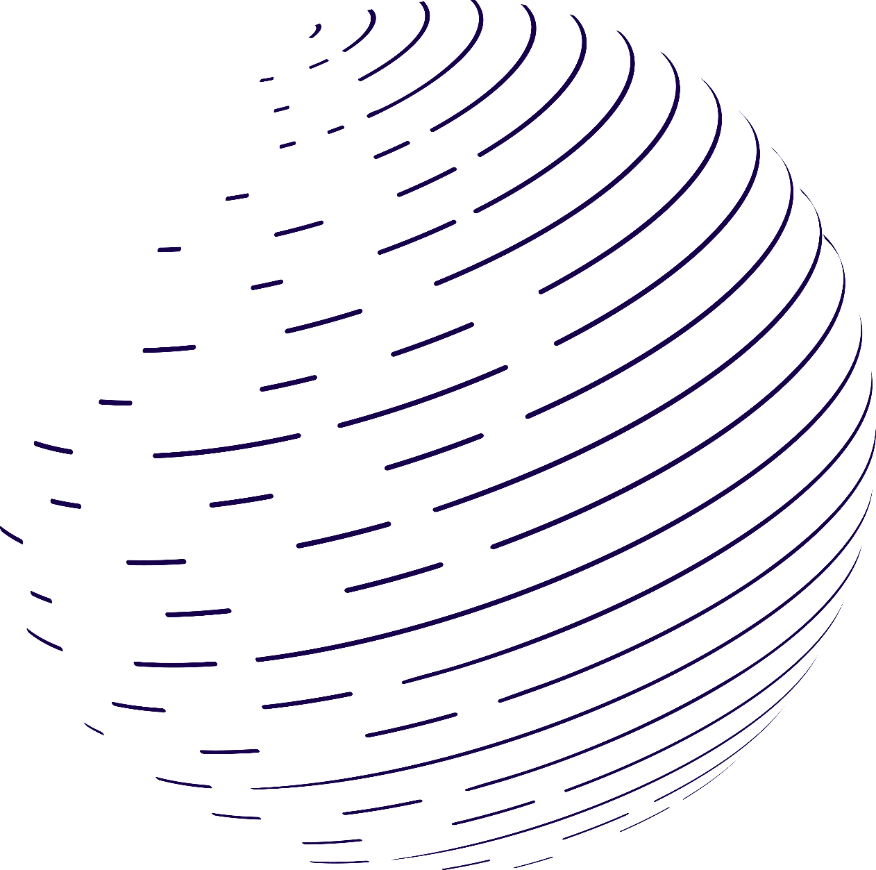
af

****

**ნარატივების კვლევა**

**კვლევის ანგარიში**

მომზადებულია კვლევისა და მენეჯმენტის საკონსულტაციო კომპანია „ეისითის“ მიერ

გაეროს განვითარების პროგრამისთვის (პროექტისთვის M4EG)

ნოემბერი / 2022



**სარჩევი**

[შესავალი 5](#_Toc116845475)

[ძირითადი მიგნებები 6](#_Toc116845476)

[რეკომენდაციები 10](#_Toc116845477)

[1. მეთოდოლოგია 12](#_Toc116845478)

[1.1. კვლევის მიზანი და ამოცანები 12](#_Toc116845479)

[1.2. კვლევის დიზაინი და მეთოდოლოგია 12](#_Toc116845480)

[2. კონტექსტი 15](#_Toc116845481)

[3. სამუშაო სივრცეების მეფინგი 18](#_Toc116845482)

[4. კვლევის შედეგები 28](#_Toc116845483)

[4.1. სამუშაო სივრცეების ცნობადობა და ვიზიტის გამოცდილება 28](#_Toc116845484)

[4.2. სამომხმარებლო ქცევები - ინტერნეტით სარგებლობა 32](#_Toc116845485)

[4.3. ახალგაზრდების ინტერესები 38](#_Toc116845486)

[4.4. მეწარმეობასთან და სტარტაპთან დაკავშირებული ხედვები 54](#_Toc116845487)

[4.5. მომავალთან დაკავშირებული ხედვები 66](#_Toc116845488)

[ბიბლიოგრაფია 74](#_Toc116845489)

[დანართი #1 - რესპონდენტთა სოციო-დემოგრაფიული პროფილი 75](#_Toc116845490)

გრაფიკების სარჩევი

[გრაფიკი # 1. ახალგაზრდების რიცხოვნობა ქალაქ ბათუმში ასაკისა და სქესის მიხედვით 16](#_Toc116845093)  
[გრაფიკი # 2. სივრცეები ბათუმში, რომელთა შესახებაც სმენიათ რესპონდენტებს ასაკის ჭრილში) 28](#_Toc116845094)  
[გრაფიკი # 3. ბათუმში არსებულ სხვადასხვა სივრცეში ვიზიტის გამოცდილება ასაკის ჭრილში 29](#_Toc116845095)  
[გრაფიკი # 4. ბათუმში არსებულ სივრცეების ვიზიტის გამოცდილების არქონის მიზეზები ასაკის ჭრილში 30](#_Toc116845096)  
[გრაფიკი # 5. ინტერნეტით სარგებლობის მიზნობრიობა ასაკის ჭრილში 33](#_Toc116845097)  
[გრაფიკი # 6. ბათუმში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მიღების წყარო სქესის ჭრილში 34](#_Toc116845098)  
[გრაფიკი # 7. ბათუმში მიმდინარე მოვლენების თაობაზე ინფორმაციის მიღების სასურველი წყარო ასაკის ჭრილში 36](#_Toc116845099)  
[გრაფიკი # 8. ბათუმში თანატოლი ახალგაზრდების პრობლემების შეფასება (ჯამური სურათი) 40](#_Toc116845100)  
[გრაფიკი # 9. ბათუმში თანატოლი ახალგაზრდების პრობლემების შეფასება ასაკის ჭრილში (საშუალო ქულა) 41](#_Toc116845101)  
[გრაფიკი # 10. რესპონდენტთა შეფასებით, ბათუმში მათი თანატოლი ახალგაზრდების ინტერესები ასაკის ჭრილში 44](#_Toc116845102)  
[გრაფიკი # 11. ბათუმში თანატოლი ახალგაზრდების ინტერესების შეფასება (ჯამური სურათი) 45](#_Toc116845103)  
[გრაფიკი # 12. რესპონდენტთა ინტერესები ასაკის ჭრილში 47](#_Toc116845104)  
[გრაფიკი # 13. ახალგაზრდების დამოკიდებულება სასწავლო წლის ხანგრძლივობის შესაძლო შემცირების თაობაზე ასაკის ჭრილში 48](#_Toc116845105)  
[გრაფიკი # 14. ახალგაზრდების სხვადასხვა ინტერესის ჩამოყალიბებაზე გავლენის მქონე აქტორები ასაკის ჭრილში 49](#_Toc116845106)  
[გრაფიკი # 15. ახალგაზრდების მიერ პროფესიის არჩევასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილების მიღებაზე გავლენის მქონე აქტორები ასაკის ჭრილში 50](#_Toc116845107)  
[გრაფიკი # 16. ახალგაზრდების ინტერესებისა და დამოკიდებულებების ჩამოყალიბებაზე მედიის სხვადასხვა საშუალებების გავლენის შეფასება (ჯამური სურათი) 53](#_Toc116845108)  
[გრაფიკი # 17. ახალგაზრდების მიერ მათი თაობის ინტერესების უფროსი თაობის ინტერესებისგან განსხვავებულობის შეფასება ასაკის ჭრილში 54](#_Toc116845109)  
[გრაფიკი # 18. რესპონდენტთა შეფასებით, ბათუმელი ახალგაზრდების ინფორმირებულობა მეწარმეობისა და სტარტაპის შესახებ (ჯამური სურათი) 55](#_Toc116845110)  
[გრაფიკი # 19. საქართველოში მეწარმეობით/ინოვაციებით/სტარტაპით ახალგაზრდების მცირე ჯგუფის დაინტერესების მიზეზების შეფასება ასაკის ჭრილში 56](#_Toc116845111)  
[გრაფიკი # 20. საქართველოში მეწარმეობის/ინოვაციების/სტარტაპისათვის არსებული გარემოს შეფასება ასაკის ჭრილში 58](#_Toc116845112)  
[გრაფიკი # 21. რესპონდენტთა სამუშაო სტატუსი ასაკის ჭრილში 59](#_Toc116845113)  
[გრაფიკი # 22. სამეწარმეო/ბიზნესსაქმიანობით დაინტერესება ასაკის ჭრილში 60](#_Toc116845114)  
[გრაფიკი # 23. მეწარმეობის/ინოვაციების/სტარტაპის მიმართულებით ახალგაზრდების ჩართულობის გაზრდის მნიშვნელობის მიზეზების შეფასება ასაკის ჭრილში 61](#_Toc116845115)  
[გრაფიკი # 24. მეწარმეობის და სტარტაპირ შესახებ საკუთარი ინფორმირებულობის შეფასება ასაკის ჭრილში 62](#_Toc116845116)  
[გრაფიკი # 25. ბოლო 1-2 წლის გათვალისწინებით, მეწარმეობის/სტარტაპის ხელშემწყობი სერვისით სარგებლობის გამოცდილება ასაკის ჭრილში 63](#_Toc116845117)  
[გრაფიკი # 26. მეწარმეობასთან და/ან სტარტაპთან დაკავშირებით სასურველი ინფორმაცია/დამატებითი ინფორმაცია ასაკის ჭრილში 64](#_Toc116845118)  
[გრაფიკი # 27. მეწარმეობოს/სტარტაპის შესახებ ინფორმაციის/დამატებითი ინფორმაციის მიღების სასურველი წყარო ასაკის ჭრილში 65](#_Toc116845119)  
[გრაფიკი # 28. მეწარმეობით, ინოვაციებითა და სტარტაპით ბათუმში მეტი ახალგაზრდის დასაინტერესებლად აუცილებელი მექანიზმები ასაკის ჭრილში 66](#_Toc116845120)  
[გრაფიკი # 29. ლოკაცია, სადაც ფიქრობენ ცხოვრებასა და მუშაობას / ისურვებდნენ სასურველი სამსახურის ქონას უახლოესი 4-5 წლის მანძილზე სქესის ჭრილში 67](#_Toc116845121)  
[გრაფიკი # 30. სფერო იდეალური სამსახურისთვის სქესის ჭრილში 68](#_Toc116845122)  
[გრაფიკი # 31. იდეალური სამსახურის მახასიათებლები სქესის ჭრილში 69](#_Toc116845123)  
[გრაფიკი # 32. სასურველი მიმართულებები ცოდნისა და უნარების შეძენა/დახვეწისთვის უკეთ დასაქმების მიზნით სქესის ჭრილში 70](#_Toc116845124)  
[გრაფიკი # 33. რესპონდენტთა სქესი / ასაკი / განათლება 75](#_Toc116845125)  
[გრაფიკი # 34. რესპონდენტთა სამუშაო სტატუსი 76](#_Toc116845126)  
[გრაფიკი # 35. რესპონდენტის ოჯახური მდგომარეობა / ეროვნება / სოციალური სტატუსი 77](#_Toc116845127)  
[გრაფიკი # 36. გთხოვთ გაგვიზიაროთ, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან, რომელი აღწერს ყველაზე უკეთ თქვენს ოჯახს? 78](#_Toc116845128)  
[გრაფიკი # 37. გთხოვთ გაგვიზიაროთ, ყველა წყაროს გათვალისწინებით, ძირითადად ვისზე ხართ ფინანსურად დამოკიდებული? 78](#_Toc116845129)  
[გრაფიკი # 38. რამდენს შეადგენს პირადად თქვენი ყოველთვიური შემოსავალი ნებისმიერი ფულადი შემოსავლის [მაგ. გზავნილები, ხელფასი, საჩუქარი] ჩათვლით? 79](#_Toc116845130)

ცხრილების სარჩევი

[ცხრილი # 1. შერჩევის ზომის გადანაწილება ასაკისა და სქესის მიხედვით 13](#_Toc116561210)  
[ცხრილი # 2. რაოდენობრივი კვლევის დიზაინი 13](#_Toc116561211)  
[ცხრილი # 3. თვისებრივი კვლევის დიზაინი 14](#_Toc116561212)  
[ცხრილი # 4. რესპონდენტთა შეფასებით, ბათუმში მათი თანატოლი ახალგაზრდების პრობლემები ასაკის ჭრილში 38](#_Toc116561213)

# **შესავალი**

მოცემული დოკუმენტი წარმოადგენს **ნარატივების კვლევის** ანგარიშს, რომელიც მომზადებულია გაეროს განვითარების პროგრამისთვის.

პროექტის „მერები ეკონომიკური ზრდისთვის“ ფარგლებში მიღებული გადაწყვეტილების თანახმად, იმის გათვალისწინებით, რომ ამ ეტაპზე მეწარმეობა და სტარტაპერობა ნაკლებად მიმზიდველად აღიქმება და ახალგაზრდების მცირე ნაწილია მასში ჩართული, მნიშვნელოვანია იმის შესწავლა, თუ როგორაა ისინი აღქმული, რა ახდენს ხედვების ჩამოყალიბებაზე გავლენას და როგორ შეიძლება ხედვების ისე ტრანსფორმირება, რომ მეწარმეობა და სტარტაპერობა გახდეს მიმზიდველი ახალგაზრდებისთვის ბათუმში.

სწორედ ამ მიზნით დაიგეგმა ნარატივების კვლევა. მისი შედეგები გამოყენებული იქნება შემდგომი აქტივობების დასაგეგმად და მტკიცებულებებზე დაფუძნებით შემდეგი სტრატეგიის შესამუშავებლად.

# **ძირითადი მიგნებები**

სივრცეები ახალგაზრდებისთვის

* ბათუმში რამდენიმე სივრცე არსებობს, რომლის გამოყენებაც ახალგაზრდებს მუშაობისთვის, შეკრებისა და დისკუსიების გამართვისთვის შეუძლიათ. ესენია: ტექნოპარკი ბათუმი, მერიის ახალგაზრდული ცენტრი, ბიზნეს ინკუბატორი, ამერიკული კუთხე, ტერმინალი.
* საგულისხმოა, რომ თავისუფალ სამუშაო სივრცეებთან დაკავშირებით ახალგაზრდების დიდ უმრავლესობას არცერთი არ ახსენდებათ, ყველაზე მეტის ასოციაცია კი ტექნოპარკი ბათუმს უკავშირდება, თუმცა ასეთი ახალგაზრდების წილიც მხოლოდ 3%-ს შეადგენს.
* მიუხედავად ზემოაღნიშნულისა, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ახალგაზრდებს არ სმენიათ სივრცეების შესახებ, რამდენადაც უკვე შეთავაზებული ჩამონათვალიდან, დიდ უმრავლესობას სმენია სხვადასხვა სივრცის შესახებ. მათგან, ყველაზე მეტს სმენია მერიის ახალგაზრდული ცენტრისა (66%) და ბათუმის ამერიკული კუთხის (59%) შესახებ. ტექნოპარკი ბათუმის შესახებ კი 35%-ს სმენია.
* ონლაინ კვლევის მონაწილეთა 44% არცერთ სივრცეში არ არის ნამყოფი, რის მიზეზადაც ყოველი მეორე იმ სერვისების შესახებ არაინფორმირებულობას ასახელებს, რასაც სივრცეები სთავაზობენ (48%).
* ონლაინ კვლევის ყველაზე მეტ მონაწილეს ბათუმის ამერიკულ კუთხესა (30%) და მერიის ახალგაზრდულ ცენტრში (25%) ვიზიტის გამოცდილება აქვს. რაც შეეხება ტექნოპარკს, იქ რესპონდენტთა 16%-ია ნამყოფი. ყველა შემთხვევაში ვიზიტების მთავარი მიზეზი ტრენინგებზე დასწრება იყო.

ინფორმირების წყაროები და ინტერნეტის მოხმარება

* ონლაინ კვლევის მონაწილეთა დიდი ნაწილი ინტერნეტს ყოველდღიურად რამდენიმე საათს უთმობს (88%) და სამ მთავარ მიზნად ინფორმაციის მოძიებას (74%), სწავლასა (72%) და Facebook-ის გამოყენებას (66%) ასახელებს. თავის მხრივ, ყველაზე ხშირად დასახელებული ინტერნეტპლატფორმები, რომელთაც ახალგაზრდები სტუმრობენ, Facebook-თან ერთად, ასევეა Youtube-ი (54%), Instagram-ი (53%) და TikTok-ი (51%).
* უშუალოდ ბათუმში მიმდინარე სხვადასხვა მოვლენის (მუნიციპალური პროგრამები, სერვისები, სიახლეები, დაგეგმილი ღონისძიებები) შესახებ ინფორმაციის მიღების მთავარი წყარო ახალგაზრდების დიდი ნაწილისთვის Facebook-ში სხვადასხვა გვერდია (65%). კონკრეტულად მუნიციპალიტეტის მერიის Facebook-გვერდს ინფორმირებისთვის ახალგაზრდების მესამედი იყნებეს (29%).
* ქალაქში მიმდინარე მოვლენებზე ინფორმაციის მიღების მნიშვნელოვანი წყარო ასევეა სოციალური კაპიტალი (მეგობრები/ახლობლები - 49%); აგრეთვე, ადგილობრივი ტელევიზია (29%) და სასწავლო დაწესებულებები (25%), რაც განსაკუთრებით აქტუალურია სკოლის ასაკის ახალგაზრდებისთვის (41%).
* სხვადასხვა გვერდი Facebook-ში (56%), მუნიციპალიტეტის მერიის Facebook-გვერდი (36%) და სასწავლო დაწესებულებები (სკოლა/კოლეჯი/უნივერსიტეტი - 34%) ქალაქში მიმდინარე მოვლენებზე ინფორმაციის მიღების სამი ყველაზე სასურველი წყაროა.

ახალგაზრდების პრობლემები და ინტერესები

* ახალგაზრდების გამოწვევები ძირითადად დასაქმებასა (29%) და განათლებას (20%) უკავშირდება. ამ კონტექსტში განსაკუთრებით აქტუალურია მოუქნელი სამუშაო განრიგი და სწავლასთან და/ან სხვა საქმეებთან მისი შეთავსების შესაძლებლობის არარსებობა, რაც განსაკუთრებით სკოლისშემდგომი ასაკის ახალგაზრდებს აწუხებთ.
* თავის მხრივ, თვისებრივმა კვლევამ გამოწვევებს შორის ასევე გამოკვეთა ახალგაზრდების დაბალი ინფორმირებულობა სივრცეებისა და მათი გამოყენების შესაძლებლობის შესახებ; პროფესიებთან დაკავშირებით ინფორმირების დაბალი დონე; სახელმწიფოს მხრიდან სხვადასხვა სფეროს (მაგ: სპორტი) ნაკლები მხარდაჭერა, რაც, ინტერესის მიუხედავად, უბიძგებს ახალგაზრდებს უარი თქვან კონკრეტულ სფეროში დარჩენასა და განვითარებაზე.
* განსაკუთრებულ გამოწვევად გამოიკვეთა ახალგაზრდების დაბალი სამოქალაქო აქტივიზმი, რაც, ერთი მხრივ ნიჰილიზმით, მეორე მხრივ კი, დაბალი ცნობიერებითა და სტერეოტიპული დამოკიდებულებებით აიხსნა.
* ბათუმში საკუთარი თანატოლების ინტერესებზე საუბრისას ონლაინ კვლევის მონაწილეების მნიშვნელოვან ნაწილს უჭირს მათი დასახელება (41%), სამ ყველაზე ხშირად დასახელებულ ინტერესს კი გართობა (26%), განათლება (19%) და დასაქმება/კარიერა (14%) წარმოადგენს.
* თავის მხრივ, უკვე შეთავაზებული ჩამონათვალიდან თანატოლების ინფორმაციული ტექნოლოგიებით დაინტერესებაზე 41% მიუთითებს, რაც თავად მხოლოდ 7%-მა დაასახელა ინტერესებს შორის. მეწარმეობით / სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებული აქტივობებით კი თანატოლების დაინტერესებაზე 25% მიუთითებს ინტერესთა ჩამონათვალიდან, თუმცა, თავისუფალი აზრის დაფიქსირებისას აღნიშნული დასახელებული არ ყოფილა.
* ონლაინ კვლევის მონაწილეთა აზრით, ახალგაზრდების სხვადასხვა ინტერესის ჩამოყალიბებაზე გავლენას ყველაზე მეტად თანატოლები/მეგობრები (61%) და მშობლები (59%), ასევე პოპულარული და/ან წარმატებული ადამიანები (34%) ახდენენ. ამის მიუხედავად, კვლევის მონაწილეთათვის საკმაოდ რთული აღმოჩნდა კონკრეტული პიროვნებების დასახელება, რომლებიც ბათუმელი ახალგაზრდების ინტერესების ჩამოყალიბებაზე ახდენენ გავლენას (79%).
* დასახელებული ე.წ. აზრთა ლიდერები, პოპულარული/ცნობილი ადამიანები რამდენიმე მსხვილ კატეგორიაში გაერთიანდა, რომელთა შორისაც ყველაზე ხშირად მოდას, თავის მოვლასა თუ მოგზაურობასთან დაკავშირებული ადამიანები არიან წარმოდგენილნი, რომლებიც საკუთარ მიმდევრებს სხვადასხვა პლატფორმაზე (Facebook, TikTok, Instagram) ვლოგებსა თუ ბლოგებს სთავაზობენ. ყველაზე ხშირად დასახელებულ კონკრეტულ პიროვნებას კი ფეხბურთელი ხვიჩა კვარაცხელია წარმოადგენს, თუმცა მისი დასახელების მაჩვენებელიც მხოლოდ 2%-ს შეადგენს.
* კვლევის მონაწილეებმა, გარდა ადამიანებისა თუ სხვადასხვა ჯგუფის გავლენისა ახალგაზრდების ინტერესების, დამოკიდებულებების და ხედვების ჩამოყალიბებაზე, ასევე შეაფასეს მედიის სხვადასხვა საშუალების გავლენა. შედეგები მოულოდნელი არ ყოფილა, რამდენადაც ახალი მედიის გავლენა ახალგაზრდებზე უფრო მნიშვნელოვნადაა მიჩნეული, ვიდრე ტრადიციული მედიისა. განსაკუთრებით კი გამოიკვეთა Facebook-ისა (76%) და Youtube-ის (70%) გავლენის მნიშვნელობა.

მეწარმეობა და სტარტაპი

* ინფორმირებულობა მეწარმეობისა და სტარტაპის შესახებ დაბალია. რესპონდენთა აზრით, იმის შესახებ, თუ რას გულისხმობს მეწარმეობა თუ სტარტაპი იცის ახალგაზრდების მხოლოდ მცირე ჯგუფმა (52%-52%). ამასთან, 20%-ის აზრით, ბათუმში თითქმის არავინ იცის მეწარმეობის, 14%-ის აზრით კი - სტარტაპის შესახებ.
* მეწარმეობითა და სტარტაპით დაბალი დაინტერესება დაბალი ინფორმირებულობით აიხსნება. გამოწვევაა ის, რომ ახალგაზრდებმა არ იციან, თუ რას გულისხმობს მეწარმეობა/ინოვაცია/სტარტაპი (55%). ასევე, გამოწვევაა ისიც, რომ მათ არ იციან, თუ როგორ უნდა დაიწყონ/ჩაერთონ პროცესში (49%) ან რა შესაბამისი სერვისები თუ პროგრამები არსებობს (36%).
* საკუთარ თავზე საუბრისას, თანატოლების ინფორმირებულობის შეფასებისგან განსხვავებით, კვლევის რესპონდენტთა დიდი ნაწილი აცხადებს, რომ იცის, თუ რას ნიშნავს მეწარმეობა (69%) და სტარტაპი (71%). ამასთან, 43% ისურვებდა დამატებითი ინფორმაციის მიღებას, როგორც მეწარმეობის, ასევე სტარტაპის შესახებ.
* რესპონდენტთა დიდი ნაწილი დამატებითი ინფორმაციის მიღებას ისურვებდა მეწარმეობის/სტარტაპის ხელშემწყობი სერვისების შესახებ, რომლებიც ბათუმში შეიძლება მიიღონ (56%), ასევე, უფასო ტრენინგებსა და სასწავლო კურსებზე (52%) და იმ ადგილებზე, სადაც სხვადასხვა სერვისის მიღებაა შესაძლებელი (51%).
* მეწარმეობასთან/სტარტაპთან დაკავშირებით ინფორმაციის/ დამატებითი ინფორმაციის მიღების ყველაზე სასურველი გზა სოციალური ქსელი Facebook-ია (60%).
* თავის მხრივ, კვლევის მონაწილეთა მხოლოდ 3%-ია სამეწარმეო საქმიანობაში ჩართული, ყოველი მეორე კი დაინტერესებულია სამეწარმეო/ ბიზნესსაქმიანობის დაწყებით (51%). სფეროები, რომლებშიც სამეწარმეო/ ბიზნესსაქმიანობის დაწყებას ისურვებდნენ კვლევის მონაწილეები ტურიზმს (29%), რესტორანსა და კვების ობიექტებთან დაკავშირებულ საქმინობას (22%), მშენებლობასა (20%) და საცალო ვაჭრობას (19%) უკავშირდება.
* მიუხედავად მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპის მიმართულებით საქართველოში ახალგაზრდების დაბალი ჩართულობისა, ამას მნიშვნელოვნად/ ძალიან მნიშვნელოვნად მიიჩნევს კვლევის ათიდან რვა მონაწილე (79%). მთავარი არგუმენტის თანახმად, ახალგაზრდების ჩართვა ამ მიმართულებით მნიშვნელოვანია, რადგან ეს მუდმივ განვითარებას ნიშნავს (43%).
* ინფორმირებულობის გაზრდა ზოგადად მეწარმეობის, ინოვაციისა და სტარტაპის რაობის თაობაზე არის მოაზრებული ახალგაზრდების დიდი ნაწილის მიერ ბათუმში მეწარმეობით, ინოვაციებითა და სტარტაპით ახალგაზრდების დაინტერესების გაზრდის მექანიზმად (62%). ამასთან, აღნიშნულისთვის მნიშვნელოვან მექანიზმად მიიჩნევა ასევე შესაბამისი მიმართულებით ცოდნისა და უნარების შეძენის შესაძლებლობების შესახებ ახალგაზრდების ინფორმირება (52%), ასევე ინფორმირება იმის შესახებ, თუ სად არის ამ ცოდნებისა და უნარების შეძენა შესაძლებელი ბათუმში (55%).

მომავალთან დაკავშირებული ხედვები

* ონლაინ კვლევის მონაწილეთა დიდი ნაწილი ცხოვრებასა და მუშაობას უახლოეს მომავალში (4-5 წელი) საქართველოში (65%) და კონკრეტულად ბათუმში (57%) ფიქრობს. სასურველი სამსახურიც უახლოეს მომავალში უმრავლესობას საქართველოში (58%), ამასთან, კონკრეტულად ბათუმში (47%) წარმოუდგენია.
* იდეალური სამსახური კვლევის მონაწილე ყველაზე მეტი ახალგაზრდისთვის ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების (17%), სამართლის (14%), ტურიზმის (10%) და მშენებელობის (10%) სფეროს უკავშირდება.
* იდეალური სამსახურის მთავარ კრიტერიუმებად ახალგაზრდებს განვითარების შესაძლებლობის უზრუნველყოფა (47%), მაღალი ანაზღაურება (45%) და თვითრეალიზაციის შესაძლებლობა (44%) მიაჩნიათ. მოქნილი სამუშაო განრიგი იდეალური სამსახურის კრიტერიუმად 20%-ს ესახება.
* უცხო ენების (72%), კომპიუტერული პროგრამებისა (46%) და პროგრამირების (44%) მიმართულებით ცოდნისა და უნარების შეძენა-გაღრმავებას ისურვებდნენ კვლევის მონაწილეები დასაქმების/უკეთ დასაქმების პერსპექტივის გაჩენის მიზნით. კონკრეტულად მეწარმეობის მიმართულებით ცოდნის შეძენა/დახვეწის სურვილს კი 28% გამოხატავს.
* გარდა აღნიშნულისა, მნიშვნელოვანია ინოვაციების, მეწარმეობისა და სტარტაპის პოპულარიზაცია, რაც, თავის თავში მოიაზრებს, ცნობიერების ამაღლებას მათი რაობისა და მნიშვნელობის თაობაზე, ასევე, ინფორმირებას ყველა იმ სერვისის (პროგრამა, პროექტი, გრანტი, სასწავლო კურსი, სხვა) შესახებ, რომელთა მიღებაც ახალგაზრდებს ადგილზე შეუძლიათ.

