

ა(ა)იპ საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ტბელ აბუსერისძის სახელობის
სასწავლო უნივერსიტეტი

აგრარულ მეცნიერებათა და ბიზნესის ფაკულტეტი

ტურიზმის როლი საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაში
საქართველოში

ტარიელ ივანიაძე

ნაშრომი წარმოდგენილია ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის
აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

სპეციალობა :ბიზნეს ადმინისტრირება (ფინანსები და საბანკო საქმე)

ხელმძღვანელი: პროფესორი ასიე ცინცაძე

ხიჭაური

2020

ანოტაცია

ტურიზმის დარგი განვითარებადი ქვეყნების ეკონომიკებში სულ უფრო და უფრო მეტ ადგილს იკავებს. ამის მიზეზი საწარმოო დარგების ნელი განვითარება, უმუშევრობის მაღალი დონე და სხვა მრავალი მიზეზია. მართალია საქართველოში უკვე დამოუკიდებლობის საწყისი ეტაპიდან დიდი ყურადღება ექცევა, თუმცა სრული ინფრასტრუქტურული აღჭურვა, ტურიზმის დარგისათვის საჭირო კვალიფიკაციური კადრების მომზადება, სამართლებრივი რეგულირება ჯერ კიდევ არასრულყოფილია. როგორც ტურიზმის დარგის განვითარების ისტორიიდან ვეცნობით ათასწლეულები დასჭირდა თანამედროვე განვითარებულ ტურიზმს. საქართველოში ტურიზმის განვითარების დინამიკა მზარდია, მზარდია ასევე ინფრასტრუქტურული დარგებიც, მაგრამ ქვეყნის ეკონომიკური მდგომარეობიდან გამომდინარე ჯერ მრავალი პრობლემა არსებობს, ამიტომაც არ კარგავს აქტუალობას არსებული და ჯერ კიდევ გამოუვლენელი პრობლემების კვლევა. ტურიზმი დიდ გავლენას ახდენს საზოგადოების სოციალურ განვითარებაზე, სულიერი მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე. ის მოსახლეობის დამატებითი შემოსავლის მიღების წყაროა. ეკონომიკის განვითარებაზე ტურიზმის დარგია გავლენა, მშპ-ში მისი წილი დამოკიდებულია ჯერ კიდევ გამოუვლენელი ტურისტული პოტენციალის შესწავლაზე, მისი გამოყენების შესაძლებლობებზე და მომავალში მისაღები შემოსავლების პროგნოზირებაზე. ყველაფერი ეს უნდა აისახოს ტურიზმის განვითარების სტრატეგიაში და უნდა ექვემდებარებოდეს ყოველწლიურ გადახედვას ეკონომიკური განვითარების კვალდაკვალ. სამაგისტრო ნაშრომში არის მცდელობა შესწავლილ მასალებზე დაყრდნობით გავაანალიზოთ ტურიზმის სფეროში არსებული პრობლემები და ჩამოვაცალიბოთ ჩვენეული ხედვა სფეროს განვითარებისათვის აუცილებელი დარგების განვითარების წინადადებები.

Annotation

The tourism sector is gaining ground in the economies of developing countries. The reason for this is the slow development of the manufacturing sector, high unemployment and many other reasons. It is true that a lot of attention has been paid to Georgia since the initial stage of independence, but the complete infrastructural equipment, training of qualified personnel required for the field of tourism, legal regulation are still imperfect. As we know from the history of the development of the tourism industry, it has taken millennia for modern developed tourism. The dynamics of tourism development in Georgia is growing, as are the infrastructure sectors, but due to the economic situation of the country, there are still many problems, so it is important to study the existing and still undiscovered problems. Tourism has a great impact on the social development of society, the satisfaction of spiritual needs. It is a source of additional income for the population. The field of tourism has an impact on the development of the economy, its share in GDP depends on the study of the still undiscovered tourism potential, the possibilities of its use and the forecast of future revenues. All this should be reflected in the tourism development strategy and should be subject to annual review in the wake of economic development. The master's thesis is an attempt to analyze the problems in the field of tourism based on the studied materials and to formulate our vision and proposals for the development of fields necessary for the development of the field.

შესავალი

თემის აქტუალობა – ტურიზმს განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს ისეთი ქვეყნებისათვის, რომლებიც დამოუკიდებლობის გზას დაადგნენ საბჭოთა კავშირის დაშლის შემდეგ. ეს მნიშვნელობა პირველ რიგში ქვეყანაში საკუთრებითი ურთიერთობების ცვლილების შედეგად საწარმო დარგთა განუვითარებლობამ გაზარდა. იგულისხმება ქვეყნის ბუნებრივი, ტრადიციული, კულტურული პოტენციალი, რომელიც სხვა სახის საწარმოსთან შედარებით სწრაფად შეიძლება დაქვეითდეს ეკონომიკის შემოსავლის წყაროდ. სამი ათეული წელია საქართველო საკუთარი შესაძლებლობებით ავითარებს ტურიზმის სფეროს, დინამიკა აჩვენებს, რომ იზრდება როგორც ტურისტული ნაკადები, ასევე ქვეყანაში შემოსული ფულადი ნაკადებიც. ტურიზმის სფერო სხვა სფეროებისაგან განსხვავებით მხოლოდ სანახაობებით ვერ შექმნის ისეთ ეკონომიკას, რომელზე დაყრდნობით ქვეყნის სოციალურ–ეკონომიკურ მდგომარეობის გაუმჯობესებას შეეწყობა ხელი. მთავარი რესურსი, რომელიც ამ სფეროს განვითარებას სჭირდება საქართველოს ბუნებაში მრავლადაა, მთავარია მათი დაყოფა ტურისტულ მიმართულებებად და შესაბამისი ინფრასტრუქტურით აღჭურვა. რა თქმა უნდა ჩვენ არ ვავითარებთ იმ აზრს, რომ თითქოს საქართველოში ზემოთ აღნიშნული აქტივობები არ ჩატარებულა, მაგრამ სფერო სიახლეების აღმოჩენის დიდი პოტენციალს შეიცავს და შესაბამისად საჭიროებს სწორი სტრატეგიის დაგეგმვას და ამოცანების განხორციელებას. უნდა აღინიშნოს, რომ ტურიზმი უპირატესობებთან ერთად (წამოწყების სიადვილე) საფრთხეებსაც შეიცავს, კონკრეტულად იგულისხმება ადამიანების ფსიქოლოგიური განწყობა, ანუ ერთი დეტალის არასწორად გათვლამ შესაძლებელია შეცვალოს ქვეყანაში განმეორებით მოგზაურობის გეგმა უარყოფითისაკენ. სამაგისტრო ნაშრომის მიზანი არა ტურისტული ობიექტების, რესურსების კვლევა, არამედ ამ დარგის მომსახურე ბიზნესის მდგომარეობის შესწავლა და მისი ქვეყნის ეკონომიკაზე გავლენის კვლევაა.

კვლევის ობიექტი და საგანი. კვლევის ობიექტია საქართველოში ტურიზმის სფერო და მასთან დაკავშირებული დარგები, განვითარების შედეგები რეტროსპექტივაში და პერსპექტივაში ქვეყნის ეკონომიკაზე გავლენის მოსალოდნელი შედეგები.

კვლევის მიზანი და ამოცანები. სამაგისტრო ნაშრომზე მუშაობის პროცესში მოკვლეული მასალების (ქართველ და უცხოელ მეცნიერ მკვლევართა ნაშრომები, სამართლებრივი აქტები, სტატისტიკის, ტურიზმის დეპარტამენტის მონაცემები) საფუძველზე თანამედროვე ტურიზმის შეფასება და გამოვლენილი პრობლემების აღმოფხვრის წინადადებების შემუშავება.

მიზნის მიღწევისათვის შესასრულებელი ამოცანებია:

- ტურიზმის წარმოშობის ისტორიის შესწავლა;
- საქართველოში ტურისტული პოტენციალის მასალების საფუძველზე ახალი შესაძლებლობების გამოკვეთა;
- რეგიონში ტურისტული ბიზნესის განვითარების დინამიკის ანალიზი;
- საქართველოს ეკონომიკაზე ტურისტული დარგების გავლენის პროგნოზირება.

სამაგისტრო ნაშრომში განხილული მასალები, გაანალიზებული სტატისტიკური მონაცემები, გამოვლენილი პრობლემები შესაძლებელია გამოყენებული იქნას ტურიზმის დარგში ბიზნესის დამწყებთათვის საინფორმაციო წყაროდ.

სარჩევი

შესავალი

თავი 1. ტურიზმის განვითარება თანამედროვე საზოგადოებაში

1.1 ტურიზმის განვითარების ისტორიული ასპექტები -----7

1.2 ტურისტული ბიზნესის ორგანიზაციულ ეკონომიკური მექანიზმები-----15

თავი 2. საერთაშორისო ტურიზმის მდგომარეობა თანამედროვე ეტაპზე და მისი განვითარების ტენდენციები

2.1 სახელმწიფოს როლი საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაში (უცხოური გამოცდილება)-----21

2.2 სასტუმრო ბიზნესის როლი საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაში-----26

თავი 3. საერთაშორისო ტურიზმის განვითარება საქართველოში

3.1 ტურისტული ბიზნესის რეგულაციების სამართლებრივი საფუძვლები-----32

3.2 საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების მდგომარეობა საქართველოში-----37

დასკვნა და წინადადებები-----47

გამოყენებული ლიტერატურა-----50

თავი 1. ტურიზმის განვითარება თანამედროვე საზოგადოებაში

1.1. ტურიზმის განვითარების ისტორიული ასპექტები

ტურიზმი თავისუფალი დროის ხარჯვის, დასვენების ან ბიზნესის კეთების მიზნით მოგზაურობას ნიშნავს. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია იძლევა შემდეგ განმარტებას ტურისტების შესახებ: „ხალხი რომელიც ტოვებს თავის ჩვეულ გარემოს და მიემგზავრება სხვა ადგილას ერთ თანმიმდევრულ წელზე ნაკლები ხნით, დასვენების, თავისუფალი დროის ან სხვა მიზნით“

თანამედროვე ტურიზმმა სასიცოცხლო მნიშვნელობა მიიღო გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებისთვის, რომლებიცაა: ეგვიპტე, საქართველო, ტაილანდი და მრავალი კუნძულოვანი სახელმწიფოები. უპირველეს ყოვლისა ეს მოიცავს ფართო ინვესტიციებს სხვადასხვა სფეროებში: ავიაცია, კრუიზი, განთავსება, სარესტორნო, გასართობი, მუსიკალური და განსაკუთრებით მომსახურების სფეროები. გართობისა და დასვენების მიზნით მოგზაურობა პირველად გავრცელებული იყო ძველ რომში, ისინი უმეტესად მიემგზავრებოდნენ ეგვიპტეში რათა ენახათ პირამიდები. ამის შემდეგ მათი მოგზაურობის მიზნები და გეოგრაფია შეიცვალა, გახდა უფრო მრავალფეროვანი, როგორცაა რელიგიური, შემეცნებითი და სხვა. გზებზე შენდებოდა მაშინდელ მოგზაურთა დროებითი გასაჩერებელი პუნქტები, სასტუმრო სახლები, ქარვასლები, საზაფხულო აგარაკები ელიტარული საზოგადოების წარმომადგენლებისთვის და სხვა.

საქართველოს როლი საერთაშორისო ტურიზმის ინდუსტრიაში შეინიშნება ძველი წელთაღრიცხვის მეორე საუკუნეში, რომელიც აბრემუმის გზის სახელით არის ცნობილი. მოვაჭრეთა ეს ტურისტული მარშრუტი ჩანანი-ტიანშანის კორიდორით არის ცნობილი, რომელიც კონტინენტებს ერთმანეთთან აკავშირებდა,

ის მოიცავდა შემდეგ ქვეყნებს: ჩინეთი, ყაზახეთი, ყირგიზეთი, კავკასიის სახელმწიფოები სპარსეთი და ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნები. როდესაც ქვეყნებს შორის პოლიტიკური ვითარება იძაბებოდა საქართველო რჩებოდა ერთ-ერთ უსაფრთხო მარშრუტად რათა ევროპასა და აზიას შორის ვაჭრობა და ტვირთების გადაზიდვა არ შეჩერებულიყო, თავის მხრივ ქვეყანას ჰქონდა ეკონომიური სარგებელი ამ უსაფრთხო საერთაშორისო კორიდორით.

მე-17 საუკუნეში საზოგადოების იმ შეძლებულ წრეს ვინც თავისი ცნობისმოყვარეობის მიზნისთვის გადაადგილდებოდა უცხო ქვეყნებში ტურისტები უწოდეს. სამრეწველო რევოლუციის დროს მე – 18, მე -19 საუკუნეებში გამოიგონეს ორთქმავალი და მატარებელი, რამაც მოგზაურობას ახალი სიცოცხლე შესძინა ჩამოყალიბდა ტურიზმის ახალი მიმართულებები, მოდის მოყვარულები მიემგზავრებოდნენ პარიზში, ხოლო მუსიკის მოყვარულები იტალიაში, ევროპის სხვა ქალაქებში ძირითადად სასწავლებლად.

1841 წელი შეიძლება მივიჩნიოთ ტურისტული კომერციული მომსახურების წლად. ინგლისელმა სასულიერო მოღვაწე თომას კუკმა ორგანიზება გაუწია ჯგუფურ ტურს, რომელიც მოიცავდა ოც წუთიან მგზავრობას რკინიგზით ორკესტრის თანხლებით, ხოლო ტურისტებს უმასპინძლებოდნენ ჩაით და ფუნთუშებით. კუკის ეს ტური გათვლილი იყო უფრო სოციალურ, ვიდრე კომერციულ მიზნებზე, მას უნდოდა ხალხისთვის ის ეჩვენებია, რომ შესაძლებელია თავისუფალი დროის უფრო ნაყოფიერად გამოყენება, მაგრამ ტურიზმის ისტორიაში ეს მაინც პირველი კომერციული ორგანიზებული ჯგუფური ტურია. საყურადღებოა რომ ბრიტანეთში დღესაც მოქმედებს ეს ტურისტული ორგანიზაცია სახელით tomas cook and son. ავტომობილების გამოგონებამ მე -20 ე საუკუნეში მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა ტურიზმის ზრდაზე, თუმცა მეორე მსოფლიო ომამდე გადაადგილების ძირითადი საშუალება რკინიგზა და საზღვაო გემები იყო, მეოცე საუკუნის 30 იან წლებში ჩნდება გადაადგილების ახალი საშუალება თვითმფრინავი.

მეორე მსოფლიო ომის დასრულებიდან იწყება საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ერა, 1950 წელი 25 მილიონი საერთაშორისო ტურისტი, 1970 წელი 170 მილიონი ტურისტი. 1990 წელს ნახევარი მილიარდი. მეოცე საუკუნის ბოლოსთვის ყველა ადამიანს მეტნაკლებად შეეხება ჰქონდა ტურისტულ

საქმიანობასთან და საერთაშორისო ტურიზმიდან მიღებული სარგებელი 150 მილიარდ აშშ დოლარს შეადგენდა. გამოიკვეთა ტურისტთა გადაადგილების თავისებურებები. ტურისტთა 2/3 ევროპის რეგიონის ქვეყნებს ირჩევდა, ყველაზე მოთხოვნად მიმართულებად კი ამერიკა მიიჩნევა, რომელიც საერთაშორისო ტურისტების 20% იზიდავდა.

ტურიზმის ისტორია სათავეს იღებს ჯერ კიდევ უძველესი დროიდან. ძველად ბერძნები და რომაელები აკეთებდნენ საზღვაო და სახმელეთო მოგზაურობას, იპყრობდნენ და იკვლევდნენ ახალ მიწებს, ვაჭრობდნენ და სწავლობდნენ სხვა ხალხის კულტურას. მარშრუტი, რომლითაც ძველი ბერძნები და რომაელები მრავალი სხვადასხვა გზით მოგზაურობდნენ, ეგვიპტესა და სხვა ქვეყნებში ჩასული თანამედროვე ტურისტების გზას წააგავს.

ტურიზმი კვლავ გაცოცხლდა რენესანსში. ჩნდება პირველი კარტოგრაფიული მასალა. იმ დროს მოგზაურობის მთავარი მოტივები იყო კომერცია, საგანმანათლებლო მიზნები, მომლოცველები და მკურნალობა. მაგრამ ასე არ არის ტურიზმი თანამედროვე გაგებით, ეს არ იყო ტურიზმის ინდუსტრია, მოგზაურობის სერვისების ინდუსტრია. პირველი ტურისტული მინიშნებები ჯერ კიდევ მერვე საუკუნეში გამოჩნდა, როდესაც იმპერატორმა ჩარლზ დიდმა მეგობრული ურთიერთობა დაამყარა ხალიფა ჰარუნ ალ რაშიდთან და ფრანგი დიდგვაროვნები ექსკურსიებზე წავიდნენ პალესტინასა და მცირე აზიის სხვა ქვეყნებში. ტურისტული მარშრუტების პირველ სახელმძღვანელოში მოცემული იყო მოკლე ინფორმაცია ქალაქებისა და გზების შესახებ. შემდეგ სახელმძღვანელოებში გამოჩნდა ინფორმაცია ღამისთევის, ფასების, კლიმატის, ატრაქციონების და სხვა დამატებითი ელემენტების შესახებაც.

XVI საუკუნის ბოლოდან მოყოლებული ინგლისში პოპულარული გახდა გრან-ტურები - მოგზაურობა მდიდარი ადამიანების კონტინენტზე. ასეთი მოგზაურობის დროს შესაძლებელი გახდა განათლების მიღება, სტუმრობა უძველესი ცივილიზაციების და ასევე ხმელთაშუა ზღვის ცენტრების. ამ დროისათვის ინგლისში- XVIII საუკუნეში. ჩნდება ტერმინი "ტურიზმი".

თანამედროვე ტურიზმმა თავისი სტრუქტურით, მატერიალური და ტექნიკური ბაზით, სამუშაო მეთოდებითა და მმართველი ორგანოებით დაიწყო ფორმირება XIX

საუკუნეში. განსაკუთრებული როლი ითამაშა ტურიზმის ფორმირებასა და განვითარებაში, ტრანსპორტმა და მასში განხორციელებულმა ცვლილებებმა. XIX საუკუნეში სარკინიგზო ტრანსპორტმა, და XX საუკუნეში საჰაერო სამგზავრო გადაზიდვებმა ტურიზმი ახალ დონეზე მიიყვანა.

ისტორიკოსები ათარიღებენ თანამედროვე ტურიზმის დასაწყისს დაახლოებით 1841 წლისათვის. სწორედ ამ წელს ინგლისელმა თომას კუკმა დერბიშირში მოაწყო პირველი კოლექტიური მატარებელი, ტრეფიკი ლესესტერიდან ლოფბორამდე. შემდეგ, 1851 წელს, მან გახსნა ლესტერში მსოფლიოში პირველი ტურისტული სააგენტო, თომას კუკი და სონი.

თომას კუკის ბიურომ თანდათანობით გააფართოვა თავისი საქმიანობის სფერო: გაზარდა ვიზიტთა რაოდენობა და შეიმუშავა ახალი ტურიზმის ბაზრები. პირველი ასეთი მოგზაურობა 1855 წელს გაკეთდა პარიზის მსოფლიო გამოფენაზე. თომას კუკმა დაიწყო ტურისტული მოგზაურობის ორგანიზება ეგვიპტეში, პალესტინასა და შერთებულ შტატებში. მისი ბიურო იყო დაკავებული სახელმძღვანელოების და პერიოდული ტურისტული ლიტერატურის გამოცემებით, რეკლამებით, საბანკო ოპერაციების წარმოების წესებით უცხოური ვალუტის გაცვლისა და გადარიცხვისთვის. XIX საუკუნის ბოლოს კუკმა გახსნა თავისი ორგანიზაციები 53 ქვეყანაში 324 ფილიალით, 12000 თანამშრომლით. თომას კუკმა შეიძინა 27 ორთქლის ნავი და 800 მცირე ზომის გემის ნავი ნილოსზე მოგზაურობისთვის.

თ. კუკის შემდეგ ინგლისში, შემდეგ საფრანგეთსა და გერმანიაში, ახალი ტურისტული სააგენტოები გამოჩნდნენ, შეიქმნა ტურისტული კლუბები და ასოციაციები.

რუსეთში Imatra- ს სააქციო საზოგადოება, რომლის ქარტია დარეგისტრირდა და დაამტკიცა იმპერატორ ალექსანდრე II- ის მიერ 1871 წელს, ითვლება პირველ ტურისტულ კომპანიად.

პეტრე I- მა საფუძველი ჩაუყარა რუსეთში სამედიცინო ტურიზმის შექმნას. მან დაარსა პირველი კურორტი "მარსიული წყლები" კარელიაში. მოგვიანებით, საზოგადოებრივი ტურიზმის ორგანიზაციები ჩნდებიან:

- რუსული ბალნეოლოგიური საზოგადოება (1863);
- ტურისტების რუსული საზოგადოება (1895);

- რუსეთის სამთო საზოგადოება (1901).

ტურისტული ორგანიზაციების პირველი საერთაშორისო ასოციაცია იყო სასტუმრო მშრომელთა საერთაშორისო ასოციაცია, რომელიც შეიქმნა ევროპაში 1869 წელს (1921 წელს გადაკეთდა სასტუმროს საერთაშორისო ასოციაციად - MGA).

მასობრივი ტურიზმის განვითარებასთან ერთად, საწარმოთა მზარდი რაოდენობა ჩაერთო ტურისტული მომსახურების სისტემაში. ტურისტული გართულებების საჭიროება სასტუმროებთან, რესტორნებთან და სატრანსპორტო კომპანიებთან ერთად შეიქმნა სარეკლამო, კულტურული, გასართობი, საზოგადოებრივი კომუნალური, ინფორმაციული, სადაზღვევო და ტურისტული კომპანიების დასაკმაყოფილებლად. ამასთან, ტურისტული სეზონის განმავლობაში, სხვადასხვა რეგიონებში მომსახურების შეთავაზება არ შეესაბამებოდა მრავალმხრივი ტურისტული მოთხოვნილების მოცულობასა და სტრუქტურას. ამგვარი დისბალანსი იწვევდა რეგიონში ტურისტების შემცირებას, ზოგჯერ რეგიონში კი ტურისტული ინტერესის შემცირებას. ამიტომ დაიწყო ტურისტული სააგენტოების სპეციალობის განვითარება. ზოგი მათგანი სპეციალდებოდა ტურიზმის ახალი ტიპების მოძიებასა და ფორმირებაში, ახალი რეგიონების შესწავლასა და მომსახურების პაკეტების შევსებაზე. ამის შემდეგ გამოჩნდა ტურ ოპერატორები, რომლებიც ყურადღებას ამახვილებდნენ ტურისტული პროდუქტის პოპულარიზაციის ფორმებზე, რეკლამირებაზე, გაყიდვების პოპულარიზაციის საშუალებებზე.

