

“პანდემიის პირობებში ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული  
გამოწვევები, სიტუაციის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზი და  
ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის რეკომენდაციები“



დეკემბერი, 2020 წ.

# შინაარსი

<b>შესავალი</b>	<b>3</b>
<b>1. ტურიზმის სექტორის კვლევა</b>	
1.1. კვლევის მიზნები, ამოცანები და მეთოდოლოგია	4
1.2. კვლევაში მონაწილე რესპოდენტები	5
<b>2. ტურიზმის ინდუსტრიის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზი და არსებული სიტუაციის შეფასება</b>	
2.1. პანდემიამდე არსებული სიტუაციის ანალიზი	7
2.2. პანდემიის პირობებში (2020 წელი) ტურიზმის სექტორის მიმოხილვა	11
2.3. პოსტ-პანდემურ პირობებში (2021-2023) ტურიზმის სექტორის განვითარების პერსპექტივები/პროგნოზები	16
2.4. სახელმწიფოს მიერ შემუშავებული ანტი-კრიზისული გეგმის და განხორციელებული ღონისძიებების შეფასება	23
2.5. ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერის კუთხით საუკეთესო გამოცდილების მიმოხილვა	26
<b>3. ტურიზმის ხელშეწყობის რეკომენდაციების</b>	
3.1. პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ტურისტული პოტენციალის საერთაშორისო მარკეტინგის და PR კომუნიკაციის სტრატეგია	29
3.2. შიდა ტურიზმის სტიმულირების მექანიზმები	32
3.3. საგადასახადო / საკრედიტო შეღავათები და ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის სტიმულირების პროგრამები	33
3.4. დარგის მართვის გაუმჯობესების და სამართლებრივი / საკანონმდებლო კუთხით გასატარებელი ღონისძიებები	36
<b>ლიტერატურა/წყაროები</b>	<b>41</b>
<b>დანართი 1. კვლევის კითხვარი</b>	<b>42</b>

## შესავალი

მოცემული კვლევის ჩატარება და რეკომენდაციების შემუშავება განხორციელდა პროექტის „ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული სიტუაციის ეკონომიკური ანალიზი და პოსტ-პანდემიის პირობებში ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკის დოკუმენტის შემუშავება“ ფარგლებში. პროექტი დაფინანსებულია შემდეგი პროგრამის „აღმოსავლეთ პარტნიორობის (EaP) სამოქალაქო საზოგადოების ფორუმის საქართველოს ეროვნული პლატფორმის მხარდაჭერა საქართველოში რეფორმების განსახორციელებლად“ ფარგლებში. პროექტის მიზანი - ტურიზმის სფეროში არსებული სიტუაციის შეფასება და შესაბამისი რეკომენდაციების მომზადება, რაც შემდგომში EaP საქართველოს ეროვნული პლატფორმის მიერ წარედგინება საქართველოს მთავრობას.

პროექტის განხორციელებაში მონაწილეობდნენ შემდეგი ორგანიზაციები:

1. ა(ა)იპ „საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების და ინვესტიციათა ხელშეწყობის ცენტრი“ - ზვიად ელიზიანი
2. ა(ა)იპ „გურიის ტურიზმის ასოციაცია“ - კახაბერ ტოტოჩავა
3. ა(ა)იპ „ტურიზმის ინსტიტუტი“ - მამია ბერძენიშვილი
4. ა(ა)იპ „საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია“ - ნატალია კვაჭანტირაძე;
5. ა(ა)იპ „კონკურენციის ცენტრი“ - მარიამ ქუჩულორია -
6. ა(ა)იპ „რეგიონალური მართვის და ეკონომიკური განვითარების ცენტრი“ - თინათინ ნადარია
7. ა(ა)იპ „კავკასიის ეკონომიკური და სოციალური კვლევითი ინსტიტუტი“ - ნათია დაღლაშვილი
8. ა(ა)იპ „ჯუნიორ ეჩივმენთი საქართველო“ - ეკა გეგეშიძე

# 1. ტურიზმის სექტორის კვლევა

## 1.1. კვლევის მიზანი, ამოცანები და მეთოდოლოგია

**კვლევის მიზანი** - ტურიზმის სფეროში COVID-19 პანდემიის შედეგად შექმნილი სიტუაციის შეფასება და შესაბამისი რეკომენდაციების ს მომზადება,

**კვლევის ამოცანები:**

- კოვიდ19 პანდემიის გავლენის შეფასება ტურიზმის ინდუსტრიაზე
- კოვიდ19 პანდემიასთან დაკავშირებით ბიზნესის მხადაჭერის სახელმწიფო პროგრამის შეფასება
- ტურიზმის სექტორის საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება
- შესაბამისი რეკომენდაციების შემუშავება, ტურიზმის სტეიკჰოლდერების შეფასებების და მოლოდინების გათვალისწინებით

**კვლევის მეთოდი** - კვლევის მიზნებიდან გამომდინარე, გამოყენებულ იქნა რაოდენობრივი მეთოდი - სპეციალური კითხვარების მეშვეობით შესაბამისი აუდიტორიის გამოკითხვა.

**შერჩევის მეთოდი** სტრატეგიცირებული შემთხვევითი ერთობლიობა - ტურიზმის სექტორიდან შერჩეული იქნა წინასწარგანსაზღვრული რაოდენობა (155 რესპოდენტი) - სასტუმროს, ტურკომპანიის, რესტორანის, ტურგიდის სახით.

**კვლევის გეოგრაფიული არეალი** - თბილისი, აჭარა და გურია (ზღვისპირა რეგიონები)

**კითხვარი** - შედგებოდა 22 კითხვისგან, რომლის შესავსებად საკმარისი იყო საშუალოდ 20-25 წთ. რესპოდენტების მიერ კითხვარის შევსება ხდებოდა სხვადასხვა გზით:

- ფიზიკური კითხვარის დარიგება
- ელექტორნული ფორმით მიწოდება
- სატელეფონო გასაუბრების სახით პასუხების ჩაწერა

**კვლევის აუდიტორია** - კვლევის რესპოდენტებს წარმოადგენდა ტურიზმის სექტორთან დაკავშირებული სტეიკჰოლდერები, მათ შორის:

- ტურისტული კომპანიები,
- ტურ-გიდები
- სასტუმროები
- სასტუმრო სახლები/გესტჰაუზი
- რესტორნები
- ევენტ-კომპანიები
- სხვა

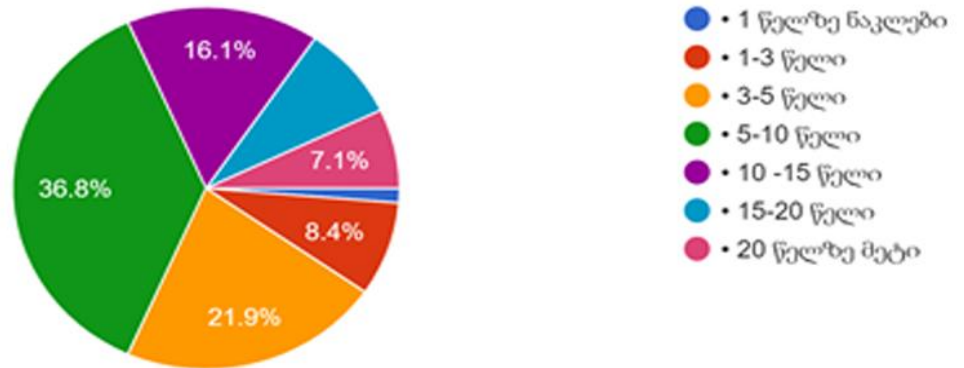
**ფოკუს-ჯგუფი** - კვლევის ფარგლებში ჩატარდა ასევე 2 ფოკუს-ჯგუფი ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლების მონაწილეობით ბათუმსა და თბილისში. თითოეულ ფოკუს ჯგუფში მონაწილეობდა 8-9 მონაწილე - სასტუმრო, ტურისტული კომპანია და ტურ-გიდები.

რესპოდენტების ზემოთაღნიშნული ყველა კატეგორია მნიშვნელოვანი იყო კვლევისთვის, რადგან ჩვენი მიზანი იყო მიგველო ინფორმაცია/შეფასებები ტურიზმის ინდუსტრიის ყველა სეგმენტიდან. კვლევის ფოკუსს წარმოადგენდა კერძო სექტორი, რამდენადაც ჩვენთვის მნიშვნელოვანი იყო ბიზნეს სექტორის მიერ დანახული პრობლემატიკა, მათი საჭიროებები და მოლოდინები.

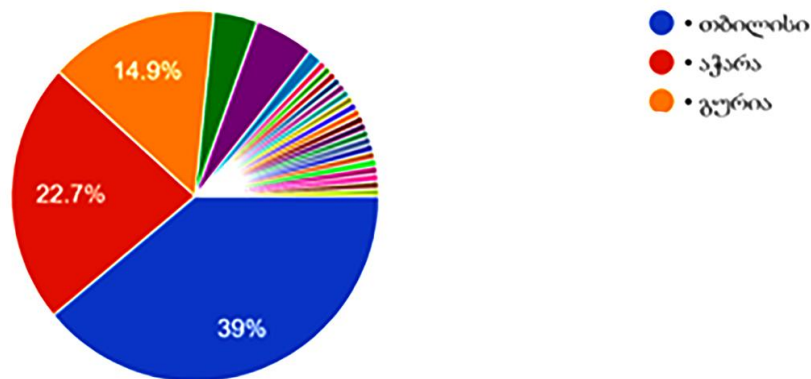
## 1.2. კვლევაში მონაწილე რესპოდენტები

კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 155 რესპოდენტმა. აქედან 60% იყო ქალი, 40% - მამაკაცი. ქვემოთ მოცემულია ინფორმაცია კვლევაში მონაწილე რესპოდენტების შესახებ - ტურიზმის სფეროში მათი საქმიანობის მიმართულებების, გამოცდილების (წლები), გეოგრაფიული არეალის და ა.შ.

- **ტურისტულ ინდუსტრიაში საქმიანობის პერიოდი** - 15.5% - 15-20 ან მეტი წელია რაც საქმიანობს ამ სფეროში, 16.1% - 10-15 წელია, 36.8% - 5-10 წელი, 21.9% - 3-5 წელი. ანუ უმეტესობა რესპოდენტებისა საკმაოდ დიდი ხნის გამოცდილება აქვთ ტურიზმის სფეროში საქმიანობის (5-20 წელი საშუალოდ)



- **საქმიანობის გეოგრაფიული არეალი** - გამოკითხულთა 39% საქმიანობას ეწევა თბილისში, 22.7% აჭარაში, 14.9% - გურიაში და დანარჩენი წარმოადგენდა რამდენიმე სხვა რეგიონს (კახეთი, იმერეთი და ა.შ.)



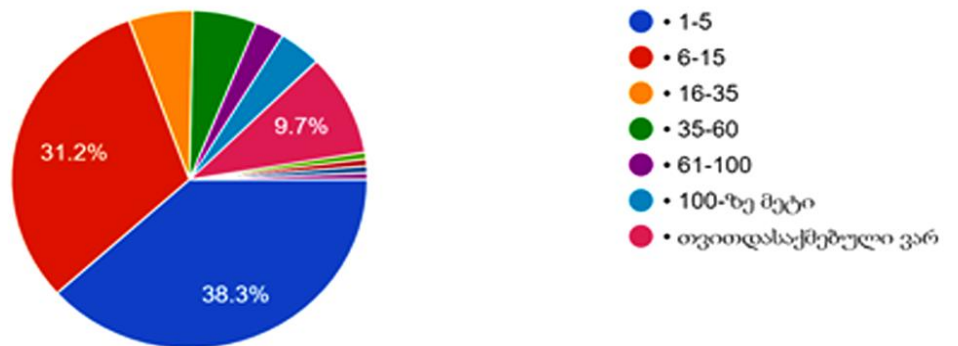
- **ტურიზმის სფერო, სადაც საქმიანობენ რესპოდენტები და საქმიანობის ფორმა** - უმეტესობა რესპოდენტებისა წარმოადგენდნენ ტურ-კომპანიას (31%) ან სასტუმროს (29.7%), ასევე გესტჰაუზები (12.9%), ტურ-გიდები (9.7%) და მცირე რაოდენობით რესტორნები, სატრანსპორტო კომპანიები და ა.შ. ამასთან, რესპოდენტების 45% იყო კომპანიის მფლობელი, 32% - დამოკიდებული მეწარმე, 23% - დაქირავებული (კერძო კომპანიაში მომუშავე)

4. მიუთითეთ ტურიზმის სექტორის რომელ სფეროს წარმოადგენთ?



- **კომპანიის სიდიდე** - რესპოდენტების უმეტესობა წარმოადგენდა მცირე ბიზნესს - 69.5% (მაქსიმუმ 15 კაცამდე დასაქმებული) ან თვითდასაქმებულს (9.7%), დანარჩენი - საშუალო სიდიდის კომპანია.

6. რამდენი ადამიანია დასაქმებული თქვენს კომპანიაში



## 2. ტურიზმის ინდუსტრიის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზი და არსებული სიტუაციის შეფასება

### 2.1. პანდემიამდე არსებული სიტუაციის მოკლე მიმოხილვა

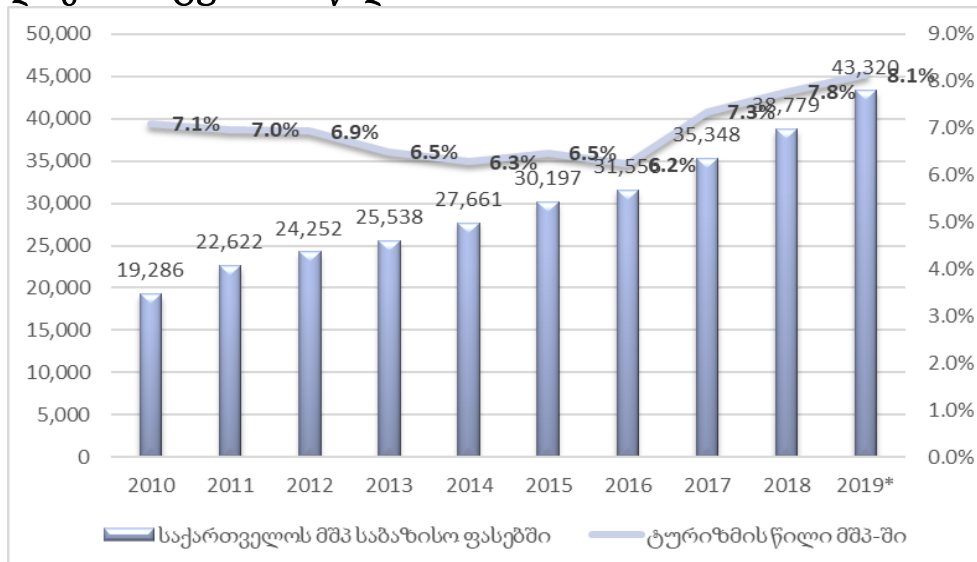
კორონავირუსის პანდემიამ ძალიან შეაფერხა ტურიზმის სექტორის განვითარება, თუმცა COVID-19-ის ზარალის ზუსტად განსაზღვრა ჯერ კიდევ რთულია და გაურკვეველობა, თავის მხრივ, ცალკე საფრთხეს წარმოადგენს ტურიზმის მდგრადი განვითარებისთვის.

ტურისტული ბიზნესი თანამედროვე ეტაპზე მიჩნეულია მსოფლიო ეკონომიკის ყველაზე სწრაფ განვითარებად დარგად. კერძოდ, იგი შედის სამი უმსხვილესი საექსპორტო დარგის რიცხვში (ნავთობპროდუქტებისა და ავტომშენებლობის შემდეგ) და წარმოადგენს მსოფლიო ეკონომიკის ყველაზე რენტაბელურ სფეროს. მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით, 2019 წელს ამ დარგის მთლიანმა კონტრიბუციამ მშპ-ში 8.9 ტრილიონი აშშ დოლარი შეადგინა და ხელი შეუწყო 330 მილიონი სამუშაო ადგილის შექმნას. აღნიშნული სექტორის მთლიანი წვლილი (პირდაპირი და გვერდითი ეფექტები) მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში შემდეგია: მსოფლიოს მშპ-ს 10.3%, ერთი ადგილი ყოველი 10 სამუშაო ადგილიდან, 4.3% მთლიან განხორციელებულ ინვესტიციებსა და 6.8% მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში<sup>1</sup>.

### ტურიზმის წილი ეკონომიკაში

საერთაშორისო და შიდა ტურიზმი დიდ როლს ასრულებს საქართველოს ეკონომიკაშიც. საერთაშორისო მოგზაურობიდან შემოსავლები მზარდი ტენდენციით გამოირჩეოდა, შედეგად 2019 წელს მისმა მოცულობამ 3.3 მლრდ აშშ დოლარს გადააჭარბა. მშპ-ში წილმა კი 8.1%-ს მიაღწია<sup>2</sup> (იხ. დიაგრამა 1).

დიაგრამა 1. ტურიზმის წილი მშპ-ში



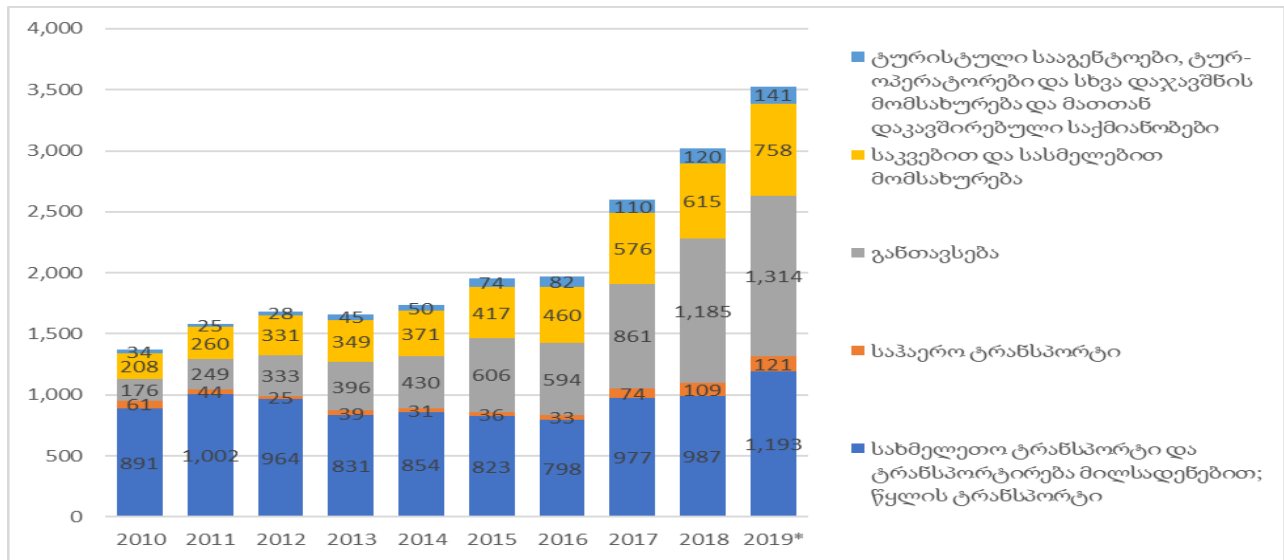
<sup>1</sup> საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა, 2019,

<https://gnta.ge/ge/%e1%83%a1%e1%83%a2%e1%83%90%e1%83%a2%e1%83%98%e1%83%a1%e1%83%a2%e1%83%98%e1%83%90/>

<sup>2</sup> საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული დეპარტამენტი, <https://www.geostat.ge>

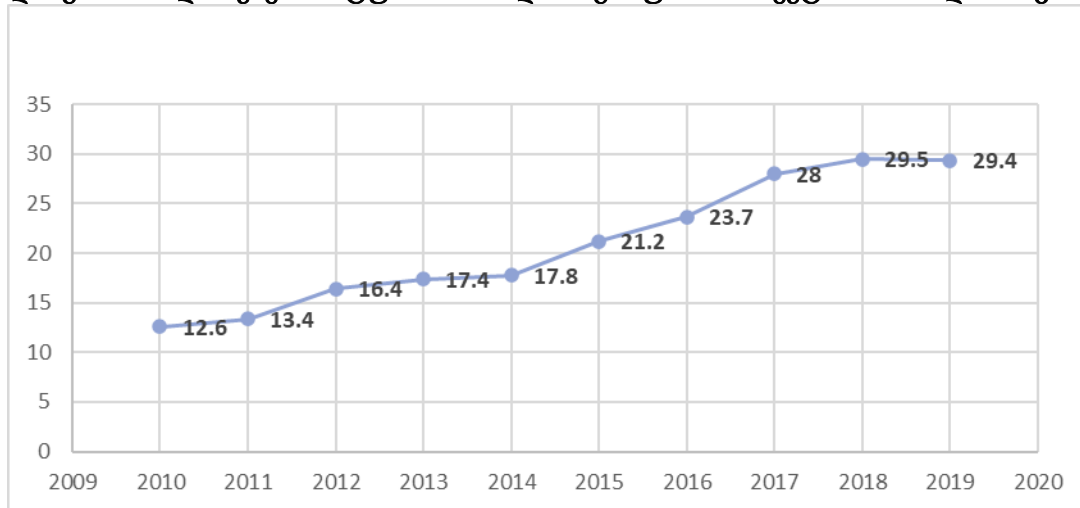
მშპ-ში ტურიზმისა და მოგზაურობის პირდაპირი კონტრიბუცია ასახავს ეკონომიკურ აქტივობას, რომელსაც ქმნიან სასტუმროები, ტურისტული ორგანიზაციები, ავიაკომპანიები, სამგზავრო საშუალებები, რესტორნები. მთლიან კონტრიბუციაში კი შედის ყველა სფერო, რომელიც დაკავშირებულია მოგზაურობასთან. 2019 წელს ტურიზმის სექტორში დამატებული ღირებულება ძირითადად შეიქმნა განთავსების საშუალებებში - 1.3 მილიარდი ლარი (ზრდა +10.9%), ტრანსპორტში - 1.2 მილიარდი ლარი (საჰაერო ტრანსპორტი ზრდა +11%, სხვა ტრანსპორტი ზრდა +20.9%), კვების საშუალებებში - 758 მილიონი ლარი (ზრდა +23.3% და ტურისტული კომპანიები - 141 მილიონ ლარი (ზრდა +17.4%) (იხ. დიაგრამა 2).

