

ფრინველთა დაკვირვების ტურიზმის კვლევა აჭარაში



კვლევა მომზადებულია აჭარის ა. რ. ტურიზმისა და
კურორტების დეპარტამენტის მიერ

ა ბ ს ტ რ ა ქ ტ ი

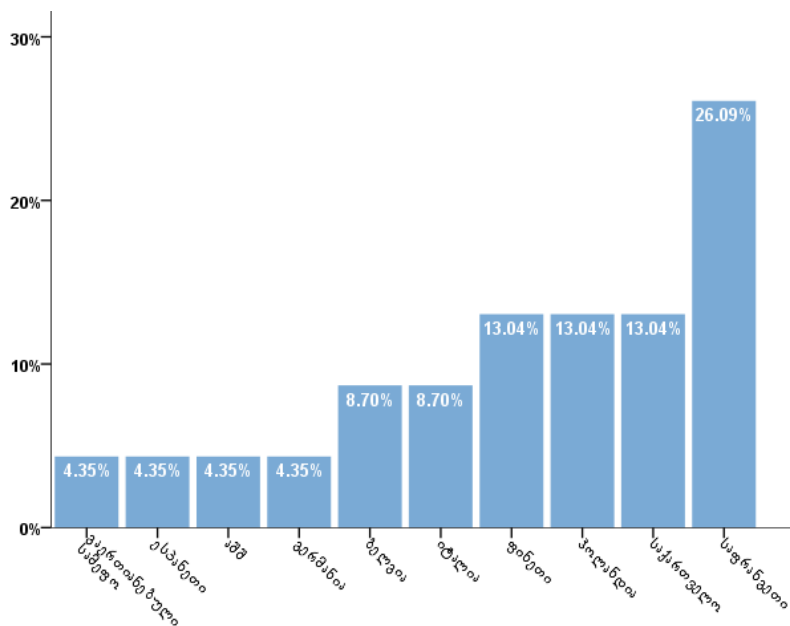
აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის მიერ ჩატარდა ტურისტული კვლევა ფრინველთა დაკვირვების ტურიზმის სფეროში. აღნიშნული კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ახალი ტურისტული პროდუქტის მომხმარებლების პროფილის განსაზღვრა, რაც ხელს შეუწყობს ფრინველთა დაკვირვების (ბერდვოჩინგის) ტურიზმის განვითარების სტრატეგიის ჩამოყალიბებისათვის საჭირო ქმედებების შემუშავებას.

კვლევის დიზაინი

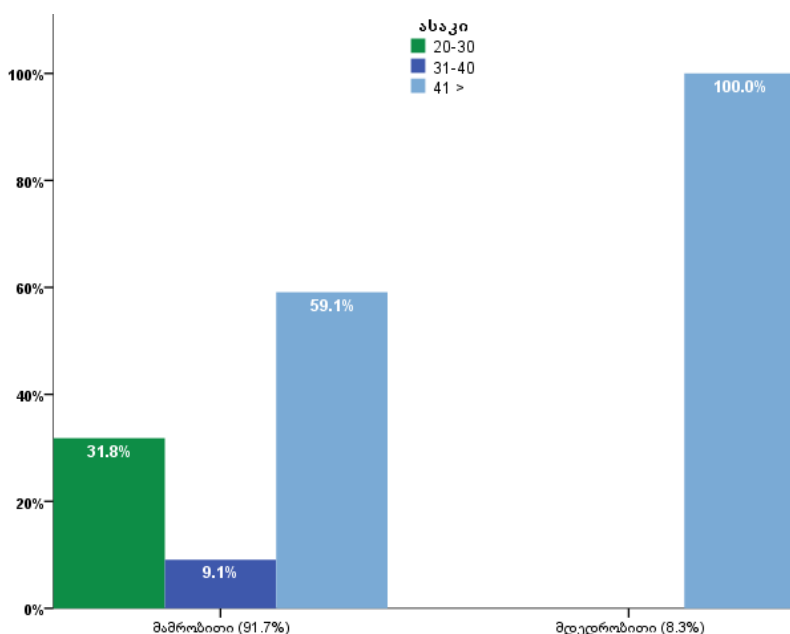
ბათუმის ფრინველთა ფესტივალის ფარგლებში, რომელიც ამა წლის 19-დან 23 სექტემბრამდე თარიღდებოდა, სტრუქტურირებული კითხვარის გამოყენებით გამოიკითხა 24 ტურისტი. კვლევა ხასიათდებოდა შერეული მეთოდით. თითო რესპოდენტის გამოკითხვა საშუალოდ 3 წუთი გრძელდებოდა.

