

ლარისა დოლიკაშვილი

სასტუმროს მენეჯმენტი



სასტუმროს ოთახების მართვის
დეპარტამენტი

Department of Hotel Room Management

ნაწილი II

თბილისი 2021

სახელმძღვანელო მომზადებულია საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი სეუ-ს მხარდაჭერით

სახელმძღვანელო - „სასტუმროს მენეჯმენტის I ნაწილი“, რომელიც გამოიცა 2017 წ-ს სასტუმროს ყველაზე დიდი დეპარტამენტის, დიასახლისის სამსახურის (Housekeeping Department) ფუნქცია მოვალეობებით, ორგანიზაციულ – მმართველობითი სტრუქტურითაა წარმოდგენილი. რომლის გაგრძელებასაც წარმოადგენს „სასტუმროს მენეჯმენტი (ოთახების მართვის დეპარტამენტი) ნაწ. II“ სადაც განხილულია: სასტუმროების განვითარების ეტაპები, ცნობილი ოტელიერების პერსონალური და ბიზნეს პროფილები, სასტუმროების დასხვა განთავსების საშუალებების კლასიფიკაცია, თანამედროვე განთავსების საშუალებათა ყველაზე გავრცელებული ტიპები, სასტუმროთა დიფერენციაციის საერთაშორისო კრიტერიუმები, სასტუმროს ოთახების ტიპები და კატეგორიები, სასტუმროების მართვის თანამედროვე ფორმები და ტექნოლოგიები, სასტუმროს სტრუქტურა (ინტერიერი და ექსტერიერი), ოთახების მართვის დეპარტამენტის პერსონალის ფუნქცია-მოვალეობები

განკუთვნილია უმაღლესი და პროფესიული სასწავლებლების სტუდენტებისათვის, სასტუმროს მენეჯმენტით დაინტერესებული სპეციალისტებისა და მკითხველთათვის.

ნაშრომის შესრულებაში გაწეული კონსულტაციებისა და მხარდაჭერისათვის უდიდეს მადლობას ვუხდით სასტუმრო „რედისონ ბლუ ივერია თბილისის „ მიღება - განთავსების მენეჯერს, აჭარა ჯგუფის კლასტერ მიღება-განთავსების დირექტორს (სასტუმრო **ჰოლიდი ინს თბილისი**, სასტუმრო **რუმს თბილისი**, სასტუმრო **რუმს ყაზბეგი**, „**ფაბრიკა**“ **ჰოსტელი**) სასტუმრო **თბილისი მარიოტის** ოთახების მართვის დეპარტამენტის ყოფილ მენეჯერს **ბნ. დავით ჭავჭავანიძეს** - ამჟამად , სასტუმრო „**შერატონ ნურ-სულთანის**“ ოთახების მართვის დეპარტამენტის დირექტორს (ყაზახეთი).

პროექტში ჩართულობისა და დახმარებისათვის ასევე დიდი მადლობა საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტის (სეუს) კურსდამთავრებულებს: **ანა ალფაიძეს, ანა სოიანს და კობა კობაიძეს.**

რედაქტორები: **ლარისა ყორღანაშვილი** - ეკონომიკის მეცნიერებათა დოქტორი, პროფესორი, საქართველოს ეკონომიკურ მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი.

თამარ თამარაშვილი - ისტორიის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი.

რეცენზენტები: **მ. ვასაძე** ეკონომიკის დოქტორი, პროფესორი .

ნ. ანდლულაძე - სასტუმრო „ბილთმორ თბილისის“ საზოგადოებრივი სივრცის მენეჯერი .

ნ. ბარბაქაძე - “შერატონ ბათუმის” ადამიანური რესურსების მართვის ასისტენტ მენეჯერი.



ლარისა დოლიკაშვილი ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, პროფესორი.

1988 წელს დაამთავრა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი; 1991 წელს საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის პ. გუგუშვილის სახ. ეკონომიკის ინსტიტუტის ასპირანტურა; 1998 წელს ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში დაიცვა დისერტაცია - "საქართველოს სასტუმროების მეურნეობის ეკონომიკური ეფექტიანობა"; 2003 წ-დან არის საქართველოს ტექნოლოგიურ მეცნიერებათა აკადემიის წ/კ; და 2009 წ-დან საქართველოს ბიზნესის მეცნიერებათა აკადემიის ნამდვილი წევრი; გამოქვეყნებული აქვს ორმოცზე მეტი სამეცნიერო ნაშრომი და წიგნები: თანაავტორობით: "საერთაშორისო მარკეტინგი", "ტურიზმის მარკეტინგი", "სტრატეგიული მენეჯმენტი", "საქმიანი ურთიერთობები", "ეტიკეტი და კორესპონდენცია", "ტურიზმის ეკონომიკა", "ტურიზმის საფუძვლები, თეორია, ტესტები, პრაქტიკული სავარჯიშოები", "ტურიზმის მენეჯმენტი", "სასტუმროს მენეჯმენტი - ნაწ. 1".

Larisa Dolikashvili, Doctor of Academic Economics, Professor.

In 1988 Graduated Tbilisi State University;

In 1991 P. of the Georgian Academy of Sciences. Name Gugushvili . Economics Institute ;

In 1998 Tbilisi State University defended his thesis on " The Economic Efficiency of the Hotel industry";

2003 - Academy of the Technological Sciences; Is called a/k;

2009. Is a member of the Academy of Sciences of the business;

She has published over 45 scientific papers and books:

Co-authored: "International Marketing", "Tourism Marketing, "Strategic Management", "Business Relationships", "Etiquette and correspondence," "Tourism Principles,theory, tests, practical exercises" ,"Tourism Management" ," Hotel Management – P. 1".

შინაარსი

1. სასტუმროების განვითარების ეტაპები	6
1.1. უძველესი სასტუმრო ტიპის სახლები	6
1.2. საქართველოში სასტუმროების განვითარების ისტორია	14
2. ცნობილი ოტელიერების პერსონალური და ბიზნეს პროფილი	27
2.1. ცეზარ რიტცი და ოგიუსტა ესკოფიე	27
2.2. ელსვორტ მილტონ სტატლერი და ბირტოლდ კემპინსკი	31
2.3. კორნარდ ჰილტონი, ჯონ უილარდ მერიოტი და ჩარლზ კემმონს უილსონი	34
3. განთავსების საშუალებათა ყველაზე გავრცელებული ტიპები მსოფლიოში	42
4. სასტუმროს გამორჩეული თავისებურებები და მომსახურებისათვის გასათვალისწინებელი უპირატესობანი	57
4.1. სასტუმროს ექსტერიერი და ინტერიერი	57
4.2. სასტუმროს ნომრები და დერეფნები	64
4.3. სასტუმროს რესტორნები და საკონფერენციო დარბაზი	66
4.4. ადმინსტრაციული ოფისი და სამეურნეო სათავსი	68
4.5. სასტუმროს მართვის სისტემები	73
5. სასტუმროთა დიფერენციაციის საერთაშორისო კრიტერიუმები	76
5.1. სასტუმროთა დიფერენციაცია მომსახურების სახეების მიხედვით	76
5.2. სასტუმროების და განთავსების სხვა საშუალებების კლასიფიკაცია	80
6. სასტუმროს ოთახების ტიპები და კატეგორიები	94
6.1. სასტუმროს ოთახების ტიპები	94
6.2. ნომრების კატეგორიები	104

7. სასტუმროების მართვის თანამედროვე ფორმები და ტექნოლოგიები	108
7.1 სასტუმროების კლასიფიცირება მართვის სტილის მიხედვით	108
7.2. სასტუმროების მართვის ყველაზე გავრცელებული ფორმები	111
7.3. სასტუმრო კონსორციუმები	119
7.4. მმართველობითი კომპანიები	120
8. სასტუმროს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა	123
8.1. სასტუმროს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურის გავრცელებული ტიპები	123
8.2 . სასტუმროს გენერალური მენეჯერი და აღმასრულებელი კომიტეტი	131
9. სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტი (Room Division)	138
9.1. სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტის (Room Division) ორგანიზაციული სტრუქტურა	138
9.2. სასტუმროს კონსიერჟის (Concierge), შვეიცარის (კარისკაცი - Doorman), მეზარგულის (Bellboy), ბათლერის (butler) ფუნქცია-მოვალეობები	142
10. სასტუმროს მიღება-განთავსების დეპარტამენტი (Front Office Department)	149
10.1. მიღება-განთავსების დეპარტამენტის სამუშაო ადგილის ორგანიზება და სტანდარტული აღჭურვილობა	149
10.2. მიმღების სამსახურის დილის, საღამოს და ღამის ცვლა	154
11. სასტუმროს დაჯავშნის დეპარტამენტი (Reservation Department)	160
11.1 ნომრების დაჯავშნა	160
11.2 სასტუმროში სტუმრის მიღება/განთავსება - ანგარიშსწორება/გაწერა (Check-in; Check-out)	165
გამოყენებული ლიტერატურა	177

თავი I. სასტუმროების განვითარების ეტაპები

1.1. უძველესი „სასტუმრო ტიპის სახლები“

პირველი სასტუმრო (ქარვასლები), წარმოიშვა მოგზაურთათვის შორეულ წარსულში 2000 წლის წინ ჩვენს ერამდე, ძველ აღმოსავლურ ცივილიზაციებში. ძველი საბერძნეთის და განსაკუთრებით ძველი რომის დროს განვითარდნენ სასტუმროები - ხანი, იამი, ინი, საფოსტო სადგურები. ისინი წარმოადგენდნენ უძველეს განთავსების საშუალებებს მოგზაურების, ვაჭრების, მომლოცველებისა და მსახიობებისათვის .

საუკუნეების მანძილზე განთავსების საშუალებების სახე არ იცლებოდა, ძირითადად ის წარმოადგენდა ორსართულიან შენობას - საცხოვრებელსა და სადგომებს - ცხოველებისათვის. ხშირად, პირველ სართულზე იყო ტავერნა და მეორეზე საძინებელი. შუა საუკუნეებში ამ კომპლექსს დაემატა ღია და დახურული გალერეა, სადაც ეწყობოდა თეატრალური წარმოდგენები. სასტუმროს მეპატრონეები ამდაგვარ სასტუმროებში ხსნიდნენ საყოფაცხოვრებო მომსახურების ობიექტებს. ასეთი სასტუმროები იყვნენ თანამედროვე სასტუმროების წინაპრები.



სასტუმრო ინდუსტრიის განვითარების ისტორიული ეტაპები ასახავენ მსოფლიო ცივილიზაციის განვითარებას. იმპერიალისტური ომები, მეოცე საუკუნის დიდი დეპრესიები, აფერხებდნენ მათ განვითარებას.

საქართველო თავისი გეოგრაფიული მდებარეობის გამო, უძველესი დროიდან დასერილი იყო სხვადასხვა მიმართულების სავაჭრო გზებით. სავაჭრო გზებისა და ვაჭრობის ის სურათი, რომელიც უძველესი დროიდან საქართველოში წერილობითი წყაროებითა და არქეოლოგიური მასალით დასტურდება, წარმოუდგენელი იყო გზებზე დასასვენებელი ადგილებისა და მგზავრებისადმი სათანადო ზრუნვის გარეშე. სწორედ უძველესი დროიდან იღებს სათავეს საქართველოში სასტუმროების ტიპის სახლების მშენებლობა სახლებისა, რომლებიც სხვადასხვა დროს ფუნქციონირებდნენ სხვადასხვა სახელწოდებით როგორცაა: იამი, მანძილი, ასპინძა, მილიონი, ფუნდუკი, ქარვასლა, სასვენია, ხანი, სამადლო. აქედან ქართულია, ჩვენი

აზრით, მხოლოდ სასვენია, ხანი და სამადლო. იამი - მონღოლურ-თურქული წარმოშობისაა, ფუნდუკი - ბერძნული, მანძილი - არაბული, ქარვასლა - სპარსული.¹ საქართველო თავის ისტორიულ წარსულში არასოდეს ისეთ ხელსაყრელ პოლიტიკურ გარემოში არ მოქცეულა, როგორც ამას ადგილი ჰქონდა X-XII სს-ში. ამ დროს ჰქონდა საქართველოს ინტენსიურ კულტურული ურთიერთობები, აღმოსავლეთის, დასავლეთის, სამხრეთისა და ჩრდილოეთის ქვეყნებთან, ამ დროს ჩვენი ქვეყანა ოთხივე მხრიდან გზებით დაიქსელა.

ერთ-ერთი მათ შორის ცნობილი იყო უძველესი გზა „აბრეშუმის გზის“ სახელწოდებით, გზისა, რომელიც იწყებოდა შავი ზღვიდან (თანამედროვე სოხუმის რაიონში) და კავკასიის ქედის გადაჭრით, ალბანეთის გავლით (აზერბაიჯანი) მიემართებოდა შორეულ ინდოეთში.



წყარო : <https://www.google.com/search?>

ვინაიდან ვაჭრობა პრაქტიკულად ხორციელდებოდა სახმელეთო-საქარავნო და საზღვაო გზით, საქარავნო გზებზე ყოველი ერთი დღის სავალზე შენდებოდა სასტუმროების ტიპის სახლები. XII-XVI სს-ში გენუისა და ვენეციის ექსპანსიების დროს ვაჭრები და მოგზაურები ჩერდებოდნენ სპეციალურ სასტუმრო სახლებში. ნანგრევები, რომელიც შემონახულია ახალ ათონში, გაგრასა და სხვა ქალაქებში, ცნობილია გენუელებისა და ვენეციელების კომპლექსური სასტუმროების სახელწოდებით. საქართველოს დასავლეთ ნაწილში, კერძოდ აჭარლებსა და ლაზებში არსებობდა ტრადიცია დიდი ხნით ადრე სასოფლო სასტუმროების მშენებლობისა XIX ს-მდე. არსებობს ცნობა, რომლის მიხედვითაც მტკიცდება, რომ საგზაო სასტუმროები თავისი მოწყობილობით ჩვენში იყო მონღოლთა მიერ სახელგანთქმულ „იამების“ შემოღებამდის დიდი ხნით ადრე. მონღოლთა „დამსახურება“ აქ მხოლოდ ის არის, ეს ქართული სასტუმროები, მონღოლთა მფლობელობის დამყარების შემდეგ მათ მიერ „იამებად“ ქცეულნი, გზის ახლო მცხოვრები ჩვენი მოსახლეობის ეკონომიკური განადგურების მიზეზი გახდა. ეს იმიტომ, რომ ამ დროისათვის მგზავრთა შენახვა-მომსახურება გზისპირა მოსახლეობის ვალდებულებას შეადგენდა.²

¹ ნ. ბერძენიშვილი, გზები რუსთაველის ეპოქის საქართველოში. გვ. 16. თბ.,1966

² ნ. ბერძენიშვილი, გზები რუსთაველის ეპოქის საქართველოში. გვ. 119. თბ.,1966

მოგზაურობა და გზა არ იყო მხოლოდ გზა და მარტოოდენ მგზავრობა, ის გრძელდებოდა რა თვეობით და წლობითაც, იყო დიდი ცხოვრება, იძლეოდა ფართო გამოცდილებას და მრავალმხრივ ინფორმაციას; ამ ქვეყნად ხეტიალი, მოგზაურობა სამყაროს მშვენიერების შეგრძნებისა და თვითშემეცნების განვითარების უმთავრეს საშუალებას წარმოადგენდა. მგზავრობის წყურვილისა და მისწრაფების რეალიზაციას ადამიანი გამოყავდა თემობრივი კარჩაკეტილობისა და უძრაობის მდგომარეობიდან, რათა ის მთელი მსოფლიოს მრავალფეროვნებას, სილამაზეს, სიმდიდრეს და, რაც მთავარია, ცოდნასა და გამოცდილებას, სიმართლესა და ჭეშმარიტებას ეზიარებოდა. მე-18 ს-მდე სასტუმრო სახლის აღმნიშვნელ ტერმინად ფუნდუკი იხმარებოდა. (ფუნდუკი ჩნდება მე-9 -მე-12 საუკუნეებიდან, ბერძნული სიტყვა - „პანდიოქიონიდან“ გავრცელდა. ერთგვარი სასტუმრო, სადაც მექარავნენი ისვენებდნენ და აბინავებდნენ სავაჭრო საქონელსაც. ფუნდუკი საქარავნო მაგისტრალის აუცილებელ ნაგებობას წარმოადგენდა, რომელსაც გააჩნდა სათანადო საშუალებანი მექარავნეთა დაბინავებისა და მათი უსაფრთხოების შექმნისთვის).³

საქართველოში, ძველი ისტორიული წყაროები გარკვეულ წარმოდგენას გვიქმნიან იმ დროინდელი ფუნდუკების მდგომარეობაზე. ეს ტერმინი მე-11 - მე-12 საუკუნეებით დათარიღებულ წერილობით წყაროებში გვხვდება. მაგალითად, არსებობს წერილობითი ცნობები, რომ ქარავანთა შეუფერხებელი მიმოსვლისათვის, სამეფო ხელისუფლება XII ს-ში ეწევა გზათა სათანადო მშენებლობას, ქართველ მეფეებს ძლიერების ხანაში კარგად ესმოდათ გზების მოვლა-პატრონობისა და უსაფრთხოების საჭიროება და დიდ ხარჯებსაც იღებდნენ გზების შესაკეთებლად, ახლის გასაყვანად, ხიდებისა და ფუნდუკ-ქარვასლების ასაშენებლად. ქართულ ისტორიულ წყაროებში ასევე ვკითხულობთ, რომ თამარმა ჯავახეთიდან თრიალეთში გადასასვლელ უღელტეხილზე რამდენიმე ფუნდუკი ააგებინა. ლაშა-გიორგის დროინდელი მემატიანე თამარის მოღვაწეობის დახასიათებისას აღნიშნავს, რომ „ქარავანსა ვერვინ მარცვავდა ამერი და იმერი“. ბატონიშვილი ვახუშტი საქართველოს სამეფოს აღწერისას აღნიშნავს: „...აქეთ და იქით ქციის კიდესა ზედა არს ფუნდუკი დიდნი და კეთილნი, თლილის ქვისანი...“ ხოლო თუ როგორი იყო ფუნდუკების მშენებლები ძველ საქართველოში ვახუშტი ახასიათებს: „ხუროთმოძღვარი, ამისა ხედისა იყო სრულიად ხელოსანი და შენობა-სასახლეთა და ეკლესიათა, ხიდთა და ფუნდუკთა“.⁴

ისტორიული წყაროს ეს მითითება უდავო დადასტურებაა ცენტრალური ხელისუფლების ზრუნვისა საქარავნო მიმოსვლის მშვიდობიანი უზრუნველყოფისათვის. ასე, რომ XI-XII საუკუნეებში საქართველოში არსებული კეთილმოწყობილი განთავსების სასუალებები და დაცული გზები ნორმალური სავაჭრო ურთიერთობების აუცილებელი პირობათაგანი იყო. XVIII ს-დან გვხვდება

³ <http://www.nplg.gov.ge/gwdict/index.php>

⁴ ს.ყაუხჩიშვილი. ქართლის ცხოვრება, ბატონიშვილი ვახუშტი, აღწერა სამეფოსა საქართველოსი, ტ. IV. თბ., 1973 გვ. 324, 23

მანამდე არსებულ სასტუმროებთან შედარებით უფრო კეთილმოწყობილი სასტუმროები, რომელსაც ქარვასლას უწოდებდნენ. „ქარავან-სარაი“ სპარსული სიტყვაა და გზისპირა სასტუმროს ნიშნავს. ქარვასლები ემსახურებოდნენ მგზავრებს, ვაჭრებს, ქარავნებს, რომელთა მისაღებად მათ ჰქონდათ სასტუმრო ოთახები, საწყობები, მაღაზიები, დარბაზები და ეზოები ქარავნების დასაყენებლად და სხვა. ქარვასლებში გაჩერებული ვაჭრები საქონლის ფასის 1/4-ს ბაჟში იხდიდა.⁵

ჩვენებური ქარვასლები სავსებით განსხვავებულები იყვნენ სპეციალური ადათებითა და ჩვეულებებით სხვებისაგან, აქ გარდა იმისა, რომ ჰყიდნენ და ყიდულობდნენ წარმოდგენილ საქონელს, ადგილობრივი და სხვა ქალაქებიდან ჩამოსული ვაჭრები სდებდნენ გარიგებებს საქონელზე, რომელიც სახეზე არ იყო წარმოდგენილი, წყდებოდა სხვადასხვა საქონელზე ფასების აწევისა და დაკლების და თვით ამა თუ იმ ვაჭრის რეპუტაციის საკითხი. ქარვასლებში მრავლად იყვნენ მწერლებიც, თბილისში სხვადასხვა საქმეზე ჩამოსულ პირთა საიდუმლო მრჩევლები, ადმინისტრაციულ, საგამომძიებლო და სასამართლო ორგანოების გადაწყვეტილებათა შემფასებლები.

ქარვასლები ამასთანვე საერთოდ ყოველგვარი ინფორმაციის თავისებური ცენტრები იყვნენ. აქ ადამიანს შეეძლო გაეგო არა მხოლოდ ადგილობრივი, თბილისისა და საერთოდ კავკასიის შესახებ ინფორმაცია და არა მხოლოდ კომერციული ამბები, არამედ აგრეთვე მრავალი პოლიტიკური, ადმინისტრაციული მოვლენისა და თვით უცხოეთის ქვეყნების ვითარების თაობაზედაც საინტერესო ცნობები.

ქარვასლებში მოდიოდა, როგორც ევროპიდან - ყულევის (მდებარეობს ოდიშის დაბლობზე, მდინარე ხობის შესართავთან, შავი ზღვის ნაპირას)⁶ გზით - ლონდონიდან, პარიზიდან, ჰამბურგიდან, კონსტანტინეპოლიდან და სხვა. ასევე აზიის ქვეყნებიდან: სპარსეთიდან, თურქეთიდან, თვით ინდოეთის ქალაქებიდან - ნახიჭევანზე გამოვლით. ამიერკავკასიაში შემოტანილი უცხოური საქონლის ერთი მესამედი მოდიოდა თბილისის ქარვასლაში და მერე აქედან ხდებოდა მათი გადანაწილება სხვადასხვა ქალაქებში. თბილისის მოსახლეობა კი ყიდულობდა ამიერკავკასიაში რეალიზებული მთელი უცხოური საქონლის თითქმის ერთ მეოთხედს.⁷

როგორც ისტორიული წყაროებიდან დასტურდება ამ დროისათვის საქართველოში ადგილობრივი მოსახლეობის გარდა ძალიან ბევრი უცხოელი იყო ჩამოსული. ფრანგი მოგზაური ჟან შარდენი XVII ს-ის 70-იანი წლების თბილისის აღწერისას აღნიშნავს: „თბილისი აღმოსავლეთის ერთ-ერთი ულამაზესი ქალაქია, მჭიდროდ დასახლებული, თბილისში უფრო მეტ უცხოელს შეხვდებით, ვიდრე სხვაგან სადმე“. 1671 წლით დათარიღებულ მის ჩანაწერებში ვკითხულობთ:

⁵ ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია. თ. X, თბ., 1986, გვ. 478.

⁶ პაატა ცხადაია, სამეგრელოს გეოგრაფიული სახელწოდებანი. ხობის რაიონი. ქ. ფოთი. თბ. 2007

⁷ პ. გუგუშვილი, საქართველოსა და ამიერკავკასიის ეკონომიკური განვითარება XIX სს-ში, ტ. VI. თბ., 1975, გვ. 406

„თბილისში არის კარგად მოვლილი შენობები, ბაზრები, ქარვასლები და ის ადგილები, სადაც უცხოელი სტუმრები ჩერდებიან.“

ამაზე უფრო ადრე 1663 წლის 7 ივლისით დათარიღებულ წერილში იტალიელი მოგზაური ანდრია ეპიფანე თბილისის შესახებ რომს ატყობინებდა: „აქ ძლიერ ბევრი ხალხია, აქაური მკვიდრის გარდა, აუარებელი ვაჭრები არიან აღმოსავლეთიდან მოსული“. XIX ს-ის 30-იან წლებში აღმოსავლეთის და დასავლეთის შორეულ ქვეყნიდან მოსული ქარავნები განსაკუთრებულ დაღს ასახავს და ძალზე აცხოველებს ამ თავისებურ სასტუმროებს, სადაც ესოდენ განსხვავებული ხასიათის და ქვეყნების ვაჭრები თითქოს ერთ ოჯახად ცხოვრობდნენ.^{8,9}

ქარვასლების უმეტესობა ძველ თბილისში სხვადასხვა ბაზრის ტერიტორიაზე სტიქიურად იყვნენ გაბნეულნი. ყველაზე საუკეთესო ქარვასლები სიონის საკათედრო ტაძრის მიმდებარე ტერიტორიაზე იყო აშენებული და დღესაც მათი ნაწილი სწორედ აქაა შემორჩენილი. მოხერხებული ადგილმდებარეობა იმდროინდელმა ქარვასლების მფლობელებმა ძალიან კარგად იცოდნენ შემოსავლის გაზრდის შესაძლებლობას რომ აორმაგებდა.

ძველ ისტორიულ წყაროებში მოიპოვება მონაცემები სიღნაღის, გრემის და საქართველოს იმდროინდელ ქალაქებში არსებული ქარვასლების შესახებ. ყველაზე მეტი ისტორია თბილისის ქარვასლებზეა შემორჩენილი.

1650 წლიდან სიონის ტაძრის ახლოს მდებარეობდა როსტომ მეფის ქარვასლა. ქარვასლას ჰქონდა 62 სასტუმრო ოთახი, 30 სავაჭრო დუქანი, საქონლის საწყობები, ღვინის სარდაფი, ამავე შენობაში იყო მოთავსებული 15 სხვადასხვაგვარი სახელოსნო. ჰქონდა დიდი ეზო მოსული ქარავნებისათვის. მეფემ მოგვიანებით ქარვასლა თბილისელ ეპისკოპოსს თბილელს გადასცა. მე-18 საუკუნის დამდეგიდან იგი „თბილელის ქარვასლად“ იწოდებოდა.

1795 წელს ეს შენობა თბილისში ალა მაჰმად ხანის შემოსევისას დაინგრა. 1818 წელს იმავე ადგილზე ახალი ქარვასლა თბილისელმა ვაჭარმა არწრუმმა ააშენა. ეს იყო სამსართულიანი შენობა 33 სასტუმრო ოთახით და 25 დუქნით. მას ჰქონდა მკერავთა და მეწაღეთა სახელოსნო, ევროპული და აზიური ქსოვილების მაღაზია, შიდა ეზოში შადრევანი და აუზი. 1855 წელს ქარვასლაში ძლიერი ხანძარი გაჩნდა, მალე შენობას ხანძრისგან მიყენებული დაზიანებები მოაშორეს და მთლიანად განაახლეს. 1912 წელს ქარვასლა თბილისელმა ძმებმა აფრიკანცებმა იყიდეს და სიონის ქუჩის მხრიდან ფასადი შეუცვალეს. თავის ფუნქციას ქარვასლა მეოცე საუკუნის დასაწყისამდე ინარჩუნებდა. 1985 წლიდან შენობაში იოსებ გრიშაშვილის სახელობის თბილისის ისტორიის მუზეუმი მოთავსებული.

⁸ მ. თამარაშვილი, ისტორია კათოლიკობისა, თბ., 1902, გვ. 225

⁹ ჟან შარდენი, მოგზაურობა საქართველოში. თბ., 1935. გვ. 82



„თბილისის ქარვასლის“ სამხრეთ - დასავლეთით ვახუშტის გეგმის მიხედვით „მელიქის ქარვასლა“ მდებარეობდა, რომელიც ასევე აღამაჰმადხანის შემოსევისას დაინგრა. მის ნანგრევებზე თეკლა ბატონიშვილმა ისევ ააგო სასტუმრო სახლი, რომელსაც „თეკლას ქარვასლას“ ეძახდნენ.

ჟაკ ფრანსუა გამბა ფრანგი მოგზაური, ვაჭარი და თბილისში საფრანგეთის კონსული, XIX ს-ის 20-იანი წლების თბილისის ქარვასლების საქმიანობის შესახებ წერს: „აქლემებისა და ცხენების განუწყვეტელი შესვლა – გამოსვლა, ამდენნარი, სულ სხვადასხვა ქვეყნიდან ჩამოტანილი, საქონლის შემოზიდვა, ყველაფერი ეს თავისებურ იერსა და უაღრეს სიცხოველეს ანიჭებს ამ სასტუმროებს, რომლებშიც სხვადასხვა ქვეყნისა და ამდენ განსხვავებულ ენაზე მოლაპარაკე ვაჭრები ერთ თემად ცხოვრობენ. ბინა და საქონლის დაწყობა აქ უფასოა, მაგრამ ნაყიდი და გაყიდული საქონლისთვის ქარვასლის პატრონს საკომისიოდ თითო პროცენტს უხდიან“.

1820 წელს გაიხსნა სარქისოვის ქარვასლა. ქარვასლაში იყო 30 სასტუმრო ოთახი, 73 დუქანი, საწყობი, სარდაფები.



1823 წელს სარაჯიშვილის ქარვასლა 18 სასტუმრო ოთახით, 9 საწყობით, 5 მაღაზიით თბილისის სიონის ტაძრის მიმდებარე ტერიტორიაზე გაიხსნა.

1828 წელს აშენდა მელიქოვის (მელიქიშვილის) ქარვასლა, 1847 წელს დაიწყო მშენებლობა ქარვასლა-თეატრის, რომელიც ნაწილობრივ ევროპულ და ნაწილობრივ აზიურ სტილზე

კეთილმოწყობილი ოთხ სართულიანი შენობა იყო. ის ისტორიაში თამამშევის ქარვასლის სახელით შევიდა (1850წ.) რომელიც დღევანდელი თავისუფლების მოედნის ნაწილს იკავებდა. მეოთხე სართულზე ოცზე მეტი მაღაზია იყო განთავსებული, მესამე სართულზე იყო თეატრი და ბიბლიოთეკა. მეორე სართულზე ოცდაათამდე დუქანი, პირველზე კი სასტუმრო ოთახები და სავაჭრო სათავსები. 1874 წელს ხანძრის შედეგად მთლიანად განადგურდა იმ დროისათვის ერთ-ერთი პირველი თანამედროვე დასასვენებელი და კულტურული ცენტრი თბილისში.

ყველაზე დიდი ქარვასლა ჰქონდა ზუბალაშვილებს (1843წ.) 71 სასტუმრო ოთახით, 10 სავაჭრო მაღაზიით.

თბილისურ ქარვასლებს შორის მე-19 ს-ში გამოირჩეოდა ჰალათოვის ქარვასლა, რომელიც მდებარეობდა მტკვრის სანაპიროზე, (ამჟამად ვახტანგ გორგასლის ქუჩა), შენობა იყო ოთხსართულიანი, ფერადი აგურის ქვით ნაშენი. მას ჰქონდა შემნახველი საკნები საქონლისათვის და ნომრები 365 ადგილით, წლის ყოველი დღის მიხედვით. ქარვასლის შიდა ეზოში ხდებოდა ქარავნების დატოვება და ჩამოტვირთვა, ქარვასლა მთლიანად აღჭურვილი იყო წყალგაყვანილობით და კანალიზაციით.

ამ შენობამ მოაღწია მე-20 ს-შიც, 1930 წელს ამ რაიონში ჩატარდა სარეკონსტრუქციო სამუშაოები და ყოფილ ქარვასლის ადგილას აშენდა ბალნეოლოგიური კურორტი.¹⁰

1850 -1855 წლებში თბილისში 13 დიდი ქარვასლა იყო: ბატონიშვილის, არწრუნის, ბებუთოვის, მელიქიშვილის, სარაჯიშვილის, ზუბალაშვილის, ვანქის ტაძრის, სარქისოვის, შოიევის, მირიძანოვის, სეროდინოვის, თამაშევის, ხოჯევანქის და ძალიან ბევრი პატარა ქარვასლები.¹¹



ყველაზე დიდი ქარვასლები კოტე აფხაზის (ყოფილი ლესელიძის ქუჩა) და თავისუფლების მოედნის მიმდებარე ტერიტორიებზე იყო.

მეოცე საუკუნის დასაწყისში თბილისელმა არქიტექტორმა ალექსანდრე ოზეროვმა ააშენა და იმდროინდელი მოდერნის სტილის შესაბამისად ააგო მანთაშევის ქარვასლა, რომელიც სომხის ბაზრის ქუჩაზე მდებარეობდა. გარდა სასტუმრო ნომრებისა მასში განთავსებული იყო ტანსაცმლის, ოქროულობის და სხვადასხვა აქსესუარების მაღაზიები, ეზოს ჰქონდა შადრევანი და დასასვენებელი მყუდრო ადგილები. ეს შენობა ყველაზე ბოლოს აშენებული ქარვასლაა, საბჭოთა პერიოდში აქ სხვადასხვა საყოფაცხოვრებო და სავაჭრო დანიშნულების ცენტრი გაიხსნა ერთ-ერთი მათგანი იყო თბილისის საუველირო ნაკეთობათა ცენტრი .

ქარვასლების ასეთი მრავალრიცხოვნობა ამ დროისათვის მარტო მომრავლებული სტუმრებით არ იყო გამოწვეული. ეს აიხსნებოდა იმიტაც, რომ: რუსეთთან დადებული ტრაქტატის შემდეგ საქართველოს მდგომარეობა არა თუ გაუმჯობესდა, პირიქით ქართველი მოწინავე წრეები ხედავდნენ, თუ როგორ თანდათან უარესდებოდა მდგომარეობა ყველა სფეროში, ვაჭრობის წაქეზების მიზნით ცარიზმის ხელისუფლება მიმართავდა მრავალგვარ ღონისძიებებს, მათ შორის

¹⁰ თბილისის საქალაქო არქივი. 156, აღწ.1. საქ. 233 ფურც. 83-85.

¹¹ კავკასიის კალენდარი. 1851წ. (რუსულ ენაზე) გვ.509

საქარაუნო ვაჭრობისა და თვით ქარვასლების გაზრდა-გაფართოების ცდებს. ეს ბაზრობა ხელს უწყობდა: რუსეთის მიერ ამიერკავკასიის ეკონომიკურ დაპყრობას, თბილისში რუსი ვაჭრების მოზიდვას, აქაურ ბუნებრივ სიმდიდრეთა გაცნობას და სხვა. ყველაზე მთავარ მომენტად რჩება ამ დროისათვის იმთავითვე დასახული ამიერკავკასიის ბაზრობაზე რუსეთის ფაბრიკებისა და მანუფაქტურების ნაწარმთა რეალიზაციისათვის ხელის შეწყობა. ადგილობრივი ნედლეულის თუ ნახევარფაბრიკატების მიწოდების ორგანიზაცია იყო ამასთანავე არაოფიციალური მიზანიც, აქ წამოსულთა გამდიდრება, რაც კორუფციის, მექრთამეობის, სახელმწიფო თუ კერძო შემოსავალთა, პირდაპირი და აშკარა ძარცვის გზით ხორციელდებოდა. ამიერკავკასიის რკინიგზის მთავარი მაგისტრალის ფოთი-თბილისი (1872 წ.) ბათუმი-თბილისი-ბაქო (1889 წ.) მშენებლობის დამთავრებამ გადატრიალება გამოიწვია ამიერკავკასიის შინაგან ვაჭრობაში,



ამ მხრივ აქ პირველ რიგში აღსანიშნავია ის მომენტი, რომ ფოთი-თბილისის რკინიგზის არსებობის პირველსავე წლებში ამიერკავკასიაში შემოტანილმა და რეალიზებულმა რუსეთის შიგა გუბერნიების საქონელმა უკვე გადაფარა უცხოური, კერძოდ კი ევროპული საქონლის საერთო რაოდენობა და ამით რუსეთის მიერ ამიერკავკასიის ეკონომიკურმა დაპყრობამ უკვე რეალური ხასიათი მიიღო. სარკინიგზო ხაზის გაყვანის შემდეგ ქარვასლამაც დაკარგა თავისი დანიშნულება. მე-19 საუკუნის ბოლოს დაიწყო სპეციალურად სასტუმროებისათვის განკუთვნილი შენობების აგება.

1.2 საქართველოში სასტუმროების განვითარების ისტორია

მე-19 საუკუნის ბოლოს და მე-20 ს-ის დასაწყისში დაიწყო სპეციალურად სასტუმროებისათვის განკუთვნილი შენობების აგება, რომლებიც საქართველოს ქალაქებში შემდეგი სახელწოდებებით არსებობდა: „გრანდ-ოტელი“ (1881), „ორიანტი“, „ფრანცია“, „ზალცმანი“, „ლონდონი“ (1875), „პალას-ოტელი“, „ვენეცია“, „ბო-მონდო“, „ვერსალი“ (1892წ), „ვიქტორია“, „მარსელი“, „ვარშავა“, „პარიზი“, „კავკაზი“, „ელიზავეტპოლი“, „ვეტცელი“, „პალმირა“, „მეტროპოლი“, „ლიონი“, „დანია“, „ევროპა“, „ბერლინი“, „ლივადია“, „იმპერიალი“, „დრეზდენი“, „დიუბეკი“, „ვარშავა“, „ბრისტოლი“ და სხვები. ეს საქართველოში ოდესღაც არსებული სასტუმროების მხოლოდ ნაწილია. ზოგიერთი შენობა ახლაც არსებობს როგორც სასტუმრო, ზოგიერთი სხვადასხვა ფუნქციით ან სულაც უფუნქციოდ. ამ სასტუმროებში მასპინძლობას საგანგებოდ აღწერდნენ თავიანთ ჩანაწერებში აქ ჩამოსული ცნობილი მწერლები თუ საზოგადო მოღვაწეები: ნობელის პრემიის ლაურიატი ნორვეგიელი მწერალი კნუტ ჰამსუნი, ინგლისელი მწერალი უოლტერ ჰარისი, აფრიკის მკვლევარი, ცნობილი მოგზაური და ჟურნალისტი ჰენრი მორტონ სტენლი, ინგლისელი ნატურალისტი ენტონი ბაქსტონი თუ ამერიკელი ჟურნალისტი ჯულიან რალფი.

თბილისში ყველაზე ძველ და ავეჯით გაწყობილ სასტუმროს ეკუთვნოდა სასტუმრო „პალასი“,¹² (ყოფილი ქარვასლა), რომელიც 1724 წელს თურქებმა დაანგრიეს, როცა მათ დაიპყრეს თბილისი, მას ჰქონდა 80 ოთახი სტუმრებისათვის. ამ ადგილზე შემდგომში ისევ ააშენეს ქარვასლა, რომელიც 1830 წელს მთავარმართველის განკარგულებით გადაეცა ზუბალაშვილს - სასტუმროს ასაშენებლად. მალევე, 1838 წელს იგი გადაკეთდა სასულიერო სემინარიად. 1914-15 წ.წ.-ში არქიტექტორ ა.ბილანიშვილის პროექტით ქვედა სართულების სავაჭრო სათავსოებად გამოყენების მიზნით ჩაუტარდა რეკონსტრუქცია. 1917 წელს სემინარია ისევ სასტუმრომ ჩაანაცვლა. 1923 წელს არქიტექტორ აბკსალიმოვის პროექტით კვლავ სასტუმროდ გადაკეთდა და ამავე პერიოდში დაერქვა „პალასი“. სხვადასხვა დროს სასტუმროს ერქვა „სამეფო ოთახები“ და „სასახლის სასტუმრო“. 1952 წლის 25 თებერვალს სასტუმრო გადაკეთდა მუზეუმად, დღემდე აქ საქართველოს ხელოვნების მუზეუმი განთავსებული.¹³

¹² თბილისის საქალაქო არქივი. ფ.156, აღწ.1. საქ.209 ფურც. 21-22

¹³ თბილისის საქალაქო არქივი. ფ.156, აღწ.1. საქ.233 ფურც. 83-85



სურ.1 წყარო: <http://www.city.kvira.ge/> (საქართველოს ხელოვნების მუზეუმი, ყოფილი სასტუმრო „პალასი“)

პირველ სასტუმროს მფლობელად თბილისში, როგორც ისტორიული წყაროებით დასტურდება ფრანგი ჟან პოლი ითვლება. სასტუმრომ 1818 წელს დაიწყო ფუნქციონირება, რომელიც მდებარეობდა კალაში, იმ დროინდელ “ტალახიან ქუჩაზე”, დღევანდელ ალექსანდრე დიუმას ქუჩაზე.

ზალცმანის სასტუმრო 1830 წელს გაიხსნა და რიყეზე მდებარეობდა. რიყეზე ცხოვრობდა გერმანიიდან ჩამოსული მიგრანტები, იქ მათ განსხვავებული, ევროპული სტილით ნაგები სახლები ჰქონდათ. ზალცმანმა სასტუმრო თავისივე აშენებულ საკუთარ სახლში გახსნა. სადაც ჩერდებოდნენ და ცხოვრობდნენ საქართველოში სხვადასხვა მიზნით ჩამოსული ევროპელები. სასტუმროს შესახებ წარმოდგენას გვიქმნის მათი სტუმრების ჩანაწერები, რომ მას პირველ სართულზე ჰქონდა საბილიარდე, განსაკუთრებული სტუმრებისათვის სალონი, მეორე სართულზე კი ნომრები ქონდა განთავსებული.

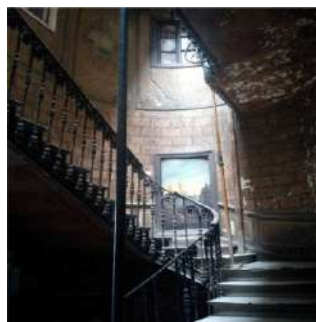
სასტუმრო “კავკაზი”¹⁴ ქალაქის უძველესი და საუკეთესო შენობა იყო. იგი 1858 წ. გაიხსნა. 1876 წ. სასტუმროს ორსართულიანი შენობა გადააკეთეს და კიდევ ერთი სართული დააშენეს. მან სწორედ იმჟამინდელი სახით მოაღწია 1992 წლის დამდეგამდე. რევოლუციამდე სასტუმრო შემდეგ კი საზოგადოებრივი დანიშნულების ნაგებობა იყო.¹⁵



¹⁴ www.google.ge/search - სასტუმრო „კავკაზი“

¹⁵ ლ.დოლიკაშვილი „საქართველოს სასტუმროების ეკონომიკური ევექტიანობა“ - დისერტაცია 1998წ. გვ. 16

სასტუმრო „ლონდონი“ - აშენდა არქიტექტორ ო.სიმენსენის პროექტით და ზუბალაშვილების დაფინანსებით. მას გერმანელი რიხტერების ოჯახი ამუშავებდა. თავდაპირველად კი ფრანგი ადმინისტრატორი ჰყავდა. „ლონდონი“ 1875 წელს გაიხსნა მადათოვის ქუჩის #21 სახლში (ახლანდელი ათონელის #31). ეს ტერიტორია ზუბალაშვილებს ეკუთვნოდა. 1896 წელს ის 28 ნომრისგან შედგებოდა, ოთახის ფასი ერთიდან ათ მანეთამდე იყო. 1914 წელს სასტუმროს უკვე კიდევ ორი ნომერი მიემატა. ძალიან მაღალი იყო მომსახურების სტანდარტები, მას ქონდა ყველაფერი რაც შეიძლებოდა შეეთავაზებინათ სტუმრებისათვის, ელექტროგანათება, მუსიკალური საკრავები, ულამაზესი ბროლის ჭალები, ფრანგულ, ინგლისურ და გერმანულ ენებზე მოსაუბრე პერსონალი. კავკასიაში გამორჩეულ სასტუმროდ იხსენიებდნენ მისი ცნობილი სტუმრები (ნორვეგიელი მწერალი კნუტ ჰამსუნი, რუსი კომპოზიტორი პეტრე ჩაიკოვსკი, ინგლისელი ჯორჯ კერზონი და სხვ.) პირველი მსოფლიო ომის დროს კ.ზუბალაშვილმა შენობა ხელისუფლებას გადასცა სამხედრო ლაზარეთის მოსაწყობად. 1960 წლიდან კი საცხოვრებელი სახლია - მისი მთავარი ღირსშესანიშნაობა - სადარბაზო ოვალური კიბით და ჭერის განათებით დღემდე თითქმის უცვლელადაა შემორჩენილი.



სურ 3. წყარო: <http://indigo.com.ge/articles/environment/zveli-tbilisis-sastumroebi>

სასტუმრო „ვეტცელი“ გაიხსნა 1900 წელს, მისი მფლობელები იყვნენ გერმანელი ვეტცელების შთამომავლები. მშენებლობა სამ წელს მიმდინარეობდა, პროექტი ეკუთვნის თბილისში მოღვაწე ავსტრიელ არქიტექტორს ლეოპოლდ ბილფილდს. იგი მდებარეობდა მიხაილის ქუჩის (ყოფილი პლეხანოვის 103-ში, დღევანდელი დავით აღმაშენებლის პროსპექტი). და ქსენიას (ახლა ზ. ჭავჭავაძის) ქუჩის კუთხეში. შენობა იყო სამი სართული, მას ქონდა მანსანდრა, ლიფტი, გათბობა, ელექტროგაყვანილობა, საბილიარდე, კეგელბანი, რესტორანი, თეატრი, ბაღი. რევოლუციის შემდეგ სასტუმრო ჩამოერთვა მის მეპატრონეს. შემდგომში მან მიიღო სახელწოდება “ნოე”, შემდგომში “ევროპა”. 1919 წელს შენობას ჩაუტარდა რეკონსტრუქცია. 1946 წელს რეკონსტრუქციის შემდეგ დაერქვა “რუსთავი”. შენობაში სასტუმრო 1970 წლამდე იყო გახსნილი. ახლა ის დაცლილი და უფუნქციოა.



სურ. 4. წყარო: //www.google.ge/search ყოფილი სასტუმრო „ვეტცელი“

„ვეტცელს“ მოჰყვა დღევანდელი სასტუმრო „თბილისი მარიოტი“, ყოფილი „თბილისი“, - უფრო ადრე მას „მაჟესტიკი“ ერქვა.

მე-20 ს-ის დასაწყისში თბილისში ახალი სასტუმროების მშენებლობა იწყება ან ძველ დიდი ზომის შენობებში თავსდება. 1910 წელს ორბელიანების სახლი (1840 წელს აგებული) გოლოვინის 15 -ში (დღევანდელი რუსთაველის გამზირი) ცნობილმა მეცენატმა და მეწარმემ მიქაელ არამიანცმა შეიძინა და 100 ნომრიან სასტუმროდ გადააკეთა. ეს შენობა მალევე არქიტექტორ ალექსანდრე ოზეროვის პროექტით მთლიანად შეცვალა და ერთ-ერთი საუკეთესო სასტუმრო „პალას-ოტელი“ გაიხსნა. 1918 წელს შენობაში ხანძარი გაჩნდა და კედლების გარდა სასტუმრო მთლიანად დაიწვა. 1924 წელს შენობას რეკონსტრუქცია ჩაუტარდა. საბჭოთა პერიოდში აქ კინოთეატრი „სპარტაკი“ ფუნქციონირებდა. 1927 წელს შენობა დაიკავა საქართველოს ცკ. კპ(ბ), რომელიც ეჭირა მას 1936 წლამდე, სხვადასხვა დროს ამ შენობაში იყო განთავსებული კინოთეატრი „სპარტაკი“, საქართველოს კულტურის სამინისტრო და სხვ. 1983 წლიდან დღემდე ამ შენობაში შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტია განთავსებული.



სურ. 5 წყარო: <http://www.city.kvira.ge/> ყოფილი სასტუმრო „პალას-ოტელი“,ამჟამად რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტი

არამიანცის სახელს უკავშირდება ასევე სასტუმრო „თბილისის“ მშენებლობა, რომლის ისტორია ასეთია: ადგილობრივმა თბილისელმა მდიდარმა ვაჭარმა

გადაწყვიტა თბილისში (გოლოვინისა და ბარიატინსკის ქუჩების კვეთაზე. ამჟამად რუსთაველის გამზირზე) აშენებინა სასტუმრო სახელწოდებით - “მაჟესტიკი”, რაც ნიშნავს დიდებულს.



სურ.6 წყარო://www.google.ge/search - სასტუმრო „თბილისი“ ამჟამად „თბილისი მარიოტი“

თავდაპირველი პროექტით შენობა ოთხ სართულიანია, რომლის ავტორი იყო არქიტექტორი ა.გ. ოზეროვი. მშენებლობა დაიწყო 1911 წელს. მშენებლობის პროცესში მოხდა პროექტის შეცვლა მისი გაუმჯობესების მიზნით - არქიტექტორ ტ. მიქელოვის ხელმძღვანელობით. მშენებლობა დამთავრდა 1915 წელს. მაგრამ ამავე წელს სასტუმრომ ფუნქციონირება ვერ დაიწყო. თუმცა გრან-პრით და ოქროს მედლით, სასტუმრო აშენებისთანავე დააჯილდოვეს პარიზში, როგორც ერთ-ერთი ყველაზე საუკეთესო სასტუმრო ევროპაში. სასტუმროს არქიტექტურაში გამოყენებულ იყო იტალიური რენესანსის ფორმები და მოტივები.

სასტუმროს შიდა მოწყობილობისა და აღჭურვილობისათვის ავეჯი და სხვა საჭირო ნივთები შეკვეთილ იქნა სტოკჰოლმში, ფირმა “სევერნაია კომპანიაში”. შეკვეთილი ავეჯის ნაწილი მიღებული იქნა და შენახული იყო სასტუმრო “პალას ოტელის” სარდაფში. 1917 წელს სასტუმრო “პალას-ოტელის” სარდაფში გაჩნდა ცეცხლი, რის შედეგაც ავეჯი მთლიანად განადგურდა. სტოკჰოლმიდან ავეჯის მეორე ნაწილი გაურკვეველი მიზეზების გამო ვერ ჩამოვიდა თბილისამდე. ამიტომ სასტუმრომ ვერ შეძლო ექსპლუატაციაში შესვლა და იგი პირველი მსოფლიო ომის დროს გადაკეთდა ლაზარეთად. რევოლუციის შემდეგ შენობას გაუკეთდა რეკონსტრუქცია და გადასცეს საქართველოს პროფკავშირების კომიტეტს. სხვადასხვა დროს შენობის პირველ სართულზე განთავსებული იყო გამომცემლობა “ტექნიკა და შრომა”, წიგნის და ჩაის მაღაზია, სასტუმროს ცოკოლში კი – კინოთეატრი “ლუქსემბურგი” ფუნქციონირებდა. 1935 წელს ხელახალი რეკონსტრუქციით გადააკეთეს სასტუმრო „თბილისად“. 1939 წლის 14 თებერვალს მან პირველი სტუმრებიც მიიღო, სასტუმრო იყო ყოფილი “ინტურისტის” დაქვემდებარებაში. 1991 წლის დეკემბერ-იანვრის ცნობილი მოვლენების გამო შენობა დაიწვა. მოგვიანებით არქიტექტორ ქურთიშვილისა და მეტრეველის პროექტით შენობას რეკონსტრუქცია ჩაუტარდა. 1996 წლიდან შენობა “ჯი-ემ-თი ჯგუფის” კომპანია – „ჯი-ემ-თი სასტუმროების“ მფლობელობაშია,

რომელმაც მის მართვაზე ხელშეკრულება გააფორმა მსოფლიოში სასტუმროების მართვის ერთ – ერთ ლიდერთან, ამერიკულ კომპანია „მარიოტ ინტერნეშენელთან“. 2002 წლის 26 სექტემბერს, შენობაში სასტუმრო „თბილისი მარიოტმა“ დაიწყო ფუნქციონირება.¹⁶

სასტუმრო „ორიანტი“¹⁷ (1991 წლის დამლევამდე მხატვრის სახლი). სასტუმროს ჰქონდა იგივე დასახელების რესტორანი, საცხოვრებელი ნომერ-კაბინეტები, ჰყავდა ეტლები მგზავრების გასაცილებლად. ნომრის ფასი 1 მან.-დან 5 მან.მდე ღირდა. უცხოელი სტუმრებისათვის ჰყავდათ თარჯიმნებიც.¹⁸ ამერიკელი ჟურნალისტი ჯულიან რალფი 1898 წელს გამოქვეყნებულ მოგონებებში წერდა: „ერთადერთი შესანიშნავი სასტუმრო, რომელიც ჩემი მოგზაურობის დროს ვნახე, იყო სასტუმრო „ორიანტი“ თბილისში. მას უძღვებოდა შვეიცარიელი ცოლ-ქმარი. ამ ადგილზე, რომელიც დიდი ხნის მანძილზე გავერანებული იყო კომპანია „მაგთიმ“ ააშენა მრავალფუნქციური კომპლექსი, იგი მოიცავს სახვითი ხელოვნების მუზეუმს, სასტუმროს, რესტორანს, საგამოფენო სივრცეს და სხვ.



სურ.7 წყარო: [//www.google.ge/search](http://www.google.ge/search) (ყოფილი სასტუმრო „ორიანტი“, ამჟამად სახვითი ხელოვნების მუზეუმი)

სასტუმრო „გრანდ-ოტელი“ გაიხსნა 1881 წელს. ყოფილი “მუხრანბატონის” კლუბის და სასტუმრო „ლონდონის“ ახლოს, (ახლანდელი ათონელის ქ.29 -ში) სასტუმროს გამოყოფილი ჰქონდა საცხოვრებელი ნომრები - კაბინეტებით, ეზო - ყვავილებითა და შადრევნებით, ცალკე დარბაზში იყო „ფრეიზბურგის“ ბილიარდებით, ხოლო ცალკე დარბაზები “სხვადასხვა თამაშობებისათვის“. სასტუმროს ყოველი ნომერი უცხოური ავეჯით იყო აღჭურვილი. ნომრის ფასი დღე-ღამეში 50 კაპიკიდან 1 მან. 50 კაპ.-მდე მერყეობდა. სასტუმრომ რამდენჯერმე გამოიცვალა მეპატრონე, ერთ-ერთი ბოლო მეპატრონე ი.გ. მამინიშვილი იყო.¹⁹

სხვადასხვა ისტორიული წყაროებით დასტურდება, რომ საქართველოს სხვა ქალაქებშიც გამოირჩეოდა სასტუმროების სიმრავლით:

¹⁶ თბილისის საქალაქო არქივი. ფ.156, აღწ.1. საქ.947-949, ფურც. 1-5. და 2. ლ. დოლიკაშვილი, „საქართველოში სასტუმროების ისტორიის სათავეებთან“. ჟურ. „ეკონომიკა.“ 1992.წ.#8-9)

¹⁷ ლ.დოლიკაშვილი „საქართველოს სასტუმროების ეკონომიკური ეფექტიანობა“ - დისერტაცია 1998წ. გვ. 17

¹⁸ საქართველოს კლენდარი,1896 წ. შედგენილი და გამოცემული ვ. გუნიასი (რუსულ ენაზე),გვ.28

¹⁹ თბილისის საქალაქო არქივი. ფ.156, აღწ.1. საქ.2058 ფურც. 5



სურ.8. წყარო: www.google.ge/search (ყოფილი სასტუმრო „გრანდ-ოტელი“ და „ლონდონი“, ამჟამად საცხოვრებელი სახლები)

ქ.ბათუმში ყველაზე საუკეთესო სასტუმროდ ითვლებოდა სასტუმრო “ორიენტალი”, რომელიც ზღვის პირას იყო აშენებული, მას ჰქონდა რესტორანი, სადაც სტუმრებს სთავაზობდნენ ადგილობრივ და ევროპულ კერძებს. სასტუმრო “ფრანცია” და „ბელვიუ“ მოთავსებული იყო “მიხაილის” ქაჩაზე, ისევე როგორც “ორიენტალი” ეს სასტუმროც კერძო იყო და მისი პატრონი ბახმეტოვი იყო. მას ჰქონდა 28 მშვენივრად მორთული ნომერი, სუფთა სამზარეულოთი და რესტორანით. აქ ჰყავდათ თარჯიმანიც, რომელებიც კარგად ფლობდნენ ევროპულ და აზიურ ენებს. სასტუმრო მოთავსებული იყო იმ დროსათვის ქალაქის ყველაზე საუკეთესო ადგილზე.



სურ.9. წყარო: www.google.ge/search და <https://oldbatumi.wordpress.com> (ყოფილი სასტუმროები “ფრანცია” და „ბელვიუ“-ბათუმში) /

საუკეთესო სასტუმროების რიცხვს ეკუთვნოდა ასევე ე.ს. ბერძენოვის სასტუმრო “იმპერიალი”.²⁰ ქ.ქუთაისში მე-20-ე ს-ის დასაწყისში ყველაზე საუკეთესო სასტუმროებს მიეკუთვნებოდა: “ზომონდი”, რომელიც მოთავსებული იყო ბულვარის პირდაპირ ანდრონიკოვის სახლებში. მას ჰქონდა ოცდარვა მშვენივრად მორთული ოთახი, სუფთა სამზარეულოთი, სასტუმროს ყოველი მხრიდან მოჩანდა მშვენიერი სანახაობრივი მიდამოები, ჩრდილოეთ დასავლეთის მხრიდან შეჰყურებდა უხიმერიონის მთას მდიდრულად შემკულ ბუნებას და მის ძვირფას ისტორიულ ნანგრევებს. აქვე იყო სასტუმროები “საქსონია”, “პალმირა”, და სხვები. ყველა ამ სასტუმროში შეიძლებოდა ღამის გათევა 50 კაპ.-დან 10 მან.-მდე, დღე-ღამეში. სასტუმრო “რიწა (სოხუმი) აშენდა 1914 წელს ინდივიდუალური პროექტით. იგი სასტუმროსათვის განკუთვნილ ფუნქციას ასრულებდა სოხუმში დატრიალებულ ომამდე, სასტუმრო იყო “უმაღლესი ბ” თანრიგის 56 ადგილითა და 28 ნომრით.

²⁰ საქართველოს კლენდარი, 1902 წ. შედგენილი და გამოცემული ვ. გუნიასი (რუსულ ენაზე), გვ.13



სურ.10. წყარო: //www.google.ge/search - სატუმრო „რიწა“ სოხუმი

რევოლუციის შემდეგ ეს სასტუმროები მის საკუთარ მფლობელებს ჩამოერთვათ და როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ ისტორიის ქარტეხილებით ზოგი მთლიანად განადგურდა ზოგი კი სხვადასხვა საზოგადოებრივ დაწესებულებებად გადაკეთებულმა დღემდე მოაღწიეს.

1930-იანი წლებისათვის საქართველოში შენდება ახალი სასტუმროები: ბათუმში “ 1 მაისი” - 1934 წ., ფოთში “კოლხეთი” - 1934წ., ზუგდიდში “ოდიში” - 1939 წ., ქუთაისში - “ქუთაისი” - 1940 წ., თბილისში - “საქართველო” - 1958წ., “კოლხეთი - 1958 წ., “აფხაზეთი” 1982 წ., “ივერია” - 1967 წ. და აჭარა” - 1976 წ. სოხუმში - “საქართველო” - 1963 წ. 1980-1989 წლებში ექსპლუატაციაში შედის ახალი სასტუმროები: ლაგოდეხში - “ჰერეთი” (103 ადგილზე), რუსთავში (269 ადგილზე), ცაგერში (75 ადგილზე), თერჯოლაში (75 ადგილზე), მცხეთაში (78 ადგილზე), სამტრედიაში (218 ადგილზე), გაგრაში (440 ადგილზე), ბათუმში (568 ადგილზე) და სხვები.²¹

როცა საქართველომ დამოუკიდებლობა გამოაცხადა ყოფილი “ინტურისტის” სასტუმროები საქართველოს ტურიზმის დეპარტამენტის კუთვნილებაში გადმოვიდა, მაგრამ იმპერიის მსხვერვის შედეგად ინსპირირებულმა პოლიტიკურმა არეულობებმა, ხელი შეუწყვეს ერთ დროს ქალაქის “სავიზიტო ბარათად” წოდებული სასტუმროების - “თბილისი”, “საქართველო”, “ივერია”, “აჭარა”, “აფხაზეთი” (თბილისი) “ალაშარა” (გუდაუთა, “გუმისთა” (გაგრა), “სოხუმი”, “ვოდოპადი”, “რიწა” (სოხუმი) და სხვების გაპარტახებას.

1996 წლის ბოლოს საქართველოში დაფიქსირდა 76 კომუნალური სასტუმრო 7958 ადგილით, 22 სასტუმრო - ტურიზმის დეპარტამენტის (თბილისში- „ივერია“-534 ადგილი, „აჭარა“-590, „უშბა -133, „ვაკე-ტურ.ბაზა“-441, თელავი - „თელავი“- 293-ადგილით , გორი-„ინტურისტი“-104 და ავტოკეპინგი-350, ფასანაური - „ინტურისტი“-60, “არაგვი“-408, “ფასანაური“-350 , ყაზბეგი - „ინტურისტი“- 62 ადგილი, ბათუმი „ინტურისტი“ – 240 ადგილი, ქობულეთი „კოლხეთი -291 ადგილი, წყალტუბო - „წყალტუბო“-202 ადგილი,, გაგრა-„გუმისთა“-84 ადგილი, „ავტოკეპინგი“-377 ადგილი, სიღნაღი-„ამირანი“-300 ადგილი, ქუთაისი -„ხვამლი“-308 ადგილი „ავტოკეპინგი“-677 ადგილი, ლანჩხუთი „გურია“ -150 ადგილი, სოხუმი

²¹ ლ.დოლიკაშვილი „საქართველოს სასტუმროების ეკონომიკური ეფექტიანობა“ - დისერტაცია 1998წ. გვ. 19

- „სოხუმი“-482 და „ვოდოპადი“-331 ადგილით და 18 სასტუმრო - სხვადასხვა უწყებებისა და სამინისტროების დაქვემდებარებაში²².

ხოლო ის სასტუმროები, რომლებიც თბილისში მეოცე საუკუნის დასასრულს დაარსდნენ კერძო ბიზნესს აწარმოებდნენ და ნელ-ნელა იკიდებდნენ ფეხს რთულ და მეტად საინტერესო ტურისტულ ბაზარზე: მაგალითად, სასტუმრო "მუზა"- (კოსტავას 27, ფილარმონიის გვერდით).



სურ.11. წყარო: [//www.google.ge/search](http://www.google.ge/search) (სასტუმრო „მუზა“ კოსტავას 27),

დღეისათვის აქ იგეგმება იგივე სახელწოდების ოთხვარსკვლავიანი სასტუმროს გახსნა, რომელიც 32 ნომრიანი ბუტიკ სასტუმრო იქნება. სასტუმრო "მორკინალი" – 1997 წლის მარტში გაიხსნა თბილისში. სასტუმრო "სიმპათია"- გაიხსნა 1996 წლის სექტემბერში.



სასტუმრო "იბერია ინ" გაიხსნა 1993 წლის ბოლოს (თბილისი, იყალთოს ქ. 57). და სხვები.

XXI საუკუნის დასაწყისი აღინიშნა სასტუმრო ბიზნესის გლობალიზაციის პროცესების დაჩქარებით, ორგანიზაციისა და მართვის ახალი მოდელების წარმოჩენით. სტუმართმოყვარეობის ინდუსტრიის ინტენსიური გლობალიზაცია მიმდინარეობს განსხვავებული ფორმების დახმარებით: ერთობლივი საწარმოების, სტრატეგიული ალიანსების, ფრანჩაიზინგული ხელშეკრულებების შექმნით .

დღეისათვის სასტუმრო ბიზნესში დომინირებადი როლი ეკუთვნით სასტუმრო კორპორაციებს. მსოფლიოში დღეისათვის ითვლება 300-მდე მსხვილი სასტუმრო კორპორაცია. წამყვანი სასტუმრო კორპორაციების საქმიანობა მიმართულია სასტუმროების რაოდენობის გაზრდისაკენ, რომლებიც იმართებიან ფრანჩიზის

²² ლ.დოლიკაშვილი „საქართველოს სასტუმროების ეკონომიკური ეფექტიანობა“ - დისერტაცია 1998წ. გვ. 173.

საფუძველზე, სასტუმრო ინდუსტრიაში ტრანსნაციონალური კომპანიები იღებენ სასტუმრო ჯაჭვის სახეს, რომელიც გადაქცეულია საერთაშორისო ცხოვრების შესამჩნევ მოვლენად. ჯაჭვების აღმოცენებამ, როგორც საერთაშორისო სასტუმრო ბიზნესის ორგანიზაციის ფორმამ, ხელი შეუწყო წარმოჩენილიყვნენ კონკურენციის ახალი ფორმები და ჩამოყალიბდა მოთხოვნა დაქირავებული მენეჯერების ახალ ტიპზე, რომლებიც პროფესიონალურად მართავენ სასტუმრო საწარმოებს. სასტუმროების ბიზნესში დომინირებადი როლი განეკუთვნება საერთაშორისო სასტუმრო კორპორაციებს (Marriott International, Accor და სხვებს).

სასტუმრო გაერთიანების ფორმები შეიძლება სხვადასხვაგვარი იყოს:

- ✚ სასტუმროების ყიდვა,
- ✚ ფრანჩიზის ხელშეკრულება,
- ✚ მართვა კონტრაქტით,
- ✚ კონტრაქტის კომბინაცია მართვა და ფრანჩაიზინგზე,
- ✚ სტარტეგიული მარკეტინგული ალიანსები.

კორპორაციულ ქსელში შესვლა შეუძლიათ ოტელებს სხვადასხვა განსხვავებული სასტუმრო ბრენდებით. მაგალითად, სასტუმრო ქსელის „Marriott international“(აშშ) შემადგენლობაში შედის: ბრენდები:- Marriott Hotels and resorts”, „Renaissance”, „Courtyard”, „Residence inn”, „Fairfield inn”, „Edition”, „Autograph collection” და სხვები.; ხოლო სასტუმრო ჯაჭვ „Accor“-ში (საფრანგეთი) შედიან: „Novotel”, „Sofitel”, „Atria”, „Mercure”, „Ibis” და სხვები.

1. სასტუმრო ჯაჭვი: Marriott international
სასტუმრო ბრენდები:Marriott hotels and resorts Renaissance, Courtyard, Residence inn, Fairfield inn, U.W. Marriott, Edition Autograph collection და სხვ.
2. სასტუმრო ჯაჭვი: Intercontinental hotels
სასტუმრო ბრენდები: Inter Continental hotels and resorts, Crowne Plaza, Indigo, Holiday inn, Express by Holiday inn, და სხვები
3. სასტუმრო ჯაჭვი:Starwood hotels Resorts worldwide inc
სასტუმრო ბრენდები: Sheraton,Westin, The Luxory collection, St. Regis, W, Four point by Sheraton
4. სასტუმრო ჯაჭვი: Accor
სასტუმრო ბრენდები: Novotel,Sofitel,Atria,Mote16,Mercure,Ibis და სხვები.

სქემა 1. საერთაშორისო სასტუმრო ქსელები და ბრენდები:

მოიცე საუკუნის დასასრულსა და ოცდამეერთე საუკუნის დასწყისში საქართველოში დაიწყო უცხოური ბრენდის სასტუმროებმაც შემოსვლა : „შერატონ მეტეხი პალასი“-1989, „Mariott“-2002, „Courtyard marriott“-2004, „Radison“-2009, „Citadines“-2010’ „Holiday inn“-2011, „Room hotels Tbilisi“-2014, „ბესთ ვესთერნი“-2014, „კემპინსკი

ბათუმი“-2019, „Hotels & preference“-2015, „რიქსოს ბორჯომი“-2015, „Mercure hotel“-2015, „ჰილტონ ბათუმი“-2015, „The Biltmore“-2016, „მილენიუმ ბილტმორი“-2017, „Ibis styles“-2017, „Encore“-2018, „Stabma“-2018, „Moxy“-2018, „კემპინსკი თბილისი“-მშენებარე. ბოლო რამდენიმე წელია „Best Western“ Hotels & Resorts-ის ქსელი აქტიურად თანამშრომლობს საქართველოში: “Best Western City Centre“ და „Best Western Art Hotel“ – თბილისი, „Best Western Kutaisi“ – ქუთაისი, „Best Western Sairme Resort“ – საირმე, “ Best Western Gudauri“ - გუდაური, „Best Western Plus Likani Resort“ – ლიკანი, „Best Western Plus Batumi“ და „ Best Western Premier Batumi „– ბათუმი და სხვ.საქართველოს სასტუმრო ბაზარზე დღევანდელი მდგომარეობით გვაქვს²³ (იხ.ცხრილი 1,2):

განთავსების ობიექტების რაოდენობა რეგიონების მიხედვით 2018 წლის ბოლოს			
რეგიონი	განთავსების რაოდენობა	ოთახების რაოდენობა	საწოლი ადგილები
საქართველო	2,390	34,608	85,314
აჭარა	474	10,416	25,899
გურია	109	1,771	4,652
თბილისი	467	8,803	19,936
იმერეთი	163	2,255	5,333
კახეთი	207	1,612	3,880
მცხეთა-მთიანეთი	166	2,178	5,561
რაჭა-ლეჩხუმი, ქვემო სვანეთი	68	498	1,458
სამეგრელო-ზემო სვანეთი	485	2,961	7,446
სამცხე-ჯავახეთი	209	3,695	10,064
ქვემო ქართლი	17	239	562
შიდა ქართლი	25	180	523
<i>წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია 2019წ.</i>			

მშენებარე სასტუმროები რეგიონების მიხედვით/ ამჟამად უმრავლესობა უკვე დასრულებულია					
სახელი	რეგიონი	ქალაქი	დასრულები ს წელი	ოთახების რაოდენობა	საწოლი ადგილები
Babillon Tower	აჭარა	ბათუმი	2020	168	336
Courtyard by Marriott	აჭარა	ბათუმი	2019	150	300
Swissotel	აჭარა	ბათუმი	2019	186	360
Le Meridien	აჭარა	ბათუმი	2020	110	230
Interstate Hotels and Resorts	აჭარა	ბათუმი	2019	220	

²³ წყარო: საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია 2019წ.

Pullman Hotels and Resorts	აჭარა	ბათუმი	2018	310	
Wellness Resort & Spa on Mtsvane Kontskh	აჭარა	მწვანე კონცხი	2019	280	
Ramada Resorts	აჭარა	გოდერძის უღ.	2018	115	200
Metro Holding	აჭარა	გოდერძის უღ.	2018	190	250
Twin Tower	აჭარა	ბათუმი	2018	350	
White Sails	აჭარა	ბათუმი	2019	210	350
Crystal Building Kobuleti	აჭარა	ქობულეთი	2020	220	300
Hilton Garden Inn	თბილისი	თბილისი	2018	165	330
Radisson Park Inn	თბილისი	თბილისი	2018	200	400
Wyndham Grand	თბილისი	თბილისი	2018	143	300
Hyatt Regency	თბილისი	თბილისი	2019	170	340
Pullman Hotels & Resorts	თბილისი	თბილისი	2018	234	400
Radisson BLU Telegraph	თბილისი	თბილისი	2018	189	350
Ramada	თბილისი	თბილისი	2019	125	190
Golden Tulip	თბილისი	თბილისი	2018	80	160
Marriott Autograph Collection-Panorama Freedom Square	თბილისი	თბილისი	2020	220	440
Marriott Autograph Collection-Panorama Sololaki	თბილისი	თბილისი	2020	187	400
Holiday Inn Express	თბილისი	თბილისი	2018	121	240
Hilton Tbilisi	თბილისი	თბილისი	2020	200	350
Tabori Ridge Recreation & Golf Resort	თბილისი	თბილისი	2018	100	200
NOVOTEL	თბილისი	თბილისი	2019	180	300
Ramada Encore	იმერეთი	ქუთაისი	2019	120	240
Golden Tulip	კახეთი	თელავი	2019	101	200
Radisson Blu Gudauri	მცხეთა-მთიანეთი	გუდაური	2019	105	240
Crystal Apart Resort	სამცხე-ჯავახეთი	ბაკურიანი	2018	86	160
Rooms Hotel	სამცხე-ჯავახეთი	ბაკურიანი	2019	100	200
			რაოდენობა	ოთახების რაოდენობა	საწოლი ადგილები
ჯამში			32	5420	7926
სხვა			198	7516	14773
სულ ჯამში			230	12936	22699

ასეთი ტემპით სასტუმროების მშენებლობა და ყოველწლიურად ახალი ბრენდების შემოსვლა მოწმობს ჩვენი ქვეყნისადმი გაზრდილ ინტერესს საერთაშორისო ტურისტების მხრიდან. ეს მრავალმხრივ მნიშვნელოვანია, იქმნება სამუშაო ადგილები, იზრდება დასაქმებულთა რიცხი და ბიუჯეტში ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლის წილი კიდევ უფრო მაღლდება.