XX საუკუნე - მასობრივი ტურიზმის ეტაპი.

მიუხედავად პირველი მსოფლიო ომის უარყოფითი გავლენისა, 30-იანი წლების ეკონომიკური დეპრესიისა, მასობრივი ტურიზმი განვითარებას განაგრძობდა მსოფლიოს თითქმის ყველა ქვეყანაში.

სსრკ-ში მიღებულ იქნა არაერთი დოკუმენტი და საკანონმდებლო აქტი, რომლებიც ხელს უწყობენ ქვეყანაში მასობრივი ტურიზმის ინდუსტრიის ჩამოყალიბებას. ასე რომ, 1919 წელს მიღებულ იქნა ბრძანება სამედიცინო ტერიტორიებზე, 1920 წელს - ბრძანებულება ყირიმის გამოყენება მუშების სამკურნალოდ, 1921 წელს - დასასვენებელი სახლების ორგანიზების შესახებ. საბჭოთა კავშირის ყველა ქვეყანაში მასობრივი ტურიზმის ორგანიზება და შენარჩუნება ევალებოდა პროფკავშირების გაერთიანებას, რომლებიც შეიქმნა შეიქმნა საწარმოებში.

საქართველოში ტურიზმის ეტაპობრივი განვითარება 19-20 საუკუნეების მიჯნაზე იწყება. ფაქტობრივად იგი მასშტაბურ სახეს მე- 20 საუკუნის მეორე ნახევრიდან იღებს, განსაკუთრებით კი მე-2 მსოფლიო ომის შემდგომ წლებში. ამ პერიოდში გაიხსნა კეთილმოწყობილი ტურისტული ცენტრები და სასტუმროებ-თბილისში, ბათუმში, სოხუმში ქუთაისსა და წყალტუბოში. ფეხს იდგამდა ტურიზმის აღმშენებლობის პროცესი აფხაზეთში, აჭარასა და საქართველოს სხვა რეგიონებში.

გასული საუკუნის 80-იან წლებში საქართველოში ფუნქციონირებდა 624 სასტუმრო, ტურისტული ბაზა, ჰოსტელი, კემპინგი და სხვა მსგავსი დაწესებულებები, რაც ჯამში 1522 ათასს ადგილს შეადგენდა. შედარებით მცირე იყო სამოქალაქო სასტუმროების ქსელის განვითარება. ეს მონაცემები თავისთავად მეტყველებდნენ საქართველოს უზარმაზარ ტურისტულ პოტენციალზე, მაგრამ ამის მიღმა უნდა დავინახოთ ის, რომ ტურიზმი, რომელიც იყო გასული საუკუნის 80 წლებში, თავისი ფორმითა და შინაარსით წარსულს ჩაბარდა. მანვე დაგვიტოვა ბევრი არასწორი შეხედულება და სტერეოტიპი საერთაშორისო ტურიზმის მიმართ.

ამჟამად საქართველოში ტურიზმი თვისობრივად ახალ ეტაპზე გადადის და ამ გარდამავალ ეტაპზე მრავალი წინააღმდეგობის გადალახვა უხდება. საქართველოს გააჩნია უდიდესი ტურისტული პოტენციალი. საქართველო დღეისათვის აღიქმება როგორც ახალი, კიდევ უცნობი ქვეყანა და ამდენად საინტერესოა მისი აღმოჩენა ყოველი ვიზიტორისთვის თუ ტურისტისთვის. ქვეყნის მონახულების სურვილს კიდევ უფრო ამძაფრებს 1999 წელს ჩატარებული არქეოლოგიური აღმოჩენები, როდესაც დედაქალაქის მახლობლად, დმანისში აღმოაჩინეს უძველესი ადამიანის ჩონჩხის ფრაგმენტები, რომელიც თარიღდება მილიონ 700 ათასი წლით. ამ აღმოჩენით საქართველო გახდა პირველი ევროპელი ადამიანის სამშობლო.

ქვეყანაში 12 000 ისტორიული ძეგლი, 150 მუზეუმი და მრავალი სხვა საგანძურია, რომელიც დღითიდღე იზრდება. საქართველო ოდითგანვე ცნობილი იყო თავისი ბუნებრივ სამკურნალო ფაქტორებით, ამჟამად კი 102 კურორტი და 182 საკურორტო ადგილია, მათი ძირითადი ნაწილი ზღვის პირას და მთიან რეგიონებშია. საქართველოს ტურიზმზე პასუხისმგებელი ორგანოები გადის ქვეყნის გარეთ, საიდანაც უფრო მეტი ინფორმაციის გავრცელება ხდება ქვეყნის ტურისტულ

პოტენციალზე, რის წყალობითაც საქართველოში იმატებს საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობა. მაგალითად, 1998 წელს საქართველოს წარმომადგენლობა გაიხსნა ისრაელში, თელ-ავივში. ამავე წელსვე თბილისში გაიმართა "აბრეშუმის გზის" ტურიზმის ფორუმი, 2003 წელს კი თბილისში გაიხსნა მეოთხე საერთაშორისო ტურისტული ბაზრობა.

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ეტაპები ამერიკაში, როგორც თანამედროვეობის ყველაზე მზარდ მიმართულებაში – ტურიზმმა აქ სახე 1915 წლისთვის მიიღო, როდესაც ქალაქის მმართველებმა მნიშვნელოვანი ცვლილებები განახორციელეს. მათი ძირითადი მიზანი იყო ურბანული ტურიზმი. ურბანული ტურიზმი მომგებიანი ინდუსტრია გახდა 1915 წელს, რადგან ტურისტული სააგენტოების, სარკინიგზო სამგზავრო განყოფილებების, სახელმძღვანელოს გამომცემელთა და მოგზაურობის მწერლების რაოდენობა სწრაფი ტემპებით გაიზარდა. მოგზაურობით მიღებული სიამოვნება იმას ნიშნავდა, რომ მხოლოდ ამერიკელთა უმცირესობას 1850 და 1915 წლებში შეეძლო მიეღო ის. ბევრი ამერიკელი მოგზაურობდა სამუშაოს მოსაძებნად, მაგრამ ცოტა მათგანმა თუ იპოვნა დრო, რომ ემოგზაურა ურბანული გარემოში. სატრანსპორტო ქსელების გაუმჯობესებისას, გადაადგილების ხანგრძლივობა შემცირდა და შემოსავალი გაიზარდა. ამერიკელთა მზარდმა რაოდენობამ შეძლო მოკლევადიანი შევებულების გატარება 1915 წლისთვის რაც იმას ნიშნავდა, რომ ტურიზმი უკვე ფუფუნება არ იყო და მასზე ხელი ფართო მასებსაც მიუწვდებოდა. მიუხედავად ამისა, მასობრივი ტურიზმი ვერ განვითარდა პირველი და მეორე მსოფლიო ომის გამო.

XIX საუკუნის განმავლობაში, ნებისმიერი ფორმის ტურიზმი ხელმისაწვდომი იყო მხოლოდ ზედა და საშუალო კლასებისთვის. ეს მეოცე საუკუნის დასაწყისში შეიცვალა, მოგზაურობის დემოკრატიზაციის გზით. 1895 წელს, პოპულარულმა პუბლიკაციებმა დაბეჭდილი სტატიები აჩვენეს, რომ მანქანა უფრო იაფია ვიდრე ცხენი. ავტომობილების განვითარება 1900-იანი წლების დასაწყისში მოიცავდა 1908 წელს Ford Model T-ს შემოღებას. 1900 წელს აშშ – ში რეგისტრირებულია 8000 მანქანა, რომელიც 1911 წლისთვის გაიზარდა 619 000 – მდე. ადრეული მანქანები მდიდრებისთვის ფუფუნება იყო, მაგრამ მას შემდეგ, რაც ფორდმა 1913 წლის შემდეგ ფასების მკვეთრად ვარდნა დაიწყო, უფრო მეტმა შეძლო ყიდვა.

დასასვენებელი კომპლექსების მქონე სასტუმროების განვითარება პოპულარულ მიმართულებად იქცა შეერთებულ შტატებში 1930-იან წლებში. ხელმისაწვდომი გახდა "კლუბური" ტიპის არდადეგები, რომლებიც მიმართული იყო სადღესასწაულო ბაზრის ფართო მონაკვეთზე. როდესაც უფრო მეტი ოჯახი დამოუკიდებლად მოგზაურობდა მანქანით, სასტუმროები ვერ აკმაყოფილებდნენ თავიანთ მოთხოვნილებებს. 1952 წელს Kemmons Wilson- მა გახსნა პირველი სასტუმრო, როგორც ახალი ფორმა საცხოვრებლის მემფისში, ტენესის შტატში.

ტურიზმი იქცა ფლორიდის შტატის შემოსავლის ერთ-ერთ წყაროდ, მისმა თეთრმა ქვიშიანმა პლაჟებმა, ზამთრის თბილმა ტემპერატურამ და ფართო სპექტრის აქტივობებმა, როგორცაა ცურვა, თევზაობა, ნაოსნობა და ლაშქრობა, ყველას ყურადღება მიიპყრო. 1930-იანი წლების განმავლობაში, არქიტექტორებმა შეიმუშავეს არტ დეკოს სტილის შენობები მაიამის პლაჟზე. სტუმრები კვლავ მიიზიდა მაიამის არტ დეკოს რაიონმა. თემატური პარკები მალე აშენდა ფლორიდას მასშტაბით. მსოფლიოს ერთ – ერთი უდიდესი კურორტი, Walt Disney World Resort, გაიხსნა 1971 წელს, ორლანდოში, ფლორიდაში. პირველ წელს, 28,000 ჰექტარი (110 კმ 2) პარკმა ორლანდოს ეკონომიკას 14 მილიარდი დოლარი შემატა.

ამრიგად, ტურიზმის ჩასახვისა და განვითარების ისტორია ადასტურებს, რომ შორეულ წარსულში მიმზიდველ დარგად ყალიბდებოდა. ტურისტის განმარტებიდან გამომდინარე, თავდაპირველად მხოლოდ დასვენების სურვილის შემთხვევაში ქვეყნიდან გასვლა იყო, ხოლო შემდგომ ადამიანების მიზნების გაფართოებამ ტურიზმის მიმართულებების დიფერენციაცია გამოიწვია და თანდათანობით ცალკეულ დარგებად ჩამოყალიბდა. თუ ისტორიულ მონაცემებს დავაკვირდებით ტურიზმის ნებისმიერ მიმართულებას ადამიანთა ჯგუფის, ან ცალკეული ადამიანების ეკონომიკური მიზნები უდევს საფუძვლად. ამის ნათელი მაგალითია თომას კუკის მიერ შექმნილი ტურიზმის ინდუსტრია, რომელმაც როგორც თომას კუკს, ასევე ქვეყანასაც ეკონომიკური სიძლიერე შემატა. ქვეყნების ეკონომიკური განვითარება ბუნებრივი და ეკონომიკური რესურსების არსებობაზეა დამოკიდებული, ტურიზმის განვითარება კი უფრო ფართო რესურსებს მოითხოვს, კერძოდ: ბუნებრივ, კულტურულ, ტრადიციულ, ისტორიულ რესურსებს. ეს ის დარგია, რომლის განვითარება ყველა ზემოთ ჩამოთვლილთან ერთად ქვეყნის

ინფრასტრუქტურულ განვითარებაზე დამოკიდებული. ისტორიულმა ანალიზმა ასევე აჩვენა, რომ ბევრი ქვეყნისათვის ის გადარჩენის წყაროა, თუმცა ერთადერთ დარგად მიჩნევა არასწორია. შემდგომ თავებში განხილული მასალები ადასტურებს, რომ ქვეყნის კულტურული, ისტორიული, ტრადიციული რესურსები ეკონომიკურ რესურსებთან ერთად ქვეყანას აძლიერებს, თუმცა მასზე სრული გათვალა შეუძლებელია. ისტორიულმა ანალიზმა შექმნა საფუძველი შემდეგ თავებში ტურიზმის დარგის განვითარების კვლევა და მისი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე გავანალიზოთ არა როგორც ერთად ერთი დარგის განვითარების კუთხით, არამედ სრულყოფილად ვაჩვენოთ განვითარების ის მიმართულებები, რომლებმაც ხელი შეუწყეს ტურიზმის გაფართოებას და პირიქით.

1.2. ტურისტული ბიზნესის ორგანიზაციულ – ეკონომიკური მექანიზმები

ტურიზმის დარგის ძირითადი პრინციპია, რაც შეიძლება მეტი სარგებელი მოიტანოს სახელმწიფოსთვის, როგორც ეკონომიკური ისე სოციალური. ტურიზმს უდიდესი პოტენციალი გააჩნია გახდეს ქვეყნის ეკონომიკის მამოძრავებელი ბირთვი, ასევე შეცვალოს პოლიტიკური, სოციალური და კულტურული გარემო.

დღეისათვის სახელმწიფოთა უმრავლესობა დგას არასწორი კანონმდებლობის და ადმინისტრირების პრობლემის წინაშე ქვეყანაში ტურიზმის ოპერირებასთან მიმართებაში, ასევე არასაკმარისი ცოდნა და გამოცდილება ერთ-ერთი უმთავრესი ფაქტორია შემოსავლის დაკარგვისა ტურიზმის სხვადასხვა დარგებიდან. ტურიზმის განვითარება ჰარმონიაში უნდა მოდიოდეს მასპინძელი ხალხის ტრადიციებთან და მიზნებთან, ასევე საზოგადოებას, რომელიც მასპინძლობს საერთაშორისო სტუმრებს სიამაყით აღავსებს ის გარემოება რომ, მათი კულტურულ – ისტორიული მემკვიდრეობა საერთაშორისო აღიარების ღირსია. სოციალური სარგებელი რომელიც ტურიზმს მოაქვს შეიძლება მეორეხარისხოვნად მივიჩნიოთ რადგანაც თანამედროვეობაში ტურიზმის ძირითადი მიზანია ეკონომიკური სარგებლის მოტანა და სიღარიბის დამლევა განვითარებად ქვეყნებში.

ტურისტთა ნაკადი- შეგვიძლია მივიჩნიოთ მთავარ ეკონომიკურ მამოძრავებლად ამ სფეროში, რადგანაც ქვეყანაში უცხოელი მოგზაურების შემოსვლით ეკონომიკას უამრავი სარგებელი აქვს:

ა) ახალი სამუშაო ადგილები-უმუშევრობა თანამედროვე საზოგადოების ერთ ერთ გამოწვევად იქცა ,განსაკუთრებით კი გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებში. სახელმწიფოში ტურიზმის განვითარებით ჩნდება მომსახურების სფეროს გაფართოების უდიდესი პოტენციალი, რაც განაპირობებს სამუშაო ადგილების შექმნას.



ბ) უცხოური ვალუტის შემოდინება- ადგილობრივი ვალუტის გამყარების ერთ ერთი გზა ტურიზმიდან მიღებულ შემოსავლებშია, რაც თავის მხრივ არეგულირებს ინფლაციურ პროცესებს რისგანაც განპირობებულია პროდუქტებზე ფასების სტაბილურობა.

გ) მარკეტინგი- საერთაშორისო მასშტაბით ქვეყნის პოპულარიზება, შემდგომში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გაზრდის მთავარი პირობაა.სტატისტიკურად დადგენილია რომ ერთი კმაყოფილი ტურისტი ინფორმაციას ავრცელებს მინიმუმ ხუთ ადამიანთან , რაც თავის მხრივ საერთაშორისო ცნობადობის ამაღლებას უწყობს ხელს.

საერთაშორისო ინვესტიციები- ტურიზმის დარგში ჩადებული ინვესტიციები უზრუნველყოფს ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის განვითარებას, უკვე არსებულის რეაბილიტაციასა და სხვადასხვა სფეროებში განვითარების ახალ პოტენციალს. დადებითი მხარეები რომლებზეც შეიძლება ვისაუბროთ საერთაშორისო ინვესტიციების მხრივ, ესენია :

ა) ინვესტორები ძირითადად წარმოადგენენ საერთაშორისო ბრენდებს. ტურიზმის სხვადასხვა დარგში არსებობს ეგრეთ წოდებული ხარისხის და სანდოობის მატარებელი ფირმები: სასტუმროები, რესტორნები, გადამზიდავი კომპანიები და

სხვა. ქვეყანაში მათი არსებობა ადასტურებს რომ სახელმწიფო მზადაა მაღალი კლასის ვიზიტორების მისაღებად.

ბ) ტოპ-მენეჯერები და უმაღლესი კვალიფიკაციის თანამშრომლები-ყველა დაწესებულების წარმატების მთავარი საწინდარია კარგად შემუშავებული და მაღალი კვალიფიკაციის თანამშრომელთა არსებობა. საქართველოს მაგალითიდან გამომდინარე შეგვიძლია ვთქვათ რომ ეს სისტემა ამართლებს , რადგანაც თუ ათი წლის უკან ყველა საერთაშორისო ფირმაში წამყვან თანამდებობებზე უცხოელები მუშაობდნენ დღეისთვის მათი დიდი ნაწილი ადგილობრივმა კადრებმა ჩაანაცვლა, რომლებმაც გამოცდილება მიიღეს სწორედ უცხოელი მენეჯერებისაგან.

გ) საგანმანათლებლო დაწესებულებების დაფინანსება- დარგები რომლებიც ჯერ კიდევ არ არის განვითარებული და შესაბამისად ამ სფეროს კვალიფიცირებული მუშა-ხელიც ცოტაა, საერთაშორისო ინვესტორები ცდილობენ გაზარდონ კადრები რომლებიც მომავალში მათი ფირმის ხელმძღვანელობა იქნება. ამის საუკეთესო მაგალითად შეგვიძლია ვივარაუდოთ პროკრედიტ ბანკი, რომელიც საქართველოში გასულ საუკუნეში შემოვიდა და აქტიურად ცდილობდა ადგილობრივი კადრების გადამზადება მოეწყო გერმანიაში, სადაც ფირმის სათაო ოფისია. (.....)

ტრანსპორტისა და ლოგისტიკის განვითარება - ჩვენი ქვეყნის მაგალითიდან შეგვიძლია ვთქვათ თუ როგორ შეიცვალა ამ მხრივ მდგომარეობა უკეთესობისკენ. საქართველო ოდითგანვე წარმოადგენდა დერეფანს ევროპასა და აზიას შორის, და როდესაც წინა ათწლეულში მოხდა საზღვრების გახსნა და აქტიურად ტურიზმის გაფართოებაზე ზრუნვა, ეს დერეფანიც საერთაშორისო ტურიზმისა და გადაზიდვების ნაწილად იქცა, შესაბამისად ქვეყანამ მიიღო დამატებითი სარგებელი რის შედეგადაც დაიგო და კეთილმოეწყო საგზაო ინფრასტრუქტურა, შემცირდა ქალაქებს შორის გადაადგილების დრო და მგზავრობა უფრო სასიამოვნო გახდა:.

ა) საერთაშორისო საზღვაო გადაზიდვები- საქართველოს პორტები იქცა აზიური ნავთობის ბაზრის დამაკავშირებლად ევროპელ მომხმარებლებთან. ქვეყანაში შემოვიდა ამ სფეროს ლიდერი კომპანიები Hamburg Süd, Mediterranean Shipping Company და სხვა რაც დარგის სტაბილურობისა და განვითარების საწინდარია.

ბ)ავიაციის განვითარება- ტურისტული ნაკადების ზრდასთან ერთად ამ სფეროზეც მოთხოვნა რამოდენიმეჯერ გაიზარდა. თუ წინა ათწლეულში ქვეყანაში მთლიანი წლის მასშტაბით შემოსულ ტურისტთა რაოდენობა მილიონს არ აღემატებოდა და მათი 70 % წილი მეზობელი ქვეყნებიდან იყო რომლებიც ძირითადად სახმელეთო გზებით შემოდოდნენ, გასულ წელს ტურისტთა რაოდენობამ რვა მილიონს მიაღწია და 50 % მეტი ავიაგზით მოდიოდა, შესაბამისად საქართველოს საჰაერო სივრცეში ოპერირებს ისეთი ავიაკომპანიები რომლებიცაა: Lufthansa, Turkish airlines, და ასევე საერთაშორისო დაბალ ბიუჯეტის კომპანიები Wizz air და Ryan air.

შემოსავლისა და მოგების დათვლის პრინციპები—ტურისტულ ბიზნესში არსებული მსხვილი ფირმები სხვადასხვაგვარად აწარმოებენ თავიანთი ფინანსური მექანიზმების კონტროლს, არსებობს მსხვილი და მცირე ზომის ფირმები, ასევე ზოგიერთი ფირმა საქმიანობს მხოლოდ კონკრეტულ სექტორში წელიწადის განსაზღვრულ დროს. განვიხილოთ თითოეული მათგანი :

ამოცანა 1 : სასტუმროები და განთავსების სხვა დაწესებულებები თავიანთ შემოსავალს ოთახ-ღამეების მიხედვით ანგარიშობენ, მენეჯერისთვის პრესტიჟად ითვლება როდესაც სასტუმროს ყველა ოთახი გაყიდული აქვს, რადგანაც თუ რომელიმე დღეს სასტუმროს მენეჯმენტმა ვერ შეძლო (ხშირად ესეცაა) და ყველა ოთახი ვერ გაყიდა იმ დღის შემოსავალი იმ ოთახიდან დაკარგულია და არ დაბრუნდება, მაგრამ არსებობს პროგრამა მინიმუმი რაც სასიცოცხლოდ აუცილებელია სასტუმროსთვის რომ მას ჰქონდეს დატვირთულობა. იმისათვის რომ გაუთვალისწინებელი შემთხვევები თავიდან აიცილონ სასტუმროს მენეჯმენტი აწესებს გარკვეულ ფასდაკლებებს გარკვეული ოდენობის ოთახის რაოდენობაზე და რომლის გაყიდვის შემდეგ უკვე ფასს მაღლა წევს. სასტუმროს მარკეტინგის განყოფილება ცდილობს დაამყაროს კავშირი ტურისტულ ფირმებთან რომლებსაც მსხვილი ოდენობის ტურისტთა ნაკადი შემოჰყავს ქვეყანაში, ურთიერთ ხელშეკრულების თაობაზე სასტუმრო გამოჰყოფს საჭირო რაოდენობის ოთახს დაბალ ფასად გარკვეული დროის მანძილზე, ხოლო ტურისტული ფირმა ვალდებულია გადაიხადოს იმ რაოდენობის ოთახის საფასური ყოველდღიურად რაც ხელშეკრულებაშია მიუხედავად იმისა მათ ეყოლება თუ არა იმ რაოდენობის ტურისტი.