**დიაგრამა 1. ტურიზმის წილი სფეროების მიხედვით**



**დასაქმება** - დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუცია 2019 წ. 29.4%-ს შეადგენდა, რაც 518 400 სამუშაო ადგილს მოიცავს. მათ შორისაა ისეთი სამუშაო ადგილები, რომლის შექმნასაც ხელი ტურიზმის ინდუსტრიამ შეუწყო (იხ. დიაგრამა 3).

**დიაგრამა 3. დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუცია (%)**

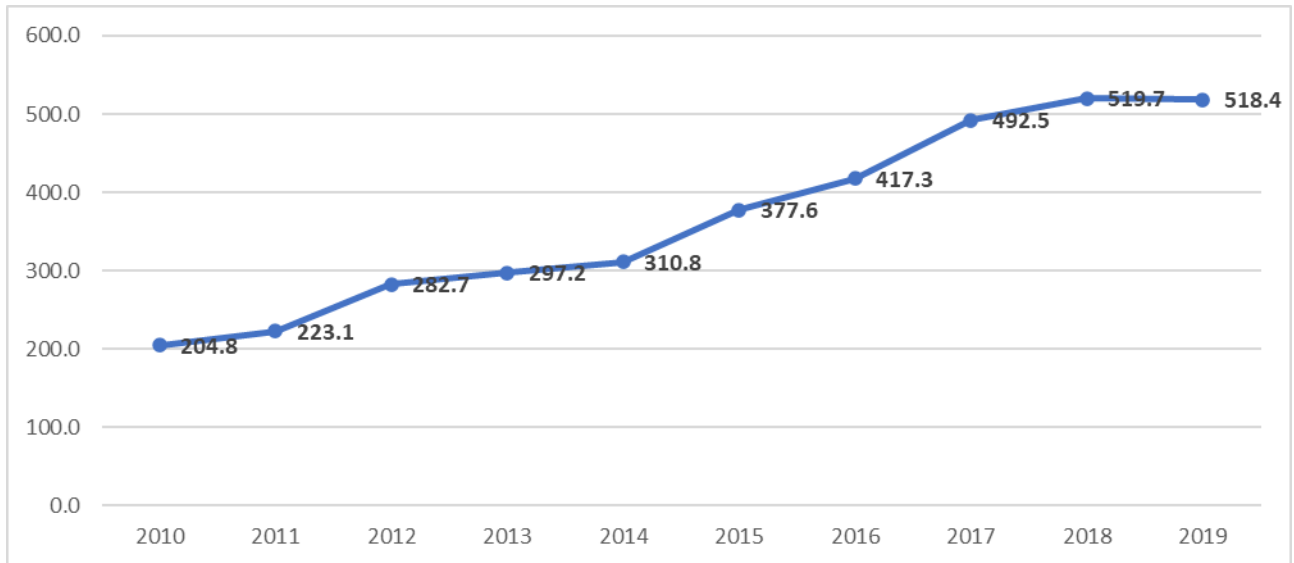


წყარო: [World Travel and Tourism Council Data](#)



რაც შეეხება დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუციას 1000 მოსახლეზე, 2010 წლიდან გვაქვს მზარდი დინამიკა (2019 წელს შეინიშნებდა მხოლოდ 0.3%-იანი შემცირება წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით - იხ. დიაგრამა 4).

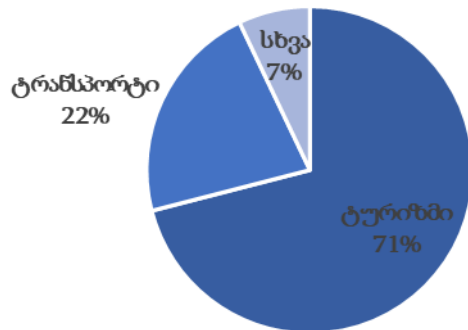
**დიაგრამა 4. დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუცია (1000 მოსახლეზე**



წყარო: [World Travel and Tourism Council Data](#)

**საგადამხდელო ბალანსი** - უცხოელი ვიზიტორების დანახარჯებს ქვეყანაში დიდი გავლენა აქვს საქართველოს საგადამხდელო ბალანსზე. დაახლოებით 71% საქართველოს სერვისის ექსპორტის შემოსავლებიდან ტურიზმზე მოდის (ტრანსპორტის წილი 21.9% და სხვა - 7.1%, იხ. დიაგრამა 5).

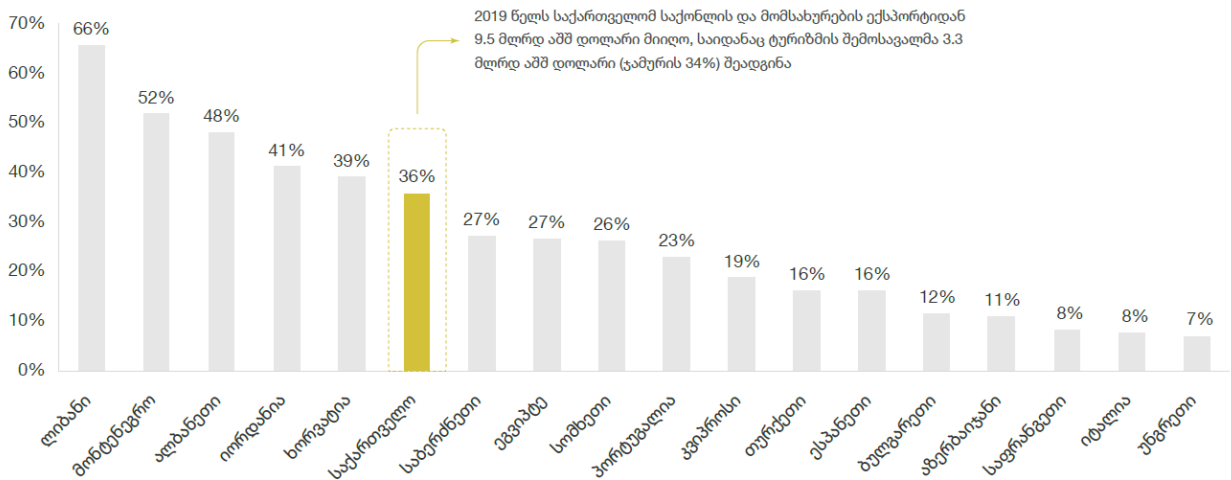
**დიაგრამა 5. ტურიზმის წილი სერვისის ექსპორტში**



ზოგადად ტურიზმის წილი ჯამურ ექსპორტში საკმაოდ მაღალია საქართველოში და შეადგენს 36%-ს. აქედან გამომდინარე ის საკმაოდ მოწყვლადია კრიზისის პერიოდში.

## ის ქვეყნები, რომლის ჯამურ ექსპორტშიც ტურიზმს 20%-ზე მეტი უკავია განსაკუთრებით მოწყვლადია ტურისტული კრიზისის დროს

ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების წილი ჯამურ ექსპორტში, 2018



პანდემიამდე საერთაშორისო მოგზაურების მიერ განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობა 678,420-ით გაიზარდა და პირველად გადააჭარბა ცხრა მილიონს (GNTA). ბოლო წლებში ასევე იზრდებოდა შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან და 2019 წელს 3 მილიარდ 268 მლნ. აშშ დოლარს გაუტოლდა (ზრდა +1.4%), ხოლო საქართველოს მოქალაქეების დანახარჯებმა უცხოურ ტურიზმზე 0.66 მილიარდი დოლარი შეადგინა (ზრდა +25.2%). შედეგად, უცხოური ტურიზმის ბალანსი საქართველოში შეადგენდა 2.6 მილიარდ დოლარს (ზრდა +3.2%). ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლით, საქართველო მსოფლიოში 69-ე ადგილზეა 141 ქვეყანას შორის. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) მონაცემებით.

დანახარჯების ოდენობამ 2019 წელს შეადგინა 8.6 მლრდ. ლარი, რაც წინა წლის ანალოგიურ 2019 წელს მაჩვენებელთან შედარებით ზრდის 7.5%-იან ნიშნულს გულისხმობს

ცხრილი 1. დანახარჯების განაწილება

დანახარჯების სტრუქტურა (ლარი)	2018	2019	ცვლილება %
საკვები და სასმელი	2,266,881,133	2,343,421,279	3.4%
განთავსების საშუალებები	1,854,514,224	2,021,228,953	9.0%
შოპინგი	1,611,720,529	1,800,271,650	11.7%
რეკრეაცია, კულტურული და სპორტული აქტივობები	1,434,705,232	1,528,705,888	6.6%
ადგილობრივი ტრანსპორტი	560,769,313	644,544,830	14.9%
სხვა დანახარჯები	188,913,699	173,362,328	-8.2%
<b>მთლიანი დანახარჯი</b>	<b>7,917,504,128</b>	<b>8,511,534,927</b>	<b>7.5%</b>

რაც შეეხება შიდა ვიზიტორების მიერ განხორციელებულ დანახარჯებს, ჯამური მაჩვენებელი 1.8 მილიარდ ლარს აღემატებოდა, ხოლო ერთი ვიზიტისას გაწეული საშუალო დანახარჯი 129.3 ლარს შეადგენდა (იხ. ცხრილი 2).

**ცხრილი 2. დანახარჯების სტრუქტურა**

დანახარჯების სტრუქტურა (ლარი)	2019	დანახარჯის წილი
შოპინგი	609,816	33.1%
საკვები და სასმელი	451,137	24.5%
ტრანსპორტი	335,886	18.2%
განთავსების საშუალებები	82,797	4.5%
რეკრეაცია, კულტურული და სპორტული აქტივობები	29,636	1.6%
სხვა დანახარჯები	333,244	18.1%

დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი 33.1% საყიდლებზე დაფიქსირდა, ხოლო ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი - სარეკრეაციო-კულტურულ ღონისძიებებზე (1.6%).

საგულისხმოა ის გარემოება, რომ ახალი კორონავირუსის პანდემია პრაქტიკულად გააჩერა ტურიზმი, რაც აზარალებს არა მხოლოდ ტურიზმის სექტორის ღირებულებათა ჯაჭვში ჩართულ სუბიექტებს, არამედ დაკავშირებულ სხვა სფეროებსაც, მათ შორის ადგილობრივ მწარმოებლებს, რომელთაც ტურისტებზე ქონდათ გათვლა (მაგალითად, სუვენირები); ფერმერები, რომლებიც აგროპროდუქტებით ამარაგებდნენ სასტუმროებს და სხვ.

**2.2. პანდემიის პირობებში (2020 წ.) ტურიზმის სექტორის მიმოხილვა**

კორონავირუსის პანდემიამ ძალიან უარყოფითი გავლენა მოახდინა ტურიზმის სექტორზე, რომელიც წინა წლებში საქართველოს ეკონომიკის წამყვან დარგს წარმოადგენდა. საქართველოში COVID-19-ის პანდემიიდან გამომდინარე 2020 წლის მარტის თვიდან თითქმის სრულად შეჩერდა ტურისტული ობიექტების ფუნციონირება, დაიკეტა სასტუმროები, რესტორნები, კაფე-ბარები და სხვა გასართობი ცენტრები. შეჩერდა ქვეყნებს შორის საჰაერო მიმოსვლა, შეიზღუდა უცხო ქვეყნის მოქალაქეების საქართველოს ტერიტორიაზე შემოსვლა.

პანდემიამ შეაფერხა იმ პოზიტიური ტენდენციების გაგრძელება, რომელიც წინა წელს დაფიქსირდა საქართველოში ეკონომიკის თითქმის ყველა მიმართულებით. 2020 წელს დაგეგმილი ეკონომიკური 4.5%-იანი ზრდის ნაცვლად, მოსალოდნელია ეკონომიკის 4,5-5,0%-იანი შემცირება, ხოლო 2021 წელს ეკონომიკური გაჯანსაღების ფონზე 4,3%-იანი ზრდა.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) შეფასებით, 2020 წლის ნოემბრის მონაცემებით, საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობა შემცირდა 72%-ით, რამაც წინასწარი გათვლებით საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯებიდან მიღებული თანხების 910 მლნ. – 1.2 ტრლ. აშშ დოლარით შემცირება გამოიწვია, ხოლო დასაქმების კუთხით კი - 100-120 მლნ. სამუშაო ადგილი შემცირდა. UNWTO-ს თანახმად, ყველაზე მეტად დაზარალებულნი მცირე და საშუალო

ზომის საწარმოები<sup>3</sup>. მათი წილი ტურიზმის სექტორში 80% შეადგენს. კორონავირუსს განსაკუთრებული გავლენა კი იმ ქვეყნებზე ექნება, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმს დიდი წილი უკავია და რომლის ეკონომიკური ზრდაც დიდწილად ტურიზმის სექტორიდან გამომდინარეობს.

კორონა ვირუსის გავრცელებას უარყოფითი გავლენა აქვს საქართველოს ეკონომიკაზეც პირდაპირი და არაპირდაპირი არხებით და მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული გლობალურ ეკონომიკურ აქტივობასა და მოლოდინებზე. მიმდინარე წელს ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი კლება იყო, რაც კორონა ვირუსთან დაკავშირებულ პრევენციულ ღონისძიებებს უკავშირდება.

იანვარში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების მნიშვნელოვანი 17.6%-იანი ზრდის შემდეგ თებერვალში ტურიზმიდან შემოსავლები საერთაშორისო მოგზაურობაზე აკრძალვების შედეგად 5.2%-ით, მარტში 69.8 პროცენტით, აპრილში 96.8 პროცენტით, მაისში 96.6 პროცენტით შემცირდა და მხოლოდ 9.1 მილიონი აშშ. დოლარი შეადგინა, მაშინ როცა წინა წლის მაისში აღნიშნული მაჩვენებელი 270 მილიონ აშშ. დოლარს აჭარბებდა. 2020 წლის იანვარ-მაისში ტურიზმიდან შემოსავლები 60.1%-ით შემცირდა და 445.3 მლნ. აშშ. დოლარი შეადგინა.

მთლიანობაში 2020 წელს საქართველოში ვიზიტორების რაოდენობა საშუალოდ 75-80%-ით შემცირდა რაც სექტორისთვის (წინა წლების მონაცემების გათვალისწინებით) 2.3-2.5 მლრდ მლრდ აშშ დოლარის დანაკარგია.

**შიდა ტურიზმი** - ერთ-ერთი საშუალებაა კრიზისის შესამსუბუქებლად, მაგრამ საქართველოში მისი წილი დაბალია. სხვა ქვეყნებთან შედარებით საქართველოში საკმაოდ ლიმიტირებულია შიდა ტურიზმის მასშტაბები, რადგან ადგილობრივთა დიდი ნაწილი სასტუმროებს არ სტუმრობს და კერძო სახლებს ქირაობს, რაც გამოკითხვაშიც იკვეთება. 2019 წ. მონაცემებით - საქართველოში ადგილობრივ სტუმართა წილი სასტუმროში შეადგენდა საშუალოდ - 26%, მაშინ როცა ეს მაჩვენებელი თითქმის სამჯერ მაღალია ბევრ ევროპულ ქვეყანაში. ყველაზე მეტი ზარალი ამ კუთხით თბილისის, აჭარის რეგიონის სასტუმროებს მიადგა რადგან აქ სხვა რეგიონებთან შედარებით ყველაზე ნაკლები იყო შიდა ტურისტების წილი სასტუმროებში 13-30 %-ის ფარგლებში).

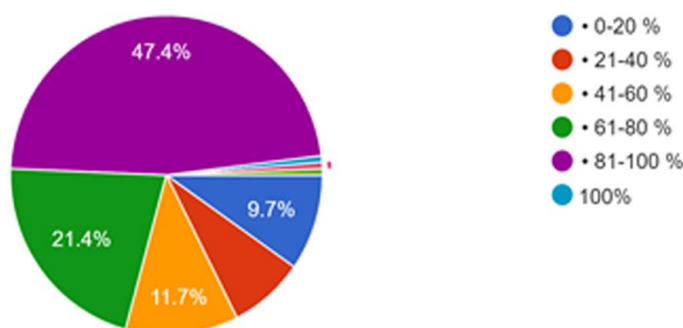
ასევე ტურისტული კომპანიებისთვის შიდა ტურისტული ნაკადებიდან მიღებული სარგებლის ჭრილში არსებობდა გარკვეული განსხვავებები საქმიანობის პროფილიდან გამომდინარე. ყველაზე დიდი დარტყმა მიიღო ტურისტული სააგენტოებმა, ტურ-ოპერატორებმა, სოფლად სასტუმრო სახლებმა და დამოუკიდებელი გიდებმა, მათთვის შიდა ტურისტულმა ნაკადებმა არაფერი შეცვალა, რადგან მათი მთავარი კლიენტურა (90-95%) იყო საერთაშორისო ტურისტები. მეორე მხრივ, ზაფხულის საზღვაო სეზონზე, სასტუმრო სექტორმა გარკვეული სარგებელი ნახა ქართველი ტურისტების საშუალებით. უფრო მეტიც, განსაკუთრებით სასარგებლო აღმოჩნდა ეს პროცესი საერთაშორისო ქსელური სასტუმროებისთვის, რომლებიც საზღვაო სეზონის დროს იყვნენ 100%-ით დატვირთულნი, რიგ მომენტებში ე.წ. „ოვერბუქინგსაც“ კი ჰქონდა ადგილი. ეს განპირობებული იყო სხვადასხვა ფაქტორებით - ადგილობრივი ტურისტები ვერ გადიოდნენ დასასვენებლად უცხოეთში, სასტუმროებმა გააკეთეს მნიშვნელოვანი ფასდაკლებები და ა.შ. უნდა აღინიშნოს, რომ ამ მხრივ ძირითადად დატვირთული იყო ბრენდული სასტუმროები, აპარტ-ოტელები. ასევე, გარდა ზღვისპირა კურორტებისა საკმაოდ იყო დატვირთული თბილისის გარშემო არსებული ტურისტული ლოკაციების (კახეთი და ა.შ.), საირმე და ბორჯომის სასტუმროები.

<sup>3</sup> UNWTO - <https://www.unwto.org/news/international-tourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>

პანდემიის ეკონომიკური გავლენის შესაფასებლად პროექტის <sup>4</sup> ფარგლებში 155-მა რესპოდენტმა უპასუხა კითხვებს, რომლებიც ეხებოდა 2020 წლის ტურისტულ სეზონზე არსებული სიტუაციის, შემოსავლებს შორის ცვლილებებსა და ა.შ. ქვემოთ მოცემული არღნიშნულ საკითხებთან დაკავშირებით კვლევის რესპოდენტების პასუხები, რაც საინტერესო ინფორმაციაა ანალიზისთვის.

