



გაღვის ქვეყნების გამყვანი ტურიზმის მახასიათებლები





## სარჩევი

გალფის ქვეყნების ზოგადი სტატისტიკა და კულტურული მახასიათებლები .....	3
ზოგადი სტატისტიკური მიმოხილვა.....	3
როგორია გალფის ქვეყნების დემოგრაფიული პროფილი? .....	9
ვიზიტორების სტატისტიკა გალფის ქვეყნებიდან საქართველოში (2014 წელი).....	9
გალფის ქვეყნებიდან განხორციელებული ფრენები საქართველოს მიმართულებით .....	10
გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურიზმის სამომხმარებლო ქცევები .....	10
რომელი დესტინაციებია მათთვის სასურველი?.....	10
როგორია გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები?.....	11
როგორია გალფის ქვეყნების მოგზაურების პროფილი?.....	13
რა ძირითადი მიზნები აქვთ გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტებს? .....	14
როგორი ტიპის განთავსების საშუალებებში ათევენ ღამეს გალფის ქვეყნებიდან ტურისტები და როგორია მათი საშუალო გაჩერების ხანგრძლივობა?.....	14
როგორ ახდენენ დაჯავშნას გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტები? .....	15
რა ინფორმაციის წყაროებს იყენებენ გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტები? .....	15
რეკომენდაციები გალფის ქვეყნების მოგზაურების მოსაზიდად.....	16

## გალფის ქვეყნების ზოგადი სტატისტიკა და კულტურული მახასიათებლები

### ზოგადი სტატისტიკური მიმოხილვა

ანგარიშში განვიხილავთ გალფის ქვეყნების თანამშრომლობის საბჭოს ქვეყნებს (საუდის არაბეთი, ბაჰრეინი, არაბთა გაერთიანებული საემიროები, ქუვეითი, ომანი და კატარი). მოსახლეობის რაოდენობის მიხედვით გალფის ქვეყნებიდან პირველ ადგილზეა საუდის არაბეთი 27.3 მილიონიანი მოსახლეობით, მას გალფის ქვეყნების მოსახლეობის თითქმის 60% ეკუთვნის. მას მოსდევს არაბთა გაერთიანებული საემიროები (9.2 მილიონი), ომანი (3.2 მილიონი), ქუვეითი (2.7 მილიონი), კატარი (2.1 მილიონი), ბაჰრეინი (1.3 მილიონი).<sup>1</sup> გალფის ქვეყნების მთლიანი მოსახლეობა შუა აღმოსავლეთის რეგიონის მოსახლეობის 20%-ს შეადგენს.

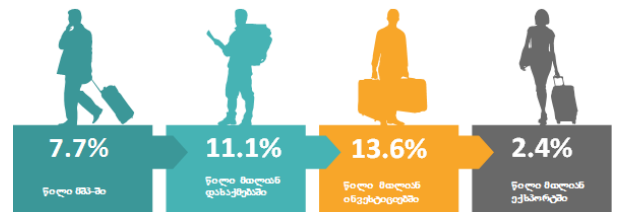
განვიხილოთ თითოეული ქვეყანა:

### საუდის არაბეთი

ქვეყანა მდებარეობს სამხრეთ-დასავლეთ აზიაში, არაბეთის ნახევარკუნძულზე. ჩრდილოეთით ესაზღვრება იორდანია, ერაყი, ქუვეითი; დასავლეთით - კატარი, არაბთა გაერთიანებული საამიროები და სპარსეთის ყურე; სამხრეთ-დასავლეთით - ომანი; სამხრეთით-იემენი; დასავლეთით წითელი ზღვა. მისი ფართობი: 1,960,582 კვ.

კილომეტრია. საუდის არაბეთი ერთადერთი სახელმწიფოა რეგიონში, რომელსაც გასასვლელი აქვს, როგორც სპარსეთის ყურეზე, ისე წითელ ზღვაზე. ქვეყნის ტერიტორიის 95 %-ზე მეტი უდაბნოს უკავია. მათგან ერთ-ერთია რუბ-ელ-ხალის უდაბნო, რაც „ცარიელ მეოთხედს“ ნიშნავს. ბუნებრივი პირობებიდან გამომდინარე, საუდის არაბეთში არ არის განვითარებული სოფლის მეურნეობა. ქვეყნის ეკონომიკის ძირითადი სექტორია ნავთობმრეწველობა.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ საუდის არაბეთის მშპ-ში 2.4% შედგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ კი-7.7%. მთლიანი განხორციელებული ინვესტიციების 13.6% ტურიზმის სექტორზე მოდის, ხოლო მთლიან ექპორტში მისი წილი 2.4%-ს შეადგენს.

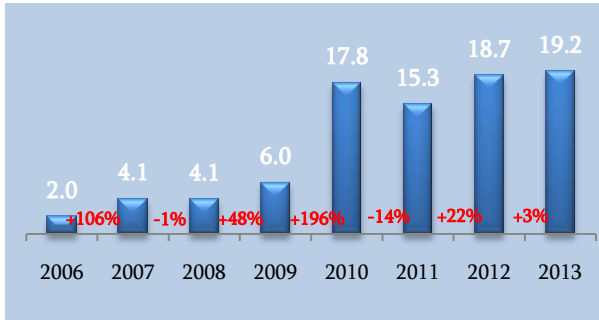


წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

იგი ყველაზე მსხვილი გამყვანი ტურისტული ბაზარია გალფის ქვეყნებში. მსოფლიო ბანკის მონაცემებით საუდის არაბეთიდან 2013 წელს 19.2 მილიონი ვიზიტი განხორციელდა, რაც 3%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

<sup>1</sup>მოსახლეობის მონაცემები გამოქვეყნებულია ცენტრალური სადაზვერვო სააგენტოს მიერ (2014 წლის მონაცემები).  
<http://www.dubaifaqs.com/list-of-gcc-countries.php>

**გრაფიკი 1: საუდის არაბეთის გამყვანი ვიზიტების რაოდენობა წლების მიხედვით (მილიონი)**



წყარო: მსოფლიო ბანკი

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით 2014 წელს საუდის არაბეთიდან საერთაშორისო ტურიზმზე 25.1 მილიარდი ამერიკული დოლარი დახარჯეს, რაც 35%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

