



სსიპ გორის სახელმწიფო სასწავლო უნივერსიტეტი

## ნინო მეტონიძე

პანდემიის პირობებში ტურისტული ბიზნესის განვითარების  
ხელშეწყობის რეკომენდაციები და არსებული გამოწვევები

სამაგისტრო ნაშრომი შესრულებულია სოციალურ  
მეცნიერებათა, ბიზნესისა და სამართალმცოდნეობის

ფაკულტეტზე

ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის  
მოსაპოვებლად

ხელმძღვანელი: ნინო ორჯონიკიძე  
პროფესორი

გორი

2021

## ანოტაცია

2019 წლის 31 დეკემბრიდან ახალი კორონა ვირუსით გამოწვეული დავადება (kovid-19) სწრაფად გავრცელდა მთელს მსოფლიოში. დაავადების სწრაფი გავრცელების შედეგად, ათასობით ადამიანი დაიღუპა, იზოლაციის და კარანტინის გამო დაიხურა საზღვრები, უამრავმა ადამიანმა დაკარგა სამუშაო ადგილი. როგორც მოსალოდნელი იყო, ყველაზე მძიმედ პანდემიამ ღარიბ მოსახლეობას დაარტყა და კიდევ უფრო გაზარდა სიღარიბე და უთანასწორობა. კოვიდ-19-მა არა მხოლოდ შეცვალა საზოგადოების ქცევა, შეხედულებები და ყოველდღიური რიტმი, არამედ ძირეულად გარდაქმნა ბიზნესის როლი და მისი კეთების მეთოდები. გარემო, რომელიც გვქონდა ვირუსამდე და გვაქვს ვირუსთან ერთად ფუნდამენტურად განსხვავებულია. კრიზისმა მოიცვა ყველა ინდუსტრია, სფერო თუ დარგი.

პანდემიის გამო უამრავი კომპანია იძულებული გახდა შეეჩერებინა მუშაობა, უმეტესი მათგანი გაკოტრდა დანარჩენი კი ცდილობს ონლაინ საქმიანობით ირჩინოს თავი. მოთხოვნის კლების გამო უდიდესმა კომპანიებმა მიიღეს გადაწყვეტილება კადრების შემცირებასთან დაკავშირებით. პანდემიით გამოწვეული უარყოფითი შედეგები განსაკუთრებით უარყოფითად აისახა ახალ და შესაბამისად შედარებით არამდგრად ბიზნესებზე. საგრძნობლად შემცირდა ინვესტიციების რაოდენობა, შესაბამისად იკლო ახალმა ვაკანსიებმა და დაიკარგა უამრავი სამუშაო ადგილი. პანდემიამ შეცვალა მსოფლიო დღის წესრიგი, რისთვისაც სამწუხაროდ მოსახლეობა მზად არ აღმოჩნა.

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

თანამედროვე ეტაპზე მიჩნეულია მსოფლიო ეკონომიკის ყველაზე სწრაფ განვითარებად დარგად. კერძოდ, იგი შედის სამი უმსხვილესი საექსპორტო დარგის რიცხვში (ნავთობპროდუქტებისა და ავტომშენებლობის შემდეგ) და წარმოადგენს მსოფლიო ეკონომიკის ყველაზე რენტაბელურ სფეროს.

სამაგისტრო ნაშრომში მოცემულია სხვადასხვა ტიპის კვლევების გაერთიანებული ანალიზი, რომელიც ასახავს საქართველოში ტურისტულ ბიზნესში არსებული პრობლემებსა და გამოწვევებს პანდემიამდე და პანდემიის შემდეგ.

## Annotation

*Nino Metonidze*

As of December 31, 2019, the disease caused by the new corona virus (kovid-19) has spread rapidly around the world. As a result of the rapid spread of the disease, thousands of people died, borders were closed due to isolation and quarantine, and many people lost their jobs. As expected, the most severe pandemic struck the poor and further increased poverty and inequality.

Covid-19 not only changed the behavior, views and daily rhythm of the society, but also fundamentally transformed the role of the business and the methods of doing it. The environment we had before the virus and we have with the virus is fundamentally different. The crisis has affected all industries, fields and industries.

Due to the pandemic, many companies were forced to stop working, most of them went bankrupt and the rest are trying to survive online. Due to the decrease in demand, the largest companies decided to reduce staff.

The negative consequences caused by the pandemic were particularly negative for new and therefore relatively unsustainable businesses. The number of investments has significantly decreased, consequently new vacancies have decreased and a lot of jobs have been lost. The pandemic changed the world agenda, for which, unfortunately, the population was not ready.

The Coronavirus pandemic has severely hampered the development of the tourism business, although it is still difficult to pinpoint the losses of COVID-19, and uncertainty, in turn, poses a separate threat to the sustainable development of tourism. At the present stage it is considered to be the fastest growing sector of the world economy. In particular, it is one of the three largest export sectors (after oil products and automobile manufacturing) and is the most profitable sector of the world economy.

The master's thesis presents a combined analysis of different types of research, which reflects the problems and challenges in the tourism business in Georgia before and after the pandemic

## შინაარსი

შესავალი -----

### **თავი I ტურისტული ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზი და არსებული სიტუაციის შეფასება**

- 1.1. პანდემიამდე და პანდემიის შემდეგ ტურისტული ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკური შეფასება;
- 1.2. პოსტ-პანდემიურ პირობებში ტურიზმის სექტორის განვითარების პერსპექტივები
- 1.3 პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ტურისტული პოტენციალის საერთაშორისო მარკეტინგისა და PR კომუნიკაციის სტრატეგიები

### **თავი II. სახელმწიფოს მიერ შემუშავებული ანტი-კრიზისული გეგმის და განხორციელებული ღონისძიებების შეფასება**

- 2.1 საგადასახადო - საკრედიტო შეღავათები და ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის სტიმულირების პროგრამები
- 2.2 ტურისტული ბიზნესის სამართლებრივი ხელშეწყობის მიზნით გასატარებელი ღონისძიებები; შიდა ტურიზმის სტიმულირების მექანიზმები
- 2.3 ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერის კუთხით საუკეთესო გამოცდილებების მიმოხილვა

დასკვნა

გამოყენებული ლიტერატურა

დანართი

## შესავალი

**თემის აქტუალობა.** კორონავირუსის პანდემიით გამოწვეული ეკონომიკური კოლაპსი შეეხო მთელ მსოფლიოს. ვირუსმა შეიწირა უამრავი ადამიანის სიცოცხლე, რამაც გამოიწვია ეკონომიკის დარგების გაჩერება. შედეგად შეჩერდა წარმოება და ეკონომიკური ურთიერთობები ქვეყნებს შორის. შეზღუდვები შეეხო ასევე გადაზიდვებს, რამაც სერიოზული პრობლემები შეუქმნა ქვეყნის მარაგებს. გამომდინარე აქედან, გაიზარდა მოთხოვნა ადგილობრივ პროდუქტებზე. სამწუხაროდ ქვეყნებს არ აღმოაჩნდათ საკმარისი მარაგი, რათა პირველადი პროდუქტებით უზრუნველყოთ თავისი მოსახლეობა. ყოველივე ამან გამოიწვია ფასების გაზრდა და ვალუტის გაუფასურება. ვალუტის გაუფასურების შედეგად პროდუქტის შეძენა კიდევ უფრო რთული გახდა რაც კატასტროფულად აისახა მოსახლეობის ეკონომიურ მდგომარეობაზე.

პანდემიამ მძლავრი დარტყმა მიაყენა ტურისტულ ბიზნესს. გამო უამრავი კომპანია იძულებული გახდა შეეჩერებინა მუშაობა. საგრძნობლად შემცირდა ინვესტიციების რაოდენობა, შესაბამისად იკლო ახალმა ვაკანსიებმა და დაიკარგა უამრავი სამუშაო ადგილი. ზემოთ თქმულიდან გამომდინარე შეგვიძლია დავასკვნათ, რომ პანდემიამ შეცვალა მსოფლიო დღის წესრიგი, რისთვისაც სამწუხაროდ მოსახლეობა მზად არ აღმოჩნა.

**კვლევის მიზანი.** ტურიზმის სფეროში COVID-19 პანდემიის შედეგად შექმნილი სიტუაციის შეფასება და შესაბამისი დასკვნების მომზადება

**კვლევის ამოცანები:**

- კოვიდ19 პანდემიის გავლენის შეფასება ტურიზმის ინდუსტრიაზე;

- კოვიდ19 პანდემიასთან დაკავშირებით ბიზნესის მხადაჭერის სახელმწიფო პროგრამის შეფასება
- ტურიზმის სექტორის საჭიროებების და პრობლემების იდენტიფიცირება

**კვლევის საგანი და ობიექტი:** ნაშრომის კვლევის საგანია ტურისტული ბიზნესში პანდემიის პირობებში წარმოაქმნილი ბარიერები და მათი გადაწყვეტის გზების მოძიება.

## თავი I ტურისტული ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკური ანალიზი და არსებული სიტუაციის შეფასება

### 1.1. პანდემიამდე და პანდემიის შემდეგ ტურისტული ბიზნესის სოციალურ-ეკონომიკური შეფასება;

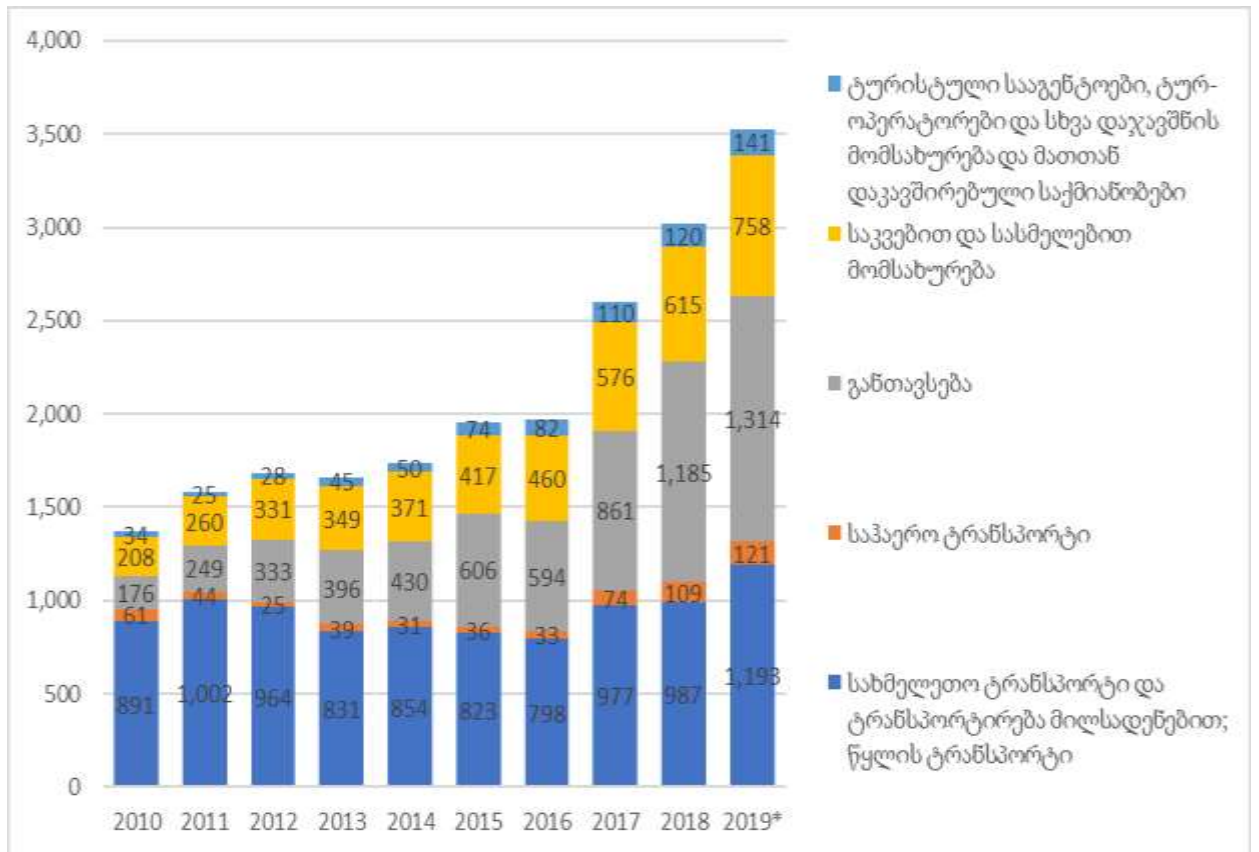
ტურისტული ბიზნესი თანამედროვე ეტაპზე მიჩნეულია მსოფლიო ეკონომიკის ყველაზე სწრაფ განვითარებად დარგად. მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით, 2019 წელს ამ დარგის მთლიანმა კონტრიბუციამ მშპ-ში 8.9 ტრილიონი აშშ დოლარი შეადგინა და ხელი შეუწყო 330 მილიონი სამუშაო ადგილის შექმნას. აღნიშნული სექტორის მთლიანი წვლილი (პირდაპირი და გვერდითი ეფექტები) მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში შემდეგია: მსოფლიოს მშპ-ს 10.3%, ერთი ადგილი ყოველი 10 სამუშაო ადგილიდან, 4.3% მთლიან განხორციელებულ ინვესტიციებსა და 6.8% მსოფლიოს მთლიან ექსპორტში. საერთაშორისო და შიდა ტურიზმი დიდ როლს ასრულებს საქართველოს ეკონომიკაშიც. საერთაშორისო მოგზაურობიდან შემოსავლები მზარდი ტენდენციით გამოირჩეოდა, შედეგად 2019 წელს მისმა მოცულობამ 3.3 მლრდ აშშ დოლარს გადააჭარბა. მშპ-ში წილმა კი 8.1%-ს მიაღწია.<sup>2</sup> (იხ.სქემა1).

