



რუსეთის გამყვანი ტურიზმის მახასიათებლები



რუსეთის ზოგადი სტატისტიკური მიმოხილვა
რომელ ქვეყნებს სტუმრობენ რუსი ვიზიტორები?
რუსი ვიზიტორების დემოგრაფიული პროფილი
მოგზაურობის საშუალო ხანგრძლივობა
პირითადი სატრანსპორტო საშუალებები
მოგზაურების პირითადი მიზნები
რუსი ვიზიტორების დანახარჯები ბიზნეს და დასასვენებელ ვიზიტებზე
პროგნოზი

რუსეთის ზოგადი სტატისტიკური მიმოხილვა

რუსეთის მოსახლეობა 143,8 მილიონს შეადგენს და 160 სხვადასხვა ეთნიკურ ჯგუფს აერთიანებს. მოსახლეობის უმრავლესობა კონცენტრირებულია დიდ ქალაქებში, 74% ურბანულ მოსახლეობას წარმოადგენს. უდიდესი ქალაქებია მოსკოვი (11.8 მილიონი მაცხოვრებელი) და სანკტ-პეტერბურგი (5.0 მილიონი მაცხოვრებელი).

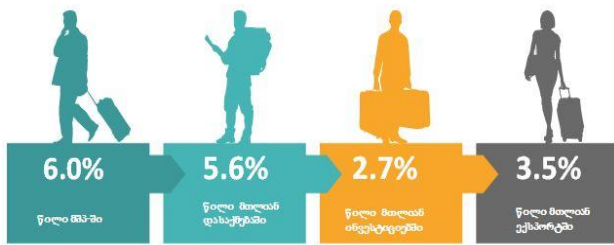
ქვეყანა ფართობით ყველაზე დიდია მსოფლიოში. იგი მსოფლიო ფართობის 1/8-ს იკავებს და 11 დროით სარტყელს მოიცავს. რუსეთის ტერიტორიის უდიდესი ნაწილი აზიაში მდებარეობს, ხოლო ტერიტორიის 40% ევროპულია. ქვეყნის სახმელეთო საზღვარი ყველაზე დიდია მსოფლიოში. რუსეთს სახმელეთო საზღვარი აქვს 14 ქვეყანასთან, ესენია: ფინეთი, ნორვეგია, ესტონეთი, ლატვია, ლიტვა,

პოლონეთი, ბელორუსია, უკრაინა, საქართველო, აზერბაიჯანი, ყაზახეთი, ჩინეთი, მონღოლეთი და ჩრდილოეთ კორეა. რუსეთს ოფიციალური საზღვარი არ გააჩნია იაპონიასთან და აშშ-თან, მაგრამ ამ ორ ქვეყანას ის ზღვის მეშვეობით უკავშირდება, იაპონიასა და რუსეთს შორის მდებარეობს ოხოტის ზღვა, ხოლო აშშ-სა და რუსეთს შორის მდებარეობს ბერინგის სრუტე.



მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭოს (WTTC) მონაცემებით 2014 წელს ტურიზმის პირდაპირმა კონტრიბუციამ რუსეთის მშპ-ში 1.5% შეადგინა, ხოლო მთლიანმა კონტრიბუციამ 6.0%.

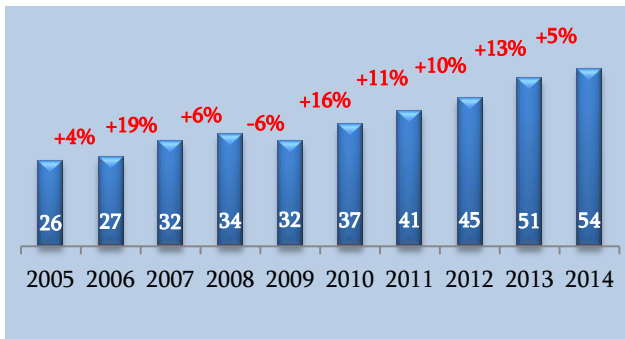
განხორციელებული ინვესტიციების 2.7% ტურიზმზე მოდის, მთლიან ექსპორტში კი მისი წილი 3.5%-ს შეადგენს.



წყარო: მოგზაურობისა და ტურიზმის მსოფლიო საბჭო (WTTC)

Euromonitor International-ის მონაცემებით ბოლო წლებში რუსეთიდან დანარჩენ მსოფლიოში განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობა სწრაფად გაიზარდა. 2014 წელს მათმა რაოდენობამ 53,879,000 შეადგინა და წინა წელთან შედარებით 4.9%-იანი ზრდა დაფიქსირდა. აღსანიშნავია, რომ ზრდის ტემპი უფრო მაღალი იყო წინა წლებში.

გრაფიკი 1: გამყვანი ვიზიტების რაოდენობა წლების მიხედვით (მილიონი)



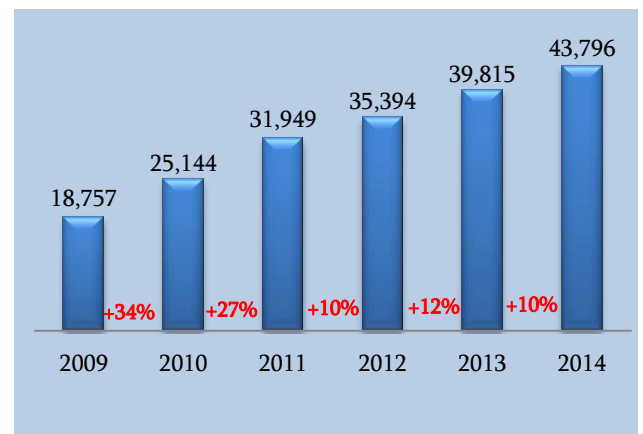
წყარო: Euromonitor International

Euromonitor International-ის მონაცემებით 2000 წლიდან 2014 წლამდე რუსეთის დანახარჯები

საერთაშორისო ტურიზმზე საშუალოდ 15%-ით იმატებდა. რუსეთი ხვდება მსოფლიოში ყველაზე მსხვილ მხარჯავებს შორის და იკავებს მეხუთე ადგილს საერთაშორისო ტურიზმზე გაწეული დანახარჯებით.

Euromonitor International-ის მონაცემებით 2014 წელს რუსეთის დანახარჯებმა საერთაშორისო ტურიზმზე 43.8 მილიარდი აშშ დოლარი შეადგინა, ზრდა წინა წელთან შედარებით 10%-ია. აღსანიშნავია, რომ 2013 წელს რუსეთმა და ჩინეთმა აჩვენეს ყველაზე დიდი ზრდის ტემპი საერთაშორისო ტურიზმის ხარჯვით ნაწილში.

გრაფიკი 2: რუსი ვიზიტორების დანახარჯები წლების მიხედვით (მილიონი დოლარი)



წყარო: Euromonitor International

2014 წელს რუსი ვიზიტორების დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი (31%) შოპინგზე მოდის, შემდეგ ადგილზეა განთავსებაზე გაწეული ხარჯები (20%).

ცხრილი 1: დანახარჯები კატეგორიების მიხედვით
2014 წელი

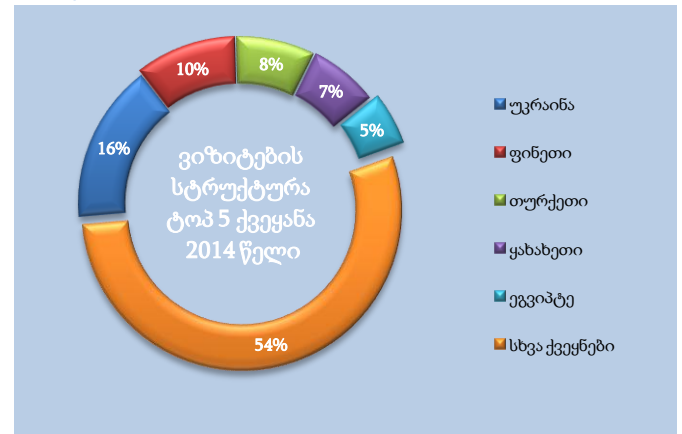
დანახარჯების კომპონენტები	მთლიანი დანახარჯი (მილიონი დოლარი)	წილი მთლიან დანახარჯში
შოპინგი	13,674.0	31%
განთავსება	8,739.1	20%
საკვები და სასმელი	7,892.2	18%
გართობა	5,671.1	13%
ექსკურსიები	3,827.1	9%
ადგილობრივი	2,205.8	5%
ტრანსპორტი		
სხვა დანახარჯები	1,787.0	4%

წყარო: Euromonitor International

რომელ ქვეყნებს სტუმრობენ რუსი
ვიზიტორები?

2013 და 2014 წლებში რუსი ვიზიტორების მიერ ყველაზე ხშირად მონახულებული ქვეყანა უკრაინა იყო, შემდეგ მოდის ფინეთი და თურქეთი.

გრაფიკი 3: რუსი ვიზიტორების მიერ ყველაზე
ხშირად მონახულებული ქვეყნები (ტოპ 5 ქვეყანა
2014წ)



წყარო: Euromonitor International

2014 წელს მნიშვნელოვნად (-17.2%) შემცირდა რუსეთიდან უკრაინაში განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობა, რაც გამოწვეულია აღნიშნულ ქვეყნებს შორის პოლიტიკური კონფლიქტით. დანარჩენ ქვეყნებში კი კლების ტენდენცია არ დაფიქსირებულა. რაც შეეხება საქართველოს, განხორციელებული ვიზიტების რაოდენობამ 812 ათასამდე შეადგინა, ზრდამ კი +6% (წილი გამყვანი ვიზიტორების რაოდენობაში 2%).