კვლევის ანალიზი

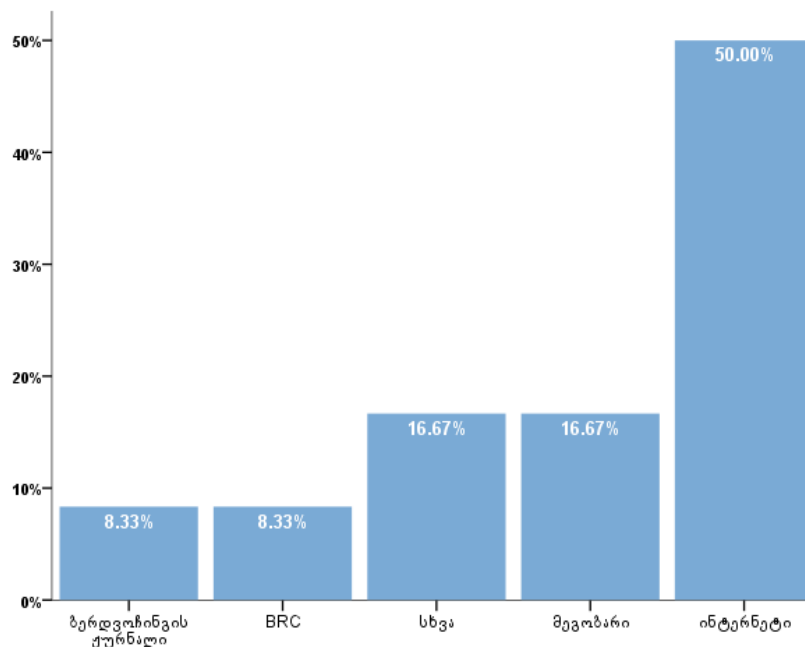
■ გამოკითხულ რესპოდენტთა 26.1%-ს ფრანგები, 39%-ს თანაბრად - საქართველო, ჰოლანდია და ფინეთი, 17.4%-ს - იტალია და ბელგია, ხოლო 17.4%-ს - გერმანია, აშშ, ესპანეთი და გაერთიანებული სამეფო შეადგენდა.



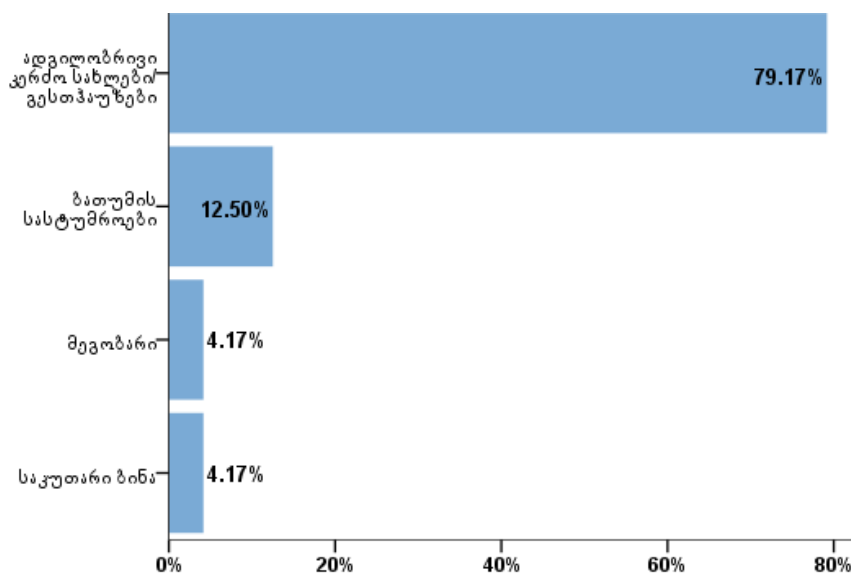
■ ტურისტთა 91.7%-ს მამაკაცები, 8.3%-ს ქალები წარმოადგენდნენ, რომელთა უმრავლესობა ასაკობრივი ჯგუფის მიხედვით 41 წელს გადაცილებულები იყვნენ.