<sup>1</sup> საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა, 2019, <https://gnta.ge/ge>

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

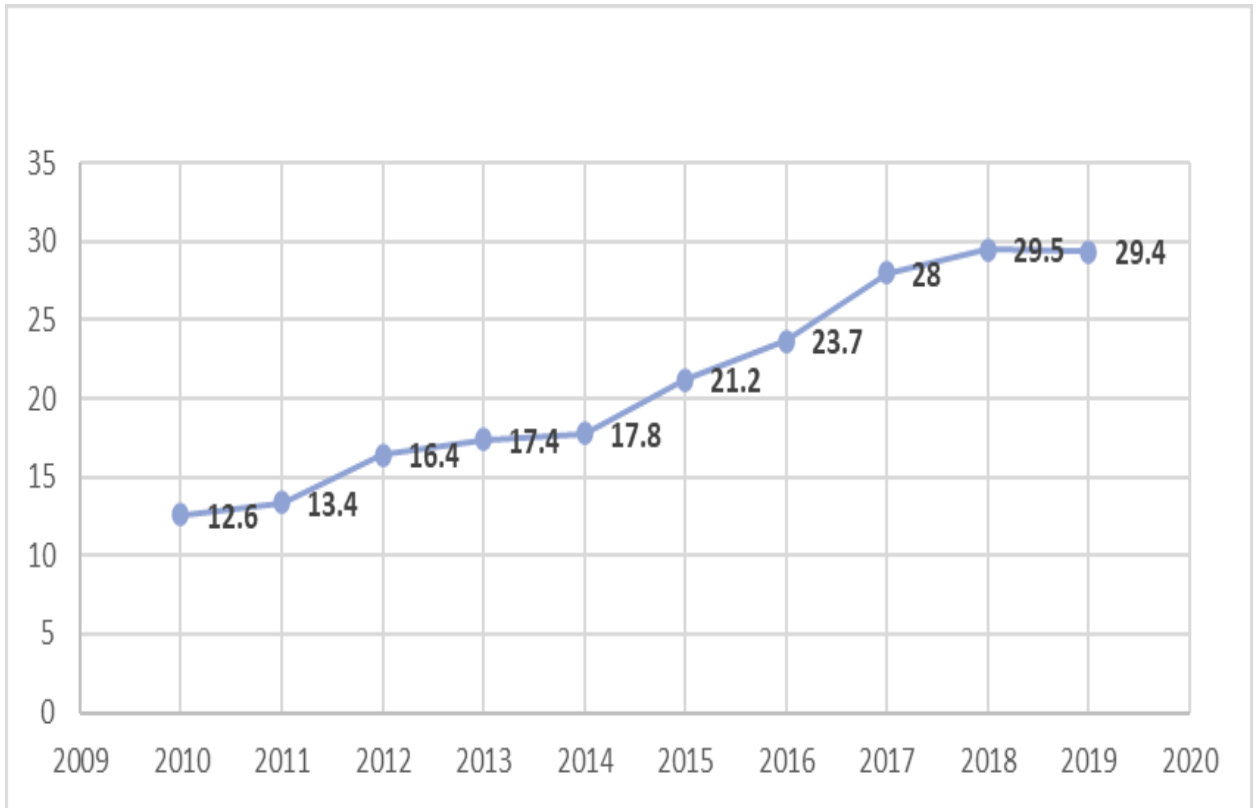


მშპ-ში ტურიზმისა და მოგზაურობის პირდაპირი კონტრიბუცია ასახავს ეკონომიკურ აქტივობას, რომელსაც ქმნიან სასტუმროები, ტურისტული ორგანიზაციები, ავიაკომპანიები, სამგზავრო საშუალებები, რესტორნები. მთლიან კონტრიბუციაში კი შედის ყველა სფერო, რომელიც დაკავშირებულია მოგზაურობასთან. 2019 წელს ტურიზმის სექტორში დამატებული ღირებულება ძირითადად შეიქმნა განთავსების საშუალებებში - 1.3 მილიარდი ლარი (ზრდა +10.9%), ტრანსპორტში - 1.2 მილიარდი ლარი (საჰაერო ტრანსპორტი ზრდა +11%, სხვა ტრანსპორტი ზრდა +20.9%), კვების საშუალებებში - 758 მილიონი ლარი (ზრდა +23.3% და ტურისტული კომპანიები - 141 მილიონ ლარი (ზრდა +17.4%) (იხ.სქემა2).



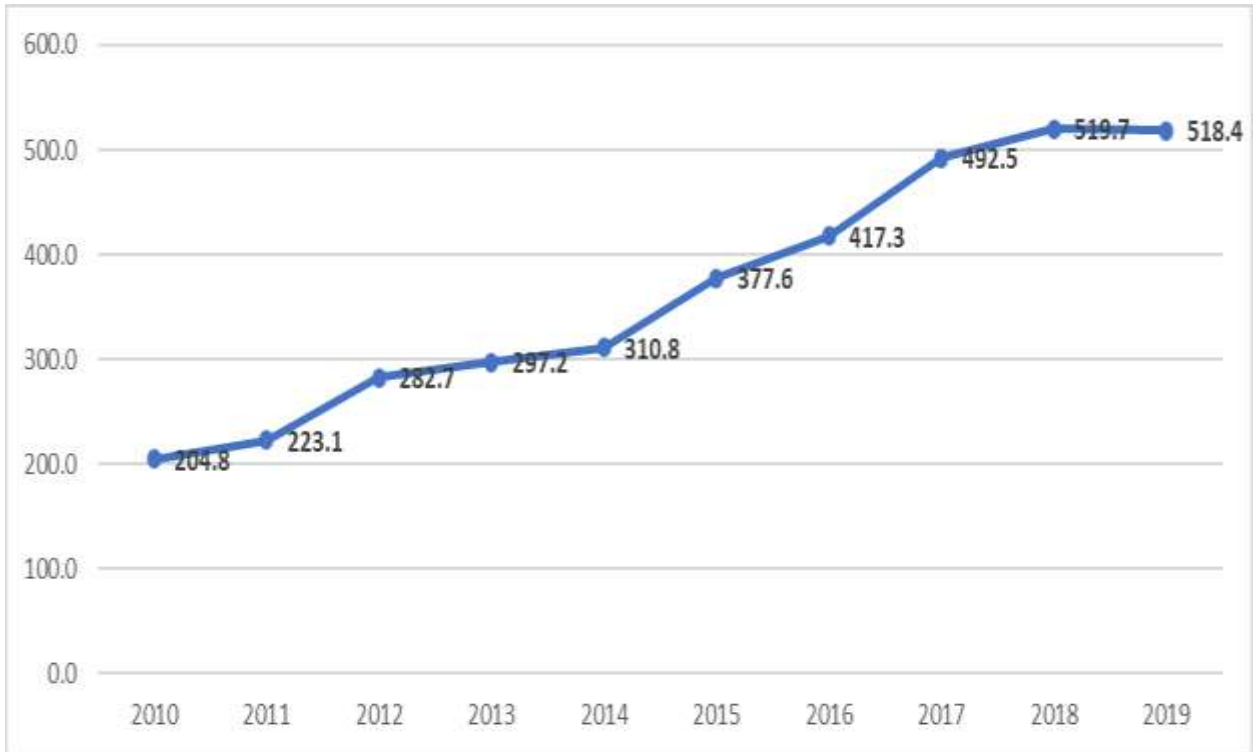
დასაქმება - დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუცია 2019 წ. 29.4%-ს შეადგენდა, რაც 518 400 სამუშაო ადგილს მოიცავს. მათ შორისაა ისეთი სამუშაო ადგილები, რომლის შექმნასაც ხელი ტურიზმის ინდუსტრიამ შეუწყო (სქემა 3)

დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუცია (%)



წყარო: World Travel and Tourism Council Data

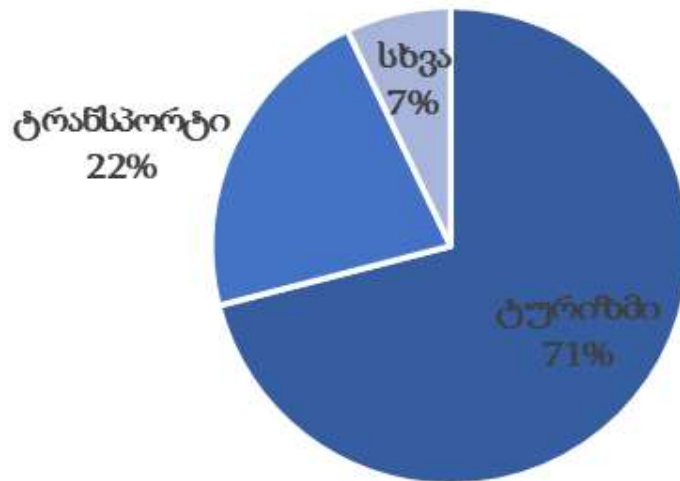
რაც შეეხება დასაქმებაში ტურიზმისა და მოგზაურობის სექტორის მთლიანი კონტრიბუციას 1000 მოსახლეზე, 2010 წლიდან გვაქვს მზარდი დინამიკა (2019 წელს შეინიშნებდა მხოლოდ 0.3%-იანი შემცირება წინა წლის ანალოგიურ მაჩვენებელთან შედარებით - იხ.სქემა4).



**წყარო: World Travel and Tourism Council Data**

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

**ტურიზმის წილი სერვისის ექსპორტში**



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

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

**ცხრილი 1. დანახარჯების განაწილება**

დანახარჯების სტრუქტურა (ლარი)	2018 წელი	2019 წელი	ცვლილება %
საკვები და სასმელი	2,266,881,133	2,343,421,279	3.4%

განთავსების საშუალებები	1,854,514,224	2,021,228,953	<b>9.0%</b>
შოპინგი	1,611,720,529	1,800,271,650	<b>11.7%</b>
რეკრეაცია, კულტურული და სპორტული აქტივობები	1,434,705,232	1,528,705,888	<b>6.6%</b>
ადგილობრივი ტრანსპორტი	560,769,313	644,544,830	<b>14.9%</b>
დანახარჯები	188,913,699	173,362,328	<b>-8.2%</b>
<b>მთლიანი დანახარჯი</b>	<b>7,917,504,128</b>	<b>8,511,534,927</b>	<b>7.5%</b>

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

## ცხრილი 2. დანახარჯების სტრუქტურა

დანახარჯების სტრუქტურა (ლარი)	2019 წელი	დანახარჯების წილი
განთავსების საშუალებები	82,797	4.5%
ტრანსპორტი	335,886	18.2%
შოპინგი	609,816	33.1%
საკვები და სასმელი	451,137	24.5%
რეკრეაცია, კულტურული და სპორტული აქტივობები	29,636	1
სხვა დანახარჯები	333,244	18.1%