ცხრილი 2: რუსეთიდან განხორციელებული გამყვანი ვიზიტები ქვეყნების მიხედვით (ათასი)

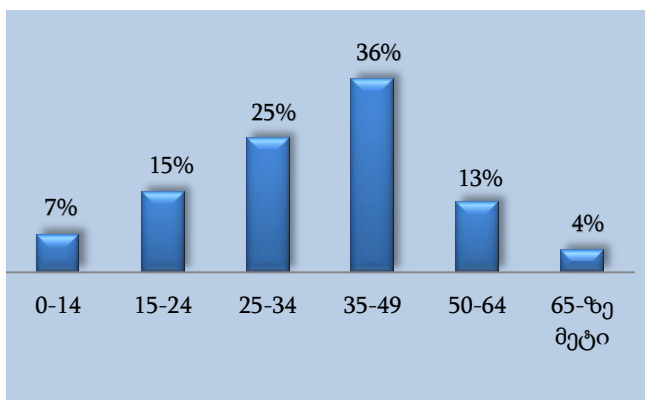
ქვეყანა	2010	2011	2012	2013	2014	ცვლილება% 2013/2014
უკრაინა	7,882	8,861	9,086	10,332	8,555	-17.2%
ფინეთი	2,947	3,969	4,598	5,026	5,429	8.0%
თურქეთი	2,870	3,112	3,194	3,897	4,177	7.2%
ყაზახეთი	2,771	3,195	3,301	3,566	3,727	4.5%
ეგვიპტე	2,430	1,587	2,156	2,457	2,811	14.4%
ესტონეთი	1,441	1,624	1,766	2,172	2,446	12.6%
ჩინეთი	2,088	2,221	2,099	1,868	2,003	7.2%
პოლონეთი	416	639	972	1,549	1,782	15.0%
გერმანია	943	1,254	1,310	1,524	1,656	8.7%
ტაილანდი	504	877	1,065	1,480	1,747	18.0%
საბერძნეთი	457	675	802	1,323	1,588	20.0%
ესპანეთი	491	747	942	1,215	1,397	15.0%
იტალია	550	694	749	1,010	1,164	15.2%
ლიტვა	596	628	772	907	1,000	10.2%
აზერბაიჯანი	757	856	879	884	894	1.1%
არაბთა გაერთიანებული საემიროები	328	441	628	842	1,032	22.6%
ჩეხეთი	362	444	486	605	701	15.8%
საფრანგეთი	325	384	430	568	654	15.2%
ლატვია	229	286	334	376	416	10.8%
დიდი ბრიტანეთი	224	270	276	330	374	13.3%
ინდოეთი	87	108	118	194	263	35.3%
აშშ	194	126	143	172	196	14.1%
სხვა ქვეყნები	8,141	8,000	8,758	9,069	9,870	8.8%
სულ	37,033	40,998	44,865	51,364	53,879	4.9%

წყარო: Euromonitor International

რუსი ვიზიტორების დემოგრაფიული პროფილი

Euromonitor International-ის მონაცემებით რუსი ვიზიტორების უმრავლესობა (36%) 35-49 წლის ასაკობრივ კატეგორიას განეკუთვნება, შემდეგ მოდის 25-34 (25%) ასაკობრივი კატეგორია.

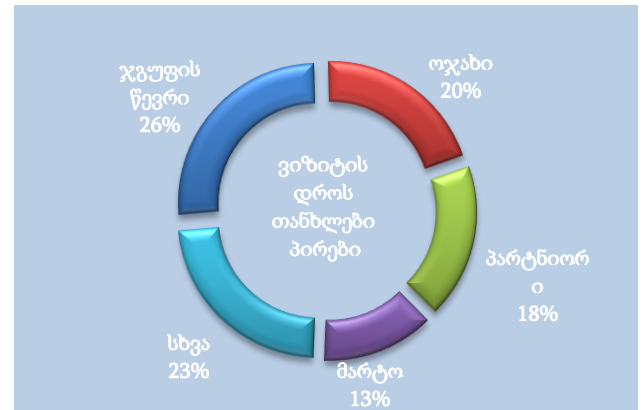
გრაფიკი 4: ასაკობრივი პროფილი



წყარო: Euromonitor International

რუსი ვიზიტორების უმრავლესობა ჯგუფურად მოგზაურობს. ჯგუფურად მოგზაური ვიზიტორების წილი მთლიან რაოდენობაში 26%-ს შეადგენს.

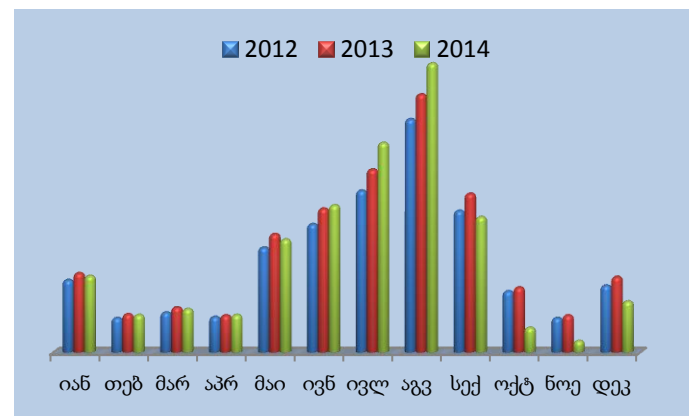
გრაფიკი 5: ვისთან ერთად მოგზაურობენ რუსი მოგზაურები



წყარო: Euromonitor International

ყველაზე მეტ ვიზიტს რუსი მოგზაურები ზაფხულის სეზონზე (ვიზიტების 55%), განსაკუთრებით კი აგვისტოში (25%) ახორციელებენ. ყველაზე ნაკლებ პოპულარული თვე კი ნოემბერია.

გრაფიკი 6: ვიზიტები სეზონურობის მიხედვით

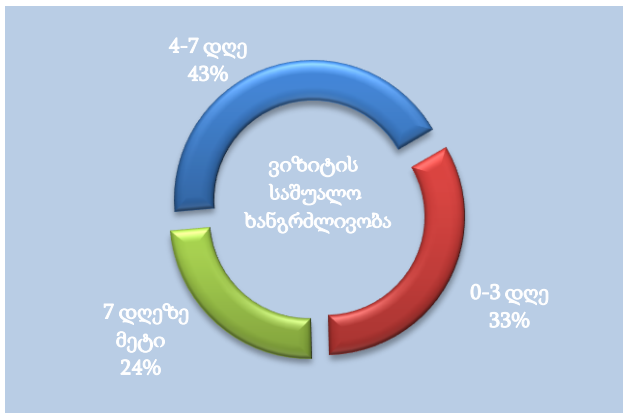


წყარო: Euromonitor International

მოგზაურობის საშუალო ხანგრძლივობა

რუსი მოგზაურების უმრავლესობა (43%) საშუალოდ 4-7 დღე მოგზაურობს. საკმაოდ მაღალია (24%) 7 დღეზე მეტი პერიოდით მოგზაური ვიზიტორების წილიც.

გრაფიკი 7: გამყვანი ვიზიტების საშუალო ხანგრძლივობა



წყარო: Euromonitor International

ძირითადი სატრანსპორტო საშუალებები

Euromonitor International-ის მონაცემებით რუსეთიდან გამყვანი ვიზიტების უმრავლესობა (44%) საჰაერო ტრანსპორტით ხორციელდება, შემდეგ მოდის (43%) სახმელეთო ტრანსპორტი.

ცხრილი 3: ვიზიტები ტრანსპორტის ტიპების მიხედვით (ათასებში)

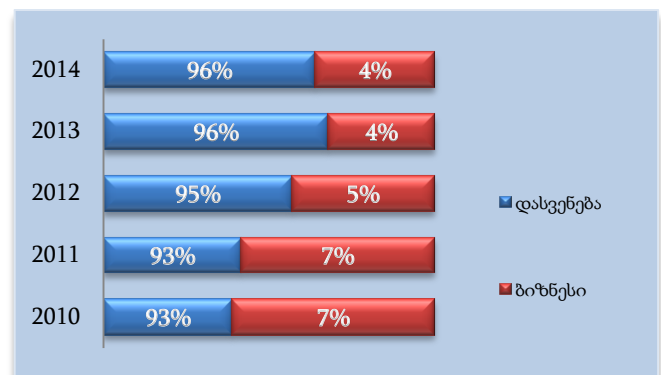
ტრანსპორტის ტიპი	2013	2014	ცვლილება %	წილი
საჰაერო	23,299	23,955	3%	44%
სახმელეთო	21,922	23,432	7%	43%
სარკინიგზო	5,126	5,108	0%	9%
საზღვაო	1,017	1,382	36%	3%

წყარო: Euromonitor International

მოგზაურების ძირითადი მიზნები

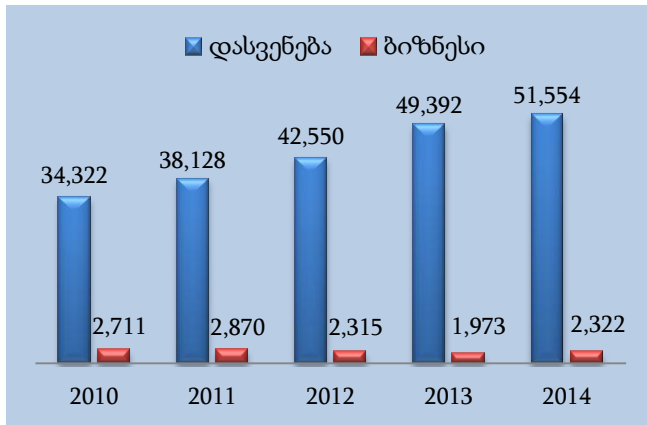
2014 წელს ვიზიტების ძირითადი ნაწილი (96%) დასასვენებელ ვიზიტებს შეადგენდა. მთლიანი ვიზიტების მხოლოდ 4% განხორციელდა ბიზნეს მიზნებისთვის.

