



## შესავალი

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

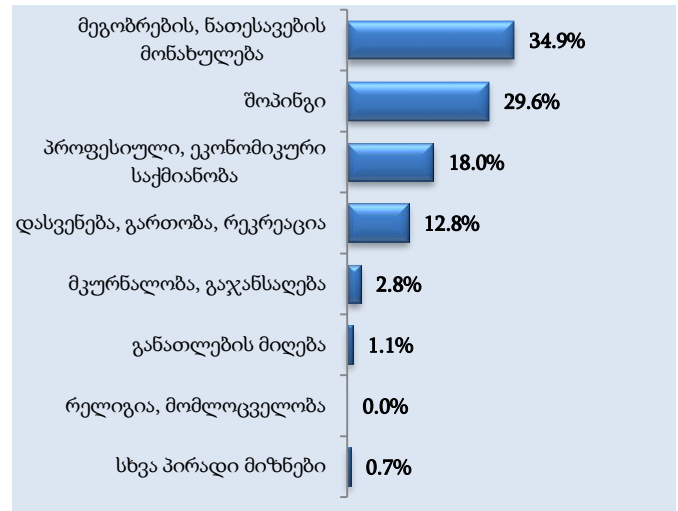
## საერთაშორისო ტურიზმის მნიშვნელობა

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

## როგორია გამყვანი ვიზიტების ძირითადი მიზნები?

გამყვანი ვიზიტების უმრავლესობა (34.9%) მეგობრების / ნათესავების მონახულების მიზნით განხორციელდა. ხშირად დაფიქსირებულ მიზნებს შორის არის შოპინგი (29.6%), პროფესიული, ეკონომიკური საქმიანობა (18%), დასვენება, გართობა, რეკრეაცია (12.8%), მკურნალობა (2.8%) და განათლების მიღება (1.1%). ვიზიტების მხოლოდ 0.7%-ის შემთხვევაში დასახელდა ვიზიტის სხვა მიზანი (გრაფიკი 1).

## გრაფიკი 1: ვიზიტის მთავარი მიზანი



## რა არის საქართველოდან პირველადი ვიზიტების წილი?

გამყვანი ვიზიტების 95% განმეორებით ვიზიტს წარმოადგენდა საქართველოს ფარგლებს გარეთ, ხოლო 5% კი პირველადს. შესაბამისად 2019 წლის III კვარტალში საქართველოდან 35,274 პირველადი გამყვანი ვიზიტი განხორციელდა.

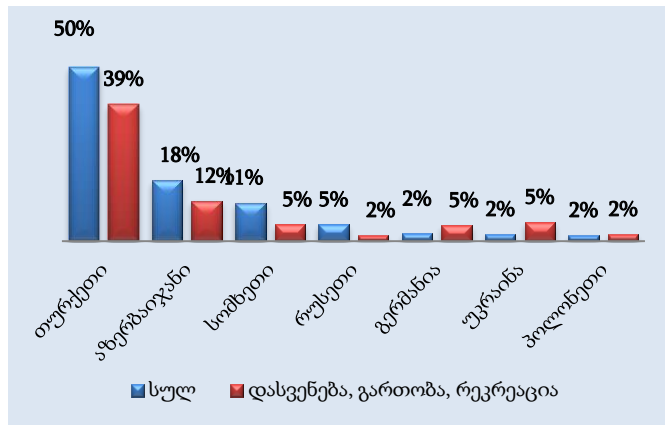
## რომელ ქვეყნებს სტუმრობენ გამყვანი ვიზიტორები?

გამყავი ვიზიტების 50.1% თურქეთში განხორციელდა, მას მოჰყვება აზერბაიჯანი 17.5%-ით. დანარჩენ ქვეყნებში შედარებით ნაკლები ვიზიტები დაფიქსირდა, მათ შორის: სომხეთში (11%), რუსეთში (4.7%), გერმანიაში (2.1%), უკრაინასა (1.9%) და პოლონეთში (1.6%) (გრაფიკი 2).