**გრაფიკი 2: საუდის არაბეთის გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)**



წყარო: მსოფლიო ბანკი

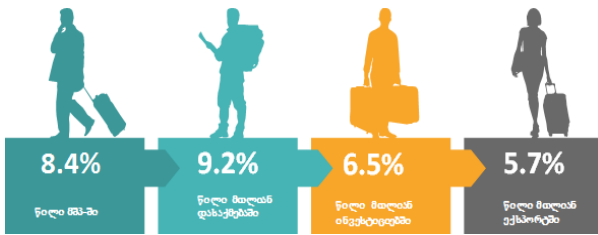
**არაბთა გაერთიანებული საემიროები**

ქვეყანა მდებარეობს სამხრეთ-დასავლეთ აზიაში, არაბეთის ნახევარკუნძულზე. შემოკლებით მას საემიროებს უძახიან. ის მონარქიული სახელმწიფოა. მისი მოსაზღვრე ქვეყნებია საუდის არაბეთი, კატარი და ომანი. მისი ფართობია 83,600 კმ<sup>2</sup>. ქვეყნის უდიდესი ნაწილი უდაბნოს უკავია. ის აერთიანებს შვიდ საემიროს: აბუდაბი, დუბაი, შარჯა, რას-ელჰაიმა,

ფუჯეირა, უმ-ალ-ქუვაინი, აჯმანი. მოსახლეობის უმრავლესობა სუნიტი მუსლიმია, მცირე ნაწილი აღიარებს შიიზმს. საემიროებს აქვს მაღალინდუსტრიული ეკონომიკა, რამაც გადააქცია ის ერთ-ერთ ყველაზე განვითარებულ ქვეყნად მსოფლიოში. ქვეყნის ძირითადი რესურსები ნავთობი და გაზია. საუდის არაბეთისა და ქუვეითისგან განსხვავებით, საემიროებში გვიან დაიწყო ნავთობის მოპოვება (1969 წ.). დამოუკიდებლობის გამოცხადების შემდეგ ქვეყნის ხელისუფლებამ გამოისყიდა უცხოური ნავთობის კონცერნების აქტივები. 1981 წლისათვის ნავთობიდან მიღებული შემოსავლები 100-ჯერ გაიზარდა. უზარმაზარი სიმდიდრე, რომელსაც ქვეყანა იღებს ნავთობისგან, მთავრობას საშუალებას აძლევს განახორციელოს გრანდიოზული სოციალურ-ეკონომიკური პროგრამები. ქვეყანაში არის თავისუფალი ეკონომიკური ზონები, რომლებიც პირველად დუბაის პორტის (ჯაბალ'ალი) ირგვლივ დაარსდა 80-იან წლებში. 90-იან წლებში საამიროები გადაიქცა ახლო აღმოსავლეთის მსხვილ საფინანსო ცენტრად. ქვეყანაში ფაქტობრივად არ არის ინფლაცია.

სოფლის მეურნეობაში დასაქმებულია 5%. სოფლის მეურნეობა აკმაყოფილებს კვების პროდუქტებზე ქვეყნის მოსახლეობის მოთხოვნის მხოლოდ მეოთხედს. თევზჭერიდან მიღებული შემოსავლები 4-ჯერ აღემატება სოფლის მეურნეობიდან მიღებულ შემოსავლებს. ექსპორტი: ნავთობი და ნავთობ-პროდუქტები, გაზი, ალუმინი. იმპორტი: მძიმე მანქანათმშენებლობის პროდუქცია და სატრანსპორტო აღჭურვილობა, სასოფლო-სამეურნეო ცხოველები.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ არაბთა გაერთიანებული საემიროების მშპ-ში 4.1% შედგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ კი-8.4%. მთლიანი განხორციელებული ინვესტიციების 6.5% ტურიზმის სექტორზე მოდის, ხოლო მთლიან ექპორტში მისი წილი 5.7%-ს შეადგენს.



წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით 2013 წელს არაბთა გაერთიანებული საემიროების საერთაშორისო ტურიზმზე 17.7 მილიარდი ამერიკული დოლარი დახარჯეს, რაც 17%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

გრაფიკი 3: არაბთა გაერთიანებული საემიროების გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)



წყარო: მსოფლიო ბანკი

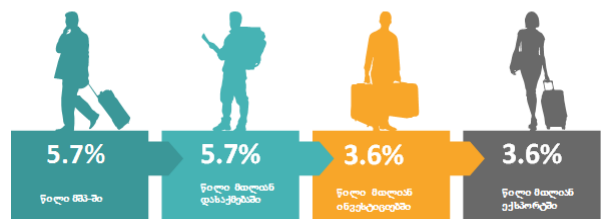
**ომანი**

ქვეყანა სამხრეთ-დასავლეთ აზიაში, არაბეთის ნახევარკუნძულის სამხრეთ-

აღმოსავლეთ ნაწილში, არაბეთის ზღვის სანაპიროზე მდებარეობს. მას ესაზღვრება საუდის არაბეთი, ემირატები და იემენი. მისი ფართობია 309,501 კვ. კილომეტრი.

ომანის ეკონომიკა შედარებით დივერსიფიცირებულია, თუმცა დამოკიდებულია ნავთობის ექსპორტზე. ტურიზმი არის ერთ-ერთი ყველაზე სწრაფად მზარდი ინდუსტრია ომანში. შემოსავლების სხვა წყაროები, ისეთები როგორც არის სოფლის მეურნეობა და მრეწველობა ქვეყნის ექსპორტის 1%-ზე ნაკლებს შეადგენს.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ ომანის მშპ-ში 2.6% შედგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ კი-5.7%. მთლიანი განხორციელებული ინვესტიციების 3.6% ტურიზმის სექტორზე მოდის, ხოლო მთლიან ექპორტში მისი წილი 3.6%-ს შეადგენს.



წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

ომანის გამყვანი ტურიზმის ბაზარი 2005-2007 წლებში სწრაფად იზრდებოდა და რეალურმა ზრდამ 29.5% შეადგინა. 2008 წლის შუა პერიოდში მსოფლიოში არსებულმა პოლიტიკურმა და ეკონომიკურმა კრიზისმა გავლენა იქონია ომანის გამყვანი ტურისტების რაოდენობაზე და ეს მაჩვენებელი 2007 წლიდან 2009 წლამდე 22%-მდე შემცირდა.

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით ომანიდან 2013 წელს 3,2 მილიონი ვიზიტი განხორციელდა, რაც 8%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

**გრაფიკი 4: ომანის გამყვანი ვიზიტების რაოდენობა წლების მიხედვით (მილიონი)**



წყარო: მსოფლიო ბანკი

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით 2013 წელს ომანის საერთაშორისო ტურიზმზე 2.4 მილიარდი ამერიკული დოლარი დახარჯეს, რაც 9%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

**გრაფიკი 5: ომანის გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)**



წყარო: მსოფლიო ბანკი

**ომანის შიდა მოგზაურები**

შიდა მოგზაურები შეგვიძლია გავაიგივოთ ხვალინდელ გამყვან მოგზაურებთან, ამიტომ აუცილებელია შიდა მოგზაურებზე ზოგადი ინფორმაციის მოპოვება.

