

## საკვალიფიკაციო შეფასების გ ა ნ მ ა რ ტ ე ბ ე ბ ი

1. კონკურსის პირობების სრულყოფის, განვითარების პირობების დაწესებისა და კონკურენტუნარიანი გარემოს შექმნის, ერთნაირი - თანაბარი პირობებისა და შესაძლებლობების, ფინანსური და ინსტიტუციონალური წარმატების, მდგრადობის უზრუნველყოფის მიზნით, შემოღებულია პროექტების შერჩევის საკვალიფიკაციო შეფასების პროცედურა, რაც გულისხმობს - პირველივე ეტაპზე, შემოსული პროექტების შესაბამისობის დადგენას და შეფასებას გაზომვადი (და არა სუბიექტური) კრიტერიუმების გათვალისწინებით, კონკურსის მიზნობრიობასთან, მოთხოვნებთან, მერიის ხედვებთან და გათვლებთან თანხვედრის მიმართულებით.
2. საკვალიფიკაციო შეფასება, შედგენილია იმგვარად, რომ ერთის მხრივ, მნიშვნელოვანწილად შეზღუდოს ზეწოლა/ზეგავლენის მოხდენა გადაწყვეტილების მიღებაზე (შეფასება განხორციელდება ავტომატურ რეჟიმში, დამტკიცებული გაზომვადი კრიტერიუმების მიხედვით) და მეორეს მხრივ, მერია მიანიშნებს (მაღალი და დაბალი, დადებითი და უარყოფითი შეფასებების მინიშნებით) თუ როგორი ხასიათის, დანიშნულების, ღონისძიებების განხორციელების მხარდაჭერას, ხელშეწყობას ანიჭებს უპირატესობას.
3. საკვალიფიკაციო შეფასების შემოღების უპირატესობა არის ის რომ აპლიკანტს აქვს შესაძლებლობა თავად განახორციელოს პროექტის საკვალიფიკაციო შეფასება და თუ პროექტი, მათივე გათვლებით/შეფასებით დაბალკონკურენტუნარიანია. დროულად მოახდინოს კორექტირება - ცვლილებების შეტანა, იმ მახასიათებლების დარეგულირების მიზნით, რომელიც ხასიათდება დაბალი შეფასებით და ამგვარად, დააბალანსოს ხარჯების ნიშნულები, კვალიფიკაცია, მიზნობრიობა... და პროექტი გახადოს მაღალკონკურენტუნარიანი.
4. საკვალიფიკაციო შეფასების კრიტერიუმები შემუშავებულია დაინტერესებულ პირ-თა/სუბიექტთა შენიშვნების/წინადადებების/მოსაზრებების და წარმატებული პროექტების / გამოცდილების გაზიარებით, გათვალისწინებით, შემდეგი ძირითადი მახასიათებლების უპირატესად აღიარებისათვის, მერიის / კონკურსის პრიორიტეტებად აღიარებისათვის კერძოდ:
  - 4.1 **ქალაქის პოპულარიზაცია, რეკლამირება** - ისეთი ღონისძიებების შერჩევა, რომელთაც გააჩნიათ, ტურისტის/ვიზიტორის მიზნის დიდი შესაძლებლობები... მიზიდულობის, მაგნიტიზმის მაღალი იმპულსი, რესურსი, პოტენციალი... რაც განაპირობებს ფინანსურ შემოსავლებს, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, დარგობრივ თუ ტურისტულ დივიდენდებს;
  - 4.2 **კულტურის / ხელოვნების ხელშეწყობა, ექსკლუზიური, ინოვაციური, აქტუალური პროექტების მხარდაჭერა** - განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება შშმ პირთა ინიციატივების, შემოქმედთა ახალი თაობის, ახალი იდეებისა და ხელოვნების ახალი სახეობების მხარდაჭერას. პროექტებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ კულტურის სფეროში თანამედროვე მეთოდოლოგიის, მიდგომების და ტენდენციების განხორციელებას, ახალი მიმართულებების ჩამოყალიბებასა და განვითარებას, ასევე ტრადიციული ხელოვნების და კულტურული მემკვიდრეობის დღევანდლობასთან ადაპტირებას თანამედროვე შემოქმედებისა და ახალი ტექნოლოგიების საშუალებით;

- 4.3 პროექტების ხარისხი და შესაბამისობა მაღალ სტანდარტებთან** - ღონისძიების მიმზიდველობა, სანახაობითობა, აუდიტორია, მასშტაბურობა. მოქალაქეთა თუ დარგის/სფეროს მოღვაწეთა ინტერესთა გამოწვევა, საგანმანათლებლო თუ პროფილური კვალიფიკაციის, მსოფმხედველობის, თვალსაწიერის გაფართოების, აქტივიზაციის და განვითარების შესაძლებლობები, რაც მნიშვნელოვანწილად განაპირობებს პროექტის სახელობითობას (ბრენდული), რეიტინგს, პრესტიჟულობას;
- 4.4 პროექტის აქტივობების ხანგრძლივობა** - ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით, რაც მეტია ღონისძიების ხანგრძლივობა, მით უფრო მეტია პოპულარიზაციისა და რეკლამირების შესაძლებლობები;
- 4.5 პროექტის განხორციელების პერიოდი** - ტურისტების მოზიდვის მიზნით, უპირატესობა ენიჭება, ეგრეთწოდებულ არასეზონურ პერიოდში დაგეგმილ ღონისძიებას. ამასთან, ნაკლებად აქტიურ ტურისტულ პერიოდში, შედარებ დაბალია ავია ბილეთები, სასტუმრო და ა.შ./სხვა ტურისტული მომსახურების პროდუქტები, რაც შედარებით გააიაფებს პროექტს;
- 4.6 პროექტში მონაწილე სუბიექტთა რაოდენობა** - მათ შორის ვირტუალური ფორმატიც. წარმომადგენლობითი მასშტაბები, აუდიტორია, სამიზნე ჯგუფები... პოპულარიზაციის, რეკლამირების, განვითარების შესაძლებლობები;
- 4.7 კულტ-ტურიზმი** - ქალაქის/ქვეყნის პოპულარიზაციის, რეკლამირების, კულტურული ტურიზმის განვითარების შესაძლებლობები. პროექტისადმი არსებული ინტერესით გამოწვეული და მიზნობრივად - სპეციალურად დასწრების მიზნით (საკუთარი სახსრებით), ჩამოსული ტურისტების / ვიზიტორების (განაცხადი, სასტუმრო ჯავშანი, გაყიდული ბილეთები ან სხვა) უზრუნველყოფა. მიზანი - გაზარდოს ბათუმის, როგორც კულტურული ღონისძიებების მასპინძელი ქალაქის ცნობადობა, როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე, საერთაშორისო მასშტაბით;
- 4.8 პროექტის გენერირების უნარი / დამატებითი შესაძლებლობები** - უნარი მოახდინოს გენერირება, ზეგავლენა, სხვა სამიზნე პროცესების - ქალაქისათვის, რეგიონისათვის. სფეროს, დარგის, განსაკუთრებით ფინანსურ შემოსავლებზე... ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებაზე და ა.შ. მაგალითად: კანის კინოფესტივალის წლიური ბიუჯეტი შეადგენს ±20 მლნ. ევროს (სხვადასხვა წყაროებიდან, მ.შ. მუნიციპალური - ±2.0 მილიონო ევრო (10%), სამთავრობო - ±5.0 მილიონი ევრო (25%), ხოლო პროექტის გენერირების შესაძლებლობები, მხოლოდ ფინანსური თვალსაზრისით - 80 მლნ. ევროზე ბევრად მეტია (პროფილი + ტურიზმი + გაყიდვები და ა.შ.);
- 4.9 გამართული კომუნიკაცია** - PR კომუნიკაციის, რეკლამირების, პოპულარიზაციის მაღალი ხარისხი/დონე, აუდიტორია, მასშტაბები, მასობრივი საშუალებებით გაშუქების და პიარტექნოლოგიების გამოყენების ეფექტურობა, გამოყენებული სოციალური ქსელების რეიტინგულობა. მაგალითად: ა(ა)იპ „საჭადრაკო კლუბი ნონას“ საერთაშორისო საჭადრაკო ფესტივალი "ბათუმის მერიის თასი" ყველა პარტიის პირ- დაპირი ტრანსლირება მიმდინარეობს მსოფლიოში ცნობილ საჭადრაკო საიტზე: <https://www.chessbomb.com>, რომლის წევრთა რიცხვი - რამდენიმე ათეულ მილიონს აჭარბებს. ასევე, ბათუმის საჭადრაკო კლუბმა „ნონამ“, საქართველოში პირველმა გაუშვა პირდაპირი/LIVE პროგრამის უახლესი ვერსიით პარტიების ტრანსლიაცია, რათა მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხეში მყოფ გულშემატკივარს საშუალება ჰქონოდა პირდაპირ რეჟიმში ეხილა მისთვის საინტერესო პარტიები სახლიდან გაუსვლელად.
- 4.10 პილოტური ხასიათი / მოსალოდნელი შედეგების მდგრადობა** - დასახული მიზნებისა და

შედეგების, სარგებლიანობისა და ეფექტურობის მიღწევადობა. რამდენად შესაძლებელია პროექტის (ან მისი კომპონენტების) გამოერება/განვრცობა უფრო დიდი მასშტაბით, მზარდი დინამიკა, პერსპექტივის რესურსი;

**4.11 ბიუჯეტირება / ხარჯების ეფექტურობა** - მიზანმიმართული და გააზრებული, თანმიმდევრული, შედეგიანი და ეფექტიანი, სწორი შეფასებებით და გათვლებით, გენერირებადი პროექტის დაგეგმვა, შემოსავლების ზრდისა და ხარჯების კლების - თვითდაფინანსებაზე გადასვლის პერსპექტივით და სარგებლის მიღების რეალური შესაძლებლობებით - მიღწევადი სამიზნეებით. მერიისაგან დაფინანსების მიღების (წლების მიხედვით) გამონთავისუფლების შესაძლებლობების გათვლა და საკუთარი შემოსავლების, დივიდენდების (საწევრო/საფასური, რეკლამის გადასახადი, ბილეთის გაყიდვა და ა.შ.) უზრუნველყოფის პერსპექტივა;

**4.12 თანდაფინანსება** - პროცენტული წილის თანაზომიერება, რაც უფრო მეტია მოზიდული თანხების წილი (სკონსორებიდან ან სხვა) მთლიან ბიუჯეტში და ნაკლებია მერიის წილი, მით უფრო მაღალკონკურენტუნარიანია პროექტი ანუ სახელობითია / ბრენდულია პროექტი და მით უფრო ნაკლებად საჭიროებს საბიუჯეტო თანხებს;

**4.13 სახელფასო ფონდი / ჰონორარი** (- ოპტიმალური, თანაზომიერი პროცენტული წილი;

**4.14 ლოგისტიკური ხარჯები** - ავიაბილეთები, სასტუმრო, კვება, შიდა გადაადგილება - ტრანსპორტირება და სხვა ექსკლუზიური თუ მომსახურების ხარჯის ოპტიმალური პროცენტული თანაფარდობა, თანაზომიერება, საბოლოო შედეგებთან მიმართებაში);

**4.15 ღონისძიებაში მონაწილეობის საფასურის შემოღება / დაწესება** - როგორც წესი, სახელობითი / ბრენდული პროექტის სტატუსი მდგომარეობს იმაში, რომ მ.შ. მონაწილეობის თუ დასწრების მიზნით დაწესებული საფასურის გადახდა ნებისმიერ სახით/ფორმატში, პრესტიჟულია.

**4.16 გამოცდილება** - იურიდიული პირის სახელით ან/და პროექტის ხელმძღვანელის / მენეჯმენტის მიერ, მსგავსი პროექტების განხორციელების გამოცდილების არსებობა. ასევე, პროექტის სტატუსი / მასშტაბი - რაც უფრო მასშტაბური, ფართო აუდიტორული და მაღალრეიტინგული პროექტი აქვს აპლიკანტს წარმატებით განხორციელებული, მით უფრო ნაკლებია რისკები, საფრთხეები და მეტია საბოლოო შედეგების მიღწევის უზრუნველყოფის გარანტიები და ხარისხი.