<sup>1</sup> Economic Impact of Travel and Tourism 2019, Annual Update, WTTC



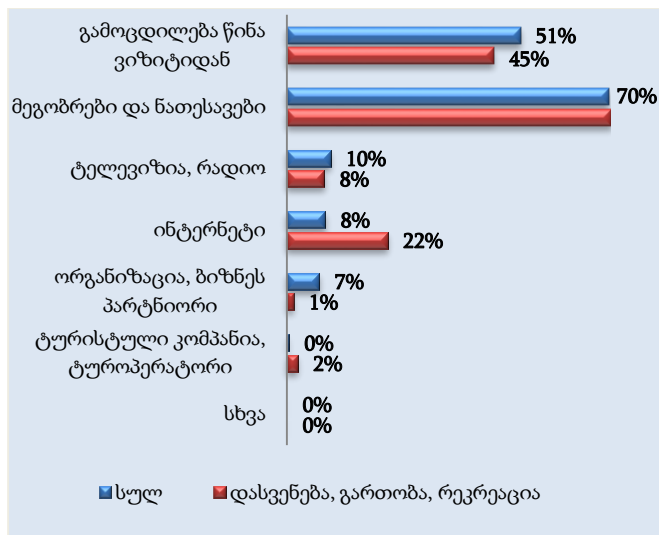
### გრაფიკი 2: ყველაზე ხშირად მონახულებული ქვეყნები



### რომელი ინფორმაციის წყაროებით სარგებლობენ გამყვანი ვიზიტორები?

ვიზიტის განხორციელებამდე ვიზიტორებმა სხვადასხვა ინფორმაციის წყარო გამოიყენეს. ვიზიტების 70%-ის შემთხვევაში მათ ინფორმაცია მეგობრებისგან/ახლობლებისგან მოიძიეს, ვიზიტების 50.8%-ისთვის ინფორმაციის წყაროს წინა ვიზიტი წარმოადგენდა, ხოლო 9.5%-მა ამისათვის ტელევიზია / რადიო გამოიყენა. ვიზიტორების დიდი ნაწილი, რომლებიც პირველად იმყოფებოდა ქვეყანაში, ინფორმაციის მოსაძიებლად მეგობრებს და ნათესავებს დაეკითხა (90.2%), 7.8%-მა ინფორმაცია ბიზნეს პარტნიორისგან მოიძია (გრაფიკი 3).

### გრაფიკი 3: ინფორმაციის წყარო



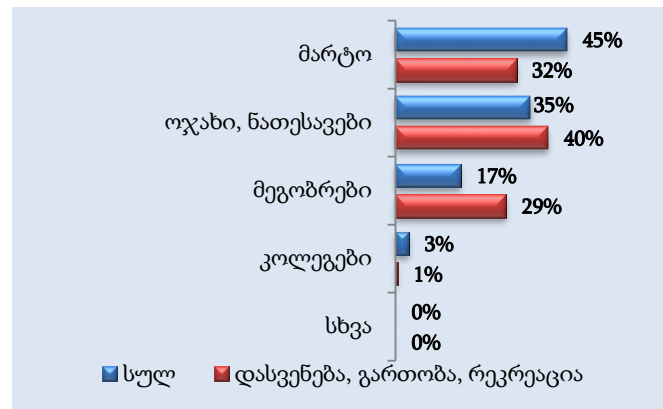
### როგორია გამყვანი ვიზიტორების დემოგრაფიული პროფილი?

გამყვანი ვიზიტორების უმრავლესობა მამრობითი სქესის წარმომადგენელი იყო (მამრობითი – 53%; მდედრობითი – 47%).

### ვისთან ერთად ხორციელდება გამყვანი ვიზიტები?

გამყვანი ვიზიტების 44.6% მარტო ხორციელდებოდა, ხოლო დანარჩენები ვიზიტების დროს ვიზიტორებს სულ მცირე ერთი კომპანიონი ჰყავდათ, რომელიც ხშირ შემთხვევაში ოჯახის წევრი ან ნათესავი იყო (35.1%). ვიზიტების 17%-ისთვის კი ვიზიტორის თანხმლები პირი მეგობარი იყო (გრაფიკი 4).

