

დოდო ჭუმბურიძე,
საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა
და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის
ხელოვნების მენეჯმენტის დოქტორი,
ასოცირებული პროფესორი

რეზიუმე

თემაში განხილულია ახალგაზრდების, მათ შორის, ხელოვანი ახალგაზრდების საჭიროებები, ინტერესები და გამოწვევები.

ახალგაზრდებში უმუშევრობის მაჩვენებლის შესამცირებლად, საყურადღებოა შრომის ბაზრის მოთხოვნების გათვალისწინება, როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო დონეზე. კარიერის დაგეგმვა-განვითარებაში ხელშეწყობა, კერძოდ, პროფესიის სწორად განსაზღვრა უზრუნველყოფს ახალგაზრდების დასაქმებას. ახალგაზრდების მხრიდან თვითრეალიზებისკენ სწრაფვა თვითდასაქმების პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენებასაც მოიაზრებს.

თემაში განხილულია, თუ როგორ გასცდა შემოქმედებითობა კულტურის სფეროს საზღვრებს და გახდა სამეწარმეო იდეის შექმნის, კერძოდ, ღირებული შეთავაზების მომზადების აუცილებელი წინაპირობა. სამეწარმეო იდეების წახალისების მნიშვნელობას, ასევე მეწარმეობის და შემოქმედებითო-

ბის ურთიერთკავშირს ეფუძნება ხელოვან და კულტურის სფეროთი დაინტერესებულ ახალგაზრდებში თვითდასაქმების შესაძლებლობის გამოყენება-ათვისება. ახალგაზრდებთან, როგორც ქვეყნის დემოკრატიული და სოციოეკონომიკური განვითარების მთავარ ძალასთან, ასოცირდება ცვლილებები და ინოვაციურობა. ახალგაზრდებში სამეწარმეო იდეების განხორციელების წახალისება-მხარდაჭერა გრძელვადიან პერსპექტივაში მათ ეკონომიკურ გაძლიერებას უზრუნველყოფს. კულტურისა და ახალგაზრდული სფეროს ურთიერთკავშირის წარმოსაჩენად თემაში განხილულია სახელმწიფოს ახალგაზრდული სტრატეგია 2023-2026, გაეროს 2030 წლის მდგრადი განვითარების მიზნების განხორციელების შესახებ (ღია მმართველობის პარტნიორობის გზამკვლევის სპეციალური გამოშვება) და ფრიდრიხ ებერტის ფონდის მხარდაჭერით განხორციელებული კვლევა „თაობა გარდამავალ პერიოდში“.

ახალგაზრდა ხელოვანების თვითდასაქმების პოტენციალი ციფრულ ეპოქაში

საკვანძო სიტყვები: კულტურის სფერო, შემოქმედებითი ინდუსტრიები, ახალგაზრდული პოლიტიკა, უმუშევრობა, შრომის ბაზარი, ციფრული ეპოქა, ხელოვანი ახალგაზრდების თვითდასაქმება

ახალგაზრდებში უმუშევრობის შემცირება და დასაქმების მაჩვენებლის ზრდა ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი პრიორიტეტია, რომელიც პირდაპირ უკავშირდება შრომის ბაზრის მოთხოვნებს. საგულისხმოა სახელმწიფოს სტრატეგიული ხედვა, რომელიც უზრუნველყოფს კულტურის, განათლებისა და ახალგაზრდობის სფეროების ინტეგრირებული მიდგომის განხორციელებას და მათ შორის სინერგიული კავშირის შექმნას.

ციფრულ ეპოქად წოდებული XXI საუკუნე ქმნის ახალ რეალობას, სადაც შრომის ბაზარზე ახალგაზრდების დასაქმების შესაძლებლობები მნიშვნელოვნად იცვლება. იმ შემთხვევაში თუკი ახალგაზრდები საერთაშორისო კონკურენციის გასამკლავებლად შესაბამისი ცოდნა გააჩნიათ და ფორმალურ განათლებასთან ერთად არაფორმალური განათლების მეშვეობით უწყვეტად იმაღლებენ ცოდნას. აღნიშნული პროექტისიული უნარების განმტკიცებასთან ერთად, პერსონალური და სოციალური კომპეტენციების გაუზოგბესებას გულისხმობს.