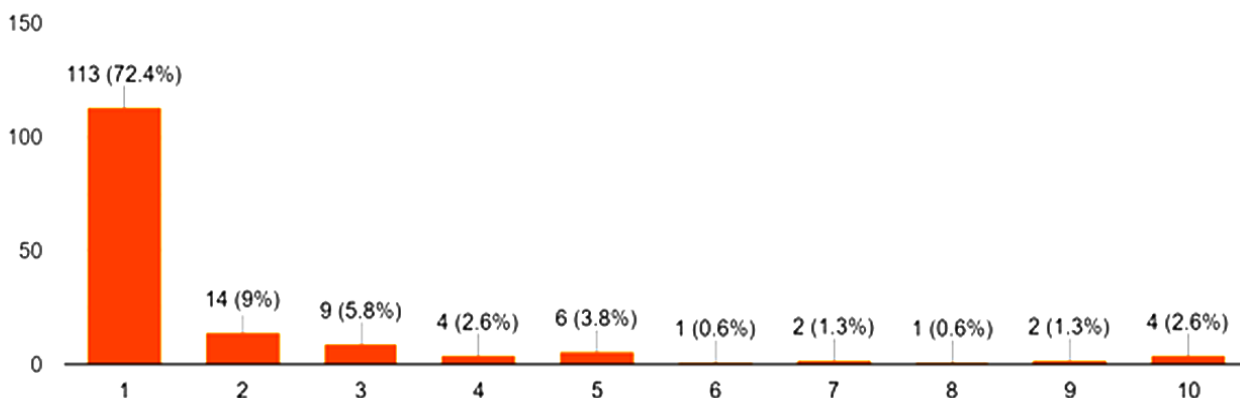
- **საერთაშორისო ტურიზმზე დამოკიდებულების დონე** - საკმაოდ მაღალია და ფაქტიურად გამოკითხულთა 70%-ის შემთხვევაში, ეს მაჩვენებელი მერყეობდა 60-100%-ის ფარგლებში:

8. საერთაშორისო ტურიზმზე დამოკიდებულების დონე - თქვენი შემოსავლების / კლიენტურის რა წილი მოდიოდა საერთაშორისო ტურიზმზე?



- **არსებული პანდემიური სიტუაციის გავლენა 2020 წლის ტურისტულ სეზონზე** - რესპოდენტების 85%-ზე პანდემიის გავლენა იყო ძალიან ნეგატიური.

9. როგორ შეაფასებდით 2020 წლის ტურისტულ სეზონს - რამდენად იმოქმედა თქვენზე / თქვენს ბიზნესზე არსებულმა სიტუაციამ? მიუთითეთ 1-და...10-მდე (საერთოდ არანაირ გავლენა არ იქონია)

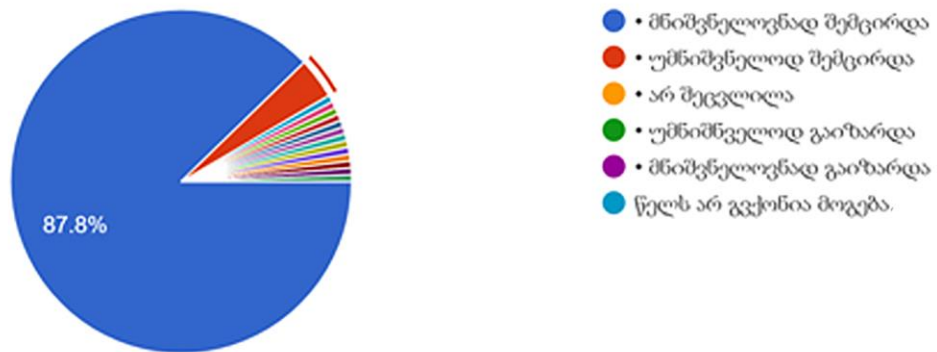


<sup>4</sup> „ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული სიტუაციის ეკონომიკური ანალიზი და პოსტ-პანდემიის პირობებში ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკის დოკუმენტის შემუშავება“.



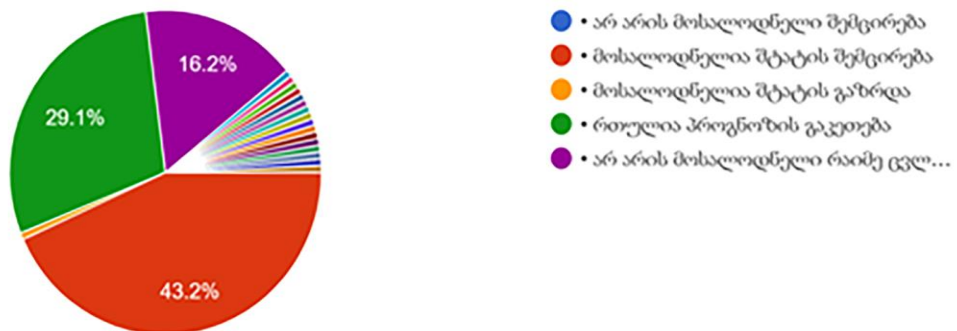
- **2020 წ. ტურისტულ სეზონზე მიღებული შემოსავლები** - ქვეყანაში დღეს არსებული რთული ეპიდემიოლოგიური ვითარება, ასევე, რიგი ეკონომიკური საქმიანობებისა და ავიამიმოსვლების შეჩერება/შეწყვეტამ დიდ დარტყმა მიაყენა ტურიზმს ნაკლებად მისცაი ამოქმედების შესაძლებლობა. გამოკითხული ტურიზმის წარმომადგენლების 87.8%-ის შეფასებით, მათ მიერ წელს მიღებული შემოსავალი 2019 წელთან შედარებით მნიშვნელოვნად შემცირდა, ამასთან, გამოკითხულთა 66.4%-ის თანახმად, 2019 წლის შემოსავლების მხოლოდ 15%-მდე კომპენსაცია მოხდა შიდა ტურისტების ხარჯზე 2020 წელს. ამასთან, 51% რესპოდენტების 51%-მა აღნიშნა რომ შდა ტურისტების რაოდენობა მხოლოდ უმნიშვნელოდ შეიცვალა (რაც კიდევ ერთხელ ადასტურებს ზემოთაღნიშნულ ფაქტს შიდა ტურიზმის დაბალ წილზე სასტუმროების დატვირთულობის კუთხით).

12. როგორ შეიცვალა თქვენი შემოსავლები 2020 წელს, წინა წელთან შედარებით:



- **ადამიანური რესურსის/კადრების შენარჩუნება** - პანდემიის შედეგად შექმნილმა კრიზისმა ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლები იძულებული გახადა საოპერაციო ხარჯების მინიმალიზაციისთვის შეემცირებინა როგორც თანამშრომელთა რაოდენობა, ისე - მათი ხელფასები. კვლევის პროცესში, რესპოდენტების მხოლოდ 16.2%-ი არ გეგმავს თანამშრომლების შემცირებას, კომპანიების 43.2%-ი გეგმავს შემცირებას და 29.1 %-ს უჭირს პასუხის გაცემა.

13. თანამშრომლების შენარჩუნება კომპანიაში - რა მოლოდინია ამ მიმართულებით?



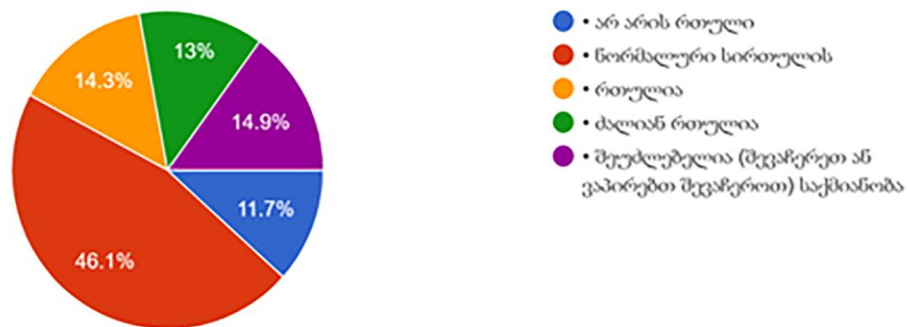
ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლებთან ინფორმაციის შეგუერების შედეგად დასაქმებულების შენარჩუნების კუთხით გამოიკვეთა შემდეგი ტენდენცია - ეს ძირითადად შეძლო დიდმა კომპანიებმა: ქსელური საერთაშორისო სასტუმროები, ტურ-ოპერატორები და დიდი რესტორნები. ყველა მათგანში საოპერაციო ნაწილის თანამშრომლები იქნა შენარჩუნებული, მაშინ როცა უშალოდ „ფრონტ დესკის/ოფისის“ თანამშრომლებთან მოუწიათ დროებით დამშვიდობება. აღსანიშნავია, რომ თანამშრომლების შენარჩუნება მოხდა ანაზღაურების და სამუშაო გრაფიკის განახევრების ხარჯზე. ერთადერთი გამონაკლისი, თანამშრომლების 100% დროებით აღდგენის (პირველი ტალღის შემცირებების შემდგომ) კუთხით, ჰქონდათ საერთაშორისო ქსელურ სასტუმროებს.

დიდი კომპანიების მიერ ერთხმად აღინიშნა, რომ მეორე მხრივ, მათთვის, ბიზნესის ერთხმად შეჩერება და შემდეგ ექსპლუატაციაში მყისიერი შესვლა, ტურიზმის აღდგენის შემდგომ, იქნებოდა ძალიან რთული, ამიტომ ეს გადაწყვეტილება არის მართებული ამ ეტაპზე, თუმცა ასე დიდი ხანი ვერცერთი მათგანი ვერ გაძლებს თუ სიტუაცია, არაუგვიანეს აპრილისა, არ შეიცვლება.

დამატებით გამოვლინდა ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელიც კოვიდის კონტექსტს არ ეხება, თუმცა არსებული დრო შეიძლება მის დასაძლევად იქნას გამოყენებული. კერძოდ, სტუმარმასპინძლობის სფეროში, ხშირად, დამსაქმებლის მიერ ხდება დასაქმებულის ექსპლუატაცია და მისი უფლებების დარღვევა, რაც გამოიხატება კანონით დადგენილი წესების უგულვებელყოფაში. შესაბამისად, ცუდი მომსახურების ერთ-ერთი მთავარი წინაპირობა სწორედ დამსაქმებელთა მსგავსი მიდგომებია. გამოითქვა აზრი რომ ეს, პირველ რიგში, უნდა დაიწყოს დასაქმებულთა ინფორმირებულობით, რომელიც უნდა უზრუნველყოს დამსაქმებელმა.

- **პანდემიასთან დაკავშირებული რეგულაციების შესრულების სირთულე** - არსებული რეგულაციების თანახმად, კომპანიებს/სასტუმროებს უწევთ დამატებითი ხარჯების გაღება შესაბამის ზომების გასატარებლად. ამ კუთხით კომპანიების 57%-ისთვის ეს რეგულაციები შედარებით ნაკლებად რთულია/მისაღებია, 27.3%-ისთვის საკმაოდ რთულად შესასრულებელი, ხოლო 15%-ისთვის შეუძლებელი აღმოჩნდა ამ მოთხოვნების შესრულება და შეაჩერეს საქმიანობა,

15. რამდენად რთულია პანდემიასთან დაკავშირებული რეგულაციების შესრულება თქვენი კომპანიისთვის (ფინანსური, ტექნიკური თვალსაზრისით)?



ქვემოთ ცხრილი სახით მოცემულია ტურიზმის სექტორში არსებული გამოწვევების შეჯამება (კვლევის მონაცემების და დარგში არსებული სიტუაციის გათვალისწინებით)

**ტურიზმის სექტორში მიმდინარე გამოწვევები**

<p><b>ფინანსური ხასიათის სირთულეები</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- გადასახადები (დღგ, საშემოსავლო, საკენსიო, ქონების,...);</li> <li>- ოპერირებისთვის აუცილებელი ხარჯების დაფარვა საქმიანობის შეფერხების ფონზე (ქირა, კომუნალური გადასახადი, დასაქმებულთა ხელფასები);</li> <li>- საკრედიტო შენატანები;</li> <li>- სესხზე ხელმისაწვდომობა;</li> <li>- შემცირებული ინვესტიციები ქვეყანაში;</li> </ul>
<p><b>რეგულაციებთან შესაბამისობა</b></p>	<p>კვლევამ აჩვენა, რომ პანდემიასთან დაკავშირებულ რეგულაციებთან საქმიანობის შესაბამისობაში მოყვანა შექმნილი ეკონომიკური კრიზისის ფონზე როგორც ფინანსური, ისე ტექნიკური თვალსაზრისით დამატებითი ტვირთი აღმოჩნდა ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლებისთვის; ასევე გარკვეული ნაწილი არ ფლობს სრულ და დაზუსტებულ ინფორმაციას რეგულაციების მოთხოვნების შესახებ.</p>
<p><b>კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა</b></p>	<p>დანაკლისია, როგორც სექტორის სპეციფიკაზე მორგებული კვალიფიციური კადრების, ისე - მიმდინარე რეგულაციების/ უსაფრთხოების წესების კუთხით გადამზადებული პერსონალის.</p> <p>კვალიფიციური კადრების ნაკლებობის პრობლემატიკა არახალია, თუმცა, მეტად გამწვავდა ტურიზმის ინდუსტრიის, ფაქტობრივად, გაჩერების ფონზე. რამდენადაც, არათუ, კადრების გადამზადება ან/და კვალიფიციური კადრების მოძიება, არამედ, პერსონალის შენარჩუნებაც კი გამოწვევად იქცა.</p> <p>შედეგად, შესამჩნევია ტურიზმის სექტორიდან კადრების გადინება, რაც უარყოფითად აისახება პოსტკრიზისულ პერიოდში ტურიზმის აღდგენაზე. შესაბამისი კადრების გარეშე მით უფრო, რომ პერსონალი/მომსახურება ტურიზმის მთავარი საყრდენია, სექტორის წარმომადგენლები ვერ შეძლებენ ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებას და ოპერირებას;</p>
<p><b>დიגיტალიზაცია</b></p>	<p>პანდემიის შედეგად გამოვლინდა საქმიანობის დიდი ნაწილის ელექტრონულ რეჟიმში გადასვლის საჭიროება, თუმცა, ამისთვის ტურიზმის სექტორის (განსაკუთრებით მცირე და საშუალო კომპანიების, გესტჰაუზების) წარმომადგენლები მზად არ არიან;</p>
<p><b>გაურკვევლობა</b></p>	<p>მსოფლიოში მიმდინარე ეპიდემიოლოგიური მდგომარეობის არასტაბილურობიდან გამომდინარე ბუნდოვანებაა სამომავლო სტრატეგიის კუთხით;</p>
<p><b>სტატისტიკური მონაცემების სიმწირე</b></p>	<p>იმის გათვალისწინებით, რომ ტურიზმის სექტორი სტრატეგიის რადიკალური ცვლილებების/გადაწყობის პროცესშია, რისკების მაქსიმალურად შესამცირებლად და სამოქმედო გეგმის ეფექტიანობის გასაზრდელად, მნიშვნელოვანია, ბიზნესის ახლადგამოვლენილ საჭიროებებზე, მოთხოვნებსა და ინტერესებზე მორგებული სტატისტიკური მონაცემების უზრუნველყოფა.</p>



## 2.3. პოსტ-პანდემურ პირობებში (2021-2023) ტურიზმის სექტორის განვითარების პერსპექტივები/პროგნოზები

WTTC-ს კვლევის მონაცემების მიხედვით <sup>5</sup>, მოსალოდნელია შემდეგი ცვლილებები საერთაშორისო ტურიზმის ინდუსტრიაში:

- **მოთხოვნის ევოლუცია** - მოგზაურები უპირეტესობას ნაცნობ, პროგნოზირებად და სანდო ლოკაციებს. შესაბამისად უფრო მეტი აქცენტი გაკეთდება შიდა ტურიზმზე. საშინაო და რეგიონალური არდადეგები
- **ჯანმრთელობა/ჰიგიენა** - უსაფრთხოების ნორმების დაცვა უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი იქნება მოგზაურობის დაგეგმვის დროს. გაიზრდება ტურისტების მოთხოვნა უსაფრთხოებაზე, სისუფთავესა და სანიტარული ნორმების დაცვაზე და ა.შ. პრიორიტეტი იქნება სისუფთავე, მოგზაურისთვის საჭირო იქნება პირბადე, ხელების ხშირი დაბანა, ანტიბაქტერიული ხელსახოცების და ხსნარების შექმნა-მომარაგება მოგზაურობის მთელ მარშრუტზე (მაგ., ტყეში). სასტუმროებისთვის აუცილებელი გახდება ნომრებში სადეზინფექციო სამუშაოების ჩატარება. შესაბამისად ტურისტულ ორგანიზაციებს და დესტინაციებს მოუწევთ აქტიური კონსულტაციების შესაბამის ექსპერტებთან, საერთაშორისო მოთხოვნების/რეგულაციების შესაბამისი უსაფრთხოების ზომების გატარება და ამის სწორი კომუნიკაცია მიზნობრივი ბაზრისთვის, რომ მოახდეს მათი როგორც უსაფრთხო დასვენების ადგილად პოზიციონირება.
- **ინოვაცია და დიგიტალიზაცია** - COVID-19 აღმოჩნდა მოულოდნელი კატალიზატორი ტურიზმის სექტორში ინოვაციებისთვის. არსებულ სიტუაციაში იზრდება მომხმარებლების მოთხოვნა მოგზაურობის დროს ციფრული ტექნოლოგიების, უკონტაქტო ტექნოლოგიების გამოყენებაზე რაც უსაფრთხო და უპრობლემო მოგზაურობის ძირითადი წინაპირობაა. მიუხედავად იმისა, რომ დიგიტალიზაცია უზარმაზარ შესაძლებლობებს გვთავაზობს, საჭიროა შესაბამისი უნარ-ჩვევების შექმნა, სწავლა რომ ტურისტული ბიზნესი არ ჩამორჩეს მიმდინარე ტექნოლოგიურ ტრენდებს.
- **მდგრადობა** - გარემოს დაცვისა და ველური ბუნების ადგილების მდგრადი განვითარების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და ადვოკატირება, ზრდის ამ მიმართულებით საზოგადოების ინტერესს, ტურიზმის სფეროშიც უფრო აქტუალური ხდება მდგრადი, ეკოლოგიური გარემოს შენარჩუნებაზე ორიენტირებული სერვისები და ა.შ. უფრო წინ წამოიწევა ტურიზმის ეკოლოგიური სახეობები - არა დახურულ სივრცეში (მუზეუმები, გამოფენები, მჭიდროდ დასახლებული ქალაქები), არამედ სუფთა ჰაერზე, ღია ცის ქვეშ. ამასთან დაკავშირებით კიდევ უფრო პოპულარული გახდება ადრე აქტიური ისეთი ტურიზმის ფორმები, როგორცაა - კემპინგები, კარვები, „ველური“ დასვენება პლაჟზე და ზღვის სანაპიროებზე, აგროტურიზმი, ეკოტურიზმი და ა.შ.

უცხოელი ვიზიტორების რაოდენობის ანალიზის საფუძველზე (ცხრილი #1), ირკვევა, რომ 2020 წელს საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა 2019 წელთან შედარებით 80%-ით

<sup>5</sup> <https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond>

შემცირდა. თუ დავუშვავთ, იმას, რომ 2021 წლის მარტში მსოფლიოში და საქართველოშიც დაიწყება საყოველთაო ვაკცინაცია 2021 წელს საქართველოში უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობა შესაძლებელია მხოლოდ წინა წლების 30% მაჩვენებლამდე იქნას გაზრდილი.

ცხრილი #1 15 წლის და უფროსი ასაკის საქართველოს არარეზიდენტი ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტების საშუალო თვიური რაოდენობა, ათასი კაცი							წელიწადში ათასი კაცი
წელი	I კვარტალი	II კვარტალი	III კვარტალი	IV კვარტალი	წლიური		
2015	318.8	395.1	630.6	407.5	438	5256	
2016	329.6	419.9	639.6	408.4	449	5393	
2017	367.2	491.5	808.6	493.6	540	6483	
2018	439.7	559.5	883.2	518.7	600	7203	
2019	444.5	632.0	917.7	581.0	644	7726	
2020*	373.5	36.2	46.7	40	124	1489	
2021*	50	50	300	300	175	2100	

\* საპროგნოზო მაჩვენებელი

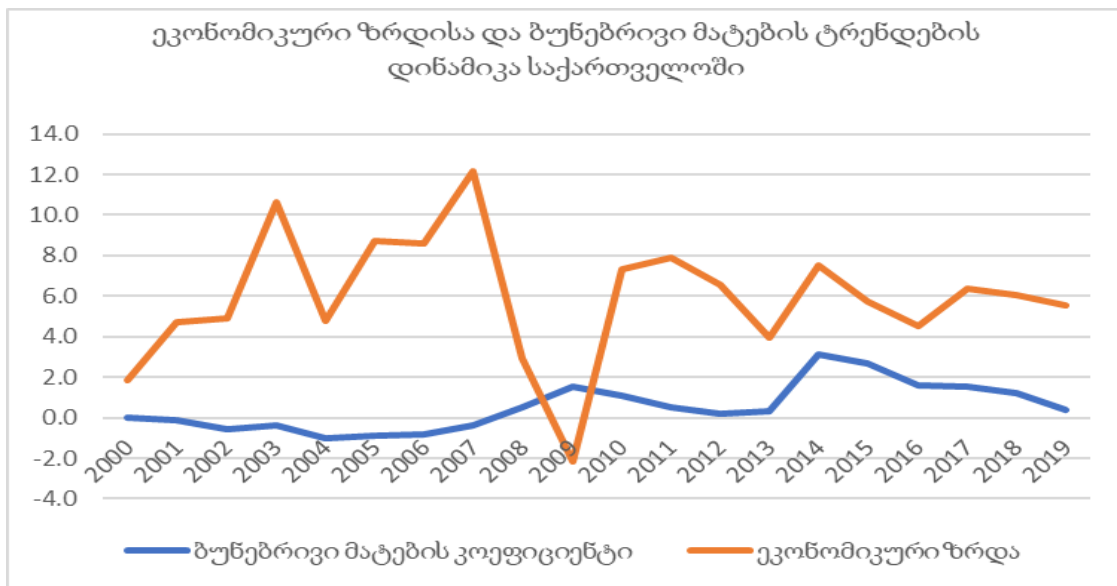
ასევე ცნობილია, რომ COVID-19-ის პანდემიამ მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შიდა ტურიზმის მაჩვენებლებზე, რომელიც 2020 წელს 2019 წელთან შედარებით 40%-ით არის შემცირებული.