გრაფიკი 8: ვიზიტების დინამიკა ტიპების მიხედვით (წილობრივ მაჩვენებლებში)



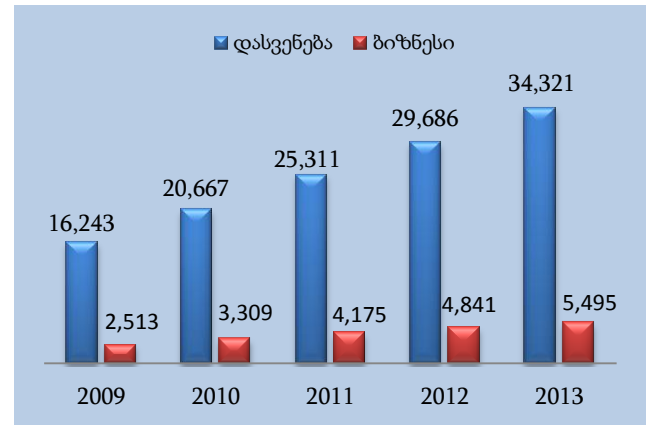
წყარო: Euromonitor International

გრაფიკი 9: ვიზიტების დინამიკა ტიპების მიხედვით (ათასი)



წყარო: Euromonitor International

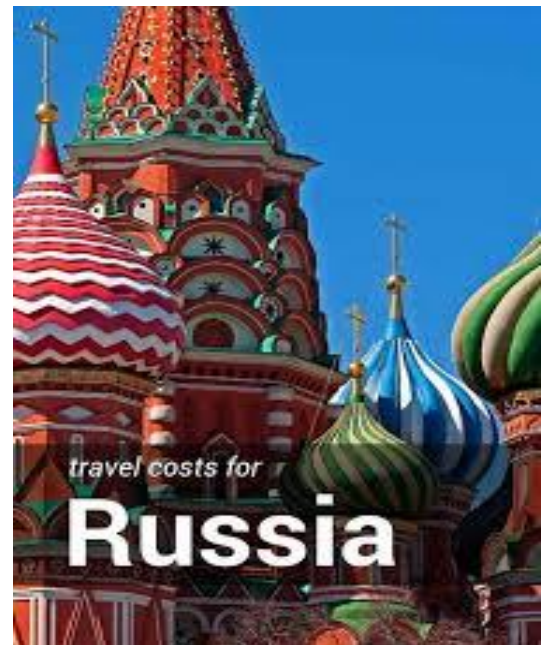
გრაფიკი 10: დანახარჯები ბიზნეს და დასასვენებელ ვიზიტებზე (მილიონი დოლარი)



წყარო: Euromonitor International

რუსი ვიზიტორების დანახარჯები ბიზნეს და დასასვენებელ ვიზიტებზე

მთლიანი დანახარჯების უმრავლესობა დასასვენებელ ვიზიტებზე ხორციელდება. 2013 წელს დასასვენებელ ვიზიტებზე გაწეულმა დანახარჯებმა მთლიანი დანახარჯების 86% შეადგინა.



ცხრილი 4: დანახარჯები ქვეყნების მიხედვით (მილიონი დოლარი)

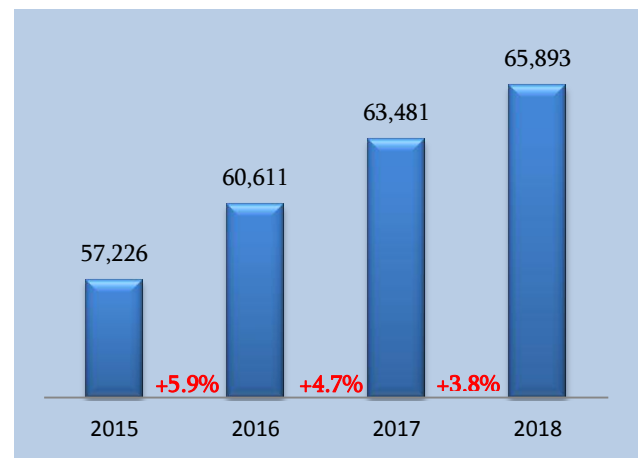
ქვეყანა	2009	2010	2011	2012	2013	2014	ცვლილება % 2013/2014	წილი
თურქეთი	1,564	1,991	2,247	2,793	3,230	3,505	8.5%	8.0%
უკრაინა	1,830	2,133	2,477	2,487	3,070	2,599	15.3%	5.9%
ესპანეთი	781	1,130	1,416	1,600	1,983	2,283	15.1%	5.2%
არაბთა გაერთიანებული სამეფოები	803	1,072	1,125	1,377	1,744	2,176	24.7%	5.0%
იტალია	946	1,281	1,458	1,617	1,856	2,117	14.0%	4.8%
ფინეთი	864	1,043	1,589	1,786	1,828	2,006	9.7%	4.6%
ჩინეთი	1,538	2,156	2,205	2,025	1,689	1,836	8.7%	4.2%
საფრანგეთი	805	910	1,106	1,244	1,553	1,810	16.6%	4.1%
ევგვპტე	1,285	1,860	1,103	1,454	1,555	1,805	16.0%	4.1%
გერმანია	878	1,029	1,272	1,352	1,506	1,641	8.9%	3.7%
ესტონეთი	1,118	1,182	1,181	1,392	1,475	1,602	8.6%	3.7%
საბერძნეთი	397	559	555	663	1,012	1,208	19.3%	2.8%
ლიტვა	496	493	750	896	986	1,103	11.9%	2.5%
ტაილანდი	243	498	675	799	922	1,085	17.7%	2.5%
ყაზახეთი	552	626	943	984	1,004	1,072.1	6.8%	2.4%

წყარო: Euromonitor International

გრაფიკი 11: ვიზიტების პროგნოზი (2015-2018 წლებში- ათასებში)

პროგნოზი

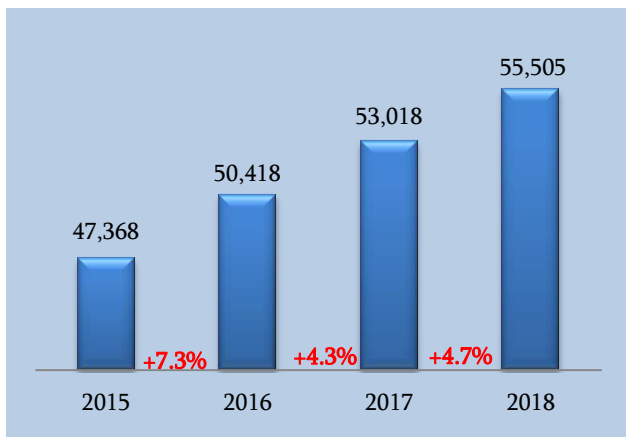
Euromonitor International-ის პროგნოზით შემდეგ წლებში რუსეთის გამყვანი ტურიზმი კიდევ უფრო გაიზრდება და 2015 წლისთვის 57,225,500 ვიზიტს, ხოლო 2018 წლისთვის 65,893,200-ს მიაღწევს. 2015 წლისთვის მოსალოდნელია ვიზიტების ზრდა 6%-ით.



წყარო: Euromonitor International

2015 წელს მოსალოდნელია დანახარჯების უფრო სწრაფი ზრდა (8.2%) ვიზიტებთან შედარებით. შესაბამისად გამყვან ტურიზმზე დანახარჯები 47 მილიარდ აშშ დოლარს მიაღწევს.

გრაფიკი 12: დანახარჯების პროგნოზი (2015-2018 წლებში - მილიონი დოლარი)



წყარო: Euromonitor International



მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის სტატისტიკური მონაცემები

გაეროს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის (UNWTO) მონაცემები რუსეთიდან განხორციელებული გამყვანი ვიზიტებისა და დანახარჯების დინამიკის შესახებ, განსხვავდება Euromonitor International-ის მონაცემებისგან. UNWTO-ს მონაცემებით 2013 წელს რუსეთიდან განხორციელებული გამყვანი ვიზიტების რაოდენობამ 54,069,000 შეადგინა, რაც 2012 წელთან შედარებით 13%-იან ზრდას წარმოადგენს.

გრაფიკი 13: გამყვანი ვიზიტების რაოდენობა წლების მიხედვით (ათასი)

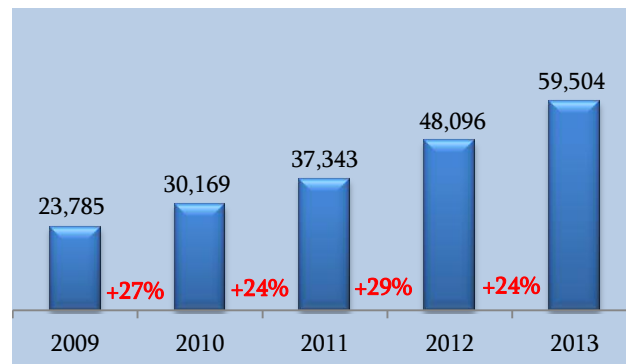


წყარო: UNWTO

UNWTO-ს მონაცემებით 2013 წელს 24%-ით გაიზარდა რუსი ვიზიტორების დანახარჯები¹ გამყვან ტურიზმზე და 59 მილიარდს გადააჭარბა.