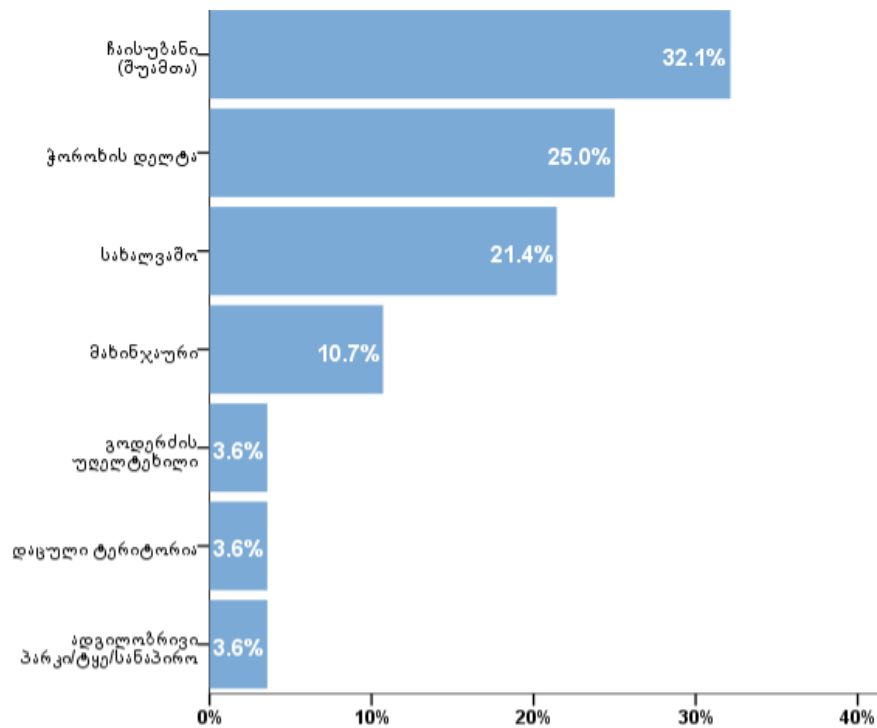
რესპოდენტებმა აჭარაში ფრინველთა დაკვირვების ტურიზმის არსებობის შესახებ ინფორმაცია სხვადასხვა წყაროებიდან მიიღეს. საერთო ჯამში, მათგან 50%-ისთვის ინტერნეტი წარმოადგენდა პირველად წყაროს, 16.7%-მა მეგობრებისგან გაიგო, 16.7% კომპანია BRC-ისგან და ბერდვოჩინგის უცხოური ჟურნალ-გაზეთებისგან მიიღო ინფორმაცია, ხოლო დარჩენილი 16.6%-ს აღნიშნული ტურიზმის სფეროს შემსწავლელი და მკვლევარი ვიზიტორები წარმოადგენდნენ.



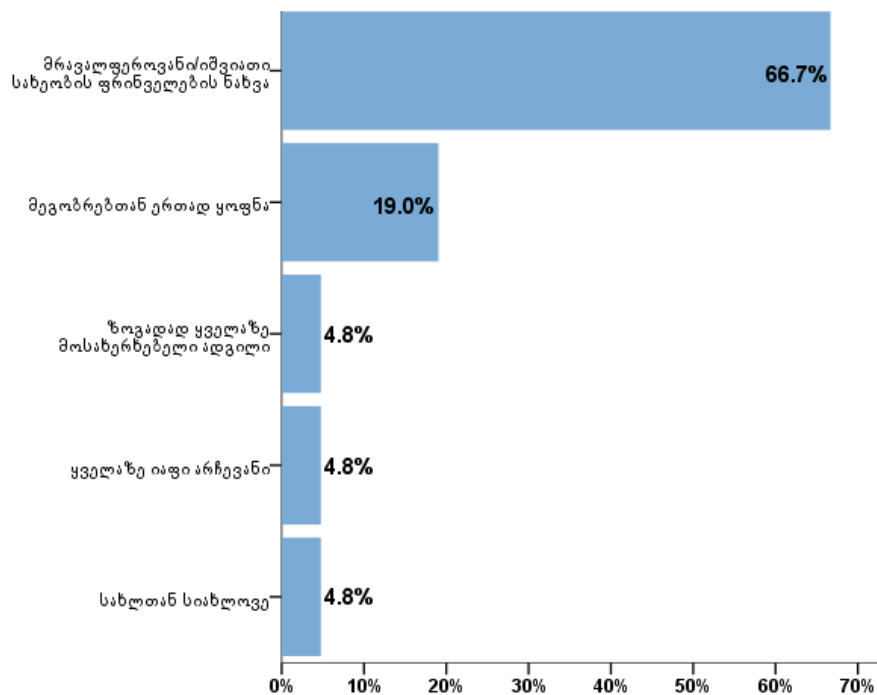
განთავსების საშუალებების არჩევანში ყველაზე მეტი მოთხოვნა ადგილობრივ კერძო სახლებსა და გესტჰაუზებზე (79.17%) დაფიქსირდა, რაც ადგილობრივი მოსახლეობისთვის ფინანსური სარგებელის მიღების საშუალებას იძლევა.