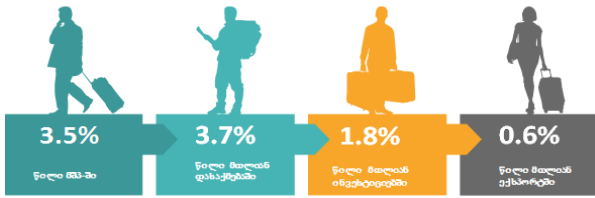
მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს შიდა ტურიზმზე დანახარჯების კონტრიბუციამ მშპ-ში 39.3% შეადგინა, ხოლო საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯებმა-60.7%. 2015 წლისთვის კი მოსალოდნელია შიდა ტურიზმის დანახარჯების ზრდა 8.9%-ით.

**ქუვეითი**

არაბული სახელმწიფო დასავლეთ აზიაში. მდებარეობს არაბეთის ნახევარკუნძულის ჩრდილო-აღმოსავლეთ კიდეში სპარსეთის ყურის ნაპირზე. მას აქვს საზღვრები ჩრდილოეთით-ერაყთან და სამხრეთით-საუდის არაბეთთან, ხოლო მისი მეზობელი სპარსეთის ყურის მოპირდაპირე მხარეს ირანია. იგი მცირე ზომის სახელმწიფოა ნავთობის დიდი მარაგებით. მისი ფართობია 17,820 კვ. კილომეტრი. ადმინისტრაციული დაყოფის მიხედვით იგი 5 გუბერნიისგან შედგება. ნავთობის საბადოების ათვისება 1930-იან წლებში დაიწყო და განვითარდა დამოუკიდებლობის გამოცხადების შემდეგ. მას შემდეგ ნავთობი ქუვეითის ეკონომიკის საფუძველია, რომელიც საექსპორტო შემოსავლების 90%-ს იძლევა.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ ქუვეითის მშპ-ში 1.5 % შეადგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ კი-3.5%. მთლიანი განხორციელებული ინვესტიციების 1.8% ტურიზმის სექტორზე მოდის, ხოლო მთლიან ექსპორტში მისი წილი 0.6%-ს შეადგენს.

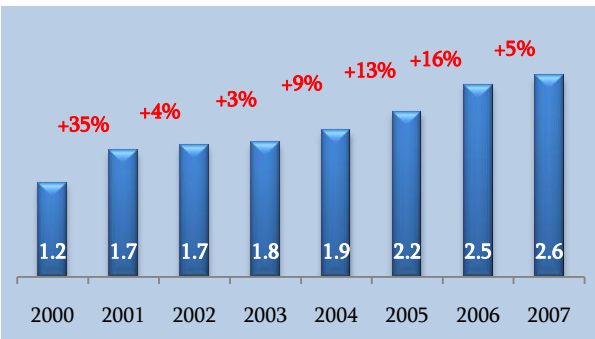




წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით ომანიდან 2007 წელს 2,6 მილიონი ვიზიტი განხორციელდა, რაც 5%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

გრაფიკი 6: ქუვეითის გამყვანი ვიზიტების რაოდენობა წლების მიხედვით (მილიონი)

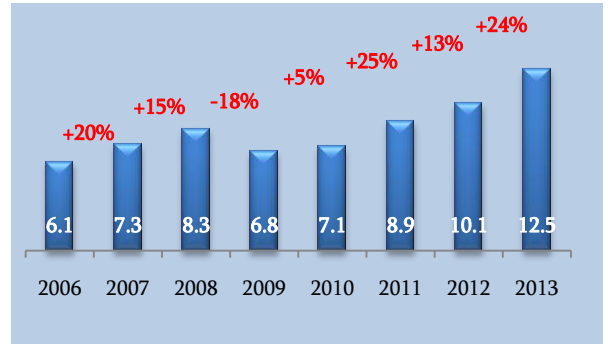


წყარო: მსოფლიო განვითარების მაჩვენებლები (WDI)

მსოფლიო ბანკის მონაცემებით 2013 წელს ქუვეითიდან საერთაშორისო ტურიზმზე 12.5 მილიარდი ამერიკული დოლარი დახარჯეს, რაც 24%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.



გრაფიკი 7: ქუვეითის გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)



წყარო: მსოფლიო განვითარების მაჩვენებლები (WDI) ქუვეითის შიდა მოგზაურობა

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2015 წელს ქუვეითის შიდა ტურიზმის დანახარჯებმა 4.7 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 9%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

გრაფიკი 8: ქუვეითის შიდა ტურიზმის დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)



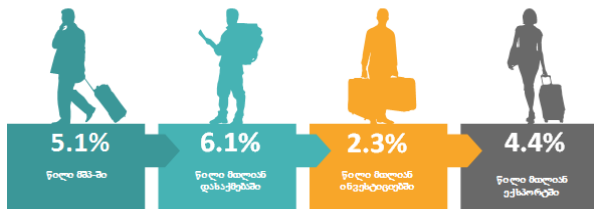
წყარო: მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

### კატარი

სახელმწიფო სამხრეთ-დასავლეთ აზიაში, მდებარეობს არაბეთის ნახევარკუნძულის ჩრდილო-აღმოსავლეთ ნაწილში კატარის ნახევარკუნძულზე. სამხრეთიდან ესაზღვრება საუდის არაბეთი, ხოლო ყველა დანარჩენი მხრიდან სპარსეთის ყურე. ჩრდილოეთ-დასავლეთით აქვს საზღვაო

საზღვარი ბაჰრეინთან, ხოლო სამხრეთ-აღმოსავლეთით – არაბეთის გაერთიანებულ საემიროებთან. მისი ფართობია 11, 586 კვ. კილომეტრი.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ კატარის მშპ-ში 2.0% შედგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ კი - 5.1%. მთლიანი განხორციელებული ინვესტიციების 2.3% ტურიზმის სექტორზე მოდის, ხოლო მთლიან ექპორტში მისი წილი 4.4%-ს შეადგენს.



წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემებით კატარის გამყვანი ტურიზმის დანახარჯებმა 2013 წელს 11.7 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 10%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

გრაფიკი 9: კატარის გამყვანი ტურიზმის მთლიანი დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)

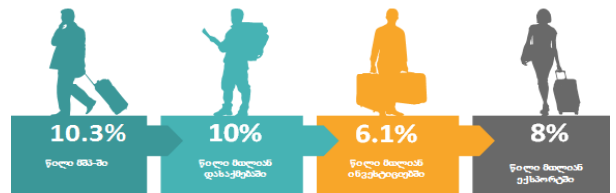


წყარო: UNWTO

## ბაჰრეინი

სამეფო სპარსეთის ყურის ამავე დასახელების არქიპელაგზე. მისი ფართობია 765 კვ. კილომეტრი. 2010 წლის მოსახლეობის აღწერის მონაცემებით ქვეყნის მოსახლეობა 1,234,571 შეადგენს.

მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ამ დარგის პირდაპირმა კონტრიბუციამ ბაჰრეინის მშპ-ში 4.2% შედგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ კი - 10.3%. მთლიანი განხორციელებული ინვესტიციების 6.1% ტურიზმის სექტორზე მოდის, ხოლო მთლიან ექპორტში მისი წილი 8%-ს შეადგენს.



წყარო: მოგზაურობის და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის მონაცემებით ბაჰრეინის გამყვანი ტურიზმის სამოგზაურო დანახარჯებმა 2014 წელს 0.72 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც 1%-ით მეტია წინა წელთან შედარებით.

გრაფიკი 10: ბაჰრეინის გამყვანი ტურიზმის სამოგზაურო დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიარდი აშშ დოლარი)



წყარო: UNWTO



**როგორია გალფის ქვეყნების დემოგრაფიული პროფილი?**

გალფის ქვეყნების მოსახლეობა ძალიან მრავალფეროვანია, რაც გამოწვეულია მრავალკულტურული და მრავალეთნიკური რეზიდენტების არსებობით. გალფის ქვეყნებში 100-ზე მეტი სხვადასხვა ეროვნების ადამიანი ცხოვრობს. არამოქალაქეები და ემიგრანტები სამ ძირითად კატეგორიაში ხვდებიან, ესენია: არაბები, აზიელები და დასავლეთის მკვიდრნი. არამოქალაქეები გალფის ქვეყნების მოსახლეობის ერთ მესამედზე მეტს წარმოადგენენ. არაბეთის გაერთიანებული სამეფოს ოფიციალური სახელმწიფო ენაა არაბული. არაბული ენის გარდა ინგლისური ენა ფართოდ გამოიყენება, როგორც მეორე ენა.

**ცხრილი 1: გალფის ქვეყნების დემოგრაფიული სტრუქტურა**

ქვეყანა	ადგილობრივი/ მკვიდრი	უცხოელი
ბაჰრეინი	48.0%	52.0%
ქუვეითი	30.8%	69.2%
ომანი	56.0%	44.0%
კატარი	14.3%	85.7%
საუდის არაბეთი	67.3%	32.7%
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	11.5%	88.5%
სულ	51.9%	48.1%

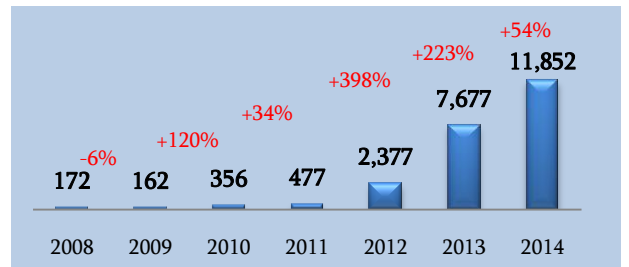
წყარო: აღნიშნული ქვეყნების სტატისტიკის ეროვნული სამსახური, 2015

მოსახლეობის ასეთი მრავალფეროვნება აისახება მათ სამოგზაურო ქვეყნებზეც. ტურისტული თვალსაზრისით თითოეული სეგმენტს განსაკუთრებული მოთხოვნები და საჭიროებები აქვს, თუმცა გალფის ქვეყნების მოქალაქეები განსაკუთრებით მომგებიან სეგმენტს წარმოადგენენ.

**ვიზიტორების სტატისტიკა გალფის ქვეყნებიდან საქართველოში (2014 წელი)**

2014 წლის მონაცემებით საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობით გალფის ქვეყნები 17-ე ადგილზეა. მთლიანმა რიცხვმა 11,852 შეადგინა, ზრდა წინა წელთან შედარებით 54%-ს შეადგენს. მომავალში მოსალოდნელია ზრდის ტენდენციის შენარჩუნება და 2025 წლამდე დამატებით 300,000-ზე მეტი ვიზიტორის შემოსვლა ქვეყანაში.

**გრაფიკი 11: საერთაშორისო შემოსვლები გალფის ქვეყნებიდან წლების მიხედვით**



წყარო: შსს-ს საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

გალფის ქვეყნების მოგზაურების უმრავლესობა საქართველოში შემოსასვლელად საჰაერო საზღვარს იყენებს 9,673 (+52%). დანარჩენ საზღვრის ტიპებზე მოგზაურების შედარებით ნაკლები რაოდენობა მოდის: სახმელეთო 2,150 (+74%), სარკინიგზო 27 (-52%) და საზღვაო 2.

**ცხრილი 2: საერთაშორისო შემოსვლები გალფის ქვეყნებიდან საზღვრის ტიპების მიხედვით**

ტიპი	2013	2014	ცვლილება %
საჰაერო	6,384	9,673	52%
სახმელეთო	1,237	2,150	74%
სარკინიგზო	56	27	-52%
საზღვაო	0	2	

წყარო: შსს-ს საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

2014 წლის მონაცემებით საერთაშორისო მოგზაურების ყველაზე დიდი რაოდენობა საუდის არაბეთიდან (+45%) დაფიქსირდა, შემდეგ მოდის ქუვეითი (+61%) და არაბთა გაერთიანებული საემიროები (+65%).

**ცხრილი 3: საერთაშორისო მოგზაურების რაოდენობა გალფის ქვეყნებიდან**

ქვეყანა	2014	ცვლილება %	წილი
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	2,216	+65%	905%
ბაჰრეინი	919	+85%	127%
კატარი	212	+39%	139%
ომანი	585	+47%	1331%
საუდის არაბეთი	5,485	+45%	77%
ქუვეითი	2,435	+61%	21%
სულ	11,852	+54%	227%

წყარო: შსს-ს საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

**გალფის ქვეყნებიდან განხორციელებული ფრენები საქართველოს მიმართულებით** საქართველოსა და გალფის ქვეყნებს შორის სამი ავიაკომპანია: Fly Dubai, Qatar Airways და Air Arabia ახორციელებს რეისებს.

