

Fashion-მერჩენდაიზინგი ქართულ საგანმანათლებლო სივრცეში

თანამედროვე ბიზნესის პირობებში ახალგაზრდა სპეციალისტებს, რომლებმაც დაამთავრეს უმაღლესი სასწავლებელი, უჭირთ საინტერესო და მაღალანაზღაურებადი სამუშაოს პოვნა.

„24 საათი“ - 14.02.2013

უმაღლესი სასწავლებლის მუშობა ნაცოფიერად ჩაითვლება, თუ იგი ხარისხიან განათლებას აძლევს ახალგაზრდას, ამზადებს კონკურენტუნარიან სპეციალისტს, რომელსაც აქვს მრავალმხრივი განათლება შეესებული მხატვრული და ტექნიკური ასპექტებითა და პრაქტიკული ჩვევებით. დავინტერესდი, თუ რა მდგომარეობაა ამ მხრივ თბილისის სამხატვრო აკადემიაში. გავესაუბრე სამხატვრო აკადემიის დიზაინის ფაკულტეტის მოდის დიზაინის მიმართულების პროფესორს ნინო მგალობლიშვილს, რომელიც გახლავთ ავტორი არაერთი ავტორიზებული ინოვაციური საგანმანათლებლო პროგრამისა და შევეცადე ეს პრობლემა ერთი საინტერესო კუთხით განმეხილა. კერძოდ, დავინტერესდი ნინო მგალობლიშვილის სასწავლო პროგრამით “Fashion-მერჩენდაიზინგი” და დავესვი რამოდენიმე კითხვა ამ პროგრამის ქართული უმაღლესი განათლების სივრცეში დანერგვასთან დაკავშირებით.

რამ განაპირობა თქვენი დაინტერესება ამ მიმართულებით. როგორც ვიცი, იმ დროისათვის, როდესაც ყურადღებას ამახვილებდით Fashion-მერჩენდაიზინგის, როგორც სასწავლო პროგრამის მნიშვნელობაზე, საქართველოში ბევრისათვის მისი სახელწოდებას კი არ იყო ცნობილი ?

- საქართველოში საკადრო ბაზრის უმთავრესი პრობლემაა განათლების სისტემა პრომის ბაზრის მოთხოვნის კონტექსტში. ასე, მაგალითად, ჩვენთან პრაქტიკულად შეუძლებელია უმაღლესი სკოლის კურსდამთავრებულთა შორის მერჩენდაიზინგის, როგორც სპეციალისტის პოვნა. დღეისათვის უკვე არიან ადამიანები, რომლებსაც უცხოურ ფირმებსა და კომპანიებში მუშაობის შედეგად რაღაც წარმოდგენა აქვთ მერჩენდაიზინგზე, მაგრამ ეს ვერ ქმნის ამინდს. ამ ვითარებაში მერჩენდაიზინგის ნიუანსების შესწავლა ნიშნავს დანყებით ბიზნეს-მომზადებას, რაც შესაძლოა კარგ სასტარტო მოედნად გადაიქცეს ახალგაზრდა სპეციალისტისთვის კონკურენტუნარიანობისა და შემდგომი კარიერის მონყოფის თვალსაზრისით.

მოკლედ გვიამბეთ Fashion-მერჩენდაიზინგის შესახებ.

- თუ საქართველოში Fashion-მერჩენდაიზინგი საცალო ვაჭრობის ახალი ტექნოლოგიაა, მთელ მსოფლიოში იგი დიდი ხანია წარმატებით გამოიყენება, როგორც მარკეტინგული ინსტრუმენტი-მერჩენდაიზინგი. Fashion-მერჩენდაიზინგი ჩვენთან მსხვილ დასავლელ მწარმოებლებთან და მათ მიერ გამოშვებული პროდუქციის მოთხოვნილებებთან ერთად შემოდის. Fashion-მერჩენდაიზინგის ინსტრუმენტების სწორად ამოქმედება საშუალებას გვაძლევს დამატებითი ინვესტიციების მოზიდვის გარეშე გავზარდოთ გაყიდვების მოცულობა. კონკურენციის მაღალი დონის პირობებში Fashion-მერჩენდაიზინგის გარეშე ბაზარზე თავის გადარჩენა პრაქტიკულად შეუძლებელია. კონკურენციის სწრაფი ზრდა კი მოითხოვს ჩვენთვის ჯერ ისევ უცნობი ხერხების ათვისებას, მაგრამ, სხვადასხვა დონის ქართულ პროფესიულ სტანდარტებს შორის პროფესია Fashion- მერჩენდაიზინგი არ ფიქსირდება. შესაბამისად, ჩვენი უმაღლესი სასწავლებლები Fashion-მერჩენდაიზინგებს ჯერ-ჯერობით არ ამზადებენ.

იქნებ , ჩამოგვითვალოთ უმაღლესი სასწავლებლები ამერიკასა და ევროპაში, სადაც ამზადებენ სპეციალისტებს Fashion-ბიზნესისათვის .

- უნდა აღვნიშნო, რომ ქართულ საგანმანათლებლო სფეროში დიზაინერ-პრაქტიკოსთა საკმაოდ ნორმალური სკოლა არსებობს. მაგრამ, ევროპული და ამერიკული საგანმანათლებლო სისტემებისაგან განსხვავებით, საქართველოში არ მოგვეპოვება სპეციალური პროფესიული პროგრამები Fashion-ბიზნესისათვის ისეთი სპეციალისტების მოსამზადებლად, როგორებიცაა: Fashion- მენეჯერი, Fashion-მარკეტოლოგი, Fashion-მერჩენდაიზინგი, Fashion-რეკლამისტი, Fashion-ჟურნალისტი. ეს სპეციალიზაციები ყველაზე გავრცელებული მიმართულებებია მოდის ისეთ პრესტიჟულ უმაღლეს სასწავლებლებში, როგორებიცაა: Fashion Institute of Technologi ნიუ-იორკში, Saint Martin School ინგლისში, London College of fashion-ში, Parson's School- ში ამერიკაში; Fashion-ბაირებს ამზადებენ აგრეთვე ბაკალავრიატის 4-წლიან პროგრამებით Fashion Merchandise Management-ში. არსებობს საბათვხულო პროგრამები, მაგ: Introduction to fashion buying and Merchandising ლონდონის კოლეჯში და ა. შ.

მოგვიყვით თქვენი პროგრამის სიახლის შესახებ. რაში მდგომარეობს მისი მნიშვნელობა ქართულ საგანმანათლებლო სივრცისათვის ?

- ჩვენთან Fashion-მერჩენდაიზინგი ახალგაზრდა დარგია. მოვიყვანე რა სისტემაში უცხოელ მეცნიერთა ნამუშევრები, უცხოელ მაღაზიათა ქსელებისა და შემკვეთების გამოცდილება, დავამუშავე Fashion-მერჩენდაიზინგის სასწავლო პროგრამა, რომელიც სტუდენტ-დიზაინერებს ამზადებს მოდის სფეროში ბიზნესის საწარმოებლად. პროგრამა აგრეთვე დაეხმარება

ახალგაზრდა სპეციალისტებს შეიძინონ არა მხოლოდ ქართული, არამედ საერთაშორისო პროფესიული გამოცდილება სპეციალობაში “მოდის დიზაინი” და ამავე დროს სტიმულს მისცემს საქართველოში Fashion-ბიზნესის განვითარებას. იგი დაგვეხმარება დრო კი არ ვკარგოთ “ველოსიპედის გამოგონებაში”, არამედ ვისარგებლოთ დასავლეთში უკვე აპრობირებული ტექნოლოგიებით.

პროგრამა “Fashion-მერჩენდაიზინგი” დაინერგა მაგისტრატურაში მოდის დიზაინის მიმართულებით. ამ გზით სამხატვრო აკადემია იქცა პირველ საგანმანათლებლო დაწესებულებად საქართველოში, რომელიც მოდის დიზაინის მიმართულებით Fashion- მერჩენდაიზინგის შესწავლას სთავაზობს სტუდენტებს. თუმცა მთლიანი სისტემა კვლავაც ღიად რჩება კორექტირებისა და გაფართოებისათვის, რაც შესაძლებლობას მოგვცემს მეტად განვითარებით და მოვარგოთ არსებულ საგანმანათლებლო ბაზას.

რა მნიშვნელობა აქვს Fashion-მერჩენდაიზინგის სწავლებას ქართული მოდის ბიზნესისათვის ?

- Fashion- მერჩენდაიზინგი თართო პროფილის სპეციალისტია, რომელსაც სავაჭრო ქსელისა და მოდურ მაღაზიებში თანამდეროვე პროფესიონალის დონეზე სპეციალიზირებული მომზადება აქვს ტანსაცმლის, ფეხსაცმლის, აქსესუარებისა და კოსმეტიკის გაყიდვებში. ცხადია, ეს ინოვაცია უზრუნველყოფს მომავალ დიზაინერთა კონკურენტუნარიანობას. ეს სპეციფიკა აღნიშნული მიმართულების სპეციალისტებს დიდ უპირატესობას აძლევს ტრადიციული პროგრამით მომზადებულ კურსდამთავრებულებთან შედარებით.

საქართველოში მომრავლდა მსოფლიო ბრენდების მაღაზიები, ამაღლდა მომხმარებელთა მოთხოვნის დონეც. კონკურენტულ გარემოში აუცილებელი გახდა ერთგვაროვანი პროდუქციის უფრო ეფექტურად წარმოჩენა, რაშიც, სწორ მარკეტინგულ პოლიტიკასთან ერთად, უდიდესი მნიშვნელობა მერჩენდაიზინგს ენიჭება. Fashion-მერჩენდაიზინგი Fashion-ბიზნესისათვის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი სფეროა. მაღაზიებს შეუძლიათ მოდას მისდიონ, ასევე შეუძლიათ ე.წ. Trendsetters-ს მიეკუთვნებოდნენ. ყველა შემთხვევაში აუცილებელია ზუსტად იცნობდე შენი მყიდველების წრეს, იცოდე მათი მოთხოვნილებები და შეგეძლოს წინასწარ განსაზღვრო მათი სურვილები. დარწმუნებული ვარ, რომ Fashion-მერჩენდაიზინგის აქტიური გამოყენება დღის უდავო ტენდენციაა, რაც რეალური აუცილებლობით არის გამოწვეული.

ჟურნალისტი ნატო ნიკოლეიშვილი