ამ ფონზე მნიშვნელოვანია შეფასდეს სოციო-ეკონომიკური შედეგები, რომელსაც ტურიზმის სექტორის შემცირება გამოიწვევს საქართველოში.

- უმუშევრობა** - ერთ-ერთი უპირველესი პრობლემაა. განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობებში 2019 წლის მონაცემებით დასაქმებული იყო 49,1 ათასი კაცი, ხელოვნება, გართობა და დასვენების მიმართულებით კი 30,1 ათასი კაცი. თუ სექტორის 80%-ით შემცირების მაჩვენებელს ამ მონაცემებს მივუსადაგებთ,  $(49,1+30,1)*0.8=63,36$  ათასი ადამიანი არის ტურიზმის სექტორში უმუშევრად დარჩენილი პირები, რაც საქართველოს მთლიანი დასაქმების მაჩვენებლის 5%-ია.
- სიღარიბე**, ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა უმეტესი წილი მოდის დაბალი რგოლის მომსახურე პერსონალზე, რომელთა ანაზღაურება მათთვის საციცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. საქართველოში 2019 წელს საარსებო მინიმუმის ქვემოთ ცხოვრობდა მთლიანი მოსახლეობის 19,5% (725475 კაცი), ხოლო მოსახლეობის რაოდენობა, რომელიც დღეში 1,90 აშშ დოლარზე ნაკლებს მოიხმარდა 2019 წელს 167417 კაცი იყო. ამ ფონზე სიღარიბის მაჩვენებელი გაიზარდება და დაუბრუნდება დაახლოებით 2011-2012 წლების მონაცემებს, რომელის საფუძველზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 2021 წელის დასაწყისისთვის 1 200 000 ადამიანი საარსებო მინიმუმზე ქვემოთ, ხოლო ძალიან ღარიბი 400 000 იქნება.. თუ მხედველობაში მივიღებთ იმას, რომ მთლიანი მოსახლეობის 25%-ს შეადგენს 18 წლამდე ასაკის მოსახლეობა, ამ პროპორციით გამოდის, რომ 300 000 ბავშვი საარსებო მინიმუმზე დაბალი შემოსავლით ცხოვრობს, ხოლო 75 000 ბავშვი უკიდურეს გაჭირვებაშია. ამ გავლენის კვალდაკვალ ადამიანური განვითარების ინდექსის 2020 წლის მონაცემები შემცირდება დაეცემა 72-მდე ( 2018 წლის 78,6 მაჩვენებელთან შედარებით).

ამას ასევე განაპირობებს სოციალურ სერვისებზე, ჯანდაცვასა და განათლებაზე ხელმისაწვდომობის შემცირება.

- **დემოგრაფია და მოსახლეობის ზრდის მაჩვენებლებზე გავლენა** - საქართველო მიუხედავად იმისა, რომ განვითარებადი ქვეყანაა გამოირჩევა დაბალი შობადობის კოეფიციენტით მის ჯგუფში მყოფი სხვა ქვეყნებისგან. COVID-19-ის პანდემიის შედეგად შობადობის ზოგადი კოეფიციენტი (დაბადებულთა რიცხოვნობა მოსახლეობის 1 000 კაცზე) შემცირდება 11,5-მდე, რაც მოსახლეობის შემცირებას და დაბერების კოეფიციენტის ზრდას გამოიწვევს. თუ შევხედავთ ბუნებრივი მატების კოეფიციენტის დინამიკას, ეკონომიკური ზრდის ტრენდთან, დავასკვნით, რომ ეკონომიკური ზრდა იწვევს შობადობის კოეფიციენტის ზრდასაც, ხოლო გამონაკლსებს წარმოადგენს პოლიტიკური და ეკონომიკური შოკების შემდგომი პერიოდები, მაგალითად 2003 წლის ვარდების რევოლუციის გავლენით და 2004 წლის ყველაზე დაბალი შობადობის კოეფიციენტი -1-ია, 2008 წლის ომს და გლობალური ფინანსური კრიზისის გავლენა - შემდგომი 4 წლის მანძილზე თითქმის ნულოვან ნიშნულზე დაჰყავს შობადობის კოეფიციენტი. 2012 წლის არჩევნები და შემდგომი ეკონომიკური თუ პოლიტიკური სტაბილურობის გამო 3.1-მდე იზრდება მაჩვენებელი 2014 წელს. ხოლო პოლიტიკური არასტაბილურობის დაწყებიდან ისევ შობადობის კოეფიციენტი უფრუნდება თითქმის ნულოვან მაჩვენებელს, იხილეთ დიაგრამა. ახლა შობადობის კოეფიციენტი არის 0,3 და არსებობს ალბათობა იმისა, რომ ეს მაჩვენებელი დაუბრუნდეს -1-ს.

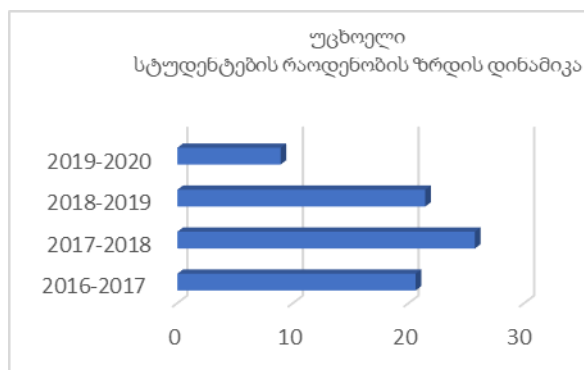


- **განათლება და საგანმანათლებლო ტურზმზე გავლენა** - COVID-19-ის პანდემიიდან გამომდინარე განათლების ინდუსტრია გადავიდა ონლიან სწავლებაზე. უმაღლესი სასწავლებლები სკოლებთან შედარებით უკეთეს პოზიციაში აღმოჩნდნენ რადგან ყველა პროფესორ მასწავლებლის IT უნარები საკმაოდ მაღალია და უნივერსიტეტებმა მოახდინეს პერსონალის გადამზადება და ფაქტობრივად უმტკივნეულოდ გადავიდნენ ონლიან სწავლებაზე. თუმცა გამოკითხვებით დგინდება, რომ სწავლების ხარისხმა და მოსწრებამ მნიშვნელოვნად დაიკლო.

საგანმანათლებლო ტურიზმი საქართველოში გამოირჩევა დადებითი დინამიკით. რომელსაც ბოლო წლებში გამოირჩევა. ამ მიმართულებით მარკეტინგულ საქმიანობაში

საგანმანათლებლო ინსტიტუტებმა მნიშვნელოვანი რესურსი ჩადეს. მოამზადეს და აკრძალა გაატარეს უცხოეთში საგანმანათლებლო პროგრამებს. ამჟამად საქართველოში 13 327 უცხოელი სტუდენტი სწავლობს. ასევე, კვლევებით დადგენილია, რომ 1 უცხოელი სტუდენტი საშუალოდ ქვეყანაში ხარჯავს 10 000 აშშ დოლარს. ანუ დაახლოებით ნახევარი მილიარდი ლარი საგანმანათლებლო ტურიზმს ქვეყანაში შემოაქვს, რომელიც საბოლოოდ წმინდა ექსპორტის მაჩვენებლებზეც აისახება. COVID-19-ის პანდემიის დასაწყისში სასწავლო სემესტრი ახალი დაწყებული იყო და ყველა უცხოელი სტუდენტი ადგილზე იყო, ხოლო ზაფხულის პერიოდში რადგან საქართველო მწვანე ზონის ქვეყანა იყოს უმეტესი მათგანი ადგილზე დარჩა. თუმცა ახალი უცხოელი სტუდენტების მოზიდვა და ძალიან გაჭირდა და შესაბამისად მათი რაოდენობის ზრდის მაჩვენებელი, რომელიც წინა წლებში 20-25%-ს შედგენდა 9%-მდე შემცირდა. თუმცა საბოლოო ტურიზმის ეს სახეობა მაინც გაიზარდა, მიუხედავად უმარავი შეზღუდვებისა და ზოგადად განათლების სექტორსა და ეკონომიკაზე მნიშვნელოვანი დადებითი გავლენა ექნება.

ცხრილი#2	
სასწავლო წელი	უცხოელი სტუდენტების რაოდენობა
2015-2016	6643
2016-2017	8012
2017-2018	10074
2018-2019	12234
2019-2020	13327



ტურიზმის სექტორის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზის საფუძველზე შესაძლებელია დავასკვნათ, რომ შემდგომი 1 წელი ტურიზმის სექტორისთვის კვლავ იქნება პრობლემური. ვაქცინაციის დაწყებისა და რეგულირების შემსუბუქების კვალდაკვალ შესაძლებელია 2021 წლის მე-3 და მე-4 კვარტალში ტურისტების რაოდენობის დინამიკის ზრდა, თუმცა წინა წლების მაჩვენებლებზე გასვლა შესაძლებელი იქნება მხოლოდ 2023 წელს. ასევე გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ მიუხედავად იმისა, რომ 2021 წელს ტურისტული მოგზაურობები ეტაპობრივად აღდგება, ადამიანებს შეიძლება აღარ ქონდეთ მოგზაურობისთვის საჭირო ფინანსები. პანდემიის შედეგად ადგილი ქონდა ინფლაციური პროცესების ზრდას და ფინანსური დანაზოგების მნიშვნელოვნად შემცირებას, რაც ცხადია უარყოფითად მოქმედებს ტურისტულ მოთხოვნაზეც.

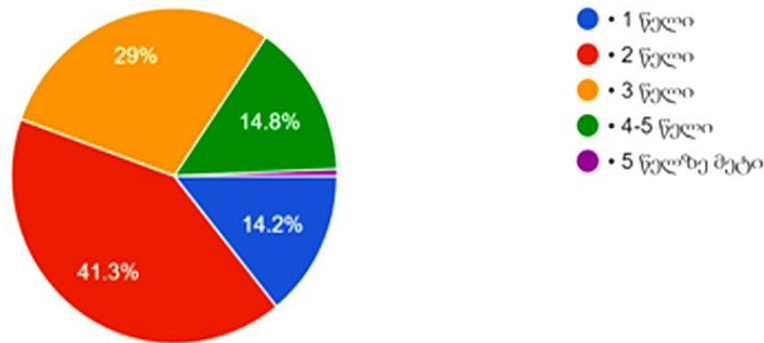
პროექტის ფარგლებში განხორციელებულ კვლევაში, გათვალისწინებული იყო რამდენიმე კითხვა რაც ეხებოდა რესპოდენტების მოლოდინებს / პროგნოზებს პოსტპანდემიურ პერიოდში ტურიზმის განვითარებასთან დაკავშირებით. ქვემოთ მოცემულია ამ კითხვებზე პასუხები:

- **2021 წ. კომპანიების საქმიანობის / შემოსავლების პროგნოზი** (2019 წლის მაჩვენებლებთან შედარებით) - გამოკითხულთა 18.2% თვლის, რომ მოუწევთ საქმიანობის სრულად შეჩერება, 37%-ს მიაჩნია რომ შემოსავლები შემცირდება 75%-ით, 27.3% - შემოსავლების 50%-ით შემცირებას ვარაუდობს. ანუ საბოლოო ჯამში, პროგნოზი საკმაოდ პესიმისტურია.



- **სექტორის მოლოდინი პოსტ-პანდემიურ პერიოდთან დაკავშირებით** - საკმაოდ მცირე რაოდენობა ფიქრობს რომ ტურიზმის ინდუსტრია 1 წელში დაუბრუნდება პანდემიამდე არსებულ განვითარების დონეს, 41.3% თვლის რომ ამისთვის საჭირო იქნება 2 წელი, ხოლო 29%- 3 წელი და 14.8%-ის აზრით ამისთვის საჭირო იქნება 4-5 წელი. საბოლოო ჯამში შედარებით რეალისტური გათვლებით ამ პროცესს სავარაუდოდ 2-3 წელი დასჭირდება.

18. თქვენი აზრით რა დრო იქნება საჭირო ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პანდემიამდე არსებულ დონეზე დაბრუნებისთვის (ტურისტების რაოდენობა, შემოსავლები და ა.შ.)?



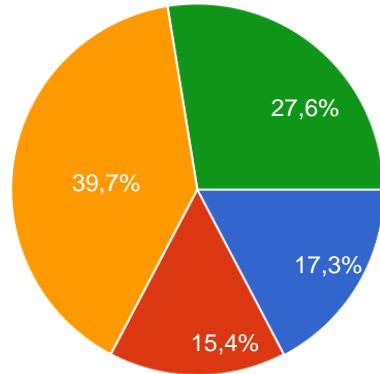
**შიდა ტურიზმის პერსპექტივების შეფასება** - პანდემიის გამო საერთაშორისო ვიზიტორების შემცირების ფონზე ტურიზმის სექტორის ამოქმედებისთვის საქართველოს მთავრობის მიერ წარმოდგენილ გეგმაში შიდა ტურიზმი უმნიშვნელოვანეს შესაძლებლობად ისახება, თუმცა მისი სტიმულირება დიდი გამოწვევაა უშუალოდ ტურისტული ინდუსტრიის წარმომადგენლებისთვის, რამდენადაც მათ სამიზნე ჯგუფს კორონავირუსამდე ძირითადად უცხოელი ვიზიტორები<sup>6</sup> წარმოადგენდა.

საგულისხმოა ამ მხრივ კვლევის შედეგები - გამოკითხულთა უმრავლესობა შიდა ტურიზმზე ფოკუსირებას და შემოსავლის ზრდას სკეპტიკურად უყურებს. ამასთან აღინიშნა, რომ 2020 წლის ტურისტულ სეზონზე შიდა ტურიზმი წინა წლებთან შედარებით მნიშვნელოვნად შემცირდა, მხოლოდ 31% უთითებს შიდა ტურისტების რაოდენობის ზრდაზე.

- **შიდა ტურიზმის პოტენციალი 2021 წ. ტურისტული სეზონისთვის** - შედარებით მცირე ნაწილი (33%) ფიქრობს, რომ შესაძლებელია შიდა ტურიზმის ზრდა ან პანდემიამდე არსებულ მაჩვენებელზე დაბრუნება. 39.4% თვლის რომ შიდა ტურიზმიც შემცირდება, ხოლო 27.7%-ს უჭირს პასუხის გაცემა.

<sup>6</sup> გამოკითხულთა 47.4%-ის მიერ აღინიშნა, რომ მათი ბიზნესის შემოსავლების 81-100%-ს საერთაშორისო ტურიზმი შეადგენდა.

17. როგორ ფიქრობთ, რამდენად შესაძლებელია უახლოესი 1 წლის განმავლობაში (სანამ საერთაშორისო ტურისტების მიმოსვლა სრულად აღდგება) შიდა ტურიზმზე აქცენტირება და რამდენად მოსალოდნელია მისი ზრდა?:



- სავსებით შესაძლებელია / მოსალოდნელია - შიდა ტურიზმის გააქტიურება და გაზრდა
- შიდა ტურიზმი დარჩება იმავე დონეზე რაც იყო პანდემიამდე
- შიდა ტურიზმიც შემცირდება
- რთულია პროგნოზირება

საზღვარგარეთ მოგზაურობის შეზღუდვა გარკვეულწილად შიდა ტურიზმის ხელშემწყობ ფაქტორად შეიძლება მივიჩნიოთ, თუმცა, გასათვალისწინებელია, პარალელურად ქვეყანაში არსებული რთული ეკონომიკური მდგომარეობა და არასტაბილური ეპიდემიოლოგიური ვითარება, რაც უარყოფითად აისახება პოტენციური ქართველი მომხმარებლის ფინანსებზე.

კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ შიდა ტურიზმზე ორიენტირით ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლების მიმდინარე გამოწვევები ვერ მოგვარდება და შიდა ტურიზმი ვერ შეძლებს საერთაშორისო ტურიზმის დანაკარგების მნიშვნელოვნად ჩანაცვლებას. ეს ერთი მხრივ, განპირობებულია უცხოელ ტურისტებთან შედარებით შიდა ტურიზმის მასშტაბის მკვეთრი სიმცირით, ხოლო მეორე მხრივ, სექტორის მხრიდან შიდა ტურიზმისთვის გასაწევი ალტერნატიული დანახარჯები გაცილებით მეტია, ვიდრე მიღებული შედეგი. კრიზისის ფონზე, დანაკლისია, როგორც ადამიანური, ასევე, ფინანსური რესურსის და სექტორის წარმომადგენლების მხრიდან ყოველი ფინანსური ხარჯის გაღება მათ ოპერირებას შეწყვეტის რისკის ქვეშ აყენებს. შესაბამისად, შიდა ტურიზმს შეიძლება ჰქონდეს მხოლოდ მინიმალური გავლენა ხარჯების დაფარვის ან თანამშრომლების გარკვეული ნაწილის შენარჩუნების კუთხით. ესეც უმეტესად ეხება სასტუმროებს და რესტორნების სეგმენტს, და ნაკლებად ტურ-კომპანიებს.

შიდა ტურიზმის განვითარება გრძელვადიანი სამომავლო პერსპექტივაა, რომლისთვისაც საჭიროა გამართული სტატისტიკური მონაცემები, მზაობა ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლების მხრიდან, სახელმწიფოსა და სექტორის წარმომადგენლებს შორის მჭიდრო კომუნიკაცია და რიგი თანმდევი პროცესების ანალიზი.

## 2.4. სახელმწიფოს მიერ შემუშავებული ანტი-კრიზისული გეგმის და განხორციელებული ღონისძიებების შეფასება

საქართველოს მთავრობამ 2020 წლის მაისში წარმოდგინა ტურიზმის სექტორის მხარდამჭერი სამეტაპიანი გეგმა.<sup>7</sup> მართალია, მის ფარგლებში განხორციელებულმა ღონისძიებებმა ტურიზმის სექტორში არსებული მდგომარეობა შედარებით შეამსუბუქა, თუმცა, ეს არ აღმოჩნდა საკმარისი სირთულეების დასაძლევად ეპიდემიოლოგიური მდგომარეობის გაუარესების ფონზე.

ტურიზმის სექტორის მხარდამჭერი გეგმა მოიცავდა შემდეგს:

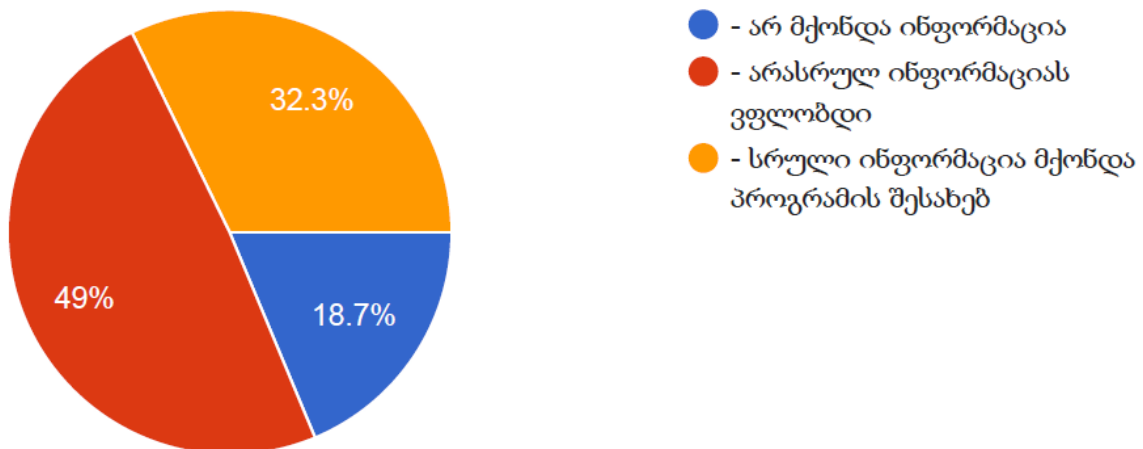
**I ეტაპი - პირველადი დახმარება პანდემიით დაზარალებულ ბიზნეს სუბიექტებს** - ქონების, საშემოსავლო გადასახადის გადავადება

**II ეტაპი - ზრუნვა დასაქმებულებზე** - 200 ლარიანი დახმარება უმუშევრად დარჩენილებისთვის; თვითდასაქმებულებისთვის ერთჯერადი დახმარება 300 ლარის ოდენობით; სამუშაო ადგილების შენარჩუნების მიზნით, დამსაქმებლებისთვის საშემოსავლო გადასახადისგან განთავისუფლება 6 თვის განმავლობაში; საკრედიტო-საგარანტიო სქემის უზრუნველსაყოფად, რაც რეალურად უზრუნველყოფს დაახლოებით 2 მილიარდის ოდენობის საკრედიტო პორტფელის გარანტიას სახელმწიფოს მხრიდან.