**ცხრილი 4: ფრენები, სიხშირე და დატვირთვის მაჩვენებელი**

ავიაკომპანია	მიმართულება	ფრენების სიხშირე კვირის განმავლობაში	დატვირთვის კოეფიციენტი
Fly Dubai	თბილისი-დუბაი	9	65%
Qatar Airways	თბილისი-დოჰა	7	56%
Air Arabia	თბილისი-შარჯა	7	63%

წყარო: საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო

2014 წელს საქართველოს აეროპორტში გალფის ქვეყნებიდან 611 რეისი



განხორციელდა, ხოლო მიღებულ მოგზავრთა რაოდენობამ კი 49,080 შედგინა

**ცხრილი 5: გალფის ქვეყნებიდან განხორციელებული რეისების და მოგზავრების რაოდენობა (2014წ.)**

ავია-კომპანია	თბილისის საერთაშორისო აეროპორტი	
	რეისების რაოდენობა	მოგზავრთა რაოდენობა
Fly Dubai	251	25,235
Qatar Airways	20	797
Air Arabia	340	23,048

წყარო: საქართველოს სამოქალაქო ავიაციის სააგენტო

## გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურიზმის სამომხმარებლო ქვეყები

### რომელი დესტინაციებია მათთვის სასურველი?

დესტინაციის არჩევა მრავალ ფაქტორზეა დამოკიდებული, ესენია: დესტინაციის იმიჯი და საერთო გარემო სიტუაცია, კარგი ტურისტული ობიექტები, ქვეყნის კულტურა, მრავალფეროვანი შოპინგის შესაძლებლობა, კლიმატური პირობები, ახალი აღმოჩენების შესაძლებლობა, სავიზო პროცედურები, გართობის შესაძლებლობა მთელი ოჯახისთვის და ხარისხი განთავსების საშუალებებში.

გალფის ქვეყნებისთვის პოპულარულ დესტინაციებში შუა აღმოსავლეთის რეგიონის გარდა არის ევროპა, აზია და აზია-წყნარი ოკეანეთის რეგიონი (UNWTO, 2012), რამაც ბოლო პერიოდში გალფის ქვეყნებიდან გამყვანი ვიზიტების ნაკადების ზრდა გამოიწვია.

ევროპა ლიდერობს მონახულებული დესტინაციების მიხედვით და მასზე გალფის ქვეყნების ტურისტების 49% (2010 წ.) მოდის. გაერთიანებული სამეფო, გერმანია, შვეიცარია და იტალია-ევროპის ის ქვეყნებია, რომლებიც მათთვის ყოველთვის სასურველ დესტინაციებს წარმოადგენს. ასევე ავსტრიაც ცდილობს პოზიციების გამყარებას.

აზია და წყნარი ოკეანის ქვეყნებმა არსებითად გააუმჯობესეს თავიანთი პოზიციები 1990 წლიდან ( წილი 12%) 2010 წლამდე (წილი 19%). შორეულ აღმოსავლეთში ტაილანდი და მალაიზია გალფის ქვეყნების ტურისტების სასურველ 10 დესტინაციაში ხვდება. ასევე უფრო პოპულარული ხდება ავსტრალია და ინდოეთის ოკეანის კუნძულები, ისეთი როგორც: მალდივები, სეიშელი და მავრიკი. მათი შერჩევა ხდება მოკლე ვიზიტებისთვის.

2012 წელს World Travel Monitor-მა საუდის არაბეთში, არაბთა გაერთიანებულ სამეფოებში და ქუვეითში ჩაატარა კვლევა. კვლევამ აჩვენა, რომ ამ ქვეყნებიდან გამყვანი ტურისტული ნაკადების 15% ევროპაში მიდის სამოგზაუროდ, 12% აფრიკაში, 1% ამერიკაში და 1% ავსტრალიაში.

**ცხრილი 6: გალფის ქვეყნების მოგზაურების მიერ მონახულებული პოპულარული დესტინაციები:**

გალფის ქვეყნები	ევროპა	სხვა დანარჩენი მსოფლიო
საუდის არაბეთი	შვეიცარია საფრანგეთი ინგლისი თურქეთი	მალაიზია ინდონეზია სინგაპური მოროკო
ბაჰრეინი	ინგლისი გერმანია საფრანგეთი	ამერიკა ინდოეთი მალაიზია
არაბ. გაერ. საემ.	ინგლისი საფრანგეთი გერმანია იტალია	ტაილანდი სინგაპური მალაიზია
ქუვეითი	ინგლისი შვეიცარია საფრანგეთი გერმანია თურქეთი	ამერიკა მალაიზია ტაილანდი
კატარი	ინგლისი საფრანგეთი შვეიცარია გერმანია	ამერიკა მალაიზია ტაილანდი
ომანი	ინგლისი გერმანია საფრანგეთი	ინდოეთი მალაიზია

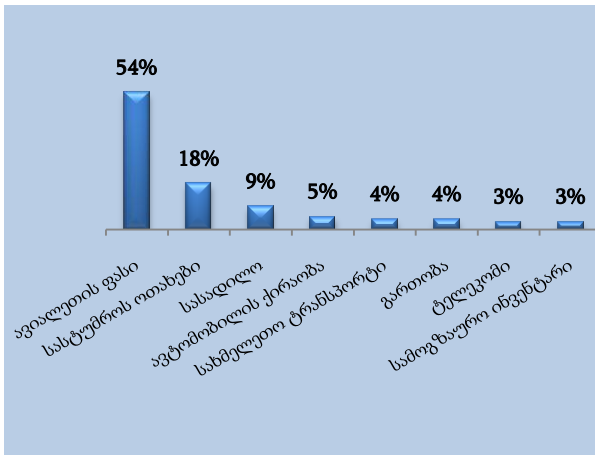
აღსანიშნავია, რომ გალფის ქვეყნებიდან ტურისტები განმეორებით სტუმრობენ იმ ქვეყნებს, სადაც ტურისტებისთვის მეგობრული გარემოა.

**როგორია გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურიზმის დანახარჯები?**

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის 2014 წლის მონაცემებით საუდის არაბეთი გამყვანი ტურიზმის დანახარჯების მიხედვით მე-11 ადგილზეა, არაბთა გაერთიანებული სამეფოები 21-ე, ხოლო ქუვეითი კი- 27-ე ადგილზე. დანარჩენი გალფის ქვეყნები შედარებით დაბალ პოზიციებზე არიან მსოფლიოში. გალფის ქვეყნებიდან მოგზაურების დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი (54%) ავიაბილეთებზე მოდის.



გრაფიკი 12: გალფის ქვეყნების სამოგზაურო დანახარჯები კატეგორიების მიხედვით:



წყარო: Malhorta (2012)

გალფის ქვეყნების ტურისტების ძირითად საქმიანობას საზღვარგარეთ მოგზაურობის დროს შოპინგი წარმოადგენს. კოსმეტიკა, ქალის თეთრეული, ქსოვილები და ფეხსაცმელი ის პროდუქტებია, რომლებსაც ყველაზე ხშირად ყიდულობამ ქვეყნის წარმომადგენლები. ასევე ყიდულობენ სამკაულებს და უპირატესობას ოქროს და ვერცხლს ანიჭებენ.

