

შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი გარვენახების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა

კვლევის ანგარიში მომზადდა პროექტის - „შემოქმედებითი გარდასახვა, შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება“, ფარგლებში, რომელსაც ახორციელებს სსიპ შემოქმედებითი საქართველო, იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების ფონდის ფინანსური მხარდაჭერით.



კვლევის ავტორები და მკვლევართა ჯგუფი:

ნაწილი I - საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზოგადი მიმოხილვა - მხარდაჭერის
მექანიზმები და საკანონმდებლო ჩარჩო

თამარ მარგველაშვილი
მარიამ კაცაძე
გიორგი პაპავა
ელენე თოიძე

ნაწილი II - შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური ანალიზი - ISET-ის კვლევითი ინსტიტუტი

მარიამ კაცაძე
გიორგი პაპავა

ნაწილი III - შემოქმედებითი ინდუსტრიების ძირითადი გამოწვევების, საჭიროებების და
პერსპექტივების ანალიზი

თამარ მარგველაშვილი
თამარ ლაფერაძე

ნაწილი IV - შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული
გამოწვევების და პერსპექტივების ანალიზი

მონვეული სოციოლოგები

შემოქმედებითი საქართველო:

ელენე თოიძე - პროექტის დირექტორი
ხატია ქოხონელიძე - პროექტის კვლევითი მიმართულების ხელმძღვანელი
ვატო ურუშაძე - სტრატეგიის განვითარების მიმართულების ხელმძღვანელი

კვლევის ანგარიში ეყრდნობა რესპონდენტთა მოსაზრებებს, რომელიც შესაძლოა არ ასახავდეს სსიპ
შემოქმედებითი საქართველოსა თუ იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების საერთაშორისო
ფონდის პოზიციას.

კვლევის რედაქტორთა ჯგუფი:

მთავარი რედაქტორი: ელენე თოიძე
რედაქტორები: ხატია ქოხონელიძე, თამარ ბახტაძე, ვახტანგ ურუშაძე, თინათინ ბალაშვილი
კორექტორი: ლილი მეტრეველი

დოკუმენტის ვიზუალური გაფორმება და ყდის დიზაინი:

ნატა ყიფიანი
ნატალია ლლონტი

ციტირებისთვის:

შემოქმედებითი საქართველო (2022), შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი
მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა, თბილისი, 2022

კვლევის ანოტაცია

წინამდებარე დოკუმენტი - „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, შემოქმედებითი საქართველოს მიერ ინიცირებული და იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების ფონდის (IFCD) მიერ მხარდაჭერილი ფართომასშტაბიანი პროექტის - „შემოქმედებითი გარდასახვა - შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება“, ნაწილია.

კვლევის ანგარიში აერთიანებს საქართველოში პირველად ჩატარებული სრულმასშტაბიანი, საბაზისო კვლევის შედეგებს შემოქმედებითი ეკონომიკის ზოგადი მდგომარეობის, საჭიროებების, რესურსებისა და განვითარების პერსპექტივების შესახებ. მოცემული კვლევა, საფუძვლად დაედება შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარების საშუალოვადიან სახელმწიფო სტრატეგიასა და შესაბამის სამოქმედო გეგმას.

დოკუმენტი დაყოფილია 4 ნაწილად და მოიცავს: (1) საქართველოში შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებული პოლიტიკის, კანონმდებლობის, დაფინანსების საშუალებებისა და წამახალისებელი ინსტრუმენტების მოკლე მიმოხილვას, (2) შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური მაჩვენებლების კვლევას გაერთიანებული სექტორისა და თითოეული ქვესექტორის მიხედვით, (3) შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის საჭიროებებისა და შესაძლებლობების ანალიზს, რომელიც ეყრდნობა თბილისსა და საქართველოს რეგიონებში ჩატარებული თვისებრივი კვლევის შედეგებს, (4) შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ინტერნაციონალიზაციის პერსპექტივების ანალიზს, რომელიც ეყრდნობა რაოდენობრივი კვლევის შედეგებს.

შემოქმედებითი ეკონომიკის მიმართ მსოფლიოში არსებული მზარდი ინტერესის გამო არაერთი ავტორი იკვლევს კულტურის გავლენას ეკონომიკის განვითარებაზე. თუმცა, საქართველოში მსგავსი ტიპის კვლევებისა და სტატისტიკური ინფორმაციის ნაკლებობის გამო, პოლიტიკის მწარმოებელთათვის, ისევე, როგორც შემოქმედებით სექტორში დასაქმებულთათვის განსაკუთრებულ სირთულეს კულტურისა და შემოქმედებითი საქმიანობის ეკონომიკური განზომილების აღქმა წარმოადგენს.

მოცემული კვლევა ერთგვარი მცდელობაა უპასუხოს ზემოხსენებულ გამოწვევას და ერთ სივრცეში მოუყაროს თავი შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ სხვადასხვა მონაცემს - იქნება ეს სტატისტიკური ინფორმაცია სექტორის ეკონომიკური წარმადობის, დასაქმებისა და ექსპორტის, თუ თვისებრივი კვლევის შედეგები - სექტორის საჭიროებებისა და გამოწვევების შესახებ. აღნიშნული ინფორმაცია უმნიშვნელოვანესია მტკიცებულებებზე დაფუძნებული პოლიტიკის დაგეგმვისა და განხორციელებისთვის, რისი შესაძლებლობაც, შესაბამისი მიმართულებით მომუშავე პოლიტიკის განმახორციელებელ ორგანოებს, მონაცემთა სიმწირის გამო აქამდე ნაკლებად ჰქონდათ.

მადლოების ნიშნავ

კვლევა განხორციელდა იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების საერთაშორისო ფონდის ფინანსური მხარდაჭერითა და „შემოქმედებითი საქართველოს“ ფასდაუდებელი ძალისხმევით. განსაკუთრებულ მადლობას ვუხდით რესპონდენტებს საქართველოს 11 რეგიონსა და თბილისში, რომელთაც ფოკუს-ჯგუფებსა და ინტერვიუებში მონაწილეობა სარგებლის გაუთვალისწინებლად, მოხალისეობრივად მიიღეს. პროექტის განხორციელების პროცესში მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა „შემოქმედებითი საქართველოსა“ და საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტს (GIPA) შორის თანამშრომლობამ. მადლობას ვუხდით: GIPA-ს საჯარო მმართველობის სკოლის სტუდენტებს: ნინო პაპიძეს, მარიამ სიხარულიძესა და სალომე ზარიძეს, ასევე, კვლევის ორგანიზების პროცესში გაწეული შრომისთვის, პროექტის ადმინისტრაციულ მენეჯერს - თამარ ბახტაძეს, კვლევის დოკუმენტების ანალიზის პროცესში კონსულტაციისთვის - ანა ჩხაიძეს და თვისებრივი კვლევის განხორციელებასა და ანალიზის პროცესში მონაწილეობისთვის, დამოუკიდებელ მკვლევარს - თამარ ლაფერაძეს.

კვლევის განხორციელებას კოორდინირება გაუწია შემოქმედებითი საქართველოს გუნდმა: ხატია ჭიხონელიძემ, ელენე თოიძემ და ვატო ურუშაძემ.

პროექტის შესახებ

მოცემული კვლევა, სსიპ „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ ინიცირებული ფართომასშტაბიანი პროექტის - „შემოქმედებითი გარდასახვა - შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება“, ნაწილია. „შემოქმედებითი გარდასახვა“ პირველი ინიციატივაა საქართველოდან, რომელიც იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების საერთაშორისო ფონდში წარდგენილი 480 განაცხადიდან, 9 საუკეთესოში მოხვდა და დაფინანსდა.

პროექტი მიზნად ისახავს შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევასა და აღნუსხვას, სექტორის შესახებ ცნობიერების ამაღლებას და მტკიცებულებებზე დაფუძნებული საშუალოვადიანი სტრატეგიისა და შესაბამისი სამოქმედო გეგმის შემუშავებას.

პროექტი, ითვალისწინებს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის განვითარების შემაფერხებელი ფაქტორების აღმოფხვრაზე მუშაობას და აღნიშნულისთვის სტრატეგიული და პრაქტიკული ინსტრუმენტების შემუშავებას. ერთ-ერთი საკვანძო გამოწვევა (1) შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესახებ სტატისტიკური მონაცემებისა და ყოვლისმომცველი ანალიზის არარსებობაა, რომლის ერთ-ერთი უარყოფითი შედეგი (2) ქვეყნის მდგრად განვითარებაში სექტორის პოტენციალის შესახებ ცნობიერების ნაკლებობაა. ზემოხსენებული ორი პრობლემა საბოლოო ჯამში განაპირობებს (3) შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარების მტკიცებულებებზე დაფუძნებული და ერთიანი სახელმწიფო ხედვისა და პოლიტიკის არარსებობას.

სექტორის საბაზისო კვლევის ჩატარება პროექტის განვითარების საკვანძო ელემენტია, რომელიც, კულტურის სტრატეგია 2025-თან ერთად, საფუძვლად დაედება შემოქმედებითი ეკონომიკის სახელმწიფო სტრატეგიის შემუშავებას.

კვლევის შედეგების მოკლე მიმოხილვა

ბოლო ათწლეულია შემოქმედებითი ინდუსტრიები განვითარებული სამყაროს დღის წესრიგის განუყოფელ ნაწილად იქცა. 2021 წელი გაერომ შემოქმედებითი ეკონომიკის წლად გამოაცხადა. ამასთანავე, გაეროს გენერალურმა ასამბლეამ რეზოლუციით¹ განამტკიცა კულტურის, როგორც მდგრადი განვითარების მამოძრავებელი ელემენტის როლი, რადგან მას დადებითი გავლენა აქვს განვითარების როგორც სოციალურ, ისე ეკონომიკურ განზომილებაზე. შემოქმედებითი სექტორს - შემოსავლების გენერირებითა და სამუშაო ადგილების შექმნით, უმნიშვნელოვანესი წვლილი შეაქვს ეკონომიკის ზრდაში, მისი მრავალშრიანობიდან გამომდინარე კი - ინოვაციური და შემოქმედებითი მიდგომებისა და გადაწყვეტილებების წყაროა სხვადასხვა, მათ შორის განათლების, ტურიზმის, ჯანდაცვის, ტექნოლოგიების და გარემოს დაცვის საკითხში.

აღნიშნულის დასადასტურებლად, ქვეყნებისა თუ საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ ჩატარებული უამრავი კვლევის მოშველიება შეიძლება. ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წყარო ერნსტ ენდ იანგის (E&Y) კვლევაა, რომლის მიხედვითაც, 2013 წლის მონაცემებით, შემოქმედებითი ეკონომიკა მსოფლიო მშპ-ს 3%-ია (რაც იმავე წლის ინდოეთის მშპ-ს (1,900 მლრდ \$) აჭარბებს) და შრომის ბაზარზე 30 მილიონ ადამიანს ასაქმებს. შემოქმედებითი ინდუსტრიები სამხრეთ კორეასა და ამერიკის შეერთებულ შტატებში მშპ-ს 10%-ს აგენერირებს². ისეთ, ქალაქებში, მაგალითად როგორიცაა - ბარსელონა, ბუენოს აირესი, სეული და ტოკიო, კულტურასთან დაკავშირებული სამუშაო ადგილები შრომის ბაზრის 9-დან 13%-ს მოიცავს³. ეს მონაცემები შთამბეჭდავია, თუმცა, სრულად მაინც ვერ ასახავს კულტურის და შემოქმედებითი სექტორის სარგებელს საზოგადოების ცხოვრების გაუმჯობესებასა და მდგრად განვითარებაში. დათვლის მეთოდოლოგიის სირთულიდან გამომდინარე, ჩამოთვლილ თუ სხვა კვლევებშიც ჭირს კულტურის სხვა სექტორებზე ზეგავლენის სრულყოფილი ასახვა.

საქართველო ყოველთვის მიიჩნეოდა მდიდარი კულტურის, შემოქმედებითი პოტენციალის და ადამიანური ნიჭით გამორჩეულ ქვეყნად. კულტურის გრძელვადიანი განვითარების მიზნით შემუშავდა კიდევ ეროვნული მნიშვნელობის კულტურის სტრატეგია 2025, რომელშიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების მნიშვნელობა ერთ-ერთ სტრატეგიულ მიმართულებადაც განისაზღვრა. მიუხედავად ამისა, საქართველოში დღემდე მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს:

- » ფართო საზოგადოებისა თუ გადაწყვეტილების მიმღები პირების მიერ შემოქმედებითი სექტორის ეკონომიკური პოტენციალის აღქმა.
- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების ერთიანი სექტორის ქრილში აღქმა.
- » შემოქმედებითი ადამიანების მიერ თავიანთი საქმიანობის კულტურულ-ესთეტიკური ღირებულების გარდა - ეკონომიკური და სოციალური სარგებლის დანახვა.

1 UN (2021) <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N21/408/18/PDF/N2140818.pdf?OpenElement>

2 World Bank Group. (2020) Orange Economy: As a Driver of Jobs for Youth <https://www.s4ye.org/sites/default/files/2020-09/Jobs%20in%20the%20Orange%20Economy.pdf>

3 Gijs de Vries. (2022) The SDGs require a stronger role for culture in development. <https://oecd-development-matters.org/2022/01/21/the-sdgs-require-a-stronger-role-for-culture-in-development/>

იმ პირობებში, როდესაც ქვეყანაში ფუნდამენტურად ჯერ კიდევ არ გადააზრებულია კულტურის სექტორის, შემოქმედებითი საქმიანობის როლი და შესაძლებლობები და შესაბამისად, აქამდე არ აღქმულა ამ სექტორების პოტენციალი ქვეყნის განვითარებაში, „შემოქმედებითი საქართველო“ შემოქმედებითი ეკოსისტემის განვითარებაზე მუშაობის პროცესში მრავალ სირთულეს წააწყდა. ფორმულას აკლდა მთავარი ელემენტი - მონაცემები, რომელიც სხვადასხვა მიზეზთა გამო - მეტ-ნაკლებად ყოვლისმომცველი სახით დღემდე არ შეგროვებულა, გაანალიზებულა და წარმოჩენილა. ამ მხრივ, ეს კვლევა საკვანძო მნიშვნელობისაა. ის შემოქმედებითი ინდუსტრიების ერთიანი სექტორად აღქმის და წარმოჩენის საშუალებას იძლევა.

კვლევის ცხადყოფს, რომ შემოქმედებითი სექტორი საქართველოს ეკონომიკის მნიშვნელოვანი ნაწილია და მისი ზოგიერთი ქვესექტორი ზრდის მაღალი პოტენციალით გამოირჩევა.

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის მთლიანი ბრუნვა 2019 წლის მონაცემებით 1.8 მლრდ ლარს აღემატება. ინდუსტრიის ჯამური ბრუნვის საშუალო ყოველწლიური ზრდის მაჩვენებელი კი 8%-ია (2015-19 წწ.).
- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულების წილი მთლიან ბიზნეს სექტორში 3.8%-ს შეადგენს და 876 მილიონ ლარს აჭარბებს (2019 წ.). ინდუსტრიის შექმნილი დამატებული ღირებულება წლიურად საშუალოდ 9%-ით იზრდება (2015-19 წწ.)
- » საქართველოში დასაქმებული 11 ადამიანიდან 1-ს შემოქმედებითი ეკონომიკა ასაქმებს. ჯამურად, შემოქმედებით ეკონომიკაში დასაქმებულთა რაოდენობა 150,687 ადამიანს შეადგენს, რაც საერთო მაჩვენებლის 8,9%-ია⁴.
- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების საშუალო ხელფასი მნიშვნელოვნად აღემატება მთლიან ბიზნეს სექტორში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ხელფასს.

თუკი ეკონომიკის სხვა სექტორები - იქნება ეს სამთომომპოვებელი მრეწველობა თუ ენერგეტიკა, ერთგვაროვანია, შემოქმედებითი ინდუსტრიები მრავალფეროვანია, ბევრი განსხვავებული ელემენტისგან შედგება და შესაბამისად, მისი, როგორც სექტორის საზღვრებიც უფრო ელასტიკური და ცვალებადია, რაც მის ერთიან სექტორად აღქმას ართულებს. შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვადასხვა ოპერატორს ერთი საწყისი - შემოქმედებითობა აკავშირებს, შემოქმედებითობა კი - თავისთავად მრავალშრიანი ფენომენია და საფუძვლად უდევს ერთი შეხედვით ერთმანეთისგან ძალიან განსხვავებულ სექტორებს, მაგალითად - აუდიოვიზუალურ ხელოვნებას, კულტურულ მემკვიდრეობას, რეკლამას, ლიტერატურას თუ გასტრონომიას⁵. ზუსტად ამიტომ, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის დახასიათებისას თუ შემდგომ მის შესახებ მონაცემების აგრეგირებულად წარმოჩენისას, მნიშვნელოვანია ადგილობრივი კონტექსტის გათვალისწინება და კლასიფიკაციის თუ კვლევის მეთოდოლოგიის შესაბამისად შერჩევა.

4 მოცემული ციფრი ეყრდნობა საქსტატის სამუშაო ძალის გამოკვლევის (LFS) 2019 წლის მონაცემებს, და მოიაზრებს შემოქმედებით ეკონომიკაში, პირველად და მეორად სამუშაო ადგილებზე დასაქმებულებს.

5 სრულყოფილი ინფორმაციისთვის გთხოვთ იხილოთ ილუსტრაცია N1 - შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია, სსიპ შემოქმედებითი საქართველო

ქვემოთ მოცემული კვლევა აღნიშნულ ლოგიკას მიჰყვება. კონტექსტის, ხელმისაწვდომი ინფორმაციისა და სხვადასხვა სტრუქტურაში გაბნეული მონაცემების სრულყოფილი გაანალიზების საფუძველზე, პირველ რიგში შეიქმნა კვლევის მეთოდოლოგია, დაიხვეწა სექტორის ადგილობრივი კლასიფიკაცია, შემუშავდა შემოქმედებითი პროფესიების და შემოქმედებითი პროდუქციის ადგილობრივი გარემოს/კონტექსტის შესაფერისი კლასიფიკაციები. შესაბამისად, გარდა იმისა, რომ კვლევას აქვს ამბიცია გახდეს საფუძველი შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებით არსებული გამოწვევების დაძლევისა, რადგან ის სექტორის ერთიან ქრილში გაანალიზების, მისი ეკონომიკური პოტენციალის აღქმისა და საჭიროებების გამოკვეთის საშუალებას იძლევა, ის წარმოადგენს ათვლის წერტილს სამომავლოდ განსახორციელებელი სექტორული კვლევებისთვისაც, რადგანაც მოიცავს ადგილობრივი გარემოს/კონტექსტის გათვალისწინებით შექმნილ მეთოდოლოგიას და ინფორმაციას სტატისტიკური მონაცემების კუთხით არსებული საჭიროებების შესახებ.

კვლევის მიხედვით შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომის მნიშვნელოვანი პოტენციალი აქვს.

- » 2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების პროდუქციის ექსპორტი (აშშ დოლარში გამოხატული) საშუალოდ ყოველწლიურად 11.8%-ით, ხოლო შემოქმედებით საქმიანობებთან დაკავშირებული მომსახურების ექსპორტი საშუალოდ ყოველწლიურად 27%-ით იზრდებოდა.
- » 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით დიზაინის და მოდის პროდუქციის მთლიანი ექსპორტი 43%-ით გაიზარდა.
- » კომპიუტერულ და საინფორმაციო მომსახურებასთან დაკავშირებული მომსახურების ექსპორტის საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელი 88%-ა (2015-19 წწ.)

კვლევა ნათლად წარმოაჩენს სექტორის ერთობლიობას როგორც ეკონომიკური მაჩვენებლების, ისე საჭიროებების კუთხით. მიუხედავად შემოქმედებითი ეკონომიკის მრავალშრიანობისა, ქვესექტორთა უდიდეს ნაწილს მსგავსი საჭიროებები აქვს, რომლებიც ცოდნისა და უნარ-ჩვევების შრომის ბაზართან შესაბამისობით გაუმჯობესებას, საერთაშორისო პოპულარიზაციას და ბაზრებზე წვდომას, შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის ფინანსების გაზრდას და დივერსიფიკაციას, სივრცეების ხელმისაწვდომობას და სხვა საკითხებს ეხება.

სექტორის ეკონომიკური და სოციალური სარგებლის გასაზრდელად საკვანძოდ მნიშვნელოვანია სექტორული განათლების ხარისხის ამაღლება და უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება.

- » შემოქმედებით პროფესიებთან დაკავშირებულ პროგრამებს, უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში, წელიწადში საშუალოდ 475 (2015-2020), ხოლო

პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში წელიწადში საშუალოდ 783 (2015-2020) ადამიანი ამთავრებს.

- » კვლევის მონაწილეთა უმრავლესობის აზრით საჭიროა საგანმანათლებლო პროგრამების შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე მორგება და სტუდენტთა მენეჯერული, ციფრული და მენარმეობასთან დაკავშირებული უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება.
- » პროფესიული განათლების მიმართულებით, სექტორში არსებული დეფიციტური პროფესიების შესაბამისად [მაგალითად, მოდის ინდუსტრიაში მკერავი, მუსიკის ინდუსტრიაში ტექნიკური ინჟინერი და გასტრონომიის და ღვინის ინდუსტრიაში ხარისხის კონტროლის სპეციალისტი] გამოვლინდა პროგრამების გადახედვის და კურიკულუმების განახლების საჭიროება.
- » კვალიფიციური ადამიანური რესურსის განსაკუთრებული დეფიციტი გამოვლინდა საქართველოს რეგიონებში, საიდანაც დიდია ადამიანური რესურსის გადინების მაჩვენებელი.

კვლევა ავლენს, რომ მიუხედავად რეგიონებისა და დასახლებების ტრანსფორმაციაში შემოქმედებითი ეკონომიკის მნიშვნელოვანი როლისა, ეს პოტენციალი არასაკმარისად არის გააზრებული.

- » კულტურა, რეგიონის წარმომადგენლებისათვის უმეტესად აღქმულია, როგორც სიმბოლო, სიმდიდრე, ტრადიცია და ნაკლებად ასოცირებულია იმგვარ ცვლადებთან, როგორებიცაა - დინამიკა, ინოვაცია, წარმოება, დისტრიბუცია ან კომერციალიზაცია.
- » რესპონდენტები საკუთარი ქალაქისა თუ სოფლის განვითარებაში შემოქმედებითი ინდუსტრიის როლს ძირითადად ტურიზმის განვითარებასთან აკავშირებენ და ფიქრობენ, რომ პერსპექტიული იქნება მათთვის კონკრეტული კულტურული ნიშის განსაზღვრა, რაც ტურიზმის პოტენციალის სწორად ათვისებას დაეხმარება.
- » კულტურული და გასტრონომიული ტურიზმი ქართული ტურიზმის ინდუსტრიის ერთერთი მთავარი მიმართულებაა, რომლითაც ვიზიტორთა უდიდესი ნაწილი ინტერესდება.
- » 2015-2019 წლებში საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა, რომლებიც ჩართულნი იყვნენ ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების აქტივობებში წლიურად საშუალოდ 24.8%-ით იზრდებოდა, 2019 წელს აღნიშნულ აქტივობაში ჩართულ საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობამ 5.4 მილიონს გადააჭარბა და მთლიანი ვიზიტორების 75% შეადგინა.

მოცემული კვლევა წარმოადგენს სექტორთან დაკავშირებული თვისებრივი და რაოდენობრივი მონაცემების მნიშვნელოვან წყაროს, თუმცა, აქვე, გამოკვეთს ამაჟამად სექტორის კვლევის მიმართულებით არსებულ ხარვეზებსა და საჭიროებებს.

**საჭიროა შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვადასხვა ქვესექტორისა თუ თემის დეტალური
კვლევა და ამუშაოდ მონაცემთა მოპოვებასთან დაკავშირებული ხარვეზების გამოსწორება.**

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიები დიდწილად მომსახურებაზე ორიენტირებული ინდუსტრიებია, შესაბამისად მნიშვნელოვანია მეტად დეტალური მონაცემების არსებობა მომსახურებით ვაჭრობის მიმართულებით.
- » არასრულყოფილი სტატისტიკური მონაცემების გამო ზოგიერთი შემოქმედებითი ინდუსტრია გადაჭარბებულად ფასდება, ზოგის გაზომვა კი სრულებით ვერ ხერხდება.
- » ინდუსტრიების განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი იქნება იმ ფაქტორების შესწავლა, რომლებიც კონკრეტულ ინდუსტრიებს ნაკლებად მიმზიდველს ხდის. აღნიშნული ფაქტორის გათვალისწინება ხელს შეუწყობს ინვესტიციების მოზიდვას, რაც, თავის მხრივ, გაზრდის ინდუსტრიების განვითარების შესაძლებლობებს.
- » უნარ-ჩვევებთან დაკავშირებული გამოწვევების დაძლევისთვის, უპირველესად მნიშვნელოვანია თემატურ საგანმანათლებლო პროგრამებსა და დასაქმების შესაძლებლობებს შორის ურთიერთკავშირის სიდრმისეული შესწავლა.

სარჩევი

კვლევის ანოტაცია	3
კვლევის ძირითადი შედეგების მოკლე მიმოხილვა	5
შესავალი	14
კვლევის მიზნები, ამოცანები და მეთოდოლოგია	16
კონცეპტუალური ჩარჩო	18
საერთაშორისო გამოცდილება შემოქმედებითი ინდუსტრიების მხარდაჭერის და კვლევის კუთხით	20
ნაწილი I - საქართვალის შაოქმედაბითი ინდუსტრიალის ზოგადი მიმოხილვა - მხარდაჭერის მექანიზმები და საკანონმდებლო ჩარჩო	25
1. შემოქმედებითი ინდუსტრიების საკანონმდებლო ჩარჩო და საერთაშორისო მექანიზმები	26
2. კულტურის, მათ შორის, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ხელშეწყობა საქართველოში ცენტრალური და მუნიციპალური ბიუჯეტების განხილვის მაგალითზე	32
3. შემოქმედებითი ინდუსტრიების წამახალისებელი ეკონომიკური პროგრამები საქართველოში	40
ნაწილი II - საქართვალის შაოქმედაბითი ინდუსტრიალის ეკონომიკური ანალიზი	44
1. რადენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია და გამოყენებული მონაცემები	44
2. ინდუსტრიის ეკონომიკური მაჩვენებლების შეჯამება	51
2.1 არქიტექტურა	63
2.2 დიზაინი და მოდის ინდუსტრია	67
2.3 სახვითი ხელოვნება და საშემსრულებლო ხელოვნება	70
2.4 კინო და ვიდეო	78
2.5 კულტურული მემკვიდრეობა	83
2.6 ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	88
2.7 მედია და მაუწყებლობა	94
2.8 მუსიკა	98
2.9 რეკლამა	103
2.10 სახელოვნებო და კულტურული განათლება	108
2.11 ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია	118
2.12 რენჯა	123
2.13 გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	125
3. მომსახურებით ვაჭრობა შემოქმედებითი ინდუსტრიებში	134
4. დასკვნა და რეკომენდაციები	138
ნაწილი III - შაოქმედაბითი ინდუსტრიალის საქთორის საჭიროებაები და შაოქმედაბის საქართვალში: თვისაბრივი კვლევის ანგარიში	145
1. ძირითადი მიგნებები	145
2. კვლევის მეთოდოლოგია	149

2.1 შერჩევა	149
2.2 მონაცემთა მოპოვებისა და ანალიზის გზები	151
2.3. ფოკუსჯგუფი	152
2.4 სტრუქტურირებული ინტერვიუ	154
2.5 კვლევის შეზღუდვები	155
2.6 კვლევის სამეცნიერო და პრაქტიკული მნიშვნელობა	156
2.7 ეთიკის საკითხები	157
3.1 კვლევის შედეგები - შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება, გამოწვევები და საჭიროებები - თბილისი	158
3.1.1 შემოქმედებითი ინდუსტრიების, შემოქმედებითი ეკოსისტემისა და კულტურის პოლიტიკის ზოგადი ხედვა	158
3.1.2 საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების შეფასება 2015-2021 წლებისთვის	159
3.1.3 ბოლო ხუთი წლის განმავლობაში (პანდემიამდე პერიოდი) ყველაზე სწრაფად განვითარებადი და მოწყვლადი შემოქმედებითი სექტორები	161
3.1.4 შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაფინანსება, ხელშეწყობი პროგრამები და სხვა შესაძლებლობები	165
3.1.5 შემოქმედებითი ეკონომიკა - ბიზნესსაქმიანობა და დასაქმების შესაძლებლობები	166
3.1.6 საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო	169
3.1.7 კომუნიკაცია და ინფორმაციაზე წვდომა	172
3.1.8 საგანმანათლებლო პროგრამები და პროფესიული განათლების ხელშეწყობა	174
3.1.9 შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის არსებული რესურსები და საჭიროებები	175
3.2 კვლევის შედეგები - შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება, გამოწვევები და საჭიროებები - საქართველოს რეგიონების პერსპექტივა ...	177
3.2.1 სისტემური ხედვა	177
3.2.2 კომუნიკაცია	178
3.2.3 რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების აქტიური ქვესექტორების განვითარების დინამიკა და პასიური ქვესექტორების საჭიროებები	181
3.2.4 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბიუჯეტი, მიზნობრიობა და სპეციფიკა	182
3.2.5 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბაზარი რეგიონებში	182
3.2.6 კულტურის დაფინანსება რეგიონებში	184
3.2.7 კულტურული ტურიზმი	186
3.2.8 ინფრასტრუქტურა და სივრცეები	188

სარჩევი

3.2.9 პროფესიული ადამიანური რესურსის ნაკლებობა და დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემები	190
3.2.10 საკანონმდებლო ჩარჩო	191
3.3 კოვიდ-19-ის გავლენა საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაზე	192
4. რეკომენდაციები: რაოდენობრივი კვლევის ანგარიში	194
ნაწილი IV – შაოშაოდეაბითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები	203
1. შედეგების მოკლე შეჯამება	203
2. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია	205
3. ძირითადი მიგნებები	206
3.1 შემოქმედებითი ინდუსტრიაში ჩართული ორგანიზაციების/ბიზნესების ტიპი ..	206
3.2 ადგილობრივ ბაზარზე არსებული გამოწვევები	209
3.3 საერთაშორისო ბაზარზე არსებული გამოწვევები	211
3.4 ბიზნესის/ორგანიზაციის წინაშე მდგარი საჭიროებები საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებისთვის	212
ნაწილი 1. შემოქმედებითი ინდუსტრიების ალტერნატიული კლასიფიკაციები	215
ნაწილი 2. შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქტების კლასიფიკაცია UNCTAD-ის მიხედვით	216
ნაწილი 3. შემოქმედებითი ინდუსტრიების მოცულობა ესტონეთსა და დიდ ბრიტანეთში	217
ნაწილი 4. საქონლით ვაჭრობის შესაბამისი პროდუქტები და HS 2012 კოდები შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის	219
ნაწილი 5. შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია და შესაბამისი სეკ 006-2016 (NACE rev.2)-ის ხელმისაწვდომი კოდები მონაცემთა ბაზების მიხედვით	221
ნაწილი 6. შემოქმედებითი პროფესიები ISCO-88 პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტულ კლასიფიკაციაში კლასიფიკაციაში, UNESCO	224
ნაწილი 7. შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული საგანმანათლებლო პროგრამების დაჯგუფება პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაციის (ISCO-88) მიხედვით, პროფესიული პროგრამები	226
ნაწილი 8. შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული საგანმანათლებლო პროგრამების დაჯგუფება პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაციის (ISCO-88) მიხედვით, უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამები	228
ნაწილი 9. კულტურული ტურიზმი	232
ნაწილი 10. სიხშირის ცხრილები (შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები)	233
ბიბლიოგრაფია	240

გამოყენებული აბრევიატურები:

BPM6 - Balance of Payments and International Investment Position Manual (edition 6)

– საგადასახდლო ბალანსის სახელმძღვანელო (გამოცემა 6)

Geostat - National Statistics Office of Georgia – საქართველოს სტატისტიკის

ეროვნული სამსახური

GITA – Georgian Innovation Technology Agency – საქართველოს ინოვაციებისა და

ტექნოლოგიების სააგენტო

GNTA – Georgian National Tourism Administration – საქართველოს ტურიზმის

ეროვნული ადმინისტრაცია

HS - The Harmonized System – სავაჭრო საქონლის აღწერისა და კოდირების

ჰარმონიზებული სისტემა

ISCO International Standard Classification of Occupations – პროფესიების

საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაცია

LFS Labor Force Survey – შრომის ბაზრის გამოკითხვა

NACE Rev.2 - The Statistical classification of economic activities in the European

Community (Revision 2) – ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორი

(რედაქცია 2)

UNESCO The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization – გაეროს

განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაცია

UNCTAD United Nations Conference on Trade and Development – გაეროს ვაჭრობისა

და განვითარების კონფერენცია

USAID United States Agency for International Development – ამერიკის შეერთებული

შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტო

UN – United Nations – გაერთიანებული ერების ორგანიზაცია

WIPO World Intellectual Property Organization – ინტელექტუალური საკუთრების

მსოფლიო ორგანიზაცია

სეკ – საქართველოს ეროვნული კლასიფიკატორი

შესავალი

შემოქმედებით ინდუსტრიებს, რომელიც საფუძველს ინდივიდთა უნარებიდან, ნიჭიდან და შემოქმედებითობიდან იღებს, მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვთ ქვეყნის განვითარებაში, სამუშაო ადგილების ზრდასა და საერთაშორისო ბაზრებზე ადგილობრივი კულტურის, პროდუქტებისა და მომსახურების პოპულარიზაციაში. შემოქმედებითი ეკონომიკა 2015 წლის მონაცემებით დაახლოებით 30 მილიონ ადამიანს ასაქმებს და ყოველწლიურად დაახლოებით 2,250 მილიარდი აშშ დოლარის შემოსავალს ქმნის. შემოქმედებითი ინდუსტრიების მნიშვნელობა წლიდან წლამდე იზრდება, რასაც სხვა ფაქტორებთან ერთად ისიც ცხადყოფს, რომ გაერთიანებული ერების ორგანიზაციამ 2019 წელს, 74-ე ასამბლეაზე 2021 წელი შემოქმედებითი ეკონომიკის წლად გამოაცხადა.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების არაერთი განმარტება არსებობს. უმეტეს შემთხვევებში სახელმწიფოები და საერთაშორისო ორგანიზაციები შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინდივიდუალურ განმარტებებს გვთავაზობენ. მიუხედავად ამისა, ყველაზე ხშირად გაერთიანებული სამეფოს ციფრული ტექნოლოგიების, კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტის განმარტებას ვხვდებით, რომელიც შემოქმედებით ინდუსტრიებს განიხილავს როგორც ინდუსტრიებს, რომელთა საფუძველსაც ინდივიდთა შემოქმედებითობა, უნარები და ნიჭი წარმოადგენს და ინტელექტუალური საკუთრების შექმნით შეუძლიათ სიმდიდრისა და სამუშაო ადგილების გენერირება. გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენცია დამატებით განმარტავს, რომ აღნიშნულ ინდუსტრიებზე დაფუძნებული ეკონომიკური აქტივობები შემოქმედებით ეკონომიკას წარმოადგენს.

უფრო კონკრეტულად, შემოქმედებითი ინდუსტრიების და მათში შემავალი ეკონომიკური საქმიანობების მრავალგვარი კლასიფიკაცია არსებობს და თითოეული მათგანი მეტწილად მორგებულია შესაბამისი ქვეყნის ან ქვეყნების ჯგუფის ეკონომიკური აქტივობებზე. მიმდინარე ანგარიშში გამოყენებული იქნება შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია, რომელიც ეყრდნობა სსიპ „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ⁷ შექმნილ „საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების გზამკვლევს“ და მასში მოყვანილი კლასიფიკაციის შემდგომ განახლებას. კლასიფიკაციის ჩამოყალიბებისას გათვალისწინებული იქნა ევროკომისიისა და იუნესკოს სამართლებრივი დოკუმენტაცია, ასევე საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკა და ადგილობრივი გამოცდილება. შემოქმედებითი ინდუსტრიები აღნიშნული კლასიფიკაციით მოიცავს შემდეგ ინდუსტრიებს: არქიტექტურა, დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია, სახვითი ხელოვნება, საშემსრულებლო ხელოვნება, ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია, კინო და ვიდეო, ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია, მედია და მაუწყებლობა, მუსიკა, რეკლამა, კულტურული მემკვიდრეობა, სახელოვნებო და კულტურული განათლება, რენვა, გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია. უფრო დეტალურად, კონკრეტულ ინდუსტრიაში შემავალი საქმიანობები მოცემულია ილუსტრაცია 1-ზე.

⁷ უფრო კონკრეტულად, მოცემული გზამკვლევი შეიქმნა შემოქმედებითი საქართველოს პროგრამის ფარგლებში, 2016 წლის ბოლოს. მოცემული პროგრამა, 2017 წლის დასაწყისში გარდაიქმნა საჯარო სამართლის იურიდიულ პირად.

ილუსტრაცია 1. შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია, სსიპ შემოქმედებითი საქართველო

არქიტექტურა	დიზაინი და მოდის ინდუსტრია
არქიტექტურული საქმიანობა	სპეციალიზირებული დიზაინერული საქმიანობა (ინტერიერის, ინდუსტრიული, გრაფიკული დიზაინი)
საინჟინრო და ტექნიკური მომსახურება	მოდის ინდუსტრია
სახვითი ხელოვნება	კინო და ვიდეო
არტისტული შემოქმედება (ფერწერა, სკულპტურა, ფოტოგრაფია, ახალი მედია ხელოვნება და ა.შ.)	კინო ფილმების, ვიდეო და სატელევიზიო პროგრამების პროდუქცია
სახელოვნებო ორგანიზაციებისა და ინსტიტუციების შემოქმედებითი ინდუსტრიული საქმიანობა	კინო ფილმების, ვიდეო და სატელევიზიო პროგრამების პოსტ-პროდუქცია
	კინო ფილმების, ვიდეო და სატელევიზიო პროგრამების დისტრიბუცია
კულტურული მემკვიდრეობა	მედია და მაუწყებლობა
მუზეუმის აქტივობები	რადიო მაუწყებლობა
საბიბლიოთეკო და საარქივო მომსახურებები	სატელევიზიო მაუწყებლობა
ისტორიული ნაგებობების და ადგილების პრეზერვაცია	ინტერნეტ მაუწყებლობა
ბუნებრივი ნაკრძალების, ბოტანიკური, ზოოლოგიური და გასართობი პარკების ინდუსტრია	
ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	მუსიკა
ჟურნალები და პერიოდული გამოცემები	მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება
წიგნების გამოცემა	მუსიკის ელექტრონული კომერცია.
მეორადი წიგნების გაყიდვა	მუსიკალური და ვიდეო ჩანაწერების გაყიდვა სპეციალიზირებულ მაღაზიებში
თარგმნა	აუდიო ჩანაწერების წარმოება და მუსიკის პროდუქცია
წიგნების და ნაბეჭდი პროდუქციის გაყიდვა სპეციალიზირებულ მაღაზიებში	მუსიკალური ინსტრუმენტების გაყიდვა სპეციალიზირებულ მაღაზიებში
ელ. წიგნების წარმოება და დისტრიბუცია	ცოცხალი შესრულება
რეკლამა	საშემსრულებლო ხელოვნება
სარეკლამო სააგენტოების მომსახურება - PR, კომუნიკაცია, სარეკლამო პროდუქციის წარმოება	საშემსრულებლო ხელოვნების დარგები - თეატრი, ცეკვა, ბალეტი, ცირკი, საოპერო და მუსიკალური წარმოდგენები
მედია რეპრეზენტაცია	საშემსრულებლო ხელოვნების ხელშეწყობი აქტივობები
საკონსულტაციო საქმიანობა	გასართობი ინდუსტრია და ფესტივალები
სახელოვნებო და კულტური განათლება	ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია
სახელოვნებო და კულტური განათლების ინდუსტრია	კომპიუტერული პროგრამების, ვებ პორტალებისა და აპლიკაციების შექმნა.
რეწვა	მონაცემთა ბაზები
ტექსტილი, კერამიკა, ხის, მეტალის, მინის, ტყავის ნაწარმი და სხვა.	კომპიუტერული მედიის წარმოება და რეპროდუქცია
გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	კომპიუტერული თამაშების პროდუქცია
კულინარიული განათლება	პროგრამირება
ორგანული, ადგილობრივი და ინოვაციური სტარტაპები კვებისა და კულინარიის მიმართულებით.	ინოვაციური ტექნოლოგიური სერვისების და პროდუქციის შექმნა.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების სწორ განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მტკიცებულებებზე და მონაცემებზე დაყრდნობით მომზადებული განვითარების სტრატეგიები და სამოქმედო გეგმები. მაგალითად, გამომდინარე იქიდან, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის ფინანსებთან ხელმისაწვდომობა და ბიზნეს სექტორში საკმარისი ცოდნა კვლავ გამოწვევად რჩება შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისათვის, მათ შორის ისეთ განვითარებულ ქვეყანაში, როგორიც დიდი ბრიტანეთია, მნიშვნელოვანია რომ ხელშემწყობი პროგრამები იყოს მიზნობრივი და მიმართული სწორედ იმ ინდუსტრიებზე, რომლებსაც ეს ყველაზე მეტად ესაჭიროებათ. შესაბამისად, მნიშვნელოვანია, რომ სწორად იქნას წარმოდგენილი თითოეული შემოქმედებითი ინდუსტრიის ეკონომიკური მდგომარეობა და არსებული ტენდენციები.

კვლევის მიზნები, ამოცანები და მეთოდოლოგია

საქართველოში, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში, ერთ-ერთი მნიშვნელოვან პრობლემად მუდმივად განიხილებოდა სექტორის შესახებ მონაცემების არარსებობა. მოცემული მდგომარეობა საკვანძო გამოწვევა იყო საჯარო პოლიტიკის განმახორციელებელი უწყებებისთვის, რადგანაც ფაქტობრივად შეუძლებელი იყო მტკიცებულებებზე დაფუძნებული პოლიტიკის გატარება. მონაცემების არარსებობა გამოწვევა იყო იმ კუთხითაც, რომ რთული იყო შემოქმედებითი საქმიანობის, როგორც ბიზნესსაქმიანობის აღქმა და ამ ინდუსტრიის ეკონომიკური და სოციალური სიკეთეების გააზრება.

2016 წელს დამტკიცდა ქვეყნის პირველი სახელმწიფო სტრატეგია კულტურისთვის - კულტურის სტრატეგია 2025, რომლის ერთ-ერთი მიმართულებაც შემოქმედებითი ინდუსტრიებს, ამოცანათა ნაწილი კი - ამ ინდუსტრიების შესახებ პერიოდულად განახლებადი მონაცემების მოპოვებას ეთმობოდა, თუმცა, ერთი მხრივ, თავად სექტორის კომპლექსურობიდან, მეორე მხრივ კი - ამ სექტორის კვლევის უნივერსალური მეთოდოლოგიის არარსებობისა და ზოგადი სტატისტიკური მონაცემების სიმწირის გამო, აქამდე ვერ მოხერხდა ყოვლისმომცველი საბაზისო კვლევის ჩატარება, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს სხვადასხვა ქრილში გააანალიზებდა და განსხვავებული ტიპის მონაცემებს გააერთიანებდა.

დღემდე, სექტორის შესახებ ინფორმაციის შემცველ მნიშვნელოვან წყაროებად, რომლებიც სრულად მაინც ვერ ახერხებდნენ სექტორის წინაშე მდგარი პრობლემის აღმოფხვრას - იუნესკოს „კულტურა განვითარებისთვის ინდიკატორების“ (Culture for Development Indicators - CDIS) მეთოდოლოგიით 2017 წელს გამოქვეყნებული „CDIS ანალიტიკური და ტექნიკური ანგარიში საქართველოსთვის“ და იმავე წელს, გერმანიის ეკონომიკური ჯგუფისა (German Economic Team) და ISET-ის პოლიტიკის ინსტიტუტის მიერ გამოცემული პოლიტიკის დოკუმენტი - „შემოქმედებითი სექტორი საქართველოში - სიტუაცია, პოტენციალი და პოლიტიკის საკითხები“, შეიძლება ჩაითვალოს.

არსებული სიტუაციისა და გამოწვევების საპასუხოდ, მოცემული კვლევისა და შესაბამისი ანგარიშის მიზანია ერთი მხრივ - გაზომოს შემოქმედებითი ეკონომიკა და შეისწავლოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური წარმადობა, მეორე მხრივ - დაადგინოს სექტორის ძირითადი საჭიროებები და გამოწვევები მთელი ქვეყნის მასშტაბით.

კვლევა, როგორც სექტორის მრავალდისციპლინურობიდან, ისე თავად კვლევის მიზნების კომპლესურობიდან გამომდინარე, მრავალშრიანია. ის ცდილობს უპასუხოს 4 ძირითად კითხვას, რომლებიც შესაბამის ნაწილებში უფრო კონკრეტულ კითხვებად იშლება:

- 1) როგორია შემოქმედებითი ინდუსტრიების მარეგულირებელი ჩარჩო საქართველოში და რა პირობებში უწევთ საქმიანობა სექტორის წარმომადგენელ იურიდიულ თუ ფიზიკურ პირებს?
- 2) როგორია თითოეული შემოქმედებითი ინდუსტრიის თუ შემოქმედებითი ეკონომიკის საერთო მოცულობა, განვითარების ტენდენციები და წვლილი საქართველოს მთლიან ეკონომიკაში?
- 3) რა ძირითადი საჭიროებები და გამოწვევები აქვს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს თბილისისა და საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში?
- 4) რა შესაძლებლობები ან/და პრობლემები არსებობს საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციის კუთხით?

ჩამოთვლილი კვლევის კითხვების მიხედვით, ანგარიში იყოფა 4 ძირითად ნაწილად, რომლებიც, თავისმხრივ თავებს და ქვეთავებს მოიცავს. თითოეულ ნაწილში ასახულია მასში აღწერილი მონაცემების გაანალიზების მეთოდოლოგიაც.

საერთო ჯამში, წინამდებარე ანგარიში ეყრდნობა თოთხმეტივე სექტორის (იხ. ილუსტრაცია N1) წარმომადგენლებისა და სახელმწიფო სტრუქტურების გამოცდილებებს, ის აერთიანებს (2015 - 2020(21) წლებში) შემოქმედებითი სექტორებში გამოვლენილ სირთულეებს, წარმატებულ პრაქტიკებს და გამოწვევების დაძლევის გზებს. აღსანიშნავია, რომ კვლევის ჩარჩო არ ფოკუსირდება თითოეული სექტორის სიღრმისეულ ანალიზზე, თუმცა საერთო მიგნებების და შედეგების გზით გამოკვეთს სექტორების ინდივიდუალური კვლევის აუცილებლობას.

კვლევაში, შეუძლებელია Covid-19 პანდემიის გავლენის შეფასებისთვის გვერდის ავლა, რადგან შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვისა და ეკონომიკური საქმიანობისთვის, 2021-2022 წლები, განსაკუთრებულად კრიტიკული და ზიანის მომტანი აღმოჩნდა. საკითხი, ბუნებრივია საჭიროებს სექტორებზე მორგებულ დამოუკიდებელ კვლევას, თუმცა აღნიშნული დოკუმენტი, მოკლედ მიმოიხილავს ამ პერიოდისთვის დამახასიათებელ ძირითად დაბრკოლებებს.

კვლევის ფარგლებში ჩატარებული საქმიანობა ეყრდნობოდა კვლევის თვისებრივ და რაოდენობრივ მეთოდოლოგიას. სოციოლოგიურ კვლევის მეთოდებიდან, გამოყენებულ იქნა: დოკუმენტების ანალიზი, ფოკუსჯგუფი, ექსპერტთა გამოკითხვა, სტრუქტურირებული ინტერვიუ, სატელეფონო გამოკითხვა. კვლევა სწავლობს შემოქმედებითი ინდუსტრიების როგორც ეკონომიკური, ასევე სოციალური თანამონაწილეობისა და ქვეყნის განვითარებაზე მისი გავლენის შეფასების პრაქტიკებს.

კონსტიტუალური ჩარჩო

მსოფლიოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორებისა და მათზე მორგებული შესაძლებლობების სწრაფ განვითარებასთან ერთად, საერთაშორისო ორგანიზაციები და სახელმწიფოები კულტურის ეკონომიკურ მნიშვნელობასა და განზომილებას უფრო აქტიურად განიხილავენ. კულტურისა და ეკონომიკური პოლიტიკის დოკუმენტების გაცნობისას, ან საერთაშორისო ქსელებში განვევრიანებისას ხშირად ამ სექტორებში დასაქმებული ადამიანები და უშუალოდ პოლიტიკის მწარმოებლებიც განსხვავებულ ცნებებს გვთავაზობენ, რაც ბუნდოვანებას და სექტორების მიმართ არასისტემურ ხედვას იწვევს. შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცნება საქართველოსთვის განსაკუთრებით ახალია და მისი განმარტების აუცილებლობას წინამდებარე კვლევის მიგნებებიც ცხადყოფს.

კულტურის ინდუსტრიის კონცეფცია პირველად 1940-იანი წლების დასაწყისში თეოდორ ვ. ადორნომ და მაქს ჰორკჰაიმერმა გამოიყენეს. ადორნომ გააკრიტიკა „კულტურის ინდუსტრია“, რომლის მეშვეობითაც კორპორატიული მწარმოებლები ახორციელებდნენ კონტროლს ზემოდან ქვემოთ, რაც უარყოფს იმ იდეას, რომ კულტურა „სპონტანურად წარმოიქმნება თავად მასებისგან“. ადორნომ (1903-1969) და თანაავტორმა მაქს ჰორკჰაიმერმა (1895-1973), თავიანთ წიგნის - „განმანათლებლობის დიალექტიკა“ (1944) ერთ-ერთ თავში - „კულტურული ინდუსტრია: განმანათლებლობა, როგორც მასობრივი მოტყუება“, ტერმინი „მასობრივი კულტურა“ შეცვალეს „კულტურული ინდუსტრიით“. აღნიშნულში ისინი გულისხმობდნენ იმას, რომ მასობრივი კულტურა მომდინარეობს არა მასიდან, არამედ ინარმოება მასისთვის.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კონცეფციის თავდაპირველი გამოყენების კარგი მაგალითი ავსტრალიაა, როდესაც 1994 წელს მთავრობამ გამოუშვა ახალი კულტურის პოლიტიკის დოკუმენტი „შემოქმედებითი ერი“ („Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy“, October 1994,)“, რომელიც მიზნად ისახავდა ქვეყნის ახალი IT შესაძლებლობების და გლობალური კულტურის მზარდი ტალღის ციფრული მედიით დაკავშირებას.

გარდა კულტურული პოლიტიკისა აღნიშნულ დოკუმენტს არსებითად ეკონომიკური პოლიტიკის დატვირთვა ჰქონდა. ეს იყო პირველი შემთხვევა, როდესაც ავსტრალიის ფედერალურმა მთავრობამ, ოფიციალურად შეიმუშავა კულტურის პოლიტიკა, შემდგომ კი, ამავე დოკუმენტს მხარი დაუჭირა კულტურული ინსტიტუტებისთვის 250 მილიონი აშშ დოლარის დამატებითი გამოყოფისთვის. ანგარიშში ხაზგასმულია კულტურის, როგორც ეროვნული იდენტობის მნიშვნელობა და მისი განსაზღვრების გაზრდის აუცილებლობა, შესაბამისად კონცეფცია ამ პერიოდიდან აერთიანებს კულტურის დამატებით ქვესექტორებს - ფილმის და რადიოს ინდუსტრიას, ბიბლიოთეკებს და სხვა. ანგარიში გამოკვეთს კულტურული საქმიანობისა და ხელოვნების ეკონომიკურ პოტენციალს.

გაერთიანებულმა სამეფომ შემოქმედებითი ინდუსტრიის კონცეფციის აქტიურად დანერგვა ახალი ლეიბორისტული პარტიის სათავეში მოსვლისთანავე, 1997 წელს დაიწყო. შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური პოლიტიკის ნაწილად განხილვის პარალელურად, აქტიურად განიხილებოდა ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების ხელშეწყობის საკითხი. ამ მხრივ შემოქმედებითმა ინდუსტრიების ტერმინმა ჩაანაცვლა კულტურის ინდუსტრიების

ტერმინი, რითაც მომავალში გავლენა მოახდინა კულტურის პოლიტიკის მედიის პოლიტიკასთან დაკავშირებაზე.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ტერმინის დამკვიდრებასა და ფართო გამოყენების წასახალისებლად, როგორც საჯარო ისევე კერძო სექტორში, მნიშვნელოვანია მათი საერთაშორისოდ გაზიარებული განსაზღვრებების ადაპტირება. აქვე, აუცილებელია იმის გათვალისწინებაც, რომ მიუხედავად ქვემოთ მოყვანილი განმარტებებისა, ხშირად, სხვადასხვა ორგანიზაცია თუ მეცნიერი, სფეროს აღმწერ სხვადასხვა ტერმინს ერთმანეთის სინონიმად იყენებს და ჯერჯერობით, უნივერსალური, სრულად შეთანხმებული საერთო განმარტება არ არსებობს.

UNESCO-ს განმარტებით, შემოქმედებითი და კულტურული ინდუსტრიები მოიცავს ისეთ ინდუსტრიებს, რომლებიც თავის თავში აერთიანებენ, კულტურული და არამატერიალური არსის მქონე შემოქმედებითი „შინაარსი“ შექმნას, წარმოებასა და კომერციალიზაციას. შექმნილი „შინაარსები“, ჩვეულებრივ, დაცულია საავტორო უფლებით და შესაძლებელია ჰქონდეს პროდუქტის ან მომსახურების ფორმა. გარდა ყველა სახელოვნებო და კულტურული პროდუქტისა, სექტორი მოიცავს არქიტექტურას და რეკლამას“.

გაერთიანებული სამეფოს მთავრობის კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტის (DCMS, 1998) მიერ მოცემული განსაზღვრებით, შემოქმედებითი ინდუსტრიებია ისეთი: „ინდუსტრიები, რომლებიც მომდინარეობს ინდივიდუალური შემოქმედებითობის, უნარ-ჩვევების და ნიჭისგან და აქვს დოვლათის და სამუშაო ადგილების შექმნის პოტენციალი, ინტელექტუალური საკუთრების შექმნის და მისი გამოყენების გზით“.

საქართველოს კულტურის სტრატეგიის, კულტურის სტრატეგია 2025-ის განმარტებით, „შემოქმედებითი ინდუსტრიები - არის სექტორი, რომელიც ახორციელებს მხატვრული და შემოქმედებითი ხასიათის პროდუქტისა და მომსახურების წარმოებასა და გავრცელებას, განურჩევლად მათი კომერციული ღირებულებისა, და სხვადასხვა ინდუსტრიულ საქმიანობას, რომელიც შემოქმედებით და მხატვრულ ძალისხმევას ემყარება, ან/და იყენებს კულტურას, როგორც რესურსს ინდუსტრიული პროდუქტის შექმნაში. სექტორი ხელოვნების ტრადიციულ დარგებსა და კულტურულ მემკვიდრეობასთან ერთად მოიცავს აუდიოვიზუალურ და საგამომცემლო სექტორს, დიზაინს, რეკლამას, მედიასა და მაუწყებლობას და სხვ. (სექტორი, ასევე, ცნობილია კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სახელით)

ჯონ ჰოვკინსმა (John Howkins) 2001 წელს შეიმუშავა შემოქმედებითი ეკონომიკის ცნება, რომელიც აღნიშნავს ეკონომიკურ სისტემებს, სადაც ღირებულების დაგროვება ხდება ისეთ საქმიანობებზე დაყრდნობით, რომლებიც წარმოსახვას უფრო ეფუძნება, ვიდრე მიწის, სამუშაო ძალისა თუ კაპიტალის ტრადიციულ რესურსებს.

გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) მიხედვით, „შემოქმედებითი ეკონომიკას ერთი განმარტება არ აქვს. ის განვითარების პროცესში მყოფი კონცეფციაა, რომელიც ადამიანურ შემოქმედებითობას, იდეებსა და ინტელექტუალურ საკუთრებას, ცოდნასა და ტექნოლოგიებს შორის კავშირებს ემყარება. UNCTAD-ისვე განმარტებით, შემოქმედებითი ინდუსტრიები შემოქმედებითი ეკონომიკის სანყის წარმოადგენს და განისაზღვრება საქონლისა

და მომსახურების წარმოების ციკლებად, რომელიც, ძირითად რესურსად შემოქმედებით და ინტელექტუალურ კაპიტალს იყენებს.

შემოქმედებითი ეკონოსისტემა, შემოქმედებითი საქმიანობისგან შექმნილი სისტემაა, რომელშიც ურთიერთდაკავშირებულია შემოქმედებითი რესურსები (ადამიანური, სივრცეები, სამუშაო ადგილები და პლატფორმები – ფიზიკური თუ ციფრული). ადამიანური რესურსები მოიცავს პოლიტიკის განმსაზღვრელებს, შემოქმედებს, პროფესიონალებს, მეწარმეებს, შუამავლებს. დამოუკიდებლობა ის დუღაბია, რომელიც კრავს წარმატებულ ეკოსისტემებს.

მოცემული კვლევის დიზაინის – სამაგიდე კვლევის თუ სავსე საქმიანობის დაგეგმვის, კითხვარების შედგენის პროცესი ითვალისწინებდა ერთი მხრივ იმ საერთაშორისო გამოცდილებას, რაც სექტორის განსაზღვრის, ტერმინთა განმარტების და კლასიფიკაციის კუთხით არსებობს, მეორე მხრივ კი – ადგილობრივ კონტექსტს, მათ შორის, ტერმინთა შესახებ ინფორმაციის გავრცელებასთან, აღქმასთან, სექტორებთან თვითიდენტიფიკაციასთან მიმართებით არსებულ მდგომარეობას.

კვლევის სქოლიოდ გამოყენებული იქნა შემოქმედებითი ინდუსტრიების საჭიროებების, ეკონომიკური გავლენისა და სექტორული ანალიზის მიმსგავსებული კვლევები. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს მასშტაბით სექტორული კვლევების, რესურსების საჭიროებებისა და გამოწვევების სრულყოფილი ანალიზი ამ დრომდე არ ჩატარებულა. თუმცა, შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოში ბოლო წლებში ჩატარებული კვლევები უფრო მეტად ფოკუსირდება კონკრეტული სექტორების, ახლად აღმოცენებული ინდუსტრიებისა და შემოქმედებითი ადამიანების გამოწვევების ანალიზზე, რაც მკვლევართათვის სისტემური პრობლემების იდენტიფიცირების ვალიდური და დამხმარე წყაროა.

საერთაშორისო გამოცდილება შემოქმედებითი ინდუსტრიების მხარდაჭერის და კვლევის კუთხით

შემოქმედებითი ეკონომიკის მხარდამჭერი პოლიტიკის მნიშვნელოვან საფუძველს გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO) მიერ 2005 წელს შემუშავებული „კულტურული თვითგამოხატვის, მრავალფეროვნების დაცვისა და ხელშეწყობის კონვენცია“⁸ წარმოადგენს, რომლის მიზანია ხელი შეეწყოს შემოქმედებითი საქონლის და მომსახურების შექმნას, განაწილებას და მათზე ფართო ხელმისაწვდომობის უზრუნველყოფას. კონვენციის ფარგლებში, ერთ-ერთ მნიშვნელოვან აქტივობას, მტკიცებულებებზე დაფუძნებული პოლიტიკის განვითარებისათვის შემოქმედებითი ეკონომიკის გარშემო კვლევისა და მონაცემების შეგროვების

⁸ UNESCO (2005). The Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions.

მხარდაჭერა წარმოადგენს. გამომდინარე იქიდან, რომ კულტურული ინდუსტრია⁹ შემოქმედებითი ინდუსტრიის მთავარი კომპონენტია (მაგ. „კონცენტრული წრეების მოდელი“ (Concentric Circles Model¹⁰) და „სიმბოლური ტექსტების მოდელი“ (Symbolic Texts Model)), UNESCO შემოქმედებითი ეკონომიკის კონტექსტში ერთ-ერთ კვლევით ინსტრუმენტად „კულტურა განვითარებისთვის“ სერიის ინდიკატორებს განიხილავს. სერია შვიდ ძირითად განზომილებად იყოფა, რომელიც 22 რაოდენობრივ და ხარისხობრივ ინდიკატორს აერთიანებს¹¹. ის მოიცავს ეკონომიკის, განათლების, მმართველობის, საზოგადოებრივი ჩართულობის, გენდერული თანასწორობის, კომუნიკაციისა და მემკვიდრეობის განზომილებებს. ეკონომიკის განზომილებაში კი ძირითად ინდიკატორებად განხილულია კულტურული აქტივობების კონტრიბუცია მთლიან შიდა პროდუქტში, დასაქმება და დანახარჯები კულტურულ აქტივობებზე.

გარდა ამისა, გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციამ (UNCTAD) 2004 წელს დაიწყო შემოქმედებითი ეკონომიკის პროგრამა, რომელიც სავაჭრო მონაცემებზე დაყრდნობით აანალიზებს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჩართულობას ვაჭრობაში და სახავს სამომავლო პერსპექტივებს¹². ორგანიზაციის მიერ 2004 წელს გამოქვეყნებულ დოკუმენტში¹³ ხაზგასმულია, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიები ეკონომიკის ზრდის ერთ-ერთი მთავარი გამსაზღვრელი აქტივია, რომელიც სწრაფად ცვალებად და მზარდ მსოფლიო ეკონომიკაში ინტეგრაციას უწყობს ხელს. ორგანიზაცია მომსახურებითა და საქონლით ვაჭრობის სტატისტიკურ მონაცემებს ანალიზებს საქონლის აღწერისა და კოდირების ჰარმონიზებულ სისტემასა (Harmonized System - HS) და საგადამხდელო ბალანსის სახელმძღვანელოზე (BPM6-ზე) დაყრდნობით. UNCTAD-ის შემოქმედებითი ეკონომიკის მონაცემთა ბაზაში ფიქსირდება 12 მთავარი ინდიკატორი, რომელთა მეშვეობითაც ხდება ქვეყნის ეკონომიკაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლისა და ზრდის შეფასება.

აღნიშნული ინდიკატორები შეგვიძლია დავყოთ ორ ჯგუფად, ესენია:

- შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქონლისა და მომსახურების ექსპორტთან და იმპორტთან დაკავშირებული ინდიკატორები;
- შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული საქონლისა და მომსახურების ექსპორტთან და იმპორტთან დაკავშირებული მონაცემები

თითოეული მიმართულებით შემუშავებული ინდიკატორები აფასებენ როგორც ვაჭრობის ნომინალურ მაჩვენებლებს, ასევე შესაბამისი სავაჭრო ნაკადების წილს ეკონომიკის ჯამურ ექსპორტსა და იმპორტში, წლიური ზრდის ტემპებსა და ექსპორტისა და იმპორტის კონცენტრაციის ინდექსებს.

9 იუნესკო. (2017). იუნესკო კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის (CDIS).

10 Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries.
https://www.researchgate.net/publication/248952696_The_concentric_circles_model_of_the_cultural_industries

11 UNESCO. (2004). Culture for Development.

12 UNCTAD. (2004). Creative industries and development.

13 UNCTAD. (2004). Creative industries and development.

UNCTAD-ის თანახმად, შემოქმედებითი ინდუსტრიები მოიცავს რეწვას, აუდიო-ვიზუალური პროდუქციის წარმოებას, დიზაინს, მედიას, საშემსრულებლო ხელოვნებას, გამომცემლობასა და სახვით ხელოვნებას¹⁴. ამავე კლასიფიკაციის მიხედვით შემოქმედებითი და მასთან დაკავშირებული მომსახურებებში შედის რეკლამა, ბაზრის კვლევა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა, არქიტექტურული, საინჟინრო და სხვა ტექნიკური მომსახურება, კვლევა და განვითარება, კომპიუტერული და საინფორმაციო მომსახურება, როიალტი და სალიცენზიო გადასახადი და პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება, რომელიც თავის მხრივ ორ კომპონენტად იყოფა, ესენია: აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურება და სხვა პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება.

ევროკომისია, როგორც ევროკავშირის აღმასრულებელი სტრუქტურა, აქტიურად არის ჩართული შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებასა და ეკონომიკაში მათი როლის გაზრდაში. ევროკომისია ახორციელებს პროგრამას „შემოქმედებითი ევროპა“¹⁵, რომლის მიზანია – 1. ევროპული კულტურის, ლინგვისტური მრავალფეროვნების და მემკვიდრეობის დაცვა, წარმოჩენა და განვითარება 2. ეკონომიკაში შემოქმედებითი და კულტურის სექტორების მნიშვნელობის ზრდა, განსაკუთრებული ყურადღება კი აუდიოვიზუალურ სექტორს ექცევა. პროგრამის პირველი ეტაპი 2014-2020 წლებში განხორციელდა, ხოლო მეორე ეტაპი 2021-2027 წლებისთვისაა დაგეგმილი და მისი ბიუჯეტი 2.44 მილიარდ ევროს შეადგენს. პროგრამას სამი ძირითადი მიმართულება აქვს; ესენია: კულტურის, მედიისა და სექტორთაშორისი მიმართულებები. კულტურის მიმართულება თავის მხრივ მოიცავს არქიტექტურის, კულტურული მემკვიდრეობის, დიზაინის, ლიტერატურისა და გამომცემლობის, მუსიკისა და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიებს.¹⁶

საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სსიპ „შემოქმედებითი საქართველო“, რომელიც საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს დაქვემდებარებაში არსებული ორგანიზაციაა. აღნიშნული სსიპ-ი კულტურის სტრატეგია 2025-ის¹⁷ მიზნების საფუძველზე შეიქმნა, შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის სასურველი გარემოს შექმნის მისიით და მიზნად ისახავს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცნობადობის გაზრდას, შემოქმედებითი მეწარმეობასთან დაკავშირებული უნარ-ჩვევების განვითარებას, სექტორის კვლევას, შემოქმედებითი ინდუსტრიებში ფინანსებთან ხელმისაწვდომობის გაუმჯობესებას, შემოქმედებითი პლატფორმების და კლასტერების განვითარების, ასევე სექტორის ინტერნაციონალიზაციის ხელშეწყობას. შემოქმედებითი საქართველოს გარდა შემოქმედებითი ინდუსტრიების წამახალისებელ პროექტებში აქტიურად

¹⁴ დეტალურად UNCTAD-ის შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქტების კლასიფიკაცია წარმოდგენილია დანართ 2-ში.

¹⁵ შემოქმედებითი საქართველოს შემადგენლობაშია „შემოქმედებითი ევროპის“ პროგრამის საქართველოს საინფორმაციო „დესკი“, რომელიც კულტურის სექტორის წარმომადგენლებს აწვდის საჭირო ინფორმაციას, უწევს პროგრამაში მონაწილეობის შესახებ კონსულტაციას, ასევე, ხელს უწყობს საერთაშორისო პარტნიორების პოვნაში. მეტი ინფორმაცია შემოქმედებითი ევროპის საქართველოს დესკის საქმიანობაზე ხელმისაწვდომია შემდეგ ბმულზე: <https://www.facebook.com/creativeeuropege>

¹⁶ Culture and Creativity. (n.d.). About the Creative Europe Programme. <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/about-the-creative-europe-programme>

¹⁷ საქართველოს კულტურის სტრატეგია 2025. (n.d.). <https://mes.gov.ge/publicInfo/wp-content/uploads/2013/12/კულტურის-სტრატეგია-2025.pdf>

არიან ჩართული სხვა ორგანიზაციებიც, რომელთა საქმიანობაც უფრო დეტალურად მომდევნო თავებში იქნება განხილული.

როგორც ევროკავშირის ქვეყნებისთვის, საქართველოსთვისაც წამახალისებელი პროგრამები შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ფინანსებზე ხელმისაწვდომობისა და შესაძლებლობების განვითარების კუთხით. კონკრეტულად „შემოქმედებითი ევროპის“ მიერ განხორციელებული მხარდამჭერი პროგრამების შედეგები ერთგვარად ევროკავშირის ქვეყნების ეკონომიკური მაჩვენებლების დაკვირვებისას შეგვიძლია დავინახოთ¹⁸.

2019 წლის მონაცემებით, ევროკავშირის¹⁹ ქვეყნებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურმა ბრუნვამ 643 მილიარდი ევრო შეადგინა, რაც 2013 წლის მაჩვენებელს დაახლოებით 17%-ით აღემატება. ამავე პერიოდში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვის წილი მშპ-სთან მიმართებით 4.2%-დან 4.6%-მდე გაიზარდა. აღსანიშნავია, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზრდის ტემპი (2.6%) უფრო მაღალია ვიდრე ევროკავშირის ქვეყნების მთლიანი შიდა პროდუქტის ზრდის ტემპი (2.1%)²⁰. აღნიშნული გარემოება შემოქმედებითი ინდუსტრიებს საშუალოზე სწრაფად მზარდ ინდუსტრიებად წარმოაჩენს. ამ მხრივ საქართველო ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების საშუალო მაჩვენებლებს მცირედით ჩამორჩება. 2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების საშუალო ზრდის ტემპმა 2.5%, შეადგინა, ხოლო 2019 წლის მონაცემებით ბრუნვის წილი მშპ-სთან მიმართებით 4.5%-ია.

ჯამური ბრუნვის მაჩვენებლებში 2019 წლის მდგომარეობით მოწინავე პოზიციებს სახვითი ხელოვნება, სარეკლამო ინდუსტრია და აუდიოვიზუალური ინდუსტრია ინაწილებენ. აღსანიშნავია, რომ სამივე ინდუსტრიის შემთხვევაში 2013-2019 წლებში ჯამური ზრდის მაჩვენებელმა ორნიშნა ნიშნულს მიაღწია. ამ მხრივ გამორჩეული პოზიცია საქართველოში სარეკლამო, არქიტექტურისა და ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიებს უჭირავთ.

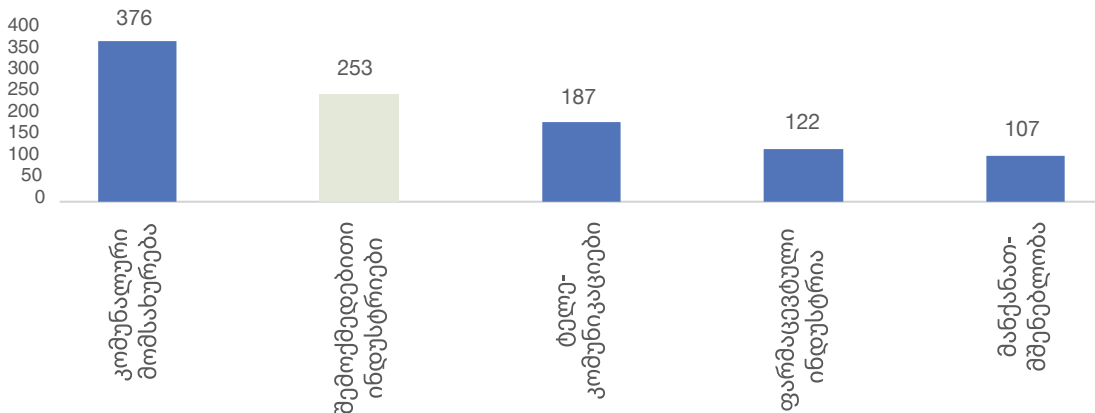
2013-2019 წლებში ევროკავშირის შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება წლიურად საშუალოდ 2.9%-ით იზრდებოდა და 2019 წელს 253 მილიარდი ევრო შეადგინა. იმის ხაზგასასმელად თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლი ევროკავშირის ეკონომიკაში, შეგვიძლია აღნიშნული მაჩვენებელი შევადაროთ სხვა ინდუსტრიებს. როგორც გრაფიკი 1-დან ჩანს, შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება 1.4-ჯერ აღემატება ტელეკომუნიკაციების ინდუსტრიას, ხოლო 2.3-ჯერ საავტომობილო ინდუსტრიას.

18 შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებასთან დაკავშირებით ერთ-ერთ წარმატებულ მაგალითად გაერთიანებული სამეფო შეგვიძლია მოვიყაროთ. გარდა ამისა, საქართველოს მსგავს ქვეყნებს შორის საინტერესოა ესტონეთის შემოქმედებითი ეკონომიკის მაგალითის განხილვაც (დანართი 3).

19 იგულისხმება ევროკავშირის ამჟამინდელი 27 სახელმწიფო გაერთიანებულ სამეფოსთან ერთად.

20 მშპ მუდმივ ფასებში (აშშ დოლარი). წყარო - მსოფლიო ბანკის მონაცემთა ბაზა.

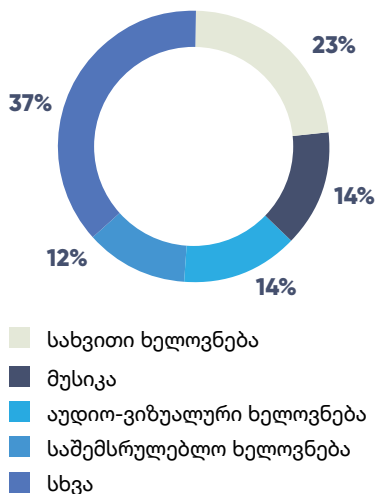
გრაფიკი 1 ევროკავშირში შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება სხვა სექტორებთან მიმართებით



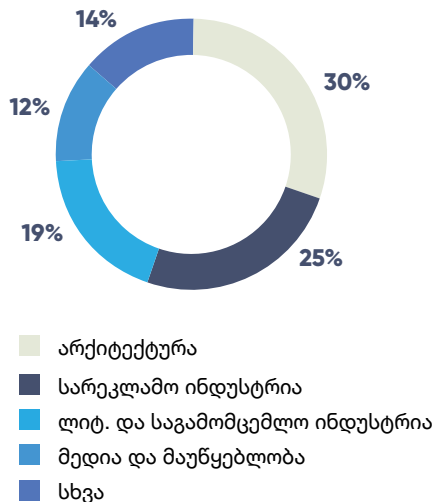
წყარო: Eurostat

2019 წლის მდგომარეობით, შემოქმედებითი ინდუსტრიები ევროკავშირის წევრ 28 სახელმწიფოში ასაქმებს დაახლოებით 7.6 მილიონ ადამიანს. გამორჩეული როლი სახვით ხელოვნებას, მუსიკას, აუდიო-ვიზუალურ და საშემსრულებლო ხელოვნებებს უჭირავთ. თითოეული მათგანი ინდივიდუალურად ასაქმებს მილიონზე მეტ ადამიანს, ხოლო მათი საერთო წილი ჯამურ დასაქმებაში 68%-ია (გრაფიკი 2). ამ მხრივ საქართველოში განსხვავებულ სურათს ვხვდებით. სულ შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულია 31 ათასზე მეტი ადამიანი. მათი 30% არქიტექტურის, 25% სარეკლამო, ხოლო 19% ლიტერატურასა და საგამომცემლო ინდუსტრიებში არიან დასაქმებული (გრაფიკი 3).

გრაფიკი 2 - დასაქმებულთა განაწილება შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიხედვით, ევროკავშირი, 2019



გრაფიკი 3 - დაქირავებით დასაქმებულთა დანაწილება შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიხედვით, საქართველო, 2019



წყარო: Eurostat, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ნაწილი I

საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზოგადი მიმოხილვა - მხარდაჭერის მექანიზმები და საკანონმდებლო ჩარჩო

შემოქმედებითი ინდუსტრიების საჯარო პოლიტიკის კონტექსტში განხილვა საქართველოში 2016 წლიდან დაიწყო, როდესაც ქვეყნის პირველი კულტურის სტრატეგია - კულტურის სტრატეგია 2025 შეიქმნა და მისი 8 სტრატეგიული მიმართულებიდან ერთ-ერთად, შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება იქნა დასახული. 2016 წელსვე, სტრატეგიის ამოცანების შესაბამისად, შეიქმნა „საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების გზამკვლევი“, ჩამოყალიბდა პროგრამა - შემოქმედებითი საქართველო, შემდეგ კი - 2017 წლის იანვარში დაფუძნდა საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - შემოქმედებითი საქართველო. ორგანიზაციის მისია ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის ხელშემწყობი გარემოს შექმნაა, რისთვისაც სხვადასხვა ტიპის პროგრამას ახორციელებს.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ძირითად მარეგულირებელ მექანიზმად კულტურის სტრატეგია 2025 რჩება და ცნება და შესაბამისი კლასიფიკაცია თემატურ თუ ზოგად კანონმდებლობაში ჭერჯერობით არ არის ასახული. თუმცა, საქართველოს კანონმდებლობა განსაზღვრავს სფეროს მხარდამჭერ სხვადასხვა მექანიზმს, რაც ქვემოთ მოცემულ სხვადასხვა თავში იქნება განხილული.

მოცემული ნაწილი მოკლედ მიმოიხილავს იმ ძირითად პოლიტიკის ინსტრუმენტებს, საკანონმდებლო თუ ფინანსურ მექანიზმებს, რომელიც არეგულირებს ან/და ხელს უწყობს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს საქართველოში.

მოცემული თავი ეყრდნობა კვლევის ფარგლებში, სხვადასხვა უწყებიდან და ორგანიზაციიდან მოპოვებული თუ სხვა საჯარო დოკუმენტაციის, ასევე, საქართველოს მუნიციპალიტეტებთან ჩატარებული სიღრმისეული ინტერვიუების ანალიზის შედეგებს.

აღნიშნული ნაწილის მიზანია, ზოგადი პოლიტიკისა და საკანონმდებლო გარემოს მიმოიხილვის შემდეგ, უპასუხოს ქვემოთ მოცემულ კვლევით კითხვებს:

- 2019-20-21 წლების სახელმწიფო ბიუჯეტის რა ნაწილი ეთმობოდა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაფინანსებას?
- ბოლო წლების (2015 – 2020-21) განმავლობაში მუნიციპალიტეტების მთლიანი ბიუჯეტის რა ნაწილი გამოიყოფა შემოქმედებითი სექტორების განვითარების ხელშეწყობისთვის?
- როგორ ხდება პრიორიტეტების შერჩევა შემდეგ კატეგორიებს შორის: კულტურული ღონისძიებების დაფინანსება, სახელოვნებო განათლების დაფინანსება და სტიპენდიები, კონკურსები და დამოუკიდებელი საპროექტო ინიციატივების მხარდაჭერა.
- აღნიშნული წლების დინამიკის შედარებით, დავადგინოთ ხარჯვენ თუ არა მუნიციპალიტეტები ბიუჯეტს მიზნობრივად და შედეგზე ორიენტირებულად?
- როგორ გროვდება შემოქმედებითი ინდუსტრიების მონაცემთა ბაზები რეგიონებსა და თბილისში?

ამისთვის, 11-ვე რეგიონის თითო მუნიციპალიტეტიდან მოპოვებულ იქნა შემდეგი მასალები:

- 11 რეგიონის მუნიციპალიტეტის წლიური ბიუჯეტი და მათი განაწილება (2015-2020 წლის მონაცემები)
- 11 მუნიციპალიტეტის მიერ ჩატარებული ღონისძიებებისა და კონკურსების შესახებ ინფორმაცია (2015-2020 წლის მონაცემები)
- მუნიციპალიტეტებში არსებული, მათ დაქვემდებარებაში მყოფი ააიპ-ების მონაცემთა ბაზა და ადგილობრივი შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა საკონტაქტო ინფორმაცია.

2019, 2020 და 2021 წლების კულტურის სახელმწიფო დაფინანსების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად გაანალიზდა საქართველოს 2021 და 2022 წლების სახელმწიფო კანონები ბიუჯეტის შესახებ, ხოლო აჭარის და აფხაზეთის ა/რ-ების 2019, 2020 და 2021 წლების კულტურის დაფინანსების შესახებ ინფორმაციის მისაღებად, გაანალიზდა აჭარის და აფხაზეთის 2019, 2020 და 2021 წლების რესპუბლიკური ბიუჯეტის შესახებ კანონები.

შერჩეული დოკუმენტების კონტენტანალიზი ღია კოდირებით დაიწყო, რაც გულისხმობს მონაცემთა ფართო აღწერით კატეგორიაში გაერთიანებას, დაჯგუფდა კონცეპტუალურად მსგავსი მონაცემები და შეიქმნა ქვეკატეგორიები, შემუშავდა კოდირების ჩარჩო. ბოლო ეტაპი სელექციურ კოდირებას დაეთმო. შედეგად, მკვლევრისთვის თვალსაჩინო გახდა მონაცემთა ლოგიკური, იერარქიული სისტემა, როგორც ინტერპრეტაციის პროცესის ბაზისი. თავის მხრივ, ინტერპრეტირებული ანალიზი, როგორც დამხმარე ინსტრუმენტი, გარდა პირველადი მიზნისა, გამოყენებულ იქნა კვლევის სხვა მეთოდების გზამკვლევის შესაქმნელად.

1. შემოქმედებითი ინდუსტრიაშის საკანონმდებლო ჩარჩო და საერთაშორისო შეთანხმებები

როგორც უკვე აღინიშნა, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცნება და კლასიფიკაცია საქართველოს კანონმდებლობით არ არის განსაზღვრული. ამჟამად, ქვეყანაში კულტურასთან და მომიჯნავე დარგებთან დაკავშირებული კანონმდებლობა არეგულირებს შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ საკითხებსაც.

იუნესკოს „კულტურა განვითარებისთვის ინდიკატორების“ (Culture for Development Indicators - CDIS) მეთოდოლოგიით, საქართველოში 2017 წელს გამოქვეყნებული „CDIS ანალიტიკური და ტექნიკური ანგარიშის“ მიხედვით, საქართველოში კულტურის საკანონმდებლო ჩარჩოს უმაღლესი 1-დან - 0,68 ქულა აქვს მინიჭებული. აღნიშნული ქულა, CDIS-ის ანგარიშისვე მიერ ინტერპრეტირებულია, ძლიერი საკანონმდებლო ჩარჩოს ინდიკატორად, რაც სფეროს საკვანძო საერთაშორისო სამართლებრივი ინსტრუმენტების რატიფიცირების საფუძველზეა ჩამოყალიბებული.

აღნიშნული მონაცემის მიუხედავად, მოცემული ანგარიშის თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოყენებული სიღრმისეული ინტერვიუები თუ ფოკუს-ჯგუფები ავლენს საკანონმდებლო კუთხით არსებულ მნიშვნელოვან საჭიროებებს, რომელთა მოგვარებაც, რესპონდენტთა აზრით, გააუმჯობესებდა კულტურის სექტორის, მათ შორის, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზოგად მდგომარეობას საქართველოში.

1997 წელს მიღებული საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ, სფეროს მარეგულირებელი ერთ-ერთი საკვანძო მექანიზმია, რომელიც, თავისმხრივ, საქართველოს კონსტიტუციას, საერთაშორისო კონვენციებს და სხვა ნორმატიულ აქტებს ეყრდნობა. კულტურის შესახებ კანონი, რომელშიც დღემდე 13 შესწორებამდეა შესული, განსაზღვრავს და არეგულირებს სხვადასხვა სახელმწიფო უწყების, ორგანიზაციისა თუ ინდივიდის უფლებამოსილებებსა და ვალდებულებებს კულტურის სფეროსთან დაკავშირებით. „ეს კანონი კულტურის სფეროს პრიორიტეტულობის, მისი უდიდესი სტრატეგიული მნიშვნელობის გათვალისწინებით, ავალეს სახელმწიფოს, ხელისუფლების უმაღლეს და მუნიციპალიტეტის ორგანოებს გაუწიონ მაქსიმალური ფინანსური და სხვა სახის მატერიალურ-ტექნიკური დახმარება კულტურის ყველა დარგს“.²¹ საგულისხმოა ის, რომ თავად მოცემული კანონი შედარებით ზოგადი ხასიათისაა და მისი VII თავი - გარდამავალი დებულებები მოიცავს ნუსხას იმ საკანონმდებლო აქტებისა, რომლებიც მოცემული კანონის თანახმად უნდა შემუშავდეს და ამოქმედდეს. ნუსხაში მითითებულ კანონთა ნაწილი უკვე არსებობს და მოქმედებს, ნაწილი კი, ჯერჯერობით, არ შემუშავებულა და დამტკიცებულა.

კულტურის შესახებ კანონის გარდამავალ დებულებებში მითითებული ნუსხა, მათ შორის, მოიცავს ინიციატივას კულტურის სფეროში სპონსორული და საქველმოქმედო საქმიანობის შესახებ ცალკე კანონის შემუშავებასთან დაკავშირებით, თუმცა, კანონის მოცემული პუნქტი ჯერ არ ამოქმედებულა. ამ ეტაპზე, შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაფინანსების ალტერნატიული საშუალებები, საქართველოს კანონმდებლობით არ არის განსაზღვრული. გამოწვევისაა საქართველოს საგადასახადო კოდექსში მითითებული ჩანაწერი წიგნის გამოცემისა თუ გაყიდვის დამატებითი ღირებულების გადასახადისგან (დღგ) ჩათვლის უფლებით გათავისუფლების შესახებ.²²

აღსანიშნავია, რომ კულტურის სტრატეგია 2025-ის სტრატეგიული მიზნები კულტურის განვითარებისთვის ხელსაყრელი მარეგულირებელი გარემოს შექმნაზე და სექტორის მხარდაჭერის მექანიზმების დაფუძნებაზე მიუთითებს. მაგალითად, მე-4 სტრატეგიული მიზნის ერთ-ერთი მოსალოდნელი შედეგის მიხედვით: „კულტურა ფინანსდება ყველა დონის ბიუჯეტიდან, სხვადასხვა წყაროდან - დანერგილია დაფინანსებისა და წახალისების ინოვაციური მექანიზმები, გაზრდილია კერძო სექტორის მოტივაცია კულტურის დასაფინანსებლად; თანხები ნაწილდება გამჭვირვალედ და ეფექტურად“.

21 საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. (ი.დ.). საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ.
<https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/31402?publication=13>

22 მაცნე საქართველოს საკანონმდებლო. (ი.დ.). საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, მუხლი 172-173
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1043717>

საქართველოს კულტურის შესახებ კანონის გარდამავალ დებულებებსა თუ კულტურის სტრატეგია 2025-ის მიმართულებებს შორის განხილვის, ასევე, დამოუკიდებელი საინიციატივო ჯგუფებისა და უშუალოდ სახელმწიფო სამსახურში დასაქმებულ პირთა ძალისხმევითა და ინიცირების მიუხედავად, ჯერჯერობით, საქართველოს კანონმდებლობაში მიზნობრივად კულტურის კუთხით ფილანთროპიასთან და ქველმოქმედებასთან დაკავშირებული ჩანაწერები არ არსებობს და შესაბამისი საშელავათო სისტემები არ დანერგულა. კულტურაში ინვესტირებისა თუ კულტურის მოხმარებისთვის საგადასახადო შეღავათების დაფუძნება, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია კულტურის ეკონომიკური განზომილების განვითარებისთვის და დაფინანსების ალტერნატიული საშუალებების გაჩენისთვის, რაც, კულტურის შემთხვევაში, საქართველოსა თუ მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში, აქტუალური საკითხია, კულტურისთვის ტრადიციულად შეზღუდული საბიუჯეტო დაფინანსების ფონზე. 2022 წელს გამოქვეყნებული პოლიტიკის დოკუმენტის – „შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში“ მიხედვით, „საქართველოში ფილანთროპიისა და საქველმოქმედო საქმიანობის წახალისება სასიცოცხლო მნიშვნელობის საქმეა, რადგან კულტურასთან დაკავშირებული ინიციატივების უმეტესობის დაფინანსება მხოლოდ სახელმწიფო/მუნიციპალური ორგანოებიდან და, მათ შორის, საქართველოს ავტონომიური რესპუბლიკებიდან ხდება... არის შემთხვევები, როდესაც საწარმოები (ბიზნეს სექტორი) და ფიზიკური პირები ქველმოქმედებას მხოლოდ (კორპორაციული) სოციალური პასუხისმგებლობის ფარგლებში ახორციელებენ, რადგან არსებული კანონმდებლობა არ შეიცავს საგადასახადო სტიმულირების მექანიზმებს, რომლებიც ბიზნეს სექტორისა და ფიზიკური პირების მხრიდან შემოწირულების გაკეთებას წახალისებდა“.²³

კულტურაში ინვესტირების წახალისებაზე მიმართული პირველი საკანონმდებლო ინიციატივა ფონდ ტასოს ეკუთვნის. იუნესკოს ეროვნული ექსპერტის, ნიკოლოზ ნადირაშვილის მიერ, 2020 წელს მომზადებული ანგარიში – „მდგომარეობის აღწერა – საქართველოში ფილანთროპიულ და საქველმოქმედო საქმიანობასთან დაკავშირებული საკანონმდებლო რეგულაციების შესახებ“²⁴ დეტალურად აღწერს ფილანთროპიის, ქველმოქმედებისა და საზოგადოებრივი პარტნიორობის შესახებ საქართველოს კანონპროექტთან დაკავშირებულ საკითხებს, რომლის ინიცირებაც ფონდმა ტასომ სულ სამჯერ, ბოლოს კი – 2016 წელს გააკეთა. „კანონპროექტი გადაეცა განსახილველად შესაბამის კომიტეტებს პარლამენტში და სამთავრობო უწყებებს. რიგი შენიშვნების წარმოდგენის შედეგად, კანონპროექტის განხილვა შეწყდა და ის არ იქნა მიღებული“ - ნათქვამია ანგარიშში.

ამჟამად, ფილანთროპიასთან და კულტურის მოხმარების თუ მასში ინვესტირების წახალისების მექანიზმებთან დაკავშირებული ინიციატივების დღის წესრიგში დაყენება შემოქმედებითი

²³ პოლიტიკის დოკუმენტი – შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში, ნიკოლოზ ნადირაშვილი, დოქტორი ლილია ვარბანოვა, 2022. დოკუმენტი მომზადებულია ევროკავშირის/იუნესკოს მიერ მხარდაჭერილი პროექტის „შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში“ ფარგლებში. პროექტს ახორციელებს სსიპ „შემოქმედებითი საქართველო“.

²⁴ „მდგომარეობის აღწერა – საქართველოში ფილანთროპიულ და საქველმოქმედო საქმიანობასთან დაკავშირებული საკანონმდებლო რეგულაციების შესახებ, ნიკოლოზ ნადირაშვილი, 2020, დოკუმენტი მომზადებულია ევროკავშირის/იუნესკოს მიერ მხარდაჭერილი პროექტის „შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში“ ფარგლებში. პროექტს ახორციელებს სსიპ „შემოქმედებითი საქართველო“.

საქართველოს უკავშირდება. ორგანიზაციამ, ევროკავშირისა და იუნესკოს მიერ მხარდაჭერილი პროექტის „შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში“ ფარგლებში, მუშაობა დაიწყო შემოქმედებითი კლასტერების მხარდაჭერის ე.წ. გამჭოლი მექანიზმების ანალიზსა და ინიცირებაზე, რომელთა შემოღებასაც, სარგებლის მოტანა შეუძლია, როგორც შემოქმედებითი სივრცეებისა და კლასტერების, ისე ზოგადად კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის. ამავე პროექტის ფარგლებში მომზადდა ზემოხსენებული ანგარიში და პოლიტიკის დოკუმენტი. გარდა მოცემული დოკუმენტებისა, შემუშავდა სპეციალური დოკუმენტი – „კულტურის სტიმულირების საკანონმდებლო მექანიზმების მიმოხილვა და ეკონომიკური დასაბუთება“, რომლის მიზანიც არის სფეროში არსებული საერთაშორისო მოდელების შედარებითი ანალიზის საფუძველზე შემოთავაზებულ იქნეს საქართველოსთვის საგადასახადო კანონმდებლობის ცვლილების მოდელი, რომელიც შექმნის კორპორაციების და საზოგადოების მხრიდან კულტურის მიმართულებით ფილანთროპიისა და ქველმოქმედების წახალისების ინსტიტუციურ ჩარჩოს.²⁵

პროექტის ფარგლებში მომზადებული რეკომენდაციების ნაწილი ინდივიდუალური ქველმოქმედების წახალისებაზე ორიენტირებული და გულისხმობს ისეთი შესაძლებლობის შექმნას, რომლის პირობებშიც მოსახლეობას საკუთარი საშემოსავლო გადასახადებიდან მცირე პროცენტის მათთვის სასურველ ორგანიზაციაზე მიმართვა შეეძლება. რეკომენდაციების ნაწილი კორპორატიულ ფილანთროპიას ეხება და მიზნად კულტურის დაფინანსების საკითხში კერძო სექტორის როლის განვითარებას და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის დამატებითი ფინანსური ნაკადის შექმნის მეშვეობით, მათი თვითმყოფადობის უზრუნველყოფას ისახავს. გარდა ინდივიდუალური და კორპორაციული ფილანთროპიის მოდელების შეთავაზებისა, დოკუმენტი დღგ-სთან დაკავშირებულ საშელავათო მექანიზმებსაც განიხილავს, რაც, ერთი მხრივ კულტურის პროდუქტისა და მომსახურების მოხმარების წამახალისებელი, მეორე მხრივ კი – ზოგადად სექტორის ხელშეწყობი ინსტრუმენტი შეიძლება გახდეს.

საქართველოს საკანონმდებლო გარემოში, ერთ-ერთ წარმატებულ, თუმცა აუთვისებელ კანონად „საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ კანონი“ სახელდება, რომლის შესახებ ინფორმაციისა და ცოდნის ნაკლებობა შემოქმედებით სექტორში დასაქმებულ პირებს, ეკონომიკური საქმიანობის დაწყებასა და საერთაშორისო ონლაინ კომერციაში ჩართვას აფერხებს. კანონის აღსრულების ადეკვატური და ეფექტიანი დონის მიღწევის ვალდებულება, ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულების მე-9 თავის 150-ე მუხლსაც უკავშირდება.

