

რეკრეაციული მოთხოვნილებები და საკურორტო-რეკრეაციული გარემოს მიმზიდველობის მოდელი

ნინო შაფათავა
სტუ დოქტორანტი

რეზიუმე

წინამდებარე სტატიაში განხილულია საკურორტო-რეკრეაციულ კომპლექსში შემავალი საწარმოების მიერ შეთავაზებული მრავალფეროვანი მომსახურებების მიმართ არსებული მომხმარებელთა მოთხოვნები, საკურორტო-რეკრეაციულ ზონებში გამგზავრების მიზნების მიხედვით რეკრეანტთა ძირითადი ჯგუფები, ევროპელი მომხმარებლების მზარდი ინტერესი განვითარებადი ქვეყნების გამაჯანსაღებელი (Wellness) ტურიზმის ბაზრის მიმართ და მათი სეგმენტაცია ინტერესთა სფეროების მიხედვით. საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მონაცემები საქართველოში ბუნებაზე დაფუძნებული დასვენების მსურველი საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობისა და ადგილობრივ ტურიზმში დასვენებისა და რეკრეაციის წილის შესახებ. აგრეთვე, შემოთავაზებულია რეკრეაციული რესურსების მიმზიდველობის ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელი, რომლის საშუალებითაც, საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის მიერ გამოქვეყნებული მოსახლეობის ავადობის წლიურ მაჩვენებლებზე დაყრდნობით, შესაძლებელია რეკრეანტთა გაჯანსაღების კოეფიციენტის გამოთვლა და სამკურნალო-სარეაბილიტაციო საწარმოების მიმართ დამსვენებელთა მიდრეკილების განსაზღვრა.

საკვანძო სიტყვები: გამაჯანსაღებელი ტურიზმი, სამკურნალო ტურიზმი, რეკრეანტთა ჯგუფები, ბუნებაზე დაფუძნებული ტურიზმი, რეაქტიული და პროაქტიული ტურიზმი, რეკრეაციული რესურსების მიმზიდველობა.

შესავალი

სამკურნალო კურორტების განვითარება და წარმატებული ფუნქციონირება პირდაპირ გავლენას ახდენს როგორც ადგილობრივ, ისე რეგიონულ განვითარებაზე, რადგან სამკურნალო-რეკრეაციულ მეურნეობაში მონაწილე საწარმოების მიერ თანამედროვე ტექნოლოგიებზე და ინოვაციურ მდგომარეობებზე დაყრდნობით ფუნქციური დანიშნულების შესრულება განაპირობებს სამკურნალო-რეკრეაციული მიზნით ჩამოსულ ტურისტთა შორის კურორტის მიმართ ლოიალობისა და ერთგულების ატმოსფეროს ჩამოყალიბებას. ასეთი ტურისტები ცდილობენ, რომ მათი ვიზიტები გახდეს უფრო რეგულარული, ურჩიონ მეგობრებსა და ოჯახის წევრებს, რომ მათაც ისარგებლონ იმავე პროდუქტით. შესაბამისად, ტურისტების რაოდენობის ზრდა აჩენს ახალ შესაძლებლობებს როგორც სამკურნალო-რეკრეაციულ მეურნეობაში მონაწილე საწარმოებში დასაქმების, ისე დამატებითი სამუშაო ადგილების შექმნით მომიჯნავე მეურნეობების განვითარება-გაფართოების საშუალებით..

