

საქართველოს ტურიზმის განვითარების

სტრატეგია 2025

„საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ის მიზანია ისეთი გზამკვლევის შექმნა, რომელიც ხელს შეუწყობს ტურიზმის მდგრად განვითარებას, მიღებული შემოსავლების გაზრდასა და დარგის მნიშვნელობის ამაღლებას.

საქართველოს მთავრობის ამოცანაა შემუშავდეს და განხორციელდეს გეგმა, რომელიც მდიდარ ბუნებრივ და კულტურულ რესურსებს მსოფლიო დონის ტურისტულ პროდუქტად და უნიკალური შთაბეჭდილებების მიღების შესაძლებლობად აქცევს. ხსენებული მოიზიდავს უფრო მაღალგადახდისუნარიან ტურისტებს ევროკავშირის ქვეყნებიდან, ჩრდილოეთ ამერიკიდან, ახლო აღმოსავლეთიდან და აზიიდან.

სტრატეგიის შემუშავების პროცესი

სტრატეგიის შემუშავების პროცესი, მსოფლიო ბანკის ჩართულობით, ერთი წლის განმავლობაში მიმდინარეობდა. დოკუმენტის მომზადებისას გაიმართა კონსულტაციები ორგანიზაციებისა და სპეციალისტების ფართო სპექტრთან, რომელთა შორის იყვნენ სახელმწიფო ხელისუფლებისა და მუნიციპალიტეტების ორგანოების წარმომადგენლები, ტურ-ოპერატორები, სატრანსპორტო სფეროს წარმომადგენლები, ინვესტორები, დაცულ ტერიტორიებსა და კულტურულ მემკვიდრეობაზე პასუხისმგებელი უწყებები, წარმომადგენლები განთავსების ობიექტებიდან და სხვა დაინტერესებული მხარეები.

ტურიზმის განვითარების მთავარი გამოწვევების იდენტიფიცირების, იდეების გენერირებისა/დამუშავებისა და მათი განხორციელების პრიორიტეტულობის განსაზღვრის მიზნით

გაიმართა მრავალი კონსულტაცია სახელმწიფო, კერძო და არასამთავრობო სექტორის წარმომადგენლებთან, ასევე, ჩატარდა სამუშაო შეხვედრები დარგის დამოუკიდებელ ექსპერტებთან.

სტრატეგია მომზადებულია სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის, მსოფლიო ბანკისა და სხვა წყაროებიდან მიღებული კვლევებისა და მონაცემების ანალიზის საფუძველზე. სტრატეგიაში მოცემულია პასუხები შემდეგ კითხვებზე: როგორია არსებული მდგომარეობა?

დეტალურად გაანალიზდა ტურიზმის დარგში საქართველოში არსებული მდგომარეობა, მათ შორის, სხვადასხვა მონაცემი და ჩატარებული კვლევები. რას უნდა მიაღწიოს ქვეყანამ 2025 წლისთვის?

კვლევების, ანალიზისა და კონსულტაციების საფუძველზე სამუშაო ჯგუფთან ერთად შემუშავდა ხედვა. როგორ მიაღწიოს ქვეყანამ სასურველ შედეგს?

ჩატარდა სამუშაო შეხვედრები დოკუმენტის სტრატეგიული ამოცანებისა და პრიორიტეტული აქტივობების შემუშავების მიზნით. განისაზღვრა და პრიორიტეტების მიხედვით შეჯერდა ის ღონისძიებები, რომლებიც სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციებიდან მაქსიმალური ამონაგების მიღების შესაძლებლობას უზრუნველყოფს.

სტრატეგიის სტრუქტურა

„საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“ შემუშავდა ორ ეტაპად. პირველ სამუშაო დოკუმენტში მოცემულია დეტალური სიტუაციური ანალიზის შედეგები, მათ შორის, ტურიზმის მნიშვნელობის ზრდისა და ინვესტიციებიდან მაქსიმალური ამონაგების მიღების ძირითადი დამაბრკოლებელი ფაქტორები და შესაძლებლობები, ასევე მათი შესწავლა და ანალიზი.

მეორე ეტაპზე მომზადდა სტრატეგიის დოკუმენტი სამუშაო ჯგუფის რეკომენდაციების გათვალისწინებით. სტრატეგიის ნაწილს წარმოადგენს სამოქმედო გეგმა, რომელიც ასევე განსაზღვრავს სხვადასხვა აქტივობაზე პასუხისმგებელ უწყებებს, განხორციელების ვადებს, მიზნობრივ მაჩვენებლებს, საჭირო დაფინანსების წყაროებსა და შედეგების საზომ ინდიკატორებს.

როგორია არსებული მდგომარეობა?