¹ დანახარჯები მოიცავს საერთაშორისო ტრანსპორტზე გაწეული ხარჯებსაც

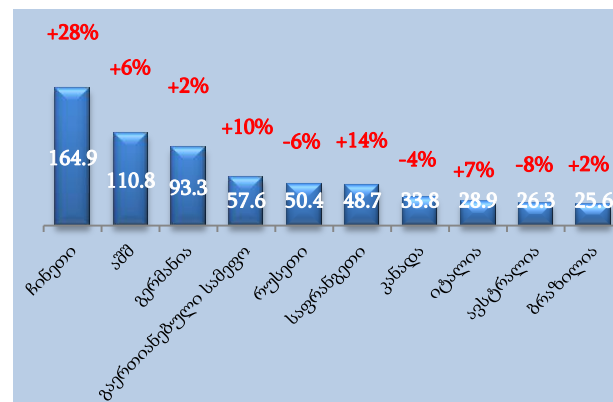
გრაფიკი 14: დანახარჯები გამყვან ტურიზმზე (მილიონი დოლარი)



წყარო: UNWTO

რუსეთი ხვდება მსოფლიოში ყველაზე მსხვილ მხარჯავებს შორის და იკავებს მეხუთე ადგილს საერთაშორისო ტურიზმზე გაწეული დანახარჯებით.

გრაფიკი 15: ტოპ 10 ქვეყანა ტურისტული დანახარჯების მიხედვით 2014წ. (მილიარდი აშშ დოლარი)



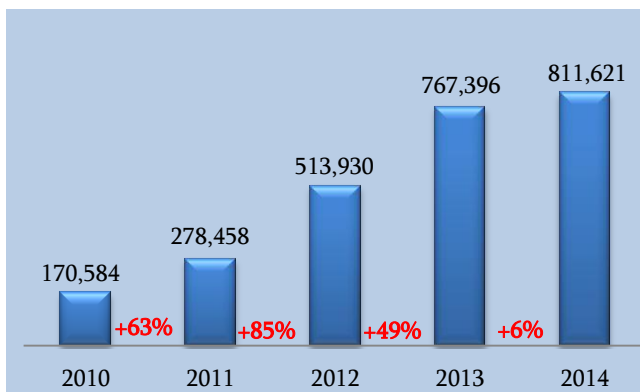
წყარო: UNWTO

რუსი ვიზიტორების სტატისტიკა საქართველოში

2014 წელს საქართველოს რუსეთიდან 811,621 მოგზაური ეწვია და ზრდამ წინა წელთან (767,396) 6% შეადგინა. ამავე წლის მონაცემებით რუსეთი საქართველოში შემოსული მოგზაურების რაოდენობის მიხედვით მეოთხე ქვეყანაა ტოპ 15 ქვეყანას შორის.



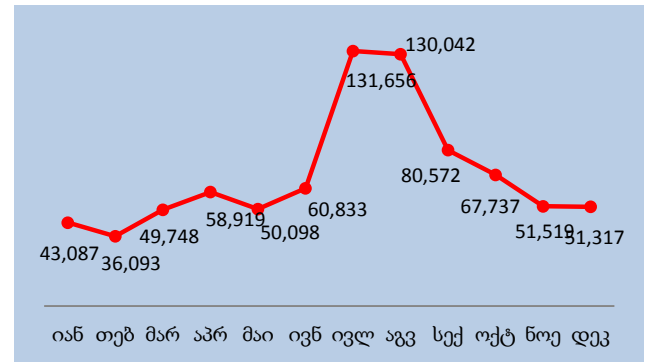
გრაფიკი 16: რუსი ვიზიტორების შემოსვლები



წყარო: შსს, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

რუსი ვიზიტორებს შორის ყველაზე პოპულარული თვე საქართველოში სტუმრობის თვალსაზრისით აგვისტოა.

გრაფიკი 17: საერთაშორისო შემოსვლები რუსეთიდან თვეების მიხედვით (2014 წელი)



წყარო: შსს, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

რუსი ვიზიტორების უმრავლესობა (83%) საქართველოში სახმელეთო ტრანსპორტით შემოვიდა, შემდეგ მოდის საჰაერო ტრანსპორტი (15%).

ცხრილი 5: საერთაშორისო შემოსვლები რუსეთიდან საზღვრის ტიპების მიხედვით

რუსეთი	2013	2014	ცვლილება %	წილი
სახმელეთო	637,596	674,705	+5.8%	83.1%
საჰაერო	119,602	124,800	+4.3%	15.4%
საზღვაო	7,302	7,876	+7.9%	1.0%
სარკინიგზო	2,896	4,240	+46.4%	0.5%

წყარო: შსს, საინფორმაციო-ანალიტიკური დეპარტამენტი

რუსი ვიზიტორების უმრავლესობა (50.9%) საქართველოში ყაზბეგის საბაჟო გამშვები პუნქტის გავლით შემოდის, შემდეგ მოდის თბილისის აეროპორტი (12.4%) და სადახლო (12%).

ცხრილი 6: საერთაშორისო შემოსვლები
რუსეთიდან საზღვრების მიხედვით

საზღვარი	2014	ცვლილება %	წილი
ყაზბეგი	413,300	8.2%	50.9%
თბილისის აეროპორტი	100,971	4.2%	12.4%
სადახლო	97,597	-7.9%	12.0%
წითელი ხიდი	69,199	8.6%	8.5%
ნინოწმინდა	38,439	16.5%	4.7%
სარფი	31,512	13.3%	3.9%
ცოდნა	19,609	-4.8%	2.4%
ბათუმის აეროპორტი	14,832	1.6%	1.8%
ქუთაისის აეროპორტი	8,997	11.6%	1.1%
ბათუმის პორტი	5,239	10.0%	0.6%
გუგუთი	3,197	2.2%	0.4%
რკინიგზა სადახლო	2,634	40.4%	0.3%
ფოთის პორტი	2,167	1.4%	0.3%
ვალე	1,852	31.2%	0.2%
რკინიგზა გარდაბანი	1,606	57.5%	0.2%
ყულევის პორტი	470	17.2%	0.1%

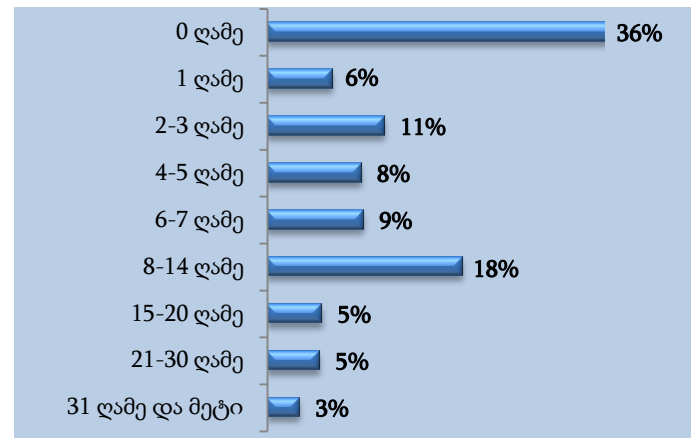
წყარო: შსს, საინფორმაციო-ანალიტიკური
დეპარტამენტი

რუსი ვიზიტორების მახასიათებლები
საქართველოში 2013 წელი

რუსეთის რეზიდენტების 29% ვიზიტით
პირველად იმყოფებოდა საქართველოში,
ხოლო 71% განმეორებით.

ვიზიტების 64% ღამისთევას მოიცავდა, რაც
ტურიზმის მსოფლიო ორგანიზაციის განმარ-
ტებით ტურისტული ვიზიტების წილსაც
აღნიშნავს. ვიზიტების 36% ღამისთევის
გარეშე განხორციელდა. ვიზიტის საშუალო
ხანგრძლივობა 8 ღამეს შეადგენდა.

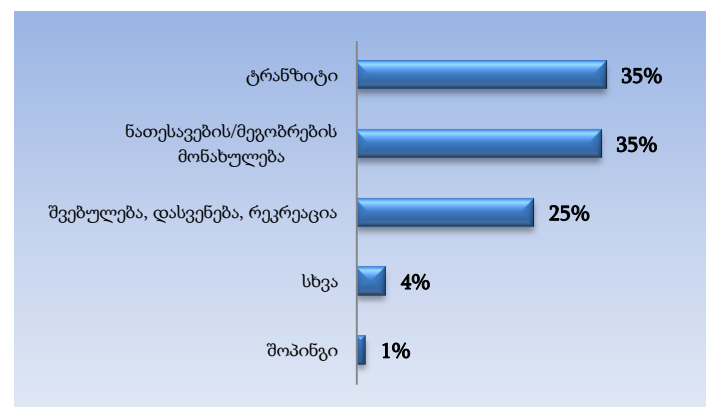
გრაფიკი 17: ვიზიტის ხანგრძლივობა



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

უმრავლეს შემთხვევაში რუსი რეზიდენტების
ვიზიტების მთავარი მიზანი ტრანზიტი და
ნათესავების/მეგობრების მონახულება იყო.
25%-ით მათ მოსდევს დასვენება და რეკ-
რეაცია.