„საქართველოს პარლამენტის 2020 წლის 17 ივლისის N7054-რს დადგენილების, „2020–2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფციის“¹ საფუძველზე 14–29 წლის ასაკობრივი ჯგუფი ახალგაზრდებად მიიჩნევა. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის 2024 წლის მონაცემების თანახმად, „14–29 წლის ასაკის ახალგაზრდების, რაოდენობა საქართველოს მოსახლეობის 18.7%-ს შეადგენს. აქედან 52.4% (362.727) მამაკაცია, ხოლო 47.6% (329,445) – ქალი“.²

კულტურის სფეროთი დაინტერესებული და ხელოვანი ახალგაზრდების თვითდასაქმების პოტენციალის ამაღლების მიზნით,

¹ 2020–2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფცია.

² საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური (მოსახლეობის რიცხოვნობა 01.01.2024 მდგომარეობით).

მნიშვნელოვანია მათი საჭიროებების, ინტერესებისა და გამოწვევების საფუძვლიანი კვლევა.

ციფრული ტექნოლოგიები და პლატფორმები არამხოლოდ ხელოვნების ფართო აუდიტორიისთვის ხელმისაწვდომობას უზრუნველყოფს, არამედ ხელს უწყობს მეწარმეობის განვითარებას, რადიკალურად ცვლის ახალგაზრდა ხელოვანების კარიერულ შესაძლებლობებს. ციფრული მედია საშუალებას აძლევს ხელოვანებს, თვითდასაქმების გზით შექმნან პერსონალური ბრენდები, მართონ მარკეტინგული სტრატეგიები და წამოიწყონ საკუთარი შემოქმედებითი ბიზნესი.

ხელოვანებისთვის ციფრული ტექნოლოგიების ინტეგრაცია ქმნის ახალ შესაძლებლობებს, ხელს უწყობს მათი შემოქმედებითი საქმიანობის გაფართოებას და უზრუნველყოფს უკეთეს სოციალურ და ეკონომიკურ პოზიციას, რაც დადებითად აისახება მათ თვითრეალიზებასა და კარიერულ განვითარებაზე.

„ბრენდის იდენტობა შედგება სახელის, ლოგოს, სიმბოლოების, დიზაინის, შეფუთვისა და მომხმარებლებში ასოცირებული იმიჯისგან. ბრენდინგის მიზანია: ბრენდის ცნობადობა და მის მიმართ ინტერესის შექმნა, ასევე მომხმარებელსა და ბრენდს შორის კავშირის ჩამოყალიბება-გაძლიერება“.³

ახალგაზრდებში უმუშევრობის შემცირება და შესაბამისად დასაქმების მაჩვენებლის ზრდა ქვეყნის ეკონომიკური პოლიტიკის პრიორიტეტია. ეფექტიანი ეკონომიკური პოლიტიკის განსახორციელებლად, მნიშვნელოვანია უმუშევრობისა და დასაქმების კომპონენტების საფუძვლიანი ანალიზი. ახალგაზრდებში უმუშევრობის მაჩვენებლის შესამცირებლად, საყურადღებოა შრომის ბაზრის მოთხოვნების გათვალისწინება, როგორც ადგილობრივ ისე საერთაშორისო დონეზე.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (01.01.2024) მონაცემებით, „უმუშევრობის დონე საქართველოში 14,2%-ს შეადგენს, ხოლო ახალგაზრდებში (15-24 წლის ასაკობრივი ჯგუფი) უმუშევრობის მაჩვენებელი 31,2%-ს შეადგენს“.⁴

საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს მიერ მომზადებულ „საქართველოს შრომის ბაზრის

³ ბელჩი, ბელჩი, რეკლამა, 2013, გვ. 59.

⁴ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური.