### გრაფიკი 4: ვიზიტისას თანხმლები პირი



მამაკაცები უფრო ხშირად მგზავრობდნენ მარტო (54.3%) ვიდრე მდედრობითი სქესის წარმომადგენლები (31.3%). ვიზიტების დიდი ნაწილი (47.6%) ქალების მიერ მეგობრებთან ან ნათესავებთან ერთად ხორციელდება, ანალოგიური მაჩვენებელი მამაკაცების შემთხვევაში 26%-ს შეადგენს.

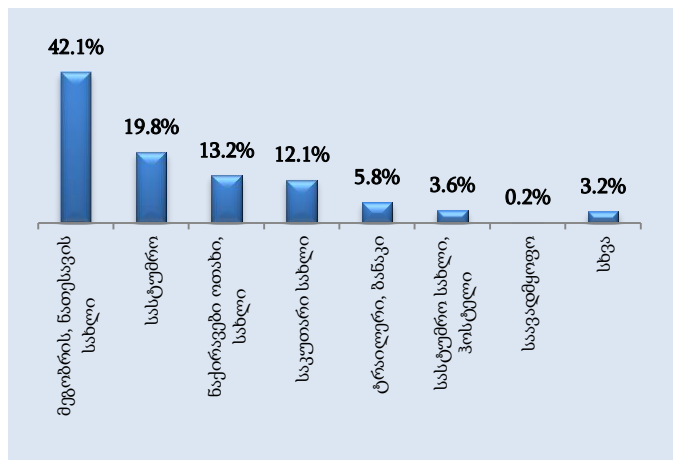
### რა ხანგრძლივობით მოგზაურობენ და რომელი განთავსების საშუალებებში ათევენ ღამეს გამყვანი ვიზიტორები?

გამყვანი ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა 4.5 ღამეს შეადგენდა.



2019 წლის III კვარტალში საქართველოდან გამყვანი ვიზიტორების ჯამური ღამისთევების რაოდენობა 3,127,590-ს შეადგენდა. მათ შორის, ყველაზე მეტი ღამისთევა (42.1%) მეგობრის/ნათესავის სახლში განხორციელდა, დაახლოებით 19.8% კი სასტუმროში. სხვა ტიპის განთავსების საშუალებები ვიზიტორებს შორის ნაკლებად პოპულარულია (ღამისთევების 13.2% ნაქირავებ ბინაში, ხოლო 12.1% კი საკუთარ სახლში განხორციელდა) (გრაფიკი 5).

გრაფიკი 5: განთავსების საშუალებები



საშუალო ღამისთევების რაოდენობა ყველაზე დიდი ნაქირავებ ბინაში იყო (19.8 ღამე), შემდეგ მოდის კემპინგი (17.1 ღამე), საოჯახო სასტუმრო (8 ღამე), საკუთარი სახლი (6.8 ღამე), მეგობრის/ნათესავის სახლი (6 ღამე), სასტუმრო (5.5 ღამე), საავადმყოფო (1.7 ღამე), და სხვა დაწესებულება (6.9 ღამე).

**რამდენს შეადგენს გამყვანი ვიზიტორების განხორციელებული დანახარჯები?**

გამყვანი ვიზიტორების მიერ განხორციელებული დანახარჯების ჯამურმა მაჩვენებელმა 600 მილიონ ლარს შეადგენს, ხოლო ერთი ვიზიტისას გაწეულმა საშუალო დანახარჯმა 858 ლარი შეადგინა.

დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი საკვებზე და სასმელზე (მთლიანი ხარჯები 34.8%) და შოპინგზე (30.7%) დაფიქსირდა. ასევე მნიშვნელოვანი წილით იყო წარმოდგენილი განთავსების საშუალებებზე დანახარჯები (16.6%), ხოლო რეკრეაცია, კულტურულ და სპორტულ აქტივობებზე ვიზიტორებმა მთლიანი დანახარჯების 8.1% გასწიეს. დანახარჯების დეტალური ჩაშლა ქვემოთ არის მოცემული (ცხრილი 1).

