

იმერეთში (საქართველო) ტურიზმის განვითარების
მარკეტინგული სტრატეგია

დანართი 8

აეროპორტში ჩატარებული გამოკითხვის
ანგარიში

თანამშრომლობით:



თანამშრომლობით:



ბარსელონა/თბილისი 2012 წლის 1 აგვისტო

შინაარსი

1. შესავალი.....	3
2. გამოკითხულთა პროფილი.....	5
3. მიმდინარე მოგზაურობის აღწერა	7
4. იმერეთში ვიზიტი.....	9
5. კმაყოფილების შეფასება	12
6. იმერეთის შესახებ ცოდნა და რეპუტაცია.....	15

1 შესავალი

დანართში მოცემული ინფორმაცია ასახავს თბილისის საერთაშორისო აეროპორტში ჩატარებული გამოკითხვის შედეგებს.

მეთოდოლოგია

კვლევის ფარგლებში ინტერვიუები თბილისის საერთაშორისო აეროპორტის მოსაცდელ დარბაზში შედგა, სადაც ის ადამიანები გამოიკითხნენ, რომლებიც საქართველოდან მიემგზავრებოდნენ. ჯამში, კითხვარის გამოყენებით 401 რესპოდენტი გამოიკითხა პირისპირი ინტერვიუს საშუალებით.

საველე მუშაობა 2012 წლის 9 ივნისიდან 21 ივნისის ჩათვლით შედგა.

კითხვარი შემდეგნაირად იყო სტრუქტურირებული:

1. მოქალაქეობა
2. საქართველოში ვიზიტის მიზეზი
3. იმერეთში ვიზიტი
4. მიზეზები, რატომაც არ ესტუმრნენ იმერეთს
5. საქართველოში ვიზიტის სურვილი მომავალი 5 წლის განმავლობაში
6. იმერეთში დარჩენის საშუალო ხანგრძლივობა
7. იმერეთის აღწერა 1 სიტყვით
8. იმერეთში ვიზიტის მთავარი მიზეზი
9. იმერეთში ვიზიტის მეორეხარისხოვანი მიზეზი
10. იმერეთის მთავარი უპირატესობები
11. იმერეთი, როგორც რეკომენდებული ადგილი
12. იმერეთის მთავარი რესურსების შესახებ ცოდნა და მათი შეფასება
13. კმაყოფილება კონცეპტუალურობის მიხედვით
14. მოგზაურობის შეკვეთა
15. სამოგზაურო ჯგუფის შემადგენლობა
16. რესპოდენტის ასაკი
17. შემოსავლის დონე

ინფორმაციული მიზეზებიდან გამომდინარე, მიღებული მონაცემები ქვე-ჯგუფის საფუძველზე (ქვეყნის, შემოსავლის და ა.შ მიხედვით) გაანალიზდა, მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ ამ ჯგუფების ზომა არც თუ ისე მნიშვნელოვანია სტატისტიკური თვალსაზრისით და ინფორმაცია უნდა ჩაითვალოს, როგორც საორიენტაციო.

2 გამოკითხულთა პროფილი

გამოკითხულთა უდიდესი ნაწილი აღმოსავლეთ ევროპული ქვეყნებიდან (უკრაინა, რუსეთი, პოლონეთი), ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებიდან (ირანი, ისრაელი), მეზობელი ქვეყნებიდან (თურქეთი, აზერბაიჯანი) და ამერიკის შეერთებული შტატებიდან იყვნენ.

გამოკითხულთა მოქალაქეობის ქვეყნები

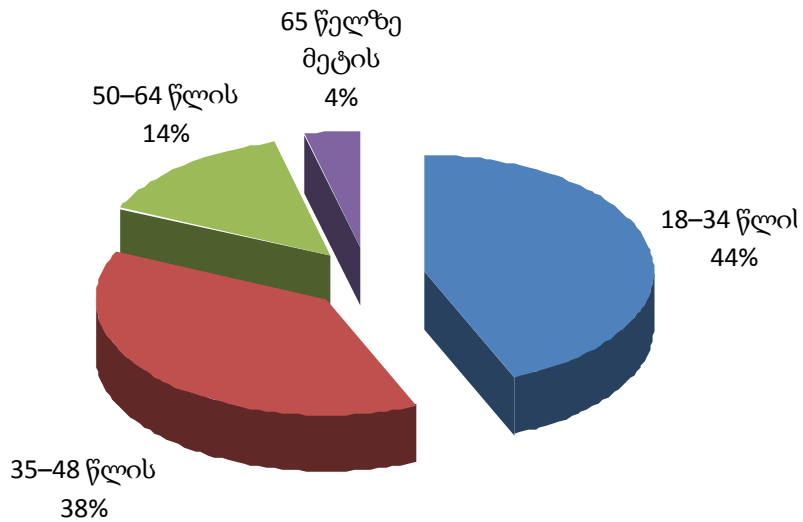
ქვეყანა	რაოდენობა	%	ქვეყანა	რაოდენობა	%
უკრაინა	45	11%	ჩინეთი	5	1%
ისრაელი	36	9%	ირლანდია	5	1%
რუსეთი	30	7%	იტალია	5	1%
აშშ	29	7%	საბერძნეთი	4	1%
ირანი	29	7%	მალაიზია	3	1%
პოლონეთი	27	7%	შვეიცარია	3	1%
თურქეთი	20	5%	იაპონია	3	1%
აზერბაიჯანი	15	4%	ავსტრალია	3	1%
საფრანგეთი	13	3%	ესპანეთი	2	0%
ლიტვა	11	3%	ნიგერია	2	0%
ყაზახეთი	11	3%	ბელარუსია	2	0%
ყატარი	10	2%	ჩეხეთი	2	0%
ფინეთი	10	2%	ლატვია	2	0%
ესტონეთი	9	2%	შვედეთი	2	0%
ჰოლანდია	8	2%	ბელგია	2	0%
ინდოეთი	8	2%	სომხეთი	2	0%
გერმანია	7	2%	ლუქსემბურგი	2	0%
ინგლისი	7	2%	ნორვეგია	2	0%
კანადა	6	1%	სხვა ქვეყნები	14	4%
შრი ლანკა	5	1%			
			ჯამში	401	100%

წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

გამოკითხული მოქალაქეების დანარჩენი ქვეყნებია: ალჟირი, ავსტრია, ბანგლადეში, ბრაზილია, კოლუმბია, დანია, უნგრეთი, ინდონეზია, მოლდავეთი, სლოვენია, სამხრეთ აფრიკა, ტაივანი, არაბეთის გაერთიანებული საემიროები და უზბეკეთი.

გამოკითხულთა უმეტესობა შეადგენდა 35 წლის და უმცროსი ასაკის ადამიანებს.

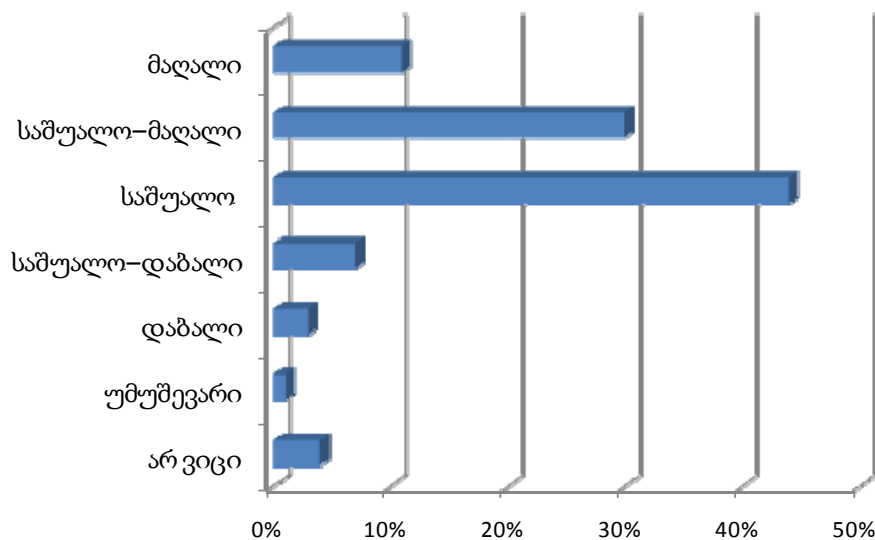
გამოკითხულთა განაწილება ასაკის მიხედვით



წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

გამოკითხულების შემოსავალი საშუალოდ მალა დონემდე მერყეობდა.

გამოკითხულთა შემოსავლის დონე

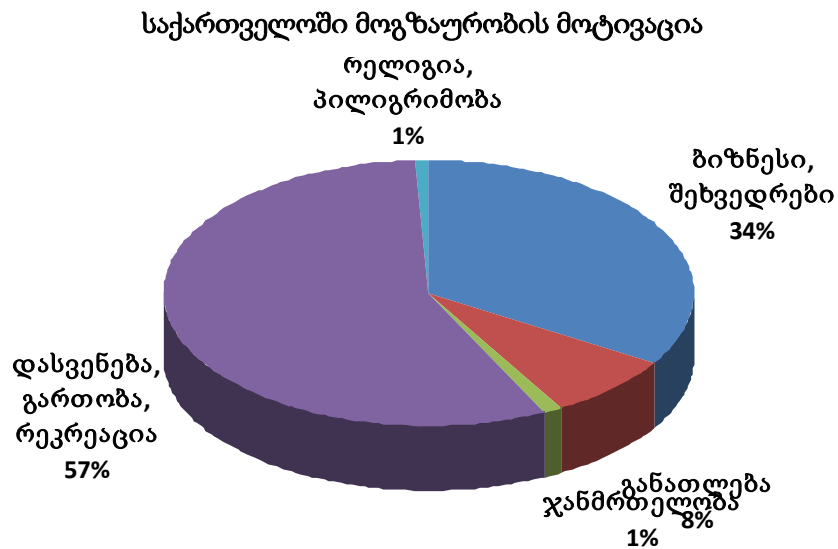


წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

3 მიმდინარე მოგზაურობის აღწერა

საქართველოში მოგზაურობის მთავარი მოტივაცია გამოწვეული იყო დასვენების, გართობის და რეკრეაციული მიზეზებით.

