

პოლიტიკის დოკუმენტი

ტურიზმის სექტორი
საქართველოში

2020



USAID
ამერიკელი ხალხისგან

THE USAID ECONOMIC
SECURITY PROGRAM

პოლიტიკის ნარკვევი

ტურიზმის სექტორი საქართველოში

DISCLAIMER

ტექსტი: პუბლიკაციაში/ვიდეო მასალაში გამოთქმული შეხედულებები შესაძლოა არ გამოხატავდეს ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს (USAID) ან შეერთებული შტატების მთავრობის პოზიციას.

შინაარსი

1. შესავალი	I
2. მეთოდოლოგია	3
2.1. სამაგიდო კვლევა	3
2.2. საველე კვლევა	3
2.2.1. სიღრმისეული სატელეფონო ინტერვიუები ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან;	3
2.2.2. განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების წარმომადგენელთა გამოკითხვა	4
2.3.3. კონსულტაციები სამუშაო ჯგუფებთან	5
3. საქართველოს ტურიზმის სექტორი კრიზისამდე	6
3.1. საქართველოს ტურიზმის სექტორის მიმოხილვა	6
3.1.1. ტურიზმის ინდუსტრიის როლი საქართველოს ეკონომიკაში	6
3.1.2. საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯები საქართველოში	9
3.1.3. სასტუმროს ფასების დინამიკა საქართველოში	15
3.1.4. სეზონური სქემები საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიაში	19
3.1.5. რეგიონული ტენდენციები საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიაში	20
3.1.6. მიღწევები, გამოწვევები და შესაძლებლობები ტურიზმის ინდუსტრიაში	20
3.2. COVID-19 კრიზისამდე არსებული პოლიტიკის გამოწვევები: დაინტერესებული მხარეების პერსპექტივები	22
3.2.1. კერძო სექტორის გამოწვევები	22
3.2.2. მთავრობის პერსპექტივა	24
3.2.3. დონორთა პერსპექტივები	24
3.2.4. შეჯამება	25
3.3. მთავრობის რეაგირება COVID-19-მდეელ გამოწვევებზე	29
3.3.1 ტურიზმის კანონ-პროექტი	29
3.3.2. კანონპროექტი აგროტურიზმის შესახებ	29
4. COVID-19- ის გავლენა ტურიზმის სექტორზე საქართველოში	30
4.1 კრიზისის მასშტაბი და მისი წინასწარი გავლენა ტურიზმის სექტორზე საქართველოში	30
4.1.1. კერძო სექტორის პერსპექტივები	30
4.1.2. მთავრობის პერსპექტივა	31
4.1.3 დონორების პერსპექტივა	33
4.2. სექტორული საჭიროებები კრიზისის დროს	33
4.3 მთავრობის რეაგირება კრიზისზე	36
4.3.1. პირველი ეტაპი	36
4.3.2. მეორე ეტაპი	37
4.3.3. მესამე ეტაპი	37

4.4. ცდომილებები სექტორულ საჭიროებებსა და მთავრობის რეაგირებას შორის	38
5. გამოწვევები კრიზისის შემდგომ ეტაპზე	40
5.1. მთავრობის პერსპექტივა კრიზისის შემდგომი აღდგენის ეტაპზე	40
5.2. დონორების პერსპექტივა პოსტ-კრიზისულ პერიოდში ეკონომიკის აღდგენის შესახებ	41
5.3. კერძო სექტორის პერსპექტივები კრიზისის შემდგომი აღდგენის ეტაპზე	42
5.3.1. განთავსების საშუალებები	43
5.3.2. კვების სექტორი	51
5.4. საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკა	60
5.4.1. ტურიზმის ინდუსტრიის როლი ეროვნულ ეკონომიკაში	60
5.4.2. ტურიზმის სექტორის მართვა და სტრატეგია	60
5.4.3. ანტი-კრიზისული ღონისძიებები	62
5.4.4. ხელახალი გახსნის ღონისძიებები და შესაბამისი ინოვაციები	65
6. რეკომენდაციები	68
6.1 გამოწვევების შეჯამება	68
6.2. საქართველოში ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოლიტიკის რეკომენდაციები	70
6.3. რეკომენდაციები COVID-19-ის კრიზისის შემდგომი ფაზისთვის	86
6.3.1. ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის საწარმოების მხარდაჭერა უსაფრთხოების ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღებისას	86
6.3.2. კომუნიკაციის სტრატეგია ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის ახალი წესებისა და სახელმძღვანელო პრინციპების შესახებ	86
6.3.2. შიდა ტურიზმის სტიმულირება	87
6.3.3. ტურიზმის ინდუსტრიის გაციფრულება	87
6.3.4. რეკომენდაციები კონკრეტული გამოწვევების კრიზისიდან გამოსვლის ეტაპზე	88
დანართი 1: ინტერვიუების სია	94
დანართი 2: სამუშაო ჯგუფის წევრების სია	96
დანართი 3: კვლევა საქართველოში განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების შესახებ	96

ცხრილები

ცხრილი 1: სიღრმისეული ინტერვიუების განაწილება დაინტერესებული მხარის ტიპის მიხედვით	4
ცხრილი 2: სამუშაო ჯგუფის წევრების განაწილება დაინტერესებული მხარის ტიპის მიხედვით	5
ცხრილი 3: საქართველოში ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა	11
ცხრილი 4: საშუალო დღიური დანახარჯები ლარსა და აშშ დოლარში	12
ცხრილი 5: რეკომენდაციები/რეგულაციები საქართველოს მთავრობის მიერ მოწოდებული განთავსების საშუალებებისთვის	43
ცხრილი 6: განთავსების საშუალებების კატეგორიები: ვისაც მიაჩნია, რომ რეგულაციები გამოწვევებთანაა დაკავშირებული და საშუალებები, რომელთაც ასე არ მიაჩნიათ	47
ცხრილი 7: ყველაზე რთული წესები გამოკითხული განთავსების საშუალებებისთვის	48
ცხრილი 8: რეკომენდაციები/რეგულაციები საქართველოს მთავრობის მიერ მოწოდებული კვების ობიექტებისთვის	52
ცხრილი 9: გამოკითხული კვების ობიექტების კატეგორიები, რომლებიც ფიქრობენ, რომ მთავრობის მიერ გამოცემული რეგულაციები წარმოადგენს გამოწვევას მათთვის და ისინი, ვინც მიიჩნევენ, რომ რეგულაციები გამოწვევას არ წარმოადგენს	55
ცხრილი 10: ყველაზე რთული წესები გამოკითხული კვების ობიექტებისთვის	56
ცხრილი 11: ტოპ 3 გამოწვევა ჯგუფის თითოეული ქვეჯგუფისთვის	68

დიაგრამები

დიაგრამა 1: კვლევის პერიოდში გამოვლენილი გამოწვევები.....	2
დიაგრამა 2: გამოკითხული ობიექტების რეგიონული განაწილება.....	4
დიაგრამა 3: ტურიზმის ინდუსტრიის როლი საქართველოს ეკონომიკაში	6
დიაგრამა 4: ტურიზმის პირდაპირი და არაპირდაპირი წვლილი მშპ-ში.....	7
დიაგრამა 5: ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების წვლილი დასაქმებაში.....	8
დიაგრამა 6: საშუალო მთლიანი დანახარჯები თითოეულ ვიზიტზე ქვეყნების შერჩეული ჯგუფებიდან	9
დიაგრამა 7: ქვეყნების შერჩეული ჯგუფების ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა	10
დიაგრამა 8: შერჩეული ჯგუფების ქვეყნების ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯები	12
დიაგრამა 9: ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯები ქვეყნების შერჩეული ჯგუფებიდან... ..	13
დიაგრამა 10: რუსეთის ტურიზმზე მზარდი დამოკიდებულება	15
დიაგრამა 11: სასტუმროს წლიური ფასების ინდექსი (ლარებში).....	16
დიაგრამა 12: სასტუმროს ფასების წლიური ინდექსი (აშშ დოლარი)	16
დიაგრამა 13: სასტუმროს წლიური ფასის ინდექსი (აშშ დოლარი) 3,4 და 5-ვარსკვლავიანი სასტუმროებისა და სასტუმრო სახლებისთვის.....	17
დიაგრამა 14: 4 და 5-ვარსკვლავიანი სასტუმროების (მარცხნივ) და 3-ვარსკვლავიანი სასტუმროებისა და საოჯახო ტიპის სასტუმროების საშუალო ფასები (მარჯვნივ)	19
დიაგრამა 15: სეზონურობა ქართულ ტურიზმში	19
დიაგრამა 16: გამოწვევები კრიზისამდე.....	25
დიაგრამა 17: GOG-ის ანტიკრიზისული პროგრამის შეფასება.....	38
დიაგრამა 18: ინფორმაცია მთავრობის რეგულაციების შესახებ (მარცხნივ) და გეგმავს მუშაობის გაგრძელებას განთავსების საშუალებების რეგულაციების მიხედვით (მარჯვნივ)	44
დიაგრამა 19: მოლოდინები იმ პერიოდთან მიმართებაში, რომლის განმავლობაშიც ბიზნესებს რეგულაციების დაცვით მოუწევთ ფუნქციონირება.....	44
დიაგრამა 20: მოლოდინები მთავრობის მონიტორინგთან დაკავშირებით.....	45
დიაგრამა 21: მიზეზები, რომელთა გამოც რეგულაციები გამოწვევას წარმოადგენს.....	45
დიაგრამა 22: უცხოელი ტურისტების წილი ვიზიტორებს შორის განთავსების საშუალებებში	49
დიაგრამა 23: განთავსების საშუალებებში ახალი რეგულაციების თანახმად, შემოსავლის შემცირების მოლოდინი	49
დიაგრამა 24: დამატებითი კაპიტალური ხარჯები განთავსების საშუალებების ახალი რეგულაციების შესასრულებლად	50
დიაგრამა 25: დამატებითი კაპიტალური ხარჯები განთავსების საშუალებების ახალი რეგულაციების შესასრულებლად	50
დიაგრამა 26: მოლოდინები მომსახურების ფასებთან დაკავშირებით, განთავსების საშუალებების ახალი რეგულაციების გათვალისწინებით	51
დიაგრამა 27: სასურველი მთავრობის დახმარების ტიპები, წესების დაცვა (განთავსების საშუალებები)	51
დიაგრამა 28: ინფორმაცია მთავრობის რეგულაციების შესახებ (მარცხნივ) და სურსათის ობიექტების რეგულაციების შესაბამისად (მარჯვნივ) მუშაობის გაგრძელება.	52
დიაგრამა 29: მოლოდინი იმის თაობაზე, თუ რამდენ ხანს მოუწევს მუშაობა კვების ობიექტს რეგულაციების შესაბამისად	53
დიაგრამა 30: მოლოდინები მთავრობის მონიტორინგთან დაკავშირებით (კვების ობიექტები)	53
დიაგრამა 31: კვების ობიექტების მომხმარებელთა ტიპები.....	54

დიაგრამა 32: მიზეზები, რომელთა გამოც კვების ობიექტებისათვის რეგულაციები გამოწვევას წარმოადგენს.....	54
დიაგრამა 33: უცხოელი ტურისტების წილი კვების ობიექტების მომხმარებელთა შორის.....	57
დიაგრამა 34: მოლოდინები შემოსავლის შემცირებასთან დაკავშირებით ახალი რეგულაციების გამო (კვების ობიექტები).....	57
დიაგრამა 35: დამატებითი კაპიტალური ხარჯები კვების ობიექტების ახალი რეგულაციების შესასრულებლად	58
დიაგრამა 36: მოლოდინი პერსონალის რაოდენობასთან დაკავშირებით კვების ობიექტების ახალი რეგულაციების გათვალისწინებით.....	58
დიაგრამა 37: მოლოდინი ახალი რეგულაციების გავლენასთან დაკავშირებით კვების ობიექტების მომსახურების ფასებზე	59
დიაგრამა 38: მთავრობის დახმარების სახეობა, რომელიც კვების ობიექტებს რეგულაციების შესასრულებლად სჭირდებათ.....	59
დიაგრამა 39: ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ფინანსური დახმარება შერჩეულ ქვეყნებში	65
დიაგრამა 40: ტურიზმის სექტორის გამოწვევების შეჯამება საქართველოში	68

აბრევიატურები

CTHRC - კანადის ტურიზმის ადამიანური რესურსების საბჭო

DMO - დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაცია

ევროკავშირი - ევროკავშირი

ევრო - ევროპული ევრო

მშპ - მთლიანი შიდა პროდუქტი

ლარი - ქართული ლარი

საქსტატი - საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

GNTA - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

GoG - საქართველოს მთავრობა

HBOR - ხორვატიული რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკი

ისტ - ინფორმაციული და საკომუნიკაციო ტექნოლოგია

MEPA - საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო

MoESD - საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტრო

ჯანდაცვის სამინისტრო - საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრო

MRDC - მთის კურორტების განვითარების კომპანია (MRDC)

MRDI - საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტრო

NACHPG - საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო

ეროვნული ბანკი - საქართველოს ეროვნული ბანკი

NFA - სურსათის ეროვნული სააგენტო

არასამთავრობო ორგანიზაცია - არასამთავრობო ორგანიზაცია

OECD - ეკონომიკური თანამშრომლობისა და განვითარების ორგანიზაცია

PMCG - პოლიტიკისა და მართვის საკონსულტაციო ჯგუფი

PPP - საჯარო და კერძო პარტნიორობა

მცირე და საშუალო ბიზნესის - მცირე და საშუალო საწარმოები

TIER - ტურიზმის ინდუსტრიის ღონისძიებებზე რეაგირების ჯგუფი

TPC - ტურიზმის პოლიტიკის საბჭო

TTAB - მოგზაურობისა და ტურიზმის მრჩეველთა საბჭო

დიდი ბრიტანეთი - გაერთიანებული სამეფო

UNWTO - გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია

USAID - ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტო

აშშ დოლარი - აშშ დოლარი

დღგ - დამატებითი ღირებულების გადასახადი

VET - პროფესიული განათლება და ტრენინგი

WTTC - მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭო

I. შესავალი

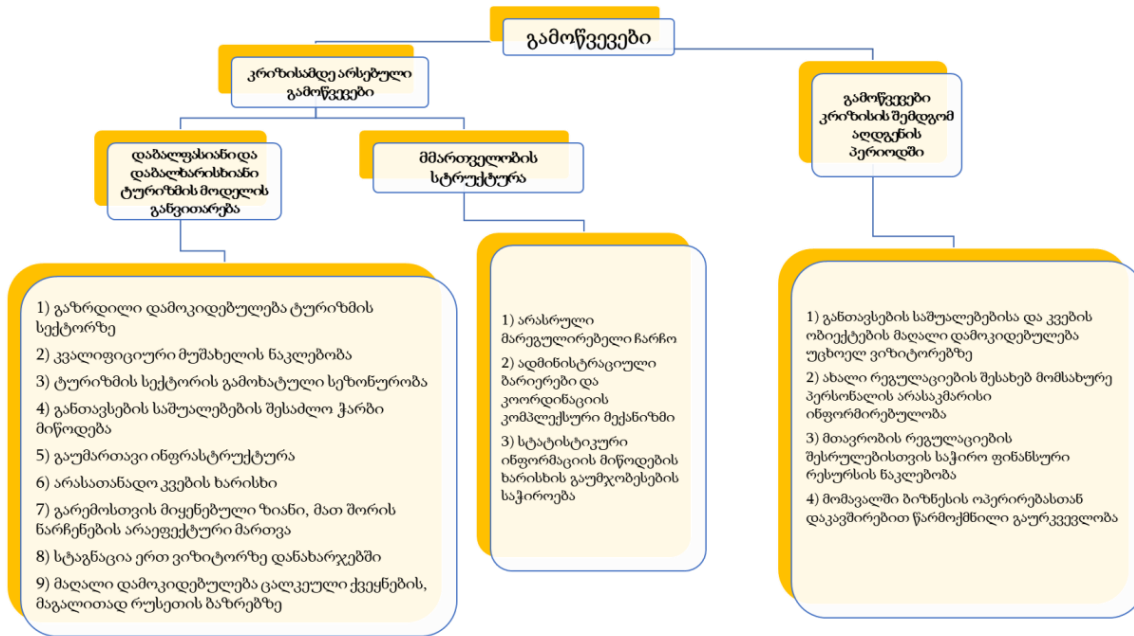
პოლიტიკის დოკუმენტი „ტურიზმის სექტორი საქართველოში“ პოლიტიკისა და მართვის საკონსულტაციო ჯგუფის (PMCG) მიერ USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამის ფარგლებში შემუშავდა. ამ დოკუმენტის მიზანია გამოავლინოს ძირითადი ეკონომიკური პოლიტიკის/მარეგულირებელი გამოწვევები საქართველოს ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვში და ხელი შეუწყოს დიალოგს როგორც კერძო და საჯარო სექტორებს შორის, ასევე, სამოქალაქო საზოგადოების ფართო სპექტრსა და პოლიტიკურ წარმომადგენლებთან.

პოლიტიკის დოკუმენტის სტრუქტურა შემდეგნაირია: პირველ რიგში, ის მიმოიხილავს ტურიზმის სექტორის მნიშვნელობას საქართველოს ეკონომიკაში, მათ შორის მის როლს, საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯებს საქართველოში, სასტუმროების ფასების დინამიკასა და სეზონურ და რეგიონულ სქემებს. იგი ასევე აანალიზებს COVID-19 კრიზისამდე არსებულ პოლიტიკურ გამოწვევებს სხვადასხვა დაინტერესებული მხარეების (მათ შორის, კერძო სექტორის, მთავრობის და დონორი ორგანიზაციების) პერსპექტივებიდან და მიმოიხილავს მთავრობის რეაგირებას ამ გამოწვევებზე.

მეორე, დაინტერესებული მხარეების (კერძო სექტორი, საჯარო სექტორი და დონორი ორგანიზაციები) პერსპექტივებიდან გამომდინარე, პოლიტიკის დოკუმენტი იკვლევს COVID-19-ის გავლენას ტურიზმის სექტორზე საქართველოში, ასახავს დარგობრივ საჭიროებებს კრიზისის პერიოდში, აფასებს მთავრობის რეაგირებას და გამოავლენს სხვაობას სექტორის საჭიროებებსა და მთავრობის რეაგირებას შორის.

მესამე, დაინტერესებული მხარეების პერსპექტივების გათვალისწინებით, პოლიტიკის დოკუმენტში აღწერილია მთავარი გამოწვევები კრიზისის შემდგომი აღდგენის ეტაპზე და მიმოიხილულია საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკა COVID-19 კრიზისთან გამკლავებისა და კრიზისიდან გამოსვლის პროცესის დაგეგმვის თვალსაზრისით.

დოკუმენტის ბოლო ნაწილში წარმოდგენილია პოლიტიკის რეკომენდაციები კრიზისის წინა პერიოდში არსებული გამოწვევებისა (ჯამში 12 გამოწვევა) და კრიზისის შემდგომ, აღდგენის ეტაპზე წარმოქმნილი პრობლემების შესახებ (სულ 4 გამოწვევა). გამოწვევები კრიზისამდე იყოფა ორ ქვეჯგუფად: "დაბალი ხარისხი - დაბალი ფასები" ტურიზმის სექტორის განვითარება საქართველოში (სულ 9 გამოწვევა) და მმართველობის სტრუქტურა (სულ 3 გამოწვევა).



დიაგრამა 1: კვლევის პერიოდში გამოვლენილი გამოწვევები

გამოვლენილი 16 გამოწვევიდან, კერძო და საჯარო სექტორების წარმომადგენლების მხრიდან, პრიორიტეტი სამ მათგანს მიენიჭა. ისინი სიღრმისეულად შეისწავლეს დონორებმაც. აღნიშნული სამი გამოწვევა მოყვანილია ქვემოთ (შესაბამისი რეკომენდაციებით):

- კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა (პრიორიტეტულია დონორების მოსაზრებით) - რეკომენდაციები გულისხმობს თანამშრომლობის გაღრმავებას ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის კომპანიებსა და საგანმანათლებლო და პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებებს. ჩართულობის ინოვაციური მოდელების შემუშავებას, სასერტიფიკატო პროგრამების პოპულარიზაციის მიზნით სარეკლამო კამპანიების ჩატარებასა და შერჩეული პროფესიებისთვის ონლაინ სასწავლო პროგრამების შექმნას.
- არასათანადო ინფრასტრუქტურა (პრიორიტეტულია კერძო სექტორის წარმომადგენლებისთვის) - რეკომენდაციები ითვალისწინებს ინფრასტრუქტურის განვითარების პრიორიტეტად განსაზღვრას, ინფრასტრუქტურის განვითარების პრიორიტეტების ინსტრუმენტის შექმნას, რეგიონული ტურიზმის ინფრასტრუქტურის დაგეგმვის გაუმჯობესებას, სინერგიის შექმნას ინფრასტრუქტურული პროექტების, ტურიზმის განვითარების და რეგიონალურ, ადგილობრივ და სასოფლო ეკონომიკური ზრდას შორის.
- გაურკვევლობა სამომავლო ბიზნეს ოპერაციების შესახებ (პრიორიტეტულია საჯარო სექტორის წარმომადგენლებისათვის) - რეკომენდაციები გულისხმობს ტურიზმის სექტორში შემავალი ბიზნესების დაბალი დანახარჯებით მუშაობის მხარდაჭერას ეკონომიკის აღდგენის პერიოდში, არსებული მხარდაჭერის სქემების გაფართოებას, შიდა ტურიზმის ხელშეწყობასა და ბაზრიდან გასვლისა და ბიზნესის აღდგენის გეგმების შემუშავებას.

2. მეთოდოლოგია

კვლევის დროს გამოყენებულია შემდეგი მეთოდები:

- სამაგიდო კვლევა (შესაბამისი სტატისტიკის, სტატიების, დოკუმენტების ანალიზი და ა.შ.);
- საველე კვლევა (სიღრმისეული ინტერვიუები, ონლაინ გამოკითხვა, სამუშაო ჯგუფის შეხვედრა).

2.1. სამაგიდო კვლევა

საქართველოს ეკონომიკაში ტურიზმის სექტორის მნიშვნელობის მიმოხილვის მიზნით, პირველი ეტაპი გულისხმობს მეორადი მონაცემების შეგროვებას სხვადასხვა წყაროებიდან, მათ შორის, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურისა და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის (GNAT), აგრეთვე PMC კვლევითი ცენტრის სასტუმროს ფასების ინდექსის მონაცემთა ანალიზს. ამასთან, კვლევის ფარგლებში გაანალიზდა სხვადასხვა სტატია, დოკუმენტი და კვლევა.

2.2. საველე კვლევა

სამაგიდო კვლევას მოჰყვა საველე სამუშაოები, რომელიც შემდეგი ნაწილებისაგან შედგებოდა:

- სიღრმისეული სატელეფონო ინტერვიუები ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან;
- განთავსებისა და კვების ობიექტების წარმომადგენელთა გამოკითხვა;
- სამუშაო ჯგუფის კონსულტაციები, სამუშაო ჯგუფის წევრებთან სამუშაო შეხვედრის ჩატარების და გამოკითხვის ჩათვლით.

2.2.1. სიღრმისეული სატელეფონო ინტერვიუები ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან;

კვლევისას განისაზღვრა ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის დაინტერესებული მხარეები. ეს აქტივობა მოიცავდა შემდეგ საფეხურებს:

- USAID-ის ეკონომიკური უსაფრთხოების პროგრამის გუნდთან კონსულტაცია, კერძო სექტორის ძირითადი დაინტერესებული მხარეების (ინდუსტრიის ლიდერები, ბიზნეს ასოციაციები/კლასტერები და ა.შ.) და შესაბამისი სამთავრობო უწყებების დასადგენად.
- სამაგიდო კვლევის ჩატარება შერჩეულ ღირებულებათა ჯაჭვში შემავალი სამთავრობო და არასამთავრობო უწყებების იდენტიფიცირების მიზნით.
- PMCG ქსელისა და PMCG გუნდის გამოცდილებით PPD პროექტებში, კერძო სექტორისა და სამოქალაქო საზოგადოების შესაბამისი აქტორების, ასევე სექტორული ექსპერტების იდენტიფიცირება;
- დაინტერესებული მხარეების წინასწარი მატრიცის შექმნა, მხარეების რანჟირება ტურიზმის ინდუსტრიისადმი მათი ინტერესითა და გავლენის მიხედვით.

დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირების დასრულების შემდეგ, 2020 წლის აპრილში ჩატარდა სიღრმისეული სატელეფონო ინტერვიუები ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარესთან, მათ შორის კერძო სექტორის (კომპანიები და ასოციაციები) და მთავრობის წარმომადგენლებთან, ასევე დონორებთან.

ამ მიზნით შეიქმნა სპეციალური კითხვარი, რომელიც შემდეგ თემებს მოიცავს:

- ყველაზე მნიშვნელოვანი ეკონომიკური პოლიტიკის საკითხები კრიზისამდე;
- COVID-19- ის გავლენა კრიზისის პერიოდში ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვზე;

COVID-19- ის გავლენა ტურიზმის ღირებულებათა ჯაჭვის აღდგენის ეტაპზე. სულ 25 ინტერვიუ ჩატარდა (დეტალური ინფორმაცია მოცემულია დანართში I: ინტერვიუების სია).

ცხრილი 1: სიღრმისეული ინტერვიუების განაწილება დაინტერესებული მხარის ტიპის მიხედვით

	დაინტერესებული მხარე	ინტერვიუების რაოდენობა
1	კერძო სექტორი (კომპანიები და ასოციაციები)	11
2	მთავრობა	9
3	დონორები	5

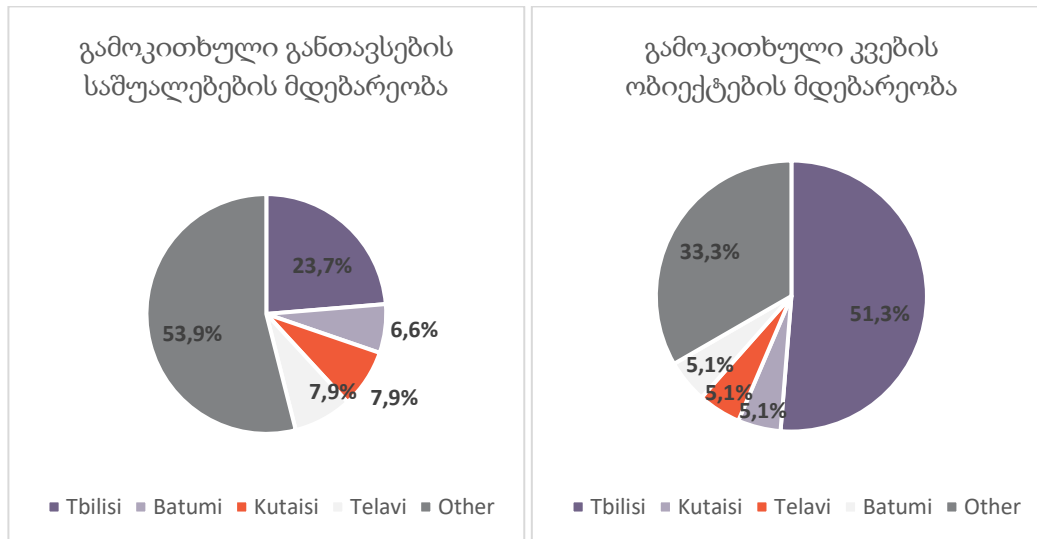
2.2.2. განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების წარმომადგენელთა გამოკითხვა

საქართველოში არსებულ სასტუმრო და სარესტორნო სერვისებზე COVID-19 პანდემიის გავლენის შესაფასებლად და, ზოგადად, ამ სექტორის მდგომარეობის დასადგენად, PMC კვლევითმა ცენტრის სამუშაო გუნდმა პროექტის ფარგლებში შეიმუშავა კითხვარი და ჩატარა ონლაინ გამოკითხვა.

საერთო ჯამში, განთავსების საშუალებებთან ჩატარებული გამოკითხვის შედეგად 77 პასუხი შეგროვდა, ხოლო კვების ობიექტებთან - 39 პასუხი. 77 გამოკითხული ობიექტიდან 41 წარმომადგენდა სასტუმროს, 30 საოჯახო ტიპის სასტუმროს, ხოლო ერთი რესპონდენტი წარმომადგენდა 'სხვა' ტიპის ობიექტს. 39 გამოკითხული კვების ობიექტიდან 22 კლასიფიცირდა როგორც რესტორანი, 13 კაფე, ხოლო ოთხი შეფასდა, როგორც "სხვა".

77 გამოკითხული განთავსების საშუალებიდან 18 (23,7%) თბილისში მდებარეობს, ხოლო 39 გამოკითხული კვების ობიექტიდან 20 (51,3%) მდებარეობს თბილისში. ქვემოთ მოცემულია გამოკითხული ობიექტების დეტალური რეგიონული განაწილება:

დიაგრამა 2: გამოკითხული ობიექტების რეგიონული განაწილება



2.3.3. კონსულტაციები სამუშაო ჯგუფებთან

სამუშაო ჯგუფის კონსულტაციები მოიცავს: სამუშაო ჯგუფის წევრებთან შეხვედრას და გამოკითხვას.

- სამუშაო ჯგუფთან შეხვედრა

დაინტერესებული მხარეების იდენტიფიცირებისა და სიღრმისეული ინტერვიუების საფუძველზე შეიქმნა თემატური სამუშაო ჯგუფი. სამუშაო ჯგუფის შეხვედრას ესწრებოდა 33 წარმომადგენელი კერძო სექტორიდან, საჯარო სექტორიდან და დონორი ორგანიზაციებიდან. (დეტალური ჩამონათვალი მოცემულია მე-2 დანართში).

ცხრილი 2: სამუშაო ჯგუფის წევრების განაწილება დაინტერესებული მხარის ტიპის მიხედვით

	დაინტერესებული მხარე	წარმომადგენლების რაოდენობა
1	კერძო სექტორი (კომპანიები და ასოციაციები)	18
2	მთავრობა	10
3	დონორები	5

2020 წლის 26 ივნისს, სამუშაო ჯგუფის შეხვედრა გაიმართა ონლაინ, სადაც სამუშაო ჯგუფის წევრებს პროექტის გუნდმა წარუდგინა და განიხილა კვლევის შედეგები.

- გამოკითხვა სამუშაო ჯგუფის წევრებთან

სამუშაო ჯგუფის შეხვედრის დასრულების შემდეგ, შემუშავდა შეფასების სქემა, რომლის ძირითად მიზანს წარმოადგენდა 16 იდენტიფიცირებული გამოწვევის პრიორიტეტულობის განსაზღვრა. აღნიშნული შეფასების სქემა გაიგზავნა სამუშაო ჯგუფის წევრებთან. თითოეულ მათგანს სთხოვეს ჩამოეთვალათ საკითხები 1 – დან 16 – მდე და მიენიჭებინათ 1 იმ საკითხისათვის, რომელიც ტურიზმის სექტორისთვის ყველაზე პრიორიტეტულად მიაჩნდათ, ხოლო 16 ისეთი საკითხისთვის, რომელსაც ისინი ყველაზე ნაკლებ პრიორიტეტულად მიიჩნევდნენ.

გარდა ამისა, დაინტერესებული მხარეების სხვადასხვა ჯგუფებისთვის თანაბარი პირობების უზრუნველსაყოფად, სამუშაო ჯგუფის წევრების მიერ გადმოგზავნილი პასუხები დაიყო სამ ჯგუფად (საჯარო სექტორი¹, კერძო სექტორი², დონორები) და თითოეულს ერთი პრიორიტეტული საკითხის კვოტა მიენიჭა. ჯამში, დადგენილ ვადებში 17 პასუხი შეგროვდა. ჯგუფების წევრების მიერ პრობლემების რაჩეირების საფუძველზე, დაინტერესებულ მხარეთა სამი ჯგუფის პრიორიტეტები შესაბამისად შეფასდა.³ საქართველოს ტურიზმის სექტორი კრიზისამდე

3.1. საქართველოს ტურიზმის სექტორის მიმოხილვა

3.1.1. ტურიზმის ინდუსტრიის როლი საქართველოს ეკონომიკაში

გასული ათწლეულის განმავლობაში საქართველოში ტურიზმის ინდუსტრიის მნიშვნელობა ძალიან გაიზარდა, რაც განაპირობა როგორც ტურისტების რაოდენობის მატებამ³ (ტურისტები, რომლებიც განისაზღვრებიან საერთაშორისო მოგზაურებად ღამისთევით), ისე გაზრდილმა შემოსავლებმა მოგზაურობიდან.⁴ კერძოდ, 2019 წელს მოგზაურობიდან მიღებულმა შემოსავალმა 3.268 მილიარდი დოლარი შეადგინა (მშპ-ს 18.4%), რაც 2011 წლის შესაბამის მაჩვენებელთან შედარებით 242% -ით გაიზარდა. რაც შეეხება ტურისტების რაოდენობას, 2019 წელს ამ მაჩვენებელმა 5.08 მილიონი შეადგინა, რაც 177% -ით მეტია 2011 წელთან შედარებით.⁵

დიაგრამა 3: ტურიზმის ინდუსტრიის როლი საქართველოს ეკონომიკაში

¹ DMO-ებიც საჯარო სექტორს მიეკუთვნა.

² ასოციაციებისა და არასამთავრობო ორგანიზაციების ჩათვლით

³ საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის (GNAT) განმარტებები საერთაშორისო მოგზაურთა, ვიზიტორებისა და ტურისტების:

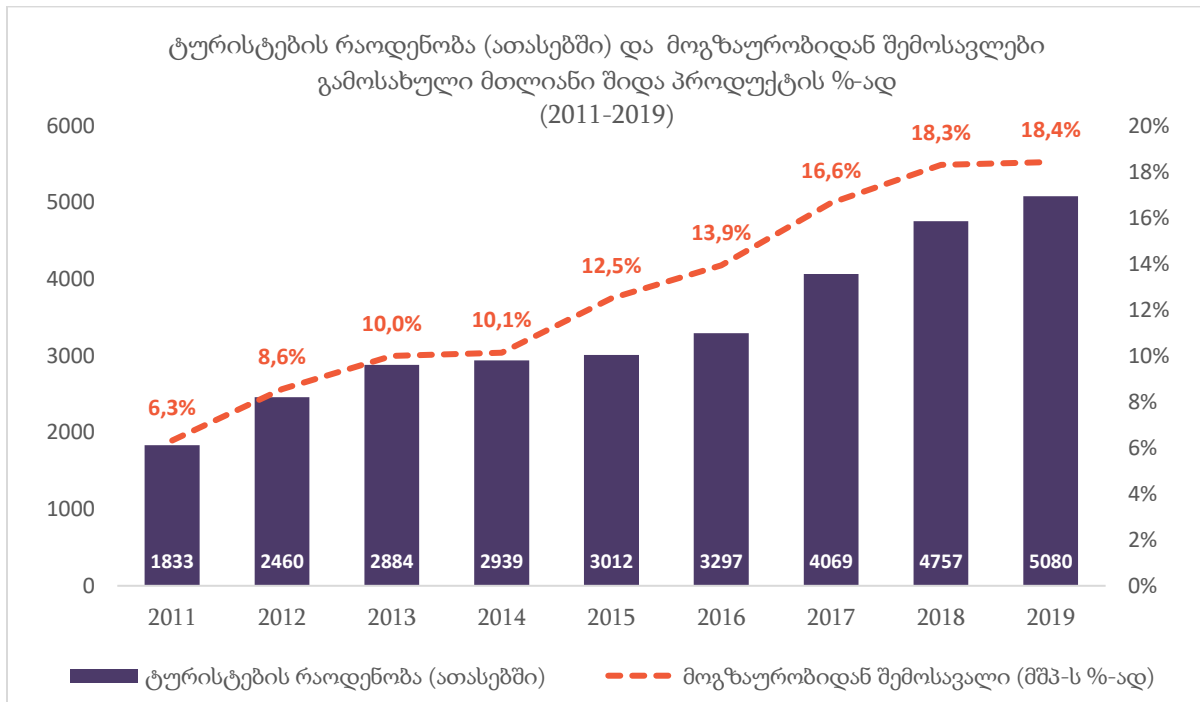
* საერთაშორისო მოგზაური არის ის, ვინც მოძრაობს სხვადასხვა გეოგრაფიულ ადგილებში ნებისმიერი მიზნითა და ხანგრძლივობით. ეს გამორიცხავს უცხო ქვეყნის მოქალაქეებს, რომლებიც არიან საქართველოს რეზიდენტები და მოიცავს საქართველოს მოქალაქეებს, რომლებიც არიან უცხო ქვეყნის რეზიდენტები.

* საერთაშორისო ვიზიტორი არის მოგზაური, რომელიც მიემგზავრება ძირითადი დანიშნულების ადგილის გარეთ მის ჩვეულ გარემოში, ერთ წელზე ნაკლები ვადით, ნებისმიერი მიზნით (ბიზნესი, დასვენება ან სხვა პირადი მიზანი), გარდა იმისა, რომ დასაქმდება რეზიდენტი ერთეულის მიერ მონახულებულ ქვეყანასა ან ადგილზე. ინდივიდის ჩვეული გარემო, ტურიზმის ძირითადი კონცეფცია, განისაზღვრება, როგორც გეოგრაფიული არეალი, რომლის ფარგლებშიც ინდივიდი ატარებს თავის რეგულარულ ცხოვრების წესს. საქართველოში „ჩვეულებრივი გარემოს“ განსაზღვრის მიზნით, მონაცემებიდან არ არის გამორიცხული მოგზაურები, რომლებიც 8 ან მეტ მოგზაურობას ახორციელებენ.

* ვიზიტორი (შიდა, შემომავალი ან გამავალი) კლასიფიცირდება როგორც ტურისტი (ან ღამით დამრჩენი ვიზიტორი), თუ მისი მოგზაურობა მოიცავს ღამისთევას.

⁴ „მოგზაურობის ექსპორტი“ საგადახდო ბალანსის ერთ-ერთი ნაწილია

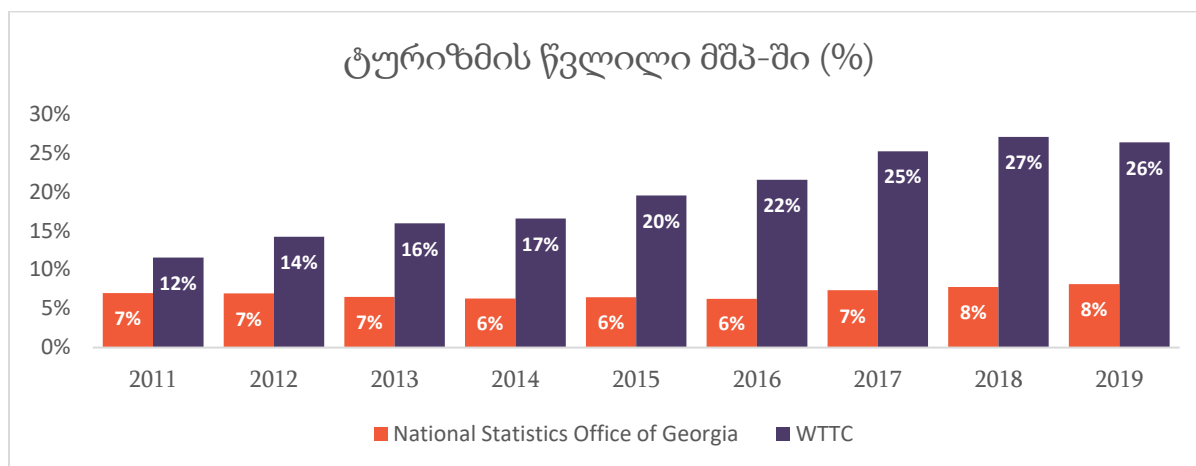
⁵ ტურიზმზე დამოკიდებულების მასშტაბის უკეთ საილუსტრაციოდ, 2019 წელს მოგზაურობიდან მიღებული შემოსავლები 2019 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის საგადასახდო შემოსავლების 95.3% -ს უტოლდება.



წყაროები: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია და ეროვნული ბანკი

იმისათვის, რომ შევაფასოთ ტურიზმის მნიშვნელობა ეროვნულ ეკონომიკაში, უნდა გავითვალისწინოთ მისი წვლილი მშპ-ში. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატის) მიერ გამოყენებული მეთოდოლოგიის საფუძველზე, ტურიზმთან დაკავშირებული სექტორების წვლილმა მშპ – ში 2019 წელს 8,1% შეადგინა. ამასთან, მთლიანი წვლილი მშპ – ში, მსოფლიო მოგზაურობისა და ტურიზმის საბჭოს მეთოდოლოგიის (WTTC) საფუძველზე, რომელიც ცდილობს დაადგინოს ტურიზმის სხვა სექტორებზე დადებითი გავლენის შედეგები, შეიძლება უფრო რეალისტური მაჩვენებელი იყოს. 2019 წელს საქართველოს ტურიზმის სექტორის მთლიანმა წვლილმა მშპ – ში, WTTC მეთოდოლოგიის თანახმად, მეოთხედზე მეტი (26,3%) შეადგინა, რაც 2018 წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით მცირე იყო (27%). ეს მაჩვენებელი ბოლო ათწლეულის განმავლობაში ტურიზმის მნიშვნელობის ზრდას უფრო ზუსტად აღწერს, ვიდრე საქსტატის მიერ გამოყენებული კალკულაცია. საქსტატის თანახმად, წილი 6.2% -დან 8.1% -მდე მერყეობდა, ხოლო WTTC- ის მთლიანი წვლილი მშპ-ის მაჩვენებელში 2011 წლიდან 2019 წლამდე გაორმაგდა (127% -იანი ზრდა), ამ პერიოდში საშუალო წლიური ზრდის ტემპმა 11.1% შეადგინა

დიაგრამა 4: ტურიზმის პირდაპირი და არაპირდაპირი წვლილი მშპ-ში



წყაროები: GNTA, სტატისტიკა და WTTC

ტურიზმის ინდუსტრიის მნიშვნელობა იზრდება საქართველოში დასაქმების მხრივაც. 2014 წლიდან 2019 წლამდე ტურიზმთან დაკავშირებულ ინდუსტრიებში⁶ დასაქმებულების წილი მთლიანი დასაქმებულებიდან 9.6% -დან 10.8% -მდე გაიზარდა, ხოლო ამ ინდუსტრიებში დასაქმებულთა რეალური რაოდენობა 51,572-დან 77,384-დან გაიზარდა, რაც 50% -იან მატებას ნიშნავს (ამ პერიოდში საშუალო წლიური ზრდის ტემპმა 8,6% შეადგინა).

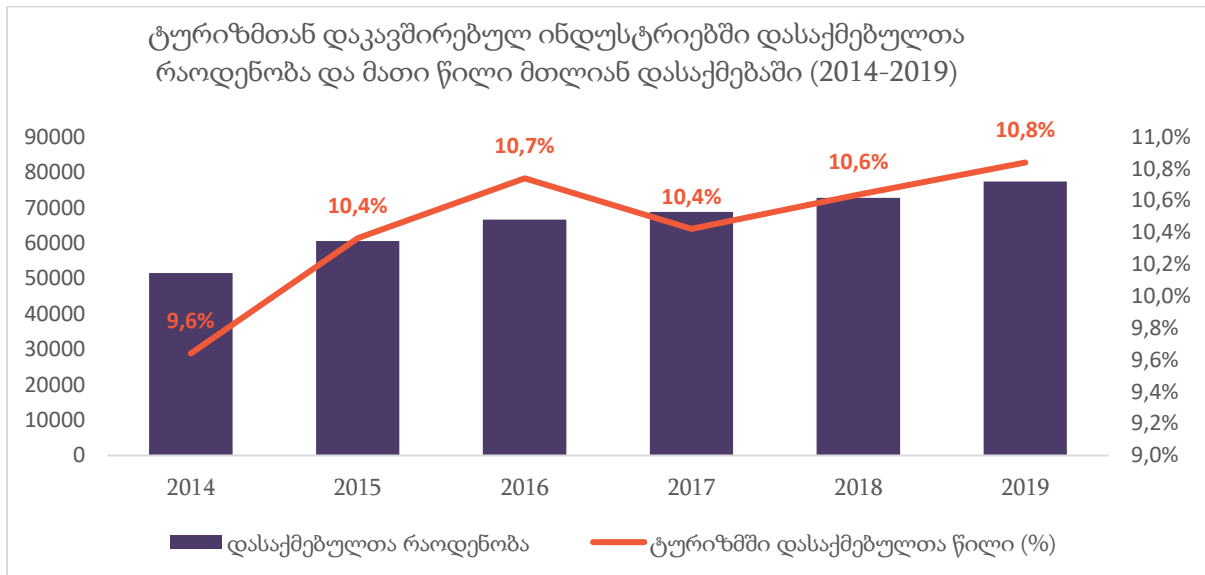
თუ თვითდასაქმებასაც განვიხილავთ, ტურიზმი კიდევ უფრო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს საქართველოს ეკონომიკაში - 2019 წელს 44% სამუშაო ძალის 44% თვითდასაქმებულია. უფრო მეტიც, სამუშაო ძალის 38.1% სოფლის მეურნეობის სექტორშია დაკავებული. თვითდასაქმებული ფერმერების მნიშვნელოვანი რაოდენობა შეიძლება გარკვეულწილად ჩაერთოს ტურიზმის სექტორის ღირებულების ჯაჭვში. გარდა ამისა, ტურიზმის ინდუსტრიის მრავალი მონაწილე დაუდგენელია. მაგალითად, GNTA-ს თანახმად, საქართველოში სულ 2,575 რეგისტრირებული სუბიექტია, რომლებიც განთავსების მომსახურებას ახორციელებენ, მაგრამ Booking.com-ზე 14,852 ასეთი საშუალებაა რეგისტრირებული.

დიაგრამა 5: ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების წვლილი დასაქმებაში

დიაგრამა 5: ტურიზმთან
დაკავშირებული
ინდუსტრიების წვლილი

დასაქმებაში

⁶ ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების ჩამონათვალი, GNTA-ს მიხედვით, შემდეგნაირია სახმელეთო ტრანსპორტი და ტრანსპორტი მილსადენებით და წყლის ტრანსპორტი; საჰაერო ტრანსპორტი; განთავსება, კვების ობიექტების მომსახურება; ტურისტული სააგენტოები, ტურ ოპერატორების დაჯავშნის სერვისები და მათთან დაკავშირებული საქმიანობა.



წყარო: საქსტატი

3.1.2. საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯები საქართველოში

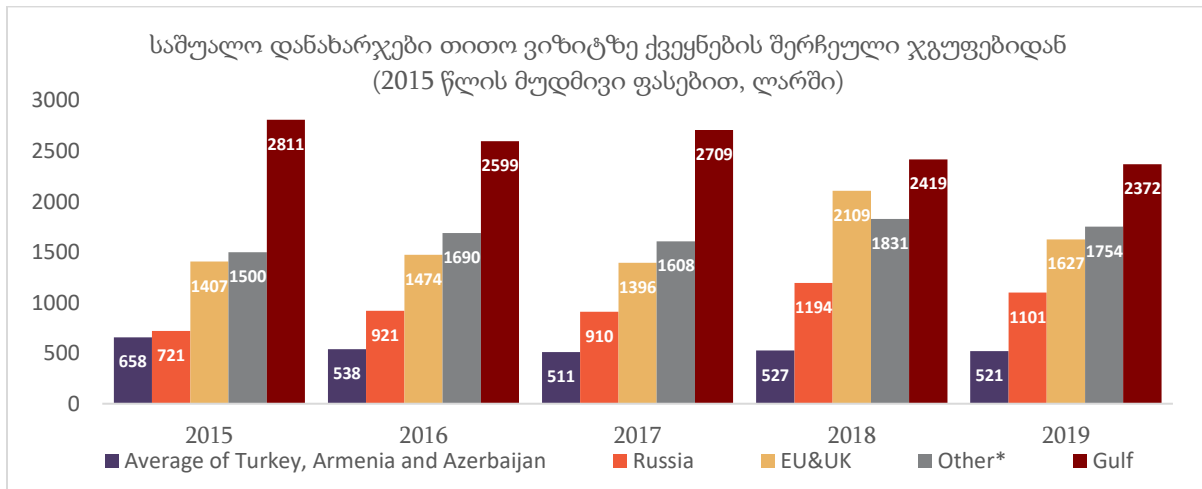
საშუალო დანახარჯები თითო ვიზიტზე, ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა და საშუალო დღიური დანახარჯი თითო ვიზიტზე საქართველოში (წარმომობის ქვეყნის მიხედვით)

საქართველოში ვიზიტორების მიერ გაწეული ხარჯების მიხედვით ქვეყნების რამდენიმე ჯგუფი განისაზღვრა და გაანალიზდა, თითო ვიზიტზე ჯამური ხარჯვის მხრივ, ყოველწლიურად ყველაზე მეტს ხარჯავენ ვიზიტორები სპარსეთის ყურის ქვეყნებიდან,⁷ შემდეგ "სხვა" ქვეყნები⁸ და ევროკავშირი (მათ შორის დიდი ბრიტანეთი). რუსეთიდან ჩამოსული ვიზიტორები ბოლოდან მეორე ადგილს იკავებენ ერთ პირის მიერ გაწეული ხარჯების მიხედვით, ხოლო თურქი, აზერბაიჯანელი და სომეხი ვიზიტორების საშუალო ხარჯები ყველაზე დაბალია.

