



**საგამომცემლო საქმიანობის ანალიზი საქართველოში \_ მოთხოვნა  
და შემოთავაზება**

**ანასტასია ინასარიძე**

*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, სახელოვნებო მეცნიერებათა  
პროფესორი

**ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი**

**თბილისი, 2014 წელი**

## აბსტრაქტი

საქართველოს წიგნის გამომცემელთა და გამავრცელებელთა საზოგადოების (პროექტის „წიგნის პლატფორმა“ ფარგლებში) კვლევის ( 2012 ) შედეგების თანახმად, საქართველოს საგამომცემლო ბიზნესი ბოლო ხუთი წლის განმავლობაში მნიშვნელოვნად და უწყვეტად ვითარდებოდა. კვლევა მიემდვნა წიგნების გამოცემასა და წიგნებით ვაჭრობას საქართველოში. კერძოდ, თუ რა რისკებსა და პროფესიულ ამბიციებს ვხვდებით გამომცემლობის ცვალებად ბიზნესში. თუმცა, კვლევაში არაფერია ნათქვამი გამომცემლებისა და მკითხველის ურთიერთდამოკიდებულების შესახებ - თუ როგორ პასუხობს მომხმარებლის მოთხოვნებს ქართული საგამომცემლო სივრცე, რამდენად აკმაყოფილებს იგი მკითხველის მოთხოვნილებებს და რამდენად ჰარმონიაშია მათ მიერ განსაზღვრული ძირითადი პრიორიტეტები.

აღნიშნული პრობლემის გამოსააშკარავებლად, სამაგისტრო ნაშრომისათვის ჩატარდა კვლევა ორი ძირითადი მიმართულებით:

- საქართველოს საგამომცემლო ბაზრის კვლევა და ანალიზი
- საქართველოს მკითხველთა ბაზრის კვლევა და ანალიზი

საქართველოს საგამომცემლო ბაზარზე არსებული პრობლემების გამოსავლენად შემუშავდა კითხვარი (ანკეტა), რომელიც საშუალებას გვაძლევდა შეგვესწავლა კვლევაში მონაწილე გამომცემლობების ორგანიზაციული სტრუქტურა, გამომცემლობების საქმიანობის ძირითადი პრინციპები, პრიორიტეტები და განგვესაზღვრა ყოველწლიურ გამოცემებთან და გავრცელებასთან დაკავშირებული რაოდენობრივი მაჩვენებლები.

საქართველოს საგამომცემლო ბაზრის ანალიზისა და გამოსაკვლევად შეირჩა სამი ქართული გამომცემლობა. თითოეული მათგანი ერთიმეორისაგან განსხვავდება ორგანიზაციული სტრუქტურით. აგრეთვე, განსხვავებულია მათი პრიორიტეტებიც. სამი განსხვავებული ტიპის გამომცემლობის შერჩევა მოხდა იმ მიზნით, რომ მეტად თვალსაჩინო ყოფილიყო მათ შორის არსებული მსგავსებებისა და განსხვავებების მნიშვნელობა.

საქართველოს მკითხველთა ბაზრის გამოსაკვლევად შემუშავდა კითხვარი (ანკეტა) და გამოკითხულ იქნა 300 რესპოდენტი (მომხმარებელი), რამაც საშუალება მოგვცა მოგვეხდინა მომხმარებლის სეგმენტებად დაყოფა და კვლევისთვის საინტერესო რაოდენობრივი მაჩვენებლების განსაზღვრა.

საქართველოს საგამომცემლო ბაზრისა და მკითხველთა ბაზრის კვლევის შედეგად გამოვლინდა შემდეგი სახის პრობლემები:

- გამომცემლობების უმეტესობას მოუწესრიგებელი აქვს დოკუმენტაცია და არ აქვთ მკვეთრად განსაზღვრული ხედვა და მისია.
- მოსაწესრიგებელია საქართველოს გამომცემლობების პროგრამული უზრუნველყოფა ან რეგისტრაციის ისეთი სისტემის არქონა, რომელიც მათ მისცემდა მონაცემთა დამუშავებისა და ნებისმიერ დროს ზუსტი ინფორმაციის მოწოდების საშუალებას;
- თითქმის არც ერთი გამომცემლობა არ ითვალისწინებს მკითხველის მოთხოვნებს. საქართველოს მკითხველთა ბაზრის კვლევისას გამოვლენილი შედეგები შეუსაბამობაშია გამომცემლობების მიერ შემოთავაზებულ ლიტერატურასთან, რადგან გამომცემლობების გამოცემების დანაწილება კატეგორიების მიხედვით, ძირითადად დაფუძნებულია გამომცემლების ნება-სურვილსა და გამომცემლობის მიერ განსაზღვრულ პრიორიტეტულ ლიტერატურაზე.
- თითოეულ გამომცემლობას აქვს გარკვეული მიზნები, თუმცა, არ აქვთ განსაზღვრული ამ მიზნების მიღწევის გზები. ამრიგად, ნაკლებად იყენებენ სტატეგიულ დაგეგმარებას.
- გამომცემლობები არ იყენებენ წინწაწევის ინსტრუმენტებს ( რეკლამა, PR და სხვა. )

საქართველოს საგამომცემლო ბაზრისა და მკითხველთა ბაზრის კვლევის შედეგები მეტად მნიშვნელოვანია ქართულ საგამომცემლო სივრცეში მოღვაწე თითოეული გამომცემლობისათვის, ვინაიდან, სწორედ აღნიშნული კვლევის

შედეგად გამოვლენილი პრობლემების აღმოფხვრაზე დამოკიდებული ქართული საგამომცემლო ინდუსტრიის განვითარება.

ძირითადი საძიებო სიტყვები: მომხმარებლის მოთხოვნილებები ,  
საგამომცემლო ინდუსტრია , ბეჭდური წიგნები , კულტურის განვითარება ,  
თანამედროვე ტექნოლოგიები