

კონსტანტინე აბულაძე

სასტუმრო ინდუსტრია და ტექნოლოგიები

თბილისი
2008

ქონსტანტინე აბულაძე: სასტუმრო ინდუსტრია და ტექნოლოგიები. გვ 196. საგამომცემლო სახლი „ინოვაცია“. თბილისი 2008.

ეკონომიკის დოქტორის, საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის სრული პროფესორის, ექსპერტის გურიშვილის საკითხებში კონსტანტინე აბულაძის წინამდებარე წიგნი „სასტუმრო ინდუსტრია და ტექნოლოგიები“ ნამდვილი გზამკვლევაა სასტუმრო ბიზნესით დაინტერესებულთათვის. აქ სრულყოფილადაა წარმოდგენილი სასტუმრო პროდუქტის ფორმირების თავისებურებები გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის პირობებში. მოცემულია სხვადასხვა კატეგორიის სასტუმროების მოწყობის 200-ზე მეტი კრიტერიუმი და პარამეტრი, რომელიც მოიცავს საკითხების ფართო დიაპაზონს – სტუმრის რეგისტრაციიდან მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემამდე.

წიგნი დიდ დახმარებას გაუწევს სტუდენტებს, მენეჯერებს და საერთოდ, სასტუმრო ინდუსტრიით დაინტერესებულ პიროვნებებს.

**რედაქტორები: იური პაპასქვა,
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი
ზაურ ნაჭვებია,
ჟურნალ „ბიზნესი და კანონმდებლობის“
რედაქტორთა საბჭოს თავმჯდომარე.**

წიგნი გამოდის თბილისის პროფესიული სწავლების ცენტრი „იკარუსის“ და შპს საგამომცემლო სახლი „ინოვაცია“ მხარდაჭერით.

© ქონსტანტინე აბულაძე

ISBN 978-9941-9056-5-0

შ ი ნ ა ა რ ს ი

წინასიტყვაობა----- 5

1. სტუმართმოყვარე პომპეი,
პერიკულანუმი და ძველი თბილისი ----- 10
2. ელიტარული იმპერიის ელიტარული ქრონიკა----- 17
3. სასტუმროთა სპეციალიზაცია და კლასიფიკაცია,
როგორც სასტუმრო
პროდუქტის ფორმირების წინაპირობა ----- 27
4. სასტუმროთა კლასიფიკაციის ზოგადი
პრინციპები, საერთაშორისო პრაქტიკა
და ახალი გენდენციები ----- 38
5. როგორი უნდა იყოს სასტუმრო -
მრავალი პრობლემა და ... უფრო მეტი წვრილმანი ----- 44
6. სასტუმრო პროდუქტის პროექტირებისა და ადგილობრივი
ინვესტიციების ათვისების პრობლემა საქართველოს
სასტუმრო ბიზნესში ----- 89
7. სასტუმრო მომსახურების წარმოებისა
და ხარისხის მართვის თავისებურებები ----- 95
8. სასტუმრო ინდუსტრიაში ფასწარმოქმნის
მექანიზმზე მოქმედი ფაქტორები ----- 122
9. სასტუმროს სტრუქტურა, პერსონალის ფუნქციები
და შრომის ხარისხი მომსახურების თანამედროვე
ტექნოლოგიის პირობებში ----- 125
10. გრანსნაციონალური კორპორაციები
საქართველოს სასტუმრო ბაზარზე და მომსახურების
ტექნოლოგიების გრანსფერგი ----- 133

დანართები

- № 1 ტურისტთა განთავსების ობიექტების გეოლოგია ----- 141
- № 2 ადგილების თანაფარდობა ზოგიერთი ტურისტული
ქვეყნის ტურისტთა განთავსების ძირითად
და დამატებით სამუშალებებში ----- 145

№ 3 გურისგთა განთავსების საშუალებების გიჰები ვაერცელეებული ევროპასა და ამერიკაში, მათი ძირითადი მახასიათებლები -----	146
№ 4 სასტუმროს ნომრების კატეგორიები და გიჰები -----	149
№ 5 სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ცნებისა და მასთან დაკავშირებული გერმინების განმარტებები (გლოსარიუმი)-----	152
№ 6 დიდი და საშუალო ტევალობის სასტუმროს სანიმუშო ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურა, ძირითადი თანამდებობები და პროფესიები -----	163
№ 7 საკვალიფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების თანამდებობებისა და პროფესიების მიმართ-----	166
№ 8 სასტუმრო მომსახურების ტექნოლოგიის შემუშავების საგნები და მისი აგების ძირითადი პრინციპები -----	193
ბამოყენებული ლიტერატურა-----	194

წინასიტყვაობა

სასტუმროთა სამყარო განუმეორებელია. იგი რომანტიკული და კონსერვატიული, ტრადიციული და ულტრათანამედროვეა. მას დიდი და საინტერესო წარსული, მდიდარი ისტორია და ბრწყინვალე მომავალი გააჩნია. ეს ჭეშმარიტად მომაჯადოებელი გარემო ბავშვობიდანვე მიზიდავდა. უმაღლესი სასწავლებლის დამთავრების შემდეგ მრავალ სფეროში ვსაქმიანობდი, მაგრამ გავიდა დრო და საყვარელ საქმეს შევეუდექი, რომელიც ტურიზმთან, ეკონომიკასთანაა დაკავშირებული.

საქართველო ჯერ კიდევ დეპრესიული ტურიზმის ქვეყნად ითვლებოდა, როდესაც პარტნიორებთან ერთად დავიწყე სასტუმრო ბიზნესი, შემდგომ მეგობრებმა და კოლეგებმა ჩამოვაკალიბეთ საქართველოს სასტუმრო ბიზნესის ეროვნული ასოციაცია, შევიმუშავეთ მისი განვითარების პროგრამა, რომელიც ფონდ „ეერაზიის“ გრანტით აღინიშნა.

მას შემდეგ, რაც სასტუმრო ინდუსტრიის ექსპერტის წოდება მომანიჭეს, თბილისის წამყვან უმაღლეს სასწავლებლებში შემომთავაზეს ტურიზმის პრობლემებზე რამდენიმე ორიგინალური სალექციო კურსის დამუშავება. პარალელურად დავიწყე სამეცნიერო საქმიანობა. ამრიგად, აღმოვჩნდი მეტად საინტერესო „ტურისტულ სამკუთხედში“ – ბიზნესი, სამეცნიერო და პედაგოგიური საქმიანობა.

ჩემი განსაკუთრებული ინტერესის სფეროა ტურიზმის ეკონომიკა, ხარისხის მართვის სისტემა, სასტუმრო ინდუსტრიის თანამედროვე ტექნოლოგიები, რომლებსაც მიეძღვნა რამდენიმე პუბლიკაცია და საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატის შიერ ჩემი ავტორობით გამოცემული წიგნი „სასტუმროსა და რესტორნის მართვის ავტომატიზებული სისტემა“. ამჯერად მინდა შემოგთავაზოთ კიდევ ერთი მოკრძალებული ნაშრომი – „სასტუმრო ინდუსტრია და ტექნოლოგიები“.

საქართველოში ტურიზმი სწრაფად ვითარდება. შენდება ტურისტული ცენტრები, იზრდება სასტუმროთა რიცხვი დედაქალაქსა თუ კურორტებზე. შემოდის მძლავრი ტრანსნაციონა-

ღური სასტუმრო კორპორაციები. ეს კი სასტუმრო ბიზნესს განსაკუთრებულ მოთხოვნებს უყენებს. ასეთ ვითარებაში ახალი მიდგომები, ახალი გზების პოვნაა საჭირო.

დღეს უკვე სასტუმრო ბიზნესის წამოსაწყებად არ არის საკმარისი კაპიტალის მხოლოდ კონკრეტული ფორმა – შენობა-ნაგებობები და ფინანსური კაპიტალი. არანაკლები მნიშვნელობა ენიჭება კაპიტალის არამატერიალურ ფორმას – ცოდნას. ხშირად, როდესაც ამ თემაზე სტუდენტებთან ვსაუბრობ, ასეთი მაგალითი მომყავს: უცხოურ კინობოვეიკებში, გმირები პირველ რიგში საინფორმაციო რესურსის – კომპიუტერის დისკეტის ხელში ჩაგდებას ცდილობენ. ეს კი იმაზე მეტყველებს, რომ ეკონომიკურად განვითარებულ ქვეყნებში განსაკუთრებით არამატერიალური კაპიტალი ფასობს.

კაპიტალის ამ ფორმას სულ უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება თანამედროვე ბიზნესში, რომელსაც, როგორ წესი, ორი საყრდენი ესაჭიროება – ბიზნესმენი და ტექნოკრატია. დღევანდელ პირობებში სტაბილურად წარმატებული ბიზნესი წარმოუდგენელია ბიზნესმენისა და სპეციალისტის ალიანსის გარეშე.

მაგალითად, თუ სასტუმროს აშენებას გადაწყვეტთ, გაითვალისწინეთ, რომ პირველ რიგში საჭიროა სასტუმრო პროდუქტისა და არა შენობის პროექტირება, ანუ სასტუმროს კონცეფციის შემუშავება. პირველ ეტაპზე უნდა განისაზღვროს სასტუმროს სპეციალიზაცია, კლასი, კატეგორია (სასტუმრო ინდუსტრიაში ეს განსხვავებული ცნებებია), მომსახურების პირობები, პროგრამა, ტექნოლოგია, მრავალი სხვა კრიტერიუმი და პარამეტრი. ეს კი სპეციალურ ცოდნას მოითხოვს. სამშენებლო პროექტი კი სასტუმროს კონცეფციიდან უნდა გამომდინარეობდეს. ეს არა მარტო პროექტის, არამედ სასტუმროს შემდგომი საქმიანობის წარმატების ერთ-ერთი მთავარი ფაქტორია.

ამრიგად, თანამედროვე სასტუმროს მშენებლობა ინტერდისციპლინარული პრობლემაა, რომელსაც სამწუხაროდ ხშირად მონოპროფესიული პოზიციებიდან ეუდგებით.

უნდა შევეგუოთ იმასაც, რომ ხშირ შემთხვევაში ბიზნესის დაწყების პირველ ეტაპზე მოგების მიღებაზე ფიქრი უსა-

ფუჟკლოა. სასტუმრო პროდუქტს, ისევე, როგორც ნებისმიერ სხეას, სასიცოცხლო ციკლი გააჩნია, რომელიც ბაზარზე დანერგვის, მოთხოვნის ზრდის, სიმწიფისა და მოთხოვნის დაქვეითების ეტაპებს მოიცავს.

დამწყებმა ბიზნესმენებმა უნდა გაითვალისწინონ, რომ საწყის ეტაპზე, როდესაც სასტუმრო პროდუქტი ახალია, ბაზარზე მისი დანერგვაა საჭირო, იგი უნდა გაიცნოს მომხმარებელმა. ამას კი საკმაო დრო, ფინანსური რესურსი და ძალისხმევა სჭირდება.

სასიცოცხლო ციკლის პირველ ეტაპზე გამორიცხულია ფასების მომატება. დიდ დანახარჯებს მოითხოვს ე.წ. საინფორმაციო რეკლამა, რომელიც გამოიყენება პირველადი მოთხოვნის ფორმირების პერიოდში. ამიტომ ზოგჯერ ამ ეტაპზე წაგებაც გამართლებულია, მაგრამ დროებითაა წარუმატებლობამ იმედი არ უნდა დაგვიკარგოს. გეახსოვდეს, ნებისმიერი ეჭვი მომავალ წარმატებაში მისი უარყოფის ტოლფასია.

წარუმატებლობის შემთხვევაში ვისწავლოთ საკუთარი თავის გამხსნეება. ცნობილი ამერიკელი გამომგონებელი და მეწარმე, თომას ედისონი (1847-1931), დიდი ხნის განმავლობაში წარუმატებლად ცდილობდა მის მიერ გამოგონებული ელექტრონათურის ანთებას. როდესაც მას ეკითხებოდნენ, თუ რატომ არ ინთებოდა ნათურა, იგი უპასუხებდა – „მე ჯერ არ ვიცი როგორ უნდა აინთოს ეს ნათურა, მაგრამ სამაგიეროდ უკვე ვიცი ათასი მიზეზი იმისა, თუ რატომ არ ინთება იგი“.

დაუუკვირდეთ პრობლემისადმი მიდგომას. ედისონს ეჭვიც არ ეპარებოდა, რომ ნათურა აუცილებლად აინთებოდა, ამასთან იგი წარუმატებლობაშიც დადებით მხარეს ხედავდა – მან იცოდა ათასი მიზეზი იმისა, რატომ არ ინთებოდა ნათურა.

პროფესიულმა საქმიანობამ, მრავალმა შეხვედრებმა მათთან, ვისაც სასტუმრო ბიზნესის დაწყება სურს, დამარწმუნა, რომ უმრავლესობას ბუნდოვანი წარმოდგენა აქვს, თუ როგორ აპირებენ სასურველი შედეგის მიღწევას. ამიტომ წიგნის შინაარსის განსაზღვრისას შევეცადე, შემერჩია ის თემები, რომლებიც დაეხმარება არა მარტო ტურიზმის სპეციალობის სტუდენტებს, არამედ დარგში დასაქმებულ მენეჯერებსა და

სასტუმროების მფლობელებს მათ მმართველობით საქმიანობაში. ამ მიზნით გამოყენებულია: საერთაშორისო ნორმები და პრაქტიკა, მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის რეკომენდაციები, ამერიკის შეერთებულ შტატებში, დიდ ბრიტანეთში, საფრანგეთში, იტალიასა და ზოგიერთ სხვა ქვეყანაში, ტრანსნაციონალურ კორპორაციებში მიღებული სასტუმრო მომსახურების კრიტერიუმები, საქართველოში ჩატარებული კვლევის შედეგები სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის დარგში.

წიგნის მიზანია ჩამოეყვალიბო სასტუმრო ბიზნესით დაინტერესებულ პირებს ზოგადი წარმოდგენა სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარებისა და ფუნქციონირების, მისი ძირითადი ცნებების, მიზნებისა და ამოცანების, ორგანიზაციული სტრუქტურის, პერსონალის ფუნქციის, ზოგადი მართვისა და მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემების, ფასწარმოქმნის მექანიზმის შესახებ.

წიგნში განხილულია საქართველოში ტურიზმის განვითარების მიმდინარე ეტაპზე ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი პრობლემა – სასტუმრო პროდუქტის ფორმირების თავისებურებები გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის პირობებში. სწორედ ამიტომ სასტუმროთა სპეციალიზაცია და კლასიფიკაცია წარმოდგენილია, როგორც სასტუმრო პროდუქტის ფორმირების წინაპირობა. მოცემულია სხვადასხვა კატეგორიის სასტუმროების მოწყობის 200-ზე მეტი პარამეტრი და კრიტერიუმი, მრავალი სქემა, ცხრილი, დანართი და განმარტება, რომლებიც მოიცავენ საკითხების ფართო დიაპაზონს – საფერფლეებიდან ლიფტებამდე, სტუმრის რეგისტრაციიდან – მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემამდე. მოცემულია აგრეთვე ნომრების კლასიფიკაცია – 40-მდე ტიპი და კატეგორია, სასტუმროს პერსონალის 500-ზე მეტი ფუნქცია, ფასწარმოქმნის მექანიზმზე ზეგავლენის მრავალი ფაქტორი.

გამოყენებულია ტურისტთა განთავსების საწარმოთა სისტემურ-სტრუქტურული ანალიზი, რომელიც მოიცავს: გენეტიკურ ანალიზს (განთავსების საწარმოთა განვითარების პროცესი მათი წარმოქმნისა და ევოლუციის თვალსაზრისით),

დიაგნოსტიკურ ანალიზს (ორგანიზაციულ-მმართველობითი ფაქტორის - ხარისხის მენეჯმენტის მოქმედი სისტემის დადებითი მხარეებისა და ნაკლოვანებების განხილვით) და სტრუქტურულ-ფუნქციონალურ ანალიზს (განთავსების საწარმოს შესწავლის პრინციპი, როგორც სისტემის, რომლის თითოეულ ელემენტს გარკვეული ფუნქცია გააჩნია).

განსახილველია მომსახურების ხარისხის მნიშვნელობა და ადგილი განთავსების საწარმოს ფასეულობათა სისტემაში. შემუშავებულია ხარისხის მართვის სისტემის კონცეფტუალური მოდელი, რომელიც უზრუნველყოფს ხარისხის მართვის პროცესის ინტეგრაციას მართვის ზოგად ტექნოლოგიაში, მართვის ეკონომიკური, ორგანიზაციული, ტექნოლოგიური ფაქტორების ურთიერთკავშირს. შემუშავებულია ხარისხის მართვის სისტემის ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურა.

შემოთავაზებულია ახალი გლოსარიუმი - დარგში არა მარტო ხარისხის ცნების, არამედ მასთან დაკავშირებული ტერმინებისა და სიტყვათშეწყობათა განმარტება, როგორც ხარისხის მართვის სისტემის შექმნისა და გამოყენების ერთ-ერთი პირობა.

წიგნში მოცემული დასკვნები, რეკომენდაციები და სტანდარტები შეიძლება გამოყენებულ იქნას:

- სასტუმროთა პროექტირების პროცესში;
 - ხარისხის მართვის სისტემის შექმნისათვის არა მარტო მრავალფუნქციური მომსახურების, არამედ შეზღუდული მომსახურების მცირე სასტუმროებისთვისაც;
 - ხარისხის მართვის სისტემის რესტრუქტურისაციისათვის;
 - სასტუმროთა პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლებისა და ტურიზმის სპეციალობის სტუდენტთა მომზადების პროცესში;
 - სასტუმრო მომსახურების დარგსა და სასტუმრო ბიზნესში დასაქმებულ პირთა ცოდნის დეფიციტის დაძლევაში.
- აი სულ ეს არის, რისი თქმაც წინასიტყვაობაში მინდოდა.

ბ. აბულაძე

სტუმართმოყვარე პომპეი, ჰერკულანუმი და კველი თბილისი

„ნუ იცხოვრებ ხალხთან, ვისაც... მეტი
საპყრობილე აქვს, ვიდრე სასტუმრო...“
პითაგორა

ანტიკური ეპოქის უდიდესი მეცნიერისა და მოაზროვნის
ეს სენტენცია ნათლად მეტყველებს, თუ რა მნიშვნელობა
ენიჭებოდა სტუმართმოყვარეობას უძველესი ხანიდან.

ცივილიზაციის ერთ-ერთმა ფუნდამენტურმა ცნებამ – სტუ-
მართმოყვარეობამ ანტიკური ეპოქიდან დაიწყო ჩამოყალიბე-
ბა, როგორც ინდუსტრიამ.

მოგზაურთა განთავსების პირველი ობიექტები მოხსენებუ-
ლია ჯერ კიდევ მანუსკრიპტებში – მათ შორის ბაბილონის
მეფე ქამურაპის კოდექსში (დაახლოებით 1700 წ. ჩვენს წელ-
თაღრიცხვამდე). რესტორნები, ტავერნები, ღამის გასათევი
სახლები აღმოჩენილია პომპეისა და ჰერკულანუმის გათხ-
რებისას.

ვაჭრობის განვითარებამ და მასთან დაკავშირებულმა
მოგზაურობებმა გამოიწვია არა მარტო კეების, არამედ ღა-
მის გასათევი ობიექტების მოწყობის აუცილებლობა. რომის
იმპერიაში მთავარ გზებზე თითქმის ყოველი ორი ათეული
მილის დაშორებით შენდებოდა ტავერნები და ფუნდუკები,
რომელთა რაოდენობა 10 ათასს აღწევდა.

საგულისხმოა, რომ ჯერ კიდევ 1282 წელს ფლორენცი-
ელმა მემიკიტნებმა საკუთარი ბიზნესის ხელშეწყობის მიზ-
ნით შექმნეს გილდია (ასოციაცია), როგორც ჩანს გილდიის
წევრობა სარგებლიანი იყო, ვინაიდან უკვე 1290 წელს იგი
თავის რიგებში 86 წევრს აერთიანებდა.

ვეროპის კონტინენტზე VIII საუკუნეში დაარსდა პილიგ-
რიმების განთავსების ობიექტები, ხოლო რომის იმპერიის
დაცემის შემდეგ მომსახურების სფეროს ინტერესებმა მოგ-

ზაურთა მომსახურებიდან სხვა კატეგორიებზე – მისიონერებზე, მღვდელმსახურებსა და პილიგრიმებზე გადაინაცვლა, რამაც გამოიწვია გზისპირა სასტუმროების (ფუნდუკების) მშენებლობა ტაძრებისა და მონასტრების მახლობლად.

მომლოცველთა და სასულიერო პირთა განთავსების საშუალებები, რომლებსაც მართავდნენ მღვდელმსახურებთან მოახლედ მდგომი მონები, ბინადრობის ძალზე პრიმიტიული პირობებით გამოირჩეოდნენ.

შუა საუკუნეებში ადამიანები უფრო მეტს მოგზაურობდნენ, შესაბამისად იზრდებოდა ფუნდუკების რიცხვიც, მაგრამ ისინი კვლავ პრიმიტიულობით გამოირჩეოდნენ. აქ განთავსებული მოგზაურები ერთ დიდ ოთახში იატაკზე გაშლილ ლეიბებზე ეყარნენ, სურსათ-სანოვაგეს, როგორც წესი პურსა და ხორცს, ფუნდუკის მეპატრონისაგან ყიდულობდნენ ან საკუთარი საგზაოთ იკვებებოდნენ.

მომსახურების დონის ამაღლების კვალობაზე იზრდებოდა მოთხოვნაც. მრავალი მოგზაური შეძლებულ, კომფორტულ ცხოვრებას მიიხეუილი ადამიანი იყო, ისინი უფრო მეტს მოელოდნენ სასტუმროებისაგან და სწორედ ეს ფსიქო-ემოციური ცვლადი – მოლოდინი, როგორც სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ეკზოგენური ფაქტორი, განსაზღვრავდა პროგრესს მომსახურების სფეროში.

ეკროპასთან შედარებით, აღმოსავლეთში გაცხოველებული ვაჭრობა იყო, ამიტომაც აზიასა და ორი კონტინენტის დამაკავშირებელ ქეეუნებში მგზავრებისთვის შეიქმნა გაცილებით უკეთესი პირობები.

ვაჭრები მოგზაურობდნენ აქლემებით, დიდი ქარავნებით. ღამეს, ჩეულებრივ, საქარავნო გზებზე გაშლილ კარვებში ათევდნენ, მაგრამ დროდადრო ჩერდებოდნენ იმდროინდელ სასტუმრო კომპლექსებში – ე.წ. ქარვასლებში. ქარავან-სარაი (ანუ ქარვასლა) გზისპირა სასტუმროს ნიშნავს.

მსოფლიო სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარება დაკავშირებულია ტურიზმის ისტორიასთან, რომელიც ხუთ პერიოდად ან ეტაპად შეიძლება დაიყოს. აღნიშნული კავშირისა და მოგზაურთა, შემდგომში კი ტურისტთა განთავსების სა-

შუალებათა გენეზისისა და ევოლუციის საილუსტრაციოდ №1 ცხრილში მოცემულია ტურიზმის განვითარების ეტაპებისა და ტურისტთა განთავსების საშუალებების სტრუქტურული და ფუნქციონალური ევოლუციის პროცესების ურთიერთკავშირი.

საქართველოს გზაჯვარადინებზე უძველესი დროიდან ყოველი ერთი დღის საეალზე შენდებოდა სასტუმროს ტიპის სახლები, ჩარიგებული იყო შედარებით უფრო კეთილმოწყობილი სასტუმროები, რომლებსაც ქარვასლებს ან ფუნდუკებს უწოდებდნენ (ფუნდუკი სასტუმროს, ქარვასლას ნიშნავს). აქ ისვენებდნენ, იკვებებოდნენ, ღამეს ათევდნენ გრძელი გზისა და დიდი ქარავენები თუ მოგზაურები.

აქვე ხდებოდა საქონლის ყიდვა-გაყიდვა, იმართებოდა მოლაპარაკებები. ამისათვის ქარვასლებში სასტუმრო ოთახების გარდა იყო დარბაზები, მაღაზიები, ღვინის სარდაფები, საწყობები, სხვადასხვა სახელოსნოები და ეზოები ქარავენის დასაყენებლად. თბილისის ერთ-ერთ ქარვასლაში თეატრი და ბიბლიოთეკაც კი ფუნქციონირებდა.

ქარვასლების მოწყობის თავისებურებები და მომსახურების სპექტრი გვიჩვენებს, რომ არსებითად ეს იყო სასტუმროთა სპეციალიზაციისა და მოთხოვნის გათვალისწინების პირველი და, როგორც დარგის შემდგომმა განვითარებამ დაგვანახა, საკმაოდ შედეგიანი მცდელობა.

თბილისში ახლანდელი ხელოვნების მუზეუმის ადგილას 80 ოთახიანი ქარვასლა იდგა, რომელიც 1724 წელს თურქებმა დაანგრეს. სიონის ტაძართან ერეკლე II ქალიშვილის თეკლეს ქარვასლა იდგა, რომელიც აშენდა მეფის ქარვასლის ადგილას. ქარვასლა „თეკლე“ 62 ოთახიანი იყო. პირველ სართულზე 30 მაღაზია და სხვადასხვა სახელოსნო იყო განლაგებული.

XIX საუკუნის პირველ ნახევარში დედაქალაქში 13 ქარვასლა იყო: სარაჯიშვილის (1823), მელიქიშვილის (1828), ზუბალაშვილის (1843), თამამშევის (1850) და სხვა.

სასტუმროებისათვის საგანგებოდ განკუთვნილი შენობების აგება საქართველოში XIX საუკუნის ბოლოს დაიწყო.

ტურიზმის ბანკითარებლისა და ბანკთაშორის საშუალებათა ვეიჯინგის კრიტერიუმების ურთიერთკავშირი

ტურიზმის ბანკითარების ეტაპები	სასტუმრო კომპლექსი მოთხოვნის შეფასებისათვის	ფიქსირებული სასტუმრო კომპლექსი	ფიქსირებული სასტუმრო კომპლექსი	სასტუმრო კომპლექსის სასტუმრო კომპლექსი
I	<p>ა) მოგზაურობა</p> <p>ბ) პოლიტიკის მართვა</p> <p>გ) ვაჭრობა</p>	<p>ა) განთავსების მართვა</p> <p>ბ) განთავსების სტრატეგია</p> <p>გ) განთავსების სტრატეგია</p>	<p>ა) განთავსების მართვა</p> <p>ბ) განთავსების სტრატეგია</p> <p>გ) განთავსების სტრატეგია</p>	<p>ა) განთავსების მართვა</p> <p>ბ) განთავსების სტრატეგია</p> <p>გ) განთავსების სტრატეგია</p>
II	სარეკლამო ტრენინგები	სარეკლამო ტრენინგები	სარეკლამო ტრენინგები	სარეკლამო ტრენინგები
III	საინფორმაციო ტრენინგები	საინფორმაციო ტრენინგები	საინფორმაციო ტრენინგები	საინფორმაციო ტრენინგები
IV	რეკლამის დასრულება	რეკლამის დასრულება	რეკლამის დასრულება	რეკლამის დასრულება
V	საინფორმაციო ტრენინგები	საინფორმაციო ტრენინგები	საინფორმაციო ტრენინგები	საინფორმაციო ტრენინგები

ეს პერიოდი შეიძლება ჩაითვალოს ჩვენი ქვეყნის სასტუმრო მეურნეობის ჩამოყალიბების საწყის ეტაპად.

- თბილისის უძველესი სასტუმრო „კაეკაზი“, რომელიც მდებარეობდა ყოფილ ერივანსკის მოედანზე (ამჟამად თავისუფლების მოედანი) გაიხსნა 1858 წ., ხოლო 1876 წ. იგი გადააკეთეს, დააშენეს მესამე სართული. „კაეკაზი“ ერთ-ერთი საუკეთესო სასტუმრო იყო ქალაქში, იგი 1917 წლამდე არსებობდა. აქვე მდებარე სასტუმრო „ევროპეისკაიე ნომერა“ აშენდა 1880-1882 წლებში თბილისელი არქიტექტორის ა. ზალცმანის პროექტით. სასტუმრო გაიხსნა 1883 წ. 1 მაისს. 1890 წლიდან მას დაერქვა „დგორცოვიე ნომერა“.

- გოლოვინსკის პროსპექტზე (რუსთაველის პროსპექტის მონაკვეთზე რუსთაველის კინოთეატრიდან თავისუფლების მოედნამდე) მდებარეობდა სასტუმრო „სევერნიე ნომერა“.

- იმდროინდელი პრესა იტყობინებოდა, რომ თბილისში გოლოვინსკის (რუსთაველის) პროსპექტზე გაიხსნა უდიდესი და საუკეთესო სასტუმრო „ორიანტი“. ეს შენობა, რომელშიც შემდგომ იყო სასტუმრო „ინტურისტი“, აიგო 1865-1867 წლებში თბილისელი არქიტექტორის ო. სიმონსონის პროექტით. 1895 წ. რეკონსტრუქციის შედეგად (თბილისელი არქიტექტორის ა. ზალცმანის პროექტი) იგი გადაკეთდა სასტუმროდ. ამ ადგილას მალე ახალი შენობა აიგება, სადაც თანამედროვე სასტუმრო განლაგდება.

- გოლოვინის პროსპექტისა და თეატრალური შესახვევის კუთხეში (ამჟამად რუსთაველის პროსპექტისა და ვასო აბაშიძის ქუჩის კუთხე) 1884 წელს გაიხსნა სასტუმრო „როსია“, 1907 წლიდან სასტუმრო „ევროპეისკაია“. იგი XX საუკუნის პირველი ათწლეულის ბოლომდე არსებობდა.

- „როსიას“ გვერდით მდებარეობდა თბილისში ერთ-ერთი უძველესი სასტუმრო „ბეთანია“. იგი პირველად გაიხსნა 1867 წ. „ამერიკას“ სახელწოდებით (სასტუმროს შენობა, რომელიც ეკუთვნოდა თავად მ. ჯამბაკურ-ორბელიანს, აგებულია XIX საუკუნის 30-40-იან წლებში). 1879 წელს მას დაერქვა „როსია“. 1880-იანი წლების შუა ხანებიდან – „ნომერა საბადური“, 1890-იანი წლების დასაწყისიდან – „ბეთანია“, 1897

წლიდან – „ბოიარსკიე ნომერა“, ხოლო 1899 წლიდან – „ბოიარსკაია გოსტინიცა“.

1905 წელს ამ შენობაში გაიხსნა ქალაქში პირველი ზამთრის კინოთეატრი – ე.წ. „ელექტრო პროექტორი“. შენობა რეკონსტრუირებულია 1910 წელს თბილისელი არქიტექტორის ა. ოზეროვის პროექტით (მას დააშენეს მესამე სართული). რეკონსტრუქციის შემდეგ, 1914 წლის იანვარში, აქ გაიხსნა, როგორც პრესა აღნიშნავდა, უმაღლესი არისტოკრატიული სახლი – სასტუმრო „პალას-ოტელი“. 1917 წ. ხანძრის შედეგად ეს შენობა დაიწვა, აღდგენილია 1923-1924 წლებში. ამჟამად აქ საქართველოს თეატრისა და კინოს სახელმწიფო ინსტიტუტია.

• 1911 წელს აქვე, ამ შენობის გვერდით არქიტექტორ ა. ოზეროვის პროექტით დაიწყო სასტუმრო „მავესტიკის“ მშენებლობა (შემდგომში სასტუმრო „თბილისი“, ამჟამად სასტუმრო „თბილისი მარიოტი“). მშენებლობის პროცესში პროექტი შეიცვალა. მისი ახალი ავტორის – არქიტექტორ მელიქოვის მიერ გამოყენებულია რენესანსის ელემენტები და იმდროისათვის სხვა სიახლეები. სასტუმროს მშენებლობა დასრულდა 1915 წელს.

• თბილისის ერთ-ერთ საუკეთესო სასტუმროდ ითვლებოდა „ლონდონი“. იგი გაიხსნა 1875 წელს, არსებობდა XX საუკუნის პირველი ათწლეულის შუა ხანამდე, მდებარეობდა ყოფილ მადათოვის ქუჩაზე, (ამჟამად ათონელის ქ. № 31). აქვე, ხიდის ქუჩაზე (ამჟამად საცხოვრებელი სახლი №1), 1880 წ. გაიხსნა სასტუმრო „გრანდ ოტელი“, რომელმაც XX საუკუნის პირველი ათწლეულის ბოლომდე იარსება.

• ყოფილი მიხეილის, შემდგომ პლეხანოვისა და ამჟამად დავით აღმაშენებლის პროსპექტზე №103 სახლში, რომელიც აგებულია 1890-იანი წლების ბოლოს, თბილისელი არქიტექტორის ლ. ბილფელდის პროექტით 1900 წელს გაიხსნა სასტუმრო „ეპიტელი“. საბჭოთა ხელისუფლების წლებში მას სასტუმრო „რუსთავი“ უწოდეს. შენობა დღემდე ინარჩუნებს პირვანდელ სახეს.

აღსანიშნავია, რომ ჯერ კიდევ XIX საუკუნის ბოლო პე-

რიოდში აშენებულ ცნობილ სასტუმროებში გათვალისწინებული იყო აგრეთვე საქმიანი დანიშნულების სასტუმროებისათვის დამახასიათებელი ნომრები საწოლი ოთახებითა და სამუშაო კაბინეტებით, ეტლები მგზავრების გადასაყვანად (თანამედროვე ე.წ. ტრანსფერი – სასტუმროს ტრანსპორტით სტუმართა მომსახურების გაერცელებული ფორმა), ბილიარდი, დარბაზები სხვადასხვა თამაშებისათვის, გართობისა და მომსახურების სხვა სახეობები.

ჩამოთვლილი სასტუმროების შენობები და საზოგადოებრივი სათავსები, მოწყობილობა და აღჭურვილობა, მომსახურების სპექტრი იმაზე მეტყველებს, რომ მათი პროექტირება და მშენებლობა მიმდინარეობდა გააზრებული კონცეფციის საფუძველზე, დანიშნულების მიხედვით სასტუმროთა სპეციალიზაციის, ტურისტულ ბაზარზე ორიენტაციისა და მოთხოვნის გათვალისწინებით რასაც, როგორც უკვე აღვნიშნე, ჯერ კიდევ ქარვასლების ფუნქციონირებისას ჩაეყარა საფუძველი.

იმდროინდელ სასტუმროთა რაოდენობა კი იმაზე მეტყველებს, რომ საქართველოს სასტუმრო ბაზარზე იყო მოთხოვნაც და მიწოდებაც, ხოლო სასტუმროების სახელწოდებით, რაც უმეტეს წილად უკავშირდებოდა ევროპის ქვეყნებს, დედაქალაქებსა და ცნობილ ქალაქებს, საყოველთაოდ აღიარებულ ოტელებს („იმპერიალი“, „მეტროპოლი“, „მაჟესტიკი“, „ფრანცია“, „პარიზი“, „ვერსალი“, „ლიონი“, „მარსელი“, „ვეროპა“, „დანია“, „ბერლინი“, „დრეზდენი“, „ვარშავა“, „ვენეცია“, „პალმირა“, „ბომონდი“, „ვიქტორია“, „ლივადია“ და სხვა), მფლობელები უთუოდ ცდილობდნენ, მიეცათ მომხმარებლისთვის მომსახურების მაღალი ხარისხის გარკვეული გარანტია.

ელიტარული იმპერიის ელიტარული ქრონიკა

სახელგანთქმული სასტუმრო – ლეგენდაა,
რომლის მონაწილეც თითოეულს სურს გახდეს.

სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარებაში მნიშვნელოვანი წვლილი აქვთ შეტანილი ევროპელებს. სწორედ ამის შედეგია, რომ XX საუკუნის დაწყებამდე მსოფლიო სასტუმრო მეურნეობაში ევროპული კლასიკური მოდელის დომინირებდა. თანამედროვე სასტუმროს ერთ-ერთი პირველი პროტოტიპი – „პენრი მეოთხეს ოტელი“ გაიხსნა 1788 წელს საფრანგეთის ქალაქ ნანტში. სასტუმრო 60 ადგილიანი იყო და კონტინენტზე საუკეთესოდ ითვლებოდა.

XIX საუკუნეში ელიტარული ტურიზმის განვითარებამ განაპირობა ახალი სასტუმრო პროდუქტის – მდიდრული სასტუმროს, ე.წ. ოტელ-პალასის კონცეფციის ჩამოყალიბება, რომლის ავტორი იყო ცნობილი ოტელიერი ცეზარ რიცი. ამ კონცეფციის საფუძველს წარმოადგენდა სასტუმროს მოწყობის სამი ძირითადი ფაქტორი: ფუფუნება, სინატიფე, არისტოკრატიზმი.

• პირველი მდიდრული სასტუმროები შეიქმნა გერმანიაში – „ბადიშე პოფი“ (ბადენ-ბადენი 1801 წ.) და „რიგი-კლესტერლი“ (1812 წ.), შვეიცარიაში – გრანდ-ოტელი „შეაიცერპოფი“, ლონდონში – ცნობილი „საეოი“ და სხვა.

მსოფლიოს უმდიდრესი, საუკეთესო სასტუმროების ჯადოსნური სამყარო ამჟამად უკვე საკმაოდ დიდი და ჭეშმარიტად გასაოცარია. მათი რიცხვი 300-ს აღემატება, უმრავლესობა ამერიკის შეერთებულ შტატებში, იტალიაში, გერმანიაში და საფრანგეთშია განლაგებული. მათ შორის არის ლეგენდარული სასტუმროები, რომლებიც მეფეებსა და დე-

დოფლებს, სახელმწიფოთა მეთაურებსა და ლიტერატურის გიგანტებს, უკედავ მსახიობებსა და გავლენიან პოლიტიკოსებს მასპინძლობდნენ.

• ერთ-ერთი მათგანია ბადენ-ბადენის სასტუმრო BRENNER'S PARK HOTEL & SPA (SPA – ლათინური სიტყვების აბრევიატურაა „სანუს პლუს აკვა“ – ჯანმრთელობა პლუს წყალი. ეს არის თანამედროვე ტექნოლოგიებზე დაფუძნებული, გაჯანსაღების განსაკუთრებული ფილოსოფია, რომელიც არა მარტო ჯანმრთელობის, არამედ სილამაზის შენარჩუნების ღონისძიებათა სპეციალურ კომპლექსს მოიცავს).

მეფური კომფორტის მქონე „ლუქს“ კლასის ამ შესანიშნავ ხუთვარსკვლავიან სასტუმროს უმაღლესი რანგის სტუმართა მიღების მრავალწლიანი ტრადიცია გააჩნია. იგი მასპინძლობდა საფრანგეთის პრეზიდენტებს – შარლ დე გოლს, ვალერი ჟისკარ დე სტენს, ჟაკ შირაკს, ამერიკის შეერთებული შტატებისა და რუსეთის პრეზიდენტებს – ბილ კლინტონსა და ბორის ელცინს, გერმანიის ფედერალურ კანცლერს – კონრად ადენაუერს, იორდანიის მეფე ჰუსეინს, დალaid ლამას, კენრი ფორდს, კომპოზიტორ იგორ სტრავენსკისა და ბალერინა მაია პლისცკაიას, ცნობილ ილუზიონისტ დევიდ კოპერფილდსა და სუპერმოდელ კლაუდია შიფერს.

• გაბსბურგების ტრადიციის სიდიადით გამოირჩევა გრაფ ვიურტენბერგის მიერ ქალაქ ვენაში აშენებული სასტუმრო „იმპერიალი“. იგი 1837 წელს გახსნა თვით იმპერატორმა ფრანც იოსებმა. მანვე მიანიჭა სახელი „როიალ სიუტი“ იმ ნომერს, სადაც შემდგომში ცხოვრობდნენ გერმანიის იმპერიის პირველი რეიხსკანცლერი, თავადი ოტო ბისმარკი, ოსკარ უაილდი და უოლტ დისნეი, როტშილდი და ხიჩკოკი. აქ ხშირად სტუმრობდა ლუჩანო პავაროტი.

• „ლაზათიანი სიდიადის კადნიერი მომხიბვლელობა“ – ასე უწოდეს ერთ-ერთ რეკლამაში რომის სასტუმრო „ექსელსიორს“. ამ შემთხვევაში რეკლამამ სრულად ასახა და ზუსტად გამოხატა საოცარი სინამდვილე, შესანიშნავი ჩანაფიქრის არსი, ჭეშმარიტი სიდიადის შტრიხები. აქ განსაკუთრებული პოპულარობით სარგებლობს ლეგენდარული

„როლინგ სტუნსისა“ და შონ კონერის საყვარელი ნომერი – „როიალ სიუტი“. ამჟამის სტილში მოწყობილი 300 კვადრატულ მეტრზე მეტი ფართი – სალონი, სასადილო, სხდომათა დარბაზი, კაბინეტი, ორი ბრწყინვალე საწოლი ოთახი, კარარისა და სიენის მარმარილოთი მოპირკეთებული ოთხი თვალწარმტაცი სააბაზანო.

• ესპანეთის მეფე ალფონს მესამე, ელიზაბეტ ტეილორი, მონაკოს დედოფალი გრეისი, მაროკოს მეფე ჰასანი, არისტოტელ ონასისი და მარია კალასი ამჯობინებდნენ რომის „ლეგრანდ ოტელს“.

• რომის მახლობლად თვალწარმტაც გორაკზე 1580 წელს პაპის გრეგორიუს XIII ლოცვა-კურთხევით დაიწყო ვილის მშენებლობა, რომლის მფლობელი იყო კარდინალი კარაფა, ხოლო მისი სიკვდილის შემდეგ – კარდინალი ოტავიო აკვიავა. სწორედ ამ დროს შეიქმნა მრავალი შედევი, რომლებიც ვილის სიამაყეს წარმოადგენს, მათ შორის – ცნობილი იტალიელი მხატვრების მიერ მოხატული, შენობის მეორე სართულზე განლაგებული გალერეა.

ეს მამული 1870 წელს შეისყიდა თავადმა გრაციოლიმ. აღსანიშნავია, რომ მეორე მსოფლიო ომის დროს აქ განთავსდა ფაშისტური გერმანიის სამხრეთ-დასავლეთის ჯარების მთავარსარდლის, გენერალ-ფელდმარშალ ალბერტ კესელრინგის შტაბი, რომლის დაბომბვისას ანტიჰიტლერული კოალიციის ავიაციის მიერ, ამოუცნობი მიზეზების გამო, შენობა გადარჩა.

გრაციოლის მემკვიდრეებმა 1987 წელს გაყიდეს ვილა, რის შემდეგაც დაიწყო და რვა წლის განმავლობაში გრძელდებოდა სარემონტო-სარესტავრაციო სამუშაოები, რომელთა დამთავრების შემდეგ აქ მოეწყო ცნობილი სასტუმრო „ვილა გრაციოლი“. იგი მცირე ტევადობისაა (ძირითად შენობაში სულ 13, ხოლო ორ ფლიგელში 45 ნომერია). იგი ე.წ. პარკოტელების კატეგორიას მიეკუთვნება, ვინაიდან უზარმაზარ, უძველეს და ულამაზეს ბაღშია განლაგებული.

აქ ხშირი სტუმრები არიან თვით ვატიკანის მებაღეებიც კი, რომლებიც ცდილობენ გაიზიარონ მათი კოლეგების გა-

მოცდილება, განსაკუთრებით უძველესი რელიქტური ხეების მოვლაში.

ამასთან დაკავშირებით, ჩვენთვის ერთი გარემოებაა განსაკუთრებით საგულისხმო. ვინაიდან ბაღი ისტორიულ ფასეულობადაა მიჩნეული, სასტუმრომ ვერასგზით ვერ მოახერხა ნებართვის აღება ღია საცურაო აუზის მოსაწყობად, რომლის უქონლობა არ აძლევს საშუალებას რომის ერთ-ერთ ყველაზე პრესტიჟულ, თანამედროვე მაღალი კლასის სასტუმროს, განაცხადოს პრეტენზია ხუთ ვარსკვლავზე.

• წარსულის არქიტექტურულ შედეგებს მიეკუთვნება აღორძინების ეპოქის ჭეშმარიტ სტილში აგებული და მოწყობილი, ლეგენდად აღიარებული „ოტელ დანიელი“, რომელიც განთავსებულია ვენეციელი დოჯის ანდრეა დანდოლოს სასახლეში. აქ ხშირად ჩერდებოდნენ პრუსიის მეფე ვილჰელმი, ბალზაკი და ვაგნერი, მარსელ პრუსტი, ჰენრი კისინჯერი, მელ გიბსონი და რიჩარდ გირი.

• ვენეციის „გრიტი პალასი“ – გრეტა გარბოსა და ჩერჩილის, მარკ ტვენისა და ეუდი ალენის საყვარელი, ჩვეული რეზიდენციაა. ეს სწორედ ის სასტუმროა, რომელსაც ცნობილმა ინგლისელმა მწერალმა სომერსეტ მოემმა თავისი სახლისგან შორს მდებარე მისივე სახლი უწოდა. თითქოს თვით ისტორია შემოინახა იმ ორმა ნომერმა, რომლებსაც მოემისა და ერნესტ ჰემინგუეის სახელი ჰქვია.

ეს არის სასტუმრო, სადაც ხელმარჯვე ოსტატებმა ააღორძინეს ჭეშმარიტი ფლორენციული ხელოვნება. აქ თვალს ხიბლავს საოცარი პარმონია – მარმარილო ინკრუსტაციებით, ფრესკები, ფარჩა, აბრეშუმები და ავეჯი. ამ სასტუმროსა და მისი ნომრების მედიჩის კარისთვის დამახასიათებელ ფუფუნებას თითქოს არ აქვს საზღვარი. ასეთ სასტუმროებში ცხოვრების განსაკუთრებული, ერთადერთი და განუმეორებელი სტილი სუფევს.

• „პრინჩიპე დი სავოია“ – მილანი, მისი „პრეზიდენტშელ სიუტით“ მოხიბლულთა რიცხვში იყვნენ ჩარლი ჩაპლინი და ედიტ ჰიაფი.

• პარიზის სასტუმროს „პრენს დე პალსის“ განუმეორე-

ბელ სიუტებს – „შამბო“ და „ფონტენბლო“ ამჯობინებდნენ უინსტონ ჩერჩილი და მარლენ დიტრიხი, ხოლო ერთ-ერთი ისტორიული ღირსშესანიშნაობის – კონკორდის მოედანზე მდებარე ლუდოვიკო XVI და მარია ანტუანეტას სასახლის – ამჟამად „ოტელ დე კრილონის“ სიმღიდრე, ფეშენებელური პარიზული სტილი, ფუფუნება და განსაკუთრებით „ლეონარდ ბერნსტაინის სიუტი“, მიუხედავად მისი საოცრად მაღალი ღირებულებისა, მსოფლიოს მრავალ მდიდარ ადამიანს იზიდავს.

- საფრანგეთის სამხრეთით, ესპანეთის საზღვრის მახლობლად, ბისკაის ყურეს ზღვისპირა ბალნეო-კლიმატური კურორტი ბიარიცი (Biarritz), ცნობილია აგრეთვე როგორც სერფინგის მსოფლიო დედაქალაქი. სწორედ აქ მდებარეობს ოტელ „დე ლუქსი“ – ერთ-ერთი მდიდრული სასტუმრო მილიონერებისათვის, რომლებსაც რომანტიკული განმარტოება სურთ.

ეს არაჩვეულებრივი, ჭეშმარიტად ისტორიული შენობა აგებულია XIX საუკუნეში ნაპოლეონ III მიერ მისი მეუღლის პატივსაცემად. აქ 1864 და 1865 წლებში ეწყობოდა ისტორიაში ე.წ. „ბიარიცის შეხვედრების“ სახელწოდებით ცნობილი დიპლომატიური მოლაპარაკება ნაპოლენ III და ბისმარკს შორის, რომელთა შედეგად ამ უკანასკნელს იმედი ჰქონდა ავსტრიასთან მის მიერ დაგეგმილ ომში საფრანგეთის ნეიტრალიტეტისა.

ფრენკ სინატრას, პენრი ფორდის, ლუჩანო პავაროტის, ელიტარული წრეების მრავალი სხვა წარმომადგენლის ეს საყვარელი სასტუმრო დღესაც უდიდესი პოპულარობით სარგებლოს მსოფლიოში.

- მსოფლიოში ცნობილი კურორტისა და ტურიზმის ცენტრის, საფრანგეთის ლაჟუარდოვანი ნაპირის – ნიცის მრავალრიცხოვან ეგზოტიკურ სასტუმროთა შორის გამოირჩევა „ნეგრესკო“. საგულისხმოა, რომ იგი მისი ერთ-ერთი მმართველის სახელს ატარებს.

აქ ვერ ნახავთ ორ ერთნაირ ნომერს. თითოეული ლუქსი, მათ შორის „ნაპოლეონ I“ და მისი ოქროს აბაზანა, „კოკო

შანელი“, აღენ დელონისა და რომი შნაიდერის საყვარელი ნომერი – ლუქსი „თაფლობის თვე ენეციაში“, ენეციური გონდოლის ფორმის მისი საწოლი, ტრადიციული პარიზული კარუსელის მსგავსად გაფორმებული რესტორანი სრულადაა აღდგენილი ეპოქის სტილში.

• მდიდარი ისტორიული წარსული გააჩნდა მოსკოვის სასტუმრო „ნაციონალს“. თანამედროვეობის გამოჩენილმა მსახიობმა პიტერ უსტინოვმა სასტუმროს შთაბეჭდილება-თა წიგნში გაკეთებულ ჩანაწერში უწოდა მას „მოულოდ-ნელ უსაზღვრო სიამოვნებათა ადგილი, სადაც ყოველთვის გრძნობ ადამიანურ სითბოს“.

ამ ლეგენდარულმა სასტუმრომ თავისი არსებობის ასი წლის განმავლობაში უმასპინძლა რიმსკი-კორსაკოვს, ანა-ტოლ ფრანსსა და ანა პავლოვას, ჰერბერტ უელსსა და ანრი ბარბიუსს, უინსტონ ჩერჩილს, ჟაკ შირაკს, მირეი მატეის, კატრინ დენევს, პიერ რიშარსა და მრავალ სხვას.

მსოფლიოს საუკეთესო სასტუმროთა შორის არის რუსეთის ორი სასტუმრო: მოსკოვის „ბალჩუგ კემპინსკი“ და სანქტ-პეტერბურგის „გრანდ-ოტელ ვეროპა“, რომელსაც აგრეთვე კემპინსკის ქსელი მართავს.

მიუხედავად ევროპელების დიდი დამსახურებისა, თანამედროვე სასტუმრო სპეციფიკურ ამერიკულ გამოგონებადაა მიჩნეული.

• პირველი სასტუმროები, რომლებიც გაიხსნა ამერიკის შეერთებულ შტატებში, იყო 70 ნომრიანი „სითი ოტელი“ ბროდვეიზე (1794 წ.) და 170 ნომრიანი „ტრემონტ ჰაუზი“ ბოსტონში (1829 წ.)

• 1859 წელს ნიუ-იორკის ერთ-ერთ სასტუმროში მეხუთე ავენიუზე პირველად მსოფლიოში დაამონტაჟეს ლიფტი.

• პირველი სასტუმრო ელექტროგანათებით – „პოტელ ევერეტი“ გაიხსნა აგრეთვე ნიუ-იორკში ფარკ როუდზე.

ეს იყო იმ დროისთვის არნახული და უმაგალითო პირობები.

• პირველი ბიზნეს-ოტელი – სპეციალიზებული სასტუმრო ბიზნესმენებისათვის „ბაფალო სტატლერი“, რომლის თითო-

ეულ ნომერს ჰქონდა თავისი სააბაზანო და ტუალეტი, ტელეფონი, კარების ინდივიდუალური საკეტები, აგრეთვე ამერიკის შეერთებულ შტატებში, ქალაქ ბაფალოში 1908 წელს გაიხსნა.

ამ სიახლეების ავტორი იყო აღნიშნული სასტუმროს მფლობელი, სასტუმრო ბიზნესის გამოჩენილი სპეციალისტი და ორგანიზატორი, სასტუმრო მარკეტინგის ჭეშმარიტი წინასწარმეტყველი, ამერიკელი ელსუორთ სტატლერი.

სწორედ მას ეკუთვნის სასტუმროს ორი მომიჯნავე ნომრის აბაზანების გვერდიგვერდ განთავსების იდეა, რაც სახსრების ეკონომიის მიზნით იძლეოდა ერთიანი შახტის გამოყენების სშუალებას მილსადენებისა და ელექტრო გაყვანილობისთვის.

თითოეულ ნომერში ტელეფონის დადგმასაც სტატლერმა ეკონომიკური მოსაზრება დაუდო საფუძველად.

ამით მან ერთდროულად ორ მიზანს მიაღწია: სტუმრებს მიეცათ კვებისა და სასმელების უშუალოდ ნომერში შეკეთების საშუალება, რაც დამატებით მომსახურებად ითვლება და დამატებითი შემოსავლის წყაროა. ამის შედეგად სასტუმროს რესტორანში განთავისუფლებული ადგილებით ქალაქის მოსახლეობა სარგებლობდა, რაც აგრეთვე დამატებით შემოსავალს იძლეოდა.

ელსუორთ სტატლერი მრავალი სხვა ინოვაციის ავტორიცაა, რომლებიც დღემდე ინარჩუნებენ აქტუალობას. იგი სასტუმრო მომსახურების თანამედროვე სტანდარტის ფუძემდებლად შეიძლება ჩაითვალოს.

ჯერ კიდევ გასული საუკუნის დასაწყისში მის მიერ შემუშავებულმა ე.წ. „სტატლერის მოსამსახურის კოდექსმა“ მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა შემდგომში სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის სტრატეგიისა და მოდელის წამოყალიბებაზე ვინაიდან არსებითად ეს იყო ხარისხის ერთიანი ფილისოფია, ხარისხისადმი თანამედროვე მიდგომის მარეგულირებელი ნორმატიული აქტი.

• გასული საუკუნის 70-იან წლებში ცნობილი ოტელიერი-სა და ჰილტონის სასტუმრო იმპერიის ფუძემდებლის თვით

კონრად პილტონის ძალისხმევით შეიქმნა ახალი სასტუმრო პროექტი ე.წ. „ოტელ-კაზინო“, რომელიც დღემდე ყველაზე მომგებიან სასტუმროთა რიცხვს მიეკუთვნება. ამჟამად კაზინოების მსოფლიო დედაქალაქის – ლას-ვეგასის ზღაპრულ, მაცდუნებელ გარემოს განაპირობებენ მისი საყოველთაოდ ცნობილი სასტუმროები: „ლუქსორი“, „მირაჟი“, „ცირკი“.

საგულისხმოა, რომ მსოფლიოში სულ 20 სასტუმრო-გიგანტია, რომელთა ნომრების რაოდენობა 1000-დან 5 ათასამდეა. აქედან 17 სასტუმრო აშშ-ში, ხოლო 13 ლას-ვეგასშია განლაგებული.

• იმისათვის, რომ კარგად წარმოვიდგინოთ მათი გრანდიოზული მასშტაბები, საკმარისია ითქვას, რომ ლას-ვეგასის ერთ-ერთი დიდებული სასტუმრო „ვენეციელის“ ღირებულება 1,5 მლრდ. დოლარია.

იტალიური რენესანსის განუმეორებელი სტილი, სამი ათასი ნომერი. მოპირკეთებისათვის გამოყენებულია ვერონის მარმარილო, სხვა ძვირფასი და უნიკალური მასალები. აქ თქვენ ე.წ. მაღალი სამზარეულოს 16 რესტორანი, უამრავი მაღაზია მოგემსახურებათ. შესასვლელში შემოგეგებებათ მომღერალი კარისკაცი. სასტუმროს უზარმაზარ პოლში კი შეგიძლიათ წყალზე გასეირნება ნამდვილი ვენეციური გონდოლით.

