*

კვლევისა და მტკიცებულებების

ჩარჩო

საქართველოს

კულტურისა და შემოქმედებითი

ინდუსტრიებისთვის

შემოქმედებითი საქართველო
CREATIVE GEORGIA

BRITISH COUNCIL

tom fleming / creative consultancy /

4 — 1. შესავალი
5 — 1.1. რატომ არის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი მნიშვნელოვანი საქართველოსთვის
10 — 1.2. კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნა საქართველოსთვის – პროცესი
11 — 2. საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიები – პროფილი, შესაძლებლობები და გამოწვევები
12 — 2.1. საქართველოს კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური პროფილი– ჩვენს ხელთ არსებული ინფორმაცია
15 — 2.2 კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოლიტიკა, პარტნიორობები და ინფრასტრუქტურა- საკვანძო თემები
17 — 2.3 საერთაშორისო ურთიერთობები კულტურის სექტორში, პარტნიორობები და ვაჭრობა – საკვანძო თემები
18 — 2.4 ნიჭის გავითარებაზე ორიენტირებული განათლება და უნარები – საკვანძო თემები
19 — 2.5 შემოქმედებითი ინდუსტრიების გავლენა სხვა სფეროებზე
20 — 3. შემოქმედებითი ქვესექტორების მიმოხილვა
20 — 3.1 რეკლამა
22 — 3.2 არქიტექტურა
24 — 3.3 რეწვა
25 — 3.4 სახელოვნებო და კულტურის განათლება
27 — 3.5 კულტურული მემკვიდრეობა
30 — 3.6 დიზაინი და მოდის ინდუსტრია
31 — 3.7 ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია
33 — 3.8 კინო და ვიდეო
36 — 3.9 ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია
38 — 3.10 მედია და მაუწყებლობა
39 — 3.11 მუსიკა
41 — 3.12 სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნება
44 — 3.13 გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია
46 — 4. კვლევისა და მტკიცებულებების სიტუაციური მაგალითები
52 — 5. საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების სამოქმედო გეგმა
58 — დანართი 1: გამოყენებული ლიტერატურა, კვლევები და მონაცემები
60 — დანართი 2: პროექტის ფარგლებში გამართულ შეხვედრებში მონაწილეთა ჩამონათვალი
62 — დანართი 3: შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია და შესაბამისი სეკ 006-2016 (NACE rev.2)-ის ხელმისაწვდომი კოდები მონაცემთა ბაზების მიხედვით

1. შესავალი |

პროექტი „კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნა საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის" (Creative Industries Research and Evidence Framework - CI REF) ხორციელდება საქართველოსთვის ძალიან მნიშვნელოვან პერიოდში, რადგან ქვეყანა ხელახლა აყალიბებს მიდგომას კულტურისა და შემოქმედებითი ეკონომიკის მიმართ ამბიციური მიზნით, რომ გაზარდოს შესაძლებლობები, ხელი შეუწყოს ინოვაციას და უზრუნველყოს ინკლუზიური ზრდა.

ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ (TFCC)[1] ბრიტანეთის საბჭოს დაკვეთით და ხელშეწყობით, სსიპ „შემოქმედებით საქართველოსთან" და საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში არსებულ მნიშვნელოვან პარტნიორებთან თანამშრომლობით, შექმნა დოკუმენტი - „კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩო საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის".

პროექტის - CI REF, მიზანია საქართველოში, შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოლიტიკისა და ინვესტირების მიმართულებით, სტრუქტურული და მდგრადი მიდგომების დამკვიდრება. საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში მოქმედ სტრატეგიულ პარტნიორებთან კონსულტაციების საფუძველზე (და ფართო კულტურული, სოციალური და ეკონომიკური პოლიტიკის გათვალისწინებით), პროექტი მიზნად ისახავს შემდეგს:

- კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლის აღიარების გაზრდა სოციალურ და ეკონომიკურ კეთილდღეობაში.
- საქართველოში, სექტორის წარმომადგენელთა წახალისება, კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს განვითარებაზე მუშაობის მიზნით, რათა მეტად გამოიკვეთოს როგორც შემოქმედებითი ქვესექტორების, ასევე მთლიანად შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის საჭიროებები. აღნიშნული მოიცავს კავშირებს ტრადიციულად სახელმწიფოს მიერ მხარდაჭერილ და დაფინანსებულ კულტურულ აქტივობებსა და საჯარო/კერძო აქტივობების მზარდად შერეულ ეკონომიკას შორის.
- სტრატეგიული დაგეგმვის, პროექტის მენეჯმენტის და ა.შ. მიმართულებით, მონაცემთა სისტემატური შეგროვების მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება.
- არსებული კვლევების და მონაცემების მიმოხილვა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესახებ დამატებითი კვლევითი მონაცემების შეგროვების და ანალიზის მხარდაჭერა.
- შემოქმედებითი სექტორის წარმომადგენელთა უნარ-ჩვევების გაძლიერების ხელშეწყობა მონაცემების, კვლევებისა და მტკიცებულებების სისტემატური შეგროვების საფუძველზე

პროექტი „კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნა საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის" არის ბრიტანეთის საბჭოს ახალი, სამწლიანი შემოქმედებითი ეკონომიკის პროგრამის ნაწილი, რომელიც ორიენტირებულია პოლიტიკის განვითარებაზე, მეწარმეობასა და კულტურულ ლიდერობაზე. პროგრამა ხორციელდება ცენტრალური აზიის, სამხრეთ კავკასიის და დასავლეთ ბალკანეთის ქვეყნებში, ასევე თურქეთსა და უკრაინაში და მათ დიდ ბრიტანეთთან აკავშირებს.

პროექტი ეფუძნება ბრიტანეთის საბჭოს საქართველოს ოფისის ხელშეწყობით, 2021 წელს განხორციელებულ სამუშაოს, რომლის ფარგლებშიც ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ, სსიპ „შემოქმედებით საქართველოსთან" და საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროსთან თანამშრომლობით, განახორციელა "შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის მხარდაჭერის" პროექტი, რომელიც მიზნად ისახავდა კვლევითი უნარების განვითარებას. აღნიშნულმა პროექტმა ხაზი გაუსვა შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნის აუცილებლობას, რომელიც უზრუნველყოფდა ყოვლისმომცველი სტრუქტურის შექმნას სისტემური კვლევისა და ინფორმაციის შეგროვებისთვის და იმუშავებდა საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების და ზოგადად შემოქმედებითი ეკონომიკის მიმართულებით, ინფორმაციის და ცოდნის ნაკლებობასთან დაკავშირებული პრობლემის აღმოსაფხვრელად.

პროექტი "კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნა საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის", მჭიდროდ არის დაკავშირებული იმ კომპლექსურ სამუშაოსთან, რომელსაც ასრულებს „შემოქმედებითი სა-

---

1 წამყვანი საკონსულტაციო ორგანიზაცია საერთაშორისო კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიმართულებით: www.tfconsultancy.co.uk

ქართველო“ თავის პარტნიორებთან ერთად. „შემოქმედებითი საქართველო“, იუნესკოს მხარდაჭერით ახორციელებს საქართველოს შემოქმედებითი ეკონომიკის სტრატეგიის განვითარების პროექტს, რომელიც უნდა დასრულდეს 2022 წლის ბოლოს.

„შემოქმედებითი ეკონომიკა არ არის ცალკეული ავტომაგისტრალი, არამედ, სხვადასხვა ადგილობრივი გზების ერთობლიობაა, რომელთაგან ბევრი ქალაქებსა და რეგიონებში გვხვდება. ცხადია, რომ ცოდნის შეგროვების შემდეგი ეტაპი ეფუძნება ინტერაქციას, სპეციფიკისა და პოლიტიკის გაგებას ადგილობრივ დონეზე და შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარების ხელშეწყობის შესაძლებლობას თემებში, ქალაქებსა და რეგიონებში.“

იუნესკოს შემოქმედებითი ეკონომიკის 2013 წლის ანგარიში

იუნესკო კულტურის და შემოქმედებით ინდუსტრიებს შემდეგნაირად განმარტავს:

„ორგანიზებული საქმიანობის სექტორი, რომლის ძირითადი მიზანია კულტურული, მხატვრული ან მემკვიდრეობასთან დაკავშირებული საქონლის, მომსახურების და საქმიანობის წარმოება ან რეპროდუქცია, პოპულარიზაცია, გავრცელება ან/და კომერციალიზაცია“.

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიები (CCI) ეფუძნება ინდივიდუალურ შემოქმედებითობას, უნარსა და ნიჭს, რომელსაც აქვს სიმდიდრის და სამუშაო ადგილების შექმნის პოტენციალი ინტელექტუალური საკუთრების განვითარების ან წარმოების გზით. მათ შორისაა: რეკლამა და მარკეტინგი, არქიტექტურა; რეწვა; დიზაინი (პროდუქტი, გრაფიკული და მოდის დიზაინი); კინო; სატელევიზიო პროდუქცია; ტელევიზია, ვიდეო, რადიო და ფოტოგრაფია; IT, პროგრამული და კომპიუტერული მომსახურება; გამომცემლობა; მუზეუმები, გალერეები და ბიბლიოთეკები; მუსიკა, საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნება.

1.1 რატომ არის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი მნიშვნელოვანი საქართველოსთვის

“კულტურის და შემოქმედებითი სექტორი შემოქმედებითი ეკონომიკის ბირთვს წარმოადგენს და მნიშვნელოვანია საზოგადოების მუდმივი განვითარებისთვის. ის წარმოქმნის მნიშვნელოვან ეკონომიკურ სიმდიდრეს ინტენსიური ცოდნის, ინდივიდუალური შემოქმედებითობის და ნიჭის საფუძველზე. კულტურის და შემოქმედებითი სექტორი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს საერთო ევროპული იდენტობის, კულტურის და ღირებულების განცდაში. ეკონომიკური თვალსაზრისით, სექტორი აჩვენებს საშუალოზე მაღალ ზრდას, ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას - განსაკუთრებით ახალგაზრდებისთვის - და ამასთანავე აძლიერებს სოციალურ ერთიანობას“ (ევროკავშირი[2]).

კულტურა განსაზღვრავს ჩვენს რაობას. ის ჩვენი მემკვიდრეობაა და მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს ჩვენი ცხოვრების სტილზე, იდენტობის გამოხატვასა და მომავალის შექმნაზე. მუნიციპალიტეტებისთვის, კულტურა არის რესურსი, რომელიც ეხმარება საზოგადოების/თემის ჩამოყალიბებას და იმ ადგილის განსაკუთრებულობის შეგრძნებას, რომელზეც ეს საზოგადოება ცხოვრობს. მას დიდი წვლილი შეაქვს კეთილდღეობასა და ცხოვრების ხარისხის გაუმჯობესებაში, სოციალურ ჩართულობასა და ნდობის ჩამოყალიბებაში და ეკონომიკურ აქტივობაში, დაწყებული შემოქმედებითი ინდუსტრიებიდან, ტურიზმის სექტორით დამთავრებული. დინამიკურ კულტურის სექტორს შეუძლია: შექმნას სოციალური ერთიანობა, გაზარდოს კეთილდღეობა და ჯანმრთელობის ხარისხი, იქცეს თავდაჯერებულობის/თვითრწმენის საფუძვლად და ეკონომიკის სფეროში ინოვაციების კატალიზატორად. ეს არის საფუძველი ძლიერი შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორისა, რომელიც, თავისმხრივ, წყაროა შთაგონებისა და ნიჭისა, რომლის საშუალებითაც ვითარდება ისეთი სექტორები, როგორებიცაა: კინო, დიზაინი, მუსიკა და კომპიუტერული თამაშები.

2 https://culture.ec.europa.eu/cultural-and-creative-sectors/cultural-and-creative-sectors

2009 წელს, იუნესკომ შექმნა მოდელი, რომელიც კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების, როგორც ფართო შემოქმედებითი ეკონომიკის ნაწილის, ყველაზე ხშირად გამოყენებადი გან-მარტებაა:

2009 UNESCO Framework of Cultural Statistics

Cultural domain						Related Domain	
Cultural and Natural Heritage	Performance and Celebration	Visual Arts and Crafts	Books and Press	Audio visual and Interactive Media	Design and Creative Services	Tourism	Sports and Recreation

Inmagible????? Cultural Heritage
Education and Training
Archiving and Presentation
Equipment and Supported Materials

1.1.1 კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიები-მდგრადი განვითარების საფუძველი

ქვეყნები მთელი მსოფლიოს მასშტაბით, ახ-დენენ თავიანთი ღირებულებების გადა-ფასებას და ხელოვნებისა და კულტურის სექტორს აყენებენ ზოგადად შემოქმედებითი ეკონომიკის ცენტრში, რაც გამოწვეულია სოციალურ და ეკონომიკურ მაჩვენებლებზე მისი გავლენით. კორონავირუსმა (COVID-19) გამოავლინა ხელოვნების, კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სტრუქტუ-რული სისუსტე და ასევე აჩვენა, თუ რამ-დენად მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ეს სექტორი ჩვენს კეთილდღეობაში. ასევე, ამ გაურკვევლობის და კრიზისის ჟამს, სა-ჭიროა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს ახალი ღირებულება შევძინოთ საზოგადოებაში. ამგვარად, უნდა გავაერთიანოთ სხვადასხვა სახის ეკონომიკა, რომლის მდგრადობის შენარჩუნებაშიც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიები. ეს ის ეკონომიკაა, რომელიც მხარს უჭერს მრა-ვალფეროვანი, შემოქმედებითი ნიჭის გან-ვითარებას და შედეგად, ხელს უწყობს ღი-რებულების შექმნას და ინოვაციას ჯან-მრთელობისა და კეთილდღეობის, თემისა და ადგილის და მდგრადი განვითარების მი-მართულებით.

2021 წელი გაერომ შემოქმედებითი ეკო-ნომიკის მდგრადი განვითარების წლად გამოაცხადა. თუმცა, პანდემიის გამო, ბევრი აქტივობა 2022 წლისთვის გადაიდო. 2022 წლის თებერვალში, იუნესკომ გამოსცა ან-გარიში: „პოლიტიკის ხელახალი ფორმირება შემოქმედებითი სექტორისთვის“ („Re I Shaping Policies for Creativity“[3]) რომელიც მხარს უჭერს კულტურის და შემოქმედებითი ეკონომიკის როლს გლობალური გამოწვევების დაძლევაში. ანგარიში მოიცავს ოთხ მიზანს:

- მიზანი 1: კულტურის მდგრადი მართვის სისტემების მხარდაჭერა

3 https://www.unesco.org/reports/reshaping-creativity/2022/en/download-report

- მიზანი 2: კულტურის სფეროში საქონელ-სა და მომსახურებას შორის ბალანსის დარეგულირება და ხელოვნებისა და კულტურის სფეროში მოღვაწე პროფე-სიონალების მობილობის გაზრდა
- მიზანი 3: კულტურის ინტეგრირება მდგრა-დი განვითარების ჩარჩოებში
- მიზანი 4: ადამიანის უფლებებისა და ფუნ-დამენტური თავისუფლების ხელშეწყობა

იუნესკო ადვოკატირებას უწევს "ეკოსის-ტემის პერსპექტივას", რომელშიც ნათლად ჩანს "არამომგებიანი" და "კომერციული" შემოქმედებითი სამუშაოს ურთიერთდა-მოკიდებულება, სადაც ხელოვანები და შემოქმედებით სფეროში დასაქმებული პირე-ბი წარმოადგენენ მდგრადი და ძლიერი შემოქმედებითი ეკონომიკის ბირთვს, ისინი ქმნიან, ატარებენ ერთგვარ სოციალურ ღირებულებას, რომელიც არის ნებისმიერი „ეკონომიკური ზრდის" საფუძველი. მიდგომის ძირითადი არგუმენტი არის ის, რომ ერის შემოქმედებითიპოტენციალისსრულფასოვნად ათვისება მოითხოვს კომპლექსურ და „ნიჭზე ორიენტირებულ" მიდგომას, სადაც ნიჭი არის მრავალფეროვანი და მდგრადი რესურსი, რომელსაც შეუძლია ფინანსური სარგებელი მოუტანოს პოლიტიკის მთელ რიგ სფეროებს.

უფრო ადრეული ანგარიში „გლობალური დღის წესრიგი კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის, 11 ძირითადი ქმედება„ (A Global Agenda for the Cultural and Creative Industries 11 key actions) გამოქვეყნდა 2021 წლის დეკემბერში, ბრიტანეთის შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოლიტიკისა და მტკიცებულებების ცენტრის (PEC) და ბრიტანეთის საბჭოს მიერ[4]. აღნიშნული დოკუმენტიც ადასტურებს ღირებულებებზე დაფუძნებული და ნიჭზე ორიენტირებული მიდგომის მნიშვნელოვნებას და ფოკუსი-რებულია მდგრად, ინკლუზიურ და სა-მართლიან განვითარებაზე. ანგარიში ხაზს უსვამს ისეთი შემოქმედებითი ინვესტიციების აუცილებლობას, რომელიც მნიშვნელოვანია სექტორის არსებობისთვის. როგორიცაა მაგალითად: უნარები, ინოვაცია, კვლევა და განვითარება და შემოქმედებითი ჰაბები.

ანგარიშის: „პოლიტიკის ფორმირება შემოქმედებითი სექტორისთვის"(Shaping Policies for Creativity) გამოქვეყნების შემდეგ, იუნესკომ გამოაქვეყნა ახალი, მნიშვნელოვანი ანგარიში: „კულტურა COVID -19-ის პერიოდში - გამძლეობა, აღდგენა და გამოცოცხლება" (Culture in Times of COVID-19 – Resilience, Recovery and Revival[5]). აღნიშნულ ანგარიშში, მოცემულია ძირითადი შეხედულებები იმ ტენდენციებსა და სტრუქტურულ ტრანსფორმაციებზე, რომლებსაც შეუძლიათ კულტურის სექტორის, როგორც ეკონომიკის ქვაკუთხედის გაძლიერება მდგრადობისა და კეთილდღეობის მიზნით. მოსაზრებები სტრატეგიულ განვითარებაზე, შექმნილია მთავრობებისთვის და მათი პარტნიორებისთვის, როგორც საჯარო, ისე კერძო სექტორში, რათა მათ ხელი შეუწყონ კულტურის, როგორც საყოველთაო ღირებულების იდეის განვითარებას, წაახალისონ სექტორთაშორისი თანამშრომლობები, კომპლექსურად მიუდგნენ სექტორის საჭიროებებს, დაეხმარონ კულტურის სფეროში დასაქმებულ პროფესიონალებს, რათა ფეხი აუწყონ ცვალებად სამყაროს და უზრუნველყონ თანაბარი წვდომა და შესაძლებლობები კულტურის ღირებულებათა ჯაჭვზე.

ანგარიში განსაზღვრავს 5 ძირითად ტენ-დენციას, რომელიც საქართველოსთვისაც აქ-ტუალურია, რადგან საქართველოს მთავრო-ბის მიზანია კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების მხარდაჭერის საშუალებით, ქვეყნის წარმატებისა და კეთილდღეობის ხელშეწყობა:

1. გაზრდილი აქცენტი კულტურის სექტო-რის სოციალურ ღირებულებაზე. გაუმ-ჯობესებულია შემოქმედებითი ინდუს-ტრიების სოციალური სარგებლის აღქმა, რაც დასტურდება იმით, რომ საზოგადოება აღიარებს კულტურის წვლილს თემის კეთილდღეობაში.

"კულტურის ახალმა "ღირებულების შეთავაზებამ" (value preposition) პრიორიტეტი უნდა მიანიჭოს თანაბარუფლებიან წვდომასა და მონაწილეობას კულტურის ეკოსისტემის ყველა სფეროში. მნიშვნელოვანი იქნება გენდერული თანასწორობის ხელშეწყობა, წარმომადგენლობის გაძლიერება, თანაბარი უფლებების მხარდაჭერა და კულტურული თვითგამოხატვის მრავალფეროვნების გაჩენის ხელშეწყობა".

2. ცნობიერების გაზრდა ხელოვანებისა და კულტურის პროფესიონალებისთვის საარსებო წყაროს უზრუნველყოფის მნიშ-ვნელობის შესახებ. მიუხედავად იმისა,

4 https://www.pec.ac.uk/assets/publications/PEC-A-Global-Agenda-for-the-Cultural-and-Creative-Industries-FINAL.pdf

5 გამოქვეყნდა იუნესკოს და კულტურისა და ტურიზმის დეპარტამენტის მიერ, აბუ დაბი. აღნიშნული ანგარიშის თანაავტორია ტომ ფლემინგი. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381524.locale=en

რომ პანდემიის დროს, ბევრი ქვეყნის მთავრობა და არასამთავრობო ორგანიზაცია დაეხმარა ხელოვანებს და კულტურის პროფესიონალებს კულტურის სექტორის ხელშეწყობაზე ორიენტირებული სპეციალური პროგრამების მეშვეობით, მაინც იზრდება შეშფოთება კულტურის სექტორში არსებულ არასტაბილურ/მყიფე სამუშაო ფორმატთან დაკავშირებულ სისტემურ პროგრამაზე.

"გაურკვევლობა, რომელიც პანდემიამდე დაიწყო, განსაკუთრებით მწვავეა ცალკეული ხელოვანების, თავისუფალი გრაფიკით მომუშავე პირების, მიკროორგანიზაციების და საწარმოების შემთხვევაში და გავლენას ახდენს მათ შესაძლებლობებზე, ჰქონდეთ წვდომა სხვადასხვა დახმარების პროგრამაზე და უზრუნველყონ საჭირო თანხები, რათა გაუძლონ ისეთ კრიზისებს, როგორიც COVID-19 პანდემიაა. პანდემიამ ნათლად გამოაჩინა ანაზღაურების, სოციალურ და ეკონომიკურ შეღავათებზე ხელმისაწვდომობის (მაგალითად, პენსიები, ბავშვზე ზრუნვა, უმუშევრობის შეღავათები და ჯანდაცვაზე ხელმისაწვდომობა) და რესურსებზე წვდომის კუთხით (როგორიცაა ციფრული ინფრასტრუქტურა ან სოციალური კაპიტალი) უკვე არსებული უთანასწორობა"

3. მეტი თანამშრომლობა და გაზრდილი სექტორული სოლიდარობა. COVID - 19 პანდემიამ, ხელი შეუწყო კულტურის სექტორის სხვადასხვა სფეროს წარმომადგენლების თანამშრომლობას და ისინი ერთი მიზნის ირგვლივ გააერთიანა იქნება ეს კულტურის ორგანიზაციები და ხელოვანთა გაერთიანებები, თუ შემოქმედებითი საწარმოები. იგივე სიტუაციაა საქართველოშიც, სადაც „შემოქმედებითი საქართველო" სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვან დამაკავშირებელ როლს თამაშობს:

"ამგვარმა მრავალფეროვანმა თანამშრომლობებმა, ხაზი გაუსვა კულტურის სექტორის წინაშე არსებულ სტრუქტურულ გამოწვევებს და არამხოლოდ აღადგინა სექტორის სოლიდარობა, არამედ გააძლიერა საერთო აზრი საზოგადოებაში, კულტურის როლისა და ღირებულების შესახებ".

4. ციფრული პრაქტიკისა და ტექნოლოგიების დანერგვის პროცესის დაჩქარება. პანდემიამ ციფრული ტექნოლოგიების დანერგვის პროცესი სექტორის ბევრ ნაწილში დააჩქარა. თუმცა, ციფრულ რესურსებზე თანაბარი ხელმისაწვდომობა, მაინც გამოწვევად რჩება. ასეა საქართველოს შემთხვევაშიც. მაგალითად, ციფრული ინფრასტრუქტურის და ციფრული უნარების ხარისხი განსხვავდება რეგიონების მიხედვით:

"მიუხედავად იმისა, რომ ახალმა ტექნოლოგიებმა გაზარდა კულტურული ეკოსისტემის ზოგიერთი ნაწილის დიაპაზონი და აქტუალობა, მათ ასევე შეუძლიათ საფრთხე შეუქმნან ეკოსისტემის სხვა ნაწილების სიცოცხლისუნარიანობას. განსაკუთრებით, ეფექტური პოლიტიკისა და მხარდაჭერის მექანიზმების არარსებობის შემთხვევაში, რომელიც საშუალებას მისცემს მთელ კულტურულ ეკოსისტემას გამოიყენოს სწრაფად განვითარებადი ტექნოლოგიური ლანდშაფტის მიერ შემოთავაზებული შესაძლებლობები".

5. სტრატეგიული და ოპერატიული ბიზნეს მოდელებისა და პრაქტიკის მორგება ღირებულებათა ჯაჭვზე. ორგანიზაციებმა, ხელოვანებმა და კულტურის პროფესიონალებმა, შეცვალეს კულტურული და შემოქმედებითი შინაარსის შექმნის, წარმოების და დისტრიბუციის გზები. ბევრი მათგანი, ახლა ეჭვქვეშ აყენებს პანდემიამდე არსებული მოდელებისა და პრაქტიკის გრძელვადიან სიცოცხლისუნარიანობას:

"ეს არის ჰიპერინოვაციის მომენტი, კულტურული წარმოებისა და მოხმარებისადმი ახალი თაობის მიდგომებით, რომლებიც მოიცავს ბლოკჩეინის გამოყენებას და იმერსიულ და ინტერაქტიულ ტექნოლოგიებს. ასევე, ახლის შექმნის პროცესში, კროსხელოვნურ და კროსსექტორულ (ტრანსდისციპლინურ და ტრანსმედია) მიდგომებს. მიუხედავად ამისა, ინოვაციური, ტექნოლოგიური და შემოქმედებითი პროგრესით გამოწვეულ აღფრთოვანებას, აფერხებს მისგან გამოწვეული ან გამწვავებული უთანასწორობა."

საქართველოს აქვს შესაძლებლობა ხელოვნების, კულტურისა და შემოქმედებით ინდუსტრიებს უფრო მეტი ღირებულება მიანიჭოს, რაც სამომავლოდ უფრო მდგრადი ეკონომიკის შექმნის საფუძველი იქნება. „შემოქმედებითმა საქართველომ", როგორც განვითარების სააგენტომ, წამყვანი როლი უნდა ითამაშოს პროგრამული ინვესტიციების განხორციელების კუთხით, რომელიც მრავალფეროვანი შემოქმედებითი ნიჭის მქონე პიროვნებების შემოქმედებით პრაქტიკას იმ სისტემაში გააერთიანებს, რომელიც ეფუძნება ჩართულობის, სამართლიანობისა და მდგრადი განვითარების საერთო ღირებულებებს.

საქართველოს ეროვნული კულტურის სტრატეგია 2025-ის რვა პრიორიტეტიდან ერთ-ერთი არის შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება. 2017 წელს, იუნესკოს კულტურის განვითარების ინდიკატორების კვლევამ აჩვენა, რომ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს დიდი წვლილი შეაქვს საქართველოს ეკონომიკაში, რაც მთლიანი ეკონომიკის 2,8%-ს წარმოადგენს. თუმცა, კვლევამ ასევე ხაზი გაუსვა საქართველოში კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების შესახებ დეტალური და თანმიმდევრული კვლევებისა და მონაცემების ნაკლებობას, რაც წარმოადგენს მთავარ გამოწვევას შემოქმედებითი ეკონომიკის ზრდისა და განვითარების მიმართულებით.

საქართველოს მთავრობის ქმედებები, ეროვნული რეფორმების დღის წესრიგის წარმართვის კუთხით, რომელიც მიზნად ისახავს ეკონომიკური და სოციალური პრობლემების გადაჭრას და საშუალო და გრძელვადიანი პერსპექტივების გაძლიერებას, საქართველოს სხვა ქვეყნებთან შედარებით ძლიერ პოზიციაში აყენებს და კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს, ეკონომიკის და სოციუმის აღდგენაში ცენტრალური როლის თამაშის შესაძლებლობას აძლევს.

მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში კულტურის და შემოქმედებითი სექტორი ფრაგმენტირებულია და ჯერ მხოლოდ ახლა ყალიბდება, შემოქმედებით ეკონომიკას დიდი პოტენციალი აქვს, ხელი შეუწყოს უფრო ფართო ეკონომიკურ ზრდას და დივერსიფიკაციას იმ შემთხვევაში, თუ იარსებებს სტრუქტურები და მტკიცებულებები, რომელიც მხარს დაუჭერს შესაბამისი პოლიტიკის გატარებას და გადაწყვეტილების მიღებას. ინვესტიციების მოზიდვის და ქვეყნის საერთაშორისო დონეზე პოპულარიზაციის მუდმივი მცდელობა, ტექნოლოგიური, ინოვაციური ეკოსისტემების და წამახალისებელი პოლიტიკის შექმნა (მათ შორის კინოსა და მოდის ინდუსტრიაში) და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეროვნული კულტურის სტრატეგია 2025-ის რვა პრიორიტეტიდან ერთ-ერთად ქცევა, შესანიშნავი საფუძველია სექტორის შემდგომი განვითარების დასაწყებად.

საქართველოში გამოვლენილია შემოქმედებითი ინდუსტრიების 14 ქვესექტორი. ესენია:

1. რეკლამა

2. არქიტექტურა

3. სახელოვნებო და კულტურის განათლება

4. რეწვა

5. კულტურული მემკვიდრეობა- მუზეუმები, ბიბლიოთეკები, ისტორიული შენობა-ნაგებობები და ა.შ.

6. დიზაინი და მოდის ინდუსტრია

7. ციფრული ტექნოლოგიები

8. კინო და ვიდეო – კინოთეატრი, ვიდეო და სატელევიზიო პროდუქცია

9. ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია

10. მედია და მაუწყებლობა

11. მუსიკა

12. საშემსრულებლო ხელოვნება

13. სახვითი ხელოვნება

14. გასტრონომია

1.2 კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნა საქართველოსთვის – პროცესი

ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ, „შემოქმედებით საქართველოსთან“ მჭიდრო თანამშრომლობის საფუძველზე, შექმნა კვლევის მეთოდოლოგია და შეაგროვა შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში და მის ქვესექტორებში ამჟამად არსებული ცოდნა და ინფორმაცია.

საკვანძო თემები:

- **ეკონომიკური წვლილი – ბიზნესის და სამუშაო ადგილების რაოდენობა, შექმნილი დამატებითი ღირებულება**
- **პოლიტიკა და ინფრასტრუქტურა**
- **უნარები და ნიჭი**
- **საერთაშორისო-კულტურული ურთიერთობები და ექსპორტი**
- **გავლენა სხვა სფეროებზე**

14 შემოქმედებითი ინდუსტრია და ხუთი საკვანძო თემა, ქმნის საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს არქიტექტურას. დოკუმენტზე მუშაობის პროცესში, მთავარი ამოცანა იყო კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სფეროში, მის ქვესექტორებსა და სექტორთან დაკავშირებული თემების ირგვლივ არსებული მონაცემების, კვლევებისა და ცოდნის შეგროვება. დოკუმენტში ასევე მოცემულია ინფორმაცია იმ ცოდნისა და მიდგომების შესახებ, რომლებიც საჭიროებენ შემდგომ კვლევას. ასევე, განხილულია სექტორის ძლიერი მხარეები და ბარიერები. დოკუმენტში მოცემული ინფორმაციის, მტკიცებულებების და ცოდნის შეგროვების მიზნით, განვახორციელეთ შემდეგი აქტივობები:

- მოვიძიეთ დეტალური ინფორმაცია საქართველოში კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორთან დაკავშირებული კვლევების, სტრატეგიებისა და შეფასებების შესახებ. **(იხილეთ დანართი 1, გამოყენებული ლიტერატურის ჩამონათვალი)**
- საერთაშორისო კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის კვლევისა და სტრატეგიების მიმოხილვა. **(იხილეთ დანართი 1)**
- ინტერვიუ 14 კულტურისა და შემოქმედებითი სექტორის მნიშვნელოვან წარმომადგენელთან საქართველოში. ინტერვიუს ესწრებოდნენ „შემოქმედებითი საქართველოს“ და ბრიტანეთის საბჭოს წარმომადგენლები **(იხილეთ დანართი 2. შეხვედრებში მონაწილე პირთა ჩამონათვალი).**

„შემოქმედებითი საქართველოს“ და ტომ ფლემინგის შემოქმედებითი საკონსულტაციო ორგანიზაციის გუნდმა, ერთობლივად მოუყარა თავი ლიტერატურის მიმოხილვისა და ინტერვიუების შედეგად შეგროვილ ინფორმაციას და გააერთიანა საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების მონაცემებისა და მტკიცებულებების დოკუმენტში. უფრო დეტალური მიგნებები და ინფორმაცია შეგროვდა Word-ის დოკუმენტში, რომელიც საფუძვლად დაედო აღნიშნული ანგარიშის მეორე ნაწილს.