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

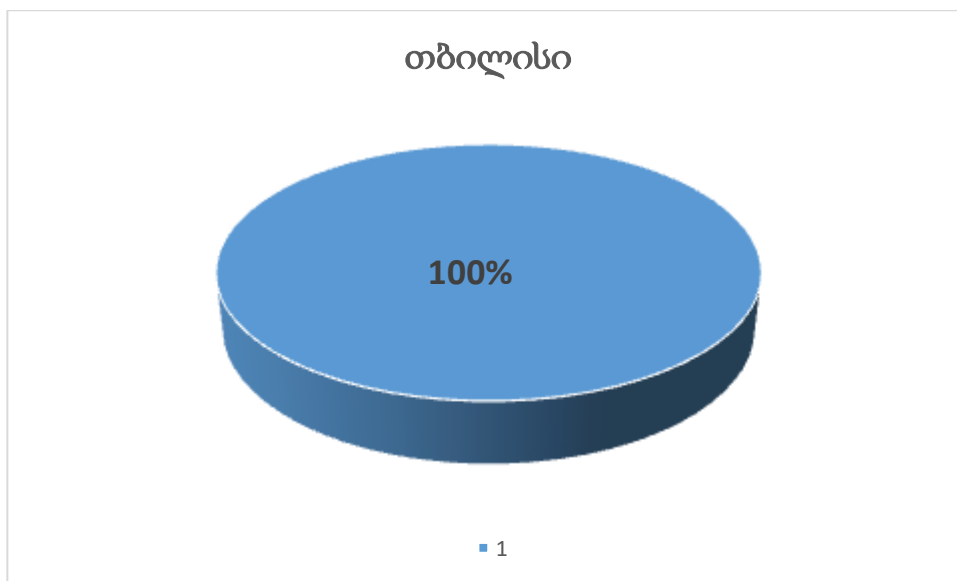
კორონავირუსის პანდემიამ ძალიან უარყოფითი გავლენა მოახდინა ტურიზმის სექტორზე, რომელიც წინა წლებში საქართველოს ეკონომიკის წამყვან დარგს წარმოადგენდა. საქართველოში COVID-19-ის პანდემიიდან გამომდინარე 2020 წლის მარტის თვიდან თითქმის სრულად შეჩერდა ტურისტული ობიექტების ფუნქციონირება, დაიკეტა სასტუმროები, რესტორნები, კაფე-ბარები და სხვა გასართობი ცენტრები. შეჩერდა ქვეყნებს შორის საჰაერო მიმოსვლა, შეიზღუდა უცხო ქვეყნის მოქალაქეების საქართველოს ტერიტორიაზე შემოსვლა. პანდემიამ შეაფერხა იმ პოზიტიური ტენდენციების გაგრძელება, რომელიც წინა წელს დაფიქსირდა საქართველოში ეკონომიკის თითქმის ყველა მიმართულებით. 2020 წელს დაგეგმილი ეკონომიკური 4.5%-იანი ზრდის ნაცვლად, მოსალოდნელია ეკონომიკის 4,5-5,0% იანი შემცირება, ხოლო 2021 წელს ეკონომიკური გაჯანსაღების ფონზე 4,3%-იანი ზრდა.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) შეფასებით, 2020 წლის ნოემბრის მონაცემებით, საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობა შემცირდა 72%-ით, რამაც წინასწარი გათვლებით საერთაშორისო ვიზიტორების დანახარჯებიდან მიღებული თანხების 910 მლნ. – 1.2 ტრლ. აშშ დოლარით შემცირება გამოიწვია, ხოლო დასაქმების კუთხით კი - 100-120 მლნ. სამუშაო ადგილი შემცირდა. UNWTO-ს თანახმად, ყველაზე მეტად დაზარალდება მცირე და საშუალო ზომის საწარმოები<sup>3</sup>. მათი წილი ტურიზმის სექტორში 80% შეადგენს. კორონავირუსს განსაკუთრებული გავლენა კი იმ ქვეყნებზე ექნება, რომელთა ეკონომიკაში ტურიზმს დიდი წილი უკავია და რომლის ეკონომიკური ზრდაც დიდწილად ტურიზმის სექტორიდან გამომდინარეობს იანვარში ტურიზმიდან მიღებული

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

შემოსავლების მნიშვნელოვანი 17.6%-იანი ზრდის შემდეგ თებერვალში ტურიზმიდან შემოსავლები საერთაშორისო მოგზაურობაზე აკრძალვების შედეგად 5.2%-ით, მარტში 69.8 პროცენტით, აპრილში 96.8 პროცენტით, მაისში 96.6 პროცენტით შემცირდა და მხოლოდ 9.1 მილიონი აშშ. დოლარი შეადგინა, მაშინ როცა წინა წლის მაისში აღნიშნული მაჩვენებელი 270 მილიონ აშშ. დოლარს აჭარბებდა. 2020 წლის იანვარ-მაისში ტურიზმიდან შემოსავლები 60.1%-ით შემცირდა და 445.3 მლნ. აშშ. დოლარი შეადგინა. 2020 წელს საქართველოში ვიზიტორების რაოდენობა საშუალოდ 75-80%-ით შემცირდა რაც სექტორისთვის 2.3-2.5 მლრდ მლრდ აშშ დოლარის დანაკარგს შეადგენს.

რაც შეეხება საქმიანობის გეოგრაფიული არეალს - გამოკითხულთა 100% საქმიანობას ეწევა თბილისში.



რაც შეეხება შიდა ტურიზმს საქართველოში საკმაოდ ლიმიტირებულია შიდა ტურიზმის მასშტაბები, რადგან ადგილობრივთა დიდი ნაწილი სასტუმროებს არ სტუმრობს და კერძო სახლებს ქირაობს. 2019 წ. მონაცემებით საქართველოში ადგილობრივ სტუმართა წილი სასტუმროში შეადგენდა საშუალოდ - 26%, მაშინ როცა ეს მაჩვენებელი

თითქმის სამჯერ მაღალია ბევრ ევროპულ ქვეყანაში. ყველაზე მეტი ზარალი ამ კუთხით თბილისის, აჭარის რეგიონის სასტუმროებს მიადგა რადგან აქ სხვა რეგიონებთან შედარებით ყველაზე ნაკლები იყო შიდა ტურისტების წილი სასტუმროებში 13-30 %-ის ფარგლებში).

პანდემიის შედეგად შექმნილმა კრიზისმა ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლები იძულებული გახადა საოპერაციო ხარჯების მინიმალიზაციისთვის შეემცირებინა როგორც თანამშრომელთა რაოდენობა, ისე - მათი ხელფასები.

რესპოდენტთა უმრავლესობა 85% არის დასაქმებული სასტუმრო სექტორში, ხოლო 15%

### ტურისტულ ბიზნესში არსებული გამოწვევები

<p><b>ფინანსური ხასიათის სირთულეები</b></p>	<p>გადასახადები (დღგ, საშემოსავლო, საპენსიო, ქონების,...);          -ოპერირებისთვის აუცილებელი ხარჯების დაფარვა საქმიანობის შეფერხების ფონზე (ქირა, კომუნალური გადასახადი, დასაქმებულთა ხელფასები);          - საკრედიტო შენატანები;          - სესხზე ხელმისაწვდომობა;          -შემცირებული ინვესტიციები ქვეყანაში</p>
<p><b>რეგულაციებთან შესაბამისობა</b></p>	<p>კვლევამ აჩვენა, რომ პანდემიასთან დაკავშირებულ რეგულაციებთან საქმიანობის შესაბამისობაში მოყვანა შექმნილი ეკონომიკური კრიზისის ფონზე როგორც ფინანსური, ისე ტექნიკური თვალსაზრისით დამატებითი ტვირთი აღმოჩნდა ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლებისთვის; ასევე გარკვეული ნაწილი არ ფლობს სრულ და დაზუსტებულ ინფორმაციას რეგულაციების მოთხოვნების შესახებ</p>
<p><b>კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა</b></p>	<p>დანაკლისია, როგორც სექტორის სპეციფიკაზე მორგებული</p>

	<p>კვალიფიკაციური კადრების, ისე - მიმდინარე რეგულაციების/ უსაფრთხოების წესების კუთხით გადამზადებული პერსონალის.</p> <p>კვალიფიციური კადრების ნაკლებობის პრობლემატიკა არახალია, თუმცა, მეტად გამწვავდა ტურიზმის ინდუსტრიის, ფაქტობრივად, გაჩერების ფონზე. რამდენადაც, არათუ, კადრების გადამზადება ან/და კვალიფიციური კადრების მოძიება, არამედ, პერსონალის შენარჩუნებაც კი გამოწვევად იქცა.</p> <p>შედეგად, შესამჩნევია ტურიზმის სექტორიდან კადრების გადინება, რაც უარყოფითად აისახება პოსტკრიზისულ პერიოდში ტურიზმის აღდგენაზე.</p> <p>შესაბამისი კადრების გარეშე მით უფრო, რომ პერსონალი/მომსახურება ტურიზმის მთავარი საყრდენია, სექტორის წარმომადგენლები ვერ შეძლებენ ბაზარზე კონკურენტუნარიანობის შენარჩუნებას და ოპერირებას</p>
<b>დიגיტალიზაცია</b>	<p>პანდემიის შედეგად გამოვლინდა საქმიანობის დიდი ნაწილის ელექტრონულ რეჟიმში გადასვლის საჭიროება, თუმცა, ამისთვის ტურიზმის სექტორის (განსაკუთრებით მცირე და საშუალო კომპანიების, გესტჰაუზების) წარმომადგენლები მზად არ არიან;</p>
<b>გაურკვევლობა</b>	<p>მსოფლიოში მიმდინარე ეპიდემიოლოგიური მდგომარეობის არასტაბილურობიდან გამომდინარე ბუნდოვანებაა სამომავლო სტრატეგიის კუთხით;</p>
<b>სტატისტიკური მონაცემების სიმწირე</b>	<p>იმის გათვალისწინებით, რომ ტურიზმის სექტორი სტრატეგიის რადიკალური ცვლილებების/გადაწყობის პროცესშია, რისკების მაქსიმალურად შესამცირებლად</p>

	და სამოქმედო გეგმის ეფექტიანობის გასაზრდელად, მნიშვნელოვანია, ბიზნესის ახლადგამოვლენილ საჭიროებებზე, მოთხოვნებსა და ინტერესებზე მორგებული სტატისტიკური მონაცემების უზრუნველყოფა
--	---

## 1.2 პოსტ-პანდემურ პირობებში ტურიზმის სექტორის განვითარების პერსპექტივები

WTTC-ს კვლევის მონაცემების მიხედვით,<sup>4</sup> მოსალოდნელია შემდეგი ცვლილებები საერთაშორისო ტურიზმის ინდუსტრიაში:

- **მოთხოვნის ევოლუცია** - მოგზაურები უპირეტესობას ნაცნობ, პროგნოზირებად და სანდო ლოკაციებს. შესაბამისად უფრო მეტი აქცენტი გაკეთდება შიდა ტურიზმზე.
- **ჯანმრთელობა/ჰიგიენა** - უსაფრთხოების ნორმების დაცვა უმნიშვნელოვანესი ფაქტორი იქნება მოგზაურობის დაგეგმვის დროს. გაიზრდება ტურისტების მოთხოვნა უსაფრთხოებაზე, სისუფთავესა და სანიტარული ნორმების დაცვაზე და ა.შ. პრიორიტეტი იქნება სისუფთავე, მოგზაურისთვის საჭირო იქნება პირბადე, ხელების ხშირი დაბანა, ანტიბაქტერიული ხელსახოცების და ხსნარების შეძენა-მომარაგება მოგზაურობის მთელ მარშრუტზე (მაგ., ტყეში). სასტუმროებისთვის აუცილებელი გახდება ნომრებში სადეზინფექციო სამუშაოების ჩატარება.

<sup>4</sup> <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond>

- **ინოვაცია და დიგიტალიზაცია** - COVID-19 აღმოჩნდა მოულოდნელი კატალიზატორი ტურიზმის სექტორში ინოვაციებისთვის. არსებულ სიტუაციაში იზრდება მომხმარებლების მოთხოვნა მოგზაურობის დროს ციფრული ტექნოლოგიების, უკონტაქტო ტექნოლოგიების გამოყენებაზე რაც უსაფრთხო და უპრობლემო მოგზაურობის ძირითადი წინაპირობაა.
- **მდგრადობა** - გარემოს დაცვისა და ველური ბუნების ადგილების მდგრადი განვითარების შესახებ ცნობიერების ამაღლება და ადვოკატირება, ზრდის ამ მიმართულებით საზოგადოების ინტერესს, ტურიზმის სფეროშიც უფრო აქტუალური ხდება მდგრადი, ეკოლოგიური გარემოს შენარჩუნებაზე ორიენტირებული სერვისები და ა.შ.

უცხოელი ვიზიტორების რაოდენობის ანალიზის საფუძველზე ირკვევა, რომ 2020 წელს საერთაშორისო ვიზიტორების რაოდენობა 2019 წელთან შედარებით 80%-ით

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

15 წლის და უფროსი ასაკის საქართველოს						
არარეზიდენტი ვიზიტორების						
მიერ განხორციელებული						
ვიზიტების საშუალო თვიური რაოდენობა. (ათასი კაცი)						
წელი	I კვარტალი	II კვარტალი	III კვარტალი	IV კვარტალი	წლიური	წელიწადში ათასი კაცი
2015	318.8	395.1	630.6	407.5	438	5256
2016	329.6	419.9	639.6	408.4	449	5393
2017	367.2	491.5	808.6	493.6	540	6483

2018	439.7	559.5	883.2	518.7	600	7203
2019	444.5	632.0	917.7	581.0	644	7726
2020	373.5	36.2	46.7	40	124	1489
2021 *	50	50	300	300	175	2100

პანდემიის ფონზე ტირისტული ბიზნესის მკვთრმა შემცირებამ გამოიწვია მნიშვნელოვანი სოციო-ეკონომიკური შედეგები, კერძოდ:

- უმუშევრობა - ერთ-ერთი უპირველესი პრობლემაა. განთავსების საშუალებებით უზრუნველყოფის და საკვების მიწოდების საქმიანობებში 2019 წლის მონაცემებით დასაქმებული იყო 49,1 ათასი კაცი, ხელოვნება, გართობა და დასვენების მიმართულებით კი 30,1 ათასი კაცი. პანდემიის შედეგად ათასი ადამიანი არის ტურისტულ ბიზნესში უმუშევრად დარჩენილი, რაც საქართველოს მთლიანი დასაქმების მაჩვენებლის 5%-ია.
- სიღარიბე, ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთა უმეტესი წილი მოდის დაბალი რგოლის მომსახურე პერსონალზე, რომელთა ანაზღაურება მათთვის საციცოცხლოდ მნიშვნელოვანია. საქართველოში 2019 წელს საარსებო მინიმუმის ქვემოთ ცხოვრობდა მთლიანი მოსახლეობის 19,5% (725475 კაცი), ხოლო მოსახლეობის რაოდენობა, რომელიც დღეში 1,90 აშშ დოლარზე ნაკლებს მოიხმარდა 2019 წელს 167417 კაცი იყო. ამ ფონზე სიღარიბის მაჩვენებელი გაიზარდება და დაუბრუნდება დაახლოებით 2011-2012 წლების მონაცემებს, რომელის საფუძველზე შეგვიძლია ვთქვათ, რომ 2021 წელის დასაწყისისთვის 1 200 000 ადამიანი საარსებო მინიმუმზე ქვემოთ, ხოლო ძალიან ღარიბი 400 000 იქნება. თუ მხედველობაში მივიღებთ იმას, რომ მთლიანი მოსახლეობის 25%-ს შეადგენს 18 წლამდე ასაკის მოსახლეობა, ამ პროპორციით გამოდის, რომ 300 000 ბავშვი საარსებო მინიმუმზე დაბალი შემოსავლით ცხოვრობს, ხოლო 75 000 ბავშვი უკიდურეს გაჭირვებაშია. ამ გავლენის კვალდაკვალ

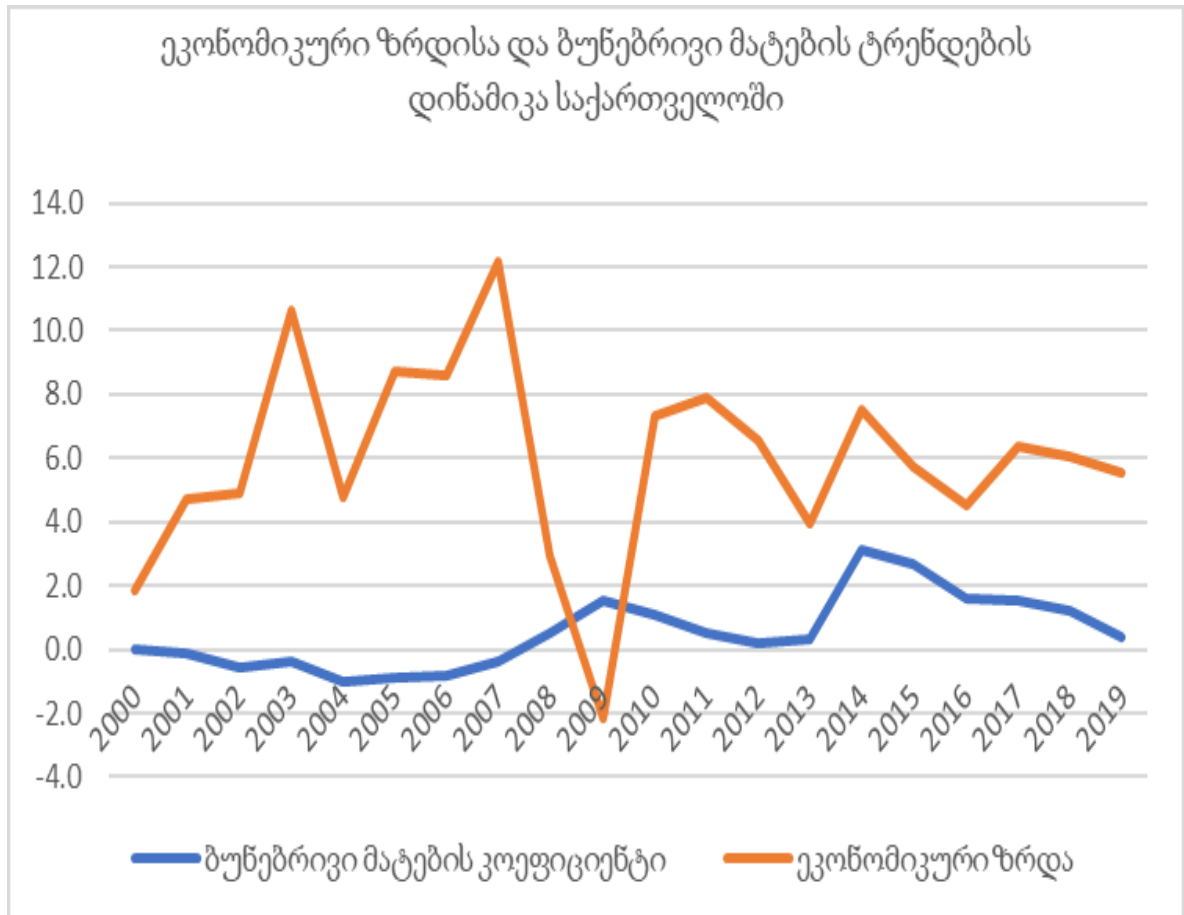
ადამიანური განვითარების ინდექსის 2020 წლის მონაცემები შემცირდება დაეცემა 72-მდე 2018 წლის 78,6 მაჩვენებელთან შედარებით.

ტურისტების შემცირება ასევე აისახება სარესტორნო ბიზნესზე, სავაჭრო ობიექტების ბრუნვაზე და ა.შ. ამ ბიზნესებზე ზეგავლენას მოახდენს არა მხოლოდ ტურისტების შემცირება, არამედ სხვადასხვა შეზღუდვები, რომლებიც დისტანციების დაცვას ისახავს მიზნად. ეკონომიკური გავლენის მასშტაბის შესაფასებლად შეიძლება აღინიშნოს, რომ მაგალითად ტურიზმის სფეროში, 2018 წლის ოფიციალური მონაცემებით, მხოლოდ სასტუმროებსა და რესტორნებში 44 000 ადამიანია დასაქმებული; ვაჭრობა, ავტომობილების, საყოფაცხოვრებო ნაწარმისა და პირადი მოხმარების საგნების რემონტის სფეროში ჩართულია 187,6 ათასი ადამიანი

დემოგრაფია და მოსახლობის ზრდის მაჩვენებლებზე გავლენა - საქართველო მიუხედავად იმისა, რომ განვითარებადი ქვეყანაა გამოირჩევა დაბალი შობადობის კოეფიციენტით მის ჯგუფში მყოფი სხვა ქვეყნებისგან. COVID-19-ის პანდემიის შედეგად შობადობის ზოგადი კოეფიციენტი (დაბადებულთა რიცხოვნობა მოსახლეობის 1 000 კაცზე) შემცირდება 11,5-მდე, რაც მოსახლეობის შემცირებას და დაბერების კოეფიციენტის ზრდას გამოიწვევს.

თუ შევხედავთ ბუნებრივი მატების კოეფიციენტის დინამიკას, ეკონომიკური ზრდის ტრენდთან, დავასკვნით, რომ ეკონომიკური ზრდა იწვევს შობადობის კოეფიციენტის ზრდასაც, ხოლო გამონაკლესს წარმოადგენს პოლიტიკური და ეკონომიკური შოკების შემდგომი პერიოდები, მაგალითად 2003 წლის ვარდების რევოლუციის გავლენით და 2004 წლის ყველაზე დაბალი შობადობის კოეფიციენტი -1-ია, 2008 წლის ომს და გლობალური ფინანსური კრიზისის გავლენა - შემდგომი 4 წლის მანძილზე თითქმის ნულოვან ნიშნულზე დაჰყავს შობადობის კოეფიციენტი. 2012 წლის არჩევნები და შემდგომი ეკონომიკური თუ პოლიტიკური

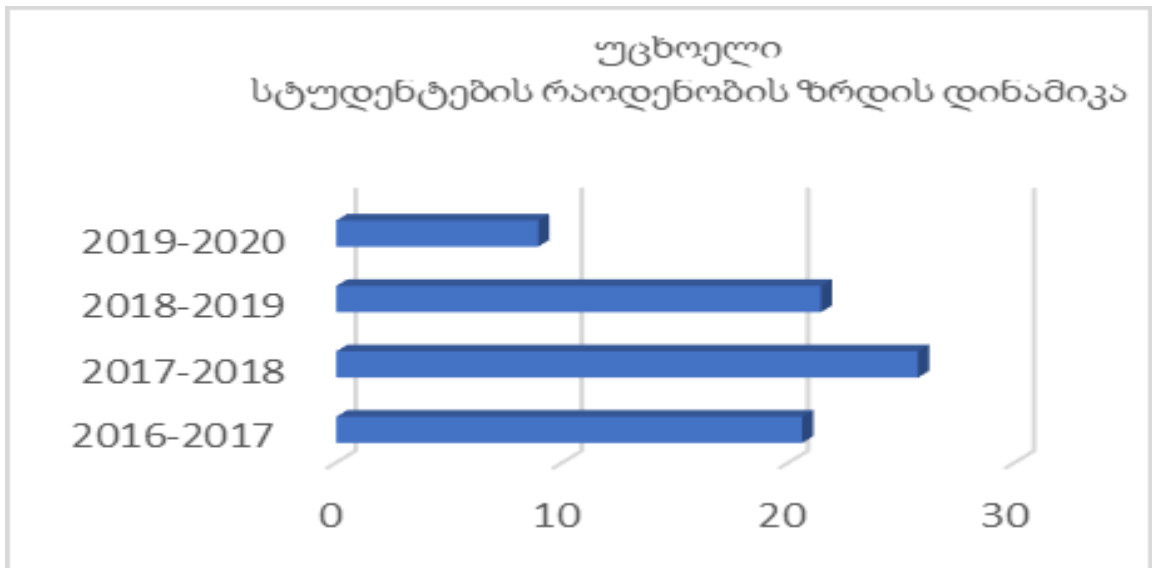
სტაბილურობის გამო 3.1-მდე იზრდება მაჩვენებელი 2014 წელს. ხოლო პოლიტიკური არასტაბილურობის დაწყებიდან ისევ შობადობის კოეფიციენტი უფრუნდება თითქმის ნულოვან მაჩვენებელს, იხილეთ დიაგრამა. ახლა შობადობის კოეფიციენტი არის 0,3 და არსებობს ალბათობა იმისა, რომ ეს მაჩვენებელი დაუბრუნდეს -1-ს



COVID-19-ის პანდემიიდან გამომდინარე განათლების ინდუსტრია გადავიდა ონლაინ სწავლებაზე. უმაღლესი სასწავლებლები სკოლებთან შედარებით უკეთეს პოზიციაში აღმოჩნდნენ რადგან ყველა პროფესორ მასწავლებლის IT უნარები საკმაოდ მაღალია და უნივერსიტეტებმა მოახდინეს პერსონალის გადამზადება და ფაქტობრივად უმტკივნეულოდ გადავიდნენ ონლაინ სწავლებაზე. ამჟამად საქართველოში 13 327

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

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



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

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

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

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

- კომუნიკაციის სავარაუდო მიზნები შევინარჩუნოთ ადგილი/პოზიცია პოტენციური მოგზაურის „რადარზე“
- პანდემიის დამარცხების შემდეგ საქართველო იყოს მოგზაურის განხილვის არეალში საქართველომ, როგორც ბრენდმა შეინარჩუნოს რელევანტურობა
- ხაზი გაესვას საქართველოს უნიკალურ ნიშან-თვისებებს სხვა პერსპექტივიდან შევიტანოთ პოზიტიური მუხტი დამაბულ გარემოში

კომუნიკაციის შესაძლო ფოკუსი - კომუნიკაციისთვის შერჩეული თემები შეიძლება დაეყრდნოს საქართველოში მოგზაურობის მთავარ მასტიმულირებელ ფაქტორებს, როგორებიცაა - გასტრონომია, მეღვინეობა, ფოლკლორი, ქართული ენა/ანბანი, ბუნებრივი რესურსები (დაცული ტერიტორიები/მთიანი რეგიონები). პროცესი შესაძლოა მთლიანად ონლაინ

სივრცეში განვითარდეს და ზემოაღნიშნული თემატიკების ირგვლივ შეიქმნას ცნობილი ქართველების მიერ გადმოცემული ონლაინ გაკვეთილები, ლაივ ჩართვები, ვიდეოები, ფოტოები და ა.შ. კულინარიული რეცეპტების, ცეკვის გაკვეთილების, ქართული ენის შესწავლის, ქვევრში ღვინის დაყენების და სხვა საკითხების შესახებ.

