

იმერეთში (საქართველო) ტურიზმის განვითარების  
მარკეტინგული სტრატეგია

## დანართი 3

### ტურ ოპერატორების გამოკითხვის შედეგების ანგარიში

მომზადებულია:



თანამშრომლობით:



ბარსელონა / თბილისი 2012 წლის 1 აგვისტო

## შინაარსი

<b>1.</b> მიმოხილვა .....	3
<b>2.</b> მონაწილეთა მოკლე დახასიათება .....	7
<b>3.</b> იმერეთი როგორც ტურისტული მარშრუტი.....	14
<b>4.</b> ტურიზმის განვითარების მთავარი ძლიერი მხარეები და შეზღუდვები .....	21
<b>5.</b> პოტენციური მიზნობრივი ბაზარი იმერეთის რეგიონისათვის და მომხმარებლები .....	32
<b>6.</b> მარტკეტინგული ქმედებები იმერეთის რეგიონისათვის, როგორც ტურისტული მარშრუტისათვის .....	35

მოცემული დანართი აღწერს ადგილობრივ და საქართველოში მომუშავე საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების გამოკითხვის შედეგებს. აღნიშნული ინტერვიუები მიზნად ისახავდა იმერეთის რეგიონის, როგორც ტურისტული მარშრუტის შეფასებას ტურისტული ინდუსტრიის სხვადასხვა ასპექტების გათვალისწინებით. ტურ-ოპერატორებთან გამართულმა გასაუბრებებმა საშუალება მოგვცა გაგვეკეთებინა გარკვეული დასკვნები კონკურენტუნარიანობასა და იმერეთის რეგიონის, როგორც ტურისტული მარშრუტის პოტენციალის შესახებ.

### დოკუმენტის სტრუქტურა

დოკუმენტი შედგება ექვსი ნაწილისაგან. პირველი ნაწილი წარმოადგენს ძირითად მიმოხილვას. მეორე ნაწილში აღწერილია ტურ-ოპერატორების საქმიანობები და მათი ფუნქციონირება იმერეთის რეგიონში. შემდგომ ნაწილში გაანალიზებულია არსებული და პოტენციური ტურისტული სექტორები იმერეთის რეგიონში და ჩამოთვლილია ის გარემოებები, რომლებიც იმერეთის რეგიონს ხდის ტურისტული თვალსაზრისით მიმზიდველ მხარეს. წარმოდგენილია ტურისტული ადგილების ჩამონათვალი და ტურისტების მიერ ყველაზე მეტად ათვისებული ტურების სახეობები, ასევე, პოტენციური ტურები, რომლებიც შესაძლებელია განვითარდეს იმერეთის რეგიონში. აღნიშნულ ნაწილში ასევე აღწერილია ტურების სახეობების თვალსაზრისით ამჟამად არსებული და პოტენციური კონკურენტები.

დოკუმენტის მეოთხე ნაწილში ჩამოთვლილია ის გამოწვევები და შეზღუდვები, რაც იმერეთის რეგიონში ტურიზმის განვითარების თანმდევი. მათგან შეიძლება გამოიყოს ორი ძირითადი დამაბრკოლებელი ფაქტორი: მწირი, განუვითარებელი ინფრასტრუქტურა და გამოუცდელი ადამიანური რესურსები. დოკუმენტის მომდევნო ნაწილში განხილულია შესაძლო მომხმარებელთა სახეები და ის გეოგრაფიული არეალები, რომლებიც შესაძლოა მიმზიდველი აღმოჩნდეს მომავალში იმერეთის რეგიონში.

დოკუმენტის ბოლო ნაწილი გვთავაზობს იმ მარკეტინგულ აქტივობებს, რომლებიც რეგიონს დაეხმარება მეტი ვიზიტორის მოზიდვაში და ერთ-ერთ მთავარ ტურისტულ მარშრუტად ჩამოყალიბებაში.

### ძირითადი დასკვნები

იმერეთის რეგიონში ტურიზმის განვითარების კუთხით ექვსი ძირითადი მიდგომაა გამოკვეთილი, რომელთა გათვალისწინებაც საჭიროა ტურიზმის

სტრატეგიის განვითარების პროცესში. რეგიონის კონკურენტუნარიანობაზე გავლენას რამდენიმე ფაქტორი ახდენს რაც ზემოქმედებს მის მიმზიდველობაზე, როგორც ტურისტულ მარშრუტზე.

**იმერეთის რეგიონი აღმოსავლეთ და დასავლეთ საქართველოს დამაკავშირებელი კორიდორია.** იმერეთს გააჩნია გეოგრაფიულად სტრატეგიული მდებარეობა ქვეყნის ცენტრალურ ნაწილში. იგი წარმოადგენს გარკვეულ კვანძს, რომელიც საქართველოს სხვადასხვა რეგიონებს აკავშირებს. იმერეთი ძირითადი გზაჯვარედინია, რითაც აღმოსავლეთ საქართველო უკავშირდება სვანეთს, რაჭას, გურიას, სამეგრელოსა და აჭარას. ტურისტები, რომლებიც მოგზაურობენ დასავლეთ საქართველოში პირველ რიგში ჩადიან ქუთაისში და შემდეგ ირჩევენ კონკრეტულ მიმართულებებს. იმერეთის რეგიონის ხელსაყრელი მდებარეობა შესაძლოა ერთ-ერთი მძლავრი მოტივაციის საფუძველი და მიზეზი გახდეს, რათა ყველა ტურისტულმა ოპერატორმა იგი საკუთარ ტურისტულ პაკეტებში შეიყვანოს. ადვილი მიღწევადობა და მდებარეობა, რასაც თან ერთვის რამდენიმე კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის არსებობა რეგიონში, იმერეთს ტურისტულ შემოთავაზებებში რეკომენდებულ მოსანახულებელ ადგილად აქცევს (რეგიონის თავისებურებების გათვალისწინებით იმერეთი არ შეიძლება იყოს *აუცილებლად მოსანახულებელი* რეგიონი საქართველოში).

თბილისთან შედარებით სიახლოვე კიდევ ერთი მახასიათებელია იმერეთის რეგიონისათვის რასაც როგორც დადებითი ისე უარყოფითი შედეგების მოტანა შეუძლია. ერთის მხრივ ტურისტები უფრო მეტად არიან მოწადინებული იმოგზაურონ იმერეთში და ნახონ უფრო მეტი ღირშესანიშნაობები, ვიდრე ეწვიონ მოშორებით მდებარე სვანეთს, აჭარას ან გურიას. თუმცა მისი მდებარეობის უარყოფითი ასპექტი იმაში მდგომარეობს, რომ ტურისტები ხანმოკლე პერიოდით რჩებიან რეგიონში; ტურისტებს ურჩევნიათ იმოგზაურონ რეგიონის გავლით ვიდრე დარჩნენ იმერეთში.

**განმასხვავებელი ნიშნის არ არსებობა.** საქართველოს სხვა რეგიონებისაგან განსხვავებით იმერეთს აკლია ძლიერი ცნობადობა, რაც მას განასხვავებდა ქვეყანაში არსებული სხვა მარშრუტებისაგან. იმერეთის რეგიონს აკლია ის თვითმყოფადობა, რითაც უნდა მიიზიდოს ტურისტი რეგიონში (როგორც ვარძიამ სამცხე-ჯავახეთში, ლანდშაფტმა და ბუნებამ თუშეთსა და სვანეთში, ღვინომ კახეთში). მიუხედავად იმისა, რომ იმერეთში UNESCO-ს მიერ აღიარებული მემკვიდრეობის ორი ძირითადი ძეგლი მდებარეობს (როგორცაა გელათი და ბაგრატი), მათ მნიშვნელოვანი ტურისტულად მიმზიდველი ძალა გააჩნიათ მხოლოდ მაშინ, როდესაც შერწყმული არიან იმერეთის ტრანზიტულ მდებარეობასა და რეგიონისთან ადვილ მიღწევადობის ფაქტორთან.

რეგიონი მცირე ოდენობით ყველა ასპექტს სთავაზობს ტურისტებს: კულტურა, თავგადასავლები, სპორტი, ბუნება, სამხარეულო, თუმცა მას არ გააჩნია ძლიერი განმასხვავებელი ნიშანი რომელიმე მათგანში.

**ქვეყანაში არსებული ძლიერი კონკურენცია.** ძლიერი განმასხვავებელი ნიშნის არ არსებობის პირობებში იმერეთი სერიოზულ კონკურენციას განიცდის საქართველოს სხვა რეგიონების მხრიდან. ამჟამად იმერეთი სთავაზობს ძირითადად კულტურულ ტურებს, რომლებიც ნაკლებადაა დაკავშირებული სხვა ტიპის ტურებთან, როგორცაა სათავგადასავლო, სასოფლო, ღვინის თუ სამხარეულო. საქართველოში არსებულმა სხვა ტურისტულმა მარშრუტებმა, განსაკუთრებით კახეთში, თუშეთსა და სვანეთში წარმატებით მოიპოვეს ბაზარზე არსებული დიდი წილი.

**მწირი ტურისტული ინფრასტრუქტურა და ადამიანური რესურსების კვალიფიკაციის ნაკლებობა.** იმერეთი ტურისტული ინფრასტრუქტურის ნაკლებობას განიცდის, რაც საჭირო იქნებოდა დიდი ჯგუფების მოთხოვნილებებისათვის. რეგიონში არ არსებობს დიდი ზომის სამ-ვარსკვლავიანი სასტუმროები და შესაბამისად ტურისტებს არ აქვთ საშუალება კომფორტულად გაატარონ ხანგრძლივი პერიოდი რეგიონში. არსებულ სასტუმროების მოცულობა ძირითადად არ აღემატება ოც ოთახს (ან უფრო ნაკლებია). ბალანსი ფასსა და ხარისხს შორის ძალიან დაბალია და სასტუმროებს არ შესწევთ უნარი შესაბამისი დონის სერვისი შესთავაზონ მომხმარებელს. ტურისტების უმეტესობა სტუმრობს სახლის ტიპის სასტუმროებს, რომელთაც ასევე არ შეუძლიათ განათავსონ ვიზიტორთა დიდი რაოდენობა. მოცემულ რეგიონში ადეკვატური ხარისხის რესტორნების სიმცირეცა აღინიშნება, განსაკუთრებით არა ურბანულ რაიონებში.

იმერეთში ტურიზმის სექტორში კვალიფიცირებული მოსამსახურე პერსონალის მნიშვნელოვანი დეფიციტი არსებობს. მომსახურე პერსონალსათვის დამახასიათებელი უცხო ენების არ ცოდნა მომსახურების უნარ-ჩვევების ნაკლებობა. რეგიონში ძლიერ შეზღუდულია ადგილობრივი კვალიფიცირებული ტურისტული გიდების რაოდენობა და ტურ-ოპერატორებს გიდები აჰყავთ თბილისში. ინდივიდუალურ მოგზაურებს უფრო მეტად უჭირთ შესაბამისი ტურისტული გიდის მომსახურების მიღება ადგილზე. რეგიონში არსებობს უცხო ენასა და სპეციალურ უნარებში მომზადების საჭიროება.

**პოტენციური მიზნობრივი ბაზარი და მომხმარებელთა პროფილი, რომლებიც შეიძლება მიიზიდოს იმერეთის რეგიონმა.** ტურ-ოპერატორების უმრავლესობის მიხედვით, სამომავლო შესაძლებლობების პირობებში ევროპის ქვეყნები უნდა გახდეს პრიორიტეტული ბაზარი. განსაკუთრებით უნდა გამოიყოს ჩრდილოეთი (ე.ი. სკანდინავიის ქვეყნები), აღმოსავლეთი (ე.ი. პოლონეთი, უკრაინა და ბალტიისპირეთის ქვეყნები) და დასავლეთ ევროპის სახელმწიფოები (როგორცაა გერმანია და ჰოლანდია). ევროპის შემდეგ მეორე პრიორიტეტულ ბაზარს წარმოადგენს აზიის სახელმწიფოები, როგორცაა

იაპონია, სამხრეთ კორეა და ჩინეთი. თუმცა, როდესაც მხედველობაში ვიღებთ ტურ-ოპერატორების შეხედულებებს ბაზრების პრიორიტეტებთან დაკავშირებით აუცილებლად გასათვალისწინებელია მათი მუშაობის სპეციფიკა; ტურ-ოპერატორები ტურისტული ბაზრის მხოლოდ გარკვეულ ნაწილს ფარავენ მუშაობენ რა ორგანიზებულ ტურებზე ევროპიდან და აზიის გარკვეული ნაწილიდან.