სურ12: თბილისის ბრენდული სასტუმროები

თავი 2. სწორი ოტელიერების პრესონალური და ბიზნეს პროფილი

2.1. ცეზარ რიტცი და ოგიუსტა ესკოფიე

„ როდესაც მე ვფიქრობ ცხოვრების შესახებ ბედნიერებაზე (სამოთხე),

მე ყოველთვის წარმოვიდგენ ხოლმე პარიზის „რიტცს“.

ერნესტ ჰემინგუე

შეუძლებელია სასტუმრო საქმის ისტორია განიხილო, რომ არ მიმართო გამოჩენილი ოტელიერების წარმატებულ საქმიანობას და არ შეაფასო. მათ თავიანთი გამორჩეული იდეებით წარუშლელი კვალი დატოვეს. ამ სფეროში ყველაზე უფრო ცნობილ მოღვაწეებს შორის შეიძლება დასახელდეს ცეზარ რიტცი და კულინარიის ნოვატორი - ოგიუსტა ესკოფიე.



César Ritz



სურ.1 წყარო: <https://www.villagevoice.com/2018 big-as-the-ritz/> (An Appetite as Big as the Ritz.)

„ოტელიერების მეფე“ რიტცი დაიბადა 1850 წლის 23 თებერვალს შვეიცარიის პატარა სოფელ ნიდერვალდში.

ძირითადი პროფესიული სიახლეები ც.რიტცმა გამოიმუშავა საფრანგეთის, ინგლისისა და შვეიცარიის საუკეთესო სასტუმროებში. ც.რიტცი ხშირად აწყდებოდა ოტელებში არასაკმარის სერვისს და მუდმივად მის სრულყოფაზე მუშაობდა. შედეგად ის იხსენიებდა: „მე მხოლოდ იმას ვაკეთებდი, რომ ვცდილობდი დამემშვიდებინა სტუმრები. მაგრამ ამავე დროს მე მივიღე უფასო გაკვეთილები დიპლომატიის ხელოვნების შესახებ.“ სწორედ ამ სასტუმროებსა თუ რესტორნებში აითვისა რიტცმა მაღალი წრის საზოგადოებასთან ქცევის წესები, რაც დაეხმარა

სტუმრების გემოვნების შესწავლაში და დიდ წარმატებასაც მიაღწია. ბევრი სტუმარი მუდმივ მომხმარებლად აქცია, რომლებიც მის გამო დადიოდნენ რესტორანში. 1874 წლიდან ის მუშაობდა ოტელ “გრანდ ნაციონალში” ლუცერნში (შვეიცარია). აქ სასტუმროში მუშაობისას მას გაუჩნდა ბევრი ახალი იდეა ოტელის პერსონალის მოტივაციის, სადღესასწაულო ღონისძიებათა გაფორმების, ახალი მარაგების გამოყენების და სასტუმროს ტექნიკური მოწყობის შესახებ. ავგუსტო ესკოფიესთან ერთად მან სასტუმრო გადააქცია ადგილად, სადაც სტუმრები ყოველთვის არიან ყურადღების ეპიცენტრში.

ც.რიტცი იწვევდა რესტორნებში ინსტრუმენტალურ ორკესტრებს. პირველი ნაბიჯები თავის ოცნებასთან შესახვედრად - შეექმნა თავისი ახალი ტიპის ოტელი-მან განახორციელა, გახსნა ბადენ-ბადენში რესტორანი (Restaurant de la Conversation) და ოტელი (“Hotel de province”) კანში. ც.რიტცისათვის მნიშვნელოვანი იყო, რომ მის ოტელში გათვალისწინებულიყო ნებისმიერი წვრილმანი, რაც ნებისმიერ პრინცს შეიძლება ეპოვნა თავის საკუთარ რეზიდენციაში. ც.რიტცის მკვლევარები არაერთხელ აღნიშნავენ მის ინტუიციასა და წარმატებულებას. მის სტუმრებს შორის შეიძლება გვენახა გერმანელი კაიზერი ან იტალიის პრემიერ მინისტრი. ც.რიტცი ხშირად იყო მიწვეული, როგორც ოტელის მმართველის, გაკოტრების ზღვარზე მყოფების მიერ და რომლებიც მალე ხდებოდნენ აყვავებული მეწარმეები. ასე იყო კერძოდ “გრანდ ნაციონალის” შემთხვევაში ლუცერნში ან კიდევ ლონდონში „ზოვოუში“.

ც.რიტცის წარმატება ბევრად იყო დაკავშირებული მის ტალანტთან, მან მოიფიქრა შეექმნა ერთნაირად მოაზროვნეების გუნდი და ისე გასძლიოდა სასტუმროს. სწორედ „ზოვოუს“ სტუმრები არწმუნებდნენ მას, რომ გაეხსნა საკუთარი სასტუმრო საფრანგეთში. მეგობრების დახმარებით ც.რიტცმა შეიძინა პარიზში სასტუმრო და ორ წელზე მეტ ხანს იყო დაკავებული მისი მენეჯმენტით.²⁴

ოტელ „რიტცის“ გახსნის მომენტისათვის პარიზში 1898 წელს ც.რიტცი ფლობდა ცხრა რესტორნისა და სასტუმროს აქციების საკონტროლო პაკეტს,



სურ. 6 წყარო: <https://www.booking.com/hotel/fr/> („სასტუმრო პარიზის რიტცი“. “Hotel Rits Paris”.)

სურ. 7. წყარო: <https://www.lhw.com/hotel/Ritz-Paris-Paris-France>

²⁴ https://www.hotel-online.com/press_releases/release/nobody-asked-me-but-no-200-hotel-history-cesar-ritz-and-auguste-escoffier/.



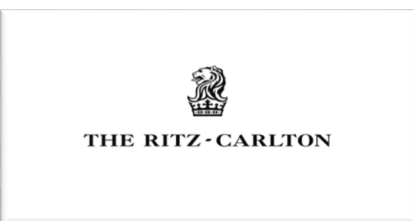
სურ.7 წყარო: <https://www.booking.com/hotel/gb/carltonhotellondon.en-gb.html?aid=356993;label=gog235jc> („სასტუმრო კარლტონ ჰოტელი“. “Carlton Hotel”).

რომელთა შორისაც იყო ოტელი „კარლტონ ლონდონ“. მისი ტალანტი მთლიანად წარმოჩნდა პარიზის „რიტცში“. სამოთხე დედამიწაზე - რაზეც სამართლიანად აღიარა ჰემინგუემ, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ.

ც.რიტცი დიდ ყურადღებას უთმობდა ოტელის ავეჯით მორთვას, წვრილმან დეტალებს, სტუმრების ინდივიდუალურ მიდგომას, ის პირადად ახდენდა ღონისძიებების ორგანიზებას. ც.რიტცმა შექმნა ჰიგიენისა და შენობის განათების ახალი სტანდარტები: მაგალითად, „გრანდ ოტელი“ რომი გახდა ევროპაში ერთ-ერთი პირველი, სადაც აბაჯანა იყო თითოეულ ნომერში.

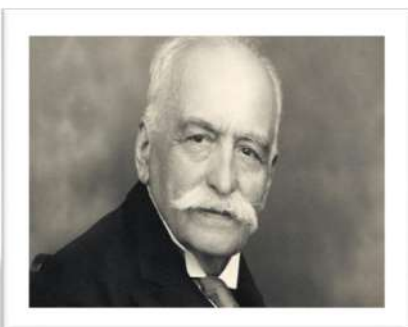
იგი ბევრ ექსპერიმენტს ატარებდა ოტელის განათებაზე. სწორედ მან ასწია უფრო მაღალ საფეხურზე ოტელის მართვის ხელოვნება. მისთვის მართვის აუცილებელ მახასიათებელს წარმოადგენდა ადამიანების მიმართვის უნარი, მათი სურვილებისადმი ყურადღება.

1890-1900 წლების შუა პერიოდი - ეს არის ც.რიტცის წარმატებული კარიერის პიკის დრო. ის ხელმძღვანელობდა ერთ-ერთ მძლავრ კომპანიას („რიტც ნოტელ დეველოპმენტ კომპანი“), რომლის ამოცანაც იყო ბევრი ოტელის მშენებლობა კონტინენტზე და ოტელების ქსელის შექმნა.



კომპანია „Ritz - Carlton“- ის ლოგოტიპი, რაც გამოსახავდა კომპანიის დასახელების თავზე (ზევით) ლომს, თვით ც.რიტცის მიერ იყო მოგონილი.

სურ.9 წყარო: <https://twitter.com/ritzcarlton>

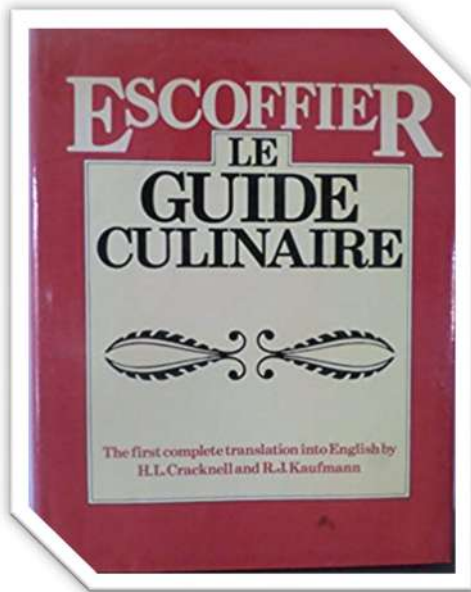


დღეს ცეზარ რიტცის სახელი - ეს არის უმწიკვლობისა და სერვისის მაღალი დონის სიმბოლო. ც.რიტცის თანამებრძოლი და თანამოაზრე დიდხანს იყო ოგიუსტ ესკოფიე.

ჟორჟ ოგიუსტ ესკოფიე (1846-1935) კულინარიის ისტორიაში შევიდა, როგორც „სამზარეულოს იმპერატორი“ და ნოვატორი.

სურ.10 წყარო: <http://lajauladelagolondrina.com/brigadas-de-cocina-de-auguste-escoffier/>

ის მუშაობდა ევროპის სასტუმროების საუკეთესო რესტორნებში: „სავოუ“, „კარლტონი“ (ლონდონში), „პლეის ვენდომი“ (პარიზში), და სხვა. თუმცა ესკოფიეს არ მიუღია ფორმალური განათლება, მისი პროფესიული კარიერა დაიწყო 13 წლის ასაკში, და ის გახდა მოწაფე თავისი ბიძის რესტორანში - რესტორან „ლე რესტორანტ ფრანჩაიზ ნიცაში“. 1865 წელს ის გაემგზავრა პარიზში და დაიწყო მუშაობა რესტორან „ლეპეტოტ მოულინ როუჯ“-ში. ფრანგებისა და პრუსიელების ომის დროს 1870 წელს ის წავიდა ჯარში და გახდა სამხედრო მზარეული. 1878 წელში ესკოფიემ გახსნა თავისი საკუთარი რესტორანი „ლეფაიზანდორ“.



ესკოფიე გახდა ავტორი ძალიან ბევრი ახალი კერძის, რომლებმაც მოიპოვეს პოპულარობა და კლასიკური სახელი. აღსანიშნავი და დასამახსოვრებელი იყო მისი ნაცნობობა ც.რიტცთან. ესკოფიე გახდა პარტნიორი და თანამოაზრე რიტცის, და ერთად მათ შეძლეს შეექმნათ კონცეფცია ძალიან ძვირფასი ოტელის - სახელწოდებით „Ritz“, სადაც ესკოფიე პასუხს აგებდა სამზარეულოს კონცეფციისათვის. გარდა რიტცთან თანამშრომლობისა ესკოფიე მონაწილეობას იღებდა მენიუს შემუშავებაში კომპანია „ჰამბურგ-ამერიკა ლაინს“- ისათვის. ესკოფიეს დამსახურებები დაფასებული იქნა საფრანგეთის მთავრობის მიერ; ის გახდა პირველი

მზარეული, დაჯილდოვდა საპატიო ლეგიონის ორდენით. ესკოფიეს სამზარეულოს საფუძველში იდო პრინციპი კერძის (ლანგარი კერძის) სირთულის გამარტივება, რომელიც შემოღებული იქნა ანტონიმო კარემოს მიერ. ესკოფიე ცნობილია აგრეთვე როგორც, ავტორი შრომებისა კულინარიის დარგში. ესკოფიეს დამსახურებებს ხშირად აკუთვნებენ ხოლმე სამზარეულოში მუშაობის ორგანიზაციის ახალ პრინციპებს, ბრიგადის შემოღებას ჩეფდეპარტიეს მეთაურობით. 1903 წელს მან გამოაქვეყნა „დარიგებები კულინარიაში- ენციკლოპედია“, რომელშიც შევიდა ხუთი ათასი რეცეპტი, ხოლო 1912 წელს გამოსცა წიგნი მენიუს შესახებ. სახელდობრ ესკოფიე ითვლება ახალი სამზარეულოს შემქმნელად, რომელსაც შემდგომ დაარქვა კლასიკური²⁵.

²⁵ <https://www.amazon.com/Escoffier-Culinaire-Complete-Translation-English/dp/0831754788> („ესკოფიე - სახელმძღვანელო კულინარიაში: სრული გზამკვლევი ხელოვნების თანამედროვე კულინარიაში“) (Escoffier - Le Guide Culinaire: the First Complete Translation Into English: the Complete Guide to the Art of modern Cookery.)

2.2. ელსვორტ მილტონ სტატლერი და ბირტოლდ კემპინსკი



ელსვორტ მილტონ სტატლერი²⁶ (1863-1928) დაიბადა ფერმერ ულიამ ჯექსონისა და მერი მაკ-კინნი სტატლერების ოჯახში. მას არ მიუღია აკადემიური განათლება. ათი წლის ასაკში ის დარჩა ოჯახის ერთადერთ მარჩენლად. სტატლერმა დაიწყო თავისი კარიერა როგორც ცეცხლფარეშმა, შუშის ქარხანაში ჯერ კიდევ 9 წლის ასაკში, ხოლო 12 წლისა ის უკვე მუშაობდა ოტელში „ბელბოის“ პოზიციაზე. თხუთმეტი წლის ასაკში, როდესაც შრომის მხოლოდ ორი წლის სტაჟი ჰქონდა, სტატლერი დაწინაურებულ იქნა ოტელის სართულების უფროსად (წამყვან ოტელში ქალაქ უილინგში, შტატი დასავლეთი ვირჯინია). მალე ახალგაზრდა კაცი ამჩნევს, თუ როგორი დიდი მოგება მოაქვს საბილიარდე ოთახს და შეკვეთების სასტუმრო მაგიდას რკინიგზის ბილეთების დაჯავშნისას და არწმუნებს სასტუმროს მფლობელს გადასცეს ეს ორი შემოსავლიანი ადგილი მას. ტალანტის მქონე ორგანიზატორი სტატლერი აწყობს სპეციალურ შეჯიბრებებს ბილიარდში, რომელშიც მონაწილეობისათვისაც მოდის უამრავი ადამიანი. მალე ის აწყობს მოედანს ბოულინგისათვის.

ხოლო შემდგომ უკვე საკუთარ რესტორანსაც - The Pie House, რომელიც ცნობილი ხდება ქალაქში. 1894 წელს, როდესაც სტატლერს შეუსრულდა 31 წელი ის იღებდა 10 000 დოლარს წელიწადში. მ. სტატლერი²⁷ იყო ნოვატორი, რომლის იდეებმაც მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა სასტუმროთა სერვისის სრულყოფის საქმეში. მის მიერ შემოღებულ სიახლეებს შორის იყო შიდა კორპორაციული მარკეტინგის განსაკუთრებული სისტემის გამოყენება, რამაც თანამშრომლებს საშუალება მისცათ მონაწილეობა მიეღოთ მოგების ამალგებაში, ამასთან მათ მიმართ აყენებდა განსაკუთრებულ მოთხოვნებს. მუშაკი, რომელსაც არ შეეძლო გაეწია აუცილებელი მომსახურება ან საჭირო მომენტში გამოევიდინა საკმაო ყურადღება, თავაზიანობა და სიკეთე სტუმრის მიმართ, ის ითვლებოდა დაბალი კატეგორიის პერსონალად, როგორც მინიმუმ არ შეეძლო იმედი ჰქონოდა უკეთესის თუ არ განვითარდებოდა. მისი ბიზნეს-კრედიო ისმოდა ასე: „მეტი სერვისი ხელმისაწვდომ ფასად“. 1908 წელს

²⁶ https://www.wnyheritage.org/content/em_statler_the_man_behind_the_hotel/index.html („სტატლერი: ადამიანი სასტუმრო სფეროში“ „E.M. Statler: The Man Behind the Hotel.“) (ჟურნ. „Western New York Heritage“.

²⁷ <https://ishc.com/wp-content/uploads/EMStatler.pdf>

მან გახსნა თავისი პირველი სასტუმრო, რომელიც არსებითად განსხვავდებოდა იმ დროს არსებული სასტუმროებისაგან. „ბუფალო სტატლერი“ ორიენტირებული იყო საშუალო კლასის წარმომადგენლებზე, კომერსანტებზე, რომლებიც მოგზაურობდნენ საქმიანი მიზნებით.



სურ.16 წყარო: 1.http://www.buffalohistory.org/Explore/Exhibits/virtual_exhibits/esenwein_johnson/statler/statler1.htm („სტატლია სასტუმრო სტატლერი (1905-1908) („Hotel Statler (1905-1908)- later Hotel Buffalo“.) 2. <http://buffaloah.com/h/statler/hotel>

სტატლერი ყველა თანამშრომელს თვლიდა თავისი ოჯახის წევრად. სტატლერის პოლიტიკის ორგანულ შემადგენელს წარმოადგენდა შიდაკორპორაციული მარკეტინგი, რომელიც მიმართული იყო თვით სასტუმროს თანამშრომლებზე. მას ესმოდა, რომ ზრუნვა პერსონალზე და მათში სიამაყის გრძნობების განვითარება საკუთარი კომპანიის განვითარებას იწვევდა, ის თანამშრომლებს აქცევდა უფრო მგრძობიარეებად სტუმრების მოთხოვნებისადმი, რათა მათი სურვილები მაქსიმალურად დაეკმაყოფილებინა. ამისათვის სტატლერმა შეიმუშავა სისტემა, რომელიც ყველა თანამშრომელს აძლევდა გარანტიას მოგებაში მონაწილეობის შესახებ, რაც უდავოდ ნოვატორობა იყო მე-20 საუკუნის დასაწყისისათვის.

სტუმრების მომსახურების პრინციპები, რომლებიც გადმოცემული იყო მის კოდექსში დღესაც ინარჩუნებს აქტუალობას:

მიიღეთ სამუშაოზე მხოლოდ კეთილსინდისიერი ადამიანები, სუფთაგულისანი, რომლებიც ხშირად სიამოვნებით ილიმებიან. თუ საჭიროა ოთახის (სათავსის) დალაგება, დააღაგეთ ის. გააკეთეთ ეს და ნუ აპროტესტებთ ამას. განერიდეთ ადამიანებს, რომლებიც ისე იქცევიან, თითქოს ყოველდღიურად იმყოფებიან სხვაზე მუდმივად ზრუნვის ტვირთის ქვეშ და განიცდიან ამის გამო უხერხულობას. თქვენ ვერ შეძლებთ ამ ადამიანების ხელახლა აღზრდას. თქვენ ვერ შეძლებთ მათთვის შესაფერისი სამუშაოს გამოძებნას. ამიტომ განერიდეთ მათ, დაე, ისინი სამუშაოზე აიყვანოს ვიღაც სხვამ, ხოლო თქვენ თქვენთვის აიყვანეთ ის, ვისაც შეძლებთ, რომ ასწავლოთ. კარგი სასტუმროს მოვალეობაა - სტუმრების კარგი მომსახურება. საერთოდ აღიარებულია, რომ სტატლერის ოტელეების პირველ ხარისხოვანი საქმეა უფრო უკეთესი, ვიდრე სხვა სასტუმროებშია, მომსახურება. მიეცით საშუალება ყველას, რომ გაიგონ - თავის ფულს ის მიიღებს საუკეთესო მომსახურებისათვის. არასოდეს არ გამოავლინოთ ზედმეტი გამბედაობა, კადნიერება და სარკაზმი.

სტუმარი გიხდით თქვენ ხელფასს. ის არის თქვენი უშუალო სიკეთის მომცემი. სასტუმრო მომსახურება, ანუ მომსახურება სტატლერის სასტუმროში, ნიშნავს თუმცა მინიმალურს, მაგრამ გულწრფელ ყურადღებას ნებისმიერი თანამშრომლისაგან ნებისმიერი სტუმრის მიმართ. მიზანი სტატლერის სასტუმროში - სტუმრებისათვის საუკეთესო მომსახურება მთელ მსოფლიოში. სასტუმროს არც ერთ მოსამსახურეს არა აქვს მიცემული უფლება ედავოს სტუმარს თუნდაც ძალიან უმნიშვნელო რამეზე. მოსამსახურე ვალდებულია გადაწყვიტოს საქმე ისე, რათა მიანიჭოს კმაყოფილება სტუმარს, ხოლო თუ ეს შეუძლებელია - გამოიძახოს უფროსი. სტატლერის სასტუმროში არა აქვს ადგილი კამათს და საერთოდ შეკამათებას. ნებისმიერ, თუნდაც ძალიან უბრალო დავის დროსაც კი მოსამსახურესა და სტუმარს შორის მოსამსახურე აბსოლუტურად მტყუნია, როგორც სტუმრის თვალსაზრისით, ასევე ჩვენი თვალსაზრისით. მოსამსახურე, თუ ის საკმაოდ წინდახედულია ბოროტად არ უნდა იყენებდეს თავის მდგომარეობას. სტატლერის ოტელის ნებისმიერი მოსამსახურე, რომელიც ვერ შეძლებს შესთავაზოს მომსახურება და მაღლობა გადაუხადოს სტუმარს, ის ამით არღვევს სასტუმროს შინაგანაწესს. ტელეფონითა და საკუთარი ტუალეტით აღჭურვილ ოთახებში მანვე მოიფიქრა სასტუმროს სამზარეულოებისა და რესტორნების ერთმანეთის სიახლოვეს განლაგება, სტუმრებისთვის დილის გაზეთის უფასოდ მირთმევის სერვისის შემოღება, საწოლის გვერდით ტორშერის დადგმა და საწერი მოწყობილობების შეტანა, ოთახების რადიოფიცირება, სააბაზანოებში პირსახოცებისა და საჭირო აქსესუარების შეტანა. დღეისათვის სტატლერის ფონდი რამდენიმე მილიონიანი ქონების მფლობელია.²⁸



ბირტოლდ კემპინსკი დაიბადა ²⁹ **1843** წლის 10 ოქტომბერს - პოლონეთში; ბირტოლდი იყო გერმანელი ვაჭარი. თავდაპირველად მან ღვინის მაღაზია გახსნა, შემდეგ სასტუმრო და მალევე მიაღწია წარმატებას. ბერტოლდს და მის მეუღლეს ვაჟი არ ჰყავდათ, ამიტომ მათ მოიწვიეს სიძე რიჩარდ უნგერი. რომელმაც მალე მნიშვნელოვანი წვლილი შეიტანა კომპანიის განვითარებაში. 1897 წელს მან დააფუძნა კომპანია „Hotelbetriebs-Aktiengesellschaft,“ სწორედ ეს იყო კემპინსკის

²⁸ <https://buffalothentandnow.wordpress.com/2012/10/16/the-statler-now> („სტატლერი ახლა“.) („THE STATLER: NOW“)

²⁹ <https://flashback.furryfiesta.org/flashback.furryfiesta.org/2016/02/19/kempis-high-energy-nightclub/index.html> („KEMPI'S HIGH-ENERGY NIGHTCLUB (AND BITCOIN DUNGEON“.)

სასტუმროების ქსელის ისტორიული დასაწყისი. პირველი მსოფლიო ომის წინ კომპანიამ შექმნა საკმაოდ ძლიერი სტრუქტურა, ომის დამთავრების შემდეგ გაფართოვდა მათი ბიზნესი. 1928 წელს კემპინსკიმ დააფუძნა ახალი ბიზნეს კონცეფცია, მათ შეაერთეს სასტუმრო საქმე და გართობა, ამან დიდი პოპულარობა მოუტანა კომპანიას. მალევე კემპინსკი ევროპული მდიდრული სასტუმროთა ქსელი გახდა, მას აქვს 100 წელზე მეტი ხნის ისტორია. რომელიც იწყება ჟენევაში 1897 წლიდან. ეს იყო დრო, როდესაც პირველი კომფორტული სასტუმრო გამოჩნდა გერმანიაში.

1937 წელს გერმანიაში განვითარებულმა მოვლენების შემდეგ რიჩარდი და მისი ოჯახი ემიგრაციაში აშშ-ში გადავიდა. მალე დაიწყო მეორე მსოფლიო ომი. სასტუმროს შენობა დაბომბვის შედეგად დაინგრა და დაიწვა. ომის დამთავრების შემდეგ ბერტოლდის შვილიშვილი და რიჩარდის შვილი დაბრუნდნენ გერმანიაში და 1952 წელს დანგრეული სასტუმროს ადგილზე დაიწყეს სასტუმროს მშენებლობა. 1952 წელს გაიხსნა სასტუმრო და გახდა ყველაზე თანამედროვე სასტუმრო ბერლინში. ახალი ინოვაციებით შექმნილი სასტუმრო ყველაზე მოდურ და პოპულარულ „გრად ოტელს“ გაუტოლდა.

კემპინსკის სასტუმრო ქსელი დღეისათვის მდებარეობს ბევრ ცნობილ ქალაქსა და კურორტზე. ეს გრანდიოზული სასტუმროები და სასტუმროთა კომპლექსები თანამედროვე სტილითაა შექმნილი. ამასთანავე ყველა სასტუმრო ინარჩუნებს თავის ინდივიდუალურობას. კემპინსკის სასტუმროთა ქსელი 120-ზე მეტ ხუთვარსკვლავიან სასტუმროს ფლობს მსოფლიოს 30 ქვეყანაში. სასტუმროების რაოდენობა თანდათან კიდევ იზრდება. მას დაემატა ახალი სასტუმროები ევროპაში, ახლო აღმოსავლეთში, აფრიკასა და აზიაში. 1991 წლიდან მოყოლებული ყოველ წელს კომპანია ხსნის მინიმუმ ერთ ახალი სასტუმროს მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში. საქართველოში კომპანია შემოვიდა რამდენიმე წლის წინ და 2019 წელს გაიხსნა ბათუმის „კემპინსკი“. ამჟამად მეორე სასტუმრო - თბილისის „Kempinski“.³⁰ მშენებლობის პროცესშია.

2.3. კორნარდ ჰილტონი, ჯონ უილარდ მერიოტი და ჩარლზ კემპონს უილსონი

ავტობიოგრაფიული წიგნის "გახდი ჩემი სტუმარი" კორნარდ ჰილტონი წერას შეუდგა და ამ დროისთვის საკუთარ თავს "სახელგანთქმულ ოტელიერს" უწოდებდა - ამ ტერმინს საფრანგეთში მოჰკრა ყური და მოეწონა. დააარსა საქველმოქმედო ფონდი, რომელსაც სიკვდილის შემდეგ მთელი თავისი ქონება

³⁰: <http://www.travia360.com/hotdeals/1826-kempinski-hotel-mall-of-the-emirates-celebrates-120th-anniversary-of-kempinski-hotels>; <https://www.kempinski.com/https://>; www.weetas.com/gccnews/kempinski-qatar-uncovers-third-hotel-project/; (ბათუმის „Kempinski“)



სურ.18 წყარო: <https://www.imagenesmy.com/imagenes/conrad-hilton-80.html> (“Conrad Hilton biography facts, childhood, family life and other”). სასტუმრო „ჰილტონი-ბათუმი“ და მშენებლობა-რეკონსტრუქციის პროცესში მყოფი „ჰილტონი-თბილისი“

უანდერმა. მისი ცხოვრების ისტორია კი ასეთია: ამერიკის შეერთებული შტატების ისტორიაში კორნარდ ჰილტონი შევიდა როგორც ოტელიერი, რომელმაც შეიძინა აშშ-ში ყველაზე ცნობილი ოტელები: The Stevens Hotel, Palmerhouse (ჩიკაგოში), Peaza, Waldorf-Astoria (ნიუ-იორკში), Town House, ქსელი სტატლერჰოტელის და სხვა. კორნარდ ჰილტონი ცნობილი იყო ბიზნესის კოლეგებში როგორც წარმატებული ადამიანი. ის დაიბადა 1887 წლის 25 დეკემბერს. მის ლოზუნგად ცხოვრებაში იქცა „ მსოფლიო - მთელ მსოფლიოში საერთაშორისო ვაჭრობითა და მოგზაურობით“.

მისი მამა ავგუსტ ჰილტონი ვაჭარი იყო და ცნობილი მოქალაქე სან-ანტონიოსი, ის ფლობდა უნივერსალურ მაღაზიას. პირველი შემოსავალი სტუმართმძღობის ინდუსტრიაში ჰილტონმა მიიღო, როდესაც მისმა მამამ გადაწყვიტა გაექირავებინა ოთახები სახლში. პირველი მსოფლიო ომის დროს ჰილტონი მსახურობდა არმიაში საფრანგეთში. სახლში დაბრუნების შემდგომ მამის სიკვდილის გამო ის იძულებული იყო აეღო თავის თავზე პასუხისმგებლობა ოჯახურ ბიზნესთან დაკავშირებით. მაგრამ სამწუხაროდ საქმეები არც თუ კარგად მიდიოდა, შემდეგ მეგობრის რჩევით გადაწყვიტა გამგზავრებულყო ტეხასის შტატში, სადაც იმ დროს მიმდინარეობდა აქტიური სანავთობო საქმიანობები. მისი ყურადღება მიიპყრო ოტელ „მობლიმ“ ქალაქ სისკოში, ტეხასის შტატში.



1919 წელს მან იყიდა თავისი პირველი ოტელი „მობლეი“ 40 ოთახით. შემდგომ ის თავის ავტობიოგრაფიაში აღწერდა თავის საკუთარ პირველ ოტელს, როგორც „რადაც საშუალოს ღამის გასათევსა და ოქროს წყაროს შორის“.

სურ.19 წყარო: <https://www.pinterest.com/pin/294774738080641170> („აღმოჩენილი იდეები ადგილობრივ სასტუმროებზე“.) („Discover ideas about Local Hotels“.)

ჰილტონმა უკან მიიღო ფული, რომელიც მან ჩადო ოტელ „მობლეიში“ ერთი წლის განმავლობაში. 1924 წლისათვის კ.ჰილტონი და მისი მეგობარი უილიამ ირვინი აარსებენ კომპანია „Hiltonhotelinc“.

უკვე 1925 წლის 2 აგვისტოს გახსნილ იქნა „Dallas Hilton“. დიდი დეპრესიის წლებში ჰილტონმა თუმცა განიცადა ფინანსური წარუმატებლობანი, მაგრამ მაინც შეიძინა შეუფასებელი - გამოცდილება ოტელების მართვის. ყველა სასტუმროში სტუმრებს ხვდებოდათ სტანდარტიზებული მომსახურების ნაკრები. რომელზეც გამოსახული იყო ტაქსის მანქანა ერთადერთი წარწერით: „ჰილტონში“.

კონრადმა ერთ-ერთმა პირველმა დაიწყო ოტელების კლასის აღნიშვნა ვარსკვლავებით - როგორც ეს ხდება კონიაკზე. კიდევ ერთ ნოუ-ჰაუ ჰილტონისა მდგომარეობდა შემდეგში: ყველაფრის შესყიდვა ოტელებში ხდებოდა წინასწარ, გამომდინარე მოთხოვნის ანალიზიდან და მომავალი ვითარების გათვალისწინებით. სტუმრის არავითარი მოთხოვნა არ უნდა გამხდარიყო მოულოდნელობა. კონრადმა მალევე მიიღო - „წარმატებული საქმოსანის“ - წოდება, თავის კონკურენტებს შორის ის მართლაც გამოირჩეოდა ნოვატორული იდეებით. როდესაც აპირებდა ოტელის ყიდვას პირადად სწავლობდა ვითარებას: მაგალითად, უყურებდა და უკვირდებოდა, რამდენი მამაკაცი და ქალი შემოდის? თუ იღიმიან ისინი, როდესაც გადიან ოტელიდან? როგორია ვესტიბულის მოცულობა და თუნდაც რამდენი

ნათურა ანთია შესასვლელის წინ და რამდენი მათგანი უკვე გადამწვარია?



მეორე მსოფლიო ომის დამთავრების შემდეგ მისი კომპანიის ბრუნვა ისე გაიზარდა, რომ 1949 წელს მან შეძლო განეხორციელებინა თავისი ცხოვრების ოცნება - იყიდა ნოუ-იორკის ყველაზე უფრო ფემენებელური ოტელი „Waldorf-Astoria.“

ხოლო 1954 წელში კონრადმა გადაიხადა 111 მლნ. დოლარი თავისი მთავარი კონკურენტის საწინააღმდეგოდ სასტუმროების ტექნოლოგიური აღჭურვილობისთვის - ქსელ „Statler Hotels“-ში. იმ მომენტისათვის ეს გარიგება იყო აშშ-ში უმსხვილესი გარიგება უძრავი ქონების შეძენის თვალსაზრისით.

1960 წლის დასაწყისისათვის „ჰილტონი“ გახდა ყველაზე უფრო ტექნოლოგიური ოტელების ქსელი მსოფლიოში, თვითონ კონრადი კომპანიის მართვიდან გადადგა

1966 წელს, როდესაც ის 78 წლის იყო. ხოლო ერთი წლის შემდეგ გამოვიდა კონრად ჰილტონის ავტობიოგრაფია - „იყავით ჩემი სტუმარი“. ჰილტონი მაინც განაგრძობდა ცხოვრების აქტიურ წესს, გამოდიოდა სტუდენტების წინაშე, როდესაც „სასტუმრო ბიზნესის“ ფაკულტეტი გახსნა.

კ.ჰილტონის მუშაობის ფუძემდებლური პრინციპები შემდეგია:

- სტუმარს უფასოდ უნდა შესთავაზოთ რაც შეიძლება მეტი მომსახურება.
- ყველაფერი, რაც კი შეიძლება დასჭირდეს სტუმარს, უნდა იყიდებოდეს სასტუმროში.
- ფული უნდა მოიტანოს ოტელის მთლიანმა სივრცემ;

ნოუ-ჰაუ:

- მომსახურების სტანდარტული წინადადება, ერთნაირია „ჰილტონის“ ყველა სასტუმროში.
- ოტელების „ვარსლკვლავური“ გრადაცია.

კონრად ჰილტონის პირადი მახასიათებლებიდან საჭიროა გამოვყოთ მისი თვისება - „ოქროსმომპოვებელის“, ანუ უნარი მიიღოს მოგების მაქსიმუმი ფართის მინიმუმის პირობებში. ის ნერგავდა სამუშაო დროსა და შრომის ნაყოფიერების აღრიცხვის სამრეწველო მეთოდებს, აგრეთვე სამუშაო დატვირთვის ანალიზისა და ფინანსურ კონტროლს ფასწარმოქმნის საკითხებში. მის ოტელებში ყოველთვის ინერგებოდა ტექნიკური და სხვა სახის ინოვაციები, რაც ზრდიდა შემოსავლიანობასა და ნაყოფიერებას. შემდგომ ასეთ ტაქტიკას დაარქვეს „miniforgold“.

კონრად ჰილტონის (1947წ.) სტუმარმიღების ფილოსოფია:

- თითოეული ოტელი უნდა ასახავდეს ქალაქისა და თავისი ქვეყნის სუნთქვას.
- აირჩიეთ კარგი მენეჯერები და მიეცით მათ უფლებამოსილება, როგორც მათ უნდათ.
- თვის დასაწყისშივე განახორციელეთ თითოეულ ოტელში ყოველდღიური მუშაობის პროგნოზირება: საწარმოო აუცილებლობასთან შესაბამისობაში მომუშავეთა რიცხოვნობა .
- შესყიდული საგნები უნდა შეესაბამებოდნენ ერთმანეთს: ფაიფური, საპონი, ნოხები და სხვა საჭირო ნივთები სასტუმრო მომსახურებისათვის.
- „ექვშეთ ოქრო“, გამოიყენეთ ოტელის მთლიანი სივრცე მაქსიმალური მოგების ამოსაღებად.
- ასწავლეთ ხელმძღვანელ პერსონალს კომპანიის სტანდარტების მხარდაჭერა კომპანიის წარმატებისათვის.
- როგორ მივაღწიოთ სტაბილურ გაყიდვებს: კარგი რეკლამა, წინ წაწევა, პაბლისიტი, მოფიქრებული დაჯავშნა.
- დაჯავშნის სისტემის გამოყენება.



"ჰილტონის" ქსელის გარდა, რომლის თანამედროვე სახელწოდებაა „Hilton Worldwide“, ჯგუფ „Blackstone“-ს არაერთი სხვა აქტივი ეკუთვნის და მისი ჯამური საბაზრო კაპიტალია \$17,62 მილიარდი.

ჯონ უილარდ მერიოტი³¹(1900- 1985) დაიბადა შტატ იუტაში 1900 წლის 17 სექტემბერს. უკვე ადრეულ ასაკში ის ეხმარებოდა ოჯახს მცირე ზომის საოჯახო ფერმაში.



უნივერსიტეტის დამთავრების შემდეგ (უტას უნივერსიტეტი, საბანკო და საფინანსო ფაკულტეტი) თავისი შემდგომი გეგმები საკუთარი ბიზნესის გახსნის თაობაზე მერიოტმა დაუკავშირა დედაქალაქს.

მერიოტს ეკუთვნის დამსახურება საგზაო სასაუზმეების განვითარების იდეისათვის. შედეგად მისმა მცირე ზომის ბიზნესმა დაიწყო გაფართოება. გამოჩნდა სახელწოდება - „ჰოტ შოფი“ („The Hot Shoppes“). 1945 წელს ვაშინგტონში მაკკეინ-პარკში გაიხსნა პირველი „ჰოტ შოფი“.

ჯ.მარიოტმა მოგზაურობისათვის საავტომობილო მოძრაობის განვითარების მნიშვნელობას ჯერ კიდევ 20-იანი წლების ბოლოს მიაქცია ყურადღება. თავისი დაწესებულების ორიენტირება მიმართა ავტომობილისტების მომსახურებაზე. „ჰოტ შოფეს“ რესტორნებს ჰქონდათ მოხერხებული მისადგომი გზები, და მან პირველმა მოაწესრიგა ავტომობილისტების მომსახურება პირდაპირ სადგომზე, სადაც მათ შეეძლოთ წაეხემათ კიდევ მანქანიდან გადმოუსვლელად. ასეთმა პატარა დაწესებულებებმა მიიღეს დასახელება - „შემომგზავრდი შიგნით“.

ის აწყობდა გალა-წარმოდგენებს თავის რესტორნებში, იწვევდა საუკეთესო ორკესტრებს. ამით ზრდიდა ღონისძიებებზე მომსვლელთა რიცხვს, ისინი ავრცელებდნენ რეკლამას : „ჰოტ შოფი“ („The Hot Shoppes“) ავტომანქანებისათვის ფანჯრის გაღება. მე-20 საუკუნის 30-იანი წლების ბოლოს მარიოტმა ხელში ჩაიგდო ავტოტრანსპორტის მზარდი როლი, როგორც კომერციული ტრანსპორტის და ერთ-

³¹ <https://www.wealthx.com/dossier/john-willard-marriott-jr> (ბათუმის და თბილისის „მერიოტი“)

ერთმა პირველმა ხელი მოჰკიდა მგზავრებისათვის საკვების მიწოდების საქმეს.

1937 წელს ჯ.მარიოტი ხსნის თავისი ბიზნესის კიდევ ერთ მიმართულებას - კეიტერინგი ამერიკულ ავიახაზებზე. 1950 წელში ჯ.მარიოტი აფართოებს საქმეს, მიიღო რა კონტრაქტები კვებით მომსახურებაზე სკოლებში, საავადმყოფოებსა და უნივერსიტეტებში. 1957 წელს ის ხსნის თავის პირველ ოტელს არლინგტონში ვირჯინიის შტატში. მერიოტი თავის პირველ სასტუმროში კომპანიის აღმასრულებელი ვიცე პრეზიდენტი გახდა, მალე პრეზიდენტი. 1967 წელს კომპანიას სახელი შეუცვალეს. შემდგომ წლებში თვით სიკვდილამდე 1985 წლამდე ჯ.უილიარდ მერიოტი იშვიათად ისვენებდა. ის თავის თანამშრომლებს ისე ეპყრობოდა, როგორც ოჯახის წევრებს. ის შთააგონებდათ მათ. თუ ისინი ავადმყოფობდნენ ეხმარებოდა მათ, პრობლემების შემთხვევაში ყოველთვის უსმენდა - თუ ისინი მიმართავდნენ თხოვნით. როდესაც ის შედიოდა თავის რესტორანში, ესალმებოდა ყველას ხელის ჩამორთმევით. კომპანიის შტატში ჰყავდა თანამშრომელი, რომლის მოვალეობასაც შეადგენდა ყურადღება მიექცია და თვალყური ედევნებინა იმისათვის, რათა ყველა თანამშრომელი კმაყოფილი და ბედნიერი ყოფილიყო თავისი სამუშაოთი.

სიკვდილამდე ცოტახნით ადრე ნიუ-გემპშირში 1985 წლის 13 აგვისტოს უ.მარიოტი მოჰყვა თავისი პირადი ფილოსოფიის შესახებ, რომელსაც მიჰყვებოდა მთელი თავისი ცხოვრების მანძილზე: „ადამიანი მუდმივად უნდა აგრძელებდეს მოღვაწეობას, რომ იყოს შემქმნელი და კიდევაც უნდა ქმნიდეს. მან უნდა მიიღოს მონაწილეობა საქმეებში, რომლებიც ხდება ამ შესანიშნავ მსოფლიოში. ის უნდა იყოს ვიღაც, ვის მიმართაც გვიწევს ანგარიში გავწიოთ. ის (ე.ი. ადამიანი) უნდა ცხოვრობდეს თავისი ცხოვრებით და აჯამებდეს შედეგებს ყოველდღიურად, ზოგჯერ ეს ძნელია“. ისინი, ვინც მარიოტთან მუშაობდნენ დიდი ხნის მანძილზე, მის შესახებ გამოთქვამდნენ აზრს, როგორ ადამიანზე, რომელიც სავსე იყო წინაღმდეგობებით: „ერთდროულად რბილი და მძიმე ხასიათით, ფანატიკურად მორწმუნე და ამავე დროს მოყვარული გართობა-გამხიარულების, მომთხოვნი და მომთმენი. ის იყო ისეთი, როგორებიც არიან ბევრი ჩვენს ირგვლივ მყოფი ადამიანები. ერთადერთი რასაც ის მოითხოვდა ოჯახისაგან, მოსამსახურეებისაგან და მეგობრებისაგან - სრულყოფაა. მან არ იცოდა ისეთი მდგომარეობა, როგორიცაა არაწესიერება, კმაყოფაზე ყოფნა, უსაქმურობა, უპატიოსნება. განუყრელი ნდობა თავისი იდეალებისადმი ატარა მთელი ცხოვრების მანძილზე. ის უფრო ენდობოდა საქმეებს, ვიდრე სიტყვებს, არავის არ უსახელებდა თავის რწმენას. გულწრფელი ნდობა ღმერთის, მეგობრების, ოჯახის და ქვეყნის იყო მისი მთავარი სასიცოცხლო პრინციპი“.



დღეს კომპანია ბრენდების: „მერიოტის“ , „რიოზ კარლტონის“, „რენესანსის“, „რესიდენს-ინის“, „ქორთიარდის“, „თაუნფლეის სუიტსის“, „სფრინგ ჰილ სუიტსის“ სახელით სასტუმროებს მართავს³² - Marriott International არის ყველაზე მასშტაბური სასტუმროების ქსელი მსოფლიოში. მას აქვს 30 ბრენდი , მსოფლიოს 131 ქვეყანაში და მთელ მსოფლიოში, 1332826 ნომარზე მეტი (2019 წლის 31 მარტის მდგომარეობით),³³ მისი სათავე ოფისი ვაშინგტონშია. ქსელი მომსახურების უმაღლესი სტანდარტების გარდა ცნობილია გლობალური მნიშვნელობის სოციალური საკითხების მოგვარებაში აქტიური ჩარევით. სხვა ქსელებთან შედარებით, „მერიოტი“ საქართველოში ყველაზე მეტი სასტუმროების რაოდენობითაა წარმოდგენილი: „Tbilisi Marriott Hotel“ – თბილისი, „Courtyard by Marriott Tbilisi“ – თბილისი, „Batumi Marriott Hotel“ – ბათუმი, „Sheraton Batumi Hotel“ – ბათუმი, Le Méridien Batumi – ბათუმი, „Sheraton Grand Tbilisi Metechi Palace“ – თბილისი, „Moxy Tbilisi by Marriott“ – თბილისი, „Marriott Autograph Collection“ – „Paragraph Resort & Spa Shekvetili“ – შეკვეთილი, „Marriott Autograph Collection - Panorama Freedom Square“ – თბილისი - მშენებარე-თავისუფლების მოედანი, „Marriott Autograph Collection - Panorama Sololaki“ – თბილისი - მშენებარე.

ჩარლზ კემმონს უილსონი (1913-2003).³⁴ ჩ.უილსონმა დატოვა ძვირფასი კვალი ამერიკული სტუმართმძღობის ინდუსტრიაში. როგორც Holiday



Inn- ის დამფუძნებელმა, მან გამოიყენა თავისი თვალთახედვა და სწრაფი გადაწყვეტილების მიღების უნარი, რათა აეგო კომპანია, რომელმაც მოახდინა რევოლუცია და შეცვალა შეხედულება მოგზაურობაზე. ჩ.უილსონმა ადრეულ ასაკში დაიწყო შრომითი საქმიანობა. შრომისმოყვარეობის მეშვეობით ღარიბი ბიჭისაგან, რომელიც ყიდდა გაზეთებს დიდი დეპრესიის პერიოდში, ის გადაიქცა ახალგაზრდა ადამიანად, რომელიც ფლობდა 4,0 მილიონ დოლარზე მეტ ღირებულების საკუთრებას. ემზადებოდა რა ომში წასასვლელად და შიშობდა, რომ ცოლი და დედა ვერ უპატრონებდნენ მის ქონებას, თუ კი მას რამე დაემართებოდა, და ამიტომ მან გაყიდა თავისი უძრავი ქონება. 1945 წელს ის დაბრუნდა მშობლიურ ქალაქ მემფისში. ერთ-ერთი მოგზაურობა გადამწყვეტი აღმოჩნდა მის ცხოვრებაში -

³² <https://www.marriott.de/hotels/travel/laxtr-torrance-marriott-redondo-beach/>;
<https://www.kayak.com/Ankara-Hotels-JW-Marriott-Hotel-Ankara..ksp>
³³ https://en.wikipedia.org/wiki/Marriott_International
³⁴ <http://kwilson.com/leadership/c-kemmons-wilson-jr> („C. Kemmons Wilson, Jr.“)

ჩ.უილსონი გაემგზავრა დასასვენებლად თავის ოჯახთან ერთად, ამ მოგზაურობის შესახებ შემდგომ ის ამბობდა, რომ ეს იყო მისი ყველაზე ცუდი მოგზაურობა ცხოვრებაში - სასტუმროებში ვერ იშოვნა თავისუფალი ნომერი, ამავე დროს ნომრები იყო ძვირი და არც ისე კომფორტული. ყოველივე ამან შთააგონა უილსონი და მიიყვანა გადაწყვეტილებამდე - ჰქონოდა საკუთარი სასტუმრო. . უილსონმა ააშენა პირველი Holiday Inn 1952 წელს, და უკვე რამდენიმე წლის შემდეგ შეიქმნა ოტელების ჯაჭვი. 1959 წელს უკვე ასეთი ოტელი 100 იყო. კონცეფცია Holiday Inn- ის ³⁵ საფუძველში იდო საწარმოს შექმნის იდეა, რომელიც ორიენტირებული იქნებოდა მოგზაური ოჯახის მომსახურებაზე და რომელიც გამორჩეული იქნებოდა სისუფთავით, მოხერხებულობით, ექნებოდა ორ საწოლიანი საწოლი, სრული კვება და ბავშვებისათვის უფასო მომსახურება. ეს იდეა გახდა საფუძველი მოტელებისა და სასტუმროების ჯაჭვის შესაქმნელად „Holiday Inn“, რომელიც გახდა ძალიან მსხვილი პოპულარული ჯაჭვი მსოფლიოში. პირველი Holiday Inn გახსნა ქალაქ მემფისში, ოტელების განმასხვავებელ ნიშნად იქცა საყოფაცხოვრებო კომფორტის გამოყენება. ოტელის არქიტექტურული კონცეფცია მოიცავდა მრავალსართულიანი შენობის სილუეტის გამოყენების საფუძველს. საცხოვრებელი ნომრების სივრცე გაწყობილი იყო ფუნქციონალურად. მისი ახალშენაძენებში იყო - შიდაკორპორაციული სისტემის დანერგვა დაჯავშნაში „Holidex“. უილსონი იყო ერთ-ერთი პირველი, ვინც ნერგავდა კომპიუტერული სისტემების მრავალფუნქციურ გამოყენებას, აგრეთვე სოციალურ პროგრამებს, რაც დამატებით უპირატესობას იძლეოდა თანამშრომლებისათვის. უილსონმა გააკეთა სასტუმროებისათვის და მათთან დაკავშირებულ სამეწარმეო საქმიანობაში იგივე, რაც გააკეთა სტატლერმა მთლიანად სასტუმრო საქმისათვის. მან ფუფუნების ელემენტები გადაიტანა საშუალო კლასზე და შესთავაზა იმ ფასებში, რომლებიც ხელმისაწვდომი იყო ბევრისათვის. მან პირველმა შემოიღო სტანდარტიზაცია. 2000 წელს უილსონმა დააფუძნა სასტუმრო მენეჯმენტის სკოლა, აგრეთვე გახსნა სასტუმრო და სკოლა მემფისის უნივერსიტეტში.



საქართველოში ამ ქსელის სასტუმროები გვაქვს თბილისში, თელავსა და ბაკურიანში.

³⁵ <https://www.booking.com/hotel/gb/holiday-inn-london-commercial-road.en-gb.html>; <https://www.booking.com/hotel/tr/holiday-inn-antalya-lara.en-gb.html?aid;>

თავი 3. განთავსების საშუალებათა ყველაზე გავრცელებული ტიპები მსოფლიოში

სასტუმრო კომპლექსები წარმოადგენენ რთულ, ხშირად უნიკალურ ნაგებობას, მათი განთავსება ქალაქის (კურორტის) გეგმიურ სტრუქტურაში რთული და საპასუხისმგებლო პროცესია. სასტუმრო კომპლექსის განთავსებისათვის ადგილის შერჩევა წინასწარ განისაზღვრება მთელი რიგი ფაქტორებით.

ქალაქსაამშენებლო. ტერიტორიის აუცილებელი ფართი სასტუმრო კომპლექსის ექსპლუატაციის სპეციფიკის და მისი ტევადობის გათვალისწინებით, განსათავსებელი ნაკვეთის ოპტიმალური გეომეტრიული მოხაზვა, რაციონალური განთავსება სატრანსპორტო კომუნიკაციებისა და ქალაქის ცენტრთან, რკინიგზის ვაგზალთან და აეროპორტთან კარგი კავშირების არსებობის გათვალისწინებით.

არქიტექტურულ-ლანდშაფტური. სასტუმროსათვის შერჩეული მიწის ნაკვეთზე ბუნებრივი კომპონენტების არსებობა ან კიდევ მის მოსაზღვრე ტერიტორიაზე: გამწვანება, რელიეფი, წყალი და სხვა.

ეკოლოგიური. ტერიტორიის კომფორტულობა: გარემოს სანიტარიულ-ჰიგიენური პარამეტრების შესაბამისობა ნორმატიულ მოთხოვნებთან (საჰაერო აუზის სისუფთავე, ხმაური, ინსოლაცია და ა.შ.)

საინჟინრო-ეკონომიკური. საქალაქო საინჟინრო კომუნიკაციების არსებობა: წყალგაყვანილობა (წყალსადენი), კანალიზაცია, ელექტროქსელი, ბუნებრივი აირი, ტელეფონიზაციის შესაძლებლობა, ინტერნეტისა და ტელევიზიის ქსელისადმი მიერთების შესაძლებლობა, აგრეთვე არსებულ საინჟინრო საქალაქო ქსელებთან მათი სიმძლავრის და განლაგების გათვალისწინებით.

თანამედროვე სასტუმრო მოწოდებულია შეუქმნას კომფორტული პირობები ღამის გასათევად ტურისტს და შესთავაზოს მას რიგი დამატებითი მომსახურებები. სასტუმროს შენობა წარმოადგენს მრავალფუნქციურ ნაგებობას და მოიცავს ტექნოლოგიურად რთულ მოწყობილობებს.

სასტუმროთა შენობები განსხვავდებიან მრავალი ნიშნის მიხედვით: კონსტრუქციის ტიპით, ტევადობით, სართულიანობით, დანიშნულებით, ექსპლოატაციის რეჟიმით და სხვა. სასტუმროების პროექტირება ხორციელდება ნორმატიული და სარეკომენდაციო ხასიათის დოკუმენტების საფუძველზე. ამ დოკუმენტების შინაარსი განსხვავებულია ქვეყნებს, სასტუმროთა ცალკეულ ჯაჭვებს და ობიექტებს შორისაც. სასტუმრო პროექტში რეგლამენტირდება მაჩვენებლები - შენობის მოცულობის, ფართის, მშენებლობის ღირებულების, მასალების, კონსტრუქციების, საინჟინრო მოწყობილობის, კვების საწარმოების, დამატებითი მომსახურების,

საწოლადგილების, ნომრების რაოდენობის და სხვ. ყოველივე ზემოთ ჩამოთვლილი განსაზღვრავს სასტუმროების განსხვავებულ ტიპს.

თანამედროვე მოგზაურს, ხშირად სურს იცხოვროს სასტუმროში, რომელიც არ წააგავს სხვებს და აქვს „საკუთარი სახე“, რომელიც დაასაჩუქრებს მას დაუვიწყარი შთაბეჭდილებით, გაამდიდრებს მის ცხოვრებისეულ გამოცდილებას. შეიძლება ითქვას წავიდა ის დრო, როდესაც რწმენა და იმედი სტანდარტული სასტუმრო პროდუქტის მიღებაში გადამწყვეტი კრიტერიუმი იყო მათი შერჩევისას. სტანდარტული სასტუმროს პროდუქტისაგან „დაღლამ“ თავისი გამოხატულება ჰპოვა იმაში, რომ გაიზარდა იმ მოგზაურთა რიცხვი, რომლებიც ტრადიციულ სასტუმრო განთავსებას ამჯობინებენ კორპორაციულ ბინებს. ბოლო დროს Marriott, Hilton-ი და სხვ. ჩაეჭიდნენ რა ამ ტენდენციას, ბაზარზე გაიტანეს ოტელების ცალკეული ბრენდები, რომლებიც სთავაზობს ბინის ტიპის ცხოვრებას, მაგალითად, Marriot residence inn, Hilton Homewood suites. და სხვ. თანამედროვე სასტუმროთა ინდუსტრიის განვითარების ერთ-ერთ ტენდენციას ასევე ბოლო დროს, წარმოადგენს განსხვავებული - არაორდინალური სასტუმროების შექმნა. სიტყვა „არაორდინალური“ - განმარტებით ლექსიკონში მიიჩნეულია, როგორც უცნაური, არაჩვეულებრივი, ორიგინალური, ეგზოტიკური. იმასთან დაკავშირებით, რომ დღეისათვის საქართველოში არ გვაქვს ასეთი სახის სასტუმროების მკვეთრად გამოხატული ტიპოლოგია და კლასიფიკაცია, ჩვენ დავკმაყოფილებდით მათი აღწერით და კულტურული დამოკიდებულებების სპეციფიკის გამოვლენით, რომლებმაც განაპირობეს მათი გარეგნობა და არაორდინალური სასტუმროები გახადეს ტურისტების ყურადღების მოზიდვის წერტილი.

Apartment (აპარტამენტი) - სასტუმრო აპარტამენტებს აქვს სანომრო ფონდი 100-დან 400-მდე, ავეჯით და საკუთარი სამზარეულოთი აღჭურვილი ოთახებით. ისინი თვითმომსახურებაზე, ძირითადად ბიზნეს და საოჯახო ტურიზმზეა ორიენტირებული და იმ სტუმრებზე, რომლებიც სასტუმროში დიდი ხნით ჩერდებიან.



Aparthotel (აპარტ-ოტელი) - აპარტამენტები ჩვეულებრივ სასტუმროში ან ცალკე ბინის კომპლექსი, რომელსაც აქვს სამზარეულო მოწყობილობები, ჭურჭის მთლიანი ნაკრები და სხვადასხვა საყოფაცხოვრებო ტექნიკა;



Aquatill (აკვატელი) - გემი, რომელიც არ არის სატრანსპორტო საშუალება და გამოიყენება სასტუმროდ;



BGL, BG (Bungalow, ბუნგალო) — არის შენობა, რომელიც გამოყოფილია მთავარი შენობადან. ყველაზე ხშირად ერთი ან ორისართულიანია. როგორც წესი, სახლი ტროპიკული დასვენების ადგილებშია.



Boutique (ბუტიკი) - ბოჰემური სტილის სასტუმროა. იგი მიეკუთვნება მცირე სასტუმროთა ელიტარულ კლასს. სასტუმროს სახელი საუბრობს თავისთავად - ეს არის ხუთვარსკვლავიანი სასტუმრო ძალიან ძვირი და მომხიბვლელი სტილით და დიზაინით. პირველად, ბუტიკი სასტუმროები გაიხსნა 1980 წელს ამერიკის შეერთებულ შტატებში ნიუ იორკში, სან ფრანცისკოში. დღეს ასეთი სასტუმროები შეიძლება იხილოთ პარიზში, ლონდონში და ბარსელონაში. ცხოვრების ხარჯები ამ ტიპის სასტუმროში მაღალია, მაგრამ მდებარეობა არის უნიკალური ქალაქის ცენტრში.

Boarding house (პანსიონატი) - იაფი სასტუმროს ტიპია, აქვს მცირე რაოდენობის ნომრები, მუდმივ სტუმრებს სთავაზობენ სრულ პანსიონს. ის შეიძლება იყოს ერთი ოჯახის საკუთრება, რომელთა წევრებიც სასტუმროს მომსახურე პერსონალია;



Botel (ბოტელი) - ახალი ტიპის სასტუმროა წყალზე, რომლებიც გათვალისწინებულია ნავებითა და იახტებით მოგზაურთათვის;

B & B (საწოლი და საუზმე) - ჩვეულებრივ იგი 4-10 სასტუმრო ოთახის მქონე მცირე განთავსების საშუალებაა. განთავსების მფლობელები ცხოვრობენ სტუმრების გვერდით და აგრძნობინებენ მათ თავს როგორც თავიანთ სტუმრებს და არა როგორც დამქირავებლებს. მომსახურებაში შედის ღამისთევა და დილის საუზმე. განთავსების ეს საშუალებები სულ უფრო პოპულარული ხდება.



Chale - სასტუმრო მდებარეობს ტრადიციულ ალპურ სახლში.



Chambres d'hôtes (ფრანგული). კიდევ ერთი საინტერესო და ძალიან სპეციფიკური განსახლების ვარიანტია ფრანგული chambres d'hôtes. ჩვეულებრივ, ეს არის სახლები, რომლებიც მდებარეობს თვალწარმტაც ადგილებში, ხშირად მფლობელებს აქვთ საკუთარი ვენახები, და

ეს შეიძლება იყოს დიდი შატო ან ძალიან მცირე ფერმა. სახლში არის რამდენიმე ოთახი, საოჯახო ატმოსფერო და ძირითადი "ღირშესანიშნაობებია" ბუნება და ადგილობრივი ღვინო სადილზე. კომფორტის დონე ძალიან განსხვავებულია და საუკეთესო ორიენტაცია ფასისთვისაა.



Cabana — მდებარეობს პლიაჟზე ან აუზთან ახლოს, ბულგალოს ტიპისაა, გამოყოფილია ძირითადი შენობიდან და აღჭურვილია როგორც საძინებელი;

Camping (კემპინგი) - ინგლის. „კემპ“ - ბანაკს ნიშნავს. აქვს საშხაპე, ტუალეტი, ელექტრული საშუალებები. ამ ტიპის განთავსების საშუალებები არის გზის პირზე, არის იაფი და ავტო, მოტო და ველო ტურისტებს სთავაზობენ სხვადასხვა სახის მომსახურებას;



Cabin — კაიუტა ნაფზე ან ბორანზე პატარა სახლი;



Casino-Hotel (სამორინე-ოტელები), აზარტული მოთამაშებისათვის კარგი კვებაა და მაღალი მომსახურება, სამორინე 24 საათი მუშაობს, ზოგიერთ სამორინეში 400-ზე მეტი ნომერია.



Conference centers (საკონფერენციო ცენტრები), სადაც კონფერენციები იმართება და მისი განსაკუთრებულობა იმაშია, რომ არის დამხმარე აუდიო და ვიდეო მოწყობილობები, ბიზნეს-ცენტრი, კონფერენს-ცენტრი, გოლფის მოედნები, დახურული აუზი, ტრენაჟორები, სპორტული მოედნები;



Condominiums (კონდომინიუმები), სასტუმრო კომპლექსები, სათავსოები, საწოლო ფონდი, რომელიც გაყიდულია ინდივიდუალურ მფლობელებზე ან არენდითაა გაცემული დამსვენებლებზე. („კონდო“ ნიშნავს ბინას) ეს ისეთი სასტუმრო - ბინებია, რომელსაც აქვთ მიმღები,დაცვა, აუზი.



Congress Hotel (კონგრეს ოტელები), ამ ტიპის სასტუმროებს აქვს ბევრი ნომერი , შეიძლება ითქვას 2000 და მეტი, მასში ჩერდებიან სხვადასხვა ღონისძიებებისთვის ჩამოსული საქმიანი ადამიანები. ბოლო პერიოდში მასზე გაიზარდა მოთხოვნა, აქვს საქმიანი მომსახურებისთვის საჭირო მთლიანი ნაკრები;



Country Inn — სასოფლო სასტუმროები;



Cottage — კოტეჯი ;



Country house (სააგარაკო სახლები) - სააგარაკო ტიპის სახლები მთლიანი ინფრასტრუქტურით;



Executive Floor ³⁶— ერთი ან რამდენიმე სართული სასტუმროში, მაღალი დონის აღჭურვილობით.



Econom hotel – სასტუმრო მცირე შესაძლებლობებით.



HV (Holiday Village) — სასტუმრო ბუნგალოს კომპლექსშია წარმოდგენილი, არსებობს პირველი და მეორე კატეგორიის (HV1 და HV2);

³⁶ [https://www.google.com/search?q=Executive Floor](https://www.google.com/search?q=Executive+Floor) (ეს არის სასტუმროში განსაკუთრებული, ფეხენებელური სართული, რომელსაც საკუთარი მომხმარებელთა სეგმენტი ჰყავს)



Floatel (ფლოტელი) - რომელსაც უწოდებენ “კურორტიწყალზე”, სადაც დამსვენებლებს ეძლევათ ნავები, წყლის თხილამურები, სათევზაო მოწყობილობები;



Flytel (ფლაიტელი) - „მფრინავთა სასტუმრო”, აღჭურვილნი არიან ასაფრენი ბილიკებით და სატელეფონო კავშირებით მეტეოროლოგიურ სადგურთან, მათში მომსახურება ძალიან მაღალია (აქვთ ჰაერის ექსტრემალური ტურიზმისათვის ყველანაირი აღჭურვილობა: პარაპლანი, დელტაპლანი, ბეიჯამპინგის ფორმა, პარაშუტი, ჰაერბურთის კალათები და სხვ);



Grand Hotel —საერთო სახელწოდებაა ძვირადღირებული, ფემენებელური სასტუმროებისა მთელს მსოფლიოში, მაგრამ არა სასტუმროს ჯაჭვის;



Guesthouse (სასტუმრო სახლი) — იაფი, მცირე განტავსების საშუალება, რომელიც განცალკავებულია მფლობელის სახლისაგან და მზადაა სტუმრების მისაღებად;



Holiday hotel — იგივე პანსიონატებია;



Hostel (ჰოსტელი) იაფი სასტუმროები ახალგაზრდებისათვის, იგი დაბალ ბიუჯეტისანი საერთო საცხოვრებლის მსგავსი განთავსების საშუალებაა, რომელიც ჩვეულებრივ განთავსებულია ძირითად და ტურისტულ ქალაქებში, სადაც რამდენიმე უცნობი ადამიანი დარჩება ერთ ოთახში. აღჭურვილია საერთო საშხაპით და აბაზანით;



Hotel-club — დახურული მაღალი კლასის სასტუმრო, რომელიც ეკუთვნის ნებისმიერ კლუბს ან საზოგადოებას. სასტუმრო კლუბები ხშირად მდებარეობს ქალაქგარეთ;



Hotel Garni — სასტუმრო რესტორნის გარეშე, რომელიც აგებულია ბუნებრივი რეზერვაციის და ეროვნული პარკების ტერიტორიაზე.



Lodge - ლოჯი ამ ტიპის სასტუმროებია აფრიკაში, ეროვნული საცხოვრებელია. ამ ტიპის სასტუმრო შეიძლება განთავსდეს ეროვნულ პარკში ან მის ახლოს. გარეგნულად ტრადიციული სახლისგან არაფრით განსხვავდება, საძინებელში არის ყველა საჭირო კომფორტი. სახლები აგებულია ეკოლოგიური მასალებისგან (ქვის ან ხისაგან).

სასტუმროს აქვს რესტორანი, სრულიად აღჭურვილი აბაზანა. როგორც წესი, ცხოვრება ამ ტიპის სასტუმროში არ არის იაფი, რადგან იგი შედის საფარის ფასში.



Major hotel — სასტუმრო მაღალი ხარისხის მომსახურებით;



Motel (მოტელი) - განკუთვნილია ტურისტებისათვის რომლებიც მოგზაურობენ ავტომობილით, მათი სანომრო ფონდია 150-400 ნომრამდე, განლაგებულია ქალაქგარეთ, საავტომობილო გზებზე და ქალაქის შესასვლელებში. აღჭურვილია ავტოფარეხით, ავტოგასამართით, ტექნიკური, და სხვა საჭირო მომსახურებით. აქვს საშუალო დონის მომსახურება, პერსონალი მცირერიცხოვანია, საშუალო ფასებია, კვების მომსახურება შესაძლებელია კაფეში ან სასადილოში.



MotoHotel (მოტოტელი) - სთავაზობს მომხმარებელს იმავე მომსახურებას, რასაც მოტელი, მაგრამ გამოირჩევა მომსახურების უფრო მაღალი ხარისხით;

Ocean front hotel —სასტუმრო პირდაპირ ოკეანეს გადაჰყურებს;

Otel (ოტელი) - გამოირჩევა ბევრი ნომრით და კომფორტის მაღალი დონით, ყავს მომსახურე პერსონალი დიდი რაოდენობით, გამოირჩევა დამატებითი მომსახურების შეთავაზებით;

Pension - პანსიონი ან საოჯახო სახლები (გესტჰაუსი) - უვარსკვლავო პატარა განთავსების საშუალებაა. ამ ტიპის განთავსების საშუალებები ბევრია მაგალითად, მთიან ავსტრიაში. რომლებიც ყველაზე ხშირად იმართება ერთი ოჯახის მიერ. მფლობელი - მზარეულია, დიასახლისი - ადმინისტრატორი, ნათესავები - მსახიობები და მიმტანები. აქაც, ყველაფერი მხოლოდ მფლობელებზეა

დამოკიდებული - ძალიან მოკრძალებული ვარიანტებია და ასევე არიან ისეთებიც, როდესაც მოკრძალებული წარწერა გასთჰაუსები ბრწყინვალე აპარტამენტებს "მაღავს" და როგორც საჩუქარი აქვთ კარგი რესტორანი.



Parador

ციხესიმაგრე რეკონსტრუირებული მაღალი კლასის სასტუმროსთვის.



Pousada (პოუზადი) –

გავრცელებულია პორტუგალიაში „ისტორიული ოტელები“, რომლებიც განლაგებულია რესტავრირებულ ციხე-დარბაზებში, სასახლეებში, მონასტრებში, სადაც შეიძლება ცხოვრება პირვანდელ (იმდროინდელ) ატმოსფეროში.

პოუზადები მთელი პორტუგალიის მასშტაბით დაახლოებით 50 ძველ

სასტუმროს ითვლის. ისინი გამოხატავენ პორტუგალიის იმ რაიონების არქიტექტურას, დეკორატიულ მახასიათებლებს, სადაც ისინი მდებარეობენ. პოუზადები განლაგებულია სხვადასხვა შენობებში: შუა საუკუნეების ფუნდუკებში, ციხე-დარბაზებში, ადგილ-მამულებში, XX საუკუნის დასაწყისის შენობებში, ისინი განათებულია თანამედროვე მოწყობილობებით და სტუმრებს ნამდვილ ოჯახურ ატმოსფეროს სთავაზობენ. ამ ოტელების მახასიათებელ ნიშნებს წარმოადგენს წარმტაც ადგილებში მდებარეობა, ისინი, როგორც წესი, არაუმეტეს 30 ნომრით არიან წარმოდგენილნი, აქვთ საუკეთესო ადგილობრივი სამზარეულო, ინდივიდუალური მიდგომა და მთლიანობაში, ჭეშმარიტი პორტუგალური სტუმარმასპინძლობა. განთავსების დონის მიხედვით პოუზადები მიეკუთვნებიან 4-5 ვარსკვლავიანი კატეგორიის ოტელებს. ყველა პოუზადი მოცილებულია ქალაქებსა და ჩქაროსნულ მაგისტრალებს. პოუზადები იყოფიან:

- **ისტორიული პოუზადები** – შუასაუკუნეების ციხე-დარბაზები, რომლებიც 5 ვარსკვლავიან ოტელებადაა გადაქცეული, მაგრამ ამასთან შენარჩუნებულია პირვანდელი კოლორიტი, მსუბუქად შერბილებული თანამედროვე კეთილმოწყობით.

- **რეგიონული პოუზადები** – შენობები, რომლებიც დამახასიათებელია განსაზღვრული ადგილმდებარეობის არქიტექტურისთვის და რომლებიც სწორედ ამ რეგიონის სამზარეულოს სთავაზობენ ტურისტებს.
- **„Natur“ კატეგორიის პოუზადები** – ნაციონალური პარკების ტერიტორიაზე შესანიშნავი პეიზაჟების ფონზე არიან განლაგებულნი.
- **„Charme“ პოუზადები** – პატარა მომხიზვლელი კარმიდამო შედარებით არახანგრძლივი ისტორიით. ასეთი სასტუმროების განსაკუთრებულობის მიუხედავად, მათში ცხოვრება შედარებით იაფია და უთანაბრდება ჩვეულებრივ 4 ვარსკვლავიან სასტუმროში ცხოვრების ფასს. ამას გარდა, იმ მოგზაურთათვის, რომლებიც პოუზადებში ჩერდებიან რამდენიმე ღამით, ასევე ცალკეული კატეგორიის ტურისტებისთვის, მოქმედებს სპეციალური ფასები.



Resort hotels /Hotel-resort

(საკურორტო სასტუმროები).

მათ აქვთ დიდი ტერიტორია, 100-დან 500 -მდე ნომრით განლაგებულია ზღვის, ოკეანის, მთის, ტბის ნაპირას ქალაქიდან დაშორებით. აქვს მთლიანი ნაკრები მომსახურებისა. მეტი ვიდრე ქალაქის სასტუმროებშია. საშუალოზე მაღალი ფასებით. აქვს ბევრი სპორტული იახტები და

შესაბამისი აღჭურვილობა, ძვირი რესტორნები, საბანკეტო დარბაზები, შეხვედრის ადგილები. ორიენტირებულია სხვადასხვა კატეგორიის ტურისტებზე.