ვიზიტორების 1/3 ნაწილი ჩამოვიდა ბიზნეს შეხვედრებისთვის.



წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

ვიზიტორები მეზობელი ქვეყნებიდან (სომხეთი, აზერბაიჯანი და თურქეთი) ძირითადად საქმიანი მიზეზების გამო მოდიან (49%), ასევე ვიზიტორები აშშ-დან (59%) და ირანიდან (59%). გართობისა და დასვენების მიზნით ჩამოსულ ვიზიტორებს შორის რუსებისა და უკრაინელების ხვედრითი წილი საკმაოდ მაღალია (71%).

საშუალო შემოსავლის მქონე პირებიდან 71% დასასვენებლად, გასართობად და რეკრეაციული მიზნებისთვის ჩამოდიან. ამასთანავე, საშუალო-მაღალი და მაღალი შემოსავლის მქონდე ინდივიდების ნახევარი (50%) ბიზნეს მიზეზების გამო ჩამოდიან. სხვადასხვა ასაკის ხალხს შორის არ არსებობს მკვეთრი განსხვავება მოტივაციის მხრივ.

ვიზიტორების დიდმა ნაწილმა (53%) თავად შეუკვეთა საქართველოში მოგზაურობა ინტერნეტის მეშვეობით.

იმ ხალხისთვის, რომელიც ბიზნეს მოგზაურობაში იმყოფებოდა, კომპანიამ იზრუნა მოგზაურობის ორგანიზებაზე (25%).

მომდევნო ცხრილი გვიჩვენებს გამოკითხვის შედეგებს; ხალხის 2%-მა, რომლებმაც გამოიყენეს „სხვა“ – გამოხატეს მეგობრის ან მასპინძელი ოჯახის მიერ გაწეულ დახმარებას შეკვეთის დროს.

შეკვეთის მეთოდები

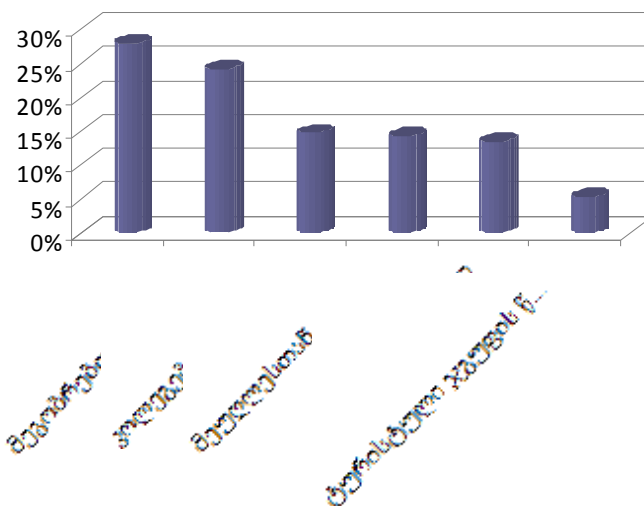
არხი	რაოდენობა	%
მარტო, ძირითადად ინტერნეტით	213	53%
მარტო, წიგნების, გამოქვეყნებული ინფორმაციისა და სატელეფონო ზარების მეშვეობით	41	10%
ტურისტული სააგენტოსგან პაკეტის შესყიდვა	28	7%
სპეციალიზებული ტურისტული სააგენტოსგან ინდივიდუალური ტურის შეკვეთა	11	3%
ჩემმა კომპანიამ იზრუნა (ბიზნეს მოგზაურობა)	99	25%
გამოტოვებული პასუხი	1	0%
სხვა	8	2%
ჯამი	401	100%

წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

ბიზნეს მოგზაურების 67% თავის კონპანიას ანდობს მოგზაურობის შეკვეთას და ორგანიზებას, რაც შეეხება დასვენების მიზეზებით მოგზაურებს, მათი 66% ინტერნეტით უკვეთავს მოგზაურობას.

ვიზიტორები ძირითადად მარტო (28%) ან მეგობრებთან ერთად (24%) მოგზაურობენ. ჯგუფური ტურით ჩამოსული მოგზაურების რაოდენობა მერყეობს 8-დან 35-მდე, საშუალო 16 ადამიანით ჯგუფში.