კვლევა ინტერესდებოდა სახელმწიფო სტრუქტურების ეფექტიანი მუშაობისთვის შემზღუდველი ფაქტორების ანალიზითაც. კვლევის რესპონდენტთა მიერ, ერთ-ერთ ძირეულ გამოწვევად, სახელმწიფოს მხრიდან ხარისხიანი კულტურული პროდუქტის შეძენასთან და პოპულარიზაციასთან დაკავშირებული პრობლემები დასახელდა“. რესპონდენტთა თქმით, სახელმწიფო შესყიდვების

25 კულტურის სტიმულირების საკანონმდებლო მექანიზმების მიმოხილვა და ეკონომიკური დასაბუთება, ნიკოლოზ ოსტაპენკო, 2022. დოკუმენტი მომზადებულია ევროკავშირის/იუნესკოს მიერ მხარდაჭერილი პროექტის „შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში“ ფარგლებში. პროექტს ახორციელებს სსიპ „შემოქმედებითი საქართველო“.

არსებული კანონმდებლობა სახელმწიფო სტრუქტურებს სახელოვნებო პროდუქტის ტენდერის გზით შეძენის ვალდებულებას აკისრებს, სატენდერო პროცედურები კი – შეფასების პროცესში დაბალი ღირებულების გარდა სხვა კრიტერიუმებს უგულებელყოფს, შესაბამისად, პრიორიტეტი ბიუჯეტურ პროდუქტსა და მომსახურებას ენიჭება, რაც შემოქმედებითი სექტორების წამომადგენლების მხრიდან ხშირად არაკონკურენტული და არათანაბარი მიდგომების წინაპირობადაა შეფასებული.

ბოლო წლების განმავლობაში, შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებულ პირთათვის ერთობლივი პროექტების წარმოება და რესურსების გაზიარება ხშირ პრაქტიკად იქცა. შემოქმედებითი კავშირებისა და პროფესიული ქსელების ჩამოყალიბება ერთი მხრივ, გამოწვევების ერთობლივად დაძლევის და მეორე მხრივ ფინანსური რესურსზე წვდომის მიზნით არის განპირობებული. შემოქმედ მუშაკთა და შემოქმედებითი კავშირების შესახებ კანონი ასოციაციებსა და კავშირებს აძლევს იმ სამართლებრივ სტატუსს, რომლის გამოყენებითაც შემოქმედებით მუშაკებს კონკრეტულ რესურსზე (საგრანტო პროგრამებზე, საერთაშორისო ქსელებში გაწევრიანებასა და თანამშრომლობის პროექტში თანამონაწილეობაზე) მეტი წვდომა აქვთ. მიუხედავად კანონში გაწერილი ხელშემწყობი მექანიზმებისა, ბუნდოვანია „შემოქმედებითი მუშაკის“ კლასიფიკაცია, რომელიც განიმარტება როგორც – ფიზიკური პირი, რომლის ინტელექტუალურ-შემოქმედებითი საქმიანობის შედეგია ლიტერატურისა და ხელოვნების ნაწარმოები ან მათი ინტერპრეტაცია; შემოქმედებითი მუშაკის ვიწრო კლასიფიკაცია, რომელიც შემოქმედებითი სექტორების სხვადასხვა მიმართულებას არ მოიაზრებს განმარტებაში, ქვესექტორების წარმომადგენელთათვის კითხვის ნიშნის საფუძველი შეიძლება გახდეს.

ცხრილი 1 - საქართველოში კულტურასა და მომიჯნავე სფეროებთან დაკავშირებული სხვა საკანონმდებლო აქტების ჩამონათვალი

დასახელება	მიღების თარიღი
კანონი კულტურის შესახებ	12/06/1997
კანონი კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ	08/05/2007
კანონი კულტურულ ფასეულობათა საქართველოდან გატანისა და საქართველოში შემოტანის შესახებ	22/06/2001
კანონი მუზეუმების შესახებ	22/06/2001
კანონი პროფესიული თეატრების შესახებ	05/04/2013
კანონი ეროვნული კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ	05/12/2000
კანონი საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ	22/06/1999
კანონი შემოქმედ მუშაკთა და შემოქმედებითი კავშირების შესახებ	08/06/1999
კანონი ინოვაციების შესახებ	22/06/2016

საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის, ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობა 2016 წლის 1-ლი ივლისიდან ამოქმედებული **ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულებაა**. ასოცირების შეთანხმების მე-17 თავის 362-ე და 363-ე მუხლების თანახმად, საქართველოს მთავრობის ვალდებულებაა ქვეყნის ეკონომიკური და მდგრადი განვითარების, ასევე საერთაშორისო თანამშრომლობის საქმეში კულტურის როლის წარმოჩენა, რაც გულისხმობს როგორც კულტურული მრავალფეროვნების დაცვას, ასევე ეკონომიკური საქმიანობისთვის გამარტივებული და უკეთესი პირობების შექმნას და ზოგადად კულტურის პოლიტიკის შესახებ ღია და ინტერაქციული დიალოგის წარმოებას.

2005 წლის იუნესკოს „კულტურული თვითგამოხატვის მრავალფეროვნების დაცვისა და ხელშეწყობის შესახებ“ კონვენციის გათვალისწინებით, რომელსაც საქართველო 2008 წელს შეუერთდა, მნიშვნელოვანია ხელი შეეწყოს საქართველოსა და ევროკავშირში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებას. კერძოდ, კონვენცია მხარეებს ავალდებულებს თავის ნებისმიერ მოქალაქეს ხელი შეუწყონ კულტურის წარმოების, თვითგამოხატვისა და თანამონაწილეობის, მასზე წვდომის სურვილის შემთხვევაში. რეგიონებსა და თბილისის შორის კულტურის წარმოებისთვის საჭირო რესურსებზე არათანაბარი ხელმისაწვდომის გამო, შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული ვალდებულება, საქართველოს მთელს ტერიტორიაზე ერთგვარად არ მოქმედებს.

კვლევის შედეგების საფუძველზე, დადებით მოვლენად შეიძლება შეფასდეს 2021 წელს, კულტურის პროექტების დაფინანსების წესში შესული ცვლილებები, რომლის მიხედვითაც შემცირდა დაფინანსების გაცემის ვადები და გაიზარდა კონკურსში მონაწილეთა შერჩევის კრიტერიუმები, რაც თანამონაწილეების ზრდას უნდა უზრუნველყოფდეს. საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს მიერ საკონკურსო კომპონენტის გაზრდა ახალი და რესპონდენტთა დიდი ნაწილის შეფასებით წარმატებული პრაქტიკაა, თუმცა ბიუჯეტის დეცენტრალიზებისა და შუამავალი სსიპ-ების დახმარებით რესურსის გაცემის რეკომენდაცია, შემოქმედებითი სექტორში დასაქმებულთათვის კვლავ აქტუალურია.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცალკეულ სექტორებზე მორგებულ საკანონმდებლო ჩარჩოზე ყურადღების გამახვილებისას, მნიშვნელოვანია გამოიყოს 2000 წლის ბოლოს საქართველოს პარლამენტის მიერ დამტკიცებული კანონი „ეროვნული კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ“. აღნიშნული კანონის საფუძველზე შეიქმნა საჯარო სამართლის იურიდიული პირი – საქართველოს კინემატოგრაფიის ეროვნული ცენტრი, რომელიც 2001 წლის აპრილიდან, ბოლო 20 წლის განმავლობაში აფინანსებს ქართულ კინო-წარმოებას. კანონის საფუძველზე, ცენტრი კონკურსის გზით და შესაბამისი კომისიის დაკომპლექტებით ხელს უწყობს სახელმწიფო სუბსიდიების გაცემას, საგანმანათლებლო მიმართულებების განვითარებას, კინოწარმოებას და მის ექსპორტს. საქართველოში კინოწარმოების მზარდი ტემპების, ბოლო წლების კინოს ექსპორტისა და წარმატებული მაგალითების საფუძველზე, მნიშვნელოვანია კანონის დახვეწაზე საინიციატივო ჯგუფებთან ერთად მუშაობა და გაზრდილი მოთხოვნისა და შეცვლილი გარემოებების გათვალისწინებით ბიუჯეტიდან გამოყოფილი რესურსის გადახედვა.

კინემატოგრაფიის განვითარებაზე მიმართულ ერთ-ერთ წარმატებულ საკანონმდებლო ინსტრუმენტად პროგრამა „გადაიღე საქართველოში“-ს ფარგლებში შემუშავებული ინიციატივა შეიძლება დასახელდეს, რომელიც, კინოწარმოებით დაინტერესებულ ადგილობრივ თუ საერთაშორისო პროდიუსერებს შესაძლებლობას აძლევს საქართველოში გადაიღონ ფილმი თუ სხვა სახის აუდიო/ვიზუალური პროდუქცია და კვალიფიციური ხარჯების 20-25%-მდე უკან დაიბრუნონ.

2. კულტურის, მათ შორის, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ხელშეწყობა საქართველოში სანდო რაღაც და მუნიციპალური ბიუჯეტების განხილვის მაგალითზე

როგორც უკვე აღინიშნა, საქართველოში კულტურის სექტორის დაფინანსების ძირითად წყაროს წარმოადგენს სახელმწიფო ბიუჯეტი, რომელსაც საქართველოს ცენტრალური, ავტონომიური რესპუბლიკებისა თუ მუნიციპალური ხელისუფლების ორგანოები ყოველწლიური სუბსიდიების ფორმით უნაწილებენ მათ დაქვემდებარებაში მყოფ სსიპ-ებსა და ააიპ-ებს, ანაც, ე.წ. პირდაპირი მხარდაჭერის პროგრამებისა თუ ღია კონკურსების სახით გასცემენ. კულტურისთვის განკუთვნილი ბიუჯეტის უმეტესი ნაწილი ეთმობა კულტურული დაწესებულებების, ე.წ. სსიპ-ების სუბსიდირებას. სფეროს დაფინანსების ყველაზე დიდი წილი საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროზე მოდის. კულტურის ზოგიერთ, ანაც მის მომიჯნავე სექტორებს, რომლებიც შემოქმედებითი ინდუსტრიებში ერთიანდება, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების, ასევე, საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სსიპ-ები უჭერენ მხარს, რაც მოცემული ნაშრომის შემდეგ ქვეთავში იქნება განხილული.

ქვემოთ მოყვანილი ცხრილები მცდელობაა წარმოაჩინოს საქართველოში კულტურის სახელმწიფო დაფინანსება ცენტრალური ხელისუფლების და ავტონომიური რესპუბლიკების ბიუჯეტების მაგალითზე. მოცემული ცხრილები სრულყოფილად ვერ ასახავს სხვადასხვა სახელისუფლებო დონეზე კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის გახარჯულ სრულ სახსრებს და მოიცავს მხოლოდ კულტურაზე პასუხისმგებელი ორგანოების მიერ განაწილებულ თანხებს. დამატებით, უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ რთულია ცენტრალური ხელისუფლების ორგანოების მიერ კულტურაზე განაწილებული თანხების ზუსტი აღწერაც, რადგანაც 2019-2020 და 2021 წლის პირველ კვარტალში კულტურის პოლიტიკა საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს კომპეტენციებს განეკუთვნებოდა, რომელიც 2021 წლის მარტში ორ - (1) განათლებისა და მეცნიერების და (2) კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროებად გაიყო. შესაბამისად, სხვადასხვა წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის კანონში განსხვავებულად არის ასახული კულტურისთვის განკუთვნილი პროგრამის/ქვეპროგრამის კოდები. მოცემული კოდები ზოგ შემთხვევაში სექტორთა გაერთიანებულ, ზოგში კი ჩაშლილ მონაცემებს აჩვენებს, რაც ართულებს სამივე (2019-2020-2021) წლის მონაცემის ერთმანეთთან შედარებადი ფორმით წარმოჩენას. სახელმწიფო ბიუჯეტებში ხელმისაწვდომ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, მომზადდა 2 განსხვავებული ცხრილი, 1-ლი მხოლოდ 2019 წლისთვის²⁶, რომელშიც კულტურისთვის გამოყოფილი სახსრები განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს საბიუჯეტო კოდების მიხედვით არის განაწილებული, ხოლო მე-2 – 2020-2021 წლებისთვის²⁷, რომელიც იმავე ინფორმაციას უკვე კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს საბიუჯეტო კოდების მიხედვით წარმოაჩენს.

26 2019 წლის ცხრილი მომზადდა საქართველოს 2021 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ სახელმწიფო კანონის მე-16 მუხლის - საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები, საფუძველზე. ხელმისაწვდომია ბმულზე <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5071216?publication=3>

27 2020-2021 წლების ცხრილი მომზადდა საქართველოს 2022 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ სახელმწიფო კანონის მე-16 მუხლის - საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები, საფუძველზე. ხელმისაწვდომია ბმულზე <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5309246>

სხრილი 2 - კულტურის სახელმწიფო დაფინანსება, საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს 2019 წლის ბიუჯეტის მაგალითზე, მლნ ლარებში²⁸

* მოიცავს როგორც კულტურის, ისე სამინისტროს მმართველობაში შემავალი სხვა მიმართულებებისთვის განკუთვნილ სახსრებს

მიმართულება	2019
განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სფეროებში სახელმწიფო პოლიტიკის შემუშავება და პროგრამების მართვა *	34,531.50
კულტურაში ინვესტიციებისა და ინფრასტრუქტურული პროექტების მხარდაჭერა	10,138.80
სახელოვნებო და სასპორტო დაწესებულებების ხელშეწყობა *	6,368.20
კულტურის განვითარების ხელშეწყობა	74,508.60
კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და სამუზეუმო სისტემის სრულყოფა	26,430.60
ჯამი	151,977.70

სხრილი 3 - კულტურის სახელმწიფო დაფინანსება, საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის, ამასთანავე, საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროების 2020-2021 წლის ბიუჯეტების მაგალითზე, მლნ ლარებში²⁹

* მოიცავს როგორც კულტურის, ისე სამინისტროს/ების მმართველობაში შემავალი სხვა მიმართულებებისთვის განკუთვნილ სახსრებს

მიმართულება	2020	2021
სახელოვნებო და სასპორტო სფეროში უმაღლესი განათლება *	11,907.80	12,015.00
ინფრასტრუქტურის განვითარება *	32,417.00	55,685.00
სახელოვნებო და სასპორტო დაწესებულებების ხელშეწყობა *	6,247.80	6,782.00
კულტურის განვითარების ხელშეწყობა	68,658.10	70,829.00
კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და სამუზეუმო სისტემის სრულყოფა	24,861.10	33,612.00
კულტურისა და სპორტის მოღვაწეთა სოციალური დაცვის ღონისძიებები	16,906.50	32,122.00
ჯამი:	160,998.30	211,045.00

28 2019 წლის ცხრილი მომზადდა საქართველოს 2021 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ სახელმწიფო კანონის მე-16 მუხლის - საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები, საფუძველზე. თემატური დაყოფა მითითებულია კანონში მითითებული კლასიფიკაციების შესაბამისად. ხელმისაწვდომია ბმულზე <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5071216?publication=3> საბიუჯეტო მუხლების თემატური და შინაარსობრივი აღწერის, ამასთანავე სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურის მიერ კულტურაზე დახარჯული საბიუჯეტო სახსრების დათვლისთვის საჭიროა სრულყოფილი ანალიზის ჩატარება.

29 2020 და 2021 წლის ბიუჯეტების ამსახველი ცხრილი მომზადდა საქართველოს 2022 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ სახელმწიფო კანონის მე-16 მუხლის - საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები, საფუძველზე. თემატური დაყოფა მითითებულია კანონში მითითებული კლასიფიკაციების შესაბამისად. ხელმისაწვდომია ბმულზე <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5309246?publication=0> საბიუჯეტო მუხლების თემატური და შინაარსობრივი აღწერის, ამასთანავე სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურის მიერ კულტურაზე დახარჯული საბიუჯეტო სახსრების დათვლისთვის საჭიროა სრულყოფილი ანალიზის ჩატარება.

ცხრილი 4 - კულტურის დაფინანსება აჭარის და აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკების
ბიუჯეტების მაგალითზე, 2019, 2020 და 2021 წლები, მლნ ლარში³⁰

უწყება	წელი	2019	2020	2021
აჭარის ა/რ განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის სამინისტრო	ჯამი	18,723.200	14,749.800	14,562.400
	კულტურის პოპულარიზაცია და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების ხელშეწყობა	628.400	708.400	655.000
	კულტურის ორგანიზაციების ინსტიტუციური განვითარება	325.900	0	0
	არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა	213.900	96.600	160.000
	კულტურის სფეროში პროფესიული განვითარება	145.300	92.000	140.000
	კულტურული ტურიზმის განვითარება	420.600	0	0
	კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება, განვითარება და პოპულარიზაცია	2,573.800	2,598.600	2,448.600
	მუზეუმებისა და გალერეების განვითარება	1,776.400	1,709.800	1,740.800
	სასცენო ხელოვნებისა და მუსიკის მხარდაჭერა	12,213.000	9,120.700	8,843.300
	ლიტერატურის განვითარების ხელშეწყობა	133.900	123.700	134.700
	კულტურული დაწესებულებების ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება	292.000	300.000	440.000
	ჯამი	2,393,597	2,468,900	2,434,290
აფხაზეთის ა/რ განათლების და კულტურის სამინისტრო	კულტურის ორგანიზაციების მხარდაჭერა, კულტურულ ღირებულებათა პოპულარიზაცია და კულტურასთან დაკავშირებული აქტივობების მხარდაჭერა	2,393,597	2,468,900	2,434,290

კულტურის სექტორის, მათ შორის კი, რიგ შემთხვევებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებას და რეგიონული რესურსის გაძლიერებას, ცენტრალური და ა/რ ხელისუფლების მსგავსად, ადგილობრივი მუნიციპალიტეტებიც ყოველწლიური ბიუჯეტით უზრუნველყოფენ.

თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამოთხოვილი ინფორმაციისა და ჩატარებული ჩაღრმავებული ინტერვიუების შედეგების ანალიზი ავლენს ფინანსური რესურსის მოხმარების როგორც წარმატებულ, ასევე არაეფექტურ მაგალითებს. აღსანიშნავია, რომ მუნიციპალიტეტებში, დაფინანსებასთან დაკავშირებული ძირითადი ცვლილებები ბოლო წლების განმავლობაში არ შეინიშნება. თვისებრივი კვლევის მოცემული ნაწილი არ მოიცავდა დედაქალაქ თბილისს,

³⁰ ცხრილი მომზადდა აჭარისა და აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკების, 2019, 2020 და 2021 წლის რესპუბლიკური ბიუჯეტების კანონზე დაყრდნობით. თემატური დაყოფა მითითებულია კანონში მითითებული კლასიფიკაციების შესაბამისად. ხელმისაწვდომია ბმულებზე, 2019: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4418241> 2020: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5054251?publication=2> 2021: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4733926?publication=4>

რომელიც სხვა მუნიციპალიტეტებისგან განსხვავებული სამართლებრივი სტატუსი და საბიუჯეტო სახსრები აქვს.

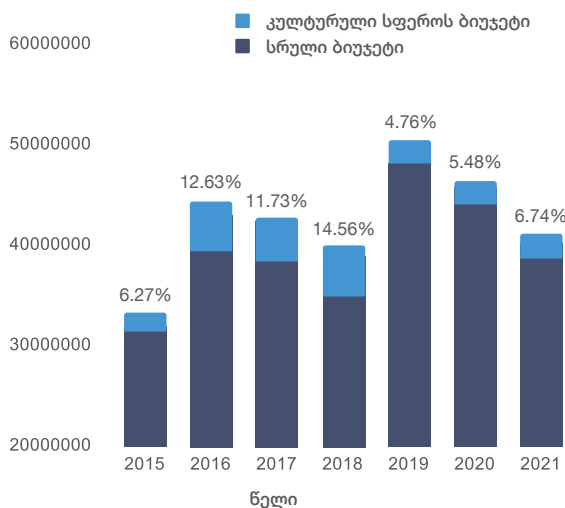
შერჩეული 11 რეგიონის მუნიციპალიტეტების კულტურის ბიუჯეტის ანალიზის საფუძველზე, შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ უმეტეს შემთხვევაში საერთო ბიუჯეტის მხოლოდ 3-დან 5% მდე წილი გამოიყოფა კულტურის დაფინანსებისთვის, რაც 2015-2020 წლის განმავლობაში საგრძნობლად არ შეცვლილა. გამონაკლის და ერთეულ შემთხვევებში, სრული ბიუჯეტის 6-დან 13 %-მდე ეთმობა კულტურის დაფინანსების კომპონენტს.

აღსანიშნავია, რომ რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიებისა და კულტურის დაფინანსების ძირითად ნაწილს მუნიციპალური ორგანიზაციებისთვის გამოყოფილი ფინანსური რესურსი იკავებს, რაც უმეტეს შემთხვევაში კულტურის სექტორისთვის განკუთვნილი ბიუჯეტის 50-დან 80-მდე პროცენტს მოიცავს, დარჩენილი თანხა კი, სახელოვნებო და კულტურული ღონისძიებების, საგანმანათლებლო დაწესებულებების და სახელოვნებო სკოლების დაფინანსებაზე ნაწილდება. მუნიციპალიტეტებში კულტურისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის მინიმალური პროცენტი იხარჯება ადგილობრივი შემოქმედებითი სექტორების კონკურსების გზით მხარდაჭერაზე, მუნიციპალიტეტების დიდ ნაწილში კი, მსგავსი პრაქტიკა საერთოდ არ არის დანერგილი.

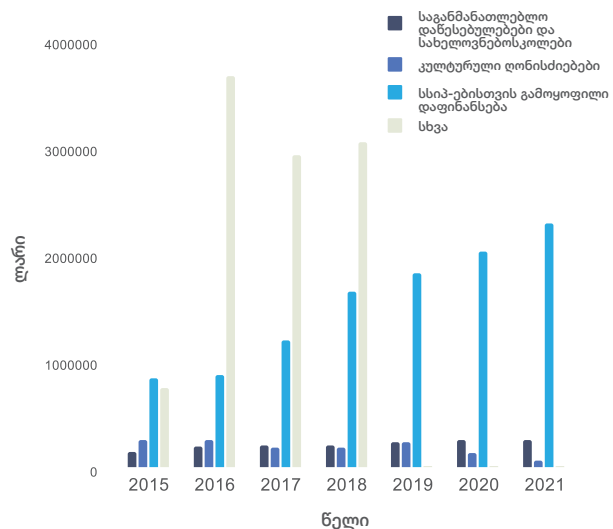
მაგალითად, **ოზურგეთის მუნიციპალიტეტში**, 2015 წლიდან - 2016 წლამდე, საერთო ბიუჯეტში კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი მკვეთრად გაიზარდა, თუმცა 2019 წლისთვის ის ბოლო 5 წლის მინიმალურ ნიშნულამდე შემცირდა. წილის შემცირების მიუხედავად, ბიუჯეტის ზოგადი ზრდის ფონზე, სწორედ 2019 წელს კულტურისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტი იყო ყველაზე მაღალი. ამავე მუნიციპალიტეტში, ბიუჯეტის სექტორული განაწილების დაკვირვებისას, თვალსაჩინოა, რომ მინიმალურია საგანმანათლებლო დაწესებულებებისა და სახელოვნებო სკოლებისთვის, ასევე, კულტურული ღონისძიებებისთვის გამოყოფილი თანხა.

ო ზ უ რ გ ე თ ი

**2015-2020 წლებში სრული ბიუჯეტიდან
კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი**



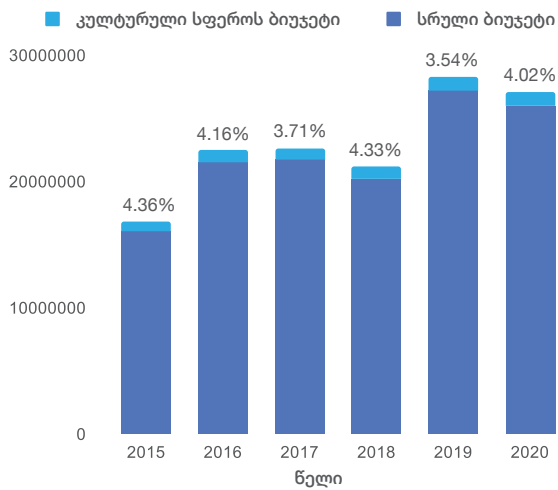
**2015-2021 კულტურის სფეროსთვის გამოყოფილი
ბიუჯეტის სექტორული განაწილება**



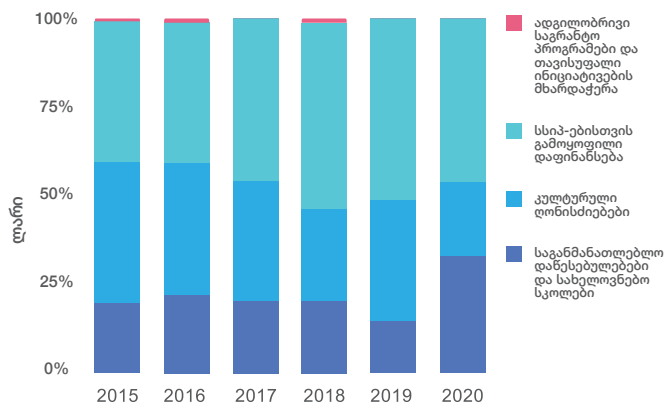
ახალციხეში, 2015 წლიდან 2020 წლამდე, ბიუჯეტის განაწილების სურათი სტაგნატურია და 3,7-4,3%-ის ფარგლებში მერყეობს. მიუხედავად ამისა, 2019 წლისთვის, 2015 წელთან შედარებით ბიუჯეტი საგრძნობლად იზრდება, თუმცა, უცვლელი რჩება ბიუჯეტის სექტორებზე გადანაწილების საერთო სურათი: ადგილობრივი საგრანტო პროგრამებისა და ინიციატივებისთვის გამოყოფილი თანხა 2015-2018 წლებში მიზერულია, ხოლო 2019 წლიდან მსგავსი კომპონენტი საერთოდ ქრება.

ახალციხე

2015-2020 წლებში სრული ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი



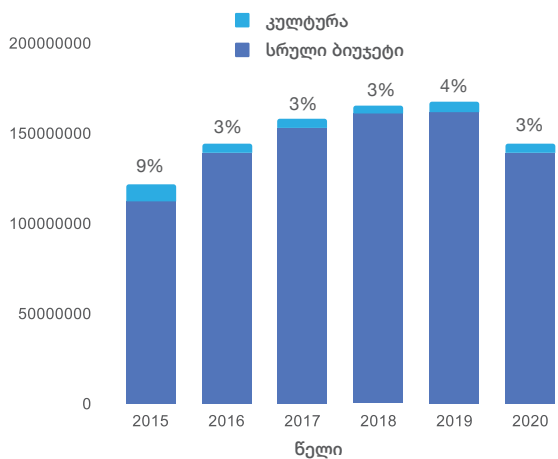
2015-2020 წლებში კულტურისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის სავთორეზერვო განაწილება



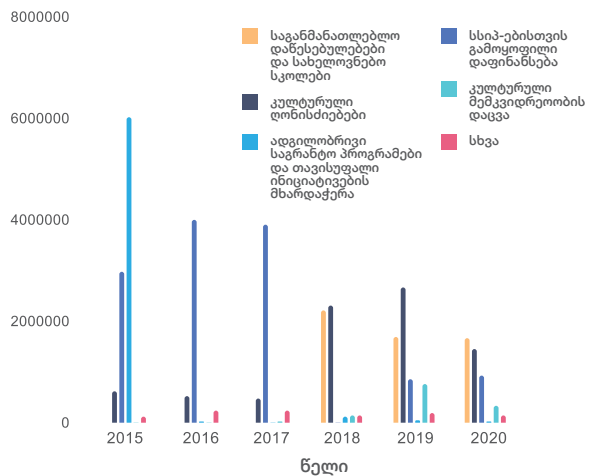
კულტურის სექტორის დაფინანსების კუთხით, უცვლელია **ბათუმის მუნიციპალიტეტის** სურათი. კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი უკანასკნელ 5 წელში არ აჭარბებს 4%-ს. გამოყოფილი თანხის მნიშვნელოვანი ნაწილი ადგილობრივ სსიპ-ებს ხმარდება, ხოლო შეუმჩნეველია ადგილობრივი საგრანტო პროგრამებისა და ინიციატივებისთვის გამოყოფილი რესურსები.

ბათუმი

2015-2020 წლებში სრული ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი



2015-2021 კულტურის სფეროსთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის სავთორეზერვო განაწილება



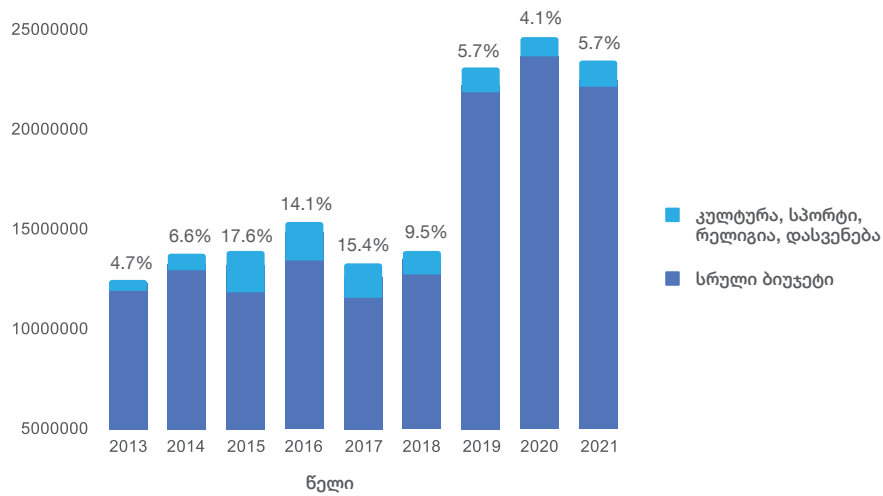
სხვა რეგიონებისგან განსხვავებით, კულტურისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის პროცენტული წილი შედარებით მაღალია **თელავის შემთხვევაში** და ის 5,2-6,5%-მდე მერყეობს, ბოლო სამი წლის განმავლობაში.

საერთო ტენდენციის შესაბამისად სსიპებისათვის გამოყოფილი რესურსები **გორშიც** საგრძნობლად აღემატება სხვა მიმართულებებს.

თვალშისაცემია ბოლო წლებში **დუშეთის მუნიციპალიტეტში** კულტურისთვის გამოყოფილი რესურსების პოზიტიური დინამიკა. ჯერ კიდევ 2015 წელს კულტურისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის პროცენტულმა წილმა საერთო ბიუჯეტის 17.6 შეადგინა, ხოლო 2019-2021 წლებში მართალია პროცენტული წილი შემცირდა, თუმცა თანხობრივად გამოყოფილი ბიუჯეტი ფაქტობრივად გაორმაგდა.

ე ზ ა თ ი

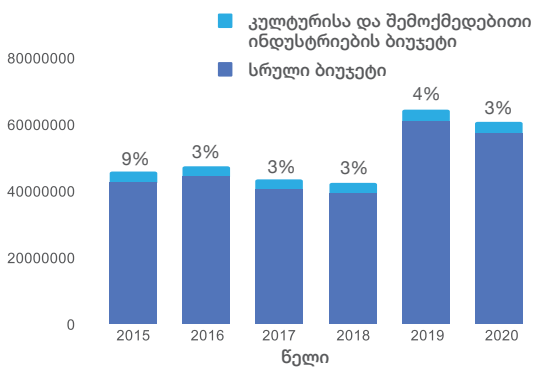
2015-2020 წლებში სრული ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი



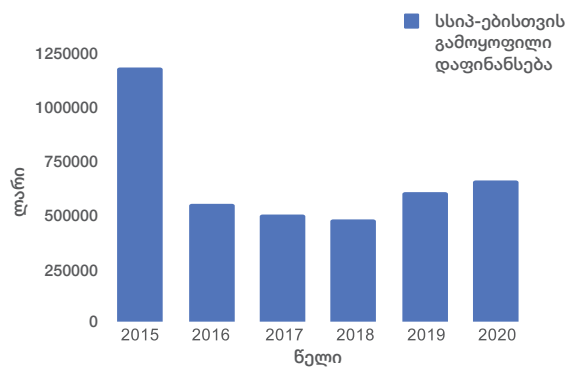
სხვა რეგიონების მსგავსად, დინამიკა უცვლელია **რუსთავშიც** და კულტურისთვის გამოყოფილი თანხა ბიუჯეტიდან 3%-ს არ აჭარბებს 2021 წლისთვის.

რ უ ს თ ა ვ ი

2015-2020 წლებში სრული ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი



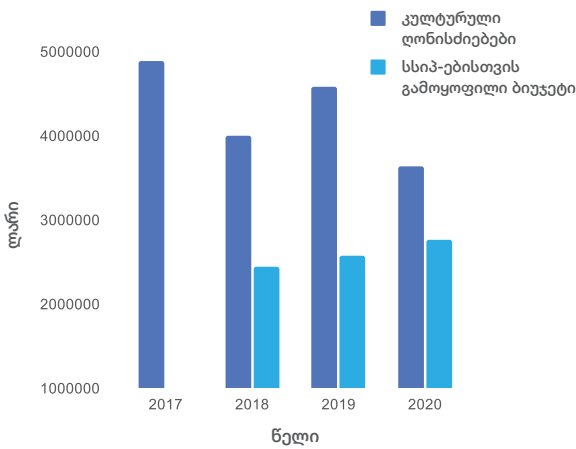
სსიპ-ებისთვის გამოყოფილი დაფინანსება, რუსთავი



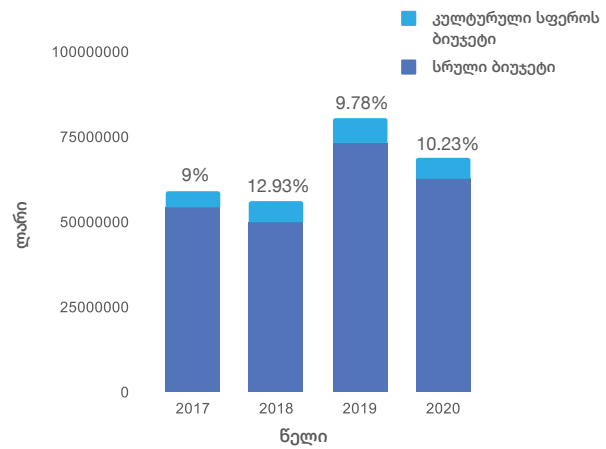
ამ უკანასკნელისგან განსხვავებით, შედარებით მაღალია კულტურისთვის გამოყოფილი ფინანსები **ზუგდიდში** და ბოლო წლებისთვის - 9-13%-ს შეადგენს. **ფოთში**, სადაც ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი ბოლო წლებში 5-6%-ს შეადგენს, საგრძნობლად მწირია ადგილობრივი საგრანტო პროგრამებისა და ინიციატივებისკენ მიმართული თანხები.

ზ უ გ დ ი დ ი

2017-2019 წლებში კულტურის სფეროსთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის საერთო რაოდენობა



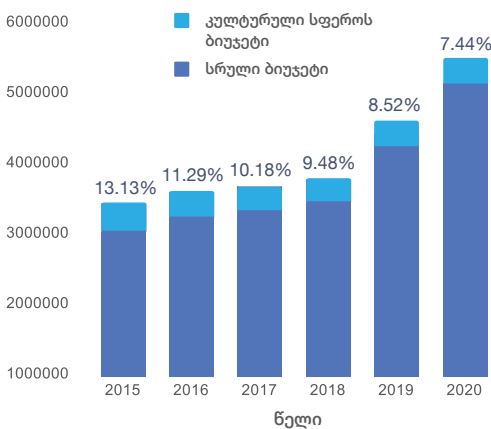
2017-2019 წლებში სრული ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი



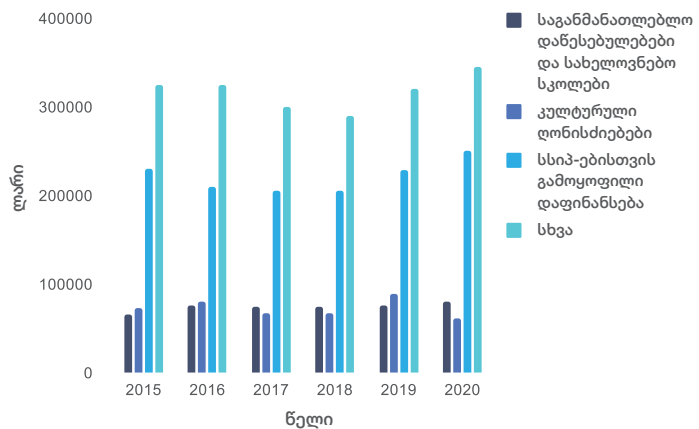
ონის მუნიციპალიტეტში უკანასკნელ სამ წელში, ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი საშუალოდ 10%-მდეა. შედარებით მაღალია ღონისძიებებისათვის გამოყოფილი თანხა.

ო ნ ი

2015-2020 წლებში სრული ბიუჯეტიდან კულტურისთვის გამოყოფილი პროცენტული წილი



2015-2020 წლებში კულტურის სფეროსთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის საერთო რაოდენობა



თვისებრივი კვლევის ფარგლებში ჩატარებული ჩაღრმავებული ინტერვიუების ანალიზი აჩვენებს, რომ კულტურის სამსახურის წარმომადგენლების ნაწილი ნათლად ხედავს ბიუჯეტის სხვაგვარი გადანაწილებისა და ადგილობრივ საჭიროებებზე მორგების აუცილებლობას. იმავე მოსაზრებას ადასტურებს ფოკუსჯგუფების შედეგებიც. კერძოდ, სახელდება კულტურის ხელშეწყობისთვის არსებული ბიუჯეტის გაზრდის და ისეთ საკითგებზე მიმართვის საჭიროება როგორიც - ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება, კულტურული ღონისძიებების ხელშეწყობა ან დამოუკიდებელი ჯგუფებისთვის კონკურსების რაოდენობის გაზრდა. კულტურის სამსახურის წარმომადგენელთა დიდი ნაწილი, ასევე წარმატებულ პრაქტიკად ასახელებს სტუდენტებისთვისა და სკოლის მოსწავლეებისთვის სტიპენდიების გამოყოფის ან მათი სწავლის დაფინანსების მაგალითებს და მიიჩნევს, რომ კონკრეტული სახელოვნებო პროფესიების შესანარჩუნებლად და მოტივაციის გაზრდის მიზნით, მსგავსი შესაძლებლობა რეგიონისთვის მნიშვნელოვანია.

3. შემოქმედებითი ინდუსტრიების წამახალისებელი ეკონომიკური პროგრამები საქართველოში

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება და ეკონომიკაში მათი როლის ზრდა ქართული ეკონომიკისთვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევა და ამავდროულად, შესაძლებლობაა. ინდუსტრიის მნიშვნელოვნებას ხაზს უსვამს შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისა და ხელშეწყობის მიზნით საქართველოში ბოლო წლების განმავლობაში განხორციელებული არაერთი პროექტი. როგორც უკვე აღინიშნა, საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების მიზნებისთვის კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს სისტემაში 2017 წელს შეიქმნა და ფუნქციონირებს საჯარო სამართლის იურიდიული პირი - შემოქმედებითი საქართველო. 2016 წელს, შემოქმედებითი საქართველოს მიერ (რომელიც იმ დროისთვის სამინისტროს პროგრამას წარმოადგენდა) შემუშავდა „საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების გზამკვლევი“, რომელიც ამ ნაშრომისთვის საწყის ნიშნულს წარმოადგენს. შემოქმედებითი საქართველოს გარდა შემოქმედებითი ინდუსტრიების წამახალისებელ პროექტებში აქტიურად არიან ჩართული სხვა ორგანიზაციებიც, მაგალითად, სსიპ „აწარმოე საქართველოში“, საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო, ქალაქ თბილისის მერია, USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამა, ევროკავშირის „ევროკავშირი ბიზნესისთვის“ (EU4Business) და „ევროკავშირი კულტურისთვის“ (EU4Culture) ინიციატივები და ბრიტანეთის საბჭო საქართველოში. აღნიშნული ორგანიზაციები და ინიციატივები ბოლო წლებში ახორციელებენ პროექტებს, რომელთა მიზანსაც გარდა ზოგადად კერძო სექტორის განვითარებისა, შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიზნობრივი მხარდაჭერა წარმოადგენს, რაც გულისხმობს როგორც აღნიშნულ ინდუსტრიებში უკვე არსებული წარმოების აქსელერაციის, ასევე ახალი შესაძლებლობების აღმოჩენისა და წარმოების პროცესში ინტეგრირების წახალისებას.

ინდუსტრიის მხარდამჭერ ერთ-ერთ პროგრამას, როგორც ზემოთ აღინიშნა, „გადაიღე საქართველოში“ წარმოადგენს, რომელსაც სააგენტო „აწარმოე საქართველოში“ ახორციელებს. პროექტი 2016 წელს დაიწყო და ადგილობრივ და საერთაშორისო პროდიუსერებს საშუალებას აძლევს უკან დაიბრუნონ განუღი ხარჯის ნაწილი. 2016-2019 წლებში პროგრამაში ჩაერთო 31 პროექტი, რომელთა კვალიფიციური ხარჯის³¹ მოცულობამ 95.4 მლნ ლარი შეადგინა. ამ პროექტებზე სულ გაცემულმა „ქეშბეკმა“ კი - 11.1 მლნ ლარს მიაღწია. განხორციელებულ პროექტებს შორის ყველაზე მასშტაბური ფორსაჟის (Fast and Furious) ფილმების სერიის მეცხრე ნაწილია. 2019 წლის მონაცემებით პროგრამის ფარგლებში 8 ქართული ფილმიც დაფინანსდა.

„აწარმოე საქართველოში“ ასევე ახორციელებს „მიკრო და მცირე მეწარმეობის ხელშეწყობის პროგრამას“, რომელიც ადგილობრივ მცირე მეწარმეებს საშუალებას აძლევს წამოიწყონ, განავითარონ და გააფართოვონ მათი საქმიანობა. დღეისათვის პროგრამა 300-ზე მეტ მიმართულებას ითვალისწინებს, მათ შორის შემოქმედებითი ინდუსტრიების ქვესექტორებსაც.

31 კვალიფიციური ხარჯი არის, საქართველოს ტერიტორიაზე, პროექტის ფარგლებში მიწოდებულ საქონელზე ან მომსახურებაზე გაწეული ხარჯი.

სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ ინდუსტრიული მიმართულება კიდევ ერთი პროგრამაა, რომლის ბენეფიციართა შორისაც შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლებს ვხვდებით. პროგრამა კომერციული ბანკების მიერ გაცემული სესხისა ან სალიზინგო კომპანიებისგან მიღებული ლიზინგის საპროცენტო განაკვეთის თანადაფინანსებას გულისხმობს. კოვიდ პანდემიის საპასუხოდ თანადაფინანსების პერიოდი 24-დან 36 თვემდე, ხოლო სესხის მოცულობა და ლიზინგის საგნის ღირებულება 10 მილიონ ლარამდე გაიზარდა.³²

პროგრამა „ბიზნეს უნივერსალი“ მეწარმეობის ხელშეწყობი პროგრამაა, რომლის მიზნობრივი მიმართულებებიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების ქვესექტორებსაც მოიცავს. ფინანსებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდით, პროგრამა მიზნად ისახავს როგორც ახალი საწარმოების შექმნის ხელშეწყობას, ასევე არსებული საწარმოების განვითარებასა და გადაიარაღებას.

„აწარმოე საქართველოში“ ასევე აქტიურად უჭერს მხარს მოდის ინდუსტრიის განვითარებას. სააგენტო დაარსების დღიდან გვერდში ედგა მოცემულ სექტორს და მის მიზანს ქართველი დიზაინერების პოპულარიზაცია და ინდუსტრიის საერთაშორისო წარმომადგენლებისთვის ქართული მოდის ინდუსტრიის პოტენციალის გაცნობა წარმოადგენს. 2015-2019 წლებში სააგენტო არაერთი ჩვენების სპონსორი იყო, მათ შორისაა 2019 წლის მერსედეს-ბენცის მოდის კვირეულიც. აღსანიშნავია რომ 2020 წელს პანდემიის პირობებში მნიშვნელოვანი პრობლემები შეექმნა მოდის ინდუსტრიას ღონისძიებების ჩატარებასთან დაკავშირებით. ექსპორტის ხელშეწყობის პროგრამის ფარგლებში, პრობლემის მოგვარების მიზნით, სააგენტომ ინდუსტრიაში მოქმედ კომპანიებს ონლაინ შოურუმებში მონაწილეობის თანადაფინანსების პროგრამა შესთავაზა. 2020 წლის მონაცემებით, სულ 19 ღონისძიება და ონლაინ შოურუმი მოეწყო, რომლებშიც 49 უნიკალურმა ბენეფიციარმა მიიღო მონაწილეობა³³. უნდა აღინიშნოს, რომ სააგენტოს „აწარმოე საქართველოში“ 2020-2021 წლების ინვესტიციების მოზიდვის სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის მიხედვით, მოდისა და დიზაინის ინდუსტრია ერთ-ერთ წამყვან პოზიციას იკავებს სექტორის საინვესტიციო მიზიდველობისა და ქვეყნისთვის სექტორის ღირებულების თვალსაზრისით³⁴.

აშშ-ს საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამა პრიორიტეტებს შორის სამ სხვა ინდუსტრიასთან ერთად შემოქმედებითი ინდუსტრიების ხელშეწყობასაც მოიაზრებს. პროგრამის მიზანია ტექნიკური დახმარებისა და საგრანტო მექანიზმების მეშვეობით მხარი დაუჭიროს ინდუსტრიების განვითარებასა და პროდუქტიულობის ზრდას. ტექნიკური დახმარება გულისხმობს ღირებულებათა ჯაჭვების გაუმჯობესებას, სამუშაო ძალის შესაძლებლობების განვითარებას, მიკრო, მცირე და საშუალო ზომის საწარმოების ეფექტურობის ზრდასა და საჯარო და კერძო სექტორს შორის კომუნიკაციის გამარტივებას³⁵.

³² Enterprise Georgia. (2020). წლიური ანგარიში 2020.

³³ Enterprise Georgia. (2020). წლიური ანგარიში 2020.

³⁴ მოზიდვის 2020 - 2021 წლების სტრატეგია 2020 წელი. (2021).

<https://www.enterprisegeorgia.gov.ge/uploads/files/publications/5efcbf01c88cf-Investment-Strategy.pdf>

³⁵ USAID. <https://www.usaid.gov/georgia/our-programs>

კოვიდ პანდემია არაერთი შემოქმედებითი მეწარმისათვის იქცა გამოწვევად, რომლის შედეგადაც მნიშვნელოვნად გართულდა მეწარმეებსა და მომხმარებლებს შორის ურთიერთობა. აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამის ფარგლებში ხელოსანთათვის (artisans) ხელსაყრელი პროექტი განხორციელდა, რომლის ფარგლებშიც ქართველ მეწარმეებს საშუალება მიეცათ Etsy-ს ელექტრონული კომერციის პლატფორმაზე განეთავსებინათ საკუთარი საქონელი და ის ხელმისაწვდომი გაეხადათ როგორც ადგილობრივი, ასევე საერთაშორისო მომხმარებლებისათვის. აღსანიშნავია, რომ პროგრამის ფარგლებში პლატფორმაზე პროდუქციის განთავსებისათვის საჭირო ტექნიკურ დახმარებას მეწარმეები თავად პლატფორმის წარმომადგენლებისგან იღებდნენ³⁶.

ევროკავშირის 4-წლიანი EU4Culture³⁷ ინიციატივა, აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებსა და მათ შორის, საქართველოს დასახლებებსა და ქალაქებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების წახალისებას ისახავს მიზნად და ამისთვის, ერთი მხრივ მუნიციპალური კულტურის განვითარების პოლიტიკის დახვეწას, მეორე მხრივ კი სექტორის წარმომადგენელთა შესაძლებლობის განვითარებასა თუ მობილობის ხელშეწყობას უწყობს ხელს.

EU4Business ინიციატივის ფარგლებში ხორციელდება მაგალითად - აქტივობა „ევროკავშირი ბიზნესისთვის - კომპანიების დაკავშირება“ (EU4Business - Connecting Companies), რომელიც ეკონომიკის 5 სექტორს (რომელსაც მიიჩნევა, რომ ევროკავშირთან ვაჭრობის კუთხით მნიშვნელოვანი პოტენციალი აქვთ) და, მათ შორის, შემოქმედებით ინდუსტრიებს, ტექსტილს, ბიო/ორგანულ საკვებსა თუ ტურიზმსა და მეღვინეობას, სავაჭრო ურთიერთობების გაღრმავებაში სთავაზობს დახმარებას.³⁸

შემოქმედებითი ინდუსტრიები უკვე რამდენიმე წელია, რაც ბრიტანეთის საბჭოს პრიორიტეტებს შორისაა. ორგანიზაცია აქტიურად მუშაობს ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის, პოლიტიკის და შესაძლებლობების განვითარების მიმართულებით, ასევე, ხელს უწყობს უმაღლეს სახელოვნებო განათლებაში შემოქმედებითი მეწარმეობის კომპონენტის დანერგვას.³⁹

ინოვაციური პროექტების ხელშეწყობისათვის საქართველოში ფუნქციონირებს საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტო (GITA). სააგენტომ რამდენიმე მნიშვნელოვანი პროექტი განახორციელა. მათ შორისაა „ბიზნეს ინკუბატორი“, რომელიც ინოვაციური იდეის მქონე მეწარმეების (მათ შორის შემოქმედებით ინდუსტრიებში მოღვაწე პირების) ხელშეწყობას ითვალისწინებს. პროგრამა მოიცავს ტრენინგებს, პროდუქტის პროტოტიპის შექმნასა და სპონსორების მოძიებაში ხელშეწყობას. ამჟამად სააგენტოს აქვს 5000, 15000, 100000 და 650000 ლარიანი გრანტების პროგრამები, რომლებიც ხელმისაწვდომია როგორც შემოქმედებითი

36 ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამა, კვარტალური რეპორტი, 2020, III კვარტალი. (n.d.). <https://www.usaid.gov/georgia/our-programs>

37 EU4Culture. (n.d.). <https://euneighbourseast.eu/projects/eu-project-page/?id=1487>

38 New EU4Business Project to Connect Companies in the Eastern Partnership countries with EU. (n.d.). [https://eu4business.eu/news/new-eu4business-project-to-connect-companies-in-the-eastern-partnership-countries-with-eu/#:~:text=The chosen sectors are: Bio, Brussels on 17 January, 2020.](https://eu4business.eu/news/new-eu4business-project-to-connect-companies-in-the-eastern-partnership-countries-with-eu/#:~:text=The%20chosen%20sectors%20are%3ABio,Brussels%20on%2017%20January,2020.)

39 Creative Spark. (n.d.). <http://designonline.org.au/wp-content/uploads/2017/06/CreativeSparkPromptSheet.pdf>

ასევე სხვა ინდუსტრიების წარმომადგენლებისთვისაც. დაფინანსებულ პროექტებს შორის, შემოქმედებითი ინდუსტრიის მიმართულებით განსაკუთრებით აქტუალურია კომპიუტერული თამაშების შექმნასთან დაკავშირებული სტარტაპები.

აღსანიშნავია, რომ დედაქალაქში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებას ხელს უწყობს ქალაქ თბილისის მერია, რომელიც ახორციელებს პროგრამას „შემოქმედებითი თბილისი“. კონკურსის მიზანია შემოქმედებითი იდეების განვითარება და რეალიზება. ის ოთხ მიმართულებას მოიცავს, ესენია: საგამომცემლო საქმიანობა, დიზაინი და რეწვა, აუდიო-ვიზუალური ხელოვნება და ვიზუალური ხელოვნება⁴⁰. თავის მხრივ, ვიზუალური ხელოვნება მოიცავს ფოტოგრაფიას, ინსტალაციასა და მხატვრობას. აღნიშნული პროექტისთვის 2021 წელს დედაქალაქის ბიუჯეტის პროექტში გათვალისწინებულია 910 ათასი ლარი⁴¹, რაც გასული წლის მაჩვენებელს 49%-ით აღემატება.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების მნიშვნელოვნების ზრდასთან ერთად, განსაკუთრებით საყურადღებო ხდება ამ ინდუსტრიების გარშემო ხარისხიანი სტატისტიკური ინფორმაციის შეგროვება, რაც მომავალში ხელს შეუწყობს კვლევაზე დაფუძნებული, მეტად მიზნობრივი და შედეგზე ორიენტირებული პროგრამების განხორციელებას. ანგარიშის მომდევნო სექციებში განხილულია საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული სტატისტიკის შეგროვების მეთოდოლოგია, აღწერილია კვლევის ფარგლებში შეგროვებული მონაცემები და წარმოდგენილია ინდუსტრიაში არსებული ეკონომიკური ტენდენციები.

⁴⁰ პროგრამა „შემოქმედებითი თბილისი“. (n.d.). <https://tbilisi.gov.ge/news/7786>

⁴¹ ქ. თბილისის 2021 წლის ბიუჯეტის პროექტი. (n.d.). <https://tbilisi.gov.ge/page/43>

ნაწილი II

საქართველოს შემოქმედაბითი ინდუსტრიალის ეკონომიკური ანალიზი

კვლევის ანგარიშის მოცემული ნაწილი მიზნად ისახავს საქართველოში (ილუსტრაცია 1-ს მიხედვით) შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკურ ანალიზს, მათი განვითარების ტენდენციების დაკვირვებას და მონაცემებზე დაფუძნებით შესაბამისი რეკომენდაციების გაცემას ინდუსტრიების მომავალი უფრო ეფექტური და მდგრადი განვითარებისათვის.

ნაწილი იწყება დეტალური მეთოდოლოგიისა და მონაცემთა წყაროების გაცნობით, რომლის მიხედვითაც წარმოდგენილი იქნება საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიებში აქტიური საწარმოების ეკონომიკური მაჩვენებლები.

ანგარიშის ძირითად ნაწილში თავდაპირველად შეჯამებულია საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების საერთო მოცულობა და ტენდენციები. ჯამური მაჩვენებლების წარმოდგენით შესაძლებელია, ერთი მხრივ, დავინახოთ რა წილი აქვს შემოქმედებითი ინდუსტრიებს მთლიან კერძო სექტორში და მეორე მხრივ, შევაფასოთ რა წვლილი მიუძღვის თითოეულ შემოქმედებითი ინდუსტრიას შემოქმედებითი ეკონომიკაში. შემჯამებელი შეფასებების შემდეგ ანგარიში დეტალურად განიხილავს თითოეულ შემოქმედებითი ინდუსტრიას ცალ-ცალკე. დასასრულს, ანალიზზე დაფუძნებით წარმოდგენილია რეკომენდაციები, რომლებმაც ხელი უნდა შეუწყონ შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების სტრატეგიის სწორ შემუშავებას.

1. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია და გამოყენებული მონაცემები

მიმდინარე სექციაში წარმოდგენილია შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური ანალიზისთვის გამოყენებული მეთოდოლოგია და შესაბამისი მონაცემები. ეკონომიკური მონაცემები რამდენიმე ჯგუფად შეგვიძლია განვიხილოთ: პირველ რიგში, ანგარიშში გაანალიზებულია საწარმოთა ეკონომიკურ აქტიურობასთან დაკავშირებული ძირითადი ინდიკატორები: მათი ბრუნვა, დამატებული ღირებულება, გამოშვება, დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და მათი საშუალო თვიური ანაზღაურება და ქალების წილი დაქირავებით დასაქმებულებში⁴². აღნიშნული მაჩვენებლების გარდა, ანგარიშში წარმოდგენილია სამუშაო ძალის გამოკვლევის შედეგებიც. დაქირავებით დასაქმებულთა ასაკობრივი განაწილება ინდუსტრიაში ახალგაზრდების

⁴² საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (n.d.). 1–5. https://www.geostat.ge/media/32249/BS_მეთოდოლოგია.pdf

ჩართულობასა და თაობათა ცვლის პროცესს თვალსაჩინოდ წარმოაჩენს. ეკონომიკური ანალიზი ასევე მოიცავს საგარეო ვაჭრობის მონაცემებს. საქონლით საგარეო ვაჭრობის მონაცემების ანალიზი თითოეული ინდუსტრიისთვის წამყვანი პროდუქციისა და სავაჭრო ბაზრების შესახებ იძლევა ინფორმაციას, რომელიც მნიშვნელოვანია ინდუსტრიის პოტენციალის განსაზღვრისა და შემდგომი სამოქმედო გეგმის შემუშავებისათვის. მონაცემთა მომდევნო ჯგუფი აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობისა და მათი ზომის მიხედვით განაწილების ანალიზია, რომელიც მსგავსად ინდიკატორთა პირველი ჯგუფისა, ინდუსტრიაში არსებული ტრენდების დანახვის საშუალებას იძლევა, რაც თავის მხრივ წამახალისებელი პროგრამების ეფექტიანობისა და ინვესტორთათვის ინდუსტრიის მიმზიდველობის შეფასებას მნიშვნელოვნად ამარტივებს. დამატებით, კულტურული ტურიზმისა და სახელოვნებო და კულტურული განათლების სექტორების ანალიზისთვის ანგარიში იყენებს საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროსა და საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს მონაცემებს.

ანგარიშის ფარგლებში გამოყენებული შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია „საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების გზამკვლევა“ და შემდგომ განახლებებზე დაყრდნობით, მოცემულია ცხრილ 5-ში.

ცხრილი 4 საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია			
1	არქიტექტურა	8	მუსიკა
2	დიზაინი და მოდის ინდუსტრია	9	რეკლამა
3	სახვითი ხელოვნება	10	საშემსრულებლო ხელოვნება
4	კინო და ვიდეო	11	სახელოვნებო და კულტური განათლება
5	კულტურული მემკვიდრეობა	12	ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია
6	ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	13	რეწვა
7	მედია და მაუწყებლობა	14	გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია

წყარო: შემოქმედებითი საქართველო

ზემოთ ჩამოთვლილი ინდუსტრიების რაოდენობრივი ანალიზი ეფუძნება ადგილობრივი წყაროებიდან შეგროვებულ მეორად მონაცემებს. უფრო კონკრეტულად, მომდევნო ცხრილი, ცხრილი 2, ასახავს ანალიზისას გამოყენებულ ინდიკატორებსა და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისათვის მათი გამოთვლისას გამოყენებულ მონაცემთა წყაროებს.

ცხრილი 5 - ხარისხობრივ ანალიზში გამოყენებული მთავარი ინდიკატორები და შესაბამისი მონაცემთა წყაროები

N	ინდიკატორი	მონაცემთა წყარო
1	შემოქმედებით ინდუსტრიებში საქონლით ვაჭრობის მოცულობა	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, საგარეო ვაჭრობის სტატისტიკა, 2015-2020
2	შემოქმედებით ინდუსტრიებში მომსახურებით ვაჭრობის მოცულობა	საქართველოს ეროვნული ბანკი, საგადასახდლო ბალანსი, 2014-2020
3	შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვა	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევა, 2014-2019 ⁴³
4	შექმნილი დამატებული ღირებულება	
5	გამოშვების მოცულობა	
6	დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა	
7	ქალების წილი დაქირავებით დასაქმებულებში	
8	დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სამუშაო ძალის გამოკვლევა (LFS), 2019
9	დაქირავებით დასაქმებულთა ასაკობრივი განაწილება	
10	თვითდასაქმებულთა რაოდენობა	
11	დასაქმებულთა რაოდენობა შემოქმედებით ინდუსტრიებში შემოქმედებით პოზიციებზე	საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (Geostat), ბიზნეს რეგისტრი, 2015-2020
12	დასაქმებულთა რაოდენობა არა-შემოქმედებით ინდუსტრიებში შემოქმედებით პოზიციებზე	
13	აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA), 2015-2020
14	საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა, მათი დანახარჯები და ჩართულობა გასტრონომიული და კულტურული ტურიზმის აქტივობებში	საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო; საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს
15	უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებსა და პროფესიულ სასწავლებლებში შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე ჩარიცხული და აქტიური სტუდენტებისა და კურსდამთავრებულების რაოდენობა. დაფინანსების მოცულობა უმაღლეს საგანმანათლებლო და პროფესიულ სასწავლებლებში შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე	

შენიშვნა: ანგარიშის მომზადების პერიოდისთვის საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემების ბოლო ხელმისაწვდომი პერიოდი 2019 წელი იყო, შესაბამისად მაჩვენებლები რომლებიც აღნიშნულ კვლევას ეყრდნობა გაანალიზებულია 2019 წლის ჩათვლით. რაც შეეხება სამუშაო ძალის გამოკვლევის სტატისტიკურ მონაცემებს, პანდემიით

⁴³ თითოეული ინდუსტრიისთვის სასურველი და განხილული სეკ 006-2016 (NACE rev.2) ეკონომიკური საქმიანობის კოდები წარმოდგენილია დანართ 5-ში.

გამოწვეული მიზეზების გამო 2020 წლის მონაცემები ზუსტად ვერ ასახავს ნორმალურ პირობებში არსებულ მდგომარეობას, შესაბამისად კვლევა ეყრდნობა 2019 წლის მონაცემებს. მაჩვენებლები, რომელთათვისაც ხელმისაწვდომი იყო 2020 წლის მონაცემები, ანგარიშში წარმოდგენილია 2020 წლის ჩათვლით.

ანალიზისთვის მონაცემების შეგროვების პროცესი შეგვიძლია შემდეგნაირად აღვწეროთ:

1. საგარეო ვაჭრობის მონაცემების ანალიზი. შემოქმედებითი ინდუსტრიებში საქონლით საგარეო ვაჭრობასთან დაკავშირებული ინდიკატორების (ექსპორტი, იმპორტი, საექსპორტო ბაზრები, იმპორტიორი ქვეყნები) დამუშავების პირველ ეტაპზე განისაზღვრა შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული პროდუქტების კატეგორიები და შემდგომ აღნიშნული კატეგორიები დაკავშირდა ცხრილ 1-ში წარმოდგენილ ინდუსტრიებთან. შემოქმედებითი პროდუქციის კლასიფიცირებისთვის გამოვიყენეთ UNCTAD-ის კლასიფიკაცია (დანართი 2), და აქ წარმოდგენილი პროდუქტების კატეგორიები მივსადაგეთ შესაბამის შემოქმედებითი ინდუსტრიას. UNCTAD ასევე განსაზღვრავს შემოქმედებითი პროდუქტების კატეგორიაში შემავალ სასაქონლო კოდებს HS 2012 კლასიფიკატორით. დანართ 4-ში წარმოდგენილია შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული პროდუქტების კატეგორიები და შესაბამისი HS 2012 კოდები. გარდა UNCTAD-ის განსაზღვრებით მოცემული კოდებისა, დანართი 2 დამატებით წარმოადგენს რამდენიმე რელევანტურ HS კოდს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ვაჭრობის აღსაწერად. საბოლოოდ შერჩეულ HS 2012-ის 6-ნიშნა კოდების მიხედვით წლიური ექსპორტისა (ადგილობრივი ექსპორტი და რეექსპორტი) და იმპორტის სტატისტიკა ეფუძნება Geostat-ის საგარეო ვაჭრობის პორტალზე არსებულ მონაცემებს 2015-2020 წლებისთვის. ამავე წყაროზე დაყრდნობით გაანალიზდა ინფორმაცია სავაჭრო პარტნიორების შესახებ.

2. მომსახურებით ვაჭრობა შემოქმედებითი ინდუსტრიებში. შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქმიანობა პროდუქციის წარმოების გარდა უკავშირდება ასევე მომსახურების წარმოებას. აქედან გამომდინარე, საქონლის ვაჭრობასთან ერთად რეპორტი წარმოადგენს შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მომსახურებით ვაჭრობის ტენდენციებსაც. მომსახურებით ვაჭრობის დეტალიზებული მონაცემები თითოეულ ინდუსტრიასთან დაკავშირებული მომსახურებისთვის ხელმისაწვდომი არ არის, ამიტომ ანალიზისთვის ვიყენებთ UNCTAD-ის მიერ შემუშავებულ მეთოდოლოგიას, შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მომსახურებით ვაჭრობის შეფასების შესახებ. აღნიშნული მეთოდოლოგიის მიხედვით მომსახურებით ვაჭრობა შემოქმედებითი ინდუსტრიებში წარმოდგენილია საგადასახდლო ბალანსის შემდეგი, შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული, კომპონენტების მიხედვით: (i) რეკლამა, ბაზრის კვლევა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა; (ii) არქიტექტურული, საინჟინრო და სხვა ტექნიკური მომსახურება; (iii) კვლევა და განვითარება, კომპიუტერული და საინფორმაციო მომსახურება; და (iv) პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება, რომელიც თავის მხრივ იყოფა ორ მიმართულებად: აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურება და სხვა პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება. დამატებით, UNCTAD-ის მიერ როიალტი და სალიცენზიო გადასახადი მოიაზრება როგორც შემოქმედებითი ინდუსტრიასთან

დაკავშირებული კომპონენტი. საქართველოსთვის შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ მომსახურებით ვაჭრობა დათვლილია საქართველოს საგადასახდელო ბალანსის (BMP6) ზემოთჩამოთვლილი კომპონენტების მიხედვით 2015-2020 წლებისთვის.

3. ბიზნესების ეკონომიკურ აქტიურობასთან დაკავშირებული ძირითადი ინდიკატორები.

აღნიშნულ ეკონომიკურ ინდიკატორებზე (ბრუნვა, დამატებული ღირებულება, გამოშვება, დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და მათი საშუალო თვიური ანაზღაურება, ქალების წილი დაქირავებით დასაქმებულებში) მონაცემების მოსაგროვებლად შემოქმედებითი ინდუსტრიებს, პირველ რიგში, მივუსადაგეთ შესაბამისი სეკ 006-2016 (NACE rev.2) ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის კოდები ხელმისაწვდომობის მიხედვით.

დანართ 5-ში წარმოდგენილია შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის სასურველი სეკ 006-2016 (NACE rev.2) კოდები (სვეტი 2) და საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევით ხელმისაწვდომი კოდები (სვეტი 3). როგორც დანართიდან ჩანს, ხშირ შემთხვევაში საწარმოთა გამოკვლევა არ იძლევა ჩვენთვის სასურველ (4-ნიშნა) დონეზე მონაცემების გენერირების საშუალებას, ამიტომ ასეთ შემთხვევაში გაანალიზებულია უფრო მსხვილი აგრეგირების, 3-ნიშნა ან 2-ნიშნა კოდის შესაბამისი ეკონომიკური საქმიანობები.

გარდა ამისა, ზოგიერთი ინდუსტრიის ანალიზისთვის, ხელმისაწვდომი, შედარებით მსხვილი აგრეგირების კოდები არ არის ინფორმატიული (დიზაინი და მოდის ინდუსტრია, სახელოვნებო და კულტურული განათლება, რეწვა), შესაბამისად ასეთი ინდუსტრიებისთვის ეკონომიკურ აქტიურობასთან დაკავშირებული ძირითადი ინდიკატორები არ არის გაანალიზებული. რაც შეეხება სახვით და საშემსრულებლო ხელოვნებას, აღნიშული მაჩვენებლები ამ ორი ინდუსტრიისთვის წარმოდგენილი იქნება ჯამურად, ჩაშლილი მონაცემების არარსებობის გამო.

მიზეზი, რატომაც ზოგიერთი ინდუსტრიისთვის არ არსებობს 4-ნიშნა დონის შესაბამისი სტატისტიკური მონაცემები მდგომარეობს ამ ინდუსტრიებში მოქმედი კომპანიების შერჩევის არარეპრეზენტატიულობაში. შესაბამისად, გამოკვლევისას კონკრეტულ ინდუსტრიაში არასაკმარისი რაოდენობით კომპანიების შერჩევის შემთხვევაში მიღებული სტატისტიკური მონაცემების სანდოობა დაბალია. შემოქმედებითი ინდუსტრიების სწორი აღრიცხვის მიმართულებით, ასევე უნდა აღინიშნოს რომ, შემოქმედებითი საქმიანობების ბუნებიდან გამომდინარე, შესაძლებელია ამგვარ საქმიანობას ინდივიდი ძირითადი საქმიანობის პარალელურად ეწეოდეს. აქედან გამომდინარე შესაძლებელია, რომ შემოქმედებითი საქმიანობები სრულად არ ისახებოდეს სტატისტიკურ მონაცემებში.

გარდა ზემოთ აღნიშნულისა, მონაცემთა ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებულ დამატებით გამოწვევად უნდა აღვნიშნოთ, ხშირ შემთხვევაში, შემოქმედებითი საქმიანობების შედარებით ვიწრო განმარტება, რომლის შესაბამისი ეკონომიკური აქტივობის პოვნაც ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორში არ ხერხდება. აქედან გამომდინარე, ზოგიერთი შემოქმედებითი საქმიანობა, ანალიზის საწყის ეტაპზევე ვერ ხვდება სასურველი სეკ 006-2016 (NACE rev.2) კლასიფიკატორის კოდების ჩამონათვალში და შესაბამისად, შემდგომ ეტაპებზე - მონაცემთა ანალიზში.

4. აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობისა და ზომის ანალიზი. მონაცემები აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობის შესახებ აღებულია Geostat-ის ბიზნეს რეესტრიდან. ამ შემთხვევაში მონაცემები ხელმისაწვდომია სეკ 006-2016 (NACE rev.2) კლასიფიკაციის უფრო ვიწრო ჩაშლით 4-ნიშნა დონეზე და ემთხვევა სასურველ კლასიფიკაციას (დანართი 5, სვეტი 5).

ბიზნეს რეგისტრის მონაცემების მიხედვით, ორგანიზაციებში მოიაზრება: ამხანაგობა, არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი, ინდივიდუალური მეწარმე, სააქციო საზოგადოება, საჯარო სამართლის იურიდიული პირი, სახელმწიფო დაწესებულება, სოლიდარული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, უცხოური არასამეწარმეო იურიდიული პირის ფილიალი, უცხოური სანარმოს მუდმივი დაწესებულება, უცხოური სანარმოს ფილიალი, და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება.

აქტიური ორგანიზაციები დაჯგუფებულია სამ ძირითად კატეგორიაში, ესენია მსხვილი (დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა აღემატება 249 კაცს ან საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა 60 მლნ. ლარს), საშუალო (დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა მერყეობს 50-დან 250 კაცამდე, ან საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა – 12 მლნ. ლარიდან 60 მლნ. ლარამდე) და მცირე (დასაქმებულთა საშუალო წლიური რაოდენობა არ აღემატება 50 დასაქმებულს და საშუალო წლიური ბრუნვის მოცულობა არ აღემატება 12 მლნ. ლარს)⁴⁴.

5. სამუშაო ძალის გამოკვლევის შედეგები. მონაცემები იმ ინდიკატორებისთვის, რომლებიც ეყრდნობა სამუშაო ძალის გამოკვლევას (LFS), ასევე ხელმისაწვდომია უფრო ვიწრო ჩაშლით და ემთხვევა სასურველ კლასიფიკაციას (დანართი 5, სვეტი 5). მიმდინარე ანგარიშში გაანალიზებულია 2019 წელს ჩატარებული LFS-ის მონაცემები.

5.1 LFS-დან დაქირავებით დასაქმებულებისა და თვითდასაქმებულების დათვლისას გათვალისწინებულია დასაქმება როგორც პირველად, ასევე მეორად სამუშაოზე.

5.2 აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა LFS-დან გამოყენებულია მხოლოდ ინდუსტრიების დაქირავებით დასაქმებულებში ასაკობრივი ჩაშლის გასაანალიზებლად.

5.3 რაც შეეხება თვითდასაქმებულების რაოდენობას, LFS-ში მონაწილე რესპონდენტების სიმცირის გამო არ ხერხდება ცალკეულ ინდუსტრიებზე დაკვირვება, ამიტომ თვითდასაქმებულთა მონაცემები გაანალიზებულია ჯამურად, შემოქმედებითი ინდუსტრიისთვის.

5.4 და ბოლოს, შემოქმედებით და არაშემოქმედებით ინდუსტრიებში შემოქმედებითი პოზიციაზე დასაქმებულთა რაოდენობის დათვლისას გამოყენებულია პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაცია (ISCO). უნდა აღინიშნოს რომ, მონაცემთა დამუშავების მომენტიდან, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული

⁴⁴ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (ი.დ.). 1-5.

სააგენტოს მონაცემები წარმოდგენილი იყო ISCO-88 (2006 წელი) კლასიფიკატორში, თუმცა UNESCO-ს მიერ შემოქმედებითი პროფესიების განსაზღვრისათვის გამოყენებულია ISCO-08 განახლებული კლასიფიკაცია (2012 წელი), რომელიც ჩვენი ანალიზისა და LFS-ის მონაცემებზე მოსარგებად დაკონვერტირდა ISCO-88-ში. ISCO-88 კლასიფიკაციის მიხედვით განხილულ შემოქმედებით პროფესიათა ნუსხა წარმოდგენილია დანართში 6.

6. გასტრონომიისა და კულინარიული ინდუსტრია; კულტურული ტურიზმი. გასტრონომიისა და კულინარიული ინდუსტრიის გასაანალიზებლად, სადაც არ გვაქვს ინდუსტრიის შესაბამისი სეკ 006-2016 (NACE rev.2) კლასიფიკაცია, განვიხილავთ GNTA-ს მონაცემებს საერთაშორისო და შიდა ვიზიტორთა კვლევიდან. ამ ნაწილში ვაანალიზებთ საერთაშორისო ვიზიტორთა ზოგად ტრენდებს, ასევე საერთაშორისო და შიდა ვიზიტორების დანახარჯებს საკვებსა და სასმელზე და მათ ჩართულობას გასტრონომიულ ტურიზმთან დაკავშირებულ აქტივობებში. დამატებით, ზემოთ აღნიშნული ინდუსტრიისთვის განხილული იქნება რესტორნებისა და საკვებით მობილური მომსახურების საქმიანობები (სეკ 006-2016 (NACE rev.2) კლასიფიკაციის 56.1 კოდი), მისი მჭიდრო კავშირის გათვალისწინებით გასტრონომიულ ტურიზმთან.

გამომდინარე იქიდან რომ ქართული ღვინო გასტრონომიისა და კულინარიული ინდუსტრიის მნიშვნელოვანი ნაწილია, ანგარიში ასევე წარმოადგენს ღვინით საგარეო ვაჭრობის მონაცემებს. თუმცა, მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ ღვინით ვაჭრობის მონაცემები მოიცავს როგორც მცირე საოჯახო მარნებს (რომლებიც მეტად ასოცირდებიან შემოქმედებით ინდუსტრიასთან), ასევე მსხვილ კომპანიებსაც. მონაცემთა დამატებითი წყაროების არასრულყოფილების გამო, აღნიშნული ორი კატეგორიის ერთმანეთისგან გამიჯვნა შეუძლებელია. გასტრონომიისა და კულინარიული ინდუსტრიის გარდა, ანგარიში განიხილავს კულტურულ ტურიზმსაც, შემოქმედებით ინდუსტრიებთან მჭიდრო ასოცირების გამო. ამ შემთხვევაშიც, საერთაშორისო და შიდა ვიზიტორების მიერ გაწეული დანახარჯები კულტურულ ტურიზმზე და მათი ჩართულობა კულტურულ ტურიზმთან დაკავშირებულ აქტივობებში გაანალიზებული იქნება GNTA-ს მონაცემებზე დაყრდნობით.

7. სახელოვნებო და კულტურული განათლება. შემოქმედებითი მიმართულებით განათლების მონაცემების ანალიზისთვის ანგარიში იყენებს საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტროსა და საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს მონაცემებს. უფრო კონკრეტულად, იმისთვის რომ დავაკვირდეთ სახელოვნებო და კულტურული მიმართულებით არსებულ პროგრამებს, სტუდენტების მხრიდან აღნიშნული პროფესიებით დაინტერესებას და სახელმწიფოსთვის შემოქმედებითი განათლების პრიორიტეტულობას, ანგარიში აანალიზებს უმაღლესი განათლებისა და პროფესიული განათლების მიმართულებით შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე არსებული სტუდენტების რაოდენობას და აღნიშნული პროგრამების დაფინანსებას. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებული საგანმანათლებლო პროგრამები ანგარიშში

დაჯგუფებულია პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაციის (ISCO-88) მიხედვით. აღნიშნული დაჯგუფებები უმაღლესი და პროფესიული მიმართულებით წარმოდგენილია დანართებში 7 და 8.

ზემოთჩამოთვლილი მონაცემებისა და ინდიკატორების გათვალისწინებით, ანგარიშის მომდევნო სექციები მოიცავს თითოეული შემოქმედებითი ინდუსტრიის რაოდენობრივ ანალიზს, რომელსაც წინ უძღვის შემაჯამებელი ტენდენციები მთლიანად შემოქმედებითი ეკონომიკისათვის.

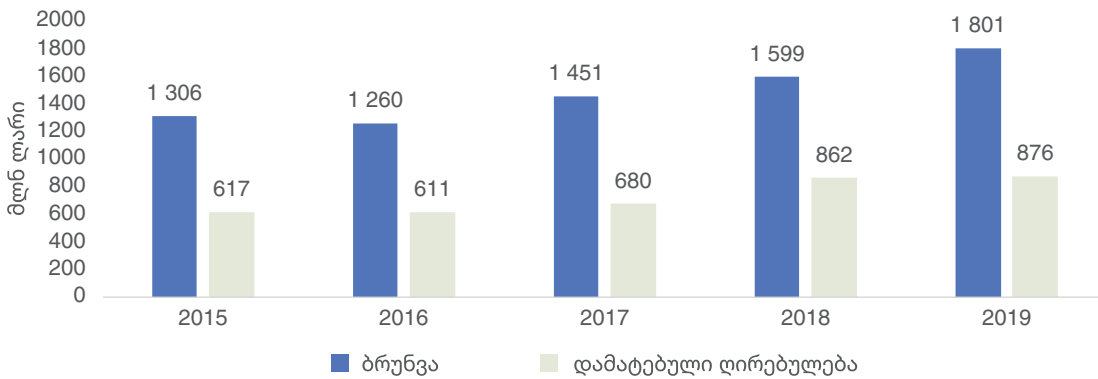
2. ინდუსტრიის ეკონომიკური მაჩვენებლების შეჯამება

მომდევნო სექციაში განხილულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ეკონომიკური მაჩვენებლები. მონაცემთა ხელმისაწვდომობიდან გამომდინარე, საწარმოთა ეკონომიკურ აქტიურობასთან დაკავშირებული ძირითადი ინდიკატორები წარმოდგენილია შემდეგი ინდუსტრიებისათვის: არქიტექტურა, სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნება, კინო და ვიდეო, კულტურული მემკვიდრეობა, ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია, მედია მაუწყებლობა, მუსიკა, სარეკლამო ინდუსტრია, და ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია. სამუშაო ძალის გამოკვლევის შედეგები, ისევე როგორც აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობისა და ზომის მონაცემები, ზემოთ ჩამოთვლილ ინდუსტრიებთან ერთად მოიცავს დიზაინისა და მოდის და რეწვის ინდუსტრიებს (დანართი 5). გარდა აღნიშნულისა, მიმდინარე სექცია აჯამებს საგარეო ვაჭრობის მონაცემებს არქიტექტურის, დიზაინისა და მოდის, საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნების, კინო და ვიდეოს, კულტურული მემკვიდრეობის, ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის, მუსიკის, ციფრული ტექნოლოგიებისა და რეწვის ინდუსტრიებისათვის (დანართი 5). საგარეო ვაჭრობის ჯამურ მონაცემებში არ არის წარმოდგენილი გასტრონომიისა და კულინარიული ინდუსტრიის მიერ ღვინით ვაჭრობა, რადგან, როგორც მეთოდოლოგიის სექციაში აღვნიშნეთ, მონაცემებიდან შეუძლებელია მცირე საოჯახო მარნების საქმიანობასთან დაკავშირებული ინფორმაციის (შემოქმედებითი ეკონომიკის ნაწილის) გამოყოფა.

2015-2019 წლებში, შემოქმედებითი ინდუსტრიებში აქტიური საწარმოების რაოდენობა 5,579-დან (2015) 6,019-მდე (2019) გაიზარდა, ხოლო 2020 წელს 5,728-მდე შემცირდა. 2020 წლის მონაცემებით აქტიური საწარმოების 52.6% (3,013 საწარმო) შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება, 36.7% (2,106 საწარმო) ინდივიდუალური მეწარმე, 7.1% (407 საწარმო) არასამეწარმეო იურიდიული პირი, 1.5% (87 საწარმო) საჯარო სამართლის იურიდიული პირი და 2.1% სხვა ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის საწარმოებია. აღნიშნული საწარმოების 77.3% (4,426) მცირე, 3.0% (საშუალო), ხოლო 0.4% (23) მსხვილი ზომისაა. დანარჩენი საწარმოების (20.1%) ზომის შესახებ ინფორმაცია ხელმიუწვდომელია.

2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის⁴⁵ საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 8% შეადგინა, რის შედეგადაც 2019 წლისათვის შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის მაჩვენებელმა 1.8 მილიარდ ლარს გადააჭარბა (გრაფიკი 4).

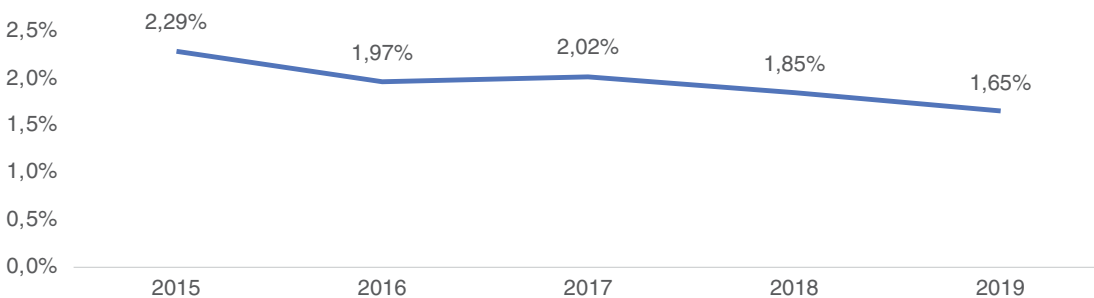
გრაფიკი 4 ჯამური ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2019 წელს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვამ მთელი ბიზნეს სექტორის 1.65% შეადგინა. როგორც გრაფიკი 5-დან ჩანს, აღნიშნული მაჩვენებელი ყოველწლიურად მცირდებოდა, რაც იმას ნიშნავს, რომ ბიზნეს სექტორის ჯამური ბრუნვის ზრდის ტემპში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვის ზრდის ტემპს აღემატება.

გრაფიკი 5 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვის წილი მთელი ბიზნეს სექტორის ბრუნვაში (2015-2019 წლები)

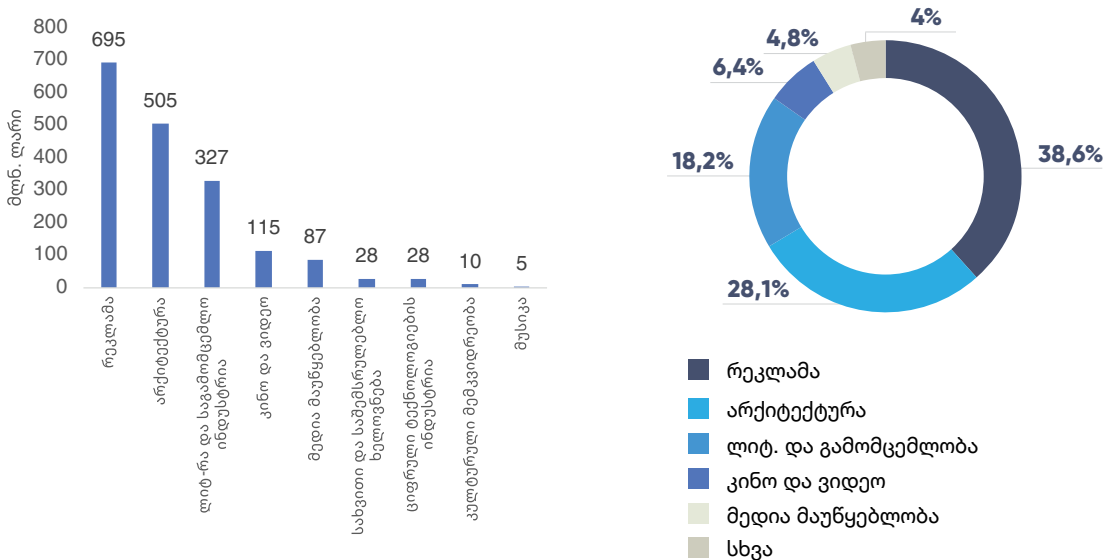


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

45 საანგარიში პერიოდში ეკონომიკური ერთეულის მიერ საქონლისა და მომსახურების გაყიდვებიდან მიღებული შემოსავლები

2019 წლის მონაცემებით შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ბრუნვის მაჩვენებლით სარეკლამო ინდუსტრია ლიდერობს (695 მლნ ლარი). მას მოსდევს არქიტექტურის ინდუსტრია (505 მლნ ლარი) და ლიტერატურა და საგამომცემლო სექტორი (327 მლნ ლარი). აღნიშნულ სამ ინდუსტრიაზე ჯამური ბრუნვის დაახლოებით 85% მოდის, რაც ხაზს უსვამს იმ გარემოებას, რომ დარჩენილი ექვსი ინდუსტრია ზომით მნიშვნელოვნად ჩამორჩება წამყვან სამეულს (გრაფიკი 6). ბრუნვის მაჩვენებლების მიხედვით ინდუსტრიების შედარებისას უნდა გავითვალისწინოთ, რომ, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის პრობლემის გამო, არქიტექტურის ინდუსტრია დამატებით მოიცავს საინჟინრო საქმიანობებს, ტექნიკურ გამოცდებსა და ანალიზს. ასევე სახვითი ხელოვნება გაერთიანებულია საშემსრულებლო ხელოვნებასთან, ხოლო ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში არ არის წარმოდგენილი სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოება.

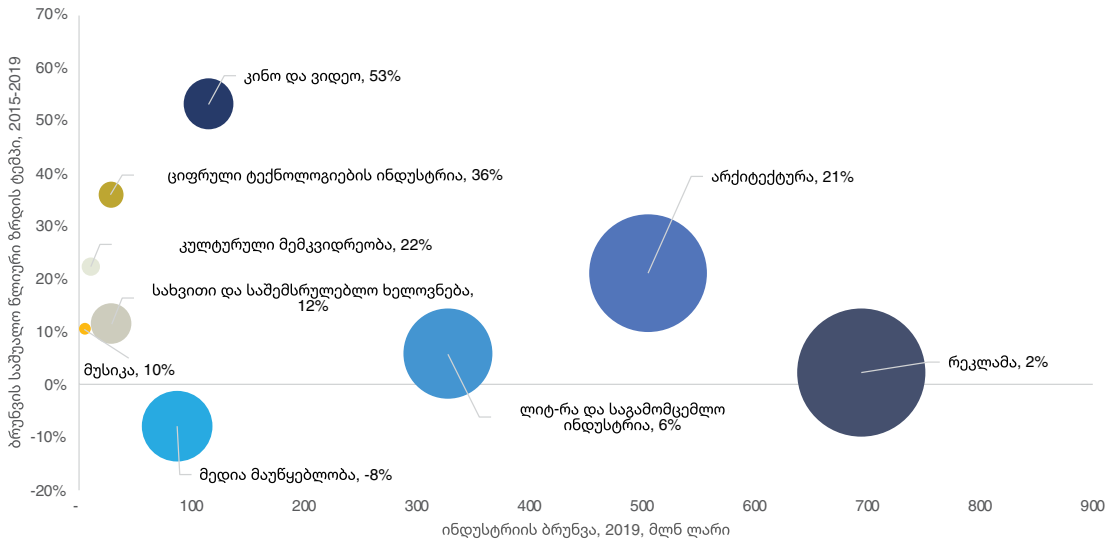
გრაფიკი 6 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვის მოცულობა და წილი მთლიან ბრუნვაში, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

მიუხედავად მნიშვნელოვანი ჩამორჩენისა უნდა აღინიშნოს, რომ შედარებით მცირე ინდუსტრიების ბრუნვის ზრდის ტემპი უმეტეს შემთხვევაში აღემატება წამყვანი ინდუსტრიებისას. 2015-2019 წლებში საშუალო ყოველწლიური ზრდის მაჩვენებლით კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია ლიდერობს, რომლის ბრუნვაც ყოველწლიურად საშუალოდ 53%-ით იზრდებოდა. მას მოსდევს ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია (36%) და კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრია (22%). ასევე აღსანიშნავია, რომ აღნიშნულ პერიოდში ბრუნვის საშუალო ყოველწლიური ზრდის უარყოფითი მაჩვენებელი მხოლოდ მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში დაფიქსირდა (-8%) (გრაფიკი 7).

გრაფიკი 7 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვა და ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდის ტემპი



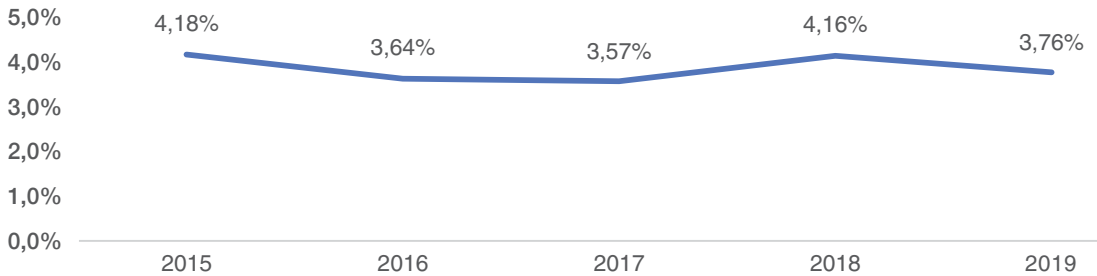
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შენიშვნა: გრაფიკზე წრეების ზომა შეესაბამება კონკრეტული ინდუსტრიის საშუალო გამოშვებას 2015-2019 წლებში

აღნიშნულ პერიოდში შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება⁴⁶ წლიურად საშუალოდ 9%-ით იზრდებოდა. 2019 წლისათვის შემოქმედებითი ინდუსტრიების დამატებული ღირებულების ჯამურმა მაჩვენებელმა 876 მილიონ ლარს გადააჭარბა, რაც 2018 წლის შესაბამის მაჩვენებელზე 1.7%-ით მეტია (გრაფიკი 4). 2019 წელს შემოქმედებითი ინდუსტრიების დამატებული ღირებულების წილი მთლიან ბიზნეს სექტორში 2018 წელთან შედარებით შემცირდა და 3.8% შეადგინა (გრაფიკი 8). 2019 წელს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ დამატებულ ღირებულებაში ყველაზე დიდი წილი (38%) სარეკლამო ინდუსტრიას უჭირავს. მას მოსდევს არქიტექტურა (36%), ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრია (11%), მედია მაუწყებლობა (6%) და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია (4%).

⁴⁶ წარმოების პროცესში შექმნილი ღირებულების ნამატი - წარმოებული საქონლისა და მომსახურების ღირებულებასა და შუალედურ მოხმარებას შორის სხვაობა

გრაფიკი 8 შემოქმედებითი ინდუსტრიების დამატებული ღირებულების წილი მთელი ბიზნეს სექტორის დამატებულ ღირებულებაში (2015-2019 წლები)

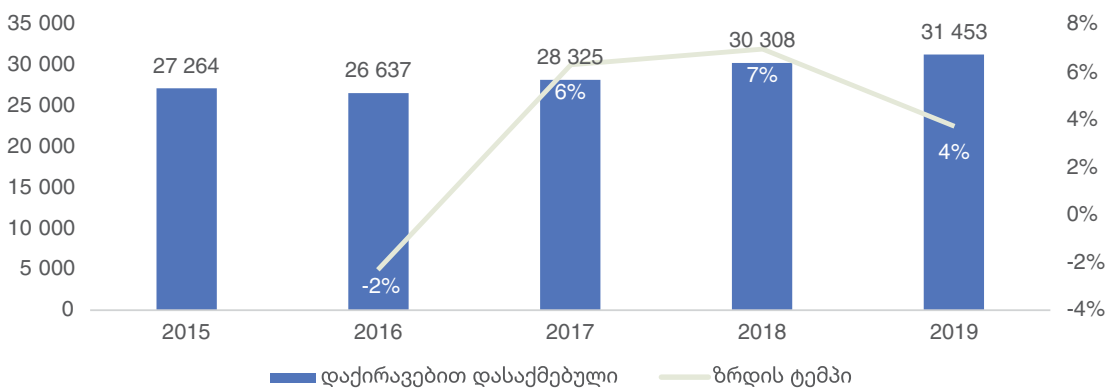


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დამატებული ღირებულების საშუალო წლიური ზრდის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი 2015-2019 წლებში კინოსა და ვიდეოს (47%) და კულტურული მემკვიდრეობის (38%) ინდუსტრიებში დაფიქსირდა, ხოლო ყველაზე მცირე მედია მაუწყებლობისა (-10%) და ლიტერატურისა და საგამომცემლო (4%) ინდუსტრიებში.

დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 4% შეადგინა. 2019 წლისათვის შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულთა მაჩვენებელმა 31,453 ადამიანი შეადგინა (მთელი ბიზნეს სექტორის დაქირავებით დასაქმებულების 4%) რაც 2015 წლის მაჩვენებელზე 4,189 ადამიანით მეტია (გრაფიკი 9).