**საქართველოს ბრენდის ქვეშ იმერეთის პოზიციონირება და მარკეტინგი.** ყველა ტურ-ოპერატორი იზიარებს შეხედულებას, რომ იმერეთმა არ უნდა შეასრულოს საერთაშორისო მარკეტინგული აქტივობები დანარჩენ საქართველოსგან დამოუკიდებლად. საქართველოს შესახებ ნაკლებადაა ცნობილი, რომ არაფერი ვთქვათ ცალკე აღებულ იმერეთის რეგიონზე. არსებული ტურისტული ღირშესანიშნაობები საკმარისია ტურისტთა მომსახურებისათვის თუმცა იგი მოითხოვს ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებას, როგორცაა სასტუმროების მშენებლობა, საზოგადოებრივი საპირფარეშოები, საინფორმაციო ნიშნულები. შესაფერისი ტურისტული ინფრასტრუქტურის არსებობისა და ტურისტების რეგიონში ვიზიტის სურვილის თანხვედრით ტურ-ოპერატორებს შესაძლებლობა ექნებათ წარმატებით დააკმაყოფილონ მომხმარებელთა მოთხოვნილებები.

## 2 მონაწილეთა მოკლე დახასიათება

გამოკითხულ იქნა რვა ადგილობრივი ტურ-ოპერატორი; მათ შესახებ ინფორმაცია მოწოდებულია პირველ ქვე-თავში. ესენი არიან საქართველოში მოქმედი წამყვანი ტურ-ოპერატორები, რომლებიც ბაზრის უდიდეს ნაწილს წარმოადგენენ. გამომდინარე იქედან, რომ კვლევის მიზანს გარეშე და დამოუკიდებელი შესაფების გაკეთება წარმოადგენდა, იმერეთში მოღვაწე სააგენტოები და ოპერატორები გამოკითხულთა შორის არ მოხვდნენ, რადგან, მიჩნეულ იქნენ როგორც ადგილობრივი მეწილეები.

ამასთან ერთად, გამოკითხულ იქნა ოთხი საერთაშორისო ტურ-ოპერატორი იმისათვის, რათა გარკვეულიყო თუ როგორი შეხედულება არსებობს იმერეთის რეგიონთან დაკავშირებით ქვეყნის საზღვრებს მიღმა და როგორ ხდება საქართველოს ამ რეგიონის რეალიზება მოცემულ ქვეყნებში. მეორე ქვე-თავში მოცემულია საერთაშორისო ტურ-ოპერატორთა გამოკითხვის შედეგები.

### ეროვნული ტურ-ოპერატორები

ყველა ადგილობრივ ტურ-ოპერატორს, რომელთა გამოკითხვაც მოხდა, ჰყავთ პარტნიორები უცხოეთში, რომლებიც ყიდიან მათ მიერ შემოთავაზებულ ტურისტულ პაკეტებს. მნიშვნელოვნადაა შეზღუდული უცხოელი მოგზაურისა და ქართული ტურ-ოპერატორის პირდაპირი კონტაქტი. უცხოელი ვიზიტორები საქართველოში ჩამოდიან 15-20 კაციან ჯგუფებად. თუმცა რამდენიმე ტურ-ოპერატორმა დაადასტურა, რომ მათ მომხსახურება გაუწევიათ 2-3 კაციანი ჯგუფებისთვის, თუმცა ასეთი ტურების რაოდენობა უმნიშვნელოა. ზოგიერთი ტურ-ოპერატორი სპეციალურად ადგენს ტურისტულ პაკეტებს პატარა ჯგუფებისათვის (2-დან 3 კაცამდე).

**„Concord Travel“.** „კონკორდ თრეველი“ ერთერთი მოწინავე ტურ-ოპერატორია კავკასიაში, რომელიც მომხმარებელს სტავაზობს ტურებს საქართველოში, აზერბაიჯანსა და სომხეთში. კომპანიას ტურისტული პაკეტების ფართო ასორტიმენტი აქვს, რაც მოიცავს ისტორიულ, კულტურულ, ექსტრემალურ, სათავგადასავლო და სხვა ტიპის ტურებს. იგი მომხმარებელს ასევე სთავაზობს სასტუმროების ონლაინ დაჯავშნის სერვისს საქართველოს სხვადასხვა დიდ თუ პატარა ქალაქში. მან ოპერირება დაიწყო 2007 წელს. კომპანიაში მუშაობს 28 თანამშრომელი და იგი ქირაობს დაახლოებით 80 ტურისტულ გიდს და ავტობუსის მძღოლს ტურისტული სეზონის განმავლობაში. საერთო რაოდენობა იმ ტურისტებისა, რომელთაც კომპანია გასულ წერლს მოემსახურა შეადგენს 6800 ვიზიტორს. კონკორდ თრეველს ასევე გააჩნია შვილობილი კომპანია, რომელიც სპეციალიზებულია სხვადასხვა ღონისძიების მოწყობაზე და „MICE“ ტურიზმზე.

**ზოგადი მონაცემები „Concord Travel“-ის შესახებ**

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	პერსონალის რაოდენობა ტურისტული სეზონის პიკის პერიოდში	სპეციალიზაცია
2007	6,800	28	108	უნივერსალური

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, Concord Travel.

**„Visit Georgia“.** აღნიშნულმა ტურისტულმა კომპანიამ საქმიანობა დაიწყო 1998 წელს. მისი მომხმარებლები მხოლოდ უცხოელი ტურისტები არიან. საქმიანობის დაწყების დღიდან კომპანია სთავაზობს ტურებს თავის მომხმარებელს მთელი ქვეყნის მასშტაბით და შესაბამისად იმერეთის რეგიონშიც. კომპანიას ჰყავს 35 მუდმივი თანამშრომელი და მათი რაოდენობა 80-მდე იზრდება ტურისტული სეზონის პიკის პერიოდში. კომპანია არ სპეციალიზდება პროდუქციისა და ტურისტული მიმართულებების მიხედვით, იგი მეტ აქცენტს აკეთებს ტურისტებისათვის მარშრუტების ფართო არჩევანის შეთავაზებაზე. მათ შორის კულტურული და სათავგადასავლო ტურები ყველაზე პოპულარულია.

2011 წელს „ვიზიტ ჯორჯია“ 5300 ტურისტს მოემსახურა, რომელთაგან 3000 ეწვია იმერეთის რეგიონს. დაახლოებით 2500 ტურისტმა ერთი ღამე გაათია ქუთაისში ან მის მახლობლად ხოლო 500 ტურისტმა რეგიონში ორი ღამე გაატარა. იმერეთში ერთ დღიანი ტურის საფასური მერყეობს 60-დან 200 აშშ დოლარამდე, რაშიც შედის ღამის გათევა, საუზმე (B&B) და სადილი.

**ზოგადი მონაცემები „Visit Georgia“-ს შესახებ**

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	პერსონალის რაოდენობა ტურისტული სეზონის პიკის პერიოდში	სპეციალიზაცია
--------------------------	---	------------------------------	---	---------------



1998	5300	25	80	კულტურული და სათავგადასავლო ტურები უცხოელე ბისათვის
------	------	----	----	---

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „Visit Georgia“.

„GeorgiCa Travel“. „გეორგიკა თრეველი“ საქართველოში მოქმედი ერთერთი უმსხვილესი ტურ-ოპერატორია. მან საქმიანობა საქართველოსა და იმერეთის რეგიონში 1999 წელს დაიწყო. კომპანიის სპეციალიზაციაში არ შედის პროდუქტები და მარშრუტები. კომპანიის მუდმივ თანამშრომელთა რაოდენობა შეადგენს 10-ს, როდესაც სეზონის პიკზე მათი რაოდენობა 80-მდე იზრდება, მათ შორის შედის ტურისტული გიდები და ავტობუსების მძღოლები. ტურისტთა სააერთო რაოდენობა, რომელსაც კომპანიამ მომსახურება გაუწია გასული წლის განმავლობაში დაახლოებით 3000 ვიზიტორს შეადგენს.

როგორც კომპანიის დირექტორმა აღნიშნა ძირითადად არსებობს ორი ტიპის ტურები: კულტურული და სათავგადასავლო. აღნიშნული ტურების წილი კომპანიის გაყიდვებში შეადგენს შესაბამისად 90% და 10%. იმერეთში მოგზაურობისათვის ტურისტების მიერ გადახდილი საშუალო ღირებულება დრეში 100 აშშ დოლარია. ამ ღირებულებაში შედის კვება და ღამით განთავსება სახლის ტიპის სასტუმროში.

#### ძირითადი მონაცემები „GeorgiCa Travel“-ის შესახებ

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	პერსონალის რაოდენობა ტურისტული სეზონის პიკის პერიოდში	სპეციალიზაცია
1999	3000	10	80	კულტურული და სათავგადასავლო ტურები უცხოელეებისათვის

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „GeorgiCa Travel“.

**„Caucasus Travel“.** „კაუკაზუს თრეველი“ წარმოადგენს ადგილობრივ ტურ-ოპერატორს, რომელიც სპეციალიზდება კულტურულ, სათავგადასავლო და სპეციალურ ტურებში, საქართველოში დამოუკიდებლად მოგზაური ჯგუფებისათვის. კომპანიამ საქმიანობა დაიწყო 1997 წელს და ფარავს მთელს ქვეყანას. ტურების თავისებურებების მიხედვით კომპანია სთავაზობს ყველა ტიპის მარშრუტს ქვეყნის ფარგლებში.

„კაუკაზუს თრეველში“ დასაქმებულია 80 ადამიანი, რომელთაგან 18 მუდმივი თანამშრომელია. კომპანიამ 3000 ვიზიტორი მიიღო 2011 წელს. ტურების საშუალო ხანგრძლივობა 1 კვირაა. ხოლო ტური საშუალო დღიური ღირებულება იმერეთის რეგიონის ჩათვლით დაახლოებით 150 აშშ დოლარია. ღირებულება ფარავს ღამის თევას და საუზმეს (B&B), სადილს, ტრანსპორტირებასა და ტურისტული გიდის მომსახურებას იმერეთის კომპონენტში.

ძირითადი მონაცემები „Caucasus Travel“-ის შესახებ

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	პერსონალის რაოდენობა ტურისტული სეზონის პიკის პერიოდში	სპეციალიზაცია
1997	3000	18	60	კულტურული და სათავგადასავლო ტურები უცხოელებისათვის

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „კაუკაზუს თრეველი“.

**„Explore Georgia“.** კომპანიას გააჩნია სათავგადასავლო ტურების დიდი არჩევანი, რასაც მომხმარებელს სთავაზობს, როგორც ქვეყნის მასშტაბით ასევე კავკასიის სხვადასხვა რეგიონში. პოპულარულ ტურებს შორის არის სათავგადასავლო, კულტურული, ბუნების, ეკო და სპეციალიზირებული ტურები. მსგავსი ტურების უზრუნველსაყოფად კომპანია გამოყოფს სპეციალურ მოწყობილობებსა და ტრანსპორტს. კომპანიამ საქმიანობა დაიწყო 2004 წელს 10 თანამშრომლით.

გასულ წელს კომპანიამ 1000 ვიზიტორს უმასპინძლა. ტურისტული ჯგუფის საშუალო რაოდენობა 20 ადამიანისაგან შედგება, ხოლო ერთო ტურისტის მიერ ერთ დღეში გადახდილი საშუალო თანხა 500 აშშ დოლარია.

**„Explore Georgia“**

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	სპეციალიზაცია
2004	1000	10	კულტურული და სათავგადასავლო ტურები უცხოელებისათვის

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „Explore Georgia“.

„Georgian Discovery Tours“. კომპანია დაარსდა 2004 წელს ქართველი და შვეიცარიელი პარტნიორების მიერ. კომპანიის თანამშრომელთა რაოდენობა 8 ადამიანია. კომპანია სპეციალიზდება ძირითადად მცირე, მაგრამ მაღალი გადახდის უნარიან ჯგუფებზე და სთავაზობს მათ კულტურულ და ისტორიულ ტურებს. სტანდარტული პაკეტი, რასაც კომპანია სთავაზობს თავის მომხმარებელს თავის თავში მოიცავს იმერეთის ტურსაც და გრძელდება 6 ან 7 დღე. ტურისტული პაკეტის საშუალო ფასი 13300 დან 1400 დოლარამდე აშშ დოლარამდეა. იმერეთის წილი მთლიანი ღირებულების 10%-ს შეადგენს. 2011 წელს კომპანიამ მომსახურება გაუწია 450 ვიზიტორს.

**„Georgian Discovery Tours“**

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	სპეციალიზაცია
2004	450	8	კულტურული და სათავგადასავლო ტურები უცხოელებისათვის

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „Georgian Discovery Tours“.

„Exo-Tours“. აღნიშნული ტურ-ოპერატორი ძირითადად სპეციალიზდება კულტურულ და სათავგადასავლო ტურებზე. კულტურული და სათავგადასავლო ტურების წილი საერთო გაყიდვებში შესაბამისად შეადგენს 80% და 20%. კომპანიამ საქართველში საქმიანობა დაიწყო 2002 წელს. იგი ფარავს მთლიანად ქვეყანას და სამხრეთ კავკასიის რამდენიმე რეგიონს. კომპანიაში დასაქმებულია 6 ადამიანი.

