შესავალი

მოცემული ანგარიში წარმოადგენს 2019 წლის მეოთხე კვარტლის პერიოდში საქართველოში შიდა მოგზაურობის სტატისტიკურ მიმოხილვას. მონაცემები მოიცავს შინამეურნეობების კვლევის შედეგებს, რომელიც მოწოდებულ იქნა სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ.

შიდა მოგზაურობა არის მოცემულ პერიოდში საქართველოს რეზიდენტების მოგზაურობა ჩვეული გარემოს გარეთ[1], რომლის განმავლობაშიც ისინი ახორციელებენ დანახარჯებს აქტივობებსა და განთავსების საშუალებებზე, რითაც წვლილი შეაქვთ ადგილობრივი ეკონომიკის განვითარებაში.

გამოცემის მთავარ ინტერესს წარმოადგენს დასვენებისა და რეკრეაციის, ბიზნესის, მეგობრებისა და ნათესავების მონახულების მიზნებთან დაკავშირებული ვიზიტები, ასევე მოგზაურობის განმავლობაში გაწეული დანახარჯები.

შიდა ტურიზმის მნიშვნელობა

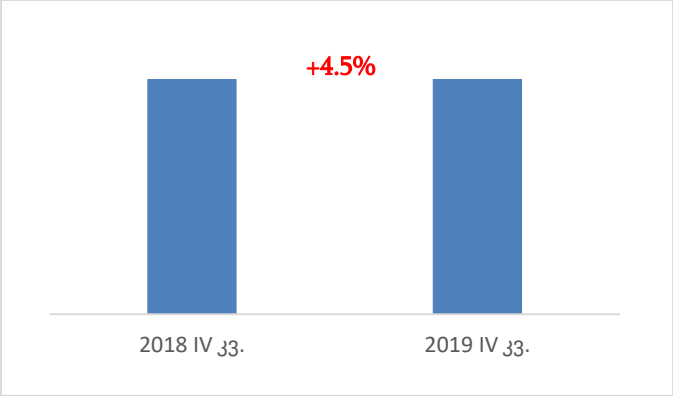
შიდა ტურიზმს მნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს ეკონომიკურ აქტივობასა და დასაქმებაში, როგორც მსოფლიო ასევე საქართველოს მასშტაბით.

2018 წელს შიდა ტურიზმის დანახარჯების წილმა მსოფლიოში ტურიზმის მთლიან გამოშვებაში 71.2% შეადგინა, ხოლო საერთაშორისო ტურიზმის ანალოგიური მაჩვენებელი მხოლოდ 28.8% იყო[2].

რამდენ ვიზიტს ახორციელებენ შიდა ვიზიტორები?

შიდა ვიზიტორებმა რამდენჯერმე იმოგზაურეს მოცემული პერიოდისათვის. 2019 წლის მეოთხე კვარტლის ჯამური ვიზიტების რაოდენობამ 3.4 მილიონი შეადგინა, რაც 4.5%-ით მეტია წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით (გრაფიკი 1).

გრაფიკი 1: შიდა ვიზიტები 2018-2019 (ათასი)

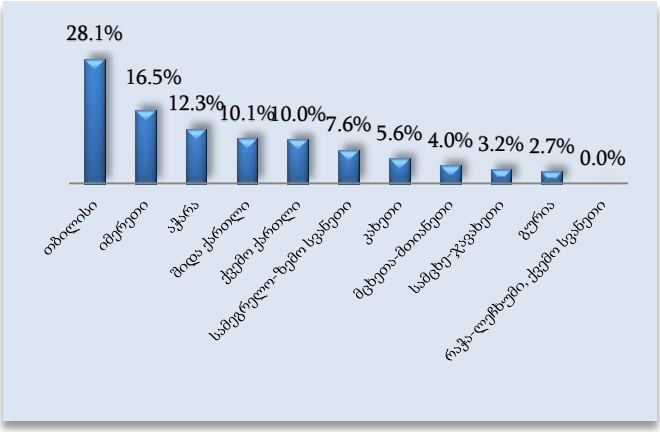


ყველაზე მეტი ვიზიტი 26.3% თბილისიდან დაფიქსირდა, ხოლო დანარჩენ რეგიონებში მცირედი სხვაობა შეინიშნებოდა განხორციელებული ვიზიტების სიხშირის მიხედვით (გრაფიკი 2).