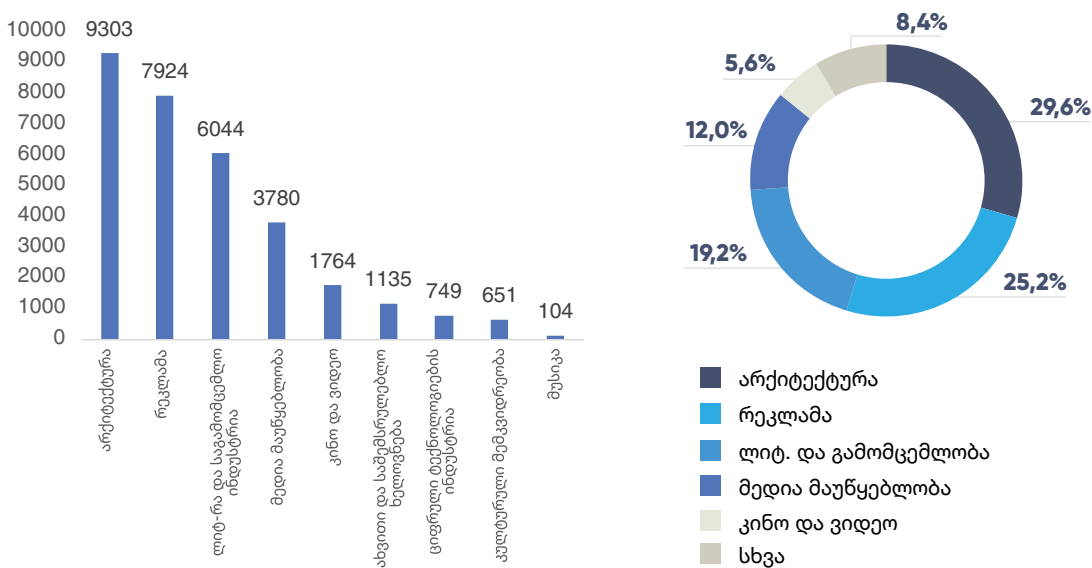
გრაფიკი 9 დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი, 2015-2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობით არქიტექტურის ინდუსტრია ლიდერობს, რომელიც 2019 წლის მონაცემებით 9,303 ადამიანს ასაქმებს (31%). მას მოსდევს სარეკლამო ინდუსტრია (7,924 დაქირავებული, 24%) და ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია (6,044 დაქირავებული, 20%). ჯამურად ეს სამი ინდუსტრია დაქირავებით დასაქმებულთა საერთო რაოდენობის დაახლოებით 74%-ია (გრაფიკი 10). ისევე როგორც ბრუნვის შემთხვევაში, აღნიშნული მონაცემებიც ცალსახად წარმოაჩენს იმ სხვაობას, რომელიც შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის გვხვდება.

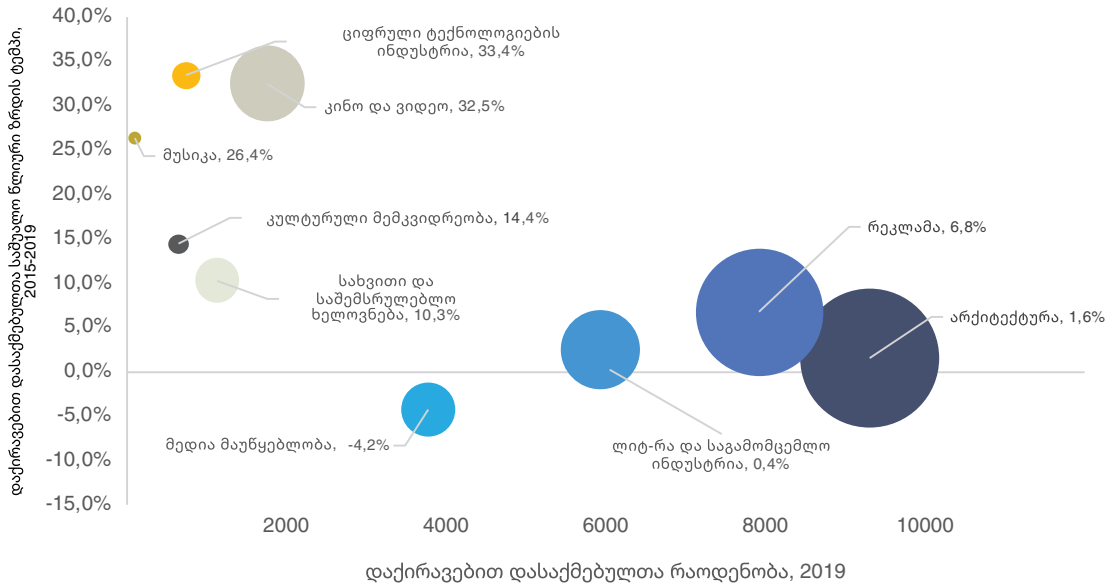
გრაფიკი 10 შემოქმედებით ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და წილი მთლიან დაქირავებით დასაქმებულებში, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აღსანიშნავია, რომ დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობით წამყვან ინდუსტრიებში (მაგ: არქიტექტურა, რეკლამა, ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია), 2015-2019 წლებში დასაქმებულთა დაბალი საშუალო წლიური ზრდის ტემპები ფიქსირდება (გრაფიკი 11).

გრაფიკი 11 შემოქმედებით ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და საშუალო წლიური ზრდის ტემპი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შენიშვნა: გრაფიკზე წრეების ზომა შეესაბამება კონკრეტული ინდუსტრიის საშუალო გამოშვებას 2015-2019 წლებში

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ყოველწლიური ზრდის ტემპით ციფრული ტექნოლოგიებისა და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიები ლიდერობენ (შესაბამისად 33.4% და 32.5%). მიუხედავად იმისა, რომ ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში დასაქმებულთა რაოდენობა მნიშვნელოვნად ჩამოუვარდება წამყვანი ინდუსტრიების მაჩვენებელს, აღსანიშნავია რომ ამ მხრივ ინდუსტრია სწრაფად ვითარდება. მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა აღნიშნულ პერიოდში საშუალოდ ყოველწლიურად 4%-ით მცირდებოდა (გრაფიკი 11).

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სააგენტოს 2019 წლის სამუშაო ძალის გამოკვლევის თანახმად, შემოქმედებით ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ყველაზე დიდი წილი (28.6%) 30-დან 45 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიას უჭირავს, ხოლო ყველაზე მცირე (18.1%) 15-დან 30 წლამდე ასაკობრივ კატეგორიას.

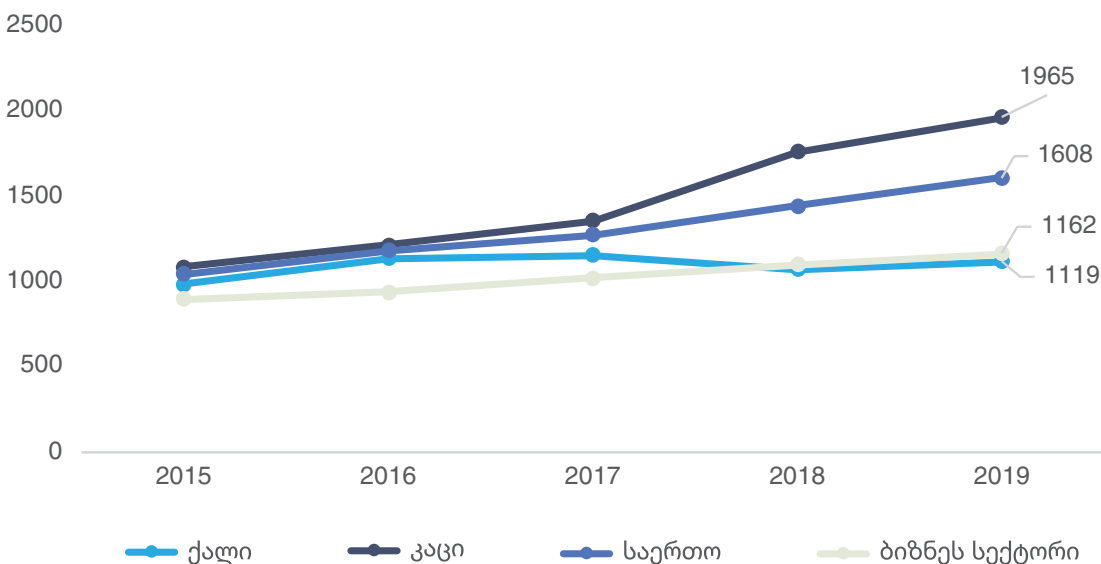
ქალების წილი დაქირავებით დასაქმებულთა შორის 41.4%-დან (2015) 42.2%-მდე (2019) გაიზარდა. შედარებისთვის, მთელს ეკონომიკაში 2019 წლის მაჩვენებლებით დაქირავებით დასაქმებულებში

ქალები დაახლოებით 50.3%-ს შეადგენენ. 2019 წლის მონაცემებით, დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი ყველაზე მაღალი ლიტერატურასა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში ფიქსირდება (59%), ხოლო ყველაზე დაბალი არქიტექტურის ინდუსტრიაში (28%).

რაც შეეხება თვითდასაქმებულთა რაოდენობას, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის 2019 წლის სამუშაო ძალის გამოკვლევის თანახმად, სულ შემოქმედებითი ინდუსტრიებში (ძირითად და მეორად დასაქმებაზე) თვითდასაქმებული იყო 9,084 ადამიანი. თვითდასაქმებულთა შორის ლიდერობს 45-დან 60 წლამდე ასაკობრივი კატეგორია (36.1%), ხოლო ყველაზე მცირე რაოდენობით (9.8%) 60 და 60 წელს გადაცილებულთა ასაკობრივი კატეგორიაა წარმოდგენილი. ამასთან, ჯამური რაოდენობის 73% კაცი, ხოლო 27% ქალია.

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ანაზღაურების წლიური ზრდის მაჩვენებელმა 11% შეადგინა. ქალების საშუალო თვიური ანაზღაურება აღნიშნულ პერიოდში წლიურად 3%-ით, ხოლო კაცების 16%-ით იზრდებოდა. შედეგად 2015-2019 წლებში მნიშვნელოვნად გაიზარდა გენდერული უთანასწორობა შრომის საშუალო ანაზღაურებებს შორის. 2019 წლის მონაცემებით, შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულ ქალთა ხელფასი 1,119 ლარი, კაცების - 1,965 ლარი, ხოლო შემოქმედებითი ინდუსტრიების საერთო საშუალო ხელფასი 1,608 ლარია, რაც თავის მხრივ მნიშვნელოვნად აღემატება სრულად ბიზნეს სექტორში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ხელფასს (1162 ლარი) (გრაფიკი 12).

გრაფიკი 12 შემოქმედებითი ინდუსტრიების და ბიზნეს სექტორის დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში

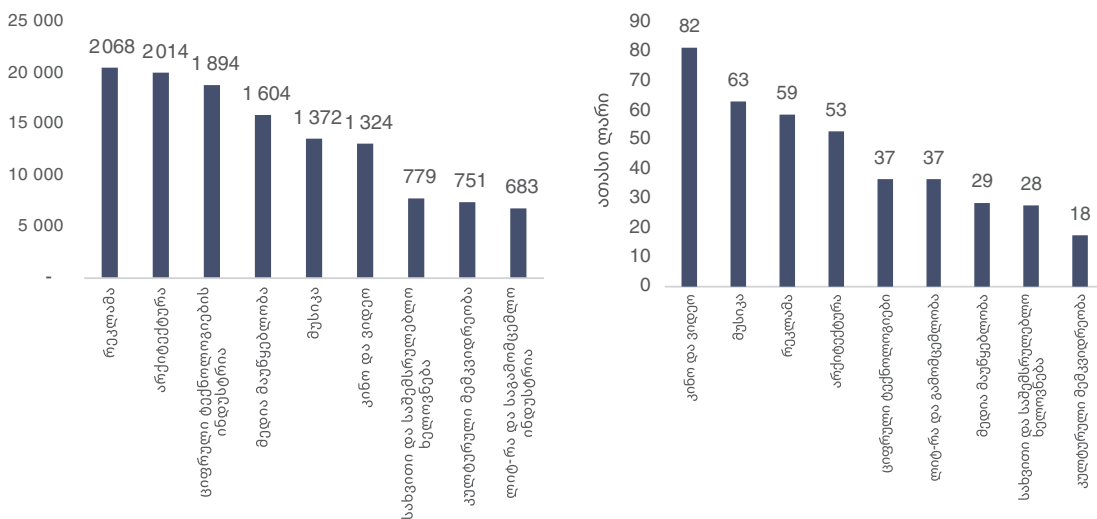


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2019 წლის მონაცემებით შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ყველაზე მაღალი საშუალო ხელფასი სარეკლამო (2,068 ლარი) და არქიტექტურის (2,014 ლარი) ინდუსტრიაში გვხვდება. ყველაზე დაბალი კი – სახვითი ხელოვნების (779 ლარი), კულტურული მემკვიდრეობისა (751 ლარი) და ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში (683 ლარი).

2019 წლის მონაცემებით, შემოქმედებით ინდუსტრიაში პროდუქტიულობის⁴⁷ მხრივ კინოსა და ვიდეოს და მუსიკის ინდუსტრიები ლიდერობენ, რომლებსაც სარეკლამო და არქიტექტურის ინდუსტრიები მოყვებიან. ყველაზე დაბალი პროდუქტიულობა სახვითი ხელოვნებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში გვხვდება. (გრაფიკი 13).

გრაფიკი 13 დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება და წლიური პროდუქტიულობა, 2019 წელი

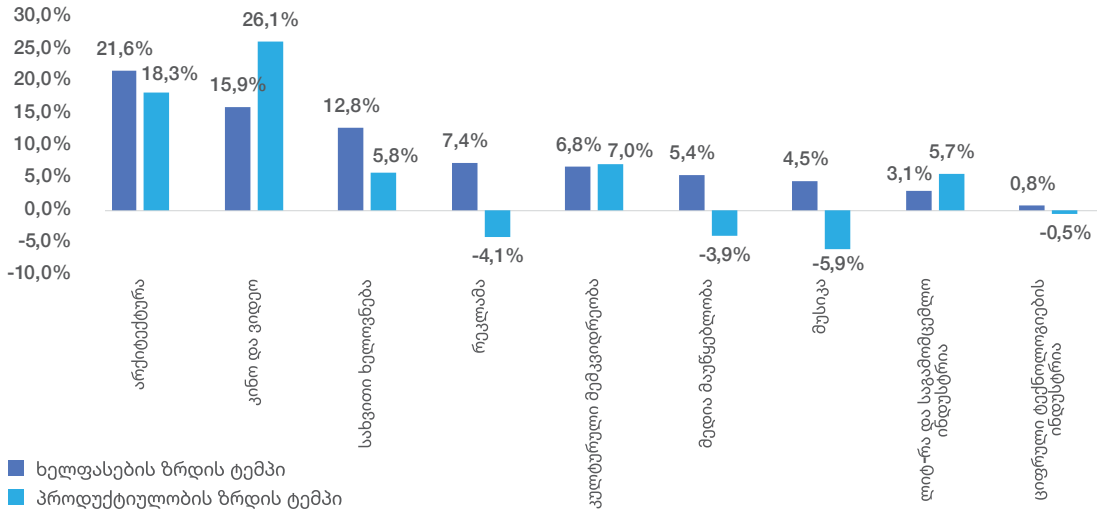


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

როგორც გრაფიკი 14-დან ჩანს, არქიტექტურისა და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიები ორნიშნა საშუალო ყოველწლიური ზრდით ხასიათდებიან როგორც ხელფასების, ასევე პროდუქტიულობის კომპონენტებში, რაც აღნიშნული ორი ინდუსტრიის სწრაფ განვითარებაზე მეტყველებს. სარეკლამო, მედიისა და მაუწყებლობის, ციფრული ტექნოლოგიებისა და მუსიკის ინდუსტრიაში კი პროდუქტიულობის შემცირების მიუხედავად, დაქირავებულთა საშუალო ყოველთვიური ხელფასი მზარდია. ამ მხრივ განსაკუთრებით აღსანიშნავია სარეკლამო ინდუსტრია, სადაც 2019 წლის მონაცემებით ყველაზე მაღალი საშუალო თვიური ანაზღაურება ფიქსირდება (გრაფიკი 13 და 14).

⁴⁷ პროდუქტიულობა გამოითვლება ინდუსტრიის წლიური გამოშვების დასაქმებულთა საშუალო წლიურ რაოდენობასთან ფარდობით.

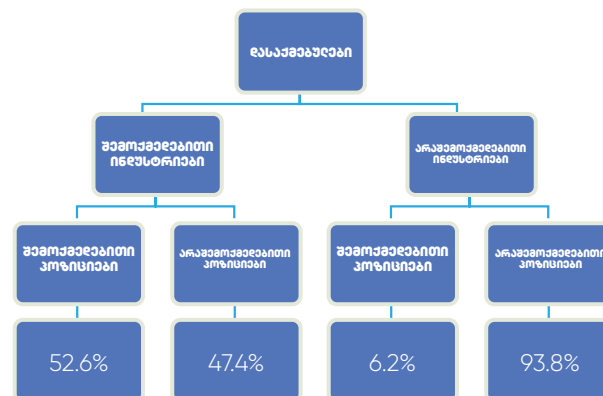
გრაფიკი 14 ხელფასისა და პროდუქტიულობის საშუალო წლიური ზრდის ტემპი, 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2019 წლის სამუშაო ძალის გამოკვლევის მიხედვით, შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დასაქმებულია 52.6% დასაქმებულია შემოქმედებითი პოზიციებზე (დანართი 6). რაც შეეხება არაშემოქმედებითი ინდუსტრიებს ეკონომიკაში, აქ შემოქმედებითი პოზიციებზე დასაქმებულია 102.4 ათასი ადამიანი (6.2%). აღსანიშნავია, რომ შემოქმედებითი პოზიციებზე დასაქმებულია ჯამური რაოდენობის (შემოქმედებითი და არაშემოქმედებითი ინდუსტრიებში) მხოლოდ 20%-ია დასაქმებული შემოქმედებითი ინდუსტრიებში (ილუსტრაცია 2).

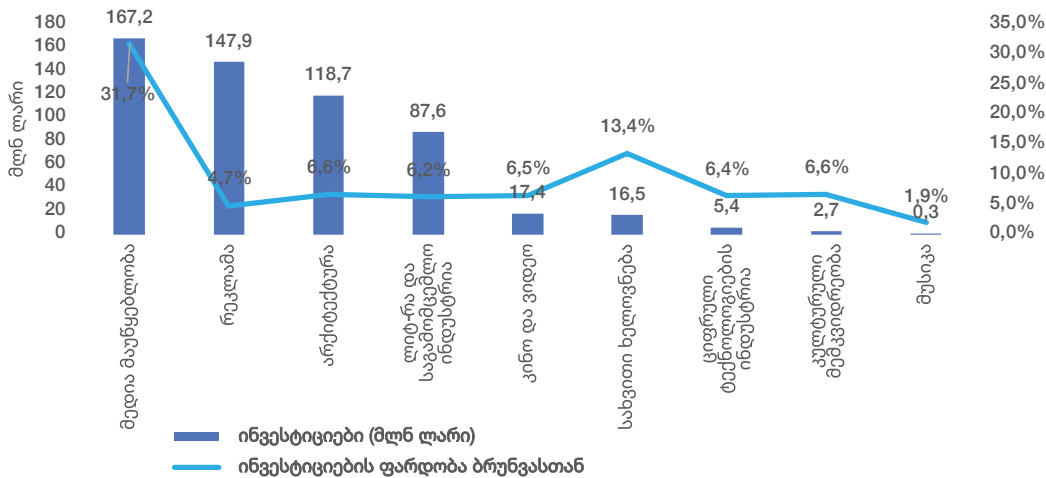
ილუსტრაცია 2 - დასაქმებულია (დაქირავებით დასაქმებულები და თვითდასაქმებულები) განაწილება შემოქმედებითი და არაშემოქმედებითი პოზიციებზე, შემოქმედებითი და არაშემოქმედებითი ინდუსტრიებში, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სამუშაო ძალის გამოკითხვა 2019

2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მთლიანად 563 მილიონ ლარზე მეტი ინვესტიცია⁴⁸ განხორციელდა. აღნიშნულ პერიოდში შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ყველაზე დიდი ინვესტიცია მედიისა და მაუწყებლობის (167.2 მილიონი ლარი) და სარეკლამო (147.9 მილიონი ლარი) ინდუსტრიებში ჩაიდო, ხოლო ყველაზე მცირე რაოდენობით მუსიკისა (0.3 მილიონი ლარი) და კულტურული მემკვიდრეობის (0.3 მილიონი ლარი) ინდუსტრიებში (გრაფიკი 15). ინვესტიციების ყველაზე მაღალი საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში კინოსა და ვიდეოს (41.7%) და არქიტექტურის (28.5%) ინდუსტრიებში ფიქსირდება, ხოლო ყველაზე დაბალი, უარყოფითი ზრდის ტემპი მედიისა და მაუწყებლობის (-38.9%) ინდუსტრიაში. ამავე პერიოდში, ინვესტიციების წილი ბრუნვასთან მიმართებით ყველაზე მაღალი მედიისა და მაუწყებლობის (31.7%) და სახვითი ხელოვნების (13.4%) ინდუსტრიებში გვხვდება, ხოლო ყველაზე დაბალი მუსიკის ინდუსტრიაში ფიქსირდება (1.9%) (გრაფიკი 15).

გრაფიკი 15 ჯამური ინვესტიციების მოცულობა და ინვესტიციების ფარდობა ბრუნვასთან 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სამუშაო ძალის გამოკითხვა 2019

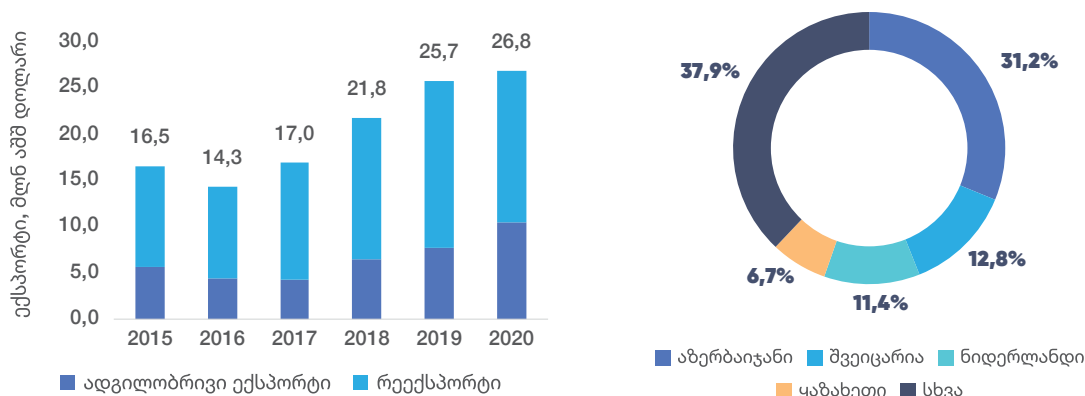
რაც შეეხება დინამიკას საქონლით საგარეო ვაჭრობის მიმართულებით, 2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ექსპორტი⁴⁹ (აშშ დოლარში გამოხატული) საშუალოდ ყოველწლიურად 11.8%-ით იზრდებოდა. აქედან, ადგილობრივი ექსპორტის საშუალო ზრდის მაჩვენებელმა 7.6%, ხოლო რეექსპორტის ზრდის მაჩვენებელმა 13.8% შეადგინა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით ჯამური ექსპორტი 4.3%-ით გაიზარდა და 26.8 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 16).

2019 წლის მონაცემებით ადგილობრივი ექსპორტისთვის მთავარ ბაზარს აზერბაიჯანი წარმოადგენს, რომელზეც ჯამური ექსპორტის 31.2% მოდის. მას მოსდევნებენ შვეიცარია (12.8%), ნიდერლანდები (11.4%) და ყაზახეთი (6.7%) (გრაფიკი 16).

⁴⁸ ინვესტიციები დათვლილია, როგორც ფიქსირებულ აქტივებში ინვესტიციებისა და მარაგების ცვლილების ჯამი.

⁴⁹ არ მოიცავს ღვინის ექსპორტს

გრაფიკი 16 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ექსპორტი 2015-2020 წლებში და მთავარი საექსპორტო ბაზრები, 2019

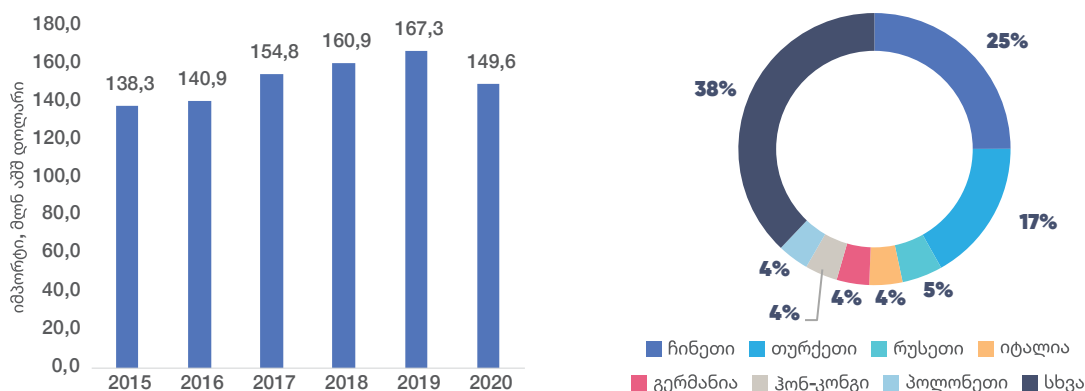


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური იმპორტი წლიურად საშუალოდ 4.9%-ით იზრდებოდა. აღნიშნულ პერიოდში, მაქსიმალური მაჩვენებელი (167.3 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს დაფიქსირდა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით იმპორტი 10.6%-ით შემცირდა და 149.6 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 17).

2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული პროდუქციის 25% ჩინეთიდან, 17% თურქეთიდან, 5% რუსეთიდან, ხოლო 5% იტალიიდან შემოვიდა (გრაფიკი 17). 2019 წელს იმპორტირებული პროდუქტის 55% რეწვის ინდუსტრიაზე, ხოლო 28% დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიაზე მოდის.⁵⁰

გრაფიკი 17 - შემოქმედებითი ინდუსტრიების იმპორტი 2015-2020 წლებში და მთავარი იმპორტიორი ქვეყნები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

⁵⁰ უფრო დეტალურად ინდუსტრიების მიერ ექპორტირებული და იმპორტირებული ძირითადი პროდუქტები განხილულია შესაბამისი ინდუსტრიების სექციებში.

2.1 არქიტექტურა

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს არქიტექტურის ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის 71.11 კოდს - არქიტექტურული საქმიანობები (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)), თუმცა, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, ძირითადი ეკონომიკური მაჩვენებლები წარმოდგენილია 71-ე კოდის მიხედვით - არქიტექტურული და საინჟინრო საქმიანობები; ტექნიკური გამოცდები და ანალიზი. ინფორმაცია არქიტექტურის ინდუსტრიაში რეგისტრირებული აქტიური ორგანიზაციების შესახებ, ასევე მაჩვენებლები, რომლებიც ეყრდნობა სამუშაო ძალის გამოკვლევას, წარმოდგენილია ამავე კლასიფიკატორის 71.11 (არქიტექტურული საქმიანობები) კოდისთვის (ცხრილი 1.1).

ცხრილი 1.1 არქიტექტურის ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
არქიტექტურა	71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები	71 - არქიტექტურული და საინჟინრო საქმიანობები; ტექნიკური გამოცდები და ანალიზი	71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები	71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები
			71.12 - საინჟინრო საქმიანობები და მათთან დაკავშირებული ტექნიკური კონსულტირება	
			71.20 - ტექნიკური გამოცდები და ანალიზები	

არქიტექტურის ინდუსტრიას შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ერთ-ერთი წამყვანი პოზიცია უკავია. 2019 წლის ბრუნვის მაჩვენებლით, ის მხოლოდ სარეკლამო ინდუსტრიას ჩამოუვარდება, ხოლო დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობით ლიდერია. 2015-2019 წლებში მოზიდული

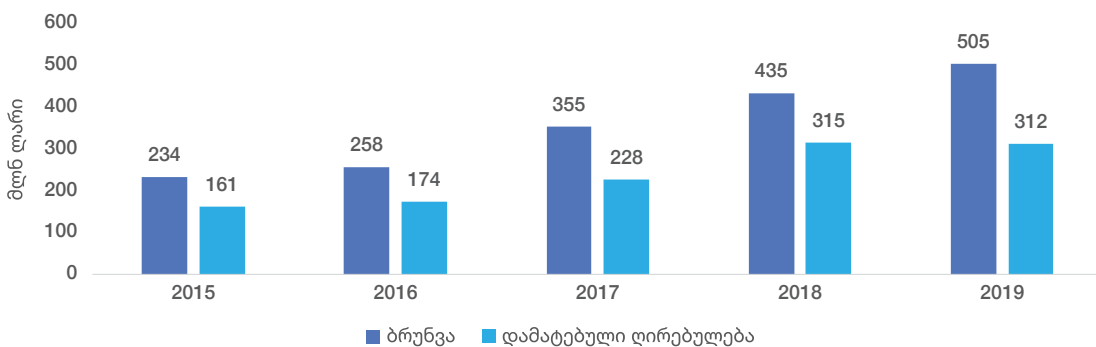
ინვესტიციების ჯამურმა მოცულობამ 118 მილიონ ლარს გადააჭარბა, ხოლო ინვესტიციების საშუალო ყოველწლიური ზრდის ტემპმა 28.5% შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ არქიტექტურის ინდუსტრიის სხვა შემოქმედებით ინდუსტრიებთან შედარებისას უნდა გვახსოვდეს, რომ აღნიშნული ინდუსტრიის ანალიზისას, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, გამოყენებულია ეკონომიკური საქმიანობის შედარებით გამსხვილებული კატეგორია.

2015-2019 წლებში არქიტექტურის ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა სტაბილურია, თუმცა მცირედი კლება შეინიშნება 2020 წელს (1,212-დან 1,126-მდე). ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით აქტიურ ორგანიზაციებს შორის ჭარბობს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (79% - 889 საწარმო), ხოლო მეორე ადგილი ინდივიდუალურ მეწარმეებს უჭირავთ (17% - 189 ინდივიდუალური მეწარმე). აღნიშნული ორგანიზაციების 86% (965 საწარმო) მცირე, ხოლო 1% (11 ორგანიზაცია) საშუალო ზომისაა. დანარჩენი 10%-ის (150 საწარმო) ზომის შესახებ ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი. აღსანიშნავია, რომ არქიტექტურის ინდუსტრიაში მსხვილი ზომის აქტიური ორგანიზაციები არ ფიქსირდება.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო წლიური ნომინალური ზრდის ტემპმა 21% შეადგინა, რაც 3%-ით აღემატება საქართველოში ბიზნეს სექტორის ჯამური ბრუნვის ზრდის ტემპს. ზრდის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს (38%) 2017 წელს მიაღწია. საბოლოოდ, 2019 წელს არქიტექტურის ინდუსტრიის ბრუნვამ 505 მილიონ ლარს გადააჭარბა, რაც 2018 წლის შესაბამის მაჩვენებელს 16%-ით აღემატება (გრაფიკი 1.1). ამავე წლის მონაცემებით არქიტექტურის ინდუსტრიაზე შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის 28% მოდის.

2015-2018 წლებში ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება ზრდადი ტენდენციით ხასიათდებოდა და 2018 წელს 315 მილიონი ლარი შეადგინა. ხოლო შემდეგ, 2019 წელს, უმნიშვნელოდ შემცირდა 312 მილიონ ლარამდე (გრაფიკი 1.1).

გრაფიკი 1.1 არქიტექტურის ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში

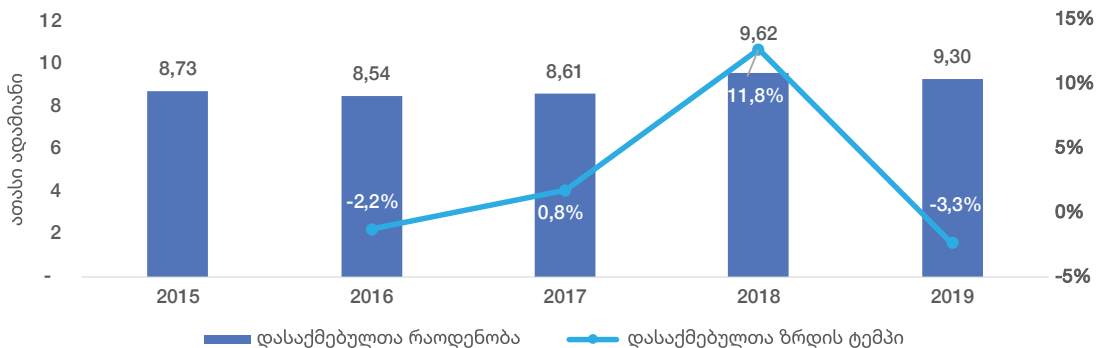


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში ინდუსტრიის დამატებული ღირებულების წილი გამო-
 შვებასთან მიმართებით შედარებითი სტაბილურობით გამოირჩევა და 60-დან 68 პროცენტის
 მიდამოებში მერყეობს.

არქიტექტურის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა
 ზრდამ 2015-2019 წლებში 1.5% შეადგინა. სულ ამ პერიოდში ინდუსტრიაში 569 დამატებითი
 სამუშაო ადგილი შეიქმნა. 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 3.3% იანი კლების შემდეგ,
 დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა 9,303 ადამიანი შეადგინა (გრაფიკი 1.2). მიუხედავად
 დასაქმების ზრდის დაბალი ტემპისა, სხვა ეკონომიკური მაჩვენებლები სწრაფ განვითარებაზე
 მიუთითებენ, რაც არქიტექტურის ინდუსტრიაში დასაქმებულთა პროდუქტიულობის ზრდით
 აიხსნება. ინდუსტრიაში დასაქმებულთა პროდუქტიულობა 2015 წელს 27.0 ათასიდან 2019
 წელს 52.8 ათას ლარამდე გაიზარდა.

გრაფიკი 1.2 არქიტექტურის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ყოველ-
 წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში

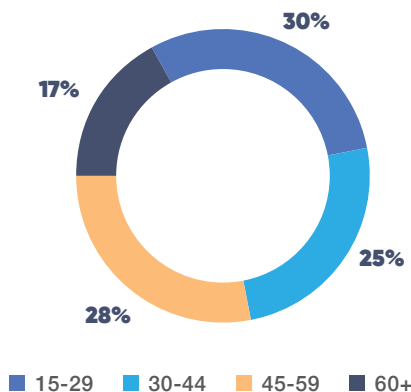


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი
 25% იყო. მაჩვენებელმა მაქსიმალურ მნიშვნელობას (35%) 2018 წელს მიაღწია, 2019 წელს კი
 28%-მდე შემცირდა.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის საშუალო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის
 თანახმად, არქიტექტურის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქარობენ 15-დან
 29 წლამდე ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები, რომლებიც საერთო რაოდენობის 30%-ს
 შეადგენენ. დაქირავებით დასაქმებულებში ყველაზე მცირე რაოდენობით წარმოდგენილია 60
 და 60 წელს გადაცილებული ადამიანების ასაკობრივი კატეგორია (17%) (გრაფიკი 1.3).

გრაფიკი 1.3 არქიტექტურის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი

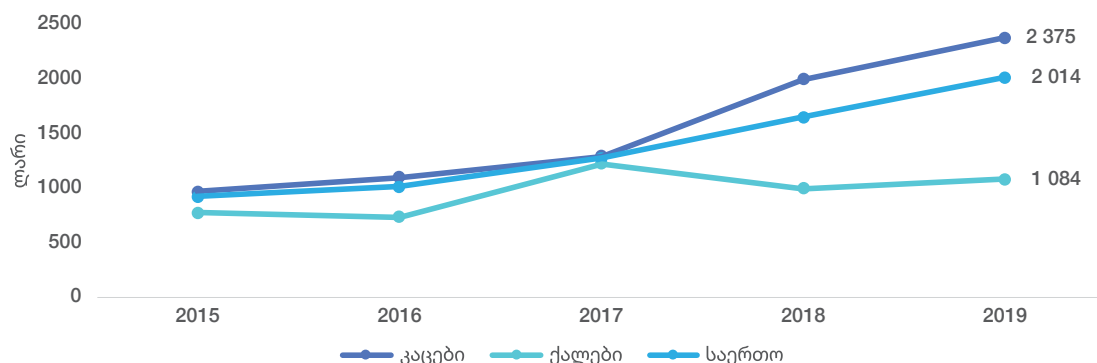


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, სამუშაო ძალის გამოკვლევა, 2019

როგორც გრაფიკიდან ჩანს, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა ასაკობრივ ჯგუფებში მეტნაკლებად თანაბრად არის გადანაწილებული, თუმცა აღსანიშნავია 30 წლამდე დასაქმებულთა მაღალი მაჩვენებელი.

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 22%-ით იზრდებოდა. აქედან ქალების შრომის ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელი 9%, ხოლო კაცების 25%-ია. შრომის ანაზღაურებას შორის გენდერული დისბალანსი თითქმის ნულამდე შემცირდა 2017 წელს, თუმცა 2018 და 2019 წლებში სხვაობა კვლავ გაიზარდა. 2019 წლის მონაცემებით შრომის საშუალო ანაზღაურება კაცებისთვის 2,375 ლარს, ქალებისთვის - 1,084 ლარს, ხოლო ჯამურად 2,014 ლარს შეადგენდა (გრაფიკი 1.4).

გრაფიკი 1.4 არქიტექტურის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში

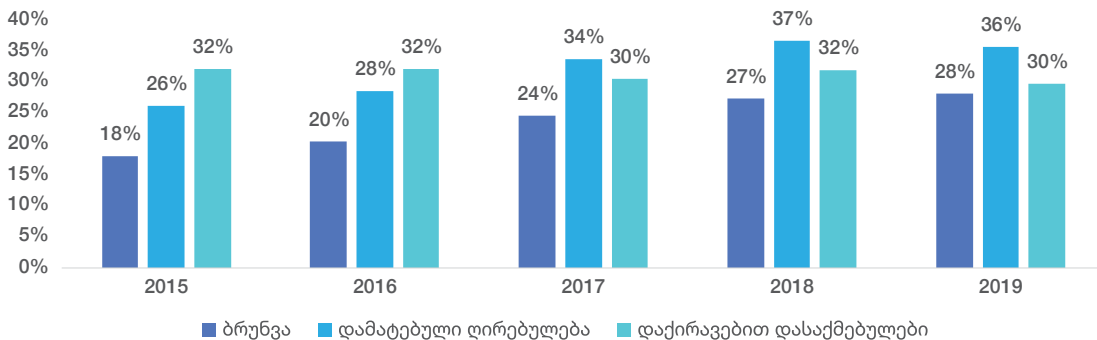


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის არქიტექტურის ინდუსტრიის როლის თვალსაჩინოდ წარმოდგენისთვის განვიხილავთ აღნიშნული ინდუსტრიის ბრუნვის, დამატებული ღირებულებისა და დაქირავებით დასაქმებულთა მაჩვენებლებს დანარჩენ შემოქმედებით ინდუსტრიებთან მიმართებით (გრაფიკი 1.5).

2015-2019 წლებში არქიტექტურის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური დასაქმების 30-32%-ს შეადგენდა. რაც შეეხება ინდუსტრიის წილს ჯამურ ბრუნვაში, აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 2015 წელს 18% შეადგინა, თუმცა 2019 წლისთვის გაიზარდა და 28%-ს მიაღწია, რაც შემოქმედებით ინდუსტრიაში არქიტექტურის ინდუსტრიის მნიშვნელობის ზრდაზე მეტყველებს. არქიტექტურის ინდუსტრიის წილი ჯამურ დამატებულ ღირებულებაში ასევე ზრდადი ტენდენციით ხასიათდება 2018 წლამდე, 2019 წელს კი უმნიშვნელოდ შემცირდა და 36% შეადგინა (გრაფიკი 1.5).

გრაფიკი 1.5 არქიტექტურის ინდუსტრიის წილი ჯამურად შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებაში და დაქირავებით დასაქმებაში, 2015-2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

რაც შეეხება არქიტექტურის ინდუსტრიაში ვაჭრობის ტენდენციებს, უნდა აღინიშნოს რომ ამ ინდუსტრიაში საქონლით ვაჭრობა თითქმის არ ხორციელდება. დაკვირვებადი პერიოდისთვის, 2015-2019 წლები, ფიქსირდება მხოლოდ საქონლის იმპორტი მცირე მოცულობით 2015-2018 წლებში. სექტორის საგარეო ვაჭრობა ძირითადად მომსახურებით ვაჭრობასთანაა დაკავშირებული, რომლის ტენდენციებიც განხილული იქნება შემოქმედებითი ინდუსტრიების მომსახურებით ვაჭრობის სექციაში.

2.2 დიზაინი და მოდის ინდუსტრია

დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია, შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით, მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის 74.10 კოდს - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)), თუმცა მონაცემთა ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, აღნიშნულ ინდუსტრიაში წარმოდგენილია მხოლოდ ინფორმაცია რეგისტრირებული აქტიური ორგანიზაციების შესახებ, საგარეო ვაჭრობის მონაცემები და სამუშაო ძალის გამოკვლევის შედეგები.

სხრილი 2.1 დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

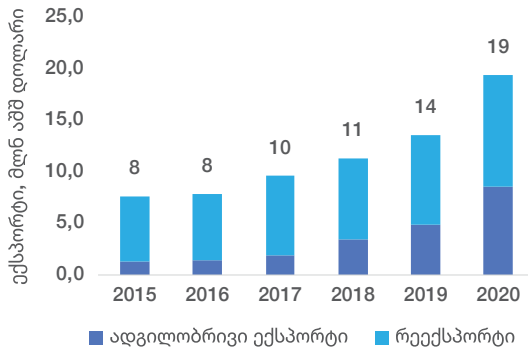
შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (4)
დიზაინი და მოდის ინდუსტრია	74.10 - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები	სასურველი დეტალებით ეკონომიკური საქმიანობის კოდი ხელმისაწვდომი არ არის	74.10 - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები

2015-2019 წლებში დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიაში რეგისტრირებული აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა წლიურად საშუალოდ 42%-ით იზრდებოდა. შედეგად 2019 წელს ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობამ 143-ს მიაღწია, ხოლო 2020 წელს დამატებით 20%-ით გაიზარდა და 172 შეადგინა. 2019 წლის მონაცემებით, აღნიშნული საწარმოების 70% (121 საწარმო) ინდივიდუალური მენარმეა, ხოლო 30% (51 საწარმო) - შებლუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება. საწარმოების 41% (71 საწარმო) მცირე ზომის საწარმოა, ხოლო დარჩენილი 59%-ის (101 საწარმო) შესახებ ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი.

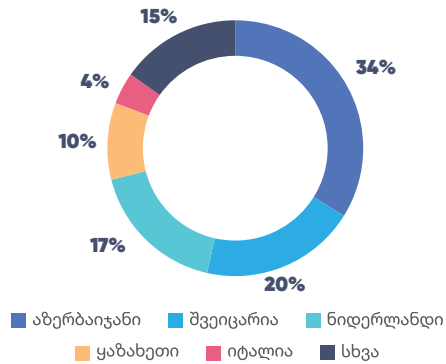
2015-2019 წლებში დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიის ექსპორტის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 15% შეადგინა. აქედან, ადგილობრივი ექსპორტი საშუალოდ 39%-ით, ხოლო რეექსპორტი 8%-ით იზრდებოდა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით მთლიანი ექსპორტი 43%-ით გაიზარდა და 19.4 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 2.1). ადგილობრივი ექსპორტის მნიშვნელოვანი ზრდის ტემპი შესაძლოა, მათ შორის ინდუსტრიაში არსებული წამახალისებელი პროგრამებით აიხსნას.

2019 წლის მონაცემებით ადგილობრივ ექსპორტში წამყვანი პოზიცია აზერბაიჯანს უჭირავს, რომელზეც ჯამური ექსპორტის 34% მოდის. მას მოსდევნ შვეიცარია (20%), ნიდერლანდები (17%) და ყაზახეთი (10%) (გრაფიკი 2.2). ამავე წლის მონაცემებით მოდისა და დიზაინის ინდუსტრიის ექსპორტში წამყვანი პოზიცია ფეხსაცმელებითა და სუნამოებით ვაჭრობას უჭირავს.

გრაფიკი 2.1 მოდისა და დიზაინის ინდუსტრიის ექსპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 2.2 მოდისა და დიზაინის მთავარი საექსპორტო ბაზრები, 2019

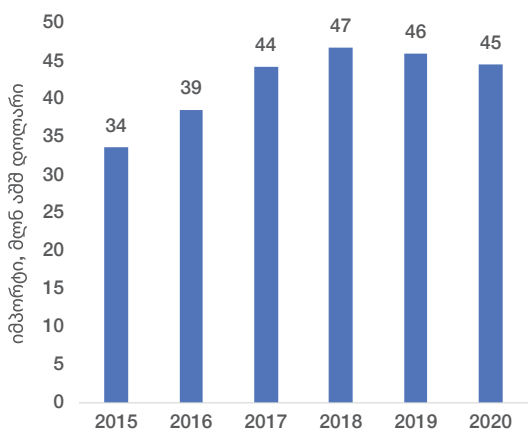


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

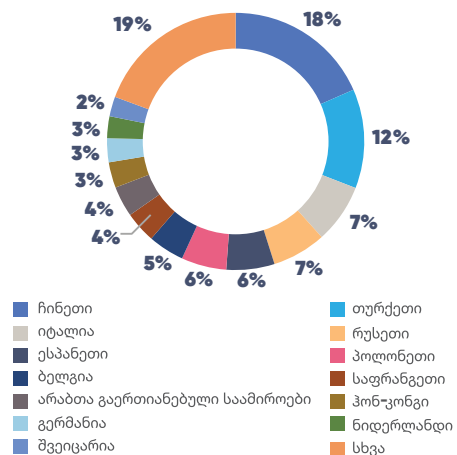
2015-2019 წლებში დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიის იმპორტი წლიურად საშუალოდ 12%-ით იზრდებოდა. მაქსიმალური მაჩვენებელი (46.9 მლნ აშშ დოლარი) სწორედ 2018 წელს დაფიქსირდა. რაც შეეხება 2018-2020 წლებს, ამ პერიოდის განმავლობაში იმპორტი საშუალოდ წლიურად 2%-ით მცირდებოდა, და საბოლოოდ იმპორტის მაჩვენებელმა 2020 წელს 44.6 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა.

2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიის პროდუქციის 18% ჩინეთიდან, 12% თურქეთიდან, 7% იტალიიდან, ხოლო 7% რუსეთიდან შემოვიდა. აღნიშნულ წელს მოდისა და დიზაინის ინდუსტრიის მიერ იმპორტირებული პროდუქციის დაახლოებით 57% სუნამოებზე, ჩანთებზე, ჩემოდნებსა და ფეხსაცმელებზე მოდიოდა.

გრაფიკი 2.3 მოდისა და დიზაინის ინდუსტრიის იმპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 2.4 მოდისა და დიზაინის ინდუსტრიის მთავარი იმპორტიორი ქვეყნები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.3 სახვითი ხელოვნება და საშემსრულებლო ხელოვნება

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ სახვითი ხელოვნებისა და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიებს. მონაცემთა ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, ეკონომიკური მაჩვენებლები, რომლებიც ეფუძნება საწარმოთა სტატისტიკურ გამოკვლევას (ცხრილი 2), მოცემულია ჯამურად სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიებისთვის, სეკ 006-2016 (NACE rev.2) ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის 90-ე კოდის - შემოქმედებითი, სახელოვნებო და გასართობის საქმიანობების მიხედვით. ინფორმაცია სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში რეგისტრირებული აქტიური ორგანიზაციების შესახებ, ასევე მაჩვენებლები, რომლებიც ეყრდნობა სამუშაო ძალის გამოკვლევას წარმოდგენილი იქნება ორივე ზემოთ ხსენებული ინდუსტრიისთვის ცალ-ცალკე ცხრილ 3.1-ში მითითებული კოდების შესაბამისად.

ცხრილი 3.1 სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
საშემსრულებლო ხელოვნება	90.01. საშემსრულებლო ხელოვნება	90 - შემოქმედებითი, სახელოვნებო და გასართობის საქმიანობები	90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება	90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება
	90.02 საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები		90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები	90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები
სახვითი ხელოვნება	74.20 ფოტოგრაფიული საქმიანობები		90.03 მხატვრული შემოქმედება	74.20 ფოტოგრაფიული საქმიანობები
	90.03 მხატვრული შემოქმედება		90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია	90.03 მხატვრული შემოქმედება
	90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია			90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

სახვითი ხელოვნებისა და საშემსრულებლო ხელოვნების როლი შემოქმედებით ინდუსტრიებში შედარებით მოკრძალებულია. თუმცა გასათვალისწინებელია, რომ მონაცემთა ხელმისაწვდომობიდან გამომდინარე, არ ხერხდება სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის ერთ-ერთი კომპონენტის, ფოტოგრაფიული საქმიანობების დაკვირვება. 2019 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაზე შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის მხოლოდ 1.6%, ხოლო დაქირავებით დასაქმების 3.6% მოდის. აღსანიშნავია, რომ სახვით და საშემსრულებლო ინდუსტრიებში 2015-2019 წლებში ჯამურად 16.5 მილიონ ლარზე მეტის ინვესტიცია განხორციელდა, რაც ჯამურ ბრუნვასთან მიმართებით დაახლოებით 13%-ს შეადგენს.

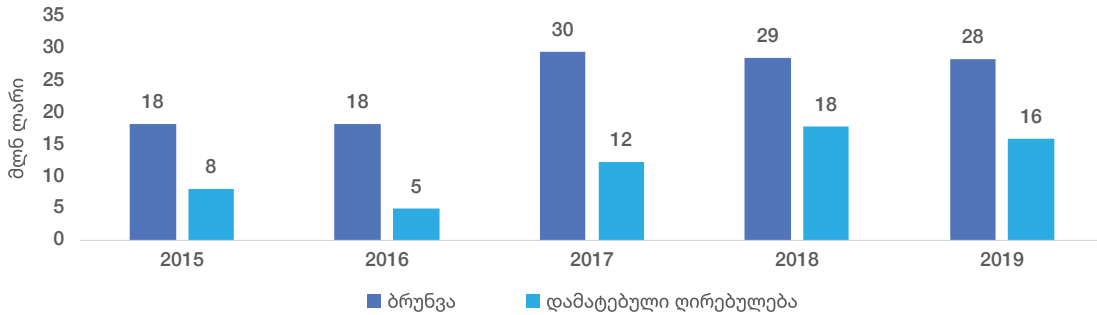
2015-2020 წლებში სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა მცირედით გაიზარდა. მან მაქსიმალურ ნიშნულს 2019 წელს მიაღწია და 482 აქტიური ორგანიზაცია შეადგინა, ხოლო 2020 წელს 7.7%-ით შემცირდა (445 აქტიური ორგანიზაცია). ამავე წლის მონაცემებით, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით სანარმოებს შორის ქარბობს ინდივიდუალური მენარმეები (64% - 283 ინდ. მენარმე), ხოლო მეორე ადგილი არასამენარმეო იურდიულ პირებს უჭირავთ (19% - 85 ორგანიზაცია). აღნიშნული ორგანიზაციების 69% (307 ორგანიზაცია) მცირე, 6% (26 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 1%-ზე ნაკლები (2 ორგანიზაცია) მსხვილი ზომისაა. დანარჩენი 24%-ის შესახებ ინფორმაცია არაა ხელმისაწვდომი.

2015-2019 წლებში საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა 9%-ით გაიზარდა. მაქსიმალური მაჩვენებელი (266 აქტიური ორგანიზაცია) 2019 წელს დაფიქსირდა, ხოლო 2020 წელს აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა 251-მდე შემცირდა. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით 2020 წელს ქარბობს ინდივიდუალური მენარმეები (43% - 109 ინდ. მენარმე), რომელსაც მოსდევს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (25% - 62 ორგანიზაცია). აღნიშნული ორგანიზაციების 53% (132 ორგანიზაცია) მცირე, 13% (32 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 2% (4 ორგანიზაცია) მსხვილი ზომის ორგანიზაციებია. ორივე ინდუსტრიის შემთხვევაში, 2020 წელს შემცირებული აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა დიდწილად პანდემიით აიხსნება.

2015-2019 წლებში სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიების ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 12% შეადგინა. 2017 წელს ზრდის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს მიაღწია და 2016 წელთან შედარებით 63%-ით გაიზარდა, რის შემდეგაც შედარებითი სტაბილურობა შეინარჩუნა და 2019 წელს 28 მილიონ ლარს გადააჭარბა (გრაფიკი 3.1). 2019 წლის აღნიშნული მაჩვენებელი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის 1.6% შეადგენს, რაც ხაზს უსვამს სახვითი და საშემსრულებლო ინდუსტრიების მოკრძალებულ როლს შემოქმედებით ინდუსტრიებში.

ამავე პერიოდში უფრო მეტი ცვალებადობით გამოირჩევა ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება. აღნიშნული მაჩვენებელი საშუალოდ წლიურად 19%-ით იზრდებოდა, მინიმალურ ნიშნულს 2016 წელს მიაღწია (5 მილიონი ლარი), ხოლო მაქსიმუმზე 2018 წელს დაფიქსირდა (17.9 მილიონი ლარი). 2019 წელს დამატებული ღირებულება 2018 წელთან შედარებით 10%-ით შემცირდა და 16 მილიონი ლარი შეადგინა (გრაფიკი 3.1).

გრაფიკი 3.1 სახვითი ხელოვნების და საშემსრულებლო ხელოვნების ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში

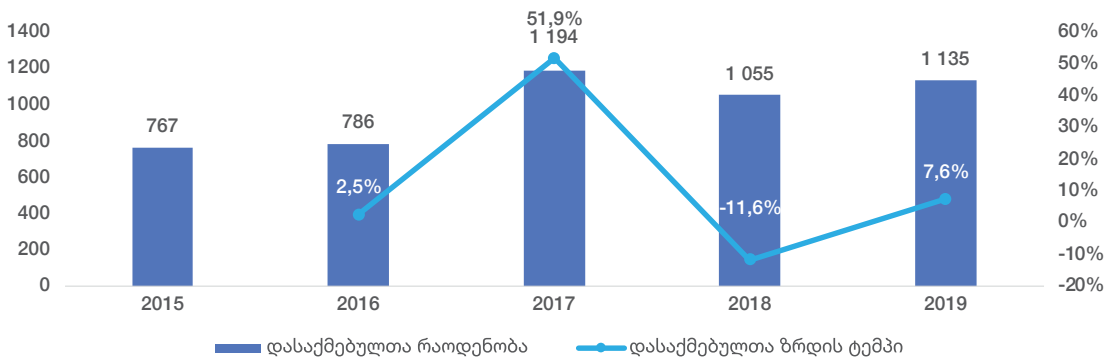


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015 წლისათვის დამატებული ღირებულების წილი გამოშვებასთან მიმართებით 44% იყო. მაჩვენებელი მინიმალურ ნიშნულზე 2016 წელს დაეცა (27%), ხოლო მომავალ წლებში ზრდადი ტენდენციის შედეგად მაქსიმალურ მნიშვნელობას (49%) 2019 წელს მიაღწია. მსგავსი ცვალებადობა ინდუსტრიაში პროდუქციის წარმოების პროცესში შექმნილი დამატებული ღირებულების არასტაბილურობაზე მიუთითებს, რაც თავის მხრივ ინდუსტრიას კერძო ინვესტორთათვის ნაკლებად მიმზიდველს ხდის.

ჯამურად სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 10.3% შეადგინა. სულ ამ პერიოდში ორივე ინდუსტრიაში 368 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 7,6%-იანი ზრდის შემდეგ, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა 1,135 ადამიანი შეადგინა (გრაფიკი 3.2).

გრაფიკი 3.2 სახვითი ხელოვნების და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში



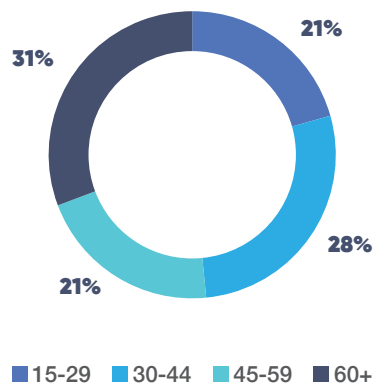
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

სულ ამ პერიოდში ორივე ინდუსტრიაში 368 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 7,6%-იანი ზრდის შემდეგ, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა 1,135 ადამიანი შეადგინა (გრაფიკი 3.2).

აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში მნიშვნელოვანი ცვალებადობით გამოირჩევა ქალების წილი დაქირავებით დასაქმებულთა შორის. მინიმალური მაჩვენებელი 2015 წლისათვის დაფიქსირდა 24%, მაქსიმალური კი 2016 წელს, 65%-მდე. მერყეობა ამის შემდეგაც გაგრძელდა და საბოლოოდ 2019 წელს ქალების წილმა დაქირავებით დასაქმებულთა შორის 37% შეადგინა. აღნიშნული დინამიკა ინდუსტრიაში დასაქმებულთა ხშირ ცვალებადობაზე მიანიშნებს, რაც სამუშაო ძალისთვის ინდუსტრიას ნაკლებად სასურველს ხდის.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის თანახმად, სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიაში, ისევე როგორც საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქარბობენ 60 და 60 წელს გადაცილებული ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები, რომლებიც შესაბამისად საერთო რაოდენობის 33%-ს და 30%-ს შეადგენენ. დაქირავებით დასაქმებულებში სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიაში ყველაზე მცირე რაოდენობით წარმოდგენილია 15-დან 30 წლამდე ასაკობრივი კატეგორია (15%), ხოლო საშემსრულებლო ხელოვნებაში 45-დან 60 წლამდე ასაკობრივი კატეგორია (21%) (გრაფიკი 3.3).

გრაფიკი 3.3 სახვით ხელოვნებასა და საშემსრულებლო ხელოვნებაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი

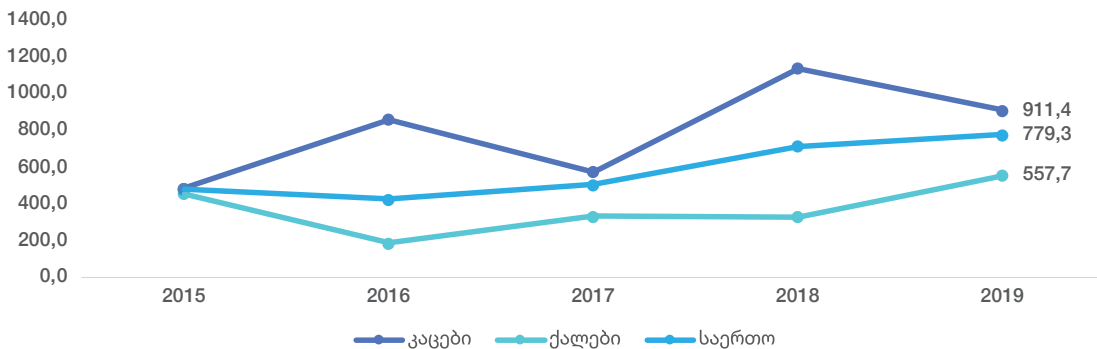


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის გამოკვლევა

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება ყოველწლიურად საშუალოდ 13%-ით იზრდებოდა. აქედან ქალების საშუალო ანაზღაურების ზრდის მაჩვენებელი წლიურად 5%, ხოლო კაცების 17%-ია. 2015 წლისათვის თითქმის ნულოვან მაჩვენებელზე იყო

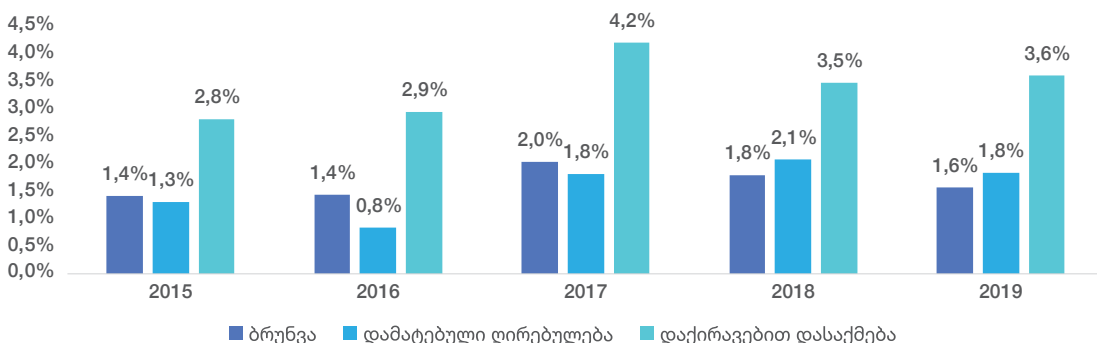
შემოსავლებს შორის გენდერული დისბალანსი, თუმცა შემდგომ წლებში სხვაობა გაიზარდა. 2019 წლის მონაცემებით ქალების საშუალო თვიური ანაზღაურება 558 ლარი, კაცების 911, ხოლო სექტორის აგრეგირებული საშუალო მაჩვენებელი 779 ლარია (გრაფიკი 3.4).

გრაფიკი 3.4 სახვით ხელოვნებასა და საშემსრულებლო ხელოვნებაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

გრაფიკი 3.5 სახვითი ხელოვნებისა და საშემსრულებლო ხელოვნების წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებასა და დაქირავებით დასაქმებაში.



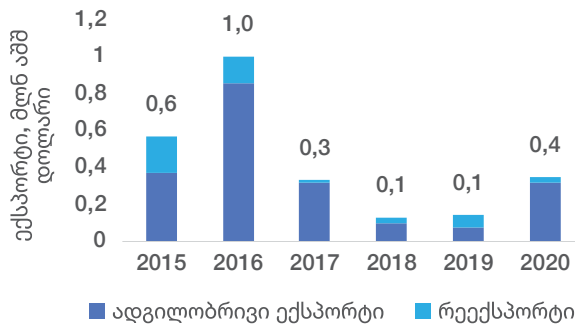
2015-2019 წლებში სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური დასაქმების 2.8-4.2%-ს შორის მერყეობდა. რაც შეეხება ინდუსტრიის წილს ჯამურ ბრუნვაში, აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 2015 წელს 1.4% შეადგინა, ხოლო 2019 წლისთვის მცირედით, 1.6%-მდე გაიზარდა. ამავე პერიოდში

დამატებული ღირებულების წილი უმნიშვნელოდ - 1.3%-დან 1.8%-მდე გაიზარდა (გრაფიკი 3.5). განხილული მონაცემები, სახვით და საშემსრულებლო ინდუსტრიებში სხვა შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან შედარებით, დასაქმებულთა ნაკლებ პროდუქტიულობაზე მიანიშნებს.

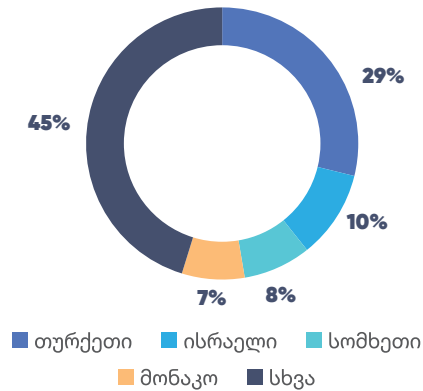
2015-2019 წლებში სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის ექსპორტი საშუალოდ ყოველწლიურად 29%-ით მცირდებოდა. აქედან, ადგილობრივი ექსპორტის საშუალო კლების მაჩვენებელმა 33%, ხოლო რეექსპორტის კლების მაჩვენებელმა 23% შეადგინა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით ჯამური ექსპორტი 141%-ით გაიზარდა და 352 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ ექსპორტის მაჩვენებელმა 2016 წელს მილიონ აშშ დოლარს გადააჭარბა, რაც პერიოდის საუკეთესო შედეგია (გრაფიკი 3.6). აღნიშნული მაქსიმალური მაჩვენებელი განაპირობა ხელით შესრულებული სურათების, ნახატებისა და პასტელების ექსპორტის მნიშვნელოვანმა ზრდამ 2016 წელს.

2019 წლის მონაცემებით საექსპორტო ბაზარზე წამყვანი პოზიცია თურქეთს უჭირავს, რომელზეც ადგილობრივი ექსპორტის 29% მოდის. მას მოსდევნ ისრაელი (10%), სომხეთი (8%) და მონაკო (7%) (გრაფიკი 3.7).

გრაფიკი 3.6 სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის ექსპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 3.7 სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის მთავარი საექსპორტო ბაზრები, 2019



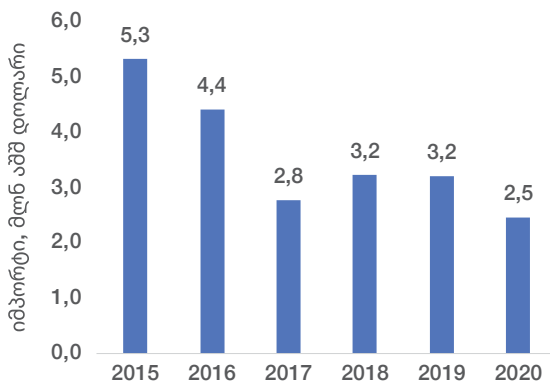
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ამავე წლის ადგილობრივი ექსპორტის დაახლოებით 63% ნახატებზე, სურათებზე, სტატუეტებსა და სხვა დეკორატიულ ნაწარმზე მოდის.

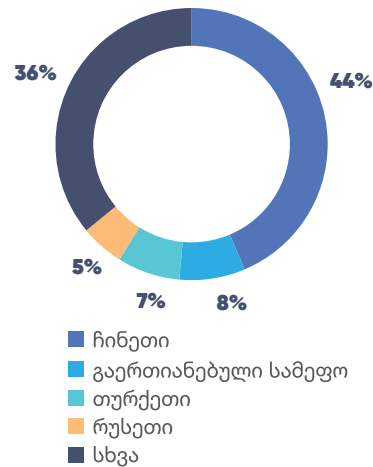
2015-2019 წლებში სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის იმპორტი წლიურად საშუალოდ 12%-ით მცირდებოდა. აღნიშნულ პერიოდში, მაქსიმალური მაჩვენებელი (5.3 მლნ აშშ დოლარი) 2015 წელს, ხოლო მინიმალური (2.8 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს დაფიქსირდა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით იმპორტი 24%-ით შემცირდა და 2.5 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 3.8).

2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის პროდუქციის 44% ჩინეთიდან, 8% გაერთიანებული სამეფოდან, 7% თურქეთიდან, ხოლო 5% რუსეთიდან შემოვიდა (გრაფიკი 3.9). აღნიშნულ წელს იმპორტში წამყვანი პოზიცია საღებავებსა და სტატუეტებს უჭირავთ.

გრაფიკი 3.8 სახვითი ხელოვნების
ინდუსტრიის იმპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 3.9 სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის
მთავარი იმპორტიორი ქვეყნები, 2019

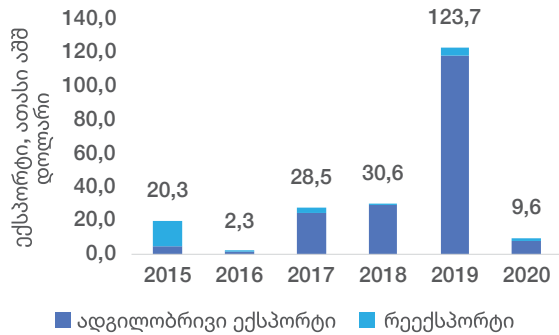


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

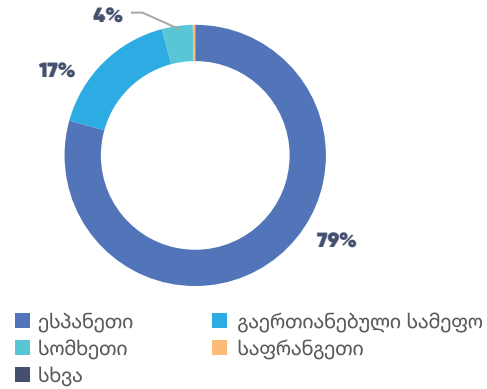
რაც შეეხება საშემსრულებლო ხელოვნებას, 2015-2019 წლებში საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის ექსპორტი ცვალებადობით გამოირჩევა. ეს ეხება როგორც ადგილობრივ ექსპორტს, ასევე რეექსპორტს. აღნიშნულ პერიოდში ექსპორტი საშუალოდ წლიურად 57%-ით იზრდებოდა. ექსპორტის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს 2019 წელს მიაღწია და 118.8 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა, 2020 წელს კი 6.9 ათას აშშ დოლარამდე შემცირდა. 2020 წელს ადგილობრივი ექსპორტი 8 ათას აშშ დოლარამდე შემცირდა, ხოლო 2020 წლის მონაცემებით, ჯამური ექსპორტი 9.6 ათას აშშ დოლარს შეადგენს (გრაფიკი 3.10).

2019 წლის მონაცემებით მთავარ საექსპორტო ბაზარს ესპანეთი წარმოადგენს რომელზეც ადგილობრივი ექსპორტის 79% მოდის. აღნიშნული ექსპორტი სრულად კარნავალის, დღესასწაულებისა და გართობისათვის საჭირო პროდუქციაზე ნაწილდება (გრაფიკი 3.11).

გრაფიკი 3.10 საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის ექსპორტი, 2015-2020



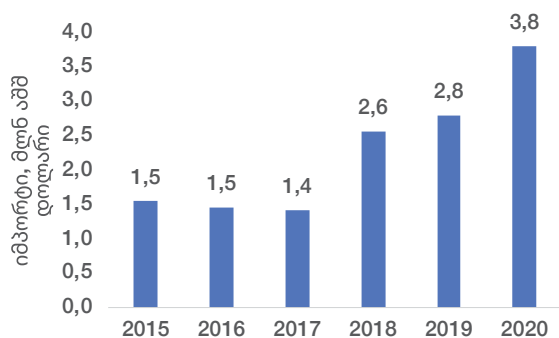
გრაფიკი 3.11 საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის მთავარი საექსპორტო ბაზრები, 2019



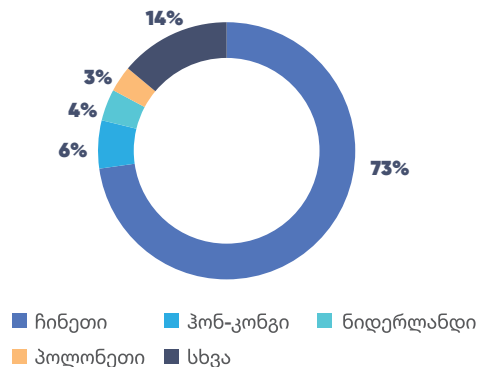
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის იმპორტი წლიურად საშუალოდ 16%-ით იზრდებოდა. აღნიშნულ პერიოდში, მაქსიმალური მაჩვენებელი (2.8 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს დაფიქსირდა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით იმპორტი 36%-ით გაიზარდა და 3.8 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა. 2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის პროდუქციის 73% ჩინეთიდან, 6% ჰონ-კონგიდან, 4% ნიდერლანდებიდან, ხოლო 3% პოლონეთიდან შემოვიდა (გრაფიკი 3.12 და 3.13). ისევე როგორც ექსპორტის შემთხვევაში, იმპორტიც სრულად კარნავალის, დღესასწაულებისა და გართობისათვის საჭირო პროდუქციისგან შედგება.

გრაფიკი 3.12 საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის იმპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 3.13 საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიის მთავარი იმპორტიორი ქვეყნები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.4 კინო და ვიდეო

ამ სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის 59.1 კოდს - კინოფილმების, ვიდეო და სატელევიზიო პროგრამების წარმოებასთან დაკავშირებული საქმიანობები (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)) (ცხრილი 4.1).

ცხრილი 4.1 კინოსა და ვიდეო ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

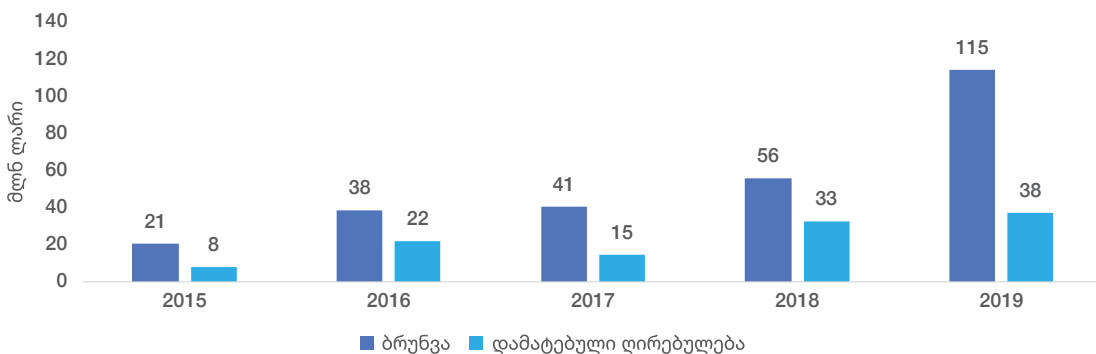
შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
კინო და ვიდეო	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება	59.1 - კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება
	59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები		59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები	59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები
	59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები		59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები
	59.14. კინოფილმების ჩვენება		59.14. კინოფილმების ჩვენება	59.14. კინოფილმების ჩვენება

კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ყველაზე სწრაფად მზარდ ინდუსტრიას წარმოადგენს. 2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ნომინალური ზრდის საშუალო ყოველწლიურმა ტემპმა 50%-ს გადააჭარბა. აქვე აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად მაღალი ზრდის მაჩვენებლებისა, ინდუსტრიის აბსოლუტური ზომა სხვა შემოქმედებით ინდუსტრიებთან შედარებით ჯერჯერობით კვლავ მცირეა.

2015-2020 წლებში კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 7% შეადგინა. 2015-2019 წლების ზრდადი ტრენდის შემდეგ აღნიშნული მაჩვენებელი 2020 წელს, პანდემიის ფონზე, უმნიშვნელოდ - 2%-ით (193-დან 189-მდე) შემცირდა. ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით, 2020 წლისათვის ორგანიზაციებს შორის ჭარბობს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (69% - 130 შპს), რომელსაც მოსდევს ინდივიდუალური მენარმეები (25% - 47 ინდ. მენარმე). ორგანიზაციების 75% (141 ორგანიზაცია) მცირე, 2% (4 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 1% (1 ორგანიზაცია) მსხვილი ორგანიზაციებია. დანარჩენი 22%-ის ზომის შესახებ ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის და შექმნილი დამატებული ღირებულების საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ შესაბამისად 53% და 47% შეადგინა (გრაფიკი 4.1). მიუხედავად მაღალი ზრდის ტემპებისა, 2019 წლის მდგომარეობით, კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაზე შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური დამატებული ღირებულების მხოლოდ 4.3% მოდის.

გრაფიკი 4.1 კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში

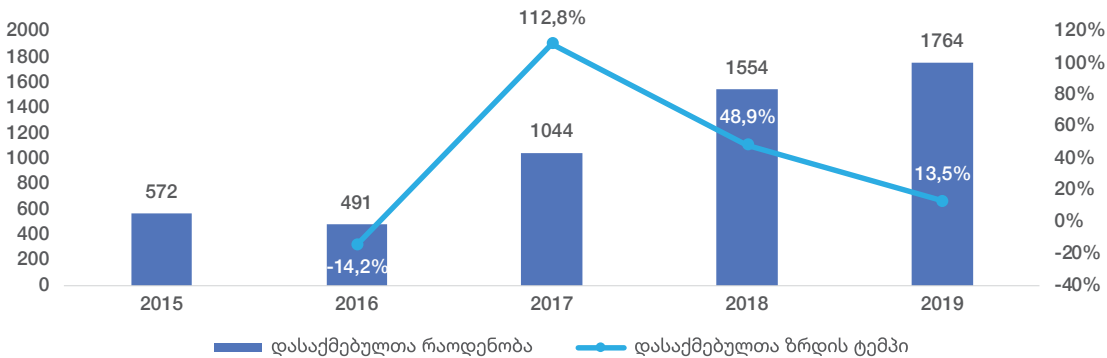


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დამატებული ღირებულების ფარდობა გამოშვებასთან აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში ცვალებადობით გამოირჩეოდა. 2015 წელს დამატებული ღირებულების წილი გამოშვების 41%-ს შეადგენდა. 2016 წელს პერიოდის საუკეთესო მაჩვენებელი დაფიქსირდა (54%), თუმცა მომდევნო წლებში კლებადი ტრენდის შემდეგ, 2019 წელს მაჩვენებელი 26%-მდე, მინიმალურ მნიშვნელობამდე, შემცირდა. ისევე როგორც სხვა მსგავსი მახასიათებლის მქონე ინდუსტრიებში, აღნიშნული ვითარება ინვესტორთათვის ნაკლებად მიმზიდველ გარემოს ქმნის.

2015-2019 წლებში კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 33% შეადგინა. ჯამში ინდუსტრიაში დამატებით 2015-დან 2019 წლამდე 1,192 ადამიანი დასაქმდა და 2019 წელს დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობამ 1,764-ს მიაღწია (გრაფიკი 4.2). დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ყოველწლიური ზრდის ტემპით კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მეორე პოზიციას იკავებს და მხოლოდ ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიას ჩამორჩება. მიუხედავად ამისა, უნდა აღინიშნოს, რომ დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა ჯერ კიდევ მცირეა და 2019 წლის მონაცემებით, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური დაქირავებით დასაქმების მხოლოდ 6%-ს შეადგენს.

გრაფიკი 4.2 კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში

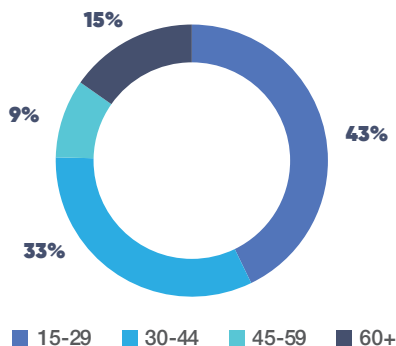


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში ინდუსტრიაში ქალების წილს დაქირავებით დასაქმებულთა შორის დაღმავალი ტრენდი აქვს და 2016 წელს მაქსიმალური მნიშვნელობის (56%) მიღწევის შემდეგ, 2019 წელს 33%-მდე შემცირდა.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის თანახმად, კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ჭარბობენ 15-დან 29 წლამდე ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები, რომლებიც საერთო რაოდენობის 43%-ს შეადგენენ. დაქირავებით დასაქმებულებში ყველაზე მცირე რაოდენობით წარმოდგენილია 45-დან 60 წლამდე ასაკობრივი კატეგორია (9%) (გრაფიკი 4.3).

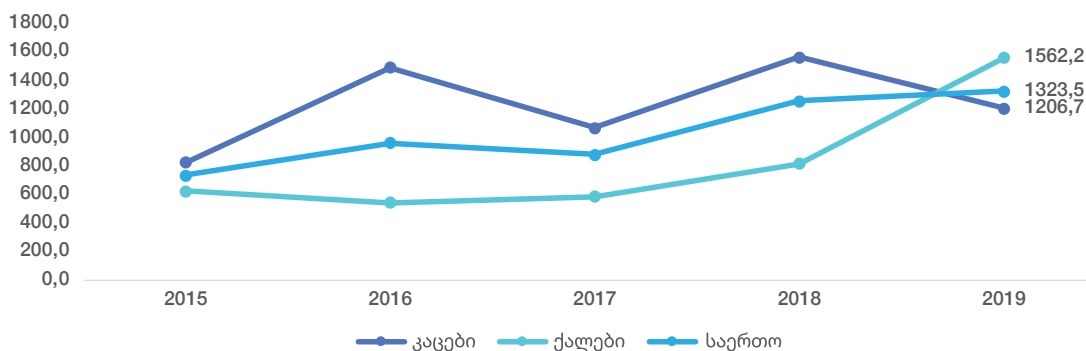
გრაფიკი 4.3 კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი



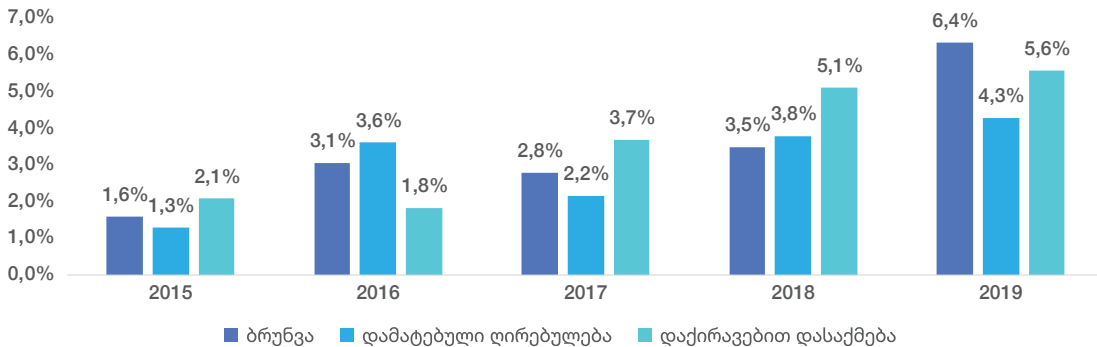
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის გამოკვლევა, 2019

2015-2019 წლებში ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა ხელფასები საშუალოდ ყოველწლიურად 16%-ით იზრდებოდა, ამ პერიოდში ქალების შრომის ანაზღაურების საშუალო ყოველწლიური ზრდა 26%, ხოლო კაცების 10% იყო. 2016 წელს შრომის ანაზღაურებებს შორის გენდერული სხვაობამ მაქსიმალურ ნიშნულს მიაღწია, კაცების ხელფასი საშუალოდ 2.7-ჯერ აღემატებოდა ქალების ხელფასს. ხელფასებს შორის გენდერული დისბალანსი საპირისპირო მხარეს გადაიხარა 2019 წელს, როდესაც შრომის ანაზღაურებამ კაცებისთვის 1,207, ხოლო ქალებისთვის 1,562 ლარი შეადგინა (გრაფიკი 4.4). ამ მხრივ კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია ერთ-ერთი გამონაკლისია, ვინაიდან ყველა სხვა ინდუსტრიის შემთხვევაში კაცების ხელფასი ქალების ხელფასს აღემატება, ან მასთან ახლოსაა.

გრაფიკი 4.4 კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში



გრაფიკი 4.5 კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიის წილი ჯამურად შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებასა და დაქირავებით დასაქმებაში.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა წილი ჯამურ შემოქმედებითი ინდუსტრიებში 2.1%-დან 5.6%-მდე გაიზარდა. აღნიშნულ პერიოდში ასევე გაიზარდა ინდუსტრიის ბრუნვის წილი ჯამურ მაჩვენებელთან მიმართებით, რომელიც 2015 წელს 1.6%-ს, ხოლო 2019 წელს 6.4%-ს შეადგენდა (გრაფიკი 4.5). აღნიშნული გარემოება კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიის შესახებ პოზიტიური მოლოდინების გაჩენის საფუძველს იძლევა. ამასთანავე, აღსანიშნავია, რომ კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში დასაქმებულთა პროდუქტიულობა 2015-2019 წლებში საშუალოდ ყოველწლიურად 26.1%-ით იზრდებოდა, რაც შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის საუკეთესო მაჩვენებელია.

კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში პროდუქციით ვაჭრობა განსაკუთრებით მცირე ნიშნულზე დგას დანარჩენ ინდუსტრიებთან შედარებით. აღნიშნულ ინდუსტრიაში საქონლით ვაჭრობისას ვაკვირდებით მხოლოდ კინო ფირმებით (გამჟღავნებელი ფირი, რომელიც მოიცავს საუნდ ტრეკსაც ან მოიცავს მხოლოდ საუნდ ტრეკს) ვაჭრობას ვაკვირდებით. სულ 2019 წელს აღნიშნული ინდუსტრიის ექსპორტმა 172.9 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა და პროდუქცია მთლიანად პოლონეთის ბაზარზე იქნა ექსპორტირებული. რაც შეეხება იმპორტს, 2019 წელს მაჩვენებელმა 315.3 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა. უნდა აღინიშნოს რომ კინო და ვიდეოს ინდუსტრია მოიცავს ასევე მომსახურებით ვაჭრობასაც. კონკრეტულად კი ისეთ მომსახურებებს და გადასახადებს, რომლებიც დაკავშირებულია ფილმების და სატელევიზიო პროგრამების წარმოებასთან. გარდა ამისა, აღნიშნულ ინდუსტრიას უკავშირდება კინემატოგრაფიული ნამუშევრების, როგორც ინტელექტუალური საკუთრების გამრავლებაზე ან გავრცელებაზე (ან ორივე) არსებული გადასახადები. ჩამოთვლილი მომსახურებები უფრო დეტალურად განხილულია ქვეთავში: მომსახურებით ვაჭრობა შემოქმედებითი ინდუსტრიებში.

2.5 კულტურული მემკვიდრეობა

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს სექ 91-ე კოდს (006-2016 (NACE rev.2)) - ბიბლიოთეკების, არქივების, მუზეუმების და კულტურის სხვა დაწესებულებების საქმიანობებს (ცხრილი 5.1).

ცხრილი 5.1 კულტურული მემკვიდრეობის შემავალი ეკონომიკური აქტივობები მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სექ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სექ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სექ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
კულტურული მემკვიდრეობა	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები	91 - ბიბლიოთეკების, არქივების, მუზეუმების და კულტურის სხვა დაწესებულებების საქმიანობები	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები
	91.02 მუზეუმების საქმიანობა		91.02 მუზეუმების საქმიანობა	91.02 მუზეუმების საქმიანობა
	91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია		91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია	91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია
	91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები		91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები	91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები

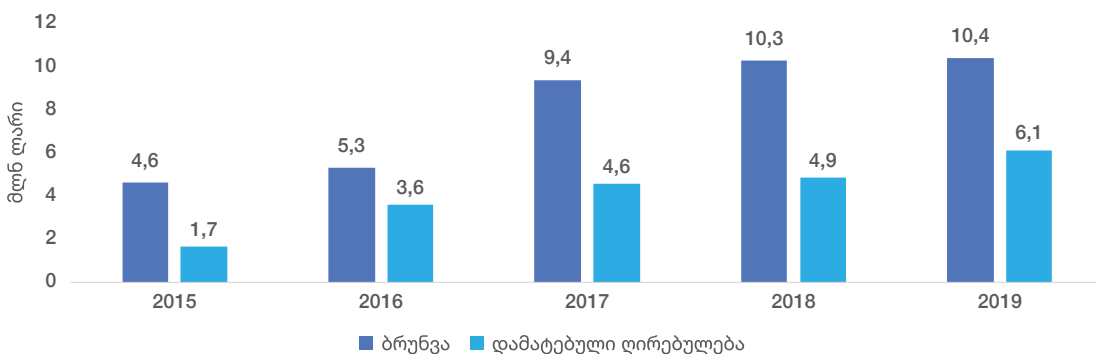
კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრია შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე ნაკლებად განვითარებული ინდუსტრიაა. მიუხედავად გასულ წლებში განცდილი მნიშვნელოვანი ზრდისა, 2019 წლის მონაცემებით ინდუსტრიის როლი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ ბრუნვაში სულ რაღაც 0.6%-ს შეადგენს. 2015-2019 წლებში ინდუსტრიაში 2.6 მილიონ ლარზე მეტი ინვესტიცია განხორციელდა, რაც ამავე პერიოდში ინდუსტრიის ჯამური ბრუნვის 6.2%-ია.

2015-2020 წლებში კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა სტაბილურობით გამოირჩევა. 2020 წლისათვის ინდუსტრიაში რეგისტრირებული იყო 124 აქტიური ორგანიზაცია, რაც 2015 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე (137 ორგანიზაცია) 9%-ით ნაკლებია. ამავე წლის მონაცემებით ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით ორგანიზაციებს შორის ჭარბობს არასამეწარმეო იურიდიული პირები (57% - 71 ა.ი.პ.), ხოლო მეორე ადგილი საჯარო სამართლის იურიდიულ პირებს უჭირავთ (18% - 22 ს.ს.ი.პ.). აღნიშნული ორგანიზაციების 73% (91 ორგანიზაცია) მცირე, 17% (21 ორგანიზაცია) საშუალო ზომის, ხოლო 4% (5 ორგანიზაცია) მსხვილი ორგანიზაციაა. დანარჩენი 6%-ის შესახებ ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 22% შეადგინა, რაც შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის მესამე საუკეთესო შედეგია. გამორჩეული იყო 2017 წელი, როდესაც ზრდის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს მიაღწია და 2016 წელთან შედარებით 75% შეადგინა (გრაფიკი 5.1).

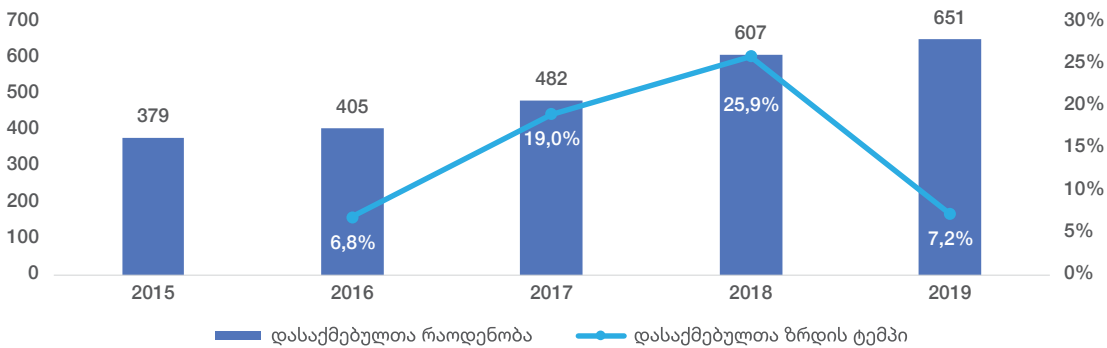
ამავე პერიოდში ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულების საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 38% შეადგინა. 2019 წელს დამატებული ღირებულების მაჩვენებელმა 6 მილიონ ლარს გადააჭარბა, რაც 2018 წლის ნიშნულზე 25%-ით მეტია (გრაფიკი 5.1).

გრაფიკი 5.1 კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში



ბოლო პერიოდში მნიშვნელოვნად გაიზარდა ინდუსტრიაში დამატებული ღირებულების ფარდობა გამოშვებასთან, რომელმაც 2015 წლის 33%-თან შედარებით 2019 წლისათვის 54% შეადგინა.

გრაფიკი 5.2 კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

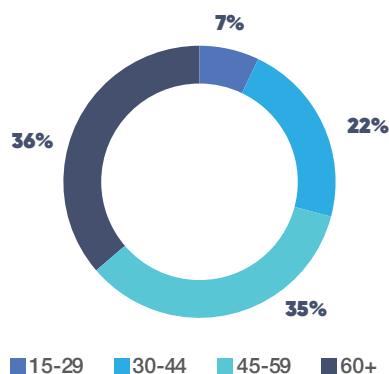
კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 14% შეადგინა (გრაფიკი 5.2).

სულ ამ პერიოდში ინდუსტრიაში 272 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. რაც შეეხება 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 7.2%-იანი ზრდის შემდეგ, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა 651 ადამიანი შეადგინა.

2015 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი 63% იყო. მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს (66%) 2016 წელს მიაღწია ხოლო 2019 წლისთვის 37%-მდე შემცირდა. მსგავსი მერყეობა დასაქმებულთა ხშირ ცვლაზე მიუთითებს, რაც ინდუსტრიაში სტაბილური დასაქმების პერსპექტივებს კითხვის ნიშნის ქვეშ აყენებს.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის თანახმად, კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ჭარბობენ 60 და 60 წელს გადაცილებული ადამიანები, რომლებიც საერთო რაოდენობის 36%-ს შეადგენენ. დაქირავებით დასაქმებულებში ყველაზე მცირე რაოდენობით წარმოდგენილია 15-დან 30 წლამდე ასაკობრივი კატეგორია (7%) (გრაფიკი 5.3). ახალგაზრდების როლი კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე დაბალია.

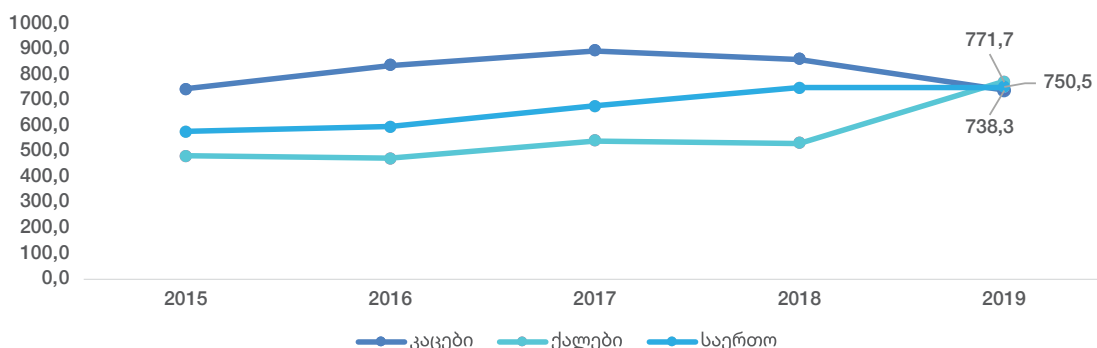
გრაფიკი 5.3 კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის გამოკვლევა, 2019

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 7%-ით იზრდებოდა. აქედან ქალების შრომის ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელი 13%-ია, ხოლო კაცების საშუალო ხელფასის ცვლილება თითქმის ნულოვანია. შრომის ანაზღაურებას შორის არსებული გენდერული დისბალანსი 2019 წელს სრულად აღმოიფხვრა; უფრო მეტიც, ქალების საშუალო ანაზღაურებამ კაცების ანალოგიურ მაჩვენებელს მცირედით გადაუსწრო. 2019 წლის მონაცემებით შრომის საშუალო ანაზღაურება კაცებისთვის 738 ლარს, ქალებისთვის 771 ლარს, ხოლო ინდუსტრიის აგრეგირებული საშუალო მაჩვენებელი 751 ლარს შეადგენდა (გრაფიკი 5.4). კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში ხელფასების დონე საკმაოდ დაბალ ნიშნულზეა, ის მნიშვნელოვნად ჩამოუვარდება, როგორც წამყვანი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ანალოგიურ მაჩვენებელს, ასევე ქვეყანაში ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა საშუალო ყოველთვიურ ანაზღაურებას.