ტურიზმის ადგილობრივი და მსოფლიო ტენდენციები

2009 წლიდან 2015 წლამდე პერიოდში საქართველოში ვიზიტორთა რაოდენობის ზრდის ტემპი ერთ-ერთი ყველაზე მაღალი იყო მსოფლიოში: საერთაშორისო მოგზაურების მთლიანი რაოდენობა 293%-ით გაიზარდა და გადააჭარბა 5.9 მილიონს (2009 წ: 1.5 მლნ). ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები ოდნავ უფრო სწრაფი ტემპით იზრდებოდა 476 მილიონი აშშ დოლარიდან 1.9 მილიარდ აშშ დოლარამდე.

ზემოთ მოცემული მაჩვენებლები მკაფიოდ განსაზღვრავს, რომ გასული ექვსი წლის მანძილზე ვიზიტორის მიერ საშუალოდ დახარჯული თანხა მცირედით გაიზარდა, თუმცა გლობალურ საშუალო მაჩვენებელს ჯერ კიდევ მნიშვნელოვნად ჩამორჩება. ხარჯვის დაბალი ნიშნული ძირითადად ვიზიტორების წარმომავლობით არის განპირობებული. მათი დაახლოებით 88% მეზობელი ქვეყნებიდანაა და 85% სახმელეთო ტრანსპორტით შემოდის საქართველოში. საჰაერო ტრანსპორტით ვიზიტორების მხოლოდ 13% სტუმრობს ქვეყანას.

დასახული მიზნების მისაღწევად აუცილებელია მოგზაურთათვის მაღალი ხარისხის, მრავალფეროვანი ტურისტული პროდუქტისა და საუკეთესო შთაბეჭდილების შეთავაზება,

რომელიც, თავის მხრივ, საჭიროებს ყურადღების გამახვილებას შემდეგ ასპექტებზე:

- o საქართველოს მდიდარი და უნიკალური კულტურა (მუსიკა, ცეკვა, ხელოვნება, ისტორია, რელიგია, საერთაშორისო და ადგილობრივი მნიშვნელობის კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების სიმრავლე, რომელთა შორის, სამი შესულია UNESCO-ს „მსოფლიო მემკვიდრეობის სიაში“, ხოლო ორი –

- „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიაში“); o მეღვინეობის ტრადიციები და ისტორია - „ღვინის სამშობლოს“ სტატუსი; o 87 დაცული ტერიტორია, მათ შორის, 11 ეროვნული პარკი, რომლებიც ქვეყნის ფართობის 8.62% წარმოადგენს. ხსენებული შესაძლებელს ხდის მსოფლიო დონის ეკო, სათხილამურო, ველო, სამთო, სათავგადასავლო, გამაჯანსაღებელი და სხვა სახის ტურიზმის განვითარებას;

- o კარგი კლიმატური პირობები;

- o მიმზიდველი ბიზნეს და საინვესტიციო გარემო; o ქართველი ხალხის მეგობრული განწყობა და სტუმართმოყვარეობა.

მსოფლიო დონის ტურისტული პროდუქტების შესაქმნელად და როგორც საერთაშორისო ისე შიდა მოთხოვნის სტიმულირების მიზნით ქვეყანამ შემდეგი გამოწვევები უნდა დაძლიოს:

- o სახელმწიფო და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის გაღრმავება სხვადასხვა მიმართულებით; მნიშვნელოვანი ტურისტული ბაზრებიდან მოსახერხებელი და ხელმისაწვდომი საჰაერო მიმოსვლის უზრუნველყოფა;

- o ქვეყნის ყველაზე შთამბეჭდავ ტურისტულ ადგილებამდე მისასვლელი გზებისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება;

- o ტურიზმთან დაკავშირებული ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება და მოდერნიზაცია;

- o კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და სხვა კულტურული მნიშვნელობის აქტივების შენარჩუნება, მათი მისაწვდომობის, არსებული მომსახურებებისა და საინტერპრეტაციო ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება;

- o ქვეყნის ტურისტული პოტენციალის შესახებ ცნობადობის გაზრდა, როგორც საერთაშორისო, ისე შიდა ბაზარზე;

- o ქვეყნის მასშტაბით მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება ვიზიტორებისათვის, განსაკუთრებით, ქალაქებს გარეთ, სადაც ტურიზმის განვითარების პოტენციალი ყველაზე მაღალია;

- o ტურიზმის სფეროში განათლების სისტემის დახვეწა და საგანმანათლებლო პროგრამების ხელმისაწვდომობის გაზრდა ქვეყნის მასშტაბით;

- o ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და არსებულის დივერსიფიკაცია; o მონაცემთა შეგროვებისა და ანალიზის, ბაზრის კვლევისა და მარკეტინგული შესაძლებლობების გაუმჯობესება.