[1] ჩვეული გარემოს გარეთ მოგზაურობის იდენტიფიცირებისთვის ერთდროულად ორი ლოკაციისა და რეგულარობის მეთოდი გამოიყენება. პირველი აღნიშნავს შიდა ვიზიტი განხორციელდა თუ არა მუნიციპალიტეტის გარეთ. მეორე მეთოდი განსაზღვრავს კონკრეტულად ვიზიტის სიხშირეს, თუ შიდა ვიზიტორი სტუმრობს სხვა მუნიციპალიტეტს უფრო იშვიათად ვიდრე ორ კვირაში ერთხელ, ეს ვიზიტი არ განიხილება, როგორც რეგულარული.

[2] World Travel &Tourism Council (2019):"The Economic Impact of Travel & Tourism 2019".

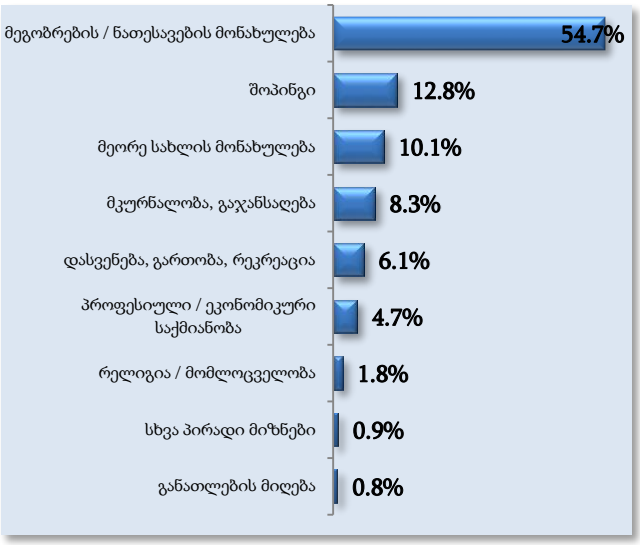
გრაფიკი 2: შიდა ვიზიტები რეგიონების მიხედვით



რომელია შიდა მოგზაურობის ძირითადი მიზნები?

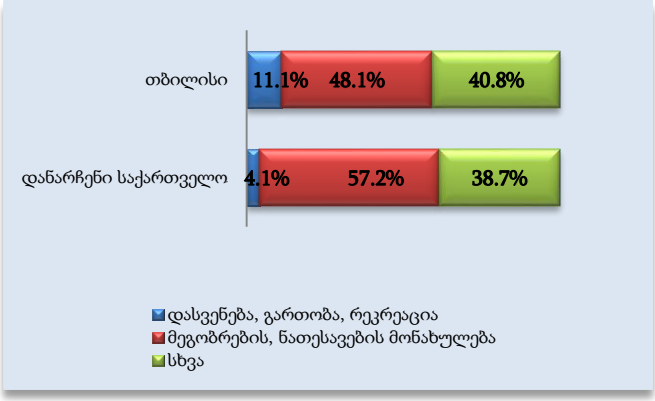
შიდა ვიზიტების უმრავლესობა მეგობრებისა და ნათესავების მოსანახულებლად (54.7%) განხორციელდა. ვიზიტების შედარებით მცირე რაოდენობა დაფიქსირდა შოპინგის (12.8%), მეორე სახლის (10.1%) მიზნით, ხოლო 8.3% შეადგენდა მკურნალობისა და გაჯანსაღების მიზნით განხორციელებულ ვიზიტებს (გრაფიკი 3).