• სასიყვარულო თავგადასავლების მოყვარულთა ყურადღებას უთუოდ მიიქცევს მაიამი-ბიჩის 26 ნომრიანი სასტუმრო „პელიკანი“. ამ კატეგორიის კლიენტებზე კომპანია „დიზელის“ დიზაინერების მიერ შექმნილ სასტუმროს ორიგინალური სტილის ზეგაელენას აძლიერებს ნომრების დიფერენციაციის ფსიქოლოგიური ფაქტორები.

აქ დიდი პოპულარობით სარგებლობს ნომრები, რომელთა სახელწოდებაა – „ფსიქოდენტური გოგონა“, „საუკეთესო საროსკიპო“, „ჯეიმს ბონდის ლუქსი“.

• ბითლომანების მუსიკალური მექა – ლივერპული, ლეგენდარული ანსამბლის ათასობით თაყვანისმცემელს იზიდავს „ბითლზის“ ფანებისათვის კარგადაა ცნობილი ამ ანსამბლის მენეჯერის – ბრაიან ეკსტაინის სახელი, რომელსაც

უდიდესი წვლილი მიუძღვის ლიბერალული ოთხეულის იმ-
დროისათვის არნახულ წარმატებაში. დიდი ხანი არაა, რაც
ლიბერალულში, ბრაიან ეკსტაინის სახელში გაიხსნა სასტუმ-
რო „ექსტაინი“, მაგრამ უკვე უამრავი მსურველი ცდილობს
გაატაროს დაუვიწყარი დღეები არა მარტო ეკსტაინის, არა-
მედ ჯონ ლენონისა და პოლ მაკარტნის სახლებში, რომ-
ლებიც აგრეთვე ღიაა მრავალი უცხოელი ტურისტისათვის,
ვინც დღესაც შთაგონებულია „ბითლზების“ ჭეშმარიტად ჯა-
დოსნური ხელოვნებით.

• ამერიკის შეერთებულ შტატებში ჩასული მრავალრიცხო-
ვანი ტურისტების წრფელ ინტერესს იწვევს ვაშინგტონის
სასტუმრო „უოტერგეიტი“, სადაც გასული საუკუნის 70-იან
წლებში ამერიკის ომისშემდგომი პერიოდის ერთ-ერთი უდი-
დესი პოლიტიკური კრიზისი დაიწყო.

უშუალოდ საპრეზიდენტო არჩევნების წინ, 1972 წლის
17 ივნისს ღამით, შეიარაღებულმა პირებმა სატელეფონო
საუბრების მოსასმენი აპარატურის დამონტაჟებისა და დოკუ-
მენტების ფოტოგრაფირების მიზნით შეამტერიეს ამ სასტუმ-
როში განლაგებული აშშ-ს დემოკრატიული პარტიის შტაბ-
ბინა.

პარტიის ეროვნული კომიტეტის თავმჯდომარემ მეორე
დღესვე შეაფასა ეს მოვლენა, როგორც პოლიტიკური შიო-
ნაუის აღმაშფოთებელი აქტი, რომლის კვალიც, მისი თქმით,
აშკარად თეთრ სახელში, პრეზიდენტ ნიქსონსა და რესპუბ-
ლიკური პარტიის აპარატთან მიდიოდა.

დაუყოვნებლივ აღიძრა სისხლის სამართლის საქმე. ინ-
ციდენტის გამოძიება პარალელურად დაიწვეს სენატის სპე-
ციალურმა კომიტეტმა, ამერიკული და მსოფლიო პრესის
ლიდერებმა – გაზეთებმა „ნიუ-იორკ თაიმსმა“, „ნიუსუიკმა“
და უურნაღმა „თაიმსმა“.

ყოველივე ამის შედეგად პოსტებიდან გადადგენ თეთრი
სახლის აპარატის ხელმძღვანელი, მთავარი მრჩეველი შიდა-
პოლიტიკურ საკითხებში, პრეზიდენტის მრჩეველი და თვით
იუსტიციის მინისტრიც.

კონგრესის წარმომადგენელთა პალატამ დაიწყო საკითხის

განხილვა ქვეყნის პრეზიდენტის წინააღმდეგ იმპიჩმენტის გამოყენების შესაძლებლობის შესახებ. პრეზიდენტმა ნიქსონმა აღიარა, რომ იგი პოლიტიკური მოსაზრებებით აფერხებდა ე.წ. „უოტერგეიტის საქმის“ გამოძიებას, ცდილობდა ჭეშმარიტების დაფარვას და 8 აგვისტოს ტელევიზიით განაცხადა გადადგომის შესახებ.

- მსოფლიოს იმ სასტუმროთა შორის, რომლებიც გამოჩენილ პიროვნებებს მასპინძლობდნენ ამჟამად უკვე თბილისის სასტუმროებიცაა. ბოლო წლებში ჩვენს დედაქალაქში სტუმრობდნენ აშშ-ს პრეზიდენტი ჯორჯ ბუში, ცნობილი მუსიკოსები რეი ჩარლზი, ჯო ზავინული, ჩიკ კორეა, ლალო შიფრინი, რიშარ გალიანო და სხვები.

ახლო მომავალში საქართველოს საპატიო სტუმრებს ფართოდ გაუღებს კარებს მსოფლიოში საუკეთესო სასტუმრო ქსელების უმაღლესი კლასის კიდევ რამდენიმე თბილისური სასტუმრო.

ცივილიზებული და აყვავებული ქვეყნის საბაზო მახასიათებლები კომფორტი და სტაბილურობაა. მათი უზრუნველყოფა ტურისტულ სექტორში ავტომატურად აისახება ჩვენი ქვეყნის იმიჯზე, რომელიც სულ უფრო მიმზიდველი ხდება უცხოელი ტურისტებისათვის.

სასტუმროთა სპეციალიზაცია და კლასიფიკაცია, როგორც სასტუმრო პროდუქტის ფორმირების წინაპირობა

ქართული სტუმართმომყვარობა ჩვენი კულტურის უნიკალური ფენომენია. არსებითად, იგი ეროვნულ ცნობიერებაში ჩამოყალიბებული, სტუმართან ურთიერთობის უმაღლესი ხარისხის ტექნოლოგიაა. ამიტომ მიმაჩნია, რომ მომსახურების ხარისხის ქართული ეროვნული მოდელის დამუშავება და ამოქმედება სასტუმრო ინდუსტრიაში სავსებით შესაძლებელია, ერთი მხრივ, თითოეული ჩვენგანისთვის კარგად ცნობილი, სტუმართან ურთიერთობის უძველესი ტექნოლოგიის, ხოლო, მეორე მხრივ, ჩვენთვის შედარებით ახალი კატეგორიების – სასტუმრო მომსახურების ტექნოლოგიის, ხარისხის მართვის უწყვეტი სტრატეგიის, ხარისხის ეკონომიკისა და აგრეთვე მომხმარებელთა ეკონომიკის, ანუ ორივე მხარის ინტერესების ოპტიმიზაციის საფუძველზე.

ხარისხის მართვას გააჩნია როგორც ზოგადი პრინციპები, ასევე ეროვნული თავისებურებებიც. ზოგიერთ მცირე ქვეყანას შემუშავებული აქვს ხარისხის ეროვნული კონცეფციები, რომლებიც ცნობილია როგორც ხარისხის ფინური ეროვნული სტრატეგია, პორტუგალური ეროვნული სისტემა. სლოვაკეთში შემუშავებულია ხარისხის სტრატეგია გარდამავალი ეკონომიკის პირობებში.¹

მიუხედავად საერთო შეხედულებისა ხარისხის იდეოლოგიაზე, მიზნის მიღწევა შეუძლებელია იმიტაციით. საქართველოს კერძო სასტუმროებში ხარისხის სისტემის შესწავლამ დაგვარწმუნა, რომ გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის პირობებისა და მეწარმეობის ეროვნული თავისებურებების გათვალისწინებით სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ქართული მოდელის შემუშავებით შესაძლებელია მნიშვნელოვა-

1 სტანდარტი ი კაჩესტვო. მოსკოვი, 2000. №2 გვ.49-50.

ნი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტის მიღწევა.

ეკონომიკის სხვა დარგების პროდუქტთან შედარებით ტურისტული პროდუქტი გამოირჩევა არატიპური შინაარსით, გარკვეული თავისებურებებითა და ნიშან-თვისებებით. იგი არახელშესახებია, ამიტომ მისი გაცელა და ბაზარზე წინააღმდეგობა უფრო ძნელია. ხშირად პროდუქტის ხარისხის შეფასების ერთ-ერთი მთავარი კრიტერიუმი კლიენტის ემოციური რეაქციაა.

ტურისტული პროდუქტი შედგება განთავსების, კეების, კულტურული გამაჯანსაღებელი, სანაჯრო, საყოფაცხოვრებო მომსახურებისგან და, ბუნებრივია, მას გააჩნია ეკონომიკური მნიშვნელობა. იგი წარმოადგენს ტურისტული მომსახურების, სამუშაოთა და საქონლის (ტურისტული პაკეტი), მიზანმიმართულ, მოწესრიგებულ ერთობლიობას.

ტურისტული პროდუქტის წარმოება ეკონომიკურ რესურსებთანაა დაკავშირებული. ისინი ახდენენ გავლენას არა მარტო ტურისტულ-სარეკრეაციო რაიონებისა და ტურისტული ცენტრების ტერიტორიულ ორგანიზაციაზე, ტურისტულ საწარმოთა ეკონომიკურ ეფექტიანობასა და მომსახურების ხარისხზე, არამედ განსაზღვრავენ განთავსების საშუალებების პროექტირებას, ექსპლუატაციასა და სპეციალიზაციას.

ზოგად მოთხოვნებს სასტუმროთა მიმართ განსაზღვრავს კლასიფიკაციის საერთაშორისო ნორმები და პრაქტიკა, ხოლო იმისათვის, რომ პროექტირების, მშენებლობის, რეკონსტრუქციის, მომსახურებისა და ტექნოლოგიის დაგეგმვის პროცესში გათვალისწინებულ იქნას აგრეთვე მათი ფუნქციონალური მოთხოვნები, განვიხილავთ მსოფლიოს სასტუმრო მეურნეობაში განთავსების საწარმოთა ყველაზე გავრცელებულ ტიპებს.

სასტუმრო – განთავსების კოლექტიური საშუალება ერთიანი ხელმძღვანელობით, ნომრების განსაზღვრული რაოდენობით, დაჯგუფებული კატეგორიებად მომსახურების სპექტრის, დონისა და სასტუმროს მოწყობილობის შესაბამისად.

მათ ნაირსახეობას განაპირობებს განლაგების რაიონის ბუნებრივ-კლიმატური პირობები, ტურისტთა განთავსების

ხანგრძლივობა, ობიექტის სპეციალიზაცია და სხვა ფაქტორები.

სასტუმრო მომსახურების თანამედროვე ბაზარს შეუძლია დააკმაყოფილოს ყოველი ტურისტის მოთხოვნა, იგი სთავაზობს მომხმარებელს განთავსების საშუალებათა დიდ მრავალფეროვნებას.

მსოფლიო სასტუმრო ფონდი ორ ძირითად ჯგუფად იყოფა: ხანგრძლივი და დროებითი ბინადრობის სასტუმროები. ქველაზე გაერკველებულია დროებითი ბინადრობის სასტუმროები, რომლებიც შემდეგ ქვეჯგუფებად იყოფა: სატრანზიტო, საქმიანი დანიშნულების, დასასვენებელი (ტურისტული კლასის, საკურორტო და ა.შ.).

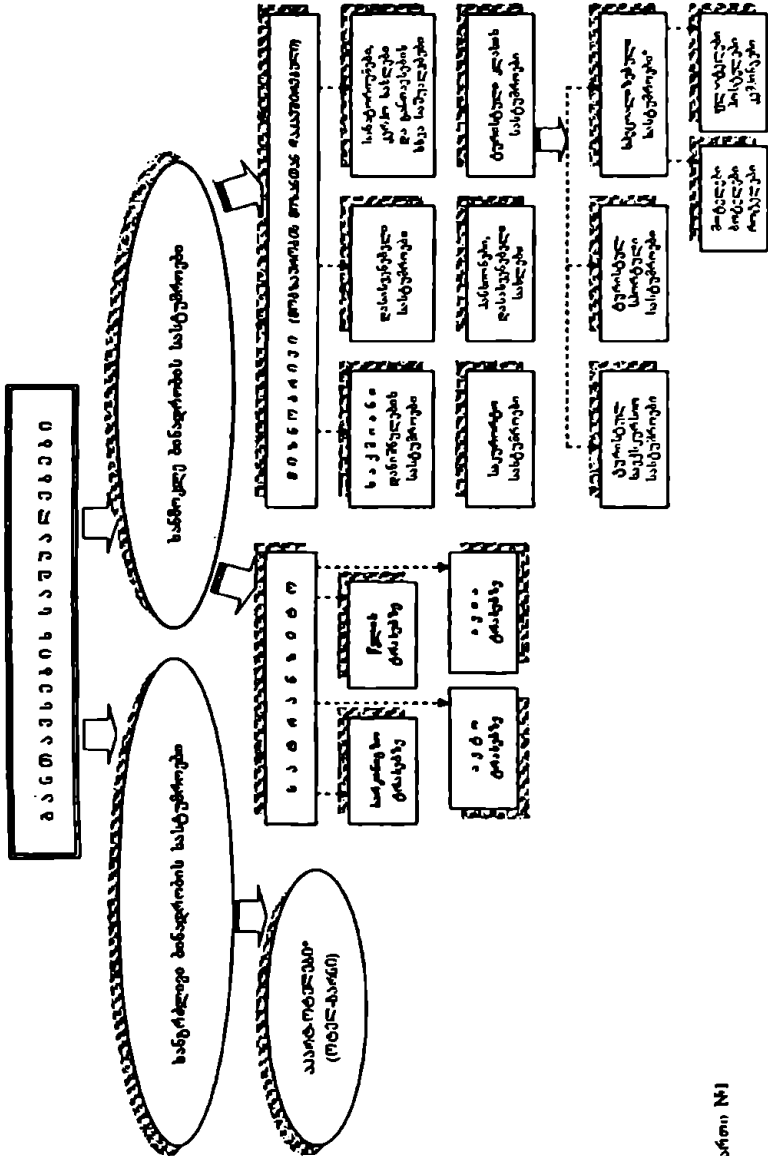
განთავსების საშუალებათა კლასიფიკაცია ფუნქციონალური დანიშნულების მიხედვით №1 სქემაზეა მოცემული.

ვინაიდან სასტუმრო ბიზნესი ძირითადად ბაზრის გარკვეულ სეგმენტებზეა გამიზნული, გამოეყოფთ საქმიანი დანიშნულებისა და დასასვენებელ სასტუმროებს, როგორც საქართველოში ტურიზმის განვითარების პერსპექტივის შესატყვის ტიპს. ისინი განკუთვნილია სრულიად კონკრეტული და სპეციფიკური მოთხოვნების მქონე მობინადრეებისათვის და გარკვეული თავისებურებებით, სტრუქტურით განსხვავდებიან.

საქმიანი დანიშნულების სასტუმროებს ჩვეულებრივ უყენებენ შემდეგ მოთხოვნებს:

- ადგილმდებარეობა ქალაქის ადმინისტრაციული, საზოგადოებრივი ცენტრების მახლობლად;
- სანომრე ფონდში ერთადგილიანი ნომრების ჭარბობა;
- ნომრებში ე.წ. „სამუშაო ზონის“ აუცილებელი ორგანიზაცია;
- კომპიუტერის გამოყენებისა და ამავე დროს უწყვეტი სატელეფონო კავშირის უზრუნველსაყოფად თითოეულ ნომერში ორი სატელეფონო ხაზის არსებობა;
- სამუშაო პირობების შექმნის მიზნით ნომრების მაქსიმალური იზოლაცია ხმაურიანი გარემოსაგან;
- თათბირებისა და მოლაპარაკებების, კონფერენციების,

ქუთაისის მნიშვნელოვანი საზღვარგარეთი ტრანსპორტის
ხაზების რეკონსტრუქციის პროექტის განხორციელების
პროექტი



• იხ. განმარტო N1

სხვადასხვა გამოფენების, ბანკეტების ჩასატარებელი სათავე-სების მოწყობა;

- კომპიუტერული და გასამრავლებელი ტექნიკით, ფაქსი-მილური კაეშირის აპარატურით აღჭურვილი ბიზნეს-ცენტრე-ბის არსებობა.

დასასვენებელ სასტუმროთა მიმართ წაყენებული ფუნქცი-ონალური მოთხოვნები შემდეგი კრიტერიუმებით განსხვავ-დება:

- განთავსება ქალაქის ხმაურიანი ცენტრებისგან მაქსიმა-ლურად დაცილებულ გამწვანებულ მასივებში;

- დასვენებისა და სპორტისათვის განკუთვნილი გამწვანე-ბული ტერიტორიის არსებობა, რომლის ფართიც მსოფლიო პრაქტიკაში ხშირად შეადგენს 150-დან 250 კვადრატულ მეტ-რამდე ერთ საწოლზე;¹

- საოჯახო დასვენების ტენდენციის ზრდის გამო ტურის-ტულ სასტუმროთა სანომრო ფონდში 80-90 პროცენტამდე იზრდება ორადგილიანი ნომრების რიცხვი;²

ნომრების შიდა ორგანიზება განისაზღვრება დასვენების იმ ფორმით, რომელსაც შეესაბამება სასტუმროს ტიპი. მა-გალითად, საკურორტო სასტუმროებისათვის დამახასიათებე-ლია საწოლი ადგილების მოწყობა ან დასვენების ზონის ორგანიზება არა მარტო ნომერში, არამედ გადიდებული ფარ-თის აივნებზეც.

ტურისტულ სასტუმროთა ნომრები ყალიბდება, როგორც სტუმრის მისაღები ადგილი. შინამალური ფართის პირობებ-ში ამისათვის თავისუფლდება სივრცე საწოლი ადგილების ორიარუსიანი განთავსებით, ტრანსფორმირებადი ავეჯის გა-მოყენებით და ა.შ.

დასასვენებელ სასტუმროებში მოთხოვნება საზოგადო-ებრივი სათავეების ორგანიზების მიმართ განისაზღვრება მათი ფუნქციით – ტურისტთა დასვენებისა და გაროლების უსრუენველყოფით. საზოგადოებრივი სათავეების კონკრეტუ-

1 ვ. ა. კვარტალნოვი. ინოსტრანი ტურიზმ, მოსკოვი, 1999, გვ. 41.

2 ვ. ა. კვარტალნოვი. ინოსტრანი ტურიზმ, მოსკოვი, 1999, გვ. 42.

ლი შემადგენლობა და მათი გადაწყვეტა დამოკიდებულია დასვენების იმ ფორმაზე, რომელიც უნდა უზრუნველყოს სასტუმრომ. მაგალითად საკურორტო სასტუმროში აუცილებელია აუზი პროფილაქტიკური მკურნალობისა და გამაჯანსაღებელი ცურვისათვის, ხოლო საოჯახო დასვენებისთვის საჭიროა ბავშვთა საცურაო აუზი და პატარებისათვის საჭყუმპალაო.

საოვგადოებრივი სათავსების სპექტრის გაფართოებაზე ნებისმიერი ტიპის სასტუმროში გავლენას ახდენს მომსახურების დონე, სასტუმროს კატეგორია. უმაღლესი კატეგორიის სასტუმროები, როგორც წესი, გამოირჩევიან განთავსების საწარმოთა რამდენიმე სხვადასხვა ტიპის მახასიათებლებით.

ჩვენი ქვეყნისთვის განსაკუთრებულ ინტერესს წარმოადგენს საკურორტო სასტუმრო. იგი ხშირად განლაგებულია ქალაქიდან მოშორებით, ბუნებრივი ან ადამიანის მიერ შექმნილი რესურსების – წყალსაცავის, ტბის, ზღვის, ოკეანის, მთის, მინერალური ან სხვა სამკურნალო წყლების მახლობლად. ამ ტიპის სასტუმრო გამოირჩევა მომსახურების უფრო ფართო სპექტრით, ვიდრე ქალაქის სხვა სასტუმროები და საშუალოზე მაღალი ფასებით, სპორტულ ნაგებობათა მრავალფეროვნებით, ძვირფასი რესტორნებითა და საბანკეტო დარბაზებით, სპეციალური სათავსებით საქმიანი შეხვედრებისათვის. საკურორტო სასტუმრო სხვადასხვა კატეგორიის ტურისტებისათვისაა განკუთვნილი.

ისეთი მდიდარი ბუნებრივი საკურორტო რესურსის მქონე ქვეყნისთვის, როგორიცაა საქართველო, არანაკლებ ინტერესს წარმოადგენს ე.წ. კონდოტელი – კონდომინიუმის ტიპის სასტუმრო (კონდომინიუმში ლათინური სიტყვაა და უძრავი ქონების ერთობლივ ფლობას ნიშნავს ტურისტულ ბიზნესში). ასეთ სასტუმროებში საბინაო ტიპის ნომრებია. ცალკეული ბინები შესყიდული აქვთ ინდივიდუალურ მფლობელებს, მაგრამ მთლიანი საკუთრება გამოყენებულია მმართველი კომპანიის მიერ. ეს გულისხმობს საკუთრების ორ ფორმას: პირველი – როდესაც გაყიდული ბინის მფლობელებს აქვთ ბინადრობის უფლება მთელი წლის განმავლობა-

ში და მეორე – ფართოდ გავრცელებული, როდესაც რამდენიმე მესაკუთრეს შეძენილი აქვს ერთი ბინა, მაგრამ შეუძლიათ მისი გამოყენება გადახდილი თანხის პროპორციულად, მხოლოდ წლის სხვადასხვა განსაზღვრულ პერიოდებში (ე.წ. თაიმშერი «time shares»).

თაიმშერის კონცეფციაა უძრავი ქონების შესყიდვიდან დასვენების ხანგრძლივადიანი უფლების შესყიდვაზე გადასვლა, რომლის ფასი, როგორც წესი, დამოკიდებულია სეზონზე.

უმაღლესი კლასის კურორტებზე უძრავი ქონების ერთობლივი ფლობის უზრუნველსაყოფად ჯერ კიდევ 1974 წელს შეიქმნა გლობალური სისტემა RCI – Resort Condominiums International. ამ სისტემაში შედის მსოფლიოს 174 ქვეყნის კურორტებზე განლაგებული 3100-ზე მეტი კომპლექსი. თაიმშერის მფლობელია ორ მილიონზე მეტი ოჯახი, თითოეულ მათგანს აქვს დასვენების ადგილის არჩევის 3100 ვარიანტი.¹ ტურისტული ბაზრის ეს სეგმენტი RCI-ს გარდა ათვისებული აქვთ ტურიზმის ინდუსტრიის ისეთ მსოფლიო ლიდერებს, როგორებიცაა „ჰილტონი“, „მარიოტი“, „დისნეი“, „შერატონი“, „ჰოლიდეი ინი“ და სხვა.

საერთაშორისო ტურიზმის განვითარებისთვის განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვთ ე.წ. ტურისტულ ან ტურისტული კლასის სასტუმროებს. სხვადასხვა ქვეყანაში იყენებენ ან პირველ, ან მეორე სახელწოდებას, მაგრამ ამით არსი არ იცვლება. ტურისტული კლასის სასტუმრო განკუთვნილია ტურისტებისთვის მარშრუტის პროგრამასთან შესაბამისი კომპლექსური მომსახურების გასაწევად (განთავსება, ბინადრობა, საყოფაცხოვრებო და საინფორმაციო მომსახურება, აქტიური დასვენება და სხვა).

ტურისტული კლასის სასტუმრო შესაძლოა შედიოდეს ტურისტული კომპლექსის შემადგენლობაში, ან იყოს დამოუკიდებელი. მათი დანიშნულებაა ყველა სოციალური ჯგუფის ტურისტების მიღება სხვადასხვა მარშრუტიდან.

¹ ი. ვ. ზორინი, ვ. ა. კვარტალნოვი. ტურიზმის ენციკლოპედია. მოსკოვი, 2000, გვ. 100.

დანიშნულები მიხედვით, ტურიზმის სახეობების თავისებურებებითა და ზოგიერთი სხვა ფაქტორებით განასხვავებენ განთავსების საშუალებათა ისეთ სახეობებს, როგორებიცაა: მოტელი, კემპინგი, როტელი, ფლოტელი, ბოტელი, ტურისტული ბაზა, ტურისტული თავშესაფარი¹.

განთავსების არა მარტო ძირითადი, არამედ დამხმარე ობიექტები (პანსიონი, სასტუმრო სახლი და სხვა) ძალზე პერსპექტულია საქართველოში საკურორტო ტურიზმის განვითარებისათვის განსაკუთრებით გარდამავალი პერიოდის სოციალურ-ეკონომიკური პრობლემების გათვალისწინებით.

ამ მხრივ ჩვენთვის გასათვალისწინებელია ისეთი ტურისტული ქვეყნების გამოცდილება, როგორებიცაა იტალია და შვეიცარია, სადაც ადგილების რაოდენობა განთავსების დამხმარე ობიექტებში აღემატება მათ რიცხვს ძირითად ობიექტებში. საფრანგეთში კი ეს თანაფარდობა თითქმის ათჯერ მეტია. ამ და სხვა განვითარებულ ტურისტულ ქვეყნებში ადგილების რაოდენობის შეფარდება ტურისტთა განთავსების ძირითად (სასტუმროები, მოტელები) და დამატებით ობიექტებში (ტურბაზები, კემპინგები, საოჯახო სარეკრეაციო ცენტრები, გასაქირავებელი აგარაკები, სოფლის სასტუმრო სახლები, ფერმები და სხვა) მოცემულია №2 დანართში.

№1 დანართში მოყვანილია ტურისტთა განთავსების ობიექტების ტიპოლოგია. მოცემული კრიტერიუმების გათვალისწინება საქართველოს სასტუმრო პროდუქტის პროექტირების პროცესში უთუოდ ხელს შეუწყობს ტურიზმის მატერიალური ბაზის სტრუქტურის ჩამოყალიბებასა და სრულყოფას ჩვენი ქვეყნის სხვადასხვა რაიონების ბუნებრივი პირობების, ტრადიციული და პერსპექტული ტურისტული მარშრუტებისა და სხვა ფაქტორების ოპტიმალურ გამოყენებას. ამასთან ტიპოლოგია უნდა განვიხილოთ, როგორც ხარისხის ფაქტორი, რომელსაც შეუძლია მოახდინოს გავლენა სასტუმრო მომსახურების პროგრამაზე. ამას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება, ვინაიდან ტურიზმის განვითარების ინტენსიფიკაცია

1 დანართი №1

უკავშირდება ტურისტთა სხვადასხვა ჯგუფების დიფერენცირებული პროგრამული მომსახურების დაწესებას.

№3 დანართში მოყვანილია ტურისტთა განთავსების საშუალებების ტიპები გავრცელებული ევროპასა და ამერიკაში, მათი ძირითადი მახასიათებლები, რასაც ჩვენთვის არსებითი მნიშვნელობა აქვს, ვინაიდან იგი უკავშირდება ინვესტიციების ათვისების პრობლემას საქართველოს სასტუმრო ბიზნესში (ამ საკითხს უფრო ვრცლად ქვემოთ განვიხილავთ). აღნიშნული კრიტერიუმების გამოყენება საქართველოს პირობებში მოგვცემს სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ოპტიმიზაციის რეალურ შესაძლებლობას. ამ მიზანს ემსახურება აგრეთვე №2 ცხრილში მოყვანილი სასტუმროთა დიფერენციაციის ძირითადი საერთაშორისო კრიტერიუმები.

ხარისხის პრობლემა, უპირველეს ყოვლისა, მოიცავს სასტუმრო პროდუქტის ფორმირების პროცესს, რომელიც შემდეგ ფაზებად შეიძლება დაიყოს: პირველი – ტურისტული ბაზრის განსაზღვრული სეგმენტების კვლევის შედეგად განთავსების ობიექტის კონცეფციისა და მხოლოდ ამის შემდგომ შესაბამისი სამშენებლო პროექტის დამუშავება, მეორე – სასტუმრო მომსახურების დაგეგმვა მისი ოპტიმალური ხარისხის გათვალისწინებით, მესამე – სასტუმრო მომსახურების პირობებისა და პროგრამის შესატყვისი მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის შექმნა.

მეოთხე – მომსახურების პროცესების ორგანიზაციულ-ტექნიკური და ტექნოლოგიური მომზადება;

მეხუთე – მომსახურების წარმოება-მოხმარება.

პირველი ფაზა – ტურისტული ბაზრის შერჩეული სეგმენტის (სეგმენტების) კვლევის შედეგად განთავსების ობიექტის კონცეფციისა და შესაბამისი სამშენებლო პროექტის დამუშავება. ამ ეტაპზე ეყრება საფუძველი უმნიშვნელოვანეს ეკონომიკურ და მმართველობით კატეგორიას – სტრატეგიულ დაგეგმვას, რომლის საშუალებითაც შესაძლებელია ბაზრის მოთხოვნის მიზანწრაფული გამოყენება სრულფასოვანი სასტუმრო პროდუქტის – მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის შექმნის მიზნით.

შესაძლებელია დასრულებული (ბოლოში) მისაღებად	კატეგორიის სახელი	სახლი	სახლი	სახლი	სახლი	სახლი	სახლი
1	2	3	4	5	6	7	8
<p>ბაზილიკის სასახლე</p> <p>ა) სასახლე</p> <p>1.Hotel</p> <p>2.Hotel Casino</p> <p>3.Congress Hotel</p> <p>4.Transit Hotel</p> <p>5.Resort</p> <p>6.Spa / Health Center</p> <p>7.Suites</p> <p>8.Extended Stay</p> <p>9.Bed & Breakfast</p> <p>10.Guest House</p> <p>11.Motel</p> <p>ა) სასახლე</p> <p>1.Camping</p> <p>2.Wildlife Lodge</p> <p>3.Boat / Ship</p>	<p>1.City</p> <p>2.Suburbs</p> <p>3.Countryside</p> <p>4.Near Ocean</p> <p>5.Lake</p> <p>6.On the Beach</p> <p>7.Mountain</p> <p>8.National Park</p> <p>9.Golf</p> <p>10.Airport</p> <p>11.Railway Station</p>	<p>1.Business</p> <p>2.Romantic</p> <p>3.Singles</p> <p>4.Family</p> <p>5.Relaxation</p> <p>6.Convention</p> <p>7.Residential</p> <p>8.Summer Sports</p> <p>9.Winter Sports</p> <p>10.Safari</p> <p>11.Beach</p> <p>12.Honeymoon</p> <p>13.Ilightec (high technology)</p>	<p>1.Budget class</p> <p>2.Economical class</p> <p>3.Middle class</p> <p>4.First class</p> <p>5.Fashionable class</p>	<p>1.Budget – 1 star</p> <p>2.Tourist – 2 stars</p> <p>3.Middle – 3 stars</p> <p>4.First – 4 stars</p> <p>5.Superior – 5 stars</p>	<p>მომსახურების კატეგორიები</p> <p>1.Bed & Breakfast</p> <p>2.Half Board</p> <p>3.Full Board</p> <p>გამსახურების კატეგორიები</p> <p>1.Timeshare</p> <p>2.Condominium</p>	<p>1. Small</p> <p>2. Middle</p> <p>3. Large</p> <p>4. Giant</p>	

• საკატეგორიული (მომსახურების) კრიტერიუმები ჩამოთვლილია დასახლებული სახლების მიხედვით

** ბრიტანეთის ტურისტული სააგენტოს ასოციაციის - (BTA) British Travel Authority-ის კლასიფიკაცია (ყველაზე უფრო სწორად მიიჩნევა)

*** მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის მიერ შემოთავაზებული და მსგავსი კატეგორიების მიხედვით კლასიფიკაცია (იხ. ცხრილი №3)

ამ ეტაპზე ხდება განთავსების საწარმოთა სტრუქტურისა და მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის ყველა ელემენტის დაგეგმვა და ფორმირება: საცხოვრებელი და საზოგადოებრივი, სამსახურებრივი და დამხმარე სათავსების, გამაჯანსაღებელი, სპორტული და გასართობი კომპლექსების, მომსახურების მთელი ინფრასტრუქტურის ჩათვლით.

მეორე ფაზა – სასტუმრო მომსახურების დაგეგმვა მისი ოპტიმალური ხარისხისა და სტანდარტების გათვალისწინებით, რაც იძლევა ისეთი სასტუმრო პროდუქტის შექმნის საშუალებას, რომელიც მომხმარებელის მოთხოვნათა ადეკვატურია. სწორედ ამიტომ განთავსების საშუალებათა კლასიფიკაცია წარმოებს ნომრებისა და სათავსების ფართისა და კომფორტულობის, სასტუმროს მოწყობილობის, მომსახურების დონისა და სპექტრის მიხედვით.

სასტუმროთა კლასიფიკაციის ზოგადი პრინციპები, საერთაშორისო პრაქტიკა და ახალი ტენდენციები

. კლასიფიკაცია მოიცავს სასტუმრო მომსახურებას, როგორც პროდუქტს, ასევე მის შემადგენელ ნაწილებს: ძირითად ან, როგორც მას უწოდებენ, ტრადიციულს (ნომრები და კვება), თანმხლებს ან ხელისშემწყობს (რომელიც აუმჯობესებს ძირითადი პროდუქტის თვისებებს), დამატებითს ან დამხმარეს (რომელიც შემატებს ძირითად პროდუქტს დამატებით სარგებლობას), ახალსა და საბოლოო – ე.წ. „გაფართოებულ პროდუქტს“¹. ეს უკანასკნელი მოიცავს სასტუმროს საერთო ატმოსფეროს, რომელშიც ხდება პროდუქტის როგორც წარმოება, ასევე რეალიზაციაც. ამგვარად კლასიფიკაციას ექვემდებარება გაფართოებული პროდუქტი ანუ არა მარტო ის, რასაც სთავაზობენ, არამედ ისიც, თუ როგორ სთავაზობენ მომხმარებელს.

კლასიფიკაციის მიზანია კონკრეტული სასტუმროს შესაბამისობის დადგენა მომსახურების სტანდარტებისადმი, რის შედეგადაც მათი კატეგორიები აღინიშნება ვარსკვლავებით ან გვირგვინებით, თანრიგებით, ალფაბეტის პირველი ასოებით, კატეგორიებით და ა.შ.

სასტუმროთა კლასიფიკაციის ერთიანი საერთაშორისო სისტემა არ არსებობს, მიუხედავად იმისა, რომ მისი შექმნის არა ერთი მცდელობა იყო. არის მაგალითად, სასტუმროთა საერთაშორისო ასოციაციის კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვით ხდება სხვადასხვა ქვეყნის სასტუმროების შერჩევითი შეფასება².

მსოფლიოს მრავალ სახელმწიფოში მიღებულია სასტუმროთა კლასიფიკაციის განსხვავებული სისტემა, რაც გამოწვეულია სხვადასხვა კლიმატური პირობებით, სახელმწი-

1 ფ. კოტლერი და სხვები. მარკეტინგ გოსტეპრიიმსტვო ტურიზმ. მოსკოვი, 1998, გვ. 293.

2 ვ. ა. კვარტალნოვი. ინოსტრანი ტურიზმ. მოსკოვი, 1999, გვ. 50.

ფოთა საზოგადოებრივი, კულტურული და ისტორიული განვითარების განსხვავებული დონით, ეროვნული თავისებურებებით, მომსახურების ხარისხის შეფასების განსხვავებული კრიტერიუმებით. ამიტომ ამჟამად სასტუმროთა კლასიფიკაციის 30-ზე მეტი სისტემა არსებობს¹.

ამერიკის შეერთებულ შტატებში არ არის მიღებული კლასიფიკაციის ერთიანი სახელმწიფო სისტემა. სხვადასხვა შტატს საკუთარი სისტემები გააჩნია: ფლორიდაში კატეგორიებს აღნიშნავენ თანრიგებით, კალიფორნიაში – ვარსკვლავებით, ლას-ვეგასში, სადაც უმაღლესი კლასის მრავალი სასტუმროა, საერთოდ არ არის კლასიფიკაციის ერთიანი სისტემა.

დიდ ბრიტანეთში სასტუმროთა კატეგორიის შესაბამისობის გრაფიკული ნიშნებია „ვარსკვლავები“, „გვირგვინები“, „გასაღებები“. ინგლისის სასტუმროთა კლასიფიკაცია საკმაოდ რთულია. ტურისტული კატალოგები ზოგჯერ მიმართავენ ტრადიციულ ვარსკვლავიან სისტემას, სასტუმროთა ფასადზე კი გვირგვინებია გამოსახული.

ბრიტანეთის ტურისტულ სააგენტოთა ასოციაცია იყენებს კლასიფიკაციის ხუთვარსკვლავიან სისტემას.

საბერძნეთში შემდეგი კლასიფიკაციაა მიღებული: A, B, C (ან ალფა, ბეტა, გამა), რაც პირობითად შემდეგ კატეგორიებთანაა გათანაბრებული: „A“ (ან ალფა) – ოთხვარსკვლავიანი, „B“ (ან ბეტა) – სამვარსკვლავიანი, „ჩ“ (ან გამა) – ორვარსკვლავიანი. უმაღლესი კლასის სასტუმროს ხშირად ანიჭებენ ე.წ. „დე ლუქს“ კატეგორიას. მიუხედავად ამ კლასიფიკაციისა, საბერძნეთში ტურისტთა განთავსების ერთნაირი კატეგორიის საშუალებები მნიშვნელოვნად განსხვავდებიან.

ისრაელმა უკვე რამდენიმე წელია, რაც გააუქმა „ვარსკვლავებიანი“ კლასიფიკაცია და შემოიღო სასტუმროთა დიფერენციაციის სამი კატეგორია. მიუხედავად ამისა, ტურისტუ-

3 ტურიზმ ი გოსტინიჩნოე სოზიანსტო. ა. დ. ჩუღნოვსკის რედაქტორობით. მოსკოვი, 2000, გვ. 229.

ლი ფირმები აგრძელებენ ქვეყნის სასტუმროთა რეკლამირებას ვარსკვლავიანი კატეგორიებით, ვინაიდან მიიჩნევენ, რომ ეს უფრო მოხერხებულია კლიენტებისათვის.

იტალიის სასტუმროთა ფასადზე გვხვდება ნაცნობი ვარსკვლავები, მაგრამ „ვარსკვლავთა“ ოფიციალური სკალა ქვეყანაში მიღებული არ არის. აქ არსებული ნორმების მიხედვით სასტუმროები იყოფა სამ კატეგორიად. პირველი პირობითად შეესაბამება ოთხ, მეორე – სამ, ხოლო მესამე კატეგორია – ორვარსკვლავიანი სასტუმროს დონეს. გარდა ამისა, თითოეულ კატეგორიას საკუთარი გრადაცია გააჩნია.

შვეიცარიის სასტუმროთა ასოციაციის მიერ მიღებულია შემდეგი კლასიფიკაცია:

ხუთვარსკვლავიანი – მდიდრული სასტუმრო;

ოთხვარსკვლავიანი – პირველი კლასის სასტუმრო;

სამვარსკვლავიანი – საშუალო კლასის კარგი სასტუმრო.

საკლასიფიკაციო მოთხოვნები მნიშვნელოვანწილად განაპირობებენ სასტუმრო მომსახურების ხარისხის გარანტიას და ამიტომ მსოფლიოში მოქმედი სხვადასხვა ეროვნული საკლასიფიკაციო სისტემა ორ ძირითად ჯგუფად იყოფა:

- განვითარებული ქვეყნების უმრავლესობაში გაეროცემული „ვარსკვლავთა“ ანუ „ევროპული“ სისტემა, რომელსაც საფუძვლად უძევს კლასიფიკაციის ფრანგული

ეროვნული სისტემა, სადაც სასტუმროთა თანრიგი აღინიშნება ვარსკვლავთა გარკვეული რაოდენობით (1-დან 5-მდე).

სასტუმრო ექვემდებარება „ვარსკვლავთა“ (ევროპული) სისტემით შეფასებას შემდეგი ძირითადი კრიტერიუმებით:

სანომრე ფონდის მახასიათებლები (ნომრების მინიმალური რაოდენობა; მათი ფართი; ერთადგილიანი, ორადგილიანი ნომრების ხვედრითი წონა; მათი კომფორტულობა; მაღალი კლასის, მათ შორის მრავალთაბიანი ნომრების – სიუტების ხვედრითი წონა; მომსახურების დონე და სპექტრი; სასტუმროს აღჭურვილობა; საინფორმაციო-საკომუნიკაციო უზრუნველყოფა; ლიფტები, მათი რაოდენობა და ზოგიერთი მახასიათებელი).

საზოგადოებრივი სათავსების მახასიათებლები (კონსო-კონცერტო და საკონფერენციო დარბაზების (უმადლესი კატეგორიის სასტუმროებში) რაოდენობა და აღჭურვილობა; რესტორნების, ბარების, კეების სხვა ობიექტების ტეკადობა, აღჭურვილობა და მომსახურების დონე; ვაჭრობისა და საყოფაცხოვრებო მომსახურების, დამატებითი მომსახურების სხვა სახეობების შესაძლებლობის უზრუნველყოფა; შენობისა და მისასვლელი გზების მდგომარეობა; სასტუმროს მიმდებარე ტერიტორიის კეთილმოწყობა; მომსახურე პერსონალის კვალიფიკაცია და პროფესიული იერი.

სასტუმროთა კლასიფიკაციის ზოგადი პრინციპი მოცემულია №3 ცხრილში

ცხრილი №3

№	მომსახურების კონსტრუქცია	შეფასების სისტემა „მასის მასობა“ „დაბნობის მასობა“
1.	AO Accomodation only (მხოლოდ განთავსება)	☆
2.	BB Bed and breakfast (განთავსება და ერთჯერადი კვება - საუზმე)	☆☆
3.	LS Limited service (მომსახურების შეზღუდული სექტორი)	☆☆☆
4.	FS Full service (მომსახურების სრული სექტორი)	☆☆☆☆ ☆☆☆☆☆

ბოლო პერიოდში ტურიზმის განვითარებისათვის გადადგმული პრაქტიკული ნაბიჯები და უახლოესი პერსპექტივები მოითხოვენ ჩვენი ქვეყნის ტურისტული პროდუქტის ხარისხის მკვეთრ გაუმჯობესებას, რაც შეუძლებელია სასტუმრო მომსახურების ხარისხის შეფასების კონცეფციისა და სისტემის შეცვლის გარეშე.

გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის პირობებში, როდესაც საქართველოს სასტუმრო მეურნეობა სტიქიურად ყალიბდებოდა, ხოლო ქვეყანა დეპრესიული ტურიზმის რეგიონებს მიეკუთვნებოდა, მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის საშუალებად მიჩნეული იყო სტანდარტიზაციის საბჭოური მოდელი – სახელმწიფოს მიერ მკაცრად განსაზღვრული მოთხოვნები დაწესებული ნორმატიული დოკუმენტების (ე.წ. გოსტების) მეშვეობით.

საქართველოში სასტუმრო მომსახურების ხარისხის საეკონომიკურ შეფასების საშუალებას წარმოადგენდა სახელმწიფო სტანდარტი სსტ 12-96 „ტურისტულ-საექსკურსიო მომსახურება. სასტუმროთა კლასიფიკაცია“. იგი ძალაში შევიდა 1997 წელს, მაგრამ, მიუხედავად ამისა, უცნობია არა მარტო დარგში დასაქმებულთა ფართო წრისათვის, არამედ სპეციალისტებისთვისაც. სასტუმრო ბიზნესის წარმომადგენელთა შორის არ არსებობდა ნდობა ამ სტანდარტის მიმართ, ისინი არ იყვნენ დარწმუნებულნი იმ ორგანოების კომპეტენტურობაში, რომლებაც ატარებდნენ სასტუმრო მომსახურების სერტიფიკაციას. აღნიშნული სტანდარტი მოქველებული იყო და ვეღარ ასრულებდა კონკურენტუნარიანობის სტიმულატორის როლს.

საქართველოს სტანდარტიზაციის ეროვნული სისტემის რეფორმირებისა და ტურიზმის განვითარების რეალური საფუძვლების პირობებში აუცილებლად მივიჩნიეთ პოზიტიური საერთაშორისო გამოცდილების გამოყენება.

ევროპასა და ამერიკის შეერთებულ შტატებში ხარისხის დარგში საერთაშორისო და ეროვნული პრემიების მინიჭების პროცესშიც კი ხშირად გამოიყენება თვითშეფასების მეთოდი, რომელიც სრულიად ობიექტურ მონაცემებს იძლევა. მაგალითად, შვედეთში კონკურსში ხარისხის დარგში ეროვნული პრემიის მოსაპოვებლად ყოველწლიურად 30-მდე ორგანიზაცია მონაწილეობს. თვითშეფასების რეკომენდაციების ბროშურების ტირაჟი თითქმის 20 ათას ეგზემპლარს შეადგენს.

ამერიკის შეერთებულ შტატებში განაცხადს მაღაქონი ბოლბრიჯის პრემიის მოსაპოვებლად (აშშ-ს ეროვნული

პრემია ხარისხის დარგში) კონკურსში მონაწილეობაზე 100-მდე კომპანია წარადგენს. აღსანიშნავია, რომ ქვეყანაში ყოველწლიურად თვითშეფასების ჩატარების 200 ათას ეგზემპლარზე მეტი ბროშურა-სახელმძღვანელო იყიდება.

ხარისხის მართვის ევროპული ფონდი (EFQM), მის მიერ შემუშავებულ თვითშეფასების სახელმძღვანელოში განსაზღვრავს აღნიშნულ პროცესს, როგორც შედეგების ყოვლისმომცველ, სისტემატურ, რეგულარულ ანალიზსა და თავად ორგანიზაციების საქმიანობას მათი სრულყოფის მოდელთან შეფარდებით.

როგორი უნდა იყოს სასტუმრო – მრავალი პრობლემა და ... უფრო მეტი წერილმანი

დიდი შეცდომაა – გამოიტანო დასკვნა
შესაბამისი ინფორმაციის გარეშე.
არტურ კონან დოილი

სასტუმრო მომსახურების პროცესში არსებული მრავალი პრობლემის გათვალისწინებით კერძო სასტუმროთა მფლობელების, მენეჯერების, დარგში დასაქმებულთა და სასტუმრო ბიზნესით დაინტერესებულთა დასახმარებლად ჩვენს მიერ შემოთავაზებულია სასტუმრო მომსახურების თვითშეფასების მეთოდი.

შესაბამისი მოთხოვნების შემუშავებისას გამოყენებულია: საერთაშორისო ნორმები და პრაქტიკა; მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის რეკომენდაციები; ამერიკის შეერთებულ შტატებში, დიდ ბრიტანეთში, საფრანგეთში, იტალიასა და სოციალურ სხვა ქვეყანაში, ტრანსნაციონალურ კორპორაციებში მიღებული სასტუმრო მომსახურების შეფასების კრიტერიუმები; ჩვენს ქვეყანაში განხორციელებული კვლევის შედეგები სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის დარგში, კერძოდ, ხარისხის შეფასების კელიმეტრული¹ პარამეტრები, პერსონალის პროფესიონალიზმის ობიექტური შეფასების მეთოდი.

აღნიშნული მეთოდის უდავო უპირატესობებია:

1. სასტუმროს საქმიანობის სრულყოფის სისტემური ხედვის ჩამოყალიბება, რაც განაპირობებს სისტემურ მიდგომას მომსახურების ხარისხის საკითხებისადმი;
2. როგორც ობიექტურ ფაქტებზე, ასევე სასტუმროს ხელმძღვანელობის პირად აღქმაზე დაფუძნებული დასკვნებისა

1 ხარისხის რაოდენობრივი შეფასების მეთოდები

და შეფასებების გაკეთება;

3. მთლიანობაში სასტუმროს, თითოეული მისი ქვედანაყოფისა და მუშაკის საქმიანობის ანალიზი;

4. მომსახურების სისტემის ანალიზის შედეგად ისეთი კონკრეტული პროცესების, ტექნოლოგიებისა და უბნების გამოვლენა, სადაც შესაძლებელია გაუმჯობესება;

5. სხვადასხვა ინიციატივების, ხარისხის გაუმჯობესების მეთოდების დანერგვა პერსონალის ყოველდღიურ საქმიანობაში;

6. უკანასკნელი თვითშეფასების შემდგომ პერიოდში სასტუმროს საქმიანობაში მომხდარი ცვლილებების გაანალიზების შესაძლებლობა;

7. სასტუმროს საუკეთესო ქვედანაყოფების ან სხვა სასტუმროების მოწინავე გამოცდილების გავრცელების შესაძლებლობა;

8. სასტუმროს ქვედანაყოფებისა და მუშაკების მიღწევების აღიარებისა და სტიმულირების შესაძლებლობა;

9. როგორც კონკრეტულ სასტუმროში, ასევე ტურისტთა განთავსების სხვა საწარმოებში მიღწეული საუკეთესო შედეგების შედარებითი ანალიზის შესაძლებლობა;

10. თვითშეფასების საერთო შედეგების ანალიზის გამოყენება დარგში ხარისხის პოლიტიკის შემუშავებისა და მისი რეალიზაციის უზრუნველყოფისათვის.

თვითშეფასების ტესტში გამოყენებული კრიტერიუმები და პარამეტრები ადაპტირებულია საქართველოს პირობებთან, რაც მომსახურების დონის შეფასებისას იძლევა მაქსიმალურად ობიექტური სურათის მიღების შესაძლებლობას.

მოხერხებულობისათვის უშუალოდ ყოველი კარის შემდეგ მოცემულია არა მარტო შესაბამისი ტერმინების, არამედ ძირითადი ტექნოლოგიური პროცესების, მოწყობილობებისა და დანადგარების, გამოყენებული კრიტერიუმებისა და პა-

რამეტრების განმარტებები, რაც ვფიქრობ, ხელს შეუწყობს დარგის როგორც დღევანდელ, ასევე მომავალ სპეციალისტებს – სტუდენტებს.

ტესტი შემდეგი ძირითადი ნაწილებისაგან შედგება: სასტუმროს შენობა და მასთან მიმდებარე ტერიტორია; სასტუმროს ტექნიკური აღჭურვილობა; სანომრე ფონდი; ნომრების მოწყობილობა და ატრიბუტები; ნომრების სანკვანძების მოწყობა და სანიტარულ-ჰიგიენური საშუალებები; საზოგადოებრივი სათაესები; კვების ობიექტები და კვების მომსახურება; სასტუმროს მართვის, ანგარიშსწორებისა და აღრიცხვიანობის სისტემები; დამატებითი მომსახურება; აქრ-სონალი.

ობიექტების ტიპოლოგიის განსაზღვრისათვის მარკეტინგულ კვლევებში იყენებენ ე.წ. კლასტერული ანალიზის მეთოდს. შემოთავაზებულ ტესტში ხუთივე კატეგორიის სასტუმრო დამახასიათებელი ნიშან-თვისებების მიხედვით სამ ჯგუფად – კლასტრებადაა დაყოფილი, ვინაიდან ორი მათგანი შედარებით პომოგენურია, სხვაობა ობიექტებს შორის, რომლებიც აღნიშნულ კლასტერებს შეადგენენ (ერთ და ორვარსკვლავიანი, ოთხ და ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროები) ბევრად უფრო მცირეა, ვიდრე თვით კლასტერებს შორის.

ტესტი წარმოადგენს თვითდიაგნოსტიკის მეთოდს, რომელიც გამოიყენება სასტუმროს მდგომარეობის, მომსახურების დონის ობიექტური აღწერისათვის. მეთოდი აპრობირებულია საქართველოს რამდენიმე სასტუმროში, მათ შორის ტრანსნაციონალური კორპორაციების სასტუმროებშიც.

მაშ ასე, შეგიძლიათ წარმოადგინოთ ტესტის მიხედვით გაანალიზოთ და თავად შეაფასოთ, თუ რამდენად შეესაბამება თქვენი სასტუმრო მსოფლიოში მიღებულ ნორმებსა და მოთხოვნებს, რა არის საჭირო იმისათვის, რომ მიაღწიოთ თანამედროვე სასტუმრო ინდუსტრიის სტანდარტებს.

სასტუმროს განათმობის ნორმები და კრიტერიუმები	სასტუმრო ქანობა	სწრაფი ქანობა	შედეგი და შედეგის ქანობა
1	2	3	4
I სასტუმროს უზრუნველყოფის და მომსახურების დამოცობის			
• მოსახერხებელი მისასვლელი გზები აუცილებელია საგზაო ნიშნებით	X	X	X
• კეთილმოწყობილი და განათებული მიმდებარე ტერიტორია	X	X	X
• ცენტრალურ შესასვლელთან ავტომანქანების (მათ შორის ავტობუსების) მცირე ხნით გაჩერებისა და მანევრირების შესაძლებლობა		X	X
• სასტუმროს სახელწოდების აბრა	X	X	X
• შესასვლელი სტუმრებისათვის განკარგებული სამსახურებრივი შესასვლელისაგან		X	X
• ავტობატური გასასვლელი ცენტრალური კარები		X	X
• ატმოსფერული ნაღვლებისგან დაცვაში საფარი ცენტრალურ შესასვლელთან (გადახურული მისასვლელი ავტომანქანისთან)		X	X
• სითბურ-საძაწო საფარი (თბილისში ჰერმეტიკული ნაკადი):			
ა) სასტუმროს შესასვლელში		X	X
ბ) რესტორნის შესასვლელში (ქუჩიდან)			X
• შენობის სააუარი გამოსასვლელი, კიბეები, შესამჩნევი საინფორმაციო ნიშნები ჩვეულებრივ და განსაკუთრებულ სიტუაციებში ორიენტაციისათვის (იხ. გვ.)	X	X	X
• ხანძარსაწინააღმდეგო დაცვისა და ინფორმაციის სისტემა	X	X	X
• ნომრების ბუნებრივი განათება არანაკლებ ერთი უანჯრისა	X	X	X
• დაცული ავტოსადგომი (ადგილების რაოდენობა):			
ა) სასტუმროს ნომრების რაოდენობის 10%	X		
ბ) სასტუმროს ნომრების რაოდენობის 20%		X	
გ) სასტუმროს ნომრების რაოდენობის 30%			X
• გარე (ადგილების რაოდენობა):			
ა) სასტუმროს ნომრების რაოდენობის 20%		X	
ბ) სასტუმროს ნომრების რაოდენობის 30%			X

სააზარო ბასასვლელები და კიბეები უნდა ქქონდეს თითოეულ სასტუმროს, იმავე შენობაში განლაგებულ სასო-გადობრივი კეების საწარმოებს კი - ცალკე შესასვლელ-გასასვლელები.

ადამიანებისა და მატერიალური ფასეულობების ევაკუაციის წესი შენობიდან გასასვლელების ზომაზე და ევაკუაციის გზების რაოდენობაზეა დამოკიდებული.

კიბის ბაქნის სიგანე უნდა იყოს არანაკლებ კიბის მარშისა, ლიფტში შესასვლელთან კი - არანაკლებ 1,6 მეტრისა. ევაკუაციის მიმართულებით განლაგებული კიბის მარშების, კარებისა და გასასვლელების სიგანე შემდეგნაირად განისაზღვრება: ორსართულიანი შენობებისათვის - კიბის მარშის, კარების, გასასვლელის 1 მეტრი სიგანე 125 ადამიანზე; სამსართულიანი შენობებისათვის - 100-ზე; სამზე მეტ სართულიანისათვის - 80 ადამიანზე. მრავალსართულიან შენობებში ეს პარამეტრი განისაზღვრება იმ ადამიანების რაოდენობით, რომლებიც განთავსებული არიან შენობის ყველაზე დასახლებულ სართულზე.