სოციალურ-ეკონომიკური, კულტურული და რელიგიური ფაქტორები განაპირობებს იმ ფაქტს, რომ მათ ფუფუნების საგნების მოხმარება უყვართ. რამდენიმე წელია, რაც განვითარებადმა გალფის ქვეყნების ეკონომიკამ სწრაფი ზრდა აჩვენა და საუკეთესო ახალბედა საშუალო კლასის წარმომადგენლის პოზიცია დაიკავა. ამან განაპირობა ის, რომ ისინი თავიანთი ეკონომიკური სიძლიერის და სოციალური სტატუსის საჩვენებლად ფუფუნების საგნებს მოიხმარენ. მაგალითად, ცნობილი დასავლური ძვირადღირებული ბრენდების აქსესუარების ყიდვა მათი თვითგამოხატვის საშუალებად იქცა.

ბევრი ქვეყანა ცდილობს მოიზიდოს ეს მომგებიანი ბაზარი, მათ შორის ძვირადღირებული ბრენდები.

World Factbook თანახმად, გალფის ქვეყნების რეგიონთაშორისო მოგზაურობაზე საშუალო დანახარჯი 4,980 ამერიკულ დოლარს შეადგენს, ხოლო საერთაშორისო მოგზაურობაზე კი 9,920 ამერიკულ დოლარს.

ცხრილი 7: მოგზაურობის საშუალო დანახარჯი რეგიონთაშორის და საერთაშორისო დონეზე:

	საშუალო დანახარჯი რეგიონთაშორის დონეზე	საშუალო დანახარჯი საერთაშორისო დონეზე
საუდის არაბეთი	5,650\$	11,550\$
ბაჰრეინი	6,900\$	12,205\$
არაბ. გაერ. საემ.	5,000\$	10,400\$
ქუვეითი	4,265\$	9,590\$
ომანი	4,415\$	9,090\$
კატარი	3,650\$	6,690\$

წყარო: World Factbook



## როგორია გალფის ქვეყნების მოგზაურების პროფილი?

შუა აღმოსავლეთის რეგიონიდან დასვენების მიზნით მოგზაური საერთაშორისო მოგზაურების უმეტესობა მამრობითი სქესის წარმომადგენელია. მოგზაურების ნახევარზე მეტი 18-34 ასაკობრივ კატეგორიას ეკუთვნის. მოგზაურების თითქმის 2/3-ს აქვს უმაღლესი განათლება, თანაბარი რაოდენობით არიან დასაქმებულები.

გალფის ქვეყნებიდან დასვენების მიზნით საერთაშორისო მოგზაურების 60% ამ ქვეყნების მოქალაქეები არიან, 40% კი-ემიგრანტი. ოჯახის წევრების რაოდენობა განსხვავდება ადგილობრივების და უცხო ქვეყნის მოქალაქეების მიხედვით. ადგილობრივი მოსახლეობის 3/4 მიეკუთვნება დიდ ოჯახებს, რომელიც ხუთი ან მეტი წევრისგან შედგება. 2/3-ზე მეტი უცხო ქვეყნის მოქალაქეების ოჯახების მიეკუთვნება ოჯახებს, რომელთა წევრების მაქსიმალური რაოდენობა ოთხია.

ძირითადად გალფის ქვეყნებიდან ინდივიდუალური მოგზაურების ტიპი გამოირჩევა. ასევე აღსანიშნავია დამოუკიდებელი და საშუალო შემოსავლის მქონე მოგზაურების ტიპები, რომელთა კომბინაციით შეიძლება მივიღოთ ისეთი სეგმენტები, როგორც არის ბიზნესის მიზნით მოგზაურები, ოჯახთან ერთად მოგზაურები და სეზონური მოგზაურები.

გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტების უმრავლესობა მოგზაურობს თავის ოჯახთან ერთად. ზოგიერთ შემთხვევაში ისინი მოგზაურობენ შვილის აღმზრდელებთან, მდივნებთან, მზარეულებთან და მძღოლებთან ერთად.

ტურისტული ჯგუფების უმრავლესობა 4-დან 12-მდე წევრისგან შედგება. საუდის არაბეთის ტურისტული სააგენტოები აღნიშნავენ, რომ საუდის არაბეთიდან მოგზაურები დიდ ოჯახურ ჯგუფებად (8-12 ადამიანი) ზაფხულის პერიოდში მოგზაურობენ, ხოლო შედარებით პატარა ჯგუფებად (3-5 ადამიანი) სხვა დანარჩენ პერიოდში. მოგზაურობის გადაწყვეტილების მიღებაზე არაბთა გაერთიანებულ საემიროებში და ბაჰრეინში გამორჩეული ეფექტი აქვს ცოლს/ბავშვს, კატარში, ომანში და საუდის არაბეთში-ქმარს, ქუვეითში-ცოლს. ისეთი მიმართულებებისკენ, როგორც არის სათხილამურო და დისნეილენდი, მოგზაურობის გადაწყვეტილების მთავარი მოტივი ბავშვია.



მაღალი კლასის ოჯახების წარმომადგენლების სეგმენტი ძირითადად დასვენებისთვის ზაფხულის ცხელ პერიოდს (ივნისი-სექტემბერი) იყენებს და ცივ მიმართულებებს ირჩევს. ეს კატეგორია ძირითადად სასკოლო არდადაგებს ირჩევს საოჯახო მოგზაურობისთვის. აქედან გამომდინარე, მოგზაურობა იგეგმება ბავშვის საზაფხულო ან ზამთრის არდადაგების დროს.

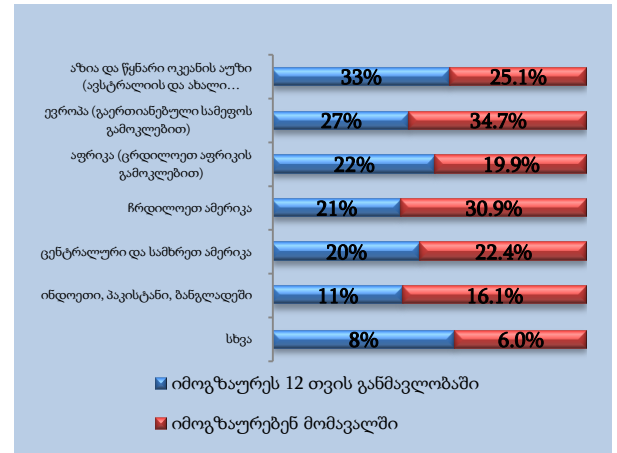
## რა ძირითადი მიზნები აქვთ გალფის ქვეყნების გამყვან ტურისტებს?