# **რეკომენდაციები**

კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შემუშავდა შემდეგი რეკომენდაციები:

* მნიშვნელოვანია მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპის თაობაზე ცნობიერების ამაღლების კამპანიის დაგეგმვა. გარდა იმისა, რომ აუდიტორიას, მათთვის გასაგებ ენაზე უნდა მიეწოდოს ინფორმაცია მეწარმეობის, ინოვაციებისა თუ სტარტაპის რაობის თაობაზე, ასევე არსებითია მათ მნიშვნელობაზე და ახალგაზრდების ჩართულობის შესაძლებლობებზე ფოკუსირება.
* მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების ინფორმირება მეწარმეობას, ინოვაციებსა და სტარტაპთან დაკავშირებულ სხვადასხვა სერვისზე, რომლებიც ხელმისაწვდომია ახალგაზრდებისთვის ბათუმში. ამასთან, აუცილებელია აქტიური კამპანია შესაბამისი სივრცეებისა და იქ არსებული სერვისების გამოყენების შესაძლებლობებზე ინფორმირების მიზნით.
* სასურველია აქტიური თანამშრომლობა სასწავლო დაწესებულებებთან. სკოლების შემთხვევაში, მნიშვნელოვანია მოსწავლეთა ინფორმირება არა უბრალოდ სხვადასხვა პროფესიაზე, არამედ აქცენტირება ე.წ. მომავლის პროფესიებზე და ინფორმაციული ტექნოლოგიებისა და ინოვაციების მიმართულებით არსებული პროფესიების შესწავლის შესაძლებლობებზე. პროფესიული და უმაღლესი განათლების შემთხვევაში კი, სასურველია მეწარმეობის მიმართულებით სასწავლო კურსების შემუშავება, ასევე, უნივერსიტეტის ფაბლაბის რესურსის გამოყენების მიზნით, იმ ახალგაზრდებისთვის მისი გამოყენების შესაძლებლობის შეთავაზება, რომლებიც უნივერსიტეტის სტუდენტები არ არიან.
* ინფორმირების მნიშვნელოვან მექანიზმად უნდა იყოს მიჩნეული სოციალური ქსელები და, პირველ რიგში, სხვადასხვა გვერდი ფეისბუქში, მათ შორის, მერიის ფეისბუქგვერდი. ასევე, აუცილებელია ადგილობრივი ტელევიზიის გამოყენება ინფორმაციის გასავრცელებლად და ორივე მათგანისთვის შესაბამისი კონტენტის შექმნა.
* კონკრეტული ღონისძიებებისა თუ სიახლის შესახებ ინფორმაციის გავრცელების მექანიზმად, გარდა ფეისბუქისა და ტელევიზიისა, ასევე შეიძლება მოაზრებული იყოს სმს-შეტყობინებები.
* საკომუნიკაციო კამპანიის ფარგლებში, სასურველია ქალაქში ცენტრალური ლოკაციების (მაგ: ერას მოედანი) აქტიური გამოყენება როგორც უბრალოდ საინფორმაციო ბანერების გასავრცელებლად, ასევე სხვადასხვა ღონისძიების ორგანიზებისთვის.
* საკომუნიკაციო კამპანიის ფარგლებშივე, აუცილებელია ვიზიტების განხორციელება სკოლებში სივრცეების შესახებ მოსწავლეთა ინფორმირების მიზნით. ასევე, შესაძლებელია მოსწავლეთათვის სხვადასხვა სივრცეში გაცნობითი ტურების ორგანიზება. აღნიშნულში შესაძლებელია აქტიურად იყვნენ ჩართულნი თანატოლები, რომელთაც უკვე აქვთ სივრცეების სერვისით სარგებლობის გამოცდილება.
* სასურველია, შეიქმნას ოპერატიულად განახლებადი პლატფორმა, რომელიც გააერთიანებს ქალაქში ახალგაზრდებთან დაკავშირებულ მრავალფეროვან ინფორმაციას. ამასთან, სასურველია, შესაბამისი აპლიკაციის შექმნაც, რომელიც ახალგაზრდებს შესაძლებლობას მისცემს ონლაინ რეჟიმში ოპერატიულად მიიღონ ინფორმაცია სიახლეების შესახებ. აღნიშნული პორტალისა თუ აპლიკაციის შექმნა შესაძლებელია დამოუკიდებელ პროექტად/პროექტებად იყოს განხილული დაინტერესებული მხარეების მიერ და მათი შექმნა მოხდეს საგანგებოდ გამოცხადებული საგრანტო წინადადების ფარგლებში, რაც ინოვაციებით დაინტერესებული ახალგაზრდების მოზიდვის ერთ-ერთი მექანიზმიც იქნება.
* სასურველია, სხვადასხვა აქტივობის დაგეგმვისას გათვალისწინებული იყოს დროის ფაქტორი და მათი ორგანიზება არ დაემთხვეს აქტიურ ტურისტულ სეზონს.
* მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპის მნიშვნელობის თაობაზე საკომუნიკაციო კამპანიების წარმოებისას სასურველია აქცენტი გაკეთდეს მუდმივი განვითარების შესაძლებლობებზე და მათზე, როგორც მომავლის საქმეზე.
* სასურველია, სასწავლო წლის მანძილზე სკოლის მოსწავლეების მიერ მეწარმეობის კურსის ფარგლებში შექმნილი პროდუქციის გამოფენა-გაყიდვის ორგანიზება ქალაქის სხვადასხვა სკოლის მონაწილეობით, სადაც წარმოდგენილი ნამუშევრების გაყიდვიდან შემოსული თანხის ნაწილი შეიძლება მოხმარდეს სხვა კონკრეტულ აქტივობებს, რომლებიც სოციალური პასუხისმგებლობის ნაწილად იქნება მოაზრებული. კონკრეტულ აქტივობებს შორის არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობა, სასურველია, თავად მოსწავლეებს ჰქონდეთ. ერთი მხრივ, ეს გარკვეულ თავისუფლებას მისცემს ახალგაზრდებს და დამოუკიდებლობის განცდას გაუჩენს. მეორე მხრივ კი, აღნიშნული სამოქალაქო აქტივობის ნაწილიც იქნება, რაც ახალგაზრდებს აქტივიზმის ამ ფორმის მიმართ ინტერესს გაუღვივებს. ამასთან, გამოფენა იქნება საკუთარი პროდუქციის წარდგენის კარგი შესაძლებლობა სამომავლო საქმიანობის დაგეგმვის პერსპექტივით და პლატფორმა ახალი იდეების გენერირებისთვის.
* უფროსი თაობის ახალგაზრდების წასახალისებლად, სასურველია, წარმატებული შემთხვევების პოპულარიზაცია და აქტიური ინფორმირება უკვე არსებული შესაძლებლობების თაობაზე.
* სასურველია განსაკუთრებული ფოკუსირება არა იმდენად მეწარმეობით, ინოვაციითა და სტარტაპით მოკლე დროში ახალგაზრდების ფართო ჯგუფის დაინტერესებაზე, არამედ, მეტი წარმატებული ქეისის შექმნასა და დაინტერესებულების მცირე ჯგუფის ეტაპობრივად გაზრდაზე, რომლებიც, თავის მხრივ, მეწარმეობის, ინოვაციისა და სტარტაპის პოპულარიზაციაში თავად ითამაშებენ მნიშვნელოვან როლს მომავალში.

# **მეთოდოლოგია**

## კვლევის მიზანი და ამოცანები

კვლევის მიზანია ბათუმში ახალგაზრდებში სტარტაპთან დაკავშირებული დამოკიდებულებების კვლევა. აღნიშნულისთვის განისაზღვრა შემდეგ ამოცანებზე პასუხის გაცემა:

* რა არის ის ძირითადი საკითხები, რითიც ინტერესდებიან ბათუმში მცხოვრები ახალგაზრდები;
* რა იციან ახალგაზრდებმა მეწარმეობის/სტარტაპის შესახებ;
* რა ძირითადი მოლოდინები აქვთ მეწარმეობასთან/სტარტაპთან დაკავშირებით;
* საიდან იღებენ ინფორმაციას მათთვის საინტერესო საკითხებზე ზოგადად და, კონკრეტულად, მეწარმეობის/სტარტაპის და მასთან დაკავშირებული სხვადასხვა შესაძლებლობისა თუ აქტივობის შესახებ;
* ვინ არიან ის აზრთა ლიდერები, რომელთა აზრიც მნიშვნელოვანია ახალგაზრდებისთვის სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით;
* რა არის ის სივრცეები ბათუმში, რომელთაც ახალგაზრდები იცნობენ და/ან სტუმრობენ ინფორმაციის მიღებისა და არაფორმალური განათლებისთვის;
* სხვა.

## კვლევის დიზაინი და მეთოდოლოგია

საკვლევ საკითხებზე მონაცემების მისაღებად განისაზღვრა როგორც *რაოდენობრივი*, ასევე, *თვისებრივი* კვლევის მეთოდების გამოყენება.

**რაოდენობრივი კვლევის** ფარგლებში გამოყენებულია ონლაინ გამოკითხვის ტექნიკა.

კვლევის არეალს წარმოადგენდა ქალაქი ბათუმი, სამიზნე სეგმენტს კი წარმოადგენდნენ 14-29 წლის ახალგაზრდები.

ონლაინ გამოკითხვისთვის შერჩევა იყო მოხერხებული. კერძოდ, კითხვარის შესავსებად შესაბამისი ბმული გავრცელდა სხვადასხვა ონლაინ პლატფორმის საშუალებით კონკრეტულ ფეისბუქჯგუფებში, ელექტრონული ფოსტის საშუალებით სკოლებსა თუ უმაღლეს და პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებში.

გასათვალისწინებელია, რომ ონლაინ გამოკითხვას აქვს გარკვეული შეზღუდვები.კერძოდ, ის არ იძლევა სრულად რეპრეზენტატულ სურათს, რამდენადაც კვლევის რესპონდენტების შერჩევა არ ხდება ალბათური/შემთხვევითი სახით, არამედ მიზნობრივად ვრცელდება კონკრეტულ ჯგუფებში. ამასთან, კვლევაში მონაწილეობის შანსი აქვთ ონლაინ რესურსების მომხარებლებს, ყველა სხვა დანარჩენი კი რჩება კვლევის მიღმა. შესაბამისად, კვლევის ცდომილების ალბათობა ამ შეზღუდვას ითვალისწინებს. ამასთან, ონლაინ კვლევის მიერ გამოკვეთილი ზოგადი ტენდენციების უფრო სიღრმისეული ანალიზისთვის გამოყენებულია თვისებრივი კვლევა. ამ ყველაფერთან ერთად, მონაცემთა გამოყენებისას მნიშვნელოვანია იმის გათვალისწინება, რომ შერჩევა იყო მოხერხებული და არა შემთხვევითი.

ონლაინ კვლევაში მონაწილეობა მიიღო სულ 261-მა რესპონდენტმა. სქესისა და ასაკის მიხედვით რესპონდენტთა განაწილება შემდეგნაირია:

ცხრილი # 1. შერჩევის ზომის გადანაწილება ასაკისა და სქესის მიხედვით[[1]](#footnote-1)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ასაკობრივი ჯგუფები** |  | | |
| ქალი | კაცი | სულ |
| **14-18 წელი** | 50 | 30 | 80 |
| **19-24 წელი** | 90 | 49 | 139 |
| **25-29 წელი** | 28 | 14 | 42 |
| ***სულ*** | ***168*** | ***93*** | ***261*** |

კვლევის ჯამური ცდომილება 6%-ს შეადგენს.

ონლაინ კითხვარები დამუშავდა სპეციალურ სტატისტიკურ პროგრამაში SPSS 23.0. მონაცემთა შეწონვა განხორციელდა სქესისა და ასაკობრივი ჯგუფის პოსტსტრატიფიკაციული ნიშნებით. მონაცემების სტატისტიკური დამუშავების მიზნით გამოყენებულია აღწერითი სტატისტიკის (სიხშირული ანალიზი, კროსტაბულაციები) ტექნიკები. მონაცემები გაანალიზდა თვისებრივ მონაცემებთან ერთად.

ცხრილი # 2. რაოდენობრივი კვლევის დიზაინი

|  |  |
| --- | --- |
| **რაოდენობრივი კვლევა** | |
| ***ტექნიკა*** | ონლაინ გამოკითხვა |
| ***სამიზნე ჯგუფი*** | 14-29 წლის ახალგაზრდები |
| ***შერჩევის ზომა*** | 261 |
| ***კვლევის არეალი*** | ქალაქი ბათუმი |
| ***შერჩევის მეთოდი*** | მოხერხებული შერჩევა |
| ***ინტერვიუს ხანგრძლივობა*** | 10-15 წუთი |

**თვისებრივი კვლევის** ფარგლებში მონაცემთა შეგროვებისთვის განისაზღვრა ფოკუსური დისკუსიებისა და ჩაღრმავებული ინტერვიუების ტექნიკების გამოყენება.

აღნიშნული ტექნიკებით მოპოვებული ინფორმაცია არსებული ტენდენციების სიღრმისეული ანალიზისა და სხვადასხვა ჯგუფის ხედვების შესახებ უფრო დეტალური ინფორმაციის მოპოვებას უზრუნველყოფს.

ამასთან, თვისებრივი კვლევის პირველი ეტაპისთვის მოპოვებული ინფორმაცია გამოყენებული იყო რაოდენობრივი კვლევის ინსტრუმენტის გასამართად. რაოდენობრივი კვლევის დასრულების შემდეგ ჩატარებული დისკუსიების შედეგად კი შესაძლებელი გახდა კონკრეტული მონაცემების უკეთ ახსნა.

ბათუმში ახალგაზრდების ნარატივების შესასწავლად მნიშვნელოვანად ჩაითვალა არა მხოლოდ ახალგაზრდების ხედვების, არამედ სხვა დაინტერესებული მხარეების ხედვების შესწავლაც. შესაბამისად, თვისებრივი კვლევის სამიზნე სეგმენტად განისაზღვრა: *14-29 წლის ახალგაზრდები; სამოქალაქო განათლებისა და ინფორმაციული ტექნოლოგიების (ისტი) სკოლის პედაგოგები; უმაღლესი და პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების წარმომადგენლები; ბათუმში არსებული აქსელერატორები.*

სულ ჩატარდა 4 ფოკუსური დისკუსია და 12 ჩაღრმავებული ინტერვიუ. ფოკუსური დისკუსიების სამიზნე სეგმენტს წარმოადგენდნენ:

* 14-18 წლის ახალგაზრდები;
* 19-23 წლის ახალგაზრდები;
* 24-29 წლის ახალგაზრდები;
* სამოქალაქო განათლებისა და ისტის პედაგოგები.

რაც შეეხება ინტერვიუებს, მათი სამიზნე სეგმენტი იყო:

* ბათუმში მცხოვრები ახალგაზრდები;
* უმაღლესი და პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების წარმომადგენლები;
* ბათუმში არსებული აქსელერატორები და გადაწყვეტილების მიმღები პირები.

ცხრილი # 3. თვისებრივი კვლევის დიზაინი

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **თვისებრივი კვლევა** | | | |
| ***ტექნიკა*** | **ფოკუსური დისკუსია** | **ჩაღრმავებული ინტერვიუ** |
| ***სამიზნე ჯგუფი*** | * 14-29 წლის ახალგაზრდები * სამოქალაქო განათლებისა და ისტის პედაგოგები | * 14-29 წლის ახალგაზრდები * უმაღლესი და პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების წარმომადგენლები * ბათუმში არსებული აქსელერატორები და გადაწყვეტილების მიმღები პირები |
| ***შერჩევის ზომა*** | 4 | 12 |
| ***კვლევის არეალი*** | ქალაქი ბათუმი | ქალაქი ბათუმი |
| ***შერჩევის მეთოდი*** | მიზნობრივი | მიზნობრივი |
| ***ინტერვიუს ხანგრძლივობა*** | 1,5 საათი | 40-50 წუთი |

როგორც აღინიშნა, თვისებრივი მონაცემები გაანალიზდა რაოდენობრივი კვლევის მონაცემებთან ერთად.

# **კონტექსტი**

ახალგაზრდობა საზოგადოების იმ უმნიშვნელოვანეს ჯგუფს წარმოადგენს, რომელსაც ქვეყნის განვითარებაში განსაკუთრებული როლი აქვს. შესაბამისად, ახალგაზრდების ინტერესების ცოდნა, ადგილობრივი თუ ცენტრალური პოლიტიკის დონეზე მათზე რეაგირება და ახალგაზრდების სხვადასხვა ჯგუფის მხარდაჭერა კრიტიკულად მნიშვნელოვანია თავად სახელმწიფოს განვითარებისთვის. საქართველოში ახალგაზრდული პოლიტიკის ეფექტიანი მართვისა და კოორდინაციისთვის ეროვნულ თუ მუნიციპალურ დონეზე, საქართველოს პარლამენტმა 2020 წლის 17 ივლისს „2020-2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფცია“ დაამტკიცა, რომელიც შემდეგ სამ მთავარ მიზანს ემსახურება:

* ახალგაზრდების ჯანმრთელობის დაცვისთვის, სოციალურ-ეკონომიკური კეთილდღეობისთვის, მრავალმხრივი განვითარებისა და თვითრეალიზებისთვის ხელსაყრელი პირობების შექმნას;
* საზოგადოებრივ ცხოვრებასა და დემოკრატიულ პროცესებში ახალგაზრდების სრულფასოვანი მონაწილეობისათვის შესაბამისი პირობების შექმნის უზრუნველყოფას;
* ცენტრალურ და მუნიციპალიტეტების დონეებზე სახელმწიფო ახალგაზრდული პოლიტიკის მართვის სისტემის სრულყოფას.[[2]](#footnote-2)

2020-2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფციის მიხედვით, 5 სტრატეგიული პრიორიტეტი და 22 მოსალოდნელი შედეგი განისაზღვრა, რომელთა განხორციელებაზეც პასუხისმგებლებია როგორც ცენტრალური, ასევე ადგილობრივი ხელისუფლება. უშუალოდ ქალაქ ბათუმის მუნიციპალიტეტის მერიაში ახალგაზრდობის საკითხებს განათლების, კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის სამსახური კურირებს. „ახალგაზრდობის განვითარების ხელშეწყობის“ ბიუჯეტმა კი 2022 წელს 267 960 ლარი შეადგინა.

ქალაქის 2022-2025 წლების პრიორიტების დოკუმენტის მიხედვით, ადგილობრივი ახალგაზრდების განვითარების ხელშეწყობის მიზნით განსაზღვრულია შემდეგი პრიორიტეტული ღონისძიებები: *ახალგაზრდების პოტენციალის რეალიზების ხელშეწყობა, ახალგაზრდების ინიციატივების დაფინანსება, ახალგაზრდების მონაწილეობის ხელშეწყობა გადაწყვეტილების მიღების პროცესში და მათი ჩართვა სამოქალაქო აქტივობებში.* სხვა აქტივობებთან ერთად, განსაკუთრებული ყურადღება არაფორმალურ განათლებას ეთმობა, რომლის ფარგლებშიც დაგეგმილია ახალგაზრდებისთვის საჭირო კომპეტენციების დაუფლების ხელშემწყობი ღონისძიებები. როგორც პრიორიტეტების დოკუმენტშია აღნიშნული, მოცემული მიმართულებით მხარდაჭერილი იქნება ინტელექტუალურ-შემეცნებითი და შემოქმედებითი პროექტების ჩატარება და უკვე არსებულ ახალგაზრდულ ცენტრში დამატებით გასართობი სივრცის მოწყობა. არაფორმალური განათლების ხელმისაწვდომობის გაზრდისთვის ქალაქის ცენტრისგან დაშორებულ უბნებში მოეწყობა ახალგაზრდული სივრცეები.[[3]](#footnote-3)

საგულისხმოა, საინფორმაციო-საკომუნიკაციო და ინოვაციური ტექნოლოგიების სივრცის მოწყობის განსაზღვრა პრიორიტეტად, რამაც სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარებას უნდა შეუწყოს ხელი. ამასთან, კვლევის მონაწილე ქალაქ ბათუმის მერიის წარმომადგენლის თქმით, 2023 წლიდან დაგეგმილია სამეწარმეო და ტექნოლოგიური კომპეტენციების განვითარების ხელშეწყობის მიმართულებით აქტივობების განხორციელება, რაც მომავალი წლის ბიუჯეტშიც აისახება. ამ მიმართულებით მერიის ახალგაზრდული ცენტრის ფარგლებში „ტექნოლოგიებისა და მეწარმეობის კლუბის“ დაფუძნებაა დაგეგმილი.

ქალაქ ბათუმის მოსახლეობა, 2022 წლის მონაცემებით, 152 839 ადამიანს შეადგენს. რაც შეეხება უშუალოდ 14-29 წლის ახალგაზრდების რიცხოვნობას, საქსტატის მიერ მოწოდებული მონაცემების მიხედვით, მათი რიცხოვნობა 36 485-ს ადამიანს უტოლდება, რაც მთლიანი მოსახლეობის დაახლოებით 24%-ია. ახალგაზრდები სქესის მიხედვით ქალაქში თანაბრად არიან წარმოდგენილნი (50-50%). რაც შეეხება ასაკობრივ ჯგუფებს, ქალაქ ბათუმში რეგისტრირებულ ახალგაზრდებს შორის ყველაზე დიდი ჯგუფი 18-24 წლის ახალგაზრდებზე მოდის (15 682).

გრაფიკი # 1. ახალგაზრდების რიცხოვნობა ქალაქ ბათუმში ასაკისა და სქესის მიხედვით

*წყარო: საქსტატი*

მთელ რიგ საკითხებთან ერთად, უმუშევრობა და დასაქმებასთან დაკავშირებული გამოწვევები მათ შორისაა, რაც სერიოზულ გამოწვევას წარმოადგენს მთელი ქვეყნისთვის და, მათ *შორის, ყველა* რეგიონისთვის. გამონაკლისი არც აჭარის რეგიონია. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის 2021 წლის მონაცემებით, თუ საქართველოში უმუშევრობის დონემ 20.6% შეადგინა, აჭარაში ეს მაჩვენებელი 19.2% იყო. თავის მხრივ, დასაქმების დონემ გასულ წელს ქვეყანაში 40.4%, აჭარაში კი - 45.3% შეადგინა. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ აჭარაში კონკრეტულად 15-29 წლის ახალგაზრდებში დასაქმების დონემ 2021 წელს 30% შეადგინა, 2020 წელს კი ეს მაჩვენებელი 34.3% იყო.[[4]](#footnote-4) შეგვიძლია თამამად ვივარაუდოთ, რომ აღნიშნული ვარდნა პანდემიის ფაქტორსაც უკავშირდება. კოვიდრეალობის გამო ბიზნესი და მათ შორის ახალგაზრდებისთვის დასაქმების ერთ-ერთი საკვანძო ტურიზმის სექტორი განსაკუთრებული გამოწვევების წინაშე აღმოჩნდა.

ის, რომ დასაქმება, სამუშაო ადგილების სიმწირე და სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემები სერიოზული გამოწვევაა ახალგაზრდებისთვის ყველა რეგიონში დასტურდება საქართველოში ჩატარებული არაერთი უახლესი კვლევითაც. მაგალითისთვის, 2021 წლის კვლევის „ახალგაზრდების ღირებულებები და პოლიტიკური აქტივიზმი საქართველოში“ თანახმად, უმუშევრობა და დაბალანაზღაურებადი სამუშაო ადგილები ის პრობლემებია, რაც ახალგაზრდებს განსაკუთრებით აწუხებთ ყველა რეგიონში.[[5]](#footnote-5)

დასაქმება რომ ახლაგაზრდებისთვის უმთავრესი გამოწვევაა დასტურდება 2021 წლის კიდევ ერთი კვლევით („ახალგაზრდობის საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე“), რომელიც, მათ შორის, აჭარის რეგიონში ჩატარდა, სამიზნე მუნიციპალიტეტი კი, სწორედ ბათუმი იყო.[[6]](#footnote-6) როგორც კვლევის შედეგები მოწმობს, უმთავრესი გამოწვევა/პრობლემა, რომლის მოგვარებაც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ახალგაზრდებისთვის სწორედ დასაქმებას უკავშირდება და ამგვარია ხედვა როგორც, ზოგადად აჭარის რეგიონში (53%), ასევე უშუალოდ ბათუმში (50%). ამასთან, კვლევის მონაწილეთა დიდი ნაწილი თვლის, რომ ახალგაზრდისთვის დასაქმება რთულია/ძალიან რთულია და ეს ხედვა, რეგიონის მსგავსად (76%), ბათუმში მცხოვრები ახალგაზრდების დიდი უმრავლესობის (69%) მიერაა გაზიარებული.

გარდა დასაქმებასთან დაკავშირებული პრობლემებისა, შეიძლება ითქვას, რომ ახალგაზრდებს რეგიონში, მათ შორის, ბათუმში გარკვეული გამოწვევები აქვთ იმ თვალსაზრისით, რომ დაგეგმილი აქტივობების ფარგლებში ახალგაზრდების ყველა ასაკობრივი ჯგუფის ინტერესები არ არის დაფარული. ზემონახსენები კვლევის მიგნებების თანახმად, დაგეგმილი აქტივობების ძირითადი ნაწილი ფარავს სკოლის ასაკის მოსწავლეების ინტერესებს, უფროსი ასაკის ახალგაზრდების საჭიროებები კი ნაკლებად არის გათვალისწინებული ახალგაზრდობის მუნიციპალური პოლიტიკის ფარგლებში განხორციელებულ აქტივობებში. აქვე საგულისხმოა, რომ ახალგაზრდებისთვის მთავარ გამოწვევებს შორის, პირველ სამეულში, სამუშაო ადგილების სიმწირესთან ერთად, გამოიკვეთა ასევე ბათუმის მუნიციპალიტეტში მეწარმეობის პროგრამებზე ხელმისაწვდომობასთან და ახალგაზრდებისთვის შეკრების, დასვენებისა თუ სხვადასხვა ღონისძიების მოსაწყობად საჭირო სივრცეებზე ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებული გამოწვევები.