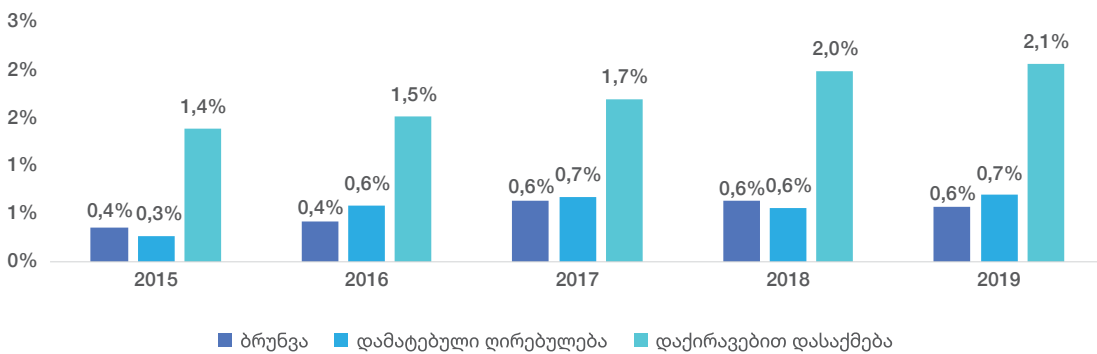
გრაფიკი 5.4 კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების 1-2%-ს შეადგენდა. რაც შეეხება ინდუსტრიის წილს ჯამურ ბრუნვაში, აღნიშნული მაჩვენებელი ამ დროის განმავლობაში 1%-ზე ნაკლებ დონეზე შენარჩუნდა. (გრაფიკი 5.5).

გრაფიკი 5.5 კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიის წილი ჯამურად შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებასა და დაქირავებით დასაქმებაში.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

რაც შეეხება საქონლით საგარეო ვაჭრობას, აღნიშნულ ინდუსტრიაში 2015-2019 წლებში უმნიშვნელო მოცულობით იმპორტი, და 2017 წლიდან ნულოვანი ექსპორტი ფიქსირდება. აღსანიშნავია, რომ კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრია დიდწილად მომსახურების წარმოებასთანაა დაკავშირებული. აღნიშნულ ინდუსტრიაში მომსახურებით ვაჭრობის ტენდენციები განხილულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების მომსახურებით ვაჭრობის სექციაში, პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურებით ვაჭრობის ქვეშ.

2.6 ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით, ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის ეკონომიკური მაჩვენებლები მოიაზრებს ცხრილ 6.1-ის მე-2 სვეტში ჩამოთვლილ კოდებს (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)-ის მიხედვით), თუმცა დეტალური მონაცემების არარსებობის გამო, სექციაში მონაცემები განხილულია ცხრილ 6.1-ის მე-3 სვეტში ჩამოთვლილი ეკონომიკური საქმიანობების მიხედვით.

ცხრილი 6.1 ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

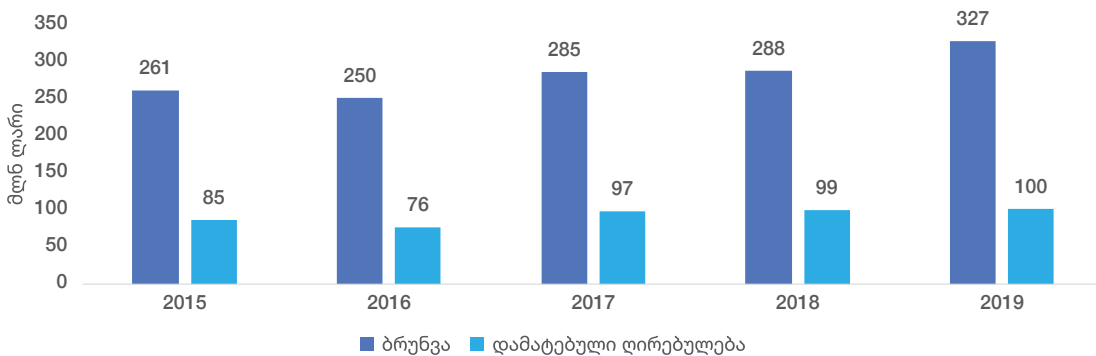
შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები სანარმოთა სტატისტიკური გამოკვეთის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	18.11 გაზეთების ბეჭდვა	18.1 - ბეღვითი საქმიანობა და მასთან დაკავშირებული მომსახურება	18.11 გაზეთების ბეჭდვა	18.11 გაზეთების ბეჭდვა
	18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა		18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა	18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა
	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში		18.13 - ბეჭდვის და ინფორმაციის გავრცელების მოსამზადებელი მომსახურება	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში
	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	18.14 - სამკინძაო და მასთან დაკავშირებული მომსახურება	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში
	58.11 წიგნების გამოცემა	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	58.11 წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები
	58.13 გაზეთების გამოცემა	58.1 - წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	58.13 გაზეთების გამოცემა
	58.14 ჟურნალების და პერიოდის გამოცემა		58.11 - წიგნების გამოცემა	58.14 ჟურნალების და პერიოდის გამოცემა
	58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები		58.12 - ცნობარებისა და სამისამართო სიების გამოცემა	58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები
			58.13 გაზეთების გამოცემა	
			58.14 ჟურნალების და პერიოდის გამოცემა	
			58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები	

2015-2019 წლებში ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში ჯამურად 87 მილიონ ლარზე მეტი ინვესტიცია განხორციელდა, რაც ამავე პერიოდში შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ჯამურად განხორციელებული ინვესტიციების დაახლოებით 16%-ს შეადგენს. მოზიდული ინვესტიციების ფონზე, შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ბრუნვის მოცულობითა და დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობით, ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრია მესამე პოზიციას იკავებს.

2015-2020 წლებში ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა 13%-ით (1545-დან 1342-მდე) შემცირდა. 2020 წლის მონაცემებით ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით ქარბობენ ინდივიდუალური მენარმეები (53% - 706 ინდ. მენარმე) და შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (43% - 581 შპს). ორგანიზაციების 85% (1134 ორგანიზაცია) მცირე, 1% (14 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 1%-ზე ნაკლები (2 ორგანიზაცია) დიდი ორგანიზაციებია. დარჩენილი, დაახლოებით 13% ორგანიზაციების, შესახებ ინფორმაცია ხელმისაწვდომი არ არის.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვა საშუალოდ წელიწადში 5.9%-ით იზრდებოდა და 2019 წელს 327 მილიონ ლარს გადააჭარბა (გრაფიკი 6.1). ამავე პერიოდში მზარდი ტემპით ხასიათდება ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება, რომლის საშუალო ყოველწლიური ზრდის მაჩვენებელმაც 4.2% შეადგინა.

გრაფიკი 6.1 ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში

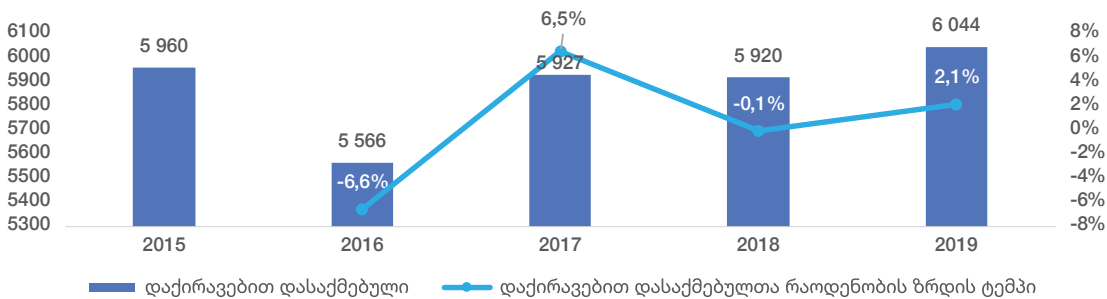


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის დამატებული ღირებულების წილი გამოშვებასთან მიმართებით შედარებით სტაბილურობით გამოირჩევა და 39%-დან 45%-მდე მერყეობს. 2019 წლისათვის აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 41.5% შეადგინა. მსგავსი სტაბილურობა მნიშვნელოვნად ამარტივებს ინდუსტრიაში მოლოდინების ჩამოყალიბების პროცესს, რაც ინვესტიციების მოზიდვისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია.

ამავე პერიოდში სტაბილური იყო ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობაც. მაჩვენებელმა ყველაზე დიდი ცვლილება 2016 წელს განიცადა და დაახლოებით 7%-ით (5,960-დან 5,566-მდე) შემცირდა, თუმცა 2017 წელს კვლავ სტაბილურ მაჩვენებელს დაუბრუნდა. 2020 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულია 6044 ადამიანი, რომელთა შორისაც ქალების წილი 59%-ია (გრაფიკი 6.2).

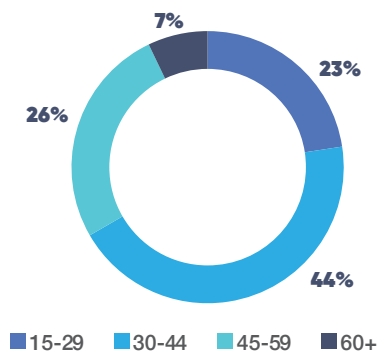
გრაფიკი 6.2 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის თანახმად, ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ჭარბობენ 30-დან 45 წლამდე ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები, რომლებიც საერთო რაოდენობის 44%-ს შეადგენენ. დაქირავებით დასაქმებულებში ყველაზე მცირე რაოდენობით წარმოდგენილია 60 და 60 წელს გადაცილებული ადამიანების ასაკობრივი კატეგორია (7%) (გრაფიკი 6.3).

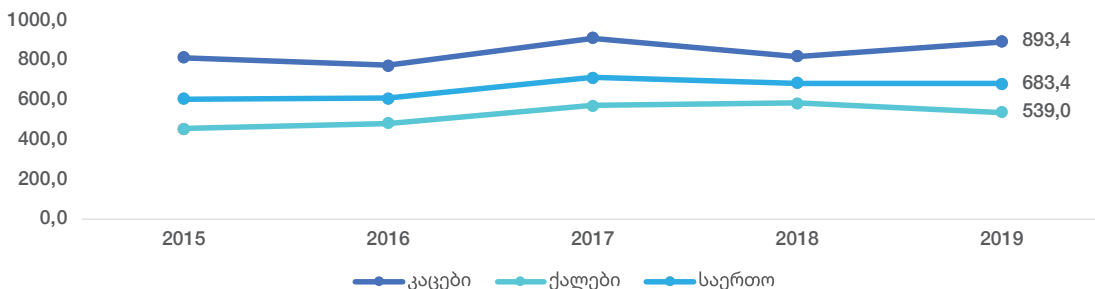
გრაფიკი 6.3 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის გამოკვლევა, 2019

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება ყოველწლიურად საშუალოდ 3%-ით იზრდებოდა, მათ შორის, ქალების შრომის ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდა 4%, ხოლო კაცების - 2%. 2019 წლის მონაცემებით, შრომის საშუალო თვიურმა ანაზღაურებამ კაცებისთვის 893 ლარი შეადგინა, ხოლო ქალებისთვის შესაბამისი მაჩვენებელი 539 ლარია (40%-ით ნაკლები). ინდუსტრიის აგრეგირებული საშუალო ყოველთვიური ხელფასი 683 ლარს შეადგენს (გრაფიკი 6.4).

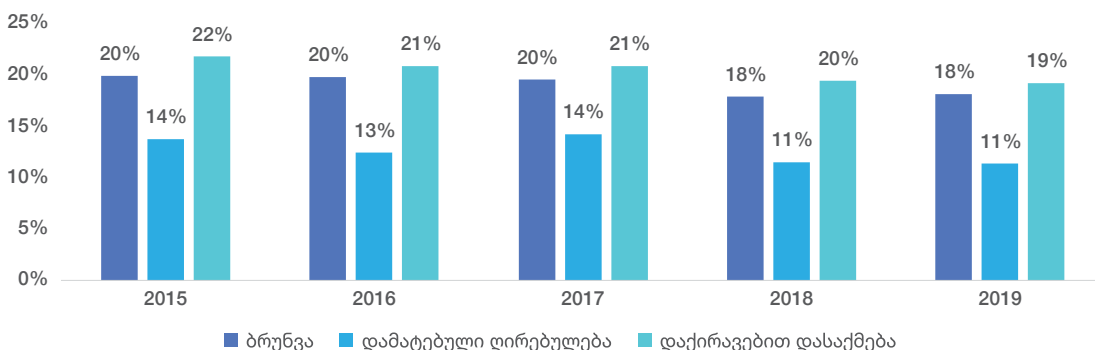
გრაფიკი 6.4 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში ლიტერატურასა და საგამომცემლო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა წილი ჯამურ შემოქმედებით ინდუსტრიაში მცირედით, 22%-დან 19%-მდე, შემცირდა. აღნიშნულ პერიოდში უმნიშვნელოდ შეიცვალა ინდუსტრიის წილი ბრუნვაში (20%-დან 18%-მდე) (გრაფიკი 6.5). ბრუნვის ზრდის გათვალისწინებით, ხსენებული მცირედი კლება სხვა ინდუსტრიების დაჩქარებული ზრდით აიხსნება.

გრაფიკი 6.5 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებასა და დაქირავებით დასაქმებაში

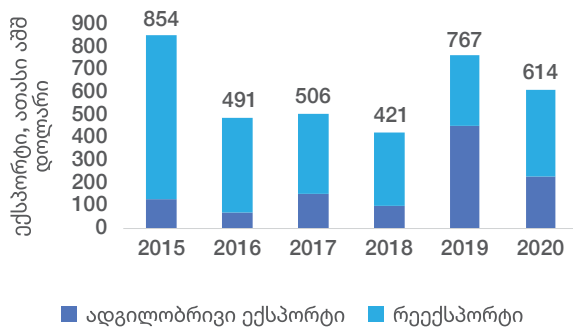


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

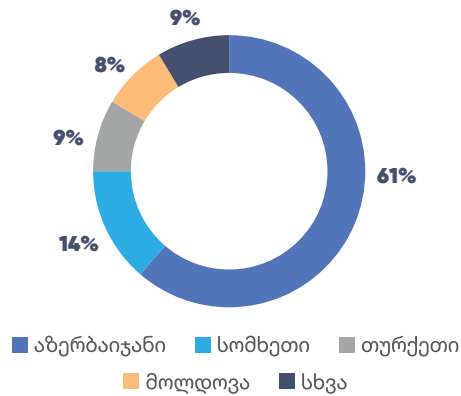
2015-2019 წლებში ლიტერატურის ინდუსტრიის ექსპორტი ცვალებადობით გამოირჩევა. აღნიშნულ პერიოდში ადგილობრივი ექსპორტის საშუალო წლიურმა ზრდამ 36% შეადგინა, ხოლო რეექსპორტი საშუალოდ წლიურად 19%-ით მცირდებოდა. ექსპორტის ჯამური მაჩვენებლის საშუალო ყოველწლიური ცვლილება კი - 3%-ს შეადგენს. 2020 წელს ექსპორტი 2019 წელთან შედარებით 20%-ით შემცირდა და 614 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 6.6).

2019 წლის მონაცემებით, ადგილობრივი ექსპორტის უდიდესი ნაწილი - 61% აზერბაიჯანზე მოდის, რომელსაც მოსდევს სომხეთი 14%-ით (გრაფიკი 6.7). 2019 წელს ადგილობრივი ექსპორტის უდიდესი წილი (83.1%) სარეკლამო მასალებს, სასაქონლო კატალოგებსა და ანალოგიური პროდუქციას შეადგენდა.

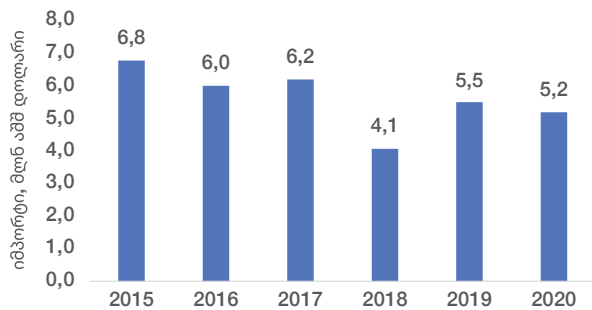
გრაფიკი 6.6 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის ექსპორტი, 2015-2020



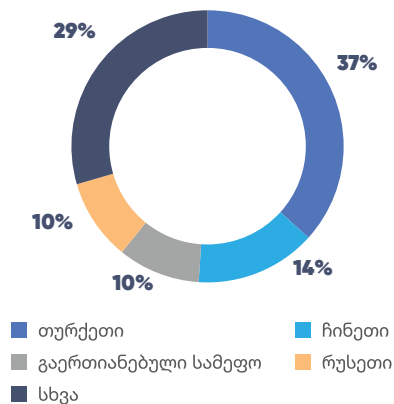
გრაფიკი 6.7 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის მთავარი საექსპორტო ბაზრები, 2019



გრაფიკი 6.8 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის იმპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 6.9 - ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის მთავარი იმპორტიორი ქვეყნები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში ლიტერატურის ინდუსტრიის იმპორტი წლიურად საშუალოდ 5%-ით მცირდებოდა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით იმპორტი 5%-ით შემცირდა და 5.2 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 6.8).

2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული ლიტერატურის ინდუსტრიის პროდუქციის 37% თურქეთიდან, 14% ჩინეთიდან, ხოლო 10-10% გაერთიანებული სამეფოდან და რუსეთიდან შემოვიდა (გრაფიკი 6.9). 2019 წლის იმპორტის ნახევარზე მეტი ნაბეჭდ წიგნებზე, ბროშურებზე, ფურცლებსა და ანალოგიურ ნაბეჭდ მასალაზე მოდის.

2.7 მედია და მაუწყებლობა

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის შემდეგ კოდებს: 60.1 და 60.2 (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)) (ცხრილი 7.1).

ცხრილი 7.1 - მედია და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები

შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი და ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)
მედია და მაუწყებლობა	60.10 რადიომაუწყებლობა
	60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები

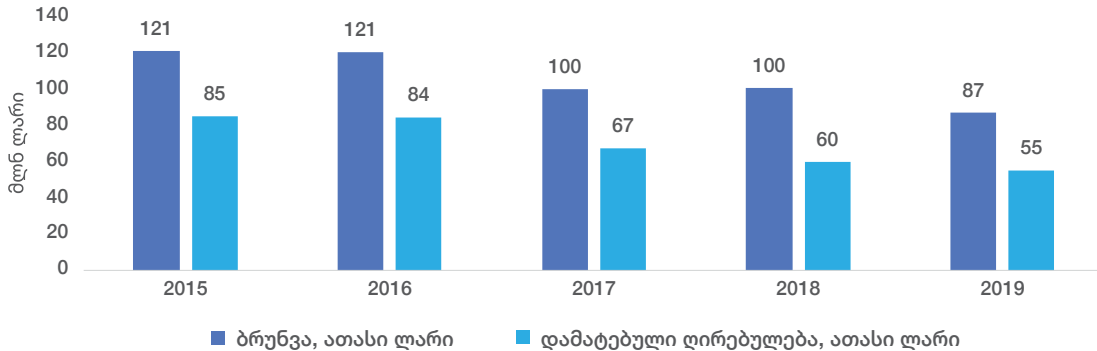
2015-2019 წლებში მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში 167 მილიონ ლარზე მეტის ინვესტიცია განხორციელდა, რაც შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელია. ამავე პერიოდში ინდუსტრიაში დაღმავალი ტრენდი ფიქსირდება როგორც ბრუნვასა და პროდუქციის გამოშვებაში, ასევე დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობაში.

2015-2020 წლებში მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა 19%-ით (151-დან 122-მდე) შემცირდა. 2020 წელს, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით წამყვანი პოზიცია შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებებს უჭირავთ (80% - 97 შ.პ.ს.), რომელსაც მოსდევს არასამეწარმეო იურდიული პირები (13% - 16 ა.ი.პ.). ორგანიზაციების 79% (96 ორგანიზაცია) მცირე, 11% (13 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 2% (3 ორგანიზაცია) მსხვილი ორგანიზაციებია. დანარჩენი 8%-ის შესახებ ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა კლებამ 8% შეადგინა. 2019 წელს მაჩვენებელი 86 მილიონ ლარამდე შემცირდა, რაც 2018 წლის მაჩვენებელზე 14%-ით ნაკლებია (გრაფიკი 7.1). შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრია ერთადერთია, რომელშიც აღნიშნულ პერიოდში ბრუნვის უარყოფითი ზრდის მაჩვენებელი ფიქსირდება.

ამავე პერიოდში ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულების კლების საშუალო ყოველწლიურმა მაჩვენებელმა 10% შეადგინა. 2019 წელს ინდუსტრიის დამატებული ღირებულება თითქმის 55 მილიონ ლარს შეადგენდა, რაც 2018 წლის მაჩვენებელზე 8%-ით ნაკლებია (გრაფიკი 7.1).

გრაფიკი 7.1 - მედიისა და მუწყებლობის ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

რაც შეეხება ინდუსტრიის დამატებული ღირებულების ფარდობას გამოშვებასთან, მაჩვენებელი 56%-დან (2015) 2019 წელს 50%-მდე შემცირდა.

2015-2019 წლებში მედიისა და მუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის შემცირების საშუალო მაჩვენებელმა 4% შეადგინა. 2015-2018 წლებში კლებადი ტრენდის შემდეგ, 2019 წელს დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა 14%-ით გაიზარდა და 3,780 შეადგინა (გრაფიკი 7.2).

გრაფიკი 7.2 - მედია მუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში

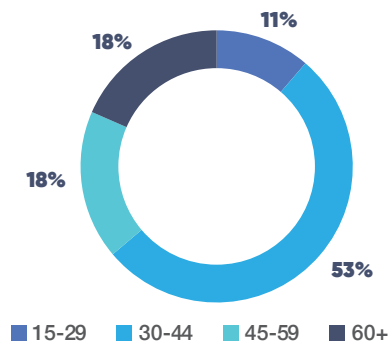


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი 2015 წლის 36%-იანი ნიშნულიდან გაიზარდა და 2019 წელს 41% შეადგინა.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის თანახმად, მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქარბობენ 30-დან 45 წლამდე ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები, რომლებიც საერთო რაოდენობის 53%-ს შეადგენენ. დაქირავებით დასაქმებულებში ყველაზე მცირე რაოდენობით წარმოდგენილია 15-დან 30 წლამდე ასაკობრივი კატეგორია (11%) (გრაფიკი 7.3).

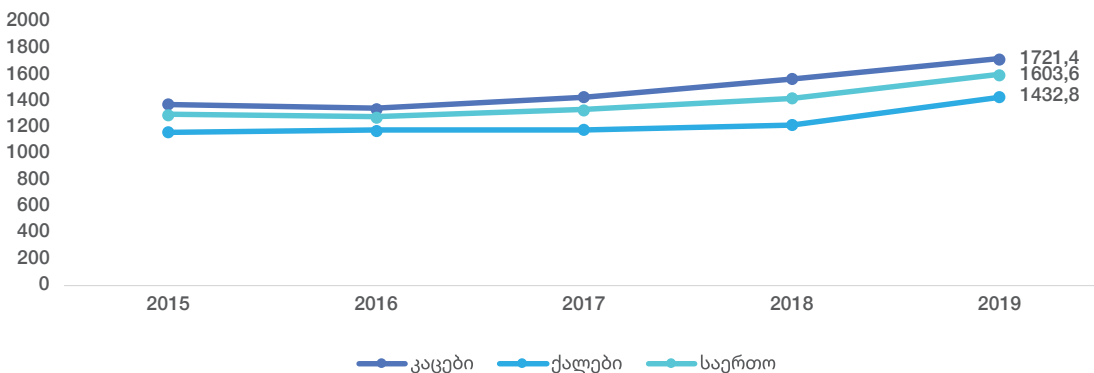
გრაფიკი 7.3 - მედია მაუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის გამოკვლევა, 2019

მიუხედავად ზემოთ აღნიშნული უარყოფითი ტრენდებისა, 2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის საშუალო თვიური ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 5.4%-ით იზრდებოდა. ამავე პერიოდში ქალების შრომის ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელი 5.3%, ხოლო კაცების 5.8%-ია. 2019 წელს კაცების საშუალო ანაზღაურება (1,721 ლარი) ქალების საშუალო ანაზღაურებაზე (1,433 ლარი) 20%-ით მეტია, ხოლო აგრეგირებული საშუალო მაჩვენებელი 1,604 ლარს უტოლდება (გრაფიკი 7.4).

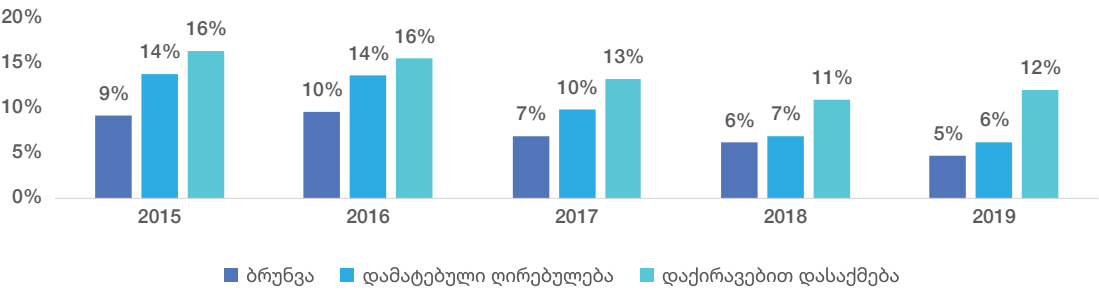
გრაფიკი 7.4 - მედია მაუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიის წილი შემოქმედებით ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა ჯამურ რაოდენობაში 16%-დან 12%-მდე შემცირდა. კლებადი ტენდენციით ხასიათდება ასევე ინდუსტრიის ბრუნვის და დამატებული ღირებულების წილი ჯამურ მაჩვენებლებში, რაც აგრეგირებული სექტორის ზრდის პარალელურად ინდუსტრიის როლის კლებაზე მიუთითებს. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ ამ პერიოდის განმავლობაში დაქირავებით დასაქმებულთა წილი სტაბილურად აღემატება წილს ბრუნვასა და დამატებულ ღირებულებაში, რაც სხვა ინდუსტრიაებთან შედარებით მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში სამუშაო ძალის საშუალოდ ნაკლებ პროდუქტიულობაზე მეტყველებს (გრაფიკი 7.5).

გრაფიკი 7.5 - მედია მაუწყებლობის წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიაში ჯამურ ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებაში და დაქირავებით დასაქმებაში.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2.8 მუსიკა

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს მუსიკის ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)) 32.20 და 59.20 კოდებს. თუმცა იმის გამო, რომ 32.20 კოდისთვის მონაცემები არ არის ხელმისაწვდომი, სექციაში წარმოდგენილი შედეგები დათვლილია მხოლოდ 59.20 კოდისთვის.

აღსანიშნავია, რომ საწარმოთა სტატისტიკურ გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემები (ცხრილი 2) განხილულია 2015, 2016, 2017 და 2019 წლებისათვის. 2018 წლის მონაცემები არაა ხელმისაწვდომი გამოკვლეული საწარმოების შერჩევის სიმცირის გამო.

ცხრილი 8.1 - მუსიკის ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
მუსიკა	32.20 მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება	59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	32.20 მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება
	59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები

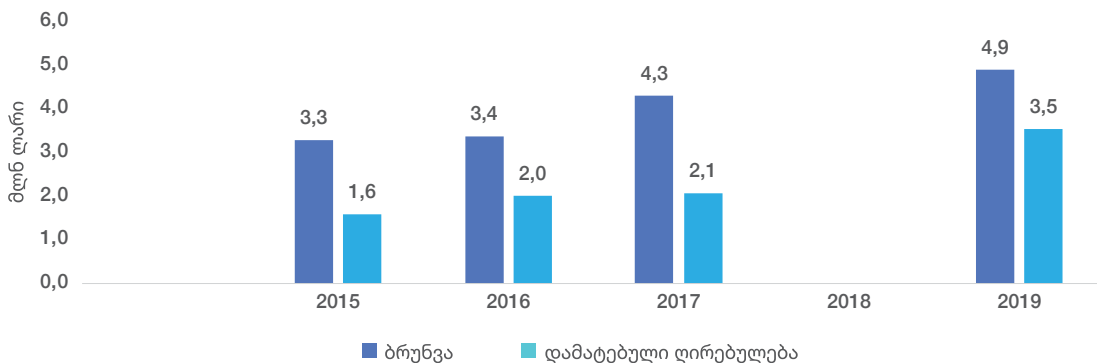
კვლევაში განხილული ყველა მაჩვენებლით, გარდა დასაქმებულთა საშუალო ხელფასებისა, მუსიკის ინდუსტრია შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ბოლო პოზიციას იკავებს. 2015-2019 წლებში ინდუსტრიაში სულ 305 ათასი ლარის ინვესტიცია ჩაიდო, რაც ასევე ყველაზე მცირეა. მიუხედავად მნიშვნელოვანი ჩამორჩენისა, უნდა აღინიშნოს რომ ინდუსტრიაში გარკვეული პოზიტიური ძვრები მაინც შეინიშნება. მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ მუსიკის ინდუსტრია არ მოიცავს ღამის კლუბების საქმიანობებს, რომელთა დაკვირვებაც მონაცემთა ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, არ მოხერხდა.⁵¹ მუსიკის ინდუსტრიის სრულფასოვანად შესასწავლად, მნიშვნელოვანი იქნება აღნიშნული საქმიანობის დამოუკიდებლად შესწავლა.

⁵¹ კვლების საქმიანობები Nace rev.2 კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრება კოდში 56.3 - სასმელებით მომსახურების საქმიანობები, რომელიც, გარდა კვლების საქმიანობისა, სხვა ეკონომიკური საქმიანობების ფართო სპექტრს მოიცავს. აღნიშნულიდან გამომდინარე, ამ კოდის ჩართვა ჩვენს ანალიზში არ მოხდა.

2015-2019 წლებში მუსიკის ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციები წლიურად საშუალოდ 6%-ით იზრდებოდა, თუმცა 2020 წელს რაოდენობა 16.9%-ით, 69 ორგანიზაციამდე შემცირდა. ამავე წლის მონაცემებით, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით საწარმოებს შორის ჭარბობს ინდივიდუალური მეწარმეები (67% - 46 ინდ. მეწარმე), ხოლო მეორე ადგილი შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებებს უჭირავთ (32% - 22 შ.პ.ს.). აღნიშნული საწარმოების 78% (54 ორგანიზაცია) მცირე, ხოლო 1% (1 ორგანიზაცია) საშუალო ზომის საწარმოა. ორგანიზაციების დარჩენილი 21%-ის შესახებ ზომასთან დაკავშირებული ინფორმაცია არ არის ხელმისაწვდომი.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 10.5% შეადგინა და 2019 წელს 4.8 მილიონ ლარს გადააჭარბა. აღნიშნულ პერიოდში დამატებული ღირებულება საშუალოდ წლიურად 22.5%-ით იზრდებოდა. 2019 წლის მონაცემებით მუსიკის ინდუსტრიის მიერ შექმნილმა დამატებულმა ღირებულებამ 3.5 მილიონ ლარს შეადგენს (გრაფიკი 8.1).

გრაფიკი 8.1 - მუსიკის ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში



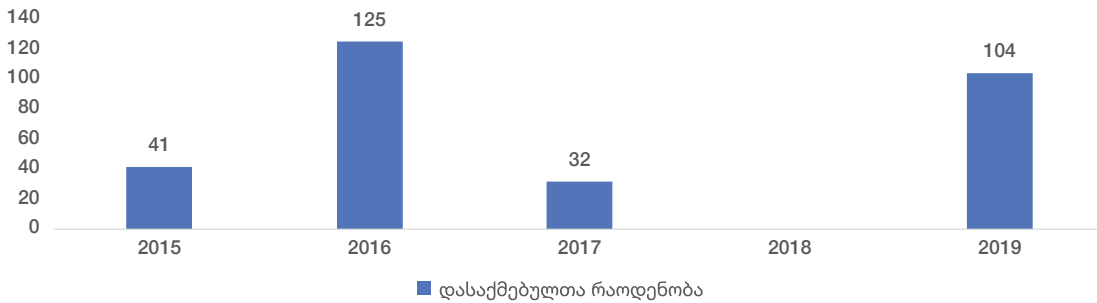
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

* 2018 წლისთვის, საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემები მუსიკის ინდუსტრიისთვის ხელმისაწვდომი არ არის.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის დამატებული ღირებულების ფარდობა გამოშვებასთან 48%-დან 59%-მდე მერყეობდა.

მუსიკის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 26.4% შეადგინა. დაქირავებით დასაქმებულთა მაქსიმალური რაოდენობა (125) 2016 წელს დაფიქსირდა, ხოლო 2019 წელს ინდუსტრიაში სულ დაქირავებით დასაქმებული იყო 104 ადამიანი. აღსანიშნავია, რომ ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა ძალიან დაბალია და ამავდროულად მნიშვნელოვნად მერყეობს წლიდან წლამდე (გრაფიკი 8.2).

გრაფიკი 8.2 - მუსიკის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა 2015-2019 წლებში

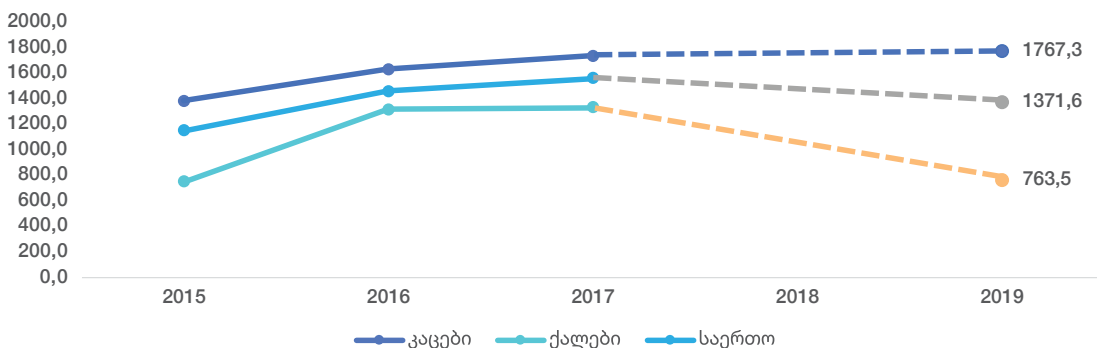


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი 37%-დან 54%-მდე შუალედში მერყეობდა, ხოლო პერიოდის ბოლოს 39% შეადგინა.

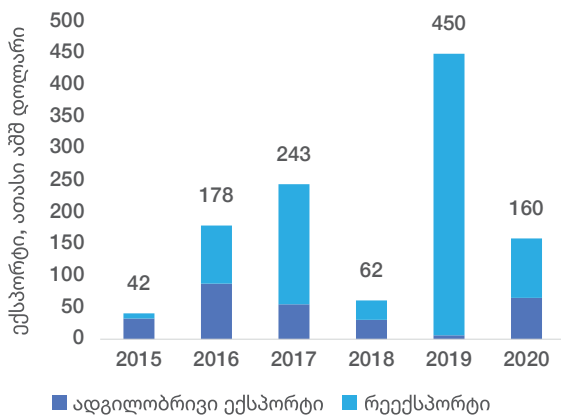
2015-2017 წლებში დაქირავებულთა შრომის ანაზღაურების დადებითი ტრენდის შემდეგ მაჩვენებელი 2019 წლისათვის 1,372 ლარამდე შემცირდა. აღნიშნულ პერიოდში კაცების შრომის ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდა 6.3%, ხოლო ქალების 0.4% იყო, რამაც მნიშვნელოვნად გაზარდა ანაზღაურებებს შორის გენდერული დისბალანსი. 2019 წლის მონაცემებით შრომის საშუალო ანაზღაურებამ კაცებისთვის 1,767 ლარი, ხოლო ქალებისთვის 764 ლარი შეადგინა (გრაფიკი 8.3).

გრაფიკი 8.3 - მუსიკის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში

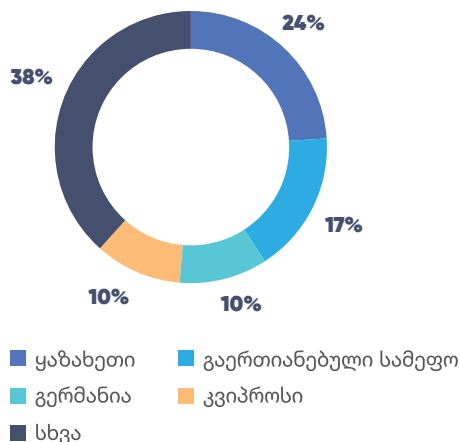


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

გრაფიკი 8.4 - მუსიკის ინდუსტრიის
ექსპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 8.5 - მუსიკის ინდუსტრიის მთავარი
საექსპორტო ბაზრები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში მუსიკის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური დაქირავებით დასაქმების 1%-ზე ნაკლებს შეადგენდა, ისევე როგორც ინდუსტრიის წილი ბრუნვასა და გამოშვებაში.

2015-2019 წლებში მუსიკის ინდუსტრიის ექსპორტი მნიშვნელოვანი ცვალებადობით გამოირჩევა. ეს ეხება როგორც ადგილობრივად წარმოებული საქონლის ექსპორტს, ასევე რეექსპორტს. პერიოდის განმავლობაში ჯამური ექსპორტის საშუალო წლიურმა ზრდის ტემპმა 81% შეადგინა. მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს 2016 წელს მიაღწია და 88 ათასი აშშ დოლარი შეადგინა, 2019 წელს კი 6.9 ათას აშშ დოლარამდე შემცირდა. პანდემიის მიუხედავად, 2020 წელს ადგილობრივი ექსპორტი 65 ათას აშშ დოლარამდე გაიზარდა. რეექსპორტის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს (442.8 ათასი აშშ დოლარი) 2019 წელს მიაღწია, ხოლო 2020 წელს 94.8 ათას აშშ დოლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 8.4).

2019 წლის მონაცემებით ადგილობრივი ექსპორტისთვის მთავარ ბაზარს ყაზახეთი წარმოადგენს რომელზეც ჯამური ადგილობრივი ექსპორტის 24% მოდის. მას მოსდევს გაერთიანებული სამეფო (17%) და გერმანია (10%).

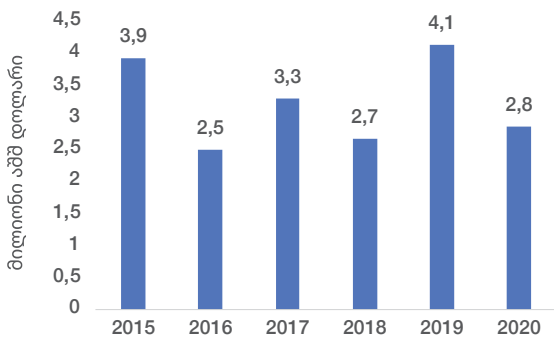
ცვალებადობით ხასიათდება იმპორტიც. 2015 წლისათვის იმპორტის ჯამური მოცულობა 3.9 მილიონ აშშ დოლარს შეადგენდა. მაჩვენებელმა მინიმალურ ნიშნულს (2.5 მლნ აშშ დოლარი) 2016 წელს, ხოლო მაქსიმალურს (4.1 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს მიაღწია. პანდემიის ფონზე იმპორტი 2020 წელს 2.8 მლნ აშშ დოლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 8.6).

იმპორტიორ ქვეყნებში 2019 წელს წამყვანი პოზიციები უჭირავთ ჩეხეთს (32%), გერმანიას (20%), ჩინეთს (16%) და არაბთა გაერთიანებულ საამიროებს (13%) (გრაფიკი 8.7).

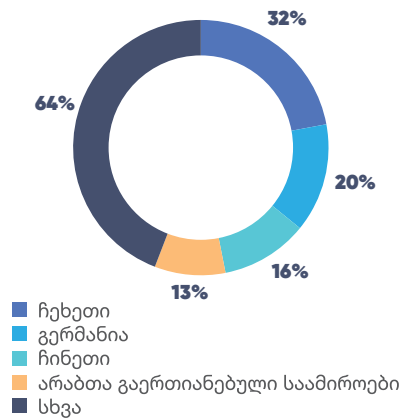
როგორც ექსპორტის, ასევე იმპორტის შემთხვევაში ვაჭრობის მთავარ საგანს ხმის ჩასაწერი მატარებლები წარმოადგენს.

უნდა აღინიშნოს, რომ მუსიკის ინდუსტრია იმ ინდუსტრიების რიგს განეკუთვნება, რომლებიც ძირითადად მომსახურებით ვაჭრობენ, შესაბამისად საქონლით საგარეო ვაჭრობის მსგავსი მოკრძალებული მონაცემები გასაკვირი არ არის.

გრაფიკი 8.6 - მუსიკის ინდუსტრიის
იმპორტი 2015-2020



გრაფიკი 8.7 - მუსიკის ინდუსტრიის მთავარი
საიმპორტო ბაზრები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

მომსახურებით ვაჭრობის ტენდენციები განხილულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების მომსახურებით ვაჭრობის სექციაში, პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურებით ვაჭრობის ქვეშ.

2.9 რეკლამა

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს სარეკლამო ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)) 73.11 და 73.12 კოდებს, თუმცა დეტალიზებული მონაცემების არარსებობის გამო შედეგები წარმოდგენილია 73-ე კოდისთვის - სარეკლამო საქმიანობა და ბაზრის გამოკვლევა (ცხრილი 9.1).

ცხრილი 9.1 სარეკლამო ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
რეკლამა	73.11 სარეკლამო სააგენტოები	73 - სარეკლამო საქმიანობა და ბაზრის გამოკვლევა	73.11 სარეკლამო სააგენტოები	73.11 სარეკლამო სააგენტოები
	73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში		73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში	73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში
			73.20 - ბაზრის გამოკვლევა და საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა	

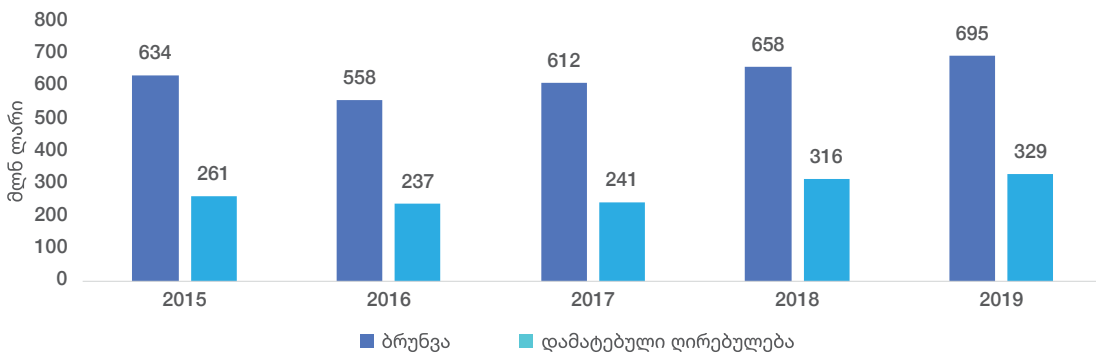
2015-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის მედიისა და მანუფაქტურის ინდუსტრიის შემდეგ ინვესტიციების ჯამური რაოდენობით სწორედ სარეკლამო ინდუსტრია ლიდერობს. ამ ინდუსტრიაში აღნიშნულ პერიოდში თითქმის 148 მილიონი ლარის ინვესტიცია განხორციელდა, რამაც მნიშვნელოვნად შეუწყო ხელი ინდუსტრიის განვითარებას.

2015-2019 წლებში სულ სარეკლამო ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა 22.4%-ით გაიზარდა, ხოლო 2020 წელს 2.9%-ით 1,318-მდე შემცირდა. ამავე წლის მონაცემებით ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით ორგანიზაციებს შორის ქარბობს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (70% - 924 შ.პ.ს.), ხოლო მეორე ადგილი ინდივიდუალურ მენარმებს უჭირავთ (28% - 373 ინდ. მენარმე). აღნიშნული ორგანიზაციების 78% (1026

ორგანიზაცია) მცირე, 1% (9 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 1%-ზე ნაკლები (2 ორგანიზაცია) მსხვილი ზომის ორგანიზაციებია. დანარჩენ საწარმოებთან დაკავშირებით ზომის შესახებ ინფორმაცია ხელმისაწვდომი არ არის.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 2% შეადგინა. 2017 წელს წლიური ზრდის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს მიაღწია და 2016 წელთან შედარებით 10%-ით გაიზარდა. 2019 წელს სარეკლამო ინდუსტრიის ბრუნვამ 694 მილიონ ლარს გადააჭარბა, რაც 2018 წლის შესაბამის მაჩვენებელზე 6%-ით მეტია (გრაფიკი 9.1). 2019 წლის მონაცემებით სარეკლამო ინდუსტრიაზე შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის 39% მოდის.

გრაფიკი 9.1 სარეკლამო ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში



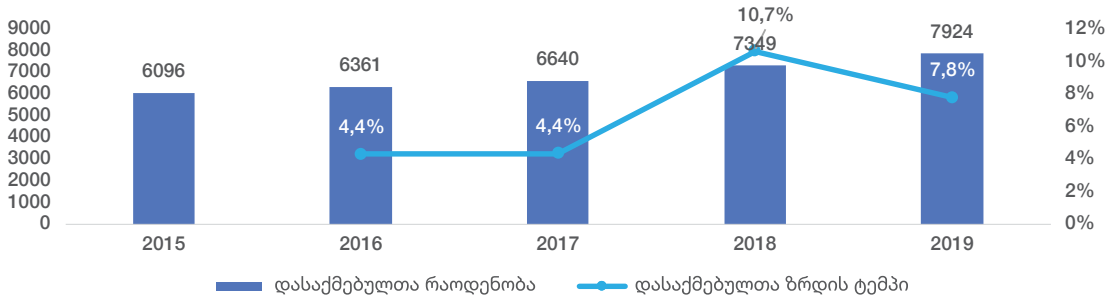
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება ზრდადი ტრენდით ხასიათდება. აღნიშნულმა მაჩვენებელმა მაქსიმუმს 2019 წელს მიაღწია და 329 მილიონი ლარი შეადგინა, რაც 2018 წლის შესაბამის მაჩვენებელზე 4%-ით მეტია (გრაფიკი 9.1).

აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში ზრდადი ტრენდით ხასიათდება ინდუსტრიის დამატებული ღირებულების ფარდობა გამოშვებასთან, რომელმაც 2019 წელს მაქსიმალურ ნიშნულს, 70%-ს მიაღწია, რაც გამორჩეულად მაღალი მაჩვენებელია.

სარეკლამო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 6.8% შეადგინა. სულ ამ პერიოდში ინდუსტრიაში 1,828 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 7.8% იანი ზრდის შემდეგ, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა 7,924 ადამიანი შეადგინა (გრაფიკი 9.2)

გრაფიკი 9.2 - სარეკლამო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში

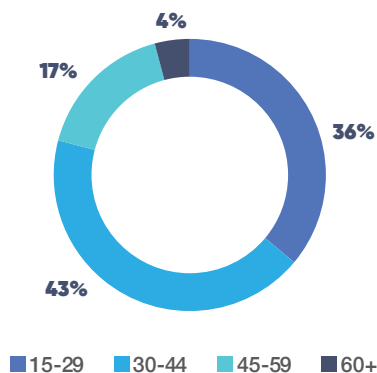


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი 53% იყო. მომდევნო წლებში ცვალებადობის შემდეგ მაჩვენებელი 2019 წელს 50%-ზე განისაზღვრა.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის 2019 წლის გამოკვლევის თანახმად, სარეკლამო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქარბობენ 30-დან 45 წლამდე ასაკობრივი კატეგორიის წარმომადგენლები, რომლებიც საერთო რაოდენობის 43%-ს შეადგენენ (გრაფიკი 9.3). ინდუსტრიაში ასევე მაღალია 30 წლამდე ახალგაზრდების ჩართულობა, რაც აუცილებლად პოზიტიურ კონტექსტში უნდა განვიხილოთ.

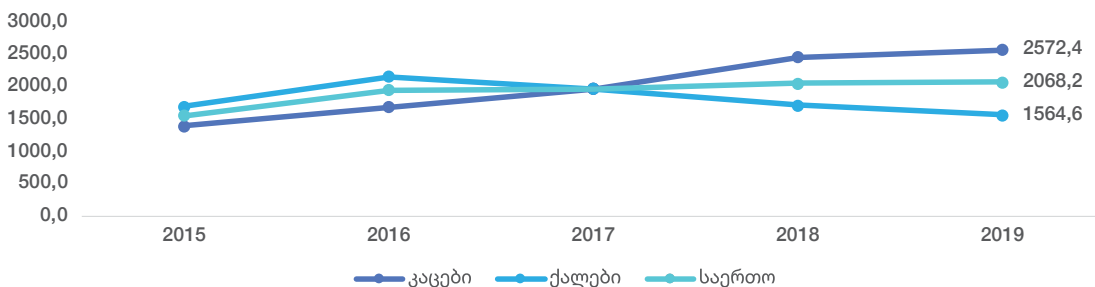
გრაფიკი 9.3 - სარეკლამო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა განაწილება ასაკობრივი კატეგორიების მიხედვით, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სამუშაო ძალის გამოკვლევა, 2019

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 7%-ით იზრდებოდა. კაცების შრომის ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელი 17% იყო, ხოლო ქალების ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 2%-ით მცირდებოდა. 2015 და 2016 წლებში ქალების საშუალო თვიური ანაზღაურება კაცების საშუალო თვიურ ანაზღაურებას აღემატებოდა, თუმცა 2018 და 2019 წლებში სიტუაცია შეიცვალა და კაცების საშუალო თვიურმა ანაზღაურებამ მნიშვნელოვნად გადაასწრო ქალების ანალოგიურ მაჩვენებელს. 2019 წლის მონაცემებით შრომის საშუალო ანაზღაურება კაცებისთვის 2,572 ლარს, ქალებისთვის 1,565 ლარს, ხოლო ინდუსტრიის აგრეგირებული საშუალო მაჩვენებელი 2,068 ლარს შეადგენდა (გრაფიკი 9.4).

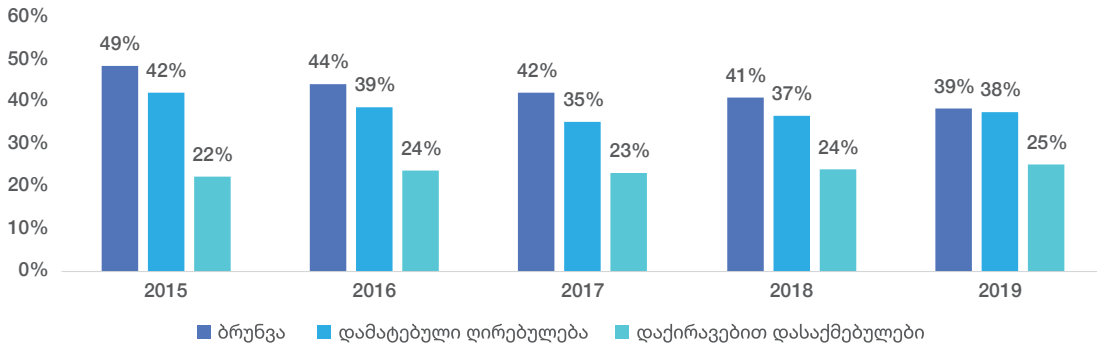
გრაფიკი 9.4 - სარეკლამო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში სარეკლამო ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ მაჩვენებელში 22%-დან 25%-მდე გაიზარდა. რაც შეეხება ინდუსტრიის წილს ჯამურ ბრუნვაში, აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 2015 წელს 49% შეადგინა, თუმცა ის 2019 წლისთვის 39%-მდე შემცირდა, რაც სხვა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვის უფრო მაღალი ზრდის ტემპით აიხსნება (გრაფიკი 9.5). რაც შეეხება შრომის პროდუქტიულობას, საშუალოდ სარეკლამო ინდუსტრია, სექტორის სხვა ინდუსტრიებთან შედარებით, დაქირავებულთა უფრო მაღალი მწარმოებლურობით გამოირჩევა.

გრაფიკი 9.5 - სარეკლამო ინდუსტრიის წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებასა და დაქირავებით დასაქმებულში.



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

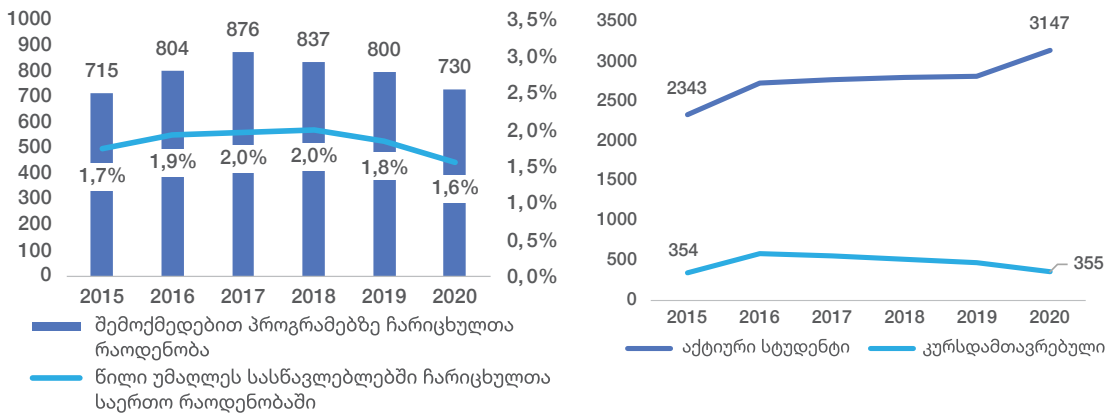
სარეკლამო ინდუსტრიაში განხორციელებული მომსახურების ექსპორტი განხილულია მომსახურებით ვაჭრობის სექციაში, როგორც რეკლამის, ბაზრის კვლევისა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის ნაწილი.

2.10 სახელოვნებო და კულტურული განათლება

სახელოვნებო და კულტურული განათლების ეფექტური და ხარისხიანი ფუნქციონირება შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია. ეს ინდუსტრია ერთი მხრივ ასაქმებს შემოქმედებით ინდუსტრიებში განსწავლულ ადამიანებს, ხოლო მეორე მხრივ ქმნის საფუძველს ინდუსტრიების განვითარებისთვის. ამ სექციაში წარმოდგენილია მონაცემები სახელოვნებო და კულტურული განათლების სექტორში მოქმედი უმაღლესი და პროფესიული სასწავლებლების შესახებ.

უმაღლეს სასწავლებლებში შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე 2015-2020 წლებში როგორც ჩარიცხულთა, ასევე კურსდამთავრებულთა რაოდენობა 2017 წლის შემდეგ კლების ტენდენციით ხასიათდება (გრაფიკი 10.1). ბოლო წლებში ასევე იკლებს შემოქმედებით პროგრამებზე უმაღლეს სასწავლებლებში ჩარიცხულთა წილიც უმაღლეს სასწავლებლებში ჯამურად ჩარიცხულთა შორის (გრაფიკი 10.1). 2020 წლისათვის აღნიშნულ პროგრამებზე სულ 3147 აქტიური სტუდენტი ფიქსირდება. ამავე წელს უმაღლესი სასწავლებელი დაამთავრა 355-მა სტუდენტმა, ხოლო ჩარიცხა 730 სტუდენტი.

გრაფიკი 10.1 - უმაღლეს სასწავლებლებში შემოქმედებით პროფესიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე ჩარიცხულ, და აქტიურ სტუდენტთა და კურსდამთავრებულთა რაოდენობა, 2015-2020

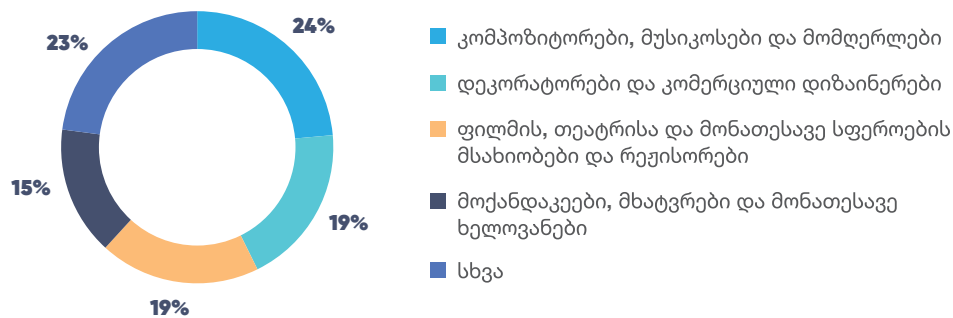


წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2020 წლებში კურსდამთავრებულთა შორის წამყვანი პოზიცია კომპოზიტორებს, მუსიკოსებსა და მომღერლებს უჭირავთ, რომლებზეც კურსდამთავრებულთა ჯამური რაოდენობის 24% მოდის. მათ მოსდევენ დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები (19%), მსახიობები

და რეჟისორები (19%) და მოქანდაკეები და მხატვრები (15%) (გრაფიკი 10.2). აღნიშნულ კურსდამთავრებულთა დაახლოებით 69% თბილისის აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიაზე, თბილისის ვანო სარაჯიშვილის სახელობის სახელმწიფო კონსერვატორიასა და საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტზე მოდის.

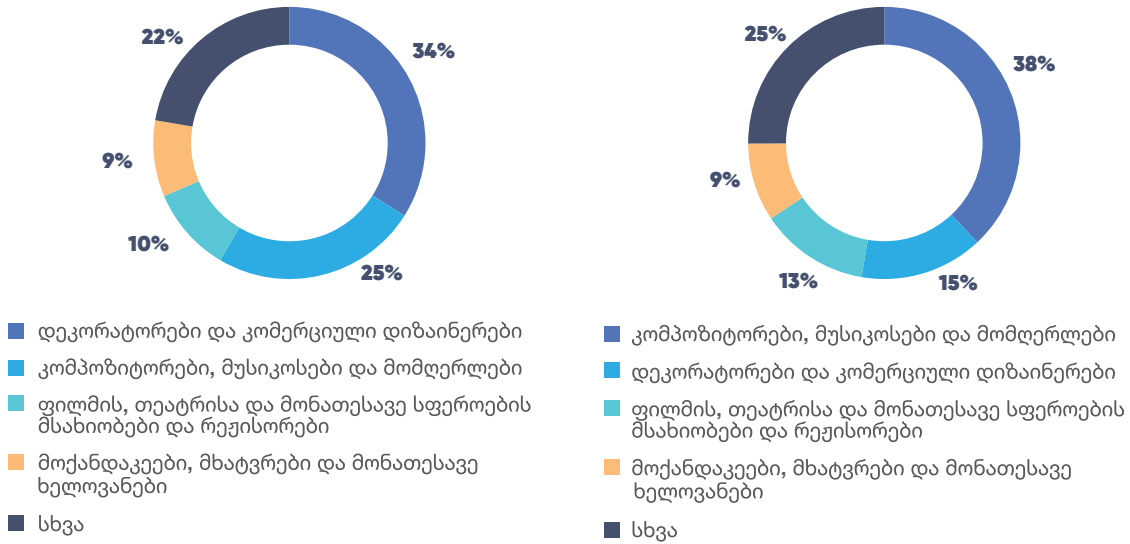
გრაფიკი 10.2 - 2015-2020 წლებში შემოქმედებითი პროგრამების კურსდამთავრებულთა განაწილება.



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

2020 წელს უმაღლეს სასწავლებლებში შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ სასწავლო პროგრამებზე ჩარიცხულთა 34% დეკორატორებსა და კომერციულ დიზაინერებზე მოდის, რომელსაც მოსდევს კომპოზიტორები, მუსიკოსები და მომღერლები (25%). რაც შეეხება 2020 წელს კურსდამთავრებულებს, ამ შემთხვევაში პირველ ადგილს იკავებენ კომპოზიტორები, მუსიკოსები და მომღერლები (38%), მათ მოსდევს დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები (15%) (გრაფიკი 10.3).

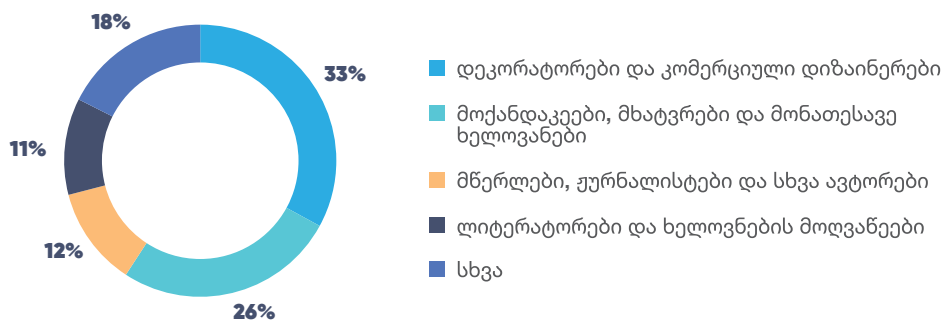
გრაფიკი 10.3 - 2020 წელს შემოქმედებით პროგრამებზე ჩარიცხულთა და კურსდამთავრებულთა განაწილება



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ უმაღლესი განათლების პროგრამებზე 2019 და 2020 წლებში სახელმწიფოს მიერ სულ დაახლოებით 3.6 მილიონი ლარის სასწავლო გრანტი გაიცა, რომლის 33%-იც დეკორატორებსა და კომერციულ დიზაინერებს დაეთმოთ, ხოლო 26% მოქანდაკეებსა და მხატვრებს (გრაფიკი 10.4).

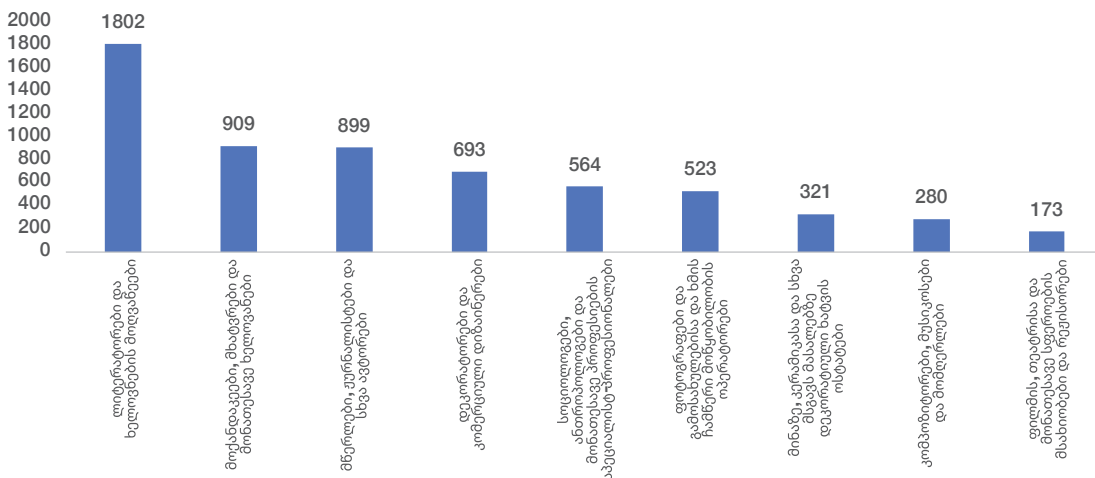
გრაფიკი 10.4 - უმაღლეს სასწავლებლებში შემოქმედებით პროგრამებზე 2019 და 2020 სასწავლო წლებში გაცემული გრანტების განაწილება



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

მიუხედავად ზემოთ მოცემული განაწილებისა, 2020 წლის მონაცემებით შემოქმედებით პროგრამებში ერთ აქტიურ სტუდენტზე გაცემული გრანტის მოცულობით ლიტერატორები და ხელოვნების მოღვაწეები⁵² ლიდერობენ (გრაფიკი 10.5).

გრაფიკი 10.5 - სასწავლო გრანტის მოცულობა ერთ აქტიურ სტუდენტზე, 2020



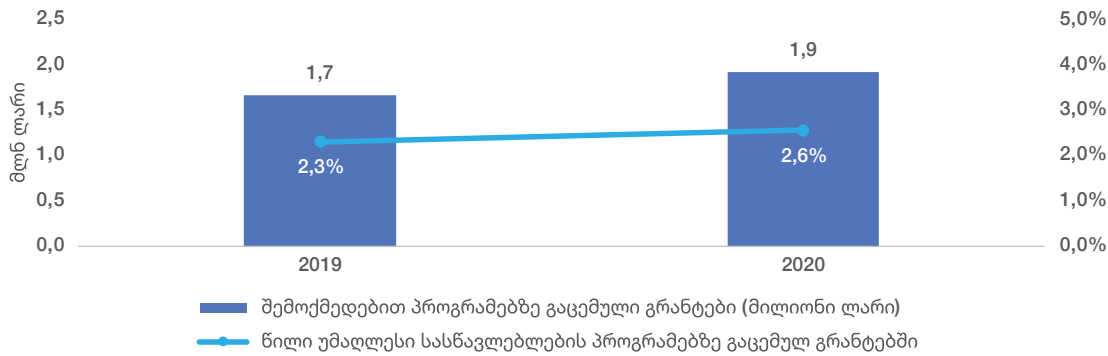
წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

უნდა აღინიშნოს, რომ ლიტერატორებისა და ხელოვნების მოღვაწეების კატეგორია მთლიანად აუდიო-ვიზუალური და მედია ხელოვნების პროგრამებს მოიცავს.

მთლიანად შემოქმედებით პროგრამებზე გაცემული გრანტების ფარდობა სახელმწიფო უმაღლეს სასწავლებლებში გაცემულ გრანტებთან 2020 წელს გაიზარდა 2.3%-დან 2.6%-მდე, შემოქმედებით პროგრამებზე გაცემული გრანტების მოცულობის პარალელურად (გრაფიკი 10.6).

⁵² ლიტერატორები და ხელოვნების მოღვაწეები აერთიანებს ხელოვნებისა და აუდიო-ვიზუალური და მედია-ხელოვნების პროგრამების სტუდენტებს

გრაფიკი 10.6 - შემოქმედებით პროგრამებზე გაცემული გრანტების ფარდობა სახელმწიფო უმაღლეს სასწავლებლებში გაცემულ გრანტებთან, 2019-2020

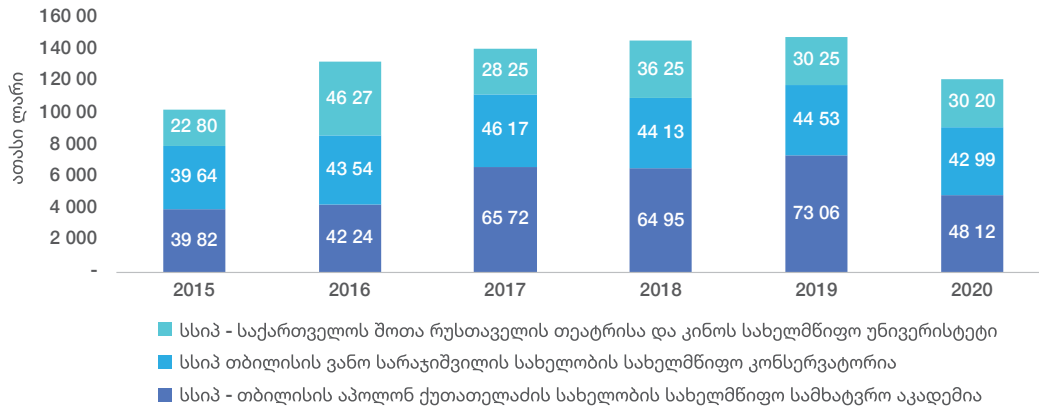


წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო⁵³

როგორც უკვე აღინიშნა, შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებული პროფესიების შესაბამისი პროგრამების კურსდამთავრებულების უმეტესობას თბილისის აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიის, თბილისის ვანო სარაჯიშვილის სახელობის სახელმწიფო კონსერვატორიისა და საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის კურსდამთავრებულები შეადგენენ. სახელმწიფოს მხრიდან აღნიშნული სამი სასწავლებლის ჯამურმა დაფინანსებამ 2020 წელს 12 მილიონ ლარს გადააჭარბა. აღსანიშნავია რომ 2015 წლიდან 2019 წლის ჩათვლით დაფინანსება ყოველწლიურად საშუალოდ 9.7%-ით იზრდებოდა, ხოლო 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით 18%-ით შემცირდა (გრაფიკი 10.7).

53 სახელმწიფო უმაღლესი სასწავლებლებში გაცემული გრანტების მაჩვენებლები მოიცავს შემდეგ სასწავლებლებს: სსიპ – ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ – საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი; სსიპ – თბილისის სახელმწიფო სამედიცინო უნივერსიტეტი; სსიპ – ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ – სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ - აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ - ბათუმის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ - შოთა მესხიას ზუგდიდის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი; სსიპ - გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი; სსიპ - იაკობ გოგებაშვილის სახელობის თელავის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ - სამცხე-ჯავახეთის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ - თბილისის აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია; სსიპ - საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

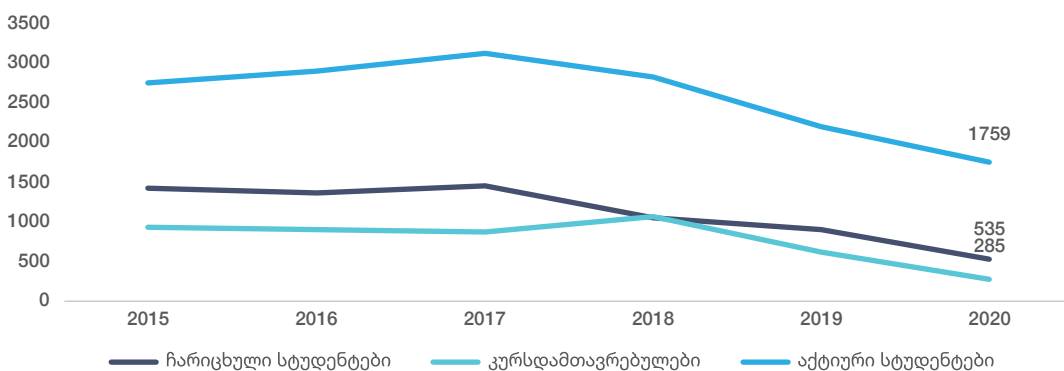
გრაფიკი 10.7 - სახელმწიფო დაფინანსება 2015-2020 წლებში



წყარო: სსიპ - თბილისის აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია; სსიპ - საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი; სსიპ - თბილისის ვანო სარაჯიშვილის სახელობის სახელმწიფო კონსერვატორია

შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესაბამის საგანმანათლებლო პროგრამებზე პროფესიულ სასწავლებლებში 2015-2020 წლებში უარყოფითი ტრენდი შეინიშნება როგორც ჩარიცხვების, ასევე კურსდამთავრებულების რაოდენობის მხრივ. აღნიშნულ პერიოდში შესაბამის პროგრამებზე ჩარიცხულთა რაოდენობა საშუალოდ ყოველწლიურად 18%-ით, ხოლო კურსდამთავრებულთა რაოდენობა 21%-ით მცირდებოდა. ჩარიცხულთა მაქსიმალური რაოდენობა 2017 წელს (1,465 სტუდენტი), ხოლო კურსდამთავრებულთა მაქსიმალური რაოდენობა 2018 წელს (1,075 სტუდენტი) დაფიქსირდა (გრაფიკი 10.8). 2020 წლის მდგომარეობით სულ შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროფესიულ პროგრამებზე 1,759 აქტიური სტუდენტი ირიცხება. 2020 წელს აღნიშნული კლება, გარკვეულწილად, კოვიდ-19 პანდემიის გამო პროფესიულ სასწავლებლებში 2020 წლის მარტიდან 2020 წლის სექტემბრამდე შეწყვეტილ სასწავლო პროცესს შეიძლება დავუკავშიროთ.

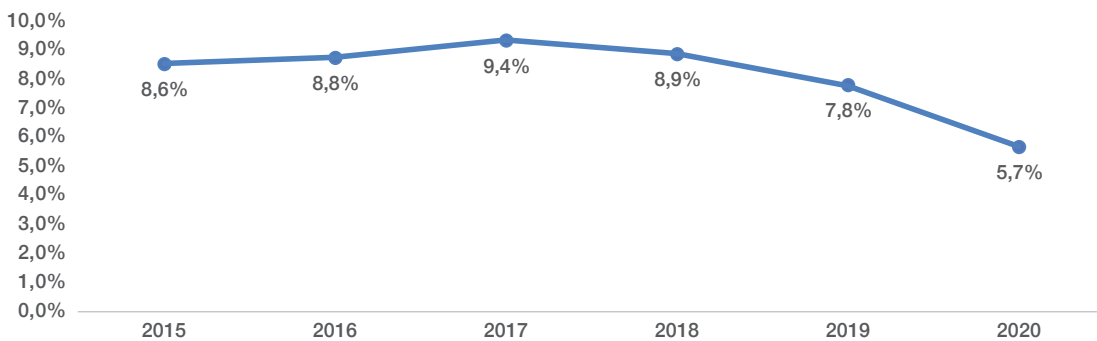
გრაფიკი 10.8 - სტუდენტების რაოდენობა პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესაბამის პროფესიულ პროგრამებზე



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

უნდა აღინიშნოს, რომ 2017 წლიდან მცირდება პროფესიულ სასწავლებლებში შემოქმედებით პროგრამებზე ჩარიცხულთა წილი, ჯამურად პროფესიულ სასწავლებლებში მიღებულ მოსწავლეთა შორის. აღნიშნული მაჩვენებელი 2017 წელს 9.4%-დან 2020 წელს 5.7%-მდე შემცირდა (გრაფიკი 10.9).

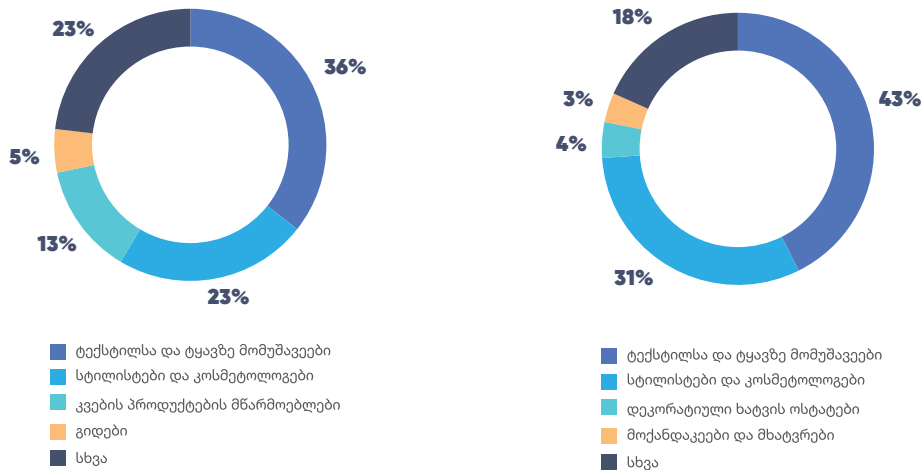
გრაფიკი 10.9 - შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროფესიულ პროგრამებზე ჩარიცხულ სტუდენტთა წილი ჯამურად საჯარო და კერძო საგანმანათლებლო დაწესებულებების პროფესიულ პროგრამებზე ჩარიცხულ მოსწავლეებს შორის.



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო; საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2020 წლებში, ჩარიცხვების მიხედვით, ყველაზე მოთხოვნად პროფესიებს შორის ლიდერობს ტექსტილსა და ტყავზე მომუშავეები, რომელზეც პროფესიულ სასწავლებლებში ჩარიცხულთა 36% მოდის. მას მოსდევს სტილისტები და კოსმეტოლოგები (23%), საკვების პროდუქტების მწარმოებლები (13%) და გიდები (5%). ტექსტილსა და ტყავზე მომუშავეები და სტილისტები და კოსმეტოლოგები ლიდერობენ კურსდამთავრებულთა რაოდენობითაც, თუმცა კურსდამთავრებულებს შორის, ჩარიცხულთაგან განსხვავებით, მესამე-მეოთხე პოზიციებს დეკორატიული ხატვის ოსტატები (4%) და მოქანდაკეები და მხატვრები (3%) ინაწილებენ (გრაფიკი 10.10).

გრაფიკი 10.10 - შემოქმედებით პროფესიულ პროგრამებზე ჩარიცხულთა და კურდამთავრებულთა განაწილება პროგრამების მიხედვით, 2015-2020 წლები



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

2020 წლისთვის შემოქმედებით პროფესიულ პროფესიებზე ჩარიცხულთა შორის ლიდერობენ კვების პროდუქტების მწარმოებლები⁵⁴ (64%), გიდეები (12%) და დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები (10%) (გრაფიკი 10.11).

გრაფიკი 10.11 - პროფესიულ სასწავლებლებში შემოქმედებით პროფესიებზე ჩარიცხულთა განაწილება პროფესიული პროგრამების მიხედვით, 2020 წელი



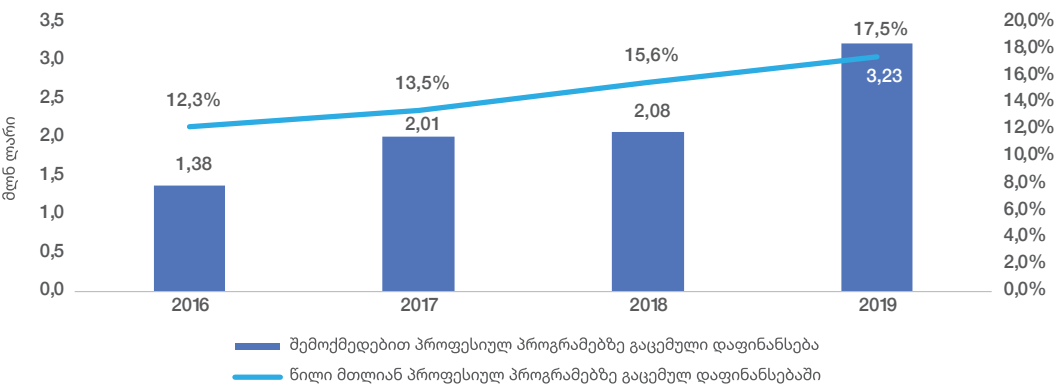
წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

⁵⁴ აღნიშნული ჯგუფი მოიცავს კულინარიული ხელოვნების პროგრამის სტუდენტებს.

2016-2019 წლებში შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროფესიულ პროგრამებზე სტუდენტთა დაფინანსების მოცულობა წლიურად საშუალოდ 33%-ით იზრდებოდა და 2019 წელს 3.2 მლნ ლარი შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ ამავე პერიოდში იზრდება შემოქმედებითი პროფესიულ პროგრამებზე სტუდენტთა დაფინანსების წილიც აღნიშნული ჯგუფი მოიცავს კულინარიული ხელოვნების პროგრამის სტუდენტებს.

მთლიანი პროფესიული პროგრამების დაფინანსებაში, და 2019 წლისთვის 17.5%-ს შეადგენს (გრაფიკი 12).

გრაფიკი 10.12 - შემოქმედებითი პროფესიული პროგრამების დაფინანსება, 2016-2019



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროფესიულ პროგრამებზე გაცემული სტუდენტთა დაფინანსების უდიდესი წილი 2019 წელს ტექსტილზე, ტყავის და სხვა მსგავს მასალებზე მომუშავეებზე (35%) და კვების პროდუქტების მწარმოებლებზე (35%) მოდიოდა. ამ ორ კატეგორიას მთლიანი დაფინანსების 70% უჭირავს (გრაფიკი 10.13).

გრაფიკი 10.13 - შემოქმედებითი პროფესიული პროგრამებზე გაცემული სტუდენტთა დაფინანსების განაწილება, 2019



წყარო: საქართველოს განათლებისა და მეცნიერების სამინისტრო

უნდა აღინიშნოს, რომ 2015-2020 წლებში შემოქმედებით პროფესიულ პროგრამებზე ჩარიცხულთა წილი მთლიანად პროფესიულ პროგრამებზე ჩარიცხულთა რაოდენობაში (გრაფიკი 10.9) მნიშვნელოვნად აღემატება უმაღლეს სასწავლებლებში შემოქმედებით პროფესიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე ჩარიცხულების წილს მთლიანად უმაღლეს სასწავლებლებში ჩარიცხულთა შორის (გრაფიკი 10.1). მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული მაჩვენებლები, როგორც უმაღლესი ისე პროფესიული განათლების მიმართულებით, შემცირების ტენდენციით ხასიათდება, დაფინანსების მოცულობა და წილი შესაბამის აგრეგირებულ მაჩვენებელში როგორც უმაღლესი, ისე პროფესიული განათლების პროგრამისთვის ზრდადია (გრაფიკი 10.6 და გრაფიკი 10.12).

2.11 ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის 26.40, 58.21 და 58.29 კოდებს სეკ 006-2016 (Nace rev. 2), თუმცა მონაცემების ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებული პრობლემის გამო შედეგები წარმოდგენილია ამავე კლასიფიკატორის 58.20 კოდისთვის - პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა (ცხრილი 11.1).

ცხრილი 11.1 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და საშუალო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია	26.40 სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოება ⁵⁵	58.20 პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა	58.21 - კომპიუტერული თამაშების გამოცემა	58.21 - კომპიუტერული თამაშების გამოცემა
	58.21 კომპიუტერული თამაშების გამოცემა		58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა	58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა
	58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა			

2015-2019 წლებში ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში ჯამურად 5.3 მილიონ ლარზე მეტი ინვესტიცია განხორციელდა, რაც შემოქმედებითი ინდუსტრიაში ამავე პერიოდში განხორციელებული ჯამური ინვესტიციის 1%-ზე ნაკლებია. მიუხედავად ინვესტიციების დაბალი

⁵⁵ გამომდინარე იქიდან, რომ 26.4 კოდზე დასაკვირვებელი პერიოდის მანძილზე არ ფიქსირდება აქტიური საწარმოები, ეს კოდი ამოღებულია ანალიზიდან.

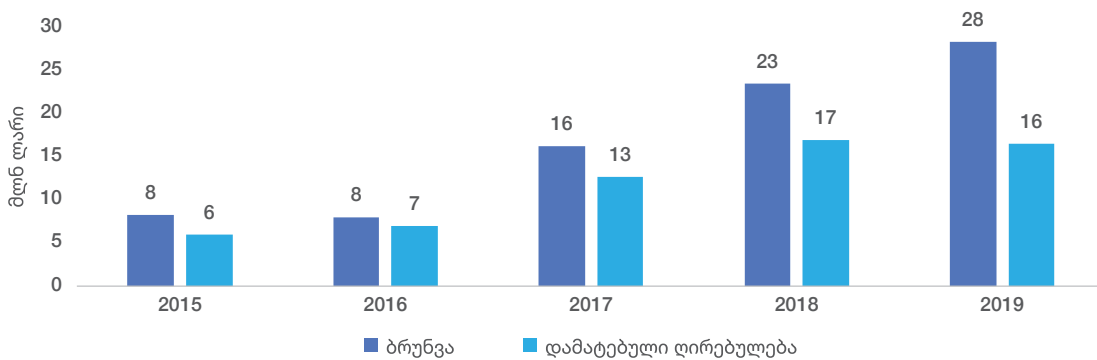
ნიშნულისა, ინდუსტრიის ზრდის ტემპი მაინც აღსანიშნავია, რასაც ადასტურებს სექციის შემდგომ ნაწილში წარმოდგენილი მონაცემები.

2015-2019 წლებში ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების საშუალო წლიურმა ზრდის მაჩვენებელმა 17% შეადგინა. სულ 2020 წლისათვის ინდუსტრიაში რეგისტრირებული იყო 113 ორგანიზაცია. ამავე წლის მონაცემებით, ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმის მიხედვით ორგანიზაციებს შორის ქარბობს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (60% - 68 შ.პ.ს.), ხოლო მეორე ადგილი ინდივიდუალურ მეწარმეებს უჭირავთ (35% - 40 ინდ. მეწარმე). აღნიშნული ორგანიზაციების 42% (48 ორგანიზაცია) მცირე, 3% (3 ორგანიზაცია) საშუალო, ხოლო 1% (1 ორგანიზაცია) მსხვილი ზომის ორგანიზაციებია.

2015-2019 წლებში ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 36% შეადგინა. 2019 წელს ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის ბრუნვამ 28 მილიონ ლარს გადააჭარბა, რაც 2018 წლის შესაბამის მაჩვენებელზე 21%-ით მეტია (გრაფიკი 11.1). მიუხედავად შთამბეჭდავი ზრდისა, 2019 წლის მონაცემებით, ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის ბრუნვა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ბრუნვის 2%-ზე ნაკლებს შეადგენს.

2015-2018 წლებში ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება მზარდი ტრენდით ხასიათდება. მაჩვენებელმა მაქსიმუმს 2018 წელს მიაღწია (16.9 მილიონი ლარი), ხოლო 2019 წელს 16.5 მილიონ ლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 11.1).

გრაფიკი 11.1 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში



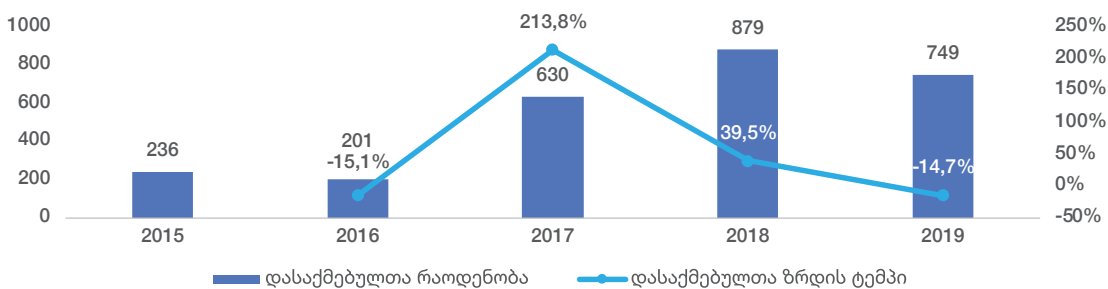
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ინდუსტრიის დამატებული ღირებულების წილი ბრუნვასთან მიმართებით 2015-2019 წლებში 60%-დან 86%-მდე მერყეობდა, მაქსიმუმს 2016 წელს, ხოლო მინიმუმს 2019 წელს მიაღწია.

ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 33% შეადგინა. ზრდის მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს 2017 წელს (214%) მიაღწია. 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 14.7% იანი კლების შემდეგ, დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობამ 749 ადამიანი შეადგინა (გრაფიკი 11.2).

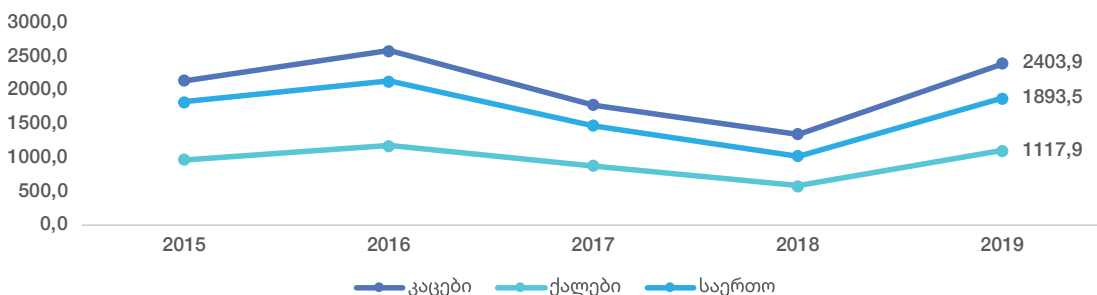
2015 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი 27% იყო. მაჩვენებელმა მაქსიმალურ მნიშვნელობას (47%) 2018 წელს მიაღწია, 2019 წელს კი 40%-მდე შემცირდა.

გრაფიკი 11.2 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

გრაფიკი 11.3 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება 2015-2019 წლებში

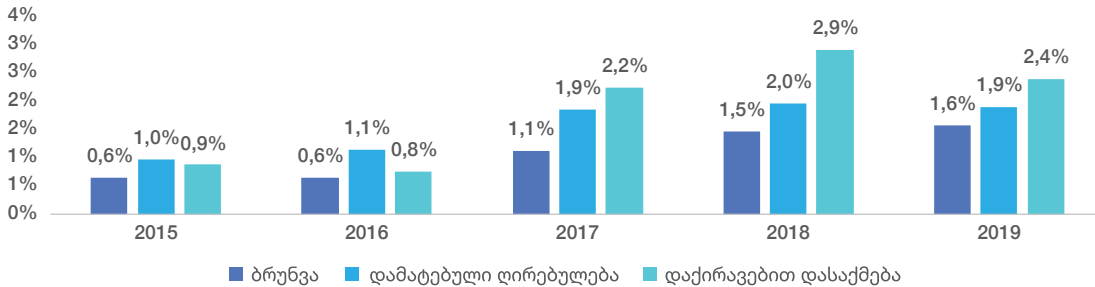


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015-2019 წლებში დაქირავებულთა შრომის ანაზღაურება ცვალებადი ტრენდით გამოირჩევა. 2015 წლისათვის შრომის საშუალო ანაზღაურება 1,836 ლარს შეადგენდა. მაჩვენებელმა მინიმალურ ნიშნულს (1,029 ლარი) 2018 წელს მიაღწია, ხოლო 2019 წელს 1,894 ლარამდე გაიზარდა. ცვალებადობის მიუხედავად, ანაზღაურებებს შორის გენდერული დისბალანსი შენარჩუნდა. 2019 წლის მონაცემებით შრომის საშუალო ანაზღაურებამ კაცებისთვის 2,404 ლარი, ხოლო ქალებისთვის 1,118 ლარი შეადგინა (გრაფიკი 11.3). გარემოება, რომლის მიხედვითაც დაქირავებით დასაქმებული კაცების ხელფასი ქალების ანალოგიურ მაჩვენებელს 115%-ით აღემატება, ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში არსებულ გენდერულ უთანასწორობას უსვამს ხაზს.

2015-2019 წლებში ციფრული ტექნოლოგიების წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ ბრუნვაში სტაბილურად 1%-ის ირგვლივ მერყეობს. დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის წილი კი – ამავე აგრეგირებული სექტორის დასაქმებაში მცირედით, 0.9%-დან 2.4%-მდე გაიზარდა. (გრაფიკი 11.4).

გრაფიკი 11.4 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის წილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამურ ბრუნვაში, დამატებულ ღირებულებასა და დაქირავებით დასაქმებაში.

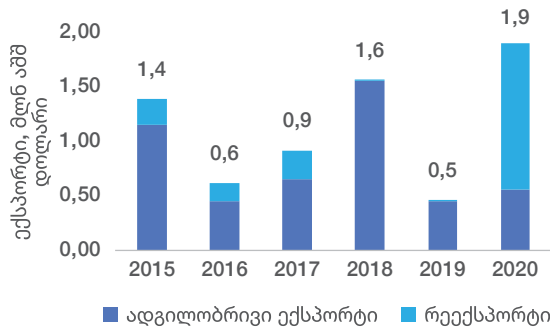


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

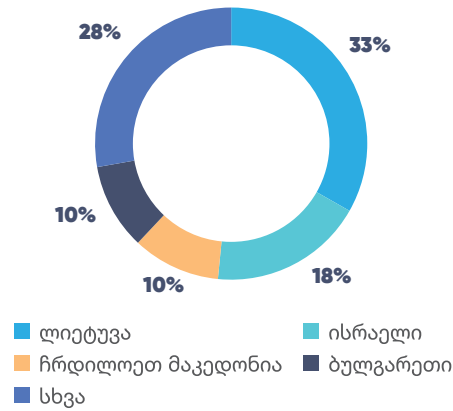
2015-2019 წლებში ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის ექსპორტი ცვალებადობით ხასიათდება. ეს ეხება როგორც ადგილობრივ ექსპორტს, ასევე რეექსპორტს. აღნიშნულ პერიოდში ექსპორტი წლიურად საშუალოდ 24%-ით მცირდებოდა. 2015 წლისათვის ადგილობრივი ექსპორტის მაჩვენებელი 1.2 მლნ აშშ დოლარს შეადგენდა. მაჩვენებელმა მაქსიმალურ ნიშნულს 2018 წელს მიაღწია და 1.6 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, 2019 წელს კი 457 ათას აშშ დოლარამდე შემცირდა. პანდემიის მიუხედავად, 2020 წელს ადგილობრივი ექსპორტი 560.1 ათას აშშ დოლარამდე გაიზარდა (გრაფიკი 11.5).

2019 წლის მონაცემებით მთავარ საექსპორტო ბაზარს ლიეტუვა წარმოადგენს რომელზეც ჯამური ექსპორტის 33% მოდის. დიდი წილი უჭირავთ ისრაელს (18%), ჩრდილოეთ მაკედონიასა (10%) და ბულგარეთს (10%) (გრაფიკი 11.6).