ანალიზში“ აღნიშნულია, რომ „საქართველოს შრომის ბაზრის ერთ-ერთ მთავარ გამოწვევად კვლავ ახალგაზრდებში მაღალი უმუშევრობის დონე რჩება. აღნიშნული განპირობებულია იმით, რომ ახალგაზრდები უმეტესწილად ეუფლებიან უმაღლეს განათლებასა და სწავლის დასრულების შემდეგ აწყდებიან იმ რეალობას, რომ ერთი მხრივ შრომის ბაზარზე არ არის მოთხოვნა მათ მიერ დაუფლებულ პროფესიებზე; მეორე მხრივ, მათი კვალიფიკაცია და სამუშაო გამოცდილება ვერ აკმაყოფილებს შრომის ბაზრის მოთხოვნებს. ასევე გასათვალისწინებელია ისიც, რომ ახალგაზრდებს სხვადასხვა ფაქტორის გათვალისწინებით სჭირდებათ მეტი დრო სასურველი სამუშაოს მოსაძიებლად“.⁵

ციფრული ეპოქა ქმნის ახალი ტიპის სამუშაო ადგილებს, რომლებიც, ხშირად, ახალგაზრდა მეწარმეებსა და შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებულ პროფესიონალებს წარმოშობს. ციფრული პლატფორმები, როგორებიცაა სოციალური მედია, ონლაინ პლატფორმები და ელექტრონული კომერცია, არა მხოლოდ ახალ მეწარმეობრივ გზებს ქმნის, არამედ შესაძლებლობებს აძლევს ახალგაზრდებს, რომ საკუთარი შემოქმედებითი სამეწარმეო იდეის რეალიზება უზრუნველყონ. ამგვარი ტრანსფორმაციით, ახალგაზრდებს შეუძლიათ, წამოიწყონ სამეწარმეო საქმიანობა, რაც მათ საშუალებას მისცემს, შეინარჩუნონ დამოუკიდებლობა და ფინანსური სტაბილურობა.

ფრიდრიხ ებერტის ფონდის მხარდაჭერით, 2023 წელს განხორციელებულ კვლევაში დასკვნის სახით წარმოდგენილია ახალგაზრდების გამოწვევა განათლება-დასაქმების კუთხით. „თბილისში მცხოვრები ახალგაზრდებიდან ყოველი მეხუთე არც განათლებას იღებს, არც რაიმე სასწავლო პროგრამაშია ჩართული და არც დასაქმებულია“.⁶

ამასთან, ციფრული ეპოქა მოითხოვს როგორც უმაღლესი, ისე პროფესიული განათლების სისტემის ადაპტაციას. აუცილებელია, რომ ახალგაზრდების განათლება არ იყოს მხოლოდ ზოგადი, არამედ შეესაბამებოდეს ბაზრის მოთხოვნებს და უნარების განვითარებას, რაც ხელს შეუწყობს მათ რეალიზებას როგორც ადგილობრივ, ისე საერთაშორისო შრომის ბაზარზე.

⁵ საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, საქართველოს შრომის ბაზრის ანალიზი - 2024.

⁶ ფრიდრიხ ებერტის ფონდი, ახალგაზრდების, 2023.

ახალგაზრდობის სააგენტოს მიერ განხორციელებული კვლევის - „ახალგაზრდების საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე“ - ფარგლებში გამოიკვეთა ახალგაზრდობის დასაქმების მაჩვენებელი „გამოკითხული (კვლევის ფარგლებში გამოკითხა 14-დან 30 წლამდე ასაკის 4652 ახალგაზრდა) სრულწლოვანი ახალგაზრდების 39% ამბობს, რომ დასაქმებულია.

18-დან 26 წლამდე ახალგაზრდების დაახლოებით მეოთხედზე მეტი (28%) ამბობს, რომ დასაქმებულია, ნახევარი ეძებს სამსახურს, 22% კი არაა დასაქმებული და დასაქმებას არ ცდილობს.

26-დან 30 წლამდე გამოკითხული ახალგაზრდების უმრავლესობა (65%) ამბობს, რომ დასაქმებულია, დაახლოებით მესამედი (31%) სამსახურს ეძებს, ხოლო 4% არ არის დასაქმებული, თუმცა, სამსახურს არ ეძებს“.⁷

„თანამეგობრობის სამდივნოს მიერ 2020 წელს გამოქვეყნებული ახალგაზრდობის განვითარების ინდექსის მიხედვით, საქართველო 181 ქვეყანას შორის 70-ე ადგილზე აღმოჩნდა (0,731 ქულა). ეს ინდექსი ზომავს ქვეყნის 15-29 წლის მოსახლეობის პროგრესს ექვს სფეროში: განათლება, დასაქმება და შესაძლებლობები, ჯანმრთელობა და კეთილდღეობა, თანასწორობა და ინკლუზია, პოლიტიკური და სამოქალაქო მონაწილეობა და მშვიდობა და უსაფრთხოება, რომელთაგან ერთ-ერთი ყველაზე ცუდი შედეგი სწორედ დასაქმების მიხედვით აღმოჩნდა“.⁸

ახალგაზრდები, როგორც ადამიანური კაპიტალი, მთავარი განახლებადი წყაროს, პოტენციალის სრულად გამოსავლენად აუცილებელია მათი ეკონომიკური გაძლიერება.