მეწარმეობის კონტექსტში საინტერესოა ამავე კვლევის კიდევ ერთი მიგნება, რომლის თანახმადაც, აჭარაში ახალგაზრდების თითქმის თანაბარი რაოდენობა მიიჩნევს, რომ საქართველოში ახალგაზრდული მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპებისთვის გარემო ხელსაყრელი/სავსებით ხელსაყრელი (26%) და არახელსაყრელი/საერთოდ არახელსაყრელია (26%). ბათუმის მუნიციპალიტეტში გამოკითხული ახალგაზრდების მოსაზრებებიც დაახლოებით მსგავსია (23% და 29%, შესაბამისად).[[7]](#footnote-7)

ახალგაზრდების ეკონომიკური გაძლიერება ახალგაზრდული პოლიტიკის ერთ-ერთ სტრატეგიულ პრიორიტეტს წარმოადგენს, რომლის ფარგლებშიც მოიაზრება სწორედ ახალგაზრდებს შორის მეწარმეობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება და ცოდნის გაზრდა. როგორც ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცენფციაშია აღნიშნული, ფორმალური სამეწარმეო განათლება „ფაქტიურად არ არსებობს ან ძალიან არაეფექტიანია“. ამასთან, მეწარმეობა არ წარმოადგენს ეროვნული სასწავლო პროგრამის ნაწილს საშუალო საფეხურის განათლების დონეზე. სწორედ ამიტომ მეწარმეობის შესახებ ფორმალური და არაფორმალური განათლების პროგრამების ხელშეწყობა და სასკოლო განათლების ფარგლებში სამეწარმეო განათლების დამკვიდრება ახალგაზრდული პოლიტიკის განხორციელების ერთ-ერთ მოსალოდნელ შედეგად განისაზღვრა.[[8]](#footnote-8)

ამ კონტექსტში მნიშვნელოვან ინიციატივად უნდა შეფასდეს 2020 წელს ბათუმში საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს სსიპ საქართველოს ინოვაციების და ტექნოლოგიების სააგენტოს მიერ *ბათუმის ტექნოპარკის* გახსნა, რომლის მიზანსაც, როგორც ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სფეროში, ისე მეწარმოების მიმართულებით ცოდნის გაძლიერება წარმოადგენს. ბათუმის ტექნოპარკი ასევე ითავსებს სასწავლო ცენტრის ფუნქციას, სადაც აქტიურად ტარდება ტრენინგები ახალი ტექნოლოგიების, ინოვაციური აზროვნებისა და სტარტაპების განვითარების საკითხებზე.[[9]](#footnote-9)

საგულისხმოა ისიც, რომ მომავალი წლების მანძილზე ციფრული წიგნიერების განვითარების ხელშეწყობა იგეგმება ქალაქ ბათუმის მერიის მიერ ახალგაზრდების ხელშეწყობის პოლიტიკის ფარგლებშიც.[[10]](#footnote-10) კერძოდ, როგორც კვლევის ფარგლებში ჩატარებული ინტერვიუდან ირკვევა, ბათუმიის მერიასთან არსებული „ახალგაზრდული ცენტრის“ მიერ „ტექნოლოგიებისა და მეწარმეობის კლუბის“ შექმნაა დაგეგმილი. პრიორიტების დოკუმენტის მიხედვით, 2022-2025 წლებში „ახალგაზრდულ ცენტრში“ ასევე დაგეგმილია ახალგაზრდებისთვის გასართობი სივრცის მოწყობაც, რაზეც დაბალი ხელმისაწვდომობა, ახალგაზრდების მიერ ერთ-ერთ ყველაზე სერიოზულ გამოწვევად იდენტიფიცირდა 2021 წელს.[[11]](#footnote-11)

# **სამუშაო სივრცეების მეფინგი**

საგულისხმოა, რომ ახალგაზრდებისთვის მთავარ გამოწვევებს შორის, 2021 წლის კვლევის თანახმად, როგორც აღინიშნა, პირველ სამეულში, სამუშაო ადგილების სიმწირესთან ერთად, ბათუმის მუნიციპალიტეტში მეწარმოების პროგრამებზე ხელმისაწვდომობასთან და ახალგაზრდებისთვის შეკრების, დასვენებისა თუ სხვადასხვა ღონისძიების მოსაწყობად საჭირო სივრცეებზე ხელმისაწვდომობასთან დაკავშირებული გამოწვევები გამოიკვეთა. კერძოდ, კვლევის თანახმად, ისეთ სივრცეებზე ხელმისაწვდომობის არსებობას, სადაც ახალგაზრდები თავისუფლად შეძლებენ შეკრებას, დისკუსიის გამართვას და არაფორმალური განათლების მიღებას, ქალაქ ბათუმში გამოკითხული ახალგაზრდების მეხუთედი (22%) მიიჩნევს მნიშვნელოვნად.[[12]](#footnote-12) უნდა აღინიშნოს, რომ არაფორმალური განათლების მნიშვნელობაზე განსაკუთრებული ყურადღება ჩვენი კვლევის ფარგლებში უფროსი ასაკის ახალგაზრდების ჯგუფში გამახვილდა. აქ ისიც ხაზგასმული იყო, რომ, სამწუხაროდ, მსგავსი შესაძლებლობა მეტად აქვთ სკოლის ასაკის ახალგაზრდებს, უფროსებს კი არაფორმალურ განათლებაზე ხელი არ მიუწვდებათ.

ქალაქ ბათუმში მცხოვრები ახალგაზრდებისთვის არსებული თავისუფალი შეკრებისა და სამუშაო სივრცეების ჩამონათვალი არც ისე დიდია. განსაკუთრებით პრობლემურია ისეთ სივრცეებზე ხელმისაწვდომობა, რომლის გამოყენებაც ახალგაზრდებისთვის ფინანსურ დანახარჯებთან არ არის დაკავშირებული. არაფორმალური განათლების ხელშეწყობის ფარგლებში, ქალაქში არსებობს რამდენიმე სივრცე, სადაც ახალგაზრდებს შეუძლიათ ღონისძიებების გამართვა, ტრენინგ-კურსებზე დასწრება, შეხვედრებსა და დისკუსიებში მონაწილეობა. თავისუფალი შეკრების სივრცეებისა გარდა, ბათუმში ასევე ხელმისაწვდომია საერთო სამუშაო (Co-Working) სივრცეებიც.

საერთო სამუშაო სივრცის კულტურის განვითარება საქართველოში ბოლო წლების განმავლობაში დაიწყო. ზოგადად, მრავალფუნქციური სივრცე განსაკუთრებული პოპულარობით სტარტაპერებს, ე.წ. ფრილანსერებსა და ვებ-დეველოპერებს შორის სარგებლობს. ხშირად საერთო სამუშაო სივრცეებს საქმიანი კონტაქტებისა და ახალი კავშირების დამყარების მიზნით იყენებენ. საერთო სამუშაო სივრცის (Co-Working Space) კონცეფცია, რაც სხვადასხვა პროფილით მომუშავე ადამიანების მიერ სამუშაო გარემოს გაზიარებას გულისხმობს, ბევრი ახალგაზრდისთვის ჯერ კიდევ სიახლეს წარმოადგენს, მათ შორის, ბათუმში. აღნიშნულზე ამ მიზნით სივრცეების გამოყენების შედარებით იშვიათი ხასიათი მეტყველებს, რასაც ხაზი გაესვა ჩვენი კვლევის მონაწილე სხვადასხვა ჯგუფის წარმომადგენელთა მიერ და, ასევე, გამოიკვეთა რაოდენობრივი კვლევის შედეგებითაც.

ქვემოთ წარმოდგენილია ბათუმში არსებული სივრცეები, რომელთა გამოყენებაც, განსხვავებული პირობებით, მაგრამ ახალგაზრდებს შეუძლიათ.

ფიგურა #1. სამუშაო სივრცეები ბათუმში

**ახალგაზრდული ცენტრი**

**ამერიკული  
 კუთხე**

**ბიზნეს  
ინკუბატორი**

**ტერმინალი**

**ტექნოპარკი  
ბათუმი**

**ტექნოპარკი ბათუმი**

ქალაქ ბათუმში ახალგაზრდებს საერთო სამუშაო სივრცით სარგებლობას *ტექნოპარკი ბათუმი* სთავაზობს. ის შოთა რუსთაველის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ახალ კამპუსში, პირველ სართულზეა განთავსებული, რაც ახალგაზრდების მოზიდვისა და სტუდენტების საკმაოდ ფართო ჯგუფში ინფორმაციის შედარებით სწრაფად გავრცელებისთვის ხელშემწყობ ფაქტორად შეიძლება მივიჩნიოთ.

ფიზიკური სივრცე, რომელშიც თავმოყრილია ტექნოლოგიური და საგანმანათლებლო რესურსები, წარმოადგენს ერთგვარ პლატფორმას ინოვაციებსა და ტექნოლოგიებზე დაფუძნებული ბიზნესების განვითარებისთვის.

*ტექნოპარკი ბათუმი* დაინტერესებულ პირებს, სტარტაპებსა და ე.წ. „ფრილანსერებს“ სთავაზობს საერთო სამუშაო სივრცეს, სადაც შესაძლებელია სამუშაო ადგილის მიღება, საკუთარი იდეებისა თუ სტარტაპის განსავითარებლად.[[13]](#footnote-13) *ტექნოპარკი ბათუმში* საერთო სამუშაო სივრცით სარგებლობა არის უფასო და მისი გამოყენება შესაძლებელია ნებისმიერი დაინტერესებული პირისთვის, რისთვისაც საჭიროა მხოლოდ სარეგისტრაციო ფორმის შევსება. სამუშაო სივრცე გათვლილია 10-12 ადამიანზე. მიუხედავად იმისა, რომ სივრცე ღიაა ნებისმიერი მსურველისთვის, მაღალი მოთხოვნის შემთხვევაში პრიორიტეტი სტარტაპერებს ენიჭებათ. სამუშაო სივრცესთან ერთად შესაძლებელია 4 ადამიანზე გათვლილი შეხვედრების ოთახით სარგებლობაც.

*ტექნოპარკი ბათუმში* ხელმისწავდომია საკონფერენციო დარბაზიც, რომელიც საკმაოდ დიდ ღონისძიებებზეა გათვლილი (დაახლოებით 50 ადამიანი). საკონფერენციო დაბრაზის გამოყენება სტარტაპერებისა და ინოვაციური ტექნოლოგიების მიმართულებით მომუშავე ახალგაზრდებისთვის ხშირ შემთხვევაში არის უფასო. თუმცა, სხვა დაინტერესებული პირებისთვის დღიური გადასახადი, დარბაზის გამოყენების შემთხვევაში, დაახლოებით 600 ლარს შეადგენს.

*ტექნოპარკი ბათუმში* ასევე წარმოდგენილია სამრეწველო ინოვაციების უნივერსალური ლაბორატორია (ფაბლაბი), რომელიც დაკომპლექტებულია უახლესი დანადგარებით (კერძოდ, 3D პრინტერს, ლაზერულ მჭრელს, პროგრამირებად ჩარხს (CNC-რუტერი), ელექტრონიკის მიმართულებით პლატების დასამზადებელ რუტერს, 3D სკანერს, ვაკუუმ ფორმერსა და ბრტყელ ზედაპირზე მბეჭდავ პრინტერს).

*ტექნოპარკი ბათუმი* ითავსებს სასწავლო ცენტრის ფუნქციასაც და ხშირად არის სხვადასხვა ტრენინგისა და ღონისძიების ორგანიზატორი ახალი ტექნოლოგიების, ინოვაციური აზროვნებისა და სტარტაპების განვითარების საკითხებზე. შესაბამისად, ეს სივრცე ქმნის კარგ შესაძლებლობას ტექნოლოგიებითა და მეწარმეობით დაინტერესებული ახალგაზრდებისთვის სხვადასხვა სერვისზე უფასოდ ხელმისაწვდომობის თვალსაზრისით. აღსანიშნავია ასევე ტექნოპარკის ინფრასტრუქტურა და ტექნიკური აღჭურვილობაც. თუმცა, მიუხედავად უნივერსიტეტის კამპუსში განთავსებისა, რაც ახალგაზრდების გარკვეულ ჯგუფამდე ინფორმაციის მარტივად მიტანას ხდის შესაძლებელს, მისი ადგილმდებარეობა მაინც შეიძლება ჩაითვალოს ერთ-ერთ უარყოფით მხარედ. იმის გათვალისწინებით, რომ ტექნოპარკი განთავსებულია ქალაქის ცენტრიდან მოშორებით, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ ტერიტორიული ხელმისაწვდომის თვალსაზრისით ეს პრობლემურია ახალგაზრდების გარკვეული ნაწილისთვის, მითუფრო, რომ ამაზე ყურადღება ჩვენი კვლევის მონაწილე ახალგაზრდებთანაც გამახვილდა. თუმცა, აქვე ისიც გასათვალისწინებელია, რომ საკმარისი მოტივაციის პირობებში, ახალგაზრდებისთვის ადგილმდებარეობა ნაკლებად შეიძლება წარმოადგენდეს ბარიერს.

აქვე გასათვალისწინებელია ვებგვერდის განახლება ყველა აუცილებელი ინფორმაციით. მართალია, ტექნოპარკის ვებგვერდზე შესაძლებელია ინფორმაციის მოძიება, თუმცა, ახალგაზრდების სრულად ინფორმირებისთვის, მნიშვნელოვანია, დაინტერესებულმა პირებმა ყველა სერვისისა თუ შესაძლებლობის შესახებ დეტალური ინფორმაციის მოძიება მარტივად შეძლონ.[[14]](#footnote-14)

**მერიის ახალგაზრდული ცენტრი**

ბათუმის მერიის *ახალგაზრდული ცენტრი* წარმოადგენს თავისუფალ სივრცეს ახალგაზრდებისთვის, სადაც არაფორმალური განათლების ხელშეწყობის ფარგლებში ტარდება ღონისძიებები და ფუნქციონირებს სხვადასხვა კლუბი (სამოქალაქო კლუბი, კინოკლუბი, ეკოკლუბი, მხატვრული ლიტერატურის კლუბი, სხვა). ამასთან, ცენტრის ფარგლებში ტარდება ტრენინგები პროფორიენტაციისა თუ კარიერული განვითარების, მედიაწიგნიერებისა თუ კულტურული მრავალფეროვნების მიმართულებით. ცენტრი ახალგაზრდებს ასევე სთავაზობს ტრენინგებს ჯანსაღი ცხოვრების წესისა და დასაქმებისთვის საჭირო უნარ-ჩვევების გამომუშავების მიმართულებით. ცენტრში, ახალგაზრდების ფსიქოლოგიური მხარდაჭერის მიზნით, ტარდება შეხვედრები ფსიქოლოგებთან. ამასთან, ახალგაზრდების გადაწყვეტილების მიღების პროცესებში ჩართულობის ხელშეწყობის მიზნით, ფინანსდება სხვადასხვა ახალგაზრდული ინიციატივა. ცენტრის ფარგლებში მოქმედებს ახალგაზდრული საბჭო, ასევე ტარდება ფორუმი და სხვა აქტივობები.

ცენტრი ახალგაზრდობის განვითარების ხელშეწყობის მუნიციპალური პროგრამის ნაწილია და მისი ბენეფიციარები ძირითადად არიან სკოლის მოსაწავლეები, ასევე სტუდენტებიც.

ღონისძიებებზე დასწრებისა და კლუბების აქტივობების გარდა, ახალგაზრდებს ასევე აქვთ შესაძლებლობა უსასყიდლოდ ისარგებლონ ცენტრში არსებული საერთო სამუშაო სივრცით, სადაც ერთდროულად 10-დან 15-მდე მსურველს შეუძლია განთავსება. მოცემულ სივრცეში განთავსებულია ბიბლიოთეკაც. სამწუხაროდ, ცენტრში არ არის კომპიუტერები.

ცენტრალური ადგილმდებარეობიდან გამომდინარე (ბათუმის დელფინარიუმის მიმდებარე ტერიტორია), შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ სივრცის ინფრასტრუქტურის, კერძოდ, ტექნიკური აღჭურვილობის გაუმჯობესებისა და შესაბამისი საინფორმაციო კამპანიის წარმოების შემთხვევაში, ცენტრს აქვს საკმაოდ დიდი პოტენციალი სამომავლოდ გახდეს ახალგაზრდების თავშეყრის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული ლოკაცია და გაიზარდოს პროექტებში ჩართული ახალგაზრდების რაოდენობა. ამ ეტაპზე ახალგაზრდული ცენტრი არ არის ფოკუსირებული მეწარმეობისა და სტარტაპის მიმართულებებზე, მაგრამ არაფორმალურ განათლებაზე აქცენტირება, რაც ახალგაზრდებში სხვადასხვა კომპეტენციის განვითარებას უწყობს ხელს, მათ შორის, სამეწარმეო საქმიანობისთვის ხელშემწყობ მექანიზმად უნდა შეფასდეს. ამასთან, ახალგაზრდულმა ცენტრმა, სხვადასხვა ღონისძიების დაგეგმვის ფარგლებში, შესაძლებელია აქცენტი მეწარმეობისა და სტარტაპისთვის საჭირო კომპეტენციების განვითარებაზე გააკეთოს და შესაბამისი აქტივობების დაგეგმვაზე მიმართოს მეტი რესურსი, რითიც ახალგაზრდებში მეწარმეობისა და სტარტაპისადმი დაინტერესების გაზრდას შეუწყობს ხელს.

**ბათუმის ამერიკული კუთხე**

*ბათუმის ამერიკული კუთხე* წარმოადგენს ამერიკული სტილის საზოგადოებრივ ცენტრს, რომლის მიზანიც ახალგაზრდების ხელშეწყობა და მხარდაჭერაა. აქ აქტივობები სხვადასხვა მიმართულებით ხორციელდება, მათ შორის, კუთხე აქტიურად მუშაობს სამეწარმეო მიმართულებით ახალგაზრდების მხარდაჭერასა და გაძლიერებაზე.

*ბათუმის ამერიკული კუთხე,* რომელიც აშშ-ის საელჩოს ინიციატივით და ორგანიზებით აკაკი წერეთლის სახელობის ქალაქ ბათუმის საჯარო ბიბლიოთეკაში 2006 წელს მოეწყო, საჯარო ბიბლიოთეკაში მიმდინარე სარემონტო სამუშაობის გამო, მიმდინარე წლის მაისში დროებით დაიხურა. აღსანიშნავია, რომ ის კვლავ აგრძელებს საქმიანობას საკუთარი სივრცის არქონის პირობებშიც. კერძოდ, *ბათუმის ამერიკული კუთხის* ორგანიზებით, ალტეს უნივერსიტეტისა და ტექნოპარკი ბათუმის მხარდაჭერით, ზაფხულში ერას მოედანზე ჩატარდა ღონისძიება “Start-up Summer”. საპილოტე ღონისძიების ფარგლებში გაიმართა სტარტაპთან დაკავშირებული სხვადასხვა აქტივობა, „გეიმინგ“ შეხვედრები, სტარტაპერების მიერ წარმოებული პროდუქციის გამოფენა-გაყიდვა, სტარტაპ მარათონი. ღონისძიებები გაიმართა როგორც ერას მოედანზე, ასევე ტექნოპარკ ბათუმსა და აჭარის სამრეწველო პალატაშიც. როგორც ირკვევა, ღონისძიებას ფართო გამოხმაურება ჰქონდა, რამდენადაც ის კვლევის ფარგლებში არაერთმა რესპონდენტმა ახსენა, როგორც მეწარმეობასა და სტარტაპთან დაკავშირებით ორგანიზებული საინტერესო აქტივობა.

*ბათუმის ამერიკულ კუთხეში* ფუნქციონირებდა საერთო სამუშაო სივრცე და ასევე, დაინტერესებული პირებისთვის ხელმისაწვდომი იყო საკონფერენციო ოთახიც. დაახლოებით 15 ადამიანზე გათვლილი სამუშაო სივრცის გამოყენება მსურველებისთვის იყო სრულიად უფასო. სამუშაო სივრცე აღჭურვილი იყო სამუშაო მაგიდებითა და კომპიუტერებით. ასევე, ხელმისაწვდომი იყო სხვადასხვა საგანმანათლებლო მასალა, წიგნები, პრინტერი, ფოტოაპარატი.

რაც შეეხება საკონფერენციო ოთახს, შესაძლებელი იყო 50-70 ადამიანის განთავსება. საკონფერენციო დაბრაზის დაჯავშნა შეეძლო ნებისმერ დაინტერესებულ პირს ადგილზე მისვლით ან სოციალური გვერდის (ფეისბუქი) საშუალებით. განაცხადის ფორმის შევსების შემდეგ, ყველა დაინტერესებულ პირს ეძლეოდა შესაძლებლობა უსასყიდლოდ ესარგებლა საკონფერენციო სივრცით. დარბაზში იყო განთავსებული ელექტრონული პიანინო და ეკრანი ფილმების ჩვენებისა და პრეზენტაციების ორგანიზებისთვის.

*ბათუმის ამერიკული კუთხეში* არსებული საერთო სამუშაო სივრცის ერთ-ერთი მთავარი უპირატესობა სწორედ მისი ადგილმდებარეობა იყო (ის ბათუმის ბულვარისა და დელფინარიუმის მიმდებარე ტერიტორიაზე მდებარებოდა, რაც საკმაოდ მიმზიდველ და მარტივად მისადგომ ლოკაციად შეიძლება ითვლებოდეს ახალგაზრდებისთვის). როგორც აღინიშნა, *ბათუმის ამერიკული კუთხე* დროებითაა დახურული და საჯარო ბიბლიოთეკაში რემონტის დასრულებისთანავე, ის მუშაობას ჩვეულ რეჟიმში აღადგენს. სარემონტო სამუშაობის დასრულებამდე კი ალტერნატიულ სივრცესთან დაკავშირებით შეთავაზებას ქალაქის მერიისგან ელოდება.

**ბიზნეს ინკუბატორი**

გაეროს განვითარების პროგრამის აჭარის ეკონომიკური განვითარების პროექტის ფარგლებში, 2009 წელს, ბათუმში *ბიზნეს ინკუბატორი* გაიხსნა. ბიზნეს ინკუბაციის პროგრამის ფარგლებში, ინკუბატორი დამწყებ ბიზნესს განვითარებაში ეხმარება. მეწარმეთა საქმიანობის განვითარებისთვის, ბიზნეს ინკუბატორი მათ საოფისე ფართს (15-20 კვადრატული მეტრი) სთავაზობს.[[15]](#footnote-15) *ბიზნეს ინკუბატორში* ჯამში 10 საოფისე სივრცე („სფეისი“) ფუნქციონირებს, რომლის გამოყენებაც სტარტაპერებისთვის შეღავათიან ფასად არის შესაძლებელი.

სივრცის გაცემა ახალდამწყები ბიზნესისთვის პირველ ეტაპზე, ანუ პრეინკუბაციის პერიოდში ხდება უსასყიდლოდ, დაახლოებით ერთი თვის ვადით. პრეინკუბაციის შემდეგ დაწესებულია საწევრო გადასახადი, რაც საბაზრო ღირებულების დაახლოებით 1/4 ან 1/5-ია და შეადგენს 150 აშშ დოლარის ექვივალენტს ლარში. სტარტაპერებს ინკუბატორის საოფისე ფართით სარგებლობა 2 წლის განმავლობაში შეუძლიათ. საოფისე ფართის გარდა, ბათუმის *ბიზნეს ინკუბატორი* სტარტაპერებს სთავაზობს კონსულტაციას მეწარმეობასთან დაკავშირებულ სხვადასხვა საკითხზე.

*ბიზნეს ინკუბატორის* დადებითი მხარე, მისი შეღავათიანი საწევრო გადასახადის გარდა, ასევე არის მისი ცენტრალური ადგილმდებარეობაც. ინკუბატორი განთავსებულია ფარნავაზ მეფის ქუჩაზე, რაც ბიზნესისთვის საკმაოდ მომგებიან და ხელსაყრელ ლოკაციას წარმოადგენს. თუმცა, აღსანიშნავია, რომ *ბიზნეს ინკუბატორის* მომხმარებლები ძირითადად არიან 24-35 წლის ახალგაზრდები და საშუალო ასაკის მოქალაქეები. ამ ეტაპზე *ბიზნეს ინკუბატორი* არ წარმოადგენს ახალგაზრდებისთვის თავისუფალი შეკრებისა თუ საერთო სამუშაო სივრცეს და მას ძირითადად მეწარმეები იყენებენ საოფისე ფართის ალტერნატივად.

სამომავლოდ *ბიზნეს ინკუბატორში* ამჟამად არსებული ორი სივრციდან ერთ-ერთში საერთო სამუშაო სივრცის განთავსებაა დაგეგმილი.

**ტერმინალი**

საქართველოში საერთო სამუშაო სივრცის კულტურის განვითარებას საფუძველი ერთ-ერთმა პირველმა *ტერმინალმა* ჩაუყარა. ტერმინალი, რომელიც დედაქალაქში რამდენიმე ფილიალით არის წარმოდგენილი, სულ რამდენიმე კვირის წინ ქალაქ ბათუმშიც გაიხსნა, ახმეტელის ქუჩაზე.

*ტერმინალი ბათუმი* წარმოადგენს მულტიფუნქციურ საერთო სამუშაო სივრცეს, სადაც 124 სამუშაო ადგილის გარდა, ასევე განთავსებულია 5 ინდივიდუალური ოფისი და შეხვედრების 4 ოთახი.

სამუშაო სივრცის გამოყენებისთვის აუცილებელია საწევრო თანხის გადახდა, რომლის ღირებულებაც განსხვავდება არჩეული სერვისის მიხედვით. სამუშაო ადილის შერჩევისას შესაძლებელია ფიქსირებული ან მოქნილი სამუშაო ადგილით სარგებლობა, რომლის ღირებულებაც შეადგენს 600 ლარს ყოველთვიურად ფიქსირებული ადგილის შემთხვევაში და 40 ლარს ერთჯერადად სამუშაო ადგილით სარგებლობისას. საერთო სამუშაო სივრცე ხელმისაწვდომია მთელი კვირის მანძილზე 24 საათის განმავლობაში, მათ შორის, შაბათ-კვირასაც. სივრცეში შესაძლებელია პრინტერითა და სკანერით სარგებლობა. ფიქსირებული სამუშაო ადგილით სარგებლობის შემთხვევაში, წევრებს აქვთ შესაძლებლობა ისარგებლონ პირადი შესანახი სივრცითაც („ლოქერი“).[[16]](#footnote-16)

*ტერმინალი ბათუმი* ქალაქის ცენტრშია განთავსებული. შესაბამისად, ის ახალგაზრდებისთვის ტერიტორიულად მიმზიდველი და ხელსაყრელია. თუმცა, გასათვალისწინებია მისი მაღალი საწევრო გადასახადი, რის საფუძველზეც შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ამ სივრცით სარგებლობა ახალგაზრდებისა და დამწყები სტარტაპერებისთვის ფინანსურად ნაკლებად ხელმისაწვდომი უნდა იყოს.

**დემოკრატიული ჩართულობის ცენტრების ქსელი**

*დემოკრატიული ჩართულობის ცენტრების ქსელი* წარმოადგენს დამოუკიდებელ ორგანიზაციას, რომელიც 2011 წელს აშშ-ის საერთაშორისო განვითარების სააგენტომ (USAID) საქართველოს 10 ქალაქში დააფუძნა. ცენტრის მიერ ორგანიზებული შეხვედრები და დისკუსიები ემსახურება საზოგადოებაში ცნობიერების ამაღლებას მთავრობის მიერ განხორციელებული რეფორმების, საარჩევნო პროცესების, დეზინფორმაციული კამპანიების და სხვა მნიშვნელოვანი საკითხების გარშემო.

დემოკრატიული ჩართულობის ცენტრის ქსელი მუშაობს ასევე ადგილობრივი ახალგაზრდების მოტივირებისა და განათლების მიმართულებით, რათა ხელი შეუწყოს მათ საზოგადოებრივ ცხოვრებაში ჩართულობას და გაზარდოს მათი მონაწილეობა საჯარო დისკუსიებსა და შეხვედრებში სხვადასხვა მნიშვნელოვან საკითხთან დაკავშირებით. ცენტრში სხვადასხვა პროექტის ფარგლებში ტარდება შეხვედრები და ტრენინგები ინოვაციური ტექნოლოგიების მიმართულებით და ახალგაზრდებისთვის სამეწარმეო აზროვნების განვითარების ხელშეწყობის მიზნით.

ცენტრის ბათუმის ფილიალი მდებარეობს ქალაქის ცენტრალურ უბანში (26 მაისის ქუჩა). ცენტრში შესაძლებელია საკონფერენციო ოთახით სარგებლობა, სადაც 40 ადამიანის განთავსება არის შესაძლებელი. საკონფერენციო ოთახით სარგებლობა არის ფასიანი და მისი დღიური ღირებულება შეადგენს 200 ლარს. თუმცა, საკონფერენციო ოთახით სარგებლობა ადგილობრივი ახალგაზრდებისთვის შესაძლებელია მოხდეს უსასყიდლოდაც. აღნიშნულისთვის, მათ უნდა წარადგინონ ღონისძიების მიზანი და დღის წესრიგი. სწორედ ამ ინფორმაციაზე დაყრდნობით, ახალგაზრდებმა შესაძლებელია უფასოდ ისარგებლონ ცენტრის სივრცით.