დიაგრამა 6: საშუალო მთლიანი დანახარჯები თითოეულ ვიზიტზე ქვეყნების შერჩეული ჯგუფებიდან

⁷ სპარსეთის ყურის ქვეყნებში იგულისხმება:

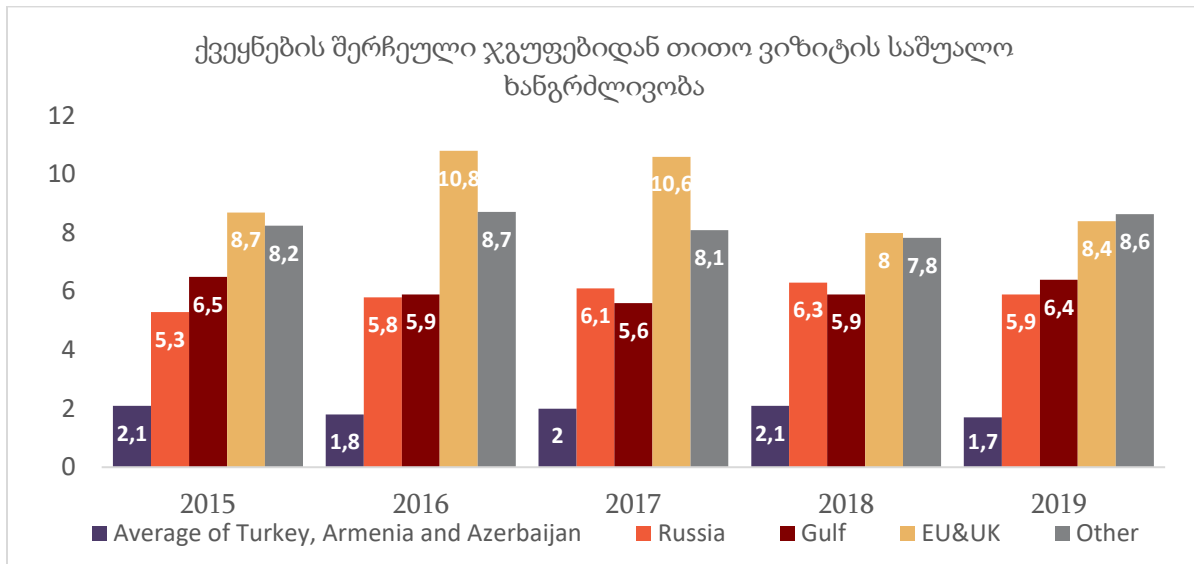
⁸ სხვა ქვეყნები მოიცავს: ავსტრალიას, ბელარუსს, კანადას, ჩინეთს, ინდოეთს, ირანს, ისრაელს, იაპონიას, ყაზახეთს, კორეის რესპუბლიკას, ფილიპინებს, შვეიცარიას, უკრაინას, ეგვიპტესა და აშშ-ს.



წყარო: ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია (GNTA)

იმისათვის, რომ გავიგოთ, თუ რა სარგებელს იღებს ქვეყანა თითოეული ვიზიტორის მიერ საქართველოში გატარებული ყოველი დამატებითი დღიდან, მნიშვნელოვანია გავანალიზოთ ყოველდღიური დანახარჯები თითო ვიზიტზე. საქსტატის მიერ ჩატარებული საერთაშორისო ვიზიტორების გამოკითხვის საფუძველზე, საშუალო ვიზიტორის მიერ გატარებული დროის საშუალო ხანგრძლივობა მნიშვნელოვნად იცვლება იმის მიხედვით, თუ რომელ ჯგუფს მიეკუთვნება ის. ევროკავშირისა და გაერთიანებული სამეფოს, ისევე როგორც "სხვა" ქვეყნების სტუმრები საქართველოში ყველაზე დიდხანს რჩებიან. ეს მონაცემი 2019 წელს, ევროკავშირისა და ბრიტანეთისთვის საშუალოდ 8,4 იყო, ხოლო "სხვა ქვეყნებისთვის" - 8,6 დღე. ეს მონაცემი შესაძლოა გულისხმობდეს, რომ ამ ვიზიტორთა ძირითადი მიზანი საქართველოში დასვენებაა. იგივე შეიძლება ითქვას რუსი ვიზიტორების შესახებაც, თუმცა, ისინი უფრო მოკლე დროში ტოვებენ ქვეყანას - 2019 წლის მონაცემებით, რუსი ტურისტები საშუალოდ 5,9 დღეს ატარებდნენ ქვეყანაში. ვიზიტორები საქართველოს დანარჩენი სამი მეზობელი ქვეყნიდან (სომხეთი, აზერბაიჯანი და თურქეთი) ყველაზე ცოტა ხნით რჩებიან ქვეყანაში და საშუალო მაჩვენებელი 2019 წელს, 1,7 დღეს შეადგენდა. მიუხედავად იმისა, რომ ამ პერიოდის განმავლობაში რომელიმე ქვეყნის ჯგუფისთვის მნიშვნელოვანი ტენდენციები არ შეიმჩნევა. ალბათ აღსანიშნავია, რომ ვიზიტების საშუალო ხანგრძლივობა შემცირდა ევროკავშირიდან და დიდი ბრიტანეთიდან. საშუალო დღეების რაოდენობა 2017 წელს 10,6-ს შეადგენდა ხოლო 2018 წელს ეს მონაცემი 8 დღემდე შემცირდა. ევროკავშირის, გაერთიანებული სამეფოს და "სხვა" ქვეყნების ვიზიტორების ყოფნის ხანგრძლივობა შეიძლება მიანიშნებდეს იმაზე, რომ ამ კატეგორიიდან ჩამოსულ სტუმრებს აქვთ სურვილი იმოგზაურონ ოჯახთან ერთად ან დაკავდნენ კულტურული, გასტრონომიული და/ან სათავგადასავლო ტურიზმით. ეს ყოველივე უფრო მეტ დროს მოითხოვს, ვიდრე მხოლოდ ღირშესანიშნაობების დათვალიერება ან ზღვისპირა დასვენება, რაც უფრო ხშირად საქართველოში რუსი ვიზიტორების შემთხვევაში გვხვდება. რაც შეეხება სომხეთიდან, აზერბაიჯანიდან და თურქეთიდან ჩამოსულ სტუმრებს, მათი ვიზიტების ძირითადი მიზანია მივლინებები (მათ შორის აუცილებელი სავაჭრო) ან მოკლევადიანი ტურიზმი, მაგალითად, თურქი სტუმრები აჭარაში ერთ ან ორ ღამეს რჩებიან კაზინოების გამო.

დიაგრამა 7: ქვეყნების შერჩეული ჯგუფების ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა



წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ერთი ვიზიტორის მიერ გატარებული დღეების საშუალო რაოდენობა, ყველა ჯგუფის გათვალისწინებით, 2015-2019 წლის განმავლობაში 3.4-დან 4.3 დღეს შორის იყო. ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი (3.4) 2015 წელს, ხოლო ყველაზე მაღალი (4.3) 2017 წელს. 2018 და 2019 წლებში ეს მაჩვენებელი 2017 წელთან შედარებით ყოველწლიურად 0.1 დღით მცირდებოდა.

ცხრილი 3: საქართველოში ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობა

	2015	2016	2017	2018	2019
საშუალო ვიზიტის ხანგრძლივობა (დღეები)	3.4	3.9	4.3	4.2	4.1

წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ვიზიტის საშუალო მაჩვენებლის 2015 წლის 3.4 – დან 2017 წელს 4.3-მდე ზრდა შესაძლოა აიხსნას თურქეთიდან, სომხეთიდან და აზერბაიჯანიდან ვიზიტორების წილის შემცირებით, რომლებიც საქართველოში ვიზიტისას უფრო ნაკლებ დროს ატარებდნენ.

ტურიზმის მთლიანი ხარჯების საფუძველზე შესაძლოა ქვეყნების შერჩეული ჯგუფებიდან მთლიანი ვიზიტორების რაოდენობისა და, თითო ვიზიტზე საშუალო დღიური დანახარჯების გამოთვლა და გაანალიზება. ინფლაციის ეფექტის დასაბალანსებლად, ხარჯები ინდექსირდა 2015 წლისთვის, CPI ინფლაციის გამოყენებით. ვიზიტორების კატეგორიებად დაყოფის გარეშე მონაცემების ანალიზისას საშუალო დღიური დანახარჯი თითო ვიზიტზე 2015 წელს 227 ლარს ხოლო 2017 წელს ყველაზე დაბალ ნიშნულზე დაეცა (191 ლარი), მაშინ, როცა 2018 წელს კვლავ გაიზარდა (236 ლარამდე) და სტაბილური დარჩა მომდევნო წელსაც (2019 წელს 231 ლარი). თუ ყოველდღიურ ხარჯებს აშშ დოლარში დავითვლით, 2015 წლიდან ძლიერი კლების ტენდენცია შეიმჩნევა.

ეს დაკვირვება და ფაქტი, რომ როგორც მოგზაურობიდან მიღებული შემოსავლები, ისე ვიზიტორთა რიცხვი მნიშვნელოვნად გაიზარდა, შესაძლოა იმაზე მიანიშნებდეს, რომ ქართული ტურიზმის ინდუსტრია იზრდება იმ ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის გამო, რომლებიც დღეში საშუალოდ ნაკლებს ხარჯავენ.

ცხრილი 4: საშუალო დღიური დანახარჯები ლარსა და აშშ დოლარში

	2015	2016	2017	2018	2019
ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯი 2015 წლის მუდმივი ფასებით, ლარებში	227	204	191	236	231
ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯი 2015 წლის მუდმივი ფასებით, აშშ დოლარში	100	86	76	93	82

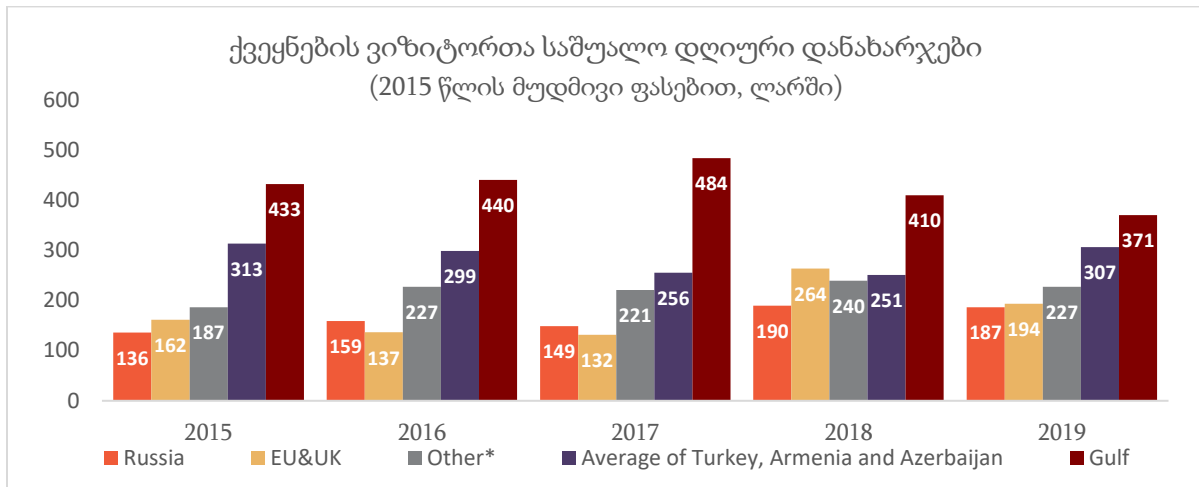
წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ქვეყნების ცალკეულ ჯგუფებში ლარებში გაანალიზებული შედეგები გვაჩვენებს, რომ სპარსეთის ყურის ქვეყნების ვიზიტორებს ყველაზე მაღალი დღიური დანახარჯები აქვთ. 2019 წელს, სპარსეთის ყურის ქვეყნის ერთმა სტუმარმა დაახლოებით ორჯერ მეტი დახარჯა, ვიდრე რუსეთიდან ჩამოსულმა ვიზიტორმა.

ამ პერიოდის განმავლობაში, გარდა 2018 წლისა, მეორე ყველაზე მაღალი საშუალო დღიური დანახარჯების მაჩვენებლების მქონე ჯგუფია სომხეთი, აზერბაიჯანი და თურქეთი. თითოეული ქვეყნის ცალკეული ანალიზის შედეგად დადგინდა, რომ ეს ძირითადად გამოწვეულია თურქეთიდან ვიზიტორების ყოველდღიური ხარჯვით, რამაც სპარსეთის ყურის ქვეყნების ვიზიტორების დღიურ ხარჯებსაც გადააჭარბა. ამის ყველაზე სავარაუდო ახსნაა ბათუმში აზარტული თამაშების დაწესებულებების პოპულარობა თურქ ვიზიტორთა შორის. სომეხი ვიზიტორების ყოველდღიური დანახარჯები ახლოსაა "სხვა" ქვეყნების ხარჯებთან, ხოლო აზერბაიჯანელი ვიზიტორების ყოველდღიური დანახარჯები - რუსი ვიზიტორების დანახარჯების მაჩვენებლებთან.

2015-2019 წლების განმავლობაში საშუალო დღიური დანახარჯები ლარში იზრდებოდა ევროკავშირიდან, დიდი ბრიტანეთიდან და რუსეთიდან ჩამოსული ვიზიტორებისთვის, ხოლო ისინი შედარებით სტაბილურია "სხვა" ქვეყნების ვიზიტორებისთვის. "სხვა" ქვეყნებიდან ვიზიტორთა ყოველდღიური ხარჯვა მუდმივად აღემატება, ევროკავშირის, დიდი ბრიტანეთისა და რუსეთიდან ჩამოსული ვიზიტორების ხარჯებს. ევროკავშირისა და დიდი ბრიტანეთის ვიზიტორების შედარებით დაბალი დღიური დანახარჯი მათი ტურიზმის თავისებურებებით აიხსნება: ბევრი მათგანი უპირატესობას ანიჭებს სოფლად (rural) ტურიზმს, რითაც თავიდან იცილებს ძვირადღირებულ სასტუმროებში ყოფნასა და ძვირადღირებული ღირსშესანიშნაობების მონახულებას. გარდა ამისა, ეს მათ საშუალებას აძლევს უფრო მეტ ხანს დარჩნენ ქვეყანაში.

დიაგრამა 8: შერჩეული ჯგუფების ქვეყნების ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯები



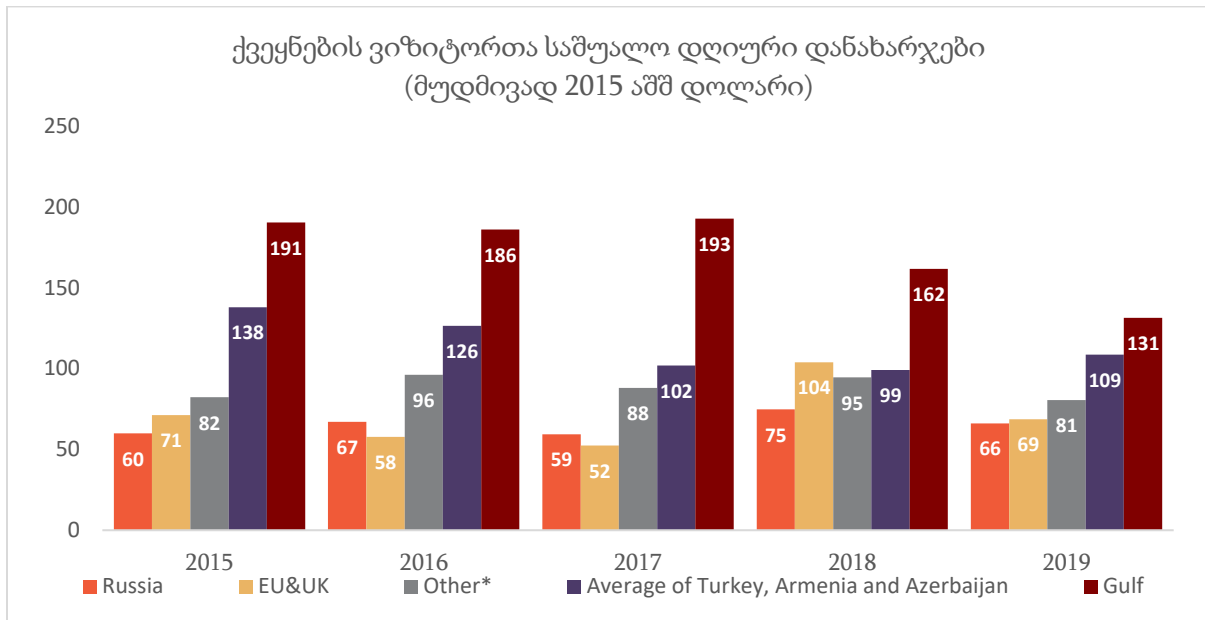
წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

როდესაც ხარჯებს აშშ დოლარში გადავიყვანთ,⁹ აშკარა ხდება სომხეთიდან, აზერბაიჯანიდან და თურქეთიდან ვიზიტორების ყოველდღიური ხარჯების შემცირების ტენდენცია. გარდა ამისა, ბოლო ორი წლის განმავლობაში, სპარსეთის ყურის ქვეყნების ვიზიტორების ყოველდღიური დანახარჯი შემდეგნაირად მცირდება: 2017 წლის 193 აშშ დოლარიდან 2019 წელს 131 აშშ დოლარამდე. ამისათვის სხვადასხვა შესაძლო ახსნა არსებობს, რომელთაგან ზოგი უფრო შემაშფოთებელია: 1) ამ ქვეყნებიდან დროთა განმავლობაში ვიზიტორების ქცევა არ შეცვლილა და ისინი ფულს ერთსა და იმავე აქტივობაზე ხარჯავენ. თუ ეს ასეა, ყოველდღიური ხარჯების შემცირების ერთადერთი ახსნაა ქართული პროდუქციისა და მომსახურების ფასების დაცემა, რაც გარკვეულწილად შემაშფოთებელია; და/ან 2) ამ ქვეყნებიდან ჩამოსულმა სტუმრებმა შეცვალეს ჩვევები და დაიწყეს ისეთი ქცევა, რაც უფრო ნაკლებ დანახარჯებთანაა დაკავშირებული. ეს ახსნა რომ სიმართლეს შეესაბამებოდეს, ნაკლებად შემაშფოთებელი იქნებოდა. ამასთან, ამ ორი ქვეყნის ჯგუფის ვიზიტორების მიერ გატარებული საშუალო დღეების სტაბილური მაჩვენებელი მეორე დასაბუთებას მცირე უპირატესობას ანიჭებს. უფრო მეტიც, რუსეთიდან ვიზიტორების ყოველდღიური დანახარჯების ზრდა ძირითადად ლარის გაუფასურებითაა გამოწვეული, რადგან ეს მაჩვენებელი დოლარში შედარებით სტაბილურია.

აღსანიშნავია ისიც, რომ 2018 წელს ევროკავშირისა და დიდი ბრიტანეთის ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯი სხვა წლებთან შედარებით გაცილებით მაღალი იყო, როგორც ლარში, ასევე აშშ დოლარში. ამას ორი სარწმუნო მიზეზი აქვს: უპირველეს ყოვლისა, ევროკავშირის წევრი ქვეყნებიდან ვიზიტორების მიერ გაწეული მთლიანი ხარჯი თითქმის გაორმაგდა (95%-იანი ზრდა 2017 წელთან შედარებით) და ქვეყანაში გატარებული საშუალო დღეების რაოდენობა 10.6-დან 8 დღემდე შემცირდა. როგორც ჩანს, ამან გამოიწვია მნიშვნელოვნად მაღალი საშუალო დღიური ხარჯვა 2018 წელს, თუმცა ამ შესაძლო ახსნის დასაზუსტებლად დამატებითი ანალიზია საჭირო.

დიაგრამა 9: ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯები ქვეყნების შერჩეული ჯგუფებიდან

⁹ მნიშვნელოვანია დაანგარიშდეს ხარჯები როგორც ლარში, ასევე აშშ დოლარში, რადგან ვიზიტორებმა შეიძლება დაგვემონ თავიანთი ვიზიტები შემდეგი ორი მეთოდით: 1) ისინი არ გეგმავენ წინასწარ და ხარჯავენ იმდენს, რამდენიც დასჭირდებათ დანიშნულების ქვეყანაში, ამ შემთხვევაში ლარის ხარჯები აქტუალურია; ან 2) ისინი გეგმავენ წინასწარ, რომ აპირებენ დახარჯონ X თანხა შევსებულბაში ანუ დაგეგმავენ და ადგენენ ბიუჯეტს საკუთარ ვალუტაში. ამ შემთხვევაში, აშშ დოლარის ხარჯები შეიძლება უფრო აქტუალური იყოს.



წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ვიზიტორთა წილი ქვეყნების ჯგუფების მიხედვით და მზარდი დამოკიდებულება ვიზიტორებზე რუსეთიდან

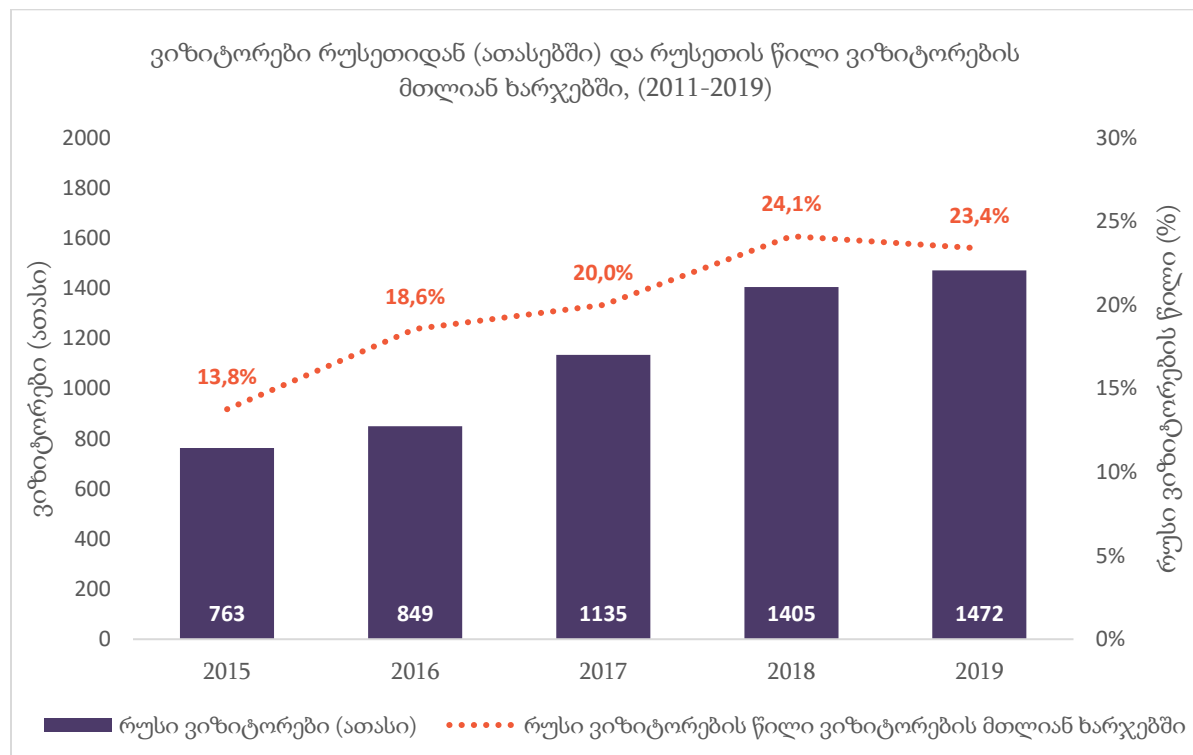
ქვეყნების შერჩეული ჯგუფებიდან ვიზიტორების წილი ვიზიტორების მთლიან რაოდენობაში რამდენიმე საინტერესო ტენდენციას ავლენს. ყველაზე მეტი წილი სომხეთიდან, აზერბაიჯანიდან და თურქეთიდან ვიზიტორთა ჯგუფს აქვს, თუმცა, ეს წილი 2015 წლის 65%-იანი მაჩვენებლიდან 2019 წელს 52%-მდე შემცირდა. მიუხედავად ამისა, ამ ჯგუფის ვიზიტორთა საერთო რაოდენობა ამ პერიოდში შედარებით სტაბილურია. მიუხედავად იმისა, რომ ევროკავშირიდან და დიდი ბრიტანეთიდან ვიზიტორების წილი ზომიერია, მისი ზრდის ტემპი საყურადღებოა: 2015 წლიდან 2019 წლამდე 54.5% -იანი ზრდა დაფიქსირდა. სპარსეთის ყურის ქვეყნების ვიზიტორების წილი უმნიშვნელოა - 2019 წელს სულ რაღაც 1.5% შეადგენდა.¹⁰ თუმცა, მისი ზრდის ტემპი მნიშვნელოვანი იყო - 2015 წლიდან 2019 წლამდე გაორმაგდა.

რაც შეეხება რუსეთს, მნიშვნელოვანი ზრდა დაფიქსირდა როგორც ვიზიტორთა რაოდენობის, ისე მთლიან ხარჯებში წილის მიხედვით 2015-2019 წლების განმავლობაში. ამ პერიოდში ორივე მაჩვენებელი თითქმის გაორმაგდა. საქართველოს ეკონომიკის დაუცველობა რუს ვიზიტორებზე დამოკიდებულების მიმართ 2019 წელს გამოიკვეთა, როდესაც რუსეთმა 2019 წლის ივნისში თავის მოქალაქეებს საქართველოში მოგზაურობა აუკრძალა. ამ აკრძალვამ მნიშვნელოვანი გავლენა იქონია

¹⁰ შერჩეული ქვეყნების მიერ უცხოელი ვიზიტორების დანახარჯების ანალიზი აჩვენებს, რომ რუსი ტურისტების მთლიანი დანახარჯები ყველაზე მაღალია ქვეყნებს შორის და ის მზარდი ტენდენციით ხასიათდება 2015-2019 წლებში, რაც შედარებით შემცირდა 2019 წელს, საქართველოში რუსეთიდან ფრენების აკრძალვის შემდგომ. 2019 წელს რუს ვიზიტორებზე დამოკიდებულება დადასტურდა, როდესაც 2019 წლის ივნისში რუსეთის მიერ საქართველოში მოგზაურობის აკრძალვამ დაახლოებით ლარის 17% -იანი გაუფასურება გამოიწვია აშშ დოლართან მიმართებაში. მეორე მხრივ, აღსანიშნავია, რომ მიუხედავად იმისა, რომ დროთა განმავლობაში დამოკიდებულება ერთ კონკრეტულ ქვეყანაზე იზრდება, ქართული ტურიზმის დივერსიფიკაციის ხარისხიც იზრდება, რადგან სხვა ქვეყნების ხარჯებმა კიდევ უფრო მკვეთრი პოზიტიური ტენდენცია განიცადა იმავე პერიოდში. ასევე, იზრდება ევროკავშირის ვიზიტორების მთლიანი დანახარჯები, თუმცა მან 2019 წელს რუსი ტურისტების ხარჯების მხოლოდ 56.5% შეადგინა.

ლარის გაუფასურებაზე - 2019 წლის ივლისში ლარი აშშ დოლართან მიმართებაში წინა წლის იმავე თვის მაჩვენებელთან შედარებით 17%-ით გაუფასურდა.¹¹

დიაგრამა 10: რუსეთის ტურიზმზე მზარდი დამოკიდებულება



წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

ამასთან, აღსანიშნავია, რომ მაშინაც კი, როდესაც საქართველოს დამოკიდებულება იზრდება ერთი კონკრეტული ქვეყნის ვიზიტორებზე, დივერსიფიკაციის ზრდის ნიშნებიც შეიმჩნევა. უფრო კონკრეტულად, ვიზიტორების წილი სხვა ქვეყნებიდან, გარდა მეზობელი ქვეყნებისა (სომხეთი, აზერბაიჯანი, რუსეთი და თურქეთი), 2015 წლის 20,4% –დან 2019 წელს 28,6% –მდე გაიზარდა.

3.1.3. სასტუმროს ფასების დინამიკა საქართველოში

PMC კვლევითი ცენტრი ატარებს ყოველთვიურ კვლევას ფასების შესახებ booking.com–ის მიხედვით და აქვეყნებს სასტუმროების ფასების ინდექსს, რომელიც სასტუმროებში და საოჯახო ტიპის სასტუმროებში საშუალო ფასის ცვლილების მაჩვენებლად შეიძლება გამოვიყენოთ. გარდა ამისა, ხდება 3, 4 და 5 ვარსკვლავიანი სასტუმროების, აგრეთვე საოჯახო სასტუმროების საშუალო ფასების მონიტორინგი და ანალიზი. ზემოთ მოცემული მონაცემები გროვდება, შემდეგ იყოფა კატეგორიებად და კეთდება ანალიზი რეგიონების მიხედვით.

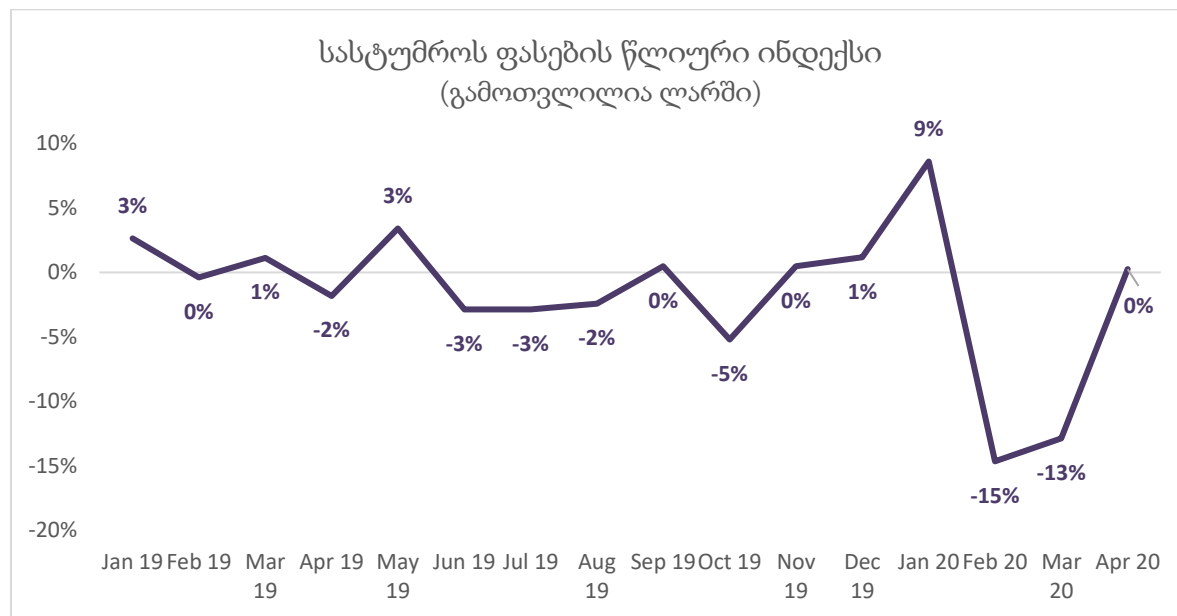
სასტუმროების წლიური ფასების ინდექსი

¹¹ ეროვნული ბანკის წლიური ანგარიში პარლამენტს 2019 -
[HTTP://WWW.PARLIAMENT.GE/GE/AJAX/DOWNLOADFILE/136469/1-6037](http://www.parliament.ge/ge/ajax/downloadfile/136469/1-6037)

როდესაც საქართველოში სასტუმროების ყოველწლიური ფასების ანალიზი ტარდება, მუშავდება ფასების დინამიკა. 2019 წელს მხოლოდ ოთხ თვეში (იანვარი, მარტი, მაისი და დეკემბერი) 2018 წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით, ფასების ზრდა დაფიქსირდა, თუმცა ეს ზრდა ძალიან მცირე იყო. ეს ტენდენცია ნაწილობრივ აიხსნება რუსეთის მხრიდან დაჩქარებული მოგზაურობის აკრძალვით, რომელიც დაიწყო 2019 წლის ივნისიდან და 2019 წლის ზაფხულის თვეებში (ივნისი, ივლისი, აგვისტო) ფასების 2-3% -ით შემცირებაზე იქონია გავლენა.

რაც შეეხება 2020 წელს, იანვარში სასტუმროების ფასები 9%-ით გაიზარდა 2019 წლის იანვართან შედარებით, რაც ტურისტების შემოძინების წლიური 18.9% -ით ზრდითაა განპირობებული. COVID-19 პანდემიის გამო, თებერვალსა და მარტში ფასები მკვეთრად 15% და 13%-ით დაეცა, ხოლო აპრილში booking.com-ზე რეგისტრირებული სასტუმროების რაოდენობის მნიშვნელოვანმა შემცირებამ ინდექსი უცვლელი დატოვა.

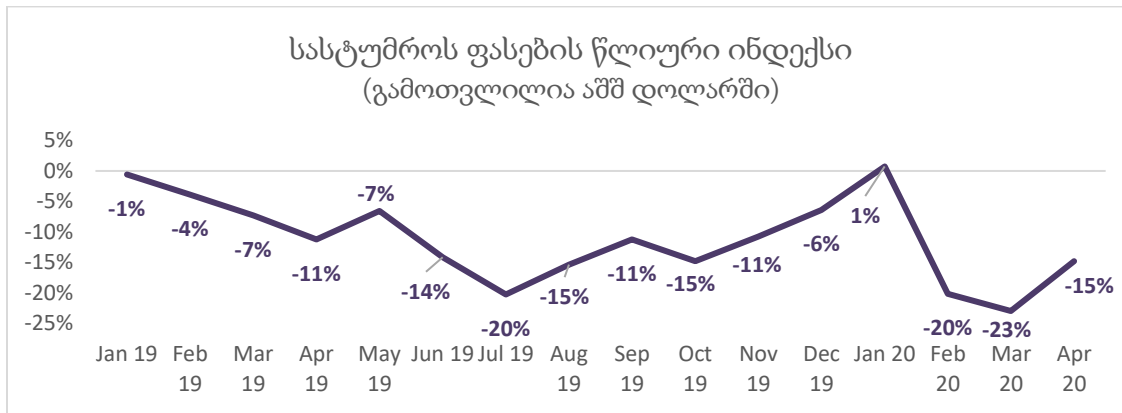
დიაგრამა 11: სასტუმროს წლიური ფასების ინდექსი (ლარებში)



წყარო: PMC კვლევის ცენტრი

ამასთან, იქედან გამომდინარე, რომ სასტუმროს ფასებს ძირითადად აშშ დოლარში ეძებენ, უფრო რელევანტური იქნება აშშ დოლარში გაანგარიშებული ინდექსის ანალიზი. ამგვარი გათვლებით, სიტუაცია უფრო სავალალოა. საერთო ჯამში, აშკარაა სასტუმროების ფასების კლების ტენდენცია, 2019 წლის შვიდი თვის განმავლობაში ფასები 10%-ზე მეტით შემცირდა 2018 წლის შესაბამის პერიოდთან შედარებით; ყველაზე დიდი ვარდნა ივლისში მოხდა. მიუხედავად იმისა, რომ ეს ორნიშნა პროცენტული დაცემა შეიძლება უარყოფითი ეგზოგენური შოკით აიხსნას, ძლიერი უარყოფითი ტენდენცია მაინც აშკარაა.

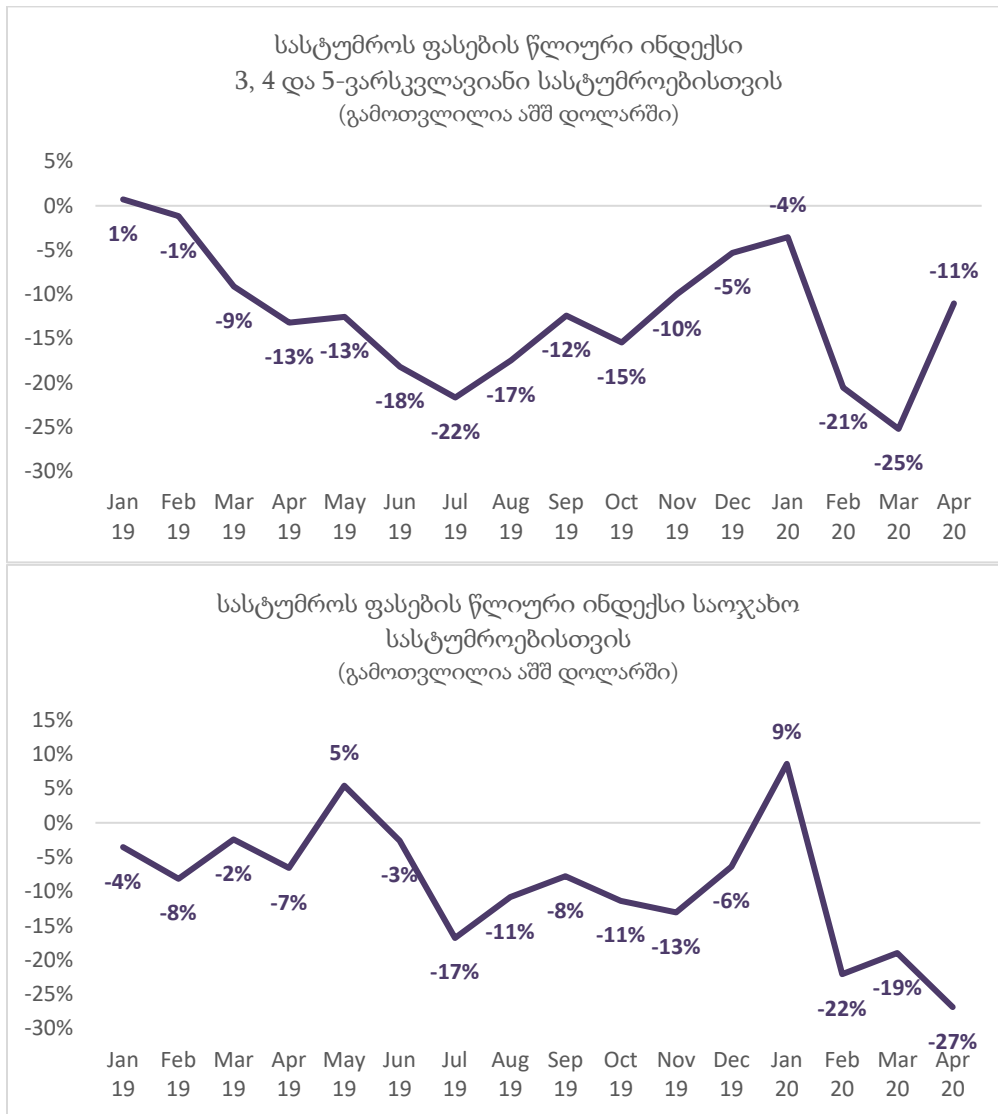
დიაგრამა 12: სასტუმროს ფასების წლიური ინდექსი (აშშ დოლარი)



წყარო: PMC კვლევის ცენტრი

მსგავსი დადმავალი ტენდენცია შეიმჩნევა, 3, 4 და 5 ვარსკვლავიანი სასტუმროებისა და საოჯახო ტიპის სასტუმროების ყოველწლიურ ფასებში. ამასთან, დადმავალი ტენდენცია უფრო აშკარაა 3, 4 და 5-ვარსკვლავიანი სასტუმროებისთვის, ვიდრე საოჯახო ტიპის სასტუმროებისთვის, რადგან 2019 წელს 8 თვეში სასტუმროების ფასები 10% -ით შემცირდა წინა წელთან შედარებით, ხოლო 2019 წლის ოთხ თვეში საოჯახო სასტუმროების ფასები შემცირდა ორნიშნა პროცენტით.

დიაგრამა 13: სასტუმროს წლიური ფასის ინდექსი (აშშ დოლარი) 3,4 და 5-ვარსკვლავიანი სასტუმროებისა და სასტუმრო სახლებისთვის



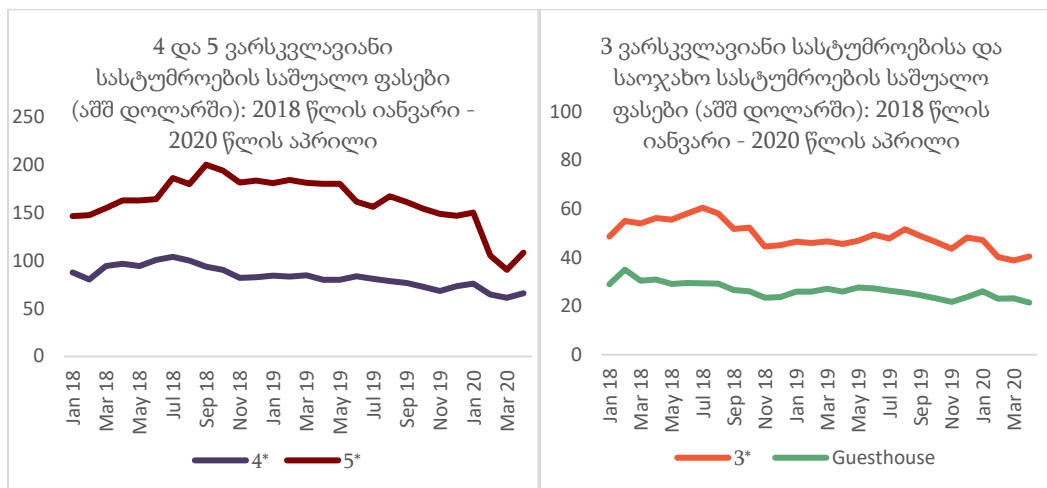
წყარო: PMC კვლევის ცენტრი

განთავსების საშუალებების საშუალო ფასები

დროთა განმავლობაში განთავსების ფასების შემცირების ტენდენცია აშკარაა 4 ტიპის განთავსების საშუალებების საშუალო ფასების ანალიზის მაგალითზე. 2018 წლის სექტემბერში საშუალო ფასის პიკური 200 აშშ დოლარის მიღწევის შემდეგ, 5 ვარსკვლავიანი სასტუმროების ფასი ერთ წელიწადში 161 აშშ დოლარამდე შემცირდა (-19%). მსგავსი ტენდენცია შეიმჩნევა როგორც 3 და 4 ვარსკვლავიანი სასტუმროების, ისე საოჯახო ტიპის სასტუმროების საშუალო ფასებში.

ბოლო ორი წლის განმავლობაში სასტუმროების საშუალო ფასების შემცირების რამდენიმე სავარაუდო მიზეზი შეიძლება განვიხილოთ. მათ შორის ყველაზე აშკარაა 2019 წლის ივნისში დაწყებული მოგზაურობის აკრძალვა რუსეთიდან, თუმცა გასათვალისწინებელია სხვა ფაქტორებიც. მზარდი მოთხოვნის ფონზე, რაც როგორც ხარჯების გაზრდით, ასევე აღნიშნული პერიოდის განმავლობაში ტურისტების რაოდენობის გაზრდითაა გამოხატული, ლოგიკურია, რომ სასტუმროების ფასებიც გაიზარდებოდა, რადგან სასტუმროების მიწოდება იგივე დარჩებოდა. ამრიგად, ფასების შემცირება შეიძლება ნაწილობრივ აიხსნას საქართველოში სასტუმროების სიჭარბით.

დიაგრამა 14: 4 და 5-ვარსკვლავიანი სასტუმროების (მარცხნივ) და 3-ვარსკვლავიანი სასტუმროებისა და საოჯახო ტიპის სასტუმროების საშუალო ფასები (მარჯვნივ)



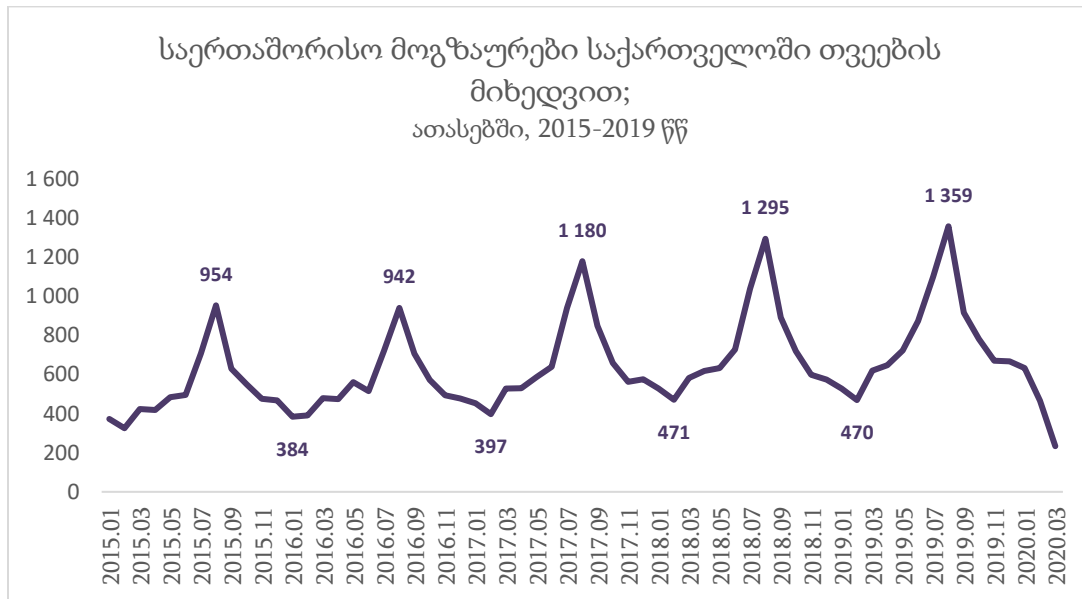
წყარო: PMC კვლევის ცენტრი

შესაძლო ჭარბი მიწოდების პრობლემა ასევე აიხსნება საქართველოში განთავსების სერვისის მიმწოდებელი სუბიექტების რაოდენობით. GNTA-ს თანახმად, ოფიციალურად დარეგისტრირებული საცხოვრებელი ადგილების რაოდენობა 2017 წელს 1966-ს შეადგენდა, ხოლო 2020 წლის მაისში ამ მაჩვენებელმა 2575-ს მიაღწია, რაც მხოლოდ ორი წლის განმავლობაში 30% –იან ზრდაზე მიუთითებს. აღსანიშნავია, რომ booking.com– ზე ჩამოთვლილი სასტუმროებისა და საოჯახო ტიპის სასტუმროების რაოდენობა 2017 წლის სექტემბერში 2629 – დან 2020 წლის მაისამდე 5590 – მდე გაიზარდა, რაც ნიშნავს, რომ ეს რიცხვი სამ წელზე ნაკლები პერიოდის განმავლობაში გაორმაგდა.