ამოცანა 2 : სარესტორნო ბიზნესი განთავსების დეპარტამენტის შემდეგ მეორე ადგილზეა ამ დარგში, კვების სექტორს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს, რადგანაც ისინი წარმოაჩენენ მიმღები ქვეყნის სამზარეულო კულტურასა და ხარისხს, ასე რომ რაც უფრო მრავალფეროვანი და საინტერესოა მენიუ მით მეტი შანსია წარმატების.

ამ ბიზნესის მფლობელებს წინასწარ გათვლილი აქვთ რაოდენობები, თუ რამდენი სტუმრის მიღება შეუძლიათ ერთდროულად. ძირითადად რესტორნებში არის ორ, ოთხ, ექვს, ათ ან მეტ ადამიანზე გათვლილი მაგიდები. რესტორნები მუშაობენ შემდეგნაირად სეზონის მაღალ პერიოდში მათ აქვთ გარკვეული ლიმიტი დაწესებული თითოეულ მაგიდაზე, რადგანაც მათ შეძლონ და გაყიდვების მაქსიმუმს მიაღწიონ. მენეჯერები აქაც აწესებენ გარკვეული რაოდენობის შეკვეთაზე ფასდაკლებებს იქნება ეს დიდი წვეულება თუ სხვა ღონისძიებები.

ამოცანა 3: სატრანსპორტო და გადამზიდავი კომპანიები ტურისტთა გადაადგილების ძირითადი წყაროა, ამიტომაც ისინი თითქმის არასოდეს უჩივიან გაყიდვების დაბალ მაჩვენებლებს, თუმცა სეზონურობა მათაც მცირედით ეხებათ და ამ პერიოდში ისინი ცდილობენ ფასების ოპტიმიზაციას.

საკაერო გადამყვანი ფირმები ერთმანეთთან უდიდეს კონკურენციაში არიან, ხანდახან ისინი ცდილობენ ხელოვნურად დაწიონ ფასები რათა მიიზიდონ მომხმარებელი, ასევე ბორტზე მყოფ მგზავრებს მრავალჯერად უფასო კვებასა და სხვა საჩუქრებს სთავაზობენ. მათი მუშაობის პრინციპიდან გამომდინარე, ისინი რამდენიმე თვით ადრე ხანდახან წელიც კი ყიდვიან ბილეთებს. ბორტზე პირველი რამდენიმე ათეული თავისუფალი ადგილის ფასი ყოველთვის დაბალია, ხოლო როცა პროგრამა მინიმუმს მიაღწევს ბილეთის ფასი საგრძნობლად იმატებს ხშირ შემთხვევაში თავდაპირველ ფასს რამდენიმე ათეულით აღემატება. ამ ბიზნესშიც არსებობს დაბალ ბიუჯეტის და უმაღლესი ხარისხის მომწოდებელი კომპანიები, მათ ერთმანეთთან მხოლოდ ის მსგავსება აქვთ რომ ორივე ორიენტირებულია უსაფრთხოებაზე. სხვა შემთხვევაში კი დაბალ ბიუჯეტური ფირმები მეორეხარისხოვან აეროპორტებში მოძრაობენ რომლებიც ყოველთვის შორსაა ქალაქიდან. გაყიდვების ეკონომიკური მაჩვენებლებით ისინი ცდილობენ მთლიანად გაყიდონ ბილეთების რაოდენობა. რაც უფრო ადრე შეიძენს მგზავრი ბილეთს ფასი

ყოველთვის დაბალია რადგანაც იმ დროისთვის მოთხოვნა დიდი არ არის, მაგრამ ერთი თვით ადრე უკვე მენეჯმენტი ცდილობს ეკონომიური მაჩვენებლების მაღლა აწევას და ფასების მკვეთრ ზრდას, რაც განპირობებულია მოთხოვნის ზრდით.

ამრიგად, მოცემულ ქვეთავში განხილული იქნა ტურიზმის განვითარებისათვის საჭირო ყველა ის მიმართულება, რომლებიც განაპირობებენ და წარმართავენ ტურისტულ ბიზნესს. ცხადია, ტურიზმის დარგი დამოუკიდებლად ვერ იფუნქციონირებს, ვინაიდან სრულყოფილი ბიზნესის ჩამოყალიბება მოითხოვს ინფრასტრუქტურული ბიზნესის განვითარებასაც. აღნიშნული საკითხები კავშირშია ქვეყანაში ეკონომიკის განვითარების დონესთან. განხილული მასალა იძლევა საშუალებას გაანალიზდეს შემდეგ თავში ტურიზმის როლი საერთაშორისო ბიზნესში, ანუ აქცენტი გადატანილი უნდა იქნას განვითარების ისეთი დონის მიღწევაზე, რომელიც შეესაბამება საერთაშორისო სტანდარტებს.

თავი 2. საერთაშორისო ტურიზმის მდგომარეობა თანამედროვე ეტაპზე და მისი განვითარების ტენდენციები

2.1 სახელმწიფოს როლი საერთაშორისო ბიზნესის განვითარებაში (უცხოური გამოცდილება)

თანამედროვე პირობებში ტურიზმის პრაქტიკისა და თეორიის საკითხებს უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება. ტურისტულ ბიზნესში შემავალი ყველა რგოლის საქმიანობა და ფუნქციონირების მექანიზმები რეგულირდება სახელმწიფოს მიერ. ასევე პრაქტიკა გვიჩვენებს რომ, ტურიზმის განვითარებაში სახელმწიფოს როლი ბოლომდე არ არის შესწავლილი სათანადო დონეზე. სახელმწიფოს მიერ გატარებულ ღონისძიებებში ხშირად შევხვდებით ურთიერთგამომრიცხავ და წინააღმდეგობრივ მოქმედებებს. ყოველივე აქედან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ რომ ტურიზმის განვითარებაში სახელმწიფოს როლი ჯერ კიდევ არ არის სათანადო ნიშნულზე, თუმცა ამკარაა პროგრესი ტურისტული საქმიანობის სხვადასხვა დარგებში.

საერთაშორისო პრაქტიკით დასტურდება, რომ ტურისტული პროდუქტისა და მომსახურების კონკურენტუნარიანობის ამაღლება სახელმწიფოს დიდი ძალისხმევითაა შესაძლებელი. შიდა და გარე ბაზრებზე ტურიზმის არაკომერციული გზებით წარმოჩენა, რაც გამოიხატება შემდეგში: (გამოფენებსა და ღონისძიებებში აქტიური მონაწილეობით, რეკლამების გავრცელება მასობრივი კომუნიკაციების საშუალებით, მეგობარი სახელმწიფოს კერძო სექტორთან მჭიდრო ურთიერთობებით და სხვა.) რაც შესაძლებელია მხოლოდ სახელმწიფო ბიუჯეტის ხარჯზე.

სამეცნიერო წრეებშიც არ არის ერთიანი ხედვა თუ როგორი უნდა იყოს სახელმწიფოს როლი კონკრეტულად ტურიზმის განვითარებაში, თუ გავითვალისწინებთ იმას რომ ყველა ქვეყანას აქვს კანონი ტურიზმის შესახებ რომელიც მოიცავს ყველაფერს

დაწყებული ამ დარგში მომუშავეთა უსაფრთხოებითა და სისუფთავით , ასევე მსხვილ ინვესტორებთან ურთიერთობით.

არსებობს სახელმწიფოები (კუბა, ჩრ.კორეა, აფრიკის ზოგიერთი ავტორიტარული სახელმწიფო)რომლებსაც ტურისტული რეგულირების მკაცრი კანონები აქვს, რაც განაპირობებს ამ დარგის განვითარების შეფერხებას, თუმცა ასევე ზოგიერთი სახელმწიფო(მაგ. ტაილანდი- აქ ტურისტები ხშირად ხვდებიან ადამიანის ორგანოებით მოვაჭრეთა მსხვერპლი) იმდენად ღიაა ტურიზმისათვის , რომ ესეც გარკვეულ დისკომფორტს ქმნის. არ არსებობს ეგრეთ წოდებული ოქროს შუალედი, თუ სახელმწიფომ არ დაისახა მრავალწლიანი განვითარების გრძელვადიანი გეგმა , თუ როგორი მხარჯველ უნარიანობის ტურისტებზე უნდა გააკეთოს ძირითადი აქცენტი, ეს გარკვეულ დისკომფორტს შექმნის ქვეყანაში შემოსული ტურისტებისთვის. ზოგიერთი ტურისტი როდესაც ხედავს, რომ შეუძლია ეკონომიკური სარგებელი მიიღოს , ივიწყებს მისი შემოსვლის მიზანს და მთლიანად ეკონომიკურ მოგებაზეა ორიენტირებული. ყოფილა შემთხვევები გატაცების, ძალადობის და სხვა კონკრეტული ერთი ტურისტიდან მეორეზე. ამიტომ სახელმწიფოს როლი დიდია ტურიზმის განვითარებაში, იქნება ეს ვიზების გაცემა, საზღვარზე შემოსვლის მიზნების დადგება, ტურისტისთვის არსებული თანხის შემოწმება და სხვა.

საერთაშორისო მასშტაბით არსებობს სხვადასხვა ორგანიზაციები, რომლებიც ადგენენ ერთიან სამოქმედო გეგმას ტურიზმთან მიმართებაში. გაერთიანებული ერების ორგანიზაციაში არსებობს ცალკე გამოყოფილი სტრუქტურა რომელიც ტურიზმზეა ორიენტირებული გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია (მტო) UNWTO- United Nations World Tourism Organization (<http://www.unwto.org/>) , ის გაეროს სპეციალიზებული ორგანო და წამყვანი ორგანიზაციაა საერთაშორისო ტურიზმის მიმართულებით. მისი ძირითადი საქმიანობაა სტატისტიკური მონაცემების მოპოვება და შედარება. ამ მონაცემებზე დაყრდნობით ითვლიან ტურიზმის ზრდისა თუ შემცირების მაჩვენებლებს. მტო-ს ოფიციალური ენებია: ინგლისური, ფრანგული, ესპანური, არაბული და რუსული. დაარსდა 1974 წელს მადრიდში და 2017 წლიდან ხელმძღვანელობს საქართველოს

ეკონომიკის ყოფილი მინისტრი მინისტრი: ზურაბ პოლოლიკაშვილი. (https://en.wikipedia.org/wiki/Zurab_Pololikashvili).

იმისათვის რომ განვიხილოთ როგორია საერთაშორისო ტურიზმის მდგომარეობა საქართველოში უნდა განვიხილოთ ისეთი მაგალითები რომლებიც ჩვენზე წინ არიან ამ საქმეში და ისეთებიც რომლებიც ჩამოგვრჩებიან. ზოგიერთ ქვეყანას მდიდარი გამოცდილება აქვს ამ მხრივ, საქართველოში საერთაშორისო ტურიზმმა ფეხი მოიკიდა დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ ხოლო მასზე აქტიური ზრუნვა გასულ ათწლეულში დაიწყო. დღეის მდგომარეობით საქართველო ერთ-ერთი უსაფრთხო ქვეყანაა რეგიონში და არამარტო, ასევე ბიზნესის კეთების მსოფლიო ინდექსში მოწინავე ადგილი აქვს. სწორი და თანმიმდევრული პოლიტიკის გატარებით მეტი სარგებლის მოტანა შეუძლია ტურიზმს ქვეყნისთვის. ქვეყნის მოსახლეობის უმრავლესობის საქმიანობა სტატისტიკურად დაკავშირებულია ტურიზმთან, სწორედ ამიტომ სხვა ქვეყნების გამოცდილებითა და ქვეყნის რესურსების შესაძლებლობებით ამ დარგიდან ბიუჯეტი უფრო მეტ სარგებელს ნახავს.

საერთაშორისო ორგანიზაციებზე დაყრდნობით თითოეულ ქვეყანას აქვს თავისი ტურიზმის განვითარების კომიტეტი რომლებიც სხვადასხვაგვარად მოქმედებენ.

ევროკავშირი: ევროკავშირი ევროპის სახელმწიფოთა უმრავლესობის გაერთიანებაა, შესაბამისად ამ გაერთიანებაში შემავალი ქვეყნები ერთიან სამუშაო გეგმას მიყვებიან. ევროკავშირში არსებობს ტურიზმის განვითარებაზე მომუშავე შემდეგი ორგანიზაციები : ევროპის ტურიზმის ასოციაცია **ETOA – European tourism association** <https://www.etoa.org/about-us/> და ევროპის მოგზაურობის კომისია **European Travel Commission** https://en.wikipedia.org/wiki/European_Travel_Commission .

წლების განმავლობაში ევროკავშირს დახურული ჰქონდა გარე საზღვრები და მთლიანად ორიენტირებულნი იყვნენ შიდა ტურიზმზე, მიზეზი ამისა გახდა ის, რომ მოსაზღვრე ქვეყნები ძირითადად განუვითარებელი ეკონომიკით გამოირჩეოდნენ და ხშირად ადგილი გქონდა არალეგალურად მუშაობის დაწყებას ასევე იმატა ემიგრანტთა და თავშესაფრის მაძიებელთა რიცხვმა ევროპის სხვადასხვა ქვეყნებში, მოსაზღვრე რეგიონებიდან ხალხი გაურბოდა სიღარიბეს და შველას ევროპის განვითარებულ ქვეყნებში ცდილობდნენ. ასევე იმატა ქურდობის, ძალადობისა და

ყაჩაღობის ფაქტებმა. სწორედ ამიტომ მიიღეს გადაწყვეტილება დაკეტილიყო ევროკავშირის გარე საზღვრები და შესვლის მსურველთათვის გაცემულიყო შესაბამისი მიზნის ვიზები. ეს რეგულაციები მთელი რიგი განვითარებული სახელმწიფოებისათვის დღემდე მოქმედებს (თურქეთი, რუსეთი ,აზერბაიჯანი და სხვა.). 2006 წლიდან ევროკავშირმა ამოქმედა ევროპის სამეზობლო პოლიტიკის ახალი სამოქმედო გეგმა, რიგ სახელმწიფოებს შეეძლოთ შესაბამისი რეგულაციების გატარების შემთხვევაში ემოგზაურათ ევროპის მასშტაბით უვიზოდ.2017 წლის 28 მარტის ხელშეკრულების თანახმად საქართველოს მოქალაქეები უვიზოდ გადაადგილდებიან ევროკავშირის მასშტაბით სამი კალენდარული თვის განმავლობაში.(<https://mfa.gov.ge/visa-free-guide.aspx>).

ა.შ.შ. ამერიკის შეერთებული შტატები - ამერიკაში მოგზაურობის მსურველთათვის საქმე უფრო რთულადაა ვიდრე ევროპაში. არამარტო ტერიტორიული სიშორე არამედ ეკონომიკური მაჩვენებლებითაც ჩამორჩენა მიზეზია იმისა, რომ თუ პიროვნებას სურს იმოგზაუროს ამ კონტინენტზე უნდა დააკმაყოფილოს შესაბამისი მოთხოვნები.

ამერიკაში ტურიზმზე მომუშავე ორგანიზაციაა : შეერთებული შტატების ტურიზმისა და მოგზაურობის ასოციაცია - (United States Travel and Tourism Administration (USTTA),)https://en.wikipedia.org/wiki/United_States_Travel_and_Tourism_Administration 1850 წლიდან ამერიკელები ტურიზმს განიხილავენ როგორც საქმიანობას და ზრუნავენ მის განვითარებაზე. სახელმწიფოს როლი გამოიხატებოდა ადრეულ ხანებში ტურიზმის წახალისების პოლიტიკით, დაბალი გადასახადებითა და მარტივი რეგულაციებით. აქ ტურიზმს უფრო დალაგებული სახე აქვს განსხვავებით სხვა ქვეყნებისაგან, იმის მიხედვით რომ ყველა შტატს თავისი კანონმდებლობა აქვს, კონკრეტული მიზნის ტურისტმა იცის თუ სად უნდა მას მოგზაურობა, მაგალითისთვის სათამაშო ბიზნესის მოყვარულთათვის ძირითადი სამოგზაურო შტატებია ნევადა (ლას-ვეგასი) და ნიუ ჯერსი (ატლანტიკ სითი), ბავშვებისათვის საყვარელი ადგილია დისნეის სამყარო ფლორიდის შტატში, ხოლო თავგადასავლების მაძიებელთათვის გრანდ კანიონი არიზონაში.2001 წლის ტერაქტის შემდეგ სახელმწიფოს მესვეურებმა უფრო გაამკაცრეს კონტინენტზე შეღწევის შესაძლებლობები,2017 წლიდან მთავრობამ დაიწყო საზღვრის გავლება

მექსიკასთან რაც საბოლოო ჯამში 3145 კილომეტრი გამოვიდა და ზედმეტ სახელად (Trump wall) ანუ ტრამპის კედელი შეარქვეს. https://en.wikipedia.org/wiki/Trump_wall .

ჩრდილოეთ კორეა - ამ ქვეყანაში შეღწევა ფაქტიურად შეუძლებელია მაგრამ ამასთანავე ამ ქვეყნიდან გამოსვლის შანსიც თითქმის ნულის ტოლია . კიმ სუნის ხელისუფლებაში მოსვლის შემდეგ ამ ქვეყანამ მთლიანად გაწყვიტა კავშირი დანარჩენ სახელმწიფოებთან. დღევანდელი ლიდერის სათავეში მოსვლიდან ჩრ. კორეამ ურთიერთობის დალაგება დაიწყო სამხრეთ კორეასთან, და მხოლოდ მათ შეუძლიათ ქვეყანაში შესვლა მხოლოდ შესაბამისი რეგულაციების გავლის შემდეგ, ყველამ უნდა ჩააბაროს თავისი ტელეფონი საზღვარზე ასევე აკრძალულია გადამღები და სხვა მსგავსი მოწყობილობები. ქვეყანაში ტურიზმის განვითარებაზე ზრუნავს კორეის საერთაშორისო ტურისტული კომპანია (Korea International Travel Company (KITC)) ,და ყოველწლიურად 60 ათასამდე სამხრეთ კორეელი გადაადგილდება ჩრდილოეთში.2017 წლიდან შემსვლელთა სიას შეემატა მალაიზია და სინგაპური, მაგრამ რეგულაციები მათზეც მოქმედებს.

ტაილანდი - ადგილობრივთა ენაზე თავისუფლების მიწა, ეს სწორედ, რომ ასეა აქ შეხვედებით ყველაფერს რაც გინდათ თუ არ გინდათ. მთავრობის ერთადერთი ზრუნვა ტურიზმის განვითარებაზე გამოიხატება იმაში რომ საზღვარი ღიაა ყველასთვის და ყოველთვის, ხოლო ტურიზმის დარგში მომუშავეთა შესახებ არანაირი წესები არ არსებობს. უკონტროლოდ ფუნქციონირებს პროსტიტუცია და ნარკოტიკით ვაჭრობა. დღეის მდგომარეობით როგორც მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია იუწყება ქვეყანა უსაფრთხო სახელმწიფოთა სიაშია და ადგილობრივი მთავრობა ზრუნავს ვიზიტორთა უსაფრთხოებაზე. (Tourism Authority of Thailand .) ტაილანდის ტურიზმის ორგანო 2015 წლიდან აქტიურად მოქმედებს საერთაშორისო მხრივ და უამრავ ადამიანს ეპატიჟება თავისუფლების ქვეყანაში. დედაქალაქი ბანგკოკი ქვეყნის უმსხვილესი ქალაქი და ტურისტული ცენტრია, აქ თითქმის 400 მდე ბუდას ტაძარია და აქვეა ბუდას ყველაზე დიდი ქანდაკება მსოფლიოში. ღამის კლუბები, ფემენებელური რესტორნები, გოლფი, ბილიარდი და სხვა უამრავი გასართობი საშუალებები მილიონობით ტურისტს იზიდავს სხვადასხვა ქვეყნებიდან. ნაშრომში განხილული ქვეყნების ტურიზმის განვითარების მდგომარეობა მხოლოდ მცირედი ნაწილია, იმ დიდი ტურიზმისა, რომელიც საერთაშორისო დონეზე

ფუნქციონირებს. მოყვანილი ქვეყნების, როგორც ცნობილია წარმატებულია როგორც ტურიზმის განვითარებისათვის აუცილებელი ინფრასტრუქტურის განვითარებასი, ასევე მატ დიდი ხნის გამოცდილება აქვთ. საქართველოს შემთხვევაში ყოველი ნაბიჯი ტურისტული ბიზნესის საერთაშორისო დონეზე გატანისათვის ამ ქვეყნების გამოცდილების გაზიარებით ხდება. აქვე უნდა აღინშნოს, რომ ქვეყნის გეოგრაფიული, ტრადიციული კულტურული პოტენციალის სრულად გამოყენება პირველ რიგში ინფრასტრუქტურულ განვითარებას მოითხოვს.

ამრიგად, საზღვარგარეთის ქვეყნების გამოცდილება მნიშვნელოვანი სახელმძღვანელოა არსებული ინფრასტრუქტურის დახვეწის, ახალი პოტენციალის ძიების და ტურისტულ ბიზნესში მათი ჩართულობის მისაღწევად.

