

ჩაის, როგორც ზრდის მამოძრავებელი კულტურის
განვითარება შავი ზღვის აუზის რეგიონისთვის

TEAWAY (BSB 541)

ტრენინგის მოდულები საქართველოსთვის



ეს დოკუმენტი მომზადებულია სოციალური კვლევისა და პოლიტიკის ანალიზის საერთაშორისო ცენტრის მიერ, ევროკავშირის ფინანსური მხარდაჭერით, 2014-2020 შავი ზღვის აუზის ერთობლივი საოპერაციო პროგრამის ფარგლებში. მის შინაარსზე პასუხისმგებელი არიან მხოლოდ ავტორები და იგი შესაძლოა არ ემთხვეოდეს ევროკავშირის მოსაზრებებს.

აღნიშნული ტრენინგ მოდულები წარმოადგენენ ინტეგრირებული ტრენინგის მოდულთა მოდიფიცირებულ ვერსიას, რომელიც შემუშავებულია BSB 541 TeaWay პროექტის „ჩაის, როგორც ზრდის მამოძრავებელი კულტურის განვითარება შავი ზღვის აუზის რეგიონისთვის“ ფარგლებში, და რომელიც დაფინანსებულია ევროკავშირის მიერ ერთობლივი საოპერაციო პროგრამის „შავი ზღვის აუზი 2014-2020“ ფარგლებში. მოდულები შეიქმნა მსოფლიოში საუკეთესო პრაქტიკების საფუძველზე და მორგებულია საქართველოში ჩაის წარმოებისა და გაყიდვის ინდუსტრიის საჭიროებებსა და პრობლემებზე.

პროექტის ძირითადი მიზანია, ადგილობრივი და რეგიონალური ჩაის პროდუქტებისა და მათი წარმოების პროცედურების პოპულარიზაცია ახალი ბაზრის შესაძლებლობების შესაქმნელად. ტრენინგები ფოკუსირებულია იმ მცირე და საშუალო ბიზნესის მწარმოებელთა შესაძლებლობების გაძლიერებაზე, რომლებიც ამზადებენ ტიპიურ და სპეციალურ ჩაის პროდუქტებს.

მიზანი და სამიზნე ჯგუფი

ტრენინგის მოდულები მიზნად ისახავს ისეთი ცოდნის მიღებას, რომელიც ხელს შეუწყობს სექტორში არსებული ხარვეზების აღმოფხვრასა და მწარმოებლებისა და კომპანიების სარგებლის ზრდას.

ტრენინგის მიმართულია არსებული ჩაის კომპანიებისა და მწარმოებლებისთვის.

პროექტის ფარგლებში შექმნილი ინტეგრირებული სასწავლო მოდულიდან შერჩეულია შემდეგი სასწავლო მოდულები: მარკეტინგის ტრენინგის მოდული; ელექტრონული კომერციის ტრენინგი;

მარკეტინგის ტრენინგის მოდული

უკეთესი მარკეტინგის საშუალებით, ეს მოდულები მიზნად ისახავს მცირე და საშუალო მეწარმეების ბიზნესის ეფექტურობის გაზრდას. ბევრი კომპანია ცდილობს ბიზნესის დაწყებას, მაგრამ მხოლოდ რამდენიმე მათგანი ახერხებს გადარჩენას. წარმატების ერთერთ მნიშვნელოვან პირობას წარმოადგენს კარგი მარკეტინგი.

მარკეტინგის ტრენინგის მიზნები

- მარკეტინგის ოთხი კომპონენტის კარგად გააზრება: პროდუქტი, ფასი, დისტრიბუციის ადგილი და პოპულარიზაცია;

- იმის შეფასება, თუ რამდენად აკმაყოფილებს პროდუქტი ან მომსახურება მომხმარებელთა მოთხოვნებს;
- პროდუქტის ან მომსახურების საუკეთესო ფასის განსაზღვრა;
- დისტრიბუციის საუკეთესო გზების შერჩევა;
- ბიზნესის პოპულარიზაციისთვის ახალი გზების შერჩევა;
- ბიზნესის გაფართოებაზე ზრუნვა;
- სპეციფიკური მარკეტინგული პრობლემების გადაჭრა;
- მარკეტინგული გეგმის შექმნა.

ნიმუში ორდღიანი ონლაინ ტრენინგისთვის მარკეტინგში

ტრენინგის პროგრამა დღე 1

დრო	თემა	შინაარსი	მიზანი	მეთოდი
10:00 -10:30	მისალმება, შესავალი ტრენინგის „წესებთან“ დაკავშირებით	იდეა, მიზნები, პროგრამა, წესები	მოტივაცია, მონაწილეობა მოლოდინები, პროგრამისა და წესების მიღება	პროგრამის სახელმძღვანელო , შესავალი რაუნდი
10:30 -11:00	შესავალი მარკეტინგში	მცირე და საშუალო ბიზნესის მახასიათებლები და მაგალითები:	მცირე და საშუალო ბიზნესის მნიშვნელობისა და გამოწვევების გააზრება	ბრენსტორმინგი მონაწილეებთან, როლური თამაში და ჯგუფური დისკუსიები
11:00 -12:00	მარკეტინგის მნიშვნელოვანი კომპონენტები	პროდუქტი: ფასი: დისტრიბუცია: პოპულარიზაცია: ნივთი, რომელსაც ყიდით თქვენი პროდუქტის გაყიდვის წერტილამდე მიყვანის საუკეთესო მეთოდის	მარკეტინგის ოთხი კომპონენტის კარგად გააზრება თითოეული მათგანის შესახებ	ჯგუფური დისკუსიები