მოგზაურთა ჯგუფი



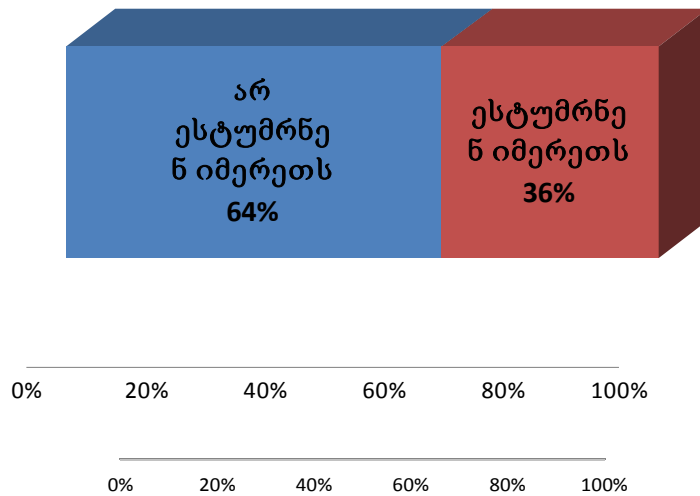
წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

ბიზნეს მოგზაურები ჩამოდიან კოლეგებთან ერთად (43%) და ასევე მარტო (41%).

4 იმერეთში ვიზიტი

401 უცხოელი ვიზიტორიდან საქართველოში იმერეთს 36% ესტუმრა.

ვიზიტორების განაწილება იმერეთში სტუმრობის ფაქტის მიხედვით



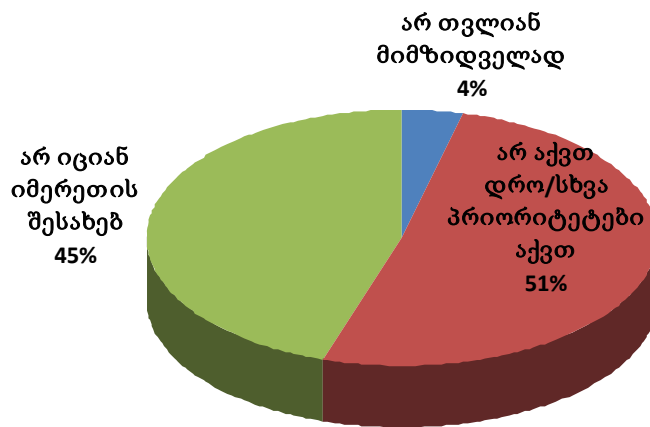
წყარო: აეროპორტის გამოკითხვა

იმერეთის ვიზიტორებიდან 26% ბიზნეს მოგზაურობის მიზნით, ხოლო 46% კი დასვენების მიზნით ესტუმრა ამ ტურისტულ მიმართულებას.

განსხვავებები არსებობს ეროვნებების მიხედვით ვიზიტების რაოდენობაშიც, მაგალითად ჩამოსული ირანელებიდან მხოლოდ 14% ესტუმრა რეგიონს, თურქეთიდან კი - 15%. მაშინ, როდესაც ისრაელიდან ჩამოსული ვიზიტორების 53%, პოლონელი - 52%, რუსი - 50% და უკრაინელი - 49%, ჩავიდა იმერეთში.

იმ გამოკითხულთა შორის, რომლებიც იმერეთში არ იყვნენ ნამყოფები, მხოლოდ 4% მიიჩნევდა იმერეთს არამიმზიდველ ადგილად: მთავარი მოტივაცია იყო ის, რომ ვიზიტორებს არ ჰქონდათ დრო (51%) ან უბრალოდ არ იცოდნენ მის შესახებ (45%).

მთავარი მოტივი, რის გამოც იმერეთს არ სტუმრობენ

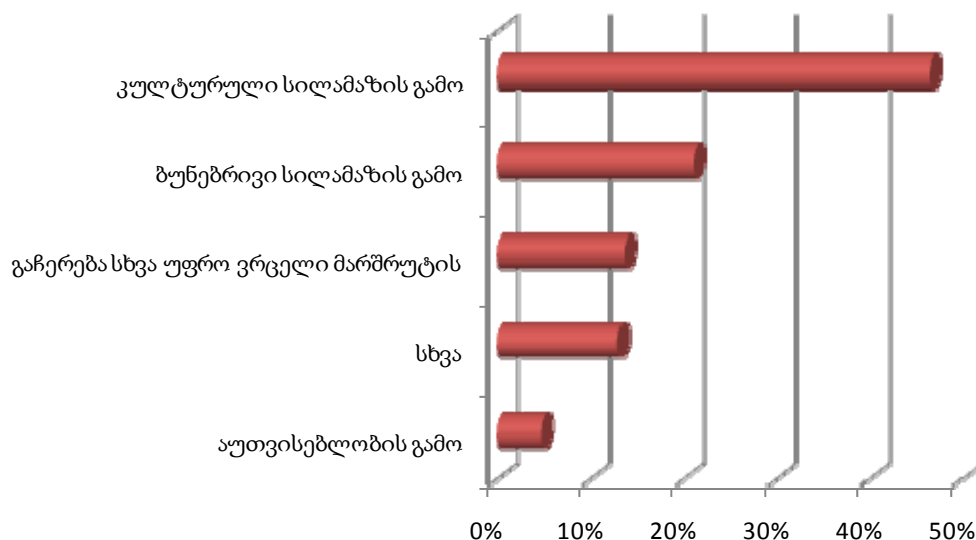


წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

ამის მიუხედავად, იმ ადამიანებიდან, რომლებიც იმერეთს არ ესტუმრნენ ამჟამად, საქართველოში წამდვილად დაბრუნდება (52%), ხოლო მოსალოდნელია, რომ დაბრუნდება (28%).