Rotel როტელი - მოძრავი სასტუმრო, რომელიც არის რონოდი, 1-2 ადგილიანი განყოფილებით, რომელშიც მოთავსებულია: საძილე სავარძლები, ტანსაცმლის შესანახი, ტუალეტი, სამზარეულო და მაცივარი;





Spa სასტუმრო- ამ სასტუმროების გამორჩეული თვისება არის სპა ცენტრების ხელმისაწვდომობა ფართო სპექტრით მკურნალობისთვის.



Timeshare (ტაიმშერული სასტუმროები) ხანგრძლივი პერიოდისათვის საწარმო ფონდის დაქირავებაა შესაძლებელი. ისინი იყოფიან: მუნიციპალურ, საუწყებო, შერეული საკუთრების, საზოგადოებრივი ორგანიზაციების და სასტუმროები უცხოური კაპიტალის მონაწილეობით. ასეთი სასტუმროები შეიძლება იყოს 50-დან 250- ნომრამდე, ცალკე ნაგებობა 4-5

ნომერზე, ასეთ სასტუმროებს აქვს, ბინის ტიპის ნომრები, სპორტული მოედნები, განკუთვნილია იმ კლიენტთა მომსახურებისათვის, რომლებიც არიან შვებულებაში ან არდადეგებზე, განლაგებულია კურორტების ახლოს;



ტურისტული თავშესაფარი - ხანმოკლე დასვენების ადგილი აქტიური გადაადგილების მარშრუტზე მყოფი ტურისტებისათვის (ბოლო პერიოდში ჩვენთანაც ძალიან პოპულარულია, განსაკუთრებით ბორჯომ-ხარაგაულის ნაკრძალში. (თავშესაფარი ღამის თევას არ ითვალისწინებს).



Villa (ვილა) - ამ ტიპის განთავსება მხოლოდ მდიდარი, განსხვავებული და „მარტოობის“ მოყვარულ მომხმარებელზეა გათვლილი. კონფიდენციალურობისა და დამოუკიდებლობის დაცვით. როგორც წესი, ვილები მოხერხებულად არის განთავსებული სასტუმროსა და სასტუმრო კომპლექსის მთავარ შენობასთან,

სხვადასხვა გასართობი საშუალებებით და ინფრასტრუქტურით, მათთვის მაქსიმალურ კომფორტს ქმნიან. საკუთარი აუზებით, საუნებითა და ბაღებიდან

ორსართულიანი კომფორტული სახლები ასევე სტუმრებს სთავაზობს პირად მოსამსახურეს, მდივანს, თუ მზარეულს. ვილა დიდი ხნით ქირავდება (ერთი თვე ან ორი), ან ტრადიციული ორი კვირის განმავლობაში, ფასი არ არის დამოკიდებული სტუმრების რაოდენობასთან. არის ვილები, რომელთა ღირებულება ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროს ღირებულების ტოლია, ასეთი ძვირადღირებული ამ ტიპის განთავსების საშუალებებით გამოირჩევა საკურორტო ადგილები. ასეთი ტიპის განთავსების საშუალებებით სარგებლობენ ოჯახები და ჯგუფები.



Youth hostel — ახალგაზრდებისთვის გათვლილი საერთო საცხოვრებლის ტიპის განთავსების საშუალება.

შეინიშნება პოპულარულობის ზრდის ტენდენცია აქტიური ტურიზმის მიმართულებით, ბუნებრივი და კულტურულ ფასეულობათა შენარჩუნებისათვის, ტურიზმის ეთნიკური კულტურების შესწავლის მიზნით. იზრდება რაოდენობა ეკოტელეების (მაგალითად, Banyan Tree Kamandalu კუნძულ ბალიზე), ხოლო ეკოლოგიური პოლიტიკა ხდება თითოეული იმ ოტელის მოდვაწეობის ატრიბუტი, რომლებიც ზრუნავენ თავიანთ რეპუტაციაზე.

1993 წელს თერთმეტი უმსხვილესი საერთაშორისო სასტუმრო ქსელი (Accor, Forte, Hilton, Intercontinental, Marriott და სხვები) გამოვიდა საერთაშორისო ინიციატივით სასტუმროთა ეკოლოგიური პასუხისმგებლობის შესახებ. ეკოლოგიური პასუხისმგებლობის განვითარებას საფუძველი შეუქმნა საერთაშორისო სასტუმრო კომპანია ინტერკონტინენტალმა, რომლის ხელმძღვანელობაც 1990 წელს გამოვიდა ოტელეების ეკოლოგიური განვითარებისა და მართვის მოწოდებით. ეს იყო პირველი ნაბიჯი საერთაშორისო სასტუმრო კომპანიებისათვის საერთაშორისო სასტუმრო ბიზნესის ეკოლოგიური და სოციალური პასუხისმგებლობის განვითარებაში მონაწილეობის გზაზე. ეკოლოგიური პასუხისმგებლობის საკითხები, როგორც საზოგადოების წინაშე კომპანიის სოციალური პასუხისმგებლობის შემადგენელი, აქტუალურია დღეს სასტუმროთა კომპანიებისათვის და წარმოადგენს საჯარო აღიარებაში პრაგმატიკისა და მოთხოვნის შეხამების ნათელ მაგალითს. ეს მიიღწევა კორპორაციულ

პოლიტიკაში ეკოლოგიის, ხარჯების ეკონომიისა და დადებითი საზოგადოებრივი რეპუტაციის მიღწევის ნაბიჯების შეხამებით. ამის წარმატებულ დემონსტრირებას ახდენენ მაგალითად, **თავიანთ საქმიანობაში სკანდინავიის სასტუმრო კომპანიები.**

სოციალური პასუხისმგებლობის წარმოჩენა საშუალებას იძლევა გაუმჯობესებულ იქნეს საწარმოს იმიჯი, კოლექტივში ურთიერთობები, მოზიდულ იქნეს ახალი კლიენტები, გაზრდილ იქნეს საკუთარი პროდუქციის (მომსახურების) გაყიდვების მოცულობა და ბაზარზე აქციების ღირებულება. სტუმართმოყვარეობის ინდუსტრიის საწარმოებისათვის არამატერიალური აქტივების საკითხებს (იმიჯს, საქმიან რეპუტაციას, მისი მომსახურების პრესტიჟულობას და სხვ.) უფრო დიდი მნიშვნელობა აქვთ მოცემული სასტუმრო საწარმოს კონკურენტუნარიანად არსებობისათვის და ბაზარზე მისი პროდუქტის წარმატებისათვის.



სურ. საქართველოს პოპულარული სატუმროები: „კასტელო მერე“-ციხისძირი და „როიალ ბატონი“- ყვარელი.

თავი 4. სასტუმროს გამორჩეული თავისებურებები და მომსახურებისთვის გასათვალისწინებელი უპირატესობანი

4.1. სასტუმროს ექსტერიერი და ინტერიერი

თანამედროვე სასტუმრო საწარმო - ესაა რთული კომპლექსური ობიექტი, რომელშიც შედის სხვადასხვა ფუნქციური დანიშნულების დიდი ოდენობით სათავსები: მიღებისათვის, განთავსებისა და მომსახურების, კვების ორგანიზაციის, საყოფაცხოვრებო მომსახურების შეთავაზების, კულტურულ - მასობრივი დასვენების, ასევე სამსახურებრივი, სამეურნეო, დამხმარე, ტექნიკური და ა.შ. სასტუმროს ნებისმიერი საწარმოს ნაგებობების შემადგენლობა და რაოდენობა დამოკიდებულია მის ტიპსა და ტევადობაზე.

სასტუმრო კომპლექსში შესასვლელი. ძალიან მნიშვნელოვან და რთულ პრობლემად ითვლება მთავარი შესასვლელის არქიტექტურული გაფორმება. მისი გარეგნული სახე დამოკიდებულია სასტუმრო კომპლექსის სახეზე და იმ სტუმრებზე, ვისთვისაცაა გათვალისწინებული. შესასვლელის არქიტექტურული დაგეგმვა შეიძლება იყოს მონუმენტური და პრეტენზიული ან მოკრძალებული და უბრალო. საერთო წესად ითვლება ყურადღების გამახვილება ფეხით მოსიარულეთა მიმართ. შესასვლელი კედელი ნაწილობრივ მინისაა და გამოწეულია სასტუმროს ფასადთან შედარებით პოტენციური სტუმრების მოზიდვის ეფექტის შექმნის მიზნით. შესასვლელი ჩვეულებრივ კეთდება საშუალო სიმაღლის. შესასვლელის წინ აუცილებელია ასევე ნიშა, რომელიც გადახურულია და უამინდობის შემთხვევაში დაიცავს მანქანიდან ან ავტობუსიდან გადმოსულ სტუმრებს.



წყარო: <https://www.google.com/search?q=hotel+interior&rlz=1910> წელს აშენებული სასტუმრო სინგაპურში დღეს ეროვნული ძეგლის სტატუსით იზიდავს მსოფლიოს გამორჩეულ სტუმრებს „Raffles Hotel Singapore“. ბათუმის „შერატონი“

თანამედროვე ტურისტი სულ უფრო იშვიათად მგზავრობს მატარებლით და უფრო ხშირად კი ავტობუსით ან საკუთარი ავტოტრანსპორტით. ეს იწვევს შესასვლელის ისეთი მდებარეობის აუცილებლობას, რომ მიმდებარე მაგისტრალის მოძრაობის ზოლსა და სასტუმროს კომპლექსის შესასვლელის შორის 1-2 ავტობუსისა და რამდენიმე მსუბუქი ავტომობილის მისასვლელად იყოს ადგილი. მნიშვნელოვან უხერხულობას ქმნიან ავტობუსები, რომლებიც დიდი ხანი უნდებიან ჩამოტვირთვას (მგზავრების ჩამოყვანას), გადაღობავენ შესასვლელს და ითხოვენ მოხერხებულ, წვიმისაგან დაცულ ადგილს შენობასთან. სასტუმროს შესაბამისი სამსახურის

თანამშრომელი (სასტუმროს მძღოლი, ზოგიერთ სასტუმროში „ბელბოი“) ან თვით სტუმარი აყენებს ავტომანქანას დროებით სადგომზე ფორმალობების შესრულების, ნომერში განთავსებისა და თავისი შემდგომი ყოფნის პროგრამის განსაზღვრის მომენტამდე. ამიტომ შესასვლელთან ახლოს შესასვლელისა და ძირითადი მაგისტრალის მოძრაობის ზოლს შორის უნდა იყოს განლაგებული სადგომი ავტომანქანებისათვის. რომელიც უნდა ჩანდეს სასტუმროს შესასვლელიდან. სადგომის ზომები დამოკიდებულია სასტუმრო კომპლექსის მოცულობაზე. სადგომი უნდა განთავსდეს სასტუმროს რესტორნის შესასვლელთანაც და ჰქონდეს ხელსაყრელი გამოსასვლელი ქუჩის მაგისტრალზე.

ექსტერიერი - სასტუმროს შენობის გარეგნული სახეა. მას ძალიან დიდი მნიშვნელობა აქვს ტურისტებისათვის განთავსების ადგილის არჩევისას. არსებობს მოთხოვნები, რომლებიც განსაზღვრავს შენობის სახეს, რომლებიც უნდა შესრულებული იყოს მისი პროექტირების ეტაპზე: ბუნებრივ-კლიმატური, ფსიქოფიზიოლოგიური, შენობის ფორმა, განათება და ფერი, სასტუმროს მთავარი შესასვლელი. განსაკუთრებული ყურადღება მიზანშეწონილია დაეთმოს ინტერიერს, ანუ შიდა სივრცის დაპროექტებას.



სურ.6 წყარო: <https://www.google.com> სასტუმრო „რიტი“ პარიზი, „რივიერა“-პარიზი; და სასტუმრო „მერიდიანი“ ბათუმი

ინტერიერი - შესაძლოა განვსაზღვროთ როგორც ერთიანობა სამშენებლო ზედა ნაწილის, რომელიც ზღუდავს სივრცეს (იატაკის, კედლების, ჭერის, შენობის კონსტრუქციული ელემენტების), მის საგნობრივ შევსებას (ავეჯი, მოწყობილობა, აქსესუარები) და ფუნქციურ პროცესებს, რომლებიც ქმნიან ობიექტის სივრცესა და ატმოსფეროს.

ინტერიერი წარმოადგენს ხელოვნურ სივრცეს, რომელშიც ერთიანდება დანიშნულება და მხატვრული სახე. ფუნქციური ტიპოლოგია ინტერიერს ყოფს საცხოვრებელ, საზოგადოებრივ და საწარმოო არეებად.



სურ.7 . წყარო: <https://jp.lhw.com/hotel/The-Westbury-Dublin-Ireland>

თუ არქიტექტორი წყვეტს მოწყობილობის კონსტრუქციულ თავისებურებებს, დიზაინერი საზღვრავს ინტერიერის მხატვრულ სახეს მოხერხებულობის გათვალისწინებით, კომფორტულობითა და სილამაზის თვალსაზრისით.

დიზაინერის ყურადღების ცენტრში ყოველთვის იმყოფება ადამიანი, მისი ინდივიდუალური და საზოგადოებრივი მოთხოვნებით, უტილიტარული და ესთეტიკური მოთხოვნებით (საჭიროებით). დიზაინის სპეციალისტი ქმნის ახალ საგნებს და აშენებს საგნობრივი გარემოს ორგანიზაციის ახალ ფორმებს. ფაქტობრივად მიმდინარეობს ორი პროცესი: დიზაინერის მიერ სამყაროს (სივრცის) გარდაქმნა და მომხმარებლის მიერ სამყაროს შეცვლა. სასტუმროთა ინტერიერი უნდა იყოს საკმაოდ ნეიტრალური, წყნარი, არ უნდა იწვევდეს გაღიზიანებას. შეიმუშავებს რა საზოგადოებრივი ინტერიერის პროექტს, დიზაინის სფეროს მხატვარი ორიენტირებულია მომავალი ობიექტის მომხმარებლის კოლექტიურ სახეზე.

სასტუმროს ფუნქციურ ზონას წარმოადგენს ტერიტორია, რომელიც ესაზღვრება (მიბმულია) სასტუმროს შენობას. ის უზრუნველყოფს სტუმრების და სასტუმროს პერსონალის იზოლაციას გარემოსაგან (ხმაური, უჰაერობა, ნაგავი და სხვა), მომსვლელთათვის იოლად შეღწევადობას. ამ თვალსაზრისით მნიშვნელოვანია სასტუმროს განლაგება სატრანსპორტო კვანძებთან მიმართებაში, რაც შეესაბამება აგრეთვე შენობის სარეკლამო გაფორმებასაც. სასტუმროსთან ახლოს გაითვალისწინება ადგილი სტუმრების დასვენებისათვის, სატრანსპორტო საშუალებების პარკირებისა და საზოგადოებრივი არეებისადმი. პერსპექტიულია სასტუმროს ტერიტორიის მიწისქვეშა სივრცის გამოყენება.

შენობა იყოფა ძირითად და დამხმარე ნაწილად. ძირითადს მიეკუთვნება საცხოვრებელი კორპუსები, კვების პუნქტები, სხვადასხვა სახის მომსახურება, სპორტული კომპლექსები და სხვა.



სურ.8. წყარო <https://www.google.com/search?biw>

დამხმარე შენობებს მიეკუთვნებიან: საქვაბე (საორთქლე), სამრეცხაო, საწყობი, სათავსები, ავტოფარეხები და ა.შ. ამათ გარდა სასტუმროს კომპლექსში შედის გარდამქმნელი ქვესადგურები, რეზერვუარები, საკანალიზაციო კოლექტორები და სხვა სახის კომუნალური მოწყობილობები. სასტუმროს შენობა დაიყოფა საცხოვრებელ, საოფისე, მომსახურებისა და დამხმარე ფართებად. **საცხოვრებელი შენობის შემადგენლობაში შედის:** ნომრები, ჰოლი, რეკრეაციული ზონა, დერეფნები და სხვა. **ადმინისტრაციული სათავსების შემადგენლობაში შედის** ის საოფისე ფართი, სადაც განთავსებულია სხვადასხვა ადმინისტრაციული სამსახურები. **მომსახურე სათავსების შემადგენლობაში შედის :**

- კავშირგაბმულობა;
- კინოსაკონცენტრო დარბაზი (კლუბები);
- საპარიკმახერო;
- საკონფერენციო დარბაზი;
- რესტორნები, კაფეები, ბარები, სასადილოები;
- სათავსო ადგილები სპორტული, სამედიცინო, გამაჯანსაღებელი მომსახურებისათვის;

- სათავსო - ფართი საყოფაცხოვრებო მომსახურებისათვის;
- ტურისტული კაბინეტი.

დამხმარე (სათავსების) შემადგენლობაში შედიან:

- საწყობები;
- სამრეცხაოები;
- სამკერვალო და საქარგავი ოთახები;
- სარემონტო და სამკერვალო სათავსოები;
- საკომუნიკატორო და სხვანი.

პერსონალისათვის საოფისე ფართი განლაგებულია ისე რომ ყურადღება ექცევა სამუშაო დროში პერსონალის გადაადგილების მარშრუტების შემცირების აუცილებლობას. მომსახურე პერსონალის მოცილება თავისი სამუშაო ადგილისაგან იწვევს ენერჯის დამატებით ხარჯვას, დაღლილობას. ამიტომ ნომრებთან უშუალოდ ახლოს სართულზევე განლაგდება მომსახურების მთელი რიგი არე და სათავსები: მოახლის ოთახები, შესანახი ფარდულები (სუფთა თეთრეულისა და მასალებისათვის, ჭუჭყიანი თეთრეულისა და დასუფთავების საშუალებებისათვის), და სხვა.

სასტუმროს კომპლექსის დამხმარე სამსახურებისაკენ მისასვლელი გზები. ტრადიციული გეგმით სამეურნეო შესასვლელი მდებარეობს სასტუმროს შენობის ეზოში და ქუჩაში გასასვლელიც აქვს. ამჟამად სასტუმრო კომპლექსები უპირატესად შენდება, როგორც ცალკეული ნაგებობები, ამიტომ სამეურნეო შესასვლელის მისასვლელი გზები სერიოზულ არქიტექტურულ პრობლემად ითვლება, რამდენადაც შენობის ყველა მხარე ერთნაირად ჩანს. შესასვლელის წინ საჭიროა ასევე დიდი მოედანი, სატვირთო მანქანების გაჩერების ადგილი, რომლებიც საჭიროა ჩამოტვირთვისას. სამეურნეო საჭიროებებისათვის სატვირთო მანქანების გამოყენებისას შესასვლელის ზომები სამსახურებრივი შესასვლელის წინ სავარაუდოდ უნდა შეადგენდეს 15x15მ. სასტუმრო კომპლექსის დაბალ სამეურნეო ნაწილში შიგა ეზო ან დახურული შესასვლელი საშუალებას იძლევა არასასურველი ხმაურის დაფარვას. სასტუმრო კომპლექსებთან არსებული ფარეხები (გარაჟები) ძალიან ხმაურიანი ნაგებობებია, მაგრამ ავტოტურიზმის ინტენსიურ განვითარებასთან დაკავშირებით და იმის გამო, რომ მანქანების სადგომები ქუჩაზე არასასურველია, ამიტომ აუცილებელია ყველა მსხვილ სასტუმრო კომპლექსში მათი არსებობა. ხშირად საპარკინგე ნაგებობები განლაგებულია მიწის ქვეშ.

მწვანე ნარგავები და სპორტული ნაგებობები სასტუმრო კომპლექსებთან. ძალზე ხშირად სასტუმრო ნაგებობების პროექტებში გაითვალისწინება მწვანე ნარგავების უბნები, რომლებსაც აქვთ დეკორატიული მნიშვნელობა, ასევე დადებითად

ზემოქმედებენ სტუმრების შეგრძნებაზე. ისინი გარს ერტყმიან სპორტულ მოედნებს, ავტომანქანების სადგომებს, ვერანდებს, რომლებზეც მოწყობილია რესტორნები ან კაფეები. მწვანე ნარგავების რაციონალური დაპროექტება საკმაოდ რთულია, რადგანაც სასტუმრო კომპლექსის მონაკვეთის მნიშვნელოვან ნაწილს აქვს მყარი საფარი და ერთი დიდი მწვანე მასივის შექმნა თითქმის შეუძლებელია. ხეების დარგვა ხშირად გაითვალისწინება შირმის სახით, რომელიც გამოყოფს ან ფარავს სხვადასხვა დანიშნულების უბნებს. მაღალი მწვანე ნარგავები რამდენიმე თვის განმავლობაში არ ასრულებენ ამ როლს ფოთლების არ არსებობის გამო. წიწვოვან ხეებს შეუძლიათ მხოლოდ ნაწილობრივ შეასრულონ ზემოთ აღნიშნული დანიშნულება. ბევრი სასტუმრო კომპლექსი ცდილობს გაამრავალფეროვნოს სტუმრების ყოფნის პერიოდი, ქმნიან რა მათთვის შესაძლებლობას სპორტით დაკავდნენ. რა თქმა უნდა, აქ გაითვალისწინება სპორტის ისეთი სახეები, რომლითაც შეუძლიათ ინდივიდუალურად დაკავდნენ. ამიტომ ძირითადად ეწყობა ჩონგბურთის კორტები, წყლის ავზები, რომლებიც მწვანითაა გარშემორტყმული. თუმცა ეს დამახასიათებელია მაღალი კლასის სასტუმრო კომპლექსებისათვის, რამდენადაც ასეთი მოწყობილობების მოწყობასა და ექსპლუატაციის ხარჯები საკმაოდ მაღალია.



წყარო: 1. ტაივანი, 20 სართულიანი სასტუმრო, მთლიანად მზის ენერჯიაზე დამოკიდებული;

2. სასტუმრო „წინანდლის რედისონი“.

სასტუმროს ვესტიბიული და მიმდებარე სივრცეები. სასტუმროს ფუნქციური ორგანიზაციისათვის არსებითი მნიშვნელობა აქვს **შენობაში შესასვლელის რაოდენობას**. დიდი ტევადობის სასტუმროებს კომფორტის მაღალი დონით ჩვეულებრივ აქვთ არანაკლებ 3-4 შესასვლელი. მცირე მოცულობის სასტუმროები არც თუ იშვიათად იზღუდებიან შენობაში ორი შესასვლელით (მთავარი და სამსახურებრივ - საყოფაცხოვრებო სივრცეში), აგრეთვე დასატვირთ-გადმოსატვირთი მოედნით სამეურნეო ეზოში.

ვესტიბიულის ჯგუფის ნაგებობების ორგანიზაცია სასტუმროს ნაგებობების ყველა ჯგუფის ძირითად გამაერთიანებელ რგოლად ითვლება მისაღებ-დამხმარე ნაგებობების ბლოკი ვესტიბიულით. ის ქმნის სასტუმროში პირველ შთაბეჭდილებას. ამ ნაგებობებში ხორციელდება: მომსვლელთა მიღება, გაფორმება და განთავსება, მათთან ანგარიშსწორება, ინფორმაციის წარდგენა სასტუმრო მომსახურების, სხვადასხვა ღონისძიებების, მოვლენების, ღირსშესანიშნაობების, ექსკურსიების, ბარგისა შენახვისა და ტრანსპორტირების და ა.შ. საქმიანობის შესახებ.

ვესტიბიულში სივრცის საუკეთესო ორგანიზაციისთვის დაცულია ზუსტი ზონირება, რომელსაც მინიმუმამდე დაჰყავს მომსვლელი, წამსვლელი და მაცხოვრებელი ნაკადების, პერსონალის, ეპიზოდური სტუმრების, ბარგის ნომერში და ავტობუსთან მიტანის გზების გადაკვეთა. ამისათვის იყენებენ დეკორატიულ

გისოსებს ან ეკრანს, შენობის იატაკის ან ჭერის დონის ცვლილებას, სხვადასხვა ფუნქციური დანიშნულების ავეჯის დაწყობას, დეკორატიული მორთულობის ელემენტებს, სხვადასხვანაირი ხასიათის განათებასა და ლამპრების (სანათების) ტიპებს, ფერს, გასაწყობ მასალებს ზედაპირის სხვადასხვა ფაქტურით.

სასტუმროში შესასვლელი ითვალისწინებს ვესტიბიულს, რომელიც შენობასთან შეერთდება კარების მეშვეობით. კარების სახით ოტელის კატეგორიისაგან დამოკიდებულებით შესაძლებელია გამოყენებული იქნეს შემდეგი ტიპები:

- ✚ კატეგორია „ ორი ვარსკვლავი“ - ხელის ან ავტომატური კარები;
- ✚ კატეგორია „ სამი ვარსკვლავი“ - ავტომატური მოძრავი კარები ან ხელის მბრუნავი კარები დიამეტრით 3 მეტრი;
- ✚ სასტუმროებში, სადაც 200 და უფრო მეტი ნომრებია გამოიყენება მბრუნავი კარებები დიამეტრით 3 მეტრზე მეტი;
- ✚ კატეგორია „ ოთხი-ხუთი ვარსკვლავი“ - ავტომატური მოძრავი ან მბრუნავი ავტომატური კარები დიამეტრით 4 მეტრზე მეტი.

ვესტიბიულში გათვალისწინებულია შემდეგი ძირითადი ზონები:

- ინტენსიური ფეხით მოძრაობის ზონა მოიცავს ლიფტამდე და კიბემდე ტრანზიტული მოძრაობის მარშრუტს;
- ექსტენსიური ფეხით მოძრაობის ზონა მოიცავს დამხმარე ნაგებობებთან, გარდერობთან, სავაჭრო ჯიხურებთან, ტელეფონ ავტომატებთან და მიმღებთან („რეცეფცია“) ფეხით მისვლას. გარდერობთან ერთად ვესტიბიულის ნორმატიულ ფართობად მიღებულია 0,74 კვ.მ. ერთ ადგილზე. მიმღების ჯგუფს მიეკუთვნებიან (როგორც არის შესაბამის სასტუმროებში დამკვიდრებული: „რეცეფციონისტი“, ადმინისტრატორი, „ფრონტ დესკის აგენტი“ პორტიე და სხვ.) რომელიც დაკავებულია ნომრების გაყიდვასა და წინასწარი დაჯავშნის აღრიცხვის წარმოებაზე; სალარო, სადაც სტუმრები იხდიან ყველა შეთავაზებული მომსახურების საფასურს, ავტომატურად რეგისტრირდებიან ინდივიდუალური ბარათებით;
- დამხმარე ზონა მოიცავს კავშირგაბმულობის განყოფილებას, საბანკო განყოფილებას, სატრანსპორტო სააგენტოს, საპარიკმახეროს, ქიმწმენდისა და სამრეცხაოს, შემნახველ საკანს და ა. შ.;
- სარეკრეაციო ზონა უზრუნველყოფს სტუმრების მოკლევადიან დასვენებას.



სურ.9. წყარო <https://www.google.com/search?biw>

მიმღები - რეგისტრაციის ადგილი (Reception, Front Desk). - ესაა სასტუმრო კომპლექსის მუშაკების სამუშაო ადგილი, რომლებიც დაკავებულნი არიან სტუმრების მიღებით და გაფორმებით, სტუმრების მომსახურების ფუნქციებით.

არსებობს მიმღების - (Front Desk) დაგეგმვის სხვადასხვა ვარიანტები, თუმცა ყველა შემთხვევაში ის უნდა უზრუნველყოფდეს მუშაობისათვის და აუცილებელი დოკუმენტების შენახვისათვის ხელსაყრელ პირობებს. არ არსებობს გაფორმების, სარეგისტრაციო ადგილის სიგრძეს, სასტუმროს ტევადობასა და კატეგორიას შორის ზუსტი ურთიერთდამოკიდებულება. თუმცა ზოგიერთი უცხოელი სპეციალისტი თვლის, რომ მისი სიგრძე მიიღება სასტუმრო კომპლექსში ყოველ ადგილზე გაანგარიშებით და უდრის 2,5 სმ-ს. საუკეთესო ორიენტირებისათვის ვესტიბიულის სივრცეში გაფორმების დახლზე აქცენტირებას აკეთებენ სხვადასხვა დეკორატიული საშუალებებით.



შემნახველი საკანი ხელბარგის შენახვისთვის გამოიყენება და გაწყობილია თაროებით (სტელაჟებით). მათ განათავსებენ ვესტიბიულთან ახლოს, იშვიათად გარდერობთან ერთად, რაც საშუალებას იძლევა ერთმა თანამშრომელმა შეითავსოს საკნის მორიგის თანამდებობები. ზოგიერთი სასტუმროს ნორმებით დადგენილია შემნახველი საკნის ზომა 5-დან 50კვ.მეტრამდე სასტუმროს კომპლექსის ტევადობის შესაბამისად.

თანამედროვე სასტუმრო დაწესებულებებში შემნახველ საკნებში აწყობენ სეიფებს, სადაც ოტელების მცხოვრებლებს შეუძლიათ შეინახონ ფული და ძვირფასეულობა. სეიფებით სარგებლობისათვის ამოიღება გადასახადი, რამდენადაც ესაა დამატებითი მომსახურება სასტუმროს სტუმრებისათვის.

სასტუმრო კომპლექსებში, რომლებიც განკუთვნილია ტურისტების მომსახურებისათვის, ვესტიბიულში გაითვალისწინება ადგილი სტუმრების ბარგის დახარისხებისთვის და დროებით შენახვისთვის. ეს სათავსები ჩვეულებრივ მოხერხებულად (მარჯვედ) უკავშირდება სატვირთო ლიფტს, რომელსაც ბარგი გადააქვს საცხოვრებელ სართულზე და განლაგებულია შენობაში შესასვლელთან.

სანიტარიული კვანძი ვესტიბიულთან განკუთვნილია იმ სტუმრებისთვის, რომლებიც დროებით იმყოფებიან ვესტიბიულში. ხშირად ის განთავსდება ისე, რომ რესტორანში მომსვლელებსაც შეეძლოთ მისი გამოყენება, ძირითადად მას განათავსებენ სასტუმრო კომპლექსის მთავარი ვესტიბიულის ქვეშ სარდაფში.

სასტუმროს ვესტიბიულში უნდა იყოს **გარდერობი** სტუმრების მომსახურებისათვის. მისი მუშაობის ინტენსივობა იმატებს რესტორნის მუშაობის საათებში. ეს გარდერობი ემსახურება ასევე პირებს, რომლებიც მოდიან სასტუმროს სტუმრებთან.

4.2. სასტუმროს ნომრები და დერეფნები

საცხოვრებელი ნაწილი - ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია დანიშნულების მიხედვით, აგრეთვე ფართით. ჩვეულებრივ ნომრებს უჭირავთ შენობის ყველა სართული, გარდა ქვედა სართულისა, სადაც განათავსებენ ადმინისტრაციულ და სამეურნეო სათავსებს. სასტუმროს საცხოვრებელი ნაწილის შემადგენლობაში შედიან: ნომრები, ჰორიზონტალური კომუნიკაციები (დერეფნები), საფეხურების (კიბის) და სალიფტო ჰოლი, ადგილი და სათავსი პერსონალისათვის.

მრავალსართულიანი სასტუმროს საცხოვრებელ სართულს შესაძლებელია ქონდეს ერთი ან რამდენიმე დერეფანი, დაგეგმარების ფორმით განსხვავებული.

დერეფნები, როგორც ვესტიბული ქმნიან პირველ შთაბეჭდილებას სასტუმროს შესახებ. ისინი მიეკუთვნებიან სათავსოთა საცხოვრებელ ჯგუფს და არიან მნიშვნელოვანი საკომუნიკაციო კვანძები, რომლებიც აკავშირებენ ლიფტებს, კიბეს სასტუმროს სანომრე ფონდთან და სხვა სათავსებთან.

დერეფნებში, ძირითად მოთხოვნად ითვლება ავეჯის არ არსებობა, საკმარისი ხელოვნური და დღის განათება, რაც საშუალებას აძლევს მაცხოვრებლებს სწრაფი ორიენტირება მოახდინონ. დერეფნები მთელ სიგრძეზე ერთ დონეზე უნდა იყვნენ განლაგებული; დონის გადაცილების შემთხვევაში გათვალისწინებულია ორიენტირებისათვის საჭირო საშუალებები: განათება, კიბის შეცვლა იატაკის თანდათანობითი ამალგებით და სხვა.

გრძელი დერეფნის პირობებში გაითვალისწინება ყოველ 20 მეტრში სვეტებით გამოყოფა. დერეფნის სიგანე გამოითვლება ისე, რომ იქ გავლისას ორი ადმიანის ხელში ჩემოდნით ადვილად ასცდნენ ერთმანეთს. აქედან გამომდინარეობს მოთხოვნა ერთმხრივი დერეფნის სიგანისადმი - არაუმეტეს 1,3-1,4 მ, ხოლო ორმხრივი კი - 1,6-2,0 მ(თუ კარებები იღება ნომრის შიგნით). თუკი კარები იღება დერეფანში, მაშინ შესაბამისად სიგანე ფართოვდება.

სასტუმროს საცხოვრებელი ფართობის განაწილება ნომრებისა და სხვა სახის სათავსებს შორის სრულიად განსხვავებულია სასტუმროების მიხედვით: ნომრების წილად მოდის ფართის 54-70%, დერეფნებზე - ფართის საცხოვრებელი ნაწილის - 13-დან 22%-მდე.

ნომრის ოთახების (ან ოთახის) სივრცე იყოფა **ფუნქციურ ზონად**. ერთი სტუმრის ერთ ოთახიანი ნომრების საერთო ფართი თუ შეადგენს 70%-მდე შეგვიძლია ის მივაკუთვნოთ საცხოვრებელ ზონას, 14%-მდე - წინას, ხოლო 20%-მდე - სანიტარიულ კვანძს.



სურ.10 წყარო <https://www.google.com> სასტუმრო „რიტვი“- პარიზი და „Raffles Hotel Singapore“

მსოფლიო პრაქტიკაში ყველაზე უფრო მეტი გავრცელება მოიპოვა ეთოთახიანმა ნომრებმა ერთ ან ორ ადამიანზე. შესაბამისად უცხოეთის სტანდარტებით, ზოგიერთ სასტუმროში:

- „1 ვარსკვლავიანში“ ასეთი ნომრები უნდა იყოს --- 64%;
- „2 ვარსკვლავიანში“ – 80%;
- „3 და უფრო მეტ ვარსკვლავიანში“ – 100%;
- „ლუქსები“ და აპარტამენტები უნდა შეადგენდნენ ნომრების 5-8%-ს.

ნომრების დაგეგმარება გვხვდება სხვადასხვა ტიპის, რომლებიც მოიცავენ: ჰოლს (წინა), საცხოვრებელ ოთახს (ოთახებს), აბაზანის ოთახს, სანიტარიულ კვანძს, ჩაშენებულ კარადებს. რიგ ნომრებში - სამზარეულოს, მინიბარს. ნომრებში განთავსებულია ავეჯი დასაძინებლად და დასასვენებლად, მოწყობილობა მუშაობისათვის, ტვირთის შესანახად და კომფორტის შესაქმნელად. ნომრის მოწყობილობა დამოკიდებულია სასტუმროს კატეგორიასა და ნომრის კლასზე.



სურ.11. წყარო <https://www.google.com>

სასტუმრო ნომრის მოწყობილობათა სისტემის მართვა. ნომრებს უჭირავს სასტუმროთა ფართობის დაახლოებით 70% და წარმოადგენს ძირითად ფაქტორს, რომელიც განსაზღვრავს მომსვლელთა შთაბეჭდილებას. მართვის სისტემა, განათების, ჰაერის ტემპერატურის, უსაფრთხოების უზრუნველყოფის, მინი-ბარის მომსახურების მართვა წარმოადგენს ნომრის უმნიშვნელოვანეს ელემენტს. ინოვაციურ გადაწყვეტილებებს შეუძლია შეამციროს ენერგომომარაგება და გააძლიეროს მომსვლელთა დადებითი შთაბეჭდილება. მართვის სისტემაში ნომრების ინტეგრაცია და შენობის ექსპლოატაცია ასევე საშუალებას იძლევა გაფართოებულ იქნეს მიღებული უპირატესობანი.

დერეფნები, რომლებიც ნომრების განლაგებას გულისხმობენ მხოლოდ ერთი მხრიდან, არაეფექტინი არიან არა მხოლოდ დერეფნების დიდი ფართის გამო, არამედ აგრეთვე კიბის უჯრედის გაორებული რაოდენობის მიზეზით. ვაპროექტებთ რა ფასადს, მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული, რომ ნათელი ფასადი სასიამოვნოა შესახედავად და კარგად შეიმჩნევა სიბნელეში. მინით მოპირკეთებული ფასადები უფრო ძვირია მონტაჟისას, ვიდრე ყრუ, აგრეთვე მოითხოვს კონდიციონერების უფრო ძვირ სისტემებს. პანორამულ ფანჯრებს სართულებზე აქვს აზრი, თუ ლამაზი ხედია ფანჯრიდან.

რეკომენდირებულია გამოყენებულ იქნეს ნათელი საშუალებები სასტუმროს ფასადის მშენებლობისას. ნათელი საშუალებები არა მხოლოდ უფრო სასიამოვნოა, არამედ აგრეთვე ფლობს ღამით სიბნელეში შუქის შემცირების თვისებას.

საცხოვრებელი სართულების გადაწყვეტა დერეფნის ორმხრივი გამოყენებით, უფრო ეკონომიურია. დერეფანს მოჰყვება ზონა სანიტარიულ-სამხაპე კვანძებისა და ჰოლების. სასტუმრო ობიექტებისათვის ხედვას ფანჯრებიდან აქვს საკმაოდ სერიოზული მნიშვნელობა, განსაკუთრებით კი, როდესაც დამსვენებლებისათვის არის განკუთვნილი.

სასტუმროს სხვადასხვა განსხვავებული ეფექტიანად დაგეგმილი ორგანიზებისათვის სასტუმროებს აჯგუფებენ ფუნქციური ნიშნების მიხედვით, რაც საშუალებას იძლევა მათ შორის ორგანიზებულ იქნეს მკვეთრი ტექნოლოგიური ურთიერთკავშირი, რომელიც პასუხობს სანიტარიულ-ჰიგიენურ და ხანძარსაწინააღმდეგო მოთხოვნებს, ხელს უწყობს სასტუმროს ექსპლოატაციის მოხერხებულობას, აგრეთვე ამალღებს კომფორტს მასში ცხოვრებისათვის. სასტუმროების შენობის ფასადის კომპოზიციური გადაწყვეტების მხრივ სერიოზულ პრობლემას წარმოადგენს ნაგებობის სწორი მასშტაბური დახასიათება. თანამედროვე ქალაქები მათი ფართო მაგისტრალებით, მოედნების დიდი სივრცეებით და მსხვილი საცხოვრებელი კომპლექსებით საჭიროებენ შენობების მასშტაბების გამსხვილებას, რაც განსაკუთრებულ როლს თამაშობს აღმშენებლობაში. ეს ამოცანა არ შეიძლება გადაწყვეტილ იქნეს მხოლოდ განფენილობის (სიგრძის) ან სიმაღლის გაზრდით³⁷.

ცალკეულ შემთხვევაში ეს მიიღწევა ნაგებობების მაღლივი ნაწილის ლაკონური გადაწყვეტით კედლების თანაბარი ზედაპირით, ზოგჯერ ფანჯრების მთლიანი ბადით, რომელიც შორი მანძილიდან აღიქმება, როგორც ერთიანი მთლიანი. სხვა შემთხვევებში - იქმნება ფორმის გართულების გზით, რომელსაც მივყავართ მისი ცალკეული ნაწილების მსხვილ პლასტიკამდე, რომლებიც მთელი ნაგებობის მასშტაბს განსაზღვრავენ. ასეთი მეთოდები და ხერხები უფრო მიზანშეწონილია სასტუმროების მრავალსართულიან შენობებში, რომლებიც შეინიშნებიან დიდი მანძილებიდან. რიგ შემთხვევებში მასშტაბის გამსხვილება მიიღწევა კონტრასტული დაპირისპირებით განზოგადებულად გადაწყვეტილი შენობის მაღალი ნაწილის კედლით და დაბალი უფრო დეტალურად დამუშავებული საზოგადოებრივი დანიშნულების შენობების მოცულობით.

4.3 სასტუმროს რესტორნები და საკონფერენციო დარბაზი

თანამედროვე 3-5 ვარსკვლავიანი სასტუმროების შემადგენლობაში ჩვეულებრივ შედიან კვების სხვადასხვა ტიპის საწარმოები: რესტორნები, საბანკეტო დარბაზები, კაფე, ბარები. მათი სტილისტიკა და სამზარეულოს არჩევანი ბევრადაა დამოკიდებული, როგორც სასტუმროს სპეციფიკაზე, ასევე საერთო საფირმო სტილზე.

კვების საწარმოები სასტუმროში შედგება სათავსების მთელი ჯგუფისაგან-დარბაზების, საწარმოო სათავსების, კვების ბლოკის, ადმინისტრაციული და საყოფაცხოვრებო სივრცეების და საწყობებისაგან. სასტუმროების კვების საწარმოებში დასაჯდომი ადგილების რაოდენობა

სურ.12. წყარო <https://www.google.com>

დამოკიდებულია სასტუმროს დანიშნულებაზე, მისი კომფორტის დონეზე და იანგარიშება შემდეგი ნორმატივებით:

- რესტორნებისათვის 45-65% სასტუმროში ადგილების საერთო რაოდენობიდან;
- კაფესათვის 13-28%;
- ბარებისათვის 13-24%.

სასადილო დარბაზი - ეს არის ძირითადი ადგილი, რომელიც წარმოადგენს რესტორნის არქიტექტურულ-დაგეგმარებითი გადაწყვეტის ცენტრს. მას უნდა ქონდეს მოხერხებული მიმართულება - კავშირი სამზარეულოსთან, სერვისთან, სამრეცხაოსთან და ა.შ.



არქიტექტურულ-დაგეგმარებითი გადაწყვეტა, მოცულობები, პროპორციები და დარბაზების ტევადობა - ინდივიდუალურია. ძირითადი დანიშნულების გარდა, ეს ადგილი ემსახურება აგრეთვე შეხვედრების, საუბრების, განსაკუთრებით საღამოს საათებში ჩატარებას, ამიტომაც მათი არქიტექტორულ-სივრცობრივი ორგანიზაცია და ინტერიერის გადაწყვეტა უნდა უზრუნველყოფდეს ამისათვის აუცილებელ პირობებს. სასტუმროების მშენებლობის და მათი ექსპლუატაციის პრაქტიკა გვიჩვენებს, რომ დიდი ზომისა და მოცულობის დარბაზები უკეთესია დაყოფილ იქნეს ცალკეულ ზონებად, სანახაობრივად შემცირებულ იქნეს მათი სიდიდეები, რაც ხელს უწყობს მომსვლელთათვის განცალკავებულობისა და სიმყუდროვის შეგრძნებას. ამ ეფექტის მიღწევისათვის დიზაინერები ჩვეულებრივ იყენებენ შემდეგ ხერხებს:

- ავეჯის განლაგების სხვადასხვა სახის ვარიანტებს;
- სხვადასხვაგვარი ტიპის მოძრავ ტიხრებს;
- მაგიდების უფრო ინტენსიურ გაშუქებას დარბაზის საერთო გაშუქებასთან შედარებით;
- ზომიერ სტაციონალურ ტიხრებს;
- ცალკეული კაბინების გამოყოფას;
- ინტერიერში ხელოვნური და ცოცხალი ნარგავების გამოყენებასა და სხვა.;

ცალკეულ ზონებად დარბაზის დაყოფა ყველა შემთხვევაში ისეთი უნდა იყოს რომ, არაფერი არ უშლიდეს ხელს სტუმრების მოძრაობასა და მომსახურე პერსონალის საქმიანობას. საწარმოო სათავისა და რესტორნის დარბაზის განთავსებისას დაცული უნდა იქნეს კვების მომზადების პროცესის ტექნოლოგიური სტადიების განხორციელების თანმიმდევრობის პრინციპი.

სირთულე სწორი ურთიერთკავშირის ორგანიზაციის სხვადასხვა განსხვავებულ დარბაზებსა და სათავსებს შორის კიდევ იმაში მდგომარეობს, რომ სასტუმროს სტუმრები არ უნდა ხედავდნენ დამხმარე სამსახურების ყოველდღიურ მუშაობას. სასტუმროში ძირითადი რესტორანი პროექტირდება როგორც ცალკე არსებული სრულფასოვანი ფართი. **რესტორანში დასაჯდომი** ადგილების რაოდენობა განისაზღვრება - 70% სტუმრების მაქსიმალურად შესაძლო რაოდენობიდან (ისინი უფრო მეტად მოდიან საუზმეზე). ზოგიერთი სასტუმროების შემადგენლობაში ითვალისწინებენ შენობებს (ფართს) საქმიანი კონტრაქტებისათვის (**კონფერენც-დარბაზები ან დარბაზები მრავალფუნქციური** გამოყენებისათვის), ბიზნეს-ცენტრებს, კინოსაკონცერტო დარბაზებს, აუზს, საუნებს, სპორტდარბაზებს, სავაჭრო საწარმოებს, ავტოფარებს და სხვა.



4.4. ადმინისტრაციული ოფისები და სამეურნეო სათავსები

ადმინისტრაციის ობიექტების ჯგუფის ბლოკი განთავსებულია უპირატესად სასტუმროს შენობის პირველ ან მეორე სართულზე. ადმინისტრაციის სათავსებს უნდა ჰქონდეს ხელსაყრელი კავშირი მიმღები-დამხმარე სათავსების ბლოკთან, საცხოვრებელთან, საზოგადოებრივ კვებასთან. ადმინისტრაციის სათავსების ჯგუფის შემადგენლობაში შედის დირექტორისა და მისი მოადგილის, მთავარი ინჟინრის, კადრების განყოფილების, გაყიდვებისა და მარკეტინგის, მომარაგების განყოფილების, ბუღალტრის ოთახები. ყველა ადმინისტრაციული ობიექტი ერთიანდება ჯგუფში დანიშნულების ნიშნის მიხედვით:

- დირექციის ოფისი (დირექტორის, მოადგილის კაბინეტები, მიმღების)
- საინჟინრო-ტექნიკური პერსონალის (მთავარი ინჟინრის კაბინეტი და საინჟინრო-ტექნიკური პერსონალის საკონტროლო სათავსები).
- ბუღალტერისა და სალარო სათავსები (მთავარი ბუღალტრის კაბინეტი, ბუღალტრის საკანტორო სათავსები, სალარო სათავსები, სალაროს წინ მისაღები სათავსები).

იმ სასტუმროებში, რომლებშიც გათვლილია 50-400 კაცზე, ადმინისტრაციული ბლოკის ფართობი გამოითვლება ერთ ადგილზე 0.12 - 0.18 კვ.მ-ით. დიდი სასტუმროებისთვის დადგენილია ასევე შესაბამისი ნორმატივები. ადმინისტრაციული სათავსებს შეიძლება ჰქონდეს თავისუფალი (ნებისმიერი) ფართობი.

გათვალისწინებულია რა სამუშაოს მუდმივი ხასიათი, აქ უნდა იყოს დღის განათება და ვენტილაცია. შიდა გაფორმებები - უბრალო, დამახასიათებელი ასეთი კატეგორიის ოფისებისა და მშენებლობაში ზოგადად მიღებული. ასეთ სათავსებში თანამშრომლები განთავსდებიან ჯგუფებად 1-10 კაცამდე. ყველაზე რაციონალურად ითვლება სათავსოს უდერეფნო და ლანდშაფტური დაგეგმარება, სამუშაო ადგილების იზოლაციის გარეშე, რაც მიიღწევა სექციური მოწყობილობების, მსუბუქი ტიხრების და ეკრანის გამოყენებით.

ადმინისტრაციის ობიექტამდე განლაგებულია სასტუმრო კომპლექსის პერსონალის საყოფაცხოვრებო სათავსები-საშინაო ტანსაცმლისა და სპეცტანსაცმლისათვის გარდერობები, ტუალეტის ოთახები და საშხაპეები. საყოფაცხოვრებო სათავსები და სამსახურეობრივი გასასვლელები გამოყოფილია სასტუმროს მაცხოვრებლების მომსახურებისთვის საჭირო სათავსებისგან და უზრუნველყოფილია ცალკე არსებული გარე შესასვლელით.

სათავსი მოახლეებისთვის განლაგებულია მომსახურების ობიექტთან ახლოს. საკმაოდ ხშირად მორიგე პერსონალის სათავსებს აჯგუფებენ და განათავსებენ ლიფტებისა და კიბეების ახლოს, რომლებიც აკავშირებენ მათ სასტუმრო კომპლექსის საერთო სამეურნეო და სასაწყობო სათავსებთან; ეს უკანასკნელნი განლაგებულნი არიან სარდაფში, შენობის ცოკოლის ან პირველ სართულზე. მოახლეების სათავსების სატვირთო ლიფტის კაბინის ახლოს განთავსება მნიშვნელოვნად აიოლებს სუფთა თეთრეულის და სხვა ტვირთების გადატანას, სასტუმროს სტუმრების ნაკადებისა და მომსახურე პერსონალის არასასურველ შეხვედრების აცილებას უწყობს ხელს. ასეთ სათავსებთან ითვალისწინებენ ნაგავ გამტარს, მტვერ შემწოვს (მტვერსასრუტების გაწმენდისთვის) ანუ ცენტრალიზებული სისტემა მტვერმოცილების, სპეციალური ლიფტი ჭუჭყიანი თეთრეულისათვის ცენტრალურ სათეთრეულოში დაშვებისათვის.

მორიგე პერსონალისთვის სათავსი არის ყოველ სართულზე, მაგრამ მცირე ტევადობის (30 ადგილზე ნაკლები) სასტუმროს შემთხვევაში ყოველ სართულზე მათი განლაგება არეკონომიურია. მორიგე პერსონალის ოთახში უნდა იყოს მაგიდა, სკამი, მაგიდის ლანგრები, კარადა, ტელეფონი, ზოგჯერ დივანი, მაცივარი და პირსაბანი. მაღალი კლასის სასტუმრო კომპლექსებში აყენებენ (ამონტაჟებენ) ნომრებიდან გამოძახების დაფას.

დაუთოებისა და ტანსაცმლის წმენდის ოთახი გამიზნულია სასტუმროს სტუმრების თვითმომსახურებისთვის. ამ სათავსს აწყობენ მაგიდით (ან მაგიდებით) ტანსაცმლის დაუთოვებისთვის, ნიჟარას, დგარს საკიდარებისთვის. მაღალი კატეგორიის სასტუმრო კომპლექსებში ასეთი ოთახები არაა გათვალისწინებული, რამდენადაც ეს ოპერაციები ხორციელდება მხოლოდ მომსახურე პერსონალის მიერ. ტანსაცმლის წმენდისა და უთოობის გარდა ითვალისწინებენ სათავსს ფეხსაცმლის წმენდისათვის.

სამეურნეო და სასაწყობო დანიშნულების სათავსები. სამეურნეო და სასაწყობო დანიშნულების სათავსები სასტუმროს საწარმოს ყველა სათავსისა და სამსახურის მატერიალური უზრუნველყოფის, შრომის ორგანიზაციის ფუნქციას ასრულებს, ასევე აუცილებელ სარემონტო სამუშაოების ჩატარების საშუალებას იძლევა. საყოფაცხოვრებო მომსახურების საწარმოები და სათავსები, როგორც წესი გამოყოფილი არიან სასაწყობო და სამეურნეო დანიშნულების ბლოკისგან მათ

მიეკუთვნება: საპარიკმახეროები, მცირე შეკეთების სახელოსნოები, ტანსაცმლის დაუთობა, ქიმიკმენდის და რეცხვის მისაღები პუნქტები, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო და სპორტული დანიშნულების საგნების დაქირავების პუნქტები, ფოტო ნამუშევრების შეკვეთების მიღება. ამ სათავსების ფართობი და რაოდენობა დამოკიდებულია სასტუმრო კომპლექსის კატეგორიაზე, ტევადობაზე და მითითებული მომსახურების სახეების მოთხოვნაზე.

კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების ობიექტები. საპარიკმახეროები, როგორც წესი, გათვლილია სასტუმრო საწარმოს მცხოვრებთა მომსახურებაზე და პირებზე, რომლებიც ცხოვრობენ სასტუმროს განლაგების რაიონში. მათ განათავსებენ ვესტიბიულთან, აქვთ მათთან უშუალო კავშირი და გაითვალისწინება ყველა სასტუმრო კომპლექსში 50 და უფრო მეტ ადგილზე. საპარიკმახერო სათავსის შემადგენლობაში შედის მამაკაცთა და ქალთა დარბაზები (სამუშაო ადგილების რაოდენობით, რომელიც დამოკიდებულია სასტუმრო კომპლექსის ტევადობაზე) მოსაცდელი დარბაზი და დამხმარე ნაგებობები ზოგჯერ საშრობებიც. 4-5 ვარსკვლავიან სასტუმრო კომპლექსების საპარიკმახერო სალონებში გამოიყოფა ცალკეული სათავსები მანიკურის, პედიკურის, კოსმეტიკის და მასაჟის კაბინეტები.

კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების საგნების დაქირავების პუნქტებს მიეკუთვნებიან: დაქირავების ფონდის მიღების, გაცემის და მომზადების სათავსები, კულტურულ-საყოფაცხოვრებო დანიშნულების საგნების შენახვისთვის სათავსები.

თეთრეულის რეცხვისა და ქიმიკმენდის მისაღები პუნქტები ორგანიზებულია სათავსებში, რომლებიც უშუალოდაა დაკავშირებული ლიფტთან და სასტუმრო კომპლექსის სამეურნეო შესასვლელთან, რათა აცილებულ იქნეს მაცხოვრებელთა და შეკვეთილი საგნების მოძრაობის გადაკვეთა.

სამრეცხაოები თვითმომსახურების მეთოდის მიხედვით გათვლილია სასტუმრო საწარმოს მაცხოვრებელთა თეთრეულის გარეცხვის ყველა ოპერაციის შესრულებაზე. აქ გათვალისწინებულია თეთრეულის სწრაფი გაშრობის მოწყობილობის, ხოლო ტურბაზებში, ბანაკებში და ასე შემდეგ ამ მიზნებისთვის იყენებენ ღია მოედნებსა და ფარდულებს. მათ ამარაგებენ ნაკლებ ტევადობის სარეცხი მანქანებით და საშრობებით. სამრეცხაო სათავსში აუცილებელს წარმოადგენს ცივი და ცხელი წყლის მომარაგება, საკანალიზაციო გადაღვრის (გადასხმის) ან ტრაპის მოწყობილობანი.

სხვადასხვა სახეობების საყოფაცხოვრებო მომსახურებისა პუნქტების განლაგება შესაძლებელია სასტუმრო კომპლექსის საზოგადოებრივი ნაწილის ნებისმიერ სართულზე, ტექნიკურ სართულებზე, ზოგჯერ საცხოვრებელი ნაწილის ზემოთაც კი. თუმცა რაციონალურად ითვლება მათი განლაგება პირველ ან ცოკოლის სართულებზე სასტუმრო კომპლექსის ვესტიბიულთან მოხერხებული კავშირის ორგანიზებისთვის.

სასტუმრო კომპლექსებში **მედპუნქტები** გათვალისწინებულია სასტუმროს სტუმრებისა და პერსონალის პირველადი დახმარების აღმოჩენისთვის, ამიტომ ისინი ხელმისაწვდომი უნდა იყოს ავადმყოფებისთვის. მსხვილ მედპუნქტებში გათვალისწინებულია სათავსები სამკურნალო პროცედურებისთვის. სასტუმროს ავადმყოფი მაცხოვრებლები, რომლებიც მოითხოვენ სტაციონარულ მკურნალობას, როგორც წესი მიჰყავთ ადგილობრივ სამედიცინო დაწესებულებებში. ნაკლებად

დასახლებულ ან დაუსახლებელ ადგილებზე (სადაც სამედიცინო დაწესებულება არ არსებობს) სასტუმროს განთავსების შემთხვევაში, ასეთი შემთხვევები უზრუნველყოფილია ავადმყოფის ევაკუაციის შესაძლებლობით. ამისათვის ერთ-ერთი სამომხმარებლო ლიფტი უნდა იყოს ისეთი მოცულობის, სადაც განთავსდება საკაცე და მისი თანხმლები პირი. სამედიცინო პუნქტისა და იზოლატორისთვის საუკეთესო ადგილად ითვლება პირველი სართული, საიდანაც ავადმყოფის ევაკუაცია ადვილად მოხდება, ისე რომ, სასტუმროს მაცხოვრებლებთან შეხვედრა გამოირიცხება. სასტუმროებს აუცილებლად უნდა ქონდეთ პირველადი დახმარებისთვის საჭირო ნივთები: თერმომეტრი, ბამბა და სახვევი, დამწვრობის მალამოები, დოლბანდი, ნიღბები, ანტიალერგიული მედიკამენტები, გამორიცხულია წამლები, მითუმეტეს სტუმრისთვის მისი მიღების რჩევა.

სასტუმროს მატერიალური უზრუნველყოფისა და სარემონტო სამუშაოების სათავსების ჯგუფს მიეკუთვნება სუფთა და ჭუჭყიანი თეთრეულის ცენტრალური სათავსი. პატარა სასტუმროებში (300 კაცამდე) მათთვის განსაზღვრულია ფართობის ნორმა 0.33-0.39 კვმ ერთ ადგილზე. დადგენილია აგრეთვე კარადების (თეთრეულის) ნორმა სამეურნეო ოთახებში მცირე სასტუმროებში 0.06-0.04კვ.მ ერთ ადგილზე. ისინი უნდა იყოს დამოუკიდებელი, იზოლირებული ერთმანეთისგან. სუფთა თეთრეულისთვის სათავსები იმყოფებიან სატვირთო-სამგზავრო ლიფტთან, რომლის კაბინა იხსნება სართულზე მომსახურებისთვის საჭირო სათავსების ბლოკის მხარეს.

გაითვალისწინება ადგილი თეთრეულის შენახვისა და გაუთოებისთვის. თეთრეულის ოთახების ზომები განისაზღვრება სამშენებლო ნორმების მიხედვით, სუფთა თეთრეულის შესანახი ფართობი დგინდება 30 ნომერზე 4 კვ.მეტრით. მათ აღჭურვავენ თაროებით (50სმ სიღრმისა და 50 სმ სიმაღლის). დიდ სასტუმრო კომპლექსებში ჭუჭყიანი თეთრეულის სათავსები (საკუჭნაო) ყოველ სართულზეა. მათ აღჭურვავენ თაროებით და მოთუთირებული სკივრით, რაც საშუალებას იძლევა ჩატარდეს თეთრეულის სველი დეზინფექცია. საკუჭნაოს ათავსებენ პერსონალის ლიფტის გვერდით. ჭუჭყიანი თეთრეულის ჩაშვებისთვის იყენებენ თეთრეულსადენს მისაღები სარქველებით ჭუჭყიანი თეთრეულის ოთახებში.

სასტუმრო კომპლექსის ერთერთ ძირითად დაწესებულებად ითვლება **სამრეცხაო**. მისი განთავსება მოითხოვს სპეციალურ პირობებს. უნდა მდებარეობდეს ისეთ ადგილზე, რომელიც შესამჩნევი იქნება გარშემო მყოფთათვის, მიუხედავად ხმაურისა და ორთქლისა და ასევე უნდა ქონდეს საცხოვრებელი ნაწილის სამეურნეო სამსახურთან კარგი კავშირი. სამრეცხაო ზომები დამოკიდებულია თეთრეულის რაოდენობაზე და სამრეცხაო აპარატების ზომებზე.

სასაწყობო სათავსებში ინახება სანომრე ფონდისთვის საჭირო სხვადასხვა ნივთები, ავეჯის მარაგები, ხალიჩები, საწოლის გაწყობილობა (ბალიშები, გადასაფარებლები, პლედეები და ლეიბები) ნომრების აღჭურვილობის ნაკლებფასიანი ინვენტარის (ტანსაცმლისა და ფეხსაცმლის, საფერფლეები, სუფრის ჭურჭლეულის ნაკრებები, საკიდები, ყვავილების ლარნაკები) სანკვანძების მოწყობილობები (სარკეები, რეზინის ხალიჩები, ტანსაცმლის, პირსახოცის, ტუალეტის ქაღალდის, სასაპნის და ასე შემდეგ. კაუჭები და დასამაგრებლები), სანიტარიულ-ჰიგიენური დანიშნულების საგნები და ინვენტარი (თმის საშრობი „ფენი“, აბაზანის ხალათი, ტუალეტის მოწყობილობათა ნაკრები საფირმო შეფუთვით და ასე შემდეგ.) დასაბანი და

შესაღები ნივთიერებები, სანტექნიკის მოწყობილობანი (ონკანები, სანიტარიული საკუჭნაოები)

დიდი მნიშვნელობა ეთმობა **ტექნიკური სათავსების** მოწყობილობებსა და დანადგარებს. დიდი მრავალსართულიანი სასტუმროების შენობებში სამანქანო და სხვადასხვა სანიტარიულ-ტექნიკური განყოფილებების მოწყობისთვის (აღჭურვისთვის) გამოყოფილია მთელი ტექნიკური სართული. აქ განთავსდება ბოილერები, სავენტილაციო კამერები, მრიცხველების, აკუმულატორის, ტრასფორმატორის, ასევე ენერგეტიკული, სანიტარულ-ტექნიკური, სადურგლო, საზეინკლო სათავსები.

მეჯლისების, დისკოთეკის ჩატარების დარბაზები, ფოიე, საბილიარდო, საუნა ბარით და სპორტული ტრენაჟორების, მასაჟის, სათამაშო ავტომატების დარბაზი, ოთახები, მაგიდის ჩოგბურთის და სხვა. ამ ობიექტების ნაკრები დაკავშირებულია სასტუმრო კომპლექსის დანიშნულებასა და მისი კომფორტის დონეზე.

სასტუმრო კომპლექსების ექსპლუატაციის პრაქტიკამ აჩვენა, რომ არსებული მოედნების (ფართობების) რაციონალური, მოქნილი და ეკონომიკური გამოყენების ერთ-ერთ გზას წარმოადგენს **მრავალმიზნობრივი (უნივერსალური) დანიშნულების დარბაზების** შექმნა, რომლებიც გათვალისწინებულია სხვადასხვა ღონისძიებების (კრებების, მიღებების, ბანკეტების, კონცერტების, ბალების, ცეკვების, კინოფილმების დემონსტრირებისა და ა.შ.) ჩატარებისთვის. ასეთ დარბაზებში ჩვეულებრივ იყენებენ ტიხრებს, რომელთა მეშვეობითაც ცვლიან ობიექტების რაოდენობას, მათ ზომებს და ტევადობას კონკრეტული მოთხოვნების შესაბამისად.

მრავალფუნქციური დანიშნულების, საკონფერენციო და კინოსაკონცერტო დარბაზებს განალაგებენ ან ცალკე სათავსებში, ან პირველ და მეორე სართულზე, ზოგჯერ ცოკოლის სართულზე. არც თუ იშვიათად მათ განათავსებენ სარესტორნო მეურნეობის დაწესებულებათა მახლობლად, რათა აუცილებლობისას დარბაზში ადვილად მიიტანონ სასმელი და საუზმე .

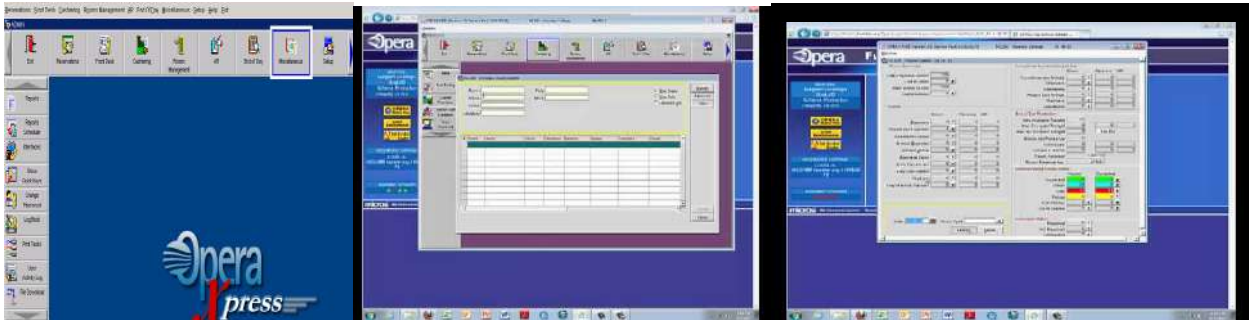
ზემოთ ჩამოთვლილების გარდა, ორგანიზება უკეთდება ავტოსახელოსნოს იმ შემთხვევისთვის, თუკი კომპლექსს გააჩნია ავტოფარეხი. მომსახურების ასეთი ფორმა ხშირად დამახასიათებელია მოტელებისთვის.



4.5. სასტუმროს მართვის სისტემები

სასტუმროები რთულ შენობებს წარმოადგენენ, რომლებშიც პარალელურად ფუნქციონირებენ მთელი რიგი სისტემები: სტუმრების მომსახურების მართვის, მიკრო კლიმატის, დისტანციური ვიდეოთვალის სისტემები. ისინი საჭიროებენ განვითარებულ საინფორმაციო ინფრასტრუქტურის არსებობას და ცენტრალიზებულ მართვას. მთავარი უპირატესობა მდგომარეობს ინვესტიციების მოცულობის და მომსახურებაზე დანახარჯების შემცირებაში, ასევე ყველა ტექნოლოგიური პროცესის მიმდინარეობის თვალსაჩინოების ამაღლებაში.

თანამედროვე სასტუმროებში გამოიყენება სხვადასხვა სახის კომპიუტერული მართვის პროგრამები : „Micros Opera Express“, „Fidelio“, „Nimeta“, „Lidging Touch“ და სხვ. ასევე ზოგიერთი პატარა სასტუმრო იყენებს „Microsoft Office Excel“ -ში შესრულებულ „პროგრამებს“. მაღალი კლასის სასტუმროები იყენებენ „Micros Opera Express“, მაგალითად, „სანომრე ფონდის მოდული“ – ნომრების ფონდის მართვის კომპიუტერული სისტემა



იძლევა საშუალებას შემოწმდეს ნებისმიერ დროს სასტუმროს განყოფილებების სტატისტიკა და ანგარიში, ახდენს ნომრების დაჯავშნას, შეკვეთების მიღებას, სტუმრის „პროფილის“ შენახვას და მონაცემების მართვას, სასტუმროს ყველა განყოფილება ახდენს ერთმანეთთან დაკავშირებული სამუშაოების ავტომატურ რეჟიმში შესრულებას, კომპიუტერული პროგრამის დახმარებით შესაძლებელია მიღებულ იქნეს:

- მოცემულ დღეს შესახლებადი VIP სტუმრების სია;
- ნომრების ჩამონათვალი, რომლებიც თავისუფლდება მოცემულ დღეს ;
- დაკავებული ნომრების სია;
- ინფორმაცია სტუმრების შესახლების შესახებ მოცემულ დღეს;
- ცნობები, ფულად ანგარიშებში წარმოდგენილი სამრეცხაოსა და ქიმწმენდის სერვისის შესახებ;
- სტუმართა მთლიანი სია ანბანური ნიშნით და კონკრეტული სართულების მიხედვით.
- ნომრების მთლიანი განაწილების დანიშნულება და ანგარიში;
- პრესონლის სამსახურებრივი ანგარიშები;
- შეუფერებელ მგომარეობაში მყოფი ნომრები;

- ნომრების სტატუსის შეცვლა სატელეფონო ინტერფეისის მეშვეობით;
- ფუნქციური დილაკი ეკრანზე ნომრების სტატუსის გამოსახულებისათვის;
- სტუმრებისთვის ტრანსფერის, გაღვიძების, სწრაფი დალაგების და სხვ. ოპერაციებზე ინფორმაცია; ნომრები, რომლებიც რემონტდებიან;³⁸ და სხვ.

ენერგოდაზოგვა. სასტუმროთა მუშაობის ეფექტიანობა მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული ენერგომომარებაზე. აგრეთვე დიდი მნიშვნელობა აქვს ეკოლოგიური მიდგომების გამოყენებას. მიკროკლიმატის მართვის სისტემაში, ცხელი წყალმომარაგება და განათება მოიცავენ როგორც ნომრებს სტუმრებისათვის, ასევე სასტუმროთა სამსახურებრივ ოფისებს და სათავსებს. ენერგომზოგავი გადაწყვეტილებები ადაპტირებული უნდა იყოს მოთხოვნებთან, რომლებიც მოქმედებენ სასტუმროთა მოწყობილობების ბაზარზე, სტუმრების კომფორტის მაღალი დონის უზრუნველყოფის მნიშვნელობათა და ეკონომიკური ეფექტიანობის თვალსაზრისით.

შეიძლება აღვნიშნოთ რამდენიმე არსებითი მომენტის შესახებ:

- მნიშვნელოვანია პროექტირებისას გათვალისწინებული იქნეს არა მარტო ენერგეტიკული ეფექტიანობის მაჩვენებელი განათების, ვენტილაციის და ა.შ. მიხედვით, არამედ აგრეთვე არ დაგვავიწყდეს კომფორტის პირობები ცხოვრებისა და მუშაობისათვის.
- რაც შეეხება მასალების გამოყენებას, მნიშვნელოვანია არა მარტო მათი ხარისხი, არამედ აგრეთვე ის, თუ საიდან არის ეს მასალები შემოტანილი და რა სატრანსპორტო საშუალებებით იქნა მოზიდული. მასალების გამოყენება-მოპოვება კარგი იქნება თუ მოხდება სახელდობრ მშენებლობის რეგიონში, რაც ერთდროულად შექმნის დამატებით სამუშაო ადგილს.

მითითებული ღონისძიებების შედეგი უნდა გახდეს სამშენებლო ობიექტის თვითღირებულების შემცირება, ენერგეტიკული რესურსების ეკონომიის წლიური მატება (ზრდა), მშენებლობის ენერგოტევადობისა და ექსპლუატაციის შემცირება (იგულისხმება ხარჯების). ოტელების მშენებლობის თანამედროვე ტექნოლოგიები ბოლო 4-5 წელიწადში აქტიურად ვლინდება და მხარდაჭერილია ინტერესი ენერგოეფექტიანობის და ენერგოდაზოგველი ტექნოლოგიების მიმართ („მწვანე“ ტექნოლოგიები), **ენერგოეფექტიანობა მშენებლობაში**³⁹ - ეს არის ღონისძიებების კომპლექსი, რომელიც მიმართულია მომხმარებლის მიერ თბოენერგიის მოხმარების შემცირებაზე და რომელიც აუცილებელია შენობაში მიკროკლიმატის საჭირო პარამეტრების შექმნისა და შენარჩუნებისათვის. ამასთან შესაბამისი უსაფრთხოების უზრუნველყოფით. ამრიგად, ენერგოეფექტიანობის გაგება განუყოფლად არის დაკავშირებული ენერგომომარაგების საკითხებთან, მაგრამ მხოლოდ იმ შემთხვევაში, თუ ღონისძიებები მიმართული შენობებისა და სათავსების მიერ

³⁸ www.empowermentthroughopportunity.com/Opera_V4_Users_Guide.pdf,
<http://www.hssltd.com/fcinfo.php#mgmtrpt>, <http://gracesoft.com/easy-innkeeping/support/help/reports/checkincheckout/>

³⁹ Tourism https://www.researchgate.net/publication/229043885_Energy-efficiency_and_conservation_in_hotels-towards_sustainable_tourism(Energy-Efficiency and Conservation in Hotels – Towards Sustainable)

მოხმარებული ენერჯის შემცირებაზე ტექნიკურად განხორციელებადია, ეკონომიკურად დასაბუთებულია და უსაფრთხოა.

