შეფასების კრიტერიუმები

1. **პროექტის განხორციელების საერთო მიზანშეწონილობა, მერიის პრიორიტეტებთან შესაბამისობის გათვალისწინებით - 0 - 10 ქულა.**

2. **მერიიდან მოთხოვნილი დაფინანსების ოდენობის შეფასება - 0 - 10 ქულა.**

3. **გამოცდილება, უნარი წარმატებით განახორციელოს წარდგენილი პროექტი - 0 - 10 ქულა.**

ზემოაღნიშნული შეფასების 3 ძირითადი კრიტერიუმი, შედგენილია მერიის / კონკურსის პრიორიტეტებიდან გამომდინარე 16 ქვეკრიტერიუმის გათვალისწინებით, კერძოდ:

1. **ქალაქის პოპულარიზაცია, რეკლამირება** - ისეთი ღონისძიებების შერჩევა, რომელთაც გააჩნიათ, ტურისტის/ვიზიტორის მიბმის დიდი შესაძლებლობები... მიზიდულობის, მაგნიტიზმის მაღალი იმპულსი, რესურსი, პოტენციალი... რაც განაპირობებს ფინანსურ შემოსავლებს, პოლიტიკურ, ეკონომიკურ, დარგობრივ თუ ტურისტულ დივიდენდებს;
2. **კულტურის (ხელოვნების) ხელშეწყობა, მიმზიდველი, სანახაობითი, ექსკლუზიური, ინოვაციური, აქტუალური პროექტების მხარდაჭერა** - განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება შემოქმედთა ახალი თაობის, ახალი იდეებისა და ხელოვნების ახალი სახეობების მხარდაჭერას. მათ შორის შშმ პირთა ინიციატივებს. პროექტებს, რომლებიც უზრუნველყოფენ კულტურის სფეროში თანამედროვე მეთოდოლოგიის, მიდგომების და ტენდენციების განხორციელებას, ახალი მიმართულებების ჩამოყალიბებასა და განვითარებას, ასევე ტრადიციული ხელოვნების და კულტურული მემკვიდრეობის დღევანდელობასთან ადაპტირებას თანამედროვე შემოქმედებისა და ახალი ტექნოლოგიების საშუალებით;
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. **პროექტის სტატუსი /კატეგორია და პროექტში მონაწილე სუბიექტთა რაოდენობა** - საერთაშორისო, ქვეყნის მასშტაბით, კომერციული ან სხვა დატვირთვით. მათ შორის ვირტუალური ფორმატიც. წარმომადგენლობითი მასშტაბები, აუდიტორია, სამიზნე ჯგუფები... პოპულარიზაციის, რეკლამირების, განვითარების შესაძლებლობები;
5. **კულტ-ტურიზმის რესურსი / პოტენციალი** - 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;
6. **პროექტის აქტივობების ხანგრძლივობა** - ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით, რაც მეტია ღონისძიების ხანგრძლივობა, მით უფრო მეტია პოპულარიზაცისა და რეკლამირების შესაძლებლობები;
7. **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:
8. **პილოტური ხასიათი / მოსალოდნელი შედეგების მდგრადობა** - დასახული მიზნებისა და შედეგების, სარგებლიანობისა და ეფექტურობის მიღწევადობა. რამდენად შესაძლებელია პროექტის (ან მისი კომპონენტების) გამეორება/განვრცობა უფრო დიდი მასშტაბით, მზარდი დინამიკა, პერსპექტივის რესურსი;
9. **პროექტის გენერირების უნარი / დამატებითი შესაძლებლობები, პროდუქტიულობა / დივიდენდურობა** -

სარგებლიანი, მომგებიანი ნებისმიერი თვალსაზრისით. 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.);

10. **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.
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;
12. **პროექტის პარტნიორები / მხარდამჭერები / სპონსორები** - ოფიციალური, გენერალური, ტექნიკური, ინსტიტუციონალური თუ სხვა სტატუსით. უცხოელი თუ ადგილობრივი და რაც ფართოა არეალი, თანამოაზრეთა, თანამონაწილეთა რიცხვი, მით უფრო მეტია მხარდაჭერის, ხელშეწყობის პერსპექტივები, განვითარების შესაძლებლობები;
13. **თანდაფინანსება** - პროცენტული წილის თანაზომიერება, რაც უფრო მეტია მოზიდული თანხების წილი (სპონსორებიდან ან სხვა) მთლიან ბიუჯეტში და ნაკლებია მერიის წილი, მით უფრო მაღალკონკურენტუნარიანია პროექტი ანუ სახელობითია / ბრენდულია პროექტი და მით უფრო ნაკლებად საჭიროებს საბიუჯეტო თანხებს;
14. **ლოგისტიკური ხარჯები** - ავიაბილეთები, სასტუმრო, კვება, შიდა გადაადგილება - ტრანსპორტირება და სხვა ექსკლუზიური თუ მომსახურების ხარჯის ოპტიმალური პროცენტული თანაფარდობა, თანაზომიერება, საბოლოო შედეგებთან მიმართებაში;
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;
16. **გამოცდილება** - იურიდიული პირის სახელით, მსგავსი პროექტების განხორციელების გამოცდილების არ არსებობა ან არსებობა (მაღალი, დამაკმაყოფილებელი ან დაბალი) და პროექტის ხელმძღვანელის / მენეჯმენტის მიერ მსგავსი პროექტების განხორციელების გამოცდილების არ არსებობა ან არსებობა (მაღალი, დამაკმაყოფილებელი ან დაბალი). 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.