3.1.4. სეზონური სქემები საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიაში

აღსანიშნავია, რომ ტურიზმის ინდუსტრია საქართველოში სეზონური რყევებით ხასიათდება. 2012-2019 წლებში საქართველოში ტურისტების რაოდენობამ პიკს აგვისტოში მიაღწია, ხოლო თებერვალში ყველაზე დაბალ ნიშნულზე დაეცა. ამასთან, 2014-2019 წლების განმავლობაში, საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობის საშუალო წლიური ზრდის ტემპი 8% გახლდათ დეკემბრისა და იანვრისთვის, ხოლო ზაფხულში (ივნისი, ივლისი, აგვისტო) ის მხოლოდ 1 პროცენტული პუნქტით მეტი იყო (9%). ამრიგად, ამ პერიოდში ზამთრის ტურიზმის ზრდა შედარებულია ზაფხულის ტურიზმის ზრდასთან. ამასთან, აგვისტოში, თებერვალთან შედარებით, საშუალოდ 2,8-ჯერ მეტი უცხოელი სტუმრობს საქართველოს. გარდა ამისა, აგვისტოსა და თებერვალს შორის სხვაობა არ მცირდება, რაც ზამთარში მეტი ტურისტის მოსაზიდად ტურიზმის ინდუსტრიის მეტი დივერსიფიკაციის საჭიროებაზე მიუთითებს.

დიაგრამა 15: სეზონურობა ქართულ ტურიზმში



წყარო: GNTA ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია

3.1.5. რეგიონული ტენდენციები საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიაში

რეგიონების მიხედვით გაანალიზებისას გამოვლინდა, აჭარა ყველაზე მაღალ სეზონურობას განიცდის როგორც ვიზიტორების რაოდენობის, ასევე ფასების მხრივ. თბილისში შესაძლოა ჭარბი მიწოდების პრობლემა გაცილებით უფრო აშკარადაა გამოხატული, რადგან განთავსების ფასები, განსაკუთრებით კი 4 და 5 ვარსკვლავიანი სასტუმროებისათვის, კლების ტენდენციით ხასიათდება. როდესაც ორი პოპულარული ზამთრის კურორტის, კერძოდ სამცხე-ჯავახეთისა და მცხეთა-მთიანეთის მონაცემები გაანალიზდა, სეზონური ტენდენცია (მეტი ტურისტი ზაფხულში, ვიდრე ზამთარში) ისევ შენარჩუნდა, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ ტურისტების რაოდენობა საქართველოში სათხილამურო კურორტებზე ჯერ კიდევ შედარებით დაბალია. ამის მიუხედავად, ამ რეგიონებში სათხილამურო სეზონზე განთავსების ფასების ზრდა შეინიშნება, რაც შესაძლოა იმაზე მიანიშნებდეს, რომ ამ პერიოდში სასტუმროებზე მოთხოვნა იზრდება და განთავსების დამატებითი ობიექტების საჭიროება იჩენს თავს.

3.1.6. მიღწევები, გამოწვევები და შესაძლებლობები ტურიზმის ინდუსტრიაში

მიღწევები:

- სექტორის მნიშვნელოვანი ზრდა - გასული ათწლეულის განმავლობაში ტურიზმიდან აშშ დოლარის შემოსავლების 242% –იანი ზრდა და ტურისტების რაოდენობის 177% –იანი ზრდა. 2015-2019 წლებში ტურისტების ხარჯების საშუალო წლიურმა ზრდამ 9.2% შეადგინა.
- დივერსიფიკაციის ზრდა - ვიზიტორთა რაოდენობა ყველა ქვეყნიდან, გარდა საქართველოს ოთხი მეზობლისა (სომხეთი, აზერბაიჯანი, რუსეთი და თურქეთი) გაიზარდა 20.4% -დან 2015 წელს 28.6% -მდე 2019 წელს.
- ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდა ქვეყნების ჯგუფებიდან, რომელთა ერთ ვიზიტზე ხარჯებიც მაღალია - ვიზიტორების რაოდენობა გაიზარდა ევროკავშირიდან, დიდი ბრიტანეთიდან და სპარსეთის ყურის ქვეყნებიდან, ორი ქვეყნის ჯგუფიდან, რომლებსაც აქვთ ყველაზე მეტი მთლიანი

დანახარჯები ათწლეულის თითო ვიზიტზე, გასული წლის განმავლობაში (ევროკავშირისა და დიდი ბრიტანეთისთვის ოთხჯერ; და ყურის ქვეყნებისათვის 142-ჯერ).

- მეტი ვიზიტორი ყოველდღიური მაღალი დანახარჯებით - სპარსეთის ყურის ქვეყნებიდან ვიზიტორთა რიცხვი, რომლებიც აღმოჩნდა, რომ ყველაზე მეტ დროს ატარებენ საქართველოში, ბოლო ათწლეულის განმავლობაში 142-ჯერ გაიზარდა, და 203%-ით 2015-2019 წლებში.

გამოწვევები:

- ტურიზმზე დამოკიდებულების ზრდა - ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე გამორჩეული და ყველაზე სწრაფად მზარდი სექტორია საქართველოს ეკონომიკაში, რომელიც მშპ-ს 8.1% -ს შეადგენს, ხოლო 2019 წელს მისმა არაპირდაპირმა წილმა 26.3% -ს მიაღწია; ბოლო ათწლეულის განმავლობაში საშუალო წლიური ზრდა 14% -ია. ეს ქვეყნის ეკონომიკას ძალიან დაუცველს ხდის ნებისმიერი შოკისგან, რომელიც ტურიზმს ზღუდავს.
- საშუალო დღიური დანახარჯების სტაგნაცია - 2015-2019 წლების განმავლობაში ლარში გამოხატული საშუალო დანახარჯები სტაბილური იყო, ხოლო აშშ დოლარში გადაყვანისას შემცირდა.
- საშუალო დღიური დანახარჯები ყველაზე მაღალი საერთო დანახარჯების მქონე ქვეყნების ჯგუფებში - ზოგიერთ ჯგუფში, სადაც ვიზიტების საერთო ხარჯები ყველაზე მაღალია და მარკეტინგული კამპანიების სამიზნეს ხშირად წარმოადგენს (მაგ. ევროკავშირი და დიდი ბრიტანეთი), საშუალო დღიური მაჩვენებლები მაინცდამაინც მაღალი არ აღმოჩნდა. ეს მოითხოვს საშუალო დონის დანახარჯების შემდგომ ანალიზს ქვეყნის დონეზე, რაც შესაძლოა იმაზე მიუთითებდეს, რომ საჭიროა მარკეტინგული კამპანიების სამიზნე ქვეყნების სიის გადახედვა.
- რუსეთიდან ვიზიტორებზე დამოკიდებულების ზრდა - ბოლო ათწლეულის განმავლობაში რუსეთიდან ვიზიტორებზე დამოკიდებულების ზრდის ტენდენცია შეიმჩნევა. იზრდება როგორც ვიზიტორთა რაოდენობა, ასევე საშუალო დანახარჯები თითო ვიზიტზე. 2019 წელს რუსეთიდან ფრენების აკრძალვამ ამ დამოკიდებულების მნიშვნელობა კიდევ უფრო ცხადად გამოავლინა და ნაწილობრივ ლარის მნიშვნელოვანი გაუფასურება და 2019 წლის ზაფხულში სასტუმროების ფასების ვარდნა განაპირობა.
- განთავსების საშუალებების შესაძლო ჭარბი მიწოდება - სასტუმროების ფასების კლების ტენდენცია, რაც ქვეყნის მასშტაბით აშკარაა, მაგრამ თბილისში ყველაზე მკვეთრად არის გამოხატული, განთავსების საშუალებების ჭარბ მიწოდებაზე მიუთითებს.
- სეზონური სქემები (ყველაზე გავრცელებული საზაფხულო ტურიზმი) - სეზონური და რეგიონული მკაფიო ტენდენციები იმაზე მიუთითებს, რომ ტურისტების უმეტესობა ზაფხულში სტუმრობს საქართველოს, რაც ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიებს სეზონურად აქცევს და დასაქმების გამოწვევებს მუდმივ ხასიათს სძენს.

შესაძლებლობები:

- ქვეყნები, რომელთა მოქალაქეები მეტს ხარჯავენ - თურქეთი წამყვანი ქვეყანაა ვიზიტორების საშუალო დღიური დანახარჯების მიხედვით თითო ვიზიტზე და მას არც სპარსეთის ყურის ქვეყნები ჩამორჩებიან. ამრიგად, ამ ქვეყნებიდან მაღალი ხარჯების მქონე ვიზიტორების სპეციფიკური საჭიროებების გამოვლენა და ამ საჭიროებების უკეთესად დაკმაყოფილების შესაძლებლობების განვითარება ეფექტიანი იქნება.

- სეზონური და რეგიონული ტენდენციები ზამთრის ტურიზმის ზრდის პოტენციალზე მიუთითებს - საქართველოში ზამთრის ტურიზმის პოტენციალი ძირითადად აუთვისებელი რჩება, რადგან ზაფხულში ვიზიტორების რიცხვი მნიშვნელოვნად მეტია, ვიდრე ზამთარში, სათხილამურო კურორტებით ყველაზე ცნობილ რეგიონებშიც კი. ამის მიუხედავად, ამ რეგიონებში სასტუმროების ფასების ზრდა ზამთრის თვეებში შესაძლოა ამ რეგიონებში განთავსების საშუალებებზე და სხვა მომსახურებაზე მოთხოვნის ზრდაზე მიუთითებდეს, რაც ნიშნავს, რომ შესაძლოა ამგვარი მომსახურების შესაბამისი განვითარება მომგებიანი იყოს.

3.2. COVID-19 კრიზისამდე არსებული პოლიტიკის გამოწვევები: დაინტერესებული მხარეების პერსპექტივები

3.2.1. კერძო სექტორის გამოწვევები

კერძო სექტორის წარმომადგენლების მიერ ხაზგასმული ძირითადი პრობლემები/გამოწვევები	გამოწვევების აღწერა
კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	• პერსონალის კვალიფიკაცია, მათი კორპორატიული ეთიკა და განათლების დონე ტურიზმის სექტორის გამოწვევად მიიჩნევა. ეს საკითხები ეხება არა მხოლოდ სასტუმროებისა და რესტორნების პერსონალს, არამედ სატრანსპორტო კომპანიების თანამშრომლებსა და ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვში ჩართულ სხვა დაინტერესებულ მხარეებს. ასევე, არის ერთგვარი აცდენა კერძო სექტორის საჭიროებებსა და ტურიზმის თემატიკაზე არსებულ საგანმანათლებლო პროგრამებს შორის.
არასათანადო ინფრასტრუქტურა	• ტურიზმის სექტორის ინფრასტრუქტურა გაუმჯობესებას საჭიროებს. საჭიროა მაღალმთიანი სოფლებისკენ მიმავალი გზების განახლება, ხოლო საქართველოს მრავალი კურორტის ინფრასტრუქტურა გაუმართავ მდგომარეობაშია. ტურისტები ზოგადად არ არიან კმაყოფილნი გზების ხარისხით, სათხილამურო ინფრასტრუქტურის ზოგიერთი ელემენტით, ასევე გაზის, წყლისა და ელექტროენერგიის მიწოდებით.
საკვების არასათანადო ხარისხი	• სურსათის ხარისხი და უსაფრთხოება კვლავ ტურიზმის ინდუსტრიის შემადგერხებელ პრობლემად რჩება. • ქართული რესტორნები და კაფეები, ზოგადად, ვერ აკმაყოფილებენ საერთაშორისო სტანდარტებს.
გარემოს დაბინძურება და დაზიანება, მათ შორის გამოწვევები ნარჩენების არაეფექტურ მართვასთან დაკავშირებით	• ბუნების დაბინძურება, რაც ნაწილობრივ ხალხის მიერ ნარჩენების მიმართ უპასუხისმგებლო დამოკიდებულებითაა გამოწვეული.

ვიზიტორებზე დაბალი დანახარჯები და მაღალი დამოკიდებულება ტურიზმზე კონკრეტული ქვეყნებიდან, მაგალითად, რუსეთიდან	• საქართველოში თითო ვიზიტორის მიერ გაწეული დანახარჯები ჩვენს მსგავს ქვეყნებთან შედარებით დაბალია. საქართველოში ჩამოსული ბევრი ტურისტი ცდილობს ეკონომიურად ხარჯოს. შესაბამისად, ამან გამოიწვია ფასების ომი ბაზარზე, რის შედეგადაც ტურისტების მოსაზიდად, სასტუმროები და რესტორნები ცდილობენ კონკურენტული უპირატესობა ფასების შემცირებით მოიპოვონ. ხშირად ხდება მომსახურების ხარისხის უგულვებელყოფა ფასზე აქცენტის სანაცვლოდ. • საქართველოს ტურიზმის სექტორი ძლიერ არის დამოკიდებული რუს ტურისტებზე. ეს კი საქართველოში სასტუმრო ინდუსტრიის მოწყვლადობის მაღალ დონეს განაპირობებს.
არასრული მარეგულირებელი ჩარჩო	• არა რეგულირებული პროფესიები: მაგალითად, სამთო მეგზურის საქმიანობა საქართველოში არ არის რეგულირებული პროფესია. ამ სექტორის წარმომადგენლების მოსაზრებით, სამთო ტურიზმი მაღალ რისკებთანაა დაკავშირებული და ამიტომ ეს პროფესია ისე უნდა დარეგულირდეს, როგორც ეს ევროკავშირის ბევრ ქვეყანაში ხდება. ამასთან, მთის გიდების კვალიფიკაცია უნდა იქნეს აღიარებული ქვეყნის კომპეტენტური ორგანოს მიერ. ამჟამად საქართველოში ყველას შეუძლია სამთო მეგზურად მუშაობა და ეს საქართველოს ბაზარზე არაკვალიფიციური მუშახელის სიჭარბეს განაპირობებს. კვალიფიკაციის არარსებობის გამო, მომსახურების ფასებიც დაბალია. საქართველოს მთის მეგზურთა ასოციაციის წარმომადგენლები ფიქრობენ, რომ ამ პროფესიის სწორად რეგულირება საქართველოს უფრო მიმზიდველს გახდის საერთაშორისო ტურისტებისთვის და სამთო ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავლებსაც გაზრდის. ამჟამად, საერთაშორისო ტურისტებს ურჩევენ ადგილობრივი მეგზურების დაქირავების ნაცვლად, უცხოელი გიდების მომსახურებით ისარგებლონ, რადგან მათ პროფესიონალიზმში დარწმუნებულნი არ არიან. • საიმპერაციო პოლიტიკა: შესაძლებელია გამართვიდეს საიმპერაციო პოლიტიკა სხვადასხვა ქვეყნის, მათ შორის ინდოეთისა და ჩინეთის მოქალაქეებისათვის. 2018 წლის შემდეგ, სხვადასხვა ქვეყნის მოქალაქეებისთვის საქართველოში შესვლა პრობლემატური გახდა სასაზღვრო კონტროლის დაწესების გამო. ტურისტებს ხშირად არ უშვებდნენ საქართველოში და ქვეყნიდან დეპორტირებას უქვემდებარებდნენ. ეს, რა თქმა უნდა, უარყოფითად მოქმედებს ტურიზმის სექტორზე და ბევრი ჯავშანი სწორედ ამის გამო უქმდება.
ადმინისტრაციული საკითხები და კოორდინაციის რთული მექანიზმები	• ადმინისტრაციული საკითხები: ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის ასოციაციების წარმომადგენლებთან ჩატარებული ინტერვიუების თანახმად, ინდუსტრია მუდმივად იტვირთება ბიუროკრატიული საკითხებით და ეს დარგის განვითარებას უშლის ხელს.

	• მმართველობის რთული მოუქმედი სტრუქტურა: GNTA-ს უჭირს გადაწყვეტილებების სწრაფად მიღება, რადგან მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროში არსებულ მმართველობის კომპლექსურ და ბიუროკრატიულ სისტემაზე. • ეფექტური კოორდინაციის მექანიზმების ნაკლებობა (ტურ ოპერატორები, გასტრონომია და ა.შ.): არასაკმარისი კოორდინაციაა სხვადასხვა სამინისტროებსა და ორგანოებს შორის, მათ შორის ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს, გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს (MEPA), რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროსა (MRDI) და GNTA-ს შორის. • პოლიტიკის ადვოკატირებისათვის გასტრონომიის სფეროს წარმომადგენლებს უწევთ დაუკავშირდნენ სხვადასხვა სამინისტროებსა და სახელმწიფო უწყებებს, როგორცაა MEPA, MoESD, GNTA და ზოგჯერ საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრი.
--	--

3.2.2. მთავრობის პერსპექტივა

პანდემიის დაწყებამდე საჯარო უწყებებთან ინტერვიუების დროს ტურიზმის პოლიტიკასთან დაკავშირებით სერიოზული გამოწვევები არ დასახელებულა. საჯარო სექტორის მიერ გამოწვევებად დასახელებული თემები ძირითადად შემდეგ საკითხებს უკავშირდებოდა: ტურიზმის პოლიტიკის განხორციელება, მათ შორის ინფრასტრუქტურის განვითარება, ტექნოლოგიური მოდერნიზაცია, საქართველოს მთელი წლის განმავლობაში ტურისტული დანიშნულების ადგილად პოზიციონირება, ახალი პროექტებისა და ინიციატივების განხორციელება საჯარო და კერძო პარტნიორობის ფორმატში (PPP), საქართველოს ტურისტული დანიშნულების ადგილად პოზიციონირება ევროკავშირის ბაზრებზე, რეგიონულ დონეზე, რეგიონული ტურიზმის პოლიტიკისა და სტრატეგიული მიმართულებების PPP ფორმატში განხორციელება, ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარება, სექტორის პოტენციალის გაძლიერება ახალი პროდუქტების შექმნით, ტურიზმის სექტორის თანამშრომლების შესაძლებლობების განვითარება და სტანდარტიზაციის საკითხები.

3.2.3. დონორთა პერსპექტივები

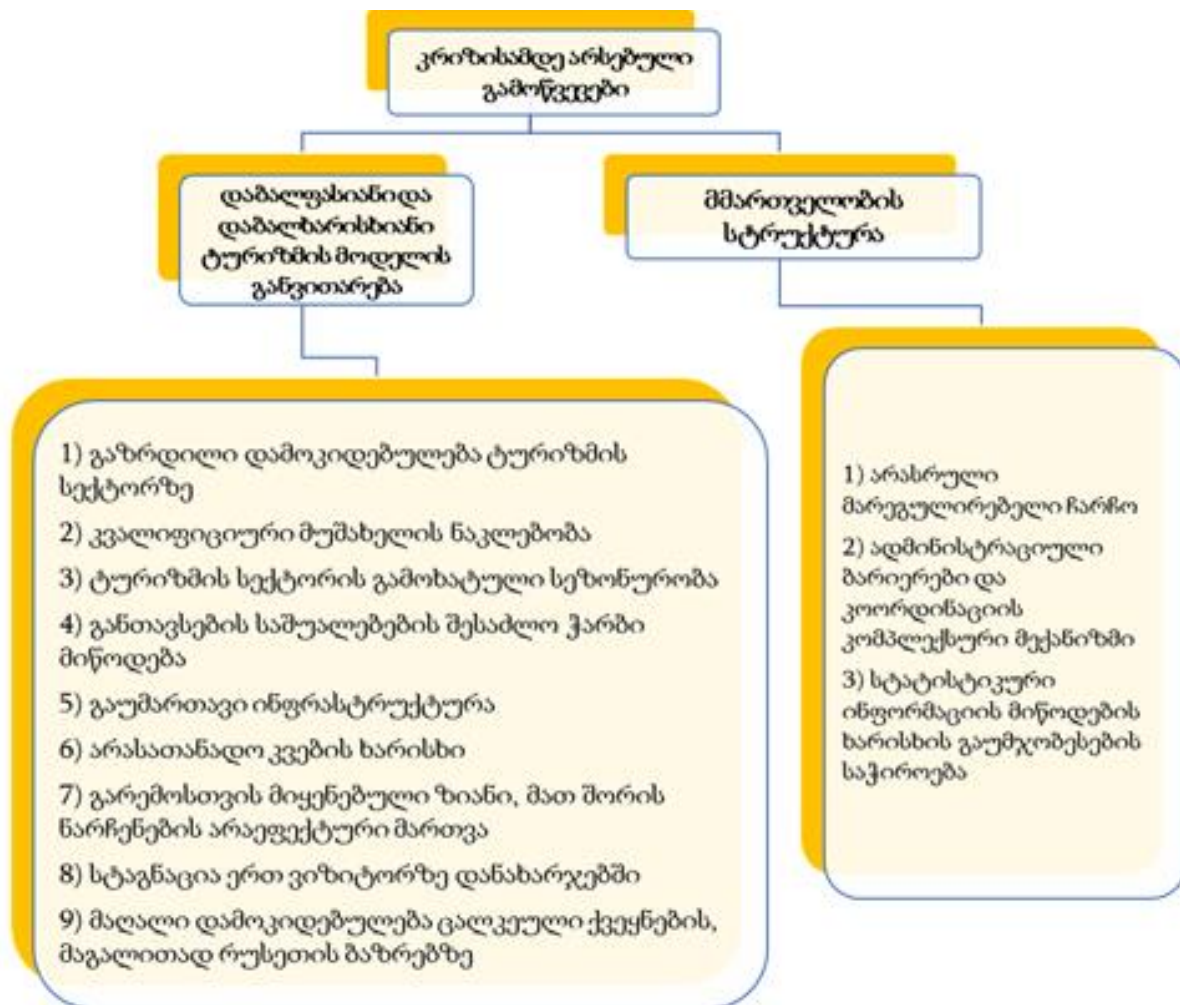
საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციების წარმომადგენლებმა აღნიშნეს სხვადასხვა მნიშვნელოვანი გამოწვევები, როგორცაა ტურიზმის შესახებ კანონის არარსებობა, სექტორში დასაქმებული პირების სერტიფიცირების არარსებობა, სასტუმროების ხარისხის განმსაზღვრელი რეიტინგების ერთიანი სტანდარტის არარსებობა, არასათანადო ტურისტული მომსახურება ქვეყანაში; ასევე, უფასო ღირსშესანიშნაობები და მათგან პოტენციური შემოსავლების მიღების შესაძლებლობები. კონკრეტული კანონმდებლობის არარსებობა ხელს უშლის ტურიზმის სექტორში ჩართული აქტორების რეგულირებას. ამიტომ, სექტორის განვითარება საკმაოდ ქაოტურია. გარდა ამისა, საჭიროა სტატისტიკური ინფორმაციის გაუმჯობესება, რათა კერძო სექტორს შეეძლოს მოერგოს და დაგეგმოს საქმიანობა საიმედო სტატისტიკის საფუძველზე.

3.2.4. შეჯამება

სამაგიდო კვლევისა და დაინტერესებულ მხარეებთან ინტერვიუების საფუძველზე გამოიკვეთა 12 ცალკეული გამოწვევა, რომლებიც ტურიზმის სექტორს კრიზისამდე ახასიათებდა. საქართველოში ტურიზმის სექტორი განვითარებულია შედარებით არარეგულირებულ გარემოში და პროგრესი სწრაფია, რამაც ხელი შეუწყო შემდეგ ორ ტენდენციას: 1) საქართველოში მასობრივი ტურიზმის განვითარება; ინდუსტრია, სავარაუდოდ, გარდაიქმნება შემდეგ კატეგორიად „დაბალი ხარისხი, დაბალი ფასი“ (სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მოცულობაზე ორიენტირებული ტურიზმის ინდუსტრია); და 2) ტურიზმის სექტორი ძალიან სწრაფად ვითარდებოდა და მმართველ რგოლს გაუჭირდა განვითარების ტემპს მიჰყოლოდა, რამაც გამოიწვია სხვადასხვა მარეგულირებელი და მმართველობასთან დაკავშირებული პრობლემები.

12 გამოვლენილი გამოწვევა შეესაბამება საქართველოს ტურიზმის სექტორში ზემოთ აღწერილ ორ საკითხს. ორი ქვეკატეგორიის მიხედვით დაჯგუფებული კრიზისამდე არსებული გამოწვევების ჩამონათვალი წარმოდგენილია ქვემოთ მოცემულ დიაგრამაზე:

დიაგრამა 16: გამოწვევები კრიზისამდე



პოლიტიკის გამოწვევები კრიზისამდე	ურთიერთდაკავშირებული გამომწვევი მიზეზები	დაინტერესებული მხარეების მიერ დასახელებული გამომწვევების აღწერა, რომლებიც სამაგიდო კვლევაშია მოცემული
"დაბალი ხარისხის- დაბალი ფასების ტურიზმის სექტორის განვითარება საქართველოში	მზარდი დამოკიდებულება ტურიზმზე	ტურიზმი ერთ – ერთი ყველაზე გამორჩეული და ყველაზე სწრაფად მზარდი სექტორია საქართველოს ეკონომიკაში. 2019 წელს მისი მშპ –ის პირდაპირი წილი 8.1%-ს ხოლო ირიბად 26.3%-ს შეადგენდა. უკანასკნელი ათწლეულის საშუალო წლიური ზრდა 14% –ს აღწევს. გარდა ამისა, 2019 წელს ტურიზმიდან მიღებულმა შემოსავალმა 3.268 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა (მშპ-ს 18.4%), რაც 242% -ით მეტია 2011 წლის შესაბამის მაჩვენებელთან შედარებით (მშპ-ს 6.3%).
	კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	პერსონალის კვალიფიკაცია, კორპორატიული ეთიკა და განათლების დონე ტურიზმის სექტორის გამოწვევებად დასახელდა. ეს ეხება არა მხოლოდ სასტუმროებისა და რესტორნების პერსონალს, არამედ სატრანსპორტო კომპანიების თანამშრომლებსა და ტურიზმის ღირებულებითი ჯაჭვის სხვა დაინტერესებულ მხარეებს.
	სეზონური ტენდენციები (ზაფხულის ტურიზმი უფრო ჭარბობს)	ძლიერი სეზონური ტენდენციები ტურიზმის დივერსიფიკაციისა და ზამთრის ტურიზმის განვითარების საჭიროებაზე მიუთითებს.
	მიწოდების სავარაუდო სიჭარბე (სასტუმროები და საოჯახო სასტუმროები)	ქვეყნის მასშტაბით სასტუმროების ფასების დადმავალი ტენდენცია, რაც თბილისში უფრო მკაფიოდ არის გამოხატული, განთავსების საშუალებების სიჭარბეზე მიუთითებს.
	არასათანადო ინფრასტრუქტურა	- ტურიზმის სექტორის ინფრასტრუქტურა გაუმჯობესებას საჭიროებს. კერძოდ, საჭიროა მაღალმთიანი სოფლებისკენ მიმავალი გზების განახლება. ზოგადად, საქართველოს კურორტების ინფრასტრუქტურა არასახარბიელო მდგომარეობაშია. - ტურისტები ზოგადად არ არიან კმაყოფილნი გზების ხარისხით, სათხილამურო ინფრასტრუქტურის ზოგიერთი ელემენტით, ასევე ბუნებრივი აირის, წყლის და ელექტროენერგიის მიწოდებით. გარდა ამისა, დაბალია ზოგიერთი საბაგირო გზის ხარისხიც.
	საკვების არასათანადო ხარისხი	- სურსათის ხარისხი და უვნებლობა კვლავ რჩება ტურიზმის ინდუსტრიის პრობლემად. - ქართული რესტორნები და კაფეები, ზოგადად, არ აკმაყოფილებს საერთაშორისო სტანდარტებს.
	გარემოზე მიყენებული ზიანი და მათ შორის გამომწვევები, რომლებიც დაკავშირებულია ნარჩენების მართვასთან	საქართველოში ხდება ბუნებრივი ლანდშაფტების დაბინძურება, რაც ნაწილობრივ იმითაა გამოწვეული, რომ ადამიანები ნარჩენების მოგროვებას უპასუხისმგებლოდ ეკიდებიან.
	დადმავალი ხარჯები თითოეულ ვიზიტორზე	საქართველოში თითო ვიზიტორის მიერ გაწეული დანახარჯები ჩვენს მსგავს ქვეყნებთან შედარებით დაბალია. საქართველოში ჩამოსული ბევრი ტურისტი ცდილობს ეკონომიურად ხარჯოს. შესაბამისად, ამან გამოიწვია ფასების ომი ბაზარზე, რის შედეგადაც ტურისტების მოზიდვისთვის სასტუმროები და

		რესტორნები ცდილობენ მოიპოვონ კონკურენტული უპირატესობა ფასების შემცირებით. ხშირად ხდება მომსახურების ხარისხის უგულვებლყოფა ფასის დაწევის სანაცვლოდ.
	კონკრეტული ქვეყნებიდან, მაგალითად, რუსეთიდან შემომავალ ტურისტებზე დამოკიდებულების მაღალი დონე	საქართველოს ტურიზმის სექტორი ძლიერ არის დამოკიდებული რუს ტურისტებზე. ეს საქართველოში სასტუმროს ინდუსტრიის მოწყვლადობის მაღალ დონეს განაპირობებს.
მმართველობის სტრუქტურა, მარეგულირებელი ჩარჩო, ადმინისტრაციული საკითხები და კოორდინაციის მექანიზმები	ადმინისტრაციული საკითხები და კოორდინაციის რთული მექანიზმები	ადმინისტრაციული საკითხები: - ტურიზმის ღირებულებითი ჯაჭვის ასოციაციების წარმომადგენლებთან ჩატარებული ინტერვიუების თანახმად, ინდუსტრია მუდმივად იტვირთება ბიუროკრატიული საკითხებით და ეს დარგის განვითარებას უშლის ხელს. მმართველობის რთული/მოუქნელი სტრუქტურა: - GNTA-ს უჭირს გადაწყვეტილებების სწრაფად მიღება, რადგან მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროში არსებულ მმართველობის კომპლექსურ და ბიუროკრატიულ სისტემაზე. ეფექტური კოორდინაციის მექანიზმების ნაკლებობა (ტურ ოპერატორები, გასტრონომია და ა.შ.): - არასაკმარისი კოორდინაციაა სხვადასხვა სამინისტროებსა და ორგანოებს შორის, მათ შორის ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს, გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს (MEPA), რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროსა (MRDI) და GNTA-ს შორის. - პოლიტიკის ადვოკატირებისათვის გასტრონომიის სფეროს წარმომადგენლებს უწევთ დაუკავშირდნენ სხვადასხვა სამინისტროებსა და სახელმწიფო უწყებებს, როგორცაა MEPA, MoESD, და საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნული ცენტრი.
	არასრული მარეგულირებელი ჩარჩო	- ტურიზმის კანონის არარსებობა ხელს უშლის ტურიზმის სექტორის მდგრად განვითარებას, აგრეთვე, შესაბამისი სტანდარტების მიღებას მომსახურების მიწოდების სფეროში და შესაბამისი პროფესიების რეგულირებას ტურისტების უსაფრთხოების გასაზრდელად. შედეგად, ტურიზმის სექტორის განვითარება ქაოტურია. - საჭიროა სექტორში დასაქმებული პირების სერტიფიცირება. შესაბამისი სასერტიფიკატო მექანიზმების არარსებობა უარყოფითად აისახება გაწეული მომსახურების ხარისხზე და საქართველოს, როგორც ვიზიტორებისათვის უსაფრთხო და საიმედო დანიშნულების ადგილის აღქმაზე საერთაშორისო მასშტაბით. - სასტუმროების ხარისხის განმსაზღვრელი რეიტინგების ერთიანი სტანდარტის არარსებობა აფერხებს კონკურენციას და ინფორმაციის არასრულ მიწოდებას განაპირობებს

		• არა რეგულირებული პროფესიები: მაგალითად, საქართველოში მთის მეგზურის საქმიანობა არ არის რეგულირებული პროფესია. • საემიგრაციო პოლიტიკა: შეიძლება გამარტივდეს მოქალაქეებისთვის შემოსვლის პოლიტიკა ისეთი ქვეყნებიდან, როგორიცაა ინდონეზია და ჩინეთი.
	სტატისტიკური მეთოდების გაუმჯობესების საჭიროება	• საჭიროა სანდო სტატისტიკის წარმოება, რაც კერძო სექტორს საშუალებას მისცემს მოერგოს ბაზარს და საქმიანობის დაგეგმვა მტკიცებულებებზე დაყრდნობით შეძლოს. არასანდო დარგობრივი სტატისტიკა აფერხებს ტურიზმის პოლიტიკის ფორმულირებას, სტრატეგიული პრიორიტეტების განსაზღვრასა და კერძო სექტორის შესაძლებლობას შეცვალოს პრიორიტეტები ბაზრის მოთხოვნებზე დაყრდნობით.

3.3. მთავრობის რეაგირება COVID-19-მდეელ გამოწვევებზე

3.3.1 ტურიზმის კანონ-პროექტი

კანონ-პროექტი ტურიზმის შესახებ განსაზღვრავს ტურიზმის სახელმწიფო პოლიტიკას, ადგენს სამეწარმეო საქმიანობის რეგულირებისა და კოორდინაციის პრინციპებს ამ სფეროში, აწესებს მომხმარებელთა უფლებების დაცვის მაღალ სტანდარტებს და სახელშეკრულებო ურთიერთობების მოწესრიგებას უზრუნველყოფს. კანონპროექტის განმარტებები შეესაბამება UNWTO-ს, ევროკავშირის დირექტივებისა და ევროკავშირის წევრი სახელმწიფოების შესაბამის დებულებებს. იგი განსაზღვრავს უფლებამოსილი ორგანოების ფუნქციებსა და მოვალეობებს და სახელმწიფო და ადგილობრივ მმართველობებს შორის თანამშრომლობის მექანიზმებს; წარმოადგენს GNTA-ის მრჩეველთა საბჭოს და დანიშნულების მართვის ორგანიზაციების (DMO) შექმნის საფუძველს. კანონპროექტი ადგენს ტურისტების უფლებებსა და მოვალეობებს და განსაზღვრავს დებულებებს მათი უსაფრთხოების დასაცავად.

კანონპროექტი გულისხმობს სავალდებულო მოთხოვნას ტურიზმის სერვისის მიმწოდებლების მიერ საჯარო რეესტრის ეროვნული სააგენტოს ეკონომიკური საქმიანობის რეესტრში დარეგისტრირების შესახებ და განსაზღვრავს ტურისტული ინდუსტრიის საქმიანობის სახეობებს, ტურ ოპერატორებს, ტურისტულ აგენტებს და მათ საქმიანობას, აგრეთვე, ვალდებულებებს ტურისტების დაზღვევასა და მათი უსაფრთხოების უზრუნველყოფაზე. ეს ითვალისწინებს ტურ ოპერატორების ბიზნესის რისკების დაზღვევის წესებს და ტურისტების დახმარების ვალდებულებებს. კანონპროექტი ასევე განსაზღვრავს ტურისტულ სახელმძღვანელოს, რეგულაციებს, მთის, სათხილამურო და ალპური გიდების პროფესიულ სერტიფიკაციასა და უსაფრთხოების სერტიფიკაციის წესებს. ის ასევე განსაზღვრავს განთავსების საშუალებების განმარტებებს, დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციებს (DMO), მათი შექმნის დებულებებს და ფუნქციებს.

კანონპროექტი ეხება მთის ტურისტული გიდებისათვის ლიცენზიის გაცემის წესს, არეგულირებს ამ საკითხებთან დაკავშირებულ გარიგებებს, განსაზღვრავს ლიცენზიის გაცემის უფლებამოსილებას და ლიცენზიანტის საქმიანობის პირობებს. ის ასევე განსაზღვრავს მთის გიდის საქმიანობის სპეციალურ წესებს, ლიცენზიის მისაღებად წარსადგენი დოკუმენტების ჩამონათვალს, მთის გიდებისათვის დამატებით მოთხოვნებს, ადგენს ლიცენზიის მინიჭების შესახებ გადაწყვეტილების მიღების წესს, სალიცენზიო პირობებთან შესაბამისობის შემოწმებას, განსაზღვრავს ლიცენზიის ხანგრძლივობას და მისი შეწყვეტისა და გაუქმების წესს. კანონმდებლობა ასევე მოიცავს სალიცენზიო მოსაკრებელსა და სალიცენზიო რეესტრის წარმოების წესებს.

3.3.2. კანონპროექტი აგროტურიზმის შესახებ

აგროტურიზმის შესახებ კანონპროექტი ადგენს აგროტურიზმის საქმიანობის ზოგად პრინციპებს და დამხმარე ინსტრუმენტებს, აგრეთვე, აწესრიგებს საქმიანობას აგროტურიზმის სტატუსის მინიჭებასთან დაკავშირებით და განსაზღვრავს შესაბამისი მონაწილეების პასუხისმგებლობას. კანონპროექტის მიზნებია აგროტურიზმის განვითარება, სოფლის მოსახლეობის დასაქმების ხელშეწყობა, სამეურნეო საწარმოების განვითარება, სოფლის მეურნეობის სექტორის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესება, უნიკალური რეგიონული პროდუქტებისა და საქართველოს სამზარეულოს პოპულარიზაცია.

კანონპროექტი არეგულირებს მუნიციპალიტეტების, GNTA-ს როლებსა და პასუხისმგებლობებს, განსაზღვრავს სახელმწიფო დახმარების ზომებს აგროტურიზმის განვითარებისათვის და ადგენს აგრობიზნესის საწარმოების ვალდებულებებს.

4. COVID-19- ის გავლენა ტურიზმის სექტორზე საქართველოში

4.1 კრიზისის მასშტაბი და მისი წინასწარი გავლენა ტურიზმის სექტორზე საქართველოში

4.1.1. კერძო სექტორის პერსპექტივები

გამოწვევები კრიზისის დროს	გამოწვევების აღწერა
გაუქმებული ჯავშნების რაოდენობა	უმეტეს შემთხვევაში, სასტუმროებში ჯავშნები გაუქმებული იყო 2020 წლის ივნისის ბოლომდე. ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლები მოელიან, რომ აღდგენის ეტაპზე (წინა წელთან შედარებით) ტურისტების რაოდენობა დაბალი დარჩება. ასეთი მოლოდინი ემყარება შემდეგ დაშვებებს/ფაქტორებს: • პოტენციურ ვიზიტორებს ეშინიათ მოგზაურობის; • პოტენციურ ვიზიტორებს ნაკლები ფული ექნებათ; • ბევრმა ქვეყანამ ურჩია 60 წელზე მეტი ასაკის მოქალაქეებს, რომ კრიზისის შემდეგაც არ იმოგზაურონ (ეს ასაკობრივი ჯგუფი ძირითადად დაინტერესებულია საქართველოში ეკო და კულტურული ტურიზმით და ტურ ოპერატორებისათვის მომხმარებლების დიდ ნაწილს წარმოადგენენ)
შემცირებული შემოსავლები/ზრუნვა	კრიზისის პერიოდში ტურიზმის სექტორში შემოსავლების მოსალოდნელი შემცირება წინა წელთან შედარებით 100% -ს უახლოვდება. ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების კომპანიების უმეტესობას კვლავ აქვს ხარჯები, როგორცაა კომუნალური გადასახადები, პერსონალის ხელფასები და ქირა.
შეწყვეტილი შრომითი ხელშეკრულებები	კრიზისის პერიოდში, ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა რაოდენობის მოსალოდნელი შემცირება, წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით, 80% -100% -ია. კრიზისის, სავარაუდოდ, განსაკუთრებით ქალთა და ახალგაზრდების დასაქმებაზე აისახება, რადგან ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის პერსონალის მნიშვნელოვანი ნაწილი ქალები და ახალგაზრდები არიან. კომპანიების უმეტესობას არ შეუძლია თანამშრომლებისთვის ხელფასის გადახდა, თუმცა, ზოგიერთმა ეს აპრილის შუა რიცხვებამდე მაინც შეძლო. ზოგადად კომპანიებს არ გააჩნიათ კრიზისის დროს პერსონალის შენარჩუნების გეგმა. ამავდროულად, ბევრი კომპანია მოელის, რომ კრიზისის შემდეგ კადრების მოძიება კიდევ უფრო გაადვილდება, რადგან შრომის ბაზარზე უფრო მეტი უმუშევარი იქნება.
შემცირებული ინვესტიციები	კრიზისის პერიოდში, ტურიზმის სექტორში ინვესტიციების მოცულობის მოსალოდნელი შემცირება წინა წლის ანალოგიურ პერიოდთან შედარებით 100% -ს უახლოვდება.
კრედიტების გადახდის სირთულეები	შემოსავლების შემცირების გამო, ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების კომპანიებს სირთულეები შეექმნათ საკრედიტო გადახდისას. მათ გამოიყენეს კომერციული ბანკების შემოთავაზება საკრედიტო გადასახდელების 3 თვით გადადებასთან დაკავშირებით, თუმცა საბოლოოდ მათ კიდევ უფრო მეტი თანხის გადახდა მოუწევთ და სამთვინი განთავისუფლების პერიოდი არასაკმარისად მიაჩნიათ.
გადასახადების გადახდის სირთულეები	შემოსავლების შემცირების გამო, ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების კომპანიებს გადასახადების გადახდის პრობლემა შეექმნათ. უმეტესობამ გამოიყენა მთავრობის მიერ ინიცირებული მხარდაჭერა, კერძოდ გადასახადების გადადება ნოემბრამდე, თუმცა ზოგიერთს უჭირს საავტორო უფლებებთან დაკავშირებული და კომუნალური გადასახადების გადახდაც. უფრო მეტიც, კომპანიები ზოგადად მიიჩნევენ, რომ გადასახადის გადახდის გადადება არასაკმარისია.
საქონლისა და მომსახურების შესყიდვასთან დაკავშირებული სირთულეები	ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის კომპანიების უმეტესობას, განსაკუთრებით საშუალო და მსხვილ კომპანიებს, შეექმნათ საქონლისა და მომსახურების შეძენის ვალდებულებების შესრულების პრობლემა. ბევრმა კომპანიამ ვერ შეძლო გადაეხადა დისტრიბუტორებისათვის, რომლებიც სოფლის მეურნეობის ან სხვა პროდუქტებს ყიდნიან. ზოგიერთმა კომპანიამ, ფერმერთა ასოციაციის სადისტრიბუციო კომპანიის საშუალებით იყიდა პროდუქტები ფერმერებისგან, მაგრამ ამჟამად ამ ფერმერებს არ შეუძლიათ თავიანთი პროდუქციის პირდაპირ სასტუმროებში გაყიდვა.

4.1.2. მთავრობის პერსპექტივა

ტურიზმის სექტორი მიმდინარე პანდემიის გამო მწვავე კრიზისს განიცდის. საერთაშორისო მოგზაურობა, ადგილობრივი ტურისტული საქმიანობა, კვება და რესტორნის მომსახურება არსებითად შეჩერდა, რადგან მთელი ტურიზმის ინდუსტრია ჩიხში შევიდა. ტურიზმის ინდუსტრიის მოთამაშეებს - სასტუმროებს, რესტორნებს, ავიაკომპანიებს, ტურისტულ კომპანიებს და კულტურულ და ბუნებრივ ტურისტულ ობიექტებს - შეექმნათ უპრეცედენტო კრიზისი, რაც მათი ყველა საქმიანობის სრული გაუქმებითაა გამოწვეული.

შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროები უფრო მდგრადნი იქნებიან კრიზისის მიმართ და, შესაბამისად, შეძლებენ ძირითადი პერსონალის შენარჩუნებას, ხოლო მცირე ზომის სასტუმროებს უფრო მძიმე და დაუყოვნებელი პრობლემები შეექმნებათ. რაც შეეხება რესტორნებს, არსებობს მოსაზრება, რომ მიწოდების სერვისის შეკვეთების მიღებაზე ადაპტაციამ შესაძლოა ისინი გადაარჩინოს, მაგრამ ბევრისთვის აღნიშნულ სეგმენტში საქმიანობამ მხოლოდ ნაწილობრივ აანაზღაურა დანაკარგები. ეს იმიტომ ხდება, რომ ადამიანები უფრო მეტ ფულს ხარჯავენ, როდესაც რესტორანს სტუმრობენ, ვიდრე მაშინ, როდესაც საკვებს დისტანციურად უკვეთავენ. მიკრო ტურისტული კომპანიები, გიდები, ტურ ოპერატორები და სატრანსპორტო კომპანიები ასევე სერიოზულ სირთულეებს აწყდებიან. კრიზისის პერიოდში საქართველოს აეროპორტების მთავარი პრობლემა ინფრასტრუქტურის შესანარჩუნებლად საჭირო ფიქსირებული ხარჯებია და შესაძლოა გადასახადების გადადება ან გაუქმება ამ დროის განმავლობაში აეროპორტებისთვისაც გასათვალისწინებელი იყოს. კრიზისის ტვირთი კიდევ უფრო მძიმდება კომერციული საბანკო სექტორის მიმართ ტურიზმის ღირებულებით ჯაჭვში ჩართული კომპანიების კომერციული სასესხო ვალდებულებებით. მოკლევადიან პერსპექტივაში, მათი საქმიანობის ეტაპობრივი აღდგენის შემდეგ, ტურიზმის ღირებულებითი ჯაჭვის კომპანიებს კვლავ შეექმნებათ სირთულეები ფინანსური რესურსების მოზიდვაში, შემცირებული მოთხოვნის გამო.

ტურიზმის სექტორის კრიზისის სიმძიმე მეტწილად დამოკიდებული იქნება იმაზე, თუ რამდენ ხანს გაგრძელდება პანდემია. შეზღუდვების ეტაპობრივი შერბილების შემთხვევაშიც კი, ტურიზმის სექტორს კვლავ მოუწევს მუშაობა შემცირებული სიმძლავრით, რაც შემდეგი ფაქტორებითაა გამოწვეული:

- სამიზნე ბაზრებიდან საერთაშორისო ტურისტების მოზიდვის შესაძლებლობა დამოკიდებულია მათი საცხოვრებელი ქვეყნების ეპიდემიოლოგიურ სიტუაციებზე;
- პოტენციური სტუმრები უფრო ფრთხილად იქნებიან და საერთაშორისო რეგულარულ მოგზაურობას მოერიდებიან;
- თავდაპირველად, ქვეყნების უმეტესობაში ყურადღება გამახვილდება შიდა ტურიზმზე, მაგრამ რა თქმა უნდა მათი უმრავლესობის და ასევე, საქართველოს შემთხვევაშიც, ეს სრულად არ აანაზღაურებს საერთაშორისო ვიზიტორების არყოფნის შედეგად მიყენებულ ზარალს;
- საერთაშორისო მოგზაურობის, სოციალური დისტანცირების, დეზინფექციისა და სხვა ღონისძიებები, რომლებიც მიზნად უსაფრთხო მოგზაურობის უზრუნველყოფას ისახავს, ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებისგან დროისა და რესურსების დამატებით ინვესტიციებს მოითხოვს. შედეგად მცირდება მათი დატვირთვის მაჩვენებლები. ახალმა ზომებმა შესაძლოა მოგზაურობა კიდევ უფრო შეაფერხოს.

ყოველივე ზემოთქმული დასაქმების დონის შემცირებას, ლიკვიდურობის პრობლემებს, დაგეგმილი პროექტებისა და ინვესტიციების შეჩერებას ან გაუქმებას გამოიწვევს.

4.1.3 დონორების პერსპექტივა

COVID -19 კრიზისმა საბოლოოდ შეაჩერა ტურისტული საქმიანობა, რის გამოც ტურისტული ინფრასტრუქტურა და ის ადგილები, სადაც მნიშვნელოვანი ინვესტიცია განხორციელდა, უფუნქციოდ დარჩა. მაკრო დონეზე, ქვეყანამ დაკარგა უცხოური ვალუტის გენერირების მნიშვნელოვანი წყარო და გადასახადები ამ სექტორიდან.

2020 წლის მაისის დასაწყისისთვის სექტორი მხოლოდ კრიზისის პირველ ეტაპებს განიცდიდა. კრიზისი, სავარაუდოდ, 2020 წლის ბოლომდე გაგრძელდება და მისი გავლენის მასშტაბები მის ხანგრძლივობაზე იქნება დამოკიდებული. ასევე მნიშვნელოვანი ფაქტორებია ინფექციის შესაძლო მომდევნო ტალღები, მოგზაურობის სტიმულები, უსაფრთხოების აღქმა და ეპიდემიოლოგიური სიტუაცია მეზობელ ქვეყნებში. შესაძლოა საქართველომ წლის ბოლომდე არ მიიღოს საერთაშორისო ტურისტები, ხოლო შიდა ტურიზმის განვითარება ვერ დააბალანსებს საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებულ ზარალს. თუმცა, აგრო ტურიზმში ჩართული ზოგიერთი სუბიექტი შესაძლოა გადაერთოს სოფლის მეურნეობასთან დაკავშირებულ აქტივობებზე და ტურიზმიდან მიღებული ზარალი დააბალანსოს.