დაინტერესებული პირებისთვის საკონფერენციო ოთახის დაჯავშნა შესაძლებელია ორგანიზაციის ვებგვერდის საშუალებით. მართალია, მნიშვნელოვანია ის, რომ ქალაქში ახალგაზრდებისთვის ეს სივრცეც არსებობს, თუმცა, მნიშვნელოვანი იქნებოდა ორგანიზაციის ვებგვერდზე მეტად დეტალური ინფორმაციის განთავსება იმის თაობაზე, თუ რა არის ის აქტივობები, რომელთაც ცენტრი კონკრეტულად ადგილობრივ ახალგაზრდებს სთავაზობს და რა შემთხვევაშია შესაძლებელი მათი სივრცით უსასყიდლოდ სარგებლობა.

**ახალგაზრდობის რეგიონული ცენტრი**

*ახალგაზრდობის რეგიონული ცენტრი* 2019 წლიდან ფუნქციონირებს. მართალია, ის შეკრების სივრცეს არ სთავაზობს ვიზიტორებს, მაგრამ ახალგაზრდების განვითარების ხელშემწყობი ორგანიზაციაა, რომელიც არაფორმალური განათლების მიმართულებით ბათუმში მცხოვრებ ახალგაზრდებს არაერთ აქტივობასა და ღონისძიებას სთავაზობს ახალგაზრდების საზოგადოებრივ, ეკონომიკურ და კულტურულ ცხოვრებაში ჩართულობის მიზნით. ცენტრის საქმიანობა რეგიონის ექვსივე მუნიციპალიტეტს ფარავს და შემდეგ მიმართულებებს მოიცავს:

* რეგიონის ახალგაზრდების ინტელექტუალური შესაძლებლობების გამოვლენა და განვითარება;
* საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარება და კავშირების დამყარება;
* ახალგაზრდების ჩართულობით თანამედროვე და ინოვაციური პროგრამების დაგეგმვა და განხორცილება;
* ახალგაზრდების საჭიროებების მუდმივი გამოვლენა და საჭიროებების მიხედვით პროექტების შეთავაზება;
* თავისუფალი დროის სწორად მართვის ხელშეწყობა და მოხალისეობრივი საქმიანობის პოპულარიზაცია.

*ახალგაზრდების რეგიონული ცენტრი* ასევე აქტიურად მუშაობს ახალგაზრდების ეკონომიკური გაძლიერებისა და ახალგაზრდა მეწარმეების და სტარტაპერების საქმიანობის ხელშეწყობის მიმართულებით. ცენტრის ვებ-გვერდზე პერიოდულად ცხადდება საკონკურსო პროექტები, რომლებიც გულისხმობს ახალგაზრდა მეწარმეებისთვის მათი საქმიანობის ეფექტიანად დაგეგმვისა და წარმართისთვის საჭირო საქონლის/მომსახურების თანადაფინანსებას, აგრეთვე იდეის რეალიზების და საქმიანობის ეფექტიანად წარმართვისთვის შესაბამის ტრენინგ-სემინარის შეთავაზებას. პროექტის ფარგლებში გამარჯვებულ აპლიკანტებს ორგანიზაცია უფანანსებს 15 000 ლარის ღირებულების შემდეგი სერვისებიდან ერთ-ერთს (ან ყველა კომპონენტს, თუ ჯამი არ აღემატება 15 000 ლარს): მატელიარულ-ტექნიკური ბაზა, სისტემური და პროგრამული უზრუნველყოფა და მარკეტინგული მომსახურება. კონკურსში მონაწილეობის მიღება შეუძლიათ 18-დან 29 წლის ჩათვლით აჭარის ა.რ. ადმინისტრაციულ ტერიტორიაზე რეგისტრირებულ საქართველოს მოქალაქეებს ან ორგანიზაციებს, რომლის დამფუძნებელს/თანადამფუძნებელს წარმოადგენენ 18-დან 29 წლის ჩათვლით მოქალაქეები.[[17]](#footnote-17)

*ახალგაზრდობის რეგიონული ცენტრის* ოფისი მდებარეობს ბათუმის არენასთან, ტბელ აბუსერიძის ქუჩაზე. ცენტრში ფუნქციონირებს ასევე სხვადასხვა კლუბი (დებატ-კლუბი) და იმართება არაფორმალური განათლების ფარგლებში შეხვედრები ახალგაზრდებთან. *ახალგაზრდობის რეგიონული ცენტრი* ასევე იყენებს ქალაქში არსებულ სხვადასხვა სივრცეს ისეთი ღონისძიებების ჩასატარებლად, როგორიც არის: პეინტბოლ ჩემპიონატები, კიბერ ფესტივალები (ვიდეო თამაშის მოყვარული ახალგაზრდების თავშეყრა და მათთვის სხვადასხვა ჟანრში შეჯიბრებების ჩატარება), კონფერენციები და ფორუმები. ცენტრის საკუთრებაში არ არის საკონფერენციო დარბაზი, რომლის საჭიროების შემთხვევაშიც, ორგანიზაცია, ბათუმის ახალ სტადიონთან შეთანხმებით, სწორედ ამ უკანასკნელის შენობაში არსებულ დარბაზს იყენებს. ახალგაზრდობის რეგიონული ცენტრის დახმარებით ასევე შესაძლებელია ახალგაზრდებისთვის კონკრეტული პროექტის ფარგლებში და საჭიროებიდან გამომდინარე, ახალი სტადიონის შენობაში არსებული საკონფერენციო დარბაზის დაჯავშნა და გამოყენება.

ცენტრის მიერ ახალგაზრდებისთვის შეთავაზებული აქტივობები საკმაოდ მრავალფეროვანია და ფარავს ახალგაზრდების ყველა ასაკობრივ ჯგუფს. ცენტრის ვებგვერდიც საკმაოდ ინფორმატიულია, დაინტერესებულ პირებს სთავაზობს ამომწურავ ინფორმაციას სხვადასხვა ღონისძიების შესახებ. ვებგვერდზე ასევე შესაძლებელია განაცხადის შევსება სხვადასხვა პროექტში მონაწილეობის მისაღებად. სამწუხაროდ, ცენტრში არ არის ხელმისაწვდომი საერთო სამუშაო სივრცეები. თუმცა, მაინც შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ ახალგაზრდობის რეგიონული ცენტრი ბათუმში მცხოვრები ახალგაზრდებისთვის თავისუფალი შეკრების სივრცეს წარმოადგენს და მათ აძლევს შესაძლებლობას აქტიურად ჩაერთნონ სხვადასხვა შემეცნებით თუ გასართობ აქტივობაში.

ბათუმში ასევე არსებობს სოციალური კაფე „თავისუფალი სივრცე“, რომელიც ზვიად გამსახურდიას #6-ში მდებარეობს. ის ახალგაზრდებს შეკრების, შეხვედრებისა თუ სხვადასხვა აქტივობის ორგანიზებისთვის საინტერეო გარემოს სთავაზობს. სივრცის გამოყენება, რომელიც საშუალოდ 15 ადამიანზეა გათვლილი, ასევე შესაძლებელია გამოფენების, შემეცნებითი ღონისძიებებისა ტრენინგების ჩასატარებლად. თავისუფალი სივრცით სარგებლობა შეუძლიათ ფრილანსერებს, წინასწარი შეათანხმების საფუძველზე. შშმ პირთა ორგანიზაციებს, შშმ პირებსა და ამ მიმართულებით მომუშავე საზოგადოებრივ ორგანიზაციებს ღონისძიებების გასამართად უსასყიდლოდ დაეთმობა სივრცე სრული აღჭურვილობით წინასწარი შეთანხმების საფუძველზე.

შეიძლება ითქვას, რომ ბათუმში არის გარკვეული სივრცეები ახალგაზრდებისათვის, რომელთა გამოყენებაც შეკრებებისათვის თუ სამუშაოდაა შესაძლებელი. თუმცა, მიუხედავად ამგვარი სივრცეების არსებობისა, ნათელია გამოწვევები, რომლებიც ამ თვალსაზრისით სახეზეა. პირველ რიგში, უნდა აღინიშნოს, რომ სივრცეების მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა განსხვავებულია და ყველა მათგანი საკმარისად გამართული როდია. ამ კონტექსტში უნდა აღინიშნოს *ტექნოპარკი ბათუმი,* რომლის ინფრასტრუქტურა სრულად გამართულია და არაერთ შესაძლებლობას სთავაზობს ახალგაზრდებს. თუმცა, ამ სივრცისთვის მნიშვნელოვან გამოწვევას წარმოადგენს მისი ადგილმდებარეობა. ქალაქის ცენტრიდან მოშორებით სივრცის არსებობა ახალგაზრდების მიერ მისი სერვისებით სარგებლობის წინაღობად შეიძლება შეფასდეს, რაც დასტურდება კიდეც კვლევის შედეგებით. აქვე ისიც უნდა აღინიშნოს, რომ სხვა სივრცეები ძირითადად ქალაქის ცენტრალურ ნაწილშია წარმოდგენილი. თუმცა, მათ შემთხვევაში, გარდა მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზასთან დაკავშირებით არსებული გამოწვევებისა, პრობლემას შესაძლებელია ქმნიდეს ფასიანი სერვისები. მართალია, მნიშვნელოვანია ის გარემოება, რომ ზოგიერთი სივრცით სარგებლობა ძალიან დაბალ ფასად ან სრულიად უფასოდაცაა შესაძლებელი, რაც დამატებითი მოტივაცია შეიძლება გახდეს ახალგაზრდებისთვის, ისარგებლონ ამა თუ იმ სივრცით. თუმცა, რიგ შემთხვევაში, სივრცით სარგებლობისთვის ბარიერს სწორედ ფასიანი სერვისი შეიძლება წარმოადგენდეს. მაგალითისთვის, *ტერმინალის* სივრცით სარგებლობა ფასიანია, რაც პირიქით, შესაძლებელია დამწყები სტარტაპერებისათვის ხელისშემშლელ ფაქტორს წარმოადგენდეს და ნაკლებად ხელმისაწვდომს ხდიდეს სივრცეს სარგებლობისთვის.

გარდა აღნიშნულისა, სივრცეებთან დაკავშირებით საგულისხმოა კვლევის შედეგები, რომელთა თანახმადაც, ამ სივრცეების გამოყენება არცთუ ხშირად ხდება ან თუ ხდება, მათ უმეტესად ახალგაზრდები არ იყენებენ. ინტერვიუებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ამის მიზეზი, გარდა მოტივაციის არარსებობისა, ასევეა არაინფორმირებულობა. შესაბამისად, კრიტიკულად მნიშვნელოვანია არა მხოლოდ ქალაქის ცენტრალურ ლოკაციაში მატერიალურ-ტექნიკური თვალსაზრისით გამართული უფასო სივრცისა თუ სივრცეების არსებობა, არამედ ახალგაზრდებამდე ინფორმაციის მიტანაც მსგავსი სივრცეების არსებობისა და მათი გამოყენების შესაძლებლობების თაობაზე.

# **კვლევის შედეგები**

## სამუშაო სივრცეების ცნობადობა და ვიზიტის გამოცდილება

უშუალოდ კვლევის შედეგებიდან გამოიკვეთა, რომ ბათუმში არსებულ საერთო სამუშაო სივრცეებზე, ინოვაციასა თუ ტრენინგებთან დაკავშირებით ახალგაზრდების დიდ უმრავლესობას არავითარი ასოციაცია არ უჩნდება (72%). ყველაზე მეტის ასოციაცია *ტექნოპარკი ბათუმს* უკავშირდება და მასაც მხოლოდ გამოკითხულთა 3% ასახელებს. თუმცა, უკვე შეთავაზებული კონკრეტული ჩამონათვალიდან, კვლევის მონაწილეთა დიდ ნაწილს სმენია როგორც *ბათუმის მერიის ახალგაზრდულ ცენტრზე* (66%), ასევე *ბათუმის ამერიკულ კუთხესა* (59%) და *ტექნოპარკი ბათუმზე* (35%).

გრაფიკი # 2. სივრცეები ბათუმში, რომელთა შესახებაც სმენიათ რესპონდენტებს ასაკის ჭრილში)

ამასთან, საგულისხმოა, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეთა მნიშვნელოვანი ნაწილი *არცერთ ჩამოთვლილ სივრცეში არ არის ნამყოფი* (44%). ყველაზე მეტს კი *ბათუმის ამერიკულ კუთხესა* და *მერიის ახალგაზრდულ ცენტრში* ვიზიტის გამოცდილება აქვს (30% და 25%, შესაბამისად). *ტექნოპარკი ბათუმში* ნამყოფია რესპონდენტთა 16%.[[18]](#footnote-18)

გრაფიკი # 3. ბათუმში არსებულ სხვადასხვა სივრცეში ვიზიტის გამოცდილება ასაკის ჭრილში

როგორც აღმოჩნდა, ამ **სივრცეების ვიზიტის მთავარი მიზანი** *ტრენინგზე დასწრება* იყო (71%). *გაცნობით ვიზიტზე* ყოფნაზე ათიდან ოთხი ახალგაზრდა (41%), უშუალოდ *სამუშაო სივრცის გამოყენებაზე* კი 34% მიუთითებს. რაც შეეხება მათ, ვინც არცერთ სივრცეში არ არის ნამყოფი, მათი დიდი ნაწილის არგუმენტით, ამის მიზეზია *იმ სერვისების შესახებ არაინფორმირებულობა, რასაც სივრცეები სთავაზობენ* (48%). ასევე, მიზეზია ის, რომ *შეთავაზებული სერვისები არ არის მათთვის საინტერესო* (18%) და *ადგილმდებარეობა არ არის ხელსაყრელი* (17%).

გრაფიკი # 4. ბათუმში არსებულ სივრცეების ვიზიტის გამოცდილების არქონის მიზეზები ასაკის ჭრილში

საგულისხმოა, რომ სივრცეების შესახებ ინფორმაციის არარსებობა არ არის იმის მიზეზი, რომ ახალგაზრდები არ სტუმრობენ მათ, რამდენადაც აღნიშნულზე მხოლოდ 3%-მა მიუთითა (არ მსმენია ასეთი სივრცეების არსებობის შესახებ). თუმცა, სერვისების შესახებ ინფორმაციის არქონა არის გამოწვევა. შესაბამისად, შეიძლება ვიფიქროთ, რომ საკომუნიკაციო კამპანიის დაგეგმვისას, სერვისებთან დაკავშირებით საჭირო ინფორმაციის მაქსიმალურად საინტერესოდ მიწოდებაა უფრო მნიშვნელოვანი ამოცანა, ვიდრე ახალგაზრდების ინფორმირება თავად სივრცეების შესახებ. თუმცა, აქ გასათვალისწინებელია ის გარემოება, რომ ონლაინ კვლევის სამიზნე სეგმენტი სპეციფიკურ აუდიტორიას წარმოადგენდა და მათ მნიშვნელოვან ნაწილს სხვადასხვა სივრცეში ვიზიტის გამოცდილება ჰქონდა, რამაც განსაზღვრა კიდეც მათი იმ ჯგუფებში ყოფნა, რომლებშიც ონლაინ კვლევის ბმული გაზიარდა. შესაბამისად, საკომუნიკაციო კამპანიისას, პირველ რიგში, სივრცეების შესახებ და, უკვე შემდეგ, მათ მიერ ახალგაზრდებისთვის შეთავაზებული სერვისების შესახებ ინფორმირებაზე უნდა გამახვილდეს ყურადღება.

ამ მოსაზრებას ამყარებს **თვისებრივი კვლევის** შედეგებიც. მის თანახმად, საერთო სამუშაო სივრცესთან დაკავშირებით ახალგაზრდების მნიშვნელოვან ნაწილს ინფორმაცია არ აქვს და არც სამუშაო სივრცეების გამოყენების კულტურა არსებობს. მართალია, დისკუსიების მონაწილე ახალგაზრდების ნაწილს არა მხოლოდ ინფორმაცია ჰქონდა სივრცეებზე, არამედ სხვადასხვა მიზნით ვიზიტებიც განუხორციელებია, თუმცა თანხმდებიან, რომ მათ თანატოლებში სხვადასხვა, მათ შორის, საერთო სამუშაო სივრცეებით სარგებლობის პრაქტიკა ქალაქში იშვიათია. აღინიშნა ისიც, რომ ძირითადად სამუშაო სივრცეების გამოყენება ხდება 24-29 წლის ახალგაზრდების, ე.წ. ფრილანსერებისა და უცხოელების მიერ. ასევე, აქტიური ახალგაზრდების პატარა ჯგუფის მიერ, რომელიც ქალაქში დაგეგმილ ბევრ სხვადასხვა აქტივობაშია ერთდროულად ჩართული. აღნიშნულის ორ მთავარ მიზეზზე გამახვილდა ყურადღება. ერთია, *დაბალი ინფორმირებულობა სივრცეებისა და მათი გამოყენების შესაძლებლობის თაობაზე.* მეორეა, *თავად ზოგიერთი სივრცის არახელსაყრელი ადგილმდებარეობა.* ამ თვალსაზრისით განსაკუთრებით გამოიკვეთა ტექნოპარკი ბათუმის მოუხერხებელი ლოკაცია, რაც კვლევის მონაწილეთა შეფასებით, განაპირობებს იმას, რომ ნაკლები ახალგაზრდა სარგებლობს ტექნოპარკის საერთო სამუშაო სივრცით. უფროსი ასაკის ახალგაზრდებთან ისიც აღინიშნა, რომ გამოწვევაა სამუშაო საათების შეზღუდული დრო და ის, რომ ტექნოპარკი საღამოს 21:00-22:00 საათიდან აღარ მუშაობს. ერთ-ერთი მოსაზრებით, სასურველია სივრცის მუშაობა 24-საათიან რეჟიმში, რათა მსურველებს ჰქონდეთ შესაძლებლობა შეუზღუდავად ისარგებლონ იქ სერვისებით. თუმცა, აღნიშნული არც დომინანტური მოსაზრება ყოფილა და მისი განხორციელების რეალისტურობაც საეჭვოა.

მართალია, აღნიშნული დომინანტური არ ყოფილა, თუმცა გაჟღერდა მოსაზრება, რომლის თანახმადაც, სივრცეები ხშირად დაკავებულია, რის გამოც, დაინტერესებული ახალგაზრდები ვერ ახერხებენ სერვისით სარგებლობას. თუ ჩავთვლით, რომ ეს გავრცელებული პრაქტიკაა (რისი საფუძველიც არ გვაქვს, რადგან აღნიშნული დომინანტური მოსაზრება არ ყოფილა), მაშინ დასკვნა იმის თაობაზე, რომ ახალგაზრდები არ არიან ინფორმირებულნი სივრცეების და მათი სერვისების შესახებ და არ ხდება მათი გამოყენება, არასწორი იქნება. თუმცა, რაოდენობრივი კვლევის შედეგებიც და დომინანტური ხედვები იმაზე მეტყველებს, რომ პრობლემა სწორედ სივრცეებისა და მათი გამოყენების შესაძლებლობების შესახებ დაბალი ინფორმირებულობა, ასევე ახალგაზრდების ნაკლები დაინტერესებაა.

ინფორმირებულობის გაზრდის ერთ-ერთ მექანიზმად სივრცეების მიერ სკოლებთან აქტიური თანამშრომლობა გამოიკვეთა. ამ უკანასკნელის ფარგლებში მოსწავლეებისთვის სივრცეების შესახებ ინფორმაციის მიწოდების პრაქტიკის დამკვიდრება ჩაითვალა მნიშვნელოვნად. სკოლასთან ერთად, იგივე მექანიზმის გამოყენება შესაძლებელია ეფექტიანი იყოს პროფესიულ და უმაღლეს საგანმანათლებლო დაწესებულებებში. ახალგაზრდების იმ ჯგუფებისთვის კი, ვინც სასწავლო დაწესებულებებს მიღმა არიან, უნდა იყოს აქტიურად გამოყენებული ინფორმაციის მიწოდების სხვა მექანიზმები.

|  |  |
| --- | --- |
| *„მინდა გამოვკვეთო ეს პრობლემა, როდესაც გვინდა გამოვიყენოთ თავისუფალი სივრცეები, მაგალითად, ახალგაზრდულ ცენტრში ხშირად არის ტრენინგები, კონფერენციები. მაგალითად, დღეს მომცეს სკოლაში სამუშაო პოსტერი. უნდა გავაკეთო და ვურეკავ, მინდა თქვენთან მოსვლა, რომ ჩავატარო რაღაც შეხვედრა და ის გეუბნება, ტრენინგს ვატარებ, რაღაც შეხვედრა მაქვს, სხვა გეუბნება, რომ ტრენინგი აქვს, ბოლოს რჩები გარეთ, არაფრის იმედად…“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე***  *„ტექნოპარკი და სივრცეები უნდა შევიდნენ სკოლებში. უნდა მიაწოდონ ახალგაზრდებს ინფორმაცია, რომ ვარსებობთ, შეგიძლიათ მოხვიდეთ, გამოიყენოთ ჩვენი სივრცე.“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე*** |  |

ამდენად, როგორც ირკვევა, გამოწვევაა არა სივრცეების სიმწირე ქალაქში, რომლის გამოყენებასაც ახალგაზრდები სამუშაოდ, შეხვედრებისა და დისკუსიებისთვის გამოიყენებდნენ, არამედ ამ სივრცეების შესახებ დაბალი ინფორმირებულობა. შესაბამისად, აუცილებელი იქნება ინფორმირებულობის გაზრდაზე ორიენტირებული აქტივობების დაგეგმვა.

## სამომხმარებლო ქცევები - ინტერნეტით სარგებლობა

კვლევის მონაწილე ახალგაზრდების აბსოლუტური უმრავლესობა ინტერნეტით ყოველდღიურად და მეტიც, *დღეში რამდენიმე საათს სარგებლობს* (88%). საგულისხმოა მცირედი განსხვავება სქესის ჭრილში. თუ ინტერნეტს დღეში რამდენიმე საათს კვლევის მონაწილე ფაქტობრივად ყველა *ქალი* უთმობს (97%), *კაცების* შემთხვევაში ეს მაჩვენებელი 78%-ია.

ინტერნეტით სარგებლობის მიზნობრიობას შორის ოთხი ყველაზე ხშირად დასახელებული მიზანია *ინფორმაციის მოძიება* (74%), *სწავლა* (72%), *Facebook-ის გამოყენება* (66%) და *წერილების/დოკუმენტების გაგზავნა* (62%). ამ მიზნით ინტერნეტის გამოყენება ამა თუ იმ სიხშირით ყველა ასაკობრივ ჯგუფში აღინიშნა. ამასთან საგულისხმოა, რომ კვლევის მონაწილე სკოლის ასაკის ახალგაზრდების ჯგუფში ყოველი მეორესთვის ინტერნეტით სარგებლობა შემდეგი პლატოფრმების სტუმრობას უკავშირდება: Facebook-ი (54%), Youtube-ი (54%), Instagram-ი (53%) და TikTok-ი (51%). საშუალო ასაკის და უფროსი ახალგაზრდების ჯგუფებში სოციალური ქსელებიდან ყველაზე ხშირად Facebook-ი დასახელდა (18-24 წელი - 65%, 25-29 წელი - 74%).

გრაფიკი # 5. ინტერნეტით სარგებლობის მიზნობრიობა ასაკის ჭრილში

საგულისხმოა, რომ *ყველაზე ხშირად* ინტერნეტს ახალგაზრდები სწავლის (17%) და ინფორმაციის მოძიების (16%) მიზნით იყენებენ. ამასთან, 14-17 და 18-24 წლის ახალგაზრდებების ჯგუფებში ყველაზე ხშირად სწავლის მიზნით ინტერნეტის გამოყენება სახელდება (20% და 24%, შესაბამისად). უფროსი ასაკის (25-29 წელი) ახალგაზრდების ჯგუფში კი ყველაზე ხშირად ინტერნეტით სარგებლობის მიზანს Facebook-ით სარგებლობა წარმოადგენს (23%).

საინტერესოა ინტერნეტით სარგებლობის მიზნობრიობა სქესის ჭრილში. მართალია, *სწავლისა* და *ინფორმაციის მოძიების* მიზნით ინტერნეტით სარგებლობა ყველაზე ხშირად სახელდება როგორც ქალების (79% და 84%, შესაბამისად), ასევე კაცების (66% და 65%, შესაბამისად) შემთხვევაში. თუმცა, საგულისხმოა სხვადასხვა სოციალური ქსელის გამოყენების თვალსაზრისით განსხვავება სამომხმარებლო ქცევაში. კვლევის შედეგების გათვალისწინებით შეიძლება ითქვას, რომ ყველა სოციალურ ქსელსა თუ პლატფორმას ქალები უფრო სტუმრობენ, ვიდრე კაცები. ამასთან, ფილმების საყურებლად თუ მუსიკის მოსასმენადაც ინტერნეტით ქალები უფრო სარგებლობენ (71%), ვიდრე კაცები (50%). აქვე ისიც საგულისხმოა, რომ ქვეყანასა თუ მის ფარგლებს გარეთ სიახლეების გასაცნობად ინტერნეტს ასევე უფრო მეტი ქალი იყენებს (65%), ვიდრე კაცი (44%).

სწორედ *Facebook-ია ის მთავარი წყარო,* რომლის საშუალებითაც ახალგაზრდები იღებენ ინფორმაციას ბათუმში მიმდინარე სხვადასხვა მოვლენის (მუნიციპალური პროგრამები, სერვისები, სიახლეები, დაგეგმილი ღონისძიებები) შესახებ. კერძოდ, 65% Facebook-ში სხვადასხვა გვერდს იყენებს აღნიშნულისთვის, 29% კი უშუალოდ მუნიციპალიტეტის მერიის სოციალური გვერდიდან იღებს ინფორმაციას.

კვლევამ ასევე გამოკვეთა, რომ *სოციალური კაპიტალიც* ინფორმაციის მიღების მნიშვნელოვანი მექანიზმია, რამდენადაც ყოველი მეორე ახალგაზრდა *ქალაქში მიმდინარე მოვლენებზე ინფორმაციას მეგობრების/ახლობლების საშუალებით იღებს* (49%). არანაკლებ მნიშვნელოვანი წყაროა *ადგილობრივი ტელევიზია* (29%) და *სასწავლო დაწესებულებები* (25%). ეს უკანასკნელი განსაკუთრებით აქტუალურია სკოლის ასაკის ახალგაზრდების ჯგუფში (41%).