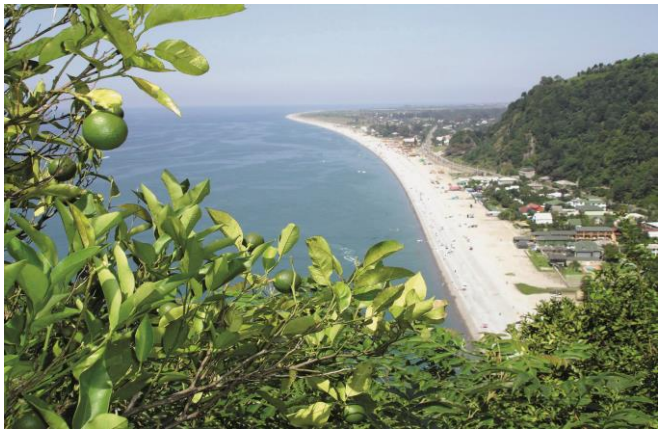
გრაფიკი 3: ვიზიტის მთავარი მიზანი



თბილისისა და საქართველოს დანარჩენი ნაწილის რეზიდენტების მიერ განხორციელებული ვიზიტების მთავარ მიზანში გარკვეული სხვაობა შეინიშნებოდა. თბილისიდან არსებული ვიზიტების 11.1% განხორციელდა დასვენება/გართობა/რეკრეაციის მიზნით, ხოლო მეგობრებისა და ნათესავების მოსანახულებლად განხორციელდა ვიზიტების 48.1%-მა. (გრაფიკი 4).

გრაფიკი 4: ვიზიტის მთავარი მიზანი რეზიდენტობის მიხედვით

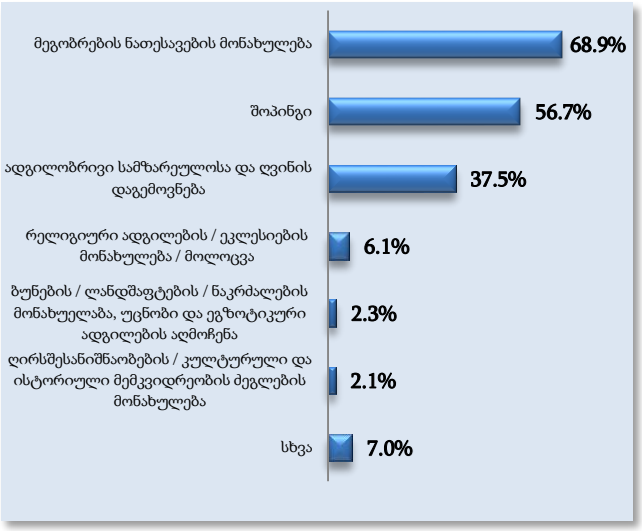




რომელია ტურიზმის პოპულარული აქტივობები?

შიდა ვიზიტორები მოგზაურობისას სხვადასხვა აქტივობებში მონაწილეობდნენ. შიდა მოგზაურების ყველაზე პოპულარულ აქტივობას მეგობრების და ნათესავების მონახულება (68.9%), შოპინგი (56.7%) და ადგილობრივი სამზარეულოსა და ღვინის დაგემოვნება წარმოადგენდა (37.5%) (გრაფიკი 5).

გრაფიკი 5: პოპულარული აქტივობები

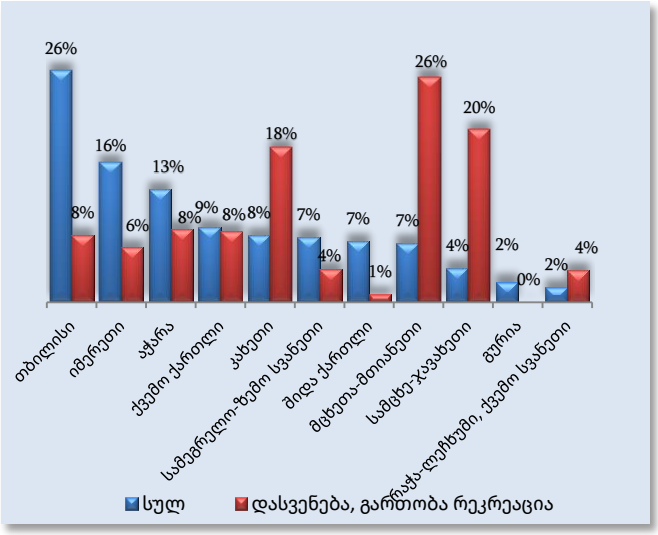


რომელ რეგიონებს სტუმრობენ შიდა ვიზიტორები?