**მარკეტინგული კუთხით, ეფექტური იქნება შემდეგი რეკომენდაციების გატარება:**

- წინასწარ გაცხადებული საერთაშორისო მარკეტინგული ღონისძიებები (ავიაკომპანიებთან მოლაპარაკებების ჩათვლით) და სამიზნე ქვეყნების ნუსხა, სადაც ქვეყანა დაიწყებს პოზიციონირებას და კომუნიკაციას, რათა ცხადი იყოს რომელ სამიზნე ბაზარზე, რა შეიძლება მოიმოქმედოს კერძო სექტორმა და დროულად დაიწყოს ამისთვის სამზადისი.
- სტიმულირების მექანიზმები - ქართველი და უცხოელი ტურისტებისთვის, რომელიც ფასდაკლებებში, სამოგზაურო ვაუჩერებში და სხვა სახის პროდუქტებში თუ სერვისებში წარმოჩინდება.
- საერთაშორისო ტურ-ოპერატორების წახალისების პროგრამების შემუშავება - მათ შორის ჩართული ფრენების და სახმელეთო სამგზავრო ტურისტული გადაყვანების სუბსიდირების მექანიზმების და მარკეტინგული ხარჯების გაზიარების მიდგომების განსაზღვრა
- სტატისტიკური მონაცემების გაუმჯობესება - აუცილებელია, რამდენადაც პანდემიამ არსებულ სტატისტიკურ მონაცემებსა და სექტორის წარმომადგენელთა ინტერესებს შორის დისბალანსი წარმოშვა; მუდმივად განახლებადი სტატისტიკა დაეხმარება კომპანიებს სამომავლო ოპერირებისთვის მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავებაში;

- **ეფექტური ინტერნეტ/ციფრული მარკეტინგი** - სასურველია, ქართულმა ტურისტულმა ბიზნესმა ინტერნეტსივრცეში მოახდინოს ეფექტური ინტეგრირება და მაქსიმალურად გამოიყენოს ინტერნეტ-მარკეტინგის ინსტრუმენტები, ტურისტული პროდუქტების ეფექტურად წარდგენისა და რეალიზების არხები, დროულად შეძლოს ადაპტირება იმ გამოწვევებთან, რომელიც უკავშირდება მსოფლიოში არსებულ პანდემიას, განავითაროს და უფრო მიმზიდველი გახადოს: ვებგვერდები, სოციალური მედიის ტექნოლოგიები, ტურისტული ონლაინ აპლიკაციები, შეიმუშაოს ონლაინ გაყიდვისა და გაყიდვის შემდგომი მომსახურების ფორმები. ამ მიზნით შესაძლებელია ზამთრის პერიოდის გამოყენება და 2021 წლის ტურისტული სეზონისთვის მომზადება. ცხადია მნიშვნელოვანი იქნებოდა ამ მიმართულებით სახელმწიფოს მხრიდან მიზნობრივი მხარდამჭერი პროგრამების განხორციელება - ტრენინგები, მარკეტინგულ აქტივობებში დახმარება და ა.შ.
- ქვეყნის უსაფრთხო ტურისტულ მიმართულებად პოზიციონირება - მნიშვნელოვანია მარკეტინგული თვალსაზრისით, 2021 წელს ეპიდემიოლოგიური სურათის მკვეთრად გაუმჯობესების გზით. ამ მხრივ საჭირო იქნება:
  - მოგზაურობის ყველა რგოლისადმი (ავიაკომპანია, აეროპორტი, სატრანსპორტო საშუალებები, სასტუმრო, რესტორანი, ტურ-სააგენტო, გიდი, მუზეუმი და ა.შ.) ერთმნიშვნელოვნად გაწერილი უსაფრთხოების წესები/გაიდლაინები;
  - ქვეყნებს შორის უსაფრთხო დერეფნების შექმნა და სახმელეთო და საჰაერო საზღვრების გახსნა უსაფრთხო დერეფნების შესაბამისად და ფრენების ეტაპობრივი აღდგენა. საერთაშორისო მარკეტინგული კამპანიის წარმართვა სლოგანით „საქართველო - მოგზაურობისთვის უსაფრთხო ადგილი“ და სხვა.

- საერთაშორისო საზღვრებზე საერთაშორისო ტურისტებისთვის სწრაფი ტესტების დანერგვა და საკარანტინო მექანიზმის გაუქმება, რაც საქართველოში ჩამოსვლის წინაპირობას შექმნის და წახალისებს უცხოელ ტურისტს
- COVID19 უსაფრთხოების სერთიფიკატის შემოღება (მსგავსი პრეცედენტი იყო სინგაპურში და ასევე რამდენიმე ქვეყანაში) - რომელიც გაიცემა სასტუმროებზე, რესტორნებზე და ა.შ. კრიტერიუმების / გაიდლაინების შესაბამისი მოთხოვნების დაკმაყოფილების შემთხვევაში. ეს გაზრდის სანდოობის ხარისხს და ტურიზმის სექტორი მომზადებული შეხვდება 2021 წლის ტურისტულ სეზონს. ეს განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია თუ გავითვალისწინებთ იმას, რომ საერთაშორისო ტურისტები დიდ ყურადღებას მიაქცევენ მოგზაურობის ქვეყნის/დესტინაციის არჩევისას კოვიდ19-თან დაკავშირებულ უსაფრთხოების ზომებს.

ტურისტული ბიზნესი გადარჩენის გეგმის მთავარი ღერძი უნდა იყოს სახელმწიფოს დანაპირების შესრულება, გაცხადებული გეგმა უნდა დარჩეს საბოლოო გადაწყვეტილებად და არავითარ შემთხვევაში არ უნდა იცვლებოდეს ის. წინამდდე შემთხვევაში არცერთი გეგმა არ იმუშავებს, რაც კიდევ უფრო დააზარალებს ბიზნესს და სახელმწიფოს

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

### 2.1 საგადასახადო - საკრედიტო შეღავათები და ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის სტიმულირების პროგრამები

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

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

ტურისტული ბიზნესის მხარდაჭერი გეგმა მოიცავს შემდეგს:

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

**II** ეტაპი - ზრუნვა დასაქმებულებზე - 200 ლარიანი დახმარება უმუშევრად დარჩენილებისთვის; თვითდასაქმებულებისთვის ერთჯერადი დახმარება 300 ლარის ოდენობით; სამუშაო ადგილების შენარჩუნების მიზნით, დამსაქმებლებისთვის საშემოსავლო გადასახადისგან განთავისუფლება 6 თვის განმავლობაში; საკრედიტო-საგარანტიო სქემის უზრუნველსაყოფად,

რაც რეალურად უზრუნველყოფს დაახლოებით 2 მილიარდის ოდენობის საკრედიტო პორტფელის გარანტიას სახელმწიფოს მხრიდან.

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

**საგადასახადო კუთხით მიზანშეწონილია შემდეგი ღონისძიებების გატარება:**

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

**მოკლევადიანი დახმარების ზომები:**

- შემოსავლისა და ქონების გადასახადების შეჩერება ტურიზმთან დაკავშირებული ინდუსტრიების კომპანიები მოითხოვენ, რომ საშემოსავლო გადასახადი 12 თვით შეჩერდეს. გარდა ამისა, კომპანიებმა უნდა გამოაცხადონ ქონების გადასახადის მორატორიუმი 2019 წლისთვის, კრიზისის დასრულებამდე (თუ 2019 წლის ქონების გადასახადი უკვე

გადახდილია კომპანიის მიერ, ეს შეიძლება იქცეს წინასწარი გადახდის წყაროდ 2020-2021 წლებისთვის).

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

- საპენსიო გადასახადის გაუქმება. კერძო სექტორის კომპანიები 12 თვის განმავლობაში უნდა გათავისუფლდნენ საპენსიო შენატანებისგან.

- გადასახადების შემცირება თუ საქართველოს მთავრობას არ შეუძლია შეაჩეროს საშემოსავლო გადასახადი და ქონების გადასახადი 12 თვის განმავლობაში, ტურიზმის ინდუსტრიის კერძო სექტორის კომპანიებს ეს გადასახადები მინიმუმ 12 თვის განმავლობაში უნდა შემცირდეს. ტურიზმთან დაკავშირებული კომპანიების ხარჯების შემცირების მიზნით ალკოჰოლის აქციზის გადასახადის გაუქმება 12 თვის განმავლობაში

**მუდმივი მხარდაჭერის ზომები:**

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

- პირველადი სოფლის მეურნეობის პროდუქტებზე (რომელიც გადამუსავდება შემდგომ) დღგ-ს გაუქმება კვების ობიექტების და განთავსების საშუალებების წარმომადგენლები ითხოვენ დღგ-ს გაუქმებას

ადგილობრივი წარმოების სასოფლო-სამეურნეო პროდუქტებზე (რომელთა შექმნა ხდება გადამუშავების მიზნით)

- სტუდენტის სტატუსის მქონე თანამშრომლებისთვის შემოსავლებისა და საპენსიო შენატანების განახევრება/გაუქმება ტურიზმის ინდუსტრიის საწარმოები ითხოვენ საშემოსავლო და საპენსიო გადასახადების შემცირებას 25 წლამდე სტუდენტებისათვის.

**ფინანსურ ინსტიტუტებთან კომუნიკაციისა და საპროცენტო განაკვეთების სუბსიდირების ხელშეწყობა**

- სესხების გადავადების გაგრძელება

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

- კომერციული ბანკის პროცენტის სუბსიდირება არსებული სესხებისთვის

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

- ახალი სესხების სახელმწიფო გარანტიის მექანიზმები და სესხის პროცენტის სუბსიდირება ტურიზმის სექტორთან დაკავშირებულმა კომპანიებმა ფუნქციონირების გასაგრძელებლად, აღდგენისათვის საჭირო ოპერაციული ხარჯები უნდა დაფარონ, რისთვისაც მათ დახმარება სახელმწიფო საგარანტიო მექანიზმებისა და სესხებზე პროცენტის სუბსიდირების მეშვეობით ესაჭიროებათ.

- პროცენტის სუბსიდირება სახელმწიფო საგარანტიო მექანიზმების ჩართვით საოჯახო სასტუმროების, საოჯახო მარნების, ტურისტული კომპანიებისა და რესტორნების წახალისების მიზნით უნდა დაინერგოს დაბალ პროცენტის სესხები (2% -3%)

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

**საკრედიტო რესურსების მობილიზება**

- აქტიური კონსულტაციების ჩატარება საერთაშორისო საფინანსო ინსტიტუტებთან თანხების დროული და იაფი სესხების ლარში მიღების მიზნით, განსაკუთრებით პანდემიით დაზარალებული ტურისტული კომპანიებისთვის;
- მცირე ზომის სასტუმროები (4-დან 50 ნომრამდე) საბანკო სესხის 2021 წლის ბოლომდე სესხის პროცენტის სუბსიდირება;
- დამატებითი ფინანსური რესურსების გამოყოფა საკრედიტო-საგარანტიო სქემის უზრუნველსაყოფად ტურისტული კომპანიებისთვის;
- ეროვნული ბანკის მიერ სესხის შეზღუდვების მოხსნა ისე, რომ კომერციულმა ბანკებმა თავად განსაზღვრონ თანხის ოდენობა და ტიპი, ასევე მნიშვნელოვანია წლიური საპროცენტო განაკვეთის ზედა ზღვარის დაწესება;

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

- სასურველია, დაიწყოს მუშაობა ტურიზმის დარგისთვის სპეციფიური გადასახადების ან მოსაკრებლების განსაზღვრის და ადმინისტრირების მიმართულებით. საერთაშორისო გამოცდილების გაზიარებით შეიძლება იმგვარი გზების მოძიება, რაც უარყოფით გავლენას არ მოახდენს ტურისტთა ზრდის ტენდენციაზე და ამასთან, ტურისტული ინფრასტრუქტურის, მარკეტინგული ღონისძიებების ან სეზონურობის

პრობლემების აღმოფხვრისკენ მიმართული ღონისძიებების დაფინანსების წყაროსაც შექმნის.

გაუმჯობესების მიმართულებით. დღეს მოქმედი ცალკეული შეღავათებით სარგებლობა არ ხდება განსაკუთრებულად აქტიურად, რადგან მათი გამოყენება პრაქტიკულ სირთულეებთანაცაა დაკავშირებული. საჭიროა ამ მხრივაც დეტალურად გაანალიზდეს ვითარება და მოიძებნოს შესაბამისი გზები ტურიზმის განვითარების ხელშესაწყობად. დღგ-თი დასაბეგრი ოპერაციების საერთო თანხის ზღვარის 100,000 ლარიდან მინიმუმ 300,000 ლარამდე გაზრდა - ეს მნიშვნელოვნად გაუმარტივებს საქმიანობას მცირე მეწარმეებს, მცირე ტურისტულ კომპანიებს ან ტურისტული სერვისის პროვაიდერებს. მით უმეტეს თუ გავითვალისწინებთ, რომ უცხოური ვალუტის კურსი ფაქტიურად ორჯერ გაიზარდა მას შემდეგ რაც 100,000 ლარიანი ზღვარი იქნა დადგენილი.

ტურისტული ბიზნესის ხელშეწყობის მიზნით მნიშვნელოვანი იქნება ასვე შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

- ტრენინგების ორგანიზება ტურიზმის სექტორის წარმომადგენლებისთვის - მნიშვნელოვანი მხარდაჭერა იქნება არსებულ სიტუაციაში. ტრენინგები შეიძლება ფოკუსირებული იყოს შემდეგ საკითხებზე
  - პოსტ-პანდემიურ პერიოდში ტურიზმის დაგეგმვა და ადაპტაცია ახალ რეალობაზე
- კოვიდ19-თან დაკავშირებული რეგულაციების და უსაფრთხოების საკითხებში ტრენინგი, რაც გაზრდის ტურიზმის სექტორის მზაობას უსაფრთხო გარემოს შექმნის კუთხით სასტუმროებში, რესტორნებში და ა.შ.
- ციფრული უნარ-ჩვევები, ინტერნეტ მარკეტინგი - განსაკუთრებით აქტუალური ხდება არსებულ რეალობაში და როგორც კვლევები აჩვენებს, ტურიზმის სექტორი (განსაკუთრებით კი არაურბანულ რეგიონებში) არ არის მზად ამ გამოწვევებისთვის. ეს კი დაეხმარებოდა მათ მარკეტინგული კამპანიის უკეთ დაგეგმვაში და შესაბამისად ტურისტების მოზიდვაში.