გრაფიკი 11.5 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის ექსპორტი 2015-2020



გრაფიკი 11.6 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის მთავარი საექსპორტო ბაზრები, 2019

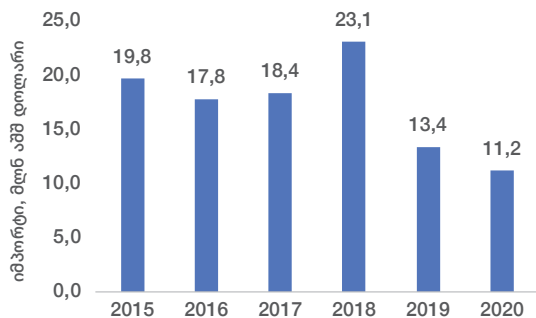


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

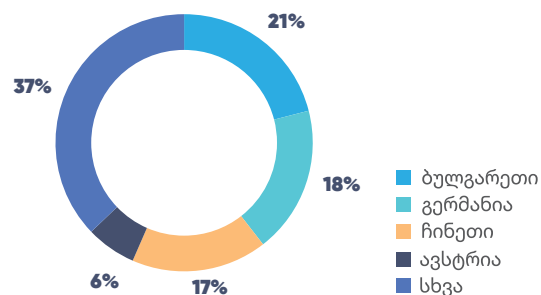
2015-2019 წლებში ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის იმპორტი წლიურად საშუალოდ 9%-ით მცირდებოდა. აღნიშნულ პერიოდში, მაქსიმალური მაჩვენებელი (23.1 მლნ აშშ დოლარი) 2018 წელს, ხოლო მინიმალური (13.4 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს დაფიქსირდა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით იმპორტი 16%-ით შემცირდა და 11.2 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 11.7).

2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის პროდუქციის 21% ბულგარეთიდან, 18% გერმანიიდან, 17% ჩინეთიდან, ხოლო 6% ავსტრიიდან შემოვიდა (გრაფიკი 11.8).

გრაფიკი 11.7 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის იმპორტი 2015-2020



გრაფიკი 11.8 - ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის მთავარი იმპორტიორი ქვეყნები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში ვაჭრობის დიდი ნაწილი მომსახურებით ხორციელდება. შესაბამისი მაჩვენებლები განხილულია შემოქმედებით ინდუსტრიაში მომსახურებით ვაჭრობის თავში, როგორც კომპიუტერული და საინფორმაციო მომსახურებით ვაჭრობა.

2.12 რეწვა

მომდევნო სექციაში განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს რეწვის ინდუსტრიისთვის, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის მიხედვით მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის 32.11 და 32.12 კოდებს (სეკ 006-2016 (NACE rev.2)) საწარმოთა სტატისტიკური გამოკითხვის მონაცემების აღნიშნული დეტალიზებით არარსებობის გამო, მიმდინარე თავი განიხილავს მხოლოდ სამუშაო ძალის გამოკითხვის და ბიზნეს რეგისტრის მონაცემებს, ასევე რეწვის ინდუსტრიის საგარეო ვაჭრობას.

ცხრილი 12.1 რეწვის ინდუსტრიაში შემავალი ეკონომიკური აქტივობები, მონაცემთა ხელმისაწვდომობის მიხედვით

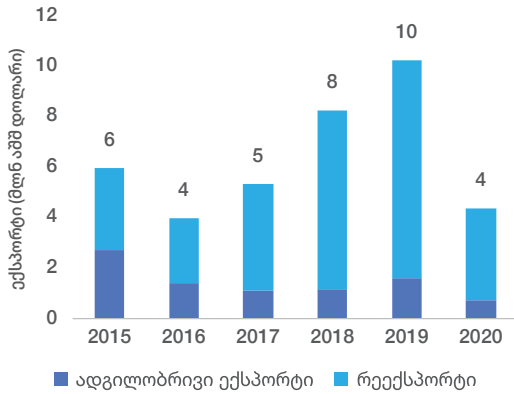
შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
რეწვა	32.11 - მონეტების მოჭრა	აღნიშნული დეტალიზებით მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის.	32.11 - მონეტების მოჭრა
	32.12 - ძვირფასეულობის და მასთან დაკავშირებული ნაკეთობების წარმოება		32.12 - ძვირფასეულობის და მასთან ნაკეთობების წარმოება

2020 წლისათვის რეწვის ინდუსტრიაში 77 აქტიური ორგანიზაცია ფიქსირდება, რაც 2015 წლის მაჩვენებელზე (83 ორგანიზაცია) 7%-ით, ხოლო 2019 წლის მაჩვენებელზე (88 ორგანიზაცია) 13%-ით ნაკლებია. ორგანიზაციულ სამართლებრივი ფორმის მიხედვით 2020 წელს ორგანიზაციების 74% ინდივიდუალური მეწარმეებია, ხოლო 26% შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები. აღნიშნული ორგანიზაციების 79% (61 ორგანიზაცია) მცირე, ხოლო 1% (1 ორგანიზაცია) საშუალო ზომის ორგანიზაციებია.

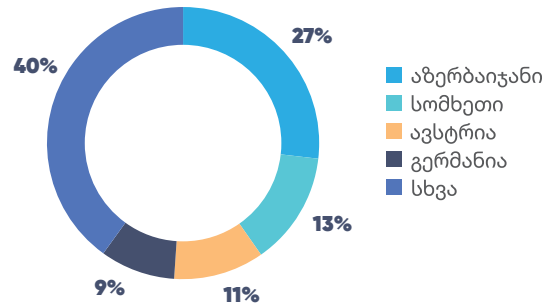
2015-2019 წლებში ექსპორტის საშუალო წლიური ზრდა 14% იყო, რაც უმეტესად რეექსპორტის მაჩვენებლის მატებით იყო განპირობებული. ჯამურმა ექსპორტმა მაქსიმალურ ნიშნულს - 10.3 მლნ აშშ დოლარს, 2019 წელს მიაღწია, რომელშიც ადგილობრივი ექსპორტის წილი 15.6%-ს, ხოლო რეექსპორტის წილი 84.4%-ს შეადგენდა. 2020 წელს ექსპორტი 57%-ით შემცირდა და 4.4 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 12.1).

2019 წლის მონაცემებით ადგილობრივი ექსპორტისთვის მთავარ ბაზარს აზერბაიჯანი წარმოადგენს რომელზეც ჯამური ადგილობრივი ექსპორტის 27% მოდის. მას მოსდევს სომხეთი (13%), ავსტრია (11%) და გერმანია (9%) (გრაფიკი 12.2).

გრაფიკი 12.1 - რენვის ინდუსტრიის
ექსპორტი 2015-2020



გრაფიკი 12.2 - რენვის ინდუსტრიის მთავარი
საექსპორტო ბაზრები, 2019

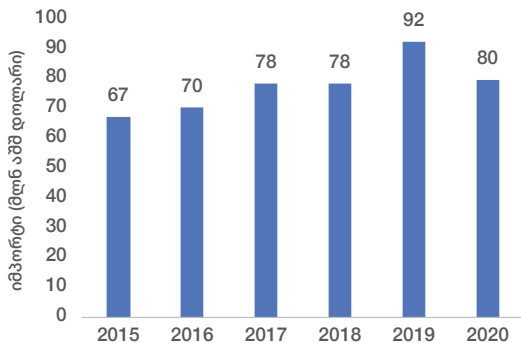


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

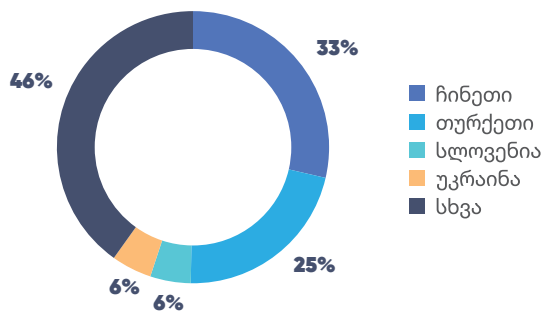
2015-2019 წლებში იმპორტის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 8.2% შეადგინა. იმპორტის ჯამური ღირებულების მაქსიმალური მაჩვენებელი (92.0 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს დაფიქსირდა, 2020 წელს კი ის 13.5%-ით, 79.5 მლნ აშშ დოლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 12.3).

2019 წელს საქართველოში იმპორტირებული პროდუქციის 33% ჩინეთიდან, 25% თურქეთიდან, ხოლო 6-6% სლოვენიადან და უკრაინიდან შემოვიდა (გრაფიკი 12.4).

გრაფიკი 12.3 - რენვის ინდუსტრიის
იმპორტი, 2015-2020



გრაფიკი 12.4 - რენვის ინდუსტრიის მთავარი
იმპორტიორი ქვეყნები, 2019



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

როგორც ექსპორტის, ასევე იმპორტის შემთხვევაში წამყვანი პოზიცია ავეჯსა და ავეჯის ნაწილებს უჭირავთ.

2.13 გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია

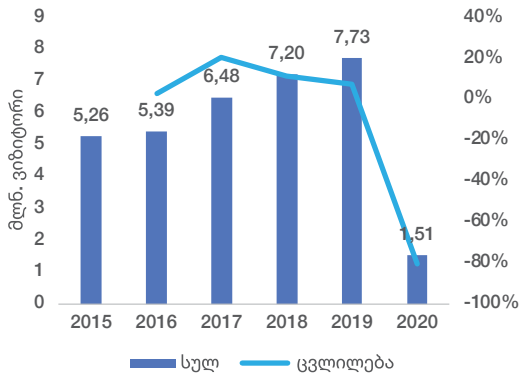
გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია შემოქმედებითი ინდუსტრიების ერთ-ერთი შემადგენელი კომპონენტია. გამომდინარე იქიდან რომ, ეკონომიკური საქმიანობის კლასიფიკატორის მიერ აღნიშნული ინდუსტრიის ერთ მთლიანობაში წარმოდგენა არ ხდება, ანალიზისთვის ანგარიში რამდენიმე ალტერნატიულ წყაროს იყენებს. პირველ რიგში, განვიხილავთ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებს საერთაშორისო ვიზიტორების შესახებ, რადგან ტურიზმის განვითარება პირდაპირ უკავშირდება გასტრონომიულ ტურიზმს და შესაბამისად გასტრონომიულ და კულინარიულ ინდუსტრიას. გარდა ამისა აღნიშნულ წყაროზე დაყრდნობით ანგარიში აკვირდება საერთაშორისო და შიდა ვიზიტორების მიერ გაწეულ დანახარჯებს, მათ შორის საკვებსა და სასმელზე გაწეულ ხარჯებს. დამატებით, საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებზე დაყრდნობით დანართის სახით წარმოვადგენთ კულტურული ტურიზმის მონაცემებს. მიუხედავად იმისა რომ კულტურული ტურიზმი პირდაპირ არ უკავშირდება გასტრონომიულ და კულინარიულ ინდუსტრიას, კულტურული და გასტრონომიული ტურიზმი ერთმანეთთან მჭიდროდ არიან დაკავშირებული (დანართი 9). ანალიზისთვის გამოყენებული მეორე წყარო საქართველოს ეროვნული სტატისტიკის სამსახურის საწარმოთა გამოკვლევაა. ამ მხრივ ვაკვირდებით საკვებით მომსახურების ინდუსტრიის ეკონომიკურ მაჩვენებლებს, რადგან აღნიშნული სექტორი უშუალოდ უკავშირდება გასტრონომიულ ტურიზმს. ამასთან, ქართული ღვინის გასტრონომიულ ტურიზმთან მჭიდრო კავშირის გამო აღნიშნულ სექციაში გაანალიზებული იქნება ღვინით საერთაშორისო ვაჭრობის მონაცემებიც.

2015-2019 წლებში საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 10.1% შეადგინა. შედეგად, ქვეყანას ჯამში 32,060,769 საერთაშორისო ვიზიტორი ეწვია. ვიზიტორთა 73.9% მეზობელ სახელმწიფოებს წარმოადგენდნენ, მათ შორის 20.2% - აზერბაიჯანს, 19.5% - სომხეთს, 17.5% - რუსეთს, ხოლო 16.6% - თურქეთს. ევროკავშირის⁵⁶ წევრი ქვეყნებიდან ჯამში ვიზიტორთა მხოლოდ 5% იყო, თუმცა აღსანიშნავია რომ მათი რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 22.8% შეადგინა (გრაფიკი 13.1).

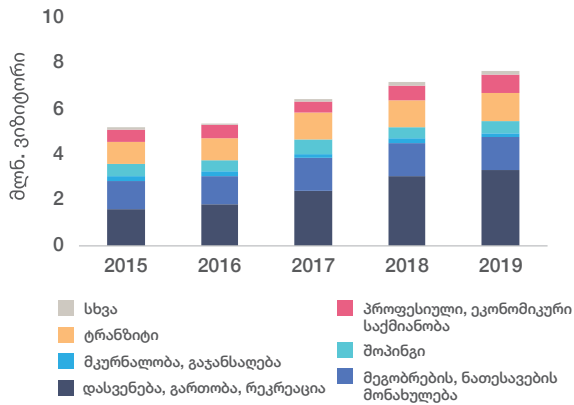
საერთაშორისო ვიზიტორების უმეტესობა საქართველოს დასვენების, გართობისა და რეკრეაციისათვის სტუმრობს. 2015-2019 წლებში აღნიშნული მიზნით ჩამოსულ ვიზიტორთა რაოდენობა საშუალოდ წლიურად 19.5%-ით იზრდებოდა (გრაფიკი 13.2) და 2019 წელს ვიზიტორების 43.5% შეადგინა. ამავე წელს ვიზიტორთა საერთო რაოდენობაში ასევე მნიშვნელოვანი წილი უჭირავთ მეგობრებისა და ნათესავების მონახულებას (19.0%), ტრანზიტსა (16.1%) და პროფესიულ და ეკონომიკურ საქმიანობას (10.8%). ბოლო პოზიციებს შოპინგი (6.8%) და სხვა მიზნები (3.9%) იკავებს.

56 გაერთიანებული სამეფოს ჩათვლით

გრაფიკი 13.1 - საერთაშორისო ვიზიტორთა
რაოდენობა და ზრდის ტემპი, 2015-2020



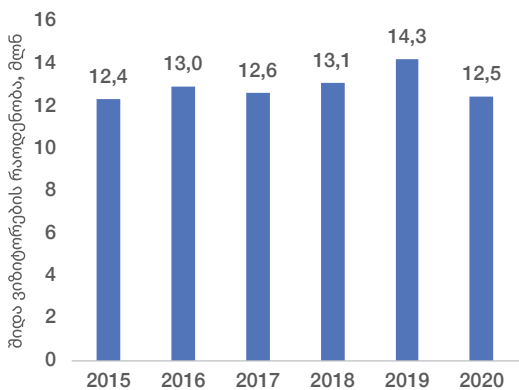
გრაფიკი 13.2 - საერთაშორისო ვიზიტორთა
დანაწილება მიზნობრიობის მიხედვით



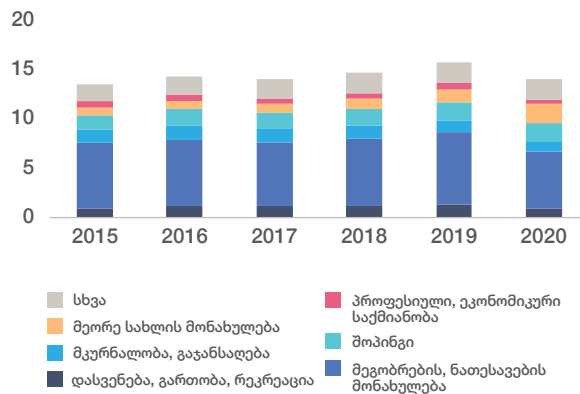
წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა გამოკვლევა

2015-2019 წლებში შიდა ვიზიტორების რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 3.6% შეადგინა. ვიზიტორების მაქსიმალური რაოდენობა (14.3 მილიონი) 2019 წელს დაფიქსირდა (გრაფიკი 13.3). შიდა ვიზიტების უმეტესობის მიზანს მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება წარმოადგენს (გრაფიკი 13.4). 2015-2019 წლებში აღნიშნული მიზნით ვიზიტების წილი 41%-დან 50%-მდე მერყეობდა. 2019 წლისთვის ასევე მნიშვნელოვანი წილი უჭირავთ მეორე სახლის მონახულებას (14%) და შოპინგს (13%).

გრაფიკი 13.3 - შიდა ვიზიტორთა
რაოდენობა, 2015-2020



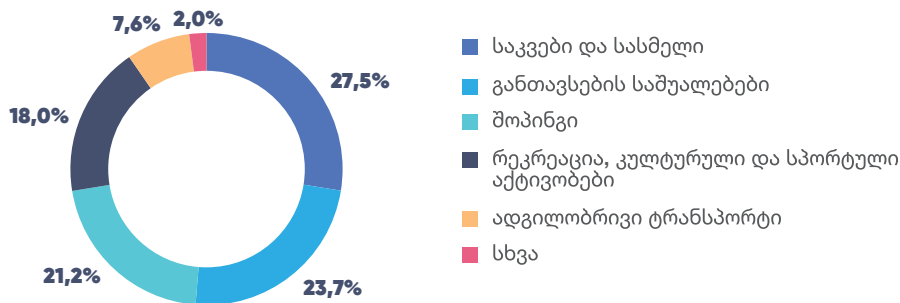
გრაფიკი 13.4 - შიდა ვიზიტების დანაწილება
მიზნობრიობის მიხედვით



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა გამოკვლევა

2019 წლის მონაცემებით, საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ საკვებსა და სასმელზე გაწეულმა დანახარჯებმა, მთლიანი დანახარჯების 27.5% შეადგინა და 2,343 მილიონ ლარს გადააჭარბა. ამასთან, აღნიშნული მაჩვენებელი 2015-2019 წლებში საშუალოდ წლიურად 24.4%-ით იზრდებოდა. უნდა აღინიშნოს, რომ საერთაშორისო ვიზიტორთა საერთო დანახარჯებში საკვებსა და სასმელზე გაწეული დანახარჯები ყველაზე დიდ ნაწილს შეადგენს. მას მოსდევს განთავსების საშუალებებზე გაწეული ხარჯები (23.7%) (გრაფიკი 13.5).

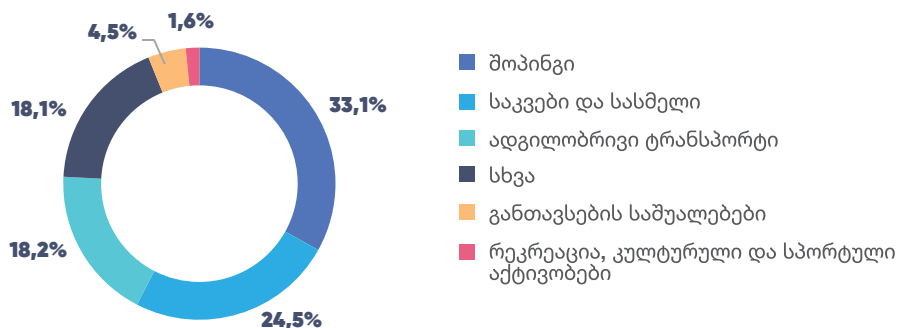
გრაფიკი 13.5 საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯების სტრუქტურა, 2019



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა გამოკვლევა

რაც შეეხება შიდა ვიზიტორებს, მათ მიერ 2019 წელს საკვებსა და სასმელზე გაწეულმა დანახარჯებმა მთლიანი დანახარჯების 24.5% (451 მილიონი ლარი) შეადგინა.

გრაფიკი 13.6 შიდა ვიზიტორების დანახარჯების სტრუქტურა, 2019



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა გამოკვლევა

საშუალო დანახარჯი ერთ ვიზიტზე შიდა ვიზიტორებისთვის 2019 წელს 129.3 ლარი იყო, ხოლო საერთაშორისო ვიზიტორებისთვის - 1,102 ლარი. ცხრილ 13.1-ში მოცემულია 2019 წელს ერთ ვიზიტზე გაწეული საშუალო დანახარჯები საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობით ტოპ 10 ქვეყნის მოქალაქეებისათვის.

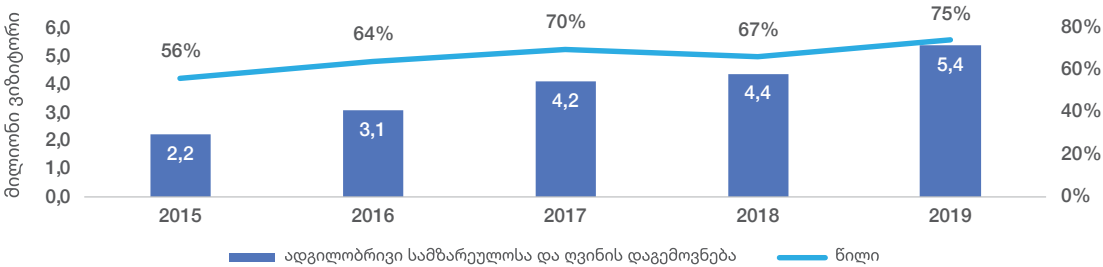
ცხრილი 13.1 ტოპ 10 ქვეყანა საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობით და მათი შესაბამისი საშუალო დანახარჯი ვიზიტზე (2019)

ქვეყანა	ვიზიტორთა რაოდენობა	საშუალო დანახარჯი ვიზიტზე, ლარი
აზერბაიჯანი	1,526,619	395.5
რუსეთი	1,471,558	1282.4
სომხეთი	1,365,048	588.8
თურქეთი	1,156,513	927.9
უკრაინა	207,667	1788.0
ისრაელი	205,051	2034.9
ირანი	141,997	2092.0
ყაზახეთი	103,611	1818.2
გერმანია	89,051	1856.1
პოლონეთი	88,300	1780.9

წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

გასტრონომიული ტურიზმი ქართული ტურიზმის ინდუსტრიის ერთერთი მთავარი მიმართულებაა, რომლითაც ვიზიტორთა უდიდესი ნაწილი ინტერესდება. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა გამოკვლევის თანახმად, 2015-2019 წლებში საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა, რომლებიც ჩართულნი იყვნენ ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების აქტივობებში წლიურად საშუალოდ 24.8%-ით იზრდებოდა, რაც გასტრონომიული ტურიზმის მიმართ ინტერესს ნათლად გვიჩვენებს. 2019 წელს აღნიშნულ აქტივობაში ჩართულ ვიზიტორთა რაოდენობამ 5.4 მილიონს გადააჭარბა და მთლიანი ვიზიტორების 75% შეადგინა. აღნიშნული მაჩვენებელი 2015 წელთან შედარებით 142.6%-ით, ხოლო 2018 წელთან შედარებით 23.3%-ით არის გაზრდილი (გრაფიკი 13.7).

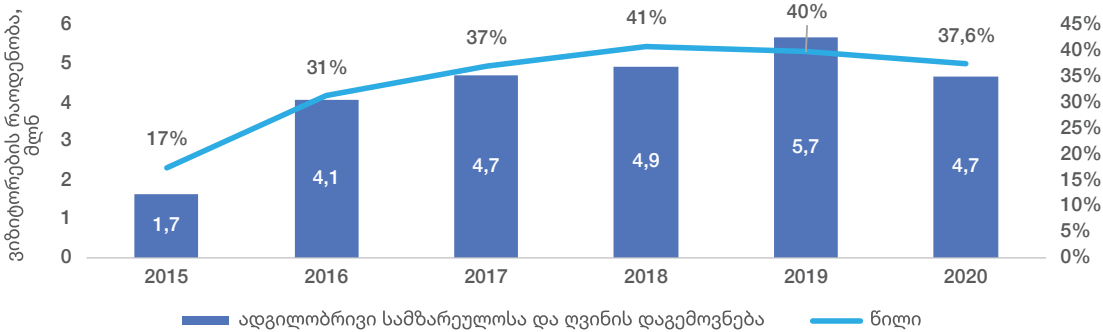
გრაფიკი 13.7 გასტრონომიულ ტურიზმში ჩართულ საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობა და წილი მთლიან საერთაშორისო ვიზიტორებში, 2015-2019



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა კვლევა

შიდა ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდამ, რომლებიც ჩართულნი არიან გასტრონომიულ ტურიზმთან დაკავშირებულ აქტივობებში 2016-2019 წლებში საშუალოდ 11.8% შეადგინა. 2019 წლის მონაცემებით მაჩვენებელი 5.7 მილიონს აღწევს, რაც შიდა ვიზიტორთა საერთო რაოდენობის 40%-ია (გრაფიკი 13.8).

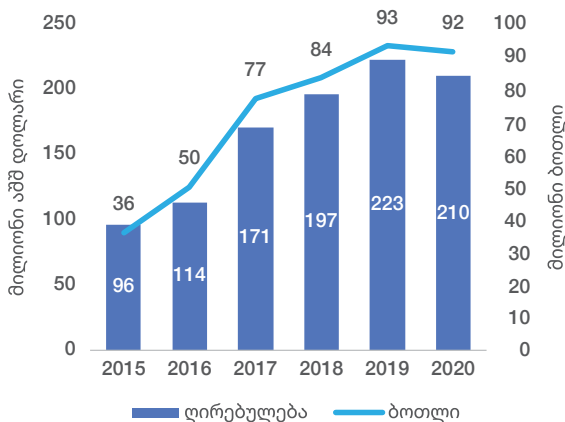
გრაფიკი 13.8 გასტრონომიულ ტურიზმში ჩართულ შიდა ვიზიტორთა რაოდენობა და წილი მთლიან შიდა ვიზიტორებში, 2015-2019



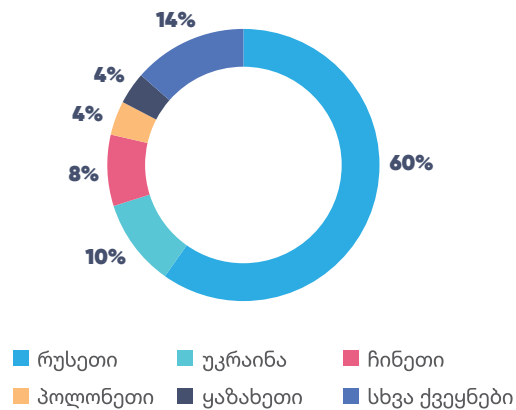
წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის შიდა ვიზიტორთა კვლევა

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ღვინო ქართული გასტრონომიული ტურიზმის და მთლიანად გასტრონომიული და კულინარიული ინდუსტრიის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილია, რაზეც საგარეო ვაჭრობის ტენდენციებიც ნათლად მეტყველებს. 2015-2019 წლებში ქართული ღვინის ექსპორტის საშუალო წლიური ზრდის ტემპმა 24% შეადგინა. მაქსიმალური ექსპორტი (223 მლნ აშშ დოლარი) 2019 წელს დაფიქსირდა. პანდემიის ფონზე, 2020 წელს მაჩვენებელი 210 მილიონ ლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 13.9). 2019 წლისათვის ღვინის ინდუსტრიის ჯამური ექსპორტის 60% რუსეთზე მოდის, რომელსაც მოსდევს უკრაინა (10%), ჩინეთი (8%), პოლონეთი (4%) და ყაზახეთი (4%) (გრაფიკი 13.10).

გრაფიკი 13.9 - ღვინის ექსპორტის ჯამური ღირებულება და ბოთლების რაოდენობა 2015-2020 წლებში



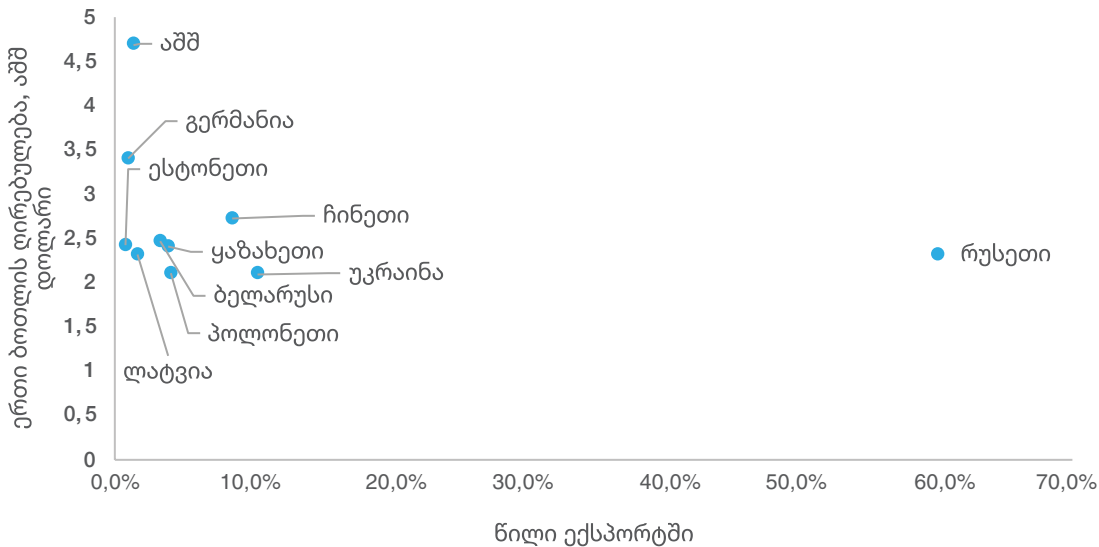
გრაფიკი 13.10 - ქართული ღვინის მთავარი საექსპორტო ბაზრები 2019 წლისათვის



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

გრაფიკი 11 წარმოადგენს ქართული ღვინის საექსპორტო ღირებულებას ტოპ ათ ბაზარზე. როგორც მონაცემებიდან ჩანს, მიუხედავად იმისა, რომ რუსეთი ექსპორტის მთლიანი ღირებულების მიხედვით მთავარ საექსპორტო ბაზარს წარმოადგენს, ერთი ბოთლი ღვინის საექსპორტო ღირებულება, პოლონეთისა და უკრაინის შემდეგ, რუსეთში ყველაზე დაბალია. აღნიშნული მაჩვენებლით, ტოპ ათი საექსპორტო ბაზრიდან ლიდერობენ აშშ, გერმანია და ჩინეთი.

გრაფიკი 13.11 ქართული ღვინის ტოპ 10 საექსპორტო ბაზარი, და ერთი ბოთლი ღვინის საექსპორტო ღირებულება ამ ბაზრებზე, 2019 წელი



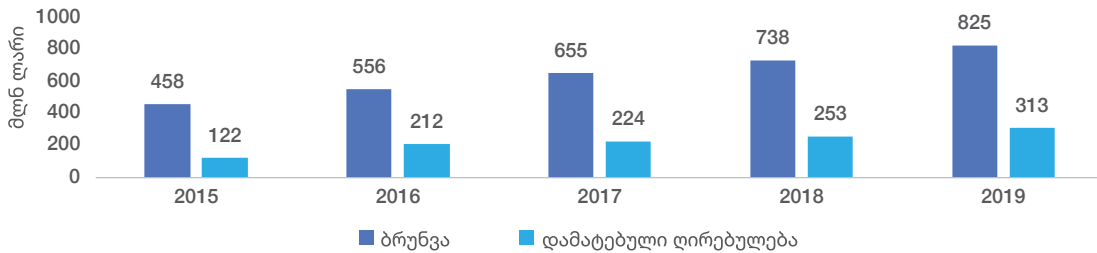
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

გასტრონომიისა და კულინარიული ინდუსტრიის ქრთმში, ასევე განვიხილავთ ეკონომიკურ მაჩვენებლებს საკვებით მომსახურების სექტორისთვის, რომელიც სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის მიხედვით მოიაზრებს 56.1 კოდს - რესტორნები და საკვებით მობილური მომსახურების საქმიანობები.

აღსანიშნავია ის გარემოება, რომ საკვებით მომსახურების სექტორი არ არის სრულად ტურიზმის სექტორის ნაწილი, თუმცა მოთხოვნის ნაწილი საერთაშორისო ვიზიტორებზე მოდის. ამასთან საკვებით მომსახურების დაწესებულებები საერთაშორისო ვიზიტორებისთვის ერთ-ერთი ყველაზე ხშირად მონახულებადი ადგილია. როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, 2019 წლის მონაცემებით საერთაშორისო ვიზიტორთა 75% ჩართულია ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების აქტივობაში, ამასთან საკვებსა და სასმელზე გაწეული ხარჯები საერთაშორისო ვიზიტორთა დანახარჯების ყველაზე დიდ წილს (27.5%) შეადგენს.

2015-2019 წლებში საკვებით მომსახურების ინდუსტრიის ბრუნვა ყოველწლიურად საშუალოდ 15.8%-ით იზრდებოდა და 2019 წელს 825 მილიონ ლარს გადააჭარბა (გრაფიკი 13.12).

გრაფიკი 13.12 საკვებით მომსახურების ინდუსტრიის ბრუნვა და დამატებული ღირებულება 2015-2019 წლებში

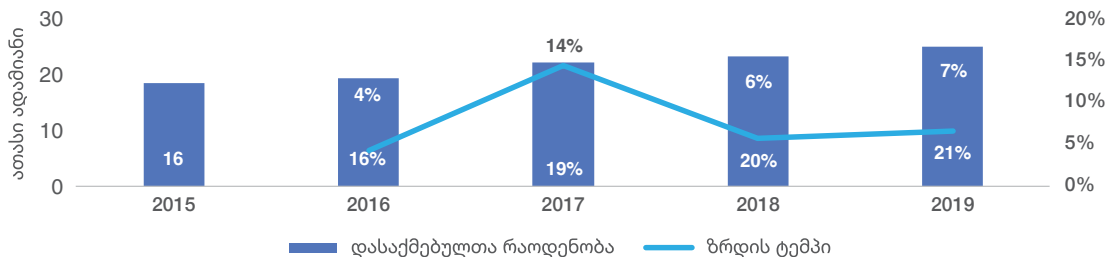


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

კიდევ უფრო სწრაფად იზრდებოდა აღნიშნულ პერიოდში ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება (26.6%), რამაც 2019 წელს 313 მილიონ ლარს გადააჭარბა.

საკვებით მომსახურების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 7.7% შეადგინა. სულ ამ პერიოდში ინდუსტრიაში 5,390 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. 2019 წელს, 2018 წელთან შედარებით 6.7% იანი ზრდის შემდეგ, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა 20,900 ადამიანი შეადგინა (გრაფიკი 13.13).

გრაფიკი 13.13 საკვებით მომსახურების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში

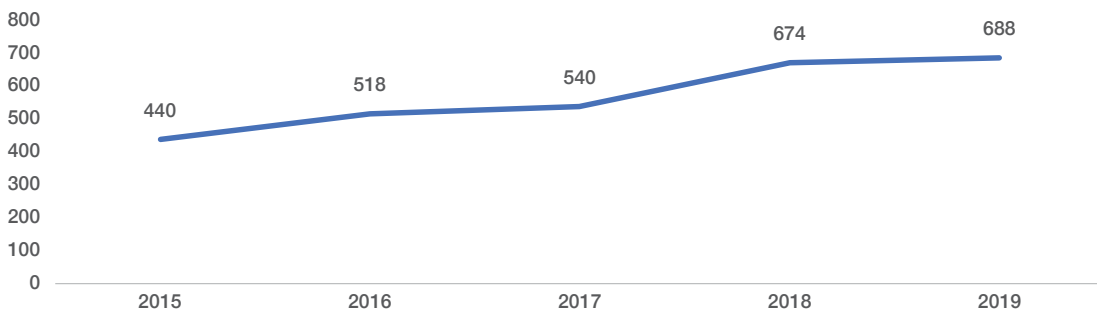


წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

2015 წლის მონაცემებით, ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა შორის ქალების წილი 62% იყო. მაჩვენებელმა მინიმალურ მნიშვნელობას (54%) 2018 წელს მიაღწია, 2019 წელს კი 64%-მდე გაიზარდა.

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 12%-ით იზრდებოდა. მაქსიმალური მაჩვენებელი 2019 წელს დაფიქსირდა და 688 ლარი შეადგინა (გრაფიკი 13.14).

გრაფიკი 13.14 საკვებით მომსახურების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა და ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში



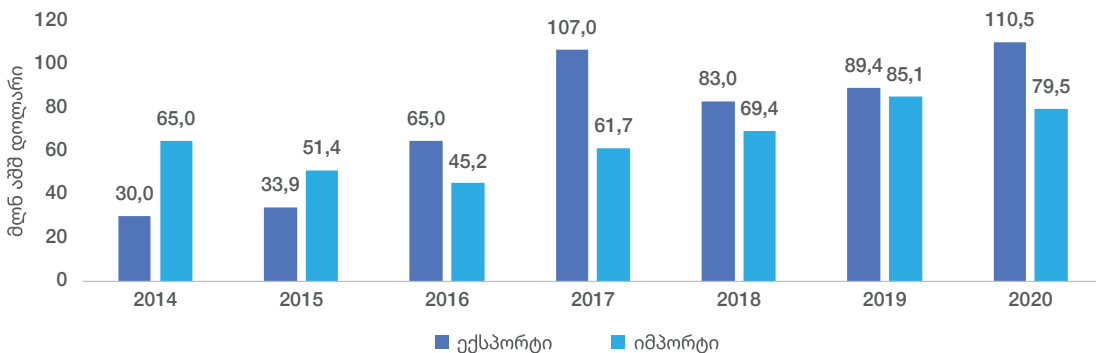
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

3. მომსახურებით ვაჭრობა შემოქმედებით ინდუსტრიაში

შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქმიანობა ძირითადად უკავშირდება არა მხოლოდ პროდუქტის, არამედ მომსახურების შექმნასაც. შესაბამისად, საგარეო ვაჭრობის მიმართულებით ვხედავთ, რომ მომსახურებით ვაჭრობა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური ვაჭრობის მნიშვნელოვანი კომპონენტია. სამწუხაროდ, მონაცემთა არასაკმარისი დეტალიზების გამო, კონკრეტული მომსახურებების განხილვა მათ შესაბამის ინდუსტრიებთან ერთად შეუძლებელია. შესაბამისად, მიმდინარე სექციაში UNCTAD-ის მიერ შემუშავებული შემოქმედებითი ინდუსტრიების მომსახურებით ვაჭრობის შეფასების მეთოდოლოგიის გამოყენებით განვიხილავთ შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიერ მომსახურებით ვაჭრობის ტენდენციებს საქართველოს საგადასახდლო ბალანსის (BPM6) შემდეგი კომპონენტების მიხედვით: (i) რეკლამა, ბაზრის კვლევა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა (სარეკლამო ინდუსტრია); (ii) არქიტექტურული, საინჟინრო და სხვა ტექნიკური მომსახურება (არქიტექტურის ინდუსტრია); (iii) კვლევა და განვითარება, კომპიუტერული და საინფორმაციო მომსახურება (ციფრული ტექნოლოგიები); და (iv) პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება, რომელიც თავის მხრივ იყოფა ორ მიმართულებად: აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურება (კინო და ვიდეო და მუსიკის ინდუსტრია) და სხვა პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება (იკვთება კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიასთან). დამატებით განიხილება როიალტი და სალიცენზიო გადასახადი, რომელიც UNCTAD-ის მიერ მოიაზრება როგორც შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული ინდუსტრია.

2015-2019 წლებში შემოქმედებითი საქმიანობებთან დაკავშირებული მომსახურების ექსპორტის საშუალო წლიურმა ზრდამ 27% შეადგინა. შედეგად 2019 წელს ექსპორტირებული მომსახურების ჯამურმა ღირებულებამ 89.4 მლნ აშშ დოლარს გადააჭარბა, ხოლო 2020 წელს დამატებით 24%-ით გაიზარდა და 110.5 მლნ აშშ დოლარს მიაღწია. რაც შეეხება იმპორტს, ის 2015-2019 წლებში საშუალოდ 13%-ით იზრდებოდა, ხოლო 2020 წელს 7%-ით, 79.5 მლნ აშშ დოლარამდე, შემცირდა (გრაფიკი 18).

გრაფიკი 18 შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მომსახურებით ვაჭრობის ჯამური მონაცემები, 2014-2020



წყარო: საგადასახდლო ბალანსი, საქართველოს ეროვნული ბანკი

ჩეკლაშა, ბაზრის კვლევა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა

2015-2019 წლებში რეკლამის, ბაზრის კვლევისა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვის ექსპორტის კომპონენტი მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა. საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ მხოლოდ 1% შეადგინა, ხოლო 2020 წელს 2019 წლის მაჩვენებელთან (4.9 მლნ აშშ დოლარი) შედარებით 115%-ით გაიზარდა და 10.6 მლნ აშშ დოლარს მიაღწია. მნიშვნელოვნად გაიზარდა იმპორტის კომპონენტი. საშუალო ყოველწლიური ზრდა 2015-2019 წლებში 11%-ს აღწევს. 2020 წელს იმპორტის მაჩვენებელმა 10.3 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 2019 წლის მაჩვენებელზე (6.6 მლნ აშშ დოლარი) 55%-ით მეტია (გრაფიკი 19).

არქიტექტურული, საინჟინრო და სხვა ტექნიკური მომსახურება

2015-2019 წლებში არქიტექტურული, საინჟინრო და სხვა ტექნიკური მომსახურების ექსპორტის კომპონენტი მნიშვნელოვნად შემცირდა. საშუალო ყოველწლიურმა კლებამ 40% შეადგინა. შედეგად, 2019 წელს მხოლოდ 1.1 მლნ აშშ დოლარის ექსპორტი დაფიქსირდა. 2020 წელს ექსპორტი საგრძნობლად, 232%-ით გაიზარდა და 3.5 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა. წლიურად საშუალოდ 10 პროცენტით მცირდებოდა იმპორტის კომპონენტი, რომელმაც 2019 წელს 12.7 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო 2020 წელს 3%-ით - 13.1 მლნ აშშ დოლარამდე გაიზარდა (გრაფიკი 19).

კვლევა და განვითარება

2015-2019 წლებში კვლევასთან და განვითარებასთან დაკავშირებული მომსახურების ექსპორტი წლიურად საშუალოდ 10%-ით მცირდებოდა; შედეგად 2019 წელს 980 ათასი აშშ დოლარი დაფიქსირდა, ხოლო 2020 წელს 196%-ით, 2.9 მლნ აშშ დოლარამდე, გაიზარდა. აღნიშნულ პერიოდში იმპორტის საშუალო წლიურმა ზრდამ 49% შეადგინა, ხოლო 2020 წელს 2019 წლის მაჩვენებელთან (1.8 მლნ აშშ დოლარი) შედარებით 51%-ით, 890 ათას აშშ დოლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 19).

კომპიუტერული და საინფორმაციო მომსახურება

2015-2019 წლებში კომპიუტერულ და საინფორმაციო მომსახურებასთან დაკავშირებული მომსახურების ექსპორტის საშუალო წლიურმა ზრდის მაჩვენებელმა 88% შეადგინა. 2019 წელს ექსპორტირებული მომსახურების ღირებულებამ 67.5 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა, ხოლო 2020 წელს დამატებით 10%-ით, 74.5 მლნ აშშ დოლარამდე გაიზარდა. ამავდროულად იზრდებოდა აღნიშნული მომსახურების იმპორტიც, რომლის საშუალო წლიურმა ზრდამაც 33% შეადგინა, ხოლო 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით 6%-ით, 46.9 მლნ აშშ დოლარამდე შემცირდა (გრაფიკი 19).

პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება

პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება ორ ძირითად ნაწილად იყოფა. ესენია - აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურებები და სხვა პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურებები.

აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურებები ფილმების, რადიო და სატელევიზიო პროგრამების და მუსიკალური ჩანაწერების წარმოებას უკავშირდება⁵⁷. შესაბამისად, აღნიშნული მომსახურებები შეგვიძლია კინოსა და ვიდეოს და მუსიკის ინდუსტრიებთან დავაკავშიროთ. რაც შეეხება სხვა პირად, კულტურულ და გასართობ მომსახურებებს, ეს ჯგუფი მოიცავს ჯანდაცვის და საგანმანათლებლო მომსახურებას, ასევე მუზეუმებთან, სპორტთან, აზარტულ თამაშებთან და სარეკრეაციო აქტივობებთან დაკავშირებულ მომსახურებებს. განმარტების თანახმად, აღნიშნული ჯგუფი შემოქმედებითი ინდუსტრიებიდან კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიასთან იკვეთება, თუმცა ბევრად ფართო მიმართულების მომსახურებებს მოიცავს.

აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული მომსახურებების ექსპორტი 2015-2019 წლებში მნიშვნელოვნად არ შეცვლილა, 2020 წელს კი 2019 წელთან შედარებით 7%-ით გაიზარდა და 5.7 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა. აღნიშნული მომსახურების იმპორტი 2015-2019 წლებში წლიურად საშუალოდ 12%-ით იზრდებოდა. შედეგად, 2019 წელს 6.8 მლნ აშშ დოლარს მიაღწია, ხოლო 2020 წელს 44%-ით, 3.8 მლნ აშშ დოლარამდე, შემცირდა.

რაც შეეხება სხვა პირად, კულტურულ და გასართობ მომსახურებებს, მათი ექსპორტის, ისევე როგორც იმპორტის, საშუალო წლიურმა ზრდამ 2015-2019 წლებში 2% შეადგინა. 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით ექსპორტი 38%-ით, 13.3 მლნ აშშ დოლარამდე, გაიზარდა, ხოლო იმპორტი 40%-ით, 4.5 მლნ აშშ დოლარამდე, შემცირდა (გრაფიკი 19).

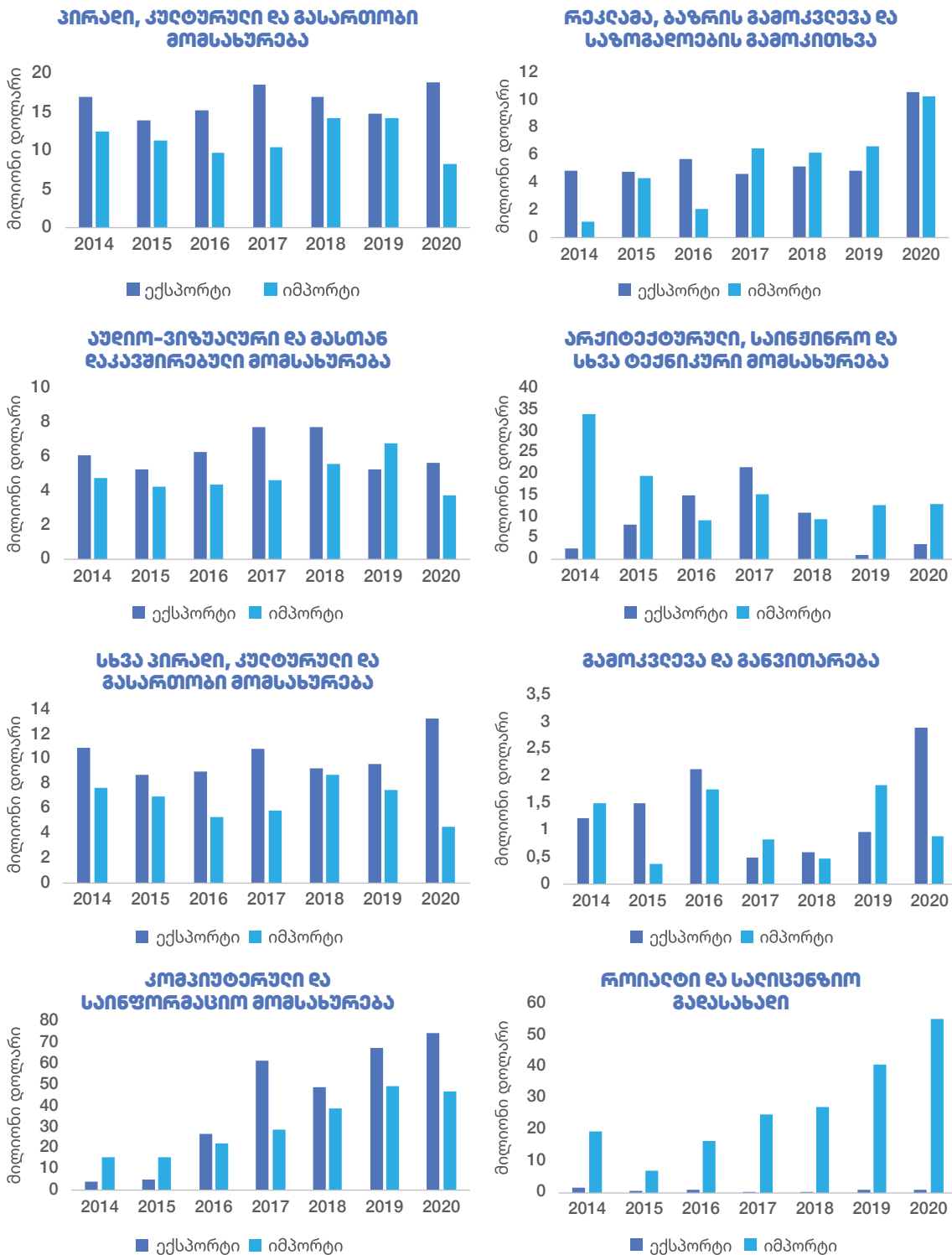
როიალტი და სალიცენზიო გადასახადი

როიალტი და სალიცენზიო გადასახადი გულისხმობს საკუთრების უფლებების გამოყენებასთან დაკავშირებულ გადასახადებს (პატენტები, სავაჭრო ნიშნები, საავტორო უფლებები, სანარმოო საიდუმლოებები, ფრენჩაიზები). ეს უფლებები შეიძლება წარმოიშვას კვლევა და განვითარებასთან და მარკეტინგთან დაკავშირებულ მომსახურებებთან. აღნიშნული ჯგუფი ასევე მოიცავს გადასახადებს წარმოებულ პროტოტიპებში ან ორიგინალებში განთავსებულ ინტელექტუალური საკუთრების გამრავლებაზე ან გავრცელებაზე (ან ორივე). ასეთი ინტელექტუალური საკუთრება შეიძლება იყოს საავტორო უფლებები წიგნებსა და ხელნაწერებზე, კომპიუტერულ პროგრამებზე, კინემატოგრაფიულ ნამუშევრებზე და ხმის ჩანაწერებზე.

2015-2019 წლებში როიალტი და სალიცენზიო გადასახადთან დაკავშირებული მომსახურების ექსპორტის საშუალო წლიურმა ზრდამ 13% შეადგინა, ხოლო 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით 7%-ით, 994 ათას აშშ დოლარამდე გაიზარდა. აღნიშნულ პერიოდში იმპორტის საშუალო წლიურმა ზრდის მაჩვენებელმა 55% შეადგინა. 2019 წელს როიალტი და სალიცენზიო გადასახადთან დაკავშირებული მომსახურების იმპორტის ჯამური ღირებულება 40.7 მილიონი იყო, ხოლო 2020 წელს დამატებით 35%-ით გაიზარდა და 54.9 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა (გრაფიკი 19).

57 INTERNATIONAL MONETARY FUND.(n.d.).
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf>

გრაფიკი 19 შემოქმედებითი ინდუსტრიების მომსახურების ექსპორტისა და იმპორტის დინამიკა, 2014-2020



წყარო: საგადასახდელო ბალანსი, საქართველოს ეროვნული ბანკი

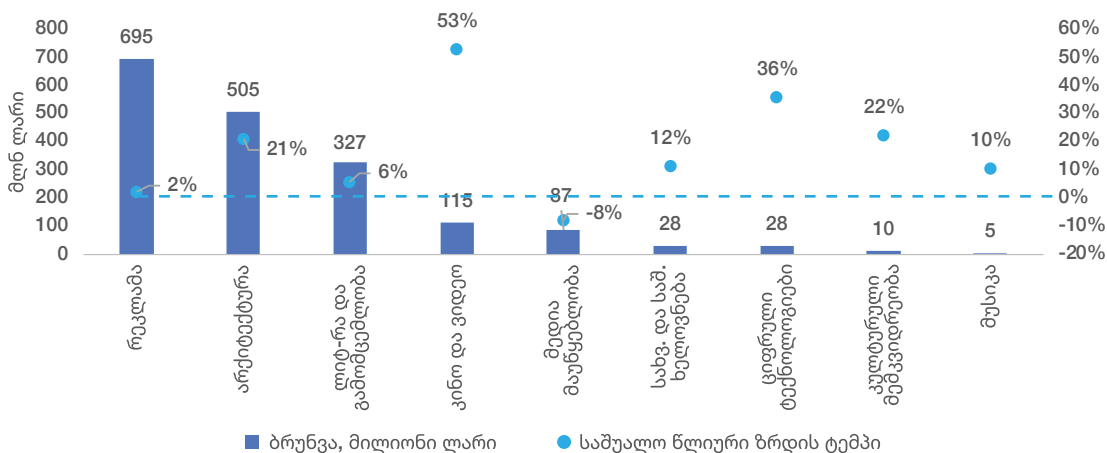
4. დასკვნა და რეკომენდაციები

ბოლო სექცია მიზნად ისახავს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური ანალიზისას გამოკვეთილი ძირითადი დაკვირვებების შეჯამებას და განხილული მონაცემების საფუძველზე შესაბამისი რეკომენდაციების გაცემას, რომელთაც ხელი უნდა შეუწყონ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეფექტურ განვითარებას, შესაძლებლობების ზრდასა და პოტენციალის მაქსიმალურ ათვისებას.

როგორც რაოდენობრივი მაჩვენებლების შეჯამებისას აღვნიშნეთ, 2019 წლის მონაცემებით შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ბრუნვის მაჩვენებლით სარეკლამო ინდუსტრია ლიდერობს, რომლის ბრუნვამაც აღნიშნულ წელს 695 მილიონი ლარი შეადგინა. მას მოსდევს არქიტექტურის ინდუსტრია (505 მლნ ლარი) და ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია (327 მლნ ლარი) (გრაფიკი 20). აღნიშნულ სამ ინდუსტრიაზე ჯამური ბრუნვის დაახლოებით 85% მოდის, რაც ხაზს უსვამს იმ გარემოებას, რომ დარჩენილი ექვსი ინდუსტრია ზომით მნიშვნელოვნად ჩამორჩება წამყვან სამეულს.

ამასთანავე, გასათვალისწინებელია ინდუსტრიების ბრუნვის საშუალო ყოველწლიური ზრდის ტემპებიც, რომელიც გრაფიკ 20-ზეა მოცემული. აღნიშნული მაჩვენებლით კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია ლიდერობს (53%), რომელსაც ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია მოსდევს (36%). სარეკლამო და ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიების შედარებით მცირე ზრდის ტემპი ამ ინდუსტრიების ზომით შეიძლება აიხსნას. აღსანიშნავია არქიტექტურის ინდუსტრია, რომელიც წამყვან პოზიციებს იკავებს როგორც ბრუნვის, ასევე ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდის ტემპითაც. ასევე ხაზგასასმელია მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრია, ვინაიდან ის არის ერთადერთი ინდუსტრია, რომელშიც საშუალო ყოველწლიური ბრუნვის ზრდის მაჩვენებელი უარყოფითია.

გრაფიკი 20 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ბრუნვა (2019 წელი) და საშუალო წლიური ზრდი ტემპი (2015-2019)



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აღსანიშნავია, რომ მონაცემთა ხელმისაწვდომობის პრობლემის გამო, არქიტექტურის ინდუსტრია დამატებით მოიცავს საინჟინრო საქმიანობებს, ტექნიკურ გამოცდებსა და ანალიზს, რაც, აღნიშნული ინდუსტრიის ზომის გადაჭარბებით შეფასებას იწვევს და მომავალი ანალიზისას მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული. ასევე სახვითი ხელოვნება გაერთიანებულია საშემსრულებლო ხელოვნებასთან, ხოლო ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაში არ არის წარმოდგენილი სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოება.

ხაზგასმული მონაცემების გათვალისწინებით, რამდენიმე მნიშვნელოვანი დასკვნის გაკეთება შეგვიძლია:

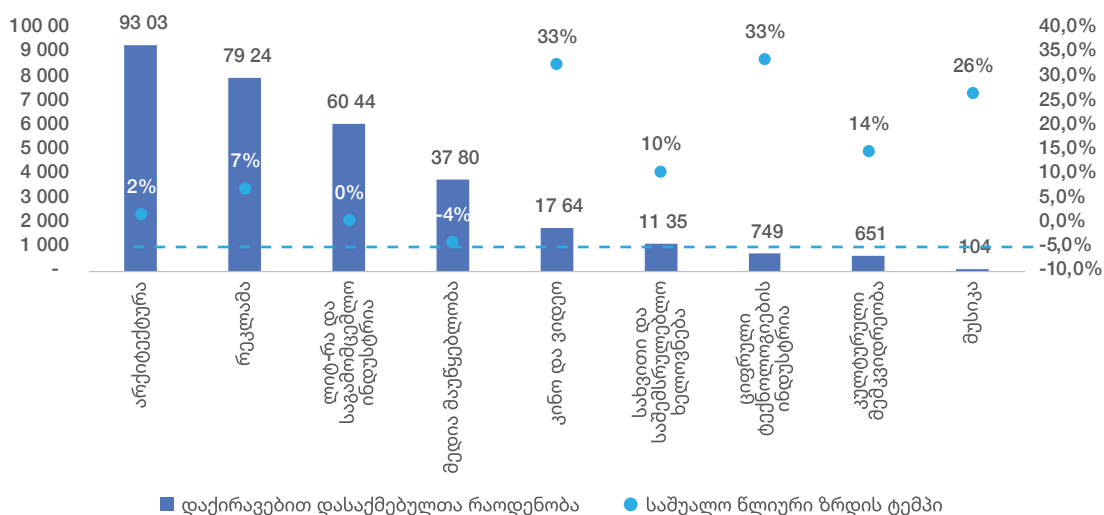
- » უპირველეს ყოვლისა აუცილებელია ყურადღება გავამახვილოთ სტატისტიკური მონაცემების ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებულ გამოწვევებზე. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, არასრულყოფილი სტატისტიკური მონაცემების გამო ზოგიერთი შემოქმედებითი ინდუსტრია გადაჭარბებულად ფასდება, ზოგის გაზომვა კი სრულებით ვერ ხერხდება. ეს საბოლოო ჯამში ინდუსტრიების ერთმანეთთან შესადარისობას და მკაფიო დასკვნების გაკეთებას ართულებს. სამომავლოდ, მეტად დეტალიზებული მონაცემები შემოქმედებით ინდუსტრიებსა და ქვე-ინდუსტრიებზე, უფრო ინფორმატიული და ზუსტი ანალიზის საშუალებას მოგვცემს.
- » გარდა ამისა, გამომდინარე იქიდან რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიები დიდწილად მომსახურებაზე ორიენტირებული ინდუსტრიებია, მნიშვნელოვანია მეტად დეტალური მონაცემების არსებობა მომსახურებით ვაჭრობის მიმართულებით. ამჟამად ხელმისაწვდომი მონაცემები არ არის სრულფასოვან თანხვედრაში და სრულყოფილად ვერ აღწერს შემოქმედებით ინდუსტრიებს რეკომენდებული კლასიფიკაციის შესაბამისად.
- » სახელმწიფო პოლიტიკისა და დონორი ორგანიზაციების მიერ დაფინანსებული ხელშემწყობი პროგრამების პრიორიტეტებში უნდა მოექცეს ისეთი ინდუსტრიები, რომლებიც შემოქმედებით ინდუსტრიებში მნიშვნელოვანი წილითა და მაღალი ზრდის პოტენციალით გამოირჩევიან. ასეთებია, მაგალითად, ბრუნვითა და დამატებული ღირებულების მოცულობით ლიდერი სარეკლამო, არქიტექტურისა და ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიები. ასევე, მნიშვნელოვანია ყურადღების გამახვილება კინო და ვიდეო, კულტურული მემკვიდრეობისა და ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიებზე, რომლებიც საშუალო წლიური ზრდის ტემპებით ლიდერობენ (გრაფიკი 20).
- » ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიის პოტენციალს, შესაბამისად ამ მიმართულებით პოლიტიკის პრიორიტეტიზაციის და წამახალისებელი პროგრამების საჭიროებას ადასტურებს მომსახურების ექსპორტი, რომელიც 2015-2019 წლებში, წლიურად საშუალოდ 88%-ით იზრდებოდა.

» მიუხედავად იმისა, რომ დიზაინის ინდუსტრიისთვის მონაცემთა ხელმისაწვდომობის პრობლემიდან გამომდინარე ვერ ვაკვირდებით საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის შედეგებს, ამ ინდუსტრიის პოტენციალს ხაზს უსვამს მისი და მასთან დაკავშირებული სექტორების მოწინავე პოზიცია მთლიანი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ადგილობრივ ექსპორტში (65%) და ადგილობრივი ექსპორტის საშუალო წლიური ზრდის მაღალი ტემპი (39%).

შრომის ბაზრის დაკვირვებით ვხედავთ, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობით არქიტექტურის ინდუსტრია ლიდერობს, რომელიც 2019 წლის მონაცემებით 9,303 ადამიანს ასაქმებს. მას მოსდევს სარეკლამო ინდუსტრია, და ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია. (გრაფიკი 21). ჯამურად ეს სამი ინდუსტრია დაქირავებით დასაქმებულთა საერთო რაოდენობის დაახლოებით 74%-ია. ისევე როგორც ბრუნვის შემთხვევაში, აღნიშნული მონაცემებიც ცალსახად წარმოაჩენს შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის არსებულ სხვაობას.

2015-2019 წლებში დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო ყოველწლიური ზრდის ტემპით ციფრული ტექნოლოგიებისა და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიები ლიდერობენ (შესაბამისად 33.4% და 32.5%). რაც შეეხება მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიას, ეს ინდუსტრია ერთადერთია სადაც დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის საშუალო წლიური ზრდის ტემპი აღნიშნულ პერიოდში უარყოფითია (-4%). აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობით მოწინავე ინდუსტრიებში (არქიტექტურა, რეკლამა, ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია), დასაქმებულთა საშუალო წლიური ზრდის ერთ-ერთი ყველაზე დაბალი ტემპები ფიქსირდება (გრაფიკი 21).

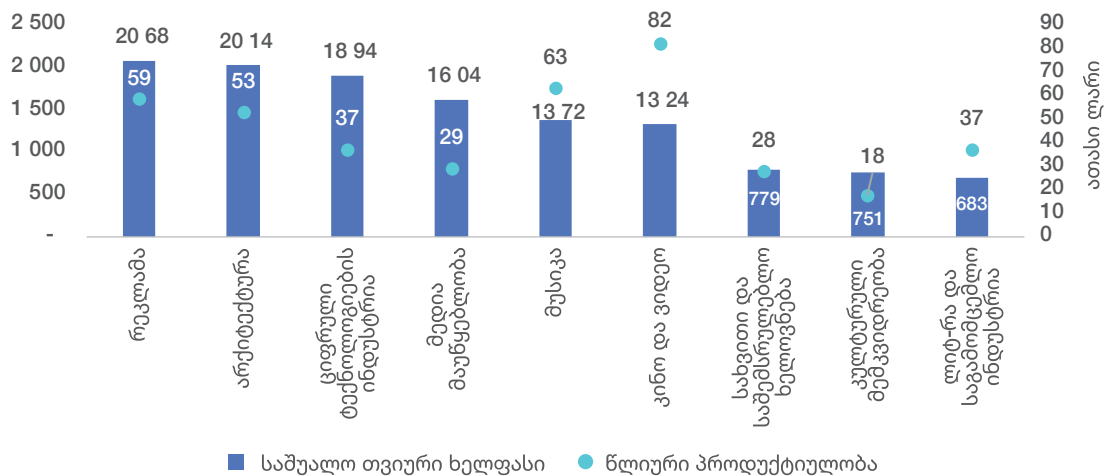
გრაფიკი 21 შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა (2019 წელი) და საშუალო წლიური ზრდი ტემპი (2015-2019)



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შემოქმედებითი ინდუსტრიებს შორის ყველაზე მაღალი საშუალო თვიური ანაზღაურება სარეკლამო და არქიტექტურის ინდუსტრიებში გვხვდება, რომელთაც ციფრული ტექნოლოგიებსა და მედია მაუწყებლობის ინდუსტრიები მოსდევნ (გრაფიკი 22).

გრაფიკი 22 შემოქმედებითი ინდუსტრიებში საშუალო თვიური ხელფასი და წლიური პროდუქტიულობა, 2019



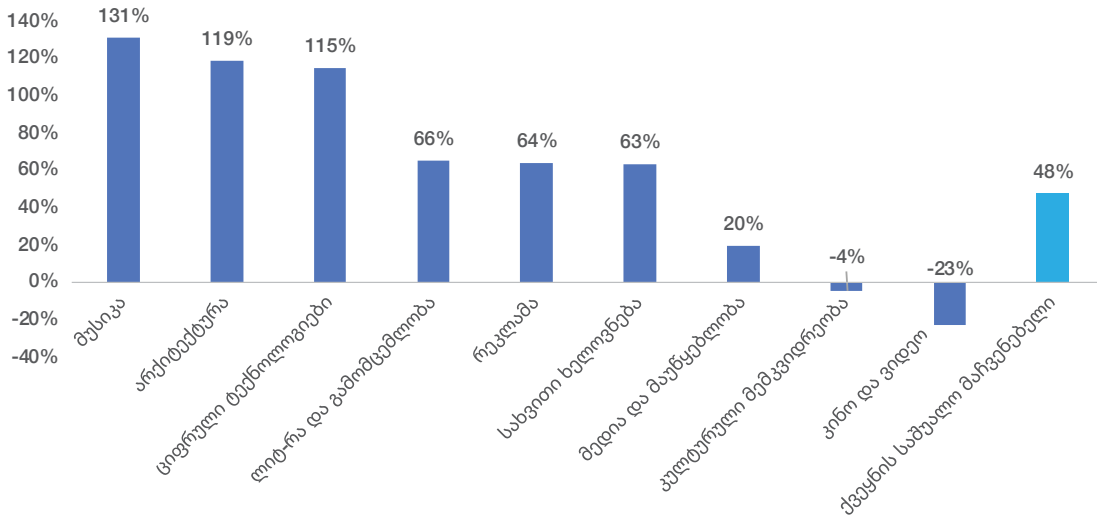
წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

აღსანიშნავია, რომ არქიტექტურის ინდუსტრია ანაზღაურების საშუალო წლიური ზრდის ტემპით მოწინავე ადგილზეა. სარეკლამო, მედიისა და მაუწყებლობის, ციფრული ტექნოლოგიებისა და მუსიკის ინდუსტრიებში პროდუქტიულობის შემცირების მიუხედავად, დაქირავებულთა საშუალო ყოველთვიური ხელფასი მზარდია.

ასევე მნიშვნელოვანია აღინიშნოს კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია, სადაც შედარებით დაბალი საშუალო თვიური ანაზღაურების მიუხედავად 2019 წელს, არქიტექტურის შემდეგ ყველაზე მაღალი საშუალო წლიური ზრდა ფიქსირდება (15.9%). აღსანიშნავია ისიც, რომ კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში ყველაზე მაღალია პროდუქტიულობა 2019 წელს, და ასევე ყველაზე მაღალია პროდუქტიულობის საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში.

შრომის ბაზართან დაკავშირებით ყურადღება უნდა გავამახვილოთ კიდევ ერთ გარემოებაზე, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების უმრავლესობაში გვხვდება - 2019 წლის მონაცემებით კაცების საშუალო ხელფასი მნიშვნელოვნად აღემატება ქალების ანალოგიურ მაჩვენებელს (გრაფიკი 23). დაქირავებით დასაქმებულთა ხელფასებს შორის გარკვეული სხვაობა საკმაოდ ლოგიკური ფენომენია და ის შეიძლება გადაიხაროს როგორც ქალების, ასევე კაცების მხარეს, თუმცა როგორც გრაფიკიდან ჩანს, ამ შემთხვევაში სხვაობა საკმაოდ მაღალია.

გრაფიკი 23 კაცების საშუალო თვიური ანაზღაურების გადახრა ქალების ანაზღაურებასთან შედარებით, 2019 წელი



წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შრომის ბაზრის მაჩვენებლებზე დაყრდნობით მნიშვნელოვანია:

- » განხილულ იქნას უმაღლესი და პროფესიული საგანმანათლებლო და უნარების ამაღლების პროგრამების მეტი კონცენტრირება იმ ინდუსტრიებზე, სადაც საშუალო თვიური ხელფასის ზრდის მაღალი მაჩვენებლები ფიქსირდება (მაგ: არქიტექტურა, კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრია).
- » გაანალიზდეს და სახელმწიფო პროგრამების განხორციელებისას გათვალისწინებულ იქნას შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებულთა შორის არსებული უთანასწორობა გენდერულ ჭრილში.

ინდუსტრიებში სადაც პროდუქტიულობის უარყოფითი ზრდის ტემპი ფიქსირდება, გონივრული იქნება ადამიანური რესურსის მართვის სტრატეგიის გადახედვა.

2015-2019 წლებში შემოქმედებით ინდუსტრიებში 563 მილიონ ლარზე მეტის ინვესტიცია განხორციელდა. ინვესტიციების ყველაზე მაღალი ზრდის ტემპი კინოსა და ვიდეოს (41.7%) და არქიტექტურის (28.5%) ინდუსტრიებში ფიქსირდება. რაც შეეხება მედიისა და მაუწყებლობის სექტორს, აქ კვლავ უარყოფით საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელს ვხვდებით (-38.9%).

აღნიშნულ პერიოდში შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ყველაზე დიდი ინვესტიცია მედიისა და მაუწყებლობის (167.2 მილიონი ლარი) და სარეკლამო (147.9 მილიონი ლარი)

ინდუსტრიებში ჩაიდო, ხოლო ყველაზე მცირე რაოდენობით მუსიკისა (0.3 მილიონი ლარი) და კულტურული მემკვიდრეობის (0.3 მილიონი ლარი) ინდუსტრიებში. ამავე პერიოდში, ინვესტიციების ბრუნვასთან ფარდობა ყველაზე მაღალი მედიისა და მაუწყებლობის (31.7%) და სახვითი ხელოვნების (13.4%) ინდუსტრიებში გვხვდება. არცერთი სხვა ინდუსტრიის შემთხვევაში მაჩვენებელი ორნიშნა ნიშნულს არ აღწევს. ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი მუსიკის ინდუსტრიაში ფიქსირდება (1.9%).

» მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში, თითქმის ყველა ეკონომიკური მაჩვენებლის მიხედვით (ბრუნვა, დამატებული ღირებულება, დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა) მდგომარეობის გაუარესება შეინიშნება. მიუხედავად, ამისა განხორციელებული ინვესტიციების მოცულობით აღნიშნული ინდუსტრია მოწინავე პოზიციას იკავებს. სტატისტიკურ მაჩვენებლებში ზემოთ აღნიშნული უარყოფითი ტენდენციებიდან გამომდინარე, მედიისა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში ეკონომიკურად გამართლებულად არ შეიძლება ჩაითვალოს დიდი მოცულობით ინვესტიციების განხორციელება. თუმცა, აღსანიშნავია ინდუსტრიაში შედარებით მაღალი და მზარდი ხელფასები. შესაბამისად ნებისმიერი სექტორის მხარდამჭერი პროგრამის აქცენტი სწორედ დასაქმების ხელშეწყობასა და შესაბამისი უნარების განვითარებაზე უნდა იყოს ორიენტირებული.

» სამომავლოდ ინდუსტრიების განვითარებისათვის მნიშვნელოვანი იქნება იმ ფაქტორების შესწავლა, რომლებიც კონკრეტულ ინდუსტრიებს ნაკლებად მიმზიდველს ხდის. აღნიშნული ფაქტორის გათვალისწინება ხელს შეუწყობს ინვესტიციების მოზიდვას, რაც თავის მხრივ ინდუსტრიების განვითარების შესაძლებლობებს გაზრდის.

განხილულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, შეგვიძლია ვთქვათ, რომ ციფრული ტექნოლოგიების, არქიტექტურისა და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიები ყველაზე იმედისმომცემ ინდუსტრიებს წარმოადგენენ. არქიტექტურის ინდუსტრია, ზომის მიუხედავად, განაგრძობს სწრაფ ზრდას, ხოლო ციფრული ტექნოლოგიებისა და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიები მიუხედავად ამჟამინდელი შედარებით მოკრძალებული როლისა, შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ყველაზე სწრაფად ვითარდებიან.

აქვე უნდა აღინიშნოს რომ ინდივიდუალური ინდუსტრიების წარმატება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ხელშემწყობი პროგრამების სწორ და ეფექტურ განხორციელებაზე. ამ მხრივ სააგენტო „ანარმოე საქართველოში“ ყველაზე აქტიური ორგანიზაციაა.

სსრილი 3 ცხრილში წარმოდგენილია ინფორმაცია სააგენტო „ანარმოე საქართველოში“-ს პროგრამების შესახებ, რომელებიც განხილულია სექციაში „შემაქმედებითი ინდუსტრიების წამახალისებელი ეკონომიკური პროგრამები საქართველოში“.

	მიკრო და მცირე მენარმეობის ხელშემწყობი პროგრამა	ბიზნეს უნივერსალი	ინდუსტრიული მიმართულება	ექსპორტის ხელშემწყობა
არქიტექტურა	✓			
დიზაინი და მოდა	✓			✓
სახ. და საშ. ხელოვნება	✓	✓		
კინო და ვიდეო	✓	✓	✓	
კულტურული მემკვიდრეობა	✓	✓		
ლიტ. და საგამომცემლო ინდუსტრია	✓	✓	✓	
მედია და მაუწყებლობა	✓	✓		
მუსიკა	✓	✓	✓	
რეკლამა	✓			
ციფრული ტექნოლოგიები	✓	✓	✓	✓
რეწვა	✓	✓	✓	

შენიშვნა: ინდუსტრიები და პროგრამები დაკავშირებულია წამახალისებელ პროგრამებში მოაზრებული სეკ 006-2016 (NACE rev.2) კოდების მიხედვით.

არქიტექტურის ინდუსტრიის განვითარებას, რომელიც ერთ-ერთ ყველაზე იმედისმომცემ ინდუსტრიად ითვლება, მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს საქართველოში სამშენებლო და დეველოპერული სექტორის სწრაფი განვითარება. აქედან გამომდინარე, ამ და სხვა ინდუსტრიებს, რომლებსაც კერძო სექტორის მხრიდან ირიბი წახალისების მექანიზმები გააჩნიათ, შეიძლება ნაკლებად სჭირდებოდეთ სახელმწიფოსა და დონორი ორგანიზაციების მხრიდან დამატებითი წამახალისებელი პროგრამები.

როგორც ცხრილი 3-დან ჩანს ციფრული ტექნოლოგიებისა და კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიები სააგენტოს რამდენიმე პროგრამაში ხვდება, რომელებიც განვითარების შესაძლებლობას აძლევს როგორც ახალ, ასევე უკვე მოქმედ ორგანიზაციებს. ცხრილში წარმოდგენილი პროგრამები მნიშვნელოვნად ამარტივებს ფინანსური რესურსების ხელმისაწვდომობას, რაც საქართველოში კერძო სექტორის განვითარების ერთ-ერთი ყველაზე ხშირად ციტირებული დამაბრკოლებელი ფაქტორია. შესაბამისად აღნიშნული პროგრამები წარმოადგენს კიდევ ერთ შანსს სხვადასხვა სექტორებში აქტიური ორგანიზაციებისათვის, რომ მათ მიაღწიონ ზრდის იმავე ტემპებს, რაც წამყვან ინდუსტრიებში გვხვდება.

ნაწილი III

შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქთორის საჭიროებები და გამოწვევები საქართველოში

თვისებრივი კვლევის ანგარიში

1. ძირითადი მიზნები

საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესაძლებლობების, საერთაშორისო და ადგილობრივი პრაქტიკების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და ინდუსტრიების განვითარების სისტემური ხედვის შემუშავების საჭიროება:

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დასაქმებულთა დიდი ნაწილისთვის ბუნდოვანია შემოქმედებითი ინდუსტრიების, როგორც ერთიანი სისტემის, როლი ეკონომიკურ საქმიანობასა და ადგილობრივ განვითარებაში.
- » ერთი მხრივ, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვადასხვა ქვესექტორის წარმომადგენლებს, მეორე მხრივ, კი - დედაქალაქსა და რეგიონში მცხოვრებ შემოქმედებით პროფესიონალებს არათანაბარი წვდომა და ინფორმაცია აქვთ საერთაშორისო და ადგილობრივ განვითარების შესაძლებლობებზე. განსაკუთრებით თვალსაჩინოა რეგიონებსა და დედაქალაქს შორის სხვაობა.
- » კვლევის რესპონდენტები მნიშვნელოვან გამოწვევად მიიჩნევენ სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოლიტიკის დღის წესრიგის პრიორიტეტთა შორის მოხვედრას, პოლიტიკის მწარმოებელთათვის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სარგებლის ადვოკატირებას, სტატისტიკური მონაცემების წარმოებას, ეკონომიკური სარგებლის ვიზუალიზაციას, კვლევასა და სისტემურ ანალიზს.

ინდუსტრიების რენტაბელობა და ეკონომიკური ზრდისთვის მომგებიანი მიდგომების შემუშავება:

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მრავალწლიანი სამუშაო გამოცდილების მქონე პირებისთვის, თბილისში მეტად, ვიდრე რეგიონებში, თვალსაჩინოა კულტურის, როგორც კომერციული და რენტაბელური პროდუქტის გამოყენების შესაძლებლობა.
- » ინდივიდუალური კვლევებისა და დაკვირვების შედეგად, შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლები კარგად იცნობენ პრაქტიკებს, რომელთა ადაპტირება საქართველოში შემოქმედებითი ეკოსისტემის მდგრადობას შეუწყობდა ხელს, თუმცა მთავარ გამოწვევად, სექტორების განვითარების მიმართ პოლიტიკური ნების ნაკლებობა სახელდება.
- » სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლები სექტორების ეკონომიკური გაძლიერებისთვის შესაბამისი მექანიზმების შემუშავებლობას, ინფორმაციის ნაკლებობას

და დაქსაქსულ ხედვას უკავშირებენ. მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლები სახელმწიფო ბიუჯეტის დაგეგმვის პროცესში შემოქმედებითი ინდუსტრიების პრიორიტეტთა შორის მოხვედრის პრობლემურობაზე საუბრობენ და საკითხისადმი ინტერესის ზრდას მხოლოდ ბოლო 2-3 წლის განმავლობაში ამჩნევენ.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა ჩართულობით ეფექტური პოლიტიკის, სტრატეგიის და მართვის ასპექტების შემუშავება, და სექტორთან კომუნიკაციის გაუმჯობესება:

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების სტრატეგიულ დოკუმენტებზე მუშაობისას ან სახელმწიფოს მხრიდან საკომუნიკაციო გეგმის შემუშავებისას გასათვალისწინებელია როგორც რეგიონთა შორის კოორდინაციის, ასევე თბილისში სექტორებს შორის კავშირების გაზრდა. რეკომენდებულია როგორც სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლებს შორის, ასევე შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლებთან აქტიური თანამშრომლობა - საინიციატივო ან საკოორდინაციო ჯგუფების დაკომპლექტებით, რომელშიც წარმოდგენილი იქნება შემოქმედებითი სექტორის ნდობით აღჭურვილი ყველა პირი.
- » ფორმალური კავშირები, ინიციატივები და ასოციაციები, რომლებმაც ბოლო წლების განმავლობაში აქტიური მუშაობა დაიწყეს, სახელმწიფო უწყებებთან თანამშრომლობის სურვილს მკაფიოდ გამოხატავენ, თუმცა მათი მხრიდან ნაკლებ ენთუზიაზმს და სელექციურ მიდგომას აკრიტიკებენ.
- » შემოქმედებითი სექტორებისთვის ეფექტური პოლიტიკის შემუშავება მხოლოდ მათ წარმომადგენლებთან უფრო აქტიური კოორდინაციითა შესაძლებელია, რაც კომუნიკაციის ახალი ფორმების დანერგვას (როგორიცაა გეგმიური შეხვედრები, სექტორების წარმომადგენელთა გამოკითხვა) და არსებული მიდგომების გადახედვასაც გულისხმობს.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ადამიანური და მატერიალური რესურსის დეფიციტი და არსებული საჭიროებების და შესაძლებლობების სწორი იდენტიფიცირება:

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დასაქმებულ ინდივიდთა თუ/და იურიდიულ პირთა იდენტიფიცირება სექტორისთვის ერთ-ერთ საკვანძო საკითხს წარმოადგენს. აღნიშნული, თავის მხრივ, თვითდასაქმებულების აღრიცხვის და შემოქმედებითი მუშაკების შესახებ მიახლოებული სტატისტიკის წარმოების სირთულეს უკავშირდება.
- » თბილისსა და რეგიონებში პოლიტიკის მწარმოებელთათვის, ისევე როგორც სექტორში დასაქმებულებისთვის, რთულია ადგილობრივი ადამიანური რესურსის გაზომვა, მონაცემთა ბაზების სუსტი წარმოების ან არარსებობის გამო. კვლევა ცხადყოფს, რომ მსგავსი ინფორმაციის მუდმივი წარმოება ეფექტურს გახდის როგორც კომუნიკაციის, ასევე თანამშრომლობის ფორმებს. ამავდროულად მოსაზრებას იზიარებენ სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლები, თუმცა ამ მიმართულებით მომავალში დაგეგმილი კონკრეტული ცვლილებები არ სახელდება.

- » კვლევის ანალიზიდან ნათლად იკვეთება, რომ შემოქმედებითი მუშაკთა შესახებ მონაცემების წარმოება გააუმჯობესებს არა მხოლოდ სექტორებს შორის კოორდინაციას, ასევე, პოლიტიკის მწარმოებელთა მხრიდან შესაძლებლობების შექმნისას, ამ შესაძლებლობებს სამიზნე ჯგუფებზე მეტად მორგებულს გახდის. ისეთი გამოწვევების დასაძლევად, როგორიცაა საგანმანათლებლო პროგრამების განახლება, პროფესიული გადამზადება ან თავისუფალი სივრცეების შექმნა, ეფექტური მექანიზმების შემუშავება, ბენეფიციარების და რესურსის რაოდენობრივი გაზომვის გარეშე შეუძლებელია.
- » სასარგებლო იქნებოდა ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის ფიზიკური რესურსის, სივრცეების აღრიცხვა და მათ შესახებ ინფორმაციის გავრცელება. თავისუფალ სივრცეებზე წვდომის სირთულეებთან ერთად, შემოქმედებითი სექტორს არსებულ სივრცეებსა და მათ გამოყენების შესაძლებლობებზე ხშირად ინფორმაცია არ გააჩნია.

საგანმანათლებლო პროგრამების შეფასება და რეკომენდირებული ცვლილებები:

- » კვლევის მონაწილეთა თითქმის 80%, თბილისსა და რეგიონში, დასაქმებასთან, სექტორულ განვითარებასთან დაკავშირებულ გამოწვევებს, სახელოვნებო განათლების დაბალ ხარისხს უკავშირებს. კვლევის ფართო ფოკუსიდან და მიზნებიდან გამომდინარე, ანგარიში სიღრმისეულად ვერ იკვლევს საგანმანათლებლო ინსტიტუციებში არსებულ საჭიროებებს, თუმცა სამომავლო კვლევის აუცილებლობას ხედავს შემდეგი მიმართულებებით:
 - 1) საგანმანათლებლო პროგრამებსა და დასაქმების შესაძლებლობებს შორის ურთიერთკავშირი და შესაბამისობა.
 - 2) სახელოვნებო და სამუსიკო სკოლებში მოთხოვნადი პროფესიული კადრის, და შესაბამისი კვალიფიკაციის სტანდარტის განსაზღვრა, ადამიანური და ტექნიკური რესურსის რაოდენობისა და მათი ეფექტურობის შესწავლა.
 - 3) სახელოვნებო, საგანმანათლებლო დაწესებულებებში შემოქმედებითი ინდუსტრიებთან დაკავშირებული პროგრამების კურიკულუმების კვლევა და თანამედროვე მიდგომების დანერგვა.
- » საგანმანათლებლო პროგრამებში კულტურის მართვასთან, საერთაშორისო კომერციალიზაციასთან და ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მიმართულებების განსაზღვრა და პროგრამების განახლების საჭიროების კვლევა.
- » შემოქმედებითი სექტორებში დასაქმების და მსოფლიო ბაზარზე გაზრდილი შესაძლებლობების ფონზე, კვლევის მონაწილეთა დიდი ნაწილი მიიჩნევს, რომ საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკურ ჭრილში განვითარება, სპეციფიკური პროფესიების უზრუნველყოფის შემთხვევაში მეტად გამარტივდება. სასურველ მიმართულებებად სახელდება: კულტურის აგენტების, მენეჯერების, პროდიუსერების პროფესიები.

- » პროფესიული განათლების მხრივ საჭირო და ამჟამად დეფიციტურ პროფესიებად, ვიწრო სპეციალობის ისეთი მიმართულებები სახელდება, როგორებიც მაგალითად - მოდის ინდუსტრიაში მკერავის პოზიცია, მუსიკის ინდუსტრიაში ტექნიკური ინჟინრის, ხოლო გასტრონომიისა და ღვინის მიმართულებით - ხარისხის კონტროლის კვალიფიციური კადრია, შესაბამისად, საგანმანათლებლო პროგრამების გადახედვა და კურიკულუმებში ცვლილების შეტანა ერთ-ერთ სანყის ნაბიჯად განიხილება.

კვლევა ასევე გამოკვეთს სახელმწიფოს მხრიდან შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაფინანსების და მოქნილი საკანონმდებლო გარემოს შექმნის მნიშვნელობას და შემდეგი საკითხების შესწავლის აუცილებლობას ხედავს:

- » საკანონმდებლო რეგულაციების განსაზღვრა, რომლებიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეფექტური ეკონომიკური საქმიანობისთვის შემზღუდველია.
- » კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის გამოყოფილი ბიუჯეტის მიზნობრიობის შეფასება, მოთხოვნადი სექტორებისთვის დაფინანსების გაზრდა და შემოქმედებითი სექტორში ინვესტირებისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნა.
- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების თოთხმეტივე სექტორის ეკონომიკური ბრუნვის, მათი რაოდენობრივი მაჩვენებლების განსაზღვრა და ზრდის/კლების შეფასების საჭიროება.
- » მუნიციპალიტეტებში წლიური ბიუჯეტიდან კულტურის განვითარებაზე გამოყოფილი წილის გაზრდა და ამ რესურსის მიზნობრივი გახარჯვის შეფასების აუცილებლობა.
- » სახელმწიფო ბიუჯეტში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაზე მორგებული მიმართულებების დამატება, რომელმაც შესაძლოა უზრუნველყოს შემოქმედებითი სექტორისთვის ყოველწლიურად თავისუფალი და ხელმისაწვდომი სივრცეების შექმნა.
- » კერძო სექტორისა და ბიზნესებისთვის საინვესტიციო გარემოს გაუმჯობესება, საგადასახადო ვალდებულების შემცირების და წამახალისებელი მექანიზმების დანერგვის გზით.
- » შემოქმედებითი ქალაქების კონცეფციის ადაპტირებით ადგილობრივი რესურსის ეფექტური მართვის და კერძო სექტორისთვის შესაძლებლობების გაზრდის განხილვა, რაც გულისხმობს უფუნქციო სივრცეების ხელმისაწვდომობას კერძო სექტორებისთვის, სივრცეების გააქტიურების მიზნით, საზოგადოებრივ თანამონაწილეობას და სტრატეგიული გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ჩართულობას.
- » პანდემიით გამოწვეული ზიანის შეფასება და დამატებით საჭიროებებზე რესურსის გამოყოფა.

2. კვლევის მეთოდოლოგია

წინამდებარე დოკუმენტი მონაცემთა მოპოვებისა და დამუშავებისას ეყრდნობა სოციოლოგიურ კვლევით მეთოდებს, კერძოდ: დოკუმენტების ანალიზს, ფოკუსჯგუფის მეთოდს, ექსპერტთა გამოკითხვასა და სტრუქტურირებულ ინტერვიუს. კვლევა სწავლობს შემოქმედებითი ინდუსტრიების როგორც ეკონომიკური, ასევე სოციალური თანამონაწილეობისა და ქვეყნის განვითარებაზე მისი გავლენის შეფასების პრაქტიკებს.

ნაშრომის ძირითადი მიზანია შემოქმედებითი ინდუსტრიების გამოწვევების, მიმდინარე საჭიროებებისა და სექტორების ეკონომიკური გავლენის კვლევა.

კვლევა ამოცანად ისახავს გააერთიანოს (2015 - 2020 (21) წლებში) შემოქმედებითი სექტორებში გამოვლენილი გამოწვევები, წარმატებული პრაქტიკები და მიმდინარე საჭიროებები; დაადგინოს, რამდენადაა ამ უკანასკნელთა იდენტიფიცირება და დაძლევა ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვანი წინაპირობა; ხელი შეუწყოს საქართველოს შემოქმედებითი სექტორებზე მორგებული შესაბამისი ინდიკატორების შემუშავებას; გამოკვეთოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკურ პოტენციალი; მოახდინოს შემოქმედებითი ინდუსტრიის, შემოქმედებითი ეკონომიკის და კულტურული საქმიანობის ცნებების ერთიანი ხედვისა და აღქმის გენერირება.

2.1 შერჩევა

კვლევის მეთოდოლოგიური ჩარჩოდან გამომდინარე, გამოყენებულ იქნა არაალბათური შერჩევა. თავშივე უნდა აღინიშნოს, ამგვარად მოპოვებული მონაცემების განზოგადება მთელ სამიზნე ჯგუფზე, არამიზანშეწონილია და დოკუმენტი „იმ ძირითად ტენდენციებზე საუბრობს, რაც სამიზნე ჯგუფისთვის სპეციფიკურია. რადგან თვისებრივ კვლევაში მიზანმიმართულად ხდება საკვლევი ერთეულების შერჩევა, ამიტომ მის დომინანტურ ფორმად მიზნობრივი შერჩევა გვევლინება“.⁵⁸ ამ მიმართებით, მიზნობრივად შეირჩა როგორც დოკუმენტები, სამაგიდე კვლევისათვის, ასევე - რესპონდენტები კვლევის სხვადასხვა ინსტრუმენტისთვის. კვლევისთვის საინტერესო იყო შესაბამისი კანონმდებლობის, პოლიტიკის დოკუმენტების, საჯარო ინფორმაციისა და დოკუმენტების ანალიზი, ამასთან, საკითხთან დაკავშირებით განხორციელებული უახლესი კვლევები და სხვა ანგარიშები, განცხადებები, სტატიები თუ სხვა შესაბამისი გამოქვეყნებული ლიტერატურა.

კვლევის მეთოდოლოგიისა და შერჩევის შემუშავების პროცესში გამოყენებულ იქნა „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ შემუშავებული კლასიფიკაციის დოკუმენტი, რომელიც შეიცავს განახლებულ NACE rev.2 კოდებს და შემუშავებულია როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო გამოცდილებაზე დაყრდნობით. კვლევის დიზაინი და სავსე სამუშაოზე

⁵⁸ წულაძე ლ. (2020). სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები. თბილისი: თსუ.

გამოყოფილი რესურსი, კლასიფიკაციის თითოეული სექტორის ანალიზის საშუალებას არ იძლევა. ამავდროულად რეპრეზენტატული მაჩვენებლების მოპოვების და ჯგუფებში ჰომოგენურობის დაცვის სირთულის გამო, ანგარიშის ანალიზი მხოლოდ შერჩეული მონაწილეების გამოცდილებებსა და პერსპექტივებს ფარავს.

კლასიფიკაცია

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> » არქიტექტურა » დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია » სახვითი ხელოვნება » კინო და ვიდეო » კულტურული მემკვიდრეობა » ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია » მედია და მაუწყებლობა | <ul style="list-style-type: none"> » მუსიკა » რეკლამა » საშემსრულებლო ხელოვნება » სახელოვნებო და კულტურის განათლება » ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია » რენვა » გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია |
|---|---|

მიზნობრივი შერჩევის პრინციპით განხორციელდა ექსპერტთა შერჩევა, რომელიც რესპონდენტის სპეციფიკურ ცოდნას და კარიერულ გამოცდილებას ითვალისწინებდა. კვლევისთვის საინტერესო იყო როგორც შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენელთა, ისე პოლიტიკის მწარმოებელთა და სახელმწიფო სტრუქტურების ექსპერტიზის შესწავლა და ერთიან ქრილში გაანალიზება. კვლევის ფარგლებში განხორციელდა 5 ექსპერტის გამოკითხვა. გარდა ამისა, მნიშვნელოვნად მივიჩნიეთ, საკითხი განხილულიყო არა მხოლოდ ექსპერტული პერსპექტივიდან, არამედ შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების სხვა წარმომადგენელთა მიერაც, მათ შორის საქართველოს 11 რეგიონიდან.

სექტორების მრავალფეროვანი მიმართულებების, საჭიროებების და რესპონდენტთა განსხვავებული გამოცდილების გათვალისწინებით, ფოკუს ჯგუფების რესპონდენტთა შერჩევა და დაჯგუფება შემდეგი დამატებული კატეგორიების⁵⁹ მიხედვით მოხდა, რაც მრავალფეროვანი ჯგუფების მიმსგავსებულ კატეგორიებში გაერთიანების საშუალებას გვაძლევდა:

- ძირითადი სახელოვნებო დარგები;
- კულტურის ინდუსტრიები;
- შემოქმედებითი ინდუსტრიები + მომიჯნავე სექტორები.

მიზნობრივ შერჩევაზე დაყრდნობით 22 სტრუქტურირებული ელექტრონული ინტერვიუ (26 საათი) და 17 ფოკუსჯგუფი (36 საათი) ჩატარდა. მათგან 11 ფოკუს ჯგუფი და 14 სტრუქტურირებული ინტერვიუ საქართველოს 11 რეგიონში, ხოლო 6 ფოკუსჯგუფი და 8 სტრუქტურირებული ინტერვიუ - თბილისში.

⁵⁹ KEA European Affairs and Turun Kauppakorkeakoulu and MKW Wirtschaftsforschung. (2006). The Economy of Culture in Europe. In European Commission (Issue December).

