლეს დროში.

რა მდგომარეობაა საქართველოში სტარტაპ სფეროში

ბიზნესის 90% დაარსების პირველ ეტაპზე, ეძებს კაპიტალს სხვადასხვა წყაროებიდან, საქართველოში კი ეს ძალიან რთული პროცესია, რადგან ბანკებს აქვთ დიდი საპროცენტო განაკვეთი, რის გადახდაც დამწყებ ბიზნესმენებს უჭირთ, და აქედან გამომდინარე თავს იკავებენ ამ თანხების აღებისგან. Tbc ბანკი, რომელიც ერთ-ერთი ყველზე მსხვილი ბანკია საქართველოს მასშტაბით, მათი ოპერატორი, გიორგი გილიგაშვილისგან ვიგებთ, რომ სესხის მისაღებად საჭიროა მინიმუმ 6 თვიანი გამოცდილება და 10,000 ლარის მოთხოვნის შემთხვევაში, საპროცენტო განაკვეთი შეადგენს 18-21%-ს. ასევე კომერციული ფართების სიძვირე, რომელიც წარმოადგენს დიდ პრობლემას, ვიტრაჟული ფართების ფასი საშუალოდ 500$-იდან 1500$-მდე მერყეობს, რაც სტარტაპერისთვის საკმაოდ კოლოსალური თანხაა. დამწყებმა ბიზნესმენებმა ყოველთვიურად, შეიძლება ამ თანხის გამომუშავება სულაც ვერ მოახერხონ. მუშა ხელი საქართველოში,ძალიან რთულად საპოვნელია, რადგან არ არიან დატრენინგებულები და მომსახურების სფეროში არ არიან გაწაფულნი. ბევრმა დასაქმებულმა არი იცის მიდგომა მომხმარებელთან და ამან შეიძლება ძალიან დიდი გავლენა მოახდინოს, ბიზნესის იმიჯზე.

ზემოთ აღნიშნული გამოწვევების მიუხედავად არსებობს ბევრი კომპანია თუ კამპანია ,რომლებიც ხელს უწყობენ ბიზნესის განვითარებას, ესენი არია: caravan, stall, shopshop.ge, extra.ge, marketer.ge, businesscourse.ge, startaperi.ge, აწარმოე საქართველოში, ბიზნესისა და ინოვაციების სააგენტო, startup.gov.ge და ა.შ.

კომპანიები რომლებიც ხელს უწყობენ სტარტაპის განვითარებას საქართველოში

Caravan-არის ორგანიზაცია, რომელიც სეზონურად ორბელიანზე აწყობს ღონისძიებას, სადაც წარმოდგენილია სხვადასხვა ზონები: ბავშვთა გსართობი, სამეწარმეო, საჭმლის მარკეტი და მუსიკალური ზონა. ქარავანი ძალიან კარგ შესაძლებლობას აძლევს მეწარმეებს, რომ თავიანთი ნაწარმი წარუდგინონ ხალხს დახლების მეშვეობით. ის ყველა დამწყებისათვის ხელმისაწვდომია. ორი დღის ღირებულება შაბათ-კვირა , შეადგენს 100 ლარს. ქარავანი ორგანიზებას უწევს სტენდებით და პიარ კამპანიით, რომელიც იზიდავს ხალხს და მეწარმეებს შესაძლებლობა ეძლევათ რეალიზება მოახდინონ მათი პროდუქციის . Caravan-ის ორგანიზატორი- ქეთი გიგანი მოგვითხრობს: „ჩვენ მეწარმეებს და დამწყებ ბიზნესმენებს, შესაძლებლობას ვუქმნით გაყიდვები მოახდინონ თავიანთი ნივთების ადგილზე, ასევე ეს ხალხისთვისაც ხელსაყრელია ნახონ ადგილზე და შეაფასონ. 2019 წლიდან ეძლევათ შესაძლებლობა სტარტაპერებს მონაწილეობა მიიღონ ღონისძიებაში, ყოველ წელს გვემატებიან ახალი სტარტაპერები და ფართოვდება არჩევანი.“ (caravan-ის ორგანიზატორი,ქეთი გიგანი.)