იმ ადამიანებისთვის კი, რომლებიც იმერეთს ესტუმრნენ, მთავარი მიზეზი კულტურულ რესურსებთან კავშირი იყო (47%) და მეორე მისი ბუნებრივი სილამაზე (21%). „სხვა“-ში ვიზიტორებმა მიუთითეს საკუთარ საქმიანობასთან დაკავშირებული მიზეზები.

იმერეთში ვიზიტის მოტივები

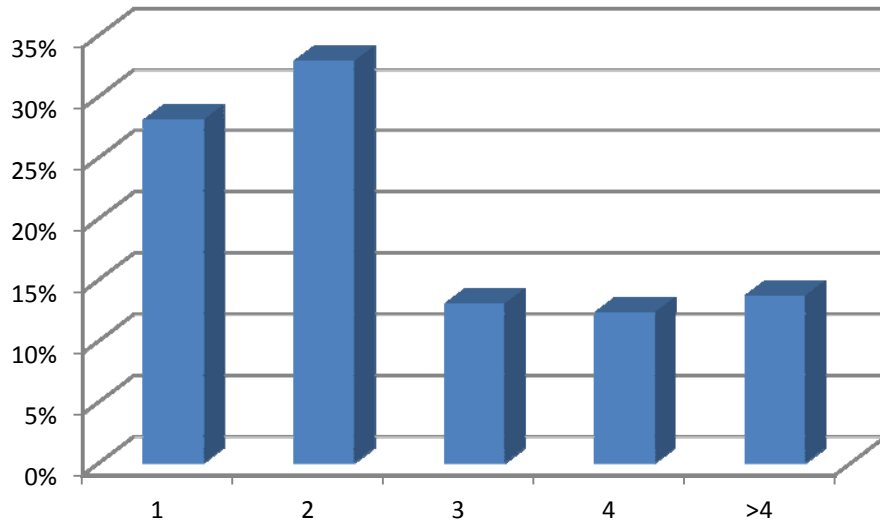


წყარო: აეროპორტის გამოკითხვა

კულტურული ასპექტები განსაკუთრებით საინტერესო აღმოჩნდა ვიზიტორებისთვის ისრაელიდან (79%), პოლონეთიდან (71%) და უკრაინიდან (64%).

იმერეთის ვიზიტორებიდან იმერეთში მხოლოდ 28% დარჩა 1 დღით, ხოლო 33% კი - 2 დღით. დარჩენის საშუალო ხანგრძლივობა 4,1 დღეა.

დარჩენის ხანგრძლივობა იმერეთში (დღეები)



წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

5 კმაყოფილების შეფასება

გამოკითხულებს სთხოვეს გამოეთქვათ აზრი იმერეთში დარჩენის კონკრეტულ ასპექტებთან დაკავშირებული კმაყოფილების შესახებ.

საუკეთესოდ შეფასებული ასპექტებს შორის არის ინტერნეტში არსებული ინფორმაცია, რესტორნები და მათი სერვისები და განთავსების საშუალებები.

გამოკითხულთა მიხედვით, ის ასპექტები, რომლებიც უნდა გამოსწორდეს, არის სისუფთავე, სატრანსპორტო მომსახურება, ნავიგაცია და ნიშნების განთავსება, რომლებიც წარუძღვება ვიზიტორებს სხვადასხვა ადგილებსა და მაღაზიებში.

მთლიანობაში იმერეთთან დაკავშირებული კმაყოფილება საკმაოდ მაღალია (8,78 შეფასებით 10 ბალიანი სისტემიდან) გამოკითხულთა მიერ შემდგარი კონსესუსით (დაბალი სტანდარტული გადახრით 0.97).

კმაყოფილების შეფასება

იმერეთის ასპექტი	საშუალო	σ (სტანდ. გადახრა)
სერვისები განთავსების ადგილებში	8,07	1,36
რესტორნის ინფრასტრუქტურა და მომსახურება	8,18	1,48
მაღაზიების შეთავაზება	7,45	1,73
სატრანსპორტო სერვისები/ინფრასტრუქტურა	7,33	1,39
ნავიგაცია/საორიენტაციო ნიშნები	7,44	1,67
ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი	7,50	1,80
ინტერნეტში არსებული ინფორმაცია	8,25	1,39
სისუფთავე	7,22	1,65
ფულის და ღირებულება თანაფარდობა	7,62	1,08
მთლიანი კმაყოფილება	8,78	0,97

შენიშვნა: შეფასება: 1 = საკმაოდ დაბალი, 10 = საკმაოდ მაღალი

წყარო: აეროპორტის გამოკითხვა

ასევე უნდა აღინიშნოს, რომ მიუხედავად იმისა, რომ შედეგები იმედის მომცემია, საკმაოდ ხშირია დადებითი შეფასებები ასეთ გამოკითხვებში.