ძირითადი ტაქტიკა

საკურორტო-რეკრეაციულ კომპლექსში შემავალი საწარმოები მრავალფეროვანი საკურორტო მომსახურების ბაზარს ქმნიან. ამ მომსახურების მომხმარებლებს განასხვავებენ საკურორტო-რეკრეაციულ ზონებში მათი გამგზავრების მიზნების მიხედვით. აქ ორი ძირითადი კატეგორია გამოიყოფა: (1) პაციენტები, რომლებიც კურორტებზე ჩადიან მკურნალობისა და რეაბილიტაციის მიზნით, და (2) დამსვენებლები, რომლებიც მხოლოდ დასასვენებისა და რეკრეაციის მიზნით სტუმრობენ კურორტებს. ბოლო დროს რეკრეანტთა უმრავლესობის მიზანს მხოლოდ დასვენება (კულტურული, შემეცნებითი, გასართობი) წარმოადგენს, რის გამოც, ხშირად, სამკურნალო კურორტებზე ჩასული რეკრეანტები უარს აცხადებენ სამკურნალო მომსახურების/პროცედურების მიღებაზე (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) ან მინიმალური დოზით სარგებლობენ ასეთი მომსახურებით და მხოლოდ დასვენებით შემოიფარგლებიან.

საქართველოს სტატისტიკის ეროვნული სამსახურისა და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მიერ გამოშვებული ბროშურა “საქართველოს ტურიზმის სტატისტიკური მიმოხილვა 2013” სხვა მონაცემებთან ერთად გვიჩვენებს საქართველოში საერთაშორისო და ადგილობრივი ვიზიტორების მოგზაურობის მთავარ მიზანს და ტურიზმის პოპულარულ ტიპებს.

როგორც ამ მიმოხილვიდან ჩანს, საქართველოში რეზიდენტი ტურისტების უმრავლესობამ (45%) ვიზიტები ნათესავების / მეგობრების მოსანახულებლად განახორციელეს; დასვენება, გართობა და რეკრეაცია მოგზაურობის მთავარ მიზანს ვიზიტორების 15%-თვის შეადგენდა; მკურნალობა და გაჯანსაღება კი - მხოლოდ 9%-თვის.

რაც შეეხება საერთაშორისო ვიზიტორებს, მათი მოგზაურობის საშუალო ხანგრძლივობა საქართველოში ხუთი-რვა ღამეა. საერთაშორისო ვიზიტორების უმრავლესობა (37%) ჩამოსვლის მთავარ მიზნად დასვენებას, გართობას და რეკრეაციას ასახელებს. მათი ჩამოსვლის სხვა მიზნებს შორისაა მეგობრებისა და ნათესავების მონახულება (26%) და მკურნალობა (2%).

ამავე პერიოდში შემოსული საერთაშორისო ტურისტების განილება ტურიზმის ტიპების მიხედვით ასე გამოიყურება:

- ბუნებაზე დაფუძნებული - 52%;
- კულტურული - 23%
- სათავგადასავლო - 13%
- ღვინო, გასტრონომია - 5%
- დასვენება, რელაქსაცია - 4%
- სპორტი - 1%
- ჯანმრთელობა - 1%
- აგროტურიზმი - 1%

სამწუხაროდ, არც ტურიზმის ეროვნული დეპარტამენტი და არც სტატისტიკის ეროვნული სამსახური არ ახდენს დიფერენცირებას თუ დასვენების, გართობისა და რეკრეაციის, ან მკურნალობის მიზნით შემოსულ ვიზიტორთა რა ნაწილმა ისარგებლა საქართველოს კურორტებზე სარეკრეაციო თუ სამედიცინო-გამაჯანსაღებელი მომსახურებით. თუმცა აღნიშნულ ვიზიტორ-

თა მიერ გამოკვეთილი “ზუნებაზე დაფუძნებული” ტურიზმის ტიპის მაჩვენებლის (52%) მიხედვით შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საქართველოს მაღალმთიან ზონებში არსებულ კურორტებზე ტურისტულ საკურორტო ინფრასტრუქტურის მონესრიგება-ფუნქციონირების შემთხვევაში, იქ არსებული რეკრეაციული რესურსების მოცულობითი სიმძლავრეები და მრავალფეროვნება თავისი გამორჩეული თვისებების გამო სწრაფად მოიპოვებს ლიდერობას მთელი კავკასიის რეგიონის მასშტაბით.