გამოკვლევები უჩვენებენ, რომ ჩვეულებრივი შენობის ექსპლუატაციისას, რომელიც ხუთსართულიანია, კედლებს შორის იკარგება 40% სითბო, ფანჯრებიდან-18%, სარდაფიდან- 10%, სახურავიდან-18%, ვენტილაციიდან-14%. ამიტომაც სათბობის დანაკარგის დაყვანა მინიმუმამდე შესაძლებელია მხოლოდ ენერგოდაზოგვისადმი კომპლექსური მიდგომით. ენერგოეფექტიანი შენობების მშენებლობა ფართოდ გამოიყენება ამჟამად მთელ მსოფლიოში. განსაკუთრებით შთამბეჭდავია ამ მიმართულებით დასავლეთ ევროპისა და სკანდინავიის ქვეყნების წარმატებები. სათბობის ჯამური ეკონომიის ეფექტი ახლად აგებულ საზოგადოებრივ და კომერციულ შენობებში შეადგენს 50-70%- ს. ასეთი არსებითი ხასიათის ეკონომია საშუალებას იძლევა სწრაფად იქნეს გამოსყიდული დანახარჯები ენერგოდამზოგველი ტექნოლოგიების გამოყენების ხარჯზე. კერძოდ, დანიაში უკვე იგება შენობები, რომელთა ექსპლუატაციისას იხარჯება 16 კვტ/მ², რაც 70%-ით ნაკლებია მიმდინარე ენერგეტიკულ დანახარჯებთან შედარებით. ბევრ საამშენებლო კომპანიაში უკვე მივიდნენ სათბობ დანაკარგების პრობლემების გაგებას და შეიგნეს აუცილებლობა თანამედროვე სათბობდამცველი მასალების, მრავალფეროვანი კედლის კონსტრუქციის, ენერგოდამზოგველი სანტექნიკისა და საინჟინრო მოწყობილობის გამოყენებაზე. ევროპის ქვეყნებში, მუდმივად იზრდება სია შენობებისა, რომელთა მშენებლობისას გამოყენებულია მაღალი ენერგოდამზოგველი ტექნოლოგიები. „მწვანე“ ტექნოლოგიების გამოყენება სასტუმროების მშენებლობაში საშუალებას იძლევა გამოვირჩიოდეთ კონკურენტებს შორის ინოვაციების თვალსაზრისით, დიზაინისა და ახალი ფუნქციური შესაძლებლობებით. ენერგოდაზოგვას აქვს ძალიან დიდი მნიშვნელობა, რამდენადაც დანახარჯები ენერგომომარაგებაზე წარმოადგენს სასტუმროთა ხარჯების თითქმის ყველაზე უფრო დიდი მოცულობის ხარჯს, ხოლო ელექტროენერჯის ღირებულება თითქმის მუდმივად იზრდება. მაგალითად, სასტუმრო შენობებისა და ნაგებობების თბოიზოლაცია მიზნად ისახავს რამდენიმე პრაქტიკულ მიზანს: კომფორტულობის დონის ამაღლება, თბო და ხმის იზოლაცია, სათბობი რესურსების ეკონომია და მთავარი, საექსპლუატაციო დანახარჯების შემცირება.



სურ. 14. წყარო: <https://lifestyle.abs-cbn.com/articles/7147/where-to-next-with-boracay-still-recovering-you-might-as-well-book-these-eco-friendly-sites/> (ეკოსასტუმრო „Boracay“-ფილიპინები)

თავი 5. სასტუმროთა დიფერენციაციის საერთაშორისო კრიტერიუმები

5.1. სასტუმროთა დიფერენციაცია მომსახურების სახეების მიხედვით

მტო-ის განმარტებით განთავსების საშუალება არის ნებისმიერი ობიექტი, რომელიც გამოიყენება ტურისტების რეგულარული ან ეპიზოდური ღამის გასათევად. ამასთან, სასტუმროები განიხილება როგორც, მთავარი კლასიკური ტიპი განთავსებისა, რომელსაც აქვს სპეციფიკური ნიშნები:

- ✚ საწოლო ფონდი, რომელიც აღემატება განსაზღვრულ მინიმუმს;
- ✚ აუცილებელი მომსახურების ნაკრები (ნომრის დალაგება, ყოველდღიურად საწოლების მოწესრიგება, მომსახურება ნომერში);
- ✚ დამატებითი მომსახურების განსაზღვრული ასორტიმენტი.

უცხოური სტანდარტით განთავსების საშუალებას, სასტუმროდ რომ ჩაითვალოს უნდა ქონდეს ნომრების რაოდენობის დასაშვები მინიმუმი:

- ✚ საფრანგეთში - 5 ნომერი და მეტი;
- ✚ იტალიაში - 7 და მეტი;
- ✚ გერმანიაში - 10 და მეტი ნომერი;
- ✚ ჩვენთან ამ მხრივ არანაირი სტანდარტი არ მოქმედებს.

განთავსების ყველა საშუალება იყოფა:

- ✚ კოლექტიურ განთავსების საშუალებად: სასტუმროები, „გესტჰაუზები“, ტურისტული ბაზები, პანსიონატები;
- ✚ ინდივიდუალური განთავსების საშუალებები: მოტელები, ბინები, ვილები, ოთახები, რომლებსაც კერძო პირები აქირავებენ;

განთავსების საშუალებები კლასიფიცირებულია მთელი რიგი ნიშნებით. ერთ-ერთი ნიშანი ყოფს ყველა სხვა განთავსების საშუალებებს ორ ძირითად ტიპად:

- ✚ სასტუმრო ტიპის განთავსების საშუალებები;
- ✚ განთავსების დამატებითი საშუალებები.

სასტუმროები **განსხვავდებიან ტევადობით**. სასტუმროების ტევადობას განსაზღვრავს ადგილებისა და ნომრების რაოდენობა. მსოფლიო პრაქტიკაში მიღებულია ევროპული და ამერიკული სტანდარტი. ევროპული სტანდარტით გვაქვს:

- ✚ მცირე სასტუმროები – 100 ადგილზე ნაკლები;
- ✚ საშუალო სასტუმროები – 100-დან 500 ადგილამდე;
- ✚ მსხვილი სასტუმროები 500 ადგილზე მეტი.

ამერიკული სტანდარტით კი ნომრების მიხედვით სასტუმროები ოთხ კატეგორიად იყოფა:

- ✚ მცირე (100-დან 150-მდე ნომერი);
- ✚ საშუალო (100-დან 300-400 ნომერი);
- ✚ დიდი (300-დან 600-1000 ნომერი);
- ✚ გიგანტური (1000-ნომერზე მეტი).

სასტუმროების კლასიფიკაცია ზომებით, გვამღევს შესაძლებლობას შევადაროთ ცალკეული სასტუმროების საწარმოო საქმიანობა. სასტუმროს ზომა როგორც წესი

მეტყველებს, მომსახურების სისრულესა და სერვისის ხარისხზე და ასევე ირიბად ახასიათებს სხვა პარამეტრებსაც.

ადგილმდებარეობის მიხედვით გამოიყოფა შემდეგი სასტუმროები:

- ✚ **სასტუმროები ქალაქის ცენტრში**, წარმოდგენილია მაღალი ნაგებობებით, დახურული მანქანების სადგომით თვით სასტუმროში ან მის ახლოს;
- ✚ **გზისპირა სასტუმროები**, როგორც წესი დაბალ სართულიანია, ღია ავტოსადგომით, რესტორნით, სასადილოთი, სადაც არის მინიმალური საშუალებები შეხვედრებისათვის, ზოგიერთ შემთხვევაში ღია საცურაო ავზით;
- ✚ **სასტუმროები ქალაქის შემოგარენში და აეროპორტებთან** – დაბალ და საშუალო სართულიანია. ავტომობილების ღია ავტოსადგომით, დასვენების საშუალებებით საბანკეტო დარბაზებით და საკონფერენციო დარბაზებით;
- ✚ **მცურავი სასტუმროები**, განლაგებულია ტურისტებისათვის, რომლებიც ისვენებენ ზღვის, მდინარის ან ტბის ნაპირას. მცურავი სასტუმროები ჩვეულებრივ თავსდება ნავმისადგომებთან თვალწარმტაც ადგილას. განლაგებულია ღირსშესანიშნავ ადგილებთან ახლოს. აუცილებლობის შემთხვევაში შეიძლება გადატანილ იქნეს ტურისტებთან ერთად სხვა ნავმისადგომებთან;
- ✚ **საკურორტო სასტუმროები** განლაგებულია ქალაქგარეთ, ტერიტორიაზე რომელიც იყენებს ადამიანის ან ხელოვნურ ღირსშესანიშნაობებს ტურისტების მოსაზიდად, ასეთი სასტუმროები ძირითად ემსახურებიან ტურისტებს, რომლებიც მოსულია დასვენებისა და გართობისათვის, ამიტომ საკურორტო სასტუმროებისათვის ტიპურია ფართო ნაკრები რეკრიაციული საშუალებებისა. მომსახურების საშუალებები, საკვებისა და სასმელის მიწოდება. საბანკეტო დარბაზები და შეხვედრის ადგილები. საკურორტო სასტუმროები უწავენ თავის თავს რეკლამას, როგორც სპეციფიკური დასვენების საშუალებები.

ასორტიმენტისა და ფასების დონით სასტუმროები იყოფა რამდენიმე ტიპად:

- ✚ რომელიც დამოკიდებულია მატერიალურ ბაზაზე და პერსონალის ეფექტიან მომსახურებაზე.
- ✚ იაფი სასტუმროები შეზღუდული სერვისით რომელსაც აქვს მომსახურების მინიმუმი, თუმცა ზოგიერთ სასტუმროს აქვს საკმაოდ ფართო მომსახურების ნაკრები. მაგრამ მომსახურების საშუალო დონე.
- ✚ ლუქსის სასტუმროები არის ფემინებელური, მაღალი კლასის ავეჯით კარგად აღჭურვილი სალონებით და საზოგადოებრივი თავშეყრის ადგილებით. ასეთი სასტუმროებისათვის დამახასიათებელია პერსონალის მაღალი პროცენტი ნომრებთან მიმართებაში. (ხანდახან ის აღწევს შეფარდებას 1:1).

საექსპლუატაციო რეჟიმის მიხედვით განასხვავებენ:

- ✚ წლიური და
- ✚ სეზონური ფუნქციონირების სასტუმროებს.

სასტუმრო ბიზნესისათვის დამახასიათებელია განსაზღვრულ ბაზრის სეგმენტზე აქცენტის გაკეთება. მიზანშეწონილია გამოვეყნოთ რამდენიმე ტიპის სასტუმრო, რომელიც დამახასიათებელია თანამედროვე პერიოდისათვის:

- ✚ **მაღალი კლასის სასტუმრო**, აქვს 400-დან 2000 ნომრამდე, არის ქალაქში, სთავაზობს მომსახურების ფართო ნაკრებს. წარმოდგენილია განსწავლული პერსონალით, საშუალოზე მაღალი ფასებით და ორიენტირებულია

ბიზნესმენებზე, ინდივიდუალურ ტურისტებზე, კონფერენციის მონაწილეთათვის და სხვ.

- ✚ **საშუალო დონის სასტუმროები, შეიძლება იყოს სხვადასხვა ზომის, რომელიც დამოკიდებულია ადგილმდებარეობაზე და მაქსიმალურად ცდილობს გამოიყენოს თანამედროვე ტექნოლოგიები, ფასები და საექსპლუატაციო ხარჯები დაბალია.**
- ✚ **აპარტოტელი** არის სასტუმრო ბინის ტიპის ნომრებით, რომელსაც აქვს სამზარეულოს მოწყობილობები, ჭურჭის მთლიანი ნაკრები და სხვადასხვა საყოფაცხოვრებო ტექნიკა;
- ✚ **ეკონომიური ტიპის სასტუმროები, შეიძლება იყოს 10-დან 150-მდე სანომრო ფონდით, განლაგებულია ქალაქის ახლოს. ჰყავს მცირე პერსონალი. იაფია, კარგად მოწყობილი ნომრები, კვების მომსახურების გარეშე, მომხმარებლები არიან საქმიანი ადამიანები, ინდივიდუალური ტურისტები, რომლებსაც არ ჭირდებათ მთლიანი პანსიონი.**

სასტუმროების დიფერენცირება ხდება შეთავაზებული მომსახურების სახეობების მიხედვით. მაგალითად, რა აქტივობებს სთავაზობს იგი სტუმრებს: ჩოგბურთის მოედანი, საბილიარდო მაგიდა, პინგ - პონგი, მშვილდ-ისრები, ბანბიქტონი, ბოულინგი, მინი გოლფი, გოლფის მოედანი, წყლის პარკი, სპორტის წყლის სახეობები, ვინდსერფინგი, წყალქვეშა ცურვა, კანიონინგი, თევზაობა, ცხენზე ჯირითი, ველოსაპეტით გასეირნება, ლაშქრობა, თხილამურებით სრიალი, სათხილამურო საცავი - სათხილამურო აღჭურვილობის გაქირავება, შენობიდან სათხილამურო ტრასაზე პირდაპირ თხილამურებით გასვლის შესაძლებლობა .

კვების დაწესებულებიდან : რესტორანი, რესტორანი სადილის მენიუთი, ბუფეტის სტილის რესტორანი, ბარი, მსუბუქი კვების ბარი, სურსათზე წვდომა, შეფუთული ლანჩი ბარბეკიუ, სავაჭრო მანქანა (სასმელები), სავაჭრო მანქანა (საჭმელი), სპეციალური დიეტური საჭმელი (თხოვნის საფუძველზე), ოთახის სერვისი, საუზმე ოთახში და სხვ.

სასტუმროში კვების შემდეგ ტიპებს განასხვავებენ.

1. **საწოლი და საუზმე (bed and breakfast) (BB)** - მხოლოდ საუზმე შედის. ამ შემთხვევაში, საუზმის შემადგენლობის რაოდენობა მნიშვნელოვნად განსხვავდება. როგორც წესი, სასტუმროში სთავაზობენ შემდეგი ტიპის საუზმეს:
 - ✚ **კონტინენტური საუზმე (Continental breakfast) (CBF)** - ყავა / ჩაი / წვენი, კრუასანი და კარაქი / ჯემი;
 - ✚ **ინგლისური საუზმე (English breakfast) (EBF)** - კვერცხი, ტოსტი, კარაქი / ჯემი და ყავა / ჩაი / წვენი;
 - ✚ **ამერიკული საუზმე (American breakfast) (ABF)** - ყველაზე დამაკმაყოფილებელი (ულუფა, სალათები და ცხელი კერძები)
2. **Half board (HB) ნახევარად პანსიონი** - ორჯერადი კვება . იგი მოიცავს საუზმეს და ვახშამს (შვედური მაგიდა). სასმელები ცალკე.
3. **Full board (FB) სრული პანსიონი** - სამჯერადი კვება . იგი მოიცავს საუზმეს, სადილს და ვახშამს (შვედური მაგიდა). ალკოჰოლურ სასმელებს სადილსა და ვახშამზე.
4. **All inclusive (ALL, AI) ყოვლისმომცველი** - საკვები შეზღუდვების გარეშე, მთელი დღის განმავლობაში. სასტუმროში ამ ტიპის საკვები მოიცავს არა მარტო საუზმეს, სადილს

და ვახშამს (ბუფეტი), არამედ დამატებებს საჭმელზე და დესერტზე, ზოგჯერ სთავაზობენ „ბარბეკიუს„ სახით. ეს მომსახურება მოიცავს ადგილობრივი სასმელებით გამასპინძლებას (როგორც ალკოჰოლური და უალკოჰოლო სასმელების) ესეც შეუზღუდავი რაოდენობით. არსებობს all inclusive -ის, სხვადასხვა ვარიანტი ეს დამოკიდებულია სასტუმროზე როგორც შესთავაზებს სტუმარს;

5. **Ultra all inclusive (UAL, UAI)** ულტრა ყოვლისმომცველი - კვების ტიპის გაფართოებული ვარიანტი სასტუმროში, განსხვავდება ჩვეულებრივი ყოვლისმომცველისაგან, უცხოური სასმელებით.

✚ **Room only (RO)** - მხოლოდ ოთახი (RO),

✚ **Bed only (BO)** - მხოლოდ საწოლი (BO)

✚ **Accommodation only (AO)** - განთავსება (AO) - ცხოვრება კვების გარეშე.

აუზი და სპა: შიდა აუზი, შიდა აუზი (სეზონური), შიდა აუზი (ყველა სეზონის), გარე აუზი (სეზონური), გარე აუზი (წლის ყველა დროის), კერძო სანაპირო ზოლი პლაჟი, სპა, საუნა, თურქული აბანო, ცხელი აბაზანა, ფიტნეს ცენტრი, სოლარიუმი, მასაჟი.

სატრანსპორტო საშუალებებთან დაკავშირებული მომსახურება: ველოსიპედთან ხელმისაწვდომობა (უფასო), ველოსიპედის გაქირავება, მანქანის გაქირავება, აეროპორტამდე ტრანსფერი (დამატებითი გადასახადი), ტრანსფერის მომსახურება (უფასო), ტრანსფერის მომსახურება (დამატებითი გადასახადი).

მიმღების („ფრონტ დესკი“) მომსახურება: 24-საათიანი რეგისტრაცია, ექსპრეს რეგისტრაცია, კონსიერჟის მომსახურება, ბილეთის სერვისი, ტურის მაგიდა, ვალუტის გაცვლა, ATM-საიტზე, პარკინგი ავტომობილებისთვის, ბარგის შენახვა, კარადები, სეიფი, გაზეთები.

საერთო ტერიტორიები: ბაღი, ქალაქზე გადასახედით, ქალაქზე გადასახედის გარეშე, ტერასა, მზის გემბანი, სამზარეულო, საერთო ლაუნჯი/სატელევიზიო ტერიტორია, ბავშვის სათამაშო ოთახი, ბიბლიოთეკა, სალოცავი.

გასართობი და საოჯახო სერვისები: სადამოს გასართობი, ღამის კლუბი/დიჯეი, სამორინე, კარაოკე, გასართობი პერსონალისთვის, საბავშვო კლუბი, სათამაშო მოედანი, მიძის მომსახურება/საბავშვო სერვისები.

დასუფთავების სერვისი: ქიმიკალების სერვისი, დაუთოების სერვისი, სამრეცხაო, ყოველდღიური ოთახის დასუფთავება, ფეხსაცმლის წმენდა.

ბინზეს ობიექტები: შეხვედრების/საბანკეტო ობიექტები, ბინზეს ცენტრი, ფაქსი/ასლის გადაღება.

ოთახის კეთილმოწყობა: ტანსაცმლის საკიდი, ჰაერის კონდიციონერა, კერძო ავზი, საშრობი, გარდერობი/კარადა, ხალიჩა, კარადებიანი ოთახი, დამატებითი საწოლი .

გადახდის საშუალებების მიხედვით, როგორი წინასწარი გადახდის და გაუქმების პოლიტიკა აქვს: რამდენი დღით ადრე შეუძლიათ სტუმრებს , გააუქმონ ჯავშანი უფასოდ? ჩამოსვლის დღე (სადამოს 6 საათი),თუ კი სტუმრები გადაიხდიან 100%-ს, პირველ ღამეს, პირველ დღეს, სრული ყოფნის და სხვ.

საქართველოში გამოიყენება American Express , Euro/Mastercard, JCB Discover, Visa, Diners Club, Maestro. სასტუმროს საბანკო ტერმინალის მეშვეობით შეგვიძლია: სტუმარს მოვუხსნათ თანხა; სტუმარს დაუბლოკოთ თანხა; დაბლოკილიდან თანხის მოხსნა; ბოლო ოპერაციის გაუქმება; სხვა ოპერაციის გაუქმება.

გადახდის ფორმა ვაუჩერის (VOUCHERS) შემთხვევაში⁴⁰- ტურისტული სააგენტოები და კომპანიები სასტუმროდან იძენენ ოთახებს ფასდაკლებით და შემდეგ პაკეტის სახით მიჰყიდიან თავიანთ სტუმრებს. ტურისტული სააგენტო აძლევს სტუმარს ვაუჩერს, რათა მან წარადგინოს იგი სასტუმროში, როგორც გადახდის მეთოდი. სტუმრის გაწერის მერე სასტუმრო უგზავნის სააგენტოს სტუმრის ანგარიშს. ვაუჩერი არის გადახდის მეთოდი და მისი დაკარგვის შემთხვევაში, სასტუმროს არ აუნაზღაურებენ ოთახის ღირებულებას. როდესაც გიწევთ ვაუჩერის მიღება, თქვენ: არასოდეს გამოაჩინოთ ოთახის ღირებულება სარეგისტრაციო ბარათზე, ასევე არ უნდა ამოუბეჭდოთ სტუმარს ანგარიში, სადაც იგი შეძლებს ოთახის ღირებულების დანახვას.

ტურისტული ჯგუფის გადახდის მეთოდების მიხედვით: როდესაც ჯგუფი ფარავს სტუმრების ყველა ხარჯს, როდესაც ჯგუფი ფარავს სტუმრის ოთახის ღირებულებას და დამატებითი ხარჯებისათვის სტუმარი თვითონ არის პასუხისმგებელი, როდესაც ჯგუფის ყველა წევრი საკუთარ ხარჯისათვისაა პასუხისმგებელი.

სასტუმროსთან პირდაპირი ანგარიშსწორების მიხედვით: პირდაპირი ანგარიშსწორების გადახდის მეთოდი გამოიყენება მაშინ, როდესაც კომპანიის ცალკეული წევრი რჩება სასტუმროში და კომპანია ანაზღაურებს მის ხარჯებს. მას შემდეგ რაც სტუმარი გაეწერება სასტუმროდან, სასტუმრო წარუდგენს კომპანიას ანგარიშს. პირდაპირ ანგარიშსწორებაზე შეთანხმება წინასწარ უნდა მოხდეს სასტუმროს ბუღალტერიასთან, სტუმრის ჩამოსვლამდე. რეზერვაციამო მითითებული იქნება გადახდის მეთოდი, მიმღების თანამშრომელს არ აქვს უფლება ნება დართოს პირდაპირი ანგარიშსწორებისა. იმ ხარჯებისთვის, რომელიც არ იფარება პირდაპირი ანგარიშსწორებით, დამატებითი ხარჯებისთვის სტუმარს უნდა გამოვართვათ გადახდის სხვა მეთოდით., მაგალითად, საკრედიტო ბარათით, ნაღდი ფულით და ა.შ.

5.2. სასტუმროების და განთავსების სხვა საშუალებების კლასიფიკაცია

განთავსების საშუალებების დაჯგუფებას კლასების მიხედვით, რომლებიც ერთმანეთისაგან განსხვავდება ნომრების რიცხვით, ფართით, სათავსების სიდიდით, მომსახურების და კომფორტის დონით სასტუმროების კლასიფიკაციას უწოდებენ. დღევანდელი ტერმინებით შეიძლება გამოვიყენოთ „რეიტინგი“, "შეფასება", "ნიშანი" და სხვ.

⁴⁰ სტუმრის მიღება-განთავსება სასტუმროში და დაჯავშნის სამსახური. თბ.;2011. დ. ჭავჭავაძე, სასტუმრო „შერატონ ნურ-სულთანის“ (ყაზახეთი) ოთახების მართვის დირექტორი.

სასტუმროების ვარსკვლავების მიხედვით შეფასების იდეა საფრანგეთიდან მოდის, ჯერ კიდევ მეთვრამეტე საუკუნეში ფრანგი სასტუმროების მფლობელები სთავაზობდნენ სტუმრებს განსხვავებულ მომსახურებებს. საფრანგეთის კლასიფიკაციის სისტემა არის 1, 2,3,4, და 5 ვარსკვლავი, ვარსკვლავების რაოდენობა სერვისის ერთობლიობას ასახავს. ეს კლასიფიკაცია, პირველ რიგში, გულისხმობს სერვისს და მეორე რიგში - ფუფუნებას. ამჟამად ვარსკვლავის მინიჭება ხდება ოთახების რაოდენობის, საერთო ფართის, სასტუმროს აღჭურვილობის, სერვისის დონით და რამდენად ხელმისაწვდომია ის შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირებისთვის. თუმცა მასპინძლობის ინდუსტრია მნიშვნელოვნად განვითარდა და დღეს სასტუმროებს მომხმარებლისთვის შეთავაზებული სერვისის ხარისხის შესაფასებლად ხუთი ვარსკვლავიც არ ჰყოფნით. (ამიტომაც რომ ზოგიერთი სასტუმროს შეფასება გასცდა ხუთ ვარსკვლავს და დღეს გვხვდება ექვს და შვიდ ვარსკვლავიანი სასტუმროებიც). (სურათი 6 და 7 ვარსკვლავიანი სასტუმროსი).

სასტუმროების ფრანგი მფლობელები ტრადიციიდან და საგადასახადო სისტემის თავისებურებებიდან გამომდინარე (რაც მეტი ვარსკვლავი აქვს სასტუმროს, მით მეტია გადასახადი) ცდილობენ შეინარჩუნონ „4*“ მინაწერით „de Luxe“ ან „4* Palace“. ამ მიზეზით საფრანგეთში დიდი ხნის განმავლობაში ბევრი ხუთ ვარსკვლავიანი სასტუმრო არ არსებობდა.

მსოფლიოში დღეისათვის მოქმედებს სასტუმროების დაახლოებით ოცდაათი სხვადასხვა კლასიფიკაციის ნაციონალური სისტემა, რომლებიც შეიძლება გავაერთიანოთ ორ ძირითად ჯგუფში: “ევროპული” - რომელსაც საფუძველი ჩაუყარა ფრანგულმა ეროვნულმა სისტემამ და საბალომ - რომელსაც საფუძველი ჩაუყარა ინდურმა ნაციონალურმა სისტემამ (გამოყენებულია აზიისა და აფრიკის ქვეყნებში).

არსებობს სხვადასხვა სახის ორგანიზაციების მიერ მსოფლიოს მასშტაბით გამოყენებული სარეიტინგო სქემების ფართო სპექტრი. Forbes Travel Guide, ყოფილი Mobil Travel Guide-მა თავისი ვარსკვლავების სარეგისტრაციო სისტემა 1958 წელს დაიწყო. AAA და მათი შვილობილი ორგანოები ბრილიანტების ნაცვლად ვარსკვლავებს იყენებენ სასტუმროსა და რესტორნის რეიტინგის მაჩვენებლების შესაფასებლად.

გასათვალისწინებელია, რომ ერთი გლობალური და ზოგადად მიღებული კლასიფიკაცია არ არსებობს. ასევე არ არსებობს გლობალური ტურისტული ორგანიზაცია, რომელიც ანიჭებს ერთ ან სხვა "ვარსკვლავებს" მსოფლიოს ყველა სასტუმროს. თითოეულ ქვეყანას აქვს საკუთარი თავისებურებები, რომლებიც განსაზღვრავენ კლასიფიკაციას, ვარსკვლავების მიხედვით სასტუმროების კლასიფიკაცია მთელ მსოფლიოში საკმაოდ თვითნებურია და ძალიან განსხვავდება ერთმანეთისაგან. 1989 წელს WTO-მ (მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია) მიიღო სასტუმროს ერთიანი სტანდარტები, რომლებიც მხოლოდ რეკომენდაციებია. აქედან გამომდინარე, ძნელია განიხილოს თითოეული კატეგორიისთვის სასურველი მომსახურების კომპლექტი. უფრო ლოგიკურია, რომ აჩვენოს პრინციპები, რომლითაც გათვალისწინებულია სასტუმროს განსაკუთრებული კატეგორია.

სასტუმროების საერთაშორისო ასოციაციამ, საერთაშორისო სავაჭრო პალატასთან და საერთაშორისო ტურისტულ ორგანიზაციებთან ერთად, შეიმუშავა სასტუმროების კლასიფიკაციის ერთიანი პროექტი, რომლის თანახმადაც კეთილმოწყობის გათვალისწინებით სასტუმროებს ენიჭებათ ერთიდან ხუთამდე კატეგორია: “1 ვარსკვლავიანი”, “2 ვარსკვლავიანი”, “3 ვარსკვლავიანი”, “4 ვარსკვლავიანი” და “5 ვარსკვლავიანი”.

“1 ვარსკვლავიანს” მიეკუთვნება ყველაზე პატარა სასტუმროები და ჰოტელები. მოცემული კატეგორიის სასტუმროებს შეიძლება ჰქონდეს არანაკლებ 7 ნომერი და სტუმრების მიღებისათვის ჰოლი, არანაკლებ 9 კვ. ფართობისა, რესტორანი ან კაფე ცალკე შესასვლელებით, ცენტრალური გათბობა, სატელეფონო კაბინა შესაბამისი ბგერითი იზოლაციით. ნომრები აღჭურვილი უნდა იყოს შუქსაფარით - გარეთა მხრიდან, შიგნიდან კი-ორმაგი ფარდები. შეუწყვეტილი წყალმომარაგება, ცივი და ცხელი წყალი. საერთო აბაზანა ან შხაპი არანაკლებ 30 კაცზე. სასტუმროში სასურველია იყოს ბგერითი იზოლაციის იატაკის საფენი, დამტკიცებულია ნორმები: მინიმალური ფართობი ერთ ადგილიანისთვის - 8 კვ.მ. ორადგილიანისათვის 9კვ.მ, განსაზღვრულია ნომრების აუცილებელი სანიტარიული კვანძით აღჭურვა.

“2 ვარსკვლავიანი” კატეგორიის სასტუმროებს უნდა ჰქონდეს არანაკლებ შვიდი ნომერი, ჰოლი - არანაკლებ 30 კვ.მ. ფართობისა, ცენტრალური გათბობა, სატელეფონო კაბინა, შიდა სატელეფონო კავშირი ყველა ნომერში შუქსაწინააღმდეგო და ბგერის საწინააღმდეგო აღჭურვა. ნომრების მინიმალური ფართობი ანალოგიურია “1 ვარსკვლავიანისა”. ნომრები აღჭურვილია აუცილებელი სანიტარიული მოწყობილობებით, რომელშიც შედის: აბაზანა, შხაპი, არანაკლებ მთლიანი ადგილების რაოდენობის 30%. საერთო აბაზანა და შხაპი არანაკლებ ყოველ 20 კაცზე.

“3 ვარსკვლავიანს” - მიეკუთვნება არანაკლებ 10 ნომრიანი სასტუმროები. აქვს იატაკის საფარველი. ლიფტი, ცენტრალური გათბობა, საქალაქო სატელეფონო კავშირი, მინიმალური ფართობი ნომრებისა, სანიტარიული კვანძის გარეშე არის ერთადგილიანისათვის 9 კვ.მ., ორადგილიანისათვის 10 კვ.მ. აღჭურვილია აუცილებელი სანიტარიული მოწყობილობებით: აბაზანა, შხაპი არანაკლებ ნომრების 70%-ისა. ტუალეტი არანაკლებ ნომრების - 50 %-ისა. თითოეულ ნომერშია მაგიდის ლამპა, სასტუმროებს შეიძლება ჰქონდეს ავტოფარეხი, და ავტოსადგომები.

“4 ვარსკვლავიანს” სასტუმროს აქვს არანაკლებ 20 ნომერი. რესტორანი, ლიფტი, ცენტრალური გათბობა. აქვს იგივე აღჭურვილობა, რაც “3 ვარსკვლავიანს” სასტუმროებს. ნომრების მინიმალური ფართობია: ერთადგილიანისათვის: - 10 კვ.მ. ორადგილიანისათვის - 12 კვ.მ. ნომრების 50%-ში აბაზანაცაა და შხაპიც.

“5 ვარსკვლავიანი”- სასტუმროების კატეგორია პასუხობს შემდეგ მოთხოვნებს: ჰოლის ფართობი იზრდება ნომრების რიცხვის პროპორციულად. მაგრამ არა უმეტეს 150 კვ.მ. ნომრების მინიმალური ფართობია: ერთადგილიანებისათვის 10 კვ.მ. ორადგილიანებისათვის - 14 კვ.მ., ნომრების 5% აპარტამენტებია. ყველა ნომერშია აბაზანა, შხაპი, სასტუმროს აქვს სამრეცახო. (ეს მოთხოვნები გათვალისწინებულია მხოლოდ იმ სასტუმროებზე, რომლებიც აშენდა 1974 წლის შემდეგ).

ბევრმა ქვეყანამ შეუძლებლად მიიჩნია ერთიანი კლასიფიკაცია და სასტუმროების საერთაშორისო ასოციაციის მიერ შემოთავაზებული ეს პროექტი არ მიიღო სასტუმროების ეროვნულმა ასოციაციებმა. აღჭურვილობის, კეთილმოწყობის დონის შეფასებით. ბუნებრივ-კლიმატური პირობების და სხვათა გათვალისწინებით.

2010 წლიდან ფუნქციონირებს ერთიანი European Hotelstar's Union The HOTREC (Hotels, Restaurants & Cafés in Europe) სისტემა, რომელსაც 270 კრიტერიუმი აქვს. ევროპული სასტუმროს კავშირი HOTREC (სასტუმროები, რესტორნები და კაფეები ევროპაში) არის ორგანიზაცია, რომელიც 24 ევროპის ქვეყნას აერთიანებს. 2004 წელს ბერგენში გამართულ კონფერენციაზე პარტნიორებმა შეიმუშავეს სასტუმროს კლასიფიკაციის სისტემა, რათა უზრუნველყონ მათი ეროვნული სტანდარტების ჰარმონიზაცია. 2007 წელს HOTREC- მა შეიმუშავა ევროპული სტუმართმძღობის ხარისხის სქემა (EHQ), რომელიც აკრედიტებული იქნა ეროვნული საექსპერტო ორგანოების მიერ სასტუმროს რეიტინგში. HOTREC- ს პატრონაჟით, ავსტრიის, ჩეხეთის რესპუბლიკის, გერმანიის, უნგრეთის, ნიდერლანდების, შვედეთისა და შვეიცარიის სასტუმროს ასოციაციებმა სასტუმროთა კავშირი შექმნეს. 2009 წლის 14 სექტემბერს პრაღაში გამართულ კონფერენციაზე სასტუმროს კლასიფიკაციის სისტემა შეიქმნა. ეს სისტემა ეფექტიანი გახდა ამ ქვეყნებში 2010 წლის იანვარში, მოგვიანებით უფრო მეტი ქვეყანა შეუერთდა HOTREC სასტუმროს სისტემებს: ესტონეთი (2011), ლატვია (2011), ლიტვა (2011), ლუქსემბურგი (2011), მალტა (2012), ბელგია (2013), დანია (2013) და საბერძნეთი (2013). კავშირი "საიდუმლო სტუმრებს" იყენებს, რათა შეამოწმოს მომსახურების ხარისხი რეგულარულად. ექსპერტები მიდიან სასტუმროში, აფასებენ ყველა ასპექტს და შედეგების მიხედვით მათ აძლევენ სერთიფიკატს. თუმცა, ბევრ ქვეყანაში სასტუმროების ტესტირება არ არის საჭირო. ზოგიერთ ევროპულ ქვეყანაში, რომელშიც ჯერ კიდევ არ არის დამტკიცებული Hotelstars Union სისტემა, ეს საკითხი სახელმწიფო კონტროლს ექვემდებარება. უფლებამოსილი კომიტეტი მონიტორინგს უწევს მომსახურების დონეს და სტატუსის მინიჭებას უზრუნველყოფს, მაგალითად: (<http://cmpt.com.ua/helpful-information/classification-of-hotels>)

- გერმანიაში, ავსტრიაში და შვეიცარიაში ვარსკვლავების რაოდენობას სასტუმროების ეროვნული ასოციაციები განსაზღვრავენ;
- გაერთიანებულ სამეფოსა და საფრანგეთში რეიტინგების მინიჭება სამინისტროების და ტურიზმის სამსახურების საქმეა;
- ბელგიაში, დანიაში და ესპანეთში სასტუმროების კლასიფიკაცია კანონით რეგულირდება;
- მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში არსებობს დამოუკიდებელი ორგანიზაციები, რომლებიც სასტუმროების ვარსკვლავების მინიჭებითაა დაკავებული. პარალელურად არსებობს Expedia.com, Forbes-ის და სხვა ტიპის დამოუკიდებელი რეიტინგები ;



Expedia.com®

Expedia.com - ვარსკვლავების კლასიფიკაცია ექსპედიას მიხედვით:

შეფასების ვარსკვლავური კატეგორია მოიცავს ევროპის და აზიის ნაწილის სასტუმროებს რომელს შეფასების კრიტერიუმიც არის 1-დან 5 -ის ჩათვლით.

ერთი ვარსკვლავი. ძირითადად ასეთი განთავსების საშუალებებია: მოტელი, ჰოსტელი და ის საერთო საცხოვრებლები რომელიც მომხმარებელს სთავაზობს მინიმალურ შესაძლებლობებს. მიმღები შეიძლება არ მუშაობდეს 24 საათი და დალაგება - დასუფთავების სერვისითაც შეიძლება რომ არ სარგებლობდეს. სასტუმრო ოთახები არის მცირე ზომის მაგრამ ფუნქციური, ხშირად შეიძლება ასეთი ტიპის განთავსების საშუალებებს არ ქონდეს საკუთარი სველი წერტილი, ტელევიზორი ან ტელეფონი ოთახში.

ერთნახევარი ვარსკვლავი. ჰოსტელები და საერთო საცხოვრებლები, რომელიც კლასიფიცირდება მომხმარებლის საჭიროებისამებრ, როგორცაა ინტერნეტი და საზოგადოებრივი სივრცეები. მოტელები, რომელიც მომხმარებელს სთავაზობენ 24 საათიან მიღების სერვისს, დალაგება- დასუფთავების ყოველდღიურ მომსახურებას და სველ წერტილს.

ორი ვარსკვლავი. განთავსების ეს ობიექტები მოიცავს მხოლოდ განთავსებას, ყველაზე ხშირად ეს არის 24 საათიანი მიღების სერვისი, ყოველდღიური დალაგება-დასუფთავების სერვისი, ტელევიზორი, ტელეფონი, ტანსაცმლის საკიდი, ასევე საძინებელი საკუთარი შხაპის შესაძლებლობით.

ორნახევარი ვარსკვლავი. ეს კლასიფიკაცია მოიცავს შეზღუდული შესაძლებლობების სერვისს, ასეთი განთავსების ობიექტები მომხმარებელს სთავაზობს კომფორტს, რომელიც არ შეიცავს ძირითად სასტუმროს მომსახურებას, როგორცაა რესტორანი ან „ბელ ბოის“ მომსახურება. შეიცავს კონტინენტურ საუზმეს, რომლის მიწოდება ხშირ შემთხვევაში ხდება ნომერში.

სამი ვარსკვლავი. სამი ვარსკვლავი ახდენს ადგილის კლასიფიკაციას, კარგ გარემოს, რომელიც უზრუნველყოფილია კომფორტითა და მომსახურების სერვისით. სასტუმრო უზრუნველყოფილია საკუთარი რესტორნითა და ბარით. სასტუმრო ოთახი შედარებით უფრო დიდი ზომის არის, კომფორტული დასაჯდომებითა და კარგი ხარისხის ლოგინით. სააბაზანო შედარებით უფრო დიდი ზომისაა.

სამნახევარი ვარსკვლავი. ასეთი კლასის სასტუმროები მოიცავს სხვადასხვა ტიპის რესტორნებს, მომსახურე პერსონალი უნიფორმაშია. ვესტიბიული არის მორთული მაღალი ხარისხის დეკორაციებით და ცოცხალი მცენარეებით. ასეთი სასტუმროები გამოირჩევა დიდი სააბაზანო ოთახით და უკეთესი განათებით. ამ ტიპის სასტუმროები მომხმარებელს იზიდავს საცურაო აუზითა და პატარა სპა სალონებით, ეს შეიძლება იყოს მასაჟის კაბინეტი.

ოთხი ვარსკვლავი. ვესტიბიული კეთილმოწყობილია დეკორაციებით და სასტუმროში გამოყოფილია სხვადასხვა სახის საკომუნიკაციო ზონა. მომსახურება მოიცავს კონსიერჟს, ავტომობილის პარკირებას, და 24 საათიან ოთახის სერვისს (Room Service). ოთახები კეთილმოწყობილია, ნომერში არის შედარებით უფრო დიდი და კომფორტული საწოლი, მინიბარი, სააბაზანოში მაღალი კლასის

კოსმეტიკური ნაკრები. აზიის ზოგიერთი სასტუმრო და კურორტი შეიცავს სპას, სპორტული აქტივობებისთვის საჭირო ადგილებს, გოლფის მოედანს, ბავშვის მოვლის სერვისს და სხვა.

ოთხნახევარი ვარსკვლავი. ვესტიბული გაფორმებულია ცოცხალი ყვავილებით, ორიგინალი ხელოვნების ნიმუშებით, მდიდრული ავეჯით, მას აქვს სხვადასხვა სახის რესტორნები, 24-საათიანი ოთახის მომსახურების სერვისი. პერსონალური მოთხოვნების და სტუმრების საჭიროებების სერვისი. მდიდრული საწოლი, დიდი სააბაზანოთი, რომელშიც გამოყოფილია ორი ზონა, საშხაპე ოთახის და ე.წ „ჯაკუზის“.

ხუთი ვარსკვლავი. სასტუმროები, რომელიც იზიდავს ნამდვილ გურმანებს, ჯანმრთელობის კლუბები და სხვადასხვა სახის სერვისი. ასეთ სასტუმროში სააბაზანოშიც კი გხვდებათ ცოცხალი ყვავილები ან მცენარეები. მაღალხარისხიანი განათების სისტემები. ასეთ სასტუმროებში სტუმრებს შეუღლიათ ჩაეწერონ გოლფის კურსებზე და აიყვანონ პერსონალური მწვრთნელები.

1. <http://fileadmin.cs.lth.se/cs/Education/edan70/AIProjects/2016/slides/CieplikSydvardt.pdf> (Classification of hotels for Expedia.)



Forbes Travel Guide- ის რეიტინგის თანახმად (მას აქვს 550 მომსახურების სტანდარტი) ყურადღება ექცევა ერთი შეხედვით უნიშვნელო დეტალებსაც კი . მაგალითად, ხუთვარსკვლავიან სასტუმროში მიმღების „Reception“ თანამშრომლები სტუმრების სატელეფონო ზარებს ყველაზე ბევრი 30 წამში უნდა პასუხობდნენ, ტელეფონით უნდა აღვიძებდნენ მათ დანიშნულ დროზე 2 წუთით ადრე. ოთხ და ხუთვარსკვლავიანი სასტუმროებისათვის მნიშვნელოვანია ადგილმდებარეობა. ისინი უნდა მდებარეობდნენ დიდ კურორტზე, განსაკუთრებით მნიშვნელოვან ადგილას, ქალაქის ისტორიულ ცენტრში ან თვალწარმტაც ბუნებაში. მომსახურების შეფასებისას Forbes Travel Guide-ის ინსპექტორები რეგულარულად სტუმრობენ სასტუმროს, ისე რომ თავის თავს წინასწარ არასოდეს გამოავლენენ. ინსპექცია დიდწილად აქცენტს სტუმრების გამოცდილებას და მომსახურების თანმიმდევრულობაზე აკეთებს, და არა მხოლოდ ფიზიკურ ობიექტებზე. (Forbes Travel Guide- ის სასტუმროების კლასიფიკაცია ვრცლად შეგიძლიათ იხილოთ: <http://static.howstuffworks.com/pdf/lodging-criteria.pdf> (Rating Criteria: The Forbes Travel Guide).

„Forbes Travel Guide“-ის მიერ დაწესებული ვარსკვლავები შემდეგნაირად ნაწილდება:

- **1-ვარსკვლავიანი (ეკონომკლასი)** - საშუალო ზომის ერთ ან ორსასართულიანი სასტუმრო, მეტწილად შინაურული ატმოსფეროთი. განლაგებულია მისაღებფასიანი ატრაქციებისა და ტურისტული ინტერესის ადგილების შორიახლო. ადვილად მისადგომია ტრანსპორტისთვის. უზრუნველყოფილია აუცილებელი, მაგრამ კომფორტული ავეჯით. არ აქვს რესტორანი, მაგრამ ახლოს მდებარეობს საზოგადოებრივი კვების ობიექტებიდან.
- **2-ვარსკვლავიანი (საშუალო კლასი)** - ჩვეულებრივ, დამოუკიდებელია ან მიეკუთვნება კარგი რეპუტაციის მქონე სასტუმროთა ქსელს, რომელიც ერთნაირად ხარისხიან მომსახურებას სთავაზობს მომხმარებლებს. მცირე ან საშუალო ზომისაა და განლაგებულია საშუალო ფასიანი ატრაქციებისა და ტურისტული ინტერესის ადგილების ახლოს. საძინებელი უზრუნველყოფილია ტელეფონითა და ტელევიზორით. შეიძლება ქონდეს საკუთარი რესტორანი, იშვიათია „რუმს სერვისი“
- **3-ვარსკვლავიანი (პირველი კლასი)** - სტუმრებს საცხოვრებელი პირობების ფართო სპექტრს სთავაზობს კარგად უზრუნველყოფილი ოთახებითა და ფემინებელური ფოიეთი. ოთახზე გამოძახების სერვისი, ჩვეულებრივ, არ არის. განლაგებულია დიდი მაგისტრალების, სავაჭრო ცენტრების, საშუალო და მაღალფასიანი სანახაობებისა და ბიზნეს-ცენტრის მიმდებარე ტერიტორიაზე. აქვს პატარა ან საშუალო რესტორანი, რომელიც სტუმრებს საუზმესა და სადილს სთავაზობს. შეიძლება ქონდეს ოთახზე მომსახურების სახეები დღის განმავლობაში, მანქანის დაყენების სერვისი, ფიტნეს-ცენტრი და საცურაო აუზი.
- **4-ვარსკვლავიანი (უმაღლესი კლასი)** - ძირითდად დიდი, ოფიციალური სასტუმროები „მიმღებით, „ფრონტ-დესკით“ და ოთახზე მომსახურების სერვისით. განლაგებულია თავისივე კლასის სასტუმროების სიახლოვეს ძვირიანი მაღაზიების, რესტორნებისა და გასართობი ადგილების უბანში. მომსახურების დონე საშუალოზე მაღალია და ნათელ ოთახებში დგას ძვირფასი ავეჯი. რესტორნებში სადილი რამდენიმე არჩევანისგან შედგება, ხშირ შემთხვევაში აქვთ კონტინენტური საუზმე (ყავა, ფუნთუშა და ჯემი) და „ბედნიერი საათი“ (საათი, რომლის დროსაც ალკოჰოლი ან დელიკატესები იყიდება დაბალ ფასში). აქვთ „რუმს სერვისი“, მანქანის დაყენების სერვისი, ფიტნეს-ცენტრი, ერთი ან რამდენიმე საცურაო აუზი.
- **5-ვარსკვლავიანი (დელუქსის კლასი)** - სტუმრებს მხოლოდ უმაღლესი კლასის საცხოვრებელ პირობებს და მომსახურებას სთავაზობენ. ხშირად გათვალისწინებულია პირადი კონსიერჟი. მიუხედავად იმისა, რომ 5-ვარსკვლავიანი სასტუმროების უმეტესობა დიდი ზომისაა, ხანდახან პატარა, არაქსელური, დამოუკიდებელი სასტუმროები სტუმრებს ისეთი ტიპის ინდივიდუალურ, ინტიმურ და ელევანტურ გარემოს სთავაზობს, რისი მიღწევაც დიდი მასშტაბების პირობებში შეუძლებელი იქნებოდა. სასტუმროს ადგილმდებარეობა შეიძლება მერყეობდეს ყველაზე ძვირიანი გარეუბნიდან ქალაქის ცენტრამდე. აქვს მდიდრული ინტერიერი, გემოვნებიანი ავეჯით მოწყობილი ოთახები და უმაღლესი ხარისხის ნატურალური ქსოვილის თეთრეული. ოთახის მოწყობილობაში შედის უახლესი ვიდეო და აუდიო აპარატურა, კომპიუტერი, ჯაკუზი ან ღია აბაზანა ბადისთვის, ვიდეოთეკა, აუზები და სხვ. აქვს მინიმუმ სამი რესტორანი ექსკლუზიური მენიუთი, 24-საათიანი მომსახურება ოთახზე, ფიტნეს-ცენტრი, ავტოფარეხი, მანქანის დაყენების სერვისი და შესაძლებელია პირადი კონსიერჟის მომსახურების მიღებაც.

AA - საავტომობილო ასოციაციის სასტუმროების კლასიფიკაციის ბრიტანული სისტემა

2009 წელიდან . გაერთიანებული სამეფოს სასტუმროები კლასიფიცირდება ერთიდან ხუთ ვარსკვლავამდე. ეს სისტემა ფოკუსირებულია მომხმარებლის მოთხოვნებზე და განთავსების საშუალების შესაძლებლობებზე. მისი მიზანი არის მომხმარებლისთვის გასაგებად ადვილი იყოს კლასიფიკაციის სისტემა. ეს კლასიფიცირების სისტემა არის თანდართული მოგზაურთა წიგნებში, როდესაც ხდება სასტუმროს კლასიფიცირება.

ერთ ვარსკვლავიანი სასტუმროები. ეს სასტუმროები კლასიფიცირებულია როგორც მცირე ზომის სასტუმროები, რომლებსაც ყავს ინდივიდუალური /დამოუკიდებელი მესაკუთრე, რომელიც მომხმარებელს სთავაზობს საოჯახო გარემოს. მომსახურებას შეიძლება ახორციელებდეს მეპატრონე ან ოჯახის რომელიმე წევრი. ის ხშირ შემთხვევაში არის შეზღუდული შესაძლებლობების და საკვებიც არის შედარებით არამრავალფეროვანი. ასევე ლანჩი ხშირად შეიძლება არ იყოს შემოთავაზებული. ოთახებს შეიძლება არ ქონდეს დამოუკიდებელი სააბაზანო. სისუფთავე და კომფორტი ასეთი ტიპის სასტუმროებში არის მისაღებ დონეზე.

ორ ვარსკვლავიანი სასტუმრო. სასტუმროს ეს კლასი შეიძლება იყოს პატარა ან საშუალო ზომის სასტუმრო, რომელიც მომხმარებელს სთავაზობს უფრო მეტ შესაძლებლობებს, განსხვავებით პირველი კლასისგან. სტუმრებს შესაძლებლობა აქვთ ღამე გაათიონ კომფორტულ, კარგად აღჭურვილ ოთახებში. მიმღები და მომსახურე პერსონალის მიზანია მოემსახურონ პერსონალური უნარ-ჩვევების გამოყენებით. ასეთი კლასის სასტუმროებს შედარებით უფრო ფართო სპექტრი აქვთ, რომელიც ეხება საკვებსა და სასმელს.

სამვარსკვლავიანი სასტუმრო. ამ დონის სასტუმროები გამოირჩევა მაღალი კლასის მომსახურე პერსონალით, გარანტირებულ ხარისხის და შესაძლებლობების უფრო ფართო სპექტრით. მიმღები და სხვა საზოგადოებრივი ოთახები არის უფრო სივრცითი. რესტორანი როგორც წესი ემსახურება არარეზიდენტებსაც.

ოთხვარსკვლავიანი სასტუმრო. ამ დონის სასტუმრო გათვლილია ოთახის მდიდრულ, ხარისხიან ინვენტარზე, დეკორაციებსა და აღჭურვილობაზე . აქვს 24 საათიანი ოთახის სერვისი, ქიმიწმენდა და სხვა.

ხუთვარსკვლავიანი სასტუმრო. ეს სასტუმროები მაქსიმალურად ცდილობენ მხარი აუბან საერთაშორისო სტანდარტებს, სასტუმროს ყოველი დეტალი მომხმარებლის ყურადღებას უნდა იქცევდეს, მომსახურება მკაცრად ფორმალურია, რომელიც მაქსიმალურად მიმართულია სტუმრის საჭიროებებზე. რესტორანი დემონსტრირებას ახდენს მომსახურების მაღალი დონითა. საკვების წარმოება ხდება უმაღლესი საერთაშორისო სტანდარტით. მომსახურე პერსონალი არის მცოდნე, დამხმარე, რომელიც მაქსიმალურად ზრუნავს სტუმარზე.

Red Star Awards. წითელი ვარსკვლავის ჯილდო- ეს არის AA- ს შეფასების კრიტერიუმი და მიიღეს ისეთმა სასტუმროებმა, რომლებმაც თავისი კომფორტით,სტუმარმასპინძლობით და მომხმარებელზე ზრუნვით გადააჭარბეს მიმდინარე სტანდარტებს.

შავი ვარსკვლავის ჯილდო - ეს არის AA- ს შეფასების კრიტერიუმი და მიიღეს ისეთმა სასტუმროებმა, რომლებმაც ვერ უპასუხეს თანამედროვე მოთხოვნებს და ყველაზე დაბალი მომსახურების დონე დააფიქსირეს.



არსებობს შვეიცარიული სასტუმრო ასოციაციის 2020 წლამდე მოქმედი კრიტერიუმები, რომლის მიხედვითაც ვარსკვლავების მისაღებად ქულები უნდა დააგროვოს სასტუმრომ. მაგალითად, 600 ქულაზე მეტი უნდა დააგროვოს ხუთი ვარსკვლავისათვის. ხოლო ერთი ვარსკვლავისათვის არანაკლებ 90 ქულა.

ჩვენთან სასტუმროებისათვის თანრიგებისა და ნორმებისათვის კატეგორიების მიკუთვნება წარმოებდა ყოფილ სსრკ-ს ფასების სახელმწიფო კომიტეტის მიერ დამტკიცებული კ-05-06 პრეისკურანტის I და II ნაწილის მიხედვით. 1992 წლის 2 აგვისტოს საქართველოს რესპუბლიკის ეკონომიკისა და ფინანსთა სამინისტროს ბრძანებულებით ძალა დაკარგულად ჩაითვალა სსრკ ფასსახკომისა და საქართველოს სსრ ფასსახკომის მიერ დამტკიცებული, აქამდე არსებული სასტუმროების მომსახურების ძირითადი და ყველა დამატებითი პრეისკურანტი. დებულება სასტუმროებისათვის თანრიგებისა და ნორმებისათვის კატეგორიების მიკუთვნების შესახებ გავრცელდა ყველა სასტუმროზე, ჰოტელზე, ტურიტულ ბაზასა და პანსიონატზე მიუხედავად მათი უწყებრივი დაქვემდებარებისა.

კომუნალური კეთილმოწყობის დონის, მომსახურების სამსახურების (მასობრივი კვება, საყოფაცხოვრებო მომსახურება, ვაჭრობა, კავშირგაბმულობის), ნორმების კომფორტაბელობის მიხედვით ყოფილ სსრკ-ში და მათ შორის ჩვენთან მოქმედებდა განსხვავებული კლასიფიკაცია და გამოიყენებოდა შვიდსაფეხურიანი შეფასება: “ლუქსი”, “უმაღლესი ა”, “უმაღლესი ბ”, I, II, III, IV თანრიგები. მაგალითად, სასტუმრო “საქართველო” თბილისში ან სასტუმრო “ქუთაისი” (ქუთაისში) უმაღლეს “ბ” თანრიგს მიეკუთვნება. შედარებისათვის აღვნიშნავთ, რომ უმაღლესი “ბ” დაახლოებით სამ ვარსკვლავიან სასტუმროს შეიძლება გაუტოლდეს.

საქართველოში 1997წელს, ძალაში შევიდა სახელმწიფო სტანდარტი სსტ 12-96 “ტურისტულ-საექსკურსიო მომსახურება. სასტუმროთა კლასიფიკაცია”. რომელიც ამჟამად არ გამოიყენება.

ჩვენს ქვეყანაში სასტუმროების სარეიტინგო შეფასება და შესაბამისი ვარსკვლავის მინიჭება დღესაც არ არსებობს ქართული ინვესტიციებით აშენებული სასტუმროებისათვის. ის სასტუმროები კი რომლებიც შემოსულია საქართველოს

სასტუმრო ბაზარზე უცხოური კაპიტალის წილით, დასავლური ქვეყნებისათვის ცნობილი სტანდარტებით ფუნქციონირებენ და შესაბამისი ვარსკვლავები აქვთ მინიჭებული.

სასტუმროების კლასიფიკაცია ბრიტანული ტურისტული სააგენტოების მიერ

- **Budget Hotel** - სასტუმრო რომელიც მდებარეობს ქალაქის ცენტრალურ ნაწილში და აქვს შესაძლებლობების მინიმუმი (1 ვარსკვლავი);
- **Tourist Class** - ბარი და რესტორანი (2 ვარსკვლავი);
- **Hotel in the middle class** - მომსახურების მაღალი დონე (3 ვარსკვლავი);
- **First Class Hotel** – მომხმარებელს სთავაზობს მაღალი ხარისხის განთავსებას და უმაღლესი სერვისის დონეს (4 ვარსკვლავი);
- **Luxury Hotels** - უმაღლესი ხარისხის განთავსება და მომსახურება (5 ვარსკვლავი);

ბრიტანეთის სასტუმროებში კერძოდ, ინგლისის სასტუმროებში, ძველი სარეიტინგო სისტემა შენარჩუნდა, სადაც სასტუმროებს არ აქვთ ვარსკვლავები, არამედ გვირგვინები. სასტუმროების ხარისხს, რომლებიც გვირგვინით არის მინიჭებული, ადასტურებს ინგლისის ტურიზმის საბჭო. (English Tourist Board) აქ სასტუმროების რანჟირება ხდება 6 კრიტერიუმით. ყველაზე დაბალია "listed" სტატუსი, რომელიც უზრუნველყოფს მინიმუმ კეთილმოწყობას, მაგრამ ამავე დროს მომსახურების ზუსტ გარანტიას იძლევა, სასტუმროს აქვს სისუფთავის სტანდარტი. დიდი ბრიტანეთის "listed" სასტუმროების შემდეგ უკვე ცნობილი ნაცნობი პრინციპის თანახმად, რანჟირება ერთიდან ხუთ გვირგვინამდეა. რეიტინგის "გვირგვინის" განმასხვავებელი თვისებები არის ნომრები, სასტუმრო ოთახი. გვირგვინის ნიშანი გამოიყენება ლონდონის, მანჩესტერის, ლივერპულის და სხვა ბრიტანეთის ქალაქებში, ასევე Bed And Breakfast პატარა სასტუმროებში. დღეს, დიდი ბრიტანეთი განიხილავს ყველა სასტუმროსთვის ერთიანი ვარსკვლავის სისტემის მინიჭების საკითხს, რადგან რამდენიმე რეიტინგის მქონე სიტუაცია დამაბნეველია ტურისტებისთვის.

იტალიური სასტუმროების კლასიფიკაცია ხდება სამ დონეზე,

- პირველი კატეგორია არის ოთხ ვარსკვლავიანი სასტუმროები,
- მეორე კატეგორია არის სამ ვარსკვლავიანი და
- მესამე კატეგორია არის ორვარსკვლავიანი.

ესპანეთში განთავსების საშუალებები იყოფა ასევე კატეგორიებად:

- სასტუმროები - 1დან 5 ვარსკვლავამდე;
- სასტუმროები - სახლის ტიპის სასტუმროები, აპარტამენტები, ბუნგალოები 1დან 4 ვარსკვლავამდე;
- საცხოვრებლები (Inn) – 1დან 3 ვარსკვლავამდე;
- აპარტამენტები - სამ კატეგორიად;
- ძველი ციხესიმაგრეები, ციხეები და სასახლეები, რომლების გამოყენებაც ხდება განთავსებისთვის (პოუზადები) - მიჩნეულია „მდიდრულ“ კლასად.

ესპანეთში ვარსკვლავებთან ერთად სასტუმროების კიდევ ერთი კლასიფიკაციაა:

- **Refugios** — ფაქტობრივად ითარგმნება როგორც "თავშესაფარი" სინამდვილეში ეს არის ჩვეულებრივი ჰოსტელი;
- **Fondas** — პატარა სასტუმროების ჯგუფი, ძირითადად ოჯახური ბიზნესი;

- **Pensiones** — ეს შეიძლება იყოს სასოფლო სასტუმრო ან ყოფილი სასტუმრო, რომელმაც დაკარგა რეიტინგი;
- **Paradores** — ძვირადღირებული სასტუმროები უძველესი ციხესიმაგრეების, სახლების, უბნების ადგილზე.

ესპანეთის საგადასახადო სისტემა ისეა მოწყობილი, რომ სასტუმროს მფლობელი უფრო მაღალი ვარსკვლავებით, უფრო დიდ გადასახადს იხდის. აქედან გამომდინარე, ხშირია შემთხვევები სასტუმროს კატეგორია მფლობელის მიერ „კორექტირდება“.

გერმანიის სასტუმროების კლასიფიკაცია. მიუხედავად იმისა, რომ გერმანია Hotelstars Union ქვეყნების ნაწილია, აქ სასტუმროების ვარსკვლავს ძალიან მკაცრად აკონტროლებს ორგანიზაცია DEHOGA. აქედან გამომდინარე, თუ სასტუმრო "5 ვარსკვლავიანია" მაშინ ნამდვილად რწმუნდებიან სტუმრები რომ ის არის. თუმცა, არსებობს ერთი განსხვავება. გერმანიაში ხშირად არ არის საცურო აუზები, ფემენებელურ სასტუმროებშიც კი. მიუხედავად იმისა, რომ ეს არის სავალდებულო მოთხოვნა მთელ მსოფლიოში. ამიტომ დაჯავშნის დროს სტუმარს თუ სჭირდება საცურო აუზი წინასწარ ინტერესდება ამის შესახებ და ისე ჯავშნის მას.

გერმანული კლასიფიკაციის სიტემა იყოფა ხუთ კლასად:

- ტურისტული კლასი - 1 ვარსკვლავი;
- სტანდარტული კლასი - 2 ვარსკვლავი;
- კომფორტული კლასი - 3 ვარსკვლავი;
- პირველი კლასი - 4 ვარსკვლავი;
- სუიტები - 5 ვარსკვლავი.

ბერძნული სასტუმროს კლასიფიკაციის სისტემა ანბანურია და იყოფა ოთხ კატეგორიად, ეს არის A, B, C, D.

- A - არის გაიგივებული ოთხ ვარსკვლავიან სასტუმროსთან;
- B - სამვარსკვლავიანთან;
- C- ორ ვარსკვლავიანთან;
- D- ერთ ვარსკვლავიანთან;
- „ De Luxe“ - მდიდრული სასტუმროები გვხვდება ასეთი სახელწოდებით.

ტაილანდში ჩვეულებრივ სასტუმროები აღნიშნება ტერმინით –

- Budget (1* ან 2*);
- Medium (3*);
- Standard (4*);
- First Class (5*).

თურქეთსა და ეგვიპტეში, არსებობს ვარსკვლავური კლასიფიკაცია, თუმცა თურქეთში დაბალ ვარსკვლავიანი სასტუმროებიც საუკეთესოა, ტურაგენტები ორ ვარსკვლავიან სასტუმროებს არც სთავაზობენ მომხმარებლებს, იმიტომ რომ მაღალი ვარსკვლავიანიც საკმარისად ხელმისაწვდომია. თურქეთში 3-ვარსკვლავიანი სასტუმრო სთავაზობს უკეთეს მომსახურებას, ვიდრე 4-ვარსკვლავიანი სასტუმროები სხვა ქვეყნებში.

თურქეთის სანაპირო კურორტებზე ასევე გამოიყენება სასტუმრო HV-1 და HV-2 დამატებითი დონის აღნიშვნით. ეს არის ე.წ. კლუბური სასტუმროები განთავსებისათვის კომფორტული განცალკევებული სახლებია. კლუბურ სასტუმროებს, ხშირ შემთხვევაში, აქვს დიდი ტერიტორია, კერძო პლაჟი და კარგი ანიმაცია.

აღნიშვნები შემდეგნაირად იკითხება:

- HV-1 Holiday Village - 1 (კლუბური სასტუმრო 1 კატეგორია);
- HV-1 - კლუბური სასტუმროები, მომსახურების მიხედვით 4-5 ვარსკვლავიანი სასტუმროები;
- HV-2 Holiday Village-2 (კლუბური სასტუმრო მე-2 კატეგორია);
- HV-2 - კლუბი სასტუმროები, მომსახურების დონე შეესაბამება 3-4 ვარსკვლავიან სასტუმროებს.

ეგვიპტეში კი პირიქითაა დამატებითი ვარსკვლავის მიღება პრობლემა არ არის და ზოგიერთი მფლობელი ბოროტად იყენებს ამას. აქედან გამომდინარე, ეგვიპტური სასტუმროების ვარსკვლავები შეიძლება ითქვას „ნათესაური ფენომენია“.

ეგვიპტის კლასიფიკაციის არსებული ეროვნული სისტემები, რომელსაც მხარს უჭერს სახელმწიფო ან ეროვნული სასტუმროების ასოციაცია, ეროვნული სტანდარტების წესებით, სერთიფიცირებული სასტუმრო მომსახურებით - ისინი ძირითადად ეხება მატერიალურ ბაზას, სერვისის სისრულეს, სასტუმრო მომსახურების დონესა და ხარისხს და არ ეხება ისეთ პრინციპებს, როგორცაა მიზნობრივი ბაზარი, სპეციფიკური ფუნქციური მოთხოვნილებანი, საკუთრების ფორმა, მმართველობის სტრუქტურა და სასტუმროს განლაგების პრინციპი. სასტუმრო ინდუსტრიის ცოდნა მხოლოდ ამ სისტემით არაა საკმარისი, ამასთან ერთად არის სხვა კლასიფიკაცია, რომელიც გამოიყენება როგორც ეროვნულ, ისე საერთაშორისო სასტუმრო ინდუსტრიის სტატისტიკაში. მტო ანალიზებს ეროვნულ სტატისტიკას და რეკომენდაციას უწევს საკუთარი კლასიფიკაციის სქემას, რომელიც აუცილებელია ანალიზისა და სტატისტიკური მონაცემების შედარებისას.

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნებში გავრცელებული სასტუმროების კლასიფიკაცია

ქვეყანა	არსებული კლასიფიკაცია	ვარსკვლავებთან შესაბამისობა
ავსტრალია	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია	
ავსტრია	5-ვარსკვლავიანი ეროვნული სისტემა	
ანდორა	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია	
აშშ	კლასიფიკაციის ერთიანი სისტემა არაა. გამოიყენება თანრიგებიც, ვარსკვლავებიც,	
არგენტინა	კლასიფიკაციის ეროვნული სისტემა: <ul style="list-style-type: none"> • T' (tourist class)- **; • "F" (first class) -***; • "Fs" (first superior class) -***-დან ****-მდე; • "L"(luxe); "dl" (de luxe) -**** სუპერ კომფორტული 	
ბაჰრეინი	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია, რამდენიმე ადგილობრივი თავისებურებებით	
ბენილუქსი	5- ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია	

(ბელგია, ნიდერლანდები, ლუქსემბურგი)		
ბრაზილია	სასტუმროების, 5-ვარსკვლავიანი სისტემა, არაა დამოკიდებული ოტელის ზომებზე.	
გერმანია	სასტუმროების 5-ვარსკვლავიანი სახელმწიფო კლასიფიკაციის სისტემა. განთავსების საშუალებები იყოფა: <ul style="list-style-type: none"> • სასტუმროებად, • საკურორტო სასტუმროებად, • (kurhotel), სასტუმრო ბანაკებად , • (Gasthof), სასტუმრო-პანსიონატებად, • და ოტელი-garni-ებად 	
ევკიპტე	5-ვარსკვლავიანი სასტუმროების სისტემა დამოკიდებულია ხარისხის დონეზე	
ესპანეთი	<ul style="list-style-type: none"> • კატეგორია, აღინიშნება ვარსკვლავებით: განთავსების საშუალებების ყოველ ჯგუფს შეესაბამება: სასტუმროებისათვის *-დან ****-მდე; • ბუნგალოებისათვის- *-დან ****-მდე, • დასასვენებელ ბანაკებსა და პანსიონატებს *-დან ***-მდე 	
ინგლისი	“გვირგვინებისა” და “გასაღებების” სისტემა. გამოიყენება ასევე მტო-ის კლასიფიკაცია ვარსკვლავური შეფასება	
ისრაელი	გააუქმა “ვარსკვლავების” კლასიფიკაცია. არსებობს	
	S.Dlx. (Super Deluxe)	5+
	Dlx. (Deluxe)	5+
	S.F.C. (Superior First Class)	5
	F.C. (First Class)	4+
	S.T.C.(Superior Tourist Class)	4
	T.C. (Tourist Class)	3+
Suite hotel, Guest house	3	
იტალია	სასტუმროები იყოფა სამ კატეგორიად, შეესატყვისება ევროპული გრადაცია შემდეგნაირად: <ul style="list-style-type: none"> • კატეგორია 1-****, • კატეგორია 2-***, • კატეგორია 3-** 	
საბერძნეთი	<p>ოთხი კატეგორია. გამოიხატება ასოებით (AA,B,C,D) უმაღლესი კატეგორია სასტუმროებისა არის “de luqse”.</p> <p>5-ვარსკვლავიან სისტემას ხარისხით შეესაბამება შემდეგნაირად:</p>	

	<ul style="list-style-type: none"> • „de luxe” – ****, A • A - ****, • B -***, • C-** • D-*. U <p>უკატეგორიო განთავსების საშუალებებს მიეკუთვნება აპარტამენტები - მცირე მოცულობის სახლების ბინები.</p>	
მოლდოვა	კომფორტული განთავსების საშუალებები იყოფა კატეგორიებად:	
	<ul style="list-style-type: none"> • ”standart”, 	3
	<ul style="list-style-type: none"> • ”deluxe”, • Superior 	5 4
მალტა	სასტუმროები იყოფა სამ კატეგორიად: <ul style="list-style-type: none"> • ოქროს, • ვერცხლისა და • ბრინჯაოს 	
მაროკო	5-ვარსკვლავიანი სასტუმროების სისტემა დამოკიდებულია ერთ და ნახევარ ვარსკვლავზე	
მექსიკა	5-ვარსკვლავიანი ეროვნული კლასიფიკაცია ემთხვევა ევროპულს, არის კატეგორია 5-ვარსკვლავზე უფრო მეტი ესაა: “gran turizmo”	
ნორვეგია	5-ვარსკვლავიანი სისტემა კომფორტული სასტუმროებისათვის	
პანამა	5-ვარსკვლავიანი სისტემა	
რუსეთი	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია, შეესაბამება gost კ 50645_94” ტურისტულ-საექსკურსიო მომსახურება. სასტუმროების კლასიფიკაცია”	
საფრანგეთი	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია	
საქართველო	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია	
უნგრეთი	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია	
შვეიცარია	<ul style="list-style-type: none"> • 5-ვარსკვლავიანი, მდიდრული სასტუმრო; • 4-ვარსკვლავიანი, პირველი კლასის; • 3-ვარსკვლავიანი, საშუალო კლასის, კარგი სასტუმრო. 	
ჩინეთი	5-ვარსკვლავიანი კლასიფიკაცია, კომფორტული ნომრისათვის, უკატეგორიო განთავსების საშუალება ასევე იყოფა ჯგუფებად: ჰოსტელები, (დასასვენებელი ბანაკები), სტუდენტური საცხოვრებლების ტიპი, სახლები სტუმრებისათვის და სხვ.	
	„ღვინის სახლები“ ან "ტურისტული სასტუმროები"	4 და 5

წყარო: <https://luxtour.by/klassifikatsiya-otelej>

თავი 6. სასტუმროს ოთახების ტიპები და კატეგორიები

6.1. სასტუმროს ოთახების ტიპები

ოთახი (სასტუმროს ნომერი) - ესაა საცხოვრებელი სათავსი, რომელიც აღჭურვილია მოცემული კატეგორიის სასტუმროსადმი წაყენებული მოთხოვნების შესაბამისად და როგორც წესი, შედგება ცხოვრებისთვის საჭირო ერთი ან რამდენიმე ადგილისაგან. საწოლ-ადგილი-ფართობი სამინებელი ადგილით, განკუთვნილი ერთი ადამიანის მოხმარებისთვის (გამოყენებისთვის). იგი სასტუმროს ერთ-ერთი მთავარი პროდუქტია, ოთახის ტიპი დამოკიდებულია ოთახის ფართობზე და მასზე, თუ რამდენი საწოლი დგას იქ, რა ადგილი უკავია მას შენობაში, კომფორტი, ხედი, ინტერიერი, აბაზანა და ტუალეტი, რა კატეგორიის სტუმრებისთვისაა განკუთვნილი. მაღალი კლასის სასტუმროებს უნდა ქონდეთ ოთახების სამი ან მეტი კატეგორია.

სანომრე ფონდი - ესაა სხვადასხვა კომფორტის დონის ნომრების საერთო რაოდენობა, რომლებიც სასტუმროს დირექციის ან სასტუმროების ჯაჭვის მენეჯერის განკარგულებაშია. სანომრე ფონდის მომსახურებით დაკავებულია დირექცია, რომელიც ხელმძღვანელობს სხვადასხვა პოზიციის პერსონალს (პორტიე, მოახლე, გაერთიანებული სერვისის ჯგუფი, უსაფრთხოება) დირექციის ხელმძღვანელობაზე მოდის სასტუმროს მიერ გაწეული მომსახურებისა და მიღებული სტანდარტების შესაბამისად სანომრე ფონდის შენახვის პასუხისმგებლობა.