2.2 სასტუმრო ბიზნესის როლი საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაში

ტურიზმი კომპლექსური ეკონომიკური დარგია, რაც გამოიხატება იმით , რომ ტურისტული პროდუქტი იქმნება მრავალი ეკონომიკური საქმიანობის ურთიერთდაკავშირების შედეგად. ტრანსპორტი, კავშირგაბმულობა, სოფლის მეურნეობა, მომსახურების სფერო და სხვა. ამ და უამრავ მიმართულებაზე დაყრდნობით იქმნება ტურისტული მომსახურება. მომსახურების სფეროს ყველაზე დიდი წარმომადგენელია- სასტუმრო ბიზნესი, რომლის გამართულად მუშაობა ხელს უწყობს მომიჯნავე დარგების განვითარებასაც.

ტურიზმის განვითარებისათვის ერთ-ერთი ძირითადი საკითხია, სასტუმრო ბიზნესის განვითარება. სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის განვითარება პირდაპირ დაკავშირებულია შიდა და გარე ბიზნეს ოპერატორებზე, რომლებიც სპეციალიზებულნი არიან ტურიზმის დარგის კონკრეტულ მიმართულებებში. ბაზრის აქტიური მონიტორინგი, ბიზნესის განვითარების პროგრამები და სხვადასხვა სახის ღონისძიებები ეხმარება ბიზნეს სუბიექტს ბაზარზე ადგილის დამკვიდრებაში. უდიდესი ეკონომიკური სარგებელი მოაქვს სასტუმროებს ქვეყნის ბიუჯეტისთვის, სტატისტიკის მონაცემებზე დაყრდნობითა და ეკონომიკური გამოცდილებით შეგვიძლია ვიმსჯელოთ მიღებულ სარგებელოზე:

- დასაქმების ხელშეწყობა - სასტუმროების ძირითადი ნაწილი წელიწადის ყველა დროს ფუნქციონირებს, ამიტომ ისინი ქმნიან სტაბილურ სამუშაო გარემოს, ასევე საკურორტო და სეზონური ტიპის სასტუმროები ძირითადად ორიენტირებულნი არიან წელიწადის კონკრეტულ პერიოდზე და ამ მონაკვეთში ქმნიან დროებით სამუშაო ადგილებს.

- ადგილობრივი ნაწარმის რეალიზება - ღამისთევასთან ერთად სასტუმროთა დიდი ნაწილი სტუმრებს სთავაზობს კვებით მომსახურებასაც, რაც განპირობებულია ადგილობრივ ბაზრებზე პროდუქტზე მოთხოვნის ზრდით.

- შემოსავლების ზრდა- ბიუჯეტში დიდი წილი სასტუმროთა გადასახადებიდან შედის, რომლებიც მოიცავს ქონების გადასახადს, მოგების გადასახადს და სხვა.

სასტუმროს გამართულად მუშაობისთვის აუცილებელია სხვადასხვა საქმიანობების ურთიერთდაკავშირებული მუშაობა. სასტუმროს შიდა დეპარტამენტები მუდმივად კონტაქტში არიან ერთმანეთთან რათა მთლიანობაში შესთავაზოს სტუმარს მაღალი ხარისხის მომსახურება.

მიღება განთავსების დეპარტამენტი - სტუმრის პირველი და ბოლო ემოცია მათი საქმიანობის მიზანია. სასტუმროში შემოსვლისთანავე სტუმარს ეგებება კარისკაცი (ბებლი) რომელიც ეხმარება სტუმარს ყველა საჭირო პრობლემის გადაწყვეტაში. შემდეგი კავშირი სტუმარს აქვს ადმინისტრატორთან, რომელიც არეგისტრირებს მას, აწარმოებს თანხის გადახდასა და სტუმრისთვის შესაბამისი ნომრის მიცემას. შემდგომში ისევ კარისკაცი მიაცილებს სტუმარს ოთახამდე და უხსნის სასტუმროს ყველა მომსახურებასა და დროს. რამდენიმე წუთის შემდეგ ადმინისტრატორმა ისევ უნდა დაუკავშირდეს სტუმარს და გადაამოწმოს მოსწონს თუ არა ნომერი და ჰკითხოს სჭირდება თუ არა დამატებით სხვა რაიმე მომსახურება. ეს მხოლოდ მცირე ნაწილია რომელსაც Front Office მიღება- განთავსების დეპარტამენტი ასრულებს, სტუმართა კმაყოფილებაც მათი ყურადღებით გამოიხატება.

კვებისა და სასმელების დეპარტამენტი- ისინი უზრუნველყოფენ სტუმართა გამასპინძლებას საუზმეზე, სადილსა თუ ვახშამზე. მომსახურების ხარისხი აქაც ყველაზე მნიშვნელოვანია, ჰიგიენის ნორმების დაცვა და სწორად მიწოდებული მომსახურება სტუმრის კმაყოფილების საწინდარია, შესაძლოა სულ მცირე ხარვეზმა

ყველაფერი გააფუჭოს ასე რომ ყურადღება და მუდმივი კონტროლი ამ სფეროში წარმატების მომტანია.

გაყიდვებისა და მარკეტინგის დეპარტამენტი- ამ მიმართულებაში სულ სამი ან ოთხი ადამიანი მუშაობს, ისინი ცდილობენ სასტუმროს ცნობადობის გაზრდასა და პოპულარიზებას. მარკეტოლოგებს კავშირი აქვთ მსხვილ ტურისტულ ფირმებთან რომლებიც სოლიდური ოდენობის ჯავშნებს აკეთებენ. სწორად დაგეგმილი მარკეტინგული კამპანია და მათი ურთიერთობები დარგის სხვა სუბიექტებთან გრძელვადიან პერიოდში სასტუმროსთვის მეტი შემოსავლის მომტანია.

უსაფრთხოების დეპარტამენტი- სტუმართა დაცულობა ასევე მათი ქონების უსაფრთხოებაზე 24 საათის განმავლობაში დაწესებულების სრულ ტერიტორიაზე მიმდინარეობს მონიტორინგი. რათა არ მოხდეს გარეშე პირთა წვდომა სასტუმროს შიგნით.

დასუფთავების განყოფილება - ყველაზე რთული რგოლია სასტუმროს საქმიანობაში, მათი შესრულებული საქმიანობა მეტყველებს სასტუმროს იმიჯზე. ამ სფეროს წარმომადგენლებს უნდა ჰქონდეთ გარკვეული ცოდნა ქიმიურ ნივთიერებებთან შეხების რათა დაცული იყოს მათი და სტუმართა ჯანმრთელობა.

ტექნიკური დეპარტამენტი - უზრუნველყოფს უწყვეტი კომუნიკაციების მიწოდებას (წყალი, გაზი, ელექტროენერგია.). წელიწადის ყველა დროს მათ თავიანთი როლი შეაქვთ სტუმართა კმაყოფილების ინდექსში , გათბობა -გაგრილება, ტელევიზია თუ ინტერნეტის მიწოდება ყველაფერი ამ სფეროს საქმიანობის საგანია.

სასტუმრო ინდუსტრია როგორც ეკონომიკის დარგი გასული საუკუნის პირველ ათწლეულში იღებს სათავეს, მეოცე საუკუნის დასაწყისში სასტუმრო ჯერ კიდევ საოჯახო საქმეს ითვლებოდა ხოლო თანამედროვე სასტუმროები უფრო სოციალურ ეკონომიკური კომპლექსია რომელშიც გაერთიანებულია რთული სამეურნეო და მმართველობითი ფუნქციები, სასტუმროს სფეროს განვითარების შედეგად შეიქმნა უმსხვილესი ტექნიკურად და ტექნოლოგიურად აღჭურვილი დასასვენებელი კომპლექსები, საერთაშორისო ქსელები, რომლებიც აერთიანებენ ათასობით სასტუმროს მსოფლიოს ირგვლივ. ისინი უზრუნველყოფენ ტურისტული მომსახურების სტანდარტებს და მათ დამკვიდრებას. მცირე და ადგილობრივმა სასტუმროებმა ბაზრის მეორე რიგში გადაინაცვლეს ხოლო პირველი ადგილი

საერთაშორისოდ აღიარებულმა ბრენდებმა დაიკავეს. ამავდროულად ვითარდებოდა სასტუმროს მართვის პრინციპები და მეთოდები რომელმაც მომსახურების პროდუქტი მომხმარებელზე სრულიად ორიენტირებული გახადა დღესდღეობით სასტუმროები მკაცრი კონკურენციის პირობებში მუშაობენ ხოლო კონკურენციას კიდევ უფრო ამწვავებს ბაზარზე ახალი კომპანიების გამოჩენა და ბაზრის სეგმენტაცია. ამ დარგში მომუშავე ფირმებს უპირატესობას გაერთიანება აძლევს, რაც გამოიხატება ბაზარზე წილის გაზრდით ახალ სეგმენტზე ორიენტირებით მარკეტინგსა და რეკლამებზე დანახარჯების შემცირებით და კადრების გადამზადების საშუალებით .

თანამედროვეობაში სასტუმროები ტურისტთა განთავსების კომპლექსურ საშუალებით იქცნენ განსაზღვრული რაოდენობის ნომრებით, ნომერთა კატეგორიებით მომსახურების სფეროს ხარისხის აწევითა და სხვა. აღსანიშნავია რომ სასტუმროებით მრავალი სუბიექტი ფიზიკური თუ იურიდიული პირია დაინტერესებული, უფრო მარტივი რომ გახდეს ვის რა წვლილი შეაქვს სასტუმროს სფეროს განვითარებაში განვმარტოთ:

- მფლობელები- მათი ძირითადი დანიშნულებაა კაპიტალის დაბანდება ხოლო მათი ინტერესის სფეროს მოგენა წარმოადგენს.
- ინვესტორები- მფლობელების მსგავსად ისინი მხოლოდ კაპიტალს აბანდებენ და მოგებაზე არიან ორიენტირებული.
- ბანკი- გასცემს სესხებსა და კრედიტებს სხვადასხვა რაოდენობით, მისი ინტერესის სფეროს ფულადი მოგენა წარმოადგენს.
- მენეჯერები- მათ ამ საქმეში ინტელექტუალური შრომა შეაქვთ, ხოლო მათი ინტერესის სფეროს შრომის ანაზღაურებაა და პროფესიული ზრდის პერსპექტივა წარმოადგენს.
- პერსონალი- ისინი მხოლოდ ფიზიკური შრომით იღებენ წვლილს და მხოლოდ და მხოლოდ შრომის ანაზღაურებაზე არიან ორიენტირებული.
- სახელმწიფო- უკეთესი ბიზნეს გარემოს შექმნა მათი მოვალეობაა ხოლო ამ დარგიდან მიღებული გადასახადები მათი ინტერესის სფეროა.
- ბიზნეს პარტნიორები- ისინი ეწევიან გარკვეულ მომსახურებას სასტუმროს განვითარების ეტაპებზე და მათი ინტერესის სფეროს მოგება წარმოადგენს.

- მომხმარებელი- ამ დარგის განვითარებაში მომხმარებელს მომსახურების საფასურის გადახდით შეაქვს წვლილი, ხოლო მათი ინტერესი დასვენება და კარგი მომსახურების მიღებაა.

1908 წელს ქალაქ ბუფალოში (აშშ) გაიხსნა პირველი თანამედროვეობასთან მიახლოებული სასტუმრო, რომელიც აღჭურვილი იყო ცალკე სააბაზანო და ტუალეტით ტელეფონით და კარების ინდივიდუალური საკეტით. ამ სიახლის შემქმნელი იყო სასტუმროებისა და მარკეტინგის გამოჩენილი სპეციალისტი ელსო ურთ სტალტერი მანვე დაარსა სასტუმროების ქსელი “სტალტერ ჰოტელსი” მას შემდეგ ას წელზე მეტი გავიდა და მსოფლიოში უამრავი ულტრათანამედროვე სასტუმრო გაიხსნა, შეიქმნა თითქმის ფანტასტიკური ექსტერიერის შენობები. ამის შედეგად სასტუმროს მომსახურების ბაზარს შეუძლია დააკმაყოფილოს თითოეული ტურისტის თითოეული მოთხოვნა.

სასტუმროები ერთმანეთისგან განსხვავდება კლასიფიკაციის მიხედვით, ისინი ერთმანეთისგან იყოფა ხანგრძლივი და მოკლე ბინადრობის მიხედვით.

მსოფლიოში მიღებული კლასიფიკაცია სასტუმროთა დანიშნულების მიხედვით ასეთია:

ა) მდიდრული სტილის სასტუმროები- ის ყოველი იმის ერთიანობაა რაც შეიძლება ამ სფეროს მომსახურების ბაზარზე იყოს, ისინი აკმაყოფილებენ სტუმართა ყველა მოთხოვნას.

ბ) აპარტ ორელები- ისინი ორიენტირებულები არიან ხანგრძლივ ბინადრებზე თვით მომსახურების საშუალებით, მათი მომხმარებლები არიან ბიზნესმენები, ინვესტორები , რომელებიც ხანგრძლივი დროით მოგზაურობენ და ასევე კომფორტულია საოჯახოთ მოგზაურობისთვის, ამ სტილის სასტუმროს ნომრები ძირითადად საბინაო ტიპისაა და მათ აქვთ სამზარეულოს სრული აღჭურვილობა.

გ) სატრანზიტო სასტუმროები- ისინი განკუთვნილი არიან სატრანზიტო მგზავრთა მომსახურებით და მათი ძირითადი ლოკაციაა სატრანსპორტო კვანძები.

დ) ბიზნეს ოტელები- ისინი მომხმარებელთა მიზნობრივ ჯგუფზე არიან ორიენტირებული რითაც განისაზღვრება მათი ადგილმდებარეობა ქალაქის თუ რეგიონის ცენტრებში, მათ აქვთ საკონფერენციო დარბაზების სრული სპექტრი და სხვა.

ე) პანსიონები- მსოფლიოში ფართოდ გავრცელებული განთავსების საშუალებაა მისი მფლობელი ძირითადად ერთი ოჯახი არის, რომელიც თვითონ ეწევა ყველა მომსახურების შესრულებას, მათი ნომრების ფართი მცირეა ძირითად შემთხვევებში კი არის საერთო ტუალეტი და სააბაზანო. ამ სტილის სასტუმროები როგორც წესი არ აღინიშნება ვარსკვლავებით თუმცა არაფრით ჩამორჩება საშუალო დონის ორ ვარსკვლავიან სასტუმროს.

ვ) მოტელები - გზისპირა სასტუმროები, რომლებიც ორიენტირებულნი არიან ავტოტურისტებზე, მათ აქვთ მარტივი ერთი ან ორ სართულიანი შენობა ავტოსადგომითა და სხვა ტექნიკური მომსახურებით აღჭურვილი;

ზ) ბოტელები - წყალზე მდებარე სასტუმრო, ეს შეიძლება იყოს ზღვაზე, მდინარესა თუ ტბაზე. როგორც წესი ამისათვის იყენებენ სპეციალურად მოწყობილ გემებს და ისინი გაჩერებულნი არიან კონკრეტულ ღირსშესანიშნაობასთან ახლოს.

თ) როტელები - მოძრავი სასტუმრო ბორბლებზე, ეს შესაძლებელია იყოს რკინიგზის ვაგონი ან ავტობუსი ერთი ან ორი ნომრით, საერთო აბაზანითა და სამზარეულოთი.

ი) ჰოსტელი - იაფფასიანი ტიპის საერთო საცხოვრებელი სასტუმრო, ის კარგი გამოსავალია ბიუჯეტური ტურისტებისთვის და მსოფლიოს ყველა წერტილში კარგადაა აპრობირებული.

კ) კემპინგი - ბანაკი, ავტო - მოტო და ველო ტურისტებისთვის, ძირითადი განლაგების ადგილია ქალაქიდან შორს, აქ არის ელემენტარული პირობები ღამის გასათევად.

ამრიგად, მოცემულ თავში განხილულია სასტუმრო ბიზნესის ჩამოყალიბებული ყველა ტიპის მოდელები, რომელთა განვითარება განაპირობა ტურისტებისათვის ხელშემწყობი პირობების შეთავაზების მცდელობით. ბუნებრივია, ტურისტული ბიზნესი არა მხოლოდ სასტუმროებით ითვლება სრულყოფილად, არამედ მნიშვნელოვანია კვების ობიექტები და ადგილმდებარეობა. როდესაც საქმე ეხება საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ინფრასტრუქტურულ შესაძლებლობას, ამავე დროს ყურადღება უნდა მიექცეს ინფრასტრუქტურული ობიექტების ისეთ ადგილებზე განთავსებას, რომელიც ახლოსაა ქვეყნის ღირსშესანიშნაობებთან, ბუნებრივ სანახაობებთან და ა.შ. მასალის შესწავლამ შესაძლებლობა მოგვცა ცალკეული ტიპის ტურისტული

ინფრასტრუქტურის მიხედვით გავაანალიზოთ საქართველოს პოტენციალია ყველა იმ ნიშნის მიხედვით, რითაც ხასიათდება ტურიზმის დარგი.

თავი 3.საერთაშორისო ტურიზმის განვითარება საქართველოში

3.1 ტურისტული ბიზნესის რეგულაციების სამართლებრივი საფუძვლები

საერთაშორისო სამართალში არ არსებობს ერთიანი დოკუმენტი, რომელიც დაარეგულირებს ტურიზმს და მასში მონაწილე სუბიექტებს. თუმცა აღსანიშნავია გაეროში არსებული მთავრობათაშორისი საბჭო : მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია. მისი ძირითადი მიზანია ხელი შეუწყოს ტურიზმის წახალისებას და მის ეკონომიკურ განვითარებას , ასევე საერთაშორისო შემეცნების ამაღლებას განურჩევლად სქესისა, რასისა, და სხვა განმასხვავებელი ნიშანთვისებებისა. ყოველივე ამის მისაღწევად ორგანიზაცია ითვალისწინებს განვითარებადი სახელმწიფოების ინტერესს. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციაში შემავალ ქვეყნებს არ გააჩნიათ ერთიანი სამოქმედო დოკუმენტი, რომელიც დაარეგულირებდა საერთაშორისოდ ტურიზმში მოქმედების წესებს. თუმცა 2008 წელს ორგანიზაციის მიერ გაცემულ იქნა რეკომენდაციები ტურიზმის სტატისტიკის წარმოების შესახებ.

https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf ევროპის საბჭომ 2013 წელს შეიმუშავა ტურიზმის ევროპული ინდიკატორების სისტემა (ETIS), რომლის მიზანია ტურიზმის განვითარების დაკვირვება და შეფასება. <http://www2.unwto.org/> საქართველოში ტურიზმი ახალი დარგია და ასევე კანონმდებლობაც ჯერ კიდევ დახვეწის პროცესშია. საქართველოს კანონმდებლობა ტურიზმსა და ტურიზმთან დაკავშირებულ ყველა საქმიანობას შესაბამისი ნორმატიული აქტებით არეგულირებს. აღსანიშნავია რომ არ არსებობს პირდაპირი მარეგულირებელი აქტი ტურიზმის შესახებ, მაგრამ ამ დარგთან დაკავშირებული კანონებით ზეგავლენას ახდენს ქვეყნის შიდა ტურიზმის განვითარებასა და წახალისებაზე.

1997 წელს პირველად საქართველოს კანონმდებლობაში გაჩნდა კანონი N : 599 ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, რომელშიც მოცემულია განმარტებები სფეროში მოღვაწე სუბიექტებზე და ასევე მათ საქმიანობის რეგულირებაზე. დროთა განმავლობაში დარგის განვითარებასთან ერთად დაიხვეწა ტურიზმის მართვის პოლიტიკაც და სახელმწიფო უფრო აქტიურად ჩაერთო მის განვითარებაში.

რეგულირების წესებსა და ნორმატივებზე წარმოდგენის შესაქმნელად მოვიყვანოთ კონკრეტული მიხლები“

მუხლი 1,1 - რეგულირებს ურთიერთობებს ტურიზმსა და საკურორტო სფეროსი მოღვაწე სუბიექტებს შორის.

1,2 - კანონი შედგება საქართველოს კონსტიტუციის, ამ კანონისა და სხვა ნორმატიული აქტებისაგან.

მუხლი 2,1 - ტურიზმი არის ადამიანის თავისუფალი ნებით გადაადგილება საცხოვრებელი ადგილიდან დასვენების ,გაჯანსაღებისა და სხვა მიზნებით

2,2 - ტურისტი - ადამიანი რომელიც, თავისი ნებით მოგზაურობს საცხოვრებელი ადგილიდან შორს არანაკლებ 24 საათისა.

2,3 - სამკურნალო ტურიზმი - კურორტის გამოყენება გაჯანსაღებისა და მკურნალობის მიზნით.

2,4 - ტურისტული რესურსი - საქართველოს ტერიტორიაზე არსებული ინფრასტრუქტურა, ბუნებრივი და ისტორიული ძეგლები.

2,5 - ბუნებრივი რესურსები - ზღვა,მღვიმეები, წყლები,სამკურნალო ტალახი და სხვა .

2,6 - კურორტი - ადგილი სადაც განთავსებულია ტურისტული ინრასტრუქტურა.

მუხლი 3,1 - კურორტების დაყოფას მისი ხასიათის და თვისებების მიხედვით განსაზღვრავს სახელმწიფოს მიერ არჩეული ორგანო რომელიც პასუხისმგებელია დარგის ზედამხედველობაზე.

3,2 - სამკურნალო კურორტზე მეთოდუკას ამტკიცებს საქართველოს ჯანდაცვის სამინისტრო.

3,3 - საკურორტო ადგილისა და რესურსის გასხვისება ხორციელდება საქართველოს კანონმდებლობით.

3,4 - ფიზიკური ან იურიდიული პირი რომელიც ეწევა საკურორტო ადგილის ექსპლუატაციას, იხდის მოსაკრებელს კანონით დადგენილი წესის მიხედვით.

3,5 - კურორტით მოსარგებლე შეიძლება იყოს ფიზიკური ან იურიდიული პირი რომელიც გამოიყენებს ბუნებრივ რესურსებს დსდგენილი კანონმდებლობით.

მუხლი 4,1 - ბუნებრივი და ტურისტული რესურსი ეროვნული სიმდიდრეა და მას სახელმწიფო იცავს.

4,2 - სახელმწიფოს მიერ აღიარებულია, რომ ტურიზმი არის ეკონომიკის განვითარების პრიორიტეტული მიმართულება.