მათ მიერ შემოთავაზებული ტურების საშუალო ხანგრძლივობა 5 დღეა, საიდანაც მინიმუმ ერთი დამე გაწერილია იმერეთზე. გასულ წელს ტურისტთა საერთო რაოდენობამ საშუალოდ 1000 ვიზიტორი შეადგინა.

#### ძირითადი მონაცემები „Exo-Tours“-ის შესახებ

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	სპეციალიზაცია
2002	1000	6	კულტურული და სათავგადასავლო ტურების უცხოელებისათვის

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „Exo-Tours“.

„Georgian Wonders“. კომპანია შედარებით შედარებით ახალია ბაზარზე და თავისი საქმიანობა დაიწყო 2011 წელს. 2012 წლის მასამდე კომპანია მოემსახურა დაახლოებით 100 ტურისტს, როგორც უცხოელებს ასევე ადგილობრივებს. კომპანიას ჰყავს 8 მუდმივი თანამშრომელი.

ტურისტების 60%-ზე მეტმა მოინახულა იმერეთი. კომპანიის მიერ შემოთავაზებული ტურები ძირითადად კულტურული და სათავგადასავლო ტურების კომბინაციას წარმოადგენს.

#### ძირითადი მონაცემები „Georgian Wonders“-ის შესახებ

საქმიანობის დაწყების დრო	ტურისტების რაოდენობა, რომელთაც მომსახურება გაუწია 2011 წელს	მუდმივი პერსონალის რაოდენობა	სპეციალიზაცია

2012	100	8	კულტურული და სათავგადასავლო ტურები უცხოელებისათვის
------	-----	---	---

წყარო: „TBSC“ ანალიზი, „Georgian Wonders“.

### საერთაშორისო ტურ-ოპერატორები

კვლევის მიმდინარეობის პროცესში გამოიკვეთა რამოდენიმე ტურ-ოპერატორი, რომელთაც ტურისტულ პაკეტებში შეყვანილი ჰქონდათ იმერეთის ტური. ტურები შეთავაზებული იყო ევროპის ქვეყნებისათვის, როგორცაა დიდი ბრიტანეთი, საფრანგეთი, გერმანია, ჰოლანდია, შვეიცარია, ასევე აშშ, კანადა, თურქეთი და რუსეთი. ყველა მათგანს გააჩნდა ერთი ძირითადი მახასიათებელი: ისინი წარმოადგენენ სპეციალიზირებულ ტურ-ოპერატორებს, რომლებიც ძირითად აქცენტს აკეთებენ სპეციალურად მომზადებულ ტურებზე და უზვეულო მარშრუტებზე, ისევე როგორც ისინი მომხმარებლებს სთავაზობენ სხვადასხვა სახის გამოცდილებას, დაწყებულს თავგადასავლებიდან დამთავრებულს ფრინველებზე დაკვირვებით თუ მოტო-ტურებით.

„**Explore**“. სათავგადასავლო ტურ-ოპერატორი, რომელიც დაახლოებით ორ კვირიან ტურებს სთავაზობს თავის მომხმარებელს საკმაოდ დიდი ხნის მანძილზე. ბევრი მათგანი მოიცავს კომბინირებულ ტურებს სომხეთთან და აზერბაიჯანთან ერთად.

„**World Discovery**“. იგი წარმოადგენს სამი თანამშრომლისაგან შემდგარ მცირე ზომის კომპანიას, რომელიც პერსონალურ სპეციფიურ დასვენებას სთავაზობს თავის მომხმარებლებს ძლიერ სათავგადასავლო კომპონენტთან ერთად. იგი მომსახურებას სთავაზობს როგორც ჯგუფებს, ასევე ინდივიდუალურ პირებს მსოფლიოს სხვადასხვა მარშრუტებზე სამოგზაუროდ. მათ მიერ მომზადებულ საქართველოს ყველა ტურში შედის ერთი ღამის გატარება იმერეთში.

„**Voyageurs Du Monde**“. იგი წარმოადგენს ფრანგულ კომპანიას, რომლის განსაკუთრებული პროდუქტიც სპეციფიური ტურების მომზადებაა. საქართველო შეთავაზებულია მომხმარებლისათვის მხოლოდ ერთ ტურში, რაც ამაღლებს ქვეყნის კულტურულ მიმზიდველობას. მასში ერთი ღამე გათვალისწინებულია ქუთაისისათვის.

„**Steppetravel**“. იგი ინგლისური კომპანიაა, რომელიც საქართველოში მოღვაწეობს 1998 წლიდან. კომპანიის სპეციალიზაციაში შედის სპეციფიურ დასვენებებზე, სხვადასხვა ტიპის მარშრუტებზე. ამჟამად კომპანიაში დასაქმებულია 40 თანამშრომელი, რომელთაგან მხოლოდ ორი მიმაგრებულია საქართველოს ტურებზე. საქართველო წარმოადგენილია კომპანიის მიერ მომხმარებლებისათვის შეთავაზებულ 4 ტურში, თუმცა არც ერთი მათგანი არ ითვალისწინებს იმერეთში ვიზიტს.

მოცემული თავი აღწერს იმ გარემოებებს, რომლებიც იმერეთის რეგიონს აყალიბებს ტურისტულ მარშრუტად და ასპექტებს, რომელთაც აქვთ განვითარების პოტენციალი და რომელთა სრული ექსპლუატაციაც ჯერ არ მომხდარა. წინამდებარე თავში აღწერილია ის ადგილები რომელთაც ყველაზე ხშირად სტუმრობენ ტურისტები, ასევე აღწერილია ნაკლებად პოპულარული ადგილები და წარმოდგენილია იმ მომხმარებლების კატეგორიის ზოგადი დახასიათება, რომლებიც ამჟამად მოგზაურობენ იმერეთის რეგიონში. ბოლო ქვე-თავი აღწერს იმერეთის რეგიონის ამჟამად არსებულ და პოტენციურ კონკურენტებს სხვადასხვა ტურისტულ ასპექტებში.

#### ძირითადი მიზეზები, რომლებიც ამართლებს ტურ-ოპერატორების საქმიანობას იმერეთში

არსებობს ორი ძირითადი მიზეზი, რაც იმერეთის რეგიონს ტურისტული თვალსაზრისით მიმზიდველს ხდის:

- კულტურული ძეგლების მნიშვნელობა
- ტრანზიტული ქალაქის ფუნქცია

იმერეთის რეგიონი მდიდარია კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობით. რეგიონში არსებობს კულტურული მემკვიდრეობის ორი ძეგლი, რომლებიც შესულია UNESCO-ს შესაბამის სიაში, ესენია ბაგრატის ტაძარი და გელათის მონასტერი, რაც იმერეთს აქცევს მნიშვნელოვან ტურისტულ რეგიონად. ყველა უცხოელი ტურისტი, რომელიც საქართველოში ჩამოდის კულტურული ტურის ფარგლებში და რჩება ოთხ დღეზე მეტ ხანს ნახულობენ იმერეთს და აქ არსებულ, UNESCO-ს სიაში შესულ კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებს.

თუმცა, საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების ანალიზის მიხედვით იკვეთება, რომ მათი ტურები ყოველთვის არ არის მოქცეული აღნიშნულ სქემაში. ე.ი. მიუხედავად იმისა, რომ მათ მიერ შედგენილი ტურების უმრავლესობაში შედის ვიზიტი ქუთაისში, ყოველთვის არ არის გათვალისწინებული ბაგრატის და გელათის დათვალიერება. ზემოთ აღნიშნულ ტურებში, რომლებიც შედგენილია საქართველოსთვის იმერეთი არ წარმოადგენს ძირითადი დანიშნულების ადგილს.

მისი ადგილმდებარეობიდან გამომდინარე, იმერეთს ასევე აქვს ტრანზიტული ფუნქცია. რეგიონი მდებარეობს დასავლეთ საქართველოს ცენტრში. მანძილი

თბილისსა და ქუთაისს შორის, რომელიც წარმოადგენს იმერეთის რეგიონულ ცენტრს - შეადგენს დაახლოებით 220 კილომეტრს. ყველა ტურისტი, რომელიც ჩადის დასავლეთ საქართველოში, თავდაპირველად ჩადის ქუთაისში და შემდგომ ირჩევს სასურველ მიმართულებას: სვანეთი, სამეგრელო ან აჭარა. ტურ-ოპერატორების უმრავლესობა, როგორც ეროვნული ასევე საერთაშორისო, ტურისტულ მარშრუტებს ადგენს იმგვარად, რომ ტურისტებმა ერთი დამე გაათიონ ქუთაისში, დაისვენონ და შემდეგ გაემართონ სვანეთში. ზოგ შემთხვევაში ისინი კიდევ ერთ დამეს ათევენ ქუთაისში უკვე უკანა გზაზე. ტურისტების მიერ იმერეთის რეგიონში გატარებული დამეების მთლიანი რაოდენობა ასეთი ტურის ფარგლებში მერყეობს ერთიდან ორმადე, იშვიათად ადის სამამდე.

იმერეთის რეგიონს არ გააჩნია ისეთი თვისება ტურისტული თვალსაზრისით, რაც მას განასხვავებდა საქართველოს სხვა რეგიონებისაგან. რეგიონს აქვს რამოდენიმე ღირშესანიშნაობა, რომლებიც ინდივიდუალიზმის თვალსაზრისით არ არის საკმარისად გამორჩეული იმისათვის, რომ ტურისტები მოიზიდოს იმერეთში.

იმერეთში განვითარებული სხვა ტურისტული სექტორები შეიძლება განხილულ იყოს, როგორც დამხმარე სექტორები, რომლებიც არ წარმოადგენენ მნიშვნელოვან ფაქტორს ტურისტის მიერ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში. ასეთ ტურისტულ სექტორებში მოიაზრება ტრადიციული სამზარეულო და ღვინო. სათავგადასავლო ტურები და ტურები ბუნებაში ძირითადად კომბინირებულია კულტურულ ტურებთან და მთლიანი ტურის ღირებულებასა და ხანგრძლივობაში მათი წილი მცირეა. იმერეთის რეგიონს გააჩნია რეზერვების, წყლების, ტბების, თვალწარმტაცი ლანდშაფტებისა და ბუნების დიდი არჩევანი. თუმცა, აღნიშნული რესურსების მხოლოდ უმნიშვნელო ნაწილია ათვისებული და განვითარებული როგორც ტურისტული პროდუქტი.

### **ყველაზე ხშირად მონახულებადი ადგილები იმერეთის რეგიონში**

ტურ-ოპერატორები ძირითადად სთავაზობენ ტურებს, რომელთა ხანგრძლივობაც საქართველოში მერყეობს ერთი ან ორი დღიდან ათ ან მეტ დღემდე. ტურის ხანგრძლივობა დამოკიდებულია ტურისტის ინტერესებსა და წარმომავლობაზე. ტურ-ოპერატორებისაგან შეძენილი ტურების საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენს ერთ კვირას. იმერეთის რეგიონი შეყვანილია იმ ტურისტულ პაკეტებში, რომელთა ხანგრძლივობაც შეადგენს მინიმუმ ოთხ ან ხუთ დამეს. იმერეთის რეგიონში გატარებული დამეების საშუალო რაოდენობა ცალკეული ტურის ფარგლებში შეადგენს ერთ ან ორ დამეს. ტურისტულ პაკეტში იმერეთის კომპონენტის ფასი მერყეობს 60 აშშ დოლარიდან 250 აშშ დოლარამდე დღეში, რომელიც იშვიათად აღემატება აღნიშნულ ფარგლებს.

იმერეთის რეგიონის წილი ტურისტების მიერ გადახდილ მთლიან საფასურში შეადგენს დაახლოებით 10 -15 პროცენტს.

ყველა ტურში შეყვანილია შემდეგი ღირშესანიშნაობები:

- ქუთაისი
- ბაგრატიის ტაძარი
- გელათის მონასტერი.

ქუთაისში ვიზიტის ან აქ გაჩერების შემთხვევაში ტურისტები ჩვეულებრივ მიდიან სავაჭრო ადგილებში (ბაზარი) (ტურების 90%), ქუთაისის ეროვნულ მუზეუმში და ხელოვნების გალერეაში (ტურების 90%). ქუთაისში მდებარე სინაგოგა (შეყვანილია ებრაელი ტურისტებისათვის ორგანიზებულ ყველა ტურში) ებრაელი ტურისტების ერთერთი ყველაზე საყვარელი ღირშესანიშნაობაა.