რას უნდა მიაღწიოს ქვეყანამ 2025 წლისთვის?

ხედვა: 2025 წლისთვის საქართველო ცნობილი იქნება, როგორც მოწინავე, ყველა სეზონის, მაღალი ხარისხის ტურისტული ქვეყანა, გამორჩეული თავისი კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობით, მსოფლიო დონის მომსახურებითა და სტუმარმასპინძლობის უძველესი ტრადიციით.

ინფრასტრუქტურაში განხორციელებული სტრატეგიული ინვესტიციების, განათლების უზრუნველყოფის, მარკეტინგისა და მსოფლიოს მასშტაბით მაღალგადახდისუნარიანი

ტურისტებისათვის უნიკალური ქართული შთაბეჭდილებების შეთავაზების გზით, საქართველო ტურიზმის დარგში არსებული კონკურენციის მოწინავე რიგებში წარმოჩინდება.

ვიზიტორების მიერ დახარჯული თანხის გაზრდის შედეგად ტურიზმის წვლილი საქართველოს ეკონომიკის ზრდასა და განვითარებაში მნიშვნელოვნად მოიმატებს. მეტი ყურადღება დაეთმობა ვიზიტორთა ხარისხსა და მრავალფეროვნებას, ვიდრე ვიზიტორთა რაოდენობას.

მიზნები: დაინტერესებულ მხარეებთან კონსულტაციის შედეგად განისაზღვრა შემდეგი მიზნები:

- o მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრებიდან საჭაერო მგზავრობის გამარტივება. ასევე, შიდა სატრანსპორტო ქსელების გაუმჯობესება, ქვეყანაში ვიზიტორთა ნაკადების თავისუფალი გადაადგილების უზრუნველყოფისათვის;

- o ქვეყნის კულტურული და ბუნებრივი სიმდიდრის გამოყენებით ვიზიტორებისთვის უნიკალური და ამალღებული შთაბეჭდილებების მიღების შესაძლებლობის შექმნა, რაზეც მზარდი მოთხოვნაა მსოფლიოს ყველაზე მაღალგადახდისუნარიან ტურისტულ ბაზრებზე;

- o ვიზიტორთა მომსახურების გაუმჯობესება (ტრანსპორტირების, განთავსების საშუალებებისა და უცხო ენის ფლობის თვალსაზრისით), რათა ქვეყნის შესახებ მიზნობრივი მარკეტინგული აქტივობების შედეგად ჩამოყალიბებული წარმოდგენა გამართლდეს, ხოლო, ჩამოსულმა ვიზიტორებმა პოზიტიური გზავნილები გაავრცელონ საქართველოზე და განმეორებით ესტუმრონ ქვეყანას;

o მონაცემთა შეგროვებისა და ბაზრის კვლევის შესაძლებლობების გაუმჯობესება, უფრო მეტად მაღალგადახდისუნარიანი ტურისტული ბაზრების მოთხოვნებისა და თავისებურებების უკეთ შესწავლის მიზნით;

o ხსენებული კვლევებისა და დამატებითი მარკეტინგული რესურსების გამოყენება მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრების უფრო ეფექტურად ასათვისებლად, მათთან კავშირების დასამყარებლად და საქართველოს, როგორც მსოფლიო დონის ტურისტული დანიშნულების ქვეყნის ცნობადობის ასამაღლებლად.

გეგმები: „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ში დასახული განვითარების გეგმები შემდეგია:

o ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლების გაზრდა არსებული დონიდან (1.9 მილიარდი აშშ დოლარი) 6.6 მილიარდ აშშ დოლარამდე;

o დარგის მიერ მთლიან შიდა პროდუქტში შეტანილი პირდაპირი წილი უნდა შეადგენდეს 7.9%-ს;

o ყოველი ვიზიტორის მიერ საშუალოდ დახარჯული თანხის გაზრდა არსებული 328 აშშ დოლარიდან 600 აშშ დოლარამდე;

o ტურიზმში დასაქმებული პირების რაოდენობის გაზრდა დაახლოებით 90%-ით, არსებული 158,515-დან 301,284-მდე;

o ვიზიტის საშუალო ხანგრძლივობის გაზრდა არსებული 5 დღიდან 7 დღემდე; o ტურიზმის სფეროში პირდაპირი უცხოური ინვესტიციების 63%-ით გაზრდა, არსებული

723 მილიონი აშშ დოლარიდან 1,178 მილიონ აშშ დოლარამდე; ო დასავლეთ ევროპის, აზიისა და ჩრდილოეთ ამერიკის მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან ვიზიტორთა რაოდენობის