კვლევის <sup>2</sup> თანახმად გამყვანი ვიზიტების 82% გალფის ქვეყნებიდან ხორციელდება დასვენების მიზნით და 18% წარმოადგენს ბიზნეს ვიზიტებს. დასვენების მიზნით მოგზაურობა დომინირებს ოჯახთან ერთად მოგზაურებს შორის. დასვენების მიზნით მოგზაურები შეიძლება დაიყოს 5 კატეგორიად (UNWTO 2012):

- საოჯახო სეგმენტი (ახალგაზრდა ოჯახი პატარა ბავშვით ან უფრო ხანდაზმული ოჯახები);
- მეგობრების და ნათესავების მონახულება (აღნიშნული სეგმენტი მოიცავს გამყვანი ვიზიტების 35%-ს);
- წყვილები (ახალგაზრდა ან უფრო ხანდაზმული წყვილები);
- თაფლობის თვის გატარება;
- ახალგაზრდები (მარტო ან მეგობრებთან ერთად მოგზაურები).

ბიზნესის მიზნით მოგზაურობა ჩამოყალიბდა, როგორც გამყვანი ტურიზმის მეორე მთავარი მოტივაცია. Statista-ს მიერ 2014 წელს განხორციელებულმა კვლევამ აჩვენა, რომ ბიზნესის მიზნით მოგზაურების 26.9%-მა იმოგზაურა ევროპაში (გაერთიანებული სამეფოს გამოკლებით) და 21.3%-მა ჩრდილოეთ ამერიკაში. მომავალში მოსალოდნელია ამ წილის გაზრდა.

## გრაფიკი 13: გალფის ქვეყნებიდან ბიზნესის მიზნით მოგზაურების მიერ მონახულებული რეგიონები:



წყარო: statista.com (2014)

## როგორი ტიპის განთავსების საშუალებებში ათევენ ღამეს გალფის ქვეყნებიდან ტურისტები და როგორია მათი საშუალო გაჩერების ხანგრძლივობა?

გალფის ქვეყნებიდან მოგზაურები ოჯახის ზომის, კულტურული საჭიროებების, ხანგრძლივი პერიოდით დარჩენის და ცხოვრების სტილის გათვალისწინებით უპირატესობას ანიჭებენ აპარტამენტებს (სრული მომსახურებით). ასეთი ტიპის აპარტამენტებს უპირატესობას ყველაზე მეტად საუდის არაბეთის გამყვანი ტურისტები ანიჭებენ, შემდეგ მოდის ქუვეითი, ომანი, ბაჰრეინი, არაბთა გაერთიანებული საემიროები და ბოლოს კატარი.



<sup>2</sup> Tourism Ireland (2014)



World Travel Monitor-ის მონაცემებით საუდის არაბეთიდან, არაბთა გაერთიანებული საემიროებიდან და ქუვეითიდან მოგზაურების 42% რჩება სასტუმროში. ღამეების 33%-ს ატარებენ მაღალი კლასის სასტუმროში, 6%-ს საშუალო კლასის სასტუმროში და 3%-ს დაბალბიუჯეტური სასტუმროში. მნიშვნელოვანი წილი (33%) კი საკუთარ და უფასო განთავსების საშუალებებში ათევს ღამეს.

ზოგადად, მოგზაურები საუდის არაბეთიდან, არაბთა გაერთიანებული საემიროებიდან და ქუვეითიდან საშუალოდ 13 ღამეს რჩებიან მოგზარობისას. ხანმოკლე მოგზაურობა (1-3 ღამე) შეადგენს გამყვანი ვიზიტების 23%-ს, ხოლო 4 დღეზე მეტი პერიოდით მოგზაურობა 77%-ს (DTZ 2014).

ტურისტები გალფის ქვეყნებიდან ძირითადად მოგზაურობენ ივლისსა და აგვისტოში (გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობა მერყეობს 2 დან 42 დღემდე).

ზოგადად, მოგზაურობის მახასიათებლებზე გავლენას ახდენს რამადანის დრო თითოეულ წელს. აღნიშნულს გავლენა აქვს გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობაზეც.

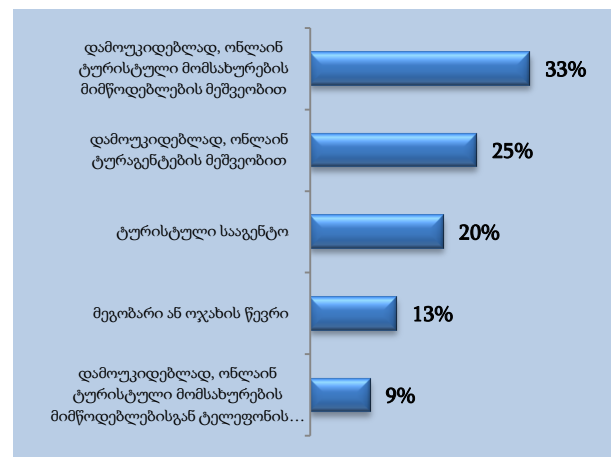
**როგორ ახდენენ დაჯავშნას გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტები?**

ისევე, როგორც სხვა ქვეყნების შემთხვევაში, გალფის ქვეყნებშიც არსებობს, მოგზაურობის ბოლო მომენტში დაგეგმვისა და დაჯავშნის ტენდენცია. ბევრი მოგზაურობას გეგმავს გამგზავრებამდე ორ კვირაზე ნაკლებ დროში (UNWTO, 2012). აღნიშნული ტენდენცია ძირითადად შეინიშნება საშუალო შემოსავლიან შინამეურნეობებსა და ახალგაზრდა მოგზაურებს შორის, რომლებიც

გამორჩევიან ონლაინ შესყიდვებისადმი მიდრეკილებით. ფუფუნების მოყვარული მოგზაურები კი სულ მცირე 4 კვირით ადრე ახორციელებენ დაჯავშნას (UNWTO, 2012).

მიუხედავად იმისა, რომ მომხმარებელთა უმრავლესობა ჯერ კიდევ ამჯობინებს დაჯავშნისთვის ტურისტული აგენტების მომსახურების გამოყენებას ((UNWTO, 2012) (Visit Britain, 2010)), უფრო ახალი კვლევები აჩვენებს ონლაინ დაჯავშნების ზრდას.