ტურისტული კომპანიებისთვის ყველაზე გადაუდებელი გამოწვევა კომერციული სესხის ვალდებულებების სუბსიდირებაა. თუ ისინი რაიმე გზით ვერ მოახერხებენ სუბსიდირებას, კერძო სექტორის მრავალი მოთამაშე შეიძლება გაკოტრდეს და ქვეყანა არასაკმარისი მიწოდების წინაშე აღმოჩნდეს და კრიზისის ფონზე ტურიზმის სერვისებზე აღდგენილი მოთხოვნის დაკმაყოფილება ვერ მოხერხდეს.

4.2. სექტორული საჭიროებები კრიზისის დროს

საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის ალიანსის პროგნოზის თანახმად, კრიზისის პერიოდში ტურიზმის სექტორის ღირებულების ჯაჭვის საჭიროებები შეიძლება შემდეგ კატეგორიებად გადანაწილდეს:

- საგადასახადო შეღავათების შემოღება
- ფინანსურ ინსტიტუტებთან კომუნიკაციის მხარდაჭერა და საპროცენტო განაკვეთების სუბსიდირება
- ჰიგიენისა და უსაფრთხოების სტანდარტების დანერგვა
- საერთაშორისო და შიდა ბაზრების საკომუნიკაციო სტრატეგიის შემუშავება
- სხვა ზომები

საგადასახადო შეღავათების შემოღება

მოკლევადიანი დახმარების ზომები:

- შემოსავლისა და ქონების გადასახადების შეჩერება

ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების კომპანიები მოითხოვენ, რომ საშემოსავლო გადასახადი 12 თვით შეჩერდეს. გარდა ამისა, კომპანიებმა უნდა გამოაცხადონ ქონების გადასახადის მორატორიუმი 2019 წლისთვის, კრიზისის დასრულებამდე (თუ 2019 წლის ქონების გადასახადი უკვე გადახდილია კომპანიის მიერ, ეს შეიძლება იქცეს წინასწარი გადახდის წყაროდ 2020-2021 წლებისთვის).

- კომუნალური ტარიფების გათანაბრება ფიზიკური პირების ტარიფებთან ან ტარიფების შემცირება

მცირე ბიზნესებისთვის, რომლებიც ტურიზმთან დაკავშირებულ ინდუსტრიებში არიან ჩართულნი, განსაკუთრებით საოჯახო სასტუმროები, მცირე მარნები, რესტორნები, ღვინის ბარები და ღვინისა და სუვენირების მაღაზიები, რომელთა უმეტესობა სეზონურად მუშაობს, კომუნალური ტარიფები (ელექტროენერგია, გაზი, წყალი) 12 თვის განმავლობაში ფიზიკური პირების ტარიფებთან უნდა გათანაბრდეს. თუ კომუნალური ტარიფების გათანაბრება შეუძლებელია, ისინი უნდა შემცირდეს.

- საპენსიო გადასახადის გაუქმება

კერძო სექტორის კომპანიები 12 თვის განმავლობაში უნდა გათავისუფლდნენ საპენსიო შენატანებისგან.

- გადასახადების შემცირება

თუ საქართველოს მთავრობას არ შეუძლია შეაჩეროს საშემოსავლო გადასახადი და ქონების გადასახადი 12 თვის განმავლობაში, ტურიზმის ინდუსტრიის კერძო სექტორის კომპანიებს ეს გადასახადები მინიმუმ 12 თვის განმავლობაში უნდა შემცირდეს.

ტურიზმთან დაკავშირებული კომპანიების ხარჯების შემცირების მიზნით ალკოჰოლის აქციზის გადასახადის გაუქმება 12 თვის განმავლობაში.

მუდმივი მხარდაჭერის ზომები:

- დღგ – ის მინიმალური ბარიერის გაზრდა

კერძო სექტორის კომპანიები ითხოვენ, რომ დღგ-ის მინიმალური ზღვარი 1 მილიონ ლარამდე გაიზარდოს მცირე და საშუალო ბიზნესის დამაბულობის შესამსუბუქებლად

- პირველადი სოფლის მეურნეობის პროდუქტებზე (რომელიც გადამუსავდება შემდგომ) დღგ-ს გაუქმება

კვების ობიექტების და განთავსების საშუალებების წარმომადგენლები ითხოვენ დღგ-ს გაუქმებას ადგილობრივი წარმოების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებზე (რომელთა შეძენა ხდება გადამუშავების მიზნით)

- სტუდენტის სტატუსის მქონე თანამშრომლებისთვის შემოსავლებისა და საპენსიო შენატანების განახევრება/გაუქმება

ტურიზმის ინდუსტრიის საწარმოები ითხოვენ საშემოსავლო და საპენსიო გადასახადების შემცირებას 25 წლამდე სტუდენტებისათვის.

ფინანსურ ინსტიტუტებთან კომუნიკაციისა და საპროცენტო განაკვეთების სუბსიდირების ხელშეწყობა

მოკლევადიანი დახმარების ზომები:

- სესხების გადავადების გაგრძელება

კერძო სექტორის კომპანიები სესხების გადავადების გახანგრძლივებას, სულ მცირე, 2020 წლის აგვისტოს ბოლომდე ითხოვენ.

- კომერციული ბანკის პროცენტის სუბსიდირება არსებული სესხებისთვის

კომერციული ბანკების მიერ სესხების თავდაპირველი გადავადებით გამოწვეული გაზრდილი საპროცენტო განაკვეთის გამო, კომპანიები მთავრობას გაზრდილი საბანკო პროცენტის გადახდების სუბსიდირებას სთხოვენ:

- ახალი სესხების სახელმწიფო გარანტიის მექანიზმები და სესხის პროცენტის სუბსიდირება

ტურიზმის სექტორთან დაკავშირებულმა კომპანიებმა ფუნქციონირების გასაგრძელებლად, აღდგენისათვის საჭირო ოპერაციული ხარჯები უნდა დაფარონ, რისთვისაც მათ დახმარება სახელმწიფო საგარანტიო მექანიზმებისა და სესხებზე პროცენტის სუბსიდირების მეშვეობით ესაჭიროებათ.

- პროცენტის სუბსიდირება სახელმწიფო საგარანტიო მექანიზმების ჩართვით

საოჯახო სასტუმროების, საოჯახო მარნების, ტურისტული კომპანიებისა და რესტორნების წახალისების მიზნით უნდა დაინერგოს დაბალ პროცენტის სესხები (2% -3%).

- სესხის პროცენტის სუბსიდირება დამქირავებლებისთვის

ერთ – ერთი ყველაზე მწვავე პრობლემად მოიჯარეების საკითხი რჩება, რომლებმაც აიღეს სესხები საიჯარო ვალდებულებების დასაფარავად, ხოლო სესხის პროცენტის სუბსიდირება აუცილებელია ამ პირთა ან ობიექტების დასახმარებლად.

ჰიგიენისა და უსაფრთხოების ნორმების დანერგვა

მოკლევადიანი დახმარების ზომები:

- ჰიგიენისა და უსაფრთხოების ნორმების დაცვა

MoESD- ის, GNTA- ს, მთის კურორტების განვითარების კომპანიის (MRDC) და სურსათის ეროვნული სააგენტოს (NFA) მონაწილეობით, უნდა მოხდეს სპეციალური სტანდარტების/მოთხოვნების განსაზღვრა. ეს სტანდარტები უნდა უზრუნველყოფდეს ტურისტების უსაფრთხოებას. უნდა დაინერგოს სასერტიფიკატო პროგრამა, ხოლო ტურიზმის ინდუსტრიის კომპანიებმა, რომლებიც მის მოთხოვნებს აკმაყოფილებენ, სერტიფიკატები უნდა მიიღონ.

- ტრენინგები ტურიზმის სექტორის კომპანიებისთვის უსაფრთხოების ნორმების შესრულებასთან დაკავშირებით

ტრენინგები უნდა ჩატარდეს ტურიზმის სექტორში დასაქმებული პირებისთვის COVID-19- ზე და ჰიგიენური ნორმების დაცვის შესახებ. მსხვილ ბიზნესს ტრენინგის ჩატარება საკუთარი ძალებითაც შეუძლია, ხოლო მცირე ბიზნესებს შესაძლოა სახელმწიფოს დახმარება დასჭირდეთ.

- ჩამოსული ტურისტებისათვის წესების დადგენა

საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად შემომავალი ტურისტებისათვის დადგენილი სპეციალური წესები/მოთხოვნები. ეს ხელს შეუწყობს ქვეყანას, დარჩეს უსაფრთხო ადგილი ტურისტებისთვის.

საერთაშორისო და ადგილობრივი/შიდა ბაზრების საკომუნიკაციო სტრატეგიების შემუშავება

მოკლევადიანი დახმარების ზომები:

- მარკეტინგი - საერთაშორისო ტურისტული კამპანია

აღდგენის პროცესის დაწყებისთანავე, აუცილებელია ინვესტიცია საქართველოს მარკეტინგში, რათა ის უსაფრთხო და ჯანსაღი დანიშნულების ადგილად წარმოჩნდეს. აუცილებელია აღდგენის პროცესის დაწყების შემდეგ. კერძო სექტორის წარმომადგენლების განცხადებით, აღდგენის პროცესში მნიშვნელოვანი იქნება, რომ ჩამოსული ტურისტების რიცხვი მაღალი იყოს, ამიტომ კამპანია უნდა იყოს ორიენტირებული იმ ქვეყნებისაკენ, საიდანაც დიდი რაოდენობით ტურისტების ჩამოსვლაა მოსალოდნელი.

- მარკეტინგი - ეროვნული ტურისტული კამპანია

აღდგენის პროცესში, საქართველოს მთავრობა უფრო მეტად უნდა იყოს ორიენტირებული ეროვნული/ადგილობრივი ტურიზმის განვითარებაზე და უნდა შემუშავდეს შესაბამისი საკომუნიკაციო გეგმა.

სხვა ზომები

მოკლევადიანი დახმარების ზომები:

- ადგილობრივი ტურიზმის სუბსიდირება

ადგილობრივი ტურიზმის სუბსიდირება ხელს წახალისებს საქართველოში მცხოვრებ ადამიანებს რომ დაისვენონ საქართველოში და შეამსუბუქებს ადგილობრივ ტურიზმის პრობლემებს.

- მონაცემთა შეგროვება - სტატისტიკურა იმ ადამიანების შესახებ, რომელთაც COVID-19- ის გამო სამუშაო ადგილები დაკარგეს.

მთავრობამ უნდა შეაგროვოს მონაცემები იმის შესახებ, თუ რამდენმა ადამიანმა დაკარგა სამსახური პანდემიის გამო და რა პოზიციები ეკავათ მათ. ასეთი მონაცემების შეგროვება ხელს შეუწყობს სამუშაო ადგილების აღდგენას კრიზისის დასრულების შემდეგ.

გრძელვადიანი დახმარების ზომები:

- საქართველოს მთავრობამ ძირითადი ტურისტული მიმართულებების ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებაზე უნდა იმუშაოს. განსაკუთრებით ეს ზამთრის კურორტებს ეხება.

4.3 მთავრობის რეაგირება კრიზისზე

4.3.1. პირველი ეტაპი

ტურიზმის სექტორი კრიზისის დასაწყისშივე ეკონომიკის ერთ – ერთ ყველაზე დაუცველ დარგად მიიჩნეოდა. შესაბამისად, ამ ბიზნესზე ნეგატიური ზემოქმედების შემსუბუქების ზომები მიღებული უკვე 13 მარტს იქნა მიღებული. კერძოდ, ყველა ტურიზმთან დაკავშირებულ კომპანიას (მათ შორის სასტუმროებსა და რესტორნებს, ტურისტულ სააგენტოებს, სატრანსპორტო კომპანიებს, საექსკურსიო საქმიანობის ორგანიზატორებს¹²) დახმარების პაკეტი გადაეცათ, რომლის მიზანსაც ეკონომიკაში 100

¹² https://www.rs.ge/Default.aspx?sec_id=6493&lang=1

მილიონი ლარის და 18000 გადასახადის გადამხდელისა და 50 000-ზე მეტი დასაქმებულის შენარჩუნება წარმოადგენდა.

გარდა ამისა, 23 მარტიდან სამინისტრომ სუბსიდირების პროგრამა შემოიღო, რომელიც ექვსი თვის განმავლობაში სესხების პროცენტის თანადაფინანსებას გულისხმობს რეგისტრირებული საცხოვრებელი სახლებისთვის, რომლებსაც განკარგულებაში 4-50 ოთახი აქვთ და ერიცხებათ სესხი შენობისთვის/სარემონტო მიზნებისათვის.¹³ ამ ინიციატივაში, საერთო ჯამში, 2000-მდე სასტუმრო იყო გათვალისწინებული.

4.3.2. მეორე ეტაპი

ინტერვენციების მეორე ეტაპი ტურიზმის სექტორის არაპირდაპირი მხარდაჭერის ზომების მიღებას გულისხმობდა. კრიზისის საერთო გავლენის შესამსუბუქებლად, მთავრობამ ანტიკრიზისული ეკონომიკური გეგმა¹⁴ 24 აპრილს წარადგინა. გეგმის მთლიანი ბიუჯეტი 3,5 მილიარდ ლარს შეადგენდა. ქვემოთ მოცემულია ინტერვენციები გეგმის განმავლობაში, რომლებიც ტურიზმის ინდუსტრიაში მოქმედ ბიზნესებს შეეხო:

1. არაფორმალურ სექტორში უმუშევრად დარჩენილი ადამიანები და დასაქმებულები ფინანსურ დახმარებას მიიღებენ:

- უმუშევარი პირები, რომელთაც ხელფასი სახელშეკრულებო საფუძველზე მიიღეს და საგანგებო მდგომარეობის გამოცხადების შემდეგ დაკარგეს სამსახური, თვეში 200 ლარს მიიღებენ.
- არაფორმალურ სექტორში დასაქმებულები ან თვითდასაქმებულები მიიღებენ ერთჯერად ანაზღაურებას 300 ლარის ოდენობით, თუ მათი შემოსავლის დაკარგვა დადასტურდება.

2. დამსაქმებლები მიიღებენ სახელმწიფო სუბსიდიებს თითოეული სამუშაო ადგილისთვის:

- 750 ლარამდე ხელფასისთვის, 6 თვის ვადით, სრული გათავისუფლება საშემოსავლო გადასახადიდან.
- 1500 ლარამდე ხელფასისთვის, პირველი 750 ლარისთვის საშემოსავლო გადასახადისგან გათავისუფლება.

3. ბიზნესის ფინანსური რესურსის მიწოდების მიზნით, მთავრობა დღგ-ს გაორმაგებას გეგმავს.

4.3.3. მესამე ეტაპი

7 მაისს, მთავრობამ დაიწყო პრეზენტაციების სერია სპეციფიკური ანტიკრიზისული გეგმის შესახებ, რომლის პირველი მიზნობრივი სექტორიც ტურიზმის ინდუსტრია გახლდათ¹⁵. პროგრამის ბიუჯეტად 200 მილიონი ლარი დასახელდა და გამოცხადდა სავარაუდო თარიღები ტურიზმის ინდუსტრიის

¹³[HTTP://WWW.ENTERPRISEGEORGIA.GOV.GE/KA/%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98/%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%90%E1%83%A4%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9B%E1%83%98-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%9D](http://www.enterprisegeorgia.gov.ge/KA/%E1%83%A1%E1%83%98%E1%83%90%E1%83%AE%E1%83%9A%E1%83%94%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98/%E1%83%97%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%93%E1%83%90%E1%83%A4%E1%83%98%E1%83%9C%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%A1%E1%83%94%E1%83%91%E1%83%98%E1%83%A1-%E1%83%9B%E1%83%94%E1%83%A5%E1%83%90%E1%83%9C%E1%83%98%E1%83%96%E1%83%9B%E1%83%98-%E1%83%A1%E1%83%90%E1%83%9D)

¹⁴ [HTTP://GOV.GE/INDEX.PHP?LANG_ID=GEO&SEC_ID=541&INFO_ID=75972](http://gov.ge/index.php?lang_id=GEO&sec_id=541&info_id=75972)

¹⁵ [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)

ხელახლა გახსნისთვის. შიდა ტურიზმის განახლება 15 ივნისიდან, ხოლო უცხოელი ვიზიტორების მიღება 1 ივლისიდან დაიგეგმა. კერძოდ, გეგმა მოიცავდა:¹⁶

- 2020 წელს ქონების გადასახადისგან გათავისუფლება და საშემოსავლო გადასახადის გადადება 2020 წლის ბოლომდე. ეს იმ ღონისძიების გაგრძელებაა, რომელიც I-ელ ეტაპზე განხორციელდა.
- სუბსიდიები საბანკო სესხის პროცენტის 80%-ის სუბსიდიებისათვის პირველი 5 მილიონი ლარის სესხებისთვის ყველა სასტუმროსთვის, რომლის წლიური ბრუნვა 20 მილიონ ლარამდეა, რაც 3000 სასტუმროს მოიცავს. ეს არის I-ელ ეტაპზე განხორციელებული ღონისძიების მოდიფიცირება და გაგრძელება.
- რესტორნების ჩართვა საკრედიტო საგარანტიო სქემებში. საბანკო სესხების რესტრუქტურისაციის პროცესში, ეს ღონისძიება გულისხმობდა გარანტიას არსებული სესხების 30%-ისა და ახალი სესხების 90%-ისათვის.
- დახმარების გაწევა UNWTO-ს უსაფრთხოების რეკომენდაციების დანერგვასა და განხორციელებაში.
- სუბსიდიები ტურისტული სააგენტოებისა და სახელმძღვანელო ტურიზმის ბაზრობებისა და საერთაშორისო მოგზაურობის თანამონაწილეობის საფასურის შესახებ, რომელიც მიზნად ისახავს საქართველოს, როგორც ტურიზმის დანიშნულების ადგილის, პოპულარიზაციას. გარდა ამისა, გიდის მხარდაჭერის ინიციატივა მოიცავს გიდების გადამზადებას და მათ მუზეუმებში, დაცულ ტერიტორიებზე და ა.შ. უფასო შესვლის უფლებას.

4.4. ცდომილებები სექტორულ საჭიროებებსა და მთავრობის რეაგირებას შორის

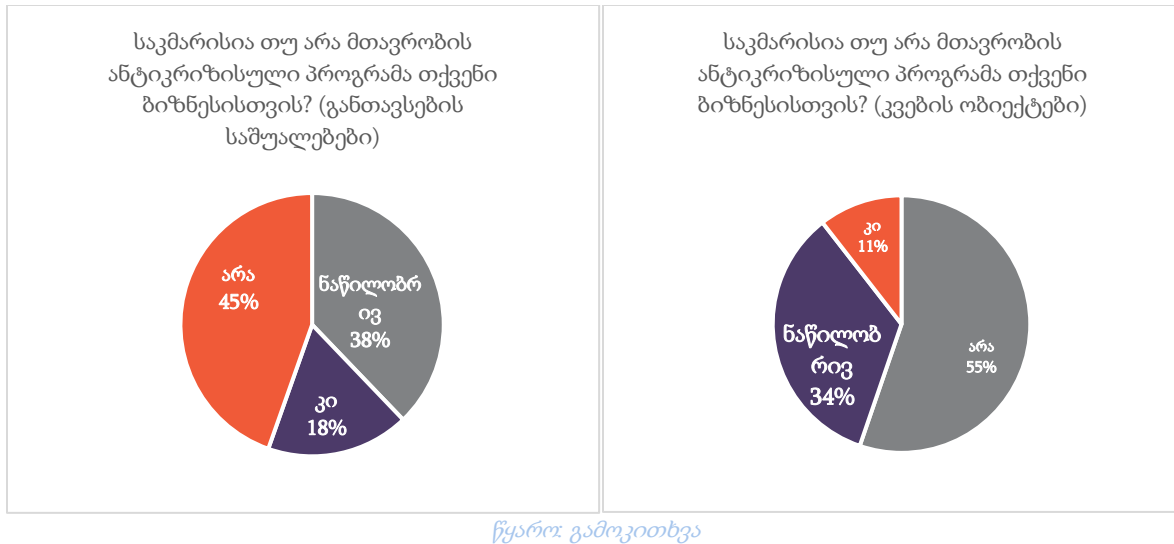
PMC კვლევითი ცენტრის პროექტის გუნდის მიერ 2020 წლის¹⁷ ივნისში ჩატარებული გამოკითხვის თანახმად, გამოკითხული განთავსების საშუალებების წარმომადგენელთა მხოლოდ 18% მიიჩნევს, რომ მთავრობის მიერ მიღებული ანტიკრიზისული ზომები მათი ბიზნესისთვის საკმარისია, 45% აცხადებს, რომ ეს არ არის საკმარისი; ხოლო 38% ფიქრობს, რომ ეს ნაწილობრივ საკმარისია.

რაც შეეხება კვების ობიექტებს, გამოკითხული ბიზნესების მხოლოდ 11% მიიჩნევს, რომ მთავრობის მიერ მიღებული ანტიკრიზისული ზომები მათთვის საკმარისია. 55% ფიქრობს, რომ მხარდაჭერის ზომები მათთვის საკმარისი არ არის. 34% -ისთვის კი ეს ზომები მხოლოდ ნაწილობრივ საკმარისი.

დიაგრამა 17: GOG-ის ანტიკრიზისული პროგრამის შეფასება

¹⁶ 2020 წლის აგვისტოს შუა რიცხვებიდან ივლისიდან ქვეყნის ხელახალი გახსნის გეგმა აღარ განხორციელებულა

¹⁷ დამატებითი ინფორმაციისთვის იხილეთ დანართი 2: გამოკითხვის მეთოდოლოგია.



ანტიკრიზისული დამატებითი ღონისძიებები, რომლებიც არ იყო შეტანილი ანტიკრიზისულ გეგმაში: განთავსების საშუალებები

- დღგ-ს გადახდების დროებითი შეჩერება;
- სესხის გადავადება I წლამდე;
- ფინანსური დახმარება მთავრობის მიერ გაცემული რეკომენდაციების შესრულების მიზნით;
- ცნობიერების ამაღლების კამპანიები მთავრობის რეგულაციებისა და დამხმარე მექანიზმების შესახებ.

გამოკითხულთა 7.8% აცხადებს, რომ ისინი არ სარგებლობენ ამჟამად არსებული მხარდაჭერის მექანიზმებით.¹⁸

კვების ობიექტები

- კომერციულ ბანკებთან შეთანხმებით, პროცენტის გადახდის პერიოდის დამატებითი გადავადება ან ნაწილობრივი სუბსიდირება;
- კომუნალური გადასახადების გადავადება;
- ფინანსური დახმარება მთავრობის მიერ გაცემული რეკომენდაციების შესრულების მიზნით; და
- ცნობიერების ამაღლების კამპანიები მთავრობის რეგულაციებისა და დამხმარე მექანიზმების შესახებ.

¹⁸ ერთ-ერთმა რესპონდენტმა მოგვამოგვითხრობა და განაცხადა, რომ მათ არ აქვთ პროცენტის სუბსიდირება, რადგან სესხი მათ ინდივიდუალურად აიღეს და არა მათმა დაწესებულებამ.

5. გამოწვევები კრიზისის შემდგომ ეტაპზე

5.1. მთავრობის პერსპექტივა კრიზისის შემდგომი აღდგენის ეტაპზე

ინტერვიუებიდან მიღებული მოსაზრებების საფუძველზე, სამთავრობო თვალსაზრისით, იმ შემთხვევაში, თუ ინფექციის მეორე ტალღა არ იქნება აღდგენის პროცესს 1-1,5 წელი დასჭირდება. მნიშვნელოვანი იქნება COVID -19 კრიზისისგან საქართველოს უსაფრთხო ეპიდემიოლოგიური გამოსვლა, მაგრამ ეს თავისთავად არ უზრუნველყოფს ტურიზმის სექტორის აღდგენას. აღდგენის ეტაპზე ტურიზმის ღირებულებითი ჯაჭვის ყველა მონაწილეს შეექმნება გარკვეული პრობლემები. მცირე სასტუმროები, საოჯახო ტიპის სასტუმროები, მცირე ტურისტული სააგენტოები და გიდები მნიშვნელოვანი სირთულეების წინაშე აღმოჩნდებიან პოსტ-კრიზისულ პერიოდში, ხოლო რესტორნებმა წესით, უფრო ადვილად უნდა გადალახონ გამოწვევები. პანდემიის შემდეგ შეიცვლება ტურისტული ინდუსტრია და მოგზაურთა ქცევა. შესაძლოა შემცირდეს დიდი სასტუმროების მომსახურებაზე მოთხოვნა და პატარა სასტუმროები უფრო მიმზიდველად ჩაითვალოს. ამასობაში, ტურიზმი ღია ცის ქვეშ უფრო მიმზიდველი გახდება, ხოლო შეხვედრები, წამახალისებელი მოგზაურობები, კონფერენციები და გამოფენები (MICE) შემცირდება. მოკლევადიან პერსპექტივაში მოსალოდნელია, რომ ტურიზმში მხოლოდ მცირე ჯგუფები ჩაერთვებიან.

ინტერვიუებიდან მიღებული მოსაზრებების საფუძველზე, სამთავრობო შეხედულებების თანახმად, განთავსების სექტორის ახალი წესების შემუშავება და მიღება აქტიურ PPP- ს მოითხოვს. სახელმძღვანელო მითითებების ინტეგრაცია გულისხმობს ინვესტიციების განხორციელებას დროის, ფინანსური რესურსების და მენეჯმენტის შესაძლებლობების მხრივ, პროცესის განმავლობაში. ამრიგად, საჭიროა კერძო სექტორის დამატებითი მხარდაჭერა ფინანსური, საგანმანათლებლო და მატერიალური საშუალებების სახით, განსაკუთრებით მცირე სასტუმროებისა და საოჯახო ტიპის სასტუმროებისთვის. სამთავრობო სააგენტოებს აქვთ გარკვეული სამუშაო გამოცდილება სტანდარტების გაუმჯობესების საკითხში და კარგად არიან პოზიციონირებული კონკრეტული მოთხოვნების დასაკმაყოფილებლად. ამავდროულად, რეგიონულმა დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციებმა შესაძლოა დამხმარე როლი შეასრულონ სახელმძღვანელო მითითებების დანერგვაში, გარკვეული ფინანსური მხარდაჭერისა და პროცესის საერთო მონიტორინგის პროცესში. საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოსა (NACHPG) და MRDC-სთვის უსაფრთხოების სტანდარტები ვიზიტორებისთვის უკვე პრიორიტეტული იყო პანდემიის დაწყებამდე. ამრიგად, ორივე ინსტიტუტი გააორმაგებს ძალისხმევას ჯანმრთელობის ახალი სახელმძღვანელო მითითებების შესაბამისად. NACHPG-ის შრომის უსაფრთხოების დეპარტამენტი პასუხისმგებელი იქნება ასეთი სახელმძღვანელო მითითებების მიღებაზე. სააგენტოს დასჭირდება შესაბამისი თანამშრომლების გადამზადება და განსაკუთრებული ყურადღება ვიზიტორთა დახურულ ცენტრებს დაეთმობა.

ინტერვიუებიდან მიღებული მოსაზრებების საფუძველზე, სამთავრობო პერსპექტივიდან გამომდინარე, შესაძლოა საჭირო გახდეს სახელმწიფო სუბსიდირება, რადგან კერძო სექტორი ვერ შეძლებს დამოუკიდებლად გაუმკლავდეს კრიზისს. არაფულადი ზომები შეიძლება მოიცავდეს შესაბამისი თანამშრომლების განათლებისა და ტრენინგის მხარდაჭერას და უსაფრთხოების ტექნოლოგიების დანერგვის პროცესში გარკვეულ დახმარებას.

ინტერვიუებიდან მიღებული გამოხმაურებებისა და სამთავრობო შეხედულებების თანახმად, ახალი სტანდარტების კომუნიკაციას კოორდინირებულ ძალისხმევა დასჭირდება როგორც საჯარო, ისე კერძო სექტორის მხრიდან. საზღვრის გადაკვეთის პუნქტებთან დაკავშირებით კომუნიკაციას ცენტრალური მთავრობა წარმართავს, ხოლო სხვა ასპექტებს შესაძლოა რეგიონული და ადგილობრივი ინსტიტუტები ან/და კერძო სექტორის წარმომადგენლები გაუმკლავდნენ. შესაბამისი საკომუნიკაციო სტრატეგიები ახალი წესების მიღების შემდეგ განისაზღვრება.

ინტერვიუებიდან ასევე დადგინდა, რომ მთავრობის თვალსაზრისით, პანდემიის დროს საერთაშორისო ტურისტების ჩამოსვლის შემცირების გათვალისწინებით, მნიშვნელოვანი გახდა შიდა ტურიზმის როლი ინდუსტრიის ღირებულებით ჯაჭვში. კარანტინის ზომების შემსუბუქების საწყის ეტაპზე, ქვეყანაში მოგზაურობის მოტივაცია, სავარაუდოდ, მაღალი იქნება, ხოლო საერთაშორისო მოგზაურთა ვიზიტები შემცირდება. ბევრ ქართველს არ უმოგზაურია საკმარისად საკუთარ ქვეყანაში და მიზანმიმართულმა საკომუნიკაციო კამპანიამ შესაძლოა შიდა ტურებზე მოთხოვნა მნიშვნელოვნად გაზარდოს. შიდა მოგზაურობის სტიმულირების გადამწყვეტი ფაქტორები მოიცავს ფასების პოლიტიკას, კერძო სექტორის მოთამაშეების მიერ შემუშავებულ და შემოთავაზებულ პროდუქტებს/პაკეტებსა და საქართველოს მოქალაქეების მზაობასა და ფინანსურ შესაძლებლობებს მოგზაურობის უზრუნველსაყოფად. ამ მხრივ ახალი პროდუქტის შეთავაზებები შეიძლება მოიცავდეს საოჯახო ტურებს მთიან რაიონებში ან ისტორიულ-კულტურულ ადგილებში.

5.2. დონორების პერსპექტივა პოსტ-კრიზისულ პერიოდში ეკონომიკის აღდგენის შესახებ

ინტერვიუების თანახმად, დონორი ორგანიზაციების პერსპექტივიდან გამომდინარე, ტურიზმის ინდუსტრიის აღდგენას და კრიზისამდელ დონეზე დაბრუნებას 3-4 წელი დასჭირდება. ინდუსტრიის სერვისებზე მოთხოვნა შემცირდება და აღდგენის პროცესი დამოკიდებული იქნება: ვაქცინის გამოჩენაზე ან COVID-19-ის ეფექტურ მკურნალობაზე; მოგზაურობის მიმართ ინდივიდების ზოგადი სიფრთხილის დონეზე; სამიზნე ბაზრებზე არსებულ ეპიდემიოლოგიურ მდგომარეობაზე; უსაფრთხოების ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღებაზე საზღვრის გადაკვეთის პუნქტებში, აგრეთვე თვითმფრინავებში, სასტუმროებში, რესტორნებში, ტრანსპორტში, კულტურულ და გასართობ ობიექტებში; ასევე მნიშვნელოვანია ტურისტული ბიზნეს ოპერატორების მზადყოფნა ახალ რეალობასთან შეგუებისთვის და საქართველოს, როგორც უსაფრთხო დანიშნულების ქვეყნის წარმატებული პოზიციონირება. ტურიზმის ინდუსტრიაში სავარაუდოდ სტრუქტურული ცვლილება მასობრივი ტურიზმის შემცირებას გამოიწვევს, გაზრდის მოთხოვნას ღია ცის ქვეშ ტურიზმზე და სოციალური დისტანცირებისა და დეზინფექციის წესების დაცვას კიდევ უფრო მნიშვნელოვანს გახდის. შედეგად, რასაკვირველია, შემცირდება ვიზიტორების რაოდენობა.

დასავლეთ ევროპაში არსებული მძიმე ეპიდემიოლოგიური მდგომარეობის გათვალისწინებით, შესაძლოა საჭირო გახდეს დროებითი ცვლილება იმ ქვეყნების ჩამონათვალში, რომლებსაც ქართული ტურიზმის მარკეტინგული კამპანია მიზნობრივად მოიცავს. მარკეტინგული კამპანიები შესაძლოა ფოკუსირებული იყოს მეზობელ სახელმწიფოებსა და ისეთ აუთვისებელ ბაზრებზე, როგორებიცაა ყოფილი იუგოსლავიის ქვეყნები, რუმინეთი, ბულგარეთი და უნგრეთი.

ინტერვიუების დროს გაირკვა, რომ დონორი ორგანიზაციების თვალსაზრისით, საჭირო იქნება დეზინფექციის, სოციალური დისტანცირებისა და სხვადასხვა ღირსშესანიშნაობებზე შესვლისა და გასვლის წესების მოთხოვნების დაცვა ახალი სახელმძღვანელო მითითებების თანახმად. რა თქმა უნდა, დამატებითი ძალისხმევა იქნება საჭირო ამგვარი ახალი წესების დანერგვის, მიღებისა და აღსრულებისათვის. სასტუმროებისთვის სახელმძღვანელო მითითებები მათი ზომის შესაბამისად განსხვავდება. ახალი სტანდარტებისათვის შესაძლოა საჭირო გახდეს გარკვეული დამატებითი და რთული ღონისძიებები, როგორებიცაა საკანონმდებლო მოთხოვნები 2 წლიანი გარდამავალი პერიოდებით და სერტიფიცირების პროცედურები. საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროებმა შესაძლოა შედარებით შეუფერხებლად შეძლონ ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღება, ხოლო ადგილობრივი მცირე და საშუალო ზომის სასტუმროებისთვის ეს უფრო რთული ამოცანაა. სასტუმროებში, რესტორნებსა და სატრანსპორტო საშუალებებში დაშვებული ადამიანების რაოდენობის შეზღუდვის დაწესება გავლენას მოახდენს ბიზნესის წარმატებასა და შესაძლებლობებზე. სასტუმროები კრიზისამდევ საკმაოდ დაბალ მოგებაზე მუშაობდნენ და ახალი რეგულაციები მათ ხარჯებს კიდევ უფრო გაზრდის.

ინტერვიუებმა აჩვენა, რომ დონორი ორგანიზაციების პერსპექტივიდან გამომდინარე, ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღების დაფინანსება, განსაკუთრებით მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის, კრიზისისგან უკვე მძიმედ დაზარალებული კომპანიებისათვის დამატებითი გამოწვევა იქნება. ბევრი ბიზნესი ვერ შეძლებს მიიღოს კომერციული სესხები საჭირო ოდენობით. ამ მხრივ, მთავრობის მხარდაჭერა შესაძლოა აქტუალური გახდეს სუბსიდირების, კომუნალური ხარჯების, სესხის შეღავათის, სუბსიდირებული ან შეღავათიანი სესხების ან საგრანტო კომპონენტების გააქტიურების მეშვეობით. არაფულადი ღონისძიებები შესაძლოა მოიცავდეს ქირავნობის საფასურის დროებით დაფიქსირებას, დონორი ორგანიზაციების დახმარებას სასწავლო პროგრამების საშუალებით და უსაფრთხოების სტანდარტების დაცვის ძირითადი საშუალებების მიწოდებას.

ინტერვიუებიდან დადგინდა, რომ დონორი ორგანიზაციების გადმოსახედიდან, შემოღებული ზომების ეფექტურად განხორციელება ვიზიტორების მხრიდან თანამშრომლობას მოითხოვს. ამ პროცესში მნიშვნელოვანი იქნება აქტიური და მიზანმიმართული კომუნიკაცია და შეიძლება გააქტიურდეს სხვადასხვა საშუალებები, რომელთა მეშვეობითაც გადანაწილება ცენტრალური, რეგიონული და ადგილობრივი ხელისუფლების რესურსები. საერთაშორისო დონეზე შეიძლება შემუშავდეს და განხორციელდეს მრავალენოვანი კამპანია. შესაბამისი ფლაერები გადაეცემათ საჯარო გზით ჩამოსულ სტუმრებს. ქვეყნის შიგნით საშინაო საკომუნიკაციო კამპანია გავრცელდება ტელევიზიის, რადიოსა და სოციალური მედიის საშუალებით. უნდა შემუშავდეს სოციალური რეკლამები და გავრცელდეს ინფორმაცია ვიზიტორთა ქცევის შესახებ. ტურიზმის სექტორის მოთამაშეებს ამ ტიპის შესაბამისი ინფორმაციის მიწოდება ადგილზე ესაჭიროებათ.

ინტერვიუების თანახმად, დონორი ორგანიზაციების პერსპექტივიდან გამომდინარე, შიდა ტურიზმის სტიმულირება მოითხოვს იმის გარკვევას, თუ ბაზრის რომელ სეგმენტებს შეეძლება მოგზაურობა. ასევე საჭიროა პოტენციური ვიზიტორების მოთხოვნებისა და მოლოდინების დადგენა. ბოლო წლების განმავლობაში ბევრმა ქართველმა დაიწყო შვებულების უცხოეთში გატარება. თუ გავითვალისწინებთ იმ ფაქტს, რომ ამ დროისთვის ამგვარი არჩევანი ძალზე შეზღუდული იქნება და გავრცელებული მოსაზრებით, საქართველოში დასვენება უსაფრთხოა, ბევრ ქართველს სურს შვებულების საქართველოში გატარება. თუ გვსურს, რომ შიდა ტურიზმი აყვავდეს, აუცილებელია ტურიზმის სექტორში მოქმედმა ბიზნესებმა ფასების ისეთი პოლიტიკა შეიმუშაონ, რომელიც ქართველებზე იქნება მორგებული. გარდა ამისა, კიდევ ერთი მიდგომაა ცხადი მარკეტინგული კამპანია, რომელიც ქართველებს საკუთარ ქვეყანაში დასვენებისკენ მოუწოდებს.

5.3. კერძო სექტორის პერსპექტივები კრიზისის შემდგომი აღდგენის ეტაპზე

2020 წლის მაისში მთავრობამ შეიმუშავა რეკომენდაციები/რეგულაციები განთავსების საშუალებების, კვების ობიექტებისა და ტუროპერატორების/გიდებისათვის. ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების კომპანიებს უფლება ექნებათ განაახლონ მუშაობა მხოლოდ შემოწმების შემდეგ, რომლის საშუალებითაც დადგინდება, რომ ისინი შესაბამისობაში არიან დადგენილ რეგულაციებთან.¹⁹

COVID-19 პანდემიის გავლენის შეფასების მიზნით, განთავსებისა საშუალებებზე და კვების ობიექტებზე, პროექტის გუნდმა შეიმუშავა კითხვარი და ჩაატარა ონლაინ გამოკითხვა კვების ობიექტების და განთავსების საშუალებების წარმომადგენლებთან (დამატებითი ინფორმაციისთვის, იხილეთ დანართი 2).

¹⁹ [HTTPS://WWW.MATSNE.GOV.GE/KA/DOCUMENT/VIEW/4883653?PUBLICATION=0](https://www.matsne.gov.ge/ka/document/view/4883653?publication=0)

5.3.1. განთავსების საშუალებები

5.3.1.1. რეკომენდაციები/რეგულაციები საქართველოს მთავრობის მიერ მოწოდებული განთავსების საშუალებების შესახებ

საქართველოს მთავრობის მიერ გაცემული რეკომენდაციები/რეგულაციები განთავსების საშუალებების შესახებ მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში:

ცხრილი 5: რეკომენდაციები/რეგულაციები საქართველოს მთავრობის მიერ მოწოდებული განთავსების საშუალებებისთვის

	რეკომენდაციები/რეგულაციები	მიღებული წესები
1	სასტუმროს ადმინისტრაციის მიერ საშუალო ადგილებზე გასატარებელი ღონისძიებები	მოიცავს: თერმო სკრინინგს; ვიდეო სკრინინგს, სასტუმროს საერთო ადგილებში სოციალური დისტანცირების შენარჩუნებას; COVID-19 პრევენციული ზომების შესახებ აშკარა და თვალსაჩინო განცხადებების განთავსება; თანამშრომლებისა და სტუმრებისთვის ჰიგიენური საშუალებების არსებობა; სასტუმროს ტერიტორიის დასუფთავებისა და დეზინფექციის წესების დაცვა; ერთჯერადი კონტეინერების განთავსებასთან დაკავშირებული წესების დაცვა; ბუნებრივი ვენტილაციის უზრუნველყოფა (ან ხელოვნური ვენტილაცია); და გამჭვირვალე დამცავი ბარიერების განთავსება.
2	მოთხოვნები სასტუმროს კვების ობიექტების მიმართ	მოიცავს: ინდივიდუალური კვების მეთოდზე გადასვლის წესების დაცვას; ერთჯერადი სუფრების გამოყენება; ბარის არეალთან დაკავშირებით კონკრეტული წესების დაცვა; წინასწარი დაჯავშნის სისტემის წესების დაცვა; ერთჯერადი მენიუს შეთავაზება; მაგიდების/სკამების უსაფრთხო მანძილის სწორად განსაზღვრა; თითოეულ მაგიდაზე სტუმრების მაქსიმალური რაოდენობის სწორი განსაზღვრა; და პერსონალისა და სტუმრების ხელების გამწმენდით უზრუნველყოფა.
3	ჭურჭლის ხელით რეცხვის მოთხოვნები	მოიცავს: სპეციალური ზონის გამოყოფას სამზარეულოში, სადაც მოხდება ჭურჭლის გარეცხვა და გამოშრობა; და სპეციალური პირობების დაცვა ჭურჭლის რეცხვასთან დაკავშირებით.
4	დისპენსერების ფუნქციონირებისთვის მოთხოვნები	მოიცავს: საპნისა და სადეზინფექციო ხსნარის დისპენსერების, ხელის საშრობების, ერთჯერადი ხელსახოცების დისპენსერების და მსგავსი აღჭურვილობის უწყვეტ მომარაგებას.
5	სარეცხი და საწყობი ოთახის წესების მოთხოვნები	მოიცავს: თეთრეულის შეგროვების წესების დაცვას და წესების დაცვას; სამრეცხაოებში თეთრეულის დამუშავების ტექნოლოგიური პროცესების შესაფერისი ნაკადის უზრუნველყოფა; შესაბამისი სარეცხი პროგრამის უზრუნველყოფა.
6	მოთხოვნები გარე და დახურული საცურაო აუზებისთვის	მოიცავს: ხარისხიანი წყლის მიწოდებას აუზების ჰიგიენური მოთხოვნების შესაბამისად; წყლის რეცირკულაცია/განახლება; ადამიანების მაქსიმალური რაოდენობის სწორად განსაზღვრა 6 კვადრატულ მეტრზე; პირსახოცების მიწოდება წესების შესაბამისად; სავარძლებს შორის უსაფრთხო დისტანციების შენარჩუნება; და საცურაო აუზების მიმდებარე ტერიტორიების დასუფთავების წესების დაცვა.
7	თეთრეულის მოთხოვნები	მოიცავს: ბავშვთა გასართობი ზონების აკრძალვის, სპორტული დარბაზების ფუნქციონირების, გასართობი და სპორტული ზონების ფუნქციონირების წესების დაცვას; და გარე პირობების დასუფთავების პროცესების წესების დაცვას, რომლებიც ეხება ბილიარდს, ჩოგბურთს და სპორტის სხვა სახეობებს ან გართობის ფორმებს.
8	მოთხოვნები სასტუმროებში სპორტული და გასართობი ცენტრების მიმართ	მოიცავს: სასტუმროს ოთახების დასუფთავების წესების დაცვას; დეზინფექციასთან დაკავშირებული წესების დაცვას; და პერსონალის სასწავლო და სპეციალური აღჭურვილობით უზრუნველყოფის წესების დაცვას.

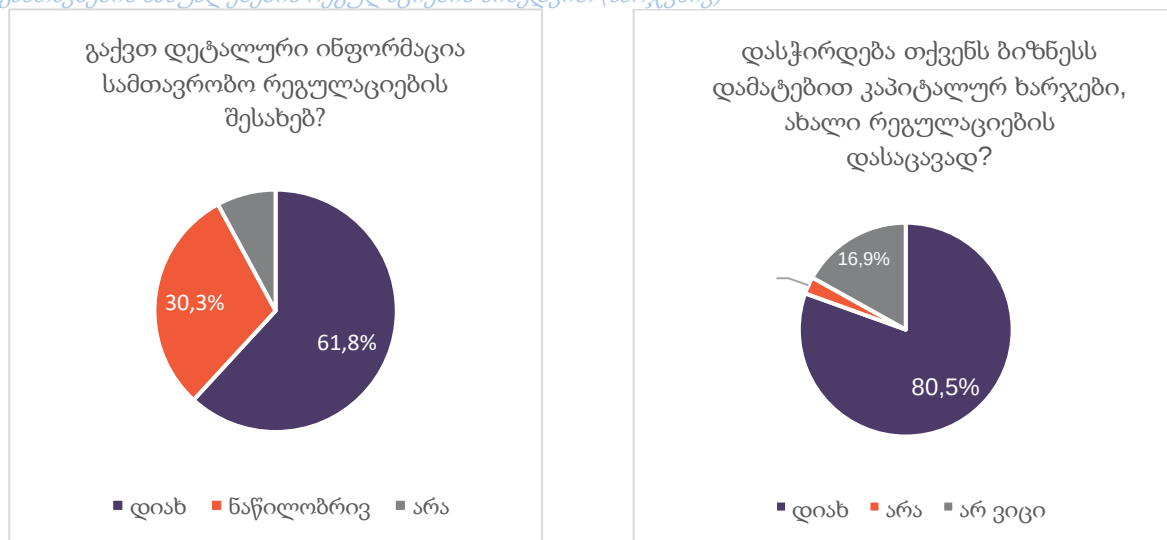
9	მოთხოვნები სასტუმროებში სპორტული და გასართობი ცენტრების მიმართ	მოიცავს: პერსონალის აღჭურვილობასთან დაკავშირებული წესების დაცვას; ნარჩენების მართვასთან დაკავშირებული წესების დაცვას; ზოგადი პერსონალისა და სასტუმროს დასუფთავების პერსონალისთვის ზუსტი ინფორმაციის მიწოდება ჰიგიენური წესებისა და უსაფრთხოების ზომების შესახებ.
---	--	--

5.3.1.2. სექტორის მზაობა

2020 წლის ივნისში გამოკითხული განთავსების საშუალებების თანახმად, 61,8%-ს ჰქონდა დეტალური ინფორმაცია მთავრობის რეგულაციების შესახებ, მათ 30,3% -ს მხოლოდ ნაწილობრივი ინფორმაცია ჰქონდა, ხოლო 7,9% -ს არანაირი ინფორმაცია არ ჰქონდა.

გამოკითხული განთავსების საშუალებების 80,5% გეგმავს მუშაობის გაგრძელებას რეგულაციების შესაბამისად, 16,9% -ს ჯერ გადაწყვეტილი არ აქვს, ხოლო 2,6% არ გეგმავს მუშაობის გაგრძელებას.

დიაგრამა 18: ინფორმაცია მთავრობის რეგულაციების შესახებ (მარცხნივ) და გეგმავს მუშაობის გაგრძელებას განთავსების საშუალებების რეგულაციების მიხედვით (მარჯვნივ)

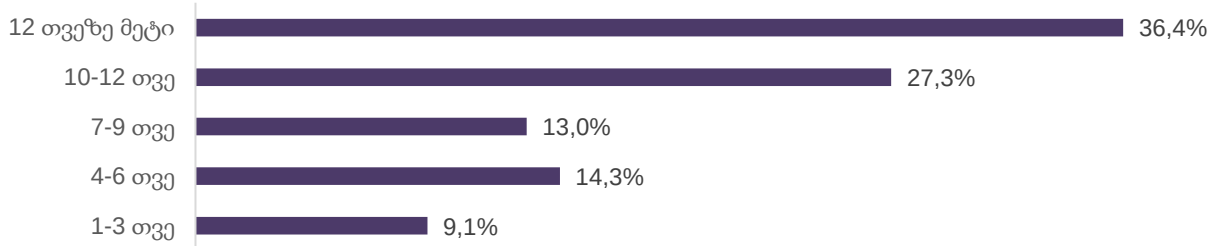


წყარო: გამოკითხვა

გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა ელოდა, რომ მათ ამ რეგულაციების შესაბამისად 12 თვეზე მეტი ხნის განმავლობაში მოუწევდათ ფუნქციონირება, ხოლო მხოლოდ 9,1% -ს მიაჩნდა, რომ რეგულაციები მხოლოდ 1-3 თვემდე გაგრძელდებოდა.