Stall- იგივე პირობებს და თანამშრომლობას სთავაზობს მეწარმეებს. სთოლის დახლები განთავსებულია რუსთაველის გამზირზე, მოსწავლე-ახალგაზრდობის სასახლის წინ, ხალხმრავალ ადგილზე. იქ მოყრილია ერთად დაახლოებით 70-მდე დახლი, სადაც აღმოაჩენთ უნიკალურ ნამუშევრებს. დახლის ღირებულება ორი დღის გამნმავლობაში შეადგენს 100 ლარს.

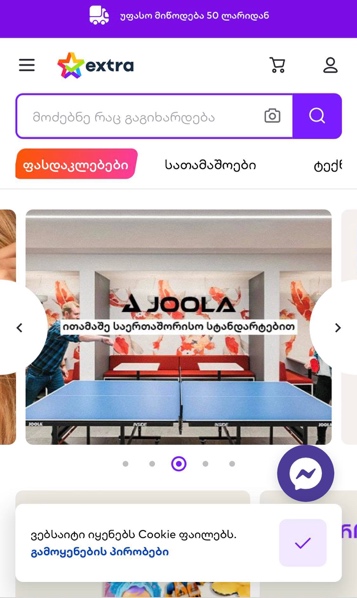
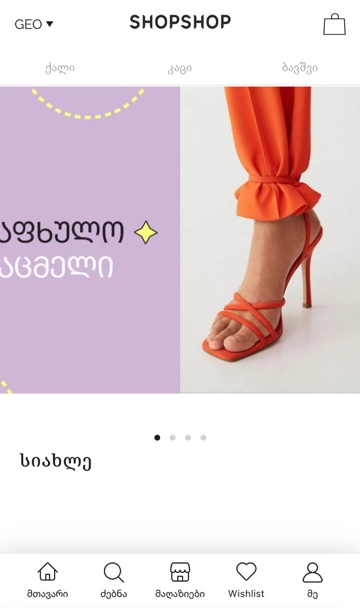
სთოლის ორგანიზატორი მედეა სანაძის თქმით-სთოლი აქტიურადაა ჩართული მეწარმეების განვითარების და ხელშეწყობის პროცეში. „გვსტუმრობს ძალიან ბევრი ხალხი მათ შორის ტურისტები, რაც ვფიქრობ ძალიან დიდი შესაძლებლობაა სტარტაპერებისთვის. ჩვენ ასევე ზაფხულობით ბათუმშიც ვსთავაზობთ დახლებს, სადაც ძალიან დიდი მოთხოვნაა. ვცდილობთ ყველა სტარტაპმა მიიღოს მონაწილეობა და გული არავის დავწყვიტოთ“,-ტექსტს ამობს, მედეა სანაძე.

Shopshop.ge-extra.ge - არიან ვებსაიტები, სადაც მეწარმეებს შესაძლებლობა ეძლევათ განათავსონ თავიანთი პროდუქცია

Shopshop.ge ნინი ყიფიანის თქმით- „ჩვენ ეს პლათფორმა შევქმენით დაახლოებით, მაშინ როდეცას კორონა დაიწყო 3 წლის წინ, თავდაპირველად დავუკავშირდით დიდ ბრენდებს, როგოორებიცაა mango,ypekiol,calvinclain,diesel.. ჩვენ ვართ ორიენტირებულები მომხმარებელზე, მუდმივად ვცილობთ მათი მოთხოვნების დაკმაყოფილებას. ასევე გვყავს „ბედნიერების მენეჯერები“ რაც ძალიან მნიშვნელოვანია, მათ ბედნიერება მიაქვთ მომხმარებელთან, აგრეთვე გვყავს ჩვენი მარკეტინგული ჯგუფი, რომელიც მუშაობს, ყოველ დღიურად იმიჯზე და გაპიარებაზე. ძალიან ხშირად გვაქვს აქციები, ვთანავმშრომლობთ visa თან და ქეშ ბექების სახით უბრუნდებათ მომხმარებლებს თანხა უკან. ჩვენს საიტზე განთავსების მოთხოვნა უფროდაუფრო იზდება, დღესდღეისობით დაახლოებით 40 სტარტაპთან ვთანამშრომლობთ და ხელს ვუწყობთ მათ განვითარებას“,-ტექსტს ამბობს, ნინი ყიფიანი.