ევროპაში გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმი პოპულარულია ყველა ასაკობრივი თუ შემოსავლის მომხმარებელთა ჯგუფებში. ევროპის ტურიზმის განვითარების ცენტრის მიერ გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმის ევროპელი მომხმარებლები იყოფიან 6 ძირითად ჯგუფად:

1. ამბიციური სამედიცინო პროფილის დამსვენებლები (რომლებიც გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 27%-ს შეადგენენ) - ეს საკურორტო რეკრეაციით დაინტერესებულ მომხმარებელთა ყველაზე მსხვილი სეგმენტია, რომელთა ნახევარზე მეტი (54%) 40-დან 69 წლამდე ასაკისაა. მათი ინტერესები და მოთხოვნილებები მოიცავს, თუმცა არ შემოიფარგლება დაბერების საწინააღმდეგო / გამაახალგაზრდავებელი მასაჟებითა და პროცედურებით, სპეციფიკური ფიტნესს აქტივობებით და მისთ. დამატებითი პროდუქტის თვალსაზრისით, ეს ჯგუფი კოსმეტიკური ზეთების, სკრებისა და მალამოების ყველაზე აქტიური მომხმარებელია. ამავე სეგმენტის მნიშვნელოვანი ნაწილი (33%) დაინტერესებულია საცურაო აუზებითა და სხვადასხვა სახის წყლის პროცედურებით.

2. რეკრეაციის მსურველი დამსვენებლები (რომლებიც გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 25%-ს შეადგენენ) - ეს საკურორტო რეკრეაციით დაინტერესებულ მომხმარებელთა კიდევ ერთი მსხვილი სეგმენტია. ამ ჯგუფის წარმოადგენთა ნახევარზე მეტის ასაკი 20-დან 49 წლამდეა, ხოლო მათი ინტერესები გამაჯანსაღებელი არდადეგების პერიოდში იხრება ისეთი მომსახურებებისკენ, როგორიცაა: საუნა, მზის აბაზანები, ლანდშაფტოთერაპია, მასაჟი, საცურაო აუზი, მისთ.

3. ე.წ. ღირსეული ბონ-ვივანტები¹ (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 18%) - ამ სეგმენტში გაერთიანებული მომხმარებელი 50 წელზე მეტი ასაკისაა და მათ გარკვეულ ნაწილს უკვე აქვს გამაჯანსაღებელი ტურიზმის გამოცდილება. სეგმენტი განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რადგან ამ ჯგუფის მომხმარებლების ინტერესი კოსმეტიკური და გამაახალგაზრდავებელი პროცედურებისა და პროდუქტების მიმართ საშუალოზე ბევრად მაღალია. გარდა ამისა, მათ ძალიან მაღალი მოლოდინები აქვთ საკურორტო-გამაჯანსაღებელი დასვენების მიმართ, როგორცაა: ძალიან კომფორტული ატმოსფერო, კომფორტული სასტუმრო, კარგი საკვები, თავისუფალი დროის გატარებისა და კულტურული ღონისძიებები. მათთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს “რელაქსაციასა” და “კეთილდღეობას”.

4. სპორტული და აქტიური დამსვენებელი (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 14%) - ეს საშუალოდ ყველაზე “ახალგაზრდა” სეგმენტია, რომლის თითქმის ნახევარი 40 წელზე ახალგაზრდა ასაკისაა. ამ ჯგუფის წარმომადგენლებს არ აქვთ საკურორტო-რეკრეაციული დასვენების დიდი გამოცდილება, ამდენად, ისინი ძირითადად ინტერესდებიან ყველა სახის მასაჟით, სხეულის გამაჯანსაღებელი პროცედურებით, საუნიტო, ფიტნესით და სპორტული აღჭურვილობით.

5. სკეპტიკურად განწყობილი დამსვენებლები (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 11%) - ამ ჯგუფის წარმომადგენლებს სკეპტიკური ან ნეგატიური დამოკიდებულება აქვთ საკურორტო-რეკრეაციული დასვენების მიმართ. ხშირად ასეთ დამოკიდებულებას პირადი შეზღუდვები (მაგ. მოგზაურობის უნარის არ ქონა) განაპირობებს. ასეთი ადამიანები გვხვდება ყველა ასაკობრივ ჯგუფში.

6. პრობლემებზე ორიენტირებული ახალბედა დამსვენებლები (გაჯანსაღებით დაინტერესებულ ტურისტთა 5%) - ეს ჯგუფი ძირითადად ასაკოვანი დამსვენებლებისგან შედგება, რომელთა

¹ ფრანგული ტერმინი "bon vivant" - ნიშნავს დახვეწილი გემოვნების მქონე ადამიანს, რომელიც უპირატესობას ანიჭებს მაღალი ხარისხის მომსახურებას, საკვებსა და სასმელს, ფუფუნებით ცხოვრებას.

ნლოვანებაც 60 წელზე მეტია, და რომლებსაც თითქმის არ აქვთ სამკურნალო-გამაჯანსაღებელი დასვენების გამოცდილება. მიუხედავად იმისა, რომ მათი ინტერესი “Wellness” ტურიზმის მიმართ მაღალია, მაინც გარკვეული ძალისხმევა ჭირდება მათ დარწმუნებას.

გარდა ამისა, უნდა გავითვალისწინოთ ისიც, რომ მსოფლიოს ნამყვან კურორტებზე დამკვიდრებულია დასვენებისა და თავისუფალი დროის შინაარსიანად გატარების პოპულარული ფორმები (როგორც კურორტის ფარგლებში, ისე მის ფარგლებს გარეთ) ბუნებრივი ფაქტორების გამოყენებით (მთა, წყალსატევი, ტყე, სხვ.).

დასვენებისა და თავისუფალი დროის გატარების კონკრეტული ფორმის არჩევას ამ სფეროს სპეციალისტების (ანიმატორების) პროფესიონალზმის დონესთან ერთად განაპირობებს ტურისტულ-საკურორტო დესტინაციაზე არსებული მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ბუნებრივი ფაქტორები და თავად დამსვენებელთა კონტიგენტის ფიზიკური თუ ასაკობრივი შესაძლებლობები და განსხვავებები. საერთაშორისო გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ რეკრეანტთა შორის კმაყოფილებას ინვესტ ანიმატორების მიერ დამსვენებლებს შორის „კოლექტიური ატმოსფეროს“ ჩამოყალიბება, მათი შემოქმედებითი თუ სპორტული ნიჭისა და უნარების წარმოჩენის ხელშეწყობა, გასართობი ღონისძიებების შემუშავებისა და ჩატარების პროცესში მათი ჩართულობის უზრუნველყოფა. ეს უკანასკნელი დღეისათვის მომსახურების სფეროს მთავარ პრიორიტეტს წარმოადგენს და შესაბამისად აქტუალურია ტურისტულ-საკურორტო დესტინაციებზე თავისუფალი დროის ორგანიზების თვალსაზრისითაც.

შესაბამისად გამოყოფენ საკურორტო რეკრეაციული რესურსების მოხმარების ორ ძირითად ტიპს: რეაქტიულს (სამკურნალო) და პროაქტიულს („ველნესი“). პირველი გულისხმობს დაავადების მკურნალობას ან მედიკამენტური კურსის შემდგომ რეაბილიტაციას კურორტზე, ხოლო მეორე - დაავადების პრევენციას / პროფილაქტიკას, ფიზიკური ძალების აღდგენას და სულიერი მდგომარეობის გაუმჯობესებას.

გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმი დაკავშირებულია ადამიანის ჯანსაღი ფიზიკური და ემოციური მდგომარეობის შენარჩუნებასთან, რელაქსაციისა და დაავადების პროაქტიული პრევენციის გზით. ფიზიკური გაჯანსაღება გულისხმობს ისეთ პროცედურებს, როგორიცაა, მაგ. სპა, კოსმეტიკური მომსახურება, მასაჟი, დეტოქსიკაცია და თალასოთერაპია. ემოციური გაჯანსაღება მოიცავს მედიტაციას, ოგას, და მისთ.

საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის მონაცემებით კი, მიუხედავად იმისა, რომ 2010-2013 წლებში შეინიშნებოდა ზრდა სამკურნალო ტურიზმის მიმართულებით, მისი ნილი ქვეყნის ტურიზმის მთლიან ინდუსტრიაში მხოლოდ 1%-ს შეადგენს. ეს მაჩვენებელი მიუთითებს, რომ საქართველოში არსებული სამკურნალო კურორტების შესაძლებლობების უდიდესი ნაწილი გამოუყენებელია მაშინ როდესაც, სტატისტიკის ეროვნული სამსახურის (საქსტატი) მაჩვენებლების მიხედვით საქართველოში მოსახლეობის ავადობის მაჩვენებელი (ტუბერკულოზი, გულის სისხლძარღვთა, სუნთქვის ორგანოთა, რევმატიული და ა.შ.) იზრდება.

ყოველივე ზემოთქმულის გათვალისწინებით ჩვენ შევიმუშავეთ ტურისტულ-საკურორტო საწარმოებში რეკრეანტთა მოზიდვის ეკონომიკურ-მათემატიკური მოდელი. აღნიშნული მოდელის შესაქმნელად ჩვენ საფუძვლად გამოვიყენეთ პროფ. ბ. გაბიძაშვილის მიერ შემოთავაზებული სტატისტიკური ფორმულა, მეცნიერული თვალსაზრისით მოვახდინეთ მისი მოდერნიზაცია და გარკვეული კომპონენტების ჩართვით საშუალება მოგვეცა ჩვენს მიერ პრაქტიკულად განსაზღვრულიყო საქართველოში სხვადასხვა დაავადებების მქონე მოსახლეობის მიდრეკილება საკურორტო-რეკრეაციული ცენტრების მიმართ და მათ მიერ საკურორტო-რეკრეაციულ ცენტრებში მკურნალობის შემდეგ მიღებული შედეგები.

აღნიშნული მოდელი ეფუძნება შემდეგ მოცემულობას:

$$K_{int} = \frac{\sum_{int}^n Ki}{n}$$

სადაც Kint. - მიმზიდველობის ინტეგრირებული კოეფიციენტი;

Ki - i-ური ფაქტორის სუბინდექსი;

n - ფაქტორთა რიცხვი.

სუბინდექსი შეიძლება გაანგარიშებულ იქნეს შემდეგი ფორმულით;

$$K_i = \frac{Xi - Xmin}{Xmax - Xmin}$$

ჩვენს მიერ აღნიშნული მოდელი მორგებულ იქნა საქართველოში სხვადასხვა დაავადებების მქონე ოფიციალურად რეგისტრირებული მოსახლეობის რაოდენობაზე, სადაც ჩართული იქნა გაჯანსაღების კოეფიციენტის ცნება, რომელიც შემდეგნაირად გამოიყურება:

$$K_H = 1 - K_{int}$$

სადაც Kint არის ინტეგრირების კოეფიციენტი.