საბაზისო და სამიზნე ინდიკატორები*			
ინდიკატორი		2015	2025
საერთაშორისო მოგზაურები		5,901,094	11,000,000
შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან		1.9 მლრდ. აშშ დოლარი	6.6 მლრდ. აშშ დოლარი
ტურიზმის წილი მშპ-ში		6.7%	7.9%
ტურიზმთან ასოცირებულ ინდუსტრიებში სამუშაო ადგილების საშუალო წლიური რაოდენობა		158,515	301,284
ვიზიტორის საშუალო დანახარჯი		328 აშშ. დოლარი	600 აშშ. დოლარი
გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობა		5	7
პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები (ტურიზმი და მომიჯნავე სექტორები)		723 მლნ. აშშ დოლარი	1,178 მლნ. აშშ დოლარი
საერთაშორისო შემოსვლების სტრუქტურა	თურქეთის, უკრაინის, თურქმენეთისა და დსთ-ს ქვეყნების წილი საერთაშორისო შემოსვლებში	92%	70%
	სხვა ქვეყნების წილი საერთაშორისო შემოსვლებში	8%	30%

გაორმაგება;

*შენიშვნა: აღნიშნული მაჩვენებლები შესაძლოა განახლდეს შესაბამისი კვლევების გამოქვეყნების და არსებული მონაცემების დაკორექტირების შედეგად.

საერთაშორისო მოგზაურები ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად ო ქვეყნის ცნობადობის გაზრდა;

o ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება; o მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება. შემოსავლები საერთაშორისო ტურიზმიდან ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o საპრომოციო აქტივობები მაღალგადახდისუნარიან ბაზრებზე; o ტურისტული პროდუქტის განვითარება; o მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება.

ტურიზმის წილი მშპ-ში ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o ინვესტიციების მოზიდვა ტურიზმის სექტორში; o კერძო სექტორის ზრდის ხელშეწყობა; o ტურისტული პროდუქტის განვითარება.

ტურიზმთან ასოცირებულ ინდუსტრიებში სამუშაო ადგილების საშუალო წლიური რაოდენობა ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o ტრენინგები, ლექციები, სამუშაო შეხვედრები ტურიზმის სექტორში დასაქმებულთათვის;

o კერძო სექტორის ზრდის ხელშეწყობა; o წამახალისებელი აქტივობები.

ვიზიტორის საშუალო დანახარჯი ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o კონცენტრირება მაღალგადახდისუნარიან სეგმენტზე; o მაღალი ხარისხის მომსახურების შეთავაზება;

o ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და არსებულის დივერსიფიკაცია.

გაჩერების საშუალო ხანგრძლივობა ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o მარკეტინგული კამპანიები (იმ ვიზიტორებზე კონცენტრირება, რომლებიც ხანგრძლივი

პერიოდით დარჩებიან ქვეყანაში); o ახალი ტურისტული პროდუქტის შეთავაზება და არსებულის დივერსიფიკაცია; o მაღალი ხარისხის მომსახურება.

პირდაპირი უცხოური ინვესტიციები ტურიზმის სექტორში ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o ტურისტული ინფრასტრუქტურის განვითარება; ხელსაყრელი გარემოს შექმნა; o ქვეყნის ცნობადობის გაზრდა. საერთაშორისო შემოსვლების სტრუქტურა ინსტრუმენტები მიზნის მისაღწევად

o მარკეტინგული კამპანიები;

o საპრომოციო აქტივობები ახალ ბაზრებზე; o საერთაშორისო გამოფენებში მონაწილეობა.

როგორ მიაღწიოს ქვეყანამ სასურველ შედეგს?

სახელმძღვანელო პრინციპები: სახელმწიფო, კერძო, არასამთავრობო სექტორსა და სამოქალაქო საზოგადოებასთან კონსულტაციების შედეგად განისაზღვრა სტრატეგიის განსახორციელებლად შემდეგი სახელმძღვანელო პრინციპები:

o კერძო სექტორის წამყვანი როლი - ტურიზმი უნდა განვითარდეს საბაზრო ტენდენციებზე დაყრდნობით, ინდუსტრიის თაოსნობითა და მთავრობისა და სამოქალაქო საზოგადოებასთან თანამშრომლობით.

o სახელმწიფოს სრული ჩართულობა - ტურიზმის სფეროს წარმატებული განვითარება საჭიროებს სახელმწიფო

ხელისუფლებისა და მუნიციპალიტეტების ორგანოების ჩართულობას, მათ შორის, საიმიგრაციო, განათლების, ინფრასტრუქტურის, საზოგადოებრივი უსაფრთხოების სამსახურებისა და სხვა უწყებების კოორდინაციას.