Extra.geნ ნატა ბერიძე მოგვითხრობს, რომ- „ელ კომერციული პლათფორმა არის, შესაბამისად მაღაზიების გაციფრულებაა, ვქმნით უნივერსალურ პლათფორმას. სტარტაპის მიმართულებით, ჩვენი მხრიდან და სტარტაპერების მხირიდანაც დიდი ინიციატივები მოდის. სტარტაპერების მხრიდან უპირატესობა ის არის, რომ ჩვენ დიდ ნაწილს ვიღებთ ჩვენს თავზე, ვანთავსებთ პლათფორმაზე, საკურიერო მომსახურებას ჩვენ თავზე ვიღებთ, იქ მარკეტინგული აქტივობები არის რომელიც ჩვენი მხრივ ვანხორციელებთ, აქედან გამომდინარე მათთვის ძალიან სასარგებლო არის. თანამშრომლობის პირობას რაც შეეხება თითო გაყიდული პროდუქციიდან 20% ვიღებთ, მაგრამ აქაც გააჩნია კომპანიებს სტარტაპერებთან უფრო დაბალ პროცენტში ვთანამშრომლობთ 15-18%-მდე“,- ამბობს ნიტა ბერიძე.

### დანართი1



Businesscourse.ge არის საქართველოს ბანკის პროექტი, რომლის ფარგლებშიც სრულიად უფასოდ შეუძლია ნებისმიერ ადამიანს გაიაროს კურსი, რის შემდეგაც გადაეცემა სერთიფიკატი. საიტზე შესვლისას ვხვდებით კურსების დიდ ჩამონათვალს, სადაც რეგისტრაცია ძალიან მარტივია. აქ შევხვდებით შემდეგ კურსებს: როგორ დავიწყოთ ინვესტირება 1$-იდან, როგორ გავყიდოთ სწორედ, მომსახურების მართვა, როგორ შემოვკრიბოთ აუდიტორია ბრენდის გარშემო, მარკეტინგული კვლევის როლი ბიზნეში და ა.შ. ეს უნიკალური საშვალებაა დამწყები ბიზნესმენისთვის, რომელმაც არ იციან ბიზნესის სწორედ მართვა. (businesscourse.ge, website.)

აწარმოე საქართველოში- ბიზნესის მიმართულების მიზანია საქართველოში მეწარმეობის განვითარება, მეწარმის მხარდაჭერა. აწარმოე საქართველოში ერთ-ერთი პირველი სახელმწიფო უწყებაა საქართველოში. წელს, მათი გამოქვეყნებული ინფორმაციიდან ვიგებთ, რომ შესულია 14,823 განაცხადი, გასულ წელს ეს ციფრი იყო 26000, რაც იმას ნიშნავს, რომ წელს უფრო ნაკლები განაცხადია დაფინანსებაზე შევსებული. აწარმოე საქართველო წლევანდელ წელ გეგმავს 1500 ბიზნესის დაფინანსებას რაც გასულ წელსთან შედარებით სამჯერ მეტია. შესული განცხადიდან 54.2% კაცია, 45,8% ქალი. აწარმოე საქართველოს ოპერატორი მარიამ ხიმშიაშვილის თქმით, განაცხადების შევსება 11 აპრილს დასრულდა, გამოცხადებული იყო 30 000 ლარიანი საგრანტო პროგრამა გარდა საპილოტე რეგიონებისა, სადაც 40 000 ლარს შეადგენდა გრანტი. ეს თანხა სრულიად საჩუქრად გადაეცემა გამარჯვებულებს. 300 მეტი საქმიანობა ფინანსდება და მონაწილე შემდეგ კრიტერიუმებს უნდა აკმაყოფილებდეს :18 წელს ზემოთ, უნდა იყოს ფიზიკური პირი, ინდივიდუალური მეწარმე, მცირე მეწარმე ან მიკრო მეწარმე. საგრანტო პროგრამა ცხადდება 1 წელში ერთხელ, წლევანდელ წელს გამოყოფილია 27,5 მილიონი ლარი და ეს თანხა გადანაწილდება გამარჯვებულებზე. ამბობს აწარმოე საქართველოს ოპერატორი, მარიამ ხიმშიაშვილი.

