შესავალი

მოცემული ანგარიში წარმოადგენს 2019 წლის პირველ კვარტალში საქართველოს გამყვანი ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტების მახასიათებლების მიმოხილვას, რომელიც მოწოდებულ იქნა სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ.

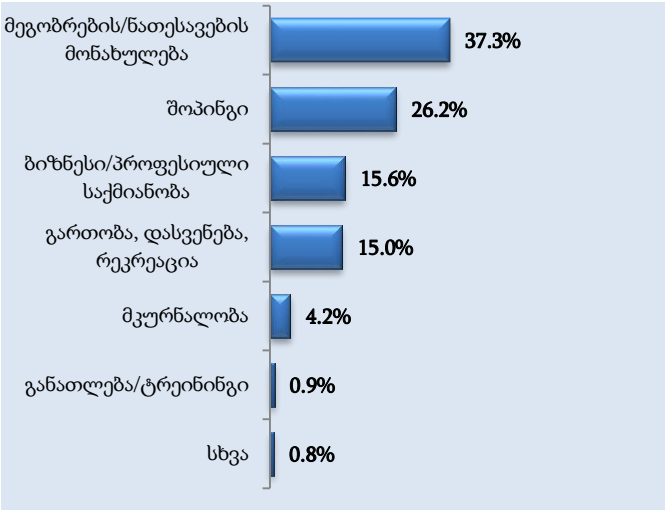
საერთაშორისო ტურიზმის მნიშვნელობა

საერთაშორისო მოგზაურობას მნიშვნელოვანი წვლილი შეაქვს მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში. მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით, 2018 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ მსოფლიოს მთლიან მშპ-ში 2.8 ტრილიონი აშშ დოლარი შეადგინა (3.2%) და ხელი შეუწყო 123 მილიონი სამუშაო ადგილის შექმნას. მისი პირდაპირი და გვერდითი ეფექტების მხედველობაში მიღების შემდეგ, აღნიშნული სექტორის წვლილი მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში შემდეგია: მსოფლიოს მშპ-ს 10.4%, ერთი ადგილი ყოველი 10 სამუშაო ადგილიდან, 4.4% მთლიან განხორციელებულ ინვესტიციებსა და 6.5% მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში.[1]

როგორია გამყვანი ვიზიტების ძირითადი მიზნები?

გამყვანი ვიზიტების უმრავლესობა (37.3%) მეგობრების / ნათესავების მონახულების მიზნით განხორციელდა. ხშირად დაფიქსირებულ მიზნებს შორის არის შოპინგი (26.2%), პროფესიული, ეკონომიკური საქმიანობა (15.6%), დასვენება, გართობა, რეკრეაცია (15%), მკურნალობა (4.2%) და განათლების მიღება (0.9%). ვიზიტების მხოლოდ 0.8%-ის შემთხვევაში დასახელდა ვიზიტის სხვა მიზანი (გრაფიკი 1).

გრაფიკი 1: ვიზიტის მთავარი მიზანი



რა არის საქართველოდან პირველადი ვიზიტების წილი?

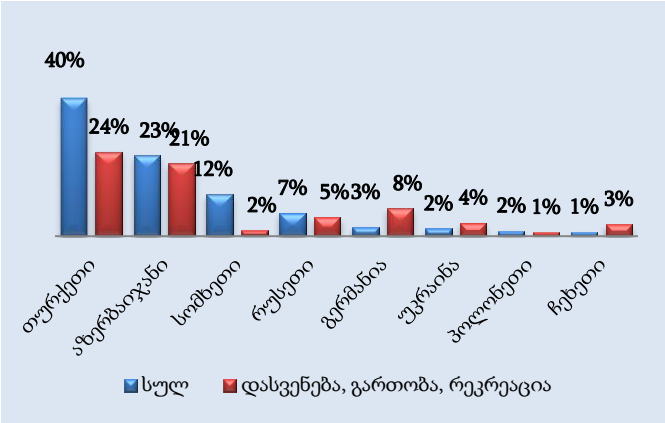
გამყვანი ვიზიტების 91.6% განმეორებით ვიზიტს წარმოადგენდა საქართველოს ფარგლებს გარეთ, ხოლო 8.4% კი პირველადს. შესაბამისად 2019 წლის I კვარტალში საქართველოდან 40,667 პირველადი გამყვანი ვიზიტი განხორციელდა.

რომელ ქვეყნებს სტუმრობენ გამყვანი ვიზიტორები?

გამყავი ვიზიტების 39.6% თურქეთში განხორციელდა, მას მოჰყვება აზერბაიჯანი 23.1%-ით. დანარჩენ ქვეყნებში შედარებით ნაკლები ვიზიტები დაფიქსირდა, მათ შორის: სომხეთში (12%), რუსეთში (6.6%), გერმანიაში (2.6%), უკრაინაში (2.1%), პოლონეთსა (1.5%) და ჩეხეთში (1.2%) (გრაფიკი 2).