ქუთაისის მახლობლად მდებარე სხვა ღირშესანიშნაობებთან ერთად ტურებში შეყვანილია მოწამეთას მონასტერი (ტურების 60%) და კაცხის სვეტი (ტურების 20%). გასულ წელს თითქმის ყველა ტურ-ოპერატორმა დაამატა წყალტუბოს მღვიმეები, რომლებიც შეყვანილია ტურების 60%-ში. მღვიმეები ღია არ არი მთელი წლის განმავლობაში, რის გამოც ტურ-ოპერატორები ჯერ კიდევ სიფრთხილით ეკიდებიან მღვიმეების აქტიურად რეკლამირების საკითხს.

ვანის არქეოლოგიური ღირშესანიშნაობები ასევე პოპულარულია კულტურულ და არქეოლოგიურ ტურისტებს შორის. თუმცა აღნიშნულ ადგილებში მისვლა არც თუ ადვილია მწირი ინფრასტრუქტურის გამო. იგი შეყვანილია მხოლოდ სპეციალიზირებულ ტურებში, რომლებიც შეადგენს ტურების საერთო რაოდენობის მხოლოდ 10 პროცენტს.

ზოგიერთი ტურ-ოპერატორი მომხმარებელს სთავაზობს ღვინის ტურებს, სადაც გაერთიანებულია კახეთი, ქართლი და იმერეთი. ღვინის ტურიზმის ფარგლებში ტურებისთვის იმერეთის რეგიონი გვთავაზობს მელვინეობა ხარებას და სოფელ ქორეთში არსებულ ოჯახური მარანს. მთლიანობაში იმერეთის ტურებში ღვინის ტურების წილი ათ პროცენტს არ აღემატება.

ბორჯომის ეროვნული პარკი ნაწილობრივ მდებარეობს სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში, ხოლო ნაწილობრივ იმერეთის რეგიონში. იმის გამო, რომ პარკის მთავარი ნაწილი მდებარეობს იმერეთის რეგიონის ფარგლებს მიღმა და ამასთანავე მთავარი შესასვლელიც არ არის იმერეთის რეგიონის მხრიდან, პარკში ტურების უმრავლესობა იგეგმება სამცხე-ჯავახეთის მხრიდან. პარკი ორგანულად ინტეგრირებულია იმერეთის რეგიონთან. მანძლი ქუთაისიდან ეროვნულ პარკამდე შეადგენს დაახლოებით 60 კილომეტრს.



ყველაზე ნაკლებად მონახულებადი ადგილებია უბისას მონასტერი, მღვიმევის მონასტერი საჩხერის მუნიციპალიტეტში, ხონი, გორდას ხეობა და ოჯაჯის ჩანჩქერი. სოფელი შრომა მდებარეობს მაგისტრალზე და აქ ხშირად ჩერდებიან სუვენირების.

ვიზიტორებისთვის შეთავაზებული ტურისტული ღირშესანიშნაობები მცირედ განსხვავებულად არის წარმოდგენილი უცხოური ტურ-ოპერატორების განრიგებისათვის. მაგალითისათვის, ქუთაისი არის ერთადერთი ადგილი, რომელიც შეყვანილია იმერეთის ყველა ტურში და აღნიშნულია რომ ხშირ შემთხვევაში ასეთი ტურების ფარგლებში არ ხდება UNESCO-ს სიაში შესული ძეგლების მონახულება და ტურისტები ქუთაისში ჩერდებიან მხოლოდ ღამის გასათევად. თუმცა, მიუხედავად აღნიშნულისა, ზოგიერთი ასეთი ტური (დაახლ. 20 %) მოიცავს სხვა გაჩერებებსაც საქართველოს ამ რეგიონში, რაც ითვალისწინებს არა მხოლოდ ბაგრატის და გელათის, არამედ უბისას ეკლესიისა და ბორჯომის ეროვნული პარკის დათვალიერებას.

#### **მომხმარებელთა პროფილი, რომლებიც ამჟამად მოგზაურობენ იმერეთის რეგიონში**

ტურ-ოპერატორების უმრავლესობა ადასტურებს, რომ ტურ-ოპერატორების სერვისების გამოყენებით საქართველოში ჩამომსვლელი ტურისტების მთლიანი რაოდენობის უდიდეს ნაწილს შეადგენენ 40-დან 45 წლამდე ასაკის პირები. უფრო ახალგაზრდა ტურისტები ქვეყანაში ძირითადად დამოუკიდებლად ჩამოდიან. დამოუკიდებელი ან ჯგუფურად ჩამოსული ტურისტების ზუსტი რაოდენობის დადგენა რთულია ზუსტი სტატისტიკის არ არსებობის გამო. თუმცა ერთერთი ქართული ტურ-ოპერატორის მონაცემებით მათ შორის პროპორცია გარკვეულწილად თანაბარია. არსებული დათვლებით, ორგანიზებულად ჩამოსული ტურისტების მთლიანმა რაოდენობამ 2011 წელს შეადგინა 20 000 (აღნიშნული მონაცემი ეყრდნობა ერთერთი გამოკითხული ტურ-ოპერატორის წარმომადგენლის ინფორმაციას).

ტურ-ოპერატორების მეშვეობით იმერეთის რეგიონში ჩამოსული ტურისტები ძირითადად არიან წყვილები, ზოგჯერ ტურისტები ასევე ჩამოდიან ოჯახებთან ერთად. ასეთი ტურისტების საშუალო ასაკი არის 55 წელი. ტურისტების უმრავლესობა პენსიონერია და აქვთ მეტი თავისუფალი დრო დასვენებისათვის. ისინი ძირითადად დაინტერესებული არიან კულტურული ტურებით, განსაკუთრებულ ყურადღებას უთმობენ UNESCO- ძეგლებს. ზოგ შემთხვევაში გაერთიანებულია კულტურული და სათავგადასავლო ტურები, მიდიან რა ბორჯომის ეროვნულ პარკში ან წყალტუბოს მღვიმეში, თუმცა სეთი ტურისტების რაოდენობა საკმაოდ შეზღუდულია.

უცხოური კომპანიების თვალთ დასახული მომხმარებელთა პროფილი ფაქტობრივად ემთხვევა ზემოთ მოცემულ აღწერილობას. მიუხედავად იმისა, რომ ზემოთ აღნიშნული ტურ-ოპერატორები ნომინალურად წარმოდგენენ

სათავგადასავლო ტურ-ოპერატორებს, საქართველოში და იმერეთის რეგიონში განხორციელებული ტურები ძირითადად კულტურული ხასიათისაა, რომელშიც შედის მაქსიმუმ ფეხით სეირნობა განტვირთვისთვის. ხოლო შეთავაზებულ სათავგადასავლო კომპონენტად მიიჩნევა უბრალოდ უცხო ადგილებში მოგზაურობა და არა რაიმე სათავგადასავლო სპორტული თუ რისკის შემცველი აქტივობები.

### **ძირითადი კონკურენტები და უნიკალური მიმართულებები, რაც შესაძლებელია განვითარდეს იმერეთის რეგიონში**

გამოკითხული ტურ-ოპერატორების უმრავლესობა მიიჩნევს, რომ იმერეთის რეგიონს ჰყავს პირდაპირი და არაპირდაპირი კონკურენტები იმ სექტორებში, რომლებშიც აღნიშნულ რეგიონს გააჩნია შედარებით ძლიერი კონკურენტული უპირატესობები. პირდაპირი კონკურენტები ქვეყნის შიგნით არიან შემდეგი რეგიონები: კახეთი (პირდაპირი), მცხეთა-მთიანეთი (გარკვეულწილად) და შიდა ქართლი (გარკვეულწილად). ტურისტები აღნიშნულ რეგიონებში მოგზაურობენ თბილისთან მათი გეოგრაფიული სიახლოვის გამო. ტურ-ოპერატორებისათვის უფრო მოსახერხებელია წაიყვანონ ვიზიტორები ხანმოკლე ტურებზე თბილისიდან ახლო მანძილზე, ისეთ ადგილებში, რომლებიც ტურისტებს სთავაზობს იმერეთის რეგიონის მსგავს ღირშესანიშნაობებს და არსებითად იგივე გამოცდილებას.

**კულტურული ტურები.** იმერეთის რეგიონის კონკურენტებად კულტურული ტურების განხორციელების დროს შესაძლებელია ჩაითვალოს მთელი ქვეყანა. ძირითადი კულტურული მარშრუტები ხანმოკლე კულტურული ტურების მიმართულებით არის კახეთი, ყაზბეგი და შიდა ქართლი. კიდევ ერთ კონკურენტად შესაძლებელია ჩაითვალოს სამცხე-ჯავახეთის რეგიონი, რომელიც წარმოდგენილია უნიკალური ისტორიული ქალაქ-გამოქვაბულის სახით. იგი ძალიან ძლიერ სამარკო ნიშანს წარმოადგენს და ტურისტები უპირატესობას ანიჭებენ სამცხე-ჯავახეთის რეგიონში ვიზიტს მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული ტური თითქმის ერთ დღიან მგზავრობას მოითხოვს.

**სათავგადასავლო ტურები.** ძირითად კონკურენტებს სათავგადასავლო ტურებში წარმოადგენენ თუშეთი, ხევსურეთი და სვანეთი. მთიან რეგიონში არსებული ეს მხარეები, რომლებიც კავკასიის მთიანეთში მდებარეობენ ტურისტებს იზიდავენ თავიანთი ბუნებით, ლანდშაფტით და უნიკალური შეგრძნებებით.

**ღვინისა და გასტრონომიული ტურები.** კახეთი დასახელებულია როგორც ღვინის ტურიზმის და აგრო-ტურიზმის მარშრუტი. თუმცა უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ ეს უკანასკნელი ამჟამად განვითარების სტადიაზეა. იმერეთი ძლიერ კონკურენციას განიცდის კახეთისაგან ღვინისა და გასტრონომიული ტურიზმის

მიმართულებებით. „**MICE**“ ტურები. მომდევნო რამდენიმე წლის განმავლობაში იმერეთი გადაიქცევა საქართველოს პოლიტიკურ და სასამართლო ცენტრად. საქართველოს პარლამენტმა თავისი პირველი ოფიციალური სესია ქუთაისში 26 მაისს გამართა. რეგიონში არსებობს “MICE” ტურიზმის განვითარების საჭიროება იმ პირობებში, როდესაც ქუთაისში არ არსებობს საჭირო ინფრასტრუქტურა.

“MICE” ტურიზმის მიმართულებით იმერეთის რეგიონი სმნიშვნელოვან კონკურენტად შესაძლებელია აჭარა დასახელდეს. რეგიონში უკანასკნელ პერიოდში აშენდა ორი დიდი სასტუმრო და დაიწყო აქტიური მარკეტინგული კამპანია.

**გამაჯანსაღებელი ტურები.** ჯანმრთელობისა და სპა ტურიზმის განვითარების პოტენციური რეალურად არსებობს იმერეთის რეგიონში, თუმცა მას სჭირდება საკმაოდ დიდი ძალისხმევა და რესურსები, რათა დაფუძნდეს საერთაშორისო ბაზარზე. უმჯობესი იქნება თუკი გათვლა გაკეთდება შიდა ტურისტებზე და მეზობელი ქვეყნებიდან ვიზიტორებზე.

არ არსებობს საკმარისი ინფორმაცია კავკასიის რეგიონში არსებულ გამაჯანსაღებელ და თერაპიულ ტურისტულ ადგილებთან დაკავშირებით. სომხეთი მდიდარია მარილის შემცველი მინერალებით და მომხმარებლებს სთავაზობს მკურნალობას ჰალოთერაპიის გამოყენებით. მიუხედავად ამისა, ეს ფაქტი ცნობილი არ არის და საქართველოს მსგავსად ძალიან ცოტა უცხოელი ვიზიტორი მგზავრობს ამ მარშრუტებით.

**მეზობელი ქვეყნები.** იმერეთი ძლიერ კონკურენციას განიცდის მეზობელი ქვეყნების მხრიდან. როგორც თურქეთი ისე სომხეთი უძველესი ისტორიის მქონე ქვეყნებია და გააჩნიათ მდიდარი კულტურული მემკვიდრეობა. განსაკუთრებული კონკურენცია არსებობს თურქეთის მხრიდან, რომელიც ძლიერ განვითარებულია ინფრასტრუქტურის მხრივ და გააჩნია მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტები. მას შეუძლია შესთავაზოს თავის მომხმარებელს თითქმის ყველაფერი ის, რისი შეთავაზებაც შეუძლიათ იმერეთის რეგიონსა და მთლიანად საქართველოს. ფაქტობრივად საერთაშორისო ოპერატორთა ტურების უმრავლესობა აერთიანებს სომხეთს, აზერბაიჯანსა და თურქეთს.

**წრიული გზები.** ერთერთ წამყვან ტურ-ოპერატორთან გასაუბრების დროს შესაძლებელი გახდა საინტერესო დასკვნის გაკეთება ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებით.