2. საქართველოს კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიები – პროფილი, შესაძლებლობები და გამოწვევები

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიები ახლა იდგამს ფეხს საქართველოში. თუმცა, ბოლო წლებში, სექტორი მნიშვნელოვნად გაიზარდა და აჩვენა, რომ აქვს პოტენციალი მოახდინოს სოციო-ეკონომიკური ზეგავლენა და ხელი შეუწყოს მდგრად განვითარებას. Covid-19-ის პანდემიამ შეაჩერა სექტორის ზრდა და გამოავლინა სექტორის სუსტი მხარე, რომელიც ძირითადად მიკრო საწარმოებს თავისუფალი გრაფიკით მომუშავე პირებს, ასევე იმ ქვესექტორებს უკავშირდება, რომლებიც დამოკიდებულნი არიან “ცოცხალ” აუდიტორიაზე, როგორიცაა: მუსიკა და საშემსრულებლო ხელოვნება. რუსეთის უკანონო შეჭრამ უკრაინაში, სექტორი უფრო დაასუსტა და სექტორის თვითრწმენა შეარყია. თუმცა, ომმა ასევე გააძლიერა ეროვნული ერთობა და გამოკვეთა თუ რაოდენ მნიშვნელოვან როლს თამაშობს კულტურა შემწყნარებლობაში, ერთიანობასა და მშვიდობაში. გარდა ამისა, ომმა შეგვახსენა, რომ ბევრი გამოწვევა, რომლის წინაშეც დგას ქართული კულტურის სექტორი, საბჭოთა პერიოდის მემკვიდრეობას წარმოადგენს. მაგალითად, მოუქნელი ორგანიზაციული და მმართველობითი მოდელები და მოძველებული კულტურული ინფრასტრუქტურა. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სფეროსა და მისი ქვესექტორების შესახებ თანმიმდევრული კვლევისა და მონაცემების ნაკლებობა, ასევე ინდუსტრიის შემადგენელ დიდი სექტორებში თავისუფალი გრაფიკით მომუშავეთა დიდი რაოდენობა, ძალიან ართულებს ამ სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი სექტორის ზომისა და პროფილის რეალური სურათის დადგენას. „შემოქმედებითი საქართველოს“ ჩამოყალიბება და საქართველოს კულტურის ეროვნული სტრატეგია -2025-ში შემოქმედებითი ინდუსტრიების, როგორც რვა პრიორიტეტიდან ერთ-ერთის იდენტიფიცირება, მნიშვნელოვანი ნაბიჯია, რომელიც უფრო მაღალი ხარისხის მონაცემებისა და მტკიცებულებების შეგროვების გარანტი იქნება სამომავლოდ. ეს ხელს შეუწყობს ინვესტიციების მოზიდვას კულტურის და შემოქმედებით სექტორში და საშუალებას მისცემს მთავრობის და კერძო სექტორის წარმომადგენლებს დაინახონ რეალური შედეგი. თავის მხრივ, სრულფასოვანი მონაცემები და მტკიცებულებები, პარტნიორებს მისცემს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის პროგრესის გაზომვის საშუალებას:

“ბოლო 30 წელია, საქართველო გადის დემოკრატიზაციისა და ტრანსფორმაციის პროცესს. თუმცა, მისი კულტურული სექტორი და ადმინისტრაციული პრინციპები კვლავ საჭიროებს რეფორმებს. განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც საქმე ეხება დამოუკიდებელი აქტორების გაძლიერების მხარდაჭერის სისტემების ჩამოყალიბებას და შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოტენციალის აღიარებას შემოქმედებითი ეკონომიკის გაძლიერებაში“.

ხატია ჭოხონელიძე,
EU4Culture, ადგილობრივი კოორდინატორი,
საქართველო.

ბოლო წლებში, ჩატარდა ძალიან მნიშვნელოვანი კვლევა „შემოქმედებითი საქართველო“-ს და მისი პარტნიორების მიერ საქართველოში, შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ზომის, მასშტაბის, ძლიერი მხარეების, შესაძლებლობების და გამოწვევების გასაანალიზებლად[6]. აღნიშნულმა კვლევამ, ასევე, ხაზი გაუსვა სექტორში კვლევებისა და ინფორმაციის ნაკლებობას, რაც მოიცავს შემდეგს:

* საქართველოს ეროვნულ საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის ფარგლებში შეზღუდულია წვდომა NACE rev2-ის ოთხნიშნა მონაცემებზე. რაც ნიშნავს იმას, რომ შეუძლებელია სრული და რეალური სურათის დანახვა, თუ რა წვლილი შეაქვს კულტურის და შემოქმედებით ინდუსტრიებს ეკონომიკაში. მაგალითად, NACE rev2-ის კოდი 71.11 არის კოდი არქიტექტურული საქმიანობისთვის, თუმცა მონაცემები ხელმისაწვდომია მხოლოდ ორნიშნა კოდის დონეზე 71. საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მიხედვით, არქიტექტურის ქვესექტორის მონაცემების დიდი ნაწილი ასევე მოიცავს საინჟინრო საქმიანობას, ტექნიკურ გამოცდებს და ანალიზს. არც ეროვნული საწარმოთა

6 აღნიშნული კვლევა ჩატარდა პროექტის „შემოქმედებითი გარდასახვა-შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება“ ფარგლებში, რომელიც დაფინანსებულია იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების საერთაშორისო ფონდის მიერ (IFCD).

სტატისტიკური გამოკვლევის და არც ბიზნეს რეგისტრის მიხედვით, მონაცემები არ არის ხელმისაწვდომი კოდისთვის NACE 85.52 რომელიც ეკუთვნის სახელოვნებო და კულტურული განათლების სექტორს.

- კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების დიდი ნაწილის არაფორმალური ბუნება, სადაც ბევრი ადამიანი ხშირად არ არის ოფიციალურად რეგისტრირებული როგორც დასაქმებული ან თვითდასაქმებული პირი, და ორგანიზაციების მცირე მასშტაბები ნიშნავს იმას, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზომა, მასშტაბი და წვლილი ოფიციალურ მონაცემებში არ არის ასახული. ამ პრობლემას ვაწყდებით როგორც მთელს კულტურის და შემოქმედებით ინდუსტრიაში, ასევე მის ქვესექტორებში, ეროვნულ მონაცემებზე წვდომისა და ანალიზის დროს.
- კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევის/აღნუსხვის ნაკლებობა ადგილობრივ, ქალაქის და რეგიონულ დონეზე ნიშნავს, რომ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლი, პროფილი და გავლენა გაურკვეველია.
- ინდუსტრიების კვლევის/აღნუსხვის ნაკლებობასთან, ასევე კავშირშია ზოგადად მონაცემთა ბაზების ნაკლებობა - ძირითადად ეს ეხება კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საწარმოებს, კერძოდ მიკრო-საწარმოებს და თავისუფალი გრაფიკით მომუშავე პირებს. ეს მდგომარეობა არ მუშაობას და გაცვლას უფრო ართულებს და ასევე ზღუდავს წვდომას კვლევებზე, რომელთა მიზანია კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის შესახებ ინფორმაციის გაზიარება.
- კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა სექტორში არის კვლევისა და პროგრამის შეფასების ნაკლებობა, მაგალითად კულტურის ინვესტიციების ზეგავლენის შეფასება, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ინფრასტრუქტურის ტექნიკურ-ეკონომიკური შესწავლა და სტრატეგიები- ფესტივალებისთვის, კულტურული და საგანმანათლებლო პროგრამებისთვის და სხვ.

2.1 საქართველოს კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური პროფილი – ჩვენს ხელთ არსებული ინფორმაცია

„შემოქმედებითი საქართველო“ ბოლო ორი წლის განმავლობაში აქტიურად ატარებს კვლევებს, იმისთვის რომ უფრო მეტი ინფორმაცია გვქონდეს საქართველოში კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური პროფილის და იმ წვლილის შესახებ, რომელიც სექტორს საქართველოს ეკონომიკაში შეაქვს. აღნიშნული კვლევები ტარდება პროექტის „შემოქმედებითი გარდასახვა-შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება“ ფარგლებში, რომელიც დაფინანსებულია იუნესკოს კულტურული მრავალფეროვნების საერთაშორისო ფონდის მიერ (IFCD). პროექტის შედეგად, შეიქმნა კვლევის დოკუმენტი „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“[7]. მიუხედავად იმისა, რომ არსებობს გარკვეული შეზღუდვები სტატისტიკურ მონაცემებთან დაკავშირებით, და რომ გამოწვევაა ქვესექტორების შესახებ ინფორმაციაზე წვდომა და თავად სექტორის არაფორმალური ბუნება, კვლევაში ასახული მიგნებები შესანიშნავი საფუძველია მუშაობის დასაწყებად. აღნიშნული კვლევა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის დღემდე არსებული ყველაზე ყოვლისმომცველი ანალიზია. კულტურის და შემოქმედებითი

7 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“ ოთხი ნაწილისგან შედგება: 1) საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზოგადი მიმოხილვა - მხარდაჭერის მექანიზმები და საკანონმდებლო ჩარჩო 2) საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური ანალიზი. 3) საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის საჭიროებები და გამოწვევები - თვისებრივი კვლევა. 4) შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები.

ინდუსტრიების მთლიანი სექტორის მონაცემთა ანალიზი შეჯამებულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში 1 და მოიცავს შემდეგ ინფორმაციას:

- 2020 წლამდე, საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი იზრდებოდა დასაქმების, მიღებული შემოსავლის და შექმნილი დამატებითი ღირებულების მაჩვენებლის მიხედვით, თუმცა პანდემიის შედეგად სექტორი შევიწროვდა, რადგან კარანტინის გამო ბევრი ბიზნესი დაიხურა.
- კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი ძირითადად ძალიან მცირე ბიზნესისა და ინდივიდუალური პროფესიონალებისგან შედგება.
- შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქონლისა და მომსახურების ექსპორტი ყოველწლიურად იზრდება. თუმცა, საქართველოში მიწოდების ჯაჭვი ძალიან სუსტია. რაც იმას ნიშნავს, რომ ექსპორტით მიღებული შემოსავლების დიდი ნაწილი იხარჯება სხვადასხვა მასალის და მომსახურების იმპორტზე.

ქვესექტორის ძლიერი მხარეები: როგორც ჩანს, რეკლამის და არქიტექტურის ქვესექტორები ლიდერობენ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში დასაქმებისა და გამომუშავების თვალსაზრისით. თუმცა, აღნიშნული ქვესექტორების პროპორციული წვლილი შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში, შესაძლოა გადაჭარბებული იყოს სრულყოფილი მონაცემების და ქვესექტორების დეტალური ანალიზის არარსებობის გამო. მომცრო ქვესექტორები, როგორიცაა: კინო და ვიდეო, ციფრული ტექნოლოგიები და რეწვა, უფრო სწრაფად მზარდია, ვიდრე დიდი ქვესექტორები, როგორიცაა: რეკლამა და არქიტექტურა.

ცხრილი 1: საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური პროფილის შეჯამება
(მონაცემები აღებულია „შემოქმედებითი საქართველოს ანგარიშიდან („შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა")

შემოქმედებითი ინდუსტრიის ზომა და ეკონომიკური სარგებელი

საქართველოში კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი იზრდებოდა Covid-19-ის პანდემიამდე:

- **კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში არსებული ორგანიზაციების რაოდენობა:** 2015-დან 2019 წლამდე, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში მოქმედი აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა გაიზარდა 7,9%-ით 5,579-დან 6,019-მდე. 2020 წელს, ორგანიზაციების რაოდენობა შემცირდა 5,728-მდე, სექტორი ძალიან დაზარალდა პანდემიის გამო[1].
- ბრუნვა: იმავე პერიოდში (2015-2019 წწ.) საშუალო წლიური ბრუნვა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ორგანიზაციებში გაიზარდა ასევე 8.0%-ით. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის მთლიანმა ბრუნვამ 2019 წლისთვის 1,8 მილიარდ ლარს (0,6 მილიარდი აშშ დოლარი) გადააჭარბა, რაც საქართველოს ბიზნეს სექტორის ბრუნვის 1,7%-ს შეადგენს.[2]. თუმცა, ინდიკატორები აჩვენებს, რომ **კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ბრუნვა უფრო ნელა იზრდება, ვიდრე მთლიანი ბიზნეს სექტორის,** რაც ნიშნავს იმას, რომ საჭიროა ინტერვენცია, რაც ხელს შეუწყობს სექტორის ზრდას, გაფართოებას და გახდის მას მეტად კონკურენტუნარიანს.
- დამატებითი ღირებულება: 2019 წელს, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის მთლიანმა დამატებითმა ღირებულებამ შეადგინა 876 მილიონი ლარი (2019 წელს ბიზნეს სექტორის 3.8%), რაც 2015-2019 წლებში საშუალო წლიური ზრდის 9%-ია[3].
- დასაქმება: დასაქმებულთა რაოდენობა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში 2015-2019 წლებში გაიზარდა საშუალოდ 3.6%-ით 31,453-მდე (მთლიანი ბიზნეს სექტორის 4.5%).

1 საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის ბიზნეს რეგისტრი ასახავს უფრო ნამდვილ სურათს რადგან დაყვანილია ოთხნიშნა NACE rev2 კოდის დონეზე და იძლევა შემოქმედებითი ქვესექტორების იდენტიფიცირების შესაძლებლობას, რაც შეუძლებელი იყო საწარმოთა კვლევის მონაცემებით

2 საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის საწარმოთა კვლევის მონაცემები .

3 საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის საწარმოთა კვლევის მონაცემები.

მცირე ბიზნესის სექტორი, რომელიც შედარებით კარგად იხდის	ექსპორტი და საერთაშორისო ვაჭრობა	ქვესექტორის ძლიერი მხარეები
მცირე ბიზნესის ინდუსტრია საქართველოში * 2020 წლის მონაცემებით, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში არსებული ორგანიზაციების 77.3% არის მცირე, 3.0% საშუალო და მხოლოდ 0.4% არის დიდი ორგანიზაციები. ინფორმაცია ორგანიზაციების 19%-ის ზომის შესახებ უცნობია [1]. - აქტიური ორგანიზაციების 52.6% შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებაა, 36.7% ინდივიდუალური საწარმო, 7.1% კი არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირი. **ანაზღაურება** * დაქირავებული თანამშრომლების საშუალო ანაზღაურება 2019 წელს შეადგენდა 1608 ლარს (555 აშშ დოლარი), რაც მნიშვნელოვნად აღემატება ფართო ბიზნეს სექტორში დასაქმებულთა საშუალო ანაზღაურებას (1162/400 აშშ დოლარი). შემოქმედებით სექტორში ქალების საშუალო ანაზღაურება 1119 ლარია (387 აშშ დოლარი) რაც მნიშვნელოვნად ნაკლებია ვიდრე მამაკაცების ანაზღაურება 1965 ლარი (680 აშშ დოლარი)	**საქონლის ექსპორტი** * კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საქონლის საერთაშორისო ექსპორტი (მაგ. ხელნაკეთი ნივთები, ტექსტილი, მოდა, ციფრული კომპონენტები და ა.შ.) გაიზარდა საშუალოდ 11.8%-ით ყოველწლიურად 2015-2019 წლებში. ადგილობრივი ექსპორტის საშუალო ზრდის მაჩვენებელი იყო 7.6%, ხოლო რეექსპორტის ზრდის მაჩვენებელი იყო 13,8%. 2019 წელს მთლიანმა ექსპორტმა 25,7 მლნ აშშ დოლარი შეადგინა. * ადგილობრივი ექსპორტის ძირითადი ბაზარია: აზერბაიჯანი: მთლიანი ექსპორტის 31,2%; შვეიცარია: 12,8%; ნიდერლანდები: 11,4% და ყაზახეთი: 6,7%. * 2019 წელს დიზაინსა და მოდის ინდუსტრიამ ადგილობრივი ექსპორტის 65% შეადგინა, რასაც მოსდევს ხელნაკეთობები (21%) და ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია (6%). თუმცა, გამომდინარე იქედან რომ საქართველოში მიწოდების ჯაჭვი არ არის კარგად განვითარებული დიზაინი და მოდის ინდუსტრია, ისევე როგორც რეწვის ინდუსტრია, ყველაზე დიდი იმპორტიორები არიან. რეწვის ინდუსტრიაზე მოდის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის იმპორტის 55.0%, რასაც მოჰყვება დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია (27.6%)[2]. **სერვისის ექსპორტი** * კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სერვისების ექსპორტი უფრო მეტად იზრდება, ვიდრე საქონლის ექსპორტი. (ეს შეიძლება ნაწილობრივ გამოწვეული იყოს კულტურის და შემოქმედებითი სექტორის გადაჭარბებული ზომის გამო, რაც გამოწვია სექტორში მონაცემების დეფიციტმა) 2015-2019 წლებში საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებელი იყო 27%. * 2019 წელს, ექსპორტირებული კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სერვისების მთლიანმა ღირებულებამ 89,4 მილიონ დოლარს გადააჭარბა. * კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში იმპორტის მაჩვენებელიც გაიზარდა, მაგრამ ძალიან არა. თუმცა, 2019 წელს 85.1 მილიონი დოლარის იმპორტი თითქმის გაუთანაბრდა იმავე წელს ექსპორტით მიღებულ შემოსავალს. * 2019 წელს კომპიუტერული და საინფორმაციო სერვისები ლიდერობდა ექსპორტსა და იმპორტში, შესაბამისად მათი წილი შეადგენდა 75.5% და 58.3% სერვისის მთლიან ექსპორტსა და იმპორტში[3].	* **რეკლამა, არქიტექტურა და ლიტერატურა და საგამომცემლო სექტორი არის ყველაზე დიდი ქვესექტორები,** რომლებიც შეადგენენ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების 85%-ს ბრუნვისა და დამატებითი ღირებულების მიხედვით. ამასთანავე, 2019 წელს აღნიშნულ ქვესექტორებზე მოდიოდა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების თანამშრომლების 75%. (თუმცაღა, უნდა აღინიშნოს, რომ არქიტექტურის ქვესექტორის ზომა და გამომუშავების მაჩვენებელი ხელოვნურად არის გაზრდილი, არასაკმარისი მონაცემების გამო. არქიტექტურის შესახებ მონაცემები მოიცავს მასთან დაკავშირებულ, თუმცა არა შემოქმედებით ასპექტს, როგორიცაა საინჟინრო საქმიანობა, ტექნიკური გამოცდები და ანალიზი). * **მცირე შემოქმედებითი ქვესექტორებამჟამად უფრო სწრაფად იზრდება, ვიდრე უფრო დიდი, უფრო დამკვიდრებული ქვესექტორები.** მაგალითად, კინოსა და ვიდეო ინდუსტრიაში ბრუნვა წელიწადში საშუალოდ 53%-ით იზრდებოდა 2015-2019 წლებში. ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია გაიზარდა 36%-ით, ხოლო კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრია 22%-ით. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების 13 ქვესექტორის ძლიერ და სუსტ მხარეებზე საუბარია კვლევის დოკუმენტის მე-3 ნაწილში ქვემოთ.

1 რეკომენდაცია იქნება ანგარიშში ორგანიზაციების ზომის შესახებ ინფორმაცია ასახოთ მხოლოდ დეტალური ინფორმაციის ფლობის შემთხვევაში, სხვა ნაწილებში კი შენიშვნის სახით დაურთოთ, რომ მონაცემები სრულყოფილად არ არის ხელმისაწვდომი.

2 პროდუქტი, რომლით ვაჭრობაც ხდება კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში იდენტიფიცირებული იქნა გაეროს ვაჭრობის და განვითარების კონფერენციის (UNCTAD) და სავაჭრო საქონლის აღწერისა და კოდირების ჰარმონიზებული სისტემის (HS - The Harmonized System) კლასიფიკატორით. აქ წარმოდგენილი პროდუქტების კატეგორიები მიესადაგება შესაბამის შემოქმედებით ინდუსტრიას (დეტალური ინფორმაციისთვის იხილეთ დანართი 3)

3 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური ანალიზი ეფუძნება კვლევის „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“ მეორე ნაწილს, რომელიც შეიქმნა „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ პროექტის „შემოქმედებითი გარდასახვა-შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება“ ფარგლებში.

2.2 კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა - საკვანძო თემები

კულტურის სამინისტრო მნიშვნელოვანი მოქმედი ორგანოა **ეროვნულ დონეზე**, რომელიც ხელმძღვანელობს კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის პოლიტიკას. ადრე, კულტურის სამინისტრო, განათლების, მეცნიერების, კულტურის და სპორტის სამინისტროს ნაწილი იყო, თუმცა 2020 წელს სამინისტრო ორ ნაწილად გაიყო. სამინისტროს ორ ნაწილად გაყოფას წინ უძღოდა 2019 წელს, განთლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს განცხადება საქართველოს ეროვნული კულ-ტურის ფონდის შექმნის თაობაზე, რომლის მიზანიც იყო კულტურის და შემოქმედებითი განვითარების ინიციატივების ფინანსური მხარდაჭერა. თუმცა, სამწუხაროდ, 2021 წლის დეკემბერში გამოცხადდა, რომ ფონდი ამ ეტაპზე არ შეიქმნებოდა. 2021 წლის ივლისში, საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის ახლადდანიშნულმა მინისტრმა, წარმოადგინა კულტურის და შე-მოქმედებითი ინდუსტრიების 10-წლიანი სამოქმედო გეგმა. აღნიშნული სამოქმედო გეგმა მიზნად ისახავს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების წილის გაზ-რდას ქვეყნის მშპ-ში (2.8%-დან 3.5%-მდე) და ასევე შემოქმედებითი დასაქმების და კულტურული ტურიზმის გაზრდას.

სხვა მნიშვნელოვანი პოლიტიკის გამტარებელი და საჯარო ორგანოები, რომლებიც ჩართულნი/პასუხისმგებელნი არიან საქართველოში კულტურის განვითარებაზე არის: პარლამენტის კულტურის კომიტეტი, ინფრასტრუქტურისა და რეგიონული განვითარების სამინისტრო, მერიები და საკრებულოები, ადგილობრივი ტურიზმის ოფისი, ადგილობრივი კულტურის და სხვა დეპარტამენტები.

რაც შეეხება საერთაშორისო პოლიტიკას, საქართველომ 2014 წელს ხელი მოაწერა ევროკავშირთან ასოცირების ხელშეკრულებას (Association Agreement), რომელიც მოიცავს თავისუფალი ვაჭრობის შესახებ შეთანხმებას (DCFTA). აღნიშნულმა შეთანხმებამ, მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა ევროკავშირი-საქართველოს პარტნიორობის გაძლიერებაში ეკონომიკის, კულტურის, განათლებისა და ვაჭრობის განვითარების მიმართულებით. ასოცირების ხელშეკრულებამ, ქვეყანას გაუხსნა გზა სხვადასხვა პარტნიორობებისა და კვლევების შესაძლებლობისკენ. მათ შორისაა აღმოსავლეთ პარტნიორობის ინიციატივა, რომელმაც მხარი დაუჭირა ევროკავშირის და აღმოსავლეთ პარტნიორობის კულტურის და შემოქმედებით პროგრამებს და შემდეგ ინიციატივებს: EU4Culture (რომელიც 2021 წლის 1 იანვარს დაიწყო და დღემდე გრძელდება), EU4Business, EU4Youth, EU4Digital და Twinning. საქართველო ასევე პირველი ქვეყანა იყო ევროპის სამეზობლო ქვეყნებიდან, რომელიც 2015 წელს შეუერთდა შემოქმედებითი ევროპის პროგრამას.

„შემოქმედებითი საქართველო", საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო და სხვა სტრატეგიული ორგანოები, სხვადასხვა საერთაშორისო პარტნიორების დახმარებით, ხელს უწყობენ პოლიტიკისა და სექტორის განვითარებას და კვლევას. აღნიშნული თანამშრომლობების ფარგლებში, განხორციელდა შემდეგი პროექტები:

- იუნესკოს მიერ დაფინანსებული პრო-ექტის „შემოქმედებითი გარდასახვა-შემოქმედებითი და კულტურის ინდუს-ტრიების ეკონომიკური შესაძლებლობების გაძლიერება" ფარგლებში, ჩატარდა კულტურის და შემოქმედებითი ინდ-უსტრიების სექტორის პირველი ვრცე-ლი კვლევა „შემოქმედებითი ეკო-ნომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა". აღნიშნული კვლევის ძირითადი მაჩ-ვენებლები შეჯამებულია ზემოთ მოცემულ ცხრილში და ასევე გვხვდება ამ ანგარიშის სხვადასხვა სექციაში. კვლევას დიდი წვლილი შეაქვს საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი სტრატეგიის განვი-თარებაში.
- იუნესკოს შემოქმედებითი ქალაქები-თბილისის მერიის, „შემოქმედებითი სა-ქართველოს" და კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს ერთობ-ლივი ინიციატივა, რომლის შედეგად, თბილისი მსოფლიოს 48 სხვა ქალაქთან ერთად, გახდა იუნესკოს შემოქმედებითი ქალაქების ქსელის წევრი და დასახელდა

მედია ხელოვნების ქალაქად. ოთხწლიანი პროგრამა აერთიანებს ციფრულ ხელოვნებას, ფოტოგრაფიას, ფერწერას, მულტიმედია ხელოვნებას, ვიდეო თამაშების შექმნას, ინტერაქტიულ მედიას და სხვა ინოვაციურ პროექტებს. ბათუმს მინიჭებული აქვს იუნესკოს მუსიკის ქალაქის სტატუსი და არის ნაწილი იმ ფართო ქსელისა, რომელიც მოიცავს 90 ქვეყნის 295 შემოქმედებით ქალაქს.

- EU4Culture, ევროკავშირის პროგრამა, რომელიც აღმოსავლეთ პარტნიორობის (EaP) ქვეყნებში: სომხეთში, აზერბაიჯანში, საქართველოს, მოლდოვას რესპუბლიკასა და უკრაინაში, მხარს უჭერს კულტურის როლის ზრდას და სოციალურ განვითარებას. პროგრამა ითვალისწინებს, შერჩეულ ქალაქებში კულტურის განვითარების სტრატეგიების შემუშავებას და განხორციელებას მათ შორის საქართველოს სამ ქალაქში. პროგრამა ასევე მოიცავს კულტურული სტრატეგიების განვითარების კუთხით ადგილობრივი შესაძლებლობის განვითარებას, ხელოვანთა მობილობას და ადგილობრივი და რეგიონული ფესტივალების, კულტურული და კროსინოვაციური პროექტების მხარდაჭერას. აღნიშნული პროექტი კვლევითი პროგრამის ნაწილია, რომელიც საქართველოს რამდენიმე მუნიციპალიტეტის მაგალითზე ხაზს უსვამს მუნიციპალიტეტების განვითარების საჭიროებას. პროგრამას ხორციელდება საქართველოს გოეთეს ინსტიტუტის ლიდერობით.

ბრიტანეთის საბჭო არის საქართველოში კულტურისა და შემოქმედებითი სექტორის დიდი ხნის საერთაშორისო პარტნიორი. ბოლო წლებში, ბრიტანეთის საბჭომ განახორციელა შემდეგი პროექტები: „ბრიტანეთი/საქართველო 2019“, რომლის მიზანიც იყო ბრიტანული და ქართული კულტურის დაკავშირება. „შემოქმედებითი ნაპერწკალი: სამეწარმეო განათლების პროგრამა უმაღლესი სასწავლებლებისთვის“; ბრიტანეთის საბჭო მჭიდროდ თანამშრომლობს „შემოქმედებით საქართველოსთან“ კვლევისა და განვითარების მხარდაჭერის მიზნით, რომელიც ასევე მოიცავს კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნას.

შემოქმედებით ქვესექტორებსა და ორგანიზაციებში დასაქმებული მნიშვნელოვანი პირები, აყალიბებენ ასოციაციებს და ამყარებენ საერთაშორისო კავშირებს კვლევის, შემოქმედებითი ეკოსისტემის და ინფრასტრუქტურის განვითარების მხარდაჭერის მიზნით. მაგალითად, კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირი (CCIU)[8] შეიქმნა პანდემიის საპასუხოდ და მიზნად ისახავს ელექტრონული მუსიკის, კლუბების და უფრო ფართო ღამის ეკონომიკის მხარდაჭერას. დაარსების დღიდან, ორგანიზაციას აქვს ბევრი საერთაშორისო კავშირი. თბილისი არის რიგით მე-11 გლობალური ქალაქი, რომელიც პანდემიის დროს ღამის კლუბების ჩაკეტვის საპასუხოდ, შეუერთდა United We Stream-ს[9] . კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირი (CCIU) თანამშრომლობს VibeLab[10]-თან, რომელიც არის ღამის ეკონომიკის გლობალური საკონსულტაციო კომპანია. (მეტი ინფორმაცია კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირის (CCIU) შესახებ იხილეთ ქვემოთ, მუსიკის ქვესექტორის ნაწილში). მოდის ინდუსტრიას, დიდი ხნის პარტნიორობა აკავშირებს თბილისის მოდის კვირეულის სპონსორთან Mercedes Benz-თან.

---

8 https://www.nighttime.org/features/protecting-the-tbilisi-night-how-a-new-organisation-is-saving-georgian-club-culture/

9 https://unitedwestream.org

10 https://vibe-lab.org/home/#about

2.3 საერთაშორისო ურთიერთობები კულტურის სექტორში, პარტნიორობები და ვაჭრობა – საკვანძო თემები

როგორც ზემოთ აღინიშნა, ძლიერი პარტნიორობები ყალიბდება სამთავრობო დონეზე, ევროკავშირთან ასოცირების შეთანხმების მეშვეობით. „შემოქმედებითი საქართველო“ თანამშრომლობს შემდეგ საერთაშორისო პარტნიორებთან: იუნესკო, ევროკავშირი და ბრიტანეთის საბჭო. „შემოქმედებითი საქართველოს“ კვლევაში „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, საუბარია შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევების შესახებ.[11] კვლევამ აჩვენა, რომ ქართული შემოქმედებითი ბიზნესისთვის საერთაშორისო ბაზრებზე წვდომის ძირითადი ბარიერები იყო: ფინანსური რესურსების ნაკლებობა, საერთაშორისო ვაჭრობის მცოდნე კადრების ნაკლებობა და შესაბამისი სახელმწიფო ორგანოების მხრიდან ექსპორტისა და საერთაშორისო ვაჭრობის სფეროში დახმარების ნაკლებობა. მიუხედავად გამოწვევებისა, იზრდება შემოქმედებითი საქონლისა და სერვისის ექსპორტი - 2015 წლიდან მოყოლებული შემოქმედებითი საქონლის ექსპორტი წლიურად 12%-ით გაიზარდა, ხოლო შემოქმედებითი სერვისების ექსპორტი 27%-ით.[12]

საქართველოში, საერთაშორისო პარტნიორობისა და ასოცირებული ინვესტიციების დიდი ნაწილი, კულტურის და შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ სექტორებზე მოდის. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს, მნიშვნელოვანი როლი შეუძლია შეასრულოს ინოვაციებისა და დამატებითი ღირებულების შექმნის თვალსაზრისით. ეს მოიცავს ღვინის ინდუსტრიას, კულტურულ ტურიზმს და მემკვიდრეობას. 2009 წლიდან, 63000-ზე მეტმა მცირე და საშუალო ბიზნესმა, მიკროსაწარმომ და ფერმერმა მიიღო ევროკავშირის მიერ გაცემული სესხები. გარდა ამისა, Horizon 2020-ის ფარგლებში, სულ 130 მილიონი ევროს ოდენობის სესხებია ხელმისაწვდომი ინოვაციური, მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის. ENPARD პროგრამის მეშვეობით, ევროკავშირი მხარს უჭერს საქართველოს სოფლის მეურნეობის მოდერნიზაციას ახალი სოფლის მეურნეობის კოოპერატიული მოდელის შექმნის საშუალებით და უკვე 1600 კოოპერატივი უზრუნველყო ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერით. ევროკავშირის მხარდაჭერით, ასევე შეიქმნა 59 საინფორმაციო და საკონსულტაციო ცენტრი მთელი ქვეყნის მასშტაბით, რომლმაც დღემდე 250 000-ზე მეტი ფერმერი გადაამზადა.
მთავრობის მაკროეკონომიკური პოლიტიკის სტაბილიზაციის მიზნით, ევროკავშირი საქართველოს მაკროფინანსურ დახმარებას უწევს - აღნიშნული დახმარების მესამე ეტაპი, 45 მილიონ ევრომდე, დაიწყო 2018 წელს. ასევე, ევროკავშირმა ინვესტიცია ჩადო და ტექნიკურად დაეხმარა საქართველოში ისეთ სექტორებს როგორიცაა: კანონმდებლობა, მმართველობა, გარემოს დაცვა, ტრანსპორტი და ციფრული ინფრასტრუქტურა.

---

11 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ინტერნაციონალიზაციასთან დაკავშირებული გამოწვევები.
წარმოადგენს კვლევის დოკუმენტის „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“ მე-4 ნაწილს. დოკუმენტი ეფუძნება ყველა ქვესექტორის 150-მდე შემოქმედებითი ბიზნესის კვლევას.

12 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“ „შემოქმედებითი საქართველო“ (2021)

2.4 ნიჭის განვითარებაზე ორიენტირებული განათლება და უნარები – საკვანძო თემები

ნიჭი, არის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის "ნედლეული" და სოციალურ-ეკონომიკური განვითარებისთვის საჭირო მდგრად რესურსს წარმოადგენს. საქართველოში, სადაც შედარებით მცირე მოსახლეობაა, შემოქმედებითმა საზოგადოებამ, შემოქმედებითმა ადამიანებმა უფრო ბეჯითად უნდა იმუშაონ, უნდა იყვნენ უფრო გამჭრიახები და წინააღმდეგობებისადმი მედეგები, რათა შეძლონ დასაქმება ან/და იქცნენ მდგრად და სტაბილურ შემოქმედებით ბიზნესებად. კულტურის და შემოქმედებით სექტორში თავის დამკვიდრება და შემოქმედებითი და ფინანსური წარმატების მიღწევა ძალიან რთულია. თუმცა, არის წარმატებული ისტორიებიც, როდესაც შემოქმედებითმა მეწარმეებმა მიაღწიეს წარმატებას როგორც ეროვნულ, ისე საერთაშორისო დონეზე. იზრდება იმ შემოქმედებით საწარმოთა რიცხვი, რომლებიც საერთაშორისო ბაზრებზე გასვლის მიზნით იქნება. ისინი აცნობიერებენ საერთაშორისო ბაზარზე ვაჭრობის საჭიროებას და ამავდროულად, საქართველოში იმაგრებენ ფესვებს.

თუმცაღა, ასეთი წარმატებული ისტორიების შესახებ საუბრისას, ხშირად არ ახსენებენ იმ სტრუქტურულ ბარიერებს, რაც ძალიან ართულებს შემოქმედებითი საზოგადოების სამეწარმეო განვითარებას და შესაბამისად ხელს უშლის ქვეყნის პოტენციალის ათვისებას. ეს ბარიერებია:

- სახელოვნებო და შემოქმედებითი განათლების ნაკლებობა, განათლების სისტემის ყველა საფეხურზე. საგანმანათლებლო დაწესებულებები უმეტესწილად ფოკუსირებულნი არიან ტექნიკურ უნარების სწავლებაზე, რაც გამორიცხავს მენეჯერული და სამეწარმეო უნარების და კომპეტენციის სწავლებას, რისი ცოდნაც მნიშვნელოვანია მე-4 ინდუსტრიული რევოლუციის პერიოდში. მაგ: ციფრული და ენობრივი უნარები.
- კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ღირებულებათა ჯაჭვის სხვადასხვა საფეხურზე, შესაბამისი და თანმიმდევრულად აკრედიტებული ტრენინგების და უნარ-ჩვევების პროგრამების ნაკლებობა.
- ცოდნის ან უნარ-ჩვევების ჰაბების და ცენტრების ნაკლებობა. საჭიროა რეფორმების გატარება კულტურის სექტორში, რათა კულტურული დაწესებულებები გადაიქცნენ შემოქმედებითი ნიჭის და უნარ-ჩვევების განვითარების ცენტრებად.
- შემოქმედებითი მეწარმეების შეზღუდული წვდომა სპეციალიზებულ ბიზნეს მხარდაჭერაზე, ინვესტიციებსა და ბაზარზე წვდომის საშუალებებზე. ინვესტიციების ნაკლებობა ინოვაციებში და კვლევებსა და განვითარებაში (R&D). უნივერსიტეტები, სწავლებაზე უფრო არიან ორიენტირებულნი, ვიდრე ინდუსტრიულ ინოვაციებსა და ცოდნის გადაცემაზე.
- ნაკლები მიზნობრივი მხარდაჭერის პროგრამები ქალებისა და უმცირესობებისთვის, რომლებიც დამატებით ბარიერებს აწყდებიან შემოქმედებითი სექტორის შრომით ბაზარზე დამკვიდრებისთვის..
- კულტურული ლიდერობის პროგრამების სიმცირე და შრომითი ბაზრის მოქნილობის დაბალი დონე, კარიერულ წინსვლას მცირე გამონაკლისის გარდა ყველასთვის გამოწვევად აქცევს.

„შემოქმედებითი საქართველო" თანამშრომლობს საქართველოს მთავრობასთან, ფლობს ინფორმაცია ამ გამოწვევებთან დაკავშირებით და ბევრს მუშაობს შემოქმედებითი ნიჭის გაძლიერებაზე. განათლებისა და კულტურის სისტემის სტრუქტურულ რეფორმას დრო სჭირდება, თუმცა აღნიშნული რეფორმა, უმნიშვნელოვანესია სექტორის გრძელვადიანი ზრდისა და განვითარებისთვის.

(იხილეთ თავი 3.4 სახელოვნებო და კულტურული განათლების ქვესექტორი და სხვა ქვესექტორებში, უნარ-ჩვევების დეფიციტთან დაკავშირებული გამოწვევები)

2.5 შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზეგავლენა სხვა სექტორებზე

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიები, ზეგავლენას ახდენს ეკონომიკის სხვა სფეროებზე და ასევე, მდგრადი განვითარებისთვის საჭირო ფაქტორებზეც, როგორიცაა მაგალითად: კეთილდღეობა და ჯანმრთელობა.

UNCTAD-ის შემოქმედებითი ეკონომიკის 2010[13] წლის ანგარიშში, ხაზგასმული იყო სექტორთაშორისი ფენომენის სპექტრი, ანუ ზეგავლენა რომელსაც შემოქმედებითი ინდუსტრიები სხვა სფეროებზე ახდენს:

- ცოდნასთან დაკავშირებული ზეგავლენა(ერთი ფირმის მიერ შემუშავებული ახალი იდეებით, აღმოჩენებით ან პროცესებით, შეიძლება ისარგებლოს სხვა ფირმის წარმოებამ. მაგალითად, როგორც ხდება ზოგიერთი კვლევისა და განვითარების დოკუმენტის შემთხვევაში)
- პროდუქტთან დაკავშირებული ზეგავლენა (პროდუქტზე მოთხოვნა შეიძლება გაიზარდოს სხვა ბაზარზე ან ფირმაში, პროდუქტის განვითარების შედეგად);
- ქსელთან და თანამშრომლობასთან დაკავშირებული ზეგავლენა (სოციალური ან იურიდიული ურთიერთკავშირები. როგორიცაა მაგალითად ადგილზე-დაფუძნებული შემოქმედებითი კლასტერები, რაც გულისხმობს საერთო რესურსებს, სისწრაფის ზრდას ან ინფორმაციაზე წვდომას)
- უნარ-ჩვევებთან დაკავშირებული ზეგავლენა (ერთ ინდუსტრიაში გაწვრთნილი მუშახელი გადადის მეორეში)
- ხელოვნებასთან დაკავშირებული ზეგავლენა (როდესაც ერთი ხელოვანის ან ხელოვანთა ჯგუფის ნამუშევარს გარკვეული სარგებელი მოაქვს მეორე ხელოვანისთვის).

საქართველოში, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების გავრცელების პოტენციალი უფროდაუფრო იზრდება. განსაკუთრებით, ღვინის/გასტრონომიის, მემკვიდრეობის და კულტურული ტურიზმის სფეროში. შესაძლებელია კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმთან დაკავშირება, რაც ხელს შეუწყობს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის განვითარებას. 2018 წელს, ტურიზმის სექტორის წვლილმა საქართველოს მშპ-ში 9.3%[14] შეადგინა და პოსტკოვიდურ პერიოდში სექტორი კვლავ მზად არის ზრდისთვის. საქართველოს მონაწილეობა ტრანსნაციონალურ კულტურულ მარშრუტებში (მაგ. ევროპის კულტურული მარშრუტების პროგრამა და UNWTO აბრეშუმის გზის პროგრამა) ერთ-ერთი პრიორიტეტული მიმართულებაა. 2015 წელს, მსოფლიო ბანკის ჯგუფის მხარდაჭერით შემუშავდა საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2015 – 2025.

დღესდღეობით, ყურადღება ეთმობა Covid19-ის შემდგომ ტურიზმის სექტორის აღდგენას. კულტურის და შემოქმედებით ინდუსტრიებს, მნიშვნელოვანი როლის შესრულება შეუძლიათ ტურიზმის სექტორის გამოცოცხლებაში- მაგ. მემკვიდრეობის სექტორში ციფრული ინოვაციების დანერგვით, ამასთანავე, კულტურული ტურიზმის პროდუქტების და სერვისების ბრენდისა და პროფილის მხარდაჭერითა და კონტენტის და ინტერაქტიული გამოცდილების შექმნით, რაც ტურიზმის სექტორს შინაარსს და დინამიკას შემატებს.
(იხილეთ ასევე ნაწილი 3.13 გასტრონომიის ქვესექტორი – კავშირი ტურიზმის სექტორთან)

13 UNCTAD შემოქმედებითი ეკონომიკის ანგარიში 2010, ნაწილი 3: გვ.80

14 https://wttc.org/Research/Economic-Impact

3. შემოქმედებითი ქვესექტორების მიმოხილვა

ამ ნაწილში შეჯამებულია 14 შემოქმედებითი ქვესექტორიდან თითოეულის წვლილი საქართველოს ეკონომიკაში. ასევე, განხილულია პოლიტიკური გარემო, ინფრასტრუქტურა, წამყვანი თანამშრომლობები და ასოციაციები. როგორც უკვე აღინიშნა, ეკონომიკური მონაცემები აღებულია „შემოქმედებითი საქართველოს" კვლევიდან „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა" .

3.1 რეკლამა

რეკლამა ყველაზე დიდი შემოქმედებითი ქვესექტორია საქართველოში ეკონომიკაში შეტანილი წვლილის მხრივ. 2019 წელს:

- შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა ქვესექტორიდან რეკლამას ჰქონდა ყველაზე მაღალი ბრუნვა (695 მლნ ლარი, 246 მლნ აშშ დოლარი) და ყველაზე დიდი კონტრიბუცია შემოქმედებითი სექტორის დამატებით ღირებულებაში (38%).
- 2019 წელს, რეკლამა იყო შემოქმედებითი სექტორის მეორე უმსხვილესი დამსაქმებელი 7,924 დასაქმებულით (შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმების 24%).

2015-2019 წლებში, სარეკლამო ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა 22.4%-ით გაიზარდა. მიუხედავად იმისა, რომ ორგანიზაციების რაოდენობა იზრდებოდა (მხოლოდ 2020 წელს იყო მცირე კლება 2,9%, 1318 ორგანიზაცია) გამომუშავების ზრდა შედარებით მოკრძალებული იყო. ბრუნვის მხოლოდ 2.3%-იანი ზრდა და დამატებითი ღირებულების 6%-იანი ზრდა იყო 2015-2019 წლებში. ეს იმაზე მეტყველებს, რომ რეკლამის ქვესექტორი, რომელიც ძირითადად მცირე ორგანიზაციებისგან შედგება (80% მცირეა), არ არის ისეთი პროდუქტიული, როგორიც შესაძლოა რომ იყოს.

თუმცა, გაურკვეველია, გამოიმუშავებს თუ არა რეკლამისქვესექტორისზოგიერთისფეროუფრო მეტს, ვიდრე სხვა დანარჩენი. ეკონომიკური გამომუშავებისა და პროდუქტიულობის მონაცემები, მოიცავს ბაზრის გამოკვლევას, საზოგადოებრივი აზრის შესწავლას, სარეკლამო სააგენტოებს და რეპრეზენტაციას მედიაში. თუმცა, ეს მონაცემი არ მოიცავს ინფორმაციას იმ „ბაზრის გამოკვლევას და საზოგადოებრივი აზრის შესწავლის" შესახებ ,,რომელიც არ მიეკუთვნება NACE Rev 2-ის შემოქმედებითი ინდუსტრიების განმარტებას[15] (იხილეთ მონაცემები ქვემოთ).

რეკლამა არის ყველაზე მაღალანაზღაურებადი ქვესექტორი შემოქმედებით ინდუსტრიებში, საშუალო თვიური ხელფასი 2,068 ლარი (733 აშშ დოლარი), რაც ბევრად აღემატება კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის საშუალო ხელფასს 1,608 ლარს (570 აშშ დოლარი

რეკლამის სექტორში არსებულ მონაცემებთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია რეკლამის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 73.11 - სარეკლამო სააგენტოები და 73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში. თუმცა, საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის ჩვენთვის სასურველ 4-ნიშნა კოდის დონეზე. ამრიგად, ბიზნესის ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მონაცემები გაანალიზებულია 2-ნიშნა კოდის დონეზე, 73-სარეკლამო საქმიანობა და ბაზრის გამოკვლევა, რომელიც „შემოქმედებით" 4-ნიშნა კოდებთან ერთად - 73.11- სარეკლამო სააგენტოები და 73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში, ასევე მოიცავს კოდს 73.20 - ბაზრის გამოკვლევა და საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა. ბიზნეს რეგისტრის მონაცემები სხვადასხვა ბიზნესისთვის ხელმისაწვდომია ჩვენთვის სასურველ „შემოქმედებით" 4-ნიშნა კოდების დონეზე, რომელიც ასევე მოიცავს ბაზრის გამოკვლევას და საზოგადოებრივი აზრის შესწავლას.

15 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა" -შემოქმედებითი საქართველო 2021

პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

საქართველოს საკომუნიკაციო სააგენტოების ასოციაცია (ACAG)[16] შეიქმნა 2015 წელს, საქართველოს სარეკლამო ინდუსტრიაში არსებული ძირითადი გამოწვევების საპასუხოდ. მისი მიზანი იყო, პროფესიონალიზმის დონის და თანამშრომლობითი პრაქტიკის გაზრდა. თავიდან, ასოციაციაში 10 წევრი იყო და ამჟამად მათი რაოდენობა არის 30. სექტორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი გამოწვევა იყო ის, რომ კლიენტები არ აფასებდნენ დროს და რესურსს, რაც შემოქმედებითი კონტენტის და იდეების შექმნაზე იხარჯებოდა. ხშირად, კლიენტებს შემოქმედებით იდეებში ფულის გადახდა არ უნდოდათ. პირველი ნაბიჯი, რაც საქართველოს საკომუნიკაციო სააგენტოების ასოციაციამ გადადგა, იყო ასოციაციის წევრების მიერ მემორანდუმის ხელმოწერა, რომელიც ითვალისწინებდა კლიენტის მიერ შემოქმედებითი იდეებისთვის და შეთავაზებებისთვის ე.წ. ბე-ს გადახდას. აღნიშნულმა ნაბიჯმა, კლიენტები აიძულა მეტი ყურადღება გამოეჩინათ გადაწყვეტილების მიღების დროს, შემოქმედებით კონტენტს და იდეებს კი, უფრო მეტი ღირებულება შესძინა. ადგილობრივი სააგენტოებისთვის ჯერ ისევ გამოწვევად რჩება მთავრობასთან თანამშრომლობა, რადგან შესყიდვების კანონმდებლობის მიხედვით, მთავრობა ყოველთვის აკეთებს არჩევანს იმ სააგენტოზე, რომელიც მათ ყველაზე დაბალ ფასს სთავაზობს.

საქართველოს საკომუნიკაციო სააგენტოების ასოციაცია, აწარმოებს სარეკლამო სააგენტოების და დიზაინის სტუდიების შეფასების სისტემას, რაც დამოკიდებულია აღნიშნული ორგანიზაციების მიერ ბაზარზე მიღებულ შემოსავალზე.

საქართველოს საკომუნიკაციო სააგენტოების ასოციაცია, აქტიურად არის ჩაბმული ფესტივალებისა და ფორუმების ორგანიზებაში. ასოციაციის წევრები მონაწილეობას იღებენ ყოველწლიურ რეგიონულ ფესტივალში “Ad Blac Sea”.

მთავარ გამოწვევად რჩება სექტორში კვლევების ნაკლებობა და საქართველოს ეკონომიკაში რეკლამის სექტორის ზომის, მასშტაბის და ღირებულების შესახებ ინფორმაციის არარსებობა. „შემოქმედებითი საქართველოს“ მიერ ჩატარებული ბოლოდროინდელი კვლევა შესანიშნავ საფუძველს იძლევა მუშაობის დასაწყებად.

16 https://acag.ge/en/about-association/

სხვა გამოწვევები:

- **სააგენტოების მიერ ჩატარებული შიდა კვლევების ნაკლებობა,** რაც იძლევა ინფორმაციას მათი წარმატების ან მათ მიერ განხორციელებული სარეკლამო კამპანიების წარმატების შესახებ.
- **უნარების მნიშვნელოვანი დეფიციტი.** ძალიან დიდი მოთხოვნაა ნიჭიერ, შემოქმედებით რეკლამის და დიზაინის პროფესიონალებზე. ეს დეფიციტი გამოწვეულია ხარისხიანი განათლების ნაკლებობით. 2019 წელს, საქართველოს საკომუნიკაციო სააგენტოების ასოციაციამ, განახორციელა პროექტი- „რეკლამის დღეები სკოლებში“, რაც მიზნად ისახავდა რეკლამის, როგორც პროფესიის პოპულარიზაციას. თუმცა, კვლავ გამოწვევად რჩება მაღალი ხარისხის პროფესიული და უმაღლესი განათლება რეკლამის და დიზაინის სფეროში. ქართველ სტუდენტებს შესაძლებლობა აქვთ ისწავლონ პრესტიჟულ საერთაშორისო სარეკლამო სკოლაში: European Miami Ad School[17] თუმცა, სწავლის საფასური ძალიან მაღალია, შესაბამისად ბევრი სტუდენტი ვერ ახერხებს სწავლას აღნიშნულ სკოლაში.
- **ბიზნეს უნარების დეფიციტი ნიჭიერ ახალგაზრდებში.** სარეკლამო სააგენტოებისა და დიზაინის სტუდიებისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია რომ ისინი მეტად გახდნენ ბიზნესზე ორიენტირებულნი.
- **ციფრული დიზაინის უნარები მოითხოვს მუდმივ განვითარებას** – განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც სარეკლამო ინდუსტრია იკვეთება საგამომცემლო, აუდიოვიზუალურ და IT სექტორთან, რომელიც მოიცავს თანამედროვე ტექნოლოგიებს.
- **შემოქმედებითი გონების გადინება.** ბევრი ნიჭიერი ქართველი რეკლამის და დიზაინის პროფესიონალი, რომელიც ქართულ სააგენტოებში მუშაობდა, ამჟამად მსოფლიოს სხვა ქვეყნებში მუშაობს. ეს გვაჩვენებს, რომ საქართველოს შეუძლია აღზარდოს ნიჭიერი პროფესიონალები, მაგრამ ამ ნიჭის დაკარგვა პრობლემას ქმნის ადგილობრივ ბაზარზე.
- **მთავრობის წამახალისებელი პროგრამები და ფულადი შეღავათები არ ვრცელდება სარეკლამო ვიდეორგოლების გადაღებაზე.** ეს ქმნის მნიშვნელოვან ბარიერს, საქართველოში, მოკლე სარეკლამო ვიდეოების გადაღების კუთხით.

17 https://miamiadschool.com

3.2 არქიტექტურა |

„შემოქმედებითი საქართველოს“ საბაზისო კვლევა[18] არქიტექტურას, მეორე ყველაზე მნიშვნელოვან ეკონომიკურ ქვესექტორად მოიაზრებს შემოქმედებითი ეკონომიკის სექტორში. თუმცა, მონაცემების ნაკლებობასთან არსებული გამოწვევების გამო (იხ. ქვემოთ) არქიტექტურული საქმიანობები მოიცავს ინფორმაციას საინჟინრო საქმიანობების და ტექნიკური გამოცდებისა და ანალიზის შესახებ, რაც აჭარბებს სექტორის რეალური გამომუშავების მაჩვენებელს.

მონაცემების ანალიზმა აჩვენა, რომ გამომუშავების მიხედვით, არქიტექტურა მხოლოდ რეკლამის სექტორს ჩამოუვარდება და მეორე ადგილს იკავებს. სექტორის ბრუნვა შეადგენს 505 მილიონ ლარს (179 მილიონი აშშ დოლარი) რაც შემოქმედებითი ინდუსტრიების დამატებითი ღირებულების წილის 36% წარმოადგენს.

არქიტექტურული სექტორი მისი ფართო გაგებით, რომელიც ასევე მოიცავს საინჟინრო საქმიანობებს და ტექნიკურ გამოცდებს და ანალიზს, არის ყველაზე მსხვილი დამსაქმებელი შემოქმედებით სექტორში. 2019 წელს, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვმა შეადგინა 9,303 (რაც შემოქმედებით ინდუსტრიებში დასაქმებულთა 31%-ია). არქიტექტურული სექტორი მისი ფართო გაგებით, რიგით მეორე მაღალანაზღაურებადი სექტორია. შრომის საშუალო ანაზღაურება შეადგენს 2014 ლარს (714 აშშ დოლარი). 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.

არქიტექტურის ინდუსტრიაში, აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა სტაბილურია. თუმცა, ეკონომიკური შემოსავალი მაინც იზრდება. 2020 წელს, აქტიურ ორგანიზაციათა რიცხვის მცირედი კლება შეინიშნება, ორგანიზაციათა რაოდენობამ დაიკლო 1,126-მდე. აღნიშნული ორგანიზაციების 86% მცირე ზომისაა.

არქიტექტურული სექტორი მისი ფართო გაგებით, რომელიც ასევე მოიცავს საინჟინრო საქმიანობებს და ტექნიკურ გამოცდებს და ანალიზს, 2015-2019 წლებში, ბრუნვის საშუალო წლიურმა ნომინალურმა ზრდის ტემპმა 21.2% შეადგინა. 2019 წელს, წლიურმა ბრუნვამ 505 მილიონ ლარს გადააჭარბა (179 მილიონი აშშ დოლარი). 2019 წელს, არქიტექტურის დამატებითი ღირებულების წილმა 312 მილიონ ლარს (111 მილიონი დოლარი) მიაღწია. საშუალო წლიურმა ზრდის ტემპმა 18% შეადგინა. შესაბამისად, გაიზარდა შემოსავალიც. ეს შეიძლება გამოწვეული იყოს ეფექტურობის გაზრდით, მცირე ორგანიზაციების გაქრობით ან ზოგიერთი მსხვილი ბიზნესის გაფართოებით. ძალიან რთულია დასკვნების გაკეთება მაშინ, როდესაც არ გვაქვს ზუსტი ინფორმაცია იმასთან დაკავშირებით, იზრდება თუ მცირდება ორგანიზაციების რაოდენობა არქიტექტურულ ქვესექტორში მისი ფართო გაგებით, რომელიც ასევე მოიცავს საინჟინრო საქმიანობებს და ტექნიკურ გამოცდებს და ანალიზს.

არქიტექტურის სექტორში მონაცემებთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია არქიტექტურის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები. თუმცა, საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის ჩვენთვის სასურველ 4-ნიშნა კოდის დონეზე. ამრიგად, ბიზნესის ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მონაცემები გაანალიზებულია 2-ნიშნა კოდის დონეზე, 71 - არქიტექტურული და საინჟინრო საქმიანობები; ტექნიკური გამოცდები და ანალიზი. 71.11 არქიტექტურული საქმიანობების გარდა, 71 მოიცავს 71.12 საინჟინრო საქმიანობებს და მათთან დაკავშირებულ ტექნიკურ კონსულტირებას და 71.20 ტექნიკური გამოცდები და ანალიზები. ბიზნეს რეგისტრის მონაცემები სხვადასხვა ბიზნესისთვის ხელმისაწვდომია ჩვენთვის სასურველ „შემოქმედებით“ 4 -ნიშნა კოდების დონეზე, რომელიც ასევე მოიცავს 71.11 არქიტექტურულ საქმიანობებს

პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

თბილისის არქიტექტურის ბიენალე (TAB)[19] საქართველოში, არქიტექტურის დარგში წამყვანი ღონისძიებაა. ბიენალე დაარსდა 2017 წელს ოთარ ნემსაძის, გიგი შუკაკიძის, თინათინ

18 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“ შემოქმედებითი საქართველო 2021

19 https://biennial.ge

გურგენიძისა და ნათია კალანდარიშვილის მიერ. პირველი ბიენალე გაიმართა 2018 წელს, რომლის მთავარი თემაც იყო „არაფორმალური არქიტექტურა“. 2020 წელს ბიენალეს თემა იყო „რა გვაქვს საერთო“, ხოლო 2022 წლის ბიენალეს მთავარი თემაა: „რა იქნება შემდეგ“. თბილისის არქიტექტურის ბიენალე, იწვევს ადგილობრივ და საერთაშორისო არქიტექტორებს, ურბანისტებს, ხელოვანებს და მეცნიერებს გამოფენების, ინსტალაციების, ლექციების, სემინარებისა და სიმპოზიუმების სამკვირიან პროგრამაში მონაწილეობის მისაღებად. 2020 წლის ბიენალეში, მონაწილეობა მიიღეს პროფესიონალებმა ბერლინიდან, მილანიდან, ლონდონიდან, დნიპროდან, ვარშავადან, იზოლადან, სკოპიედან და სხვ. ბიენალეში მონაწილეობის მისაღებად ცხადდება კონკურსი, რაც ხელს უწყობს ნიჭიერი დამწყები არქიტექტორების აღმოჩენას, პრაქტიკის განვითარებას და სექტორთან დაკავშირებული ძირითადი გამოწვევების იდენტიფიცირებას.

არქიტექტორთა უმეტესი ნაწილი მოღვაწეობს თბილისში. თბილისში მხოლოდ 7 საუნივერსიტეტო ფაკულტეტი სთავაზობს სტუდენტებს არქიტექტურის კურსებს, თუმცა ბევრი ქართველი სტუდენტი საზღვარგარეთ სწავლობს.

ინტერვიუს შედეგად დადგინდა, რომ არქიტექტურის სექტორი შემდეგი **გამოწვევების წინაშე დგას:**

- **სექტორში მონაცემების/კვლევების არარსებობა,** რაც ასევე მოიცავს სექტორის ცვალებადი ბიზნეს მოდელის, უნარების პროფილის და განვითარების საჭიროებას.
- **სტატისტიკურ მონაცემთა ეროვნულ ბაზაში ოთხნიშნა კოდებზე წვდომის არქონა**, რაც ამახინჯებს სექტორის პროფილს, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ბიზნესის რაოდენობაში მოიაზრება მხოლოდ არქიტექტურული ბიზნესი (71.11), ხოლო დასაქმებულთა რაოდენობა, დამატებითი ღირებულება და ბრუნვა მოიცავს უფრო ფართო არქიტექტურის სექტორს (71.11 + 71.12 + 71.2).
- **თანამედროვე არქიტექტურისთვის სუსტი ადგილობრივი ბაზარი** – მაგ. ადგილობრივი არქიტექტურა შეზღუდული ფინანსებით და გაურკვეველი დაგეგმარების პოლიტიკით.
- **საჯარო მოხელეების ინტერესის ნაკლებობა დიზაინის მიმართ** - მაგ. საჯარო სივრცეების/შენობა-ნაგებობების არქიტექტურული ნახაზების მიმართ
- **პროექტისმენეჯმენტისდათანამედროვე არქიტექტურულ პრაქტიკაში პროფესიონალური კურსების ნაკლებობა** (უნდა აერთიანებდეს მიდგომებს მდგრადი არქიტექტურის და ურბანული განვითარებისადმი)
- **საქართველოს გამორჩეულ არქიტექტურულ მემკვიდრეობასა და თანამედროვე არქიტექტურულ მოდელს შორის კავშირის ნაკლებობა.** კავშირი მემკვიდრეობასა და თანამედროვე არქიტექტურას შორის მნიშვნელოვანია ქართული არქიტექტურისთვის, რათა მან შეძლოს საერთაშორისო ბაზარზე თავის დამკვიდრება.

3.3 რეწვა |

რეწვა ქართული მემკვიდრეობის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ნაწილია, რომელიც ერის კულტურული მემკვიდრეობის და შემოქმედებითი აღმავლობის ცენტრს წარმოადგენს. საქართველოს რეწვის სექტორის ბოლო, კომპლექსური კვლევა ჩატარდა 2012 წელს, ევროკავშირის აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამის მხარდაჭერით[20]. კვლევის მიხედვით, ტრადიციული რეწვის სფეროში დაახლოებით 1500 ადამიანია დასაქმებული, რომლებიც მუშაობენ ტექსტილზე, ლითონის დამუშავებაზე, ხეზე, კერამიკაზე, მინაზე, ტყავზე, ქაღალდზე, მინანქარსა და ქვის ნაკეთობებზე.

2019 წელს, საქართველოს ბიზნეს რეგისტრის ანალიზის მიხედვით, გამოვლინდა 88 ტრადიციული რეწვის ბიზნესი[21]. თუმცა, 2020 წლისთვის, მათი რიცხვი 13%-ით შემცირდა. აღნიშნული პერიოდისთვის, რეწვის ინდუსტრიაში 77 აქტიური ორგანიზაცია ფიქსირდება. რეწვის ბიზნესის ამგვარი მცირე მაჩვენებელი, ხაზს უსვამს ეროვნული მონაცემების სიმწირეს, რომელიც საჭიროა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების გასაზომად. ამჟამად, საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციას 300-მდე წევრი ჰყავს. ასოციაცია აერთიანებს რეწვის ოსტატებს და მცირე ბიზნესს მთელი ქვეყნის მასშტაბით. რეწვის სექტორი გავლენას ახდენს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვა სექტორებზე, დაწყებული მოდის ინდუსტრიიდან, დამთავრებული გასტრონომიით. ტრადიციულ რეწვას ცენტრალური ადგილი უჭირავს ერის ესთეტიკური და კულტურული იდენტობის შენარჩუნებაში.

რეწვის სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია რეწვის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 32.11 - მონეტების მოჭრა და 32.12 - ძვირფასეულობის და მასთან დაკავშირებული ნაკეთობების წარმოება. საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის ჩვენთვის სასურველ 4-ნიშნა კოდის დონეზე. ამრიგად, ბიზნესის ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მონაცემები გაანალიზებულია 2-ნიშნა კოდის დონეზე. 32 – სხვა წარმოება, ზედმეტად ზოგადია რეწვის ინდუსტრიის შესახებ რაიმე ეკონომიკური მონაცემების იდენტიფიცირებისთვის, ამიტომ, ამ ინდუსტრიის ბიზნესის ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მონაცემების ანალიზი ვერ მოხერხდა. სავარაუდოა, რომ რეწვის საწარმოების უმეტესობა არის ძალიან მცირე ზომის, დასაქმებულ პირთა დიდი ნაწილი ან შტატგარეშე თანამშრომელია, ან მუშაობს ნახევარ განაკვეთზე არაფორმალურ ეკონომიკაში. ეს ართულებს სექტორის შესახებ მონაცემების შეგროვებას და მიუთითებს უნარ-ჩვევების და პროფესიონალიზმის ნაკლებობაზე, რაც მნიშვნელოვანია ზრდისთვის.

პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია, საწევრო ასოციაციაა, რომელიც ორიენტირებულია ქართული რეწვის ტრადიციების და ნიმუშების დაცვასა და სექტორის მდგრად განვითარებაზე. ასოციაცია 2015 წელს დაარსდა და ამჟამად 300 ინდივიდუალური პირისა და ორგანიზაციისგან შედგება. საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია სექტორს მარკეტინგის, გაყიდვების, პროდუქტის განვითარების და ექსპორტის მიმართულებით ეხმარება. ამჟამად, ასოციაცია მჭიდროდ თანამშრომლობს საქართველოს შემოსავლების სამსახურთან, ექსპორტზე გასატანი ნივთებისთვის შესაბამისი კოდების მისანიჭებლად.

ასოციაცია მართავს ყოველწლიურ შეხვედრებს და ატარებს ასოციაციის წევრთა გამოკითხვას, სექტორის საჭიროებების გამოვლენის მიზნით. საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციამ, ჩაატარა ბევრი კვლევა, რაც მნიშვნელოვნად ეხმარება სექტორის განვითარებას. 2018 წელს, ასოციაციამ USAID-ის მხარდაჭერით, ჩაატარა კვლევა: „რეწვის სექტორის შესახებ არსებული ცოდნა და რესურსები ახმეტის მუნიციპალიტეტსა და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში“ და 2021 წელს, „რეწვის სექტორის კვლევა ქედის, ხულოს,

---

20 „ტრადიციული რეწვა საქართველოში“, სექტორის კვლევისა და განვითარების სტრატეგია. კვლევა მოამზადა საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრმა (GACC) პარტნიორ ორგანიზაციებთან- თბილისის მუნიციპალიტეტთან, ევროპის სახლთან და ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციასთან თანამშრომლობით

21 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, “ შემოქმედებითი საქართველო” 2021.

ბორჯომის, ახალქალაქის, თეთრიწყაროს, ყაზბეგის, ლაგოდეხის და დედოფლისწყაროს მუნიციპალიტეტებში“[22]. 2021 წლის კვლევა ხაზს უსვამს **შემდეგ საჭიროებებს:**

- **პროდუქციის განვითარება თანამედროვე ბაზრისთვის** და პროდუქციის ხაზების დივერსიფიკაცია.
- **მასალებზე წვდომის უზრუნველყოფა** განსაკუთრებით მათთვის, ვინც სოფლად ცხოვრობს.
- **ბიზნესგანვითარების** და მარკეტინგული მხარდაჭერის საჭიროება.
- **ტექნიკური და ინფრასტრუქტურული მხარდაჭერის ნაკლებობა,** წვდომა ახალ აღჭურვილობაზე, ციფრული უნარების განვითარება და სამუშაო სივრცეების გახსნა ტურებისთვის.
- **ტრადიციული რეწვის ფორმალური და არაფორმალური განათლების გაერთიანება** - ნიჭიერი რეწვის ოსტატების ჩართვა პროფესიული განათლების სისტემაში, რათა ასწავლონ და საკუთარი უნარ-ჩვევები და ცოდნა სხვებს გაუზიარონ.
- **სტრატეგიის დოკუმენტის შექმნა რეწვის სექტორისთვის** - ეს შეიძლება მოხერხდეს ცენტრალური და ადგილობრივი ხელისუფლების ძირითადი მოთამაშეების ჩართვით, დონორი ორგანიზაციების და კერძო სექტორის წარმომადგენლების დახმარებით და პროფესიული გაერთიანებების საშუალებით, როგორიცაა ხელოსანთა გილდიები და ასოციაციები.

დამატებითი რჩევები ქართული რეწვის ინდუსტრიის დინამიკის გასაზრდელად:

- **აქცენტი ეკოლოგიურად მდგრად მიდგომებზე,** მათ შორის გადამუშავებადი მასალებისა და ბუნებრივი პროდუქტების გამოყენება.
- ინოვაციური რეწვა - რაც მიიღწევა **“ჭკვიანი” მასალების და ციფრული ტექნოლოგიების გამოყენებით და სხვა შემოქმედებით სექტორებთან თანამშრომლობით.**
- **ონლაინ ვაჭრობაზე ფოკუსირება,** რაც დაეხმარება ბაზრის განვითარებას და პროდუქციის დისტრიბუციას.
- მნიშვნელოვან ბაზრებზე წვდომა - **სტრატეგიული მიდგომა ექსპორტთან.**

3.4 სახელოვნებო და კულტურის განათლება

სახელოვნებო და კულტურული განათლების ეფექტური და ხარისხიანი ფუნქციონირება შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებისთვის კრიტიკულად მნიშვნელოვანია. უნარების და ნიჭის განვითარება უმნიშვნელოვანესი თემებია, რომლებზეც ორიენტირებულია „კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩო“. საქართველოს კულტურის სტრატეგია-2025 მოიცავს ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან მიზანს: „კულტურა და შემოქმედებითობა ინტეგრირებულია განათლების სისტემის ყველა დონეზე და საზოგადოება აცნობიერებს მათ მნიშვნელობას“. მიუხედავად ამ ამბიციისა და განცხადებისა, მთავარი გამოწვევა საქართველოში პოლიტიკის შემქმნელი პირების გამოცდილების ნაკლებობაა: ა) სამეწარმეო განათლების და შემოქმედებითი ინდუსტრიების მხარდაჭერის კუთხით ბ) ამ სფეროში პოლიტიკის განვითარების კუთხით. ეს ნიშნავს იმას, რომ მიუხედავად იმისა, რომ გაზრდილია ცნობიერება ხარისხიანი ხელოვნებისა და კულტურის განათლების საჭიროების შესახებ, ცნობიერების და სურვილის ხორცშესხმა პოლიტიკის დონეზე მაინც გამოწვევად რჩება[23].