საგრანტო დაფინანსება „აწარმოე საქართველოს“ ფარგლებში - ტურიზმის სექტორისთვის მნიშვნელოვანი დახმარება იქნებოდა აღნიშნული პროგრამის ფარგლებში ტურიზმის ცალკე კომპონენტად გამოყოფა და პრიორიტეტული მიმართულებებზე გრანტის გაცემა. მაგ: ეკო/აგრო ტურიზმი, ახალი ტურისტული სერვისები, ციფრული სერვისების დანერგვა და ა.შ. ეს ერთგვარი სტიმული იქნება ტურიზმის სფეროში დასაქმებული მცირე მეწარმეებისთვის და ასევე ახალი ბიზნეს შესაძლებლობა უმუშევრად დარჩენილი ტურ-გიდებისთვის, მცირე ტურ კომპანიებისთვის, რომლებსაც საკმაოდ კარგი გამოცდილება აქვთ დაგროვილი და შებამისი ცოდნა, უნარ-ჩვევებიც გააჩნიათ. ამ კუთხით იყო საუბრები, მაგრამ სამწუხაროდ 2020 წლის „აწარმოე საქართველოს“ პროგრამაში - ტურიზმი არ იყო გამოყოფილი ცალკე კომპონენტად.

ადამიანური რესურსების / კვალიფიციური კადრების შენარჩუნებაში მხარდაჭერა - ეს არის ძალიან მნიშვნელოვანი პრობლემა, რადგან პანდემიის დროს ხდება ამ სფეროში მომუშავე პროფესიონალების გადინება სხვა სფეროებში, რომლებშიც უკვე დიდი რესურსია ჩადებული ტრენინგების და გადამზადებების სახით. ეს მომავალში გამოიწვევს საქართველოს ტურიზმის სფეროს კონკურენტუნარიანობის შემცირებას, რადგან გამოცდილი კადრების გარეშე რთული იქნება ხარისხიანი ტურისტული სერვისების მიწოდება. ამიტომ უნდა განხორციელდეს ამ ადამიანების ფინანსური მხარდაჭერა გარკვეულ დონეზე რათა არ მოხდეს პროფესიონალების გადინება სხვა სფეროებში.

## 2.2 ტურისტული ბიზნესის სამართლებრივი ხელშეწყობის მიზნით გასატარებელი ღონისძიებები; შიდა ტურიზმის სტიმულირების მექანიზმები

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

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

## ტურისტულ ბიზნესში სამართლებრივი -საკანონმდებლო კუთხით

### გასატარებელი ღონისძიებებია:

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

ამ მიმართულებით უნდა გადაიდგას შემდეგი ნაბიჯები:

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

კურორტების სტატისტიკა) და შესაბამისი რეფორმებიც მიზანმიმართულად დაიგეგმოს.

2. ტურიზმის ცნებების დახვეწა - ტურიზმის შესახებ კანონმდებლობა მოძველებულია და ვერ ეწევა დარგის მოთხოვნილებებს. აუცილებელია, საქართველოს კანონი „ტურიზმისა და კურორტების შესახებ“ განახლდეს, აისახოს მასში მნიშვნელოვანი ტერმინები, როგორცაა სხვადასხვა ტურისტული სახეობის განმარტება (სოფლად ტურიზმი, ეკო-ტურიზმი, საქმიანი ტურიზმი და სხვა), ტურისტული მომსახურებების განმარტება და ა.შ. აღნიშნული კანონმდებლობა ასევე ვერ განსაზღვრავს ტურისტული ხარისხის უზრუნველყოფისათვის რა არის საჭირო და მხოლოდ დეკლარაციული ნორმებით შემოიფარგლება. აუცილებელია, ამ პროცესში დაინტერესებული მხარეების მონაწილეობა მაქსიმალურად იყოს უზრუნველყოფილი.

3. ტურისტული სერვისის მიმწოდებელთა ხარისხის მონიტორინგი - ევროპული პრაქტიკის გათვალისწინებით შესაძლებელია შეიქმნას პროცედურა, რომლითაც განთავსების, კვების და ტურისტული სააგენტოების ან ოპერატორების მინიმალური მომსახურების ხარისხის სტანდარტების დამკვიდრება და შესრულება ეფექტიანი გახდება. პროცედურებით შეიძლება დადგინდეს კლასიფიკაციები და ხარისხის ნიშნები, რომელიც ბიზნესოპერატორებს წაახალისებს მათი დაკმაყოფილების შემთხვევაში. ცალკეული სტანდარტების სავალდებულოდ შემოღება აუცილებელია მომხმარებელთა უსაფრთხოების უზრუნველყოფისათვის (როგორცაა სახანძრო უსაფრთხოების სტანდარტები). თუმცა მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესებისათვის ეს საკმარისი ვერ იქნება და საჭიროა დამატებითი მოთხოვნების შემუშავება, რომელთა შესრულება არ გამოიწვევს მკაცრ რეპრესიულ ღონისძიებებს (მაგალითად, საქმიანობის შეწყვეტა), თუმცა დაინტერესებს სექტორის წარმომადგენლებს

4.სტატისტიკის წარმოების გაუმჯობესება - საქართველომ უნდა გადადგას შესაბამისი ნაბიჯები გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციისა და ევროპის საბჭოს მიერ რეკომენდებული სტატისტიკური კვლევების წარმოების მიმართულებით. ამ ტიპის კვლევების დანერგვა სწრაფად ვერ მოხდება, რის გამოც დროულადაა საჭირო წინაპირობების შესრულება. გამართული სტატისტიკური კვლევების და ანალიზის წარმოება მნიშვნელოვნად განაპირობებს ტურიზმის პოლიტიკის სწორი დაგეგმვისა და ეფექტიანი განხორციელებისათვის. გარდა ამისა, სტატისტიკის წარმოება შეუძლებელია სექტორის მონაწილეთა მხრიდან თანამშრომლობის გარეშე. ასეთი თანამშრომლობის არარსებობის პირობებში კი კანონით დადგენილი ინსტრუმენტების გამოყენებაც საჭიროა. გარდა ამისა, „ოფიციალური სტატისტიკის წარმოების შესახებ“ კანონი მხოლოდ საქსტატს ანიჭებს შესაბამისი ბერკეტების გამოყენების შესაძლებლობას და მხოლოდ მასთან თანამშრომლობის ვალდებულებას ადგენს, მაშინ, როდესაც ტურიზმის დარგში სხვა ორგანოების მიერაც ხდება კვლევების და ანალიზის წარმოება. საქსტატის არსებული რესურსი ხშირად საკმარისიც არ არის, მაგალითად, რეგიონის დონეზე დეტალური სტატისტიკის წარმოებისათვის. შესაძლებელია კანონით მინიჭებული უფლებამოსილებების დელეგირება ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და აჭარის არ ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტისათვის მათი მზაობის შემთხვევაში, რაც ტურიზმის სტატისტიკის უფრო ფოკუსირებულად და სწორი მიმართულებით წარმოების შესაძლებლობას შექმნის. კიდევ ერთხელ, დამატებით უნდა აღნიშნოს, რომ სტუმარმასპინძლობის რეესტრის არარსებობის შემთხვევაში ეს ამოცანა დაუძლეველი დარჩება.

ტურიზმის განვითარება მხოლოდ ინფრასტრუქტურის ან ცალკეული ტურისტული მიმართულებების განვითარებით ვერ მიიღწევა. აუცილებელია კომპლექსური მიდგომა, რომელსაც არ შეაფერხებს ისეთი პრობლემები, როგორცაა მოძველებული კანონმდებლობა ან ეფექტური

სტატისტიკის წარმოების დაბრკოლებები. შესაბამისად, აუცილებელია ცენტრალურ და რეგიონულ დონეზე არაერთი ნაბიჯის გადადგმა, საკანონმდებლო რეფორმის თუ სპეციალური პროექტების განხორციელების გზით.

შიდა ტურიზმის სტიმულირების მიზნით აუცილებელია გარკვეული ღონისძიებების გატარება. სხვადასხვა ქვეყნების გამოცდილების გათვალისწინებით, ეს შეიძლება მოიცავდეს შემდეგს:<sup>5</sup>

- ვაუჩერების სისტემა - იმის გათვალისწინებით, რომ სოციალური დახმარებები, გადავადებული გადასახადები და საბანკო ვალდებულებები არ იწვევს ფულადი სახსრების მიმოქცევის [cash flow] გაზრდას და ვერ აჯანსაღებს ეკონომიკას, ამ პრაქტიკულ მაგალითებში ყველაზე უპრიანი მოსჩანს ვაუჩერების სისტემის დანერგვა, რომელიც ეკონომიკაში ფულის პირდაპირ ინექციას და ქართველი ტურისტის მსყიდველუნარიანობის პოტენციალის გაზრდას უზრუნველყოფს. ეს გამოიწვევს მორალურ და შემდგომ ფინანსურ გაჯანსაღებას ტურიზმის ინდუსტრიის მოთამაშეებისა, რადგანაც მათ ეცოდინებათ, რომ მომავალი ტურისტული სეზონისთვის ბაზარზე იარსებებს გარანტირებული გარკვეული რაოდენობის თანხა. ამ მხრივ არსებობს წარმატებული მაგალითები - სლოვენის, პოლონეთის, რუმინეთის და ა.შ.

შიდა ტურიზმის - როგორც სამომავლო პერსპექტივის სტიმულირებისთვის ეფექტიანი იქნება განათლების სისტემისგან მხარდაჭერა. მაგალითად, ისეთი აქტივობებით, როგორცაა: სკოლებისა და უმაღლესი სასწავლებლების აქტიური საგანმანათლებლო და შემეცნებით ტურები საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში;

---

<sup>5</sup> <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>

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

- სამთავრობო ღონისძიებების (2021 წ.) - შეხვედრები/კონფერენციები და ა.შ. ორგანიზება სხვადასხვა რეგიონში, MICE ტურიზმის მხარდაჭერის მიზნით.

- საჯარო სექტორის სამსახურებში, დიდ კომპანიების თანამშრომლებისთვის შიდა ტურიზმის საგზურების შეთავაზება (ფასდაკლებებთან ერთად)

- კერძო და სახელმწიფო სექტორის აქტიური კოოპერაცია არსებულ რეალობაზე მორგებული ტურ-პაკეტების შემუშავების და შემდგომში ტურიზმის დეპარტმენტის მიერ ამ პაკეტების აქტიური რეკლამირება/პორმოუშენი

ფასდაკლებების კვირეული და შესაბამისი ღონისძიებები რეგიონების მიხედვით - რაც ხელს შეუწყობდა მოთხოვნის სტიმულირებას როგორც ადგილობრივი ტურისტების მხრიდან ისე საერთაშორისო ტურიზმიდან (როდესაც მოხდება ფრენების ეტაპობრივი აღდგენა).

- ტურისტულ ატრაქციებზე ფასდაკლებების შეთავაზება - მაგ: სახელმწიფოს საკუთრებაში მყოფ ობიექტებზე - მუზეუმები, ბოტანიკური ბაღი და ა.შ. ეს დამატებითი მცირე სტიმული იქნებოდა ტურისტებისთვის.

- უფასო ონლიან ტრენინგ პლატფორმა ტურისტული სააგენტოებისთვის, რათა გაეცნონ ქვეყნის ნაკლებად ცნობილ რეგიონებს, რომ შემდეგ ეს შესთავაზონ ადგილობრივებს ტურისტებს (სამომავლოდ კი უცხოელ ტურისტებს). მსგავსი პროგრამა განხორციელდა ავსტრალიაში.

- ადგილობრივ ტურისტებს შორის ნაკლებად ცნობილი ან პოპულარული ტურისტულ პროდუქტების პოპულარიზაცია და გაცნობა. ასევე პრომო კამპანიის წარმოება რაც მიმართული იქნებოდა საქართველოს სხვადასხვა რეგიონში დასვენებაზე (შიდა ტურიზმის სტიმულირების მიზნით) - #დაისვენე საქართველოში #გაიცანი საქართველო ან რაიმე მსგავსი სლოგანი. ამ მიზნით შესაძლებელია აქტიურად იქნეს გამოყენებული ტელევიზია და სოც. მედია. მსგავს

კამპანიაში შესაძლებელია ჩართული იქნეს ცნობილი ქართველი მსახიობები, მუსიკოსები და ა.შ.