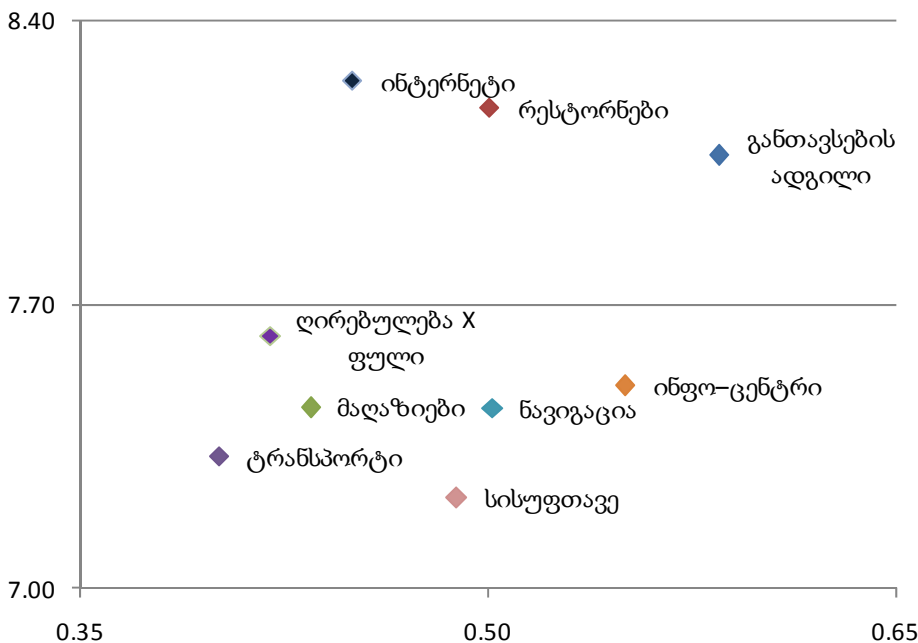
არსებობს განსხვავებები სხვადასხვა ქვეყნების მომხმარებელთა შორის. ამერიკელი ხალხი შედარებით მომთხოვნი და კრიტიკულია, განსაკუთრებით განთავსების ადგილებში მომსახურებასა და საყიდლებთან დაკავშირებული შესაძლებლობების მიმართ. ტურისტებს ისრაელიდან შედარებით კარგი წარმოდგენა აქვთ, თუმცა ნიშნების განთავსებასთან დაკავშირებით აქვთ შენიშვნები. რუსები რესტორნების მომსახურებით კმაყოფილები არიან.

მაშინ, როდესაც დასასველებლად ჩამოსული ტურისტები საშუალოზე ოდნავ უფრო მეტად კმაყოფილნი არიან, ბიზნეს მოგზაურებს არ მოსწონთ ტურისტულ ადგილებში ჰიგიენა.

ჩატარდა სპეციფიკური ანალიზი აღნიშნულ ელემენტებთან დაკავშირებით, რათა შეგვეფასებინა კმაყოფილებასთან ერთად მათი ფარდობითი მნიშვნელობა ტურისტების მიერ იმერეთში სრულყოფილი მოგზაურობის მასალებად.

შესაბამისად, კორელაციის კოეფიციენტის გამოთვლა თითოეული ამ ელემენტისთვის მოხდა საერთო კმაყოფილების მიხედვით; შედეგი გვიჩვენებს ელემენტის ზეგავლენას ზოგად კმაყოფილებაზე: რაც უფრო მაღალია ღირებულება, მით უფრო მაღალია ზეგავლენა.

კმაყოფილება/გავლენის ანალიზი



წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

ანალიზი შესაძლებლობას გვაძლევს გავანაწილოთ შეფასებული ელემენტები მატრიცაში, 4 ძირითადი ჯგუფის მიხედვით.

ელემენტებს, რომელთაც მაღალი ზეგავლენა აქვთ მომხმარებლების კმაყოფილებაზე და პოზიტიურად არიან შეფასებულები (განთავსების ადგილი), აქვთ სტრატეგიული რელევანტურობა იმერეთისთვის და შესაბამისად იმერეთში უნდა მოხდეს ამ ელემენტების განვითარებაში ინვესტირება კონკურენტუნარიანი შეთავაზების მისაღებად.

იმერეთმა კონცენტრირება უნდა მოახდინოს კონკრეტულ ელემენტებზე, რომლებსაც კმაყოფილებაზე მაღალი ზეგავლენა აქვთ, მაგრამ არ არიან კარგად შეფასებულნი (საინფორმაციო ცენტრი).

ამასობაში ნაკლები ყურადღება უნდა გამახვილდეს იმ ელემენტებზე, რომლებსაც შედარებით დაბალი ზეგავლენის დონე აქვთ და ასევე იმათზე, რომლებსაც მაღალი კმაყოფილების კოეფიციენტი აქვთ, ამ შემთხვევაში რესურსების განაწილება უნდა უკეთესად მოხდეს.