ციფრული ეპოქა ქმნის ახალ რეალობას, რომელშიც განათლება და შრომის ბაზარი მჭიდროდ უკავშირდება ერთმანეთს. განათლების სისტემის რეფორმირება, შრომის ბაზრის მოთხოვნების ადაპტაცია და ციფრული უნარების გაძლიერება არის ძირითადი ინსტრუმენტები, რომლებსაც შეუძლიათ ხელი შეუწყონ ახალგაზრდობში უმუშევრობის შემცირებას და დასაქმების მაჩვენებლის ზრდას. აღნიშნული ცვლილებები არსებით გავლენას მოახდენს არა მხოლოდ ქვეყნის ეკონომიკაზე, არამედ ახალგაზრდების სოციალური და ეკონომიკური გაძლიერების პროცესზეც.

⁷ ახალგაზრდობის საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე, ახალგაზრდობის სააგენტო, 2020.

⁸ Commonwealth, Global Youth Development Index, 2020, p. 220.

„ახალგაზრდებში განსაკუთრებით პრობლემატურია ფინანსური დამოუკიდებლობის საკითხი. კვლევის შედეგების მიხედვით, ახალგაზრდების 62%-ს ფინანსურად მშობლები ეხმარებიან. პირადი შემოსავალი უფრო ხელმისაწვდომია თბილისში, სადაც რესპონდენტების 35% აცხადებს, რომ აქვს პირადი შემოსავალი. სხვა ქალაქებში პირადი შემოსავალი აქვს ახალგაზრდების 27%-ს, ხოლო სოფლად ყოველ მეხუთე ახალგაზრდას. ყველაზე მნიშვნელოვანი კავშირი ფინანსურ ავტონომიურობასთან, როგორც მოსალოდნელი იყო, ჰქონდა ასაკს. ასაკის ზრდის პარალელურად, იკლებს მშობლებზე ფინანსური დამოკიდებულების მაჩვენებელიც (14-18 წლის ასაკობრივ კატეგორიაში რესპონდენტების 96% ფინანსურად დამოკიდებულია მშობლებზე; 19-24 წლის ასაკობრივ კატეგორიაში - 64%, ხოლო 25-29 წლის ასაკობრივ კატეგორიაში - 35%)“.⁹

ახალგაზრდებთან, როგორც ქვეყნის დემოკრატიული და სოციოეკონომიკური განვითარების მთავარ ძალასთან, ასოცირდება ცვლილებები და ინოვაციურობა.

ახალგაზრდებში სამეწარმეო იდეების განხორციელების წახალისება-მხარდაჭერა, გრძელვადიან პერსპექტივაში მათ ეკონომიკურ გაძლიერებას უზრუნველყოფს.

„საქართველოს სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის დოკუმენტის მიხედვით, ახალგაზრდული პოლიტიკის მიზანია, ხელი შეუწყოს ახალგაზრდების სრულფასოვანი განვითარებისათვის შესაბამისი გარემოს შექმნას, სადაც ახალგაზრდები შეძლებენ საკუთარი პოტენციალის სრულად რეალიზებას და საზოგადოებრივი ცხოვრების ყველა სფეროში აქტიურად ჩართვას. 2020–2030 წლების ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფცია ადგენს მუნიციპალიტეტებში, მათი უფლებამოსილების ფარგლებში, კონცეფციით განსაზღვრული სტრატეგიული პრიორიტეტებისა და სამოქმედო გეგმის ხელშეწყობას და განხორციელებას. სარეკომენდაციო ხასიათის მოთხოვნის მიხედვით, კონცეფციაში განმარტებულია, რომ მუნიციპალიტეტების დონეებზე სახელმწიფო ორგანოებმა ახალგაზრდებს მათი სამოქალაქო უფლებებისა და ვალდებულებების, აგრეთვე აღნიშნულ პროცესებში მონაწილეობის გზებისა და მეთოდების შესახებ მეტი ინფორმაცია უნდა მიაწოდონ. საჭიროა

⁹ ფრიდრიხ ებერტის ფონდი, თაობა, 2016.