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

### 2.3 ტურიზმის სექტორის მხარდაჭერის კუთხით საუკეთესო გამოცდილების მიმოხილვა

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

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

<p>ხორვატია - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 20%</p>	<p>სესხების 3 თვით გადავადება, ESIF* მიკრო და მცირე სესხებზე 2020 წლის ბოლომდე სესხები მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის, სესხებზე სახელმწიფო გარანტიებ გრანტები თანამშრომლებისთვის, მარტში - 350 ევრო, აპრილსა და მაისში - 430 ევრო უმუშევრად დარჩენილებისთვის 3 თვე ხელფასის 60%-ის, მომდევნო პერიოდში 30%-ის ანაზღაურება დაზარალებულ ბიზნესს მთავრობის დახმარებით</p>	<p>Cro-card* შიდა ტურიზმის წასახალისებლად</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ვაუჩერები დაჯავშნილ პაკეტებზე, რომლის საშუალებითაც 2020 წლის 1 მარტის შემდეგ დაგეგმილი ტურების გადავადება ან ანაზღაურებაა შესაძლებელი</li> <li>• Cro-Card პანდემიამდე შეიქმნა, დაახლოებით \$350 დეპოზიტთან ბარათს დამსაქმებელი სთავაზობს დასაქმებულს, ბარათის გამოყენება ზღვისპირა კურორტების რესტორნებში,</li> </ul>
--	---	--

	<p>შეუძლია მოითხოვოს ახალი სესხის აღება, არსებულის რესტრუქტურიზება ან გადავადება გადასახადების თვით გადავადება (დღგ-ს გარდა), გრანტების გადასახადებისგან გათავისუფლება, ქირის გადავადება</p>	<p>სასტუმროებსა და სხვა დაწესებულებებში იყო შესაძლებელი. პანდემიის შემდეგ ხორვატია გეგმავს ამ ბარათს დანიშნულება შეუცვალოს და მისი გამოყენება მთელი ქვეყნის მასშტაბით იყოს შესაძლებელი. ბარათზე დადებული დეპოზიტი სახელმწიფოს მხრიდან არ იბეგრება</p>
<p>პორტუგალია - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 10%</p>	<p>900 მლნ ევრო განთავსების საშუალებების მხარდასაჭერად (აქედან 300 მლნ ევრო მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის) 200 მლნ ევრო ტურისტული სააგენტოებისთვის, სარეკრეაციო სერვისების ორგანიზატორებისთვის (აქედან 75 მლნ ევრო მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის) 600 მლნ ევრო რესტორნებისთვის (აქედან 270 მლნ ევრო მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის) ფინანსური მხარდაჭერა სტარტაპებისთვის, ვაუჩერებით, მეზანიინით და ა.შ. სამომხმარებლო და ბიზნეს სესხებზე 6 თვიანი შეღავათი, იგეგმება გახანგრძლივება კომპანიების მხარდაჭერა თანამშრომლების შესანარჩუნებლად</p>	<p>• არ გააუქმო, გადადე“ კამპანია - პორტუგალია ტურისტებს ჯავშნების არ გაუქმების სანაცვლოდ ჯავშნის ღირებულების ვაუჩერებს სთავაზობს, რომლის გამოყენება 2022 წლამდეა შესაძლებელი, გამოუყენებლობის შემთხვევაში მომხმარებელს თანხა უნაზღაურდება</p>

	<p>ანაზღაურების 2/3-ის თანადაფინანსებით ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ორგანიზებული ონლაინ ტრენინგ-კურსები პერსონალის კვალიფიკაციის ასამაღლებლად 2020 წელს დაგეგმილი და გაუქმებული ღონისძიებებისთვის ხარჯების დაფინანსება</p>	
<p>თურქეთი - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 5%</p>	<p>15.4 მლრდ აშშ დოლარის ეკონომიკის სტიმულირების პაკეტი</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• კომპანიების დღგ-ს გადასახადისგან 6 თვით გათავისუფლება</li> <li>• დაზარალებული კომპანიებისთვის საკრედიტო შენატანების 3 თვით გადავადება, სესხებზე ხელმისაწვდომობა ქვეყნის შიდა ფრენებზე დღგ-ს 18%-დან 1%-მდე შემცირება</li> </ul> <p>The Credit Guarantee Fund ლიმიტის გაორმაგება (7 მლრდ-მდე აშშ დოლარი), საშუალო და მცირე ზომის კომპანიებისა და მოსახლეობის ხელსაყრელ პირობებში დაკრედიტებისთვის წამყვან ავიაკომპანიებთან (THY, Pegasus, AnadoluJet) ტურისტულ კომპანიებს კვოტების ვერ შესრულების ან ავიაბილეთების გამოუყენებლობის (no-show) გამო ჯარიმები არ</p>	<p>Coronavirus-free' სერტიფიკატები ტურისტული მიმართულებებისთვის, სადაც ვირუსი არ დაფიქსირებულა და უსაფრთხოების ნორმები დაცულია სასტუმროების, რესტორნების, აეროპორტებისა და სხვა ტურისტული მიმართულებების ინტერიერის შეცვლა ისე, რომ სოციალური დისტანცირებისა და უსაფრთხოების ნორმები დაცული იყოს პრეზიდენტ ერდოღანის განცხადებით, თურქეთისთვის სამედიცინო ტურიზმის განვითარება ერთ-ერთი პრიორიტეტი იქნება, რისი პოტენციალიც Covid-19-მა კიდევ უფრო განამტკიცა</p>

	<p>დაეკისრებათ ბინადრობის გადასახადის (accommodation tax) 2020 წლის ნოემბრამდე გადავადება</p>	
<p>ჩეხეთი - ტურიზმის შემოსავლების წილი მშპ-სთან დაახლოებით 3%</p>	<p>Covid I პროგრამა (180 მლნ ევრო) - 1 წლიანი უპროცენტო სესხები დაზარალებული ინდ. მეწარმეებისთვისა და მცირე და საშუალო ზომის კომპანიებისთვის          Covid II პროგრამა (180 მლნ ევრო) - ინდ. მეწარმეებისა და მცირე და საშუალო ზომის კომპანიების სესხებზე 80%-მდე გარანტიები          Covid III პროგრამა (5 მლრდ ევრო) - ყველა ზომის კომპანიებისთვის სესხებზე 80%-90%-იანი გარანტიები 22 მლნ ევრო პრადის მცირე და საშუალო ზომის კომპანიების დასაფინანსებლად 42 მლნ ევრო ხელოვნების მხარდასაჭერად საგადასახადო შეღავათები (ჯარიმების გაუქმება, ადმინისტრაციული გადასახადების გაუქმება, საგადასახადო დეკლარაციის გადავადება და ა.შ)          დაზარალებული კომპანიებისთვის თანამშრომლების ხელფასის 60%-დან 100%-მდე</p>	<p>დაახლ. 400 აშშ დოლარის სასაჩუქრე ვაუჩერები ადგილობრივებს შიდა ტურიზმის წასახალისებლად, ხორვატიის მსგავსი მოდელით</p>

	<p>სუბსიდირება, სტარტაპებისთვის თანამშრომლების ხელფასის 30%-80% სუბსიდირება თვითდასაქმებულებს კარანტინში გატარებული ყოველი დღის 17 ევროთი ანაზღაურება. ერთჯერადი დახმარება 1,000 ევროს ოდენობით</p>	
--	---	--

იტალიაში, Bonus Vacanze ინიციატივა ოჯახებს, რომლებსაც აქვთ 40,000 ევრომდე შემოსავალი, სთავაზობდა 500 ევრომდე ვაუჩერს შიდა ტურიზმზე დახარჯვისთვის. იტალიისთვის, რომელსაც უდიდესი დარტყმა მიაყენა კორონავირუსის პანდემიამ და საჭირო გახდა განსაკუთრებით მკაცრი ღონისძიებების გატარება ეპიდსიტუაციის დასასტაბილურებლად, დანაკარგები ათეულობით მლრდ ევროში განისაზღვრება. ეს სექტორი მშპ-ს 12-13%-ს იძლევა და 3 მლრდ

ადამიანს ასაქმებს. Confturismo ინდუსტრიის ჯგუფი Confcomercio პროგნოზირებს, რომ მეორე კვარტალში სექტორის ჯამური ზარალი 7,4 მილიარდ ევროს შეადგენს, წლის ბოლოსთვის კი 130 მილიარდიან ზარალს პროგნოზირებენ.

- მალაიზიამ გამოყო 113 მილიონი აშშ დოლარის ღირებულების სამოგზაურო ფასდაკლების ვაუჩერები, ასევე პირადი გადასახადის შემცირება 227 აშშ დოლარამდე შიდა ტურიზმთან დაკავშირებული ხარჯებისთვის.
- კოსტა რიკამ 2020 და 2021 წლების ყველა დღესასწაული ორშაბათს გადაიტანა, რომ კოსტა-რიკელებმა გახანგრძლივებულ შაბათ-კვირას ისარგებლონ ქვეყნის შიგნით მოგზაურობისთვის გახანგრძლივებაზე.

- საფრანგეთმა წამოიწყო კამპანია #CetÉtéJeVisiteLaFrance ("ამ ზაფხულს, საფრანგეთს ვესტუმრები"), რომელიც ხაზს უსვამს ქვეყნის მასშტაბით მიმართულებების მრავალფეროვნებას. როგორც საფრანგეთის, ისე ესპანეთისთვის ტურიზმის სექტორზე მიღებული დარტყმები რთულად გადასატანი იქნება. საფრანგეთის ტურიზმი ეკონომიკის დაახლოებით 8%-ს აწარმოებს (წელიწადში 56,2 მლრდ ევრო), ფრანგულმა ტურისტულმა კომპანიებმა აპრილის თვეში 10 მილიარდი ევროს ზარალი ნახეს - იტყობინება BFM TV. დღეს ამ სექტორში 400 ათასი ადამიანი უმუშევარია, ხოლო 50 ათასი სეზონური სამუშაო კი გაუქმდა
- არგენტინამ გამოაცხადა შიდა ტურიზმის ობსერვატორიის შექმნის მიზნით, რათა არგენტინელი ტურისტებს უფრო დეტალური ინფორმაცია მიაწოდოს შიდა ტურისტული დესტიანციების შესახებ.
- ტაილანდი სუბსიდირებას გაუწევს სასტუმრო ნომრის სტანდარტული ფასის 40%-ს განთავსების 5 დამის განმავლობაში. ეს გავრცელდება საშუალოდ 5 მილიონი კაც/დღეზე.
- ესპანეთი, ერთ-ერთი ქვეყანაა, რომელიც ტურიზმის სექტორზე ასევე მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული. ტურიზმი ესპანეთში ეკონომიკის დაახლოებით 12%-ია, პანდემიის შედეგად ექსპერტები ტურისტული სექტორის 30%-ით შემცირებას ელიან. ამ ფონზე ესპანეთის სახელმწიფომ 400მილიონი ევრო გამოყო ტურიზმისა და ტრანსპორტირების სექტორში მოქმედი კომპანიების შეღავათიანი კრედიტის მიწოდებისათვის. 31 მარტს სახელმწიფომ გამოსცა შემამსუბუქებელი პოლიტიკის მესამე ნაწილი, რომლის მიხედვითაც, ერთი წლით გადავადდა სესხის საპროცენტო განაკვეთისა და ძირის გადახდები იმ მეწარმეებისათვის, რომლებიც ტურიზმის სექტორში საქმიანობენ.ტურიზმის სექტორზე მნიშვნელოვნად დამოკიდებული კიდევ ერთი ქვეყანა იტალიაა, რომელიც ევროპაში პირველი იყოს, სადაც საჭირო გახდა განსაკუთრებით მკაცრი ღონისძიებების გატარება ეპიდსიტუაციის

დასასტაბილურებლად. იტალიის მთავრობამ ტურიზმის და მომიჯნავე დარგებში დასაქმებულა დასახმარებლად 130 მლნ. ევრო გამოყო. სოციალური დაცვის მექანიზმის ფარგლებში, იტალიის სახელმწიფო 600ევროს ოდენობით კომპენსაციას გადაუხდის ტურიზმის სექტორში სეზონურად დასაქმებულებს. კულტურის, გართობისა და ტურიზმის სექტორში მოქმედი დამსაქმებლები განთავისუფლდნენ საშემოსავლო გადასახადებისაგან, სოციალური უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის შენატანებისაგან და სავალდებულო სადაზღვეო დანამატებისაგან. მას შემდეგ, რას ვირუსის კონტროლი შესაძლებელი გახდება, იტალია გეგმავს აქტიურად დაიწყოს ქვეყნის იმიჯის აღდგენა და საერთაშორისო ტურისტების მოზიდვა, ამ მიზნით სახელმწიფომ 200მლნ. ევრო გამოყო ადგილობრივი ავიაკომპანიების დასახმარებლად.