სასტუმროს გარეთა სახანძრო კიბეებზე, რომლებიც ადამიანების ევაკუაციის მიზნით გამოიყენება, საევაკუაციო ღიობის (სიოს) დონეზე უნდა იყოს მოწყობილი შენობიდან გასასვლელი ბაქნები. ეს კიბეები 0,8 მ. სიმაღლის მოაჯირით უნდა იყოს შემოღობილი. კიბის სიგანე არანაკლებ 0,7 მეტრია, დახრა არ უნდა აღემატებოდეს 60°.

სასტუმროს საინფორმაციო სისტემის აუცილებელი ელემენტებია მუდმივად, დღე-ღამის განმავლობაში ჩართული საევაკუაციო განათება, ევაკუაციის მიმართულების მანათობელი მაჩვენებლები, შესამჩნევი საინფორმაციო ნიშნები, რომელთა საშუალებით სტუმრებს გაუადვილდებათ ორიენტაცია როგორც განსაკუთრებულ, ასევე ჩვეულებრივ სიტუაციაში.

ჩვეულებრივ, გასასვლელების აღმნიშვნელი მაჩვენებლები "Exit" დამაგრებულია კარების თავზე, გასასვლელების ზემოთ, მოძრაობის მიმართულების მაჩვენებელი ისრებიც - საკმაოდ მაღლა, დაახლოებით ფეხზე მდგომი ადამიანის

სიმაღლის დონეზე. აშშ-ში 2001 წლის 11 სექტემბერს მომხდარი ტრაგედიის შედეგების ანალიზმა გამოაქვინა, რომ, სამწუხაროდ ნიუ-იორკის მაღლივი შენობების დერეფნებში ბუერი ადამიანი დაიღუპა იმის გამო, რომ პანიკასა და ჭყლეტაში ისინი იატაკზე მიფოფხავდნენ, ძლიერ კვამლში ველარ ხედავდნენ ზემოთ დამაგრებულ საავარიო-საინფორმაციო ნიშნებსა და მანვენებლებს.

ეს მწარე გამოცდილება უკვე გაითვალისწინეს თვით აშშ-სა და სოგიერთ სხვა ქვეყნებში, სადაც მაღლივი საზოგადოებრივი შენობების დერეფნებში ევაკუაციის მიმართულებით და გასასვლელების მანვენებლები მანათობელი ნიშნები, მაგრდება კედლების გაყოლებით იატაკის დონეზე. ამასთან შენარჩუნებულია მათი ტრადიციული ზედა განლაგებაც.

1	2	3	4
შ. სატაქონარული გენერატორი			
<ul style="list-style-type: none"> > სტაციონარული გენერატორი, რომელიც 24 სთ. განმავლობაში უზრუნველყოფს ძირითად განათებასა და დანადგარების ამუშავებას (დოქტების ნათქვამი) 		x	
<ul style="list-style-type: none"> > სტაციონარული გენერატორი, რომელიც 24 საათის განმავლობაში უზრუნველყოფს მთელი ენერგომომხმარებელი დანადგარების ამუშავებას 			x
<ul style="list-style-type: none"> > წყალმომარაგების სარეზერვო სისტემა 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> > ცხელი წყლის სარეზერვო სისტემა 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> > ყველა სათავისის პერით კონდიტორება მთელი წლის განმავლობაში 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> > შეტყობინებისა და შიდა მუწყებლობის სისტემა (მთელ შენობაში ლიფტების ჩათვლით) (იხ. გვ.) 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> > ლიფტები: 			
<ul style="list-style-type: none"> ა) სტუმრებისათვის 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> ბ) პერსონალისთვის 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> გ) სატვირთო 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> დ) უწყვეტი ასვლა-ჩამოსვლა ღვედამის განმავლობაში 		x	x
<ul style="list-style-type: none"> > სატელეფონო კავშირი ნომრებიდან: 			
<ul style="list-style-type: none"> ა) შიდა 	x		
<ul style="list-style-type: none"> ბ) პირდაპირი საქადაქო 	x	x	x
<ul style="list-style-type: none"> გ) პირდაპირი საერთაშორისო 		x	x

1	2	3	4
> სატელეფონო საუბრების აღრიცხვისა და ანგარიშსწორების სისტემა (იხ. გვ.)		■	■
> ტელეფონები ვესტიბიულში:			
ა) ჯიხურებში		■	■
ბ) აკუსტიკური საფარის ქვეშ	■		
> სატელეფონო კავშირი ვესტიბიულიდან:			
ა) შიდა	■	■	
ბ) საქადაქო		■	
გ) საერთაშორისო		■	
> ხასტუმრობი შეღწევის შეზღუდვისა და კონტროლის ელქტრონული სისტემა (იხ. გვ.)			■

შეტყობინებისა და შიდა მანუფაქტურის სისტემა შექმნილია შეტყობინებისათვის საგანგებო სიტუაციებში რთული კონფიგურაციის ობიექტებზე (სასტუმროები, სავაჭრო და საოფისე ცენტრები, ბანკები, ბირჟები, საკონცერტო, საკონფერენციო დარბაზები, სპორტული კომპლექსები და სხვა), რომელთა ფუნქციონირება ხალხის დიდ თავმოყრასთანაა დაკავშირებული.

სისტემის ზოგადი ფუნქციებია:

■ შეტყობინება საგანგებო სიტუაციებში - შესაძლებელია ავტომატურ რეჟიმში წინასწარ ჩაწერილი შეტყობინებების მიხედვით. სისტემას გააჩნია ევაკუაციის გეგმის შესაბამისად ეტაპობრივი შეტყობინების პროგრამა - ჯერ ყველაზე საშიფათო ზონაში (მაგალითად, სახანძრო სიგნალიზაციის გადამწოდის მოქმედების ზონაში) და შემდეგ მთელი შენობის სხვა ზონებში.

■ სხვადასხვა განცხადებების გადაცემა ცალკეულ ზონებში (მაგალითად, სასტუმროს პოლში, რესტორანში), ან მთელ შენობაში. ამისათვის გამოიყენება შესაბამის ადგილებზე (მაგალითად, დაცვის პოსტებზე, სასტუმროს ადმინისტრატორთან) დამონტაჟებული ე.წ. მრავალზონიანი მიკროფონის პანელები.

■ შიდა მანუფაქტურის პროგრამების ორგანიზაცია, მავა-

ლითად, ფონად მუსიკალური თანხლების გამოყენება შესაძლებელია ნებისმიერი გარეშე წყაროსგან (რადიომიმღები, მაგნიტოფონი, კომპაქტ-დისკო ფლეერი და ა.შ.)

სისტემის მოწყობილობა მოდულური კონსტრუქციისაა, რაც იძლევა მისი კონფიგურაციის საშუალებას დასმული ამოცანის შესაბამისად. სისტემაში შედის სხვადასხვა დანიშნულების, მახასიათებლებისა და დიზაინის, ხმამაღლა მოლაპარაკების ფართო სპექტრი. აუცილებლობის შემთხვევაში გამოიყენება ხმის რეგულატორები და პროგრამების გადამრთველები ალტურეილი სპეციალური რელეთი, რომელიც საგანგებო სიტუაციაში ავტომატურად გამორთავს ყველა შიდა პროგრამას და გადაირთვება შეტყობინების რევიმზე.

სასტუმროში შესაძლებელია საწოლებთან დასამონტაჟებელი დინამიკით, პროგრამების სელექტორითა და ხმის რეგულატორით ალტურეილი სპეციალური პანელების გამოყენება.

სატელეფონო საუბრების აღრიცხვისა და ანგარიშსწორების შიდა სისტემა.

შიდა მინი ავტომატური სატელეფონო სადგური (ასს) სასტუმროში, ხარისხიანი სატელეფონო კავშირისა და სატელეფონო საუბრების ოპერატიული აღრიცხვის საშუალებას იძლევა. თანამედროვე მინი ასს-ის ბლოკურ-მოდულური კონსტრუქცია უზრუნველყოფს მათი კონფიგურაციის ადვილად შეცვლასა და სადგურის ტევადობის გაზრდას, კავშირგაბმულობის ნებისმიერი არხის გამოყენებას და ნებისმიერ ოპერატორთან მუშაობის საშუალებას. მინი ასს, 150-მდე ფუნქციას სთავაზობს მომხმარებელს, მოვალე კლიენტებისათვის კავშირის შეზღუდვის ჩათვლით. იგი კომპაქტურია, არ საჭიროებს ექსპლუატაციის განსაკუთრებულ პირობებს, ალტურეილია კვების სარეზერვო წყაროთი, იმართება კომპიუტერით.

სისტემა „ტარიფი“ ნებისმიერი ტევადობის სატელეფონო სადგურზე აიწყობა და უზრუნველყოფს საუბრების კონტროლსა და ტარიფიკაციას. გარდა ამისა, იგი სხვა ფუნქციებსაც ასრულებს:

- აიშვავებს საქალაქთაშორისო სატელეფონო სადგური-

დან მიღებულ მონაცემებს სასტუმროს მინი ასს-ის აბონენტუბის სატელეფონო საუბრების შესახებ;

- ახდენს ანგარიშსწორებას სასტუმროს კლიენტებთან საერთაშორისო, საქალაქთაშორისო და საქალაქო სატელეფონო საუბრებზე, გამორიცხავს სატელეფონო საუბრების საფასურის გადაუხდელობით გამოწვეულ დანაკარგებს;

- იძლევა ბუღალტერიის საანგარიშგებო-საფინანსო დოკუმენტების მომზადების, ყველა დაფიქსირებული სატელეფონო საუბრების არქივის შექმნის საშუალებას;

- ადგენს სხვადასხვა საპრეისკურანტო ფასებს გარე სატელეფონო საუბრებზე.

სასტუმროში შეღწევის შეზღუდვისა

და კონტროლის ელემენტარული სისტემა

სასტუმროს დაცვის ავტომატიზებულ სისტემაში შედის: დამცავი სიგნალიზაცია, ინფრაწითელი ღობე, შენობასა და მიმდებარე ტერიტორიაზე შეღწევის მართვის, კონტროლის, სატელევიზიო დაკვირვების, პიროვნების ელექტრონული იდენტიფიკაციის საშუალებები.

სისტემის პროგრამული უზრუნველყოფა ფართო სპექტრს მოიცავს, რაც გამორიცხავს დაცვის მრავალრიცხოვანი საშესახურის აუცილებლობას. იგი იძლევა დაკვირვების ობიექტების მდგომარეობის გრაფიკული გამოსახულების, არასანტირებული შეღწევის შემთხვევების დაფიქსირების, რეგისტრირებისა და არქივში შეტანის შესაძლებლობას.

აღნიშნული მონაცემების, თითოეული მომხმარებლის შესახებ ინფორმაციის მოპოვება, დაცვის საშუალებების დისტანციური მართვა, დაკვირვების ობიექტების, მოწყობილობისა და აპარატურის მდგომარეობის ამსახველი ანგარიშების შედგენა შესაძლებელია ნებისმიერ დროს.

ტელედაკვირვების სისტემები აღჭურვილია შავ-თეთრი და ფერადი ვიდეოკამერებითა და მონიტორებით, ფოკუსის ცვლადი მანძილიანი ობიექტივებით, ხანგრძლივი ვიდეოჩაწერის მოწყობილობით, ვიდეოკამერების შემობრუნების მოწყობილობებით, დამცავი გარსაცმებით.

1	2	3	4
III. სასტუმროს საწვავი ფონდი			
• ერთი ან ორადგილიანი ნომრების რიცხვი შათი საერთო რაოდენობიდან არანაკლებ:			
ა) 60%	X		
ბ) 80%		X	
გ) 100%			X
• მაღალი კატეგორიის ნომრები (იხ. გვ.):			
ა) ლუქსები		X	X
ბ) სიუტები			X
გ) ჯუნიორ სიუტები			X
დ) საპრეზიდენტო სიუტი			X
ე) მრავალთაბიანი ნომრები (აპარტამენტები)			X
ვ) ნომრები, რომლებშიც მოთხოვნის შემთხვევაში შეიძლება გაერთიანდნენ (ე.წ. ტრანსფორმირებადი ნომრები)		X	
• ნომრები ინვალიდებისათვის (იხ. გვ.)		X	X
• ნომრები თამბაქოს აკამწველთათვის		X	X
• ნომრების ფართობი:			
- ერთოთახიანი (ერთადგილიანი):			
ა) არანაკლებ 10 კვ. მ.	X	X	
ბ) არანაკლებ 14 კვ. მ.			X
- ერთოთახიანი (ორადგილიანი):			
ა) არანაკლებ 14 კვ. მ.	X	X	
ბ) არანაკლებ 16 კვ. მ.			X
ნომრების 100% სანიტარული კვანძებით		X	X

მაღალი კატეგორიის ნომრები

ჩვეულებრივ, სასტუმროს ნომრების კლასიფიკაცია მიღებულია შემდეგი ნიშან-თვისებების მიხედვით:

▪ ადგილების რაოდენობის (ერთადგილიანი, ორადგილიანი და ა.შ.);

▪ ოთახების რაოდენობის (ერთოთახიანი, ოროთახიანი, სამოთახიანი და ა.შ.);

▪ დანიშნულების (ბიზნეს-კლასის, ეკონომკლასის, აპარტამენტები, ლუქს-აპარტამენტები).

სიუტი (suite) – ლუქს-აპარტამენტი, ნომრების ყველაზე ძვირადღირებული კატეგორია, ჩვეულებრივ, 3-4 ან მეტი ოთახი, ფართით არანაკლებ 45 მ².

ჯუნიორ-სიუტი – ორი ოთახი (იხ. გეგმა*) ან ერთი დიდი ოთახი, რომლის ფართი დაყოფილია საძინებელ და სტუმრების მისაღებ ნაწილებად.

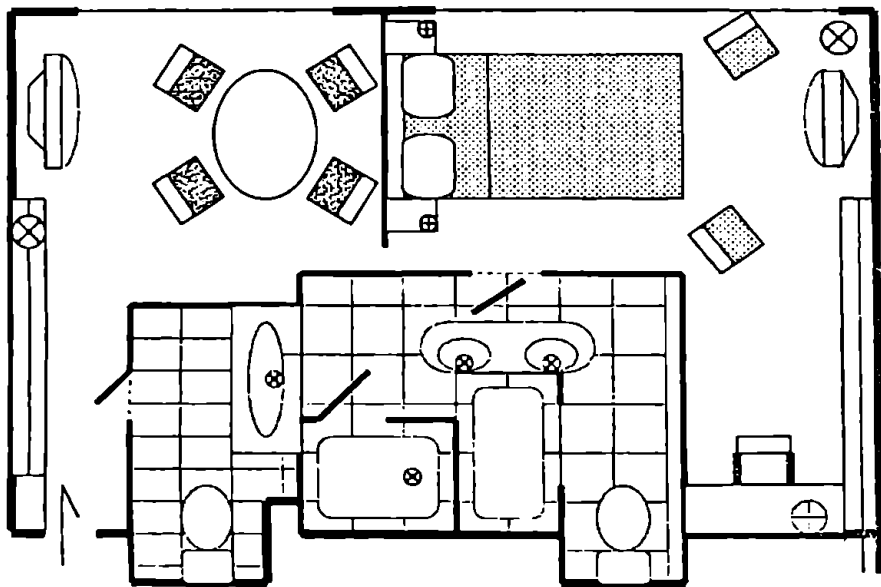
ლუქსი (დელუხე) – (ნომერი, რომელიც გამოირჩევა უნიკალურობითა და მაქსიმალური კომფორტით).

აპარტამენტი (აპარტმენტ) – მრავალ ოთახიანი ნომერი სამზარეულოთი ან მის გარეშე.

სასტუმროთა ნომრების ძირითადი კატეგორიებისა და ტიპების ნუსხა იხ. №4 დანართში.

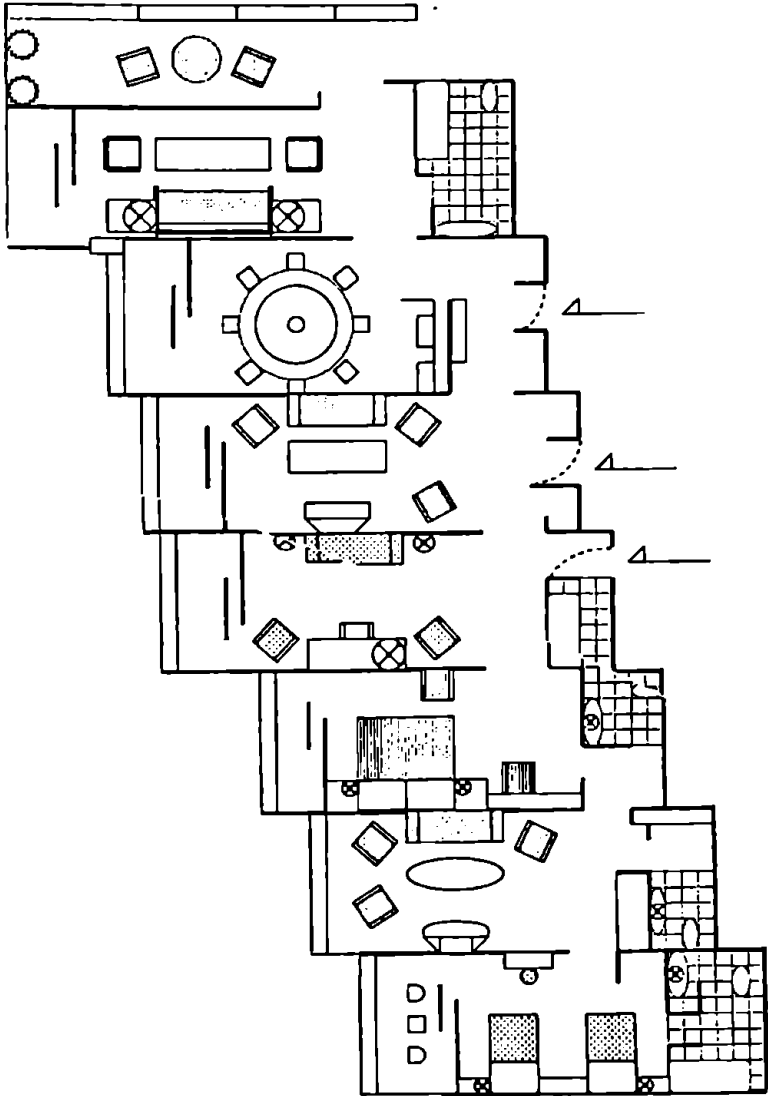
ჯუნიორ სიუტის გეგმა*

*ყველა კონკრეტულ შემთხვევაში შესაძლოა, რამდენადმე განსხვავდებოდეს გეგმაზე მოცემულისაგან.



საკრედიტო სივრცის გეგმა*

ოთახების რაოდენობა და მათი განლაგება ყველა კონკრეტულ შემთხვევაში შესაძლოა რამდენადმე განსხვავდებოდეს გეგმაზე მოცემულისაგან.



ნომრები ინვალიდებისათვის

თანამედროვე სასტუმროში უნდა იყოს შექმნილი პირობები ინვალიდების ბინადრობისათვის, რომლებიც სპეციალური ეტლით გადაადგილდებიან. ამისათვის პირველ რიგში, თუ სასტუმროს შენობის დონე რამდენადმე ამალღებულია მიმდებარე ასფალტფენილის (ქეაფენილის ან მიწის) ზედაპირიდან, აუცილებელია ვესტიბიულში შესასვლელი კიბის გაყოლებით ესტაკადის მოწყობა.

გასასვლელების, კარების, მათ შორის ლიფტის კარების სიგანე უნდა იძლეოდეს ინვალიდების ეტლით გადაადგილების საშუალებას როგორც პირიქონტალური, ასევე ვერტიკალური კომუნიკაციებით.

ინვალიდებისათვის სპეციალურად მოწყობილი რამდენიმე ერთ და ორადგილიანი ნომერი უმჯობესია, განლაგებულ იქნას პირველ სართულზე. მათი საწოლები, სააბაზანოს, სანკანძისა და სხვა მოწყობილობა დამონტაჟებული უნდა იყოს ისეთ სიმაღლეზე, რომ შესაძლებელი იქნას მათი გამოყენება ეტლიდან გადმოსვლის გარეშე.

1	2	3	4
IV. ნომრების ბაზენოები აბაზანა, ააჯი და ინჟანბარი			
❖ ნომრის კარების ელექტრონული საკეტების სისტემა (იხ. გვ.)			■
❖ ხმის იზოლაცია (ნომრებს შორის ტიხრებში ხმაურის სპეციალური საიზოლაციო მასალა)		■	■
❖ განათება:			
ა) ტერიდან	■	■	■
ბ) ბრა			■
გ) ტორშერი			■
დ) მაგილის ღამბა		■	■
ე) ღამის ღამბა ყველა საწოლთან	■	■	■
ვ) პლანური ხელსაბანის სარკესთან	■	■	■
❖ შტაკსელები:			
ა) საწერ მაგილასთან		■	■
ბ) საწოლის ტუმბოებთან		■	■
გ) ძახვის სიდიდის აღნიშვნით			■
დ) სხვადასხვა კრიტით			■

1	2	3	4
❖ გათბობის სტაციონარული სისტემა		x	x
❖ პაერის ტემპერატურის ინდივიდუალური რეგულაციების თერმოსტატი ყველა ნომერში			x
❖ პაერის კონდიციონერების რეგულატორი ყველა ნომერში			x
❖ სატელეფონო აპარატი:			
ა) სიუტების ყველა ოთახში			x
ბ) სააბაზანოში (მაღალი კატეგორიის ნომრებში)		x	x
❖ ზუსტი დროის ერთიანი ავტომატიზებული სისტემა განსაღებელი მოწყობილობით თითოეულ ნომერში (იხ. გვ.)			x
❖ ინტერნეტი:			
ა) ყველა ნომერში			x
ბ) მაღალი კატეგორიის ნომრებში		x	
❖ რადიომიმღები (ყველა ნომერში)	x	x	x
❖ ტელევიზორი:			
ა) სტუმრის მთხოვნით	x		
ბ) ფერადი ტელევიზორი (ყველა ნომერში)		x	x
გ) ტელევიზორის სადგამი		x	x
დ) მსოფლიოს წამყვანი ტელეკანალების მიღების შესაძლებლობა		x	x
❖ ვიდეოსისტემა ნომრებში			x
❖ ვიდეოთეკა ნომერში			x
❖ სასტუმროს შიდა ტელესაინფორმაციო სისტემა (იხ. გვ.)			x
❖ რადიომიმღები ყველა ნომერში	x	x	x
❖ მაიკროავი (სტანდარტული კლასის ნომრებში)		x	x
❖ მინი ბარი (მაღალი კატეგორიის ნომრებში)		x	x
(იხ. გვ.)			
❖ მინი სეიფი (მაღალი კატეგორიის ნომრებში)		x	x
❖ ბაეშვის საწოლი (მთხოვნით)		x	
❖ საწერი მაგიდა		x	
❖ საწერი მაგიდა (საგარტლით)			x
❖ ეურნაღ-გაზეთების მაგიდა		x	x
❖ სკამები ყველა ნომერში	x	x	x
❖ რბილი საგარტლები:			

1	2	3	4
ა) ყველა ნომერში			x
ბ) მაღალი კატეგორიის ნომერებში		x	
• თარო (სადგამი) ბარვისათვის	x	x	x
• სქელი ფარდები ან ცალუხები ყველა ნომერში		x	x
• სააკე (სრული სიმაღლის) სიუტების ყველა ოთახში			x
• კოსმეტიკური სააკე მაკიაუსათვის (იხ. გვ.)			
ა) ყველა ნომერში			x
ბ) მაღალი კატეგორიის ნომერებში		x	
• ნომრებისა და დერეფნების იატაკის დაფარვა:			
ა) არასრული (ხაღიით)	x		
ბ) სრული (რბილი საფარით)		x	x
• ტუმბო ყველა საწოლთან	x	x	x
• ტანსაცმლის კარადა თაროებით, საკიდარებითა და სამხრევებით (შინიშუმ ხუთი ერთ სტუმარზე)		x	x
• ზედა ტანსაცმლის ჩამოსაკიდი და ქულების თარო	x	x	x

ნომრის ძარების ელემენტარული საკმეების სისტემა

მაღალი კლასის სასტუმროებში საზოგადოებრივი და საცხოვრებელი სათავსებისთვის გამოიყენება ელექტრონული საკეტების სისტემა, რომლებიც იღება მხოლოდ ელექტრონული გასაღებით – კოდირებული პლასტიკური მაგნიტური ბარათით.

შენობაში შეღწევის კონტროლის მაგნიტური ბარათის გამოყენება ძალზე მოხერხებული და უსაფრთხოა, მას გააჩნია ფართო დიაპაზონი, კერძოდ:

- პლასტიკური მაგნიტური „გასაღები-ბარათის“ ინდივიდუალური კოდირების მოქნილი სისტემა, რომელიც ერთი ბარათით სასტუმროს კარების ნებისმიერი კომბინაციის გაღების საშუალებას იძლევა (მაგალითად, ნომრისა და იმედროულად გარაჟის, აუზის, გამაჯანსაღებელი ზონის, ბიზნეს-ცენტრის სათავსების).

- ელექტრონული გასაღების გამოყენება შესაძლებელია სასტუმროს რესტორნებში, კაფეებსა და საეაჭრო ობიექტებ-

ში, როგორც შიდა საკრედიტო ბარათის, ნომერში მინი-სეიფებთან, სასტუმროს სხვადასხვა სამსახურებში, საკონფერენციო დარბაზებში, გარაჟში, აუზში, გამაჯანსაღებელ ზონაში, ლიფტებთან დაშვების კონტროლი;

- „საოფისე“ ფუნქცია – თანამშრომლების თაეისუფალი გავლა სამსახურებრივ და საოფისე სათაესებში, სასტუმროს ნომრების გაღების კონტროლის ჩანაწერები, საკეტების ავტონომიური კეება;

- ელექტრონული გასაღების გამოყენება შესაძლებელია სხვადასხვა რეჟიმში: კლიენტი, მოახლე, ნომრის მომსახურება, საინჟინრო სამსახური, დირექტორი, ავარია, სათადარიგო გასაღები, ერთჯერადი გასაღები;

- სასტუმროს პერსონალს ეძლევა მხოლოდ იმ სათაესების ელექტრონული გასაღები, რომლებიც მათზეა მიმაგრებული;

- სისტემის ცენტრალური პულტიდან შესაძლებელია ბარათის გამოყენების კონტროლი, სასტუმროს პერსონალის მარშრუტის თვალყურის დევნა;

- გათვალისწინებულია „anti-passback“ (იქით-აქეთ გავლის აკრძალვის), კარების „თანაჩაკეტვის“ (რაბის) ფუნქცია;

- განგაშის შემთხვევაში სისტემა იძლევა შესაბამისი ტექნიკური საშუალებების ჩართვისა და მათი მართვის შესაძლებლობას;

- სისტემა გამორიცხავს ელექტრონული გასაღების დაკარგვასთან დაკავშირებულ პრობლემებს, ახლის დამზადებას რამდენიმე წამი სჭირდება;

- პირადი კოდით დაცული „გასაღები-ბარათის“ ოპერატიული დამზადებისათვის გამოიყენება რეგისტრაციის სამსახურში დამონტაჟებული მინიტერმინალი;

- როგორც კი რეგისტრაციის სამსახურის მიერ დამზადებული ახალი გასაღები ჩაიდგმება ელექტრონულ საკეტში, მაშინვე ავტომატურად უქმდება ამ საკეტის წინა გასაღების კოდი;

- ერთ ნომერში დაბინადრებულ თითოეულ სტუმარს, სურვილის შემთხვევაში შეუძლია მიიღოს პირადი „გასაღები-ბარათი“;

- ბარათის კოდი ერთადერთია თითოეული კლიენტისათვის (მისი კოპირება შეუძლებელია);

- ბინადრობის ვადის დასრულების ან მისი საფასურის გადაუხდელობის შემთხვევაში კლიენტისათვის შეუძლებელია ნომერში შესვლა პერსონალის ჩარევის გარეშე.

შესაძლებელია სხვადასხვა სტილის საკეტის შეკვეთა: სასტუმროს ლოგოტიპით, ნებისმიერი ინტერიერისა და კლიმატისათვის, ნებისმიერი ამინდისათვის (გარეთა კარებების საკეტი).

აღნიშნული სისტემა ადვილად უთავსდება სასტუმროს მართვის ნებისმიერ სისტემას, მისი გამოყენება შესაძლებელია როგორც დიდი და საშუალო, ასევე მცირე ტევადობის სასტუმროებში.

ელექტრონული საკეტების სისტემის გამოყენება ზრდის სასტუმროს შემოსავალს, ეინაიდან გამორიცხავს ქურდობას და მასთან დაკავშირებული ზარალის ანაზღაურებას. მაგნიტური „გასაღები-ბარათის“ მეშვეობით, ენერგოდამზოგი მოწყობილობა ამცირებს ნომრებში ელექტროენერგიის ხარჯს, საკეტის მექანიკური თვისებები უზრუნველყოფენ მის ხანგამძლეობასა და საიმედოობას.

ზუსტი დროის ერთიანი ავტომატიზებული სისტემა

მრავალი სასტუმროს მომსახურებაში შედის სტუმრის გაღვიძება მისი მოთხოვნით, ე.წ. wake up call. ამისათვის მაღალი კლასის სასტუმროების თითოეულ ნომერში გათვალისწინებულია გასაღვიძებელი მოწყობილობა.

სასტუმროებისთვის განკუთვნილი ზუსტი დროის ავტომატიზებული სისტემის მთავარ ელემენტებს წარმოადგენენ ე.წ. მასტერ-საათი და მეორადი საათები.

მასტერ-საათის დანიშნულებაა მთელ სისტემაში დროის სინქრონიზაცია. წინასწარი პროგრამირება იძლევა დროის ავტოკორექციის, ზაფხულისა და ზამთრის დროზე ავტომატიური გადასვლის საშუალებას. მასტერ-საათის გასწორება შესაძლებელია როგორც ხელით, ასევე თანამგზავრის (რადიო) სიგნალით, შესაბამისი ანტენის მეშვეობით.

მეორადი საათები შესაძლოა იყოს ისრებიანი, ციფრული, კედლის, სამაგიდო, სპეციალიზებული (მაგალითად, გარე ფასადის, კალენდარული საათი, სასტუმროს პოლის, რეგისტორნის, საკონფერენციო, სპორტული დარბაზისათვის, ზო-

ნებად დაყოფილი მსოფლიო დროის ტაბლო და სხვა).

შესაძლებელია სასტუმროს აღჭურვა ნებისმიერი ტეკადობის ზუსტი დროის ერთიანი სისტემით.

შიდა ტელესაინფორმაციო სისტემა

სისტემა იძლევა მომსახურების პროცესში სასტუმროს პერსონალისა და სტუმარს შორის დიალოგის კომპლექსურ შესაძლებლობას.

ნომერში დაყენებული ტელევიზორისა და მისი დისტანციური მართვის პულტის მეშვეობით სტუმარს შეუძლია დიალოგის რეჟიმში დაამყაროს კავშირი სასტუმროს სამსახურებთან, სხვა ნომრის მობინადრეებთან, გარეშე მოსარგებლებთან (მოდემის, ინტერნეტის საშუალებით), ნებისმიერ დროს გაეცნოს სასტუმროში გახსნილ მის მიმდინარე ანგარიშს, მიიღოს ინფორმაცია როგორც სასტუმროს, ასევე ტურისტული ინფრასტრუქტურის თითოეული რგოლის ყველა სახის მომსახურების შესახებ და შეუკვეთოს მისთვის საჭირო მომსახურება.

მინი-ბარების კომპიუტერიზებული

ავტომატური სისტემა

მაღალი კლასის მრავალი სასტუმროს ნომრებში დაყენებული მინი-ბარების მომსახურებისათვის გამოყენებულია კომპიუტერიზებული ავტომატური სისტემა "Bartech". იგი საკმაოდ მარტივი და ამავე დროს ეფექტიანია, ვინაიდან იძლევა შრომითი და ფინანსური დანახარჯების მნიშვნელოვანი შემცირების, სტუმრისათვის შეთავაზებული კვების პროდუქტების, სასმელების ასორტიმენტისა და გაყიდვის გაფართოების, დანაკარგების შემცირების, ელექტროენერჯის ეკონომიის საშუალებას.

სტუმრის რეგისტრაციისა და განთავსებისთანავე, სასტუმროს მართვის სისტემა აღებს შესაბამის ნომერში მინი-ბარის ელექტრონულ საკეტს. თითოეულ პროდუქტს, ბოთლს, ქილას, პაკეტს, შოკოლადის ფილას, აქვს თავის განსაზღვრული ადგილი, რომელიც დაკავშირებულია მინი-ბარის ელექტრონულ სენსორულ გადაამწოდთან. მინი-ბარიდან პრო-

დუქტის აღებისთანავე მისი ღირებულება პროგრამული ინტერფეისის საშუალებით გადადის „ბარტეის“ სისტემიდან პროგრამაში „სასტუმროს მართვის სისტემა“, სადაც აისახება სტუმრის ანგარიშზე. სისტემა „ბარტეი“ იმგვარადაა აწყობილი, რომ იმ შემთხვევაში, თუ სტუმარი არ გამოიყენებს და დააბრუნებს პროდუქტს ადგილზე მინი-ბარში, მისი ღირებულება არ დაირიცხება სტუმრის ანგარიშზე, მაგრამ ეს ფაქტი აისახება სისტემაში.

„ბარტეი“ გამორიცხავს მინი-ბარით სარგებლობის შესაძლებლობას მომსახურე პერსონალის მიერ. სტუმრის მოთხოვნის შემთხვევაში, შესაძლებელია აგრეთვე გამოირიცხოს მინი-ბარით სარგებლობა იმავე ნომერში მობინადრე ბავშვებისა და მომსვლელთა მიერ.

სასტუმროდან მობინადრის ამოწერისას, სისტემას გამოკყავს მინი-ბარის შენაჯამები თანხა და ავტომატურად ხურავს ანგარიშს.

სისტემა იძლევა აგრეთვე შეტყობინებას, თუ რამდენი და რა პროდუქტია საჭირო მინი-ბარის შევსებისათვის, მათი ვარგისიანობის ვადის გასელისა და შეცვლის აუცილებლობის შესახებ, ადგენს (ყოველდღიურ, ყოველთვიურ) ანგარიშგებას გამოყენებული პროდუქტებისა და მიღებული მოგების შესახებ. ამგვარი კონტროლის ჩატარება შესაძლებელია სასტუმროს პირობითად დაყოფილი ზონების, სართულების, ნომრების მიხედვით. სისტემა „ბარტეის“ გამოყენების შემთხვევაში, ნომრებში დაყენებული 400 მინი-ბარის მომსახურებისათვის საჭიროა მხოლოდ ერთი მუშაკი.

მინი-ბარების 100-მდე მოდელი, სხვადასხვა დიზაინი და გაბარიტები, იძლევა ნებისმიერ ნომერში მათი დაყენების, ავეჯში სწრაფი ჩაშენების საშუალებას, ოთახის ინტერიერის, გაფორმებისა და სტილის დარღვევის გარეშე. „ბარტეის“ მინი-ბარები უხმაუროდ მუშაობენ.

* * *

„სარკე მაკიაჟისათვის – ტუმბოზე დამაგრებული სპეციალური სამფრთიანი სარკე.“

ბოთლების კომბინირებული გასახსნელი – გასახსნელი კორკსადრობით (შტოპო-რით).

1	2	3	4
V ნომრის საფუძვლიანი და საინფორმაციო საშუალებები			
• ხელსაბანი და უნიტაზი	X	X	X
• საშხაქე, საშხაქე კაბინა	X	X	
• აბაზანა			X
• ფეხის მოსროიდების საწინააღმდეგო საფარი აბაზანის ან საშხაქე კაბინის ფსკერზე	X	X	X
• თაროები ან კუთხეები პიჯინის საშუალებებისათვის	X	X	X
• წყლის მასაის საშუალებები (ჯაკუზი)			X
• აბაზანის იატაკის შეთბობის მოწყობილობა			X
• დიდი ზომის სარკე სააბაზანოში პირსაბანთან		X	X
• მცირე ზომის გამაღიებელი სარკე		X	X
• შესუფებისგან დამცავი აბაზანის ფარდა			X
• თმის გასაშრობი ფენა:			
ა) ყველა ნომერში			X
ბ) მაღალი კატეგორიის ნომერებში		X	
• სატელეფონო კავშირი სააბაზანოდან			X
• ერთჯერადი ქუდი შესაბისათვის (თითოეული სტუმრისათვის)			X
• აბანოს ერთჯერადი ფლოსტები (თითოეული სტუმრისათვის)			X
• აბანოს ხაღატი (თითოეული სტუმრისათვის):			
ა) ყველა ნომერში			X
ბ) მაღალი კატეგორიის ნომერებში		X	
• ქაღალდის ხელსაწმენდი	X		
• ქაღალდის ხელსაწმენდი (ნაბიანი)		X	X
• პირსახოცების კომპლექტი:			
ა) მცირე ზომის (სახის კომპრესისათვის)		X	X
ბ) საშუალო ზომის (ხელების)	X	X	X
გ) იატაკზე დასაფენი			X
დ) აბანოს	X	X	X
• ტუალეტის საბონი საფორმით შესაფუთვით	X	X	X
• შამპუნი		X	X
• ზღვის მარილი			X
• აბაზანის ქაფი			X

• ტანის შამპუნი			■
• ტანის ღოსიონო			■
• შხაპის გელი			■
• კბილის ჯაგრისი (ერთჯერადი)			■
• კბილის პასტა		■	■
• საფარცხელი (ერთჯერადი)			■
• სამრეცხაოს პოლიეთილენის პაკეტები		■	■
• ქიმიკატების პოლიეთილენის პაკეტები		■	■
• სანაგვე უუოი თავსახური	■	■	■

1	2	3	4
<p>VI კვების ოპიმიტაბი</p> <p>> კაფე / სასაუზმე (იხ გვ.)</p> <p>- აქვს ცალკე შესასვლელი</p> <p>> რესტორანი (იხ გვ.)</p> <p>- აქვს ცალკე შესასვლელი</p> <p>- აღვიღების რაოდენობა სასტუმროს ადგილების რაოდენობასთან შეფარდებით:</p> <p>ა) 1:1</p> <p>ბ) 1:1.5</p> <p>- შეკეთილი და საფორმო კერძების, სასმელებისა და კულინარული ნაწარმის ფართო ასორტიმენტი</p> <p>- რამდენიმე დარბაზი (ეროპული, ეროვნული ან სხვა თემატური)</p> <p>- საბანკეტო დარბაზი (იხ გვ.)</p> <p>- კაფეს ან რესტორნის საზაფხულო ტერასა</p> <p>- უცხო ენის მცოდნე მენეჯერული და ოფიციალური (ცალკე საშტატო ერთეულები)</p> <p>> მსატრეულად გაფორმებული მენიუ ქართულ და უცხოურ ენებზე</p> <p>> საუზმის მენტუს სახეობები (იხ გვ.)</p> <p>ა) კონტინენტური</p> <p>ბ) ამერიკული</p> <p>ც) ინგლისური</p> <p>დ) „შვედური მაგიდა“</p> <p>> მაგიდები და საუარბალები რესტორნის დარბაზებში, ჭურჭლად</p> <p>- ორადგილიანი (სუფრებით)</p>	■	■	■

1	2	3	4
- ოთხადგილიანი (სუფრებით)		■	■
- ათადგილიანი (სუფრებით)			■
- ნახევრადრბილი და რბილი სავარძლებით			■
- შალაღზარის ხიანი ფაიფურისა და შუშის სუფრის ჭურჭელი, მელქიორის ან უვანგაფი უოლაღის დანა-ჩანგალი			■
> სხვადასხვა ღონისძიებების კვებით მომსახურების ორგანიზაცია (კვიტერინგი) (იხ. გვ.)			■
- შალაღკვლიოციურის მზარეული (ცაღკა საშტატო ერთეული)			■

> სამზარეულო სრული ტექნოლოგიური ციკლით (იხ. გვ.)			■
- ციფი საამქრო			■
- ცხელი საამქრო			■
- ხორციის საამქრო			■
- თევზის საამქრო			■
- ზოსტნეულის საამქრო			■
- კონფიტერული და საფუნთუშე საამქრო			■
- მაცივრები და სამაცივრო კამერები			■
- კერძების გასაცემი			■
- ჭურჭლის სარეცხი			■
- საწოლები			■
> ღამის კლუბი			■
> ბარი (იხ. გვ.):			■
- საგესტიბიულო (ღობი ბარი)			■
- რესტორნის (ბარ-აპერტივები)			■
- საბანკეტო დარბაზის			■
- კაზინოს			■
- საკურაო აუზის			■
- ფიტნეს-კლუბის			■
- ჩოგბურთის კორტების			■
- ღამის ბარი			■
- დისკო-ბარი			■
- კოქტეილ-ბარი			■
- ღუდის ბარი			■
- ღვინის ბარი			■
> უცხო ენების მცოდნე ბარმენი (ცაღკა საშტატო ერთეული)			■

ქ ა ზ ე , ს ა ს ა უ ზ მ ე

ქ ა ზ ე - საწარმო, რომელიც მომხმარებელთა მომსახურების გარკვეული თავისებურებებით გამოირჩევა. სასმელების ასორტიმენტში ჩვეულებრივ შედის რამდენიმე დასახელების ყავა, ცხელი და ცივი სასმელები (თეთრი, წითელი, შუშხუნა ღვინოები, შამპანური, ჩამოსასხმელი და ბოთლის ლუდი, არაყი, კონიაკი, ვისკი, ჯინი, რომი, ლიქიორი, კრუშონი, კოქტეილი, წვენები, მინერალური წყლები, პუნში, გლინტეინი, გროგი, ჩაი და სხვა).

კაფეს მენიუში შედის ცივი საუზმე, მეორე კერძები, რომელთა მომზადება არ არის დაკავშირებული დიდ სირთულეებთან - ცხელი სოსისი, ტაფამწვარი (ერბო-კვერცხი), აგრეთვე საკონდიტრო ნაწარმი, კანფეტები, შოკოლადი, ჩაყინი.

ს ა ს ა უ ზ მ ე - სასკეების სპეციალიზებული საწარმო, განკუთვნილი მომხმარებელთა სწრაფი მომსახურებისთვის. ასორტიმენტში შედის სხვადასხვა საუზმე, ბუტერბროდები, ღვეზელი, ცხელი და ცივი სასმელები, ცხელი კერძები, რომელთა მომზადება შედარებით ადვილია. სასაუზმეების სპეციალიზაცია - სასოსისე, სახინკლე, სამწვადე, სახაჭაპურე და სხვა).

რ ე ს ტ ო რ ა ნ ი

საზკეების საწარმო კერძების, საუზმე, საკონდიტრო ნაწარმის, ალკოჰოლიანი და უალკოჰოლო სასმელების, სადესერტე კერძების ფართო ასორტიმენტით. რესტორანში საუზმეს, კერძებს, მათ შორის საფირმო და ეროვნულ კერძებსაც ამზადებენ ინდივიდუალური შეკვეთით. რესტორნები გამოირჩევა მომსახურების მაღალი დონით, დასვენებისა და გართობის შესაძლებლობით.

სასტუმროს რესტორნებში ტურისტებს ემსახურებიან სპეციალურად მომზადებული მეტრდოტელები, ოფიციატები, ბარმენები, რომლებმაც ერთი ან რამდენიმე უცხოური ენა იციან. კერძებს ამზადებენ მაღალკვალიფიციური მსარეულები. მომსახურე პერსონალს აცვია ფირმის ტანსაცმელი.

რესტორნები სთავაზობენ ტურისტებს სადილს და საუზმეს, ხოლო ოფიციალური ღონისძიებების მომსახურებისას უზრუნველყოფენ კეების სრულ რაციონს.

მაღალი კატეგორიის რესტორნების დარბაზებში გაწყობილია ორ, ოთხ და ათადგილიანი მაგიდები ნახევრადრბილი და რბილი სკამებით ან სავარძლებით. ძირითადად გამოიყენება მრგვალი მაგიდები (დიამეტრით 100 სმ), კვადრატული (90X90 სმ) და სწორკუთხა (85X120 და 90X80).

ჩვეულებრივ, მრგვალი მაგიდები განლაგებულია დარბაზის ცენტრალურ ნაწილში, კედლებთან კი – სწორკუთხა.

სუყრას აწყობენ უჟანგავი ფოლადის დანა-ჩანგლით, მაღალხარისხიანი ფაიფურისა და შუშის ჭურჭლით, ბანკეტებსა და საზეიმო მიღებებზე კი – მელქიორის დანა-ჩანგლითა და ბროლის ჭურჭლით.

სავარძლის სავარაუდო სიგანეა – 55-63 სმ. იმისათვის, რომ ოფიციანტს ხელი არ შეეშალოს მომსახურებაში, სკამის ან სავარძლის ზურგის სიმაღლე არ უნდა აღემატებოდეს 90-100 სმ იატაკიდან.

ავეჯის ფორმა, ფერი, განლაგება დაკავშირებულია დარბაზის არქიტექტურულ გადაწყვეტასთან, მის დეკორატიულ გაფორმებასთან.

რესტორნის გაფორმებისას გასათვალისწინებელია მისი სახელწოდება, ეროვნული სამზარეულო, მომსახურების თავისებურებები და სხვა ფაქტორები.

თანამედროვე მაღალი კატეგორიის სასტუმროთა რეკონსტრუქციის რესტორანია: ფეშენებელური, საფირმო, ეროვნული, ე.წ. ეთნიკური (მაგალითად, ქართული, იტალიური, ფრანგული, ჩინური და სხვა), ღამის კლუბი, საბანკეტო დარბაზი.

საბანკეტო დარბაზი

საბანკეტო დარბაზის ძირითად პარამეტრებს განსაზღვრავს შემდეგი ნორმები: საბანკეტო მაგიდის სიგრძე (ანგარიშით 60-80 სმ ერთ ადამიანზე), სიგანე – 100-120 სმ, სიმაღლე – 72 სმ).

ფურშეტის მაგიდის სიგრძე განისაზღვრება ისევე, როგორც საბანკეტოსი, მაგრამ იგი უფრო მაღალია – 100-110 სმ, მისი სიგანეა 120-150 სმ.

საუზმის მენიუს სახეობები

კონტინენტური საუზმე. სახელწოდება წარმოიშვა ინგლისურიდან – continental breakfast. ევროპის კონტინენტზე უკვე მრავალი ათეული წლის მანძილზე მიღებული საუზმეა: ჩაი, ყაეა ან ცხელი შოკოლადი, რძე, შაქარი, ლიმონი, ხილფაფა, ჯემი, კარაქი, პურ-ფუნთუშეულის ნაწარმი.

გასული საუკუნის 60-იანი წლებიდან ევროპაში გაერცულებულია ე.წ. გაფართოებული საუზმე. ტრადიციული კონტინენტური საუზმე შეივსო წვენებით (ფორთოხლის, გრეიპფრუტის, ტომატის), ლორით, ძეხვით, ყველით, იოგურტით, ხაჭოთი, მოხარშული კეერცხით ან ტაფამწვარით.

ინგლისური საუზმე. ჩვეულებრივ იგი ჩაით, ყაეით ან ცხელი შოკოლადით იწყება. ამ მენიუში ისევე, როგორც კონტინენტურში შედის რძე, შაქარი, ლიმონი, ხილფაფა, ჯემი, კარაქი, პურ-ფუნთუშეული. ეს ე.წ. “short breakfast” (ხანმოკლე საუზმე) შესაძლოა შეივსოს ლორიანი ტაფამწვარით, ბეკონით, ლორიანი ან შამპინიონებიანი ომლეტით, თევზისა და მარცვლოვანის კერძებით (შერიის ფაფით, რძესე ან წყალზე შაქრით, ან მარილიანი წვნიანით).

ამერიკული საუზმე. სტუმრებს სთავაზობენ აგრეთვე წყალს ყინულით, ხილის წვენებს, ახალ ხილს (გრეიპფრუტი, საზამთრო, კენკრა რძით ან ნალებით) ან ხილის კომპოტს, მარცვლოვანის კერძებს, ხორცის მცირე ულუფას, ნამცხვარს.

შვედური მაგიდა. საკმაოდ პოპულარულია თანამედროვე ტურისტულ ინდუსტრიაში, კერძოდ სასტუმროებში. იგი იძლევა სწრაფი მომსახურების საშუალებას განსაკუთრებით დილით – მაშინ, როდესაც ტურისტისა თუ ჩამოსული საქმიანი ადამიანისათვის დრო ძალზე ძვირფასია.

დიდი მაგიდა, სპეციალური დახლი ან ვიტრინა გაწყობილია საუზმით, მაგიდის კიდესთან დაწყობილია საუზმის თეფშები. დარბაზის კედლებთან კი განლაგებულია ოთხად-

გილიან მაგიდებზე დალაგებული თეფშები, ფუჟერები, დანა-ჩანგალი.

სტუმრები ირჩევენ საუზმეს, თავად იღებენ მას და მიუსხდებიან ოთხადგილიან მაგიდებს. ვიდრე ისინი აგემოვნებენ, ოფიციანტები ათაეისუფლებენ დიდ მაგიდას, დახლს ან ვიტრინას და გააწეობენ მას ახალი კერძებით. სტუმრებს ასევე აქვთ საშუალება, ამოირჩიონ კერძი და თვითონ მიიტანონ იგი თავის მაგიდაზე. დესერტსა და ყაეას ოფიციანტები ურიკით დაატარებენ.

შეედური მაგიდა მოითხოვს კვალიფიციური პერსონალის შედარებით მცირე რაოდენობას. იგი ზრდის კვების ობიექტის გამტარუნარიანობას, აჩქარებს მომსახურების პროცესს, იძლევა დროის მნიშვნელოვან ეკონომიას, ვინაიდან ტურისტებს არ უწევთ მოცდა, სანამ ოფიციანტები მათ შეეკეთას შეასრულებენ.

კეიტერინგი - საზოგადოებრივი კვება მომხმარებელთა მომსახურებით გასვლით ღონისძიებებზე, კვების სპეციალიზებულ საწარმოებს გარეთ. ჩვეულებრივ, ამისათვის იწვევენ პროფესიონალ მენეჯერებს. მომსახურების ამ ფორმას ხშირად იყენებენ პიკნიკის, ე.წ. ფართის (საღამოს წვეულების), ბანკეტის, ფურშეტის მოწყობისას.

საზოგადოების საწარმოები (სამზარეულოები) სრული და არასრული ტექნოლოგიური ციკლით

საზოგადოებრივი კვების სისტემაში მიღებულია წარმოების ორგანიზაციის სამი ფორმა:

1. პროდუქციის წარმოება ნედლეულის დამუშავებიდან საკვების მომზადებამდე და მისი შემდგომი რეალიზაცია (საწარმო სრული ტექნოლოგიური ციკლით);

2. პროდუქციის წარმოება ნახევარფაბრიკატებიდან და მისი შემდგომი რეალიზაცია (საწარმო არასრული ტექნოლოგიური ციკლით);

3. კვების ორგანიზაცია რეალიზაციისათვის პროდუქციის მცირე მომზადების შემდეგ (საწარმო არასრული ტექნოლოგიური ციკლით).

ბ ა რ ე ბ ი

მაღალი კატეგორიის სასტუმროებში რამდენიმე ბარია: საეესტიბიულო (ლობი-ბარი); რესტორნის (ბარ-აპერიტივი); საბანკეტო; კაზინოს; დამხმარე (ბარი, რომელიც ფუნქციონირებს დამოუკიდებლად, არ არის დაკავშირებული სპორტულ, გასართობ ან სხვა რომელიმე ობიექტთან); კოქტეილ-ბარი, რომლის სპეციალიზაციაა შერეული სასმელების მომზადება და რეალიზაცია, სპორტული, საცურაო აუზის, ჩოგბურთის კორტების, ბოულინგის; ღამის ბარი; დისკო-ბარი. სასმელების ასორტიმენტის მიხედვით განასხვავებენ კოქტეილ-ბარს, ლუდის, ღვინის ბარებს.

ბარის დანიშნულებაა ალკოჰოლიანი და უალკოჰოლო, შერეული სასმელების (კოქტეილების), წვენების, მინერალური წყლების, საკონდიტრო ნაწარმის, ხილის, შოკოლადის, ნაყინის, აგრეთვე საფირმო საუზმისა და ისეთი კერძების რეალიზაცია, რომელთა მომზადება დიდ სირთულეებთან და სუფრის სპეციალურ გაწყობასთან არ არის დაკავშირებული.

ბარებში სტუმრებს ემსახურება მაღალკვალიფიციური მეტრდოტელები, ოფიციანტები, ბარმენები, რომლებმაც ერთი ან რამდენიმე უცხოური ენა იციან. მომსახურე პერსონალს აცვია ფირმის ტანსაცმელი.

ბარები აღჭურვილია ყინულის გენერატორით, ყავის მოსახარში ავტომატური დანადგარით, ელექტროტოსტერით, დაბალტემპერატურიანი დახლით ნაყინის შენახვისათვის, აუდიო აპარატურით, ტელევიზორით, სოფ შემთხვევაში სათამაშო ავტომატებით.