დიაგრამა 19: მოლოდინები იმ პერიოდთან მიმართებაში, რომლის განმავლობაშიც ბიზნესებს რეგულაციების დაცვით მოუწევთ ფუნქციონირება

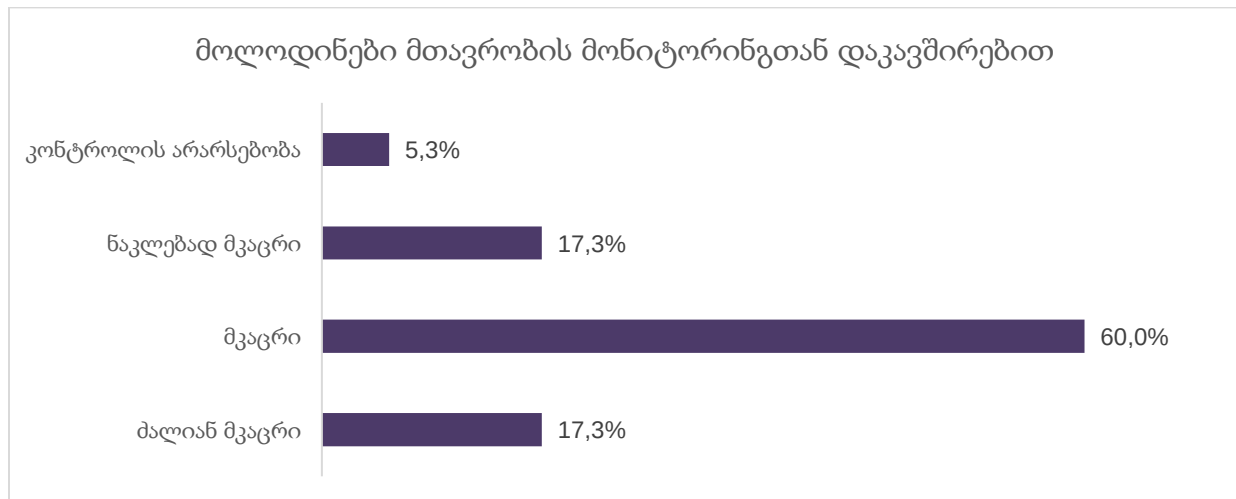
მოლოდინები იმ პერიოდთან მიმართებაში, რომლის განმავლობაშიც ბიზნესებს რეგულაციების დაცვით მოუწევთ ფუნქციონირება



წყარო: გამოკითხვა

გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა (60%) ელოდა, რომ მთავრობის მიერ რეგულაციების მონიტორინგი მკაცრი იქნებოდა. გამოკითხულთა მხოლოდ 5.3% ფიქრობდა, რომ ასეთი მონიტორინგი საერთოდ არ ჩატარდებოდა.

დიაგრამა 20: მოლოდინები მთავრობის მონიტორინგთან დაკავშირებით

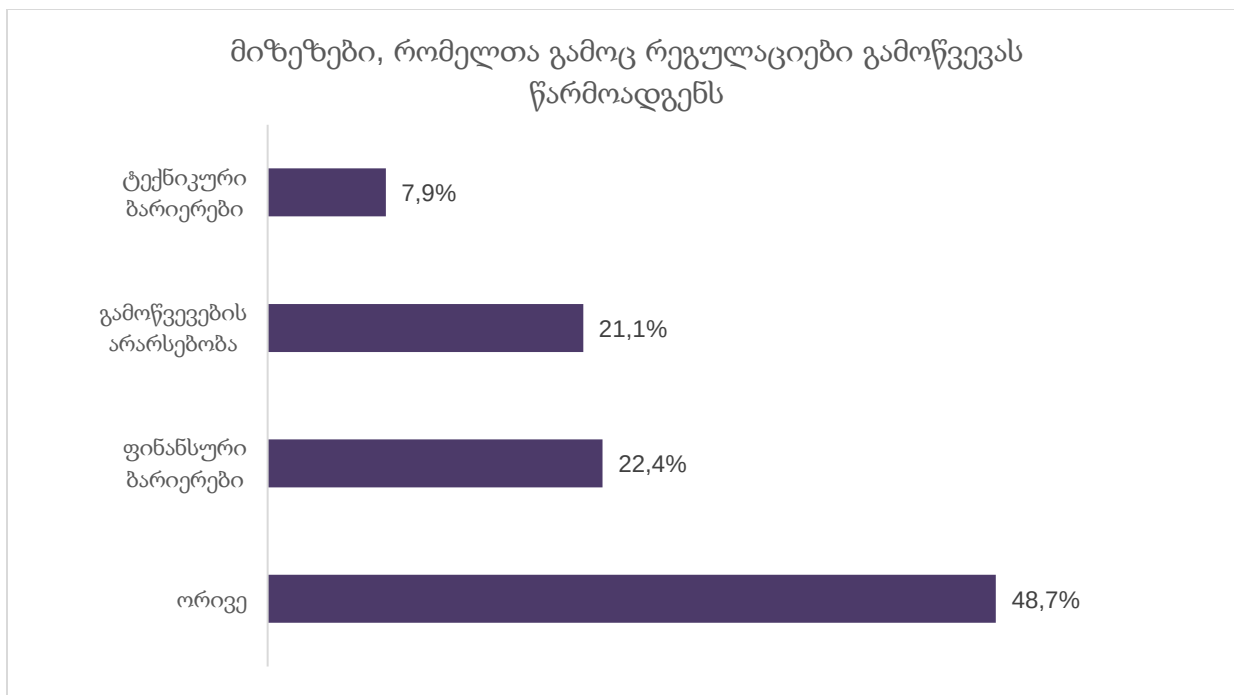


წყარო: გამოკითხვა

ყველაზე რთული რეგულაციები/რეკომენდაციები და მიღებული წესები გამოკითხვის შედეგების მიხედვით

გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობისთვის (48,7%), მთავრობის რეგულაციები გამოწვევას ძირითადად ისეთი ფაქტორების გამო წარმოადგენს, რომლებიც დაკავშირებულია როგორც ტექნიკურ, ისე ფინანსურ ბარიერებთან.

დიაგრამა 21: მიზეზები, რომელთა გამოც რეგულაციები გამოწვევას წარმოადგენს



წყარო: გამოკითხვა

გამოკითხული ბიზნესების უმეტესობის თანახმად, განსაკუთრებით რთულად შემდეგი რეგულაციები დასახელდა:

- სასტუმროს ადმინისტრაციის მიერ სამუშაო ადგილებზე გასატარებელი ღონისძიებები
- მოთხოვნები სასტუმროს კვების ობიექტების მიმართ
- მოთხოვნები დამსაქმებლების მიმართ
- ხელის ჭურჭლის სარეცხი მოთხოვნები
- დასუფთავების მოთხოვნები

დეტალური ინფორმაცია რეგულაციების შესახებ მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

ცხრილი 6: განთავსების საშუალებების კატეგორიები: ვისაც მიაჩნია, რომ რეგულაციები გამოწვევებთანაა დაკავშირებული და საშუალებები, რომელთაც ასე არ მიაჩნიათ

რეგულაციები/რეკომენდაციები	წარმოადგენს თუ არა ეს კონკრეტული რეგულაციები თქვენი ბიზნესისათვის გამოწვევას?	
	დიახ ან ნაწილობრივ (გამოკითხული ბიზნესების პროცენტული მაჩვენებელი)	არა (გამოკითხული ბიზნესების პროცენტული მაჩვენებელი)
სასტუმროს ადმინისტრაციის მიერ სამუშაო ადგილებზე გასატარებელი ღონისძიებები	84.4%	15.6%
მოთხოვნები სასტუმროს კვების ობიექტების მიმართ	76.3%	23.7%
მოთხოვნები დამსაქმებლების მიმართ	56.8%	43.2%
ჭურჭლის ხელით რეცხვის მოთხოვნები	53.2%	46.8%
დასუფთავების მოთხოვნები	48.1%	51.9%
მოთხოვნები საწყობების გამართული მუშაობისთვის	37.3%	62.7%
თეთრეულის მოთხოვნები	24.7%	75.3%
მოთხოვნები გარე და დახურული საცურაო აუზებისთვის	17.5%	82.5%
მოთხოვნები სასტუმროებში სპორტული და გასართობი ობიექტების მიმართ	13.2%	86.8%

წყარო: გამოკითხვა

მიღებული წესების თვალსაზრისით, ქვემოთ მოყვანილი იყო ყველაზე რთული გამოკითხული ბიზნესისთვის (10 ყველაზე ხშირად ნახსენები წესი თითოეულ ასპექტში (ტექნიკური ბარიერები და ფინანსური ბარიერები) მოცემულია ცხრილში):

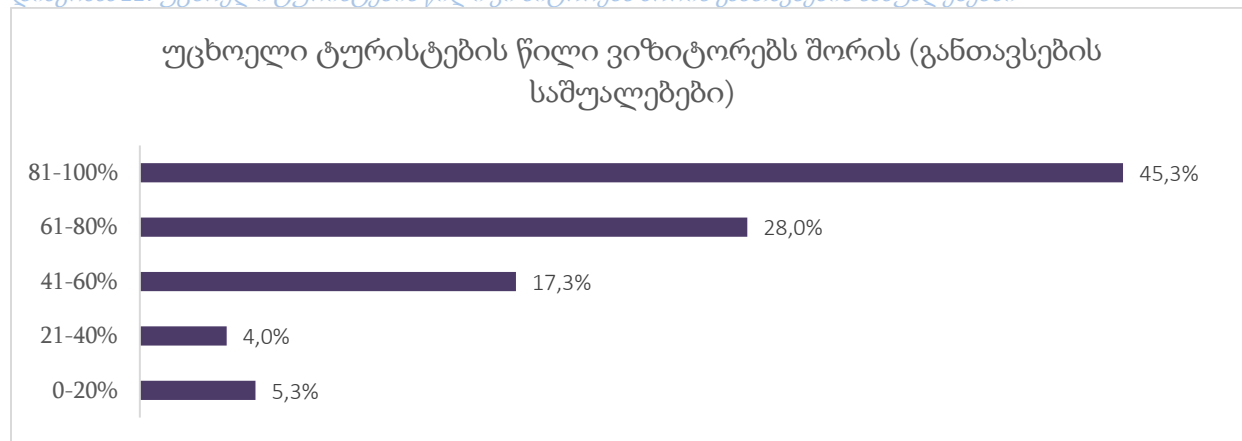
ცხრილი 7: ყველაზე რთული წესები გამოკითხული განთავსების საშუალებებისთვის

	მიღებული წესები	ტექნიკური ბარიერი	ფინანსური ბარიერი
1	სასტუმროს ტერიტორიის ზედაპირების გაწმენდა/დეზინფექცია დღეში მინიმუმ სამჯერ. ყოველ ორ საათში იმ ზედაპირების წმენდა, რომლებსაც ხშირად სტუმრები ან თანამშრომლები ხელით ეხებიან.		
2	კვების ინდივიდუალურ მეთოდზე გადასვლა ან დამცავი გამჭვირვალე ბარიერის გამოყენება შვედურ მაგიდებზე (საჭიროების შემთხვევაში) და უსაფრთხო მანძილის დაცვა შესაბამისი მაჩვენებლებით.		
3	სასტუმროს საერთო ადგილებში სოციალური დისტანციის დაცვა (არანაკლებ 2 მ).		
4	სპეციალური სამზარეულოს ზონის გამოყოფა, სადაც ჭურჭელი გაირეცხება და გამშრალდება.		
5	სპეციალური პირობები ჭურჭლის სარეცხისთვის.		
6	სამზარეულოს პერსონალისთვის შემდეგი პირადი დამცავი აღჭურვილობის მოწოდება: ერთჯერადი სამედიცინო ნიღბები; სპეციალური ფორმები; სპეციალური სქელი ხელთათმანები (მრავალჯერადი); თვალის დაცვა (სათვალე ან სახის ფარები); და სპეციალური დახურული ფეხსაცმელი.		
7	პერსონალის/ვიზიტორთა თერმო-სკრინინგი ან ვიდეო სკრინინგი		
8	თითოეულ მაგიდასთან (საზოგადოებრივი კვების ობიექტებისთვის დახურული სივრცისთვის) არანაკლებ 1 მ მანძილის უზრუნველყოფა.		
9	სტუმრების რიგში დგომისათვის მათი ადგილმდებარეობის წინასწარ განსაზღვრა (იატაკის მონიშვნითა და დისტანციის დაცვით)		
10	დამსაქმებელი ვალდებულია უზრუნველყოს ყველა პერსონალი შემდეგი პირადი დამცავი საშუალებებით: ნიღბები; ხელთათმანები; სათვალე და/ან სახის ფარი (საჭიროების შემთხვევაში); და ნებისმიერი სხვა საჭირო სპეციალური ტანსაცმელი.		
11	დამლაგებლების ინდივიდუალური დაცვა, მათ შორის: ერთჯერადი სამედიცინო ნიღბები; სპეციალური ფორმები; სპეციალური სქელი ხელთათმანები (მრავალჯერადი); თვალის დაცვა (სათვალე ან სახის ფარები); და სპეციალური დახურული ფეხსაცმელი.		
12	ერთჯერადი კონტეინერების განთავსება სასტუმროს ტერიტორიაზე ნებისმიერი პირის მიერ გამოსაყენებლად, რომელიც დაფარული იქნება ერთჯერადი პლასტმასის შეფუთვით.		
13	თანამშრომლებისა და სტუმრებისთვის ჰიგიენის საშუალებების უზრუნველყოფა		
14	მიმღებში გამჭვირვალე დამცავი ბარიერების განთავსება (თანამშრომლებთან მესამე პირებთან ურთიერთობის შემთხვევაში).		
15	თუ მომხმარებლის ოთახში ტექნიკოსი/ინჟინერია საჭირო, ისინი აღჭურვილი უნდა იყვნენ შესაბამისი ინდივიდუალური დამცავი აღჭურვილობით (სახის ფარებით/სათვალეებით, ნიღბებით, ხელთათმანებით და ა.შ.).		
16	სტუმრებისთვის ნაბეჭდი (ერთჯერადი) მენიუს შეთავაზება ან მენიუს დაფაზე სადეზინფექციო საშუალების განთავსება ხელის ჰიგიენური დამუშავების მიზნით იქ, თუ ელექტრონული მენიუ ხელმისაწვდომია.		

საერთაშორისო ტურიზმზე დამოკიდებულება

გამოკითხული განთავსების საშუალებების უმეტესობისთვის (73.3%), უცხოელი ტურისტების წილი ვიზიტორებს შორის 61% დან 100%-დე მერყეობდა, ხოლო გამოკითხულთა მხოლოდ 5.3%-მა თქვა, რომ უცხოელი ტურისტების წილი 0-დან 20% -მდე იცვლება.

დიაგრამა 22: უცხოელი ტურისტების წილი ვიზიტორებს შორის განთავსების საშუალებებში

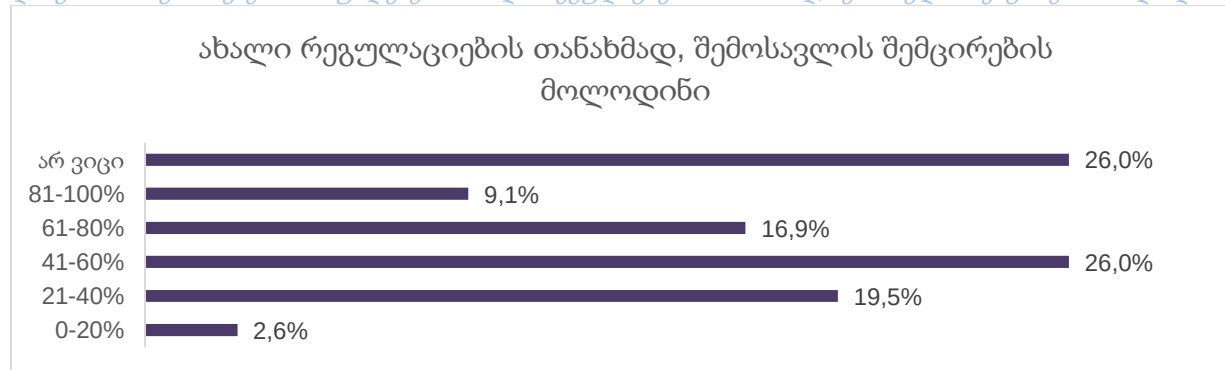


წყარო: გამოკითხვა

რეგულაციებით შემოსავლის სავარაუდო შემცირება

გამოკითხული განთავსების საშუალებების უმრავლესობა (26%) მათი შემოსავლის 41-60% -ით შემცირებას ელის. ზოგიერთმა მათგანმა თქვა, რომ მათ უჭირთ პროგნოზირება, თუ როგორ იმოქმედებს ეს რეგულაციები მათ შემოსავალზე (26%).

დიაგრამა 23: განთავსების საშუალებებში ახალი რეგულაციების თანახმად, შემოსავლის შემცირების მოლოდინი



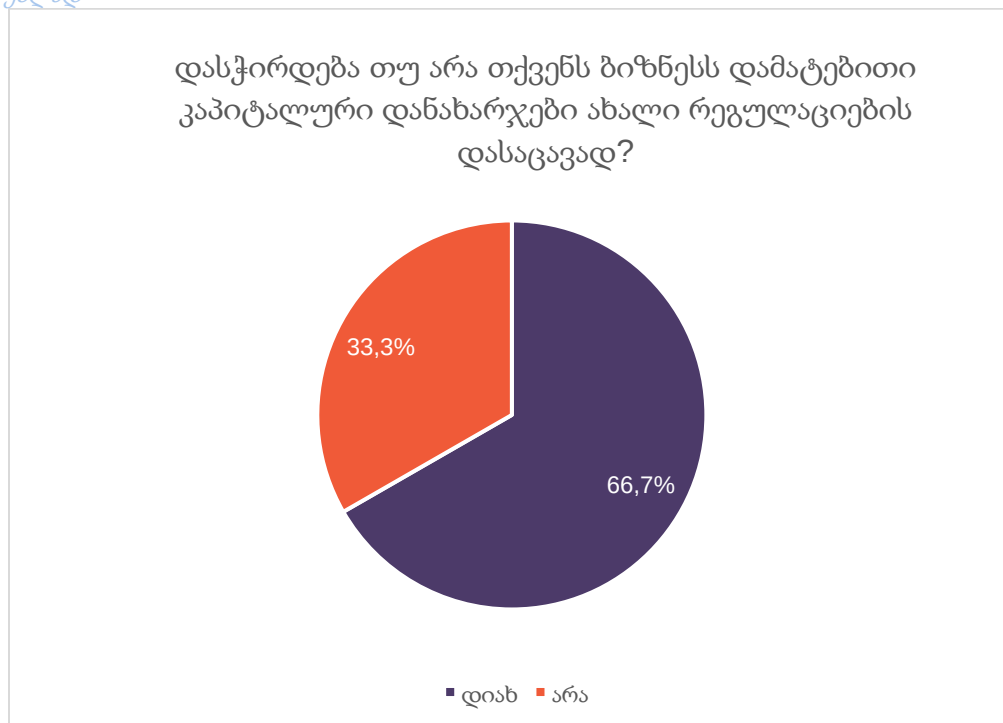
წყარო: გამოკითხვა

რეგულაციებით გამოწვეული ხარჯების სავარაუდო ზრდა

გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა ელოდა, რომ მათი საოპერაციო ხარჯები გაიზრდებოდა, მათ შორის ფიქსირებული და ცვლადი ხარჯები.

რაც შეეხება კაპიტალურ ხარჯებს, გამოკითხული ბიზნესის 66.7% აცხადებს, რომ მათ დამატებითი კაპიტალური დანახარჯები დასჭირდებათ, რათა რეგულაციები სათანადოდ დაიცვან. ხოლო გამოკითხულთა 33.3% მიიჩნევს, რომ ამგვარი ხარჯები საჭირო არ გახდება.

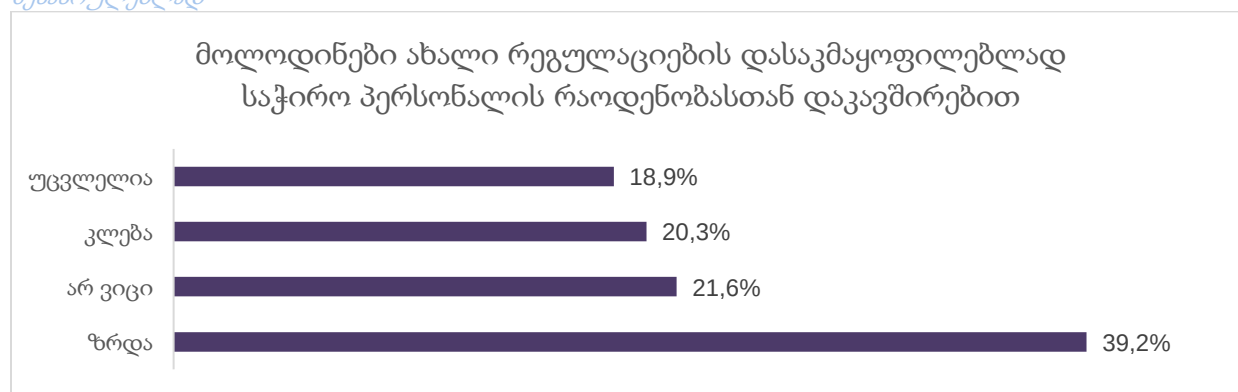
დიაგრამა 24: დამატებითი კაპიტალური ხარჯები განთავსების საშუალებების ახალი რეგულაციების შესასრულებლად



წყარო: გამოკითხვა

პერსონალის რაოდენობის მხრივ, გამოკითხული ბიზნესის 39.2% -ს ელოდა, რომ მათ ახალი რეგულაციებიდან გამომდინარე დამატებითი პერსონალი დასჭირდებოდათ.

დიაგრამა 25: დამატებითი კაპიტალური ხარჯები განთავსების საშუალებების ახალი რეგულაციების შესასრულებლად

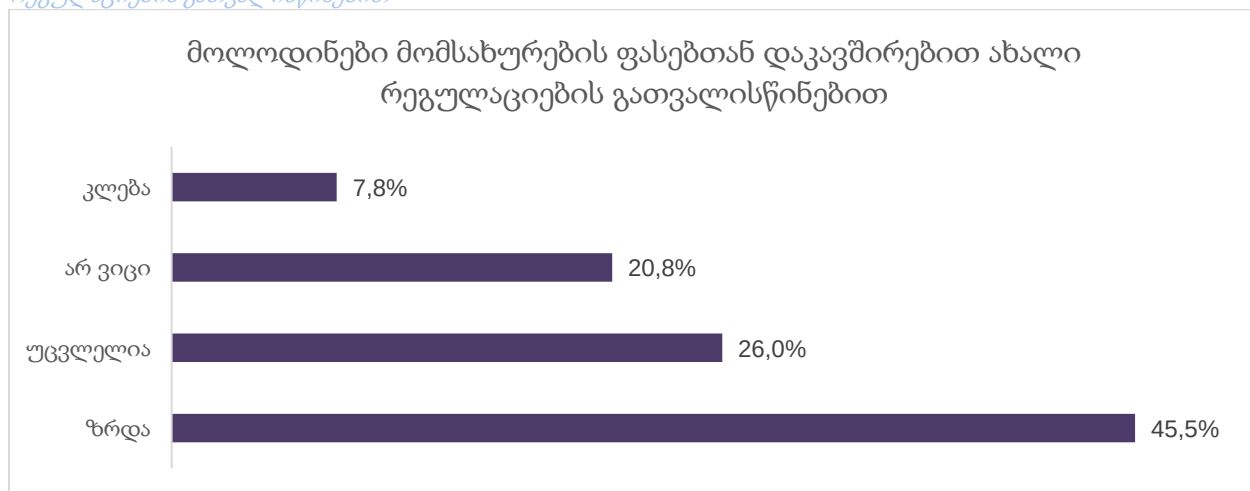


წყარო: გამოკითხვა

ახალი რეგულაციების გამო, მომსახურების ფასების მოსალოდნელი ზრდა

მომსახურების ფასების შემთხვევაში, გამოკითხული ბიზნესის 45.5% ახალი რეგულაციების გამო, მათი მომსახურების ფასების ზრდას ელოდა.

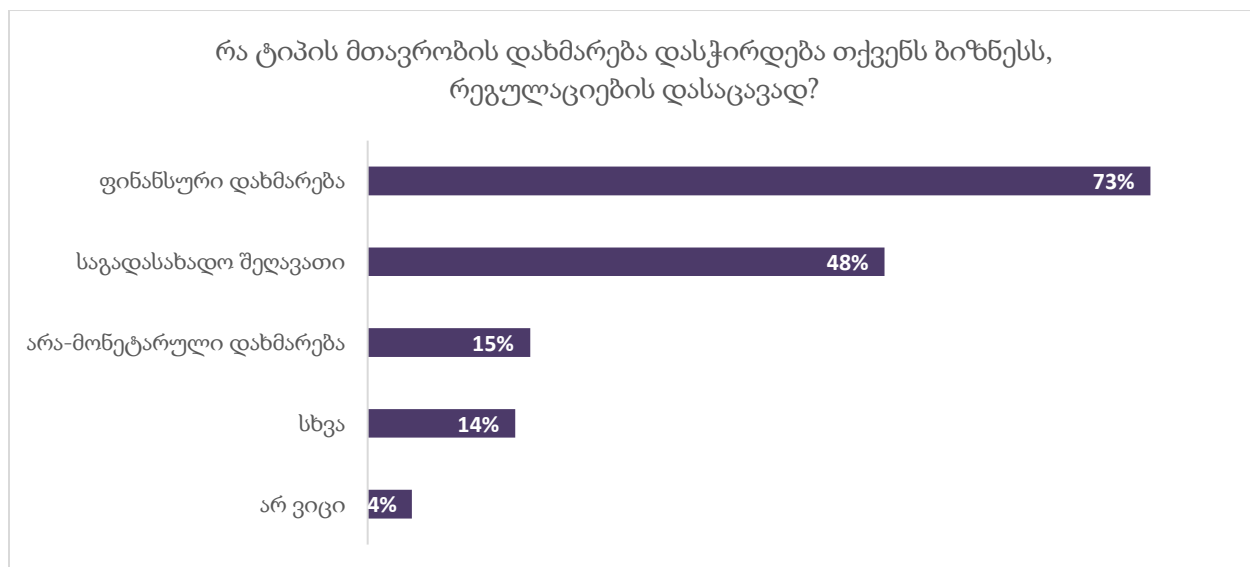
დიაგრამა 26: მოლოდინები მომსახურების ფასებთან დაკავშირებით, განთავსების საშუალებების ახალი რეგულაციების გათვალისწინებით



სახელისუფლებო დახმარების სახეობა, რომელიც განთავსების საშუალებების მიერ ახალი რეგულაციების დაცვითაა გამოწვეული

გამოკითხული კვების ობიექტებისთვის, მთავრობის დახმარების ტიპები, რომლებიც ყველაზე მეტად საჭიროა რეგულაციების შესასრულებლად, იყო ფინანსური დახმარება (73%) და გადასახადების შეღავათები (48%).

დიაგრამა 27: სასურველი მთავრობის დახმარების ტიპები, წესების დაცვა (განთავსების საშუალებები)



წყარო: გამოკითხვა

დასკვნის სახით, ამ რეგულაციების თანახმად, გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა აცხადებს, რომ საოპერაციო ხარჯების ზრდას (რადგან ისინი ელიან პერსონალის რაოდენობის ზრდას, კაპიტალური ხარჯების ზრდას და ფიქსირებული და ცვლადი ხარჯების ზრდას) ელოდება და მათი შემოსავალი 41-60% -ით შემცირდება. გარდა ამისა, გაზრდილი დანახარჯების გამო, გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა ელოდა მომსახურების ფასების გაზრდასაც.

5.3.2. კვების სექტორი

5.3.2.1. საქართველოს მთავრობის მიერ კვების ობიექტებისთვის გაცემული რეკომენდაციები/რეგულაციები

მთავრობის მიერ გაცემული რეკომენდაციები/რეგულაციები კვების ობიექტების შესახებ მოცემულია ცხრილში:

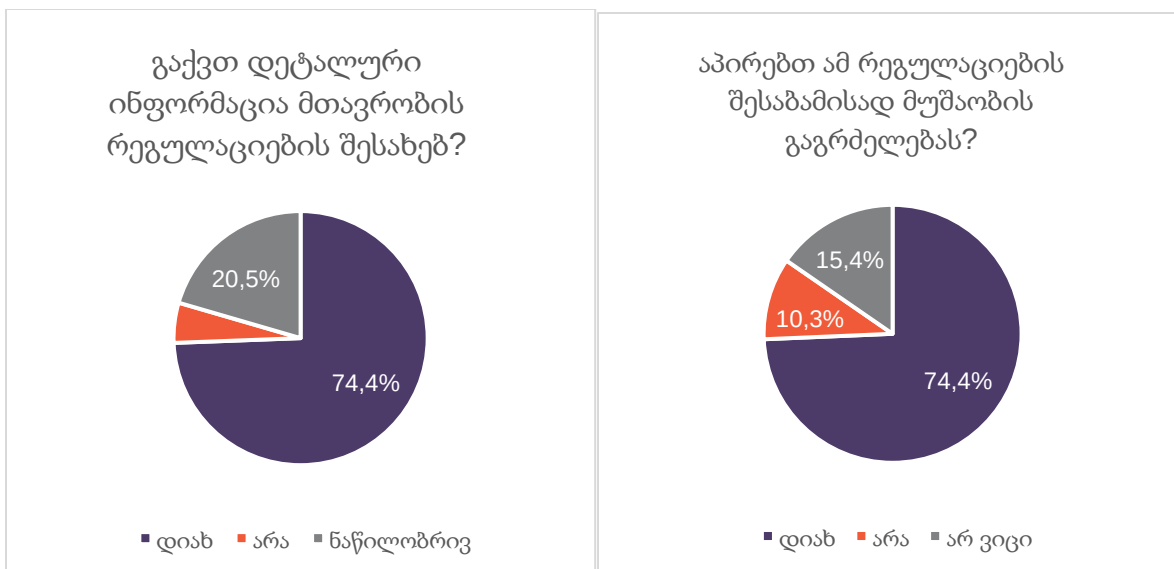
ცხრილი 8: რეკომენდაციები/რეგულაციები საქართველოს მთავრობის მიერ მოწოდებული კვების ობიექტებისთვის

	რეკომენდაციები/რეგულაციები	მიღებული წესები
1	მოთხოვნები უსაფრთხოების და ჯავშნის სისტემის შესახებ	მოიცავს: წინასწარი დაჯავშნის სისტემასთან დაკავშირებული წესების დაცვას; თერმო სკრინინგი და ვიდეო სკრინინგი; მომხმარებლისთვის პრევენციული ზომების შესახებ ინფორმაციის მიწოდების წესების დაცვა; მომხმარებელთა და თანამშრომელთა რაოდენობის კონტროლი; სადეზინფექციო ბარიერების განთავსება; დამცავი გამჭვირვალე ბარიერის დამონტაჟება; და უნაღდო ანგარიშსწორება ხდება.
2	მოთხოვნები მაგიდების, სკამებისა და მომხმარებლების განლაგებისათვის	მოიცავს: მანძილების სწორად განსაზღვრა მაგიდებს/სკამებს შორის; მომხმარებელთა მაქსიმალური რაოდენობის სწორად განსაზღვრა მაგიდაზე; მენიუს დადგენილი ფორმით შეთავაზება (ერთჯერადი ან ელექტრონული); ბარის არეალთან დაკავშირებული წესების დაცვა; წინასწარი დაჯავშნის სისტემასთან დაკავშირებული წესების დაცვა; და სტუმრებისთვის ჰიგიენის საშუალებებით/ადეკვატური დისტანციის უზრუნველყოფა.
3	ჭურჭლის ხელით რეცხვის მოთხოვნები	მოიცავს: სპეციალური ზონის გამოყოფას სამზარეულოში, სადაც მოხდება ჭურჭლის გარეცხვა და გამომშრება; და სპეციალური პირობების დაცვა ჭურჭლის რეცხვასთან დაკავშირებით.
4	მოთხოვნები სუფრისა და ხელსახოცების მხრივ	მოიცავს: ერთი მაგიდის გადასაფარებლების გამოყენების წესის დაცვას ან გადასაფარებლების სრულ აკრძალვას (ასეთის არსებობის შემთხვევაში); და გამოყენებული ხელსახოცების შეგროვების წესების დაცვა.
5	მოთხოვნები დასუფთავებისა და დეზინფექციისთვის	მოიცავს: დასუფთავებისა და დეზინფექციის ზომების წესების დაცვას; და დასუფთავებაზე პასუხისმგებელი პერსონალისთვის დამატებითი ინსტრუქციების ჩატარება.
6	მოთხოვნები დამსაქმებლების მიმართ	მოიცავს: COVID-19 პროფილაქტიკური ზომების შესახებ განცხადებების გაკეთების წესების დაცვას; მომხმარებლის ჰიგიენისთვის საჭირო ნივთებით უზრუნველყოფა; თანამშრომლების დაცვა; სამუშაო ადგილების ვენტილაცია; სპეციალური ტანსაცმლის ცენტრალიზებული რეცხვაზე დებულებების მიღება; მთავრობის მიერ დადგენილი რეკომენდაციების შესრულების მონიტორინგი.

5.3.2.2. სექტორის მზაობა

გამოკითხული კვების ობიექტების თანახმად, 74.4% -ს ჰქონდა დეტალური ინფორმაცია მთავრობის რეგულაციების შესახებ, მათ 20.5% -ს ჰქონდა ნაწილობრივი ინფორმაცია, ხოლო 5.1% -ს არანაირი ინფორმაცია არ ჰქონდა. გამოკითხული კვების ობიექტებიდან 74.4% გეგმავს მუშაობის გაგრძელებას ამ რეგულაციების შესაბამისად, 15.4% -ს ჯერ არ ჰქონდა გადაწყვეტილი, ხოლო 10.2% არ გააგრძელებს მუშაობას.

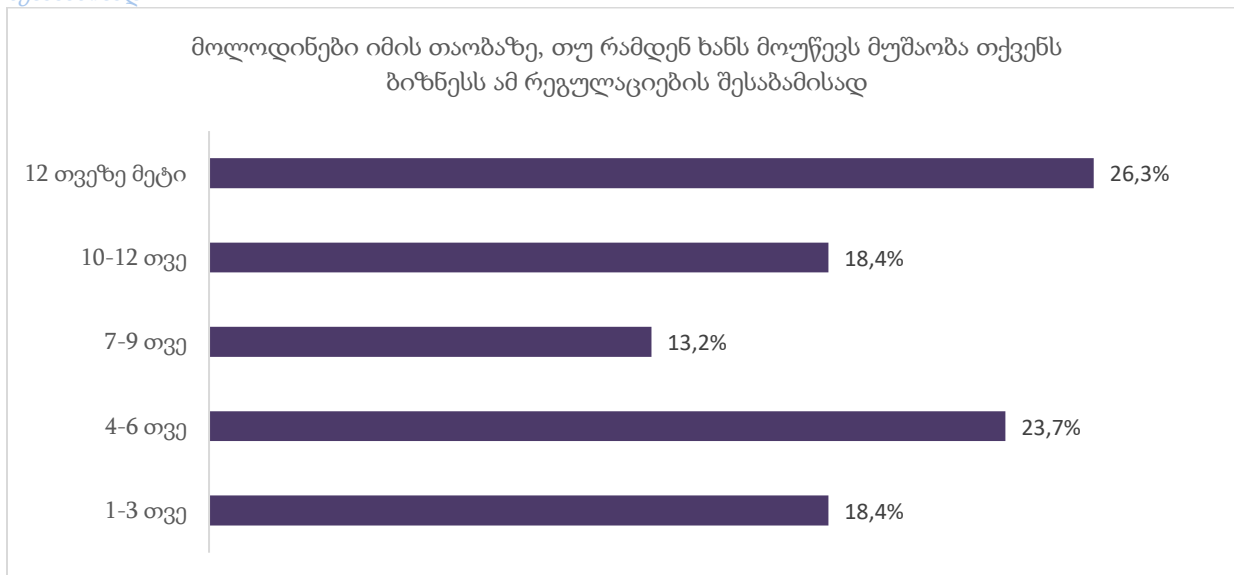
დიაგრამა 28: ინფორმაცია მთავრობის რეგულაციების შესახებ (მარცხნივ) და სურსათის ობიექტების რეგულაციების შესაბამისად (მარჯვნივ) მუშაობის გაგრძელება.



წყარო: გამოკითხვა

გამოკითხული კვების ობიექტებიდან 26% ელოდა, რომ ამ რეგულაციების შესაბამისად მუშაობა 12 თვეზე მეტი ხნის განმავლობაში მოუწევდა.

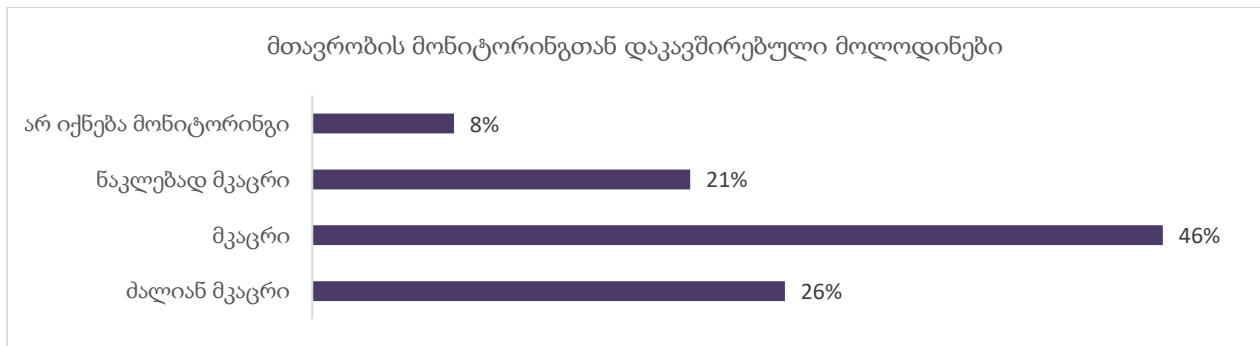
დიაგრამა 29: მოლოდინი იმის თაობაზე, თუ რამდენ ხანს მოუწევს მუშაობა კვების ობიექტს რეგულაციების შესაბამისად



წყარო: გამოკითხვა

გამოკითხული ბიზნესიდან 46% ფიქრობდა, რომ მკაცრი იქნებოდა მთავრობის მიერ რეგულაციების მონიტორინგი. გამოკითხული საწარმოების მხოლოდ 8% ამბობს, რომ ასეთი მონიტორინგი არ ჩატარდება.

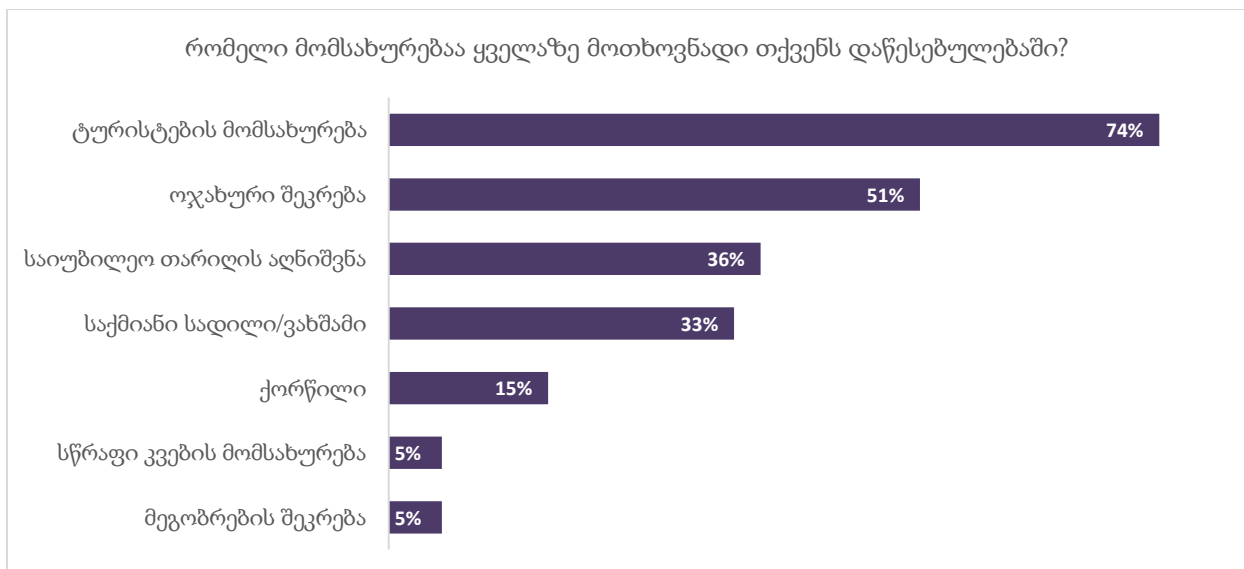
დიაგრამა 30: მოლოდინები მთავრობის მონიტორინგთან დაკავშირებით (კვების ობიექტები)



წყარო: გამოკითხვა

ჩვეულებრივ, კვების ობიექტებისთვის, მათი სტუმრებისათვის მოგზაურობის ყველაზე გავრცელებული მიზანია ტურიზმი (74%) და ოჯახური შეხვედრები (51%). ყველაზე ნაკლებად გავრცელებულია მეგობრების შეკრება (5%) და სწრაფი კვება (5%).

დიაგრამა 31: კვების ობიექტების მომხმარებელთა ტიპები

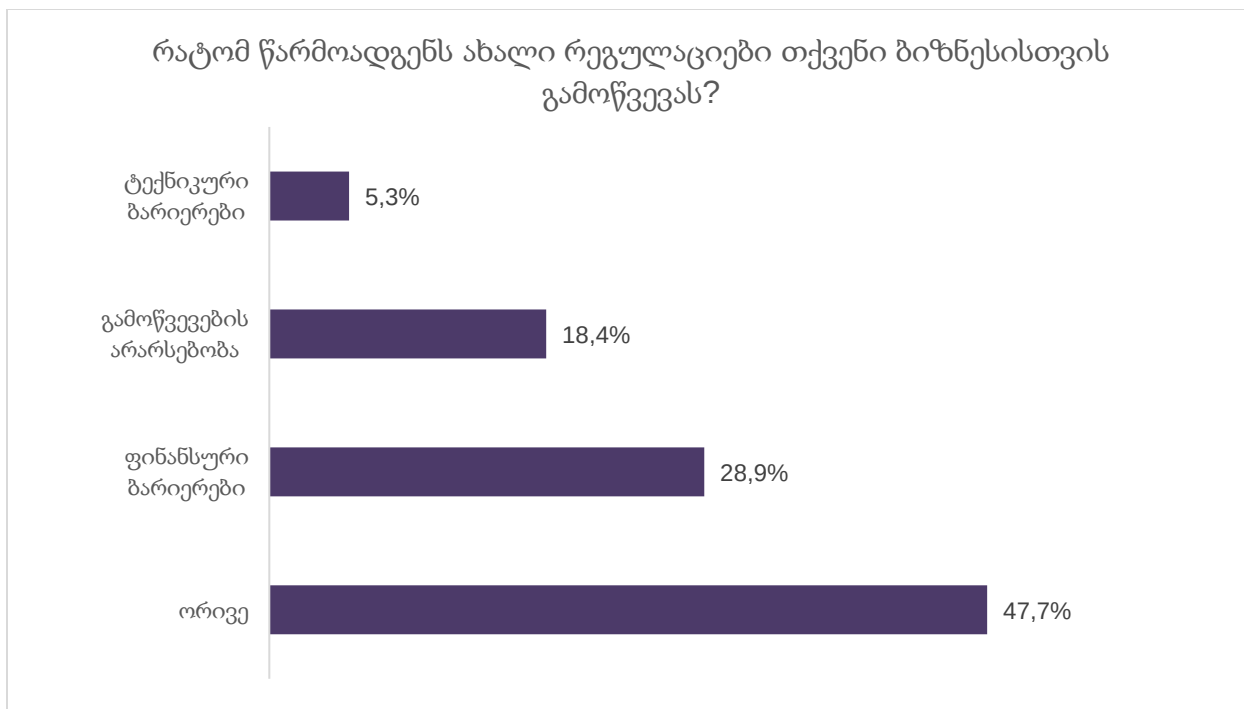


წყარო: გამოკითხვა

ყველაზე რთული რეგულაციები/რეკომენდაციები და წესები გამოკითხვის შედეგების მიხედვით

გამოკითხული კვების ობიექტების თითქმის ნახევრისთვის (47.4%), მთავრობის რეგულაციები რთული იქნება როგორც ტექნიკური, ასევე ფინანსური ბარიერების გამო.

