

BPN Georgia

ბიზნეს გეგმა GE 099.2020

1 ზოგადი ინფორმაცია

1.1 პირადი მონაცემები, მისამართი

გვარი: *ბერიძე*

სახელი: *ნიკოლოზ*

დაბადების თარიღი: 26.05.1977

პირადი მისამართი: *წმინდა ნინოს ქუჩა 121, ქუთაისი 4600, საქართველო*

ტელეფონი: +995 599 39 16 54

ელ-ფოსტა: nikoloz.beridze@gmail.com

1.2 საწარმო

გატარებულია საწარმო რეგისტრაციაში? ☒ კი ☐ არა

საფუძნების თარიღი: 11.03.2015 სამართლებრივი ფორმა: *შპს*

საწარმოს სახელი: *Hillside Boutique Guesthouse*

საწარმოს საქმიანობის სფერო: *სასტუმრო სახლი რესტორნით*

საწარმოს მფლობელის სახელი და გვარი: *ნიკოლოზ ბერიძე*

არიან სხვა მეწილეები ჩემს საწარმოში? ☒ კი ☐ არა

ფირმის მისამართი: *დეზი იშხნელების ქუჩა 99, ქუთაისი 4600, საქართველო*

ვებგვერდი: www.hillside-kutaisi.ge ფეისბუქი: hillsidekutaisi

1.3 შეთავაზება

- რა პროდუქტს/მომსახურებას ვთავაზობ ბაზარზე?

ჩვენს კარგად შენარჩუნებულ მე-19-ე საუკუნის ბაროკოს სტილის შენობაში არქიტექტურის, დიზაინისა და ისტორიის მოყვარულ სტუმრებს ვთავაზობთ დაუვიწყარ ღამისთვის შესაძლებლობას ავთენტურად მოწყობილ ოთახებში. ჩვენი 10 სასტუმრო ოთახი მდებარეობს სახლის მეორე და მესამე სართულებზე და დიდებულ ხედს გთავაზობთ ქალაქ ქუთაისზე. ყოველ დილით სტუმრებს ისტორიული ელფერის მქონე ჩვენს სასადილო ოთახში ან მზიან ტერასაზე, რომელიც ჩვენს ხეხილის ბაღს გადაჰყურებს, ელოდებათ ახლად მომზადებული, მრავალფეროვანი საუზმე ე.წ. შვედური მაგიდის სახით. ამავდროულად, ჩვენ მათ ვანებიერებთ მდიდრული სადილითა, ვახშმით და მსუბუქი ლანჩებით. ასევე მოთხოვნის შემთხვევაში, ჭიქა ღვინით ოჯახის ღვინის მარნიდან.

მომავალში ჩვენს სტუმრებს ასევე შევთავაზებთ ინდივიდუალურად მათზე მორგებულ ტურებს არქიტექტურულად საინტერესო შენობებისა და ისტორიულ - კულტურული ფასეულობების დასათვალიერებლად რეგიონში.

- ვინ არიან ჩემი მომხმარებლები?

ადგილობრივი და უცხოელი (განსაკუთრებით ცენტრალური ევროპა, აშშ) ინდივიდუალური მოგზაურები (30-65 წლის), რომლებიც ტურს დამოუკიდებლად გეგმავენ და წყვილებად ან

ოჯახთან ერთად მოგზაურობენ. ჩვენი საფასო პოლიტიკა მიმართულია საშუალო შემოსავლის მქონე ოჯახებზე საშუალო სოციალური ფენიდან. ჩვენს ყველა მომხმარებელს აერთიანებს ოჯახურ, ავთენტურ გარემოში დაბინავების სურვილი და არქიტექტურისა და კლასიკური დიზაინის სიყვარული. ღამის თევის მსურველი სტუმრების გარდა, არასეზონურ პერიოდში ჩვენ ასევე ვმასპინძლობთ ადგილობრივ მაცხოვრებლებს, რომლებიც მომხიბლავ გარემოში კულინარიულ სიამოვნებას ეძებენ.

- როგორ ვაწვდი ჩემს პროდუქტს/მომსახურებას ჩემს მომხმარებელს?

ჩვენი ტიპური სტუმრები ინტერნეტით ეძებენ ღამისთევის შესაფერის შესაძლებლობას. ჩვენი მიზანია, დაინტერესებულმა ადამიანებმა ძებნისას რაც შეიძლება სწრაფად გვიპოვნონ ჩვენი ვებგვერდის ან ონლაინ დაჯავშნის პორტალების საშუალებით, როგორიცაა მაგ. Booking.com და Airbnb.

ფეისბუქისა და ინსტაგრამის გვერდებზე გამოქვეყნებული პროფესიონალური სურათებისა და ვიდეოების მეშვეობით ვაჩვენებთ ჩვენს პოტენციურ სტუმრებს იმ უნიკალურ ატმოსფეროს, რომლის შეგრძნებასაც ისინი ჩვენთან სტუმრობისას შეძლებენ. ჩვენ ასევე მიზანმიმართულად ვაქვეყნებთ მომხმარებელთა მოსაზრებებს ჩვენს ფეისბუქ გვერდზე, რათა ხაზი გავუსვათ ჩვენი შეთავაზების სერიოზულობასა და უნიკალურობას.

გარდა ამისა, ვცდილობთ, მკითხველს ჩვენს შეთავაზებაზე ყურადღება მივაქცევინოთ კულტურით და არქიტექტურით დაინტერესებულ სხვადასხვა მოგზაურთა ბლოგებში სპეციალური სტატიების განთავსებით.

- სავარაუდო ბრუნვა და მოგება ოთხ წელიწადში (მოგება-ზარალის უწყისი - საპროგნოზო):

	აქტუალური წელი / 200X-1	20XX	20XX+1	20XX+2	20XX+3
ბრუნვა USD	44'832 USD	47'590 USD	54'050 USD	58'075 USD	64'650 USD
მოგება USD	3'308 USD	4'678 USD	5'982 USD	5'319 USD	6'578 USD

2 ჩემი ხედვა

როგორ ვხედავ ჩემს საწარმოს 5-10 წელიწადში?

ხედვა: ჩვენ, როგორც პირველი Boutique Guesthouse ქუთაისში, ყოველდღიურად აღვაფრთოვანებთ ჩვენს სტუმრებს ჩვენი სტუმართმოყვარეობით და ვაოცებთ მათ არაჩვეულებრივი იდეებით მომხიბლავ ისტორიულ შენობაში.

ა) როგორ განვავითარებ ჩემს პროდუქტებს, სერვისებს, სამიზნე სეგმენტებს და გაყიდვების არხებს?

ჩვენ საკუთარ საქმეზე შეყვარებული მასპინძლები ვართ და ჩვენი მიზანია: ბედნიერი და აღფრთოვანებული სტუმრები. მომდევნო ოთხი წლის განმავლობაში გვსურს გავზარდოთ ჯავშნების რაოდენობა ჩვენივე სტუმრების რეკომენდაციების მეშვეობით და წლიური დატვირთვის მაჩვენებელი 37% -დან 49% -მდე ავიდეს.