1	2	3	4
VII. მონასხარების სამართალი			
❖ მოღვაწე-განთავსების სამსახური (დღე-ღამის განმავლობაში)		X	X
❖ საკრედიტო ბარათებით ანგარიშსწორების სისტემა		X	X
❖ კარისკაცი (ცალკე საშტატო ერთეული)			X
❖ ბარგის სადღეღამისო გადაზიდვა (მანქანიდან ნომერში, ნომრიდან მანქანაში)			
ა) საგადაღებელი			X
ბ) მოთხოვნით		X	
❖ ნომრის დაღაბება ყოველდღიური	X	X	X
❖ ღოგინის თეთრეულის გამოცვლა:			
- ხუთ დღეში ერთხელ	X		
- სამ დღეში ერთხელ		X	
- ყოველდღიურად			X
❖ პირსახოცების გამოცვლა:			
- სამ დღეში ერთხელ	X	X	
- ყოველდღიურად			X
❖ რეცხვა:			
- შესრულება ერთი დღე-ღამის განმავლობაში		X	
- 12 საათის განმავლობაში			X
❖ დაუთობა:			
- შესრულება 12 საათის განმავლობაში		X	
- ერთი საათის განმავლობაში			X
❖ ქიმიწმენდა:			
- შესრულება ერთი დღე-ღამის განმავლობაში		X	
- 12 საათის განმავლობაში			X
❖ საფოსტო მომსახურება (კორესპონდენტის ჩაბარება სტუმრისათვის):			
ა) ნომერში მიტანით			X
ბ) აღმინისტრატორთან	X	X	
❖ კორესპონდენტის გაგზავნა სასტუმროდან:			
ა) FedEx-ით			X
ბ) ელექტრონული ფოსტით	X	X	X
გ) ფაქსით	X	X	X

დ) ფოსტით	X	X	X
❖ ქსეროასლების გადაღება		X	X
❖ საკონფერენციო მომსახურება (წინასწარი დაკვეთით):			
- მდივანი			X
- თარჯიმანი			X
- სინქრონისტი			X
- სტენოგრაფისტი			X
- კუროერი			X
- ტექნიკური საშუალებები (პროექტორი, კომპიუტერი, აუდიო კონფერენც-სისტემა). (იხ. გვ)			X
❖ ბიზნეს-სერვისების შენახვა აღმინისტრატორის სეფში		X	X
❖ ბარგის შენახვა შემნახველ საკანში		X	X
❖ საბანკო მომსახურება		X	X
❖ ვალუტის გადაცემა დღე-ღამის განმავლობაში		X	X
❖ ანგარიშსწორება საკრედიტო ბარათებით:			X
- Visa			X
- Euro Card/Master Card			X
- American Express			X
- Dinners Club			X
❖ სტუმრების დახვედრა და გაცილება (აეროპორტსა ან რკინიგზის სადგურში)			X
❖ ტ რ ა ნ ს ფ ე რ ი (სტუმრების გადაყვანა აეროპორტიდან სასტუმროში და სასტუმროდან აეროპორტში სასტუმროს ტრანსპორტით)		X	X
❖ ტაქსის გამოძახება	X	X	X
❖ სასწრაფო სამედიცინო დახმარების გამოძახება	X	X	X
❖ სტუმრის ავტომანქანის ტექმომსახურება			X
❖ ავტომანქანების გაქირავება			X
❖ სასტუმროს პერსონალის მიერ სტუმრის ავტომანქანის გამოყვანა სადგომიდან (გარაჟიდან) და ცენტრალურ შესასვლელთან დაყენება			X
❖ ბავშვის მომწვანო (წინასწარი დაკვეთით)			X
❖ ბილეთების დაჯავშნა (ტრანსპორტზე, სპორტულ, კულტურულ ღონისძიებებზე)	X	X	X
❖ რესტორანში ადგილების დაჯავშნა სასტუმროს მობინადრეებისათვის		X	X

<ul style="list-style-type: none"> ❖ ტურისტული სააგენტოების, გიდ-თარჯიმნების, გამცილებლების მომსახურება ❖ კვების მომსახურება ნომერში (room service) ❖ სამედიცინო მომსახურება, სპორტულ-გამაჯანსაღებელი, საყოფაცხოვრებო და ჰიგიენის ობიექტები ▪ სამედიცინო კაბინეტი ▪ ექიმი კონსულტანტი ▪ საცურაო აუზი ▪ ხატრენაეორო დარბაზი ▪ შისავეის კაბინეტი ▪ საუნა ▪ სოლარიუმში ▪ სოლამაზის სალონი ▪ საპარკმანხერო ▪ ინფორმაცია სასტუმროს მიერ შემოთავაზებული მომსახურების შესახებ (იხ. გვ.) 				<ul style="list-style-type: none"> X X X X X X X X X X X X X X X X X
---	--	--	--	---

აუდიო კონფერენც-სისტემა

კონგრესების, სიმპოზიუმებისა და სხვა მსგავსი ღონისძიებების ჩატარებისათვის საჭირო ყველაზე მაღალი ღონისძიებებს მიეკუთვნება ფირმების PHOEBUS (იტალია) და PHILIPS-ის (ჰოლანდია) კონფერენც-სისტემა კენჭისყრისა და კომპიუტერთან შეერთების შესაძლებლობით. მას ფართო შესაძლებლობები გააჩნია. გარდა სტანდარტული ფუნქციებისა, იგი იძლევა კენჭისყრის, მისი შედეგების დამუშავებისა და სპეციალურ ტაბლოზე გამოყვანის საშუალებას.

კონფერენც-სისტემის ძირითადი ელემენტებია თაემფდომარისა და დელეგატების მოდულები. გარდა დინამიკისა და მიკროფონის ჩასართავი ბუდისა, დელეგატების მოდულების დაკომპლექტება შესაძლებელია საყურისების ჩასართავი ბუდეებით, ხმის რეგულატორებითა და ინდიკატორებით, სამაგიდო მოდულების დაკვეთა ან სავარძლების ზურგში ჩამონტაჟება.

სინქრონული თარგმანის სისტემა შექმნილია სადენების ან ინფრაწითელი ტექნოლოგიის ბაზაზე. თუ სისტემა

სტაციონარულია, უპირატესობა ეძლევა სადენებიან ვარიანტს, რომელიც შედარებით იაფია. თუ კი სისტემა ავტონომიურია, სინქრონული თარგმანის მოსმენის მრავალარხიანი პანელი სავარძლის სახელურშია ჩამონტაჟებული. იმ შემთხვევაში, თუ სინქრონული თარგმანი შეთავსებულია კონფერენც-სისტემასთან, მოსმენის პანელით აღჭურვილი კონფერენც-მოდულები გამოიყენება.

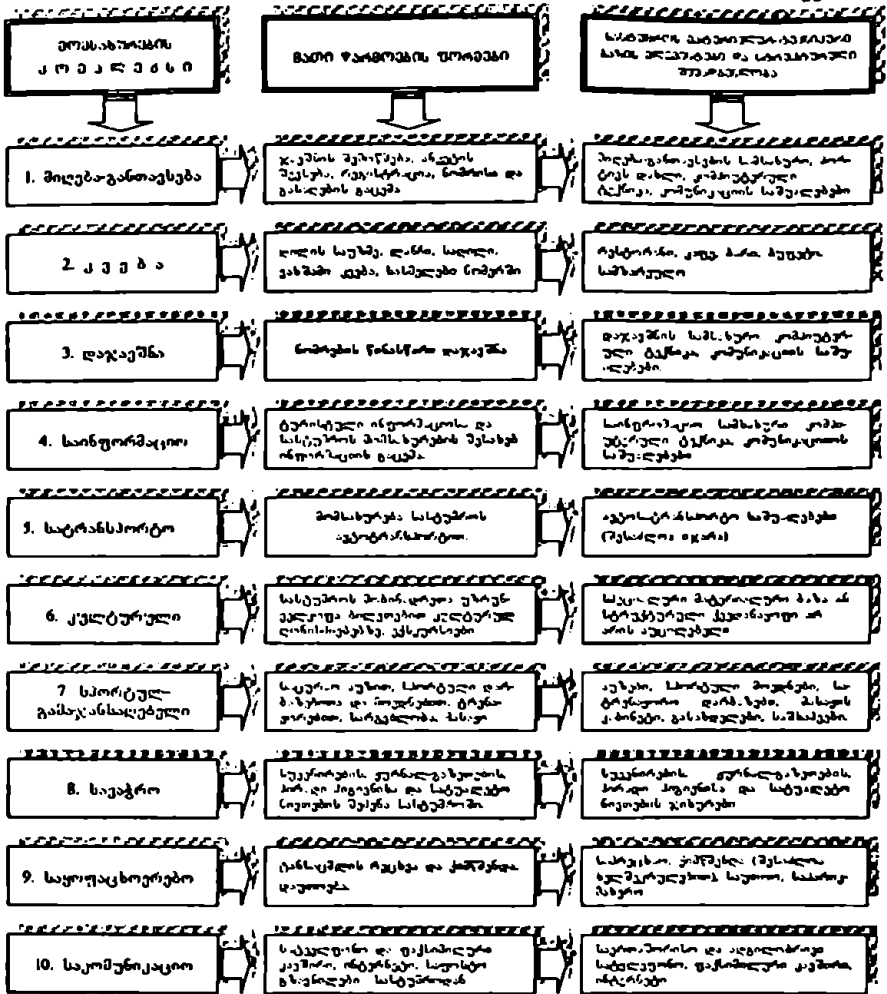
როდესაც სინქრონული თარგმანის აპარატურას მობილურობის მოთხოვნას უყენებენ, უმჯობესია ინფრაწითელი ტექნოლოგიით შექმნილი მოწყობილობის შექენა, რომელიც ადვილად უთავსდება კონფერენც-სისტემებს.

ინფორმაცია სასტუმროს მიერ

შემოთავაზებული მომსახურების შესახებ

სასტუმრო მომსახურება არის შემადგენელი იმ სისტემისა, რომელსაც მომსახურების კომპლექსი ეწოდება და რომელიც გარდა მომსახურების სხვადასხვა სახეობებისა, მოიცავს მათი წარმოების ფორმებს და ამისათვის საჭირო მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის ელემენტებს.

№2 სქემაზე წარმოდგენილია აღნიშნული სისტემის სტრუქტურა, რაც გაგიადვილებთ მომსახურების სრულყოფილი პროგრამის შედგენას და გამორიცხავს შესაძლო უზუსტობებს სტუმრებისათვის საჭირო ინფორმაციის შედგენისას.



მომსახურების კომპლექსი სინერგიზმის პრინციპზე უნდა იქნეს დაფუძნებული. რაც მოითხოვს სასტუმრო პროდუქტის სტრუქტურის ელემენტების შინაგანად მჭიდროდ დაკავშირებას.

სქემაზე წარმოდგენილი და აგრეთვე მომსახურების სხვა სახეობები უნდა ავსებდნენ ერთმანეთს. სასტუმროს ყველა რგოლის საქმიანობის ერთობლივი შედეგი უნდა იყოს მეთი, ვიდრე თითოეული მათგანის ცალ-ცალკე. ამისათვის საჭიროა, მეთი უყრადღება დაეთმოს მათ თანამოქმედებას, ვიდრე თითოეული რგოლის საქმიანობის შედეგებს.

1	2	3	4
<p>VII სასტუმროს მართვისა და მომსახურების პროექტის ელექტრონული ავტომატიზაცია</p> <ul style="list-style-type: none"> • სასტუმროს მართვის ავტომატიზებული სისტემა (იხ. ტფ.) - CENIUM - FIDELIO - KEY-HOTEL - UCS SHELTER • დაჯავშნის გლობალური ელექტრონული სისტემა (იხ. ტფ.) - AMADEUS - GALILEO - SABRE - WORLDSPAN • სტუმართა მონაცემების ელექტრონული ბაზა (იხ. ტფ.) 		x	x

სასტუმროს მართვის ავტომატიზებული სისტემა

მომსახურების ხარისხის მკვეთრი გაუმჯობესება სასტუმროში შეუძლებელია მართვის თანამედროვე ტექნოლოგიის – ავტომატიზებული სისტემის დანერგვის გარეშე. იგი გულისხმობს შრომატევადი პროცესების ავტომატიზაციას, მოითხოვს თანამედროვე ინფორმაციულ ტექნოლოგიებს, პროგრამებსა და კომპიუტერულ ტექნიკას, პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლებას რაც პროფესიების შეთავსებასთანაა დაკავშირებული.

ამგვარად, ავტომატიზებული სისტემის დანერგვა იძლევა მნიშვნელოვან ეკონომიკურ ეფექტს – შრომის მწარმოებლურობის ამაღლებისა და იმედროულად პერსონალის შემცირების, სასტუმროს შემოსავლის ზრდის საშუალებას.

თანამედროვე სასტუმროს გააჩნია საკმაოდ დიდი ინფორმაცია, რომელიც გაფანტულია მრავალ სტატისტიკურ მონაცემში, სამეურნეო საქმიანობის ამსახველ პერიოდულ ანგარიშებში, სხვადასხვა გეგმებში, დოკუმენტებსა და ადმინისტრაციის მუშაკების გონებაში. სასტუმროს მართვის პროცესში წამოჭრილ საკითხებზე სწორი პასუხის გასაცემად, ოპტიმალური გადაწყვეტილებების მისაღებად საჭიროა ინფორმაციის სისტე-

მატიზაცია ერთიანი ტექნოლოგიით და სასტუმროს ერთიან საინფორმაციო სივრცეში მოქცევა, მისი უწყვეტი, ოპერატიული გაცვლა სასტუმროს სხვადასხვა სამსახურებს, სტრუქტურულ ქვედანაყოფებს შორის (სქემა №3).

ამავად ყველაზე პოპულარული სისტემებია CENIUM, FIDELIO.

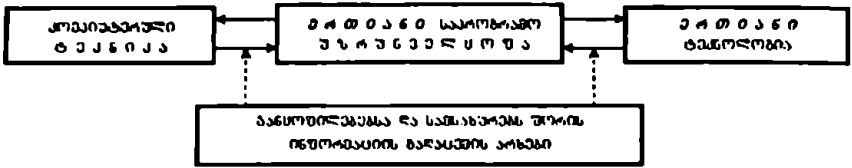
CENIUM – მოდულების სრულად ინტეგრირებული სისტემაა, რომლისთვისაც მხოლოდ ერთი სერვისული პარტნიორია საჭირო. სასტუმრო ბიზნესის საინფორმაციო პაკეტის შექმნისათვის ამ სისტემაში შემავალი მოდულების გამოყენება შესაძლებელია როგორც ცალ-ცალკე, ასევე კომბინირებულად. სასტუმროს მთელი ფინანსური, საწარმოო, მმართველობითი ინფორმაცია ერთადაა შეკრებილი და აუცილებლობის შემთხვევაში გადადის ერთი მოდულიდან მეორეში. ეს კი უზრუნველყოფს ყველა მომხმარებლის ერთდროულ დაშვებას სისტემასთან საერთო ეიზუალური სამუშაო გარემოს საშუალებით.

სისტემის ყველა მოდული (საოფისე, განთავსების სამსახურის, ცენტრალიზებული და აგრეთვე ინტერნეტის საშუალებით დაჯავშნის მოდული) ინტეგრირებულია პროგრამასთან Navision Financials – ბიზნესის მართვის სისტემები, რომელსაც მსოფლიოს 86 ქვეყნის 40 ათასზე მეტი კომპანია იყენებს თავის საქმიანობაში.

CENIUM-ს შემდეგი ფუნქციები გააჩნია:

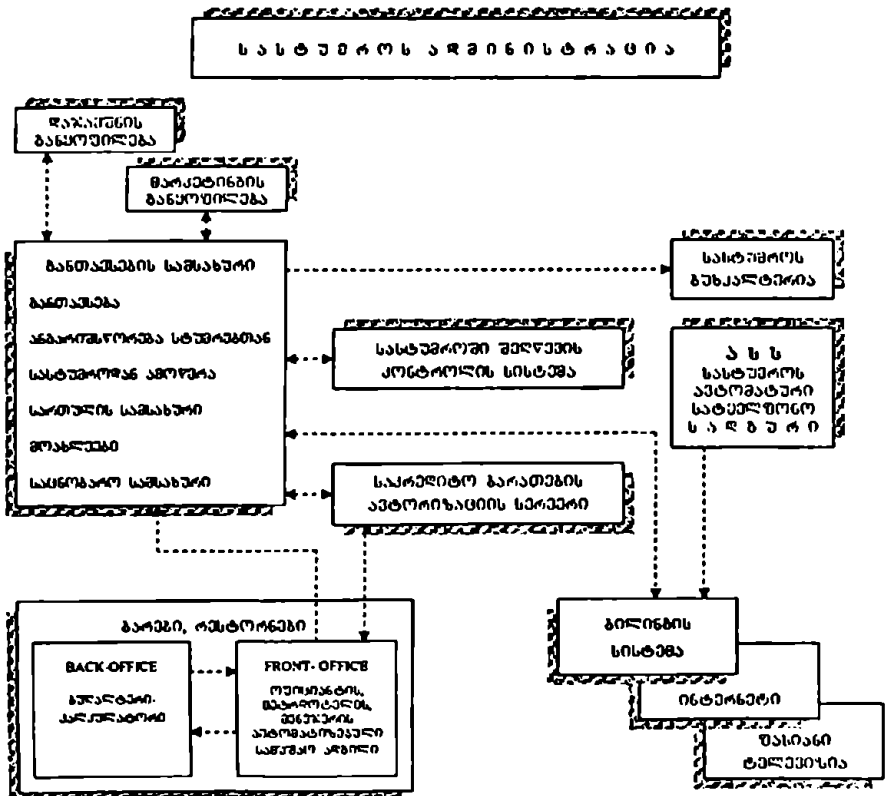
- ინდივიდუალური და ჯგუფური დაჯავშნის მართვა;
- ყოველდღიური მართვისათვის აუცილებელი ანგარიშების შედგენა;
- სტუმრების ბინადრობის, საერთაშორისო და საქალაქთაშორისო სატელეფონო საუბრების აღრიცხვა, ანგარიშსწორება;
- საარქივო მონაცემების ბაზის შექმნა (ინფორმაცია დაჯავშნისა და ფინანსური ოპერაციების დეტალების, სხვადასხვა პერიოდში სასტუმროს შემოსაულებლის, გაქირავებული ნომრების რაოდენობისა და კატეგორიის შესახებ);
- სანომრე ფონდის მდგომარეობის გრაფიკული ასახვა;

სასტუმროს მართვის ავტომატიზებული სისტემის კონცეპტუალური სქემა



სასტუმროს მართვის ავტომატიზებული სისტემის ორგანიზაციულ-მენეჯერული სქემა

ქანალოგიური სისტემების სქემა ყველა კონკრეტულ შემთხვევაში შესაძლოა რამდენიმე განსხვავდებულ მოცემულსაგან.



- სასტუმროს, მისი სართულებისა და ნომრების ელექტრონული რუკა;

- ტარიფების მართვა, ნომრებისა და მომსახურების ფასების ტარიფიკაცია, კორექტირება სხვადასხვა შეღავათების გათვალისწინებით;

- დამატებითი მომსახურების საფასურის დარიცხვის მართვა;

- სხვადასხვა მომსახურების პაკეტის შედგენა.

სასტუმროს მობინადრეებთან მისი პერსონალის საქმიანი კონტაქტების მიხედვით განასხვავებენ ორი დონის სამსახურს. პირველი დონე (Front office) – ე.წ. საკონტაქტო სამსახურები, ქვედანაყოფები, რომელთა პერსონალს აქვს უშუალო საქმიანი კონტაქტი სასტუმროს მობინადრეებთან. მეორე დონე (Back office) – ე.წ. არასაკონტაქტო სამსახურები, რომელთა პერსონალს პრაქტიკულად არ აქვს ამგვარი კონტაქტი. სასტუმროს ქვედანაყოფების (სამსახურების) ამგვარი გამიჯვნა ძალზე მნიშვნელოვანია, ვინაიდან იგი განსაზღვრავს პერსონალის მიმართ წაყენებულ მოთხოვნებს. ამ ნიშნით არის კლასიფიცირებული სასტუმროების მართვის ავტომატიზებული სისტემების შესაბამისი მოდულებიც.

დიდი პოპულარობით სარგებლობს გერმანული ფირმა FIDELIO-ს ერთ-ერთი პროდუქტი – FIDELIO Front office (FO). სისტემის უპირატესობას განაპირობებს ექსპლუატაციის სიმარტივე, ნებისმიერი ტიპის, ტევადობის სასტუმროსათვის გამოყენება და მოქნილობა, რასაც განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს საქართველოს პირობებში.

სისტემა იძლევა ნომრების რეზერვირების, სტუმრების რეგისტრაციის, განთავსებისა და სასტუმროდან ამოწერის, სანომრე ფონდის მართვის ავტომატიზაციის შესაძლებლობას, აწარმოებს კლიენტის ანგარიშებს, მნიშვნელოვნად აადვილებს საფინანსო და კომერციულ საქმიანობას.

გარდა ამისა, სისტემაში შემოდის ინფორმაცია საბუღალტრო აღრიცხვის, შიდა დეპოზიტის, ბარების, რესტორნების საქმიანობის, სასტუმროში შეღწევის კონტროლისა და სხვა ქვესისტემებიდან.

სისტემა შემდეგი მოდულებისგან შედგება: დაჯგუფების, ნომრების ბლოკების მართვის, ტარიფების მართვის, დამატებითი მომსახურებისა და მომსახურების პაკეტების, სტუმრების რეგისტრაციისა და სასტუმროდან ამოწერის, კლიენტის პროფილის (კლიენტის შესახებ ინფორმაციის შენახვის მოდული), კლიენტებთან ანგარიშსწორების, ადმინისტრატორის, კონსიერჟის, ანგარიშების შედგენის მოდული.

ფაქტიურად, აღნიშნული სისტემა წარმოადგენს სასტუმროს საინფორმაციო ქსელის ცენტრალურ რგოლს, რაც აიძულებს სასტუმროს მომსახურე პერსონალს, მოახდინოს უფრო ოპერატიული რეაგირება კლიენტების მოთხოვნაზე და გააუმჯობესოს მომსახურების ხარისხი.

საზღვარგარეთის ფირმები სთავაზობენ არეთვე მომხმარებელს მართვის ავტომატიზებულ ერთიან კომპლექსებს – KEY-Hotel, UCS Shelter.

ზოგჯერ სასტუმროები თვითონ ცდილობენ მართვის ავტომატიზებული სისტემის მსგავსი კომპლექსის შექმნას. ამ მიზნით იყენებენ განსხვავებულ ტექნოლოგიებსა და ელექტრონულ სისტემებს. სასტუმროს სხვადასხვა ქვედანაყოფები ქმნიან მონაცემების საკუთარ, განსხვავებულ ბაზას. ხშირად სისტემაში არ არის ჩართული ისეთი მნიშვნელოვანი რგოლები, როგორც ბუქინგტერია, კვების ობიექტები, სასაწყობო მეურნეობა. ამით ირღვევა სისტემის მთავარი პრინციპები – შეთავსებადობა, გამჭოლი აგებულება, ლოკალური საინფორმაციო სივრცის მთლიანობა და ინფორმაციის დამუშავების ერთიანი ტექნოლოგია, რამაც შესაძლოა გამოიწვიოს მნიშვნელოვანი დეფექტები მომსახურებისა და მართვის პროცესში.

ამგვარი კომპიუტერიზაცია შეიძლება ჩაითვალოს „დეკორატიულად“, ვინაიდან იგი არსებითად არ ცვლის მართვის პროცესის რაობას, ვერ უზრუნველყოფს სასტუმროს საქმიანობის ოპტიმიზაციასა და ეფექტიანობას.

დაჯავშნის გლობალური ელექტრონული სისტემები

დაჯავშნის ელექტრონული ქსელების დანერგვა მსოფლიო სასტუმრო ინდუსტრიაში აქტიურად დაიწყო XX საუკუნის 90-იან წლებში და სწრაფი ტემპებით მიმდინარეობს. ამჟამად მრავალი ტურაგენტი პირობას უყენებს სასტუმროებს დაჯავშნის მსოფლიო კომპიუტერულ სისტემებში მათი აუცილებელი ჩართვის შესახებ.

მსოფლიოს თითქმის 500 ათას ტურისტულ სააგენტოში და კორპორაციულ კლიენტებთან დაყენებულია აშშ-ისა და ევროპის ავიაკომპანიების კუთვნილი, დაჯავშნის გლობალური სისტემების, ე.წ. ოქროს ოთხეულის – AMADEUS, SABRE, GALILEO, WORLDSPAN ტერმინალები.

დაჯავშნის გლობალური სისტემა, მაგალითად AMADEUS მოიცავს ტურისტებისათვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას ქვეყნების შესახებ. ნებისმიერი ქვეყნის საინფორმაციო გვერდზე მოთავსებულია შემდეგი მონაცემები:

- განთავსება – accomodation
 - ღირსშესანიშნაობა – attraction
 - კლიმატი – climate
 - ღონისძიებები (გამოფენები, ფესტივალები და ა.შ.) – events
 - ეროვნული სამზარეულოს თავისებურებები – national food and drink
 - გეოგრაფიული აღწერილობა – geographical description
 - საათობრივი სარტყელი – global time zone
 - ჯანდაცვა, სანიტარია, ჰიგიენა – health
 - სახელმწიფო დღესასწაულები – public holidays
 - მაღაზიები – shopping
 - ცხოვრების წესის თავისებურებები – social hints
 - მომსახურე პერსონალის წერილმანი გასამრჯელო – tipping
 - მოგზაურობა ქვეყანაში – travel-internal
- დაჯავშნის ზემოაღნიშნული სისტემის შემადგენელი ნაწილია FIDELIO. ამრიგად, FIDELIO-ში წარმოდგენილი ყველა

სასტუმრო ავტომატურად ირთება დაჯავშნის გლობალურ კომპიუტერულ სისტემაში.

დაჯავშნის პროცესი მთლიანად ავტომატიზებულია. სისტემა გაანგარიშებულია ოთახებისა და ტარიფების განუსაზღვრელ რაოდენობაზე, იგი ითვალისწინებს დაჯავშნის სხვადასხვა კატეგორიებად (ინდივიდუალური, ჯგუფური, კორპორაციული) დაყოფის შესაძლებლობას, რაც უზრუნველყოფს შემოსული ინფორმაციის სწრაფ და ზუსტ დამუშავებას.

დაჯავშნის მოდულს შემდეგი ქვეფუნქციები გააჩნია:

- ინფორმაცია ყველა კლიენტის შესახებ, რომლებიც ბინადრობდნენ სასტუმროში;

- ინფორმაცია ნომრებისა და დროის ნებისმიერ მომენტში მათი სტატუსის შესახებ (დალაგებული, დაულაგებელი, გამართული, გაუმართავი, თავისუფალი, დაკავებული, დაჯავშნილი), დაჯგუფებული ნომრების ტიპისა და მრავალი სხვა პარამეტრის მიხედვით;

- დაჯავშნის 10 სხვადასხვა კატეგორიის შესაძლებლობა;

- დაჯავშნა დროის განუსაზღვრელად დაშორებული პერიოდით;

- დაჯავშნა ოთახის ნომრის ან ტიპის მიხედვით;

- ინფორმაციის მოწოდება თავისუფალი ნომრებისა და შესაბამისი ტარიფების შესახებ;

- სხადასხვა ტარიფის მინიჭება (როგორც ხელით შეტანა, ასევე ავტომატურ რეჟიმში);

- სტუმრის ჩამოსვლის შესაძლებელი დროის დადგენა;

- დაჯავშნის დადასტურების შესახებ სტანდარტული (ან ინდივიდუალურად შედგენილი) წერილების ან ფაქს-ფორმების ავტომატური ამობეჭდვა;

- ფაქს-ინტერფეისის არსებობა (სისტემაში ფაქსის ჩართვის შესაძლებლობა);

- დაჯავშნა ერთ ნომერში მობინადრე თითოეული სტუმრის მიერ ცალკე ანგარიშსწორების გათვალისწინებით;

- რამდენიმე დაჯავშნის გაერთიანება (ანგარიშების ინდივიდუალური განაღდება);

- ერთი ჯგუფური დაჯავშნის რამდენიმე ინდივიდუალურ-ზე დაყოფა;

- გადასახდელის სხვა ნომერზე გადატანა;

- ანგარიშის ოთხად დანაწილება და გადამხდელისთვის თითოეული მათგანის მიკუთვნება;

- ელექტრონული კითხვარის არსებობა, რაც დაჯავშნის სისწრაფესა და სიზუსტეს უზრუნველყოფს;

- დაჯავშნის რედაქტირება ნებისმიერ დროს და ნებისმიერი პარამეტრის მიხედვით;

- დაჯავშნის გაუქმება და ნებისმიერ დროს მისი რეაქტივაცია;

- თითოეული დაჯავშნისათვის ოთახის ნომრის სწრაფი განსაზღვრა ან მათი რედაქტირება;

- კლიენტების ან დაჯავშნის სამსახურის შენიშვნებისა და სურვილების სწრაფი გადატანა დაჯავშნის ბლანკებზე;

- დაჯავშნის აღრიცხვისა და სტატისტიკის წარმოება სხვადასხვა მაჩვენებლების მიხედვით;

- ფუნქციონალური კლავიშების მეშვეობით ინფორმაციის ასახვა სასტუმროს შევსების პროგნოზის შესახებ სხვადასხვა მაჩვენებლის მიხედვით (დაჯავშნის, ოთახების ტიპისა და ა.შ.);

- სტუმრების დასვენებისა და თავისუფალი დროის მართვის (ჩოგბურთის მოედნების, საცურაო აუზების, რესტორნებში მაგიდის შეკვეთის) შესაძლებლობა.

ამჟამად მსოფლიოს 1500-ზე მეტი სასტუმრო სარგებლობს დაჯავშნის სისტემა Hotel Bank-ით, რაც საშუალებას აძლევს 400 ათას ტურაგენტს, დღე-ღამის ნებისმიერ დროს ავტომატურად დაჯავშნოს სისტემაში ჩართული სასტუმროს ნომრები.

აღნიშნული სისტემა ფართოდაა გავრცელებული დსთ-ს ქვეყნებში, სკანდინავიაში, გერმანიაში, საფრანგეთში, იტალიაში. იგი ჩართულია დაჯავშნის არა მარტო საერთაშორისო, არამედ ლოკალურ სისტემებშიც – Book Hotel, American Express Travel, Nyman & Scults. Hotel Bank-ს გააჩნია Fidelio-სთან ინტეგრაციის შესაძლებლობა.

ამრიგად, Hotel Bank სისტემაში ჩართულ სასტუმროს შეუძლია მიიღოს დაჯავშნის განაცხადი გლობალური სისტემებიდან, ინტერნეტიდან, როგორც ელექტრონული ფოსტით ან ფაქსით, ასევე – ინტერფეისით უშუალოდ Fidelio Front office სისტემაში.

ტურისტულ ბიზნესის თანამედროვე მოთხოვნების გათვალისწინებითაა დამუშავებული ზემოაღნიშნული სისტემა CENIUM-ის ტექნოლოგიაზე, რომელსაც გააჩნია ცენტრალიზებული დაჯავშნის შესაძლებლობა. საერთოდ ეს ოპტიმალური გადაწყვეტაა, განსაკუთრებით სასტუმროთა ქსელებისათვის.

ამასთან ერთად, ინფორმაცია ქსელში შემავალი ნებისმიერი სასტუმროს სანომრე ფონდის დაჯავშნის შესახებ, ხელმისაწვდომია მომხმარებლისათვის ინტერნეტის, კერძოდ სპეციალური მოწყობილობის – ე.წ. ინტერნეტ-რაბის საშუალებით. აღნიშნული მოწყობილობა იძლევა მხოლოდ განსაზღვრულ ინფორმაციას, რომელიც შეესაბამება სისტემაში დაშვების დონეს.

მონაცემთა ბაზაში გარეშე აბონენტების შეღწევის თავიდან აცილების მიზნით, სისტემას შეუძლია ქსელთან ინტერნეტ-რაბის კავშირის გათიშვა. ინფორმაციული უსაფრთხოების მიზნით სისტემაში ჩართულია სპეციალური მოდული, რომლის საშუალებით ხდება ინტერნეტის გამოყენებით განხორციელებული ყველა გარიგების კოდირება და დეკოდირება.

მოსარგებლეთა ინტერფეისი იძლევა სხვადასხვა ტიპის თავისუფალი ნომრების შესახებ ინფორმაციის სწრაფი მიღებისა და დაჯავშნისათვის აუცილებელი მონაცემების შეტანის საშუალებას.

ინტერნეტის გამოყენება ნომრის დაჯავშნისათვის, იმაედროულად სასტუმროს სარეკლამო კამპანიის ჩატარების კარგი შესაძლებლობაა და უპასუხებს როგორც კლიენტების, ასევე პერსონალის ინტერესებს.

ჩვეულებრივ, ცენტრალიზებული დაჯავშნისას სანომრე

ფონდის 60-70 პროცენტი ცენტრალიზებული სისტემის კონტროლის ქვეშაა, დარჩენილ რაოდენობას კი თავად სასტუმრო განკარგავს. ამისგან განსხვავებით, GDS-ში ჩართული Best Eastern Hotels წვერი თითოეული სასტუმრო თავად განსაზღვრავს მომსახურების რეალიზაციის სტრატეგიას: FREE SALE (თაეისუფალი გაყიდვა), ALLOTMENT (შეზღუდული თაეისუფალი გაყიდვა), ON REQUEST (მოთხოვნით), STOP SALES (გაყიდვების შეჩერება).

დიდი მნიშვნელობა აქვს, თუ ვის საიტზეა განთავსებული სასტუმროს ინტერნეტ-რესურსი. მსოფლიოში ცნობილი კორპორაცია „ჰილტონის“ მიერ 2002 წელს სასტუმროების 80 მილიონი გაყიდული ნომრიდან, დაახლოებით 10% რეალიზებულია იტერნეტით. აქედან სამი მეოთხედი – თავად კორპორაციის საიტების მეშვეობით. „მესამე პირების“ წილმა შეადგინა „ჰილტონის“ შემოსავლების მხოლოდ 1,5%, მაგრამ ეს მარევენებული განუხრელად იზრდება.

გაყიდვები „გარეშე“ საიტების მეშვეობით საკმაოდ ძვირად უჯდება სასტუმრო კომპანიებს, ვინაიდან საკომისიო გასამრჯელო ძალზე მაღალია. თითოეულ ჯავშანზე იგი 20-30% შეადგენს. ამის გამო „ჰილტონმა“ გადაწყვიტა, გაეუქმებინა შეღავათები იმ „ერთგული“ კლიენტებისათვის, რომლებიც დაჯავშნიან ნომრებს „გარეშე“ ინტერნეტ-საიტებზე.

ინტერნეტის გამოყენება დაჯავშნის მიზნით ზოგჯერ გარკვეულ პრობლემებთანაა დაკავშირებული, ვინაიდან სასტუმრო ხშირად იღებს დაჯავშნის შეკვეთას კერძო პირებიდან და არა ტურაგენტებისა და ტუროპერატორებისგან, რომლებსაც დამუშავებული აქვთ სასტუმროსთან ურთიერთობის გამართული ტექნოლოგია. ასეთ შემთხვევაში კლიენტისგან საჭიროა შესაბამისი გარანტიების მიღება (სადეპოზიტო ავანსური გადახდა, საგარანტიო წერილი და ა.შ). ამის გარეშე, კლიენტის მიზეზით დაჯავშნის გაუქმებისას, ანაზღაურება უნდა დაეკისროს კერძო პირს, რაც შესაძლოა სირთულეებთან იქნას დაკავშირებული.

სტუმართა მონაცემების ელექტრონული ბაზა

მზარდი კონკურენციის პირობებში სტუმარ-მასპინძლობის ინდუსტრიის საწარმოები ცდილობენ, განსაკუთრებული ყურადღება მიაქციონ კლიენტების უკუდენის პრობლემას.

ეს მნიშვნელოვანი ეკონომიკური პრობლემაა, ვინაიდან ახალი მომხმარებლის მოზიდვის დანახარჯები ბევრად მეტია, ვიდრე მუდმივ კლიენტებად შენარჩუნების ხარჯი.

წარმოების, მომსახურებისა და ვაჭრობის სფეროში დასაქმებული კომპანიების უმრავლესობა აღიარებს მომხმარებლის შენარჩუნების მნიშვნელობას და პრობლემის გადაჭრის ერთ-ერთ ეფექტიან ფორმად მიიჩნევს მუდმივი კლიენტების მონაცემთა ელექტრონული ბანკის შექმნასა და მის აქტიურ გამოყენებას.

სასტუმროების ცნობილმა ქსელმა Ritz-Carlton დანერგა კომპიუტერიზებული სისტემა „მდგმურების ისტორიები“, რომელიც მოიცავს ინფორმაციას 240 ათასი მუდმივი კლიენტის შესახებ. თითოეული მათგანის ფორმალურ მონაცემებთან ერთად კომპანიისათვის ზუსტადაა ცნობილი, თუ რას ანიჭებენ უპირატესობას ისინი (ნომრის ფართი, ხედი ნომრიდან, სართული, ნომერი თამბაქოს მწველებლისა თუ არამწველთათვის, ხილი თუ ყვავილები ნომერში და სხვა).

ანალოგიური სისტემები ინახავენ ინფორმაციას, როგორც ინდივიდუალური სტუმრების, რომლებიც ოდესმე ბინადრობდნენ სასტუმროში, ასევე ტურისტული ჯგუფების, სააგენტოების, ორგანიზაციების შესახებ. ეს იძლევა სტატისტიკის ეფექტიანი დამუშავებისა და ხელსაყრელი პარტნიორი ორგანიზაციების შერჩევის საშუალებას, საგრძნობლად აადვილებს დაჯაეშნის სამსახურის საქმიანობას, ვინაიდან ხელახლა დაჯაეშნისას, შესაძლებელია სტუმრის შესახებ კომპიუტერში არსებული მონაცემების ავტომატური გადატანა.

1	2	3	4
DC მოთხოვნები პერსონალის მიმართ			
> სასტუმროს შიდა განაწესი		x	x
> სასტუმროს პერსონალის ტრენინგები საეციალური პროგრამით			x
> სასტუმროს ბიუჯეტით გათვალისწინებული პერსონალის მომზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების დანახარჯები			x
> პერსონალის მიერ უცხო ენის სრულყოფილი ცოდნა:			
ა) ერთი უცხო ენის	x		
ბ) ორი-სამი უცხო ენის		x	
გ) სამზე მეტი უცხო ენის			x
> პერსონალის პროფესიული იური (იხ. გვ.)			
> პერსონალის პროფესიული სამედიცინო შემოწმება:		x	x
ა) წელიწადში ერთხელ	x		
ბ) წელიწადში ორჯერ		x	x

პერსონალის ბარემენტის სტანდარტი

ნებისმიერი სასტუმროს პერსონალს საკუთარი სტანდარტები გააჩნია, რომლებიც განისაზღვრება სასტუმროს კლასით, ბაზრის მიზნობრივი სეგმენტით, საბაზრო კონიუნქტურით, დაძაბებითი მომსახურების სახეობებით, სეზონურობის ფაქტორით, კონკურენციით, პერსონალის მართვის სისტემით, სასტუმროს მართვის მოდელით.

მიუხედავად ამისა, არსებობს ზოგადი მოთხოვნები პერსონალის მიმართ. სასტუმროს ე.წ. საკონტაქტო პერსონალი (ფრონტ ოფისი staff – ყველა კატეგორიის მუშაკი, ვისაც უშუალო საქმიანი ურთიერთობა აქვს სტუმრებთან: ბარგის მიმტანი, კარისკაცი, მძღოლი, მიღება-განთავსებისა და დაჯავშნის სამსახურის მუშაკი, ოფიცინანტი, ბარმენი და სხვა) უნდა ატარებდეს საფირმო ტანსაცმელს – სუფთა და კარგად დაუთოებულ უნიფორმას პირადი სამკერდე ნიშნით, რომელზეც გამოსახულია სასტუმროს ემბლემა, მუშაკის სახელი, გვარი და თანამდებობა.

მამაკაცები უნდა ატარებდნენ შავ წინდებს, ქალები სეზონ-

ნის მიუხედავად - ნეიტრალური ფერის უსახო წინდებს ან კოლგოტებს, როგორც ქალების, ასევე მამაკაცებისათვის აუცილებელია შავი ფერის გაპრიალებული, მოხერხებული, დახურული, ნატურალური ტყავის, კლასიკური ფასონის ფეხსაცმელი (კარგ მდგომარეობაში, დაზიანებების გარეშე), გამორიცხულია ავანგარდული და სპორტული მოდელები. ქალის ფეხსაცმლის ქუსლის სიმაღლე არ უნდა აღემატებოდეს 4 სმ.

საესებით უნდა გამოირიცხოს ჯინსები, ტყავის ტანსაცმელი, მინი ქვედაბოლო.

მეტრდოტელის, ოფიციანტის საფირმო ტანსაცმლად მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში მიჩნეულია ფრაკი ან სმოკინგი.

სამზარეულოს, ტექნიკური, დამხმარე სამსახურის მუშაკები (მოახლე, დამლაგებელი) უნდა ატარებდნენ სასტუმროს მიერ მიღებული ნიმუშის, შესაბამისად სპეციალურ ან ე.წ. სანიტარულ ტანსაცმელს, ფეხსაცმელს (კარგ მდგომარეობაში, დაზიანების გარეშე), პირად სამკერდე ნიშანს. იმ შემთხვევაში, როდესაც ისინი არ ასრულებენ თავის მოვალეობას, მათი გამოჩენა სტუმრებისათვის განკუთვნილ ტერიტორიაზე არ არის სასურველი.

სასტუმროს საკონტაქტო პერსონალისათვის აუცილებელია დეზოდორანტებისა და ანტიპერსპირანტების გამოყენება, მათთვის კი ვისი საქმიანობაც ფიზიკურ დატვირთვასთანაა დაკავშირებული - შხაპის მიღება.

პარფიუმერია (სუნამოები, ოდეკოლონი, დეზოდორანტები), მაკიაჟი, ფრჩხილების ლაქი არ უნდა იყოს მკეეთრი. დაუშვებელია ტუჩების მუქი ფერის საცხის (პომადისა) და თვალების საღებავის, მკეეთრი ფერუმარილის გამოყენება. ძირითადი მოთხოვნა მაკიაჟის ბუნებრივობაა, დაუშვებელია საღამოს მაკიაჟის ვარიანტები.

ქალების თმის ვარცხნილობა უნდა იყოს კომპაქტური, დაუშვებელია გაშლილი თმები, მკეეთრი, დიდი ზომის, თვალში საცემი თმის სამაგრები, ბიჟუტერია, საიუველირო ნაკეთი.

სამუშაო საათებში პერსონალისათვის აკრძალულია მობილური ტელეფონის ტარება. სამუშაო ადგილზე და სტუმრებისათვის განკუთვნილ ტერიტორიაზე დაუშვებელია მობილური ტელეფონით საუბარი, სიგარეტის მოწევა, რეზინის ღეჭვა.

სასტუმრო პროდუქტის პროექტირებისა და აღვილობრივი ინვესტიციების ათვისების პრობლემა საქართველოს სასტუმრო ბიზნესში

თანამედროვე სასტუმრო ტურისტული პროდუქტის (მომსახურების) წარმოებისა და რეალიზაციისათვის განკუთვნილი რთული სამეურნეო და ქონებრივი კომპლექსია (კაპიტალური შენობა, დანადგარები, მოწყობილობა და სხვა ქონება). მისი, როგორც ტურისტული ინდუსტრიის საწარმოს ძირითადი მახასიათებლებია: კლასი და კატეგორია, რომლებსაც განსაზღვრავს მომსახურების პირობები და პროგრამა (მომსახურების სახეობების ერთობლიობა); ნომრების მინიმალური რაოდენობა (არანაკლებ 10 ნომრისა) და კომფორტის დონე, როგორც სასტუმრო მომსახურების კრიტერიუმების ინტეგრირებული მახევენებელი. სასტუმრო მრავალფუნქციონალური საწარმოა. მისი მთავარი ფუნქცია – სოციალურ-ეკონომიკურია (სქემა №4).

სასტუმროს სოციალურ-ეკონომიკური უწყვეტი

საშინაო უმუშევრობის ჩატარების ადგილი

დასაძინების საშუალება

სოციალური ცენტრი
აღვილობრივი მოსახლეობისთვის

სხვადასხვა კომუნიკაციის საშუალო
ბაზიდანების ობიექტი

უცხოური მალაქის მოზიდვისა
და კიდევული შემოსავლების აღვილობრივი
მოსახლეობაზე გაანაწილების საშუალება

სქემა №4

თანამედროვე სასტუმრო აღჭურვილია რთული ტექნოლოგიითა და დანადგარებით. მისი საქმიანობის სპეციფიკური თავისებურებაა მომსახურების წარმოებისა და მოხმარების პროცესების ერთდროული მიმდინარეობა. მომსახურების გაწევის საწყის პირობას წარმოადგენს სასტუმროს მატერიალური ბაზის ყოველი სტრუქტურული შემადგენელი, რომელსაც აქვს ფუნქციონალური დანიშნულება.

სასტუმროს მატერიალურ-ტექნიკურ ბაზას, მის სტრუქტურულ შემადგენლობას განსაზღვრავს სასტუმრო მომსახურების სახეობების, მათი წარმოების ფორმების, მატერიალური ბაზის ელემენტების ურთიერთკავშირი, აგრეთვე კომპლექსური სასტუმრო მომსახურების არა მარტო თითოეული სახეობა და ერთობლიობა, არამედ მათი სინქრონიზაციის აუცილებლობა დროსა და სივრცეში.

ბოლო პერიოდში დიდად გაიზარდა საინვესტიციო მასშტაბები საქართველოს სასტუმრო მეურნეობაში. იცვლება კადაბანდებთან მოცულობის დინამიკა, ზრდის ტემპები. არსებითი ტენდენციები შეინიშნება კადაბანდებთან ტექნოლოგიური და აღწარმოებითი სტრუქტურის ცვლილებაში.

ყოველივე ამის გათვალისწინებით განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება კადაბანდების ეფექტიანობის განსაზღვრას – ოპტიმალური ვარიანტების შერჩევასა და ეკონომიკურ დასაბუთებას.

აღნიშნულიდან გამომდინარე, სასტუმროს პროექტირება დაკავშირებულია ინტერდისციპლინარულ პრობლემასთან, მოითხოვს სხვადასხვა დარგებში სპეციალური ცოდნისა და გამოცდილების სინთეზს. საქართველოში კი ხშირად ეუდგებით ამ საკითხს მონოპროფესიული (მხოლოდ არქიტექტურულ-სამშენებლო) პოზიციებიდან. სწორედ ამიტომ, ხშირ შემთხვევაში, ადგილობრივი ინვესტიციებით აშენებული და რეკონსტრუირებული კერძო სასტუმროები ძირითადად საერთო ნაკლოვანებებით ხასიათდება: არ არის გათვალისწინებული მათი მოწყობის საერთაშორისო ნორმები, განვითარების პერსპექტივა, სპეციალიზაცია, ადგილმდებარეობის განმსაზღვრელი ფაქტორები, მომსახურების პირობები,

პროგრამა. სასტუმროს ინფრასტრუქტურა არ შეესაბამება მის კატეგორიას, არ არის გათვალისწინებული აგრეთვე ნომრების დიფერენციაციის პარამეტრები, ტექნოლოგიური საშუალებები, ფსიქოლოგიური ფაქტორები, მომსახურების უწყვეტი ხარისხის უზრუნველყოფის შესაძლებლობა; არ არის გამოყენებული სასტუმრო პროდუქტის პროექტირების თანამედროვე ტექნოლოგია, რაც გამოწვეულია დარგის სპეციალისტების როლის იგნორირებით პროექტირების ეტაპზე.

პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ ხშირად ზოგადი მოთხოვნები სასტუმროს მიმართ სწორადაა განსაზღვრული, მაგრამ ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში არ არის უზრუნველყოფილი მისი ადგილმდებარეობის, სპეციალიზაციის, კლასის, კატეგორიის შესაბამისი სტანდარტი, მომსახურების დონე და ტექნოლოგია, ისეთი აუცილებელი თვისებები, როგორებიცაა: დინამიკურობა (ერთი ხარისხობრივი მდგომარეობიდან მეორეში გადასვლის შესაძლებლობა), გადარჩენისუნარიანობა (კონკურენტუნარიანობა), საიმედოობა (ხანგამძლეობა, მდგრადობა მორალური მოქველების მიმართ).

ამრიგად, არასწორადაა განსაზღვრული მათი განვითარების პერსპექტივა.

ამ მხრივ, ინტერესმოკლებული არ იქნება კერძო სექტორის ზოგიერთი სასტუმროს, როგორც სისტემის, აუცილებელი თვისებების შერჩევითი ანალიზის შედეგები (ცხრილი №4).

ს ი ს ტ უ მ რ ო ს ა უ ც ი ლ ე ბ ე ლ ი თ ვ ი ს ა მ ა მ ბ ი	
დირბულება	+
მონხრებულობა (მომსახურების ტექნოლოგიის ოპტიმალური ხარისხის უზრუნველყოფა)	-
დინამიკურობა (სხვა ხარისხობრივ მდგომარეობაზე გადასვლის პოტენციალი)	-
გადარჩენისუნარიანობა (კონკურენტუნარიანობა)	-
საიმედოობა (ხანგამძლეობა, მდგრადობა მორალური მოქველების მიმართ)	-
განვითარების პერსპექტივა	?

სასტუმრო მომსახურების განსაზღვრული პროგრამისა და ხარისხის უზრუნველყოფა დამოკიდებულია სისტემის შესაბამის სტრუქტურულ კომპოზიციაზე. სწორედ ამიტომ ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში ახლებურად უნდა გადაწყდეს სასტუმროს პროექტის შემუშავების საკითხი. პროექტირების

პროცესში გათვალისწინებული უნდა იქნას არა მარტო სამშენებლო ნორმები და სტანდარტი, არამედ კაპდაბანდებების ეფექტიანობა, სასტუმრო მომსახურების სტანდარტი, სისტემის დინამიკურობა – სხვა ხარისხობრივ მდგომარეობაში გადასვლის შესაძლებლობა.

სამშენებლო პროექტის შემუშავება მოითხოვს მიზნობრივ სისტემურ-სტრუქტურულ მიდგომას, ისეთი ოპტიმალური ვარიანტების შერჩევასა და ეკონომიკურ დასაბუთებას, თვით საწარმოს სტრუქტურის კომპოზიციას, რომელიც უზრუნველყოფს სასტუმროს მაღალ ეფექტიანობას.

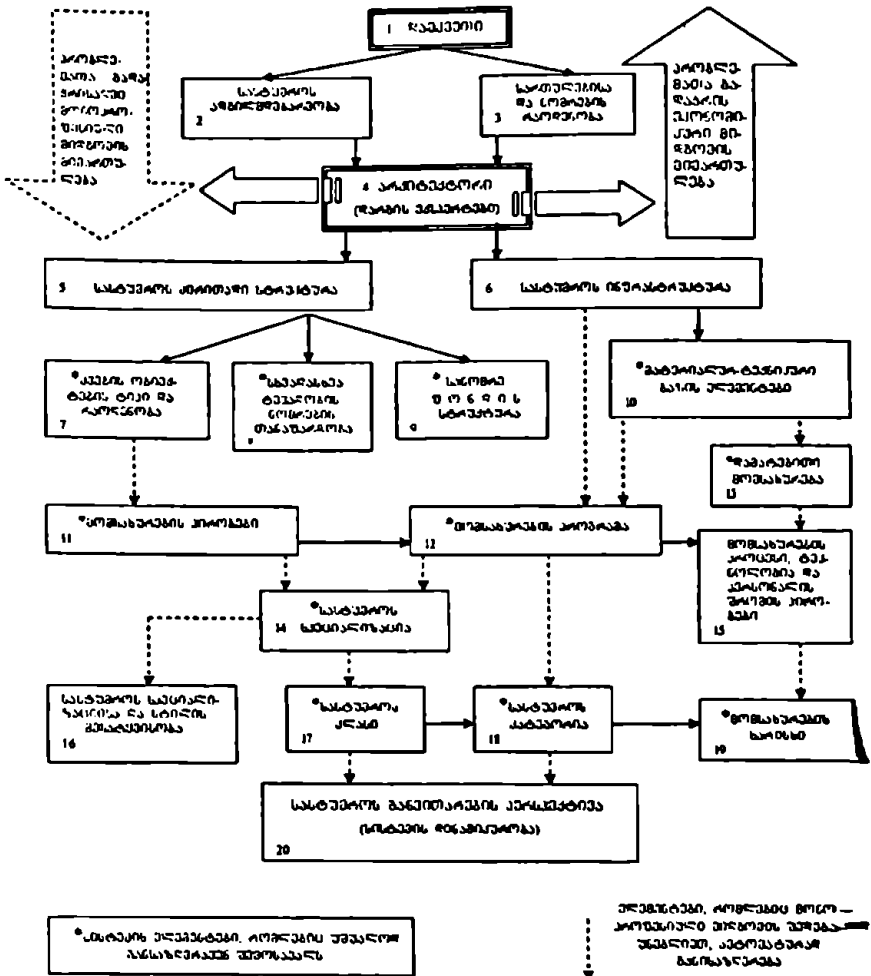
საქართველოს კერძო სექტორში ამჟამად ადგილი აქვს სასტუმროს, როგორც საზოგადოებრივი შენობის დაპროექტებას ტრადიციული მეთოდით. ამიტომ ვიდრე არქიტექტორის ჩანაფიქრი განხორციელდება, სამშენებლო პროექტის შედგენის წინაპერიოდში აუცილებელია დარგის სპეციალისტების კონსულტაცია.

პროექტირების ეტაპზე ნებისმიერი სასტუმროსათვის, მიუხედავად მისი ტევადობისა, საჭიროა სისტემისათვის დამახასიათებელი სპეციფიკური თვისებების გათვალისწინება სრულიად განსხვავებული სტრუქტურულ-კომპოზიციური მეთოდის გამოყენებით (სქემა №5).

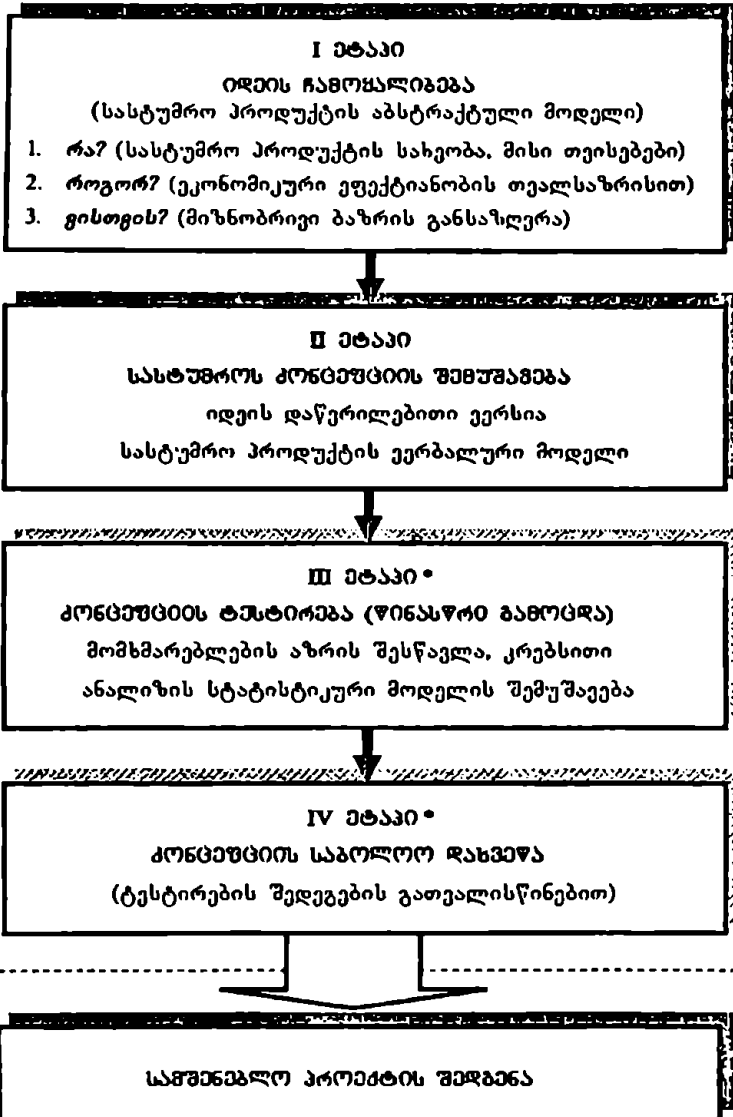
სასტუმრო პროდუქტის შექმნის პროცესს ახასიათებს მკაცრად განსაზღვრული თანმიმდევრობა. მიუხედავად ამისა, ხშირად მხოლოდ პროექტირებისა და მშენებლობის (რეკონსტრუქციის) ეტაპებს განიხილავენ. ამ შემთხვევაში ყურადღების მიღმა რჩება პროცესის ისეთი მნიშვნელოვანი სტადიები, როგორებიცაა სასტუმროს კონცეფციის შემუშავება, ტესტირება და საბოლოო დახვეწა (სქემა №6).

აღნიშნული პრობლემები დაკავშირებულია პროფესიული ცოდნის დეფიციტთან. ამიტომ ადგილობრივი ინვესტორები, კერძო სასტუმროს მფლობელები როგორც მშენებლობის, ასევე მართვის პროცესში უნდა დაეყრდნონ ძლიერ ადმინისტრატორთა და ექსპერტთა ჯგუფებს, რომელთა გარეშე ტურისტულ ქვეყნებში პრაქტიკულად არ ხდება არც ერთი მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღება.