დიაგრამა 32: მიზეზები, რომელთა გამოც კვების ობიექტებისათვის რეგულაციები გამოწვევას წარმოადგენს



წყარო: გამოკითხვა

გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობამ შემდეგი რეგულაციები ყველაზე რთულად შესასრულებლად მიიჩნია:

- მოთხოვნები უსაფრთხოებისა და ჯავშნის სისტემებთან დაკავშირებით
- მოთხოვნები მაგიდების, სკამების და მომხმარებლების განთავსებასთან დაკავშირებით
- ჭურჭლის ხელით რეცხვის მოთხოვნები

რეგულაციების შესახებ დეტალური ინფორმაცია მოცემულია ცხრილში:

ცხრილი 9: გამოკითხული კვების ობიექტების კატეგორიები, რომლებიც ფიქრობენ, რომ მთავრობის მიერ გამოცემული რეგულაციები წარმოადგენს გამოწვევას მათთვის და ისინი, ვინც მიიჩნევენ, რომ რეგულაციები გამოწვევას არ წარმოადგენს

რეგულაციები/რეკომენდაციები	წარმოადგენს თუ არა ეს კონკრეტული რეგულაციები თქვენი ბიზნესისათვის გამოწვევას?	
	დიახ ან ნაწილობრივ (გამოკითხულთა პროცენტული მაჩვენებელი)	არა (გამოკითხულთა პროცენტული მაჩვენებელი)
მოთხოვნები უსაფრთხოების და ჯავშნის სისტემასთან დაკავშირებით	76.9%	23.1%
მოთხოვნები მაგიდების, სკამების და მომხმარებლების განთავსებასთან დაკავშირებით	74.4%	25.6%

ჭურჭლის ხელით დაბანის მოთხოვნები	53.8%	46.2%
მოთხოვნები სუფრისა და ხელსახოცების მიმართ	41.0%	59.0%
მოთხოვნები დასუფთავებისა და დეზინფექციისთვის	51.3%	48.7%
მოთხოვნები დამსაქმებლების მიმართ	57.9%	42.1%

წყარო: გამოკითხვა

ყველაზე რთულად შესასრულებელი წესები გამოკითხული ბიზნესებისთვის (10 ყველაზე ხშირად ნახსენები წესი თითოეულ ასპექტში (ტექნიკური ბარიერები და ფინანსური ბარიერები) მოცემულია ცხრილში):

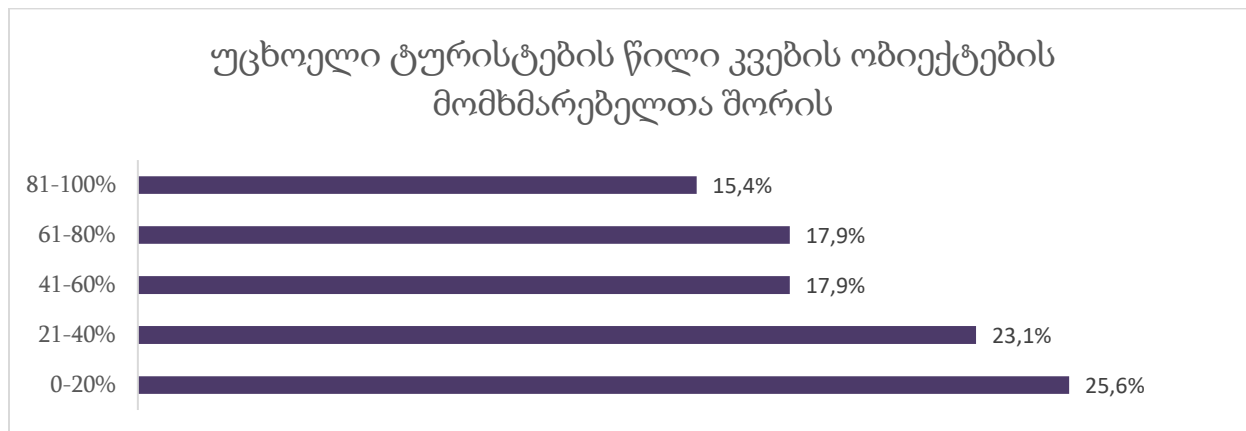
ცხრილი 10: ყველაზე რთული წესები გამოკითხული კვების ობიექტებისთვის

	მიღებული წესები	ტექნიკური ბარიერი	ფინანსური ბარიერი
1	წინასწარი დაჯავშნის სისტემა.		
2	არანაკლებ 1 მეტრის დაშორება მომხმარებლებს შორის მაგიდებთან (კვების ობიექტებში დახურული სივრცე).		
3	დახურული ადგილების ბუნებრივი ვენტილაციით უზრუნველყოფა. თუ ეს შეუძლებელია, ხელოვნური ვენტილაციის უზრუნველყოფა გარედან შემოსული ჰაერის კონცენტრაციის გაზრდით და შიგნით ჰაერის ცირკულირებით; შესაბამისი საინჟინრო კონტროლის დაწესება.		
4	სპეციალური პირობები ჭურჭლის რეცხვასთან დაკავშირებით.		
5	მომხმარებელთა და თანამშრომელთა რაოდენობის კონტროლი.		
6	უზრუნველყოფა, რომ ერთი ადამიანისთვის გათვალისწინებული ფართობი მინიმუმ 2,25 კვ. მ იყოს (კვების ობიექტებში დახურულ სივრცეში).		
7	მაგიდებისა და მანძილების მონიშვნა.		
8	მაგიდებს შორის შესაფერისი მანძილის განსაზღვრა (2 მეტრი).		
9	სავარძლებს შორის შესაფერისი მანძილის განსაზღვრა (1 მეტრი).		
10	თერმო და ვიდეო სკრინინგი.		
11	მომხმარებლების მაქსიმალური რაოდენობის განსაზღვრა ცხრილში.		
12	წესები თანამშრომლების დაცვის უზრუნველყოფის შესახებ.		
13	წესები მენიუს უზრუნველყოფასთან დაკავშირებით.		
14	დასუფთავებისა და დეზინფექციის წესები.		
15	წესები დამცავი გამჭვირვალე ბარიერის დამონტაჟების შესახებ.		
16	ხელების ჰიგიენისთვის საჭირო ნივთებით უზრუნველყოფის წესები.		
17	წესები მაგიდის გადასაფარებლებთან დაკავშირებით.		

წყარო: გამოკითხვა

დამოკიდებულება საერთაშორისო ტურიზმზე

დიაგრამა 33: უცხოელი ტურისტების წილი კვების ობიექტების მომხმარებელთა შორის

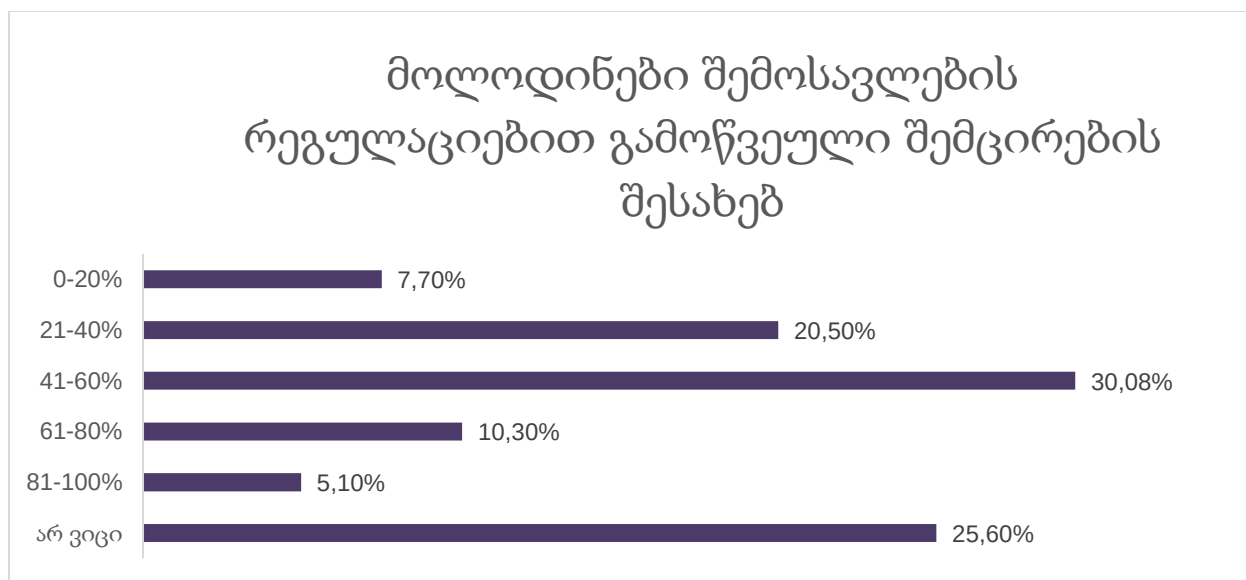


წყარო: გამოკითხვა

რეგულაციების გამო შემოსავლის მოსალოდნელი შემცირება

განთავსების საშუალებების მსგავსად, რამდენიმე გამოკითხული კვების ობიექტი (30.8%) ან მოსალოდნელი იყო მათი შემოსავლის 41-60% -ით შემცირება, ან მათ არ იცოდნენ, როგორ იმოქმედებდა რეგულაციები მათ შემოსავალზე (25.6%).

დიაგრამა 34: მოლოდინები შემოსავლის შემცირებასთან დაკავშირებით ახალი რეგულაციების გამო (კვების ობიექტები)



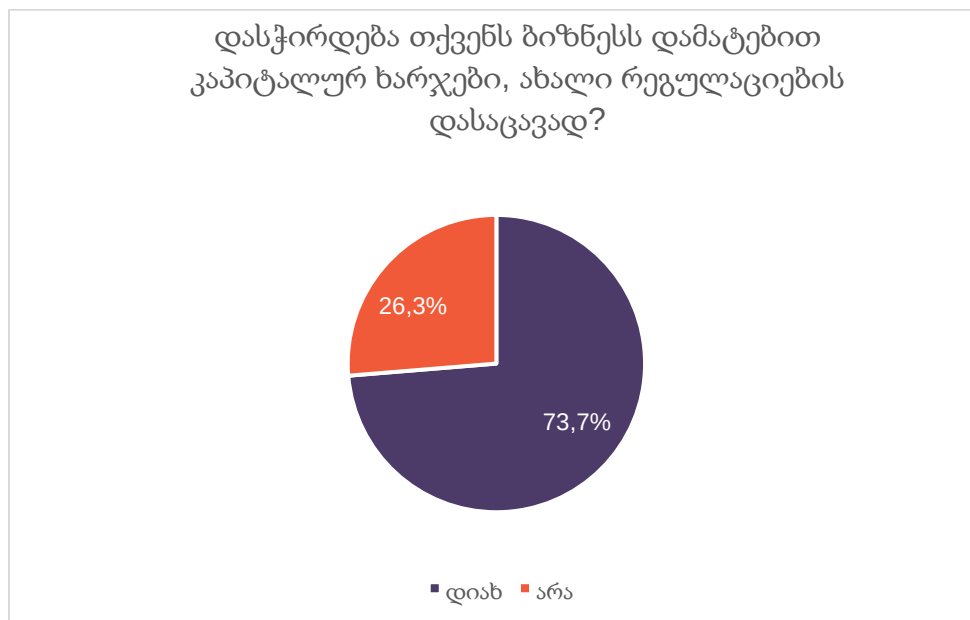
წყარო: გამოკითხვა

რეგულაციებით გამოწვეული ხარჯების სავარაუდო ზრდა

განთავსების საშუალებების მსგავსად, გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა ელოდა მათი საოპერაციო ხარჯების ზრდას, ფიქსირებული და ცვლადი ხარჯების ჩათვლით.

რაც შეეხება კაპიტალურ დანახარჯებს, გამოკითხული ბიზნესის 73.7% აცხადებს, რომ დამატებითი კაპიტალური ხარჯები დასჭირდება რეგულაციების შესასრულებლად, ხოლო 26.3% -ისთვის ასეთი ხარჯები არ იქნება საჭირო.

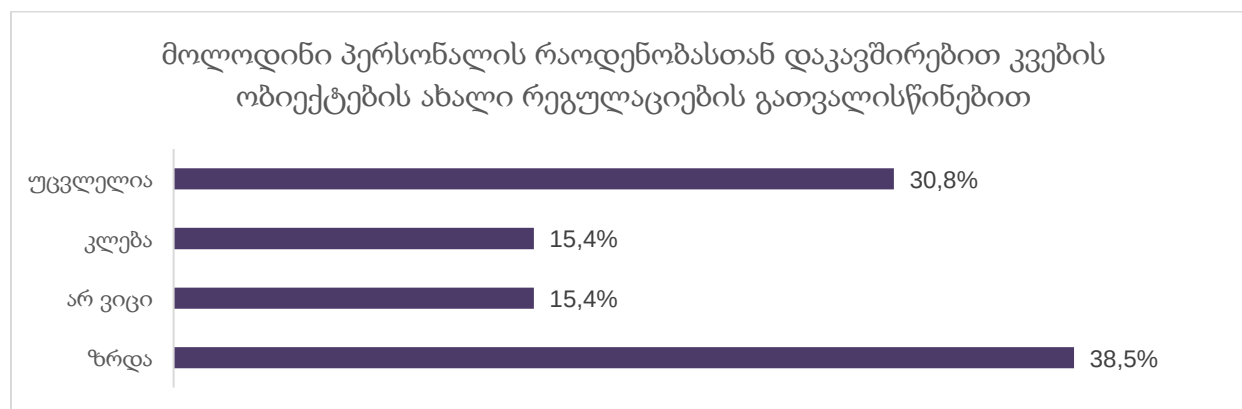
დიაგრამა 35: დამატებითი კაპიტალური ხარჯები კვების ობიექტების ახალი რეგულაციების შესასრულებლად



წყარო: გამოკითხვა

პერსონალის რაოდენობის მხრივ, რამდენიმე გამოკითხული ბიზნესი (38.5%) ელოდა, რომ მათ მეტი პერსონალი დასჭირდებოდათ ამ რეგულაციების შესასრულებლად; 30.8% კი ფიქრობდა, რომ პერსონალის რაოდენობის ცვლილება არ გახდებოდა საჭირო.

დიაგრამა 36: მოლოდინი პერსონალის რაოდენობასთან დაკავშირებით კვების ობიექტების ახალი რეგულაციების გათვალისწინებით

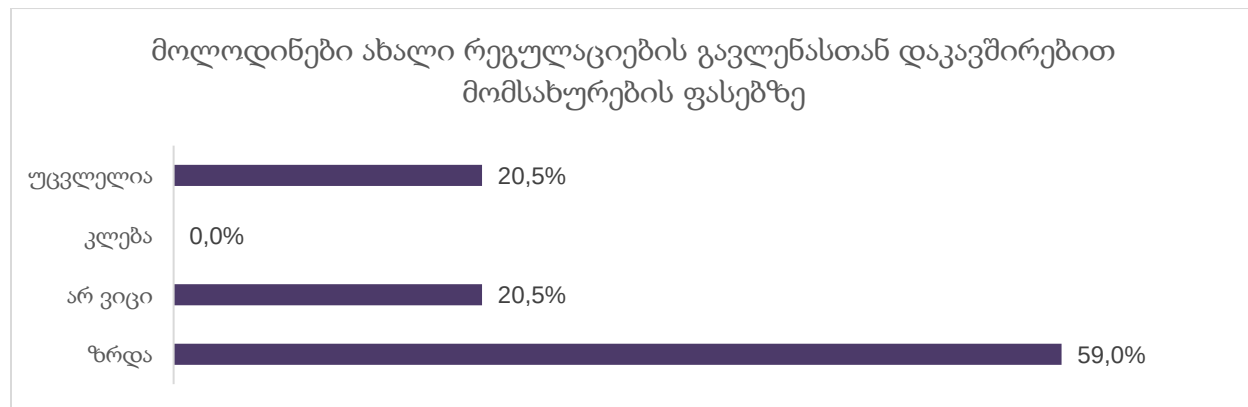


წყარო: გამოკითხვა

ახალი რეგულაციებით გამოწვეული მოსალოდნელი ფასების ზრდა

გამოკითხული ბიზნესის უმეტესობა (59%) ელოდა, რომ მათი მომსახურების ფასები ახალი რეგულაციების გამო გაიზრდებოდა.

დიაგრამა 37: მოლოდინი ახალი რეგულაციების გავლენასთან დაკავშირებით კვების ობიექტების მომსახურების ფასებზე

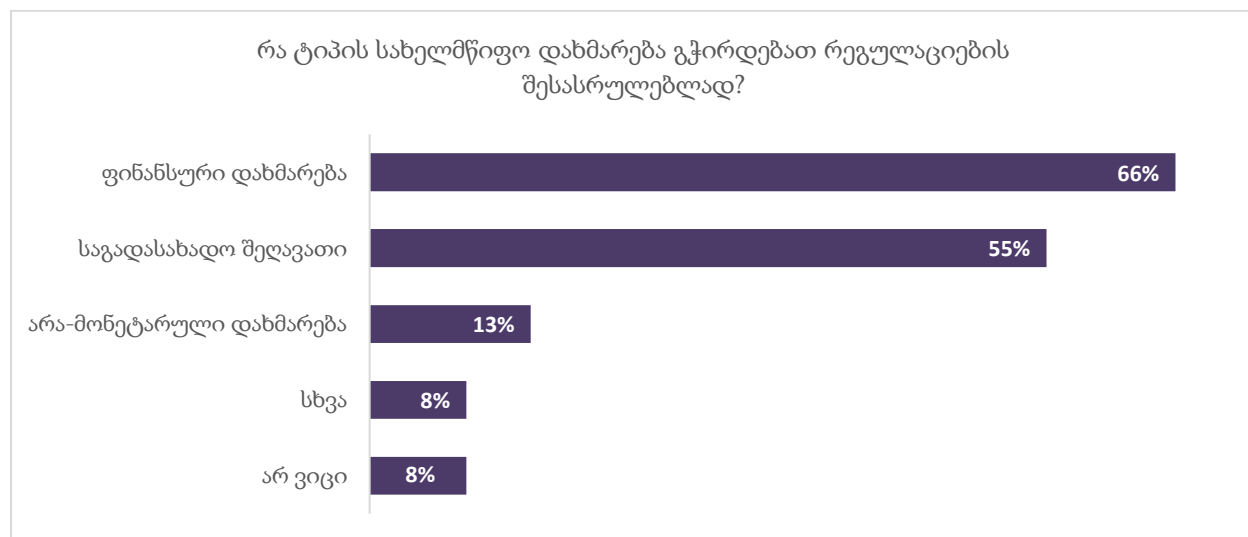


წყარო: გამოკითხვა

მთავრობის დახმარების სახეობა, რომელიც კვების ობიექტებს რეგულაციების დასაცავად ესაჭიროებათ

გამოკითხული კვების ობიექტების უმეტესობისთვის, მთავრობის დახმარების ტიპები, რომლებიც ახალი რეგულაციების შესასრულებლად საჭირო: ფინანსური დახმარება (66%) და გადასახადების შეღავათები (55%).

დიაგრამა 38: მთავრობის დახმარების სახეობა, რომელიც კვების ობიექტებს რეგულაციების შესასრულებლად სჭირდებათ



წყარო: გამოკითხვა

დასკვნის სახით შეიძლება ითქვას, რომ ახალი რეგულაციების თანახმად, გამოკითხული კვების ობიექტების უმეტესობა მათი საოპერაციო ხარჯების ზრდას მოელის, რადგან მათ წესების შესაბამისად საწყისი კაპიტალური ხარჯების გაწევა მოუწევთ. გარდა ამისა, ბიზნესების უმეტესობა ელოდება პერსონალის რაოდენობის გაზრდას რეგულაციების გამო და მათ არ აქვთ რაიმე მოლოდინი დამატებითი ყოველთვიური ცვალებადი ხარჯების მიმართ. გამოკითხული ბიზნესების უმეტესობა ელოდება, რომ მათი შემოსავალი 41%-60% -ით შემცირდება. ახალი რეგულაციებით გამოწვეული

გაზრდილი ხარჯების გამო, გამოკითხული ბიზნესების უმეტესობა ელოდება, რომ მათი მომსახურების ფასებიც გაიზრდება.

5.4. საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკა

ჩვენ შევისწავლეთ ევროკავშირის წევრი მცირე ქვეყნების გამოცდილება, სადაც ტურიზმის სექტორს მნიშვნელოვანი წილი უკავია მშპ-ში, დასაქმებასა და მომსახურების ექსპორტში. კერძოდ, ესტონეთის, სლოვენიის, ხორვატიის და საბერძნეთის ბაზარი შეფასდა ტურიზმის სტრატეგიებისა და პრიორიტეტების, COVID-19 კრიზისთან გამკლავებისა და აღდგენის პროცესის შესაბამისი გეგმების გათვალისწინებით. იმედი გვაქვს, რომ ეს დამატებით პერსპექტივებს შესთავაზებს საქართველოს ტურიზმის სექტორის აღდგენისა და სამომავლო მოდერნიზაციის კუთხით.

5.4.1. ტურიზმის ინდუსტრიის როლი ეროვნულ ეკონომიკაში

2017 წელს **სლოვენიაში** ტურიზმის სექტორის შენატანმა ქვეყნის მშპ-ში 2.3 მილიარდი ევრო შეადგინა (მთლიანი მშპ-ს 5.3%). პირდაპირი და არაპირდაპირი ზემოქმედების გათვალისწინებით, ტურიზმის წვლილი მშპ-ში 3.6 მილიარდ ევროდ (მთლიანი მშპ-ს 8.4%) შეფასდა. 2018 წელს ტურიზმის ექსპორტმა 2.7 მილიარდი ევრო შეადგინა და ქვეყნის მთლიანი მომსახურების ექსპორტში 34% ეკავა. იმავე წელს, სლოვენიის ტურიზმის ინდუსტრიაში 68 150 ადამიანი იყო დასაქმებული, რაც ქვეყნის მთლიანი დასაქმების 7,7% -ს წარმოადგენს.

ტურიზმის სექტორი **ესტონეთის** კონკურენტუნარიანობის, ექსპორტის, ეკონომიკური ზრდისა და დასაქმების მნიშვნელოვან ნაწილად განიხილება. 2017 წელს ტურიზმმა ესტონეთის მშპ-ს 7.8% შეადგინა და მასზე მთლიანი დასაქმების 4.3% მოდიოდა. ექსპორტის მხრივ, ესტონეთის ტურიზმის სექტორი ქვეყნის მომსახურების ექსპორტის 30%-ს და მისი მთლიანი ექსპორტის 10,2%-ს შეადგენდა.

ხორვატიაში, ტურიზმმა 2018 წელს ქვეყნის მშპ-ს 19,6% შეადგინა. იმავე წელს, ტურიზმის ინდუსტრიაში 86 600 ადამიანი იყო დასაქმებული, რაც ქვეყნის მთლიანი დასაქმების 6,6%-ია. 2016 წელს ხორვატიაში ტურიზმის მოხმარებამ მთლიანი მოხმარების 86.3%-ს მიაღწია. ტურიზმის ინდუსტრია ხორვატიაში ძირითადად სეზონური ხასიათისაა; მაღალი კონცენტრაციაა ზაფხულის თვეებში და ტურისტების უმეტესობა ევროპის ქვეყნებიდან ჩამოდის.

ტურიზმი ძალიან მნიშვნელოვანი სექტორია **საბერძნეთის** ეკონომიკაშიც. ის 2018 წელს ქვეყნის მშპ-ს 20.6% -ს შეადგენდა და 381 800 ადამიანს ასაქმებდა, რაც მთლიანი დასაქმების 10% -ს შეადგენდა. იმავე წელს, მოგზაურობის ექსპორტმა მომსახურების მთლიანი ექსპორტის 43.3%-ს მიაღწია. საბერძნეთმა მხოლოდ 2018 წელს 33,1 მილიონი საერთაშორისო ტურისტი მიიღო.

5.4.2. ტურიზმის სექტორის მართვა და სტრატეგია

სლოვენიაში ტურიზმის ეროვნული პოლიტიკის შემუშავება და განხორციელება ეკონომიკური განვითარებისა და ტექნოლოგიის სამინისტროს ეკისრება. სლოვენიის ტურიზმის საბჭო პასუხისმგებელია მარკეტინგის, ტურიზმის შესახებ ინფორმაციის, ბაზრის მონაცემების, პროდუქტის განვითარების კოორდინაციის, ბაზრის კვლევისა და დაინტერესებული მხარეების ჩართულობაზე. სტრატეგიული დაგეგმვის პროცესში სამინისტრო რეგულარულად უწევს კონსულტაციას ინდუსტრიულ ორგანიზაციებს. გარდა ამისა, ტურიზმის ინდუსტრიასთან დაკავშირებული სხვადასხვა დარგობრივი პოლიტიკისა და კანონმდებლობის შესაბამისად ხორციელდება სამთავრობო ინსტიტუტების თანამშრომლობა.

2017 წელს სლოვენიის მთავრობამ მიიღო ქვეყნის ტურიზმის სექტორის მდგრადი ზრდის სტრატეგია 2017-2021 წლებისთვის. ის შემდეგ ექვს სტრატეგიულ მიზანს მოიცავს:

- ✓ ტურიზმის ახალი ორგანიზაციული სტრუქტურის შემუშავება, ქვეყნის დაყოფა ოთხ მაკრო და 35 წამყვან მიმართულებად. მუშავდება ოთხი ძირითადი მიმართულების გენერალური გეგმა, რომელიც ორიენტირებულია განათლებასა და ტრენინგებზე, მწვანე და ინოვაციურ ტურისტულ პროდუქტებზე, ციფრული პოპულარიზაციის ამაღლებაზე, მსგავსი მიმართულებების მარკეტინგზე და გეოგრაფიულად დაკავშირებულ განსაკუთრებული ტურიზმის გამოცდილებებზე;
- ✓ ინსტიტუციური და სამართლებრივი ჩარჩოს გამარტივება;
- ✓ ინვესტირება ახალ და არსებულ საცხოვრებელ საშუალებებსა და ტურიზმთან დაკავშირებულ ინფრასტრუქტურაში;
- ✓ ინვესტიცია ტრენინგებსა და განათლებაში;
- ✓ მიწათსარგებლობის დაგეგმვის გაძლიერება;
- ✓ მცირე ტურისტული ბიზნესის მხარდაჭერა.

ესტონეთში ტურიზმის ეროვნული პოლიტიკის კოორდინაცია ეკონომიკის და კომუნიკაციების სამინისტროს ეკისრება. სამინისტრო განსაზღვრავს ტურიზმის პოლიტიკას და პროგრამებს, ზედამხედველობს მათ შესრულებას, შეიმუშავებს შესაბამის კანონმდებლობას და დებულებებს, გამოყოფს ეროვნული და ევროკავშირის დაფინანსებას ტურიზმის განვითარების პროგრამებისთვის და თანამშრომლობს ეროვნულ და რეგიონულ ტურიზმის ორგანიზაციებთან, ინდუსტრიის დაინტერესებულ მხარეებთან და ქსელებთან გრძელვადიანი ტურიზმის პოლიტიკის შემუშავების პროცესში. ძირითადი ორგანიზაციები, რომლებიც პოლიტიკის შემუშავებაში მონაწილეობენ, არიან ესტონეთის მოგზაურობისა და ტურიზმის ასოციაცია, ესტონეთის სასტუმროებისა და რესტორნების ასოციაცია, ესტონეთის სოფლის ტურიზმის ორგანიზაცია, ესტონეთის სპა ასოციაცია და ესტონეთის კონვენციის ბიურო. ესტონეთის ტურიზმის საბჭო - ესტონეთის სამეწარმეო სააგენტოს ნაწილი - პასუხისმგებელია ტურიზმის პოლიტიკის განხორციელებაზე. საბჭო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს დანიშნულების მენეჯმენტის ორგანიზაციების გაძლიერებაში, ტურიზმის პროდუქტების განვითარების კოორდინაციასა და ტურისტული მომსახურების მაღალი ხარისხის უზრუნველყოფაში.

შემუშავების პროცესშია 2021-2024 წლებისათვის ესტონეთის ტურიზმის განვითარების პროგრამა. ის პირდაპირ კავშირში იქნება „ესტონეთი 2035“ სტრატეგიასთან, „ტრანსპორტისა და მობილობის სტრატეგია, 2030“-თან, ასევე სოფლის განვითარების, კულტურულ და სხვა შესაბამის პოლიტიკებთან. პროგრამა შემდეგ პრიორიტეტებს მოიცავს:

- ✓ ტურიზმის მცირე და საშუალო საწარმოებში ახალი ბიზნეს მოდელების შემუშავება;
- ✓ ციფრული ტექნოლოგიების, გადაწყვეტილებებისა და კომპეტენციების მოზიდვის გაზრდა;
- ✓ მონაცემთა ეფექტური მართვის ხელშეწყობა;
- ✓ დანიშნულების ადგილებისა და დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციების (DMO) გაძლიერება;
- ✓ შეთავაზებების მრავალფეროვნების გაუმჯობესება;
- ✓ პირდაპირი ფრენების უკეთესი კავშირების უზრუნველყოფა;
- ✓ საქმიან ტურიზმზე აქცენტირების გაგრძელება;
- ✓ განთავსების სექტორის რეგულაციების გამარტივება.

ხორვატიაში, ტურიზმის სექტორის სტრატეგიისა და პოლიტიკის შემუშავებაზე ტურიზმის სამინისტროა პასუხისმგებელი. ტურიზმის ეროვნული საბჭო ექვემდებარება სამინისტროს და პასუხისმგებელია ქვეყნის, როგორც ტურისტული დანიშნულების ადგილის პოპულარიზაციაზე. სამინისტრო მჭიდროდ თანამშრომლობს ეკონომიკის პალატასთან, ვაჭრობისა და რეწვის პალატასთან, პროფესიონალურ ტურიზმისა და სტუმართმოყვარეობის ასოციაციებთან. რეგიონულ და მუნიციპალურ დონეზე, ქვეყნის და ქალაქის ტურიზმის დეპარტამენტები განიხილავენ განთავსების კლასიფიკაციასა და მომსახურების ნებართვების გაცემას. 2020 წლიდან რეგიონული ორგანოები პასუხისმგებელი იქნებიან სტრატეგიული დაგეგმვისა და განვითარების, კვლევისა და მარკეტინგის

საკითხებზე. უფრო მეტიც, ადგილობრივ ორგანოებს ექნებათ გაზრდილი ოპერატიული კონტროლი პროდუქტის შემუშავების, ინფორმაციისა და დისტრიბუციის საკითხებზე.

ტურიზმის განვითარების ამჟამინდელი სტრატეგია მოქმედებს 2020 წლამდე და მიმდინარეობს მოსამზადებელი ეტაპი ახალი სტრატეგიის შესამუშავებლად. სტრატეგია მოიცავს ღონისძიებებს ხორვატიის ტურიზმის სექტორში შემდეგი სისუსტეების გამოსასწორებლად:

- ✓ პერსონალის ნაკლებობა;
- ✓ ზოგიერთ სანაპირო ზოლში მშენებლობის გადამეტებული განვითარება;
- ✓ გადატვირთულობის და ნარჩენების მართვა;
- ✓ სეზონურობა და გაუწონასწორებელი გეოგრაფიული გავრცელება.

ამჟამად, ტურიზმის სამინისტრო შემდეგ ზომებს ატარებს:

- ✓ საგანმანათლებლო დაწესებულებებისთვის დაფინანსების გამოყოფა მოწყვლადი ჯგუფების შრომის ბაზარზე მოზიდვის მიზნით;
- ✓ საზოგადოებრივი ინფრასტრუქტურის განვითარების ხელშეწყობა და ვიზიტორების მოზიდვა დივერსიფიკაციის წახალისებით;
- ✓ ხორვატიის მდგრადი ტურიზმის კვლევის დამკვირვებელ ორგანიზაციასთან თანამშრომლობა ტურიზმის ინტენსიური განვითარების ზეგავლენასთან გასამკლავებლად

საბერძნეთში ტურიზმის პოლიტიკის, კანონმდებლობის, სტრატეგიული მარკეტინგის გეგმის შემუშავება და სექტორის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესება ტურიზმის სამინისტროს პასუხისმგებლობაა. სამინისტრო მჭიდროდ თანამშრომლობს სხვა სამინისტროებთან და ტურიზმის ორგანოებთან, მათ შორის ტურისტული საწარმოების ასოციაციასთან და ტურიზმის კვლევით ინსტიტუტთან. სასტუმროთა პალატა მოქმედებს როგორც მთავრობის კანონიერი მრჩეველი ტურიზმის საკითხებში. სამინისტროს ფარგლებში ქვეყნის მასშტაბით ტურიზმის 14 რეგიონული ოფისი ფუნქციონირებს, რომელთა მთლიანმა ბიუჯეტმა 2018 წელს 63,7 მილიონი ევრო შეადგინა. საბერძნეთის ტურიზმის ეროვნული ორგანიზაცია ქვეყნის მარკეტინგის სტრატეგიის განხორციელებას უზრუნველყოფს და ქვეყნის გარეთ 16 ოფისი აქვს.

ტურიზმის სექტორის განვითარება მიჰყვება სტრატეგიას, რომელიც 2014-2020 წლების პერიოდს მოიცავს. მისი მანდატის თანახმად, ტურიზმის სამინისტრო მხარს უჭერს ტურიზმის პროდუქტების დივერსიფიკაციას, ინფრასტრუქტურის განახლებასა და ტურიზმის სექტორის ადგილობრივ ეკონომიკაში მოქცევას. ტურიზმის ეროვნული ორგანიზაციის ტურიზმის მარკეტინგის 2019-2020 წლების გეგმა განახლავს 13 რეგიონის კონკურენტულ უპირატესობას და გვთავაზობს დინამიურ პაკეტებს, რომლებიც ცნობილ მიმართულებებს აერთიანებს. ახალი და ნაცნობი დანიშნულების ადგილების გაერთიანებით ის მოგზაურებს მრავალფეროვან ტურისტულ არჩევანს სთავაზობს მთელი წლის განმავლობაში.

ახალი სტრატეგიის თანახმად, მდგრადი ტურიზმი მთავარი პრიორიტეტი იქნება. ამ მხრივ, ერთ – ერთ მთავარ გამოწვევას გადატვირთული ტურისტული ზონები წარმოადგენს.

5.4.3. ანტი-კრიზისული ღონისძიებები

ანტიკრიზისული ღონისძიებები **სლოვენიაში** მიზნად ისახავდა გადასახადების გადავადებას,²⁰ თანამშრომლების ჯანმრთელობისა და საპენსიო შენატანებისგან გათავისუფლებას და საკრედიტო

²⁰ გადასახადის გადამხდელებს ორი გზა აქვთ: გადადონ თავიანთი ვალდებულებების გადახდა 24 თვემდე ან გადაიხადონ ვალდებულება (მაქსიმუმ) 24 განვადებით, COVID-19 ეპიდემიის შედეგად შემოსავლის მიღების შეუძლებლობის გამო. ეს ღონისძიება ასევე გამოიყენება საშემოსავლო გადასახადის წინასწარი გადახდისა და დაკავების გადასახადისთვის.

სქემებს კორპორატიული ლიკვიდურობის შენარჩუნების მიზნით. 20 მაისს, სლოვენიის მთავრობამ გამოაცხადა პანდემიის შედეგების შემსუბუქების ღონისძიებათა მესამე პაკეტი.²¹ ტურიზმის სექტორის კომპენსაცია შეეხო სასტუმროებს, საოჯახო ტიპის სასტუმროებს, დასასვენებელ/რეკრეაციულ პარკებს, რესტორნებს, ტურისტულ სააგენტოებს, გამოფენებისა და ბაზრობების ორგანიზატორებს, სამსახურებიდან გათავისუფლებულებს, რომელთა შემოსავალი შემცირდა 10% -ზე მეტით 2019 წელთან შედარებით.

2020 წლის მარტში **ესტონეთმა 2** მილიარდი ევროს ბიუჯეტის დახმარების პროგრამა დაიწყო. გეგმა შემდეგ ინიციატივებს მოიცავდა: სესხის გირაოს ინიციატივა; საგადასახადო დავალიანების გადავადება; საგადასახადო წახალისება; და საპენსიო სისტემის გადახდების შეჩერება.

ესტონეთის მთავრობამ გადაწყვიტა 250 მილიონი ევრო გამოეყო დაზარალებული თანამშრომლების დასახმარებლად. დამსაქმებლებს კომპენსაციის მისაღებად განაცხადი უნდა შეეტანათ ესტონეთის უმუშევრობის დაზღვევის ფონდში, I-ლი მარტიდან 31 მაისამდე ორთვიანი ხელფასების დასაფარად, ხოლო ანაზღაურება უნდა მომხდარიყო 30 ივნისამდე. თანამშრომლებს, რომელთა შრომის მოცულობა ან ანაზღაურება მინიმუმ 30%-ით შემცირდა კრიზისის გამო, შეეძლოთ ასეთი დახმარების მიღება. საერთო ჯამში განხორციელდა თანამშრომლების მთლიანი ხელფასის 70%-ის გადახდა (მაგრამ არაუმეტეს 1000 ევრო თვეში).

28 აპრილს ესტონეთის მთავრობამ დაამტკიცა 25 მილიონი ევროს დახმარების პაკეტი ტურიზმის სექტორისთვის.²² ეკონომიკისა და კომუნიკაციის სამინისტრომ, სამეწარმეო სააგენტოს საშუალებით, პირდაპირი დახმარება გაუწია განთავსების საშუალებებს, კვების ობიექტებს, ტურისტულ კომპანიებს, ტურისტულ ატრაქციონებსა და ტურიზმის სერვისის მიმწოდებლებს, რომლებიც ჩართული არიან ეკოლოგიური ტურიზმის, კულტურული ტურიზმის და აქტიური დასვენების მომსახურების სფეროებში. თითო კომპანიისათვის შეთავაზებული დახმარების ოდენობა მერყეობს 2,000-დან 60,000 ევრომდე, რაც დამოკიდებულია განმცხადებლის საქმიანობის სფეროზე, მასშტაბებზე, დაკარგულ შემოსავალზე, გადახდილი შრომითი გადასახადის ოდენობასა და კრიზისის ხანგრძლივობაზე. საერთო ჯამში, 1 მილიონი ევრო გამოიყო საარემას, ჰიუმბას, ვორმსის, რუჰუნუს, კიჰუნუს, მუჰუს და მანიჯის ტურისტული კომპანიების დასახმარებლად. პირდაპირი სუბსიდირების ზომები არის დროებითი, ერთჯერადი გადახდები. შეზღუდული საბიუჯეტო მხარდაჭერისა და უფლებამოსილი კომპანიების სიმრავლის გათვალისწინებით, ეს დახმარება გაიცემა პირველადი მოხმარების საფუძველზე, სანამ თანხა არ ამოიწურება. განაცხადების მიღება მაისის დასაწყისიდან დაიწყო.

გარდა ამისა, ესტონეთის ტურისტულ საწარმოებს უფლება აქვთ დახმარებისთვის მიმართონ პროგრამის „აწარმოე ესტონეთში“ სხვა კომპონენტებს, აგრეთვე სოფლის განვითარების ფონდსა და უმუშევრობის დაზღვევის ფონდს.

ეკონომიკური აღდგენის სტიმულირების მიზნით, 24 აპრილს მთავრობამ მიიღო გადაწყვეტილება სახელმწიფო საწარმოებში სააქციო კაპიტალის გაზრდის შესახებ. Nordica-ს (ეროვნული ავიაკომპანია) სააქციო კაპიტალი 30 მილიონი ევროთი გაიზარდა, Eesti Raudtee (ესტონეთის რკინიგზა) 10 მილიონი ევროთი გაიზარდა, ხოლო Saarte Liinid (საზღვაო კომპანია) 3 მილიონი ევროთი გაიზარდა.²³

ხორვატიამ 17 მარტს გააქტიურა ზოგადი ანტიკრიზისული ზომები. მათ შორისაა:

- ✓ გადასახადების გადადება;

გადავადებული გადახდა ან განვადებით გადახდა, ამ ღონისძიებასთან დაკავშირებით, არ ექვემდებარება დავიანებული გადახდის პროცენტს

²¹ [HTTPS://WWW.GOV.SI/EN/NEWS/2020-05-20-GOVERNMENT-ADOPTS-THE-THIRD-ANTI-CORONA-PACKAGE/](https://www.gov.si/en/news/2020-05-20-government-adopts-the-third-anti-corona-package/)

²² [HTTPS://WWW.GOV.SI/EN/NEWS/2020-05-20-GOVERNMENT-ADOPTS-THE-THIRD-ANTI-CORONA-PACKAGE/](https://www.gov.si/en/news/2020-05-20-government-adopts-the-third-anti-corona-package/)

²³ [HTTPS://WWW.MKM.EE/EN/NEWS/ESTONIA-WILL-DIRECT-43-MILLION-EUROS-NATIONAL-AIRLINES-RAILWAYS-AND-SHIPPING-COMPANIES](https://www.mkm.ee/en/news/estonia-will-direct-43-million-euros-national-airlines-railways-and-shipping-companies)

- ✓ სამთვლიანი მორატორიუმი ხორვატიის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკისა და კომერციული ბანკების მიმართ არსებულ ვალდებულებებზე;
- ✓ სესხების გაცემა ხელფასების, მომწოდებლებისა და სხვა ვალდებულებების გადასაწყვეტად;
- ✓ შეიქმნა ახალი ფინანსური ინსტრუმენტი "COVID-19 სესხები" მცირე და საშუალო ბიზნესისთვის;
- ✓ მცირე და საშუალო ბიზნესის სააგენტოს საშუალებით დამატებითი ფინანსური წყაროების გააქტიურება ბიზნესისთვის საბრუნავი კაპიტალის ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად;
- ✓ მინიმალური წმინდა ხელფასის 100% -ის გადახდა კომპანიებში, სადაც დამსაქმებლებს არ ათავისუფლებენ.

ღონისძიებების მეორე პაკეტი მთავრობამ აპრილის დასაწყისში მიიღო და პრობლემური კომპანიებისთვის მინიმალური წმინდა ხელფასის შენატანი 535 ევროთი გაზარდა, გადაავადა სოციალური და საპენსიო შენატანების გადახდაზე (200 ევრო თითო დასაქმებულზე)²⁴ და დღე-ს გადასახადები, მანამ სანამ კომპანიების ინვოისები არ ანაზღაურდება.

ზოგადი ეკონომიკური ზომების გარდა, ტურიზმის სამინისტრომ კრიზისთან გასამკლავებლად შემდეგი ნაბიჯები გადადგა:

- ✓ ტურისტული ასოციაციის წევრობის საფასურის გადახდის გადავადება;
- ✓ კერძო დამქირავებლებისთვის ტურიზმის გადასახადის გადავადება;
- ✓ დაუცველი ტურიზმის ბიზნესისთვის ბრუნვის კაპიტალის დაფინანსებისა და ლიკვიდურობის გაუმჯობესების პროგრამების მხარდაჭერის უზრუნველყოფა; და
- ✓ ტურისტული მიწით სარგებლობის კონცესიის მოსაკრებლის გადახდის შეჩერება.

გარდა ამისა, კანონში შეიტანეს ცვლილებები, რათა ტურიზმის სამინისტროს მიეცეს უფლებამოსილება მოაწესრიგოს ცალკეული საკითხები პანდემიით გამოწვეული განსაკუთრებული გარემოებების გათვალისწინებით. შესაბამისად, შემუშავებულია რამდენიმე წესდება შემდეგ საკითხებზე:

- ✓ ანაზღაურებისთვის ვაუჩერების გამოყენება;
- ✓ ტურისტული გადასახადებისა და სხვა გადახდის ვადები;
- ✓ განთავსების საშუალებების სავალდებულო კლასიფიკაციის გადადება;
- ✓ ტურისტული საბჭოების დაფინანსება.

16 აპრილს ტურიზმის სამინისტრომ და ხორვატიის რეკონსტრუქციისა და განვითარების ბანკმა (HBOR) ხელი მოაწერეს შეთანხმებას 80 მილიონი ევროს ოდენობის კრედიტის უზრუნველყოფის შესახებ, ტურიზმის სექტორის კომპანიებისთვის ლიკვიდური აქტივების ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად. სავარაუდოდ, ეს საკრედიტო ხაზი ხელს შეუწყობს სამუშაო ადგილების შენარჩუნებას, ფულადი სახსრების ამოძრავებასა და ბიზნეს საქმიანობის განახლებას. საკრედიტო ხაზის პოტენციური მომხმარებლები არიან საწარმოები, რომლებმაც თავიანთი ქონება გირაოში ჩადეს და არ აქვთ საკმარისი თანხები გირაოს მიზნებისთვის. სესხის განაცხადები პირდაპირ წარედგინება HBOR-ს და შეიძლება გაგრძელდეს 5 წლამდე. ნულოვანი საპროცენტო განაკვეთი გამოყენებული იქნება პირველი სამი წლის განმავლობაში, ხოლო ოთხი და ხუთი წლის განმავლობაში 1.5% -მდე გაიზარდება.

საბერძნეთში, მთავრობამ გამოაცხადა დღე-ს და სოციალური დაცვის გადასახადების ოთხთვიანი გადავადება ყველაზე დაზარალებული კომპანიებისთვის 2020 წლის მარტში. 500 მილიონი ევროს სქემა,

²⁴ საერთო ჯამში, 3 თვის განმავლობაში 8.5 მილიარდი კუნა გამოიყოფა სამუშაო ადგილების შენარჩუნებისთვის.

რომელიც შექმნილია EIF- თან თანამშრომლობით, მიზნად ისახავდა მცირე და საშუალო ბიზნესის დაფინანსების საჭიროებების მოგვარებას.

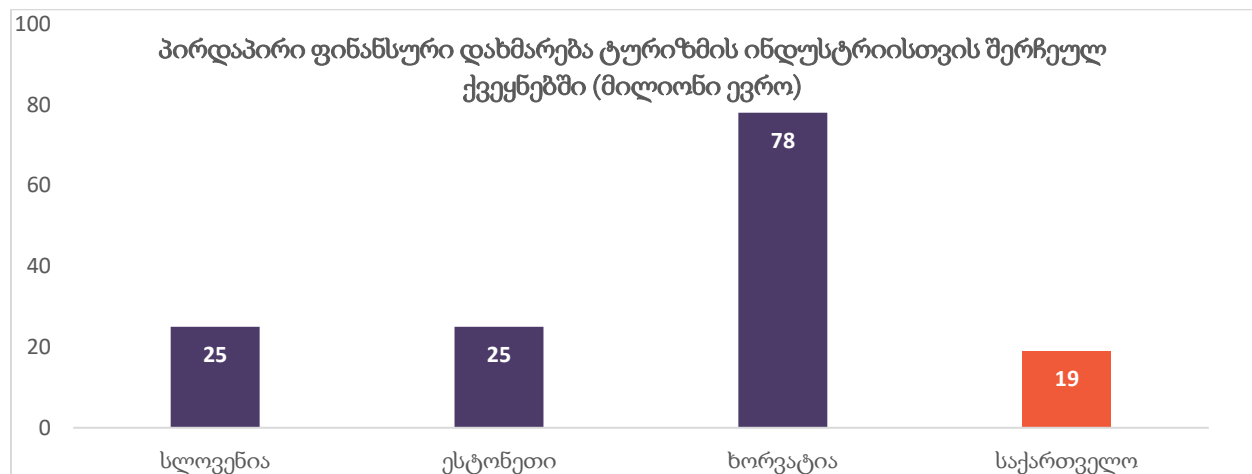
ტურიზმის სამინისტრომ შექმნა კორონავირუსის კრიზისის მართვის კომიტეტი, რომელიც აგროვებს ინფორმაციას ტურიზმის ბაზრის განვითარებაზე, შეიმუშავებს მასტიმულირებელ პაკეტებს და ადგენს პროგრამებს, რომლებიც მიზნად ისახავს ქვეყნის, როგორც ტურისტულ დანიშნულების ადგილის პოპულარიზაციას; ის ასევე ამზადებს ბერძნული ტურიზმის აღდგენის გეგმებს საერთაშორისო ბაზრებზე და მონაწილეობს საერთაშორისო ინიციატივებში. სამინისტრომ ასევე შექმნა ღია საკომუნიკაციო ხაზი ტურიზმის ოპერატორებისთვის, ბიზნესისთვის და ბაზრის წარმომადგენლებისთვის, რათა პრობლემების მოგვარებას გამართულმა კომუნიკაციამ შეუწყოს ხელი.

სამინისტრომ, საბერძნეთის ტურიზმის ეროვნულ ორგანიზაციასთან და საბერძნეთის მარკეტინგის სააგენტოსთან თანამშრომლობით, ამოქმედდა Google პლატფორმა სახელწოდებით "Greece from Home" („საბერძნეთი სახლიდან“). პლატფორმა მიზნად ისახავდა COVID-19 პანდემიის დროს ქვეყნის პოზიტიური იმიჯის განმტკიცებას და ამ პროცესში პოტენციური ვიზიტორების ინტერესის შენარჩუნებას. ამ ინიციატივის ფარგლებში, YouTube-ზე გამოქვეყნდა რამდენიმესაათიანი ვიდეორგოლები, რომელშიც საბერძნეთის პოპულარული ფიგურები მონაწილეობენ.

ტურიზმის სამინისტროს ინიციატივის თანახმად, საბერძნეთში ტურისტულმა საწარმოებმა და ავიაკომპანიებმა შეძლეს თავიანთი მომხმარებლების დანაკარგები 18 თვის ვაუჩერების გაცემით აენაზღაურებინათ, რათა შეემცირებინათ პანდემიის შედეგად გაუქმებული ფრენების უარყოფითი გავლენა. თუ ტურისტული საწარმო ვალდებულია მომხმარებელს წინასწარ გადახდილი თანხები დაუბრუნოს, მან მომხმარებელს შესაძლოა თანხის დაბრუნების ნაცვლად 18 თვიანი ვაუჩერი შესთავაზოს.

ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ფინანსური მხარდაჭერა შერჩეულ ქვეყნებში მოცემულია დიაგრამაზე:

დიაგრამა 39: ტურიზმის ინდუსტრიის პირდაპირი ფინანსური დახმარება შერჩეულ ქვეყნებში



5.4.4. ხელახალი გახსნის ღონისძიებები და შესაბამისი ინოვაციები

მაისში სლოვენიაში შემოიღო ვაუჩერის სქემა სლოვენიის ყველა მოქალაქისთვის. 18 წელს გადაცილებულმა ადამიანებმა მიიღეს 200 ევრო, ხოლო 18 წლამდე პირებს 50 ევროს ღირებულების ელექტრონული ვაუჩერი გადაეცათ. ვაუჩერების გამოყენება შესაძლებელია 2020 წლის ბოლომდე სასტუმროებში, დასასვენებელ სახლებში, ბანაკებში, ტურისტულ ფერმებსა და სხვა მოკლევადიანი განთავსების საშუალებებში ღამის გასათევად. ფინანსური ადმინისტრაცია ანაზღაურებს მომსახურების საფასურის შესაბამის თანხას დარჩენიდან რვა დღის განმავლობაში. ამ სახით სახელმწიფო დახმარებამ

345 მილიონი ევრო შეადგინა, ხოლო მულტიპლიკაციური ეფექტი 172 მილიონი ევროა. გარდა ამისა, სლოვენიის საწარმოთა ფონდი და რეგიონული განვითარების ფონდი უზრუნველყოფენ სწრაფ სესხებს 5000 – დან 50000 ევრომდე ტურიზმისა და სხვა ინდუსტრიებისთვის. სლოვენიის მთავრობამ ასევე გააფართოვა სამუშაო ადგილების შექმნის წახალისების სქემა იმ კომპანიებისათვის, რომელთა ინვესტიცია იწვევს წარმოების ან მომსახურების სექტორში მინიმუმ ათი სამუშაო ადგილის შექმნას, ან მინიმუმ სამი სამუშაო პოზიციის შექმნას კვლევასა და განვითარებაში, სამი წლის განმავლობაში. აქ დამატებითი პირობაა, რომ ინვესტიცია უნდა იყოს 12 მილიონი ევრო წარმოებაში, 3 მილიონი ევრო მომსახურების სექტორში და 2 მილიონი ევრო კვლევასა და განვითარებაში.

COVID-19 კრიზისის საპასუხოდ შემუშავებული ინოვაციების ფარგლებში, სლოვენიელებს შეეძლოთ სამომავლო მომსახურების შეძენა ვებ-გვერდის საშუალებით, რომელიც მხარს უჭერს კრიზისის პერიოდში შეფერხებულ ადგილობრივ ბიზნესებს. შეძენის სერვისებში შედის კვების ობიექტების, ტურიზმის, სილამაზისა და ჯანმრთელობის, საცალო ვაჭრობისა და ხელოსნობის პროდუქტები და მომსახურება. თავდაპირველად, 270 პრეტენდენტი დარეგისტრირდა საკუთარი პროდუქციისა და მომსახურების შეთავაზების მიზნით. ვებგვერდზე შემოთავაზებული იყო მოკლევადიანი ინფორმაცია პროვაიდერების, მათი პროდუქტების, შეთავაზებებისა და სხვა დეტალების შესახებ. 100, 200 და 500 ევროს ოდენობის ვაუჩერების შეძენა შესაძლებელია ელექტრონული ფოსტის გაგზავნით ან პირდაპირ პროვაიდერებთან დარეკვით.²⁵

ესტონეთში მთავრობამ 2 მაისიდან დაუშვა ღია მუზეუმების მონახულება და ექსპონატების დათვალიერება გარე სივრცეებში. ვიზიტების ნებართვა მაქსიმუმ 10 ვიზიტორი ჯგუფისთვის იყო გათვალისწინებული, თუ ისინი დაიცავდნენ 2 + 2 წესს. მომსახურების მიმწოდებელმა უნდა უზრუნველყოს სადებიზინფექციო აღჭურვილობის ხელმისაწვდომობა. აკრძალული იყო შიდა დახურულ სივრცეებში შესვლა. დადგენილი იყო 2000 ევროს ოდენობის ჯარიმა მომსახურების დამრღვევ მიმწოდებლებზე. იმავდროულად, "Hack the Crisis" ჰაკათონის შედეგად აღმოჩენილი ერთ-ერთი ინოვაცია იყო სამუშაო ძალის გაზიარების პლატფორმის - "Share Force One"²⁶ შექმნა, რომელიც ბიზნესებს დროებითი გაცვლის საშუალებით აკავშირებს. ეს ინიციატივა კომპანიების ადამიანური რესურსით დახმარების მიზნით შექმნა.

მაისის ბოლოს **ხორვატიამ** გაუშვა ახალი ვებ – გვერდი ქვეყანაში ვიზიტორების მოსაზიდად. უცხო ქვეყნის მოქალაქეებს მოუწოდებდნენ წინასწარ წარმოედგინათ ინფორმაცია entercroatia.mup.hr ვებსაიტის საშუალებით, რათა დაეზოგათ დრო სასაზღვრო გამტარ პუნქტებზე. ვიზიტორებს ევალეზოდათ წარმოედგინათ ინფორმაცია ხორვატიაში მათი ყოფნის ადგილის, მობილური ტელეფონის ნომრისა და ელექტრონული ფოსტის მისამართის შესახებ სასაზღვრო გამტარ პუნქტებზე ან ვებგვერდზე, თუ ხორვატიის დაწესებულებას ეპიდემიოლოგიური მიზეზების გამო უცხოელ სტუმრებთან დაკავშირება დასჭირდებოდა.²⁷

კრიზისის დროსაც კი, ხორვატიის ტურიზმის სამინისტრო აგრძელებდა შესაძლებლობების განვითარებას ტურიზმის სექტორის თანამშრომლებთან მიმართებაში. 9 ივნისს გაფორმდა 8 მილიონი ევროს საგრანტო ხელშეკრულება რეგიონული კომპეტენციის ცენტრთან - ოპატას სტუმართმოყვარეობის საშუალო სკოლასთან სტუმართმოყვარეობისა და ტურიზმის სასწავლო კურსების მიწოდების მიზნით. საერთო ჯამში, ექვსი კომპეტენციის ცენტრისთვის 52 მილიონი ევროა გამოყოფილი, ინვესტიციის 85% ევროპის სოციალური ფონდიდან, ხოლო 15% ხორვატიის ტურიზმის სამინისტროდან.

²⁵ [HTTPS://OECD-OPSI.ORG/COVID-RESPONSE/SLOVENIANS-CAN-BUY-VOUCHERS-FOR-FUTURE-SERVICES/](https://oecd-opsi.org/covid-response/slovenians-can-buy-vouchers-for-future-services/)

²⁶ [HTTPS://SHAREFORCEONE.EE/EN/](https://shareforceone.ee/en/)

²⁷ [HTTPS://MINT.GOV.HR/NEWS-11455/NEW-WEB-SITE-LAUNCHED-TO-FACILITATE-ENTRY-INTO-CROATIA-FOR-FOREIGN-CITIZENS/21288](https://mint.gov.hr/news-11455/new-web-site-launched-to-facilitate-entry-into-croatia-for-foreign-citizens/21288)

საბერძნეთი ჯერჯერობით ძალიან წარმატებულია COVID-19 კრიზისის გამკლავებაში და ამას ქვეყნის პოპულარიზაციისთვის იყენებს. სასტუმროები ეტაპობრივად იხსნება. სპეციფიკურ წესებთან დაკავშირებით დეტალურ გეგმებს ამუშავებენ ტურიზმის ექსპერტები, ჯანდაცვის პროფესიონალები და ტურიზმის სამინისტრო. ღია კაფეები და რესტორნები 1 ივნისიდან გაიხსნა და იქ დაცული უნდა იყოს სოციალური დისტანცირების წესები. უსაფრთხო მოგზაურობის უზრუნველსაყოფად შესაძლოა შემოღებულ იქნას პანევროპული ტესტი. ამასთან, თუ ევროკომისია ასეთი ზომების სწრაფად დანერგვას ვერ შეძლებს, საბერძნეთმა შეიმუშავა საკუთარი წესები და მიაღწია შეთანხმებებს ცალკეულ სახელმწიფოებთან.

20 მაისს საბერძნეთის მთავრობამ წარადგინა „ტურიზმის აღდგენის“ გეგმა, რომლის თანახმადაც, ქვეყანა 15 ივნისიდან²⁸ საერთაშორისო ტურისტებს უნდა დახვდეს. ქვეყანამ შეიმუშავა ოქმები ტურიზმის ბიზნესის და ვიზიტორთა დაცვისთვის. საბერძნეთი არ საჭიროებს კორონავირუსის ტესტებს ან საკარანტინო ზომებს საერთაშორისო ვიზიტორების მხრიდან. აქცენტი გაკეთებულია ტურიზმის ინდუსტრიის თანამშრომლებისა და ვიზიტორების უსაფრთხოებაზე და ტურიზმის მიმართულებით ჯანმრთელობის ინფრასტრუქტურის გაძლიერებაზე. ეს უკანასკნელი გულისხმობს ტესტების, მეტი ექიმისა და საკარანტინო ზონების უზრუნველყოფას საჭიროების შემთხვევაში. შიდა ტურიზმის ხელშეწყობა განხორციელდება სარეკლამო კამპანიებისა და სოციალური ტურიზმის სადღესასწაულო პროგრამის საშუალებით. პროგრამა, რომელიც დაახლოებით 250 000 ბერძენ ბენეფიციარს ემსახურება, ითვალისწინებს 30 მილიონი ევროს ინვესტიციას და უზრუნველყოფს 120 ევროს ელექტრონულ ვაუჩერს საბერძნეთის შერჩეულ სასტუმროებში მინიმუმ 4 ღამის განმავლობაში. კერძო სექტორის თანამშრომლებისთვის 300 კორპორატიული სამოგზაურო ვაუჩერი იქნება ხელმისაწვდომი. ტურიზმის სამინისტრო აფასებს 1 მილიონ ღამისთევას, რაც გამოწვეულია მისი შიდა ტურიზმის ინიციატივით. ქვეყანა ასევე დაიწყებს 23 მილიონი ევროს კამპანიას საერთაშორისო ტურისტების მოზიდვისთვის შერჩეული ბაზრებიდან.

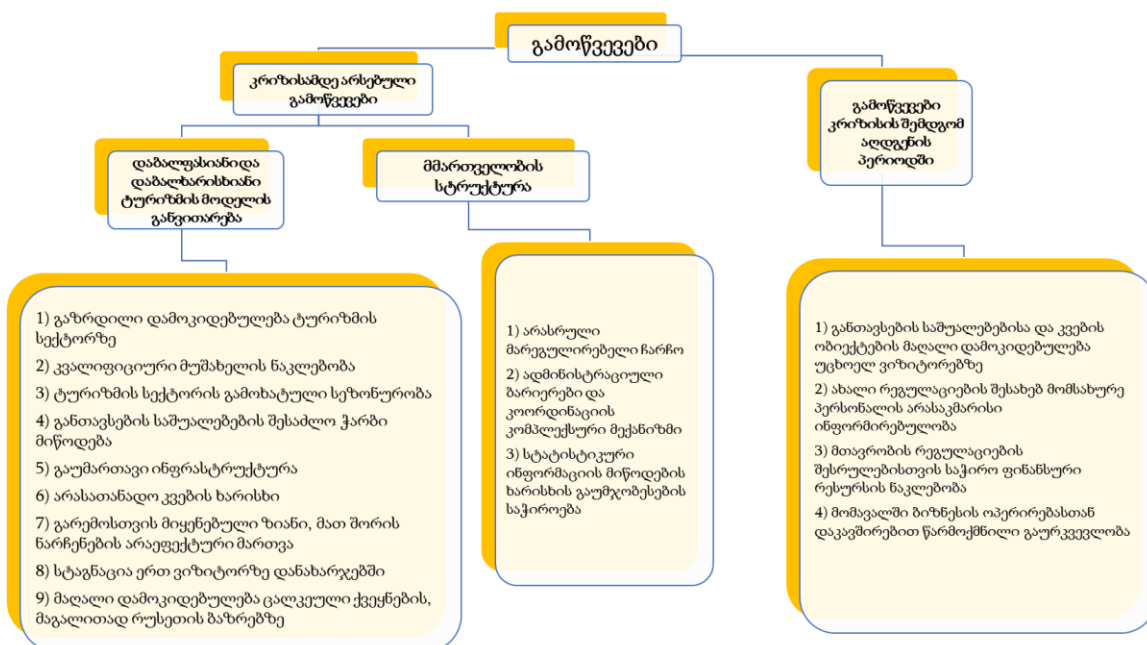
²⁸ [HTTPS://GREEKCITYTIMES.COM/2020/05/21/GREECE-ANNOUNCES-RESTART-TOURISM-PLAN/](https://greekcitytimes.com/2020/05/21/greece-announces-restart-tourism-plan/)

6. რეკომენდაციები

6.1 გამოწვევების შეჯამება

დოკუმენტის მე-3 თავში კრიზისის წინაშე მდგარი გამოწვევები გამოვლინდა სამაგიდო კვლევისა და დაინტერესებულ მხარეებთან გასაუბრების შედეგად. განთავსებისა საშუალებების და კვების ობიექტების გამოკითხვების, აგრეთვე დაინტერესებულ მხარეებთან ინტერვიუების საფუძველზე, გამოვლინდა ოთხი დამატებითი გამოწვევა კრიზისის შემდგომი აღდგენის ეტაპზე. ყველა გამოვლენილი გამოწვევის შეჯამება მოცემულია დიაგრამაზე:

დიაგრამა 40: ტურიზმის სექტორის გამოწვევების შეჯამება საქართველოში



სამუშაო ჯგუფის წევრებმა გამოვლენილი 16 გამოწვევიდან, პრიორიტეტად განსაზღვრეს სამი გამოწვევა, მას შემდეგ, რაც სამუშაო ჯგუფის წევრთა თითოეულ ქვეჯგუფს სთხოვეს ერთი გამოწვევის

ცხრილი 11: ტოპ 3 გამოწვევა ჯგუფის თითოეული ქვეჯგუფისთვის

ტოპ 3 საჯარო სექტორისთვის	ტოპ 3 დონორებისთვის	ტოპ 3 კერძო სექტორისთვის
1) გაურკვევლობა სამომავლო საქმიანობის შესახებ (აღდგენის ეტაპი)	1) კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა	1) არასათანადო ინფრასტრუქტურა
2) გარემოს დაზიანება, ნარჩენების არაეფექტურ მენეჯმენტთან დაკავშირებული გამოწვევები	2) ტურიზმზე დამოკიდებულება ს ზრდა	2) კვალიფიციური მუშახელის ნაკლებობა
3) არასრული მარეგულირებელი ჩარჩო	3) გაუმართავი ინფრასტრუქტურა	3) მაღალი დამოკიდებულება ტურიზმზე კონკრეტული ქვეყნებიდან, მაგალითად, რუსეთიდან

დასახელება. სამუშაო ჯგუფის თითოეული ქვეჯგუფის ტოპ 3 გამოწვევა მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

ეს სამი მნიშვნელოვანი გამოწვევა უფრო სრულყოფილად დოკუმენტის შემდეგ თავშია განხილული.

6.2. საქართველოში ტურიზმის მდგრადი განვითარების პოლიტიკის რეკომენდაციები

საქართველოში ტურიზმის სექტორი მთავრობის მხრიდან დიდი ჩარევის გარეშე განვითარდა, რის შედეგადაც სექტორი მოცულობაზე იყო ორიენტირებული. პანდემიამდე იდგა სექტორის გრძელვადიანი მდგრადობის საკითხი. COVID -19 პანდემიამ აიძულა ტურიზმის სექტორები მთელ მსოფლიოში აქცენტი მოცულობიდან ღირებულებაზე გადაეტანათ და არც საქართველო გამოწვევის. ვირუსის გავრცელების შეზღუდვის მიზნიდან გამომდინარე ერთ-ერთი მთავარი ღონისძიება ტურისტების გადაადგილების შეზღუდვა გახდა. ამრიგად, მიუხედავად იმისა, რომ კრიზისმა სექტორს სერიოზული დარტყმა მიაყენა, პანდემია ასევე საშუალებას აძლევს როგორც კერძო, ისე სახელმწიფო სექტორებს ითანამშრომლონ ტურიზმის სექტორის განვითარებისათვის და მაღალი მოცულობისა და დაბალი ხარისხის ტურიზმიდან დაბალი მოცულობისა და მაღალხარისხიან მომსახურებაზე გადაიტანონ აქცენტი. დოკუმენტში წარმოდგენილი ყველა კონკრეტული რეკომენდაცია შემუშავებულია ამ საკითხის გათვალისწინებით.

პრიორიტეტული გამოწვევის რეკომენდაციები 12 ქვეგუფში, „კრიზისამდე არსებული გამოწვევები“ წარმოდგენილია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში. პრიორიტეტულ გამოწვევად საქართველოში მიიჩნევა „დაბალი ხარისხი- დაბალი ფასის“ ტურიზმის სექტორის ჩამოყალიბება.

პოლიტიკის ს გამოწვევა	გამოწვევის აღწერა	პოლიტიკის შემოთავაზებული ცვლილება	შემოთავაზებული აქტივობა
არასათანადო ინფრასტრუქტურა	ტურიზმის სექტორის ინფრასტრუქტურა გაუმჯობესებას საჭიროებს. საჭიროა მაღალმთიანი სოფლებისკენ მიმავალი გზების განახლება, ხოლო ინფრასტრუქტურა საქართველოს კურორტებზე და მის გარშემო ცუდ მდგომარეობაშია. ტურისტები არ არიან კმაყოფილი გზების, სათხილამურო ინფრასტრუქტურის, ბუნებრივი აირის, წყლისა	ინფრასტრუქტურის განვითარების პრიორიტეტების დადგენის პროცესის ხელახლა განსაზღვრა. ²⁹	- ინფრასტრუქტურის განვითარების პრიორიტეტულობის ინსტრუმენტის შექმნა, რომელიც დაეხმარება კრიტიკულ სფეროებში პრიორიტეტების მინიჭებას და ეროვნულ, რეგიონულ და ადგილობრივ მთავრობებს ხელს შეუწყობს ინფრასტრუქტურის მოდერნიზაციის შესახებ გადაწყვეტილებების მიღებაში. - ახალი ზელანდიის ტურიზმის ინფრასტრუქტურის ფონდის (TIF) გამოცდილება შესაძლოა სასარგებლო იყოს, თუ მას ინფრასტრუქტურული გამოწვევების გადასაჭრელად გამოვიყენებთ. TIF- ის მიზანია ხელი შეუწყოს ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარებას იმ ადგილებში, სადაც ტურიზმის ზრდა ზეწოლას ახდენს არსებულ ინფრასტრუქტურაზე ან პოტენციური ზრდა შეზღუდულია არასათანადო ინფრასტრუქტურით. TIF- ს მკაფიოდ აქვს განსაზღვრული განაცხადების პრიორიტეტულობის კრიტერიუმები, შეზღუდვები და შეფასების ინდიკატორები.³¹ მაგალითად,

²⁹ მსგავსი ქმედებები უკვე ასახულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

³¹ [HTTPS://WWW.MBIE.GOV.T.NZ/ASSETS/TOURISM-INFRASTRUCTURE-FUND-ELIGIBILITY-PURPOSE-ELIGIBILITY-AND-ASSESSMENT-CRITERIA.PDF](https://www.mbie.govt.nz/assets/tourism-infrastructure-fund-eligibility-purpose-eligibility-and-assessment-criteria.pdf)

	და ელექტროენერგიის ხარისხით. ასევე დაბალია ზოგიერთი საბაგირო გზის ხარისხიც.	რეგიონული ტურიზმის ინფრასტრუქტურის დაგეგმვის გაუმჯობესება და სინერგიის შექმნა ინფრასტრუქტურული პროექტების, ტურიზმის განვითარებისა და რეგიონული, ადგილობრივი და სოფლის ეკონომიკური ზრდას შორის.³⁰	კრიტერიუმების დასაკმაყოფილებლად, ადგილობრივმა საბჭოებმა უნდა გაიარონ შემდეგი ტესტებიდან მინიმუმ ერთი: - o ვიზიტორების შეფასების კოეფიციენტი > 5 - o რეგიონში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი < 1 მილიარდი NZD წელიწადში; ან - o საკრედიტო ლიმიტის მიღწევა ადგილობრივი თვითმმართველობის საფინანსო სააგენტოსთან. • შეფასების კრიტერიუმები ინფრასტრუქტურული პროექტების შემდეგ პრიორიტეტულ საკითხებს მოიცავს: რამდენად ეხება პროექტი ვიზიტორთა რაოდენობასთან დაკავშირებულ ინფრასტრუქტურულ შესაძლებლობებს; რამდენად უწყობს ხელს პროექტი რეგიონში ვიზიტორების მოზიდვას; ფასის შესაბამისი ღირებულება; პროექტის განხორციელების ალბათობა მხარდაჭერის გარეშე; განმცხადებლების ფინანსური შეზღუდვები; განმცხადებლების დაფინანსება; ³² რამდენად იქნა გამოკვლეული დაფინანსების სხვა ვარიანტები; და ინფრასტრუქტურაზე მოთხოვნის ბალანსი ვიზიტორებისა და რეზიდენტების მხრიდან. • 1990-იან წლებში ნორვეგიამ დაიწყო სოფლის ეკონომიკური განვითარების პროექტი, საგზაო ქსელს, ბუნებრივ ლანდშაფტსა და ტურიზმის განვითარებას შორის სინერგიის შექმნით. შედეგად მიღებული ტურისტული მარშრუტების ეროვნული ქსელი იმის მაგალითია, თუ როგორ შეუძლია ინფრასტრუქტურის დაგეგმვას და განვითარებას რეგიონებში ტურიზმის სექტორის ხელშეწყობა. ქსელი მოიცავს გზის 18 შერჩეულ მონაკვეთს ჩრდილოეთიდან სამხრეთისკენ და გადის ქვეყნის ულამაზეს ბუნებრივ პეიზაჟებს. თითოეული მონაკვეთის გასწვრივ მოეწყო ხედისათვის განკუთვნილი წერტილები, თანამედროვე არქიტექტურის მქონე დასასვენებელი ადგილები, თანამედროვე არქიტექტურითა და ნამუშევრებით. ინიციატივის მიზანია საერთაშორისო და ადგილობრივი ტურისტების მოზიდვა, ტურიზმის სერვისების განვითარების ხელშეწყობა გაზრდილი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად და სოფლებისა და ქალაქების განვითარების წახალისება.³³
--	--	--	--

³⁰ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

³² [HTTPS://WWW.NASJONALETURISTVEGER.NO/EN](https://www.nasjonaleturistveger.no/en)

³³ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

			• ირლანდიის საქალაქთაშორისო ტურისტული მარშრუტი, Wild Atlantic Way, გადაჭიმულია მისი ატლანტიკური სანაპიროს გასწვრივ. პროექტის მთავარი მიზანია საქალაქთაშორისო ტურისტული მარშრუტის შემუშავება, რომელიც მეტ ტურისტს მოიზიდავს დასავლეთ სანაპიროებზე. პროექტი ხელს უწყობს ვიზიტორთა რაოდენობის გაზრდას, უფრო ხანგრძლივ ვიზიტებს, სხვადასხვა ატრაქციონებსა და აქტივობას შორის კავშირების გაუმჯობესებას, გზის მახლობლად ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესებას და ვიზიტორების ნაკლებად მონახულებული ტერიტორიებისკენ მოზიდვას.
კვალიფიციური პერსონალის ნაკლებობა	პერსონალის კვალიფიკაცია, მათი კორპორატიული ეთიკა და განათლების დონე, ტურიზმის სექტორში ერთ-ერთ გამოწვევად დასახელდა. ეს ეხებოდა არა მხოლოდ სასტუმროებისა და რესტორნების პერსონალს, არამედ სატრანსპორტო კომპანიების თანამშრომლებსა და ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის სხვა დაინტერესებულ მხარეებს.	თანამშრომლობის გაღრმავება ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის კომპანიებსა და საგანმანათლებლო და პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებებს შორის ჩართულობის ინოვაციური მოდელების შემუშავებით.	• მთავრობამ, DMO-სა და კერძო სექტორთან თანამშრომლობით, შეიძლება მხარი დაუჭიროს GNTA-ს ფარგლებში ტურიზმის უნარების ჯგუფის შექმნას, რომელიც წარმოადგენს მთავარ კომპონენტს უნივერსიტეტებისა და პროფესიული საგანმანათლებლო პროგრამების კერძო სექტორის საჭიროებების ადაპტირებაში.³⁴ • მსგავსი ინსტიტუციური მოდელები შემუშავდა და განხორციელდა ისლანდიასა და კანადაშიც. „ისლანდიის ტურიზმის უნარების ცენტრს“, რომელიც 2017 წელს დაარსდა, ორი ძირითადი ფუნქცია აქვს: თანამშრომლობა ოფიციალურ სასკოლო სისტემასთან, სასწავლო პროგრამების უკეთესად ადაპტირება კერძო სექტორის საჭიროებებზე; ტურისტული კომპანიების ტრენინგების გაზრდა. 2018 წელს უნარების ცენტრმა დადო 40 სასწავლო ხელშეკრულება 70-ზე მეტ კომპანიასთან და ტრენინგი 2000-ზე მეტმა ადამიანმა გაიარა (OECD, 2020). ტურიზმის სექტორში შესაძლებლობების პრობლემების დასაგენად, კანადის ტურიზმის ადამიანური რესურსების საბჭო (CTHRC)/ტურიზმი HR Canada³⁵ კერძო და საჯარო სექტორებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობს, რათა მათ საერთო გადაწყვეტილებების მიღება და განხორციელება შეძლონ. CTHRC რეგიონულ და ადგილობრივ პარტნიორებთან ერთად პასუხისმგებელია ტურიზმის ინდუსტრიაში კომპეტენციის სტანდარტებისა და პროფესიული სერტიფიკაციის ეროვნული სისტემის

³⁴ [HTTPS://HAEFNI.IS/TOURISM-SKILLS-CENTER/](https://haefni.is/tourism-skills-center/)

³⁵ [HTTP://TOURISMHR.CA/ABOUT-US/](http://tourismhr.ca/about-us/)

			სტრატეგიულ მენეჯმენტზე. CTHRC ასევე მუშაობს ტრენინგისა და საკონსულტაციო გადაწყვეტილებების შემუშავებაზე, რაც ხელს უწყობს ტურიზმის სექტორს და აგროვებს საუკეთესო პრაქტიკას, რითიც უმჯობესდება ვიზიტორთა გამოცდილება. ხარისხიანი მომსახურებისა და სტუმართმოყვარეობის დახმარებით ახალი ზელანდიის მომსახურების სექტორის სასწავლო ორგანიზაციამ - ServiceIQ - შეიმუშავა რეგიონული საგზაო რუკები ახალი ზელანდიის ვიზიტორთა ცენტრებისათვის, რაც ხელს შეუწყობს მიწოდებისა და მოთხოვნების შესაბამისობაში მოყვანას, მესამეული სექტორის სხვადასხვა ნაწილის უკეთესად დაკავშირებას, ახალგაზრდებისთვის ინფორმაციის მიწოდებას დასაქმების პოტენციურ შესაძლებლობებზე და ადაპტირება სამომავლო უნარ-ჩვევების გასაუმჯობესებლად. • ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის სხვადასხვა სასერტიფიკატო პროგრამების პოპულარიზაციის მიზნით ბაზრის მოთამაშეების მონაწილეობით სარეკლამო კამპანიების ორგანიზება.³⁶ ფინეთის ტურიზმის ინდუსტრიაში სამუშაო ძალაზე მოთხოვნისა და მიწოდების ხარვეზების აღმოსაფხვრელად ფინეთის მთავრობამ 2018 წელს Matkailudlii პროგრამა წამოიწყო რათა გაეუმჯობესებინა ტურიზმის სექტორში დასაქმების პერსპექტივები. გატარდა შესაბამისი ზომები ტურიზმის სექტორის იმიჯის გასაუმჯობესებლად და ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობის განმტკიცების მიზნით. განხორციელდა რამდენიმე საპილოტე პროექტი ტურიზმის სექტორში დასაქმების ხელმისაწვდომობის გასაზრდელად და საჯარო სამსახურებსა და კერძო დასაქმების სააგენტოებს შორის აქტიური თანამშრომლობის ხელშესაწყობად, მათ შორის ტრენინგ პროგრამები, მარკეტინგული კამპანიები, რომლებიც მიზნად ისახავს პოტენციური თანამშრომლების მოზიდვას, სხვა სექტორების მუშაკების დასაქმების ინიციატივები (მაგ. სატყეო), ტურიზმის პიკის სეზონი, ციფრული პლატფორმები და ტრენინგები. ამ ინტერვენციამ გამოიწვია შესაბამის დაინტერესებულ მხარეებს შორის თანამშრომლობის გაღრმავება, ტურიზმის
--	--	--	---

³⁶ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

			ტრენინგისა და დასაქმების შესაძლებლობების გაზრდა, გაიზარდა ინტერესი ტურიზმის სექტორში სამუშაო ადგილებისადმი და დასაქმების ეროვნულ სამსახურებში სექტორის გარემოებების, ბიზნესის საჭიროებებისა და თანამშრომელთა მოთხოვნების ცოდნა გააუმჯობესდა. • ონლაინ სასწავლო პროგრამების გააქტიურება შერჩეული პროფესიისთვის. კრიზისის დროსაც, ხორვატიის ტურიზმის სამინისტრო აგრძელებს შესაძლებლობების განვითარებას ტურიზმის სექტორის თანამშრომლებისთვის. 9 ივნისს გაფორმდა 8 მილიონი ევროს ღირებულების საგრანტო ხელშეკრულება რეგიონული კომპეტენციის ცენტრთან - ოპატიას სტუმართმოყვარეობის სკოლასთან სტუმართმოყვარეობისა და ტურიზმის სასწავლო კურსების მიწოდების მიზნით. საერთო ჯამში, ექვსი კომპეტენციის ცენტრისთვის 52 მილიონი ევროა გამოყოფილი, 85% -იანი ინვესტიცია ევროპის სოციალური ფონდიდან, ხოლო 15% ხორვატიის ტურიზმის სამინისტროდან.
--	--	--	--

„კრიზისის დროს არსებული გამოწვევების“ ქვეჯგუფის სხვა გამოწვევების პოლიტიკის რეკომენდაციები მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

პოლიტიკის გამოწვევა	გამოწვევის აღწერა	პოლიტიკის შემოთავაზებული ცვლილება	შემოთავაზებული აქტივობა	პოლიტიკის გამოწვევა
„დაბალი ხარისხი - დაბალი ფასის“ ტურიზმის სექტორის განვითარება	ტურიზმზე დამოკიდებულების ზრდა	ტურიზმი ერთ-ერთი ყველაზე გამორჩეული და სწრაფად მზარდი სექტორია საქართველოს ეკონომიკაში, რომელიც მშპ-ს 8.1% -ს შეადგენს და მშპ-ს 26.3% -ს არაპირდაპირი გზით 2019 წელს, ხოლო ბოლო ათწლეულის საშუალო წლიური ზრდა 14%-ს	ტურიზმის სექტორის პოზიტიური ეფექტების გავრცელება ადგილობრივი, რეგიონული და	• ტურიზმის სექტორის კავშირის გაძლიერება პირველადი სოფლის მეურნეობასთან, სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გადამამუშავების სექტორთან, მსუბუქი წარმოების, ICT, საკონსულტაციო მომსახურებასთან და სხვა სექტორებთან, მიზნობრივი კავშირის პროგრამების შემუშავებითა და განხორციელებით. • ტურისტული ღირსშესანიშნაობების დაკავშირება ექსპორტის შესაძლებლობებთან. Hal's- ის (2017) კვლევამ,³⁸ რომელიც ითვალისწინებს შიდა ტურიზმის როლს ექსპორტის

³⁸ [HTTPS://HALSHS.ARCHIVES-OUVERTES.FR/HALSHS-01524530/DOCUMENT](https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-01524530/document)

საქართველოში.		აღწევს. 2019 წელს მოგზაურობიდან მიღებულმა შემოსავალმა 3.268 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა (მშპ-ს 18.4%), რაც 242% -ით მეტია 2011 წლის შესაბამის მაჩვენებელთან შედარებით (მშპ-ს 6.3%).	ეროვნული ეკონომიკის მასშტაბი თ. ³⁷	ზრდაში, აჩვენა რომ ექსპორტი დამატებითი არხია, რომლის საშუალებითაც ტურიზმს შეუძლია დადებითად იმოქმედოს ეკონომიკურ აქტივობასა და ზრდაზე. საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობის ზრდა იწვევს სხვადასხვა პროდუქციის ექსპორტირებას, როგორცაა დამუშავებული კვებისა და სამომხმარებლო საქონელი. კვლევის თანახმად, ტურიზმის ნაკადების 10% -იანი ზრდა დამუშავებული საკვებისა და სასმელების ექსპორტის 4.9%-იან ზრდას იწვევს. • ტურიზმის სერვისების დიგიტალიზაცია, კომერციული ციფრული ვაუჩერების სქემების შემუშავება და განხორციელება ტურიზმსა და ICT ღირებულების ჯაჭვებს შორის სტრატეგიული თანამშრომლობის მხარდასაჭერად. ესტონეთში ინოვაციების ვაუჩერის სქემა საშუალებას აძლევს მცირე და საშუალო ბიზნესს, შეიმუშაონ ინოვაციური გადაწყვეტილებები განვითარებისათვის და შეაგროვონ ცოდნა ტექნოლოგიების შესახებ. ³⁹ ცვლილებების განსახორციელებლად ბენეფიციარებს შეუძლიათ ისარგებლონ ექსპერტის რჩევებით. აქ მხარდაჭერილი საქმიანობა მოიცავს კონსულტაციას პროდუქტისა და მომსახურების განვითარების, წარმოებისა და ტექნოლოგიის საკითხებთან დაკავშირებით, ტექნიკურ-ეკონომიკური და ხარჯისა და სარგებლის კვლევების ჩატარებასა და ტექნოლოგიური გადაწყვეტილებების შემუშავებასა და დანერგვას. იმისათვის, რომ დახმარება მიიღონ, მეწარმეებმა უნდა განსაზღვრონ განვითარების დაბრკოლება, რომლის გადასაღებადაც ექსპერტთა რჩევები სჭირდებათ. შემდეგ ეტაპზე მეწარმე ირჩევს თანამშრომლობის პარტნიორს წინასწარ შერჩეული სიიდან, აყალიბებს პროექტის გეგმას შერჩეულ პარტნიორთან თანამშრომლობით, ავსებს განაცხადის ფორმას და ელექტრონულ განაცხადს წარადგენს
	სეზონური ტენდენციები (ზაფხულის ტურიზმი უფრო გავრცელებულია)	სეზონური ძლიერი სქემები მიუთითებს, როგორც საჭიროებაზე, ასევე პოტენციალზე დივერსიფიკაციისკენ მთელი წლის განმავლობაში ტურიზმის მიმართულებით	ტურიზმის ინდუსტრიისა და მიწოდების დივერსიფიკაცია	

³⁷ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

³⁹ <https://www.eas.ee/teenus/innovation-voucher/?lang=en>

				სამეწარმეო სააგენტოს ელექტრონულ პორტალზე. • ესტონეთში სამომავლო აქცენტი გაკეთდება DMO- ების გაძლიერებაზე, ვიზიტორთა ციფრული რეგისტრაციის სისტემის შემუშავებაზე ადმინისტრაციული ტვირთის შესამცირებლად, მთავრობასთან გამარტივებული კომუნიკაციისთვის (განსაკუთრებით ესტონეთის სტატისტიკა), მონაცემთა უკეთესი ხარისხის მონიტორინგისა და ანალიზისთვის და მაღალი ხარისხის მონაცემების მისაღებად ტურისტული მიმოსვლისა და განთავსების შესაძლებლობებზე. • სეზონური მარკეტინგული კამპანიების შემუშავება, რაც ხაზს უსვამს ტურისტული პროდუქტების მიმზიდველობას თითოეული სეზონისთვის: ზამთარი საქართველოში (სათხილამურო, შობის და ახალი წლის დღესასწაული, ჭაჭა ტურები, ზამთრის სამზარეულო, (რაჭული ლორი, ხინკალი, სხვა ცხელი კერძები) და ა.შ) გაზაფხული საქართველოში (ყვავილობის სეზონი, ჯანმრთელობა და სილამაზე, მთებში გაზაფხულის მშვენიერება და ა.შ.); და შემოდგომა საქართველოში (შემოდგომის დეკორაციები, რთველი და ღვინის დაყენება, სხვა ხილისა და ბოსტნეულის მოსავლის აღება და ა.შ.). • ნაკლებად სეზონური პროდუქტების დივერსიფიკაციის ხელშეწყობა (ჯანმრთელობა, ღვინო და ა.შ.) და საქართველოში სამედიცინო ტურიზმის პოპულარიზაციისთვის სპეციალური ჯგუფის შექმნა: - o ჯგუფის წევრების (MoESD, საქართველოს ოკუპირებული ტერიტორიებიდან იძულებით გადაადგილებულ პირთა, საქართველოს შრომის, ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტროს, GNTA, ჯანდაცვის სპეციალისტების და სხვა) იდენტიფიცირება. - o ჯანდაცვის ტურიზმის სტატისტიკის შედგენა საქართველოში; - o ჯანდაცვის სექტორში ტურისტების მოზიდვის ქვესექტორების დადგენა; - o სამიზნე ბაზრების განსაზღვრა საქართველოს, როგორც ჯანდაცვის
--	--	--	--	--

				ტურიზმის დანიშნულების ადგილის პოპულარიზაციისთვის; o საქართველოში ტურიზმის კლასტერების გამოვლენა, დაგეგმვა და შექმნა; o დიზაინის მარკეტინგული კამპანიის წარმოჩენა ჯანდაცვის ტურიზმის შეთავაზებებისა და დანიშნულების ადგილების შესახებ (მაღალი ხარისხი და დაბალი ფასი, ჯანდაცვის ტურიზმის ქვესექტორის ისტორია (მაგ. სანატორიუმი), განვითარების ამჟამინდელი მდგომარეობა და ა.შ.). • ლატვიის გამოცდილება ჯანმრთელობის ტურიზმში შესაძლოა საქართველოსთვის გამოსადეგი აღმოჩნდეს. ქვეყანა ჯანდაცვის ტურიზმს მთელი ტურიზმის სექტორის კონკურენტუნარიანობის გაუმჯობესების გზად აღიქვამს. ჯანდაცვის სექტორის ტურისტები უფრო მეტხანს რჩებიან და მათი მოგზაურობის შესახებ გადაწყვეტილებები პირდაპირ კავშირში არ არის მოცემულ სეზონთან. პოლიტიკის დონეზე შემუშავდა კურორტების ოპერატორებისა და მიმართულებების სამართლებრივი ჩარჩო და შესაბამისად შემუშავდა საკურორტო სტატუსის მინიჭებისა და გაუქმების პროცედურებიც. დადგენილი მარეგულირებელი ჩარჩოს ძირითადი შედეგია მუნიციპალური ინტერესის გაზრდა საკურორტო ინფრასტრუქტურის განვითარების მიმართულებით, ასევე, სექტორში ინვესტიციების მოზიდვა და გარემოს მუდმივი მონიტორინგი. 2014 წელს ლატვიის ჯანმრთელობის ტურიზმი ემსახურებოდა 18 000 საერთაშორისო ჯანდაცვის ტურისტს (ძირითადად რუსეთიდან, ბელორუსიიდან, სკანდინავიიდან და გერმანიიდან). მათი საშუალო ვიზიტი იყო 4-5 დღე, ხოლო საშუალო დღიური ხარჯი 150 ევრო. სამედიცინო ტურიზმის ქვესექტორის შემდგომი განვითარების და სამედიცინო მომსახურების ექსპორტის გაზრდის მიზნით, 2019 წელს შეიქმნა სამედიცინო ტურიზმის განვითარების საკოორდინაციო საბჭო. საბჭომ მიიღო სამოქმედო გეგმა, რომელიც სამ მთავარ მიზანს მოიცავს: მდგრადობის უზრუნველყოფა;
--	--	--	--	---

				მიზნობრივი ბაზრების განსაზღვრა; და ლატვიის, როგორც ჯანდაცვის სერვისების წამყვანი ქვეყნის იმიჯის ჩამოყალიბება (OECD, 2014, 2020).
განთავსების საშუალებების შესაძლო ჭარბი მომარაგება (სასტუმროები და საოჯახო ტიპის სასტუმროები და ა.შ.)	ფასების კლების ტენდენცია, რაც ქვეყნის მასშტაბით აშკარად ჩანს, მაგრამ თბილისში უფრო მკვეთრად არის გამოხატული, საცხოვრებელი ფართების ჭარბი მიწოდებაა.	განთავსების საშუალებების წახალისება მათი მომსახურების ხარისხის გასაუმჯობესებლად		- შეთავაზებების დივერსიფიკაცია განთავსების ინოვაციური ცნებების დანერგვით (მაგალითად, სპასასტუმროები). - მსოფლიო განთავსების ტენდენციებს შესწავლა ინოვაციების გამოვლენა, რომლებიც საქართველოს შეიძლება მოერგოს.
სურსათის ხარისხის სტანდარტები არასაკმარისია.	- ტურისტული ინდუსტრიის ერთ – ერთ მთავარ პრობლემად რჩება სურსათის ხარისხი და უსაფრთხოება. - ქართული რესტორნები და კაფეები არ აკმაყოფილებს საერთაშორისო სტანდარტებს.	სხვადასხვა დამხმარე მექანიზმების შემუშავება და გააქტიურება კვების სტანდარტების გასაუმჯობესებლად		„ფერმიდან მაგიდაზე“ კონცეფციის დანერგვა. - დაჩქარდეს საერთაშორისო სტანდარტების ეტაპობრივი დანერგვა პოლიტიკის დონეზე. - საქართველოს რესტორნების მხარდაჭერა ხარისხის საერთაშორისო სტანდარტების დაცვაში თანადაფინანსების მექანიზმების საშუალებით. - ციფრული ვაუჩერის სქემის შემუშავება და დანერგვა რესტორნებისა და კაფეების სერვისების გაციფრულებისათვის. - მაღალხარისხიან საკვებ პროდუქტებზე მოთხოვნის სტიმულირება საინფორმაციო კამპანიების საშუალებით, ხარისხის უზრუნველყოფის მქონე კვების პროდუქტების საჭიროების შესახებ ცნობიერების ამაღლებით.
გარემოს დაცვითი ზარალი	საქართველოში ხდება ბუნებრივი ლანდშაფტის დაბინძურება, ნაწილობრივ ნარჩენების უპასუხისმგებლო მართვის გამო	ინოვაციური პოლიტიკის შემუშავება, ადმინისტრაციული ზომები და PPP		- სხვადასხვა მიმართულებებზე პოტენციური გავლენის შესწავლა და მდგრადი ტურიზმის მხარდასაჭერად პოლიტიკური და ადმინისტრაციული ზომების მიღება. - PPP– ს მდგრადი ტურიზმის განვითარება. მდგრადობის მიზნების დასახვა და სახელმწიფოსა და კერძო სექტორის მიერ აღებულ ვალდებულებებზე შეთანხმება. - ტურისტული ნაკადების დივერსიფიკაცია, რათა ტურისტების

			ფორმატები გარემოსდაცვითი გამოწვევების მოსაგვარებლად და საქართველოს "მწვანე ტურიზმის" დანიშნულების ადგილად გარდაქმნის მიზნით⁴⁰	ნაკადის ნაწილი დაბინძურებულ ადგილებს ნაკლებად ეწვიონ. • DMO-ების შესაძლებლობებისა და როლის გაზრდა მათ რეგიონებში მდგრადი ტურიზმის განვითარებისათვის. • ფინანსური პროდუქტების შემუშავება ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის გამწვანების მიზნით. - o მექსიკაში განხორციელდა საპილოტე პროგრამა, რომელიც მხარს უჭერდა სასტუმროებს მწვანე ენერგეტიკული გადაწყვეტილებების განსახორციელებლად. პროექტი მოიცავდა ტექნიკურ რჩევებს, ტრენინგებს მზის გათბობის სისტემების შეძენაზე, მონტაჟზე და დაფინანსებაზე. პროგრამა გთავაზობთ გრძელვადიან სესხებს ფიქსირებული პროცენტით. ასევე გათვალისწინებული იყო სახელმწიფო გარანტია და საპროცენტო განაკვეთის სუბსიდიები. 2017 წელს პროგრამამ მხარი დაუჭირა 2,5 მილიონი კვადრატული მეტრის მზის გათბობის სისტემებს, რაც 3 000 სასტუმროს ოთახს ამარაგებს. - o ტურიზმის სექტორის ალტერნატიული ფინანსური პროდუქტების განვითარებას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს მწვანე ზრდაში ინვესტიციების სტიმულირებისთვის. ეს შეიძლება მოიცავდეს კომერციული ბანკების ინოვაციურ შეთავაზებებს, ან არასაბანკო ფინანსურ ინსტრუმენტებს, როგორცაა აქტივების დაფუძნებული ფინანსები (მაგალითად, ლიზინგი, აქტივებზე დაფუძნებული სესხები, ფაქტორინგი, შეკვეთის დაფინანსება, საწყობის ქვითრები), სესხის ალტერნატიული მექანიზმები (ხალხის დაფინანსება, ფასიანი ქაღალდები, კორპორატიული სახსრები) ან დაფარული ობლიგაციები), peer-to-peer სესხის გაცემა და ჰიბრიდული ინსტრუმენტები. მაგალითად, გლობალური ქრაუდფანდინგის პლატფორმა TravelStarter მხარს უჭერს
--	--	--	---	---

⁴⁰ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

				ინდივიდებს და ბიზნესს, რომ მოიზიდონ თანხები ტურიზმთან და მოგზაურობასთან დაკავშირებული პროექტებისთვის. Travelstarter დაფინანსების ორ სახეს მოიცავს: ფიქსირებულ დაფინანსებას, რომლის საშუალებითაც მეწარმე იღებს დაფინანსებას მიზნის მიღწევის შემთხვევაში; და მოქნილი დაფინანსება, რომლითაც მეწარმე იღებს მოგროვებულ თანხებს, მაგრამ იხდის უფრო მაღალ გადასახადს (9%-ს 4% -ის ნაცვლად), თუ ისინი არ მიაღწევენ დაფინანსების მიზანს. • მწვანე ტურიზმისა და კერძო სექტორისთვის მისი სარგებლის შესახებ საგანმანათლებლო კამპანიების შემუშავება. • "ჭკვიანი დანიშნულების" კონცეფციის შემუშავება ეროვნულ დონეზე და გაძლიერდეს კონკურენცია რეგიონებსა და ადგილებს შორის ჭკვიანი დანიშნულების სტატუსის მისაღებად. ჭკვიანი დანიშნულების ადგილი არის ტურისტული ინოვაციური დანიშნულების ადგილი, რომელიც აყალიბებს თანამედროვე ტექნოლოგიებს ტურიზმის მიმზიდველი განვითარებისათვის, ხელს უწყობს ვიზიტორების ურთიერთობას მათ გარემოცვასთან, ზრდის გამოცდილების ხარისხს და აუმჯობესებს ადგილობრივი მოსახლეობის ცხოვრების ხარისხს. ესპანეთი ახორციელებს ჭკვიანი დანიშნულების პროექტს, რომელიც ხელს უწყობს ინოვაციების, მდგრადობისა და კონკურენტუნარიანობის განვითარებას ადგილობრივ დონეზე, ICT- ის გამოყენებით. დანიშნულების ადგილებმა უნდა გამოიყენონ სტრატეგია, რომელიც მიზნად ისახავს ბუნებრივი და კულტურული ღირსშესანიშნაობების უფრო მდგრად გამოყენებას, ინოვაციური რესურსების შექმნას და წარმოებისა და განაწილების ეფექტურობის გაუმჯობესებას. • ტურიზმის სექტორის მდგრადობის გაუმჯობესება ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის საწარმოების მიერ სუფთა ენერგიის გამოყენების ხელშემწყობი პოლიტიკითა და ცირკულარული ეკონომიკის
--	--	--	--	--

				პრაქტიკის მიღებით. პოლიტიკა შეიძლება მოიცავდეს სასტუმროებსა და რესტორნებში მზის პანელების დანერგვისა და მონტაჟის პროგრამებს, ტრანსპორტირების კომპანიის პარკების ეტაპობრივ განახლებას ჰიბრიდული, ელექტრო და სხვა ალტერნატიული საწვავის მანქანებით, საკვების ნარჩენების აღმოფხვრასა და მდგრადი სარეცხისა და დასუფთავების დანერგვით. ამგვარი პოლიტიკის ღონისძიებებმა შეიძლება შეამციროს ტურიზმის ღირებულებით ჯაჭვში ჩართული საწარმოების ხარჯები საშუალო და გრძელვადიან პერსპექტივაში, შექმნას სამუშაო ადგილები, შეამციროს უარყოფითი ზემოქმედება გარემოზე და ხელი შეუწყოს საქართველოს, როგორც მწვანე ტურიზმის პრაქტიკის შესაბამის დანიშნულების ადგილს. • ტურისტული ინფრასტრუქტურის გაფართოების და ახალი ინფრასტრუქტურის განვითარებისას პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს სივრცის დაგეგმვას.
ერთ ვიზიტორზე ხარჯვის სტაგნაცია	2015 წლიდან საქართველოში ერთ ვიზიტორზე აშშ დოლარში ხარჯვა სტაგნაციას განიცდის. ტურისტებს, რომლებიც საქართველოში ჩამოდიან, ამის გაკეთება დაბალი ბიუჯეტით აქვთ განზრახული. შესაბამისად, ბაზარზე დაიწყო ფასების ომი და შედეგად მსუბუქი აქცენტი გაკეთდა ხარისხზე. ამჟამად, ტურისტების მოსაზიდად სასტუმროები და რესტორნები აქცენტს აკეთებენ ფასებზე, როგორც კონკურენტული	ტურიზმი ს ისეთი მოთამაშეების ხელშეწყობა, რომლებიც ეყრდნობიან მაღალ ხარისხს, უფრო მაღალი ხარჯებით ტურისტების მოსაზიდად ⁴¹	• ტურიზმის ისეთი სახეობების პოპულარიზაცია, როგორიცაა ღვინო, გასტრონომია, ჯანდაცვა, რეკრეაციული და ზამთრის ტურიზმი (სათავგადასავლო და ზღვისპირა ტურიზმის სანაცვლოდ). • ქვეყნების კონკრეტული ნაკრებების განსაზღვრა, საიდანაც ტურისტები ითხოვენ მაღალხარისხიან მომსახურებას და შესაბამისად ირჩევენ ამ ბაზრებს. • ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის ყველა მონაწილის სტიმულირება მათი მომსახურების ხარისხის გასაუმჯობესებლად, ინოვაციების პროგრამების მეშვეობით წახალისების გზით.	