[1] Economic Impact of Travel and Turism 2019, Annual Update, WTTC

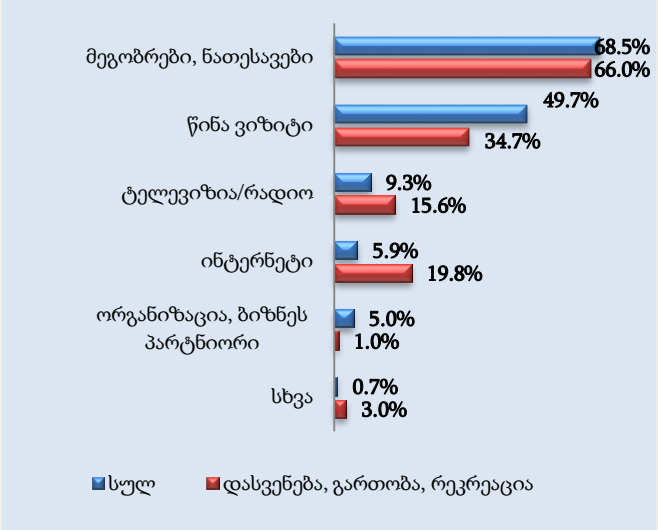
გრაფიკი 2: ყველაზე ხშირად მონახულებული ქვეყნები



რომელი ინფორმაციის წყაროებით სარგებლობენ გამყვანი ვიზიტორები?

ვიზიტის განხორციელებამდე ვიზიტორებმა სხვადასხვა ინფორმაციის წყარო გამოიყენეს. ვიზიტების 68.5%-ის შემთხვევაში მათ ინფორმაცია მეგობრებისგან/ახლობლებისგან მოიძიეს, ვიზიტების 49.7%-ისთვის ინფორმაციის წყაროს წინა ვიზიტი წარმოადგენდა, ხოლო 9.3%-მა ამისათვის ტელევიზია / რადიო გამოიყენა. ვიზიტორების დიდი ნაწილი, რომლებიც პირველად იმყოფებოდა საქართველოში, ქვეყნის შესახებ ინფორმაციის მოსაძიებლად მეგობრებს და ნათესავებს დაეკითხა (75.5%), 21.3%-მა ინფორმაცია ინტერნეტით მოიძია (გრაფიკი 3).

გრაფიკი 3: ინფორმაციის წყარო



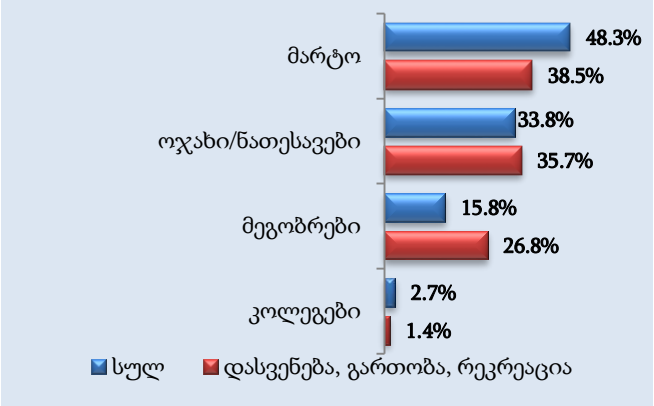
როგორია გამყვანი ვიზიტორების დემოგრაფიული პროფილი?

გამყვანი ვიზიტორების უმრავლესობა მამრობითი სქესის წარმომადგენელი იყო (მამრობითი – 54.7%; მდედრობითი – 45.3%).

ვისთან ერთად ხორციელდება გამყვანი ვიზიტები?

გამყვანი ვიზიტების 48.3% მარტო ხორციელდებოდა, ხოლო დანარჩენები ვიზიტების დროს ვიზიტორებს სულ მცირე ერთი კომპანიონი ჰყავდათ, რომელიც ხშირ შემთხვევაში ოჯახის წევრი ან ნათესავი იყო (33.8%). ვიზიტების 15.8%-ისთვის კი ვიზიტორის თანხმლები პირი მეგობარი იყო (გრაფიკი 4).