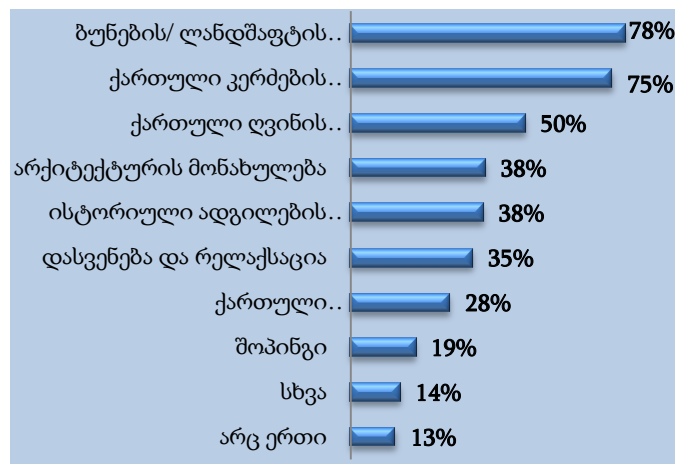
გრაფიკი 18: ვიზიტის მიზანი



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

რუსი ვიზიტორების მიერ ხშირად განხორციელებულ აქტივობებში ფიქსირდება საქართველოს ბუნების მონახულება (78%), ქართული კერძების (75%) და ღვინის (50%) დაგემოვნება. ასევე, ქართული არქიტექტურის მონახულება (38%) და ისტორიული ადგილების მონახულება (38%).

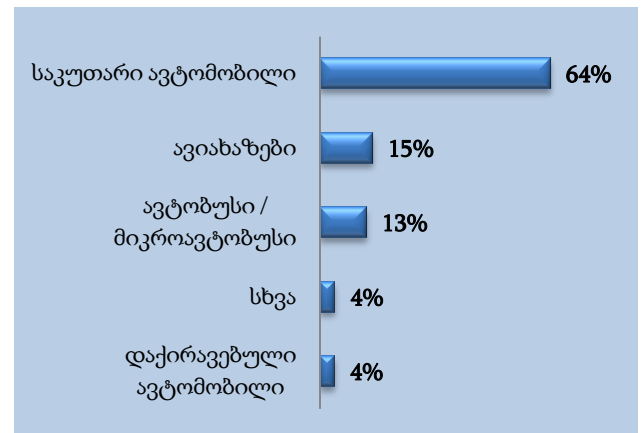
გრაფიკი 19: განხორციელებული აქტივობები



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

საქართველოში რუსი რეზიდენტების ვიზიტების უმეტესობა (64%) საკუთარი ავტომობილით, 15% სხვადასხვა ავიახაზებით, ხოლო 13% ავტობუსი/მიკროავტობუსით განხორციელდა.

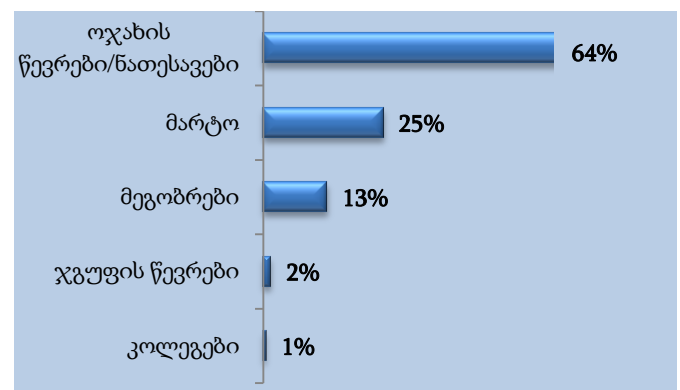
გრაფიკი 20: ტრანსპორტის ტიპები



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

რუსეთის რეზიდენტების უმეტესობა (64%) საქართველოს ოჯახის წევრების/ნათესავების თანხლებით ესტუმრა. დაახლოებით მეოთხედმა (25%) საქართველოში ვიზიტი მარტომ განახორციელა. ხოლო, ვიზიტების (13%) მეგობრებთან ერთად განხორციელდა.

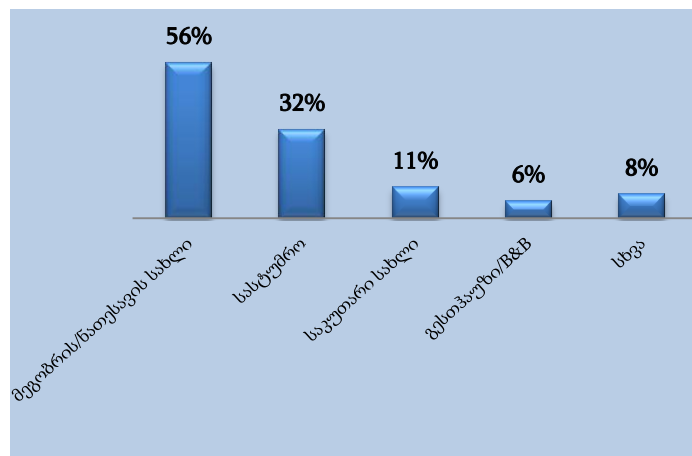
გრაფიკი 21: ვიზიტის დროს თანმხლები პირი



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

რუსი მოგზაურების ნახევარზე მეტი (56%) ვიზიტისას მეგობრების და ნათესავების სახლში დარჩა, 32% კი სასტუმროში გაჩერდა.

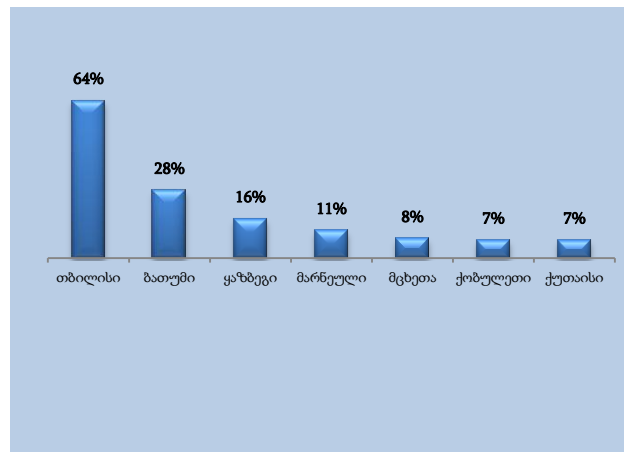
გრაფიკი 22: განთავსების საშუალებები



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

რუსეთის რეზიდენტების ვიზიტების უმრავლესობა მოიცავდა თბილისის მონახულებას (64%). სხვა პოპულარულ ტურისტულ ადგილებს განეკუთვნება ბათუმი (28%), ყაზბეგი (16%), მარნეული (11%), მცხეთა (8%), ქობულეთი (7%) და ქუთაისი (7%).

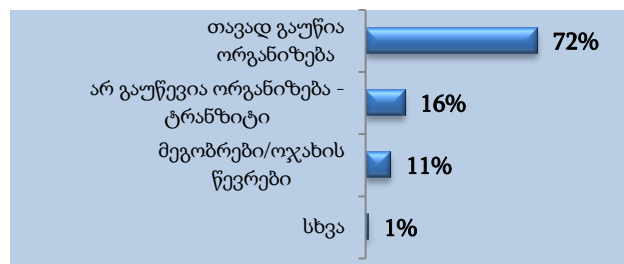
გრაფიკი 23: პოპულარული ლოკაციები



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

რუსი რესპონდენტების 72%-ის განცხადებით, ვიზიტს ორგანიზება თავად გაუწიეს. 16%-ს არ დაუგეგმავს ვიზიტი, 11%-ს კი ვიზიტი მეგობრებმა/ოჯახის წევრებმა დაუგეგმეს.

გრაფიკი 24: ვიზიტის ორგანიზატორი



წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

კვლევამ აჩვენა, რომ რუს ვიზიტორებს შორის ყველაზე პოპულარულია შემდეგი ინტერნეტ-საიტები:

www.kaukaz.pl
www.georgia.travel
www.wikitravel.com
www.lonelyplanet.com
www.risk.ru
www.worldtravelguide.com

რუსეთის რეზიდენტებმა ვიზიტზე საშუალოდ 1,177 ლარი დახარჯეს. დანახარჯების ყველაზე დიდი წილი საკვებსა და სასმელზე განხორციელდა, შემდეგ მოდის შოპინგი.

ცხრილი 7: დანახარჯები კატეგორიების მიხედვით

დანახარჯების კომპონენტები	მთლიანი დანახარჯი (ათასი ლარი)	წილი მთლიან დანახარჯში
საკვები და სასმელი	303,492	31%
შოპინგი	226,621	23%
განთავსება	121,662	12%
ადგილობრივი ტრანსპორტი	91,469	9%
დასვენება, გართობა, რეკრეაცია	54,566	5%
სხვა დანახარჯები	197,188	20%

წყარო: საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი

რუსეთის რეზიდენტების ვიზიტების 82%-მა პრობლემების გარეშე ჩაიარა. ყველაზე ხშირად ნახსენებ პრობლემებს შორის იყო: ტრანსპორტი, უცხოურ ენაზე მენიუების არ არსებობა და საზოგადოებრივი ტუალეტები.

როგორია ინტერნეტის გამოყენების დონე რუსეთში?