⁴¹ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

		უპირატესობის მოპოვების მთავარ გზაზე.		
	მაღალი დამოკიდებულება ტურიზმზე კონკრეტული ქვეყნებიდან, მაგალითად რუსეთიდან (სასტუმროები და საოჯახო სასტუმროები)	ბოლო ათწლეულის განმავლობაში მზარდი დამოკიდებულება იყო რუსეთიდან ვიზიტორებზე, რადგან იზრდება რუსი ვიზიტორების როგორც მთლიანი, ისე საშუალო დანახარჯები. ეს საქართველოში სასტუმროს ინდუსტრიას დაუცველს ხდის შოკისგან.	მარკეტინგის მიზნების დივერსიფიკაცია ⁴²	- საპილოტე მარკეტინგული კამპანიების განხორციელება ადრე გამოუყენებელ ბაზრებზე (ბალკანეთის სახელმწიფოები, ბულგარეთი, რუმინეთი და ა.შ.); - ევროკავშირის წევრი ქვეყნების, ასევე ნორვეგიისა და შვეიცარიის სამიზნე ქვეყნებად შერჩევა; - პირდაპირი მარკეტინგული კამპანიები კონკრეტულ ქვეყნებში, საშუალო დიდი დანახარჯებით (მაგ. თურქეთი, ყურის ქვეყნები, დიდი ბრიტანეთი და ა.შ.); - მომავალში ამ სერვისების გაუმჯობესების მიზნით, პოპულარული საქმიანობისა და მომსახურებების გამოვლენა მაღალი ხარჯების მქონე ვიზიტორების შემთხვევაში (შესაძლებელია მაგალითად: სტუმრები თურქეთიდან - კაზინოები; სტუმრები სომხეთიდან - შოპინგი (შესაძლო გამოსავალი: სავაჭრო ცენტრი საზღვართან ახლოს); - მეთოდოლოგიის შემუშავება კონკრეტული წყაროების ბაზრების პრიორიტეტულობისა და საპილოტე პროექტების განსახორციელებლად.
მმართველობის სტრუქტურა, მარეგულირებელი ღონისძიებები, ჩარჩო, ადმინისტრაციული საკითხები და	არასრული მარეგულირებელი ჩარჩო	- ტურიზმის კანონის არარსებობა ხელს უშლის ტურიზმის სექტორის მდგრად განვითარებასა და შესაბამისი მომსახურების სტანდარტების მიღებას. - არარეგულირებელი პროფესიები (მაგალითად, მთის მეგზურის საქმიანობა საქართველოში არ არის	მარეგულირებელი გარემოს გაუმჯობესება და ადაპტირება, რომელიც ხელს შეუწყობს სექტორის შემდგომ	- ტურიზმის შესახებ RIA-ს ჩატარება. - შეიმუშაოს PPP ფორმატები, სერთიფიკატის მოთხოვნებისა და პროცედურების დასადგენად.

⁴² მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

კოორდინაციის მექანიზმები		რეგულირებული პროფესია). ტურისტების უსაფრთხოება შელახულია შესაბამისი პროფესიების რეგულირების არარსებობით. შედეგად, ტურიზმის სექტორის განვითარება ქაოტურია. • საჭიროა სექტორში დასაქმებული პირების სერტიფიცირების შემოღება. შესაბამისი სასერტიფიკატო მექანიზმების არარსებობა უარყოფითად მოქმედებს მომსახურების ხარისხზე და საქართველოს ტურიზმის სექტორის საერთაშორისო აღქმაზე, როგორც ვიზიტორთა უსაფრთხო და საიმედო დანიშნულების ადგილზე. • სასტუმროების შესაბამისი ხარისხის შეფასების მინიჭების ერთიანი სტანდარტების არარსებობა, რაც აფერხებს კონკურენციას და პოტენციური ვიზიტორებისთვის არასრულყოფილ ინფორმაციას აწვდის. • საიმიგრაციო პოლიტიკა:	განვითარე ბას ⁴³	
--------------------------	--	---	-----------------------------	--

⁴³ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

		გამარტივებული შესვლის მოთხოვნები გარკვეული ქვეყნების მოქალაქეებისთვის, მათ შორის ჩინეთისა და ინდოეთის მოქალაქეებისათვის.		
	ადმინისტრაციული საკითხები და კოორდინაციის რთული მექანიზმები	I. ადმინისტრაციული საკითხები:	გამარტივდეს ადმინისტრაციული პროცედურები ⁴⁴	• ტურიზმის სექტორში ბიუროკრატიის ბიზნეს პროცესების ანალიზის ჩატარება და შესაბამისად განახლებული პროცესების დანერგვა.
			მმართველობითი სტრუქტურის გაუმჯობესება და ადაპტირება არსებული გამოწვევების საპასუხოდ	• GNTA და MoESD- ის ბიზნეს პროცესების ანალიზის ჩატარება, ხარვეზების იდენტიფიცირება და შესაბამისად განახლებული პროცესების დანერგვა. OECD- ის ტურიზმში ეროვნული კოორდინაციის გაუმჯობესება. • დანიას აქვს ტურიზმის ეროვნული ფორუმი, რომელსაც თავმჯდომარეობს მრეწველობის, ბიზნესისა და ფინანსთა მინისტრი. ფორუმის წევრები არიან VisitDenmark- ის თავმჯდომარე, დანიის ორი რეგიონის წარმომადგენელი, ერთი წევრი ადგილობრივი მთავრობიდან, ორი წევრი ტურიზმის ინდუსტრიის სფეროდან და ტურიზმის მკვლევარი.
		კოორდინაციის რთული მექანიზმები (მაგ. ტუროპერატორებისა და კვების ობიექტებისთვის):		
		• არასაკმარისი კოორდინაციის დონე სხვადასხვა სამინისტროებს შორის,		

⁴⁴ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

		როგორებიცაა MESD, MEPA, MRDI და GNTA. პოლიტიკის საკითხების ხელშესაწყობად გასტრონომიის სფეროს წარმომადგენლებს უნდა დაუკავშირდნენ სხვადასხვა სამინისტროებსა და სახელმწიფო უწყებებს, მათ შორის MEPA, MOESD, GNTA და საქართველოს ინტელექტუალური საკუთრების ეროვნულ ცენტრი.		
სტატისტიკური ინფორმაციის გაუმჯობესების საჭიროება	საჭიროა სანდო სტატისტიკის შექმნა, რაც კერძო სექტორს საშუალებას მისცემს შესაბამისად მოერგოს გარემოს და დაგეგმოს საქმიანობა მტკიცებულებებზე დაყრდნობით. არასრული დარგობრივი სტატისტიკა აფერხებს ტურიზმის პოლიტიკის შემუშავებას, სტრატეგიული პრიორიტეტების განსაზღვრას და კერძო სექტორის შესაძლებლობას შეცვალოს მიმდინარე ან მოსალოდნელი ცვლილებები ბაზრის მოთხოვნაზე.	ტურიზმის სტატისტიკის გაუმჯობესება საჯარო და კერძო სექტორის მოთხოვნების შესაბამისად ⁴⁵	• ტურიზმის სტატისტიკის კარგი მაგალითების იდენტიფიცირება დამმობილების პროექტების ინიცირებისა და საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკის გაუმჯობესების მიზნით. • კერძო სექტორში ტურიზმის გაუმჯობესებული სტატისტიკის მოთხოვნის შესწავლა და შესაბამისი პროექტების განხორციელების ხელშეწყობა რაოდენობრივი მონაცემების გასაუმჯობესებლად. • ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვსა და საქსტატს შორის თანამშრომლობის გააქტიურება.	

⁴⁵ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

6.3. რეკომენდაციები COVID-19-ის კრიზისის შემდგომი ფაზისთვის

6.3.1. ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის საწარმოების მხარდაჭერა უსაფრთხოების ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღებისას⁴⁶

უსაფრთხოების ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღება წარმოადგენს ერთიან პროცესს, რომელსაც ცენტრალური, რეგიონული და ადგილობრივი მთავრობები, DMO-ები, საერთაშორისო დონორი ორგანიზაციები და კერძო სექტორი ერთობლივად უძღვებიან. კანონპროექტები ტურიზმის, აგროტურიზმისა და მთის ტურიზმის შესახებ სახელმძღვანელოების შესახებ კვლავ განიხილება, რომელშიც მუხლები უსაფრთხო ტურიზმთან დაკავშირებით უნდა გაერთიანდეს უსაფრთხოების ახალი სახელმძღვანელო პრინციპების საფუძველზე.

ახალი სახელმძღვანელო მითითებების მიღებისას საჭიროა ფინანსური სექტორის შემუშავება კერძო სექტორის შესაბამისობის უზრუნველსაყოფად. სუბსიდირებული სესხის სექტორი ან გრანტის კომპონენტები, რომლებიც მიზნად ისახავს ახალი მითითებების შესრულებას და საქართველოს მთავრობის მიერ განხორციელებულ შესაბამის კერძო სექტორის მხარდაჭერის პროგრამებში აისახება.

თანაბრად მნიშვნელოვანი იქნება ახალი სახელმძღვანელო მითითებების განხორციელებაში კერძო სექტორის შესაძლებლობების გაძლიერება. ამისათვის საჭიროა შესაბამისი თანამშრომლების ინტენსიური ტრენინგი, პასუხისმგებლობა სახელმძღვანელო პრინციპების მისაღებად და შინაგანი ფორმირებისა და ტურიზმის ინდუსტრიის უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად. საწყისი ვარიანტი შეიძლება იყოს ტრენერთა ტრენინგის ინტენსიური პროგრამის დაწყება, რომელიც დონორ ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობით შემუშავდება. მომზადებული და სერტიფიცირებული პროფესიონალები შესაძლოა მოიცავდნენ საქართველოს ყველა რეგიონს და ასწავლიან კონკრეტული საწარმოების თანამშრომლებს (ზოგი მათგანი ბიზნეს საქმიანობის რეალურ საიტზეც კი).

სახელმძღვანელო მითითებების განხორციელება მოითხოვს მიზნობრივ ძალისხმევას შესაბამისი ტექნიკისა და ტექნოლოგიების მორგების, ადაპტაციისა და გამოყენებისთვის. აქაც, ძალზე მნიშვნელოვანი იქნება ტექნიკური დახმარება თანამედროვე ტექნოლოგიების იდენტიფიცირების, ადაპტაციისა და ინტეგრაციისთვის ტურიზმის სექტორის თანამშრომლების მომზადება.

სახელმძღვანელო მითითებების მიღების მხარდაჭერა ხელს შეუწყობს საქართველოს ტურიზმის ინდუსტრიის გრძელვადიან მდგრადობას. ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვი უკეთ იქნება მომზადებული რეაგირებისთვის მომავალ ეპიდემიოლოგიურ და სხვა კრიზისებზე, რითიც ხელს შეუწყობს ქვეყნის ეკონომიკურ უსაფრთხოებას.

6.3.2. კომუნიკაციის სტრატეგია ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის ახალი წესებისა და სახელმძღვანელო პრინციპების შესახებ⁴⁷

მაშინაც კი, თუ უსაფრთხოების სახელმძღვანელო მითითებები სრულყოფილად იქნება შემუშავებული და შესრულებული, ვიზიტორებს მაინც დასჭირდებათ ხარისხიანი ინფორმაცია. კარგი აღსრულების საწყისი ნაბიჯი იქნება მასიური საკომუნიკაციო კამპანია და ინფორმაციის გავრცელების შესახებ ახალი წესების ჩამოყალიბება. შესაბამისი სტრატეგიის შემუშავებას ცენტრალური მთავრობა

⁴⁶ მსგავსი ქმედებები უკვე ასახულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

⁴⁷ მსგავსი ქმედებები უკვე ასახულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

ხელმძღვანელობს და ამ პროცესში წამყვან როლს GNTA ასრულებს. კერძო სექტორის, რეგიონული და ადგილობრივი ხელისუფლების, DMO-ებისა და სხვა დაინტერესებული მხარეების ჩართვა ამ პროცესში აუცილებელია. საკომუნიკაციო სტრატეგიის განხორციელება უნდა იყოს უფრო დეცენტრალიზებული: საჭიროა რეგიონული და ადგილობრივი ხელისუფლების, DMO-ებისა და ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრების წინა პლანზე გადაწევა და მჭიდრო თანამშრომლობა ტურისტულ საწარმოებთან. კომუნიკაციის საშუალება იქნება ტელევიზია, რადიო, სოციალური ქსელები, სოციალური რეკლამები, ბეჭდური მასალები და ბანერები პოპულარული ტურისტული ინფრასტრუქტურის საიტებზე. ინფორმაციის რეგულარული შეგროვება და ანალიზი ახალი ღონისძიებების განხორციელებასთან დაკავშირებით, მოგზაურთა უკუკავშირის ჩათვლით, გადამწყვეტი მნიშვნელობა ექნება წესების შემდგომ გაუმჯობესებას.

6.3.2. შიდა ტურიზმის სტიმულირება⁴⁸

შიდა ტურიზმის პოპულარიზაციამ შესაძლოა საერთაშორისო მოგზაურობაზე პანდემიის უარყოფითი ზეგავლენა შეამსუბუქოს. მაჩვენებლების თვალსაზრისით, საქართველოში შედარებით პოზიტიური პერსპექტივის გათვალისწინებით, შიდა ტურიზმის პოპულარიზაცია პრიორიტეტად უნდა იქცეს, სულ მცირე, მოკლევადიან პერიოდში. მიუხედავად იმისა, რომ ცენტრალურმა მთავრობამ შეიძლება წარმართოს შესაბამისი პოლიტიკის ზომების შემუშავების პროცესი, DMO-ები, ტურიზმის სხვა რეგიონული და ადგილობრივი ორგანოები შესაბამისი რეგიონებისა და შიდა ტურიზმის ხელშემწყობი ადგილების პოპულარიზაციის პროცესს ხელმძღვანელობენ. ისინი შესაბამის პაკეტებსა და პროდუქტებს კერძო სექტორის წარმომადგენლებთან მჭიდრო პარტნიორობით შესთავაზებენ მომხმარებელს და თავიანთ შეთავაზებებს მთელი ქვეყნის მასშტაბით გაავრცელებენ. უსაფრთხო მოგზაურობის კონცეფცია გავრცელებულია ახლად შემუშავებულ მითითებებში. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი იქნება DMO-ებისა და ტურიზმის რეგიონული/ადგილობრივი ორგანოებისათვის, რადგან ის ხელს შეუწყობს მათ ინსტიტუციურ განვითარებას.

შესაძლოა შემუშავდეს და განხორციელდეს ადგილობრივი ტურიზმის ვაუჩერების სქემები. ამგვარი სქემები შესაძლოა მოიცავდეს დაბალი შემოსავლის მქონე ოჯახებს ან შეიქმნას, როგორც ერთგვარი მაღლიერების კამპანია, რომელიც მაღლობას უხდის და აჯილდოებს COVID-19 კრიზისის ფრონტის მუშაკებს, მათ შორის ექიმებს, ეპიდემიოლოგებს, პოლიციას, სამხედრო მოსამსახურეებსა და სხვა პროფესიონალებს.

6.3.3. ტურიზმის ინდუსტრიის გაციფრულება

ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის მოთამაშეების ონლაინ ფუნქციონირება გადამწყვეტი იქნება ადგილობრივი და საერთაშორისო ვიზიტორების, აგრეთვე, მომხმარებელთა სხვადასხვა სეგმენტების მარკეტინგსა და მოზიდვაში, ტურიზმის ბაზრების დივერსიფიკაციაში. სხვადასხვა ონლაინ პლატფორმების განთავსება შემოქმედებითად/ახლებურად აღწერს და წარმოაჩენს ადგილებს, აცხადებს უნიკალურ შეთავაზებებს, ხსნის უსაფრთხოების ზომებს, მომხმარებელთა უკუკავშირის მიღებას და სხვა შესაბამის ინფორმაციას, ხელს შეუწყობს ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის მოთამაშეების მდგრადობას და ხელს შეუწყობს კონკრეტული სოფლების, მუნიციპალიტეტებისა და რეგიონების მიმზიდველობას. გარდა ამისა, COVID-19-ის პერიოდში, სმარტ სასტუმროების, სმარტ რესტორნების და სხვა მსგავსი კონცეფციების განხორციელება ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვში რაციონალური იქნება და, სავარაუდოდ, მომხმარებლებს შეაქებენ. ცნებების ტრადიციულ სმარტ ელემენტებს უნდა დაემატოს ჯანმრთელობის დაცვა და ინფექციისგან თავის არიდება.

⁴⁸ მსგავსი ქმედებები უკვე ასახულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

მოკლევადიანი და საშუალო ვადიანი პოლიტიკის რეაგირება ციფრულ გამოწვევებზე შეიძლება მოიცავდეს: (1) სპეციალური საგრანტო სქემების სმარტ ICT გადაწყვეტილებების შემუშავებასა და ადაპტაციას; და (2) ინოვაციურ ვაუჩერების სქემებს, რომლებიც შექმნილია ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვის აქტორებისთვის, მათ დახმარებას უწევს ონლაინ კონტენტის/შინაარსის შექმნისა და განვითარების ხარჯების დაფარვას და გადაწყვეტილებების შემუშავებას. ინოვაციური ვაუჩერების დახმარებით, ტურიზმის სექტორის კომპანიებს შეუძლიათ დაიქირაონ ICT კომპანიები ან დამოუკიდებელი პროფესიონალები მათ დასახმარებლად, ხოლო ვაუჩერების დაფინანსება მოხდება სახელმწიფოს მიერ და გადახდა მოხდება ICT სერვისების მომწოდებლებთან.

6.3.4. რეკომენდაციები კონკრეტული გამოწვევების კრიზისიდან გამოსვლის ეტაპზე

რეკომენდაციები პრიორიტეტული გამოწვევების შესახებ, რომლებიც განისაზღვრა ქვეჯგუფში „გამოწვევები კრიზისიდან ეტაპზე“ მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

პოლიტიკის გამოწვევა	გამოწვევის აღწერა	პოლიტიკის შემოთავაზებული ცვლილება	შემოთავაზებული აქტივობები
გაურკვევლობა სამომავლო საქმიანობის შესახებ	გამოკითხული განთავსების საშუალებები და კვების ობიექტები ახალი რეგულაციების გამო მათი შემოსავლის შემცირებას და ხარჯების ზრდას ელიან. გამოკითხული განთავსების საშუალებების მნიშვნელოვანი ნაწილი (26%) და კვების ობიექტები (30,8%) ელის შემოსავლის შემცირებას 41% -დან 60% - მდე.	ტურიზმის ინდუსტრიის ბიზნესის მხარდაჭერა, მათი აღდგენის პერიოდში დაბალი დანახარჯებით მუშაობის თვის	1) სტუმართმოყვარეობის თავისუფალი ზონა: მხარდაჭერის სქემების გაგრძელება, რათა ტურიზმის ღირებულების ჯაჭვში ჩართული ჯანსაღი ფირმები არ გაკოტრდნენ;⁴⁹ • კომუნალური გადასახადების გადადება ან განაკვეთების კორექტირება; • დღგ-ს დროებითი შეჩერება; და • დღგ-ს გადასახადის განაკვეთის შემცირება. 2) ინდუსტრიისთვის „გასვლის გეგმის“ და „აღდგენის გეგმის“ შემუშავება, შესაბამისი დოკუმენტების ფარგლებში თითოეული საქმიანობის მკაფიოდ განსაზღვრული ვადების ჩათვლით. გეგმები უნდა იყოს შემუშავებული საუკეთესო საერთაშორისო პრაქტიკის შესაბამისად, რომელიც უნდა იქნას გამოყენებული ისევე, როგორც ქართული რეალობისთვის გასაგები. დოკუმენტები უნდა შეიქმნას საჯარო და კერძო სამუშაო ჯგუფის მიერ, ინდუსტრიის ყველა დაინტერესებული მხარის ჩათვლით, რომელსაც GNTA ხელმძღვანელობს.⁵⁰ ქვემოთ მოცემულია ამ მიმართულებით საერთაშორისო საუკეთესო პრაქტიკის რამდენიმე მაგალითი:⁵¹ • ირლანდიის ტრანსპორტის, ტურიზმისა და სპორტის დეპარტამენტმა დააარსა COVID-19 ტურიზმის მონიტორინგის ჯგუფი, რომელიც შედგება ინდუსტრიის დაინტერესებული მხარეებისგან, სახელმწიფო ტურიზმის სააგენტოებისა და დეპარტამენტის წარმომადგენლებისგან. ჯგუფი, რომელიც რეგულარულად ხვდებოდა კრიზისის დაწყების შემდეგ, აკონტროლებს დარგის არეულობას,

⁴⁹ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

⁵⁰ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

⁵¹ OECD: [HTTPS://WWW.OECD.ORG/CORONAVIRUS/POLICY-RESPONSES/TOURISM-POLICY-RESPONSES-TO-THE-CORONAVIRUS-COVID-19-6466AA20/](https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/)

			ხელს უწყობს ინფორმაციის სწრაფ გაზიარებას და ეხმარება აღდგენის გეგმის შემუშავებას. • გაერთიანებულ სამეფოში, ტურიზმის ინდუსტრიის მოვლენების რეაგირების ჯგუფი (TIER) წარმოადგენს მთავარ ფორუმს პანდემიის გავლენაზე რეაგირებისა და მათზე რეაგირებისთვის, და მთავრობას უზიარებს პრაქტიკულ რჩევებს, როგორც კი ისინი ხელმისაწვდომი გახდება. TIER არის ჯგუფი, რომელსაც თავმჯდომარეობს VisitBritain, რომელიც მოიცავს ტურიზმის ინდუსტრიის მნიშვნელოვან ორგანიზაციებს, ბიზნესებს, DMO-ებს და სამთავრობო სტრუქტურებს, მათ შორის ციფრული, კულტურის, მედიისა და სპორტის დეპარტამენტს. ეს ქმნის ფორუმს ინდუსტრიისთვის, რათა წამოიწყოს შემოთავაზება, გამოწვევები და დაკვირვება, რომელზეც განიხილავს დიდი ბრიტანეთის მთავრობა. • ლატვიის ეკონომიკის სამინისტრომ შეიმუშავა ტურიზმის კრიზისული გეგმა ტურიზმის სექტორთან დაკავშირებულ არასამთავრობო ორგანიზაციებთან და დაქვემდებარებულ სამთავრობო სტრუქტურებთან თანამშრომლობით, როგორცაა მომხმარებელთა უფლებების დაცვის ცენტრი, სახელმწიფო შემოსავლების სამსახური, ასევე ფინანსთა სამინისტრო და ტრანსპორტის სამინისტრო. 3) სექტორის გარკვეული ზიანის ანაზღაურება, შიდა ტურიზმის ხელშეწყობა ვაუჩერული სქემების შემუშავებით:⁵² • ვაუჩერების უზრუნველყოფა და გუნდის მშენებლობის ღონისძიებების შემუშავება საჯარო სექტორში დასაქმებული ადამიანებისთვის; და • ვაუჩერის სქემის შემუშავება ადამიანების კონკრეტული ჯგუფებისთვის, მათ შორის ბავშვებისთვის, მრავალშვილიანი ოჯახებისთვის, ფირმებისთვის და ა.შ.⁵³ 4) ფირმების ლიკვიდურობისა და გადახდისუნარიანობის უზრუნველსაყოფად, აქტიურად ჩაერთონ საბანკო სექტორთან
--	--	--	--

⁵² OECD: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>

⁵³ დამატებითი ინფორმაციისთვის, გთხოვთ, გაეცნოთ რეკომენდაციებს საკითხის "საცხოვრებლებისა და კვების ობიექტების მაღალი დამოკიდებულება საერთაშორისო ტურიზმზე".

			მოლაპარაკებების პროცესში პროცენტის გადასახადის შემდგომი გადავადებასა და "COVID-19 სესხების" (ხორვატია) შემუშავებაში, გასაჭირში მყოფი ფირმებისათვის სპეციალური ხელმისაწვდომი ტარიფებით. ხორვატიის ტურიზმის სამინისტრომ და HBOR-მა დააარსეს ევროკავშირის 80 მილიონიანი საკრედიტო ხაზი ტურიზმის სექტორის კომპანიებისთვის ლიკვიდური აქტივების ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად. სესხის განაცხადის მიღების შემთხვევაში ის გრძელდება ხუთი წლამდე და ნულოვანი საპროცენტო განაკვეთი გამოყენებული იქნება პირველი სამი წლის განმავლობაში.
--	--	--	---

"გამოწვევების აღდგენის ეტაპზე" ქვეჯგუფიდან დარჩენილი სამი გამოწვევის პოლიტიკის რეკომენდაციები მოცემულია ქვემოთ მოცემულ ცხრილში.

პოლიტიკის გამოწვევები კრიზისის დროს	დაკავშირებული ძირითადი მიზეზები	გამოწვევების აღწერა	პოლიტიკის შემოთავაზებული ცვლილებები	შემოთავაზებული აქტივობა
V-ის ფორმის სწრაფი აღდგენის მიღწევა	განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების დამოკიდებულება საერთაშორისო ტურიზმზე	საქართველოში განთავსება და კვების ობიექტები ძირითადად დამოკიდებულია საერთაშორისო ტურისტებზე. PMC RC-ს მიერ 2020 წლის ივნისში ჩატარებული გამოკითხვის თანახმად, საცხოვრებელთა გამოკითხული მფლობელების 45.3% აცხადებს, რომ მათი კლიენტების 81% -ზე მეტი უცხოელია, ხოლო გამოკითხულთა მხოლოდ 9% -მა აღნიშნა, რომ უცხოელთა წილი მათ	შიდა ტურიზმის ხელშეწყობა ⁵⁵ (კვლევის თანახმად, გამოკითხული საცხოვრებლის 63% თვლიდა, რომ შიდა ტურიზმის სტიმულ	- სარეკლამო ვიდეორგოლების წარმოება საქართველოს შესახებ. - მარკეტინგული კამპანიები, რომლებიც ხელს უწყობს შვებულების საქართველოში გატარებაში. - ვაუჩერული სქემების შემუშავება: - ვაუჩერების უზრუნველყოფა და თიმბილდინგის ღონისძიებების შემუშავება საჯარო სექტორში დასაქმებული ადამიანებისთვის; - ვაუჩერის სქემის შემუშავება ადამიანთა კონკრეტული ჯგუფებისათვის (მაგალითად, ბავშვები, მრავალშვილიანი ოჯახები, ფირმები და ა.შ.); - ქართველი ტურისტებისთვის საზოგადოებრივი ტრანსპორტის ბილეთების ფასდაკლების უზრუნველყოფა; - ქართველი ტურისტებისთვის უფასო ან ფასდაკლებული ბილეთების უზრუნველყოფა ყველა მუზეუმში, დაცულ ტერიტორიასა და სხვა ტურისტულ ზონაში;

⁵⁵ მსგავსი აქტივობები უკვე გათვალისწინებულია GNTA-ს სამოქმედო გეგმაში

	მომხმარებლებში 40%-ზე ნაკლები იყო. გამოკითხული ბიზნესის ნახევარზე მეტი კვების ობიექტებისთვის (51,2%), უცხოელი ტურისტების წილი ვიზიტორებს შორის 41% და 100% იყო. მიუხედავად საერთაშორისო ვიზიტორებისთვის საზღვრების გახსნისა ივლისიდან, UNWTO-ს თანახმად, საერთაშორისო ტურისტების რიცხვი შეიძლება შემცირდეს დაახლოებით 60% –80% –ით 2020 წლისთვის.⁵⁴	ირება მათ ბიზნესზე დადები თად ან ნაწილობრივ დადები თად აისახება, ხოლო კვების ობიექტების შემთხვევაში ეს რიცხვი 50% -ს შეადგენს და).	• ტურიზმის სექტორის ბიზნესის მხარდაჭერა მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებაში; • მუნიციპალიტეტების მიერ ორგანიზებული ღონისძიებების დასუფთავება; • საინფორმაციო კამპანიები საგანმანათლებლო დაწესებულებებში საქართველოში სხვადასხვა ისტორიული ადგილის შესახებ; რამდენიმე საერთაშორისო მაგალითი ამ გამოწვევის გადასაღებად: • ინოვაციური მიდგომა სლოვენიაში გულისხმობს ვაუჩერის სქემას, რომელიც გადაეცემა სლოვენიის ყველა მოქალაქეს. 18 წელს გადაცილებული ადამიანები იღებენ 200 ევროს, ხოლო 18 წლამდე ასაკის ადამიანები 50 ევროს ღირებულების ელექტრონულ ვაუჩერს. მათი გამოყენება შეიძლება 2020 წლის ბოლომდე სასტუმროებში, საოჯახო სასტუმროებში, ბანაკებში, ტურისტულ ფერმებში და სხვა მოკლევადიანი განთავსების საშუალებებში ღამის გასათევად. ფინანსური ადმინისტრაცია ანაზღაურებს მომსახურების მიმწოდებელს შესაბამის თანხას დარჩენიდან რვა დღის განმავლობაში. ამ სახით სახელმწიფო დახმარების ოდენობა შეფასებულია 345 მილიონ ევროდ, ხოლო მულტიპლიკაციური ეფექტი 172 მილიონი ევროა; • საბერძნეთში შიდა ტურიზმის ხელშესაწყობად დაიწყო სარეკლამო კამპანიები და სოციალური ტურიზმის დღესასწაული პროგრამა. ეს უკანასკნელი პროგრამა, რომელიც მოიცავს 250 000 ბერძენ ბენეფიციარს, შეადგენს 30 მილიონ ევროს და ითვალისწინებს 120 ევროს ელექტრონული ვაუჩერების მოწოდებას შერჩეულ ბერძნულ სასტუმროში მინიმუმ 4 ღამის განმავლობაში. კერძო სექტორის თანამშრომლებისთვის 300 კორპორატიული სამოგზაურო ვაუჩერი იქნება ხელმისაწვდომი.
ახალი რეგულაციების შესახებ ტურიზმის	საქართველოს მთავრობის მიერ დაწესებული რეგულაციები ახალია ტურიზმის სექტორისთვის,	ტურიზმის ბიზნესის ტრენერებით უზრუნვე	• საინფორმაციო შეხვედრები ახალი რეგულაციების შესახებ განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების წარმომადგენლებისთვის. • უფასო ტრენინგების ჩატარება განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების თანამშრომლებისთვის.

⁵⁴ <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>

ინდუსტრიის თანამშრომელთა ცოდნის ნაკლებობა	რომელთა წარმომადგენლებს არ აქვთ გამოცდილება და ცოდნა ამგვარი რეგულაციების დაცვაში. უფრო მეტიც, რეგლამენტის თანახმად, ტურიზმის ინდუსტრიის ბიზნესის მფლობელები ვალდებული არიან ჩაატარონ ტრენინგები პერსონალისთვის მოთხოვნებთან დაკავშირებით.	ლყოფა, როლებიც ახალი რეგულაციების შესახებ ინფორმაციას გაავრცელებენ	
ფინანსური რესურსების ნაკლებობა მთავრობის რეგულაციების შესაბამისად	PMC Research- ის მიერ 2020 წლის ივნისში ჩატარებული გამოკითხვის თანახმად, განთავსების საშუალებებისა და კვების ობიექტებისთვის, მთავრობის მიერ დაწესებული ზოგიერთი მიღებული წესი წარმოადგენს გამოწვევებს ფინანსური დატვირთვის გამო. განთავსების საშუალებებისა და კვების ობიექტებისთვის ეს მძიმე წესები ეხება: თერმოსკრინინგს ან ვიდეოს სკრინინგს; დამცავი ბარიერების განთავსება; დასუფთავება/დეზინფექცია; პერსონალის პირადი დამცავი აღჭურვილობის მოწოდება; და დაბეჭდილი მენიუს მოთხოვნა.	ფინანსური დახმარება მთავრობის რეგულაციების დასაცავად	ახალი რეგულაციებისათვის საჭირო (დამცავი ბარიერები, სადეზინფექციო მასალები, პერსონალის სპეციალური აღჭურვილობა და ა.შ.) ხარჯების დაფინანსება სესხების საპროცენტო განაკვეთების თანადაფინანსებით.

დანართი I: ინტერვიუების სია

	სახელი	პოზიცია, ორგანიზაცია	ინტერვიუს თარიღი
2.	შალვა ალავერდაშვილი	დამფუძნებელი, ქართული სასტუმროების, რესტორნებისა და კაფეების ფედერაცია	8 აპრილი 2020
3.	მაია სიდამონიძე	მფლობელი, სასტუმრო ტერასა, ტურიზმის პროფესიონალი	8 აპრილი 2020
4.	ალეხანდრო პალომარ	„დუენდეს“ სასტუმროების მფლობელი	9 აპრილი 2020
5.	ლევან ქოქიაშვილი	საქართველოს გასტრონომიული ასოციაციის აღმასრულებელი დირექტორი	13 აპრილი 2020
6.	ნატა კვაჭანტირაძე	საქართველოს ტურიზმის ასოციაციის (GTA) თავმჯდომარე	13 აპრილი 2020
7.	მამუკა ბურდული	Jomardi Adventure Club- ის დამფუძნებელი	13 აპრილი 2020
8.	ია თაბაგარი	შემომავალი ტურ ოპერატორების ასოციაციის დირექტორი GITOA	14 აპრილი 2020
9.	დავით რაქვიაშვილი	პრეზიდენტი, მთის გიდების ასოციაცია	14 აპრილი 2020
10.	ჯონ ვურდემანი	მფლობელი, Lost Ridge Inn და Living Roots	14 აპრილი 2020
11.	ჯორჯ უელტონი	AMCHAM ტურიზმის კომიტეტის წევრები	15 აპრილი 2020
12.	ოლაფ მალვერი	მფლობელი და დამფუძნებელი, შპს „დანიელი მეღვინეობა“	16 აპრილი 2020
13.	ნიკო თევდორაშვილი	დაცული ტერიტორიების განვითარების სააგენტო/MoAEP	9 აპრილი 2020
14.	სევერიან ღვინევაძე	EBRD– ის მთავარი მენეჯერი	5 მაისი 2020
15.	(1) ლელა ფოცხვერაშვილი; (2) მირანდა აღაფიშვილი	მთის კურორტების განვითარების კომპანიის საერთაშორისო ურთიერთობების და ანალიტიკური	6 მაისი 2020

		დეპარტამენტის უფროსი (1) და უფროსის მოადგილე (2)	
16.	ნიკოლოზ ანთიძე	კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტოს გენერალური დირექტორი	6 მაისი 2020
17.	ბრაიან კინგი	პარტიის ხელმძღვანელი, USAID ZRDA	7 მაისი 2020
18.	(1)ნინო ხაზალაშვილი; (2)დავით მუმლაძე	პროექტის მენეჯერი (1) და აღმასრულებელი დირექტორი (2), სამცხე-ჯავახეთის DMO	7 მაისი 2020
19.	თამარ არჩუაძე	საქართველოს გაერთიანებული აეროპორტების ხელმძღვანელი	7 მაისი 2020
20.	თინათინ გვენეტაძე (ფილიპ სტეინჰაიმი გირჩევთ მასთან შეხვედრა)	პროგრამის ექსპერტი, GIZ- ის კასეტური განვითარების ტურიზმი	7 მაისი 2020
21.	ჯერარდ შუმბერგერი (თამარ ჭელიძე გვირჩევდა მასთან შეხვედრას)	ავსტრიის განვითარების სააგენტო	7 მაისი 2020
22.	ლევან წულაია	სამეგრელო-ზემო სვანეთის DMO აღმასრულებელი დირექტორი	8 მაისი 2020
23.	თინიკო ხანჯალიაშვილი	კახეთის DMO აღმასრულებელი დირექტორი	11 მაისი 2020
24.	თენგიზ გოგოტიშვილი (თამუნა ნამიჩიშვილმა გვირჩია მასთან შეხვედრა)	მსოფლიო ბანკის ურბანული განვითარების სპეციალისტი	12 მაისი 2020
25.	რუსუდან მამაცაშვილი (პირველადი დასკვნების პრეზენტაცია)	GNTA- ს ხელმძღვანელის პირველი მოადგილე	16 ივნისი 2020
26.	გიორგი ბრეგაძე (პირველადი დასკვნების პრეზენტაცია)	კვლევისა და დაგეგმვის დეპარტამენტის უფროსი, GNTA	16 ივნისი 2020

დანართი 2: სამუშაო ჯგუფის წევრების სია

#	სახელი	სექტორი	პოზიცია
1	მაია სიდამონიძე	კერძო სექტორი	მფლობელი, სასტუმრო ტერასა, ტურიზმის პროფესიონალი
2	ჯონ ვურდემანი	კერძო სექტორი	მფლობელი, Lost Ridge Inn და Living Roots
3	ვალერი ჩეხერია	კერძო სექტორი	აჭარის ჯგუფის მთავარი აღმასრულებელი დირექტორი
4	ოთარ ბერიშვილი	კერძო სექტორი	GM ოთახები სასტუმრო თბილისი
5	ჯორჯი კუიტი (ან საქართველოს წარმომადგენელი)	კერძო სექტორი	გენერალური დირექტორი Silk Road Hospitality და საქართველოს ბიზნეს ტურიზმის ასოციაციის თავმჯდომარე
6	არჩილ ცინცაძე	კერძო სექტორი	ტექნიკური ხელმძღვანელი, სათავგადასავლო ტურიზმის სკოლა
7	(შარლოტა ემბორგი) ნენე სამნიაშვილი	კერძო სექტორი	კავკასუს ტრეველი/ქართული სტუმართმოყვარეობის ჯგუფი
8	ნიკ ერქომაიშვილი/გურ ამ ქლიბაძე	კერძო სექტორი	დაათვალიერეთ საქართველო დამფუძნებელი/დირექტორი
9	თამუნა გულედანი	კერძო სექტორი	აღმასრულებელი დირექტორი, M2 სტუმართმოყვარეობა
10	ელენე ოთარაშვილი	კერძო სექტორი	GM წინანდალის კოლეჯია
11	ნანა ცერცვაძე	არასამთავრობო სექტორი	გენერალური დირექტორის მოადგილე, საქართველოს ბიზნეს ასოციაცია (BAG)
12	შალვა ალავერდაშვილი	არასამთავრობო სექტორი	დამფუძნებელი, ქართული სასტუმრო, რესტორანი და კაფეების ფედერაცია
13	ლევან ქოქიაშვილი	არასამთავრობო სექტორი	საქართველოს გასტრონომიული ასოციაციის აღმასრულებელი დირექტორი
14	ნატა კვაჭანტირაძე	არასამთავრობო სექტორი	საქართველოს ტურიზმის ასოციაციის (GTA) თავმჯდომარე
15	ია თაბაგარი (მარიამ შაქარაშვილი)	არასამთავრობო სექტორი	შემოქმედებული ტუროპერატორების ასოციაციის დირექტორი GITO
16	ჯორჯ უელტონი (ნინო კაპანაძე)	არასამთავრობო სექტორი	ამერიკის სავაჭრო პალატა საქართველოში (AMCHAM), ტურიზმის კომიტეტის წევრები
17	ლინა ჯიქია	არასამთავრობო სექტორი	ამერიკის სავაჭრო პალატა საქართველოში (AMCHAM)
18	მარიამ ქუჩულორია/ნინო უშიკიშვილი	არასამთავრობო სექტორი	ევროპის ბიზნეს ასოციაცია
19	თინათინ გვენეტაძე	დონორები	პროგრამის ექსპერტი კასეტური განვითარების ტურიზმი, GIZ
20	თენგიზ გოგოტიშვილი	დონორები	მსოფლიო ბანკის ურბანული განვითარების სპეციალისტი
21	ქეთევან ჭუმბურიძე (ბრაიან კინგი)	დონორები	პარტიის ხელმძღვანელის მოადგილე, USAID ZRDA

22	ნინო ჩოხელი	დონორები	კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტოს გენერალური დირექტორი
23	პაატა შანიაშვილი	დონორები	პარტიის ხელმძღვანელი, USAID- ის შინაგან საქმეთა დეპარტამენტის პროექტი
24	ნიკოლოზ ანთიძე	საჯარო სექტორი	კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტოს გენერალური დირექტორი
25	თამარ არჩუაძე	საჯარო სექტორი	საქართველოს გაერთიანებული აეროპორტების ხელმძღვანელი
26	ქეთი ჩუხუა (თორნიკე ზირაქიშვილი)	საჯარო სექტორი	აწარმოე საქართველოსთვის/MoESD
27	ირაკლი ჭირაქაძე	საჯარო სექტორი	მთის კურორტების განვითარების კომპანიის დირექტორი
28	რუსუდან მამაცაშვილი	საჯარო სექტორი	დირექტორის მოადგილე, GNTA
29	გიორგი ბრეგაძე	საჯარო სექტორი	GNTA ანალიტიკური დეპარტამენტის უფროსი
30	ნიკო თევდორაშვილი	საჯარო სექტორი	დაცული ტერიტორიების განვითარების სააგენტო/MoAEP
31	მირანდა ალაფიშვილი	საჯარო სექტორი	მთის კურორტების განვითარების კომპანიის საერთაშორისო ურთიერთობების და ანალიტიკური დეპარტამენტის უფროსის მოადგილე
32	ლევან წულაია	DMO	სამეგრელო-ზემო სვანეთის DMO აღმასრულებელი დირექტორი
33	თინიკო ხანჯალიაშვილი (მანანა ინაშვილი)	DMO	კახეთის DMO აღმასრულებელი დირექტორი

დანართი 3: კვლევა საქართველოში განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების შესახებ

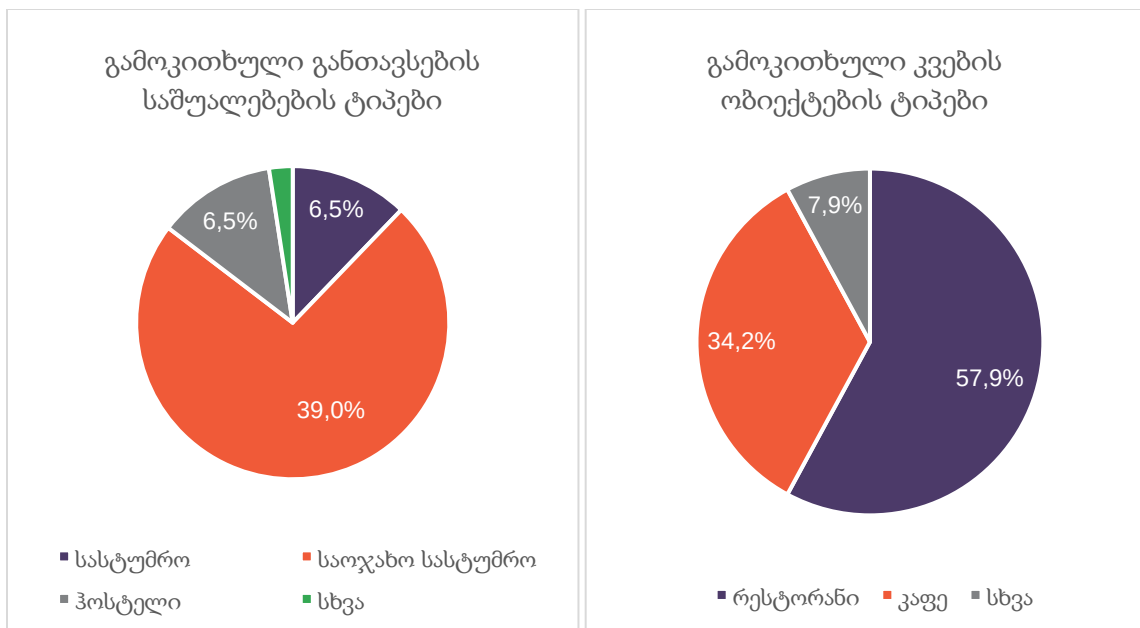
განთავსებისა და კვების სერვისებზე COVID-19 პანდემიის გავლენის შეფასების მიზნით, PMC კვლევითმა ცენტრმა შეიმუშავა კითხვარი და ჩაატარა საქართველოში განთავსების საშუალებების და კვების ობიექტების ონლაინ გამოკითხვა. 5349 ობიექტის ელექტრონული ფოსტის მისამართები სხვადასხვა წყაროდან მოვიპოვეთ. წყაროების დეტალური ჩამონათვალი ჩამოთვლილია ცხრილში:

	განთავსების საშუალებები	კვების ობიექტები
PMC კვლევითი ცენტრის სასტუმროს ფასების ინდექსი	188	0
GNTA მონაცემთა ბაზა	1385	0
საქსტატის ბიზნესის რეესტრი	1156	2202
Yell.ge	0	391
საქართველოს ტურიზმის ასოციაცია	27	0
სულ	2756	2593

ელ. ფოსტის საშუალებით თითოეულმა მსურველმა ადრესატმა შეავსო კვლევა Google ფორმაში. ამასთან, წყაროს მონაცემებში დაშვებული შეცდომის გამო, ელ.ფოსტის მნიშვნელოვანი რაოდენობა არ მიწოდებულა. საწყისი იმეილები გაიგზავნა 1 ივნისს, ხოლო მიმდებარეობის ბოლო ვადა 8 ივნისი. 8 ივნისი იყო, თითოეულ რესპონდენტს გაუგზავნეს შეხსენება, ვადის ორი დღით გაგრძელებით 10 ივნისამდე. საბოლოოდ, გამოკითხვის შედეგად 77 პასუხი იქნა შეგროვებული განთავსების საშუალებების, ხოლო 39 პასუხი მიღებული იქნა კვების ობიექტების გამოკითხვის შედეგად.

77 გამოკითხული განთავსების საშუალებების 41 იდენტიფიცირდა როგორც სასტუმრო, 30 - საოჯახო სასტუმრო, ხუთი - ჰოსტელი და ერთი „სხვა“.

39 გამოკითხული კვების ობიექტიდან 22 იდენტიფიცირებულია როგორც რესტორანი, 13 კაფე და ოთხი როგორც "სხვა".



77 გამოკითხული განთავსების საშუალებების 18 (23,7%) თბილისში მდებარეობს, ხოლო 39 გამოკითხული კვების ობიექტიდან 20 (51,3%) ბათუმში. ქვემოთ მოცემულია გამოკითხული ობიექტების დეტალური რეგიონული განაწილება:

