

კულტურის ორგანიზაციის მარკეტინგული საქმიანობის ანალიზი
(გამომცემლობა „დიოგენეს“ მაგალითზე)

ნათია შალიბაშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის მეცნიერებათა და ხელოვნების ფაკულტეტზე კულტურის მენეჯერის
მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნის შესაბამისად*

სახელოვნებო თეორიისა და პრაქტიკის კვლევები და კულტურის მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: იური მღებრიშვილი, დოქტორი, ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი, ხელოვნების სამეცნიერო-კვლევითი
ინსტიტუტი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2014 წელი

აბსტრაქტი

მარკეტინგული საქმიანობაკულტურული ორგანიზაციის უმთავრესი შემადგენელი კომპონენტია, რადგან საბაზრო ეკონომიკის პირობებში გეგმიანი მარკეტინგული სტრატეგია წარმატებული მუშაობის ერთ-ერთი საწინდარია.

იმისათვის რომ, გამომცემლობამ დააინტერესოს და მოიზიდოს მომხმარებელი თავისი პროდუქციით (წიგნით) მან უნდა დაამყაროს მათთან კონტაქტი სხვადასხვა ხერხებით. ამ მიზნით ჩატარდა გამომცემლობის „დიოგენე“ საქმიანობის დამკითხველთა მარკეტინგული კვლევა და ანალიზი.

გამოკითხულ იქნა 336 ადამიანი, შემთხვევითი შერჩევის მეთოდით. ანკეტის მიზანს წამოადგენდა დინამიკაში დაგვენახა სხვადასხვა საქმიანობის, განათლებისა და ასაკის წარმომადგენელთა დაინტერესება საგამომცემლო საქმიანობის პროდუქციის (წიგნის) და მომხმარებელთა (მკითხველთა) ინფორმაციულობის და კმაყოფილების დონე აღნიშნულ გამომცემლობის მიმართ.

კვლევის შედეგების ანალიზის საფუძველზე ჩვენ შეგვიძლია ვთქვათ, რომ გამომცემლობა „დიოგენე“ პრაქტიკულად არ აწარმოებს მარკეტინგულ საქმიანობას, რის გამოც მომხმარებელთან სრულყოფილი კონტაქტის დამყარება ვერ ხერხდება, რაც პირველ რიგში იწვევს გამომცემლობის საქმიანობის ეფექტურობის შემცირებას.

კვლევის შედეგები მნიშვნელოვანია საქართველოში მოღვაწე თითოეული გამომცემლობისათვის, რადგან, მათ უმეტესობას არ გააჩნია მარკეტინგული განყოფილება, და სწორედ აღნიშნული კვლევის შედეგები, დაეხმარებათ მათ გაანალიზონ თავიანთი მდგომარეობა და მეტი ყურადღება დაუთმონ მარკეტინგულ საქმიანობას, ვინაიდან, კვლევის შედეგად გამოვლენილი პრობლემების აღმოფხვრაზეა დამოკიდებული ქართული საგამომცემლო ინდუსტრიის განვითარება.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: საგამომცემლო საქმიანობა, საგამომცემლო მარკეტინგი, გამომცემლობა „დიოგენე“