UNWTO-ს 2014 წლის ივლისის მონაცემებით, რუსეთის ფედერაციას 84 მილიონი ინტერნეტ მომხმარებელი ჰყავს და წარმოადგენს მეექვსე ყველაზე დიდ ინტერნეტ მოსახლეობას მსოფლიოში, ევროპაში კი პირველს. თუმცა ინტერნეტის გავრცელების დონე (59.3%) დაბალია ევროპულ სტანდარტებთან შედარებით. ინტერნეტის გამოყენება განსხვავებულია ასაკობრივ ჯგუფებს შორის. 18-24 წლის ასაკობრივი კატეგორიის 96% და 25-39 წლის კატეგორიის 93% იყენებს ინტერნეტს. ეს რიცხვები მნიშვნელოვნად დაბალია უფრო ასაკოვანი კატეგორიებისთვის. 40-54 წლის მოსახლეობის 69% და 55 და მეტი ასაკის მხოლოდ 27% იყენებს ინტერნეტს.

აღნიშნული მოწმობს, რომ ინტერნეტის გამოყენების დონე ძირითადად ასაკზეა დამოკიდებული, თუმცა ასაკოვან კატეგორიებშიც მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. ინტერნეტის გამოყენება უფრო დამახასიათებელია დიდი ქალაქებისთვის და უფრო განათლებული მოსახლეობისთვის (80% ინტერნეტის გამოყენება), თუმცა დანარჩენი ჯგუფები თანდათან ერთვებიან ამ პროცესში.

რომელი ინფორმაციის წყაროებით სარგებლობენ რუსი ვიზიტორები?

ტრადიციული არხები კვლავაც დომინირებენ რუსულ მედია სივრცეში. ტელევიზია კვლავაც რჩება ახალი ამბების მნიშვნელოვან წყაროდ მთელი მოსახლეობისთვის, თუმცა სოციალური და ციფრული მედიის როლი მნიშვნელოვნად იზრდება. მნიშვნელობის მიხედვით, ტელევიზიას მოსდევს მეგობრები და ოჯახი (ინფორმაციის მნიშვნელოვანი წყარო მოსახლეობის 25%-თვის), შემდეგ მოდის ინტერნეტი (24%-თვის) და ჟურნალ-გაზეთები (19%-თვის). ბოლო წლებში მოხდა მნიშვნელოვანი გადანაცვლება ჟურნალ-გაზეთებიდან ინტერნეტისკენ. 2009-2014 წლებში ინტერნეტის, როგორც ინფორმაციის ძირითად წყაროდ გამოყენების მაჩვენებელი 15 პროცენტული პუნქტით გაიზარდა.

სტატისტიკა აჩვენებს, რომ რუსეთის მოსახლეობის 45% იყენებს სოციალურ მედიას რეგულარულად. ისევე როგორც ინტერნეტის შემთხვევაში სოციალური მედიის გამოყენება უფრო დამახასიათებელია შედარებით მაღალი განათლების მქონე და დიდ ქალაქში მცხოვრები ადამიანებისთვის და არაა თანაბრად გადანაწილებული ასაკობრივ კატეგორიებს შორის. 18-24 წლის მოსახლეობის 93% არის სოციალური მედიის აქტიური მომხმარებელი, თუმცა უფრო ასაკოვან მოსახლეობაში აღნიშნული მაჩვენებელი მცირდება, კერძოდ 83% 25-39 წლის მოსახლეობისათვის, 50% 40-54 წლის

სეგმენტისათვის და 17% 55 წელზე მეტი ასაკის მოსახლეობაში.

რუსი მოსახლეობა იყენებს მიქსს რუსული და არარუსული საიტებისა. რუსული ინტერნეტ საიტების ლიდერები არიან Yandex, Google და Rambler. სოციალური ქსელებიდან VK, Facebook და Odnoklassniki არის ყველაზე პოპულარული. ფოტობლოგებს შორის ყველაზე მეტად გამოყენებადია Twitter და Instagram. ინსტაგრამი გამოირჩევა განსაკუთრებით სწრაფად მზარდი მომხმარებლების რაოდენობით რუსეთის ფედერაციიდან. რაც შეეხება სოციალურ მედიას, რუსები უფრო მეტად იყენებენ Livejournal-სა და Twitter. ინტერნეტის დღიური მოხმარების 80% განკუთვნილია სოციალური ქსელებისათვის.

ონლაინ დაჯავშნის ბაზარი არის ძალიან მცირე, მთლიანი ბაზრის მხოლოდ 18% (USD 8.3 მლრდ). აღნიშნული მაჩვენებელი ბევრად დაბალია სხვა ქვეყნებთან შედარებით, მაგალითად 60% აშშ-ში. თუმცა აღსანიშნავია რომ სეგმენტი მზარდია.

ყველაზე მეტად გამოყენებადი საიტებიდან აღსანიშნავია Runet, რომელიც წარმოადგენს სასტუმროებისა და ტურების დაჯავშნის საიტს. გარდა ამისა, Booking.com არის დომინანტური მოთამაშე რუსეთის ბაზარზე. ძირითადი საინფორმაციო საიტები მოგზაურობის სფეროში რუსებისათვის არის Tonkosti.ru და Turizm.ru.

რა ბარიერებს ეჯახებიან რუსი ვიზიტორები ევროპაში მოგზაურობისას

რუსი ვიზიტორების მთავარ ბარიერებს ევროპაში სამოგზაუროდ წარმოადგენს: სავიზო, დროის, ენობრივი და კულტურული და უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული ბარიერები.

სავიზო ბარიერები

რუსეთის მოქალაქეებს სჭირდებათ ვიზა შენგენის ქვეყნებში, ბულგარეთში, ხორვატიაში, კვიპროსში, ირლანდიაში, რუმინეთსა და დიდ ბრიტანეთში სამოგზაუროდ. ეგვიპტე, თურქეთი, სერბეთი და მონტენეგრო არ ითხოვენ ვიზას. იმისთვის, რომ გამხდარიყო მიმზიდველი დესტინაცია ზაფხულის სეზონზე რუსი ვიზიტორებისთვის ალბანეთმა გააუქმა სავიზო მოთხოვნები ზაფხულის პერიოდში 2009, 2013 და 2014 წლებში. საქართველოშიც სავიზო მოთხოვნის გაუქმების შემდეგ დაფიქსირდა რუსეთიდან საერთაშორისო შემოსვლების სწრაფი ზრდა.

დროის ბარიერი

რუსებს აქვთ ანაზღაურებადი შვებულების 28 დღე (მეტი ჩრდილოეთის რეგიონებში) სახალხო დასვენებების გამოკლებით. შესაძლებელია weekend-ის ტურების გახანგრძლივება day-off-ის აღებით.

ისეთ დიდ ქვეყანაში როგორც რუსეთია, დრო რომელიც საჭიროა სხვადასხვა დესტინაციამდე დამოკიდებულია იმაზე თუ რუსეთის რომელ ნაწილში ცხოვრობს ვიზიტორი.

მაგალითად, ფრენას ვლადივასტოკსა და სანკტ-პეტერბურგს შორის სჭირდება 10 საათი. გეოგრაფიული მდებარეობა ხდება უფრო მნიშვნელოვანი, როცა შაბათ-კვირის ვიზიტებზე ვსაუბრობთ. მაგალითად, იაფი ავტობუსის ტურები ფინეთსა და ესტონეთში ხელმისაწვდომია მათთვის, ვინც საზღვართან ახლოს ცხოვრობს.

ენობრივი და კულტურული ბარიერი

რუსებისთვის დამახასიათებელია ინგლისური ენის ცოდნის დაბალი დონე. აღნიშნული წარმოადგენს სირთულეს მენიუს კითხვისას თუ ადგილობრივებთან ურთიერთობისას. რუსულ ენაზე მოსაუბრე სასტუმროს თანამშრომლები, ბროშურები რუსულ ენაზე და აუდიო გაიდები ქალაქის ტურისტულ ავტობუსებში მნიშვნელოვნად ფასობს რუსი ვიზიტორებისთვის.

ყოფილი საბჭოთა კავშირის ქვეყნები ამ მხრივ არიან უფრო მიმზიდველი, რადგან მცირეა კულტურული განსხვავებები და ადგილობრივებიც საუბრობენ რუსულ ენაზე.

უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული ბარიერი

გამოუცდელი მოგზაური განსაკუთრებით განიცდის უცხო ქვეყანაში დაკარგვის შესაძლებლობას, აქვს შიში რომ შეიძლება გახდეს მოტყუების ობიექტი. ენობრივი

ბარიერი კი ზრდის ინფორმაციის მიღების სირთულეს.

რუსი ვიზიტორების ტიპები

შესაძლებელია რუსი ვიზიტორების რამოდენიმე კატეგორიად დაყოფა:

დამწყები - გამომდინარე იქედან რომ საბჭოთა კავშირის დროს რუსებს არ ჰქონდათ ქვეყნის დატოვების საშუალება, მოგზაურობა მათთვის შედარებით ახალი საქმიანობაა. დამწყებთა რაოდენობა რუს მოგზაურთა 50-60%-ს შეადგენს. ისინი გამოირჩევიან განსაკუთრებული პატრიოტიზმით, არიან ძირითადად უფროსი ასაკობრივი ჯგუფის წარმომადგენლები და მათთვის დამახასიათებელია ინფორმაციის მიღება ტელევიზიით, ბროშურებითა და ტურისტული სააგენტოების საშუალებით. დამწყებებმა არ იციან სად და როდის წავიდნენ, ამიტომ მიმართავენ ტურისტულ სააგენტოებს და მათ მიერ შეთავაზებულ ტურებში მიდიან ჯგუფთან და რუსულენოვან გიდთან ერთად. აღნიშნული ტიპისთვის დამახასიათებელია ნაკლები დამოუკიდებლობა. საუკეთესო შეთავაზება დამწყებებისათვის არის: საუკეთესო გამოცდილება, ცნობილი ადგილები და რუსულენოვანი გიდი.

