

მარკეტინგული პრობლემები
ტურიზმის ბიზნესში და მისი
გადაჭრის გზები

ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი
გელა მამულაძე

საქართველოში ტურიზმის განვითარების ხელშემწყობი ფაქტორები

- თვალწარმტაცი ბუნება, მრავალფეროვანი ლანდშაფტი, კავკასიონის ქედი,
- შავი ზღვის სუბტროპიკული ზონა, მდინარეები და ჩანჩქერები,
- კლდეში ნაკვეთი ქალაქები, კურორტები და მინერალური წყლები,
- ისტორიული ძეგლები, ქალაქები და დასახლებები,
- ტრადიციული ქართული სტუმართმოყვარეობა და განთქმული ქართული სამზარეულო და სხვ.



ტურიზმის სახეები, რომლის პოტენციალი გააჩნია საქართველოს მიმართულებები

- სამთო-სათხილამურო ტურიზმი;
- საზღვაო ტურიზმი;
- კულტურულ-შემეცნებითი,
- რეკრეაციული,
- სათავგადასავლო, აგრარული,
- სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი,
- სამედიცინო, რელიგიური და სხვ.
- სოფლის და საკრუიზო,

უცხოურ ვიზიტორთა რაოდენობა (2018 წლის თებერვლის თვის წინასწარი მაჩვენებლების მიხედვით- ტოპ 15 ქვეყანა)

	ქვეყანა	2017 თებერვალი	2018 თებერვალი*	ცვლილება	ცვლილება %
1	აზერბაიჯანი	106,364	103,981	-2,383	-2.2%
2	სომხეთი	80,823	102,707	21,884	27.1%
3	თურქეთი	71,977	92,234	20,257	28.1%
4	რუსეთი	56,717	70,430	13,713	24.2%
5	ირანი	7,240	16,696	9,456	130.6%
6	უკრაინა	9,996	10,302	306	3.1%
7	ინდოეთი	2,874	3,929	1,055	36.7%
8	ფილიპინები	2,262	3,064	802	35.5%
9	ისრაელი	1,601	2,765	1,164	72.7%
10	ყაზახეთი	1,831	2,292	461	25.2%
11	გერმანია	1,692	2,055	363	21.5%
12	გაერთიანებული სამეფო	1,263	1,886	623	49.3%
13	ა შ შ	1,547	1,856	309	20.0%
14	ბელარუსი	1,258	1,801	543	43.2%
15	ჩინეთი	954	1,745	791	82.9%

მიზანი, რომლის გამოც ტურისტები ჩამოდიან ჩვენს ქვეყანაში შემდეგნაირად გამოიყურება

ვიზიტის მიზანი	I კვარტალი, 2017		II კვარტალი, 2017	
	რაოდენობა	%	რაოდენობა	%
დასვენება, გართობა, რეკრეაცია	45.3	4.6	98.0	9.3
მეგობრების/ნათესავების მონახულება	539.4	55.2	508.1	48.5
განათლების მიღება	3.6	0.4	7.3	0.7
მკურნალობა, გაჯანსაღება	124.5	12.7	128.9	12.3
რელიგია/მომლოცველობა	23.1	2.4	28.6	2.7
შოპინგი	119.5	12.2	129.9	12.4
მეორე სახლის მონახულება (აგარაკი ან სხვ.)	57.4	5.9	76.5	7.3
პროფესიული/ეკონომიკური საქმიანობა	44.3	4.5	55.2	5.3
სხვა	20.4	2.1	15.8	1.5
სულ	977.5	100.0	1,048.3	100.0

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შემოსვლები რეგიონების მიხედვით (2018 წლის თებერვლის
თვის წინასწარი მაჩვენებლების მიხედვით)

რეგიონი	2017 თებერვალი	2018 თებერვალი*	ცვლილება	ცვლილება %
მთლიანი ჯამი	368,010	440,806	72,796	19.8%
ევროპა	346,859	405,211	58,352	16.8%
ამერიკა	2,025	2,485	460	22.7%
აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი	15,004	27,630	12,626	84.2%
აფრიკა	491	639	148	30.1%
შუა აღმოსავლეთი	3,285	4,574	1,289	39.2%

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

შემოსავლები ვიზიტორთა ტიპების მიხედვით (2018 წლის თებერვლის თვის წინასწარი მაჩვენებლების მიხედვით)

ვიზიტის ტიპი	2017 თებერვალი	2018 თებერვალი*	ცვლილება	ცვლილება %
24 საათი და მეტი (ტურისტი)	139,918	177,845	37,927	27.1%
ტრანზიტი	62,910	85,985	23,075	36.7%
ერთდღიანი ვიზიტი	165,182	176,976	11,794	7.1%
სულ	368,010	440,806	72,796	19.8%