საცხოვრებელი ნაწილი - ერთ-ერთი მნიშვნელოვანია დანიშნულების მიხედვით, აგრეთვე ფართით. ჩვეულებრივ ნომრებს უჭირავთ შენობის ყველა სართული, გარდა ქვედა სართულებისა, სადაც განათავსებენ ადმინისტრაციულ ოფისებს და სხვადასხვა დანიშნულების სათავსებს. სასტუმროს საცხოვრებელი ნაწილის შემადგენლობაში შედიან: ნომრები, ჰორიზონტალური კომუნიკაციები (დერეფნები), საფეხურებისა (კიბის) და სალიფტე ჰოლი, ადგილი მორიგე პერსონალისათვის. მრავალსართულიანი სასტუმროს საცხოვრებელ სართულს შესაძლებელია ქონდეს ერთი ან რამდენიმე დერეფანი, გეგმის ფორმით განსხვავებული. სასტუმროს საცხოვრებელი ფართობის განაწილება ნომრებისა და სხვა სახის სათავსებს შორის სრულიად განსხვავებულია სასტუმროების მიხედვით: ნომრების წილად მოდის ფართის 54-70%, დერეფნების ფართის საცხოვრებელი ნაწილის 13-დან 22%-მდე.

ნომრის (ან ოთახის) სივრცე იყოფა ფუნქციურ ზონებად. ერთი მაცხოვრებლის ერთ ოთახიანი ნომრების საერთო ფართი თუ შეადგენს 70%-მდე შეგვიძლია ის მივაკუთვნოთ საცხოვრებელ ზონას, 14% - მდე- შესასვლელს, ხოლო 20%-მდე - სანიტარიულ კვანძს.

მსოფლიო პრაქტიკაში ყველაზე უფრო მეტი გავრცელება მოიპოვა ერთოთახიანმა ნომრებმა ერთ ან ორ ადამიანზე. შესაბამისად უცხოური სტანდარტებით „1ვარსკვლავიან“ სასტუმროებში ასეთი ნომრები უნდა იყოს 64%, „2ვარსკვლავიანში“

– 80%, „3 და უფრო მეტ ვარსკვლავიანში“ – 100%. მიზანშეწონილად მიჩნეულია, რომ „ლუქსები“ და აპარტამენტები უნდა შეადგენდნენ ნომრების 5-8%-ს.

სასტუმროს ნომრები კლასიფიცირდება:

ადგილების რაოდენობის მიხედვით:

- ერთადგილიანი (SGL- single)
- ორადგილიანი (ორი საწოლით (TWIW) ან ერთი ორადგილიანი საწოლით)
- სამადგილიანი (TRP-triple) და ა.შ.;

ოთახების რაოდენობის მიხედვით (ერთოთახიანი, ოროთახიანი, სამოთახიანი და სხვა) მსოფლიო პრაქტიკაში ყველაზე გავრცელებულია ერთოთახიანი ნომრები ერთ ან ორ ადამიანზე. უმრავლეს ოტელებში ერთოთახიანი ნომრების წილი ერთი კლიენტისთვის: სანომრე ფონდის 50%-ზე მეტს აღწევს.

დანიშნულების მიხედვით ანსხვავებენ:

- **ბიზნეს-კლასის ნომრებს**, რომლებიც საქმიან მოგზაურობაში ან მივლინებაში მყოფი პირების განთავსებისათვისაა განკუთვნილი. ნომრის სტანდარტული მოწყობილობის (პირობების) გარდა აქ შექმნილია პირობები მუშაობისათვის (სამუშაო მაგიდა, ტელეფონი, ფაქსი, კომპიუტერი, მაღალი სიჩქარის ვაიფაი და სხვა ტექნიკა);
- **ეკონომიკური კლასის ნომრები** განკუთვნილია მომხმარებელთა ფართო წრისთვის. ისინი გამოირჩევიან მოკრძალებული და იაფფასიანი ავეჯით და ეს აისახება ნომერში განთავსების ფასზეც;
- **ნომერი-აპარტამენტები** - ესაა ორ-, სამ-, ოთხოთახიანი ნომრები, განკუთვნილი ოჯახის ხანგრძლივადიანი ცხოვრებისთვის. ასეთი ნომრების სავალდებულო ელემენტებია სამზარეულო საყოფაცხოვრებო ტექნიკის სრული ნაკრებით (ყავის მადულარა, მიკროტალღური ღუმელი, მიქსერი და ა. შ.), რაც პრაქტიკულად საოჯახო პირობებს ქმნის. აპარტამენტები სანომრე ფონდის არაუმეტეს 10%-ს წარმოადგენენ.
- ანსხვავებენ ასევე ნომრების ისეთ კატეგორიას, როგორცაა **ლუქს-აპარტამენტები** -სამ, ოთხოთახიანი ნომრები არაუმეტეს 45კვ.მ. საცხოვრებელი ფართობით, რომლის შემადგენლობაშიც სამზარეულო არ არის. ნომრების ეს კატეგორია ძვირადღირებულია. მსოფლიო პრაქტიკაში ასეთი ნომრები ცნობილია როგორც **სუიტ-ნომრები (suite)** არასტანდარტული ფართო ორადგილიანი საწოლით (200X200 სმ).
- **„სტუდიო“** - ერთოთახიანი ნომერი არაუმეტეს 25კვ.მ. ფართობით, გათვლილია ერთი-ორი ადამიანის ცხოვრებისთვის, დაგეგმილია ისე, რომ შესაძლებელია სათავსის ერთი ნაწილის გამოყენება როგორც მისაღები,სასადილო, კაბინეტი და სხვა;

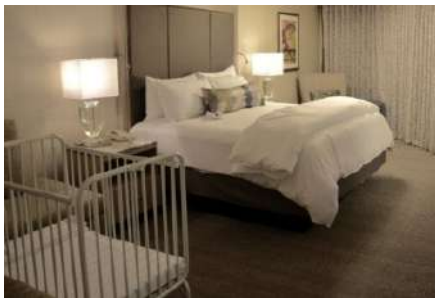
კომფორტულობის დონის და ფლობის ხარისხის მიხედვით ნომრები იყოფა შემდეგ ტიპებად:

- „საპრეზიდენტო აპარტამენტი“ (ზოგიერთი ქვეყნის სატუმროში „სამეფო აპარტამენტი“) - ესაა მაღალკომფორტაბელური ნომერი, რომლის შემადგენლობაში შედის ისეთი სათავსები, როგორებიც „აპარტამენტის“ ნომერში, მაგრამ ასეთი ნომერი გათვალისწინებულია ოფიციალური სახელმწიფო პირების მიღებისთვის, ასევე VIP კლასის მომსახურების ტურისტებისთვის, რომლებიც გამოირჩევა ფემინებელურობით და სიძვირით. ამ ტიპის ნომრები მხოლოდ ხუთვარსკვლავიან სასტუმროებს აქვს;
- ნომერი „აპარტამენტი“ შედგება რამდენიმე საცხოვრებელი ოთახისგან: ერთი ან ორი მისაღები მინი-ბარებით და მინი სეიფებით, რამდენიმე საძინებელი ოთახი ავტონომიური სრული სანიტარიული კვანძით (რომლის შემადგენლობაშიც შედის ბიდე), ერთი ან ორი სამუშაო კაბინეტი, პატარა სამზარეულო სასადილოთი, ჰოლით და შემოსასვლელით, რომელსაც აქვს ერთი ან ორი სანკვანძი: პირველზე- მისაღები(სასტუმრო), შესასვლელი (წინკარი), სანკვანძი, სამზარეულო- ნიშა, მეორეზე - საძინებელი გარდერობით, კაბინეტი, სანკვანძი;
- ნომერ „ლუქს“ აქვს რამდენიმე ოთახი (საძინებელი, კაბინეტი, მისაღები), წინკარი, სრული სანკვანძი; ოროთახიან ნომერს აქვს ორი ოთახი-საძინებელი და მისაღები სამუშაო ოთხით და დასვენების ოთხით (საძინებელი და მისაღები შეიძლება გამოყოფილ იქნეს ერთმანეთისაგან მოძრავი ან დასაკეტი ტიხრით ან მინიანი კარებებით), წინკარი სრული სანკვანძით-აბაზანით ან შხაპით, პირსაბნით, ტუალეტით;
- ნომერი „კომპლექს“ აქვს ორი ან რამდენიმე მომიჯნავე ჩვეულებრივი ნომრები ან ნომერი „ლუქსი“. ოთახები ერთმანეთთან გაერთიანებულია (უკავშირდებიან) საერთო წინკარით და აქვს ერთი ან ორი სანკვანძი. ნომერი „კომპლექსი“ შეიძლება გამოყენებულ იქნეს, როგორც ერთი - ან ოროთახიანი ნომერი ან როგორც მრავალთახიანი აპარტამენტები შესაბამისი აღჭურვილობით. ისინი შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ნომერში კრებების, თათბირების ჩატარებისთვის. „კომპლექსის“ ნომრების ტრანსფორმაცია მოითხოვს პერსონალის მნიშვნელოვან ძალისხმევას.
- ნომერი „დუბლი“ (studio) - ტიპური ორადგილიანი ნომერი, რომელშიც ერთი საწოლი იცვლება დივან-საწოლით, დივან-ტახტით, სავარძელ-საწოლით. ეს ნომერი საშუალებას იძლევა გამოყენებულ იქნეს როგორც ორადგილიანი ნომერი ან როგორც კომფორტაბელური ერთადგილიანი. აქ დგამენ კომბინირებულ მაგიდას, რომელსაც აქვს ჩემოდნისათვის ქვესადგამი, ჟურნალების მაგიდა , სავარძელი. ასეთი ნომრები უზრუნველყოფენ დასახლების მოქნილ სისტემას და ეკონომიკურად ხელსაყრელს მოტელებისათვის, კემპინგებისათვის და ა. შ.

ერთადგილიანი ნომერი „დუბლის“ ტრანსფორმაცია ორადგილიანად არ მოითხოვს დამატებით დანახარჯებს, სამუშაო ძალას და გამოყენებისთვის ხელსაყრელად ითვლებიან; არსებობს ნომრები ერთ, ორ, სამ ადგილიანი და ა.შ. ორადგილიან ნომერს შეიძლება ჰქონდეს ორი საწოლი, რომლებიც შეიძლება იდგნენ ან ერთმანეთის გვერდით, ან ერთმანეთისგან განცალკევებულად, ან კიდევ ჰქონდეს ორადგილიანი (ორსადინებლიანი) საწოლი, რომელიც განკუთვნილია ცოლ-ქმრული წყვილისთვის. ნომერი შეიძლება შედგებოდეს ერთ,ორი სამი ოთხისგან. ნომრების ყველა მრავალსახეობა შეიძლება დავიყვანოთ შემდეგ ძირითად ტიპებად:

- ერთოთახიანი ნომრები 1 ადამიანზე;
- ერთოთახიანი ნომრები 2 ადამიანზე;
- ერთოთახიანი ნომრები 3-4 ადამიანზე;
- ნომრები მაღალი კომფორტით 2 ოთახიანი და უფრო მეტი (ლუქსები და აპარტამენტები).

ნომრებში შეიძლება არსებობდეს შემდეგი ტიპის საწოლები:



Crib bed – საბავშვო საწოლი. (**CHD** – ბავშვი, როგორც წესი 12 წლამდე ასაკის; **INF** - პატარა ბავშვი ორ წლამდე; **SGL + CHD** (2-6) – 1 უფროსი და ბავშვი (2-6) წლამდე; **DBL + 2 CHD** (2-6) (6-12) – 2 უფროსი და 2 ბავშვი (1 ბავშვი 2-დან 6-მდე, მეორე ბავშვი: 6-დან – 12 წლამდე)



Extra Bed (EXB) – დამატებითი საწოლი - ოჯახური წყვილისთვის განკუთვნილი ნომერი ერთი დიდი დამატებითი საწოლით



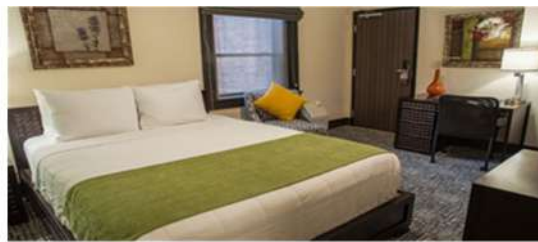
Single Bed – ერთ ადგილიანი საწოლი



Double Bed – ორ ადგილიანი საწოლი



King bed – „სამეფო“ საწოლი



Queen Bed – „დედოფლის“ საწოლი



Twin bed (TWIN)

ორადგილიანი ნომერი

2 ცალ-ცალკე საწოლით – „ტყუპი“ საწოლი

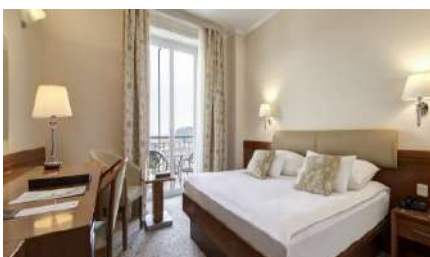
მაღალი კლასის სასტუმროებს აქვთ სამი ან მეტი ტიპის ოთახები, რომლებიც განკუთვნილია სხვადასხვა კატეგორიის სტუმარზე. ერთნაირი კლასიფიკაცია მსოფლიოს სასტუმროებში არ არსებობს, თუმცა დღეისათვის ყველაზე უფრო გავრცელებულია:



Single Room (SGL)

ერთადგილიანი ოთახი

ფართობი: 37-45 კვ.მ;



Double room (DBL)

ორადგილიანი ნომერი; ორადგილიანი ნომერი ერთი

დიდი საწოლით, ფართობი 40-45 კვ.მ



Triple rom (TRIPL) სამადგილიანი ნომერი -

აღჭურვილია ერთი ორსაწოლიანი და ერთი ერთ

საწოლიანი ან სამი ერთსაწოლიანი ლოგინით.

ფართობი: 45-65 კვ.მ(შეიძლება ქონდეს დასაკეცი

საწოლი ან ტახტი);



Twin

ფართობი: 32 – 40 კვ.მ

ოთახი აღჭურვილია ტყუპი საწოლებით



De lux room

სტანდარტული ნომერი; ოთახის ფართობი 23-27კვ.მ. ხშირად ოთახის ფასში შედის საუზმე. ოთახში არის კარადა, სეიფი, საუთოო დაფა, უთო, მინი ბარი, ტელევიზორი, ორი ტელეფონი



Quadruple

ფართობი: 70-85კვ.მ

რამდენიმე საწოლით, განთავსება დიდი ოჯახისათვის, რომელიც შედგება ორი მშობლისა და ორი შვილისაგან;



Queen

ფართობი: 32 – 50 კვ.მ

ოთახი Queen აღჭურვილია დიდი ზომის საწოლით



Hollywood Twin

ფართობი: 32 – 40 კვ.მ ასეთი ტიპის ოთახები აღჭურვილია ტყუპი საწოლებით, რომლებიც დაკავშირებულია საერთო თავით



Studio

ფართობი: 25 – 40 კვ.მ

ოთახი სადაც სამინებელი კომბინირებულია სამზარეულოთი



Suite

კომფორტული ოთახი, გამოყოფილი დასასვენებელი ადგილით, აქვს მისაღები, საძინებელი



Superior room

უმალესი კლასის ნომრებია, ფართობი 27-30კვ.მ. უკეთესი ხედით ვიდრე სხვა რომელიმე სტანდარტული ოთახი. ოთახის ფასში შედის საუზმე



Junior Suite – დიდი ოთახი

სადაც გამოყოფილია საწოლი ადგილი



Suite / Executive Suite

ფართობი: 50-70 კვ.მ. ასეთი ტიპის ოთახებში მისაღები და საძინებელი ოთახები გამოყოფილია ერთმანეთისგან



Union suite

ორადგილიანი ერთოთახიანი ნომერი, რომელსაც აქვს გაუმჯობესებული დაგეგმარება



Mini Suite or Junior Suite

ფართობი: 60-80 კვ.მ ასეთი ტიპის ოთახებში ზოგჯერ მისაღები და საძინებელი ოთახები გამოყოფილია ერთმანეთისგან



President Suite | Presidential Suite ფართობი: 80 კვ.მ ზევით ასეთი ტიპის ოთახი ყველაზე ძვირადღირებულია სასტუმროში. მას აქვს რამდენიმე საძინებელი და მისაღები ოთახი. აღჭურვილია მაღალი დონის ავეჯითა და ინვენტარით. სასტუმროებში მხოლოდ ერთი ასეთი ტიპის ოთახია;



Apartments / Room for Extended Stay (APARTMENT)

ნომერი სადაც 5-დან 2 ძირითადი ოთახია. ფართობი: 96 კვ.მ ზევით. ასეთი ტიპის ოთახები განკუთვნილია სტუმრებისათვის, რომლებიც დიდი ხნით რჩებიან სასტუმროში. ოთახი აღჭურვილია ყველა საჭირო მოწყობილობით

სამზარეულო, საშრობი, სარეცხი მანქანა და ა.შ. დასუფთავების სამსახური ემსახურება მათ მხოლოდ კვირაში ერთხელ ან მაქსიმუმ ორჯერ. იგი გათვალისწინებულია 4-დან 10 სტუმრამდე;



Green room - ეკოლოგიურად სუფთა ნომრები, სადაც ყველაფერი ეკოლოგიურად სუფთა მასალისგანაა დამზადებული



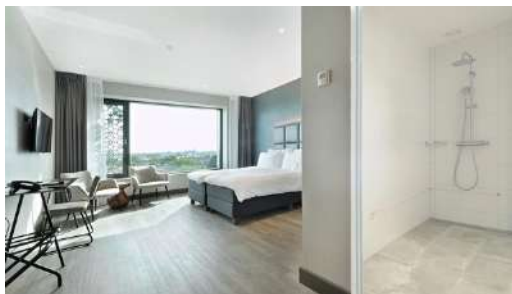
Connecting rooms (დამაკავშირებელი ოთახები)

ფართობი: 30-50 კვ.მ ასეთი ტიპის ოთახებს აქვთ დამოუკიდებელი შესასვლელი გარედან და ასევე დამაკავშირებელი კარი შიგნით. ოთახებში გასვლა შესაძლებელია დერეფანში გაუსვლელად. ოთახები ძირითადად განკუთვნილია ოჯახური ტიპის დამსვენებლებისათვის. ოთახები შესაძლოა

გაიყიდოს ცალცალკეც. ამ შემთხვევაში დამაკავშირებელი კარი იკეტება.



Murphy Room - ფართობი: 20-40 კვ.მ ასეთი ტიპის ოთახებში ლოგინი განთავსებულია დივანზე ან აღჭურვილია ასაკეცი საწოლით, რომელიც ჩამაგრებულია კარადაში. ლოგინის აკეცვის შედეგად საძინებელი ოთახი მომენტალურად კეთდება საცხოვრებელ / მისაღებ ოთახად.



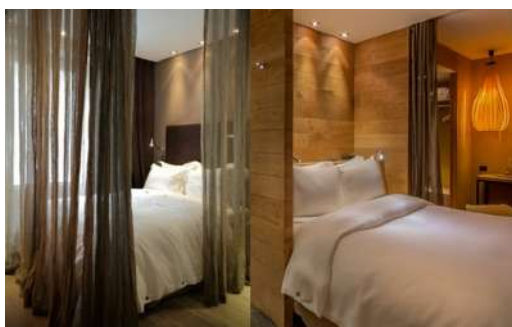
Accessible Room / Disabled Room ფართობი: 30-42 კვ.მ ასეთი ტიპის ოთახები განკუთვნილია შშმ პირებისათვის. სასტუმრო აღჭურვილი უნდა იყოს რამდენიმე ასეთი ტიპის ოთახით, რათა თავიდან აიცილოს დისკრიმინაცია. ასეთი ტიპის ოთახებში ყველაფერი არის ადაპტირებული.

Cabana ფართობი: 30-45 კვ.მ ასეთი ტიპის ოთახები გასასვლელით უკავშირდება საცურაო აუზს ან აღჭურვილია პირადი საცურაო აუზი.



Adjoining rooms

ფართობი: 30-45 კვ.მ
 ასეთი ტიპის ოთახები დაკავშირებულია საერთო კედლით, მაგრამ არ აქვთ საერთო კარები



Adjacent rooms მომიჯნავე ოთახები

ფართობი: 30-45 კვ.მ
 ასეთი ტიპის ოთახები მდებარეობს ერთმანეთთან ძალიან ახლოს



Penthouse პენტ ჰაუზი

(შენობის ბოლო სართულზე განცალკევებით განლაგებული სიუტი)



Business class room

ფართო ნომერი, ფართობი 30-35 კვ.მ , აღჭურვილი კომპიუტერით და ფაქსით.რაც ბიზნესმენის მუშაობისთვისაა აუცილებელი. ოთახის ფასში შედის საუზმეც და ვახშამიც. ყოველ დილით გაზეთები, ზოგჯერ ტრანსპორტირება აეროპორტში



Family studio

ოჯახური ნომერი, რომელსაც აქვს ორი მოსაზღვრე ოთახი



Family Room

ოჯახური ოთახი, სტანდარტზე უფრო დიდი



President - ოთახის ფართობი 100-150 კვ.მ. ესაა ყველაზე ძვირფასი ნომრები სასტუმროში, რადგან მათ აქვთ რამდენიმე საძინებელი, სამუშაო კაბინეტი და როგორც წესი ორი ან სამი ტუალეტი. აივანი საუკეთესო ხედით, ძვირფასი ავეჯი. პირსახოცების ნაირსახეობა, გაზეთი, ტრანსპორტირება აეროპორტამდე.



Villa - ფართობი: 100 კვ.მ ზევით. ასეთი ტიპის საცხოვრებლები როგორც წესი გვხვდება კურორტებზე. ეს წარმოადგენს ცალკე მდგომ სახლს, რომელიც აღჭურვილია ყველა საჭირო ინვენტარით. აქ შევხვდებით როგორც საძინებელ, ასევე მისაღებ ოთახებს, სამზარეულოს. იგი აღჭურვილია აუზით და ჯაკუზით. ასეთი ტიპის

ოთახი განკუთვნილია ოჯახებისა და დიდი ჯგუფებისათვის.



Tourist Class

ეს არის ეკონომ კლასის ოთახი, სადაც არ არის სველი წერტილი

მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყნის სასტუმროს ოთახების ტიპები განსხვავებულია გარდა ზემოთ ჩამოთვლილისა მაგ.ამერიკის შეერთებულ შტატებში, კანადაში, მექსიკასა და კარიბის აუზის კურორტებზე არსებობს შემდეგი ტიპის ოთახები, როგორცაა:

- **Moderate (MOD) – „ზომიერი“** - ის არ მიეკუთვნება სუიტებს, ლუქსებს და არც სტანდარტულ ნომრებს - ეს არის რაღაც საშუალო მიახლოებული სტანდარტულთან ;
- **Superior (SUP)** - მისი მნიშვნელობა შეესაბამება "უმაღლესს". **Superior** – უმაღლესი ოთახი, რომელიც განსხვავდება მომსახურე პერსონლით. ამ ოთახის ტიპს აქვს იგივე ძირითადი მახასიათებლები, როგორც სტანდარტულს, მაგრამ მას აქვს უკეთესი დიზაინი, ეს შეიძლება იყოს უფრო დახვეწილი ავეჯით და თანამედროვე ტექნიკით. ფანჯრის ხედი ჩვეულებრივ გადის ზღვაზე, ბაღზე ან სხვა მიმზიდველ ობიექტებზე.

Standard room- სტანდარტული ნომერი (STD). რომლითაც შესაძლებელია სასტუმროს დონეზე სრულიად ადეკვატური სურათის მიღება, ის უზრუნველყოფს მომსახურების ხარისხს. ყველა სტანდარტული ოთახი შეიძლება დაიყოს „დაბლი“ (ორადგილიანი) „სინგლები“ (ერთადგილიანი) და ზოგჯერ „ტრიპლი“ (სამადგილიანი). ამ ტიპის ნომრების არჩურვა და სხვა დამატებითი მომსახურებების გაწევა დამოკიდებულია სასტუმროს კლასიფიკაციაზე. მაგალითად, ორ ვარსკვლავიან სასტუმროში ამ ტიპის ნომრებში 3-5 დღის განმავლობაში ხდება თეთრეულისა და პირსახოცების შეცვლა. კომპლექტი აბაზანაში იქნება მინიმალური: პირსახოცი, საპონი და ზოგჯერ საშხაპე გელი.

Duplex – დუპლექსი - გულისხმობს, რომ ოთახი შედგება ორი სართულისაგან.

6.2. ნომრების კატეგორიები

სასტუმროს ოთახის (ან ოთახების) სივრცე იყოფა ფუნქციურ ზონებად:

- 1კაცზე ერთოთახიანი ნომრის საერთო ფართობის 70%-მდე შეიძლება მოდიოდეს საცხოვრებელ ზონაზე,
- 14%-მდე-წინკარზე,
- 20%-მდე-სანიტარიულ კვანძზე.

საცხოვრებელი ფართობი ამასთან 7-დან 14კვ.მ-მდე ფარგლებში შეიძლება მერყეობდეს.

ზოგიერთი ქვეყნის თანამედროვე სტანდარტები ითვალისწინებს ერთადგილიან ნომერში იატაკის მინიმალური ფართობის დაცვას არანაკლებ 14კვ. მეტრისა, ხოლო ორადგილიანში - არანაკლებ 18კვ. მეტრისა. კერძოდ, გერმანული სტანდარტებით გათვალისწინებულია ერთ მცხოვრებზე კომფორტული ერთოთახიანი ნომრის ფართობი 16-დან 18კვ. მეტრამდე, ორ მაცხოვრებელზე კი - 20-დან 21კვ. მეტრამდე; უკრაინის სტანდარტებით ანალოგიურ ნომრებზე გათვალისწინებული ფართობი მერყეობს 8-დან 14კვ. მეტრამდე ფარგლებში პირველ შემთხვევაში და 10-დან 16კვ. მეტრამდე მეორე შემთხვევაში.

სანომრე ფონდის ფართი რა თქმა უნდა განსხვავებულია, მაგრამ უმრავლესად ევროპის სხვადასხვა ქვეყნის სასტუმროებში არის:

- ერთოთახიანი ერთადგილიანი ნომრების:
8მ² -- სასტუმროებისათვის 1-2 ვარსკვლავით;
10მ² - სასტუმროებისათვის 3 ვარსკვლავით;
12 (16)მ² -სასტუმროებისათვის 4 ვარსკვლავით;
14 (18) მ² -სასტუმროებისათვის, რომლებიც 5 ვარსკვლავიანებად ითვლებიან.
- ერთოთახიანი ორადგილიანი ნომრებისათვის:
12მ² - სასტუმროებისათვის 2 ვარსკვლავით;
14მ² - სასტუმროებისათვის 3 ვარსკვლავით;
14 (20) მ² - სასტუმროებისათვის 4 ვარსკვლავით;
16 (25) მ² -სასტუმროებისათვის, რომლებიც 5 ვარსკვლავიანები არიან.
- ნომრების დაგეგმარება გვხვდება სხვადასხვა ტიპის, რომლებიც მოიცავენ: ჰოლს (შესასვლელს), საცხოვრებელ ოთახს (ოთახებს), აბაზანის ოთახს (All en suite- ყველა ოთახს აქვს საკუთარი აბაზანა, Some en suite - ზოგს აქვს საკუთარი აბაზანა და Shared- ოთახებს საერთო აბაზანა აქვთ), სანიტარიულ კვანძს, ჩაშენებულ კარადებს, რიგ ნომრებში - სამზარეულოს, მინი-ბარს.

ხედის მიხედვით სასტუმროს ოთახების შემდეგი ტიპებია ცნობილი: ⁴¹



- **BV** (Beach view) – ზღვის სანაპიროს ხედი;
- **GV** (Garden view) – ბარის ხედი;
- **LV** (Land view) – ეზოს ხედი;
- **SV** (Sea view) – ზღვის ხედი;
- **MV** (Mountain view) – მთის ხედი;
- **ROH** (Run of the house) – განთავსება ოთახში ხედის დაზუსტების გარეშე.

⁴¹ <https://www.pinterest.com/pin/367817494550155909/>

- (OV) **Ocean view**- ოკეანის ხედი;
- (PV) **Pool view**— აუზი ან ზღვის დონიდან, მაგრამ ზღვა არ ჩანს
- (SSV) **Side Sea view**— ზღვის განაპირა ხედი;
- (PV) **Park view**— პარკის ხედი;
- **Inside view (IV)** — ატრიუმის (მცირე ეზოს) ან სასტუმროს შიდა ნაწილის ხედი;

ნომრებში განთავსებულია ავეჯი დასაძინებლად და დასასვენებლად, მოწყობილობა მუშაობისათვის, ტვირთის შესანახად და კომფორტის შესაქმნელად. ნომრის მოწყობილობა დამოკიდებულია სასტუმროს კატეგორიაზე და ნომრის კლასზე. ერთადგილიან ნომერში ოთხვარსკვლავიანი კატეგორიის სასტუმროში განთავსებულია:

- საწოლი, მაგიდა, სავარძელი, დივანი, კარადები, მისადგმელები ჩემოდნებისა და ყვავილებისათვის;
- კარადები ტანსაცმლისა და ფეხსაცმელისათვის;
- ტელევიზორი, რადიო, მაცივარი, კონდიციონერი, მინი-ბარი, ჩაშენებული სეიფი;
- ტელეფონი (ერთი საწერ მაგიდაზე, მეორე საწოლზე ან აბაზანაში);
- კომფორტის ატრიბუტი (ყვავილები, ნოხები, სურათები და სხვა).
- საინფორმაციო საქალაქე.
- საევაკუაციო გეგმა გამოკრული უნდა იყოს ყველა ნომერში.
- აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც რომ, თანამედროვე გამოწვევის პირობებში (კოვიდ-19) სასტუმროები გადავიდნენ ნომრების მონიშნულ აღჭურვილობაზე, ისე რომ კომფორტის დონეს ზიანი არ მიადგეს.



კეთილმოწყობის მიხედვით ოთახს შეიძლება ქონდეს:

- ტანსაცმლის საკიდი;
- ჰაერის კონდიციონირება;
- აბაზანა;
- საშრობი;
- გარდერობი/კარადა;
- ხალიჩა;
- საუთოო დაფა უთოსთან ერთად;
- საწერი მაგიდა;
- დამატებითი საწოლი;
- ჰიპოალერგიული ოთახის ხელმისაწვდომობა;
- ნებისმიერი სივრცე არამწვევლათათვის (ღია და დახურული)
- ადგილი არამწვევლათათვის;
- ხელშეწყობა შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე სტუმრებისათვის;
- გათბობა ;
- ინტერნეტი;
- აბაზანაში სხვადასხვა სახის ზომის პირსახოცი, სახის, ხელის და ტანის მოვლის საშუალებები, ფენი, გამადიდებელი სარკე და სხვ.

ნომრებში ავეჯი განთავსდება ნომრების ზომებისაგან დამოკიდებულებით, გათბობის თავისებურებათა გათვალისწინებით, ტექნოლოგიური პარამეტრების მიხედვით; ავეჯი უნდა უზრუნველყოფდეს სტუმრებისათვის მოხერხებულობას, უნდა შეესაბამებოდეს სანიტარიულ და ერგონომიულ მოთხოვნებს, სტუმრების გემოვნებას.

სასტუმროში მთლიანი ავეჯი იყოფა:

- საყოფაცხოვრებო;
- საკანცელარიო;
- სარესტორნო;
- სპეციალური დანიშნულებით.

საყოფაცხოვრებო ავეჯი განთავსდება სასტუმროს ნომრებში; საკანცელარიო ადმინისტრაციულ ოფისებში; სარესტორნო - რესტორნებში, სასადილოებში, კაფეში, ბარებში; სპეციალური - საპარიკმახეროში, სალონებში, სამედიცინო კაბინეტებში და სხვა.

ნომრების მოწყობა დამოკიდებულია აგრეთვე სასტუმროთა დანიშნულებაზე (საქმიანი ადამიანებისათვის, საკონგრესო და ბიზნეს ტურისტებისათვის, გაცნობის მიზნით მომსვლელთათვის, ტრანზიტული ტურისტებისათვის და ა.შ.) და მათ კატეგორიაზე.

ასე მაგალითად, ნომერი საქმიანი სტუმრებისათვის უნდა იყოს „კაბინეტი“-ს ტიპის, გაზრდილი მოცულობის, მაქსიმალური ხმის იზოლირებით, ყველანაირი შესაძლებლობებით ნომერში საქმიანი ადამიანების მისაღებად.

სპეციფიკური მოთხოვნებია გასათვალისწინებელი ბავშვებიანი, ოჯახური სტუმრებისათვის, ტურისტებისათვის ცხოველებთან ერთად და ა.შ.

მთელ რიგ სასტუმროებში გათვალისწინებულია ტრანსფორმირებული ნომრები, ანუ ნომრის ფართის ცვლილება პირობებისაგან დამოკიდებულებით მოძრავი (გადასაადგილებელი) ოთახშიგა ტიხრების საშუალებით.

ამასთან ერთად სანომრე ფონდის სტრუქტურა უნდა შეესაბამებოდეს სტუმრების მოთხოვნებს და საჭიროებს ერთგვარ კორექტირებას (წლის სეზონების მიხედვით, დროის მიხედვით და ა.შ.). რიგ სასტუმროებში გათვალისწინებულია სანომრე ფონდის ოპერატიული ცვლილებები ნომრების შეერთების (ან გაყოფა-განცალკევების) ანგარიშზე კარებებისა და მოძრავი ოთახშიგა ტიხრების გამოყენებით. პრაქტიკაშია აგრეთვე დამატებითი ადგილების დადგმა დაძინებისათვის და სხვა ფართის გამოყენებაც.

ნომრების კატეგორიაზე დამოკიდებული რა სიხშირით ხდება მისი დალაგება:

- Daily-ყოველდღიურად;
- Weekly-ყოველკვირეულად;
- Bi-weekly-ორკვირაში ერთხელ;
- None-არლაგდება.

ასევე ზოგიერთ სასტუმროში ოთახების დალაგება შედის მთლიან ფასში, ზოგან ეს მოსახურება ფასიანია:

- Included in room rate თუ ოთახების დალაგება შედის მთლიან ფასში;
- Additional Fee თუ ოთახის დალაგება ხდება დამატებითი თანხის გადახდის შემთხვევაში.

თავი 7. სასტუმროების მართვის თანამედროვე ფორმები და ტექნოლოგიები

7.1 სასტუმროების კლასიფიცირება მართვის სტილის მიხედვით

ამჟამად ალბათ, არც მოიძებნება თუნდაც ორი ისეთი სასტუმრო, რომელთა ხელმძღვანელს გააჩნდეს აბსოლუტურად მსგავსი შეხედულებები პერსონალის მართვის საკითხებზე, სასტუმროს მატერიალური ბაზის მიმართ, მომსახურების ტექნოლოგიური პროცედურებისადმი, მარკეტინგული და საფასო პოლიტიკის ფორმირებისადმი და ა.შ

როგორც ანალიზი და პრაქტიკა გვიჩვენებს სასტუმროს მართვის სისტემის ფორმირებაზე გავლენას ახდენს მენეჯმენტის ტიპი, უფრო ზუსტად კი, ტოპ-მენეჯმენტის სტრუქტურა. ამრიგად, **ტოპ-მენეჯმენტის სტრუქტურა შეიძლება წარმოჩნდეს, როგორც თანამედროვე სასტუმრო ბიზნესში არსებული მართვის სისტემათა კლასიფიცირების ნიშანთვისება.**

გამოვყოფთ ტოპ-მენეჯმენტის შემდეგ სახეებს:

- ✚ უცხოური მმართველი კომპანიები და ქსელური კორპორაციები;
- ✚ სასტუმრო კომპლექსების ტოპ-მენეჯმენტი, დანიშნული იმ ორგანიზაციების ხელმძღვანელებისა და სტრუქტურების მიერ, რომელთა მფლობელობასა და დაქვემდებარებაშიც ისინი იმყოფებიან;
- ✚ დირექტორთა საბჭო, არჩეული სასტუმროს აქციონერთა კრების მიერ;

მენეჯმენტის თითოეულ დასახელებულ ტიპს პრაქტიკაში შეესაბამება ერთმანეთისაგან სტრუქტურითა და ეფექტიანობით განსხვავებული მართვის სისტემა. ეს პირველ რიგში აისახება თვით მენეჯმენტის განსხვავებული წარმოშობით.

ასე, რომ **პირველ შემთხვევაში** - ესაა პროფესიონალური კომპანიები, რომელთაც აქვთ მსოფლიოს სხვადასხვა ქვეყანაში სასტუმროების მართვის დიდი გამოცდილება. ისინი, როგორც წესი, მუშაობენ სასტუმროებთან მართვის კონტრაქტით და გადასცემენ მათ უკვე შემუშავებული მართვის ტექნოლოგიებს, აგრეთვე გაყიდვებსა და დაჯავშნის არხებს.

მეორე შემთხვევაში ტოპ-მენეჯმენტის ფორმირება იწყება ზემდგომი ორგანიზაციის მიერ სასტუმროს პირველი ხელმძღვანლის დანიშნიდან. მასთან ეწერება ხელი კონტრაქტს და შემდგომ ის თვითონ ახდენს თავისი მენეჯერების გუნდის ფორმირებას და განსაზღვრავს მართვის პოლიტიკას.

მენეჯმენტის მესამე ტიპი- ეს არის დირექტორთა საბჭო (მმართველობა), არჩეული სასტუმროს აქციონერების მიერ, დირექტორი ინიშნება სასტუმროს ოპერატიული მართვისთვის, გადაწყვეტილებები კი უმნიშვნელოვანეს საკითხებზე, რაც ეხება მაგალითად, სასტუმროს სტრატეგიულ მართვას, მოგების განაწილებას და ა.შ. მიიღება კოლეგიურად გამგეობის რეგულარულ სხდომაზე.

სასტუმროს მართვის სისტემა, უცხოური მენეჯმენტის მონაწილეობით - ეს არის უმაღლესი კლასის საერთაშორისო სასტუმროების მართვის სისტემა 4-5 ვარსკვლავის

დონით, მაგალითად „რიც-კარლტონ“, „კემპინსკი“, „მარიოტი“, „შერატონ-პალასი“, „ჰოლიდეი ინს“ და სხვა. მოცემული ჯგუფის სასტუმროების მართვის სისტემებში შესაძლებელია, პირობითად დაყოფილი იქნეს კიდევ ორი ჯგუფი - სასტუმროების მართვის საზღვარგარეთული სისტემები, რომლებიც შედიან სასტუმროების საერთაშორისო ქსელში და დამოუკიდებელი სასტუმროების მართვის უცხოური სისტემები. სასტუმრო საწარმოთა საკუთრების ძირითად ფორმას მოცემულ სისტემაში შესაძლებელია, წარმოადგენდეს ერთობლივი საწარმოები უცხოური კაპიტალის მონაწილეობით, რომლებიც მართულნი არიან უცხოური მენეჯმენტის მიერ, აგრეთვე კერძო სასტუმროები დაქირავებული უცხოური მენეჯმენტით.

უცხოური მენეჯმენტის თანამშრომლობით სასტუმროების მართვის სისტემის აგებისა და ფუნქციონირების მთავარ ამოცანას წარმოადგენს მისწრაფება შეინარჩუნონ მომსახურების დასავლური სტანდარტის იმიჯი. სწორედ ამ პრინციპს ეფუძნება ბიზნესის გაძლიერების სტრატეგია და ტაქტიკა უცხოური სასტუმრო კომპანიების მიერ. რაც თავის ასახვას პოულობს მომსახურებასა და მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის შენახვის უზრუნველყოფაში. მოცემული სტრატეგიითაა ჯაჭვის მიღებულ ჩარჩოებში, შეინარჩუნონ თავიანთი პროდუქტი მაღალ ფასობრივ სეგმენტში, კადრების შერჩევის მეთოდის და ხარისხის კონტროლის სპეციალურ მეთოდების გამოყენებაში, მომსახურების ნომეკლატურის განუწყვეტელ სრულყოფასა და გაფართოებაში, სასტუმროს მუდმივი სტუმრების მიმართ წახალისების პროგრამების გამოყენებაში და ა.შ.

მართვის განხილული ტიპის სისტემის სასტუმროები ხასიათდებიან ბაზარზე მომსახურების მთელი სპექტრის ინსტრუმენტების წინწაწევის გამოყენებით, ქსელური სტრუქტურების კონკურენციულ უპირატესობათა და გასაღების არხების მაქსიმალური გამოყენებით. მოცემული სასტუმროთა შემოსავლის მაქსიმიზაცია ხორცილდება ყველაზე უფრო თანამედროვე მენეჯმენტის ინსტრუმენტების გამოყენების ხარჯზე; შემოსავლების ხარჯზე, რომლებიც საშუალებას იძლევიან მოთხოვნა იმართებოდეს შეთავაზების სტრუქტურისა და პარამეტრების ცვლილებებით და რომელიც დაფუძნებულია მოთხოვნის პარამეტრების ანალიზსა და პროგნოზზე. დასახელებული ფაქტორები ერთიანობაში საშუალებას აძლევს სასტუმროების კომპანიებს განახორციელონ თავიანთი საფინანსო მაჩვენებლების ოპტიმიზაცია.

განხილული მართვის ტიპის სისტემის ძირითადი უპირატესობაა:

- ✚ **ბრენდის საერთაშორისო ცნობადობა**, რაც უზრუნველყოფს ნდობის კრედიტის ფორმირებას სასტუმროს მიმართ და სასტუმროთა ქსელის შესაძლებლობას სწრაფად და ადვილად შევიდნენ ახალ ბაზარზე არამატერიალური აქტივების დაგროვების შემწეობით და ლოგიკური სიახლეებით, რომლებიც მათ შეუძლიათ წარუდგინონ ნებისმიერ ახალ შემოერთებული საწარმოს სარგებლობაში უფრო დაბალი ფასით, ვიდრე ეს საჭიროა ახალი (პოტენციური) ბაზრის მონაწილისათვის;
- ✚ **დაჯავშნის დამატებითი არხის არსებობა**, როგორც წესი - რეზერვირების საკუთარი შიდაქსელური სისტემის; ცენტრალიზებულ რეზერვირებას შეუძლია გადაანაწილოს სტუმრების ნაკადი, და გაგზავნოს მათი

მნიშვნელოვანი ნაწილი ერთი სასტუმროდან მეორეში, მაგრამ ამასთან ქსელის ფარგლებში;

- ✚ **საერთაშორისო ბაზარზე გაყიდვათა განშტოებული სისტემა** - ქსელების უმრავლესობას გააჩნიათ გაყიდვების ოფისი მნიშვნელოვან ტურისტულ ბაზარზე;
 - ✚ **ფინანსირება** - კაპიტალის გადაადგილების შესაძლებლობა სასტუმროებს შორის ქსელის შიგნით, რათა შეინარჩუნონ ფინანსური სიმყარე და მოახდინონ სტარტეგიული ამოცანების რეალიზაცია; საწარმოთა ჯგუფს ადვილად შეუძლია მიიღოს ფული საკრედიტო ინსტიტუტებისაგან, რითაც ცალკეულ საწარმოს ამ ქსელის ფარგლებში შეუძლიათ მიიღონ და გამოიყენონ კაპიტალი არსებული საწარმოების გაუმჯობესებისთვის ან კიდევ უფრო ეფექტიანად გაფართოებისთვის, ვიდრე ამას ახერხებენ დამოუკიდებელი სასტუმროები;
 - ✚ **ერთიანი მართვა და საერთო პერსონალი**, რომელიც უზრუნველყოფს ცენტრალიზებულ საბუღალტრო აღრიცხვას, მარკეტინგს, კვლევითი სამუშაოების ჩატარებასა და ინფრასტრუქტურის განვითარებას;
 - ✚ **წარმოების მასშტაბზე მიღებული ეკონომია** - შრომის ნაყოფიერება სასტუმრო ქსელში უფრო მაღალია, ვიდრე არაქსელურ სასტუმროებში, რაც დაკავშირებულია ქსელების მიერ შრომის ორგანიზაციის ტიპური ფორმების გამოყენებასთან;
 - ✚ **ინვესტირების შესაძლებლობები მაღალკვალიფიციურ პერსონალში** საშუალებას იძლევა დაიქირაონ და შეინარჩუნონ საუკეთესო პერსონალური ზრდის შესაძლებლობები, კარგი წინადადებების შემუშავებით; ვიდრე ამას აღწევენ სხვა ფირმები. ამის ძირითად ინდიკატორს წარმოადგენს პესონლის მომზადებაში გამუდმებული ინვესტირება და წარმოების საუკეთესო მეთოდების გამოყენება ყოველდღიურ საქმიანობაში.
 - ✚ **მომსახურების ყველა პროცედურის კონტროლისა და მონიტორინგის მკაცრი სისტემა**, რაც მუშობაში შესაძლო შეცდომის მინიმუმის ფაქტორია;
 - ✚ **ფართო სპექტრი არაფასობრივი ფაქტორების**, რაც ეხმარება სტუმრების მოზიდვასა და შენარჩუნებაში;
 - ✚ **სტანდარტულ წესებისადმი და პროცედურებისადმი დაცვის აუცილებლობა**, რაც დადგენილია სასტუმრო ქსელის ფარგლებში ყველა სასტუმროსათვის;
- განხილული მართვის სისტემის ნაკლოვანებებია:**
- ✚ ფასის შემცირების საკითხებში მოქნილობის არქონა თუნდაც გონიერი აუცილებლობის შემთხვევაში;
 - ✚ ერთი ქსელის ფარგლებში სასტუმროებს შორის გამოკვეთილი ინდივიდუალობის არ ქონა, ხელმძღვანელობის სტილის კოპირება, ასევე კოპირება მომსახურების პროცედურების და ინტერიერის;
 - ✚ შედარებით ხანგრძლივი კარიერული ზრდა ქსელის ფარგლებში და სხვ.

კერძო სასტუმროების მართვის სისტემები ორიენტირებულია, პირველ რიგში, მიმიდინარე პერიოდში მოგების მაქსიმიზაციაზე. ამ სასტუმროებს ხშირად საშუალება არ აქვთ სახსრები ჩადონ მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის განვითარებასა და რეკონსტრუქციაში, ამიტომაც აქციონერული სასტუმროს მართვის ეფექტიანობის ძირითად კრიტერიუმს წარმოადგენს აქციიდან შემოსავლიანობის ზრდა. მართვის განხილული სისტემის სასტუმროები ბაზარზე წარმოადგენილნი არიან, როგორც წესი, საშუალოდ ფასობრივ სეგმენტზე, უჭირავთ გარკვეული ნიშა და

ორიენტირებულნი არიან ბაზრის კონკრეტული სეგმენტის მომსახურებაზე - ადგილობრივი და უცხოური ტურისტების მომსახურეობაზე. მათ აქვთ რა შესაძლებლობა განკარგონ საკუთარი სახსრები, კერძო სასტუმროებს შეუძლიათ მოახდინონ თავიანთი ბიზნესის დივერსიფიცირება, ჩადონ ფული მომიჯნავე და მომგებიან სფეროში - ღამის კლუბის გახსნა, კინოთეატრის გახსნა და ა.შ.

მართვის განხილული სისტემის ტიპის უპირატესობებს შესაძლებელია მივაკუთვნოთ:

- ✚ ორიენტაცია ფინანსურ შედეგებზე;
- ✚ მართვის კოლეგიალობა, რაც ხელს უწყობს მიღებულ გადაწყვეტილებათა პროფესიონალიზმის ამაღლებას;
- ✚ დამოუკიდებლობა საკუთარი სახსრების განკარგვაში, ბიზნესის დივერსიფიკაციის შესაძლებლობა;
- ✚ დამატებითი კაპიტალის მოზიდვის შესაძლებლობა ბაზარზე აქციების გამოშვებისა და განვითარების გზით.

კერძო სასტუმროთა მართვის სისტემის ძირითად უარყოფით მხარეებს შორის შეიძლება დასახელდეს შემდეგი:

- ✚ მოგებაზე ორიენტაციამ შეიძლება ხანდახან გამოიწვიოს სასტუმროს სახსრების გაუმართლებელი ეკონომია, კაპიტალური რემონტისა და შენობა-მოწყობილობის რეკონსტრუქციის ფინანსირების პროგრამების არ ქონა აისახება მომსახურების ხარისხზე;
- ✚ მართვა ხორციელდება ძირითადად მოკლევადიანი მიზნებისა და ამოცანების პრიზმის შიგნით.

7.2. სასტუმროების მართვის ყველაზე გავრცელებული ფორმები

საერთაშორისო პრაქტიკაში სასტუმროების მართვის ყველაზე გავრცელებულ ფორმებს განეკუთვნებიან:

- კონტრაქტებით მართვა;
- მართვა ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულების მეშვეობით;
- არენდა;
- დამოუკიდებელი მართვა.

მართვა კონტრაქტით - ხელშეკრულება პირდაპირ მართვაზე, მართვას ახორციელებს ოპერატორი (სასტუმროს ქსელი), მაგალითად ასეთი სასტუმროებია: **Accor, Le Meridien, Kempinski, Rezidor SAS**, სასტუმრო - "Hotels & Preference" არის ფრანგული ბრენდი, რომელიც დაარსდა 2000 წელს საფრანგეთში სასტუმროების უმეტესობა განლაგებულია საფრანგეთში და ჩინეთში. სასტუმროს - „Hotels & Preference Hualing Tbilisi“, არის ფრანგული ბრენდის პირველი ფილიალი საქართველოში. ინვესტიცია განახორციელა „Hualing Group“-მა. ოფიციალურად გაიხსნა 2015 წლის 14 ოქტომბერს. სასტუმროს მართვის ფორმაა - „**მართვა კონტრაქტით**“.

მართვა ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულების მეშვეობით - კომერციული კონცესიის ხელშეკრულება, მართვას ახორციელებს ან მყიდველი, ან კიდევ აუტსორსინგული მმართველობითი კომპანია. მაგალითად: **Marriott, Hilton, Holiday Inn, Best Western.**

არენდა - არენდის ხელშეკრულება, მართვას ახორციელებს დამოუკიდებელი მმართველობითი კომპანიები. **სასტუმროს არენდა (იჯარა)** იჯარა, როგორც სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიის საწარმოთა მართვის ორგანიზაციული ფორმა პოპულარული გახდა 1950-1960-იან წლებში. ამჟამად ის მნიშვნელოვნად გამოიყენება საქართველოშიც. იჯარის არსი იმაში მდგომარეობს, რომ ოტელი იჯარით აიღება გარკვეული ვადით, წინასწარ შეთანხმებული **გაყიდვის პროცენტით - ჩვეულებრივ 20%-დან - 50%-მდე.** მაგალითად, ამერიკული სასტუმროების საერთაშორისო ექსპანსიამ დაიწყო კომპანია Hilton-ის მიერ სან-ხუანში (პუერტო-რიკო) ერთ-ერთი ოტელის იჯარით. განსაკუთრებით პოპულარულობა სახელმწიფო საწარმოების იჯარით გაცემამ განვითარებად ქვეყნებში შეიძინა.

დადებითი მხარეები:

- გადახდების ყოველთვიური გრაფიკი;
- ყველა ხარჯებს ეწევა მმართველი კომპანია;
- მფლობელი ფულს იღებს ერთი თვით ადრე (წინასწარ);
- მფლობელი არ ხარჯავს ფულს მართვაზე, გადასახადებზე, მარკეტინგსა და რეკლამაზე.

სასტუმრო შეიძლება იმართებოდეს **უშუალოდ მესაკუთრის მიერ დამოუკიდებლად**, ამასთან ოპერატორის მოზიდვისა და ჩართვის გარეშე ან ფრანჩაიზინგის ყიდვის გარეშე. მაგრამ ეს მოითხოვს ინვესტიციებს საკუთარი სავაჭრო მარკის განვითარებისათვის, აგრეთვე საჭიროა დრო, სასტუმროს მართვის ტექნოლოგიების სრულყოფისათვის. აქტიურად განვითარებადი ბაზრის პირობებში დროის დანაკარგები შესაძლებელია უარყოფითად აისახოს ბიზნესის განვითარებაზე.

არსებული ხელშეკრულებების ნებისმიერი სახეობის გამოყენებისას ობიექტის მესაკუთრე შესაძლებლობას იღებს ისარგებლოს არჩეული მმართველი კომპანიის გამოცდილებითა და პოტენციალით.

მმართველი კომპანიის მოზიდვით წარმოიქმნება დამატებითი დანახარჯები, რომლებიც დაკავშირებულია მართვისთვის გადასახადის განხორციელების აუცილებლობით. ამასთან ერთად პროფესიული მმართველი კომპანია უნარიანია აამაღლოს სასტუმრო კომპლექსის საერთო შემოსავალი საშუალოდ 10-15%-ით. დასავლეთის მმართველობითი კომპანიისათვის საშუალო გადასახადი (ანაზღაურება) მართვისათვის შეადგენს ამონაგების დაახლოებით 15%-ს.

მმართველი კომპანიის მომსახურების ანაზღაურება შესაძლებელია ხორციელდებოდეს შემდეგი სახით - **საბაზისო განაკვეთი**, რომელიც გადაერიცხება მმართველ კომპანიას გაწეული მომსახურებისათვის შეადგენს სასტუმროს შემოსავლის 2-დან 4%-მდე თვეში. მოლაპარაკებების პროცესში დგინდება წახალისების მოცულობაც. **წახალისების მოცულობა** (სიდიდე) საშუალოდ, რომელსაც უხდიან მმართველ კომპანიას შეადგენს 10%-დან სასტუმროს წლიური საერთო მოგებიდან (წახალისება გაიცემა წელიწადში ერთხელ). თუ ვისაუბრებთ სტატისტიკის შესახებ, საბაზისო განაკვეთის ზრდა, რომელიც მიეცემა მმართველ კომპანიას შემდეგნაირად გამოიყურება:

თანამშრომლობა 1 წელი - 2%

თანამშრომლობა 2 წელი - 2%

თანამშრომლობა 3 წელი - 3%

თანამშრომლობა 4 წელი - 4% და ასე შემდეგ.

სასტუმროს მართვისათვის წახალისების პროცენტი იზრდება ყოველწლიურად (აღნიშნული გაწერილია ხელშეკრულებაში).

მმართველი კომპანიის მთავარ ამოცანას წარმოადგენს სასტუმროს კომპლექსის მუშაობა და მაქსიმალური მოგების მიღება მოცემული კომპლექსის მიერ სასტუმრო მომსახურების გაწევის შედეგად. ამასთან აუცილებელია, რომ სასტუმრო მომსახურება შეესაბამებოდეს ხარისხის სტანდარტებს. შესაბამისად მმართველი კომპანიის წახალისება შედგება ორი ნაწილისაგან - მართვისათვის საბაზისო ანაზღაურებისაგან და წამახალისებელი ჯილდოსაგან.

მმართველი კომპანიის შერჩევისას აუცილებელია ყურადღება მიექცეს შემდეგ მახასიათებლებს:

კონტრაქტების რაოდენობას და გარკვეულ ბაზარზე მუშაობის გამოცდილებას; კვალიფიციური და გამოცდილი პერსონალის არსებობას; მიმდები ქვეყნის კულტურული ჩვევებისა და ტრადიციებისადმი თანაგრძნობიარობასა და ადაპტაციას; პატიოსანი კომპანიის რეპუტაციას; ოპერატიული მართვისა და აღრიცხვის წარმოების მაღალ სტანდარტებს; ფინანსური ოპერაციების წარმართვაში წარმატებებს; სასტუმროს პერსონალის სწავლებაში წარმატებულ გამოცდილებას; სურვილს, გაიყოს რისკი სასტუმროს კაპიტალში ინვესტირების გზით, სესხის მიცემით ან თავისათვის ჰონორარის დაწესებით ბიზნესის წარმატებისგან დამოკიდებულებით; ჰონორარისა და კონტრაქტის პირობებს.

მმართველ კომპანიებთან მუშაობა შესაძლებელია მიმდინარეობდეს ორი სცენარის მიხედვით. **პირველი**, სხვადასხვა ეტაპებზე შეიძლება მიმართონ სხვადასხვა განსხვავებულ სპეციალიზებულ ორგანიზაციებს: დასაწყისში ისეთს, რომელიც აწარმოებს ბაზრის ანალიზს; შემდეგ ისეთს, რომელსაც შეუძლია შეადგინოს ბიზნეს-გეგმა; შემდეგ კი კომპანიას, რომელიც არჩევს მომწოდებლებსა და მოიჯარადე ორგანიზაციებს. **მეორე** - შესაძლებელია თანამშრომლობა ერთ მმართველობით კომპანიასთან, რომელსაც შეუძლია შეასრულოს სამუშაოთა სრული (მთლიანი) ციკლი. **მმართველი კომპანია** - ესაა ინსტრუმენტი, რომელიც მესაკუთრეს საშუალებას აძლევს მიიღოს მაქსიმალური შემოსავალი სასტუმრო საწარმოსაგან. მათგან თითოეულს აქვს თავისი შიდა სტანდარტები და სახელდობრ ამ ნამუშევრებით შეუძლია ისარგებლოს ბიზნესმენმა, რომელსაც სურს ააშენოს სასტუმრო ობიექტი ან მიხედოს უკვე არსებულ სასტუმროს, რომელიც განიცდის სირთულეებს დატვირთვის თვალსაზრისით.

როგორც ვხედავთ **მმართველი კომპანია შეიძლება მოვიწვიოთ და ჩავრთოთ მუშაობის ნებისმიერ სტადიაზე**. მაგრამ დათანხმდება კი ის მართვაზე? ეს უკვე დამოკიდებული იქნება ისეთ პარამეტრებზე, როგორცაა მაგალითად, სასტუმროს ადგილმდებარეობა, შენობის დაგეგმარება, აგრეთვე წინა პერიოდის შემოსავლიანობის მონაცემები.

რომელია უკეთესი - სასტუმროს მართვა დამოუკიდებლად, თუ მართვა სპეციალურად აყვანილი მენეჯერის მიერ? აქ ყველაფერი დამოკიდებულია თვით სასტუმროს სახეზე. პატარა სასტუმროს (მინი-ოტელის) მართვისათვის სრულიად შესაძლებელია დაქირავებულ იქნეს კვალიფიციური მენეჯერი არასრული სამუშაო

დღის რეჟიმით და ამით ეკონომია მიიღწევა ხარჯებში. სასტუმროების მართვისათვის კარგი, შეუცვლელი შეიძლება გახდეს ავტორიტეტული მმართველი კომპანიის მომსახურებები, რომლებიც შედიან მსხვილ ქსელში, რომელსაც შეუძლია შესათავაზოს საჭირო სპეციალისტები. ამასთან, სასტუმრო ბიზნესის მსოფლიო პრაქტიკაში არც ისე ბევრია მმართველობითი კომპანიების ავტორიტეტული სახელები, ამ მხრივ განსაკუთრებით გამოირჩევა: Accor Hospitality, Deloitte, DTZ, Golden Tulip, Hilton Worldwide, HVS, IFK Hotel Management, Unter Continental Hotels Group, Starwood Hotels & Resorts Worldwide, The Rezidor Hotel Group და სხვები.

მოწვეული პროფესიონალური მმართველობითი კომპანია ასრულებს შემდეგი სახის სამუშაოებს:

- ეწევა ოტელის მიმდინარე საქმიანობას;
- კადრების შერჩევას, სწავლებასა და მართვას;
- შეიმუშავებს ოტელის (სასტუმროს) მუშაობის სტრატეგიასა და ტაქტიკას.

მართვაზე ხელშეკრულების დადებისას მესაკუთრე და მმართველი კომპანია განსაზღვრავენ, რომ ყველა ფინანსური ნაკადები მესაკუთრისათვის ღიას წარმოადგენენ. სხვა სიტყვებით, მესაკუთრეს შეუძლია მთლიანად აკონტროლოს მმართველი კომპანიის საქმიანობა.

ხელშეკრულებაში ასევე მიეთითება, თუ როგორ პირობებში შეიძლება მართვის ხელშეკრულება გაუქმებული (დარღვეული) იქნეს. მმართველი კომპანია მესაკუთრესთან ათანხმებს აგრეთვე სასტუმროში დასანიშნი ტოპ-მენეჯერების კანდიდატურებს.

სასტუმროს თანამშრომლებთან მიმართებით მმართველი კომპანია გამოდის როგორც მფლობელის აგენტი და სასტუმროს მფლობელის სახელით, მისი დავალებითა და მფლობელის ანგარიშზე იღებს ვალდებულებას მოიძიოს ახალი კადრები, მიიღოს ისინი სამუშაოებზე, დააწინაუროს, გადაუხადოს ხელფასი, თვალი ადევნოს და დაითხოვოს სამუშაოდანაც კი. სრულად განსაზღვროს სასტუმროს საკადრო პოლიტიკა. ამასთან აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნეს, რომ პრაქტიკაში მფლობელი წარმოადგენს უშუალო სამუშაოს მიმცემს სასტუმროს ყველა მოსამსახურისათვის გარდა სასტუმროს გარკვეული უფროსი ხელმძღვანელებისა და უცხოელი მუშაკებისა, რომლებიც მმართველი კომპანიის მუშაკებს წარმოადგენენ. სასტუმროს მფლობელის მოვალეობებსა და ხარჯებში შედის თავისი მუშაკებისათვის სამედიცინო დაზღვევის დადგენა და სტანდარტული საპენსიო ფონდის გაზრდა, რაც ჩვეულებრივ აღინიშნება კიდევ მმართველი კომპანიისა და სასტუმროს მფლობელის მიერ ეგრეთწოდებული „მუშაობის წლიურ გეგმაში“ ან კიდევ სასტუმროს ბიუჯეტში.

ფრანჩაიზინგი არის ბიზნესის ორგანიზაციის ფორმა, რომელიც მეწარმეს უკვე ცნობილი სასტუმრო პროდუქტის ან სასტუმრო მომსახურების გაწევის უფლებას აძლევს. ეს არის ლიცენზია, რომელიც იძლევა უკვე კარგად ცნობილი მსხვილი სასტუმროების ქსელის სავაჭრო ნიშნის გამოყენების უფლებას.



მართვა ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულებით. ტერმინი „ფრანჩაიზინგი“ ფრანგული წარმოშობისაა (franchise-პრივილეგია, შეღავათი). თანამედროვე გაგებით ნიშნავს სახელშეკრულებო ურთიერთობათა სისტემას, მსხვილ და წვრილ დამოუკიდებელ საწარმოებს შორის, რომლის მიხედვითაც ეს უკანასკნელნი უფლებას იძენენ მსხვილი ფირმის სახელითა და მისი სავაჭრო მარკით აწარმოონ, გაყიდონ გარკვეული სახეობის საქონელი და მომსახურება. გარიგებაში მონაწილეობს **ფრანჩაიზერი** -- გამყიდველი და **ფრანჩაიზი** - მყიდველი.

მიუხედავად ტერმინის ფრანგული წარმომავლობისა, ფრანჩაიზინგი, როგორც ხელშეკრულების სპეციფიკური სახესხვაობა ამერიკის შეერთებულ შტატებში წარმოიშვა. ეს სისტემა გამოიყენება სასტუმრო ინდუსტრიაში უკვე 1907 წლიდან, როდესაც „რიტც დეველოპმენტ კომპანიაში“ ნიუ-იორკის ფირმისაგან იყიდა უფლება წოდებულიყო „რიტც-კარლტონად.“ ჰოვარდ ჯონსონმა დაიწყო თავისი სასტუმროების მართვა, გააფორმა რა ფრანჩაიზინგის ხელშეკრულება 1927 წელს. ამან საშუალება მისცა მას სწრაფად გაეფართოებინა საქმიანობა თავდაპირველად აღმოსავლეთ სანაპიროზე, ხოლო შემდეგ კი დასავლეთში, მეოცე საუკუნის 60-იან წლებში კი უკვე კალიფორნიაში. ამჟამად მისი ქსელი მოიცავს 900-ზე მეტ საწარმოს.

ფრანჩაიზინგის თითოეულ ხელშეკრულებაში გამყიდველი უფლებას აძლევს მყიდველს გამოიყენოს მისი საფირმო ნიშანი, ტექნოლოგია, მუშაობის მეთოდები, დაჯავშნის სისტემები, დამუშავებული მარკეტინგული პროცედურები, ფასდაკლების სიტემები და ა.შ ჩვეულებრივ პირობას წარმოადგენს მონაწილეობა ფრანჩაიზერის საბაზრო სტრატეგიაში.

ფრანჩაიზინგის უპირატესობებია: (ეს უპირატესობები დავახასიათოთ მყიდველის პოზიციიდან) პარტნიორი (მყიდველი) იძენს რიგ უპირატესობებს:

- ✚ **მყიდველი სავაჭრო მარკასთან** ერთად თავის განკარგულებაში იღებს საფირმო სტილს, რომელიც წარმოადგენს სასაქონლო ნიშნის, ლოგოტიპის, საფირმო ლოზუნგის, ფერების საფირმო შეხამების, ნაწარმზე ნიშნის ასახვის წესების კომპოზიციას, იძენს აგრეთვე უფლებას სავაჭრო მარკის შენობების გაფორმებაში გამოიყენებაზე, რაც ხდის მას (მყიდველი) მომხმარებლისთვის უფრო მიმზიდველს.
- ✚ **მყიდველი მზა ბიზნესში შედის**, რაც მნიშვნელოვანწილად მას აყვავების გარანტიას აძლევს.
- ✚ **იზრდება მუდმივი სტუმრების წრე**, რაც განპირობებულია სასტუმროს მარკის ცნობადობით, მარკეტინგული გამოკვლევების, პროგრამების ჩატარებითა და განხორციელებით.

✚ ბიზნესის წარმართვის დამუშავებული ტექნოლოგიის მეშვეობით წარმოიშვება რესურსებისა და დროის ეკონომია.

უცხოეთის სასტუმროების ბიზნესში პოტენციური პარტნიორ-მყიდველის მიმართ ტიპური მოთხოვნებია:

იმიჯის მაღალ დონეზე მხარდაჭერა და შენარჩუნება ძალიან მნიშვნელოვანია ნებისმიერი კომპანიისათვის. პარტნიორ-მყიდველის მუშაობაზე დამოკიდებული როგორც თვით ბრენდის კოპულარობა, ასევე მთლიანად კომპანიის რეპუტაციაც.

პოტენციური პარტნიორ-მყიდველი უნდა ფლობდეს რიგ პირადულ მახასიათებლებს:

- გაცნობიერებული უნდა ქონდეს ის ფაქტი, რომ ფრანჩაიზინგის წესებით მუშაობა გულისხმობს ზოგიერთ შეზღუდვებს: ნებისმიერი სერიოზული გადაწყვეტილება, რომელიც დაკავშირებულია კომპანიის საქმიანობასთან აუცილებელია შეთანხმებული იქნეს კომპანიის სათავე ოფისთან;
- უნდა იყოს მიზანმიმართული, კარგად უნდა იცოდეს, თუ რა უნდა და ერთდროულად უნდა იცავდეს ფრანჩაიზინგული სისტემის ყველა წესსა და დებულებას;
- იყოს პატიოსანი ადამიანი ბიზნესში და ინაწილებდეს კომპანიის ყველა სურვილს, მუდმივად სრულყოფდეს სისტემას;
- იყოს მზად ბევრი დრო და ძალისხმევა ჩადოს საწარმოში;
- ქონდეს იმის უნარი, რომ ადვილად დაეუფლოს ახალ ინფორმაციას და სიამოვნებით განახორციელოს ის ცხოვრებაში;
- იყოს პოზიტიური და მზად ცვლილებებისადმი, ამასთან ერთად ყოველთვის რჩებოდეს თვითდისციპლინირებულად იმ ჩარჩოებში, რომლებიც დადგენილია კომპანიის მიერ;
- იყოს მზად პერსონალის სწავლებისა და კვალიფიკაციის ამაღლებისათვის.

მყიდველი-პარტნიორის შერჩევის პრინციპი უნდა მოიცავდეს გასაუბრებების სისტემას, რომლის მსველელობაშიც გაირკვევა და განისაზღვრება, პოტენციური მყიდველის საიმედოობა და მისი წაყენებული მოთხოვნებისადმი შესაბამისობა.

შეიძლება განვიხილოთ ფრანჩაიზერსა და ფრანჩაიზს შორის ურთიერთობათა ძირითადი ეტაპები ფრანჩაიზინგული პაკეტის ყიდვის (შეძენის) ეტაპზე:

1. ოტელის პროექტის დამუშავება.

საწყის ეტაპზე, კონცესიის შესახებ ხელშეკრულების ხელმოწერის შემდეგ, აუცილებელია შემუშავებული იქნეს მომავალი სასტუმროს პროექტი. ინვესტორს შეუძლია პროექტი შეიმუშაოს დამოუკიდებლად, ფრანჩაიზერის ყველა რეკომენდაცია და დახმარების მხედველობაში მიღებით, რომლებიც შეეხება შენობის ზონირებას, ნომრების განლაგებას, ტექნიკურ აღჭურვილობასა და სხვა საკითხებს.

აგრეთვე ცალკე ანაზღაურებით (საბაზროზე დაბალი ფასებით) ფრანჩაიზერს შეუძლია შეიმუშაოს დიზაინ-პროექტი.

შენობის მთავარ მახასიათებლებს წარმოადგენს:

- ✚ მისი განთავსების ადგილი;

- ✚ ფართობი;
- ✚ შენობის შესაბამისობა სანიტარიულ-ეპიდემიოლოგიური სამსახურის მოთხოვნებისადმი და ხანძარსაწინააღმდეგო უსაფრთხოების მოთხოვნებთან;
- ✚ **ფრანჩაიზერი** დახმარებას უწევს ოტელის გახსნის ეტაპების შემუშავებისას და მიუთითებს პროექტის რეალიზაციისათვის ყველა ღონისძიებისა და ტექნიკური ინფორმაციის ვადებს;
- ✚ რეკომენდაციებს სთავაზობენ შენობის ადგილდებარეობის, მისი ფართისა და ნომრების რაოდენობის შესახებ;
- ✚ არქიტექტურული სტანდარტების შეთავაზება (ნომრების ფართი, დერეფნის სიგანე, ჭერის სიმაღლე და ა.შ.);
- ✚ საინჟინრო სტანდარტების შეთავაზება (საინჟინრო სისტემები: კანალიზაცია, განათება, ვენტილაცია);
- ✚ შენობის დიზაინ-პროექტის შეთავაზება;
- ✚ დახმარებას უწევს ავეჯის, თეთრეულის, მოწყობილობის მიწოდებაზე მიმწოდებლების შერჩევაში;
- ✚ ჩართონ დაჯავშნის ერთიან სისტემაში;

2. ფრანჩაიზი - პარტნიორი სპეციალისტების სწავლება:

სასტუმროს გახსნამდე ექვსი თვით ადრე გამყიდველი - **ფრანჩაიზერი** ახორციელებს პერსონალის აყვანასა და სწავლებას სპეციალურად შემუშავებული პროგრამების მიხედვით.

3. ანგარიშსწორება **ფრანჩაიზერსა** -- **გამყიდველსა** და **ფრანჩაიზს** - **მყიდველს** შორის.

მსოფლიო პრაქტიკაში ფრანჩაიზინგი ითვალისწინებს მთელ რიგ ანაზღაურებებს: ერთდროულად შესასვლელი გადასახადი, გადახდა სავაჭრო მარკის გამოყენებისათვის, აგრეთვე დამატებითი გადახდები, რომლებიც **ფრანჩაიზერის** მიერ იყო დაწესებული.

ფრანჩაიზინგში გადასახადების სახეებია

ერთჯერადი (პაუშალური) შენატანის თანხა \$	როიალტის სიდიდე
1000\$ ერთი ნომრისათვის	3,5\$+5% თითოეული ჯავშნისაგან

ხელშეკრულების პირობებით ერთდროულად შენატანის გადახდის ფორმა (პაუშალური შენატანის) - ესაა ერთჯერადი გადახდა ხელშეკრულების ხელმოწერისას. როიალტის სიდიდე -3,5\$+5% თითოეული ჯავშნისაგან.

4. **ფრანჩაიზერსა** და **ფრანჩაიზს** შორის ურთიერთობა ოტელის სავაჭრო მარკის ქვეშ მუშაობის პროცესში.