სახელმწიფო პროგრამების მართვა-მართვის პროგრამა,
 ამოცანის დაგეგმვა, მართვის ტერმინული კონტროლის (ინფორმაციის მართვა) მართვა



სასტუმროს ძირითადი უნდობის ჩამოყალიბების პროცესის ეტაპები



სასტუმრო მომსახურების წარმოებისა და ხარისხის მართვის თავისებურებები

ერთ-ერთი, რაც მნიშვნელოვნად განაპირობებს ტურისტული პროდუქტის ღირებულებასა და ხარისხს – სასტუმრო მომსახურებაა. სწორედ იგი განსაზღვრავს სასტუმრო პროდუქტის მრავალფეროვნებას, ხარისხს, კონკურენტუნარიანობას, სასტუმროთა კატეგორიას, სპეციალიზაციას, ორგანიზაციულ-ფუნქციონალურ სტრუქტურას, მათ მმართველობით, სამეურნეო-ეკონომიკურ საქმიანობას.

სასტუმრო მომსახურების დამახასიათებელ ძირითად თავისებურებებსა და ნიშან-თვისებებზე არსებით გავლენას ახდენენ შემდეგი ფაქტორები:

- ტურისტთა განთავსების საწარმოები ფუნქციონირებენ გარემოსთან ურთიერთკავშირში. მარკეტინგული მაკროგარემოს ცვლილება (ეკონომიკური, პოლიტიკური, კრიზისოგენული ვითარება, კონკურენცია, კლიმატი) გარკვეულ გავლენას ახდენს მათ საქმიანობაზე, განაპირობებს აღნიშნული და სხვა მნიშვნელოვანი ცვლილებების გათვალისწინების აუცილებლობას სასტუმროს სტრატეგიის შემუშავებისას;

- სასტუმრო მეურნეობის მრავალფეროვნება – კონკრეტულ ქვეყნებსა და მსოფლიოში გაფანტული სხვადასხვა ტედადობის, დანიშნულების, კატეგორიისა და ტიპის განთავსების საწარმოები;

- მათი ყოველდღიური და ამავე დროს სადღეღამისო მუშაობის გრაფიკი, რაც პერსონალისგან მუდმივ, ხანგრძლივ და ინტენსიურ საქმიანობას მოითხოვს;

- მომსახურების პროცესი დროშია შეზღუდული;

- შეუძლებელია მოთხოვნის შემცირებით გამოწვეული არასრული დატვირთვის ანაზღაურება შემდგომში გაზრდილი მოთხოვნის პირობებში, რამაც შესაძლოა შემოსავლების შემცირება გამოიწვიოს;

- ფასების სეზონური და აგრეთვე გაუთვალისწინებელ მოთხოვნაზე დამოკიდებული მერყეობა;

• სხვადასხვა კლიენტები განსახელებული მოთხოვნებითა და მოლოდინით;

• სასტუმრო პროდუქტი არახელშესახებია, არ ინახება, განუყოფელია მომსახურების წყაროსა და ობიექტისაგან, მისი ხარისხი ცვალებადი და მერყეულია;

• სასტუმრო პროდუქტის ხარისხის შეფასების კრიტერიუმად გვევლინება კლიენტის ემოციური რეაქცია, რომელიც დამოკიდებულია არა მარტო თვით კლიენტზე, არამედ პერსონალის აღზრდასა და საქმიანობაზე;

• არ არსებობს სასტუმრო პროდუქტის შეფასების ერთიანი კრიტერიუმი, ხოლო მიღებული მოგებისა და კლიენტების რაოდენობა არ არის საკმარისი მომსახურების პროცესის სრული შეფასებისათვის (აუცილებელია მომსახურების ხარისხის გათვალისწინებაც);

• მთელი რიგი ოპერაციები კომბინირებულია, მრავალი მათგანი ერთდროულად წარმოებს;

• პერსონალის საქმიანობის კოორდინაციის დონე, ხშირად ძალზე შემჭიდროებულ ვადებში;

• მენეჯერების მაღალი პროფესიონალიზმი;

• კლიენტისათვის მომსახურების შეთავაზება უშუალოდ წარმოების ადგილზე ზღუდავს მომსახურების ადგილებს, ამცირებს ოპერაციების მოცულობას;

• მიუხედავად მომსახურების ახალი ტექნოლოგიების გამოყენებისა და პროცესების ავტომატიზაციისა, მისი ეფექტიანობა დამოკიდებულია კლიენტის მიმართ გამოჩენილ ყურადღებასა და მზრუნველობაზე;

• მაღალკვალიფიციურ შრომასთან ერთად საკმაოდ დიდია არაკვალიფიციური შრომის წილი;

• სამუშაოთა უმეტესობა ნაკლებანაზღაურებადია;

• პერსონალს ხშირად არასამუშაო დროს უწევს საქმიანობა.

აქ მოყვანილია დარგისთვის დამახასიათებელი ზოგადი პრობლემები, მაგრამ განთავსების საწარმოთა ორგანიზაციული სტრუქტურის, სამეურნეო მექანიზმის, მართვის ეკონომიკური მეთოდების შემუშავებისა და ხარისხის მართვის სის-

ტემის ჩამოყა-ლიბებისას საჭიროა ინდივიდუალური მიდგო-
მა. პირველ რიგში აუცილებელია კონკრეტული სასტუმროს
ტევადობის (ცხრილი №5) გათვალისწინება, ეინაიდან დი-
დი სასტუმრო, მცირესგან განსხვავებით, ასრულებს მრავალ
სხვადასახვა ოპერაციას, ბიუროკრატიულ პროცედურებს. მი-
სი პერსონალი გამოირჩევა ვიწრო ფუნქციებით, მეტი პრო-
ფესიონალიზმით, მობილურობითა და კადრების დენადობით.
ამასთან ერთად გასათვალისწინებელია განთავსების საწარ-
მოს სპეციალიზაცია, კატეგორია, ტიპი და კლასი.

ცხრილი №5

სასტუმროთა კლასიფიკაცია ტიპალოგის მიხედვით

№	კლასი	ნომრების რაოდენობა	შენიშვნა
1.	მცირე სასტუმრო	30-მდე	მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის რეკომენდაცია, რომელიც ძირითადად ევროპის ქვეყნებშია მიღებული.
2.	მცირე სასტუმრო	100-მდე	ამერიკის ქვეყნებში მიღებული ნორმა
3.	საშუალო სასტუმრო	300-მდე	
4.	დიდი სასტუმრო	300-ზე მეტი	მსოფლიოს ყველაზე დიდი სასტუმრო პატაიაში (ტაილანდი) 5100 ნომრია.
5.	სასტუმრო-გვანტი	1000-ზე მეტი	მსოფლიოს 20 უდიდესი სასტუმროდან (2000-ზე მეტი ნომრით) 13 ლას-ვეგასშია განლაგებული.

ეინაიდან საქართველოს სასტუმროთა უმრავლესობა მიე-
კუთნება განთავსების მცირე საწარმოთა კატეგორიას, გა-
მოვეყოფ მცირე, საშუალო და დიდი ტევადობის სასტუმროე-
ბის ძირითად საერთო მახასიათებლებს:

- მათი ადგილმდებარეობა როგორც წესი, განისაზღვრება მოთხოვნით, მიზნობრივი ორიენტაციით;
- მომსახურების მოცულობა არასტაბილურია, სასტუმროს დატვირთვაზე დამოკიდებული;
- მომსახურების წარმოებისა და მოხმარების პროცესი ერთდროულად მიმდინარეობს;

- მომსახურების პროცესი საკმაოდ შრომატევადია;
- რთულია შესრულების გაზომვა.

მთავარ კომპონენტს, რომელიც განსაზღვრავს განთავსების საწარმოთა საქმიანობის შინაარსს, წარმოადგენს მიღება-განთავსების მომსახურება. მომსახურების სხვა სახეობები, რომლებიც იმყოფებიან მასთან სისტემურ ურთიერთკავშირში (საინფორმაციო, სატრანსპორტო, კულტურული მომსახურება, წინასწარი დაჯავშნა და სხვა), ქმნიან მომსახურების კომპლექსს.

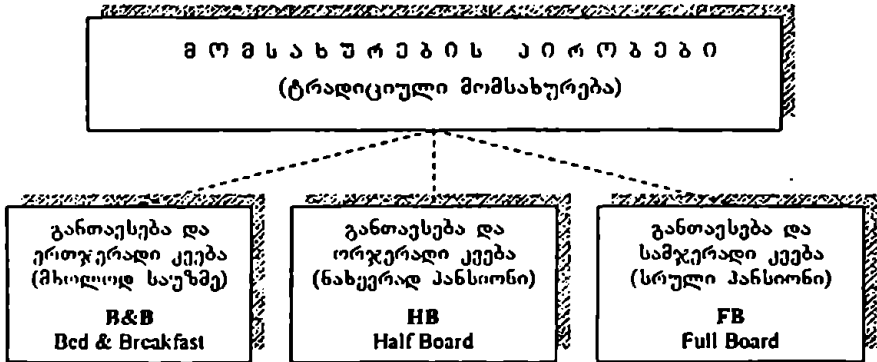
სასტუმრო მომსახურების უმნიშვნელოვანესი ნაწილია კვება, თუმცა ზოგიერთი მას სასტუმრო ბიზნესის მეორეხარისხოვან პრობლემად მიიჩნევს. ამ საკითხის მიმართ განსხვავებული მიდგომაა. მაგალითად, წამყვანი ამერიკული კომპანიები განიხილავენ კვების მომსახურებას, როგორც სასტუმროს შემოსავლების ერთ-ერთ ყველაზე ეფექტიან წყაროს.

სულ უფრო ფართოდ მკვიდრდება სატრანსპორტო მომსახურება სასტუმროს ტრანსპორტით – მიკროავტობუსებით წინასწარ განსაზღვრული მარშრუტების მიხედვით – ე.წ. „შატლები“. ავტომობილით ან ავტობუსით აეროპორტიდან სასტუმრომდე და პირიქით – ე.წ. „ტრანსფერი“, უმაღლესი კლასის ძვირადღირებულ ოტელებში სტუმრებს ემსახურებიან ლიმუზინები, მათ შორის „როლს-როისის“ მარკის ავტომობილები.

მომხმარებელთა თავისუფალი დროის გამოყენებისა და კულტურული დასვენებისათვის აუცილებელი ფაქტორია კულტურული და სპორტულ-გამაჯანსაღებელი მომსახურება, რომელსაც უზრუნველყოფენ სასტუმროს სპეციალური სტრუქტურული ქვედანაყოფები ან მუშაკები, ზოგჯერ კულტურის ადგილობრივ დაწესებულებათა საშუალებების გამოყენებით.

მომსახურების კომპლექსის განუყოფელი ნაწილია აგრეთვე სავაჭრო, საყოფაცხოვრებო, საკომუნიკაციო და სამედიცინო მომსახურება.

მომსახურების პირობებს განსაზღვრავს განთავსება და კვება (სქემა №7).



დამატებითი ან როგორც მას უწოდებენ მიზნობრივი (ინფრასტრუქტურული) მომსახურება (სატრანსპორტო, საინფორმაციო, საყოფაცხოვრებო, საეაჭრო, მასობრივი ღონისძიებების მომსახურება და სხვა) განსაზღვრავს მომსახურების პროგრამას. დამატებითი მომსახურება სასტუმროს დამატებითი შემოსავლების წყაროა, მისი საზღაურის გადახდა ძირითადად უშუალოდ მოხმარებისას ხდება.

ამრიგად, მომსახურების პროგრამას განსაზღვრავენ მომსახურების ფორმები, ხოლო მისი პირობები კი ძირითადი (ტრადიციული) მომსახურებით განისაზღვრება.

საერთაშორისო პრაქტიკაში მიღებულია აგრეთვე სასტუმრო მომსახურების სპეციალური ფორმები VIP (Very Important Person – წარჩინებული პირი), Spatt (Special Attention – სპეციალური ყურადღების ღირსი პიროვნება), DG (Dear Guest – ძვირფასი სტუმარი), Star (ვარსკვლავი).¹

სასტუმროში მომსახურების კომბინაციის მრავალი შესაძლებლობა არსებობს. მათი სხვადასხვა სახეობების ურთიერთკავშირი, შეერთების მრავალგვარი ვარიანტები მომსახურების პროგრამასა და პირობებში ელინდება.

სასტუმრო მომსახურების პროცესი აგებული და უზრუნველყოფილია განთავსების საწარმოთა შესაბამისი სამსახურ-

¹ ტურიზმი ი გოსტინინჩნოე ხოზიანისტო. ა. დ. ჩუდნოვსკის რედაქტორობით. მოსკოვი, 2000, გვ. 225.

რებით სათანადო სტანდარტისა და სასტუმროთა კატეგორიის მიხედვით დაგეგმილი პროგრამის საფუძველზე.

მომსახურების წარმოების ეფექტიანობა დამოკიდებულია არა მარტო მის კომპლექსურობასა და ტექნოლოგიის დაცვაზე, პერსონალის საქმიანობაზე, არამედ მნიშვნელოვანწილად დაგეგმვაზე, ვინაიდან ეფექტიანობის შეფასებისას წინა პლანზე გამოდის მისი ხარისხის ოპტიმალობა – სრული შესაბამისობა კონკრეტულ მოთხოვნებთან, სტანდარტებთან, დადგენილ პარამეტრებთან.

სასტუმრო მომსახურების წარმოების პროცესში მონაწილეობენ ძირითადად ფიზიკური შრომის მუშაკები, მაგრამ მისი საბოლოო შედეგი განისაზღვრება გონებრივი შრომის მუშაკთა უშუალო საქმიანობით. სწორედ ამიტომ სასტუმრო მომსახურების ეკონომიკური რესურსების მთავარ ელემენტს შეადგენს შემოქმედებითი შრომა და ყველა სპეციალისტი, რომლებიც უზრუნველყოფენ მაღალ საბოლოო შედეგს.

ტურისტულ ორგანიზაციათა მენეჯმენტის იერარქია ხშირად წარმოდგენილია რაოდენობრივი შეფარდებით 1-3-10-30, ე.ი. უმაღლესი რგოლის 1 მენეჯერზე მოდის საშუალო რგოლის 3 მენეჯერი, 10 სუპერვაიზერი (უმცროსი მენეჯერი, რომელიც აკონტროლებს პერსონალის მიერ სამსახურებრივი ფუნქციების შესრულებას) და 30 რიგითი მოსამსახურე, რომლებიც ასრულებენ მთელ სამუშაოს ორგანიზაციაში!

გონებრივი შრომის მუშაკთა პროფესიული ცოდნის დაკავშირება პერსონალის გამოცდილებასა და ოსტატობასთან წარმოადგენს განთავსების საწარმოთა საქმიანობის ეფექტიანობის ერთ-ერთ მთავარ პირობას, გარდამავალ პერიოდში საქართველოში დარგის განვითარების ერთ-ერთ მთავარ პრობლემას.

ამგვარად, სასტუმრო მომსახურებას განსაზღვრავს ორი ძირითადი ფაქტორი: შრომის საბოლოო შედეგების არასაგნობრივი ბუნება და ფიზიკური შრომის წილის ჭარბობა

1 ი. ვ. ზორინი, ვ. ა. კვარტალნოვი. ენციკლოპედია ტურიზმა. მოსკოვი, 2000, გვ. 129.

ერსობლივ შრომით დანახარჯებში და ამავე დროს შემოქმედებითი შრომის წამყვანი როლი.

სასტუმრო მომსახურების კომპლექსური ბუნება მიითხოვს თითოეული მისი შემადგენლის, ანუ მომსახურების კონკრეტული სახეობის წარმოებას გარკვეული

ტექნოლოგიით. იგულისხმება არა მარტო მომსახურების ოპერაციებისა და პროცესების ერთობლიობა, რომელიც სრულდება კონკრეტული მეთოდითა და თანმიმდევრობით, არამედ სასტუმროს შენობების, ნაგებობების, მოწყობილობის გამოყენების რაციონალური ხერხების სისტემა.

ჩვენს პირობებში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს ტექნოლოგიის სრულყოფას, რაც გულისხმობს მომსახურების პროცესების წარმოების დამუშავებას, მეთოდების გაუმჯობესებასა და რაციონალური თანმიმდევრობის შერჩევას.

აღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა, რომ სასტუმრო მომსახურება აგებულია ძირითადი და დამატებითი მომსახურების გაწევის პროცესებზე, რომელთა ხარისხიც დამოკიდებულია ტექნოლოგიის სრულყოფაზე, შემსრულებელთა ოსტატობის დონესა და აღნიშნული პროცესების მართვის ეფექტიანობაზე.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხს, მისი შეფასების მეთოდებსა და სამართი მექანიზმების ზეგავლენას ხარისხის ამაღლებაზე, პრინციპული მნიშვნელობა აქვს სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტის განსაზღვრის, მომხმარებელთა ინტერესის დაკმაყოფილების, სასტუმროთა კონკურენტუნარიანობისათვის.

მომსახურების ხარისხის მიმართ სისტემური მიდგომის უგულვებლყოფა იწვევს ამ უკანასკნელის მკვეთრ დაქვეითებას, მისი პროცესების ტექნოლოგიის დარღვევას, თვითნებობას მომსახურების წარმოებაში, მომხმარებლის უკმაყოფილებასა და შესაბამისად მოთხოვნის შემცირებას. სწორედ ამიტომ განთავსების თითოეულ საწარმოში აუცილებელია მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემის შემუშავება და დანერგვა.

ამ ამოცანის გადასაწყვეტად მნიშვნელოვანია სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემური კავშირის თავისებურებების გამოვლენა და დაკავშირება სამეურნეო მექანიზმის აქტივიზაციის ძირითად მიმართულებებთან. ამისათვის კი საჭიროა სამეურნეო მექანიზმის შინაარსის გამომჟღავნება სასტუმრო მომსახურების დარგში და იმ ეკონომიკური ფაქტორების განსაზღვრა, რომლებიც ახდენენ გავლენას მომსახურების ხარისხზე.

სამეურნეო მექანიზმის არსი სასტუმრო მომსახურების დარგში განისაზღვრება მისი ზოგადეკონომიკური შინაარსით და აისახება ისეთ ეკონომიკურ კატეგორიებში, როგორებიცაა ფასი, შემოსავალი, დანახარჯები (მათ შორის პერსონალის მომზადებაზე გაწეული), მოგება, შრომის ანაზღაურება, სტიმულირება და სხვა. ამიტომ აღნიშნული მექანიზმი გვეკვლინება როგორც მეურნეობის ეკონომიკური მართვის ფაქტორი. საქართველოს გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის პირობებში, დარგში შექმნილი ვითარების გათვალისწინებით ამ დებულებას აქვს პრინციპული მნიშვნელობა სასტუმრო მომსახურების ფუნქციონირების პროცესის სწორი წარმართვის, ტურისტთა განთავსების ადგილობრივ საწარმოთა კონკურენტუნარიანობის ამაღლებისათვის.

დარგის საწარმოების ფუნქციონირებისა და მუშაკთა შრომის ეკონომიკურ ფორმას წარმოადგენს არამატერიალური პროდუქტი – კომპლექსური სასტუმრო მომსახურება. ამიტომ ამ სფეროში საქმიანობის საბოლოო შედეგი შეიძლება გამოვლინდეს მხოლოდ მომსახურების გაწევისა და მოხმარების პროცესში, ე.ი. უშუალოდ ტურისტთა განთავსების საწარმოებში. იგი გამოიხატება წარმოებულ მომსახურების მოცულობითა და ხარისხის მაჩვენებლებით. ეს უკანასკნელები კი ურთიერთდაკავშირებულია, განთავსების საწარმოთა საქმიანობის მაჩვენებელი (საბაზრო მოთხოვნა) ერთდროულად ახასიათებს გაწეული მომსახურების ხარისხის დონესაც.

სასტუმრო პროდუქტის ხარისხის გაუმჯობესება მითხოვს დამატებით დანახარჯებს, რომლებიც დაკავშირებუ-

ღია მის კვლევასა და დამუშავებასთან, მარკეტინგთან, შრომის ანაზღაურებასთან. საქართველოს სასტუმრო ბიზნესის პრობლემაა განისაზღვროს, არის თუ არა მომხმარებელთა საკმაო რაოდენობა, რომლებსაც ესაჭიროებათ ხარისხის მაღალი დონე და რომლებიც მზად არიან გადაიხადონ ამისათვის მაღალი ფასი?

ხარისხის მაქსიმალურ დონეზე გასვლის ფასი შესაძლოა, ძალზე ძვირი აღმოჩნდეს სასტუმროსათვის, ვინაიდან მომსახურების ხარისხის ამაღლება იწვევს დანახარჯების ზრდას. მაშასადამე, სამეურნეო მექანიზმი დაკავშირებულია მომსახურების საბოლოო შედეგებთან ხარისხის მანევრებელთა მეშვეობით. ისინი კი თავის მხრივ ბევრადაა დამოკიდებული მატერიალურ დანახარჯებზე, რაც აისახება მომსახურების თვითღირებულებაში.

სასტუმრო მომსახურების ოპტიმალური ხარისხის მიღწევის, ხარისხის მართვის სისტემის ორგანიზაციული აგებისას სამეურნეო მექანიზმი გამიზნული უნდა იყოს სოციალურ-ეკონომიკურ ეფექტსა და მომხმარებელთა ინტერესის დაკმაყოფილებაზე.

სასტუმროს ეკონომიკური ურთიერთობები, ხარისხის მართვის სისტემები და სამეურნეო მექანიზმი ერთმანეთთან მჭიდროდაა დაკავშირებული. ამიტომ ფუნქციები, მეთოდები და ხარისხის მართვის კონკრეტული აქტები ეკონომიკურ ფორმას იქნენ.

ხარისხის მართვის სისტემა – რთული სოციალურ-ეკონომიკური კომპლექსია, რომლის მეცნიერული გაგება შესაძლებელია კავშირების გამოვლენის მეშვეობით. მისი კავშირი სამეურნეო მექანიზმთან სისტემური ბუნებით უნდა იქნეს განპირობებული. ეს კი ნიშნაქვს, რომ ამ სისტემებიდან არც ერთი არ შეიძლება იყოს იზოლირებული.

ხარისხის მართვის სისტემა სამეურნეო მექანიზმთან ურთიერთკავშირში წარმოადგენს სასტუმრო მომსახურების ხარისხზე ეკონომიკური ზეგავლენის ერთობლიობას, რაც უზრუნველყოფს მომსახურების ხარისხის განსაზღვრულ, ოპტიმალურ დონეს.

საქართველოს სასტუმრო ინდუსტრიისათვის ტერმინი „ხარისხის ოპტიმალური დონე“ არსებითად ახალი კატეგორიაა. ამის გათვალისწინებით ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ მომსახურების ხარისხის განსაზღვრული დონისას უდევქტო მომსახურება გარანტირებულია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ კი სამეურნეო მექანიზმი უზრუნველყოფს განთავსების საწარმოთა პერსონალისა და მომსახურების პროცესების უშუალო შემსრულებელთა დაინტერესებასა და კვალიფიკაციას.

უდევქტო მომსახურების ამოცანა ნაკარნახევია ხარისხის მართვის სისტემით, მისი უზრუნველყოფა შესაძლებელია სამეურნეო მექანიზმის გამოყენებით. ეს კი ნიშნავს, რომ სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ასამაღლებლად საჭიროა ისეთი სამეურნეო მექანიზმის ჩამოყალიბება, რომელიც ინტერესების ეკონომიკური მართვის მეშვეობით შექმნის ხარისხის მართვის სისტემის მაქსიმალური ეფექტიანობის პირობებს. სწორედ ამაში მდგომარეობს აღნიშნული სისტემის ფუნქციონირების თავისებურება.

ამგვარად საქართველოში ამ ეტაპზე ხარისხის მართვის სისტემის ეფექტიანობის უზრუნველყოფა შესაძლებელია სამეურნეო მექანიზმის ისეთი ძირითადი ელემენტების სრულყოფით, როგორებიცაა დაგეგმვა, ფასწარმოქმნა, შრომის ანაზღაურება და სტიმულირება, პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლების დანახარჯები.

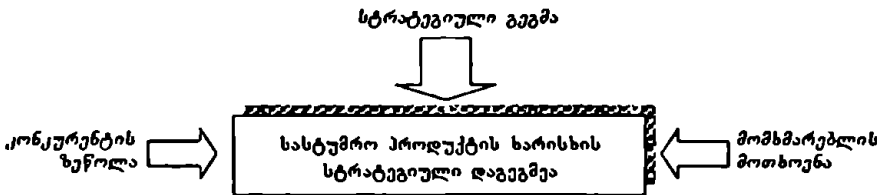
ყველა კონკრეტულ შემთხვევაში საჭიროა ხარისხის მართვის სისტემის რაციონალური ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურის შემუშავება და დანერგვა. უპირველეს ყოვლისა, ამისათვის აუცილებელია სასტუმრო მომსახურების ხარისხის შეფასების ძირითადი თავისებურებების გამოვლენა, იმის გათვალისწინება, რომ თანამედროვე პირობებში მომსახურების ხარისხი აუცილებლად უნდა განიხილებოდეს როგორც მართვის ობიექტი.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვას არსებითად განსაზღვრავს სამი მთავარი ძალა: პირველი – კონკურენტების მიერ მიღწეული ხარისხის დონე (ამ შემთხვევაში

ხარისხის გაუმჯობესების მცდელობა არის კონკურენტების მიღწევებით გამოწვეული რეაქცია), მეორე – მომხმარებელთა მოთხოვნა ხარისხის მიმართ, რეაქცია მათ მოთხოვნაზე (შესაძლოა, ეს ორივე დაგვიანებული იყოს და ამიტომ წარმოადგენდეს საფრთხეს კონკურენტუნარიანობისათვის – ვერ უზრუნველყოს მისი ოპტიმალურობა, მაქსიმალური მოგების მიღების საშუალება) და მესამე ძალა – სტრატეგიული დაგეგმვა.

სქემა №8

ხარისხის სტრატეგიული დაგეგმვის მოდელი



სასტუმრო მომსახურების ხარისხს აქვს ეკონომიკური და სოციალური მნიშვნელობა, ვინაიდან თვით სასტუმრო მომსახურება მოიცავს საზოგადოებრივად სასარგებლო შრომას და როგორც სასტუმრო პროდუქტს, მას აქვს სასაქონლო ფორმა, ექვემდებარება ეკონომიკურ გაცვლა-გამოცვლას და აგრეთვე აკმაყოფილებს სოციალურ მოთხოვნებს.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის პრობლემა ერთ-ერთი ურთულესია განთავსების საწარმოთა წინაშე მდგომი ამოცანებიდან და ამიტომ იგი გათვალისწინებული უნდა იქნეს არა მარტო მათი საქმიანობის შედეგების შეფასებისას, არამედ ჯერ კიდევ სასტუმროთა პროექტირების, მატერიალური ბაზის ჩამოყალიბების, მომსახურების მოცულობის დაგეგმვის, შრომის სირთულისა და ეფექტიანობის განსაზღვრისას.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხისა და მისი მართვის პროცესის არსის, დაგეგმვისა და წარმოების ორგანიზაციისას ერთიანი მეთოდოლოგიური პრინციპების გამოყენების

მიზნით აუცილებლად მიგვაჩნია იმ ტერმინების განმარტება, რომლებიც ასახავენ დარგში ხარისხის ცნების არსსა და მრავალმხრივობას.

ამჟამად სასტუმრო მომსახურების სფეროში არ არსებობს ჩამოყალიბებული დარგობრივი ტერმინოლოგია, რომელიც უშუალოდ შეეხება ხარისხის მართვის ასპექტებს. ამასთან გასათვალისწინებელია, რომ ტერმინი არა მარტო ცნებათა განსაზღვრა, არამედ ხარისხის პოლიტიკაცაა. №5 დანართში შემოთავაზებული ცნებების შერჩევისას გაანალიზებულია მრავალი სპეციალისტის აზრი, გათვალისწინებულია საერთაშორისო სატანდარტების ISO 9000-ის ჯგუფის, პრაქტიკაში გამოყენებული ტერმინებისა და განსაზღვრებათა თავისებურებები.

დანართში მოყვანილი ცნებები არ შეიძლება ჩაითვალოს ნორმატიულად, ვინაიდან მიზნად არ ვისახავთ ტერმინებისა და მათი მნიშვნელობის განსაზღვრაში არსებული ზოგიერთი სხვაობებისა და ნიუანსების თავიდან აცილებას.

მოყვანილი ტერმინების ის განმარტებები, რომლებსაც რამდენიმე მნიშვნელობა გააჩნიათ, მოიცავს მხოლოდ იმ აზრობრივ შინაარსს, რომლებიც გამოიყენება სასტუმრო მომსახურების სფეროში.

გფიქრობთ, აღნიშნული ტერმინოლოგიის შემოთავაზებული სისტემატიზაცია ხელს შეუწყობს აგრეთვე: საქართველოში სასტუმრო პროდუქტის შექმნისა და მართვის, განსაკუთრებით, მომსახურების პროცესის სრულყოფას; სასტუმროთა კლასიფიკაციას; განთავსების საწარმოთა და მათ მომხმარებელთა საინფორმაციო უზრუნველყოფას; სასტუმროთა პერსონალის ტერმინოლოგიაში არსებული წინააღმდეგობების დაძლევას. ნაშრომში მოცემული გლოსარიუმის გამოყენება შესაძლებელია დარგის სპეციალისტების მომზადების პროცესში.

ხარისხის მართვა, უპირველეს ყოვლისა, დაკავშირებულია საბაზრო მოთხოვნის საფუძველზე განსაზღვრულ ოპტიმალურ ხარისხზე ორიენტაციის აუცილებლობასთან. ვინაიდან სასტუმრო მომსახურების წარმოება შეუძლებელია მისი მოხმარების გარეშე, მომსახურების წარმოების აუცილებელი პი-

რობა ის სრულიად კონკრეტული მოთხოვნაა, რომელსაც უნდა აკმაყოფილებდეს აღნიშნული მომსახურება. სწორედ ამიტომ მომსახურების ხარისხის მართვას საფუძვლად უნდა დაედოს კონკრეტული მარკეტინგული პროგრამა, რაც აუცილებელია მომსახურების წარმოების დაგეგმვისთვის.

ახალი პროდუქტის, სასტუმრო მომსახურების სახეობების შექმნის პროცესიც მხოლოდ ამ მოთხოვნათა დაკმაყოფილების – ოპტიმალური ხარისხის უზრუნველყოფის გზით უნდა წარიმართოს.

მოთხოვნასა და წარმოებულ სასტუმრო მომსახურებას შორის უნდა არსებობდეს სრული ხარისხობრივი შესაბამისობა, რომელიც იქმნება იმ შემთხვევაში, როდესაც სასტუმრო პროდუქტის თვისებები ოპტიმალურია – მოთხოვნის ადექვატურია.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემის ძირითადი ამოცანაა ისეთი პროდუქტის შექმნა, რომელიც სრულად კასუხობს საზოგადოებრივ მოთხოვნილებებსა და მომხმარებელთა მოთხოვნებს. პროდუქციის ხარისხის მართვა, მიუხედავად მისი ფორმისა და მასშტაბებისა, ზოგადი მართვის პროცესის მთავარი და განუყოფელი ფუნქციაა. სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემის ძირითადი ამოცანაა ისეთი პროდუქტის შექმნა, რომელიც სრულად უკასუხებს საზოგადოებრივ მოთხოვნილებებსა და მომხმარებელთა მოთხოვნებს.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვა დაფუძნებულია მართვის ზოგადი თეორიის შემდეგ დებულებებზე:

1. მართვის პროგრამის არსებობა;
2. მართვის ობიექტის არამდგრადობა, მართვის პროგრამიდან გადახრის უნარი;
3. უკუკავშირების არსებობა, რომლებიც ხელს უწყობენ მართვადი ობიექტის პროგრამიდან გადახრის გამოვლენას – მომსახურების დონის შენარჩუნებას, სტანდარტის დაცვას;
4. მართვის ობიექტზე ზეგავლენის საშუალებათა არსებობა განსაზღვრული პროგრამიდან მისი გადახრის შემთხვევაში.

პირველი ორი დებულება მიეკუთვნება მართვის ობიექტის ბუნებას, შემდეგი ორი კი – მართვის მექანიზმს.

პირველი მოთხოვნა სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მიმართ ზოგჯერ დაკმაყოფილებულია, ხოლო, რაც შეეხება მეორეს, აქ უპირველეს ყოვლისა, გასათვალისწინებელია, რომ საქართველოს პირობებში სასტუმრო მომსახურების ხარისხის დაქვეითება ხშირად ძირითადი საშუალებების, ინვენტარისა და მოწყობილობის ფიზიკური ცვეთის შედეგია. ამიტომ ტურისტთა განთავსების თითოეულ საწარმოში შემუშავებული უნდა იქნას ექსპლუატაციის რაციონალური რეჟიმები, პროფილაქტიკური სამუშაოების, ტექნიკური მომსახურებისა და მიმდინარე რემონტის გრაფიკი. იმ შემთხვევაში, როდესაც აღნიშნულ საშუალებათა ტექნიკურ-საექსპლუატაციო მდგომარეობა სცდება დაშვებულ ზღვრებს, მათ უტარდება კაპიტალური რემონტი.

გარკვეულ პრობლემას წარმოადგენს აგრეთვე სასტუმრო პროდუქტის მორალური ცვეთა, რაც მისი ხარისხისა და შესაბამისად მომხმარებელთა ინტერესის დაქვეითებაში გამოიხატება. ამგვარი პროცესები აღინიშნება ბაზარზე ისეთი ახალი, შედარებით უფრო ხარისხიანი სასტუმრო პროდუქტის გამოჩენისას, რომელიც იწვევს მომხმარებელთა ინტერესს. მაგალითად, თუ რამდენიმე წლის წინ ჩვენი ქვეყნის ზოგიერთ კერძო სასტუმროთა მატერიალური ბაზა და მომსახურება ძირითადად აკმაყოფილებდა მოთხოვნას, საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე ისეთი ტრანსნაციონალური კორპორაციების შემოსვლამ, როგორებიცაა „შერატონი“ და „მარიოტი“ არსებითად შეცვალა სიტუაცია.

ეს პროცესი ამჟამადაც გრძელდება, ვინაიდან შენდება მრავალი ახალი, კეთილმოწყობილი, თანამედროვე სასტუმრო, მომსახურების მაღალი დონითა და ფართო სპექტრით. ამ პირობებში ბუნებრივია, მომხმარებლის ყურადღებას მიიპყრობს ისეთი ობიექტები, რომლებიც გამოირჩევა თანამედროვე მატერიალური ბაზით, მომსახურების მაღალი დონითა და სრულყოფილი პროგრამით.

მომსახურების ხარისხი თავისი არსით არამდგრადი ობი-

ექტია, მას აქვს განსაზღვრული დონისგან გადახრის უნარი. მაშასადამე, იგი სრულად უპასუხებს მართვის ზოგადი თეორიის პირველ ორ პირობას და სწორედ ამიტომ წარმოადგენს მართვის ობიექტს.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესს ახასიათებს შემდეგი თანმიმდევრობა: სანამ შეიქმნება რომელიმე სასტუმრო პროდუქტი, უნდა გაირკვეს მოთხოვნის ბუნება, შემდეგ აზუსტებენ თვისებებს, რომლებიც უნდა ჰქონდეს აღნიშნულ პროდუქტს. მხოლოდ ყოველივე ამის შემდეგ შესაძლებელია მომსახურების, მისი პროგრამისა და პირობების დაგეგმვა (პროექტირება), რომლებიც მჭიდროდ უნდა უკავშირდებოდეს მარკეტინგულ პროგრამას.

როდესაც სასტუმრო პროდუქტი დამუშავებულია და მიღებულია გადაწყვეტილება დაგეგმილი მომსახურების წარმოების შესახებ, ტარდება სამუშაოები განთავსების საწარმოს მოსამზადებლად და მომსახურების გასაწევად. აღნიშნულ სამუშაოთა პროცესში უნდა დაწესდეს კონტროლი მომსახურების ხარისხზე. თუ კი მისი პარამეტრები გადაიხრება დადგენილი მოთხოვნებიდან, უნდა იქნას მიღებული ოპერატიული ზომები მათ აღმოსაფხვრელად. სწორედ ამ მოქმედებებში ვლინდება იმ მექანიზმის თვისებები, რომელიც უზრუნველყოფს სასტუმრო მომსახურების ფაქტობრივი დონის გათანაბრებას დადგენილ ხარისხობრივ დონესთან.

აღნიშნულ მოქმედებათა თანმიმდევრობაში ვლინდება სასტუმრო მომსახურების სპეციფიკა, მაგრამ აუცილებელია იმის გათვალისწინებაც, რომ სასტუმრო მომსახურების პროცესზე ზეგავლენა, გამიზნული მისთვის საჭირო თვისებებისა და მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფაზე, ხორციელდება მხოლოდ გარკვეული რესურსების არსებობისას.

ჩვეულებრივ, მართვის სრულყოფილი პროცესი მიმდინარეობს უკუკავშირების მეშვეობით. სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემაში უკუკავშირი განხილული უნდა იქნას, როგორც მომსახურების პროცესის მიმდინარეობასთან დაკავშირებული, პერსონალისა და ასევე კლიენტებისგან მიღებული ინფორმაციის ათვისებისა და გადაამუშა-

ვების მექანიზმი, რომელიც აუცილებლობის შემთხვევაში უნდა ახდენდეს ზეგავლენას მართვის პროცესზე.

ამისათვის საჭიროა პრევენტიულ-პერმანენტული ოპერატიული უკუკავშირის სისტემის ჩამოყალიბება. იგი უნდა განვიხილოთ, როგორც ნაწილი კომპლექსური სასტუმრო მომსახურებისა, რომლის თითოეული სახეობა წარმოადგენს ცალკეულ ბლოკს თავისი სტრუქტურით – წარმოებრივი პროცესებით, ტექნოლოგიით, უკუკავშირის ლოკალური მექანიზმით. მხოლოდ ამ შემთხვევაშია შესაძლებელი მომხმარებელთა ინტერესის დაკმაყოფილების პრინციპზე ორიენტირებული მომსახურების წარმოება, რომლის საფუძველი სტუმრის მოთხოვნაა.

ამრიგად, პრობლემა ორ ასპექტში უნდა განვიხილოთ. პირველი: ხარისხი დაკავშირებულია იმ თვისებებთან, რომლებიც განსაზღვრავენ მომსახურების მოხმარების შესაძლებლობას. მაგალითად, სასტუმრო მომსახურების სფეროში ტიპურ მაჩვენებლებად გვევლინება განთავსების საწარმოთა ტევადობა, ადგილების რაოდენობა, კომფორტულობა (ფიზიკური და ფსიქოლოგიური კომფორტის ერთობლიობის უზრუნველყოფა) და სხვა. მეორე: ხარისხი იმ მახასიათებლებს მიეკუთვნება, რომლებიც განსაზღვრავენ მომსახურების საბაზრო ღირებულებას და მიმართულნი არიან მომხმარებელთა მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად. ამ შემთხვევაში ხარისხის განმასხვავებელი ნიშნებია: დანახარჯები (ფასები), მომსახურების მოცულობა, დროის განსაზღვრულ პერიოდში სასტუმროში დაბინადრებულთა რაოდენობა, მომსახურების პირობები (სეზონი, ვადები) და აგრეთვე ხარისხის პირველი ასპექტი.

განთავსების საწარმოებში საჭიროა მოთხოვნის დაკმაყოფილების დონის რაოდენობრივი მახასიათებლების გათვალისწინებაც, რომლებიც ამჟღავნებენ სასტუმრო მომსახურების წარმოებისათვის გაწეული შრომის პროცესების ურთიერთკავშირს. თითოეულს ამ პროცესებიდან აქვს სპეციფიური რაოდენობრივი და ხარისხობრივი მახასიათებლები. კონკრეტული მომსახურების გაწევაზე დახარჯული შრომის

რაოდენობა შეიძლება გამოიხატოს სამუშაო დროით, ხოლო სასტუმრო პროდუქტის მოცულობა – ისეთი მაჩვენებლით, როგორცაა სასტუმროს დატვირთვა.

განსაკუთრებით უნდა გამოეყო სასტუმრო მომსახურების პროგრამა, რომელიც მოიცავს დაგეგმილი მომსახურების ყველა ძირითადი სახეობის პარამეტრებს, ქმნის სასტუმრო პროდუქტის გამოშვებისა და რეალიზაციის საფუძველს.

სასტუმრო მომსახურება მოიცავს წინასწარ დაგეგმილ სახეობებს, თითოეული მათგანის ბუნება განისაზღვრება არასაწარმოო სფეროს შესაბამისი დარგობრივი პროფილით. ასე მაგალითად, კვება და სატრანსპორტო მომსახურება შესაძლოა მიეკუთვნებოდეს როგორც უშუალოდ განთავსების საწარმოს მომსახურებას, ასევე საზოგადოებრივ კვებასა და სატრანსპორტო სისტემას, კულტურული მომსახურება – აგრეთვე შესაბამის სფეროს. ამიტომ სახეობების მიმართ გამოიყენება ხარისხის მართვის მეთოდები, დამახასიათებელი დარგობრივი პროფილისთვის. დამატებითი მომსახურების ფართო სპექტრი – დაჯაეშნა, ბიზნეს-ცენტრი, საკომუნიკაციო, საყოფაცხოვრებო, საეაჭრო, სამედიცინო (სამკურნალო-პროფილაქტიკური, კოსმეტიკური), სპორტულ-გამაჯანსაღებელი, სემინარების, კონფერენციების მომსახურება და სხვა, კიდევ უფრო აფრთხილებს ხარისხის მართვის მეთოდების არსენალს.

ამგვარად, სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვა წარმოადგენს რთულ, მრავალპროფილურ სისტემას, რომლის ობიექტებია თვით ამ მომსახურებისა და მისი პროცესების ხარისხი. აღნიშნული სისტემის მთავარი ამოცანაა მომხმარებელთა ინტერესების დაკმაყოფილება, მათი მოთხოვნებისადმი ადაპტირებული მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფა.

გარდამავალი პერიოდის ეკონომიკის პირობებში კონცეფტუალური მიდგომა სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ამაღლების საკითხის მიმართ უნდა ეყრდნობოდეს შემდეგ ძირითად მიმართულებებს:

- ხარისხის განსაზღვრული, ოპტიმალური დონის უზრუნველყოფა;

- სასტუმრო მომსახურების წარმოების ორიენტაცია მომხმარებელთა ინტერესების დაკმაყოფილებაზე;

- მომსახურების ხარისხის მართვის ისეთი სისტემის ჩამოყალიბება, რომელსაც ექნება აქტიური ზეგავლენა სასტუმრო პროდუქტის ხარისხობრივ მანქვენებლებზე;

- ხარისხის მართვის სისტემის ოპტიმალური კონცეფტუალური მოდელის შერჩევა ტურისტთა განთავსების კონკრეტული საწარმოსთვის;

- დარგის სამეურნეო-ეკონომიკური მექანიზმის სრულყოფა სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ამაღლების მოთხოვნათა შესაბამისად.

იმ პირობებში, როდესაც სასტუმრო მომსახურების მწარმოებელთათვის პრიორიტეტული უნდა გახდეს მომხმარებელთა ინტერესი, განთავსების საწარმოს ყველა რგოლი და სამსახური უნდა ითვალისწინებდეს კლიენტის რეაქციას.

მომხმარებელიდან მწარმოებლისკენ ეკონომიკური ინფორმაციის უკუნაქადის ეფექტიანი მექანიზმის გარეშე შეუძლებელია წარმოებისა და მოხმარების სრულფასოვანი თანამოქმედება. უკუაქაშირის სისტემას გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს იმ პროცესების სრულყოფისათვის, რომლებიც უზრუნველყოფენ მაღალი ხარისხის სასტუმრო პროდუქტის წარმოებას, რაც იწვევს კლიენტთა დაკმაყოფილებას, იძლევა მომხმარებელთა მოლოდინის ჩამოყალიბებაზე ზეგავლენის საშუალებას, შესაბამისად იზრდება მოთხოვნაც.

სასტუმრო მომსახურების საწარმოო და ეკონომიკური პროცესების სპეციფიკის გათვალისწინებით შეიძლება წარმოვიდგინოთ, რომ ბაზარზე ახალი სასტუმრო პროდუქტის გამოშვების პროცესი მოიცავს ოთხ ძირითად ეტაპს, რომლებიც ერთმანეთთან მჭიდროდაა დაკავშირებული და ორგანულადაა შერწყმული კომპლექსური სასტუმრო მომსახურების სასიცოცხლო ციკლთან. თითოეული ეს ეტაპი შემდეგნაირად შეიძლება დავახასიათოთ:

I ეტაპი – მოთხოვნის გამოვლენა:

სასტუმრო პროდუქტზე მოთხოვნის განსაზღვრა მარკეტინგული კვლევის შედეგად, რაც იძლევა მომხმარებელთა

ინტერესის ობიექტური შეფასების შესაძლებლობას და მომსახურებისათვის აუცილებელი რესურსების სისტემის ფორმირება.

II ეტაპი – მომსახურების დაგეგმვა:

ა) სტრატეგიული, ბ) მიმდინარე.

III ეტაპი – ფასების განსაზღვრის პროცესი:

სპეციალურ ლიტერატურაში მოცემულია რამდენიმე მეთოდი – მოთხოვნის საფუძველზე, ხარჯების მიხედვით, მოგების გათვალისწინებით, კონკურენციის შესაბამისად. ჩვენს მიერ შემოთავაზებულია ფასწარმოქმნის მექანიზმზე ზეგავლენის ფასისმიერი და დარგისათვის სპეციფიური არაფასისმიერი ძირითადი ფაქტორების ერთობლიობა (სქემა №9).

IV ეტაპი – მომსახურების წარმოება-მომხმარების პროცესი.

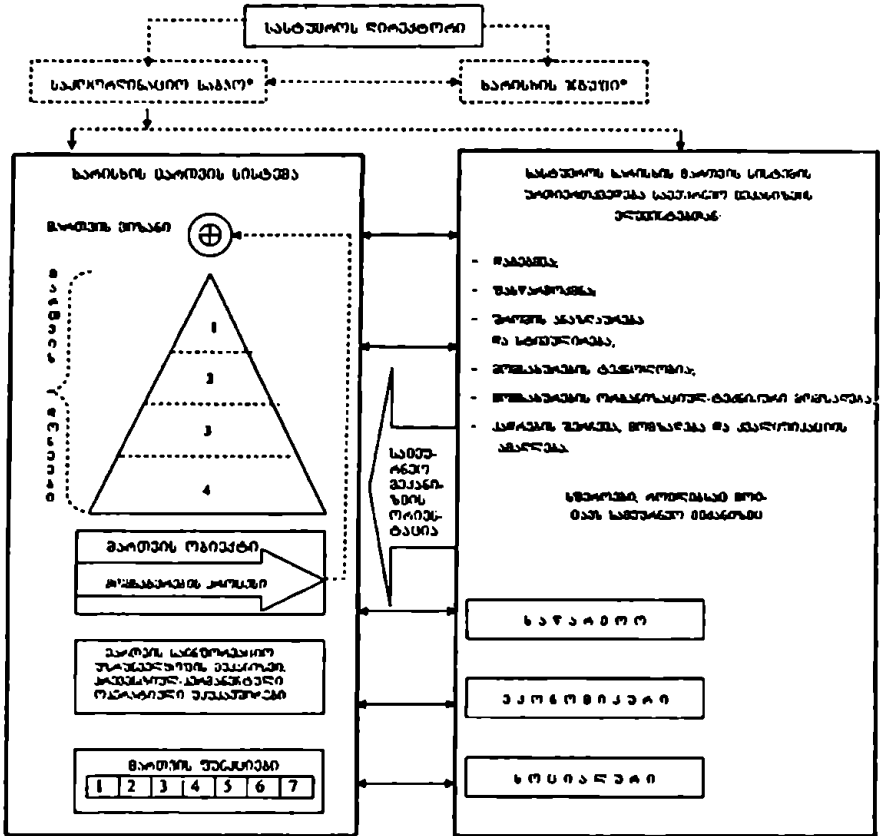
სასტუმრო პროდუქტის გატანა ბაზარზე, რეკლამა, რეალიზაცია, ძირითადი და დამატებითი მომსახურების გაწევა მომსახურების პირობებისა და პროგრამის შესაბამისად.

სასტუმრო პროდუქტის, კერძოდ სასტუმრო მომსახურების ბაზარზე გატანა იქნება წარმატებული მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ის უპასუხებს მომხმარებელთა ინტერესებს. აქედან უნდა გამომდინარეობდეს სასტუმროს მარკეტინგული სტრატეგია, რომელიც საფუძველად დაედება მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემას. აღნიშნული სტრატეგიის პრინციპები და მისი ორიენტაცია წამოადგენს ხარისხის დარგში პოლიტიკის რეალიზაციის საფუძველს.

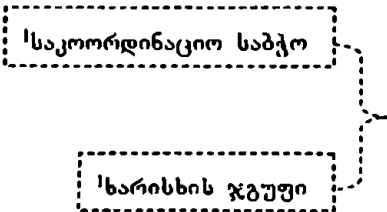
სასტუმრო პროდუქტის თვისებათა ოპტიმალური დონის მიღწევა უზრუნველყოფილი უნდა იქნეს განთავსების საწარმოს ყველა რგოლის მიზანსწრაფული და კოორდინირებული საქმიანობით. ეს კი შესაძლებელია მართვის პროგრამულ-მიზნობრივი მეთოდების, სასტუმრო მომსახურების პროცესში თანამედროვე ტექნოლოგიის დანერგვით, სასტუმრო პროდუქტის შეფასებით სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტიანობის თვალსაზრისით.

გარდა ამისა, აუცილებელია ისეთი მოდელის შექმნა, რომელიც დააკავშირებს სასტუმრო მომსახურების ხარისხის პარამეტრებს ტექნიკურ-ორგანიზაციულ ფაქტორებთან, პერ-

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემის ორბანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურა



ს ქ ე მ ა №9 (განმარტებები)



1 საკოორდინაციო მექანიზმის ელემენტები, რომელთა ჩართვა ხარისხის მართვის სისტემაში შესაძლებელია მხოლოდ დიდ და საშ-

უაღო სასტუმროებში. მცირე სასტუმროს პირობებში კი მათ ფუნქციებს ნაწილობრივ ასრულებს დირექტორი და პერსონალი.

მართვის დონეები: I - მომხმარებელი, II - სასტუმროს ხელმძღვანელობა, III - ქვედანაყოფების ხელმძღვანელები, IV - სასტუმროს პერსონალი.

მართვის ფუნქციები: 1 - დაგეგმვა,* 2 - ორგანიზაცია, 3 - კონტროლი,* 4 - გადახრების აღრიცხვა,* 5 - ანალიზი, 6 - შეფასება,* 7 - რეგულირება.

* - მართვის ფუნქციები, რომლებშიც მიზანშეწონილია მომხმარებელთა გამოყენება უკუკავშირის მექანიზმის მეშვეობით.

სიონალის შრომითი საქმიანობის მაჩვენებლებთან, თითოეული მუშაკის მატერიალურ სტიმულირებასთან.

ხარისხის მართვის სისტემის კონცეფტუალურ მოდელს საფუძვლად უძევს ოპტიმალური ფუნქციონირების პრინციპი, რაც საშუალებას იძლევა, წარმოვიდგინოთ ხარისხის მართვის სისტემა, როგორც ოპტიმიზებული პროცესი, რომელშიც სამეურნეო-ეკონომიკური ურთიერთობები წარმოადგენს მუდმივი სრულყოფის ობიექტს.

აღნიშნული მოდელი №9 სქემაზეა წარმოდგენილი. მისი გამოყენება იძლევა სასტუმრო მომსახურების ხარისხის გეგმური ამაღლების მიმართულებათა შერჩევას, მომსახურების ხარისხობრივი პარამეტრების, განთავსების საწარმოს ყველა რგოლის საქმიანობის მაჩვენებელთა, ძირითადი რესურსების ეფექტიანი განაწილებისა და გამოყენების შესაძლებლობას.

მოდელი გამოხატავს თვით სისტემისა და სამეურნეო-ეკონომიკური მექანიზმის თანამოქმედების ძირითადი ფორმებს, კომპლექსური სასტუმრო მომსახურების პირობებში, იძლევა ამ ორი სისტემის ელემენტების ურთიერთკავშირების გამოვლენის საშუალებას.

მოდელის პრაქტიკული გამოყენების ეფექტიანობა დამო-

კიდებულება მასში ასახული პროცესების ადეკვატურობის ხარისხზე რეალობასთან. ცნობილია, რომ ყველაზე სრულყოფილი მოდელიც კი ვერ წარმოადგენს რეალური ობიექტის ზუსტ ასლს, მაგრამ სქემაზე მოცემული მოდელის გამოყენება იძლევა აბსტრაგირების საშუალებას სამეურნეო მექანიზმის იმ რეალური ელემენტების თვისებებისგან, რომლებიც უზრუნველყოფენ ხარისხის მართვის სისტემის ეფექტიანობას.

საქართველოს სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების მიმდინარე ეტაპზე უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა თითოეული სასტუმროსათვის მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემის მოდელის შემუშავება და მისი რეალიზაციის გზების განსაზღვრა. ხარისხის მართვის სისტემის მოდელის არჩევისას უპირატესობა უნდა მიენიჭოს იმას, რომელიც ითვალისწინებს მრეწველობისა და ეკონომიკის ძირითად დარგებში ხარისხის სისტემისათვის განკუთვნილი, მსოფლიოში ფართოდ აღიარებული საერთაშორისო სტანდარტების ISO 9000-ის ჯგუფის მოთხოვნებს, სასტუმრო მომსახურების საერთაშორისო ნორმებსა და პრაქტიკის კრიტერიუმებს, სასტუმროთა ტრანსნაციონალური კომპანიებისა და საზღვარგარეთის ცნობილი სასტუმროების გამოცდილებას.

აქ ძირითად როლს ასრულებენ: მომსახურების წარმოების დაგეგმვა და ტექნიკურ-ტექნოლოგიური მომზადება, ფასწარმოქმნა, საფინანსო-საკრედიტო ბერკეტების, შრომის ანაზღაურებისა და მატერიალური წახალისების ფორმების გამოყენება, კადრების კვალიფიკაციის ამაღლება. ერთობლიობაში ეს სისტემა მოიცავს ყველა სფეროს: საწარმოს, ეკონომიკურსა და სოციალურს.

ხარისხის მართვის სისტემის ოპტიმალური მიზნებისა და ამოცანების შერჩევისას საჭიროა ტურისტული ბაზრის მიზნობრივი სეგმენტების, სასტუმროს დანიშნულებისა და სპეციალიზაციის, კატეგორიისა და სხვა ფაქტორების გათვალისწინება.

ხარისხის მართვის სისტემის მთავარი მიზანია მომსახურების ოპტიმალური დონისა და განსაზღვრული სპექტრის

უზრუნველყოფა. ამ მიზნის მიღწევა კომპლექსური სამართი ზეგავლენების საშუალებით წარმოადგენს სასტუმრო მომსახურების პროცესის ძირითად ამოცანას და შესაძლებელია მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ კი მიჩნეული იქნება სამეურნეო მექანიზმის მთავარ მიმართულებად. ამასთან გათვალისწინებული უნდა იქნას მომხმარებელთა ინტერესი.

ხარისხის მართვის სისტემა ვერ შემოიფარგლება წმინდა ეკონომიკური შინაარსით და ამიტომ ეფექტი არ გამოიხატება მხოლოდ ღირებულებით. იგი მოიცავს ისეთ კომპონენტებსაც, რომლებიც არ ექვემდებარება კეოლიმეტრიას არა მარტო მთელი საწარმოს, არამედ მისი ცალკეული რგოლების დონეზეც. მაგალითად, სასტუმროს მოგების გათვალისწინება ან კლიენტთა რაოდენობა არ არის საკმარისი მომსახურების პროცესის სრული შეფასებისთვის (საჭიროა მომსახურების ხარისხის გათვალისწინებაც).