o ბაზრების პრიორიტეტულობის განსაზღვრა - საქართველოს ტურიზმის განვითარებისა და მარკეტინგის სტრატეგია უნდა იყოს ორიენტირებული ისეთი მიზნობრივი ბაზრების დაინტერესებასა და მომსახურებაზე, რომლებიც ჩადებული ინვესტიციიდან ყველაზე მეტ ამონაგებს მოიტანენ.

o მდგრადობა - განვითარების პროცესში გათვალისწინებული უნდა იყოს „ეროვნული გეოგრაფიული საზოგადოების“ (National Geographic Society) - „გეო-ტურიზმის“ კონცეფცია. „გეო-ტურიზმი“ მოგზაურობის სახეობაა, რომელიც ორიენტირებულია დანიშნულების ადგილის გეოგრაფიული თავისებურების შენარჩუნებასა და დაცვაზე, მათ შორის, გარემოს, ესთეტიკის, კულტურული მემკვიდრეობისა და ადგილობრივი მოსახლეობის კეთილდღეობის ხელშეწყობაზე.

o საქართველოს სტუმართმოყვარეობის კულტურის განვრცობა მომსახურების სფეროზე - საქართველოს სტუმართმოყვარეობის კულტურა მომსახურების სფეროზე უნდა განივრცოს ტრენინგების, განათლების ხელშეწყობისა და საზოგადოებაში ტურიზმის მნიშვნელობის შესახებ ცნობიერების ამაღლების გზით.

სტრატეგიული ამოცანები

დაინტერესებულ პირებთან აქტიური კონსულტაციების შედეგად ჩამოყალიბდა 50 პრიორიტეტული აქტივობა, რომლებიც დაჯგუფდა 8 სტრატეგიულ ამოცანად:

1) ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციების გაზრდა;

2) ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესება უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების გაზრდის მიზნით;

3) ეფექტური მარკეტინგისა და საინფორმაციო კამპანიის საშუალებით ვიზიტორების მოზიდვა მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან; შიდა ტურიზმის სტიმულირება;

4) კონკურენტუნარიანობის გაზრდა მსოფლიო დონის ტურისტული მომსახურების შეთავაზების მეშვეობით;

5) საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის აქტივების გამოყენება უნიკალური ტურისტული შთაბეჭდილებების შეთავაზების გზით;

6) საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის პატივისცემა, დაცვა და წარმოჩენა;

7) ტურიზმის სფეროში მონაცემთა მოპოვებისა და ანალიზის, ასევე, სექტორის განვითარების შეფასების შესაძლებლობების გაუმჯობესება;

8) ზემოხსენებული ამოცანების მისაღწევად პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება სახელმწიფო, ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის.

პრიორიტეტული აქტივობები

1. ტურიზმის სფეროში სახელმწიფო და კერძო ინვესტიციების გაზრდა;

1.1. ახალი, კერძო ინვესტიციების მოზიდვა ტურიზმის სექტორისათვის;

1.2. მსხვილი ინფრასტრუქტურისა და კომუნიკაციების გაუმჯობესება ტურისტული დანიშნულების ადგილებში სივრცითი მოწყობის პრინციპების გათვალისწინებით;

1.3. ავიაციის დარგის განვითარება და საქართველოს მიმართულებით განხორციელებული რეისების რაოდენობის გაზრდა;

1.4. საკრუიზო ლაინერების პორტებსა და ნავმისადგომებში ინვესტირება, კერძო სექტორისათვის შეღავათების დაწესება და საკრუიზო ლაინერების წახალისება დარჩენის გახანგრძლივების მიზნით;

1.5. სარკინიგზო და საგზაო ტრანსპორტისა და შესაბამისი ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესება და მომსახურების ხარისხის ამაღლება ვიზიტორების მოთხოვნების გათვალისწინებით, განსაკუთრებით, ტურისტულად მიმზიდველ დანიშნულების ადგილებსა და ქალაქებში;

1.6. ინვესტიციების განხორციელება საზღვაო ტურისტულად მნიშვნელოვან ადგილებზე საზოგადოებრივი დანიშნულების ობიექტების განვითარებისათვის (საშხაპეები, გამოსაცვლელი ოთახები, ნაგვის ურნები, სანაპირო ზოლებზე მისასვლელი ტერიტორიები და ა.შ.);

1.7. ინდივიდუალური მოგზაურობის ხელშეწყობის მიზნით საინფორმაციო დაფებისა და მიმართულების მაჩვენებელი მანიშნებლების დამატება ქვეყნის მასშტაბით

(საერთაშორისო ან ევროკავშირის სტანდარტების გამოყენებით);

1.8. ინვესტიციების განხორციელება შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთათვის ტურისტული ობიექტების ხელმისაწვდომობის უზრუნველსაყოფად.