4.1. რეკლამა და სავაჭრო მარკის წინ წაწევა. **ფრანჩაიზერი** სთავაზობს მყიდველს-**ფრანჩაიზს** აუცილებლობის მიხედვით ძირითად ამოსავალ მასალებს ნაბეჭდი, ელექტრონული და სხვა სახის სარეკლამო პროდუქციაზე ეფექტიანი სარეკლამო კომპანიის შექმნისათვის და პროექტის ეფექტიანად მუშაობისათვის. ინფორმაციის მიწოდება **ფრანჩაიზის** შესახებ ჯავშნების ერთიანი სისტემის მიხედვით. სურვილის შემთხვევაში შესაძლებელია ერთობლივი აქციები.

ფრანჩაიზინგური კომპანიის მენეჯერები ვალდებული არიან დროულად უზრუნველყონ ინფორმაციებით კომპანიის საქმიანობაში მომავალი ცვლილებების თაობაზე (კომპანიის საფასო პოლიტიკის ცვლილებაზე, ახალი მომსახურების სახეების შეთავაზების შესახებ სასტუმროებში და სხვა).

4.2. ერთიანი სტილის დაცვა. ყველა მოქმედება სავაჭრო მარკის გამოყენებით მიმართული უნდა იყოს ბრენდის წინსვლასა და პოპულარიზაციაზე. აუცილებელია ზუსტად იქნეს დაცული მისი (ე.ი. ოტელის) გაფორმებისა და გამოყენების წესები.

4.3. გაწეული მომსახურებათა ხარისხის კონტროლი, ფრანჩაიზის მიერ ბიზნესის განხორციელების წესების დაცვა ერთიან ფრანჩაიზინგულ ქსელში. წესების დარღვევის შემთხვევები და დასჯის ზომები.

ნებისმიერი პროექტი, ყველაზე უფრო წარმატებულიც კი, არ შეიძლება რეალიზებულ იქნეს მისი ჩანაფიქრის ზუსტი შესაბამისობით. მაგრამ არსებობს აპრობირებული მეთოდი, რათა მაქსიმალურად მივუახლოვოთ ის სასურველს - ეს არის თავდაპირველი სტრატეგიებისა და გეგმების ზუსტად დაცვა. **ფრანჩაიზი** ვალდებულია დაიცვას მოთხოვნები, რომლებიც დადგენილია ფრანჩაიზინგული ხელშეკრულებით და ბიზნესის წარმართვის წესებით ერთიან ფრანჩაიზინგულ ქსელში. შეთავაზებული მომსახურების ხარისხის კონტროლს და ბიზნესის წარმართვის წესების დაცვას ერთიან ფრანჩაიზინგულ ქსელში **ფრანჩაიზერი** ახორციელებს შემდეგი საშუალებებით:

- **ფრანჩაიზერის** წარმომადგენელი პერიოდულად ატარებს როგორც გეგმურ, ასევე არაგეგმურ შემოწმებებს;
- **გასაუბრებები** პარტნიორ-მყიდველ თანამშრომლებთან;
- **საფასო პოლიტიკის** დადგენილი წესების დაცვა;
- **პარტნიორის ბიზნესის** რენტაბელობაში გარკვევა;
- **მყიდველი** - **პარტნიორის განყოფილებების** მუშაობაში გარკვევა კავშირის შიგა არხის მეშვეობით.

მყიდველის მუშაობის შემოწმება ხორციელდება შემდეგ მიმართულებებში:

- ერთიანი სიმბოლიკის, სტილისა და სავაჭრო მარკის გამოყენების წესების დაცვა;
- შემოთავაზებული მომსახურებათა ხარისხის სტანდარტების დაცვა;
- კომპანიის ფასების პოლიტიკის დაცვა.

შემოწმების შედეგად **ფრანჩაიზერის** წარმომადგენელი დარღვევის აღმოჩენის შემთხვევაში ადგენს აქტს ერთიან ფრანჩაიზინგულ ქსელში მყიდველის მიერ მუშაობის წესების დარღვევის შესახებ, რომლის საფუძველზეც მყიდველი-პარტნიორის მიმართ გამოიყენება საჯარიმო სანქციები.

ფრანჩაიზერის მხრიდან დარღვევათა შემთხვევაში გათვალისწინებულია დასჯის შემდეგი ზომები:

- დასაძლავი დარღვევების შემთხვევაში - **ფრანჩაიზის** გაფრთხილება (ორჯერ მეტად გაფრთხილების შემთხვევაში მას უკვე დაეკისრება ჯარიმა);
- სიმბოლიკისა და ერთიანი ფრანჩაიზინგული ქსელის სტილის დარღვევის შემთხვევაში - ჯარიმის დაკისრება;

- ფასებისაგან გადახვევის შემთხვევაში, რომლებიც მითითებულია პრეს-ფურცელზე - ჯარიმის დაკისრება.
5. **შემოდგომი მხარდაჭერა და ბიზნესის განვითარება.** ფრანჩაიზინგის სისტემით ოტელის ოფიციალურად გახსნის შემდეგ იწყება ურთიერთდამოკიდებულებათა ახალი სტადია.
- თანამშრომლობის მთელი პერიოდის განმავლობაში ფრანჩაიზერი უწევს კონსულტაციებს ორგანიზაციულ და ტექნიკურ საკითხებში, რომლებიც აღმოცენდებიან თანამშრომლობის პერიოდში.
- სტუმარმასპინძლობის ინდუსტრიაში გავრცელდა მართვის სხვა ორგანიზაციული ფორმები: კერძოდ, სააქციო საზოგადოებები, ერთობლივი საწარმოები, სინდიკატები, კონსორციუმები და ა.შ, რომლებიც გამოირჩევიან შინაარსისა და ფუნქციების პროპორციებით, სტრუქტურისა და მართვის ცენტრალიზაციის ხარისხით.

7.3. სასტუმრო კონსორციუმები

„კონსორციუმი - ესაა კავშირზე დაფუძნებული ორგანიზაციების ჯგუფი თავიანთი წევრებისათვის ურთიერთსარგებლიანობის მიზნით, რომელიც საქმიანობს და მოქმედებს სტუმართმძღობის ინდუსტრიაში.

კონსორციუმის ორგანიზაციის ძირითადი მიზნები - ესაა საერთო მარკეტინგი. კონსორციუმი საშუალებას აძლევს სასტუმროს დამოუკიდებელი იყოს დაწესებულების ფლობასა და მის მართვაში, იღებს რა უპირატესობას მარკეტინგის სფეროში გაერთიანებული ძალისხმევით.

კონსორციუმის წევრობა საშუალებას იძლევა მიიღონ ანალოგიური უპირატესობები, როგორც ფრანჩაიზინგულ სტრუქტურებში, **მაგრამ უფრო ნაკლები ფასით.** სასტუმროები შესაძლებლობას იღებენ ჩაერთვნენ ტურისტული მომსახურებათა ბაზარზე სასტუმროების რეზერვებისა და წინწაწვევის ცენტრალიზებულ სისტემაში; ლოგოტიპში; სარეკლამო სლოგანში; პერსონალის სწავლების პროგრამებში და შეღავათებში. ასეთი გაერთიანებები კიდევ უფრო სხვანაირად იწოდებიან - **ნებაყოფლობით სასტუმრო ქსელებად, ასოციაციებად.** ისინი დაფუძნებული არიან საკუთარ უნიკალურ ბრენდზე, რომელიც წარმოადგენს მომსახურების ხარისხის გარანტიას მომხმარებელთა წარმოდგენაში. თითოეული კონსორციუმი აგებულია უნიკალურ კონცეფციაზე და თავის რიგებში იზიდავს მხოლოდ გარკვეულ სასტუმროებს, რომლებიც შეესაბამებიან კონსორციუმის კონცეფციას. ძირითადი როლი, რომელსაც ისინი თამაშობენ დაიყვანება გაერთიანების მონაწილეებისადმი სოციალური კოორდინაციისა და კონტროლის დაწესებაზე.

დიდი ცნობადობა „ლუქსის“ კატეგორიის სასტუმროებს შორის მოიპოვეს ისეთმა გაერთიანებებმა, როგორცაა „The leading hotels of the world“, „Preferred hotels & resorts“, „Relais & chateaux“.

„The leading hotels of the world“ (LHW- „მსოფლიოს წამყვანი სასტუმროები“). გაერთიანება დაარსებულ იქნა ოტელიერების ჯგუფის მიერ 1928 წელს. გაერთიანების 38 წევრს შორის პირველები იყვნენ ოტელი „ნეგროსკო“ ქალაქ ნიცაში, ოტელი „მეფე დავითი“ იერუსალიმში, „Savoy“ ლონდონში და სხვები.

პირველდაწყებითი სახელწოდება იყო - „ძვირადღირებული სასტუმროები ევროპასა და ევგიპტში“. ბრენდის გაფართოებით შესაძლებელი გახდა, 1999 წელს ახალი ბრენდის - „Leading small hotels of the world ” შექმნა.

ძირითადი მოთხოვნა სასტუმროს (ოტელის) მიმართ, რომელსაც უნდა გახდეს გაერთიანება „მსოფლიოს წამყვანი სასტუმროების“-ის (LHW) წევრი - ის უნდა პასუხობდეს ყველა დონეზე ხარისხის უმაღლეს სტანდარტებს.

მოთხოვნები გაერთიანების მსურველი წევრი სასტუმროებისადმი ძალიან მკაცრი და მტკიცეა. ამისათვის შემუშავებული იქნა ხარისხის კონტროლის სისტემა (Leading quality assurance). მომსახურების სტანდარტები, რომლებიც შემუშავებული იქნა გაერთიანების მონაწილეებისათვის, მიმართული იყო სტუმრებსა და თანამშრომლებს შორის ნამდვილი პირადი კავშირის ფორმირებაზე, რათა აღმოეხვრილიყო მექანიკური ურთიერთობები პერსონალსა და სტუმრებს შორის.

სასტუმრო კონსორციუმის კონცეფციამ ბოლო დროს შეიძინა განსაკუთრებული პოპულარულობა, მათი რაოდენობა მატულობს. უმსხვილეს კონსორციუმებს შორის შეიძლება გამოვყოთ „Best Western“, „Utell“ და Logis de France“ „Utell“ პირველ საწყის ეტაპზე მას ჰქონდა, მხოლოდ დაჯავშნის სამსახური. კონსორციუმი დაფუძნებული იქნა 1930 წელს ჟურნალისტისა და მოგზაურის ჰენრი იუტელის მიერ. დღეისათვის, „Utell“-ი აერთიანებს პატარა დამოუკიდებელ სასტუმროებსა და საერთაშორისო სასტუმრო ქსელებს მსოფლიოს 130 ქვეყანაში. ის ნაწილია Pegasus Solutionsinc - სასტუმროების, ტურსააგენტოებისა და ტუროპერატორებისათვის დაჯავშნის ტექნოლოგიების პროვაიდერის. თავის მონაწილეებს ის სთავაზობს თანადგომასა და თანამონაწილეობას გაყიდვებში, მარკეტინგში და მხარდაჭერას დისტრიბუციაში მთელი მსოფლიოს მასშტაბით.

7.4. მმართველობითი კომპანიები

მმართველობითი კომპანიები - დამოუკიდებელი მმართველი კომპანიები, რომლებიც მომსახურებას უწევენ სხვადასხვა სასტუმრო კომპანიებს, მაგალითად, კომპანია „Unterstate hotels and resorts“. როგორც წესი, ისინი აერთიანებენ და მართავენ დამოუკიდებელი მფლობელების უძრავ ქონებას. მათ საქმე აქვთ სხვადასხვა კატეგორიის სასტუმროსთან, რომლებიც თავის მხრივ შესაძლებელია ხელშეკრულებით დაკავშირებული იყვნენ ფრანშიზით სხვა კომპანიებთან.

ამის გარდა, ზოგიერთი მკვლევარი ვარაუდობს, რომ თანამედროვე სასტუმრო ქსელები შესაძლებელია კლასიფიცირებულ იქნეს სხვა ნიშნის საფუძველზეც, გამოჰყოფენ შემდეგი ტიპებს:

კლასიკური სასტუმრო ქსელი - ქსელი, რომელიც სთავაზობს უნიფიცირებულ, სტანდარტულ პროდუქტს. ასეთ მოდელში აქტიურად გამოიყენება ფრანჩაიზინგი და კონტრაქტი მართვაზე, რაც მათ საშუალებას აძლევს განახორციელონ აქტიური ექსპანსია მთელი მსოფლიოს მასშტაბით. ოტელები, რომლებიც შედიან კლასიკურ სასტუმრო ქსელში, განლაგებული არიან სხვადასხვა ქვეყნებში და სთავაზობენ სტანდარტულ ნომრებს და მომსახურების დაახლოებით ერთნაირ ჩამონათვალს, მათში სტანდარტიზირდება არა მარტო ტექნოლოგიური პროცესები, არამედ აგრეთვე

შენობების შიგა ინტერიერი და შენობათა ექსტერიერებიც (მაგალითად Rezidor SAS, Accor, Untercontinental).

„ოტელების კოლექცია“- ქსელი, რომელიც აერთიანებს უნიკალურ ავთენტურ ოტელებს, განსაკუთრებული ატმოსფეროთი, რაც ასახავს იმ ან სხვა გეოგრაფიული რეგიონის ისტორიასა და კულტურას. მაგალითად გამოდგება The Dorchester Group, რომელიც აერთიანებს უნიკალურ სასტუმროებს პარიზში, ლონდონში, მილანში, ლოს-ანჯელესში, ან კიდევ ქსელი ბუტიკ-ოტელების „Baglioni“ ასეთი უნიკალური მიმართულების წარმოჩენა სასტუმროთა ქსელურ ბიზნესში, განპირობებული იყო რიგი ფაქტორებით.

სასტუმროს კორპორაციებმა საკუთარი ხაზების შექმნა დაიწყეს. მაღალი ხარისხის და უნიკალური სასტუმრო პროდუქტი - "სასტუმროების კოლექცია." მაგალითად, კომპანია Marriott-მა შექმნა კოლექცია სასტუმროების, რომელიც შედგება დამოუკიდებელი და ინდივიდუალური ოტელებისაგან „Autographcollection“.⁴² ყველა ოტელი (სასტუმრო), რომლებიც შედიან ამ კოლექციაში დაყოფილია 3 კატეგორიად:

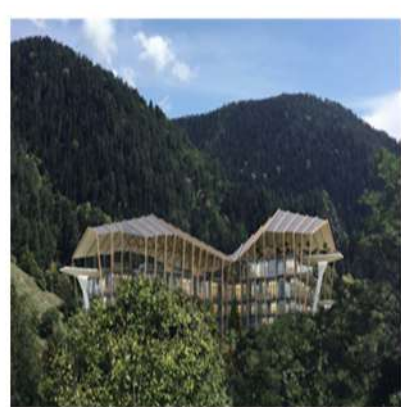
1. კატეგორია „Iconic Historic“ - აერთიანებს უნიკალურ ისტორიულ ოტელებს, ისეთებს, როგორცაა „Algonquin“. Marriott (Нью-Йорк) ოტელი Algonquin“-ი გაიხსნა 1902 წელს ნიუ-იორკის ერთ-ერთ პირველ ცათამბჯენში. ოტელი ისტორიაში შევიდა, როგორც ამერიკული ბოჰემების შეხვედრის ადგილი.
2. კატეგორია „Boutiquearts“ აერთიანებს სასტუმროებს, სადაც გამეფებულია შემოქმედებითი ატმოსფერო, რაც გათვლილია და გათვალისწინებულია ხელოვნების მოყვარულებზე. მაგალითად ოტელი „Mansion“ გაფორმებულია „ვიქტორიულ სტილში“. ხელოვნების მოყვარულებს მომსახურებას უწევს არტ-გალერია, სადაც შეგიძლიათ იყიდოთ თანამედროვე ხელოვნების ნაწარმოებები და ნიმუშები, აგრეთვე შესაძლებელია ეზიარო „უმაღლესი სამზარეულოს“ ხელოვნებას.
3. კატეგორია „Boutiquechic“ თავის თავში მოიცავს ისეთ ოტელებს „Minneapolis“,სადაც გამოიყენება მოდური ინოვაციური სტილი. კერძოდ, ოტელი შეერთებულია „შუმის გალერიით Target Convention Center-თან.

არანაკლებ საინტერესოა კომპანია Rocco Forte-ს გამოცდილება, რომელმაც შექმნა ოტელების სპეციალური ხაზი „Rocco Forte Collection“. კომპანია Starwood hotels & Resortse შექმნა კოლექცია „Luxory collection, რომელიც შედგება 69 სასტუმროსაგან, რომლებიც განთავსებული არიან მსოფლიოს 26 ქვეყანაში. ეს არის სასტუმროების კოლექცია, რომლებიც სთავაზობენ განსაკუთრებულ მომსახურებას ელიტურ სტუმრებს. ყველა სასტუმროს აქვს თავისი მდიდარი ისტორია, ზოგიერთი ოდესღაც იყო რეზიდენცია ევროპული არისტოკრატის ან მონარქების. მაგალითად, ოტელი „იმპერიალი“ ვენაში-არის ყოფილი რეზიდენცია პრინც ვიურტემბერგსკის. ოტელებს „Luxorycollection-ს განასხვავებს Starwoodhotels & Resorts-გან უნაკლო სერვისი, შესანიშნავი ინტერიერები და აღჭურვილობის თანამედროვე ტექნიკური დონე. კოლექცია წარმოჩინდა მას შემდეგ, როდესაც კომპანია Starwood-მა გამოისყიდა

⁴² Marriott. [ელექტრონული რესურსი]. URL:[http:// www URL:http:www.marriott.com](http://www.marriott.com)

პრინც კაზიმ აგა ხანისაგან 1985 წელს. კოლექციის შესანიშნავებს შორის არის ოტელი Palazzo Dandolo ვენეციაში (მე-14 საუკუნე).

„Autographcollection“-ს 2018 წელს საქართველოდან შეემატა "Paragraph Resort & Spa Shekvetili" . ასევე, ამ ბრენდის ფარგლებშია თბილისში მშენებარე ორი სასტუმრო -პროექტ პანორამა თბილისის სასტუმროები და აბასთუმანში მშენებარე სასტუმრო.⁴³



⁴³ სასტუმრო შეკვეთილში "Paragraph Resort & Spa Shekvetili, თბილისში და აბასთუმანში მშენებარე სასტუმროები.

თავი 8 . სასტუმროს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა

8.1. სასტუმროს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურის გავრცელებული ტიპები

მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (მტო) განმარტებით, **განთავსების საშუალება** არის ნებისმიერი ობიექტი, რომელიც გამოიყენება ტურისტების რეგულარული ან ეპიზოდური ღამის გასათევად. ამასთან, სასტუმროები განიხილება როგორც, მთავარი კლასიკური ტიპი განთავსებისა, რომელსაც აქვს სპეციფიკური ნიშნები: სანომრე ფონდი; აუცილებელი მომსახურების ნაკრები (ნომრის დალაგება, ყოველდღიურად საწოლების მოწესრიგება, მომსახურება ნომერში); დამატებითი მომსახურების განსაზღვრული ასორტიმენტი.

სასტუმრო - ადამიანებისთვის შეთავაზებული განთავსების საშუალებაა, რომელიც წარმოადგენს მომსახურების კომპლექსს, მათ შორის ძირითადად, (კომპლექს წარმომქმნელი), წარმოადგენს განთავსება და კვება; ამას გარდა, შესაძლებელია შეთავაზებულ იქნეს დამატებითი მომსახურება.

მომსახურება - ეკონომიკური მოგების მიღების მიზნით წარმოებელი სერვისული საწარმოს პროდუქტია, წყაროდ ითვლება მომხმარებელი, რომლის საჭიროებასა და მოთხოვნებებს აკმაყოფილებს იგი; მას ახასიათებს დასრულებულობა და აქვს განსაზღვრული ღირებულება.

სერვისი - სუბიექტის (ორგანიზაციის) საქმიანობა, ინდივიდის (საწარმოს) მოთხოვნებისა და ინტერესების ხარისხიანი დაკმაყოფილება ყოველდღიური ცხოვრების სხვადასხვა სფეროში მომსახურების შეთავაზების მიზნით.

სასტუმროს ძირითად მომსახურებაში შედის - მომსახურება, რომელიც უშუალოდ დაკავშირებულია განთავსების ნებისმიერი საშუალებების საქმიანობასთან და ყველაზე დიდი ხვედრითი წილი აქვს ამ საწარმოს მომსახურების რეალიზაციის მოცულობაში, ესენია განთავსებისა და კვების მომსახურება.

სასტუმროს დამატებით მომსახურებაში შედის – მოლაპარაკებისთვის საჭირო, საკონფერენციო, სპორტული დარბაზების, აუზების, ავტომობილების გაქირავების, ქიმწმენდის, სამრეცხაოს, საპარიკმახეროს, მასაჟის კაბინეტის და სხვა მომსახურება.

ყველა ქმედებისა და მუშაობის ერთობლიობა იმ სამომხმარებლო ღირებულებების შექმნისთვის, რომლებიც დააკმაყოფილებს პიროვნულ, კოლექტიურ (კორპორაციულ) ან საზოგადოებრივ მოთხოვნებს, საწარმოო პროცესის შედეგად მომსახურებად ითვლება. მთლიანობაში კი ეს **სასტუმროს საწარმოო პროცესს წარმოადგენს**. მას გააჩნია სხვადასხვა დეპარტამენტი, რომლითაც ეს საქმიანობა ხორციელდება.

სასტუმროს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა - ესაა ორგანიზაციის შემადგენლის, მართველობითი ქვედანაყოფებისა და თანამდებობების ურთიერთკავშირი და ურთიერთდაქვემდებარებულობა. მისი არსი ვლინდება

სასტუმრო საწარმოს მუშაკებს შორის უფლებებისა და ვალდებულებების სწორ განაწილებაში.

ორგანიზაციული სტრუქტურის ძირითად მიმართულებებს შორის შეიძლება გამოიყოს :

- შრომის დანაწილება ;
- დასაქმებულების ამოცანებისა და ვალდებულებების განსაზღვრა;
- როლებისა და ურთიერთდამოკიდებულებების განსაზღვრა.

ნებისმიერი სასტუმრო საწარმოს მთავარ ამოცანად ითვლება ხელმძღვანელებსა და დაბალი რანგის მუშაკებს შორის დამაკავშირებელი რგოლის ურთიერთდამოკიდებულების, უფლებამოსილების დადგენა. ეს დამოკიდებულება დგინდება დელეგირების მეშვეობით, ანუ უფლებამოსილებისა და ვალდებულების გადაცემა პირისთვის, რომელიც თავის თავზე იღებს დავალების შესრულებაზე პასუხისმგებლობას. მიზნების მიღწევისათვის და ეფექტიანი მუშაობისთვის ხელმძღვანელობამ უნდა გაანაწილოს მოვალეობები ისე, რომ მიღებული შედეგი პროდუქტიული იყოს. მაგრამ თუ ამოცანები არ იქნება დელეგირებული, მაშინ ეს ნიშნავს, რომ ხელმძღვანელმა თვითონ უნდა შეასრულოს, თანაც მთელი მოცულობით.

ორგანიზაციული სტრუქტურისადმი ძირითადი მოთხოვნები ვლინდება შემდეგში:

- სასტუმრო საწარმოს საქმიანობის შემცველობის გადაცემის უნარი და მართვის რგოლების ფუნქციური რაციონალურობის უზრუნველყოფა;
- სხვადასხვა გაუთვალისწინებელი სიტუაციებისადმი, მათ შორის სტრესულის, ადაპტირების უნარი და მოქნილობა;
- პერსონალის რაოდენობისა და რგოლების რიცხვის მინიმუმიზაცია;
- პერსონალის პროფესიონალიზმის მაღალი დონე.

ორგანიზაციული სტრუქტურა ექვემდებარება პროექტირებას, რომელიც ხორციელდება ზემოდან ქვემოთ:

- მთელი ორგანიზაციის დაყოფა ფუნქციურ ბლოკებად, რომლებიც უნდა შეესაბამებოდნენ ორგანიზაციის საქმიანობის მიმართულებებს;
- სხვადასხვა თანამდებობებს შორის ურთიერთდამოკიდებულების დადგენა;
- გუნდების მთლიანობის (ერთიანობის) დადგენა (ქვედანაყოფები იყოფა უფრო პატარა ბლოკებად მათი ეფექტიანი ფუნქციონირებისთვის);
- ძირითადი თანამდებობრივი ვალდებულებების განსაზღვრა და მათი შესრულების დავალება განსაზღვრული პირების წრისთვის.

ორგანიზაციული სტრუქტურის შემუშავებისას სასტუმრო ინდუსტრიის ნებისმიერი კომპანია იყენებს:

- სამუშაოს სპეციალიზაციას;
- დეპარტამენტიზაციას;
- უფლებამოსილების განსაზღვრას;
- საკონტროლო ფუნქციის ზომას;
- კოორდინაციის მეთოდებს.

სასტუმროს დეპარტამენტებს (განყოფილებებს, ქვედანაყოფებს) შორის მუდმივი ურთიერთდამოკიდებულების დადგენის მიზნით ყოველ სასტუმროში სასტუმროს ხელმძღვანელი შეიმუშავებს **ორგანიზაციულ სტრუქტურას**. ორგანიზაციულ სტრუქტურაში რეალიზდება მართვის სისტემის სრულყოფისადმი წაყენებული სხვადასხვა მოთხოვნები, რომლებიც ამა თუ იმ პრინციპებშია გამოხატული. სასტუმროებს აქვს რთული ორგანიზაციული სტრუქტურა, რომელიც ხასიათდება დეპარტამენტებისა (ქვედანაყოფების) და ცალკეულ მუშაკებს შორის მართვის მიზნებისა და ამოცანების განაწილებით.

სპეციალიზაციის დახმარებით წყდება მუშაკებს შორის მიზანგანაწილების ამოცანის შესახებ საკითხი. სუსტი სპეციალიზაციისას ყველა მუშაკი იღებს პასუხისმგებლობას ყველა ან თითქმის ყველა საკითხზე. ორგანიზაციული სტრუქტურა მიზნობრივი ამოცანების და საწარმოს მუშაკების ფუნქციური ვალდებულებების საფუძველზე შეიმუშავდება.

მიზნობრივ ფუნქციებს შეიძლება მიეკუთვნოს:

- სტუმრების მიღება და განთავსება;
- კვების წარმოება ;
- ნომრების გაყიდვა და დაჯავშნა;
- მარკეტინგი;
- საქმიანი შეხვედრებისა და კონფერენციების ორგანიზაცია.

ფუნქციურს შეიძლება მიეკუთვნოს შემდეგი ფუნქციები:

- უსაფრთხოების უზრუნველყოფა;
- საინჟინრო უზრუნველყოფა;
- ბუღალტრული ანგარიშგება;
- ადმინისტრაციული საქმიანობა.

სასტუმროებში ხაზობრივი მენეჯერები არიან, რომლებიც დაკავებული არიან შრომითი საქმიანობით განთავსების სამსახურში, კვებისა და სასმელების წარმოებაში.

სასტუმროებში არსებობს შემდეგი დეპარტამენტები:

- ოთახების მართვის;
- კვებისა და სასმელების;
- მარკეტინგის და გაყიდვების;
- ადამიანური რესურსების;
- ფინანსური და სხვ. ;

ორგანიზაციის ყველა დეპარტამენტის მენეჯერები ექვემდებარებიან გენერალურ დირექტორს (გენერალურ მენეჯერს). ორგანიზაციის დიდი დეპარტამენტები იყოფა სხვადასხვა სამსახურის განყოფილებებად და მცირე ქვეგანყოფილებებად. მაგალითად, **ოთახების მართვის დეპარტამენტი მოიცავს** : (თუმცა ყველა სასტუმროში ინდივიდუალურია, ანუ შეიძლება მოიცავდეს, მაგრამ არ არის სავალდებულო, რომ ყველა ექვემდებარებოდეს).

- სტუმრების მიღებისა და განთავსების განყოფილებას;

- დაჯავშნის სამსახურს
- დიასახლისის სამსახურს
- უსაფრთხოების და
- საინჟინრო - ტექნიკურ სამსახურს

თავის მხრივ დიასახლისის სამსახური მოიცავს ქვეყანოცილებებს:

- ქიმწმენდას
- რეცხვას
- კერვას
- ფლორისტებს
- უნიფორმების სამსახურს
- გამაჯანსაღებელ ცენტრებს და სხვ.

საბოლოო ჯამში შეიძლება აღვნიშნოთ, რომ მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა ესაა მართველობითი რგოლების ერთობლიობა, რომელიც განლაგებულია მკაცრად დაცული თანადაქვემდებარებით და უზრუნველყოფს მმართველობისა და მმართველობით სისტემებს შორის ურთიერთკავშირს. ის ყალიბდება ორგანიზაციის ცალკეული ქვესისტემის ურთიერთკავშირით, ასეთი სტრუქტურის შექმნა უპირველესად მიმართულია სასტუმროს ცალკეულ დეპარტამენტებს (ქვედანაყოფებს) შორის უფლებამოსილებისა და პასუხისმგებლობის განაწილებაზე.

სასტუმროს მართვის სტრუქტურაში გამოყოფენ შემდეგ ელემენტებს:

- მართვის რგოლები (დეპარტამენტები, განყოფილებები, სამსახურები);
- მართვის დონეები (საფეხურები);
- ვერტიკალური და ჰორიზონტალური კავშირები.

მართვის რგოლებს მიეკუთვნება სტრუქტურული ქვედანაყოფები-დეპარტამენტები, ასევე ცალკეული სპეციალისტები, რომელიც ასრულებენ მართვის შესაბამის ფუნქციებს ან მათ ნაწილს (მაგალითად, მენეჯერები, რომლებიც ახორციელებენ რამდენიმე სტრუქტურული ქვედანაყოფის საქმიანობის კოორდინაციას და რეგულირებას). მართვის რგოლის წარმოქმნის საფუძველში დევს განყოფილების მიერ მართვის განსაზღვრული ფუნქციის შესრულება.

მართვის დონეში გულისხმობენ მართვის რგოლების ერთობლიობას, რომელიც სასტუმროს მართვის სისტემაში, განსაზღვრულ საფეხურს იკავებენ. მართვის საფეხურები იმყოფებიან ვერტიკალურ და ჰორიზონტალურ დამოკიდებულებაში და ერთმანეთს ექვემდებარებიან: მართვის უფრო მაღალი საფეხურების მენეჯერები იღებენ გადაწყვეტილებებს, რომლებიც კონკრეტული ახორციელება და დაიყვანება ქვემდგომ რგოლამდე. ყოველი მენეჯერი ახორციელებს თანამშრომლების ხელმძღვანელობას შესაბამის დონეზე. სასტუმროების ინდუსტრიის პრაქტიკაში უფრო მეტად გავრცელებულია ორგანიზაციული სტრუქტურის შემდეგი ტიპები:

- ხაზობრივი;
- ფუნქციური;
- ხაზობრივ-ფუნქციური.

მართვის ხაზობრივი ორგანიზაციული სტრუქტურა გულისხმობს - სასტუმროში ხაზობრივი კავშირები გამოხატავენ იმ მმართველობით გადაწყვეტილებებს და ინფორმაციის მოძრაობას, რომლებიც გამომდინარეობენ ხაზობრივი

ხელმძღვანელობიდან, რომელიც სრულად პასუხისმგებელია სასტუმრო ან მისი სტრუქტურული ქვედანაყოფის საქმიანობაზე. ყოველი სტრუქტურული ქვედანაყოფის სათავეში იმყოფება ხელმძღვანელი, რომელიც აღჭურვილია შესაბამისი უფლებამოსილებით და განმახორციელებელია მართვის ყველა ფუნქციის.



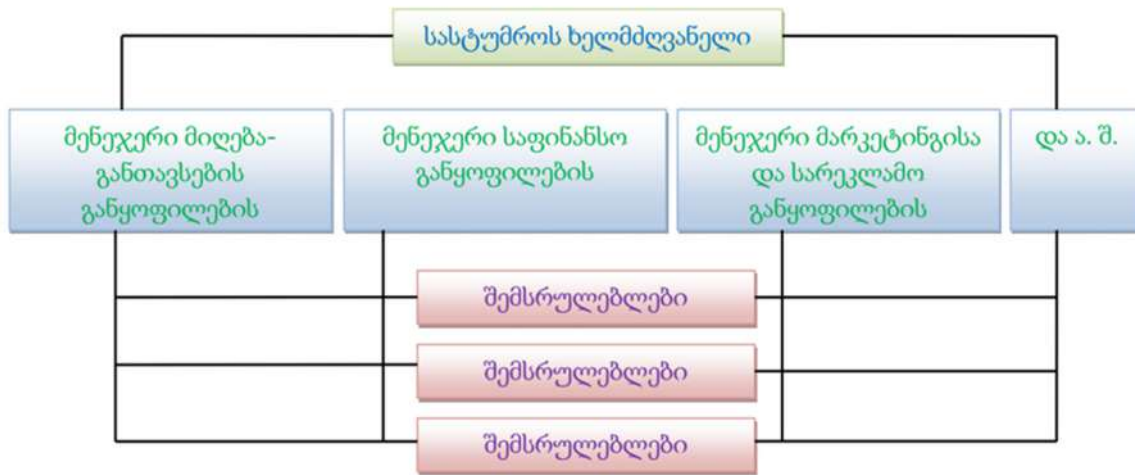
სქემა 1. სასტუმროს მართვის ხაზობრივი სტრუქტურა

მართვის ხაზობრივი ორგანიზაციული სტრუქტურა ლოგიკურად გამართულია და ფორმალურად განსაზღვრული. ამასთან ერთად მოქნილ სტრუქტურად ითვლება. ყოველი ხელმძღვანელი ფლობს ძალაუფლებას მთელი სისრულით, მაგრამ პრობლემის გადაწყვეტილების შედარებით მცირე შესაძლებლობები აქვთ, მართვის ხაზობრივი სტრუქტურის ღირსებებია:

- ზუსტად გამოხატული პასუხისმგებლობა;
- ოპერატიულობა გადაწყვეტილების მიღებაში;
- შემსრულებლების ქმედებათა შეთანხმებულობა;
- ხელმძღვანელის პირადი პასუხისმგებლობა თავისი ქვედანაყოფის საქმიანობის შედეგზე;
- დისციპლინის დაცვის შესაძლებლობა.

მართვის ხაზობრივი ორგანიზაციული სტრუქტურის ნაკლოვანებები ვლინდება ხელმძღვანელისადმი მაღალ მოთხოვნებში, რომელიც ისე უნდა იყოს მომზადებული, რომ უზრუნველყოს ეფექტიანი ხელმძღვანელობა მართვის ყველა ფუნქციისა და საქმიანობის სფეროების მიხედვით. ამ შემთხვევაში საწარმოს ხელმძღვანელი შეიძლება იყოს გადატვირთული ვალდებულებებით, ინფორმაციის დიდი ნაკადითა და დოკუმენტებით, ქვედანაყოფებთან მრავალგზის კონტაქტებით, რამაც შეიძლება გამოიწვიოს მართვის ეფექტიანობის დაცემა.

მართვის ფუნქციური ორგანიზაციული სტრუქტურაში იგულისხმება -ფუნქციური კავშირები ხორციელდება ქვედანაყოფის ერთობლიობით სამუშაოს იმ კონკრეტული სახეების ერთობლივი შესრულებისას, რომლებიც აუცილებელია მართვის სისტემაში გადაწყვეტილების მიღებისათვის. აქ ერთი პროფილის სპეციალისტები ერთიანდებიან სტრუქტურულ ქვედანაყოფებში, მაგალითად, მარკეტინგის დეპარტამენტი, სტუმრების მიღება-განთავსების სამსახური, საფინანსო დეპარტამენტი და ა.შ. აუცილებლობისას შესაძლებელია იმ ზოგიერთი განყოფილებისა და სამსახურების გაერთიანება, რომლებიც ერთმანეთის მსგავსია ფუნქციების მიხედვით.



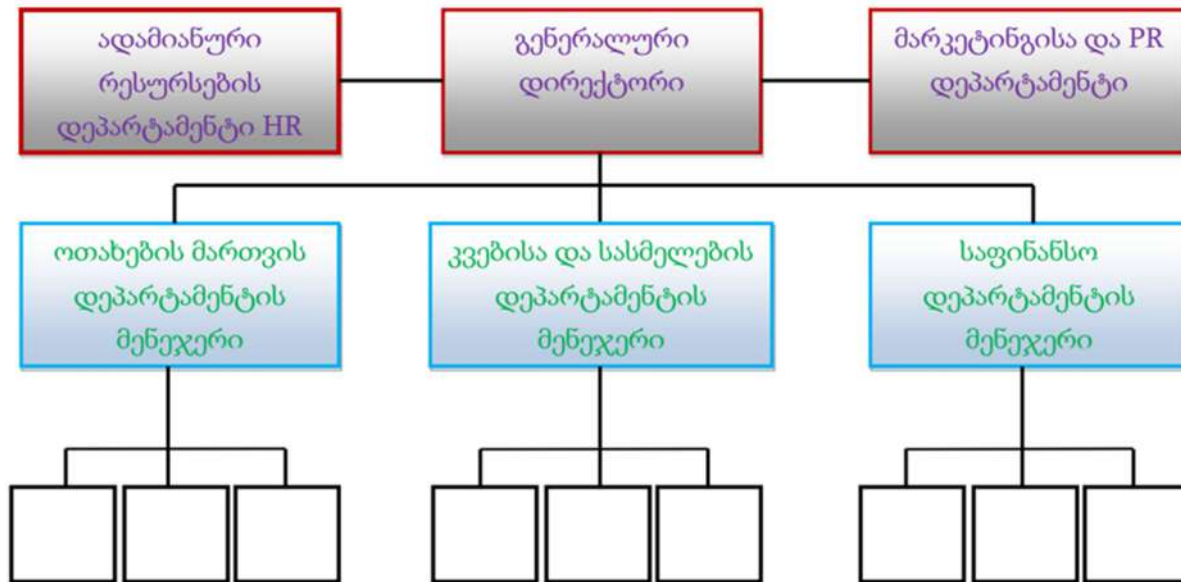
სქემა 2. სასტუმროს მართვის ფუნქციური სტრუქტურა

ფუნქციური მართვა არსებობს ხაზობრივთან ერთად. ამასთან ერთად, მართვის ყველა ფუნქციის შემსრულებელი უნივერსალური მენეჯერების ნაცვლად ჩნდება ისეთი სპეციალისტების შტატები, რომელთაც აქვთ მაღალი კომპეტენცია თავიანთ სფეროში და პასუხს აგებენ განსაზღვრულ მიმართულებაზე. მართვის აპარატის ასეთი ფუნქციური სპეციალიზაცია მნიშვნელოვნად ამალღებს სასტუმროს საქმიანობის შედეგიანობას.

მართვის ფუნქციური სტრუქტურის ნაკლოვანებებს მიეკუთვნება:

- სხვადასხვა ფუნქციურ სამსახურებს შორის მუდმივი ურთიერთკავშირის შენარჩუნების სირთულე;
- გადაწყვეტილების მიღების ხანგრძლივი პროცედურა;
- სხვადასხვა ფუნქციური სამსახურების მუშაკებს შორის ურთიერთგაგებისა და ერთიანი ქმედების არარსებობა;
- მუშაკებისათვის “ზემოდან” მიღებული მითითებებისა და განკარგულებების შეუთანხმებლობა და დუბლირება.

მართვის ხაზობრივ-ფუნქციური ორგანიზაციული სტრუქტურის შემთხვევაში სრულ ძალაუფლებას თავის თავზე იღებს ხაზობრივი ხელმძღვანელი, რომელიც სათავეში უდგას განსაზღვრულ განყოფილებას. კონკრეტული საკითხების დამუშავებისას და შესაბამისი გადაწყვეტილებების, პროგრამების, გეგმების მომზადებისას მას ეხმარება სპეციალური აპარატი, რომელიც შედგება ფუნქციონალური ქვედანაყოფებისაგან (დეპარტამენტები, განყოფილებები) და სხვ.



სქემა 3. სასტუმროს მართვის ხაზობრივ-ფუნქციური სტრუქტურა

ამასთან რაც უფრო დიდია სასტუმრო-საწარმო, მით უფრო განშტოებულ მართვის აპარატს ფლობს იგი.

მართვის ხაზობრივ-ფუნქციური ორგანიზაციულის სტრუქტური ნაკლოვანებებს შორისაა - ჰორიზონტალურ დონეზე მჭიდრო კავშირების არსებობა და ვერტიკალურ დონეზე ურთიერთკავშირის ძალზე განვითარებული სისტემა.

სასტუმრო საწარმოს ორგანიზაციული სტრუქტურა განისაზღვრება მისი დანიშნულებით, სანომრე ფონდის ტევადობით, სტუმრების სპეციფიკითა და მთელი რიგი ფაქტორებით.

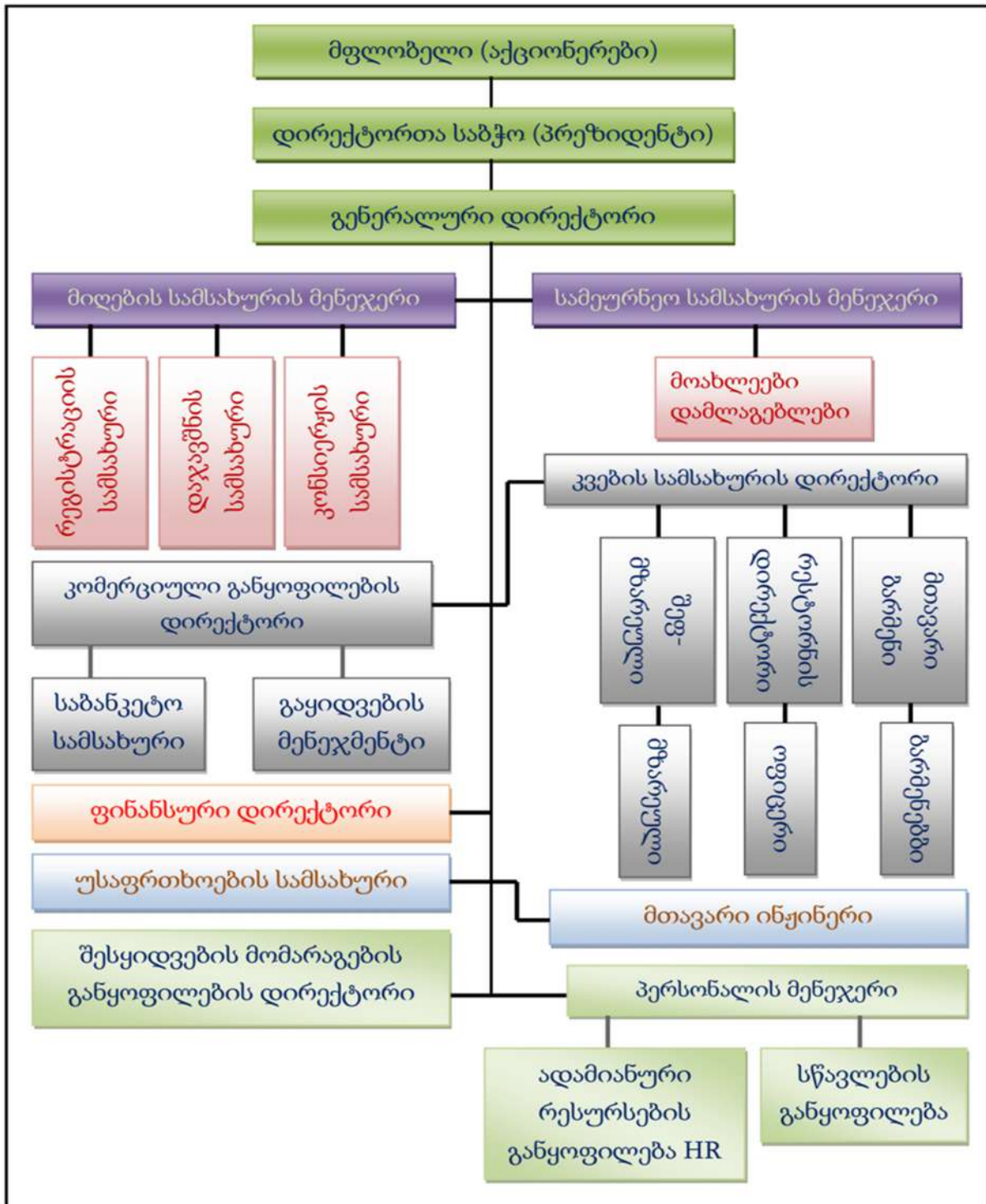
ყოველი სასტუმრო საწარმო ორგანიზაციულ სტრუქტურას უსადაგებს საკუთარ ამოცანებსა და მოთხოვნებს. საწარმოს ორგანიზაციული სტრუქტურა უნდა იყოს ცვალებადი და შეიძლება გადაიხედოს აუცილებლობის მიხედვით საქმიანი აქტივობის პირობებთან, პერსონალის თანამდებობრივი მოცულობის ცვლილებასთან დამოკიდებულებაში, კვალიფიკაციისა და შესაძლებლობების ზრდის გათვალისწინებით. ეფექტიანი ორგანიზაციული სტრუქტურა იქმნება ბაზარზე საწარმოს ფუნქციონირების მრავალწლიანი გამოცდილების შედეგად და დინამიკური სტრატეგიის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ელემენტად ითვლება.

დიდი სასტუმრო საწარმოს მმართველობითმა სტრუქტურამ შეიძლება ჩართოს განყოფილებების 5-6 მენეჯერის თანამდებობა, რომლებიც ექვემდებარებიან გენერალურ მენეჯერს. (იხ.ნახ.4,5)

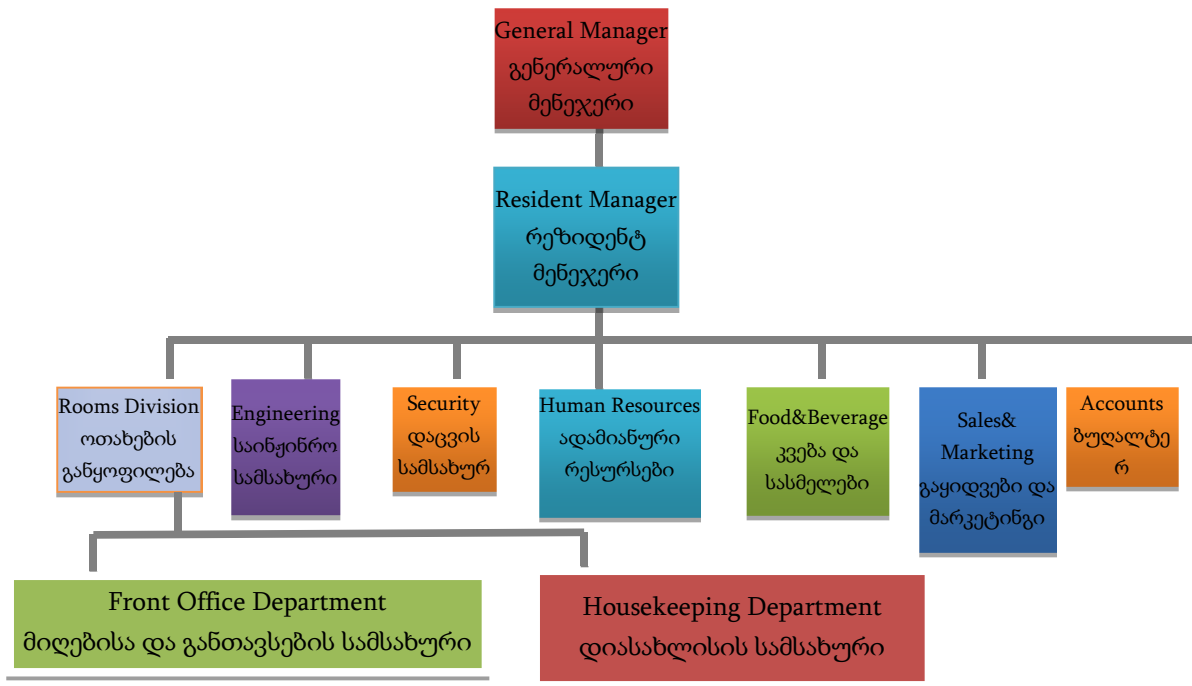
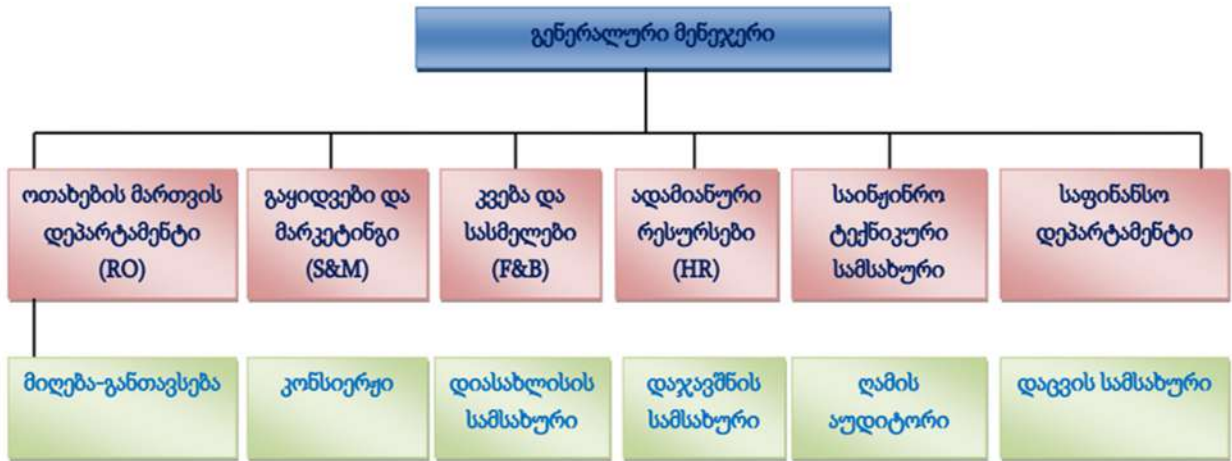
დირექტორები წარმოადგენენ მართვის საშუალო დონეს და უზრუნველყოფენ საწარმოს ფუნქციონირების პოლიტიკის რეალიზაციას, რომელიც შემუშავებულია უმაღლესი ხელმძღვანელობის მიერ, ამასთან პასუხს აგებს უფრო დეტალური ამოცანების ქვედანაყოფებამდე და განყოფილებამდე დაყვანაზე, ასევე მათ შესრულებაზე. განყოფილებების დირექტორებს, როგორც წესი აქვთ ვალდებულებების უფრო ფართო წრე და ფლობენ გადაწყვეტილების მიღების დიდ

თავისუფლებას. კონკრეტულ მმართველობით გადაწყვეტილებაში საერთო დასახული ამოცანების გადაცემის ფუნქციის შესრულების გარდა, ისინი წყვეტენ ასევე ამოცანებს, რომლებიც მიმართულია მოთხოვნილებების დაკმაყოფილებაზე.

განხილული ორგანიზაციული სტრუქტურა საბაზოდ ითვლება და შეიძლება დაზუსტებული იქნეს მართვის კონკრეტული ობიექტის მიმართ.



სქემა 4. 5,6. ტიპური სასტუმროს მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა



ნახ 6. ტიპური სასტუმროს ორგანიზაციული სტრუქტურა

8.2 . სასტუმროს გენერალური მენეჯერი და აღმასრულებელი კომიტეტი

ნებისმიერ სასტუმროში მნიშვნელოვანი ადგილი უკავია ხელმძღვანელს. სტრატეგიული ხასიათის გადაწყვეტილება, მომხმარებლებზე ორიენტაცია, სტუმრებთან ანგარიშგების სისტემა და წესი მიიღება მესაკუთრეების, გენერალური დირექტორის ან სასტუმროს მმართველის მიერ, რომლებიც მართვის სფეროში მთვარ ადგილს იკავებენ.

გენერალური დირექტორი ან მმართველი ითვლება საწარმოს მესაკუთრეების წარმომადგენლად.

გარდა ამისა, გენერალური დირექტორი წყვეტს ისეთ ამოცანებს, რომლებიც დაკავშირებულია საწარმოს საქმიანობის საერთო მიმართულებებთან, მათ შორის ფინანსური პოლიტიკის გატარებასთან, რომელსაც შეიძლება მიეკუთვნოს პერსონალის შენახვაზე დანახარჯების ლიმიტების განსაზღვრა, ადმინისტრაციულ და სამეურნეო საჭიროებებზე ზღვრული შესყიდვითი პოლიტიკის საკითხები და აშ.

მსხვილ სასტუმროებში არსებობს **ადმასრულებელი კომიტეტი** და ადმასრულებელი დირექტორის თანამდებობა. ადმასრულებელი კომიტეტის არსებობა დამახასიათებელია **სასტუმროს საწარმოებისთვის, სადაც მონაწილეობს უცხოური კაპიტალის წილი**. მოცემულ კომიტეტში შედიან სასტუმროს სხვადასხვა დეპარტამენტების (ქვედანაყოფების) ხელმძღვანელები. (ოთახების მართვის, კვებისა და სასმელების. მარკეტინგის, ადამიანური რესურსების, საფინანსო და სხვ). ადმასრულებელი კომიტეტი იკრიბება ყოველ კვირას, რამდენიმე საათით (ტრადიციულად 1-2 საათით), სწორედ მათ მიერ მიწოდებული ინფორმაციებზე დაყრდნობით გენერალური მენეჯერი დებულობს სასტუმროს მართვისთვის საჭირო გადაწყვეტილებებს.

ადმასრულებელი კომიტეტის სხდომაზე ძირითად განსახილველ საკითხებს წარმოადგენს:

- სტუმრების კმაყოფილების დონე
- თანამშრომლების კმაყოფილების დონე
- სასტუმროს მომსახურების ხარისხი
- სასტუმროს დატვირთვის მაღალი კოეფიციენტის მიღწევის შესაძლებლობები
- მარკეტინგი
- პერსონალის მომზადება-გადამზადება
- სასტუმროს სარემონტო სამუშაოები
- მომგებიანობა
- ეკო პროგრამებში ჩართულობა და სხვ.

სტრუქტურული ქვედანაყოფების ხელმძღვანელები გადაწყვეტილებას იღებენ თავიანთი ქვედანაყოფების ფარგლებში და ზემდგომი ხელმძღვანელების წინაშე გრძნობენ პასუხისმგებლობას.

სასტუმროებს აქვთ აგრეთვე საშუალო მიმართველობითი რგოლი, რომელშიც შედიან მენეჯმენტის განსაზღვრული სამსახურები. ყოველ სამსახურს ყავს მენეჯერი.

მართვის მთელ იერარქიაში ხელმძღვანელობა იკავებს ზედამხედველის- „სუპერვაიზერისა“ და მასპინძლის - „ჰოსტესის“ როლს.

სასტუმროს მენეჯერები ახორციელებენ სამუშაოს დიდ მოცულობას და ამას აკეთებენ სხვა ადამიანების საშუალებით. მენეჯერების მუშაობის არსი უცვლელია, მაგრამ ცვლილებებს განიცდიან მათი ფუნქციები და საქმიანობის სრულყოფის მიმართულებით.

მართვის უმაღლეს დონეს განეკუთვნებიან შემდეგი მენეჯერები:

- დირექტორთა საბჭოს წევრები,
- პრეზიდენტები,

- ვიცეპრეზიდენტები,
- გენერალური დირექტორები და მათი მოადგილეები.

უმალესი დონის მენეჯერების ძირითადი ამოცანაა სასტუმროს საქმიანობის მიზნების და პრინციპების განსაზღვრა.

მართვის საშუალო დონეს განეკუთვნებიან:

- ფილიალების დირექტორები,
- ქვედანაყოფების (განყოფილებების) მენეჯერები და მათი თანამშრომლები.

მათი ძირითადი ამოცანაა: მიზნების მიღწევის წესების განსაზღვრა, სამეურნეო პროცესების სრულყოფა, დანახარჯების ეფექტიანობის დონის ამაღლება. მთავარი საზრუნავია “რა და როგორ გაკეთდეს” .?

ძირეული (ტექნიკური) დონეა:

- კოორდინატორები;
- კაპიტნები, ცვლის უფროსები;
- ცალკეული სამსახურის მენეჯერები.

ძირითადი ამოცანაა მათი მუშაობის უშუალო ორგანიზაცია, რომლებსაც თავიანთი შრომით პირდაპირი წვლილი შეაქვთ სასტუმროს მიზნების მიღწევაში. მთავარი საზრუნავია – “როგორ გაკეთდეს” .?

მაშასადამე მენეჯერები წარმოადგენენ მართვის სპეციალისტებს, რომლებიც ხელმძღვანელობენ მუშაკთა ჯგუფებს, წარმართავენ და კოორდინაციას უწევენ მართვის მთელი აპარატის ან მისი ცალკეული რგოლების მუშაობას, აგრეთვე ახორციელებენ ადამიანური რესურსების საქმიანობის რეგულირებასა და კონტროლს დასახული ამოცანების შესასრულებლად და მიზნების მისაღწევად. მენეჯერი მართავს მთელ საწარმოს (სასტუმროს) ან მის ნაწილს. იგი არის ერთადერთი ადამიანი, რომლის მოვალეობაა ზრუნვა მთელ საწარმოზე ან ქვედანაყოფზე მთლიანად.

მენეჯერი განსაზღვრავს მიზანს, ორგანიზებას უწევს საქმიანობას, მოტივაციასა და კომუნიკაციას. მენეჯერი თავისი თანამდებობით უფლებამოსილია მიიღოს გადაწყვეტილებები. მას აქვს მეტი შესაძლებლობები, ვიდრე სხვა მუშაკებს, მოიპოვოს და შეინარჩუნოს ყველაზე დიდი ავტორიტეტი, მაგრამ ამავე დროს იგი ინაწილებს პასუხისმგებლობას საწარმოს (სასტუმროს) წარმატებისათვის.

ცნობილი ამერიკელი პროფესორი მენეჯმენტის სფეროში პიტერ დრუკერი აღნიშნავს, რომ მენეჯერი ასრულებს ორ სპეციფიკურ ამოცანას, რომელსაც ორგანიზაციაში სხვა ვინმე ვერ გადაწყვეტს და თუ ვინმე გადაწყვეტს, ისიც მენეჯერია. პირველი ამოცანაა ჭეშმარიტად მთელის შექმნა, რომელიც ყველა მისი ნაწილის ჯამზე მეტია: მწარმოებლური ორგანიზაციის შექმნა, რომელიც წარმოადგენს უფრო მეტს, ვიდრე მასში დაბანდებული რესურსების ჯამი. მენეჯერის სპეციალური ამოცანაა თითოეული თავისი გადაწყვეტილებისა და მოქმედების ჰარმონიზაცია საწარმოს მოკლე და გრძელვადიან გეგმებთან.

ამჟამად მენეჯერებს, ვიდრე ადრე მოეთხოვებოდა პროფესიონალიზმის გაცილებით უფრო მაღალი დონე. მენეჯმენტი გახდა პროფესია, რომელშიც არ შეიძლება

მიღწეული იქნეს კარგი შედეგები მხოლოდ პრაქტიკულ გამოცდილებაზე და იმ ცოდნაზე დაყრდნობით, რომელსაც იძლევა საბაზო განათლება, რაც უფრო მაღალია მენეჯერის თანამდებობის დონე, მით უფრო დიდ მნიშვნელობას იძენს პროფესიული ცოდნა სასტუმროს მართვის სფეროში. პროფესიონალიზმი ვლინდება ცოდნაში, თუ როგორ დაისახოს ამოცანები თანამშრომლების წინაშე, როგორ მოხდეს მისი მოტივირება, ჩატარდეს ბრიფინგები და ა.შ.

პროფესიულად მომზადებული მენეჯერი უკეთ ხედავს სასტუმრო ბიზნესის განვითარების ამოცანებსა და მიმართულებებს, ფლობს მოვლენებს, შეგნებულად არეგულირებს თავის დროსა და ხელქვეითების დროს, აქვს უნარი იმუშაოს მჭიდრო კონტაქტში სხვა ორგანიზაციებთან, კარგი ურთიერთობები ჰქონდეს კოლეგებთან და ხელქვეითებთან. ყოველთვის ამის შედეგად იგი უზრუნველყოფს წარმოებისა და მომსახურების ეფექტიანობის უფრო მაღალ დონეს.

მენეჯერის მუშაობაში გამოყოფენ ხუთ საბაზო ოპერაციას:

- **მენეჯერი უპირველს ყოვლისა სახავს მიზნებს.** იგი განსაზღვრავს, როგორი უნდა იყოს ეს მიზნები, როგორი უნდა იყოს კერძო მიზნები მომსახურების თითოეულ საკვანძო სფეროში. წყვეტს რა უნდა გაკეთდეს მათი მიღწევისათვის, რასაც გადასცემს იმათ, ვისი ეფექტიანი საქმიანობა გავლენას ახდენს ამ მიზნების მიღწევაზე.
- **მეორე, მენეჯერი ეწევა ორგანიზაციულ მუშაობას:** ანალიზებს აუცილებელ მოქმედებებს, გადაწყვეტილებებს და ურთიერთობებს, ახდენს მთლიანად სამუშაოს კლასიფიცირებას, ანაწილებს მას საქმიანობის სახეებად მათი ეფექტიანად მართვისათვის. საქმიანობის და სამუშაოს სახეებად დაჯგუფების საფუძველზე მენეჯერის მიერ იქმნება საწარმოს ორგანიზაციული სტრუქტურა, რომელიც შედგება ქვედანაყოფებისაგან (განყოფილებებისგან) და ხდება შესაბამისი პერსონალის შერჩევა.
- **მენეჯერის მესამე უმნიშვნელოვანესი მოვალეობაა მუშაკთა მოტივაცია და მათთან ურთიერთობა.** მრავალი ადამიანია რომლებიც პასუხს აგებენ სხვადასხვა სამუშაოთა შესრულებაზე, მენეჯერმა უნდა შექმნას თანამოაზრეთა გუნდი. იგი ამას აკეთებს ადამიანთა ხელმძღვანელობის საკუთარი პრაქტიკული გამოცდილების, ადამიანებთან საკუთარი ურთიერთობის საფუძველზე. ამასთან მენეჯერი იყენებს სტიმულირებისა და გასამრჯელოს სხვადასხვა მეთოდს, გამორჩეულ მუშაკთა სამსახურებრივ დაწინაურებამდე. იგი ამას აკეთებს ხელქვეითებთან ურთიერთობით, რომელიც ატარებს ორმხრივ ხასიათს.
- **მენეჯერის მუშაობის მეოთხე საბაზო ელემენტია მაჩვენებელთა გაზომვა.** მენეჯერი აწესებს ზუსტ მაჩვენებელს, რომლებიც ასახავს სამუშაოს და აფასებს თითოეული მუშაკის ეფექტიანობას. ანალიზებს მიღებულ შედეგებს ხელქვეითებთან ერთად. მენეჯერი ხელს უწყობს თავისი ხელქვეითების განვითარებას. თითოეული მენეჯერის ხელმძღვანელობის სტილი შეიძლება აიოლებდეს, ან აძნელებდეს ხელქვეითთა თვითგანათლებას და თვითსრულყოფას. მენეჯერი ან ეხმარება მათ გაშალონ თავიანთი უნარი, ან პირიქით, დათრგუნოს ისინი; იგი მხარს უჭერს მათი პირადი ღირსების შეგრძნებას, ან პირიქით ხელს უშლის.

- მებუთე ელემენტი, რომლითაც მენეჯერი გამოირჩევა სხვა მუშაკებისგან, არის საგანმანათლებლო ფუნქცია. სწორედ მენეჯერს შეუძლია გააკეთოს ის, რასაც ვერ შეძლებენ სხვები: ხელქვეითებამდე მათ წინაშე მდგარი მიზნების არსის მიტანა და მათი მიღწევის გზის ჩვენება.

ყველა ჩამოთვლილი მოქმედებები ნებისმიერი მენეჯერის მუშაობის საბაზო ელემენტებია. მას მათი შესრულება შეუძლია უკეთესად ან უარესად, მაგრამ ასრულებს აუცილებლად. მაგალითად, მიზნების დასახვა წარმოადგენს ბალანსირების პრობლემას: სასტუმროს მოკლევადიან და გრძელვადიან პერსპექტივებს შორის, სასურველ შედეგებსა და არსებულ საშუალებებს შორის. ამგვარად მიზნების დასახვა მოითხოვს ანალიტიკური აზროვნებისა და სინთეზის უნარს. ორგანიზატორული მუშაობაც მოითხოვს განსაზღვრულ ანალიტიკურ უნარს. პირველ რიგში ეს არის ადამიანებთან მუშაობა, რომელიც გულისხმობს პატიოსნებასა და წესიერებას, აგრეთვე სამართლიანობის პრინციპის გერგილიან გამოყენებას. ანალიტიკური უნარი, პატიოსნება და წესიერება მენეჯერისათვის საჭიროა ისეთი ფუნქციის შესასრულებად, როგორცაა თავისი ხელქვეითების განვითარების ხელშეწყობა. ადამიანებთან ურთიერთობისა და სწორი მოტივაციისათვის აუცილებელი ჩვევები საჭიროებენ ინტეგრირებისა და სინთეზის ცოდნას. როგორც ძირითადი პრინციპი პირველ პლანზე გამოდის სამართლიანობის პრინციპი. მენეჯერის პიროვნებას ამ შემთხვევაში გააჩნია გაცილებით მეტი მნიშვნელობა, ვიდრე მის ანალიტიკურ უნარს.

უნდა აღინიშნოს ასევე, რომ **ზოგიერთი სასტუმროში მიღება-განთავსების მენეჯერი (Front Office manager)** - დაახლოებით იგივე სამუშაოს ასრულებს, რასაც ზოგიერთ სასტუმროში სტუმრის მიღება - განთავსების სამსახურის უფროსი. მიღება-განთავსების მენეჯერსა (Front Office manager) და გენერალურ დირექტორს შორის დიდ სასტუმროებში არის კიდევ ერთი პოზიცია - **Rooms Division Manager** - ოთახების მართვის მენეჯერი, რომელიც პატარა სასტუმროებში იგივეა რაც სანომრე ფონდის დირექტორი. როგორც ზემოთაც აღვნიშნეთ სასტუმროებში პოზიციები არ არის ერთი და იგივე.

სასტუმრო საწარმოებისთვის, უმთავრესად სადაც არ მონაწილეობს უცხოური კაპიტალის წილი არსებობს შემდეგი პოზიციები:

მთავარი ადმინისტრატორი, რომლის ძირითად მოვალეობად შეიძლება ჩაითვალოს საბალანსო სასტუმრო ანგარიშების წარმოება, სტუმრებისთვის სასტუმროს მომსახურების შეთავაზება, ნომრების გასაღების „გაყიდვის“ ხელმძღვანელობა. მთავარი ადმინისტრატორი აკონტროლებს მართვის ავტომატიზებულ სისტემას. **მართვის ავტომატიზებული სისტემა** - ესაა სისტემა, რომელიც შედგება კომპიუტერული პროგრამების ნაკრებისგან, რომელთა დახმარებითაც შესაძლოა იმ ინფორმაციის შეგროვება და გამოყენება, რომელიც განკუთვნილია მართვის ოფისების მუშაობისთვის. მართვის ავტომატურ სისტემაში შედის ოთხი ძალზე მნიშვნელოვანი პროგრამა, რომლებიც ადმინისტრატორს უზრუნველყოფს აუცილებელი ინფორმაციით ისეთი მიმართულებებით, როგორებიცაა :

- მართვის შესახებ საერთო საკითხები
- სტუმრებთან ანგარიშსწორების მართვა

- რეზერვების სამსახურის მართვა
- სტუმრების მომსახურების მართვა

სასტუმროს ადმინისტრატორს ფრანგულად ასევე უწოდებენ - პორტიეს ("ფრანგ. Portier -porte კარი,) რადგან ადმინისტრატორი არის თანამშრომელი, რომელიც სტუმარს ხვდება, როგორც კი სასტუმროს ბარიერს გადალახავს.

ამასთან, ადმინისტრატორის მოვალეობები გაცილებით ფართოა, ვიდრე მხოლოდ სტუმრების შეხვედრა და განთავსება.

ადმინისტრატორი დაარეგისტრირებს და ათავსებს სტუმრებს ნომრებში, ზრუნავს ოთახში ბარგის მიტანაზე, უხსნის სტუმრებს სასტუმროს წესებს, აცნობებს დამატებით მომსახურებებს, გასცემს გასაღებებს და ინახავს მათ შესაბამისად, როდესაც სტუმრები გარკვეული ხნით ტოვებენ სასტუმროს (თუ სასტუმროს არ აქვს ელექტრონული გასაღები). თუ სტუმარი იღებს კორესპონდენციას, ადმინისტრატორი გადასცემს მას ადრესატს.

მართალია, ადმინისტრატორის ზოგიერთ მოვალეობას სტუმრები ვერ ხედავენ. მაგალითად, ის ინახავს დაკავებულ და თავისუფალი ნომრების შესახებ ჩანაწერებს, დარწმუნებულია, რომ თავისუფალი ნომრები მზად არიან სტუმრების მისაღებად. ადმინისტრატორი აკონტროლებს, რომ ყველაფერი დროულად კეთდებოდეს. თუ სადმე ნათურა გადაიწვა ან ოთახის ბარში მინერალური წყალი ამოიწურება, ის აფიქსირებს ამდაგვარ შემთხვევებს და უთითებს შესაბამის მოსამსახურეს გამოსწორების მიზნით. სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, ადმინისტრატორი კოორდინაციას უწევს სასტუმროს მომსახურების მუშაობას, რათა სტუმრობა იყოს კომფორტული.

ამავე დროს, ადმინისტრატორი დარწმუნებულია, რომ სტუმარს არ დაავიწყდება ნომრის ღირებულების გადახდა. ის წყვეტს კონფლიქტურ სიტუაციებს, თუ სტუმარს არ მოსწონს სასტუმროს მომსახურება. სამუშაო ცვალებადი და ძალზე პრობლემურია, ადმინისტრატორი დიდ დროს ხარჯავს, ფეხზე დგომით უწევს სამუშაოს შესრულება (ფეხზე დგომა კონკრეტული ბრენდის და მაღალი კლასის სასტუმროს სტანდარტია, ბევრ სასტუმროში ზიან ადმინისტრატორები) ამავე დროს, იგი ნებისმიერ დროს უნდა გამოიყურებოდეს ფხიზლად და მეგობრულად.

პოზიცია: ადმინისტრატორი

განყოფილება: მიღება-განთავსება („ფრონტ დესკი,“) ადმინისტრატორის ძირითადი ფუნქცია-მოვალეობები:

- სტუმრის მიღება;
- სტუმრის მაქსიმალური ინფორმირება სასტუმროში არსებული მომსახურების შესახებ ;
- დამადასტურებელი დოკუმენტის ასლების ბეჭდვა და სპეციალურ ფაილებში შენახვა;
- გასაღების გამზადება და სტუმრისთვის გაცემა;

- ინვოისის მომზადება ;
- სტუმრის შემოსვლასთან (Check in) დაკავშირებული ინფორმაციის შეტანა შესაბამის პროგრამაში ;
- დალაგების და დაცვის სამსახურებზე ზედამხედველობა;
- ფულადი ანგარიშსწორება სტუმრებთან;
- სტუმრების მოთხოვნით ჯავშნების განხორციელება სხვადასხვა რესტორნებში ან კინოთეატრებში ;
- ზარებზე პასუხის გაცემა, ფოსტაზე ყოველდღიური შეტყობინებების გადამოწმება და შესაბამის პირებთან გადამისამართება;
- სასტუმროს სხვადასხვა სამსახურთან მუდმივი კორდინაცია;
- სტუმრის გაწერა (Check out) და აეროპორტამდე მისი გადაადგილების უზრუნველყოფა;
- სტუმრის გაცილება ღიმილით.

მისი მოვალეობები, ერთი მხრივ, ეკონომიკური და ორგანიზაციული საკითხების მოგვარებაა, ხოლო მეორე მხრივ, კომუნიკაციის დიდი უნარი. პროფესიის უდავო უპირატესობა ისაა, რომ იგი მოთხოვნადია ტურისტულ ქვეყნებში.