გრაფიკი # 6. ბათუმში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მიღების წყარო სქესის ჭრილში

N=80

N=139

N=42

N=261

Facebook, Instagram, Youtube და TikTok პლატფორმებს ასახელებენ ინფორმაციის მიღების წყაროდ **თვისებრივი კვლევის** მონაწილეებიც. მათთან სკოლა ასევე გამოიკვეთა ინფორმირების წყაროდ, ისევე როგორც სოციალური კაპიტალი. ამ თვალსაზრისით, საინტერესო იყო სკოლის ასაკის ახალგაზრდების მიერ იმ ჯგუფების მნიშვნელობაზე ყურადღების გამახვილება, რომლებთანაც ინტერესები, ღირებულებები თუ სხვადასხვა მახასიათებელი შეიძლება აერთიანებდეთ კერძოდ, მათი შეფასებით, მნიშვნელოვანია თანატოლებისგან ინფორმაციის მიღება სხვადასხვა აქტივობისა თუ პროექტის შესახებ, განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ისინი თავად არიან მონაწილეები. შესაბამისად, შეიძლება ჩავთვალოთ, რომ თავად ახალგაზრდების ჩართვა საკომუნიკაციო კამპანიებში, რათა მათ პირადად გააზიარონ ინფორმაცია სივრცეების, მათი გამოყენების შესაძლებლობებისა თუ აქტივობების შესახებ, ეფექტიანი იქნება. თუმცა, რამდენადაც სოციალური ქსელების მნიშვნელობა მაინც განსაკუთრებით იყო ხაზგასმული, შესაბამისი პლატფორმებისთვის რელევანტური კონტენტის შექმნა შედეგის მიღწევის აუცილებელი წინაპირობაა.

|  |  |
| --- | --- |
| *„... ალბათ, ვინც დადის ამ სივრცეებში, იმათ უნდა გაუზიარონ მათ თანატოლებს ინფორმაცია - იცი, რა მაგარია?! იცი, რამდენი რაღაც ვისწავლე?! რა კარგი გარემოა და რომ წაიყვანონ ახალი მონაწილეები, ან ვინც უნდა გახდნენ და გაუზიარონ გამოცდილება ერთმანეთს.“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე***  *„სკოლაშიც შეიძლება კლასელმა გითხრას, ასეთი რამე ტარდება და შენ შეიძლება გაყვე, წახვიდე... იმას კი გაყვები, მარგამ ინტერნეტში რომ ნახავ, გაცილებით უფრო მეტად გინდება. იმიტომ რომ, ცოტა მიუწვდომელის სურათს აჩვენებს...“.* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე*** |  |

*Facebook-ია* ბათუმში მიმდინარე მოვლენების შესახებ ინფორმაციის მიღების ყველაზე *სასურველი წყაროც.* კერძოდ, გარდა ამ სოციალურ ქსელში სხვადასხვა გვერდის საშუალებით ინფორმაციის მიღების სურვილისა (57%), ახალგარზდები სასურველ წყაროებს შორის ასევე ასახელებენ *მერიის Facebook-გვერდს* (36%). არანაკლებ სასურველ წყაროდ იკვეთება *სასწავლო დაწესებულებები,* რაც, ბუნებრივია, განსაკუთრებით აქტუალურია სკოლისა (47%) და საშუალო ასაკის (38%) ახალგაზრდებისთვის, ვისაც განსაკუთრებით ინტენსიური შეხება აქვს სასწავლო დაწესებულებებთან.

გრაფიკი # 7. ბათუმში მიმდინარე მოვლენების თაობაზე ინფორმაციის მიღების სასურველი წყარო ასაკის ჭრილში

საგულისხმოა, რომ მიუხედავად ადგილობრივი ტელევიზიის მნიშვნელობისა, რომელსაც მესამედი იყენებს ინფორმაციის მისაღებად, ის სასურველ წყაროდ მხოლოდ 7%-მა დაასახელა. ამის მიუხედავად, მედიის ამ წყაროს იგნორირება ინფორმაციის მიწოდებისას არ იქნება რაციონალური, თუ გავითვალისწინებთ ახალგაზრდების სამომხმარებლო ქცევას. ამასთან, ცალსახაა, რომ Facebook-ის გამოყენება უნდა იყოს პრიორიტეტული და სწორედ მისთვის უნდა მოხდეს ძირითადი კონტენტის შექმნა.

**თვისებრივი კვლევის** შედეგებს თუ გავითვალისწინებთ, აქ ახალგაზრდებამდე ინფორმაციის მიწოდების რამდენიმე არხი დასახელდა ეფექტიანად. ესენია:

* სოციალური ქსელები და ინტერნეტრესურსები (Facebook, Instagram, TikTok, Youtube);
* სკოლა;
* სოციალური კაპიტალი (პირველ რიგში, თანატოლები);
* პირისპირ კომუნიკაცია;
* ტრადიციული მედია.

როგორც ირკვევა, სოციალური ქსელებიდან ყველაზე პოპულარულად Facebook-ი მიიჩნევა, თუმცა აღინიშნა, რომ ნელ-ნელა იზრდება Instagram-ისა და სხვა პლატფორმების პოპულარობაც. შესაბამისად, ახალგაზრდებამდე ინფორმაციის მიწოდების მექანიზმად მათი გამოყენებაც მნიშვნელოვნად ჩაითვალა.

მართალია, ტრადიციული მედია არ მიიჩნევა ახალგაზრდებისთვის ინფორმაციის მიღების მნიშვნელოვან წყაროდ, თუმცა იქ, განსაკუთრებით კი, ტელევიზიებში ინფორმაციის გავრცელება პროგრამებზე, პროექტებსა თუ, კონკრეტულად, მეწარმეობისა და სტარტაპის მნიშვნელობაზე, აუცილებელ ნაბიჯად ჩაითვალა. აღნიშნული იმითაც შეიძლება აიხსნას, რომ ტრადიციული მედია უფროსი თაობის წარმომადგენლებში განსაკუთრებით პოპულარულია, ისინი კი, თავის მხრივ, ახალგაზრდების ხედვების ჩამოყალიბებაზე მნიშვნელოვან გავლენას ახდენენ. შესაბამისად, უფროსი თაობის ინფორმირება და ცნობიერების ამაღლებაზე ზრუნვა უშუალოდ ახალგაზრდების ხედვების ცვლილებაზეც მოახდენს გავლენას და ამ პროცესში ტრადიციული მედიის რესურსის ჩართვა აუცილებელია.

სკოლებში ინფორმაციის გავრცელება სკოლის ასაკის ახალგაზრდებთან კომუნიკაციის საუკეთესო საშუალებადაა მიჩნეული. აქ ხაზგასასმელია, რომ მნიშვნელოვანია სკოლებში უშუალოდ ახალგაზრდებთან შეხვედრების ორგანიზება და არა სკოლის ადმინისტრაციასთან თუ მასწავლებლებთან, რათა ყველა ახალგაზრდამდე მოხერხდეს ინფორმაციის მიტანა. ამასთან, სკოლის კონტექსტში საინტერესო პრაქტიკაა დამკვიდრებული პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებსა (პსდ) და სკოლებს შორის, რაც გულისხმობს პსდ-ებში სკოლის მოსწავლეების ვიზიტს და ადგილზე რესურსის გაცნობას. ამ თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანი იქნება იმ ფაბლაბების დათვალიერება სკოლის მოსწავლეების მიერ, რომელთა გამოყენებაცაა შესაძლებელი და ყველა იმ შესაძლებლობის შესახებ ახალგაზრდების ინფორმირება, რაც კონკრეტულ ლაბორატორიებს აქვთ.

ამდენად, კვლევამ ცალსახად გამოკვეთა სკოლის მნიშვნელობა საკომუნიკაციო სტრატეგიაზე მუშაობისას. როგორც თავად ახალგაზრდები აღნიშნავენ, სკოლებში შესაბამისი პროგრამების დანერგვა, ინფორმაციის გავრცელება და დაინტერესება არის საუკეთესო გზა ინტერესის გასაზრდელად როგორც ტექნოლოგიების, ასევე მეწარმეობის მიმართ.

|  |  |
| --- | --- |
| *„მე, ჩემი გამოცდილებიდან გამომდინარე, ყოველთვის ასე მგონია, რომ სტემ-პროგრამების კუთხით რომ არ შემოსულიყო პროექტები, ჩემი აქტივობიდან გამომდინარე ვერასდროს ვერ გავიგებდი. რაღაც მიმიყვანდა ტექნოპარკამდე, მაგრამ ამის დაჩქარება მოხდა ზუსტად ამ სკოლაში შემოსული პროგრამებიდან და პროექტიდან გამომდინარე.“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე*** |  |

პირისპირ კომუნიკაცია, რაც ქალაქის ცენტრალურ ლოკაციებში (მაგ: ერას მოედანი) ღია სივრცეში ღონისძიების ორგანიზებას და/ან მხოლოდ ინფორმაციის გავრცელებისთვის კომუნიკაციის სხვადასხვა ხერხის გამოყენებას (მაგ: პოსტერების დარიგება, სარეკლამო ბანერები) გულისხმობს, ეფექტიანადაა ასევე მიჩნეული. ის, რომ ქალაქის ცენტრში აქტივობების ორგანიზება კარგი იდეაა გაჟღერდა, მათ შორის, ახალგაზრდების მიერაც *(„კარგი იქნება თუ ღონისძიებები (საინფორმაციო სახის) ჩატარდება ალი და ნინოსთან, ისე, როგორც ერას მოედანზე ჩატარდა სტარტაპერების გამოფენა“).*

რაც შეეხება ვებგვერდებს, რომლებიც ხშირ შემთხვევაში, არ არის გამართული ან საერთოდ არ აქვთ ახალგაზრდულ სივრცეებს, მის არსებობას კვლევის მონაწილეთა ნაწილი არარაციონალურად მიიჩნევს. მთავარი არგუმენტის თანახმად, „ამის საჭიროება არ არსებობს“, რადგან ახალგაზრდები ვებგვერდებს არ სტუმრობენ და ის ინფორმირების მექანიზმს ამ ჯგუფისთვის არ წარმოადგენს. თუმცა, თუ გავითვალისწინებთ პროგრამებისა თუ პროექტების შესახებ სტრუქტურირებული ინფორმაციის გაცნობის აუცილებლობას, ვებგვერდების არარსებობა გამოსავალად ვერ ჩაითვლება.

## ახალგაზრდების ინტერესები

კვლევის მონაწილეებმა შეაფასეს როგორც საკუთარი, ასევე მათი თანატოლების ინტერესები და გამოწვევები, რომელთა წინაშეც დგანან ახალგაზრდები. ონლაინ კვლევის მონაწილეებმა **პრობლემათა** მრავალფეროვანი ჩამონათვალი შემოგვთავაზეს, რომელთაგან დიდმა ნაწილმა მათი თანატოლების პრობლემებს შორის *დასაქმებასთან* (29%) და *განათლებასთან* (20%) დაკავშირებული გამოწვევები განსაკუთრებით მწვავედ მიიჩნიეს. საგულისხმოა ისიც, რომ 37%-ს უჭირს თანატოლების პრობლემების დასახელება.

ცხრილი # 4. რესპონდენტთა შეფასებით, ბათუმში მათი თანატოლი ახალგაზრდების პრობლემები ასაკის ჭრილში[[19]](#footnote-19)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **პრობლემების ჩამონათვალი** | **14-17 წელი** | **18-24 წელი** | **25-29 წელი** | **ჯამური სურათი** |
| დასაქმებასთან დაკავშირებული გამოწვევები | 5% | 38% | 31% | 29% |
| განათლებასთან დაკავშირებული გამოწვევები | 10% | 22% | 23% | 20% |
| ახალგაზრდული სივრცეების არარსებობა | 8% | 10% | 14% | 11% |
| დაბალი ანაზღაურება | 1% | 5% | 16% | 9% |
| თვითრეალიზაციასთან დაკავშირებული საკითხები | 4% | 7% | 11% | 8% |
| ფინანსური რესურსის სიმწირე | 8% | 7% | 7% | 7% |
| მავნე ჩვევები და დამოკიდებულებები | 7% | 7% | 5% | 6% |
| ინფორმაციის სიმწირე | 8% | 8% | 2% | 6% |
| სამხედრო ბანაკების არარსებობა | 4% | 6% | 7% | 6% |
| რეკრეაციული სივრცეების/გართობის შესაძლებლობა | 4% | 2% | 11% | 6% |
| თავისუფლების არ არსებობა | 5% | 3% | 4% | 4% |
| მომავალთან დაკავშირებული სკეპტიკური ხედვები |  | 3% | 6% | 3% |
| არაფორმალურ განათლებაზე დაბალი ხელმისაწვდომობა |  | 3% | 5% | 3% |
| სიზარმაცე/დაბალი მოტივაცია | 10% | 3% |  | 3% |
| ტრანსპორტთან დაკავშირებული გამოწვევები | 2% | 2% | 4% | 3% |
| ახალგაზრდული საბჭოს არასათანადო მუშაობა |  | 3% | 4% | 3% |
| კომუნიკაციის სიმწირე/ჯანსაღი ურთიერთობები | 2% | 2% | 4% | 2% |
| პროექტების სიმწირე/გრანტებზე დაბალი ხელმისაწვდომობა |  | 1% | 5% | 2% |
| დაბალი სამოქალაქო აქტივობა | 3% | 3% |  | 2% |
| ცნობიერებასთან დაკავშირებული გამოწვევები | 2% | 3% |  | 2% |
| არ ვიცი/მიჭირს პასუხის გაცემა | 46% | 32% | 38% | 37% |
| ***N=*** | ***80*** | ***139*** | ***42*** | ***261*** |

ის, რომ დასაქმება განსაკუთრებული გამოწვევაა უფროსი თაობის (18-29 წელი), განსაკუთრებით კი, 25-29 წლის ახალგაზრდებისთვის გამოიკვეთა **თვისებრივი კვლევის** ფარგლებშიც. განათლების თვალსაზრისით კი, გამოწვევა, რაზეც ფოკუსურ დისკუსიებზე გამახვილდა ყურადღება, უკავშირდება სწავლის დაფინანსებასთან დაკავშირებულ საკითხებს. როგორც აღინიშნა, სწავლის დასაფინანსებლად ახალგაზრდებს უწევთ მუშაობა, თუმცა, ერთი მხრივ, დაბალი ანაზღაურების, მეორე მხრივ კი, მოუქნელი სამუშაო განრიგის გამო ხშირად უწევთ არჩევანის გაკეთება სწავლის ან დასაქმების სასარგებლოდ. დისკუსიებზე ცალსახად გამოიკვეთა, რომ სწავლისა და სამსახურის შეთავსება სერიოზული გამოწვევაა. მიუხედავად იმისა, რომ ბათუმში არსებობს რიგი კომპანიები, რომლებიც მოქნილ გრაფიკს სთავაზობენ სტუდენტებს, ეს მაინც უფრო გამონაკლისად ჩაითვალა, ვიდრე გავრცელებულ პრაქტიკად. შესაბამისად, ხშირად, ახალგაზრდებს უწევთ სწავლაზე უარის თქმა, სამსახურის გამო ან პირიქით, დასაქმებაზე უარის თქმა სწავლის გასაგრძელებლად. ამასთან, უფროსი თაობის წარმომადგენლებთან გამოწვევებს შორის ასევე დასახელდა ზეგანაკვეთური სამუშაოს ანაზღაურების პრაქტიკის თითქმის არარსებობა.

|  |  |
| --- | --- |
| *„მე თვითონ სტუდენტი ვარ, ვმუშაობ და თან ვსწავლობ. ძალიან რთულია ორივეს შეთავსება, ყველანაირი პირადი ცხოვრების გადადება მიწევს.“* ***ქალი, 18-24 წლის ასკაობრივი ჯგუფი, სტუდენტი, დასაქმებული***  *„ვაკანსიები არის, მაგრამ სტუდენტისთვის არის მოუქნელი. ხშირად საგნები რჩებათ. ფაქტობრივად მუშაობენ უნივერსიტეტის და ჩარჩენილი საგნის გადასახადისთვის.“* ***ქალი, 18-24 წლის ასკაობრივი ჯგუფი, სტუდენტი, თვითდასაქმებული***  *„დამატებით საათების ანაზღაურება - ჩვენთან ეს პრობლემაა. მაგალითად, მე ბევრი დამატებით სამუშაო საათები მაქვს და ხელფასი ჩვეულებრივ მერიცხებოდა.“* ***ქალი, 25-29 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, უმაღლესი განათლებით, დასაქმებული*** |  |

ის, რომ მოუქნელი სამუშაო განრიგი გამოწვევაა დასტურდება ონლაინ კვლევის შედეგებითაც. კერძოდ, რესპონდენტთათვის შეთავაზებული კონკრეტული საკითხებიდან, აღმოჩნდა, რომ *მოუქნელი სამუშაო განრიგი და სწავლასთან და/ან სხვა საქმეებთან მისი შესაძლებლობის არარსებობაა* ის გამოწვევა, რომელიც ბათუმში ახალგაზრდებს განსაკუთრებით აწუხებთ (საშუალო ქულა 5.7 მაქსიმალური 7-დან, რაც სერიოზულ გამოწვევას/პრობლემას ნიშნავს). საკმაოდ სერიოზულ გამოწვევადაა აღქმული ასევე *მეწარმეობის/სტარტაპის შესახებ დაბალი ინფორმირებულობა* (5.1 ქულა) და *მეწარმეობის ხელშემწყობ პროგრამებზე ხელმისაწვდომობა* (5 ქულა). არანაკლებ პრობლემურია *სამუშაო და შეკრებებისთვის საჭირო სივრცეებზე ხელმისაწვდომობაც* (4.9 და 4.6 ქულა, შესაბამისად).

გრაფიკი # 8. ბათუმში თანატოლი ახალგაზრდების პრობლემების შეფასება (ჯამური სურათი)

როგორც ონლაინ კვლევის შედეგები მოწმობს, ყველაზე ნაკლებ გამოწვევად ბათუმში მცხოვრები ახალგაზრდებისთვის ინტერნეტსა და კომპიუტერზე/სმარტფონებზე ხელმისაწვდომობა (3.7 და 3.6 ქულა, შესაბამისად) მიიჩნევა.

აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა ასაკობრივ კატეგორიაში ყველაზე სერიოზულ პრობლემად სწორედ მოუქნელი სამუშაო განრიგი და მისი სწავლასთან ან სხვა საქმეებთან შეთავსების შესაძლებლობის არარსებობა იკვეთება.

**გრაფიკი # 9**. ბათუმში თანატოლი ახალგაზრდების პრობლემების შეფასება ასაკის ჭრილში (საშუალო ქულა)

თუ **თვისებრივი კვლევის** შედეგებს გავითვალისწინებთ, ახალგაზრდების გამოწვევები *სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით დაბალ ინფორმირებულობას* უკავშირდება. ერთ შემთხვევაში პრობლემაა არა ის, რომ ქალაქში არ არსებობს სივრცეები სამუშაო თუ შეკრებისათვის ან არ ტარდება აქტივობები, არამედ ის, რომ აღნიშნულ სივრცეებზე და მათი გამოყენების შესაძლებლობებზე ახალგაზრდების მნიშვნელოვანი ნაწილი არ არის ინფორმირებული. მეტიც, როგორც სკოლის ასაკის ახალგაზრდებთან აღინიშნა, ბათუმში საკმარისად ტარდება აქტივობები ახალგაზრდებისთვის, როგორც საგანმანათლებლო, ასევე გასართობი, თუმცა პრობლემაა სწორედ ის, რომ მათ შესახებ ინფორმაციას არ ფლობს ახალგაზრდების მნიშვნელოვანი ნაწილი.

|  |  |
| --- | --- |
| *„...ახალგაზრდების უმეტესობა არ არის ინფორმირებული. მაგალითად, მე იღბლიანი აღმოვჩნდი, რომ ბევრი ვიძრომიალე საიტებზე, ბევრი ადამიანი გამოვკითხე, სად შეიძლებოდა მონაწილეობა და მშობლებმაც მხარი დამიჭირეს...“* ***კაცი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე***  *„რეალურად მართლა ბევრი კარგი პროექტი ხორციელდება, მართლა კარგი აქტივობები, თუმცა მაშინ იგებენ სხვები, როცა უკვე თითქმის დასრულებულია და საბოლოო შედეგები არის დადებული.“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე*** |  |

როგორც დისკუსიაზე აღინიშნა, არსებობს ერთიანი პლატფორმის შექმნის იდეა, სადაც ახალგაზრდებისთვის განკუთვნილ პროგრამებზე, პროექტებსა თუ აქტივობებზე ყველა ინფორმაცია ერთად მოიყრის თავს და დაინტერესებული პირები მარტივად შეძლებენ ინფორმაციის მოძიებას. აღნიშნული მნიშვნელოვანი ნაბიჯი იქნება ინფორმირებასთან დაკავშირებულ ხარვეზებზე საპასუხოდ.

მეორე შემთხვევაში გამოწვევაა ის, რომ ახალგაზრდები არ არიან ინფორმირებულნი პროფესიებთან დაკავშირებით და შესაბამის არჩევანს ზედაპირულ ინფორმაციაზე დაყრდნობით ან სულაც, მხოლოდ სხვების რჩევით ან ზეწოლით აკეთებენ. აღნიშნული განსაკუთრებით აქტუალურია სკოლის ასაკის ახალგაზრდებისთვის, რომლებმაც პროფესიასთან დაკავშირებით გადაწყვეტილებები უახლოეს მომავალში უნდა მიიღონ *(„...მეორე კურსზე ვიყავი გაცვლით პროგრამაზე და პირველად წავედი ესპანეთში... მაშინ ჩემს ლექციაზე იყო უამრავი სხვადასხვა პროფესიის ადამიანი; თითოეულს გვქონდა სხვადასხვა ბექგრაუნდი და ჩემთვის იყო შოკისმომგვრელი თუ რამდენი პროფესია შეიძლებოდა ყოფილიყო, რომელსაც შეიძლებოდა დავუფლებოდი“.)* შესაბამისად, კარიერის განვითარების სამსახურების მსგავსი სერვისების არსებობა და ახალგაზრდების მაქსიმალური ინფორმირება სხვადასხვა პროფესიაზე, მის დასაუფლებლად საჭირო ცოდნებსა და უნარებზე თუ შრომის ბაზრის საჭიროებებზე მნიშვნელოვნად ჩაითვალა.

მესამე შემთხვევაში გამოწვევაა შესაბამისი მხარდაჭერის არარსებობა. კერძოდ, როგორც აღინიშნა, სპორტით დაინტერესებული ახალგაზრდების მნიშვნელოვანი ნაწილი თავს ანებებს სპორტს, რადგან ვერ ხედავს განვითარების პერსპექტივას, რაც, თავის მხრივ, სათანადო ინფრასტრუქტურის არარსებობასა და შესაბამისი მხარდაჭერის არარსებობას უკავშირდება. ამ თვალსაზრისით აღინიშნა, როგორც ჭადრაკის, ასევე კალათბურთის მხარდაჭერის აუცილებლობა ქალაქში („*ხალხი ჩემს გარშემო თავს ანებებს იმის გამო, რომ უბრალოდ არ აქვს აზრი, არ არის საკმარისი ინტერესი ამ სფეროში, საკმარისი ინფრასტრუქტურა, არ არის კარიერული პერსპექტივა“).*

ამ თვალსაზრისით არსებულ გამოწვევებზე ყურადღება სკოლის მოსწავლეებთან გამახვილდა. მათი შეფასებით, სპორტისადმი ინტერესის მიუხედავად, სწორედ განვითარების პერსპექტივის არარსებობა და დაბალი ანაზღაურება არ უბიძგებს ახალგაზრდებს გააგრძელონ ამ სფეროში საქმიანობა. აქვე ისიც აღინიშნა, რომ ფინანსური თვალსაზრისით მეტ-ნაკლებად საინტერესოა და, ამასთან, გეოგრაფიული ლოკაციაც განაპირობებს მეზღვაურობით ახალგაზრდების დაინტერესებას. თუმცა, ამ დაინტერესებას მაინც ახალგაზრდები უფრო უკავშირებენ სხვა ალტერნატივის არარსებობას („არ არის მეტი პერსპექტივა“), ვიდრე რეალურად სფეროთ დაინტერესებას. შესაბამისად, ერთი მხრივ, სხვადასხვა სფეროს მხარდაჭერა, მეორე შემთხვევაში კი ალტერნატივების არსებობაა აუცილებელი იმისთვის, რომ ახალგაზრდებმა სწორედ საკუთარი ინტერესების შესაბამისი ჰობი თუ საქმიანობა აირჩიონ.

კიდევ ერთი გამოწვევა, რაზეც კვლევის მონაწილე ყველა სამიზნე სეგმენტის მიერ გამახვილდა ყურადღება, უკავშირდება ახალგაზრდების დაბალ დაინტერესებას სამოქალაქო აქტივიზმით. როგორც მასწავლებლებთან აღინიშნა, მართალია, ზოგიერთ სკოლაში ახალგაზრდები საკმაოდ აქტიურები არიან და იდეებიც აქვთ, რომლებიც პრობლემების იდენტიფიცირებასთან ერთად, უშუალოდ მათი გადაჭრის გზებსაც მოიაზრებს, მაგრამ ეს უფრო გამონაკლისი შემთხვევებია, ვიდრე გავრცელებული პრაქტიკა. უშუალოდ ახალგაზრდების დაბალი სამოქალაქო აქტივიზმი კი ნიჰილიზმით აიხსნა. თავის მხრივ, დისკუსიების მონაწილე ახალგაზრდების შეფასებით, სამოქალაქო აქტივიზმისადმი ინტერესის არარსებობის მთავარი მიზეზი დაბალი ცნობიერება და სტერეოტიპული დამოკიდებულებაა, რომლის თანახმადაც, აქტივიზმი არაპოპულარულ რამედაა მიჩნეული. თუმცა, კვლევის მონაწილეებთან ისიც გაჟღერდა, რომ წლებთან ერთად დამოკიდებულებები იცვლება და აქტივიზმის კონკრეტული შედეგები სახეზეა.

|  |  |
| --- | --- |
| *„აქციაზე რატომ უნდა წახვიდე, იქ ქაჯები არიან და ა. შ. ყველა ოჯახში არის ეს, რომ აქცია არის რადიკალურად განსხვავებული რაღაც...“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე***  *„დროთა განმავლობაში სამოქალქო აქტივიზმის მიმართულებით ინტერესი იზრდება. თავიდან კამპანია რომ დაიწყო “მე გზას ვუთმობ სასწრაფოს“, ვერ გავიაზრეთ. დროთა განმავლობაში მივიღეთ და ახლა ყველა ვითვალისწინებთ.“* ***კაცი, 18-24 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, უმაღლესი განათლებით, დასაქმებული*** |  |

გარდა პრობლემებისა, კვლევის მონაწილეებს ასევე ვთხოვეთ დაესახელებინათ, თუ რას უკავშირდება ბათუმში მათი **თანატოლი ახალგაზრდების ინტერესები.** აღმოჩნდა, რომ საკმაოდ დიდ ნაწილს უჭირს აღნიშნულის დასახელება (41%). ამასთან, ყველაზე ხშირად დასახელებულ სამ ინტერესს შორისაა *გართობა* (26%), *განათლება* (19%) და *დასაქმება/კარიერა* (14%).

ინფორმაციული ტექნოლოგიები დასახელდა თანატოლების ინტერესებს შორის *სკოლის ასაკის* (14-17 წელი) ახალგაზრდებს შორის ყველაზე ხშირად (16%); *საშუალო ასაკობრივ* *ჯგუფში* (18-24 წელი) განათლება (27%) და გართობა (27%); *უფროსი ასაკობრივი ჯგუფის* (25-29 წელი) წარმომადგენლებს შორის კი ყველაზე მეტმა კვლევის მონაწილემ საკუთარი თანატოლების ძირითად ინტერესად გართობა დაასახელა (32%).

გრაფიკი # 10. რესპონდენტთა შეფასებით, ბათუმში მათი თანატოლი ახალგაზრდების ინტერესები ასაკის ჭრილში[[20]](#footnote-20)

კონკრეტულად შეთავაზებული ჩამონათვალიდანაც აღმოჩნდა, რომ კვლევის მონაწილეთა აზრით, მათი თანატოლების ინტერესი, ყველაზე მეტად გართობას უკავშირდება (6 ქულა მაქსიმალური 7-დან). ამასთან საგულისხმოა, რომ მეწარმეობით/სამეწარმეო საქმიანობასთან დაკავშირებული აქტივობებით დაინტერესება ყველაზე დაბალია (4.1 ქულა).