შეიქმნას ახალგაზრდების რეალური მონაწილეობის ხელშეწყობის მდგრადი, სისტემური მექანიზმები (ახალგაზრდული საბჭოები, თანამენეჯმენტის მოდელები, სტრუქტურული დიალოგი ან/და სხვა), რათა მათი მონაწილეობა იყოს არა სპონტანური, არამედ მუდმივი და თანამიმდევრული“.¹⁰

ბოლო პერიოდში ჩატარებული კვლევები მოიცავს საქართველოს დონეზე განხილულ მონაცემებს და მწირია ინფორმაცია მუნიციპალურ დონეზე ახალგაზრდულ საკითხებზე არსებული მდგომარეობის შესახებ. უფრო მეტიც, განსაკუთრებით დაბალია ხელმისაწვდომობა, პოლიტიკის დოკუმენტების მიხედვით განსაზღვრული პრიორიტეტების შესახებ დაანგარიშებულ რაოდენობრივ მაჩვენებლებზე.

ფრიდრიხ ებერტის ფონდის მხარდაჭერით, 2020 და 2023 წლის კვლევებში მოცემულია ახალგაზრდული პოლიტიკის ფარგლებში განხორციელებული პროგრამების, პროექტებისა და აქტივობების შედეგების შედარებითი ანალიზი.

„2020 წლის კვლევაში აღნიშნულია, რომ:

ა) თბილისში ახალგაზრდული პოლიტიკის ფარგლებში განხორციელებული აქტივობები, თითქმის, არ არის ორიენტირებული არაფორმალური განათლების მიღებაზე, რაც გულისხმობს კონკრეტული უნარების განვითარებასა და აქტივობებს;

ბ) აქტივობები ძირითადად ორიენტირებულია ახალგაზრდული პოლიტიკით განსაზღვრულ ჯანმრთელობისა და ჯანსაღი ცხოვრების წესის სტრატეგიულ მიმართულებაზე, სხვა სტრატეგიულ მიმართულებებს კი (მონაწილეობა, განათლება, დასაქმება და მობილობა, სპეციალური მხარდაჭერა და სოციალური დახმარება) ნაკლებად ფარავს თბილისში“.¹¹

შრომის ბაზარზე არსებული მდგომარეობის იდენტიფიცირება და ახალგაზრდების უმუშევრობის სტატისტიკური მაჩვენებლის აღნიშვნასთან ერთად, მნიშვნელოვანია ახალგაზრდულ და კულტურის სფეროს სტრატეგიებში გაწერილი მიზნების რეალიზების მონიტორინგი. ახალი სტრატეგიის დოკუმენტის შემუშავება ითხოვს დაგროვილი გამოცდილებისა და გამოწვევების გადაზრებას. სტრატეგიული მიზნების სისრულეში მოყვანა ეფუძნება

¹⁰ 2020-2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფცია.

¹¹ ფრიდრიხ ებერტის ფონდი, ახალგაზრდული, 2020.

კულტურისა და განათლების სფეროს გაძლიერებას. კულტურის სფეროში ხელოვანი და ხელოვნებით დაინტერესებული ახალგაზრდების თვითდასაქმების ხელშეწყობა შემოქმედებითი სტარტაპების წამახალისებელ საგრანტო პროგრამებით დაინტერესებული საინიციატივო ჯგუფებისა და ინდივიდების რიცხოვნობით არ განისაზღვრება. მთავარია, რამდენი შემოქმედებითი სტარტაპი შეძლებს მდგრად წარმატებას გრძელვადიან პერსპექტივაში.

კარიერის დაგეგმვა-განვითარებაში ხელშეწყობა, კერძოდ, პროფესიის სწორად განსაზღვრა უზრუნველყოფს ახალგაზრდების დასაქმებას. ახალგაზრდების მხრიდან თვითრეალიზებისკენ სწრაფვა თვითდასაქმების პოტენციალის მაქსიმალურად გამოყენებასაც მოიპოვებს.