2. ბიზნეს გარემოს გაუმჯობესება ვიზიტების რაოდენობის, უცხოური და ადგილობრივი ინვესტიციების გაზრდის ხელშეწყობის მიზნით

2.1. ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე, სახელმწიფოსა და მუნიციპალიტეტების საკუთრებაში მყოფ მიწებზე სხვადასხვა შეღავათის დაწესება სახელმწიფო და კერძო კომპანიებს შორის ეკონომიკური თანამშრომლობის სხვა ფორმების განვითარების მიზნით;

2.2. ტურიზმის სფეროს მარეგულირებელი სამართლებრივი ჩარჩოს განახლება;

2.3. საინვესტიციო ბარიერების აღმოსაფხვრელად მუშაობის გაგრძელება და ტურიზმის სფეროში ინვესტიციების ნდობის ამაღლება;

2.4. სატრანსპორტო სექტორის განსავითარებლად, ასევე, ახალი განთავსების საშუალებების, საკონვენციო ცენტრების, საკონგრესო დარბაზებისა და სხვა საზოგადოებრივი შენობების ასაშენებლად შეღავათების დაწესება;

2.5. სავიზო რეგულირების მოქნილობის უზრუნველყოფა;

3. ეფექტიანი მარკეტინგისა და საინფორმაციო კამპანიის საშუალებით ვიზიტორების მოზიდვა მაღალგადახდისუნარიანი ბაზრებიდან; შიდა ტურიზმის სტიმულირება

3.1. ტურისტული დანიშნულების ადგილის მარკეტინგის დეტალური წლიური სტრატეგიის ჩამოყალიბება და

განხორციელება, მასში სამიზნე ბაზრების პრიორიტეტულობის წარმოჩენა, საქმიანობის მკაფიოდ დასახვა და წარმატების შეფასების საზომების განსაზღვრა;

3.2. ტურისტული დანიშნულების ადგილის ცნობადი და შთამბეჭდავი ბრენდის შექმნა;

3.3. კონკრეტული რეგიონების მარკეტინგული აქტივობების, მათ შორის, მათი ბრენდინგის მხარდაჭერა;

3.4. ინტერნეტ და სოციალური მედია საშუალებებით შინაარსზე ორიენტირებული მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება, მათ შორის, ისტორიების გაზიარებითა (storytelling) და თემატური კამპანიების გზით;

3.5. საზოგადოებასთან ურთიერთობისა და მედია შესაძლებლობების გამოყენება;

3.6. საერთაშორისო ტურისტულ ინდუსტრიასთან ურთიერთობების დამყარება და შენარჩუნება;

3.7. საერთაშორისო გამოფენა-ბაზრობებზე საქართველოს წარმოჩენის გაუმჯობესება, კულტურის, ღვინის, ხელოვნების ნიმუშებისა და სხვა მიმართულებების წარდგენით;

3.8. მარკეტინგული სააგენტოების, დიპლომატებისა და დიასპორის წარმომადგენლების ჩართვა საერთაშორისო მარკეტინგულ აქტივობებში და სხვა;

3.9. საუკეთესო საერთაშორისო მარკეტინგული გამოცდილების დანერგვის მიზნით სახელმწიფო და კერძო სექტორის წარმომადგენლების პროფესიულ ასოციაციებში გაწევრიანებისა და აქტიური თანამშრომლობის მხარდაჭერა (მაგ.: სათავგადასავლო ტურიზმის პროფესიული ასოციაცია (ATTA), ტურისტული

დანიშნულების ადგილების მარკეტინგის საერთაშორისო ასოციაცია (DMAI) და სხვა) და შიდა ტურიზმის სტიმულირება.

4. კონკურენტუნარიანობის გაზრდა მსოფლიო დონის ტურისტული მომსახურების შეთავაზების გზით

4.1. ტურიზმის ინდუსტრიაში ხარისხის, უსაფრთხოებისა და მდგრადი განვითარების პროგრამების შემუშავება და სტანდარტიზაციის ხელშეწყობა;

4.2. ტურისტული პროდუქტის შემუშავებასა და მარკეტინგში, ასევე მომსახურების სფეროში და სხვა მომიჯნავე საქმიანობაში ჩართულ, კერძო და საჯარო სექტორში დასაქმებულთა ტრენინგი;

4.3. ტურიზმისა და სტუმარმასპინძლობის სფეროსთან დაკავშირებული ზოგადი, პროფესიული და უმაღლესი საგანმანათლებლო დაწესებულებების სასწავლო პროგრამების შემუშავება / გაუმჯობესება;

4.4. ტურიზმის სფეროში ციფრული დაჯავშნისა და ანგარიშსწორების სისტემებზე გადასვლის ხელშეწყობა;

4.5. სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ გაწეული მომსახურების გაუმჯობესება ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებში, ვებ გვერდისა და სოციალური მედია არხების საშუალებით;

4.6. მყარი ნარჩენების მართვის გაუმჯობესება;

4.7. ვიზიტორების დაცვისა და საზოგადოებრივი უსაფრთხოების უზრუნველყოფის ღონისძიებების გაძლიერება.

5. ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების გამოყენებით ტურიზმში უნიკალური და ავთენტური შეთავაზების შექმნა

5.1. სტრატეგიაში განსაზღვრული პრიორიტეტული პროდუქტებისა და ბაზრის მოთხოვნებზე დაყრდნობით ტურისტული პროდუქტის განვითარებისთვის სტრატეგიული ნაბიჯების დაგეგმვა;

5.2. უნიკალური შეთავაზების შექმნისა და გავრცელების მიზნით კერძო სექტორისთვის ფინანსური და ტექნიკური მხარდაჭერის შესაბამისი პროგრამების დანერგვა;

5.3. არქეოლოგიური გათხრების ადგილებისა და მუზეუმების შენობების გამოყენება დროებითი და თემატური გამოფენების მოწყობის მიზნით; სპეციალური ღონისძიებების მოწყობა, მხარდაჭერა და რეკლამირება.

6. საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის პატივისცემა, დაცვა და წარმოჩენა;

6.1. კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და დაცული ტერიტორიების მართვის, (მათ შორის ვიზიტორთა მართვის) გეგმების შემუშავება საქართველოს ბუნებრივი და კულტურული მემკვიდრეობის მდგრადი გამოყენების მიზნით;

6.2. კოორდინაციის გაუმჯობესება კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების მმართველ ორგანიზაციებს, ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებსა და მუნიციპალიტეტების ორგანოებს შორის;

6.3. დაცული ტერიტორიებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისთვის სტიმულის მიცემა, რათა მათ გააუმჯობესონ ვიზიტორების მომსახურება და გაზარდონ მათგან მიღებული

შემოსავალი, რაც ადგილობრივი მრეწველობის განვითარებასა და კულტურული/ბუნებრივი მემკვიდრეობის შენარჩუნებას შეუწყობს ხელს;

6.4. სახელმწიფო და კერძო სექტორს შორის თანამშრომლობის განვითარების ხელშეწყობა; დაცულ ტერიტორიებზე, ისტორიული მნიშვნელობის მქონე ადგილებზე ან/და კულტურული მემკვიდრეობის მიმდებარე ტერიტორიებზე კერძო ინვესტიციების გაზრდა (მათ შორის, მცირე და საშუალო ისტორიულ-ურბანული ტიპის დასახლებებში);

6. 5.ინფრასტრუქტურის გაუმჯობესების გზით ბუნებრივ და კულტურულ მემკვიდრეობაზე წვდომის გაუმჯობესება (გზები, სათხილამურო ტრასები, საპიკნიკე ზონები, ვიზიტორების ცენტრები, საპირფარეშოები, მანქანის სადგომები და ა.შ.);

6. 6.საქართველოში არსებული სხვა ერების/ეთნიკური ჯგუფების კულტურული მემკვიდრეობის პატივისცემა და მხარდაჭერა, მაგ.: გერმანული სოფლები ქვემო ქართლში, ებრაელთა დასახლებები რაჭაში, ევროპელი და ბრიტანელი მთამსვლელების მიერ კავკასიის მთების კვლევის ისტორია და ა.შ;

7. მონაცემთა მოპოვებისა და ანალიზის, ასევე, სექტორის განვითარების შეფასების მასშტაბის გაფართოება და გაუმჯობესება

7.1. ტურიზმის სტატისტიკის მწარმოებელი უწყებების მუშაობის კოორდინაციის გაუმჯობესების მიზნით შესაბამისი სისტემის შექმნა;

7.2. საქართველოში ტურიზმის სტრატეგიის შესრულების შეფასების ჩარჩოს განსაზღვრა;

7.3. კვლევების ჩატარება და ტურიზმის სატელიტური ანგარიშის შექმნა.