4,3 - საქართველოს პარლამენტი განსაზღვრავს ტურიზმის დარგის საკანონმდებლო რეგულირებას.

მუხლი 5,1 - ტურიზმის დარგში მმართველობით ფუნქციას ასრულებს ხელისუფლების მიერ აღიარებული ორგანო.

5,2 - მართვის ორგანოს ნორმატიული აქტები სავალდებულოა დარგში მოღვაზე ყველა სუბიექტისთვის.

მუხლი 6 - ტურისტულ საწარმოებს ევალება აირონ ლიცენზია მათი საქმიანობიდან გამომდინარე.

მუხლი 7 - დარგში სტანდარტები და რეგულირება ხორციელდება საქართველოს კანონმდებლობით.

მუხლი 8 - ამოღებულ იქნა 2011 წლის რედაქტირებით.

მუხლი 9 - დარგის ეკონომიკური საქმიანობა წარიმართება საქართველოს ბიუჯეტში მეტი შემოსავლის მიზნით.

მუხლი 10 - ტურისტული ინდუსტრიის მშენებლობისა და ინფრასტრუქტურის ხარჯები შეიძლება შეტანილ იქნეს სახელმწიფო ბიუჯეტში.

მუხლი 11 - ტურისტული მომსახურება ორგანიზდება როგორც ინდივიდუალურ ისე ჯგუფურ პროცესებში.

მუხლი 12 - ტურისტის სიცოცხლის ქონებისა და სხვა დაზღვევა ხორციელდება საქართველოს კანონმდებლობით.

მუხლი 13 - დარგის მართვის ორგანო სამინისტროებთან და ავტონომიური რესპუბლიკების მთავრობებთან შეთანხმებით შეიმუშავებს უსაფრთხოების გარანტიებს.

მუხლი 14 - ტურიზმის მართვის ორგანო სხვა დაწესებულებებთან შეთანხმებით ხელს უწყობს კადრების გადამზადებას ტურიზმის სფეროში.

მუხლი 15 - სახელმწიფო ხელს უწყობს საერთაშორისო თანამშრომლობის განვითარებას დარგში.

ქვეყანაში შემოსული ტურისტი ვალდებულია პატივი სცეს ადგილობრივ წეს-ჩვეულებებს მისი ყველა სპეციფიკური გარემოებებიდან გამომდინარე ასევე დაიცვას და დაემორჩილოს ქვეყნის კანონმდებლობას.



სახელმწიფოს როლი ტურიზმის განვითარებაში სხვა ქვეყნების გამოცდილებით, შესაძლებელია განხილულ იქნეს ხუთი სხვადასხვა გზით:

- შეადგინოს კერძო და საჯარო უწყებების თანამშრომლობის გარემო;
- შეადგინოს კანონმდებლობა კულტურული ობიექტების დაცვისა და რეგულირების შესახებ;
- შექმნას ინფრასტრუქტურა;
- შექმნას დარგში საგანმანათლებლო პროგრამები;
- აყალიბებს დარგის განვითარების პოლიტიკასა და სამოქმედო გეგმას;

ტურიზმის რეგულირების უცხოური მეთოდები სამ ჯგუფად შეგვიძლია გავაერთიანოდ :

- საბაზრო თვითრეგულირების მოდელი;
- აქტიური ჩართულობის მოდელი;
- შერჩევითი მონაწილეობა.

ამრიგად, ტურიზმის ბიზნესის განვითარების რეგულირების წესები მორგებულია ქვეყნის შესაძლებლობებზე და ყალიბდება კონკრეტულ მოდელად. ჩამოთვლილი მოდელები ჩვენი აზრით ყველა ქვეყნის ტურიზმის განვითარების პერიოდში ცალკე-ცალკე ეტაპებად ხორციელდებოდა, ანუ განვითარების დასაწყისში ახალი პოტენციალის აღმოცენისათვის მნიშვნელოვანია ტურიზმის დარგის სპეციალისტების თავისუფლება, ტათა მათ ფართო ასპარეზი მიეცეთ იდეების ჩამოყალიბებისა და განხორციელების პროცესში. წინააღმდეგ სემთხვევაში შეზღუდვები უარყოფითად იმოქმედებს ახალი მიგნებების ძიებისა და მათი ტურისტულ ბიზნესში ჩართვის პროცესებზე. განვითარების შემდგომ სტადიაზე, როგორც ზემოთ არის მოცემული ქვეყანაში უნდა მოხდეს მარეგულირებელი კანონმდებლობის შემუშავება, სახელმწიფოს მხრიდან დარგის განვითარებაში ჩარევა, ისე, რომ არ დაზიანდეს მიღწეული.

3.2 საერთაშორისო ტურიზმის ბიზნესის განვითარების მდგომარეობა საქართველოში

საერთაშორისო ტურიზმის ბიზნესის მნიშვნელობის სრულყოფილად აღსაქმელად, მნიშვნელოვანია გვესმოდეს ტერმინი „ბიზნესის,, განმარტება, რომელიც წარმოადგენს მაღალი რისკის პირობებში მოგების მიღებასა და სხვა შემოსავლისთვის განხორციელებულ საქმიანობას. თუ საქმიანობა წარმოიშვება ორი ან მეტი ქვეყნის პარტნიორის მიერ და ოპერაციები სრულდება ერთ ან რამოდენიმე სახელმწიფოს ფარგლებს გარეთ ამ შენთხვევაში საქმე გვაქვს საერთაშორისო ბიზნესთან. საერთაშორისო ბიზნესს შეიძლება ახორციელებდეს როგორც ფიზიკური ისე იურიდიული პირები ასევე სახელმწიფო და კერძო კომპანიები. აღსანიშნავია რომ

საერთაშორისო ბიზნესს განსხვავებული წესები აქვს ვიდრე ქვეყნის შიდა ბიზნესს. განსხვავება იმაში მდგომარეობს რომ შიდა ბიზნესი არ გადის ერთი ქვეყნის გარეთ და ორიენტირებულია ერთი საქმიანობის შესრულებაზე, ხოლო საერთაშორისო ბიზნესი კვეთს სახელმწიფოთა საზღვრებს და მოითხოვს სხვადასხვა ვალუტების კონვერტირებას, ასევე განსხვავება არსებობს ქვეყნების სამართლებრივ სისტემებს შორისაც, საერთაშორისო ბიზნესი ვალდებულია დაემორჩილოს ცალკეული ქვეყნის კულტურის განსხვავებებს.

საქართველო საერთაშორისო ბიზნესის მონაწილე დამოუკიდებლობის მოპოვების შემდეგ გახდა, 1990 იან წლებამდე საქართველო საშუალოდ განვითარებული აგრარული ქვეყანა იყო, მაგრამ ეკონომიკური კრიზისის შედეგად სოციალური მდგომარეობა გაუარესდა, თითქმის 30 წელია საქართველო გარდამავალი ეკონომიკის ქვეყნად ითვლება. 1994 წელს მთლიანი შიდა პროდუქტი ერთ სულ მოსახლეზე 450 დოლარი იყო, 2004 წელს კი მხოლოდ 700, ამავე დროს შვეიცარიის მაჩვენებელი 35 ათას ევროს შეადგენდა, 2008 წელს ამ მაჩვენებელმა საქართველოში 2200 დოლარს მიაღწია.

საერთაშორისო ეკონომიკაში საქართველოს ჩართვის შემდეგ, ქვეყანა მოუმზადებელი შევიდა ამ პროცესში, მოსახლეობის თითქმის მეოთხედი და აქტიური სამუშაო ძალა საზღვარგარეთ წავიდა სამუშაოს საძიებლად. სტატისტიკური მონაცემებით 1990-2008 წლებში უცხოეთში მილიონზე მეტი ადამიანი წავიდა სამუშაოს საძიებლად, რისი ძირითადი მიზანი იყო ეკონომიკური არასტაბილურობა, პოლიტიკური და ეთნოკონფლიქტები, ასევე ცუდი სოციალური ყოფა.

ქვეყნის ღიად გამოცხადების შემდეგ საქართველო გადაიქცა უცხოური ინვესტიციების ცენტრად. პირდაპირი ინვესტიციები ძირითადად განთავსდა საწარმოო სექტორში, და უცხოური ვალუტის მარაგების შესავსებად. მშენებლობა, ტრანსპორტი, ენერჯეტიკა პრიორიტეტული საინვესტიციო დარგებია, ისინი ჯერ კიდევ რჩებიან არასრულყოფილი განვითარების დარგებად რომლებიც ხელს უშლის სხვა სფეროს განვითარებას.

გეო-პოლიტიკური მდგომარეობა საქართველოს ხელ უწყობს უცხოური ინვესტიციების მოზიდვაში, ასევე იაფი მუშა ხელი და ბუნებრივი რესურსების დიდი რაოდენობა განაპირობებს ამ თვალსაზრისით მიზიდულობას.

ბიზნესის განვითარების მხრივ სახელმწიფომ შეამსუბუქა საგადასახადო სისტემა, რამაც წახალისა როგორც საერთაშორისო ისე შიდა ბიზნესმენები. აქტიური საერთაშორისო ურთიერთობებით საქართველოში მრავალი უცხოური ინვესტიცია შემოვიდა, მათი ძირითადი წილი მომსახურების სფეროშია: სასტუმროები, გამაჯანსაღებელი ცენტრები, ტრანსპორტი, საერთაშორისო გადაზიდვები და სხვა.

ერთ ერთი პირველი მსხვილი უცხოური ინვესტირება საქართველოში ამერიკული ფრონტერა იყო, რომელმაც 1997 აქტიურად დაიწყო ბუნებრივ რესურსებზე მოპოვებითი საქმიანობები. ასევე 1990 იან წლებში დაიწყო კავშირგაბმულობის სისტემების გავრცელება საქართველოში (მაგთი, ჯეოსელი) რომელიც დღეს მილიარდიანი ბიზნესებია.

საქართველო მდიდარია წყლის რესურსებით და ენერგეტიკის განვითარებამ ქვეყნის ბიუჯეტს დიდი სარგებელი მოუტანა. ქვეყნის ენერგოდამოუკიდებლობა მიზანი გადხა სახელმწიფოსთვის პრივატიზება მოეხდინა ძველი არსებული ქონების, შედეგად ბოლო ათწლეულში რამოდენიმე ათეული ჰიდროელექტროსადგური ამუშავდა, რომელიც პირდაპირი უცხოური ინვესტირება იყო.განახლდა და ახალი ინვენტარით აღიჭურვა არსებული ჰესები, რომლის გამომუშავებაც სრულად ფარავს ქვეყნის მოთხოვნის დონეს. რომ არა საერთაშორისო ბიზნესის განვითარება და ქვეყნის ჩართულობა ამ პროცესში,საქართველო მეზობელ ქვეყნებზე იყო დამოკიდებული.

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში საქართველოში ყველაზე პოპულარულ საინვესტიციო მიმართულებად ტურიზმი და მისი მომიჯნავე დარგები იქცა. თბილისსა და ბათუმში გაიხსნა უამრავი საერთაშორისო ბრენდის სასტუმროთა ქსელები. თითქმის ნულამდე შემცირდა ბიუროკრატიული წინაღობები, რამაც აქტიურად წახალისა მცირე და საშუალო ტურისტული ბიზნესის განვითარებაც. 2015 წლის მონაცემებით ქვეყანაში სასტუმრო მომსახურებით დაკავებული 1225 დაწესებულება იყო, მათი 34 % 2010 წლამდე გაიხსნა ხოლო დანარჩენი ხუთი წლის განმავლობაში.მოქმედი სასტუმროების 99,3% კერძო საკუთრებაშია,ხოლო 0,7 %

სახელმწიფო. 2015 წელს ქვეყანაში მოქმედი სასტუმროებისა და განთავსების ტიპის დაწესებულებების საერთო ფართობი- 1293.1 ათას კვადრატულ მეტრი იყო , 25.3 %-ით მეტი წინა წლის მაჩვენებელთან შედარებით. 2015 წელს მოქმედი სასტუმროებისა და განთავსების ტიპის დაწესებულებებში ადგილების საერთო რაოდენობამ 48 ათასს გადააჭარბა.ნომერთა რაოდენობამ 23 ათასი შეადგინა, საიდანაც 10,6 % ლუქსი, 13,7 % ერთადგილიანი, 58,4 % ორადგილიანი, ხოლო 17,3 % სამი და მეტი ადგილის მქონე ნომრებია.

საერთაშორისო ბიზნესის განვითარების კვალდაკვალ აქტიურად ვითარდება საერთაშორისო მიმისვლები, იქნება ეს ტურისტული ,საქმიანი თუ სხვა მიზნებითაც. 2019 წელს საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ გამოქვეყნებულ მონაცემებში(<https://www.geostat.ge/ka/modules/categories/102/utskhoel-vizitorta-statistika>) ვხედავთ, რომ ქვეყანაში სულ უცხოელ ვიზიტორთა რაოდენობამ 9,4 მილიონი ადამიანი შეადგინა, რაც წინა წლის მონაცემებთან შედარებით 700 ათასი ადამიანით მეტია. ყველაზე მეტი შემომსვლელი საქართველოში მეზობელი ქვეყნებიდან არის :

- აზერბაიჯანი - 1 526 619
- რუსეთი - 1 471 558
- სომხეთი - 1 365 048
- თურქეთი - 1,156,513
- უკრაინა - 207,667

სამაგისტრო ნაშრომი ფოკუსირებულია ტურიზმის ბიზნესის განვითარების თავისებურებებზე, რომელიც როგორც კვლევის პროცეში გამოიკვეთა საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების კვალდაკვალ ფართოვდება. თანამედროვე პერიოდში ფეხს იდგამს შიდა ტურიზმი, თუმცა მისი წილი საერთო ტურიზმის სტატისტიკაში მცირეა, თუ არ ჩავთვლით მსოფლიო პანდემიის გამო საზღვრების ჩაკეტვით გაზრდილ შიდა ტურიზმს. ცხადია რუტისტული ბიზნესი ქვეყნის პრიორიტეტული მიმართულებაა, მაგრამ თანამედროვე პერიოდიც პრობლემებმა აჩვენა, რომ მხოლოდ მასზე ორიენტირება ქვეყნის ეკონომიკური განვითარებისათვის

მცდარი მიდგომაა. მნიშვნელოვანია გავანალიზოთ ტურისტული ბიზნესის მდგომარეობა საქართველოში მისი ეკონომიკური ეფექტიანობა მშპ-სთან მიმართებაში.

ტურისტული ბიზნესის ეკონომიკური მაჩვენებლები

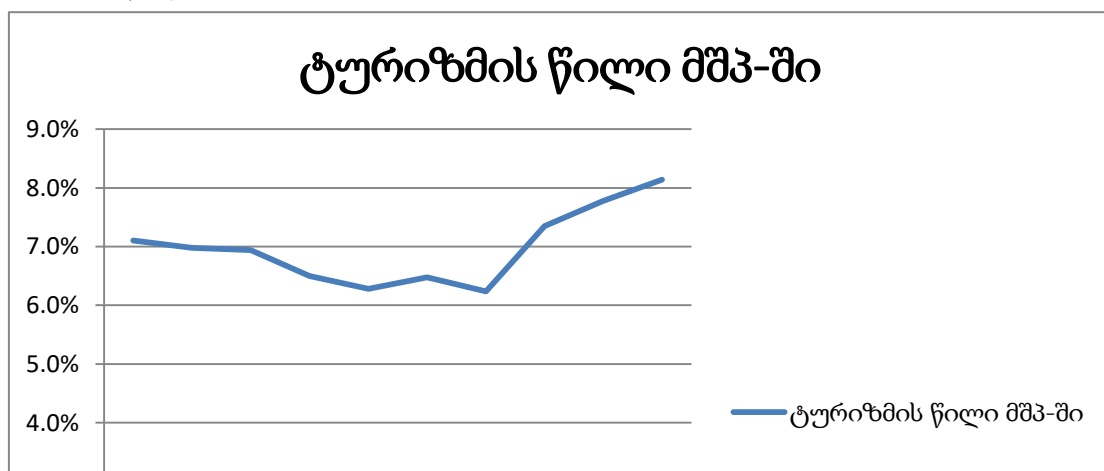
ცხრილი №

ტურიზმის წილი მშპ-ში (მლნ ლარი)	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019*
სულ	1 370	1 579	1 683	1 660	1 737	1 956	1 968	2 597	3 016	3 527
მათ შორის:	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
სახმელეთო ტრანსპორტი და ტრანსპორტირება მილსადენებით; წყლის ტრანსპორტი	891	1 002	964	831	854	823	798	977	987	1 193
საჰაერო ტრანსპორტი	61	44	25	39	31	36	33	74	109	121
განთავსება	176	249	333	396	430	606	594	861	1 185	1 314
საკვებით და სასმელებით მომსახურება	208	260	331	349	371	417	460	576	615	758
ტურისტული სააგენტოები, ტურ-ოპერატორები და სხვა დაჯავშნის მომსახურება და მათთან დაკავშირებული საქმიანობები	34	25	28	45	50	74	82	110	120	141
საქართველოს მშპ საბაზისო ფასებში	19 286	22 622	24 252	25 538	27 661	30 197	31 556	35 348	38 779	43 320
ტურიზმის წილი მშპ-ში	7,1%	7,0%	6,9%	6,5%	6,3%	6,5%	6,2%	7,3%	7,8%	8,1%

წყარო: სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ცხრილში მოცემულია ტურიზმის ბიზნესის განხორციელებისათვის ყველა ურთიერთდაკავშირებული სფეროს მონაწილეობის სტატისტიკა და ამ საქმიანობიდან მშპ-ში ასახული შემოსავლები. როგორც ჩანს 2010 წლიდან 2019 წლის ჩათვლით ტურიზმის წილი მთლიან შიდა პროდუქტში მზარდია აბსოლიტურ სიდიდეებში.

დიაგრამა №



წყარო: სტატისტიკის ეროვნული სამსახური

ტურიზმის ბიზნესის საერთაშორისო კონტექსტში განხილვისათვის მნიშვნელოვნად მივიჩნიეთ გაგვებილა საერთაშორისო მოგზაურობა რეზიდენტობის მიხედვით მონაცემები 2019 და 2020 წელს.

იანვარი

ქვეყანა	2019: იანვარი	2020: იანვარი	ცვლილება	ცვლილება%
საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტები	528 678	633 201	104 523	19,8%
სხვა ვიზიტები (არატურისტული)	91 460	109 512	18 052	19,7%
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტები	437 218	523 689	86 471	19,8%
მათ შორის:	↓	↓	↓	↓
ევროპა	363 073	435 921	72 848	20,1%
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა	281 033	335 779	54 746	19,5%
ჩრდილოეთ ევროპა	2 402	2 929	527	21,9%
გაერთიანებული სამეფო	1 443	1 639	196	13,6%
სამხრეთ ევროპა	3 015	4 587	1 572	52,1%
დასავლეთ ევროპა	4 933	6 113	1 180	23,9%
აღმოსავლეთ/ხმელთაშუა ევროპა	71 690	86 513	14 823	20,7%
ამერიკა	2 799	3 187	388	13,9%
ცენტრალური ამერ.	30	24	-6	-20,0%
ჩრდილოეთ ამერ.	2 501	2 768	267	10,7%
ამერიკის შეერთებული შტატები	2 130	2 400	270	12,7%
კანადა	330	307	-23	-7,0%

მექსიკა	41	61	20	48,8%
სამხრეთ ამერ.	238	360	122	51,3%
საფრანგეთის გვიანა	0	0	0	
აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი	18 420	23 618	5 198	28,2%
ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზია	2 408	4 025	1 617	67,2%
ოკეანეთი	327	383	56	17,1%
ახლო/შუა აღმოსავლეთი	7 297	9 136	1 839	25,2%
აფრიკა	681	806	125	18,4%
აღმოსავლეთ აფრიკა	135	138	3	2,2%
დასავლეთ აფრიკა	67	126	59	88,1%
სამხრეთ აფრიკა	265	273	8	3,0%
ჩრდილოეთ აფრიკა	203	248	45	22,2%
ცენტრალური აფრიკა	11	21	10	90,9%
სხვა	44 948	51 021	6 073	13,5%
გაერო	1	6	5	500,0%
საქართველო (არარეზიდენტი)	44 541	50 522	5 981	13,4%
სხვა	406	493	87	21,4%

წყარო: საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

(დანარჩენი თვეების შესახებ (თებერვალი, მარტი, აპრილი, მაისი) ინფორმაცია მოცემულია ნაშრომის ბოლოს ცხრილების სახით)

ცხრილში მოცემულია როგორც საქართველოდან გამსვლელ ვიზიტორთა სტატისტიკა, ასევე უცხოელ ვიზიტორთა სტატისტიკა. ძირითადი ნაკადი როგორც ჩანს არის ევროპის ქვეყნებში, შემდეგ მოდის აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი და ა.შ. ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით, 2019 წლის ნოემბრის თვის დეტალური სტატისტიკა ასეთია: იტალიიდან ვიზიტორების +84.8%-იანი ზრდა გვაქვს, პოლონეთიდან +80.4%-იანი ზრდა ფიქსირდება, საფრანგეთიდან ჩამოსულთა რიცხვი 35.3%-ითაა გაზრდილი, გერმანიიდან ჩამოსული სტუმრების რიცხვი 35.4%-ით გაიზარდა, ლატვიიდან დაფიქსირებულია ვიზიტორთა +26.6%-იანი ზრდა.