სტატისტიკა

თიბისი ბანკის გამოქვეყნებული ინფორმაციიდან ვიგებთ, რომ მათ 5 წლის განმავლობაში შეძლეს და დააფინანსეს 55 000 მეტი სტარტაპი, 315 მილიონ ლარზე მეტი დაფინანსდა.

საქართველოს ბანკი- 16.5 მილიონი ლარი-მოზიდული ინვესტიცია, 627 ათაზე მეტი-რეგისტრირებული მომხმარებელი, 89 საერთაშორისო პარტნიორი, 354- შექმნილი სამუშაო ადგილი.( forbes, ელენე კვანჭილაშვილი, 2021)

ქართველი სტარტაპერები

Tavrieli- თავრიელი არის ახალგაზრდა მხიარული და ფერადი გოგონა, რომელიც უწყვეტ რეჟიმში სთავაზობს თავის ტოლებს გემოვნებიან, კომფორტულ და ხარისხიან პროდუქციას. როგორც თავრიელის ერთ-ერთი დამფუძნებლისგან ვიგებთ, ისინი ჩართულნი იყვნენ ,პროექტ „აწარმოე საქართველოში“, რომელიც ხელს უწყობს ქართულ პროდუქციას, იპოვოს საკუთარი სუსტი მხარე და გააძლიეროს ის. „ჩვენ შემთხვევაში ეს იყო ექსპორტი, სრული დაფინანდება და ღონისძიება დუბაიში. ჩვენი მონაწილეობის მიღება ამ პროექტში, მიმართული იყო ბრენდის ამ კუთხით განვითარებაზე“,-ამბობს თავრიელის დამფუძნებელი.

### დანართი2



Lovestar-ის დამფუძნებელი ნიტა ტრაპაიძე- „ჩვენი ბრენდი დაახლოებით 3 წელია რაც არსებობს. ჩვენი ნახატები გადაგვაქვს სხვადასხვა ქსოვილზე და ვქმნით ქალის ფეხსაცმელს, ტანსაცმელს და აქსესუარებს. ქარავანზე სამჯერ მივიღეთ მონაწილეობა. პირველად გაზაფხულზე გავედით, შემდეგ შემოდგომაზე და გვქონდა სტენდი, სადაც მომხმარებლისთვის გატანილი გვქონდა ჩვენი პროდუქცია. ასევე მივიღეთ მონაწილეობა საშობაო ქარავანზე, თიბისი ბანკმა სტარტაპის ფარგლებში დააფინანსა ჩვენი სტენდი, სადაც ბევრმა ახალმა მომხმარებელმა გაიცნო ჩვენი ბრენდი და პროდუქცია,-ამბობს ნიტა ტრაპაიძე.