ხოლო იმ სასტუმროებში, სადაც დამკვიდრებულია :“პორტიე“, „პორტიე-რეცეფციონისტი“ -- ასრულებს შემდეგ ფუნქციებს:

პორტიე-რეცეფციონისტი - ახორციელებს ანგარიშსწორებას, არეგისტრირებს სტუმარს, არჩევს ოთახს და ა.შ წარმატებული გაყიდვების მისაღწევად პორტიემ უნდა იცოდეს რა სჭირდება სტუმარს, რა უყვარს და რა არ უყვარს, სტუმრის სურვილები, უნდა იყოს კარგ განწყობაზე, შეეძლოს მოთმინებით მოსმენა, სიწყნარის შენარჩუნება, იცოდეს რეგისტრაციის წესები. პორტიეს ძირითადი მოვალეობები არის: სტუმრის მიღება, განთავსება, სტანდარტების მიხედვით სტუმრის გაწერა, ნომრის ტიპების, ფასების შესახებ ინფორმაციის გადაცემა სტუმრისთვის, გადახდის მეთოდების, დამატებითი მომსახურებების, სხვა განყოფილებების სამუშაო საათების, სასტუმრო პოლიტიკის გვიან ან ადრე შემოსვლების შესახებ გაცნობა. **პორტიეს** შეუძლია გაყიდვების გაზრდა უფრო მაღალი კატეგორიის ნომრების შეთავაზებით (უფრო მაღალი, ვიდრე მითითებულია შეკვეთის მოთხოვნაში - დაჯავშნა) სტუმრებისთვის, რომელთაც უკვე აქვთ შეკვეთების დადასტურება.

თავი 9. სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტი (Room Division)

9.1. სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტის (Room Division) ორგანიზაციული სტრუქტურა

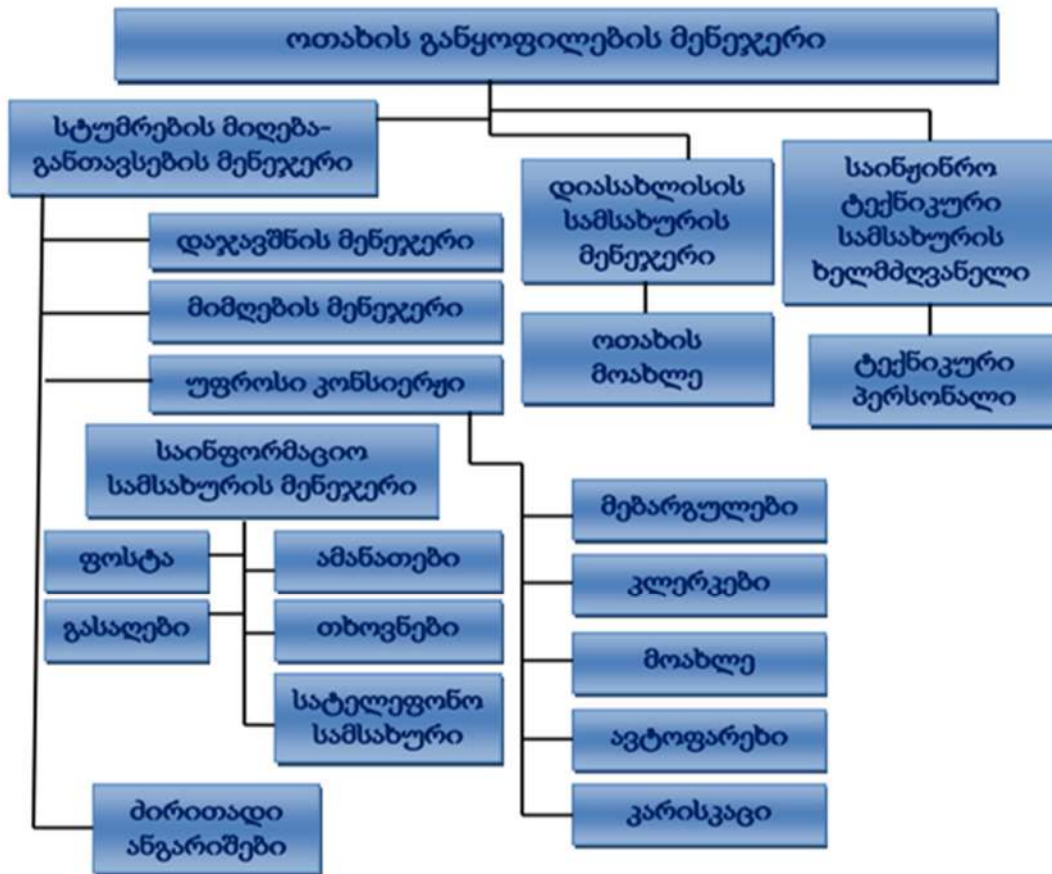
სასტუმროს ადმინისტრაციული სამსახური (ტოპმენეჯერები, გენერალური მენეჯერები, რეზიდენტ მენეჯერები და სხვ) - სასტუმროს სტრუქტურული ქვედანაყოფი, რომლის მუშაკები პასუხს აგებენ სასტუმროს კომპლექსის ყველა სამსახურის მართვის ორგანიზაციაზე, ახორციელებენ ბიზნესის პოლიტიკას და სტრატეგიას. წვეტენ ფინანსური და საკადრო უზრუნველყოფის საკითხებს, დაკავებულნი არიან საწარმოს პერსონალისთვის შრომის აუცილებელი პირობების შექმნითა და დახმარებით, აკონტროლებენ შრომის დაცვის დადგენილ წესებს და ნორმებს, უსაფრთხოების ტექნიკას, ხანძარსაწინააღმდეგო და ეკოლოგიურ უსაფრთხოებას.

ყველა სასტუმროში სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტში (Room Division) პერსონალთა ძირითადი პოზიციები ერთნაირი არ არის. ცხადია სასტუმროს ტევადობიდან და სიდიდიდან გამომდინარე პერსონალთა რაოდენობაც განსხვავებულია. ტიპურ სტრუქტურას თუ განვიხილავთ ძირითადად სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტში (Room Division) შედის:

- მიღება-განთავსება (Front office)
- კონსიერჟი (Concierge)
- დიასახლისის სამსახური (Housekeeping)
- დაჯავშნა (Reception)
- უსაფრთხოების სამსახური (Loss prevention & security).

სასტუმრო ბიზნესის ძირითადი საგანი - რა თქმა უნდა სასტუმროს ნომერია. სასტუმრო მომსახურებები - ესაა განსაკუთრებული სასტუმრო პროდუქტი, რომლის შექმნა შესაძლებელია გაცვლითი გარიგებების დახმარებით. სტუმარი იხდის არა ნომრის ფლობის უფლებისთვის, არამედ უფლებისთვის ჰქონდეს მასზე წვდომა დათქმული დროით. ბიზნესის თანამედროვე პირობები სასტუმროებისგან მოითხოვს გადაწყდეს ყველა საწარმოო და სხვა საკითხები მაქსიმალურად მოკლე დროში. ტურისტებს არ უყვარს ლოდინი, ამიტომ მომსახურების ხარისხის ამაღლებისთვის აუცილებელია მომსახურების გაწევა სწრაფად და ხარისხიანად. ქვემოთ დახასიათებული სამსახურების ძირითად მოვალეობებს წარმოადგენს.

ოთახების მართვის დეპარტამენტის მენეჯერი არის ოთახების მართვის დეპარტამენტში შემავალი განყოფილებების თანამშრომელთა გუნდის ხელმძღვანელი, ყოველდღიური ადმინისტრაციული და ოპერატიული ამოცანების გადამჭრელი. მას პასუხისმგებლობა ეკისრება ამ დეპარტამენტში შემავალი პერსონალის განვითარებაზე, როგორც მაღალი სტანდარტების მქონე სასტუმრო მომსახურების მომწოდებელი. უშუალოდ ექვემდებარება გენერალური მენეჯერს და მის წინაშეა პასუხისმგებელი.



სქემა 1. ტიპური მაღალი კლასის სასტუმროს ოთახების მართვის დეპარტამენტის ორგანიზაციული სტრუქტურა.

ოთახების მართვის დეპარტამენტის მენეჯერის ძირითადი პასუხისმგებლობა და მოვალეობებია:

1. საჭიროების შემთხვევაში, სტატისტიკური, შესასრულებელი და საპროგნოზო ანგარიშებს ამზადებს, ხელს უწყობს წლიური ბიუჯეტის და სტრატეგიული გეგმის მომზადებას, უზრუნველყოფს მენეჯმენტს მარკეტინგული ინფორმაციის მიწოდებით;
2. მიღება-განთავსების სამსახურის ყველა ანგარიშს ეცნობა გენერალურ მენეჯერთან წარდგენამდე და ასლებს იღებს;
3. იცავს სასტუმრო პოლიტიკას და პროცედურების სწორ შესრულებას, სტუმრების მაქსიმალური კმაყოფილების მისაღწევად და შესანარჩუნებლად;
4. ეფექტიანად ახორციელებს პერსონალთან დაკავშირებულ საქმიანობებს, როგორცაა ინტერვიუ, კონსულტაცია, შეფასება და სხვა საოპერაციო საკითხებს;
5. ახდენს ყველა განყოფილებიდან მიღებულ ხარჯებზე მონიტორინგსა და კონტროლს, ასევე ბიუჯეტის შესანარჩუნებლად შესაბამისი ღონისძიებების წარმართვას, პასუხისმგებელია დეპარტამენტის ფინანსებზე;
6. აანალიზებს და ამტკიცებს ფასდაკლებებს;
7. უზრუნველყოფს გუნდში და სხვა განყოფილებებთან ეფექტიან კომუნიკაციურ და შეკრულ სამუშაო ურთიერთობებს;

8. ახდენს პერსონალის ტრენინგების ორგანიზებას და მათ კმაყოფილებასთან დაკავშირებული მიზნების განხორციელებას;
9. შეძლებისდაგვარად ამცირებს სამუშაო გარემოში დისკრიმინაციის, ადამიანური უფლებების დარღვევის ფაქტებს;
10. თანამშრომლობს გუნდთან მენეჯმენტის მიერ მოთხოვნილი ნებისმიერი გონივრული ამოცანის შესრულებისას;
11. კოორდინირებას უწევს უსაფრთხოებას და არასასურველი სტუმრებთან დაკავშირებულ საკითხებს;
12. უზრუნველყოფს ყველა ახალი პროცედურისა და პოლიტიკის კომუნიკაციას და ეფექტიანად განხორციელებას დეპარტამენტში.
13. გენერალური მენეჯერისგან მითითებულ დავალებებს ასრულებს ბიზნეს მიზნების მისაღწევად;
14. უზრუნველყოფს მის დაქვემდებარებაში მყოფ განყოფილებებში მუშაობის მაღალ ხარისხს;

ეს განყოფილებებია:

მიღებისა და განთავსების სამსახური (Front Office Department) - სასტუმროს სტრუქტურული ქვედანაყოფი, რომელიც დაკავებულია ნომრების დაჯავშნით, სტუმრების მიღებითა და რეგისტრაციით, სხვადასხვა დამატებითი მომსახურების გაწევით.

სასტუმროს კონსიერჟის სამსახური - უმაღლესი კატეგორიის სასტუმროს სტრუქტურული ქვედანაყოფი, რომლის ფუნქციაში შედის სტუმრის პერსონალური მომსახურების ორგანიზაცია. კონსიერჟის მოვალეობაში შედის, რესტორანში მაგიდის, თეატრის ბილეთების და ა.შ შეკვეთა.

დიასახლისის სამსახური (Housekeeping department)⁴⁴ - სასტუმროს სტრუქტურული ქვედანაყოფი, რომელიც უზრუნველყოფს სტუმრების მომსახურებას ნომრებში, ინარჩუნებს აუცილებელ სანიტარიულ-ჰიგიენურ მდგომარეობას და კომფორტის დონეს, საზოგადოებრივ და სამსახურებრივ სათავსებში, დაკავებულია საყოფაცხოვრებო მომსახურების გაწევით.

დაჯავშნის სამსახური - სასტუმროში სტუმრის მომსახურების პროცესი ხშირად დაჯავშნით იწყება, რაც ნომრების (ადგილების) წინასწარ შეკვეთას გულისხმობს. დაჯავშნის ფუნქციებს ახორციელებს შესაბამისი სამსახურის (განყოფილების) მენეჯერი, ან მიღება-განთავსების სამსახურის მუშაკი.

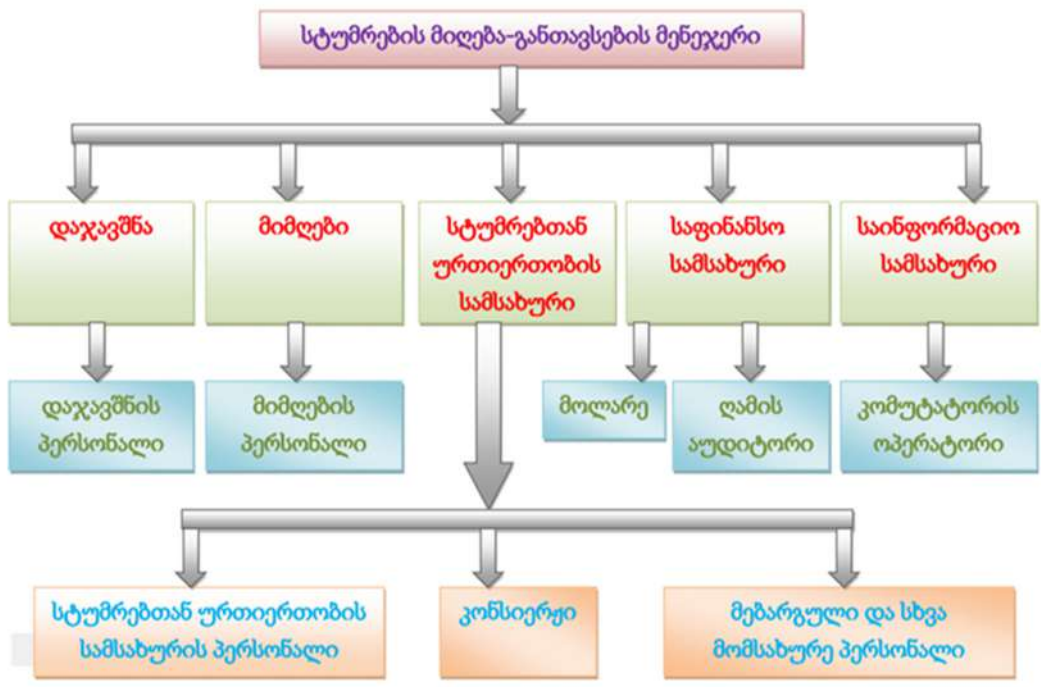
ღამის აუდიტორი (night auditor) - მიღება-განთავსების სამსახურში საღამოს და ღამის ცვლის სამუშაოებს ღამის მენეჯერი ახორციელებს, რომელიც პასუხისმგებელია ღამით მიღებული სტუმრების განთავსებაზე, ასევე ამზადებს და ამოწმებს ამ განყოფილებისთვის საჭირო სხვადასხვა ყოველდღიურ ანგარიშებს („Report“-ებს). მაგალითად, ყოველი სამუშაო დღის ბოლოს გამოყავს ბალანსი.

უსაფრთხოების სამსახური (Loss prevention & security). „დანაკარგის პრევენცია და უსაფრთხოება“ – ასე ითარგმნება ინგლისურიდან ქართულად იმ განყოფილების სახელი, რომელიც უზრუნველყოფს სასტუმროს უსაფრთხოებას, მხოლოდ ამ

⁴⁴ აღნიშნული სამსახურის შესახებ იხ. ლ.დოლიკაშვილი, სასტუმროს მენეჯმენტი, ნაწილი I. დიასახლისის სამსახური. თბ.; 2017

განყოფილების თანამშრომლებს აქვთ სასტუმროს ყველა სართულზე და მის ნებისმიერ ნაწილში გადაადგილების უფლება. მათი მუშაობის სლოგანია: “ თუ რაიმე დაინახე აუცილებლად თქვი. (ზოგიერთ სასტუმროში ეს სამსახური არ შედის აღნიშნულ დეპარტამენტში, არის დამოუკიდებელი განყოფილება, რომელიც უშუალოდ ექვემდებარება გენერალურ დირექტორს. დღეს როგორც არასდროს ამ სამსახურის მნიშვნელობა კიდევ უფრო გაზრდილია, ამიტომ ვფიქრობთ მნიშვნელოვანია უფრო სიღრმისეულად გავეცნოთ ამ სამსახურის ხელმძღვანელის ძირითად პასუხისმგებლობებს და პერსონალის ფუნქცია-მოვალეობებს, რაც ვფიქრობთ ცალკე კვლევის საკითხია).

მიღება განთავსების სამსახური (Front office) ამ სამსახურს ხელმძღვანელობს **მიღება-განთავსების სამსახურის მენეჯერი, რომელიც უშუალოდ ექვემდებარება** სასტუმროს ოთახების მართვის მენეჯერს. არაპირდაპირ დაქვემდებარებაშია გენერალურ მენეჯერთან. ამ სამსახურის მენეჯერთან პასუხისმგებელია: სტუმრების მიღება- განთავსების სამსახურის მენეჯერის ასისტენტი; მიღება-განთავსების სამსახურის ზედამხედველი (FO Supervisor); მიღება-განთავსების აგენტი (FD Agent), მთავარი კონსიერჟი (Chief Concierge), კონსიერჟი (Concierge), VIP მენეჯერი (VIP Manager), მასპინძელი (Lobby Hostess), მებარგულის და კარისკაცის სამსახური (Bell/Door staff), ღამის ცვლის მენეჯერი (Night Manager). (როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ სხვადასხვა სასტუმროებში ამ განყოფილების თანამდებობების რაოდენობა და სახელწოდებები განსხვავებულია,ზოგიერთ სასტუმროში საინფორმაციო სამსახურის ნაცვლად იყენებენ ბიზნეს ცენტრს ან ოპერატორებს. ზოგან საფინანსო სამსახური არ არის გამოყოფილი, ანგარიშსწორებას ახდენენ თავად რეცეფციონისტები.) განვიხილოთ ეს სამსახური ტიპური ხუთ ვარსკვლავიანი სასტუმროს მაგალითზე.



სქემა 2. ტიპური მაღალი კლასის სასტუმროს მიღება - განთავსების სამსახურის (Front office) ორგანიზაციული სტრუქტურა.

მიღება-განთავსების სამსახურის მიზანია: სასტუმროს სტუმრებისათვის მაღალი ხარისხის მომსახურების უზრუნველყოფა. დაწყებული სტუმრების დახვედრით, მიგებებით, რეგისტრაციის სტენდთან მიცილებით, ბარგის მიტანით, ნომერში განთავსებით, ამოწერა-გაცილებით და სხვ. მომსახურებით.

მიღება - განთავსების სამსახურის მენეჯერის ძირითადი პასუხისმგებლობა და მოვალეობებია:

1. ზედამხედველობს მიმღების პერსონალს რათა უზრუნველყოს ოთახების მაქსიმალური დატვირთვა, რომელიც ხელს უწყობს გაყიდვების მაჩვენებლის და შემოსავლის ზრდას;
2. თვალყურს ადევს მიმღების თანამშრომლებს, რათა სტუმრებმა მათგან მიიღონ სწრაფი მომსახურება, ყურადღება და თავაზიანობა;
3. ამზადებს სამუშაო გრაფიკს მიმღების პერსონალისთვის მათი სურვილების გათვალისწინებით;
4. მონიტორინგს უწევს თანამშრომელთა მორიგეობებს და ავსებს მორიგეობის ცხრილს;
5. ამოწმებს სისუფთავეს და წესრიგს მიმღებში, ასევე ამოწმებს ოთახებს, რომლებიც განკუთვნილია VIP სტუმრებისათვის;
6. რეგულარულად ამოწმებს საანგარიშო ინსტრუქციას და სტუმრის კრედიტს სასტუმროს საკრედიტო პოლიტიკის სიზუსტის და შესაბამისობისთვის, რომ დარწმუნდეს საკრედიტო ლიმიტის ანგარიში ყოველდღიურად შემოწმებულია „Front Desk Agents-“, ის მიერ;
7. აკონტროლებს ოთახების ხელმისაწვდომობას;
8. აკონტროლებს როცა საჭიროა VIP სტუმრების გადაყვანა სხვა ოთახებში;
9. იღებს გადაწყვეტილებას სტუმრების გადაყვანაზე და ტრანსპორტირებაზე უსაფრთხო გარემოში გადაუდებელი შემთხვევების დროს;
10. ამოწმებს ჰოლს, ავტოპარკინგს, ოთახებს, ლიფტს და აცნობებს შესაბამის განყოფილებას რაიმე ხარვეზის აღმოჩენისას;

მიღება-განთავსების სამსახურის მენეჯერს უნდა ჰქონდეს უმაღლესი განათლება, საკმარისი სამუშაო ცოდნა და გამოცდილება შესაბამის დარგებში, უნდა იცოდეს :

- ოპერა-სასტუმროს მართვის პროგრამა (PMS Opera - აქვთ ძირითადად მაღალი კლასის სასტუმროებს. მუშაობენ ასევე ფიდელიოში, ფინაში და ექსელში);
- სატელეფონო სისტემები;
- ინტერნეტით სარგებლობა;
- უნდა იყოს კომუნიკაბელური ;

მიღება განთავსების სამსახურის მენეჯერს ექვემდებარება **მიღება-განთავსების სამსახურის აგენტი (Front Desk Agent)** (რეგისტრატორი, რეცეფციონისტი) (ვრცლად იხ. თავი 10)

9.2. სასტუმროს კონსიერჟის (Concierge), შვეიცარის (კარისკაცი - Doorman), მებარგულის (Bellboy), ბათლერის (butler) ფუნქცია-მოვალეობები

კონსიერჟი (Concierge) - სასტუმროს მაღალი კატეგორიის მომსახურე პერსონალია. კონსიერჟი ორიენტირებულია სასტუმროს „შიდა“ საკითხების მოგვარებაზე. მათ ფუნქციებში შედის: რესტორნებში მაგიდების დაჯავშნა, ტაქსის გამოძახება,

ბილეთების შეძენა თეატრალურ სპექტაკლებზე, სპორტული ღონისძიებებისა ან პოპულარულ შეხვედრებზე, თვითმფრინავის ბილეთების დაჯავშნა, ადგილობრივ ღირსშესანიშნაობებზე სტუმრების ინფორმირება.



კონსიერჟები აფორმებენ შეკვეთებს მანქანების გაქირავებაზე, ავსებენ სამგზავრო ბლანკს მძღოლისთვის, ეხმარებიან სტუმრებს მომსახურების არჩევაში, აძლევენ სტუმრებს ინფორმაციას ექსკურსიის, კონკრეტული ღონისძიების ან გართობის შესახებ. კონსიერჟი „ვალდებულია“ შეიძინოს ბილეთები, იმ შემთხვევაშიც კი, როცა სალაროში ბილეთები აღარაა.

აკონტროლებენ შემომავალ სტუმრების სიას, მათ შორის განასხვავებენ განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი სტუმრების სიას და ამოწმებენ იმ ოთახებს, რომლებიც განკუთვნილია ასეთი სტუმრებისთვის. შემოსვლისას ხვდებიან სტუმრებს, შეიძლება მიაცილო ოთახამდე და აწვდიან სტუმარს ინფორმაციას სასტუმრო მომსახურებების და ოთახის კომფორტულობის შესახებ.

კონსიერჟის უმნიშვნელოვანეს ფუნქციაზე მოწმობს კონსიერჟების საერთაშორისო პროფესიული ასოციაცია- Union professionnelle des Portiers des Grand Hotels (UPPGH), ცნობილი როგორც „ოქროს გასაღები“, რომელშიც შედის მსოფლიოს 36 ქვეყნის, 4000-მდე კონსიერჟი.

კონსიერჟებს, რომელთა დრესკოდზე ასახულია ოქროს გასაღები, აქვთ ხუთწლიანი გამოცდილება ხუთვარსკვლავიან სასტუმროებში, მათ შორის ბოლო სამი წელი კონსიერჟის პოზიციაზე მუშაობის.

კონსიერჟის დევიზია - „მომსახურება მეგობრობის საფუძველზე“. იმის წყალობით, რომ კონსიერჟი ქმნის მეგობრულ ურთიერთობას სასტუმროს დანარჩენი რგოლის პერსონალთან, ის ხელს უწყობს სტუმარს უფრო ხარისხიანი მომსახურება მიეწოდოს.

მახასიათებლები, რომლებსაც უნდა ფლობდეს პროფესიონალი კონსიერჟი შემდეგია:

- კომუნიკაბელურობა
- სისწრაფე
- კეთილგანწყობილება
- ტექნიკურობა
- მოწესრიგებულობა
- მიმზიდველი გარეგნობა

რა თქმა უნდა აუცილებელია უმაღლესი განათლება, სასურველია ფლობდეს 2 ან მეტ უცხო ენას, ასევე უნდა შეეძლოს სხვადასხვა კულტურებთან კომუნიკაცია და

მინიმალური იცოდეს უცხო ქვეყნების ჩვეულებები, მაგრამ უპირველეს ყოვლისა უნდა ფლობდეს სრულყოფილ ინფორმაციას სასტუმროს და მის მომსახურების შესახებ. სტუმრისთვის უარის თქმა არ შეიძლება, რადგანაც ზუსტად ასეთ წვრილმანებში გამოიხატება სასტუმრო მომსახურების ხარისხიანობის მაჩვენებელი. მაგალითად, სტუმარი რომელიც მგზავრობს საქმიანი ვიზიტით, დაკარგა ჩემოდანი, მაგრამ ის დარწმუნებულია, რომ ჩამოფრენისთანავე კონსიერჟი მოაგვარებს ამ პრობლემას, შედეგად კონსიერჟისათვის დავალებულ სამიეზო სამსახურის წყალობით სტუმრის ჩემოდანი, რომელიც აღმოჩნდა სულ სხვა ქალაქში მეორე დღესვე უბრუნდება სტუმარს. სასტუმროს კონსიერჟი მათი მოვალეობის შესანიშნავად შესრულების წყალობით დებულობენ მაღალ შეფასებებს სტუმრებისგან.

კონსიერჟი ექვემდებარება **უფროს კონსიერჟს**. უფროსი კონსიერჟი თავის მხრივ ექვემდებარება მიღება განთავსების სამსახურის მენეჯერს. უფროსი კონსიერჟის დაქვემდებარებაშია ასევე: მეზარგული (Bellboy) და კარისკაცი (Doorman) - ბევრ სასტუმროებში მას შვეიცარი ჰქვია;

მეზარგულების ხელმძღვანელი, არის კაპიტანი - „bellcaptain“, რომელიც ექვემდებარება უფროს კონსიერჟს.



შვეიცარი - ანუ თანამედროვე სასტუმროებში ეს სიტყვა ჩანაცვლებულია “Doorman”-ით, (კარისკაცი) თანამშრომლები, რომლებიც მორიგეობენ სასტუმროს შესასვლელ კარებთან, აკვირდებიან შემომსვლელ და გამსვლელ სტუმრებს, ასევე აწვდიან ინფორმაციას სტუმრებს სასტუმროში ხელმისაწვდომ ოთახებზე. შვეიცარი მორიგეობს შესასვლელთან ღამის ცვლებშიც. მაღალი კატეგორიის სასტუმროებში შვეიცარი უზრუნველყოფს სტუმრის ხელბარგის გადატანას მიღების და განთავსების სამსახურის სტენდთან. შვეიცარი პერსონალურ მომსახურებას უწევს სტუმრებს და როგორც წესი ეს არის :

- სასტუმროს კარის გაღება;
- დახმარება ბარგის გადაღება, გადმოღებაში;
- სტუმრების გაცილება სარეგისტრაციო მაგიდასთან;
- სასტუმროს სტუმრებისა და ვიზიტორთა უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად სასტუმროს შესასვლელთან სატრანსპორტო მოძრაობაზე თვალყურის დევნება;
- ტაქსის გამოძახება;
- დახმარება ავტომანქანის დაპარკინგებაში;
- დიდი ქოლგის შეთავაზება არასასურველი ამინდის დროს;
- სასტუმროს ვესტიბულში მარტივი დამატებითი სერვისების შესრულება.

- ისინი კარგად უნდა იყვნენ ინფორმირებული სასტუმროს შესავლელობებზე, მათ შორის ახალ დამატებით სერვისებზე, აქციებსა და შეთავაზებებზე, ასევე ადგილობრივ ატრაქციონებზე, რადგან სტუმრები ხშირად მიმართავენ მსგავსი კითხვებით მას;

ერთ-ერთი ყველაზე რთული მოვალეობა არის სასტუმროს შესასვლელთან სატრანსპორტო საშუალებების გადაადგილების კონტროლი, განსაკუთრებით მაღალი დატვირთვის პერიოდებში. გამოცდილი თანამშრომლები ამას ოსტატურად და ღირსეულად აკეთებენ. გამოცდილი შვეიცარიისათვის ცნობილია რეგულარული სტუმრების სახელები, რითაც მიმართავს მათ. ასეთი მომსახურება აძლიერებს სასტუმროს რეპუტაციას და მომხმარებლის ერთგულებას.

შვეიცარის მოვალეობებს შეიძლება ასევე მიეკუთვნებოდეს ვესტიბიულის მოწესრიგებულობაზე თვალყურის დევნება. საჭიროების შემთხვევაში ფანჯრებისა და ტიხრების გაღება ვესტიბიულში და სასტუმროს შესასვლელში. მათი მოვალეობები ასევე მოიცავს სასტუმროს შესასვლელი კარის გაწმენდას და მიმდებარე ტერიტორიაზე სისუფთავის გაკონტროლებას. სადამოს შვეიცარი ვალდებულია ჩართოს და გამორთოს მსუბუქი რეკლამა და შეამოწმოს სიგნალიზაციის სისტემა. შვეიცარის საჭირო რაოდენობა გამოითვლება სტანდარტების მიხედვით ერთი პირი თითო ცვლაზე.



მეზარგული (Bell Boy) - პირდაპირ ექვემდებარება უფროს კონსიერჟს და კონსიერჟს (Chief Concierge, Concierge). არაპირდაპირ ექვემდებარება: მიღება-განთავსების მენეჯერს (FO Manager) და მენეჯერის ასისტენტს (Assistant FO manager); **მეზარგული** უზრუნველყოფს სტუმრების ბარგის გადატანას სასტუმროს ვესტიბიულიდან (დარბაზი,ფოიე) სასტუმროს ნომერში. ბარგის გადამზიდავი სტუმრის შემოსვლის დროს უნდა იყოს სასტუმროს შესასვლელში, ბარგის ნომერში მისატანად აღმოუჩინოს სტუმარს დახმარება. სტუმრის ბარგს ის უკეთებს სასტუმროს სპეციალური დიზაინით შექმნილ ლოგოიან ბარგის ჩეკს „Luggage Tag“ , რომელზეც დაფიქსირებულია ოთახის ნომერი.



თუ მეზარგულს ჩააბარეს ბარგი მან ნომერში უნდა მიიტანოს სტუმრის ოთახში შესვლიდან არაუგვიანეს 8 წუთისა. ბარგის ოთახში შესაბამის ადგილზე (თარო,

სკამი) განთავსების შემდეგ დაემშვიდობება სტუმრებს და სასიამოვნო დასვენებას უსურვებს.

მებარგულმა სტუმართან ურთიერთობის პერიოდში **მინიმუმ ერთხელ მაინც უნდა მიმართოს მას სახელით**. სტუმართან პირდაპირი ურთიერთობის დროს მებარგულს აქვს შესაძლებლობა სტუმარს მიაწოდოს საინტერესო ინფორმაცია ადგილობრივ ღირსშესანიშნაობების, რესტორნების, ღონისძიებების შესახებ. ასევე აუხსნას ნომერში არსებული ტექნიკის უსაფრთხოდ გამოყენება. აჩვენოს საევაკუაციო გეგმა, მინიბარი, სეიფი და აუხსნას მათი გამოყენების სტანდარტები.



მებარგულის (Bell Boy) ძირითადი ფუნქცია -მოვალეობები:

- სტუმრების მიღება პროფესიურ და მეგობრულ გარემოში, მომსახურებაზე სტუმრების მოლოდინის გადაჭარბება შემოსვლიდან - გასვლამდე;
- სტუმრის მისალმება შემოსვლისას, მანქანის კარის გაღება და მათი დაპატიჟება სასტუმროში;
- სასტუმროს და ადგილობრივი მომსახურების შესახებ ინფორმაციის ფლობა და მიწოდება სტუმრისთვის;
- სტუმრის ბარგის უსაფრთხო ტარება შემოსვლის წერტილიდან ოთახამდე და ოთახიდან გასვლის წერტილამდე (მებარგული უნდა იცნობდეს უსაფრთხოდ ბარგის გადასატანი ურიკის დატვირთვის, გადმოტვირთვის და გადაადგილების სტანდარტებს, ისე რომ მებარგულის ჯანმრთელობას ზიანი არ მიაღწეს);
- ურჩევს სტუმარს თუ სად უნდა გააჩეროს მანქანა და საჭიროების შემთხვევაში შესთავაზოს აღნიშნული მომსახურება;
- ემშვიდობება სტუმრებს და ეხმარება ბარგის გატანაზე;
- არიგებს დილის გაზეთებს ოთახებში;
- ყოველთვის უნდა ფლობდეს ინფორმაციას ავტოსადგომის და მთავარი შესასვლელის მდგომარეობის შესახებ;
- უნდა შეინარჩუნოს ეფექტური კომუნიკაცია ყველა განყოფილებასთან, რათა შეეძლოს სრულყოფილი ინფორმაციის მიწოდება სტუმრისთვის ნებისმიერ დროს;
- უნდა შეეძლოს სწრაფი გადაწყვეტილების მიღება და კონსიერჟის ინფორმირება საჭირო საკითხებზე;
- კონსიერჟის ასისტენტისგან მოითხოვოს დახმარება სტუმრის სპეციფიკური სურვილების შესასრულებლად;
- უზრუნველყოს სტუმრების წერილების, საფოსტო გზავნილების ან სხვა ნივთების, უსაფრთხო და პროფესიული გზით მიწოდება;

- არ განახორციელოს გაუთვალისწინებელი აქტივობა, რომელიც საფრთხის შემცველია;
- დაუყოვნებლივ შეატყობინოს ყველანაირი საფრთხის შესახებ ხელმძღვანელს.

ერთი შეხედვით ეს ფუნქციები შეიძლება მარტივი ჩანდეს. იმისთვის, რომ სტუმარს დაეხმაროს ბარგის გადატანაზე, მეზარგულმა უნდა იცოდეს თუ რა თანმიმდევრობით გადააღაგოს ისინი ურიკაზე. მძიმე ჩემოდნები უნდა განლაგდეს დაბალანსებულად, რადგან ურიკამ ადვილად იმოძრაოს. მძიმე ბარგი უნდა დალაგდეს ქვემოთ, რადგან არ მოხდეს მსუბუქი ბარგის დაზიანება. ხშირად როგორც შვეიცარი, ასევე მეზარგული თავიანთი მომსახურებისთვის დებულობენ წვრილმან გასამრჯელოს სტუმრისაგან.

ბათლერი (butler) უმაღლესი კატეგორიის სასტუმროში მუდმივი სტუმრის ასისტენტი. ბათლერის პოზიციას ითავსებს სტუმართა მომსახურების მენეჯერი. ბათლერის პოზიცია ნაკლებათ არის საქართველოს სასტუმროებში.



ბათლერის მოვალეობებში შედის სტუმრის დახმარება სასტუმროს ტერიტორიაზე (სასტუმროს მომსახურებების გაცნობა, პირადი დახმარების გაწევა სხვადასხვა საკითხების მოგვარებაში, რომლებიც წარმოიქმნება სტუმრის განთავსების დროს). ადამიანი, რომელმაც ყველაფერი იცის და შეუძლია ნებისმიერი საშინაო პრობლემის მოგვარება. ის მუშაობს პერსონალური სისტემის შესანარჩუნებლად, ანუ ერთი შეხედვით იმის გასაგებად, თუ ვინ არის სტუმარი და როგორი მიდგომებია საჭირო მისთვის. ბათლერი, როგორც სტუმრის პირადი ასისტენტი, ასევე არის ერთგვარი დამაკავშირებელი რგოლი სტუმარსა და სასტუმროს ყველა სამსახურს შორის. იმისთვის რომ მოემსახუროს ყველა სტუმარს, როგორც მაგალითად საზღვარგარეთ სასტუმრო “მარიოტის“ ქსელის ზოგიერთ სასტუმროებს ჰყავს 30-მდე ასეთი პერსონალი. ბათლერი პასუხისმგებელია სტუმარზე მის შემოსვლიდან გასვლის პერიოდში. სტუმარს არ ესაჭიროება ნომრიდან რაიმე მომსახურებისთვის დარეკვა ან რაიმესთვის ოთახიდან გასვლა, საკმარისია სპეციალურ ღილაკზე დაჭერა და გამოჩნდება ბათლერი, რომელიც სტუმრის მაგივრად შესარულლებს მის ყველა მოთხოვნას. მაგალითად, VIP სტუმრის ნომრის ტელეფონზე სულ 3 ღილაკია - ოპერატორთან, ბათლერთან და კონსიერჟთან დასაკავშირებლად. ბათლერი 24 საათიან რეჟიმით არის კავშირში სტუმრებთან. მის მოვალეობებში შედის სტუმრის მიღება, ნომრების და საჩუქრების წინასწარი მომზადება. იმ შემთხვევაში თუ ცნობილია VIP სტუმრის შემოსვლის დრო მაღალი კლასის ავტომანქანით დახვდება სტუმარს აეროპორტში. ასეთი პირების სტუმრიანობისას არ არის აუცილებელი

სტუმრის საინფორმაციო მონაცემების შევსება მიმდებში, ამ შემთხვევაში სტუმრის ნებართვით ავსებს საჭირო ინფორმაციას მისივე ოთახში. ზოგიერთ სასტუმროში არა მარტო დახვდება სტუმარს, არამედ დაკავებულია მისი საანგარიშო საკითხებით, ასევე ემსახურება სტუმრებს საუზმის დროს. ამ სფეროს თანამშრომლები კარგად იცნობენ ქალაქის ღირსშესანიშნაობებს და საჭიროების შემთხვევაში ასრულებენ ექსკურსიამბლოლის როლს, უყვებიან სტუმარს ქალაქის ისტორიასა და კულტურაზე. სტუმრის გამგზავრების დღეს შემოაქვს წინასწარ დამზადებული ინვოისი და ეხმარება ბარგის შეფუთვაში. სტუმრის გასვლის შემდეგ ბათლერის საქმიანობა ამით არ მთავრდება, ისინი ეხმარებიან სტუმრებთან ურთიერთობის სამსახურს („guestrelation“) სტუმრის ისტორიის შევსებაში. ამგვარი ნიუანსები ხელს უწყობს პერსონალს, სტუმრის შემდეგი ვიზიტის სურვილების პროგნოზისათვის. ბათლერის მომსახურება არის ერთ – ერთი მთავარი რგოლი სასტუმროს VIP სტუმრების მომსახურებისთვის. მის მოვალეობებში შედის:

- ოთახების მომზადება სტუმრებისთვის (შემოწმება, ხარვეზების კორექტირება);
- ხილის, ყვავილების კომპოზიციის, ტკბილეულის მიწოდება ოთახში სტუმრების შემოსვლამდე;
- VIP სტუმრების დახვედრა აეროპორტში და მოცილება სასტუმრომდე;
- სტუმრებისთვის გასაღების და სარეგისტრაციო ბარათების მომზადება შემოსვლისას სწრაფი პროცედურით;
- სტუმრის ნომრამდე გაცილება და ექსკურსია სასტუმროში თუ სტუმარი მოინდომებს;
- სტუმრების დახმარება სხვადასხვა საკითხების მოგვარებასთან დაკავშირებით;
- კულტურული ღონისძიებების ორგანიზება (მუზეუმის ბილეთების შეძენა და ა.შ)
- საჰაერო და სარკინიგზო და სხვა ტრანსპორტო საშუალებებზე ბილეთების ორგანიზება;
- ოთახში მომსახურება, გაზეთების მიწოდება, ბარგის შეფუთვა;
- დაჩქარებული ფრენის პროცედურის ორგანიზება.

თავი 10. სასტუმროს მიღება-განთავსების დეპარტამენტი (Front Office Department)

10.1. მიღება-განთავსების სამსახურის სამუშაო ადგილის ორგანიზება და სტანდარტული აღჭურვილობა



მიღება-განთავსების დეპარტამენტი ორი ნაწილისაგან შედგება: წინა ოფისი (**front office**) - თავად მისაღები, სადაც უშუალოდ თანამშრომლებისა და სტუმრების ურთიერთობა ხდება, უკანა ოფისი (**back office**) - წარმოადგენს სამუშაო სივრცეს, რომელიც სხვადასხვა საოფისე ფუნქციების ავტომატიზაციასთან ერთად, სასტუმროს ცალკეულ დეპარტამენტებთან დისტანციურად მუშაობის საშუალებას იძლევა იგი აუცილებლად მიმღების მაგიდის უკან უნდა მდებარეობდეს და უნდა იყოს ამოღებული სტუმრების თვალთახედვიდან. იქ თითოეული თანამშრომლის „მიდა სივრცე“ მდებარეობს, სადაც მას შეუძლია გასვლა და საჭირო საქმის შესრულება. Back Office-ში ასევე მდებარეობს დაჯავშნის სამსახურის თანამშრომლებისა და მიღება-განთავსების სამსახურის ხელმძღვანელის მაგიდები.

მიმღები (Reception) - ეს არის სასტუმროს ვესტიბიულის ცენტრალური ზონა, პერსონალისა და სტუმრების ურთიერთობის ძირითადი ადგილი. ადგილების დაჯავშნა, რეგისტრაცია და სტუმრების განთავსება, გადახდების შედგენა გასვლისას, ნომრების გასაღების შენახვა და გაცემა, სხვადასხვა ინფორმაციისა და დამატებითი მომსახურების გაცემა - დაწყებული ტაქსის გამოძახებიდან, ნომერში ვახშმის შეკვეთით დამთავრებული - ყველა ამ და კიდევ სხვა ფუნქციებს ასრულებს მიმღების სამსახური 24 საათის განმავლობაში.

მიღება-განთავსების სამსახურის მოწყობისა და თანამშრომელთა პოზიციების ფუნქცია - მოვალეობების განაწილების ერთიანი სტანდარტი არ არსებობს. ყველა სასტუმრო თავისი შეხედულების მიხედვით ახდენს მის აღჭურვას, სამუშაო მაგიდების განლაგებას და თანამშრომლების რაოდენობასა თუ უფლება-მოვალეობების განაწილებას. შეიძლება გამოიყოს რამდენიმე აპრობირებული წესი:

მიმღები (Front desk) ისე უნდა იყოს განლაგებული, რომ სტუმარმა შემოსვლისთანავე მას მიაქციოს ყურადღება. იგი არა მხოლოდ სასტუმროს არქიტექტურულ ჩანაფიქრს უნდა მოერგოს, არამედ მაქსიმალურად ფუნქციური უნდა იყოს. სტუმარს თავისუფალი წვდომის საშუალება უნდა ქონდეს, მიეცეს უფლება კომფორტულად ეკონტაქტოს მიმღების აგენტს (იმის მიხედვით რომელ სასტუმროში ამ პოზიციაზე

რა სახელწოდებაა დამკვიდრებული პორტიეს, ადმინისტრატორს, მიმღების თანამშრომელს და სხვ.).

მიღება-განთავსების სამსახურის, მიმღების მაგიდა (Front desk) და ვერტიკალური კომუნიკაციების კვანძი კარგად უნდა ჩანდეს მთავარი შემოსასვლელი ზონიდან. ამ ზონების ყველაზე კარგი განთავსება ისეთია, როდესაც სასტუმროში მცხოვრები პირი შესასვლელიდან ლიფტისკენ მოძრაობისას ახლოს გაუვლის მიმღების მაგიდას (Front desk). (ეს უფრო მნიშვნელოვანია მაშინ, როდესაც გასაღებს პორტზე გასცემს). მიმღები მაგიდის (Front desk) დიზაინი უნდა ემთხვეოდეს ჰოლის დიზაინს. დაფები, შესასრულებელი ოპერაციებისთვის მიმღების მაგიდის (Front desk) უკან სხვადასხვა სასტუმროებში სხვადასხვანაირად თავსდება - ან ზემოთ არის ჩამოკიდებული, ან უკან პანელზე არის მიმაგრებული, ან მიმღების მაგიდაზე (Front desk) იდება, ან საერთოდ არ არის. სტენდის კონფიგურაცია უნდა ფარავდეს იქ მდებარე ხელსაწყოებს იქ მდგომი სტუმრისაგან. სტენდის სიმაღლე არ უნდა აღემატებოდეს 120 სმ-ს, ხოლო მაგიდები მის უკან - 85 სმ-ს 80-85 სმ სიგანეში. სტენდის ზომა გათვლილია იქ მომუშავე პერსონალის რაოდენობაზე, ხოლო პერსონალის რაოდენობა დამოკიდებულია სასტუმროს ზომაზე. რაც უფრო დიდია სასტუმრო, მით მეტი თანამშრომელი ჰყავს. სტენდი შესაძლოა დაყოფილი იყოს სექციებად, მაგალითად: რეგისტრაციის სექცია, საკასო ოპერაციების სექცია, ფოსტისა და ინფორმაციის სექცია და სხვ. .

მიმღების მაგიდაზე (Front desk) - ყველაზე გავრცელებულია ფეხზე დგომით სტუმრის მიღება-განთავსება-გაწერა-დამშვიდობების მომსახურება, მაგრამ ასევე არსებობს ჯდომითი მომსახურება. ფეხზე დგომით მუშაობა ბევრად გავრცელებული და ტრადიციულია. სამუშაო ადგილის ასეთი ორგანიზება უფრო ასახსნელი და გამართლებულია. რეგისტრაციის მაგიდასთან მუშაობა ძალიან საპასუხისმგებლო და მნიშვნელოვანია, უფრო მეტიც, სტენდი - სასტუმროს სახეა, ამიტომ, იდეალური უნდა იყოს. გარდა ამისა, მიმღების სტენდთან მუშაობა საკმაოდ მობილიზებულია, ითხოვს მუდმივ მუშაობას სტუმრებთან, ტელეფონთან და კოლეგებთან. ჯდომით ამის გაკეთება შეუძლებელია. მაგრამ არსებობს ბილტმორის, მერიდიანის სასტუმროები, რომელთაც საკუთარ სასტუმროებში დასაჯდომი მიმღები გააკეთა, რომელთანაც ორივე მხარეს ზის სტუმარიც და თანამშრომელიც. სტუმრებს ღრმა კომფორტულ სავარძლებს სთავაზობენ, რომელშიც სასიამოვნოდ მოკალათებაა შესაძლებელი, ხოლო თანამშრომლები მთელი ცვლის განმავლობაში სწორად უნდა ისხდნენ და არ შეუძლიათ სავარძლის საზურგეს მიეყრდნონ.

მაღალი სტენდი, ხელოვნურ ბარიერს ქმნის ურთიერთობისთვის. ასევე შეიძლება ითქვას, რომ არ არსებობს კლასიკური სტენდები; მაგალითად, Wyndham-ის სასტუმროს ქსელებში (აშშ)-სასტუმროს თანამშრომლები სტუმრებს ჯიბის კომპიუტერებით ხვდებიან, პირდაპირ ჰოლში არეგისტრირებენ და აცილებენ ნომრებში. თქვენ თითქოს კერძო პანსიონში ხვდებით, სადაც თავად მეპატრონე გხვდებათ, ხელს გართმევთ და გაწვდით გასაღებს. ამგვარი ატმოსფერო კარგად მოქმედებს სასტუმროს დადებითი იმიჯის შექმნაზე. ლოს-ანჯელესის სასტუმრო „ანმაზ-ჰაიატი“ სტუმრებს მიმღების სტენდის გარეშე ხვდება: აქ არ არსებობენ არც ტელეფონები არც თანამშრომლები, ამის მაგივრად სასტუმროში და სტუმრის ტრანსფერის განსახორციელებელ სატრანსპორტო საშუალებებში კომპიუტერული

თვითმომსახურების ტერმინალები დგას, რომლებიც აძლევს სტუმრებს საშუალებას დაადასტურონ ჩამოსვლა ჯავშნის ნომრის მეშვეობით და მიიღონ ნომრის გასაღები, და ასევე დაჯავშნონ ადგილი შვედურ მაგიდაზე. გარდა ამისა, რეგისტრაციის ავტომატური სისტემა არკვევს სტუმრისგან, თუ რომელ საათზე სურს საპროცედურო მომსახურებებზე ჩაწერა და რომელ მაგიდას დაჯავშნის ვახშმისთვის. იგივენაირად სარგებლობენ სტუმარები ამდაგვარი ტერმინალებით სასტუმროდან გაწერისას. სასტუმროს თანამშრომლისაგან განსხვავებით, ტერმინალი აბსოლუტურად „გულგრილი რჩება“ წვრილმანი გასამრჯელოს მიმართ. ამდაგვარად სასტუმრომ თავი დააღწია მიმღებში რიგების წარმოქმნას (რადგანაც ზუსტად ამ ფაქტორმა შეიძლება გაუფუჭოს ნებისმიერ მოგზაურს ხასიათი). ჩაწერის (Check-in) პროცედურა კომპიუტერთან ახლა უკვე მხოლოდ 45 წამს იკავებს. სტენდის ტრადიციული და ჩვეული ადგილია - ჰოლში შესასვლელიდან მარცხენა მხარეს, რა თქმა უნდა სტენდი მარჯვენა მხარესაც შეიძლება იყოს განთავსებული ასევე შესასვლელის პირდაპირ. ყველაფერი ეს დასაშვებია, თუ ძირითადი წესებია დაცული:

- სტენდი ისე უნდა იყოს განთავსებული, რომ თანამშრომელს შეეძლოს სასტუმროში ყველა შემომსვლელი და გამსვლელი პირის დანახვა;
- სტენდი ისე უნდა იყოს განთავსებული მთავარ შემოსასვლელსა და ლიფტს შორის, რომ თანამშრომელს შეეძლოს მთელი იმ გზის დანახვა, რომელსაც სტუმარი სასტუმროში შემოსვლიდან ლიფტამდე ან ნომრამდე მისვლისათვის გაივლის.

თუ ამ წესებს არ დავიცავთ, მაშინ სასტუმროს თანამშრომლებს შეიძლება სირთულეები გაუჩნდეთ მუშაობის დროს. პირველ რიგში ჩნდება სასტუმროში მყოფი ყველა პირის უსაფრთხოების საშიშროება, რადგანაც სტენდთან მდგომი ვერ დაინახავს ვინ და რითი შემოვიდა სასტუმროში. მეორე, სტუმარმა რომელსაც არ აქვს გადახდილი თანხა, დატოვოს სასტუმრო თუკი ვერ დაინახავს რეგისტრატორს ან მოლარეს, რომელმაც ანგარიში უნდა დახუროს. მიღება-განთავსების სამსახურის წარმატებული, ხარისხიანი და ოპერატიული მუშაობისთვის აუცილებელია **თანამედროვე ტექნიკური აღჭურვილობა** - ესენია კომპიუტერი, ელექტრონული გასაღების დამზადების ტერმინალი. პრინტერი, სკანერი, ტელეფონი, სალაროს აპარატი, ტერმინალი საკრედიტო ბარათებით გადახდისთვის, საგანგებო სიგნალიზაციისთვის განკუთვნილი ღილაკი, საჭირო საბუთების შესანახი ადგილი, დომოფონის ყურმილი და სხვ.



სასტუმროს ბიზნესის კომპიუტერიზაცია იძლევა საშუალებას:

- შეაგროვო მაქსიმალურად სრული ინფორმაცია იმის შესახებ, რაც სასტუმროში ხდება და პირველ რიგში სტუმრის შესახებ, რაც დღევანდელ დღეს

არამხოლოდ ზრუნვის გამოჩენად, არამედ უსაფრთხოების გარანტიად ითვლება;

- გეონდეს სრულად ხარისხიანი კონტროლი სასტუმროს ცხოვრებაზე, რამდენი და რომელი ნომრებია დაკავებული, რომლებია მეტად პოპულარული, როგორ რეაგირებენ სტუმრები სასტუმროში მიღებულ სიახლეებსა და ცვლილებებზე;
- შეასრულო შემოსვლა/გასვლების პროცესების ავტომატიზაცია, რაც ბევრჯერ აჩქარებს მუშაობის შესრულების სიჩქარეს და შესაბამის პროცესებს;
- მიიღო დროული ინფორმაცია ნომრის განთავისუფლების შესახებ, რაც მოგცემს ნებას ოპერატიულად გაამზადო ნომერი შემდეგი სტუმრისთვის, მოახდინო სტუმრის გადაცხოვრება და ა.შ.

სასტუმროს მართვისათვის პროგრამული აღჭურვა ასევე ორი ქვესისტემისგან შედგება: წინა ოფისი „front office“ და უკანა ოფისი „back office“. ვირტუალურ „front office“-ში შედის პორტიეს, ჯავშნებისა და სანომრე ფონდების ხელმძღვანელების სამსახური. აქ იწერება ინფორმაცია მუდმივი სტუმრებისა და კორპორატიული მომხმარებლების, მათი თვისებებისა და „გასტრონომიული მიზიდულობის“ შესახებ, რაც იძლევა საშუალებას ინდივიდუალურად მიუდგე სტუმრების მომსახურებას. „Front office“-თან შესაძლოა მიერთებული იყოს ელექტრონული გასაღების სისტემები, ტელეფონები, ფასიანი ტელევიზია, მინი-ბარების აღმრიცხველი ელექტრონული სისტემა, რესტორნისა და ბარის აღმრიცხველი სისტემა, უსაფრთხოების კონტროლის მაჩვენებელი. თუ სასტუმროს ნომრებში არსებობს გამოყოფილი ზოლი ინტერნეტის წვდომისათვის, მაშინ შესაძლებელია იყოს დროის კონტროლის სისტემაც, რომელიც სტუმარმა მსოფლიოს ქსელში გაატარა. „Back office“ - მხარეს, შესაბამისი პრესონალი ბუღალტერიით, შიდა საფინანსო ნაკადებითა და ამგვარი შიდა დოკუმენტაციითაა დაკავებული, რაც უამრავია. პორტიეს ან მოლარეს, და ასევე სხვა მომხმარებლებს აქვთ სისტემაში წვდომის სხვადასხვა უფლებები, რომლებიც უნდა იყოს აღჭურვილი პერსონალური კომპიუტერებითა და შემდეგი მოწყობილობებით:

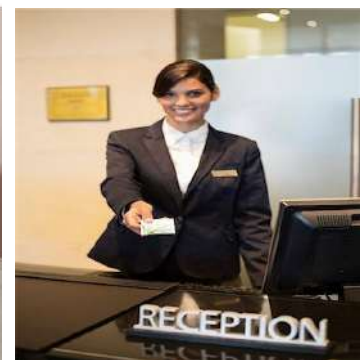
- **ბეჭდვის მაღალი სიჩქარის მქონე ლაზერული პრინტერით**, რომლის მეშვეობითაც იბეჭდება გასასვლელი სტუმრის ანგარიში. პრინტერის ხარისხი საკმაოდ მაღალი უნდა იყოს, უნდა იყოს პროფესიონალური და უძლებდეს მუშაობის მაღალ ტემპს;
- **ასლის გადაღებისთვის განკუთვნილი აპარატით**;
- **საკრედიტო ბარათებისთვის განკუთვნილი ავტორიზებული აპარატით**, რომელსაც იძლევა ბანკი, რომელიც უშვებს საკრედიტო ბარათებს;
- **ელექტრონული გასაღების შესაქმნელად საჭირო ტერმინალით**, თუ სასტუმროში ელექტრონული საკეტებია. ტერმინალი შეიძლება იყოს პატარა მონიტორი კლავიატურით და გასაცურებელი მექანიზმით ან/და მონობლოკი;
- ფულის შემოწმების დეტექტორით;
- საბუთებზე თარიღისა და დროის აღსანიშნავად საჭირო შტამპით;
- იმპრინტერით - მექანიკური მოწყობილობით, რომელიც განკუთვნილია ბარათით გადახდისას ჩეკის შევსებისათვის. იმპრინტერში იდება შტამპი, რომელზეც ამობეჭდილია (ბარათის ნომრისა და მოქმედების ვადის, კლიენტის სახელისა და გვარის, კომპანიის დასახელების მექანიკური დაბეჭდვა პლასტიკური ბარათის მთავარ მხარეზე) მიღების წერტილის

საიდენტიფიკაციო მონაცემები. ბარათს დებენ იმპრინტერში და აცურებენ ჩეკს;

- **პლასტიკური ბარათებისთვის განკუთვნილი ელექტრონული ტერმინალებით.** ასეთი მოწყობილობა საშუალებას იძლევა წამში გადაიტანო ქაღალდზე ბარათის ასლი და დაარეგისტრო სტუმარი, რომელიც მოგვიანებით შეავსებს და დატოვებს სარეგისტრაციო ბარათს. ეს ძალიან მოსახერხებელია დიდი შემოსვლების დროს, ვინაიდან საბანკო ბარათის რეგისტრაციაზე (მისი გაცურება, შემდგომი ავტორიზაცია, ჩეკის ამობეჭდვა) 4 წუთი მიდის, ხოლო საბანკო ბარათის ასლისა და სარეგისტრაციო ფორმის გამოყენების დროს სტუმრის დარეგისტრირება 1 წუთშია შესაძლებელი;
- **ფაქსით;**
- საინფორმაციო-გასაღებების ფართ (მექანიკური საკეტების მქონე სასტუმროებში);
- **ციფრული მრავალარხიანი სატელეფონო სადგურით,** რომელიც რთავს სასტუმროს შიგა ზარებს; ტელეფონს უნდა გააჩნდეს დისპლეი, რომელზეც დაიწერება ინფორმაცია ვინ ვის ურეკავს.

უნდა გვახსოვდეს, რომ მოწყობილობების უმრავლესობა უნდა იყოს დამალული სტენდის შიგნით. არ შეიძლება მიმღების ადგილის დაკავება ზედმეტი მოწყობილობებით. ალიაქოთი ნეგატიურ შთაბეჭდილებას ქმნის სასტუმროს შესახებ.

მიმღების სახეს ქმნის **მიმღების აგენტი (Front Desk Agent)** (მიმღების თანამშრომელი, რეგისტრატორი, რეცეფციონისტი, ადმინისტრატორი, პორტიე. სხვადასახვა სასტუმროში სხვადასხვა სახელია დამკვიდრებული). რომელიც პირდაპირ ანგარიშვალდებულია მის ზემდგომ ხელმძღვანელზე.



ეს შეიძლება იყოს: მიღება-განთავსების სამსახურის ზედამხედველი (Front Office Supervisor); არაპირდაპირ ანგარიშვალდებულია: მიღება-განთავსების მენეჯერთან (FO Manager), მიღება-განთავსების მენეჯერის ასისტენტთან (Assistant FO manager) და ა. შ. იმის მიხედვით თუ რა პოზიციებია კონკრეტულ სასტუმროში.

შესასრულებელი სამუშაოს მიზანი: სტუმრების მიღება და დარეგისტრირება სასტუმროში, სასტუმრო სტრუქტურისა და გადახდის მეთოდების ახსნა-განმარტება, სტუმრების გაწერა სასტუმროდან, ანგარიშის მომზადება და განმარტება სტუმრისთვის, სტუმრების მრავალფეროვან კითხვებზე პასუხის გაცემა მათი მოთხოვნების სწორი შეფასებით და შემდეგ პიროვნული რეკომენდაციების მიცემა. საუბრის წარმართვა მომხმარებლის ნდობის მისაღწევად .

ძირითადი მოვალეობები და პასუხისმგებლობა :

1. სტუმრების მიღება მეგობრულ და ეფექტურ გარემოში, შეძლებისდაგვარად სტუმრის სახელით მიმართვა (ზოგიერთი სასტუმროს სტანდარტია მინიმუმ ორჯერ მაინც მიმართოს სტუმარს სახელით);
2. დარწმუნება იმაში, რომ სტუმრის ნომერი შეესაბამება მის მოთხოვნას და ოთახის საფასური იმ დროინდელ კურსში არის წარმოდგენილი. სტუმრის გაწერა სასტუმროდან უნდა მოხდეს შესაბამის დროს, აუცილებელია სტუმრის კმაყოფილების შეფასება, გასაღებების ჩაბარება, თუ გვიან გასვლა აქვს სტუმარს, მაშინ შესაბამისი თანხის დამატება და საბოლოო ანგარიშის წარდგენა სტუმრისთვის.
3. თანხის მიღება ნაღდი ანგარიშსწორებით ან საბანკო ბარათით.
4. ყველა სტუმართან მომსახურების შენარჩუნება მასპინძლობის და მაღალი პროფესიონალიზმის მიხედვით, შეძლებისდაგვარად განსაკუთრებული მოთხოვნების დროულად მოგვარება, მომხმარებლის პრეტენზიების მოგვარება, სტუმრის დახმარება სასტუმრო მომსახურებასთან დაკავშირებით ნებისმიერ საკითხებში - ყველა მოთხოვნის ზუსტი და დროული მოგვარება;
5. კომუნიკაცია სტუმართან უნდა განხორციელდეს როგორც, პიროვნულად ასევე ტელეფონით;
6. კომპიუტერული სისტემის ეტაპობრივად გადატვირთვა სტუმრების მიღების, გაწერის, ოთახების შეცვლის ან დაბლოკვის, ასევე დღიური ანგარიშების (რეპორტის) ეფექტიანად განხორციელების მიზნით;
7. ჰარმონიულად და პროფესიონალურად მუშაობა სუპერვაიზერებთან და თანამშრომლებთან.
8. ჯავშნის მიღება, ცვლილებების ან გაუქმების განხორციელება, დაჯავშნის სამსახურის არ არსებობისას.
9. კარგი კომუნიკაცია, სასტუმროს ყველა განყოფილებასთან.

10.2. მიმღები სამსახურის დილის,საღამოს და ღამის ცვლა⁴⁵

მიმღები სამსახურის დილის ცვლა: სასტუმროს ზოგადი შეფასებისათვის ძალიან მნიშვნელოვან როლს თამაშობს პირველი შთაბეჭდილება. ეს მარტივია და გასაგებია: სტუმრები ხშირად მოდიან სასტუმროში ხანგრძლივი ფრენის შედეგად დაღლილები და ზოგჯერ ცუდ ხასიათზეც. ბუნებრივია, მათ სჭირდებათ სითბო, კეთილი სიტყვა და წრფელი ღიმილი. რეგისტრაციის დროს მიღებული უარყოფითი და ნეგატიური შთაბეჭდილება აიძულებს სტუმარს წინდახედულად ელოდოს ხრიკს სასტუმროს სხვა სამსახურებისგანაც.

მიმღების განყოფილების დილის ცვლა სამუშაოს დილის 7:00 საათზე იწყებს, დილიდანვე ემზადება და ყველაფერს აკეთებს და ამოწმებს, რომ დღე პროდუქტიული იყოს. შემდგომში ამზადებს სარეგისტრაციო ბარათებს მოსალოდნელი შემოსვლებისათვის, ბეჭდავს „Opera-დან სარეგისტრაციო ბარათებს,

⁴⁵ სტუმრის მიღება-განთავსება სასტუმროში და დაჯავშნის სამსახური. თბ.,2011 - დ. ჭავჭავანიძე სასტუმრო „შერატონ ნურ-სულთანის“(ყაზახეთი) ოთახების მართვის დირექტორი.

მარჯვენა მხარეს უნდა დააჭიროთ Reg Card-ს, როდესაც დაიბეჭდება, ალაგებს ანბანის მიხედვით.

სარეგისტრაციო ბარათები ხარისხდება ანბანის მიხედვით და სტუმრის შემოსვლის დროს მისი მოძებნა ადვილდება. თუ სტუმარს აგზავნის სააგენტო და ანგარიშის გადახდას თავის თავზე იღებს, არავითარ შემთხვევაში სარეგისტრაციო ბარათზე არ იწერება ის საფასური, სტუმარი ტურისტულ სააგენტოში უფრო მეტ თანხას იხდის, ვიდრე სასტუმროში, რადგან ტურისტული სააგენტოები სასტუმროში ფასდაკლებით სარგებლობს.

რომ არ დაიბეჭდოს ფასი „Opera“- თი უნდა შეხვიდეთ სტუმრის ჯავშანში, დააჭიროთ „More Fields-ს და გამოვა ფანჯარა, სადაც უნდა „ჩავართოთ მონიშვნა“ – „Print Rate“.

- ამავე ფანჯარაში ჩანს შეუკვეთა თუ არა სტუმარმა აეროპორტიდან წამოყვანა ან წაყვანა, თუ ამ ფანჯარაში მითითებულია Pickup Reqd – YES ან Dropoff Reqd- YES, ეს ნიშნავს რომ სტუმარმა სასტუმროში შეუკვეთა ტრანსპორტირება. ამ შემთხვევაში აუცილებლად უნდა ეწეროს ჩამოსვლის დრო და რეისის ნომერი.
- კერძო სტუმრის შემთხვევაში კი პირიქით, აუცილებელია გადასახდელი თანხის მითითება, თანაც ეს თანხა რას მოიცავს უნდა ავუხსნათ.

მიმღების განყოფილების დილის ცვლა: არიგებს ოთახის ნომრებს სტუმრების მოთხოვნებისამებრ. მაგალითად, თუ სტუმარმა დაჯავშნის დროს შეუკვეთა არამწვევლთა ოთახი, მას უნდა დახვდეს ამ სტატუსის ოთახი ან თუ ოთახი უნდა ზედა სართულზე, ასევე უნდა დავახვედროთ.

- კითხულობს Log Book-ს სადაც ყველანაირი ინფორმაცია იწერება სასტუმროს შესახებ, რომელიც უნდა შესრულდეს, ან უბრალოდ ახალი ინფორმაცია.
- კითხულობს Trace-ს, რომლებიც იბეჭდება Opera-დან, Trace-ში იწერება ინფორმაცია ან ის რაც უნდა შესრულდეს მომავალში.
- აღვიძებს სტუმარს მისისვე თხოვნით.
- თუ დღის განმავლობაში ჩამოდის ჯგუფი წინასწარ ამზადებს გასაღებს მთელი ჯგუფისთვის და აწყობს სარეგისტრაციო ბარათებთან ერთად ანბანის მიხედვით.
- თუ სტუმარი დღგ-საგან არის გათავისუფლებული ამის შესახებ სასტუმროში უნდა იყოს გამოგზავნილი წერილი, სადაც ეწერება, რომ ეს სტუმარი დღგ-ს არ იხდის, ეს წერილი საჭიროა, რათა სასტუმრომ წარადგინოს საგადასახადო სამსახურში. დილის ცვლა კი ამ წერილებს აკრავს სტუმრის სარეგისტრაციო ბარათთან ერთად.
- იმ შემთხვევაში, თუ მიმღებს არ აქვს ასეთი წერილი რომელიმე სტუმრის შესახებ, უნდა მისწეროთ დაჯავშნის განყოფილებას Trace-ს Opera-ში, რომ მოგაწოდონ წერილი. თუ მიმღების განყოფილება არ მიიღებს წერილს სტუმრის წასვლამდე, შესაძლებელია სტუმარმა გადაიხადოს დღგ, რადგან არ გექნებათ დასტურის წერილი მისი დღგ-სგან გათავისუფლების შესახებ.
- აკეთებს Guest In House რეპორტს, რომელიც ასევე იბეჭდება Opera-დან, და ადარებს სასტუმროში მყოფი სტუმრების რეალურ სიასთან.
- აწევრიანებს სტუმრებს სასტუმრო პროგრამაში.
- ყოველ სამ საათში ერთხელ იბეჭდება DownTime Report/Contingency report საჭიროა მაშინ, თუ გაითიშება სასტუმრო პროგრამა Opera, ამ რეპორტში არის ყველანაირი ინფორმაცია სტუმრების შესახებ, ასევე მომავალი სტუმრების, ოთახების სტატუსის და სტუმრების ანგარიშების შესახებ.

- ცვლის უფროსი ვალდებულია მუდმივი კავშირი ჰქონდეს სართულების უფროსთან, აცნობოს მას იმ გასვლების შესახებ, რომლებიც განხორციელდა და პირველ რიგში რომელი ოთახების დალაგებაა საჭირო. სართულების უფროსმა, თავის მხრივ, უნდა აცნობოს ცვლის უფროსს, რომელი ოთახებია უკვე გამზადებული ახალი სტუმრების მისაღებად. იმ შემთხვევაში, თუ ცვლის უფროსს არ აქვს ინფორმაცია რომელიმე ოთახის მდგომარეობის შესახებ და სტუმარი უკვე მოსულია სასტუმროში, უმჯობესია მას დააცდევინოთ რამდენიმე წუთი, ვიდრე გააგზავნოთ მოუწესრიგებელ ოთახში, რადგან სტუმარს სასტუმროს შესახებ არ შეექმნება კარგი შთაბეჭდილება.

მიმღების სამსახურის საღამოს ცვლა. დილის ცვლიდან ცვლის გადაბარება ხდება: მოწმდება რამდენადაა სასტუმრო დატვირთული, ფასები, ჩამომსვლელებისა და წამსვლელების სია, რა შეხვედრებია იმ დღეს დანიშნული, თუ არიან VIP ჩამომსვლელები და/ან ჯგუფი.

- ჯგუფის ჩამოსვლის შემთხვევაში ამზადებთ სარეგისტრაციო ბარათებს, გასაღებებს, თუ მზად არ არის.
- ამოწმებთ „Trace“-ს, მათი გადაწყვეტა უნდა მოხდეს მოთხოვნის შესაბამისად.
- ყოველ სამ საათში ერთხელ იბეჭდება, ე.წ. **“Downtime report”** (განსაკუთრებულ გარემოებათა ანგარიში) - რომელიც სისტემის გათიშვის შემთხვევაში საშუალებას გაძლევთ შეამოწმოთ დეტალური ინფორმაცია სტუმრების და სასტუმროს შესახებ.
- საღამოს ცვლის დროს მოწმდება გასასვლელი სტუმრების სია, უპირველეს ყოვლისა, **ურევავთ მათ ოთახში, ეკითხებით რომელი საათისათვის აპირებენ გასვლას და ატყობინებთ სასტუმროს ე.წ. “Late Check out”-ის პოლიტიკას.**
- **„Late Check out“**- არის პროცედურა, როდესაც ხდება ოთახის ე.წ. გაგრძელება, რის შედეგადაც სტუმარი იხდის გარკვეულ საფასურს.
- 15:00-18:00-ნ მდე **“Late Check out”** -ის შემთხვევაში სტუმარი იხდის ოთახის საფასურის ნახევარს, ხოლო 18:00 საათის მერე - ოთახის მთლიან საფასურს.
- საღამოს ცვლის ერთ-ერთი აუცილებელი პროცედურაა **“Credit Limit report”** - ის შემოწმება - Opera-დან, ეს „report“ საშუალებას გაძლევთ გაიგოთ რა მდგომარეობაა სტუმრის ანგარიშებში და ჩანს სასტუმროს მევალე სტუმრები, ანუ ისეთი სტუმრები, ვისაც არა აქვს საკმარისი საგარანტიო თანხა ოთახის საფასურის დასაფარავად.
- აუცილებელია შემოწმდეს ელექტრონული ფოსტა, ფაქსი.
- საჭიროების შემთხვევაში სტუმრების ტრანსპორტირება - აეროპორტიდან წამოყვანა ან წაყვანა.
- ყველა ცვლის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია შემოწმდეს ე.წ. **“Rate Check report”**-ი, რომელიც ასახავს სხვაობას სტუმრის ფასსა და სისტემაში არსებულ ფასს შორის.
- ცვლის დასრულებამდე აუცილებელია შეამოწმოთ სისუფთავე (შემოსასვლელი, მიმღები, ბიზნეს ცენტრი, შიგა ოფისი, ბარგის ოთახი), საბოლოო ანგარიში და ცვლა გადააბაროთ შემდეგ ცვლას, დახუროთ საღარო და ჩააბაროთ მიღებული თანხა ბუღალტერიას.