გურუ - დამწყებისგან განსხვავებით გურუ თვითონ წყვეტს სად და როდის იმოგზაუროს და ცდილობს მისი მოგზაურობა სავსე იყოს ახალი გამოცდილებით. კიდევ ერთი გამორჩეულობა რაც ახასიათებს მოგზაურთა ამ ტიპს არის ის რომ ისინი მიდიან უცხო

ქვეყანაში რათა გაიგნონ ახალი კულტურა, რომელიც განსხვავებულია საკუთარისგან.

გურუ არის ძალიან ფრთხილი და კრიტიკული. იგი დარწმუნებული უნდა იყოს რომ მოგზაურობისგან მიიღებს იმას, რასაც ელოდება და არ არის დამოკიდებული ტურისტულ სააგენტოზე. საუკეთესო შეთავაზება გურუებისთვის: შეარჩიე საკუთარი მარშრუტი, იმოგზაურე ადგილებში, რომლებიც გინდა ნახო. გარდა ამისა, მათთვის მნიშვნელოვანია კომფორტული სასტუმროებისა და კურორტების არსებობის საკითხიც.

გაბედული მოგზაური - ამ კატეგორიისათვის მოგზაურობა ცხოვრების სტილია. მათთვის ეს საშუალებაა შეცვალონ თავიანთი ყოველდღიურობა და გაეცნონ სხვა კულტურებს. გაბედული მოგზაურები არიან სიახლეების მოყვარულები, ისინი ამკვიდრებენ ახალ ტურებს და ურთიერთობენ ადგილობრივებთან. მათ შესაძლოა ტურის დროს შეისწავლონ ადგილობრივი ენა, იმუშაონ მოხალისედ, ჩაერთონ ცეკვისა თუ კულინარიის კურსებში. ისინი რჩებიან საოჯახო სასტუმროებში და მოგზაურობენ შედარებით ნაკლებად ცნობილ ქალაქებში. კატეგორიის წარმომადგენლებს მოსწონთ მონაწილეობა ადგილობრივ კულტურულ

ღონისძიებებში, როგორცაა შეჯიბრებები, ფესტივალები, ადგილობრივი სამზარეულოს დაგემოვნება, დაკვირვება ქუჩის ცხოვრებაზე. ტრადიციული ძეგლები მათთვის ნაკლებად მიმზიდველია.

საუკეთესო მარკეტინგული შეთავაზება მათთვის შემდეგია: მიიღე მაქსიმალური გამოცდილება რაც შესაძლებელია მიიღო. დრო გაატარე ადგილობრივებთან ერთად და დააგემოვნე ადგილობრივი სამზარეულო.

მდიდარი მსოფლიოს მოქალაქე - აღნიშნული კატეგორია ყველაზე მცირერიცხოვანია. მათ აქვთ დრო, ფული და რესურსები, რომლებიც შეუძლიათ ხარჯონ ხელგამლილად. მათთვის მიმზიდველია პოპულარული ლოკაციები და ძირითადი მოთხოვნაა ფუფუნება. კატეგორია ძირითადად მოგზაურობს პირადი თვითმფრინავებით, ძვირადღირებული მანქანებით და იახტებით.

საუკეთესო შეთავაზება მდიდარი მსოფლიოს მოქალაქეებისთვის შემდეგია: შეიგრძენი საუკეთესო, რაც მსოფლიოს შეუძლია შემოგთავაზოს. იმოგზაურე დასაწყისიდან ბოლომდე და მიიღე მსოფლიოს უნიკალური კურორტების გამოცდილება.

ფაქტორები, რომლებიც განსაზღვრავენ რუსი ვიზიტორების ქცევას

რომელია რუსეთის ბაზრის მნიშვნელოვანი სეგმენტები?

როგორი პრომოუშენია მიზანშეწონილი რუსეთის ბაზარზე?

როგორი გავლენა მოახდინა უკრაინის კრიზისმა რუსეთის გამყვან ტურიზმზე?

რეკომენდაციები რუსი ვიზიტორების მოსაზიდად

ფაქტორები, რომლებიც განსაზღვრავენ რუსი ვიზიტორების ქცევას

რუსი მოგზაურების გადაწყვეტილებაზე რამდენიმე განსხვავებული ფაქტორი ახდენს ზეგავლენას. შესაძლოა გამოიყოს ოთხი ძირითადი ფაქტორი:

1. ინდივიდუალური ლიდერის მოსაზრება. ტოპ ბლოგერების აზრი შესაძლოა მნიშვნელოვანი ფაქტორი გამოდგეს მისი მკითხველებისათვის.
2. სქესი. ქალი ჩვეულებრივ არის უფრო აქტიური და მოქმედი პირი დესტინაციის შერჩევასა თუ საჭირო მომსახურებების დაჯავშნაში. როდესაც მოგზაურობს წყვილი ან ოჯახი ძირითადი ფაქტორი ქალის აზრია.
3. მოგზაურთა კატეგორია. გადაწყვეტილება დამოკიდებულია იმაზე თუ რომელი კატეგორიის წარმომადგენელია მოგზაური. მდიდარი მსოფლიოს მოქალაქეები ამჯობინებენ უფრო ძვირადღირებულ დესტინაციებზე დასვენებას, როგორცაა საფრანგეთი, მაშინ როცა გურუები აირჩევენ იტალიის ან საბერძნეთის სანაპიროებს, რომლებიც შედარებით იაფფასიანია, თუმცა სთავაზობს კომფორტულ პირობებს.

4. პოლიტიკა. გარდა ონლაინ ლიდერებისა, ყირიმის კრიზისის შემდეგ მნიშვნელოვანი ფაქტორი გახდა პოლიტიკოსების მოსაზრებაც. პოლიტიკოსების განცხადებები გავლენას ახდენს ზოგიერთი ჯგუფის გადაწყვეტილებაზე.

რუსი მოგზაურებისთვის მნიშვნელოვანი ფაქტორია ასევე ფუფუნება და ცხოვრების მაღალი სტანდარტი. იაფი ალტერნატიული მოგზაურობა, მაგალითად ზურგჩანთით მოგზაურობა, აღიქმება უფრო მეტად როგორც სიღარიბის და არა დამოუკიდებლობის ნიშანი. როცა რუსი ვიზიტორი მოგზაურობს, მას სურს კომფორტი. მათ მოსწონთ დასვენება პოპულარულ რეკრაციულ კურორტზე ან დიდ ქალაქში სადაც ღამის ცხოვრება, შოპინგი და რესტორნები ადვილად ხელმისაწვდომია.

რეკრეაცია და ჯანმრთელობა

რეკრეაციული ტურების მიზანია განტვირთვა და ყოველდღიურ რეალობას მოწყვეტა. კომფორტი მნიშვნელოვანია, მაშინაც როცა ტურისტულ სააგენტოს არ მიმართავენ. ტურისტები ხშირად რჩებიან ერთი და იგივე

სასტუმროში და ცდილობენ თავი აარიდონ ისეთ დესტინაციებს, სადაც პირდაპირი ფრენები არაა. რეკრეაცია შეიძლება იყოს ბიზნეს ვიზიტის ნაწილიც.

საოჯახო მოგზაურობა

რუსი ვიზიტორები, რომლებიც ბავშვებთან ერთად მოგზაურობენ ცდილობენ აარჩიონ მარტივად ხელმისაწვდომი დესტინაცია. უპირატესობას ანიჭებენ ადგილებს, სადაც პირდაპირი ფრენებია და თავიდან იცილებენ ტრანსფერის პრობლემას. მათთვის უფრო მიმზიდველია უსაფრთხო დესტინაციები ხელსაყრელი გარემოთი და მარტივი ხელმისაწვდომობით იმ საკვებზე რაც ბავშვებს მოსწონთ.

კვლევამ აჩვენა, რომ ოჯახები, სადაც დედა არ არის დასაქმებული გრძელი ზაფხულის არდადეგებს ატარებენ ისეთ ქვეყნებში, როგორიცაა მონტენეგრო, ხორვატია და ესპანეთი. ხშირია შემთხვევები, როცა ოჯახი ქირაობს სახლს, სადაც დედა და უმცროსი ბავშვი დარჩებიან 1-2 თვით, ხოლო მამა და უფროსი შვილი გაატარებენ უფრო მოკლე დროს. ერთ ადგილას ხანგრძლივი დროით დარჩენა იძლევა მოგზაურობის სტრესის თავიდან აცილების შესაძლებლობას.

მნიშვნელოვანი ფაქტია, ისიც რომ საბჭოთა წარსულმა გავლენა მოახდინა რუსი მშობლების ქცევაზე. ბევრ რუს მშობელს სურს გაგზავნოს თავისი შვილი საზაფხულო ბანაკში. აღნიშნული სურვილი დაკავშირებულია საბჭოთა წარსულთან, როცა ბავშვები ისვენებდნენ პიონერულ ბანაკებში. ამ თვალსაზრისით უამრავი შემთავაზებაა

რუსი ბავშვებისთვის: ბანაკები ბულგარეთის სანაპიროზე, მონტენეგროში ან მალტაში, ენობრივი ბანაკები, ცეკვის და ქრისტიანული ბანაკები.