**გრაფიკი 14: დაჯავშნის რა გზებს იყენებენ გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტები**



წყარო: ადაპტირებულია (Frost & Sullivan and Insights Middle East, 2014)

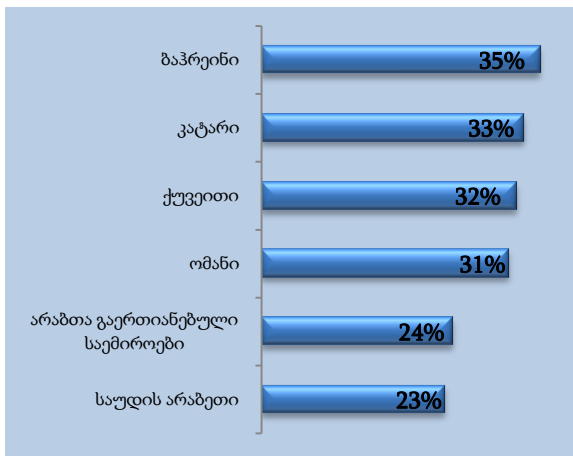
**რა ინფორმაციის წყაროებს იყენებენ გალფის ქვეყნების გამყვანი ტურისტები?**

კვლევის თანახმად, მოგზაურების 70.6% ენდობა მეგობრების და ოჯახის წევრების სიტყვიერ რჩევებს. სანამ ახალ დესტინაციას აირჩევენ გალფის ქვეყნების მოგზაურები რჩევებს ეკითხებიან მეგობრებსა და ოჯახის წევრებს, რადგან კომფორტულად გრძნობენ თავს, როცა იციან აღნიშნული ქვეყნის შესახებ იმ ადამიანებისგან ვისაც უფრო კარგად იცნობენ (Visit Britain 2010). თუმცა, ბოლო პერიოდში ინტერნეტის, როგორც ინფორმაციის სანდო წყაროს, გამოყენება გაიზარდა. მოგზაურობასთან და

დესტინაციებთან დაკავშირებული ინფორმაციის მოძიება ხდება სოციალური ქსელების, ვებ-გვერდების, ონლაინ სამოგზაურო ფორუმების და სამოგზაურო ინფორმაციისა და მიმოხილვების საშუალებით (UNWTO 2012).

ინტერნეტ მომხმარებლების რაოდენობა საუდის არაბეთში 2013 წელს 16.44 მილიონს შეადგენდა და მოსალოდნელია, რომ 2017 წელს მათი რაოდენობა 23.21 მილიონს მიაღწევს (GULF News 2014). DTZ - ის მიხედვით ინტერნეტი თამაშობს მნიშვნელოვან როლს მოგზაურობის ორგანიზებისას. გამყავნი ვიზიტების 82%-ის ორგანიზება ხდება ონლაინ. უფრო ახალმა კვლევებმა აჩვენა, რომ სმარტფონის მოხმარება გალფის ქვეყნებში ერთ-ერთი ყველაზე მაღალია მსოფლიოში. (საუდის არაბეთსა და არაბთა გაერთიანებულ საემიროებში სმარტფონის გამოყენება 60% და 61%-ს შეადგენს შესაბამისად).

**გრაფიკი 15: სმარტფონების გამოყენება მოგზაურობასთან დაკავშირებული მიზნებისთვის:**



წყარო: Frost & Sullivan and Insights Middle East, 2014

ახალგაზრდები გამყვანი მოგზაურობის ბაზრების წამყვან მამოძრავებენ ძალას წარმოადგენენ. მნიშვნელოვანია იმის გათვალისწინება, რომ ეს „ციფრული

ადამიანები“ სულ უფრო მეტად მიმართავენ მობილურ ტექნოლოგიებსა და სოციალურ მედიას მოგზაურობის დაგეგმვის, დაჯავშნისა და ორგანიზებისთვის (Travel Daily News, 2014).



**რეკომენდაციები გალფის ქვეყნების მოგზაურების მოსაზიდად**

აღნიშნული რეგიონი საქართველოსთვის პერსპექტიულ ბაზარს წარმოადგენს.

- აუცილებელია იმის ცოდნა თუ გალფის რომელი ქვეყნების მოგზაურები გამოირჩევიან მაღალი დანახარჯებით. 2013 წელს დანახარჯებმა გამყვან ტურიზმზე საუდის არაბეთისთვის-18.6 მილიარდი აშშ დოლარი, არაბთა გაერთიანებული საემიროებისთვის-17.7 მილიარდი აშშ დოლარი, ქუვეითისთვის-12.5 მილიარდი აშშ დოლარი, კატარისთვის-11.7 მილიარდი აშშ დოლარი, ომანისთვის-2.4 მილიარდი აშშ დოლარი, ხოლო ბაჰრეინისთვის 0.72 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა;

- აღნიშნული ქვეყნებისთვის დამახასიათებელია მოგზაურობისას ხანგრძლივი პერიოდით დარჩენა. ზოგადად, მოგზაურები საუდის არაბეთიდან, არაბთა გაერთიანებული საემიროებიდან და ქუვეითიდან საშუალოდ 13 დამეს რჩებიან მოგზაურობისას. ხანმოკლე მოგზაურობა (1-3 დამე) შეადგენს გამყვანი ვიზიტების 23%-ს, ხოლო 4 დღეზე მეტი პერიოდით მოგზაურობა 77%-ს (DTZ 2014). აუცილებელია ამის გათვალისწინება და მრავალფეროვანი და ხანგრძლივი ტურების შეთავაზება მათთვის;

- საქართველოს შეუძლია ზაფხულის სეზონზე აქცენტი გააკეთოს საოჯახო ტურიზმზე. საუდის არაბეთის ტურისტული სააგენტოები აღნიშნავენ, რომ საუდის არაბეთიდან მოგზაურები დიდ ოჯახურ ჯგუფებად (8-12 ადამიანი) ზაფხულის პერიოდში მოგზაურობენ, ხოლო შედარებით პატარა ჯგუფებად (3-5 ადამიანი) სხვა დანარჩენ პერიოდში;

- გალფის ქვეყნების მოგზაურებისთვის ინფორმაციის ძირითად წყაროს სიტყვიერი რჩევები წარმოადგენს, თუმცა თანდათანობით იზრდება ინტერნეტის როლი. შესაბამისად საქართველოს შეუძლია აქცენტი ონლაინ მარკეტინგულ კამპანიებზე გააკეთოს;

- ირლანდიის მიერ ჩატარებული რაოდენობრივი კვლევის თანახმად გამყვანი ვიზიტების 82% გალფის ქვეყნებიდან ხორციელდება დასვენების მიზნით, ხოლო 18% წარმოადგენს ბიზნესის მიზნით განხორციელებულ ვიზიტებს. ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციაში იქმნება ახალი სამმართველო სახელწოდებით საერთაშორისო კონფერენციების და კონვენციების სამმართველო, რომელიც პასუხისმგებელი იქნება MICE ტურიზმის ხელშეწყობასა და განვითარებაზე. საქართველოს პოტენციალის წარმოჩენის მიზნით კი უნდა განხორციელდეს მარკეტინგული კამპანიები, რის შედეგადაც შესაძლებელი იქნება ბიზნესის მიზნით მოგზაური გალფის ქვეყნის მოქალაქეების მოზიდვა.

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

*ტელ: +995 322 43 69 99 (30)*

*ელ. ფოსტა: [infostatistics@gnta.ge](mailto:infostatistics@gnta.ge)*

**გამოყენებული ლიტერატურა:**

*The World Bank-Data 2014*

*World Tourism Organization (UNWTO)*

*The Gulf Cooperation Council (GCC) Source Market Report 2014*

*The Economic Impact of Travel & Tourism 2015*