კერძოდ, იმერეთის რეგიონში გზების საერთო მდგომარეობა დამაკმაყოფილებელია. მიუხედავად ამისა, საკმაოდ დიდია არასათანადო და არა ასფალტირებული გზების რაოდენობა. ამ ტიპის გზები არის ვანი-ქუთაისის დამაკავშირებელი ხაზი. მისი ცუდი მდგომარეობის გამო ტურისტები ცდილობენ თავი აარიდონ ამ ადგილების მონახულებას.

სვანეთის მიმართულებით მიმავალი ტურისტები ძირითადად გაჩერებას არჩევენ ქუთაისში. ამჟამად სვანეთში მისასვლელად ტურისტები მგზავრობენ იმერეთისა და სამეგრელოს გავლით, რაც დაახლოებით 8-9 საათიან მგზავრობას მოითხოვს. ასევე არსებობს სხვა გზაც რომელიც ქუთაისს სვანეთის ერთერთ ქალაქ ლენტეხთან აკავშირებს. ამ გზის სიგრძე შედარებით მცირეა და მის დაფარვას დაახლოებით 3-4 საათი სჭირდება შესაბამისად გამართული რომ იყოს. კიდევ ერთი საშუალება იმერეთისა და რაჭის დამაკავშირებელი გზაა, რაც ტურისტებისათვის ასევე შეამცირებდა როგორც მგზავრობის მანძილს, ასევე მის ხანგრძლივობას ნახევარზე უფრო მეტჯერ. რაჭა კავკასიის მთებში მდებარე მთიანი რეგიონია და ცნობილია თავის შესანიშნავი ბუნებითა და ლანდშაფტით. იგი ასევე შესაძლოა მიმზიდველი მარშრუტი აღმოჩნდეს იმ ტურისტებისათვის რომლებიც რჩებიან იმერეთში და სურვილი აქვთ იმოგზაურონ მის ირგვლივ მდებარე ადგილებში.

გამომდინარე იქედან, რომ ტურ-ოპერატორები მაქსიმალურად ცდილობენ ერთი ტურის განმავლობაში თავიდან აიცილონ ერთი და იმავე გზის ორჯერ გამოყენება ზემოთ დასახელებული გზების ორი მონაკვეთის განახლება შესაძლებელია დადებითად აისახოს შემდეგ საკითხებზე: ა) გაზრდის ტურ-ოპერატორების შესაძლებლობებს რათა თავიდან იქნას აცილებული ტურისტების ერთსა და იმავე გზაზე წრიულად მოძრაობა და ბ) ასევე მიიზიდავს სხვა ტურისტებს, რომლებიც სხვა შემთხვევაში განსხვავებულ მარშრუტებს გამოიყენებდნენ.

## ტურიზმის განვითარების მთავარი ძლიერი მხარეები და შეზღუდვები

მომდევნო ქვე-თავი აღწერს ტურისტული იფრასტრუქტურის მდგომარეობას იმერეთში და ასევე მიმოხილულია რეგიონში ტურიზმის განვითარებისთვის არსებული ბარიერები და შეზღუდვები.

### ხარისხის დონე იმერეთის რეგიონში სხვადასხვა ტურისტულ თავისებურებებთან მიმართებაში

იმერეთის რეგიონის როგორც ტურისტული მარშრუტის საერთო შეფასება დაბალია სხვადასხვა გარემოებების გათვალისწინებით. ქვემოთ მოცემულ ცხრილში წარმოდგენილია იმერეთის რეგიონში ტურიზმთან დაკავშირებული და დამხმარე ინფრასტრუქტურის შეფასება.

#### შეფასება ადგილობრივი ტურ-ოპერატორების მიერ

შეფასების ობიექტი	შეფასება (1–დან 10 ქულამდე)	შეფასების ობიექტი	შეფასება (1–დან 10 ქულამდე)
სასტუმროები და სერვისები	6	ტურისტული ინფორმაციის ცენტრის მომსახურება	9
ოჯახური ტიპის სასტუმროები/B&B (დამის გათევა და საუზმე) და სერვისები	7-8	ქართული სტუმართმოყვარეობა	10
რესტორნები და სერვისები	6-7	ქართული სამზარეულო და ღვინო	8
ადამიანური რესურსები და მომხმარებლის მომსახურება	4	არჩევანი „მოპინგისტვის“	5

სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურა და მომსახურება	5-6	გარემო და ლანდშაფტი	9
ნავიგაცია და საინფორმაციო ნიშნები	7	სისუფთავე, ჰიგიენური სერვისები და სპირფარეშოები	2
შიდა საინფორმაციო ნიშნები და ინტერპრეტაცია	3-4	ფულის ღირებულება	8

Source: TBSC Analysis.

**სასტუმროები და სერვისები.** არსებობს საგრძნობი ნაკლებობა დიდი სასტუმროებისა მინიმუმ 35 ნომრით. არსებული სასტუმროები ვერ უზრუნველყოფს დიდი რაოდენობით ტურისტების განთავსებას. ტურ-ოპერატორები ძირითადად იყენებენ რამდენიმე ოჯახური ტიპის სასტუმროს ერთობლივად. ეროვნული ტურ-ოპერატორების მიერ არსებული სასტუმროების ხარისხს მიეცა დაბალი შეფასება. შეფასების საშუალო ქულა უმაღლესი ათი ქულიდან არის ექვსი. იგივე შეფასება ვრცელდება მომსახურებაზეც: სასტუმროებში არის კვალიფიცირებული მომსახურე პერსონალის ნაკლებობა. მიიჩნევა, რომ რეგიონს ესაჭიროება რამდენიმე დიდი, სამ-ვარსკვლავიანი სასტუმრო.

ზემოთ აღნიშნულ მოსაზრებას იზიარებენ საერთაშორისო ტურ-ოპერატორები, თანხმდებიან რა, რომ მოძველებული სასტუმროები, როგორცაა საბჭოთა პერიოდის სასტუმროები საჭიროებენ განახლებას ევროპულ სტანდარტებთან მიახლოებისათვის. გარდა ამისა, ზოგიერთი მათგანი ამასთანავე აცხადებს, რომ თანამედროვე ტურისტები საქართველოში არ მიდიან აქ არსებული სასტუმროების გამო, თუმცა ქვეყანას აქვს სხვა ძლიერი მხარეები რამაც შეიძლება მიიზიდოს უცხოელები.

**ოჯახური ტიპის სასტუმროები, B&B (ღამის გათევა და საუზმე) და სერვისები.** დიდი სასტუმროების ნაკლებობის გამო ტურ-ოპერატორების უმრავლესობა აქტიურად იყენებს ოჯახური ტიპის სასტუმროებს. თითქმის ყველა ტურ-ოპერატორი ადასტურებს, რომ მათ დამყარებული აქვთ ურთიერთობა ოჯახური სასტუმროების მფლობელებთან. ოჯახური სასტუმროების პირობების ხარისხი და აქ მიღებული მომსახურება საკმაოდ დამაკმაყოფილებელია, ეროვნული ტურ-ოპერატორების გამოცდილების მიხედვით. ფასის თანაფარდობა მომსახურებასთან სრულებით ადექვატურია. მეორეს მხრივ, ოჯახური ტიპის სასტუმროები არ არის ხელსაყრელი დიდი რაოდენობით ტურისტების

განთავსებისათვის და მათი რესურსი ამ ამხრივ საკმაოდ შეზღუდულია. ეროვნული კომპანიების მიერ ოჯახური ტიპის სასტუმროებს მაღალი შეფასება მიეცათ დიდი სასტუმროებთან შედარებით.

მეორეს მხრივ, გამოკითხულმა უცხოურმა კომპანიებმა აღნიშნეს, რომ მათ ჩვეულებრივ შეაქვთ ოჯახური ტიპის სასტუმროები თავიანთ ტურებში. თუმცა ისევე როგორც სასტუმროებს უცხოური ტურ-ოპერატორები ოჯახური ტიპის სასტუმროებსაც დაბალ შეფასებას აძლევენ (4-დან 6 ქულამდე, მაქსიმალური 10 ქულიდან), აცხადებენ რა, რომ ასეთი ტიპის განთავსება ძალზე პრიმიტიულია და ასევე საჭიროებს გაუმჯობესებას.

**რესტორნები და სერვისები.** როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, ტურისტები იმერეთში ჩვეულებრივ ერთი ღამით რჩებიან, იშვიათად ორი ღამით. ტურ-ოპერატორები განთავსებას და კვებას ერთსადაიმთავე ადგილას უკვეთავენ, რათა საჭირო არ გახდეს კვებისთვის სადმე სხვა რესტორანში წასვლა. სასტუმროების მსგავსად იშვიათია რესტორანი მომსახურების მისაღები ხარისხით. ქუთაისს გარეთ და მაგისტრალზე არსებული რესტორნები საკმაოდ იაფია, თუმცა დაბალია ხარისხი. ზოგიერთი ეროვნული ტურ-ოპერატორის ინფორმაციით ასეთ რესტორნებში ზოგჯერ ხდება კლიენტების მოტყუება, რომ არაფერი ვთქვათ მომსახურე პერსონალის ქცევის სტანდარტზე. შეფასება, რომელიც მიიღო რესტორნებმა და მომსახურებამ მერყეობს 6-დან 7 ქულამდე.

საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების შეფასება შეადგენს 5 ქულას ათიდან და ასევე ხაზგასმულია დაბალი ხარისხის პირობები. თუმცა ზოგიერთი მათგანი აცხადებს, რომ აღნიშნულ რესტორნებში საკმაოდ კარგი ხარისხის საკვებია.

**ადამიანური რესურსები და მომხმარებლების მომსახურება.** მომსახურების სექტორში კვალიფიცირებული ადამიანური რესურსების ნაკლებობა საკმაოდ პრობლემური საკითხია ტურიზმის სფეროში. ზოგადად მომსახურების დონე მეტად დაბალია. მომსახურე პერსონალს არ გააჩნია მომსახურების უნარ-ჩვევები და ენების ცოდნა. კვალიფიცირებული პერსონალის რაოდენობა რეგიონში საკმაოდ შეზღუდულია. ახალგაზრდა თაობა ძირითადად თბილისში გადადის, სადაც ღებულობენ უმაღლეს განათლებას და შემდგომ ცდილობენ სამსახურის მოძიებას. ხოლო უმრავლესობა რეგიონში მაცხოვრებელი ახალგაზრდებისა, რომლებმაც იციან უცხო ენები სამუშაოდ მიემგზავრებიან საზღვარგარეთ. მომსახურე პერსონალი საჭიროებს სათანადო გადამზადებას. არსებობს კვალიფიცირებული ტურისტული გიდების ნაკლებობა ადგილზე, განსაკუთრებით დამოუკიდებელი ტურისტებისათვის. ტურ-ოპერატორების უმრავლესობას ტურისტული გიდები აპყავს თბილისში და ცდილობენ არ იყონ დამოკიდებული ადგილობრივ რესურსებზე. კლიენტების მომსახურების ხარისხი საშუალოდ დაახლოებით ოთხი ქულით შეფასდა და ზოგ შემთხვევაში მიიღო კიდევ უფრო დაბალი შეფასება.

საერთაშორისო ტურ-ოპერატორები მეტწილად ეთანხმებიან ზემოთ მოცემულ შეფასებას თუმცა ამის მიუხედავად ხაზგასმით აღნიშნავენ მუდმივ გაუმჯობესებას და მომხმარებელთა მოთხოვნილებების დაკმაყოფილების მცდელობას. მნიშვნელოვანია უცხო ენების განსაკუთრებით კი ინგლისური ენის არ ცოდნის ფაქტორი. ამის მიუხედავად უცხოური ტურ-ოპერატორები აღნიშნულს არ მიიჩნევენ მნიშვნელოვან პრობლემად, ვინაიდან საქართველოში ტურებისათვის მათ აჰყავთ ინგლისურენოვანი გიდები, რომლებიც საჭიროების შემთხვევაში ასევე ასრულებენ თარჯიმნის ფუნქციასაც.

**სატრანსპორტო მომსახურება და ინფრასტრუქტურა.** ტრანსპორტის მომსახურება დამოუკიდებელი ტურისტებისათვის, განსაკუთრებით კი უცხოელი ტურისტებისათვის არცთუ ადვილად ხელმისაწვდომია. რადენიმე ეროვნულმა ტურ-ოპერატორმა აღნიშნა, რომ არ არსებობს საკმარისი რაოდენობით ავტობუსები, რომლებიც მოემსახურებიან დიდი რაოდენობით ტურისტების ჯგუფებს. ტრანსპორტირების შესაძლებლობებმა მიიღო დაბალი შეფასება, რომელიც მერყეობს ხუთიდან ექვს ქულამდე.