ახალგაზრდების დასაქმებას და კარიერის დაწყების ხელშეწყობას ეხმიანება საქართველოს სამთავრობო სტრატეგია – „სახელმწიფოს ახალგაზრდული სტრატეგია 2023-2026“, რომლის ამოცანაა „2020-2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფციით“ განსაზღვრული სტრატეგიული პრიორიტეტების განხორციელება კოორდინირებულად, სტრუქტურირებულად და გამჭვირვალედ.

„სახელმწიფოს ახალგაზრდული სტრატეგია 2023-2026“ სტრატეგიული მიზანია: ახალგაზრდების ეკონომიკური გაძლიერება ამ მიზნის მიღწევით სამუშაო ძალაში გაიზრდება ახალგაზრდების წილი, ხელი შეეწყობა ახალგაზრდების სამუშაო ბაზარზე გასვლისა და დამკვიდრების მექანიზმების დანერგვას, ახალგაზრდები გახდებიან ფინანსურად დამოუკიდებლები, აიმაღლებენ ცნობიერებას ფინანსური წიგნიერების კუთხით, გაუზრდვით ან გაეზრდვით საკუთარი შემოსავალი დაქირავებული შრომიდან და მეწარმეობიდან, გაიზრდება საკუთარი სამუშაოთი კმაყოფილების ხარისხი, ასევე ყურადღება დაეთმობა ახალგაზრდების სამეწარმეო, მათ შორის – მწვანე და ციფრული მეწარმეობის კომპეტენციების განვითარებასა და მეწარმეობის სურვილის ამაღლებას. ამასთან, გაიზრდება ახალგაზრდების მიერ დაფუძნებული საწარმოების რაოდენობა“.¹²

აღსანიშნავია, რომ შემოქმედებითობა გაცდა კულტურის სფეროს საზღვრებს და გახდა სამეწარმეო იდეის შექმნის, კერძოდ

¹² სახელმწიფოს ახალგაზრდული სტრატეგია 2023-2026.

ფასეული შეთავაზების (იგულისხმება პროდუქტი, სერვისი) მომზადების აუცილებელი წინაპირობა.

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება ეფუძნება სამეწარმეო იდეის განვითარებისთვის აუცილებელი ცოდნით აღჭურვას კულტურის სფეროს სპეციფიკურობის გათვალისწინებით. სტრატეგიული მიზნის ფორმულირება განხორციელებას ექვემდებარება დასაქმების ცენტრების, საგანმანათლებლო დაწესებულებების, სამთავრობო და არასამთავრობო ორგანიზაციების ურთიერთთანამშრომლობის საფუძველზე.

სამეწარმეო იდეების წახალისების მნიშვნელობას, ასევე მეწარმეობის და შემოქმედებითობის ურთიერთკავშირს ეფუძნება ხელოვან (კულტურის სფეროთი დაინტერესებულ) ახალგაზრდებში თვითდასაქმების შესაძლებლობის გამოყენება-ათვისება.

„ფასეული შეთავაზება იმ უპირატესობების ერთობლიობაა, რომელსაც კონკრეტული კომპანია მომხმარებელს სთავაზობს. ზოგიერთი ფასეული შეთავაზება შესაძლოა ინოვაციური და რეკლუციურიც იყოს, სხვა შესაძლოა ბაზარზე არსებულ შეთავაზებებს ჰგავდეს, დამატებითი მახასიათებლებითა და თვისებებით“.¹³

შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაზე გავლენას ახდენს პოლიტიკური, სოციალური და ეკონომიკური ფაქტორები, ასევე ხელოვანი ახალგაზრდების ინოვაციური პოტენციალის აქტივიზაცია და ინტეგრირება. მდგრადი შედეგის მისაღწევად უწყვეტ რეჟიმში უნდა ხორციელდებოდეს შემოქმედებითი მეწარმეობის წახალისება და მეწარმეებს შორის თანამშრომლობის გაღრმავება, დამწყები მეწარმეების წარმატებას ეფუძნება შესაბამისი ცოდნით აღჭურვას, კერძოდ მენეჯმენტს, მარკეტინგს, ბიზნესმოდელების შემუშავებასა და სხვა. კულტურის სფეროში დამწყები სამეწარმეო იდეის წარმატებულად პოზიციონირება სხვა ხელოვნებისთვის არის მოტივაცია – შეძლონ თავიანთი შემოქმედებითი იდეების კომერციალიზაცია.