გრაფიკი 4: ვიზიტისას თანმხლები პირი



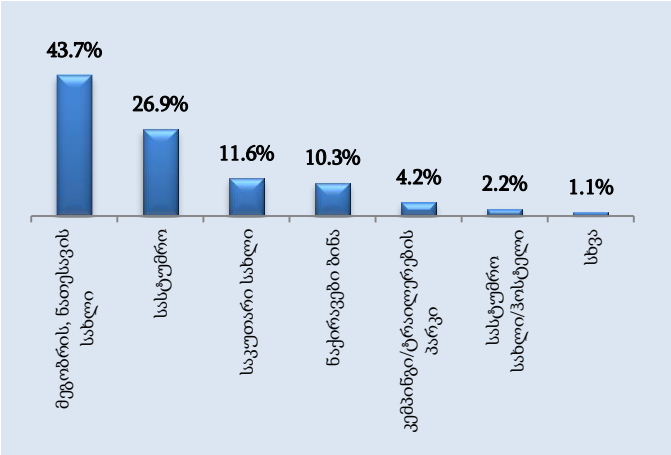
მამაკაცები უფრო ხშირად მგზავრობდნენ მარტო (55.2%) ვიდრე მდედრობითი სქესის წარმომადგენლები (38.4%). ვიზიტების დიდი ნაწილი (43.2%) ქალების მიერ მეგობრებთან ან ნათესავებთან ერთად ხორციელდება, ანალოგიური მაჩვენებელი მამაკაცების შემთხვევაში 27.2%-ს შეადგენს.

რა ხანგრძლივობით მოგზაურობენ და რომელი განთავსების საშუალებებში ათევენ ღამეს გამყვანი ვიზიტორები?

გამყვანი ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 3.4 ღამეს შეადგენდა.

2019 წლის I კვარტალში საქართველოდან გამყვანი ვიზიტორების ჯამური ღამისთევების რაოდენობა 1,648,374-ს შეადგენდა. მათ შორის, ყველაზე მეტი ღამისთევა (43.7%) მეგობრის/ნათესავის სახლში განხორციელდა, დაახლოებით 26.9% კი სასტუმროში. სხვა ტიპის განთავსების საშუალებები ვიზიტორებს შორის ნაკლებად პოპულარულია (ღამისთევების 11.6% საკუთარ სახლში, ხოლო 10.3% კი ნაქირავებ ბინაში განხორციელდა) (გრაფიკი 5).

გრაფიკი 5: განთავსების საშუალებები



საშუალო ღამისთევების რაოდენობა ყველაზე დიდი ნაქირავები ბინაში იყო (9.8 ღამე), შემდეგ მოდის კემპინგი (9.6 ღამე), საავადმყოფო (6.1 ღამე), საკუთარი სახლი (5.8 ღამე), სასტუმრო (5.7 ღამე), მეგობრის/ნათესავის სახლი (5.2 ღამე) და სასტუმრო სახლი (4.9 ღამე).

რამდენს შეადგენს გამყვანი ვიზიტორების განხორციელებული დანახარჯები?

გამყვანი ვიზიტორების მიერ განხორციელებული დანახარჯების ჯამურმა მაჩვენებელმა 359 მილიონ ლარს მიაღწია, ხოლო ერთი ვიზიტისას გაწეულმა საშუალო დანახარჯმა 741 ლარი შეადგინა.

დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი საკვებსა და სასმელზე (მთლიანი ხარჯები 30%) და შოპინგზე (25.9%) დაფიქსირდა. ასევე მნიშვნელოვანი წილით იყო წარმოდგენილი განთავსების საშუალებებზე დანახარჯები (20.8%), ხოლო რეკრეაცია, კულტურულ და სპორტულ აქტივობებზე ვიზიტორებმა მთლიანი დანახარჯების 7.8% გასწიეს. დანახარჯების დეტალური ჩაშლა ქვემოთ არის მოცემული (ცხრილი 1).

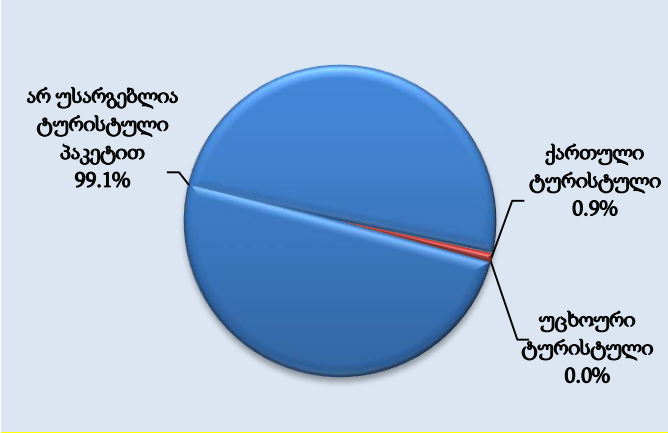
ცხრილი 1: დანახარჯების სტრუქტურა

დანახარჯების კომპონენტები	მთლიანი დანახარჯი (ათასი ლარი)	წილი %
საკვები და სასმელი	118,604.4	33%
შოპინგი	92,880.7	25.9%
განთავსების საშუალებები	73,776.7	20.5%
რეკრეაცია, კულტურული და სპორტული აქტივობები	28,184.6	7.8%
ადგილობრივი ტრანსპორტი	17,526.7	4.9%
სხვა დანახარჯები	28,283.3	7.9%

რამდენი გამყვანი ვიზიტი ხორციელდება ტურისტული პაკეტის საშუალებით?