**III ეტაპი - 200 მლნ ლარის დახმარების პაკეტი** - ქონების გადასახადის გაუქმება, საშემოსავლო გადასახადის გადავადება 2020 წლის ბოლომდე. სესხებზე პროცენტის სუბსიდირება; ქვეყნის უსაფრთხო ტურისტულ მიმართულებად პოზიციონირება.

ნიშანდობლივია კვლევის შედეგები ამ კუთხით - გამოკითხულთა 58%-მა აღნიშნა, რომ სახელმწიფოს მხრიდან დაგეგმილი ტურიზმის მხარდამჭერის ანტიკრიზისული გეგმისა და მის ფარგლებში გათვალისწინებული პროგრამების შესახებ არ ფლობდა სრულყოფილ (ან საერთოდ რაიმე სახის) ინფორმაციას.

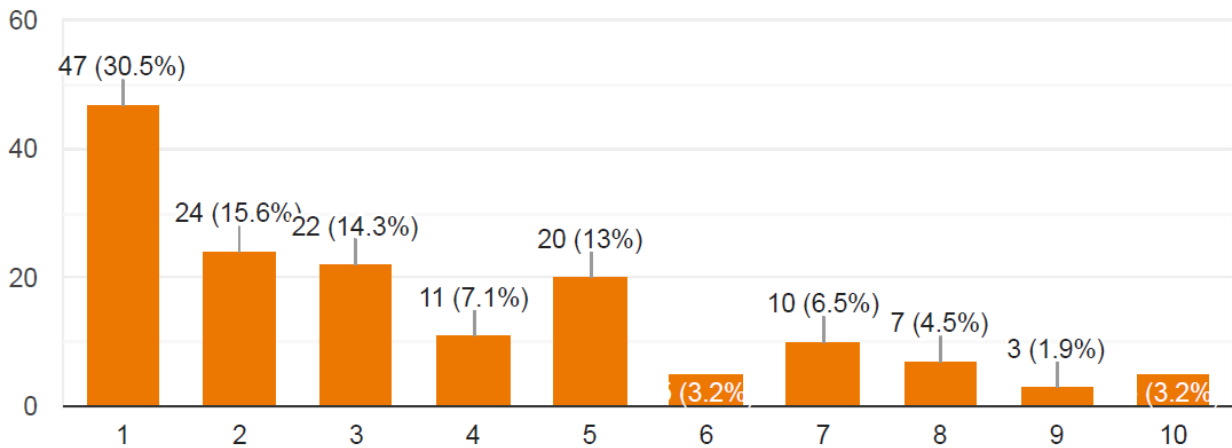
19. რამდენად ფლობდით ინფორმაციას სახელმწიფოს მხრიდან დაგეგმილი ტურიზმის მხარდამჭერის ანტიკრიზისული გეგმის და მის ფარგლებში გათვალისწინებული პროგრამების შესახებ ?



<sup>7</sup> იხ.: [http://www.economy.ge/uploads/files/2017/news/2020/final\\_tourism\\_presentation.pdf](http://www.economy.ge/uploads/files/2017/news/2020/final_tourism_presentation.pdf) .

ჯამში სახელმწიფო მხარდაჭერი პროგრამები შეფასდა უარყოფითად, რადგანაც ის არ არის მიმართული თანამშრომელთა შენარჩუნების მექანიზმებზე, რაც ბიზნესებს გადარჩენის საშუალებას არ უტოვებს, უფრო მეტიც, დახმარებების ძირითადი ვექტორი იყო მიმართული სასტუმროებზე და ტურიზმის სხვა დანარჩენი რგოლი ფაქტობრივად იყო უგულვებელყოფილი. **სახელმწიფოს მიერ განხორციელებული ანტიკრიზისული გეგმის შეფასება** - ამ მხრივ 60.4% მიიჩნევს, რომ საკმაოდ არაეფექტური იყო, 24.3 % თვლის რომ საშუალო ეფექტი ქონდა, ხოლო დანარჩენი 15.3%-ის აზრით საკმაოდ ეფექტური იყო.

**20. როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს მხრიდან განხორციელებული ტურიზმის მხარდაჭერის ანტიკრიზისული გეგმით გათვალისწინებულ ღონისძიებებს, 1-დან (არაეფექტური) 10-მდე (ძალიან ეფექტური) შკალით**



2020 წლის ნოემბერშიც ასევე დაანონსდა სახელმწიფოს მხრიდან განახლებული მხარდაჭერი ღონისძიებები ტურიზმის ინდუსტრიისთვის, რომლებიც არც ამჯერადაა სექტორის წარმომადგენლების საჭიროებებთან სრულ თანხვედრაში. ეს, ერთი მხრივ განპირობებულია იმით, რომ შეთავაზებული საერთო შეღავათები არარელევანტურია სექტორის ზოგიერთი მიმართულებისთვის (მაგალითად, ქონების გადასახადისგან გათავისუფლება არ წარმოადგენს საერთო ბენეფიტს და ეხება ძირითადად სასტუმროებს), ხოლო, მეორე მხრივ, არ არის გამჭვირვალე სექტორის კონკრეტული მიმართულებებისთვის შეღავათების დადგენისას უპირატესობის მინიჭების კრიტერიუმები/საფუძველი, რაც ქმნის უთანასწორობისა და დაუცველობის განცდას ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებში.

მნიშვნელოვანია, რომ სახელმწიფო დახმარება არ ზღუდავდეს შესაბამის ბაზარზე კონკურენციას. ბუნდოვანია, რატომ არ ვრცელდება სესხებთან დაკავშირებული მხარდაჭერა კრიზისულ მდგომარეობაში მყოფ ტურისტულ კომპანიებზე, მათი როლის მნიშვნელობის გათვალისწინებით. კერძოდ, სწორედ, ტურისტული კომპანია ახდენს ახალი ბაზრების მოძიებას, ქვეყნის პოპულარიზაციას და ამასთან, წარმოადგენს საკვანძო რგოლს სასტუმროების, რესტორნების, მეღვინეობების, გიდების, სატრანსპორტო კომპანიების, მარკეტინგული კომპანიების, სამკერვალოების, საცეკვაო/მომღერალთა ჯგუფების, ღონისძიებების წამყვანების, ივენთ კომპანიების, ტექნიკური აღჭურვილობის კომპანიების დასაქმების ხელშეწყობისთვის.



დამატებით, ტურიზმის სექტორის შეფასებით ასევე აღინიშნებოდა გარკვეული პრობლემები ტურიზმის მხარდამჭერი პროგრამის რეალიზაციის პროცესშიც. არსებული დახმარებების მიღების მექანიზმი იყო ბუნდოვანი ან გაუმართავი, შედეგად, სავარაუდოდ, მხოლოდ 30%-მა ბენეფიციარებისა შეძლო მისით სარგებლობა. ეს ხდება იმიტომ, რომ არ არის კომუნიკაცია კერძო სექტორთან, შესაბამისად საჭიროებების და მისი დაძლევის მექანიზმები არ შეესაბამება რეალობას. მაგ: 200 ლარიანი დახმარებები - ბევრმა ვერ აიღო, თუნდაც იმ მიზეზით რომ კომპანია უხდიდა დაზღვევას რაც სახელმწიფოს მხრიდან განხილული იყო როგორც შემოსავალი. ასევე გიდეებს უნდა ჰქონოდათ მინიმუმ ერთი ოფიციალური ჩარიცხვა, შემსავლის დასტური, 2020 წელს, რათა მიეღოთ დახმარება, თუმცა პანდემია დაიწყო მარტის დასაწყისში და ჩარიცხვები ამ პერიოდამდე, დაბალი სეზონის გათვალისწინებით, იყო შეუძლებელი.

ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლების აზრით მნიშვნელოვანი იყო, როგორც ბიზნეს სესხების, ასევე პირადი სესხების გადავადების მექანიზმის ამუშავება, რაც კომპანიებს თანამშრომლების შენარჩუნების საშუალებას მისცემს. მაგალითად, ტურ-სააგენტოებისთვის გამოყოფილი IATA-ს გადასახადის და ქონების გადასახადის შეღავათები მხოლოდ ეხმარება დიდი ზომის სააგენტოებს, მცირე და საშუალო ზომის სააგენტოები, რომლებიც არც ქონებას ფლობენ და არც IATA-ს წევრები არიან, მხარდაჭერის გარეშე რჩებიან. ასევე გამოითქვა მოსაზრება, რომ დახმარებები შეიძლება მიეღოთ სხვა ხერხითაც, მაგალითად, კოვიდ სასტუმროებში, სამედიცინო დაწესებულებებში და სხვა ადგილებში, სამსახურ-დაკარგული ტურიზმის მუშაკების, დასაქმების გზით.

ასევე სრულიად გაუმართლებელი იყო მთავრობის მიერ 1 ივლისს საზღვრების გახსნის ოფიციალური გაცხადება და შემდგომ მისი შეუსრულებლობა. აღნიშნულმა გადაწყვეტილებამ ბევრ ბიზნესს დამატებით სახსრების ინვესტირებისკენ უბიძგა და კიდევ უფრო დააზარალა სექტორი. ფოკუს-ჯგუფებში გამოიკვეთა შეხედულება, რომ მთავრობამ ვერ უზრუნველყო ქვეყნის „მწვანე სტატუსის“ გამოყენება ტურიზმის სტიმულირების მიზნით და „მწვანე სტატუსი“ მქონე ქვეყნებიდან ტურისტების მიღება, რომელთაც ქონდათ ჩამოსვლის მზაობა.

არსებული ანტიკრიზისული გეგმა საჭიროებს გადახედვას და მოდერნიზებას, რომლისთვისაც აუცილებელია მთავრობის მხრიდან უფრო მეტად კოორდინირებული ქმედებები/კომუნიკაცია მხარდამჭერი პროგრამების ბენეფიციარებთან, რათა სექტორის ყოველი მიმართულების საჭიროებებზე მაქსიმალურად მორგებული დახმარების პაკეტი შემუშავდეს და ამასთან, სრულად მოხდეს მათი ინფორმირება შეთავაზებულ შეღავათებზე. გარდა ამისა, მთავრობის მიერ ხელშეწყობის ღონისძიებების სულ მცირე ერთი წლით დაგეგმარება იქნება უმნიშვნელოვანესი, რათა სექტორის წარმომადგენლების მხრიდან სამომავლო ოპერირების სტრატეგიის შემუშავების პროცესი გახდეს უფრო ეფექტიანი.

## 2.5 ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერის კუთხით საუკეთესო გამოცდილების მიმოხილვა

პანდემიის პირობებში მრავალი ქვეყანა ცდილობს ეკონომიკური დახმარების პროგრამის რეალიზაციას, მათ შორის ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერაზე ორიენტირებული ღონისძიებები.

ქვემოთ ცხრილში მოცემულია ფისკალური და სხვა ტიპის ღონისძიებების მაგალითები სხვადასხვა ტურისტულ ქვეყნებში.

	ფისკალური/მონეტარული და სხვა სახის ღონისძიებები სექტორის მხარდასაჭერად	ღონისძიებები ტურისტების მოსაზიდად
ხორვატია - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 20%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• სესხების 3 თვით გადავადება, ESIF* მიკრო და მცირე სესხებზე 2020 წლის ბოლომდე</li> <li>• სესხები მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის, სესხებზე სახელმწიფო გარანტიები</li> <li>• გრანტები თანამშრომლებისთვის, მარტში - 350 ევრო, აპრილსა და მაისში - 430 ევრო</li> <li>• უმუშევრად დარჩენილებისთვის 3 თვე ხელფასის 60%-ის, მომდევნო პერიოდში 30%-ის ანაზღაურება</li> <li>• დაზარალებულ ბიზნესს მთავრობის დახმარებით შეუძლია მოითხოვოს ახალი სესხის აღება, არსებულის რესტრუქტურირება ან გადავადება</li> <li>• გადასახადების 6 თვით გადავადება (დღგ-ს გარდა), გრანტების გადასახადებისგან გათავისუფლება, ქირის გადავადება</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cro-card* შიდა ტურიზმის წასახალისებლად</li> <li>• ვაუჩერები დაჯავშნილ პაკეტებზე, რომლის საშუალებითაც 2020 წლის 1 მარტის შემდეგ დაგეგმილი ტურების გადავადება ან ანაზღაურებაა შესაძლებელი</li> <li>• Cro-Card პანდემიამდე შეიქმნა, დაახლოებით \$350 დეპოზიტთან ბარათს დამსაქმებელი სთავაზობს დასაქმებულს, ბარათის გამოყენება ზღვისპირა კურორტების რესტორნებში, სასტუმროებსა და სხვა დაწესებულებებში იყო შესაძლებელი. პანდემიის შემდეგ ხორვატია გეგმავს ამ ბარათს დანიშნულება შეუცვალოს და მისი გამოყენება მთელი ქვეყნის მასშტაბით იყოს შესაძლებელი. ბარათზე დადებული დეპოზიტი სახელმწიფოს მხრიდან არ იბეგრება</li> </ul>
პორტუგალია - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 10%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 900 მლნ ევრო განთავსების საშუალებების მხარდასაჭერად (აქედან 300 მლნ ევრო მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის)</li> <li>• 200 მლნ ევრო ტურისტული სააგენტოებისთვის, სარეკრეაციო სერვისების ორგანიზატორებისთვის (აქედან 75 მლნ ევრო მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• „არ გააუქმო, გადადე“ კამპანია - პორტუგალია ტურისტებს ჯავშნების არ გაუქმების სანაცვლოდ ჯავშნის ღირებულების ვაუჩერებს სთავაზობს, რომლის გამოყენება 2022 წლამდეა შესაძლებელი, გამოუყენებლობის შემთხვევაში მომხმარებელს თანხა</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 600 მლნ ევრო რესტორნებისთვის (აქედან 270 მლნ ევრო მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის)</li> <li>• ფინანსური მხარდაჭერა სტარტაპებისთვის, ვაუჩერებით, მეზანიინით და ა.შ</li> <li>• სამომხმარებლო და ბიზნეს სესხებზე 6 თვიანი შეღავათი, იგეგმება გახანგრძლივება</li> <li>• კომპანიების მხარდაჭერა თანამშრომლების შესანარჩუნებლად ანაზღაურების 2/3-ის თანადაფინანსებით</li> <li>• ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ორგანიზებული ონლაინ ტრენინგ-კურსები პერსონალის კვალიფიკაციის ასამაღლებლად</li> <li>• 2020 წელს დაგეგმილი და გაუქმებული ღონისძიებებისთვის ხარჯების დაფინანსება</li> </ul>	<p>უნაზღაურდება</p>
<p>თურქეთი - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 5%</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15.4 მლრდ აშშ დოლარის ეკონომიკის სტიმულირების პაკეტი</li> <li>• კომპანიების დღგ-ს გადასახადისგან 6 თვით გათავისუფლება</li> <li>• დაზარალებული კომპანიებისთვის საკრედიტო შენატანების 3 თვით გადავადება, სესხებზე ხელმისაწვდომობა</li> <li>• ქვეყნის შიდა ფრენებზე დღგ-ს 18%-დან 1%-მდე შემცირება</li> <li>• The Credit Guarantee Fund ლიმიტის გაორმაგება (7 მლრდ-მდე აშშ დოლარი), საშუალო და მცირე ზომის კომპანიებისა და მოსახლეობის ხელსაყრელ პირობებში დაკრედიტებისთვის</li> <li>• წამყვან ავიაკომპანიებთან (THY, Pegasus, AnadoluJet) ტურისტულ კომპანიებს კვოტების ვერ შესრულების ან ავიაბილეთების გამოუყენებლობის (no-show) გამო ჯარიმები არ დაეკისრებათ</li> <li>• ბინადრობის გადასახადის (accommodation tax) 2020 წლის ნოემბრამდე გადავადება</li> </ul>	<p>• ‘Coronavirus-free’ სერტიფიკატები ტურისტული მიმართულებებისთვის, სადაც ვირუსი არ დაფიქსირებულა და უსაფრთხოების ნორმები დაცულია</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• სასტუმროების, რესტორნების, აეროპორტებისა და სხვა ტურისტული მიმართულებების ინტერიერის შეცვლა ისე, რომ სოციალური დისტანცირებისა და უსაფრთხოების ნორმები დაცული იყოს</li> <li>• პრეზიდენტ ერდოღანის განცხადებით, თურქეთისთვის სამედიცინო ტურიზმის განვითარება ერთ-ერთი პრიორიტეტი იქნება, რისი პოტენციალიც Covid-19-მა კიდევ უფრო განამტკიცა</li> </ul>
<p>ჩეხეთი - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Covid I პროგრამა (180 მლნ ევრო) - 1 წლიანი უპროცენტო სესხები</li> <li>• დაზარალებული ინდ. მეწარმეებისთვისა</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• დაახლ. 400 აშშ დოლარის სასაჩუქრე ვაუჩერები ადგილობრივებს შიდა</li> </ul>

დაახლოებით 3%	<p>და მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Covid II პროგრამა (180 მლნ ევრო) - ინდ. მეწარმეებისა და მცირე და საშუალო ზომის კომპანიების სესხებზე 80%-მდე გარანტიები</li> <li>• Covid III პროგრამა (5 მლრდ ევრო) - ყველა ზომის კომპანიებისთვის სესხებზე 80%-90%-იანი გარანტიები</li> <li>• 22 მლნ ევრო პრადის მცირე და საშუალო ზომის კომპანიების დასაფინანსებლად</li> <li>• 42 მლნ ევრო ხელოვნების მხარდასაჭერად</li> <li>• საგადასახადო შეღავათები (ჯარიმების გაუქმება, ადმინისტრაციული გადასახადების გაუქმება, საგადასახადო დეკლარაციის გადავადება და ა.შ)</li> <li>• დაზარალებული კომპანიებისთვის თანამშრომლების ხელფასის 60%-დან 100%-მდე სუბსიდირება, სტარტაპებისთვის თანამშრომლების ხელფასის 30%-80% სუბსიდირება</li> <li>• თვითდასაქმებულებს კარანტინში გატარებული ყოველი დღის 17 ევროთი ანაზღაურება. ერთჯერადი დახმარება 1,000 ევროს ოდენობით</li> </ul>	ტურიზმის წასახალისებლად, ხორვატიის მსგავსი მოდელით
---------------	--	--

- იტალიაში, Bonus Vacanze ინიციატივა ოჯახებს, რომლებსაც აქვთ 40,000 ევრომდე შემოსავალი, სთავაზობდა 500 ევრომდე ვაუჩერს შიდა ტურიზმზე დახარჯვისთვის.
- მალაიზიამ გამოყო 113 მილიონი აშშ დოლარის ღირებულების სამოგზაურო ფასდაკლების ვაუჩერები, ასევე პირადი გადასახადის შემცირება 227 აშშ დოლარამდე შიდა ტურიზმთან დაკავშირებული ხარჯებისთვის.
- კოსტა რიკამ 2020 და 2021 წლების ყველა დღესასწაული ორშაბათს გადაიტანა, რომ კოსტა-რიკელებმა გახანგრძლივებულ შაბათ-კვირას ისარგებლონ ქვეყნის შიგნით მოგზაურობისთვის გახანგრძლივებაზე.
- საფრანგეთმა წამოიწყო კამპანია #CetÉtéJeVisiteLaFrance ("ამ ზაფხულს, საფრანგეთს ვესტუმრები"), რომელიც ხაზს უსვამს ქვეყნის მასშტაბით მიმართულებების მრავალფეროვნებას.
- არგენტინამ გამოაცხადა შიდა ტურიზმის ობსერვატორიის შექმნის მიზნით, რათა არგენტინელი ტურისტებს უფრო დეტალური ინფორმაცია მიაწოდოს შიდა ტურისტული დესტინაციების შესახებ.
- ტაილანდი სუბსიდირებას გაუწევს სასტუმრო ნომრის სტანდარტული ფასის 40%-ს განთავსების 5 დამის განმავლობაში. ეს გავრცელდება საშუალოდ 5 მილიონი კაც/დღეზე.

### 3. ტურიზმის ხელშეწყობის რეკომენდაციები

პოსტანდემურ პერიოდში და 2021 წლისთვის ტურისტული ინდუსტრიის რეაბილიტაციის მიზნით მნიშვნელოვანია შესაბამისი ღონისძიებების გატარება, რომელიც მორგებული იქნება სექტორის საჭიროებებზე და ხელს შეუწყობს დარგის განვითარების სტიმულირებას.

პროექტის ფარგლებში შემუშავებულ იქნა რეკომენდაციები რამდენიმე მიმართულებით, რაც ჩამოთვლილია ქვემოთ.