2019 წლის მეოთხე კვარტალში შიდა ვიზიტების 26.3% საქართველოს დედაქალაქში განხორციელდა, შემდეგ მოდის იმერეთი (15.9%) და აჭარა (12.8%).

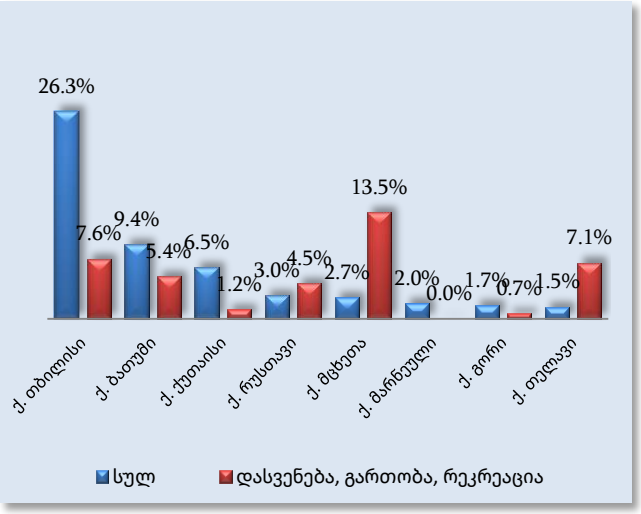
დასვენების მიზნით განხორციელებულ ვიზიტებს შორის ყველაზე ხშირად მონახულებადი რეგიონები იყო: მცხეთა-მთიანეთი (25.6%), სამცხე-ჯავახეთი (19.6%) და კახეთი (17.6%) (გრაფიკი 6).

გრაფიკი 6: მონახულებული რეგიონები



შიდა ვიზიტორებისათვის ყველაზე სასურველ ქალაქებს წარმოადგენდა: თბილისი (26.3%), ბათუმი (9.4%) და ქუთაისი (6.5%) (გრაფიკი 7).

გრაფიკი 7: ყველაზე ხშირად მონახულებული ქალაქები



რა ხანგრძლივობით მოგზაურობენ შიდა ვიზიტორები?

2019 წლის მეოთხე კვარტალში ღამისთევების ჯამურმა რაოდენობამ 4.6 მილიონი შეადგინა, ხოლო საშუალო ღამისთევების რაოდენობამ - 1.3 ღამე. შიდა ვიზიტების 42.9% მინიმუმ ერთ ღამისთევას მოიცავდა. (ცხრილი 1).

ცხრილი 1: საშუალო გაჩერების ხანგრძლივობა

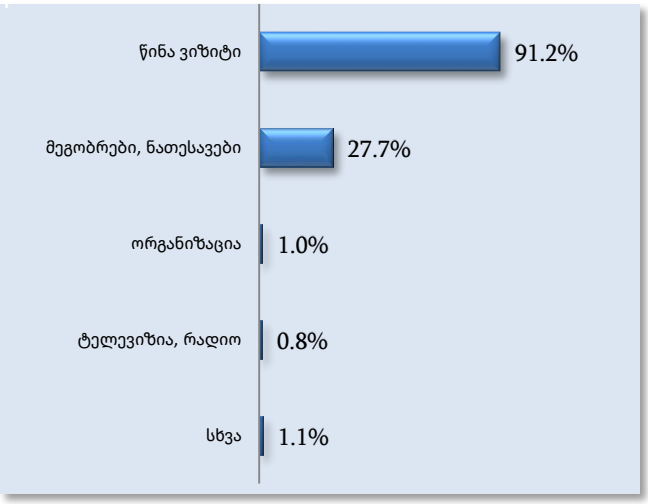
რეზიდენტობის ადგილი	საშუალო ხანგრძლივობა
თბილისი	2
გურია	1.4
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	1.3
აჭარა	1.2
იმერეთი	1.2
კახეთი	1.1
სამცხე-ჯავახეთი	1.1
ქვემო ქართლი	1
შიდა ქართლი	0.7
მცხეთა-მთიანეთი	0.6

მეორე სახლის მოსანახულებლად განხორციელებული ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 2.7 ღამეს შეადგენდა, ხოლო დასვენება, გართობა, რეკრეაციის მიზნით განხორციელებული ვიზიტების საშუალო ხანგრძლივობა 1.4 ღამე იყო.