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის შეფასების სირთულე ისაა, რომ არ არსებობს ერთიანი კრიტერიუმი, რომელიც გამოხატავს მის ეფექტიანობას და ხშირად ამ ფუნქციას კლიენტის ემოციური რეაქცია ასრულებს, რომელიც ზოგჯერ სუბიექტურია, დამოკიდებულია თვით სტუმარზე და აგრეთვე პერსონალის საქმიანობაზე. ამგვარად, ხარისხის მთავარ მაჩვენებლად გვევლინება მთავარი ეკონომიკური ფაქტორი – მოთხოვნა. ხარისხი არის ის, რასაც ბაზარი მიიჩნევს ხარისხად.

სასტუმრო ინდუსტრიაში ხარისხის მართვის სისტემის ძირითადი მიზნები განისაზღვრება, როგორც ხარისხის სათანადო დონის უზრუნველყოფა მომსახურების პროცესის ორგანიზაციისა და წარმოების საფუძველზე, მოცემულ ვადებში, ოპტიმალური შრომითი, მატერიალური და ფინანსური რესურსებით და აგრეთვე, როგორც მომსახურების ხარისხის განსაზღვრული დონის შენარჩუნება.

ზოგადად ხარისხის სისტემის მართვა ხორციელდება მისი საერთო ფუნქციების რეალიზაციით: დაგეგმვით, სამუშაოთა ორგანიზაციით, მაჩვენებელთა კონტროლით, გადახრების აღრიცხვით, მომსახურების ხარისხის ანალიზით, მი-

სი შეფასებით, რეკულირებით (სამართი ზეგავლენით), რაც უზრუნველყოფს მართვის ჩაკეტილ კონტურს მომსახურების ყველა სტადიაზე თანმიმდევრულად სასტუმროს ყველა საწარმოო რგოლის მიერ.

სასტუმრო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას დიდად შეუწყოფს ხელს მომხმარებლის პოტენციალის მაქსიმალური გამოყენების ანუ „მომხმარებლის მიერ მართვადი“ ხარისხის სისტემის მოდელის გამოყენება.

მომხმარებელთა ინტერესების პრიორიტეტის უზრუნველყოფის მიზნით, სისტემა ითვალისწინებს მართვის ფუნქციების არა მარტო საგნობრივ საფუძვლებს (კრიტერიუმებს), არამედ კონკრეტული ფუნქციების განხორციელებაში მომხმარებელთა მონაწილეობის უზრუნველყოფას უკუკავშირების მეშვეობით. ხარისხის მართვის სისტემის შემოთავაზებულ სტრუქტურაში სწორედ ამ კუთხით განვიხილავთ მართვის თითოეულ ფუნქციას.

დაგეგმვა, უპირველეს ყოვლისა, ადგენს ხარისხის უზრუნველყოფის მოთხოვნებს ძირითადი და დამატებითი მომსახურების თითოეული სახეობის მიმართ. ეს კი შესაძლებელია იმ ღონისძიებათა განსაზღვრით, რომლებიც მიმართულია მომსახურების პროცესისა და სახეობის ხარისხობრივი დონის შეფასების მეთოდების სრულყოფაზე. დაგეგმვის პროცესში განისაზღვრება მოთხოვნათა თანმიმდევრობა, სამუშაოს ეტაპები და პასუხისმგებელი შემსრულებლები.

მომსახურების ხარისხის ამაღლების გრძელვადიანი და მიმდინარე ღონისძიებათა დაგეგმვა როგორც მთლიანად სასტუმროსთვის, ასევე მისი ყოველი ქვედანაყოფისა და სამსახურისთვის უნდა ხდებოდეს მარკეტინგული პროგრამების საფუძველზე, მომხმარებელთა მონაწილეობით – უკუკავშირების რეალიზაციის გზით.

სამუშაოთა ორგანიზაცია გულისხმობს ხარისხის ამაღლების ღონისძიებების გატარებას, სამუშაო გეგმის დაკავშირებას ხარისხის მართვის სისტემის ყველა კომპონენტთან.

მაჩვენებელთა კონტროლი გულისხმობს მოთხოვნის ტექნიკური პარამეტრების შესაბამისობის დადგენას მომსახურე-

ბის ანალოგიურ პარამეტრებთან, ხარისხის ფაქტიური მდგომარეობის შედარებას გეგმიურთან (მოცემულთან) და წარმოების დაგეგმვის სტადიაზე დადგენილ მოთხოვნათა მიმართ მათი შესაბამისობის შეფასების საფუძველზე. კონტროლის მონაცემები გამოიყენება სასტუმრო მომსახურების პროცესში გადახრებისა და დარღვევების თავიდან ასაცილებლად.

გადახრების აღრიცხვა წარმოებს მომსახურების ხარისხის მიღწეული, დაგეგმილი ან მომხმარებელთა მოლოდინის დონისგან გადახრის მაჩვენებელთა შეკრების, დამუშავებისა და ინფორმაციის საფუძველზე. ხარისხის მართვის აღნიშნული ფუნქცია აგრეთვე უნდა განხორციელდეს არა მხოლოდ პერსონალთან, არამედ პირველ რიგში კლიენტთან უკუკავშირების რეალიზაციის გზით.

მომსახურების ხარისხის ანალიზი მდგომარეობს ხარისხის მაჩვენებლებსა და მათ ცვლილებებზე გაუღენის მქონე პირობებსა და ფაქტორებს შორის მიზეზ-შედეგობრივი კავშირის გამოვლენაში.

მომსახურების ხარისხის შეფასება მდგომარეობს ხარისხის დონისა და აგრეთვე მისი იმ ცვლილებების განსაზღვრაში, რომლებიც გამოწვეულია მოცემული პარამეტრებისგან არსებული დონის გადახრით. შეფასება ხარისხის მართვის კიდევ ერთი ფუნქციაა, სადაც აუცილებელია კლიენტის მონაწილეობა უკუკავშირების ანალიზის საფუძველზე.

რეგულირება მდგომარეობს სამართი ზემოქმედების (მათ შორის ეკონომიკურისა და სოციალურ-ფსიქოლოგიურის) შემუშავებასა და რეალიზაციაში, მომსახურების პროცესში გადახრების, დარღვევების თავიდან აცილების, სასტუმროს ყველა სტრუქტურული ქვედანაყოფის შეთანხმებული მუშაობის უზრუნველყოფაში.

ამგვარად, შეიძლება გაეაყეთოთ დასკვნა იმის შესახებ, რომ მომხმარებელთა ინტერესის დაკმაყოფილების დეკლარირება სულაც არ იძლევა ხარისხის გარანტიას, ამისათვის საჭიროა მათი აქტიური ჩართვა ხარისხის მართვაში. სწორედ ამიტომ შემოთავაზებული მოდელი ხარისხის მართვის ზემოაღნიშნული შვიდი ფუნქციიდან ოთხში – მომსახურე-

ბის დაგეგმვაში, კონტროლში, გადახრათა აღრიცხვასა და ხარისხის შეფასებაში ითვალისწინებს მომხმარებელთა არაპირდაპირ მონაწილეობას უკუკავშირების რეალიზაციის ინფორმაციული და ეკონომიკური მეთოდების გამოყენებით.

სასტუმრო მომსახურების წარმოების სპეციფიკის გათვალისწინებით ხარისხის მართვის ეფექტიანობა უნდა განისაზღვროს, როგორც მიღებული შედეგების ან პროცესების შესაბამისობა მაქსიმალურად შესაძლო ან გეგმიურ დონესთან. ამ შემთხვევაში არასაკმარისია ხარისხის საყოველთაოდ მიღებული ინტეგრალური კრიტერიუმების გამოყენება. კრიტერიუმები ასახავენ ეფექტიანობის არსს, ხოლო განზომილებისა და შედარების ოპტიმალურ საშუალებას წარმოადგენს პარამეტრები.

იმის გათვალისწინებით, რომ ხშირ შემთხვევაში სასტუმრო მომსახურების ხარისხის შეფასებაში გაბატონებულია ფსიქოემოციური და ხშირად უგულვებელყოფილია ტექნიკურ-ეკონომიკური, სოციალურ-ფსიქოლოგიური მეთოდები, ჩვენს მიერ ჩამოყალიბებულია სასტუმრო მომსახურების ხარისხის შეფასების ძირითადი კოლიმეტრული პარამეტრების ერთობლიობა.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის შეფასების კოლიმეტრული პარამეტრები

- შენობა-ნაგებობების ამორტიზაციის პროცენტი.
- დანადგარების ამორტიზაციის პროცენტი.
- დანადგარებისა და ტექნიკური მოწყობილობის ღირებულების ხვედრითი წონა ძირითადი ფონდების ღირებულებაში.

• საეციალური განათლების ან კვალიფიკაციის მქონე მუშაკთა რიცხვი შეფარდებული პერსონალის საერთო რაოდენობასთან (სასტუმროს პერსონალის პროფესიული დონის კოეფიციენტი).

- პერსონალის მატერიალური წახალისების მოცულობის

შეფარდება ხელფასის წლიურ ფონდთან.

- პერსონალის მომზადებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაზე გაწეული დანახარჯების ხვედრითი წონა მომსახურების თვითღირებულებაში.

- კადრების დენადობის პროცენტი.

- ახალი ან მოდერნიზებული სასტუმრო პროდუქტის რაოდენობა, შექმნილი:

- ა) პროგნოზირების საფუძველზე (პერსპექტული გეგმის მიხედვით) ¹;

- ბ) უკუკავშირების შედეგად ².

- ანკეტურ გამოკითხვებში მონაწილე სტუმრების პროცენტი მათ საერთო წლიურ რაოდენობასთან.

- უკუკავშირების რეალიზაციის პროცენტი.

- უკუკავშირების რეალიზაციის ოპერატიულობა (რეალიზაციის საშუალო დრო).

- მომსახურების ტექნოლოგიის წინასწარ გამოვლენილი დეფექტების თავიდან აცილების დანახარჯების ხვედრითი წონა მომსახურების თვითღირებულებაში.

- უშუალოდ მომსახურების პროცესში გამოვლენილი დეფექტების გასწორებაზე გაწეული დანახარჯების ხვედრითი წონა მომსახურების თვითღირებულებაში.

- ხარისხის ფასი.

- ხელფასის ფონდის დინამიკა.

- მომსახურების მოცულობის დინამიკა (სასტუმროს დატვირთვის კოეფიციენტი).

- სასტუმრო პროდუქტის მატერიალიზაციაზე (რეკლამაზე) გაწეული დანახარჯების დინამიკა.

¹ სასტუმრო პროდუქტის რაოდენობა, რომელიც შეიქმნა წლის განმავლობაში პერსპექტული გეგმის მიხედვით. იგი განისაზღვრება ამ გეგმისა და მისი რეალიზაციის ანალიზის შედეგად.

² სასტუმრო პროდუქტის რაოდენობა, რომელიც შეიქმნა უკუკავშირის რეალიზაციის შედეგად.

სასტუმრო ინდუსტრიაში ფასწარმოქმნის მექანიგმზე მოქმედი ფაქტორები

სასტუმრო მომსახურების დაგეგმვისა და წარმოების პროცესში მისი სასარგებლო ეფექტის განსაზღვრის მნიშვნელოვან საშუალებად გვევლინება ფასი. ამიტომ ფასწარმოქმნის სრულყოფას უნდა მიეცეს კომპლექსური ხასიათი, რაც უზრუნველყოფს სასტუმრო მომსახურების ფასებში ხარისხობრივი პარამეტრების უფრო სრულ გათვალისწინებას.

სასტუმრო მომსახურება იცვლება განთავსების საწარმოთა ტიპის, სპეციალიზაციის დანიშნულებისა და კატეგორიის მიხედვით. შესაბამისად კონკრეტული მომსახურების ფასიც ასახავს იმ დანახარჯებს, რომლებიც ობიექტურად შეესაბამება მომსახურების კონკრეტულ პროგრამასა და პირობებს.

მომხმარებლისთვის სრულიადაც არ არის უმნიშვნელო, თუ როგორი დანახარჯები იქნება გაწეული მისი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად. ამ დანახარჯების შეფასებისათვის საჭირო ინფორმაციას, განთავსების საწარმოს ტიპის, სპეციალიზაციისა და კატეგორიის გათვალისწინებით, მომხმარებელი ფასის მეშვეობით ღებულობს. სწორედ ამიტომ საქართველოს პირობებში სასტუმრო პროდუქტის ძირითადი მომხმარებლები საქმიანი ადამიანებია. ისინი ბევრს მოგზაურობენ და კარგად არიან გათვითცნობიერებული ფასებში, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ფასწარმოქმნის ფსიქოლოგიურ ასპექტს ე.წ. „სარეკომენდაციო ფასს“ – მომხმარებლის ცნობიერებაში ჩამოყალიბებულ ფასების დონეს.

მსოფლიო ფასებისა და ჩვენს ქვეყანაში ამჟამად მოქმედი ფასწარმოქმნის ფაქტორების გათვალისწინებით (ძირითადად მხოლოდ ფასისმიერი კონკურენცია, კონკურენტების ფასების, ფსევდოპრესტიჟული მოსაზრებების გავლენა, ეკონომიკური ფაქტორების უგულებელყოფა), შემოთავაზებულია სხვადასხვა ქვეყანაში მოქმედი ფასების საფუძველზე შემუშავებული სარეკომენდაციო ფასების მორდელი საქართველოს სასტუმრო ბიზნესისათვის.

სასტუმროთა კლასი	სტანდარტული ნომრების ფასი აშშ დოლარებში (დღე-ღამეში)
1. ეკონომიური	60
2. საშუალო	80
3. პირველი კლასი	100
4. ფეშენებელური	150-160

იმ შემთხვევაში, თუ სასტუმრო მომსახურების ფასი უფრო მაღალია, ვიდრე მომხმარებლის ცნობიერებაში ჩამოყალიბებული, მცირდება მოთხოვნა, მომსახურების რეალიზაცია და შესაბამისად შემოსავალიც.

ფასწარმოქმნისადმი ამგვარი მეთოდოლოგიური მიდგომა მოგვეცემს თვით სასტუმრო მომსახურების კლასის გათვალისწინების მისაღები ფორმებისა და ზღვრების დადგენის საშუალებას. ამავე დროს აუცილებელია, რომ ფასწარმოქმნის სრულყოფა ითვალისწინებდეს არა მარტო მოთხოვნას, არამედ უწყობდეს ხელს მომსახურების ხარისხის აქტიურ სტიმულირებას ფასის მეშვეობით.

საქართველოში სასტუმრო პროდუქტის ფასწარმოქმნის პრაქტიკაში განსაკუთრებული ყურადღება უნდა დაეთმოს მომსახურების ხარისხის სამომხმარებლო თვისებათა გათვალისწინებასა და ფასებში მათ რეალურ ასახვას.

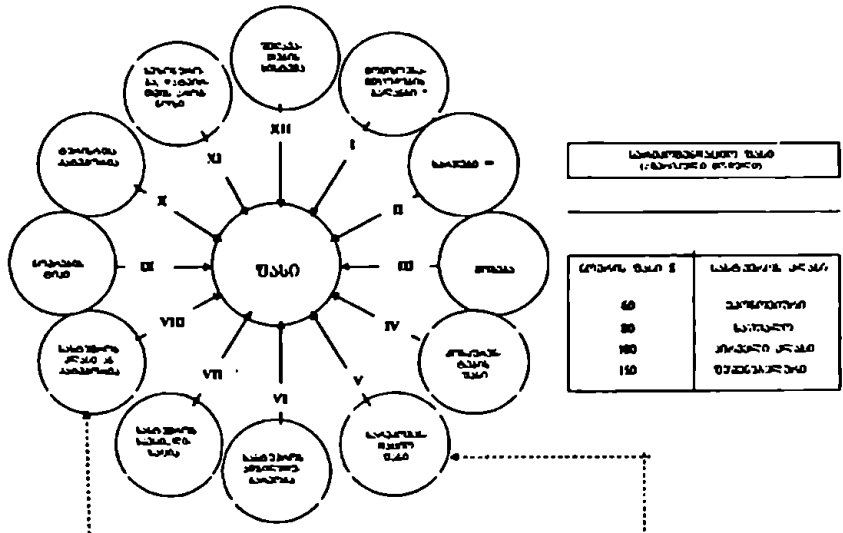
სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ამაღლება ხელსაყრელი უნდა იყოს არა მარტო მწარმოებლისათვის, არამედ მომხმარებლისთვისაც. მომსახურების თვითღირებულების შემცირება მისი სამომხმარებლო თვისებების გაუარესების შედეგად, ისევე როგორც თვითღირებულების ზრდა, არ შეესაბამება მომხმარებელთა ინტერესებს. ამიტომ ხარჯებისა და შედეგის, სასტუმრო პროდუქტის ღირებულების ოპტიმალური შეფარდება ხარისხის ამაღლების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი წინაპირობაა.

ტურისტთა განთავსების საწარმოები დაინტერესებულნი არიან მეწარმის დანაზოგის გაზრდით, მაგრამ ამ ამოცანას მომსახურების მაღალი დონის უზრუნველყოფისა და მისი თვითღირებულების შემცირების, წარმოების რენტაბელობის ზრდას შორის არსებული წინააღმდეგობები ართულებს. მათ დაძლევაში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ფასის დადგენისას მომსახურების ხარისხისა და დონის გათვალისწინებას.

ჩვენს პირობებში განსაკუთრებული მნიშვნელობა აქვს სასტუმრო მომსახურების ფასების ეფექტიანი სისტემის წამოყალიბებას ტურისტთა განთავსების საწარმოების კატეგორიის, სხვა ფასისმიერი და არაფასისმიერი ფაქტორების მიხედვით. ამ მიზნით №10 სქემაზე წარმოდგენილია ფასწარმოქმნის მექანიზმზე აღნიშნული ფაქტორების ზეგავლენის კონცეფტუალური მოდელი.

სქემა №10

სასტუმროს ფასწარმოქმნის მიმდინარეობაზე ზეგავლენის ძირითადი ფაქტორები



* ფასის ზედა ზღვარის განმსაზღვრელი ფაქტორი
 ** ფასის ქვედა ზღვარის განმსაზღვრელი ფაქტორი

სასტუმროს სტრუქტურა, პერსონალის უზენაესი და შრომის ხარისხი მომსახურების თანამედროვე ტექნოლოგიის პირობებში

ხარისხის მართვის პროცესში მნიშვნელოვანი როლი ენიჭება ტურისტთა განთავსების საშუალებების სტრუქტურული ქვედანაყოფების საქმიანობას, შესრულებული სამუშაოების, გაწეული მომსახურების ხარისხის შეფასებას, შემსრულებელთა საქმიანობის ხარისხის მაჩვენებლების აღრიცხვას, მიუშაქების მიერ ნორმატიულ-ტექნიკური მოთხოვნების შესწავლას. ამიტომ ხარისხის მართვის სისტემის ფუნქციათა რეალიზაცია უნდა ეფუძნებოდეს სასტუმროს ყველა ქვედანაყოფში, როგორც ძირითად, ასევე დამხმარე სტრუქტურებში, მაგრამ ამასთან აუცილებელია თითოეული მათგანის სპეციფიკისა და ხარისხზე უშუალო გავლენის გათვალისწინება.

ხარისხის მართვის ზოგადი ფუნქციების რეალიზაციისადმი დიფერენცირებული მიდგომის უზრუნველსაყოფად მიზანშეწონილია განისაზღვროს სასტუმროს ქვედანაყოფების ისეთი სტრუქტურული ჯგუფები, რომლებიც შეესაბამება ფუნქციონალურ თავისებურებებსა და მათ როლს მომსახურების წარმოების და მისი ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესში. დიდი, საშუალო და მცირე სასტუმროთა განსხვავებული სტრუქტურის გათვალისწინებით მიზანშეწონილია, გამოეყოთ ორი ასეთი ჯგუფი: ძირითადი სტრუქტურა და ინფრასტრუქტურა, განესაზღვროთ მათი თავისებურებები.

სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურის შემუშავებისას ითვალისწინებენ მის მიზნობრივ, ძირითად ფუნქციას და ფუნქციონალურ ელემენტებს.

მიზნობრივი ფუნქცია უზრუნველყოფს სასტუმრო პროდუქტის ფორმირებას, საწარმოო პროცესს, (მიღება-განთავსება, კვების, საქმიანი ღონისძიებების – შეხვედრების, კონფერენციების ორგანიზაცია და სხვ.)

ფუნქციონალურ ელემენტებს მიეკუთვნება სასტუმროს უსაფრთხოება, საინჟინრო უზრუნველყოფა, საბუხაღატრო აღრიცხვა, ადმინისტრაციული საქმიანობა და სხვა.

ინფრასტრუქტურა. ქმნის მომსახურების წარმოებისათვის აუცილებელ პირობებსა და უზრუნველყოფს ძირითადი სტრუქტურის საქმიანობას.

მიუხედავად იმისა, რომ ინფრასტრუქტურაში გაერთიანებული ჯგუფები ასრულებენ დამხმარე ფუნქციებს, ისინი არ შეიძლება განვიხილოთ როგორც სასტუმროს მეორეხარისხოვანი სტრუქტურული ქვედანაყოფები. ინფრასტრუქტურის მნიშვნელობის არასათანადო შეფასებამ (რასაც ხშირად აქვს ადგილი ჩვენს სასტუმროებში) შესაძლოა შეასუსტოს ძირითადი სტრუქტურის მდგრადობა და გააუარესოს მომსახურების ხარისხი. მართალია, დამხმარე სამსახურების მუშაკები არ არიან უშუალო კონტაქტში მომხმარებელთან, მაგრამ მათი საქმიანობა უზრუნველყოფს სასტუმრო მომსახურების ტექნოლოგიურ პროცესებს. პრაქტიკულად ინფრასტრუქტურაზე დამოკიდებული სასტუმროს ძირითადი რესურსების ეფექტიანი გამოყენება მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის მიზნით.

მომხმარებლის მიერ მართვადი ხარისხის სისტემის ჩამოყალიბებისას განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის ორგანიზაციული აგების მეთოდოლოგიას, რასაც ხშირად არასწორად აიგივებენ სასტუმროს ორგანიზაციულ სტრუქტურასთან.

სასტუმრო საწარმოს ორგანიზაციული სტრუქტურა არის მისი მენეჯმენტის ადმინისტრაციულ-იერარქიული სისტემა¹. არსებითად სტრუქტურა ხელმძღვანელებსა და პერსონალს შორის ურთიერთობათა მოდელია, რომელიც ბევრად განაპირობებს მის ეკონომიკურ ეფექტიანობას. იგი განსაზღვრავს განკარგულებებისა და ბრძანებების სქემას, რომელთა მეშვეობით იგეგმება სასტუმროს საქმიანობა, წარმოებს შესრულების ორგანიზაცია და კონტროლი. ამგვარად, სტრუქტურა უზრუნველყოფს სასტუმროს საქმიანობის ორგანიზაციული პრინციპებისა და სამუშაოთა შესრულების ბაზას.

სტრუქტურის მიზნებია: შრომის განაწილება, მოვალეობებისა და ამოცანების, სამსახურებრივი ურთიერთობების, ურთიერთკავშირების არხების განსაზღვრა.

სრული მომსახურების (საშუალო ან დიდი ტევადობის) სასტუმროს სანიმუშო ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურა №6 დანართშია წარმოდგენილი. სასტუმროს კატეგორიისა და სპეციალიზაციის, კონკრეტული ამოცანების გადაჭრის გათვალისწინებით მისი ზოგიერთი რგოლი ორი ან რამდენიმე შეთავსებული ფუნქციით შესაძლოა გამოყენებულ იქნას მცირე ტევადობის სასტუმროებშიც.

სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურა ჩვეულებრივ სამკუთხედს წარმოადგენს. მაგალითად, სასტუმროში სამკუთხედის უმაღლეს წერტილში არიან მთავარი ადმინისტრაციული დირექტორი და მთავარი აღმასრულებელი დირექტორი. შემდეგ დონეზეა გენერალური მენეჯერი, ხოლო შემდეგ – განყოფილებათა ხელმძღვანელები, რიგითი მოსამსახურეები და კლიენტები¹.

სასტუმროთა ორგანიზაციული სტრუქტურა ყოველთვის იერარქიულ პრინციპზეა აგებული, ხოლო ხარისხის მართვის სისტემა, ჩვეულებრივ მოითხოვს ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის ორგანიზაციული აგების პრინციპულად განსხვავებული ორიენტაციის გამოყენებას. სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურის პრობლემა ისაა, რომ თითოეული მუშაკის უპირველესი საზრუნავია, თუ როგორ გამოიყურება იგი უფროსის თვალში.

ასეთ პირობებში ნაკლები ყურადღება ექცევა სტუმარს. ამიტომ მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის ორგანიზაციული აგების ორიენტაცია არ შეიძლება ეფუძნებოდეს იმავე იერარქიულ პრინციპს. სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურისაგან განსხვავებით იგი ორიენტირებული უნდა იქნეს მხოლოდ მომხმარებელთა ინტერესების უზრუნველყოფის პრინციპზე, როდესაც პირველ ადგილზე მუდამ კლიენტია, ხოლო სტრუქტურის ბოლო დონეებზე კი

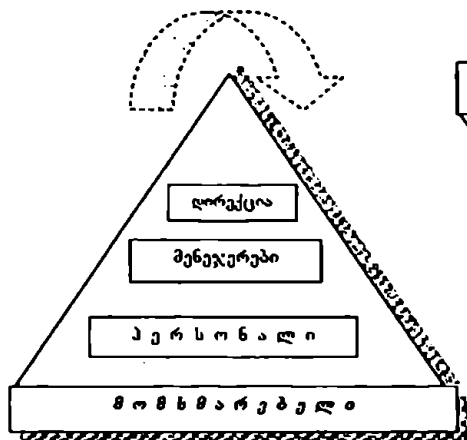
¹ ფ. კოტლერი. მარკეტინგ. გოსტეპროიმიტვო. ტურიზმ. მოსკოვი, 1998, გვ. 342.

- ადმინისტრაცია. ამ შემთხვევაში თითოეული მუშაკის საქმიანობის მთავარი მიზანია კლიენტის უკეთესი მომსახურება.

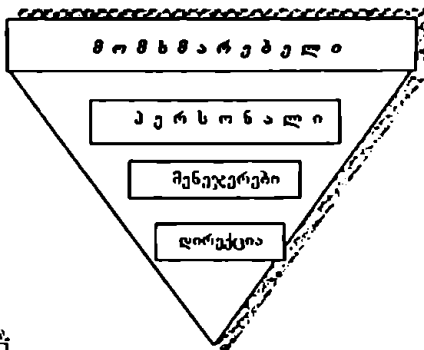
აღნიშნული შესაძლებელია სქემატურად შემდეგნაირად წარმოვიდგინოთ:

სქემა №11

სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურისა და ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის ორგანიზაციული აბეგის ორიენტაცია



ა) სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურის ორიენტაცია ტრადიციული იერარქიული პრინციპით



ბ) ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის ორგანიზაციული აბეგის ორიენტაცია (მომსახრებელთა ინტერესების დაკმაყოფილების პრინციპით)

ჩვეულებრივ, ორგანიზაციული სტრუქტურის ჩამოყალიბებისადმი მიდგომა ერთგვაროვანია, მაგრამ საქართველოს მთელ რიგ კერძო სასტუმროებში მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის სტრუქტურაც იერარქიული სქემითაა აგებული. ამგვარი მიდგომის გავრცელების მასშტაბი, პროფესიული ცოდნისა და გამოცდილების დეფიციტის გათვალისწინებით, ხარისხის შემაფერხებელ ფაქტორად გვევლინება.

სწორედ ამიტომ ჩვენი ქვეყნის პირობებში განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის პირამიდული სტრუქტურის ტრადიცი-

ული ორიენტაციის შეცვლას, რასაც აუცილებლად უნდა მოჰყვეს სასტუმროს შიდა ურთიერთობათა ძირეული ცვლილებები, რათა ხელმძღვანელების ინტერესების დაკმაყოფილების ნაცვლად მომსახურების პროცესის ორგანიზაციისას მთელი ყურადღება გამახვილებულ იქნეს მომხმარებელთა ინტერესების დაკმაყოფილებაზე. ეს კი გამოიწვევს ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესის ორგანიზაციული აგების ახალი მეთოდოლოგიის გამოყენების აუცილებლობას. აღნიშნული პროცესი უნდა ჩამოყალიბდეს მომხმარებელთა ინტერესებთან მომსახურების სრულ შესაბამისობაში.

ხარისხის ამგვარი პოლიტიკის რეალიზაციის პრინციპი იმაში მდგომარეობს, რომ ხარისხის მართვის სისტემაში საჭიროა მკვეთრად განისაზღვროს ორგანიზაციული სტრუქტურის ყველა რგოლის პასუხისმგებლობა და მოვალეობა.

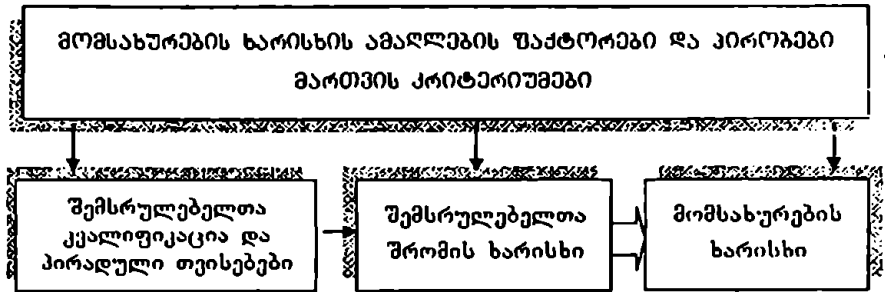
ამ საფუძველზე ჩამოყალიბებული საკვალიფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების თანამდებობებისა და პროფესიების მიმართ №7 დანართშია მოცემული. აღნიშნული ფუნქციები განსაზღვრავენ თითოეული მუშაკისა და სტრუქტურული ქვედანაყოფის როლს მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფის პროცესში, საკმაოდ რთული თანამედროვე ტექნოლოგიის პირობებში.

პერსონალის, თითოეული მუშაკის როლის ამაღლება სასტუმრო მომსახურების ხარისხისა და მისი მართვის სისტემის ეფექტიანობის მნიშვნელოვანი ფაქტორია, მაგრამ ადამიანი არ უნდა გადაიქცეს ამ სისტემის მართვის ორგანოს მითითებათა მიქანიკურ შემსრულებლად. ტურისტთა განთავსების ობიექტების თითოეული მუშაკის საქმიანობა მნიშვნელოვნადაა დამოკიდებული იმაზე, თუ რამდენადაა მიმართული ხარისხის მართვის მთელი მიქანიზმი ინდივიდის პირადი ინტერესების გათვალისწინებაზე, რამდენად მჭიდროდაა შერწყმული ეს უკანასკნელი მომხმარებელთა და საზოგადოებრივ ინტერესებთან. ამ პრობლემის გადაჭრისას ეკონომიკური ბერკეტებისა და სტიმულების მეშვეობით, მუშაკების დაინტერესებული დამოკიდებულება შრომის მიმართ, მათი შემოქმედებითი აქტიუობა და პროფესიული ოსტატობა განვი-

თარების მძლავრ შიდა წყაროდ გადაიქცევა.

ხარისხის მართვის სისტემამ უნდა მოიცვას სამართი ზეგავლენის კომპლექსის შემადგენელი ისეთი ურთიერთდაკავშირებული კატეგორიები, როგორებიცაა: თითოეული შემსრულებლის კვალიფიკაცია და პიროვნული თვისებები, მისი შრომის ხარისხი და ბოლოს, მომსახურების ხარისხი, როგორც აღნიშნული კატეგორიების ზეგავლენის ინტეგრირებული შედეგი.

სქემა №12



მოყვანილი სქემიდან ჩანს, რომ მომსახურების ხარისხის მართვა განხილული უნდა იქნას როგორც იმ დონისძიება-თა ერთიანი კომპლექსის განხორციელება, რომელიც ზეგავლენას ახდენს ხარისხის ფაქტორებზე, პირობებსა და კრიტერიუმებზე. ამასთან მომსახურების ხარისხი განიხილება, როგორც სასტუმროს კოლექტივის შრომის ხარისხის ფუნქცია.

ხარისხის მართვის სისტემის ერთ-ერთი მთავარი ამოცანაა ოპერატიულობის ამაღლება, ანუ მომსახურების პროცესში დაშვებული დეფექტების (გადახრების) დროული გამოვლენა და თავიდან აცილება.

შრომის ხარისხის მართვის პრობლემა მოითხოვს მკაფიო წარმოდგენას იმ განსაზღვრებებისა და ცნებების შესახებ, რომლებიც აღნიშნულ დარგს მიეკუთვნება. სპეციალურ ლიტერატურაში ცნება „შრომის ხარისხი“ სხვადასხვაგვარადაა განხილული, ხშირად მის ცალკეულ შემადგენელ ელემენტ-

ტებსა და შრომის მაჩვენებლებთან ან შესასრულებელ სამუშაოსთანაა გაიგივებული.

ჩვენი აზრით, ისეთი ცნებები, როგორცაა: მუშაკთა პოტენციური შესაძლებლობები, ცოდნის დონე, კვალიფიკაცია და სხვა თვისებები სრულად არ ასახავს შრომის ხარისხის არსს და ამიტომ მათ გაიგივებას არ გააჩნია საფუძველი.

პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ ცოდნის, მუშაობის გამოცდილების, კვალიფიკაციის თანაბარი დონისა და ერთნაირი სპეციალობის ადამიანების შრომა ყოველთვის არ გამოირჩევა ერთნაირი შედეგებით. ამიტომ შრომის ხარისხი, როგორც ეკონომიკური კატეგორია, უშუალოდ საწარმო, შრომით შედეგებში აისახება.

მატერიალური წარმოებისგან განსხვავებით, განთავსების საწარმოებში, ისევე როგორც მომსახურების სფეროს სხვა დარგებში, შრომის ობიექტად გვევლინება ადამიანი. შრომის შედეგები მომსახურებაში განსახიერდება. ამიტომ სასტუმრო მომსახურების სოციალურ-ეკონომიკური არსი, მისი სასარგებლო ეფექტი თვით შრომა კი არ არის, არამედ ზეგავლენაა, რომელსაც იგი ადამიანზე ახდენს.

სასტუმრო მომსახურების სფეროში შრომის ხარისხი უნდა მოიცავდეს მის თვისებებს, რომლებიც განსაზღვრავენ შემსრულებლის ხარისხიანი, მწარმოებლური, შრომის შესაძლებლობებს, დამოკიდებულებას შრომის (სამუშაოს, შრომის საგნებისა და საშუალებების), კოლექტივის და განსაკუთრებით კლიენტების მიმართ.

სასტუმრო მომსახურების პროცესში განმსაზღვრელია სამუშაოთა შემსრულებლის თვისებათა გამოვლენა. განთავსების ნებისმიერ საწარმოში თითოეული მუშაკის შრომის ხარისხი მთელი კოლექტივის საქმიანობის ნაწილია. მისი შრომის შედეგის ხარისხი კი – ერთობლივი პროდუქტის (მომსახურების კომპლექსის) ხარისხის შემადგენელ ნაწილს წარმოადგენს. ხარისხიანად შეიძლება ჩაითვალოს ისეთი შრომა, რომლის შედეგებიც შეესაბამება საზოგადოებრივ ინტერესებს და რაც უფრო მეტია ეს შესაბამისობა, მით უფრო მაღალია შრომის ხარისხი.

ამ პირობებში ხარისხის მართვის დონე აღნიშნული შესაბამისობის მიღწევით განისაზღვრება. იგი დამოკიდებულია სასტუმროს იმ სამსახურების ხელმძღვანელთა პროფესიულ თვისებებზე, რომლებიც წარმოადგენენ ხარისხის სამართის ტემას (მართვის სუბიექტს), ხოლო რაც შეეხება შემსრულებელთა ოსტატობას, ამ ხარისხობრივი დონის მიღწევაში განმსაზღვრელ ფაქტორად, უპირველეს ყოვლისა, შეიძლება ჩაითვალოს ცოდნა, კვალიფიკაცია და გამოცდილება.

ამ მხრივ დარგში შექმნილი ვითარება მოითხოვს აუცილებელ და გადაუდებელ ადეკვატურ რეაგირებას ბაზრის ცვლილებებისა და დინამიკის, განვითარების ტენდენციის გათვალისწინებით. ქვეყნის სასტუმრო მეურნეობის კადრების კვალიფიკაციის ამაღლების ტემპი უნდა უსწრებდეს აღნიშნულ პროცესებს. ამისათვის საჭიროა ეკონომიკური მიდგომა კადრების კვალიფიკაციის ამაღლების მიმართ, დარგის საწარმოთა ეკონომიკური დაინტერესება მათი მომზადებითა და გადამზადებით.

ჩვენს ქვეყანაში დარგში არსებული კვალიფიციური კადრების, ცოდნისა და გამოცდილების მწვავე დეფიციტის პირობებში, ძალზე მნიშვნელოვანია, რომ კადრების კვალიფიკაციაზე გაწეული ხარჯები, ტურისტთა განთავსების საწარმოთა მიერ განხილულ იქნას, როგორც „ცოცხალი აქტივების“ შექმნის გადასახადი, რომელიც დროის გარკვეულ პერიოდში მოიტანს შემოსავალს. აღნიშნული ხარჯების ეკონომია კი იძლევა სახსრების მხოლოდ ხანმოკლე ეკონომიას, მაგრამ წარმოქმნის შრომის ნაყოფიერების შემცირების ხანგრძლივ პრობლემას.

ტრანსნაციონალური კორპორაციები საქართველოს სასტუმრო ბაზარზე და მომსახურების ტექნოლოგიების ტრანსფერტი

ზოგიერთმა პატარა სახელმწიფომ თავი დაიმკვიდრა მოწინავე ტექნოლოგიების ათვისებით. მაგ., სამხრეთ კორეამ, ისრაელმა, ფინეთმა... ეკონომიკის ამ დარგში სერიოზული განაცხადისათვის ჩვენს ქვეყანასაც გააჩნია ინტელექტუალური რესურსი.

უფინანსისა და უნეტარების, სრულიად საქართველოს კათოლიკოს-პატრიარქის ილია II
2007 წლის საშობაო ეპისტოლედან.

ბოლო პერიოდში ქვეყანაში განვითარებულმა პოლიტიკურმა მოვლენებმა დიდი ტურიზმი ილუსიიდან რეალობად აქცია, რამაც გამოიწვია ინტერესი საქართველოს ტურისტული ბაზრის მიმართ ისეთი ცნობილი და მძლავრი ტრანსნაციონალური სასტუმრო კორპორაციების მხრიდან, როგორებიცაა „რედისონ-სასი“, „ჰაიატი“, „ჰილტონი“, „კემპინსკი“ „ინტერკონტინენტალი“. ესოდენ მაღალი კლასის სასტუმროების თბილისური თანაეარსკელავედი ახლო მომავალში რეალობად იქცევა.

გლობალიზაციის თანამედროვე ეტაპზე წარმოებისა და კაპიტალის კონცენტრაცია და ცენტრალიზაცია, როგორც ეროვნულ, ასევე საერთაშორისო საფუძველზე, ობიექტური ტენდენციაა, რამაც განაპირობა საერთაშორისო საწარმოსამეურნეო კომპლექსების ე.წ. ტრანსნაციონალური კორპორაციების (ტნკ) შექმნა და გაძლიერება, მათი სამეურნეო საქმიანობის ინტერნაციონალიზაცია. მათ უზარმაზარი ფინანსური, საწარმო და სამეცნიერო-ტექნიკური რესურსი,

საზღვარგარეთის მრავალი საწარმო და სარეალიზაციო ბაზა გააჩნიათ.

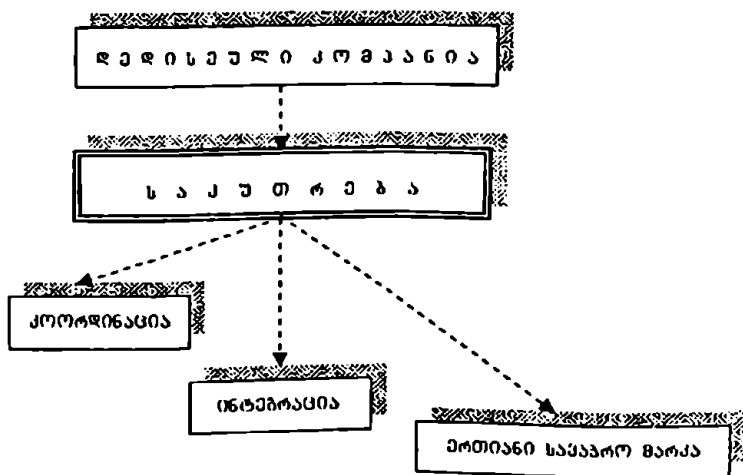
გლობალიზაციის პირმშო – ტრანსნაციონალურ კორპორაციები (ტნკ) თანამედროვე პირობებში ჭეშმარიტ სამეურნეო იმპერიებად გადაიქცნენ. მათი მართვის ორგანიზაციულ-ეკონომიკურ ცენტრს, როგორც წესი დედისეული კომპანია წარმოადგენს. ამის ეკონომიკური საფუძველი კი ტნკ-ის საკუთრებაა, რომელიც აგრეთვე აკავშირებს კორპორაციის ფარგლებში ყველა ეკონომიკურ და საწარმოო ურთიერთობებს (სქემა №13).

დედისეული კომპანია აბანდებს კაპიტალს დაქვემდებარებულ კომპანიებში მათი აქციების შექენის გზით. აქციების საკონტროლო პაკეტი ანიჭებს მას დაქვემდებარებული კომპანიების საქმიანობის კონტროლის უფლებას.

ტნკ-ის საქმიანობის მეთოდები და საშუალებები დედისეული კომპანიის ორგანიზაციის ფორმებზეა დამოკიდებული. არსებობს ორი ასეთი ფორმა – დედისეული ოპერატიულ-საწარმო და დედისეული პოლდინგური კომპანიები.

სქემა №13

ტრანსნაციონალური კორპორაციები (ტნკ)

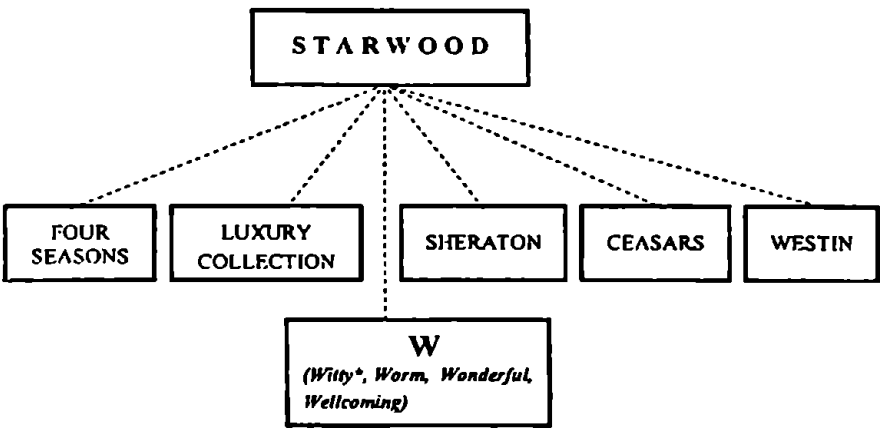


პირველ შემთხვევაში კომპანიები თავად წარმართავენ სამეურნეო საქმიანობას და ცენტრალიზებული მართვა მთელ საწარმოო პროცესს მოიცავს.

დედისკუთლი პოლდინგური კომპანიები (ერთ-ერთი მათგანის სტრუქტურა №14 სქემაზეა მოყვანილი) არ არიან დაკავებული სამეწარმეო საქმიანობით, მათთან მხოლოდ იმ კომპანიებს აქციების საკონტროლო პაკეტი კონცენტრირებული, რიბლებიც იურიდიულ და სამეურნეო დამოუკიდებლობას ინარსუნებენ და მხოლოდ ფინანსურად ემორჩილებიან პოლდინგს.

სქემა №14

პოლდინგური კორპორაცია სტარვუდი



* გონებაბახილი (ინოვაციებზე)

XX საუკუნეში სასტუმროთა ეროვნული ქსელებისა (გაერთიანებების) და შემდგომში ტრანსნაციონალური კორპორაციების ჩამოყალიბებას მძლავრი იმპულსი მისცა რეაქტიული ავიადაინერების ეპოქამ. ეს პერიოდი მნიშვნელოვანია იმით, რომ თუ რკინიგზის ტრანსპორტის განვითარებამ დასაბამი მისცა ორგანიზებულ ტურიზმს, საავიაციო ხაზებზე რეაქტიული ავიადაინერების გამოჩენამ მასობრივ ტურიზმს ჩაუყარა საფუძველი. ამან მნიშვნელოვანი გავლენა მოახდინა

სასტუმრო პროდუქტის ფორმირებაზე – შეიქმნა არა მარტო ახალი ტიპის განთავსების ობიექტები, არამედ ჩამოყალიბდა სასტუმრო მომსახურების ახალი, საშუალო მომხმარებელზე ორიენტირებული ლიბერალურ-დემოკრატიული კონცეფცია.

ტრანსკონტინენტალურმა გადაფრენებმა გამოიწვია მგზაურობის ფასის შემცირება და შესაბამისად გაზარდა მოთხოვნა ტურისტულ ბაზარზე, მათ შორის სასტუმროებზე. საბაზრო კონიუნქტურამ გამოიწვია გაძლიერებული ინტერესი ავიაკომპანიების მხრიდან. ისინი ზრუნავდნენ არა მარტო მგზავრთა გადაყვანაზე ტრანსკონტინენტალური რეისებით, არამედ მათ უზრუნველყოფაზე მინიმალური ტურისტული პაკეტით – განთავსების საკუთარი საშუალებებითაც.

ამისათვის ისინი დიდ კაპიტალს აბანდებდნენ სასტუმრო მეურნეობაში. კსწორედ ამ პერიოდში დაიწყო ტურიზმის გლობალიზაცია, სასტუმრო მომსახურების საერთაშორისო ბაზრის ინტენსიური ათვისება, სასტუმროთა საერთაშორისო ქსელების, ტრანსნაციონალური კორპორაციების ჩამოყალიბება. საქართველოს სასტუმროთა მართვაში უკვე რამდენიმე წელია მონაწილეობენ ცნობილი საერთაშორისო ქსელები – „შერატონი“ და „მარიოტი“.

განსაკუთრებით აღსანიშნავია ეს უკანასკნელი, ვინაიდან მან, გადაუჭარბებლად შეიძლება ითქვას, უკვე მოახდინა გლობალური ექსპანსია სასტუმრო ბაზარზე და მსოფლიო აღიარება მოიპოვა. ქსელის ყოველწლიური ბრუნვა მილიარდობით დოლარს შეადგენს. მის საკუთრებაშია მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში განლაგებული სხვადასხვა ტიპის, კლასისა და კატეგორიის სასტუმრო.

კომპანია „მარიოტი“ პირველ რიგში გამოირჩევა ახალი კონცეფციებით. ერთ-ერთი მათგანია „ქორთიარდ ბაი მარიოტი“, რომელიც შემუშავებულია 80-იანი წლების ბოლოს, როდესაც ძვირადღირებული სასტუმრო პროდუქტი გადავიდა სასიცოცხლო ციკლის დაქვეითების ფაზაში. ეს კონცეფცია ფართოდაა ცნობილი. მან კატალიზატორის როლი შეასრულა ჩრდილოეთ ამერიკის სასტუმრო მეურნეობის რესტრუქტურისაში და ამჟამად დამკვიდრებულია აშშ-

ის, კანადის, ინგლისის, საფრანგეთის, გერმანიის, ავსტრიის, ჩეხეთის, ჩინეთისა და სხვა ქვეყნის ბაზარზე.

აღსანიშნავია საბაზრო სივრცეში „მარიოტის“ მიზანმიმართული ორიენტაცია, მანევრირებისა და ადაპტაციის ფართო შესაძლებლობები, მაღალი კორპორაციული კულტურა, ლიდერსიფიცირებული სასტუმრო პროდუქტი, მენეჯმენტისა და მარკეტინგის მოქნილობა, რამაც მისცა მას დინამიური განვითარების საშუალება მსოფლიო ტურისტული ბაზრის სხვადასხვა სეგმენტების მოპოვებით.

ამჟამად „მარიოტი“, როგორც ტურიზმში გლობალიზაციის პროცესის ერთ-ერთი ლიდერი, დიდ გავლენას ახდენს საქართველოს სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარებაზე.

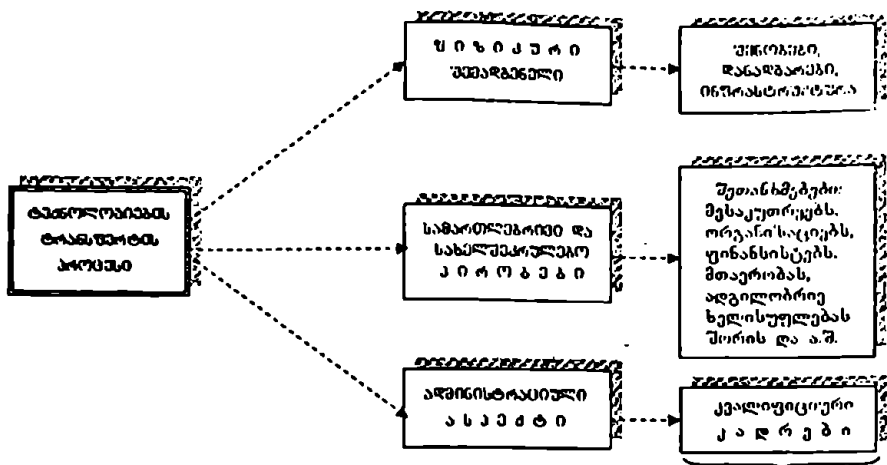
ტრანსნაციონალური კორპორაციები სასტუმრო მომსახურების უახლესი ტექნოლოგიების, რთული თანამედროვე სასტუმრო კომპლექსების მშენებლობის საინჟინრო აზრის, მათი ექსპლუატაციისა და მართვის მდიდარი გამოცდილების კონცენტრაციის ცენტრებად გვევლინება.

ტრანსნაციონალურ კომპანიებს უდიდესი მნიშვნელობა აქვთ ამ ქვეყნებისათვის, სადაც განლაგებულია მათი შვილობილი საწარმოები, ვინაიდან განვითარებულ ქვეყნებში შექმნილი ახალი ტექნოლოგიები დროის შედარებით მოკლე პერიოდში გადადის სხვა, ხშირად განვითარებად ქვეყნებში.

ამრიგად, ახალი ტრანსნაციონალური კორპორაციების შემოსვლამ საქართველოს ტურისტულ ბაზარზე უდავოდ დიდი სიკეთე შეუძლია მოგეიტანოს, ვინაიდან ტექნოლოგიების ტრანსფერტანაა დაკავშირებული, რაც საშუალებას მოგვცემს, გამოვიყენოთ ხარისხის მართვის მსოფლიოში აპრობირებული სისტემების ოპტიმალური მოდელები.

ამ პროცესის ფექტიანობის უმნიშვნელოვანესი პირობაა, ადგილობრივი კადრების უნარი აითვისონ ახალი ტექნოლოგია და სრულად გამოიყენონ არსებული ტექნოლოგიური სასტიმები კლიენტის მოთხოვნათა დაკმაყოფილებისას.

ტექნოლოგიების ტრანსფერტის პროცესი კომპლექსური ბუნებისაა, მისი შემადგენლებია:



შუიანსებები

ტექნოლოგიების ტრანსფორმაციის დონეები

- 1 ახალი ტექნოლოგიების გამოყენების უნარი ადგილობრივი საწარმოების მართვისათვის
- 2 ახალი ეროვნული საწარმოების შექმნისათვის
- 3 მოქმედებული, შრომატევადი ტექნოლოგიების ახლით შეცვლისათვის
- 4 ინოვაციური უნარი – მომსახურების მეთოდებისა და პროცესის გაუმჯობესებისათვის სიახლეთა დანერგვის საფუძველზე

პირველი, მეორე და მესამე დონის მიღწევა შედარებით ადვილია, ვინაიდან შესაძლებელია სპეციალური მომზადების მეშვეობით, მეოთხე დონის მიღწევა კი საკმაოდ ძნელია, ვინაიდან იგი მოითხოვს არა მარტო ცოდნას, არამედ გონებ-

რიე შესაძლებლობებს, უნარს.

ტრანსნაციონალური კორპორაციები იყენებენ სხვა ქვეყნების შესაბამის საწარმოებთან საქმიანი ურთიერთობის კიდევ ისეთ ფორმებს, როგორებიცაა:

ა) ტექნიკური მომსახურების ხელშეკრულება (ე.წ. ტექნიკური კონსულტანტი);

ბ) მართვის ხელშეკრულება (მენეჯმენტ-კონტრაქტი);

გ) ფრანსაიზინგი (ფრენშაიზინგი).

მათ საქმიანობას საფუძვლად უძევს ხარისხის სისტემისათვის განკუთვნილი, მსოფლიოში აღიარებული საერთაშორისო სტანდარტების ISO 9000-ის ჯგუფის მოთხოვნები, სასტუმრო მომსახურების საერთაშორისო ნორმები, კრიტერიუმები, საზღვარგარეთის ცნობილი სასტუმროების გამოცდილება.

ტრანსნაციონალური კორპორაციების სასტუმრო მომსახურების ორგანიზაცია და უზრუნველყოფა აკეზულია შრომის პროცესებზე, რომლებიც წარმოადგენენ მართვის ობიექტებს. განთავსების საწარმოებში მომსახურება ტექნოლოგიის მიხედვით განხორციელებული პროცესებით ანუ განსაზღვრული მეთოდებითა და თანმიმდევრობითა წარიმართება.

მომსახურების ხარისხი მჭიდროდაა დაკავშირებული ტექნოლოგიის სრულყოფის ხარისხზე, მის მიერ განსაზღვრული შრომითი პროცესების შემსრულებელთა ოსტატობასა და აგრეთვე ამ პროცესების მართვის ეფექტიანობაზე.

მომსახურების ტექნოლოგიის შემუშავების ძირითადი პრინციპები, რომლებიც ხელს უწყობს ამ მნიშვნელოვანი საწარმოო კატეგორიის აყვანას მომსახურების ხარისხის ერთერთი ძირითადი შიდა ფაქტორის დონეზე, №8 დანართშია წარმოდგენილი.

მომსახურების ტექნოლოგია შეიძლება გადაიქცეს ხარისხზე ზეგაეღენის წამყვან კომპონენტად, ვინაიდან ტექნოლოგიურ ელემენტებს სასტუმრო მომსახურებაში აქვთ სხვადასხვაგვარი ურთიერთკავშირი ხარისხის მართვის სისტემის მთელ რიგ ელემენტთან. ამიტომ სასტუმრო მომსახურების წარმოების ტექნოლოგიური ციკლის თითოეული ოპერაციის დასაბუთების შესაძლებლობის, შესაბამისი მომსახურების

ხარისხზე გაელენისა და ტექნოლოგიის დაცვისთვის პასუხისმგებლობის შემუშავების მიზნით საჭიროა ზემოაღნიშნული კავშირების ბუნების ანალიზი.

ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ამოცანაა აგრეთვე ტექნოლოგიურ ცვლილებათა განსკვრეტა და ანალიზი, რაც იმდენად სასტუმრო მომსახურების კარდინალური ხარისხობრივი ცვლილებების, ხარისხის მართვის სისტემის სრულყოფისა და შრომის ნაყოფიერების ზრდის საშუალებას.