**გრაფიკი # 11**. ბათუმში თანატოლი ახალგაზრდების ინტერესების შეფასება (ჯამური სურათი)

4.9

6.0

5.3

5.1

4.1

4.3

4.6

**თვისებრივი კვლევის** შედეგებს თუ გავითვალისწინებთ, საგულისხმოა, რომ ახალგაზრდებსაც და კვლევის სხვა მონაწილეებსაც გაუჭირდათ ახალგაზრდების ინტერესებზე საუბარი. ერთი, რაც აღინიშნა ე.წ. სივრცეების წარმომადგენლებთან, უკავშირდება ახალგაზრდების დაინტერესებას უცხო ენებით. როგორც აღინიშნა, გარდა იმისა, რომ ენების ცონდა ადგილზე უკეთესი დასაქმების შესაძლებლობებს ქმნის, ის ასევე საზღვარგარეთ დასაქმებისთვის მნიშვნელოვანი წინაპირობაა. შესაბამისად, უცხო ენების შესწავლა აუცილებლად ადგილზე დასაქმების მოტივაციას არ უკავშირდება.

ამასთან, დისკუსიებზე ხაზი გაესვა ახალგაზრდების *განათლებითა* და *დასაქმებით* დაინტერესებას, ეს უკანასკნელი კი განსაკუთრებით აქტუალური სკოლისშემდგომ პერიოდშია ახალგაზრდებისთვის. რაც შეეხება *მეწარმეობითა და სტარტაპით* დაინტერესებას, მას განსხვავებულად აფასებენ თავად ახალგაზრდები და კვლევის მონაწილეები სხვა სამიზნე სეგმენტიდან (უწყებების, სივრცეების, სასწავლო დაწესებულებების წარმომადგენლები). ასე მაგალითად, ე.წ. სივრცეების ერთ-ერთი წარმომადგენლის შეფასებით, ბათუმში ახალგაზრდების დაინტერესება *ტექნოლოგიებით* მაღალია, რის დასტურადაც რობოტიკის სკოლის მაღალი პოპულარობა სახელდება. სკოლის ასაკის ახალგაზრდებზე გათვლილი კონკრეტული აქტივობა 2 თვე გაგრძელდა და დასწრების მაჩვენებელი მაღალი იყო. ამის მიუხედავად, დასკვნის გაკეთება, რომ ტექნოლოგიებისადმი ინტერესი მაღალია, რთულია. კერძოდ, მხოლოდ 2-თვიანი პროექტის არსებობა შეიძლება განაპირობებდეს იმას, რომ მათი დიდი ნაწილი, ვინც ტექნოლოგიებითაა დაინტერესებული, მნიშვნელოვანწილად მობილიზებული იყო და დაესწრო სკოლას. ამასთან, მხოლოდ ამ მაგალითზე დაყრდნობით დასკვნის გაკეთება არ იქნება სწორი, მითუფრო, რომ კვლევის შედეგების მნიშვნელოვანი ნაწილი საპირისპიროზე მეტყველებს.

მართალია, ახალგაზრდების *ტექნოლოგიებით* დაინტერესებაზე ისაუბრეს კვლევის მონაწილე მასწავლებელთა ჯგუფშიც, თუმცა, საგულისხმოა, რომ ტექნოლოგიებით დაინტერესებაში უფრო მოიაზრება ინტერნეტრესურსების გამოყენება და არა უშუალოდ ტექნოლოგიური სიახლეების გაცნობა და ახალგაზრდების სურვილი, თავად შექმნან რაღაც ტექნოლოგიების გამოყენებით. თუ ამ რეალობას გავითვალისწინებთ, შეიძლება დავასკვნათ, რომ მნიშვნელოვანია თავად მასწავლებელთა ცნობიერების ამაღლებაზე მუშაობაც, რათა მათ კარგად გაიაზრონ, რას გულისხმობს ტექნოლოგიებით დაინტერესება და შესაბამისად მოხდეს ახალგაზრდებშიც ამ ინტერესის გაჩენა-გაღვივებაზე ზრუნვა.

რაც შეეხება *მეწარმეობას*, როგორც იგივე მასწავლებელთა ჯგუფში აღინიშნა, სკოლებში შეთავაზებული მეწარმეობის კურსის მიმართ მაღალია ინტერესი, განსაკუთრებით სკოლის მოსწავლე გოგოებში. თუმცა, თუ ნარატივების მიღმა შინაარსებს დავინახავთ, ეს შეფასება ზედაპირულია და უფრო იგულისხმება არა ის, რომ   
გოგოები მეტად არიან დაინტერესებულნი მეწარმეობით, არამედ ის, რომ ისინი „მეტად პასუხისმგებლიანნი“ არიან და „ბოლომდე მიჰყავთ საქმე“. სწორედ ამიტომ ქმნიან სხვადასხვა ნაწარმს მეწარმეობის კურსის ფარგლებში და აქვთ მაღალი მოტივაცია ნამუშევრების წარდგენის. ბიჭების შემთხვევაში მაღალია კონკურენციის განცდა ნაკლები გუნდურობის პირობებში. შესაბამისად, მნიშვნელოვანი იქნება გოგოების მხარდაჭერის გაძლიერება იმ მიმართულებით, რომ მათი დაინტერესება კიდევ უფრო გაიზარდოს კონკრეტულად მეწარმეობით. ბიჭების შემთხვევაში კი, მეწარმეობისადმი ინტერესის გაზრდასთან ერთად, კრიტიკული იქნება გუნდური მუშაობის უნარების გამომუშავებაზე ფოკუსირება, რაც, ზოგადადაა მნიშვნელოვანი პროფესიულ საქმიანობაში.

თავად კვლევის მონაწილე სკოლის ასაკის ახალგაზრდების შეფასებით, მეწარმეობა და სტარტაპი მათი თანატოლების ინტერესის სფერო არ არის. თანატოლების მთავარი ინტერესი სპორტს, გართობასა და სწავლას უკავშირდება. უფროსი თაობის ახალგაზრდების შეფასებით, არც 25 წლამდე ახალგაზრდებში შეინიშნება დიდად ამ საკითხებით (მეწარმეობა და სტარტაპი) დაინტერესება, რასაც კვლევის მონაწილეები შესაბამისი ინფორმაციის არქონით ხსნიან. ამასთან, 18-24 წლის ასაკში ახალგაზრდების მთავარი ინტერესი სწავლას უკავშირდება. შესაბამისად, სწავლის დაფინანსება და დასაქმება არის ყველაზე აქტუალური საკითხი. ერთ-ერთი მოსაზრებით, 25-29 წლის ადამიანების მთავარი ინტერესიც დასაქმებასთანაა ასოცირებული, მითუფრო, რომ ამ ასაკში ბევრი ახალგაზრდა ქორწინების გადაწყვეტილებას იღებს, შესაბამისად, პასუხისმგებლობებიც ემატება *(„ნაკლებად აინტერესებთ სიახლეები, განვითარება. მათი ინტერესია სტაბილური სამსახური და მაღალი ანაზღაურება“).* რაც შეეხება სტარტაპსა და მეწარმეობას, გარდა იმისა, რომ ის ცოტა ადამიანს აინტერესებს, ახალგაზრდები იმაზეც მიუთითებენ, რომ ეს ძირითადად, 30 წლის და უფროსი ასაკის ადამიანების ჯგუფისთვისაა საინტერესო. სწორედ ამიტომ, მნიშვნელოვანი იქნება საინფორმაციო კამპანიებისას ყურადღების გამახვილება იმაზე, რომ მეწარმეობა და სტარტაპი 30 წლამდე ადამიანებისთვის არაერთ შესაძლებლობას ქმნის. ამავე კონტექსტში არსებითი იქნება ახალგაზრდა წარმატებული მეწარმეებისა და სტარტაპერების შემთხვევების აქტიური დემონსტრირება, რათა მცდარი წარმოდგენა იმის თაობაზე, რომ ეს საქმიანობა უფრო 30 წლის და უფროსი ადამიანებისთვისაა და ნაკლებად ახალგაზრდებისთვის, გაქარწყლდეს.

რაც შეეხება უშუალოდ **კვლევის მონაწილეთა ინტერესებს,** როგორც აღმოჩნდა, 28%-ს უჭირს დაასახელოს კონკრეტული ინტერესი. საგულისხმოა, რომ ეს მაჩვენებელი ყველა ასაკობრივ ჭრილში მეოთხედი ან მეტია (14-17 წელი - 24%, 18-24 წელი - 26%, 25-29 წელი - 32%). ამასთან, კვლევის ყველაზე მეტმა მონაწილემ საკუთარ ინტერესებს შორის *განათლება* (20%), *სპორტული აქტივობები* (16%) და *დასაქმება/კარიერა* (15%) დაასახელა. აღსანიშნავია, რომ ასაკის ჭრილში ინტერესები მოულოდნელ შედეგებს არ გვთავაზობს. კერძოდ, განათლება და სპორტული აქტივობებია დასახელებული ყველაზე ხშირად *სკოლის ასაკის* ახალგაზრდების მიერ (25% და 22%, შესაბამისად). განათლება და დასაქმება/კარიერაა ორი მთავარი ინტერესი *18-24 წლის ასაკის* ახალგაზრდებში (23% და 20%, შესაბამისად). *უფროსი ასაკის* ახალგაზრდებს კი, ყველაზე მეტად დასაქმებასთან/კარიერასთან დაკავშირებული საკითხები აინტერესებთ (16%). საგულისხმოა, რომ ამ ჯგუფში 15%-მა ინტერესის სფეროდ არაფორმალური განათლებაც დაასახელა.

გრაფიკი # 12. რესპონდენტთა ინტერესები ასაკის ჭრილში[[21]](#footnote-21)

განათლების კონტექსტში საინტერესოა კვლევის კიდევ ერთი შედეგი. კერძოდ, კვლევის მონაწილეებს ვთხოვეთ გამოეხატათ საკუთარი პოზიცია სწავლის ხანგრძლივობასთან დაკავშირებით. კერძოდ, იმის გათვალისწინებით, რომ ევროპული სტანდარტით სასწავლო წლის ხანგრძლივობა მაქსიმუმ 9 თვეა, საქართველოში კი ეს დრო 10 თვეზე მეტს შეადგენს, საინტერესო იყოს იმის ცოდნა, თუ რას ფიქრობენ ბათუმელი ახალგაზრდები სწავლის ხანგრძლივობის შესაძლო შემცირებაზე. როგორც აღმოჩნდა, უმრავლესობა იზიარებს მოსაზრებას, რომ *სწავლის ხანგრძლივობა უნდა შემცირდეს 9 თვემდე* (66%) და ასე ფიქრობს დიდი ნაწილი ყველა ასაკობრვ ჯგუფში (14-17 წელი - 68%, 18-24 წელი - 66%, 25-29 წელი - 66%). ამგვარი პოზიცია აიხსნება იმით, რომ ახალგაზრდებს სასწავლო წლის ხანგრძლივობის შემცირებით *მეტი დრო ექნებათ პიროვნული განვითარებისთვის* (85%). ამასთან, არანაკლებ მნიშვნელოვან ფაქტორად შეიძლება მივიჩნიოთ *სეზონური დასაქმების, შესაბამისად, სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესების მეტი შესაძლებლობის დანახვაც* (69%). ამ მოსაზრებას დიდი ნაწილი იზიარებს როგორც 18-24, ასევე 25-29 წლის ასაკობრივ ჯგუფში (75% და 76%, შესაბამისად), რაც არ არის უცნაური, რამდენადაც დასაქმების საკითხები სკოლისშემდგომი ასაკობრივი ჯგუფისთვის განსაკუთრებულ აქტუალობას იძენს. ამასთან, საგულისხმოა ისიც, რომ სწავლის პროცესის ხანგრძლივობის შემცირებას კვლევის მონაწილეები *ფინანსური დანახარჯების შესაძლო შემცირებითაც* ხსნიან (51%).

გრაფიკი # 13. ახალგაზრდების დამოკიდებულება სასწავლო წლის ხანგრძლივობის შესაძლო შემცირების თაობაზე ასაკის ჭრილში

საგულისხმოა, რომ ონლაინ კვლევის იმ მონაწილეთაგან, ვინც კვლევის დასასრულს გამოხატა დამატებით საკუთარი მოსაზრება სხვადასხვა საკითხთან დაკავშირებით (9%), ძირითადად, დიდმა ნაწილმა გააზიარა საკუთარი შეფასება სწორედ სკოლაში სასწავლო წლის ხანგრძლივობის შესაძლო შემცირებასთან დაკავშირებით. დომინანტური მოსაზრების თანახმად, სწავლის 10-დან 9 თვემდე შემცირება იქნება „კატასტროფა“, არევს განათლების სისტემაში არსებულ ამჟამინდელ წესრიგს და გამოიწვევს „ქაოსს“. თავის მხრივ, საგულისხმოა ამ თვალსაზრისით თვისებრივი კვლევის შედეგებიც. იმასთან დაკავშირებით, უნდა შემცირდეს თუ არა სასწავლო წელი 10-დან 9 თვემდე მკაფიო პოზიცია დისკუსიების მონაწილეებს არ ჰქონიათ. ერთი მოსაზრების თანახმად, სჯობს, 9 თვემდე შემცირდეს სწავლა, რადგან ეს მეტ დროს გამოუთავისუფლებს ახალგაზრდებს თვითგანვითარებისთვის. ასევე, მათთვის, ვისაც სწავლა ისედაც ნაკლებად აინტერესებს, ეს კიდევ უფრო დიდი ტვირთია, დაინტერესებულები კი 9 თვეშიც მოახერხებენ სასურველი მასალის ათვისებას. თუმცა, მეორე მოსაზრების თანახმად, სჯობს სწავლა კვალავაც 10 თვეს გაგრძელდეს, რადგან არსებული სასწავლო მასალა საკმაოდ მოცულობითია და მისი უფრო მოკლე დროში ათვისების ვალდებულება სტრესული იქნება ახალგაზრდებისთვის. აქვე ისიც გაჟღერდა, რომ ეს გადაწყვეტილება ფსიქოლოგებთან და განათლების ექსპერტებთან აქტიური კონსულტაციის საფუძველზე უნდა იყოს მიღებული და ნაკლებად უნდა დაეფუძნოს მოსახლეობის ხედვებს.

კვლევის მონაწილეთა აზრით, **ახალგაზრდების სხვადასხვა ინტერესის ჩამოყალიბებაზე** გავლენას, ყველაზე მეტად *თანატოლები/მეგობრები* (61%) და *მშობლები* (59%) ახდენენ. არცთუ უმნიშვნელოა *პოპულარული და/ან წარმატებული ადამიანების* მნიშვნელობის აღიარებაც ინტერესების ჩამოყალიბებაზე გავლენის თვალსაზრისით, რამდენადაც მათ მნიშვნელოვან აქტორებად 34% აღიარებს. საგულისხმოა, რომ საგანმანათლებლო დაწესებულებებს ახალგაზრდების ინტერესების ჩამოყალიბებაზე გავლენის მქონეებად გამოკითხულთა მხოლოდ მეოთხედი მიიჩნევს (სკოლა/მასწავლებლები 25%, უნივერსიტეტი/პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებები - 25%).

გრაფიკი # 14. ახალგაზრდების სხვადასხვა ინტერესის ჩამოყალიბებაზე გავლენის მქონე აქტორები ასაკის ჭრილში[[22]](#footnote-22)

რაც შეეხება კონკრეტულად **პროფესიის არჩევასთან** დაკავშირებით გადაწყვეტილების მიღებაზე გავლენის მქონე აქტორებს, აქ ცალსახად ყველაზე დიდი გავლენის მქონე ჯგუფად *მშობლები* არიან მიჩნეულნი. კვლევის მონაწილეთა დიდი უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ სწორედ მშობლები ახდენენ გავლენას ახალგაზრდებზე კონკრეტული პროფესიის არჩევისას (70%) და ასეთია რეალობა ყველა ასაკობრივ ჯგუფში (14-17 წელი - 78%, 18-24 წელი - 71%, 25-29 წელი - 65%).

გრაფიკი # 15. ახალგაზრდების მიერ პროფესიის არჩევასთან დაკავშირებული გადაწყვეტილების მიღებაზე გავლენის მქონე აქტორები ასაკის ჭრილში

ამ კონტექსტში საინტერესოა **თვისებრივი კვლევის** შედეგებიც. კერძოდ, იქ გამოიკვეთა, რომ ინტერესებისა თუ დამოკიდებულებების ჩამოყალიბებაზე გავლენის მომხდენ აქტორებზე საუბრისას, კვლევის მონაწილეებს კონკრეტული პიროვნებების დასახელება გაუჭირდათ. თუმცა, ჯგუფები, რომელთა გავლენასაც მნიშვნელოვნად მიიჩნევენ ერთიანდებიან *მშობლების, ზოგადად ოჯახის, თანატოლებისა და სკოლის მასწავლებლების* კატეგორიებში. ამ უკანასკნელზე განსაკუთრებული ყურადღება გამახვილდა სკოლის მოსწავლეებთან, რაც არ არის მოულოდნელი ამ ასაკისთვის სოციალიზაციის პროცესში სკოლის განსაკუთრებული ფუნქციის გათვალისწინებით. აქვე საგულისხმოა ისიც, რომ დისკუსიისას გაჟღერებული მოსაზრების თანახმად, აუცილებელია მასწავლებელთა გადამზადება, რათა მათ, ერთი მხრივ, შეძლონ მეტი ინფორმაციის მიწოდება მოსწავლეებისთვის სხვადასხვა თემატიკაზე, პირველ რიგში კი, პროფესიაზე. მეორე მხრივ კი, მეტად იზრუნონ მოსწავლეთა მოტივირებაზე. ამ კონტექსტში საინტერესო მოსაზრება გაჟღერდა უფროსი თაობის წარმომადგენლებთან. იქ ყურადღება გამახვილდა პროფესიული განათლების მნიშვნელობაზე და მასწავლებელთა „არაჯანსაღ“ დამოკიდებულებაზე, რაც პროფესიული განათლების „დაკნინებაში“ გამოიხატება. შესაბამისად, მასწავლებელთა ცნობიერების ამაღლების საკითხის აქტუალურობა ცალსახად იკვეთება.

|  |  |
| --- | --- |
| *„მასწავლებელს დიდი როლი აქვს, მასწავლებელი არა მხოლოდ საგანს, ზოგადად, ცხოვრებისეულ რაღაცებს [ასწავლის]... გამიგია ისეთი შემთხვევაც, რომ [ეუბნებიან მოსწავლეს] შენ ვერ ჩააბარებ მათემატიკას და ისტორიით სჯობს... ყველაფერს უქრობენ და მოტივაციას არ აძლევენ.“* ***ქალი, 14-17 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, სკოლის მოსწავლე***  *„ყველაზე დიდ აქცენტს გავაკეთებდი მასწავლებლებზე, რადგან ეს არის ადგილი, სადაც ხდება პროფესიული მიმართულებების დაკნინება და დისკრედიტაცია ყველა მიმართულებით. სკოლის მასწავლებლებისგან არის ძალიან დიდი ნეგატიური პროფესიული მიმართულებით.“* ***კაცი, 25-29 წლის ასაკობრივი ჯგუფი, პროფესიული და უმაღლესი განათლება, დასაქმებული*** |  |

იმის გასარკვევად, თუ ვინ არიან ახალგაზრდებისთვის აზრთა ლიდერები ბათუმში, ონლაინ კვლევის მონაწილეებს ვთხოვეთ დაესახელებინათ კონკრეტული ადგილობრივი (საქართველო/აჭარა/ბათუმი) პოპულარული/ცნობილი ადამიანები (მათ შორის, ინფლუენსერები, ვლოგერები), რომელთა აზრიც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მათი თაობის ახალგაზრდებისთვის და გარკვეულ გავლენას ახდენს საქმიანობასთან/პროფესიულ განვითარებასთან დაკავშირებული ხედვების ჩამოყალიბებაზე. დიდ უმრალვლესობას გაუჭირდა ასეთი ადამიანის დასახელება (79%). ამასთან, 7%-მა განაცხადა, რომ ასეთი ადამიანი არ არსებობს. რესპონდენტთა დანარჩენი ჯგუფის მიერ შემოთავაზებული პოპულარული/ცნობილი ადამიანები კი რამდენიმე მსხვილ კატეგორიაში გაერთიანდა, რომელთა შორისაც ყველაზე ხშირად, ონლაინ კვლევის შედეგების მსგავსად, *მოდას, თავის მოვლასა თუ მოგზაურობასთან* დაკავშირებული ადამიანები ერთიანდებიან, რომლებიც ვლოგებსა თუ ბლოგებს სთავაზობენ საკუთარ მიმდევრებს სხვადასხვა პლატფორმაზე (Facebook, TikTok, Instagram).

რაც შეეხება სხვა კატეგორიებს, რომლებშიც გაერთიანდნენ დასახელებული პოპულარული/ცნობილი ადამიანები, ესენია: სპორტი, ხელოვნება/ლიტერატურა, მედია/კინო/თეატრი, მედიცინა, ფსიქოლოგია/ფსიქოთერაპია, სამართალი, სამოქალაქო აქტივიზმი, პოლიტიკა/ადგილობრივი თვითმმართველობა, ბიზნესი, კარიერა/ადამიანური რესურსები/მარკეტინგი, ზოგადი იდეები პოლიტიკის, ეკონომიკისა თუ სამოქალაქო აქტივიზმის შესახებ. ამასთან, კიდევ ერთ კატეგორიად გამოიყო სხვადასხვა მიმართულებით ახალგაზრდების პედაგოგები/ლექტორები.

ყველაზე მეტმა ადამიანმა კონკრეტულ პოპულარულ/ცნობილ ადამიანებს შორის, ვინც გავლენას ახდენს ახალგაზრდების საქმიანობასთან/პროფესიულ განვითარებასთან დაკავშირებული ხედვების ჩამოყალიბებაზე, ფეხბურთელი ხვიჩა კვარაცხელია დაასახელა (2%). ყველა სხვა პოპულარული/ცნობილი ადამიანის დასახელების მაჩვენებელი ჯამურად 1%-ს არ აღემატება.

საგულისხმოა, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეთა დიდი ნაწილი ვერ ასახელებს პოპულარულ/ცნობილ ადამიანს, რომელმაც *პირადად მათი* ხედვებისა თუ ინტერესების ჩამოყალიბებაზე მოახდინა გავლენა (71%), 15% კი აცხადებს, რომ ასეთი ადამიანი არ არსებობს. თვისებრივი კვლევის შედეგებითაც თუ ვიმსჯელებთ, მართალია, ცალკეულ შემთხვევებში დასახელდნენ კონკრეტული ადამიანები, რომლებიც გავლენას ახდენენ ახალგაზრდებზე, მათ შორის, ბათუმში (მაგ: ხვიჩა კვარაცხელია, პავლე მგელაძე, დავით კენჭაძე, ლიკუნა პაპავა - ტიკტოკ და ინსტაგრამ ინფლუენსერი), მაგრამ, თამამად შეიძლება ითქვას, რომ გამოკვეთილი აზრთა ლიდერები თუ ინფლუენსერები ახალგაზრდებს არ ჰყავთ. ცალკეულ შემთხვევებში, ამგვარი ადამიანების არსებობა კონკრეტული ინტერესის ქონას უკავშირდება (მაგალითად, ფეხბურთით დაინტერესებული ადამიანისთვის ხვიჩა კვარაცხელია წარმოადგენს ერთგვარ მაგალითს და, გარკვეულწილად, აზრთა ლიდერის ფუნქცია შეიძლება შეითავსოს). თუმცა, იმის გამო, რომ თავად ინტერესები ახალგაზრდებს ხშირად არ აქვთ მკაფიოდ განსაზღვრული, არც აზრთა ლიდერებია გამოკვეთილი.

ფიგურა #2. პოპულარული / ცნობილი ადამიანები, რომელთა აზრიც განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ახალგაზრდებისთვის ბათუმში[[23]](#footnote-23)

**მოდა / მოგზაურობა / თავის მოვლა**

* მარიამ შუკაკიძე
* ალექსანდრა პაიჭაძე
* სალომე კაპანაძე
* sensei\_marika
* თაკო საზინა
* ნუკი კოშკელიშვილი
* foxy\_eleniko
* Wupaka
* ტიტე მიქაძე travel blogger
* Soso around the world
* ხვიჩა კვარაცხელია
* რევაზ ჩელებაძე
* კახა კინწურაშვილი
* სუხიშვილები
* ნანუკა ჟორჟოლიანი
* ლევან სონღულაშვილი
* ლუკა ზაქარიაძე

**სპორტი / კინო /**

**თეატრი / მედია**

* ნატალია ჭამიაშვილი
* რიჩარდ სირაბიძე
* თორნიკე რიჟვაძე
* არჩილ ჩიქოვანი
* გიორგი კირთაძე
* ჯაბა ფუტკარაძე

**პოლიტიკა / სამოქალაქო აქტივიზმი**

* პავლე მგელაძე
* დავით გოგიჩაიშვილი
* დავით კენჭაძე
* „შარქები“
* დავით ჩიკვაიძე
* დათო არძენაძე

**ბიზნესი / კარიერა / ადამიანური რესურსები**

* გელა ჩარკვიანი
* ლევან ბერძენიშვილი
* კახა ბენდუქიძე
* ნათია ფანჯიკიძე
* გიორგი ღოღობერიძე
* პედაგოგები / ლექტორები

**სხვადასხვა**

აღსანიშნავია კვლევის დროს გაჟღერებული მოსაზრებაც იმის თაობაზე, რომ ახალგაზრდების ინტერესების ჩამოყალიბებაზე შესაძლებელია გავლენას მეტად ახდენდნენ უცხოელი ინფლუენსერები, ვიდრე ქართველები. უცხოელ აზრთა ლიდერებს შორის კი, უმეტესად მსახიობები, მომღერლები და შოუბიზნესის სხვა წარმომადგენლები მოიაზრებიან. თუმცა, ნარატივებიდან მაინც იმ დასკვნის გაკეთებაა შესაძლებელი, რომ აღნიშნულიც კონკრეტულ ინტერესთან/ინტერესებთანაა მიბმული და, თუ არსებობენ აზრთა ლიდერები, რამდენიმე მათგანის გამოყოფა მაინც შეუძლებელია.

გარდა კონკრეტული აზრთა ლიდერების გავლენის შეფასებისა, რომელიც მათ აქვთ ახალგაზრდების ინტერესებისა თუ სხვადასხვა საკითხისადმი დამოკიდებულების ჩამოყალიბებაზე, ონლაინ კვლევის მონაწილეებს ასევე ვთხოვეთ შეეფასებინათ, თუ რა გავლენა აქვს, მათი აზრით, **მედიის სხვადასხვა საშუალებას** მათი თაობის წარმომადგენელთა ინტერესებისა და დამოკიდებულებების ჩამოყალიბებაზე. აღმოჩნდა, რომ კვლევის მონაწილეთა მნიშვნელოვანი ნაწილი მედიის გავლენას ხედავს და აქვე, სხვადასხვა საშუალების გავლენა განსხვავებულადაა შეფასებული. თუ კვლევის შედეგებს გავითვალისწინებთ, ახალი მედიის გავლენა უფრო მნიშვნელოვნადაა მიჩნეული, ვიდრე ტრადიციული მედიისა, სადაც, ბეჭდურ მედიასა და, მითუფრო, რადიოს გავლენა ახალგაზრდების ინტერესებისა და დამოკიდებულებების ჩამოყალიბებაზე ნაკლებ მნიშვნელოვნად ფასდება (ბეჭდური მედია - 29%, რადიო - 15%). ტელევიზიის შემთხვევაში ეს გავლენა უფრო მნიშვნელოვნადაა მიჩნეული (45%). რაც შეეხება ახალ მედიას, აქ Facebook-ისა და Youtube-ის გავლენის მნიშვნელობა განსაკუთრებითაა გამოკვეთილი (76% და 70%, შესაბამისად). აღნიშნულს ეხმიანება თვისებრივი კვლევის შედეგებიც, სადაც Facebook-სა და Youtube-თან ერთად, TikTok-ის განსაკუთრებულ მნიშვნელობაზეც გამახვილდა ყურადღება.