გამყვანი ვიზიტების 99.1%-ის შემთხვევაში ვიზიტორებს არ უსარგებლიათ ტურისტული პაკეტით. შეძენილი ტურისტული პაკეტით განხორციელებულ ვიზიტებში ქართული ტურ-ოპერატორების წილი 0.9% იყო. ჯამში 2019 წლის I კვარტლის ტურისტული პაკეტის შესაძენად გამყვანმა ვიზიტორებმა 6.8 მლნ. ლარი გადაიხადეს (გრაფიკი 6).

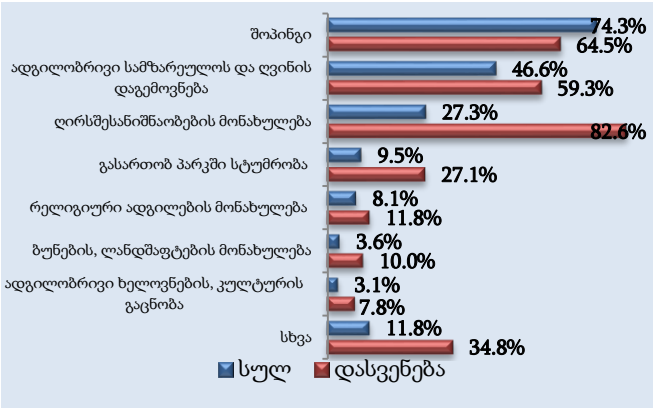
გრაფიკი 6: ტურისტული პაკეტის გამოყენება



რომელია ტურიზმის პოპულარული აქტივობები?

ვიზიტისას ყველაზე ხშირად განხორციელებულ აქტივობებში შოპინგი (74.3%) და ადგილობრივი სამზარეულოს და ღვინის დაგემოვნება (46.6%) დაფიქსირდა. მას მოსდევს ღირსშესანიშნაობების, კულტურული და ისტორიული ძეგლების მონახულება (27.3%) (გრაფიკი 7).

გრაფიკი 7: პოპულარული აქტივობები



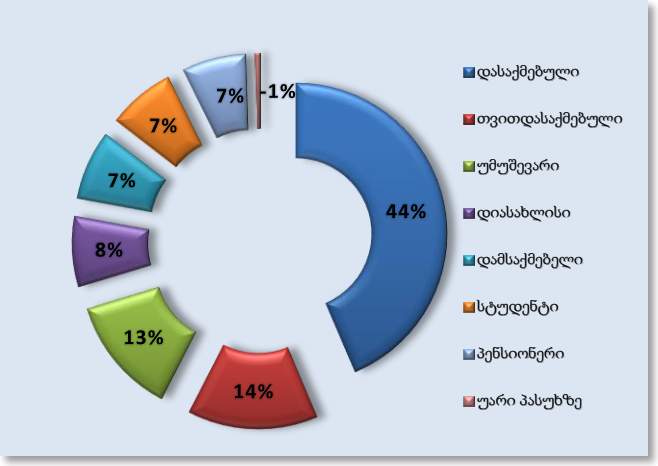
რამდენად კმაყოფილები არიან გამყვანი ვიზიტორები?

გამყვანი ვიზიტების 37.5%-ის შემთხვევაში ვიზიტორი კმაყოფილი იყო განხორციელებული ვიზიტით, 45.8%-ძალიან კმაყოფილი, ხოლო 0.8%-მა თავი შეიკავა პასუხის გაცემისგან. ზოგადი კმაყოფილების დონე 4.3-ს შეადგენდა (5-დან).

ვის მიერ ხორციელდება გამყვანი ვიზიტები ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით?

გამყვანი ვიზიტების უმრავლესობა დაქირავებული მომუშავეების მიერ განხორციელდა (43.6%). შემდეგ მოდის თვითდასაქმებულის (14%) და უმუშევარის (12.7%) კატეგორია (გრაფიკი 8).

გრაფიკი 8: გამყვანი ვიზიტების განაწილება ვიზიტორის ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით



ანგარიში მომზადდა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევებისა და დაგეგმვის სამმართველოს მიერ.
ტელ: +995 322 43 69 99 (18 20)

ელ. ფოსტა: infostatistics@gnta.ge

ანგარიში ატვირთულია ვებ-გვერდზე: www.gnta.ge