სასტუმრო მომსახურების ტექნოლოგია არის წარმოების საშუალებათა და პროცესების ერთობლიობა. ამიტომ მისი შემუშავება საჭიროა მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფისა და რესურსების ოპტიმალური გამოყენების გათვალისწინებით. ტექნოლოგია განხილული უნდა იქნას არა მარტო როგორც ხარისხის მართვის სისტემის წამყვანი კომპონენტი, არამედ თვით ამ სისტემის ჩამოყალიბების მნიშვნელოვანი ფაქტორი. აქედან გამომდინარე შეიძლება გაკეთდეს შემდეგი დასკვნა: სასტუმრო მომსახურების ხარისხზე საბაზო ზეგაელენის საიმედობისა და ეფექტიანობის უზრუნველყოფა შესაძლებელია ნებისმიერი ტექნოლოგიური სიახლის მეშვეობით, მაგრამ იმ პირობით, თუ ტექნოლოგია სისტემურადაა დაკავშირებული მომსახურების წარმოებასთან.

ტექნოლოგიის სისტემური არსისა და სასტუმრო მომსახურების ხარისხის სოციალური შინაარსის გაგება ქმნის ხარისხის მართვის სისტემის სოციალურ-ტექნოლოგიური ბუნების აღიარების აუცილებელ პირობებს. აქედან გამომდინარე სასტუმრო მომსახურების ტექნოლოგიის სოციალური შეფასება ისეთი ტექნოლოგიური გადაწყვეტილებების მიღების აუცილებლობაზე მიგვითითებს, რომლებიც უპასუხებენ ხარისხის დარგში პოლიტიკის მოთხოვნებს, ქმნიან ტექნოლოგიური დამუშავების დანერგვისა და გამოყენების ეფექტის სისტემატური გამოვლენის, ანალიზისა და შეფასების პირობებს. ამასთან აუცილებელია ხარისხის მართვის სისტემის ფარგლებში შექმნილი ახალი ტექნოლოგიების ეკონომიკური შეფასების პროცედურების, მეთოდების, მექანიზმების შემუშავება და ამოქმედება.

ტურისტთა განთავსების ობიექტების ტიპოლოგია

სასტუმრო – ტურისტული პროდუქტის (მომსახურების) წარმოებისა და რეალიზაციისათვის განკუთვნილი რთული სამეურნეო და ქონებრივი კომპლექსი (კაპიტალური შენობა, დანადგარები, მოწყობილობა და სხვა ქონება). სასტუმროს, როგორც ტურისტული ინდუსტრიის საწარმოს ძირითადი მაჩასიათებლებია: კლასი და კატეგორია, რომლებსაც განსაზღვრავს მომსახურების პირობები და პროგრამა (მომსახურების სახეობათა ერთობლიობა); ნომრების მინიმალური რაოდენობა (არანაკლებ 10 ნომრისა) და კომფორტის დონე, როგორც სასტუმრო მომსახურების კრიტერიუმების ინტეგრირებული მანქანებელი.

აპარტ-ოტელი – ხანგრძლივ ბინადრობაზე ორიენტირებული განთავსების საწარმოები თვითმომსახურების საშუალებებით. მათი ძირითადი კლიენტები არიან მივლინებაში დიდი ხნით მყოფი ბიზნესმენები, სპეციალისტები, ზოგჯერ ოჯახებით, მაგრამ ამ შემთხვევაში ოჯახის წევრთა რაოდენობა არ უნდა აღემატებოდეს ნომერში აღვილებების რაოდენობას. აპარტ-ოტელის ნომრები წარმოადგენენ ჩვეულებრივ ბინას, რომელსაც აქვს სამზარეულო სრული მოწყობილობით მათთვის, ვისაც სურთ, თვითონვე მოამზადონ საჭმელი. ზოგიერთ ასეთ სასტუმროს აქვს ბიზნეს-ცენტრი და დასასვენებელი სათავსები.

ბუტიკ-ოტელი – ბოქემური სტილის სასტუმროა. იგი მიეკუთვნება მცირე სასტუმროთა ელიტარულ კლასს. ამ ეგზოტიკური სახელწოდების განთავსების უახლეს საწარმოებს XXI საუკუნის სასტუმროებად მიიჩნევენ. მათი რიცხვი, ისევე როგორც ასაკი, ჯერ კიდევ ძალზე მცირეა. სწორედ ეს და მსოფლიოში ცნობილი არქიტექტორების, ევროპული და

ამერიკული დიზაინის ეარსკვლაეების მიერ შექმნილი თანამედროვე გამორჩეული სტილი, სისადავე განსაზღვრავს მათ მიმზიდველობას.

ბუტიკ-ოტელები განსაკუთრებით პოპულარულია ხელოვნების სამყაროს წარმომადგენელთათვის, რომლებიც მძაფრად რეაგირებენ ყოველივე სიახლეზე. ამიტომ არტისტული ბოქემა ხშირად ამ კატეგორიის სასტუმროებს ამჯობინებს.

მოტელი – ავტომობილისტების სასტუმრო (სახელწოდება წარმოიშვა ორი ინგლისური სიტყვისგან „მოტორისტს პოტელ“). სატრანზიტო სასტუმროთა ჯგუფის ერთ-ერთი ტიპი, სპეციალური გზისპირა სასტუმრო ავტოტურისტებისთვის. ერთ ან ორსართულიანი, მცირე ან საშუალო ტევადობის შედარებით მარტივი შენობა, ხშირად მოდულური კონსტრუქციის ნაგებობა, რომელსაც აქვს ავტოსადგომი, ტექნიკური მომსახურების სრული კომპლექსით.

მოტელებში შედარებით დაბალი ფასებია. ისინი სთავაზობენ მომხმარებელს კარგად მოწყობილ ნომრებს, მაგრამ საშუალო დონის მომსახურებას, ზოგჯერ კვების გარეშე. ჩვეულებრივ კი მოტელის კომპლექსში შედის რესტორანი, ბარი, აუზი, სატრენაჟორო დარბაზები, ჩოგბურთის კორტიები და სხვა.

მოტოტელი – სთავაზობს მომხმარებელს იმავე მომსახურებას, რასაც მოტელი, მაგრამ ამასთან გამოირჩევა მომსახურების ხარისხით, რაც დამახასიათებელია შედარებით უფრო მაღალი დონის სასტუმროებისათვის. მოტოტელების პოპულარობა საგრძნობლად იზრდება ამერიკის შეერთებულ შტატებსა და ზოგიერთ სხვა ქვეყნებში.

ფლოტელი – დიდი სასტუმრო წყალზე – სპეციალისებული კრუიზებისა და ტურისტული მოგზაურობებისთვის (ბიზნეს-ტური, კონგრეს-ტური და სხვა) მოწყობილი კომფორტული საზღვაო ან საოკეანო ლაინერი.

ბოტელი – მცირე სასტუმრო წყალზე, ტურისტთა განთავსებისა და დასვენებისთვის ზღვის, მდინარის ან ტბის ნაპირთან, რისთვისაც გამოიყენება შესაბამისად მოწყობილი გემი, რომელიც, როგორც წესი, ღება ნავსაბეღელზე ტურისტული

ღირსშესანიშნაობების მახლობლად. საჭიროების შემთხვევაში გემი შეიძლება გადავიდეს სხვა სადგომზე.

როტელი - მოძრავი სასტუმრო, რომელიც წარმოადგენს ვაგონს ერთ ან ორ ადგილიანი ნომრით - საძილე ნაკვეთურებით, საერთო სამზარეულოთი და ტუალეტით.

ტურისტული ბაზა - ტურისტული კომპლექსი, რომლის შემადგენლობაში შედის ტურისტთა მიღებისა და განთავსების, აქტიური დასვენების უზრუნველყოფისა და სამსახურებრივი სადასესები, რესტორანი ან სასადილო. ტურბაზები ხშირად განლაგებულია თვალწარმტაც ადგილებში, ხეობებში, ტყის პირას და ა.შ. ამიტომ აქ, როგორც წესი, ჩერდებიან მთამსვლელები, მოთხილამურეები, ქვეითად მოლაშქრე ტურისტები. ტურბაზების მიერ გაწეული მომსახურების სპექტრი გაცილებით უფრო ვიწროა, ვიდრე ქალაქის სასტუმროებში, მაგრამ ბოლო დროს მომსახურებისა და კომფორტის დონე ტურისტულ ბაზებში ქალაქისას უახლოვდება.

ტურისტული თავშესაფარი - ხანმოკლე დასვენების ადგილი აქტიური გადაადგილების მარშრუტზე მყოფ ტურისტებისათვის. ამიტომ იგი ხშირად განლაგებულია მთიან რაიონებში უღელტეხილების მახლობლად, ტყეებში და ა.შ. კომფორტის დონე მინიმალურია, ტურისტული თავშესაფარი ძირითადად თვითმომსახურებაზეა გათვლილი.

კემპინგი - ბანაკი ავტო, მოტო და ველო ტურისტებისთვის, როგორც წესი, განლაგებული ქალაქ გარეთ, ზოგჯერ მოტელის მახლობლად. კემპინგი ღამის გასათევად უზრუნველყოფს ტურისტებს ხშირად კარვებით ან საზაფხულო სახლებით, რომლებსაც აქვთ სამზარეულო და ელემენტარული პირობები.

პანსიონი - მსოფლიო პრაქტიკაში ფართოდ გავრცელებული ტურისტთა განთავსების ერთგვარი თავისუფალი ფორმაა შექმნილი იმ ნაკებობებში, რომლებიც მშენებლობისას არ იყო ჩაფიქრებული როგორც სასტუმრო. პანსიონის მფლობელი, როგორც წესი, ერთი ოჯახია, რომელიც თვითონვე ემსახურება მდგმურებს. ტრადიციული პანსიონი განსხვავდება ოთახების მცირე რაოდენობით, ხშირად 10-

20 საწოლი ადგილით. მისი ნომრების ფართი მცირეა, ზოგ შემთხვევაში მათ არ აქვთ ინდივიდუალური სააბაზანო და ტუალეტი. პანსიონის კლასი არ განისაზღვრება იმ კატეგორიებით, რომლებიც ვარსკვლავებით აღინიშნება, მაგრამ ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ იგი ერთ ან ორვარსკვლავიან სასტუმროზე უარესია.

ანონიმური პანსიონი – აპარტ-ოტელის, ევროპაში ფართოდ გაერცვლებული ნაირსახეობა, როდესაც სააგენტოსთან გაფორმებული ხელშეკრულების საფუძველზე ქირავდება საცხოვრებელი ფართი – ბინა, კერძო სახლი ან რამდენიმე ოთახი.

ჰოსტელი – საერთო საცხოვრებლის ტიპის იაფფასიანი სასტუმრო ახალგაზრდებისთვის. სტუდენტური ჰოსტელები სასტუმროების კარგი ალტერნატივაა, ისინი გაერცვლებულია მთელ მსოფლიოში, სასტუმროების სიძვირის გამო ძაღზე პოპულარულია ევროპაში. საერთაშორისო სტუდენტური ბილეთის ან საგზურის წარდგენისას ჰოსტელებში დაწესებულია დიდი შეღავათები კვებასა და განთავსებაზე.

სასტუმრო სახლი – განთავსების პრიმიტიული ფორმა, ჩვეულებრივ კერძო საცხოვრებელი სახლი, მომცრო შენობა, ნომრების მცირე რაოდენობითა და შეზღუდული ინდივიდუალური მომსახურებით (საწოლი და საუზმე). სტუმრებს მსახურებიან თვით სახლის პატრონი და მისი ოჯახის წევრები.

ადგილების თანაზარდობა ზოგიერთი ტურისტული ძვეძნის
ტურისტთა ბანთაძვების ძირითად და დამატებით
საშუალეებში*

ქვეყნების მიხედვით	განთავების ძირითადი საშუალეები მლნ. ადგ.	განთავების დამატებითი საშუალეები მლნ. ადგ.
აენტრია	0,7	0,55
იტალია	1,6	3,1
ესპანეთი	1,0	0,55
საბერძნეთი	0,3	0,08
საფრანგეთი	1,6	10,5
შვეიცარია	0,25	0,85

ტურიტთა ბანთაშუაშობის საშუალებების ტიპები ბავრტელეუბული ვეროპასა და ამერიკაში, მათი ძირითადი მახასიათებლები*

ტიპი	ტყეადობა	აუტოლონდუ ბარეობა	მომსახურება	უფსი	მომხმარებელი	ბარიბები	ბარეობა
ლუქს-ქლასის სასტუმრო	100-400 ნომერი	დიდი ქალაქი. ცენტრი	მ ა ლ დ ი ხ ა რ ი ს ს ი მაღალკლასიფიკაციური პერსონალი	მაღლე მაღალი. ნომრის უფსი შედის ყველა სახის მომსახურება	კორპორაციათა სულმფლავლები, მაღალი დონის კონფერენციების მონაწილეები	ელიტარული, ძვირფასად მოწოდებლი შენობები	პროფესიული მმართველი კომპანია
საშუალო კლასის სასტუმრო	400-2000 ნომერი	დიდი ქალაქების ცენტრი	მომსახურების უარყოფითი ტენდენციები	საშუალოზე მაღალი	შეწარმები, ბიზნესმენები, კონფერენციების მონაწილეები	ქორეფსი ავეჯი და ვიწყობილობა	პროფესიული მმართველი კომპანია
აბარტორტული (საბანო ტიპის სასტუმრო)	მცირე ან საშუალო ტყეადობის, 100-400 ნომერი	დიდი ქალაქი	საშუალო დონე გამოიყენება ხანგრძლივი ბინადრობისთვის	დამოკიდებულია ბინადრობის ვადაზე	სანატრალით მივლინებამი მეოფი სპეციალისტები, ტურიტები რეკრეაციული ხეობი	ავეჯით მოწოდებლი ბინების ანალიტიკური	პროფესიული მმართველი კომპანია

* ვ. ა. კვარტალანოვი. ინოსტრანნი ტურიზმი. მოსკოვი, 1999, გვ. 45-47.

დ ა ნ ა ო ო N13
გ ა ბ ო რ ე ლ ე ბ ა

ტ ი პ ი	ს ი ლ ი ე	ა დ ე ლ ე მ ე რ ბ ა რ ი	მ ი შ ა ხ ა რ ე ბ ა	უ ა ს ი	მ ი მ ხ ა რ ე ბ ე ლ ი	პ ო რ ი ბ ე რ ე	მ ა რ ი ვ ა
მ ო ტ ე ლ ი	ს ა შ უ ა ლ ი ო ტ ე ლ ო ბ ი სი, 150-400 ნ ო მ ე რ ი	ღ ი ლ ი ქ ლ ა ჯ ის გ ა რ ე უ ა ნ ი, შ ე რ ს ა ნ ე ლ ე ლ მ ა ე რ ს ტ რ ა ლ ე ბ ი ა ნ	ს ა შ უ ა ლ ო დ ო ნ ო სი, პ ი რ ს ო ნ ა ლ ის მ ე ტ რ ე რ ა ლ ე ლ ი ნ ო ბ ა	ს ა შ უ ა ლ ო	ძ ი რ ი თ ა დ ე ა ე ტ ო ტ რ ი ს ტ ე ბ ი	ს ა ს ტ ე ლ ო სი ა ნ ა ლ ო ე უ რ ი, მ ა ე რ ა მ უ რ ი ი ა ე რ ე, მ ე ტ რ ე ო ო ფ ი, კ ა შ ე ა ნ ხ ა ს ა დ ო ლ ო, ა ნ ა ე ბ ის გ ა რ ე უ ე	პ ო რ თ ე ს ე ლ ი მ მ ა რ ი ე ლ ი კ ო მ პ ა ნ ი ა, ი ნ ლ ი დ ე ლ ე უ რ ი მ ე ლ ო ბ ე ლ ი ა ნ ფ რ ა ნ შ ა ბ ი
ე კ ო რ ი მ ი უ რ ი კ ლ ა ს ის ს ა ს ტ ე ლ ო	10-150 ნ ო მ ე რ ი	ს ა ს ო ფ ლ ო ა ნ ს ა გ ო რ ე უ ბ ი, მ ა ე რ ს ტ რ ა ლ ე ბ ის მ ა ნ ლ ო ბ ე ლ ა დ	შ ე ზ ლ ე დ ე ლ ი, პ ი რ ს ო ნ ა ლ ის მ ე ტ რ ე რ ა ლ ე ლ ი ნ ო ბ ა	დ ა ბ ა ლ ი	ძ ი რ ი თ ა დ ე ა ე ტ ო ტ რ ი ს ტ ე ბ ი	უ ბ რ ა ლ ო დ ა ს წ რ ა ე ლ ო მ ი მ ა ნ ს უ რ ე ბ ა, ფ ო რ ე ს ა დ ა კ ე ბ ის ბ ლ ო კ ის გ ა რ ე უ ე	ი ნ ლ ი დ ე ლ ე უ რ ი მ ე ლ ო ბ ე ლ ი ა ნ ფ რ ა ნ შ ა ბ ი
ე კ ო რ ი მ ი უ რ ი ს ა ს ტ ე ლ ო, ე ჟ. მ ა მ კ ლ ა ს ის (Bed and breakfast ღ ა მ ა ხ თ ე ბ ა დ ა ს ა უ ზ ე ე)	10-150 ნ ო მ ე რ ი	ს ა გ ო რ ე უ ბ ი ა ნ ს ა ს ო ფ ლ ო	კ ო ნ ტ რ ა ლ ე ტ ო რ ი ს ა უ ზ ე მ, მ ა უ ზ ე უ ე ვ ა ნ შ ა მ ი	ს ა შ უ ა ლ ო	კ ო მ პ რ ს ა ნ ტ ე ბ ი, ტ ო უ რ ის ტ ე ბ ი, რ ო ლ ე ლ ე ბ ი ო ლ ა ბ უ რ მ ე ლ ო რ ო ე ბ ა ს ა ნ ი ზ ე ე ე უ პ ო რ ტ ა ტ ე ს ო ბ ა ს	ს ე კ ე ტ ო ლ ე უ რ ა დ ა ლ ი მ ე ზ ე ლ ი კ ო ნ ტ რ ა ლ ე ტ ო ს- ო ფ ის დ ე კ ო რ ა ტ ე ბ ე ლ ი უ ზ ე ე ვ ა მ წ ა ე ბ ა დ ა მ ე ლ ო რ ო ე ბ ა	ი ნ ლ ი დ ე ლ ე უ რ ი მ ე ლ ო ბ ე ლ ი ა ნ ს ა ს ტ ე ლ ო კ ა შ ე ლ ი, ა ს ო ც ი რ ე ბ ე ლ ი წ ე რ ი

ტიპი	სიღრმე	ადგილმდებარეობა	მომსახურება	ფასი	მომსახურებელი	პირობები	ზარბაზი
საკურორტო სასტუმრო	100-150 ნომერი (შესაძლოა არსებითი სხვაობა)	იზოლირებული, ბუნებრივი ან ადამიანის მიერ შექმნილი რესურსების მასხობად	მომსახურების სრული სპექტრი, უფრო ფართო ასორტიმენტი ციფრე სხვა სასტუმროებში	საშუალოზე მეტი	გამმართველი ან ოჯახური დასვენების შესუველები. სიმპლიზიფიკაციის კონცეპტებისა და სხვა ღონისძიებების მონაწილეები	სპორტულ ნაკვებთან დადი რაოდენობა, დიდი მძიმადელი ფოთე, ქორფუ სი რესტორნე ბი, გართობის საშუალებები	პროფესიული შპარტული კომპანია
კონდომინიუმის ტიპის სასტუმრო	50-250 ნომერი (შესაძლოა არსებითი სხვაობა) ან 4-5 ნომრიანი ცალკეული შენობები	კურორტები, მათი გეოგრაფიული თვისებურების მიხედვით	საკურორტოს ანალოგიური	ბინები შესუფილი აქეთ ინდივიდუალურ შეფილებებს, დაქონაგებული აქეთ მობინადრებს ან მოიარეებს. ფასები საკურორტო	ინდივიდუალური შეფილებები, მოიარეები	სპორტულ ნაკვებთან დადი რაოდენობა, უფილებით შექმენ ფოთე რესტორანი, სათავსები შექმენების წასატარებლად, აპარტამენტის ტიპის ნომრები	პროფესიული შპარტული კომპანია

სასტუმროთა ნომრების კატეგორიები და ტიპები*

1. ერთადგილიანი ნომერი – Single room
2. ორადგილიანი ნომერი – Double room
3. ნომრები არამწვეველთათვის – Nonsmoking room
4. ეკოლოგიურად სუფთა ნომრები – Green room (ნომრებში დაბინდებულია ჰაერის ფილტრები, გამოიყენება მხოლოდ გაფილტრული წყალი, ეკოლოგიურად უსაფრთხო სარეცხი საშუალებები, ნატურალური საპონი, შამპუნი, ლოსიონები, ხის ავეჯი, კედლები და იატაკი დაფარულია არატოქსიკური მასალით).
5. სტანდარტული – Standard
6. ეკონომიური კლასის – Economy class
7. ბიზნეს კლასის – Business class
8. უმაღლესი კლასის – Superior
9. ნახევრად ლუქსი – Semi Deluxe
10. ლუქსი – Deluxe (ნომერი, რომელიც გამოირჩევა უნიკალურობითა და მაქსიმალური კომფორტით)
11. აპარტამენტი – Apartment (ხანგრძლივი ბინადრობის მრავალთახიანი ნომერი სამზარეულოთი ან მის გარეშე)
12. დიდებული – Grand room
13. ელეგანტური – Smart room
14. განსაკუთრებული – Exclusive room
15. პრივილეგიური – Privilege room
16. პენტ ჰაუზი – Penthouse (განცალკევებით განლაგებული სიუტი)
17. სიუტი (ლუქს-აპარტამენტი) – Suite

* ნომრების დიფერენციაციისათვის ძირითადად გამოყენებულია მათი დანიშნულება, ფიზიკური პარამეტრები, ტექნოლოგიური საშუალებები და ფსიქოლოგიური ფაქტორები.

მათ შორის: **

18. მცირე სიუტი – Mini-suite,
19. მცირე სიუტის ნაირსახეობა – Junior suite
20. ფართო სიუტი – Spacious suite
21. კუთხის სიუტი – Corner suite
22. მანსარდის სიუტი – Loft suite

23. პატიო სიუტი – patio suite (სიუტი, რომელიც პატიოს გადაჰყურებს. Patio – ესპან., ღია შიდა ეზო, ხშირად გარშემორტყმული გალერეებით. ამგვარი ეზოები ფართოდაა გავრცელებული ხმელთაშუა ზღვის ქვეყნებსა და ლათინურ ამერიკაში).

24. ორ დონეზე განლაგებული სიუტი (მეზონეტი) – Duplex suite

25. საოჯახო სიუტი – Family suite

26. სიუტი დიდი ოჯახებისათვის (საოჯახო სიუტის ნაირსახეობა) – Mega Kidsuite (საკურორტო სასტუმრო Holiday inn Family Resort-ის ახალი კონცეფცია – ორი იზოლირებული საწოლი ოთახი, ორი სააბაზანო, ორი სასტუმრო ოთახი და სამზარეულო).

27. სპეციალურად მოწყობილი ბიზნეს სიუტი – Special!y equipped business suite

28. თემატური სიუტი – Theme suite (მოწყობილი ეგზოტიკურ, რომანტიკულ, საქმიან, ეთნიკურ ან რომელიმე სხვა სტილში)

29. ლუქს კლასის სიუტი – Deluxe suite

30. დირექტორის სიუტი – Director suite

31. დიპლომატების სიუტი – Diplomat suite

32. თანამდებობის პირთა სიუტი – Executive suite

33. სარეგენტო სიუტი – Regency suite (რეგენტობა – ტახტის ვაკანტურობის შემთხვევაში მონარქიული სახელმწიფოების მეთაურის უფლებამოსილების დროებითი განხორცი-

** სახელწოდებებს ხშირად აქვთ პირობითი, სარეკლამო მნიშვნელობა

ელეგანტობა რეგენტთა საბჭოს ან დანიშნული რეგენტის მიერ). იგულისხმება სიუტის ინტერიერი მოწყობილი აღნიშნული პერიოდისათვის დამახასიათებელ სტილში.

34. ამპირის სიუტი – Empire suite (აგრეთვე იგულისხმება სიუტის ინტერიერი მოწყობილი ე.წ. ამპირის სტილში. XIX საუკუნის პირველი სამი ათწლეულის განმავლობაში ამპირის სტილმა არქიტექტურასა და ხელოვნებაში დაასრულა კლასიციზმის ევოლუცია).

35. ვიცე პრეზიდენტის სიუტი – Vice Presidential suite

36. საპრეზიდენტო სიუტი – Presidential suite

37. სამეფო სიუტი – Royal suite

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის ცნებისა და მასთან დაკავშირებული ტერმინების განმარტებები

ბ ლ ო ს ა რ ი უ მ ი

ტერმინები დალაგებულია არა ანბანზე, არამედ ლოგიკური თანმიმდევრობით, გამომდინარე მათი მნიშვნელობიდან და წინამდებარე ცნებებიდან.

სასტუმრო პროდუქტი – ყოველივე იმის ერთობლიობა, რისი შეთავაზებაც შეიძლება ბაზარზე და რასაც ახასიათებს მომხმარებლის მოთხოვნის დაკმაყოფილების უნარი. სასტუმრო პროდუქტი მოიცავს ფიზიკურ ობიექტებს, მომსახურებას, იდეებს (პატენტი, საავტორო უფლება, ლიცენზია, ნოუ-ჰაუ) და ორგანიზაციას.

მაღალი ხარისხის სასტუმრო პროდუქტი უნდა გამოირჩეოდეს სამომხმარებლო მახასიათებლების მაღალი დონით, მისი წარმოების ოპტიმალური დანახარჯებით, სოციალური ხარისხით – მაქსიმალური უსაფრთხოებით, ეკოლოგიური და ერგონომიული ეფექტით.

სასტუმრო პროდუქტის წარმოება – ტურიზმის ეკონომიკის ერთ-ერთი საბაზო ცნება, რესურსების გარდაქმნის პროცესი სასტუმრო პროდუქტად.

სასტუმრო პროდუქტის წარმოების ეფექტიანობა – კონკრეტული სასტუმრო პროდუქტის რეალიზაციიდან მიღებული ეკონომიკური შედეგის შეფარდება ამისათვის გაწეულ დანახარჯებთან.

სასტუმრო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა – სასტუმრო პროდუქტის მახასიათებლების ერთობლიობა, რომლებიც განასხეავებს მას კონკურენტის ანალოგიური პროდუქტისაგან, როგორც კონკრეტული საზოგადოებრივი მოთხოვნის ხარისხით, ასევე მისი დაკმაყოფილებისათვის გაწეული დანახარჯების ოდენობით.

სასტუმრო პროდუქტის კონკურენტუნარიანობა განისაზღვრება მხოლოდ შედარების შედეგად. მისი მთავარი შემადგენელია სამომხმარებლო თვისებები (ხარისხი) და ფასი.

კონკურენტუნარიანობის მართვა – ოპტიმალური შეფარდების მიღწევა სასტუმრო პროდუქტის ხარისხსა და მისი წარმოების დანახარჯებს შორის.

სასტუმრო პროდუქტის ნაკლოვანებათა არარსებობა – ხარისხი, რომელიც შეესაბამება ბაზრის მოთხოვნას, საერთაშორისო ნორმებსა და პრაქტიკას, მოქმედ ნორმატივებს.

ტექნიკური (ან პოტენციალის) ხარისხი – ძირითადი სასტუმრო პროდუქტის (განთავსება, კეება) ხარისხი, დამახასიათებელი თავისებურებები, თვისებები.

ფუნქციონალური (ან პროცესის) ხარისხი – მომსახურების წარმოების პროცესის ხარისხი, დამახასიათებელი თავისებურებები, თვისებები (სასტუმროთა დიფერენციაციის ერთ-ერთი ძირითადი ფაქტორი).

სოციალური ხარისხი – კულტურის ხარისხი, რომელიც ყალიბდება კლიენტების მიმართ სასტუმროს პერსონალის დამოკიდებულებისა და პოზიციის შედეგად. სოციალური ხარისხის უმნიშვნელოვანესი კრიტერიუმებია: პერსონალის გულითადობა, თავაზიანობა, გულისხმიერება; მომხმარებელთა დარწმუნების, ნდობის ხარისხი; უსაფრთხო სასტუმრო პროდუქტის დამუშავება და მიწოდება, ამ გზით კლიენტების უსაფრთხოების უზრუნველყოფა და ჯანმრთელობის დაცვა.

ფარდობითი ხარისხი – მომხმარებელზე ორიენტირებული ხარისხის ზოგადი სტრატეგიის შემუშავების ამოსავალი წერტილი. განთავსების კონკრეტული საწარმოს მომსახურების პროგრამის შედარება მომხმარებლისთვის კონკურენტების მიერ შეთავაზებულ პირობებთან, რაც ბაზრის მზარდ საჯაროობასთანაა დაკავშირებული.

შრომის ხარისხი – შრომის პროცესის ობიექტური თვისებების ერთობლიობა, რომელიც განაპირობებს ადამიანის საწარმოო საქმიანობის მიზანშეწონილობას გარკვეული შედეგის – ღირებულების შექმნის მისაღწევად.

შემსრულებლის (სპეციალისტის) ხარისხი – პირადი თეი-

სებების ერთობლიობა, რომლებიც განსაზღვრავენ ადამიანის მიერ კონკრეტული სამუშაოს ხარისხიანად (უდუფქტოდ) შესრულების უნარს შრომისა და რესურსების ოპტიმალური დანახარჯებით.

ხარისხის ფასი – ფასისა და სარგებლის ანალიზის შედეგი, სახელდობრ ხარისხისა და ფასის შედარება.

ხარისხის დონე – ხარისხის დახასიათება, რომლის საფუძველია სასტუმრო მომსახურების მაჩვენებელთა პოზიტიური მნიშვნელობების შედარება მათ ნორმატიულ მნიშვნელობასთან.

ხარისხის მაჩვენებელი – სასტუმრო მომსახურების ერთი ან რამდენიმე თვისების ციფრობრივი მახასიათებელი.

ხარისხის მართვა – ტურისტთა განთავსების საწარმოებში ხარისხისადმი მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად გამოსაყენებელი ოპერატიული მეთოდების ერთობლიობა.

ხარისხის მართვის მიზანი – სასტუმრო მომსახურების სისტემისა და პროცესების ისეთი სრულყოფა, რომლის შედეგად შესაძლებელია ხარისხის მუდმივი გაუმჯობესება.

ხარისხის მართვის პროცესი – ტურისტთა განთავსების საწარმოთა საქმიანობის უსრუნველყოფასთან დაკავშირებული მომსახურების დაგეგმვისა და რეალიზაციის ორგანიზაციულ-ტექნიკურ ღონისძიებათა ერთობლიობა.

ხარისხის მართვის სისტემა – ორგანიზაციულ, ეკონომიკურ, და იურიდიულ-სამართლებრივ ღონისძიებათა, პასუხისმგებლობის, პროცედურების, პროცესებისა და რესურსების, ორგანიზაციული სტრუქტურის ერთობლიობა, რომელიც უსრუნველყოფს ხარისხის მართვის საერთო ხელმძღვანელობას განთავსების საწარმოში.

ხარისხის სისტემის დანახარჯები – ხარისხის უსრუნველყოფასე გაწეული ხარჯები, რომლებიც განიხილება როგორც კლიენტების მუდმივი ნაკადის გარანტირების მიზნით ტურისტთა განთავსების საწარმოში ინვესტირებული სახსრები.

ხარისხის შიდა დანახარჯები – იმ შეცდომათა გამოსწორებისათვის გაწეული ხარჯები, რომლებიც აღმოჩენილია

ვიდრე სასტუმრო პროდუქტი მიღწევდა მომხმარებლამდე.

ხარისხის გარე დანახარჯები – იმ შეცდომათა გამოსწორებისათვის გაწეული ხარჯები, რომლებიც შემწნეულია კლიენტის მიერ.

ხარისხის მართვის სისტემის ანალიზი – განთავსების საწარმოთა ხარისხის მართვის სისტემის მდგომარეობის აუცილებელი შეფასება, მისი შესაბამისობა სასტუმროს ხარისხის პოლიტიკასთან, იმ ახალ მიზნებთან, რომლებიც მოთხოვნის ცვლილებასთანაა დაკავშირებული.

ხარისხის ანალიზი – ხარისხის სისტემის მდგომარეობის, ხარისხის დარგში პოლიტიკით განპირობებული ახალი მიზნებისადმი მისი შესაბამისობის შეფასება.

ხარისხის უზრუნველყოფა – გეგმავითი, სისტემატური ღონისძიებების ერთობლიობა, რომლებიც ქმნიან იმის პირობას, რომ სასტუმრო მომსახურება აკმაყოფილებს გარკვეულ მოთხოვნებს.

ხარისხის დაგეგმვა – ხარისხის დარგში პერსპექტული მიზნების დეტალიზაცია კონკრეტული ამოცანების მეშვეობით.

ხარისხის გაუმჯობესება – ეფექტიანობის ამაღლებისა და საქმიანობის შედეგების მუდმივი გაუმჯობესების მიზნით განხორციელებული ან დაგეგმილი ღონისძიებები, რომლებიც წარიმართება ორი ძირითადი მიმართულებით – სწრაფი ნახტომი-სებური ან მცირე თანმიმდევრული ნაბიჯებით.

კაირო – ხარისხის დარგში სწრაფი გარღვევის ნახტომი-სებური მეთოდი, რომელიც არ არის დაკავშირებული ხარისხის მნიშვნელოვან ადამიანურ რესურსსა და მის ძალისხმევასთან, მაგრამ მოითხოვს დიდ ინვესტიციებს მომსახურების პროცესის კარდინალური რეორგანიზაციის, ფართე რეკონსტრუქციის, უახლესი ტექნოლოგიების გამოყენებისათვის.

კაიზენი – ხარისხის გაუმჯობესების დიდი რაოდენობის თანმიმდევრული მცირე ნაბიჯების მეთოდი, როდესაც ცალკეული მათგანის ეფექტი ზოგჯერ უმნიშვნელოა, მაგრამ ინტეგრალური შედეგი შესაძლოა იყოს თანაზომადი სწრაფი გარღვევით მიღებულ შედეგთან. აღნიშნული მეთოდი მო-

ითხოვს ხარისხის ადამიანური რესურსის დიდ ძალისხმევას, მაგრამ შედარებით მცირე ინვესტიციებს.

ხარისხის პროგრამა – ხარისხის დარგში კონკრეტულ ღონისძიებათა მარეგულირებელი ღოკუმენტი, რესურსების განაწილება და იმ სამართი ზემოქმედების თანმიმდევრობა, რომელიც შეეხება კონკრეტულ მომსახურებას ან პროექტს.

ხარისხის კონტროლი – მომსახურების ერთი ან რამდენიმე მაჩასიათებლის გაზომვა, გამოცდის შედეგების ანალიზი, მათი შეფასება და შესაბამისობის მიზნით მიღებული შედეგების შედარება დადგენილ მოთხოვნებთან (მომსახურების სტანდარტთან). ხარისხის კონტროლი გულისხმობს სტანდარტის მოთხოვნების შესაბამისი მომსახურების ერთგვაროვნებას.

ხარისხის შემოწმება – სისტემური და დამოუკიდებელი ანალიზი, რომელიც იძლევა ხარისხის დარგში საქმიანობის შედეგების, დაგეგმილ ღონისძიებათა ეფექტიანობისა და დასახული მიზნებისადმი მათი შესაბამისობის დადგენის საშუალებას.

ხარისხის სისტემის შიდა აუდიტი – ხარისხის მართვის სისტემისა და მისი ელემენტების ფუნქციონირების ობიექტური დადასტურების გამოკვლევა, ანალიზი და შეფასება გარეშე სპეციალისტის მიერ, რომელსაც არ ეკისრება პასუხისმგებლობა კონკრეტული სისტემის მდგომარეობაზე.

ხარისხზე ზედამხედველობა – მომსახურების წარმოების პირობების, მეთოდებისა და პროცესების მუდმივი დაკვირვება და მდგომარეობის შემოწმება, მიღებული შედეგების ანალიზი, დადგენილ მაჩვენებლებთან შედარება, განსაზღვრული მოთხოვნების შესრულების კონტროლის მიზნით.

ხარისხის ჯგუფი – ხარისხის კომპლექსური მართვის იაპონური ეროვნული სისტემის მთავარი ელემენტი. არაფორმალური ჯგუფი, საპრობლემო (და არა მხოლოდ საკონტროლო) რგოლი, რომელიც იქმნება არსებულ ან სავარაუდო პრობლემათა გადაჭრის გზების ძიებისათვის სხვადასხვა არასტანდარტული სიტუაციების მოდელირების მიზნით. ჯგუფის შემადგენლობაში შედიან როგორც პოზიტიური (ინფორ-

მატორი, შემყასებული და ა.შ.), ასევე ნეგატიური („ხელის შემშლელი“) როლების შემსრულებლები. ხარისხის ჯგუფი, როგორც წესი, დაკომპლექტებულია კვალიფიციური სპეციალისტებით, გამოცდილი მუშაკებით. მათ განსაკუთრებული როლი ენიჭებათ მომსახურების ხარისხის მენეჯმენტში.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის დარგში ჯგუფური შემოქმედებითი რეზერვის გამოყენების ეს ფორმა გაერცელებულია პრაქტიკულად ყველა განვითარებულ ტურისტულ ქვეყანაში.

ხარისხის მარყუჯი – ხარისხის მართვის სისტემის ფუნქციონირების სქემატური მოდელი, რომელიც მოიცავს მომსახურების წარმოების პროცესს მის თითოეულ ეტაპზე – მოთხოვნის განსაზღვრიდან დაკმაყოფილების შეფასებამდე. ხარისხის მარყუჯს ქმნიან ხარისხის სისტემის ელემენტები (ფუნქციები). ხარისხის მიღწევა მოიცავს ხარისხის მარყუჯის ყველა სტადიას, როგორც ერთიან პროცესს.

პოლიტიკა ხარისხის დარგში – განთავსების საწარმოს მართვის ორგანოს ან ხელმძღვანელობის მიერ სპეციალურად ჩამოყალიბებული მიმართულებები, მიზნები და ამოცანები ხარისხის დარგში. ხარისხის მართვის პროცესზე ზემოქმედების ფორმებისა და საშუალებების ერთობლიობა.

იურიდიული პასუხისმგებლობა მომსახურების ხარისხზე – ზოგადი ტერმინი, რომელიც გამოხატავს მომსახურების მწარმოებელზე დაკისრებულ ვალდებულებას განთავსების საწარმოში მომსახურების მოხმარების პროცესში კლიენტის მიერ მიღებული ტრავმის, მისი ქონების დაზიანების ან სხვა ზარალის ანაზღაურების სახით.

სასტუმრო მომსახურება – განთავსების საწარმოს საქმიანობა კლიენტების მოთხოვნათა დაკმაყოფილების მიზნით. მომხმარებელზე მომსახურების მწარმოებლის უშუალო ზეგავლენის შედეგი.

ძირითადი (ტრადიციული) მომსახურება – განთავსება და კვება.

დამატებითი (ფაკულტატური) მომსახურება – სასტუმროს დამატებითი შემოსაწვდომების წყარო. მიზნობრივი, ინფრასტ-

რუქტურული მომსახურება (სატრანსპორტო, საინფორმაციო, საყოფაცხოვრებო, საეაგრო, კულტურული და სხვა), რომლის საზღაურის გადახდა ხდება დამატებითი გადასახადის სახით ძირითადად მათი უშუალო მომხმარებლისას.

სასტუმრო მომსახურების ხარისხი – სასტუმრო მენეჯმენტის სისტემა, რომელიც უზრუნველყოფს მომხმარებლისთვის სტანდარტიზებული და სერტიფიცირებული სასტუმრო პროდუქტის მიწოდებას. სასტუმრო მომსახურების მახასიათებელთა, პროცესებისა და პირობების ერთობლიობა, რომლებიც განსაზღვრავენ და უზრუნველყოფენ ტურისტთა განთავსების საწარმოში მომხმარებელთა მოთხოვნის დაკმაყოფილებას. აღნიშნული მოთხოვნები ჩვეულებრივ გამოიხატება თვისებებით ან რაოდენობრივი მახასიათებლებით, მოიცავს ისეთ ასპექტებს, როგორებიცაა: ფუნქციონალური ვარგისიანობა, კომფორტი, უსაფრთხოება, ეკონომიკური პარამეტრები, ეკოლოგიურობა.

სასტუმრო მომსახურების მახასიათებლები შეიძლება განსხვავდებოდნენ სხვა პროდუქტის მახასიათებლებისაგან და მოიცავდნენ ისეთ ასპექტებს, როგორიცაა: სტუმართმყოფეობა, პერსონალი, კლიენტის მიერ მომსახურების მოლოდინის დრო, პიგიენა, ნდობა, უშუალო კავშირი მომხმარებელთან. ხარისხის საბოლოო კრიტერიუმი – მომხმარებელთა შეფასება ხშირად სუბიექტურია.

არსებობს რამდენიმე შეხედულება სასტუმრო მომსახურების ხარისხზე. პირველს საფუძვლად უძევს სასტუმრო პროდუქტის თვისებები, მეორეს – სასტუმრო პროდუქტის ნაკლოვანებათა არარსებობა (უდფექტო სასტუმრო პროდუქტი), ხოლო მესამეს – ხარისხის სამი კატეგორია: ტექნიკური, ფუნქციონალური და სოციალური.

მომსახურების სტანდარტი – მომსახურების მიმართ დადგენილი ნორმა, წესი, მახასიათებელთა კომპლექსი, რომლებიც უზრუნველყოფენ დანიშნულებისადმი მის შესაბამისობას.

მომსახურების გაწევა – მომსახურების შემსრულებლის საქმიანობა მომხმარებლის მოთხოვნათა დაკმაყოფილების მიზნით.

მომსახურების გაწევის ეტაპები – მომსახურების პროცესის დაყოფა ცალკეულ ეტაპებად (დაგეგმვა, უზრუნველყოფა საჭირო რესურსებით, შესრულების ორგანიზაცია, ტექნოლოგიური პროცესი, კონტროლი, მიღება, შეფასება).

მომსახურების თავისებურება – ობიექტური თვისება, რომელიც ვლინდება სასტუმრო მომსახურების პროცესში.

მომსახურების ფორმა – მომსახურების ტიპი, რომელსაც ახასიათებს მომსახურების მოხმარების სპეციფიკური პირობები.

მომსახურების პირობები – მომსახურების პროცესში მომხმარებელზე ზეგავლენის ფაქტორთა ერთობლიობა, რომელსაც ახასიათებს კომფორტი, დროის დანახარჯები, გაწეული მომსახურების კომპლექსურობა.

მომსახურების პროცესი – რესურსებისა და თანმიმდევრული ოპერაციების ურთიერთდაკავშირებული ერთობლიობა. მიმდინარეობს მოთხოვნათა შესაბამისად სასტუმროში განთავსებისა და მასთან დაკავშირებული მომსახურების გასაწევად. მომსახურების პროცესში მომხმარებლის მოლოდინი სისტემაში შემავალი ელემენტების მეშვეობით გარდაიქმნება გამავალ ელემენტად (კლიენტის შთაბეჭდილებად).

მომსახურების პროგრამა – სასტუმრო მომსახურების ერთიანი სისტემის ელემენტების ურთიერთქმედების გარკვეული ფორმა.

მომსახურების სტრატეგია – მოქმედების გეგმა, რომელიც მოიცავს სასტუმრო მომსახურების სფეროში მეწარმეობის სამ მთავარ კომპონენტს: კლიენტთა მოთხოვნას, განთავსების საწარმოთა მიერ მოთხოვნის დაკმაყოფილების უნარს და სასტუმროს ხანგრძლივადიან მომგებიანობას.

მომსახურების კულტურა – მომხმარებელთა მომსახურების პირობების ერთობლიობა, რომელიც გამოხატულია მათთან ურთიერთობის პროფესიულ ეთიკაში, ესთეტიკურ მხარეში, კომფორტულობაში, სარეკლამო-საინფორმაციო უზრუნველყოფაში, ინტერიერის გაფორმებაში და ა. შ.

მომსახურების თვისებები – მომსახურების ობიექტური თავისებურებები, რომლებიც ვლინდება მის წარმოებისა და მოხმარების დროს.

მომსახურების წესი – დოკუმენტი, რომელიც განსაზღვრავს მომსახურების პირობების მარეგლამენტირებელ ნორმებსა და მოთხოვნებს.

მომსახურების საბაზო (ძირითადი) ხარისხი – მომსახურების იმ თვისებათა ერთობლიობა (ნომრების ყოველდღიური დალაგება, სუფთა პირსახოცები და ღოგინის თეთრეული, ნომერში ტელევიზორის, ტელეფონის შეუფერხებელი მუშაობა), რომელთა არსებობას სტუმარი თავისთავად გულისხმობს, ჯეროვნად მიიჩნევს. ხარისხის საბაზო მაჩვენებლები არ განსაზღვრავენ მომსახურების ფასეულობას მომხმარებელთა თვალში, მაგრამ მათმა არარსებობამ შესაძლოა კლიენტის ნეგატიური რეაქცია გამოიწვიოს.

მომსახურების მოთხოვნითი (მოსალოდნელი) ხარისხი – მომსახურების ტექნიკურ და ფუნქციონალურ მახასიათებელთა ერთობლიობა, რომელიც გეინვენებს, თუ რამდენად შეესაბამება ისინი დაგეგმილს, რეკლამირებულს, გარანტირებულს მომსახურების მწარმოებლის მიერ (კომუნალური პირობების არსებობა, ნომერში აბაზანა, შხაპი, ტუალეტი, კონდიციონერი, საკონფერენციო დარბაზები, სათათბირო ოთახები და სხვა).

მომსახურების სასურველი ხარისხი – სტუმრისათვის სრულიად მოულოდნელი კომპონენტებისგან შემდგარი მომსახურება, რომელსაც იგი, როგორც წესი, არ მოითხოვს. მაგრამ დიდად აფასებს (სამახსოვრო საჩუქრები, საფირმო სუვენირები, უფასო გამასპინძლება სასმელებით და სხვა).

მომსახურების ტექნოლოგია – მომსახურებს პროცესებისა და მეთოდების, ოპერაციების მიზანმიმართული, რაციონალური თანმიმდევრობა.

მომსახურების დრო – მომსახურების შემსრულებლის მომხმარებელთან საქმიანი ურთიერთობის პერიოდი.

მომსახურების შესრულების დრო – მომსახურების შესრულებისთვის განსაზღვრული დროის ნორმატივი.

ინდივიდუალური მომსახურება – განსაკუთრებული ყურადღება ყველაფრის მიმართ, რაც მოსწონს და აგრეთვე, რაც არ მოსწონს სტუმარს.

მომსახურების მომხმარებელი – პირადი მოთხოვნისათვის მომსახურების მიღების განხრახვის მქონე პირი, (პოტენციური კლიენტი).

კლიენტი – სასტუმროს მიერ გაწეული მომსახურების მომხმარებელი, დამკვეთი;

კლიენტის დაკმაყოფილება – სასტუმრო მომსახურების ემოციური შეფასება კლიენტის მიერ, რომელიც გამოიხატება იმ შემთხვევაში, როდესაც მომსახურების დონე მისაღებზე ან მოსალოდნელზე უფრო მაღალი აღმოჩნდება.

სასტუმროთა კლასიფიკაცია – განთავსების საწარმოთა დაჯგუფება ერთობლიობის (კლასების) მიხედვით, რომლებიც ერთმანეთისგან განსხვავდებიან ძირითადად ნომრების რაოდენობის, მათი ფართისა და სამსახურებრივი სათავსების სიდიდის, მოწყობილობის, კომფორტულობის, მომსახურების დონისა და სპექტრის მიხედვით. კლასიფიკაციის მიზანია – კონკრეტულ სასტუმროსა და მისი ნომრების შესაბამისობის განსაზღვრა დადგენილი წესის ან მომსახურების მიღებული სტანდარტებისადმი.

სასტუმროთა კომფორტის დონე – კომპლექსური კრიტერიუმი, რომლის შემადგენლებია: სანომრე ფონდის ფართი, ავეჯის, ინვენტარისა და სანიტარულ-ჰიგიენური დანიშნულების საგნების მდგომარეობა, კვების ობიექტების არსებობა და მათი მდგომარეობა, სასტუმროს ტექნიკური აღჭურვილობა, შენობის მისასვლელი გზების, მიმდებარე ტერიტორიის მდგომარეობა, დამატებითი მომსახურებისა და ინფორმაციული უზრუნველყოფის შესაძლებლობა.

კომფორტის დონეს, როგორც კლასიფიკაციის კრიტერიუმს სხვსდასხვა სახელმწიფოებში განსხვავებულად უდგებიან, რამაც ბევრად განაპირობა მსოფლიოში სასტუმროთა კლასიფიკაციის ერთიანი სისტემის არარსებობა.

სასტუმროთა კლასიფიკაციის სტანდარტი – დოკუმენტი განთავსების საწარმოთა ნორმების, წესების, მახასიათებლების შესახებ, რომელიც ეხება მათ საქმიანობას (მომსახურებას), მის შედეგებს და მიზნად ისახავს აღნიშნულ სფეროში ოპტიმალური წესრიგის მიღწევას. იგი შემუშავებულია კონსენსუსის სა-

ფუძველზე და დამტკიცებულია უფლებამოსილი სამთავრობო ორგანოს ან საზოგადოებრივი ორგანიზაციის მიერ.

სასტუმროების მომსახურების სტანდარტიზაცია – აღნიშნულ სფეროში ნორმების, წესების, მახასიათებლების დადგენა ან მათი გამოყენება საქმიანობის (მომსახურების) მოსაწესრიგებლად.

სასტუმროთა კლასი – განთავსების საწარმოთა კატეგორიის ან თანრიგის მაჩვენებელი, რომელიც მიეკუთვნება სასტუმრო პროდუქტის, მომსახურების თვისებების, მახასიათებლების მოთხოვნათა სხვადასხვა ერთობლიობას.

სასტუმროთა კლასიფიკატორი – ტურისტთა განთავსების საწარმოთა სისტემატიზებული კრებული, სადაც თითოეულ ობიექტს მინიჭებული აქვს გარკვეული ადგილი.

სასტუმროების მომსახურების სერტიფიკაცია – დადგენილ მოთხოვნებთან აღნიშნული მომსახურების შესაბამისობის დადასტურება. მნიშვნელოვანი მარკეტინგული ელემენტი, რომელიც ზრდის მომხმარებელთა მოზიდვის შესაძლებლობას.

მომსახურების შესაბამისობის სერტიფიკატი – სერტიფიკაციის სისტემის მიერ გაცემული, სტანდარტის ან სხვა ნორმატიული დოკუმენტის მოთხოვნებისადმი კონკრეტული სასტუმროს მომსახურების შესაბამისობის დამადასტურებელი დოკუმენტი.

სერტიფიკაციის სისტემა – სერტიფიკაციის პროცესის ჩატარებისათვის საჭირო სტრუქტურული რგოლების ერთობლიობა, რომელსაც აქვს აუცილებელი პროცედურებისა და მართვის საკუთარი წესი.

სასტუმროების მომსახურების სერტიფიკაციის ორგანო – ორგანიზაცია ან დაწესებულება ან საზოგადოებრივი გაერთიანება, რომელსაც აქვს უფლება ჩაატაროს სერტიფიკაცია და გასცეს სერტიფიკატი.

სასტუმროების მომსახურების სერტიფიკაციის ორგანოების აკრედიტაცია – სერტიფიკაციის სისტემის აღნიშნული რგოლების უფლების ოფიციალური აღიარება ჩაატარონ სერტიფიკაცია.

**დიდი და საშუალო ტემპდროვის სასტუმროს სანიმუშო
ორგანიზაციულ-ფუნქციონალური სტრუქტურა,
პირითადი თანამდებობები და პროფესიები**

ადმინისტრაციულ-სამმართველო სამსახური

1. გენერალური მენეჯერი (დირექტორი)
2. კომერციული დირექტორი
3. კადრების მენეჯერი
4. ფინანსების მენეჯერი

მიღება-განთავსების სამსახური

1. მიღებისა და განთავსების მენეჯერი
5. დაჯაეშნის მენეჯერი
6. განთავსების ინსპექტორი
7. მიღების სამსახურის მოლარე
8. რეგისტრატორი
9. ღამის აუდიტორი
10. უსაფრთხოების სამსახურის მუშაკები
11. საინფორმაციო სამსახურის მუშაკები
12. კარისკაცი (კონსიერჟი, პორტიე)
13. შიკრიკი (Bell boy)
14. მეგარდერობე
15. შემნახველი საკნის მეკუჭნავე

სანომრე ფონდის სამსახური

1. სანომრე ფონდის მენეჯერი
2. სართულის მორიგე
3. სუპერვაიზერი
4. დიასახლისი
5. მოახლე
6. მატერიალურ ფასეულობათა საწყობის მეკუჭნავე

კვების სამსახური

1. კვებისა და სასმელების მენეჯერი (რესტორნის დირექტორი)
2. მეტროლოგი
3. ოფიციანტი
4. ბარის მენეჯერი
5. ბარმენი
6. სომელიე (ღვინოებისა და მაგარი სასმელების მცოდნე სპეციალისტი)
7. მთავარი შეფ-მზარეული
8. შეფ-მზარეული
9. მებუფტე
10. რესტორნისა და ბარის მეკუჭნავე
11. ჭურჭლის მრეცხავი
12. მეგარდერობე

კომერციული სამსახური

1. მარკეტინგის მენეჯერი
2. რეკლამის მენეჯერი

საზინანსო სამსახური

1. მთავარი ბუღალტერი
2. ბუღალტერი

საინჟინრო-ტექნიკური სამსახური

1. შენობის ექსპლუატაციის ინჟინერი
1. სანტენიკური მოწყობილობის სპეციალისტი
2. ელექტროტექნიკური მოწყობილობების სპეციალისტი
3. მშენებლობისა და რემონტის სპეციალისტი
4. სუსტი დენების სპეციალისტი (ტელევიზია და კომუნიკაციები)
5. კონდიციონირებისა და თბომომარაგების სპეციალისტი

VIII. ღამატეზიტი სანსახური

1. ბინეს-ცენტრი,
2. სპორტულ-გამაჯანსაღებელი ცენტრი
3. სილამაზის სალონი (საპარიკმახერი)
4. სავაჭრო ობიექტები

XI. ღამხმარე სანსახური

1. ანიმატორები
2. სამრეცხოს მუშაკები
3. ქიმწმენდის მუშაკები
4. დამლაგებლები
5. სასტუმროს ავტოტრანსპორტის მძღოლები
6. ავტოტექმომსახურების პოსტის მუშაკები
7. დაცული ავტოსადგომის მუშაკები

**საკვალისფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების
თანამდებობებისა და პროფესიების მიმართ**

**I. საქმიანობა: სასტუმროს ზოგადი მენეჯმენტი
პროფილი: გენერალური მენეჯერი**

1. ბაზრის კვლევა.
2. მოთხოვნის განსაზღვრა და პროგნოზირება.
3. ბაზრის სეგმენტირება და სასტუმრო პროდუქტის კონსტიტუირება შერჩეულ სეგმენტში.
4. მარკეტინგის მეთოდებისა და გაყიდვების არხების განსაზღვრა.
5. სასტუმროს ამოცანების, სტრატეგიისა და ტაქტიკის განსაზღვრა.
6. საფინანსო პოლიტიკა.
7. ხარისხის პოლიტიკა.
8. საზოგადოებრივი კავშირებისა (PR) და სარეკლამო პოლიტიკა.
9. საკადრო პოლიტიკა და საშტატო განრიგი.
10. კადრების შერჩევა, ფუნქციების განსაზღვრა და მოვალეობების განაწილება.
11. კადრების სწავლების შიდა უწყვეტი სისტემის ჩამოყალიბება.
12. კადრების მოტივაცია.
13. სასტუმროს სტრუქტურისა და სტრუქტურული ქვედანაყოფების ფუნქციების განსაზღვრა.
14. სტრუქტურული ქვედანაყოფების ბიუჯეტის განსაზღვრა.
15. ქვედანაყოფების საქმიანობის კოორდინაცია.
16. სასტუმროს ყველა სტრუქტურული ქვედანაყოფისა და მომსახურების მწარმოებლის ჩაბმა საერთო მიზნის მიღწევის პროცესში.
17. სასტუმროს სტრუქტურული ქვედანაყოფების (მათ შორის კვების მომსახურების), მათი ხელმძღვანელების, წამყვან-

ნი სპეციალისტებისა და მუშაკების საქმიანობის შეფასება. მათი სამსახურებრივი დაწინაურების, პროფესიული ზრდის პერსპექტივის განსაზღვრა.