6 იმერეთის შესახებ ცოდნა და რეპუტაცია

გამოკითხულებს, რომლებიც იმერეთში იყვნენ, დაუსვეს კითხვა ესტუმრნენ თუ არა კონკრეტულ ადგილებს რეგიონში. და თუ ესტუმრნენ, სთხოვეს შეეფასებინათ კმაყოფილება ვიზიტიდან 1–დან (დაბალი) 10-მდე (მაღალი) ბალიან სისტემაში.

ქუთაისი ყველაზე უფრო განახლებული და სტუმრებადი ადგილია იმერეთში, იმის მიუხედავად, რომ არ არის მაღალი ქულით შეფასებული.

გელათი ასევე ცნობილია იმის მიუხედავად, რომ ყველა არ სტუმრობს, მას ყველაზე მაღალი შეფასება აქვს.

ბაგრატიის ტაძარიც ცნობილია, თუმცა იმერეთში ჩასული ვიზიტორების მხოლოდ ნახევარი სტუმრობს ამ ადგილს და კმაყოფილებაც არ არის მაღალი.

ბორჯომის პარკი საკმაოდ პოპულარული ადგილია, თუმცა რთულად მისადგომობის გამო იმერეთში ჩასული ვიზიტორების მხოლოდ 29% სტუმრობს ადგილს; კმაყოფილება საკმაოდ მაღალია.

მოწამეთას მონასტერი ცნობილია, მაგრამ მხოლოდ 1/3 ნაწილი სტუმრობს ამ ადგილს.

გამოკითხულთა ნახევარმა იცოდა ვანის შესახებ, მაგრამ მხოლოდ მცირე ნაწილი სტუმრობს ადგილს და მათი კმაყოფილების დონე ყველაზე დაბალი იყო შეფასებულ ადგილებს შორის.

წყალტუბოს მღვიმეები ნაკლები პოპულარობით სარგებლობდა ვიზიტორებს შორის და მათი მხოლოდ მცირე ნაწილი ესტუმრა ადგილს, თუმცა კმაყოფილება ამ შემთხვევაშიც მაღალია.

იმერეთის შესახებ ინფორმირებულობა და მთავარი ადგილები

ადგილები	სმენია...		ყოფილა...		შეფასება
	რაოდენობა	%	რაოდენობა	%	
ქუთაისი	145	99%	144	99%	8,46
გელათის მონასტერი	132	90%	114	78%	9,08
ბაგრატიის ტაძარი	125	86%	74	51%	8,17

იმერეთში (საქართველო) ტურიზმის განვითარების მარკეტინგული სტრატეგია
 აეროპორტში ჩატარებული გამოკითხვის ანგარიში

ბორჯომის ეროვნული პარკი	110	75%	42	29%	9,00
მოწამეთას მონასტერი	88	60%	48	33%	8,39
ვანი	77	53%	26	18%	7,96
წყალტუბოს მღვიმეები	70	48%	23	16%	8,71

შენიშვნა: შეფასება: 1 = დაბალი, 10 = მაღალი

წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

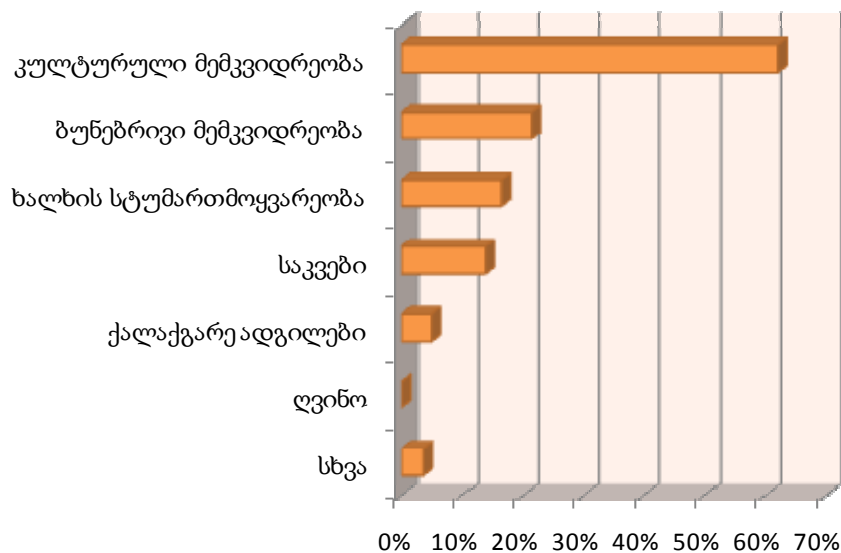
იმერეთის ტურიზმის მთავარი ძლიერი მხარე, გამოკითხულთა აზრით, კულტურული მემკვიდრეობაა (62%).

ფაქტორების კიდევ ერთი ჯგუფი, რომელსაც ასევე სიძლიერე ახასიათებს, არის ბუნება (21%) და ადგილობრივების სტუმართმოყვარეობა (17%) და ადგილობრივი საკვები (14%).