#### 3.1. პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ტურისტული პოტენციალის საერთაშორისო მარკეტინგის და PR კომუნიკაციის სტრატეგია

პოსტ-პანდემიურ პერიოდში საქართველოს ტურისტული პროდუქტების სწორი პოზიციონირება და მარკეტინგული კომუნიკაცია ძალიან მნიშვნელოვანია სექტორის გამოცოცხლების და ტურისტების მოზიდვის კუთხით.

ამ ეტაპზე საქართველო, როგორც ტურისტული ბრენდი დუმს თითქმის ერთი წელი, კომუნიკაცია მომავალ პოტენციურ მოგზაურთან გაწყვეტილია, რაც ტურიზმის აღდგენის პროცესზე უარყოფითად იმოქმედებს. ამ მიდგომით ტურისტული ბრენდი საქართველო ადვილად დაიკარგება უცხოელი ტურისტის მხედველობის არეალიდან. აუცილებელია მოკლევადიანი საერთაშორისო მარკეტინგული სტრატეგიის შექმნა ტურიზმის აღდგენის დასაჩქარებლად, რაც მოიცავს შემდეგს:

- **კომუნიკაციის სავარაუდო მიზნები**
  - შევინარჩუნოთ ადგილი/პოზიცია პოტენციური მოგზაურის „რადარზე“
  - პანდემიის დამარცხების შემდეგ საქართველო იყოს მოგზაურის განხილვის არეალში
  - საქართველომ, როგორც ბრენდმა შეინარჩუნოს რელევანტურობა
  - ხაზი გაესვას საქართველოს უნიკალურ ნიშან-თვისებებს სხვა პერსპექტივიდან
  - შევიტანოთ პოზიტიური მუხტი დამაბულ გარემოში
- **კომუნიკაციის შესაძლო ფოკუსი** - კომუნიკაციისთვის შერჩეული თემები შეიძლება დაეყრდნოს საქართველოში მოგზაურობის მთავარ მასტიმულირებელ ფაქტორებს, როგორებიცაა - გასტრონომია, მეღვინეობა, ფოლკლორი, ქართული ენა/ანბანი, ბუნებრივი რესურსები (დაცული ტერიტორიები/მთიანი რეგიონები).
- პროცესი შესაძლოა მთლიანად ონლაინ სივრცეში განვითარდეს და ზემოაღნიშნული თემატიკების ირგვლივ შეიქმნას ცნობილი ქართველების მიერ გადმოცემული ონლაინ გაკვეთილები, ლაივ ჩართვები, ვიდეოები, ფოტოები და ა.შ. კულინარიული რეცეპტების, ცეკვის გაკვეთილების, ქართული ენის შესწავლის, ქვევრში ღვინის დაყენების და სხვა საკითხების შესახებ.

უმთავრესი პირობა ზემოაღნიშნული მარკეტინგული გეგმის შექმნისა და განხორციელებისა უნდა იყოს შესაბამისი სახელმწიფო ორგანოების ინსტიტუციონალური ფუნქციების აღდგენა: ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტი საკარანტინე ზონების მართვის გამო არიან პარალიზებული და თავიანთ უმთავრეს ფუნქციას, დესტინაციის მარკეტინგს ფაქტიურად ვერ ანხორციელებენ.

ასევე მარკეტინგული კუთხით, ეფექტური იქნება შემდეგი რეკომენდაციების გატარება:

- წინასწარ გაცხადებული საერთაშორისო მარკეტინგული ღონისძიებები (ავიაკომპანიებთან მოლაპარაკებების ჩათვლით) და სამიზნე ქვეყნების ნუსხა, სადაც ქვეყანა დაიწყებს პოზიციონირებას და კომუნიკაციას, რათა ცხადი იყოს რომელ სამიზნე ბაზარზე, რა შეიძლება მოიმოქმედოს კერძო სექტორმა და დროულად დაიწყოს ამისთვის სამზადისი.
- **სტიმულირების მექანიზმები** - ქართველი და უცხოელი ტურისტებისთვის, რომელიც ფასდაკლებებში, სამოგზაურო ვაუჩერებში და სხვა სახის პროდუქტებში თუ სერვისებში წარმოჩინდება.
- **საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების წახალისების პროგრამების შემუშავება** - მათ შორის ჩარტერული ფრენების და სახმელეთო სამგზავრო ტურისტული გადაყვანების სუბსიდირების მექანიზმების და მარკეტინგული ხარჯების გაზიარების მიდგომების განსაზღვრა
- **სტატისტიკური მონაცემების გაუმჯობესება** - აუცილებელია, რამდენადაც პანდემიამ არსებულ სტატისტიკურ მონაცემებსა და სექტორის წარმომადგენელთა ინტერესებს შორის დისბალანსი წარმოშვა; მუდმივად განახლებადი სტატისტიკა დაეხმარება კომპანიებს სამომავლო ოპერირებისთვის მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებაში;
- **ეფექტური ინტერნეტ/ციფრული მარკეტინგი** - სასურველია, ქართულმა ტურისტულმა ბიზნესმა ინტერნეტსივრცეში მოახდინოს ეფექტური ინტეგრირება და მაქსიმალურად გამოიყენოს ინტერნეტ-მარკეტინგის ინსტრუმენტები, ტურისტული პროდუქტების ეფექტურად წარდგენისა და რეალიზების არხები, დროულად შეძლოს ადაპტირება იმ გამოწვევებთან, რომელიც უკავშირდება მსოფლიოში არსებულ პანდემიას, განავითაროს და უფრო მიმზიდველი გახადოს: ვებგვერდები, სოციალური მედიის ტექნოლოგიები, ტურისტული ონლაინ აპლიკაციები, შეიმუშაოს ონლაინ გაყიდვისა და გაყიდვის შემდგომი მომსახურების ფორმები. ამ მიზნით შესაძლებელია ზამთრის პერიოდის გამოყენება და 2021 წლის ტურისტული სეზონისთვის მომზადება. ცხადია მნიშვნელოვანი იქნებოდა ამ მიმართულებით სახელმწიფოს მხრიდან მიზნობრივი მხარდამჭერი პროგრამების განხორციელება - ტრენინგები, მარკეტინგულ აქტივობებში დახმარება და ა.შ.

ეს პრობლემა განსაკუთრებით იგრძნობა მთიან, არაურბანულ რეგიონებში. სოფლად არსებულ ტურისტულ მეურნეობებს არ აქვთ ციფრული ტექნოლოგიების საკმარისი ცოდნა. მაგალითისთვის ქედის მუნიციპალიტეტში (და მგსავსი სიტუაციაა ბევრ სხვა რეგიონშიც საქართველოში) - რომელიც აჭარის მასშტაბით მეღვინეობის ცენტრად ითვლება და ყველაზე განვითარებულია ტურისტულ მიმართულებად რეგიონის არაურბანულ არეალში (ტურისტული ობიექტების ერთ-ერთი დიდი კონცენტრაცია - 47 საოჯახო სასტუმრო და მარანი), ობიექტების მხოლოდ **20 %-ს** აქვს ფეისბუქ-გვერდი, ასევე, მხოლოდ **20 %** დარეგისტრირებულია „GoogleMyBusiness-ზე“ და მონიშნულია გუგლის რუკაზე, ხოლო სულ რაღაც **4 %** რეგისტრირებული TripAdvisor-ზე. ამასთანავე, საოჯახო სასტუმროების მხოლოდ **1%-**ია რეგისტრირებული Booking.com-ზე და არც ერთი მათგანი Airbnb-ზე. დამატებით, **43 %-ს** არ აქვს კონკრეტული სახელი, ხოლო აბსოლუტურ უმრავლესობას არ აქვს ლოგო, რაც სახელთან ერთად უმნიშვნელოვანესია ტურისტული ობიექტის მარტივად იდენტიფიცირებისთვის. აღნიშნული სიტუაცია ნამდვილად სავალალოა. ეს შეიძლება მოვისაზროთ ქართველი ტურისტების მიერ სოფლის მონახულების დაბალი მაჩვენებლის ერთ-ერთ მიზეზად (ტურიზმის

დეპარტამენტის ბოლო კვლევის მიხედვით ქართველი ტურისტის მხოლოდ 5% სტუმრობს საზღვაო ზოლს მიღმა არსებულ (სოფლად) ტურისტულ ადგილებს.

აუცილებელია მსგავს ტურისტულ ადგილებში არსებული ტურისტული ობიექტების გაძლიერება ციფრულ ტექნოლოგიებში, რაც მათი მნიშვნელოვან ციფრულ პლატფორმებზე ინტეგრირებით და მათთვის ციფრული მარკეტინგის ცოდნის გადაცემით უნდა გამოიხატოს. კარგი იქნებოდა დონორების აქტიური ჩართულობა ტურიზმის სექტორის წარმომადგენელთა საქმიანობის დიგიტალიზაციის ხელშეწყობის პროცესში;

- **ქვეყნის უსაფრთხო ტურისტულ მიმართულებად პოზიციონირება** - მნიშვნელოვანია მარკეტინგული თვალსაზრისით, 2021 წელს ეპიდემიოლოგიური სურათის მკვეთრად გაუმჯობესების გზით. ამ მხრივ საჭირო იქნება:
  - მოგზაურობის ყველა რგოლისადმი (ავიაკომპანია, აეროპორტი, სატრანსპორტო საშუალებები, სასტუმრო, რესტორანი, ტურ-სააგენტო, გიდი, მუზეუმი და ა.შ.) ერთმნიშვნელოვნად გაწერილი უსაფრთხოების წესები/გაიდლაინები;
  - ქვეყნებს შორის უსაფრთხო დერეფნების შექმნა და სახმელეთო და საჰაერო საზღვრების გახსნა უსაფრთხო დერეფნების შესაბამისად და ფრენების ეტაპობრივი აღდგენა. საერთაშორისო მარკეტინგული კამპანიის წარმართვა სლოგანით „საქართველო - მოგზაურობისთვის უსაფრთხო ადგილი“ და სხვა.
  - საერთაშორისო საზღვრებზე საერთაშორისო ტურისტებისთვის სწრაფი ტესტების დანერგვა და საკარანტინო მექანიზმის გაუქმება, რაც საქართველოში ჩამოსვლის წინაპირობას შექმნის და წახალისებს უცხოელ ტურისტს
  - COVID19 უსაფრთხოების სერთიფიკატის შემოღება (მსგავსი პრეცედენტი იყო სინგაპურში და ასევე რამდენიმე ქვეყანაში) - რომელიც გაიცემა სასტუმროებზე, რესტორნებზე და ა.შ. კრიტერიუმების / გაიდლაინების შესაბამისი მოთხოვნების დაკმაყოფილების შემთხვევაში. ეს გაზრდის სანდოობის ხარისხს და ტურიზმის სექტორი მომზადებული შეხვდება 2021 წლის ტურისტულ სეზონს. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ საერთაშორისო ტურისტები დიდ ყურადღებას მიაქცევენ მოგზაურობის ქვეყნის/დესტინაციის არჩევას კოვიდ19-თან დაკავშირებულ უსაფრთხოების ზომებს (ამაზე მიუთითებს UNWTO კვლევებიც).

ტურიზმის აღდგენის გეგმის მთავარი ღერძი უნდა იყოს სახელმწიფოს დანაპირების შესრულება, გაცხადებული გეგმა უნდა დარჩეს საბოლოო გადაწყვეტილებად და არავითარ შემთხვევაში არ უნდა იცვლებოდეს ის. წინამდდეგ შემთხვევაში არცერთი გეგმა არ იმუშავებს, რაც კიდევ უფრო დააზარალებს კერძო სექტორს და სახელმწიფოს.

### 3.2. შიდა ტურიზმის სტიმულირების მექანიზმები

**შიდა ტურიზმის სტიმულირების აუცილებლობა** - საერთაშორისო ავტორიტეტული ორგანიზაციების (UNWTO, IATA, ICAO, IMF<sup>8</sup> პროგნოზებით საერთაშორისო მოგზაურობის ნაკადები 2019 წლის ნიშნულს დაუბრუნდება საშუალოდ 3-4 წელიწადში, რაც პირდაპირ მიუთითებს შიდა ტურიზმის მნიშვნელობაზე. WTTC კვლევის მიხედვითაც<sup>9</sup> ტურისტების საშუალოდ 58% გეგმავს ქვეყნის შიგნით მოგზაურობას. სწორედ ამიტომაც UNWTO იძლევა შიდა ტურისტული ნაკადების სტიმულირების რეკომენდაციას.

შიდა ტურიზმის სტიმულირების მიზნით აუცილებელია გარკვეული ღონისძიებების გატარება. სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინებით, ეს შეიძლება მოიცავდეს შემდეგს:

- **ვაუჩერების სისტემა** - იმის გათვალისწინებით, რომ სოციალური დახმარებები, გადავადებული გადასახადები და საბანკო ვალდებულებები არ იწვევს ფულადი სახსრების მიმოქცევის [cash flow] გაზრდას და ვერ აჯანსაღებს ეკონომიკას, ამ პრაქტიკულ მაგალითებში ყველაზე უპრიანი მოსჩანს ვაუჩერების სისტემის დანერგვა<sup>10</sup>, რომელიც ეკონომიკაში ფულის პირდაპირ ინექციას და ქართველი ტურისტის მსყიდველუნარიანობის პოტენციალის გაზრდას უზრუნველყოფს. ეს გამოიწვევს მორალურ და შემდგომ ფინანსურ გაჯანსაღებას ტურიზმის ინდუსტრიის მოთამაშეებისა, რადგანაც მათ ეცოდინებათ, რომ მომავალი ტურისტული სეზონისთვის ბაზარზე იარსებებს გარანტირებული გარკვეული რაოდენობის თანხა (ეს ასევე, მომავლის გარანტირებული შემოსავლების იმედად, ხელს შეუწყობს ბიზნესების გარკვეული წილის შენარჩუნებას). ამ მხრივ არსებობს წარმატებული მაგალითები - სლოვენის, პოლონეთის, რუმინეთის და ა.შ.
- შიდა ტურიზმის - როგორც სამომავლო პერსპექტივის სტიმულირებისთვის ეფექტიანი იქნება განათლების სისტემისგან მხარდაჭერა. მაგალითად, ისეთი აქტივობებით, როგორცაა: სკოლებისა და უმაღლესი სასწავლებლების აქტიური საგანმანათლებლო და შემეცნებით ტურები საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში;
- სამთავრობო ღონისძიებების (2021 წ.) - შეხვედრები/კონფერენციები და ა.შ. ორგანიზება სხვადასხვა რეგიონში, MICE ტურიზმის მხარდაჭერის მიზნით.
- საჯარო სექტორის სამსახურებში, დიდ კომპანიების თანამშრომლებისთვის შიდა ტურიზმის საგზურების შეთავაზება (ფასდაკლებებთან ერთად)
- კერძო და სახელმწიფო სექტორის აქტიური კოოპერაცია არსებულ რეალობაზე მორგებული ტურ-პაკეტების შემუშავების და შემდგომში ტურიზმის დეპარტამენტის მიერ ამ პაკეტების აქტიური რეკლამირება/პორმოუშენი

<sup>8</sup> <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>

<https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/11/10/pr20336-georgia-imf-staff-concludes-virtual-review-mission>

<sup>9</sup> <https://wttc.org/Research/To-Recovery-Beyond>

<sup>10</sup> აღსანიშნავია, რომ ამ მოდელზე მუშაობდა აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტი, თუმცა გარკვეული მიზეზების გამო მისი განხორციელება ვერ მოხდა.



- ფასდაკლებების კვირეული და შესაბამისი ღონისძიებები რეგიონების მიხედვით - რაც ხელს შეუწყობდა მოთხოვნის სტიმულირებას როგორც ადგილობრივი ტურისტების მხრიდან ისე საერთაშორისო ტურიზმიდან (როდესაც მოხდება ფრენების ეტაპობრივი აღდგენა).
- ტურისტულ ატრაქციებზე ფასდაკლებების შეთავაზება - მაგ: სახელმწიფოს საკუთრებაში მყოფ ობიექტებზე - მუზეუმები, ბოტანიკური ბაღი და ა.შ. ეს დამატებითი მცირე სტიმული იქნებოდა ტურისტებისთვის.
- უფასო ონლიან ტრენინგ პლატფორმა ტურისტული სააგენტოებისთვის, რათა გაეცნონ ქვეყნის ნაკლებად ცნობილ რეგიონებს, რომ შემდეგ ეს შესთავაზონ ადგილობრივებს ტურისტებს (სამომავლოდ კი უცხოელ ტურისტებს). მსგავსი პროგრამა განხორციელდა ავსტრალიაში.
- ადგილობრივ ტურისტებს შორის ნაკლებად ცნობილი ან პოპულარული ტურისტულ პროდუქტების (მაგ: ფრინველებზე დაკვირვება, სოფლად ტურიზმი, ეკო-ტურიზმი, გასტრონომიული ტურიზმი) პოპულარიზაცია და გაცნობა. ასევე პრომო კამპანიის წარმოება რაც მიმართული იქნებოდა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში დასვენებაზე (შიდა ტურიზმის სტიმულირების მიზნით) - #დაისვენესაქართველოში #გაიცანისაქართველო ან რაიმე მსგავსი სლოგანი. ამ მიზნით შესაძლებელია აქტიურად იქნეს გამოყენებული ტელევიზია და სოც. მედია. მსგავს კამპანიაში შესაძლებელია ჩართული იქნეს ცნობილი ქართველი მსახიობები, მუსიკოსები და ა.შ.

აუცილებელია ასევე უსაფრთხოებისა და სანიტარული ნორმების დაცვის სავალდებულო რეკომენდაციების განხორციელებაში ტურისტული ობიექტების და კომპანიებისთვის დახმარება, რაც შეიძლება გამოხატული იქნეს როგორც პერიოდულ საინფორმაციო ტიპის ტრენინგების ფორმით, ასევე გარკვეული ფინანსური მხარდაჭერით.

### **3.3. საგადასახადო / საკრედიტო შეღავათები და ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის სტიმულირების პროგრამები**

უნდა აღინიშნოს რომ, მთავრობის მიერ ანტიკრიზისული გეგმის ფარგლებში განხორციელებულმა ღონისძიებებმა, საგადასახადო შეღავათების სახით ტურიზმის სექტორში არსებული მდგომარეობა მოკლევადიან პერიოდში შეამსუბუქა. რაც შემდგომში ეპიდემიოლოგიური მდგომარეობის გაუარესების ფონზე არ აღმოჩნდა საკმარისი სირთულეების დასაძლევად.

პანდემიის შემდგომი პერიოდის ეკონომიკური პრობლემების დაძლევის მხრივ მნიშვნელოვანი როლი სახელმწიფოს ენიჭება. მთავრობამ ეკონომიკის შემდგომი გაჯანსაღებისა და კერძოდ ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერის მიმართულებით უნდა შეიმუშაოს მოკლევადიანი და გრძელვადიანი ანტიკრიზისული გეგმები (სხვადასხვა სცენარის გათვალისწინებით), რომელშიც გაიზრდება საგადასახადო შეღავათების წილი და სუბსიდირების მექანიზმები, რათა ნაკლები დანაკარგებით იქნეს რეანიმირებული ტურიზმის სექტორი პოსტ პანდემიურ პერიოდში. ამ მიზნების გადასაჭრელად მიზანშეწონილია საგადასახადო პოლიტიკის ლიბერალიზაცია, საბანკო სესხებზე ხელმისაწვდომობის გაზრდა და სხვა მსგავსი ღონისძიებები რაც მიმართული იქნება ტურისტული სექტორის გაჯანსაღების და აღდგენისკენ, რათა თავიდან იქნეს აცილებული ეკონომიკური კოლაფსი.

ამ მიმართულებით შემდეგი ზომები იქნებოდა რეკომენდირებული:

### **საგადასახადო კუთხით**

- ტურისტული ინდუსტრიის 2021 წლის ქონების გადასახადისგან გათავისუფლება;
- ტურისტული კომპანიების საშემოსავლო გადასახადის 50%-ით შემცირება 2021 წლის განმავლობაში;
- ტურისტული კომპანიების მოგების გადასახადისგან გათავისუფლება 2020-21 წლების მიღებული ფინანსური და გაუნაწილებელი მოგებიდან;
- ტურისტული კომპანიების დღგ-გან გათავისუფლება ჩათვლის უფლებით 2021 წლის განმავლობაში;
- იმპორტის დროს ტურისტული კომპანიების / სასტუმროების მიერ გადასახდელი დღგ-ს რესტრუქტურისა 2021 წლის ბოლომდე;
- 6 თვის მანძილზე თვეში 300 ლარის დახმარება ტურისტულ სექტორში უმუშევრად დარჩენილებისთვის;

### **საკრედიტო რესურსების მობილიზება / სესხებთან დაკავშირებული მხარდაჭერა**

- აქტიური კონსულტაციების ჩატარება საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტებთან თანხების დროული და იაფი სესხების ლარში მიღების მიზნით, განსაკუთრებით პანდემიით დაზარალებული ტურისტული კომპანიებისთვის;
- მცირე ზომის სასტუმროები (4-დან 50 ნომრამდე) საბანკო სესხის 2021 წლის ბოლომდე სესხის პროცენტის სუბსიდირება;
- დამატებითი ფინანსური რესურსების გამოყოფა საკრედიტო-საგარანტიო სქემის უზრუნველსაყოფად ტურისტული კომპანიებისთვის;
- ეროვნული ბანკის მიერ სესხის შეზღუდვების მოხსნა ისე, რომ კომერციულმა ბანკებმა თავად განსაზღვრონ თანხის ოდენობა და ტიპი, ასევე მნიშვნელოვანია წლიური საპროცენტო განაკვეთის ზედა ზღვარის დაწესება;
- მოლაპარაკებების რაუნდის ჩატარება კერძო საბანკო სექტორთან, რომელიც გამომდინარეობს სახელმწიფო ინტერესებიდან, რათა შემცირდეს სესხის პროცენტი პანდემიის პირობებში; ამ მოლაპარაკებების ფარგლებში, მოთხოვნა შეჩერდეს კომერციული ბანკების მიერ რესტრუქტურისებულ სესხებზე დარიცხული პროცენტი 2020 წლის შეღავათიან პერიოდში.