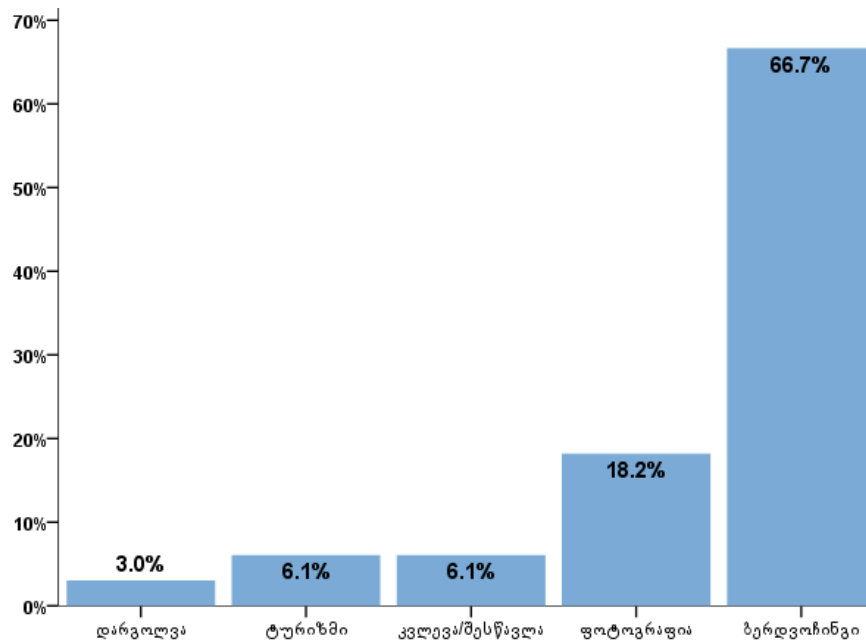
აჭარის რეგიონში ფრინველებზე დაკვირვების ყველაზე საინტერესო და ხშირად მონახულებადი ადგილი ჩაისუბანი (32.1%), ჭოროხის დელტა (25%) და სახალგაზო (21.4). თუმცა, არის ისეთი ადგილებიც, რომლებსაც ვიზიტორები სტუმრობენ ტურიზმის სხვადასხვა ინტერესის გაერთიანების მიზნით - მახინაჯური (10.7%), გოდერძის უღელტეხილი (3.6%), დაცული ტერიტორიები (3.6%).



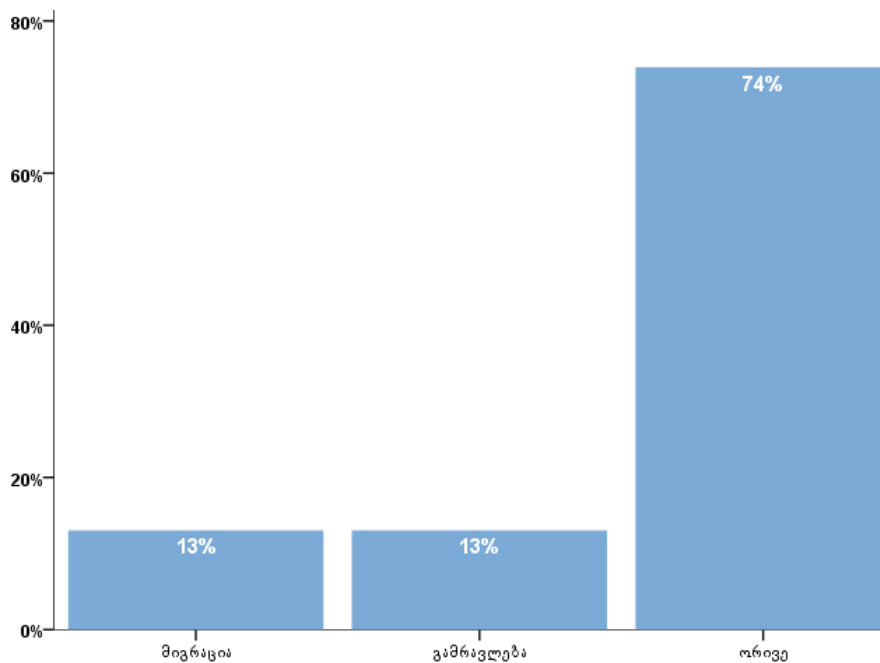
- ზემოთ აღნიშნული ტურისტული ადგილების მონახულების ყველაზე ღირებული მიზეზი მრავალფეროვანი და იშვიათი სახეობის ფრინველთა ნახვის შესაძლებლობა იყო (66.7%).