2.2 მონაცემთა მოპოვებისა და ანალიზის გზები

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების შეფასებისას და ამავე პროცესში გამოკვეთილი სირთულეების დასადაგენად, კვლევაში გამოყენებულ იქნა იუნესკოს, კულტურის განვითარების ინდიკატორების თეორიული და კონცეპტუალური ჩარჩო (UNESCO, Culture for Development Indicators),⁶⁰ არსებული ჩარჩოს გზამკვლევი, შეიძლება მოერგოს როგორც რაოდენობრივ, ასევე თვისებრივი კვლევის მეთოდებს. ის გამოყოფს 7 მიმართულებას და შესაბამის ინდიკატორებს კულტურის განვითარების გასაზომად:

ეკონომიკა	კულტურის სექტორის წვლილი ეკონომიკურ განვითარებასა და მისი პოტენციალის ზრდა
განათლება	სახელმწიფოს მიერ პრიორიტეტული განათლების სისტემის მხარდაჭერა, რომელიც გთავაზობთ რაც შეიძლება ფართო სპექტრს, აფასებს მრავალფეროვნებას, ღიაობას და ხელს უწყობს კონკურენტული შემოქმედებითი კლასის განვითარებას.
მართვა	საჯარო ვალდებულება შექმნას პირობები კულტურის სექტორის სტრუქტურირებისთვის, გააძლიეროს კულტურული პროცესები და ხელი შეუწყოს შეხედულებების მრავალფეროვნებას
სოციალური თანამონაწილეობა	გზა, რომლითაც კულტურული პრაქტიკები, ღირებულებები და დამოკიდებულებები შეიძლება ორიენტირებული იყოს ქცევაზე, ინკლუზიაზე, თანამშრომლობასა და ინდივიდუალურ გაძლიერებაზე.
გენდერული თანასწორობა	ობიექტური და სუბიექტური ხარვეზები ქალებისა და მამაკაცებისთვის არსებულ შესაძლებლობებს შორის და კულტურულ სოციალურ, ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ცხოვრებაში მონაწილეობის უფლება
კომუნიკაცია	ხელმისაწვდომობის პირობები, მრავალფეროვანი შინაარსით სარგებლობა და გამოხატვის თავისუფლება
მემკვიდრეობა	საჯარო ვალდებულება შექმნას და განახორციელოს სტანდარტები, პოლიტიკა და ის ზომები, რომელიც მოახდენს მემკვიდრეობის დაცვას და პოპულარიზაციას, ხელმისაწვდომობისა და მდგრადობის უზრუნველყოფის პარალელურად.

ახალი ცოდნის აღმოჩენისა და დოკუმენტში ასახვისათვის ავტორი იყენებს სოციოლოგიური კვლევის მეთოდებს, როგორც დაგროვილი ცოდნის მოპოვებისა და გაანალიზების სტრატეგიულ იარაღს.

კვლევითი მუშაობა აერთიანებდა სამ ძირითად მეთოდს: დოკუმენტების ანალიზს, ფოკუს-ჯგუფებსა და ჩალრმავებულ ინტერვიუებს საკითხის ექსპერტებთან, შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების წარმომადგენლებთან, თბილისსა და საქართველოს 11 რეგიონში.

ერთი მხრივ, მეთოდთა კომბინაციამ და, მეორე მხრივ, კვლევაში მონაწილე მხარეთა მრავალ-ფეროვნებამ მნიშვნელოვნად გაზარდა კვლევის სანდოობა. მკვლევრის კოდირება გადამოწმდა სხვა მკვლევრების მიერ, ხოლო ანგარიშმა ასახა საკითხის ექსპერტების უკუკავშირი.

⁶⁰ UNESCO. (2004). Culture for Development.

რაც შეეხება კვლევის ვალიდობას, რაც გულისხმობს საკვლევი ფენომენისადმი ემპირიული საზომის ადეკვატურ გამოყენებას⁶¹, ანგარიში მოიცავს როგორც შინაგან, ასევე გარეგან ვალიდობას⁶² და უზრუნველყოფს შესაბამის სივრცეში განზოგადების შესაძლებლობას.

საბოლოოდ, გამოყენებულმა ლიტერატურამ, შერჩეულ რესპონდენტთა მოსაზრებებმა, ემპირიულმა გამოცდილებებმა და საკითხზე მომუშავე პირთა რეკომენდაციებმა, მონაცემთა დაჯგუფების შედეგად, მოგვცა საკვლევი ცვლადების ურთიერთკავშირი, რაც ასახულია წინამდებარე ანგარიშში.

შენიშვნა: რესპონდენტთა ვარაუდები, მოსაზრებები და გამონათქვამები, შესაძლოა, არ ასახავდეს მათ მიერ წარმოდგენილ ორგანიზაციათა ოფიციალურ პოზიციას.

2.3. ფოკუსჯგუფი

იდეათა ზოგადი გენერირებისთვის, სადისკუსიო ფორმატის შექმნისთვისა და, ჯგუფური ინტერაქციისთვის, ვალიდურად იქნა მიჩნეული ფოკუსჯგუფის მეთოდი, რომელიც შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებული ადამიანებით, სხვადასხვა იურიდიული სტატუსის მქონე ორგანიზაციებითა და მათი წარმომადგენლებით დაკომპლექტდა. კვლევამ დაფარა თოთხმეტივე სექტორი, თუმცა არ წარმოადგენს რეპრეზენტატულ მონაცემებს და შერჩეული რესპონდენტების გამოცდილებებსა და ხედვებზეა დამყარებული.

თბილისის ფოკუსჯგუფებმა მოიცვა რესპონდენტთა შერჩევის შემდეგი კატეგორიები:

ძირითადი სახელოვნებო დარგები	კულტურის ინდუსტრიები	შემოქმედებითი ინდუსტრიები	მომიჯნავე საქმიანობა
საშემსრულებლო ხელოვნება, სახვითი ხელოვნება, კულტურული მემკვიდრეობა რენვა	კინო და ვიდეო, მედია და მაუწყებლობა, მუსიკა, ლიტერატურა, გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	დიზაინი და მოდის ინდუსტრია, არქიტექტურა, რეკლამა	სტარტაპ ეკოსისტემა, ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია

⁶¹ Adler, P. A., Adler, P., & Weiss, R. S. (1995). Learning from Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies. In Contemporary Sociology (Vol. 24, Issue 3). The Free Press, New York. <https://doi.org/10.2307/2076552>

⁶² შინაგანი ვალიდობა კაუზალურ კავშირებზეა დაფუძნებული და გვიჩვენებს, რომ სწორედ ეს კონკრეტული პირობები იწვევს კვლევის ამგვარ შედეგებს. „გარეგანი ვალიდობა ნიშნავს, რომ კვლევის შედეგები განზოგადებადია მის მსგავს სხვა შემთხვევებზე“.

შერჩეული რესპონდენტები, თბილისის შემოქმედებითი ინდუსტრიების თოთხმეტივე ქვესექტორს წარმოადგენენ. მონაწილეთა შორის არიან: ასოციაციები, ორგანიზაციები, ფესტივალები, შემოქმედებითი სექტორებში დასაქმებული ინდივიდები, მეწარმეები, სააგენტოები. კვლევის რესპონდენტთა სამუშაო გამოცდილება 3-დან 15 წლამდეა. თბილისის ფოკუსჯგუფებში მონაწილეობა - 35-მდე ადამიანმა მიიღო.

ფოკუსჯგუფი 1 ასოციაციები	ფოკუსჯგუფი 2 ფესტივალები	ფოკუსჯგუფი 3 ძირითადი სახელოვნებო ღარგები
ექსპერტთა გაერთიანებები კავშირები ქოლგა ორგანიზაციები ასოციაციები მუზეუმები სახელოვნებო, საგანმანათლებლო ცენტრები	მუსიკა კინო თანამედროვე ცეკვა ფოტო-მულტიმედია ფესტივალების გაერთიანება	კერძო გალერეა თანამედროვე ხელოვნების პლატფორმა დამოუკიდებელი ხელოვნები

ფოკუსჯგუფი 4 კულტურის ინდუსტრია	ფოკუსჯგუფი 5 შემოქმედებითი ინდუსტრია და საქმიანობა	ფოკუსჯგუფი 6 მოთმანვე სექტორები
საგამომცემლო კომპანია ბეჭდური მედია კინო პროდიუსინგი	მოდის ინდუსტრია პრ, კომუნიკაციების და გაყიდვების სააგენტო არქიტექტურული კომპანია სარეკლამო კომპანია გეიმინგ ინდუსტრია	სტარტაპ კომპანიები ღვინისა და გასტრონომიის ასოციაციები

საქართველოს რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიის აქტიური წარმომადგენლებისგან შემდგარი 11 ფოკუსჯგუფი ZOOM პლატფორმაზე განხორციელდა საქართველოს შემდეგ ქალაქებში:



ფოკუსჯგუფების ინსტრუმენტს წარმოადგენდა ნახევრად სტრუქტურირებული, ღია კითხვებისაგან შემდგარი სადისკუსიო გეგმა, რომელიც შემდეგი თემატური ბლოკების მიხედვით იკვლევს და აანალიზებს მონაცემებს:

- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება - შესაძლებლობები, ზოგადი ცოდნა და ინფორმაციაზე წვდომა
- » ეკონომიკური საქმიანობა - დასაქმების გზები და ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული გამოწვევები
- » საკანონმდებლო და მარეგულირებელი ჩარჩო
- » რეგიონის რესურსები - გამოწვევები და საჭიროებები
- » განათლება: სახელოვნებო და შემოქმედებითი განათლების შეფასება და გამოწვევები
- » პანდემიის გავლენა შემოქმედებითი ინდუსტრიებზე
- » პერსპექტივები და გამოწვევების დაძლევის გზები

2.4 სტრუქტურირებული ინტერვიუ

კვლევის მნიშვნელოვანი მეთოდოლოგიური ინსტრუმენტია სტრუქტურირებული ინტერვიუ. სწორედ ამ მეთოდზე დაფუძნებით განხორციელდა ისეთი სტრატეგიული რესპონდენტების გამოკითხვაც, როგორებიც არიან საკითხის ექსპერტები: დარგის დამოუკიდებელი ექსპერტები, კულტურის მენეჯერები, საავტორო უფლებების ასოციაციის წარმომადგენელი, კინოპროდიუსერი, ფესტივალების ორგანიზატორი.

საგულისხმოა, რომ ექსპერტთა გამოკითხვის მონაწილე რესპონდენტები განსაკუთრებული ყურადღებით, პასუხისმგებლობითა და კულტურის განვითარებისთვის შეტანილი წვლილით გამოირჩევიან. რესპონდენტებმა შეხვედრებსა და ინტერვიუებში მონაწილეობა სარგებლის გაუთვალისწინებლად, მოხალისეობრივად მიიღეს. კვლევის ეს ნაწილი აერთიანებს შემოქმედებითი სფეროებში დასაქმებული ადამიანების, წამყვანი აქტორების გამოცდილებებს, მათ ხედვებს და იმ გარემოს, რომელიც საქართველოს შემოქმედებითი ეკოსისტემას ქმნის.

თბილისში განხორციელდა ხუთი სტრუქტურირებული ინტერვიუ, მათ შორის სხვადასხვა სახელმწიფო სტრუქტურის წარმომადგენლებთან, როგორებიცაა მაგალითად: საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო, თბილისის მერია, ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სისტემაში შემავალი სსიპ-ები - „აწარმოე საქართველოში“ და „ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო“. ამ წარმომადგენელთა პერსპექტივები კვლევისთვის მნიშვნელოვანი იყო, შემდეგი საკითხების დასადგენად:

- » რამდენად თანხვედრაშია კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს და სხვა სახელმწიფო სტრუქტურების ამჟამინდელი პროგრამები და ინიციატივები შემოქმედებითი ინდუსტრიების რეალურ გამოწვევებთან, როგორია კულტურის პოლიტიკა?
- » რა სტრატეგიული ნაბიჯებითა და მექანიზმებით მუშაობს სახელმწიფო შემოქმედებითი სექტორში არსებული პრობლემების დასაძლევად?
- » რა გამოწვევების წინაშე დგანან თავად სახელმწიფო სტრუქტურები?

საქართველოს 11 რეგიონის თვითმმართველ ქალაქებსა და მუნიციპალიტეტებში - ბათუმში, ქუთაისში, ოზურგეთში, ონში, დუშეთში, რუსთავში, ფოთში, თელავში, ზუგდიდში, ახალციხესა და გორში განხორციელდა 14 სტრუქტურირებული ინტერვიუ. რესპონდენტები წარმოადგენდნენ ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებს, გადაწყვეტილების მიმღებ პირებს, სსიპებსა და ააიპ-ებს, მერიის კულტურულ სამსახურებს.

თბილისსა თუ რეგიონებში ჩატარებული ინტერვიუები მიმდინარეობდა ZOOM პლატფორმაზე და კვლევის ინსტრუმენტს წარმოადგენდა ინტერვიუს გზამკვლევი, რომელიც ღია კითხვებისგან შედგებოდა. ნედლი მასალის შეგროვების შემდეგ, განხორციელდა მონაცემთა ანალიზის სამუშაოები, რაც ინფორმაციის კლასიფიცირების, აღწერის, ამა თუ იმ დასკვნის გამოტანის, ძირითადი მიგნებების გამოვლენის პროცესია. კვლევის ასისტენტების მიერ შეიქმნა ინტერვიუების ტრანსკრიპტები. ტრანსკრიპტის ნარატიულმა მასალამ ანალიზის ოთხი ეტაპი გაიარა: „კოდირება, კატეგორიზაცია, ლოკალური ინტეგრაცია და ინკლუზიური ინტეგრაცია“.

2.5 კვლევის შეზღუდვა

- » ფოკუს-ჯგუფები არ ჩატარებულა ჰომოგენური შერჩევის პრინციპით, რის გამოც, კვლევის ამ ეტაპზე სექტორული და გენდერული ცვლადები არ იქნა ცალკე გაანალიზებული.
- » კვლევის წინამდებარე მიგნებები ქმნის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვადასხვა ქვესექტორის, ზოგადად სექტორში დასაქმებულთა საჭიროებებისა და სექტორული პერსპექტივების კვლევის წინაპირობას. ამ მხრივ, სასურველია სამომავლო კვლევებმა გამოავლინონ გამოწვევების დაძლევის გზები და ასაკობრივ, დარგობრივ და გენდერულ ჭრილში მათი კავშირები.

- » ამასთან, როგორც ცნობილია, ჩაღრმავებული ინტერვიუ და ფოკუსჯგუფი წარმოადგენს მკვლევარსა და რესპონდენტებს შორის პირისპირი დისკუსიის მეთოდს. პირისპირი ინტერაქცია წარმატებული ინტერვიუს მნიშვნელოვანი ინდიკატორია. ახალი კორონავირუსით გამოწვეული პანდემიისა და შესაბამისი შეზღუდვების პირობებში, წინამდებარე კვლევა განხორციელებულია არატრადიციული მეთოდით - ონლაინ (ZOOM) პლატფორმაზე და დასაშვებია, რომ კვლევამ ვერ უზრუნველყო გარკვეული ნედლი მონაცემების მოპოვება. დასაშვებია, რომ ციფრულ გარემოში ზოგიერთი რესპონდენტისთვის ვერ შექმნა მყუდრო, უსაფრთხო გარემო, რაც აისახა გულწრფელობის დანაკლისში ან კვლევის მიღმა დატოვა რიგი არავერბალური კომუნიკაციის ელემენტები.
- » საქართველოში პოლიტიკის მწარმოებლებსა და საზოგადოების წევრებს შორის შემოქმედებით ინდუსტრიების ცნებისადმი ერთიანი ხედვის არარსებობა კვლევისთვის დამატებითი განმარტების და ანალიზის საგანია. შემოქმედებითი ინდუსტრიების გაზომვის სხვადასხვა პრაქტიკების არსებობის მიუხედავად, სწორი მეთოდოლოგიის შერჩევა აღნიშნული კვლევისთვის გამოწვევაა. თუმცა, ანგარიშის მიზანია პირველადი და მეორადი მონაცემების შეგროვების საფუძველზე, შეიმუშაოს ის მეთოდოლოგია, რომელიც მორგებული იქნება საქართველოს შემოქმედებითი სექტორების საჭიროებების იდენტიფიცირებას.
- » გამოწვევებს შორის ხაზგასასმელია პანდემიით გამოწვეული ჰოსპიტალიზაციის, ლეტალობისა და ჯანმრთელობის დაზიანების მძიმე ფონი ქვეყანაში, რაც კვლევაში მონაწილე რესპონდენტების შერჩევასა და სავსე სამუშაოების გვემიურ ჩატარებაზე აისახა. ამასთან ერთად, კვლევაში არ ყოფილა გამოყენებული წამახალისებელი ან სიმბოლური ანაზღაურება რესპონდენტების მიმართ, რის გამოც მათი მონაწილეობა კეთილი ნებისა და მოტივაციის დამსახურებაა.

2.6 კვლევის საფუძვლიანი და პრაქტიკული მნიშვნელობა

კვლევა, შესაძლოა, გახდეს ინფორმაციის წყარო შემოქმედებითი სივრცეში მყოფი ინდივიდებისთვის, თვითრეფლექსიისა და თვითგამორკვევისათვის. კვლევამ, შესაძლოა, უზრუნველყოს მგრძნობელობის გაზრდა შემოქმედებითი ინდუსტრიის სექტორების საჭიროებებისადმი, გადაწყვეტილების მიმღებ პირებში.

- » კვლევა ხაზს უსვამს შემოქმედებითი ინდუსტრიის მნიშვნელობას და ცდილობს წაახალისოს მისი პრიორიტეტიზაცია საზოგადოებრივ და პოლიტიკის დონეებზე. კვლევა, შესაძლოა, გახდეს წამახალისებელი დაინტერესებული სხვა მკვლევრებისათვის, საკითხს შემატონ სხვა რელევანტური კვლევითი დოკუმენტები.

- » კვლევა, შესაძლოა, საფუძვლად დაედოს დარგში ახალი პროექტებისა და ინიციატივების შექმნას.
- » კვლევა, შესაძლოა, გამოყენებული იყოს დაინტერესებული ორგანიზაციების საქმიანობის დაგეგმვისას.
- » კვლევა შესაძლოა განხილულ იქნას, როგორც რეკომენდაცია პოლიტიკის შემქმნელთათვის, საკითხზე მომუშავე პირთათვის, ასევე საკითხზე მომუშავე ორგანიზაციებისთვის.
- » მოცემული კვლევა და შესაბამისი ანგარიში საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების კომპლექსური კვლევისა და ანალიზის პირველი მაგალითია და პასუხობს სახელმწიფო უწყებებისა თუ სექტორის წარმომადგენლების მიერ მრავალჯერ იდენტიფიცირებულ გამოწვევას კვლევითი და სტატისტიკური მონაცემების არარსებობის ან/და სიმწირის შესახებ. აქედან გამომდინარე, აღნიშნული დოკუმენტი წარმოადგენს მნიშვნელოვან ინსტრუმენტს სექტორული სტრატეგიული დოკუმენტების განვითარებისა და მტკიცებულებებზე დაფუძნებული პოლიტიკის განხორციელებისთვის.

2.7 ეთიკის საკითხები

წინამდებარე ნაშრომი ცდილობს ღირებული ინფორმაციის თავმოყრას და ორიენტირებულია, იყოს სარგებლიანი დაინტერესებული მხარეებისთვის.

კვლევაში მონაწილე რესპონდენტები გამოკითხული იყვნენ ინფორმირებული თანხმობის საფუძველზე. ინტერვიუები ჩაიწერა რესპონდენტთა ნებართვით, ხოლო ტრანსკრიპტის შექმნის შემდეგ განადგურდა. ვიდეო და აუდიო მასალები მისაწვდომი იყო მხოლოდ მკვლევართა ჯგუფისთვის. ინტერვიუს ტრანსკრიპტებში დაცული იყო რესპონდენტთა ანონიმურობა. კვლევის ანგარიშში გამოყენებული არ არის რესპონდენტების მაიდენტიფიცირებელი ნიშნები.

3.1. კვლევის შედეგები - შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება, გამოწვევები და საჭიროებები - თბილისი

მოცემულ ქვეთავში გაერთიანებულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა ხედვები და გამოცდილებები თბილისის მასშტაბით. ფოკუსჯგუფებისა თუ ინდივიდუალური ინტერვიუების ერთიანმა ანალიზმა გამოკვეთა როგორც სახელმწიფო უწყებების, ასევე დამოუკიდებელი კულტურის პროფესიონალებისა და კოლექტივების პერსპექტივები. მოცემულ ქვეთავებში თავმოყრილია შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის საკვანძო საკითხები.

3.1.1 შემოქმედებითი ინდუსტრიების, შემოქმედებითი ეკონომიკისა და კულტურის პოლიტიკის ზოგადი ხედვა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცნების დამკვიდრება და დამოკიდებულებები

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცნების ფართოდ დამკვიდრება მის ერთიან სისტემად აღქმასა და, შედეგად, შესაძლებლობების შექმნას გულისხმობს. კვლევის მონაწილეებთან საკითხის განხილვისას ნათლად იკვეთება, რომ რთულია ცნების ისეთი განმარტების მოძებნა, რის გარშემოც თოთხმეტზე მეტად ქვესექტორის წარმომადგენელი საკუთარი ან მომიჯნავე დარგის საქმიანობასა თუ საერთო მახასიათებლებს დააკავშირებდა. „თუ არ იცი, რომ შენც შემოქმედებითი ინდუსტრიების ნაწილი ხარ და არქიტექტურაც, ან მედია და ლიტერატურაც, არ მოგაფიქრდება იმ საერთო შესაძლებლობების გამოყენება, რაც მსოფლიო პლატფორმებზეა ხელმისაწვდომი, ან თუნდაც ამ სექტორებთან გადაკვეთის სიკეთეებს ვერც დაინახავ“, ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი. ამ საკითხით დაინტერესებული პირებისთვის განსაზღვრების მოძებნა, საერთო სასაუბრო ენის შეთანხმებასთან არის გაიგივებული, რაც გარკვეულწილად ერთიან ხედვას შექმნიდა. „ეს ტერმინი არის ძალიან ბუნდოვანი. შემოქმედებითი ინდუსტრია გულისხმობს თეატრსაც, ბალეტსაც, რეკლამასაც, დიზაინსაც. გარე პირს დარჩება კითხვა, რატომ არ ვეძახით ამ ყველაფერს კულტურას? საზოგადოებას ჰგონია, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიებით რაღაცა სხვა აღინიშნება და სინამდვილეში ლაპარაკია ისევ კულტურაზე“, - ამბობს სახელოვნებო დარგის წარმომადგენელი რესპონდენტი. აღსანიშნავია, რომ საკითხის შეფასებისას მკაფიოდ ვლინდება რესპონდენტებს შორის კულტურის ეკონომიკური კომპონენტის აღქმის სურვილი. ამასთანავე, ხაზგასასმელია, რომ ტრადიციულად კულტურის ნაწილად აღქმული დარგების შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვა სექტორებთან დაკავშირება, რესპონდენტთა აზრით პრობლემურია.

კვლევის მონაწილეებს, კულტურის პოლიტიკის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ამოცანად, ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლის ადვოკატირება და აღიარება ესახებათ, რაც საჯარო და კერძო რგოლში მომუშავე ინსტიტუციების განწყობაზეც უნდა ისახებოდეს. რესპონდენტები „განიცდიან“ შემოქმედებითი საქმიანობისადმი „არასერიოზულ“ დამოკიდებულებას, რაც განსაკუთრებით მწვავედ თავს დიზაინის, მოდის, სარეკლამო და ვიდეოთამაშების

ინდუსტრიებთან მიმართებაში იჩენს. აღნიშნული დარგების, როგორც „გასართობ“ საქმიანობად კლასიფიკაცია, ამავე სექტორებში დასაქმებულ ადამიანებს ცნობიერების ამაღლებასა და ეკონომიკურ სარგებელზე მორგებული აქტივობების დაგეგმვას ურთულებს.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზოგადი შეფასებისას, კვლევის რესპონდენტები მნიშვნელოვან საჭიროებად შემდეგ საკითხებს ასახელებენ:

- » სახელმწიფო სტრუქტურების მხრიდან შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების პოლიტიკის დღის წესრიგში პრიორიტეტად დაყენება;
- » პოლიტიკის მწარმოებელთათვის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სარგებლის ადვოკატირება;
- » სტატისტიკური მონაცემების წარმოება, ეკონომიკური სარგებლის დათვლა და ვიზუალიზაცია;
- » ექსპერტთა მიერ სექტორის კვლევა და სისტემური ანალიზი.

3.1.2 საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების შეფასება 2015-2021 წლებისთვის

დოკუმენტის მოცემული ნაწილი ასახავს თბილისის შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებული აქტორების, ექსპერტებისა და დაინტერესებული პირების, მათ შორის, სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლების ზოგად განწყობებს სექტორის განვითარებასთან დაკავშირებით.

საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების პანდემიამდელი ხუთი წლის დინამიკის შეფასებისას აქცენტი გაკეთდა კვლევის მეთოდოლოგიაში აღწერილ და ადაპტირებულ კულტურის განვითარების ინდიკატორებზე. აღნიშნული ინდიკატორები სახელმწიფო მართვას, საზოგადოებრივ თანამონაწილეობას, ეკონომიკური როლის შეფასებას, განათლებას, კულტურულ მემკვიდრეობას და კომუნიკაციის თემებს ეხებოდა.

სექტორის წარმომადგენლები პანდემიის წინა პერიოდში, საქართველოში ინდუსტრიების განვითარებას ზოგადად დადებითად აფასებენ. ამგვარი პოზიტიური დამოკიდებულება გლობალურ დონეზე - შესაძლებლობების, ტექნოლოგიებისა და ეკონომიკური საქმიანობის ზრდას, ხოლო ადგილობრივ დონეზე - დამოუკიდებელი ინიციატივებისა და საერთაშორისო გამოცდილებების ადაპტირებას უკავშირდება. რესპონდენტების მიერ დადებითად ფასდება ბოლო წლებში შემოქმედებითი სექტორების საერთაშორისო პლატფორმებზე პოზიციონირებაც. აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტთა აზრით, ეს უკანასკნელი ზოგადად კულტურული დიპლომატიის გაღრმავებისა და საქართველოში საერთაშორისო დონორების მოზიდვის ეფექტური წინაპირობაა. თუმცა, აქვე, რესპონდენტთათვის ბუნდოვანია სახელმწიფოს ხედვა კულტურული დიპლომატიის, უფრო კონკრეტულად კი შემოქმედებითი ინდუსტრიების, ქვეყნის საერთაშორისო ურთიერთობების განვითარების მნიშვნელოვან ინსტრუმენტად გამოყენების კუთხით.

სექტორის განვითარების დინამიკის შეფასებისას, ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამოწვევად კულტურის სფეროს მართვაზე პასუხისმგებელი მუნიციპალური თუ ცენტრალური უწყებების მართვის ეფექტიანობა დასახელდა. რესპონდენტთა აზრით, აღნიშნულის გაუმჯობესებას დადებითი გავლენა ექნება როგორც შემოქმედებით ინდუსტრიებზე, ისე, ზოგადად კულტურის სექტორზე.

თავის მხრივ, აღსანიშნავია, რომ ცენტრალური და მუნიციპალური სახელისუფლებო სტრუქტურები, ამ ეტაპზე, მნიშვნელოვან მიღწევებად შემდეგ საკითხებს ასახელებენ:

- » საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების ცნების ეტაპობრივი დამკვიდრება;
- » საკონკურსო სისტემის ჩამოყალიბება და ამ მხრივ დეცენტრალიზაციისკენ გადადგმული ნაბიჯები;
- » სახელოვნებო უმაღლესი სასწავლებლებისა და პროგრამებისადმი გაზრდილი დაფინანსება და დაგეგმილი ცვლილებები სტიპენდიებისა და პროგრამების მრავალფეროვნების ზრდის კუთხით.

რესპონდენტთა დიდი ნაწილი ძირულ გამოწვევად შემოქმედებითი ინდუსტრიების კუთხით ერთიანი ხედვისა და განვითარების სტრატეგიის არარსებობას ასახელებს და მისი შემუშავების მნიშვნელობას უსვამს ხაზს. საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისადმი არსებული მიდგომების შეფასებისას გამოიკვეთა, რომ არსებული კულტურის პოლიტიკა, რესპონდენტთა ნაწილისთვის მიზნისა და გეგმის გარეშე მუშაობასთან ან რუკის გარეშე გზის გაკვალვასთან ასოცირდება. კულტურის პოლიტიკის არასისტემური ხასიათის უარყოფით შედეგებზე თანხმდებიან როგორც შემოქმედებითი სექტორების, ასევე სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლები. პრობლემის გამომწვევ მიზეზად, ხშირად არასტაბილური პოლიტიკური ფონი, მოუქნელი საკანონმდებლო ჩარჩო, ცვალებადი პოლიტიკის პრიორიტეტები სახელდება. თუმცა, ყველაზე პრობლემურ საკითხად სახელმწიფო სტრუქტურებსა და კულტურის სექტორს შორის არაეფექტური კომუნიკაცია და აღნიშნულის გაუმჯობესების კუთხით ნების არარსებობა დასახელდა.

გამოწვევების აღქმა

რესპონდენტთა აზრით, სისტემური ხედვის არარსებობის პრობლემის გადაჭრისთვის უკვე არსებული რესურსის ორგანიზება და სტრატეგიული გეგმისა ან/და სეზონური კალენდრის შემუშავება შეიძლება განვიხილოთ. გამოკითხულთა აზრით, შესაძლებელია დაბალანსებული და აქტიური შემოქმედებითი სეზონების იმგვარად დაგეგმვა, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა სექტორს თანაბარი თანამონაწილეობის საშუალება მიეცეს. ხშირ შემთხვევაში, სწორედ გეგმის არარსებობა იწვევს სხვადასხვა ღონისძიებების თანაკვეთასა და, შესაბამისად, ზოგიერთ

მათგანზე დამსწრეთა რაოდენობის შემცირებას. „ხელშეწყობა არ არის, თუნდაც იმ მხრივ, რომ გაკეთდეს მარტივი სია - როდის რა ფესტივალი ტარდება. იმისთვის, რომ ჩვენ ერთმანეთს ხელი არ შევუშალოთ. არ არსებობს დღის წესრიგი და გეგმა - რომ ამ თარიღში ეს ტარდება, ეს ხომ ყველასთვის მნიშვნელოვანია“.

სისტემური და მდგრადი განვითარების მიდგომების შემუშავების მიზნით, შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლები სახელმწიფო სტრუქტურებთან თანამშრომლობის სურვილს გამოთქვამენ. აღნიშნული მიზნის მისაღწევად, სექტორის წარმომადგენელთათვის საკვანძო მნიშვნელობისაა სახელისუფლებო სტრუქტურათა და კულტურის სექტორის შორის ნდობის გაზრდა, სამუშაო პროცესში კი - ერთობლივი ძალისხმევის ჩადება. აღნიშნული, ცენტრალური თუ მუნიციპალური ხელისუფლების ორგანოების მხრიდან დამოუკიდებელ საინიციატივო ჯგუფებთან თანამშრომლობას, საერთაშორისო ექსპერტების კონსულტაციების გათვალისწინებასა და ქვეყანაში არსებული რესურსისა თუ ეკონომიკური პოტენციალის მიმართ ერთიანი ხედვის შემუშავებას გულისხმობს.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების სარგებლის წარმოჩენა და შემდეგ, აღნიშნული საკითხის გადანაცვტილების მიმღებთათვის ადვოკატირება, რესპონდენტებისთვის რთულად წარმოსადგენია. ამის მიზეზად სახელდება არსებული ვითარება - სექტორში დასაქმებულ ადამიანთა რაოდენობის, ორგანიზაციებისა და მათი საქმიანობის შესახებ სტატისტიკური ინფორმაცია მიუწვდომელი ან არასრულია. მაგალითად შეგვიძლია განვიხილოთ რენჯის მიმართულება, რომელშიც, მონაწილეთა აზრით, დასაქმებულთა უმეტესობა მხოლოდ ფიზიკური პირის სტატუსით სარგებლობს, ამ შემთხვევაში კი - სექტორის შესახებ ზუსტი სურათის შექმნა შეუძლებელია. შესაბამისად, ეფექტური მართვისა და სისტემური სტრატეგიის შემუშავების გადაჭრის ერთ-ერთ გზად ადამიანური და შემოქმედებითი რესურსის იდენტიფიცირება, მონაცემთა ბაზების შექმნა და მათი მუდმივი განახლება სახელდება.

3.1.3 ბოლო ხუთი წლის განვითარებაში (კანდიდატურა პერიოდი) ყველაზე სწრაფად განვითარებადი და მოწყვდიელი შემოქმედებითი სექტორები

საქართველოში გაჩენილი შესაძლებლობებისა და მოთხოვნების საპასუხოდ შემოქმედებითი ინდუსტრიების გარკვეული სექტორები მნიშვნელოვნად განვითარდა. თბილისში მომუშავე შემოქმედებითი აქტორები განსაკუთრებულად მოთხოვნადი და ეკონომიკურ ზრდაზე დადებითი გავლენის მქონე რამდენიმე ინდუსტრიას აღნიშნავენ.

გამოკითხულთა მოსაზრების თანახმად, განსაკუთრებით გაიზარდა არქიტექტურის, მოდის დიზაინისა და მუსიკის (კლუბური მუსიკა, ფესტივალები) ინდუსტრიების როლი. დისკუსიებში, მოდისა და მუსიკის ინდუსტრიები დახასიათდა, როგორც მასკულტურისთვის მარტივად აღქმადი და მეტად მისაწვდომი მიმართულებები. ამის საპირისპიროდ, ვიზუალური ხელოვნებით დაინტერესებული მხარეები, რესპონდენტთა თქმით, ვიწრო ჯგუფები არიან.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორებს შორის, ერთ-ერთ ყველაზე წარმატებულ ინდუსტრიადა, რომელსაც პანდემიამდელი 5 წლის განმავლობაში თვალსაჩინო ზრდა და ეკონომიკური სარგებელი ჰქონდა, მუსიკის ინდუსტრია სახელდება, უფრო კონკრეტულად კი - მუსიკის ფესტივალები და საკლუბო სცენები. აღსანიშნავია, რომ სარეკლამო ინდუსტრიასთან და მეღვინეობასთან ერთად, სწორედ საკლუბო სცენა დახასიათდა გლობალურ ბაზარზე ქვეყნის შემოქმედებითი ინდუსტრიის ყველაზე კონკურენტუნარიან მიმართულებად. რესპონდენტთა თქმით, „თუ სხვა ინდუსტრიების განვითარების სტადიით რამდენიმე წლით უკან ვართ და ვვწევით, ამ შემთხვევაში, იმავე დროსა და სივრცეში წარმატებულ კონკურენციას ვუწევთ მსოფლიოს წამყვან ქვეყნებს“. უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ რესპონდენტთა შეფასებით, სწორედ საშემსრულებლო მიმართულებას, მათ შორის ფესტივალებსა თუ მუსიკალური კლუბების საქმიანობას მიაღდა ყველაზე დიდი ზიანი პანდემიის პერიოდში.

საქართველოში ელექტრონული მუსიკის სცენის და მუსიკალური ფესტივალების მიმართულების განვითარებამ და მათზე მოთხოვნის ზრდამ, მონაწილეთა აზრით, ეკონომიკური და სოციალური სარგებლის ისეთი კომპონენტები მოიცვა, როგორებიც არის:

- » მრავალფეროვანი და გრაფიკზე მორგებული სამუშაო ადგილების გაჩენა;
- » პროფესიული დარგების განვითარება და საგანმანათლებლო სივრცეებში დანერგვა;
- » ალტერნატიული სივრცეების შექმნა და ინფრასტრუქტურულად გაუმართავი შენობების ხელახალი გამოყენება;
- » კერძო სექტორისა და კულტურის ორგანიზაციების საერთო მიზნის ირგვლივ გაერთიანება;
- » კულტურული თანამონაწილეობისა და ინკლუზიურობის უზრუნველყოფა;
- » ახალი ტურისტული ნიშის შექმნა და ამ მხრივ ეკონომიკური პროცესების ხელშეწყობა.

თავის მხრივ, ხსენებული მოსაზრებების სტატისტიკური ანალიზით გამყარებაა საჭირო და რეკომენდირებულია ხსენებულ ინდუსტრიებზე ფოკუსირებული სამომავლო კვლევების წარმოებაც.

მნიშვნელოვან პროგრესად სახელდება, ბოლო რამდენიმე წლის განმავლობაში, არქიტექტურის, როგორც თანამედროვე შემოქმედებით, ისე სახელოვნებო და ინტერდისციპლინურ დარგად აღქმა. სექტორის ამგვარი განვითარება რესპონდენტებისთვის ინდივიდუალური ინიციატივების (როგორიცაა არქიტექტურის ბიენალე) დამსახურებაა. არქიტექტურის სექტორის წარმომადგენელი აღნიშნავს, რომ ცენტრალური თუ მუნიციპალური ხელისუფლების ორგანოები გარკვეულწილად ხელს უწყობენ მათ ინიციატივებს. თუმცა, სექტორის თანამედროვე განვითარების გეგმის შექმნა მხოლოდ თავად სექტორის წარმომადგენელთა პასუხისმგებლობად აღიქმება. სახელმწიფო სტრუქტურების მიდგომებზე საუბრისას, კვლევის რესპონდენტები არაერთხელ აღნიშნავენ პრობლემას, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების ერთ სისტემად აღქმას და, შესაბამისად, სექტორებისთვის თანაბრად სარგებლიანი და ერთიანი შესაძლებლობების შექმნას გულისხმობს. აღნიშნული მოცემულობა არქიტექტურისა და დიზაინის სფეროების დახასიათებისას კარგად ვლინდება.

რესპონდენტთა აზრით, სექტორის მიერ სტრატეგიული, გრძელვადიანი დაგეგმვის მიდგომის გამოყენებად ისეთი საერთაშორისო ფესტივალების ჩატარება გვევლინება, რომლებიც ერთდროულად თანამედროვე ხელოვნების, ტექნოლოგიების, არქიტექტურის, მუსიკის სექტორების თანამშრომლობის წარმატებულ მაგალითებს წარმოადგენენ და რომელთა ადაპტირება საქართველოში სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის ინტერესსაც უნდა წარმოადგენდეს.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების სწრაფი განვითარება და ამ კუთხით ქვეყნის საერთაშორისო ბაზარზე პოზიციონირების გაუმჯობესება, ბოლო რამდენიმე წლის (2015 - 2019) განმავლობაში განსაკუთრებით თვალსაჩინოა ლიტერატურის, ღვინისა და გასტრონომიის, მოდის, სარეკლამო და დიზაინის მიმართულებებით. ქართული სამეწარმეო პროდუქტის საერთაშორისო ბაზარზე გამოჩენის ტენდენცია შესამჩნევია შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლებისთვისაც. დროთა განმავლობაში დადებითად იცვლება პოლიტიკის მწარმოებელთა ხედვაც შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკურ სარგებელთან დაკავშირებით. აღნიშნულს ცხადყოფს სახელმწიფო სტრუქტურების პროგრამებში სამეწარმეო საქმიანობის ხელშეწყობის მიმართულებით გაზრდილი საკონკურსო კომპონენტი. ამ უკანასკნელში იგულისხმება როგორც კონკურსებისა და ხელშეწყობის პროგრამების რაოდენობის ზრდა, ასევე ახალი კატეგორიების და მიმართულებების გაჩენა.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორზე საუბრისას, წარმატებულად სახელდება ღვინისა და გასტრონომიის ინდუსტრიის ზრდის დინამიკაც. კვლევაში მონაწილე ერთ-ერთი ექსპერტის შეფასებით, ქართული მევენახეობა-მეღვინეობის და ღვინის კულტურისთვის, უკანასკნელი წლები წარმატებასა და განვითარებასთანაა ასოცირებული. მიუხედავად სექტორის წარმატებისა, ბოლო 2 წელი, პანდემიასთან დაკავშირებული შეზღუდვების გამო, დიდი კომპანიებისაგან განსხვავებით, დამაბრკოლებელი აღმოჩნდა მცირე მარნებისთვის. თუმცა, რესპონდენტის აზრით, სექტორი მნიშვნელოვნად არ დაზიანებულა.

ხაზგასასმელია საქართველოში თანამედროვე ხელოვნების განვითარების დადებითი დინამიკაც, რაც, კვლევის შედეგებიდან გამომდინარე, დამოუკიდებელი ინიციატივებისა და კერძო ინვესტორების ძალისხმევით შედეგია. საქართველოში, განსაკუთრებით კი - თბილისში, თანამედროვე ხელოვნების კერძო სექტორის მიერ დაფინანსების წარმატებულ მაგალითად „აჭარა ჯგუფის“ შემთხვევა სახელდება. აღნიშნული მაგალითი ქვეყანაში ბიზნესისა და კულტურის დაკავშირების უკეთესი შესაძლებლობების შექმნის წინაპირობა უნდა გახდეს.

რესპონდენტები ბოლო წლების განმავლობაში ადგილობრივი კინოინდუსტრიის განვითარების კუთხით განვითარებულ მნიშვნელოვან ცვლილებებს არ გამოყოფენ. გამონაკლისია ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სსიპ „აწარმოე საქართველოში“-ს სახელმწიფო პროგრამა - „გადაიღე საქართველოში“, რომელიც საგადასახადო ტვირთის შემსუბუქებით საერთაშორისო გადამღები კომპანიების მოზიდვაში მნიშვნელოვან როლს თამაშობს. სექტორის წარმომადგენელთა აზრით, კინოცენტრის აქტიური მუშაობის მიღმა ნაკლებია პოლიტიკური ნება ამ სფეროს რესურსის მაქსიმალური ათვისების კუთხით. კინოინდუსტრიაში მრავალწლიანი სამუშაო გამოცდილების მქონე რესპონდენტის აღქმით სახელმწიფოს მხრიდან სექტორის ფინანსური მხარდაჭერა არასაკმარისია და რესურსი - კრიტიკულად მწირი. დაფინანსების სიმცირის გარდა,

რესპონდენტთა განსაკუთრებული წუხილის საგანია მუნიციპალური კინოთეატრების არარსებობა და კინოთეატრების მონოპოლიზება. კინოინდუსტრიის მიმართულების რესპონდენტებს, მიუხედავად იმისა, რომ სხვა დარგებისგან განსხვავებით, ხელი მიუწვდებათ წამახალისებელ საერთაშორისო საინვესტიციო სქემებზე, ზრდად ტურიზმსა და შემოქმედებით სექტორებს შორის პოზიტიური კავშირის დანახვა უჭირთ. კინოინდუსტრიის წარმომადგენელთათვის მნიშვნელოვან საფრთხეს ეროვნული კინოცენტრის ბიუჯეტის შემცირება წარმოადგენს და ახალი კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული ზიანის ფონზე, სახელმწიფოს მხრიდან ქართული კინოპროდუქციის ლობირებას და მომიჯნავე სექტორებთან დაკავშირებას დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ.

კინოინდუსტრიის ერთ-ერთი წარმომადგენელი ბოლო რამდენიმე წლის გამოწვევად კინოს შექმნის პროცესში ტექნიკაზე წვდომის და შესაბამისი ხარჯების დაფარვის სირთულეებს ასახელებს, ხოლო გამოწვევების დაძლევის გზად „პოსტ-კრიზისული პერიოდის“ გათვალისწინებას და მიმდინარე პროექტისთვის სავალდებულო ალტერნატივობის შეძენაში დახმარებას ასახელებს. საუბრისას იკვეთება, რომ თანამედროვე კინოინდუსტრია ახალი გამოწვევების საპასუხოდ, ალტერნატიული დისტრიბუციის გზებსაც ეძებს. ამ პროცესში, კინოინდუსტრიის წარმომადგენლები მნიშვნელოვნად მიჩნევენ კინოსექტორის წარმომადგენელთა მაქსიმალურ მობილიზებას. რესპონდენტთა აზრით ქართული კინოპროდუქციის საერთაშორისო გაყიდვების და დისტრიბუციის პოლიტიკა სუსტია, რაც სადისტრიბუციო კომპანიების ნაკლებობით აიხსნება. აღნიშნული მდგომარეობა პროდიუსერებს დაფინანსების დამატებითი წყაროების მოზიდვის ტვირთს აკისრებს. ქართული ფილმების საერთაშორისო ბაზარზე გატანის პროცესში რესპონდენტები სახელმწიფოს მხარდაჭერის აუცილებლობას ხედავენ. მათი აზრით, ეროვნული კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ საქართველოს კანონის მე-11 მუხლი, რომელიც - ეროვნული ფილმის გაქირავების სახელმწიფო დაფინანსებას ეხება, სწორედ ამ მიმართულებით უნდა იქნას გამოყენებული⁶³.

რესპონდენტთა აზრით, ნაკლებად შეინიშნება ვიდეოთამაშების, ე.წ. გეიმინგ ინდუსტრიის ზრდის დადებითი დინამიკა. ვიდეოთამაშების ინდუსტრია საქართველოში შედარებით ახალი სფეროა და ბაზარზე დამკვიდრების კუთხით პირველ ნაბიჯებს დგამს. შემოქმედებითი ინდუსტრიების უკვე აღწერილი სექტორებიდან, სწორედ ვიდეოთამაშების ინდუსტრიის წარმომადგენლები ასახელებენ სექტორის ცნობადობის ნაკლებობას, როგორც ერთ-ერთ მნიშვნელოვან სირთულეს, რის გამოც მათი სფერო სერიოზულად არ არის აღქმული. ექსპერტთა დახასიათებით, განსხვავებით ბევრი სხვა სექტორისგან, ვიდეოთამაშების ინდუსტრია გლობალურ პროდუქტს ქმნის, რის გამოც კონკურენცია განსაკუთრებით მაღალია. აღნიშნულის პარალელურად, მოცემული სექტორი პანდემიის პერიოდში მსოფლიო ბაზარზე ერთ-ერთ ყველაზე აქტიურ და მზარდ მიმართულებად

63 მუხლი 11. ეროვნული ფილმის გაქირავების სახელმწიფო დაფინანსება:

1. ეროვნული კინოცენტრი საექსპერტო კომისიის დასკვნის საფუძველზე იღებს გადაწყვეტილებას ეროვნული ფილმის გასაქირავებლად (ასლის გამრავლება, სუბტიტრება, ვიდეოასლის დამზადება, რეკლამა და სხვ.) თანხის გამოყოფის შესახებ.
2. ეროვნული ფილმის გაქირავების სახელმწიფო დაფინანსება არ უნდა აღემატებოდეს გაქირავების საერთო ხარჯების 50 პროცენტს.

საქართველოს კანონი ეროვნული კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ, 2000, ხელმისაწვდომია ბმულზე: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/17794?publication=8#>

დასახელდა. აქვე, აღსანიშნავია, რომ საქართველოში დამკვიდრებული გეიმინგ კომპანიების განსაკუთრებული მოგებისა თუ აქტიურობის გაზომვა რთულია, ხელშეწყობის ნაკლებობის გამო.

რესპონდენტები, ბოლო 5-6 წლის (2015-2021) განმავლობაში ქვეყნის მსოფლიო რუკაზე პოზიციონირებას და სექტორებში გაჩენილ შესაძლებლობებს გარკვეულწილად სახელმწიფო ძალისხმევას უკავშირებენ. მაგალითად, სახელდება სსიპ “აწარმოე საქართველოში”-ს როლი ქართული მოდის ინდუსტრიის საერთაშორისო ბაზარზე გატანაში, ასევე “ფრანკფურტის წიგნის ბაზრობა”, რაც, თავისმხრივ, გრძელვადიანი და საიმედო კავშირების დამყარებას და ამ მხრივ კულტურული დიპლომატიის ეფექტურ ნაბიჯებს უკავშირდება. თუმცა, აღსანიშნავია ისიც, რომ რესპონდენტებს უჭირთ მსგავსი სტრატეგიების დასახელება შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვა ქვესექტორებში. დანარჩენ ქვესექტორებში წარმატების და განვითარების დინამიკას, ასეთის არსებობის შემთხვევაში, რესპონდენტები ინდივიდუალურ ძალისხმევასა და ინიციატივებს უფრო უკავშირებენ.

3.1.4 შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაფინანსება, ხელშეწყობი პროგრამები და სხვა შესაძლებლობები

მონაწილეთა უმრავლესობა დადებითად აფასებს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსა და მის დაქვემდებარებულ სსიპებში გამოცხადებულ საკონკურსო პროგრამებში შესულ ცვლილებებს. განსაკუთრებით დადებითად შეფასდა რეგიონებზე ორიენტირებული საკონკურსო პროგრამების დანერგვა. თუმცა, რესპონდენტები კრიტიკულ კითხვებს სვამდნენ კონკურსების მიზნებთან და სტრატეგიულ ხედვასთან დაკავშირებით. „გამოცხადებული კონკურსები იყო ქაოტური და რა მიზანს ემსახურებოდა ვერ გავიგეთ. ერთჯერადად ფინანსდება გაურკვეველი პროექტები, რომელსაც გრძელვადიანი ხასიათი არ აქვს...“, - განაცხადა კვლევის ერთ-ერთმა რესპონდენტმა. რესპონდენტთა ნაწილის აზრით, გამოცხადებული კონკურსები ნაკლებად პასუხობს საზოგადოებასა და შემოქმედებით სექტორში არსებულ გამოწვევებს, და ხშირ შემთხვევაში არარელევანტურია.

პროექტების პირდაპირი დაფინანსებისა და კომისიის მიერ მიღებული გადაწყვეტილების ფორმას (მათ შორის კომისიის წევრთა შერჩევის სტრუქტურას) გამოკითხულთა შორის ნაკლები ნდობა აქვს. შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენელთა კეთილგანწყობის გასაზრდელად მნიშვნელოვანია სსიპ-ების და ფონდის ტიპის ორგანიზაციებისთვის ფინანსური მხარდაჭერის გამჭვირვალე სისტემის დანერგვა. ცენტრალურ საკითხად საკონკურსო კომპონენტის სამინისტროს პასუხისმგებლობიდან მოხსნა და დეცენტრალიზებისკენ ნაბიჯების გადადგმა მოიაზრება. კონკურსებზე საუბრისას იკვეთება, რომ სახელმწიფო უწყებების ნაწილი გარკვეულწილად იზიარებს შემოქმედებით სექტორთა განწყობებს. თუმცა, აქვე აღნიშნავენ, რომ პანდემიით გამოწვეული ზიანის შემცირების და სწრაფი დახმარების აღმოჩენის შესაძლებლობა სწორედ სხვადასხვა სექტორზე მორგებული კონკურსების დანერგვის გზით დაინახეს. აქვე, აღინიშნება, რომ კონკურსებით შემოქმედებითი სექტორების განვითარების ხელშეწყობა ახალი პრაქტიკაა,

რომელიც წარმატებით დაინერგა საზოგადოებაში და მომდევნო წლებში, შესაძლოა, მეტად დაიხვეწოს.

რესპონდენტთა თქმით, საკონკურსო პროგრამების პირობები და თემატური მიმართულებები, შემოქმედებითი სექტორების ფართო ჯგუფებზე არ ვრცელდება. აღნიშნულს გამოკითხულთა შორის კონკურსების მრავალფეროვნების მოთხოვნაც ადასტურებს. მაგალითად, ხელშემწყობ პროგრამებზე საუბრისას ირკვევა, რომ ღვინოსთან დაკავშირებული ინიციატივების ძირითადი მხარდამჭერია ღვინის ეროვნული სააგენტო. კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს მიერ გამოცხადებულ პროექტებში კი, ღვინის სექტორი სამიზნე ჯგუფად არ არის წარმოჩენილი. აღნიშნულის მიმართ კრიტიკული დამოკიდებულება არ არსებობს, თუმცა სასურველ მიმართულებად სახელდება ღვინის ინდუსტრიასთან დაკავშირებული პროექტების მხარდაჭერაც.

გამოწვევების დაქადა

საკონკურსო პროგრამების ეფექტურობისა და გაცემული დაფინანსების სარგებლის გაზრდისთვის, შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლები, პირველ რიგში, სექტორული საჭიროებების კვლევის ჩატარებასა და მიმდინარე ტენდენციების გამოვლენას გვთავაზობენ. სწორედ კვლევების საფუძველზე გამოვლენილი აქტუალური თემების საპასუხო შესაძლებლობების შექმნა უნდა იყოს კონკურსების ეფექტურობის და მდგრადობის განმსაზღვრელი.

3.1.5 შემოქმედებითი ეკონომიკა - ბიზნესსაქმიანობა და დასაქმების შესაძლებლობები

კვლევის მონაწილეები, მერყევი ეკონომიკური გარემოსა და ცვალებადი პოლიტიკის პრიორიტეტების ფონზე, სექტორთა წარმომადგენლებისთვის სტაბილური გარემოს უზრუნველყოფის აუცილებლობას ხედავენ. რესპონდენტები, მდგრადი ეკოსისტემის არარსებობის ყველაზე თვალსაჩინო მაგალითად კორონავირუსით გამოწვეული პანდემიის პერიოდში გამოვლენილ სირთულეებს ასახელებენ და თვლიან, რომ უკეთესი სისტემური მიდგომის პირობებში, შემოქმედებითი ადამიანებისთვის კრიტიკული პერიოდების გადალახვა შედარებით მარტივი უნდა იყოს. აშშ-სა და ევროპის რამდენიმე ქვეყნის, მათ შორის, საფრანგეთის და გაერთიანებული სამეფოს მაგალითზე განხილული „საგანგებო ფონდის“ („emergency fund“) არსებობა, რისკების დაზღვევის და კრიზისის პერიოდში შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაცვის აუცილებელ წინაპირობად სახელდება.

ონლაინ კომერცია, საერთაშორისო პლატფორმები

შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლები, 2015-დან 2021 წლის ჩათვლით, განსაკუთრებით კი, კოვიდ-19-ის პანდემიის პერიოდში ონლაინ კომერციის ზრდის ტემპს დადებითად მიიჩნევენ. რესპონდენტები, ამ მიმართულებით, წარმატების მაგალითად, პანდემიის დაწყებიდან - კვლევის ჩატარების პერიოდამდე, დაახლოებით 120-მდე ხელოვანის და მეწარმის ონლაინ პლატფორმაზე (როგორიცაა მაგალითად „Etsy“) დარეგისტრირებას ასახელებენ. თუმცა, მათივე აზრით, მეწარმეებისა და საქართველოში შექმნილი პროდუქტის საერთაშორისო ბაზარზე გატანის პრაქტიკა მეტწილად კვლავ საერთაშორისო ორგანიზაციების ინიციატივებს, პროგრამებსა და ტრენინგებს უკავშირდება.

ონლაინ კომერციის სირთულებზე საუბრისას, პროდუქტისა თუ მომსახურების ონლაინ პლატფორმებზე განთავსებასა და საერთაშორისო რეგულაციებში გარკვევაში რესპონდენტთა ნაწილი შუამავალი რგოლის - სპეციალური ორგანიზაციებისა თუ კომპანიების მნიშვნელობას უსვამს ხაზს. „ამისთვის არსებობენ აგენტები, მენეჯერები და გაყიდვებზე არ უნდა ზრუნავდეს ხელოვანი“, - ამბობს ერთ-ერთი სახელოვნებო დარგის წარმომადგენელი. ონლაინ კომერციისა და საერთაშორისო ბაზრობების თუ პლატფორმების გამოყენების სირთულებს შორის იკვეთება:

- » ადმინისტრაციული ხარჯების დაფარვის სირთულები.
- » საერთაშორისო ტრანსპორტირების მაღალი ხარჯები.
- » კომპიუტერული უნარებისა და ენის ბარიერი.
- » საქართველოს ნაკლები ხილვადობა ევროპის ბაზარზე.
- » ინფორმაციის ნაკლებობა ონლაინ კომერციის სხვადასხვა მეთოდსა და გზაზე.
- » საავტორო უფლებებთან დაკავშირებული კანონმდებლობის არასაკმარისი ცოდნა და იურიდიული კონსულტაციის საჭიროება.
- » ხარისხის კონტროლის ნაკლებობა.
- » პროდუქტის ფასის შერჩევის, ბაზრის შესწავლის და კონკურენტუნარიანი გარემოს შესახებ ცოდნის საჭიროება.

გამოწვევების დაძლევა

მონაწილეები ონლაინ კომერციის ხელშეწყობის გზად კერძო სექტორის და სახელმწიფოს კოლექტიურ ძალისხმევას მიიჩნევენ, რაც გულისხმობს:

- » მიმწოდებელ საერთაშორისო კომპანიებთან და საქართველოს ფოსტასთან მოლაპარაკებას ტარიფების დარეგულირების და ხელმისაწვდომი გარემოს შექმნაზე.
- » საქართველოს საერთაშორისო ბაზრობებზე პოპულარიზებასა და ქართული პროდუქტის ონლაინ რეკლამას.

- » საგრანტო პროექტების შემოთავაზების პროცესში, ცალკე კომპონენტად ონლაინ კომერციის ხელშეწყობის შემოტანას და მუდმივი, თუნდაც მცირედი დაფინანსების არსებობას.
- » საკონსულტაციო ჯგუფების/მომსახურების შექმნას, ადგილობრივ და საერთაშორისო ასოციაციებთან თანამშრომლობით.

ქართული პროექტის ექსპორტი

ქართული პროდუქტისა და მომსახურების ექსპორტის მაღალ მაჩვენებლებზე საუბრობს კვლევაში მონაწილე შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენელთა უმეტესობა. რესპონდენტთა შეფასებით, ყველაზე აქტიური დიზაინთან და გამოყენებით ხელოვნებასთან დაკავშირებული (მოდის დიზაინი, ხელნაკეთი დიზაინ პროდუქტები) და ღვინის ინდუსტრია. საერთაშორისო გაყიდვების დადებითი დინამიკის მიუხედავად, ვლინდება საექსპორტო ბაზრის გაზრდის და გამრავალფეროვნების საჭიროება, რის საშუალებადაც, რესპონდენტები, სახელწიფოს დახმარებასა და სტრატეგიული გეგმის შემუშავებას მიიჩნევენ. მაგალითად, ღვინის ინდუსტრიის წარმომადგენელისთვის განსაკუთრებული უკმაყოფილების საგანია ქართული ღვინის ექსპორტში რუსეთის, როგორც გასაღების წამყვანი ბაზრის როლი. რესპონდენტის აზრით, რუსეთის ბაზარზე დამოკიდებულება არამდგრადი, არასტაბილური და მნიშვნელოვანი რისკების შემცველი მდგომარეობაა. ერთ-ერთი ექსპერტის თქმით, არსებული სურათი განპირობებულია კერძო ბიზნესმენების პირადი ნებით, რომელთაც საკუთარი საექსპორტო პროდუქციის 90-100% რუსეთს დაუთმეს. ხაზგასასმელია, რომ რესპონდენტთა შეფასებით, ეროვნული პოლიტიკა, ღვინის ეროვნული სააგენტო და ა.შ. რუსულ ბაზარს არ მიემართება და სხვა ქვეყნებზეა ორიენტირებული.

ექსპორტის ერთ-ერთ წარმატებულ მაგალითად ქართული მოდის ინდუსტრია და ბოლო წლებში ქართველ დიზაინერებზე საერთაშორისო მოთხოვნის ზრდა სახელდება. აღნიშნული, რესპონდენტთა შეფასებით, ძირითადად „თბილისის მერსედეს-ბენცის მოდის კვირეულს“ უკავშირდება. ამასთანავე, ხელშემწყობ ინიციატივებს შორის დასახელდა სსიპ „აწარმოე საქართველოში“-ს მიერ ქართველი დიზაინერების პროდუქციის საერთაშორისო „შოურუმებში“ გამოფენის ხელშეწყობა. კვლევის შედეგების ანალიზი აჩვენებს იმასაც, რომ დამოუკიდებელი აგენტების ნაკლებობის მიუხედავად, ბოლო წლებში, სექტორის წარმომადგენლებმა ინდივიდუალური ძალისხმევით წარმატებით მოახერხეს უცხოელი მყიდველების დაინტერესება და მოზიდვა.

მოდის ინდუსტრიისგან განსხვავებით, სახვითი ხელოვნების სფეროში პროდუქციის საერთაშორისო ბაზარზე გატანისა და გაყიდვის შედარებით ნაკლები მაგალითებია. არსებული პრაქტიკები, ძირითადად კერძო გალერეების, კულტურის მენეჯერებისა და საერთაშორისო აუქციონების სპეციფიკის მცოდნე ადამიანების ძალისხმევას უკავშირდება. თანამედროვე ხელოვნების წარმომადგენლები განსაკუთრებულად მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ ქართული თანამედროვე ხელოვნების ექსპორტის ხელშეწყობას ევროპისა და აზიის ბაზრებზე, რომელთაგანაც, უკანასკნელი ნაკლებად ათვისებულია და სახელდება.

დასაქმება და დაბალი ანაზღაურება

შემოქმედებით ინდუსტრიებში დაბალი ანაზღაურების საკითხი გამოწვევას წარმოადგენს როგორც ინდუსტრიებში ჩართული ადამიანებისთვის, ასევე მათი ხელშემწყობი ორგანიზაციებისთვის. შემოქმედებით სფეროში დასაქმებულთა უმეტესობა, ერთდროულად რამდენიმე სამსახურსა და პოზიციას და ხშირად საერთოდ განსხვავებულ სექტორებში მუშაობს. ყველაზე დაბალანაზღაურებად პოზიციებად სახელოვნებო/სამუსიკო სასწავლო დაწესებულებების თანამშრომელთა და თეატრის მსახიობთა პროფესიები სახელდება. თავის მხრივ, თვით-დასაქმებულები მნიშვნელოვან გამოწვევად შემოსავლის არასტაბილურობას ასახელებენ. აღსანიშნავია, რომ ანაზღაურების პრობლემებს მუნიციპალურ ორგანიზაციებშიც ვაწყდებით. მაგალითად, მუნიციპალური ორგანიზაციების თანამშრომლებისათვის, რესპონდენტებზე დაყრდნობით, განსაკუთრებით რთულია ცხოვრების მინიმალური ან საშუალო სტანდარტის შესაბამისად მოწყობა. სამსახურებრივი შემოსავალი ვერ ფარავს ბაზისურ საჭიროებებს, - „მუნიციპალური სახელოვნებო სკოლების მასწავლებლები (მაგ. მუსიკის მასწავლებლები) კერძო გაკვეთილებით ცდილობენ თავის გატანას.“

დარგის განვითარების წინაშე მდგარ ზოგად გამოწვევათა შორის, აქტიურად სახელდება დაბალი შემოსავლების საკითხი, - „დაბალი შემოსავალი ქმნის დაბალი ხარისხის პროდუქტს. რეალობა ასეთია. ნაკლები მოტივაციაა. არ იღლის თავს. წამყვანი ფაქტორია ეკონომიკური დაინტერესება. არიან არტისტები, რომლებიც როგორც კი მიდიან საქართველოდან, კარგად იმკვიდრებენ ხოლმე თავს“. რესპონდენტის აზრით, სწორედ ამ მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის გამო თავს იჩენს მნიშვნელოვანი პრობლემები.

3.1.6 საკანონმდებლო და მარეგულირებადი ჩარჩო

შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლების მხრიდან განსაკუთრებული მნიშვნელობის საკითხად სფეროს მარეგულირებელი ჩარჩოს გადახედვა და მოქნილი საკანონმდებლო პირობების შექმნა სახელდება. საკვანძოდ მიიჩნევა სფეროში ინვესტირების წამახალისებელი მექანიზმების განვითარება. კერძოდ, კვლევის მონაწილეთა უმეტესობა, უკეთესი საინვესტიციო გარემოს ჩამოყალიბების ქრილში ფილანთროპიის ხელშემწყობი კანონმდებლობის შემოღებაზე საუბრობს. რესპონდენტთა აზრით, კერძო სექტორის მხრიდან შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაფინანსების მთავარი მოტივაცია, საგადასახადო ვალდებულების შემცირება უნდა იყოს. არსებულ კანონმდებლობაში ცვლილების შეტანისა თუ ფილანთროპიასთან დაკავშირებული ცალკე მდგომი კანონის დამტკიცება რამდენჯერმე იყო ინიცირებული, თუმცა როგორც შემოქმედებითი სექტორი, ასევე სახელმწიფო სტრუქტურების წარმომადგენლები, თვლიან, რომ საკითხის ადვოკატირება მხოლოდ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური სარგებელის და წლიურ ეკონომიკურ ზრდაში მისი წილის აღიარების შემთხვევაში იქნება შესაძლებელი.

პრობლემურ საკითხებს შორის დასახელდა შესყიდვებთან დაკავშირებული კანონმდებლობა. აღინიშნა, რომ სახელმწიფოს მხრიდან შემოქმედებითი პროდუქტისა და მომსახურების

ტენდერის გზით შეძენა შემოქმედებითი სექტორსა და სამთავრობო სტრუქტურებს შორის თანამშრომლობის გზებს საგრძნობლად ამცირებს. სახელმწიფოს მხრიდან შემოქმედებითი სექტორისგან პროდუქტის შეძენის სირთულე და შესყიდვების კანონი ბარიერად გარდაიქმნება წარმატებული იდეის განხორციელების გზაზე. ერთ-ერთი რესპონდენტის თქმით, მაგალითად: „იბეჭდება ძალიან კარგი ვიზუალური მასალა. განმცხადებელი წარმოადგენს კრიტერიუმებს. რომელი კომპანიაც შემოვა დაბალი ფასით, ის იმარჯვებს. შეიძლება ეს პროდუქტი არ იყოს ისეთი, როგორიც იყო ჩაფიქრებული და იღებ დაბალ ხარისხს“.

მოქნილი საგადასახადო სისტემა

შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლები და ექსპერტები, ინდუსტრიების დამოუკიდებელი არსებობისა და ფუნქციონირების სირთულეებს არსებულ საგადასახადო სისტემასაც უკავშირებენ და თვლიან, რომ მოსახლეობას უნდა შეეძლოს საკუთარი გადასახადებიდან თუნდაც მინიმალური პროცენტის მათ მიერვე შერჩეულ შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ ორგანიზაციასა თუ კომპანიაში მიმართვა. რესპონდენტები მსგავსი სისტემის არაერთ წარმატებულ მაგალითს ასახელებენ და მიიჩნევენ, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების მდგრადობა ამ გზით შეიძლება იქნას უზრუნველყოფილი.

ფილანთროპიის კანონი

კანონმდებლობაში რიგი ცვლილებების შემოტანის საჭიროებაზე საუბრისას ყველაზე ხშირად ფილანთროპიის კანონის ადაპტირება სახელდება. აღსანიშნავია, რომ თბილისში შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა ის ნაწილი, რომელიც მოცემულ ინიციატივას უჭერს მხარს, მისი სარგებლიანობის ვალიდურ არგუმენტებსაც ხედავს, თუმცა მონაწილეთა ნაწილი საკითხისადმი სიღრმისეულ ცოდნას არ ავლენს. ერთ-ერთი რესპონდენტი ამბობს, - „არის მაგალითები განვითარებულ სამყაროში, რომ როდესაც კერძო კომპანია აფინანსებს კულტურას, განათლებას, ის სხვადასხვა ტიპის საგადასახადო შეღავათით სარგებლობს, რაც ახალისებს მას, რომ უფრო მეტად დააფინანსოს სექტორი“. კანონი ფილანთროპიის შესახებ, რესპონდენტების აზრით, ცენტრალურ თუ მუნიციპალურ დაფინანსებაზე დამოკიდებულებისგან განთავისუფლებას უკავშირდება. აღნიშნული შემოქმედებითი სექტორს დამოუკიდებლად არსებობის საშუალებას მისცემს.

სექტორის დაფინანსებაზე საუბრისას, საკანონმდებლო სისტემის სრულყოფის გარდა, რესპონდენტები ცენტრალური ხელისუფლების ორგანოების მიერ ადმინისტრაციული პროცედურების სრულყოფას ასახელებენ. აღნიშნული, სექტორის დაფინანსებისთვის განკუთვნილი ბიუჯეტის ისეთ ორგანიზაციებზე დელეგირებასა და განაწილებას გულისხმობს, როგორიც მაგალითად „შემოქმედებითი საქართველო“. რესპონდენტები კულტურის ფონდის შექმნის იდეას და მის შესახებ საჯარო განცხადებებს იხსენებენ, თუმცა იდეის განხორციელების სირთულეები ან გადაწყვეტილების ცვლილება მათთვის უცნობია.

მანუფაქტურის შესახებ კანონი

კვლევისას აუდიო-ვიზუალური სექტორის წარმომადგენლები აქტიურად განიხილავდნენ მანუფაქტურის შესახებ კანონს. ისინი მიიჩნევენ, რომ შემოქმედებითი ევროპის მედია ქვეპროგრამაში საქართველოს სრული გაწევრიანება ინდუსტრიების განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი ნაბიჯი იქნება. აღნიშნული, თავის მხრივ, საქართველოს კანონმდებლობის ევროკავშირის აუდიოვიზუალურ დირექტივასთან დაახლოებასა და შესაბამისი შესაძლებლობების ზრდას გულისხმობს. მანუფაქტურის კანონის ასოცირების ხელშეკრულებით გათვალისწინებული, ევროდირექტივის შესაბამისი რედაქცია, რესპონდენტთა ინფორმაციით, არ მიღებულა. შემოქმედებითი ევროპის პროგრამის მედია ქვეპროგრამის დაფინანსების 14 სქემიდან, შემოქმედებითი ინდუსტრიის წარმომადგენლებს მხოლოდ შემდეგ 4-ზე აქვთ წვდომა: კინოფესტივალების ხელშეწყობა, კინოგანათლების ხელშეწყობა, ტრენინგები და ბაზრებზე წვდომის ხელშეწყობა. ისეთ სქემაში მონაწილეობის უფლება, როგორცაა კინოპროექტების განვითარების ხელშეწყობა, ვიდეოთამაშების ხელშეწყობა და საერთაშორისო კოპროდუქციები, საგრძნობლად გაამრავალფეროვნებს და გაზრდის ინდუსტრიების დაფინანსების გზებს და ხელს შეუწყობს საქართველოს შემოქმედებითი პროდუქტის საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომას.

საავტორო უფლებების შესახებ კანონი

საკანონმდებლო გარემოს განხილვისას, რესპონდენტთა მხრიდან დადებითად შეფასდა საავტორო უფლებების კანონი, რომელიც, მრავლისმომცველი და მოქნილია და შემოქმედებითი ინდუსტრიის წარმომადგენლებს ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის სხვადასხვა მექანიზმს სთავაზობს. საყურადღებოა, რომ გამოკითხულ რესპონდენტთა მხოლოდ მცირე ნაწილი საუბრობს კანონის გამოყენების პირად პრაქტიკაზე. ბოლო წლების განმავლობაში, კანონის საქმიანობაში გამოყენების პრაქტიკული მაგალითების ძირითადი ნაწილი მუსიკის ინდუსტრიას უკავშირდება. აღნიშნული ინდუსტრიის წარმომადგენლები კანონის გამოყენების სიხშირეს მუსიკოსებისა და შემსრულებლების პროდუქტების საერთაშორისო ონლაინ პლატფორმებზე განთავსების დადებით ტენდენციებსაც უკავშირებენ, და მიიჩნევენ, რომ მათ გლობალურ და კონკურენტულ ბაზარზე გასვლამ საავტორო უფლებების დაცვისკენ მეტად უბიძგა.

აღსანიშნავია, რომ შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლები საავტორო და მომიჯნავე უფლებების შესახებ კანონს, როგორც საკუთარი უფლებების დაცვისას, ასევე სხვა ავტორების მიერ შექმნილი პროდუქტის (განსაკუთრებით კი აუდიოვიზუალური) გამოყენების უფლების მოპოვებისას მიმართავენ. რესპონდენტთა აზრით, შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლები არასაკმარისად იცნობენ საკუთარ უფლებებს, რაც აზარალებს როგორც სექტორებს, ასევე ბიზნესს, რომელიც შემოქმედებით პროდუქტს იყენებს. კანონის დაცვის აუცილებლობა ხარისხის მატების წინაპირობადაც განიხილება. მონაწილეებისთვის სასურველია საკითხისადმი ცოდნის გაზრდა - საინფორმაციო შეხვედრებით, იურიდიული კონსულტაციებითა და საზოგადოებისთვის გამართივებულ ენაზე ინფორმაციის მიწოდებით, ამავდროულად კი - ქვეყანაში შემოქმედებითი პროდუქტის „მეკობრეული“ გზით გავრცელების შესაბამისი მექანიზმებით შეზღუდვა.

3.1.7 კომუნიკაცია და ინფორმაციაზე წვდომა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევა, რაზეც ინდუსტრიებში დასაქმებულები და სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლები თანხმდებიან, კომუნიკაციის ხარვეზები, ასევე, ინფორმაციის უზრუნველყოფის, მასზე თანაბარი წვდომისა და თანამონაწილეობის ნაკლებობაა.

შემოქმედებით სექტორებში დასაქმებულ იმ პირებს, რომლებიც, ბოლო წლების განმავლობაში, ამ ინდუსტრიების განვითარების ხელშეწყობას კვლევებით ცდილობენ, მიაჩნიათ, რომ მათ მიერ იდენტიფიცირებულ გამოწვევებს არავინ ისმენს. „იქნებ არასწორი ადრესატები გვყავს შერჩეული“, - ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი და გაკვირვებას გამოხატავს კომუნიკაციის ხშირად ცალმხრივ, სექტორიდან სახელმწიფო სტრუქტურებისკენ მიმართულ ფორმასთან დაკავშირებით.

კომუნიკაცია სახელმწიფო ინსტიტუტებსა და შემოქმედებით საქმეს შორის

კვლევის რესპონდენტთა შეფასებით, კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს არათანმიმდევრული და მინიმალური კომუნიკაცია აქვს შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლებთან, თბილისსა და რეგიონებში. განსაკუთრებულ საჭიროებას სამინისტროს მხრიდან თანმიმდევრული გეგმის შემუშავება წარმოადგენს, რაც ხელს შეუწყობდა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონის მუშაობის კოორდინაციას, მონაცემების და ინფორმაციის მოპოვებას და აქტიურ თანამშრომლობას.

კომუნიკაციასთან დაკავშირებული გამოწვევა, თავის მხრივ, ერთიანი სტრატეგიის არქონით, ადამიანური რესურსის და დროის სიმცირით აიხსნება. ამ კუთხით ხელისშემშლელ ფაქტორებს შორის რესპონდენტები არასტაბილურ პოლიტიკურ გარემოს და სამთავრობო სტრუქტურებში მუდმივად მიმდინარე საკადრო ცვლილებებსაც ასახელებენ.

წყაბაღათაშორისი კომუნიკაცია და კოორდინაცია, ინფორმაციაზე თანაბარი წვდომა

სახელმწიფო უწყებების მხრიდან კადრების ცვლაზე მეტად მნიშვნელოვან გამოწვევად უწყებათაშორისი კოორდინაციის პრობლემა სახელდება. აღნიშნულის მიზეზად ბოლო 5 წლის განმავლობაში კულტურის სამინისტროსა და განათლების სამინისტროს ჯერ გაერთიანება და შემდეგ კვლავ გამოყოფა სახელდება. თუმცა, ამჟამად, კულტურის, როგორც დამოუკიდებელი სამინისტროს, განათლების სამინისტროსთან თანამშრომლობა რესპონდენტების მიერ დადებითად ფასდება. მათი აზრით, ეს თანამშრომლობა შედეგზეა ორიენტირებული, აღნიშნული კი - სახელოვნებო განათლების მიმართულებით გადადგმულ ნაბიჯებზე აისახება. მიუხედავად დადებითი ცვლილებებისა, კულტურის სტრატეგიის შესაბამისად, გასამყარებელია სხვადასხვა უწყებას შორის კოორდინაცია.

რესპონდენტთა მიერ, გამოწვევად საჯარო ინფორმაციაზე წვდომაც სახელდება. მაგალითად, რესპონდენტი, მერიის მხარდამჭერ პროგრამებზე საუბრისას, კრიტიკულად აფასებს ინფორმა-

ციის საყოველთაობისა და მისაწვდომობის საკითხს და ხედავს მეტი ღიაობისა და ინფორმაციის გავრცელების საჭიროებას: „მე რომ ვიყო გარეშე პირი, მინდოდეს აპლიკაციის შევსება, თუ არ მეყოლებოდა ელიტური მეგობრების წრე ანაც ნაცნობი აქტიური სტუდენტი, რომელსაც ამ ინფორმაციას ლექტორები ზეპირსიტყვიერად უზიარებენ, დიდი შანსია, ვერც მიმეღო შესაბამისი ინფორმაცია. ვფიქრობ, საჭიროა მეტი და სხვადასხვა სახის რეკლამა. საკმარისი არ არის მერიის გვერდზე გაზიარება.“

აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად რიგი საკითხების არსებობისა, რაზეც შემოქმედებითი სექტორების და სახელმწიფო სტრუქტურების წარმომადგენლები თანხმდებიან, კვლევის შედეგების ანალიზი აჩვენებს, რომ მხარეებს შორის კომუნიკაცია ჯერ კიდევ არასაკმარისად ეფექტურია და გაუმჯობესების მნიშვნელოვანი ტენდენცია ჯერ არ ჩანს. აღნიშნულის გათვალისწინებით, რთულია ინდუსტრიებში არსებული გამოწვევებისა და რელევანტური ადრესატების ერთმანეთთან დაკავშირება. ორ მხარეს შორის თანამშრომლობის სირთულეებში, საყურადღებოა შემდეგი:

- » კულტურის განვითარების სტრატეგია ბუნდოვანია შემოქმედებითი სფეროებში დასაქმებულ რესპონდენტთა უმეტესობისთვის, რაც მათი მხრიდან შესაძლებლობების გამოყენებისას პასიურობაში გამოიხატება.
- » შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა უმრავლესობას, სახელმწიფოს შეზღუდული რესურსის და უწყებებში არსებული გამოწვევების სწორი შეფასება უჭირს.
- » სახელმწიფო უწყებების წარმომადგენლები ხედავენ და იაზრებენ შიდა გამოწვევებს, თუმცა, შეზღუდული ადამიანური რესურსის გამო, მათი დაძლევის გრძელვადიანი სტრატეგიის შემუშავება მნიშვნელოვან სირთულედ ესახებათ.
- » მართვაზე პასუხისმგებელი მუნიციპალური თუ ცენტრალური სახელისუფლებო უწყებების მართვის ეფექტიანობის გაზრდა სახელდება (მნიშვნელოვან) საჭიროებად.
- » მუდმივად ცვალებადი პოლიტიკური გარემო და სამინისტროში ხშირი საკადრო ცვლილებები საგრძნობლად აფერხებს შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დასაქმებულ ადამიანთა და გადაწყვეტილებების მიმღებებს შორის ისედაც მწირ კომუნიკაციას. რესპონდენტები ნდობის დაკარგვას პირდაპირ უკავშირებენ არასტაბილურ გარემოს და თვლიან, რომ სახელმწიფო უწყებებთან გაცნობითი შეხვედრების დიდი ნაწილი, მხოლოდ ახალი კადრების ინფორმირებისა და მათი ხელახლა გაცნობის მიზანს ემსახურება.

3.1.8 საგანმანათლებლო პროგრამები და პროფესიული განათლების ხელშეწყობა

კვლევაში მონაწილე შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლები საგანმანათლებლო პროგრამების დაბალ ხარისხზე ამახვილებენ ყურადღებას. მათი თქმით, სექტორში მომუშავე ადამიანთა დიდი ნაწილი საჭირო უნარ-ჩვევებს თვითსწავლის მეტოქით იძენს. დისკუსიისას იკვეთება იმ სახელოვნებო, საგანმანათლებლო დაწესებულებებისადმი კრიტიკა, რომლებიც სექტორში ადამიანური რესურსების შექმნასა და განვითარებაზე უნდა იყვნენ პასუხისმგებლები. ინდუსტრიაში ვლინდება, როგორც შესაბამისი ხელობის მცოდნე, ისე მართვის უნარების მქონე პერსონალის საჭიროება, თუმცა, შესაბამისი უმაღლესი თუ პროფესიული საგანმანათლებლო პროგრამების დეფიციტის გამო, გამოცდილი კადრის პოვნა ძალიან რთულია. „სულ რომ ტექნიკურ საქმეზე ვისაუბროთ, ქვეყანაში არის 3 მკერავი და ამ სამთან მუშაობს 50 ბრენდი. ამ ცოდნის გაზიარებაზე, ან სასწავლებელში პროფესიის დაუფლებაზე საუბარი ზედმეტია“, აღნიშნავს მოდის ინდუსტრიის წარმომადგენელი.

მონაწილეთა უმრავლესობა, არსებული გამოწვევების დაძლევის გზად თანამონაწილეობას ხედავს. რესპონდენტებმა დაასახელეს პროფესიული სასწავლებლების დაფუძნების, სასერტიფიკატო კურსების შექმნის, საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარების და პროგრამული შესწავლის, როგორც უკვე განხორციელებული - ისე სამომავლო გეგმები. აღსანიშნავია, რომ ინიციატივების ავტორებმა სასწავლო კურსების შემუშავებისა და პროგრამებისთვის ფინანსური მხარდაჭერა საერთაშორისო ორგანიზაციების და პარტნიორების მხარდაჭერით მოიპოვეს.

რესპონდენტები შემოქმედებითი სექტორის კომერციალიზაციისთვის ხელშემწყობი გარემოს შექმნის გზას კულტურის სტრატეგიისა და საკანონმდებლო ჩარჩოს გადახედვის გარდა, საგანმანათლებლო პროგრამების გაძლიერებაში ხედავენ. ყველაზე მოთხოვნადი პროფესიები, რომელთა განვითარებას ბიზნესისა და კულტურის დაკავშირებაზე მნიშვნელოვანი გავლენა შეიძლება ჰქონდეს, არის - კულტურის მენეჯერი და აგენტი, პროდიუსერი, კურატორი, ხარისხის კონტროლის სპეციალისტი და ა.შ.

კვლევის საყურადღებო მიგნებად მიგვაჩნია, ფოკუსჯგუფების რესპონდენტთა მხრიდან მსგავსი შეხვედრების (როგორიც მოცემული კვლევის ფოკუს-ჯგუფებია) ხშირად ჩატარების და სექტორული გამოწვევების პერიოდული იდენტიფიცირების სურვილი. ჩატარებული ფოკუსჯგუფები, თითოეულ შემთხვევაში, შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა ნაწილისთვის ერთმანეთის გაცნობის და ახალი კავშირების დამყარების იშვიათი შესაძლებლობა აღმოჩნდა (მაგალითად, კვლევისთვის დაგეგმილი შეხვედრების შედეგად ფესტივალების ასოციაციას დაუკავშირდა 3 ფესტივალი, ხუთმა წარმომადგენელმა გამოხატა სივრცეების გაზიარების და ადმინისტრაციული ხარჯების გადანაწილების სურვილი, მონაწილეთა ინიციატივით, წარმოიქმნა როტაციული კადრების შექმნის იდეა ფესტივალებისა და ღონისძიებებისთვის, რომელიც მსგავს ტექნიკურ პერსონალს მოითხოვს).

სადისკუსიო შეხვედრების დროს რესპონდენტებმა ქსელების გაზრდის და საშემსრულებლო/საფესტივალო სცენის ინდივიდუალური ძალისხმევით გაძლიერების რისკებზეც ისაუბრეს და აღნიშნეს, რომ, ხშირად, მათ მიერ ინიცირებულ გადანაცვებებებსაც არ აქვს სისტემური ხასიათი, რადგან საშემსრულებლო ინდუსტრია თავისთავად არასტაბილურია, განსაკუთრებით პანდემიის პერიოდში და ასეთ კრიზისულ სიტუაციებში სახელმწიფოს მხრიდან დახმარებას საჭიროებს. საკითხის სიმწვავე განსაკუთრებით ახალი კორონავირუსით გამოწვეული პანდემიის პერიოდში გამოიკვეთა.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა დიდი ნაწილი ქსელების გაფართოებისა და ქვეყანაში მოქმედი აქტორების დაკავშირების მნიშვნელობაზე საუბრობს და აღნიშნავს, რომ ქსელი ხელს შეუწყობს როგორც შემოქმედებითი სექტორების შიგნით კომპანიებისა და ორგანიზაციების ერთმანეთის უკეთ გაცნობასა და დაკავშირებას, ასევე რესურსების გაზიარებას და ამ მხრივ ეფექტურ თანამშრომლობას. რესპონდენტთა აზრით, ახალი კავშირების დამყარება ბიზნესისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების შეხვედრისა და თანამშრომლობის შესაძლებლობასაც გააჩენს.

3.1.9 შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის არსებული რესურსები და საჭიროებები

რესპონდენტთა მიერ კულტურის სექტორის ერთ-ერთ მიმდინარე საჭიროებად კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსა და სხვა სამთავრობო უწყებების მიერ შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დასაქმებულთა შესახებ მონაცემთა ბაზების წარმოება სახელდება. „შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორების, ორგანიზაციებისა და დამოუკიდებელი ხელოვანების თუ მენარმეების შესახებ ბაზები იქმნება კონკრეტული ღონისძიებების, კონკურსების ჩატარების შედეგად და პირადი კონტაქტების გამოყენებით“. აღნიშნულ პრობლემაზე ღიად და კრიტიკულად საუბრობს რესპონდენტი და ამასვე მოწმობს მკვლევართა მიერ სამინისტროსგან გამოთხოვილი მონაცემთა ბაზებიც.

კვლევაში დასახელებულ ძირითად გამოწვევებს შორის აქტიურად სახელდებოდა შემოქმედებით სფეროში დასაქმებულთა სივრცეებით უზრუნველყოფის საკითხი, კერძოდ კი - სამუშაო სივრცეებისა და საბიზრო რესურსის არარსებობა, შეხვედრებისთვის განკუთვნილი თუ ისეთი თავისუფალი სივრცეების ნაკლებობა, სადაც მოხდება პროფესიული გადაკვეთა, კავშირების და თანამშრომლობის დამყარება/გაღრმავება.

თბილისის კულტურულ ცენტრებთან, საჯარო შენობებთან, მუზეუმებსა და თეატრებთან თანამშრომლობის ბიუროკრატიული, გართულებული ფორმა რესურსების მინიმიზაციას კიდევ უფრო ამწვავებს. სივრცეებთან დაკავშირებულ რამდენიმე საყურადღებო პრობლემას ასახელებს შემოქმედებითი ინდუსტრიის ყველა სექტორის წარმომადგენელი, რაც მათი საქმიანობის შემაფერხებელ ფაქტორს წლების განმავლობაში წარმოადგენდა. შეხვედრის

მონაწილეები ჰყვებიან, რომ ხშირად საჯარო შენობებისა და სივრცეების გადაღებისა თუ სხვა მარტივი ღონისძიების ჩატარებისთვის გამოყენებას შეიძლება ექვსთვიანი მოლაპარაკებები სჭირდებოდეს. ერთპიროვნული გადაწყვეტილებების, ქირის მაღალი საფასურის ან სულაც საჭირო სივრცეების არარსებობის გამო, შემოქმედებითი ინდუსტრიის აღნიშნული სექტორები საგრძნობლად ბარალდებიან. „გადაღებისთვის როდესაც გვჭირდება სახელმწიფო მუზეუმები, ან შენობები, ეს იმხელა ბიუროკრატიასთან არის დაკავშირებული... არ ვიცი ვინ უნდა ჩართო, რომ შეგიშვან და 15 წუთით გადაღების საშუალება მოგცენ. სხვა ქვეყნების მაგალითზეც რომ ვისაუბროთ, საზღვარგარეთ, უბრალო განცხადების დანერის შემდეგ შეგვიძლია შევიდეთ და გადავიღოთ, ზედმეტი ადამიანების ჩართვის გარეშე. აქ კი, 6-თვიანი მოლაპარაკება გვქონდა მუზეუმში 1 კადრის გადაღებაზე“. - ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი.

საყურადღებოა, რომ კვლევაში მონაწილე ასოციაციებისა და გაერთიანებების წარმომადგენლები მათ თავდაპირველ დანიშნულებად შემოქმედებით სექტორებში მატერიალური, ადამიანური და ფინანსური რესურსის დამატებითი წყაროების მოძილებასაც მოიაზრებენ, თუმცა მსგავსი ასოციაციების მდგრადობის პრობლემაც იკვეთება, რაც წევრთა მოტივაციის ნაკლებობითაა ახსნილი. აღნიშნულ მდგომარეობაში ასოციაციათა ნაწილი ძირითად ფუნქციად საჭიროებების აღვოკატირებას და ცნობიერების ამაღლებას ითვებს და კრიტიკული სახელმწიფოს მიმართ რჩება.

სექტორების წარმომადგენლები გამოკვეთილი საჭიროებების გადაჭრის გზად კოლექტიურ მიდგომას ხედავენ და თვლიან, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაზე ზრუნვა სექტორებისა და სახელმწიფოს თანაბარი პასუხისმგებლობაა. მონაწილეთა აზრით, თუ სახელმწიფო და დამოუკიდებელი ორგანიზაციები გაზრდიან კონკურსების რაოდენობას და მათ მეტად მორგებულს გახდიან ისეთ საჭიროებებზე, როგორიც ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება, ტექნიკური აღჭურვის გაზრდაა, გაცილებით ეფექტური აღმოჩნდება თანამშრომლობაც.

კვლევაში მონაწილე არქიტექტურის სექტორის წარმომადგენლები ამბობენ, რომ თანაბარი საკონკურსო პირობების შექმნის შემთხვევაში, საჯარო შენობებისა და სივრცეების რესტავრირებაზე გამოცხადებულ კონკურსში მონაწილეობას მიიღებდნენ. როგორც რესპონდენტები ამბობენ, არქიტექტურული კომპანიების დიდი ნაწილი მოკლებულია საჯარო შენობებზე მუშაობის შესაძლებლობას, რადგან პროექტების შემსრულებლები (როგორიც იპოდრომის განახლების შემთხვევაზე საუბრისას დასახელდა) ხშირად გაუმჭირვალე ან არასაკონკურსო გზითაა შერჩეული. ამავდროულად, მონაწილეები, ტენდერების მაგალითზე, ხელოვნურად შექმნილ ბარიერებზე საუბრობენ და კერძო ინდივიდებზე მორგებულ პირობებსა და გართულებულ კომუნიკაციის ფორმებს ასახელებენ.

რესპონდენტთა უმრავლესობისთვის საკუთარი გამოწვევების გამოცდილების გაზიარება სახელმწიფო სტრუქტურებთან და გადაწყვეტილების მიმღებებთან ერთგვარი კომუნიკაციის გზა არის. ისინი სამთავრობო უწყებებთან და კერძო სექტორთან აქტიური თანამშრომლობის სურვილს გამოხატავენ, და ამისთვის მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ შემოქმედებითი რესურსის პოტენციალის შეფასებას, მასზე მუშაობის ერთიანი ხედვის შემუშავებას და ამ საკითხების გარშემო ინტერაქტიულ კომუნიკაციას.

3.2 კვლევის შედეგები - შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება, გამოწვევები და საჭიროებები - საქართველოს რეგიონების კარსაქეტივა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების და ამ განვითარებისთვის არსებული შესაძლებლობების დედაქალაქისგან განსხვავებულ სურათს ვხვდებით საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში. რეგიონული კონტექსტის აღსაქმელად, კვლევისთვის მნიშვნელოვანი იყო შემოქმედებითი ინდუსტრიების ხელშეწყობისთვის მუნიციპალიტეტების მიერ შესრულებული სამუშაოს გაანალიზება. კვლევის წინამდებარე ნაწილი 11 რეგიონის 11 დასახლებაში ჩატარებული ფოკუს-ჯგუფებისა და ჩაღრმავებული ინტერვიუების შედეგების საფუძველზეა შედგენილი. ქვემოთ მოცემულ თავში ყურადღება გამახვილებულია რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორების და მათში დასაქმებული ადამიანების საჭიროებებსა თუ ძირითად გამოწვევებზე. ამასთან, ანგარიშში გამოყოფილია შერჩეული რეგიონების ზოგადი დამოკიდებულება ბოლო წლებში არსებულ მდგომარეობასთან დაკავშირებით. ამავე ქვეთავში გამოყოფილია უკანასკნელი პერიოდის წარმატებული პრაქტიკებიც.

3.2.1 სისტემური ხედვა

იუნესკოს განმარტებით „კულტურული და შემოქმედებითი ინდუსტრიები მოიცავს ისეთ ინდუსტრიებს, რომლებიც თავის თავში აერთიანებენ, კულტურული და არამატერიალური არსის მქონე შემოქმედებითი „შინაარსის“ (content) შექმნას, წარმოებასა და კომერციალიზაციას. შექმნილი „შინაარსი“, ჩვეულებრივ, დაცულია საავტორო უფლებებით და მას შეიძლება ჰქონდეს პროდუქტის ან მომსახურების ფორმა. გარდა ყველა სახელოვნებო და კულტურული პროდუქტისა, სექტორი მოიცავს არქიტექტურას და რეკლამასაც“. ⁶⁴ კვლევა ნათელს ჰფენს, რომ რეგიონებისთვის კულტურის ამგვარი აღქმა უცხოა. რეგიონებში, იშვიათად თუ შევხვდებით ინოვაციური ცოდნის წარმოებისა და გავრცელების პრაქტიკას. „შემოქმედებითი ინდუსტრიის“ „შემოქმედებითი ეკოსისტემის“ ანდა „შემოქმედებითი ეკონომიკის“ ტერმინების გამოყენება ინტერვიუებისას ერთგვარ „ლინგვისტურ უხერხულობას“ ქმნიდა, და საჭიროებდა დამატებით განმარტებებს.

კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიები მსოფლიოში ერთ-ერთი ყველაზე ახალგაზრდა და ეკონომიკის სწრაფად მზარდი სექტორია, რომელიც გლობალური შიდა პროდუქტის (გშპ) 3.1%-ს და მსოფლიოს მთლიანი დასაქმების 6.2%-ს შეადგენს. ⁶⁵

64 CREATIVE ECONOMY REPORT 2010. (n.d.). https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf?fbclid=IwAR1lyzBWnMDdiSA2epNHwbB3XAEpMekEqGbQCSxBWsmIYJWKG1mS9naKj5o

65 Cultural times. The first global map of cultural and creative industries. (n.d.). <https://en.unesco.org/creativity/files/culturaltimesfirstglobalmapofculturalandcreativeindustriespdf?fbclid=IwAR1a4QyBIPqeKdPta-CTQ017KD-Cru2DJ0TbipNTKFBtLTG1q0MDmFPfUyVQ>

როგორც წინამდებარე კვლევა ავლენს, შემოქმედებითი ინდუსტრიებისა თუ შემოქმედებითი ეკონომიკის ცნებები თუ თბილისისთვის ჯერ კიდევ ახალია, რეგიონებისთვის ფაქტობრივად უცხოა. რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიებში დასაქმებულთა დიდი ნაწილისთვის ბუნდოვანია შემოქმედებითი ინდუსტრიების, როგორც ერთიანი სისტემის, როლი მსოფლიო ეკონომიკურ საქმიანობაში და ადგილობრივ განვითარებაში. ამასთან, შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლებს არათანაბარი წვდომა და ინფორმაცია აქვთ არსებულ შესაძლებლობებზე, როგორც საერთაშორისო, ასევე ადგილობრივ პლატფორმებზე.