დასაქმების მაჩვენებლის გაუმჯობესება სახელმწიფოს მხრიდან, ხელოვანი ახალგაზრდების თვითდასაქმების პოტენციალის წამახალისებელი პროგრამების ამოქმედებასთან ერთად, ეფუძნება ახალგაზრდების განათლებასა და გამბედაობას. მეწარმე-

¹³ ოსტერვალდერი, პიენი, როგორ, 2019, გვ. 22.

ობრივი იდეის განხორციელებისთვის საჭირო ცოდნით აღჭურვა, გრძელვადიანი, მასშტაბური ღირებულების შექმნის წინაპირობაა. ბიზნეს მოდელის შემუშავება ითხოვს ამომწურავ ინფორმაციას მომხმარებელზე, მიწოდება-შეთავაზების გზებზე, ფინანსებზე, პარტნიორებზე და სხვა.

ბიზნესმოდელის ერთ-ერთი განმარტების თანახმად, „ბიზნეს-მოდელი გვიჩვენებს, რა პრინციპით ქმნის, აწვდის და მოიპოვებს ღირებულებას ორგანიზაცია“;¹⁴

შემდეგნაირად ფორმულირდება, როგორც „ინოვაციურობა და მასშტაბურობა“.

თვითდასაქმების პოტენციალი ციფრულ ეპოქაში ეფუძნება იმ იდეას, რომ სამეწარმეო ინიციატივების შექმნა და განხორციელება წარმოადგენს ერთ-ერთ ეფექტურ გზას, რომლის მეშვეობითაც შესაძლებელია ახალგაზრდებში უმუშევრობის შემცირება, კერძოდ, კონკურენტუნარიანი კულტურული პროდუქტის წარმოებით. ციფრული ტექნოლოგიები ქმნის ახალ შესაძლებლობებს ახალგაზრდებისთვის, ინოვაციური და განვრცობადი პროექტების განსახორციელებლად. ამასთან, ასეთი პროექტები არა მხოლოდ ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას უწყობს ხელს, არამედ მნიშვნელოვანწილად ამაღლებს კულტურის სფეროს წარმომადგენლების საერთაშორისო კონკურენტუნარიანობას.

უმუშევრობის შემცირების პროცესში განსაკუთრებული როლი ეკუთვნის ხარისხიანი განათლების ხელმისაწვდომობას, რომელიც აუცილებელია წარმატების მიღწევისთვის. კულტურის სფეროს სპეციფიკურობა, რომელიც მოითხოვს როგორც ტექნიკურ, ისე შემოქმედებით უნარებს, ქმნის საშუალებას ამ სფეროში მეწარმეობის განვითარებისთვის. ახალგაზრდები, რომელთაც აქვთ შესაბამისი კომპეტენციები, უფრო შეძლებენ არსებული შრომის ბაზრის გამოწვევებთან წარმატებულად გამკლავებას, როგორც ადგილობრივ, ისე გლობალურ დონეზე.

კულტურის სფეროში დამწყები სამეწარმეო იდეის ავტორმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიაქციოს ინოვაციური იდეების განვითარებას, ინოვაციურობასთან ერთად, აუცილებელია მათი ტრანსფორმაცია კონკურენტუნარიან კულტურის სფეროს

¹⁴ ოსტერგალდერი, პიენი, როგორ, 2019, გვ. 14.

პროდუქტებად, რომლებიც შესაბამისობაში იქნება საერთაშორისო სტანდარტებთან. ციფრული პლატფორმები და ტექნოლოგიები წარმოადგენს ამ პროცესის ძირითად ხელშემწყობ ძალას.

კულტურულ-შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება, დამწყები სამეწარმეო იდეების წახალისებით, ქმნის ახალ შესაძლებლობებს, რაც ხელს შეუწყობს ხელოვანი ახალგაზრდების უმუშევრობის მაჩვენებლის შემცირებას.