გრაფიკი # 16. ახალგაზრდების ინტერესებისა და დამოკიდებულებების ჩამოყალიბებაზე მედიის სხვადასხვა საშუალებების გავლენის შეფასება (ჯამური სურათი)

კვლევის მონაწილეების შეფასებით, მათი **თაობის ინტერესები** სწრაფად (42%) ან ძალიან სწრაფად (35%) იცვლება. რაც შეეხება იმას, თუ რა ახდენს ამ ცვლილებებზე გავლენას, როგორც აღმოჩნდა, კვლევის მონაწილეთა მნიშვნელოვან ნაწილს არ აქვს ამ კითხვაზე პასუხი (44%), ყველაზე მეტი კი ცვლილებებზე გავლენის მომხდენად, ზოგადად, გარემოს/საზოგადოებას მიიჩნევს (23%). მსგავსია ხედვები თვისებრივი კვლევის მიხედვითაც, სადაც ყურადღება გამახვილდა წლებთან ერთად დაგროვილი გამოცდილების მნიშვნელობაზეც, რაც, გარემოსთან ერთად, ასევე იწვევს ინტერესების ცვლილებებს. უფროსი ასაკის ახალგაზრდებთან კი, ცვლილებების სერიოზულ ფაქტორებად დასაქმებაზე ფოკუსირების მნიშვნელობა და ოჯახური სტატუსის ცვლილებაა (რამდენადაც ქორწინების შესახებ გადაწყვეტილებას, ხშირად, სწორედ უფროსი ასაკის ახალგაზრდები იღებენ).

თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ ახალგაზრდები ინტერესების სწრაფ ცვლილებაზე მიუთითებენ, არ არის უცნაური, რომ მათივე შეფასებით, მათი თაობის ინტერესები აღქმული იყოს ერთი თაობით უფროსი ჯგუფის წარმომადგენელთაგან განსხვავებულ ინტერესებად. სწორედ ამაზე მეტყველებს კვლევის შედეგები, რომლის თანახმადაც, კვლევის ათიდან ოთხი მონაწილე მიიჩნევს, რომ *მათი თაობის ინტერესები განსხვავდება ერთი თაობით უფროსების ინტერესებისგან* (38%), ყოველი მეორე რესპონდენტი კი მიიჩნევს, რომ *ეს განსხვავება არსებითია* (53%).

გრაფიკი # 17. ახალგაზრდების მიერ მათი თაობის ინტერესების უფროსი თაობის ინტერესებისგან განსხვავებულობის შეფასება ასაკის ჭრილში

ამგვარად, შეიძლება დავასკვნათ, რომ ახალგაზრდების მთავარი ინტერესები მაინც უფრო გართობას, განათლებასა და დასაქმებას უკავშირდება. ამასთან, ინფორმაციული ტექნოლოგიებით, სტარტაპითა თუ მეწარმეობით დაინტერესება დაბალია. ინტერესების ჩამოყალიბებაზე გავლენას, ძირითადად, მშობლები და თანატოლები, ასევე სასწავლო დაწესებულებები და პოპულარული ადამიანები ახდენენ, თუმცა, კონკრეტული აზრთა ლიდერების გამოკვეთა რთულია. ამასთან, ახალგაზრდების ინტერესები საკმაოდ სწრაფად იცვლება და ამ ცვლილებაზეც მთავარ გავლენას, ზოგადად, გარემო და, ფართო გაგებით, საზოგადოება ახდენს.

## მეწარმეობასთან და სტარტაპთან დაკავშირებული ხედვები

კვლევის მონაწილეებმა შეაფასეს მეწარმეობასთან და სტარტაპთან დაკავშირებული სხვადასხვა საკითხი. მართალია, მათი დაახლოებით მეხუთედი ფიქრობს, რომ ბათუმში *ახალგაზრდების მნიშვნელოვანმა ნაწილმა იცის, რას ნიშნავს მეწარმეობა* (18%), მეოთხედის აზრით კი, იგივეს თქმა შეიძლება *სტარტაპზე* (25%), მაინც მონაცემები მეტყველებს იმაზე, რომ კვლევის მონაწილეთა მოსაზრებით, როგორც მეწარმეობაზე, ასევე სტარტაპზე ბათუმში ახალგაზრდების ინფორმირებულობა არ არის მაღალი. ასე მაგალითად, ყოველი მეორე მიიჩნევს, რომ იმის შესახებ, *თუ რას გულისხმობს მეწარმეობა თუ სტარტაპი იცის ახალგაზრდების მხოლოდ მცირე ჯგუფმა* (52%-52%). ამასთან, თუ 20%-ის აზრით, ბათუმში თითქმის არავინ იცის მეწარმეობის, 14%-ის აზრით კი - სტარტაპის შესახებ.

გრაფიკი # 18. რესპონდენტთა შეფასებით, ბათუმელი ახალგაზრდების ინფორმირებულობა მეწარმეობისა და სტარტაპის შესახებ (ჯამური სურათი)

მიზეზი, თუ რატომ ინტერესდება მეწარმეობით/ინოვაციებით ახალგაზრდების მცირე ჯგუფი *დაბალ ინფორმირებულობას* უკავშირდება. ერთი მხრივ, გამოწვევაა ის, რომ ახალგაზრდებმა *არ იციან, თუ რას გულისხმობს მეწარმეობა/ინოვაცია/სტარტაპი* (55%), მეორე მხრივ კი გამოწვევაა ისიც, რომ მათ *არ იციან, თუ როგორ უნდა დაიწყონ/ჩაერთონ პროცესში* (49%) ან *რა შესაბამისი სერვისები თუ პროგრამები არსებობს* (36%).

ასაკის თვალსაზრისით საინტერესოა, რომ მეწარმეობით/ინოვაციებით/სტარტაპით დაბალი დაინტერესების მიზეზებს შორის ისიც სახელდება, რომ აღნიშნული არ ასოცირდება სტაბილურ შემოსავალთან, ახალგაზრდები კი უპირატესობას სტაბილურობას ანიჭებენ. ამ მოსაზრებას 18-24 წლის ასაკობრივ ჯგუფში მეოთხედი (25%), 25-29 წლის ჯგუფში კი - თითქმის მეხუთედი (18%) იზიარებს. ეს მიზეზი სკოლის ასაკის ახალგაზრდებში მხოლოდ 7%-მა დაასახელა, რაც არ არის მოულოდნელი ამ ასაკობრივ ჯგუფში სტაბილური შემოსავლის საკითხის ნაკლები აქტუალობის გათვალისწინებით. იგივეს თქმა შეიძლება უსაფრთხოების საკითხზეც. კერძოდ, მოსაზრებას იმის თაობაზე, რომ მეწარმეობა/ინოვაციები/სტარტაპი სხვადასხვა რისკს უკავშირდება, ახალგაზრდები კი უპირატესობას უსაფრთხოებას ანიჭებენ 21% იზიარებს საშუალო ასაკის ახალგაზრდების ჯგუფში (18-24 წელი) და 16% უფროსების ჯგუფში (25-29 წელი). ეს მოსაზრება სკოლის ასაკის ახალგაზრდების ჯგუფში მხოლოდ 4%-მა გაიზიარა.

გრაფიკი # 19. საქართველოში მეწარმეობით/ინოვაციებით/სტარტაპით ახალგაზრდების მცირე ჯგუფის დაინტერესების მიზეზების შეფასება ასაკის ჭრილში[[24]](#footnote-24)

**თვისებრივი კვლევის** თანახმადაც, მეწარმეობისა და სტარტაპის შესახებ ახალგაზრდების მცირე ჯგუფია დაინტერესებული. აღნიშნულის მთავარ მიზეზად დაბალი ცნობიერება და დაბალი ინფორმირებულობა სახელდება. როგორც დისკუსიებისა და ინტერვიუებიდან იკვეთება, ცნობიერების ამაღლების თვალსაზრისით, მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების და, ზოგადად, საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება მეწარმეობითა და სტარტაპით მეტი ახალგაზრდის დაინტერესების მნიშვნელობაზე. გარკვეულწილად, ეს შეიძლება სტერეოტიპების რღვევასაც მოითხოვდეს, რადგან, როგორც დისკუსიებისას აღინიშნა, საზოგადოებაში დამკვიდრებული შეხედულებების თანახმად, მეწარმე ასოცირდება „ვაჭართან“, ამ სტატუსის ქონა კი სახარბიელო ნაკლებადაა. მართალია, ამგვარ სტერეოტიპების არსებობა დომინანტურ ხედვად არ გამოკვეთილა, მაგრამ იმაზე, რომ მეწარმეობის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლება კრიტიკულად მნიშვნელოვანია კვლევის მონაწილე ყველა სეგმენტშია თანხმობა.

|  |  |
| --- | --- |
| *„სამეწარმეო აზროვნების განვითარება (მნიშვნელოვანია), რომ გამოვიდეთ იმ ჭაობური აზროვნებიდან, რაშიც ვართ, რომ რაღაცას რომ ყიდი, უკვე ვაჭარი ხარ და ცუდად აღგიქვამს საზოგადოება...“* ***ახალგაზრდული სივრცის წარმომადგენელი/თანამშრომელი*** |  |

გარდა ცნობიერების ამაღლებისა, არსებითია ინფორმირების გაზრდა მეწარმეობასა და სტარტაპთან დაკავშირებული საგანმანათლებლო პროგრამების, ასევე პროექტების, გრანტებისა და სხვადასხვა მხარდამჭერი სერვისის შესახებ. ინფორმირების გაზრდის კონტექსტში საგულისხმოა ასაკთან დაკავშირებით არსებული თავისებურებებიც. ერთ-ერთი მოსაზრებით, მეწარმეობით სკოლის ასაკის ან ძალიან ახალგაზრდა ადამიანების ნაკლები დაინტერესება უცნაური არ არის, რადგან იდეა საკუთარი სამეწარმეო საქმიანობის წარმოწყების თაობაზე, ძირითადად, მას შემდეგ უჩნდებათ ადამიანებს, რაც მუშაობას იწყებენ და რეალურ სამუშაო პირობებში უკეთ იაზრებენ საკუთარ შესაძლებლობებსაც და ბაზრის საჭიროებებსაც.

|  |  |
| --- | --- |
| *„ბიზნესსზე, სტარტაპის დაწყებაზე ფიქრს იწყებს ადამიანი, როდესაც სადღაც მუშაობს რაღაც პროფილით და ხედავს თავის ნიშას... აფუძნებს კომპანიას... ჰაერიდან ხომ არ მოდის იდეა?! სადღაც მუშაობდნენ, რაღაც გამოცდილება მიიღეს და ნახეს, რომ მათ შეუძლიათ იმ კომპონენტის ნაწილი თავის ბიზნესად აქციონ...“* ***ახალგაზრდული სივრცის წარმომადგენელი/თანამშრომელი*** |  |

თუმცა, ეს არ გულისხმობს იმას, რომ ადრეული ასაკიდანვე მეწარმეობით ახალგაზრდების დაინტერესება ან მათთვის შესაბამისი უნარების განვითარება არ უნდა მოხდეს. მითუფრო, რომ ახალგაზრდების შეფასებით, მეწარმეობითა თუ სტარტაპით დაინტერესება სკოლის მოსწავლეებშიც შეინიშნება. სწორედ ამიტომ, ცნობიერების ამაღლებისა და ინფორმირების კამპანიების დაგეგმვისას, არსებითია ყველა ასაკობრივი ჯგუფის დაფარვა და იმ საკითხებზე განსაკუთრებული აქცენტირება, რაც კონკრეტული აუდიტორიისთვისაა აქტუალური. მაგალითად, თუ სკოლის ასაკის ახალგაზრდებთან არსებითი იქნება ფოკუსირება მეწარმეობისა და სტარტაპის მნიშვნელობაზე, უფროსი ასაკის ახალგაზრდებთან, ამ საკითხებთან ერთად, განსაკუთრებული აქცენტი უნდა გაკეთდეს ცოდნისა და უნარების განვითარებაზე ორიენტირებულ პროგრამებსა და დაფინანსების წყაროების მოპოვების შესაძლებლობებზე.

როგორც აღინიშნა, მეწარმეობით სკოლის ასაკის ახალგაზრდებიც ინტერესდებიან და ეს, ძირითადად, სხვადასხვა ხელნაკეთი ნივთის დამზადებასა და სოციალური ქსელების საშუალებით წარმოებული პროდუქციის რეალიზაციას უკავშირდება. მეტიც, თავად კვლევის მონაწილეებს შორისაც აღმოჩნდნენ სტარტაპით დაინტერესებული ახალგაზრდები, რომელთაც გარკვეული გამოცდილებაც ჰქონდათ საქმის წამოწყების (ხელნაკეთი ნივთების შექმნა-გაყიდვა). როგორც ახალგაზრდებმა გაგვიზიარეს, “მარკეტინგული ხრიკების“ შესახებ ცოდნა, რომელიც მათ ტრენინგებზე მიიღეს, გამოიყენეს კიდეც, თუმცა ფინანსური რესურსის არარსებობამ მათი სტარტაპიდეების განვითარებას ხელი შეუშალა. ხაზგასმული იყო, რომ თანხა, რომლის საჭიროებაც ჰქონდათ, 500-დან 1000 ლარამდე მერყეობდა. დისკუსანტთა შეფასებით, მათ არ აქვთ ინფორმაცია, გასცემს თუ არა რომელიმე ორგანიზაცია ასეთ მცირე გრანტებს. შესაბამისად, გარკვეულმა წამოწყებებმა განვითარება ვერ ჰპოვა. ამდენად, სკოლის ასაკის ახალგაზრდების დაინტერესების გაზრდის მიზნით, მნიშვნელოვანია, მცირე გრანტების მოპოვების შესაძლებლობების გაჩენასთან ერთად, ამ შესაძლებლობების არსებობის თაობაზე მათი ინფორმირებაც. და აქვე, აუცილებელია წარმატებული პროექტების შესახებ მაქსიმალურად ფართო აუდიტორიისთვის ინფორმაციის გაზიარება.

თავად ონლაინ კვლევის მონაწილეთა შეფასებები იმასთან დაკავშირებით, ხელსაყრელია თუ არა გარემო საქართველოში ახალგაზრდული მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპებისთვის არ არის ცალსახა. თუ დაახლოებით მეოთხედი ფიქრობს, რომ *გარემო არ არის ხელსაყრელი/საერთოდ არ არის ხელსაყრელი* აღნიშნულისთვის (24%), მესამედი მიიჩნევს, რომ *ხელსაყრელი/სავსებით ხელსაყრელია* (33%) და ამდენივე ფიქრობს, რომ *გარემო არც ხელსაყრელია და არც არახელსაყრელი* (33%).

გრაფიკი # 20. საქართველოში მეწარმეობის/ინოვაციების/სტარტაპისათვის არსებული გარემოს შეფასება ასაკის ჭრილში

რაც შეეხება უშუალოდ კვლევის მონაწილეთა ჩართულობას სამეწარმეო საქმიანობაში, აღმოჩნდა, რომ ამგვარი გამოცდილება რესპონდენტთა მხოლოდ 3%-ს აქვს (თვითდასაქმებული - ჩართული სამეწარმეო საქმიანობაში). კიდევ 5%-ია თვითდასაქმებული ფრილანსერი. რაც შეეხება დასაქმებულებს, მათი წილი 52%-ს შეადგენს (42% - სრული განაკვეთი, 10% - ნახევარი განაკვეთი).[[25]](#footnote-25) როგორც აღმოჩნდა, დასაქმებულთა მნიშვნელოვანი ნაწილი კმაყოფილი (39%) ან ძალიან კმაყოფილია (32%) საკუთარი სამსახურით/საქმიანობით.

გრაფიკი # 21. რესპონდენტთა სამუშაო სტატუსი ასაკის ჭრილში

როგორც კვლევის შედეგებიდან ირკვევა, ყოველი მეორე რესპონდენტი *დაინტერესებულია სამეწარმეო/ბიზნესსაქმიანობის დაწყებით* (51%). ამასთან, 26% დაინტერესებულია მარტო, 25% კი - სხვებთან ერთად სამეწარმეო საქმიანობის დაწყებით. აქვე უნდა ითქვას, რომ არასამეწარმეო საქმიანობით, მაგრამ თვითდასაქმებით 18%-ია დაინტერესებული. ამგვარი ინტერესები ნაკლებია სკოლის ასაკის ახალგაზრდებში, რაც არ არის მოულოდნელი, სწავლასთან და განათლებასთან დაკავშირებული სავარაუდო გეგმების გათვალისწინებით.

რაც შეეხება სასურველ სფეროებს, სადაც რესპონდენტები ისურვებდნენ სამეწარმეო/ბიზნესსაქმიანობის დაწყებას ან თვითდასაქმებას, აქ ყველაზე მეტმა რესპონდენტმა *ტურიზმი* (29%), *რესტორანი და კვების ობიექტებთან დაკავშირებული საქმინობა* (22%), *მშენებლობა* (20%) და *საცალო ვაჭრობა* (19%) დაასახელა.

გრაფიკი # 22. სამეწარმეო/ბიზნესსაქმიანობით დაინტერესება ასაკის ჭრილში

საგულისხმოა, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეთა დიდი უმრავლესობა მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპის მიმართულებით საქართველოში ახალგაზრდების ჩართვას *მნიშვნელოვნად/ძალიან მნიშვნელოვნად* (79%) მიიჩნევს. ამ მოსაზრებას იზიარებს 14-17 წლის ახალგაზრდების 67%, 18-24 წლის ახალგაზრდების 86% და 25-29 წლის ახალგაზრდების 77%. იმ რესპონდენტთა შეფასებით, ვინც მიიჩნევს, რომ მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპის მიმართულებით საქართველოში ახალგაზრდების ჩართვა მნიშვნელოვანი/ძალიან მნიშვნელოვანია, ამის მთავარ არგუმენტად იმას ასახელებენ, რომ აღნიშნული *მუდმივ განვითარებას ნიშნავს* (43%). *ქვეყნის წარმატებაში წვლილის შეტანა* (24%), აგრეთვე ის, რომ *აღნიშნული მომავლის საქმეა* (21%) ასევეა იმ მიზეზებს შორის, რის გამოც მნიშვნელოვანია ახალგაზრდები ჩაერთონ მეწარმეობის, ინოვაციებისა და სტარტაპის მიმართულებით.

აღსანიშნავია, რომ *სკოლის ასაკის* ახალგაზრდების ჯგუფში ის მიზეზი, რომ ეს მომავლის საქმეა (34%) და ნიშნავს მუდმივ განვითარებას (35%) თანაბრად მნიშვნელოვანი არგუმენტებია. *საშუალო ასაკის* ახალგაზრდების ჯგუფში (18-24 წელი) მომავლის საქმეზე მითითება მეოთხედის მიერ ხდება (24%), თუმცა განსაკუთრებით აქტუალურია ის არგუმენტი, რომ მეწარმეობა, ინოვაციები და სტარტაპის მიმართულება ნიშნავს მუდმივ განვითარებას (39%). სწორედ ეს არგუმენტია არსებითი *უფროსი ასაკის* ახალგაზრდებისთვის (25-29 წელი - 51%). ამდენად, შესაბამისი საკომუნიკაციო კამპანიების წარმოებისას აუცილებელი იქნება განსაკუთრებული აქცენტირება როგორც მუდმივ განვითარებაზე, ასევე იმაზე, რომ მეწარმეობა, ინოვაციები და სტარტაპი მომავლის საქმეა. ამასთან, ამ უკანასკნელზე აქცენტი უნდა გაკეთდეს ყველაზე ახალგაზრდების ასაკობრივი ჯგუფისთვის ორგანიზებულ აქტივობებსა თუ საკომუნიკაციო პროდუქტების შექმნისას.

გრაფიკი # 23. მეწარმეობის/ინოვაციების/სტარტაპის მიმართულებით ახალგაზრდების ჩართულობის გაზრდის მნიშვნელობის მიზეზების შეფასება ასაკის ჭრილში

გარდა იმისა, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეებმა შეაფასეს საკუთარი თანატოლების ხედვები მეწარმეობასა თუ სტარტაპთან დაკავშირებით, მათ ასევე ვთხოვეთ, თავად დაეფიქსირებინათ საკუთარი შეხედულებები შესაბამის საკითხებზე. კვლევის რესპონდენტთა დიდი ნაწილის შეფასებით, მათ იციან, თუ რას ნიშნავს მეწარმეობა (69%) და სტარტაპი (71%). ამასთან, 43% ისურვებდა დამატებითი ინფორმაციის მიღებას, როგორც მეწარმეობის, ასევე სტარტაპის შესახებ.

ასაკის თვალსაზრისით კვლევის შედეგები თითქმის მსგავსია, როგორც მეწარმეობის, ისე სტარტაპის შესახებ ინფორმირებულობისა და დამატებითი ინფორმაციის მიღების სურვილის თვალსაზრისით. საგულისხმოა, რომ მეწარმეობის შესახებ ქალების ჯგუფში 80% აცხადებს, რომ იცის, თუ რას ნიშნავს აღნიშნული, კაცების ჯგუფში იგივეს აცხადებს 60%. ამასთან, ქალების ჯგუფში 53% აცხადებს, რომ სურს დამატებითი ინფორმაციის მიღება, კაცების ჯგუფში იგივეზე 32% მიუთითებს.

რაც შეეხება სტარტაპს, მის შესახებ ინფორმირებულია კვლევის მონაწილე ქალების 78% და კაცების 62%. დამატებითი ინფორმაციის სურვილს კი ყოველი მეორე ქალი (50%) და ათიდან ოთხი კაცი (37%) გამოხატავს.

**გრაფიკი # 24.** მეწარმეობის და სტარტაპირ შესახებ საკუთარი ინფორმირებულობის შეფასება ასაკის ჭრილში

**სტარტაპი**

**მეწარმეობა**

მიუხედავად იმისა, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეთა მნიშვნელოვანი ნაწილი აცხადებს, რომ იცის, თუ რას ნიშნავს მეწარმეობა თუ სტარტაპი, მათ მნიშვნელოვან ნაწილს უჭირს დაასახელოს პირველი ასოციაციები, რომლებიც ახსენდება თითოეული მათგანის ხსენებისას (მეწარმეობა - 43%, სტარტაპი - 49%). მეწარმეობის შემთხვევაში ყველაზე ხშირად დასახელებული ასოციაცია *პროდუქტის შექმნას/პროდუქტის წარმოებას* (20%), სტარტაპის შემთხვევაში კი - *ახალი ბიზნესის წამოწყებას* (19%) უკავშირდება. თუმცა, აქ საგულისხმოა ისიც, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეებს ჰქონდათ შესაძლებლობა ინტერნეტრესურსების გამოყენებით მოეძებნათ თითოეული ტერმინის მნიშვნელობა და შემდეგ გაეცათ კითხვაზე პასუხი. პასუხების ფორმულირებებზე დაყრდნობით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ ეს ყველაზე ხშირად დასახელებული ასოციაციები უფრო ინფორმაციის მოძიების შედეგადაა ფორმულირებული. შესაბამისად, ასოციაციებზე მსჯელობისას ამ მოცემულობის გათვალისწინება აუცილებელია. ეს რეალობა გვაძლევს შესაძლებლობას ვივარაუდოთ, რომ რეალურად გაცილებით ნაკლები ადამიანია ინფორმირებული როგორც მეწარმეობის, ასევე სტარტაპის შესახებ, ვიდრე აცხადებს. ამასთან, არც ასოციაციებია ცალსახად ფორმულირებული და ინფორმირებულობის გაზრდა შესაბამისი აქცენტებით, რამაც ასოციაციების ფორმირებაზეც უნდა მოახდინოს გავლენა, ყველა ასაკობრივ ჯგუფშია აუცილებელი.

იგივეს თქმა შეიძლება კონკრეტულ სტარტაპებთან დაკავშირებით. 82%-ს გაუჭირდა რომელიმე სტარტაპის გახსენება, დანარჩენების მიერ მითითებული სტარტაპების დასახელების ჯამური მაჩვენებელი კი 1%-ს არ აღემატება. ამასთან, აქაც გასათვალისწინებელია, რომ კვლევის მონაწილეებს შეეძლოთ ჯერ მოეძიათ შესაბამისი ინფორმაცია და შემდეგ შეევსოთ კვლევის შესაბამისი კითხვა. დასახელებულ სტარტაპებს შორის კი, რომლებიც გაახსენდათ კვლევის მონაწილეებს, შემდეგია: ჩართე, ქარუ, Feedc Georgia, Cardial, Plant Lovers Tbilisi და სხვა.

როგორც აღმოჩნდა, *მეწარმეობის/სტარტაპის ხელშემწყობი სერვისების* შესახებ სმენია კვლევის მონაწილეთა 41%-ს, თუმცა, ბოლო 1-2 წლის მანძილზე რაიმე სერვისით სარგებლობაზე მხოლოდ 6% მიუთითებს. ამ 14 ადამიანიდან კი 8 რესპონდენტი ვერ ასახელებს, კონკრეტულად რა სერვისით ისარგებლა. სხვების პასუხები კი (ტექნოპარკის, აწარმოე საქართველოს, USAID-ის მითითება) გვაძლევს შესაძლებლობას დავასკვნათ, რომ მეწარმეობის/სტარტაპის ხელშემწყობი სერვისების შესახებ ახალგაზრდების გაცნობიერებულობა დაბალია.

გრაფიკი # 25. ბოლო 1-2 წლის გათვალისწინებით, მეწარმეობის/სტარტაპის ხელშემწყობი სერვისით სარგებლობის გამოცდილება ასაკის ჭრილში

N=261

N=42

N=139

N=80

კვლევის მონაწილეთა დიდ ნაწილს სურს *დამატებითი ინფორმაციის მიღება მეწარმეობის/სტარტაპის ხელშემწყობის სერვისების შესახებ,* რომლებიც ბათუმში შეიძლება მიიღონ (56%). ამასთან, *უფასო ტრენინგებსა და სასწავლო კურსებზე* (52%) და იმ *ადგილებზე, სადაც სხვადასხვა სერვისის მიღებაა შესაძლებელი* (51%) ინფორმირებას ისურვებდა ყოველი მეორე გამოკითხული. საგულისხმოა, რომ *სკოლის ასაკის* ახალგაზრდებში ყველაზე მეტი ზოგადად, მეწარმეობის/სტარტაპის მნიშვნელობის შესახებ ინფორმაციის მიღებას ისურვებდა (52%).

გრაფიკი # 26. მეწარმეობასთან და/ან სტარტაპთან დაკავშირებით სასურველი ინფორმაცია/დამატებითი ინფორმაცია ასაკის ჭრილში

რაც შეეხება იმას, თუ რა საშუალებით ისურვებდნენ ახალგაზრდები მეწარმეობასთან/სტარტაპთან დაკავშირებით ინფორმაციის/დამატებითი ინფორმაციის მიღებას, აქ ლიდერობს სოციალური ქსელი Facebook-ი, რომლის საშუალებითაც ინფორმაციის მიღებას ათიდან ექვსი გამოკითხული ისურვებდა (60%). აქვე საგულისხმოა ტელევიზიისა (32%) და სმს-შეტყობინების (32%) საშუალებით ინფორმაციის მიღების სურვილიც.