სატრანსპორტო ინფრასტრუქტურის დაბალი ხარისხის შესახებ საერთო მოსაზრება არსებობს, მიუხედავად იმისა, რომ ტურ-ოპერატორების უმრავლესობა აღნიშნავს ამ სფეროში არსებულ გაუმჯობესებებს. სატრანსპორტო მომსახურებასთან დაკავშირებით უცხოური ტურ-ოპერატორების მოსაზრება განსხვავდება ეროვნული ტურ-ოპერატორების შეფასებისაგან, რაც განპირობებულია იმით, რომ უცხოური ტურ-ოპერატორებისათვის სატრანსპორტო მომსახურება არ არის არსებითად მნიშვნელოვანი ვინაიდან ისინი თავად უზრუნველყოფენ პერსონალურ ტრანსპორტირებას.

**ნავიგაცია და ინფორმაციული ნიშნები.** ნავიგაციისა და საინფორმაციო ნიშნების სისტემა იმერეთის რეგიონში წინა წლებთან შედარებით გაუმჯობესებულია. საინფორმაციო ნიშნები დამატებულია ყველა იმ ადგილას სადაც ნაჩვენებია მიმართულება და მანძლი. თუმცა არსებობს რამოდენიმე კულტურული და ტურისტული ადგილი სადაც ჯერჯერობით არ არსებობს შესაბამისი ნიშნები. დამოუკიდებელი ტურისტებისთვის, რომლებიც პირველად იმყოფებიან რეგიონში რთულია ასეთ ადგილებთან მიღწევა. ნავიგაციისა და ინფორმაციული ნიშნების სისტემის საერთო შეფასება საშუალოდ შვიდ ქულას შეადგენს.

ისევე როგორც სატრანსპორტო მომსახურებისა და ინფრასტრუქტურის შემთხვევაში, უცხოური ტურ-ოპერატორების კლიენტების შეხედულებით



საინფორმაციო ნიშნების საკითხი არ არის არსებითად მნიშვნელოვანი იმავე მიზეზების გამო, რომლებიც აღნიშნულია წინა ქვე-თავში.

**შიდა ინფორმაციული ნიშნები და ინტერპრეტაცია.** ნიშნები და საინფორმაციო დაფები წარმოდგენილია ყველა ეროვულ ნაკრძალსა და დაცულ ტერიტორიებში. რაც შეეხება კულტურული მემკვიდრეობის ადგილებს აქ ნიშნების სისტემა არ არის კარგად ორგანიზებული. ზოგიერთი დიდ მონასტრისა თუ ეკლესიისათვის არ არსებობს საინფორმაციო დაფები. ნავიგაციის ნიშნებთან შედარებით შიდა ნიშნებმა მიიღო უფრო დაბალი შეფასება არა-სისტემური ხასიათის გამო. საშუალო შეფასება მერყეობდა სამიდან ოთხ ქულამდე.

მოცემულ შეფასებას, რომელიც გულისხმობს 10-დან 5 ქულას, ასევე ეთანხმებიან საერთაშორისო კომპანიები, მიიჩნევენ რა, რომ კულტურული მემკვიდრეობის ადგილებში მეტი ნიშნების არსებობა პოზიტიურად იქნება შეფასებული ტურისტების მიერ.

**ტურისტული ინფორმაციის ცენტრის სერვისი.** ტურისტული ინფორმაციის ცენტრი ძირითადად ემსახურება ინდივიდუალურ ტურისტებს. ცენტრი უზრუნველყოფს ინფორმაციის მიწოდებას ტრანსპორტის, ღონისძიებების, სასტუმროების, ოჯახური ტიპის სასტუმროების და რესტორნების შესახებ, ასევე ტურისტებს აწვდის რუკებს და ინფორმაციულ ბროშურებს. მთლიანობაში სერვისის ხარისხი დმაკმაყოფილებელია, იგი არის მოთხოვნების შესაბამისი და ინფორმაციული. ბევრ ჩვენს რესპოდენტს არ ჰქონდა საშუალება შეეფასებინა აღნიშნული სერვისი, თუმცა გაკეთებული კომენტარები აჩვენებს პოზიტიურ შეფასებას. გამოკითხული ეროვნული კომპანიების მიერ ტურისტული ინფორმაციული ცენტრის სერვისს მიეცა მაღალი შეფასება 8-დან 10 ქულამდე.

მეორეს მხრივ, უცხოური ტურ-ოპერატორების შეხედულება აღნიშნულ საკითხთან დაკავშირებით განსხვავებული. მათი შეხედულებით, მიუხედავად იმისა, რომ აღნიშნული სერვისები გაუმჯობესებულია, გაცილებით მეტის გაკეთება შესაძლებელი საზღვრებს გარეთ საქართველოს ცნობადობის ასამაღლებლად.

**ქართული სტუმართმოყვარეობა.** ქართული სტუმართმოყვარეობა ერთერთი მნიშვნელოვანი და გამორჩეული კომპონენტია, რომელზეც ყველა რესპოდენტი თანხმდება. ტურისტები გრძნობენ უნიკალურ სტუმართმოყვარეობას ოჯახური ტიპის სასტუმროებში, სადაც მათ აქვთ კომუნიკაციის შესაძლებლობა ადგილობრივ მოსახლეობასთან. აღსანიშნავია ის ფაქტორიც რომ იმერეთის რეგიონის მოსახლეობა საქართველოს სხვა რეგიონებისგან განსხვავდება

იუმორის განსაკუთრებული გრძნობით და ისინი გამოირჩევიან კომუნიკაბელურობით და მეგობრული განწყობით. ტრადიციული ქართული სტუმართმოყვარეობა სრულად არის გამოხატული იმერეთის რეგიონში. ყველა რესპოდენტი თანხმდება იმაზე, რომ ქართული სტუმართმოყვარეობა არის მნიშვნელოვანი თვისება რაც კარგად არის წარმოდგენილი და ამ ფაქტორმა მიიღო უმაღლესი შეფასება ათ ქულიან სისტემაში.

ზემოთ გამოთქმულ მოსაზრებას სრულად ეთანხმებიან საერთაშორისო ტურ-ოპერატორები, რომლებიც აღნიშნულს აფასებენ ცხრაქულით ათ ქულიანი სისტემიდან. ზოგიერთი რესპოდენტი ასევე აღნიშნავს, რომ ქართული სტუმართმოყვარეობის თემა ტურ-ოპერატორების მიერ ფართოდ გამოიყენება რეკლამირების მიზნებისთვის და ზოგ შემთხვევაში ადგილი აქვს მცირე გაზვიადებასაც.

**ქართული სამზარეულო და ღვინო.** იმერეთის რეგიონი ცნობილია ტრადიციული სამზარეულოთი. საქართველოს სხვა რეგიონებთან შედარებით იმერული სამზარეულო უფრო მსუბუქია, მასში ძირითადად შედის ბოსტნეული და ყველი. ყველაზე პოპულარული კერძი არის ხაჭაპური. იმერეთი ცნობილი მსუბუქი თეთრი ღვინის სახეობებით. ტურისტების ღვინოს ჩვეულებრივ სადილობის დროს აგემოვნებენ. თუმცა, ინტერესი ღვინის მიმართ და მისი მოხმარება არ არის ისეთი ინტენსიური, როგორც კახეთის რეგიონში. კერძების გემო და მათი მორთმევის ფორმები ხშირად ფარავს ღვინის ნაკლოვანებას და ტურისტები მთლიანი პროდუქტით კმაყოფილი რჩებიან. გარკვეული ქვეყნებიდან (როგორცაა უკრაინა, ბალტიის ქვეყნები და სხვ.) ჩამოსული ვიზიტორებისათვის ღვინის ხარისხი სავსებით უმნიშვნელოა. სამზარეულოსა და ღვინის შეფასება საშუალოდ მერყეობს 7–დან 9 ქულამდე. უცხოური ტურ-ოპერატორების მიერ ქართული ღვინო ისევე, როგორც ქართული სამზარეულო შეფასებულია 8–9 ქულით და ხაზგასმულია მათი უნიკალურობა.

**არჩევანი „შოპინგისთვის“.** იმერეთის რეგიონში არ არის სუვენირებისა და სასაჩუქრე მაღაზიების დიდი არჩევანი. ამ მხრივ ყველაზე პოპულარული ადგილი მდებარეობს მთავარ მაგისტრალზე სოფელ შრომაში. სოფელი ცნობილია მისი კერამიკის პროდუქციით. აქ წარმოდგენილი კერამიკული პროდუქცია ძირითადად არის მცირე ზომის თიხის ნივთები, დოქები, თასები და სხვადასხვა ჭურჭელი. ქუთაისში არსებული სასაჩუქრე მაღაზიაში წარმოდგენილია ქართულ თემატიკაზე დამზადებული სუვენირები თუმცა ტურისტები აქ ხშირად არ დადიან და ზოგადად ამ ტიპის პროდუქტებზე მაღალი მოთხოვნა არ არსებობს, როგორც ტურ-ოპერატორები აღნიშნავენ. შესაბამისად, არ არსებობს ბალანსი მოწოდებასა და მოთხოვნას შორის და ადგილობრივი მწარმოებლები კარგად არ იცნობენ კლიენტების გემოვნებასა და მოთხოვნილებებს. სუვენირებისა და საჩუქრების არჩევანი ქართველი

რესპოდენტების მიერ შეფასებულია, როგორც მწირი და შეფასებულია დაახლოებით ხუთი ქულით.

უცხოელი რესპოდენტების მიერ გაცემული პასუხები ემთხვევა ადგილობრივი რესპოდენტების მოსაზრებას და მათ მიერ აღნიშნული სფერო შეფასებულია 5–6 ქულით, ათი ქულიდან.

**გარემო და ლანდშაფტი.** იმერეთის რეგიონი ცნობილია ბუნების მრავალფეროვნებითა და ექოტიკურობით. აქ შესაძლებელია ყველა ტიპის ლანდშაფტური ზონების ნახვა, დაწყებული ნოტიო სუბტროპიკულით დამთავრებული ალპური მდელობით. ტყის მასივები ფარავს იმერეთის ტერიტორიის 25,000 ჰექტარს, რაც წარმოადგენს რეგიონის ტერიტორიის თითქმის ნახევარს. ეკოლოგიური სისუფთავე და ველური, ხელუხლებელი ბუნება ძალზედ მიმზიდველია მოგზაურებისათვის. აღნიშნულ ზონებში შედის სათაფლია, აჯამეთი, მუხრანი, ვანი, ხონი, ჭიათურა, ბაღდათი და განსაკუთრებით ბორჯომ–ხარაგაულის ეროვნული ტყე–პარკი. იმერეთის რეგიონი ვიზიტორებს სთავაზობს უნიკალური ლანდშაფტითა და ლამაზი ბუნებით ტკბობის შესაძლებლობას. გარემო და ლანდშაფტი შეფასდა საშუალოდ ცხრა ქულით.

იგივე დასკვნას აკეთებენ უცხოური ტურ–ოპერატორები. ისინი ლანდშაფტს აფასებენ ცხრა ქულით. რეგიონის ლანდშაფტი არის ძირითადი მოტივაცია უცხოელი ვიზიტორებისათვის აქ ჩამოსასვლელად. ბუნება საერთაშორისოდ არის აღიარებული როგორც ძალზედ შთამბეჭდავი და უკიდურესად ლამაზი.

**სისუფთავე, ჰიგიენური სერვისები და საპირფარეშოები.** სისუფთავის ხარისხი რეგიონში და ასევე ქუთაისში მეტად დაბალია. ეროვნული ნაკრძალები და პარკები სუფთავდება და ამ კუთხით ხორციელდება სწორი მენეჯმენტი თუმცა ირგვლივ არსებული ტერიტორიები და კულტურული დანიშნულების ადგილები არასახარბიელო მდგომარეობაშია.

საპირფარეშოები და ჰიგიენური სერვისები წარმოადგენს ძირითად პრობლემას როგორც გზებზე ასევე შიგნით ქალაქში. არსებობს ერთადერთი ნორმალური სააბაზანო რომელიც მაგისტრალზე აშენდა გასულ წელს. არსებობს ნორმალური საპირფარეშოების საჭიროება როგორც მთავარ მაგისტრალზე ასევე მეორად გზებზე. ქუთაისში არ არსებობს საზოგადოებრივი საპირფარეშოები რაც ქმნის უხერხულობას და უამრავ პრობლემას ტურისტებისათვის. აღნიშნულმა სფერომ მიიღო უდაბლესი შეფასება – საშუალოდ ორი ქულა და ნაკლები.