იტალიისთვის, რომელსაც უდიდესი დარტყმა მიაყენა კორონავირუსის პანდემიამ და საჭირო გახდა განსაკუთრებით მკაცრი ღონისძიებების გატარება ეპიდსიტუაციის დასასტაბილურებლად, დანაკარგები ათეულობით მლრდ ევროში განისაზღვრება. ეს სექტორი მშპ-ს 12-13%-ს იძლევა და 3 მლრდ ადამიანს ასაქმებს. Confturismo ინდუსტრიის ჯგუფი Confcomercio პროგნოზირებს, რომ მეორე კვარტალში სექტორის ჯამური ზარალი 7,4 მილიარდ ევროს შეადგენს, წლის ბოლოსთვის კი 130 მილიარდიან ზარალს პროგნოზირებენ. იტალიის მთავრობამ, ტურიზმის და მომიჯნავე დარგებში დასაქმებულთა დასახმარებლად 130 მლნ ევრო გამოყო. სოციალური დაცვის მექანიზმის ფარგლებში კი სექტორში სეზონურად დასაქმებულებს სახელმწიფო 600 ევროს ოდენობით კომპენსაციას გადაუხდის. ტურიზმის კულტურისა და გართობის სექტორში მოქმედი დამსაქმებლები გათავისუფლდნენ როგორც საშემოსავლო გადასახადების, ასევე სავალდებულო სადაზღვევო დანამატებისაგან, სოციალური უსაფრთხოებისა და კეთილდღეობის შენატანებისაგან. ვირუსის კონტროლის ფონზე იტალია გეგმავს აქტიურად დაიწყოს ქვეყნის იმიჯის აღდგენა და საერთაშორისო ტურისტების

მოზიდვა, რისთვისაც ადგილობრივი ავიაკომპანიების დასახმარებლად სახელმწიფომ 200 მლნ ევრო გამოყო

- იაპონურმა ავიაკომპანიებმა, საზღვრების ჩაკეტვისა და ფრენების გაუქმების შედეგად, თებერვალ–აპრილის პერიოდში 2.8 მლრდ დოლარით იზარალეს. ისტორიაში პირველად, 2020 წლის ტოკიოს ზაფხულის ოლიმპიური თამაშები 2021 წლის ივლის–აგვისტოში გადაიტანეს, რის გამოც იაპონიის ეკონომიკის 1.4%-ით შემცირებას ვარაუდობენ. იაპონიის მთავრობამ მარტის თვეში 15 მლრდ დოლარი გამოყო ტურიზმისა და მომიჯნავე სექტორებში დასაქმებულთა დასახმარებლად. პანდემიის დაძლევის შემდეგ იაპონიის ტურიზმის

სააგენტო 34 მლნ დოლარის დახარჯვას აპირებს საინფორმაციო კამპანიის საწარმოებლად, რათა ქვეყანა კიდევ უფრო მიმზიდველი გახადოს საერთაშორისო მოგზაურთათვის.

## დასკვნა

ტურისტულ ბიზნესს ნებისმიერი ქვეყნის განვითარებაში უმნიშვნელოვანი ადგილი უჭირავს. ბიზნეს გარემოს შეფასებისას აუცილებლად უნდა მივაქციოთ ყურადღება იმას თუ რამდენად მიმზიდველია უცხოელი ინვესტორებისათვის ადგილობრივი ბაზარი. რამდენად დაბალიც არ უნდა იყოს გადასახადების განაკვეთი, სტაბილური ეკონომიკური და პოლიტიკური გარემო პირობების გარეშე შეუძლებელია ვისაუბროთ ქვეყნის მიმზიდველობაზე ინვესტორების თვალში. ვფიქრობთ აუცილებელია ტურისტულ ბიზნესში საკანონმდებლო სფეროს პროცედურული ნაწილების გამარტივება და შესაბამისი ინფორმირებულობის დონის გაზრდა. აუცილებელია საკანონმდებლო ბაზის დახვეწა და მისი მარტივად აღქმის უზურუნველყოფა.

მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია ტურისტული ბიზნესის სტიმულირების გაზრდა, სუბსიდირებით, ინფრასტრუქტურის მოწესრიგებით, აუცილებელია ტურისტულ კომპანიებს წვდომა ჰქონდეთ ფინანსურ რესურსებზე, იაფ კრედიტზე და სხვადასხვა დაფინანსების წყაროებზე, რათა არსებული პრობლემის წამოჭრის შემთხვევაში გაუმკლავდნენ მათ. საწარმოების განვითარების მთავარი წინააღმდეგობრივი გარემოებები დაკავშირებული ტექნოლოგიებთან, ინოვაციებთან, უმაღლესი განათლებისა, და ფინანსური ბაზრების განვითარებასთან.

COVID-19 პანდემიის დროს ტურისტულმა კომპანიებმა უნდა შეძლონ ონლაინ ტურიზმზე მობილიზება. შესაძლებელია, შეიქმნას ისეთი ვირტუალური ტურები, რომლებიც მოახდენს საქართველოს ტურისტული ადგილების პოპულარიზაციას.

სასურველია, ქართულმა ტურისტულმა ბიზნესმა სწორედ ინტერნეტსივრცეში მოახდინოს სრული ინტეგრირება, აითვისოს ინტერნეტ-მარკეტინგის ინსტრუმენტები, ტურისტული პროდუქტების ეფექტურად წარდგენისა და რეალიზების არხები, დროულად შეძლოს

ადაპტირება იმ გამოწვევებთან, რომელიც უკავშირდება მსოფლიოში არსებულ პანდემიას, განავითაროს და უფრო მიმზიდველი გახადოს: ვებგვერდები, სოციალური მედიის ტექნოლოგიები, ტურისტული ონლაინ აპლიკაციები, შეიმუშაოს ონლაინ გაყიდვისა და გაყიდვის შემდგომი მომსახურების ფორმები.

ტურისტულ ბიზნესს ნამდვილად შესწევს მოულოდნელ მოვლენებთან ადაპტაციის უნარი. ამ ეტაპისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ყურადღება მიექცეს ისეთ კომპანიებს, რომლებიც ადგილობრივ ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებულ ეკოტურიზმის პროდუქტებს გვთავაზობენ და, რაც მთავარია, ხელს არ შეუწყობს გადატვირთვას. ასევე, ძალზე მნიშვნელოვანია, ტურისტულმა კომპანიებმა უფრო მგრძობიარე გახადონ მათი პროდუქტები მომავალი პანდემიებისთვის. კომპანიების მთავარი ამოცანა კი როგორც მიწოდების, ისე მოთხოვნის თვალსაზრისით, რეალურად, მდგრადი პროფილისკენ უნდა იყოს მიმართული, რომელიც ადვილად მოახდენს ახალი გამოწვევების შედეგად წარმოქმნილ ცვლილებებთან ადაპტირებას.

## გამოყენებული ლიტერატურა

1. „მონეტარული პოლიტიკის ანგარიში“, საქართველოს ეროვნული ბანკი, ნოემბერი, 2020 -  
[https://www.nbg.gov.ge/uploads/publications/moneratyfiscal/2020/mpcq4\\_geo.pdf](https://www.nbg.gov.ge/uploads/publications/moneratyfiscal/2020/mpcq4_geo.pdf)
2. „საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა - 2019“, GNTA, 2019; <https://gnta.ge/statistics/>
3. საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახური -  
<https://www.geostat.ge/ka>
4. “ტურიზმის ამოქმედების ანტიკრიზისული გეგმა” -  
[http://www.economy.ge/uploads/files/2017/news/2020/final\\_tourism\\_presentation.pdf](http://www.economy.ge/uploads/files/2017/news/2020/final_tourism_presentation.pdf)
5. “ტურიზმის გამოწვევები 2020 წლის II ნახევარში”, ივნისი 2020; Galt & Taggart, [www.gt.ge](http://www.gt.ge)
6. “Covid19 - ეკონომიკური შედეგები მსოფლიოს და საქართველოსთვის“, EPRC; [https://eprc.ge/uploads/brosh/COVID\\_\\_fin-geo.pdf](https://eprc.ge/uploads/brosh/COVID__fin-geo.pdf)
7. „Covid-19-ის შესაძლო გავლენა საქართველოს ეკონომიკაზე (არსებული მდგომარეობა და პროგნოზების მიმოხილვა)“, საქართველოს პარლამენტის კვლევითი ცენტრი, მაისი, 2020;  
[http://www.parliament.ge/ge/ajax/downloadFile/136520/08\\_Viewpoint\\_2020-05-04\\_Covid\\_19\\_and\\_Georgian\\_economy](http://www.parliament.ge/ge/ajax/downloadFile/136520/08_Viewpoint_2020-05-04_Covid_19_and_Georgian_economy)
8. “COVID-19: Measures to Support Travel and Tourism”, UNWTO, 2020 -  
<https://www.unwto.org/covid-19-measures-to-support-travel-tourism>
9. “IMF Staff Concludes Virtual Review Mission to Georgia” -  
<https://www.imf.org/en/News/Articles/2020/11/10/pr20336-georgia-imf-staff-concludes-virtual-review-mission>
10. “International Tourist Numbers Down 65% in First Half of 2020”, UNWTO Reports, 09/2020- <https://www.unwto.org/news/international-tourist-numbers-down-65-in-first-half-of-2020-unwto-reports>

11. „How are countries supporting tourism recovery?“, UNWTO BRIEFING NOTE – TOURISM AND COVID-19, ISSUE 1; JUNE 2020
12. “To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19”, WTCC, 2020; <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond>
13. “UNWTO Highlights potential of Domestic Tourism to Help drive Economic Recovery in Destinations Worldwide” - <https://www.unwto.org/news/unwto-highlights-potential-of-domestic-tourism-to-help-drive-economic-recovery-in-destinations-worldwide>
14. „Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities“, UNWTO BRIEFING NOTE – TOURISM AND COVID-19, ISSUE 3, - <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422111>
15. “World Tourism Barometer”, Volume 18, issue 6, 2020;- <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>

## დანართი 1. კითხვარი

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

1. თქვენი სქესი

- ქალი
- მამაკაცი

2. ასაკი

25 წლამდე

25-დან 35 წლამდე

36-დან 45 წლამდე

46-დან 55 წლამდე

56-დან 65 წლამდე

65 წელზე მეტი

3. რამდენი ხანია რაც საქმიანობით ტურისტულ ბიზნესში?

1 წელზე ნაკლები

1-3 წელი

3-5 წელი

5-10 წელი

10 -15 წელი

15-20 წელი

20 წელზე მეტი

4. მიუთითეთ ტურიზმის სექტორის რომელ სფეროს წარმოადგენთ?

სასტუმრო სექტორი

გესტჰაუზი/სასტუმრო სახლი

რესტორნის სექტორი

ტუროპერატორული/ტურსააგენტოს საქმიანობა

- ტურგიდი
- ღონისძიებების მენეჯმენტი
- სატრანსპორტო კომპანია
- სხვა \_\_\_\_\_

5. მიუთითეთ თქვენი საქმიანობის ფორმა

დამოუკიდებელი მეწარმე / თვითდასაქმებული

მეწარმე - კომპანიის მფლობელი

დაქირავებული (კერძო კომპანია)

სხვა \_\_\_\_\_

6. რამდენი ადამიანია დასაქმებული თქვენს კომპანიაში

1-5

6-15

16-35

35-60

61-100

100-ზე მეტი

თვითდასაქმებული ვარ

7. რომელ რეგიონში საქმიანობს თქვენი კომპანია (თქვენ)?

თბილისი

აჭარა

გურია

კახეთი

სხვა \_\_\_\_\_

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

1    2    3    4    5    6    7    8    9    10

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

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

10. როგორ შეიცვალა თქვენი შემოსავლები 2020 წელს, წინა წელთან

შედარებით:

მნიშვნელოვნად შემცირდა

უმნიშვნელოდ შემცირდა

არ შეცვლილა

უმნიშვნელოდ გაიზარდა

მნიშვნელოვნად გაიზარდა

11. თანამშრომლების შენარჩუნება კომპანიაში - რა მოლოდინია ამ

მიმართულებით?

არ არის მოსალოდნელი რაიმე ცვლილება/შემცირება

მოსალოდნელია შტატის შემცირება

მოსალოდნელია შტატის გაზრდა

რთულია პროგნოზის გაკეთება

12. თქვენი ბიზნესის/საქმიანობის შენარჩუნებისთვის საშუალო წლიურად

რა დანახარჯები გაქვთ გასაწევი?

5 000 ლარამდე

5 000-დან - 15 000 ლარამდე

15 000-დან - 35 000 ლარამდე

35 000-დან - 55 000 ლარამდე

55 000-დან - 100 000 ლარამდე

100 000-დან - 150 000 ლარამდე

150 000-დან - 200 000 ლარამდე

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

მოგვიწევს საქმიანობის სრულად შეჩერება

საქმიანობა/შემოსავლები შემცირდება საშუალოდ 75%-ით

საქმიანობა/შემოსავლები შემცირდება საშუალოდ 50%-ით

საქმიანობა/შემოსავლები შემცირდება საშუალოდ 25%-ით

ჩვენი საქმიანობა / შემოსავლები დარჩება თითქმის იგივე რაც იყო პანდემიამდე პერიოდში

ჩვენი საქმიანობა / შემოსავლები გაიზრდება

14. თქვენი აზრით რა დრო დაჭირდება ტირისტული ბიზნესის პანდემიამდე არსებულ დონეზე დაბრუნებას (ტურისტების რაოდენობა, შემოსავლები და ა.შ.)?

1 წელი

2 წელი

3 წელი

4-5 წელი

5 წელზე მეტი

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

არ მქონდა ინფორმაცია

არასრულ ინფორმაციას ვფლობდი

სრული ინფორმაცია მქონდა პროგრამის შესახებ



