თბილისის, როგორც ქალაქის, პოზიციონირება შოპინგ ტურიზმის მიმართულებით

ლილი ჯიშკარიანი

თამარ მოსიძე

დასკვნითი ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის, ტექნოლოგიებისა და განათლების სკოლის მაგისტრანტების მიერ

საზოგადოებრივი ურთიერთობები

კურსის ხელმძღვანელი : თორნიკე გურული

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2023 წელი

განაცხადი

როგორც წარდგენილი სამაგისტრო ნაშრომის ავტორები, ვაცხადებთ, რომ ნაშრომი წარმოადგენს ჩვენს ორიგინალურ ნამუშევარს და არ შეიცავს სხვა ავტორების მიერ აქამდე გამოქვეყნებულ, გამოსაქვეყნებლად მიღებულ ან დასაცავად წარდგენილ მასალებს, რომლებიც ნაშრომში არ არის მოხსენიებული ან ციტირებული სათანადო წესების შესაბამისად.

ლილი ჯიშკარიანი

თამარ მოსიძე

19.06.2023.

აბსტრაქტი

შოპინგ ტურიზმი ტურიზმის ერთ-ერთი ყველაზე პოპულარული სახეობაა. შოპინგი, არა მხოლოდ საჭირო ნივთების შეძენის, არამედ თავისუფალი დროის სიამოვნებით გატარების და ახალი გამოცდილების მიღების შესაძლებლობაა.

შოპინგ ტურიზმი ყოველწლიურად სულ უფრო მეტ პოპულარობას იძენს მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში. დღეს ის ხელმისაწვდომი გახდა ყველა ადამიანისთვის და დღითიდღე იზრდება შოპინგ ტურიზმით დაინტერესებულთა რაოდენობა. ასევე შოპინგი აღიარებულია, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე მოთხოვნადი აქტივობა მოგზაურობის დროს. ამ სფეროს ყოველწლიურად მილიონობით ფული შემოაქვს გლობალურ ტურისტულ ეკონომიკაში.

მოცემული კვლევის მიზანია შეისწავლოს ბაზარი, გარდა ამისა მნიშვნელოვანია გამოიკვეთოს პრობლემები, შევიმუშაოთ სხვადასხვა გზები, ეტაპები და მარკეტინგული სტრატეგიები თბილისში შოპინგ ტურიზმის განვითარებისთვის.

385 რესპონდენტისგან ამომწურავი პასუხი გაეცა ყველა საკვლევ საკითხს სხვადასხვა მიმართულებით.

დასკვნის სახით უნდა აღინიშნოს, რომ კვლევა შედგა, მიზნები და ამოცანები მიღწეულია. ერთ-ერთი დიდი გამოწვევა კი ის არის, რომ ჩვენ შევძლოთ ყველას გავაგებინოთ, რომ შოპინგ ტურიზმი არის მოგზაურობა, სხვადასხვა ქვეყნებსა ან ქალაქებში შოპინგის მიზნით, რომელიც საოცარ შესაძლებლობებს სთავაზობს, როგორც მოდის, ასევე განტვირთვის მოყვარულებს მთელ მსოფლიოში.

კვლევა შედეგიანია, ის ნათლად გვაჩვენებს, თუ როგორ და რამდენად შესაძლებელია შოპინგ ტურიზმით ვიზიტორების მოზიდვა და თბილისის ამ მიმართულებით პოზიციონირება.

საკვანძო სიტყვები: ტურიზმი, შოპინგ ტურიზმი, სავაჭრო ტურიზმი, საცალო ვაჭრობა, საბითუმო ვაჭრობა, მარკეტინგი, მარკეტინგული აქტივობები, შოპინგი, შესყიდვები, სავაჭრო ცენტრები, მოლები, ტურისტული სააგენტოები, ქართველი დიზაინერები, საქართველო, თბილისი, სტამბოლი.

Abstract

Shopping tourism is a popular form of tourism. Shopping is not only an opportunity to buy necessary things, but also an opportunity to enjoy free time and get new experiences.

Shopping tourism is gaining more and more popularity in most countries of the world every year, nowadays it has become available to all people. the number of interested people is increasing day by day. Shopping is also recognized as one of the most sought-after activities during traveling. Tourism industry generates milions of dollars annually.

The purpose of this research is to study the market, besides it is important to highlight the problems, to develop different ways, stages and marketing strategies for the development of shopping tourism in Tbilisi.

385 respondents answered all the research questions interesting for the paper in different directions.

In conclusion, research has been done, goals and objectives have been achieved, one of the big challenges is that we can make everyone understand that shopping tourism is traveling to another country or city for the purpose of shopping, which offers amazing opportunities for both fashion and leisure lovers. in the whole world.

The research is fruitful, it clearly shows us how and to what extent it is possible to attract visitors with shopping tourism and position Tbilisi in this direction.

Keywords: Tourism, Shopping tourism, Trade tourism, Retail trade, Wholesale trade, Marketing, Marketing activities, Shopping, Purchases, Shopping centers, Malls, Travel Agency, Georgian Designers, Georgia, Tbilisi, Istanbul.