ქალაქგარე ადგილები და სხვა ელემენტები არ ითვლება ძალიან მნიშვნელოვან საკითხებად ტურიზმის განვითარებაში.

არც ერთმა გამოკითხულმა არ დაასახელა ღვინო, როგორც ძლიერი რესურსი.

იმერეთის მთავარი ძლიერი მხარეები



შენიშვნა: რამოდენიმე პასუხი

წყარო: აეროპორტის გამოკითხვა

ბიზნეს მოგზაურებისათვის ბუნება შედარებით უფრო მნიშვნელოვანი იყო, ვიდრე დასვენების მსურველებისთვის.

მონაწილეებს ეთხოვათ, რომ დაეხასიათებინათ იმერეთი ერთი სიტყვით. დადებით სიტყვებთან და კონცეფციებთან ასოციაცია უფრო მეტად პოზიტიური იყო (123), ვიდრე ნეაგატიური (20).

დადებითი ასპექტები, რომლებიც ხაზგასმულია, არის:

- სტუმართმოყვარე და მეგობრული
- ისტორიული, მონასტრები
- განახლებული და განვითარებადი
- მთები, ბუნება, ველური ბუნება და ა.შ

იმერეთის აღწერა ერთი სიტყვით

	სიტყვა	ხსენების რაოდენობა	სიტყვა	ხსენების რაოდენობა
დადებითი ასოციაციები	ლამაზი	25	ახალი	1
	მშვენიერი	24	ფანტასტიური	1
	ისტორიული	7	გემრიელი	1
	სტუმართმოყვარე	7	უბადლო	1
	საინტერესო	6	სურპრიზი	1
	განახლებული	5	შესანიშნავი	1
	კარგი	5	თბილი	1
	გასაოცარი	5	მოლოდინს აჭარბებს	1
	მთები	3	მეგობრები	1
	განსხავებული	3	ლამაზი	1
	მეგობრული	3	გართობა	1
	უმშვენიერესი ადგილი	3	დასვენება	1
	ბუნებრივი	2	საუცხოო	1
	მონასტრები	2	ველური	1
	გელათი	2	განვითარებადი	1
	პარლამენტი	2	ხაჭაპური	1
	მოწონებული	2	შთამბეჭდავი	1
			ჯამი	123

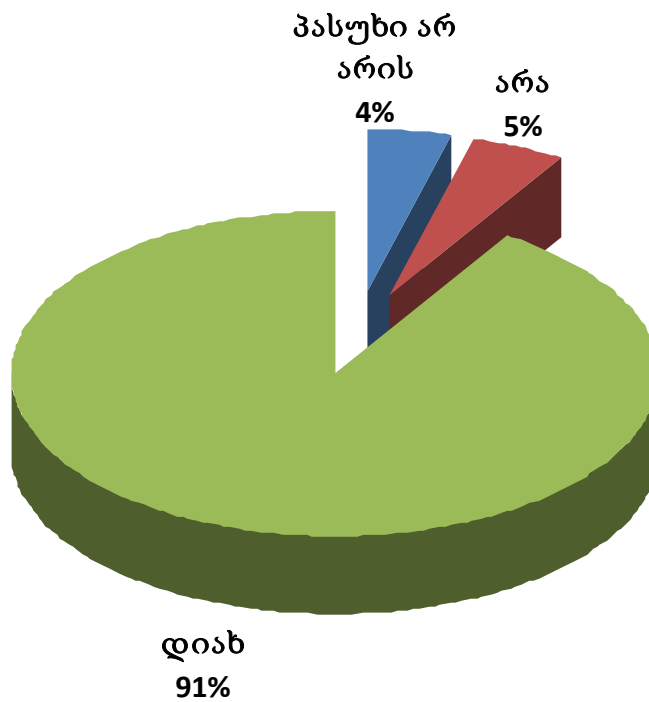
	სიტყვა	ხსენების რაოდენობა	სიტყვა	ხსენების რაოდენობა
უარყოფითი ასოციაციები	ცხელი	5	არმოწონება	1
	ძველი	2	ხალხმრავალი	1
	არასტუმართმოყვარე	2	დაკავებული	1
	ნორმალური	1	ნაკლებად საინტერესო	1
	სწრაფი ტემპი	1	იმედგაცრუება	1
	ღარიბი	1	ხმამაღალი	1
	ცივი	1	უსუფთაო	1
			ჯამი	20

წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

საბოლოოდ, რესპონდენტებს ეკითხათ, გაუწევდნენ თუ არა რეკომენდაციას იმერეთს მეგობრებთან და ნათესავებთან.

პასუხი დადებითი იყო, ვინაიდან 91%-მა გამოხატა რეგიონის, როგორც ტურისტული მიმართულების, რეკომენდაციის სურვილი.

იმერეთის რეკომენდაციის განზრახვა



წყარო: გამოკითხვა აეროპორტში

მომზადებულია:



თანამშრომლობით:



ბარსელონა/თბილისი 2012 წლის 1 აგვისტო