გამოკითხული საერთაშორისო ოპერატორები აღნიშნულ საკითხს ასევე აძლევენ დაბალ შეფასებას – ოთხ ქულას ათი ქულიდან. მიუხედავად იმისა რომ საქართველო და განსაკუთრებით იმერეთის რეგიონი „იწვევს სუფთა ქვეყნის და შესაბამისად რეგიონის შთაბეჭდილებას, ჰიგიენური სერვისები საჭიროებს გაუმჯობესებას“. ტურისტებს უშუალო შეხება აქვთ ამგვარ სერვისებთან და შესაბამისად მათზე დიდ გავლენას ახდენს აღნიშნული ფაქტორი.

**ფულის ღირებულება.** ტურისტების უმრავლესობა ქვეყნის შესახებ ინფორმაციას მოიპოვებენ საქართველოში ჩამოსვლამდე. ტურ-ოპერატორები აწვდიან ინფორმაციას იმ ადგილების შესახებ, რომელთა მონახულებასაც ისინი გეგმავენ. მოლოდინი ტურისტული პროდუქტის შესახებ ყოველთვის ემთხვევა მიღებულ შთაბეჭდილებას. ისინი არ ჩივიან დაბალი ხარისხის სერვისის შესახებ, ვინაიდან ისინი არ მოელიან მაღალი კლასის სერვისსა და განსაკუთრებულ ხარისხს. საერთო ხარისხი რომელიც შემოთავაზებული იმერეთი რეგიონში მისაღებია ტურისტებისათვის. გადახდილი თანხა და მიღებული ხარისხი ერთმანეთის შესაბამისია.

დახარჯული ფულისა და მიღებული სერვისის თანაფარდობა ეროვნული ოპერატორების მიერ შეფასებულია რვა ქულით.

უცხოური ოპერატორების მიერ აღნიშნული სფეროს მიეცა უფრო დაბალი შეფასება – საშუალო შვიდი ქულა. ისინი ძირითადად თანხმდებიან, რომ ტურისტების მოლოდინი ემთხვევა მიღებულ შთაბეჭდილებას. ტურისტები ელოდებიან დაბალ ფასებს დასავლეთ ევროპის სხვა ქვეყნებთან შედარებით, როგორცაა მაგალითად ინგლისი, რომელიც გაცილებით უფრო ძვირია. გარდა ამისა, ზოგიერთი გამოკითხული აღნიშნავს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ ფასები შედარებით დაბალია, ზოგიერთი სპეციფიური საქონელი როგორცაა მაგალითად ღვინო ან ალკოჰოლური სასმელი არცთუ ისე იაფია.

### იმერეთის რეგიონში ტურიზმის განვითარების მთავარი ძლიერი მხარეები და შეზღუდვები

იმერეთი რეგიონს გაჩნია რამდენიმე შეზღუდვა ტურიზმის განვითარებისათვის, თუმცა ეს შეზღუდვები ექვემდებარება გადაჭრას და არა რის დაკავშირებული კულტურულ თუ სოციალურ ფაქტორებთან

#### მთავარი ძიერი მხარეები და შეზღუდვები ტურიზმის განვითარებისათვის

საგანი	ძლიერი მხარეები	შეზღუდვები
ტურისტული ინდუსტრია (მაგალითად: განთავსება, დასვენება, გამოცდილი ორგანიზაციები)	არ არის იდენტიფიცირებული	<p>არ არსებობს ქვემოთ ჩამოთვლილი შესაძლებლობები:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ მაღალი კლასის დიდი სასტუმროები</li> <li>■ კარგი ხარისხის რესტორნები</li> <li>■ რეკრეაციული ზონები</li> <li>■ გამართული ინფრასტრუქტურა, მათ შორის გაჩერების პუნქტები, ნავიგაციისა და საინფორმაციო ნიშნები სისტემა</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ მუზეუმები, რომელთა დიდი უმრავლესობა კონცენტრირებულია თბილისში და წარმოდგენილია არაეფექტურად</li> <li>■ კულტურული მემკვიდრეობის სათანადო კონსერვაცია</li> </ul>
<p>ფაქტორების მდგომარეობა (მაგ. ადამიანური რესურსები, დაფინანსება )</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ აკაკი წერეთლის სახელობის უნივერსიტეტი ქუთაისში ერთერთი უმსხვილესი უნივერსიტეტია</li> <li>■ აღნიშნული უნივერსიტეტი შესაძლოა გახდეს რესურსი ადგილობრივი პერსონალის გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ არსებობს კვალიფიციური ადამიანური რესურსების მნიშვნელოვანი ნაკლებობა; ტურიზმის სექტორში დასაქმებულმა პერსონალმა არ იცის უცხო ენა და არ ფლობს მომსახურებისთვის საჭირო უნარ-ჩვევებს; საჭიროა ინტენსიური გადამზადება კერძო და საჯარო სექტორების წარმომადგენლებისათვის, რომლებიც ჩართული არიან ტურიზმის ინდუსტრიაში.</li> <li>■ შეზღუდულია დაფინანსების ხელმისაწვდომობაც; სესხების ღირებულება მაღალია რაც ამცირებს მეწარმეების მოტივაციას და ზრდის რისკებს</li> <li>■ საგადასახადო კოდექსი ბოლო პერიოდში უკიდურესად იქნა ლიბერალიზებული და ითვალისწინებს შერავათიან პირობებს მცირე ბიზნესებისათვის, თუმცა აღნიშნული შეღავათების შესახებ ინფორმაციის ნაკლებობა აფერხებს მეწარმეებს და კერძო პირებს და ისინი თავს იკავებენ თავიანთი ბიზნესების დარეგისტრირებისა და დიდ საწარმოებთან ბიზნეს ურთიერთობების დამყარებისაგან</li> </ul>
<p>დამხმარე სექტორები</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ტურიზმის დამხმარე სექტორების მდგომარეობა</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ სათანადო სატრანსპორტო შესაძლებლობის განვითარება</li> </ul>

იმერეთში (საქართველო) ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგია  
ტურ ოპერატორების გამოკითხვის შედეგების ანგარიში

<p>(მაგ., ტრანსპორტი, ენერჯია, განათლება, ინფრასტრუქტურა)</p>	<p>საკმაოდ დამაკმაყოფილებელია; მტავარი და მეორადი გზები კარგად არის დაგებული და მოპირკეთებული</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ქუთაისის აეროპორტის მშენებლობა, რომელიც ამჟამად მიმდინარეობს ძალიან გაამარტივებს რეგიონში მიმოსვლას</li> <li>■ პარლამენტის გადატან ქუთაისში ქალაქს მნიშვნელოვან სტატუსს ანიჭებს</li> </ul>	<p>წარმოადგენს მორიგ შეზღუდვას ტურიზმის სექტორში, ვინაიდან დამოუკიდებელი ტურისტებისათვის რთული არეგიონში გადაადგილება.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ მიუხედავად იმისა რომ ამას არ აქვს გავრცელებული ხასიათი, ზოგ შემთხვევაში წყლის მიწოდება შეიძლება პრობლემა იყოს, განსაკუთრებით განთავსების ადგილებში</li> <li>■ საწვავის ხელმისაწვდომობა შესაძლოა პრობლემა იყოს დამოუკიდებელი ვიზიტორებისათვის</li> </ul>
<p>ტურიზმის ორგანიზება და მენეჯმენტი (მაგ., საჯარო სექტორი, სამართლებრივი საკითხები, თანამშრომლობა)</p>	<p>არ არის იდენტიფიცირებული</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ სხვადასხვა საჯარო უწყებების მენეჯმენტი, რომლებიც ჩართული არიან ტურიზმის სფეროში არ არის კარგად კოორდინირებული. სისტემა ცენტრალიზებულია.</li> <li>■ საერთაშორისო ტურ-ოპერატორებს სურთ მიიღონ მეტი მხადაჭერა ეროვნული ტურისტული ორგანიზაციებიდან, რათა შესაძლებელი იყოს როგორც საქართველოს ასევე იმერეთის რეგიონის ტურისტულ ბაზარზე გაყიდვა და ეფექტური რეკლამირება</li> </ul>
<p>მოთხოვნა (მაგ., ვისიტორები ს პროფილი, ერთგულება)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ იმერეთის რეგიონს გააჩნია მდიდარი კულტურული ისტორია. საქართველო არის ოქროს საწმისის ქვეყანა. ისტორიული ამაღების თხრობის ტრადიცია, მითები და ლეგენდები წარმოადგენს საკმაოდ დიდი პოტენციალს იმერეთის რეგიონისათვის, იმის გათვალისწინებით რომ ტურისტების უმრავლესობა აქ</li> </ul>	<p>არ არის იდენტიფიცირებული</p>

	<p>ჩამოდის კულტურული ტურებით.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ ადგილობრივ მოსახლეობას გააჩნია ძლიერი იდენტურობა და ცნობილი არიან იუმორის გრძნობით, რაც შესაძლოა გახდეს იმერეთის რეგიონის მთავარი განმასხვავებელი ფაქტორი.</li> <li>■ უშუალოდ კომპონენტი და ქართველი ხალხის კარგად ცნობილი სტუმართმოყვარეობა მნიშვნელოვანი მიმზიდველი ფაქტორია ტურისტებისათვის.</li> <li>■ იმერეთის რეგიონი ცნობილია პიკანტური და ძალიან გემრიელი სამზარეულოთი.</li> <li>■ იმერეთის რეგიონი, როგორც ბევრი ტურისტისათვის ჯერ უცნობი ადგილი შესაძლოა გახდეს ტურისტული ინტერესის საგანი, როგორც ჯერ აუთვისებელი მარშრუტი.</li> <li>■ ლანდშაფტების მრავალფეროვნება და გარემო იძლევა საშუალებას სხვადასხვაგვარი ტურისტული აქტივობების განვითარებისათვის.</li> </ul>	
--	---	--

წყარო: ტურ-ოპერატორების გამოკითხვის შედეგების ანალიზი, „TBSC“.

## პოტენციური მიზნობრივი ბაზარი იმერეთის რეგიონისათვის და მომხმარებლები

მოცემულ ქვე-თავში განხილულია ის გეოგრაფიული ადგილები, რომლებიც შეტანილი უნდა იქნას ტურისტებისათვის იმერეთში ვიზიტისას. აქ ასევე მოცემულია შესაძლო მომხმარებელთ დახასიათება, რომელთათვისაც შესაძლებელია მიმზიდველი აღმოჩნდეს რეგიონში სტუმრობა.

### გეოგრაფიული ადგილები, რომელთაც აქვთ ძირითად საბაზრო ტურისტულ ადგილებად გადაქცევის პოტენციალი იმერეთში

ტურისტთა (მოწოდების) ძირითადი ბაზრის პრიორიტეტებად დაყოფის პროცესში ტურ-ოპერატორების შეხედულებებზე დაყრდნობით შესამჩნევია ის ფაქტი, რომ ტურ-ოპერატორები სპეციალიზდებიან ტურისტთა (მოწოდები) ერთ ან რამდენიმე ძირითად ბაზარზე. ძირითადად ეს ბაზრები არ მოიცავს საქართველოს მეზობელ ქვეყნებს და ყოფილი საბჭოთა კავშირის რამდენიმე სახელმწიფოს, გამომდინარე იმ რეალობიდან, რომ ზემოთ დასახელებული ქვეყნებიდან ტურისტები ძირითადად დამოუკიდებლად, ყოველგვარი დახმარების გარეშე უკეთებენ ორგანიზებას საქართველოში ვიზიტს. იმ ფაქტობრივი გარემოებებიდან გამომდინარე, რომ

ა) ტურ-ოპერატორების კონტროლი ვრცელდება საქართველოში ჩამოსული ტურისტების მხოლოდ ერთ ნაწილზე

ბ) ისინი სპეციალიზდებიან კონკრეტულ ბაზრებზე,

ბუნებრივად მივდივართ იმ დასკვნამდე, რომ მოქმედი ტურ-ოპერატორებისათვის ძნელია არ გაითვალისწინონ ძირითადი ტურისტული მოცემულობები და პრიორიტეტები საქართველოში. მოქმედი ტურ-ოპერატორების შეხედულებების განხილვისას მხედველობაში უნდა იქნას მიღებული ეს გარემოება.

თუ შევაჯამებთ გამოკითხული ტურ-ოპერატორების მოსაზრებებს, შესაძლებელია დავასკვნათ, რომ ამჟამად საქართველოში არსებობს სამიდან ხუთამდე გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა, როგორც ძირითადი საბაზრო მოცემულობა. მოქმედი ტურ-ოპერატორების საშუალებით საქართველოში ჩამოსული ტურისტები ძირითადად არიან ევროპიდან, ისრაელიდან და იაპონიიდან. ევროპის სახელმწიფოებს შორის, რომელთა მოქალაქეებიც მოგზაურობენ საქართველოში ძირითადად არიან გერმანია, ესპანეთი და ჰოლანდია. დიდი ტურისტული ჯგუფები, რომლებიც მომეზავრებიან



აღმოსავლეთ ევროპის ქვეყნებიდან არიან უკრაინიდან, პოლონეთიდან, ბალტიის ქვეყნებიდან და რუსეთიდან.