შოპინგი

ბევრი რუსი მოგზაურისთვის შოპინგი არის სამოგზაურო გამოცდილების მნიშვნელოვანი ნაწილი, აღნიშნული კომბინირებულია ღირსშესანიშნაობების დათვალიერებასთან. პარიზი და ჩრდილოეთ იტალია არის ტრადიციული შოპინგის დესტინაცია. ფასების და გადასახადების განსხვავება არის საზღვარგარეთ მოგზაურობის მნიშვნელოვანი მოტივაცია.

აღსანიშნავია რომ რუს მოგზაურებს შორის სულ უფრო მეტი პოპულარობით სარგებლობს ზამთრის კურორტები.

რა მოსწონთ რუს ვიზიტორებს?

- რუს ვიზიტორებს მოსწონთ თავგადასავლები, ისინი არიან აქტიურები, კომუნიკაბელურები და ეძებენ ახალ გამოცდილებებს;
- სპა კურორტები, სპორტი და კულინარია განსაკუთრებით მოთხოვნადია რუს ვიზიტორებს შორის;
- მათ მოსწონთ ბრენდ სასტუმროები და სრულყოფილი ტურები, რომლებიც ითვალისწინებენ ყველა ტიპის მომსახურებას;
- რუსი ვიზიტორების უმრავლესობა გვიან ჯავშნის ტურებს. დაჯავშნების 80% ხორციელდება ქვეყნის დატოვებამდე 4 კვირაზე ადრე პერიოდში;

- რუსი ვიზიტორების 72% დასვენების თანხას იხდის ნაღდი ფულით;
- თბილი კლიმატური პირობების მქონე სანაპიროები, რომლებიც სთავაზობენ სპა მომსახურებას და რესტორნებს და ამავე დროს მოიცავს კულტურულ და ისტორიულ ღირსშესანიშნაობებს განსაკუთრებით ფასობს რუს ვიზიტორებს შორის;
- რუსი ტურისტების საკმაოდ დიდი ნაწილი მიდის საზღვარგარეთ უცხო ენებისა და სხვა უნარ-ჩვევების შესასწავლად.

რომელია რუსეთის ბაზრის მნიშვნელოვანი სეგმენტები?

განსაკუთრებით მდიდრები

- ახორციელებენ რამდენიმე ვიზიტს წელიწადში;
- რთულია ამ სეგმენტამდე მიღწევა მარკეტინგული და საპრომოციო საშუალებებით, იშვიათად მიმართავენ ტურისტულ სააგენტოებს;
- რთულია მათი მოთხოვნების განსაზღვრა და წინასწარ განკვეთა.

ახალგაზრდა პროფესიონალები

- კრიზისის პერიოდშიც არ წყვეტენ მოგზაურობას. მოგზაურობა მათთვის არ არის ფუფუნება, არამედ ცხოვრების სტილის ფუნდამენტური ნაწილია;
- არჩევენ პრესტიჟულ დესტინაციებს;

- უყვართ თავადასავლები და ეძებენ ახალ დესტინაციებს.

საშუალო კლასის ოჯახები

- საშუალო კლასი წარმოადგენს საკმაოდ მზარდ სეგმენტს. ისინი ახორციელებენ ერთ ან ორ ვიზიტს წელიწადში და ბევრს ხარჯავენ რეკრეაციულ აქტივობებზე;
- საოჯახო ვიზიტები ძირითადად ხორციელდება მზიან და სანაპირო ადგილებში. ხშირად ბოლო წუთს ხდება ტურების დაჯავშნა;
- მოსწონთ ისეთი დესტინაციები, სადაც შეუძლიათ უვიზოდ შესვლა ან ვიზის აღება ჩასვლისას;
- მოსწონთ მარკეტინგული და საპრომოციო კამპანიები.

როგორი პრომოუშენია მიზანშეწონილი რუსეთის ბაზარზე?

- ლოიალური დამოკიდებულება მხოლოდ რუსულ ტურისტულ სააგენტოებთან არ არის საკმარისი რუსი ვიზიტორების მოსაზიდად. საჭიროა კარგი PR კამპანია და პირდაპირი კომუნიკაცია რაც შეიძლება მეტ რუს ვიზიტორთან;
- მუდმივი კომუნიკაცია რუსულ მედიასთან არის ძალიან მნიშვნელოვანი;
- პრეს-ტურები არის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი. რთულია რუსი ჟურნალისტი დაარწმუნოთ დაწეროს თქვენზე თუ თვითონ არ გამოცადა;
- რუსული სამოგზაურო მედია არის სწრაფად განვითარებადი. ამიტომ მნიშვნელოვანია მათი მახასიათებლების

გაანალიზება მოგზაურობის ინდუსტრიის პროფესიონალებამდე მისაღწევად.

როგორი გავლენა მოახდინა უკრაინის კრიზისმა რუსეთის გამყვან ტურიზმზე?

უკრაინის კრიზისმა უარყოფითი გავლენა მოახდინა რუსეთის გამყვან ტურიზმზე. 2014 წელს მნიშვნელოვანი ტურისტული სააგენტოები: Intaer, Labirint და Neva დაიხურნენ. თუმცა მრავალმა უახლესმა მოვლენამ დააჩქარა გადანაცვლება ონლაინ სამოგზაურო დაჯავშნისკენ და დამოუკიდებელი მოგზაურობისკენ, რომელმაც ნაკლები გავლენა განიცადა კრიზისის შედეგად.

გამყვან ტურიზმზე უარყოფითი გავლენა მოახდინა რუბლის დასუსტებამ. ვიზის მიღება არის მნიშვნელოვანი ფაქტორი საზღვარგარეთ მოგზაური რუსი ვიზიტორებისთვის. უკრაინის კრიზისის შედეგად გაჩნდა ვიზის მიღებაზე უარყოფითი პასუხის შიში, რაც აქტუალური თემა იყო ონლაინ ფორუმებსა და ბლოგებში. სოციალური მედიის ჭორები ადანაშაულებდნენ ზოგიერთ საელჩოს, განსაკუთრებით ამერიკის საელჩოს, რომ შეწყვიტა ვიზების გაცემა რუსი მოქალაქეებისთვის და ბრიტანეთის საელჩოს რომ გახადა სავიზო პროცედურები უფრო რთული.

როგორც ზემოთ აღინიშნა ენობრივ ბარიერს, რომელსაც რუსი ვიზიტორები ეჯახებიან საზღვარგარეთ მოგზაურობისას ემატება მოტყუების შიში. მტრობის შიში და ანტი-რუსული დამოკიდებულება არის მნიშ-

ვნელოვანი ფაქტორი, რასაც რუსი ვიზიტორები ითვალისწინებენ მოგზაურობისას.

რეკომენდაციები რუსი ვიზიტორების მოსაზიდად

- ისაუბრეთ რუსულად რუს ვიზიტორებთან: უზრუნველყავით რუსებზე ორიენტირებული მასალებისა და ციფრული ინფორმაციის წყაროების გავრცელება დამოუკიდებელი მოგზაურებისთვის;
- დაამკვიდრეთ მკაფიო სტანდარტები, რასაც სასტუმროები და სხვა დაწესებულებები უნდა აკმაყოფილებდნენ იმისთვის რომ იყვნენ რუს ტურისტებზე ორიენტირებული და შესთავაზონ მაქსიმალურად კომფორტული მომსახურება;
- ითანამშრომლეთ სხვა დესტინაციებთან რუსი ვიზიტორების მოსაზიდად;
- გააანალიზეთ თანამედროვე ტენდენციები და წარმატებული პლატფორმები. მაქსიმალური კონცენტრირება მოახდინეთ თანამედროვე ტენდენციებზე და მათზე დაყრდნობით განავითარეთ თქვენი მარკეტინგული შეტყობინება. იმუშავეთ სოციალურ მედიასთან და გახადეთ თქვენი დესტინაცია ხელმისაწვდომი პოპულარული სოციალური პლატფორმების და სამოგზაურო აპლიკაციების საშუალებით, შესთავაზეთ სწრაფი wi-fi სერვისი;
- საოჯახო ტურების დაგეგმვისას გაითვალისწინეთ რუსი მშობლების ქცევა. შესთავაზეთ საბავშვო ბანაკები და ტურები ბავშვებისთვის;

- გახადეთ თქვენი დესტინაცია ადვილად ხელმისაწვდომი რუსი ვიზიტორებისთვის. გაამარტივეთ სავიზო პროცედურები;
- პოპულარიზაცია გაუწიეთ საზღვაო კურორტებს, რადგან თბილი კლიმატური პირობების მქონე და სანაპირო კურორტები განსაკუთრებით მიმზიდველია მათთვის;
- პროდუქტის დაგეგმვისას გაითვა-ლისწინეთ რუბლის დასუსტების შესაძ-ლებლობა. მზად იყავით, რომ რუსი ვიზიტორების მსყიდველობითი ქცევა შეიძ-ლება შეიცვალოს.

ანგარიში მომზადდა საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის კვლევებისა და დაგეგმვის სამმართველოს მიერ.

ტელ: +995 322 43 69 99 (30)

ელ. ფოსტა: infostatistics@gnta.ge

გამოყენებული ლიტერატურა:

The World Bank-Data 2014

World Tourism Organization (UNWTO)

European Travel Commission and World Tourism Organization (2015), Understanding Russian Outbound Tourism – What the Russian Blogosphere is saying about Europe, UNWTO, Madrid.

European Travel Commission and World Tourism Organization (2009), The Russian Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination, UNWTO, Madrid.

The Economic Impact of Travel & Tourism 2015 – Russia

Euromonitor International- Outbound Tourism Data of Russia

საერთაშორისო მოგზაურების კვლევა, 2013 წელი, ACT, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის დაკვეთით