ასევე გარდა პანდემიური სიტუაციით გამოწვეული კრიზისული სიტუაციის შემსუბუქებისა, ზოგადად აუცილებელია გრძელვადიან პერსპექტივაზე გათვლით საგადასახადო რეგულირებებში საჭირო ცვლილებების გატარება. კერძოდ კი:

- სასურველია, დაიწყოს მუშაობა ტურიზმის დარგისთვის სპეციფიური გადასახადების ან მოსაკრებლების განსაზღვრის და ადმინისტრირების მიმართულებით. საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარებით შეიძლება იმგვარი გზების მოძიება, რაც უარყოფით გავლენას არ მოახდენს ტურისტთა ზრდის ტენდენციაზე და ამასთან, ტურისტული ინფრასტრუქტურის, მარკეტინგული ღონისძიებების ან სეზონურობის პრობლემების აღმოფხვრისკენ მიმართული ღონისძიებების დაფინანსების წყაროსაც შექმნის.
- გარდა ამისა, საერთაშორისო გამოცდილება ცხადჰყოფს, რომ საგადასახადო შეღავათების დაწესებაც შეიძლება საინტერესო იყოს საქართველოს რეალობისთვის, განსაკუთრებით მდგრადი განვითარების თვალსაზრისით, გარემოს დაცვისა და მომსახურების ხარისხის

გაუმჯობესების მიმართულებით. დღეს მოქმედი ცალკეული შეღავათებით სარგებლობა არ ხდება განსაკუთრებულად აქტიურად, რადგან მათი გამოყენება პრაქტიკულ სირთულეებთანაცაა დაკავშირებული. საჭიროა ამ მხრივაც დეტალურად გაანალიზდეს ვითარება და მოიძებნოს შესაბამისი გზები ტურიზმის განვითარების ხელშესაწყობად.

- დღგ-თი დასაბეგრი ოპერაციების საერთო თანხის ზღვარის 100,000 ლარიდან მინიმუმ 300,000 ლარამდე გაზრდა - ეს მნიშვნელოვნად გაუმარტივებს საქმიანობას მცირე მეწარმეებს, მცირე ტურისტულ კომპანიებს ან ტურისტული სერვისის პროვაიდერებს. მით უმეტეს თუ გავითვალისწინებთ, რომ უცხოური ვალუტის კურსი ფაქტიურად ორჯერ გაიზარდა მას შემდეგ რაც 100,000 ლარიანი ზღვარი იქნა დადგენილი.

**ტურიზმის ხელშეწყობის მიზნით მნიშვნელოვანი იქნება ასევე შემდეგი ღონისძიებების გატარება:**

- **ტრენინგების ორგანიზება ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლებისთვის** - მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა იქნება არსებულ სიტუაციაში. ტრენინგები შეიძლება ფოკუსირებული იყოს შემდეგ საკითხებზე
  - პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ტურიზმის დაგეგმვა და ადაპტაცია ახალ რეალობაზე
  - კოვიდ19-თან დაკავშირებული რეგულაციების და უსაფრთხოების საკითხებში ტრენინგი, რაც გაზრდის ტურიზმის სექტორის მზაობას უსაფრთხო გარემოს შექმნის კუთხით სასტუმროებში, რესტორნებში და ა.შ.
  - ციფრული უნარ-ჩვევები, ინტერნეტ მარკეტინგი - განსაკუთრებით აქტუალური ხდება არსებულ რეალობაში და როგორც კვლევები აჩვენებს, ტურიზმის სექტორი (განსაკუთრებით კი არაურბანულ რეგიონებში) არ არის მზად ამ გამოწვევებისთვის. ეს კი დაეხმარებოდა მათ მარკეტინგული კამპანიის უკეთ დაგეგმვაში და შესაბამისად ტურისტების მოზიდვაში.
- **საგრანტო დაფინანსება „აწარმოე საქართველოს“ ფარგლებში** - ტურიზმის სექტორისთვის მნიშვნელოვანი დახმარება იქნებოდა აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში ტურიზმის ცალკე კომპონენტად გამოყოფა და პრიორიტეტული მიმართულებებზე გრანტის გაცემა. მაგ: ეკო/აგრო ტურიზმი, ახალი ტურისტული სერვისები, ციფრული სერვისების დანერგვა და ა.შ. ეს ერთგვარი სტიმული იქნება ტურიზმის სფეროში დასაქმებული მცირე მეწარმეებისთვის და ასევე ახალი ბიზნეს შესაძლებლობა უმუშევრად დარჩენილი ტურ-გიდებისთვის, მცირე ტურ კომპანიებისთვის, რომლებსაც საკმაოდ კარგი გამოცდილება აქვთ დაგროვილი და შებამისი ცოდნა, უნარ-ჩვევებიც გააჩნიათ. ამ კუთხით იყო საუბრები, მაგრამ სამწუხაროდ 2020 წლის „აწარმოე საქართველოს“ პროგრამაში - ტურიზმი არ იყო გამოყოფილი ცალკე კომპონენტად.
- **ადამიანური რესურსების / კვალიფიციური კადრების შენარჩუნებაში მხარდაჭერა** - ეს არის ძალიან მნიშვნელოვანი პრობლემა, რადგან პანდემიის დროს ხდება ამ სფეროში მომუშავე პროფესიონალების გადინება სხვა სფეროებში, რომლებშიც უკვე დიდი რესურსია ჩადებული ტრენინგების და გადამზადებების სახით. ეს მომავალში გამოიწვევს საქართველოს ტურიზმის სფეროს კონკურენტუნარიანობის შემცირებას, რადგან გამოცდილი კადრების გარეშე რთული იქნება ხარისხიანი ტურისტული სერვისების მიწოდება. ამიტომ უნდა განხორციელდეს ამ ადამიანების ფინანსური მხარდაჭერა გარკვეულ დონეზე რათა არ მოხდეს პროფესიონალების გადინება სხვა სფეროებში.
- **დაბალბიუჯეტური ავიაკომპანიების მხარდაჭერა** - რაც ხელს შეუწყობს ტურისტების მოზიდვას პოსტ-პანდემიურ პერიოდში.

### 3.4. დარგის მართვის გაუმჯობესების და სამართლებრივი / საკანონმდებლო კუთხით გასატარებელი ღონისძიებები

სახელმწიფო და კერძო სექტორის აქტიური თანამშრომლობის საფუძველზე ტურიზმის აღდგენის პროცესში სახელმწიფომ უნდა შეიმუშაოს მოკლევადიანი (2-3 წელი) აღდგენის სტრატეგია, რომელიც მოგვცემს საშუალებას მეტ-ნაკლებად პროგნოზირებადი გავზადოთ მომავალი. სტრატეგის შემადგენელი ნაწილი (სხვა საკითხებთან ერთად) უნდა იყოს მართვის გაუმჯობესებაზე ორიენტირებული ნაბიჯები:

- **ტურიზმის დარგის მართვის გაუმჯობესება** - დღეს ტურიზმის მართვის კონკრეტული ორგანოს იდენტიფიცირება არის შეუძლებელი. შედეგად, ცალკეული ფუნქციების შესრულება ჯეროვნად ვერ ხდება. ცალსახად ჩამოყალიბებული არ არის დარგის მართვის ორგანო და მისი უფლებამოსილებები ცენტრალურ და ავტონომიური რესპუბლიკის დონეზე. აუცილებელია არსებული სახელმწიფო ორგანოების (ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია, აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტი) ინსტიტუციონალური შესაძლებლობების და ფუნქციების რეფორმირება კრიზისის დროულად დასაძლევად.
- უმნიშვნელოვანესია დარგის მართვის სახელმწიფო ორგანოების ფუნქციონალური განვითარება, რომლებიც **საკარანტინე ზონების მართვის გამო არიან პარალიზებული** და თავიანთ უმნიშვნელოვანეს ფუნქციებს, **დესტინაციის მარკეტინგი და ურთიერთობა კერძო სექტორთან**, ვერ ასრულებენ. ამიტომ დაუყოვნებლივ გადაეცეს საკარანტინო ზონების მართვა სახელმწიფოს სხვა შესაბამის რგოლს ან ნაწილობრივ მოხდეს კონტრაქტირება (ლოგისტიკური ან ტურისტული კომპანია).
- გაიზარდოს მათი ბიუჯეტი იმის პროპორციულად, თუ რა მნიშვნელობაც ჰქონდა ტურიზმს 2019 წელს ქვეყნის მშპ-ს გენერირების, დასაქმების თუ სახელმწიფო ბიუჯეტის შევსების მხრივ. 2021 წლისთვის გამოყოფილი შემცირებული ბიუჯეტი (ეროვნულ ადმინისტრაციას - 12.6 მლნ ლ და აჭარის ტურიზმის დეპარტამენტს 6 მლნ ლ), სრულიად არაადეკვატურად გამოიყურება ზემოაღნიშნული მათი უმთავრესი ფუნქციების ჯეროვნად შესრულებლად.

### სამართლებრივი / საკანონმდებლო კუთხით გასატარებელი ღონისძიებები

არსებულ კანონმდებლობაში აუცილებელია ცვლილებების შეტანა, რადგან ისინი ვერ უწყობენ დარგში მიმდინარე პროგრესს ფეხს. კანონმდებლობა სფეროსათვის მნიშვნელოვან ტერმინებსაც კი არ იცნობს და იმგვარად განსაზღვრავს დარგის მართვის ორგანოებს, რომ მათი ფუნქციები და უფლებამოსილებები ბოლომდე მაინც არაა ჩამოყალიბებული, რაც არაერთ პრობლემას წარმოშობს. კანონმდებლობა ასევე არ იცნობს ხარისხის და უსაფრთხოების რეგულირებებს, რის გამოც არა მხოლოდ დაბალი ხარისხის მომსახურებას იღებს ქვეყანაში შემოსული თუ შიდა ტურისტი, არამედ მომხმარებელთა უფლებების სათანადო დაცვაც კი ვერ ხერხდება. საერთაშორისო პრაქტიკის ანალიზმა წარმოაჩინა, რომ სამართლებრივი რეგულაციების ნაწილი საქართველოში ტურიზმის წახალისებისათვის საკმარისად არ გამოიყენება, როგორცაა საგადასახადო რეგულირებები, მაშინ, როდესაც მათი გამოყენებით დარგის განვითარების საკმაოდ ფართო შესაძლებლობები არსებობს.

ამ მიმართულებით შეიძლება გამოვყოთ შემდეგი რეკომენდაციები:

- ტურისტული ობიექტების რეგისტრაცია** - ტურიზმის განვითარებისთვის სიღმისეული ანალიტიკური სამუშაოების გაწევა, მომსახურების ხარისხის და მომხმარებელთა უფლებების დაცვის უზრუნველყოფა ერთ-ერთი უმთავრესი პრიორიტეტია. ამ ეტაპისათვის სპეციალური სალიცენზიო ან სხვაგვარი წინაპირობების შექმნა ტურისტული საქმიანობის დაწყებასთან დაკავშირებით დადგინებული გარემოება იყოს ვიდრე არ გვეცოდინება ზუსტი ინფორმაცია მოთხოვნა-მიწოდების პროცესის შესახებ. ამიტომ ტურიზმის ინდუსტრიის მონაწილეთა რეესტრის მეშვეობით დარგის მართვის ორგანოს შეეძლება მნიშვნელოვანი კვლევების წარმოება ეფექტიანად განახორციელოს (ზუსტად დაადგინოს სასტუმრო ოთახების, ტურ-ოპერატორების, გიდების თუ სტუმარმასპინძლობის სხვა მოთამაშეების რაოდენობა. ასევე უფრო ზუსტად აწარმოოს რეგიონების თუ ცალკეული კურორტების სტატისტიკა) და შესაბამისი რეფორმებიც მიზანმიმართულად დაიგეგმოს.

გარდა, ამისა სპეციალური სარეგისტრაციო პროცედურები ერთ-ერთი პირველი ნაბიჯია, რომელიც ხარისხის გაუმჯობესებისათვის უფრო კონკრეტული პროგრამების წარმოების შესაძლებლობას შექმნის.
- ტურიზმის ცნებების დახვეწა** - საქართველოს კანონმდებლობის, მათ შორის, აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კანონმდებლობის ანალიზმა ცხადვყო, რომ ტურიზმის შესახებ კანონმდებლობა მოძველებულია და ვერ ეწევა დარგის მოთხოვნილებებს. აუცილებელია, საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“ და აჭარის არ კანონი „ტურიზმის რეგულირების შესახებ“ განახლდეს, აისახოს მასში მნიშვნელოვანი ტერმინები, როგორცაა სხვადასხვა ტურისტული სახეობის განმარტება (სოფლად ტურიზმი, ეკო-ტურიზმი, საქმიანი ტურიზმი და სხვა), ტურისტული მომსახურებების განმარტება და ა.შ. აღნიშნული კანონმდებლობა ასევე ვერ განსაზღვრავს ტურისტული ხარისხის უზრუნველყოფისათვის რა არის საჭირო და მხოლოდ დეკლარაციული ნორმებით შემოიფარგლება. აუცილებელია, ამ პროცესში დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობა მაქსიმალურად იყოს უზრუნველყოფილი.
- ტურისტული სერვისის მიმწოდებელთა ხარისხის მონიტორინგი** - ევროპული პრაქტიკის გათვალისწინებით შესაძლებელია შეიქმნას პროცედურა, რომლითაც განთავსების, კვების და ტურისტული სააგენტოების ან ოპერატორების მინიმალური მომსახურების ხარისხის სტანდარტების დამკვიდრება და შესრულება ეფექტიანი გახდება. პროცედურებით შეიძლება დადგინდეს კლასიფიკაციები და ხარისხის ნიშნები, რომელიც ბიზნესოპერატორებს წახალისებს მათი დაკმაყოფილების შემთხვევაში. ცალკეული სტანდარტების სავალდებულოდ შემოღება აუცილებელია მომხმარებელთა უსაფრთხოების უზრუნველყოფისათვის (როგორცაა სახანძრო უსაფრთხოების სტანდარტები). თუმცა მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის ეს საკმარისი ვერ იქნება და საჭიროა დამატებითი მოთხოვნების შემუშავება, რომელთა შესრულება არ გამოიწვევს მკაცრ რეპრესიულ ღონისძიებებს (მაგალითად, საქმიანობის შეწყვეტა), თუმცა დაინტერესებს სექტორის წარმომადგენლებს.

აჭარის არ ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის პროექტი „რეკომენდებულია“ საკმაოდ დიდი პოპულარობით სარგებლობდა მისი მოქმედების პერიოდში განთავსებისა და კვების ობიექტებში. ისინი

ცდილობდნენ ხარისხის მინიმალური მოთხოვნები დააკმაყოფილებინათ, რადგან დეპარტამენტის მიერ მათი „რეკომენდებულად“ განსაზღვრა მათთვის ტურისტების მოსაზიდად წარმატებული წინაპირობა იყო.<sup>11</sup> საჭიროა პროექტის შედეგების უფრო სიღრმისეული ანალიზი, უნდა შეფასდეს, რამდენად არის სექტორი მზად ხარისხის შეფასება სავალდებულო წესით მოხდეს. შემდგომი ნაბიჯი კი შესაძლოა იყოს სათანადო საკანონმდებლო რეფორმის განხორციელება, რომლითაც მინიმალური ხარისხის კონტროლის ეფექტიანი მექანიზმი დაინერგება და განთავსების თუ კვლევის ობიექტების შეფასებაც მოხდება.

- **სტატისტიკის წარმოების გაუმჯობესება** - საქართველომ უნდა გადადგას შესაბამისი ნაბიჯები გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციისა და ევროპის საბჭოს მიერ რეკომენდებული სტატისტიკური კვლევების წარმოების მიმართულებით. ამ ტიპის კვლევების დანერგვა სწრაფად ვერ მოხდება, რის გამოც დროულადაა საჭირო წინაპირობების შესრულება. გამართული სტატისტიკური კვლევების და ანალიზის წარმოება მნიშვნელოვნად განაპირობებს ტურიზმის პოლიტიკის სწორი დაგეგმვისა და ეფექტიანი განხორციელებისათვის.

გარდა ამისა, სტატისტიკის წარმოება შეუძლებელია სექტორის მონაწილეთა მხრიდან თანამშრომლობის გარეშე. ასეთი თანამშრომლობის არარსებობის პირობებში კი კანონით დადგენილი ინსტრუმენტების გამოყენებაც საჭიროა. გარდა ამისა, „ოფიციალური სტატისტიკის წარმოების შესახებ“ კანონი მხოლოდ საქსტატს ანიჭებს შესაბამისი ბერკეტების გამოყენების შესაძლებლობას და მხოლოდ მასთან თანამშრომლობის ვალდებულებას ადგენს, მაშინ, როდესაც ტურიზმის დარგში სხვა ორგანოების მიერაც ხდება კვლევების და ანალიზის წარმოება. საქსტატის არსებული რესურსი ხშირად საკმარისიც არ არის, მაგალითად, რეგიონის დონეზე დეტალური სტატისტიკის წარმოებისათვის. შესაძლებელია კანონით მინიჭებული უფლებამოსილებების დელეგირება ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და აჭარის არ ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტისათვის მათი მზაობის შემთხვევაში, რაც ტურიზმის სტატისტიკის უფრო ფოკუსირებულად და სწორი მიმართულებით წარმოების შესაძლებლობას შექმნის. კიდევ ერთხელ, დამატებით უნდა აღნიშნოს, რომ სტუმარმასპინძლობის რეესტრის არარსებობის შემთხვევაში ეს ამოცანა დაუძლეველი დარჩება.

ტურიზმის განვითარება მხოლოდ ინფრასტრუქტურის ან ცალკეული ტურისტული მიმართულებების განვითარებით ვერ მიიღწევა. აუცილებელია კომპლექსური მიდგომა, რომელსაც არ შეაფერხებს ისეთი პრობლემები, როგორცაა მოძველებული კანონმდებლობა ან ეფექტური სტატისტიკის წარმოების დაბრკოლებები. შესაბამისად, აუცილებელია ცენტრალურ და რეგიონულ დონეზე არაერთი ნაბიჯის გადადგმა, საკანონმდებლო რეფორმის თუ სპეციალური პროექტების განხორციელების გზით.

## რეკომენდაციები რეგიონალურ ჭრილში (აჭარის და გურიის რეგიონების მაგალითზე)

<sup>11</sup> პროექტი „რეკომენდებულია აჭარის ა.რ. ტურიზმის და კურორტების დეპარტამენტის მიერ“, რომელიც, ამჟამად, გარკვეული მიზეზებით შეჩერებულია. ინფორმაცია პროექტის შესახებ ხელმისაწვდომია აქ: <http://recommend.ge/files/press/journal/Journal-February-1.pdf>

#### ა) აჭარის რეგიონი

- **აჭარის კანონმდებლობის დახვეწის აუცილებლობა** - აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კანონმდებლობა ტურიზმის დარგში ცალკე ანალიზის საგანია. საქართველოს ახალი კონსტიტუციური კანონის „აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის შესახებ“ და აჭარის კონსტიტუციის ცვლილებების თანახმად, უნივერსალური უფლებამოსილებაა.<sup>12</sup> კერძოდ, აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკას შეუძლია ტურიზმის სფეროში განახორციელოს ნებისმიერი უფლებამოსილება, რომელიც საქართველოს კანონმდებლობით არ მიეკუთვნება არც სახელმწიფო ხელისუფლების და არც ადგილობრივი თვითმმართველობის განსაკუთრებულ ან ექსკლუზიურ უფლებამოსილებებს. შესაბამისად, რეგიონის დონეზე საკანონმდებლო მოწესრიგება და პრიორიტეტების განსაზღვრა, ისევე, როგორც რეგიონული პოლიტიკის და მიმართულებების დადგენა ავტონომიურ ხელისუფლებას გარკვეულწილად დამოუკიდებლად შეუძლია.