		პოვნა თქვენი ფასის დადგენა მოგების მისაღებად მომხმარებლების დარწმუნების გზების შექმნა თქვენი პროდუქტის შესაძენად		
12:00 -13:00	ფასის გასაზღვრა	გასაყიდი პროდუქტის ფასების დადგენის მნიშვნელობა	ფასების განსაზღვრის ძირითადი პრინციპების ან მნიშვნელოვანი ელემენტების შესწავლა პროდუქტის ღირებულებისა და ფასის დადების გათვალისწინება	ბრენსტორმინგი, ჯგუფური დისკუსიები
13:00 -14:00	პოპულარიზაცია	პოპულარიზაციის, მარკეტინგის ერთ-ერთი კომპონენტის განმარტება; მოცემული პროდუქტის პოპულარიზაციისთვის გამოყენებული სხვადასხვა მეთოდები.	რეკლამირების როლი მარკეტინგში და პროდუქტის ეფექტური პოპულარიზაცია	ბრენსტორმინგი, ჯგუფური დისკუსიები, ქეისების განხილვა.

ტრენინგის პროგრამა დღე 2

დრო	თემა	შინაარსი	მიზანია	მეთოდი
10:00-11:00	მარკეტინგული ურთიერთობების/საბაზრო კავშირების შექმნა	რა იგულისხმება "საბაზრო კავშირებში" და რატომ არის მნიშვნელოვანი მარკეტინგული კავშირების შემუშავება	მომხმარებლებთან კავშირების დამყარება (მომხმარებლები და ბაზრის შუამავლები).	დისკუსია, საგზაო რუკის შედგენა
11:00-12:00	მარკეტინგული სტრატეგია	რატომ უნდა შეიქმნას მარკეტინგული სტრატეგია? კარგი მარკეტინგული სტრატეგიის წინაპირობები; მარკეტინგული სტრატეგიის განხორციელების მნიშვნელოვანი ელემენტები;	კარგი მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება გასაყიდი პროდუქტისთვის.	დისკუსიები და პრაქტიკული მუშაობა მარკეტინგული სტრატეგიაზე

12:00-13:00	დემონსტრირების ჩატარება	დემონსტრირების როლი პროდუქტის პოპულარიზაციაში	წარმატებული დემონსტრირება შესწავლა პროდუქტის რეალიზაციისთვის	დისკუსიები/როლები თ თამაში
13:00-14:00	მარკეტინგული მესიჯების შექმნა	მარკეტინგული მესიჯების მნიშვნელობა ; კარგი გაყიდვის მესიჯების მახასიათებლები	ეფექტური მესიჯების შექმნის შესწავლა პროდუქტის პოპულარიზაციისა და გაყიდვისთვის	ბრენსტორმინგი/ჯგუფური დისკუსიები

ელექტრონული კომერციის ტრენინგის მოდული

ეს მოდული ნათლად გამოხატული მოთხოვნების შედეგია, რომ საქართველოს ჩაის მწარმოებლები უნდა დაეუფლონ მიმზიდველი კომპანიებისა და პროდუქტების შექმნის ხელოვნებას. მოდულში მოცემულია ხარისხიანი ელექტრონული კომერციის შინაარსისა და მნიშვნელობის მიმოხილვა, აგრეთვე ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ როგორ უნდა მოხდეს მასალების წარმოება, რომლებიც სავარაუდოდ პოტენციური მომხმარებლების მოტივაციას შეუწყობენ ხელს.

ელექტრონული კომერციის ტრენინგის მიზნები

- გლობალური ელ. კომერციის ბაზრის შესაძლებლობების შეფასება;
- შესაფერისი ელ'კომერციის არხების შერჩევა ბიზნესისათვის, და
- სტრატეგიების მომზადება ონლაინ პლატფორმებზე ბიზნესის მოქნილობისა და კომუნიკაციის გაზრდის მიზნით.

ნიმუში ერთდღიანი ონლაინ ტრენინგისთვის ელ. კომერციაში

ტრენინგის პროგრამა დღე 1

დრო	თემა	შინაარსი	მიზანია	მეთოდი
10:00-10:30	მისალმება, შესავალი ტრენინგის „წესებთან“ დაკავშირებით	იდეა, მიზნები, პროგრამა, წესები	მოტივაცია, მონაწილეობა, მოლოდინები, პროგრამისა და წესების მიღება	პროგრამის სახელმძღვანელო, შესავალი რაუნდი
10:30-11:30	რა არის ელ'კომერცია?	შესავალი ელ.კომერციაში. მისი უპირატესობები ტრადიციულ კომერციასთან შედარებით	ელექტრონული კომერციის მნიშვნელობებისა და შესაძლებლობების გააზრება	ბრენსტორმინგი და ჯგუფური დისკუსიები
11:30-12:30	ელ.კომერციის სტრატეგიის შემუშავება	იდეალური მომხმარებლის შერჩევა;	ელ. კომერციის მომზადება ბიზნესისთვის	ქეისების განხილვა, ჯგუფური დისკუსიები

		<p>პროდუქტის ხაზის განვითარება;</p> <p>პროდუქტის შესახებ კარგი ინფორმაციის მომზადება;</p>		
12:30- 13:00	ელექტრონული პლატფორმები	ელექტრონული პლატფორმების გამოყენება	რა ტექნოლოგიური პლატფორმებია საჭირო ელ. კომერციისთვის	დისკუსია, ბრენსტორმინგი, ქეისების განხილვა