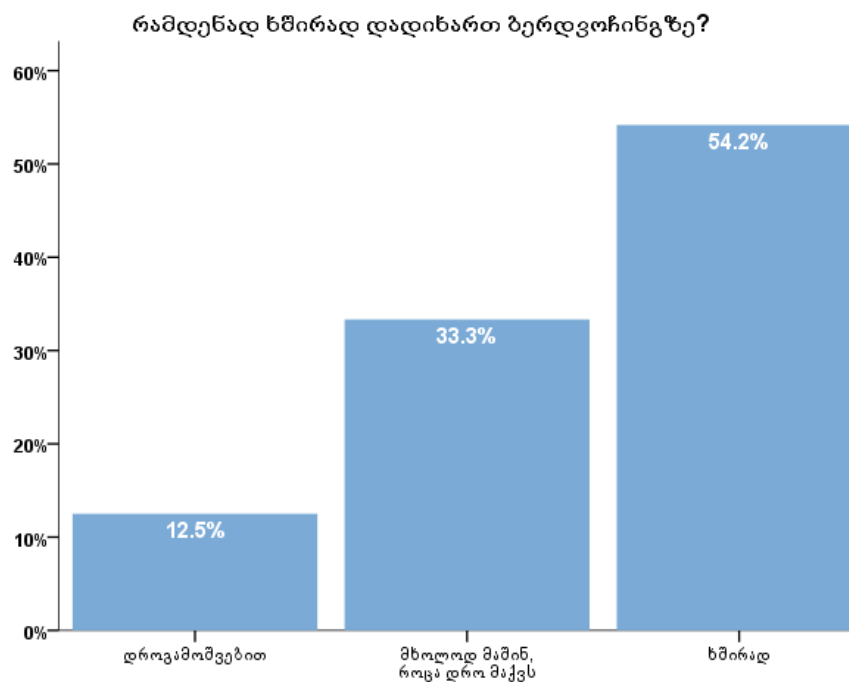
- რესპოდენტთა მიერ აჭარაში მოგზაურობის მიზნობრივი მიზეზები შემდეგნაირად გადანაწილდა: ბერდოჩინგი - 66.7%, ფოტოგრაფია - 18.2%, კვლევა/შესწავლა და ტურიზმი - 6.1% თითოეულზე ცალკე და დარგოლვა - 3%.



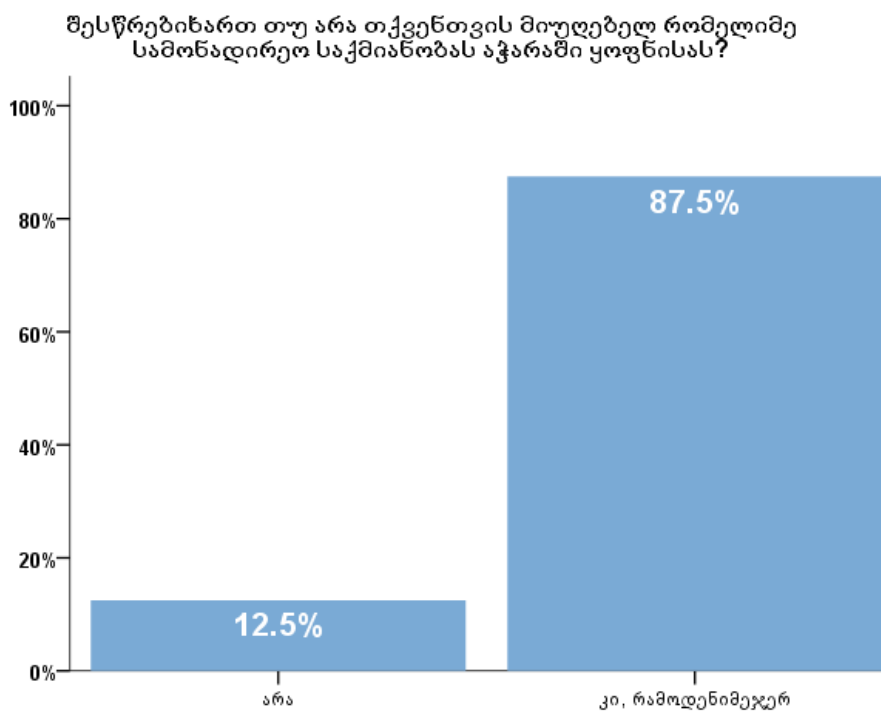
■ გამოკითხულ ტურისტთა 74%-ის ინტერესის სფეროს წარმოადგენდა, როგორც ფრინველთა მიგრაციაზე დაკვირვება, ასევე მათი გამრავლების აქტივობებში ჩართულობა. 13-13% კი ცალ-ცალკე, მიგრაციასა და გამრავლებაზე გადანაწილდა.