რომელი ინფორმაციის წყაროებით სარგებლობენ შიდა ვიზიტორები?

საქართველოში მოგზაურობის დაწყებამდე ვიზიტორებმა დანიშნულების ადგილის შესახებ ინფორმაცია სხვადასხვა წყაროდან მოიძიეს. აღსანიშნავია, რომ მათ უმეტეს ნაწილს (91.2%) უკვე მოეპოვებოდა ინფორმაცია წინა ვიზიტიდან, მოგზაურთა 27.7%-მა კი ინფორმაცია მეგობრებისა და ნათესავებისგან მიიღო (გრაფიკი 8).

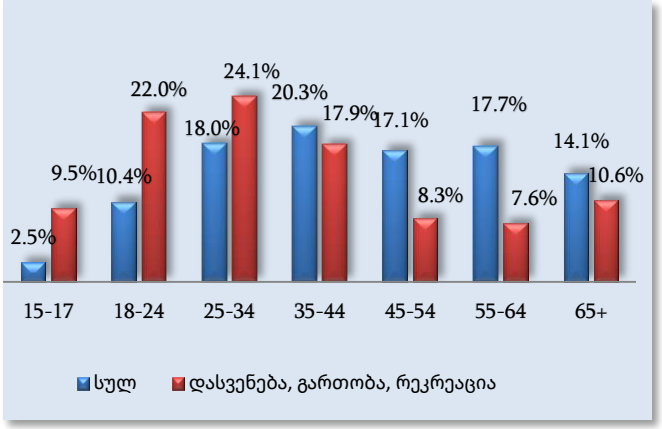
გრაფიკი 8: ინფორმაციის წყარო



როგორია შიდა მოგზაურების სქესობრივ-ასაკობრივი პროფილი?

შიდა ვიზიტორების 55.6%-ს ქალები წარმოადგენდნენ, ხოლო 44.4%-ს - კაცები. შიდა ვიზიტების ყველაზე დიდ ნაწილს 31-50 წლის (36.3%) და 51-70 ასაკის კატეგორია (32%) ახორციელებს. შემდეგ მოდის 15-30 ასაკის (24.6%) კატეგორია (გრაფიკი 9).

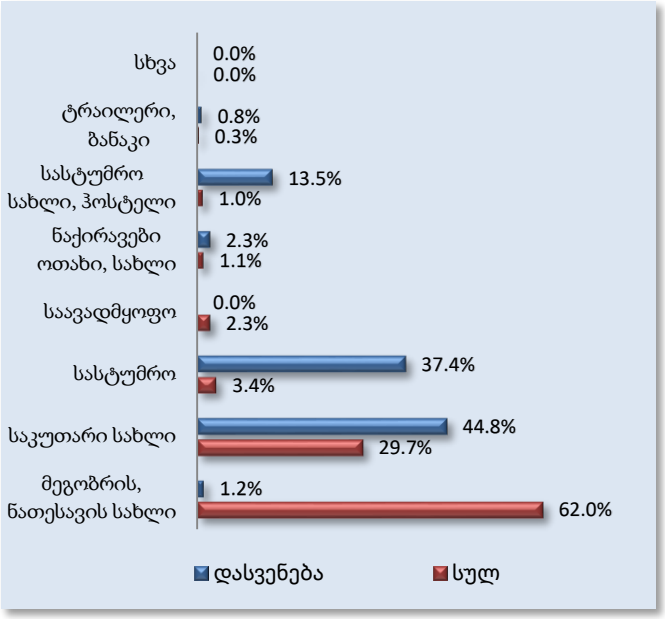
გრაფიკი 9: შიდა ვიზიტები ასაკობრივი პროფილი



რომელი განთავსების საშუალებებში ათევდნენ ღამეს შიდა ვიზიტორები?