ზოგიერთი ტურ-ოპერატორი მიიჩნევს, რომ მეზობელი სახელმწიფოები შესაძლებელია გახდნენ ერთერთი ძირითადი საბაზრო კომპონენტი გამაჯანსაღებელი ტურიზმის მიმართულებით. „GeorgiCa Travel“-მა აღნიშნა, რომ ამჟამად მათ ტურისტები ჩამოყავთ აზერბაიჯანიდან საირმესა და წყალტუბოში. სპა და გამაჯანსაღებელი ტურიზმი შესაძლებელია საინტერესო გახდეს დსთ-ს წევრი ქვეყნებისათვის, როგორცაა უკრაინა და რუსეთი, განსაკუთრებით იმ პირობებში, რომ მსგავსი კურორტები კარგადაა ცნობილი პოსტ-საბჭოთა ქვეყნებში. მეორეს მხრივ ასეთი ტურისტების რაოდენობა მნიშვნელოვნადაა შეზღუდული და ნაკლებ ძალისხმევას მოითხოვს.

ზაფხულის პერიოდში საქართველოში ტურისტები ჩამოდიან სომხეთიდან და აზერბაიჯანიდან შავ ზღვაზე დასასვენებლად. ისინი ქვეყნის გავლით მგზავრობენ და რამდენიმე ადგილას ჩერდებიან. ეს ფაქტი შესაძლებელია აღქმულ იქნას როგორც შესაძლებლობა აღნიშნული ტურისტების მისაზიდად, იმის მიუხედავად, რომ მათი საშუალო სამგზავრო დანახარჯები ძირითადად საშუალო ან დაბალია.

მოქმედი ტურ-ოპერატორების უმრავლესობის აზრით სამომავლოდ ევროპის სახელმწიფოებში პრიორიტეტული ბაზრის სახით შესაძლებელია გამოიკვეთოს აღმოსავლეთ ევროპის სახელმწიფოები, როგორცაა უკრაინა, პოლონეთი და ბალტიის ქვეყნები, დასავლეთ ევროპაში ძირითადად გერმანია და ჰოლანდია, ხოლო ევროპის ჩრდილოეთით სკანდინავიის ქვეყნები.

ზოგიერთი ტურ-ოპერატორი აღნიშნავს, რომ ერთერთ პრიორიტეტად უნდა აიქცეს საფრანგეთი, როგორც დამოუკიდებელი ერთეული. საფრანგეთში დიდი რაოდენობით ცხოვრობენ სომეხი ემიგრანტები, რაც იძლევა შესაძლებლობას სომხეთის შესახებ ინტერესი წარმოიშვას ფრანგ ტურისტებში. საქართველომ შესაძლებელი ასევე ნახოს სარგებელი ამ გარემოებიდან და გათვლა ფრანგ ტურისტებზე გააკეთოს, რომლებიც სომხეთში მოგზაურობას გადაწყვეტენ და შესთავაზოს მათ კომბინირებული ტურები ორივე ქვეყანაში.

ამერიკელი ტურისტები შედარებით ნაკლებ წილს წარმოადგენენ საქართველოში ვიზიტორთა საერთო რაოდენობაში. მათი ყურადღების მიპყრობა საკმაოდ დიდ ხარჯებთან იქნება დაკავშირებული. მეორეს მხრივ, რამდენიმე მოქმედი ტურ-ოპერატორის მიხედვით აზიის ისეთ სახელმწიფოებს, როგორცაა იაპონია, სამხრეთ კორეა და ჩინეთი უნდა მიენიჭთ უფორ დიდი უპირატესობა. ამჟამინდელი ვითარება, როდესაც გაზრდილია იაპონელი ტურისტების რაოდენობა, საფუძველს ქმნის უფრო დიდი ძალისხმევა იყოს მიმართული აზიისკენ.

უცხოური ტურ-ოპერატორების შემთხვევაში მათი მომხმარებლების უმეტესობა, რომლებიც მოგზაურობენ საქართველოში ძირითადად არიან იმ ქვეყნის წარმომადგენლები სადაც თვითონ ეს კომპანია მოღვაწეობს. თუმცა

მოცემულ კომპანიებს განსაკუთრებით ინგლისურენოვან კომპანიებს ნაკლებად ჰყავთ ამერიკელი, იტალიელი და ესპანელი ტურისტები და მათი პროცენტული მაჩვენებელი დაბალია. გამოკითხული ტურ-ოპერატორების ინტერესის სფეროს არ წარმოადგენენ ქვეყნის შიგნით არსებული ტურისტები. მიუხედავად ამისა, რაოდენიმე ტურ-ოპერატორმა აღნიშნა, რომ ადგილობრივი ტურისტები ძალიან მნიშვნელოვანია და ტურიზმის განვითარება შეუძლებელი იქნება მათთან განსაკუთრებული მიდგომის გარეშე. ადგილობრივი ტურისტები მნიშვნელოვან როლს თამაშობენ ყველა ტურისტულ ბაზარზე, შესაბამისად, არ უნდა ამოხდეს მათი უგულვებელყოფა. ადგილობრივი მომხმარებლების მისაზიდად განსაკუთრებული ძალისხმევა და რესურსები საჭირო არ არის. მეორეს მხრივ, ბაზარზე გაკეთებული ინვესტიციის უკუგება საკამოდ სწრაფია.

#### **მომხმარებლები, რომელთა მოზიდვაც უნდა მოხდეს იმერეთის რეგიონში**

გამოკითხული ტურ-ოპერატორების უმრავლესობას არ გააჩნია მკაფიო ხედვა იმ მომხმარებელთა კატეგორიის შესახებ, რომელზედაც უნდა გაკეთდეს აქცენტი იმერეთის რეგიონის შემთხვევაში. მათ იციან მომხმარებელთა არსებული პრეფერენციები და საჭიროებები და შესაბამისად ახდენენ მათ დაკმაყოფილებას. მეორეს მხრივ, მომხმარებლებს უკვე ჩამოუყალიბდათ მოლოდინები საქართველოსა და იმერეთის რეგიონში კულტურული ტურიზმის მარშრუტთან დაკავშირებით და შესაბამისად მათ ზუსტი შეხედულებები გააჩნიათ ამასთან დაკავშირებით. მოქმედი ტურ-ოპერატორების უმრავლესობამ აღნიშნა, რომ უნდა გაგრძელდეს არსებული მიმართულებით მუშაობა, რაც გულისხმობს ხანში შესული ტურისტების მოზიდვას.

მეორეს მხრივ, ტურიზმის სექტორის პოტენციალის გათვალისწინებით, რაც შესაძლებელია განვითარდეს იმერეთის რეგიონში ძალისხმევა საჭიროა მიმართულ იქნას ახალგაზრდა ტურისტების მოსაზიდად, რომელთაც დაინტერესებულნი არიან სათავგადასავლო, სპორტული და ბუნების ტურიზმით.

## მარკეტინგული ქმედებები იმერეთის რეგიონისათვის, როგორც ტურისტული მარშრუტისათვის

მოცემულ ქვე-თავში წარმოდგენილი იმ მარკეტინგული აქტივობების ჩამონათვალი, რომელთა მეშვეობითაც შესაძლებელი იქნება უფრო მეტი ტურისტის მოზიდვა და რაც იმერეთს ჩამოაყალიბებს ტურისტული მარშრუტის ადგილად. მომდევნო ქვე-თავი აღწერს იმ სპეციფიურ ქმედებებს, რაც დაეხმარება ტურ-ოპერატორებს თავინთი პროდუქტის წარმატებულ მარკეტინგსა და გაყიდვაში.

### ქმედებები, რომლებიც ტურისტების მოზიდვის მეტ შესაძლებლობას იძლევა

თითქმის ყველა ტურ-ოპერატორი თანხმდება, რომ განვითარების ამჟამინდელ ეტაპზე (შესაძლებელია მომავალშიც) იმერეთმა არ უნდა აწარმოოს მარკეტინგული აქტივობები დამოუკიდებლად საერთაშორისო ბაზრზე. საქართველო ერთად აღებული ბევრად უფრო ძლიერი ტურისტული მარშრუტია ვიდრე ცალკე აღებული მერეთი.

პოტენციური ტურისტები დღესდღეობით ინფორმაციის ნაკლებობას განიცდიან საქართველოსთან დაკავშირებით, კიდევ უფრო დამაბნეველია ევროპული სახელმწიფოსა და ამერიკის ერთერთი შტატის ერთმანეთში არევა. განსაკუთრებული ძალისხმევა საშუალებას მოგვცემს წარმატებით იქნას გადაჭრილი დეზინფორმაციის არსებული ზოგადი კონტექსტი. ყველა ტიპის მარკეტინგული აქტივობა მიმართული უნდა იქნას პირველ რიგში საქართველოს ცნობადობის გასაზრდელად და მხოლოდ ამის შემდეგ შესაძლებელია დასახელდეს იმერეთის რეგიონი. საერთაშორისო ტურისტულ ბაზარზე იმერეთი წარმოდგენილი უნდა იქნას საქართველოს ბრენდის ქვეშ.

### ქმედებები, რომლებიც ტურ-ოპერატორებს დაეხმარება უკეთ შეძლონ ტურისტული მარშრუტების რეალიზაცია

ეროვნული ტურ-ოპერატორები თავიანთ პროდუქტს ყიდნიან უცხოური ტურ-ოპერატორების დახმარებით. ისინი კავშირებს ამყარებენ უცხოელებთან და რეკლამირებას უწევენ სხვადასხვა ტურისტულ პროდუქტს. უცხოური ტურ-ოპერატორები თავის მხრივ ასაღებენ საქართველოს როგორც ტურისტულ მარშრუტს პირდაპირ პოტენციურ ტურისტებთან.

ტურ-ოპერატორების უმრავლესობა ფიქრობს, რომ არსებული ტურისტული პროდუქტები რითაც იმერეთის რეგიონი წარმოდგენილია როგორც ტურისტული მარშრუტის ადგილი, საკმარისია მომხმარებლის მოსაზიდად. მღვიმეების აღდგენით, ქუთაისის ძველი უბნის რესტავრაციით ისევე როგორც ტურისტული ინფრასტრუქტურის (საინფორმაციო ნიშნების) გაუმჯობესებით

დღესდღეობით ბევრად მეტი რამის ნახვა შეიძლება ვიდრე რამდენიმე წლის წინ იყო შესაძლებელი. ისინი ფიქრობენ, რომ ძირითადად რაც რეგიონს აკლია ესაა საბაზისო ტურისტული ინფრასტრუქტურა (მაგ., განთავსების ადგილები, ჰიგიენური მომსახურება) და საქართველოს ცნობადობა, ისევე როგორც სურვილი იმოგზაურო ქვეყანაში. თუკი ტურისტები ეწვევიან ქვეყანას ტურ-ოპერატორები წარმატებით გამოიყენებენ არსებულ ტურისტულ პროდუქტებს იმერეთში.

მარკეტინგული კომუნიკაცია უცხოეთის ტურ-ოპერატორებთან უფრო მეტი ეფექტის მომტანი იქნება ქართული ტურ-ოპერატორებისათვის. ზოგიერთი მათგანი დამოუკიდებლად უკეთებს ორგანიზებას “FAM” ტურებს და საინფორმაციო სესიებს თავის პარტნიორებისათვის. მაგალითად „Visit Georgia“-მ გაგვიზიარა საკუთარი გემების შესახებ საქართველოში მოიწვიოს ჟურნალისტები ავსტრიის უმსხვილესი გაზეთებიდან და იმ ჟურნალებიდან, რომლებიც ტურიზმზე სპეციალიზდებიან. საერთაშორისო ტურ-ოპერატორები ხაზგასმით აღნიშნავენ, რომ არ არის საკმარისი რეკლამირება როგორც ტელევიზიის ისე ტურისტულ ჟურნალებში განთავსებული ინფორმაციის სახით. ისინი აღიარებენ, რომ ძირითადად „დაბნეულობის ატმოსფერო“ მათ შორის როდესაც ეკითხებიან საქართველოს შესახებ, გამომდინარე ეიქედან, რომ ზოგადად ნაკლები იციან ამ ქვეყნის შესახებ. მნიშვნელოვანი დახმარება იქნება თუკი ამ დანაკლისს შეავსებენ ეროვნული ტურისტული სააგენტოები. თუმცა ყველა ტურ-ოპერატორი თანხმდება, რომ მარკეტინგული აქტივობები განსაკუთრებული სიფრთხილით უნდა იქნას შედგენილი რათა არ შეიქმნას არარეალური მოლოდინები.

მომზადებულია:



თანამშრომლობით:



ბარსელონა / თბილისი 2012 წლის 1 აგვისტო