გრაფიკი # 27. მეწარმეობოს/სტარტაპის შესახებ ინფორმაციის/დამატებითი ინფორმაციის მიღების სასურველი წყარო ასაკის ჭრილში[[26]](#footnote-26)

იმას, რომ მეწარმეობისა თუ სტარტაპის შესახებ ინფორმირებულობის გაზრდა აუცილებელია, მოწმობს კვლევის როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კომპონენტი. აღნიშნულის მნიშვნელობა გაცნობიერებულია თავად კვლევის მონაწილეთა მიერაც, რომელთა დიდი ნაწილი სწორედ ინფორმირებასთან დაკავშირებულ საკითხებზე ამახვილებს ყურადღებას, როდესაც აფასებს იმას, თუ რა უნდა გაკეთდეს იმისთვის, რომ ბათუმში მეტი ახალგაზრდა დაინტერესდეს მეწარმეობით, ინოვაციებითა და სტარტაპით. კერძოდ, ათიდან ექვსი რესპონდენტი თვლის, რომ დაინტერესების გასაზრდელად აუცილებელია *ინფორმირებულობის გაზრდა ზოგადად მეწარმეობის, ინოვაციისა და სტარტაპის რაობის თაობაზე* (62%). შესაბამისი მიმართულებით *ცოდნისა და უნარების შეძენის შესაძლებლობების შესახებ ინფორმირებას* ასახელებს მნიშვნელოვნად 52%, 55%-ისთვის კი აუცილებელი იქნება ახალგაზრდების ინფორმირება იმის შესახებ, თუ *სად არის ამ ცოდნებისა და უნარების შეძენა შესაძლებელი ბათუმში.*

გრაფიკი # 28. მეწარმეობით, ინოვაციებითა და სტარტაპით ბათუმში მეტი ახალგაზრდის დასაინტერესებლად აუცილებელი მექანიზმები ასაკის ჭრილში

საგულისხმოა, რომ მესამედის აზრით, ახალგაზრდების მეტი დაინტერესებისთვის, აუცილებელია მათთვის ინფორმაციის მიწოდება წარმატებული მაგალითების შესახებ (30%). უნდა აღინიშნოს, რომ ამაზე განსაკუთრებულ ყურადღებას ამახვილებდნენ თვისებრივი კვლევის მონაწილეები.

## მომავალთან დაკავშირებული ხედვები

შიდა თუ გარე მიგრაციის მაღალი დინამიკის გათვალისწინებით, მნიშვნელოვანი იყო იმის შესწავლაც, თუ როგორია ახალგაზრდების ხედვები მომავალთან დაკავშირებით და უკავშირებენ თუ არა ისინი საკუთარ მომავალს უშუალოდ ბათუმს. როგორც აღმოჩნდა, მართალია, ათიდან ერთ რესპონდენტს უჭირს იმის თქმა, თუ სად ფიქრობს ცხოვრებასა და მუშაობას უახლოესი 4-5 წლის მანძილზე, თუმცა დიდ ნაწილს აღნიშნულთან დაკავშირებით მკაფიო ხედვა აქვს. კერძოდ, დიდი უმრავლესობა *ცხოვრებასა და მუშაობას უახლოეს მომავალში საქართველოში გეგმავს* (65%), მეტიც, 57% ასეთ ლოკაციად სწორედ ბათუმს ასახელებს. ეს მაჩვენებელი 14-17 წლის ასაკის ჯგუფში 33%-ია, რაც სწავლასთან დაკავშირებულ გეგმებთან შეიძლება იყოს ასოცირებული, რაც ხშირად, უმაღლესი განათლების დედაქალაქში მიღებას უკავშირდება. ამასთან, *საქართველოს ფარგლებს გარეთ ცხოვრებასა და მუშაობაზე* მიუთითებს ონლაინ კვლევის მონაწილეთა 26%.

რაც შეეხება სასურველ სამსახურს, რომელსაც ისურვებდნენ ახალგაზრდები უახლოესი 4-5 წლის მანძილზე, ისიც აღმოჩნდა, რომ ძირითადად, სწორედ *საქართველოშია* (58%) და ყოველი მეორესთვის, კონკრეტულად *ბათუმში* (47%). *საქართველოს ფარგლებს გარეთ სასურველ სამსახურზე* ონლაინ კვლევის მონაწილეთა მესამედი მიუთითებს (31%). საგულისხმოა, რომ ამ უკანასკნელზე ფიქრობს სკოლის ასაკის ყოველი მეორე ახალგაზრდა (49%).

გრაფიკი # 29. ლოკაცია, სადაც ფიქრობენ ცხოვრებასა და მუშაობას / ისურვებდნენ სასურველი სამსახურის ქონას უახლოესი 4-5 წლის მანძილზე სქესის ჭრილში

როგორც აღმოჩნდა, იდეალური სამსახური ყველაზე მეტი რესპონდენტისთვის *ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების* (17%), *სამართლის* (14%), *ტურიზმის* (10%) და *მშენებელობის* (10%) სფეროს უკავშირდება. საგულისხმოა ისიც, რომ ონლაინ კვლევის მონაწილეთა მეათედს უჭირს სფეროს დასახელება, რომელსაც მათი იდეალური სამსახური დაუკავშირდებოდა (10%). ეს მაჩვენებელი 17%-ია სკოლის ასაკის ახალგაზრდებში, უფროსებში კი 11%-ს შეადგენს.

გრაფიკი # 30. სფერო იდეალური სამსახურისთვის სქესის ჭრილში[[27]](#footnote-27)

თავის მხრივ, იდეალური სამსახურის მთავარ კრიტერიუმებად ახალგაზრდებს *განვითარების შესაძლებლობის უზრუნველყოფა* (47%), *მაღალი ანაზღაურება* (45%) და *თვითრეალიზაციის შესაძლებლობა* (44%) ესახებათ. აღსანიშნავია, რომ მეხუთედისთვის კრიტერიუმს *მოქნილის სამუშაო განრიგი* წარმოადგენს (20%).

გრაფიკი # 31. იდეალური სამსახურის მახასიათებლები სქესის ჭრილში[[28]](#footnote-28)

რაც შეეხება კონკრეტულ მიმართულებებს, რომლებშიც ცოდნისა და უნარების დაგროვება/დახვეწას ისურვებდნენ კვლევის მონაწილეები, რაც მათ დასაქმებაში/უკეთ დასაქმებაში დაეხმარებოდათ, აღმოჩნდა, რომ ყველაზე მოთხოვნადია *უცხო ენების მიმართულებით ცოდნის შეძენა-გაღრმავება* (72%). უფრო ნაკლები, თუმცა საკმაოდ მსხვილი ჯგუფი ასეთად *კომპიუტერულ პროგრამებს* (46%) და *პროგრამირებას* (44%) ასახელებს. რაც შეეხება *მეწარმეობას,* ამ მიმართულებით ცოდნის შეძენა/დახვეწას 28% ისურვებდა. ეს უკანასკნელი 14-17 წლის ასაკში 18%-ს აინტერესებს. უფროსი ახალგაზრდების ჯგუფებში კი დაინტერესება უფრო მაღალია (18-24 წელი - 36%, 25-29 წელი - 25%).

აღსანიშნავია, რომ კვლევას არ გამოუვლენია განსხვავებები სქესის ჭრილში, რამდენადაც, ქალ და კაც რესპონდენტებს ცოდნისა და უნარების დაგროვების მხრივ მსგავსი ინტერესები აქვთ. მათ შორის, მეწარმეობის მიმართულებითაც, რომლის მიმართაც ინტერესს ონლაინ კვლევის მონაწილე ქალების 27% და კაცების 30% აფიქსირებს.

გრაფიკი # 32. სასურველი მიმართულებები ცოდნისა და უნარების შეძენა/დახვეწისთვის უკეთ დასაქმების მიზნით სქესის ჭრილში[[29]](#footnote-29)

გარდა ამისა, ონლაინ კვლევის მონაწილეებმა, რომელთაც დააფიქსირეს მოსაზრება კვლევის ბოლოს (9%), აღნიშნეს, რომ მნიშვნელოვანია ახალგაზრდების მხარდაჭერა ახალგაზრდული გრანტების გამოცხადების გზით. კიდევ ერთი ხედვის თანახმად კი, აუცილებელია ახალგაზრდული საკითხები დაცლილი იყოს პოლიტიკური ელფერისგან („პოლიტიკური პოპულიზმისგან“). ასევე, ყურადღება გამახვილდა ნეპოტიზმის აღმოფხვრისა და „ახლობლობით საქმეების კეთების“ მანკიერ პრაქტიკაზე.

ამასთან საინტერესოა მომავალთან დაკავშირებული ხედვები, რომლებიც **თვისებრივმა კვლევამ** გამოავლინა. კერძოდ, ყურადღება გამახვილდა მეწარმეობისა და სტარტაპსაქმიანობის პოპულარიზაციის აუცილებლობაზე. აღნიშნული გულისხმობს არა მხოლოდ მეწარმეობისა და სტარტაპის არსისა და მნიშვნელობის, ასევე ლოკაციების შესახებ საზოგადოების ინფორმირებას, რომლის რესურსების გამოყენებაც ახალგაზრდებს შეუძლიათ (მაგ: ტექნოპარკი ბათუმში). მეტიც, ეს ასევე გულისხმობს წარმატებული შემთხვევების შესახებ მაქსიმალურად ფართო აუდიტორიისთვის ინფორმაციის მიწოდებას, რათა ახალგაზრდებს გაუჩნდეთ მოტივაცია, თავადაც მიაღწიონ წარმატებებს.

პოპულარიზაციის ნაწილად შეიძლება მოვიაზროთ სკოლების გაძლიერების საკითხიც, რაზეც ასევე გამახვილდა ყურადღება თვისებრივი კვლევის ფარგლებში. კერძოდ, იგულისხმება ტექნოლოგიებითა და მეწარმეობით დაინტერესებული ახალგაზრდებისთვის ადგილზევე სივრცეების (დამატებითი საკლასო ოთახი) შექმნა შესაბამისი აქტივობების დასაგეგმად, რაც ხელს შეუწყობს მეტი ახალგაზრდის დაინტერესებას საკითხებით. ამასთან, შესაძლებელია არა ყველა სკოლაში ფაბლაბის მსგავსი სივრცეების მოწყობაზე ფიქრი, რაც მსხვილ ფინანსურ რესურსს მოითხოვს, არამედ უნივერსიტეტთან თანამშრომლობით, სწორედ უნივერსიტეტის ფაბლაბის რესურსის გამოყენება და სკოლებისა და უნივერსიტეტის ერთობლივი პროგრამების მოფიქრება.

მეწარმეობისა და სტარტაპსაქმიანობის პოპულარიზაციის კონტექსტში საინტერესოდ შეიძლება მივიჩნიოთ ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტის გამოცდილება. მართალია, ჯერჯერობით, მეწარმეობის კურსი სასწავლო პროგრამის ნაწილი არ არის, თუმცა, საქართველოს ინოვაციებისა და ტექნოლოგიების სააგენტოსთან თანამშრომლობის შედეგადად, ხდება უნივერსიტეტისთვის გამოცდილების გაზიარება და ამ ცოდნაზე დაფუძნებით სილაბუსის შემუშავება. ამ ეტაპზე აუცილებელია შესაბამისი კადრის მომზადება/გადამზადება, რომელიც სასწავლო კურსს გაუძღვება. უნივერსიტეტში ასევე არსებობს ინოვაციების ლაბორატორია, რომლის ამუშავება და სტუდენტებისთვის საინტერესო სივრცედ გარდაქმნაა საჭირო. ამგვარად, სასწავლო კურსების შემუშავება და სხვადასხვა დონეზე (პროფესიული/უმაღლესი) სასწავლო პროგრამებში მეწარმეობის სწავლება გაზრდის ინფორმირებული ახალგაზრდების რაოდენობას.

უნივერსიტეტის კონტექსტში ასევე საინტერესოა მის ბაზაზე არსებული ფაბლაბის გამოყენების შესაძლებლობა. კერძოდ, შეიძლება ფაბლაბის გამოყენება ერთობლივი პროექტების განხორციელების ფარგლებში, რამდენადაც ახალგაზრდებს, რომლებიც არ არიან/აღარ არიან უნივერსიტეტის სტუდენტები, მაგრამ აქვთ იდეა, რომლის რეალიზებისთვისაც ფაბლაბის სივრცე თუ უნივერსიტეტის ადამიანური რესურსის მხარდაჭერა იქნება მნიშვნელოვანი, შესაძლებელია სწორედ უნივერსიტეტთან კოლაბორაციით პროექტებზე მუშაობის შესაძლებლობა გაუჩნდეთ. ერთი მხრივ, ეს ახალგაზრდებს მისცემს შესაძლებლობას გამოიყენონ უნივერსიტეტის როგორც მატერიალური, ასევე ადამიანური რესურსი საკუთარ პროექტზე მუშაობისას. მეორე მხრივ კი, თავად უნივერსიტეტს გაუჩნდება შესაძლებლობა, დახვეწოს კონკრეტული მიმართულება, ჩართული იყოს კონკრეტულ პროექტებში და გაზარდოს მეწარმეობით დაინტერესებულ სტუდენტთა რაოდენობაც.

კონკრეტულად ტექნოლოგიების მიმართულებით ახალგაზრდებში დაინტერესების გაზრდისთვის მნიშვნელოვნად ჩაითვალა სტემ-მიმართულების გაძლიერება სკოლებში და სისტემური მიდგომის შემუშავება, ნაცვლად ფრაგმენტული აქტივობებისა, რასაც ახლაც აქვს ადგილი ბათუმის სხვადასხვა სკოლაში. ერთ-ერთი არგუმენტის თანახმად, სკოლებში გარკვეულ აქტივობებს სტემის მიმართულებით ვაწყდებით, მაგრამ მიდგომა არ არის სისტემატიზირებული და მისი განხორციელება კონკრეტული მასწავლებლების მონდომებასა და მოტივაციაზეა დამოკიდებული. ამდენად, სკოლებში სტემ-მიმართულების გაძლიერება შესაბამისი ადამიანური რესურსის მომზადება-გადამზადებითა და ერთიანი მიდგომის შემუშავებით, არსებითია.

გარდა აღნიშნულისა, მეწარმეობით, სტარტაპითა თუ ინოვაციებით მეტი ახალგაზრდის დაინტერესებისთვის გასათვალისწინებელია მუნიციპალიტეტის ახალგაზრდობის პოლიტიკისა და სტრატეგიის შესაბამისად შემუშავება. ეს უკანასკნელი, როგორც წესი, არსებულ კვლევებს ეფუძნება, რომელთა თანახმადაც, ახალგაზრდების მთავარი გამოწვევები დასაქმებას და მასთან დაკავშირებულ საკითხებს (უნარების განვითარებას, ცოდნის დაგროვებას) უკავშირდება.

ადგილობრივი ბიუჯეტის რაციონალურად გადანაწილება და იმგვარ პროექტებზე მიმართვა, რომელიც საშუალო თუ გრძელვადიან პრესპექტივაში მნიშვნელოვან შედეგებს მოიტანს, არსებითად ფასდება. კერძოდ, ნაცვლად იმისა, რომ ბიუჯეტის რესურსი მოხმარდეს გასართობი ღონისძიებების ორგანიზებას, რომელიც რაიმე უნარის განვითარებაზე არ არის ორიენტირებული, მიუხედავად მისით მეტი ახალგაზრდის დაინტერესებისა, მაინც სჯობს თანხები მიმართული იყოს ახალგაზრდების სამეწარმეო უნარების განვითარებასა და სტარტაპების წახალისებას.

|  |  |
| --- | --- |
| *„..მაშინ როდესაც გარკვეული პროექტის ფარგლებში სტარტაპ ეკოსისტემის განვითარება გაქვს პრიორიტეტად აღებული, არ შეიძლება, მილიონიანი ბიუჯეტი ახალგაზრდებისთვის გათვლილი მოახმარო მარტო ლიტერატურის კლუბს და ექსკურსიებს...“* ***ახალგაზრდული სივრცის წარმომადგენელი/თანამშრომელი*** |  |

მიუხედავად იმისა, რომ მეწარმეობისა თუ ციფრული კომპეტენციების განვითარება, როგორც ახალგაზრდების მნიშვნელოვანი ნაწილის ინტერესი, კვლევის მიხედვით არ იკვეთება, აღნიშნულზე ფოკუსირება არსებითია. კვლევის ფარგლებში გაჟღერებული მოსაზრებების თანახმად შეიძლება დავასკვნათ, რომ ამ საკითხის მნიშვნელობა გადაწყვეტილების მიმღებ პირთა მიერ გაცნობიერებულია და შესაბამისი მიმართულებით აქტივობები იგეგმება. ეს უკანასკნელი გულისხმობს სტარტაპ-ეკოსისტემის განვითარების ხელშეწყობას და, ძირითადად, საგანმანათლებლო პროექტების განხორციელებას, რაშიც ბათუმის ახალგაზრდული ცენტრიც აქტიურად იქნება ჩართული.

სამომავლოდ აქტივობების დაგეგმვისას გასათვალისწინებელია რამდენიმე ფაქტორი. კერძოდ, აქტივობების დაგეგმვის დრო. იმის გათვალისწინებით, რომ ზაფხული აქტიური ტურისტული სეზონია და ქალაქს ბევრი ტურისტი სტუმრობს, ადგილობრივი ახალგაზრდების მნიშვნელოვანი ნაწილი კი პირიქით, ქალაქიდან გადის, ივლისი-აგვისტოს თვეებში უშუალოდ ბათუმელ ახალგაზრდებზე ფოკუსირებული აქტივობების დაგეგმვა არ არის სასურველი.

დროის თვალსაზრისით გასათვალისწინებელია ისიც, რომ მეწარმეობა და სტარტაპი ხშირად უფროსი ასაკის ახალგაზრდებისთვისაა საინტერესო, რომელთა ნაწილი მუშაობს. შესაბამისად, სხვადასხვა აქტივობის, მათ შორის ტრენინგებისა და სასწავლო კურსის ჩატარების დროც შესაბამისად უნდა განისაზღვროს და ნაკლებად დაემთხვეს სტანდარტულ სამუშაო საათებს.

გასათვალისწინებელია ასევე ის, თუ რა აქტივობები დაიგეგმება ონლაინდა რა, პირიქით, ოფლაინ სივრცეში. როგორც ერთ-ერთ ინტერვიუში აღინიშნა, პანდემიის დროს გამართული ე.წ. StartUp-Talk-ები, სადაც წარმატებული სტარტაპერები აზიარებდნენ საკუთარ გამოცდილებას, ნაკლებად წარმატებულად შეიძლება ჩაითვალოს აუდიტორიის დაბალი ინტერესის გათვალისწინებით, რაც აქტივობის ონლაინ ფორმატით აიხსნა და არა ახალგაზრდების შეიძლება მცირე, მაგრამ დაინტერესებული ჯგუფების არარსებობით. ამდენად, რიგ შემთხვევებში, შესაძლებელია წინასწარ აუდიტორიისგან ინფორმაციის მიღება სასურველ ფორმატთან დაკავშირებით და ამაზე დაყრდნობით გადაწყვეტილების მიღება.

კიდევ ერთი ფაქტორი, რაც აუცილებლადაა გასათვალისწინებელი აქტივობების დაგეგმვისა და მათ შესახებ ახალგაზრდების ინფორმირებისას,სპიკერებს უკავშირდება. კერძოდ, მნიშვნელოვანია, რომ კონკრეტულ თემაზე შესაბამისი სპიკერები საუბრობდნენ, რათა აუდიტორიას არ დარჩეს შთაბეჭდილება, რომ უბრალოდ პოპულარობის გამო ყველას ეძლევა შესაძლებლობა ისაუბროს, მათ შორის ისეთ მნიშვნელოვან საკითხებზე, როგორიც ინოვაცია, სტარტაპი და მეწარმეობაა ან ნებისმიერი ადამიანი იყოს გამოყენებული სპიკერად საკომუნიკაციო კამპანიისას ამა თუ იმ თემის პოპულარიზაციისთვის (*„როდესაც ადამიანი უბრალოდ ინფლუენსერია და სულ სხვა სფეროშია და უცებ თქვა, ტრენინგი ტარდება, იქ საერთოდ შეიძლება არ წავიდე და არ გამიჩნდეს სურვილი..“).*

ყველა ზემოჩამოთვლილი საკითხი გასათვალისწინებელია ინოვაციების, მეწარმეობისა თუ სტარტაპის მიმართ ახალგაზრდების დაინტერესების გაზრდისთვის. თუმცა, არსებითი მაინც ცნობიერებისა და ინფორმირებულობის მიმართულებით მუშაობაა, რაც, ერთი მხრივ, გულისხმობს ინოვაციების, მეწარმეობისა თუ სტარტაპის რაობისა და მნიშვნელობის თაობაზე ცნობიერების გაზრდას. მეორე მხრივ კი, ინფორმირებას ყველა შესაბამისი სერვისის შესახებ, რომლის მიღებაც ახალგაზრდებს ბათუმში შეუძლიათ.

# **ბიბლიოგრაფია**

* საქართველოს პარლამენტის დადგენილება „2020–2030 წლებისთვის საქართველოს ახალგაზრდული პოლიტიკის კონცეფციის“ დამტკიცების შესახებ. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4936402?publication=0&fbclid=IwAR0TFlUPBjjQQ6P-sBkRHcHkI7oK5tgLKLJKpxYWJY3WTk2H8Bj4SDwCdyY>
* საქართველოს სტრატეგიისა და საერთაშორისო ურთიერთობების კვლევის ფონდი. 2021. ახალგაზრდების ღირებულებები და პოლიტიკური აქტივიზმი საქართველოში. [bit.ly/3uDRdsc](http://bit.ly/3uDRdsc)

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სამუშაო ძალის მაჩვენებლები და დასაქმება

ფრიდრიხ ებერტის ფონდის / სსიპ ახალგაზრდობის სააგენტო. 2021. *ახალგაზრდობის საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე.* <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/georgien/18399.pdf>

ქალაქ ბათუმის მუნიციპალიტეტის 2022-2025 წლების პრიორიტეტების დოკუმენტი. <http://batumicc.ge/files/uploads/20222025_prioritetebi/___2022-2025__.pdf>

# **დანართი #1 - რესპონდენტთა სოციო-დემოგრაფიული პროფილი**

გრაფიკი # 33. რესპონდენტთა სქესი / ასაკი / განათლება

N=261

სქესი

განათლება

ასაკი

გრაფიკი # 34. რესპონდენტთა სამუშაო სტატუსი

N=261

N=42

N=139

N=80

გრაფიკი # 35. რესპონდენტის ოჯახური მდგომარეობა / ეროვნება / სოციალური სტატუსი

N=261

ეროვნება

სოციალური სტატუსი

ოჯახური მდგომარეობა

გრაფიკი # 36. გთხოვთ გაგვიზიაროთ, ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან, რომელი აღწერს ყველაზე უკეთ თქვენს ოჯახს?

გრაფიკი # 37. გთხოვთ გაგვიზიაროთ, ყველა წყაროს გათვალისწინებით, ძირითადად ვისზე ხართ ფინანსურად დამოკიდებული?

N=261

N=42

N=139

N=80

გრაფიკი # 38. რამდენს შეადგენს პირადად თქვენი ყოველთვიური შემოსავალი ნებისმიერი ფულადი შემოსავლის [მაგ. გზავნილები, ხელფასი, საჩუქარი] ჩათვლით?

N=261

N=42

N=139

N=80

1. **შენიშვნა:** რესპონდენტთა სოციო-დემოგრაფიული სურათი იხილეთ დანართში #1 [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4936402?publication=0&fbclid=IwAR0TFlUPBjjQQ6P-sBkRHcHkI7oK5tgLKLJKpxYWJY3WTk2H8Bj4SDwCdyY> [↑](#footnote-ref-2)
3. ქალაქ ბათუმის მუნიციპალიტეტის 2022-2025 წლების პრიორიტეტების დოკუმენტი. <http://batumicc.ge/files/uploads/20222025_prioritetebi/___2022-2025__.pdf> [↑](#footnote-ref-3)
4. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური [↑](#footnote-ref-4)
5. საქართველოს სტრატეგიისა და საერთაშორისო ურთიერთობების კვლევის ფონდი. 2021. ახალგაზრდების ღირებულებები და პოლიტიკური აქტივიზმი საქართველოში. [↑](#footnote-ref-5)
6. ფრიდრიხ ებერტის ფონდის / სსიპ ახალგაზრდობის სააგენტო. 2021. *ახალგაზრდობის საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე.*  [↑](#footnote-ref-6)
7. იქვე [↑](#footnote-ref-7)
8. <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/4936402?publication=0&fbclid=IwAR0TFlUPBjjQQ6P-sBkRHcHkI7oK5tgLKLJKpxYWJY3WTk2H8Bj4SDwCdyY> [↑](#footnote-ref-8)
9. https://gita.gov.ge/regions/teknoparki-batumi-27e0Vxzivq [↑](#footnote-ref-9)
10. ქალაქ ბათუმის მუნიციპალიტეტის 2022-2025 წლების პრიორიტეტების დოკუმენტი. <https://batumicc.ge/files/uploads/korektirebuli_biujeti2022/4.____2022-2025___.pdf> [↑](#footnote-ref-10)
11. ფრიდრიხ ებერტის ფონდის / სსიპ ახალგაზრდობის სააგენტო. 2021. *ახალგაზრდობის საჭიროებები და გამოწვევები მუნიციპალურ და რეგიონულ დონეზე.*  [↑](#footnote-ref-11)
12. იქვე [↑](#footnote-ref-12)
13. <https://gita.gov.ge/regions/teknoparki-batumi-27e0Vxzivq> [↑](#footnote-ref-13)
14. **შენიშვნა**: მაგალითისთვის, gita.gov.ge-ზე ტექნოპარკი ბათუმის პროგრამების გვერდზე არ არის განთავსებული ინფორმაცია მიმდინარე თუ დასრულებული პროექტების შესახებ, რის გამოც გვერდის ვიზიტორს შეიძლება დარჩეს შთაბეჭდილება, რომ პროგრამები არ ხორციელდება (<https://gita.gov.ge/programs?region=610be4bf37da9b66b40af1b4>) [↑](#footnote-ref-14)
15. <https://bbi.ge/page.php?src=text&id=1&lang=ge> [↑](#footnote-ref-15)
16. <https://terminal.center> [↑](#footnote-ref-16)
17. <https://www.yrc.ge/> [↑](#footnote-ref-17)
18. **შენიშვნა**: აქვე გასათვალისწინებელია, რომ შერჩევა იყო მოხერხებული და კვლევის ბმული შესავსებად გაზიარდა კონკრეტულ ჯგუფებში, რომელთა შორისაც მერიის ახალგაზრდული ცენტრის ვიზიტორების რაოდენობა სოლიდური იყო. [↑](#footnote-ref-18)
19. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი 1%-ს აღემატება [↑](#footnote-ref-19)
20. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი 1%-ს აღემატება [↑](#footnote-ref-20)
21. **შენიშვნა**: წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი აღემატება 2%-ს [↑](#footnote-ref-21)
22. **შენიშვნა**: გრაფიკზე წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი აღემატება 1%-ს [↑](#footnote-ref-22)
23. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მსხვილი კატეგორიები და გარკვეული სიხშირით დასახელებული პოპულარული/ცნობილი ადამიანები. სრული ჩამონათვალი წარმოდგენილია გრაფიკულ ანგარიშში [↑](#footnote-ref-23)
24. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი აღემატება 1%-ს [↑](#footnote-ref-24)
25. **შენიშვნა:** გასათვალისწინებელია, რომ კვლევის რესპონდენტები არ იყვნენ შერჩეულნი შემთხვევითად და გამოყენებული იყო მოხერხებული შერჩევის მიდგომა. ამასთან, ონლაინ კვლევაში ჩართულების ჯგუფი შემოიფარგლა იმ რესპონდენტებით, ვისაც ონლაინ რესურსებზე აქვს წვდომა. შესაბამისად, დასაქმების ეს მაჩვენებელი ვერ განზოგადდება მთელ გენერალურ ერთობლიობაზე, სადაც 2021 წელს 15-29 წლის ახალგაზრდებში დასაქმების დონემ ოფიციალური მონაცემებით 30% შეადგინა. [↑](#footnote-ref-25)
26. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი 1%-ს აღემატება [↑](#footnote-ref-26)
27. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი აღემატება 2%-ს [↑](#footnote-ref-27)
28. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი აღემატება 1%-ს [↑](#footnote-ref-28)
29. **შენიშვნა:** წარმოდგენილია მონაცემები, რომელთა ჯამური წილი აღემატება 1%-ს [↑](#footnote-ref-29)