



# ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისის საერთაშორისო თეატრალური ფესტივალის  
დამიხეილ თუმანიშვილის სახელობის ხელოვნების საერთაშორისო  
ფესტივალის „საჩუქარი“  
შედარებითი მარკეტინგულიანალიზი

სოფიო კორინთელი

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

სახელოვნებო თეორიისა და პრაქტიკის კვლევები და კულტურის მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: თეონა კახიძე, დოქტორი,  
ილიას სახელობის უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი.

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

2015

## აბსტრაქტი

ნაშრომის მიზანი იყო წარმოეჩინა საქართველოში არსებული ორი მოწინავე საერთაშორისო თეატრალური ფესტივალის საქმიანობა. საფესტივალო მოღვაწეობა თანამედროვე კულტურული ცხოვრების განუყოფელი ნაწილია. დღესდღეობით ფესტივალი საზოგადოებისთვის ხელოვნების სხვადასხვა დარგის წარდგენის ყველაზე აღიარებული ფორმაა. ის იძლევა ძალზე ფართო პუბლიკის მოზიდვის საშუალებას, რაც თავის მხრივ იძენს კულტურის პოპულარიზაციის განსაკუთრებული ფაქტორის მნიშვნელობას. საფესტივალო მრავალფეროვნებაში განსაკუთრებული ადგილი უკავიათ საერთაშორისო თეატრალურ ფესტივალებს.

მარკეტინგული ანალიზის შესაბამისი მეთოდების გამოყენებით ჩატარდა თბილისის საერთაშორისო თეატრალური ფესტივალისა და მიხეილ თუმანიშვილის სახელობის ხელოვნების საერთაშორისო ფესტივალის „საჩუქარი“ კვლევა, რომელმაც გამოავლინა გარკვეული პრობლემები ორივე ფესტივალის მუშაობაში. მოხდა ამ პრობლემების ურთიერთშედარება და სათანადო რეკომენდაციების შემუშავება, თუ როგორ უნდა მოხდეს არსებული პრობლემების აღმოფხვრა, რათა ორივე ფესტივალმა შეძლოს თავისი მისიისა და მიზნების წარმატებულად რეალიზება, რაც თავის მხრივ უზრუნველყოფს ფესტივალების პოზიციების გამყარებას სამომხმარებლო ბაზარზე.

**ძირითადი საძიებო სიტყვები:** მარკეტინგი, მენეჯმენტი, ფესტივალი