კულტურა, რეგიონის წარმომადგენლებისათვის უმეტესად აღქმულია, როგორც სიმბოლო, სიმდიდრე, ტრადიცია და ნაკლებად ასოცირებულია იმგვარ ცვლადებთან, როგორებიცაა - დინამიკა, ინოვაცია, წარმოება, დისტრიბუცია ან კომერციალიზაცია. ეს ხედვა არეკლილია კულტურის პოლიტიკის დაგეგმვაშიც. კულტურის ააიპ-ები, რომელთაც მუნიციპალური ბიუჯეტიდან მოცულობითი ფინანსური რესურსები გადაეცემათ, წლების განმავლობაში ისეთი ტრადიციული მიმართულებების დაფინანსებას აგრძელებენ, როგორებიცაა მაგალითად - ადგილობრივი სახელოვნებო სკოლების ფუნქციონირება, ფოლკლორული საქმიანობის მხარდაჭერა, გეგმიური ღონისძიებების გამართვა თუ სხვა.

კვლევის საფუძველზე ვლინდება კულტურის ეკონომიკური განზომილების აღიარების პრობლემა. კულტურა რეგიონულ კონტექსტში არ აღიქმება როგორც მომგებიანი ინდუსტრია, რომელსაც შეუძლია სამუშაო ადგილების შექმნა, ინფრასტრუქტურის განვითარება თუ სოციალური სიკეთეების მოტანა.

რესპონდენტების აზრით, კულტურის პოლიტიკა არ ითვალისწინებს ეკონომიკური ზრდისთვის მომგებიანი მიდგომების შემუშავებას. გამოკითხული შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლები საკუთარი რეგიონისა თუ ქალაქის მრავალმხრივ შემოქმედებით რესურსებზე დადებითად საუბრობენ და მიიჩნევენ, რომ პოტენციალის უკეთ გამოყენებისთვის რამდენიმეწლიანი გეგმის შემუშავება და პრიორიტეტული მიმართულებების გამოკვეთაა აუცილებელი. რესპონდენტთა თქმით, თითოეულ ქალაქსა თუ რეგიონს უნდა ჰქონდეს კულტურული იდენტობის აღქმა, რაც გულისხმობს იმის ცოდნას, თუ რა ნიშას იკავებს საქართველოს შემოქმედებითი რუკაზე კონკრეტული ადგილი. რესპონდენტთა აზრით, ამ იდენტობის საფუძველზე ადგილი უნდა იქცეს კონკრეტული დანიშნულების წერტილად ტურისტულ სივრცეში.

3.2.2 კომუნიკაცია

საყურადღებოა, რომ რესპონდენტები სახელმწიფოს მხრიდან სისტემური მიდგომის პრობლემებზე ბევრს საუბრობენ. მათი დაკვირვებით, რეგიონები ცალკე, დამოუკიდებლად მუშაობენ და „ერთიანი გეგმის“ ნაწილად თავს ვერ აღიქვამენ. ამგვარი მოცემულობა მიუთითებს, რომ მნიშვნელოვანია პასუხისმგებელმა ორგანოებმა ხელი შეუწყონ რეგიონებს შორის ურთიერთობის გაღრმავების. ვლინდება ცენტრალური ხელისუფლების ორგანოების მიერ რეგიონებს თუ მუნიციპალიტეტებს შორის ქსელების, კავშირებისა და კომუნიკაციის განვითარების საჭიროება.

კვლევის ერთ-ერთი თემა იყო რეგიონთაშორის თანამშრომლობების გამოცდილებები, თუმცა, აღმოჩნდა, რომ რესპონდენტებს უჭირდათ სხვადასხვა ქალაქს შორის თანამშრომლობის მაგალითების მოყვანა. საერთოდაც, თანამშრომლობა ნაკლებად აღიქმებოდა მნიშვნელოვან და სარგებლის მომტან ინსტრუმენტად.

ხშირად თანამშრომლობის სურვილი თანხვედრაშია რესპონდენტთა გარკვეულ პიროვნულ მახასიათებლებთან: მაგალითად, რესპონდენტები, რომლებიც საკუთარ თავს კომუნიკაბელურებად, მეგობრულებად და ახალი გამოწვევებისთვის მზადყოფნად აღწერენ, მეტ ძალისხმევას ავლენენ რეგიონული რესურსების გაზიარებისა და თანამშრომლობის პერსპექტივებთან დაკავშირებით. აღსანიშნავია, რომ თანამშრომლობის ეს სურვილი არ არის გამყარებული არგუმენტებით.

საგულისხმოა, რომ რეგიონებიდან შერჩეული რესპონდენტების მხოლოდ ერთი წარმომადგენელი საუბრობს რეგიონთაშორის თანამშრომლობის კონკრეტულ, პრაქტიკულ დადებით მხარეებზე - ტექნიკურ მხარდაჭერაზე, ადამიანური რესურსის, ადგილობრივი ქსელისა და კონტაქტების გამდიდრებაზე, გამოცდილებების გაზიარებასა და წარმატებული პრაქტიკების ადაპტირებაზე, სხვა რეგიონების საჭიროებების მოსმენასა და პრობლემათა გადაჭრისთვის ერთობლივი ძალისხმევის განვებაზე: „რამდენი ხანია ვფიქრობ, რომ ძალიან კარგი იქნებოდა ვიცნობდე სხვა მუნიციპალიტეტების კულტურის სამსახურის წარმომადგენლებს, ხან სცენა გვჭირდება, ხან ტექნიკური ჯგუფი... მაგალითად, იქნებ ვინმემ სხვა მუნიციპალიტეტში უკეთ იცის საკონკურსო განაცხადის წერა. ერთმანეთს რომ ვიცნობდეთ, შეიძლება ჩვენი მოვალეობით მარტივი საკითხები“.

რეგიონების წარმომადგენლებისთვის განსაკუთრებული წუხილის საგანია კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან არაჯეროვანი კომუნიკაცია და კოორდინაცია. რესპონდენტების აღქმით, რეგიონული ინიციატივები სამინისტროსთვის ნაკლებად პრიორიტეტულია. თანამშრომლობის გამოცდილებაზე საუბრისას რესპონდენტები იხსენებენ კომუნიკაციის იშვიათ მაგალითებს შემდეგი საკითხებთან დაკავშირებით: გეგმიური ღონისძიებების ორგანიზება, სამინისტროს მიერ მხარდაჭერილი ფესტივალების შესახებ ინფორმაციის გავრცელება, სამინისტროს წარმომადგენლის ვიზიტი, სამინისტროს მხრიდან გამოცხადებულ კონკურსებზე განაცხადის გაგზავნა, ოფიციალურ საკადრო თუ საკანონმდებლო ჩარჩოში განხორციელებული ცვლილებები. მათი შეფასებით, თანამშრომლობის ზემოაღნიშნული გამოცდილება ნაკლებად პასუხობს რესპონდენტთა მოლოდინებს მჭიდრო თანამშრომლობის, ღია კომუნიკაციის შესაძლებლობისა და მხარდაჭერის გამოცხადების შესახებ. ამის საპასუხოდ, რესპონდენტთა ნაწილი სამინისტროსთან მჭიდრო ურთიერთობის ჩამოყალიბების პერსპექტივად აღიქვამს და დადებითად ახასიათებს სამინისტროს მიერ 2021 წელს გამოცხადებული საკონკურსო პროგრამების ციკლს. ამასთან, რეგიონების წარმომადგენლები ასახელებენ ეფექტური და სასურველი თანამშრომლების სხვა ფორმებსაც, მათ შორის:

- » მუნიციპალიტეტების თანამშრომლებთან და შემოქმედებითი სექტორის ადგილობრივ წარმომადგენლებთან საინფორმაციო და გაცნობითი შეხვედრების გამართვას;

- » რეგიონებისთვის მეტი საკონკურსო პროგრამის შექმნას;
- » რეგიონებთან კომუნიკაციაზე პასუხისმგებელი დეპარტამენტის ან პირების დანიშნვას;
- » საერთაშორისო ბაზარზე საქართველოს პოპულარიზაციის საკითხში რეგიონების წარმომადგენლების ჩართვას;
- » მუნიციპალიტეტების კადრებისთვის პროფესიული გადამზადების შესაძლებლობების შექმნას

გარდა ცენტრალურ ხელისუფლებასთან კომუნიკაციის პრობლემისა, რეგიონების წარმომადგენელთა ნახევარზე მეტი, საკუთარ რეგიონში ადგილობრივი შემოქმედებითი სექტორების და მუნიციპალიტეტების თანამშრომლობის არაეფექტურ ფორმაზე საუბრობს.

მნიშვნელოვან პრობლემად სახელდება კულტურის დამოუკიდებელი ორგანიზაციებისა და მუნიციპალიტეტის ორგანოების არაკოორდინირებული მუშაობა და მათ შორის კონკურენტული გარემოს არსებობა, რაც, რესპონდენტთა აზრით, რეგიონში შემოქმედებით საქმიანობასა და დასაქმების პერსპექტივებს პირდაპირ აზიანებს. ამ საკითხზე განსაკუთრებით აპელირებენ ბათუმის, თელავისა და რუსთავის წარმომადგენლები. „მუნიციპალიტეტები და დამოუკიდებელი შემოქმედებითი ორგანიზაციები ქალაქის პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენების ან შევსებისთვის ერთმანეთთან კოორდინაციით არ მუშაობენ. იმის მაგივრად, რომ მუნიციპალიტეტმა განახორციელოს ისეთი პროგრამები ან შეავსოს ის ნიშა, რომელიც ყველაზე მოწყვლადი, დაზარალებული და ამავდროულად მოთხოვნადია, ის იმავე მიმართულებით მუშაობს, რაზეც კერძო სექტორი. საბოლოო ჯამში, მუნიციპალიტეტი და კერძო ინიციატივები ერთმანეთს ხელს უშლიან, ქმნიან კონკურენციას და დამოუკიდებელი სექტორი ვეღარ ინახავს თავს“, - ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი.

კვლევის ერთ-ერთ მიზანს რესპონდენტთა ინფორმირებულობის და შესაძლებლობებზე წვდომის დადგენა წარმოადგენდა. ადგილობრივი ხელშემწყობი პროგრამების შესახებ დისკუსიისას, იკვეთება, რომ რეგიონებში შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებულები, უმეტესად არ ფლობენ საკმარის ინფორმაციას იმ პროგრამებისა და კონკურსების შესახებ, რომლებიც მათი საქმიანობის ხელშემწყობი შეიძლება გახდეს. ინფორმაციის მიღების ძირითად წყაროდ პირადი კონტაქტები, და ზოგ შემთხვევაში, სამთავრობო უწყებების ვებ-გვერდები სახელდება.

მიუხედავად არსებული სირთულეებისა, ვხვდებით კოორდინაციის პოზიტიურ მაგალითებსაც. რესპონდენტი თელავიდან დადებითად აფასებს დუშეთის ადგილობრივ ხელისუფლებასა და „ტრადიციული რეწვის ასოციაციას“ შორის მჭიდრო თანამშრომლობას. ამასთან, ის ხედავს მუნიციპალიტეტის ხელისუფლებასთან პარტნიორობისა და კომუნიკაციის მნიშვნელობას.

3.2.3 რეგიონალური შემოქმედებითი ინდუსტრიების აქტიური ქვესექტორების განვითარების ღონისძიება და პასიური ქვესექტორების საჭიროებაები

კვლევა ცხადყოფს, რომ (პანდემიის პერიოდამდე ბოლო 5 წლის განმავლობაში (2015-2020 წლებში)), რეგიონებში განსაკუთრებული აქტიურობით გამოირჩეოდა ადგილობრივი თეატრები და საშემსრულებლო ინდუსტრიის წარმომადგენელი სხვა ორგანიზაციები, მაგალითად - ანსამბლები თუ ფოლკლორული ჯგუფები. ამასთან, რესპონდენტთა შეფასებით, განვითარების სტაბილურ დინამიკას ინარჩუნებდნენ მუზეუმები და სახელმწიფო ბიუჯეტზე დამოკიდებული სხვა ინსტიტუციებიც.

განსაკუთრებით დადებითად ფასდება ამავე პერიოდში კულტურაში სამეწარმეო საქმიანობის განვითარებისა და ტრადიციული რეწვის კომერციალიზაციის მიმართულებები. კვლევის მონაწილეები, ამ შემთხვევაში ტრადიციული რეწვის ქვესექტორისთვის დამატებითი შესაძლებლობების გაჩენას რეწვის ასოციაციის ეფექტურ მუშაობას უკავშირებენ.

რეგიონებში ყველაზე ნაკლებად განვითარებულ სფეროებად - მოდის ინდუსტრია, ინტერიერისა და გრაფიკული დიზაინი, კინოინდუსტრია (გამონაკლისს წარმოადგენს ბათუმის კინო-ფესტივალი და ნიქოზის ანიმაციის ფესტივალი), ფოტოგრაფია (გამონაკლისია გორის ფოტოგრაფთა კლუბი) და სარეკლამო ინდუსტრია სახელდება. რესპონდენტები ამ ქვესექტორებთან ერთად ასახელებენ ვიდეოთამაშების ინდუსტრიასაც, რომელიც, ბოლო 2 წლის განმავლობაში გაზრდილი ინტერესის მიუხედავად, რეგიონებში ვერ მკვიდრდება.

რესპონდენტი თელავიდან ყურადღებას ამახვილებს რეგიონში ელექტრონული მუსიკის არასერიოზულ საქმიანობად აღქმაზე: „ელექტრონულ მუსიკას სახელმწიფო სერიოზულად არ უყურებს. არც ერთი ადგილობრივი დიჯეი არ ყოფილა დანახული ან დაფასებული თუნდაც ადგილობრივი კულტურის დეპარტამენტის მხრიდან. ეს ადამიანებიც ხომ მუსიკოსები არიან? ესენიც ხომ არ დავაფინანსოთ? ამ ხალხსაც ხომ არ მოვუსმინოთ?“

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ისეთ სექტორებში, როგორიც სალიტერატურო, საგამომცემლო და საბიბლიოთეკო საქმიანობებია, რეგიონების წარმომადგენლებისთვის ჯერ კიდევ უცხოა ის თანამედროვე შესაძლებლობები ან პლატფორმები, რომლებზეც დღეს საქართველოა წარმოდგენილი. ბიბლიოთეკების წარმომადგენელ რესპონდენტებს უჭირთ ბიბლიოთეკებში თანამედროვე ლიტერატურის განახლების უკანასკნელი თარიღების დასახელება და ბოლო წლების დადებით ცვლილებებზე საუბარი.

3.2.4 შპოქმედეგიტი ინფსტრუქტორის ბიუჯეტი, მიზნობრიობა და სპეციფიკა

როგორც კვლევის სხვა ნაწილებში უკვე აღინიშნა, სპარტველოს მუნიციპალიტეტები კულტურის მიმართულების დაფინანსებას თავიანთი ყოველწლიური ბიუჯეტებით უზრუნველყოფენ. თვისებრივი კვლევის ფარგლებში გამართული ჩაღრმავებული ინტერვიუები ავლენს ფინანსური რესურსის ხარჯის როგორც წარმატებულ, ასევე წარუმატებელ და არაეფექტურ მაგალითებს. კვლევა ავლენს იმასაც, რომ მუნიციპალიტეტებში, კულტურის დაფინანსების მიმართულებით ძირეული ცვლილებები ბოლო წლების განმავლობაში არ მომხდარა.

ბიუჯეტის უფრო ეფექტური განაწილებისა და ადგილობრივ საჭიროებებზე მორგების აუცილებლობას ხედავენ გამოკითხული ფოკუსგუფების წევრები. ამ მოსაზრებას გარკვეულწილად ეთანხმებიან მუნიციპალიტეტის კულტურის სამსახურების წარმომადგენლებიც. კერძოდ, სახელდება კულტურის ხელშეწყობისთვის არსებული ბიუჯეტის გაზრდის და ისეთ საკითხებზე მიმართვის საჭიროება, როგორიც - ინფრასტრუქტურის მოწესრიგება, კულტურული ღონისძიებების ხელშეწყობა ან დამოუკიდებელი ჯგუფებისთვის შეთავაზებული კონკურსების რაოდენობის გაზრდაა.

რესპონდენტების აზრით, ხშირად რეგიონში, სიღარიბისა და სოციალური კრიზისების ფონზე, შემოქმედებით საქმიანობაში ჩართული პირებისთვის უხერხულიც კია მხარდაჭერის მოთხოვნა. მაგალითად, დუშეთის წარმომადგენელ რესპონდენტთან საუბრისას თვალსაჩინო ხდება თავად რეგიონის წინაშე არსებული ეკონომიკური გამოწვევები: რესურსების ნაკლებობა, ინფრასტრუქტურის გაუმართაობა. რესპონდენტი აცნობიერებს დუშეთის ზოგადი ეკონომიკური ფონის სიმწვავეს და კულტურის მხარდაჭერის ზრდაზე საუბრისას უჭირს იყოს კატეგორიული.

3.2.5 შპოქმედეგიტი ინფსტრუქტორის ბაზარი რეგიონებში

რეგიონებში განსაკუთრებით გამოხატულია ადგილობრივ ბაზართან დაკავშირებული სირთულეები. რესპონდენტთა აზრით, მიუხედავად წარმოების პოტენციალად დიდი რესურსის არსებობისა, საზოგადოების ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების ფონზე რთულია შემოქმედებითი პროდუქტის პრიორიტეზება და, შესაბამისად, გაყიდვების გაზრდა.

საჭიროებებზე საუბრისას, რესპონდენტთა ნაწილი ბაზისური მხარდაჭერის ნაკლებობაზე საუბრობს: ფოთის მუნიციპალიტეტის წარმომადგენელი სამეწარმეო ხელნაკეთი პროდუქტის გაყიდვის შესახებ საუბრისას, ძირითად სავაჭრო ბაზრად ადგილობრივ ფესტივალებსა ან ღონისძიებებს ასახელებს და მათში მონაწილეობის აუცილებლობას უსვამს ხაზს: „აი, რომ იტყვიან, ჰოლივუდი და ჩვენი წითელი ხალიჩა ეს იყო. არტ-გენის ფესტივალში ვიღებდით ყოველწლიურად მონაწილეობას, მაგრამ, სამწუხაროდ, ბოლო 5 წელიწადია ვერ ვახერხებთ ამ ფესტივალში მონაწილეობას, იმიტომ, რომ ეს დაკავშირებულია ტრანსპორტირებასთან. ერთი ავტობუსი გვჭირდება რომ ჩავიდეთ, უბრალოდ, ამის სახსრები ადგილობრივი მთავრობის მიერ გამოყოფილი არ არის“.

ერთ-ერთი რესპონდენტი მიიჩნევს, რომ კულტურასთან დაკავშირებულ რიგ საკითხებში სახელმწიფოს მონოპოლისტური მიდგომა აქვს, რამაც ერთგვარად შთანთქა შემოქმედებითი ჯგუფები და ინიციატივები, ბაზრიდან გააქრო კომერციულად საინტერესო პროდუქტები და შეზღუდა კონკურენციის პოზიტიური გავლენები. მაგალითად, წარსულში პოპულარული, ავთენტური, საამაყო მუსიკალური ბრენდები, რომლებიც დღეს ადგილობრივი ააიპ-ების დაქვემდებარებაშია, კარგავს განვითარების პოზიტიურ დინამიკასა და განახლების მოტივაციას: „ადრე, 15-20 წლის წინ, თელავში იყო ბენდები, შემოქმედებითი ჯგუფები და ყველანი იყვნენ თვითმყოფადები. შემდეგ, სახელმწიფომ მოახდინა კულტურის სფეროს წარმომადგენლების მონოპოლიზება, შემოიერთა ისინი ააიპ-ებში და დასვა ერთგვარ ხელფასზე, რომელიც განვითარების არანაირ მოტივაციას აღარ იძლევა. და ეს ბენდები წლიდან წლამდე ელოდებიან როდის მოვა თელავქალაქობა, სხვადასხვა „შაბლონური“ ე.წ. კულტურული ღონისძიებები. რამდენიმე თვის წინ იყო იმ ადგილობრივი ბენდის კონცერტი, რომელიც 90-იანებში „ქუხდა“. თელავის ცენტრში იყო კონცერტი და ოჯახის წევრები იყვნენ, ახლობლები ვიყავით, მეგობრები, ძველი მსმენელები, ასე 30 ადამიანი.“

რესპონდენტები, რომლებსაც შემოქმედებითი პროდუქტის გაყიდვასა და უკეთ წარმოჩენაში ადგილობრივი ხელისუფლების მხარდაჭერა ესახებათ მნიშვნელოვან კომპონენტად, საკითხის გადაჭრის სხვადასხვა შესაძლო სტრატეგიაზე საუბრობენ:

- (1) შუალედური რგოლის დამატება: ერთ-ერთი რესპონდენტის აზრით, ფოთში ადგილობრივ შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლებს აქვთ კომუნიკაციის უნარების ნაკლებობა, რაც მნიშვნელოვანი ბარიერი ხდება მათი პროდუქტის განვითარების გზაზე. ამ კონტექსტში, რესპონდენტი სტრატეგიულ მნიშვნელობას ანიჭებს შუალედური რგოლის არსებობას, რომელიც ხელოვანებს ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზარზე გაიყვანს: „მათ აქვთ პროდუქტი, მაგრამ არ იციან როგორ წაიღონ და სად წაიღონ. ეს შუალედური რგოლი არის შესაქმნელი“.
- (2) ინფორმირებულობა: სხვა რესპონდენტი ხაზს უსვამს, რომ ხშირად, ადამიანებს მხოლოდ რჩევა, სწორი მიმართულების, ინფორმაციის მიწოდება სჭირდებათ, რომ შეძლონ საკუთარი რესურსების მობილიზება და გაყიდვა.
- (3) ფესტივალების და სხვა ტიპის კულტურული ღონისძიებების მხარდაჭერა:
 - » ბათუმის შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენელი თავის ქალაქს პოტენციურად საფესტივალო ქალაქად ახასიათებს და მიაჩნია, რომ გრძელვადიანი გეგმისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისადმი კეთილგანწყობილი ეკოსისტემის შექმნა მდგრად განვითარებას გამოიწვევს
 - » კვლევის მონაწილე დუშეთიდან, ყურადღებას ამახვილებს ტრადიციულ რეწვაზე და იხსენებს 2019 წელს გამართულ რეწვის ფესტივალს, სადაც დუშეთი მონაწილეობას იღებდა, როგორც კულტურის სამინისტროს მიერ რეგიონის მხარდაჭერისთვის გადადგმულ წარმატებულ ნაბიჯს.

- » ამავე რესპონდენტს წარმატებულ მაგალითად მოჰყავს ბოლო წლებში ინიცირებული დოლი, რომელიც უკვე მრავალ სპორტის მოყვარულში იწვევს დაინტერესებას. რესპონდენტის აღქმით, დოლს აქვს წინაპირობა იმისა, იქცეს მასშტაბურ ფესტივალად, რომელიც ადგილობრივი რეწვის ოსტატებისა და სხვა შემოქმედებითი ჯგუფებისთვის საინტერესო სავაჭრო პლატფორმა გახდებოდა

აღსანიშნავია, რომ რეგიონთა უმეტესობაში, ბოლო წლებში, ყველაზე წარმატებულად განვითარებულ მიმართულებად ტრადიციული რეწვა სახელდება. კვლევის მონაწილეები რეწვის მიმართ ინტერესის ზრდას, ტურიზმის დადებით დინამიკას და სექტორის ეკონომიკური პოტენციალის გააზრებას უკავშირებენ და დადებითად აფასებენ სახელმწიფოს მხრიდან ისეთი ინიციატივების ხელშეწყობას, როგორიც რეწვის საერთაშორისო ფესტივალია.

3.2.6 კულტურის დაზინანება რეგიონებში

სახელმწიფო დაზინანება და გრანტები

რეგიონებში ერთ-ერთ მნიშვნელოვან გამოწვევას საქართველოში არსებული კულტურის ხელშეწყობი პროგრამების შესახებ ინფორმაციის მიღება და გამოყენება წარმოადგენს. თუმცაღა, აღსანიშნავია, რომ რესპონდენტებისთვის შედარებით კარგად არის ცნობილი კულტურის სამინისტროს ბოლო წლების საკონკურსო პროგრამები, ზოგ შემთხვევაში „შემოქმედებითი საქართველოს“ კონკურსები და „ანარმოე საქართველოში“-ს მიერ გამოცხადებული შესაძლებლობები. საერთაშორისო დონორებისა და საქართველოში არსებული პროგრამების შესახებ საუბრისას, ძირითადად USAID-ის მიერ მეწარმეობის ხელშეწყობი და ბრიტანეთის საბჭოს პროფესიული გადამზადების წარსულში არსებული პროგრამები სახელდება. ასევე, ერთეულ შემთხვევაში, რესპონდენტებმა ისაუბრეს გაეროს მხარდაჭერის პროგრამებზე, რაც სხვა მონაწილეებისთვის სიახლე აღმოჩნდა.

ინფორმაციის სიმწირის გარდა, კონკურსებზე ან პროგრამებზე საუბრისას, ძირითად გამოწვევად სააპლიკაციო პროცესში მონაწილეობა, განაცხადის ფორმების შევსება და შესაბამისი დოკუმენტების წარმოდგენა სახელდება. აღნიშნული დაბრკოლება არამხოლოდ შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლებში, არამედ უშუალოდ მუნიციპალიტეტების სამსახურებშიც ვლინდება, რის გამოც კვლევის მონაწილეები საკითხში უკეთ გარკვევისთვის მეტი ინსტრუქციის ან დახმარების საჭიროებას გამოკვეთენ. არსებული გამოწვევების გადაჭრის გზად კვლევის მონაწილეებს ერთიანი პლატფორმის შექმნა ესახებათ, სადაც თავმოყრილი იქნება ამომწურავი ინფორმაცია კონკურსებისა და ხელშეწყობი პროგრამების შესახებ.

დაფინანსება კერძო სექტორის მხრიდან

ბიზნესების მიერ ადგილობრივი შემოქმედებითი საქმიანობის წახალისება და დაფინანსება რეგიონების წარმომადგენლებს სახელმწიფოს მხარდაჭერის გარეშე რთულ და თითქმის წარმოუდგენელ ამოცანად ესახებათ. ამ საკითხის გარშემო აზრთა სხვადასხვაობა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური სარგებლის აღქმასთან და ასევე ბიზნესების ნაკლებ მოტივაციასთან არის დაკავშირებული. რესპონდენტთა ერთი ნაწილი აუცილებლად მიიჩნევს კერძო სექტორთან ხშირ შეხვედრას და მათთვის კულტურული პროდუქტის პოპულარიზებას. თუმცა, ეს ნაწილი ამავდროულად აღნიშნავს, რომ კერძო სექტორის შემოქმედებითი მომსახურების თუ პროდუქტის მომგებიანობაში დარწმუნება რთულია: „ისეთი შეგრძნება გვაქვს თითქოს ხაზრით, ან შეცოდების გამო გვაფინანსებენ, თუ ასეთი სასწაული მოხდა ისედაც. სიტყვა ხელშეწყობაც თითქოს შეურაცხყოფელია, თითქოს საქველმოქმედო დახმარებას გვინევს ვინმე, არადა ჩვენი კულტურის გაყიდვა საამაყო და მომგებიანიც უნდა იყოს“.

ამასთან, რესპონდენტთა ნაწილი რეგიონებში თავად ბიზნესების მასშტაბის სიმცირიდან გამომდინარე, ფუჭად მიიჩნევს შესაბამისი დახმარების მოთხოვნას. მაგალითად, დუშეთში, რესპონდენტი ფიქრობს, რომ ბიზნესსექტორის მხარდაჭერისთვის მიმართვა არაეფექტური იქნება, რადგან მეზობელი მუნიციპალიტეტებისაგან განსხვავებით, დუშეთში თავად ადგილობრივი ბიზნესიც საკმაოდ მოკრძალებულია.

რესპონდენტები თელავიდან უმეტესად კრიტიკულად აფასებენ ადგილობრივი კულტურის ინდუსტრიის განვითარების პროცესში ბიზნეს სექტორის ჩართულობას. როგორც ირკვევა, უმეტესად, ბიზნესი მხარს არ უჭერს ადგილობრივ წამოწყებებს. მაგრამ, აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ მხარდაჭერის მოთხოვნის შემთხვევებიც მცირეა. რესპონდენტები იმ მსხვილ ბიზნესმომთამაშეებზე (ძირითადად სასტუმროები) ამახვილებენ ყურადღებას, რომლებიც თელავსა და მის შემოგარენში მაღალი ხარისხის კულტურულ ღონისძიებებს უწევენ ორგანიზებას. რესპონდენტების აზრით, ღონისძიებები, უმეტესად ელიტური ან ძვირადღირებულია და ადგილობრივ მოსახლეობას მათზე წვდომა არ აქვს: „ჩვენ ვხედავთ რომ გაიხსნა ისეთი დიდი ბრენდები, როგორებიცაა - „რედისონი“ და ა.შ. და მათაც მოახდინეს კულტურის მონოპოლიზაცია. ისინი აუდიტორიას საუკეთესო წარმომადგენლებს, ან მართლა ინტელექტუალურ ჯაზმენებს სთავაზობენ, მაგრამ ეს რიგითი ადამიანებისთვის ხელმისაწვდომი საერთოდ არ არის. მე აქვე ვცხოვრობ, მაგრამ რედისონში არც ერთ კონცერტზე ვარ წამყოფი, იმიტომ, რომ ბილეთი 100 ლარიდან იწყება და მე ჩემი შემოსავალი არ მაძლევს იმის საშუალებას, რომ „რედისონში“ წავიდე და კულტურაში 100 ლარი გადავიხადო. მაგას მირჩევნია, „იუთუბში“ მოვუსმინო ცუდი ხარისხით და მეორე დღეს ჭიბეში 100 ლარი მექონდეს და არ ვიგრძნობ, რომ კულტურა, რომელიც წესით უფასოდ უნდა მეძლეოდეს, ან სახელმწიფო უნდა მასმენინებდეს, ვერ მეწოდება და იძულებული ვარ კერძო ბიზნესის ღონისძიებებზე დავხარჯო ჩემი ოფლით მონაგარი, ნაშრომი თანხა.“

ქუთაისის წარმომადგენელი ბიზნესის დახმარებას „წერტილოვან დახმარებად“ მოიხსენიებს და მის მონაწილეობას „სუსტად“ აფასებს. რესპონდენტი ორიენტირებულია კულტურის სამინისტროს მიერ გამოცხადებულ შესაძლებლობაზე და ვერ ხედავს კერძო სექტორის ჩართულობას, როგორც წინსვლის მძლავრ მექანიზმს.

კერძო სექტორთან თანამშრომლობის წარმატებულ მაგალითად ფოთის, როგორც ინდუსტრიული ქალაქის, შემთხვევა შეიძლება დასახელდეს. რესპონდენტის თქმით, აქ არსებული კერძო ბიზნესები, ხშირად, მნიშვნელოვნად წაადგა ქალაქის შემოქმედებით განვითარებას. რესპონდენტი გამოკვეთს ნავსადგურის მნიშვნელოვან როლს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ფინანსურ ხელშეწყობაში, თუმცა, აქვე ასკვნის, რომ პორტი - სახელმწიფოს მიერ ფლობისას კულტურის დარგებისათვის გაცილებით მეტს აკეთებდა, ვიდრე ახლა - კერძო საკუთრებაში ფლობისას: „არ დაგიმაღავთ იმასაც, რომ ადრე, როდესაც ქალაქს ეკუთვნოდა ნავსადგური, როდესაც სახელმწიფოს საკუთრებაში იყო, მაშინ კულტურული პროექტების ძალიან დიდ წილს აფინანსებდა. ეს ნავსადგურის ფინანსებისთვის იყო უმნიშვნელო თანხა და ქალაქისთვის იყო უმნიშვნელოვანესი თანხა. და დღეს, როდესაც ნავსადგური კერძო სტრუქტურაა, ეს სიკეთე ნამდვილად აღარ აქვს ქალაქს ისე, როგორც ადრე ჰქონდა.“

3.2.7 კულტურული ტურიზმი

კულტურული ტურიზმი გლობალური ტურიზმის სექტორის ერთ-ერთი ყველაზე დიდი და ყველაზე სწრაფად მზარდი სეგმენტია⁶⁶. ევროკომისიის კულტურული ტურიზმის შეფასების⁶⁷ მიხედვით, ათიდან ოთხი ტურისტი დანიშნულების ადგილს კულტურული შეთავაზების საფუძველზე ირჩევს. ტურიზმის ინდუსტრია COVID-19 პანდემიის დროს ერთ-ერთ ყველაზე უფრო დაზარალებულ სექტორად ითვლება. კერძოდ, პანდემიამ 2020 წელს ტურიზმიდან მიღებული საერთაშორისო შემოსვლების 74%-იანი კლება და გლობალურ ტურიზმში 1.3 ტრილიონი აშშ დოლარის ზარალი გამოიწვია. ზიანის ასანაზღაურებლად მთავრობებმა სხვადასხვა პროგრამისა თუ სტრატეგიის დანერგვა დაიწყეს. ამ ეტაპზე, მსოფლიოში რეგულაციების მოხსნის ფონზე სულ უფრო და უფრო აქტიურდება ტურისტული სექტორი.

ტურიზმის, როგორც კულტურის სექტორის სამაშველო რგოლად, მოხსენიების ტენდენცია განსაკუთრებით თვალსაჩინოა რეგიონების მაგალითზე. მოცემული კვლევის შედეგების საფუძველზე შეიძლება ითქვას, რომ საქართველოს რეგიონებში ტურიზმთან დაკავშირებით პოზიტიური ეფექტის მოლოდინები გადაჭარბებულიც კია. რესპონდენტები საკუთარი ქალაქისა თუ სოფლის განვითარებასა და შემოქმედებითი ინდუსტრიის სიმძლავრეს უმეტესად სწორედ ტურიზმის განვითარებასთან აკავშირებენ.

კულტურის მუნიციპალური სამსახურის წარმომადგენელთა სრული უმრავლესობა საკუთარ რეგიონსა და ქალაქს ისტორიული კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლად მოიხსენიებს. ინტერვიუებიდან მკაფიოდ იკვეთება, რომ რესპონდენტთათვის მნიშვნელოვანია რეგიონის იდენტობის ხაზგასმა და რეგიონის მიერ ტურისტულ რუკაზე კონკრეტული ნიშის დაკავება.

⁶⁶ reference

⁶⁷ *Cultural tourism*. (n.d.). https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/offer/cultural_en

რესპონდენტს დუშეთიდან, რომელიც კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სფეროშია დასაქმებული, დუშეთი პატარა, უნიკალური ისტორიითა და კლიმატით გამორჩეულ საფესტივალო ქალაქად წარმოუდგენია. ამასთან, რესპონდენტის თქმით, ქალაქს გამოარჩევს ავთენტური ტრადიციების სიუხვეც.

ქუთაისის წარმომადგენელი შემოქმედებითი ეკონომიკას მჭიდროდ უკავშირებს ტურიზმის განვითარებას და გამოყოფს ქუთაისის კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების მნიშვნელობას. ის, ხაზს უსვამს აეროპორტის დადებით გავლენას და სტრატეგიულ გეოგრაფიულ მდებარეობაც.

სხვა რესპონდენტიც სტრატეგიულად მიიჩნევს ფოთის ტურისტული პოტენციალისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიის ურთიერთმიმართებას. მის მიერ გამოყოფილი ძირითადი მიმართულებებია ქალაქის პირველ ევროპულ ქალაქად წარმოჩენა, არგონავტების მითისა თუ აბრეშუმის გზის დემონსტრირება, ქალაქის ბრენდირება, მიმზიდველობის გაზრდა და შედეგად, შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის ახალი პერსპექტივების გახსნა: „საგანგებოდ შევიკრიბეთ და სტრატეგია დავწერეთ. კონცეფცია ითვალისწინებს ყოფილი ბერძნული კოლონიების საპორტო ქალაქებში საერთო კულტურული ქსელის შექმნას. მთავარი ამოსავალი წერტილი ფოთისთვის არის ზღვა, სანაოსნო ქალაქია, ნიკოლაძის დაფუძნებული, ევროპული ქალაქია, თან მას უკავშირდება მსოფლიოში ცნობილი მითი, არგონავტების შესახებ, ანუ, ბევრი ნიშა გვაქვს იმისთვის, რომ ჩვენ დავაინტერესოთ ევროპა და საერთაშორისო საზოგადოება.“

კვლევის რესპონდენტები ყურადღებას ამახვილებდნენ კულტურული ტურიზმის განვითარების შემაფერხებელ ასპექტებზეც, მათ შორის, შრომის ბაზარზე კულტურის მენეჯერებისა და ტურიზმის სპეციალისტების დეფიციტზე. თელავის წარმომადგენლის თქმით, მიუხედავად იმისა, რომ თელავის უნივერსიტეტში ტურიზმის მიმართულებით ასობით სტუდენტი სწავლობს, ისინი, უმეტესად, სამუშაო პრაქტიკას სასტუმროების მიმღებებში გადიან, აღნიშნული პრაქტიკა, რესპონდენტის შეფასებით, ვერ უზრუნველყოფს რელევანტური პროფესიონალის ჩამოყალიბებას.

კვლევის შედეგად ვლინდება, რომ ნებისმიერ შემთხვევაში, რესპონდენტების მიერ კულტურული ტურიზმი განიხილება, როგორც სამუშაო ადგილების შექმნის მძლავრი მასტიმულირებელი მექანიზმი, განსაკუთრებით კი - ახალგაზრდებისათვის. სამუშაო ადგილების ნაკლებობა კი - რეგიონში ერთ-ერთ განსაკუთრებულ გამოწვევად სახელდება. ახალგაზრდების მუდმივ გადინებას და ადგილობრივ შემოქმედებით სექტორებში „კადრების დაბერებას“ რეგიონები სულ უფრო რთულად უმკლავდებიან.

რესპონდენტთა აღქმით, ძლიერი კულტურული ეკოსისტემა ხელს შეუწყობს ადგილობრივი კულტურული ინფრასტრუქტურის, ძეგლების აღდგენასა და მოვლას, ადგილობრივ გასტრონომიასა თუ საშემსრულებლო ხელოვნებას, ფესტივალებისა და სხვა კულტურულ ღონისძიებებს.

3.2.8 ინფრასტრუქტურა და სივრცეები

კვლევის მონაწილეები ხშირად აღნიშნავენ ინფრასტრუქტურასთან დაკავშირებულ პრობლემებს და ამ პრობლემებით, საგანმანათლებლო პროცესებსა თუ ადგილობრივი ახალგაზრდების იდეებისა და ინიციატივების განხორციელებაში შექმნილ ბარიერებს. თვისებრივი კვლევის შედეგების ანალიზი აჩვენებს, რომ მუნიციპალიტეტთა ნაწილში, პრობლემის გადასაჭრელად მიღებულია გარკვეული ზომები, როგორიცაა მაგალითად შენობების რესტავრირების დაწყება, აღრიცხვა და ზოგ შემთხვევაში ტექნიკური უზრუნველყოფა, თუმცა, აღნიშნულ პროცესებს გარკვეული დრო სჭირდება, ამ პერიოდში კი - ადგილობრივი მუნიციპალიტეტი ვერ ხედავს საჭიროებას, გამოყოს დროებითი სივრცეები. რესპონდენტთა უმრავლესობა ახალგაზრდების მოტივაციის ნაკლებობას და რეგიონთან დაკავშირებული გეგმების შემცირებას პირდაპირ უკავშირებს მსგავსი სივრცეების სიმწირეს. აღნიშნულთან მიმართებით აღსანიშნავია შესამჩნევი განსხვავება მუნიციპალიტეტების კულტურის სამსახურის წარმომადგენელთა ხედვასა და შემოქმედებით საქმიანობაში ჩართულ დამოუკიდებელ პირებს შორის. მაგალითად, რამდენიმე რეგიონში მუნიციპალიტეტის ხელისუფლების წარმომადგენელს ქალაქში შემოქმედებითი საქმიანობისთვის განკუთვნილი სივრცეები საკმარისად მიაჩნია, თავად კულტურის ორგანიზაციების წარმომადგენლები კი - შემოქმედებითი სივრცეების ნაკლებობის გამო სკვერებსა და პარკებში შეკრებების შესახებ საუბრობენ.

მუნიციპალიტეტების წარმომადგენელთა ნახევარზე მეტი წუხილით აღნიშნავს ქალაქებში ისეთი მნიშვნელოვანი ობიექტების არარსებობას, როგორიც კინოთეატრები ან ახალგაზრდული გასართობი ცენტრებია. ერთ-ერთი რესპონდენტი გვიყვება, რომ დაბალი ფასის, ცენტრალური ადგილმდებარეობისა და ხშირი სეანსების მიუხედავად ქალაქში კინოთეატრმა ვერ იმუშავა. ამავე ქალაქის შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა ფოკუსჯგუფის ანალიზის საფუძველზე, ვლინდება, რომ მსგავსი ინიციატივები და მათ ფარგლებში შერჩეული პროგრამები ხშირად მოსახლეობის ინტერესებზე მორგებული არ არის. ამგვარად, რეკომენდირებულია ადგილობრივ მოსახლეობასთან ეფექტური კომუნიკაციის ფორმის შემუშავება, და საჭიროებების ძირითად სამიზნე ჯგუფებთან ერთად დადგენა. ამასთან, ხელშემშლელ ფაქტორს შესაძლოა წარმოადგენდეს რეგიონებში კულტურული, ეკონომიკური, სოციალური პრობლემები, რაც დამატებითი კვლევის საგანია.

რეგიონებში, ერთ-ერთ ყველაზე მყარ და ფუნქციურ, დასაქმებისთვის გარანტირებულ და ტურისტულად აქტიურ ადგილებად მუზეუმები სახელდება. თუმცა, წარმომადგენელი ახალციხიდან, სინანულით იხსენებს დროს, როდესაც სამცხე-ჯავახეთის ისტორიის მუზეუმი ავტონომიური შენობით სარგებლობდა (დისკუსიიდან ირკვევა, რომ მუზეუმი ამჟამად რაბათის ციხეში, სხვა კულტურის დაწესებულებებთან თანაარსებობს და დროებითი სარგებლობით მუნიციპალური შენობა აქვს დაკავებული). ის დისკუსიის ფარგლებში არაერთხელ ამახვილებს ყურადღებას სათანადო შენობის არარსებობის პრობლემაზე, რისი გადაჭრაც, ერთი მხრივ, მნიშვნელოვნად მიაჩნია სამუზეუმო ექსპონატების უსაფრთხოებისათვის, ხოლო მეორე მხრივ, ვიზიტორებისათვის ყველა სიმდიდრის თვალნათლად ჩვენებისა და გამოფენისთვის, რაც ამჟამინდელი მდგომარეობით, ვერ ხერხდება: „ჩვენი პირველი საჭიროება არის ის, რომ გვქონდეს

ჩვენი საკუთარი სახლი. ის არაჩვეულებრივი მატერიალური ბაზა, ექსპონატები, რომელიც უხვად გვაქვს, ქართული ხალიჩ-ფარდაგების, ქვის ძეგლების სახით, ამისთვის შენობა გვექონდეს და გავაგრძელოთ ცოცხალი, აქტიური ცხოვრება. აუცილებელია, რომ დაიწყოს მშენებლობა“.

რეგიონებში მუზეუმების როლი შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლებისთვის ალტერნატიული სივრცეების შეთავაზების თვალსაზრისითაც დიდია. კვლევის მონაწილეები - როგორც კულტურის ორგანიზაციების, ისე მუნიციპალიტეტების წარმომადგენლები, თანხმდებიან, რომ მუზეუმები ხშირ შემთხვევაში ავსებენ რეგიონებში ალტერნატიული სივრცეების დანაკლისს და ადგილობრივ მოსახლეობას ღონისძიებების ჩატარების შესაძლებლობებს უქმნიან, თუმცა, მაღალი მოთხოვნის გამო, ეს სივრცეები საკმარისი არ არის.

თელავის წარმომადგენლები, იმის ერთ-ერთ საილუსტრაციო მაგალითად, რომ ადგილობრივი ახალგაზრდები საჭიროებენ შეკრების, გართობის, განვითარებისა და შემეცნების არაფორმალურ სივრცეებს, თელავის სამაგიდო თამაშების კლუბს ასახელებენ. რეგიონების ნაწილში, ამ როლს “ტექნოპარკები” ასრულებენ. კვლევის მონაწილეთა აზრით, მიუხედავად „ტექნოპარკების“⁶⁸ სპეციფიკური პროფილისა, რომელიც, ძირითადად, ინოვაციებსა და ტექნოლოგიების განვითარებას უკავშირდება, თავისუფალი სივრცეების მაღალი მოთხოვნის გამო, ისინი სხვადასხვა დაინტერესებული პირისთვის ალტერნატიული სივრცის შეთავაზებას ცდილობენ.

კვლევის შედეგების ანალიზი ქუთაისში მუზეუმების განვითარებასთან დაკავშირებულ გამოწვევებს ავლენს. აღნიშნული, რესპონდენტთა მიერ, ინფრასტრუქტურული პრობლემებით არის ახსნილი. ხაზგასმულია სახელოვნებო სკოლების მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის გამოწვევაც, რომელიც, კვლევის ერთ-ერთი მონაწილის თქმით, ეფექტიანი ფუნქციონირებისთვის რეაბილიტაციას საჭიროებს. იგივე რესპონდენტი დასძენს, რომ ამ კუთხით პოზიტიური ტენდენციები შეინიშნება და სამომავლოდ იგეგმება რეაბილიტაცია. აქვე, რესპონდენტის შეფასებით, ქუთაისის მოსწავლე-ახალგაზრდობის სასახლე, ინფრასტრუქტურულად „აბსოლუტურად მიუღებელია“.

რეგიონების ქალაქებში მთავარ გამოწვევებს შორის ჯერ კიდევ სახელდება ინტერნეტთან წვდომის პრობლემა და საბაზისო კომპიუტერული უნარ-ჩვევების ფლობის სირთულეები. ყველაზე ნათლად ინტერნეტის მუშაობის ხარვეზები ქალაქ ონში იკვეთება, რაც ყოველდღიურ საქმიანობას და ეფექტურ კომუნიკაციას უშლის ხელს.

რეგიონებში ბოლო წლებში ყველაზე ნაკლებად განვითარებულ და უფუნქციოდ დარჩენილ სივრცეებს შორის ბიბლიოთეკები სახელდება. კვლევაში მონაწილე როგორც მუნიციპალიტეტის, ისე შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლები, თანხმდებიან იმ საჭიროებების იდენტიფიცირების და გადაჭრის აუცილებლობაზე, რომელიც საბიბლიოთეკო საქმიანობას ფუნქციას და სიცოცხლეს დაუბრუნებს. ამ ეტაპზე გამოვლენილი ძირითადი გამოწვევებია - ინფრასტრუქტურის დაზიანება, ინვენტარის არარსებობა, თანამედროვე აღჭურვისა და კომპიუტერიზაციის პრობლემა, მასალის გაციფრულების და ელექტრონული პროგრამების

68 ტექნოპარკების ფილიალები საქართველოს 8 ქალაქში ფუნქციონირებს: თბილისი, ბათუმი, კასპი, გურჯაანი, თელავი, ახმეტა, ზუგდიდი, ოზურგეთი <https://gita.gov.ge/regions>

ფლობის დეფიციტი, საბიბლიოთეკო საქმიანობით დაინტერესებული კადრების მოძიება და საბაზისო რესურსების ნაკლებობა. საბიბლიოთეკო სფეროს წარმომადგენელი, წუხილით საუბრობს სოფლების ინფრასტრუქტურულ გამოწვევებზე, ადგილობრივი ახალგაზრდებისთვის შეუფერებელი სივრცეების შეთავაზებაზე, რაც, თავის მხრივ, ახალგაზრდების აქტიურობისა და ჩართულობის შემცირებაზე აისახება. რესპონდენტი სიფრთხილით დაასკვნის, რომ სასიცოცხლო მნიშვნელობისაა სახელმწიფოს პოზიტიური ჩარევა, იმისთვის, რომ გაიზარდოს სოფლების კულტურულ ცხოვრებაში ახალგაზრდების ინტერესი და მონაწილეობა.

3.2.9 პროფესიული ადამიანური რესურსის ნაკლებობა და დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემები

რესპონდენტებზე დაყრდნობით, რეგიონებში ადამიანური რესურსის მუდმივი გადინების ფონზე იქმნება პროფესიული ადამიანური რესურსის მნიშვნელოვანი დეფიციტი. თავის მხრივ, გადინების გარდაუვალობა სახელოვნებო პროფესიების არაპრესტიჟულობით, ვაკანტური პოზიციების რთულად ხელმისაწვდომობითა და დაბალი ანაზღაურებით არის განპირობებული. „დღეს-ხვალ უკვე დავდგებით ამ პრობლემის წინაშე. რომელ ახალგაზრდას უნდა დაიწყოს ბიბლიოთეკაში მუშაობა 300 ლარად? ამოიწურება კადრი და ჩამნაცვლებელი არ გვეყოლება“, - ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი. ამგვარი მანკიერი წრის გარღვევა, კვლევის მონაწილეთა აღქმით, ადგილობრივი ძალისხმევით რთულია.

რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიის არაპრესტიჟულობა განსაკუთრებით მძაფრად ვლინდება მუზეუმების, კლუბების და ბიბლიოთეკების საქმიანობაზე დაკვირვებისას. დარგში დასაქმებული რესპონდენტები, ინფრასტრუქტურულ და ფინანსური პრობლემებზე საუბრის კვალდაკვალ, საკუთარი საქმიანობისადმი ნეგატიური დამოკიდებულებითა და იმედგაცრუებითაც გამოირჩევიან. ერთ-ერთი რესპონდენტის თქმით - „მაშინ, როდესაც ბევრ ქვეყანაში, მუზეუმსა და ბიბლიოთეკაში საქმდებიან ახალგაზრდები, რომლებიც ფლობენ მენეჯმენტის, კოორდინირების, კურატორობის, საზოგადოებასთან ურთიერთობის ცოდნას და აქვთ ამ მიმართულებით მიღებული განათლება, საქართველოში, განსაკუთრებით კი - რეგიონებში, საბიბლიოთეკო საქმიანობა წახალისებული არ არის.“

ადამიანური რესურსების საკითხზე საუბრისას, მნიშვნელოვან გამოწვევად სახელდება კულტურის მენეჯმენტთან დაკავშირებული ცოდნის და უნარების ნაკლებობა. რეგიონებისთვის განსაკუთრებით რთულია კვალიფიციური კადრის მობილიზება და შედეგად, სტრატეგიული, წარმატებული ნაბიჯების გადადგმა. ხშირად ვხვდებით მოსაზრებას, რომ კულტურის სფეროში ყველა პროფესიის ადამიანი შეძლებს თავის დამკვიდრებას და სპეციალიზება არცთუ ისე მნიშვნელოვანია, რაც კიდევ უფრო აფერხებს, ისედაც არაპრიორიტეტული დარგის წინსვლას: „თუ უნდათ ვიღაცის დასაქმება, იტყვიან - „გაუშვი კაცო კულტურაში“. ჰგონიათ, რომ ეს ყველასთვის მისაღები და მორგებული ადგილია და ყველა აუღებს ალდოს. ასე არაა. ვფიქრობ, კულტურის ორგანიზაციების ხელმძღვანელი რგოლი აუცილებლად უნდა იყოს კვალიფიციური, იმიტომ,

რომ ის შემდეგ კვალიფიციურ გადამწყვეტილებას იღებს, სწორად აფასებს პრობლემას. აქვე დავწერ, რომ სულ არაა აუცილებელი იყოს შემოქმედი, ცეკვავდეს ან მღეროდეს. საჭიროა იყოს კარგი მენეჯერი.“

ადამიანური რესურსების კვალიფიკაციის ნაკლებობა კრიტიკის საგანი ხდება მეტ-ნაკლებად ყველა რეგიონში. როგორც ირკვევა, შესაბამისი განათლებისა და უნარ-ჩვევების კადრების მოძიება რთულია განსაკუთრებით სოფლებში. პროფესიულ კადრებზე საუბრისას იკვეთება მუსიკალური და სახელოვნებო სასწავლებლების პედაგოგთა და სპეციალისტთა კრიტიკა. არადამაკმაყოფილებელი კვალიფიკაციის ან ძველ მეთოდზე აგებული სწავლის სისტემის გამო, ახალგაზრდები სპეციალობის დაუფლებისთვის დედაქალაქსა და დიდ ქალაქებში არჩევენ გადასვლას.

კვლევის მიმდინარეობისას, არაერთ შემთხვევაში გამოიკვეთა კომპიუტერული უნარების ფლობის პრობლემა, მედიანგიწერების გამოწვევა. „არავინ იცის კომპიუტერის გამოყენება, მით უმეტეს, რომ კადრების დიდი ნაწილი ასაკიანია“, - ამბობს ერთ-ერთი რესპონდენტი. შემოქმედებითი სექტორებში დასაქმებულ ადამიანთა კომპიუტერული უნარებისა და შემოქმედებითი ორგანიზაციების ტექნიკური აღჭურვის პრობლემები კვლევის სავსე სამუშაოს დროსაც დადასტურდა - ფოკუს-ჯგუფთათვის შერჩეული მონაწილეების ნაწილმა დისტანციურ/ონლაინ შეხვედრებში ჩართვა ვერ შეძლო.

ხაზი უნდა გაესვას იმას, რომ რეგიონში კომპეტენციის შედარებით პოზიტიური აღქმა კავშირშია ამავე რეგიონში უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულების არსებობასთან. ნათელია, საუნივერსიტეტო სივრცეები მათ შემოგარენში ახერხებენ დარგში საჭირო კადრების მობილიზებას, რეგიონის ფუნქციურობის ზრდას, ცნობიერების ამაღლებას. ინტერვიუებში იკვეთება უნივერსიტეტთა პოზიტიური გავლენა მიმდებარე ტერიტორიის შრომის ბაზარზე.

რეგიონის წარმომადგენელ რესპონდენტებს ხშირად მოჰყავთ თბილისის, როგორც უკეთესი დასაქმების პერსპექტივის მაგალითი და ხაზს უსვამენ საკუთარ მოწყვლადობას. მდგომარეობა განსაკუთრებით რთულდება კულტურის ინდუსტრიაში ჩართული თვითდასაქმებული პირებისა და მეწარმეებისათვის. ადგილობრივ ააიპ-ებსა თუ სსიპ-ში შედარებით იოლია სტაბილური შემოსავლის შენარჩუნება, თუმცა, შრომის ანაზღაურება მინიმალურია დასაქმების ამ სივრცეებშიც. შესაბამისად, დასაქმებულებს ხშირად რამდენიმე საქმის შეთავსება უწევთ. ამასთანავე, ადგილობრივ ააიპ-ებთან და სსიპ-ებთან მიმართებით, რამდენიმე შემთხვევაში გამოწვევად დასახელდა დასაქმებაზე ზოგადი პოლიტიკური პროცესების ნეგატიური ზეგავლენა, რაც, რიგ შემთხვევებში, აბრკოლებს პრობლემურ საკითხებზე ღია რეფლექსიას.

3.2.10 საკანონმდებლო ჩარჩო

დედაქალაქის მსგავსად, რეგიონების წარმომადგენელთა აზრით, საქართველოში შემოქმედებითი პროდუქტის სახელმწიფო შესყიდვა გართულებული და მოუქნელი საკანონმდებლო ჩარჩოთა დარეგულირებული, რის უარყოფით შედეგებზეც, მუნიციპალიტეტის და შემოქმედებითი

სექტორის წარმომადგენლებიც თანხმდებიან. რესპონდენტთა აზრით, გარდა დაბალი ხარისხის პროდუქტის წარმოებისა, აღნიშნული საკანონმდებლო ჩარჩო ხელოვანს თავისუფლად მუშაობას, საკუთარ პროდუქტზე შემოქმედების თავისუფლებასა და საავტორო უფლებებს უზღუდავს: „საკანონმდებლო ჩარჩო შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქტს არ ცნობს და მას იგი აიგივებს სამშენებლო მასალასთან. ავტორის შემოქმედებითი უფლებები შეუძლებელია დაცული იყოს“.

რეგიონებში მცხოვრები რესპონდენტების დიდი ნაწილთან რთულია მარეგულირებელი ჩარჩოს განხილვა და საკითხზე დისკუსია. უმეტესად, ეს განპირობებულია ინფორმირებულობის დაბალი მაჩვენებლით. განსხვავებით თბილისისგან, ნაკლებად შეინიშნება ფილანტროპიის ხელშემწყობი კანონმდებლობის ცოდნა და მისი საჭიროების ხაზგასმა. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ ერთ-ერთი რესპონდენტი გამოწვევად ასახელებს რეგიონებში საავტორო უფლებების შესახებ ცნობიერების ნაკლებობას და მნიშვნელოვნად მიიჩნევს მასზე მუშაობას: „ძალიან მნიშვნელოვანია განსაკუთრებით გაესვას ხაზი და მოწესრიგდეს საავტორო უფლებების საკითხი; ძალიან უხეშად ირღვევა და ვფიქრობ, ამ მხრივაც უმნიშვნელოვანესია ცნობიერების ამაღლება. ყოველთვის ვთხოვ, გამოაგზავნეთ ტექსტის ავტორი, კომპოზიტორი, სიმღერის ავტორი და არ იციან. შეიძლება გამომიგზავნოს სიმღერის სათაური, ცნობილი ფრაზიდან გამომდინარე: „ხმალი ავლესოთ ქართველებო, ხმალი ავლესოთ““.

3.3 კოვიდ-19-ის გავლენა საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაზე

კვლევის ჩატარების პერიოდი კოვიდ-19-ის პანდემიას დაემთხვა, რომლის შემოქმედებითი ინდუსტრიაზე გავლენის შესახებ დისკუსია და ანალიზი გარდაუვალი იყო. როგორც თბილისის, ისევე რეგიონის ფოკუს-ჯგუფებისა და ინტერვიუების შედეგად, გამოვლინდა რიგი საკითხები, რომელიც შემოქმედებითი ინდუსტრიების უკვე არსებულ საჭიროებებს ზრდის, და ასევე გამოიკვეთა ისეთი ტენდენციები, რომლებზე რეაგირებაც აუცილებელია. წინამდებარე თავი აერთიანებს თბილისისა და რეგიონის პერსპექტივას საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიებზე კოვიდ-19-ის გავლენის შესახებ.

კორონავირუსის პანდემიის ნეგატიური გავლენა უპრეცედენტო აღმოჩნდა შემოქმედებითი ინდუსტრიისთვის. 2020 წლის პირველი თვეებიდან, პანდემიამ კულტურის ობიექტების დახურვა, ღონისძიებების გაუქმება გამოიწვია, შეფერხდა ან სრულად შეჩერდა შემოქმედებითი სექტორების მუშაობა, შეწყდა საერთაშორისო მობილობა. ხელოვნების ფესტივალები, ცოცხალი წარმოდგენები, სადღესასწაულო ღონისძიებები, ბიენალეები სრულიად გაუქმდა ან გადაიდო. ფიზიკური დისტანციის რეგულაციები პირდაპირ აისახა საშემსრულებლო ხელოვნებაზე - მრავალმა ადამიანმა დაკარგა ყოველგვარი შემოსავლის წყარო.

კულტურის ინდუსტრიის განვითარება მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული ტურიზმის ინდუსტრიაზე. COVID-19-ის პანდემიამ, ფაქტობრივად, სრულად შეაჩერა კულტურული ტურიზმი. 2020 წლის განმავლობაში საერთაშორისო ჩამოსვლები მთელ მსოფლიოში 74%-ით დაეცა. საერთაშორისო მოგზაურობის შეზღუდვებმა, საზღვრების ჩაკეტვამ და ფიზიკური დისტანცირების ზომებმა, ქვეყნები იძულებულნი გახადა მნახველთათვის დაეხურათ მემკვიდრეობის ძეგლები, ღირსშესანიშნავი ადგილები, მუზეუმები, გაეუქმებინათ ფესტივალები

მართალია, პანდემიამ შემოქმედებითი ინდუსტრიაში ახალ შესაძლებლობებს გაუღო კარი და ციფრული განვითარების მრავალი ასპექტი დააჩქარა, მან ასევე გამოავლინა მანამდე არსებული უთანასწორობა. მაგალითად, როგორც უკვე განხილულ იქნა, საქართველოს რეგიონებისთვის ისედაც დიდი გამოწვევა იყო კომპიუტერიზაცია და მედიაწინგნიერება. შესაბამისად, აბსურდული ხდება ადგილობრივ შემოქმედებით სექტორებში ჩართული ადამიანებისთვის ციფრული პლატფორმების, როგორც ალტერნატიული სამუშაო სივრცეების, განხილვა. თბილისში, ყველაზე აქტიურად მომუშავე, ტურისტულ და მომსახურების სექტორებზე მნიშვნელოვანი გავლენის მქონე შემოქმედებით ინიციატივებსაც მოუწიათ მუშაობის შეჩერება. აღნიშნულმა საერთაშორისო პლატფორმებზე მათი ცნობადობის დაკარგვა და საგრძნობი ფინანსური ზარალი გამოიწვია.

COVID-19-მა განსაკუთრებით დააზარალა შემოქმედებითი ინდუსტრიაში მომუშავე დამოუკიდებელი პირები, მცირე მეწარმეები.

კვლევის დაკვირვებაა, რომ რეგიონული მუნიციპალიტეტების ორგანოების, ააიპ-ებისა თუ სსიპ-ების წარმომადგენელთან საუბარში, პანდემია რეგიონებში კულტურის პოლიტიკის განვითარებისთვის მნიშვნელოვანი ზიანის მომტან და რეგრესის გამომწვევ მოცემულობად არ აღიქმება. თუ არ ჩავთვლით ინდივიდუალურ დისკომფორტსა და წნეხს, რაზეც ყველა თანხმდება, რესპონდენტების უმრავლესობა იზიარებს განწყობას, რომ „დიდი შესვენების“ შემდეგ ყველაფერი ჩვეულ რეჟიმს დაუბრუნდება.

მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ სახელოვნებო სკოლებისა და მოსწავლე-ახალგაზრდობის სასახლეებში სწავლის შეწყვეტის უარყოფითი ეფექტები. პანდემიის პერიოდში, ზოგადი განათლებისგან განსხვავებით, მოსწავლეთა სახელოვნებო განათლებაზე წვდომა მსჯელობის და დისკუსიის საგანი ფაქტობრივად არ გამხდარა. რესპონდენტთა მონათხრობით, განსაკუთრებით რეგიონებში, განსხვავებით საჯარო სკოლებისაგან, სადაც დისტანციური სწავლება უკეთ კონტროლდებოდა, ყოველგვარი ტექნიკური მზაობის არარსებობის პირობებში, ფაქტობრივად სრულიად შეწყდა მოსწავლეებისთვის მუსიკის, ხატვის, ცეკვის, მხატვრული კითხვისა თუ სამსახიობო ხელოვნების დაუფლების შესაძლებლობები.

4. რეკომენდაციები: რეკომენდაციები კვლევის ანგარიში

თვისებრივი კვლევის შედეგების ანალიზის საფუძველზე, შემუშავებულია შემდეგი რეკომენდაციები:

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება თბილისში

1. კვლევის მიგნებებზე დაყრდნობით, შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის ხელსაყრელი გარემოს შექმნისთვის, რეკომენდირებულია კულტურის დაფინანსების სისტემის დეცენტრალიზაციისა და კარგი მმართველობის პრინციპის გათვალისწინებით სრულყოფა. კულტურის/შემოქმედებითი ინდუსტრიების ხელშეწყობაზე მიმართული ფონდი ან/და თემატური ფონდები სექტორს დაფინანსების მარტივ, გამჭვირვალე და ეფექტურ გზებს უნდა სთავაზობდეს.
2. კოვიდ-19-ის მიერ სექტორისთვის მიყენებული ზიანის და მიღებული გამოცდილების გათვალისწინებით, რეკომენდირებულია ზემოაღნიშნული სტრუქტურა/ები, მათ შორის, ითვალისწინებდნენ კრიზისული სიტუაციისთვის განკუთვნილ ფონდებსაც, რომელიც დროის გარკვეულ პერიოდში კრიზისული სიტუაციის შედეგად მეტად დაზიანებული სექტორების დახმარებაზე იქნება ორიენტირებული.
3. კვლევის განმავლობაში გამოიკვეთა შემოქმედებითი სექტორში დასაქმებულ პროფესიონალებს გაერთიანების, ასოციაციებისა და პროფესიული ჯგუფების შექმნის მაგალითები. მსგავსი გაერთიანებების შესაძლებლობები გამოყენებული უნდა იქნას სექტორის წინაშე მდგარი სხვადასხვა გამოწვევის დაძლევაში. სასურველია სახელმწიფო დაფინანსების პროგრამების ნაწილი მიემართებოდეს შემოქმედებითი ინდუსტრიების გაერთიანებების ხელშეწყობაზე, რომელთა საქმიანობა, შესაძლოა, გულისხმობდეს კონკრეტული ქვესექტორების ინტერნაციონალიზაციას, კლასტერიზაციას, პროფესიონალიზაციას, მსოფლიო პლატფორმებზე წარმოჩენას და ადგილობრივი გამოწვევების დაძლევას.
4. სასურველია დამკვიდრდეს სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ გამოწვევების იდენტიფიცირების და მათზე სექტორის წარმომადგენლებთან ერთად მუშაობის სისტემური პრაქტიკა. რეკომენდებულია პოლიტიკის დაგეგმვისა და განხორციელების მტკიცებულებებზე დაფუძნებული ფორმის დანერგვა და სექტორული და ქვესექტორული კონსულტაციების მექანიზმის აქტიური გამოყენება.
5. რეკომენდირებულია, რომ სექტორის პერიოდული კვლევა განისაზღვროს კულტურის სახელმწიფო პოლიტიკის პრიორიტეტულ მიმართულებად. შესაბამისად, მიზანშეწონილია აღნიშნული პოლიტიკის გატარებაზე პასუხისმგებელი საჯარო სტრუქტურების საქმიანობა მოიცავდეს კვლევისა და მონაცემთა ანალიზის კომპონენტს, რაც შესაძლებელს გახდის სექტორის მახასიათებლების, საჭიროებებისა თუ შესაძლებლობების გამოვლენას და მასზე რეაგირების ქმედითი ინსტრუმენტების შემუშავებას.

6. უფლებამოსილი სახელმწიფო ინსტიტუტებისთვის რეკომენდებულია შემოქმედებით სექტორში ჩართულ/დასაქმებულ პირთა (ინდივიდთა და ორგანიზაციათა) მონაცემთა ბაზების შექმნა და სისტემატური წარმოება. სასურველია აღნიშნული პროცესის სხვადასხვა სახელმწიფო და არასამთავრობო ორგანიზაციასთან კოორდინაციით წარმართვა და მასში შესაბამისი გამოცდილების მქონე სტატისტიკოსთა ჯგუფისა და საერთაშორისო ექსპერტების ჩართვა. აღნიშნული ბაზების წარმოება, შესაძლოა, ემსახურებოდეს ქვეყანაში შემოქმედებით სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობის განსაზღვრას, სექტორის ზრდის დინამიკის გაზომვას, ქვეყნის ეკონომიკურ თუ სოციალურ განვითარებაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების წილის გაზომვას და ა.შ.
7. გარდა აღნიშნულისა, რეკომენდებულია კვლევითი კატეგორიის დამატება სახელმწიფო ინსტიტუტების მიერ გამოცხადებულ საკონკურსო პროგრამებშიც. მოცემული კვლევითი კატეგორია, სასურველია ფოკუსირდეს ქვესექტორების ინდივიდუალური საჭიროებების, წარმატებული პრაქტიკებისა თუ ტენდენციების კვლევაზე, რათა შესაძლებელი გახდეს მათზე მორგებული სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მიღება.
8. განსაკუთრებულ ყურადღებას საჭიროებს რესპონდენტთა უკმაყოფილება უმაღლეს სახელოვნებო სასწავლებლებში მიმდინარე პროგრამებისადმი. მათი შენიშვნები მიემართება საგანმანათლებლო პროგრამების ხარისხს და თანამედროვე ტენდენციებთან შეუსაბამობას, სტუდენტთათვის დასაქმებისთვის საჭირო უნარ-ჩვევებისა და ცოდნის არასაკმარისად მიწოდებას და შრომის ბაზარზე მოთხოვნილი პროგრამების ნაკლებობას. აღნიშნული მიმართულებით, ქვეყანაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების საგანმანათლებლო სტანდარტის ამაღლებისთვის, რეკომენდებულია სახელოვნებო და საგანმანათლებლო დაწესებულებებში დამოუკიდებელი კვლევებისა და საჭიროების ანალიზის ჩატარება რომელიც: განსაზღვრავს არსებული კურიკულუმებისა და პროგრამების ხარისხს საერთაშორისო უნივერსიტეტების პროგრამებთან მიმართებაში, შეაფასებს აკადემიური კადრების კვალიფიკაციას და შექმნის სიტუაციის შესაბამისი და ეფექტური ცვლილებების დაგეგმვისა და განხორციელების წინაპირობას.
9. საგანმანათლებლო პროგრამების შეფასების გარდა, კვლევა ადგენს პროფესიულ სახელოვნებო სასწავლებლებში მომუშავე კვალიფიციური კადრის გადამზადების, ან კადრთა რეორგანიზების საჭიროებას. მონაწილეთა რეკომენდაციით მიზანშეწონილია პროფესიული სასწავლებლების ეტაპობრივი რეფორმის სახელოვნებო მიმართულებებიდან დაწყება.
10. გარდა ზემოაღნიშნულისა, კვლევის შედეგების გათვალისწინებით რეკომენდირებულია კულტურის და შემოქმედებითი საქმიანობის კომერციალიზაციასთან დაკავშირებული უნარ-ჩვევების გაუმჯობესება და პროფესიული გადამზადების საშუალებების შექმნა. მათ შორის, აღნიშნული საშუალებები უნდა მოიცავდეს ბიზნესის წამოწყების, წარმოების და მარკეტინგის, შემოქმედებითი პროდუქტის და მომსახურების ონლაინ გაყიდვების და ინტერნაციონალიზაციის საკითხებს.

11. კვლევა ავლენს როგორც უმაღლესი ასევე პროფესიული სახელოვნებო დაწესებულებების ტექნიკური აღჭურვისა და ინვენტარით უზრუნველყოფის საჭიროებასაც. რეკომენდებულია სასწავლებლების საჭიროებისა და თანამედროვე სტანდარტების შესაფერისი კომპიუტერული ინფრასტრუქტურითა და პროგრამებით, ამასთანავე, კონკრეტული პროფესიული საქმიანობისთვის საჭირო მასალისა და ინვენტარის საჭირო ოდენობით უზრუნველყოფა. სასურველია ამ მიმართულებებით საჭიროების ანალიზის ჩატარება.
12. კვლევა ავლენს დამოუკიდებელი შემოქმედებითი სექტორის პოზიციას, ითანამშრომლოს სახელმწიფო ინსტიტუტებთან არსებული გამოწვევებისა და საკუთარი გამოცდილების გაზიარების გზით. აღნიშნულისთვის, შემოქმედებითი რესურსის პოტენციალის შეფასებასა თუ ეფექტური გადაწყვეტილებების მიღებაში, მნიშვნელოვანია კოლექტიური მუშაობის პრინციპის დამკვიდრება. ამ საკითხის ხელშეწყობა, სახელმწიფო ხელისუფლების ორგანოებსა და შემოქმედებითი სექტორების წარმომადგენლებს შორის გეგმიური შეხვედრების მექანიზმის შეთავაზებით შეიძლება. შესაბამისად, რეკომენდებულია სახელმწიფო ინსტიტუტებსა და დამოუკიდებელ ორგანიზაციებს შორის თანამშრომლობის სისტემური ფორმების ჩამოყალიბება ორმხრივი ძალისხმევის გაძლიერებითა და შეხვედრების, კონფერენციების, ფორუმებისა და მსგავსი ღონისძიებების ხელშეწყობით.
13. რეკომენდებულია უწყებათაშორისი თანამშრომლობისა და კოორდინაციის გაუმჯობესება. მათ შორის, მიზანშეწონილია კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს, ცენტრალური ხელისუფლების სხვა ორგანოებს და მუნიციპალიტეტებს, ასევე, თბილისისა და საქართველოს სხვა მუნიციპალიტეტების შემოქმედებითი ორგანიზაციებს და ინდივიდებს შორის თანამშრომლობის გაუმჯობესება.
14. კვლევის რესპონდენტთათვის განსაკუთრებით აქტუალურია სექტორის განვითარებისთვის ხელშემწყობი გარემოს ჩამოყალიბების საკითხი. შესაბამისად, რეკომენდებულია მოქნილი და ქმედითი საკანონმდებლო-მარეგულირებელი ჩარჩოს ჩამოყალიბება და საჭიროებებს მორგებული ცვლილებების ინიცირება ქვემოთ ჩამოთვლილი მიმართულებებით:

» როგორც წარმოდგენილი კვლევა, ასევე საერთაშორისო გამოცდილებები ცხადყოფს შემოქმედებითი სექტორისთვის დამოუკიდებელი დაფინანსების წყაროების გაჩენის აუცილებლობასა და მხოლოდ სახელმწიფო დაფინანსებაზე დამოკიდებულებისგან განთავისუფლებას მნიშვნელობას. აქედან გამომდინარე, სასურველია სახელმწიფო სტრუქტურებმა, შესაბამისი კომპეტენციის მქონე ექსპერტთა და სექტორის ჩართულობით, უზრუნველყონ ფილანთროპიის, ქველმოქმედებისა და შემოქმედებითი სექტორის ხელშემწყობი სხვა ტიპის საგადასახადო მექანიზმების სიდრმისეული შესწავლა და შესაბამისი ინსტრუმენტის/ების სამთავრობო დღის წესრიგში დაყენება.

- » კვლევა ავლენს შემოქმედებითი პროდუქტისა და მომსახურების სახელმწიფო შესყიდვის გამარტივების საჭიროებას. შესაბამისად, სასურველია სახელმწიფო შესყიდვების კანონის შემოქმედებითი მომსახურებისა თუ პროდუქტის შესყიდვის კომპონენტთან მიმართებით ანალიზი და საჭიროებებს მორგებული ცვლილებების ინიცირება.
 - » რეკომენდებულია საქართველოს კანონმდებლობის ევროკავშირის აუდიოვიზუალურ დირექტივასთან დაახლოება და ასოცირების ხელშეკრულებით ნაკისრი ვალდებულებების შესრულება. მოცემული საკანონმდებლო ცვლილებების განხორციელება ხელს შეუწყობს სექტორის ზოგად განვითარებას, გააუმჯობესებს ფინანსურ შესაძლებლობებს და სრულად შემოქმედებითი ინდუსტრიების, განსაკუთრებით კი - აუდიო-ვიზუალური ქვესექტორისთვის გაზრდის დაფინანსების სხვადასხვა პლატფორმასთან, მათ შორის, შემოქმედებითი ევროპის მედია ქვეპროგრამის სქემებთან წვდომას.
 - » რეკომენდებულია საავტორო უფლებების შესახებ კანონის შესაბამისად ადგილობრივი შემოქმედებითი სექტორის ინტელექტუალური საკუთრების დაცვის მექანიზმების გაძლიერება, „მეკობრეული“ პლატფორმების კონტროლისა და მონიტორინგის სქემების/გეგმების შემუშავება.
- 15.** კვლევის შედეგების მიხედვით, შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლებისთვის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან გამოწვევად სახელმწიფო მფლობელობაში არსებული ობიექტების, შენობებისა და სივრცეების გამოყენების სირთულე სახელდება. რეკომენდებულია მსგავს სივრცეებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა, მათ გამოყენებასთან დაკავშირებული ბიუროკრატიული პროცედურების გამარტივება, ქმედითი მექანიზმების შექმნა და ამ კუთხით შემოქმედებით სექტორთან კომუნიკაციის გაუმჯობესება.
- 16.** საყურადღებოა როგორც სექტორების ექსპერტების, ასევე სამთავრობო უწყებების წარმომადგენელთა ხედვა უფუნქციო შენობების და სივრცეების გამოყენების შესახებ. მათი რეკომენდაციით სასურველია თბილისში არსებულ უფუნქციო შენობებზე სტარტაპებისა და შემოქმედებით ინდუსტრიებში მომუშავე დამწყები ბიზნესების ხელმისაწვდომობის გაზრდა.
- 17.** თბილისში ჩატარებული სავსელ სამუშაოები ავლენს შემოქმედებითი სექტორისთვის ხელმისაწვდომი სივრცეების რაოდენობის სიმცირეს, ამასთანავე, არსებული მცირე რაოდენობის სივრცეების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობას. კვლევამ დაადგინა შემოქმედებითი სტარტაპების, ხელოვნების სხვადასხვა მიმართულებისთვის განკუთვნილი სამუშაო სივრცეების, სტუდიების, სახელოსნოების, საგამოფენო დარბაზებისა და სასცენო სივრცეების მნიშვნელოვანი საჭიროება. შესაბამისი სივრცეების ნაკლებობასთან ერთად, პრობლემურია არსებული სივრცეების ფასიც. აღნიშნულთან დაკავშირებით, რეკომენდებულია არსებული ხელმისაწვდომი სივრცეების

აღრიცხვა, მათ შესახებ ინფორმაციის გავრცელება და ახალი სივრცეების შექმნაზე/შეთავაზებაზე მუშაობა. მოცემული პროცესი რეკომენდებულია წარიმართოს სექტორთან მჭიდრო თანამშრომლობით.

18. სასურველია შემოქმედებითი ინდუსტრიებისა და კულტურის ხელშეწყობ საკონკურსო პროგრამებში სექტორების ფართო სპექტრის საჭიროებების გათვალისწინება და საკონკურსო კომპონენტების დამატებით ისეთ მიმართულებებზე მორგება - როგორცაა გასტრონომია, კომპიუტერული თამაშების ინდუსტრია, ინოვაციებზე მომუშავე შემოქმედებითი სტარტაპები და ა.შ.
19. რეკომენდებულია შემოქმედებითი ინდუსტრიების ახლად დამკვიდრებული მიმართულებების, მაგალითად, კომპიუტერული თამაშების ინდუსტრიის ხელშეწყობის ზრდა. სახელმწიფო სტრუქტურებმა აღნიშნული სექტორის ხელშეწყობა შესაძლოა მოახერხონ როგორც სახელმწიფო დაფინანსების პროგრამებში შესაბამისი კატეგორიის დამატებით, ასევე რეგიონალურ და ადგილობრივ გამოფენებში ინდუსტრიის წარმომადგენელთა მოწვევით, ცნობადობის გაზრდითა და საგანმანათლებლო პროგრამებში შესაბამისი კომპონენტის შეთავაზებით.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება საქართველოს რეგიონებში

20. რეკომენდებულია რეგიონებში შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესახებ ცოდნის გავრცელების, რეგიონების სოციალურ და ეკონომიკურ განვითარებაში მისი პოტენციალის წარმოჩენის ხელშეწყობა, როგორც გადანაცვეტილების მიმღებ - ისე ინდუსტრიაში ჩართულ პირებთან.
21. რეკომენდებულია კულტურის წარმოების, დისტრიბუციისა და კომერციალიზაციის ასპექტების გააზრებისკენ მიმართული შემეცნებითი და სასწავლო ღონისძიებების შეთავაზება. სასურველია რეგიონების მცხოვრებთათვის შემდეგ საკითხებთან დაკავშირებული პროფესიული გადამზადების საშუალებების შექმნა:
 - » შემოქმედებითი ინიციატივების მეწარმეული განვითარება და ბიზნესის წარმოებასთან და მარკეტინგთან დაკავშირებული უნარ-ჩვევები;
 - » შემოქმედებითი პროდუქტის და მომსახურების ონლაინ გაყიდვები და კომერციალიზაციის თანამედროვე მიდგომები;
 - » შემოქმედებითი პროდუქტის და მომსახურების საერთაშორისო ბაზარზე გასვლისა და დამკვიდრებისთვის საჭირო უნარ-ჩვევები.

სასურველია გადამზადების საშუალებები მიმართული იყოს როგორც ადგილობრივი დამოუკიდებელი ხელოვანებისა და ორგანიზაციებისთვის, ისე სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლებისა და მუნიციპალიტეტის დაქვემდებარებაში მყოფი ორგანიზაციებისთვის.

- 22.** მნიშვნელოვანია შემოქმედებითი საქმიანობის კომერციალიზაციის შესახებ ცნობიერების ამაღლება და აღნიშნულთან დაკავშირებული პრაქტიკული უნარების გაზიარება. რეკომენდებულია მსგავსი ტიპის პროგრამების შეთავაზება მოხდეს როგორც საქართველოში მომუშავე საერთაშორისო ორგანიზაციების, ასევე სახელმწიფო ორგანოების მხრიდან.
- 23.** მსგავსად თბილისის შემოქმედებითი სექტორისა - კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროსთან ეფექტური და სასურველი თანამშრომლობის სურვილი იკვეთება რეგიონების შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლებთანაც.

ამ კუთხით, კვლევის შედეგების საფუძველზე რეკომენდებულია:

- » შემოქმედებითი სექტორის სიახლეებზე ინფორმაციის სისტემატური გავრცელება როგორც თბილისში, ისე საქართველოს საზღვრებს გარეთ.
 - » მუნიციპალიტეტის ხელისუფლების ორგანოებისა თუ დამოუკიდებელი შემოქმედებით ორგანიზაციების წარმომადგენლებთან საინფორმაციო და გაცნობითი შეხვედრების გამართვა
 - » სამინისტროში რეგიონებთან კომუნიკაციაზე პასუხისმგებელი დეპარტამენტის ან/და პირების დანიშვნა
 - » საერთაშორისო ბაზარზე საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოპულარიზაციის პროცესში რეგიონების რესურსის გათვალისწინება
 - » მუნიციპალიტეტის წარმომადგენელთათვის პროფესიული გადამზადების შესაძლებლობების შექმნა
- 24.** კვლევის მიგნების თანახმად, რეკომენდებულია რეგიონებში შემოქმედებით ინდუსტრიაში ჩართულ პირებსა და ადგილობრივ ხელისუფლებას შორის კომუნიკაციის, ინფორმაციის მუდმივი გავრცელებისა და კოორდინაციის სისტემის/პლატფორმის შექმნა.
- 25.** კვლევამ გამოავლინა, რომ რეგიონების შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლები არაჯეროვან და არასრულ ინფორმაციას ფლობენ მათი საქმიანობისთვის პოტენციურად საინტერესო და ხელშემწყობი შეთავაზებების, მათ შორის, კონკურსების შესახებ. რესპონდენტებს, აღნიშნული პრობლემების მოგვარების გზად, ერთიანი პლატფორმის, ერთგვარი მონაცემთა ბაზის შექმნა ესახებათ, სადაც თავმოყრილი იქნება ინფორმაცია კონკურსებისა და სხვა ტიპის პროგრამების შესახებ. გარდა აღნიშნულისა, წარმატებული გამოცდილებების გათვალისწინებით, რეკომენდებულია პოტენციური დონორების მიერ საინფორმაციო შეხვედრების გამართვის პრაქტიკის გააქტიურება.
- 26.** კვლევის მონაწილეები, ხელშემწყობ პროგრამებსა და კონკურსებზე საუბრისას ყურადღებას ამახვილებენ განაცხადების მიღების პროცესთან დაკავშირებულ

სირთულეებზე. ამ მხრივ, რეკომენდებულია რეგიონებში შესაბამისი გადამზადების ღონისძიებების, ვორკშოპების, ტრენინგების გამართვა.

- 27.** გამომდინარე იქედან, რომ კვლევის შედეგების მიხედვით, რესპონდენტები, რეგიონებში ყველაზე ნაკლებად განვითარებულ ინდუსტრიებად, როგორც დასაქმების - ისე ზოგადად ქვესექტორის განვითარების კუთხით - მოდის ინდუსტრიას, ინტერიერის და გრაფიკულ დიზაინს, კინოინდუსტრიას, ფოტოგრაფიას თუ სარეკლამო ინდუსტრიას ასახელებენ, სამომავლო სტრატეგიების შედგენისას შესაძლოა წახალისებული იყოს საქართველოს რეგიონებში ამ ქვესექტორების პოტენციალის განსაზღვრა და მათზე მოთხოვნის კვლევა. კვლევის ამ ეტაპზე ნათელია, რომ რეგიონებში აღნიშნული ქვესექტორების განვითარებას აფერხებს დასაქმების პერსპექტივის, შესაბამისი საგანმანათლებლო პროგრამებისა და ადგილობრივი კვალიფიციური კადრის ნაკლებობა. შესაფერისი საგანმანათლებლო პროგრამების სიმცირე, თავისმხრივ, პროფესიის დაუფლების მიზნით ახალგაზრდების რეგიონებიდან დედაქალაქში გადინებას იწვევს, რაც კიდევ უფრო ამწვავებს რეგიონებში ზემოთ ჩამოთვლილი პროფესიების განვითარებასთან დაკავშირებულ პრობლემებს.
- 28.** რეკომენდებულია რეგიონის შემოქმედებითი მეწარმეებისათვის ისეთი საგანმანათლებლო და გადამზადების ღონისძიებების ორგანიზება, რაც უზრუნველყოფს ბაზარზე თანამედროვე მოთხოვნებისა და ახალი ტენდენციების შესახებ სტრატეგიული ცოდნის გადაცემას.
- 29.** რეგიონებისთვის მნიშვნელოვანი გამოწვევაა შემოქმედებითი პროდუქტისა და მომსახურების ბაზრის სიმცირე. ტრადიციული რეწვის თუ გამოყენებითი ხელოვნების კუთხით მოქმედი შემოქმედებითი ინიციატივებისთვის ძირითადი სავაჭრო სივრცე/გასაღების ბაზარი ადგილობრივი ხელისუფლების ორგანოების თუ, სხვა ორგანიზაციების მიერ ორგანიზებული ფესტივალები, გარე ბაზრობები და სხვა მსგავსი ტიპის ღონისძიებებია. აღნიშნულის გათვალისწინებით, რეკომენდებულია რეგიონებში ისეთი პროგრამების ინიცირება და/ან მხარდაჭერა, რაც ადგილობრივ ბაზარს განავითარებს და სექტორის წარმომადგენლებს მომხმარებლის ფართო სპექტრზე წვდომას გაუმარტივებს.
- 30.** რეკომენდებულია როგორც თბილისის, ისე რეგიონების შემოქმედებითი ინდუსტრიებში ჩართული მეწარმეების ქვეყნის თუ საერთაშორისო მასშტაბის მნიშვნელოვან ღონისძიებებში (საერთაშორისო ბაზრები, „შოუ-ქეისები“ და ა.შ.) ჩართვის მხარდაჭერა. აღნიშნული ხელს შეუწყობს სექტორის განვითარებას, ადგილობრივ და საერთაშორისო ბაზრებზე დამკვიდრებას.
- 31.** კვლევა ავლენს ადგილობრივი შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენელთა კომუნიკაციის უნარ-ჩვევების პრობლემებს, რაც მნიშვნელოვნად აფერხებს მათი პროდუქტისა თუ მომსახურების განვითარებას და ბიზნესის კომერციალიზაციას. ამ კონტექსტში, რეკომენდებულია ერთგვარი შუალედური მექანიზმის შექმნის ხელშეწყობა, რომელიც შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენლების ადგილობრივ

და საერთაშორისო ბაზარზე გასვლას შეუწყობს ხელს. აღნიშნული მექანიზმის როლი შესაძლოა შეასრულოს ტრენინგ-მოდულებმა, მედიაციის ცენტრებმა და სხვა.

- 32.** რესპონდენტთა ხედვაზე დაყრდნობით, რეკომენდებულია რეგიონებში ადგილობრივი ფესტივალების მხარდაჭერისა და დაფინანსების მეტი შესაძლებლობის შექმნა.
- 33.** რესპონდენტები პრობლემურად მიიჩნევენ ადგილობრივ შემოქმედებით ინიციატივებში ბიზნესსექტორის სუსტ ჩართულობას. აღნიშნულთან მიმართებით, რეკომენდებულია სახელმწიფო სტრუქტურების მიერ კერძო სექტორის კულტურასა და შემოქმედებით ინდუსტრიებში ჩართვის წამახალისებელი ინიციატივების შექმნა და შეთავაზება.
- 34.** კულტურული ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით, რეკომენდებულია რეგიონისთვის დამახასიათებელი სტრატეგიული რესურსების იდენტიფიცირებაზე ორიენტირებული კვლევების ინიცირება, შემდგომ კი, მათზე დაფუძნებული განვითარების სტრატეგიების შექმნა.
- 35.** რესპონდენტთა მოსაზრებებზე დაყრდნობით, რეკომენდებულია რეგიონებში მდებარე კულტურული ინფრასტრუქტურის აღდგენა და მოწესრიგება, ღირსეული სამუშაო გარემოს შექმნა.
- 36.** კვლევის რესპონდენტები განსაკუთრებულ პრობლემად მიიჩნევენ რეგიონებიდან ახალგაზრდების მუდმივ გადინებას, რის შესამსუბუქებლად, მათივე ნააზრევის საფუძველზე, რეკომენდებულია ახალგაზრდული ცენტრების, გართობის, შემეცნების, შეკრებისა და გამოხატვის სივრცეების შექმნის წახალისება. აქვე, მიზანშეწონილია რეგიონებში შემოქმედებითი სახელოსნოების და სარეპეტიციოების შექმნის ხელშეწყობა.
- 37.** მთავარ გამოწვევებს შორის, რიგ ქალაქებში ჯერ კიდევ სახელდება ინტერნეტთან წვდომის სირთულეები, რაც ყოველდღიური საქმიანობის ეფექტიანობას მნიშვნელოვნად ამცირებს. აღნიშნული პრობლემის ლოგიკური შედეგია შემოქმედებით სექტორში ჩართულ პირებში საბაზისო კომპიუტერული უნარ-ჩვევების არარსებობა/ნაკლებობა. ამგვარად, მიზანშეწონილია შესაბამისი ინფრასტრუქტურული პრობლემის მოგვარება და გადამზადების პროგრამების შეთავაზება.
- 38.** რეგიონებში ბოლო წლებში ყველაზე უფუნქციოდ დარჩენილ სივრცეებს შორის, ბიბლიოთეკები სახელდება. ძირითად გამოწვევებია - ინფრასტრუქტურის დაზიანება, ინვენტარის არარსებობა, თანამედროვე აღჭურვისა და კომპიუტერიზაციის პრობლემა, ელექტრონული პროგრამების ფლობის დეფიციტი, საბიბლიოთეკო საქმიანობით დაინტერესებული კადრების ნაკლებობა. რესპონდენტები თვლიან, რომ ბიბლიოთეკების სიცოცხლისუნარიანობა რისკის ქვეშაა, აღნიშნულის გათვალისწინებით, რეკომენდებულია ბიბლიოთეკების განვითარების დროული, პრინციპული და ეფექტიანი სტრატეგიის შემუშავება.

- 39.** კვლევის საფუძველზე დგინდება, რომ პრობლემურია ბიბლიოთეკებში ლიტერატურის განახლების საკითხიც. შესაბამისად, რეკომენდებულია რეგიონების წიგნადი ფონდის გამდიდრებაზე ზრუნვა.
- 40.** რესპონდენტების მიერ რეკომენდებულია ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ სოფლის კულტურის ცენტრებისა და ბიბლიოთეკების მიმზიდველობის ზრდის ხელშეწყობა, რაც, მათ შორის, გულისხმობს შესაბამისი მატერიალური და ტექნიკური რესურსების მობილიზებას, დასაქმებულთა შრომის ღირსეული ანაზღაურებას, ინფრასტრუქტურულ მოწყობას.
- 41.** მუნიციპალიტეტის კულტურის ორგანიზაციებისთვის რეკომენდებულია, რომ ვაკანსიები იყოს ღია და ხელმისაწვდომი ყველა დაინტერესებული პირისათვის, ხოლო გადანაცვ-
ტილების მიღების მექანიზმი - გამჭვირვალე.

ნაწილი IV

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები

რეგულაციური კვლევის ანგარიში

1. შედეგების მოკლე შეჯამება

შემოქმედებითი ინდუსტრიაში ჩართული ორგანიზაციების/ბიზნესების ტიპი

- » კვლევაში მონაწილე ბიზნესების/ორგანიზაციების აბსოლუტური უმრავლესობა (90%) აცხადებს, რომ მათთვის ეკონომიკური საქმიანობა პირველადი საქმიანობაა;
- » ნახევარზე მეტს (58%) ეკონომიკური საქმიანობისთვის სოციალური მედიის გვერდი აქვს. ამასთან, თითქმის ნახევარს (48%) აქვს ვებგვერდი;
- » გამოკითხული შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაახლოებით მეათედს (11%) საერთაშორისო ონლაინ სავაჭრო პლატფორმებს იყენებს, ხოლო 5% - ქართულ ბაზარზე ოპერირებად ონლაინ სავაჭრო პლატფორმებს;
- » გამოკითხულთა დაახლოებით მეხუთედი (21%) ამბობს, რომ მათი ბიზნესი მეორეულ საქმიანობასაც ეწევა.