8. ზემოხსენებული ამოცანების მისაღწევად პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება სახელმწიფოს, ტურიზმის ინდუსტრიის წარმომადგენლებს, არასამთავრობო ორგანიზაციებსა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის

8.1. „საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია 2025“-ისა და მისი განხორციელების შესახებ ცნობადობის ამაღლება სახელმწიფო, კერძო სექტორსა და ფართო საზოგადოებაში;

8.2. ტურიზმის უწყებათაშორისი სამუშაო ჯგუფის შექმნა ეფექტური დაგეგმვის, პოლიტიკის შემუშავებისა და ინვესტიციების ქვეყნის სტრატეგიული პრიორიტეტების შესაბამისად განხორციელების უზრუნველყოფის მიზნით;

8.3. სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის სათათბირო ორგანოების დაარსება და არსებული ფორმატის პერიოდული გაუმჯობესება სტრატეგიის განხორციელების პროცესისა და ადმინისტრაციის საქმიანობის ხელშეწყობის მიზნით;

8.4. სახელმწიფო და კერძო სექტორის თანამშრომლობით ტურისტული დანიშნულების ადგილის მართვის მოდელების შემუშავება და განხორციელება დანიშნულების ადგილზე გამოწვევების იდენტიფიცირებისა და მათთან გამკლავების მიზნით;

8.5. ადგილობრივი მოსახლეობის ჩართულობა ტურიზმის, როგორც საყოველთაო საქმიანობის განვითარების მიზნით; მცირე და საშუალო საწარმოების სარგებლის გასაზრდელად სამუშაოების ჩატარება;

8.6. კერძო სექტორის ტურიზმის ასოციაციების გაძლიერება;

8.7. პოლიტიკის შემუშავება კერძო კომპანიების, ტურისტული დანიშნულების ადგილებისა და სსიპ - საქართველოს ტურიზმის

ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ ერთობლივი მარკეტინგული ღონისძიებების გატარების მიზნით.

სტრატეგიის მონიტორინგი და შეფასება

საქართველოს ტურიზმის სტრატეგია ათწლიანია, საჭიროების შემთხვევაში, ექვემდებარება ყოველწლიურ გადახედვას და განახლებას დასახული მიზნების განსახორციელებლად. სტრატეგია და სამოქმედო გეგმა განახლდება მიზნობრივი ბაზრების მოთხოვნისა და თავისებურებების გათვალისწინებით, ასევე, ის მოერგება საბაზრო პირობების ცვლილებებს და დაიხვეწება ერთობლივი ძალისხმევის შედეგად მიღწეული შედეგების შესაბამისად.

სტრატეგიისა და სამოქმედო გეგმის განხორციელებას მონიტორინგს უწევს სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია. ყოველწლიურად, წლის დასრულებიდან არაუგვიანეს 2 თვისა სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას პასუხისმგებელი უწყებები წარუდგენენ ინფორმაციას სტრატეგიის საშუალოვადიანი (ორწლიანი) სამოქმედო გეგმის ფარგლებში განხორციელებული ღონისძიებებისა და მიღწეული შუალედური შედეგების შესახებ. საშუალოვადიანი (ორწლიანი) გეგმის დასრულებიდან არაუგვიანეს 2 თვისა ადმინისტრაციას წარედგინება სამოქმედო გეგმის შესრულების საბოლოო, შემაჯამებელი ანგარიში.

პასუხისმგებელი უწყებები გამოყოფენ შესაბამის პასუხისმგებელ პირს - უწყების ხელმძღვანელის მოადგილეს, რომელიც სრულად ინფორმირებული იქნება სტრატეგიის სამოქმედო გეგმით აღებული ვალდებულებების შესახებ, ადმინისტრაციას მიაწვდის სათანადო ინფორმაციას და ჩაერთვება სამუშაო განხილვებსა და დისკუსიებში.

მონიტორინგის შედეგების ანალიზის საფუძველზე ადმინისტრაცია საშუალოვადიანი (ორწლიანი) სამოქმედო გეგმით განსაზღვრული პერიოდის გასვლიდან 3 თვის ვადაში ადგენს სამოქმედო გეგმის შესრულების ანგარიშს, რომელსაც წარუდგენს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს.

სტრატეგიითა და სამოქმედო გეგმით განსაზღვრულ ღონისძიებებს სსიპ - საქართველოს ეროვნული ადმინისტრაცია საბოლოოდ შეაფასებს, სტრატეგიის სამოქმედო პერიოდის დასრულებიდან არაუგვიანეს 3 თვისა და წარუდგენს საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს.

ეროვნული სტრატეგიის საფუძველზე, სსიპ - საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია რეგულარულად იმუშავებს შესაბამის სამთავრობო უწყებებთან და მუნიციპალიტეტების ხელისუფლებასთან, საჯარო პოლიტიკის სხვადასხვა დოკუმენტის ტურიზმის სტრატეგიასთან ჰარმონიზაციის მიზნით.