მიღება- განთავსების სამსახურის ღამის ცვლის პროცედურები და ღამის აუდიტი:

- პატარა სასტუმროებში ერთადერთი პასუხისმგებელი საღამოს 11 საათიდან დილის 7 საათამდე არის ღამის მენეჯერი.
- ღამის მენეჯერს სასტუმროს უსაფრთხოებაზე პასუხისმგებლობის გარდა, ევალება გარკვეული წარმოდგენა ჰქონდეს რეგისტრატურის, საღაროს, სატელეფონო სამსახურის მუშაობის პრინციპებზე.
- ვიდრე სტუმრებს სძინავთ, ღამის მენეჯერი მუდმივად მზადყოფნაში უნდა იყოს ყველაფრისთვის, რაც შეიძლება გაუთვალისწინებლად მოხდეს. მას უნდა ჰქონდეს უნარი, რომ, საჭიროების შემთხვევაში, ისეთი გადაწყვეტილებები მიიღოს, რომ სასტუმროს ავტორიტეტსა და გამართულ ფუნქციონირებას ზიანი არ მიაყენოს.
- იგი პასუხისმგებელია ღამის შემოსვლებისათვის და სტუმრების მიღება-გაფორმებისას არ უნდა დაუშვას შეცდომები.
- უნდა უპასუხოს სატელეფონო ზარებს. გააღვიძოს სტუმრები, რომლებსაც დილის 7 საათამდე სურთ გაღვიძება.
- უნდა დაეხმაროს სტუმრებს პრობლემის მოგვარებაში.

გაკონტროლოს სხვადასხვა მოწყობილობის ფუნქციონირება.

ღამის განმავლობაში ამოწმებს Report-ს, სისტემურ ცვლილებებს და დარიცხვებს.

- **ყოველ სამ საათში იბეჭდება ე.წ. Downtime Report**, სასტუმროს სისტემის გათიშვის შემთხვევაში მასშია ყველაწარმოებელი ინფორმაცია სტუმრების შესახებ, ასევე მომავალი სტუმრების, ოთახების სტატუსის და სტუმრების ანგარიშების შესახებ.
- **Credit card history- ღამის ცვლის ერთ-ერთი აუცილებელი Report**, რომლის დროსაც ხდება უკვე გასული სტუმრების საკრედიტო ბარათის შემოწმება სისტემაში არსებულ საკრედიტო ბარათთან, ბარათის ნომერთან და მოხსნილ თანხასთან. ბარათის ტიპი და მოხსნილი თანხა უნდა ემთხვეოდეს სისტემაში არსებულ მონაცემებს.
- **Discrepancies- ეს არის Report**, რომლის დროსაც ოთახის სტატუსის შესახებ ხდება “Front Desk“- მის ხელთ არსებული ინფორმაციის შედარება დასუფთავების სამსახურის (“Housekeeping“-ის) მონაცემებთან, შეცდომის არსებობის შემთხვევაში, აუცილებლად უნდა მოხდეს მათი გასწორება.
- **ღამის ცვლის დროს იბეჭდება ჩამომსვლელებისა და წამსვლელების დეტალური სია, მოწმდება ე.წ. PM-Master-** ი (ვირტუალური) ოთახები, ხდება მათი თარიღის გაგრძელება თვის ბოლომდე მაინც, თუ მათი ანგარიში დახურული არ არის, იბეჭდება Trace, განკუთვნილი როგორც Front Desk-ის, ისე ჯავშნების განყოფილებისათვის.
- **ყველა ცვლა ბეჭდავს ე.წ. “Transportation Report”- ს**, ხდება გადამოწმება დაემატა თუ არა აეროპორტიდან მოყვანა ან წაყვანა.
- **“Rate check/ rate variance - ერთ-ერთი აუცილებელი Report-ია**, რომლის დროსაც მოწმდება სისტემაში არსებული ფასის შეუსაბამობა ოთახის რეალურ ფასთან.
- **ღამის ცვლის დროს იბეჭდება ე.წ. “Guest in House”- ამ Report-ის მიხედვით** ხდება სასტუმროში არსებული სტუმრების შედარება რეალურ სიასთან.

- ღამის ცვლა აუდიტის ჩატარების წინ ამოწმებს 9500, ეს არის ანგარიშის ნომერი, სადაც თავს იყრის ე.წ. “Lost Charges”, მათი არსებობის შემთხვევაში უნდა მოხდეს თანხის გაუქმება, ანუ “Rebate”.
- შემდეგი დღისათვის მოწმდება ვალუტის კურსი,
- იხურება Micros ანგარიშები, კეთდება მათი ასლი და ხდება მათი რეგისტრაცია Opera-ში.
- ყველა საბანკო ტერმინალზე იხურება საბანკო დღე.
- უქმდება არაგარანტირებული ჯავშნები, ხდება გარანტირებული ჯავშნების რეგისტრაცია სისტემაში ე.წ. “Chek-In”,
- ყოველივე ამ პროცედურის შემდეგ უკვე შესაძლებელია ღამის და ოპერის აუდიტის დაწყება, რომლის დროსაც ხდება საბანკო ტერმინალებიდან შედეგების დახურვა და სალარო აპარატზე ამობეჭდება, ე.წ. Z-Report-ია,
- ამოწმებს დღე-ღამეში შემოსული და გასული სტუმრების სიას,
- ამოწმებს საპატივცემულო სტუმრების სიას და მათი რეგისტრაციისათვის ამზადებს სათანადო საბუთებს,
- ანალიზებს წინა ღამის საშუალო გამომუშავებას.

ადმინისტრაცია არა მარტო ყველა თავისუფალი ოთახის გაყიდვაზე უნდა ზრუნავდეს, არამედ უნდა მიაღწიოს ოპტიმალურ საშუალო დღიურ ღირებულებას (ADR – Average Daily Rate).

მიმღების მნიშვნელობა, პრეტენზიების მიღება. ის დადებითი შთაბეჭდილება, რომელიც სტუმარს შეექმნა სასტუმროში პირველად შემოსვლის დროს, შენარჩუნებლი უნდა იქნეს მისი იქ ყოფნის განმავლობაში, რეგისტრატორი ვალდებულია ზრდილობიანად მიესალმოს მას ყოველ ჯერზე, როცა იგი რეგისტრატურას მიუახლოვდება. არ უნდა შეუქმნას სტუმარს შთაბეჭდილება, რომ წუხდება (სტუმართან საუბრისას ყოველთვის ფეხზე უნდა იდგეს თუ ამდაგვარი სტანდარტი არის სასტუმროში).

რეგისტრატორი უნდა დარწმუნდეს, რომ სტუმარი კმაყოფილია ოთახით და ზოგადად სასტუმროს მომსახურებით. არსებობენ სტუმრები, რომლებიც არ გამოთქვამენ უკმაყოფილებას, მაგრამ იგივე სასტუმროში არასოდეს ბრუნდებიან.

ზოგი სტუმარი თავის პრეტენზიას ზრდილობიანად და წყნარად გამოთქვამს, ზოგი კი ჩხუბს იწყებს და არც შეურაცხმყოფელ სიტყვებს ერიდება.

როდესაც განერვიულებული სტუმარი უახლოვდება რეგისტრატურას, გაიყვანეთ ის კაფეში ან რესტორანში ან დაუძახეთ მენეჯერს. არ უნდა დაუშვათ, რომ მან სხვების თანდასწრებით იყვიროს. უმეტეს შემთხვევაში სტუმარი მართალია, მაგრამ იმ შემთხვევაშიც კი, როცა ის არ არის მართალი, გაესაუბრეთ მას და დაამშვიდეთ. ყოველად დაუშვებელია აჰყვეთ სტუმარს ან აუწიოთ ხმას და ჩხუბით დაასრულოთ მასთან საუბარი.

სტუმართან უნდა იყოთ ზრდილობიანი, რაც შეიძლება მარტივად აუხსნათ შეცდომის მიზეზი და მოუხადოთ ბოდიში. იზრუნეთ იმაზე, რომ მას დაუყონებლივ მოემსახურონ და მადლობა გადაუხადეთ იმისათვის, რომ თავისი პრეტენზიის შესახებ გაცნობათ. არსებობენ ისეთი სტუმრებიც, რომლებსაც ჩვევად აქვთ ჩხუბი. ასეთ სტუმრებსაც ზრდილობიანად მოექცით და შეუცვალეთ ოთახი, შესთავაზეთ

სასმელი. ისწავლეთ ვითარების სწორად შეფასება და იყავით ობიექტური, რადგან სტუმრების პრეტენზიები ზოგჯერ საჭიროა. ისინი ხშირად მიუთითებს იმაზე, რომ ესა თუ ის სამსახური სასტუმროში შესაბამისად არ ფუნქციონირებს.

ბევრ სასტუმროში სტუმარს სთხოვენ წასვლამდე შეავსოს ნომერში არსებული კითხვარი და უპასუხოს, კმაყოფილია თუ არა იგი სასტუმროს მომსახურებით. ბოლო დროს ბევრი სასტუმრო ქსელი გადადის ონლაინ კითხვარის ფორმაზე, ამისათვის სტუმარს რეგისტრაციის დროს სთხოვენ დატოვოს მისი ელ.ფოსტის მისამართი, სტუმრის სასტუმროდან წასვლის შემდეგ მას ელექტრონულ მისამართზე მიუვა ფორმა შესავსებად.

Hotel Booking

Name ■

First Name

Last Name

E-mail

Room Type

Arrival Date & Time ■

<input type="text" value="09"/>	-	<input type="text" value="09"/>	-	<input type="text" value="2019"/>	at	<input type="text" value="11"/>	:	<input type="text" value="20"/>	AM	
Month		Day		Year		Hour		Minutes		

Departure Date ■

<input type="text"/>	:	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>
Month		Day		Year

Number of Guests ■

თავი 11. სასტუმროს დაჯავშნის სამსახური ⁴⁶ (Reservation Department)

11.1 ნომრების დაჯავშნა

დაჯავშნის სამსახური დიდ სასტუმროებში არის ცალკე განყოფილება, ზოგიერთ სასტუმროში ოთახების მართვის დეპარტამენტის დაქვემდებარებაშია, ზოგიერთში კი გაყიდვებისა და მარკეტინგის დეპარტამენტში. ამ სამსახურის ხელმძღვანელს დაჯავშნის განყოფილების მენეჯერი წარმოადგენს (Reservations Manager), რომლის დაქვემდებარებაშია დაჯავშნის „სუპერვაიზერი“ (Reservations Supervisor) და დაჯავშნის განყოფილების კლერკი (Reservations clerks), რომლებიც მუშაობენ ინდივიდუალურ და ჯგუფურ ჯავშნებზე ცალცალკე.

სასტუმროს ოთახის დაჯავშნის რამდენიმე საშუალება არსებობს, ეს არის: ტელეფონი, ინტერნეტი და ფაქსი.

ტელეფონით ჯავშნის მიღებისას თანამშრომელს უშუალო კონტაქტი აქვს მომხმარებელთან, ურთიერთობისას მნიშვნელოვანია ეტიკეტის დაცვა.

თითოეული დაჯავშნის სამსახურის თანამშრომლის მისიაა:

- მაქსიმალურად გაზარდოს გაყიდვა დროული, პროფესიონალური, ხარისხიანი მომსახურებით, რომელიც ზედმიწევნით პასუხობს მომხმარებლის მოთხოვნებს.
- ტელეფონზე საუბრის დროს უნდა გვახსოვდეს, რომ ამ დროს ხმის ტონი და სიტყვები სათანადოდ, დიდი ყურადღებით უნდა შეარჩიოთ. ყოველთვის უნდა გვახსოვდეს, რომ ერთმა უბრალო სატელეფონო საუბარმაც კი შეიძლება შეცვალოს სტუმრის (თუნდაც პოტენციური სტუმრის) შეხედულება სასტუმროს მიმართ.

ტელეფონზე საუბრისას უნდა გვახსოვდეს შემდეგი:

- ტელეფონის ზარს ვპასუხობთ სამი ზარის განმავლობაში;
- საუბარს მისალმებით ვიწყებთ (გამარჯობა ან დილა მშვიდობის, შუადღე, საღამო მშვიდობის), აცნობთ განყოფილებას, (დაჯავშნის განყოფილება), ეუბნებით თქვენს სახელს (მაგ. „ნათია გისმენთ“) და ეკითხებით, - „რით შეგვიძლია დაგეხმაროთ“?
- ხმა არის ხალისიანი, იგრძნობა ენთუზიაზმი და სიტყვები გასაგებად არის წარმოთქმული;
- გაიღიმეთ საუბრის დროს, ღიმილი სასიამოვნო ტონს აძლევს სატელეფონო საუბარს;
- თავი აარიდეთ ჟარგონულ სიტყვებს და გამოთქმებს;

გარდა ზემოთ ჩამოთვლილისა, მნიშვნელოვანია გახსოვდეთ:

- მოსაუბრეს მიეცით საშუალება, რომ გიპასუხოთ. ყურადღებით უსმინეთ სტუმარს;

⁴⁶ სტუმრის მიღება-განთავსება სასტუმროში და დაჯავშნის სამსახური. თბ., 2011. დ. ჭავჭავაძე, სასტუმრო „შერატონ ნურ-სულთანის“ (ყაზახეთი) ოთახების მართვის დირექტორი.

- გამოიყენეთ ისეთი სიტყვები და გამოთქმები, რომელიც დადებითად განაწყობს თანამოსაუბრეს, ზედმეტმა სითამამემ ან მორცხვობამ შეიძლება ხელი შეგიშალოთ კომუნიკაციის წარმართვაში;
- წარადგინეთ საკუთარი თავი ყოველთვის და ადგილმდებარეობა სათანადო მისასალმებელი თუ დასამშვიდებელი სიტყვებით - „ დილა მშვიდობის, სასტუმრო „ თბილისი მერიოტი,“ ნინო გისმენტ, რით შემიძლია დაგეხმაროთ?... გმადლობთ ზარისთვის, სასიამოვნო დღეს გისურვებთ.“
- შესთავაზეთ სტუმარს მომავალში თქვენი მომსახურება;
- თუ მოგიწევთ სტუმარს სთხოვოთ დალოდება, პირველ რიგში ითხოვეთ მისგან ნებართვა;
- თუ სტუმარი ითხოვს სხვა განყოფილებასთან დაკავშირებას, შეეცადეთ შესთავაზოთ თქვენი დახმარებაც, არ აგრძნობინოთ, რომ მისი თავიდან მოშორება გასურთ. იყავით ინიციატივანი და თუ შეგიძლიათ, რაიმე გააკეთოთ სტუმრისთვის, აუცილებლად დაეხმარეთ;
- სატელეფონო საუბრისას მნიშვნელოვანია სახელით მიმართოთ სტუმარს, რომელიც იგრძნობს თქვენს პროფესიონალიზმს და სურვილს, დაეხმაროთ მას.



ჯავშნის გაკეთების პროცესი. ახლა, როდესაც უკვე ფლობთ ინფორმაციას სასტუმროს შესახებ და იცით როგორ უპასუხოთ ტელეფონს, შეგიძლიათ დაიწყოთ დაჯავშნა და გაყიდოთ სასტუმროს ოთახი შემდეგი პროცედურის გათვალისწინებით:

1. გააცანით საკუთარი თავი და იკითხეთ მისი სახელი, დაამყარეთ ურთიერთობა მომხმარებელთან;
2. დასვით კითხვები, რომელზე პასუხის გაცემითაც მიხვდებით, რა სურს სტუმარს. შესთავაზეთ თქვენი პროდუქტი - ოთახები ყველა არსებული კატეგორიის ჩამონათვალით და დარწმუნდით, რომ სტუმარმა გააკეთა არჩევანი;
3. მოიძიეთ ჯავშნისთვის საჭირო ყველა ინფორმაცია, კერძოდ:
 - ✚ სტუმრის სახელი გვარი, ვისზეც ხდება დაჯავშნა;
 - ✚ ჩამოსვლის დღე;
 - ✚ სტუმრობის ღამის რაოდენობა;
 - ✚ გასვლის დღე;
 - ✚ ოთახების რაოდენობა;
 - ✚ ოთახში სტუმრების რაოდენობა;
 - ✚ ოთახის კატეგორია;
 - ✚ მწვეველია თუ არა სტუმარი;
 - ✚ ოთახის ფასი;
 - ✚ საკრედიტო ბარათი ჯავშნის გარანტირებისათვის;

- ✚ სასტუმროში მოსვლის დრო;
- ✚ გადახდის მეთოდი;
- ✚ და ბოლოს, საკონტაქტო დეტალები - ტელეფონის ნომერი, ან ელექტრონული ფოსტის მისამართი.

4. როდესაც დაასრულებთ ჯავშნის მიღებას, კიდევ ერთხელ გაუმეორეთ ჯავშნის დეტალები სტუმარს, სანამ დაუდასტურებდეთ ჯავშანს და მისცემდეთ ოთახის ნომერს;
5. შესთავაზეთ მომავალში დახმარება;
6. მადლობა გადაუხადეთ სტუმარს;

დაჯავშნის გარანტიებისა და გაუქმების სისტემა. ჯავშნის მიღებისას დაჯავშნის განყოფილების თანამშრომელი ითხოვს გარანტიას. რას ნიშნავს ოთახის ჯავშნის გარანტირება?

მოგეხსენებათ, რომ სასტუმროში განსაზღვრული რაოდენობის ოთახებია. როდესაც არის მოთხოვნა ოთახების დაჯავშნის შესახებ და შესაბამისად, იყიდება ოთახები, სასტუმრო არის სავსე სტუმრებით და აღარ რჩება გასაყიდი ოთახები. ამიტომ გვიწევს უარის თქმა თითოეული ახალი სტუმრისთვის ოთახის დაჯავშნაზე, მაგრამ წარმოიდგინეთ, მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ოთახები დაჯავშნილი იყო, ბევრი მათგანი გაუქმდა და სასტუმროს ოთახები დარჩა გასაყიდი, ამის შედეგად სასტუმრომ იზარალა. სწორედ ამიტომაც არსებობს **ჯავშნის გარანტირებისა და გაუქმების სპეციალური სისტემები**.

ჯავშნის გარანტირებით სასტუმრო სტუმარს აძლევს გარანტიას, რომ რა მოთხოვნაც არ უნდა მოვიდეს, დაჯავშნილი ოთახი არ გაიყიდება და თავის მხრივ, სტუმარი, რომც არ ჩამოვიდეს, გაუქმების სისტემის თანახმად, მაინც გადაიხდის ერთი ღამის ღირებულებას. გაუქმების სისტემა განსხვავებულია სხვადასხვა სასტუმროში. შეიძლება იყოს 24-საათიანი გაუქმების სისტემა, რაც იმას ნიშნავს, რომ თუ ჯავშანი გარანტირებულია და თუ სტუმარი 24 საათით ადრე არ შეატყობინებს სასტუმროს გაუქმების ან ჩამოსვლის დღის შეცვლის შესახებ, მაინც გადაიხდის ერთი დღის ღირებულებას. არსებობს 72 საათიანი გაუქმების სისტემაც, სადამოს ჩამოსვლის დღეს 6-საათიანი გაუქმების სისტემა და ა.შ. თუ ჯავშანი გარანტირებული არ არის, სასტუმროს უფლება აქვს ავტომატურად გააუქმოს ჯავშანი სასტუმროს ინტერესებიდან გამომდინარე.

არსებობს ჯავშნის გარანტირების რამდენიმე ხერხი, ეს არის: საკრედიტო ბარათით გარანტია, კომპანიის გარანტია, დეპოზიტით გარანტია.

საკრედიტო ბარათით გარანტია ნიშნავს სტუმრის მიერ საკრედიტო ბარათის მონაცემების მიწოდებას სასტუმროსათვის. თუ სტუმარი არ ჩამოვიდა და არ შეასრულა გაუქმების სისტემის პირობები, მის მიერ მოწოდებული ბარათიდან მოიხსნება საჯარიმო თანხა.

კომპანიის გარანტია გულისხმობს კომპანიის მიერ აღებულ ვალდებულებას, რომ თუ მათი სტუმრისთვის დაჯავშნილი ოთახი არ დაკავდა, გაუქმების სისტემის თანახმად კომპანია გადაიხდის საჯარიმო თანხას.

დეპოზიტით გარანტია კი ნიშნავს, რომ დამჯავშნელს, როდესაც მას არ შეუძლია საკრედიტო ბარათის მოწოდება, სასტუმროში შემოაქვს ნაღდი ფული და თუ დაარღვევს გაუქმების სისტემის პირობებს, თანხა არ დაუბრუნდება.

ჯავშნის დადასტურების ფორმა (დასტურის წერილი). ჯავშნის გაკეთების შემდეგ, დაჯავშნის განყოფილების თანამშრომელი ვალდებულია სტუმარს წერილობით მიაწოდოს ჯავშნის დეტალები. ამისთვის არსებობს სპეციალური წერილი, რომელშიც დადასტურებულია სტუმრის მოთხოვნები და იქვე ნახსენებია სასტუმროს გარანტირების, გაუქმების და სხვა პირობები.

დასტურის წერილი არის ერთგვარი ხელშეკრულება სტუმარსა და სასტუმროს შორის. ის შეიძლება ფაქსით გადაეგზავნოს სტუმარს, ასევე არსებობს დასტურის წერილის ელექტრონული ვერსიაც, რომელსაც მაშინ იღებს სტუმარი, როდესაც ინტერნეტით აკეთებს ჯავშანს.

დასტურის წერილში გამეორებულია ყველა ის ინფორმაცია, რაც ჯავშნის კეთების დროსაა აუცილებელი. (იხ სქემა 1)

Mrs Angelika Barbarossa
Dussel Strasse 78
Dusseldorf
DE DESCRIPTION

Thank you for making your reservation at the Kobuleti Professional learning centre. We have reserved the following accommodations for you:

Arrival Date	Departure Date	Nightly Rate	Room Type
17.05.08	30.05.08	EUR	CSU

Deposit Requested Deposit Due Date Deposit Amount Paid
1,170.00 03.05.08

Your Confirmation Number is 299400, and you are guaranteed for late arrival. If you find it necessary to cancel or change plans, please inform us by 4:00 pm Central Standard Time on your arrival date to avoid one night's room and tax charge to your credit card.

Again, thank you for choosing the Kobuleti Professional learning centre. We look forward to having you as our guest.

Best regards,
Reservations Office

სქემა 1. დასტურის წერილის ტიპური ფორმა.

ინდივიდუალური და ჯგუფური ჯავშნები. ოთახის დაჯავშნა ხდება უშუალოდ სტუმრის, ამა თუ იმ კომპანიის ან ორგანიზაციის მიერ. თუ იგი რომელიმე საერთაშორისო ორგანიზაციის წევრია, მაგალითად, ეუთოს დამკვირვებელთა მისია, უკავშირდება ამ ორგანიზაციას და ეს უკანასკნელი ვალდებულია იზრუნოს სტუმრის განთავსებაზე. უკავშირდება იმ სასტუმროს, რომელსაც კონკრეტულად ითხოვს სტუმარი, ან ისეთს, რომელიც პასუხობს საერთაშორისო მოთხოვნებსა და სტანდარტებს.

როგორც წესი, სასტუმროებსა და ორგანიზაციებს შორის არსებობს შეთანხმება ხელშეკრულების სახით, რომლის თანახმადაც სასტუმრო შეღავათიან ფასად სთავაზობს ოთახს ამა თუ იმ ორგანიზაციას, რომელიც თავის მხრივ დებს პირობას, რომ გარკვეული პერიოდის განმავლობაში შეძლებს სასტუმროში გარკვეული რაოდენობის სტუმრების მოყვანას.

გარდა ინდივიდუალურად სტუმრების ვიზიტისა, სასტუმროები ხშირად მასპინძლობენ ამათუ იმ ჯგუფებს. ეს შეიძლება იყოს ტურისტული, სპორტული ან სხვა ჯგუფი. საქართველოში ბოლო ხანებში ხშირად ტარდება საერთაშორისო კონფერენციები, რომლის მონაწილენიც სხვადასხვა ქვეყნიდან ჩამოდიან და საჭიროებენ სასტუმრო ოთახებს. ასეთი კონფერენციების ორგანიზატორები უკავშირდებიან სასტუმროებს და ჯავშნიან ოთახებს. სასტუმროსათვის ჯგუფურ ჯავშნად ითვლება 10 და მეტი ოთახის დაჯავშნა.

თუ ინდივიდუალური ჯავშნების მიღება ხდება უშუალოდ დაჯავშნის განყოფილების მიერ, **ჯგუფურ ჯავშნებზე ჯგუფების კოორდინატორები მუშაობენ.** ისინი სთავაზობენ სპეციალურ ფასებს ჯგუფებისათვის, აფორმებენ ხელშეკრულებებს და თვალყურს ადევნებენ, რომ ხელშეკრულებაში ჩადებული ყველა პირობა შესრულდეს როგორც სასტუმროს, ისე დამკვეთის მიერ. გარანტიებისა და გაუქმების პირობები განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ჯგუფური ჯავშნებისათვისაც. თუ ინდივიდუალური ჯავშანი შეიძლება გაუქმდეს 24 საათით ადრე, ჯგუფური ჯავშნის გაუქმება დამოკიდებულია იმ პირობაზე, რომელიც ხელშეკრულებაში დევს, ეს შეიძლება იყოს 5, 7, 10 და ა.შ დღიანი სისტემა - გამომდინარე სასტუმროს ინტერესებიდან. თუ ეს პირობები ირღვევა, შესაბამისად ჯარიმა ეკისრება დამრღვევს. მაგალითად, სასტუმროში დაჯავშნილია 40 ოთახი, ხელშეკრულების თანახმად, ოთახების გაუქმება ჯარიმის გარეშე შეიძლება მხოლოდ 5 დღით ადრე ჩამოსვლამდე. მოხდა ისე, რომ ჩამოსვლის დღეს 10 სტუმარი არ ჩამოვიდა, რადგან გაუქმება არ მოხდა 5 დღით ადრე, როგორც ეს უნდა მომხდარიყო ხელშეკრულების მიხედვით, დამკვეთი ვალდებულია გადაიხადოს ათივე ოთახის საფასური.

თუ ყველა ინდივიდუალურ ჯავშანზე ვრცელდება ერთი და იგივე პირობა, ჯგუფური ჯავშნებისთვის ეს პირობა განსხვავებულია მათი შინაარსიდან გამომდინარე. ტურისტული ჯგუფებისთვის სხვა პირობები არსებობს, სამთავრობისათვის სხვა, სპორტულისათვის - კიდევ სხვა და ა.შ. ასე, რომ მნიშვნელოვანია სწორედ მოხდეს პირველ რიგში ფასის და შემდეგ სხვა პირობების დადგენა, ისე, რომ დაცული იყოს სასტუმროს გაყიდვების სტრატეგიაც და მომხმარებლის ინტერესებიც.

სტუმრის მიღება სასტუმროში (სტუმრის სარეგისტრაციო ბარათი) როგორც უკვე ვიცით, თითოეული სტუმარი სასტუმროში ჩამოსვლისას იღებს სარეგისტრაციო ბარათს. სარეგისტრაციო ბარათი მზადდება სტუმრის ჩამოსვლამდე, მიმღების ღამის ცვლა ბეჭდავს სარეგისტრაციო ბარათებს ალაგებს ანბანის მიხედვით.

თუ სტუმარმა ოთახის დაჯავშნის დროს მიუთითა თავისი მისამართი საკონტაქტო ინფორმაცია, როგორც არის: მობილური ტელეფონი, სამსახურის ტელეფონი, ელ.ფოსტა, ეს ინფორმაცია გადადის სარეგისტრაციო ბარათზე.

რეგისტრაციის ბარათზე იბეჭდება:

- სტუმრის სახელი გვარი;
- სტუმრის ჩამოსვლის თარიღი;
- სტუმრის გაწერის თარიღი;

- ოთახის ტიპი, კატეგორია და ნომერი;
- ოთახის საფასური;
- სტუმრების რაოდენობა;
- სტუმრის საკონტაქტო ინფორმაცია: მობილური ტელეფონი, სამსახურის ტელეფონი და ელ.ფოსტა;
- სტუმრის მოქალაქეობა;
- სტუმრის ხელმოწერის რეკვიზიტები.

მხოლოდ სტუმრის ხელმოწერის შემდეგ ეს სარეგისტრაციო ბარათი იქცევა დოკუმენტად და ითვლება, რომ სტუმარი ცხოვრობს სასტუმროში. თუ სტუმარმა შემთხვევით არ მოაწერა ხელი სარეგისტრაციო ბარათს, უნდა სთხოვოთ, რომ აუცილებლად მოაწეროს. ძირითადად სტუმრები სარეგისტრაციო ბარათს ავსებენ სასტუმროში შესვლის დროს, თუ სტუმარს უკვე ქონდა ჯავშანი ის მიუთითებს მის საცხოვრებელ მისამართს, საკონტაქტო ინფორმაციას და ხელს აწერს. თუ სტუმარი უკვე იყო ნამყოფი სასტუმროში, მაშინ მისი ინფორმაცია აისახება მის „Profile“-ში და აღარ არის საჭირო მისი ხელახლა შევსება, სტუმარი ჩამოსვლისას მხოლოდ სარეგისტრაციო ბარათზე აწერს ხელს.

თუ სტუმარს არ აქვს ჯავშანი და შემოდის სასტუმროში, უკეთებს ჯავშანს, იღებს ყველა საჭირო ინფორმაციას სტუმრისა და ჯავშნის შესახებ და მხოლოდ ამის შემდეგ იბეჭდება სარეგისტრაციო ბარათი. თუ სასტუმროს ხარჯს ფარავს ტურისტული სააგენტო, სარეგისტრაციო ბარათზე არ იწერება ოთახის საფასური.

II. 2 სასტუმროში სტუმრის მიღება/განთავსება - ანგარიშსწორება/განწერა (Check-in; Check-out)

სტუმრის რეგისტრაცია სასტუმროში-Check In. სტუმრის დარეგისტრირებისას თქვენ შესაძლებლობა გეძლევთ გამოამუშავოთ თქვენი სტუმართმომყვარეობა და პროფესიონალიზმი. ეს სწორედ ის დროა, როდესაც სტუმარს უნდა გააცნოთ ის მომსახურება, რასაც სასტუმრო სთავაზობს სტუმარს, როგორცაა მაგალითად, რესტორნები და ბიზნესცენტრი. სტუმარი, რომელიც პირველად რჩება სასტუმროში, თქვენს მიერ მიწოდებულ ინფორმაციით გაიცნობს სასტუმროს და პირველი შთაბეჭდილებაც სწორედ ამ მომენტიდან ექმნება.

- შვეიცარი ცენტრალური შესასვლელის გარეთ დახვდება სტუმარს, გაუღებს მანქანის კარს, ან დაეხმარება ავტობუსიდან ჩამოსვლაში, თუ სტუმარს აქვს ბარგი, დაეხმარება სასტუმროში ბარგის შეტანაში.
- რეგისტრატორი, რომელთანაც მივა სტუმარი, გულითადად მიესალმება მას. სტუმარს თავაზიანად სთხოვს პასპორტს ან პირადობის დამადასტურებელ მოწმობას. იმ მოწმობებს ავსებს, რომლებიც აკლია სარეგისტრაციო ბარათზე, მაგალითად მისამართი, ელ.ფოსტა და ხელისმოწერა.
- მიმღების თანამშრომელი ადასტურებს შეკვეთას, თუ იქნება რამე ცვლილება, აკეთებს შესაბამისი ცვლილებების სისტემაში;
- მიმღების თანამშრომელი ეკითხება გადახდის მეთოდის შესახებ;
- თუ სტუმარი სასტუმროს პროგრამაში წერია, იწერს ნომერს სისტემაში, თუ არა სტუმრის თხოვნით აწევრიანებს;

- უბეჭდავს ელექტრონულ გასაღებს, ელექტრონულ გასაღებს ათავსებს სპეციალურ ყდაში, რომელზეც მიუთითებს ოთახის ნომერს რომელსაც ხმამაღლა არ აცხადებს.⁴⁷
- ამის შემდეგ ემშვიდობება და სთხოვს სტუმარს, თუ დასჭირდება დახმარება მას მიმართოს;



მებარგული ეხმარება სტუმარს ბარგი ატანაში, თუ მებარგული ლიფტით ისარგებლებს, გზას დაუთმობს და თვითონ ბოლო შვეა ლიფტში, ასევე მოიქცევა გამოსვლისას, ჯერ სტუმარს დაუთმობს გზას;

მებარგულემ კარგად უნდა იცოდეს სასტუმროში ოთახების განლაგება და არ უნდა დაიწყოს ოთახის ძებნა სტუმრის თანდასწრებით;

სტუმრის ოთახში აცილებისას არსებობს რიგი პროცედურები, რომლებიც მებარგულმა უნდა შეასრულოს, რათა სტუმარმა სასტუმრო გაიცნოს. ეს პროცედურებია:

- მიესალმეთ სტუმარს და უთხარით - კეთილი იყოს მისი მობრძანება სასტუმროში და ქალაქში, მიმართეთ სახელით;
- ჰკითხეთ სტუმარს, რომელია მისი ბარგი, ააცილეთ სტუმარი ოთახამდე და აუტანეთ ბარგი;
- გზად უნდა აუხსნათ სასტუმროს განყოფილების მდებარეობა და მათი მუშაობის საათები;
- სანამ ოთახამდე მიხვალთ ასწავლეთ, როგორ გამოიყენოს გასაღები;
- კარის გაღების შემდეგ, პირველი თქვენ შედიხართ ოთახში და ანთებთ სინათლეს.

ოთახში შესვლისას:

- აანთეთ შუქი;
- აუხსენით მას რა სად არის ოთახში, როგორ ჩართოს და გამორთოს ტელევიზორი, ინტერნეტი, გასათბობი/გასაგრილებელი სისტემა. მიუთითეთ სად არის სტუმრების საინფორმაციო წიგნი, ოთახში არსებული სეიფი, მინი-ბარი და მისი ფასების სია, გასაღებების სისტემა;
- აცნობებთ მომსახურების სფეროების შესახებ: ბიზნეს და გამაჯანსაღებელი ცენტრები, სასტუმროში არსებული მაღაზიები, რესტორნები, ბარები;
- აუხსენით უსაფრთხოების და საევაკუაციო სისტემა: სახანძრო გასასვლელიები, კარის ჭუჭრუტანა, კვამლის დეტექტორი ოთახში;

⁴⁷ სასტუმროს ელექტრონული გასაღები(ვრცლად იხ. ლ.დოლიკაშვილი,სასტუმროს მენეჯმენტი ნაწ I თბ.;2017)

- გადასწიეთ ფარდა და აჩვენეთ სტუმარს ხედი;
- წასვლამდე აუცილებლად იკითხეთ რამე თხოვნა ან კითხვა თუ აქვს.
- უთხარით თქვენი სახელი და შიდა სატელეფონო ხაზი, რომლითაც შეიძლება თქვენთან დაკავშირება შემდგომში რაიმე თხოვნით თუ კითხვით;
- უსურვეთ მას სასიამოვნო დასვენება;
- ოთახში ყოფნის დროს სტუმრისგან შეუმჩნევლად შეამოწმეთ თავის ადგილზეა თუ არა აბაზანისათვის განკუთვნილი ნივთები, ნაგვის ყუთი, საფერფლე და ა.შ. გამოსვლის შემდეგ აცნობეთ სართულის უფროსს, თუ აკლია რამე;

რეგისტრატორმა უნდა გადაამოწმოს აიტანეს თუ არა ოთახში სტუმრის ბარგი. სტუმრის ბარგი სტუმრის ოთახში უნდა განთავსდეს, დასაკიდებელი ნივთები გარდერობში უნდა დაკიდოთ. მაგალითი იმ ფრაზებისა, რომელთა გამოყენებაც შეგიძლიათ, როდესაც უკვე დააპირებთ გამოხვიდეთ ოთახიდან: -„მე ტერი მქვია, თუ რაიმე დაგჭირდათ , შეგიძლიათ დამიკავშირდეთ 1020-ზე. გისურვებთ სასიამოვნო დასვენებას“.

ჯგუფის ჩამოსვლა. „Front office“-ის მზადყოფნა ჯგუფის მისაღებად დამოკიდებულია იმაზე თუ რამდენი კაცია ამ ჯგუფში. ჯგუფის მისაღებად საჭიროა იგივე პროცედურები, რაც ერთი სტუმრის მიღებისას. მგზავრობის შემდეგ დალილ სტუმარს ისე უნდა მოემსახუროს Front office-ის განყოფილება, რომ ყველა პროცედურა სწრაფად გაიაროს და რაც შეიძლება მალე დატოვოს რეგისტრაციის ტერიტორია. **ჯგუფის მისაღებად დაგეგმილი მოქმედებები. მრავალრიცხოვანი ჯგუფი (40-100 სტუმარი)**



კომპანიის წარმომადგენელს ეძლევა Rooming list-სტუმრების სია, რომელშიც მითითებულია ჯგუფის მონაცემები და ოთახების ნომრები, სადაც სტუმრები არიან დაბინავებულნი. სარეგისტრაციო ბარათები ხელის მოსაწერად ურიგდებათ სტუმრებს. გადახდის ფორმა უკვე გარკვეულია ჩამოსვლამდე.

რეგისტრატორი აძლევს მათ გასაღებს, ბარგის ბარათებს , მიუთითებს, რომელ სართულზეა მათი ნომერი, სად მდებარეოს ლიფტი და უსურვებს მათ „კარგ დასვენებას“. **ბარგის ბარათზე მითითებულია ოთახის ნომერი და სტუმარი მებარგულის დახმარებით ამ ბარათებს ამაგრებს თავის ბარგზე.** ცალკე შეადგენთ ჯგუფის წევრების სიას და მიუთითებთ ოთახის ნომრებს, რომლებიც მათთვის არის დაჯგუფნილი. ამ სიას დაურიგებთ ყველა განყოფილებას, რომლებსაც ჯგუფის მომსახურება ევალებათ.

მცირერიცხოვანი ჯგუფი. (10-40 სტუმარი) სარეგისტრაციო ბარათები და გასაღები უკვე წინასწარ არის გაკეთებული და ანბანის მიხედვით ალაგია. ჯგუფის ჩამოსვლისთანავე მებარგული ხვდება გარეთ და ეხმარება ბარგის გადმოზიდვაში. ბარგი ლაგდება ერთ ადგილას, დაითვლება ჯგუფის ხელმძღვანელთან ერთად და მხოლოდ ამის შემდეგ დარიგდება ოთახებში.

სტუმრები მიდიან მიმღებთან, ავსებენ სარეგისტრაციო ბარათს, ხელს აწერენ. ხშირად პატარა ჯგუფებში გადახდის ფორმა არის საკრედიტო ბარათი ან ნაღდი ფული. მერე იღებენ გასაღებს და ადიან ნომერში.

ჯგუფის მიღება - განთავსება, ბარგის მოვლა და დარიგება.



გაყიდვების განყოფილების მთავარი ამოცანაა ჯგუფებისთვის ჯავშნის გაკეთება. ერთ-ერთი გაყიდვების საშუალება არის იმ არაჩვეულებრივი სერვისის გარანტია, რომელსაც თქვენ შესთავაზებთ სტუმრებს. მებარგულები დიდ როლს თამაშობენ მომსახურების ბიზნესში. გაყიდვების განყოფილებამ შეიძლება შეათანხმოს ჯგუფებისთვის განსაკუთრებული სერვისი, მაგალითად, ჯგუფის ბარგის მოვლა ან ოთახებში დარიგება.

ჩვეულებრივ ჩამოსვლისას თითოეულ ბარგზე ეკვრება სტუმრის სახელი და/ან ოთახის ნომერი (**ბარგის ბარათი**). სტუმრის ოთახის ნომერი შეგძლიათ გაიგოთ მიმღების მიერ ამობეჭდილი ჯგუფის სიიდანაც. ბარგის რაოდენობა უნდა იქნეს დათვლილი მის დარიგებამდე, ბარგს ითვლიან მებარგულები და ჯგუფის ხელმძღვანელი. როდესაც ბარგი დაითვლება ლაგდება ოთახის ნომრების მიხედვით და რიგდება ოთახებში.

გაწერისას მებარგულს გამოქვს ჩანთები სტუმრის ოთახიდან და ჩამოაქვს იგი ბარგის შეკრების ადგილას.

ბარგის ამგვარი განკარგვა საშუალებას აძლევს სტუმარს დაესწროს შეხვედრებს და არ უწევს იმის ლოდინი, თუ როდის აიტანენ ან ჩამოიტანენ ბარგს. იმ შემთხვევაში თუ ჯგუფის წევრის ბარგი იკარგება, თქვენ უნდა მოითხოვოთ სტუმრისგან ბარგის დეტალური აღწერა, სად იყო ბარგი შენახული, შემდეგ უნდა შეამოწმოთ ავტობუსი, ის ადგილი სადაც ბარგი ინახებოდა და საბარგულები. თუ მაინც ვერ იპოვეთ მებარგულმა უნდა შეამოწმოს თითოეული ოთახი, სადაც აიტანა ბარგი.

ჯგუფის ბარგის დარიგება ოთახებში. ჩვეულებრივ, კონსიერჟი კოორდინირებას უწევს ბარგის ატანას გაყიდვების მეუწიერთან და მიმღებთან შეთანხმებით. თუ საჭიროა საჩუქრების დარიგება ჯგუფის წევრების ოთახებში მათ ჩამოსვლამდე, მაშინ

მიმღებმა უნდა დაურიგოს ჯგუფის წევრების ოთახების სია და მიაწოდოს კონსიერჟს. თუ საჩუქრების დარიგება ხდება რეგისტრაციის შემდეგ, მომღებს შეუძლია დაბეჭდოს ჯგუფის წევრების სია, რომლის მიხედვითაც მოხდება დარიგება.

უცხოეთში ჯგუფებს წინასწარ დაარიცხავენ თანხას ბარგის დარიგებისათვის. ეს თანხა ერიცხება ჯგუფის მთლიან ანგარიშს.



მოცდის/მოლოდინის სტატუსი. მოცდის სტატუსი ჩნდება მაშინ, როდესაც ჩამოდის სტუმარი და არ გაქვთ მისთვის თავისუფალი/ მზა ოთახი.

მოლოდინის სიტუაციაში თქვენ უნდა:

- შეასრულოთ რეგისტრირებისთვის საჭირო თითქმის ყველა ეტაპი გარდა გასაღების გადაცემისა. გაარკვიეთ სტუმრის გადახდის მეთოდი, შეიყვანეთ სასტუმროს ქსელის პროგრამის ნომერი, ასე რომ, როდესაც ოთახი გამოჩნდება შეგიძლიათ უბრალოდ მისცეთ მას გასაღები.
- შეცვალეთ ჩამოსვლის სტატუსი ლოდინის სტატუსით, ამით ყველა სხვა განყოფილებას ეცოდინება, რომ სტუმარი ჩამოსულია.

გათავაზობთ ლოდინის სიტუაციის გამკლავების ვარიანტებს:

- შესათავაზეთ სტუმარს ბარგის შენახვა კამერაში.
- თუ სტუმარს ჭირდება ტანსაცმლის გამოცვლა უთხარით სად წავიდეს მაგალითად, სავარჯიშო დარბაზში.
- თუ სტუმარს რაიმე განსაკუთრებული მოთხოვნა ჰქონდა, შეეკითხეთ მას სურს რაიმე კონკრეტული ოთახის ტიპის დალოდება, თუ თანახმაა პირველივე თავისუფალ ოთახში დაბინავებაზე.
- თუ სტუმარმა მოგცათ გადახდის მეთოდი, შესთავაზეთ თუ სურს გამოიყენოს სასტუმროს კვების ან სხვა განყოფილებები და დაარიცხეთ ხარჯი თავის ანგარიშზე.
- იმ შემთხვევაში თუ ოთახი უკვე დაბლოკილი გაქვთ, არ გამოამყდავნოთ იგი, იმიტომ, რომ შეიძლება მისი შეცვლა მოგიწიოთ.
- არასდროს გასცეთ იმ ოთახის გასაღები რომელიც არ არის მზად.
- აუხსენით სტუმარს, რომ დალაგების განყოფილებას უკვე შეატყობინეთ გათავისუფლებისთანავე ოთახის დალაგების აუცილებლობა. არ დააკონკრეტოთ დრო, გარდა იმ შემთხვევისა, როდესაც დარწმუნებული ხართ ამ დროისთვის მზად იქნება.
- შესთავაზეთ მას რისი გაკეთებაც შეგიძლია, მიაწოდეთ ინფორმაცია სასტუმროსა და მიმდებარე ტერიტორიის შესახებ.

- თუ თქვენს სასტუმროს აქვს დარბაზი განსაკუთრებული სტუმრებისათვის, მაგალითად, „ოქროს და პლატინუმის“ პროგრამის წევრების - შესთავაზე იქ მოცდა, ვიდრე ოთახი გათავისუფლდება.



მოულოდნელი ჩამოსვლა- Walk In Guest. რეგისტრატორმა იცის, რომ იგი მოვალეა სტუმარს ყოველთვის გაუღიმოს, მასთან საუბრისას ყოველთვის ფეხზე იდგეს (თუ ეს სტანდარტი არსებობს ამ სასტუმროში) სწორედ შეავსოს საბუთები, ლამაზად და სუფთად იყოს ჩაცმული, მაგრამ გაუთვალისწინებელი ჩამოსვლის შემთხვევაში რეგისტრატორმა უნდა დაამტკიცოს, რომ იგი არის კარგი „გამყიდველი“. როცა სასტუმროში თავისუფალი ნომრები გაქვს, ყველა ღონე უნდა ვიზმაროთ იმისთვის, რომ ისინი როგორმე გავაქირაოთ. ამერიკაში რეგისტრატორის ღირსება განისაზღვრება იმით თუ რამდენ ოთახს გააქირავენ. როდესაც მოგზაური შემოდის სასტუმროში, როგორმე უნდა მოვახერხოთ მისი დაინტერესება ამისთვის ორი რამ უნდა ვიცოდეთ: პროდუქცია, რომლითაც „ვვაჭრობთ“ და სტუმრის ფსიქოლოგია.

პროდუქციაში არ ვგულისხმობთ მხოლოდ ოთახების ცოდნას, არამედ ყველა იმ შეღავათის ცოდნას, რომელსაც სასტუმრო სთავაზობს სტუმარს (ინდივიდუალურია შეღავათები და უფასო მომსახურებები) როგორცაა:

- თორმეტ წლამდე ასაკის ბავშვებისთვის ცხოვრება, რომლებიც ჩერდებიან მშობლებთან ერთად ერთ ოთახში, უფასოა;
- უფასო ყავა დილით;
- 24 საათის განმავლობაში სტუმრების განკარგულებაში მყოფი ექიმი;
- სავარჯიშო დარბაზები, როგორც ბავშვებისთვის ისე დიდებისთვის და ა.შ

რაც შეეხება სტუმრის ფსიქოლოგიის ცოდნას, ის გამოცდილებასთან ერთად მოდის. სტუმართან ყოველთვის თავდაჯერებული უნდა იყოთ, რათა დაარწმუნოთ იგი, რომ სერიოზულ დაწესებულებაში იმყოფება. უთხარით მას რაიმე სასიამოვნო და არასდროდ გასცეთ მოკლე პასუხი. რაც შეილება დიდხანს შეაყოვნეთ თქვენთან და გააცანით სასტუმროს კომფორტი და მომსახურება, თუ ყველა მცდელობის მიუხედავად სტუმარი მიდის, არ გამოხატოთ უკმაყოფილება, უთხარით რომ იმედოვნებთ მომავალში თქვენც მოგეცემათ შესაძლებლობა მას უმასპინძლოთ.

რაც შეეხება გაუთვალისწინებელი ჩამოსვლის ტექნიკურ მხარეს, იგი იგივენიერად წარიმართება, როგორც მოსალოდნელი სტუმრის დაგეგმილი ჩამოსვლა.



გაბრუნებული სტუმარი. სტუმრის გაბრუნება გვიწევს მაშინ, როდესაც სასტუმროში ყველა ოთახი დაკავებულია და არ შეგვიძლია ოთახი მივცეთ გარანტირებული რეზერვაციის მქონე სტუმარს. არსებობს გაბრუნებული სტუმრის ორი ტიპი:

- **თავის ნებით გაბრუნებული სტუმარი.**

ზოგიერთ სტუმარს შეგიძლიათ შესთავაზოთ რაიმე სახის კომპენსაცია, სერტიფიკატი ან ვაუჩერი და ამასთან ერთად დაუჯავშნოთ ოთახი სხვა სასტუმროში, სადაც ოთახის ღირებულებას გადაიხდის თვითონ.

- **ნებაყოფლობის გარეშე გაბრუნებული სტუმარი.**

ამ სტუმარს არ აძლევენ არჩევანის საშუალებას, უბრალოდ, როდესაც ისინი ჩამოდიან, მათ არ ხვდებათ ოთახი, როდესაც ასეთი რამ ხდება სასტუმრო ვალდებულია დაუჯავშნოს, გადაუხადოს ოთახის ღირებულება, სატელეფონი ზარი, იმისთვის რომ დამატებით დადებითი ელემენტი შემატოთ ამ სიტუაციას, შეგიძლიათ სტუმარს შესთავაზოთ სასტუმროს ხარჯით ტრანსპორტირება.

როდესაც სტუმარს გზავნით სხვა სასტუმროში, აუცილებელია იგი შეიყვანოთ გაბრუნებული სტუმრის სიაში, რადგან თუ ამ სტუმართან დაკავშირებას შეეცდებიან, შეგიძლიათ შეატყობინოთ სასტუმრო და ნომერი, რომელშიც სტუმარი დაბინავდა.

ფასის ცვლილება. ფასის ცვლილება ნიშნავს, როდესაც სტუმარს სასტუმროში ყოფნისას ოთახის ღირებულება ეცვლება, თუნდაც ერთხელ მაგალითად: სტუმარი ჩამოდის პარასკევს ოთხი ღამით იგი იღებს „შაბათ-კვირის“ ფასს პარასკევიდან კვირამდე და კვირიდან ორშაბათამდე, ჩვეულებრივ კორპორაციულ ფასს. მათი ფასი შეცვალეთ სისტემაში ორშაბათს „შაბათ კვირის“ ფასიდან კორპორაციულზე.

სასტუმროებს, რომლებიც იყენებენ სისტემას შეუძლიათ გამოიყენონ ფასის შეცვლის ვარიანტი, რომელსაც სისტემა სთავაზობს. საჭიროა მიუთითოთ ოთახის ღირებულება და თარიღი, როდის უნდა შეიცვალოს ფასი და ყველაფერი ავტომატურად კეთდება ღამის აუდიტის დროს.

ოთახის გაცვლა. ოთახის გამოცვლის მიზეზი ბევრი რამ შეიძლება იყოს. ოთახის გამოცვლა შეიძლება მოითხოვოს სტუმარმაც და შესაძლებელია სასტუმრომაც მოსთხოვოს მას. **ზოგიერთი მაგალითი:**

- სტუმარს არ მოსწონს ოთახი ხედის, ხმაურის, ადგილმდებარეობის გამო (ჩრდილიანი, დაბალი, ბნელი და ა.შ.).
- ორადგილიანი ნომრიდან გადის ერთი პერსონა და ამიტომ სტუმარი უნდა გადავიდეს ერთადგილიან ნომერში.

- სტუმარს უნდა სასტუმროში ყოფნა გააგრძელოს, მაგრამ რეგისტრატურა ამ ოთახს ძველი სტუმრისათვის მოიაზრებს.
- სტუმარს სურს ნათესავების ან მეგობრების გვერდით ცხოვრება.
- შემოსვლის დროს არ მოიძებნება სტუმრის სურვილის შესაბამისი ოთახი და შესაძლებელია შეცვლა მეორე დღეს.
- სტუმრების სიმცირის გამო სეზონის ბოლოს სასტუმრომ შეიძლება დახუროს მთლიანად ერთი სართული.
- თუ სტუმარს სურს ოთახის შეცვლა, იგი ყოველგვარი პრობლემის გარეშე სიამოვნებით დათანხმდება ოთახის გამოცვლაზე.

არ შეიძლება ოთახის გაცვლა სტუმრის გაფრთხილების გარეშე. ოთახის გამოცვლა შესაძლოა მოხდეს სტუმრის დაუსწრებლად მხოლოდ იმ შემთხვევაში, როცა ის ამის უფლებას გაძლევთ. ოთახის გამოცვლის შესახებ უნდა შეატყობინოთ სართულის ხელმძღვანელებს.

ოთახის სეიფები. კარგი მომსახურების მიზნით დიდ სასტუმროებში თითოეულ ოთახში არის სეიფი. ის ან კედელშია ჩაშენებული ან რაიმე ავეჯშია ჩადგმული. იქვე ეცნობა სეიფის მოხმარების წესებს, სეიფზე წერია ინსტრუქცია.



ოთახში არსებული დაზიანების შეკეთება⁴⁸ ოთახში არსებული ყველა დაზიანების შესახებ სტუმარი ატყობინებს რეგისტრატურას და ელოდება მის შეკეთებას. რეგისტრატორი ან დასუფთავების სამსახური ავსებს ოთახის დაზიანების ბარათს სამ ეგზემპლარად, სადაც შეაქვს ოთახის ნომერი, ზიანის აღწერილობა, თარიღი და დრო. ერთი ეგზემპლარი გადაეცემა სამეურნეო განყოფილებას, მეორე - სართულის უფროსს, მესამე - ბუღალტერიას. როდესაც შესაბამისი სამსახური შეაკეთებს დაზიანებას, ოთახის დაზიანების ბარათს წარწერით - " შეკეთებულია " - უბრუნებს რეგისტრატურას. თუკი ბლანკი არ დაუბრუნდება რეგისტრატურას, ამ შემთხვევაში რეგისტრატორი უნდა დაინტერესდეს რატომ არ შეკეთდა დაზიანება, რა უნდა უთხრას სტუმარს, ან გადაიყვანოს ის სხვა ოთახში. თუ ოთახში რაიმე სერიოზულადაა დაზიანებული, მაშინ სტუმარი გადაყავთ სხვა ოთახში და ეს ოთახი გადადის სტატუსზე - „Out of Order“. შეკეთების შემდეგ საინჟინრო განყოფილება აცნობებს მიმღების სამსახურს, და ოთახი გადადის სტატუსით - თავისუფალი, ჭუჭყიანი. მერე ეს ოთახი ლაგდება და ისევ ხდება შესაძლებელი მისი გაყიდვა.

საინფორმაციო სამსახური. თავისი მორიგეობის განმავლობაში რეგისტრატორი სტუმრებისგან იღებს კითხვებს მათთვის საინტერესო თემების შესახებ, მაგალითად,

⁴⁸ უფრო ვრცლად ამ საკითხის შესახებ იხ. სახელმძღვ. ლ.დოლიკაშვილი სასტუმროს მენეჯმენტი .ნაწ. 1 (ტექნიკური გაუმართაობის აღმოფხვრის წესები სასტუმროს ნომერში გვ.111), თბ.; 2017.

მათ აინტერესებთ ინფორმაცია გადაადგილების საშუალებების, მათი განრიგის, სხვადასხვა ტიპის რესტორნის, გასართობი ცენტრების, ღირშესანიშნაობების, თეატრების, ფესტივალების, ექსკურსიების შესახებ, აფთიაქების, ეკლესიების მისამართები, საკონსულოების მისამართი, მანქანის გაქირავება, მუზეუმების განრიგი, ამინდის პროგნოზი, სპორტული ღონისძიებები, სატელევიზიო პროგრამები და ა.შ.

პასუხი - “სამწუხაროდ არ ვიცი” - რეგისტრატორმა არასოდეს არ უნდა თქვას. შეიძლება არ იცოდეს პასუხი, მაგრამ რეგისტრატორმა უნდა იზრუნოს იმაზე, რომ მოაგროვოს სხვადასხვა სარეკლამო ბუკლეტები და გამოცემები, სადაც შესაძლებელი გახდება ყველანაირ სავარაუდო კითხვაზე პასუხის მოძებნა. ასევე სტენდზე უნდა ჰქონდეს ტურისტული მეგზურები, გეოგრაფიული რუკები, სამგზავრო რუკები, სასტუმროების მეგზურები და ა.შ. დიდ სასტუმროებს ევროპის ქალაქებში აქვთ ლამაზად გაფორმებული დაბეჭდილი მეგზურები, სადაც შესაძლებელია ზემოთ ჩამოთვლილი საინტერესო ინფორმაციის მოძიება. ამით რეგისტრატორი დაზოგავს ძვირფას დროს და მაღალ დონეზე მოემსახურება თითოეულ სტუმარს.

ნივთების (საჩუქრების, ამანათების) მიღება და გაცემა. მეზარგულთან ხშირად



მიდის სტუმრებისათვის განკუთვნილი საგნები. უფრო ხშირად ეს არის თაიგულის ბუკეტი, ამანათი, მათ მიერ შეძენილი ნივთები.იმ შემთხვევაში, თუ სტუმარი სასტუმროში იმყოფება, უმჯობესია შეატყობინოთ და ეს ნივთი უშუალოდ მას გადასცეთ, განსაკუთრებით თუ ეს ნივთი ძვირადღირებულია. იმ შემთხვევაში, თუ სტუმარი სასტუმროში არ იმყოფება, მისი მიღება შეუძლია მიმღებს, მოაწერს ხელს მიღების ბლანკს. შემდგომში ამ საგანს სპეციალურ ჟურნალში დააფიქსირებენ და თანამშრომელს, რომელსაც ეს ევალება, განსაზღვრავს ნივთი უნდა გადაიტანოს სტუმრის ოთახში, თუ შესაფერის ადგილზე შეინახავს და მის მოსვლისთანავე მიღების ბლანკზე ხელის მოწერის შემდეგ გადასცემს ამ ნივთს. მაგალითად, ვაზაში ყვავილების თაიგული შეიძლება მოათავსოთ სტუმრის ოთახში, ისე, რომ ხელი არ ახლოთ მის შეფუთულობას. სამკაული სეიფში შენახული უნდა იქნეს და სტუმარს დაბრუნებისთანავე გადაეცეს. ამანათი შეიძლება სტუმრის ოთახში შეიტანოთ.

ბარგის მოვლა. შეიძლება მოხდეს ასეთი რამ - სტუმარმა მეზარგულს სთხოვოს შესანახ ოთახში ტანსაცმლის გამოცვლის ნებართვა ბარში წასვლამდე. მეზარგული თანხმდება და უშვებს მას. ოთახში ყოფნისას მამაკაცმა არა მარტო გამოიცვალა ტანსაცმელი, არამედ შეცვალა დარეგისტრირებული ბარგის აღმრიცხველი ნიშნულები რამდენიმე გოლფის ჩანთაზე. მოგვიანებით, იგი შემდეგი ცვლის

მეზარგულს აძლევს აღმრიცხველ ნიშნულებს და ითხოვს გოლფის ჩანთებს, რომელიც ვითომდა დილით დატოვა.



რადგანაც მისი მიცემული რეგისტრაციის ნომრები ემთხვევა ბარგზე მიმაგრებულ რეგისტრაციის ნომრებს, მას, რა თქმა უნდა, აძლევენ ჩანთებს. წარმოიდგინეთ რა მოხდება შემდეგ დილას, როდესაც გოლფის ჩანთის ნამდვილი მფლობელი მოითხოვს თავის ნივთებს და შესანახ ოთახში არაფერი არ დახვდება!

როდესაც სტუმრის ბარგს შესანახად იტოვებთ, სასტუმრო პასუხისმგებლობას იღებს მისი უსაფრთხოებისა და დაცვისათვის. იმისთვის, რომ უზრუნველყოთ ბარგისა და შენახული ნივთების უსაფრთხოება, აუცილებელია შესანახი კამერა იყოს ჩაკეტილი და იქ შესვლა იყოს ნებადართული მხოლოდ კონკრეტული პირებისათვის. სთხოვეთ ლექტორს აგიხსნათ სასტუმროს პასუხისმგებლობა შენახული ბარგის შესახებ. ბარგის პოვნა უნდა მოხდეს აღმრიცხველ ნიშნულებზე მითითებული ნომრების მიხედვით.

ოთახის შეცვლა. (წინასწარ დაბლოკილი ოთახები) სანამ შეცვლიდეთ წინასწარ დაბლოკილ ოთახს უნდა გაარკვიოთ, რა მიზნით იყო ის დაბლოკილი. შეიძლება იმიტომ, რომ:

- გარანტირებული ოთახის ტიპი შეხვდეს სტუმარს. იმ შემთხვევაში თუ იგივე ტიპის სხვა ოთახი არის, დაბლოკილი ოთახის შეცვლა შესაძლებელია.
- თუ კონკრეტული ოთახი გარკვეული მიზნით არის დაბლოკილი და მისი შეცვლა არ შეიძლება, მაშინ “შენიშვნების” ადგილზე მითითებული უნდა იყოს “არ შეცვალოთ ოთახი”, ან “ოთახში ყვავილებია, არ შეცვალოთ”.

უკვე დარეგისტრირებული სტუმრის სხვა ოთახში გადაყვანა. როდესაც დარეგისტრირებული სტუმარი იცვლის ოთახს, თქვენ უნდა:

- შეცვალოთ ოთახი სისტემაშიც, ამასთან თუ საჭიროა ოთახის ღირებულებაც.
- შეცვალოთ იმ ოთახის სტატუსი, რომლიდანაც გადაგყავთ სტუმარი, სტატუსი დამოკიდებულია იმაზე, თუ რამდენად დიდხანს იყო სტუმარი ამ კონკრეტულ ოთახში.
- თუ გადასვლა მომავალში უნდა განხორციელდეს, მაშინ ინფორმაცია ჩაწერილი უნდა იქნეს ჩანაწერების დღიურში და ასევე ეს კონკრეტული ოთახი უნდა დაიბლოკოს სტუმრისათვის მომავალი თარიღიდან.

პრივილეგიის მიცემის პოლიტიკა. ბევრ სასტუმროს აქვს განსაკუთრებული სართულები და/ან დარბაზი განსაკუთრებული სტუმრებისათვის, რომელიც უფრო ძვირია, ვიდრე სტანდარტული ოთახები. ეს ოთახები გამოირჩევა უკეთესი ხედით, დამატებითი კომფორტით და განსაკუთრებული სტუმრების დარბაზში შესვლის უფლებით. “Upgrade” ნიშნავს ასეთი ოთახისა და ჩამოთვლილი პრივილეგიების

მიცემასაც, ჩვეულებრივი ოთახის ფასად. დამატებითი ღირებულების გადასახადისგან გათავისუფლების პროცედურა (დამოკიდებულია ადგილობრივ კანონზე).

დიპლომატებს შეუძლიათ მოითხოვონ დღ-სგან გათავისუფლება, რაც იმას ნიშნავს, რომ მათ არ უნდა გადაიხადონ დამატებითი ღირებულების გადასახადი. სტუმარმა უნდა წარადგინოს თავისი დიპლომატიური ბარათი და ამის საფუძველზე გათავისუფლება დღ-სგან.

სტუმრის გაწერა. სტუმრის დადებითი შთაბეჭდილების მისაღწევად დიდ მნიშვნელობას თამაშობს სასტუმროდან მისი გაწერის მომენტი. გაწერისას მებარგულეს შესაძლებლობა ეძლევა სტუმრის მოთხოვნები შეასრულოს.



გარდა ამისა, თუ რეგისტრაცია არის ის მომენტი, როდესაც სტუმარს პირველი შთაბეჭდილება ექმნება სასტუმროს შესახებ, გაწერისას სტუმარს ვუქმნით უკანასკნელ შთაბეჭდილებას. აჩვენეთ სტუმარს, რომ მასზე ზრუნავთ, უსურვეთ მას უსაფრთხო მგზავრობა და სთხოვეთ დაბრუნდეს თქვენს სასტუმროში!

სტუმრის ბარგი სტუმრის გაწერის დროს. სასტუმროში შემოსვლის დროს სტუმრის ბარგი როგორ გადააქვთ, უკვე ვისაუბრეთ. რაც შეეხება გასვლას, ამ დროს სტუმარი მოითხოვს ოთახიდან ბარგის ჩამოტანას, ეს მოთხოვნა დაუყონებლივ უნდა შესრულდეს.

იმისათვის, რომ კლიენტმა თავისი ბარგი გასასვლელთან მიიღოს, ან მოვათავსოთ მანქანაში ბარგი, მან მებარგულეს უნდა წარუდგინოს ბლანკი მოლარის ხელმოწერით, რომ ანგარიში გასწორებულია.

ზოგჯერ სტუმარს შეუძლია დატოვოს ბარგი სასტუმროში რამდენიმე დღით და მიიღოს დაბრუნების შემდეგ. ამ შემთხვევაში თითოეულ ჩემოდანზე ან ჩანთაზე უნდა მიეკრას ბარათი - **Luggage Tag**, რომელზეც მითითებული იქნება სტუმრის გვარი, ოთახის ნომერი და თარიღი.

ზოგ დიდ სასტუმროებს გამოყოფილი აქვთ ბარგის შესანახი სპეციალური ადგილი, სადაც ინახება სასტუმროდან გამსვლელი ჯგუფის ბარგი, რათა სასტუმროს შემოსასვლელში არ მოხდეს მათი შეგროვება და არ შეიქმნას უწყესრიგობა.

ჯგუფების გასვლის შემთხვევაში ბარგი ჯგუფების მიხედვით უნდა შეგროვდეს, რათა ადგილი არ ჰქონდეს შეცდომით ერთი ჯგუფის ბარგის მოთავსებას სხვა ჯგუფის მანქანაში და ა.შ.



გამოყენებული ლიტერატურა

1. აბულაძე კ., სასტუმრო საქმის საფუძვლები.თბ.; 2015(ელექტრონული სახელმძღვანელო).
2. ბერძენიშვილი ნ. , გზები რუსთაველის ეპოქის საქართველოში. თბ.,1966
3. გუგუშვილი პ., საქართველოსა და ამიერკავკასიის ეკონომიკური განვითარება XIXსს-ში, ტ.VI. თბ., 1975
4. დოლიკაშვილი ლ., სასტუმროს მენეჯმენტი - დიასახლისის სამსახური ნაწ. I. გამომც. „მერიდიანი“ თბ.;2017.
5. დოლიკაშვილი ლ., სასტუმროს მომსახურების და სტუმრის პირადი სტანდარტების შესაბამისობა საქართველოს სასტუმროებში“ - საერთაშორისო, რეცენზირებადი და რეფერირებადი სამეცნიერო ჟურნალი „ეკონომიკა და ფინანსები“. 21-23 თებერვალი, 2020 .
6. დოლიკაშვილი ლ., “ტურისტული მომსახურების მომხმარებლების უფლებების დაცვის სახელმწიფო რეგულირების უმნიშვნელოვანესი ინსტრუმენტები”. სამეცნიერო ჟურნალი „სეუ და მეცნიერება“თბ.; 2019 # 9
7. ვასაძე მ., სასტუმროს მენეჯმენტი. თბ.; 2018 წ.
8. თამარაშვილი მ., ისტორია კათოლიკობისა, თბ., 1902 წ.
9. სახელმძღვანელო მცირე განთავსების ობიექტის ბიზნესის წამოწყებისთვის: საწოლი და საუზმის, სასტუმრო სახლის და ჰოსტელის მაგალითზე (ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაცია ელექტრონული სახელმძღვანელო).
10. კვიციანი კ., „ძველი თბილისური დასახელებანი” . თბ.; 1985 წ.
11. ქართული საბჭოთა ენციკლოპედია. თ.X, თბ., 1986
12. ცხადაია პ, სამეგრელოს გეოგრაფიული სახელწოდებანი. ხობის რაიონი. ქ. ფოთი. თბ. 2007
13. ჯავახიშვილი ი. მასალები ქართველი ერის მატერიალური კულტურის ისტორიისათვის, თბ. 1946, გვ. 60-61.
14. ჭავჭავანიძე დ., სტუმრის მიღება-განთავსება სასტუმროში და დაჯავშნის სამსახური. თბ.; 2011წ.
15. ხელაშვილი ი., ინვესტირების საფუძვლები სასტუმრო ინდუსტრიაში.თბ.; 2016.
16. წერეთელი მ. სასტუმროს სფეროს პრაქტიკული გზამკვლევი. თბ.; 2016.

17. შარდენი ჟან, მოგზაურობა საქართველოში. თბ., 1935.
18. ყაუხჩიშვილი ს.. ქართლის ცხოვრება, ბატონიშვილი ვახუშტი, აღწერა სამეფოსა საქართველოსი, ტIV. თბ.,1973
19. ყორღანაშვილი ლ. საერთაშორისო ტურიზმი. დამხმარე სახელმძღვანელო. თბ.,2012
20. ყორღანაშვილი ლ. ტურიზმის ეკონომიკა. დამხმარე სახელმძღვანელო. თბ., 2012.
21. ყორღანაშვილი ლ. ტურიზმის ბიზნესი. დამხმარე სახელმძღვანელო, თბ., 2010.
22. Butherford Denne G. Hotel Management & Operations - Edindurgh: Van Nostrand Reinhold An intern. Thomson Publ., 2005.
23. Brymer R. Hospitality management an Introduction to the Introindustry. 2010.
24. Mr Murray Mackenzie, Dr Benny Chan, Hospitality Industry.2009.
25. James A. Bardi, Executive Housekeeping. 2006.
26. Robbins, Stephen P. and Coulter, Mary. Management 8th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.2005.
27. Marriott. (Marriott Success You Can Experience [Brochure]. Marriott, J.W. Jr.: Author.Marriott Internship packet2005).
28. Hotel Management and Operations, IV Edition, Denney G. Rutherford, Michael J. O'Fallon, John Wiley & Sons, 2007
29. John H. Innes New Amsterdam and its people: studies, social and topographical, of the town under Dutch and early English rule. N.Y.C.Scribner's sons – General Books LLC 2009.
30. Заякин С.В. Институциональный анализ индустрии гостеприимства. [ელექტრონული რესურსი].
31. Соколова М.В. Архетипы гостеприимства//Сборник научных трудов XIII Международной научно-практической конференции. – М., 2011.
32. Электронный ресурс: <http://www.twirpx.com/file/838358/>
33. Сайт «Гостиничное хозяйство» Управления делами мэра Москвы//<http://www.moshotel.ru/>
34. Herald Tribune newspaper, Tuesday, April 17, 1928/
URL:<http://www/http://freepages.genealogy.rootsweb.ancestry.com>
35. Гудзь Л. Великие отельеры/URL:http://www/http://www.horecaconsulting.biz/publication/749-velikieotelier.html#main_frame
36. Starwood hotels&resorts. URL:<http://www.Starwoodhotels&resorts.com>
37. Marriott. URL:<http://www.marriott.com/> Wilson.
38. URL:<http://www.kwilson.com/hospitality.php> Scandichotels. <http://www.scandichotels>

39. <https://www.travelandleisure.com/worlds-best/hotels-top-100-overall#oberoi-new-delhi>
40. <https://marriott.gcs-web.com/static-files/>.
41. BedandBreakfast.com.
42. <https://traveltips.usatoday.com/different-categories-hotels-104126.html>.
43. <http://fileadmin.cs.lth.se/cs/Education/edan70/AIProjects/2016/slides/CieplikSydvardt.pdf>. (Classification of hotels for Expedia.).
44. <http://static.howstuffworks.com/pdf/lodging-criteria.pdf> (Rating Criteria: The Forbes Travel Guide).
45. <https://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/services/klassifikation.htm>(Offizielle Schweizer Hotelklassifikation).
46. <http://parasola.ru/klassifikatsii-kategorii-hotel.html>
47. <http://turvopros.com/o-chem-govorit-kolichestvo-zvezd-na-otele/>
48. https://www.hotelleriesuisse.ch/files/pdf8/Kriterienkatalog_Normen_2015_2020_CH_dt.pdf (Kriterienkatalog 2015–2020 Kriterien/Normen)
49. <https://www.google.com/search?q=swiss+school+of+tourism+and+hospitality+logo&rlz>
50. www.hotrec.org.<https://www.aa.co.za/>
51. <http://detrup.ru/sovety/podgotovka/klassifikatsiya-gostinits.html>
52. <http://www.google.com/search?q=CARAVANS%20CAMPINGS>
53. <http://www.caravan-camping.com.au/caravan-parks/>
54. http://www.stivesbay.co.uk/indexalt2.htm?g...CFZeD3godzRol_--(Penmarlam Caravan & Camping Park – 2019 Season & Tariff)
55. <http://www.suncamp.nl/nl/nl/campings/belgi...-r144-cp110632/>
56. <https://argus.iliauni.edu.ge/uploads/79/79336.pdf>--“Global Star
57. <http://www.colliers.com/-/media/files/emea/georgia/research/hotel-market-report-2015-eng.pdf?la=ka-ge>
58. <https://marriott.gcs-web.com/static-files/BedandBreakfast.com>