აღვილობრივ ბაზარზე არსებული გამოწვევები

- » რესპონდენტთა მხოლოდ 5% აცხადებს, რომ ბოლო 12 თვის განმავლობაში მათ ბიზნესს/ორგანიზაციას გამოწვევა არ ჰქონია;
- » ყველაზე ხშირად ბიზნესის/ეკონომიკური საქმიანობის წინაშე არსებულ გამოწვევებს შორის კორონა ვირუსთან დაკავშირებული შეზღუდვები სახელდება (85%);
- » რესპონდენტთა უმრავლესობის (83%) თქმით, მათი პროდუქტის მომხმარებლები ძირითადად საქართველოს მოქალაქეები არიან. 16%-ის განცხადებით, კი - ძირითადად უცხო ქვეყნის მოქალაქეები;
- » ადგილობრივ ბაზარზე მომუშავე, გამოკითხული ბიზნესების/ორგანიზაციების თითქმის ნახევარი (48%), მათი სამუშაო სპეციფიკიდან გამომდინარე, საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის საჭიროებას ვერ ხედავს. ხოლო 14%-ს ამის სურვილი არ აქვს;

საერთაშორისო ბაზარზე არსებული გამოწვევები

- » გამოკითხული ბიზნესების 16% საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებს;
- » კვლევაში მონაწილე, საერთაშორისო ბაზარზე მომუშავე ბიზნესების/ორგანიზაციების

დიდი ნაწილი (42%) აღნიშნავს, რომ საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებისას პრობლემებს არ აწყდებიან;

- » საერთაშორისო ბაზარზე მუშაობის მთავარი გამოწვევა ფინანსური რესურსების, მაღალკვალიფიციური კადრებისა და შესაბამისი სახელმწიფო სტრუქტურის მხრიდან დახმარების ნაკლებობაა;
- » ბიზნესები/ორგანიზაციები, რომელთაც საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის სურვილი აქვთ (30%), მაგრამ ჯერჯერობით მხოლოდ ლოკალურ ბაზარზე ოპერირებენ, ამის ძირითად მიზეზად საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე გასასვლელად ფინანსური რესურსის ნაკლებობას, ფინანსურ არამდგრადობას, დასაქმებისთვის სარისკო გარემოსა და საერთაშორისო ბაზარზე არსებულ რეგულაციებს ასახელებს.

ბიზნესის/ორგანიზაციის წინაშე მდგარი საჭიროებები საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებისთვის

- » კვლევაში მონაწილე ბიზნესების/ორგანიზაციების ძირითადი ნაწილი, რომელიც საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირების ინტერესს გამოხატავს ან უკვე ოპერირებს (46%), მთავარ დაბრკოლებად ფინანსებთან დაკავშირებულ საკითხებს ასახელებს;
- » დაახლოებით მეოთხედი (23%) საერთაშორისო ეკონომიკურ ბაზარზე საქართველოს პოპულარიზების საჭიროებას ხედავს;
- » გამოკითხულთაგან, საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებადი ბიზნესების/ორგანიზაციების 17%-ს უცხოურ ბაზარზე მეტი წვდომის სპეციფიკური საჭიროება არ აქვს;
- » დაახლოებით ნახევარი (51%) იმ ბიზნესების/ორგანიზაციებისა, ვისაც საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის სურვილი აქვს, ვარაუდობს, რომ მომდევნო 5 წლის მანძილზე საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებას შეძლებენ.

2. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდოლოგია

აღნიშნული კვლევა 2022 წლის მარტში ჩატარდა. კვლევის მიზანს თბილისში ოპერირებადი შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციის შესაძლებლობებისა და ინტერნაციონალიზაციის პროცესში არსებული გამოწვევების შესწავლა წარმოადგენდა. ამ მიზნით, სატელეფონო გამოკითხვის მეთოდის საშუალებით რაოდენობრივი კვლევა ჩატარდა. მონაცემები სამიზნე ჯგუფის შესახებ ამოღებულ იქნა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის სტატისტიკური ბიზნეს რეგისტრიდან შემთხვევითი შერჩევის მეთოდით. კვლევის სამიზნე ჯგუფი იყო თბილისში მომუშავე შემოქმედებითი ინდუსტრიის წარმომადგენლები, რომელთა ბიზნესის ტიპიც ექსპორტზე გასვლის შესაძლებლობას იძლევა. კვლევის ფარგლებში, სულ გამოიკითხა 150 რესპონდენტი.

სატელეფონო გამოკითხვა ჩატარდა წინასწარ შემუშავებული კითხვარის საშუალებით; სატელეფონო გამოკითხვის სპეციფიკიდან გამომდინარე, გამოკითხვის ხანგრძლივობა დაახლოებით 10 წუთი იყო.

ბიზნესის სახეების განსასაზღვრად გამოყენებულ იქნა საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ შედგენილი ეკონომიკური საქმიანობების კლასიფიკაციების სახეები (NACE rev 2), საიდანაც შეირჩა შემოქმედებითი ეკონომიკური საქმიანობები (შემოქმედებითი საქართველოს კლასიფიკაციის მიხედვით⁶⁹):

არქიტექტურა
დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია
სახვითი ხელოვნება
კინო და ვიდეო
კულტურული მემკვიდრეობა
ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია
მედია და მაუწყებლობა
მუსიკა
რეკლამა
საშემსრულებლო ხელოვნება
სახელოვნებო და კულტურის განათლება
ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია
რენჯა
გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია

69 დეტალური კლასიფიკაციისთვის, გთხოვთ იხილოთ ილუსტრაცია N1

მონაცემთა ანალიზის დაწყებამდე, მიღებული რაოდენობრივ მონაცემთა ბაზა გაიწმინდა/დამუშავდა, ხოლო მონაცემები STATA 16-ის გამოყენებით გაანალიზდა.

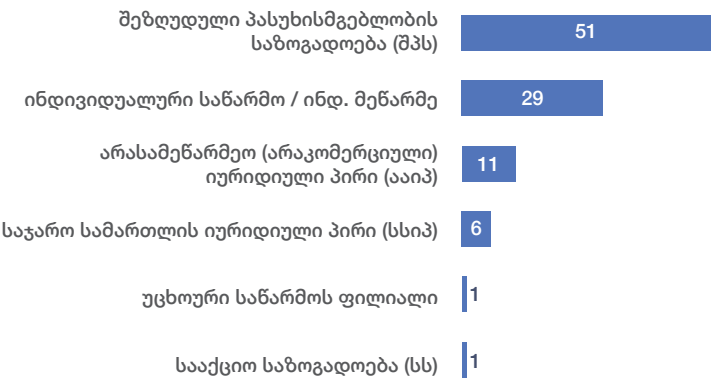
შენიშვნა: ვინაიდან, რაოდენობრივი მონაცემები ხელმისაწვდომი შერჩევის საშუალებით შეგროვდა, შედეგები ვერ განზოგადდება საქართველოში მოქმედ შემოქმედებით ინდუსტრიებზე.

3. ძირითადი მიზნაბაი

3.1. შემოქმედებით ინდუსტრიაში ჩართული ორგანიზაციების/ბიზნესების ტიპი

გამოკითხული ბიზნეს კომპანიების ნახევარი შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებას (შპს) წარმოადგენს. დაახლოებით მესამედი ინდივიდუალური მეწარმის სტატუსის მქონეა (29%). არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიულ პირს (აიპ) გამოკითხულთა 11% შეადგენს. საჯარო სამართლის იურიდიული პირის (სსიპ) სტატუსი აქვს გამოკითხული ბიზნესების 6%-ს. ასევე, უცხოური საწარმოს ფილიალი და სააქციო საზოგადოების სტატუსი კვლევაში მონაწილე ბიზნესების თითო-თითო პროცენტს აქვს.

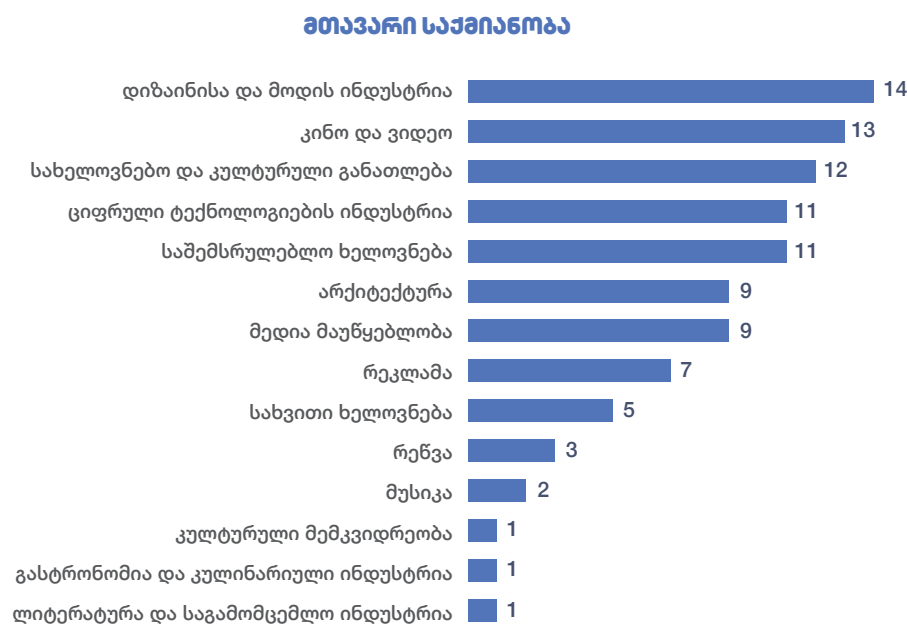
გრაფიკი 1. რა არის თქვენი კომპანია/ორგანიზაციის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა? (%)



კვლევაში მონაწილე ბიზნესების/ორგანიზაციების ძირითადი საქმიანობა სხვადასხვა სფეროს მოიცავს. გამოკითხული ბიზნესის/ორგანიზაციის წარმომადგენლების 14% დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიაში საქმიანობს, ხოლო 13% - კინოსა და ვიდეო გადაღების ინდუსტრიაში. 12% აცხადებს, რომ სახელოვნებო და კულტურული განათლების სფეროში მოღვაწეობს. გამოკითხულთა 11%-ის თქმით, მათი ორგანიზაცია/ბიზნესი ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიაშია ჩაბმული, ასევე 11% საშემსრულებლო ხელოვნების წარმომადგენელია. მონაწილეთა 9%-9% არქიტექტურისა და მედია მაუწყებლობის სფეროს წარმომადგენელია. სხვა სფეროები შედარებით იშვიათად დასახელდა (იხ. გრაფიკი 2).

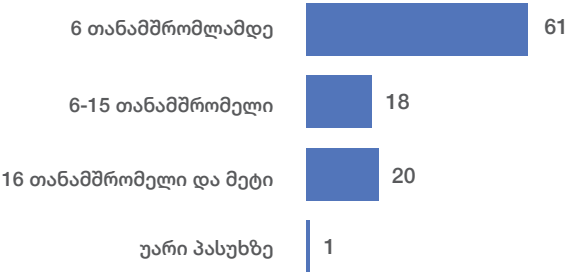
აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულთა დაახლოებით მეხუთედი (21%) ამბობს, რომ მათი ბიზნესი მეორეულ საქმიანობას ეწევა. რაც შეეხება კვლევაში მონაწილე ბიზნესების/ორგანიზაციების მეორეული საქმიანობის სფეროებს, ყველაზე ხშირად რეკლამის სფერო (19%) სახელდება, ასევე, 13%-13% ასახელებს ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიას, მედიასა და მაუწყებლობას, სახელოვნებო და კულტურულ განათლებას. მათგან, ვინც მეორეულ საქმიანობას ეწევა, 9% სახვითი ხელოვნების სფეროს წარმომადგენელია. სხვა სახის მეორეული საქმიანობები კი შედარებით იშვიათად დასახელდა (იხ. გრაფიკი 2). კვლევაში მონაწილე შემოქმედებითი ინდუსტრიების აბსოლუტური უმრავლესობა (90%) აცხადებს, რომ მათთვის ეკონომიკური საქმიანობა პირველადი საქმიანობაა.

გრაფიკი 2. ძირითადად რომელს მიაკუთვნებთ თქვენს საქმიანობას? რა არის თქვენი მეორეული საქმიანობა? (%)



რაც შეეხება კვლევაში მონაწილე შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზომას, მათი წარმომადგენლების უმრავლესობა (60%) აცხადებს, რომ თანამშრომლების რაოდენობა 1-დან 5-მდე მერყეობს. 18% ამბობს, რომ მათ ბიზნესში/ორგანიზაციაში 6-დან 15-მდე თანამშრომელია დასაქმებული, ხოლო გამოკითხულთა მეხუთედი (20%) აცხადებს, რომ 16 და მეტი თანამშრომელი მუშაობს მათ ბიზნესში/ორგანიზაციაში (იხ. გრაფიკი 3).

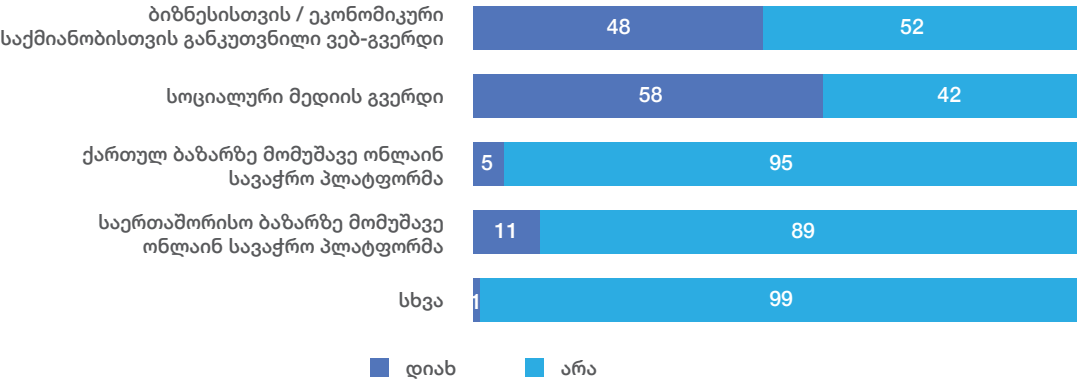
გრაფიკი 3. გთხოვთ, მითხრათ ამჟამად, რამდენი თანამშრომელია (თქვენი ჩათვლით) დასაქმებული თქვენს საწარმოში სრულ ან არასრულ განაკვეთზე? (%)



კვლევისთვის საინტერესო იყო, რამდენად იყენებს შემოქმედებით ინდუსტრიაში ჩართული გამოკითხული ბიზნესები/ორგანიზაციები ეკონომიკური საქმიანობისთვის განკუთვნილ ვებ-გვერდს, სოციალური მედიის გვერდს, ქართულ და/ან უცხოურ ბაზარზე მომუშავე ონლაინ სავაჭრო პლატფორმებს. აღსანიშნავია, რომ კვლევაში მონაწილე ბიზნესების/ორგანიზაციების უმრავლესობა (65%) ჩამოთვლილთაგან ერთ ხერხს მაინც იყენებს. უფრო კონკრეტულად: გამოკითხული რესპონდენტების 58%-ს თავიანთი ეკონომიკური საქმიანობისთვის სოციალური მედიის გვერდი (ფეისბუქი, ტვიტერი, ინსტაგრამი, ა.შ.) აქვს, 48%-ს - ვებგვერდი. გამოკითხული შემოქმედებითი ინდუსტრიების მხოლოდ 5% იყენებს ქართულ ბაზარზე მომუშავე ონლაინ სავაჭრო პლატფორმას, ხოლო 11% აცხადებს, რომ საერთაშორისო ონლაინ სავაჭრო პლატფორმებს იყენებს (იხ. გრაფიკი 4).

საინტერესოა, რომ 4% იყენებს მხოლოდ ბიზნესისთვის/ეკონომიკური საქმიანობისთვის განკუთვნილ ვებ-გვერდს, 13% კი - მხოლოდ სოციალურ მედიას. ამასთან, 43%-ს იყენებს ორივე ტიპის პლატფორმას, ხოლო 37% არც ერთს.

გრაფიკი 4. იყენებთ თუ არა თქვენი ბიზნესისთვის/ეკონომიკური საქმიანობისთვის შემდეგს პლატფორმებს? (%)



3.2 აღვილობრივ ბაზარზე არსებული გამოწვევები

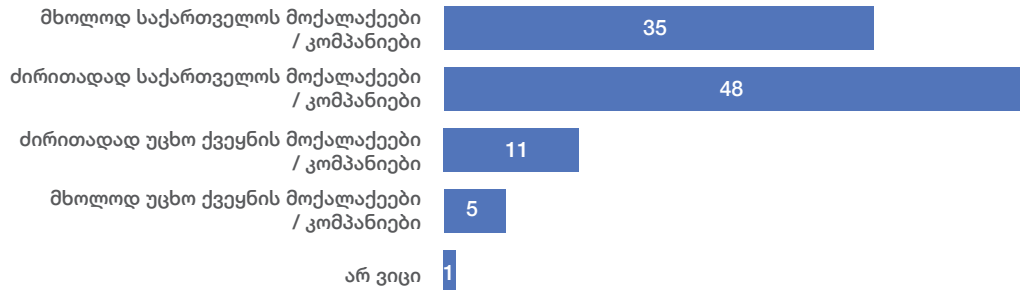
კვლევის ფარგლებში, შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმომადგენლებს მათი ეკონომიკური საქმიანობის წინაშე არსებული გამოწვევების დასახელება სთხოვეს. მონაწილეთა მხოლოდ 5% ამბობს, რომ ბოლო 12 თვის განმავლობაში მათ ბიზნესს/ორგანიზაციას გამოწვევა არ ჰქონია. გამოკითხულთა ძირითადი ნაწილი (85%) გამოწვევებს შორის კორონა ვირუსთან დაკავშირებულ შეზღუდვებს ასახელებს. რესპონდენტთა 13% გამოწვევად მათი ეკონომიკური საქმიანობის პროდუქტების მოთხოვნის არასტაბილურობას/ცვალებადობას ასახელებს. ასევე, 13%-თვის პრობლემას ნედლეულის გაძვირება წარმოადგენდა, 12%-თვის კი - ფინანსებზე წვდომა. სხვა ტიპის გამოწვევები კი შედარებით იშვიათად დასახელდა (იხ. გრაფიკი 5).

გრაფიკი 5. ბოლო 12 თვის განმავლობაში, ჩამოთვლილთაგან რომელი იყო თქვენი ბიზნესისთვის/თქვენთვის ყველაზე დიდი გამოწვევა? (%)



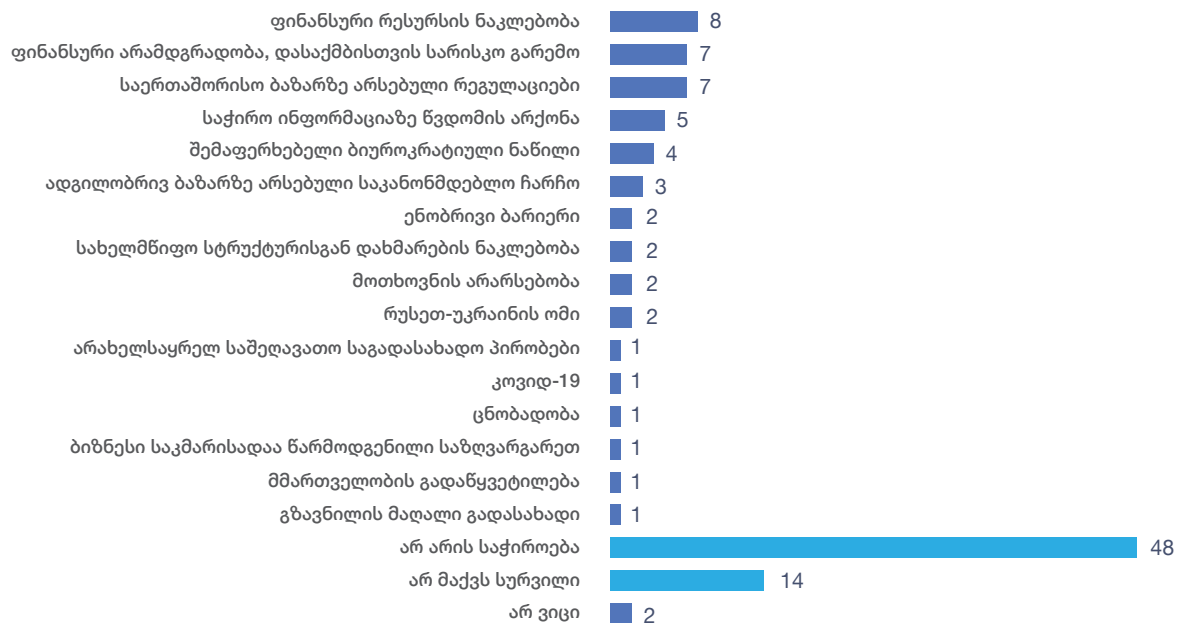
რესპონდენტთა ძირითადი ნაწილის (83%) განცხადებით, დღეს მათი, როგორც ეკონომიკური სუბიექტების, მომხმარებლები მხოლოდ ან ძირითადად საქართველოს მოქალაქეები არიან. რესპონდენტთა მხოლოდ 16% ამბობს, რომ მათი პროდუქტების მომხმარებლები ძირითადად ან მხოლოდ უცხო ქვეყნის მოქალაქეები არიან (იხ. გრაფიკი 6).

გრაფიკი 6. თქვენი მომხმარებლები არიან... (%)



რაც შეეხება მიზეზებს, რის გამოც გამოკითხული ბიზნესების/ორგანიზაციების ძირითადი ნაწილი ადგილობრივ ბაზარზე ოპერირებს, მათგან დაახლოებით ნახევარი (48%) მათი სამუშაო სპეციფიკიდან გამომდინარე, უცხოურ ბაზარზე გასვლის საჭიროებას ვერ ხედავს. ადგილობრივ ბაზარზე მომუშავე ბიზნესების წარმომადგენლების 14% აცხადებს, რომ უცხოურ ბაზარზე გასვლის სურვილი არ აქვს. რაც შეეხება დარჩენილ წილს, ძირითად მიზეზებად: საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე გასვლისთვის საჭირო ფინანსური რესურსის ნაკლებობა (8%), ფინანსურ არამდგრადობას და დასაქმებისთვის სარისკო გარემოს (7%), საერთაშორისო ბაზარზე არსებულ რეგულაციებს (7%), საჭირო ინფორმაციაზე წვდომის არ ქონას (5%), შემაფერხებელ ბიუროკრატიულ ნაწილს (4%) ასახელებს. (იხ. გრაფიკი 7).

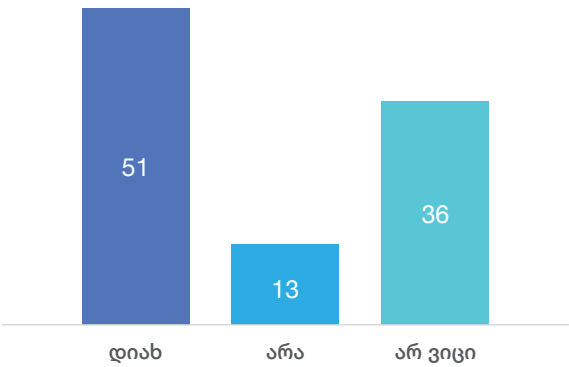
გრაფიკი 7. რა არის ის ძირითადი მიზეზები, რის გამოც თქვენი ბიზნესი მხოლოდ/ძირითადად ადგილობრივ ბაზარზე ოპერირებს? (%)



შენიშვნა: კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 84%-მა

დაახლოებით ნახევარი (51%) იმ ბიზნესების/ორგანიზაციებისა, ვისაც საერთაშორისო ბაზარზე გასვლის სურვილი აქვს (30%), აცხადებს, რომ მომდევნო 5 წლის მანძილზე მოახერხებენ საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებას. 13% აცხადებს, რომ ვერ მოახერხებს, ხოლო 36% ვერ საზღვრავს, შეძლებს თუ არა, მომდევნო 5 წელში საზღვარგარეთ პროდუქციის გატანას (იხ. გრაფიკი 8).

გრაფიკი 8. მომავალ 5 წელზე რომ დაფიქრდეთ, როგორ ფიქრობთ შეძლებთ თუ არა საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე გასვლას? (%)

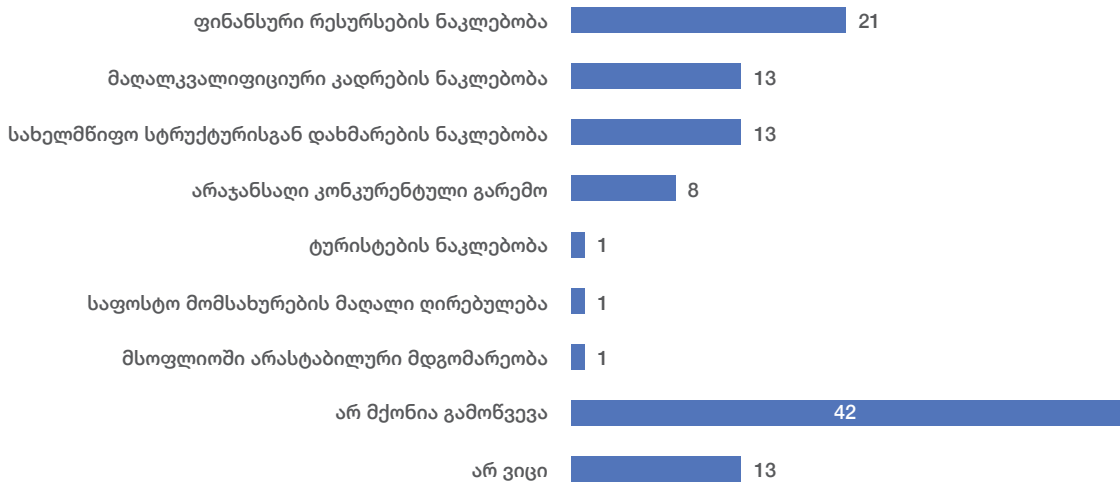


შენიშვნა: კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 30%-მა

3.3 საერთაშორისო ბაზარზე არსებული გამოწვევები

როგორც აღინიშნა, გამოკითხული ბიზნესების 16% საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებს. უცხოურ ბაზარზე არსებული გამოწვევების განხილვისას, მათი დიდი ნაწილი (42%) აღნიშნავს, რომ საერთაშორისო ბაზარზე ოპერირებისას პრობლემებს არ აწყდებიან. ფუნქციონირების ხელისშემშლელ ყველაზე ხშირ გამოწვევად, ამ - ისევე როგორც ადგილობრივი ბაზარის შემთხვევაში, ფინანსური რესურსების ნაკლებობა დასახელდა (21%). რიგით მეორე პრობლემად, მაღალკვალიფიციური კადრების ნაკლებობა (13%) და შესაბამისი სახელმწიფო სტრუქტურის მხრიდან დახმარების ნაკლებობა (13%) დასახელდა.

გრაფიკი 9. გთხოვთ, დაასახელოთ რა პრობლემებს აწყდებით საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე ოპერირებისას? (%)



შენიშვნა: კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 16%-მა

3.4 ბიზნესის/ორგანიზაციის წინაშე ძირითადი საჭიროებები საერთაშორისო ბაზარზე მოქმედებისთვის

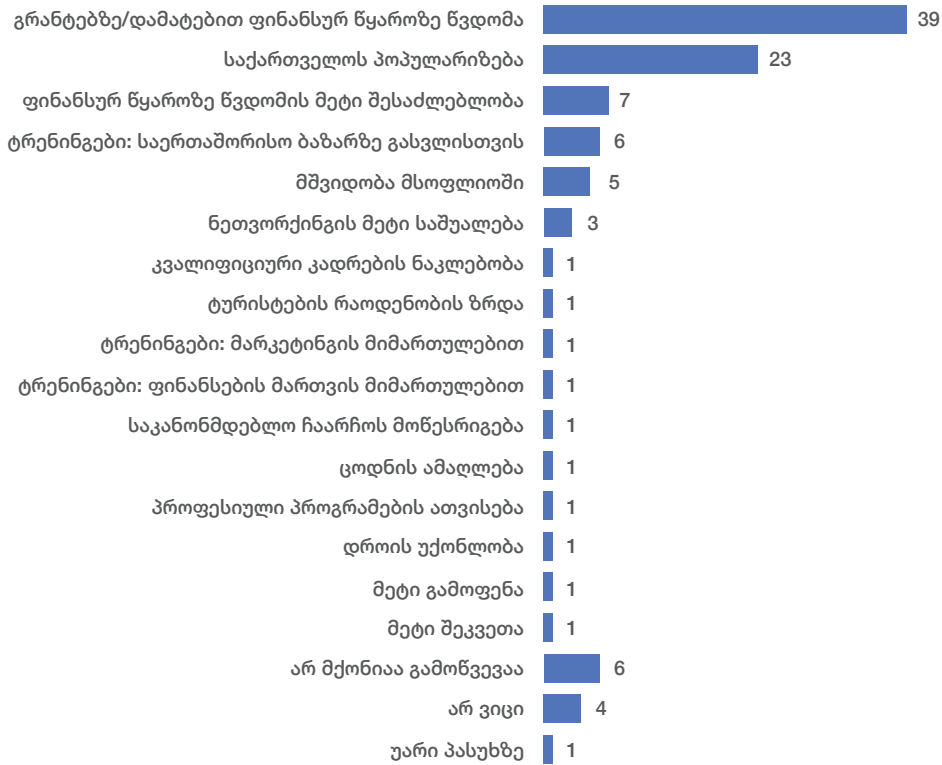
რესპონდენტებს, რომლებიც საერთაშორისო ბაზარზე უკვე ოპერირებენ ან ოპერირების ინტერესს გამოხატავენ, (46%), ასახელებენ იმ ფაქტორებს რომელიც დაეხმარებათ მათ, რათა საერთაშორისო ონლაინ ან ფიზიკურ ბაზარზე მეტი წვდომა ჰქონდეთ.

მათგან ძირითადი ნაწილი ფინანსებთან დაკავშირებულ საკითხებს ასახელებს: გრანტებსა და დამატებით ფინანსურ წყაროებზე წვდომას მესამედზე მეტი მიიჩნევს საჭიროდ (39%), ხოლო ფინანსურ წყაროზე წვდომის მეტ შესაძლებლობას - 7%. დაახლოებით მეოთხედი (23%) საერთაშორისო ეკონომიკურ ბაზარზე საქართველოს პოპულარიზების საჭიროებას ხედავს (იხ. გრაფიკი 10).

საინტერესოა, რომ გრანტებსა და დამატებით ფინანსურ წყაროებზე წვდომის საჭიროებას გამოკითხულთაგან თითქმის ორჯერ მეტი ლოკალურ ბაზარზე მყოფი ბიზნესი/ორგანიზაცია ხედავს (47%), ვიდრე საერთაშორისო ბაზარზე მოღვაწე ბიზნესი/ორგანიზაცია (25%).

აღსანიშნავია ისიც, რომ გამოკითხულთაგან, საერთაშორისო ბაზარზე მყოფი ბიზნესების/ორგანიზაციების 17%-ს არ აქვს უცხოურ ბაზარზე მეტი წვდომის საჭიროება.

გრაფიკი 10. რა დაგეხმარებათ, რომ საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე მეტი წვდომა გქონდეთ? (%)



შენიშვნა: კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 46%-მა

დაწერეთ

დანართი 1. შემოქმედებითი ინდუსტრიების აღიარებითი კლასიფიკაცია

გაერთიანებული სამეფოს ციფრული ტექნოლოგიების, კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტის კლასიფიკაცია შეიქმნა მას შემდეგ, რაც 1990-იან წლებში სახელმწიფოს პრიორიტეტი კრეატიულობასა და ინოვაციებზე დაფუძნებული ეკონომიკის განვითარება გახდა. ის აერთიანებს 13 ინდუსტრიას, ესენია: რეკლამა, არქიტექტურა, ტელევიზია და რადიო, ხელოვნება და ანტიკვარები, რენვა, დიზაინი, მოდა, კინო და ვიდეო, მუსიკა, საშემსრულებლო ხელოვნება, გამომცემლობა, პროგრამული უზრუნველყოფა და ვიდეო და კომპიუტერული თამაშები⁷⁰.

კონცენტრული წრეების მოდელი⁷¹ (Concentric Circles Model) შემოქმედებითი ინდუსტრიების ნაწარმის მთავარ ფასის განმსაზღვრელ ფაქტორად კულტურულ ფაქტორს განიხილავს. მოდელის თანახმად შემოქმედებითი პროდუქტები და მომსახურება ცენტრალურ ინდუსტრიებში ხმის, გამოსახულებისა და ტექსტის სახით იქმნება, ხოლო ინდუსტრიების კულტურული და კომერციული ღირებულება ცენტრიდან პერიფერიებისკენ მცირდება. აღნიშნული მოდელში მთავარი შემოქმედებითი ინდუსტრიებია: ლიტერატურა, მუსიკა, საშემსრულებლო ხელოვნება და ვიზუალური ხელოვნება. შემდეგი საფეხური მოიცავს კინოს, მუზეუმებსა და ბიბლიოთეკებს. მესამე ეტაპში მოიაზრება კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებული მომსახურებები, გამომცემლობა, ხმის ჩანერა, ტელევიზია და რადიო და ვიდეო და კომპიუტერული თამაშები. მეოთხე საფეხური კულტურულთან ასოცირებული ინდუსტრიებია: რეკლამა, არქიტექტურა, დიზაინი და მოდა.

ინტელექტუალური საკუთრების მსოფლიო ორგანიზაცია (WIPO) იმ ორგანიზაციათა რიცხვს მიეკუთვნება, რომლებიც აქტიურად არიან ჩართული შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლის ზრდასა და განვითარებაში. მათი კლასიფიკაციის ამოსავალ წერტილს საავტორო უფლება წარმოადგენს, რომელიც თავის მხრივ შემოქმედებითობის კომერციალიზაციის მექანიზმად მოიაზრება. კლასიფიკაცია სამ ჯგუფს მოიცავს. პირველი ჯგუფი შედგება შემდეგი ინდუსტრიებისაგან: რეკლამა, კოლექტიური მეცნიერებები, კინო და ვიდეო, მუსიკა, საშემსრულებლო ხელოვნება, გამომცემლობა, პროგრამული უზრუნველყოფა, ტელევიზია და რადიო, და ვიზუალური და გრაფიკული ხელოვნება. მეორე ჯგუფი მოიცავს არქიტექტურას, ტანსაცმლისა და ფეხსაცმელის წარმოებას, დიზაინს, მოდას, საყოფაცხოვრებო საქონლის წარმოებას, და სათამაშოების ინდუსტრიებს. რაც შეეხება მესამე ჯგუფს, ის აერთიანებს საავტორო უფლებებთან დაკავშირებულ ინდუსტრიებს: ჩამწერი ცარიელი ჩამწერი მასალები, სამომხმარებლო ელექტრონიკა, მუსიკალური ინსტრუმენტების, ქაღალდისა და ფოტოგრაფიული აღჭურვილობის ინდუსტრიებს.⁷²

70 შემოქმედებითი ინდუსტრიების მეფინგი - Government's 2001 Creative Industries Mapping Document

71 კულტურული ინდუსტრიების კონცენტრული წრეების მოდელი, კულტურული ტრენდები - დევიდ ტროსბი, 2008

72 ინტელექტუალური საკუთრება შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის, WIPO

დანართი 2. შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქციის კლასიფიკაცია UNCTAD-ის მიხედვით

N	შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქტები
1	რეწვა
1.1	ხალიჩები
1.2	სადღესასწაულო პროდუქტები
1.3	სხვა ნაკეთობები
1.4	ხელნაკეთი ქაღალდის ნაწარმი
1.5	წნულები
1.6	ნაქსოვი პროდუქტები
2	აუდიო-ვიზუალური პროდუქტები
2.1	კინო
2.2	CD-ები, DVD-ები და ფირები
3	დიზაინი
3.1	არქიტექტურა
3.2	მოდა
3.3	ჭურჭელი
3.4	ინტერიერის ატრიბუტები
3.5	ძვირფასეულობა
3.6	სათამაშოები
4	მედია
4.1	კომპიუტერული მედია
4.2	ვიდეო თამაშები
5	საშემსრულებლო ხელოვნება
5.1	მუსიკალური ინსტრუმენტები
5.2	ბეჭდური მუსიკა
6	გამოცემლობა
6.1	წიგნები
6.2	გაზეთები
6.3	სხვა ბეჭდური გამოცემები
7	სახვითი ხელოვნება
7.1	ანტიკვარები
7.2	ნახატები
7.3	ფოტოგრაფია
7.4	სკულპტურა

წყარო: გაეროს ვაჭრობისა და განვითარების კონფერენციამ (UNCTAD)

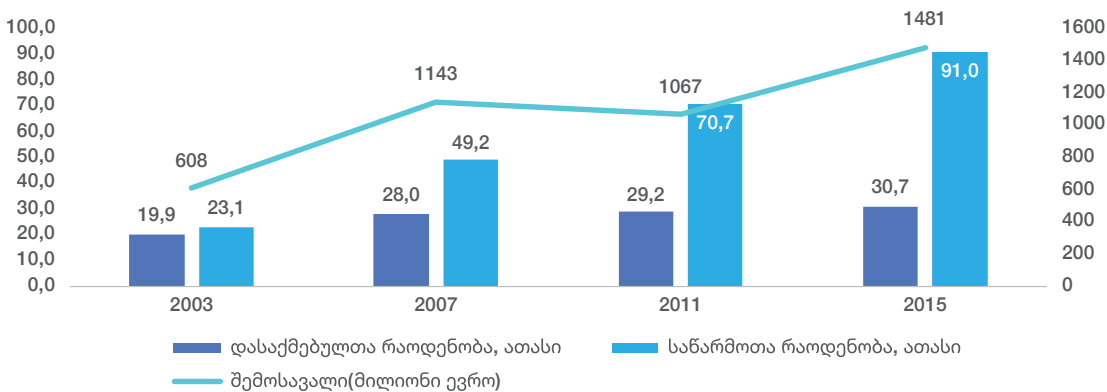
ღანართი 3. შემოქმედებითი ინდუსტრიების მოცულობა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების სწორი და ეფექტური განვითარების ერთ-ერთ მაგალითად შეგვიძლია ესტონეთი განვიხილოთ. ეკონომიკური მნიშვნელობისა და განვითარების პოტენციალის შეფასების მიზნით, შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევა ესტონეთში 2003-2004 წლებში დაიწყო, ხოლო 2005 წლისათვის დამუშავდა ცხრა ინდუსტრიისგან შემდგარი კატეგორიზაციის სისტემა. ეს ინდუსტრიებია: არქიტექტურა, აუდიო-ვიზუალური სექტორი, საშემსრულებლო ხელოვნება, დიზაინი, ინფორმაციული ტექნოლოგიები, კულტურული მემკვიდრეობა, ხელოვნება, მუსიკა და სარეკლამო ინდუსტრია.

2003 წლისათვის შემოქმედებითი ინდუსტრიებში ჯამურად 19,891 ადამიანი იყო დასაქმებული (დასაქმებულთა ჯამური რაოდენობის 3.4%), ხოლო 2007 წელს ეს რიცხვი 27,951-მდე (დასაქმებულთა ჯამური რაოდენობის 4.3%) გაიზარდა. 2003 წლიდან 2015 წლამდე პერიოდში მნიშვნელოვნად გაიზარდა აღნიშნულ ინდუსტრიაში მოქმედი აქტიური საწარმოების რაოდენობაც (2003 - 2,307, 2015 - 9,098), რომელთა ჯამური შემოსავალიც 2003 წლისათვის 608 მილიონ ევროს, ხოლო 2015 წლისათვის 1,481 მილიონ ევროს შეადგენდა.

მიუხედავად შესამჩნევი წინსვლისა, აღსანიშნავია რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიებში მომუშავე კომპანიების საშუალო შემოსავალი მნიშვნელოვნად ჩამოუვარდება საშუალო ესტონური კომპანიის წლიურ შემოსავალს.

გრაფიკი 25. კულტურულ ტურიზმთან დაკავშირებულ აქტივობებში საერთაშორისო ვიზიტორთა ჩართულობა, 2015-2019



წყარო: Creative Estonia

გარდა ესტონეთისა, ერთ ერთი მნიშვნელოვანი წარმატებული მაგალითი გაერთიანებული სამეფოს შემოქმედებით ინდუსტრიების განვითარებაა. შემოქმედებით ინდუსტრიებს გაერთიანებულ სამეფოში ყურადღება ჯერ კიდევ მეოცე საუკუნის მიწურულს მიექცა. 2018 წელს შემოქმედებითი ინდუსტრიების კონტრიბუციამ მთლიან შიდა პროდუქტში 111 მილიარდ გირვანქა სტერლინგს გადააჭარბა, რაც 2017 წლის მაჩვენებელზე 7.4%-ით მეტია. აღსანიშნავია, რომ აღნიშნული მაჩვენებელი საერთო ეკონომიკური ზრდის მაჩვენებელზე დაახლოებით 5-ჯერ მეტია, რაც შემოქმედებითი ინდუსტრიების სწრაფ ზრდაზე მიანიშნებს. ამავე წლის მონაცემებით, შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის გამორჩეული ადგილი უჭირავთ ტექნოლოგიურ მომსახურებებსა (40.6%) და კინოსა და სატელევიზიო ინდუსტრიებს (18.6%)⁷³. მიუხედავად აღნიშნული წარმატებისა, 2018 წელს ჩატარებული კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის კვლავ გამოწვევად რჩება ფინანსებთან და კვალიფიციურ კადრებთან წვდომა, ისევე როგორც ბიზნეს სექტორის მხრიდან შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიმართ ცნობიერების ნაკლებობა⁷⁴.

⁷³ გაერთიანებული სამეფოს ეკონომიკაში შემოქმედებითი ინდუსტრიების კონტრიბუცია, პრეს რელიზი, 2020.

⁷⁴ რა ჭირდებათ შემოქმედებითი საწარმოებს წინსვლისა და ზრდისთვის, გაერთიანებული სამეფოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზრდა, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ფედერაცია.

დანართი 4. საქონლით ვაჭრობის შესაბამისი პროდუქტები და HS 2012 კოდეზი შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის

N	შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია (1)	შესაბამისი UNCTAD-ის შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქტების კატეგორიები	HS 2012 კოდეზი	დამატებითი HS 2012 კოდეზი
1	არქიტექტურა	არქიტექტურა	4906	
2	დიზაინი და მოდის ინდუსტრია	მოდა	6117; 6214; 6215; 6217; 6504; 6505; 650699 420211; 420212; 420221; 420222; 420231; 420232; 420292; 420310; 420329; 420330; 420340; 430310; 900410	3303; 3304 420219; 420239; 420291; 420299; 420321; 4205; 50; 51; 52; 5901; 64
3	საშემსრულებლო ხელოვნება	სადღესასწაულო პროდუქტები	9505; 950810	
4	სახვითი ხელოვნება	სკულპტურა ნახატები ხელნაკეთი ქაღალდის ნაწარმი ფოტოგრაფია	4420; 6913; 9703; 830621; 830629 9702 480210 3705; 491191	3213; 3215; 3703; 3704; 9701
5	კინო და ვიდეო	კინო	3706	
6	კულტურული მემკვიდრეობა	ანტიკვარი	9704; 9705; 9706	
7	ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	გაზეთები წიგნები სხვა ბეჭდური გამოცემები	4801; 4902; 4901; 4903 4905; 4908; 4909; 4910; 491110	
8	მედია და მაუწყებლობა			

9	მუსიკა	ბეჭდური მუსიკა	4904	
		მსუიკალური ინსტრუმენტები	9201; 9202; 9205; 9206; 9207; 9208; 830610	
		CD-ები, DVD-ები და ფირები	852329; 852341; 852349; 852380	
10	რეკლამა			
11	სახელოვნებო და კულტური განათლება			
12	ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია	კომპიუტერული მედია	852321; 852351; 852352; 852359	
		ვიდეო თამაშები	950430; 950450	
13	რეწვა	თამაშები	9503; 950420; 950440; 950490	6602; 91
		ინტერიერის ატრიბუტები	4419; 4814; 5705; 5804; 5905; 6912; 570310; 570390; 570410; 691110; 691410; 821510; 821520; 821591; 940320; 940340; 940350; 940360; 940510; 940530	
		ნაქსოვი პროდუქტები	5805; 5806; 5809; 5810; 5811; 6002; 6003; 6004; 6308; 580810; 630232; 630240; 630411; 630491	
		სხვა ნაკეთობები	9601; 9602; 670290; 701890	
		ძვირფასეულობა	7113; 711711; 711719	
		წნულები	460211; 460212; 460219	
		ჭურჭელი	701310; 701322; 701333; 701341; 701342; 701391	
		ხალიჩები	5701; 5702; 570330	
14	გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	ღვინო		2204

შენიშვნა: ცხრილში 2 და 4-ნიშნა დონეზე მოცემულია ის HS 2012 კოდები, სადაც ვაკვირდებით
ყველა შემავალ 6-ნიშნა დონის კოდს.⁷⁵

75 HS 2012 კოდების დეტალური აღწერისთვის გთხოვთ იხილოთ კლასიფიკაციის სახელმძღვანელო:
https://www.geostat.ge/media/13418/12-HS-2012_GEO.pdf

დანართი 5. შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია და შესაბამისი სკკ 006-2016 (NACE rev.2)-ის ხელმისაწვდომი კოდები მონაცემთა ბაზების მიხედვით

N	შემოქმედებითი ინდუსტრია (1)	სასურველი სკკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდი (2)	ხელმისაწვდომი სკკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის (3)	სვეტი N3 მოიცავს: (4)	ხელმისაწვდომი სკკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის (5)
1	არქიტექტურა	71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები	71 - არქიტექტურული და საინჟინრო საქმიანობები; ტექნიკური გამოცდები და ანალიზი	71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები	71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები
				71.12 - საინჟინრო საქმიანობები და მათთან დაკავშირებული ტექნიკური კონსულტირება	
				71.20 - ტექნიკური გამოცდები და ანალიზები	
2	დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია	74.10 - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები			74.10 - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები
3	საშემსრულებლო ხელოვნება	90.01. საშემსრულებლო ხელოვნება	90 - შემოქმედებითი, სახელოვნებო და გასართობი საქმიანობები	90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება	90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება
		90.02 საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები		90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები	90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები
4	სახვითი ხელოვნება	74.20 ფოტოგრაფიული საქმიანობები		90.03 მხატვრული შემოქმედება	74.20 ფოტოგრაფიული საქმიანობები
		90.03 მხატვრული შემოქმედება		90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია	90.03 მხატვრული შემოქმედება
		90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია			90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია
5	ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია	26.40 სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოება	58.20 პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა	58.21 - კომპიუტერული თამაშების გამოცემა	58.21 - კომპიუტერული თამაშების გამოცემა
		58.21 კომპიუტერული თამაშების გამოცემა		58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა	58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა
		58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა			

6	კინო და ვიდეო	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება	59.1 - კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება
		59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები		59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები	59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები
		59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები		59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები
		59.14. კინოფილმების ჩვენება		59.14. კინოფილმების ჩვენება	59.14. კინოფილმების ჩვენება
7	ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	18.11 გაზეთების ბეჭდვა	18.1 - ბეჭდვითი საქმიანობა და მასთან დაკავშირებული მომსახურება	18.11 გაზეთების ბეჭდვა	18.11 გაზეთების ბეჭდვა
		18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა		18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა	18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა
		47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში		18.13 - ბეჭდვის და ინფორმაციის გავრცელების მოსამზადებელი მომსახურება	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში
		47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	18.14 - სამკინძაო და მასთან დაკავშირებული მომსახურება	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში
		58.11 წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	58.11 წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები
		58.13 გაზეთების გამოცემა	58.1 - წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები	47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში	58.13 გაზეთების გამოცემა
		58.14 ჟურნალების და პერიოდიკის გამოცემა		58.11 - წიგნების გამოცემა	58.14 ჟურნალების და პერიოდიკის გამოცემა
		58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები		58.12 - ცნობარებისა და სამისამართო სიების გამოცემა	58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები
				58.13 გაზეთების გამოცემა	
				58.14 ჟურნალების და პერიოდიკის გამოცემა	
				58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები	

8	მედია და მაუწყებლობა	60.10 რადიომაუწყებლობა	60.10 რადიომაუწყებლობა	60.10 რადიომაუწყებლობა	60.10 რადიომაუწყებლობა
		60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები	60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები	60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები	60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები
9	მუსიკა	32.20 მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება	59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	32.20 მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება
		59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები			59.20. ხმის ჩანერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები
10	რეკლამა	73.11 სარეკლამო სააგენტოები	73 - სარეკლამო საქმიანობა და ბაზრის გამოკვლევა	73.11 სარეკლამო სააგენტოები	73.11 სარეკლამო სააგენტოები
		73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში		73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში	73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში
				73.20 - ბაზრის გამოკვლევა და საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა	
11	კულტურული მემკვიდრეობა	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები	91 - ბიბლიოთეკების, არქივების, მუზეუმების და კულტურის სხვა დანესებულებების საქმიანობები	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები
		91.02 მუზეუმების საქმიანობა		91.02 მუზეუმების საქმიანობა	91.02 მუზეუმების საქმიანობა
		91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია		91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია	91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია
		91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები		91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები	91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები
12	სახელოვნებო და კულტურული განათლება	85.52 - განათლება კულტურის სფეროში			
13	რეწვა	32.11 - მონეტების მოჭრა			32.11 - მონეტების მოჭრა
		32.12 - ძვირფასეულობის და მასთან დაკავშირებული ნაკეთობების წარმოება			32.12 - ძვირფასეულობის და მასთან ნაკეთობების წარმოება
14	გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	გასტრონომიისა და კულინარიის ინდუსტრიაში განვიხილავთ ალტერნატიულ წყაროს - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო და შიდა ვიზიტორების კვლევა			

დანართი 6. შემოქმედებითი პროფესიები ISCO-88 პროფესიების სართასოროისო სტანდარტულ კლასიფიკაციაში, UNESCO

შემოქმედებითი პროფესიები (ISCO-88)			
კოდი	დასახელება	კოდი	დასახელება
1229	საწარმოო და საექსპლუატაციო განყოფილების მენეჯერები, სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი	5122	მზარეულები
1233	პროდუქციის გასაღებისა და მარკეტინგის განყოფილების მენეჯერები	5210	მანეკენები და სხვა ცოცხალი მოდელები
1234	სარეკლამო და საზოგადოებასთან ურთიერთობის განყოფილების მენეჯერები	6113	მებაღეები და ნაყოფსანერგების სხვა მუშაკები
1237	სამეცნიერო კვლევებისა და დამუშავების განყოფილების მენეჯერები	7113	ქვის მტეხავები, ქვისმთლელები და ქვაზე მჭრელები
2131	კომპიუტერული სისტემების დიზაინერები და ანალიტიკოსები	7122	კალატობები და ფილებზე მომუშავეები
2132	კომპიუტერული პროგრამისტები	7124	ხუროები და დურგლები
2139	კომპიუტერის სპეციალისტ-პროფესიონალები, სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი	7221	მჭედლები, უროებზე და წნეხებზე მჭედლები
2141	არქიტექტორები, ქალაქისა და სატრანსპორტო კვანძების დაგეგმარების სპეციალისტ-პროფესიონალები	7312	მუსიკალური ინსტრუმენტების დამამზადებლები და ამწყობები
2142	სამოქალაქო მშენებლობის ინჟინრები	7313	ძვირფასი ლითონებისა და ქვებისაგან ნაკეთობების დამამზადებლები
2148	კარტოგრაფები და ტოპოგრაფები	7321	აბრაზიული ნაწარმის მეყალიბებები, მეთუნეები და მონათესავე პროფესიების მუშები
2359	განათლების სფეროს სხვა სპეციალისტ-პროფესიონალები, სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი	7322	მემინეები, შუშის მჭრელები, მხეხავები და გამპრიალებლები
2412	კადრებისა და პროფორიენტაციის სპეციალისტები	7323	მინის ამომჭრელები და გრავიორები
2419	კომერციული საქმიანობის სპეციალისტ-პროფესიონალები, სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი	7324	მინაზე, კერამიკასა და სხვა მსგავს მასალებზე დეკორატიული ხატვის ოსტატები
2431	არქივარიუსები და მუზეუმის მცველები	7331	ხეზე და სხვა მსგავს მასალებზე ხელით მომუშავეები
2432	ბიბლიოთეკარები და ინფორმაციასთან დაკავშირებული მონათესავე პროფესიების სპეციალისტ-პროფესიონალები	7332	ტექსტილზე, ტყავსა და სხვა მსგავს მასალებზე ხელით მომუშავეები

2442	სოციოლოგები, ანთროპოლოგები და მონათესავე პროფესიების სპეციალისტ-პროფესიონალები	7341	ასოთამწყობები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები
2444	ფილოლოგები, მთარგმნელები და თარჯიმნები	7342	სტერეოტიპერები და ელექტროტიპერები
2451	მწერლები, ჟურნალისტები და სხვა ავტორები	7343	საბეჭდი ფორმების გრავიორები და ამომჭმელები
2452	მოქანდაკეები, მხატვრები და მონათესავე ხელოვანები	7345	მკინძავები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები
2453	კომპოზიტორები, მუსიკოსები და მომღერლები	7346	აბრეშუმგრაფიის, ქსილოგრაფიისა და ქსოვილების მეტრაფარეტები
2454	ქორეოგრაფები და მოცეკვავეები	7412	მცხობლები, კონდიტერები და ტკბილეულის დამამზადებლები
2455	ფილმის, თეატრისა და მონათესავე სფეროების მსახიობები და რეჟისორები	7415	კვების პროდუქტებისა და სასმელების დეგუსტატორები და დამხარისხებლები
2460	რელიგიის სფეროს სპეციალისტ-პროფესიონალები	7424	კალათის მწვანელები, ჯაგრისების დამამზადებლები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები
3131	ფოტოგრაფები და გამოსახულებისა და ხმის ჩამწერი მოწყობილობის ოპერატორები	7431	ბოჭკოს დამამზადებელი მუშაკები
3132	სამაუწყებლო და სატელეკომუნიკაციო მოწყობილობის ოპერატორები	7432	ფეიქრები, დამრთველები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები
3241	ხალხური მედიცინის პრაქტიკოსები	7433	ქალისა და მამაკაცის ტანსაცმლის მკერავები და მეჭუდეები
3340	განათლების სფეროს სხვა დამხმარე პერსონალი	7434	ბენჯის ტანსაცმლის დამამზადებელი ოსტატები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები
3471	დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები	7435	ტექსტილის, ტყავისა და სხვა მსგავსი მასალებისაგან მრუდთარგების დამამზადებლები და გამომჭრელები
3472	რადიო-, ტელე- და სხვა წამყვანები	7436	მკერავები, მქარგავები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები
3473	ქუჩის, ღამის კლუბებისა და მისთ. მუსიკოსები, მომღერლები და მოცეკვავეები	7441	ტყავისა და ბენჯის დამამუშავებლები და გამომყვანები
3474	მასხარები, ილუზიონისტები, აკრობატები და მონათესავე პროფესიების დამხმარე პერსონალი	7442	ფეხსაცმლისა და მსგავსი ნაწარმის მწარმოებელი მუშები
4141	ბიბლიოთეკისა და კარტოთეკის მოსამსახურეები	8251	საბეჭდი მანქანების ოპერატორები
5113	გიდები	8252	საამკინძაო მანქანების ოპერატორები

დანართი 7. შემოქმედებით ინდუსტრიათა6
ლაკავშირებადი საგანმანათლებლო პროგრამების
ლაჭგუფება პროფესიების სერთიფიკაციის
სტანდარტული კლასიფიკაციის (ISCO-88) მიხედვით,
პროფესიული პროგრამები

ISCO-88	სახელი	პროფესიები
0741	კვების პროდუქტების მწარმოებელი და მონათესავე პროფესიების მუშაკები	კულინარიის ხელოვნება
2452	მოქანდაკეები, მხატვრები და მონათესავე ხელოვანები	- მძერწავი(არქიტექტურული დეტალების) - მხატვარ - ანიმატორი - მხატვარ-შემსრულებელი - სახვითი ხელოვნება - სახვითი ხელოვნების სპეციალისტი - ქვისა და სხვა მასალების დეკორატიული დამუშავების სპეციალისტი - შემსრულებელ - ილუსტრატორი
2453	კომპოზიტორები, მუსიკოსები და მომღერლები	- მუსიკოს-რეპეტიტორი - საესტრადო მუსიკის შემსრულებელი - გუნდის ლოტბარი, რეგენტი - ვოკალური ანსამბლის და გუნდის მომღერალი
2454	ქორეოგრაფები და მოცეკვავეები	- ქორეოგრაფ - რეპეტიტორი - მოცეკვავე
2455	ფილმის, თეატრისა და მონათესავე სფეროების მსახიობები და რეჟისორები	- დრამის რეჟისორ - რეპეტიტორი - კინოტელერეჟისორი - მონტაჟის რეჟისორი (მემონტაჟე, აუდიო-ვიზუალური გამოსახულების სპეციალისტი) - ვიდეომონტაჟი - ვიდეო-საოპერატორო ხელოვნება - ტელერეჟისურა
3131	ფოტოგრაფები და გამოსახულებისა და ხმის ჩამწერი მოწყობილობის ოპერატორები	ფოტოგრაფია
3471	დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები	- ვიზუალური გამოსახულების დიზაინერი - ბალის დიზაინერი - ფლორისტული დიზაინი - სატელევიზიო კომპიუტერული გრაფიკა - გრაფიკული დიზაინის შესრულება - გრაფიკული დიზაინის შესრულება - ინდუსტრიული დიზაინის შესრულება

5113	გიდები	• საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის გიდი • სამთო გამყოლი
5141	ქალისა და მამაკაცის პარიკმახერები, კოსმეტოლოგები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები	• სტილისტი (ქალი, მამაკაცი) • თმის სტილისტი • თმის მომსახურება
7313	ძვირფასი ლითონებისა და ქვებისაგან ნაკეთობების დამამზადებლები	• იუველირი
7324	მინაზე, კერამიკასა და სხვა მსგავს მასალებზე დეკორატიული ხატვის ოსტატები	• კერამიკული ნაწარმის სპეციალისტი
7331	ხეზე და სხვა მსგავს მასალებზე ხელით მომუშავეები	• ხის მხატვრული დამუშავების სპეციალისტი • ხის მხატვრული დამუშავება
7332	ტექსტილზე, ტყავსა და სხვა მსგავს მასალებზე ხელით მომუშავეები	• ტანსაცმლის მხატვრული კონსტრუირების სპეციალისტი • სამკერვალო ნაწარმის სპეციალისტი • დეკორატიულ-გამოყენებითი ქსოვილების სპეციალისტი • თექის ოსტატი • თექის ხელოსანი • ფეხსაცმლის, ტყავის ნაწარმისა და აქსესუარების სპეციალისტი • ფეხსაცმლისა და ტყავის აქსესუარების სპეციალისტი
7345	მკინძავები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები	• ბეჭდვითი მედიატექნოლოგიები
7422	მეავეჯეები და მონათესავე პროფესიების მუშაკები	• ავეჯის კონსტრუირების სპეციალისტი

დანართი 8. შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებული საგანმანათლებლო პროგრამების დაჯგუფება პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაციის (ISCO-88) მიხედვით, უმაღლესი საგანმანათლებლო პროგრამები

ISCO	სახელი	პროფესიები
0245	ლიტერატორები და ხელოვნების მოღვაწეები	- ხელოვნება; - აუდიო-ვიზუალური და მედია ხელოვნება;
2141	არქიტექტორები, ქალაქისა და სატრანსპორტო კვანძების დაგეგმარების სპეციალისტ-პროფესიონალები	- არქიტექტურათმცოდნეობა; - ციფრული და გეომეტრიული მოდელირება;
2359	განათლების სფეროს სხვა სპეციალისტ-პროფესიონალები, სხვა დაჯგუფებებში ჩაურთველი	საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (შემოქმედებითი პედაგოგიკა);
2442	სოციოლოგები, ანთროპოლოგები და მონათესავე პროფესიების სპეციალისტ-პროფესიონალები	- კულტურული კვლევები; - თანამედროვე კულტურის კვლევები; - ხელოვნება, კულტურა, იდენტობები; - კულტურის კვლევები; - კულტურათაშორისი კომუნიკაციები;
2443	ფილოსოფოსები, ისტორიკოსები და პოლიტოლოგები	- შუა საუკუნეების კვლევები (ენა, ლიტერატურა, ისტორია, ფილოსოფია, ხელოვნების ისტორია, რელიგია); - ინფორმაციული კულტურის ფილოსოფია, გათანაბრებული; - კულტურათაშორისი კომუნიკაციები;
2445	ფსიქოლოგები	სოციალური ფსიქოლოგია;
2451	მწერლები, ჟურნალისტები და სხვა ავტორები	- ციფრული მედია; - ქრისტიანული ხელოვნებათმცოდნეობა; - მედია და ხელოვნება;

2452	მოქანდაკეები, მხატვრები და მონათესავე ხელოვანები	• დაზგური გრაფიკა • დაზგური ფერწერა • თეატრის მხატვრობა • კინო-ტელე მხატვრობა • ქანდაკება • ფერწერა • სახვითი ხელოვნება • სახვითი და გამოყენებითი ხელოვნება (ძირითადი და დამატებითი სპეციალობა) • ხატვა • სახვითი ხელოვნება (დაზგური ფერწერა, დაზგური გრაფიკა) • სახვითი და გამოყენებითი ხელოვნება: დაზგური ფერწერა და ენკაუსტიკა; კომპიუტერული დიზაინი და დაზგური გრაფიკა; მხატვრული ტექსტილისა და ფეხსაცმლის დიზაინი; ინტერიერისა და ექსტერიერის მონუმენტური მოხატვა, კერამიკა და მხატვრული მინის დიზაინი; მოდის დიზაინი; ხატწერა
2453	კომპოზიტორები, მუსიკოსები და მომღერლები	• აკადემიური სიმღერა • აკადემიური გუნდის დირიჟორობა • აკადემიური სიმღერა (სამუსიკო ხელოვნება) სოლო აკადემიური სიმღერა/ ვოკალის ხელოვნება • კლავიშნიანი საკრავები • კომპოზიცია • მუსიკა (ძირითადი და დამატებით სპეციალობა) • მუსიკა და დღევანდელობა • მუსიკის თეორია • მუსიკის ტექნოლოგია. • საგუნდო-სადირიჟორო (სამუსიკო ხელოვნება, აკადემიური გუნდის დირიჟორობა) • სამუსიკისმცოდნეო კვლევები • სამუსიკო შემსრულებლობა (კლავიშნიანი საკრავები; აკადემიური სიმღერა; საორკესტრო). • სამუსიკო შემსრულებლობა (ფორტეპიანო, აკადემიური სიმღერა, აკადემიური გუნდის დირიჟორობა, საორკესტრო) • სამუსიკო შემსრულებლობა (ფორტეპიანო, აკადემიური სიმღერა, საორკესტრო) • სამუსიკო ხელოვნება (მუსიკის თეორია, აკადემიური გუნდის დირიჟორობა) • სამუსიკო ხელოვნება; • საორკესტრო ჩასაბერი და დასარტყამი საკრავები (სამუსიკო ხელოვნება) • საორკესტრო ჩასაბერი და დასარტყამი საკრავები • საორკესტრო-სასულე • საორკესტრო-სიმებიანი საკრავები • საშემსრულებლო შემოქმედებითი ხელოვნება -ქართული ხალხური და საეკლესიო გუნდის დირიჟორი • საშემსრულებლო ხელოვნება • საშემსრულებლო ხელოვნება (მიმართულებები: ფორტეპიანო, საორკესტრო (სიმებიანი, ჩასაბერი და დასარტყამი) საკრავები, სოლო აკადემიური სიმღერა) • საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება ქართული ხალხური სასიმღერო და სამგალობლო ხელოვნება (თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი) • სოლო აკადემიური სიმღერა • ფორტეპიანო • ფორტეპიანო (სამუსიკო ხელოვნება-კლავიშნიანი საკრავები) • ჯაზის ხელოვნება

2454	ქორეოგრაფები და მოცეკვავეები	საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება - ქართული ცეკვის დამდგმელი ქორეოგრაფი
2455	ფილმის, თეატრისა და მონათესავე სფეროების მსახიობები და რეჟისორები	- სამსახიობო ხელოვნება (დრამისა და კინოს სამსახიობო; დრამისა და თოჯინების თეატრის სამსახიობო) - ანიმაცია - აუდიოვიზუალური რეჟისურა (კონცენტრაციები: მხატვრული კინოს რეჟისურა; სატელევიზიო ფილმების რეჟისურა) - აუდიოვიზუალური ხელოვნება (კინორეჟისურა, ტელერეჟისურა) - აუდიოვიზუალური ხელოვნება (მხატვრული კინოს რეჟისურა) - თეატრალური ხელოვნება: სამსახიობო ხელოვნება(ძირითადი და დამატებითი სპეციალობა), დრამის რეჟისურა (ძირითადი სპეციალობა) - კინოხელოვნების სამაგისტრო პროგრამა (სპეციალიზაცია: კინორეჟისურა და კინოდრამატურგია) - მედიახელოვნებისა და რეჟისურის (აუდიოვიზუალური ხელოვნება)) - მულტიმედიური სცენოგრაფია (ძირითადი და დამატებითი სპეციალობა) - სამუსიკო შემსრულებლობის (ფორტეპიანო, აკადემიური სიმღერა, აკადემიური გუნდის დირიჟორობა, საორკესტრო) - საშემსრულებლო შემოქმედებითი ხელოვნება - აუდიო-ვიზუალური რეჟისურა (მხატვრული კინოს, დოკუმენტური კინოს, ანიმაციური კინოს, ტელერეჟისურა, ხმის რეჟისურა) - საშემსრულებლო შემოქმედებითი ხელოვნება - კინო-ტელე ოპერატორი - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება - დრამის რეჟისურა (თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება - თეატრის რეჟისურა - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება - მსახიობი (დრამისა და კინოს მსახიობი) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (დრამატული თეატრის რეჟისურა; დრამისა და კინოს სამსახიობო; თოჯინების თეატრის რეჟისურა; თოჯინების თეატრის სამსახიობო) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (დრამის რეჟისურა, თოჯინების თეატრის რეჟისურა) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (კონცენტრაციები: დრამატული თეატრის რეჟისურა; თოჯინების თეატრის რეჟისურა) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (კონცენტრაციები: დრამის რეჟისურა; თოჯინების თეატრის რეჟისურა) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (კონცენტრაციები: თეატრის რეჟისურა, მსახიობი (დრამისა და კინოს მსახიობი), მსახიობი (თოჯინების თეატრის მსახიობი), ქართული ცეკვის დამდგმელი ქორეოგრაფი, ქართული ხალხური და საეკლესიო გუნდის დირიჟორი) - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება (პროგრამული კონცენტრაციები: 1.დრამის რეჟისურა - თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი 2.მსახიობის საშემსრულებლო ხელოვნება - თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი 3.სცენოგრაფის ხელოვნება - თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი 4.დრამატურგის ხ - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება -აუდიოვიზუალური რეჟისურა (თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი) - მხატვრული კინოს, დოკუმენტური კინოს, ანიმაციური კინოს, ხმის რეჟისურა, ტელერეჟისურა. - საშემსრულებლო-შემოქმედებითი ხელოვნება -კინო-ტელე ოპერატორი (თეორიისა და პრაქტიკის ანალიზი) - ტელე-კინო ხელოვნება

3131	ფოტოგრაფები და გამოსახულებისა და ხმის ჩამწერი მოწყობილობის ოპერატორები	• ფოტოგრაფია
3471	დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები	• გამოყენებითი დიზაინი • გრაფიკული დიზაინი • დიზაინი • დიზაინი (ინგლისურენოვანი) • დიზაინი (ტექსტილის დიზაინი, მოდის დიზაინი) • დიზაინი (ტექსტილის დიზაინი; სამოსის დიზაინი) • დიზაინი (ტექსტილის დიზაინი; სამოსის დიზაინი; ხის მხატვრული დამუშავება და ავეჯის დიზაინი) • ვიზუალური ხელოვნება და დიზაინი • ინტერიერისა და ტექსტილის დიზაინი • კომპიუტერული გრაფიკა • კოსტუმის დიზაინი • მოდის დიზაინი • მოდის დიზაინი და ტექნოლოგია • მხატვრული მინის დიზაინი • პლაკატის დიზაინი • სამკაული და ლითონის დეკორატიული პლასტიკა • სამოსის დიზაინი • სამრეწველო დიზაინი • სარეკლამო გრაფიკა • ტექსტილის დიზაინი • წიგნის დიზაინი და ილუსტრაცია • ხის მხატვრული დამუშავება და ავეჯის დიზაინი
7313	ძვირფასი ლითონებისა და ქვებისაგან ნაკეთობების დამამზადებლები	• სამკაულის და ლითონის დეკორატიული პლასტიკა
7324	მინაზე, კერამიკასა და სხვა მსგავს მასალებზე დეკორატიული ხატვის ოსტატები	• მხატვრული კერამიკა • მხატვრული მინა

ფართო 9. კულტურული ტურიზმი

2015-2019 წლებში, საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ რეკრეაცია, კულტურულ და სპორტულ აქტივობებზე გაწეული მთლიანი დანახარჯების საშუალო წლიურმა ზრდამ 22.6%-ი შეადგინა. 2019 წლის მონაცემებით საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ აღნიშნულ აქტივობებზე გაწეულმა ხარჯებმა 1.5 მილიარდ ლარს გადააჭარბა, რაც მათი საერთო ხარჯების 17%-ს შეადგენს.

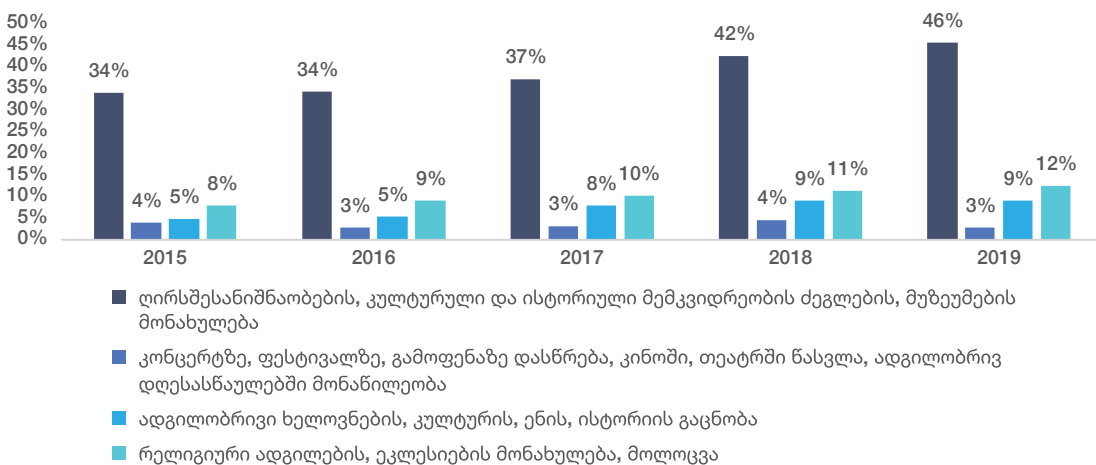
რაც შეეხება შიდა ვიზიტორებს, მათთვის აღნიშნული მაჩვენებლის საშუალო წლიურმა ზრდამ 10.2% შეადგინა. 2019 წელს შიდა ვიზიტორებმა რეკრეაცია, კულტურულ და სპორტულ აქტივობებზე 29.6 მილიონ ლარზე მეტი დახარჯეს, რაც მათი ჯამური ხარჯის 1.6%-ს შეადგენს.

აქტივობები, რომლებიც დაკავშირებულია კულტურულ ტურიზმთან შეგვიძლია დავყოთ ოთხ ძირითად ჯგუფად. პირველი მათგანი ღირსშესანიშნაობების, კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და მუზეუმების მონახულებაა. 2015-2019 წლებში, აღნიშნულ აქტივობაში ჩართული საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 25% შეადგინა, ხოლო 2019 წლის მონაცემებით აქტივობაში ჩართულ საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის მაჩვენებელმა თითქმის 3.3 მილიონს მიაღწია.

მეორე ძირითადი მიმართულება კონცერტზე, ფესტივალსა და გამოფენაზე დასწრება, კინოსა და თეატრში წასვლა, და ადგილობრივ დღესასწაულებში მონაწილეობაა. 2015-2019 წლებში აქტივობაში ჩართულ საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 6% შეადგინა. ჯამში 2019 წელს აღნიშნულ აქტივობაში ჩართული იყო 196 ათას საერთაშორისო ვიზიტორზე მეტი, რაც საერთო რაოდენობის 3%-ს შეადგენს.

დარჩენილი ორი მიმართულება ადგილობრივი ხელოვნების, კულტურის, ენისა და ისტორიის გაცნობა, და რელიგიური ადგილებისა და ეკლესიების მონახულება/მოლოცვაა. აღნიშნულ ორ აქტივობაში ჩართული საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობის ზრდა 2015-2019 წლებში შესაბამისად 36%-ს და 31%-ს შეადგენდა. 2019 წლის მონაცემებით, საერთაშორისო ვიზიტორების 9% ჩართული იყო ხელოვნების, კულტურის, ენისა და ისტორიის გაცნობაში, ხოლო 12% რელიგიური ადგილებისა და ეკლესიების მონახულებასა და მოლოცვაში (გრაფიკი 25).

გრაფიკი 26. კულტურულ ტურიზმთან დაკავშირებულ აქტივობებში საერთაშორისო ვიზიტორთა ჩართულობა, 2015-2019



წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა კვლევა

ღანართი 10. სიხშირის ცხრილები (შემოქმედებითი ინფესტრირების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები)

1. რა არის თქვენი კომპანია/ორგანიზაციის ორგანიზაციულ-სამართლებრივი ფორმა?	სიხშირე	პროცენტი
ინდივიდუალური საწარმო/ინდ. მეწარმე	44	29
არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი (ააიპ)	17	11
საჯარო სამართლის იურიდიული პირი (სსიპ)	9	6
შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (შპს)	77	51
სააქციო საზოგადოება (სს)	1	1
უცხოური საწარმოს ფილიალი	2	1

2. თქვენთვის ეკონომიკური საქმიანობა...	სიხშირე	პროცენტი
პირველადი საქმიანობაა	135	90
დამატებითი საქმიანობაა	9	6
არ ვწვევი ეკონომიკურ საქმიანობას	6	4

3. რესპონდენტის თანამდებობა:	სიხშირე	პროცენტი
პოზიცია-კომპანიის/ორგანიზაციის დირექტორი/ხელმძღვანელი (პრეზიდენტი)	88	59
სხვა დირექტორი/ხელმძღვანელი	10	7
ფინანსური მენეჯერი/ბუღალტერი	38	25
გადაწყვეტილების მიმღები სხვა მენეჯერი	5	3
კომპანიის მეწილე/მფლობელი	2	1
კომპანიის/დანესებულების სხვა თანამშრომელი	8	5

4. სქესი	სიხშირე	პროცენტი
კაცი	76	51
ქალი	74	49

5. ასაკი	სიხშირე	პროცენტი
18-34	13	9
35-54	76	51
55-85	61	41

6. რესპონდენტის განათლება	სიხშირე	პროცენტი
სრული საშუალო განათლება [იგულისხმება 10-12 კლასის განათლება]	2	1
საშუალო ტექნიკური/პროფესიული განათლება	4	3
ამჟამად არის ბაკალავრიატის სტუდენტი, ბაკალავრის ხარისხი ან მასთან გათანაბრებული	15	10
მაგისტრი, 5-წლიანი დიპლომი	123	82
მეცნიერებათა დოქტორი	6	4

7a. შემოქმედებითი ინდუსტრიის ჩამოთვლილი კატეგორიებიდან, ძირითადად რომელს მიაკუთვნებთ თქვენს საქმიანობას?	სიხშირე	პროცენტი
დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია	21	14
კინო და ვიდეო	19	13
სახელოვნებო და კულტური განათლება	18	12
ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია	17	11
საშემსრულებლო ხელოვნება	16	11
არქიტექტურა	14	9
მედია და მაუწყებლობა	14	9
რეკლამა	10	7
სახვითი ხელოვნება	8	5
რენვა	5	3
მუსიკა	3	2
კულტურული მემკვიდრეობა	2	1
გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	2	1
ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	1	1

7b. რა არის თქვენი მეორეული საქმიანობა?	სიხშირე	პროცენტი
რეკლამა	6	4
ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია	4	3
მედია და მაუწყებლობა	4	3
სახელოვნებო და კულტური განათლება	4	3
სახვითი ხელოვნება	3	2
არქიტექტურა	2	1
დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია	2	1
კინო და ვიდეო	2	1
მუსიკა	2	1
ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	1	1
კულტურული მემკვიდრეობა	1	1
არ მაქვს მეორეული საქმიანობა	118	79
არ ვიცი	1	1

8. გთხოვთ, მითხრათ ამჟამად, რამდენი თანამშრომელია (თქვენი ჩათვლით) დასაქმებული თქვენს საწარმოში სრულ ან არასრულ განაკვეთზე?	სიხშირე	პროცენტი
1	49	33
2	15	10
5	12	8
10	10	7
4	9	6
3	6	4
20	5	3
15	4	3
6	3	2
7	3	2
30	3	2
9	2	1
14	2	1
18	2	1
22	2	1
26	2	1
40	2	1
60	2	1
80	2	1
11	1	1
12	1	1
13	1	1
16	1	1
19	1	1
21	1	1
50	1	1
54	1	1
108	1	1
110	1	1
150	1	1
261	1	1
295	1	1
უარი პასუხზე	2	1

9. იყენებთ თუ არა თქვენი ბიზნესისთვის/ ეკონომიკური საქმიანობისთვის შემდეგს...		დიახ	არა	უარი პასუხზე	არ შეესაბამება
ბიზნესისთვის/ეკონომიკური საქმიანობისთვის განკუთვნილი ვებ-გვერდი	სიხშირე	72	77	1	
	%	48	51	1	
სოციალური მედიის გვერდი	სიხშირე	87	63		
	%	58	42		
ქართულ ბაზარზე მომუშავე ონლაინ სავაჭრო პლატფორმა	სიხშირე	8	141	1	
	%	5	94	1	
საერთაშორისო ბაზარზე მომუშავე ონლაინ სავაჭრო პლატფორმა	სიხშირე	17	131	1	1
	%	11	87	1	1
სხვა	სიხშირე	1	148	1	
	%	1	99	1	

10. ბოლო 12 თვის განმავლობაში, ჩამოთვლილთაგან რომელი იყო თქვენი ბიზნესისთვის/თქვენთვის ყველაზე დიდი გამოწვევა?	სიხშირე	პროცენტი
Covid-19-თან დაკავშირებული შეზღუდვები	128	85
პროდუქტზე მოთხოვნის არასტაბილურობა/ცვალებადობა	20	13
შენატანის/ნედლეულის გაძვირება	19	13
ფინანსებზე წვდომა	18	12
არ მქონია გამოწვევა	8	5
სახელმწიფო ხელშეწყობი პროგრამების არარსებობა/ნაკლებობა	6	4
კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	4	3
შემაფერხებელი ბიუროკრატიული ნაწილი	4	3
ნედლეულის არახელმისაწვდომი და არასაიმედო მიწოდება	3	2
რუსეთ-უკრაინის ომი	3	2
სამართლიანი კონკურენციის ნაკლებობა	2	1
საგადასახადო სისტემა	2	1
მსგავსი პროდუქტების / სერვისის მწარმოებელ კომპანიებთან მაღალი კონკურენცია	1	1
არათანმიმდევრული პოლიტიკა	1	1
მერიასთან ურთიერთობა	1	1
ზოგადი მდგომარეობა ქვეყანაში	1	1
არაობიექტური უფროსი	1	1
არ ვიცი	1	1

11. თქვენი მომხმარებლები არიან...	სიხშირე	პროცენტი
მხოლოდ საქართველოს მოქალაქეები/კომპანიები	52	35
ძირითადად საქართველოს მოქალაქეები/კომპანიები	72	48
ძირითადად უცხო ქვეყნის მოქალაქეები/კომპანიები	17	11
მხოლოდ უცხო ქვეყნის მოქალაქეები/კომპანიები	7	5
არ ვიცი	1	1

12. რა არის ის ძირითადი მიზეზები, რის გამოც თქვენი ბიზნესი მხოლოდ/ ძირითადად ადგილობრივ ბაზარზე ოპერირებს? (კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 84%-მა, რომელთა მომხმარებლებიც მხოლოდ ან ძირითადად საქართველოს მოქალაქეები/კომპანიები არიან)	სიხშირე	პროცენტი
ფინანსური რესურსის ნაკლებობა საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე გასასვლელად	10	8
ფინანსური არამდგრადობა და დასაქმებისთვის სარისკო გარემო	9	7
საერთაშორისო ბაზარზე არსებული რეგულაციები	9	7
საჭირო ინფორმაციაზე წვდომის არ ქონა	6	5
შემაფერხებელი ბიუროკრატიული ნაწილი	5	4
ადგილობრივ ბაზარზე არსებული რეგულაციები/საკანონმდებლო ჩარჩო	4	3
ენობრივი ბარიერი	3	2
არახელსაყრელი საშელავათო საგადასახადო პირობები	1	1
შესაბამისი სახელმწიფო სტრუქტურის მხრიდან დახმარების ნაკლებობა	1	2
არ არის საჭიროება ჩემი სამუშაოს სპეციფიკიდან გამომდინარე	59	48
არ მაქვს სურვილი	17	14
სხვა (მიუთითეთ)	11	9
არ ვიცი	2	2

12. რა არის ის ძირითადი მიზეზები, რის გამოც თქვენი ბიზნესი მხოლოდ/ ძირითადად ადგილობრივ ბაზარზე ოპერირებს? - სხვა	სიხშირე	პროცენტი
კოვიდ-19	1	1
ცნობადობა	1	1
მოთხოვნის არარსებობა	2	1
რუსეთ-უკრაინის ომი	3	2
ბიზნესი საკმარისადაა წარმოდგენილი საზღვარგარეთ	1	1
მმართველობის გადაწყვეტილება	1	1
გზავნილის მაღალი გადასახადი	1	1

13. მომავალ 5 წელზე რომ დაფიქრდეთ, როგორ ფიქრობთ შეძლებთ თუ არა საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე გასვლას? (კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 30%-მა, ვისაც აქვს სურვილი, რომ პროდუქტი საერთაშორისო ბაზარზე გაიტანოს)	სიხშირე	პროცენტი
დიახ	23	51
არა	6	13
არ ვიცი	16	36

14. გთხოვთ, მითხრათ რა პრობლემებს აწყდებით საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე ოპერირებისას? (კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 16%-მა, რომელთა მომხმარებლებიც ძირითადად ან მხოლოდ უცხო ქვეყნის მოქალაქეები/კომპანიები არიან)	სიხშირე	პროცენტი
ფინანსური რესურსების ნაკლებობა	5	21
მაღალკვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	3	13
სახელმწიფო სტრუქტურისგან დახმარების ნაკლებობა	3	13
არაჯანსაღი კონკურენტული გარემო	2	8
ტურისტების ნაკლებობა	2	1
საფოსტო მომსახურების მაღალი ღირებულება	1	1
მსოფლიოში არასტაბილური მდგომარეობა	1	1
სხვა	5	21
არ მქონია გამოწვევა	10	42
არ ვიცი	3	13

14. გთხოვთ, მითხრათ რა პრობლემებს აწყდებით საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე ოპერირებისას? - სხვა (სხვა ვარიანტი დაასახელა გამოკითხულთა 3%-მა)	სიხშირე	პროცენტი
ტურისტების ნაკლებობა	2	50
საფოსტო მომსახურების მაღალი ღირებულება	1	25
მსოფლიოში არასტაბილური მდგომარეობა	1	25

15. თქვენი აზრით, რა დაგეხმარებათ, რომ საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე მეტი წვდომა გქონდეთ? (კითხვაზე უპასუხა გამოკითხულთა 46%-მა, ვინც ოპერირებს ან საერთაშორისო ბაზარზე ან გასვლის სურვილი აქვს)	სიხშირე	პროცენტი
გრანტებზე/დამატებით ფინანსურ წყაროზე წვდომა	27	39
საქართველოს პოპულარიზება	16	23
ფინანსურ წყაროზე წვდომის მეტი შესაძლებლობა	5	7
ტრენინგები: საერთაშორისო ბაზარზე გასვლისთვის	4	6
ნეთვორქინგის მეტი საშუალება	2	3
კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	2	1
ტურისტების რაოდენობის ზრდა	2	1
ტრენინგები: მარკეტინგის მიმართულებით	1	1
ტრენინგები: ფინანსების მართვის მიმართულებით	1	1
სხვა (მიუთითეთ)	18	26
არ მქონია გამოწვევა	4	6
არ ვიცი	3	4
უარი პასუხზე	1	1

15. თქვენი აზრით, რა დაგეხმარებათ, რომ საერთაშორისო ფიზიკურ/ონლაინ ბაზარზე მეტი წვდომა გქონდეთ? - სხვა (სხვა ვარიანტი დაასახელა გამოკითხულთა 12%-მა)	სიხშირე	პროცენტი
მშვიდობა მსოფლიოში	7	41
საკანონმდებლო ჩარჩოს მოწესრიგება	1	6
ცოდნის ამაღლება	1	6
პროფესიული პროგრამების ათვისება	1	6
დროის უქონლობა	1	6
კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	2	12
ტურისტების რაოდენობის ზრდა	2	12
მეტი გამოფენა	1	6
მეტი შეკვეთა	1	6

ბიბლიოგრაფია

- Cultural times. *The first global map of cultural and creative industries*. (n.d.). <https://en.unesco.org/creativity/files/culturalthefirstglobalmapofculturalandcreativeindustriespdf?fbclid=IwAR1a4QyBIPqeKdPta-CTQ017KD-Cru2DJ0TbipNTKFbLTG1q0MDmFPfUyvQ>
- USAID. (n.d.). <https://www.usaid.gov/georgia/our-programs>
- იუნესკო. (2017). *იუნესკო კულტურის ინდიკატორები განვითარებისთვის (CDIS)*.
- Von Schorlemer, S., & Stoll, P. T. (2012). The UNESCO convention on the protection and promotion of the diversity of cultural expressions. In *The UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-25995-1>
- Culture and Creativity. (n.d.). *About the Creative Europe Programme*. <https://culture.ec.europa.eu/creative-europe/about-the-creative-europe-programme>
- World Bank. (2014). Culture for Development. In *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*.
- საქართველოს კულტურის სტრატეგია 2025. (n.d.). <https://mes.gov.ge/publicInfo/wp-content/uploads/2013/12/კულტურის-სტრატეგია-2025.pdf>
- საქართველოს საკანონმდებლო მაცნე. (n.d.). საქართველოს კანონი კულტურის შესახებ. <https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/31402?publication=13>
- მაცნე საქართველოს საკანონმდებლო. (n.d.). საქართველოს საგადასახადო კოდექსი, მუხლი 172-173. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/1043717>
- 2020 და 2021 წლის ბიუჯეტების ამსახველი ცხრილი მომზადდა საქართველოს 2022 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის შესახებ სახელმწიფო კანონის მე-16 მუხლის. (n.d.). <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5309246?publication=0>
- მუხლის - საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტის ასიგნებები, საფუძველზე. (n.d.). <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/5071216?publication=3>
- Enterprise Georgia. (2020). *წლიური ანგარიში 2020*.
- აწარმოე საქართველოში. პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების მოზიდვის 2020-2021 წლების სტრატეგია. (2021). <https://www.enterprisegeorgia.gov.ge/uploads/files/publications/5efcbf01c88cf-Investment-Strategy.pdf>
- USAID. (n.d.). https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00WR84.pdf
- 2020 USAID PROGRAMS. (2020). <https://www.usaid.gov/georgia/our-programs>

EU4Culture. (n.d.). <https://euneighbourseast.eu/projects/eu-project-page/?id=1487>

sEU4Business Project to Connect Companies in the Eastern Partnership countries with EU. (n.d.).
<https://eu4business.eu/news/new-eu4business-project-to-connect-companies-in-the-eastern-partnership-countries-with-eu/#:~:text=The chosen sectors are: Bio,Brussels on 17 January, 2020.>

Creative Spark Sheet. (n.d.). <http://designonline.org.au/wp-content/uploads/2017/06/CreativeSparkPromptSheet.pdf>

პროგრამა „შემოქმედებითი თბილისი“. (n.d.). <https://tbilisi.gov.ge/news/7786>

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. (n.d.). 1–5.
https://www.geostat.ge/media/32249/BS_მეთოდოლოგია.pdf

ქ. თბილისის 2021 წლის ბიუჯეტის პროექტი. (n.d.). <https://tbilisi.gov.ge/page/43>

ეროვნული კინემატოგრაფიის სახელმწიფო მხარდაჭერის შესახებ. (n.d.).
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/17794?publication=8>

Garcia, G. G. H. (2012). *International Monetary Fund. Handbook of Safeguarding Global Financial Stability: Political, Social, Cultural, and Economic Theories and Models.*
<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-397875-2.00033-7>

Cros, H. Du, & McKercher, B. (2020). *Cultural Tourism. Cultural Tourism.*
<https://doi.org/10.4324/9780429277498>

ეკონომიკური საქმიანობის ეროვნული სასაქონლო ნომენკლატურა 2012. (n.d.).
https://www.geostat.ge/media/13418/12-HS-2012_GEO.pdf

Chapain, C., & Strykiewicz, T. (2017). Introduction - Creative industries in Europe: Drivers of (new) sectoral and spatial dynamics. In *Creative Industries in Europe: Drivers of New Sectoral and Spatial Dynamics.* https://doi.org/10.1007/978-3-319-56497-5_1

UNESCO, & 2018, G. R. (2018). *Global Report 2018 Re|SHAPING CULTURAL POLICIES.*
<https://en.unesco.org/creativity/global-report-2018>

UNESCO. United Nations Educational, S. C. O. (2022). Re|shaping policies for creativity: addressing culture as a global public good - UNESCO Digital Library. In *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.* <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380474>

OECD. (2008). The impact of culture on tourism. In *The Impact of Culture on Tourism* (Vol. 9789264040).
<https://doi.org/10.1787/9789264040731-en>

Routes, C. (2020). *Cultural Tourism in the EU Macro-Regions: Cultural Routes to Increase the Attractiveness of Remote Destinations.*

კულტურის სტრატეგია 2025, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო 2016.
<https://mes.gov.ge/publicInfo/wp-content/uploads/2013/12/კულტურის-სტრატეგია-2025.pdf>

Laszlo, E. (1963). The Economy of Culture. *Essential Society*, October, 126–141.
https://doi.org/10.1007/978-94-011-6420-7_12

Georgia, C. (2009). *შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაციის დოკუმენტი, შემოქმედებითი საქართველო*.

ასოცირების შესახებ შეთანხმება, საქართველოსა, ევროკავშირს და ევროპის ატომური
ენერგიის გაერთიანებას და მათ წევრ სახელმწიფოებს შორის; ივნისი 2014. (n.d.).
<https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2496959?publication=0>

შემოქმედებითი საქართველო. (2016). *საქართველოში შემოქმედებითი ინდუსტრიების
განვითარების გზამკვლევი; შემოქმედებითი საქართველო; 2016-2017*.
https://issuu.com/culturegovge/docs/creative_georgia_geo_f

Measuring Cultural Participation. (2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics Handbook; 2).
(2012). In *Measuring Cultural Participation. (2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics
Handbook; 2) (Issue 2)*. <https://doi.org/10.15220/978-92-9189-124-5-en>

Department for Digital Culture Media & Sport. (1998). Creative industries mapping documents 1998 -
GOV.UK. In *Communications and Telecomms and Media and Creative Industries*.
<https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>

The Tracker: culture & public policy, 2021 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377327>

UNCTAD. (2004). Creative Industries and Development (document TD(XI)/BP/13). In *Geneva, United
Nations*. www.unctad.org/en/docs/tdxibpd13_en.pdf

UNESCO. (2019). *Culture 2030 Indicators*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562>

Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. In *Cultural Trends* (Vol. 17,
Issue 3). <https://doi.org/10.1080/09548960802361951>

Von Schorlemer, S., & Stoll, P. T. (2012). The UNESCO convention on the protection and promotion
of the diversity of cultural expressions. In *The UNESCO Convention on the Protection and
Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*. <https://doi.org/10.1007/978-3-642-25995-1>

Charlotte Chung, Luise Yang, E. C.-F. (2018). *TwitterLinkedInEmail Growing the UK's creative
industries: what creative enterprises need to thrive and grow*.

Farinha, C. (2018). Developing cultural and creative industries in Belarus. In *EU-Eastern
Partnership Culture&Creativity* [https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/
publications/2020-01/180115 Creative Industries Report for Belarus.pdf](https://www.euneighbours.eu/sites/default/files/publications/2020-01/180115%20Creative%20Industries%20Report%20for%20Belarus.pdf)

- Badia, F., Landi, T., & Bartolucci, E. (2018). Challenges for cultural and creative industries: Sustainability, business model innovation and policy changes. *Conference Paper · August 2018, August*, 0–15.
- The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS). (2009). In *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*. <https://doi.org/10.15220/978-92-9189-075-0-en>
- Vaia, G. (2019). *Mapping strategy and CCI classification*. July, 1–13. <https://www.interreg-central.eu/Content.Node/COCO4CCI/D.T1.2.1---MAPPING-STRATEGY-AND-CCI-CLASSIFICATION.pdf>
- Potts, J. (2011). Creative industries and economic evolution. In *Creative Industries and Economic Evolution*. Edward Elgar Publishing Limited. <https://doi.org/10.4337/9780857930705>
- KEA European Affairs and Turun Kauppakorkeakoulu and MKW Wirtschaftsforschung. (2006). The Economy of Culture in Europe. In *European Commission* (Issue December).
- Australia. (1994). Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy, October 1994. *Commonwealth Cultural Policy*. <https://webarchive.nla.gov.au/awa/20040207115300/http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>
- წულაძე ლ. (2020). *სოციოლოგიური კვლევის თვისებრივი მეთოდები*. თბილისი: (თსუ). თსუ.
- Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, V. B. (2016). In *Dialectic of Enlightenment*. Verso Books.
- Adler, P. A., Adler, P., & Weiss, R. S. (1995). Learning from Strangers: The Art and Method of Qualitative Interview Studies. In *Contemporary Sociology* (Vol. 24, Issue 3). *The Free Press, New York*. <https://doi.org/10.2307/2076552>