ჩვენს სტუმრებში უფრო და უფრო მატულობს თანამედროვე კეთილმოწყობილი გარემოს მოლოდინი, როგორცაა საკუთარი სააბაზანო და კარგი კონდიციონერა ოთახებში. ამ სურვილის ასრულების მიზნით, ოთახებს ტექნიკურად ბოლომდე გამართავთ. ასევე, ფაქიზად განვაახლებთ სამზარეულოსა და საერთო ოთახებს. ჩვენი სტუმრების ხშირი განმეორებული თხოვნის საპასუხოდ, ბაღში პატარა საცურაო აუზს მოვაწყობთ.

სიახლის სახით ჩვენს სტუმრებს შევთავაზებთ არქიტექტურულ და კულტურულ ტურებს, რომელთაც ადგილობრივი ექსპერტები გაუძღვებიან და სადაც სტუმრები გაეცნობიან საინტერესო ფაქტებს რეგიონის არქიტექტურული - კულტურული ძეგლებისა და ისტორიის შესახებ. გარდა ამისა, ჩვენ ხელს შევუწყობთ ინდივიდუალურ მოგზაურებს მათ მოთხოვნილებებზე მორგებული ტურების დაგეგმვაში.

ისეთი მიმზიდველი შეთავაზებებით, როგორცაა მაგ. ბაღში მოწყობილი ღია ცის ქვეშ კინოთეატრი თანამედროვე ფილმებით, ინსტაგრამისთვის შესაფერისი ადგილები ფოტოსესიებისთვის (შესაფერისი კოსტიუმების ჩათვლით), ჩვენ გვსურს სამომავლოდ უფრო მეტად „დავიპყროთ“ მომხმარებლებთან უფრო ახალგაზრდა სეგმენტები და ისინიც აღვაფრთოვანოთ ჩვენი შეთავაზებებით.

ამავდროულად, მხედველობის არეალიდან არ დაგვარგავთ ჩვენს ადგილობრივ რეგულარულ სტუმრებსაც და შევეცდებით სულ უფრო ძლიერად დავაკავშიროთ ისინი ჩვენს სასტუმრო სახლთან თემატური გამოფენებით, სურათების და წიგნების ვერნისაჟებით, სპეციალური ლექციებითა და პერიოდული ფასდაკლებებით. ჩვენი სოციალური მედია არხების საშუალებით, ისინი მუდმივად შეძლებენ აქტუალური ინფორმაციის მიღებას - თუ რა სარემონტო სამუშაოები მიმდინარეობს მოცემულ მომენტში, ახალი სეზონისთვის რა ღონისძიებებია დაგეგმილი და შეფ - მზარეული სტუმრებისთვის რა დელიკატესების მომზადებას გეგმავს.

ჩვენი ვებგვერდის მთავარ გვერდზე ახალ მომხმარებლებს მიმზიდველი შეთავაზებებით სტიმულს მივცემთ, ღამისთევა პირდაპირ ჩვენთან დაჯავშნონ. ამგვარად, ეტაპობრივად შევამცირებთ საკომისიო ხარჯებს ონლაინ დაჯავშნის პორტალებთან, როგორებიცაა Booking.com და Airbnb. პირდაპირი ჯავშნებისთვის ჩვენი სტუმრები დამატებით მომსახურებას, როგორცაა მაგ. უკეთესი ოთახის შეთავაზება, ან გემრიელ კოქტეილს მიიღებენ ჩვენგან საჩუქრად.

ყველა ამ ღონისძიების საშუალებით, ჩვენი საოჯახო სასტუმრო ხელს შეუწყობს ქუთაისში

ტურისტული შეთავაზების კიდევ უფრო დივერსიფიკაციას, ქალაქში მეტი სტუმრის შემოყვანასა და დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნას.

ბ) რა ზეგავლენა ექნება ამას ჩემს პერსონალზე / ჩემს ინფრასტრუქტურაზე?

ახლად შექმნილი ტურისტული შეთავაზება და სასტუმრო სახლში კულტურული ღონისძიებების გამრავალფეროვნება მოითხოვს არქიტექტურისა და კულტურის მცოდნე თანამშრომლების დროებით (ე.წ. ფრილანსერი) დასაქმებას. შესაბამისი კადრების აყვანისა და არსებული თანამშრომლების კვალიფიკაციის ამაღლების მიზნით, მჭიდროდ ვითანამშრომლებთ აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტთან. ოთახების უფრო მეტი დატვირთვა ასევე გამოიწვევს მეტი პერსონალის საჭიროებას დასუფთავებისათვის და ასევე სამზარეულოში. იმისთვის, რომ მაქსიმალურად სწრაფად შევძლოთ ახალი თანამშრომლების მომზადება თავიანთ როლისთვის და შევინარჩუნოთ ჩვენი მომსახურების სტანდარტი, ჩვენ მათ მივამაგრებთ სასტუმრო სახლის ერთ-ერთ გამოცდილ თანამშრომელს, რომელიც მათ სამუშაოს გააცნობს პირველი კვირებისა და თვეების განმავლობაში.

მომდევნო სამი წლის განმავლობაში თითოეული ჩვენი ოთახის ავეჯი უნდა განახლდეს დიდი სიფრთხილითა და შენობის ისტორიული სტრუქტურისადმი პატივისცემის გათვალისწინებით. ჩვენ ასევე გვინდა განვაახლოთ მისაღები (ე.წ. რესეპშენი) და მოვაწყოთ შესაბამისი სტილის სავარძლებით, ხალიჩებითა და სურათებით. სამზარეულოს მივამატებთ სამაცივრე სივრცეს და აღჭურვილობას მთლიანად შევუსაბამებთ ჰიგიენის უახლეს სტანდარტებს.

რა მახასიათებლები განასხვავებს ჩემს პროდუქტს / მომსახურებას? რით არის ის გამორჩეული? (გაყიდვის უნიკალური შეთავაზება, Unique Selling Proposition)

ჩვენ ვიქნებით ერთადერთი ბუტიკ სასტუმრო სახლი ქალაქში, რომელიც მის სტუმრებს მე -19-ე საუკუნის ბაროკოს სტილში ძალიან კარგად შემონახულ და ავთენტურად მოწყობილ შენობაში განათავსებს. ამავდროულად, ჩვენი ვიზიტორებს არ მოუწევთ უარი თქვან 21-ე საუკუნის თანამედროვე სტანდარტებსა და ტექნიკის მიღწევებზე.

ჩვენი სასტუმრო სახლი უპირველეს ყოვლისა თავისი განსაკუთრებული და გემოვნებიანი ინტერიერით გამოირჩევა. თითოეული ოთახი სხვადასხვა თემის მიხედვით იქნება გაფორმებული.

კულტურისა და არქიტექტურის თემაზე სწავლება გავლილი პერსონალი უზრუნველყოფს, რომ სტუმრებს ყოველთვის მიეცეთ პროფესიონალური რჩევა ექსკურსიებისა და ტურების დაგეგმვისას.

ჩვენი ზომის სხვა სასტუმრო სახლებისგან განსხვავებით, ჩვენი გამოცდილი მზარეულის წყალობით, ჩვენ ძალიან მრავალფეროვანი მენიუ გვაქვს. აქ ჩვენი სტუმრები დააგემოვნებენ როგორც ტრადიციულ, რეგიონულ კერძებს დიდი ხნის დავიწყებული რეცეპტებით, ასევე შერჩეულ ევროპულ კერძებსაც. ამავდროულად, გემოვნებით მოწყობილი სასადილო ოთახი ბალის ტერასით გთავაზობთ ატმოსფეროს, რომელიც უნიკალურია მთელს ქალაქში.

3 ჩემი საწარმო დღეს

3.1 მენეჯმენტი, პერსონალი

საწარმოს მფლობელის გამოცდილება

- განათლება და პროფესიული საქმიანობა

დროის მონაკვეთი	სწავლა / საწარმო	ფუნქცია, საქმიანობა
2000-2005	ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, არქიტექტურის ფაკულტეტი	
2005-2008	ქუთაისის Urban Design (სს) - ის არქიტექტორი	ისტორიულ შენობებში ცვლილებების დაგეგმვა, სამშენებლო პროცესების მართვა
2008	კვალიფიკაციის ამაღლება ხელოვნების ისტორიაში, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი, თბილისი	სპეციალური ცოდნის მიღება ბაროკოს ხანის არქიტექტურულ კულტურაზე.
2008 - 2015	«Discover Imereti»-ის კულტურული ტურების გიდი	გამოცდილების მიღება ტურიზმის სფეროში, განსაკუთრებით ტურების ორგანიზებასა და განხორციელებაში.
2015 - დღემდე	ქუთაისში ბუტიკ სასტუმრო სახლის «Hillside Boutique Guesthouse» მმართველი	სასტუმრო სახლის განვითარება, მომხმარებელთა მოზიდვა, სასტუმროს მენეჯმენტი, პერსონალის მენეჯმენტი, სტუმრებზე ზრუნვა

პერსონალი

ფუნქცია	გამოცდილება
მზარეული	2 წელია მუშაობს სასტუმრო სახლში «Hillside Boutique Guesthouse». ცნობილ სასტუმროებში შეფ-მზარეულად მუშაობის 10 წლიანი გამოცდილება, მენიუების ძალიან ფართო რეპერტუარი როგორც ქართული, ასევე ევროპული სამზარეულოდან.
დამლაგებელი	5 წელია კომპანიისთვის მუშაობს, კარგად ესმის ავეჯის და ინფრასტრუქტურის მოვლა-შენარჩუნების მნიშვნელობა და მაქსიმალურად ზრუნავს ამაზე. ძალიან კარგად იცნობს სახლს.
ადმინისტრატორი	დაახლ. ერთი წელია რაც რეგისტრატორად მუშაობს. აქვს უნივერსიტეტის დიპლომი კულტურის ისტორიაში და, შესაბამისად, შეუძლია ოპტიმალური კონსულტაცია გაუწიოს ჩვენს სტუმრებს არქიტექტურისა და კულტურული ტურების ინდივიდუალურ დაგეგმვაში. თავისუფლად საუბრობს ინგლისურად. შესაძლოა, მომავალში ასევე იმუშაოს გიდად.
ბუღალტერი	არასრულ განაკვეთზეა. 2015 წლიდან არის Hillside Boutique Guesthouse- ის ბუღალტერი.
მძღოლი	არასრულ განაკვეთი, საათობრივი ანაზღაურება

3.2 უძრავი / მოძრავი ქონება

უძრავი ქონების ჩამონათვალი (საწარმოს საკუთრებაში არსებული)

დასახელება, მისამართი, ადგილმდებარეობა	სავარაუდო მიმდინარე ღირებულება USD
ბინა წმინდა ნინოს ქუჩაზე 121, ქუთაისი	დაახლ. 25'000 USD
სასტუმრო სახლი დები იშხნელების ქუჩაზე 99, ქუთაისი	დაახლ. 60'000 USD

დღეისათვის არსებული მნიშვნელოვანი აღჭურვილობის, დანადგარების ჩამონათვალი

დასახელება, სახეობა	მწარმოებელი ქვეყანა ან	ასაკი წლებში	რაოდენობა	სავარაუდო მიმდინარე
---------------------	------------------------	--------------	-----------	---------------------

	მომწოდებელი			ღირებულება USD
ოთახის მოწყობა (ავეჯი, აქსესუარები)	საქართველო	ბაროკოს დროის	10	7'000 USD
კონდიციონერები	რუსეთი	დაახლ. 30	12	200 USD
გათბობის სისტემები	რუსეთი	დაახლ. 40	1	1'500 USD
მაცივრები/საყინულეები	თურქეთი	3	2	1'100 USD
გაზქურა/გამწოვი	თურქეთი	5	2	650 USD
სასადილო ოთახის მოწყობა (ავეჯი და ჭურჭელი)	საქართველო/თურქეთი	სხვადასხვა	1 ნაკრები	1'900 USD

3.3 არსებული სასაწყობო მარაგები (მზაპროდუქტები, ნახევარფაბრიკატები, დამხმარე საშუალებები, ნედლეული მასალა)

აღწერილობა / სახეობა	რაოდენობა	ღირებულება USD
მალფუჭებადი პროდუქტები (ტიპიური მარაგი მთავარი სეზონის განმავლობაში)	დაახლ. 20 კგ	70 USD
ხანგრძლივად შენახვადი პროდუქტები (ტიპიური მარაგი მთავარი სეზონის განმავლობაში)	300 კგ	450 USD
არაალკოჰოლური სასმელები (ტიპიური მარაგი მთავარი სეზონის განმავლობაში)	დაახლ. 100 ლ	75 USD
ალკოჰოლური სასმელები (ტიპიური მარაგი მთავარი სეზონის განმავლობაში)	დაახლ. 50 ლ	400 USD
დასუფთავების და ჰიგიენური საშუალებები		120 USD

3.4 სად ვხედავ დღეს ყველაზე მნიშვნელოვან ძლიერ და სუსტ მხარეებს ჩემს საწარმოში?

	ძლიერი მხარეები	სუსტი მხარეები
რეპუტაცია	სტუმრების ძალიან კარგი შეფასებები Booking.com–ზე: 9,2 (77გამოხმაურება) და Tripadvisor: 4,2(45გამოხმაურება). ადგილობრივი მუდმივი მომხმარებლები, რომლებიც რეგულარულად რჩებიან ჩვენს სასტუმრო სახლში. უამრავი ახალი მომხმარებელი კარგი რეკომენდაციების წყალობით. ჩვენ სახელი გავითქვით, როგორც პირველმა "Boutique Guesthouse"-მა ქუთაისში.	ისტორიული ინფრასტრუქტურის გამო, ოთახების მოწყობილობა მხოლოდ ნაწილობრივ აკმაყოფილებს თანამედროვე მოთხოვნებს კომფორტის თვალსაზრისით (მაგალითად, ინდივიდუალური საშხაპების არარსებობა ყველა სასტუმრო ოთახში, მოძველებული კონდიციონერები). წარსულში ამაზე უკვე გამოიწვია ნეგატიური გამოხმაურებები ონლაინ დაჯავშნის პორტალებზე.
პერსონალი	დიდი ხნის, ერთგული და გამოცდილი თანამშრომლები	ტურების ორგანიზებისთვის ადვილი არ არის კვალიფიციური კადრების პოვნა.

მომხმარებელი	ბევრი ადგილობრივი მუდმივი მომხმარებელი, რომლებიც ისევ და ისევ გვსტუმრობენ. საერთაშორისო სტუმრები არამხოლოდ ერთი, არამედ სხვადასხვა ქვეყნიებიდან. ბევრი კმაყოფილი მომხმარებელი, ვინც რეკომენდაციას გვიწევს.	ჩვენი შეთავაზებით, გვინდა მოვიზიდოთ უფრო მეტი ახალგაზრდა სტუმარი და განსაკუთრებით გვსურს უკეთესად დაიტვირთოს საოჯახო ოთახები.
მდგომარეობა შემოსავლის და ხარჯების თვალსაზრისით	სასტუმრო სახლის ფუნქციონირება ბოლო 5 წლის განმავლობაში ყოველთვის მომგებიანი იყო. ბოლო 5 წლის განმავლობაში ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა 6% -ი.	სასტუმრო სახლის სუსტი დატვირთვა მთავარი ტურისტული სეზონის მიღმა. ისტორიული შენობის და ოთახის ავეჯულობის მოვლა-შენარჩუნების შედარებით მაღალი ხარჯები. შეკვეთების 50% -ზე მეტი ონლაინ დაჯავშნის პორტალების გავლით კეთდება. ეს იწვევს მაღალ გადასახადებს.
საწარმოო პროცესები	თანამშრომლების მაღალი ცნობიერება ხარისხისთან მიმართებაში. ჩვენი დიდი ხნის თანამშრომლები კარგად იცნობენ ჩვენი კომპანიის ხარისხის მოთხოვნებს და ასევე ჩვენს შიდა პროცესებს.	სასტუმრო სახლში რეგულარულად მიმდინარე პროცესები, როგორცაა მაგ. რეგისტრაცია და ოთახის დასუფთავება არ არის დოკუმენტირებული, ასე რომ ახალი თანამშრომლების სწავლებას და სამუშაოსთან გაცნობას დიდი დრო სჭირდება.

4 პროდუქტები / სერვისები და ბაზრები (დღეს და მომავალში)

4.1 ჩემი პროდუქტები / სერვისები

ყველაზე მნიშვნელოვანი პროდუქტები / მომსახურება

რომელი 3-5 პროდუქტი /მომსახურება დგას წინა პლანზე და რამდენად დიდია დაგეგმილი წლიური ბრუნვა (დეტალები იხილე: მოგება-ზარალის უწყისი; მოგება-ზარალის უწყისი - საპროგნოზო):

აწყო

1. 3 ნომერი ორი საწოლით (ე.წ. თვინი) (25 USD ღამისთევა)
2. 5 ნომერი ორადგილიანი საწოლით (ე.წ. დაბლი) (22 USD ღამისთევა)
3. 2 საოჯახო ნომერი (30 USD ღამისთევა)
4. სადილი და ვახშამი (საშუალოდ 7 USD კვება)

მომავალი

1. ერთდღიანი ექსკურსიები (საშუალოდ 10 USD ექსკურსია)

წარმოების მოცულობა

- დაგეგმილი წლიური წარმოების მოცულობა (შეადარე საპროგნოზო მოგება-ზარალის უწყისს)

პროდუქტი / მომსახურება	200X-1		მომდევნო წლები							
	რაოდენობა	USD	200X		200X+1		200X+2		200X+3	
			რაოდენობა	USD	რაოდენობა	USD	რაოდენობა	USD	რაოდენობა	USD
1. 3 თვინი (25 USD ღამისთევა)	411 ღამისთევა	10'275	430	10'750	450	11'250	475	11'875	550	13'750
2. 5 დაბლი (22 USD ღამისთევა)	676 ღამისთევა	14'872	720	15'840	750	16'500	800	17'600	850	18'700
3. 2 საოჯახო ნომერი (30 USD ღამისთევა)	249 ღამისთევა	7'470	280	8'400	300	9'000	320	9'600	360	10'800
4. სადილი და ვახშამი (7 USD კვება)	1'745 კვება	12'215	1'800 კვება	12'600	1'900 კვება	13'300	2'000 კვება	14'000	2'200 კვება	15'400
5. ერთდღიანი ექსკურსია (10 USD ადამიანი/ექსკურსია)	0	0	0	0	400 მონაწილე	4'000	500 მონაწილე	5'000	600 მონაწილე	6'000
სულ		44'832		47'590		54'050		58'075		61'660

ჩემი პროდუქტის/მომსახურების ყველაზე მნიშვნელოვანი ძლიერი მხარეები

- ცენტრალური მდებარეობა: ქალაქის ღირსშესანიშნაობების უმეტესობა ფეხით 15 წუთის სავალზეა ჩვენი სასტუმრო სახლიდან.
- დიდი, ნათელი ოთახები, ზოგიერთი - აივნით.
- უნიკალური და კარგად შენახული ისტორიული შენობა... ლამაზი გარემოცვა და ბაღი.
- განუმეორებელი ხედი ქალაქ ქუთაისზე.

ჩემი პროდუქტის/მომსახურების ყველაზე მნიშვნელოვანი სუსტი მხარეები

- მიწის ნაკვეთი, რომელზეც სასტუმრო სახლი დგას, შედარებით პატარაა. შენობას კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი აქვს და მისი გაფართოება შეუძლებელია.
- სასტუმროს ინფრასტრუქტურა (მაგ. კონდიციონერი, სანიტარული მოწყობილობები) ბოლომდე არ შეესაბამება დღევანდელ მოთხოვნებს.

რა დამატებით მომსახურებას ვთავაზობ?

- კულინარიული საღამოები, დეგუსტაციის საღამოები, სატრანსპორტო საშუალებების გაქირავება, სამრეცხაო და დაუთოვების სერვისი.

4.2 სად არის ჩემი ბაზარი?

- გეოგრაფიულად:

ადგილობრივი სტუმრების ღამისთევა: ჩვენი სტუმრების დაახლოებით 60% ამ დროისთვის იყო თბილისიდან, 10% ბათუმიდან და 30% საქართველოს სხვა ქალაქებიდან.

უცხოელი სტუმრების ღამისთევა: ჩვენი სტუმრების დაახლოებით 20% იყო აშშ – დან, 60% ცენტრალური ევროპიდან (ძირითადად გერმანიიდან, ავსტრიიდან, შვეიცარიიდან, იტალიიდან) და დანარჩენი 20% სხვა ქვეყნებიდან, როგორცაა ისრაელი, რუსეთი და სპარსეთის ყურის ქვეყნები.

- მომხმარებელთა ჯგუფების მიხედვით:

30-65 წლამდე მოგზაურები, რომლებიც აფასებენ ინდივიდუალობას, საკუთარ მოგზაურობას თავად გეგმავენ და ქვეყნის აღმოჩენა-დათვალიერება დამოუკიდებლად სურთ. ჩვენი ფასები ისეა შედგენილი, რომ საშუალო ფენის ოჯახმა ღამისთევა შეძლოს. ჩვენი დიდი, საოჯახო ოთახის წყალობით, რომელშიც ოთხი საწოლია, ჩვენ შეგვიძლია ოჯახების და ასევე მცირე ჯგუფების განთავსება.

ჩვენი სასტუმრო სახლი კლასიკური არქიტექტურის სტილს ოჯახურ ატმოსფეროსთან აკავშირებს და პირველ რიგში იზიდავს სტუმრებს, რომლებიც აფასებენ ჩვენი ოთახების არქიტექტურულ კეთილშობილებას და ისტორიულ ნაგებობასთან ფრთხილ, მზრუნველ მოპყრობას. გარდა ამისა, ხელოვნებით დაინტერესებულებიც პოულობენ ჩვენთან სიამოვნებას ოთახების უნიკალური ავეჯულობისა და ნახატების დროებითი გამოფენების წყალობით.

4.3 ჩემი შესაძლებლობები ბაზარზე და საბაზრო გარემოში.

ჩემი საწარმოს სამი ძირითადი შესაძლებლობა რომელიც უკვე არსებობს ბაზარზე, ან პერსპექტივაში იკვეთება (საბაზრო ტენდენციები, საბაზრო პოტენციალი, პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლი, მოთხოვნილებები, ტექნოლოგია, ეკოლოგია, უფლება და ა. შ.)?

1. **ინდივიდუალიზაცია:** უფრო და უფრო მეტი მომხმარებელი აფასებს ღამისთვის ინდივიდუალურ შესაძლებლობებს, რომლებიც სცილდება სტანდარტულ დიაპაზონს შესაბამისი მომსახურებით. არაჩვეულებრივი იდეების წყალობით ჩვენს სტუმრებს ვთავაზობთ დაუვიწყარ დასვენებას და ექსკლუზიურ ტურებს გაცვეთილი ტურისტული მარშრუტების მიღმა.
2. **რეტრო და ნოსტალგია:** გლობალიზაციის და მსოფლიოში პროდუქციისა და მომსახურების სტანდარტიზაციის ეპოქაში, ბევრ სტუმართან იგრძნობა სენტიმენტალურ ლტოლვა წარსულისკენ. უკომპრომისოდ ავთენტური მოწყობითა და ავთენტულობით ჩვენი სტუმრები ბაროკოს ეპოქაში ისტორიულ მოგზაურობაში მიგვყავს.
3. **აეროპორტი ქუთაისში:** ქუთაისში ფრენები მუდმივად ფართოვდება, ისე რომ საერთაშორისო და ადგილობრივი სტუმრები სულ უფრო ხშირად ჩამოდიან და ტოვებენ საქართველოს ქუთაისის გავლით.

4.4 საფრთხეები ბაზარზე და საბაზრო გარემოში

ჩემი საწარმოსთვის 3 ძირითადი საფრთხე, რომელიც უკვე არსებობს ბაზარზე, ან პერსპექტივაში იკვეთება: საბაზრო ტენდენციები, საბაზრო პოტენციალი, პროდუქტის სასიცოცხლო ციკლი, მოთხოვნილებები, ტექნოლოგია, ეკოლოგია, უფლება და ა. შ. (აქ არ იგულისხმება მმართველობითი შეცდომები)

ტერმინ „ბუტიკ სასტუმროს“ გადაჭარბებული გამოყენება: ბუტიკ სასტუმროები სულ უფრო მოთხოვნილია სასტუმროების ინდუსტრიაში, ასე რომ უფრო და უფრო მეტი კომპანია ირგებს „ბუტიკის“ ეტიკეტს ინდივიდუალური მომსახურებისა და სასტუმროს მაღალი ხარისხის, უნიკალური მოწყობისა და ავთენტულობის შეთავაზების გარეშე, რომელსაც მომხმარებელი ელის ამ სეგმენტში. მომხმარებლებისთვის სულ უფრო რთულდება ნამდვილი და „ვითომ“ ბუტიკის სასტუმროების ერთმანეთისგან გარჩევა.

1. **რეგულარული მომხმარებლების დიდი ასაკი:** ჩვენი მუდმივი სტუმრების უმეტესობა 40 წლის და უფროსია. სერიოზულად უნდა ვიფიქროთ იმაზე, თუ როგორ მოვიზიდოთ ახალგაზრდა სტუმრები ხანგრძლივი პერიოდისთვის და როგორ შევძლოთ დღევანდელი ახალგაზრდების ხვალისთვის რეგულარულ მომხმარებლებად გადაქცევა.
2. **საერთაშორისო ქსელური სასტუმროების კონკურენცია:** ბევრი სტუმარი აფასებს უკვე ჩვენს ქალაქშიც არსებულ საერთაშორისო ქსელურ სასტუმროებში დამკვიდრებულ ხარისხს და ერთგვაროვან საერთაშორისო სტანდარტებს. უცხოური ნოუ – ჰაუს და ინვესტორების წყალობით, სასტუმროს აღჭურვილობა და მომსახურება აკმაყოფილებს საერთაშორისო სტანდარტებს.

4.5 კონკურენცია

- სამი ყველაზე მნიშვნელოვანი კონკურენტის ძლიერი და სუსტი მხარეები:

	ჩემი საწარმო: «Hillside Boutique Guesthouse»	კონკურენტი 1 «City View Guesthouse»	კონკურენტი 2 «Rioni Hotel»	კონკურენტი 3 «Medea Hotel»
ბრუნვა	44'832 USD	დაახლ. 60'000 USD	დაახლ. 55'000 USD → მაღალი ბრუნვა კვებაში	დაახლ. 80'000 USD (ახალი მოთამაშე, სწრაფი ზრდით)
საბაზრო წილი	დაახლ. 15% ქუთაისის ბუტიკ სასტუმროებსა და სასტუმრო სახლებში	დაახლ. 25% ქუთაისის ბუტიკ სასტუმროებსა და სასტუმრო სახლებში	დაახლ. 5% ქუთაისის ბუტიკ სასტუმროებსა და სასტუმრო სახლებში	დაახლ. 15% ქუთაისის ბუტიკ სასტუმროებსა და სასტუმრო სახლებში
ასორტიმენტი	ავთენტური, ისტორიული შენობა, ინდივიდუალურად მოწყობილი ოთახები, ლამაზი ბაღი, კარგი ჰაერი. 10 სასტუმრო ოთახი, საუზმე, სადილი და ვახშამი	შედარებით ახალი სასტუმრო სახლი ანალოგიურ ადგილას, ქალაქის ხედით. თავს ასაღებს "ბუტიკ სასტუმროდ". თუმცა შესაბამის კონცეფციას არ ახორციელებს თანმიმდევრულად. 15 სასტუმრო ოთახი, საუზმე და ვახშამი, სადილის გარეშე	სასტუმრო ქალაქის ცენტრში საუკეთესო ადგილას, ისტორიულად ღირებული, გარემონტებული შენობა, ოთახები ნაწილობრივ ისტორიული ავეჯით, დიდი ტერასა მდინარე რიონის ხედით 8 ნომერი, ძალიან კარგი სამზარეულო საუზმით, ლანჩითა და	ახლად აშენებული სასტუმრო "ბუტიკის სასტუმროს" კონცეფციით. ელევანტურად გაწყობილი ოთახები, ბაღი არ აქვს, ხედი შეზღუდულია. 28 სასტუმრო ოთახი, საუზმე, სადილი და ვახშამი. არაპროფესიონალი მზარეული → ცუდი კვება.

			ვახშმით	
პროდუქციის ხარისხი	მაღალი, სტუმრების ძალიან კარგი შეფასებები: Booking.com: 9,2 (77 გამოხმაურება) და Tripadvisor: 4,2 (45 გამოხმაურება).	საშუალო, სტუმრების საშუალო შეფასებები: Booking.com: 7,5 (103 გამოხმაურება) და Tripadvisor: 3,7 (39 გამოხმაურება).	კარგი, სტუმრების კარგი შეფასებები: Booking.com: 8,5 (88 გამოხმაურება) და Tripadvisor: 4,0 (27 გამოხმაურება).	მაღალი, სტუმრების ძალიან კარგი შეფასებები: Booking.com: 9,1 (261 გამოხმაურება) და Tripadvisor: 4,0 (66 გამოხმაურება).
მარკეტინგი / გაყიდვების არხები	ძირითადად ინდივიდუალური მოგზაურები, რეკლამა Booking.com-ზე, airbnb-ზე, საკუთარ ვებგვერდზე, ფეისბუქ გვერდზე, ინსტაგრამზე	ძირითადად ჯგუფური მოგზაურები, ტურისტულ სააგენტოებთან მჭიდრო თანამშრომლობა, საკუთარი ფეისბუქ გვერდი	ძირითადად ინდივიდუალური მოგზაურები, ბევრი სტუმარი დაჯავშნის გარეშე (ე.წ. Walk-ins), სასტუმროს რეკლამირება აქტიურად ხდება Booking.com-ზე	დაახლოებით 75% ინდივიდუალური და 25% ჯგუფური მოგზაურები. აქტიური რეკლამა Booking.com-ზე, მიმზიდველი ვებ – გვერდი
ფასი	22-30 USD ერთი ღამისთვის საუზმით	18-25 USD ერთი ღამისთვის საუზმით	22-45 USD ერთი ღამისთვის საუზმით	53-75 USD ერთი ღამისთვის საუზმით
საწარმოს ადგილმდებარეობა	ძალიან ლამაზი ხედი, მდებარეობს წყნარ ადგილას, ქალაქის ცენტრამდე ფეხით 15 წუთის სავალზე	ლამაზი ხედი, მდებარეობს წყნარ ადგილას, ქალაქის ცენტრამდე ფეხით 15 წუთის სავალზე	მდებარეობს ქალაქის ცენტრში	ქალაქის ცენტრამდე ფეხით 20 წუთის სავალზე
ინფრასტრუქტურა / დანადგარები	ოთახის აღჭურვილობა: ძალიან კარგი სველი წერტილები: არასაკმარისი სამზარეულო: კარგი	ოთახის აღჭურვილობა: საშუალო სველი წერტილები: საშუალო სამზარეულო: კარგი	ოთახის აღჭურვილობა: კარგი სველი წერტილები: კარგი სამზარეულო: კარგი	სრულიად ახალი ინფრასტრუქტურა/დანადგარები ოთახის აღჭურვილობა: ძალიან კარგი სველი წერტილები: ძალიან კარგი სამზარეულო: ძალიან კარგი

5 პროდუქტები - ხარისხი

ჩემი პროდუქტის / მომსახურების 3 უმნიშვნელოვანესი ხარისხის კრიტერიუმი / ნიშანი ჩემი მომხმარებლის თვალთახედვიდან

1. სტუმართმოყვარეობა, თავაზიანი, პროფესიონალური, თბილი, ინდივიდუალური და მომხმარებლის მოთხოვნებზე მორგებული მომსახურება.
2. ისტორიული გარემო ავთენტურად გარემონტებულ სასტუმროში. ყველაფერი ჰარმონიულია, როგორც სასტუმროს ინტერიერი, ასევე გარე ტერიტორია.
3. ყველაფერი ერთი ხელიდან: განთავსება, კვება და გასართობი პროგრამა. სტუმარს აღარ უწევს ზრუნვა არაფერზე და იღებს მაღალი ხარისხის დამატებით მომსახურებებს.

3 უმნიშვნელოვანესი ღონისძიება, რომელთა დახმარებით ჩემი პროდუქტის / მომსახურების ხარისხს უზრუნველყოფ

1. ჩვენ ვდებთ ინვესტიციას ჩვენი თანამშრომლების განათლებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაში და ისევე ვზრუნავთ მათზე, როგორც მათ უნდა იზრუნონ ჩვენს სტუმრებზე. ვაგროვებთ სტუმრების უკუკავშირს, სისტემატურად შევისწავლით მათ და ვიყენებთ ჩვენი სერვისების მუდმივად გაუმჯობესებისათვის.
2. როგორც კვალიფიციური არქიტექტორი და კულტურის ექსპერტი, მმართველი პირადად ვზრუნავს სახლის მოწყობასა და ნებისმიერ სარემონტო სამუშაოებზე. ჩვენი მიზანია სტუმრებს მაქსიმალურად ვაჩვენოთ სახლის ორიგინალურობა, მივცეთ საშუალება შეიგრძნონ ბაროკოს პერიოდის ატმოსფერო და ისტორიული შენობა დიდხანს შევუნარჩუნოთ შთამომავლობას.
3. ჩვენი მომსახურების გაფართოებით და ტურებისა და საოჯახო სასტუმროში ახალი გასართობი შეთავაზებების დანერგვით, კულტურითა და არქიტექტურით დაინტერესებულ სტუმრებს ვთავაზობთ «All-in-One» პაკეტს. ეს შესაძლებელია რომ გახდეს, ამისათვის ჩვენ მჭიდროდ ვითანამშრომლებთ აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტთან და შევქმნით კომპეტენტური გიდების ქსელს. ამავდროულად მუდმივად ვიზრუნებთ ჩვენი თანამშრომლების პროფესიული ცოდნის გაღრმავებაზე.

6 მიზნის მისაღწევად მიმართული ქმედებები

6.1 ჩემი უმთავრესი 3-5 მიზანი მომდევნო 4 წლისთვის

1. სასტუმროს ნომრების ფაქიზად გარემონტება და ტექნიკის თანამედროვე სტანდარტებთან მორგება.
2. სამზარეულოსა და საერთო სარგებლობის სივრცეების გარემონტება. ბაღში პატარა აუზის მოწყობა.
3. არქიტექტურისა და კულტურის მცოდნე გიდების დაქირავება და მათი დატრენინგება. ორგანიზებული არქიტექტურულ-კულტურული (გიდთან ერთად) ტურების შეთავაზება
4. სასტუმრო სახლის შიდა გასართობი პროგრამის განვითარება.
5. პირდაპირი ჯავშნების წილის გაზრდა.

6.2 რა ღონისძიებებით მივაღწევ ამ მიზნებს?

დაგეგმილი ღონისძიებები	1. წელი 20XX				2. წელი 20XX+1				3. წელი 20XX+2				1. წელი 20XX+3			
ნომრების გარემონტება																
სამზარეულოსა და მისაღების გარემონტება																
ბაღში პატარა აუზის მოწყობა																
არქიტექტურისა და კულტურის მცოდნე გიდების დაქირავება და დატრენინგება																
ორგანიზებული არქიტექტურულ-კულტურული (გიდთან ერთად) ტურების შეთავაზება																
სასტუმროს შიდა გასართობი პროგრამის განვითარება. (კინო ღია ცის ქვეშ, სურათების გამოფენები, ლექცია-მოხსენებები																
ვებგვერდის განვითარება და ოპტიმიზაცია, რათა																

შესაძლებელი იყოს უფრო მეტი პირდაპირი ჯავშნის გაკეთება																	
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

6.3 გაყიდვები და რეკლამა

- როგორ მიმაქვს ჩემი პროდუქტი ჩემს მომხმარებელამდე?

საკუთარი ვებგვერდი

გვაქვს პროფილი Booking.com-სა და Airbnb-ზე

ფეისბუქისა და ინსტაგრამის საკუთარი გვერდები

კონტენტმარკეტინგი კულტურითა და არქიტექტურით დაინტერესებული მოგზაურებისთვის განკუთვნილ ბლოგებში

- როგორ ვუკეთებ რეკლამას ჩემს პროდუქტს / მომსახურებას?

Facebook Boosts-ების საშუალებით ადგილობრივ სტუმრებს ვატყობინებ ჩვენი უახლესი შეთავაზებების შესახებ. Google Ads-ით მივმართავთ როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო მომხმარებლებს, რომლებიც გუგლის ძებნის ან გუგლის რუკების მეშვეობით ბუტიკ სასტუმროს ეძებენ.

- სარეკლამო ხარჯი წლის განმავლობაში?

დაახლოებით. 1'000 USD (იხილეთ საპროგნოზო მოგება-ზარალის უწყისი)

6.4 წარმოება

საწარმოს ადგილმდებარეობა, საწარმოო საშუალებები, საჭირო გაფართოებები

წარმოების ადგილმდებარეობის დადებითი და უარყოფითი მხარეები: (მაგ. მომწოდებლებთან სიახლოვე / მდებარეობა სატრანსპორტო თავალსაზრისით / ინფრასტრუქტურა, ფართი / გამოყენება-გაფართოების შესაძლებლობები / დასაწყობების და ატვირთვა-ჩამოტვირთვის შესაძლებლობები / შეზღუდვები / ადგილმდებარეობის საგადასახადო ტვირთი)

დადებითი მხარე	უარყოფითი მხარე
- სიახლოვე ქალაქის ცენტრთან და ღირსშესანიშნაობებთან, შესანიშნავი ხედები - მშვიდი, ტრანსპორტის მოძრაობისგან თავისუფალი ადგილმდებარეობა	- ძალიან შეზღუდული რაოდენობა ავტოსადგომზე - სამოგზაურო ავტობუსებისათვის შეზღუდული სივრცე - მიწის არსებულ ნაკვეთზე გაფართოების შესაძლებლობის არქონა

- არსებული საწარმოო საშუალებების დადებითი და უარყოფითი მხარეები:

დადებითი მხარე	უარყოფითი მხარე
----------------	-----------------

- დიდი, ნათელი ნომრები - თითოეული ოთახი ინდივიდუალურადაა მოწყობილი - კარგად მოწყობილი, დიდი სამზარეულო, დიდი სარდაფი პროდუქტების შესანახად	- შენობას კულტურული ძეგლის სტატუსი აქვს, რის გამოც მოდერნიზირების სამუშაოები მხოლოდ შეზღუდულად არის შესაძლებელი - საჭიროა ოთახების თანამედროვე ტექნიკურ სტანდარტებთან შესაბამისობაში მოყვანა
--	---

- საჭირო გაფართოებები (წარმოების ადგილმდებარეობა, საწარმოო საშუალებები)

გაფართოება	როდის	ღირებულება USD (სავარაუდო)
ოთახების გარემონტება	20XX – 20XX+2	დაახლ. 2'000 USD ოთახი
სამზარეულოსა და მისაღების (ე.წ. რეცეფცია) გადაკეთება	20XX+1 – 20XX+2	დაახლ. 7'000 USD
პატარა აუზის აშენება ბაღში	20XX+3	დაახლ. 5'500 USD

ნედლეული მასალა / წარმოების დამხმარე საშუალებები

- ნედლეული მასალისა და წარმოების დამხმარე საშუალებების ჩამონათვალი (მოგება-ზარალის უწყისი - საპროგნოზო)

სახეობა	მომწოდებელი	ერთეული	წლიური მოთხოვნა	ფასი / ერთეული GEL	თანხა წელიწადში GEL
მალფუჭებადი პროდუქტები	სხვადასხვა გლეხი რეგიონიდან	კგ.	1'850	3.5 USD	6'475 USD
ხანგრძლივად შენახვადი პროდუქტები	სს Gastro Gourmet	კგ.	800	1.5 USD	1'200 USD
არალკოჰოლური სასმელები	სს Kutaisi Soft Drinks	ლ.	600	0.75 USD	450 USD
ალკოჰოლური სასმელები	შპს Alco Dreams	ლ.	120	8 USD	960 USD
დასუფთავების და ჰიგიენური საშუალებები	კარფური	სულ			720 USD

- რომელ საწარმოო პროცესებს ვახორციელებ მე თვითონ?

მომხმარებელთა მოზიდვა, მომხმარებელთა მომსახურება, ღამის თევზა, კვება, სასტუმრო-შიდა გასართობი პროგრამა

- რომელ საწარმოო პროცესებს გადავცემ მესამე მხარეს?

ზოგიერთი ტურის განხორციელებისას სხვა ტურისტულ სააგენტოებთან ვთანამშრომლობთ

6.5 პერსონალი

პერსონალის გეგმა

განყოფილება/პოზიცია	რაოდენობა ამჟამად	რაოდენობა (მომდევნო 4 წლის გეგმა)
მმართველი	1	1
მზარეული	1	1
მზარეულის ასისტენტი (არასრული განაკვეთი)	0	1
დამლაგებელი	1	2
ადმინისტრატორი	1	1
გიდი (არასრული განაკვეთი)	0	1
ბულალტერი (არასრული განაკვეთი)	1	1
მძღოლი (არასრული განაკვეთი)	1	1
სულ:	6	9

- რას გავაკეთებ, თუ ჩემი საწარმო დაკარგავს ძირითად პერსონალს?