განსაკუთრებული ზრდა დაფიქსირდა შემდეგი ქვეყნებიდან: ყაზახეთი +169.3%, ყირგიზეთი +134.8%, ჩინეთი +52.6%, საუდის არაბეთი +46%, ისრაელი +36.3%, და სხვა. რაც შეეხება საერთაშორისო ვიზიტებს, ამ მონაცემები ასეა გადანაწილებული: სომხეთი (+18.1%), აზერბაიჯანი (+8.1%), რუსეთი (-10.9%) და თურქეთი (+25.3%) წინასწარი მონაცემებით, 2019 წლის იანვარ-ოქტომბერში

შემოსავალი საერთაშორისო მოგზაურობიდან საქართველოში შეადგენს 2.8 მლრდ. აშშ დოლარს (ზრდა +0.9%), რაც 25 მლნ. აშშ დოლარით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. 2019 წლის ოქტომბრის მდგომარეობით, შემოსავალი საერთაშორისო მოგზაურობიდან საქართველოში შეადგენს 267 მლნ. აშშ დოლარს (ზრდა 5.2%), რაც 13 მლნ. აშშ დოლარით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. 2019 წლის II კვარტალში შემოსავალი საერთაშორისო მოგზაურობიდან საქართველოში შეადგენს 877 მლნ. აშშ დოლარს (ზრდა +8.4%), რაც 68 მლნ. აშშ დოლარით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე. 2019 წლის I-II კვარტალში შემოსავალი საერთაშორისო მოგზაურობიდან საქართველოში შეადგენს 1.5 მლრდ. აშშ დოლარს (ზრდა +7%), რაც 95 მლნ. აშშ დოლარით მეტია წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელზე.

2020 წლის დასაწყისში ჩინეთში დაფიქსირებულმა ვირუსმა (კორონავირუსი - covid 19), მთელი მსოფლიო მოიცვა, რამაც გამოიწვია ტურიზმის სექტორის მთლიანი გაჩერება. გლობალიზაციის ტემპი შენელდა ასევე შემცირდა თავისუფალი ვაჭრობის ტემპიც, მთავრობები ნაცვლად იმისა რომ გააღრმავონ სავაჭრო ურთიერთობები პარტნიორებთან დღეის მდგომარეობით უფრო კონსერვატიულად არიან განწყობილი ამ საკითხის მიმართ. ყველა ქვეყანა გადაერთო საკუთარ წარმოებაზე და ცდილობენ ნაკლებად დამოკიდებულნი იყვნენ საერთაშორისო ვაჭრობაზე. თუმცა ეს არ შეეხო ონლაინ ვაჭრობას, გაკვეთილებსა და სხვა დისტანციურ მომსახურებებს. თვეების წინათ ჩინეთში ბიზნესის წამოწყება სარფიან გადაწყვეტილებად მიიჩნეოდა, თუმცა რეალობა შეიცვალა მიწოდების ჯაჭვის რღვევამ მრავალი კომპანია დააზარალა, ახლა ინვესტორები დიდი სიბრთხილით ეკიდებიან საერთაშორისო ვაჭრობაში ჩართვას. ბევრმა სახელმწიფომ შეწყვიტა ან დროებით შეაჩერა ბიზნეს ურთიერთობები იმ ქვეყნებთან სადაც ვირუსის მაღალი გადაცემა ფიქსირდება, მაგალითისთვის ამერიკაში მოხმარებული წამლების 80 % ჩინეთში იწარმოებოდა. თუმცა აღნიშნული კრიზისის გამო ამერიკის მთავრობამ აქტიურად დააყენა ამ სავაჭრო ურთიერთობის გადახედვის საკითხი.



მიწოდების ჯაჭვის რღვევისა და გეოპოლიტიკური გავლენის გატვალისწინებით ბევრმა საერთაშორისო ბიზნესმა უარი თქვა ჩინეთში მოღვაწეობაზე, რამაც გზა გაუხსნა ევროპის განვითარებად სახელმწიფოებს მოიზიდოს ინვესტიციები ამ აერული გეოპოლიტიკური მორევიდან. ყველაფეს ყავს გამარჯვებული და დამარცხებული, ესეა მსოფლიო ეკონომიკაში. ევროპის მომიჯნავე ღარიბ ქვეყნებს ტერიტორიული სიახლოვის გამო შანსი მიეცათ რომ გააფართოონ ეკონომიკა, გახდნენ საერთაშორისო ბიზნესის ძლიერი მოთამაშეები. გამარჯვებული კი ის მტავრობა გამოვა ვინც უფრო საზრიანად და ეფექტურად მიუდგება ამ ახალ გამოწვევას. 2020 წლის მეორე კვარტალში თითქმის ნულის ტოლი გადახა საერთაშორისო ინვესტიციები, დიდი რაოდენობის თანხა აკუმულირებულ იქნა ინვესტორების მიერ, რაც შემდეგში შეზღუდულ საინვესტიციო პირობებში რიგ ქვეყნებს კარგ შანსს მისცემს მოიზიდონ საერთაშორისო ბიზნესები საკუთარ ქვეყანაში. შემცირდა საერთაშორისო ინვესტიციები ტურიზმის სექტორში რაც მიზეზი გახდა უმუშევრობის დონის აწევის. საქართველოს ეკონომიკის მსგავსი ქვეყნებისთვის ეს მძიმე გადასატანი დარჩა, რის შედეგებსაც ჯერ კიდევ ითვლის ეკონომიკა. საქართველო უკვე დგას დიდი ეკონომიკური გადაწყობის წინაშე, თუ რამოდენიმე თვის უკან ჩინეთი სტაბილურ მოთამაშედ მიიჩნეოდა ბიზნესში, დღეს ასე აღარ არის რადგანაც გაჩნდა ეჭვი რომ შესაძლოა მთავრობამ რაღაცის დამალვას შეუწყოს ხელი. საერთაშორისო თავისუფალი ვაჭრობის ხელშეკრულებით მსოფლიოში მხოლოდ შვიდ ქვეყანას აქვს ერთდროულად ჩინეთთან და

ევროკავშირთან ვაჭრობის წარმოების წინადადება : ჩილე, პერუ, ისლანდია, სინგაპური, სამხრეთ- კორეა, შვეიცარია და საქართველო. თუ გავითვალისწინებთ საქართველოს ტერიტორიულ განლაგებას ამ ქვეყნების მიმართ, საკმაოდ დიდი შანსი არის მოვიზიდოთ ჩინეთიდან გამოსული ინვესტორები. მსგავსად 2007 წელს თურქეთში წამოწყებული თხილის ბიზნესის ხარვეზისა, რომლის შემდეგ საქართველომ თავისი ადგილი დაიმკვიდრა ამ ბაზარზე, დღეს შეგვიძლია იგივე მოთამაშე გავხდეთ საერთაშორისო ბიზნესის.

დასკვნა

ტურიზმის წარმოშობისა და განვითარების ისტორია ადასტურებს, რომ ის შორეულ წარსულშიც მიმზიდველ დარგად ითვლებოდა. ტურიზმის განმარტებიდან გამომდინარე, ის თავდაპირველად მხოლოდ დასვენების სურვილის შემთხვევაში ქვეყნიდან გასვლა იყო, ხოლო შემდგომ ადამიანების მიზნების გაფართოებამ ტურიზმის მიმართულებების დიფერენციაცია მოახდინა და თანდათანობით ცალკეულ დარგებად ჩამოყალიბდა. თუ ისტორიულ მონაცემებს დავაკვირდებით ტურიზმის ნებისმიერ მიმართულებას ადამიანთა ჯგუფის, ან ცალკეული ადამიანების ეკონომიკური მიზნები უდევს საფუძვლად. ამის ნათელი მაგალითია თომას კუკის მიერ შექმნილი პირველი ტურისტული სააგენტო, რომელმაც როგორც თომას კუკს, ასევე ქვეყანასაც ეკონომიკური სიძლიერე შემატა. ქვეყნების ეკონომიკური განვითარება ბუნებრივი და ეკონომიკური რესურსების არსებობაზეა დამოკიდებული, ტურიზმის განვითარება კი უფრო ფართო რესურსებს მოითხოვს, კერძოდ: ბუნებრივ, კულტურულ, ტრადიციულ, ისტორიულ ასპექტებს. ეს ის დარგია, რომლის განვითარება ყველა ზემოთ ჩამოთვლილთან ერთად ქვეყნის ინფრასტრუქტურულ განვითარებაზეა დამოკიდებული. ისტორიულმა ანალიზმა ასევე აჩვენა, რომ ბევრი ქვეყნისათვის ის გადარჩენის წყაროა, თუმცა ერთადერთ დარგად მიჩნევა არასწორია. შემდგომ თავებში განხილული მასალები ადასტურებს, რომ ქვეყნის კულტურული, ისტორიული, ტრადიციული რესურსები ეკონომიკურ რესურსებთან ერთად ქვეყანას აძლიერებს, თუმცა მასზე სრული გათვალა შეუძლებელია. ისტორიულმა ანალიზმა შექმნა საფუძველი შემდეგ თავებში ტურიზმის დარგის განვითარების კვლევა და მისი გავლენა ქვეყნის ეკონომიკაზე გავანალიზოთ არა როგორც ერთად ერთი დარგის განვითარების კუთხით, არამედ სრულყოფილად ვაჩვენოთ განვითარების ის მიმართულებები, რომლებმაც ხელი შეუწყეს ტურიზმის გაფართოებას და პირიქით.

ცხადია, ტურიზმის დარგი დამოუკიდებლად ვერ იფუნქციონირებს, ვინაიდან სრულყოფილი ბიზნესის ჩამოყალიბება მოითხოვს ინფრასტრუქტურული ბიზნესის

განვითარებასაც. აღნიშნული საკითხები კავშირშია ქვეყანაში ეკონომიკის განვითარების დონესთან. განხილული მასალა იძლევა საშუალებას გაანალიზდეს ტურიზმის როლი საერთაშორისო ბიზნესში, ანუ აქცენტი გადატანილი უნდა იქნას განვითარების ისეთი დონის მიღწევაზე, რომელიც შეესაბამება საერთაშორისო სტანდარტებს. თუ გადავხედავთ სხვა ქვეყნების გამოცდილებასაც, ყველას თავისი ნიშა აქვს ტურიზმის დარგში და შესაბამისად ირჩევს სტრატეგიებს სამომავლო განვითარებისთვის, ნაშრომში განხილულია სხვადასხვა ქვეყნების მაგალითები, თუ როგორი სახით ირჩევს კონკრეტული ქვეყანა მიზანს. მოცემული არის როგორც განვითარებული და ეკონომიკურად ძლიერი სახელმწიფოს მაგალითი ასევე განვითარებადი ქვეყანა, რომლის ეკონომიკა მთლიანად ტურიზმზეა დამყარებული.

ტურიზმის ბიზნესში ერთ - ერთ მსხვილ მოთამაშედ სასტუმრო სფერო მიიჩნევა, მისი დასაქმების პოტენციალითა და ობიექტებზე არსებული მატერიალურ ტექნიკური ბაზით. ტურისტული ბიზნესი არა მხოლოდ სასტუმროებით ითვლება, არამედ მნიშვნელოვანია კვების ობიექტები და ადგილმდებარეობა. როდესაც საქმე ეხება საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების ინფრასტრუქტურულ შესაძლებლობას, ამავე დროს ყურადღება უნდა მიექცეს ინფრასტრუქტურული ობიექტების ისეთ ადგილებზე განთავსებას, რომელიც ახლოსაა ქვეყნის ღირშესანიშნაობებთან, ბუნებრივ სანახაობებთან და ა.შ. მასალის შესწავლამ შესაძლებლობა მოგვცა ცალკეული ტიპის ტურისტული ინფრასტრუქტურის მიხედვით გავანალიზოთ საქართველოს პოტენციალი ყველა იმ ნიშნის მიხედვით, რითაც ხასიათდება ტურიზმი.

საერთაშორისო ტურისტულ ბიზნესში ყველა მოთამაშე თავისი წესებით ფუნქციონირებს, საერთაშორისო ფირმები თავიანთ საქმიანობას აწყობენ კონკრეტული სახელმწიფოს კანონმდებლობის მიხედვით, მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია კი მხოლოდ მითითებებითა და რეკომენდაციებით შემოიფარგლება. როგორც საერთაშორისო ბიზნესში საქართველოშიც იგივე წესები მოქმედებს, ყველა ბიზნესი ემორჩილება კანონმდებლობას. ქვეყანაში ტურიზმი ახალი დარგია და კანონმდებლობაც დახვეწის მდგომარეობაშია, თუმცა ბოლო ათწლეულის მიხედვით დადებითი ნიშნები გამოიკვეთა, საზოგადოებაც აქტიურადაა ჩართული ტურიზმის სხვადასხვა დარგებში, ასევე სახელმწიფო ხელს უწყობს კადრების გადამზადებას.

Covid 19 კორონავირუსის შედეგად, უამრავმა ბიზნესმა იზარალა, მათ შორის ტურიზმის დარგი თითქმის განახევრდა, ასევე შეჩერდა საერთაშორისო ინვესტიციები ამ მიმართულებით. მეტი წილი დანაკარგი განვითარებადი ქვეყნების ეკონომიკამ მიიღო, რომლებიც მთლიანად ტურიზმზე იყვნენ დამოკიდებული. ტურიზმის ხელახალი ამუშავება, მოკლევადიან პერიოდში საუკეთესო გამოსავალი იქნება გარდამავალი ეკონომიკის მქონე ქვეყნებისთვის, ასე რომ იმედი ვიქონიოთ კვლავ კალაპოტში ჩადგება ეს და სხვა ბიზნესებიც.

შესწავლილი მასალებისა და გაანალიზებული სტატისტიკური მონაცემების საფუძველზე ჩვენნი აზრით საქართველოში ტურიზმის დარგის არსებული პოტენციალი არასრულად არის გამოყენებული, კერძოდ არ არის შესწავლილი ის კულტურული, ისტორიული, გეოპოლიტიკური შესაძლებლობები, რომელთა გამოყენებით ტურიზმის დარგი განვითარდება. ჩვენი დაკვირვებით, ტურისტული ნაკადების მონაცემების შეფასებით, დარგის ეკონომიკური მაჩვენებლების გაანალიზებით ჩამოვყალიბეთ წინადადებები, რომელთა გათვალისწინება ვფიქრობთ მოკრძალებულ წვლილს შეიტანს ტურიზმის დარგის განვითარებაში:

1.სოფლად ტურიზმის განვითარებისათვის ინფრასტრუქტურის განვითარების ხელშემწყობი კრედიტების გაცემა გამოყენების მკაცრი მონიტორინგის განხორციელებით; ხელშეწყობის არსში იგულისხმება იაფი კრედიტის გაცემა და უკან დაბრუნების ვადის განსაზღვრა დაბანდებული თანხის გამოსყიდვის პერიოდის შემდეგ;

2.მოსახლეობის (ტურისტთა მიმღები) ცოდნის დონის ამაღლება ტურისტული ადგილის ისტორიული ასპექტებში;

3.საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებაში მნიშვნელოვანია კომუნიკაცია სტუმრის ენაზე, ამისათვის ერთ ტურისტულ ობიექტზე მინიმუმ ერთი ინგლისურენოვანი მასპინძლის სავალდებულობის დანერგვა.

ჩამოთვლილი წინადადებები რა თქმა უნდა არ არის აკმარისი პირობა ტურიზმის საერთაშორისო დარგად ჩამოყალიბებისათვის, მაგრამ კვლევის პროცესში მასალების მოპოვებისა და შესწავლის შესაძლებლობების მიხედვით მიგვაჩნია, რომ წინადადებები შესაბამისობაში საკვლევ მასალასთან, არის პრაქტიკული და მიღწევადი.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ვადაჭკორია მ. ოქროცვარაძე ა. ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი. თბილისი . 2011 წ.
2. მღებრიშვილი მ. ცოტნიაშვილი ზ. ტურიზმის ბიზნესი და ტურიზმის ბიზნესის მენეჯმენტის თავისებურებანი . თბილისი . 2009 წ.
3. ხომერიკი გ. ტურიზმი . თბილისი 2008 წ.
4. შუბლაძე გ. მენეჯმენტის საფუძვლები . თბილისი . 2008 წ.
5. გელდნერი რ. რითი ბ. ტურიზმი- საფუძვლები, პრაქტიკა, თეორია. ა.შ.შ. 2013 წ.
6. მერლანი გ. ტურიზმის მენეჯმენტის საფუძვლები. თბილისი . 2008 წ.
7. USAID საქართველო . სახელმძღვანელო ბიზნეს ასოციაციებისთვის. თბილისი . 2006 წ.
8. ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია. მეწარმის სამაგიდო წიგნი, თბილისი . 2009 წ
9. საქართველოს კონსტიტუცია . კანონი მეწარმეთა შესახებ . თბილისი . 1994 წ
10. საქართველოს კონსტიტუცია. კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ თბილისი . 1997 წ .
11. ტურიზმის ინსტიტუტი . ტურიზმის რეგულირება . ბათუმი . 2017 წ .
12. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური. სტატისტიკური ინფორმაციი ტურიზმის შესახებ . თბილისი . 2009 - 2019 წ.
13. Forbes Georgia . შიდა ტურიზმი საქართველოში . თბილისი . 2015/09/25.
14. Wikipedia.org . ტურიზმი/ ტურიზმის განმარტება .
15. Wikipedia.org . ტურიზმის მატერიალურ ტექნიკური ბაზა.
16. გაერთიანებული ერების ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაცია UNWTO.COM
17. ევროპის ტურიზმის ასოციაცია . ETOA.ORG
18. კოტლერ ფ. ჯეიმს ს. მარკეტინგი ტურიზმისა და მასპინძლობისთვის . ლონდონი . 2017 წ .

თებერვალი

ქვეყანა	2019: თებერვალი	2020: თებერვალი	ცვლილება	ცვლილება%
საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტები	469 545	466 409	-3 136	-0,7%
სხვა ვიზიტები (არატურისტული)	80 327	79 550	-777	-1,0%
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტები	389 218	386 859	-2 359	-0,6%
მათ შორის:	↓	↓	↓	↓
ევროპა	327 882	323 244	-4 638	-1,4%
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა	249 273	235 633	-13 640	-5,5%
აზერბაიჯანი	83 511	94 219	10 708	12,8%
ბელარუსი	1 944	2 961	1 017	52,3%
ბულგარეთი	602	602	0	0,0%
ესტონეთი	392	1 025	633	161,5%
თურქმენეთი	736	1 247	511	69,4%
ლატვია	992	1 089	97	9,8%
ლიტვა	1 198	1 595	397	33,1%
მოლდოვა	333	368	35	10,5%
პოლონეთი	2 269	4 194	1 925	84,8%
რუმინეთი	305	365	60	19,7%
რუსეთი	69 675	52 258	-17 417	-25,0%
სლოვაკეთი	438	525	87	19,9%
სომხეთი	70 078	57 342	-12 736	-18,2%
ტაჯიკეთი	440	600	160	36,4%
უზბეკეთი	1 757	1 104	-653	-37,2%
უკრაინა	10 122	11 604	1 482	14,6%
უნგრეთი	352	356	4	1,1%
ყაზახეთი	2 768	2 702	-66	-2,4%
ყირგიზეთი	650	572	-78	-12,0%
ჩეხეთი	711	905	194	27,3%
ჩრდილოეთ ევროპა	2 866	3 683	817	28,5%
გაერთიანებული სამეფო	1 723	2 262	539	31,3%
დანია	182	213	31	17,0%
ირლანდია	204	333	129	63,2%
ისლანდია	12	5	-7	-58,3%
ნორვეგია	132	182	50	37,9%
ფინეთი	285	227	-58	-20,4%
შვედეთი	328	461	133	40,5%

სამხრეთ ევროპა	2 736	3 838	1 102	40,3%
ალბანეთი	33	35	2	6,1%
ანდორა	1	0	-1	-100,0%
ბოსნია და ჰერცეგოვინა	38	62	24	63,2%
ესპანეთი	425	599	174	40,9%
ვატიკანი	0	0	0	
იტალია	743	1 346	603	81,2%
მაკედონია	32	33	1	3,1%
მალტა	11	32	21	190,9%
მონტენეგრო	17	13	-4	-23,5%
პორტუგალია	116	183	67	57,8%
საბერძნეთი	995	1 065	70	7,0%
სან მარინო	1	1	0	0,0%
სერბეთი	144	259	115	79,9%
სლოვენია	103	143	40	38,8%
ხორვატია	77	67	-10	-13,0%
დასავლეთ ევროპა	4 163	6 060	1 897	45,6%
ავსტრია	474	546	72	15,2%
ბელგია	205	368	163	79,5%
გერმანია	1 925	2 656	731	38,0%
ლიხტენშტეინი	0	0	0	
ლუქსემბურგი	14	20	6	42,9%
მონაკო	0	0	0	
ნიდერლანდები	412	742	330	80,1%
საფრანგეთი	920	1 402	482	52,4%
შვეიცარია	213	326	113	53,1%
აღმოსავლეთ/ხმელთაშუა ევროპა	68 844	74 030	5 186	7,5%
თურქეთი	61 594	63 925	2 331	3,8%
ისრაელი	7 153	9 981	2 828	39,5%
კვიპროსი	97	124	27	27,8%
ამერიკა	2 262	2 879	617	27,3%
კარიბი	26	48	22	84,6%
ანგილია	0	0	0	
ანტიგუა და ბარბუდა	2	3	1	50,0%
ბარბადოსი	0	1	1	
ბაჰამის კუნძულები	0	0	0	
გრენადა	0	0	0	
დომინიკა	6	7	1	16,7%
დომინიკის რესპუბლიკა	2	13	11	550,0%
ვირჯინიის კუნძულები, ა.შ.შ.	0	0	0	
ვირჯინიის კუნძულები, დიდი ბრიტანეთი	0	0	0	
იამაიკა	3	4	1	33,3%
კაიმანის კუნძულები	0	0	0	
კუბა	2	10	8	400,0%
ნიდერლანდის ანტილები	0	0	0	
პუერტო-რიკო	0	0	0	
სენტ ვინსენტი და გრენადინები	0	0	0	