■ გამოკითხულ რესპოდენტთა 54.2% აქტიურად არის ჩართული ბერდვოჩინგის საქმიანობაში, რომელთა შორის იყვნენ ტურიზმის ამ სახეობაში საკმაოდ გამოცდილი ვიზიტორები და პროფესიონალები. დანარჩენი 45.8%-ს მოყვარულები და უბრალოდ ტურიზმით დაინტერესებული მოგზაურები წარმოადგენდნენ.



- ყველაზე პრობლემატური საკითხი, რომელიც ტურისტთა 87.5%-მა აღნიშნა, სამონადირეო საქმიანობა იყო.



- რესპოდენტთა ვიზიტის პერიოდს მოიცავდა სექტემბერი-ოქტომბერი, რადგან წლის სხვა დროს აქ ნაკლები ფრინველი მიგრირებს, თუმცა ქვეყნის მასშტაბით შესაძლებელია იგივე ტურისტული ინტერესის მიზნით ალტერნატიული ადგილების მონახულება: ყაზბეგი, ვაშლოვანი, ვარძია, ჯავახეთი, სვანეთი.
- ფრინველთა ფესტივალთან დაკავშირებით, 2012 წლის ყველაზე პოპულარული ფრინველის დასახელების მიზნით, რესპოდენტებს დაესვათ კითხვა, თუ რომელი ფრინველი მოეწონათ ყველაზე მეტად აჭარაში. გამარჯვებულად ველის ძელქორი (PALLID HARRIER) გამოვლინდა.

რეკომენდაციები

✓ აღნიშნული ტურიზმის სფეროსთვის სამიზნე ჯგუფების ჩამოყალიბება სასურველია შემდეგი ქვეყნების მიხედვით: **საფრანგეთი, ჰოლანდია, ფინეთი, იტალია, ბელგია, გერმანია, აშშ, ესპანეთი, გაერთიანებული სამეფო.**

✓ აღნიშნულ კვლევაში დაფიქსირებული შედეგები რესპოდენტთა სქესისა და ასაკის მიხედვით, სარეკლამო კამპანიის დაგეგმარებისას შემდეგ მიმართულებას გვამღევს - **მამაკაცები 40 წელს ზევით.**

✓ სარეკლამო კამპანიის სამიზნე ჯგუფების ჩამოყალიბებისას გასათვალისწინებელია არამართო ბერდვოჩერები, არამედ **ფოტოგრაფიით და ეკოტურიზმით დაინტერესებული ჯგუფები.**

✓ საჭიროა **ინტერნეტ მარკეტინგის** საქმიანობის გაძლიერება-განვითარება, რადგან რესპოდენტთა უმრავლესობამ ბერდვოჩინგის შესახებ აჭარაში სწორედ ინტერნეტის საშუალებით გაიგო.

✓ ჩაისუბანში, ჭოროხის დელტასთან და სახალვაშოში ადგილობრივი კერძო სახლებისა და **გესტჰაუზებისთვის ხელის შეწყობა** - რეკომენდაციების მიცემა სტუმრების მიღებასა და განთავსების შესახებ, უცხოენოვანი მოკლე სწავლების კურსების ჩატარება, საკონტაქტო და ობიექტების შესახებ აღწერილობითი ინფორმაციის შეგროვება და განთავსება ინტერნეტ სივრცეში, ან ფლაერების სახით გამოცემა.

✓ სხვა ბერდვოჩინგის აქტივობის ადგილების განვითარება - **ჭოროხის დელტა, სახალვაშო.**

✓ **სამონადირეო საქმიანობის** პრობლემის გადასაჭრელად შესაბამისი ზომების მიღება.