ჩვენ შევეცდებით უზრუნველყოთ, რომ თითოეული მნიშვნელოვანი პოზიციაზე მყოფი ადამიანისათვის არსებობდეს შემცვლელი, რომელიც მოკლე ხანში ხელმისაწვდომი იქნება, მაგალითად, ავადმყოფობის შემთხვევაში. ამის უზრუნველსაყოფად, ჩვენ მჭიდროდ ვითანამშრომლებთ მეგობარ (საოჯახო) სასტუმროებთან.

7 რისკები

7.1 აღწერე ყველაზე დიდი რისკები + მათ შემცირებაზე მიმართული ქმედებები

ყველაზე დიდი რისკები, რომლებიც მომდევნო 4 წლის განმავლობაში შეიძლება შემხვდეს ჩემი სტრატეგიის რეალიზების დროს:

რისკები	ალბათობა (1-6 ¹)	ზარალის პოტენციალი (1-4 ²)	რისკის შესამცირებელი შესაძლო ღონისძიებები
შიდა რისკები: მაგ. კადრების რისკები / წარმოება - რეალიზაციის რისკები / მმართველობითი შეცდომების რისკები / დაზიანებების / მატერიალური ზარალის რისკები			
კადრების რისკები: კვალიფიციური თანამშრომლების (მაგალითად, მზარეული, ადმინისტრატორი) გადასვლა კონკურენტთან	3	3	კონკურენტუნარიანი პირობების შეთავაზება, კვალიფიკაციის ამაღლების მიმზიდველი კურსებით თანამშრომლების კომპანიაში გრძელვადიან პერსპექტივაში შენარჩუნება
რეალიზაციის რისკები ცუდი შეფასებები ონლაინ დაჯავშნისა და შეფასების პორტალებზე, როგორცაა Booking.com, Airbnb და Tripadvisor	4	3	სტუმრების უკუკავშირის რეგულარულად მოსმენა და უარყოფითი უკუკავშირის შემთხვევაში, მიზეზების დაუყოვნებლივ გამოსწორება, რათა სტუმრებმა მოგვიანებით ინტერნეტ სივრცეში არ გამოაქვეყნონ კრიტიკული კომენტარები
მმართველობითი შეცდომების რისკები სასტუმრო სახლის	4	4	ინვესტიციების ფრთხილად დაგეგმვა და მათი განხორციელება მხოლოდ საჭირო კაპიტალის არსებობის შემთხვევაში

¹ 1 = ნაკლები ალბათობით, 2 = ძალიან იშვიათად, 3 = იშვიათად, 4 = შესაძლებელია, 5 = ხშირად, 6 = ძალიან ხშირად

² 1 = უმნიშვნელო, 2 = მცირე, 3 = კრიტიკული, 4 = არსებობისთვის საფრთხის შემცველი

განახლებისა და გაფართოებისთვის საჭირო ბრუნვისა და მოგების ზრდის მიღწევა ვერ ხერხდება			რეზერვების შექმნა გაყიდვების მოულოდნელი შემცირებით გამოწვეული ნეგატიური შედეგების შესამსუბუქებლად
რისკები	ალბათობა (1-6³)	ზარალის პოტენციალი (1-4⁴)	რისკის შესამცირებელი შესაძლო ლონისძიებები
გარე რისკები: მაგ. სამართლებრივი რისკები / ტექნოლოგიური რისკები / ეკონომიკური რისკები / ეკოლოგიური რისკები / საზოგადოებრივი რისკები			
სამართლებრივი რისკები: უსაფრთხოებისა და ჰიგიენის ახალი ნორმები (საოჯახო) სასტუმროებისთვის შეუძლებელს ხდის სტუმრების მიღებას ისტორიულ შენობაში ან მოითხოვს ინვესტიციებს, რომელსაც ჩვენი ბიზნესი ვერ გაუმკლავდება.	3	5	უსაფრთხოების და ჰიგიენის შესაძლო ახალი რეგულაციების ადრეულ ეტაპზე დანახვა და ინფრასტრუქტურის მუდმივად ახალ პირობებზე მორგება
ეკონომიკური რისკები: პოლიტიკური დაძაბულობის, ეკონომიკური კრიზისების,	4	4	საერთაშორისო სტუმრების დივერსიფიკაციისკენ სწრაფვა ადგილობრივი სტუმრების, როგორც მომხმარებელთა სეგმენტის უკეთ ათვისება რეზერვების შექმნა გაყიდვების შემცირების

³ 1 = ნაკლები ალბათობით, 2 = ძალიან იშვიათად, 3 = იშვიათად, 4 = შესაძლებელია, 5 = ხშირად, 6 = ძალიან ხშირად

⁴ 1 = უმნიშვნელო, 2 = მცირე, 3 = კრიტიკული, 4 = არსებობისთვის საფრთხის შემცველი

მოგზაურობის შეზღუდვების გამო შემცირებული საერთაშორისო სტუმრების რაოდენობა და ამის გამო შემცირებული გაყიდვები			შედეგების შესამსუბუქებლად
საზოგადოებრივი რისკები: მასობრივი ტურიზმის ზრდა შემდეგი ფაქტორების გამო: იაფი ავიაკომპანიები, საქალაქთაშორისო ავტობუსები და ინდივიდუალური ტურისტები მეზობელი ქვეყნებიდან, რომლებიც თავად გადაადგილდებიან ავტომობილით. ეს იწვევს ღირსშესანიშნაობების ხალხით გადავსებას და ავთენტურობის დაკარგვას	5	3	ტურების ორგანიზება ნაკლებად ცნობილ ღირსშესანიშნაობებზე ცნობილი კულტურული ფასეულობების მონახულება ისეთ დროს, როცა დამთვალიერებელთა ნაკადი მცირეა

8 სხვადასხვა და დასკვნითი შენიშვნები:

8.1 კომპანიის მეწილეები:

სახელი, გვარი, მისამართი	წილი (მთლიანი ქონების %)
ნიკოლოზ ბერიძე	75%
კკა აბრამიძე	25%

8.2 ვალები

გაქვთ ვალები? ☒ კი ☐ არა
თუ კი: ვისი გმართებთ: *კრედიტ ბანკი*
რამდენი (USD): *5'000 USD*

8.3 სამართლებრივი დავები, სასამართლო პროცესები

გაქვთ თუ არა სამართლებრივი დავა/ელით სასამართლოს განაჩენს? ☐ კი ☒ არა
თუ კი: მიზეზი:

შესაძლო არასახარბიელო განაჩენის ზეგავლენა თქვენს საწარმოზე:

8.4 სხვა შენიშვნები

დანართები

დანართი 1: მოგება–ზარალის უწყისი (ცალკე ექსელის ფაილი)

დანართი 2: მოგება–ზარალის უწყისი – საპროგნოზო (ცალკე ექსელის ფაილი)