ზემოხსენებული უფლებამოსილებიდან გამომდინარე აჭარის არ საკანონმდებლო ორგანოს 2007 წელს მიღებული აქვს „ტურიზმის ორგანიზების შესახებ“ კანონი.<sup>13</sup> თუმცა ამ კანონს მიღების შემდეგ ერთი ცვლილებაც კი არ განუცდია და მის მიერ დაწესებული მოთხოვნები დღევანდელ გამოწვევებს ვერ შეესაბამება. კონსტიტუციური ცვლილებებიდან გამომდინარე საჭირო ხდება კანონის განახლებაზე დროულად მუშაობა და მის შესაბამისობაში მოყვანა.

აჭარის ტერიტორიაზე ტურიზმის მიმართულებით უშუალო უფლებამოსილებებს ახორციელებს აჭარის არ ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს (2018 წლის 31 დეკემბრამდე აჭარის არ მთავრობის) საქვეუწყებო დაწესებულება - ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტი, რომელიც აჭარის აღმასრულებელი ხელისუფლების ნაწილია. იგი დარგის მართვის უფლებამოსილი ორგანოსთვის განსაზღვრული უფლებამოსილებების ნაწილს ასრულებს, თუმცა მისი დებულება სრულ შესაბამისობაში არ არის ზემოთ განხილულ კანონთან.<sup>14</sup> ასეთი შეუსაბამობა კი გაურკვევლობას იწვევს დეპარტამენტის ამოცანების შესრულების პროცესში. მით უმეტეს, რომ არც კანონი და არც დებულება მას დარგის მართვის ორგანოდ არ მოიხსენიებს.

შესაბამისად, ცხადი ხდება, რომ ავტონომიური რესპუბლიკის დონეზე კანონმდებლობა ეროვნულთან შედარებით კიდევ უფრო მოძველებულია და საჭიროებს დამუშავებასა და განახლებას. ტურიზმის სფეროს უნივერსალურ გამგებლობის საკითხად განსაზღვრა საშუალებას აძლევს ავტონომიურ რესპუბლიკას საკმაოდ ფართო უფლებამოსილებები განახორციელოს და საჭიროების, ისევე როგორც, სათანადო რესურსების არსებობის, შემთხვევაში საკმაოდ განსხვავებული მიმართულების აღების შესაძლებლობასაც იძლევა. ხაზი უნდა გაესვას იმ გარემოებასაც, რომ უკანასკნელი წლების მანძილზე ავტონომიური რესპუბლიკის ბიუჯეტი ტურიზმს ყოველთვის ერთ-ერთ პრიორიტეტად ასახელებს, რითაც მის მნიშვნელობას რეგიონის განვითარებისთვის ხაზს უსვამს.

ყოველივე ზემოთქმულიდან გამომდინარე არსებული უფლებამოსილება შეიძლება გამოყენებული იქნას ტურიზმის აღდგენისთვის აუცილებელი საკანონმდებლო ცვლილებების გატარების პროცესში, რაც რეგიონალური საჭიროებების გათვალისწინებით სპეციფიური

<sup>12</sup> საქართველოს ორგანული კანონი; აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კონსტიტუციაში ცვლილების შეტანის შესახებ“ აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კონსტიტუციური კანონის დამტკიცების თაობაზე. მუხლი 5. ტექსტი ხელმისაწვდომია აქ: <http://www.sca.ge/geo/static/119/acharis-avtonomiuri-respublikis-konstitutsia>

<sup>13</sup> ტექსტი ხელმისაწვდომია აქ: <http://sca.ge/res/docs/PDF/turizmis-shesakheb.pdf>

<sup>14</sup> დებულების ტექსტი ხელმისაწვდომია აქ: <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2906238>



საკანონმდებლო ინიციატივების დანერგვის საშუალებას იძლევა. ეს შესაძლებელს გახდის მათი შედეგების სათანადო ანალიზს. ამ გზით რეგიონი შექმნის საინფორმაციო ბაზას, როგორ შეიძლება ესა თუ ის რეფორმა სწორად და ეფექტიანად დაიგეგმოს. ამასთანავე, აჭარის რეგიონში განხორციელებული ცვლილებები შეიძლება განვიხილოთ როგორც საპილოტე პროექტი, რომლის განზოგადებაც შეიძლება მოხდეს მთელი ქვეყნის მასშტაბით - ცენტრალურ დონეზე ტურიზმის კანონმდებლობის ცვლილების კუთხით.

## ბ) გურიის რეგიონი

გურიის რეგიონში ტურიზმის სექტორის ხელშეწყობისთვის, განსაკუთრებით პანდემიურ და პოსტ-პანდემიურ პერიოდში, მნიშვნელოვანია შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

- რეგიონალურ დონეზე ტურიზმის სექტორში პოსტკრიზისული გეგმის შემუშავება, რაც ორიენტირებული იქნებოდა შიდა ტურისტების მოსაზიდად გურიის რეგიონის სწორი პოზიცირების, არსებული პოტენციალის პრომოუშენის, შესაბამისი ტურისტული ოფერების მომზადების და ხელშეწყობის მექანიზმების შემუშავებაზე. ასევე, უსაფრთხოების და რეგულაციების დაცვის კუთხით შესაბამისი ტურისტული ობიექტების, ტურისტული ლოკაციების მომზადებისთვის საჭირო ზომების გატარება
- ერთიანი პლატფორმის ჩამოყალიბება, სადაც მოხდება საჯარო და კერძო სექტორის კომუნიკაცია, ეს შეიძლება იყოს ტურიზმის საკონსულტაციო საბჭო, რომელიც შეიქმნება გურიის გუბერნატორის ადმინისტრაციასთან და რომელშიც შევა გუბერნატორის ადმინისტრაციის და სამივე მუნიციპალიტეტის წარმომადგენლები. ასევე კერძო სექტორიდან სასტუმროების, სასტუმრო სახლების, მარნების და სამოქალაქო საზოგადოების წარმომადგენლები. მსგავსი საბჭო იქნებოდა ეფექტური მექანიზმი, პანდემიის პირობებში ტურიზმში არსებული პრობლემების ანალიზის, მათი მოგვარების გზები მოძიების, საჭირო პროგრამების შემუშავების და განხორციელებისთვის. ასევე, ეს საბჭო პოსტ-პანდემიურ ეტაპზეც მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ტურიზმის განვითარების საკითხების კოორდინაციის კუთხით რეგიონში.
- სამომავლოდ (პოსტ-პანდემიურ ეტაპზე) კი, რამდენადაც რეგიონში არ არსებობს ერთიანი სამსახური, რომელიც უზრუნველყოფს ტურიზმის სექტორის ეფექტურ მართვას საჭიროა ჩამოყალიბდეს ტურისტული დესტინაციების მართვის ორგანო /DMO (იმერეთში,კახეთში,სამეგრელოში არსებობს მსგავსი ორგანოები) რომელიც დაკომპლექტდება პროფესიონალებით და უზრუნველყოფს რეგიონის ტურისტული შესაძლებლობების ეფექტურ და სწორ განვითარებას. ამ ეტაპზე, მუნიციპალიტეტებში ტურიზმის სამსახურები წარმოდგენლია ძალიან მწირი ბიუჯეტით, რომლებიც მხოლოდ ადგილობრვი ღონისძიებებში მონაწილეობით არიან დაკავებული და ამასთან მათ არ გააჩნიათ არც ადამიანური რესურსი, შესაბამისი კომპეტენციები ტურიზმის განვითარების ეფექტურად კოორდინაციისთვის.



## ლიტერატურა/წყაროები

1. აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კანონი ტურიზმის ორგანიზების შესახებ - <http://sca.ge/res/docs/PDF/turizmis-shesakheb.pdf>
2. აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ფინანსთა და ეკონომიკის სამინისტროს საქვეუწყებო დაწესებულება – ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის დებულების დამტკიცების შესახებ - <https://matsne.gov.ge/ka/document/view/2906238>
3. „მონეტარული პოლიტიკის ანგარიში“, საქართველოს ეროვნული ბანკი, ნოემბერი, 2020 - [https://www.nbg.gov.ge/uploads/publications/moneratyfiscal/2020/mpcq4\\_geo.pdf](https://www.nbg.gov.ge/uploads/publications/moneratyfiscal/2020/mpcq4_geo.pdf)
4. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა - 2019“, GNTA, 2019; <https://gnta.ge/statistics/>
5. საქართველოს ორგანული კანონი; აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კონსტიტუციაში ცვლილების შეტანის შესახებ“ აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის კონსტიტუციური კანონის დამტკიცების თაობაზე. <http://www.sca.ge/geo/static/119/acharis-avtonomiuri-respublikis-konstitutsia>
6. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური - <https://www.geostat.ge/ka>
7. “ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისული გეგმა” - [http://www.economy.ge/uploads/files/2017/news/2020/final\\_tourism\\_presentation.pdf](http://www.economy.ge/uploads/files/2017/news/2020/final_tourism_presentation.pdf)
8. “ტურიზმის გამოწვევები 2020 წლის II ნახევარში”, იუნისი 2020; Galt & Taggart, [www.gt.ge](http://www.gt.ge)
9. “Covid19 - ეკონომიკური შედეგები მსოფლიოს და საქართველოსთვის“, EPRC; [https://eprc.ge/uploads/brosh/COVID\\_fin-geo.pdf](https://eprc.ge/uploads/brosh/COVID_fin-geo.pdf)
10. „Covid-19-ის შესაძლო გავლენა საქართველოს ეკონომიკაზე (არსებული მდგომარეობა და პროგნოზების მიმოხილვა)“, საქართველოს პარლამენტის კვლევითი ცენტრი, მაისი, 2020; [http://www.parliament.ge/ge/ajax/downloadFile/136520/08\\_Viewpoint\\_2020-05-04\\_Covid\\_19\\_and\\_Georgian\\_economy](http://www.parliament.ge/ge/ajax/downloadFile/136520/08_Viewpoint_2020-05-04_Covid_19_and_Georgian_economy)
11. “COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism”, UNWTO, 2020 - <https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>
12. “IMF Staff Concludes Virtual Review Mission to Georgia” - <https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/11/10/pr20336-georgia-imf-staff-concludes-virtual-review-mission>
13. “International Tourist Numbers Down 65% in First Half of 2020”, UNWTO Reports, 09/2020- <https://www.unwto.org/news/international-tourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>
14. „How are countries supporting tourism recovery?“, UNWTO BRIEFING NOTE – TOURISM AND COVID-19, ISSUE 1; JUNE 2020
15. “To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19”, WTCC, 2020; <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond>
16. “UNWTO Highlights potential of Domestic Tourism to Help drive Economic Recovery in Destinations Worldwide” - <https://www.unwto.org/news/unwto-highlights-potential-of-domestic-tourism-to-help-drive-economic-recovery-in-destinations-worldwide>
17. „Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities“, UNWTO BRIEFING NOTE – TOURISM AND COVID-19, ISSUE 3, - <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422111>
18. “World Tourism Barometer”, Volume 18, issue 6, 2020;- <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>

## დანართი 1. კითხვარი

### ტურიზმის ინდუსტრიაზე COVID-19 პანდემიის გავლენის შეფასება და მოლოდინები

აღნიშნული კვლევა ხორციელდება პროექტის „ტურიზმის ინდუსტრიაში არსებული სიტუაციის ეკონომიკური ანალიზი და პოსტ-პანდემიის პირობებში ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობის პოლიტიკის დოკუმენტის შემუშავება“ ფარგლებში. პროექტი დაფინანსებულია შემდეგი პროგრამის „აღმოსავლეთ პარტნიორობის (EaP) სამოქალაქო საზოგადოების ფორუმის საქართველოს ეროვნული პლატფორმის მხარდაჭერა საქართველოში რეფორმების განსახორციელებლად“ ფარგლებში. პროექტის მიზანია, ტურიზმის სფეროში არსებული სიტუაციის შეფასება და შესაბამისი რეკომენდაციების / პოლიტიკის დოკუმენტის მომზადება, რაც შემდგომში EaP საქართველოს ეროვნული პლატფორმის მიერ წარედგინება საქართველოს მთავრობას.

თქვენი ელ. ფოსტის მისამართი \_\_\_\_\_

#### 1. თქვენი სქესი

- ქალი
- მამაკაცი

#### 2. ასაკი

- 25 წლამდე
- 25-დან 35 წლამდე
- 36-დან 45 წლამდე
- 46-დან 55 წლამდე
- 56-დან 65 წლამდე
- 65 წელზე მეტი

#### 3. რამდენი ხანია რაც საქმიანობით ტურისტულ ინდუსტრიაში?

- 1 წელზე ნაკლები
- 1-3 წელი
- 3-5 წელი
- 5-10 წელი
- 10 -15 წელი
- 15-20 წელი
- 20 წელზე მეტი

#### 4. მიუთითეთ ტურიზმის სექტორის რომელ სფეროს წარმოადგენთ?

- სასტუმრო სექტორი
- გესტჰაუზი/სასტუმრო სახლი
- რესტორნის სექტორი
- ტუროპერატორული/ტურსააგენტოს საქმიანობა
- ტურგაიდი
- ღონისძიებების მენეჯმენტი
- სატრანსპორტო კომპანია
- სხვა \_\_\_\_\_

5. მიუთითეთ თქვენი საქმიანობის ფორმა

- დამოუკიდებელი მეწარმე / თვითდასაქმებული
- მეწარმე - კომპანიის მფლობელი
- დაქირავებული (კერძო კომპანია)
- სხვა \_\_\_\_\_

6. რამდენი ადამიანია დასაქმებული თქვენს კომპანიაში

- 1-5
- 6-15
- 16-35
- 35-60
- 61-100
- 100-ზე მეტი
- თვითდასაქმებული ვარ

7. რომელ რეგიონში საქმიანობს თქვენი კომპანია (თქვენ)?

- თბილისი
- აჭარა
- გურია
- კახეთი
- სხვა \_\_\_\_\_

8. საერთაშორისო ტურიზმზე დამოკიდებულობის დონე - თქვენი შემოსავლების / კლიენტურის რა წილი მოდიოდა საერთაშორისო ტურიზმზე?

- 0-20 %
- 21-40 %
- 41-60 %
- 61-80 %
- 81-100 %

9. როგორ შეაფასებდით 2020 წლის ტურისტულ სეზონს - რამდენად იმოქმედა თქვენზე / თქვენს ბიზნესზე არსებულმა სიტუაციამ? მიუთითეთ 1-დან (ძალიან ცუდად იმოქმედა) - 10-მდე (საერთოდ არანაირ გავლენა არ იქონია)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

10. არსებული პანდემიის პირობებში, 2020 წლის ტურისტულ სეზონზე თქვენი შეფასებით, როგორი შეიცვალა შიდა ტურისტული ნაკადები (შიდა ტურიზმი) წინა წლებთან შედარებით?

- მნიშვნელოვნად შემცირდა
- უმნიშვნელოდ შემცირდა
- არ შეცვლილა
- უმნიშვნელოდ გაიზარდა
- მნიშვნელოვნად გაიზარდა

11. გასული წლის შემოსავლების რა მოცულობის კომპენსაცია მოხდა შიდა ტურისტების ხარჯზე წლევიანდელ წელს?

0-15%	16-25%	26-40%	41-55%	56-70%	71-85%	86-100%
-------	--------	--------	--------	--------	--------	---------

12. როგორ შეიცვალა თქვენი შემოსავლები 2020 წელს, წინა წელთან შედარებით:

- მნიშვნელოვნად შემცირდა
- უმნიშვნელოდ შემცირდა
- არ შეცვლილა
- უმნიშვნელოდ გაიზარდა
- მნიშვნელოვნად გაიზარდა

13. თანამშრომლების შენარჩუნება კომპანიაში - რა მოლოდინია ამ მიმართულებით?

- არ არის მოსალოდნელი რაიმე ცვლილება/შემცირება
- მოსალოდნელია შტატის შემცირება
- მოსალოდნელია შტატის გაზრდა
- რთულია პროგნოზის გაკეთება

14. თქვენი ბიზნესის/საქმიანობის შენარჩუნებისთვის საშუალო წლიურად რა დანახარჯები გაქვთ გასაწევი?

- 5 000 ლარამდე
- 5 000-დან - 15 000 ლარამდე
- 15 000-დან - 35 000 ლარამდე
- 35 000-დან - 55 000 ლარამდე
- 55 000-დან - 100 000 ლარამდე
- 100 000-დან - 150 000 ლარამდე
- 150 000-დან - 200 000 ლარამდე
- 200 000 ლარი და მეტი

15. რამდენად რთულია პანდემიასთან დაკავშირებული რეგულაციების შესრულება თქვენი კომპანიისთვის (ფინანსური, ტექნიკური თვალსაზრისით)?

- არ არის რთული
- ნორმალური სირთულის
- რთულია
- ძალიან რთულია
- შეუძლებელია (შევაჩერეთ ან ვაკირებთ შევაჩეროთ) საქმიანობა

16. როგორია თქვენი პროგნოზი 2021 წლისთვის - რა მიმართულებით შეიძლება განვითარდეს თქვენი საქმიანობა (წინა წლების ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით):

- მოგვიწევს საქმიანობის სრულად შეჩერება
- საქმიანობა/შემოსავლები შემცირდება საშუალოდ 75%-ით
- საქმიანობა/შემოსავლები შემცირდება საშუალოდ 50%-ით
- საქმიანობა/შემოსავლები შემცირდება საშუალოდ 25%-ით
- ჩვენი საქმიანობა / შემოსავლები დარჩება თითქმის იგივე რაც იყო პანდემიამდე პერიოდში

- ჩვენი საქმიანობა / შემოსავლები გაიზრდება

17. როგორ ფიქრობთ, რამდენად შესაძლებელია უახლოესი 1 წლის განმავლობაში (სანამ საერთაშორისო ტურისტების მიმოსვლა სრულად აღდგება) შიდა ტურიზმზე აქცენტირება და რამდენად მოსალოდნელია მისი ზრდა?:

- სავსებით შესაძლებელია /მოსალოდნელია - შიდა ტურიზმის გააქტიურება და გაზრდა
- შიდა ტურიზმი დარჩება იმავე დონეზე რაც იყო პანდემიამდე
- შიდა ტურიზმიც შემცირდება
- რთულია პროგნოზირება

18. თქვენი აზრით რა დრო დაჭირდება ტურიზმის ინდუსტრიის განვითარების პანდემიამდე არსებულ დონეზე დაბრუნებას (ტურისტების რაოდენობა, შემოსავლები და ა.შ.)?

- 1 წელი
- 2 წელი
- 3 წელი
- 4-5 წელი
- 5 წელზე მეტი

19. რამდენად ფლობდით ინფორმაციას სახელმწიფოს მხრიდან დაგეგმილი ტურიზმის მხარდაჭერის ანტიკრიზისული გეგმის და მის ფარგლებში გათვალისწინებული პროგრამების შესახებ ?

- არ მქონდა ინფორმაცია
- არასრულ ინფორმაციას ვფლობდი
- სრული ინფორმაცია მქონდა პროგრამის შესახებ

20. როგორ შეაფასებდით სახელმწიფოს მხრიდან ამ ეტაპზე განხორციელებული ტურიზმის მხარდაჭერის ანტიკრიზისული გეგმით გათვალისწინებულ ღონისძიებებს, 1-დან (არაეფექტური) - 10-მდე (ძალიან ეფექტური) შკალით

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

21. ბიზნესის მხარდაჭერის/ხელშეწყობის ქვემოთჩამოთვლილი პროგრამებიდან როგორ შეაფასებდით თითოეულის მნიშვნელობას თქვენი კომპანიისთვის - 1-დან (ძალიან მნიშვნელოვანი) 5-მდე (უმნიშვნელო) შკალით.

ფინანსური დახმარების პროგრამები (საბანკო სესხზე შეღავათები)	1	2	3	4	5
საგადასახადო შეღავათები	1	2	3	4	5
ტრენინგები პოსტ-პანდემიური ეტაპისთვის მომზადებაში	1	2	3	4	5
ტრენინგი კრიზისის მართვაში	1	2	3	4	5
მარკეტინგული კუთხით დახმარება	1	2	3	4	5
პანდემიის რეგულაციის მოთხოვნების შესრულებისთვის საჭირო ტექნიკური/ფინანსური დახმარება	1	2	3	4	5

სხვა _____	1	2	3	4	5
------------	---	---	---	---	---

22. რა ტიპის მხარდაჭერა / მიზნობრივი პროგრამები იქნებოდა მნიშვნელოვანი სახელმწიფოს მხრიდან ტურიზმის ინდუსტრიის სტიმულირების და მხარდაჭერისთვის (არსებულ და პოსტ-პანდემიურ პირობებში), მათ შორის - შიდა ტურიზმის გააქტიურების და ხელშეწყობის მიზნით?

### მადლობა თანამშრომლობისთვის



ევროკავშირი  
საქართველოსთვის  
The European Union for Georgia



აღმოსავლეთი პარტნიორობის  
სამოქალაქო საზოგადოების ფორუმის  
საქართველოს ეროვნული პლატფორმა