სახელოვნებო და კულტურის სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია სახელოვნებო და კულტურის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდეს: 85.52 - კულტურული განათლება. თუმცა, საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის ჩვენთვის სასურველ 4-ნიშნა კოდის დონეზე. ამრიგად, ბიზნესის ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მონაცემები გაანალიზებულია 2-ნიშნა კოდის დონეზე, 85 – განათლება, რაც ზედმეტად ზოგადია სახელოვნებო და კულტურის სექტორის სრულფასოვანი ანალიზისთვის. ამიტომ, „შემოქმედებითმა საქართველომ“ შემოქმედებითი ინდუსტრიების ძირითადი მაჩვენებლების კვლევაში

22 განხორციელდა UNDP-ის პროექტის „სოფლის განვითარების გაუმჯობესება საქართველოში“ მხარდაჭერით (2021)

23 საქართველოში შემოქმედებითი ნაპერწკლის პროგრამის შეფასება, ბრიტანეთის საბჭო

გამოიყენა ალტერნატიულ მონაცემთა წყარო: სტუდენტების რაოდენობა უმაღლეს სასწავლო დაწესებულებებსა და პროფესიულ სასწავლებლებში, რომლებიც სწავლობენ შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე და ამ პროგრამებზე სტუდენტების დაფინანსება (დამატებითი დეტალებისთვის იხ. დანართი 3).

უმაღლეს სასწავლებლებში შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე როგორც ჩარიცხულთა, ასევე კურსდამთავრებულთა რაოდენობა 2017 წლის შემდეგ **კლების ტენდენციით ხასიათდება**. 2019 წელს 2,818 სტუდენტი ჩაირიცხა შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე. ამ სტუდენტთა 1.6%, 800 ადამიანი ჩაირიცხა უმაღლეს სასწავლო დაწესებულებებში 2019 წელს, 474-მა სტუდენტმა დაასრულა სწავლა შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროგრამებზე.

- 2015-2019 წლებში, კურსდამთავრებულთა შორის წამყვანი პოზიცია კომპოზიტორებს, მუსიკოსებსა და მომღერლებს უჭირავთ, რომლებზეც კურსდამთავრებულთა ჯამური რაოდენობის 21.5% მოდის.
- კინოს და სცენის მსახიობები და რეჟისორები კურსდამთავრებულთა 20.0%-ს შეადგენენ.
- დეკორატორები და კომერციული დიზაინერები 19.8%-ს
- მოქანდაკეები და მხატვრები 16.2%-ს.

აღნიშნულ კურსდამთავრებულთა უმრავლესობა თბილისის აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიაზე, თბილისის ვანო სარაჯიშვილის სახელობის სახელმწიფო კონსერვატორიასა და საქართველოს შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტზე მოდის. ამ კურსდამთავრებულებს აქვთ ძლიერი ტექნიკური განათლება (რაც საბჭოთა ეპოქის მემკვიდრეობაა), მაგრამ მათ არ აქვთ მენეჯმენტის, მეწარმეობის ან ტექნოლოგიურ ტრანსფორმაციასთან დაკავშირებული უნარები.

უმაღლესი საგანმანათლებლო სახელოვნებო სკოლების გარდა, არის რვა არაფორმალური სახელოვნებო განათლების დაწესებულება, რომელშიც ჩარიცხულია 2133 სტუდენტი და რომელსაც აფინანსებს სამინისტრო. 2021-2022 წლებში, აღნიშნული დაწესებულებები სამინისტროს პროგრამის „ნიჭიერი ახალგაზრდა ხელოვანების განათლების ხელშეწყობის“ ფარგლებში გამართული კონკურსის საფუძველზე დაჯილდოვდნენ 415 000 ლარით (143 380 აშშ დოლარი). გაიცა 32 სტიპენდია ქართველი სტუდენტებისთვის სახელოვნებო კურსების საბაკალავრო, სამაგისტრო და სადოქტორო საფეხურებზე და საზღვარგარეთ არსებულ უმაღლეს სასწავლებლებში სწავლის მიზნით.

შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ კურსებზე, სტუდენტებისთვის მინიჭებულმა სახელმწიფო საგანმანათლებლო გრანტებმა 2019 წელს 1,7 მლნ ლარი (0,59 მლნ აშშ დოლარი) შეადგინა, 2020 წელს კი - 1,9 მლნ ლარამდე (0,67 მლნ აშშ დოლარი) გაიზარდა. ინდუსტრიებთან დაკავშირებული გრანტების პროცენტული მაჩვენებელი უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში ჩარიცხული სტუდენტებისთვის 2.3%-დან (2019 წელი) 2.6%-მდე (2020 წელი) გაიზარდა. შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ კურსებზე, სტუდენტთა ჯამური მაჩვენებელი მცირდება, თუმცა ჯამური ინვესტიცია გრანტების სახით იზრდება, რაც იმაზე მეტყველებს რომ ნაკლები სტუდენტი იღებს მეტ გრანტს.

2017 წლიდან, მცირდება პროფესიულ სასწავლებლებში შემოქმედებით პროგრამებზე ჩარიცხულთა წილი, ჯამურად პროფესიულ სასწავლებლებში მიღებულ მოსწავლეთა შორის 2019 წლისთვის, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში შემოქმედებით კურსებზე ახალჩარიცხული სტუდენტების წილმა შეადგინა 7.8% (900 სტუდენტი). 2019 წელს, დარეგისტრირდა 2211 აქტიური სტუდენტი, ხოლო 626-მა დაამთავრა შემოქმედებით ინდუსტრიასთან დაკავშირებული პროგრამები. კურსდამთავრებულთა შორის:

- 2015 წლიდან - 2019 წლამდე, 42.9%-ით ლიდერობენ ტექსტილსა და ტყავზე მომუშავეები.
- სტილისტები და კოსმეტოლოგები 32.2%.

2016-2019 წლებში, შემოქმედებით ინდუსტრიებთან დაკავშირებულ პროფესიულ პროგრამებზე სტუდენტთა დაფინანსების მოცულობა წლიურად საშუალოდ 33%-ით იზრდებოდა და 2019 წელს, 3.2 მლნ ლარი (1.1 მილიონი აშშ დოლარი) შეადგინა. აღსანიშნავია, რომ ამავე პერიოდში იზრდება შემოქმედებით პროფესიულ პროგრამებზე სტუდენტთა დაფინანსების წილიც მთლიანი პროფესიული პროგრამების დაფინანსებაში, და 2019 წლისთვის, 17.5%-ს შეადგენს.

პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

კულტურის სტრატეგია 2025-ის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი მიზანია:

- კულტურა და შემოქმედებითობა ინტეგრირებულია განათლების სისტემის ყველა საფეხურზე და საზოგადოება აცნობიერებს მათ მნიშვნელობას.

როგორც ზემოთ აღინიშნა, განათლების სფეროში რეფორმის გატარების ნება არის, თუმცა აღნიშნულ სფეროში ექსპერტიზის ნაკლებობა კვლავ გამოწვევად რჩება.

2018 წელს დაიწყო ბრიტანეთის საბჭოს ხუთწლიანი პროგრამა „შემოქმედებითი ნაპერწკალი სამეწარმეო განათლების პროგრამა უმაღლესი სასწავლებლებისთვის" აღმოსავლეთ ევროპის და ცენტრალური აზიის ქვეყნებში: საქართველო, სომხეთი, აზერბაიჯანი, ყაზახეთი, ყირგიზეთი, უკრაინა და უზბეკეთი. პროექტის მიზანია, ხელი შეუწყოს საერთაშორისო საუნივერსიტეტო და ინსტიტუციურ პარტნიორობებს სამეწარმეო უნარების და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაში. „შემოქმედებითი საქართველო" მნიშვნელოვანი ფიგურაა აღნინულ პროგრამაში, რომელმაც შეიმუშავა „შემოქმედებითი მეწარმეობის სახელმძღვანელო" და „შემოქმედებითი ინდუსტრიების ლექსიკონი". პროგრამის ფარგლებში, შეიქმნა ახალი სტრატეგიული პარტნიორობა „საქართველოს სამეწარმეო განათლების ალიანსი", რომელიც გადამწყვეტ როლს თამაშობს უმაღლესი საგანმანათლებლო რეფორმის წინა პლანზე წამოწევასა და ხელოვნების, კულტურისა და შემოქმედებით სასწავლო პროგრამებში სამეწარმეო უნარების დანერგვის მიმართულებით. ბრიტანული და ქართული უნივერსიტეტების პარტნიორობები, ორიენტირებულნი არიან ცოდნის გადაცემასა და ინოვაციური ცენტრების განვითარებაზე. პროგრამის ფარგლებში, უნივერსიტეტის ასობით თანამშრომელი და სტუდენტი გადამზადდა. საქართველოს შემოქმედებითი ნაპერწკლის პროექტის შეფასებამ, აჩვენა რომ საგანმანათლებლო პოლიტიკაში რეფორმების გატარების დიდი სურვილი არსებობს. თუმცა, მთავარ ბარიერს ამ მიმართულებით ქართველი პოლიტიკის შემქმნელების გამოცდილების ნაკლებობა წარმოადგენს. შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარებისთვის საჭირო **სხვა ძირითადი გამოწვევები ხაზგასმულია ზემოთ 2.4 ნაწილში.**

3.5 კულტურული მემკვიდრეობა

მიუხედავად იმისა, თუ რამდენად დიდ როლს თამაშობს კულტურული მემკვიდრეობის სექტორი საქართველოს იდენტობის შენარჩუნებაში, როგორც ქვეყნის შიგნით, ასევე საერთაშორისო დონეზე, ეკონომიკური მონაცემების მიხედვით, იგი შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე ნაკლებად განვითარებული და დაუფასებელი სექტორია. მემკვიდრეობა, ტურიზმის სასიცოცხლო მამოძრავებელი ძალაა, იქნება ეს ქვეყნის მატერიალური, არამატერიალური თუ ინდუსტრიის საკვანძოდ მნიშვნელოვანი მემკვიდრეობა, როგორიცაა მაგალითად ღვინო.

„შემოქმედებითი საქართველოს" ბოლოდროინდელი კვლევა[24] აჩვენებს, რომ კულტურული მემკვიდრეობის ქვესექტორი, ყველაზე ნაკლებად განვითარებული სექტორია შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის. თუმცა, მიუხედავად იმისა, რომ ორგანიზაციების რაოდენობა ოფიციალურ მონაცემების მიხედვით თითქმის არ შეცვლილა, ქვესექტორის შემოსავალი გაიზარდა ბოლო წლების განმავლობაში.

- 2015-2019 წლებში, კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა, ძირითადად მცირე არაკომერციული სუბიექტები, სტაბილურობით გამოირჩევა. ოფიციალური მონაცემების მიხედვით, 2020 წლისათვის ინდუსტრიაში რეგისტრირებული იყო 124 აქტიური ორგანიზაცია. აშკარად ნათელია, რომ აღნიშნული მონაცემები არ მოიცავს ყველა იმ ორგანიზაციას, რომელიც შედის კულტურული მემკვიდრეობის სექტორში. აღნიშნულ ორგანიზაციათა მხოლოდ 18% არის საჯარო სამართლის იურიდიული პირი. კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და მუზეუმების დიდი ნაწილი კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამინისტროს ან მუნიციპალური მთავრობების სტრუქტურების დაქვემდებარებაშია, ამიტომ მონაცემებში ცალკე ერთეულებად არ ჩანს.

24 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა", „შემოქმედებითი საქართველო". 2021

- მემკვიდრეობის სექტორის შემოსავალი გაიზარდა 2015-2019 წლებში. საშუალო წლიური ბრუნვა გაიზარდა 22.4%-ით, დამატებითი ღირებულების წილი 38.3%-ით და საშუალო წლიურმა ზრდამ მიაღწია 6.1 მლნ ლარს (2.2 მლნ აშშ დოლარი). ამ პერიოდში ინდუსტრიაში 272 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა.
- მიუხედავად მაჩვენებლების მცირე ზრდისა (7% წელიწადში), ხელფასები კულტურული მემკვიდრეობის სექტორში რჩება დაბალი, 751 ლარი (266 აშშ დოლარი). ქალების ანაზღაურება მამაკაცების ანაზღაურებაზე ოდნავ მეტია: 738 ლარი (262 აშშ დოლარი), მამაკაცების ანაზღაურებაა 772 ლარი (274 აშშ დოლარი).
- 2019 წელს, მემკვიდრეობის სექტორის წილმა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის მთლიან ბრუნვაში 10.4 მლნ ლარს (3.7 მლნ აშშ დოლარი) მიაღწია. შემოქმედებითი ინდუსტრიების უმსხვილესი ქვესექტორის, რეკლამის წილი კი 695 მლნ ლარი იყო (246 მლნ აშშ დოლარი).

კულტურული მემკვიდრეობის სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 91.01 - ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები, 91.02 - მუზეუმების საქმიანობა, 91.03 - ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია და 91.04 - ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები. მონაცემები გაანალიზებულია საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემების და ბიზნეს რეგისტრის მონაცემების მიხედვით, რომელიც მოიცავს ყველა სასურველი ბიზნეს საქმიანობის კოდებს აღნიშნული ინდუსტრიისთვის.

პოლიტიკა, პარტნიორობა, ინფრასტრუქტურა

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვას არეგულირებს საქართველოს კანონი „კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ". აღნიშნული კანონი მოიცავს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სხვადასხვა ტიპებსა და დონეებს, მათ შორის მოძრავ და უძრავ, მატერიალურ და არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას.

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვაზე პასუხისმგებელი მთავარი ორგანოა კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო. კერძოდ, კულტურული მემკვიდრეობისა და კულტურული ფასეულობათა დაცვის გენერალური ინსპექცია (ახალი დეპარტამენტი) და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო.

საქართველოში აღნუსხულია 43 არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი, 4221 მოძრავი მემკვიდრეობის ძეგლი, 7917 უძრავი მემკვიდრეობის ძეგლი და 66 არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი[25], 3 კულტურული და 1 ბუნებრივი მემკვიდრეობის საერთაშორისო მნიშვნელობის ძეგლი (World Heritage Properties) და 986 ეროვნული მნიშვნელობის ძეგლი. სიის განახლება ხდება მუდმივ რეჟიმში, ამიტომაც რიცხვები ხშირად იცვლება.

საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო (NACHPG) არის დაწესებულება, რომელიც პასუხისმგებელია ეროვნული კულტურული მემკვიდრეობის პოლიტიკის განხორციელებაზე. 2021 წლის „საქართველოს კულტურის პოლიტიკის პროფილის კვლევამ"[26] აჩვენა, რომ საქართველოში 249 მუზეუმია, რომელთაგან 18 საქართველოს ეროვნული მუზეუმის ნაწილია[27].

საქართველოს ისტორიული ძეგლების დაცვისა და გადარჩენის ფონდი არის კერძო სექტორის მიერ დაფინანსებული დონორი ორგანიზაცია, რომელიც 2004 წლიდან აქტიურად არის ჩართული კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში. მან დააფინანსა 430-ზე მეტი პროექტი მთელი ქვეყნის მასშტაბით, მათ შორის 390 მართლმადიდებლური ეკლესიის აღდგენა. ფონდმა ასევე დააფინანსა სამხატვრო აკადემიის სარესტავრაციო ფაკულტეტისა და ნოქალაქევის მუზეუმ-ნაკრძალის კონსერვაციული კვლევითი ლაბორატორიების აღჭურვა.[28]

საქართველოს კულტურის სტრატეგია2025, ისახავს 27 ამოცანას და პრიორიტეტს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის, განვითარებისა და პოპულა-

25 https://heritagesites.ge/uploads/files/6284d8ddce6dd.pdf

26 https://www.coe.int/en/web/herein-system/georgia

27 https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/georgia/Full-Country-Profile_Georgia.pdf. გვ. 14. ივნისი 2022

28 https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/georgia/Full-Country-Profile_Georgia.pdf. ივნისი 2022

რიზაციისთვის. ის ასახავს სექტორის შესაძლებლობებს და გამოწვევებს. ქვემოთ მოცემულია რამდენიმე მნიშვნელოვანი ამოცანა:

- კულტურული მემკვიდრეობის კოდექსის შემუშავება რატიფიცირებული საერთაშორისო შეთანხმებების გათვალისწინებით, კულტურული მემკვიდრეობის დარგში არსებული კანონმდებლობის ჰარმონიზაციისა და ყველა შესაბამისი თემის (მატერიალური, არამატერიალური, ბუნებრივი მემკვიდრეობა) ადეკვატურად ასახვის მიზნით; კანონის აღსრულების გაძლიერება, საერთაშორისო ვალდებულებების შესრულება და სხვადასხვა მექანიზმის შემუშავება (მაგ. ძეგლის მცველის სტატუსის განსაზღვრა და სხვ.);
- კულტურული მემკვიდრეობის კლასიფიკაციისა და კატეგორიზაციის სისტემის დახვეწა და საერთაშორისო სტანდარტებთან შესაბამისი განსაზღვრებების (მაგ. კულტურული ლანდშაფტი, კულტურული სივრცე, ბუნებრივი ღირსშესანიშნაობა, ურბანული მემკვიდრეობა, ისტორიული მემკვიდრეობა, ინდუსტრიული მემკვიდრეობა, კინომემკვიდრეობა, ლიტერატურული მემკვიდრეობა, აგრარული მემკვიდრეობა, ციფრული მემკვიდრეობა და სხვ.) გათვალისწინება;
- კულტურული მემკვიდრეობის დაცვაში, განვითარებასა და პოპულარიზაციაში ჩართული ინსტიტუტებისა და დაინტერესებული მხარეების კოორდინაცია (მაგ. სახელმწიფო, კერძო მესაკუთრეები, საქართველოს მართლმადიდებელი ეკლესია, სამოქალაქო საზოგადოება).
- კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის სექტორში არსებული ორგანიზაციების კლასტერებისა და ქსელების განვითარებაში წვლილის შეტანა და ეროვნული და საერთაშორისო ღონისძიებების მხარდაჭერა.
- მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ კვლევითი საქმიანობის ფასილიტაცია და ხელშეწყობა საქართველოში და მის ფარგლებს გარეთ, მათ შორის საერთაშორისო კვლევებისა და სამეცნიერო თანამშრომლობის მხარდაჭერა (მაგ. გაცვლითი პროგრამები, რეზიდენციები და კვლევითი ლაბორატორიები).
- ტრადიციული ხელოსნობის, მისი გამოხატვის მრავალფეროვანი ფორმების, შესაბამისი ცოდნისა და უნარების შემდგომი თაობებისთვის გადაცემის მხარდაჭერა და პრაქტიკაში გამოყენების ხელშეწყობა;

“მუზეუმები, გალერეები და მემკვიდრეობის დაწესებულებები აცნობიერებენ, რომ მათი მოვალეობა მხოლოდ იმ ცვლილებებზე პასუხის გაცემა არ არის, რომელიც სადღაც მიმდინარეობს და მსოფლიოს მხოლოდ დოკუმენტირება ან წარმოდგენა საკმარისი არ არის. მნიშვნელოვანია, მათ საკუთარი თავი აქტივისტებად, პასუხისმგებელ მეურვეებად და ალტერნატიული რეალობის მიმწოდებლებად წარმოაჩინონ, რაც ეფუძნება შემწყნარებლობას, ინკლუზიას, კრიტიკულობასა და ეკოლოგიურ მდგრადობას (ბრიტანეთის საბჭო 2022).[29]

კულტურული მემკვიდრეობის სექტორი მოიცავს **შემდეგ გამოწვევებს:**

- **უნარ-ჩვევების და ექსპერტიზის განვითარების საჭიროება** რაც საშუალებას აძლევს კულტურული მემკვიდრეობის სექტორს გააძლიეროს ურთიერთობა დაინტერესებული მხარეების სულ უფრო მრავალფეროვან ჯგუფთან.
- ახალი სტრატეგიების და უნარ-ჩვევების შემუშავების საჭიროება, რაც დაეხმარება **ადგილობრივი აუდიტორიის ჩამოყალიბებას** და საერთაშორისო და ადგილობრივი ვიზიტორების რაოდენობის დაბალანსებას.
- კულტურული მემკვიდრეობის სექტორი საჭიროებს მხარდაჭერას, რჩევებსა და ტრენინგებს, რათა სექტორმა შეძლოს **საკუთარი ღირებულების გაზომვა და შეთავაზება როგორც პარტნიორებისთვის** - მთავრობა, კერძო სექტორი და საერთაშორისო პარტნიორები - ასევე აუდიტორიისთვის. ეს მოიცავს მხარდაჭერას, რომელიც საშუალებას აძლევს მუზეუმებს უკეთ შეაფასონ, გაზომონ და აღწერონ მათი გავლენა.
- **ციფრული უნარები და სტრატეგიები** სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია კულტურული მემკვიდრეობის სექტორისთვის, რათა მოხდეს კოლექციების ახლებური წარდგენა, პარტნიორებთან და აუდიტორიასთან დაკავშირება და სექტორმა შეასრულოს თავისი გადამწყვეტი როლი, როგორც საერთო ისტორიის ცენტრმა და ახალი შემოქმედებისა და ინოვაციების შთაგონების ჰაბმა.

---

29 Museums Revisited ანგარიში, 2021 წელი, რომელიც მომზადდა ტომ ფლემინგის შემოქმედებითი საკონსულტაციო ორგანიზაციის მიერ, ბრიტანეთის საბჭოს მხარდაჭერით. მუზეუმების, გალერეების და მემკვიდრეობის დაწესებულებების კვლევა საბერძნეთში, პოლონეთში, რუმინეთში, გერმანიაში, ირლანდიაში, პორტუგალიასა და იტალიაში.

3.6 დიზაინი და მოდის ინდუსტრია

ქართული მოდის ბრენდები ბოლო ხუთი წელია ზრდიან თავიანთ პროფილს საერთაშორისო ბაზარზე. საერთაშორისო მედიისა და მყიდველების ყურადღება, განსაკუთრებით, ხუთმა ქართულმა ბრენდმა მიიპყრო: “Anouki”, “Material”, “Situationist”, “Aleksandre Akhalkatsishvili”, “Mach & Mach”. ქართული მოდის საერთაშორისო ცნობადობა, ძირითადად განპირობებულია თბილისის Mercedes Benz Fashion Week-ით, რომელიც 2015 წელს დაარსდა სოფია ჭყონიას მიერ. ქართველი მოდის დიზაინერი, დემნა გვასალია და მისი ახლო თანამშრომლების გუნდი, მათ შორის მისი ძმა გურამი, დაეხმარნენ საქართველოს, როგორც მოდის სფეროში ნიჭიერი ქვეყნის წინა პლანზე წამოწევას. დემნამ, რომელსაც ჰქონდა კავშირები Margiela-ს და Louis Vuitton-ის ბრენდებთან, შექმნა საკუთარი ბრენდი Vetements, მანამ სანამ 2015 წელს Balenciaga-ს შემოქმედებით დირექტორად დანიშნებოდა.

მიუხედავად რამდენიმე მნიშვნელოვანი წარმატებისა, მოდის სექტორის მასშტაბი ჯერ კიდევ მცირეა და ბევრ ბრენდს, რომლებიც ქვეყნის მასშტაბით მოიპოვებენ აღიარებას, არ აქვთ შესაძლებლობა, ფულადი სახსრები და კავშირები საერთაშორისო ბაზრებზე გასასვლელად.

“Mercedes Benz Tbilisi Fashion Week-ის მონაწილე 40-მდე ქართული ბრენდიდან 5-მა ბრენდმა მიაღწია მნიშვნელოვან საერთაშორისო ცნობადობას, თუმცა შემიძლია ვთქვა, რომ კიდევ 10 ქართული ბრენდია ცნობილი საერთაშორისო საზოგადოებაში. ქართული ბრენდი “ANOUKI” იყო პირველი ქართული ლეიბლი, რომელმაც მონაწილეობა მიიღო მილანის მოდის კვირეულში. ეს იყო პირველი მოდის ბრენდი, რომელიც მასშტაბურ ჩვენებებს აწყობდა საქართველოში. “ANOUKI”-ს აქვს 2 მონობრენდული მაღაზია საქართველოში და ამჟამად იყიდება მსოფლიოს 40-მდე მულტიბრენდულ მაღაზიაში“. - ბექა გვიშიანი, საზოგადოებასთან ურთიერთობის მენეჯერი

მოდის ინდუსტრიის მიწოდების ჯაჭვი არ არის განვითარებული, რაც გამოიხატება ტექსტილის მასიური იმპორტით. 2019 წელს, შემოქმედებითი ინდუსტრიების იმპორტის 27.6% მოდის და დიზაინის სექტორმა შეადგინა[30]. მცირე ადგილობრივი ბაზარი ხელს უშლის ადგილობრივ საწარმოებს გაფართოებაში.

მოდისა და დიზაინის სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია მოდის და დიზაინის ინდუსტრიაში მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდს: 74.10 - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები, ეს არ იძლევა მოდის ან დიზაინის სხვა ქვესექტორების დეტალური ანალიზის შესაძლებლობას. იგივე სიტუაციაა საქართველოს საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემებთან დაკავშირებით, რომელიც ხელმისაწვდომი არ არის ჩვენთვის სასურველ 4-ნიშნა კოდის დონეზე. მონაცემები ხელმისაწვდომია 2-ნიშნა კოდის დონეზე: 74 – სხვა პროფესიული, სამეცნიერო და ტექნიკური საქმიანობა, რაც მეტად ზოგადია მოდისა და დიზაინის ინდუსტრიის ანალიზისთვის. ამრიგად, აღნიშნულ ინდუსტრიაში ბიზნესის ეკონომიკურ საქმიანობასთან დაკავშირებული მონაცემები არ არის გაანალიზებული.

თუ არ ჩავთვლით მოდის ინდუსტრიას, დიზაინის სექტორზე ძალიან მწირი ცოდნა და კვლევა არსებობს. ის იკვეთება სხვა შემოქმედებით სექტორებთან - რეკლამა, კინო, მედია, საგამომცემლო სექტორი, საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნება და ასევე დიზაინი წარმოებაში. NACE Rev 2 არ იძლევა დიზაინის დონეზე დეტალური ანალიზის საშუალებას. სტანდარტულ პროფესიების კოდებს შეუძლიათ შეითავსონ სხვა სექტორში არსებული დიზაინერული სამუშაოების ზოგიერთი ასპექტი, იმ შემთხვევაში თუ ხელმისაწვდომი იქნება 4-ნიშნა კოდების მონაცემები.

დიზაინის და მოდის სექტორთან დაკავშირებული ბიზნესის რაოდენობის შესახებ არსებული მონაცემები მიანიშნებს იმაზე, რომ სექტორი ფართოვდება:

- 2015-2019 წლებში, დიზაინისა და მოდის ინდუსტრიაში რეგისტრირებული აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობა წლიურად საშუალოდ 42%-ით იზრდებოდა. სხვა სექტორებისგან განსხვავებით, 2020 წელს სექტორში არსებული ორგანიზაციების რაოდენობა დამატებით 20%-ით გაიზარდა და 172 შეადგინა. აღნიშნული საწარმოების 70% ინდივიდუალური მეწარმეა[31].

30 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, „შემოქმედებითი საქართველო“. 2021

31 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, „შემოქმედებითი საქართველო“. 2021

მიწოდების ჯაჭვისა და უნარ-ჩვევების კუთხით არსებული გამოწვევების გარდა, მოდის ქვესექტორში ასევე არის **ლოგისტიკური და ბიზნეს უნარების** დეფიციტი, რადგანაც უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებები არ არიან ორიენტირებულნი უნარების გაუმჯობესებაზე.

პოლიტიკა, პარტნიორობა, ინფრასტრუქტურა

Mercedes Benz Tbilisi Fashion Week-ის დამფუძნებელი სოფია ჭყონია მუშაობს საქართველოში მოდისა და დიზაინის განათლების ცენტრის ჩამოყალიბებაზე. საწყის ეტაპზე, მუშაობა მიმდინარეობს შეფასების, პარტნიორობის განვითარების, სივრცის განვითარების და შესაბამისი ინვესტიციების მოძიების კუთხით, რათა გაიხსნას ცენტრი.

ქართველი მოდის სტუდენტებისთვის საჭიროა მეტი შესაძლებლობის მიცემა, რათა მათ მიიღონ საერთაშორისო გამოცდილება ინდუსტრიის ყველა დონეზე. ამისთვის საჭიროა:

- მიზანმიმართული **საერთაშორისო მარკეტინგი და წარდგენა**, რაც ხელს შეუწყობს მოდისა და დიზაინის სექტორში მომუშავე ახალგაზრდების ნიჭის ჩვენებას პოტენციური მყიდველებისა და პრიორიტეტული ბაზრებისთვის როგორც ონლაინ, ასევე ინდუსტრიის ძირითადი ღონისძიებების საშუალებით.
- **დროული საპროექტო ინვესტიცია**, რაც დაეხმარება დიზაინერებს კოლექციის შექმნასა და ბაზარზე გასვლაში.
- მიზანმიმართული უნარების განვითარება **ციფრული და ონლაინ ვაჭრობის კუთხით.**
- **თანამშრომლობის შესაძლებლობები კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვადასხვა სექტორის პროფესიონალებთან** – მაგ. მუსიკა, ციფრული და აუდიოვიზუალური ხელოვნება – რაც ხელს შეუწყობს ინოვაციური პროდუქტებისა და სერვისების შექმნას, რაც იქნება ქართული შემოქმედებითი პრაქტიკის ერთობლივი პროდუქტი
- **კვლევებისა და განვითარების აქტივობები**, რაც გულისხმობს პარტნიორობას უნივერსიტეტებთან ინოვაციის შექმნის მიზნით- მაგ: მდგრადი მოდისა და ტარებადი ტექნოლოგიების (wearable technologies.) სფეროში.

3.7 ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია

„შემოქმედებითი საქართველოს" ბოლოდროინდელი შემოქმედებითი ეკონომიკის საბაზისო კვლევის მიხედვით[32], ციფრული ტექნოლოგიების სექტორი საქართველოში ჯერ კიდევ ძალიან მცირეა, მაგრამ მზარდია გამომუშავებით.

- 2020 წლისათვის, ინდუსტრიაში სულ 113 ორგანიზაცია იყო რეგისტრირებული. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სხვა ქვესექტორებისგან განსხვავებით, აღნიშნულ სექტორში არსებულ ორგანიზაციებს შორის, ჭარბობდა შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (60%) და 4% რეგისტრირებული იყო როგორც საშუალო და მსხვილი ზომის ორგანიზაციები.
- ორგანიზაციების რაოდენობა საშუალოდ 17%-ით გაიზარდა 2015-2019 წლებში, გამომუშავების მაჩვენებელი იყო მაღალი, ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდა იყო 35.9% და შექმნილი დამატებითი ღირებულების მაჩვენებელი 29.2%. შესაბამისად, შემოსავალი გაიზარდა 8.3 მლნ ლარამდე (10 მლნ აშშ დოლარი) და 16.5 მლნ ლარამდე (5.83 მლნ აშშ დოლარი).
- 2019 წელს, ინდუსტრიაში დასაქმებულთა მაჩვენებელია 749, შრომის საშუალო ანაზღაურება მამაკაცებისთვის მინიმუმ: 2404 ლარი (850 აშშ დოლარი) და ქალებისთვის 1118 ლარი (395 აშშ დოლარი), **რომლის მიხედვითაც დაქირავებით დასაქმებული კაცების ხელფასი ქალების ანალოგიურ მაჩვენებელს 115%-ით აღემატება**

ციფრული ტექნოლოგიების სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის

32 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა", „შემოქმედებითი საქართველო". 2021

სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 26. სამომხმარებლო ელექტრონიკის წარმოება, 58.21 კომპიუტერული თამაშების გამოცემა, 58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა (NACE rev.2). ვინაიდან 2015-2019 წლებში, 26.4 კოდში არცერთი აქტიური საწარმო არ დაფიქსირებულა, ეს კოდი გამოირიცხა ანალიზიდან. საქართველოს საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის და ბიზნეს რეგისტრის მიხედვით გაანალიზებული მონაცემები მოიცავს ინდუსტრიის ყველა სასურველი ბიზნეს საქმიანობის კოდს.

პოლიტიკა, პარტნიორობა, ინფრასტრუქტურა

ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია არის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა ქვესექტორის გამაერთიანებელი და მამოძრავებელი ძალა. IT სექტორი კი - ქართული ეკონომიკის ძირითადი ელემენტია.

კულტურის სტრატეგია 2025-ის ძირითადი მიზნებია:

- განვითარებულია კულტურის ინფრასტრუქტურა, შექმნილია სათანადო სამუშაო გარემო და დანერგილია ახალი ტექნოლოგიები.
- თანმხლები მიზანი 5.2: ახალი ტექნოლოგიების განვითარება და ეფექტური გამოყენება, კულტურის ციფრულ სივრცეში ინტეგრაცია ხელს უწყობს კულტურის სექტორის გაძლიერებას, შემოქმედებითი პროცესების გააქტიურებას, ინოვაციური პროდუქტისა და მომსახურების შექმნას

საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო (GITA), წამყვან როლს ასრულებს საქართველოში IT და უფრო ფართო ინოვაციების ეკოსისტემის განვითარებასა და ზრდაში. ეს გულისხმობს, სტარტაპების მხარდაჭერას, მაღალი დონის კომერციალიზაციას და კვლევისა და განვითარების წახალისებას. საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოს საქმიანობა, მოიცავს სტარტაპების დაფინანსებას, ინოვაციურ პროგრამებს და სექტორული ქსელების, ჰაბებისა და კლასტერების (მათ შორის FabLab-ების) საჭირო ინვენტარით აღჭურვას. 2022 წელს, საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტომ, ხელშეკრულება გააფორმა Catapult „ვენჩურული" კაპიტალის ფონდთან (აშშ), საქართველოში საწყისი „ვენჩურული" კაპიტალის ფონდის დაარსების მიზნით. ეს არის IT და ციფრული სექტორის მომწიფების ნიშანი და საქართველოს პოტენციალისადმი ნდობის ნიშანი, რათა ხელი შეუწყოს მაღალი ღირებულების სექტორის ზრდას, რომელსაც, თავისმხრივ, შეუძლია ინოვაციებისა და ზრდის სტიმულირება ეკონომიკაში.