აღნიშნული მოდელის ფუნქციონირებისთვის აუცილებელია განისაზღვროს პირველ რიგში - მიდრეკილების კოეფიციენტი, რომელიც შემდეგნაირად გამოიყურება:

$$Ki = \frac{Xi - Xmin}{Xmax - Xmin}$$

აღნიშნული მოდელისთვის პრაქტიკული სახის მისაცემად მოსახლეობის სხვადასხვა დაავადებებით ავადობის შესახებ ჩვენს მიერ მოპოვებული ოფიციალური სტატისტიკური მონაცემების საფუძველზე მოვახდინეთ გათვლები, რომელთაგანაც მიღებული შედეგები საშუალებას გვაძლევს გაჯანსაღების კოეფიციენტის (K_H) მიხედვით განვსაზღვროთ საკურორტო-რეკრეაციულ ორგანიზაციებში რეკრეანტთა მიზიდულობის ხარისხი შემდეგი შკალის შესაბამისად: 0 - 30% - სუსტი მიზიდულობა; 30% - 60% - საშუალოდან ძლიერამდე მიზიდულობა; 60%+ - ძალიან ძლიერი მიზიდულობა.

დასკვნა

ამგვარად, მიუხედავად იმისა, რომ სტატისტიკის ეროვნული სამსახური არ ახდენს დიფერენცირებას თუ დაავადებულთაგან რამდენი ადამიანი გაჯანსაღდა, და/ან მათ შორის რამდენმა გაიარა კლინიკურ მედიკამენტური მკურნალობის კურსი, ან სარეაბილიტაციო კურსი საკურორტო დანესებულებებში, ჩვენ პირობითად შეგვიძლია ვივარაუდოთ, რომ საქართველოს საკურორტო-რეკრეაციულ ზონებში მკურნალობისა და რეაბილიტაციის მიზნით რეკრეანტთა მიდრეკილება საშუალოზე მაღალია.

გარდა ამისა, გამაჯანსაღებელი (“Wellness”) ტურიზმის მიმართ ევროპიელი მომხმარებლის მზარდი ინტერესები გვაფიქრებინებს, რომ აღნიშნული შესაძლებლობის გამოყენების მიზნით, ტურისტულ საკურორტო სანარმოების განვითარებასა და ორგანიზებაში მნიშვნელოვანი როლი უნდა მიენიჭოს ინოვაციური სარეკრეაციო მომსახურებების დანერგვას, მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოში კონკურენტული საკურორტო მეურნეობის აღდგენა/შექმნა საკმაო სახსრებსა და ძალისხმევას საჭიროებს.

გამოყენებული ლიტერატურა / REFERENCES:

1. CBI Market Information Database - „Insights into and foresights on key European market dynamics”, 2015.
2. UNWTO & ETC - “Handbook on Tourism Product Development”, 2012.
3. *Kbiladze, D.* - “Business environmental attractiveness of Georgia”, magazine: Business and Legislation, 2010, #19-20. (in Georgian).

RECREANTS' REQUIREMENTS AND THE MODEL OF ATTRACTIVENESS OF TOURISM- RECREATIONAL ENVIRONMENT

Nino Shapatava - PhD Student,
Georgian Technical University

RESUME

The present article - "Recreants' Requirements and The Model of Attractiveness of Tourism-Recreational Environment" - reflects on the existing consumers' requirements and demands regarding the variety of services offered by the enterprises included in the resort-recreation complexes, the main groups of the consumers according to the purposes of travel to the resorts and recreation zones, increasing an interest of European wellness tourists toward the wellness market in developing countries and their segmentation with regards to the interest groups. The article also refers to the data provided by the National Tourism Administration and the National Statistics Office of Georgia with regards to the number of international travelers arriving in Georgia for the nature-based tourism and the share of recreation holiday-makers among domestic travelers. Furthermore, the article offers the economic-mathematical model for measuring the attractiveness of recreational resources, that based on figures on - Morbidity with acute and chronic diseases by main disease groups - provided by National Statistics Office of Georgia, will allow to estimate the health and recovery ratio and to determine the susceptibility of tourists regarding the medical- recreation enterprises.

Keywords: Wellness Tourism; Medical tourism; Groups of Recreants; Nature-based tourism; Reactive and proactive tourism; Attractiveness of recreational resources.