შიდა ვიზიტორებმა ვიზიტისას გატარებული მთლიანი ღამისთევების ჯამური რაოდენობის 62% მეგობრის, ნათესავის სახლში გაატარეს. 29.7% - საკუთარ სახლში, სასტუმროში 3.4%, ნაქირავებ ოთახში, სახლში 1.1% , საავადმყოფოში 2.3%, ხოლო 1%-სასტუმრო სახლში. დასვენების მიზნით მოგზაურმა ვიზიტორებმა მთლიანი ღამისთევების რაოდენობის 44.8% საკუთარ სახლში გაატარეს, 37.4% კი სასტუმროში (გრაფიკი 10).

გრაფიკი 10: განთავსების საშუალებები



ცხრილი 2: დანახარჯები

კომპონენტები	მთლიანი ხარჯი ლარი (x1000)	დანახარჯის წილი
შოპინგი	157,028	37.9%
საკვები და სასმელი	82,358	19.9%
ადგილობრივი ტრანსპორტი	78,887	19.1%
სხვა დანახარჯები	75,472	18.2%
განთავსების საშუალებები	13,298	3.2%
რეკრეაცია და კულტურა	6,788	1.6%

რამდენს შეადგენს შიდა ვიზიტორების განხორციელებული დანახარჯები?

შიდა ვიზიტორების მიერ განხორციელებული დანახარჯების ჯამური მაჩვენებელი 414 მილიონ ლარს შეადგენს, ხოლო ერთი ვიზიტისას გაწეული საშუალო დანახარჯი 120,2 ლარს შეადგენდა.

დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი შოპინგზე დაფიქსირდა (157 მილიონ ლარზე მეტი, მთლიანი ხარჯების 37.9%). ასევე მნიშვნელოვანი წილით იყო წარმოდგენილი საკვებზე და სასმელზე დანახარჯები (19.9%, 82 მილიონ ლარზე მეტი). ტრანსპორტზე გაწეული დანახარჯები კი 19.1%-ს შეადგენდა. განთავსებაზე შიდა ვიზიტორებმა მთლიანი დანახარჯის მხოლოდ 3.2% გასწიეს (13 მილიონი ლარი) (ცხრილი 2).

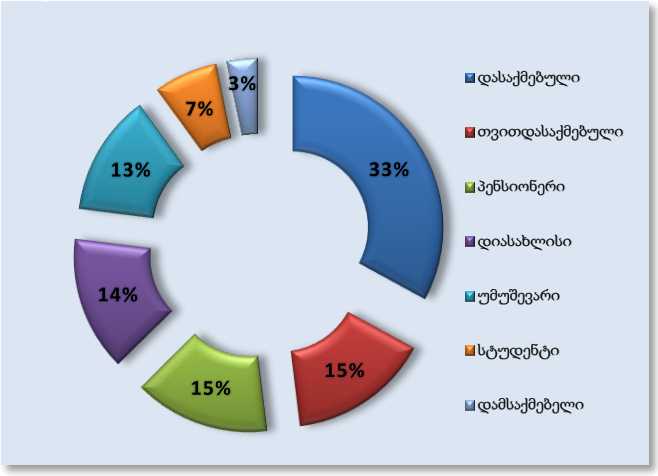
რამდენად კმაყოფილი არიან შიდა ვიზიტორები?

შიდა ვიზიტორების 52.2% იყო კმაყოფილი განხორციელებული ვიზიტით, 33.7%-ძალიან კმაყოფილი, ხოლო 0.2%-მა თავი შეიკავა პასუხის გაცემისგან. ზოგადი კმაყოფილების დონე 4.17-ს შეადგენდა (5-დან).

ვინ არიან შიდა ვიზიტორები ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით?

შიდა ვიზიტორების უმრავლესობა წარმოადგენდნენ დაქირავებულ მომუშავეებს. შიდა ვიზიტების 39.9% სწორედ მათ მიერ განხორციელდა. შემდეგ მოდის თვითდასაქმებული (15.1%) და პენსიონერი (14.5%) კატეგორია (გრაფიკი 11).

გრაფიკი 11: შიდა ვიზიტორების ეკონომიკური აქტივობა



ანგარიში მომზადდა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევებისა და დაგეგმვის სამმართველოს მიერ.

ტელ: +995 322 43 69 99 (18 20)

ელ. ფოსტა: infostatistics@gnta.ge