იმისთვის, რომ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის აღმოჩნდეს ამ ფართო ინოვაციური ბიძგის ეპიცენტრში, მნიშვნელოვანია შემდეგი:

- **გაციფრულების დაჩქარება** კულტურის და შემოქმედებით სექტორში ახალ ბაზრებზე წვდომისა და ინოვაციების განვითარების მიზნით.
- **ინოვაციების ინიცირება გაფართოებულ რეალობაში (Extended Reality)** კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა სფეროში - მაგ. ვირტუალური რეალობა, გაფართოებული რეალობა და სხვა ინტერაქტიული და იმერსიული ტექნოლოგიები. აღნიშნულმა შეიძლება სიღრმე და ხარისხი შესძინოს საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს და დადებითი ზეგავლენა იქონიოს სხვა სექტორებზე.
- **ღრუბლოვანი გადაწყვეტილებების (cloud solutions)/დიდი მონაცემთა ბაზების შექმნა** რათა ხელი შეეწყოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ზრდას – მაგ: იმისთვის რომ გაიზარდოს ბაზარზე წვდომა და მომხმარებელთა ურთიერთობები
- **ბიტკოინის / კრიპტოვალუტის კუთხით** არსებული შესაძლებლობების მოძიება რაც შეიძლება გახდეს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საწარმოთა სამომავლო ბიზნეს მოდელი

3.8 კინო და ვიდეო

„შემოქმედებითი საქართველოს“ შემოქმედებითი ეკონომიკის საბაზისო კვლევის მიხედვით[33] **კინო და ვიდეო ინდუსტრია არის ყველაზე სწრაფად მზარდი ინდუსტრია კულტურის და შემოქმედებით ინდუსტრიებს შორის.** ეს უდავოდ გამოწვეულია მთავრობის მიერ კინოინდუსტრიის წახალისების სქემით, რაც გულისხმობს შემდეგს: თუ საერთაშორისო პროდიუსერები გადაიღებენ ფილმს ან სხვა სახის აუდიო/ვიზუალურ პროდუქციას საქართველოში, დახარჯული თანხის 25%-ს უკან დაიბრუნებენ. აღნიშნული შეთავაზება არის „აწარმოე საქართველოში“-ს პროგრამის „გადაიღე საქართველოში“ ნაწილი და მიზნად ისახავს საერთაშორისო ინვესტიციების მოზიდვას წარმოების მიმართულებით. ბოლო დროს, საქართველოში შემდეგი საერთაშორისო ფილმები გადაიღეს:

- Fast and Furious 9, რომლის გადაღებების დროსაც 8 მილიონი აშშ დოლარი დაიხარჯა საქართველოში- ეს არის პირველი სტუდიური პროექტი რეგიონში
- ბრიტანული დრამა The Lady of Heaven.
- შარან შარმას ბოლივუდის ბიოგრაფიული ფილმი Gunjan Saxena: The Kargil Girl, ინდოეთის საჰაერო ძალების პირველი ქალი მფრინავის შესახებ.

ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდის ტემპმა 2015-2019 წლებში 50%-ს გადააჭარბა და ბრუნვამ 2019 წელს 114.6 მლნ ლარს (40.5 მლნ აშშ დოლარი) მიაღწია. 2019 წელს, კინოსა და ვიდეოს დამატებითი ღირებულების წილმა მიაღწია 37.6 მლნ ლარს (13.3 მლნ აშშ დოლარი). 2015 წლიდან, საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 42.3%-ს შეადგენს. ეს ზრდა, სავარაუდოდ, გამოწვეულია მთავრობის კინოინდუსტრიის წახალისების პროგრამით და კინოს სექტორში ინვესტირებით.

- 2015-2020 წლებში, კინოსა და ვიდეოს ინდუსტრიაში აქტიური ორგანიზაციების რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 7% შეადგინა. თუმცა, 2020 წელს უმნიშვნელოდ - 2%-ით შემცირდა 189-მდე.
- ორგანიზაციებს შორის ჭარბობს შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები (69%), რომელსაც მოსდევს ინდივიდუალური მეწარმეები (25%). ორგანიზაციების 75% მცირე ზომისაა. მიუხედავად იმისა, რომ შემოქმედებითი ინდუსტრიების საერთო წილი მცირეა, კინოსა და ვიდეო სექტორში შემოსავლის მნიშვნელოვანი ზრდა ოპტიმიზმის საფუძველს იძლევა.
- 2019 წელს, ქვესექტორში დასაქმებულთა რაოდენობა იყო 1,764. 2015-2019 წლებში სექტორში დასაქმებულთა რიცხვი თითქმის ორი მესამედით გაიზარდა.

2016 წელს შრომის ანაზღაურებებს შორის გენდერულმა სხვაობამ მაქსიმალურ ნიშნულს მიაღწია, კაცების ხელფასი საშუალოდ 2.7-ჯერ აღემატებოდა ქალების ხელფასს. **2019 წლისთვის, ქალების ანაზღაურებამ მამაკაცების ანაზღაურებას გადააჭარბა:** მამაკაცების ანაზღაურება იყო 1207 ლარი (427 აშშ დოლარი), ხოლო ქალების 1562 ლარი (552 აშშ დოლარი). ამ მხრივ, კინო და ვიდეო ინდუსტრია, ერთ-ერთ გამონაკლისად გვევლინება. არასანდო მონაცემებმა, შეიძლება არასწორი წარმოდგენა შეგვიქმნას ინდუსტრიაში შრომით ანაზღაურებასთან დაკავშირებით.

კინო და ვიდეო სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია კინო და ვიდეო ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება; 59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები; 59.13 კინოფილმების, ვიდეო და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები.14. კინოფილმების ჩვენება. საქართველოს საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის და ბიზნეს რეგისტრის მიხედვით, გაანალიზებული მონაცემები მოიცავს ინდუსტრიის ყველა სასურველი ბიზნეს საქმიანობის კოდს. (იხ. დანართი 4).

კინო და ვიდეო არის ქვესექტორი, რომელიც ფლობს მონაცემებს და მტკიცებულებებს ეკონომიკური ღირებულებისა და პოლიტიკის განვითარების ხელშეწყობაზე. კვლევა და მონაცემები საქართველოს კინოსექტორზე Covid 19-ის გავლენის შესახებ, შეგროვდა კინოპროფესიონალების დამაკავშირებელი პლატფორმის, ასოციაცია “Film New Europe”

---

33 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, „შემოქმედებითი საქართველო“. 2021

(FNE)-ის მიერ და გვაწვდის შემდეგ ინფორმაციას:

- პანდემიის გამო, კინოთეატრები 2020 წლის 16 მარტს დაიხურა. დახურვამდე, საქართველოს კინოთეატრებს ყოველთვიურად საშუალოდ 100 000 მაყურებელი სტუმრობდა.
- კინოთეატრების მონაცემებით, ჯამური დასწრება 83%-ით შემცირდა 1,359,365-დან 2019 წელს, 230,160-მდე 2020 წელს.
- ადგილობრივ ფილმებზე დასწრება შემცირდა 37,865-დან (2019)2,000-მდე (2020)
- მთლიანი დაუბეგრავი შემოსავალი 86 პროცენტით შემცირდა 2019 წლის 4.2 მლნ ევრო / 13.3 მლნ ლარიდან (4.6 მლნ აშშ დოლარი) - 2020 წლის 0.56 მლნ ევრო/2.3 მლნ ლარამდე (0.78 მლნ აშშ დოლარი). ადგილობრივ სალაროებში გაყიდვები მნიშვნელოვნად შემცირდა. 2019 წელს იყო 119 979 ევრო / 383 934 ლარი (132 602 აშშ დოლარი). 2020 წლის საბოლოო სტატისტიკა 2021 წლის დასაწყისში მზად არ იყო[34].

პოლიტიკა, პარტნიორობა, ინფრასტრუქტურა

საქართველოს ეროვნულმა კინოცენტრმა, 2020 წელს, 37 საერთაშორისო კოპროდუქციაში ჩადო ინვესტიცია და 32 მილიონი ლარი (11 მილიონი აშშ დოლარი) გამოიმუშავა. როგორც ჩანს, საქართველოს მთავრობის მიერ კინოინდუსტრიის წამახალისებელი პროგრამა წარმატებით იზიდავს საერთაშორისო წარმოებებს და სთავაზობს მათ საქართველოში დახარჯული თანხის 20%-ის დაბრუნებას. ხოლო იმ წარმოებებს, რომლებიც მოახდენენ საქართველოს პოპულარიზაციას, სთავაზობს საქართველოში დახარჯული თანხის 25%-ის დაბრუნებას.

ბოლო წლებში სექტორის ზრდის მიუხედავად, ის მძიმედ დაზარალდა Covid-19-ის პანდემიის გამო, რადგან ამ პერიოდში ბევრი წარმოება დაიხურა. ჯერ კიდევ გასარკვევია, საქართველომ, როგორც ფილმების გადაღების სივრცემ, რამდენად სწრაფად შეიძლება დაიბრუნოს პანდემიამდელი მიღწევები. Universal Pictures-ის გადასაღები მოედნის მაძიებელი სამი სპეციალისტი ეწვია საქართველოს 2020 წლის სექტემბერში. მათი ვიზიტი იყო „აწარმოე საქართველოში"-ს, USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამის, საქართველოს ეროვნული კინოცენტრისა და ქართული კინოკლასტერის თანამშრომლობის ნაწილი.

2016-2020 წლებში, 30 კონტრაქტი გაფორმდა ფილმის გადაღებასთან დაკავშირებით და მათგან 22 წარმატებით შესრულდა. „გადაიღე საქართველოში"-ს გუნდი, გეგმავს საზღვარგარეთ საქართველოს პოპულარიზაციის გაგრძელებას და მონაწილეობის მიღებას ინდუსტრიის შემდეგ მთავარ ღონისძიებებში:AFCI, AFM Location Expo, Focus Expo, Winston Baker Film Finance Forum და Cannes 2022. ისინი ასევე გეგმავენ შეხვედრებს მთავარ სტუდიებთან, ლოკაციის მენეჯერებთან და დამოუკიდებელ პროდიუსერებთან და მათთვის სხვადასხვა ტურების ორგანიზებას, საქართველოში არსებული გადასაღები მოედნებისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის გასაცნობად. გუნდი ასევე აგრძელებს მოზიდული წარმოებების მიერ მიღებული შედეგების მონიტორინგს, ქვეყანაში შემოსავლებისა და შექმნილი სამუშაო ადგილების მხრივ.

პანდემიამდე იზრდებოდა ქართული კინოს პროფილი საერთაშორისო დონეზე:

- ქართულმა ფილმებმა, საერთაშორისო ფესტივალებზეახალიჯილდოებიმოიპოვა: ქართველი მსახიობი, ლევან გელბახიანი, ბერლინის 70-ე კინოფესტივალზე ევროპის საუკეთესო ვარსკვლავების ათეულში მოხვდა. იგი წარდგენილ იქნა მთავარი როლისთვის, რომელიც შეასრულა ლევან აკინის ფილმში: „და ჩვენ ვიცეკვეთ". ფილმი შეიქმნა French Quarter Film-ისა და Takes Film-ის მიერ, AMA Productions-თან, RMV Film-თან, Inland Film-თან კოპროდუქციით და Sveriges Television-თან თანამშრომლობით.
- ქართული კინოს დღეები და რეტროსპექტივები გაიმართა ბრიუსელში, ტალინში, სპლიტსა და ლისაბონში, ხოლო 2020 წლის ტრენტოს კინოფესტივალზე, საქართველო იყო ფოკუს ქვეყანა.
- კინომემკვიდრეობა: 2016 წელს გაფორმებული ხელშეკრულებით, 1921 წლიდან 1991 წლამდე გადაღებული ასობით ქართული ფილმი, რუსეთის ფედერაციის კინოარქივიდან საქართველოში უნდა დაბრუნდეს. საქართველოს ეროვნულმა კინოცენტრმა (GNFC) 2020 წელი, 1920-იანი წლების კინოს წლად გამოაცხადა. მიუხედავად პანდემიისა, ეროვნულ არქივთან თანამშრომლობით, რუსული

34 https://www.filmneweurope.com/countries/georgia-profile

კინოარქივიდან „გოსფილმოფონდიდან“ ჩამოტანილი 1920-იანი წლების რვა ფილმი აღადგინეს. უკრაინის ომის გამო, ნაკლებად სავარაუდოა, რომ მეტი ფილმი დაბრუნდება საქართველოს.

- ყოველწლიური თბილისის საერთაშორისო კინოფესტივალი (TIFF), რომელიც ორგანიზებულია თბილისის კინოხელოვნების ცენტრის პრომეთეს მიერ, მუშაობს იმისათვის, რომ ქართველ და საერთაშორისო მაყურებელს აჩვენოს საუკეთესო ფილმები მთელი მსოფლიოდან. ის მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საქართველოში კინოკულტურის განვითარებაში და საქართველოს კინოინდუსტრიის გლობალურ ქსელებთან დაკავშირებაში.

თუმცა, საქართველოში ჯერ კიდევ ძალიან დაბალ დონეზეა კინოთეატრების ინფრასტრუქტურული განვითარება. ეს კი სერიოზულად აისახება ადგილობრივი აუდიტორიის გაზრდის პოტენციალზე. საქართველოში, ამჟამად ექვსი კინოთეატრია 35 ეკრანით (მათ შორის ერთი IMAX). ყველა ეკრანი ციფრულია ერთის გარდა. თუმცა, თბილისის გარდა რეგიონებში პრაქტიკულად არ არსებობს ინფრასტრუქტურა, მხოლოდ შპს „კინოთეატრი აპოლოა“ ერთი ეკრანით და 154 ადგილით ბათუმში.

განათლება, უნარები და აუდიტორიის განვითარება

კინოკულტურის განვითარება და კინოს გადაღების უნარ-ჩვევების შესწავლა განათლებაზეა დამოკიდებული. განათლების მიღება კი, შესაძლებელია როგორც კავკასიის ახალ კინოსკოლაში, რომელიც 2016 წელს გაიხსნა, ასევე შოთა რუსთაველის თეატრის და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტში.

- პროექტი: „კინო სკოლაში“ 2014 წელს დაიწყო. აღნიშნულ პროექტში 2018 წლისთვის, საქართველოს ყველა რეგიონის სულ 800-მა სკოლამ მიიღო მონაწილეობა. 2014 წლიდან დღემდე სულ 9800 ჩვენება გაიმართა. 2019 წელს, პროექტში 90-მა სკოლამ მიიღო მონაწილეობა და სულ 1024 ფილმი იქნა ნაჩვენები. პანდემიის გამო, შემოქმედებითი ევროპის მხარდაჭერით, ახალი ონლაინ კინო საგანმანათლებლო პლატფორმა ამოქმედდა. ბავშვები უყურებენ ფილმებს და განიხილავენ მათ. ასევე, პროფესიონალების დახმარებით სწავლობენ მოკლემეტრაჟიანი ფილმების გადაღებას. პროექტი გახდა შემოქმედებითი ევროპის პროგრამის “Film Corner Reloaded- კულტურული მიდგომა უცხოელ პარტნიორებთან ერთად“ ნაწილი, რომლის ორგანიზატორებიც იყვნენ: Fondazione Cineteca Italiana (იტალია), The Film Space (დიდი ბრიტანეთი), The Nerve Center (დასავლეთ ირლანდია), the National Cinèmatheque of Serbia (ბელგრადი, სერბეთი), Kino Otok (სლოვენია) და მილანის ბიკოკას უნივერსიტეტი Dipartimento di Scienze Umane per la Formazione Riccardo Massa (იტალია).

- პროექტის “საზაფხულო კინოსკოლა” მეექვსე ნაწილი 2020 წელს, საქართველოს საოკუპაციო ხაზთან მდებარე სოფლებში გაიმართა და ორ კვირაზე მეტ ხანს გაგრძელდა. პანდემიის გამო, კინოჩვენებები ღია ცის ქვეშ გაიმართა. პროექტის პარტნიორები არიან: საქართველოს ეროვნული კინოცენტრი, საქართველოს განათლების, მეცნიერების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო და შემოქმედებითი ევროპა.

- საქართველოს ეროვნული კინოცენტრის, კინოსაგანმანათლებლო პროექტმა - “ისტორია-ფილმი-ისტორია”მოიგო205,295 ევროს ოდენობის გრანტი შემოქმედებითი ევროპის ქვეპროგრამიდან 2020 MEDIA. ეს პირველი შემთხვევაა, როდესაც ქართულ ორგანიზაციას, პროექტის ლიდერი ორგანიზაციის როლში მიენიჭა დაფინანსება. პროექტის პარტნიორები არიან: Fondazione Cineteca Italiana, The Film Space Ltd. და სერბეთის ეროვნული კინოთეკა. პროექტის - “ისტორია - ფილმი - ისტორია” ფარგლებში შეიქმნება მასალები, რომლებსაც გამოიყენებენ კინოს მეშვეობით მე-20 საუკუნის ევროპის ისტორიის და კინოს ისტორიის სწავლებისთვის.

საქართველოს კინოსა და ზოგადად აუდიოვიზუალურ სექტორს აქვს პოტენციალი ითამაშოს მთავარი როლი ქვეყნის შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარებაში. მას შეუძლია წარმოაჩინოს ქვეყნის გამორჩეული პეიზაჟები და მემკვიდრეობა და უზრუნველყოს პლატფორმა ამბის თხრობისა და შემოქმედებითი გამოხატვისთვის, რომელიც აერთიანებს სხვადასხვა შემოქმედებით ქვესექტორს. სექტორს ასევე შეუძლია, ხელი შეუწყოს ინოვაციებს და ზრდას საშემსრულებლო ხელოვნებაში, გამომცემლობაში, თამაშის ინდუსტრიაში და გაფართოებულ რეალობაში (extended reality). მიუხედავად ამისა,Covid-19-ის პანდემიამ გამოავლინა სექტორის სისუსტე და ყურადღება მიმართა გამოწვევების გადალახვისა და

შესაძლებლობებისკენ. გამოწვევები და შესაძლებლობები ჩამოთვლილია ქვემოთ:

* **უნარები:** უნარების განვითარება კინოინდუსტრიის ღირებულებათა ჯაჭვში, მათ შორისაა: უნარები სცენარის წერასა და საინჟინრო და "პოსტპროდაქშენის" მიმართულებით.
* **ინვესტიცია:** პროექტის დაფინანსება დამოუკიდებელი პროდიუსერების მხარდასაჭერად და ფილმების გადაღების მრავალფეროვნების სტიმულირებისთვის. ამასთანავე, ქართული კინოკლასტერის როლის გაძლიერება სრულფასოვანი ეროვნული კინოფონდის შესაქმნელად.
* **ინფრასტრუქტურა:** კინოთეატრის შესაძლებლობების გაფართოება, მათ შორის კინოკლასტერული მოდელის განვითარება ისეთი აპარატურით, რომელსაც შეუძლია ფართომასშტაბიანი წარმოების შექმნა და ისეთი მომსახურების მიწოდება, რომელიც შეესაბამება გლობალურ ღირებულებათა ჯაჭვს.
* **"შოუქეისი":** ქართული კინოს პოპულარიზაციის გაზრდა საზღვარგარეთ და მუშაობის გაგრძელება კოპროდუქციების და შიდა ინვესტიციების მიზიდვაზე.

3.9 ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია

„შემოქმედებითი საქართველოს“ შემოქმედებითი ეკონომიკის საბაზისო კვლევის მიხედვით[35], **ლიტერატურის და საგამომცემლო ინდუსტრია სიდიდით მესამე შემოქმედებითი სექტორია გამომუშავებისა და დასაქმების თვალსაზრისით.** ის შემოქმედებით სექტორში დასაქმებულთა 20%-ს მოიცავს (2019 წელს 6044 თანამშრომელი) და მისი დამატებითი ღირებულების წილი 11%-ს შეადგენს. თუმცა, საგამომცემლო მოდელების ცვლასთან ერთად **სექტორის ზომა მცირდება.**

* 2015-2019 წლებში ლიტერატურისა და საგამომცემლო ინდუსტრიის აქტიური ორგანიზაციების საერთო რაოდენობა საშუალოდ ყოველწლიურად 1,8%-ით მცირდებოდა. 2020 წელს ის კიდევ 6,7%-ით შემცირდა 1342 აქტიურ ორგანიზაციამდე.
* ორგანიზაციების 53% ინდივიდუალური საწარმოებია, შემდეგ მოდის შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებები 43%. ამ ორგანიზაციების უმრავლესობა (85%), მცირე ზომისაა.

ლიტერატურის და საგამომცემლო ინდუსტრიაში ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდის ტემპმა 2015-2019 წლებში 5.9% შეადგინა და 2019 წელს, 327.3 მლნ ლარს (113.1 მლნ აშშ დოლარი) მიაღწია. რაც შეეხება ინდუსტრიის მიერ შექმნილ დამატებით ღირებულებას, მან 2019 წელს 100.2 მლნ ლარი (34.6 მლნ აშშ დოლარი) შეადგინა, 4.2%-ანი საშუალო წლიური ზრდის ტემპით. 2019 წელს, ლიტერატურის და გამომცემლობაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა 6044 იყო.

2015-2019 წლებში, დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ანაზღაურება წელიწადში საშუალოდ 3%-ით იზრდებოდა (მამაკაცების შემთხვევაში ზრდა იყო 2%, ხოლო ქალების შემთხვევაში 4%). სხვა სექტორებთან შედარებით, ლიტერატურის და გამომცემლობის სექტორში ხელფასები საკმაოდ დაბალია. 2019 წლის მონაცემებით, შრომის საშუალო თვიურმა ანაზღაურებამ კაცებისთვის 893 ლარი (309 აშშ დოლარი) შეადგინა, ხოლო ქალებისთვის შესაბამისი მაჩვენებელი 539 ლარია (186

35 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, „შემოქმედებითი საქართველო“. 2021

აშშ დოლარი). ინდუსტრიის აგრეგირებული საშუალო ყოველთვიური ხელფასი 683 ლარს შეადგენს.

2019 წლის მონაცემებით, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების მთლიან სექტორში ბრუნვის წილი, შექმნილი დამატებითი ღირებულება და დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა არის 18%, 11% და 19%.

ლიტერატურის და საგამომცემლო სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია ლიტერატურის და საგამომცემლო ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 18.11, 18.12, 47.61, 47.62, 58.11, 58.13, 58.14, 58.19. თუმცა, საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის ჩვენთვის სასურველი 4-ნიშნა კოდის დონეზე. მონაცემები ხელმისაწვდომია 2-ნიშნა კოდის დონეზე. რაც შეეხება ბიზნეს რეგისტრის მონაცემებს ბიზნესის რაოდენობის შესახებ, ის ხელმისაწვდომია სასურველი 4 ნიშნა ინდუსტრიის კოდის დონეზე (იხ. დანართი 4).

პოლიტიკა პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

საქართველოს წიგნის გამომცემელთა და გამავრცელებელთა ასოციაცია (GPBA), მნიშვნელოვან როლს ასრულებს წიგნის გამომცემლობის ინდუსტრიის ხელშეწყობასა და მხარდაჭერაში. საქართველოში რეგისტრირებული გამომცემლების 90% ასოციაციის წევრია.

ასოციაცია განსაზღვრავს და იცავს წიგნის სექტორის ინტერესებს, საავტორო უფლებებს და ბეჭდვის თავისუფლებას გამომცემლობის სფეროში. საქართველოს წიგნის გამომცემელთა და გამავრცელებელთა ასოციაცია, ხაზს უსვამს ქართული ლიტერატურის გამორჩეულ მემკვიდრეობასა და თვისებებს, რომელიც ხასიათდება უნიკალური ენითა და ნარატივების მრავალფეროვნებით ქვეყნის რეგიონებსა და თემებში. ეს არის ბაზა, რომელიც შეიძლება უფრო ეფექტურად იქნას გამოყენებული საერთაშორისო ბაზრებზე - საქართველოს ისტორიის და იდენტობის პოპულარიზაციის მიზნით. მისი საშუალებით, ასევე შესაძლებელია სხვა შემოქმედებითი ქვესექტორების (როგორიცაა კინო და ტელევიზია, თუნდაც კომპიუტერული თამაშები) განვითარების ხელშეწყობა.

2021 წელს თბილისი იყო იუნესკოს წიგნის მსოფლიო დედაქალაქი. იუნესკოს მიერ მინიჭებული ამ პატივის საშუალებით, თბილისის მერიამ და მისმა პარტნიორებმა, განახორციელეს 50-ზე მეტი პროექტი, რომელმაც ხელი შეუწყო ლიტერატურისა და საგამომცემლო სექტორში დასაქმებულ ადამიანთა პროფესიულ განვითარებას.

- ბეჭდურ მედიაზე მოთხოვნის შემცირებამ, როგორიცაა ჟურნალები და გაზეთები, და „ჰიბრიდულ“ წიგნზე გადასვლამ (როგორიცაა ბეჭდური წიგნები, აუდიო წიგნები და ელექტრონული გამოცემები), **ქართული საგამომცემლო ინდუსტრია მუდმივი განახლებისა და ინოვაციების საჭიროების წინაშე დააყენა.** რაც მოითხოვს ინვესტიციას კვლევებისა და განვითარების მიმართულებით (R&D) და ლიტერატურის სფეროში არსებული ნიჭის აქტიურ განვითარებას.
- მნიშვნელოვანია **„შოუქეისების“ და ბაზარზე ორიენტირებული ღონისძიებების ჩატარება,** როგორიცაა მაგალითად თბილისის საერთაშორისო წიგნის ფესტივალი, რათა მოხდეს ქართული საგამომცემლო ინდუსტრიის პროფილის და თანამშრომლობის პოტენციალის გაზრდა. ასევე მნიშვნელოვანია ისეთი ფესტივალების ხელშეწყობა, როგორიცაა ლიტერატურული ფესტივალი „გრანელი“ წალენჯიხაში, რათა გაიზარდოს ქართული მწერლობის პროფილი და მოხდეს ქართული ლიტერატურის აღიარება.
- **მწერალთა რეზიდენციის შესაძლებლობები** ხელს შეუწყობს საქართველოს, როგორც ძლიერი ლიტერატურული და საგამომცემლო ერის პროფილის გაძლიერებას.

3.10 მედია და მაუწყებლობა

2015-2019 წლებში, საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში, მედიამ და მაუწყებლობამ სხვა ქვესექტორებთან შედარებით ყველაზე მეტი სახელმწიფო ინვესტიცია მიიღო: 167 მილიონ ლარზე მეტი (57.7 მილიონი აშშ დოლარი) „შემოქმედებითი საქართველოს" შემოქმედებითი ეკონომიკის საბაზისო კვლევის მიხედვით[36], მიუხედავად ასეთი მსხვილი ინვესტიციებისა, ქვესექტორმა განიცადა კლება გამომუშავების და სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობის მაჩვენებლის მიხედვით. მედია და მაუწყებლობა მცირე ქვესექტორია, რომელშიც 2019 წელს, მხოლოდ 122 აქტიური ორგანიზაცია იყო რეგისტრირებული. სექტორში წამყვანი პოზიცია შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებებს უჭირავს 80%.

2015-2019 წლებში, მედიასა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში ბრუნვის საშუალო წლიური კლება იყო -8,0%, 2019 წელს, ბრუნვამ 86,6 მლნ ლარი (29,9 მლნ აშშ დოლარი) შეადგინა. სექტორის მიერ შექმნილი დამატებითი ღირებულება 2019 წელს იყო 54.9 მლნ ლარი (19.0 მლნ აშშ დოლარი) , რაც -10.4%-იანი საშუალო წლიური კლებაა 2015 წლიდან. მედიასა და მაუწყებლობის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა 2019 წელს 3780 იყო, რაც 2015 წლიდან 700-ით შემცირდა.

საშუალო თვიური ხელფასი ყოველწლიურად 5.4%-ით გაიზარდა (მამაკაცებისთვის ზრდა იყო 5.8%, ხოლო ქალებისთვის 5.3%). 2019 წლის მონაცემებით, საშუალო ხელფასი მამაკაცებისთვის იყო 1721 ლარი (595 აშშ დოლარი) და ქალებისთვის 1433 ლარი (495 აშშ დოლარი).

მედიისა და მაუწყებლობის სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია მედია და მაუწყებლობის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 60.10 რადიომაუწყებლობა და 60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები. საქართველოს საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის და ბიზნეს რეგისტრის მიხედვით გაანალიზებული მონაცემები მოიცავს ინდუსტრიის ყველა სასურველი ბიზნეს საქმიანობის კოდს.

პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

როგორც წესი, სერიალების პროდიუსერები ძირითადად კერძო არხები არიან: სამაუწყებლო კომპანია რუსთავი 2, ფორმულა და იმედი. საზოგადოებრივი მაუწყებელი - პირველი არხიც იღებს დოკუმენტურ ფილმებს. როგორც წესი, სატელევიზიო არხები არ აფინანსებენ დამოუკიდებელად შექმნილ ფილმებს, ამიტომ კინოსა და მედია მაუწყებლობის სექტორებს შორის კავშირი სუსტია. მიუხედავად იმისა, რომ შესაძლოა არსებობდეს გარკვეული გადაკვეთა სექტორში დასაქმებული პროფესიონალების კუთხით.

გრძელდება ახალი სატელევიზიო სერიალების გადაღება. 2020 წელს შემდეგი სერიალები გადაიღეს:

* თესეა (ფორმულა) და სეანსი (საზოგადოებრივი მაუწყებელი-პირველი არხი).
* 2020 წელს, პირველ არხზე პირველმა ქართულმა საბავშვო ანიმაციურმა სერიალმა „მაშველები" დაიწყო მაუწყებლობა.
* 2020 წელს, ერთი ახალი სატელევიზიო არხი გაიხსნა, ლიდერ TV

საქართველოში, ყველაზე პოპულარული სერიალებია: ჩემი ცოლის დაქალები (ფორმულა), შუა ქალაქში (იმედი) და ჩვენ გვერდით (მაესტრო). ყველაზე პოპულარული ადგილობრივი ონლაინ პლატფორმაა - Myvideo.ge, ვიდეო გაზიარების ფუნქციით, რომელიც უზრუნველყოფს ათეულობით ტელეარხის პირდაპირ ეთერში ჩვენებას[37].

საქართველოს მედიის და მაუწყებლობის ლანდშაფტიც ისეთივე მრავალპლატფორმული და მრავალარხობრივია, როგორც სხვა ქვეყნებში. სექტორის სამომავლო წარმატებისთვის აუცილებელია:

36 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა", „შემოქმედებითი საქართველო". 2021

37 https://www.filmneweurope.com/countries/georgia-profile

- ინვესტიცია **ახალ ორიგინალურ კონტენტში**, რაც ხელს შეუწყობს ადგილობრივი კონტენტის შექმნას, პროდაქშენს და აღნიშნული ქართული კონტენტის საერთაშორისო ბაზარზე გატანას.
- **ინვესტიცია უნარ-ჩვევების გაძლიერებაში,** რათა გაუმჯობესდეს სექტორის ხარისხი და ინოვაცია. ეს მოიცავს თანამშრომლობას საშემსრულებლო ხელოვნებასთან, ციფრულ / IT და კინოს სექტორებთან, რათა საქართველოში ჩამოყალიბდეს მაღალი ღირებულების მქონე შემოქმედებითი მედიასექტორი.
- **რეგულაცია** – საერთაშორისო კოპროდუქციის წახალისება და დამოუკიდებელ მედია წარმოებაში ინვესტიციების სტიმულირება.

3.11 მუსიკა

მუსიკის ინდუსტრიის შესახებ ძალიან მცირე ოფიციალური მონაცემებია. „შემოქმედებითი საქართველოს“ შემოქმედებითი ეკონომიკის საბაზისო კვლევის მიხედვით[38], 2019 წლის მონაცემებით, მხოლოდ 69 აქტიური ორგანიზაციაა მუსიკის ინდუსტრიაში, რომელთა უმრავლესობაც (67%) ინდივიდუალური მეწარმეა. 2015-2019 წლებში, ინდუსტრიის ბრუნვის საშუალო ყოველწლიურმა ზრდამ 10.5% შეადგინა და 2019 წელს, 4.9 მილიონ ლარს (1.7 მილიონი აშშ დოლარი) გადააჭარბა. აღნიშნულ პერიოდში, დამატებული ღირებულება საშუალოდ წლიურად 22.5%-ით იზრდებოდა. 2019 წლის მონაცემებით, მუსიკის ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება 3.5 მილიონ ლარს (1.2 მილიონი აშშ დოლარი) შეადგენს.

2019 წელს, ინდუსტრიაში სულ დაქირავებით დასაქმებული იყო 104 ადამიანი. აღნიშნული მონაცემები არ მოიცავს ძალიან ბევრ მუსიკოსს, ორკესტრს, კომპოზიტორს, დიჯეის, სამუსიკო დაწესებულებას და ფესტივალს. საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირი (CCIUG) დაარსდა 2020 წელს პანდემიის საპასუხოდ, რათა ხელი შეუწყოს ელექტრონული მუსიკის და ღამის კლუბის ინდუსტრიის განვითარებას. კავშირის მონაცემების მიხედვით, მხოლოდ თბილისში 300 დიჯეი და 20-ზე მეტი ფესტივალი და ღონისძიებაა. მონაცემების სიმწირის გამო, მუსიკის ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობა, შემოქმედებითი ინდუსტრიების ჯამური დაქირავებით დასაქმების 0.5%-ზე ნაკლებს შეადგენდა, ისევე, როგორც ინდუსტრიის წილი ბრუნვასა და დამატებით ღირებულებაში.

მუსიკის სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია მუსიკის ინდუსტრიისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 32.20 - მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება და 59.20 - ხმის ჩაწერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები. თუმცა, სა-

---

38 „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, „შემოქმედებითი საქართველო“. 2021

წარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები ხელმისაწვდომი არ არის კოდისთვის 32.20. ხელმისაწვდომია ორნიშნა კოდი 32 – სხვა წარმოება, რაც ძალიან ზოგადია გასაანალიზებლად. აქედან გამომდინარე, აღნიშნული ინდუსტრიის ბიზნესის ეკონომიკურ მაჩვენებელთან დაკავშირებული მონაცემები გაანალიზებულია მხოლოდ კოდისთვის 59.20 - ხმის ჩაწერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები. ბიზნეს რეგისტრის მონაცემები ხელმისაწვდომია ორივე სასურველი ბიზნეს საქმიანობის კოდებისთვის.

საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირის CCIUG, 2020 წლის კვლევის მიხედვით, 2019 წელს რეგისტრირებულია 100 ელექტრონული მუსიკის ორგანიზაცია, რომელთა უმრავლესობაც (76%) შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოებაა და დანარჩენი ინდივიდუალური საწარმოები ან უბრალოდ „კოლექტივები“.

ელექტრონული მუსიკის ინდუსტრიაში, დასაქმებულთა ზუსტი რაოდენობა 2019 წლისთვისაც არ იყო ცნობილი. უპირველეს ყოვლისა, იმიტომ, რომ ამ ინდუსტრიაში დასაქმებულთა დიდი ნაწილი თავისუფალი გრაფიკით მუშაობს და არ აქვს შრომითი ხელშეკრულება იმ ორგანიზაციებთან, რომლებსაც უწევს მომსახურებას. მათ რიცხვს მიეკუთვნებიან: მუსიკოსები, ხელოვანები, პროდიუსერები, დიჯეები, აუდიო და განათების ინჟინრები, ვიდეო სპეციალისტები, დიზაინერები, პროექციის სპეციალისტები და ა.შ

პოლიტიკა, პარტნიორობა, ინფრასტრუქტურა

საქართველოში, ელექტრონული მუსიკის სექტორი ძალიან აქტიურია, მრავალი ფესტივალითა და ღონისძიებით, ძლიერი კლუბური სცენით და რამდენიმე ცნობილი და ინოვაციური დიჯეით, ვირტუალური დიჯეით და პროდიუსერით.

2021 წელს, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირმა (CCIUG), რომელიც მხარს უჭერს და ლობირებს ელექტრონული მუსიკის ინდუსტრიისა და კლუბური ცხოვრების კოლექტიურ ინტერესებს, Covid-19 პანდემიის საპასუხოდ, შექმნა სექტორის სუბსიდირების პროგრამა, რომელიც დაფინანსდა თბილისის მერიის მიერ 1,7 მლნ ლარით (0,59 მლნ აშშ დოლარი). სუბსიდირების პროგრამის მიღმა ჩატარებული კვლევა იძლევა ყველაზე განახლებულ სურათს თბილისში ელექტრონული მუსიკის ინდუსტრიის მასშტაბების შესახებ:

- ღამის კლუბები, პრეკლუბები და მუსიკალური ბარები: 18
- ფესტივალები: 13
- ღონისძიებების სერია: 25
- მუსიკალური ლეიბლები: 21
- მუსიკალური სკოლები: 7
- სამუსიკო სააგენტოები: 4
- მუსიკალური რადიოები: 6
- ვინილის მაღაზიები: 3
- ბილეთების ონლაინ გაყიდვის პლატფორმები: 3
- მუსიკოსები და დიჯეები: 253
- სექტორის შემოქმედებითი / ტექნიკური თანამშრომელი: 291

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირის (CCIUG) შეფასებით, საქართველოში ელექტრონული მუსიკის ინდუსტრიაში, პანდემიამდე, ჯამურად დასაქმებული იყო დაახლოებით 5000 ადამიანი. პოსტპანდემიურ პერიოდში, სექტორი მნიშვნელოვნად გაიზარდა. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირის შიდა კვლევის მიხედვით, Covid-19-ის პერიოდში (2020-2021) კლუბების, მუსიკალური ბარებისა და დიჯეების რაოდენობა, თბილისში მინიმუმ 50%-ით გაიზარდა. გარდა ამისა, ახალი კლუბები გაიხსნა საქართველოს სხვა ქალაქებში: გორში, სამტრედიაში, ბაღდათსა და ბათუმში.
მუსიკის სხვა მიმართულებები ჯერ ისევ სახელმწიფოს მმართველობის ქვეშაა. საქართველოში, სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებული 4 სიმფონიური ორკესტრი და 3 ფოლკლორული ანსამბლია[39].

მუსიკის ინდუსტრიის განვითარებისთვის შემდეგი სტრატეგიული შესაძლებლობები არსებობს:

- მუსიკოსების და მუსიკის მენეჯერების **პროფესიული უნარების განვითარება** -მათი, როგორც საწარმოების კომპეტენციის გაზრდა და მდგრადი კარიერული წინსვლის მხარდაჭერა.
- **მიზანმიმართული ინვესტიცია ახალბე-**

39 https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/georgia/Full-Country-Profile_Georgia.pdf. გვ. 14. ივნისი 2022

და ნიჭიერ მუსიკოსებში – რათა მათ ჰქონდეთ შესაძლებლობა ახალი მუსიკის ჩაწერის და პროდაქშენის, ლაივ წარმოდგენების და გასტროლების გამართვის, რომლის „შოუქეისსაც“ მოახდენენ საერთაშორისო ბაზარზე.

- **საერთაშორისო ბაზარზე ორიენტირებული მისიის განხორციელება** ფესტივალები/ღონისძიებები მრავალფეროვანი ქართველი ნიჭიერიმუსიკოსებისთვის (მუსიკის ყველა ჟანრში) - რაც მიზნად ისახავს საქართველოს მუსიკალური პროფილის გაზრდას და ქართული მუსიკალური სექტორისთვის ძლიერი რეპუტაციის შექმნას მის საზღვრებს გარეთ.
- **ქართული ტრადიციული მუსიკიდან** მუსიკის შექმნის უნარების და მიდგომების გადაცემის მხარდაჭერა - რაც უზრუნველყოფს არამატერიალური ქართული მუსიკალური მემკვიდრეობის გადარჩენას და განვითარებას
- **ფესტივალებისა და ღონისძიებების სექტორის გაზრდა** – თბილისისა და სხვა ქალაქების გადაქცევა დინამიკური მუსიკის და ხელოვნების ჰაბებად, რამაც შეიძლება მნიშვნელოვანი როლი ითამაშოს ქვეყნის რბილი ძალის (soft power) და კულტურული ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით.

3.12 სახვითი ხელოვნება და საშემსრულებლო ხელოვნება

საქართველოს როგორც სახვითი, ისე საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორი, დიდი ტრადიციის მატარებელია. თუმცა, ორივე სექტორში გამოწვევას წარმოადგენს ხელოვანებისა და პროდიუსერებისთვის მდგრადი კარიერის უზრუნველყოფა, ხოლო ინფრასტრუქტურა საჭიროებს კომპლექსურ აღდგენას, რათა გათავისუფლდეს საბჭოთა ეპოქის მოდელებისგან.

საქართველოში, სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნება ორი ცალკე მდგომი სექტორია. ისინი აღნიშნულ კვლევაში გავაერთიანეთ „შემოქმედებითი საქართველოს“-მიერ ჩატარებული კვლევის მეორე ნაწილის მიხედვით, რომელშიც, სტატისტიკური მონაცემების ნაკლებობის გამო ეს ორი სექტორი ასევე გაერთიანებულია.

- 2019 წელს, სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიაში მოქმედი ორგანიზაციების საერთო რაოდენობამ 482 შეადგინა. ორგანიზაციების 64% ინდივიდუალური საწარმოა.
- საშემსრულებლო ხელოვნების ინდუსტრიაში მოქმედი ორგანიზაციების საერთო რაოდენობამ 2019 წელს 266 შეადგინა. ორგანიზაციების 43% ინდივიდუალური საწარმოა, შემდეგ მოდის შეზღუდული პასუხისმგებლობის საზოგადოება (25%).
- ამ ორგანიზაციების 53% მცირეა, 13% საშუალო და 2% მსხვილი. ინფორმაცია დანარჩენი კომპანიების ზომის შესახებ უცნობია.

სახვით და საშემსრულებლო ხელოვნებაში შემოსავლის რაოდენობა და დასაქმებულთა რიცხვი იზრდებოდა პანდემიამდე.

- 2015-2019 წლებში, საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიაში ბრუნვის საშუალო წლიური ზრდის ტემპმა 11.6% მიაღწია, ხოლო 2019 წელს ბრუნვის მაჩვენებელი იყო 28.4 მლნ ლარი (9.8 მლნ აშშ დოლარი).
- რაც შეეხება ინდუსტრიის მიერ შექმნილ დამატებით ღირებულებას, 2019 წელს,

16.0 მლნ ლარი (5.5 მლნ აშშ დოლარი) შეადგინა, საშუალო წლიური 18.7%-იანი ზრდის ტემპით.

- საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიაში, დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობამ, 2019 წელს 1135 შეადგინა, საშუალო წლიური ზრდის ტემპი იყო 10.3%. ჯამში, 2015-2019 წლებში, დაქირავებით დასაქმებულთა რიცხვი 369-ით გაიზარდა.
- 2015-2019 წლებში, დაქირავებით დასაქმებულთა საშუალო თვიური ხელფასი ყოველწლიურად საშუალოდ 13%-ით იზრდებოდა (მამაკაცებისთვის ზრდა იყო 17%, ხოლო ქალებისთვის 5%). 2019 წლის მონაცემებით, საშუალო ხელფასი იყო დაბალი, 911 ლარი (315 აშშ დოლარი) მამაკაცებისთვის, 558 ლარი (193 აშშ დოლარი) ქალებისთვის. სექტორის აგრეგირებული საშუალო მაჩვენებელი 780 ლარია (269 აშშ დოლარი).
- 2019 წლის მდგომარეობით, მთლიან შემოქმედებით ინდუსტრიაში ბრუნვის, დამატებითი ღირებულების და დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობის მაჩვენებელია: 1.6%, 1.8% და 3.6%-ია.

სახვითი ხელოვნების და საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორში მონაცემების ნაკლებობასთან დაკავშირებული გამოწვევა

შემოქმედებითი ინდუსტრიების ევროკავშირისეული კლასიფიკაცია სახვითი და საშემსრულებლო ინდუსტრიებისთვის, რომელიც მოიაზრებს ეკონომიკური საქმიანობის სახეების კლასიფიკატორის სეკ 006-2016 (NACE Rev.2) შემდეგ კოდებს: 90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება და 90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები. სახვითი ხელოვნების ინდუსტრია მოიცავს შემდეგ კოდებს: 74.20 ფოტოგრაფიული საქმიანობები, 90.03 მხატვრული შემოქმედება და 90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია. საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის მონაცემები არ არის ხელმისაწვდომი სასურველი ოთხნიშნა და სამნიშნა კოდების დონეზე. შესაბამისად, საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნების ინდუსტრიის ბიზნესის ეკონომიკური მაჩვენებლები ერთად არის გაანალიზებული და ერთიანდება აგრეგირებული კოდის ქვეშ 90- შემოქმედებითი, სახელოვნებო და გასართობის საქმიანობები - (დამატებითი ინფორმაციისთვის იხილეთ დანართი 4). ბიზნეს რეგისტრის მონაცემები ხელმისაწვდომია ყველა სასურველი ბიზნეს საქმიანობის კოდებისთვის.

პოლიტიკა, პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა

საშემსრულებლო ხელოვნება

საქართველოში ფუნქციონირებს 52 თეატრი, მათ შორის 3 ოპერისა და ბალეტის თეატრი, 41 დრამატული თეატრი, მუსიკალური კომედიისა და მინიატურების თეატრი, 2 ახალგაზრდული თეატრი და 7 თოჯინების თეატრი.
კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს დაქვემდებარებაშია 29 თეატრი და თანამედროვე თეატრალური ხელოვნების განვითარების ცენტრი.
დანარჩენი თეატრები ან მუნიციპალური იურისდიქციის ქვეშაა, ან კერძოა, ან არასამთავრობო.

საქართველოში იმართება ათი თეატრალური ფესტივალი, მათ შორის თბილისში იმართება თბილისის საერთაშორისო თეატრალური ფესტივალი და GIFT - ქართული ხელოვნების საერთაშორისო ფესტივალი.

წლების განმავლობაში, საქველმოქმედო ფონდმა „ქართუ“ აღადგინა, რეკონსტრუქცია ჩაუტარა და აღჭურვა სხვადასხვა თეატრი. მათ შორის, თბილისის ოპერისა და ბალეტის თეატრი, რუსთაველის ეროვნული თეატრი, მარჯანიშვილის თეატრი, ბათუმის დრამატული თეატრი, ა. გრიბოედოვის სახელობის რუსული დრამატული თეატრი, სომხური დრამატული თეატრი თბილისში, სენაკის და ზუგდიდის და ოზურგეთის დრამატული თეატრები.

2021 წლის მაისში, საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრომ და თეატრალურმა საზოგადოებამ, განსაზღვრეს თეატრებში განსახორციელებელი რეფორმების ძირითადი პრინციპები. ეს მოიცავდა: ერთობლივად მუშაობის აუცილებლობას, რათა მოეხდინათ იმ საჭიროებების იდენტიფიცირება, რაც აქვს საშემსრულებლო და სახვითი ხელოვნების სექტორს და რაც უნდა შეტანილიყო კულტურის კოდექსის სამუშაო ვერსიაში. ეს ასევე მოიცავდა თეატრის განვითარებისა და ადამიანური რესურსების საჭიროებას, რათა უზრუნველყოფილი ყოფილიყო თეატრალურ ხელოვნებაზე ხელმისაწვდომობა და თეატრების ფინანსური და შემოქმედებითი მდგრადობა.

2022 წელს, კულტურის სამინისტროს მიერ დაფინანსებული თეატრების მთლიანმა ბიუჯეტმა 36,4 მლნ ლარი (12,6 მლნ აშშ დოლარი) შეადგინა. დამატებითი ბიუჯეტით 1.52 მილიონი ლარი (0.53 მილიონი აშშ დოლარი), რომელიც მიღებულ იქნა კულტურის

ხელშეწყობის პროგრამის მეშვეობით, სხვადასხვა ქართული თეატრის (მათ შორის რეგიონული, დამოუკიდებელი და კერძო თეატრის) დაახლოებით 56 პროექტი დაფინანსდა. 2022 წელს, სამინისტრომ 6 თვის განმავლობაში 1500 სპექტაკლი დააფინანსა. ასევე, სამინისტრომ სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებული თეატრებისთვის ცხრა ავტომობილი შეისყიდა. 2022 წელს, დაფინანსდა ათი ქართული თეატრის საერთაშორისო გასტროლი.

კულტურის სტრატეგია 2025 მოიცავს რამდენიმე მნიშვნელოვან ამოცანას საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორის განვითარებისთვის:

- სადადგმო და სანახაობით ხელოვნება-ში საკანონმდებლო-მარეგულირებელი ჩარჩოს სრულყოფა, სფეროს ეფექტური მართვისა და ხარისხის გაუმჯობესების მიზნით;
- სადადგმო და სანახაობითი ხელოვნების სფეროში პროფესიული განვითარების მიზნით სხვადასხვა ღონისძიების, ფესტივალის, მასტერკლასის ჩატარე-ბის, ასევე, საერთაშორისო ღონისძი-ებებში (კონკურსები, ფესტივალები, რეზიდენციები და სხვ.) ქართველი მსახიობების, რეჟისორების, დრამა-ტურგების, ქორეოგრაფების და სხვ. მონაწილეობის მხარდაჭერა;
- საგანმანათლებლო სტანდარტებისა და სწავლების მეთოდოლოგიის გაუმჯობე-სება.

თეატრის ექსპერტების მიერ შემუშავებული სექტორის კვლევაზე დაფუძნებული სტრატეგიის არარსებობა ხელს უშლის სექტორის განვითარებას. აღნიშნული კვლევა წარმოადგენს აუცილებელ ინსტრუმენტს საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორის განვითარებისთვის [40].

სახვითი ხელოვნება

მიუხედავად ძალიან მცირე დაფინანსებისა, სახელმწიფომ თანამედროვე ხელოვნების მხარდაჭერა პრიორიტეტად აქცია. 2021 წელს, კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს კულტურის ხელშეწყობის პროგრამის ფარგლებში, „სახვითი და თანამედროვე ხელოვნების განვითარების ხელშეწყობისთვის“ 450 920 ლარი (155 786 აშშ დოლარი) გამოიყო.

- 2021-2022 წლებში, სამინისტროს მიერ სახვითი, გამოყენებითი და თანა-მედროვე ხელოვნების სფეროებში, 21 პროექტი დაფინანსდა 396 493 ლარის (136 983 აშშ დოლარი) ოდენობით.
- სამინისტრომ, დაახლოებით 1,5 მილიონი ლარი (0,5 მილიონი აშშ დოლარი) გამოყო საქართველოს სახელმწიფო მუზეუმისთვის, რომელმაც 113 მხატვრის 700-ზე მეტი ნამუშევარი შეიძინა.

რამდენიმე ათეული წელია, საქართველოს კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო მხარს უჭერს საქართველოს მონაწილეობას ეროვნული პავილიონით ვენეციის ხელოვნების ბიენალეზე.

ბოლო წლებში, თანამედროვე ხელოვნების აქტივობები საჯარო სამუზეუმო სივრცეებიდან კერძო და არასამთავრობო სექტორებში ინაცვლებს. დღესდღეობით, საქართველოში, სახელმწიფოს მიერ დაფინანსებული ერ-თი ეროვნული გალერეაა, რომელიც ეროვ-ნული მუზეუმის ნაწილი იყო. კერძო ხელო-ვნების გალერეების და სექტორის შესახებ მონაცემებისა და მტკიცებულებების ნაკლე-ბობამ, შეიძლება შეაფერხოს აღნიშნული სექტორის შემდგომი ზრდა და განვითარება.

დამოუკიდებელი საქართველოს ხელოვნების სცენას, ჰქონდა მცდელობა აღედგინა თბი-ლისი, როგორც თანამედროვე ხელოვნების ჰაბი, რომელიც ადრეულ მეოცე საუკუნეში, მოდერნისტული ბოჰემის ცენტრი იყო. 1996 წელს, გაიმართა თბილისის თანამედროვე ხელოვნების პირველი ბიენალე. კომერციული ხელოვნების სექტორის შესახებ მონაცემების ნაკლებობის მიუხედავად, ის აქტიური და მზარდია.

- თბილისის ხელოვნების ბაზრობა (TAF), არის თანამედროვე ხელოვნების საერთაშორისო ბაზარი, რომელიც ძირი-თადად ორიენტირებულია გალერეებზე და მხატვრებზე შავი ზღვის, კასპიის ზღვის და ბალტიისპირეთის ქვეყნებიდან. მასში მუდმივად მონაწილეობს 12 გალერეა საქართველოდან.
- ქართველი მხატვრების ნამუშევრები So-theby’s-ისა და Crossroads-ის ხელოვნების აუქციონებზე გაიყიდა.

Adjara Group-მა (წამყვანმა ქართულმა კომ-პანიამ სტუმართმოყვარეობის, ცხოვრების სტილის განვითარებისა და აგროწარმოების სფეროში), დააარსა ორი მრავალფუნქციური

40 https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/georgia/Full-Country-Profile_Georgia.pdf

კულტურული სივრცე და განვითარებადი ჰაბები: Stamba და Fabrika. სასტუმრო სტამბაში განთავსებულია თბილისის ფოტოგრაფიისა და მულტიმედიის მუზეუმი[41].

კულტურის სტრატეგია 2025 მოიცავს რამდენიმე მნიშვნელოვან ამოცანას სახვითი ხელოვნების სექტორის განვითარებისთვის:

- სამხატვრო სკოლების სისტემის შექმნა და დახვეწა პროფესიული უნარებისა და აზროვნების განვითარების, დაოსტატების მიზნით;
- გალერეის თანამშრომელთა, კურატორთა და ხელოვნების კონსულტანტთათვის ბიზნესუნარებისა და ბიზნესმოდელების განვითარების ხელშეწყობა, სახვითი ხელოვნების პოპულარიზაციისა და ჯანსაღი შიდა ბაზრის განვითარების მიზნით;

მთავარი სტრატეგიული შესაძლებლობები სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორის განვითარებისთვის მოიცავს შემდეგს:

- **ნიჭიერი ახალგაზრდების ხელშეწყობა:** ხელოვნებისა და შემოქმედებითი პრაქტიკის ხელშეწყობა სკოლებში, რათა გაუმჯობესდეს ახალგაზრდების შემოქმედებითი უნარები და მათ გაუჩნდეთ სურვილი გააგრძელონ კარიერა სახვითი და საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორში.
- **პროფესიული უნარების განვითარება-** რაც გულისხმობს სამეწარმეო და მენეჯერული უნარების განვითარებას, სექტორის პროფესიული შესაძლებლობების გაზრდის მიზნით.
- **ბაზრის განვითარება:** ქართული სახვითი ხელოვნების ადგილობრივი მოხმარების ხელშეწყობა და ხელოვანების ხელშეწყობა, რათა მათ შეძლონ სხვადასხვა ბაზარზე გასვლა. ასევე, საშემსრულებლო ხელოვნების სექტორში, აუდიტორიის განვითარებაზე ორიენტირებული სტრატეგიების შემუშავება.
- **ფესტივალები და ღონისძიებები:** რაც დაეხმარება აუდიტორიის მოზიდვას და ადგილობრივი და საერთაშორისო პროფილის განვითარებას-ეს გულისხმობს საუკეთესო ქართული ნიჭის "შოუქეისს" და ინვესტიციას ინოვაციურ და ახალ ნამუშევრებში (მაგ: ღია თეატრი).
- **სტრუქტურული რეფორმა და მართვა** - მაგალითად, სახელმწიფო/მუნიციპალური თეატრების ქცევა თანამედროვე შემოქმედებით ჰაბებად, რაც ხელს შეუწყობს ნიჭის განვითარებას, ხელოვნების სხვა დარგებთან თანამშრომლობას და ახალი შემოქმედებითი პროდუქტის შექმნას.
- **კლასტერის განვითარება**– ხელოვნებისა და თეატრალური წარმოების დინამიკურ კლასტერებად გადაქცევა, რომელშიც გაერთიანებულია ხელმისაწვდომი წარმოება, სარეპეტიციო სივრცე და ასევე პლატფორმა და სივრცე ახალი ნამუშევრის საჩვენებლად- ეს შეიძლება მიღწეულ იქნას გალერეის სისტემის და საშემსრულებლო ხელოვნების ინფრასტრუქტურის მეშვეობით.

3.13 გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია

გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი და ღირებული ინდუსტრიაა, რომელიც აერთიანებს მემკვიდრეობისა და თანამედროვეობის ელემენტებს. ძალიან ბევრი ქვეყნის, კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია, არ მოიცავს გასტრონომიულ და კულინარიულ აქტივობებს. თუმცა, თუ გავითვალისწინებთ საქართველოს გამორჩეულ ტრადიციებსა და აღნიშნული სექტორების პოტენციალს, რომელთაც შეუძლიათ ხელი შეუწყონ ინოვაციას და ზრდას, ეს სექტორები ცენტრალურ როლს თამაშობენ საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების წარმატებაში. რადგან გასტრონომიისა და კულინარიის ინდუსტრია ეკონომიკური საქმიანობის კლასიფიკატორით არ არის განსაზღვრული, ინდუსტრიის ანალიზი ეფუძნება მონაცემთა ალტერნატიულ წყაროს – საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის (GNTA) მონაცემებს.

2019 წელს, საქართველოში საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობამ 7.7 მილიონი შეადგინა. 2015-2019 წლებში, საქართველოში

41 https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/georgia/Full-Country-Profile_Georgia.pdf

საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 10.1% შეადგინა. 2015-2019 წლებში, საერთაშორისო ვიზიტორების უმეტესობა საქართველოს დასვენების, გართობისა და რეკრეაციისთვის ესტუმრა. 2019 წელს, ამ მიზნით საქართველოში 3,4-მა მილიონმა საერთაშორისო ვიზიტორმა იმოგზაურა (მთლიანი საერთაშორისო ვიზიტორების 43,5%). 2019 წელს, შიდა ვიზიტორების რაოდენობა იყო 14.3 მილიონი. 2015-2019 წლებში შიდა ვიზიტორების რაოდენობის საშუალო წლიურმა ზრდამ 3.5% შეადგინა.

2019 წლის მონაცემებით, საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ საკვებსა და სასმელზე გაწეულმა დანახარჯებმა, მთლიანი დანახარჯების 27.5% შეადგინა. რაც შეეხება შიდა ვიზიტორებს, მათ მიერ 2019 წელს საკვებსა და სასმელზე გაწეულმა დანახარჯებმა მთლიანი დანახარჯების 24.5% (451 მილიონი ლარი) შეადგინა.

გასტრონომიული ტურიზმი, ქართული ტურიზმის ინდუსტრიის ერთ-ერთი მთავარი მიმართულებაა, რომლითაც ვიზიტორთა უდიდესი ნაწილი ინტერესდება. აღსანიშნავია, რომ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის საერთაშორისო ვიზიტორთა გამოკვლევის თანახმად, 2015-2019 წლებში საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა, რომელიც ჩართულია ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების აქტივობებში, წლიურად საშუალოდ 24.8%-ით იზრდებოდა, რაც გასტრონომიული ტურიზმის მიმართ ინტერესს ნათლად გვიჩვენებს. 2019 წელს აღნიშნულ აქტივობაში ჩართულ საერთაშორისო ვიზიტორთა რაოდენობამ 5.4 მილიონს გადააჭარბა და მთლიანი საერთაშორისო ვიზიტორების 75% შეადგინა.

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)

გასტრონომიისა და კულინარიულ ინდუსტრიაზე მსჯელობისას ანგარიშგასაწევია მონაცემები 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 აღინიშნა, 2019 წლის მონაცემებით, საერთაშორისო ვიზიტორთა 75% ჩართულია ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნების აქტივობაში.

სექტორი იზრდებოდა, ან ყოველ შემთხვევაში ეს ასე იყო პანდემიამდე:

- 2015-2019 წლებში, საკვებით მომსახურების ინდუსტრიის ბრუნვა ყოველწლიურად საშუალოდ 15.8%-ით იზრდებოდა და 2019 წელს. 825.4 მილიონ ლარს (285.2 მილიონი აშშ დოლარი) გადააჭარბა.
- აღნიშნულ პერიოდში, კიდევ უფრო სწრაფად იზრდებოდა ინდუსტრიის მიერ შექმნილი დამატებული ღირებულება (26.6%), რამაც 2019 წელს, 313 მილიონ ლარს (108.2 მილიონი დოლარი) გადააჭარბა.
- 2019 წელს, საკვებით მომსახურების ინდუსტრიაში დაქირავებით დასაქმებულთა რაოდენობამ 20,900 გადააჭარბა 7.7%-იანი საშუალო წლიური ზრდის მაჩვენებლით.
- 2015-2019 წლებში, სულ ინდუსტრიაში 5,390 დამატებითი სამუშაო ადგილი შეიქმნა. 2019 წელს, დაქირავებით დასაქმებულთა შრომის საშუალო თვიური ანაზღაურება წლიურად საშუალოდ 12%-ით იზრდებოდა და 688 ლარს გადააჭარბა (238 აშშ დოლარი)

პოლიტიკა, პარტნიორობა, ინფრასტრუქტურა

სსიპ – საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, არის საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სისტემაში შემავალი საჯარო სამართლის იურიდიული პირი. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, პასუხისმგებელია ტურიზმის განვითარების სტრატეგიული პრიორიტეტების შემუშავებაზე და სახელმწიფო პოლიტიკის განხორციელებაზე. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მთავარი პრიორიტეტებია:

- საქართველოს ბრენდის განვითარება და მისი ტურისტული ინდუსტრიის პოზიციონირება საერთაშორისო ბაზარზე

- საქართველოს კონკურენტუნარიანობის ამაღლება მსგავს ტურისტულ ბაზრებზე; ბაზრის წილის ზრდა; ინფრასტრუქტურის განვითარება
- მომსახურების სფეროს გაუმჯობესება
- განათლების ხარისხის ამაღლება
- ინვესტორების მოზიდვა და ადგილობრივი კერძო სექტორის ხელშეწყობა ეფექტური პარტნიორობისა და კოოპერატივის განვითარების გზით[42].

სტუმართმოყვარეობის სექტორში არსებულმა ორგანოებმა, მათ შორის: საქართველოს სასტუმროების, რესტორნებისა და კაფეების ფედერაციამ (HOREKA) და საქართველოს რესტორანთა ასოციაციამ, მთავარი როლი ითამაშეს ქვეყანაში პანდემიასთან დაკავშირებული შეზღუდვების მოხსნის ლობირებაში, რათა ხელი შეეწყოთ ტურიზმისა და სტუმართმოყვარეობის სექტორის პანდემიის შემდგომ გააქტიურებასა და განვითარებაში.

ბოლო წლებში, გასტრონომიულმა და კულინარიულმა სექტორმა, აჩვენა უზარმაზარი ინოვაცია - როგორც პროდუქციის ხარისხის, ასევე სექტორის მიერ გამომუშავებული გამოცდილების თვალსაზრისით. ეს მოიცავდა მნიშვნელოვან ინვესტიციებს მოდერნიზაციის პროექტებში (მაგ. სურსათის/ სოფლის მეურნეობისა და ღვინის წარმოების მიმართულებით). ის ასევე მოიცავდა მრავალფეროვან პროექტებს, რომლებიც კულინარიის სექტორს უფრო ფართო კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორთან აკავშირებდა - მაგ. სარეკლამო ფილმების გადაღება, ციფრული პლატფორმების და თანამედროვე დიზაინის შექმნა რესტორნებისა და სასტუმროებისთვის.

საქართველოს გასტრონომიის ასოციაცია, ასევე აქტიურობდა საქართველოში გასტრონომიული ტურიზმის ცნობადობის ამაღლების კუთხით. მათ განახორციელეს არაერთი პროექტი ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან და საერთაშორისო ორგანიზაციებთან ერთად. მათ მიერ განხორციელებული პროექტებია:

- მოკლემეტრაჟიანი ფილმები საქართველოს რეგიონების გასტრონომიასა და რეგიონებში ტურისტული გასტრონომიული მარშრუტის შექმნასთან დაკავშირებით.
- სხვადასხვა რეგიონის მემკვიდრეობითი გასტრონომიის კვლევა
- ქვემო ქართლის რეგიონის გასტრონომიის კვლევა და წიგნის „ეთნო ტაბლა“ გამოცემა.
- ხაჭაპურის, როგორც ტრადიციის კვლევა.

ამგვარი აქტივობები, ხაზს უსვამს, თუ რამდენად დიდი როლი შეუძლია ითამაშოს კულინარიის და გასტრონომიის სექტორმა, Covid-19-ის პანდემიის შემდეგ საქართველოს შემოქმედებითი და ტურისტული სექტორის აღდგენაში. იმისთვის, რომ ეს მცდელობა წარმატებული იყოს, აუცილებელია ყურადღების გამახვილება უნარ-ჩვევების განვითარებაზე, კვლევების ჩატარებაზე, ცოდნის გაცვლასა და თანამშრომლობაზე.

4. კვლევისა და მტკიცებულებების სიტუაციური მაგალითები

იუნესკოს გლობალური კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ორ უახლეს კვლევაში, ხაზგასმულია თუ რამდენად მნიშვნელოვანია მონაცემებისა და მტკიცებულებების შეგროვება, რაც ფუნდამენტურ როლს თამაშობს ეფექტური სტრატეგიისა და პოლიტიკის შექმნაში. მონაცემების ნაკლებობამ შეაფერხა ინვესტიციები და შეამცირა კულტურის სექტორის შესაძლებლობა დადებითი გავლენა მოახდინოს საზოგადოების სოციო-ეკონომიკურ კეთილდღეობაზე. მნიშვნელოვანია, მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანამ ყურადღება გაამახვილოს მონაცემებსა და მტკიცებულებებზე, რაც წარმოადგენს სტრატეგიული განვითარებისა და პოლიტიკის შემუშავების წინაპირობას. ეს გულისხმობს, ეროვნული მონაცემთა ბაზის დახვეწას, ქვესექტორების შესახებ დეტალური პროფილების შექმნას და ტენდენციების და სექტორის განვითარების საჭიროებების შესახებ ცოდნის შეგროვებას.

იუნესკო მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანას მოუწოდებს, სექტორის შესაბამისი მონაცემებისა და მტკიცებულებების შეგროვებისკენ. კულტურის სექტორის აღნუსხვა, შეფასება და სტრატეგიული ანალიზი გააუმჯობესებს სექტორის პროფილს, დინამიკას, როლსა და გავლენას.

„COVID-19 პანდემიამ პოლიტიკის შემქმნელები ახალი სირთულის წინაშე დააყენა და ხაზი გაუსვა დაინტერესებულ მხარეებს

---

42 https://gnta.ge

შორის ცოდნის გაზიარების მნიშვნელობას. სტატისტიკური შესაძლებლობების განვითარების ხელშეწყობა ყველა დონეზე და ყველასთვის ხელმისაწვდომი ცენტრალიზებული სისტემის ჩამოყალიბება, ხელს შეუწყობს გამჭვირვალობის გაძლიერებას და მტკიცებულებებზე დაფუძნებული გადაწყვეტილების მიღების მხარდაჭერას" (UNESCO 2022)[43].