წყარო: საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

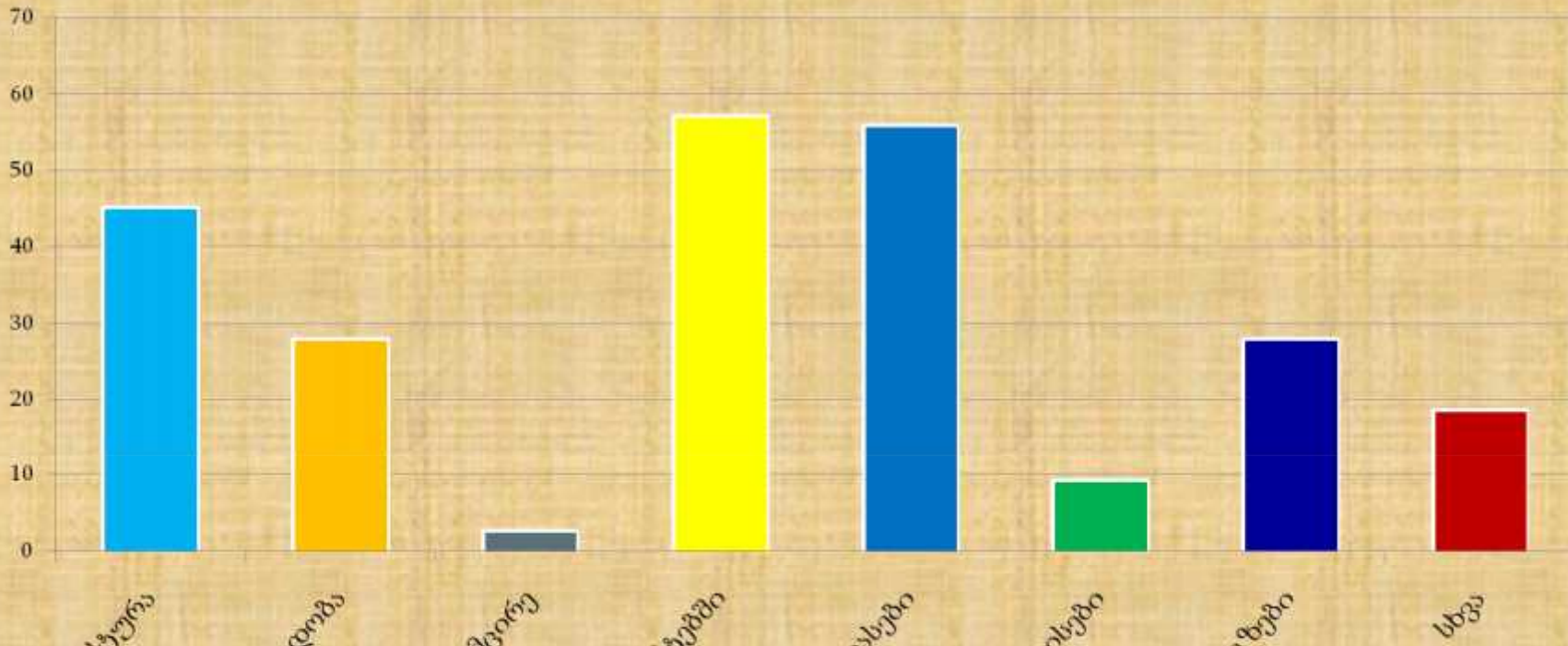
ტურიზმის დარგში არსებული პრობლემები:

1. ტურიზმის ბიზნესის ზოგადი პრობლემები;
2. ტურიზმის ბიზნესის მარკეტინგული პრობლემები.

ტურიზმის დარგში არსებული ზოგადი პრობლემები

- ქვეყნის უსაფრთხოება და სტაბილურობა;
- გაუმართავი საგზაო და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა;
- შიდა ავიარეისების სიმცირე;
- არასახარბიელო სანიტარულ-ჰიგიენური მდგომარეობა;
- სხვადასხვა მიმართულებების დასვენებისა და გასართობი ობიექტების რაოდენობრივი სიმცირე და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის გაუმართაობა;
- ტურისტული-საინფორმაციო დაფებისა და მანიშნებლების სიმცირე;
- საქართველოს ტურიზმის პოტენციალის შესახებ არასრულყოფილი საინფორმაციო ბაზა;
- ტურიზმის დარგში კომპეტენტური კადრების ნაკლებობა და სხვ.