გამოყენებული ლიტერატურა:

- ბელჩი ი. ჯ., ბელჩი ე. მ., რეკლამა და პრომოცია (ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციების ხედვა), თბ., 2013.
- ოსტერვალდერი ა., პიენი, ი., როგორ შევქმნათ ბიზნესმოდელი, თბ., 2019.
- ოსტერვალდერი ა., პიენი, ი., ბერნარდა ბ., სმითი ა., ღირებული შეთავაზების ფორმირება, თბ., 2021.
- სახელმწიფოს ახალგაზრდული სტრატეგია 2023-2026, თბ., 2022. <https://shorturl.at/XSY7s> 17/06/2025
- 2020-2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფცია, თბ., 2020. <https://www.matsne.gov.ge/document/view/4936402?publication=0> 17/06/2025
- საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო, საქართველოს შრომის ბაზრის ანალიზი, 2024. <https://www.lmis.gov.ge/Lmis/Lmis.Porta1.Web/Handlers/GetFile.ashx?Type=UserReport&ID=f1b262d3-c76d-4308-8e44-1061351ae94e> 17/06/2025
- საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, მოსახლეობის რიცხოვნობა 01.01.2024 მდგომარეობით.
- <https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/683/dasakmebaumushevropa> 17/06/2025.
- ფრიდრიხ ებერტის ფონდი, თაობა გარდამავალ პერიოდში - ახალგაზრდობის კვლევა, 2016, თბ., 2017. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/georgien/13151-20170131.pdf> 17/06/2025.
- ფრიდრიხ ებერტის ფონდი, ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელება ადგილობრივ დონეზე: იმერეთი და თბილისი, თბ., 2020. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/georgien/15958.pdf> 17/06/2025.

- ფრიდრიხ ებერტის ფონდი, ახალგაზრდების კვლევა, დამოუკიდებელი საქართველოს თაობა, თბ., 2023. <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/georgien/20610.pdf> 17/06/2025
- ახალგაზრდების საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე, ახალგაზრდობის სააგენტო, 2020. <https://shorturl.at/XLQZr> 17/06/2025.
- Commonwealth, Global Youth Development Index. London: Commonwealth Secretariat 2020, London, 2021. <https://youth-development-index.thecommonwealth.org/assets/pdf/global-youth-development-report-2020.pdf> 17/06/2025
- მარკუსი ი., ანდერსონი ფ., ბლექი ა., მაჩინი დ., უოტსონი ნ., დიდი წიგნი ბიზნესზე, თბ., 2017.
- სანადირაძე ნ., კოპალეიშვილი ნ., კულტურის სფეროს მენეჯმენტი, აუდიო-ვიზუალური ხელოვნების მენეჯმენტი, თბ., 2019.
- ჭაგორტი ჰ., სახელოვნებო მენეჯმენტი, ანტეპრენიორული სტილი, თბ., 2013.

Dodo Tchumburidze,
Ph.D. in Art Management,
Shota Rustaveli theatre and Film Georgian state university,
Associate Professor

THE SELF-EMPLOYMENT POTENTIAL OF YOUNG ARTISTS IN THE DIGITAL AGE

Keywords: *Culture, Creative Industries, Youth Policy, Unemployment, Labor Market, Digital Era, Self-Employment of Young Artists*

Abstract

In the topic “The Self-Employment Potential of Young Artists in the Digital Age”, the needs, interests, and challenges faced by young people, including young artists, are explored.

One of the challenges facing young people is overcoming unemployment. To reduce the unemployment rate, it is essential to consider the labor market's requirements, both locally and internationally. To assist in career planning – development, in particular, the correct determination of the right profession ensures the employment of young people. The striving for self-realization of young people also includes the maximum use of self-employment potential.

The topic is discussed, creativity, how it crossed the boundaries of the cultural sphere and became a necessary prerequisite for the creation of an entrepreneurial idea, in particular, for the preparation of a valuable offer. The importance of encouraging entrepreneurial ideas and the interrelationship of creativity is based on the use and utilization of self-employment opportunities among young people interested in the field of art and culture.

Changes and innovativeness are associated with youth as the main force of democratic and socio-economic development of the country. Encouraging and supporting the implementation of entrepreneurial ideas among young people will ensure their economic empowerment in the long term. To present the relationship between

culture and the youth sphere, in the theme is discussed the State's Youth Strategy 2023-2026, the implementation of the United Nations' Sustainable Development Goals for 2030 (a special edition of the Open Government Partnership Guide) and the study „Generation in Transition“ supported by the Friedrich Ebert Foundation.