ამის მისაღწევად მთელი რიგი მეთოდოლოგიები და ინსტრუმენტებია საჭირო. ზოგიერთი მათგანი პრიორიტეტულია საქართველოსთვისაც, რაც ხაზგასმულია სამოქმედო გეგმაში, რომელიც ქვემოთ **მე-5 ნაწილშია** მოცემული. იდეალურ შემთხვევაში, საქართველოს შეუძლია შექმნას კვლევითი საქმიანობის კოორდინირებული პორტფელი, რომელიც ერთობლივად უზრუნველყოფს სტრატეგიული მტკიცებულების ჩარჩოს შექმნას, რაც ხელს შეუწყობს სტრატეგიის, პოლიტიკისა და ინვესტიციების განვითარებას. აქამდე, ვერც ერთმა ქვეყანამ შეძლო ამის გაკეთება: მონაცემთა ნაკლებობა, არაკოორდინირებული კვლევა და მტკიცებულებების ნაკლებობა მთელ მსოფლიოში გამოწვევად რჩება. თუმცა, აღნიშნული პრაქტიკის პოზიტიურად გამოყენება შესაძლებელია, თუ მონაცემების და მტკიცებულებების შეგროვება გახდება სტრატეგიული პროცესის აუცილებელი შემადგენელი ნაწილი და მისი ცენტრში მოქცევა არ იქნება ფუფუნების საგანი ან ნებაყოფლობითი. ქვემოთ მოცემული ცხრილი გთავაზობთ მაგალითებს მთელი მსოფლიოდან:

43 კულტურა COVID-19-ის პერიოდში: გამძლეობა, აღდგენა და აღორძინება: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381524.locale=en

ეროვნული კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის საბაზისო კვლევების მაგალითები	კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ქვესექტორის საბაზისო კვლევების მაგალითები
დიდი ბრიტანეთი: ეროვნული კვლევის სავარჯიშოები - 1998 და 2001 წლებში-პირველი მცდელობა მთელს მსოფლიოში. 2017 წლამდე, ბრიტანეთის მთავრობა ყოველწლიურად ამზადებდა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ანგარიშს. თუმცა, აღნიშნული ანგარიში ამჟამად ინტეგრირებულია ყველა სექტორის ეროვნულ ეკონომიკურ შეფასებაში[1].	შოტლანდია: 2022 წლის ანგარიში - „კინოსა და სატელევიზიო სექტორის ეკონომიკური ღირებულება შოტლანდიაში" - არის სექტორის პირველი დეტალური მიმოხილვა. აღნიშნული კვლევა მოიცავს კინოსა და სატელევიზიო სექტორის ეკონომიკური წვლილის ანალიზს ღირებულებათა ჯაჭვში რაც მოიცავს: კინოსა და ტელევიზიის განვითარებას, პროდაქშენს, ანიმაციას, ვიზუალურ ეფექტებს (VFX) და "პოსტპროროდაქშენს", კინოსა და ტელევიზიის დისტრიბუციას, სატელევიზიო მაუწყებლობას, კინო გამოფენას და მიწოდების ჯაჭვის გაზრდას, რომელიც უზრუნველყოფს მომსახურების მიწოდებას კონტენტის შექმნის პროცესის ყველა დონეზე. ეს მოიცავს შესაბამის ტექნიკას, აღჭურვილობას, ტრანსპორტს, კვებას და საცხოვრებელს[2].
ბრაზილია: სამოქმედო კვლევის პროგრამის ფარგლებში, ეროვნული მონაცემების შეგროვება შემოქმედებით სექტორში არსებული მცირე და საშუალო ბიზნესის განვითარების საჭიროებების შესახებ მონაცემების შემუშავების მიზნით: ბრაზილიის შემოქმედებითი ეკონომიკა[5]. თუმცა, ეს ძირითადად იყო ლიტერატურის თვისებრივი ანალიზი, რადგან რთულია ზუსტი მონაცემების პოვნა ეროვნულ მონაცემთა ბაზაში.	დიდი ბრიტანეთი: „დიზაინი ინოვაციურ სტრატეგიაში" - ვრცელი კვლევისა და სტრატეგიის პროგრამა ეკონომიკაში დიზაინის როლისა და გავლენის დასადგენად. Innovate UK-ის მიერ 2020 წელს გამოქვეყნებული ანგარიში ითვალისწინებს ინვესტიციას დიზაინის სფეროში და ადვოკატირებას უწევს რეგისტრაციის გადასახადის შემცირებას მათთვის, ვინც ახალია დიზაინის სფეროში; ასევე ეხმარება ბიზნესს დიზაინის ღირებულებითი წვლილის გაზრდაში [6].
მონღოლეთი: შემოქმედებითი ეკონომიკის ახალი ეროვნული სტრატეგია, რომელიც ეფუძნება კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა ქვესექტორის დეტალურ საბაზისო კვლევას, და მოიცავს რამდენიმე რეფორმას ინდუსტრიული და პროფესიული კლასიფიკაციის სისტემის მიმართულებით და კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საწარმოებთან და ინდუსტრიის ლიდერებთან თვისებრივ კვლევას. სტრატეგია ჯერ არ ამოქმედებულა[9].	სამხრეთ კორეა: ციფრული კონტენტის მქონე ინდუსტრიების ვრცელი საბაზისო კვლევა. კორეის შემოქმედებითი კონტენტის სააგენტო (KOCCA), სამთავრობო სააგენტოა, რომელიც ზედამხედველობს და კოორდინაციას უწევს კორეის" კონტენტის ინდუსტრიის "პოპულარიზაციას. იგი 2009 წლის მაისში დაარსდა ხუთი ერთმანეთთან დაკავშირებული ორგანიზაციის გაერთიანებით, მათ შორის „კორეის მაუწყებლობის ინსტიტუტი", კორეის კულტურისა და კონტენტის სააგენტო" და „კორეის ვიდეო თამაშების სააგენტო". KOCCA ახორციელებს დეტალურ და სიღრმისეულ კვლევას ციფრული კონტენტის მქონე მნიშვნელოვან სექტორებში - ქვეყნის კონკურენტუნარიანობის გაძლიერების მიზნით[10].

1 https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-sectors-economic-estimates-2016

2 https://www.screen.scot/news/2022/06/new-report-gives-first-clear-picture-of-the-economic-value-of-screen-sector-across-scotland

3 https://www.creativedenmark.com/

4 https://www.cendana.com.my/clients/asset_7133D9E8-5529-4477-AE06-9B65BE281DE3/contentms/img/Library/Report/CendanaReport_Option-2_FA_For-Web(190220).pdf

5 https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brazilian_creative_economy_online_sem4_new-fg.pdf

6 https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/910246/InnovateUK_DesignStrategy_Web-Enabled.pdf

7 https://www.creativeireland.gov.ie/en/publications/

8 მალაიზია: https://www.britishcouncil.my/programmes/arts/work/collaborations/cities-report
ვიეტნამი: https://www.britishcouncil.vn/en/arts/resources/viet-nam-cultural-cities-profiles
ინდონეზია: https://www.britishcouncil.id/en/indonesia-cultural-cities-profile
ჩინეთი: https://www.britishcouncil.cn/en/programmes/arts?_ga=2.59848685.1373407135.1650356640-770573823.1650356640

9 https://montsame.mn/en/read/264278

10 https://www.kocca.kr/en/main.do

11 https://portosantocharter.eu/wp-content/uploads/2021/04/NPA-en.pdf

12 https://www.london.gov.uk/what-we-do/arts-and-culture/culture-and-good-growth/explore-creative-enterprise-zones/about-creative-enterprise-zones

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის გავლენის და მდგრადი განვითარების მაგალითები	ადგილზე- დაფუძნებული კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევების/სტრატეგიების მაგალითები
შემოქმედებითი დანია: ეროვნული განვითარების პროგრამა, რომელიც ეფუძნება სამოქმედო კვლევას იმაზე, თუ რა როლს თამაშობს კულტურა და შემოქმედებითი ინდუსტრიები საზოგადოების კეთილდღეობასა და მდგრად განვითარებაში. „შემოქმედებითმა დანია“-მ დაუკვეთა მრავალი კვლევითი პროექტი, მათ შორის კონკრეტულ სფეროებზე ორიენტირებული კვლევები, როგორიცაა მაგალითად „დიზაინის სექტორის როლი წრიულ ეკონომიკაში“ და „კრეატიულობის გავლენა ადგილის შექმნაზე“. „შემოქმედებითი დანია“ არის არაკომერციული, საჯარო და კერძო პარტნიორობა, რომელიც ხელს უწყობს ურთიერთობებს საერთაშორისო პარტნიორებსა და დანიის კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორს შორის [3].	კუალა ლუმპურის შემოქმედებითი ეკონომიკის გეგმა – არის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის პირველი, მასშტაბური კვლევა საბაზისო კვლევის შესახებ მალაიზიაში. აღნიშნული კვლევა დაუკვეთა ეროვნულმა მთავრობამ და არასამთავრობო ორგანიზაციებისა და ბიზნესის პარტნიორობამ, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის პროფილისა და ეკოსისტემის უკეთ გასაგებად და სტრატეგიული ქსელებისა და პარტნიორობის შესაქმნელად, რომლებსაც შეუძლიათ მონაცემების სწორად გამოყენება და სტრატეგიული განვითარების ხელშეწყობა. აღნიშნული კვლევა მოიცავდა სხვადასხვა კვლევის მეთოდსა და მიდგომას, როგორებიცაა: სექტორის გამოკითხვა, ინტერვიუები, მრგვალი მაგიდა და ონლაინ წყაროებიდან მონაცემების შეგროვება. კვლევით მიღებულმა შედეგმა დააჩქარა ინვესტიციების და პარტნიორობების განვითარების პროცესი, მათ შორის, ამოქმედდა ახალი ეროვნული კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სააგენტო: CENDANA[4].
შემოქმედებითი ირლანდია: ხუთწლიანი პროგრამა, რომელიც ერთმანეთთან აკავშირებს ადამიანებს, შემოქმედებას და კეთილდღეობას. „შემოქმედებითი ირლანდია“ არის „ყოვლისმომცველი“ კულტურისა და კეთილდღეობის პროგრამა. ის ინვესტიციას ახდენს კულტურის აქტივაციის პროექტებში, რომლებიც წარმოადგენენ ერთგვარ სამოქმედო კვლევას, რომელიც იკვლევს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის გავლენას კეთილდღეობასა და მდგრად განვითარებაზე. კვლევითი პროექტები მოიცავს შემოქმედებითი ინდუსტრიების როლის და ღირებულების განსაზღვრას დაბერებისა და ჯანდაცვის მიმართულებით[7].	კულტურული და შემოქმედებითი ქალაქების პროფილები ვიეტნამისთვის, მალაიზიისთვის, ინდონეზიისა და ჩინეთისთვის. 2021 წელს, ბრიტანეთის საბჭომ დაუკვეთა სიღრმისეული და ადგილზე-ორიენტირებული კვლევის პორტფოლიო, რომლის მიზანიც იყო რამდენიმე ქალაქში კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის დეტალური მიმოხილვა. კვლევაში გამოყენებული იყო შერეული მეთოდოლოგია, რომელიც მოიცავდა ინტერვიუებსა და სამაგიდო კვლევებს. აღნიშნული მნიშვნელოვანი კვლევითი პროგრამა ახდენს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სტრატეგიებისა და გაცვლის ახალი ეპოქის წახალისებას და ქმნის მიდგომის ერთგვარ ნახაზს, პროექტს, რომელიც შესაძლოა სხვა გლობალურმა რეგიონებმა გამოიყენონ. [8].
პორტუგალია: ხელოვნების ეროვნული გეგმა (PNA) განათლებისა და კულტურის სამინისტროებმა ერთობლივად დაუკვეთეს ქვეყნის საერთო კეთილდღეობის გაზრდის მიზნით. ის მიზნად ისახავს ხელოვნება უფრო ხელმისაწვდომი გახადოს მოქალაქეებისთვის, განსაკუთრებით ბავშვებისა და ახალგაზრდებისთვის. ის კულტურას საზოგადოების გაერთიანების გზად მიიჩნევს და ამყარებს კავშირს კულტურულ ჩართულობასა და კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის განვითარებას შორის. ეროვნული გეგმა განხორციელდა ვრცელი ეროვნული კონსულტაციებისა და ჩართულობის საპასუხოდ. ასევე ჩატარდა კულტურული განათლების გავლენის კვლევაც[11].	ლონდონი: შემოქმედებითი საწარმოების ზონები. 2019 წლიდან 2021 წლამდე, ლონდონის ხელისუფლებამ დაუკვეთა საბაზისო კვლევითი პროექტების სერია, რათა მოეხდინა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის დეტალური ანალიზი ქალაქის 9 რაიონში, რომლებმაც აჩვენეს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის მნიშვნელოვანი ზრდა, მაგრამ მოწყვლადი არიან შემომავალი ქონების განვითარების მიმართ, რომელსაც შეუძლია კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საწარმოების გადაჭარბება. საბაზისო კვლევამ შეისწავლა ადგილობრივი კლასტერებისა და ქსელების ბუნება, უზრუნველყო SWOT ანალიზი და შექმნა ინვესტიციისა და მხარდაჭერის ჩარჩო[12].

მოლდოვა: ამჟამად, მუშაობა მიმდინარეობს შემოქმედებითი ინდუსტრიების ახალ ეროვნულ სტრატეგიაზე, რომელიც მოიცავს განახლებულ მიდგომას სექტორის აღნუსხვასთან და ეროვნული სტატისტიკური მონაცემების შეგროვებასთან დაკავშირებულ რეფორმასთან. ის ასევე მოიცავს პრიორიტეტული სექტორების სიღრმისეულ კვლევას, როგორიცაა: ციფრული/ საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიები, ვიდეო თამაშების ინდუსტრია და მოდის ინდუსტრია. პროცესს ხელმძღვანელობს ახალი სტრატეგიული პარტნიორობა შემოქმედებითი ინდუსტრიების ასოციაციასთან ერთად, რომელიც ერთმანეთთან აკავშირებს საჯარო და კერძო სექტორს და მეთვალყურეობას უწევს სტრატეგიაზე მუშაობის პროცესს[13].	ინდონეზია: 2015 წელს მთავრობამ დააარსა BEKRAF, შემოქმედებითი ეკონომიკის ეროვნული სააგენტო. რომელიც ხელმძღვანელობს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში საინვესტიციო და მხარდაჭერის პროგრამას. აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში, მონაცემების და მტკიცებულებების შეგროვება ხდება შემდეგ პრიორიტეტულ სექტორებში: მოდა, კინო და რეწვა. კვლევა ასევე ორიენტირებულია გავლენაზე, რომელიც შემოქმედებით ინდუსტრიებს აქვს სხვა სფეროებზე- კერძოდ ტურიზმსა და მდგრად განვითარებაზე. გარდა ამისა, დიდი აქცენტი კეთდება ხარისხობრივ კვლევაზე, რათა მეტი ინფორმაცია გვქონდეს ფართო არაფორმალური ეკონომიკის პროფილის შესახებ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში. პრეზიდენტ ჯოკო ვიდოდოს ადმინისტრაციამ დაისახა ამბიციური მიზანი, რომ 2030 წლისთვის ინდონეზია ჩამოყალიბდეს გლობალური შემოქმედებითი ეკონომიკის მოთამაშედ[14].
მალაიზია: ბოლო 5 წლის განმავლობაში შეიმჩნევა გეგმიური მიდგომა საბაზისო მონაცემების შეგროვებასა და აღნუსხვასთან მიმართებაში. თავდაპირველად, ეს იყო ფრაგმენტული პროცესი, რომელიც მოიცავდა გეგმას ციფრული და კინო სექტორებისთვის. აღნიშნული პროცესი ასევე მოიცავდა ზოგიერთ მიზნობრივ კვლევას ისეთი სექტორებისთვის, როგორიცაა მოდა და სახვითი ხელოვნება. თუმცა, ახლახან სააგენტო MyCreative Ventures-მა და მათთან დაახლოებულმა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის განვითარების სააგენტომ CENDANA-მ მოახდინეს მონაცემებისა და მტკიცებულებებისადმი კომპლექსური მიდგომის ინიცირება. ეს მოიცავს მონაცემთა შეგროვების პროცედურების მიმოხილვას და ახალ ეროვნულ კვლევას, რომლის მიზანია Covid-19-ის ზეგავლენის დაფიქსირება[17].	საუდის არაბეთი: კულტურის და შემომქმედებითი ინდუსტრიების სტრატეგიების და კვლევების პროგრამებთან ერთად, საუდის არაბეთმა შექმნა მუსიკის ეროვნული სტრატეგია, რომელიც ეფუძნება მუსიკის სექტორის ღირებულების და როლის გააზრების საბაზისო კვლევას. სტრატეგიას, რომელიც შეიქმნა ეროვნული მუსიკალური კომისიის ხელმძღვანელობით, მოიცავს 5 ძირითად თემას: განათლება; პროდაქშენი; წარმოდგენა; მიწოდება და დისტრიბუცია; ადვოკატირება; ლიცენზირება და ინტელექტუალური საკუთრების უფლებები. მუსიკალური კომისია მიზნად ისახავს რომ სექტორის წვლილი ქვეყნის მთლიან შიდა პროდუქტში გაუტოლდეს და გადააჭარბოს 1%-ს (ნავთობით მიღებული შემოსავლების გამოკლებით), როგორც ეს განვითარებულ ბაზრებზეა და 2030 წლისთვის აღნიშნული სტრატეგიის საფუძველზე ხელი შეუწყოს 65000-ზე მეტი სამუშაო ადგილის შექმნას სექტორში.

13 http://cor.md/en

14 ინდონეზიაში კლასიფიკაციისა და მონაცემთა შეგროვების მიდგომის ანალიზისთვის: https://www.unescap.org/sites/default/d8files/APSDJ%20Vol.25%20No.2_pp99-114.pdf

15 https://www.kulturradet.no/english/vis/-/research-and-development

16 https://aveiro2027.pt/en/

17 https://www.cendana.com.my/ and http://www.mycreative.com.my/

18 https://www.kul.ee/kultuurivaartused-ja-digitaalne-kultuuriparand/digitaalne-kultuuriparand/kultuuriparandi

19 https://static1.squarespace.com/static/5ff58e984c771f39d6a9c1d0/t/60cb0e968753fe223fd58cfa/1624618271645/Culture+Collective+Strategy

ნორვეგია: მუსიკის და ლიტერატურის სექტორების სიღრმისეული კვლევა ნორვეგიის ხელოვნების საბჭოსთვის. ამ პროექტის მიზანი იყო ნორვეგიის ლიტერატურისა და მუსიკის ინდუსტრიის ეკონომიკური ღირებულების შეფასება. რადგანაც კვლევის ანალიზი მოიცავდა დროის სხვადასხვა მონაკვეთს, ის საფუძვლად დაედო სექტორების სამომავლო სტატისტიკურ ანალიზს. ამ პროექტის ერთ-ერთი მთავარი გამოწვევა მონაცემთა შეგროვების მეთოდოლოგიის შემუშავებაა, რომელიც იმედია მომავალშიც გაგრძელდება. აღნიშნული კვლევა არის ნორვეგიის ხელოვნების საბჭოს მიზნობრივი კვლევის პორტფოლიოს ნაწილი [15].	ავეირუ: პორტუგალიის ცენტრალურ რეგიონში მდებარე პატარა ქალაქმა ავეირუმ დაისახა ამბიციური მიზანი გახდეს ევროპის კულტურის დედაქალაქი 2027 წელს. ეს პროცესი დაიწყო დეტალური კულტურის სტრატეგიის კვლევით და კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის აღნუსხვით აღნიშნული კვლევა მოიცავდა ინფორმაციას ქალაქის ძირითადი კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ და კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ეკონომიკური და სოციალური წვლილის შესახებ. სტრატეგია ასევე მოიცავდა ვრცელ სექტორულ საკონსულტაციო პროგრამას და უნარ-ჩვევების გაძლიერების ტრენინგს კულტურული ორგანიზაციებისა და პროფესიონალებისთვის. ავეირუ ამ სტრატეგიას გრძელვადიან პერსპექტივაში გამოიყენებს. ევროპის კულტურულ დედაქალაქად ქცევის პროცესი არის საწყისი ეტაპი იმისთვის, რომ ავეირუ საბოლოოდ გახდეს კულტურის სექტორზე ორიენტირებული ქალაქი[16].
ესტონეთი: ციფრული კულტურული მემკვიდრეობის სამოქმედო გეგმა. კულტურის სამინისტრომ მოამზადა კულტურული მემკვიდრეობის გაციფრულების სამოქმედო გეგმა. სამოქმედო გეგმის მიზანია 2023 წლისთვის კულტურულ დაწესებულებებში დაცული კულტურული მემკვიდრეობის მესამედი ციფრულად გახდეს ხელმისაწვდომი. გეგმის მიზანია ასევე აღნიშნული დაწესებულებების ინფორმაციის შენახვის ინფრასტრუქტურის განახლება. სამოქმედო გეგმას წინ უძღოდა აღნუსხვა/კვლევა, რომლის საშუალებითაც მოხდა 900 მილიონზე მეტი მემკვიდრეობის ობიექტის იდენტიფიცირება, რომელიც მნიშვნელოვანია ესტონური კულტურისთვის. დღეისათვის მათი მხოლოდ მეათედია გაციფრულებული. სამოქმედო გეგმის მიზანია 2023 წლისთვის დოკუმენტური მემკვიდრეობის 3%, ობიექტის 32%, ფილმისა და ფოტო მემკვიდრეობის 60% და ბეჭდვითი მემკვიდრეობის 28% იყოს ციფრულად ხელმისაწვდომი. ჯამში კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის დაახლოებით 33%[18].	შეფილდი: კულტურის ინფრასტრუქტურის სტრატეგია. ქალაქი შეფილდი იორკშირში, დიდი ბრიტანეთი, იყო პირველი ქალაქი, რომელმაც იმუშავა ადგილზე- დაფუძნებული კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარებაზე. 1980-იან წლებში, პირველად ქალაქ შეფილდში დაარსდა ბრიტანეთის პირველი „კულტურის ინდუსტრიების კვარტალი“ და მას შემდეგ, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის განვითარება იქცა პრიორიტეტად ქალაქის ეკონომიკის დაბალანსების, შიდა ინვესტიციების გაზრდის და ნიჭიერი პროფესიონალების მოზიდვის მიზნით. ყოველწლიურად ქვეყნდება ახალი კვლევა, რომელიც მოიცავს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ძირითადი მაჩვენებლების აღნუსხვას, მისი გავლენის შეფასებას და ტექნიკურ-ეკონომიკურ კვლევას. 2019 წელს, ქალაქმა დაუკვეთა კვლევა, რათა გაეზომა გავლენა ქალაქის კულტურულ ინფრასტრუქტურაზე და შემდეგ მოეხდინა ინფრასტრუქტურის ინვესტიციების სტრატეგიული პრიორიტეტების იდენტიფიცირება, რაც გულისხმობდა ახალი შენობა-ნაგებობების აშენებას, რემონტს და მოდერნიზაციას. აღნიშნული კვლევის მიზანი იყო მთავრობის მხრიდან ინვესტიციის განხორციელება და იმის უზრუნველყოფა, რომ აღნიშნული ინვესტიცია მკაცრად ეფუძნება შესაძლებლობას და საჭიროებას [19].

5. საქართველოს კულტურისა და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების სამოქმედო გეგმა

ნათლად ჩანს, რომ საქართველოში არის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორისთვის კვლევისა და მტკიცებულებების შემუშავების პრაქტიკის დანერგვის ნება. ამ მიმართულებით ბევრს მუშაობს „შემოქმედებითი საქართველო“. მათი უახლესი კვლევა: „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა“, არის შესანიშნავი საფუძველი სექტორის შემდგომი კვლევებისთვის. სხვა სააგენტოები და ასოციაციები, როგორიცაა: კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირი (CCIU) ,ელექტრონული მუსიკისა და ღამის ეკონომიკის სექტორისთვის და საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია, გზას უკაფავენ სხვა ქვესექტორებს საერთაშორისო თანამშრომლობისკენ, მხარს უჭერენ თავიანთ შემოქმედებით ქვესექტორს და ხელს უწყობენ მტკიცებულებაზე დაფუძნებული პოლიტიკისა და ინფრასტრუქტურის განვითარებას.

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი და მისი კავშირები ფართო ეკონომიკასა და საზოგადოებასთან რთული და მრავალმხრივია, რაც ეროვნული და რეგიონული მთავრობის ბევრ მოთამაშეს და აქტორს აკავშირებს კერძო სექტორთან, არაკომერციულ ორგანიზაციებთან, საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან, შემოქმედებით პირებსა და თემებთან. პარტნიორობა და თანამშრომლობა მნიშვნელოვანია ყველა სფეროში, მთავარია აღნიშნული თანამშრომლობის დროს გამოყენებული იქნას „ეკოსისტემური მიდგომა“, რაც მნიშვნელოვანია კვლევის განხორციელებისთვის და ცოდნის შეგროვებისთვის. ასევე, აუცილებელია შესაბამისი პოლიტიკის გატარება და პროგრამების განხორციელება, რაც ხელს შეუწყობს მუდმივ ზრდას და მდგრად განვითარებას.

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის მონაცემებისა და მტკიცებულებების განხილვის და შეფასების ჯგუფი.

რეკომენდირებულია **შეიქმნას მონაცემების და მტკიცებულებების განხილვის და შეფასების ჯგუფი,** რომელიც ზედამხედველობას გაუწევს საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს შექმნას და განხორციელებას. აღნიშნულ ჯგუფს, უნდა ხელმძღვანელობდნენ კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო და „შემოქმედებითი საქართველო“. მასში ასევე ჩართულნი უნდა იყვნენ უნივერსიტეტები, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში არსებული ასოციაციები და საერთაშორისო პარტნიორები. ჯგუფის მთავარი ფუნქცია იქნება, კვლევისთვის ინვესტიციის უზრუნველყოფა და შემდეგ კვლევითი აქტივობების პორტფელის ამოქმედების ზედამხედველობა, რომელიც მოიცავს გონივრულ მონაცემებსა და მტკიცებულებებს, რის საფუძველზეც შესაძლებელი იქნება სტრატეგიის და პოლიტიკის შემუშავება.

აღნიშნული პორტფელი უნდა მოიცავდეს კვლევით საქმიანობებს, რომლის საფუძველზეც გამოიკვეთება პრიორიტეტული სფეროები და დაიწყება საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორისთვის მონაცემების და მტკიცებულებების შეგროვების შემდგომი ეტაპი.

საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩო

ა. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების საბაზისო კვლევა და ანალიზი

ა1. საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების მთლიანი სექტორის და მისი 14 ქვესექტორის ყოველწლიური ანალიზი. აღნიშნული ანალიზი დაეფუძნება „შემოქმედებითი საქართველოს“ საბაზისო კვლევას და ანალიზს. გამოყენებული იქნება აღნიშნულ კვლევაში მოცემული ინფორმაცია და სეკ 006-2016 NACE rev.2 კოდები, რაც ასევე მოცემულია ამ დოკუმენტის ბოლოს, დანართი 3-ის სახით.

თანამშრომლობა: იმუშავეთ საქსტატთან, რათა გქონდეთ წვდომა საქართველოს საწარმოთა სტატისტიკური კვლევისა და საქართველოს ბიზნეს რეგისტრის მონაცემებზე. გააგრძელეთ მუშაობა იმაზე რომ გქონდეთ წვდომა საქართველოს საწარმოთა სტატისტიკური კვლევის 4-ნიშნა დონის მონაცემებზე, რომელიც საჭიროა შემოქმედებითი ქვესექტორების უმეტესობის სრულფასოვანი ანალიზისთვის.

თუ ზოგიერთი ქვესექტორის 4-ნიშნა მონაცემებზე წვდომა შეუძლებელია, მხედველობაში იქონიეთ 2-ნიშნა და ბიზნეს რეგისტრის 4-ნიშნა მონაცემების ანალიზი. ამჟამად, შეუსაბამობაა ბიზნეს რეგისტრის 4-ნიშნა მონაცემებსა და შემოქმედებითი ქვესექტორების შესახებ საწარმოთა სტატისტიკური გამოკითხვის 2-ნიშნა მონაცემებს შორის. მიხედვით. აქედან გამომდინარე, ბიზნესების რიცხვი ნაკლებად არის დაკავშირებული ბრუნვის, დამატებითი ღირებულების და დაქირავებით დასაქმებულთა მაჩვენებელთან; განსაკუთრებით ისეთ სექტორში, როგორიცაა არქიტექტურა 71.11. მონაცემთა ხელმისაწვდომობის გათვალისწინებით, არქიტექტურის 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. საინჟინრო საქმიანობები და მათთან დაკავშირებული ტექნიკური კონსულტირება და ასევე ტექნიკური გამოცდები და ანალიზები წარმოდგენილია კოდებით 71.12 და 71.20. თუმცა, გარკვეული შეფასება შეიძლება გაკეთდეს ბრუნვის, დამატებითი ღირებულების და დასაქმების ფარდობითობაზე არქიტექტურულ საქმიანობებსა და ფართო არქიტექტურული სექტორის მომწოდებელ ჯაჭვს შორის, რომელიც მოიცავს არქიტექტურულ და საინჟინრო საქმიანობებს და ტექნიკურ გამოცდებსა და ანალიზს.

ა2. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევა ყოველ სამ წელიწადში, რათა შეფასდეს, რამდენად ჯანსაღად ვითარდება სექტორი. თავ-დაპირველად, მსგავსი კვლევა შესაძლოა ჩატარდეს ქალაქის ან კონკრეტული ქვესექტორის დონეზე. კვლევა მოგვცემთ დეტალურ ცოდნას საქართველოში, კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ზომის, პროფილისა და შემადგენლობის და ასევე მისი მისწრაფებებისა და გამოწვევების შესახებ, რაც უზრუნველყოფს მდგრადობას და ზრდას. კვლევის ჩატარებისას კითხვები ფოკუსირებული უნდა იყოს ბიზნესის ზომაზე, წლოვანებაზე, ბრუნვასა და მოგებაზე, ბიზნესის შესახებ დამატებითი მონაცემების გენერირების მიზნით; ასევე, მნიშვნელოვანია, ბიზნესის თვითრწმენის შეფასება-ზრდის მოლოდინი, შემოსავლების ზრდა, თანამშრომლების დაქირავება, ინოვაციებში ინვესტიცია, ექსპორტი, საერთაშორისო ვაჭრობა და ა.შ. აუცილებელია შეფასდეს ზრდისა და მხარდაჭერის საჭიროება- რაც დაეხმარება ბიზნესს ზრდაში და ინოვაციაში. კვლევას უნდა ჰქონდეს საკმაოდ დიდი შერჩევა, 520-ზე მეტი, რათა კვლევის შედეგი სტატისტიკურად ღირებული იყოს.

თანამშრომლობა: იმუშავეთ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის წარმომადგენლებთან და ასოციაციებთან და დარწმუნდით, რომ კვლევა მოიცავს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ყველა ქვესექტორში არსებულ ბიზნესს. პარტნიორების დახმარებით, გაავრცელეთ ელექტრონული კითხვარები. ითანამშრომლეთ საქართველოს სტატისტიკის ეროვნულ სამსახურთან და მათთან ერთად შეეცადეთ საწარმოთა სტატისტიკურ კვლევაში ჩაამატოთ მნიშვნელოვანი შეკითხვები.

ა3. ფართო შემოქმედებითი ეკონომიკის ანალიზი და აღნუსხვა. იმუშავეთ შემოქმედებითი პროფესიების აღნუსხვასა და ანალიზზე და ამ პროცესში გამოიყენეთ ევროპული უნარების, კომპეტენციის, კვალიფიკაციისა და საქმიანობის (ESCO) კლასიფიკატორი და პროფესიების საერთაშორისო სტანდარტული კლასიფიკაცია (ISCO). შემოქმედებითობა არ შემოიფარგლება მხოლოდ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიებით და მისი გაზომვა სხვა სექტორებშიც არის შესაძლებელი. შემოქმედებითი პროფესიების დაუფლების ზოგადი ეკონომიკის ჭრილში შეფასება, ხელს უწყობს უნარ-ჩვევების გაუმჯობესებასთან დაკავშირებული სტრატეგიების განვითარებას და შემოქმედებითობის როლის წარმოჩენას ზოგად შემოქმედებით ეკონომიკაში.

ა 4. გააანალიზეთ ალტერნატიული მონაცემები, რათა სრულყოთ ეროვნული მონაცემთა ბაზა. მონაცემები შეიძლება მოიძიოთ შემოქმედებითი კომპანიების ვებ-გვერდებზე ან მოიპოვოთ ადგილობრივი აღნუსხვის და კონსულტაციების საშუალებით (იხილეთ ადგილმდებარეობას მორგებული და

ქვესექტორული კვლევა ქვემოთ). არსებობს გამოწვევები შემოქმედებითი კომპანიების შესახებ მთავრობის მიერ გამოქვეყნებულ მონაცემებთან დაკავშირებით, რასაც ემატება NACE Rev 2-ის მონაცემების ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებით არსებული გამოწვევაც. მაგალითად, სამთავრობო მონაცემები დიდწილად ასახავს ინფორმაციას კომპანიების რეგისტრაციის ადგილის შესახებ და არა იმის შესახებ თუ რეალურად სად ვაჭრობენ აღნიშნული კომპანიები, ხოლო NACE Rev 2-ის კოდები ყოველთვის ზუსტად არ ასახავს ამ კომპანიების საქმიანობას. რადგან ყველა შემოქმედებით კომპანიას არ აქვს ვებ-გვერდი, მიზანშეწონილია LinkedIn-ზე და სხვა ბიზნეს პლატფორმებზე მოძიებული ინფორმაციის გამოყენებაც. უცხოელმა მკვლევრებმა აღმოაჩინეს, რომ ეს შესანიშნავი გზაა შემოქმედებითი ბიზნესების მცირე კლასტერების შესახებ მონაცემების მოსაპოვებლად.