სენტ კრისტოფერი და ნევის	7	3	-4	-57,1%
სენტ-ლუსია	0	0	0	
ტერქსისა და კაიკოსის კუნძულები	2	0	-2	-100,0%
ტრინიდადი და ტობაგო	2	3	1	50,0%
ჰაიტი	0	4	4	
ცენტრალური ამერ.	33	30	-3	-9,1%
ბელიზი	2	1	-1	-50,0%
გვატემალა	5	2	-3	-60,0%
კოსტა-რიკა	5	11	6	120,0%
ნიკარაგუა	0	0	0	
პანამა	4	5	1	25,0%
სალვადორი	11	6	-5	-45,5%
ჰონდურასი	6	5	-1	-16,7%
ჩრდილოეთ ამერ.	1 956	2 437	481	24,6%
ამერიკის შეერთებული შტატები	1 565	2 020	455	29,1%
კანადა	341	346	5	1,5%
მექსიკა	50	71	21	42,0%
სამხრეთ ამერ.	247	364	117	47,4%
არგენტინა	42	61	19	45,2%
ბოლივია	3	7	4	133,3%
ბრაზილია	108	162	54	50,0%
გაიანა	0	0	0	
ეკვადორი	4	17	13	325,0%
ვენესუელა	6	13	7	116,7%
კოლუმბია	47	63	16	34,0%
პარაგვაი	1	3	2	200,0%
პერუ	10	8	-2	-20,0%
საფრანგეთის გვიანა	0	0	0	
სურინამი	1	0	-1	-100,0%
ურუგვაი	3	4	1	33,3%
ჩილე	22	26	4	18,2%
აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი	18 944	17 277	-1 667	-8,8%
ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზია	2 885	1 812	-1 073	-37,2%
იაპონია	268	407	139	51,9%
კორეის რესპუბლიკა	252	443	191	75,8%
მონღოლეთი	5	4	-1	-20,0%
ტაივანი (ჩინეთის პროვინცია)	1	0	-1	-100,0%
ჩინეთი	2 351	951	-1 400	-59,5%
ჩრდილოეთ კორეა	5	1	-4	-80,0%
ჰონგკონგი, ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკა	3	6	3	100,0%
ოკეანეთი	311	311	0	0,0%
ავსტრალია	253	247	-6	-2,4%
ამერიკის სამოა	0	0	0	

ახალი ზელანდია	56	62	6	10,7%
ვანუატუ	0	0	0	
ველისი და ფუტუნა	0	0	0	
მარშალის კუნძულები	0	0	0	
ნაურუ	0	0	0	
პალაუ	0	0	0	
პაკუა ახალი გვინეა	0	0	0	
სამოა	0	0	0	
საფრანგეთის პოლინეზია	0	0	0	
სოლომონის კუნძულები	0	0	0	
ტონგა	0	0	0	
ტუვალუ	0	0	0	
ფიჯი	2	2	0	0,0%
სამხრეთ აზია	11 901	10 973	-928	-7,8%
ავღანეთი	18	11	-7	-38,9%
ბანგლადეში	35	72	37	105,7%
ბუტანი	7	3	-4	-57,1%
ინდოეთი	3 527	3 179	-348	-9,9%
ირანი	7 549	6 889	-660	-8,7%
მალდივი	7	3	-4	-57,1%
ნეპალი	74	74	0	0,0%
პაკისტანი	490	530	40	8,2%
შრი-ლანკა	194	212	18	9,3%
სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზია	3 847	4 181	334	8,7%
ბრუნეი დარუსალამი	0	1	1	
ვიეტნამი	42	32	-10	-23,8%
ინდონეზია	85	88	3	3,5%
კამბოჯა	0	6	6	
ლაოსი	0	5	5	
მალაიზია	170	130	-40	-23,5%
მიანმარი	24	29	5	20,8%
სინგაპური	28	41	13	46,4%
ტაილანდი	246	959	713	289,8%
ფილიპინები	3 252	2 890	-362	-11,1%
ახლო/შუა აღმოსავლეთი	4 393	5 332	939	21,4%
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	468	382	-86	-18,4%
ბაჰრეინი	196	150	-46	-23,5%
ეგვიპტე	481	611	130	27,0%
ერაყი	109	101	-8	-7,3%
იემენი	80	108	28	35,0%
იორდანია	531	608	77	14,5%
კატარი	133	210	77	57,9%
ლიბანი	429	526	97	22,6%
ლიბია	1	3	2	200,0%
ომანი	171	151	-20	-11,7%
პალესტინა	22	37	15	68,2%

საუღის არაბეთი	975	1 148	173	17,7%
სირია	45	105	60	133,3%
ქუვეითი	752	1 192	440	58,5%
აფრიკა	634	864	230	36,3%
აღმოსავლეთ აფრიკა	157	142	-15	-9,6%
ბურუნდი	0	0	0	
ეთიოპია	16	18	2	12,5%
ერიტრეა	12	9	-3	-25,0%
ზამბია	0	5	5	
ზიმბაბვე	10	11	1	10,0%
კენია	25	26	1	4,0%
კომორის კუნძულები	44	27	-17	-38,6%
მადაგასკარი	6	1	-5	-83,3%
მავრიკი	16	17	1	6,3%
მაიოტა	0	0	0	
მალავი	0	3	3	
მოზამბიკი	1	0	-1	-100,0%
რეუნიონი	0	0	0	
რუანდა	0	1	1	
სეიშელის კუნძულები	1	4	3	300,0%
სომალი	13	11	-2	-15,4%
ტანზანია	7	2	-5	-71,4%
უგანდა	6	7	1	16,7%
ჯიბუტი	0	0	0	
დასავლეთ აფრიკა	73	138	65	89,0%
ბენინი	0	0	0	
ბურკინა-ფასო	0	5	5	
გამბია	0	2	2	
განა	11	9	-2	-18,2%
გვინეა	0	4	4	
გვინეა-ბისაუ	0	0	0	
კაბო-ვერდე	0	7	7	
კოტ-დივუარი	0	2	2	
ლიბერია	2	7	5	250,0%
მავრიტანია	2	3	1	50,0%
მალი	1	2	1	100,0%
ნიგერი	1	1	0	0,0%
ნიგერია	51	93	42	82,4%
სენეგალი	3	0	-3	-100,0%
სიერა-ლეონე	2	2	0	0,0%
ტოგო	0	1	1	
სამხრეთ აფრიკა	250	276	26	10,4%
ბოტსვანა	2	3	1	50,0%
ლესოტო	0	0	0	
ნამიბია	1	2	1	100,0%
სამხრეთ აფრიკა	247	271	24	9,7%
სვაზილენდი	0	0	0	

ჩრდილოეთ აფრიკა	137	280	143	104,4%
ალჟირი	25	35	10	40,0%
მაროკო	49	103	54	110,2%
სუდანი	28	73	45	160,7%
ტუნისი	35	69	34	97,1%
ცენტრალური აფრიკა	17	28	11	64,7%
ანგოლა	1	1	0	0,0%
გაბონი	1	0	-1	-100,0%
კამერუნი	10	22	12	120,0%
კონგო	5	3	-2	-40,0%
სან-ტომე და პრინსიპი	0	0	0	
ჩადი	0	2	2	
ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა	0	0	0	
სხვა	35 103	37 263	2 160	6,2%
გაერო	5	5	0	0,0%
საქართველო (არარეზიდენტი)	34 810	36 891	2 081	6,0%
სხვა	288	367	79	27,4%

წყარო: საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

ქვეყანა	2019: მარტი	2020: მარტი	ცვლილება	ცვლილება%
საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტები	619 325	233 479	-385 846	-62,3%
სხვა ვიზიტები (არატურისტული)	112 261	23 534	-88 727	-79,0%
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტები	507 064	209 945	-297 119	-58,6%
მათ შორის:				
ევროპა	432 808	182 065	-250 743	-57,9%
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა	333 641	130 313	-203 328	-60,9%
აზერბაიჯანი	117 050	43 437	-73 613	-62,9%
ბელარუსი	2 830	1 685	-1 145	-40,5%
ბულგარეთი	766	576	-190	-24,8%
ესტონეთი	557	687	130	23,3%
თურქმენეთი	955	843	-112	-11,7%
ლატვია	1 408	806	-602	-42,8%
ლიტვა	1 336	1 096	-240	-18,0%
მოლდოვა	471	247	-224	-47,6%
პოლონეთი	2 768	2 502	-266	-9,6%
რუმინეთი	267	181	-86	-32,2%
რუსეთი	98 480	32 981	-65 499	-66,5%
სლოვაკეთი	554	245	-309	-55,8%
სომხეთი	84 403	32 798	-51 605	-61,1%
ტაჯიკეთი	324	419	95	29,3%
უზბეკეთი	1 468	1 078	-390	-26,6%
უკრაინა	13 070	7 805	-5 265	-40,3%
უნგრეთი	444	241	-203	-45,7%
ყაზახეთი	4 832	1 810	-3 022	-62,5%
ყირგიზეთი	787	423	-364	-46,3%
ჩეხეთი	871	453	-418	-48,0%
ჩრდილოეთ ევროპა	3 275	1 967	-1 308	-39,9%
გაერთიანებული სამეფო	1 941	1 117	-824	-42,5%
დანია	251	109	-142	-56,6%
ირლანდია	140	119	-21	-15,0%
ისლანდია	12	10	-2	-16,7%
ნორვეგია	184	112	-72	-39,1%
ფინეთი	286	186	-100	-35,0%
შვედეთი	461	314	-147	-31,9%
სამხრეთ ევროპა	3 290	1 452	-1 838	-55,9%
ალბანეთი	37	27	-10	-27,0%
ანდორა	3	1	-2	-66,7%
ბოსნია და ჰერცეგოვინა	62	27	-35	-56,5%

ესპანეთი	580	286	-294	-50,7%
ვატიკანი	0	0	0	
იტალია	913	204	-709	-77,7%
მაკედონია	31	29	-2	-6,5%
მალტა	42	8	-34	-81,0%
მონტენეგრო	23	11	-12	-52,2%
პორტუგალია	109	68	-41	-37,6%
საბერძნეთი	1 083	553	-530	-48,9%
სან მარინო	3	0	-3	-100,0%
სერბეთი	131	138	7	5,3%
სლოვენია	151	68	-83	-55,0%
ხორვატია	122	32	-90	-73,8%
დასავლეთ ევროპა	6 598	3 524	-3 074	-46,6%
ავსტრია	522	261	-261	-50,0%
ბელგია	272	167	-105	-38,6%
გერმანია	3 067	1 666	-1 401	-45,7%
ლიხტენშტეინი	2	0	-2	-100,0%
ლუქსემბურგი	11	9	-2	-18,2%
მონაკო	0	0	0	
ნიდერლანდები	675	448	-227	-33,6%
საფრანგეთი	1 216	780	-436	-35,9%
შვეიცარია	833	193	-640	-76,8%
აღმოსავლეთ/ხმელთაშუა ევროპა	86 004	44 809	-41 195	-47,9%
თურქეთი	75 249	41 121	-34 128	-45,4%
ისრაელი	10 625	3 620	-7 005	-65,9%
კვიპროსი	130	68	-62	-47,7%
ამერიკა	3 002	1 525	-1 477	-49,2%
კარიბი	24	6	-18	-75,0%
ანგოლია	0	0	0	
ანტიგუა და ბარბუდა	1	1	0	0,0%
ბარბადოსი	0	0	0	
ბაჰამის კუნძულები	0	0	0	
გრენადა	0	0	0	
დომინიკა	8	0	-8	-100,0%
დომინიკის რესპუბლიკა	3	0	-3	-100,0%
ვირჯინიის კუნძულები, ა.შ.შ.	0	0	0	
ვირჯინიის კუნძულები, დიდი ბრიტანეთი	0	0	0	
იამაიკა	1	1	0	0,0%
კაიმანის კუნძულები	0	0	0	
კუბა	3	1	-2	-66,7%
ნიდერლანდის ანტილები	0	0	0	
პუერტო-რიკო	0	0	0	
სენტ ვინსენტი და გრენადინები	0	0	0	
სენტ კრისტოფერი და ნევის	5	2	-3	-60,0%
სენტ-ლუსია	1	0	-1	-100,0%
ტერესისა და კაიკოსის კუნძულები	0	0	0	
ტრინიდადი და ტობაგო	2	0	-2	-100,0%

ჰაიტი	0	1	1	
ცენტრალური ამერ.	19	18	-1	-5,3%
ბელიზი	0	1	1	
გვატემალა	4	5	1	25,0%
კოსტა-რიკა	7	5	-2	-28,6%
ნიკარაგუა	0	0	0	
პანამა	5	1	-4	-80,0%
სალვადორი	1	3	2	200,0%
ჰონდურასი	2	3	1	50,0%
ჩრდილოეთ ამერ.	2 733	1 356	-1 377	-50,4%
ამერიკის შეერთებული შტატები	2 279	1 117	-1 162	-51,0%
კანადა	389	212	-177	-45,5%
მექსიკა	65	27	-38	-58,5%
სამხრეთ ამერ.	226	145	-81	-35,8%
არგენტინა	34	21	-13	-38,2%
ბოლივია	3	5	2	66,7%
ბრაზილია	109	64	-45	-41,3%
გაიანა	0	2	2	
ეკვადორი	13	3	-10	-76,9%
ვენესუელა	7	5	-2	-28,6%
კოლუმბია	33	30	-3	-9,1%
პარაგვაი	2	1	-1	-50,0%
პერუ	12	2	-10	-83,3%
საფრანგეთის გვიანა	0	0	0	
სურინამი	0	0	0	
ურუგვაი	2	3	1	50,0%
ჩილე	11	9	-2	-18,2%
აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი	26 436	4 184	-22 252	-84,2%
ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზია	2 509	484	-2 025	-80,7%
იაპონია	391	254	-137	-35,0%
კორეის რესპუბლიკა	378	72	-306	-81,0%
მონღოლეთი	10	2	-8	-80,0%
ტაივანი (ჩინეთის პროვინცია)	1	0	-1	-100,0%
ჩინეთი	1 715	156	-1 559	-90,9%
ჩრდილოეთ კორეა	2	0	-2	-100,0%
ჰონგკონგი, ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკა	12	0	-12	-100,0%
ოკეანეთი	329	189	-140	-42,6%
ავსტრალია	272	154	-118	-43,4%
ამერიკის სამოა	0	0	0	
ახალი ზელანდია	48	35	-13	-27,1%
ვანუატუ	3	0	-3	-100,0%
ველისი და ფუტუნა	0	0	0	
მარშალის კუნძულები	0	0	0	
ნაურუ	0	0	0	

პალაუ	0	0	0	
პაპუა ახალი გვინეა	4	0	-4	-100,0%
სამოა	0	0	0	
საფრანგეთის პოლინეზია	0	0	0	
სოლომონის კუნძულები	0	0	0	
ტონგა	2	0	-2	-100,0%
ტუვალუ	0	0	0	
ფიჯი	0	0	0	
სამხრეთ აზია	20 683	2 091	-18 592	-89,9%
ავღანეთი	25	7	-18	-72,0%
ბანგლადეში	49	30	-19	-38,8%
ბუტანი	2	4	2	100,0%
ინდოეთი	5 286	1 336	-3 950	-74,7%
ირანი	14 481	402	-14 079	-97,2%
მალდივი	1	0	-1	-100,0%
ნეპალი	104	27	-77	-74,0%
პაკისტანი	603	215	-388	-64,3%
შრი-ლანკა	132	70	-62	-47,0%
სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზია	2 915	1 420	-1 495	-51,3%
ბრუნეი დარუსალამი	0	0	0	
ვიეტნამი	16	6	-10	-62,5%
ინდონეზია	122	43	-79	-64,8%
კამბოჯა	2	2	0	0,0%
ლაოსი	0	0	0	
მალაიზია	122	19	-103	-84,4%
მიანმარი	17	43	26	152,9%
სინგაპური	61	16	-45	-73,8%
ტილანდი	361	439	78	21,6%
ფილიპინები	2 214	852	-1 362	-61,5%
ახლო/შუა აღმოსავლეთი	5 357	2 120	-3 237	-60,4%
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	618	143	-475	-76,9%
ბაჰრეინი	243	29	-214	-88,1%
ეგვიპტე	620	237	-383	-61,8%
ერაყი	122	33	-89	-73,0%
იემენი	76	39	-37	-48,7%
იორდანია	456	282	-174	-38,2%
კატარი	216	55	-161	-74,5%
ლიბანი	351	258	-93	-26,5%
ლიბია	6	4	-2	-33,3%
ომანი	126	34	-92	-73,0%
პალესტინა	35	14	-21	-60,0%
საუდის არაბეთი	1 480	626	-854	-57,7%
სირია	77	57	-20	-26,0%
ქუვეითი	931	309	-622	-66,8%
აფრიკა	656	400	-256	-39,0%
აღმოსავლეთ აფრიკა	124	56	-68	-54,8%

ბურუნდი	1	0	-1	-100,0%
ეთიოპია	10	1	-9	-90,0%
ერიტრეა	4	3	-1	-25,0%
ზამბია	0	0	0	
ზიმბაბვე	6	13	7	116,7%
კენია	16	9	-7	-43,8%
კომორის კუნძულები	45	17	-28	-62,2%
მადაგასკარი	0	0	0	
მავრიკი	16	1	-15	-93,8%
მაიოტა	0	0	0	
მალავი	1	2	1	100,0%
მოზამბიკი	1	0	-1	-100,0%
რეუნინი	0	0	0	
რუანდა	1	0	-1	-100,0%
სეიშელის კუნძულები	0	1	1	
სომალი	10	6	-4	-40,0%
ტანზანია	7	1	-6	-85,7%
უგანდა	6	2	-4	-66,7%
ჯიბუტი	0	0	0	
დასავლეთ აფრიკა	75	69	-6	-8,0%
ბენინი	0	0	0	
ბურკინა-ფასო	1	0	-1	-100,0%
გამბია	1	0	-1	-100,0%
განა	2	4	2	100,0%
გვინეა	1	0	-1	-100,0%
გვინეა-ბისაუ	0	0	0	
კაბო-ვერდე	0	0	0	
კოტ-დივუარი	2	0	-2	-100,0%
ლიბერია	2	3	1	50,0%
მავრიტანია	1	2	1	100,0%
მალი	1	1	0	0,0%
ნიგერი	1	1	0	0,0%
ნიგერია	63	57	-6	-9,5%
სენეგალი	0	1	1	
სიერა-ლეონე	0	0	0	
ტოგო	0	0	0	
სამხრეთ აფრიკა	193	147	-46	-23,8%
ბოტსვანა	11	0	-11	-100,0%
ლესოტო	0	0	0	
ნამიბია	1	0	-1	-100,0%
სამხრეთ აფრიკა	181	147	-34	-18,8%
სვაზილენდი	0	0	0	
ჩრდილოეთ აფრიკა	250	121	-129	-51,6%
ალჟირი	41	22	-19	-46,3%
მაროკო	86	32	-54	-62,8%
სუდანი	52	46	-6	-11,5%
ტუნისი	71	21	-50	-70,4%

ცენტრალური აფრიკა	14	7	-7	-50,0%
ანგოლა	2	0	-2	-100,0%
გაბონი	0	0	0	
კამერუნი	6	7	1	16,7%
კონგო	1	0	-1	-100,0%
სან-ტომე და პრინსიპი	0	0	0	
ჩადი	5	0	-5	-100,0%
ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა	0	0	0	
სხვა	38 805	19 651	-19 154	-49,4%
გაერო	6	5	-1	-16,7%
საქართველო	38 418	19 410	-19 008	-49,5%
სხვა	381	236	-145	-38,1%

წყარო: საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

აპრილი

ქვეყანა	2019: აპრილი	2020: აპრილი	ცვლილება	ცვლილება%
საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტები	647 770	35 497	-612 273	-94,5%
სხვა ვიზიტები (არატურისტული)	98 009	1 176	-96 833	-98,8%
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტები	549 761	34 321	-515 440	-93,8%
მათ შორის:	↓	↓	↓	↓
ევროპა	474 665	32 546	-442 119	-93,1%
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა	342 825	18 053	-324 772	-94,7%
აზერბაიჯანი	99 073	2 550	-96 523	-97,4%
ბელარუსი	2 348	826	-1 522	-64,8%
ბულგარეთი	947	163	-784	-82,8%
ესტონეთი	756	2	-754	-99,7%
თურქმენეთი	1 165	96	-1 069	-91,8%
ლატვია	1 527	12	-1 515	-99,2%
ლიტვა	1 642	6	-1 636	-99,6%
მოლდოვა	505	57	-448	-88,7%
პოლონეთი	4 761	9	-4 752	-99,8%
რუმინეთი	609	6	-603	-99,0%
რუსეთი	113 138	3 778	-109 360	-96,7%
სლოვაკეთი	549	2	-547	-99,6%
სომხეთი	94 391	8 018	-86 373	-91,5%
ტაჯიკეთი	418	115	-303	-72,5%
უზბეკეთი	1 237	690	-547	-44,2%
უკრაინა	11 991	1 176	-10 815	-90,2%
უნგრეთი	579	6	-573	-99,0%
ყაზახეთი	5 621	426	-5 195	-92,4%
ყირგიზეთი	714	80	-634	-88,8%
ჩეხეთი	854	35	-819	-95,9%
ჩრდილოეთ ევროპა	5 772	52	-5 720	-99,1%
გაერთიანებული სამეფო	2 889	45	-2 844	-98,4%
დანია	493	0	-493	-100,0%
ირლანდია	261	3	-258	-98,9%
ისლანდია	23	0	-23	-100,0%
ნორვეგია	641	0	-641	-100,0%
ფინეთი	646	0	-646	-100,0%
შვედეთი	819	4	-815	-99,5%
სამხრეთ ევროპა	5 444	84	-5 360	-98,5%
ალბანეთი	64	0	-64	-100,0%

