



ბიზნესისა და  
ტექნოლოგიების  
უნივერსიტეტი

**ინოვაციური განმარტება,  
როგორ ხდება ინოვაცია  
ყოველდღიურობა**

## ინოვაციის განმარტება, როგორც ხდება ინოვაციის ყოველდღიურობა

ინოვაცია ზოგადი განმარტებით განიხილება, როგორც პროცესი რომლის შედეგადაც იდეა გარდაიქმნება ისეთ პროდუქტად ან მომსახურებად, რომელიც ქმნის ეკონომიკურ ღირებულებას და მომხმარებელი მზად არის შეიძინოს ის. შესაბამისად, ინოვაცია აერთიანებს ყველა პროცესს, რომლების მეშვეობითაც იდეა გარდაიქმნება საჭირო პროდუქტად, ბიზნესში ინოვაციის შედეგი ძირითადად მომხმარებლების მოთხოვნილებებისა და მოლოდინების ეფექტური დაკმაყოფილებაა<sup>1</sup>.

ტერმინის განსამარტად ასევე შეგვიძლია ინოვაციების შესახებ საქართველოს კანონი მოვიშველიოთ, რომელიც საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს მიერ 2016 წელს არის შემუშავებული; სადაც „ინოვაცია“ განმარტებულია :  
... “ინოვაცია – ეკონომიკური, სამეცნიერო ან სოციალური ღირებულების მქონე, გამოყენებადი, ახალი ან მნიშვნელოვნად გაუმჯობესებული პროდუქტი, პროცესი ან მომსახურება...”

აღნიშნულ განმარტებაში ყურადღება უნდა მივაქციოთ რამდენიმე სიტყვას, რომელიც კარგად ახასიათებს ინოვაციას: განმარტებაში აღნიშნულია, რომ იდეა უნდა იყოს “...ეკონომიკური, სამეცნიერო ან სოციალური ღირებულების მქონე...” და “გამოყენებადი”, რაც ხაზს უსვამს, იმას რომ იდეამ უნდა ჰქონდეს გამოყენება მომხმარებლისა და საზოგადოების მიერ. იდეა, რომელიც არ რეალიზდება, არ შეგვიძლია ჩავთვალოთ ინოვაციურ იდეად, რადგან ის მხოლოდ ერთი ადამიანის ნააზრევად რჩება და არ ჰქონდეს არანაირ გამოყენებას. ინოვაციური ბიზნესის განმარტებისას კი განსაკუთრებით გასათვალისწინებელია იდეის “ეკონომიკური ღირებულება”, რაც ნიშნავს, იმას რომ იდეას უნდა ჰქონდეს ბიზნესიდან მნიშვნელოვანი ფინანსური სარგებლის მიღების პოტენციალი.<sup>2</sup>

შესაბამისად იმისათვის, რომ იდეას ინოვაცია ვუწოდოთ, აუცილებელია

<sup>1</sup> <http://www.businessdictionary.com/definition/innovation.html>

<sup>2</sup> გიორგი კინწურაშვილი, რიდეირი „რა არის ინოვაცია და როგორ იქმნება ინოვაციური იდეები“, 2018 წელი

ბაზარზე არსებულ საჭიროებას აკმაყოფილებდეს. ინოვაცია, შესაძლოა შემდეგი მახასიათებლების ერთობლიობად წარმოვაჩინოთ:

**საჭიროება** - ჩვენ ვთანხმდებით, რომ ბიზნესის მიერ შექმნილი ნებისმიერი პროდუქტი აკმაყოფილებს მომხმარებლების საჭიროებებს და შექმნილია რაიმე პრობლემის მოსაგვარებლად, ან პრობლემის არსებული გადაჭრის გზის გასაუმჯობესებლად. შესაბამისად, ის რაც არავის სჭირდება ეკონომიკური დოვლათის მომტანი არ არის და ვერც ინოვაციად ჩაითვლება

**შესაძლებლობა** - ინოვაცია უნდა ქმნიდეს ახალ შესაძლებლობებს, ავითარებდეს ბაზარს და მომხმარებელს უმარტივებდეს გადანაცვების მიღებას

**მომხმარებელი** - როგორც ზემოთ ვთქვით, ინოვაცია პროდუქტად ან მომსახურებად გარდაქმნილი იდეაა, შესაბამისად თუკი თქვენს მიერ შექმნილ პროდუქტს მომხმარებელი არ ჰყავს, ბიზნესის კეთება ასეთ შემთხვევაში წამგებიანია

**კრეატიულობა** - შემოქმედებითობა და კრეატიულობა ინოვაციური იდეების დაბადების საწინდარია, ხოლო იდეები უკვე პროდუქტად გარდაქმნილი თავად - ინოვაცია

**პროცესი და დისციპლინა** - ინოვაციაზე მუშაობის ნებისმიერი პროცესი უნდა იყოს თანმიმდევრული, დროში განწერილი და ორგანიზებული, წინააღმდეგ შემთხვევაში ეფექტური შედეგი ვერ მიიღწევა.

**ღირებულება** - აქ იგულისხმება, თქვენს მიერ შექმნილი ინოვაციის ღირებულება, როგორც ფულად ერთეულში ასევე ფასეულობა რომელსაც მომხმარებელს სთავაზობთ.

**იღბალი** - შეიძლება ვამტკიცოთ, რომ ყველაფერი იღბალზეა დამოკიდებული რაღაც ეტაპზე, თუმცა თუკი ყველაფერი არ სცადეთ თქვენი იდეის განსახორციელებლად, იღბალი წარმატებაში ყველაზე უმნიშვნელო როლის შემსრულებელი შეიძლება იყოს.

ეს მახასიათებლები უნივერსალური არ არის, თუმცა კარგად გამოხატავს ინოვაციის არსს.

## ინოვაციის ტიპები

ინოვაციის გარკვეულ ტიპებად დაყოფას მხოლოდ სამეცნიერო ხასიათი აქვს, თუმცა იმის მიხედვით თუ რა ტიპის ინოვაციის ავტორია ესა თუ ის კომპანია, ან პიროვნება მარტივია შემდგომში განვითარების სწორი სტრატეგიის დასახვა. ჩვენ, ორი ძირითადი ტიპის ინოვაცია განვიხილოთ:

1. Disruptive innovation /რევოლუციური ინოვაცია
2. Sustaining innovation / მდგრადი ინოვაცია

Disruptive innovation /რევოლუციური ინოვაცია - ინოვაციის ეს ტიპი 1995 წელს ჰარვარდ ბიზნეს რევიუს გვერდებზე გამოჩნდა, როგორც მძლავრი გზა ინოვაციაზე მუშაობისა და კომპანიის ზრდის. ბევრი მცირე ბიზნესისა წარმომადგენლები ასახელებენ მას, როგორც - მათი მიმართულების მიმცემს, ისევე როგორც დიდი კომპანიის წარმომადგენლები (Intel, Salesforce.com etc.).<sup>3</sup>

Sustaining innovation / მდგრადი ინოვაცია - ინოვაციის ტიპია, რომლის მთავარი მიზანიც ბაზარზე ცვლილებების დანერგვაა, ანუ გულისხმობს არსებული პროდუქტის ან გადაჭრის გზის გაუმჯობესებას და მის დანერგვას. თუმცა როგორც ხდება ხოლმე, რევოლუციური ინოვაცია, რიგ შემთხვევებში არასწორად ესმით და შესაძლოა, ყველაფერი მას მიანერონ, მოარგონ ყველა სიტუაციას და ბაზარზე ნებისმიერი სახის ცვლილება Disruptive innovation-ად ჩათვალონ.

პრობლემა როგორც წესი უკავშირდება იმ ფაქტს, რომ სხვადასხვა სახის ინოვაცია განსხვავებულ სტრატეგიულ მიდგომებს მოითხოვს. გამოცდილება, რომელიც რევოლუციური ინოვაციის შექმნისას და მართვისას მივიღეთ, ვერ მოერგება მდგრად ინოვაციას, ან ყველა იმ კომპანიას, რომელმაც ბაზარზე ცვლილებები დანერგა. კარგად რომ ავხსნათ, ტერმინი „Disruptive“ აღწერს პროცესს, როდესაც მცირე კომპანიას, მცირე რესურსით შეუძლია კონკურენცია გაუწიოს და გამოიწვიოს დიდი კომპანიები. როგორც წესი სფეროს ლიდერები ორიენტირებული არიან მათი საუკეთესო პროდუქტის და მომსახურების დახვეწაზე და ფიქრობენ ყველაზე მომგებიანი მომხმარებლების მოთხოვნების დაკმაყოფილებაზე, ასეთ შემთხვევაში ისინი აფართოვებენ მომხმარებლის გარკვეული სეგმენტის საჭიროებებს და იგნორირებას უკეთებენ დანარჩენებს. ახალი, მცირე კომპანიები კი რომლებიც Disruptive კონცეფციას იყენებენ,

<sup>3</sup> Clayton M. Christensen , Michael E. Raynor and Rory McDonald, What is Disruptive Innovation, 2015 <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>

წარმატებით აკეთებენ აქცენტს ამ „ინოვაციურ“ სეგმენტზე მათთვის მოსახერხებელი და ნაკლები ღირებულების პროდუქტის შეთავაზებით. შესაბამისად წინსვლის შემდგომ იღებენ მოგებას, უფრო მაღალი მოთხოვნის მქონე სეგმენტისგან. სწორედ მაშინ, როდესაც ბაზრის მომხმარებელთა დიდი ნაწილი ახალი, მცირე კომპანიის პროდუქტის მოხმარებას დაიწყებს ადგილი აქვს ბაზრის „დარღვევას“ / Disruption.<sup>4</sup>

ინოვაცია ასევე შესაძლოა დავყოთ რამდენიმე ტიპად მისი შექმნის „რეცეპტისა“ და საბოლოო სახის მიხედვით. მსოფლიო მასშტაბით წარმატებულ თუ წარუმატებელ კომპანიებსა და ბიზნეს იდეებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ არსებობს გარკვეული შაბლონური „ფორმულები“, რის მიხედვითაც შესაძლოა იქმნებოდეს ინოვაციური ბიზნეს იდეები:<sup>5</sup>

## ტექნოლოგიური სიახლეზე დაყრდნობილი იდეები

ხშირ შემთხვევაში, ინოვაციური ბიზნეს იდეა დაყრდნობილია გრძელვადიან სამეცნიერო თუ ტექნოლოგიურ სწავლებებზე, რომელთა შედეგსაც მენარმული უნარების მქონე ადამიანი მომხმარებლისათვის საინტერესო ბიზნეს იდეად აქცევს. ასეთი ინოვაციის კარგი მაგალითია შხის ენერჯიაზე მომუშავე ელემენტები, რომლის შექმნაც შეუძლებელი იქნებოდა სამეცნიერო ცოდნისა და კვლევების გარეშე, რომლის საშუალებითაც კაცობრიობამ მოიგონა გზა, თუ როგორ გარდაქმნას შხის ენერჯია ელექტროობად.

სამეცნიერო კვლევების პროცესში ხშირად მეცნიერები აღმოაჩენენ ისეთ ტექნოლოგიურ შესაძლებლობებს, რომელიც საერთოდ ახალ მიმართულებას ქმნის ბევრ ინდუსტრიაში, განსაკუთრებით: ჯანდაცვის, ფარმაციის, საკვებ, სამშენებლო და სხვა მსგავს ინდუსტრიაში.

## ინოვაციურ ბიზნეს მოდელზე დაყრდნობილი იდეები

ინოვაციური ბიზნეს იდეა ხშირად ჩნდება გარკვეულ პროცესებსა და ადამიანების საჭიროებებზე დაკვირვებით. მაგალითისათვის განვიხილოთ კომპანია Uber<sup>6</sup>: კომპანიის მთავარ ბიზნესს წარმოადგენს ტაქსის გამოძახების აპლიკაცია, რომლის მძღოლი შესაძლოა გახდეს ნებისმიერი

<sup>4</sup> Clayton M. Christensen , Michael E. Raynor and Rory McDonald, What is Disruptive Innovation, 2015 <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>

<sup>5</sup> გიორგი კინურაშვილი, რიდერი „რა არის ინოვაცია და როგორ იქმნება ინოვაციური იდეები“, 2018 წელი

<sup>6</sup> <https://www.uber.com/>

ადამიანი, რომელსაც ჰყავს საკუთარი მანქანა. Uber-ის უნიკალურობა მდგომარეობს 2 რამეში. პირველი - კომპანიამ შეამჩნია, რომ ტაქსის გამოძახებისათვის ადამიანს ძალიან დიდი დისკომფორტი ექმნება ქუჩაში ლოდინით, განსაკუთრებით კი მაშინ, როდესაც არის ცუდი ამინდი, გვიანი ღამე, შედარებით ნაკლებად დასახლებული უბანი და ა.შ. მეორე მხრივ კი მძღოლებს ჰქონდათ პრობლემა კლიენტების ადვილად პოვნასთან დაკავშირებით - მძღოლს შესაძლოა რამდენიმე კილომეტრი ევლო ისე, რომ არ სცოდნოდა სად იდგა რეალურად ის ადამიანი, რომელიც ტაქსის ელოდება. კომპანია „Uber“-მა შეამჩნია, რომ ერთის მხრივ ადამიანს, რომელსაც სჭირდება ტაქსი, მეორეს მხრივ კი მძღოლს, რომელსაც სჭირდება კლიენტი, იმდენად მნიშვნელოვანი პრობლემა აქვთ მოუგვარებელი, რომ შესაბამისი მომსახურების არსებობის შემთხვევაში ორივე მხარე გადაიხდიდა გარკვეულ საფასურს კომფორტისათვის. შედეგად, კომპანიამ აღნიშნული პრობლემა მობილური აპლიკაციის საშუალებით მოაგვარა. გარდა ამისა, „Uber“-ს კიდევ უფრო უნიკალურს ხდის ის, რომ მისი სერვისით სარგებლობისათვის არ არის საჭირო, რომ მძღოლს ჰქონდეს ტაქსის მომსახურების განვითარების ოფიციალური, სახელმწიფო ლიცენზია. „Uber“-თან პარტნიორობა შეუძლია ნებისმიერ ადამიანს, რომელსაც ჰყავს საკუთარი ავტომობილი. სწორედ ამ ორი ბიზნეს შესაძლებლობის შემჩნევის შედეგად გახდა Uber ერთ-ერთი ყველაზე ინოვაციური კომპანია გლობალურ ბაზარზე. თუმცა აქ მეორე საკითხია საგულისხმო, არის თუ არა „Uber“- რევოლუციური ინოვაცია? „Uber“-ის მისიაა - bring transportation — for everyone, everywhere/ ტრანსპორტირება ყველასთვის და ყველგან. სტარტაპი 2009 წელს შეიქმნა, მას შემდეგ ის 60 ქვეყნის 100-ზე მეტ ქალაქში მოღვაწეობს და ყოველწლიურად იზრდება. მისი ფინანსური შემოსავალიც მთამბეჭდავია, 2018 წელს მათი შემოსავლის პროგნოზი 50 მილიარდი დოლარია. ერთი შეხედვით უბერი ცვლის ტაქსის ბიზნესს ამერიკაში, მაგრამ ახდენს თუ არა ის ტაქსის ბიზნესის „გადატრიალებას“/ disrupting ?

მარტივად რომ შევხედოთ, „Uber“-ის გამოჩენამ გაზარდა მოთხოვნა ტაქსის მომსახურებაზე, ტაქსის ბაზარი მანამდეც არსებობდა, თუმცა „Uber“-ის გამოჩენით გამარტივდა მომსახურების მიღება. მან დაიწყო მასიური ბაზრის დაპყრობით და ახლა მცირე სეგმენტებზე მორგებულ პროდუქტს ქმნის. ხოლო Disrupting ინოვაცია ჩნდება მაშინ, როდესაც კომპანია იწყებს მცირე სეგმენტებისთვის სასურველი პროდუქტის მიწოდებას და მხოლოდ შემდგომ ითვისებს ბაზარს.

რევოლუციური ინოვაციის ჭკვიანი ავტორები, მუდმივად მუშაობენ მის განვითარებაზე, იმისათვის რომ შექმნილი პროდუქტი გახდეს მასობრივი. მსგავსი ინოვაციის, მაგალითად შეგვიძლია განვიხილოთ Iphone, რომლის შემქმნელებმაც შექმნეს სრულიად განსხვავებული პროდუქტი, თავისი პროგრამული უზრუნველყოფით, შექმნეს ბაზრის სეგმენტი სმარტფონისთვის, რაც მანამდე არსებული ტელეფონების ბაზრისგან რადიკალურად განსხვავდებოდა.<sup>7</sup>

## რამდენიმე პროდუქტის კომბინაცია

ინოვაციური ბიზნეს იდეების ამ ჭრილში გაგებისათვის მოდით განვიხილოთ ე.წ. სმარტფონის მაგალითი. თანამედროვე ტელეფონები, იგივე სმარტფონები, ჩვენამდე ძალიან ბევრი და ჭკვიანი ფუნქციონალით მოვიდა. თუმცა, თუ დავაკვირდებით, სმარტფონის ფუნქციების დიდი ნაწილისათვის მანამდე ბევრი სხვა მოწყობილობა არსებობდა. ჩვენ ვიყენებდით ციფრულ ფოტო აპარატს და ვიდეო კამერას მომენტების ციფრულად აღბეჭდვისთვის, ვიყენებდით კომპიუტერს ინტერნეტში ჩვენთვის საჭირო ვებ გვერდების სანახავად, ელ. ფოსტის სამართავად და სხვა მრავალი პროგრამული უზრუნველყოფის გამოსაყენებლად, დღემდე ვიყენებთ ტელევიზიას მსოფლიოს წამყვანი ტელეარხების საყურებლად და ა.შ. დღეს, ყველა ეს ფუნქცია ერთიანდება სმარტფონში და ხშირ შემთხვევაში გაცილებით უფრო მაღალი მაჩვენებლებით გამოირჩევა ვიდრე ცალკეული ზემოთ ჩამოთვლილი პროდუქტი.<sup>8</sup>

## ძველი პროდუქტის ან სერვისის გაუმჯობესებული ვერსია

ამ კატეგორიის განხილვისათვის არ წავალთ შორს სმარტფონებისაგან. დაუკვირდეთ, როგორი იყო პირველი ტელეფონი, რომელიც შოტლანდიელმა მეცნიერმა, გრეჰემ ბელმა, 1885 წელს გამოიგონა. თავდაპირველად არსებობდა ტელეფონი, რომელიც ხმოვან სიგნალს სადენებით გადასცემდა. შემდეგ მეცნიერთა მთავარი ამოცანა სიგნალის უსადენოდ გადაცემას წარმოადგენდა. დღეს კი სმარტფონები ხელოვნური ინტელექტისა და მანქანური დასწავლის გამოყენებაზე არიან ორიენტირებული. ტელეფონი სმარტფონამდე სწორედ ეტაპობრივი გაუმჯობესებების და ინოვაციების შედეგად მოვიდა.

<sup>7</sup> Clayton M. Christensen , Michael E. Raynor and Rory McDonald, What is Disruptive Innovation, 2015 <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>

<sup>8</sup> გიორგი კინწურაშვილი, რიდერი „რა არის ინოვაცია და როგორ იქმნება ინოვაციური იდეები“, 2018 წელი

## პროდუქტის, სერვისის და პროცესის ინოვაცია

მაშინ, როდესაც ვსაუბრობთ ინოვაციის შესახებ, ხშირად ადამიანის ასოციაცია მხოლოდ ნათურას, სხვადასხვა მოწყობილობას ან მექანიკას უკავშირდება. თუმცა ინოვაცია შესაძლოა დაინერგოს ძალიან ბევრი ფორმით. მოდით ამჯერად ინოვაცია განვიხილოთ პროდუქტის, სერვისისა და პროცესის ჭრილში.<sup>9</sup>

**პროდუქტი** - ეს არის რაიმე ბიზნეს პროცესის შედეგად წარმოებული ობიექტი, რომელიც ხშირ შემთხვევაში არის ხელშესახები, რაიმე ნივთის სახით წარმოდგენილი. პროდუქტის კარგი მაგალითია სმარტფონი, კბილის პასტა, ავეჯი და ა.შ. ინოვაციური პროდუქტის მაგალითად კი ძალიან ბევრი რამ გვახსენდება, მათ შორის ჩვენ მიერ განხილული მაგალითი: მზის ენერჯიაზე მომუშავე ელემენტები.

**სერვისი** - პროდუქტისაგან განსხვავებით სერვისი, იგივე მომსახურება არის ხელშეუხებელი და სრულდება სხვადასხვა პროცესის მეშვეობით. სერვისი ხშირ შემთხვევაში განეულება ადამიანის მიერ. თუმცა, თანამედროვე ტექნოლოგიების ერაში, ძალიან ბევრი სახის სერვისი სწორედ რომ პროგრამული უზრუნველყოფის საშუალებით ხორციელდება. განვიხილოთ ორი მაგალითი:

პროდუქტის ადგილზე მიტანის სერვისი - ეს მომსახურება თავდაპირველად სწორედ ისე რომ ინოვაციურად შეიძლება ჩათვლილიყო, რადგან მან შეცვალა ადამიანის ქცევა, თუ როგორ მიირთმევს საკვებს, ან როგორ ყიდულობს სასურველ ნივთს. მაშინ, როცა ადამიანები ადგილზე, მაღაზიაში ან რესტორანში ყიდულობდნენ მისთვის საინტერესო პროდუქტს, ადგილზე მიტანის სერვისმა მომხმარებელს შეუქმნა უდიდესი კომფორტი და შესთავაზა მისთვის მტკივნეული პრობლემის ისეთი გადაწყვეტილება, რომელიც მომხმარებელს დაუზოგავდა დროსა და ენერჯიას, რისთვისაც იგი მზად იყო გადაეხადა დამატებითი გადასახადი.

„Uber“ - ჩვენ მიერ ნახსენები ბიზნესი, რომელიც ძალიან კარგი მაგალითია, თუ როგორ შეიძლება ფუნქციონირებდეს პროგრამულ უზრუნველყოფაზე დაყრდნობილი სერვისი. კომპანია „Uber“-ის სერვისს ახორციელებს მის მიერ შექმნილი მობილური აპლიკაცია და მის უკან მდგომი პროგრამული უზრუნველყოფა, რომელიც მომხმარებელს ეხმარება სულ რამდენიმე ღილაკზე თითის დაწერით გამოიძახოს მძღოლი, მეორე მხრივ კი ეხმარება მძღოლს მარტივად იპოვოს მისი კლიენტი.



**პროცესი** - ინოვაცია ხშირად გვევლინება პროცესში, თუ როგორ მართავენ კომპანიები საკუთარ სანარმოო პროცესებს. პროცესში ინოვაციური იდეების კარგი მაგალითია ჰენრი ფორდის მიერ კომპანია “ფორდში” დანერგილი ასანყოფი ხაზი (assembly line), რომელმაც კომპანიას საშუალება მისცა გადასულიყო წარმოების სრულიად ახალ ფორმაზე, რომელიც უფრო მეტი მანქანის უფრო სწრაფად აწყობის საშუალებას იძლეოდა. პროცესში ინოვაციის კარგი მაგალითია სათბურებიც, რომლებიც საკუთარ პროცესში იყენებენ ხელოვნურ, ულტრაიისფერ დასხივებას, რომელიც ქმნის მზის იმიტაციას და ხელს უწყობს მცენარეების სწრაფად ზრდას. მსგავსი, უახლესი ტექნოლოგიების დანერგვა ბიზნესში სწორედაც რომ ინოვაციურს ხდის ამ კომპანიის საქმიანობას.

## თავიდან აიცილეთ შეცდომა !

ყველაზე ხშირი შეცდომა, რაც ინოვაციის პროცესში გვხვდება - მისი მოცემულობად მიღება და მხოლოდ დახვეწაზე მუშაობაა, მაშინ როდესაც ბაზარზე შესაძლოა სხვა შესაძლებლობებიც იყოს. ამის ძალიან კარგ მაგალითად გამოდგება ყინულის მოპოვება.

1800-იან წლებში მაცივრის გამოგონებამდე, ადამიანები სეზონურად გაყინულ ტბებზე მოიპოვებდნენ ყინულს და ისე ყიდიდნენ, რამდენიმე წლის შემდგომ ტექნოლოგია დაიხვეწა და ყინულის მოპოვება შემდეგ საფეხურზე გადავიდა, როდესაც ააშენეს ყინულის მწარმოებელი ქარხანა, ანუ ბიზნესი სეზონური აღარ იყო და ყინული მთელი წლის განმავლობაში შეეძლოთ ეწარმოებინათ. გარკვეული პერიოდის შემდგომ კი გამოიგონეს მაცივარი, რომელსაც თვითონ შეეძლო „ყინულის წარმოება“. ამ ისტორიაში აღსანიშნავია ის ფაქტი, რომ არც ერთი შემდგომი განვითარების ავტორი არ ყოფილა წინა ბიზნესის წარმომადგენელი, ანუ ქარხანა ყინულის მომპოვებელს არ აუშენებია და არც მაცივარი გამოუგონებია, ყინულის ქარხნის მფლობელს. ეს იმიტომ, რომ თითოეულმა მათგანმა საკუთარი თავის პოზიციონირება მოახდინა შემოიფარგლა იმ პროდუქტით რომელსაც აწარმოებდა და მეტ პერსპექტივას საქმეში ვერ ხედავდა. ,10 ამიტომ მნიშვნელოვანია, რომ მომხმარებლის მოთხოვნილებებისა და საჭიროებების ცვლილებას მუდმივად ადევნონ თვალი კომპანიებმა ან მენარმეებმა (Entrepreneurs) რომლებსაც სურთ ინოვაციური პროდუქტების შექმნა.

# ■ დავალება:

უპასუხეთ შემდეგ კითხვებს:

1. რომელი ტიპის ინოვაციაა კომპანია Airbnb -ის პროდუქტი
2. მოიყვანეთ მდგრადი ინოვაციის მაგალითები
3. მოიყვანეთ პროდუქტის ინოვაციის მაგალითები
4. მოიყვანეთ პროცესის ინოვაციის მაგალითი

**შემსრულებელი: თამთა გველესიანი**

**BTU**

ბიზნესისა და  
ტექნოლოგიების  
უნივერსიტეტი