ბ. ადგილმდებარეობას მორგებული კვლევა

ბ 1. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისაღნუსხვადაკონსულტაციების გამართვა, თბილისისა და ბათუმის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სტრატეგიის განვითარებისა და მათთვის იუნესკოს მიერ მინიჭებული სტატუსის (მედია ხელოვნება და მუსიკა) **ეფექტურად გამოყენებისა და შემდგომი განვითარებისთვის** .. ეს არის მტკიცებულებებზე დაფუძნებული სტრატეგიის შემუშავების შესაძლებლობა, რომელიც გაზრდის ქალაქების კულტურულ, შემოქმედებით, გასტრონომიულ და მემკვიდრეობის პოტენციალს. თბილისის შემთხვევაში, კვლევის და სტრატეგიის შემუშავება დაკავშირებული უნდა იყოს ღამის ეკონომიკისა და მოდის ინდუსტრიის ქვესექტორების კვლევასთან, რომელიც, სავარაუდოდ, ძირითადად თბილისზე იქნება ორიენტირებული - (იხილეთ გ1 და გ3 პუნქტები ქვემოთ). ბათუმის შემთხვევაში, მთავარი ფოკუსი უნდა იყოს კულტურული ტურიზმის და მუსიკის ინდუსტრიის ურთიერთკავშირი; კვლევა ასევე უნდა მოიცავდეს მიდგომას, რომელიც დაეხმარება ქალაქში ფესტივალების და ღამის ეკონომიკის განვითარებას.

ამ შემთხვევაში, მნიშვნელოვანი იქნება თვისებრივი კვლევის ჩატარება. საჭიროა სიღრმისეული ინტერვიუების და ჯგუფური კონსულტაციების გამართვა ისეთ მნიშვნელოვან პარტნიორებთან, როგორებიც არიან: მთავრობის, განათლების სფეროს, სექტორში არსებული ორგანოების, კულტურული და შემოქმედებითი ბიზნესის და ორგანიზაციების წარმომადგენლები, ტურიზმისადასტუმართმოყვარეობისსექტორის წარმომადგენლები და ინდივიდუალური შემოქმედებითი და კულტურის პრაქტიკოსები. მათ შეუძლიათ სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ცოდნის გაზიარება იმ პრობლემებთან დაკავშირებით, რომელსაც აწყდებიან ის ჯგუფები, რომელთა შესახებ შესაძლოა კვლევაშიარაფერიიყოსნათქვამიდარომელთა პოვნაც შეუძლებელია ეროვნულ მონაცემთა ბაზაში. თვისებრივ კვლევას შეუძლია გამოკვეთოს ტენდენციები, დამოკიდებულების ცვლა და სხვა მნიშვნელოვანი ღირებულებები. სექტორში დასაქმებულ პირთა გამოცდილების შესწავლა ხორცს ასხამს და კონტექსტს მატებს ადგილობრივი უნარ-ჩვევების გაძლიერების და საჭიროებების მიმართულებით არსებულ ნედლ მონაცემებს.

ბ2. კულტურული სტრატეგიის შესახებ ცოდნის გაზიარების ქსელის შექმნა პატარა ქალაქებისთვის. EU4Culture პროექტის შედეგებზე დაყრდნობით, საწყის ეტაპზე შექმენით სამოქმედო კვლევისა და ცოდნის გაზიარების ფორუმი პროექტში ჩართული ქართული ქალაქებისთვის (ქუთაისი, ფოთი, ახალციხე, თელავი, ზუგდიდი). შემდეგ კი - მოიცავით პროექტში ჩართული სხვა ქვეყნების ქალაქები: მოლდოვას რესპუბლიკა (ორჰეი, კაჰული); აზერბაიჯანი (შაკი, ხირდალანი, ლანკარანი, განჯა, სუმგაიტი); სომხეთი (ჩარენცავანი, გიუმრი, იჯევანი, ჰრაზდანი, სევანი).

გ. ქვესექტორი და თემატური კვლევა

გ1. თბილისის ელექტრონული მუსიკის და ღამის ეკონომიკის ინდუსტრიების აღნუსხვა. დაეხმარეთ კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირს (CCIU) ელექტრონული მუსიკის და ღამის ეკონომიკის აღნუსხვისთვის ინვესტიციების მოპოვებაში.

გ2. რეწვა: ქვესექტორის აღნუსხვა და განვითარების საჭიროებების ანალიზი. იმუშავეთ საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციასთან და დაეხმარეთ სექტორის საბაზისო კვლევის ჩატარებაში, რათა შემდგომ, მონაცემების შედარება მოხდეს საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემებთანდადადასტურდესრომ სექტორის

შესახებ არსებული ოფიციალური სტატისტიკა არასაკმარისია. კვლევისას უნდა გამოიკითხონ ასოციაციის წევრები და შესწავლილ უნდა იქნას საწარმოთა ფუნქციონირების პერიოდი, იურიდიული სტატუსი და საწარმოების ზომა მათში დასაქმებულთა რაოდენობის და ბრუნვის თვალსაზრისით. კვლევა, ასევე უნდა მოიცავდეს უნარების და ბიზნესის განვითარების საჭიროებების ანალიზს, რომელიც დაეფუძნება საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციის მიერ ჩატარებულ წინა კვლევებს.

გ3. მოდის ინდუსტრია: უნარ-ჩვევების განვითარების საჭიროებების ანალიზი და მოდის ინდუსტრიის სექტორის აღწესხვა. იმუშავეთ სექტორის წამყვან ორგანიზაციებთან და პირებთან, მოდის სექტორის და მიწოდების ჯაჭვის აღწესხვის მიზნით. ყურადღება მიმართეთ იმ მონაცემების შეგროვებაზე, რომელიც არ არის მოცულია ოფიციალურ სტატისტიკაში. სექტორის ექსპერტებთან კონსულტაციების და მოდის სექტორში არსებული ბიზნესის გამოკითხვის საფუძველზე, გააკეთეთ უნარების საჭიროებების ანალიზი. ასევე საჭიროა მოდის სექტორში არსებული კურსების და ტრენინგების აღწესხვა, რათა ხაზი გაუსვათ იმ შეუსაბამობას, რაც ამჟამად არის სექტორის განვითარების საჭიროებას და შემოთავაზებულ ტრენინგებს შორის. აღნიშნული ანალიზი, უნდა დაეხმაროს დაგეგმილი მოდის ჰაბის განვითარებას, რომლის შექმნის შესაძლებლობებს იკვლევს და ხელმძღვანელობს სოფია ჭყონია.

გ4. მემკვიდრეობისა და ტურიზმის სექტორთან კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაკავშირების პოტენციალის ანალიზი და სავარაუდო გავლენა კულტურულ ტურიზმსა და მემკვიდრეობის განახლებაზე.

ეს შეიძლება იყოს EU4culture ქალაქების პროექტის სამოქმედო კვლევის (იხილეთ ბ2 პუნქტი ზემოთ) და შემოთავაზებული თბილისის და ბათუმის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სტრატეგიის ნაწილი (იხილეთ ბ1 პუნქტი ზემოთ). გარდა ამისა, კარგი იქნება თუ ჩატარდება ფოკუსირებული კვლევა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების, როგორც სოფლის მეურნეობაში ინოვაციების კატალიზატორის როლზე, გავლენასა და შესაძლებლობებზე (მაგ: გასტრონომიაში, ღვინის და კულტურულ ტურიზმში)

გ5. ციფრული უნარების ანალიზი და საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების ციფრული პოტენციალის პროგნოზირება.

საჭიროა რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევების ჩატარება ინტერვიუების, სემინარების, გამოკითხვებისა და საერთაშორისო ლიტერატურის მიმოხილვის გზით, საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორში სამუშაო ადგილების განვითარებისთვის საჭირო უნარების გამოვლენის მიზნით და უმაღლეს სასწავლო დაწესებულებებსა და პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში არსებული ხარვეზების გამოვლენის მიზნით, რომელიც ხელს უშლის შესაბამისი უნარ-ჩვევების განვითარებას. აღნიშნული კვლევა, შესაძლოა ფოკუსირებული იყოს გაფართოებულ რეალობაზე, ბლოქჩეინზე, ხელოვნურ ინტელექტსა და დიდ მონაცემებზე (big data).

ქვემოთ მოცემული ცხრილი აჯამებს საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევისა და მტკიცებულებების ჩარჩოს
შემოთავაზებული კვლევები კოდირებულია შემდეგი ფერების მიხედვით:

კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი	კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ზომა, სამუშაო ადგილების რაოდენობა, ეკონომიკური წვლილი, ზრდა და განვითარება	პოლიტიკა პარტნიორობა და ინფრასტრუქტურა	ნიჭის განვითარება: განათლება და უნარები	გავლენა სხვა სფეროებზე- მაგ: ტურიზმი, მეცნიერება და სხვა სფეროები, რომ-ლებიც საზოგადოების კეთილდღეობასთან არის დაკავშირებული	საერთაშორისო-კულტურული ურთი-ერთობები და ექსპორტი
ყველა კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორი	ა1. საქართველოს კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების მთლიანი სექტორის და მისი 14 ქვესექტორის ყოველწლიური ანალიზი. აღნიშნული ანალიზი დაეფუძნება „შემოქმედებითი საქართველოს“ საბაზისო კვლევას და ანალიზს და ეროვნულ მონაცემთა ბაზებს	ბ1 კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების აღნუსხვა და კონსულტაციების გამართვა, თბილისისა და ბათუმის შემოქმედებითი ინდუსტრიების სტრატეგიის განვითარებისა და მათთვის იუნესკოს მიერ მინიჭებული სტატუსის (მედია ხელოვნება და მუსიკა) ეფექტურად გამოყენებისა და შემდგომი განვითარებისთვის რათა გამოიყენონ იუნესკოს შემოქმედებითი ქალაქების სტატუსი	იხილეთ ბ1 და ბ2 – უნდა ითვალის-წინებდეს ნიჭის განვითარების საჭიროებებს	იხილეთ ბ1 და ბ2- უნდა ითვალისწი-ნებდეს გავლენას სხვა ინდუსტრიებზე განსაკუთრებით კი ტურიზმზე	იხილეთ ა1. რომელიც მოიცავს ექსპორტისა და საერ-თაშორისო ვაჭრობის მიმოხილვას
	ა2. კულტურის და wwშემოქმედებითი ინდუსტრიების კვლევა ყოველ სამ წელიწადში, რათა შეფასდეს, რამდენად ჯანსაღად ვითარდება სექტორი. განვითარების საჭიროებების გამოვლენა და დამატებითი მონაცემების მოპოვება სექტორის ზომასა და მასშტაბზე	ბ2. კულტურული სტრატეგიის შესახებ ცოდნის გაზიარების ქსელის შექმნა პატარა ქალაქებისთვის. EU4Culture პროექტის მიხედვით.			იხილეთ ბ2. დაუკავ-შირდით აღმოსავლეთ პარტნი-ორობის სხვა EU4Culture ქა-ლაქებს
	ა3. ფართო შემოქმედებითი ეკონომიკის ანალიზი და აღნუსხვა. საქმიანობების კოდებისა და ეროვნული მონაცემთა ბაზის გამოყენებით				
	ა4. გააანალიზეთ ალტერნატიული მონაცემები, რათა სრულყოთ ეროვნული მონაცემთა ბაზა. მონაცემები შეიძლება მოიძიოთ შემოქმედებითი კომპანიების ვებ-გვერდებზე ან მოიპოვოთ ადგილობრივი აღნუსხვის და კონსულტაციების საშუალებით				

ფოკუსი ქვესექტორებზე	გ1. თბილისის ელექტრონული მუსიკის და ღამის ეკონომიკის ინდუსტრიების აღნუსხვა. კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების კავშირის (CCIU) დახმარება	გ1. თბილისის ელექტრონული მუსიკის და ღამის ეკონომიკის ინდუსტრიების აღნუსხვა.	გ3. მოდის ინდუსტრია: უნარ-ჩვევების განვითარების საჭიროებების ანალიზი და მოდის ინდუსტრიის სექტორის აღნუსხვა.	გ4. მემკვიდრე-ობისა და ტურიზმის სექტორთან კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების დაკავშირების პოტენციალის ანალიზი	გ4. მემკვიდრე-ობისა და ტურიზმის სექტორთან კულტურის და შემოქმედე-ბითი ინდუსტრიების დაკავშირების პოტენციალის ანალიზი
	გ2. რეწვა: ქვესექტორის აღნუსხვა და განვითარების საჭიროებების ანალიზი. თანამშრომლობა საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციასთან				

პრიორიტეტულია-უნდა განხორციელდეს 1-2 წელიწადში	შესაძლებელია განხორციელდეს 2-3 წელიწადში	ამბიციურია-შესაძლებელია განხორციელდეს 5 წელიწადში

დანართი 1: გამოყენებული ლიტერატურა, კვლევები და მონაცემები

ტრადიციული რეწვა საქართველოში-სექტორის კომპლექსური კვლევა და განვითარების სტრატეგია	კვლევა მომზადდა საქართველოს ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის მიერ, ევროკავშირის აღმოსავლეთ პარტნიორობის კულტურის მხარდაჭერით	2012
ტურიზმის ეკონომიკური ინდიკატორები	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)	2013-2021
კულტურის სტრატეგია 2025წ	საქართველოს კულტურის და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო	2016
საქართველოს შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარების გზამკვლევი	„შემოქმედებითი საქართველო"	2016-17
იუნესკო, კულტურის განვითარების ინდიკატორები: საქართველოს ანალიტიკური და ტექნიკური ანგარიში	ევროკავშირის აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობა"	2017
კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების განვითარება საქართველოში	ევროკავშირის აღმოსავლეთ პარტნიორობის პროგრამა „კულტურა და კრეატიულობა"	2017
შემოქმედებითი სექტორი საქართველოში: სიტუაცია, პოტენციალი და პოლიტიკა	გერმანული ეკონომიკური გუნდი (GET) და ISET-ის პოლიტიკის ინსტიტუტი	2017
საერთაშორისო ვიზიტორთა კვლევა	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)	2017-2019 წლის კვარტალური ანგარიში
შიდა ვიზიტორთა გამოკითხვა	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)	2017-2020 წლის კვარტა-ლური ანგარიში
რეწვის სექტორში არსებული ცოდნა და რესურსები: ახმეტის მუნიციპალიტეტი და სამცხე-ჯავახეთის რეგიონი	USAID	2018
გზამკვლევი: ტრადიციული რეწვის სახელოსნოები საქართველოში	USAID	2018
პოლიტიკის დოკუმენტი: შემოქმედებითი ინდუსტრიების ანტი-მეკობრეობა	USAID	2020
COVID-19-ის სოციალური ეფექტი – უნივერსალური დახმარების შემოღების საფუძველი?	თსუ-ს ეკონომიკის საერთაშორისო სკოლა	2020
ტურიზმის სფეროში სერვის პროვაიდერთა მონაცემები, რომელიც მოიცავს ეროვნულ მუზეუმში ვიზიტების რაოდენობას 2018 და 2019 წლებში	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)	2020
სამეწარმეო ეკოსისტემების ტაქსონომია მუნიციპალურ დონეზე (თბილისისა და ბათუმის ეკოსისტემების შედარება)	საქართველოს ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტი (BTU)	2020
საქართველოს ტურიზმის მაჩვენებლები-წლიური ანგარიშები	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)	2013-დან 2020 წლის ჩათვლით

კულტურის ხელმისაწვდომობის სახელმძღვანელო მითითებები საქართველოსთვის	მომზადდა „შემოქმედებითი საქართველო"-ს მიერ, ბრიტანეთის საბჭოს მხარდაჭერით	2021
შემოქმედებითი ნაპერწკალი: სამეწარმეო განათლების პროგრამა უმაღლესი სასწავლებლებისთვის, წელი 3, მონიტორინგის და შეფასების ანგარიში	Ecorys-ს და IFF-ის კვლევა ბრიტანეთის საბჭოსთვის	2021
შემოქმედებითი ნაპერწკალი: სამეწარმეო განათლების პროგრამა უმაღლესი სასწავლებლებისთვის, - ქვეყნების მიმოხილვა	Ecorys-ს და IFF-ის კვლევა, რომელიც ჩატარდა ბრიტანეთის საბჭოს მხარდაჭერით	2021
კულტურის და შემოქმედებით სექტორში არსებული ინვენტარის ძირითადი მაჩვენებლების ანალიტიკური კვლევა საქართველოს შერჩეულ 5 რეგიონულ ქალაქში	EU4Culture	2021
„რეწვის სექტორის კვლევა ქედის, ხულოს, ბორჯომის, ახალქალაქის, თეთრიწყაროს, ყაზბეგის, ლაგოდეხის და დედოფლისწყაროს მუნიციპალიტეტებში	მოამზადა ანა შანშიაშვილმა, საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაციის აღმასრულებელმა დირექტორმა UNDP-ის მხარდაჭერით	2021
შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია	„შემოქმედებითი საქართველო"	2021
პოლიტიკის დოკუმენტი (კონცეპტუალური და ტექნიკური ასპექტები) შემოქმედებითი კლასტერების ეკოსისტემის განვითარება საქართველოში	ნიკოლოზ ნადირაშვილი, დოქტორი ლიდია ვარბანოვა. დოკუმენტი მომზადდა „შემოქმედებითი საქართველოსთვის" იუნესკოს მხარდაჭერით	დეკემბერი 2021
კულტურული პოლიტიკისა და ტენდენციების კრებული: საქართველოს ქვეყნის პროფილი	https://www.culturalpolicies.net/wp-content/uploads/pdf_full/georgia/Full-Country-Profile_Georgia.pdf	დეკემბერი 2021
შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭიროებების საბაზისო კვლევა	„შემოქმედებითი საქართველო"	2021
საერთაშორისო მოგზაურთა კვლევის მონაცემები	საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)	2022 წლის იანვარი და თებერვალი
გზამკვლევი შემოქმედებითი სივრცეების ინიცირების, მართვისა და განვითარების გზების შესახებ: ძირითადი პრინციპები და პრაქტიკული რჩევები	დოკუმენტი მომზადდა „შემოქმედებითი საქართველოს" მიერ იუნესკოსა და ევროკავშირის მხარდაჭერით	2022
შემოქმედებითი ინდუსტრიის საჭიროებების შეფასება საქართველოში	BTU, ავტორი სოფო ოგბაიძე	2021
კვლევები და პრიორიტეტები კულტურისა და სპორტის სფეროში	თბილისის მერია	2022
სექტორის და ღირებულებათა ჯაჭვის ანალიტიკა. პირველი ხუთი ანალიტიკური ანგარიში. აქცენტით ტურიზმსა და შემოქმედებით ინდუსტრიებზე	USAID, ISET	ქვეყნდება კვარტალუ-რად. 2021 წლის იანვარიდან 2022 წლის თებერვლის ჩათვლით
Emotions are Georgia- ვებგვერდი	https://www.emotionsaregeorgia.ge/	

საერთაშორისო კვლევები და ანგარიშები:

კულტურის სტრატეგია	ბრიტანეთის ადგილობრივი ხელისუფლების ასოციაცია	2019
ბიზნეს გეგმა იამაიკის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის	მოამზადა ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ (TFCC) იამაიკის დაგეგმვის ინსტიტუტისთვის, მსოფლიო ბანკის მხარდაჭერით	2016
კოშიცეს შემოქმედებითი ეკონომიკა მთავარი სამოქმედო გეგმა	ტომ ფლემინგის შემოქმედებითი საკონსულტაციო ორგანიზაცია (TFCC)	2013-2015
კუალა ლუმპური, როგორც კულტურული და შემოქმედებითი ქალაქი	მოამზადა ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ (TFCC) კულტურის ეკონომიკის განვითარების სააგენტოსთვის	2018
ლანკაშირის კულტურის ინვესტიციის სტრატეგია	მოამზადა ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ (TFCC) ლანკაშირის სამეწარმეო პარტნიორობისთვის (LEP)	2020
მრეწველობის ეკონომიკის გაცოცხლება კოვიდ პანდემიის შემდეგ	ბრიტანეთის საბჭო და მოდის რევოლუცია, ინდოეთი	ოქტომბერი 2021
კულტური და შემოქმედებითი ინდუსტრიების გლობალური დღის წესრიგი- 11 მნიშვნელოვანი მოქმედება	PEC და ბრიტანეთის საბჭო	დეკემბერი 2021
მონღოლეთის კულტურის და შემოქმედებითი ინდუსტრიების სექტორის ანგარიშის სამუშაო ვერსია	მოამზადა ტომ ფლემინგის შემოქმედებითმა საკონსულტაციო ორგანიზაციამ (TFCC) მონღოლეთის რესპუბლიკის კულტურის სამინისტროსთვის	იანვარი 2022

დანართი 2: პროექტის ფარგლებში გამართულ შეხვედრებში მონაწილეთა ჩამონათვალი

საქართველოს საკომუნიკაციო სააგენტოების ასოციაცია	**აკაკი ახალაია**	რეკლამის სექტორის წარმომადგენელი
Anouki/ARIAL:BOLD	**ბექა გვიშიანი**	მოდის ინდუსტრიის წარმომადგენელი
შემოქმედებითი და კულტურის ინდუსტრიების კავშირი	**დავით ლეჟავა**	ელექტრონული მუსიკის სექტორის წარმომადგენელი
საქართველოს პარლამენტის კულტურის კომიტეტი	**ბაია კვიციანი**	პარლამენტარი, კომიტეტის წევრი

განათლების მართვის საინფორმაციო სისტემა	**დავით საღინაძე**	სტატისტიკის დეპარტამენტის ხელმძღვანელი
აწარმოე საქართველოში	**თათია ბიძინაშვილი**	„გადაიღე საქართველოში" პროგრამის ხელმძღვანელი
საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტო	**ავთანდილ კასრაძე**	თავმჯდომარე
საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია	**ანო შანშიაშვილი**	აღმასრულებელი დირექტორი
საქართველოს ეროვნული კინოცენტრი	**მაია ქილაშვილი**	დირექტორის მოადგილე
საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია	**გიორგი ბრეგაძე**	კვლევისა და დაგეგმვის სამმართველოს ყოფილი უფროსი
კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო	**კახა სიხარულიძე**	კულტურის, სპორტის და ახალგაზრდობის მინისტრის პირველი მოადგილე
კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტრო	**თამარ წულუკიძე**	კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამინისტროს შემოქმედებითი პროცესების ხელშეწყობის დეპარტამენტის უფროსი
საქართველოს განათლების და მეცნიერების სამინისტრო	**სალომე ჯაფარიძე**	წარმომადგენელი
თბილისის მერიის კულტურის, განათლების, სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა საქალაქო სამსახური	**მაკა ნასრაშვილი**	დირექტორის მოადგილე
საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური	**ალექსანდრე არაბული**	ბიზნეს სტატისტიკის დეპარტამენტის ხელმძღვანელი
თბილისის არქიტექტურის ბიენალე	**გიგი შუკაკიძე**	თანადამფუძნებელი

შემოქმედებითი საქართველო

ელენე თოიძე	შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიმართულების ხელმძღვანელი, შემოქმედებითი საქართველო
ქეთი ტვილდიანი	პროექტის კოორდინატორი, შემოქმედებითი საქართველო
ვატო ურუშაძე	კვლევების კოორდინატორი, შემოქმედებითი საქართველო
მარიამ კაცაძე	ადგილობრივი ექსპერტი
გიორგი პაპავა	ადგილობრივი ექსპერტი

დანართი 3: შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია და შესაბამისი სეკ 006-2016 (NACE rev.2)-ის ხელმისაწვდომი კოდები მონაცემთა ბაზების მიხედვით

ცხრილი არის ნაწილი „შემოქმედებითი საქართველოს“ კვლევისა „შემოქმედებითი ეკონომიკა საქართველოში - ძირითადი მაჩ-ვენებლების, მახასიათებლებისა და საჭირ-ოებების საბაზისო კვლევა“

<table>
<tr><th></th><th>შემოქმედებითი ინდუსტრია
(1)</th><th>ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები საწარმოთა სტატისტიკური გამოკვლევის მონაცემებისათვის</th><th>სვეტი N3 მოიცავს:
(4)</th><th>ხელმისაწვდომი სეკ 006-2016 (Nace rev. 2) კოდები ბიზნეს რეგისტრსა და სამუშაო ძალის გამოკვლევაზე დაფუძნებული მონაცემებისათვის
(5)</th></tr>
<tr><td>1</td><td>არქიტექტურა</td><td>71 - არქიტექტურული და საინჟინრო საქმიანობები; ტექნიკური გამოცდები და ანალიზი</td><td>71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები</td><td>71.11 - არქიტექტურული საქმიანობები</td></tr>
<tr><td>2</td><td>დიზაინისა და მოდის ინდუსტრია</td><td colspan="2"></td><td>74.10 - სპეციალიზებული დიზაინერული საქმიანობები</td></tr>
<tr><td>3</td><td>საშემსრულებლო ხელოვნება</td><td rowspan="2">90 - შემოქმედებითი, სახელოვნებო და გასართობის საქმიანობები</td><td rowspan="2">90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება
90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები
90.03 მხატვრული შემოქმედება
90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია</td><td>90.01 - საშემსრულებლო ხელოვნება
90.02 - საშემსრულებლო ხელოვნების დამხმარე საქმიანობები</td></tr>
<tr><td>4</td><td>სახვითი ხელოვნება</td><td>74.20 ფოტოგრაფიული საქმიანობები
90.03 მხატვრული შემოქმედება
90.04 ხელოვნების დაწესებულებების ექსპლუატაცია</td></tr>
<tr><td rowspan="2">5</td><td rowspan="2">ციფრული ტექნოლოგიების ინდუსტრია</td><td rowspan="2">58.20 პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა</td><td>58.21 - კომპიუტერული თამაშების გამოცემა</td><td>58.21 - კომპიუტერული თამაშების გამოცემა</td></tr>
<tr><td>58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა</td><td>58.29 სხვა პროგრამული უზრუნველყოფის გამოცემა</td></tr>
</table>

6	კინო და ვიდეო	59.1 - კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოებასთან დაკავშირებული საქმიანობები	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება 59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები 59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები 59.14. კინოფილმების ჩვენება	59.11 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოება 59.12 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების წარმოების შემდგომი საქმიანობები 59.13 კინოფილმების, ვიდეო- და სატელევიზიო პროგრამების გავრცელებასთან დაკავშირებული საქმიანობები 59.14. კინოფილმების ჩვენება
7	ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	18.1 - ბეჭდვითი საქმიანობა და მასთან დაკავშირებული მომსახურება 47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში 47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში 58.1 - წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები	18.11 გაზეთების ბეჭდვა 18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა 18.13 - ბეჭდვის და ინფორმაციის გავრცელების მოსამზადებელი მომსახურება 18.14 - საამკინძაო და მასთან დაკავშირებული მომსახურება 47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში 47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში 58.11 - წიგნების გამოცემა 58.12 - ცნობარებისა და სამისამართო სიების გამოცემა 58.13 გაზეთების გამოცემა 58.14 ჟურნალების და პერიოდიკის გამოცემა 58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები	18.11 გაზეთების ბეჭდვა 18.12 სხვა ბეჭდვითი საქმიანობა 47.61 საცალო ვაჭრობა წიგნებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში 47.62 საცალო ვაჭრობა გაზეთებით და საკანცელარიო ნივთებით სპეციალიზებულ მაღაზიებში 58.11 წიგნების, პერიოდული პუბლიკაციების გამოცემა და სხვა საგამომცემლო საქმიანობები 58.13 გაზეთების გამოცემა 58.14 ჟურნალების და პერიოდიკის გამოცემა 58.19 საგამომცემლო საქმიანობის სხვა სახეები
8	მედია და მაუწყებლობა	60.10 რადიომაუწყებლობა 60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები	60.10 რადიომაუწყებლობა 60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები	60.10 რადიომაუწყებლობა 60.20 სატელევიზიო პროგრამების შექმნის და ტელემაუწყებლობის საქმიანობები
9	მუსიკა	59.20. ხმის ჩაწერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	59.20. ხმის ჩაწერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები	32.20 მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოება 59.20. ხმის ჩაწერის და მუსიკალური ჩანაწერების საგამომცემლო საქმიანობები

10	რეკლამა	73 - სარეკლამო საქმიანობა და ბაზრის გამოკვლევა	73.11 სარეკლამო სააგენტოები 73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში 73.20 - ბაზრის გამოკვლევა და საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა	73.11 სარეკლამო სააგენტოები 73.12 - რეპრეზენტაცია მედიაში
11	კულტურული მემკვიდრეობა	91 - ბიბლიოთეკების, არქივების, მუზეუმების და კულტურის სხვა დაწესებულებების საქმიანობები	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები 91.02 მუზეუმების საქმიანობა 91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია 91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები	91.01 ბიბლიოთეკების და არქივების საქმიანობები 91.02 მუზეუმების საქმიანობა 91.03 ისტორიული ადგილების და ნაგებობების და მსგავსი კულტურის ძეგლების ექსპლუატაცია 91.04 ბოტანიკური ბაღების და ზოოლოგიური პარკების და ბუნებრივი ნაკრძალების საქმიანობები
12	სახელოვნებო და კულტურული განათლება			
13	რეწვა			32.11 - მონეტების მოჭრა 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 4 - საქონლით ვაჭრობის შესაბამისი პროდუქტები და HS 2012 კოდები შემოქმედებითი ინდუსტრიებისთვის

N	შემოქმედებითი ინდუსტრიების კლასიფიკაცია (1)	შესაბამი UNCTAD-ის შემოქმედებითი ინდუსტრიის პროდუქტების კატეგორიები	HS 2012 კოდები	დამატებითი HS 2012 კოდები
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	4420; 6913; 9703; 830621; 830629	3213; 3215; 3703; 3704; 9701
		ნახატები	9702	
		ხელნაკეთი ქაღალდის ნაწარმი	480210	
		ფოტოგრაფია	3705; 491191	
5	კინო და ვიდეო	კინო	3706	
6	კულტურული მემკვიდრეობა	ანტიკვარი	9704; 9705; 9706	
7	ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	გაზეთები	4801; 4902;	
		წიგნები	4901; 4903	
		სხვა ბეჭდური გამოცემები	4905; 4908; 4909; 4910; 491110	
8	მედია და მაუწყებლობა			
9	მუსიკა	ბეჭდური მუსიკა	4904	
		მუსიკალური 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	
		ქურქელი	701310; 701322; 701333; 701341; 701342; 701391	
		ხალიჩები	5701; 5702; 570330	
14	გასტრონომია და კულინარიული ინდუსტრია	ღვინო		2204

საქონლით ვაჭრობა შემოქმედებითი ინდუსტრიების მიხედვით, ათასი აშშ დოლარი

საქონლით ვაჭრობა (ათასი აშშ დოლარი)									
	ადგილობრივი ექსპორტი			რეექსპორტი			იმპორტი		
შემოქმედებითი ინდუსტრია	2019	საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში	წილი მთლიან შიდა ექსპორ-ტში	2019	საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში	წილი მთლიან რეექს-პორტში	2019	საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში	წილი მთლიან იმპორ-ტში
არქიტექტურა									
კულტურული მემკვიდრეობა							170.8	405%[1]	0.1%
დიზაინი და მოდის ინდუსტრია	4,962.7	39.4%	64.7%	8,578.1	8%	47%	46,168.3	8%	27.6%
ციფრული ტექნოლოგიები	457.2	-20.7%	6.0%	1.0	-75%	0.01%	13,400.8	-9%	8.0%
რეწვა	1,596.7	-12.4%	20.8%	8,657.1	28%	48%	91,979.6	8%	55.0%
ლიტერატურა და საგამომცემლო ინდუსტრია	451.6	36.3%	5.9%	315.1	-19%	2%	5,479.6	-5%	3.3%
კინო და ვიდეო	0.2[2]		0.002%				0.3[3]		0.0%
მუსიკა	6.9	-32.7%	0.1%	442.8	174%	2%	4,127.6	1%	2.5%
საშემსრულებლო ხელოვნება	118.8	120.8%	1.5%	4.9	-25%	0.03%	2,792.9	16%	1.7%
სახვითი ხელოვ-ნება	75.5	-33.0%	1.0%	70.9	-23%	0.39%	3,213.7	-12%	1.9%
ჯამი	7,669.8	7.6%	100.0%	18,069.8	14%	100%	167,333.7	5%	100.0%

1 2015 წელს კულტურული მემკვიდრეობის ინდუსტრიაში იმპორტი არ არის, შესაბამისად, საშუალო წლიური ზრდის ტემპი გამოითვლება 2016-2019 წლების მიხედვით.

2 2019 წლამდე კინოსა და ვიდეო ინდუსტრიაში შიდა ექსპორტი არ არის, ამიტომ საშუალო წლიური ზრდის ტემპი არ არის დათვლილი.

3 2015 და 2018 წლებში კინოსა და ვიდეო ინდუსტრიაში იმპორტი არ არის, შესაბამისად წლიური ზრდის ტემპი არ არის მითითებული.

შემოქმედებითი სერვისებით ვაჭრობა, ათასი აშშ დოლარი

სერვისებით ვაჭრობა (ათასი აშშ დოლარი)						
	ექსპორტი			იმპორტი		
	2019	საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში	წილი მთლიან ექსპორტში	2019	საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 2015-2019 წლებში	წილი მთლიან იმპორტში
კომპიუტერული და საინფორმაციო მომსახურება	67,527	88.2%	75.5%	49,665	33.2%	58.3%
რეკლამა, ბაზრის კვლევა და საზოგადოებრივი აზრის გამოკითხვა	4,918	0.5%	5.5%	6,637	11.0%	7.8%
კვლევა და განვითარება	980	-10.2%	1.1%	1,832	48.5%	2.2%
არქიტექტურული, საინჟინრო და სხვა ტექნიკური მომსახურება	1,066	-40.0%	1.2%	12,663	-10.2%	14.9%
პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება	14,930	1.6%	16.7%	14,348	6.1%	16.9%
აუდიო-ვიზუალური და მასთან დაკავშირებული სერვისები	5,281	0.2%	5.9%	6,794	12.1%	8.0%
სხვა პირადი, კულტურული და გასართობი მომსახურება	9,649	2.5%	10.8%	7,555	1.8%	8.9%
ჯამი	89,422	27.4%	100.0%	85,145	13.5%	100.0%
როიალტი და სალიცენზიო გადასახადი	928	13.1%		40,653	55.3%	

შემოქმედებითი
საქართველო
CREATIVE GEORGIA

BRITISH
COUNCIL

tom fleming / creative consultancy /