18. შენობა-ნაგებობების, დანადგარებისა და მოწყობილობის ექსპლუატაციის რეჟიმის, მიმდინარე და კაპიტალური რეკონსტრუქციის გრაფიკის შემუშავება, სარემონტო-საექსპლუატაციო სამუშაოების უზრუნველყოფა და კონტროლი.

19. სასტუმროს მართვის ავტომატიზებული სისტემა და შიდა საკომუნიკაციო სისტემები.

20. თანამშრომლობა ტურისტულ სააგენტოებთან, ძირითად დამკვეთებთან, კორპორაციულ დამკვეთებთან.

21. სპეციალური ღონისძიებების სპექტრისა და მომსახურების ახალი ფორმების შემუშავება.

22. ფასწარმოქმნის ოპტიმალური სისტემის შემუშავება.

23. მოგების დაგეგმვა.

24. სასტუმროს ბიუჯეტის ანალიზი.

25. ფასების, გაყიდვების მოცულობის, ბრუნვისა და მწარმოებლურობის ანალიზი.

26. საბუღალტრო აღრიცხვის ანალიზი.

27. კლიენტებთან ანგარიშსწორება.

28. ანგარიშსწორება მომწოდებლებთან, სხვა ბიზნეს-პარტნიორებთან.

29. პერსონალის ხელფასი და მისი დარიცხვა.

30. დისციპლინა და მისი უზრუნველყოფის ღონისძიებები.

31. სასტუმროს კლიენტებთან, ქვედანაყოფებსა და პერსონალთან უკუკავშირის მექანიზმის შემუშავება და შედეგების კონტროლი.

32. მომსახურების ხარისხის პერიოდული თვითშეფასება.

33. კონტაქტი ხელისუფლების ადგილობრივ ორგანოებთან.

34. საქმიანი კავშირი დარგობრივ სტრუქტურებთან.

35. კონტაქტი სასტუმროს მფლობელებთან.

**საკვანძოშიგაცნობი მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების
პროფესიებისა და თანამდებობების მიმართ**

**II. საძმინარობა: მიღებისა და განთავსების სამსახური
პროფილი: მიღებისა და განთავსების მენეჯერი**

1. მიღება-განთავსების სამსახურის საქმიანობის ორგანიზაცია.
2. სამსახურის ბიუჯეტის შედგენა.
3. წინასწარი კონტაქტი და მიმოწერა პოტენციურ კლიენტებთან.
4. წინასწარი კონტაქტი სასტუმროს განყოფილებებთან ზოგადი მარკეტინგული ინფორმაციის მიღების მიზნით იმ პოტენციური კლიენტების მოთხოვნის დასაკმაყოფილებლად. რომლებსაც სურთ სასტუმროში ღონისძიების მოწყობა ან სპეციალური მომსახურება.
5. სტუმრებისათვის განკუთვნილი ინფორმაციისა და კორესპოდენციის მიღება, შენახვა და ადრესატისათვის გადაცემა.
6. სტუმრების ჩამოსვლისა და ბინადრობის გეგმა-პროგნოზების შემუშავება.
7. დაჯავშნისა და მასთან დაკავშირებული პროცედურების გეგმის შედგენა.
8. კონტაქტი ტურისტულ ცენტრებთან, სააგენტოებთან, კორპორაციულ შემკვეთებთან, კლიენტებთან.
9. შეკვეთების მიღება და რეგისტრირება, დაჯავშნის გაუქმება კლიენტის მოთხოვნით.
10. დეპოზიტების, ავანსების, ვაუჩერების, ჩეკების შემოწმება.
11. საკრედიტო ბარათების ავტორიზაცია.
12. დაუდასტურებული შეკვეთებისა და ნორმის ზევით დაჯავშნის შემთხვევებში კლიენტისათვის უარის თქმის მონაცემების დამუშავება.
13. დაჯავშნის სტატისტიკური მონაცემების (შეკვეთების მიღება და უარის თქმა) დამუშავება და ანალიზი.
14. მონაცემები სასტუმროს ყველა ნომრისა და მათი კატე-

გორიების შესახებ.

15. ნომრების სტატუსის (მათ შორის ტექნიკური მდგომარეობის) სისტემატური კონტროლი.

16. სტუმრების დახვედრის, ნომრებში მათი ბარგის მიტანის ორგანიზაცია და კონტროლი.

17. სტუმართა მონაცემების ელექტრონული ფაილების შექმნა, განახლება და მათი გამოყენება მომსახურების პროცესში.

18. სტუმრების მიღება, მისაღმება და მათთვის აუცილებელი ინფორმაციის მიწოდება.

19. სტუმრებისათვის დახმარების გაწევა სასტუმროს ნომრების, მომსახურების სპექტრისა და შესაბამისი ტარიფების შერჩევაში.

20. სტუმრების რეგისტრაცია და ნომრების განაწილება. მათი ინფორმირება შესაბამისი ფასების შესახებ.

21. სასტუმროში არსებული მომსახურების, დასვენებისა და გართობის სხვადასხვა სახეობების შეთავაზება.

22. სასტუმროს შესაბამისი ქვედანაყოფების ინფორმირება დაბინადრებული სტუმრებისა და მათი განთავსების პირობების შესახებ.

23. ნომრების გასაღებების გაცემის ორგანიზაცია და კონტროლი.

24. სტუმრების უსაფრთხოებისა და მათი ქონების დაცვის ორგანიზაცია და კონტროლი.

25. სტუმრებისათვის დახმარების გაწევა სატრანსპორტო, კულტურული და სხვა სახის მომსახურების, სხვადასხვა ღონისძიებების ორგანიზაციის ისეთ საკითხებში, რომლებიც არ შედის სასტუმროს ფუნქციებში.

26. სტუმრების პრეტენზიების, საჩივრებისა და მოთხოვნების დაკმაყოფილება სასტუმროს კომპეტენციის ფარგლებში.

27. სტუმრების მოთხოვნით მათთვის სასტუმროს ნომრის შეცვლასთან დაკავშირებული საკითხების გადაწყვეტა.

28. შეკვეთების მიღება ნომრებში კერძებისა და სასმელების მიტანით მომსახურებაზე.

29. სტუმრის გაღვიძება მისი მოთხოვნით.
30. ბარგის შენახვის სამსახური.
31. სტუმრების მიერ შეღავათების სისტემის, მომსახურების უფასო სახეობების, ანგარიშსწორების სპეციალური ფორმებით სარგებლობის კონტროლი.
32. სტუმრებისათვის ანგარიშების მომზადება და ანგარიშსწორება.
33. ბარგის გაცემის ორგანიზაცია.
34. ნომრიდან ავტომატურად ბარგის გადატანის ორგანიზაცია.
35. ნომრების შემოწმება სასტუმროდან სტუმრის ამოწერისას.
36. კლიენტების შეტყობინება ვადაგასული ანგარიშების განაღდების შესახებ და თანხების ამოღების ორგანიზაცია.
37. სტატისტიკური მონაცემების შეკრება, ანგარიშების შედგენა გაყიდვების მოცულობის, სასტუმროს მწარმოებლობის, მობინადრეთა, მომწოდებლების, შუამავლების რაოდენობის შესახებ.
38. კავშირი საზოგადოებრიობასთან.
39. კონტაქტი და ანგარიშსწორება სასტუმროს მარკეტინგულ შუამავლებთან.
40. მიღება-განთავსების სამსახურის პერსონალის საქმიანობის ორგანიზაცია და კონტროლი.
41. სამსახურის პერსონალის განაწილება ცვლებში.
42. სამსახურის პერსონალის საქმიანობის ხარისხის უზრუნველყოფა და სისტემატური კონტროლი.
43. სამსახურის პერსონალის მოტივაცია.
44. სასტუმროს პოლების, ლიფტების მდგომარეობის, კარისკაცების, ბარგის მიმტანების (უნიფორმიანი პერსონალის) საქმიანობის კონტროლი.
45. მიღება-განთავსების სამსახურის საქმიანობის შედეგების ანალიზი.

საკვალეოზიგატიო მოთხოვნები სანსტუმროს მუშაკების პროფესიებისა და თანამდებობების მიმართ

III. საძმიანობა: მიღებისა და ბანთავსების სამსახური პროფილი: მიღებისა და ბანთავსების სამსახურის თანამშრომელი (ბანთავსების ინსპექტორი)

1. წინასწარი კონტაქტი და მიმოწერა სტუმრებთან.
2. კონტაქტი სანსტუმროს სხვა განყოფილებებთან წინასწარი ინფორმაციის მიღების მიზნით იმ პოტენციალური კლიენტების მოთხოვნის დაკმაყოფილების შესაძლებლობის შესახებ, რომლებსაც სურთ სანსტუმროში სპეციალური ღონისძიებების მოწყობა ან სპეციალური მომსახურებით სარგებლობა.
3. კორესპონდენციის შენახვა და სტუმრებისათვის გადაცემა.
4. სტუმრების ჩამოსვლის გეგმა-პროგნოზების შემუშავება.
5. სტუმართა განთავსების გეგმის შედგენა სხვადასხვა წყაროებიდან მიღებული შეკვეთების მიხედვით.
6. დაჯავშნის გეგმის შედგენა, დაჯავშნის პროცედურების შემუშავება.
7. კონტაქტი ტურისტულ ცენტრებთან, ტურისტულ სააგენტოებსა და კორპორაციულ კლიენტებთან.
8. შეკვეთების მიღება და რეგისტრაცია, დაჯავშნის გაუქმება.
9. მონაცემების დამუშავება უარის თქმის, დაუდასტურებელი შეკვეთებისა და ზენორმიული დაჯავშნის შესახებ.
10. დაჯავშნილი ადგილების აღრიცხვა და სტატისტიკური მონაცემების შეკრება შეკვეთების მიღებისა და უარის თქმის შესახებ.
11. დეპოზიტების, ავანსების, ვაუჩერების, ჩეკების, საკრედიტო ბარათების შემოწმება.
12. ნომრების სია და მათი კლასიფიკაცია.
13. ნომრების მოვლა-შენახვა და მათი ტექნიკური მომსა-

ხურება, „განსაკუთრებული სტატუსის“ – მაღალი კატეგორიის (პრესტიჟული) ნომრების შემოწმება.

14. სტუმრების დახვედრა და ბარგის სასტუმროში მიტანის ორგანიზაცია.

15. სტუმრების მიღება, მისაღმება და აუცილებელი ინფორმაციის მიწოდება.

16. სპეციალურ ფაილებთან – ე.წ. „სტუმრების ბიოგრაფიასთან“ მუშაობა.

17. მონაცემების შეგროვება სტუმრების შესახებ და „სტუმრების ბიოგრაფიის“ ფაილების განახლება.

18. სტუმრებისათვის დახმარების აღმოჩენა სასტუმროს ნომრების, ტარიფების, მომსახურების სახეობების შერჩევაში.

19. ჩამოსული სტუმრების რეგისტრაცია, მათთვის ნომრების განაწილება, ფასის განსაზღვრა (სასტუმროს მიერ დადგენილი შეღავათებისა და სხვა ფაქტორების გათვალისწინებით) და სტუმრის ინფორმირება.

20. სტუმრების ინფორმირება სასტუმროს მომსახურების სპექტრის შესახებ.

21. სასტუმროს სხვა განყოფილებების ინფორმირება სტუმრებისა და მათი განთავსების პირობების შესახებ.

22. სტუმრების გაყოლა ნომრამდე, მათი განთავსება და გასაღების გადაცემა.

23. ნომერში ბარგის მიტანის გაკონტროლება.

24. სტუმრების მიერ მიღება-განთავსების სამსახურში შესანახად ჩაბარებული ფასეულობების დაცულობის უზრუნველყოფა სპეციალურად ამისათვის განკუთვნილ სეიფებში.

25. გასაღების გაცემა და კონტროლი.

26. სტუმრების უსაფრთხოების, მათი ქონების დაცვის უზრუნველყოფის ორგანიზაცია და კონტროლი.

27. სასტუმროს უსაფრთხოების, ქონების დაცვის უზრუნველყოფის ორგანიზაცია და კონტროლი.

28. სტუმრების ინფორმირება სასტუმროს მახლობლად არსებული ღირსშესანიშნაობების, გართობის ობიექტებისა და ადგილობრივი ღონისძიებების შესახებ.

29. სტუმრებისათვის დახმარების გაწევა სასტუმროს ფარგლებს გარეთ სატრანსპორტო მომსახურების, დაჯავშნის, სხვადასხვა ღონისძიებების ორგანიზაციისა და მომსახურების საკითხებში.

30. საჩივრების გარჩევა და მათში წამოჭრილი საკითხების მოგვარება.

31. სტუმრებისათვის ნომრების შეცვლასთან დაკავშირებული საკითხების გადაწყვეტა.

32. ნომრებში კერძებისა და სასმელების მიტანით მომსახურებაზე შეკვეთების მიღება და დანიშნულებისამებრ გადაცემა.

33. სტუმრის გაღვიძება თავისი მოთხოვნით.

34. ბარგის შენახვის საშსახური.

35. სტუმრების საკომუნიკაციო მომსახურების უზრუნველყოფა და კონტროლი.

36. სასტუმროს საკომუნიკაციო საშუალებების ფუნქციონირების უზრუნველყოფა და კონტროლი.

37. სტუმრების ტურისტული ვაუჩერების შემოწმება და ვაუჩერებით გაწეული მომსახურების საბუღალტრო აღრიცხვა.

38. სასაქონლო მარაგების აღწერა, სასტუმროს მომსახურების საკასო ტერმინალების საბუღალტრო აღრიცხვა (ორმაგი შემოწმება).

39. ნაღდი ანგარიშსწორების ოპერაციები, ვალუტის გადაცემა და აღნიშნული ოპერაციების საბუღალტრო აღრიცხვა.

40. ფასდაკლებების, უფასო მომსახურებისა და გადახდის სპეციალური ფორმების კონტროლი.

41. სასტუმროში ბინადრობის ანგარიშების მომზადება, სტუმრებისათვის გადაცემა და მათთან ანგარიშსწორება.

42. ბარგის გაცემის გაფორმება.

43. სასტუმროდან ბარგის გატანის ორგანიზაცია და კონტროლი.

44. ნომრების შემოწმება სასტუმროდან სტუმრის ამოწერისას.

45. ვადაგასული გადასახდელების კონტროლი, შეხსენება გადახდის ვადის შესახებ, გადახდევინება.

46. ანგარიშების შედგენა და სტატისტიკური მონაცემების შეკრება გაყიდვების, სტუმართა რაოდენობის, შუამავლების, მომწოდებლების შესახებ.

47. პირდაპირი საფოსტო გზაენილები, სტუმრებისასთვის პროსპექტებისა და ბროშურების დარიგება სასტუმროს სპეციალური წინადადებებით.

48. კავშირი საზოგადოებრიობასთან, კლიენტებთან, ადგილობრივ ხელისუფლებასთან.

49. კონტაქტი შუამავლებთან, ანგარიშსწორება მათ მიერ სასტუმროსათვის გაწეული მარკეტინგული მომსახურების მიხედვით.

50. მიღება-განთავსების სამსახურის საქმიანობის ორგანიზაცია.

51. მიღება-განთავსების სამსახურის საქმიანობის ხარისხის კონტროლი.

52. მიღება-განთავსების სამსახურის ბიუჯეტის შედგენა.

53. პერსონალთან მუშაობა, მისი განაწილება ცვლებში.

54. პერსონალის მოტივაცია.

55. პერსონალის საქმიანობის ხარისხის, დისციპლინისა და მოქცევის კონტროლი.

56. სასტუმროს ჰოლების, ლიფტებისა და ბარგის მიმტანების (უნიფორმიანი პერსონალის) საქმიანობის კონტროლი.

57. პირველი დახმარება.

საკვალისფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების პროფესიებისა და თანამდებობების მიმართ

IV. საქმიანობა: სამეურნეო ბანყოფილება

პროფილი: სამეურნეო ბანყოფილების უპროსი

1. სამზარეულოს სათავსების გაწყობის ინვენტარიზაცია და შენახვა.

2. საერთო სარგებლობის სათავეების გაწყობის ინვენტარიზაცია და შენახვა.

3. სუფთა თეთრეულის აღრიცხვა და კონტროლი, შენახვა. სტუმრების უზრუნველყოფა სუფთა თეთრეულით. ჭუჭყიანი თეთრეულის შეგროვება და მისი გაგზავნა სამრეცხაოში.

4. სტუმრებისათვის სასაჩუქრო ლიტერატურისა და სხვა სუვენირების შესყიდვა, მიღება, შენახვა, გავრცელება და კონტროლი.

5. საწმენდი საშუალებებისა და სასტუმროს დალაგების მოწყობილობების შესყიდვა, მიღება, შენახვა და შესაბამისი პერსონალისათვის გადაცემა.

6. საბუთების შევსება და რეგისტრაცია სამეურნეო მოწყობილობის შემოსავალში გასატარებლად. ანგარიშები და სტატისტიკა მენეჯმენტის განყოფილებისა და სტუმრების მიღების სამსახურისათვის მოწყობილობის გამოყენების შესახებ.

7. ნომრების დალაგება.

8. სააბაზანო ოთახების დალაგება.

9. დერეფნების დალაგება.

10. საზოგადოებრივი ადგილების დალაგება.

11. სამსახურებრივი სათავეების დალაგება.

12. ნომრებისა და სხვა სათავეების საბოლოო მომზადება, რომლებზეც პასუხისმგებელია სამეურნეო განყოფილება (ყვავილები, დეკორი და ა.შ).

13. სათავეების ან ოთახების სპეციალური მომზადება სხვადასხვა ღონისძიებების ჩასატარებლად, მათი უზრუნველყოფა ტექნიკური და სხვა აუცილებელი საშუალებებით.

14. კაეშირი სტუმრების მიღების სამსახურთან, მისი ინფორმირება „სასტუმროს ნომრის საინვენტარო ფურცელში“ ნომრის მდგომარეობის (მისი მოწყობილობის სხვადასხვა დაზიანებებების), სტუმრების განსაკუთრებული მოთხოვნების შეტანის მეშვეობით.

15. დალაგების, მიმდინარე რემონტების, ავეჯის, ღიზინის, მოწყობილობის შეცვლის გეგმები.

16. სათავეების დალაგება, მათი და აგრეთვე ავეჯის, დე-

კორის, მოწყობილობების დეზინფექცია.

17. აევეჯისა და მოწყობილობების მიმდინარე რემონტების რიგითობა, რომელზეც პასუხიმგებელია სამეურნეო განყოფილება.

18. რიგგარეშე რემონტი ყოველი სეზონის დაწყება-დასრულებისას.

19. სასტუმროს სამრეცხაოს საქმიანობა.

20. ნომრების მომსახურება.

21. სტუმრების მომსახურება (რეცხვა და დაუთობა).

22. პერსონალური მომსახურება სტუმრების მოთხოვნით.

23. დაკარგული ნივთების სამსახური.

24. სასტუმროსა და მისი ქონების უსაფრთხოების მენეჯ-მენტი და მონიტორინგი.

25. სტუმრებისა და მათი ქონების უსაფრთხოების მენეჯ-მენტი და მონიტორინგი.

26. სახანძრო და საავარიო უსაფრთხოების ტექნიკის მენეჯმენტი და მონიტორინგი.

27. იმ ქონებისა და მოწყობილობების ცვეთის ხარისხის კონტროლი, რომელზეც პასუხისმგებელია სამეურნეო განყოფილება.

28. სამეურნეო განყოფილების საქმიანობის ორგანიზაცია.

29. სამეურნეო განყოფილების ბიუჯეტი.

30. განყოფილების პერსონალის დაკომპლექტება.

31. განყოფილების პერსონალის საქმიანობის დაგეგმვა.

32. განყოფილების პერსონალის სწავლება.

33. განყოფილების პერსონალის დისციპლინის მაჩვენებლები.

34. განყოფილების პერსონალის საქმიანობის ხარისხის კონტროლი.

35. განყოფილების საქმიანობის შედეგების ანალიზი.

36. კავშირი სტუმრების მიღების, მომსახურების განყოფილებებთან.

37. აევეჯის, მოწყობილობის, დეკორატიული ელემენტების ინვენტარიზაცია იმ სათაესებში, რომლებსაც აკონტროლებს

სამეურნეო განყოფილება.

38. ქვიორების გამოწერა მოთხოვნის შემთხვევაში.

39. პირველი დახმარების აღმოჩენა.

40. იმ სამრეცხაოებთან მუშაობა, რომლებიც ემსახურებიან სასტუმროს ხელშეკრულების 'საფუძველზე.

41. თანამშრომლობა სხვა ფირმების წარმომადგენლებთან სამეურნეო განყოფილების კომპეტენციის ფარგლებში.

საკვალაიფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკებს პროფესიებისა და თანამდებობების მიხედვით

V. საძმინაობა: სამეურნეო განყოფილება

პროფილი: მ(ო)ახლე

1. სუფთა თეთრეულის აღრიცხვა და კონტროლი, შენახვა. სტუმრების უზრუნველყოფა სუფთა თეთრეულით. ტუტყიანი თეთრეულის შეგროვება და მისი გაგზავნა სამრეცხაოში.

2. საწმინდი საშუალებებისა და სასტუმროს დალაგების მოწყობილობების მიღება, შენახვა და გამოყენება დანიშნულებისამებრ.

3. ნომრების დალაგება.

4. სააბაზანო ოთახების დალაგება.

5. ნომრების საბოლოო მომზადება (ყუაეილები, დეკორი და ა.შ).

6. სტუმრების მომსახურება (რეცხვა და დაუთობა).

7. პერსონალური მომსახურება სტუმრების მოთხოვნით.

8. სასტუმროსა და მისი ქონების უსაფრთხოების მონიტორინგი.

9. სტუმრებისა და მათი ქონების უსაფრთხოების მონიტორინგი.

10. სახანძრო და საავარიო უსაფრთხოების ტექნიკის მონიტორინგი.

11. ნომრების აღტურვილობისა და მოწყობილობის ცვეთის ხარისხის კონტროლი.

12. სამეურნეო განყოფილების ბიუჯეტი.
13. ნომრების კუთვნილი ავეჯის, მოწყობილობის, დეკორატიული ელემენტების ინვენტარიზაცია.
14. ნომრების მომზადება.
15. განსაკუთრებული ყურადღება VIP ნომრების მიმართ.
16. პირველი დახმარების აღმოჩენა.

საკვალისფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების პროფესიებისა და თანამდებობების მიმართ

**VI. საქმიანობა: სამეურნეო განყოფილება
პროფილი: დამლაბებელი**

1. დერეფნების დალაგება.
2. საზოგადოებრივი ადგილების დალაგება.
3. სამსახურებრივი სათავსების დალაგება.
4. სათავსებისა და ავეჯის, დეკორის, მოწყობილობების დეზინფექცია.

საკვალისფიკაციო მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების პროფესიებისა და თანამდებობების მიმართ

**VII. საქმიანობა: რესტორნის მომსახურება
პროფილი: კვებისა და სასმელების მენეჯერი
(რესტორნის დირექტორი)**

1. სამზარეულოს არჩევა (ევროპული, ნაციონალური და სხვ.) და შესაბამისი მენიუს დაგეგმვა (სასტუმროს მენეჯმენტის განყოფილებებთან ერთად სასტუმროს კატეგორიის, სპეციალიზაციის, არსებული რესურსებისა და მათი შექმნის შესაძლებლობის გათვალისწინებით).
2. სასტუმროს კატეგორიისა და სპეციალიზაციის შესაბამისი მომსახურების ხარისხის დონის განსაზღვრა.

3. რესტორნის დიზაინი და კერძების რეცეპტები, მენიუს თითოეული კერძის დამზადების ტექნოლოგიის ჩათვლით.

4. რესტორნისა და ბუფეტისათვის ავეჯის, მოწყობილობის, ფურნიტურის შერჩევა.

5. სამზარეულოს მოწყობილობის, დანადგარებისა და ტექნოლოგიის შერჩევა.

6. სამზარეულოს დანადგარებისა და ტექნოლოგიის, უმი პროდუქტების, ნახევარფაბრიკატების, საკვებისა და სასმელების შესანახი მოწყობილობის შექმნა.

7. ყოველდღიური გაყიდვების გეგმა.

8. კერძების არჩევა და მენიუს დაგეგმვა.

9. ღვინოებისა და უალკოჰოლო სასმელების ასორტიმენტის განსაზღვრა.

10. მენიუს ცალკეული კერძების მიხედვით პროდუქტების ნუსხის შედგენა, მოთხოვნების დაწერილებითი ჩამოთვლით თითოეული კერძის ინგრედიენტებისა და დამზადების ტექნოლოგიის მიმართ.

11. სამზარეულოს სამუშაოების ზოგადი გეგმის შედგენა.

12. სპეციალური მომსახურების (ბანკეტები, კოქტეილები და ა.შ.) საერთო გეგმის შედგენა და ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში მისი შეთანხმება კლიენტებთან.

13. სამზარეულოს მოწყობილობისა და ტექნიკის ყოველდღიური მოვლისა და აგრეთვე პროდუქტების შენახვის სპეციალური გეგმის შედგენა.

14. სამზარეულოს მოწყობილობისა და ტექნოლოგიის მოდერნიზაციის გეგმის შედგენა.

15. სამზარეულოს პერსონალისა და სხვა მუშაკების მიმართ მოთხოვნებისა და მათი პროფესიული დონის განსაზღვრის საერთო გეგმა.

16. სამზარეულოს პერსონალის შერჩევა.

17. სამზარეულოს პერსონალის საქმიანობის ანალიზი, მათი ფუნქციების განსაზღვრა, დავალებებისა და პასუხისმგებლობის განაწილება.

18. სამზარეულოს მუდმივი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

19. სამზარეულოს დროებითი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

20. სამზარეულოს პერსონალის პროფესიული სწავლება.

21. სამზარეულოს პერსონალის დისციპლინისა და მოქცევის კონტროლი.

22. სეზონური მოწოდების საერთო გეგმა.

23. პროდუქტების, სასმელებისა და მათი მომწოდებლების შერჩევა.

24. პროდუქტებისა და სასმელების მოწოდება.

25. პროდუქტებისა და სასმელების მიღება.

26. პროდუქტების ხარისხის შემოწმება.

27. უხარისხო პროდუქტის (წუნის) შემოწმება და აღრიცხვა.

28. პროდუქტების რაოდენობის შემოწმება.

29. პროდუქტების ფასების კონტროლი და ანგარიშგებლობა.

30. პროდუქტების შენახვა.

31. ნახევარფაბრიკატების დამზადება.

32. საკუჭნაოები და საწყობები.

33. პროდუქტების წუნდება მათი შენახვის დროს გაფუჭების შემთხვევაში ან შენახვის ვადის გასელასთან დაკავშირებით.

34. ყოველდღიური მენიუს ანალიზი (სპეციალური ღონისძიებების მენიუს ჩათვლით).

35. სარდაფებიდან, საკუჭნაოებიდან, საწყობებიდან პროდუქტების ყოველდღიური ამოღების ანალიზი, დოკუმენტაციის შედგენა.

36. სამზარეულოს ყოველდღიური მომზადება.

37. სურსათ-სანოვაგის ამოღება და შემოწმება, შემოსაყლისა და დანახარჯების შეჯამება, ანგარიშების შედგენა, ინვენტარიზაცია.

38. დღის განმავლობაში გამოსაყენებელი უმი პროდუქტებისა და ნახევარფაბრიკატების წინასწარი მომზადება.

39. შეკვეთების განხილვა, კონტროლი და დახარისხება.

40. კერძების მომზადება და გაფორმება.

41. ულუფების მომზადება.

42. ბუფეტის ან კერძების სპეციალური ვიტრინის მომზადება.
43. კერძებისა და სასმელების მომზადება ნომრებში მიტანით, რაზეც სამზარეულოა პასუხისმგებელი.
44. კერძებისა და მომსახურების ხარისხთან დაკავშირებული საჩივრების განხილვა.
45. საკვების მომზადება პერსონალისთვის.
46. ნარჩენების გატანა.
47. სათავსების, საცაეების დალაგება, ტექნიკისა და მოწყობილობის გაწმენდა.
48. ჭურჭლის, სამუშაო ინვენტარისა და მოწყობილობების რეცხვა.
49. სამზარეულოში პროდუქტების გამოყენების საკონტროლო ჩანაწერების, დოკუმენტების, სტატისტიკური მონაცემების შედგენა.
50. მოხმარებისა და ნარჩენების სტატისტიკა.
51. თითოეული კერძის ფასის ანალიზი, ანგარიშგებლობა.
52. ბანკეტებისა და სხვა სპეციალური ღონისძიებების მომსახურების ანალიზი.
53. სამზარეულოს პროდუქციის გამოსავლიანობის ანალიზი.
54. სამზარეულოს ბიუჯეტი.
55. სამზარეულოს მომსახურების ხარისხის კონტროლი.
56. სამზარეულოში ჰიგიენის წესების დაცვის კონტროლი.
57. სამზარეულოში ხანძრისა და ავარიების თავიდან აცილება.
58. პირველი დახმარების გაწევა და უსაფრთხოების ტექნიკის მოთხოვნების დაცვა.
59. სეზონის გახსნის წინ და დახურვის შემდგომ სამზარეულოში ჩასატარებელი აუცილებელი სპეციალური სამუშაოები.
60. სამზარეულოს ქონების დაცვა.
61. ბაზრისა და კონკურენციის ანალიზი.
62. კლიენტურის ანალიზი.
63. მოწყობილობის გეგმური და არაგეგმური რემონტი, რესტორნისა და ბუფეტის ტექნოლოგიების შემოწმება.

64. რესტორნისა და ბუფეტის ავეჯის, დეკორატიული ელემენტების, მოწყობილობის შეცვლისა და მოდერნიზაციის დაგეგმვა.

65. მარკეტინგული დაგეგმვა, რესტორნის პროდუქტის წინ წაწევის ღონისძიებების განსაზღვრა, კონტაქტი საზოგადოებრიობასთან, მუდმივ და პოტენციურ კლიენტებთან.

66. ხელშეკრულებების გაფორმება.

67. მენიუს თითოეული კერძის ყოველდღიური გაყიდვის დაგეგმვა.

68. რესტორნის ზოგადი სამუშაო გეგმა.

69. სპეციალური ღონისძიებების (ბანკეტები, კოქტეილები და სხვა) მომზადებისა და ჩატარების გეგმა (სამზარეულოსა და კლიენტებთან შეთანხმებით).

70. რესტორნის პერსონალის საქმიანობის კონტროლის გეგმა.

71. რესტორნის პერსონალის შერჩევა და დაკომპლექტება.

72. რესტორნის თითოეული მუშაკის საქმიანობის ანალიზი, მათი ამოცანებისა და პასუხისმგებლობის განსაზღვრა.

73. რესტორნის მუდმივი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

74. რესტორნის დროებითი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

75. რესტორნის პერსონალის სწავლება.

76. რესტორნის პერსონალის დისციპლინა და ქცევა.

77. ავეჯისა და მოწყობილობის შექმნა რესტორნისა და ბუფეტისათვის.

78. ალკოჰოლიანი და უალკოჰოლო სასმელების არჩევა, შესყიდვა და შენახვა.

79. ფასების განსაზღვრა.

80. ფასების ანალიზი.

81. რესტორნის გაღება და მაგიდების მომზადება.

82. ოფიციანტების ინსტრუქტაჟი და მოვალეობების განაწილება სპეციალური მომსახურების შემთხვევაში.

83. ოფიციანტების გარეგნობის კონტროლი.

84. მაგიდებისა და ადგილების რეზერვირება სპეციალუ-

რი ღონისძიებების მომზადებისას.

85. VIP-კატეგორიის სტუმრების დახვედრა რესტორნის შესასვლელთან.

86. VIP-კატეგორიის სტუმრების გარდერობში მომსახურების კონტროლი.

87. მაგიდების განაწილება VIP-კატეგორიის სტუმრებისათვის, მაგიდებთან მათი მიყვანა.

88. მენიუს შეთავაზება და აუცილებლობის შემთხვევაში დახმარების გაწევა კერძებისა და სასმელების არჩევაში.

89. სუფრის გაწყობა.

90. VIP-კატეგორიის სტუმრების გაცილება.

91. დაკარგული ნივთების სამსახური.

92. რესტორნის დალაგება.

93. შეღავათების და მომსახურების სპეციალური პირობების მენეჯმენტი.

94. რესტორნის ინვენტარიზაცია.

95. საერთო გაყიდვების, ყველაზე პოპულარული კერძების გაყიდვებისა და რესტორნის მწარმოებლურობის სტატისტიკა, ანგარიშგება.

96. რესტორნის მუშაობის შედეგების ანალიზი.

97. რესტორნის, მისი მოწყობილობის, დეკორის მიმდინარე რემონტი.

98. სხვადასხვა დაზიანებებისა და მოუგეარებლობების შესახებ ინფორმაციის მიღება, ანალიზი და რეაგირება.

99. ბარის მუშაობის დაგეგმვა.

100. ბარის ავეჯის, დეკორატიული გაფორმების, შერჩევა.

101. ბარის მომსახურების ორგანიზაცია.

102. ბარის პერსონალის შერჩევა, დაკომპლექტება და სწავლება.

103. რესტორნის ბარისა და სასტუმროს ნომრებში დაყენებული მინი-ბარებისათვის პროდუქტისა და სასმელების მოწოდება.

104. ბარის ფასების ანალიზი.

105. ბარის მუშაობის შედეგების ანალიზი.

საკვანძოებიანი მოთხოვნები სასტუმროს მუშაკების
პროფესიებისა და თანამდებობების მიმართ

VIII. საქმიანობა: კერძების მომზადება

პროფილი: მთავარი შემ-მზარეული

1. სამზარეულოს არჩევა (ევროპული, ნაციონალური და სხვ.) და შესაბამისი მენიუს დაგეგმვა (სასტუმროს მენეჯ-მენტის განყოფილებებთან ერთად სასტუმროს კატეგორიის, სპეციალიზაციის, არსებული რესურსებისა და მათი შექმნის შესაძლებლობის გათვალისწინებით).

2. კერძების რეცეპტების შემუშავება მენიუს თითოეული კერძის დამზადების ტექნოლოგიის ჩათვლით.

3. სამზარეულოს მოწყობილობისა და ტექნოლოგიის შერჩევა.

4. სამზარეულოს დანადგარებისა და ტექნოლოგიის, უმი პროდუქტების, ნახევარფაბრიკატების, საკვებისა და სასმელების შესანახი მოწყობილობის შექმნა.

5. ყოველდღიური გაყიდვის გეგმა.

6. მენიუს ცალკეული კერძების მიხედვით პროდუქტების ნუსხის შედგენა, მოთხოვნების დაწერილებითი ჩამოთვლით თითოეული კერძის ინგრედიენტებისა და დამზადების ტექნოლოგიის მიმართ.

7. სამზარეულოს საქმიანობის ზოგადი გეგმის შემუშავება.

8. სპეციალური მომსახურების (ბანკეტები, კოქტილები და ა.შ.) საერთო გეგმის შედგენა და ყოველ კონკრეტულ შემთხვევაში მისი შეთანხმება რესტორანსა და დამკვეთ კლიენტებთან.

9. სამზარეულოს მოწყობილობისა და ტექნიკის ყოველდღიური მოვლისა და აგრეთვე პროდუქტების შენახვის სპეციალური გეგმის შედგენა.

10. სამზარეულოს მოწყობილობისა და ტექნოლოგიის მოდერნიზაციის გეგმის შედგენა.

11. სამზარეულოს პერსონალისა და სხვა მუშაკების მი-

მართ მოთხოვნებისა და მათი პროფესიული დონის განსაზღვრის საერთო გეგმა.

12. სამზარეულოს პერსონალის შერჩევა.

13. სამზარეულოს პერსონალის საქმიანობის ანალიზი, მათი ფუნქციების განსაზღვრა, დაეაღებებისა და პასუხისმგებლობის განაწილება.

14. სამზარეულოს მუდმივი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

15. სამზარეულოს დროებითი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

16. სამზარეულოს პერსონალის პროფესიული სწავლება.

17. სამზარეულოს პერსონალის დისციპლინისა და მოქცევის კონტროლი.

18. სეზონური მოწოდების საერთო გეგმა.

19. პროდუქტების, სასმელებისა და მათი მომწოდებლების შერჩევა.

20. პროდუქტებისა და სასმელების მოწოდება.

21. პროდუქტებისა და სასმელების მიღება.

22. პროდუქტების ხარისხის შემოწმება.

23. უხარისხო პროდუქტის (წუნის) შემოწმება და აღრიცხვა.

24. პროდუქტების რაოდენობის შემოწმება.

25. პროდუქტების ფასების კონტროლი და ანგარიშმგებლობა.

26. პროდუქტების შენახვა.

27. ნახევარფაბრიკატების დამზადება.

28. საკუჭნაოები და საწყობები.

29. პროდუქტების წუნდება მათი შენახვის დროს გაფუჭების შემთხვევაში ან შენახვის ვადის გასვლასთან დაკავშირებით.

30. ყოველდღიური მენიუს ანალიზი (სპეციალური ღონისძიებების მენიუს ჩათვლით).

31. სარდაფებიდან, საკუჭნაოებიდან, საწყობებიდან პროდუქტების ყოველდღიური ამოდების ანალიზი, დოკუმენტაციის შედგენა.

32. სამზარეულოს ყოველდღიური მომზადება.
33. სურსათ-სანოვაგის ამოღება და შემოწმება, შემოსაკლისა და დანახარჯების შეჯამება, ანგარიშების შედგენა, ინვენტარიზაცია.
34. დღის განმავლობაში გამოსაყენებელი უმი პროდუქტებისა და ნახევარფაბრიკატების წინასწარი მომზადება.
35. შეკვეთების განხილვა, კონტროლი და დახარისხება.
36. კერძების მომზადება და გაფორმება.
37. ულუფების მომზადება.
38. კერძებისა და სასმელების მომზადება ნომრებში მიტანით.
39. კერძების ხარისხთან დაკავშირებული საჩივრების განხილვა.
40. საკვების მომზადება პერსონალისთვის.
41. ნარჩენების გატანა.
42. სათავეების, საცავეების დალაგება, ტექნიკისა და მოწყობილობის გაწმენდა.
43. ჭურჭლის, სამუშაო ინვენტარისა და მოწყობილობების რეცხვა.
44. სამზარეულოში პროდუქტების გამოყენების საკონტროლო ჩანაწერების, დოკუმენტების, სტატისტიკური მონაცემების შედგენა.
45. მოხმარებისა და ნარჩენების სტატისტიკა.
46. თითოეული კერძის ფასების ანალიზი, ანგარიშგებლობა.
47. ბანკეტებისა და სხვა სპეციალური ღონისძიებების მომსახურების ანალიზი.
48. სამზარეულოს პროდუქციის გამოსავლიანობის ანალიზი.
49. სამზარეულოს ბიუჯეტი.
50. სამზარეულოს მომსახურების ხარისხის კონტროლი.
51. სამზარეულოში პიგიენის წესების დაცვის კონტროლი.
52. პირველი დახმარების გაწევა, უსაფრთხოების ტექნიკის მოთხოვნების დაცვა.
53. სეზონის გახსნის წინ და დახურვის შემდგომ სამზა-

რეულოში ჩასატარებელი აუცილებელი სპეციალური სამუშაოები.

54. სამზარეულოს ქონების დაცვა.

55. სამზარეულოს სპეციალური კომპიუტერული პროგრამების მენეჯმენტი.

IX. საქმიანობა: კერძების მიტანა

პროფილი: მეთრეოტელი

1. ბაზრისა და კონკურენციის ანალიზი.

2. კლიენტურის ანალიზი.

3. სასტუმროს კატეგორიისა და მისი სპეციალიზაციის შენაბამისი მომსახურების დონისა და ხარისხის განსაზღვრა.

4. კონტაქტი სამზარეულოსთან შეთანხმებული თანამოქმედების დაგეგმვის მიზნით.

5. კერძების შერჩევა და მენიუს დაგეგმვა სამზარეულოსთან შეთანხმებით.

6. „ღვინოებისა და უალკოჰოლო სასმელების ბარათის“ შემუშავება.

7. რესტორნისა და ბუფეტისათვის ავეჯის, მოწყობილობის, ფურნიტურის შერჩევა.

8. მოწყობილობის გეგმიური და არაგეგმიური რემონტი, რესტორნისა და ბუფეტის ტექნოლოგიის შემოწმება.

9. რესტორნისა და ბუფეტის ავეჯის, დეკორატიული ელემენტების, მოწყობილობის შეცვლისა და მოდერნიზაციის დაგეგმვა.

10. მარკეტინგული დაგეგმვა, რესტორნის პროდუქტის წინაწევის დონისძიებების შემუშავება.

11. მენიუს თითოეული კერძის ყოველდღიური გაყიდვის დაგეგმვა.

12. რესტორნის ნორმალური ფუნქციონირების ზოგადი გეგმა.

13. სპეციალური დონისძიებების (ბანკეტები, კოქტილები და სხვა) მომზადებისა და ჩატარების გეგმა (სამზარეულოსა

და დამკვეთ კლიენტებთან შეთანხმებით).

14. რესტორნის პერსონალის საქმიანობის კონტროლი.

15. ოფიციალტების გარეგნობის კონტროლი.

16. რესტორნის პერსონალის შერჩევა და დაკომპლექტება.

17. რესტორნის თითოეული მუშაკის საქმიანობის ანალიზი, მათი ამოცანებისა და პასუხისმგებლობის განსაზღვრა.

18. რესტორნის მუშაობის ორგანიზაცია.

19. რესტორნის მუდმივი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

20. რესტორნის დროებითი პერსონალის ცვლებში მუშაობის საერთო წესი.

21. რესტორნის პერსონალის პროფესიული სწავლება.

22. რესტორნის პერსონალის დისციპლინისა და მოქცევის კონტროლი.

23. აუქჯისა და მოწყობილობის შექენა რესტორნისა და ბუფეტისათვის.

24. ალკოჰოლიანი და უალკოჰოლო სასმელების შერჩევა, შესყიდვა, შენახვა.

25. მარკეტინგი, რესტორნის პროდუქტის წინ წაწევა, კონტაქტი საზოგადოებრიობასთან, მუდმივ და პოტენციურ კლიენტებთან.

26. კლიენტების შესწავლა, მარკეტინგული კლასიფიკაცია.

27. კლიენტებთან ხელშეკრულებების დადება.

28. ფასების განსაზღვრა.

29. რესტორნის გაღება, ბუფეტისა და მაგიდების მომზადება.

30. ოფიციალტების ინსტრუქტაჟი მენიუს, კლიენტების მომსახურების შესახებ, აუცილებლობის შემთხვევაში მათ შორის მოვალეობების განაწილება.

31. მაგიდებისა და ადგილების რეზერვირება სპეციალური ღონისძიებების მომზადებისას.

32. სტუმრების დახვედრა რესტორნის შესასყელთან.

33. გარდერობში სტუმრების მომსახურების კონტროლი.

34. სტუმრებისათვის მაგიდების განაწილება, მაგიდებთან მათი მიყვანა.

35. ჩენიუს შეთავაზება და აუცილებლობის შემთხვევაში დახმარების გაწევა კერძებისა და სასმელების არჩევაში.

36. აპერიტივის¹ შეთავაზება.

37. კერძების შეკვეთის მიღება.

38. ღვინოების და მაგარი სასმელების შეკვეთის მიღება.

39. სუფრაზე ღვინოებისა და მაგარი სასმელების მორთმევა.

40. უაღკოპოლო სასმელებისა და მინერალური წყლების შეკვეთის მიღება.

41. კერძების მოტანა სამზარეულოდან რესტორნის დარბაზში.

42. სასმელების მოტანა ბარიდან რესტორნის დარბაზში.

43. სუფრაზე კერძების მორთმევა.

44. სუფრაზე უაღკოპოლო სასმელების მორთმევა.

45. დესერტის მორთმევა.

46. საკვების მომზადება.

47. კერძების, თევზების, სუფრის დანების, ჩანგლების შეკვლა.

48. სუფრაზე ხილის გაწყობა.

49. ყავის სუფრის გაწყობა.

50. მომსახურების ხარისხის კონტროლი.

51. სუფრის ალაგება.

52. კლიენტების საჩივრებისა და მოთხოვნების განხილვა.

53. კლიენტების მიერ რესტორანში დაკარგული (დატოვებული) საგნების შენახვა.

¹ აპერიტივი – მაგარი სასმელი, რომელსაც ჭამის წინ მადის აღსაძერვლად მიირთმევენ.

54. კლიენტების მიერ რესტორანში დაკარგული (დატოვებული) საგნების შენახვა.

55. სტუმრების გაცილება.

56. რესტორნის დალაგება.

57. კერძებისა და სასმელების სასტუმროს ნომრებში მი-

ტანით მომსახურება.

58. შეკვეთების მიღება და დახარისხება.

59. შეკვეთების შეჯამება, კლიენტებისათვის ანგარიშის გამოწერა.

60. შეღავათებისა და უფასო მომსახურების მენეჯმენტი.

61. საგადასახდლო დოკუმენტების შეგროვება.

62. გაყიდვების მოცულობის, ბრუნვის, ყველაზე პოპულარული კერძებისა და რესტორნის მწარმოებლურობის ანალიზი.

63. რესტორნის ბიუჯეტი.

64. ინვენტარიზაცია.

65. ფასების ანალიზი.

66. მომსახურების შედეგების ანალიზი.

67. რესტორნის, მისი მოწყობილობის, დეკორის მიმდინარე რემონტი.

68. დანა-ჩანგლების, თეფშების, რესტორნის თეორეულის შენახვა.

69. შეტყობინება რესტორნის მოწყობილობისა და ინვენტარის დაზიანებების ან მწყობრიდან გამოსელების შესახებ.

70. საზოგადოებრივი უსაფრთხოებისა და ჯანმრთელობის დაცვის მოთხოვნების უზრუნველყოფა.

71. ხანძარსაწინააღმდეგო წესების დაცვა.

72. სპეციალური სამუშაოები ყოველი სეზონის დაწყება-დასრულებისას.

X. საძმიანობა: კერძების მიტანა

პროზილი: ოზიციანტი

1. კერძების შერჩევა და მენიუს დაგეგმვა სამზარეულოსთან შეთანხმებით.

2. კონტაქტი სამზარეულოსთან შეთანხმებული მოქმედების დაგეგმვის მიზნით.

3. რესტორნის გაღებისას მაგიდების მომზადება.

4. სპეციალური ღონისძიებების მომზადებისას მაგიდები-

სა და ადგილების რეზერვირება.

5. სტუმრებისათვის მაგიდების განაწილება, მაგიდებთან მათი მიყვანა და დასხმა.

6. მენიუს შეთავაზება და აუცილებლობის შემთხვევაში დასმარება კერძებისა და სასმელების არჩევაში.

7. აპერიტივის შეთავაზება.

8. „ღვინოებისა და სასმელების ბარათის“ შეთავაზება.

9. კერძების შეკვეთის მიღება.

10. ღვინოებისა და მაგარი სასმელების შეკვეთის მიღება.

11. უაღკოპოლო სასმელებისა და მინერალური წყლების შეკვეთის მიღება.

12. კერძების მოტანა სამზარეულოდან რესტორნის დარბაზში.

13. სასმელების მოტანა ბარიდან რესტორნის დარბაზში.

14. სუფრაზე კერძების მორთმევა.

15. სუფრაზე ღვინოებისა და მაგარი სასმელების მორთმევა.

16. სუფრაზე უაღკოპოლო სასმელების მორთმევა.

17. დესერტის მორთმევა.

18. კერძების, თეფშების, სუფრის დანების, ჩანგლების შეცვლა.

19. სუფრის ალაგება.

20. სუფრაზე ხილის გაწყობა.

21. ყაეის სუფრის გაწყობა.

22. შეკვეთების მიღება.

23. შეკვეთების შეჯამება, კლიენტებისათვის ანგარიშის გამოწერა.

24. კლიენტების მიერ რესტორანში დაკარგული (დატოვებული) საგნების შენახვა.

25. კერძებისა და სასმელების სასტუმროს ნომრებში მიტანით მომსახურება.

26. შეტყობინება რესტორნის მოწყობილობისა და ინვენტარის დაზიანების ან მწყობრიდან გამოსვლის შესახებ.

27. ხანძარსაწინააღმდეგო წესების დაცვა.

XI. სამზიანობა: ბარი

პროზილი: ბარმენი

1. ბარის ბიუჯეტი.
2. კლიენტურის ანალიზი.
3. მაგარი და გამაგრილებელი სასმელების, მსუბუქი საუზ-მისა და მომსახურების შერჩევა.
4. ბარის აუჯის, დიზინის, მოწყობილობის შერჩევა.
5. ბარის საქმიანობის დაგეგმვა.
6. ბარში მომსახურების ორგანიზაცია.
7. დამხმარე პერსონალის შერჩევა და დაკომპლექტება.
8. პერსონალის სწავლება.
9. ბარის გაღება და დახურვა.
10. ინვენტარიზაცია.
11. მარაგის შევსება, შესყიდვა, მოტანა, პროდუქტების მიღება.
12. კონტაქტი კლიენტებთან.
13. სასმელების პრეზენტაცია, კლიენტების დახმარება მათ არჩევაში.
14. მაგარი სასმელების დახლი.
15. გამაგრილებელი სასმელების დახლი.
16. მსუბუქი საუზმის დახლი.
17. საკონდიტრო ნაწარმის დახლი.
18. მაგიდების მომსახურება.
19. მაგიდების ალაგება.
20. სასმელებისა და მსუბუქი საუზმის ნომრებში მიტანით მომსახურება.
21. მომსახურების ხარისხის კონტროლი.
22. საჩივრების განხილვა.
23. სტატისტიკური ანალიზი და ფასების ანალიზი.
24. ბარისა და მისი მიმდებარე ტერიტორიის დალაგება.
25. კლიენტებისა და მათი ქონების უსაფრთხოების უზ-რუნველყოფა.
26. ჰიგიენის წესების დაცვა.
27. ხანძარსაწინააღმდეგო და უბედური შემთხვევების თავიდან აცილების წესების დაცვა.
28. ბარის მოწყობილობის რემონტი, ინტერიერის განახლება.

სასტუმრო მომსახურების ტექნოლოგიის შემოუხამების
საბნები და მისი აბების ძირითადი პრინციპები

№	ტექნოლოგიის შემოუხამების საბნები	ტექნოლოგიის ახლანდელი პრინციპები
1.	ძირითადი და დამატებითი მომსახურების ფორმები.	მომსახურების მომზადების ერთიანი ტექნოლოგიური სისტემის შექმნა და დანერგვა (ტექნოლოგიური პროცესის მომზადების, ორგანიზაციისა და მართვის მოწესრიგება).
2.	მომსახურების პროცესის წარმოების ხერხები.	ტექნოლოგიური პროცესის ინტეგრირება მომსახურების საერთო პროცესში.
3.	მატერიალური ბაზისა და პერსონალის მომზადება მომსახურების პროცესისათვის	მომსახურების პროცესის ყველა ოპერაციის დაკავშირება ერთიანი ტექნოლოგიური ციკლით, მათ შორის თითოეულ საშუალო ადგილსა და უბანზე.
4.	დაგეგმილი მოცულობის, ხარისხისა და თანმიმდევრობის მომსახურების პროცესი.	მომსახურების სრული ციკლის სასტუმროებში მომსახურების ტექნოლოგიური ბაზათების (როგორც ხარისხის ნორმატიულ-ტექნიკური დოკუმენტაციის) შექმნა.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. კ. აბულაძე. სასტუმროსა და რესტორნის მართვის ავტომატიზებული სისტემა. საქართველოს სავაჭრო-სამრეწველო პალატა, თბილისი, 2003.
2. კ. აბულაძე. სასტუმრო მომსახურების ხარისხის მართვის კონცეფციის შესახებ. უურნალი „ეკონომიკა“ № 9-10, 2001.
3. კ. აბულაძე. საქართველო დიდი ტურიზმის მოლოდინში. უურნალი „ხელისუფლება და საზოგადოება“ №1, 2006.
4. გ. არმსტრონგი, ფ. კოტლერი. მარკეტინგის საფუძვლები. თარგ. ინგლ., Pearson Education, 2005.
5. გ. შუბლაძე, ლ. დოლიკაშვილი, ა. ქიტაშვილი. ტურიზმის მარკეტინგი. თბილისი, 2007.
6. რ. ჯავახიშვილი, ნ. ოქრუაშვილი. მარკეტინგი. თბილისი, 2007.
7. სტარვუდის ხარისხის სახელმძღვანელო. ევროპის რეგიონი. თარგ. ინგლ., STARWOOD HOTELS AND RESORTS WORLDWIDE INC. Brussels, Belgium.
8. Leonard Berry, «Discovering the Soul of Service». New York: Free Press, 1999.
9. Frank R. Kardes, Maria L. Cronley, James J. Kellaris and Stiven S. Posavac, «The Role of Selective Information Processing and Price-Quality Inference», Journal of Consumer Research (September 2004).
10. «New Technologies Take Time», Business Week (April 19, 1999).
11. Ван дер Ваген Линн. Гостиничный бизнес. «Феникс», Ростов-на-Дону, 2001.
12. Дубинина Т.И., Яворская А.О. Зарубежный опыт малых гостиниц. Университет гостиничного, туристского и ресторанного бизнеса. Москва, 1997.
13. А.П. Дурович. Маркетинг гостиниц и ресторанов. Москва, «Новое знание», 2005.
14. А.Б. Здоров. Экономика туризма. Москва, «Финансы и статистика», 2005.

15. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Москва, «Финансы и статистика», 2000.
16. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов. Москва, «Новое Знание», 2004.
17. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. Минск, «Новое Знание», 2000.
18. Квартальнов В.А. Иностраный туризм. Москва, «Финансы и статистика», 1999.
19. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Москва, «Проф-ОбрИздат», 2001.
20. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства. Москва, «Экономика», 2000.
21. А.В.Сорокина. Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах. Москва, «Альфа М Инфра М», 2006.
22. Туризм и гостиничное хозяйство. Под ред. Чудновского А.Д., Москва, «Тандем», 2000.
23. Уокер Джон. Введение в гостеприимство. Пер. с англ. Москва, «ЮНИТИ», 1999.
24. История США, том 4, Москва, «Наука», 1987.

**საგამომცემლო უზრუნველყოფა:
საგამომცემლო სახლი „ინოვაცია“**

დირექტორი:	ზაურ ნაჰყეზია
ტექნიკური რედაქტორი:	ლევან ბოჭორიშვილი
ოპერატორი:	სოფო ძილიშთარი
კორექტორები:	ქეთევან ჭახნაძია ზვანცა შანავა

მისამართი: თბილისი, ძმები კაკაბაძეების ქ. №22
ტელ: (899) 56-14-57; 98-39-30; 98-71-25; 92-25-23.

Email: inovacia@caucasus.net