ტურიზმის განვითარების ხელშემშლელი ფაქტორები საქართველოში



ინფრასტრუქტურა

საზოგადოება

ტურისტული დროშის განვითარების სიმცირე

მაღალი ფასები

დაბალი მომსახურება

არასაკმარისი შიდა ავიარეისები

სავალი გზები

სხვა

ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული პრობლემები

- ტურისტული მომსახურების დაბალი ხარისხი (სასტუმრობს და კვების ობიექტების მომსახურება და ხარისხი, კომპეტენტური კადრები, ენობრივი ბარიერი და სხვ);
- ტურ-პროდუქტის მცირე ასორტიმენტი;
- ტურ-პროდუქტებზე „ფასი-ხარისხის“ არასათანადო შესაბამისობა,
- ტურისტული პოტენციალის ცნობადობა;
- ტურ-პროდუქტის სტიმულირება.

სასტუმროს ნომრის საშუალო ფასები ქვეყნების მიხედვით

ქვეყანა	სასტუმროში ნომრის საშუალო ფასი (ერთი ღამე)	ვალუტა/ლარი
უნგრეთი	40 EUR	120
საბერძნეთი	50 EUR	150
ბულგარეთი	40-50 EUR	120-150
პოლონეთი	20 USD	49
საქართველო	124-373 GEL	124-373

წყარო: <https://reitingi.ambebi.ge/uckhoethi/5536-8-qveyana-sadac-mogzauroba-yvelaze-iafi-dagijdebath.html?lang=ka-GE>

წყარო: <http://fortuna.ge/rogoria-sastumros-sashualo-fasebi-saqartveloshi-kvlevis-shedegebi/>

საქართველოს მაღალი კლასის სასტუმროებში ნომრების ფასების ცვლილება (2017 წლის მონაცემები):



ტურის ღირებულება საქართველოსა და უცხოეთში (შედარებითი ანალიზი)

ქალაქი	ტურის ხანგრძლივობა/	ტურის ღირებულება
დუბაი	1 კვირა	1141 ლარიდან (470 \$ დან)
პრატა - პარიზი	1 კვირა	895 ლარიდან
ბოდრუმი	1 კვირა	1910 ლარიდან (787 დოლარიდან)
გუდაური, ყაზბეგი.	1 კვირა	1400 ლარიდან (1 დღე -200 ლარიდან)
ბორჯომი, ვარძია, რაბათის ციხესიმაგრე.	1 კვირა	1750 ლარიდან (1 დღე -250 ლარი)

აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტმა 2017 წელს, რეგიონის რეკლამირება 17 ქვეყანაში განხორციელა.

- საქართველო
- თურქეთი
- აზერბაიჯანი
- სომხეთი
- ყაზახეთი
- ისრაელი
- უკრაინა
- ლიტვა
- პოლონეთი
- ბელორუსია
- რუსეთის ფედერაცია
- გერმანია
- ესტონეთი
- ლატვია
- ირანი
- საუდის არაბეთი
- არაბეთის გაერთიანებული საამიროები

წყარო:<http://adjara.gov.ge/branches/description.aspx?pid=336&gid=7&ppid=334#.Wly5Q7xl-M8>

ძირითადი დასკვნები:

ტურიზმის ბიზნესში არსებული ზოგადი პრობლემების მოგვარებისათვის მიზანშეწონილია შემდეგი ღონისძიებების გატერება:

- ქვეყნის უსაფრთხოებისა და სტაბილურობის ღონის გაზრდა;
- საგზაო და სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის შემდგომი გაუმჯობესება;
- შიდა ავიარეისების გაზრდა;
- სანიტარულ-ჰიგიენური მდგომარეობის გაუმჯობესება
- სხვადასხვა მიმართულებების დასვენებისა და გასართობი ობიექტების რაოდენობრივი ზრდა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება;
- ტურისტული-საინფორმაციო დაფებისა და მანიშნებლების გაზრდა;
- საქართველოს ტურიზმის პოტენციალის შესახებ საინფორმაციო ბაზისმუდმივი სრულყოფა
- ტურიზმის დარგში კომპეტენტური კადრების მომზადება;

ძირითადი დასკვნები:

ტურიზმის ბიზნესში არსებული მარკეტინგული პრობლემების მოგვარებისათვის მიზანშეწონილია შემდეგი ღონისძიებების გატერება;

- ტურისტული საწარმოების მიერ თავიანთ საქმიანობაში მარკეტინგის პრინციპების დანერგვა;
- ტურისტული მომსახურების ხარისხის ამაღლება
- კვების ობიექტების მიერ ტურისტებისათვის ადგილობრივი პროდუქტებისა და კერძების შეთავაზება;
- ტურ-პროდუქტის ასორტიმენტის ფორმირება;
- ტურ-პროდუქტებზე „ფასი-ხარისხის თანაფარდობაში მოყვანა;
- ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის მოქნილი სარეკლამო და PR-სტრატეგიის დაგეგმვა და განხორციელება;
- საერთაშორისო ტურისტულ აგენტებთან და ავიაკომპანიებთან აქტიური თანამშრომლობა;
- სხვადასხვა სახის გამოფენებში მონაწილეობის მიღება და გაყიდვების სტიმულირება