

*ტურისტთა კმაყოფილების მარკეტინგული კვლევა საქართველოს
ზღვისპირა კურორტებზე*

ავტორი: ანა მაზმიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნეს
სკოლაში მაგისტრის აკადემიური ხარისხის მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად
პროგრამა: ბიზნესის ადმინისტრირება (ტურიზმის მენეჯმენტი)*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გიორგი ბეგაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი
თბილისი, 2015

აბსტრაქტი

ნაშრომის მიზანია საქართველოში ზღვისპირა ტურიზმის მარკეტინგული შესაძლებლობების გაუმჯობესება და პრობლემების იდენტიფიცირება არსებული პრობლემების გადაჭრის გზით. აღნიშნული კვლევა შეისწავლის იმ პრობლემებსა და თუ შესაძლებლობებს, რაც დღესდღეობით ძალიან მნიშვნელოვანია ზღვისპირა კურორტების განვითარებისათვის და რომელიც შესაძლებლობას მოგვცემს განვახორციელოთ ეფექტური მარკეტინგული პოლიტიკა. საქართველოს დიდი პერსპექტივა გააჩნია ზღვისპირა ტურიზმის განვითარების მხრივ, თუმცა ჯერ კიდევ არ არის კარგად ათვისებული და გამოყენებული ზღვისპირა საკურორტო შესაძლებლობები. რეგიონის ტურისტული პოტენციალის განვითარებისათვის საჭიროა ასევე მომხმარებელთა ინტერესების, კმაყოფილების დონისა და შენიშვნების გათვალისწინება, რაც ერთგულ სტუმრებს ვიზიტის განმეორების სურვილს შეუნარჩუნებს და პოტენციურ ვიზიტორებს რეგიონის სტუმრობის მიზეზს გაუძლიერებს.

მნიშვნელოვანია იმ რიგი პრობლემების გამოვლენა, რომლებიც მოითხოვს შესაბამისი პრობლემის აღმოჩენას და მათ გადაჭრას. ჩატარებული კვლევის მიხედვით განისაზღვრა, რომ საქართველოს ზღვისპირა კურორტებს აქვს დიდი პოტენციალი და შესაძლებლობები ზღვისპირა ტურიზმის განვითარების კუთხით, თუმცა ძალიან საინტერესო და მნიშვნელოვანია სხვა ქვეყნების გამოცდილების გაზიარებაც ამ კუთხით, მაგრამ პირველ რიგში უნდა აღმოიფხვრას ის რიგი პრობლემები, რომელთა წინაშეც დგას საქართველო, სწორედ ზღვისპირა კურორტებზე არსებული პრობლემების მოგვარება მოგვცემს საშუალებას გავაუმჯობესოთ მარკეტინგული შესაძლებლობები, რათა კონკურენცია გავუწიოთ განვითარებულ ევროპისა და მეზობელ ქვეყნებს ტურიზმის სფეროში.