### დანართი3



Salione\_

სალივანი დაარსდა 1 წლის წინ, რომლის ბიუჯეტიც შეადგენდა 300 ლარს. თავდაპირველად შეიქმნა 5-6 ჩანთის მოდელი, რომელიც განთავსებული იქნა ინსტაგრამზე. პროდუქციის შექმნის პროცესი ასე გამოიყურება: პირველ რიგში მატერიები მარაგდება, სამგორი,ლილო,მარჯანიშვილი,ნაფარეულიდან, რის შემდეგადაც მიდის საწარმოში, სადაც მკერავი ამუშავებს. სალივანმა გაყიდვები დაიწყო ონლაინ. დღესდღეობის სოციალურ ქსელში ჰყავს 5000მდე მიმდევარი/გამომწერი. 1 წლის განმავლობაში ბრენდმა სალივანმა აწარმოა 2000-მდე ჩანთა და მოახდინა ამის რეალიზება სხვადასხვა გზებით. ის აქტიურად იყო ჩართული ქარავანის ღონისძიებაში, ასევე პროდუქცია განათავსა shopshop-ზე და extra.ge-ზე, რამაც გაუზარდა გაყიდვების რაოდენობა. თუ დავდაპირველად დღეში ეყიდებოდა 1-2 ჩანთა დღეს უკვე საშუალოდ 5-15 ჩანთამდე იყიდება. 1 ჩანთის ფასი 30ლარიდან 45 ლარის ჩათვლით მერყეობს და წლიურმა ბრუნვამ 70 000 ლარი შეადგინა. - ამბობს, სალომე გაგნიძე.

### დანართი 4

ecocosmetic-ეკოკოსმეტიკსი

იყო კომპანია, რომელიც აწარმოებდა ეკოლოგიურად სუფთა ორგანულ კოსმეტიკას. ეკო კოსმეტიკს პროდუქციის წარმოება უწევდა ჩინეთის ქარხანაში,რის შემდეგაც რეალიზება ხდებოდა საქართველოში. პანდემიის დროს ჩინეთის ქარხანამ გაზარდა ფასები წარმოებისთვის და გაჭირდა ტრანსპორტირება. აღსანიშნავია ის ფაქტიც, რომ ეკო კოსმეტიკსი აწარმოებდა უმაღლესი ხარისხის პროდუქციას ბიუჯეტურ ფასად, რის გამოც საკმაოდ კარგი მოთხოვნა ჰქონდა პროდუქციაზე. კომპანიამ დახმარების მიზნით მიმართა ბანკებს, სესხის თაობაზე მაგრამ მათ ყოველი ბანკისგან უარი მიიღეს.როგორც მათი შემქმნელისგან ნატასგან ვიგებთ, მან ბევჯერ სცადა ბედი აწარმოე საქართველოს პროექტზე მაგრამ ვერ გაიმარჯვა,რადგან შანსი დაბალია.ნატას თქმით: „ჩვენი სახსრებით სულ რაღაც 6 თვე ვიარსებეთ, რის შემდეგაც საბოლოოდ მომიწია უარი მეთქვა ჩემს წამოწყებაზე, ძალიან მწყდება გული მაგრამ ყველაფერი მაინც წინ არის და მე ამას შევძლებს“,-გვიყვება, ეკო კოსმეტიკის დამფუძნებელი, ნატა მგალობლიშვილი.

სტარტაპის განვითარებასთან დაკავშირებოთ, საზოგადოების აზრი ორ ნაწილად იყოფა. ნაწილი ფიქრობს, რომ ძალიან კარგი შესაძლებლობები და პირობები აქვთ სტარტაპერებს საქართველოში, ხოლო ნაწილის აზრით კი მათ არანაირი ხელშეწყობა არ აქვთ სახელმწიფო თუ კერძო სექტორებიდან. ზემოთ მოყვანილი წყაროებიდან შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ არც თუ ისე ცუდი დგომარეობაა საქართველოში სტარტაპ სფეროში. ბევრი კომპანია ცდილობს, მისი კონცეფცია ააგოს და მოარგოს ქართულ სტარტაპს. ბევრი პრობლემის და წინაღობის მიუხედავად, არიან სტარტაპერები, რომლებმაც დაუღალავი შრომით მიაღწიეს დიდ წარმატებას, მაგალითად ჩვენმა წყაროებმა: taviel-მა, lovestar-მა, salione-მა და უამრავმა სხვა კომპანიამ.