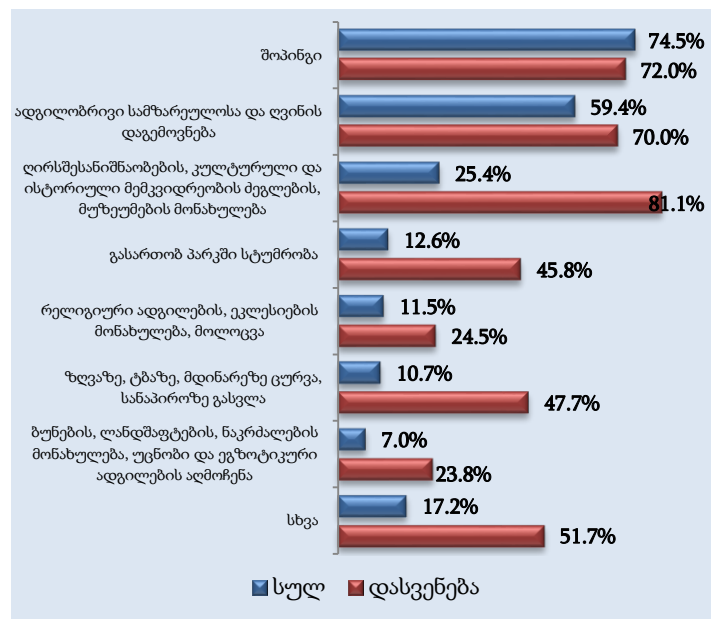
**ცხრილი 1: დანახარჯების სტრუქტურა**

დანახარჯების კომპონენტები	მთლიანი დანახარჯი (ათასი ლარი)	წილი %
საკვები და სასმელი	208,725	34.8%
შოპინგი	184,161	30.7%
განთავსების საშუალებები რეკრეაცია, კულტურული და სპორტული აქტივობები	99,432	16.6%
ადგილობრივი ტრანსპორტი	48,817	8.1%
სხვა დანახარჯები	30,688	5.1%
	28,050	4.7%

**რომელია ტურიზმის პოპულარული აქტივობები?**

ვიზიტისას ყველაზე ხშირად განხორციელებულ აქტივობებში შოპინგი (74.5%) და ადგილობრივი სამზარეულოს და ღვინის დაგემოვნება (59.4%) დაფიქსირდა. მას მოსდევს ღირსშესანიშნაობების, კულტურული და ისტორიული ძეგლების მონახულება (25.4%) (გრაფიკი 7).

გრაფიკი 7: პოპულარული აქტივობები





## რამდენად კმაყოფილები არიან გამყვანი ვიზიტორები?

გამყვანი ვიზიტების 36.2%-ის შემთხვევაში ვიზიტორი კმაყოფილი იყო განხორციელებული ვიზიტით, 45.1%-მალიან კმაყოფილი, ხოლო 0.6%-მა თავი შეიკავა პასუხის გაცემისგან. ზოგადი კმაყოფილების დონე 4.2-ს შეადგენდა (5-დან).

## ვის მიერ ხორციელდება გამყვანი ვიზიტები ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით?

გამყვანი ვიზიტების უმრავლესობა დაქირავებული მომუშავეების მიერ განხორციელდა (44.7%). შემდეგ მოდის თვითდასაქმებულის (15.7%) და უმუშევარის (10.6%) კატეგორია (გრაფიკი 8).

## გრაფიკი 8: გამყვანი ვიზიტების განაწილება ვიზიტორის ეკონომიკური აქტივობის მიხედვით

*ანგარიში მომზადდა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევებისა და დაგეგმვის სამმართველოს მიერ.*  
**ტელ: +995 322 43 69 99 (18 20)**  
**ელ. ფოსტა: [infostatistics@gnta.ge](mailto:infostatistics@gnta.ge)**  
*ანგარიში ატვირთულია ვებ-გვერდზე: [www.gnta.ge](http://www.gnta.ge)*