ანდორა	2	0	-2	-100,0%
ბოსნია და ჰერცეგოვინა	93	11	-82	-88,2%
ესპანეთი	1 273	18	-1 255	-98,6%
ვატიკანი	2	0	-2	-100,0%
იტალია	1 701	15	-1 686	-99,1%
მაკედონია	54	0	-54	-100,0%
მალტა	26	0	-26	-100,0%
მონტენეგრო	19	0	-19	-100,0%
პორტუგალია	277	1	-276	-99,6%
საბერძნეთი	1 226	8	-1 218	-99,3%
სან მარინო	4	0	-4	-100,0%
სერბეთი	308	31	-277	-89,9%
სლოვენია	242	0	-242	-100,0%
ხორვატია	153	0	-153	-100,0%
დასავლეთ ევროპა	11 027	65	-10 962	-99,4%
ავსტრია	837	2	-835	-99,8%
ბელგია	627	8	-619	-98,7%
გერმანია	5 670	39	-5 631	-99,3%
ლიტენშტეინი	3	0	-3	-100,0%
ლუქსემბურგი	31	0	-31	-100,0%
მონაკო	0	0	0	
ნიდერლანდები	1 303	3	-1 300	-99,8%
საფრანგეთი	1 864	13	-1 851	-99,3%
შვეიცარია	692	0	-692	-100,0%
აღმოსავლეთ/ხმელთაშუა ევროპა	109 597	14 292	-95 305	-87,0%
თურქეთი	95 063	14 219	-80 844	-85,0%
ისრაელი	14 343	72	-14 271	-99,5%
კვიპროსი	191	1	-190	-99,5%
ამერიკა	4 010	17	-3 993	-99,6%
კარიბი	46	0	-46	-100,0%
ანგილია	0	0	0	
ანტიგუა და ბარბუდა	4	0	-4	-100,0%
ბარბადოსი	0	0	0	
ბაჰამის კუნძულები	1	0	-1	-100,0%
გრენადა	0	0	0	
დომინიკა	5	0	-5	-100,0%
დომინიკის რესპუბლიკა	5	0	-5	-100,0%
ვირჯინიის კუნძულები, ა.შ.შ.	0	0	0	
ვირჯინიის კუნძულები, დიდი ბრიტანეთი	0	0	0	
იამაიკა	1	0	-1	-100,0%
კაიმანის კუნძულები	0	0	0	
კუბა	17	0	-17	-100,0%
ნიდერლანდის ანტილები	0	0	0	
პუერტო-რიკო	0	0	0	
სენტ ვინსენტი და გრენადინები	0	0	0	
სენტ კრისტოფერი და ნევის	7	0	-7	-100,0%
სენტ-ლუსია	0	0	0	
ტერქსისა და კაიკოსის კუნძულები	2	0	-2	-100,0%

ტრინიდადი და ტობაგო	3	0	-3	-100,0%
ჰაიტი	1	0	-1	-100,0%
ცენტრალური ამერ.	21	0	-21	-100,0%
ბელიზი	1	0	-1	-100,0%
გვატემალა	0	0	0	
კოსტა-რიკა	8	0	-8	-100,0%
ნიკარაგუა	2	0	-2	-100,0%
პანამა	5	0	-5	-100,0%
სალვადორი	5	0	-5	-100,0%
ჰონდურასი	0	0	0	
ჩრდილოეთ ამერ.	3 507	17	-3 490	-99,5%
ამერიკის შეერთებული შტატები	2 887	15	-2 872	-99,5%
კანადა	553	2	-551	-99,6%
მექსიკა	67	0	-67	-100,0%
სამხრეთ ამერ.	436	0	-436	-100,0%
არგენტინა	77	0	-77	-100,0%
ბოლივია	5	0	-5	-100,0%
ბრაზილია	235	0	-235	-100,0%
გაიანა	1	0	-1	-100,0%
ეკვადორი	3	0	-3	-100,0%
ვენესუელა	6	0	-6	-100,0%
კოლუმბია	63	0	-63	-100,0%
პარაგვაი	2	0	-2	-100,0%
პერუ	11	0	-11	-100,0%
საფრანგეთის გვიანა	0	0	0	
სურინამი	0	0	0	
ურუგვაი	11	0	-11	-100,0%
ჩილე	22	0	-22	-100,0%
აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი	24 508	156	-24 352	-99,4%
ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზია	3 770	4	-3 766	-99,9%
იაპონია	496	1	-495	-99,8%
კორეის რესპუბლიკა	666	2	-664	-99,7%
მონღოლეთი	92	0	-92	-100,0%
ტაივანი (ჩინეთის პროვინცია)	6	0	-6	-100,0%
ჩინეთი	2 504	1	-2 503	-100,0%
ჩრდილოეთ კორეა	0	0	0	
ჰონგკონგი, ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკა	6	0	-6	-100,0%
ოკეანეთი	565	4	-561	-99,3%
ავსტრალია	427	4	-423	-99,1%
ამერიკის სამოა	0	0	0	
ახალი ზელანდია	133	0	-133	-100,0%
ვანუატუ	1	0	-1	-100,0%
ველისი და ფუტუნა	0	0	0	
მარშალის კუნძულები	1	0	-1	-100,0%
ნაურუ	0	0	0	





პალაუ	0	0	0	
პაპუა ახალი გვინეა	1	0	-1	-100,0%
სამოა	0	0	0	
საფრანგეთის პოლინეზია	0	0	0	
სოლომონის კუნძულები	0	0	0	
ტონგა	0	0	0	
ტუვალუ	0	0	0	
ფიჯი	2	0	-2	-100,0%
სამხრეთ აზია	16 898	147	-16 751	-99,1%
ავღანეთი	22	0	-22	-100,0%
ბანგლადეში	40	2	-38	-95,0%
ბუტანი	5	0	-5	-100,0%
ინდოეთი	5 243	1	-5 242	-100,0%
ირანი	10 505	144	-10 361	-98,6%
მალდივი	4	0	-4	-100,0%
ნეპალი	39	0	-39	-100,0%
პაკისტანი	807	0	-807	-100,0%
შრი-ლანკა	233	0	-233	-100,0%
სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზია	3 275	1	-3 274	-100,0%
ბრუნეი დარუსალამი	2	0	-2	-100,0%
ვიეტნამი	19	0	-19	-100,0%
ინდონეზია	152	0	-152	-100,0%
კამბოჯა	2	0	-2	-100,0%
ლაოსი	0	0	0	
მალაიზია	194	0	-194	-100,0%
მიანმარი	19	0	-19	-100,0%
სინგაპური	300	1	-299	-99,7%
ტაილანდი	962	0	-962	-100,0%
ფილიპინები	1 625	0	-1 625	-100,0%
ახლო/შუა აღმოსავლეთი	9 323	68	-9 255	-99,3%
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	1 916	0	-1 916	-100,0%
ბაჰრეინი	264	0	-264	-100,0%
ეგვიპტე	827	4	-823	-99,5%
ერაყი	151	2	-149	-98,7%
იემენი	118	0	-118	-100,0%
იორდანია	896	17	-879	-98,1%
კატარი	352	1	-351	-99,7%
ლიბანი	760	0	-760	-100,0%
ლიბია	10	0	-10	-100,0%
ომანი	321	1	-320	-99,7%
პალესტინა	61	0	-61	-100,0%
საუდის არაბეთი	2 183	3	-2 180	-99,9%
სირია	101	2	-99	-98,0%
ქუვეითი	1 363	38	-1 325	-97,2%
აფრიკა	886	2	-884	-99,8%
აღმოსავლეთ აფრიკა	168	0	-168	-100,0%
ბურუნდი	1	0	-1	-100,0%

ეთიოპია	21	0	-21	-100,0%
ერიტრეა	9	0	-9	-100,0%
ზამბია	1	0	-1	-100,0%
ზიმბაბვე	8	0	-8	-100,0%
კენია	33	0	-33	-100,0%
კომორის კუნძულები	49	0	-49	-100,0%
მადაგასკარი	0	0	0	#ДЕЛ/0!
მავრიკი	6	0	-6	-100,0%
მაიოტა	0	0	0	
მალავი	2	0	-2	-100,0%
მოზამბიკი	1	0	-1	-100,0%
რეუნიონი	0	0	0	
რუანდა	2	0	-2	-100,0%
სეიშელის კუნძულები	5	0	-5	-100,0%
სომალი	16	0	-16	-100,0%
ტანზანია	6	0	-6	-100,0%
უგანდა	7	0	-7	-100,0%
ჯიბუტი	1	0	-1	-100,0%
დასავლეთ აფრიკა	103	0	-103	-100,0%
ბენინი	0	0	0	
ბურკინა-ფასო	1	0	-1	-100,0%
გამბია	0	0	0	
განა	4	0	-4	-100,0%
გვინეა	1	0	-1	-100,0%
გვინეა-ბისაუ	0	0	0	
კაბო-ვერდე	1	0	-1	-100,0%
კოტ-დივუარი	1	0	-1	-100,0%
ლიბერია	1	0	-1	-100,0%
მავრიტანია	4	0	-4	-100,0%
მალი	5	0	-5	-100,0%
ნიგერი	0	0	0	
ნიგერია	78	0	-78	-100,0%
სენეგალი	2	0	-2	-100,0%
სიერა-ლეონე	2	0	-2	-100,0%
ტოგო	3	0	-3	-100,0%
სამხრეთ აფრიკა	299	0	-299	-100,0%
ბოტსვანა	0	0	0	
ლესოტო	0	0	0	
ნამიბია	6	0	-6	-100,0%
სამხრეთ აფრიკა	292	0	-292	-100,0%
სვაზილენდი	1	0	-1	-100,0%
ჩრდილოეთ აფრიკა	299	2	-297	-99,3%
ალჟირი	37	0	-37	-100,0%
მაროკო	93	0	-93	-100,0%
სუდანი	87	0	-87	-100,0%
ტუნისი	82	2	-80	-97,6%
ცენტრალური აფრიკა	17	0	-17	-100,0%

ანგოლა	0	0	0	
გაბონი	1	0	-1	-100,0%
კამერუნი	12	0	-12	-100,0%
კონგო	2	0	-2	-100,0%
სან-ტომე და პრინსიპი	0	0	0	
ჩადი	2	0	-2	-100,0%
ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა	0	0	0	
სხვა	36 369	1 532	-34 837	-95,8%
გაერო	5	0	-5	-100,0%
საქართველო (არარეზიდენტი)	35 809	1 526	-34 283	-95,7%
სხვა	555	6	-549	-98,9%

წყარო: საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

მაისი

ქვეყანა	2019: მაისი	2020: მაისი	ცვლილება	ცვლილება%
საერთაშორისო მოგზაურების ვიზიტები	723 160	38 998	-684 162	-94,6%
სხვა ვიზიტები (არატურისტული)	104 451	2 640	-101 811	-97,5%
საერთაშორისო ვიზიტორების მიერ განხორციელებული ვიზიტები	618 709	36 358	-582 351	-94,1%
მათ შორის:				
ევროპა	546 793	34 050	-512 743	-93,8%
ცენტრალური და აღმოსავლეთ ევროპა	427 195	17 888	-409 307	-95,8%
აზერბაიჯანი	105 962	3 276	-102 686	-96,9%
ბელარუსი	4 099	743	-3 356	-81,9%
ბულგარეთი	912	207	-705	-77,3%
ესტონეთი	858	7	-851	-99,2%
თურქმენეთი	1 128	25	-1 103	-97,8%
ლატვია	1 960	17	-1 943	-99,1%
ლიტვა	1 893	22	-1 871	-98,8%
მოლდოვა	594	70	-524	-88,2%
პოლონეთი	9 092	8	-9 084	-99,9%
რუმინეთი	582	12	-570	-97,9%
რუსეთი	172 217	3 777	-168 440	-97,8%
სლოვაკეთი	621	4	-617	-99,4%
სომხეთი	98 572	7 803	-90 769	-92,1%
ტაჯიკეთი	443	85	-358	-80,8%
უზბეკეთი	1 120	320	-800	-71,4%
უკრაინა	16 864	1 003	-15 861	-94,1%
უნგრეთი	626	6	-620	-99,0%
ყაზახეთი	7 352	374	-6 978	-94,9%
ყირგიზეთი	1 031	70	-961	-93,2%
ჩეხეთი	1 269	59	-1 210	-95,4%
ჩრდილოეთ ევროპა	7 209	55	-7 154	-99,2%
გაერთიანებული სამეფო	4 217	32	-4 185	-99,2%
დანია	406	2	-404	-99,5%
ირლანდია	376	3	-373	-99,2%
ისლანდია	21	0	-21	-100,0%
ნორვეგია	620	9	-611	-98,5%
ფინეთი	556	1	-555	-99,8%
შვედეთი	1 013	8	-1 005	-99,2%
სამხრეთ ევროპა	6 395	91	-6 304	-98,6%
ალბანეთი	67	0	-67	-100,0%

ანდორა	1	0	-1	-100,0%
ბოსნია და ჰერცეგოვინა	102	10	-92	-90,2%
ესპანეთი	1 027	20	-1 007	-98,1%
ვატიკანი	2	0	-2	-100,0%
იტალია	2 044	24	-2 020	-98,8%
მაკედონია	67	1	-66	-98,5%
მალტა	27	0	-27	-100,0%
მონტენეგრო	36	1	-35	-97,2%
პორტუგალია	392	4	-388	-99,0%
საბერძნეთი	1 555	11	-1 544	-99,3%
სან მარინო	1	0	-1	-100,0%
სერბეთი	295	18	-277	-93,9%
სლოვენია	584	2	-582	-99,7%
ხორვატია	195	0	-195	-100,0%
დასავლეთ ევროპა	17 221	107	-17 114	-99,4%
ავსტრია	1 550	27	-1 523	-98,3%
ბელგია	798	13	-785	-98,4%
გერმანია	8 605	35	-8 570	-99,6%
ლიხტენშტეინი	2	0	-2	-100,0%
ლუქსემბურგი	25	0	-25	-100,0%
მონაკო	0	0	0	
ნიდერლანდები	2 426	16	-2 410	-99,3%
საფრანგეთი	2 817	14	-2 803	-99,5%
შვეიცარია	998	2	-996	-99,8%
აღმოსავლეთ/ხმელთაშუა ევროპა	88 773	15 909	-72 864	-82,1%
თურქეთი	71 563	15 863	-55 700	-77,8%
ისრაელი	17 084	45	-17 039	-99,7%
კვიპროსი	126	1	-125	-99,2%
ამერიკა	5 894	41	-5 853	-99,3%
კარიბი	31	2	-29	-93,5%
ანგილია	0	0	0	
ანტიგუა და ბარბუდა	1	0	-1	-100,0%
ბარბადოსი	0	0	0	
ბაჰამის კუნძულები	0	0	0	
გრენადა	1	0	-1	-100,0%
დომინიკა	9	0	-9	-100,0%
დომინიკის რესპუბლიკა	3	0	-3	-100,0%
ვირჯინიის კუნძულები, ა.შ.შ.	0	0	0	
ვირჯინიის კუნძულები, დიდი ბრიტანეთი	0	0	0	
იამაიკა	1	0	-1	-100,0%
კაიმანის კუნძულები	0	0	0	
კუბა	7	0	-7	-100,0%
ნიდერლანდის ანტილები	0	0	0	
პუერტო-რიკო	0	0	0	
სენტ ვინსენტი და გრენადინები	0	0	0	
სენტ კრისტოფერი და ნევის	6	0	-6	-100,0%
სენტ-ლუსია	0	0	0	
ტერქსისა და კაიკოსის კუნძულები	1	2	1	100,0%

ტრინიდადი და ტობაგო	2	0	-2	-100,0%
ჰაიტი	0	0	0	
ცენტრალური ამერ.	63	0	-63	-100,0%
ბელიზი	1	0	-1	-100,0%
გვატემალა	6	0	-6	-100,0%
კოსტა-რიკა	42	0	-42	-100,0%
ნიკარაგუა	0	0	0	
პანამა	5	0	-5	-100,0%
სალვადორი	3	0	-3	-100,0%
ჰონდურასი	6	0	-6	-100,0%
ჩრდილოეთ ამერ.	5 309	37	-5 272	-99,3%
ამერიკის შეერთებული შტატები	4 223	31	-4 192	-99,3%
კანადა	994	3	-991	-99,7%
მექსიკა	92	3	-89	-96,7%
სამხრეთ ამერ.	491	2	-489	-99,6%
არგენტინა	72	0	-72	-100,0%
ბოლივია	4	0	-4	-100,0%
ბრაზილია	270	0	-270	-100,0%
გაიანა	0	0	0	
ეკვადორი	7	0	-7	-100,0%
ვენესუელა	9	0	-9	-100,0%
კოლუმბია	57	1	-56	-98,2%
პარაგვაი	2	0	-2	-100,0%
პერუ	14	1	-13	-92,9%
საფრანგეთის გვიანა	0	0	0	
სურინამი	2	0	-2	-100,0%
ურუგვაი	7	0	-7	-100,0%
ჩილე	47	0	-47	-100,0%
აღმოსავლეთ აზია/წყნარი ოკეანის აუზი	22 226	132	-22 094	-99,4%
ჩრდილო-აღმოსავლეთ აზია	7 694	5	-7 689	-99,9%
იაპონია	1 252	0	-1 252	-100,0%
კორეის რესპუბლიკა	2 210	0	-2 210	-100,0%
მონღოლეთი	22	0	-22	-100,0%
ტაივანი (ჩინეთის პროვინცია)	3	0	-3	-100,0%
ჩინეთი	4 193	5	-4 188	-99,9%
ჩრდილოეთ კორეა	2	0	-2	-100,0%
ჰონგკონგი, ჩინეთის სახალხო რესპუბლიკა	12	0	-12	-100,0%
ოკეანეთი	1 134	5	-1 129	-99,6%
ავსტრალია	1 010	5	-1 005	-99,5%
ამერიკის სამოა	0	0	0	
ახალი ზელანდია	122	0	-122	-100,0%
ვანუატუ	1	0	-1	-100,0%
ველისი და ფუტუნა	0	0	0	
მარშალის კუნძულები	0	0	0	
ნაურუ	0	0	0	

პალაუ	0	0	0	
პაპუა ახალი გვინეა	0	0	0	
სამოა	0	0	0	
საფრანგეთის პოლინეზია	0	0	0	
სოლომონის კუნძულები	0	0	0	
ტონგა	0	0	0	
ტუვალუ	0	0	0	
ფიჯი	1	0	-1	-100,0%
სამხრეთ აზია	11 026	95	-10 931	-99,1%
ავღანეთი	29	8	-21	-72,4%
ბანგლადეში	30	0	-30	-100,0%
ბუტანი	2	0	-2	-100,0%
ინდოეთი	3 381	11	-3 370	-99,7%
ირანი	7 158	76	-7 082	-98,9%
მალდივი	0	0	0	
ნეპალი	81	0	-81	-100,0%
პაკისტანი	270	0	-270	-100,0%
შრი-ლანკა	75	0	-75	-100,0%
სამხრეთ-აღმოსავლეთ აზია	2 372	27	-2 345	-98,9%
ბრუნეი დარუსალამი	0	0	0	
ვიეტნამი	81	1	-80	-98,8%
ინდონეზია	94	3	-91	-96,8%
კამბოჯა	2	0	-2	-100,0%
ლაოსი	0	0	0	
მალაიზია	164	0	-164	-100,0%
მიანმარი	10	0	-10	-100,0%
სინგაპური	206	0	-206	-100,0%
ტაილანდი	599	23	-576	-96,2%
ფილიპინები	1 216	0	-1 216	-100,0%
ახლო/შუა აღმოსავლეთი	2 913	160	-2 753	-94,5%
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	276	0	-276	-100,0%
ბაჰრეინი	99	0	-99	-100,0%
ეგვიპტე	338	1	-337	-99,7%
ერაყი	83	0	-83	-100,0%
იემენი	23	0	-23	-100,0%
იორდანია	328	0	-328	-100,0%
კატარი	85	3	-82	-96,5%
ლიბანი	498	35	-463	-93,0%
ლიბია	3	0	-3	-100,0%
ომანი	63	0	-63	-100,0%
პალესტინა	19	0	-19	-100,0%
საუდის არაბეთი	632	118	-514	-81,3%
სირია	56	3	-53	-94,6%
ქუვეითი	410	0	-410	-100,0%
აფრიკა	474	10	-464	-97,9%
აღმოსავლეთ აფრიკა	93	0	-93	-100,0%
ბურუნდი	2	0	-2	-100,0%

ეთიოპია	10	0	-10	-100,0%
ერიტრეა	1	0	-1	-100,0%
ზამბია	0	0	0	
ზიმბაბვე	13	0	-13	-100,0%
კენია	25	0	-25	-100,0%
კომორის კუნძულები	7	0	-7	-100,0%
მადაგასკარი	0	0	0	#DEL/0!
მავრიკი	8	0	-8	-100,0%
მაიოტა	0	0	0	
მალავი	1	0	-1	-100,0%
მოზამბიკი	1	0	-1	-100,0%
რეუნიონი	1	0	-1	-100,0%
რუანდა	0	0	0	
სეიშელის კუნძულები	0	0	0	
სომალი	12	0	-12	-100,0%
ტანზანია	3	0	-3	-100,0%
უგანდა	9	0	-9	-100,0%
ჯიბუტი	0	0	0	
დასავლეთ აფრიკა	94	0	-94	-100,0%
ბენინი	2	0	-2	-100,0%
ბურკინა-ფასო	0	0	0	
გამბია	1	0	-1	-100,0%
განა	12	0	-12	-100,0%
გვინეა	1	0	-1	-100,0%
გვინეა-ბისაუ	0	0	0	
კაბო-ვერდე	0	0	0	
კოტ-დივუარი	0	0	0	
ლიბერია	3	0	-3	-100,0%
მავრიტანია	2	0	-2	-100,0%
მალი	2	0	-2	-100,0%
ნიგერი	2	0	-2	-100,0%
ნიგერია	65	0	-65	-100,0%
სენეგალი	3	0	-3	-100,0%
სიერა-ლეონე	0	0	0	
ტოგო	1	0	-1	-100,0%
სამხრეთ აფრიკა	182	8	-174	-95,6%
ბოტსვანა	2	0	-2	-100,0%
ლესოტო	1	0	-1	-100,0%
ნამიბია	1	0	-1	-100,0%
სამხრეთ აფრიკა	178	8	-170	-95,5%
სვაზილენდი	0	0	0	
ჩრდილოეთ აფრიკა	98	2	-96	-98,0%
ალჟირი	10	0	-10	-100,0%
მაროკო	37	0	-37	-100,0%
სუდანი	26	2	-24	-92,3%
ტუნისი	25	0	-25	-100,0%
ცენტრალური აფრიკა	7	0	-7	-100,0%

ანგოლა	1	0	-1	-100,0%
გაბონი	0	0	0	
კამერუნი	4	0	-4	-100,0%
კონგო	2	0	-2	-100,0%
სან-ტომე და პრინსიპი	0	0	0	
ჩადი	0	0	0	
ცენტრალური აფრიკის რესპუბლიკა	0	0	0	
სხვა	40 409	1 965	-38 444	-95,1%
გაერო	16	0	-16	-100,0%
საქართველო (არარეზიდენტი)	39 753	1 956	-37 797	-95,1%
სხვა	640	9	-631	-98,6%

წყარო: საქართველოს შინაგან საქმეთა სამინისტრო, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი