Caritas Czech Republic

ხუღოს ადგილობრივი განვითარების ჯგუფი

Georgian ecotourism Association

PMC G

Research

როგორ შევქმნათ ეკოტურისტული პროდუქტი

Funded by the U.S. Embassy in Georgia
დაფინანსებულია საქართველოში
აშშ-ს საელჩოს მიერ

პრაქტიკული სახელმძღვანელო საოჯახო სასტუმროებისთვის

წინამდებარე სახელმძღვანელო გამოიცა დემოკრატიის კომისიის მცირე გრანტების პროგრამის ფარგლებში, აშშ-ს საელჩოს ფინანსური მხრდაჭერით.

სახელმძღვანელო მომზადებულია ხულოს ადგილობრივი განვითარების ჯგუფის [Khulo LAG] დაკვეთით და "საქართველოს ეკოტურიზმის ასოციაციის" შესრულებით, პროექტ "საოჯახო სასტუმროებში მომსახურების ხარისხის გაუმჯობესების ხელშეწყობა ხულოს მუნიციპალიტეტში" ფარგლებში.

სახელმძღვანელოში გამოთქმული მოსაზრებები ავტორისეულია და შეიძლება არ ასახავდეს აშშ-ს სახელმწიფო დეპარტამენტის თვალსაზრისს.

როგორ შევქმნათ ეკოტურისტული პროდუქტი

პრაქტიკული სახელმძღვანელო საოჯახო სასტუმროებისთვის

თბილისი, 2020

შინაარსი

1. სახელმძღვანელოს შექმნის მიზანი 5

2. როგორ განვავითაროთ ეკოტურისტული პროდუქტი 6

2.1. ეკოტურისტული პროდუქტის შექმნის საფუძვლები და პრინციპები .. 6

2.2. საოჯახო სასტუმროს, როგორც ეკოტურისტული პროდუქტის, განვითარების მთავარი ასპექტები 8

2.2.1. საოჯახო სასტუმროს ექსტერიერი და უსაფრთხოება 8

2.2.2. საოჯახო სასტუმროს ეზო 10

2.2.3. საოჯახო სასტუმროს ინტერიერი 10

2.3. საოჯახო სასტუმროს მომსახურების ეტაპები 13

2.3.1. ჯავშნის მიღება 14

2.3.2. ოთახის მომზადება და დალაგება 15

2.3.3. სტუმრის მიღება და განთავსება 16

2.3.4. კვებითი მომსახურება 19

2.3.5. სხვა დამატებითი მომსახურებების შეთავაზება 23

2.3.6. საბოლოო ანგარიშსწორება და გაწერის პროცედურა 24

2.4. გარემოს დაბინძურების შემცირების მეთოდები საოჯახო სასტუმროს საქმიანობისას 24

2.4. მარკეტინგი და გაყიდვები 26

2.4.1. ტურისტული ბაზრის სეგმენტაცია, მიზნობრივი სეგმენტების განსაზღვრა და პროდუქტის პოზიციონირება 27

2.4.2. მარკეტინგული კომუნიკაციები 32

2.5. ფასწარმოქმნის პოლიტიკა 34

3. დანართები 37

დანართი 01.
ხულოს მუნიციპალიტეტში მომუშავე ტუროპერტაორების საკონტაქტო მონაცემები 37

დანართი 02.
ინფორმაცია სარეგისტრაციო ბარათისთვის 38

დანართი 03.
ინვოისის ნიმუში 39

დანართი 04.
საოჯახო სასტუმროს წესები (ნიმუში) 40

დანართი 05. ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემა 40

1. სახელმძღვანელოს შექმნის მიზანი

ტურიზმი გლობალურ ინდუსტრიად განიხილება ბოლო ათწლეულების მანძილზე, რომელიც ხელს უწყობს სამუშაო ადგილების შექმნას და ეკონომიკურ განვითარებას ქვეყნებში მსოფლიო მასშტაბით. თუმცა დარგის სწრაფი ზრდის ტემპი გარკვეულწილად უარყოფითად მოქმედებს რეგიონის ბიომრავალფეროვნებაზე, ეკოლოგიურ მდგომარეობასა და მკვიდრ გარემოზე. აღნიშნული გარემოებების გათვალისწინებით, აუცილებელია ტურიზმის განვითარება მიმართული იყოს არა მხოლოდ ტურისტული ნაკადის ზრდისკენ, არამედ არსებული ტურისტული რესურსების დაცვასა და შენარჩუნებაზე. მდგრადი ტურიზმის განვითარების მთავარ მიზანს ბიომრავალფეროვნების შენარჩუნება, ადგილობრივი წესჩვეულებების, ტრადიციებისა და გარემოს ავთენტურობის დაცვა და ამ გზით გრძელვადიანი ეკონომიკური სარგებლის მიღება წარმოადგენდეს.

წინამდებარე პრაქტიკული სახელმძღვანელოს ამოცანას სწორედ არსებული რესურსების რაციონალური გამოყენებით მდგრადი ეკოტურისტული პროდუქტების განვითარების ხელშეწყობა და ამ გზით თემის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება წარმოადგენს.

სახელმძღვანელოს სამიზნე აუდიტორიაა ხულოს მუნიციპალიტეტის საოჯახო სასტუმროები, რომელთაც ტურიზმის მდგრადი განვითარების პრინციპების გათვალისწინებით სურთ საკუთარი ბიზნესის გრძელვადიანი სტაბილურობა და ეკონომიკური წინსვლა.

2. როგორ განვავითაროთ ეკოტურისტული პროდუქტი

2.1. ეკოტურისტული პროდუქტის შექმნის საფუძვლები და პრინციპები

ეკოტურისტული პროდუქტის განვითარებისას მეწარმემ უნდა გაითვალისწინოს დაგეგმვის შემდეგი კომპონენტები:

1. დაგეგმვა უნდა ხორციელდებოდეს ადგილობრივ თემზე დაყრდნობით და ითვალისწინებდეს მისი ეკონომიკური განვითარების დონეს;

2. დაგეგმვის დროს გათვალისწინებული უნდა იყოს პროდუქტის დივერსიფიცირების პოტენციალი;

3. დაგეგმვა მაქსიმალურად უნდა მოიცავდეს ყველა რესურსს და განსაზღვრავდეს მათ ურთიერთდამოკიდებულებას.

ეკოტურისტული პროდუქტის დაგეგმვა მოიცავს შემდეგი საფეხურების თანმიმდევრობას:

1. ეკოტურისტული პროდუქტის მისიისა და მიზნის განსაზღვრა (მაგ. ხარისხიანი და უნიკალური მომსახურების შეთავაზებით მხარჯველუნარიანი სეგმენტს მოზიდვა).

2. პროდუქტის შექმნისთვის საჭირო რესურსების აღწერა და ანალიზი (მაგ.: ბუნებრივი და ისტორიულ-კულტურული რესურსები, ადამიანური რესურსები, მატერიალურ-ტექნიკური ბაზა, ფინანსური რესურსები. თითოეული რესურსი უნდა შეფასდეს მიმზიდველობის, ხარისხის, ხელმისაწვდომობის კუთხით.

3. ბაზრის ანალიზი, რაც გულისხმობს ორი ტიპის კვლევას. პირველადი კვლევა - ინფორმაციის მოძიება შესაქმნელი

პროდუქტის საჭიროების მიხედვით (სიტუაციური ანალიზი, ეკოტურისტულ ბაზარზე დაკვირვება), ხოლო მეორეული კვლევა გულისხმობს უკვე არსებულ ეკოტურიზმთან დაკავშირებულ კვლევების ანალიზს. აღნიშნული კვლევების მოძიება შესაძლებელია ეროვნულ და რეგიონულ დონეზე დარგობრივი სახელმწიფო უწყებებისგან, პროფესიული ასოციაციებისგან, თვითმმართველი ორგანოებიდან და ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრებიდან.

4. პროდუქტისა და ბაზრის შესაბამისობა, რომელიც გულისხმობს ანალოგიური ან მსგავსი ეკოტურისტული პროდუქტების შესწავლას, მათ კლასიფიკაციას ფასითა და ხარისხით. აგრეთვე, შესაქმნელი პროდუქტის აქტუალურობის დადგენას ბაზარზე.

5. ზოგადი სამოქმედო გეგმის შემუშავება, სადაც გაწერილი იქნება, რა უნდა შეიქმნას, ვინ იქნება შემსრულებელი, რა ეღირება და როდის უნდა გაკეთდეს.

6. ეკოტურისტული პროდუქტის განვითარება. ამ ეტაპზე პროდუქტი საბოლოოდ ყალიბდება, სადაც გაწერილი უნდა იყოს კონკრეტული პროდუქტის ძირითადი და დამატებითი მომსახურებები, განსაზღვრული იყოს ფასი და და რეალიზაციის არხები.

7. მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავების დროს უნდა განისაზღვროს ვინ იძენს შექმნილ პროდუქტს და რა სახით უნდა მივაწოდოთ აღნიშნული პროდუქტი სამიზნე ჯგუფს (მაგ.: უნდა ვიაქტიუროთ მხოლოდ სოციალურ მედიაში, დავრეგისტრირდეთ ელექტრონული ჯავშნის საიტებზე, თუ მოვიწვიოთ მსხვილი ტუროპერატორები გაცნობით ტურზე სამომავლო თანამშრომლობის მიზნით).

8. ფინანსური გეგმა და პასუხისმგებლობების გადანაწილება. დასადგენია რამდენი ადამიანია ჩართული პროდუქტის შექმნაში და ვინ რა მოვალეობას შეასრულებს. აგრეთვე, დასაზუსტებელია სახელმწიფო და სათემო ორგანიზაციების წინაშე ვალდებულებები (მაგ. საგადასახადო განაკვეთი). პროდუქტის ექსპლუატაციაში შესვლის შემდგომ გარემოზე ზემოქმედების დადგენა და მისი დაცვის ვალდებულებების შესრულება (მაგ. საოჯახო სასტუმროს მიერ ხულოს მუნიციპალიტეტის ტურისტული რესურსების დასუფთავება).

2.2. საოჯახო სასტუმროს, როგორც ეკოტურისტული პროდუქტის, განვითარების მთავარი ასპექტები

საოჯახო სასტუმროების განვითარება და ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართვა ოჯახის შემოსავლების დივერსიფიცირებასთან ერთად და მთლიანად თემის გაძლიერებას უწყობს ხელს. გამომდინარე იქიდან, რომ საოჯახო სასტუმროს მთავარი უპირატსობაა ოჯახთან კომუნიკაციის და ადგილობრივთა ყოფის გაცნობის შესაძლებლობა, მნიშვნელოვანია მისი სწორედ განვითარება ყველა ავთენტური ელემენტის შენარჩუნების და წინ წამოწევის გზით. ადგილობრივი კულტურული მახასიათებლების შენარჩუნება ტურისტული მომსახურების დაგეგმვისას, მომხიბვლელს ხდის ტურისტულ შეთავაზებას და პირდაპირ მოქმედებს სტუმრის დარჩენის ხანგრძლივობაზე, გავლენას ახდენს მის განმეორებით ვიზიტსა და რეკომენდაციის გაწევაზე მეგობრებისა თუ ნაცნობებისთვის.

2.2.1. საოჯახო სასტუმროს ექსტერიერი და უსაფრთხოება

ავთენტური იერსახის შენარუნება საოჯახო სასტუმროს ექსტერიერში ტურისტული შეთავაზების ერთ-ერთ მნიშვნელოვანი კომპონენტია, რაც განაპირობებს ობიექტის მიმზიდველობას როგორც ადგილობრივი, ისე უცხოელი ტურისტისთვის.

სასურველია საოჯახო სასტუმროს შენობა წარმოდგენილი იყოს რეგიონისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული სტილითა და ელემენტებით (იხ. ფოტო 01, 02. რუმინეთის საოჯახო სასტუმრო).

გარდა ექსტერიერის მიმზიდველობის, მნიშვნელოვანია ობიექტზე გათვალისწინებული იყოს სტუმრის უსაფრთხოების აუცილებელი მინიმალური ნორმები. კერძოდ, შენობას არ უნდა ჰქონდეს ბზარები, ხოლო არსებობის შემთხვევაში გაანალიზებული უნდა იყოს ბზარიანი კონსტრუქციის მდგომარეობა და რღვევის მექანიზმი, შემუშავდეს ბზარიანი შენობის ხანგამძლეობის გაზრდის გზები, ხოლო ინტერიერში მოხდეს ხილული დეფექტების დაფარვა ხელახალი შელესვის და შეღებვის გზით.

ისევე როგორც საოჯახო სასტუმროს შენობა, ასევე ეზოში არსებული სხვა დამხმარე ნაგებობები არ უნდა იყოს გადახურული შიფერით.

ეს უკანასკნელი კარცეროგენია, რომელიც სიმსივნური უჯრედების წარმოქმნას და შესაბამისად ადამიანის ჯანმრთელობას უქმნის საფრთხეს. აღიშნულდან გამომდინარე, მეპატრონემ დაუყოვნებლივ უნდა შეწყვიტოს მისი გამოყენება არსებობის შემთხვევაში და სხვა ალტერნატიული მასალით მოახდინოს ჩანაცვლება. სასურველია როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ, გამოყენებული იყოს ადგილობრივი ტრადიციული გადახურვა როგორც ძირითადი შენობის, ასევე მიმდებარე დამხმარე ნაგებობებისთვის.

უსაფრთხოების კუთხით სასურველია შენობას ჰქონდეს ორი გასასვლელი, რათა ადვილად მოხდეს მისი ევაკუაცია. თუმცა ტრადიციულად მთის საცხოვრებელი სახლები სითბოს მაქსიმალურად შენარჩუნების მიზნით მცირე კარ-ფანჯრიანი იყო. ასეთი სახლების საოჯახო სასტუმროებად განვითარების შემთხვევაში მიზანშეწონილი იქნება წინასწარი ზომების მიღება და ქცევის წესების განსაზღვრა ხანძრის პრევენციისთვის. ასევე მნიშვნელოვანია ობიექტისთვის შემუშავებული იქნეს ხანძარსაწინააღმდეგო სისტემა (ცეცხლმაქრი საშუალებები, კვამლის დეტექტორები, ავარიული განათება) საევაკუაციო გეგმით, რათა განსაზღვრული იყოს სად არის ყველაზე დიდი საშიშროება ხანძრის წარმოქმნის და როგორ უნდა მოხდეს მისი სწრაფი აღმოფხვრა.

ფოტო 01. *საოჯახო სასტუმრო სოფელ ბრებში, მარამურეს რეგიონი, ჩრდილოეთი რუმინეთი. ტრადიციული რუმინული ხის სახლი, ხის გადახურვით.*

ფოტო 02. საოჯახო სასტუმრო სოფელ ბრებში. შენარჩუნებული ხის აივანი.

2.2.2. საოჯახო სასტუმროს ეზო

გამწვანებული და მოვლილი ეზო საოჯახო სასტუმროს მიმზიდველობის ერთ-ერთი ძალიან მნიშვნელოვანი კომპონენტია. გამომდინარე იქიდან, რომ ვიზიტორებს მეტი დროის გატარება ახალ გარემოში, სუფთა ჰაერზე ურჩევნიათ, სასურველია ეზოს მოწყობისას გათვალისწინებული იყოს გამწვანება ადგილობრივი ყვავილებითა და ხე-მცენარეებით, მოსასვენებელი სივრცეები, როგორიც არის ჰამაკები, ხის მაგიდა-სკამები, ბავშვებისთვის ქვიშის სათამაშო მოედნები და სხვ.

სასურველია ჭიშკრიდან შენობამდე მისასვლელი ბილიკი იყოს მოკირწყლული ადგილობრივი ქვით, ხოლო ჭიშკართან ობიექტის მარტივი იდენტიფიცირებისთვის განთავსდეს სახელობითი აბრა. აბრის დიზაინი უმჯობესია იყოს მარტივი, ხის ან რკინის კომბინაციით და ინდივიდუალური ელემენტებით წარმოდგენილი.

2.2.3. საოჯახო სასტუმროს ინტერიერი

ინტერიერის მოწყობისას მნიშვნელოვანია გათვალიწინებული იყოს შესაბამისობა ექსტერიერის დიზაინთან. კერძოდ, გამოყენებული იქნას რეგიონისთვის დამახასიათებელი ტრადიციული

მასალა ან მისი ანალოგი (იხ. ფოტო 03, 04 სტუმრის ოთახების მაგალითები რუმინეთის და საქართველოს საოჯახო სასტუმროებში).

არ არის რეკომენდებული ტრადიციულ საცხოვრებელ სახლში თანამედროვე, შეუსაბამო მასალის გამოყენება ოთახებისა თუ სანიტარული კვანძის მოსაწყობად. მაგალითად შიდა და გარე კარების მონტაჟისას მნიშვნელოვანია გათვალისწინებული იქნეს ტრადიციულად რა ტიპის კარ-ფანჯარის გამოყენება ხდებოდა რეგიონში და შეაბამისად მოხდეს არსებულის აღდგენა ან ანალოგის დაყენება. არასწორი იქნება მეტალოპლასტმასის კარებების დაყენება ხის კარების ნაცვლად; ასევე მოუღებელია ხის ან ქვის იატაკის ლამინატით, ლინელიუმით ან სხვა მსგავსი მასალით ჩანაცვლება.

ამასთან შიდა ინტერიერში სასურველია შენარჩუნებული იქნას ის ელემენტები, რომელიც მიმზიდველობას ჰმატებს შიდა გარემოს. ეს შეიძლება იყოს ბუხარი, ჩაშენებული თაროები, ჭაღი, ავეჯი და სხვ.

ფოტო 03. *რუმინეთის საოჯახო სასტუმროს სტუმრის ოთახი;*

ფოტო 04. *საოჯახო სასტუმრო „მენაბდის მარანის“ სტუმრის ოთახი სოფელ შემოქმედში, გურია.*

რაც შეეხება სტუმრის ოთახების მოწყობას, გათვალისწინებული უნდა იყოს შემდეგი საკითხები.

ოთახის მოწყობა:

სასურველია საოჯახო სასტუმროში შეძლებისდაგვარად გათვალისწინებული იყოს ოთახების რანჟირება საწოლი ადგილების მიხედვით.

- ერთადგილიანი ოთახის ფართი მინ. 8 კვ.მ უნდა იყოს, ორადგილიანის - მინ. 14 კვ. მ, ხოლო სამადგილიანის - 18 კვ.მ;
- ერთადგილიანი საწოლის ზომა - 80x190 სმ ან 140x190 სმ. ორადგილიანი საწოლის ზომა - 160 ან 180x200 სმ;
- სტუმრის ოთახებს უნდა ჰქონდეს დამოუკიდებელი შესასვლელები;
- ორადგილიან საწოლთან მოხვედრა ორივე მხრიდან უნდა იყოს შესაძლებელი;
- დაუშვებელია გასაშლელი ტახტის მუდმივ საწოლად გამოყენება;
- თეთრეული უნდა იყოს ღია ფერის და ბამბის. არარეკომენდებულია სინთეტკის გამოყენება.

ოთახში უნდა იდგას:

- სათავსო პირადი ნივთების შესანახად;
- სკამების საწოლი ადგილების რაოდენობის მიხედვით;
- კარადა ან საკიდები (კარადის შემთხვევაში დაცლილი უნდა იყოს ოჯახის პირადი ნივთებისგან);
- მაგიდის სანათი და ჭაღი;
- წყალი და წყლის ჭიქა თითო ადამიანზე;
- ბუნებრივი ვენტილაცია (ფანჯარა);
- ინდივიდუალური დიდი და პატარა პირსახოცი თითოეული სტუმრისთვის;
- ნაგვის კალათა;
- გაუმჭვირვალე კარი საკეტით;
- სქელი და თხელი ფარდები;
- სტუმრების ოთახებში უნდა არსებობდეს გათბობის საშუალება (18-20 გრადუსი).

მიზანშეწონილია საოჯახო სასტუმროს შიდა სივრცეში არ იყოს ნებადართული თამბაქოს მოხმარება, ხოლო სტუმრის ინფორმირებისთვის ოთახებში განთავსებული იყოს მოწევის აკრძალვის მანიშნებელი.

სანიტარული კვანძის მოწყობა

სანიტარული კვანძი სასურველია მდებარეობდეს შენობის შიგნით ან კაპიტალური გარეთ, ეზოში. მნიშვნელოვანია სტუმრებისთვის განკუთვნილი სანიტარული კვანძი დამოუკიდებელი იყოს ოჯახის მოხმარებისგან და გათვლილი იყოს მინიმუმ 6 ადამიანზე.

სანიტარულ კვანძს აუცილებელია ჰქონდეს:

- საშხაპე ან აბაზანა;
- პირსაბანი აქსესუარებით (სარკე, თარო, სასაპნე, პირსახოცის საკიდი);
- უნიტაზი აქსესუარებით (ტუალეტის საქაღალდე, უნიტაზის ჯაგრისი);
- გაუმჭვირვალი კარი შიდა საკეტით;
- გამართული ვენტილაცია;
- აეროზოლი (ცუდი სუნის შემაკავებელი); სასურველია:
- დამატებითი განათება პირსაბანის სარკესთან;
- თმის საშრობი;
- თმისა და ტანის დასაბანი საშუალებები.

2.3. საოჯახო სასტუმროს მომსახურების ეტაპები

- დაჯავშნის სისტემების წარმოება
- ოთახის დალაგება და მომზადება
- სტუმრის მიღება და განთავსება
- კვებითი მომსახურების გაწევა
- სხვა დამატებითი მომსახურებების გაწევა
- საბოლოო ანგარიშსწორება

2.3.1. ჯავშნის მიღება

სტუმრის მომსახურების პროცესი დაჯავშნით იწყება, რაც ოთახის (ადგილების) წინასწარ შეკვეთას გულისხმობს. კარგად აწყობილი ჯავშნის სისტემა მნიშვნელოვანი მარკეტინგული იარაღია საოჯახო სასტუმროსთვის, ვინაიდან იძლევა პროგნოზის საშუალებას მოსალოდნელი გაყიდვების შესახებ. ამასთან უზრუნველყოფს ობიექტის ინფორმაციულ ხელმისაწვოდომობას და ამარტივებს მომსახურების შეძენასთან დაკავშირებულ გადაწყვეტილებას პოტენციური ტურისტისთვის.

სხვადასხვა მიზნობრივ სეგმენტზე გასვლა საოჯახო სასტუმროს შემდეგი არხებით შეუძლია:

- ელექტრონული კომერციული ჯავშნის არხები: Expedia.com, Booking. com, Travelocity.com, Hotels.com, airbnb.com, hotel.ge, lonelyplanet. com, orbitz.com, hotwire.com, agoda.com, priceline. com, morehotels- 4less.com, hotelreservation.com.
- საოჯახო სასტუმროს ვებ გვერდი ან გვერდები სოციალურ ქსელებში (facebook.com, Instagram.com, linkedin.com);
- შემომყვანი ტურიზმის ოპერატორები, ადგილზე არსებული საინფორმაციო ცენტრები, ტურისტული კომპანიები ან სხვა საერთაშორისო თუ ადგილობრივი ორგანიზაციები;
- ელ ფოსტა. ამისთვის აუცილებელია სასტუმრომ იზრუნოს მომხმარებელთა ბაზის შექმნაზე, რომლის მეშვეობითაც ექნება უკვე არსებულ მომხმარებლებთან მუდმივი კონტაქტი სხვადასხვა სიახლეების შესათავაზებლად. განახვავებენ ჯავშნების ორ კატეგორიას, გარანტირებულ და არაგარანტირებულ ჯავშნებს.
- გარანტირებული რეზერვაციისას, სტუმარი წინასწარ იხდის ნომრის ღირებულების გარკვეულ პროცენტს, ხოლო სასტუმრო თავის მხრივ უნახავს მას ოთახს. გარანტირებული რეზერვაცია გარკვეულწილად იცავს სასტუმროს ე.წ. “no show”-სგან.
- არაგარანტირებული რეზერვაციისას სტუმარი არ იხდის წინასწარ ჯავშნის თანხას ნომრის შენახვისთვის.

რაც შეეხება ჯავშნის გაუქმების სისტემას, სხვადასხვაგვარია და დამოკიდებულია სასტუმროს პოლიტიკაზე. განასხვავებენ 24 საათიანს ან რამოდენიმე დღიანს (3/5/10/4). გაუქმების სისტემის არსებობა ნიშნავს რომ თუ ჯავშანი გარანტირებულია და სტუმარი 24 საათით ადრე არ შეატყობინებს სასტუმროს გაუქმების ან დღის ცვლილების შესახებ გადაიხდის ერთი ღამის, ან მთლიანი ჯავშნის ღირებულებას. ინფორმაცია ჯავშნის გაუქმების პოლიტიკის შესახებ უნდა განთავსდეს სასტუმროს გვერდზე ელექტრონულ სივრცეში, ამასთან უნდა დამატებით ეცნობოს სტუმარს სასტუმროს ჯავშნის ეტაპზე.

დაჯავშნის შემდეგ, შეკვეთის მიღების წერილობითი დასტურით, კიდევ უნდა გადამოწმდეს ფასი და მომსახურების პირობები შემდგომი უზუსტობების თავიდან ასაცილებლად. გარდა იურიდიული მხარისა, აღნიშნული ქმედება გააჩენს ნდობას და პოზიტიურად იმოქმედებს სტუმართან ურთიერთობის პირველივე ეტაპზე.

2.3.2. ოთახის მომზადება და დალაგება

სანიტარიულ-ჰიგიენური ნორმების დაცვა მომსახურების ბიზნესში აუცილებელი წინაპირობაა. ოთახები უნდა დალაგდეს ყოველდღიურად ან სტუმართან შეთანხმებით. ეს უნდა მოხდეს მაშინ, როცა სტუმარი ოთახში არ იმყოფება.

ოთახის ყოველდღიური დალაგება მოიცავს:

- ოთახის იატაკის დასუფთავებას;
- ნომრის განიავებას;
- საწოლების გასწორებას;
- მტვრის გადაწმენდას ავეჯზე, მათ შორის უხილავ ადგილებში (მაგალითად კარადის თავზე);
- წყლის ჭიქების გარეცხვას;
- სანიტარული კვანძის დასუფთავებას.

პირსახოცი გამოიცვლება ყოველდღიურად თუ სტუმარი ყოველი მოხმარების შემდეგ იატაკზე დააგდებს მას; მიღებული ფორმაა წერილობითი მოწოდება სააბაზანო ოთახის კედელზე, რომ სტუმარი გაუფრთხილდეს ბუნებრივ რესურსებს, არ დააგდოს პირსახოცი იატაკზე და გამოიყენოს იგი თუნდაც ორი დღის განმავლობაში.

თეთრეულის გამოცვლა უნდა ხდებოდეს ყოველ მესამე დღეს, თუ სტუმრის მხრიდან არ არის რაიმე განსაკუთრებული მოთხოვნა.

დალაგების გარდა, სტუმრის ოთახში სისტემატიურად უნდა შემოწმდეს:

- განათება: ნათურა, ჩამრთველები. არ უდა იყოს გაფუჭებული, მოშლილი ან გადაწვარი;
- სისტემები: გათბობა, ტელევიზია, ინტერნეტი და მათი დისტანციური მართვის საშუალებები;
- ავეჯი: არ უნდა იყოს დაზიანებული, გაფუჭებული.

2.3.3. სტუმრის მიღება და განთავსება

საოჯახო სასტუმროსთვის დახვდრა სტუმართან და დადებითი შთაბეჭდილების გაჩენა პირველივე პირდაპირი კომუნიკაციისას განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. გარდა გულთბილი დახვედრისა, მნიშვნელოვანია ყურადღება მიექცეს მასპინძლის გარეგნულ იერსახეს, ჩაცმულობასა და ვარცხნილობას. მაგალითად, თუ საოჯახო სასტუმროს დიასახლისი ბოსტანში ან ბაღში მუშაობს, მას ყოველთვის ახლოს უნდა ჰქონდეს სუფთა, გამოსაცვლელი პერანგი და ამასთან ხელის დაბანის საშუალება, რათა სტუმრის მოსვლისას მარტივად შეძლოს მოწესრიგებული დახვედრა.

რაც შეეხება სტუმრის მიღება-გაწერის დროებს, ყველა სასტუმრო ინდივიდუაურად განსაზღვრავს. მსოფლიოში დამკვიდრებული პრაქტიკის თანახმად, ოთახში სტუმრის შესვლა ხდება 12:00, 13:00 საათის შემდეგ, ხოლო გამოსვლა 11:00 საათამდე.

სტუმრის რეგისტრაცია ხდება ე.წ. რეგისტრაციის ბარათის მეშვეობით, რომელიც ივსება სტუმრის მიერ სარეგისტრაციო დროს (იხ. დანართი 02). ერთ ოთახზე ივსება მხოლოდ ერთი სარეგისტრაციო ბარათი, ხოლო რეგისტრაციის ფურცელთან ერთად აუცილებლად უნდა მოხდეს პირადობის დამადასტურებელი საბუთის (პასპორტის, პირადობის მოწმობის) ასლის დართვა.

სტუმრის მიღების და რეგისტრაციის შემდეგ მნიშვნელოვანია მოხდეს გაცნობა საოჯახო სასტუმროს ქცევის წესების შესახებ

როგორც სიტყვიერად, ასევე წერილობითი ფორმით, რათა თავიდან არიდებულ იქნას შესაძლო გაურკვევლობები ნივთის დაზიანების, ხმაურის ან სხვა შემთხვევების არსებობისას (იხ. ნიმუში საოჯახო სასტუმროს ქცევის წესები დანართი 04.)

გამომდინარე იქიდან, რომ საოჯახო სასტუმროს მართვის პროცესში ჩართულია ოჯახის ყველა წევრი, ისინი ვალდებულნი არიან დამსვენებლებისთვის სასიამოვნო და საინტერესო გარემო შექმნან, იზრუნონ მათ უსაფრთხოებასა და ხარისხიან მომსახურებაზე.

გახსოვდეთ, რომ ყოველთვის დადებითად მოქმედებს სტუმარზე ზაფხულის ცხელ დღეს, სასტუმროში შესვლისას, უფასოდ გამაგრილებელი სასმელის შეთავაზება, ან ზამთარში - ცხელი სასმელი გასათბობად.

სასტუმროში რეგისტრაციის შემდეგ მნიშვნელოვანია მოხდეს სტუმრის გადამისამართება ოთახში და გაცნობა დროებითი საცხოვრებელი სივრცის. კერძოდ, ინფორმაციის მიწოდება სასმელი წყლის, ტექნიკის მოხმარების და შესაძლო დამატებითი მომსახურებების შესახებ. ასევე მნიშვნელოვანია მოხდეს გარკვევა კვებითი მომსახურების შემთხვევაში სტუმრის კვების თავისებურებებზე, რა მოსწონს ან რა არ მოსწონს, არის თუ არა ალერგიული გარკვეული კვების პროდუქტების მიმართ, რათა შესაბამისად მოხდეს კვებითი მომსახურების შეთავაზება.

> გახსოვდეთ, პატივი უნდა სცეთ სტუმრის პირად სივრცეს. არ შეაწუხოთ ოთახში ყოფნისას, ეზოში დასვენებისას ან ჭამისას თუ თვითონ არ გამოხატა ამის ინიციატივა.

განსაკუთრებით ყურადსაღებია და სწორ კომუნიკაციას საჭიროებს სტუმართა უკმაყოფილების, გამომწვევი მიზეზების და საოჯახო სასტუმროს პოლიტის განსაზღვრა, ამ საკითხთან მიმართებაში.

სტუმრის მხრიდან მომსახურების პრობლემებთან დაკავშირებული თითქმის ყველა საჩივარი რამდენიმე კატეგორიად შეიძლება დაიყოს:

1. არასარწმუნო და არაზუსტი ინფორმაცია სასტუმრო მომსახურების შესახებ. ზოგიერთი საოჯახო სასტუმროს მეპატრონე არაკეთილსინდისიერია ინფორმაციის მიწოდების თვალსაზრისით. სტუმრებს შეგნებულად უმალავს არსებულ ნაკლოვანებებს, რომლებმაც შესაძლოა უარყოფი გავლენა იქონიოს მომსახურების ხარისხზე.

2. სტუმრების დაგვიანებული ინფორმირება მომსახურებაში ცვლილებების შეტანის შესახებ. იმ შემთხვევაში თუ ცვლილება გამოიწვევს მომსახურების ხარისხის დაქვეითებას, საოჯახო სასტუმრომ ან ტურისტულმა სააგენტომ უნდა აუნაზღაუროს მომხმარებელს ფასთა სხვაობა.

3. ტურისტული კომპანიის მიერ მიწოდებული და მომხმარებელთა მიერ რეალურად მიღებული მომსახურების ხარისხისა და ასორტიმენტის შეუსაბამობა. ამ კატეგორიის საჩივრებიდან ყველაზე ხშირია, მაგალითად, სტუმრის განთავსება დაბალი კატეგორიის ან ნაკლებად კომფორტულ სასტუმროში, ვიდრე შეთანხმებით იყო გათვალისწინებული.

მსოფლიო პრაქტიკაში სტუმრის კეთილგანწყობის დაბრუნების რამოდენიმე გზა არსებობს:

1. მოუსმინეთ სტუმარს და არ ეკამათოთ! გახსოვდეთ სტუმარს ყოველთვის აქვს საკუთარი აზრის გამოხატვის უფლება.

2. გამოხატეთ მზაობა და სურვილი დახმარების. არ მისცეთ ფუჭი დაპირებები. თუ პრობლემის მოგვარება არ შეგიძლიათ, დროულად აცნობეთ მას ამის შესახებ.

ზოგადად ბოდიშის მოხდასთან ერთად სტუმარზე დადებითად მოქმედებს კომპენსაციები, რომლის მასშტაბსაც სასტუმრო განსაზღვრავს დაშვებული შეცდომის გათვალისწინებით. ეს შეიძლება იყოს ფასდაკლება სასტუმროს ნომერზე, ან დამატებითი ღამისთევა უფასოდ, უფასო დესერტი ან სასმელი და ა.შ.

2.3.4. კვებითი მომსახურება

კვებითი მომსახურება საოჯახო სასტუმროს ერთ-ერთი ძირითადი ფუნქციაა. აღნიშნული მომსახურების გაწევისას პრიორიტეტი უნდა მიენიჭოს ადგილობრივ, ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტებს. სასურველია, საოჯახო სასტუმროს თავად გააჩნდეს მცირე აგრომეურნეობა, რათა მომხმარებელს სთავაზობდეს საკუთარ მეურნეობაში მოყვანილ პროდუქტს, ან თანამშრომლობდეს ადგილობრივ აგრომეურნეობების მფლობელებთან და ამ გზით აძლიერებდეს თემს. თავის მხრივ, აგრომეურნეობის მეპატრონენი ორიენტირებული უნდა იყვნენ ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქციის წარმოებაზე და მინიმალურად იყენებდნენ პროდუქტის წარმოებისას სხვადასხვა სახის შხამქიმიკატს.

ეკოტურისტული პრინციპებიდან გამომდინარე არ არის სასურველი ტურისტებისთვის სასმელი წყლის პოლიეთილენის ბოთლით შეთავაზება, რადგან მის შეფუთვაში, წარმოებასა და ტრანსპორტირებაში მნიშვნელოვანი რესურსები იხარჯება. მსოფლიოს ბევრ განთავსებისა და კვების ობიექტებზე, რომელთაც მაღალი სოციალური პასუხისმგებლობის გრძნობა აქვთ, უკვე ამოიღეს მენიუდან ბოთლით სასმელი წყალი სწორედ აღნიშნული მოტივაციით.

კვებითი მომსახურების გაწევისას გასათვალისწინებელია სხვა სახის ნიუანსებიც, კერძოდ:

- სტუმრებისთვის შეთავაზებული საკვები არ უნდა იყოს დამზადებული გადაშენების პირას მყოფი ცხოველებისა ან მცენარეებისგან;
- საკვები პროდუქტები, განსაკუთრებით ხილი, უნდა იყოს მხოლოდ იმ რეგიონისა და სეზონისთვის დამახასიათებელი, რომელიც შეესაბამება სასტუმროს და კვების ობიექტის რეგიონს;
- სტუმრებისთვის შეთავაზებული ღვინო უნდა იყოს ყოველგვარი დანამატების გარეშე.

სასტუმრო ინდუსტრიის კვების სახეობებია: განთავსება და საუზმე (B & B), ნახევრად პანსიონი (HB ორჯერადი კვება), სრული პანსიონი (FB - სამჯერადი კვება).

საუზმის სპეციფიკა

საოჯახო სასტუმროში, სასტუმროებისგან განსხვავებით, საუზმის დროის განსაზღვრა შესაძლებელია ტურისტების ინდივიდუალური მოთხოვნიდან გამომდინარე, რაც ტურისტისთვის დამატებითი კომფორტია.

საოჯახო სასტუმროს კვებითი მომსახურება მთლიანად უნდა ეყრდნობოდეს ადგილობრივ ტრადიციასა და პროდუქციას. მიუხედავად ამისა, მიზანშეწონილია, საოჯახო სასტუმროს მეპატრონეს ამომწურავი ინფორმაცია ჰქონდეს მსოფლიოში მიღებული საუზმის ტიპების შესახებ.

კონტინენტური საუზმე:
ჩაი/ყავა+პური+კარაქი+ფუნთუშეული

ინგლისური საუზმე:
ჩაი/ყავა/რძე+ნატურალური წვენი+პური+ფაფა+ყველი+კვერცხი +ლორი/ძეხვი/ სოსისი+ხილი

ამერიკული საუზმე:
ჩაი/ყავა/რძე/ნატურალური წვენი + პური + ფაფა + კვერცხი + ჯემი + თაფლი + მურაბა + ხილი

საუზმის მენიუ

საოჯახო სასტუმროში საუზმეზე შეიძლება შეთავაზებულ იქნას:

- რძის პროდუქტები: მაწონი ან ნადუღი, ყველი, კარაქი
- კვერცხი (მოხარშული/შემწვარი/ომლეტი)
- ხაჭაპური
- პური
- მურაბა, თაფლი, ჯემი
- ჩაი, ყავა, წყალი, რძე, სეზონური ხილი წვენები

სადილის მენიუ

უცხოელი ტურისტი ხშირად მიემგზავრება ლაშქრობებში და მას ესაჭიროება საგზალი (ე.წ. ,,ლანჩ-ბოქსი"). ,,ლანჩ-ბოქსის" პროდუქტის ჩამონათვალში შეიძლება შევიდეს მხოლოდ არამალფუჭებადი პროდუქტები: პური, მოხარშული კვერცხი, კიტრი, პომიდორი, ყველი, ხილი, ჩირები, ნიგოზი, ქიშმიში და ა.შ. პროდუქტი უნდა შეიფუთოს მრავალჯერადი პლასტმასის თავსახურიან ყუთში.

თუ სტუმარი სადილად სახლში რჩება მენიუს შედგენისას აქცენტი უნდა გაკეთდეს ქართულ კერძებზე. სასურველია იმ მხარის, სადაც ტურისტი იმყოფება, თუმცა თუ სტუმარის ობიექტზე ხანგრძლოვობა დიდი მაგ 7-10 დღე, რეკომენდებულია რეგიონალური კერძების გარდა ქართული სამზარეულოს სხვა კერძების შეთავაზებაც.

სადილის მენიუ უნდა შედგებოდეს ცივი საუზმეულისგან, პირველი თავი კერძისა და ძირითადი კერძისაგან. ცივი საუზმეულია, მაგალითად სალათები, ნიგზიანები. პირველი თავი კერძები - წვნიანი, ბორანო, სინორი, აჭარული ხაჭაპური, ჩირბული. ძირითადი კერძები: მხალლობიო, იახნი, ტოლმა მხალის ფოთოლში, თევზის ან ხორცის კერძები გარნირით. ასევე საჭიროა პური და წყალი. სასურველია კერძების მონაცვლეობა ხდებოდეს ყოველდღიურად, რათა მენიუ არ იყოს ერთფეროვანი. გასათვალისწინებელია, რომ ერთი კერძით უნდა იყოს წარმოდგენილი თითოეული კომპონენტი.

მაგალითად იხ. ნიმუში სადილის მენიუს შეთავაზების:

- ჩირბული
- აჭარული ხაჭაპური
- ტოლმა მხალის ფოთოლში
- პური
- წყალი/კომპოტი

ვახშმის მენიუ

ვახშმის მენიუ შედგება ცივი საუზმეულისგან, ცხელი საუზმეულისგან, ძირითადი კერძისგან და დესერტისგან. იხ. ნიმუში ვახშმის მენიუს.

- ცოცხალი სალათი
- ბორანო
- იახნი
- უკრემო ნამცხვარი, ხილი
- პური
- ჩაი/ყავა
- ადგილობრივი ალკოჰოლური სასმელი (ერთი ჭიქა)
- წყალი

პროდუქტი უნდა იყოს კარგად გარეცხილი და სწორად მომზადებული. გაითვალისწინეთ: ცხარე სანელებლები მიართვით ცალკე.

სასურველია კვებითი მომსახურების გაწევისას აქცენტი გაკეთდეს ადგილობრივი ტრადიციული ჭურჭლით თუნდაც მხოლოდ ძირითადი კერძების მიწოდებაზე, ან ადგილობრივი ალკოჰოლური სასმელის ტრადიციული სასმისით დაგემოვნებაზე

2.3.5. სხვა დამატებითი მომსახურებების შეთავაზება

დამატებით მომსახურებად სტუმარს საოჯახო სასტუმროს მეპატრონემ შეიძლება შესთავაზოს სხვადასხვა სახის საფეხმავლო თუ კომბინირებული ტურები, ტრანსპორტირება, ცხენებისა და ველოსიპედების გაქირავება, შემგროვებლობა (სოკოს, კენკრის, სამკურნალო მცენარეების) და სხვ.

ტურების შეთავაზებისას მნიშვნელოვანია არეალის კარგი მცოდნე გიდის/გამყოლის არსებობა, რომელიც ერთის მხრივ უზრუნველყოფს ტურისტთა უსაფრთხო გადაადგილებას, ხოლო მეორეს მხრივ შეძლებს ინფორმაციის საინტერესოდ მიწოდებას. თუ აღნიშნული მომსახურების შესათავაზებლად დამატებითი ადამიანური ან მატერიალური რესურსი (სატრანსპორტო საშუალება) ობიექტს არ გაგაჩნია, სასურველია თანამშრომლობა ადგილობრივებთან დივერსიფიცირებული მომსახურების შესათავაზებლად.

მატერიალურ ღირსშესანიშნაობებზე არანაკლებ მნიშვნელოვანი და საინტერესოა არამატერილური კულტურის გაცნობა ვიზიტორებისთვის. ადგილობრივი ადათ-წესები, ცეკვა, სიმღერა, დღესასწაულის აღნიშვნის ფორმები თუ სხვა რიტუალები საინტერესო ტურისტულ შეთავაზებად შესაძლოა ვაქციოდ. რელიგიური დღესასწაულების აღსანიშნავად ყოველთვის განსაკუთრებული სამზადისია საქართველოს თითქმის ყველა კუთხეში; არსებობს მთელი რიგი ტრადიციები, მაგალითად აღდგომას კვერცხების შეღებვა, ახალ წელს მეკვლეობის ტრადიცია და სხვ. გარდა რელიგიური თუ ხალხური დღესასწაულებისა, შესაძლებელია ყოველდღიური აქტივობების ფორმირება, მაგალითად ტრადიციული ცეკვის და სიმღერის საღამოების შეთავაზება, ბავშვებისთვის ტრადიციული თამაშების ჩვენება, ზღაპრების მოყოლა და ამ გზით ადგილობრივი ყოფის უკეთ გაცნობა.

2.3.6. საბოლოო ანგარიშსწორება და გაწერის პროცედურა

სტუმრის გაწერა მოიცავს შემდეგ საფეხურებს: ანგარიშსწორებასა და ოთახის გასაღების დაბრუნებას. აუცილებელია სტუმრის რეგისტრაციის დროს გაარკვიოთ რომელი მეთოდით აპირებს ის თანხის გადახდას – საკრედიტო ბარათი, თანხის გადარიცხვა ინვოისის საფუძველზე თუ ნაღდი ანგარიშსწორება.

სტუმრის სასტუმროდან გაწერის დროს ჰკითხეთ კმაყოფილი თუ დარჩა იგი სტუმრობით. ჩაინიშნეთ ყველა კომენტარი და რჩევა, რომელსაც სტუმარი მოგცემთ. დამშვიდობებისას უსურვეთ სტუმარს უსაფრთხო მგზავრობა და გამოხატეთ მზადყოფნა მისი ხელახალი მასპინძლობისთვის. ასევე სთხოვეთ შეაფასოს თქვენი სასტუმრო და დატოვოს კომენტარი სასტუმროს სოციალურ გვერდზე (Facebook.com, Instagram.com) ან კომერციულ პლატფორმაზე, რომლითაც განახორციელა ჯავშანი.

2.4. გარემოს დაბინძურების შემცირების მეთოდები საოჯახო სასტუმროს საქმიანობისას

ნებისმიერი ტურისტული საქმიანობა, მათ შორის საოჯახო სასტუმროს მუშაობა, უნდა ეყრდნობოდეს გარემოს დაცვის პრინციპებს და ჰარმონიაში უნდა იყოს მასთან. მაშინ, როცა ამგვარი პრინციპების დაცვა მომგებიანია ყველასთვის და გამოიხატება სამი მთავარი კომპონენტით:

- დანახარჯების შემცირება;
- გარემოს დაცვით საქმიანობაში წვლილის შეტანა;
- იმიჯის გაუმჯობესება მომხმარებლის თვალში.

ენერგოეფექტურობა. განთავსების საშუალებათა მოწყობისას სასურველია შევამციროთ სითბოს დანაკარგები. კერძოდ, შესაძლებელია ფართოდ გამოიყენებოდეს თერმოიზოლაციური მასალები. ამასთან გასათვალისიწინებელია ისიც, რომ მუქი ფერის კედლები და სახურავი მზეზე თბება უფრო სწრაფად, ვიდრე ღია ფერის, რაც ხელს უწყობს ენერგიისა და საწვავის დაზოგვას. ცნობილია, რომ

ფანჯრებიდან სითბოს დაკარგვა ათჯერ უფრო სწრაფად ხდება, ვიდრე კედლებიდან, ამიტომ ორმაგი ფანჯრები აუცილებელია იმ საოჯახო სასტუმროებისთვის, რომლებიც შედარებით მკაცრი კლიმატური პირობების არეალში მდებარეობს. ფანჯრებზე დაკიდებული სქელი ნაჭრის ფარდები ცივ ამინდში ხელს უწყობს ოთახის სითბოს შენარჩუნებას, ხოლო სიცხეში აკავებს მზის სხივებს. მნიშვნელოვანია ოთახებში კარისა და ფანჯრების მდებარეობა. მათი განლაგება უნდა იყოს გათვლილი ადგილობრივი ქარების გაბატონებულ მიმართულებაზე, ორპირის თავიდან აცილების მიზნით.

სტუმრის ოთახების გასათბობად ღია ცეცხლის გამოყენება (მაგალითად, ბუხარი) არარეკომენდებულია უსაფრთხოების მიზნით, თუმცა საერთო სივრცეში დასაშვებია ოჯახის წევრების ზედამხედველობის ქვეშ, ვინაიდან იგი ტურისტებისთვის საკმაოდ მიმზიდველია და გარკვეული სახის განწყობას ქმნის.

ოთახების, დერეფნებისა და სხვა ადგილების გასანათებლად მიზანშეწონილია თანამდროვე ენერგოეფექტური ნათურებისა და ავტომატური (სენსორული) განათების სისტემების გამოყენება.

ფინანსური შესაძლებლობების ფარგლებში აუცილებელია ფართოდ იყოს გამოყენებული ენერგიის არატრადიციული წყაროები, როგორებიც არის: მზის სხივებისა თუ სხვა სახის ენერგია.

წყლის მოხმარება. საოჯახო სასტურმოს საქმიანობის პროცესში მტკნარი წყლის მოხმარება მნიშვნელოვან მასშტაბებს აღწევს. შესაბამისად გარემოზე უარყოფითი ზეგავლენის შემცირების მიზნით გასათვალისწინებელია გარკვეული სახის რეკომენდაციები:

- წყლის მრიცხველების დაყენება; მათი გამოყენება წყლის მოხმარებას ამცირებს 20-25%-ით;
- ონკანებსა და საშხაპეებზე წყლის ნაკადის შემამცირებელი საცობების დაყენება;
- ჯურჯლის სარეცხი მანქანების გამოყენება; იგი მოიხმარს გაცილებით ნაკლებ წყალს, ვიდრე იხარჯება ხელით რეცხვისას. ამით დაიზოგება დაახლოებით 8 ათასი ლიტრი წყალი წელიწადში;

- ჩაიდანსა და მსგავსი ტიპის სხვა ჭურჭელში იმდენი წყლის მოხმარება, რამდენიც საჭიროა სტუმრის მომსახურებისთვის;
- ონკანებისა და უნიტაზების მუდმივი კონტროლი; წყლის გაჟონვის კერების დაუყოვნებლივ შეკეთება.

ნარჩენების მართვა. საყოფაცხოვრებო ნარჩენების არასწორი უტილიზაცია მნიშვნელოვანი გარემოს დაცვითი პრობლემაა. ამ მხრივ, საოჯახო სასტუმროს საქმიანობის პროცესში, აუცილებელია ნარჩენების რაოდენობის მინიმუმამდე დაყვანა. ამ მიზნით შესაძლებელია სამი სახის არაორგანული ნარჩენის დახარისხება: ქაღალდის, პოლიეთილენისა და მინის. სასურველია გეოგრაფიული არეალის სიახლოვეს არსებული კომპანიის მოძიება, რომელიც მუშაობს მსგავსი ტიპის ნარჩენების მეორეულ გადამუშავებაზე.

მნიშვნელოვანია, რომ ნარჩენების შემცირების მიზნით არ გამოიყენოთ ერთჯერადი ჭურჭელი. მრავალჯერადი ჭურჭლის გამოყენების შემდგომ კი გაირეცხოს გარემოსთვის უსაფრთხო, ფოსფატისა და ქლორის შემცველობის არმქონე ქიმიური საშუალებებით. ოჯახის წევრებისთვის, თანამშრომლებისა და მომხმარებლებისთვის აუცილებელია მუდმივი შეხსენება მოუფრთხილდნენ ელექტროენერგიასა და წყალს, გამოიყენონ მხოლოდ აუცილებლობის შემთხვევაში. ამისთვის შესაძლებელია ონკანებსა და ელექტროენერგიის წყაროებთან გაიკრას მცირე ზომის გამაფრთხილებელი ნიშნები წარწერებით: გამორთეთ შუქი, დაკეტეთ ონკანი და ა.შ.

2.4. მარკეტინგი და გაყიდვები

მარკეტინგი არის ადამიანური ძალისხმევის სახეობა, რომელიც მიმართულია გამოავლინოს და გაცვლის გზით დააკმაყოფილოს ადამიანთა საჭიროებები და მოთხოვნილებები. მარკეტინგის კომპლექსის ძირითადი ინსტრუმენტებია: პროდუქტი, ადგილი, ბაზარზე წარმოჩენა და ფასი, რომელიც 4P-ს სახელით არის ცნობილი. ამ ინსტრუმენტების საშუალებით ხდება ერთიანი მარკეტინგული სტრატეგიის ჩამოყალიბება, რაც საწარმოს ბაზარზე შესვლას, პოზიციების შენარჩუნებასა და ცვლილებებზე სწრაფ რეაგირებას უზრუნველყოფს.

მარკეტინგული მიქსის ელემენტებია:

პროდუქტი (Product) - ფიზიკური საქონელი, მომსახურება, ხარისხი, გარანტია, ინსტრუქციები, შეფუთვა, მარკირება.

ფასი (Price) - მიზნები, მოქნილობა, ფასდაკლებები, ერთგულების ბონუსები, საფასო შეღავათები, კონკურენტების ფასები.

ადგილი (Place) - მიზნები, არხის სახეობა, შუამავლები, გადაზიდვა, სადისტრიბუციო მომსახურება, არხის მართვა.

ბაზარზე წარმოჩენა (Promotion) - პერსონალური გაყიდვები, მასიური გაყიდვები, გაყიდვების დაწინაურება, გაყიდვების პერსონალი, სარეკლამო კამპანია.

ბაზარზე პოზიტიურად წარმოჩენისათვის საჭიროა კარგად დაიგეგმოს რომელი სამიზნე ჯგუფისთვის რა სახის საინფორმაციო საშუალება იყოს გამოყენებული.

2.4.1. ტურისტული ბაზრის სეგმენტაცია, მიზნობრივი სეგმენტების განსაზღვრა და პროდუქტის პოზიციონირება

სამოგზაურო-ტურისტული ბაზარი სწრაფად მზარდია და გამოირჩევა კონკურენციის მაღალი დონით. ასეთ ბაზარზე ერთ-ერთ გადამწყვეტ როლს ახალი და საინტერესო შეთავაზებები ასრულებს. ტურისტულ მომსახურებათა ბაზარი - ეს არის შთაბეჭდილებების, ემოციებისა და კმაყოფილების ბაზარი. შესაბამისად, შეუზღუდავია ამ ბაზარზე სეგმენტების რაოდენობა. ტურისტების ზოგადი დაყოფა ანუ სეგმენტაცია სხვადასხვა ნიშნის მიხედვით და გარკვეული სეგმენტის მოთხოვნების დადგენა მიზნობრივი აუდიტორიის სწორად განსაზღვრის უმთავრესი წინაპირობაა. ძირითადად გამოყოფენ სეგმენტაციას გეოგრაფიული, სოციალურ-დემოგრაფიული, ქცევითი და ფსიქოლოგიური მახასიათებლების მიხედვით. განვიხილოთ თითოეული მათგანი.

გეოგრაფიული ნიშნები. ტურისტული ბაზრის ჯგუფებად დაყოფა, როგორც წესი, გეოგრაფიული სეგმენტირებიდან იწყება. თუმცა სამიზნე აუდიტორიის შერჩევის გზაზე ეს მხოლოდ პირველი ნაბიჯია,

რომლის შემდგომ ხორციელდება ჯგუფის უფრო მცირე სეგმენტებად დაყოფა სხვა კრიტერიუმების მიხედვით. საწყის ეტაპზე ტურისტული ბაზარი იყოფა ტურიზმის სახეობის - შემომყვანი/გამყვანი, ეროვნული, რეგიონული/საქალაქო და პოლიტიკურ-გეოგრაფიული რეგიონის მიხედვით. ერთი წარმომავლობის რეგიონის ან ქვეყნის ჯგუფებში (მაგ. დასავლეთ ევროპა, ახლო აღმოსავლეთი) გაერთიანებულ ტურისტებს ქცევის გარკვეული სტერეოტიპი ახასიათებს და მათ განსაკუთრებული მიდგომა სჭირდებათ.

სოციალურ-დემოგრაფიული ნიშნები. ტურისტული ბაზრის სოციალურ-დემოგრაფიული სეგმენტირება ამარტივებს მოგზაურთა მოთხოვნების დადგენისა და შესაბამისი პროდუქტის შექმნის პროცესს. აღნიშნული მიზნის მიღწევა შესაძლებელია სეგმენტაციის შემდეგი კრიტერიუმების გამოყენებით: შემოსავლების დონე, ოჯახური მდგომარეობა, ასაკი, პროფესიული სტატუსი შემოსავლებიდან გამომდინარე (დაბალი, საშუალო და მაღალი შემოსავლები) ტურისტი ირჩევს მისთვის ხელმისაწვდომ მომსახურებებს, წყვეტს მიიღოს დამატებითი მომსახურება თუ დაკმაყოფილდეს მინიმალური მოთხოვნილებით. ოჯახური მდგომარეობის და ასაკის მიხედვით მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაცია დამსვენებელთა ჯგუფს 5 კატეგორიად ყოფს: ბავშვები (0-14 წელი), ინდივიდუალურად მოგზაური ახალგაზრდები (15-24 წელი), ახალგაზრდა ოჯახური წყვილები შვილებით (25-44 წელი), ეკონომიკურად აქტიური აუდიტორია (45-64 წელი), საპენსიო ასაკის დამსვენებლები (65 წელზე მეტი). თითოეული ჯგუფის შესაძლებლობები და მოთხოვნები განსხვავებულია. ბავშვები ძირითადად მშობლებთან ერთად მოგზაურობენ და არ აქვთ საკუთარი შემოსავალი. ახალგაზრდები შეზღუდული ბიუჯეტის გამო არ სარგებლობენ სხვადასხვა დამატებითი მომსახურებებით. დაოჯახებული დამსვენებელთა ქცევა ძირითადად შვილების ინტერესთა ზეგავლენით ყალიბდება. ამასთან ეკონომიკურად აქტიურ ასაკობრივ ჯგუფს მაღალი შემოსავლები კომფორტის მოთხვნილებას უღვივებს. უფროსი ასაკის ადამიანების უმრავლესობა კი თავისუფალი დროის დიდ ნაწილს ჯამრთელობის აღდგენასა და მეტი შთაბეჭდილებების მიღებაზე ხარჯავს.

პროფესიული სტატუსის და დაკავებული თანამდებობის მიხედვით განსხვავებული ქცევა ახასიათებს დამსვენებელთა ჯგუფს. ტურისტულ

ბიზნესში გამოყოფენ ძირითად სეგმენტებს: უმუშვერები (მათ შორის სტუდენტები), ოფისის თანამშრომლები, საჯარო მოხელეები, საშუალო რგოლის მმართველები და ბიზნესის მფლობელები.

ქცევითი ნიშნები. სეგმენტაციის ქცევითი კრიტერიუმები ძირითადად ასახავს მოგზაურთა მოტივს აირჩიოს ესა თუ ის მიმართულება. დამსვენებელთა ბაზრის სეგმენტაციის 5 ძირითად მოდელს გამოყოფენ: მოგზაურობის მიზანი, მიჯაჭვულობა საკურორტო ადგილებთან, მოგზაურობის სიხშირე, სასურველი სარგებელი და სასურველი ტრანსპორტი.

იხ. ცხრილი 1. დამსვენებელთა ჯგუფის კატეგორიები

მოგზაურობის მიზანი	დასვენება / გართობა / საქმიანი ვიზიტი
სასურველი სარგებელი	ჩვეულ გარემოს მოშორება, ახალი ადამიანების გაცნობა, საკუთარი თავის გამოცდა, დაბალი ფიზიკური აქტიურობის დონის კომპენსირება, სხვა ქვეყნების კულტურის და ბუნების შემეცნება.
მიჯაჭვულობა საკურორტე ადგილებთან	ზღვის კურორტებზე დასვენების მოყვარულები (თურქეთი, ეგვიპტე), სამთო კურორტებზე დასვენების მოყვარულები.
სასურველი ტრანსპორტი	ავიატრანსპორტი, რკინიგზა, ავტოტრანსპორტი, გემი (კრუიზი) და სხვა გადაადგილების საშუალებები (ველოსიპედი).
მოგზაურობის სიხშირე	წელიწადში ერთხელ, წელიწადში 1-3 - ჯერ, წელიწადში 3-ზე მეტჯერ.

მოგზაურთა ჯგუფის ამ მიმართულებით დაყოფა ნათელს ხდის ეკოტურისტული პროდუქტის მომხმარებელთა სავარაუდო სეგმენტს. ეს ადამიანთა ის კატეგორიაა, რომელსაც ჩამოყალიბებული აქვს მოგზაურობის მიზანი და გარკვეული სარგებლის (სხვა ქვეყნის კულტურის და ბუნების შემეცნება) მისაღებად მოგზაურობს ამა თუ იმ ქვეყანაში.

ფსიქოლოგიური ნიშნები. ფსიქოლოგიური კრიტერიუმებით ბაზრის სეგმენტირებას შეუძლია ახსნას მომხმარებელთა შინაგანი მოტივაცია, რაც ასაბუთებს მოგზაურობათა ძირითად მოტივებს. ბაზრის ასეთ ჯგუფებად დაყოფა ნაყოფიერია თუ სეგმენტირება ზემოთ მოყვანილი სხვა ნიშნების (დემოგრაფიული, ქცევითი) მიხედვითაც ხდება. ფსიქოლოგიური ნიშნის მიხედვით გამოყოფენ შემდეგი კატეგორიის ტურისტებს ეკოტურიზმის კუთხით შესაბამისი სეგმენტის შერჩევისას ფსიქოლოგიურ ნიშნებთან ერთად გასათვალისწინებელია მოგზაურთა სხვა ნიშნით დაყოფის მოდელებიც.

ეკოტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციის დაკვეთით გამოიკვლიეს ეკოტურისტის მარკეტინგული პროფილი, რის შედეგადაც მიიღეს შემდეგი მონაცემები:

- ასაკი - 35-54 წელი, რა თქმა უნდა, არსებობს სხვადასხვა გადახრა საშუალო მაჩვენებლიდან;
- მომხმარებლის სქესობრივი სტრუქტურა - 50% ქალები, 50% კაცები;
- განათლება - მინიმუმ კოლეჯი;
- მოგზაურობისთვის მისაღები თანასაზოგადოება - 60% მოგზაურობს წყვილად, 15% ოჯახთან, 13% მარტო;
- ტურის სასურველი ხანგრძლივობა - 8-14 დღე;
- მოგზაურობაში ფულის დახარჯვის სურვილი - აღნიშნულია, რომ ეკოტურისტები მზად არიან საშუალოდ დახარჯონ 1000-1500 $ (უფრო მეტი ვიდრე ჩვეულებრივი ტურისტი);
- ტურის მომხიბვლელობის თავისებურება - ველური ბუნება; ცოცხალი ბუნების შესწავლა, ფეხით სიარული, კულტურის შესწავლა, ადგილობრივი მოსახლეობის ისტორია.

ნებისმიერ სახის ტურისტული პროდუქტის დაგეგმვისას აუცილებელია დამსვენებელთა ბაზრის წინასწარი მოკვლევა, გარკვეულ პროდუქტზე სეგმენტის მისადაგება და მხოლოდ ამის შემდგომ მომზადებული პროდუქტის ტურისტულ ბაზარზე პოზიციონირება. მარკეტინგული თვალსაზრისით საქონლის ბაზარზე პოზიციონირება გულისხმობს მის განსაკუთრებულ, სხვებისგან განსხვავებული პოზიციის უზრუნველყოფას მომხმარებლის ცნობიერებაში. სხვადასხვა ქმედებით მწარმოებელი საკუთარი

პროდუქტის სასარგებლო თვისებებს აღწერს და იმის დამტკიცებასაც ახერხებს, თუ რატომ უნდა შეიძინოს ის მომხმარებელმა. პოზიციონირება მიმართულია ტურისტული პროდუქტის ისეთი იმიჯის შექმნაზე, რომელიც პირველი რიგში გამორჩეული იქნება მაღალი კონკურენტუნარიანობით. გასათვალისწინებელია ის ფაქტიც, რომ ტურისტული პროდუქტის პოზიცია ბაზრის ერთ სეგმენტზე შესაძლოა განსხვავებულად აღიქმედობეს სხვა სეგმენტის მიერ. ტურისტული მომსახურების მიმწოდებელმა შეიძლება გამოიყენოს პოზიციონირების რამდენიმე ალტერნატიული მიდგომა:

- პოზიციონირება სპეციფიური მახასიათებლების მიხედვით (მაგ. ავთენტური საცხოვრებელი);
- პოზიციონირება მომხმარებელთა სარგებლის ან მოთხოვ ნილებების მიხედვით, რომელთაც დააკმაყოფილებს ტურისტული პროდუქტი;
- მომხმარებელზე ორიენტირებული პოზიციონირება, რაც გულისხმობს მომხმარებელთა გარკვეული ჯგუფისთვის ოპტიმალური პროდუქტის გამოყოფას;
- პოზიციონირება ფასის / ხარისხის თანაფარდობის მიხედვით;
- პოზიციონირება კონკურენტის მიხედვით.

მრავალი სპეციალისტის აზრით, საწარმომ თავისი ძალისხმევით ყურადღება უნდა გაამახვილოს პროდუქტის ერთ განმასხვავებელ მახასიათებელზე, რომელთა შორის გამოყოფენ ყველაზე მთავარს -„საუკეთესო ხარისხი“, „საუკეთესო მომსახურება“, „ყველაზე მაღალი ფასეულობა“. ამ მახასიათებლიდან ერთ-ერთის მიღწევისა და შენარჩუნების შემთხვევაში, ტურისტული პროდუქტი იძენს კარგ რეპუტაციას, რომელიც მომხმარებელთა ცნობიერებაში ასოცირდება აღნიშნულ პოზიციასთან. ეკოტურისტული პროდუქტის დაგეგმვის პროცესში სხვადასხვა ტურისტული რესურსის კვლევის და მასზე დაფუძნებული განსხვავებული მომსახურებების შესაბამის სეგმენტზე მისადაგებას მოსდევს პოზიციონირების სქემის შემუშავების ეტაპი. აღნიშნული ციკლის გავლის შემდგომ მიღებულ შედეგებზე დაყრდნობით ხორციელდება ეკოტურისტული პროდუქტის შექმნა.

2.4.2. მარკეტინგული კომუნიკაციები

მარკეტინგული კომუნიკაციები შეიძლება იყოს ინსტიტუციური, მარკეტინგული და დიალოგის ფორმატში (Bruhn 2005, S. 400). ხსენებული სამი ტიპის კომუნიკაციიდან უნდა შევჯერდეთ მცირე და მიკრო ბიზნესისთვის მაქსიმალურად ხელსაყრელ ფორმაზე. ინსტიტუციური კომუნიკაციიდან გამოირჩევა მედიასთან და საზოგადოებათან ურთიერთობის ღონისძიებები. მაგალითად, ადგილობრივ და რეგიონულ ტელევიზიაში საოჯახო სასტუმროს შესახებ სიუჟეტების გაშუქება ან ადგილობრივ დღესასწაულებზე / ღონისძიებებზე აგრომეურნეობის სტენდით გამოსვლა; ან საოჯახო სასტუმროს გაცნობითი ტურის მოწყობა მედიის წარმომადგენლებისთვისა და ტუროპერატორებისთვის.

მარკეტინგული კომუნიკაციები მოიცავს მედიისა და მულტიმედიურ კომუნიკაციებს. მედიის საშუალებეს შორის გამოყოფენ ბეჭდვით მედიას, მაგ. გაზეთი, ჟურნალი; სამაუწყებლო მედიაში განიხილება რადიო, ტელევიზია; დისპლეი მედიას განეკუთვნება გარე რეკლამის საშუალებები, როგორებიცაა: ბილბორდი, ლაითბოქსი, პოსტერი (პლაკატი). მულტიმედიურ კომუნიკაციებში იგულისხმება შეუზღუდავი უთრიერთობა მომხმარებელთან ინტერნეტ სივრცის საშუალებით, მაგალითად: მიზნობრივად ინფორმაციის გავრცელებისთვის ელფოსტის გამოყენება, სიახლეების ფართო საზოგადოებისთივს გაცნობა სოციალური ქსელების, ვებ-გვერდისა და ბლოგების საშუალებით.

დიალოგის ფორმატის კომუნიკაციები - ეს არის პირდაპირი კომუნიკაცია ვერბალური და არავერბალური გზით. მაგალითად, ესენია: გამოფენებში მონაწილეობა, პრეზენტაციებისა და ღია კარის დღეების მოწყობა, საჯარო გამოსვლები.

- თქვენს ბიზნეს აუცილებლად უნდა ჰქონდეს სახელი. სასურველია ეს სახელი მარტივად გამოსათქმელი და დასამახსოვრებელი იყოს უცხოელისთვის. მნიშვნელოვანია ამ სახელის უკან იყოს ისტორია, რომელიც უშუალოდ ბიზნესს ან თქვენ გიკავშირდებათ. რომლის შეფუთვა და წარდგენა საინტერესო ფორმით უნდა იყოს შეთავაზებული ვიზიტორისთვის. ამასთან სასურველია საოჯახო სასტუმროს ჰქონდეს ლოგო და სლოგანი, რაც მისი მაიდენტიფიცირებელი და იმიჯის განსამტკიცებელი იქნება მიზნობრივ აუდიტორიაზე წარდგენისას.
- ნებისმიერ ეკოტურისტულ საწარმოს უნდა ჰქონდეს აბრა, რათა ტურისტმა შეძლოს ადვილად მიგნება;

- მაქსიმალურად გამოიყენეთ ინფორმაციის გავრცელების ყველა საშუალება: უახლოესი ტურიზმის საინფორმაციო ცენტრი, პროფესიული მონაცემთა ბაზები, ინტერაქტიული რუკები (მათ შორის Google map);
- მიიღეთ მონაწილეობა ტურისტულ გამოფენებსა და ბაზრობებში, რაც მოგცემთ, როგორც ადგილობრივ, ისე უცხოურ ტუროპერატორებთან დაკავშირების საშუალებას (გამოიყენეთ რეგიონული სტენდი დანახარჯების შემცირების მიზნით);
- გამოიყენეთ კომუნიკაციის ყველა საშუალება. დაგეგმეთ ინფოტურები, მოიწვიეთ ჟურნალისტები, როგორც ბეჭვდითი, ისე სამაუწყებლო მედიიდან, რათა მომზადდეს სიუჟეტები, დაიწეროს სტატიები დესტინაციის და თქვენი საწარმოს შესახებ. მოგზაური ჟურნალისტების მასპინძლობა საშუალებას მოგცემთ უფასოდ გააშუქოთ ინფორმაცია;
- გააკეთეთ აქცენტი საწარმოს უნიკალურ შეთავაზებაზე, რითაც ის განსხვავდება სხვა ეკოტურისტული მომსახურების მიმწოდებლისგან. ეს შეიძლება იყოს: განსაკუთრებული ადგილმდებარეობა, სიახლოვე ტურისტულ ატრაქციებთან ან განსხვავებული მომსახურების შეთავაზება;
- არასეზონურ პერიოდში შესთავაზეთ ფასდაკლებები, შეღავათები, დამატებითი აქტივობები ტურისტებს, მაგ. დამატებითი ღამისთევა უფასოდ, გვიანი გაწერა და ა.შ, რითაც შესაძლებელია მიზნობრივი ჯგუფების ინტერესის გაზრდა;
- დაუკავშირდით შუამავალ ორგანიზაციებს (ტურისტული კომპანიები, კომერციული საიტები). თუ გადაწყვეტთ, რომ გსურთ თქვენი მომხმარებლები ორგანიზებული ტურისტები, ანუ ის ტურისტები იყვნენ რომლებიც დაგეგმილი ტურით შემოდიან ქვეყანაში, მაშინ თქვენს შესახებ ინფორმაცია უნდა მიაწოდოთ ტურისტულ კომპანიებს. შეგიძლიათ ელ-ფოსტით გადაუგზავნოთ პრეზენტაცია თქვენი ობიექტის შესახებ, ან შეხვდეთ პირადად. შესაძლებელია ასევე (თუ ამის რესურსი გექნებათ) მოიწვიოთ რამოდენიმე მათგანი და უფასოთ შესთავაზოთ თქვენი ყველა მომსახურება. რაც შეეხება კომერციული საიტებს (მაგ.: booking.com) იღებს საშუამავლო სარგებელს 15-18 % ნომრის ღირებულებიდან. აუცილებელია ყოველი შეკვეთის შემდეგ დაუყოვნებლივ გასცეთ პასუხი და დაადასტუროთ შეკვეთის მიღება, რაც სანდოობას და დადებით შთაბეჭდილებას იწვევს ტურისტებში ურთიერთობის დაწყების პირველი ეტაპიდანვე.

2.5. ფასწარმოქმნის პოლიტიკა

ფასი არის ღირებულების ფულადი გამოხატულება. თანხა, რომელ-საც მომხმარებელი იხდის საქონლის, მომსახურების შეძენის ან გამოყენების სანაცვლოდ.

ეკოტურისტული პროდუქტის ფასი ასახავს მისი მომხმარებლის წარმოდგენას, თუ რამდენად არის მნიშვნელოვანი ისეთი ტურისტული პროდუქტი, რომლის შემადგენელი ნაწილებია: ველური ბუნება, კარგი მომსახურება და ადგილობრივი წარმოება. ფასი, რომელიც ,თავის მხრივ, ხელს უწყობს პროდუქტის ბაზარზე დამკვიდრებას, მარკეტინგული მიქსის (4P– Product, Place, Price, Promotion) ერთ-ერთი ძირითადი ელემენტია. ფასის სწორი პოლიტიკის განსაზღვრით შესაძლებელია ბაზარზე თავის დამკვიდრება და მოგების გაზრდა.

ხშირ შემთხვევაში საქართველოს რეგიონებში ეკოტურისტული საქმიანობის ფასგათვლა ხდება ორი ფაქტორის გათვალისწინებით:

1. ანალოგიური მომსახურეობის მქონე საწარმოს პროდუქტის ფასზე ორიენტირებით;
2. იმ ფაქტორის გათვალისწინებით, თუ რამდენად უღირს მიმწოდებელს შესაბამისი მომსახურება.

ორივე ზემოაღნიშნული შემთხვევა არის უშუალოდ პროდუქტის შექმნის პროცესში წარმოქმნილი ხარჯების გაუთვალისწინებლობა, რაც, სამწუხაროდ, უმეტესად საწარმოს ან მომსახურების სამომ-ხმარებლო ბაზრიდან გასვლით სრულდება.

პროდუქტის შესაბამისი ფასის დასადგენად აუცილებელია თვითღირებულების გამოთვლის შემდგომ ფასის დადებამდე (ანუ ფასნამატის - მწარმოებლის მოგების), სახელმწიფოს მიმართ ვალდებულებების და კომერციული საქმიანობის წარმართვასთან დაკავშირებული საკითხების გათვალისწინება მათ შორის კაპიტალდაბანდება ბიზნესის საწყის ეტაპზე.

ეკოტურისტული პროდუქტის თვითღირებულების დაანგარიშება. ნებისმიერი საქმიანობის განხორციელებისას, პროდუქტის ან მომსახურების თვითღირებულების გამოთვლისთვის, აუცილე-ბელია პროდუქტის შექმნაზე დახარჯული მატერიალური თუ არამატერიალური რესურსების შეფასება. სამწუხაროდ, თვით-ღირებულების დათვლის დროს, როდესაც მეწარმე თავად ქმნის პროდუქტს, ხშირად უგულებელყოფილია ისეთი კომპონენტები, როგორებიც არის საკუთარი დრო და შრომა.

ასევე საჭიროა დანახარჯების ორ ტიპად დაყოფა, კერძოდ დანახარჯები, რომლებიც უშუალოდ წარმოებულ პროდუქტს მიეკუთვნება და ის დანახარჯები, რომლებიც ზოგადად წარმოებისთვის არის საჭირო (ანუ პირდაპირი და ირიბი დანახარჯები).

ფასწარმოქმნის ერთ-ერთი ყველაზე გავრცელებული ფორმულაა: პირდაპირ ხარჯები + ირიბი ხარჯები + მეწარმის მოგება = ფასს

ცხრილი 2. საოჯახო სასტუმროს პირდაპირი და ირიბი ხარჯები

ხარჯები (საოჯახო სასტუმროს მაგალითზე)	
პირდაპირი	**ირიბი**
ადამიანური რესურსი, მუშახელი (დამლაგებელი, მზარეული)	ავეჯის ცვეთა
უშუალოდ პროდუქციისთვის წარმოქმნილი გადასახადები მაგ. დღგ.	მარკეტინგული ხარჯები (მაგ: ბეჭდური მასალა, სავიზიტო ბარათები)
კვების ორგანიზება (შეძენა, მომზადება, გამასპინძლება)	პროფესიული გაერთიანებების წევრობა
ენერგო რესურსები (წყალი, ელექტროენერგია, გაზი)	პერსონალის კვალიფიკაციის ამაღლება
	ქონების გადასახადი

მუშაობის დაწყებამდე მეწარმემ უნდა შეადგინოს კალკულაცია, თუ კონკრეტულად რამდენი დანახარჯი ექნება თავისი შენობის სასტუმროდ მოწყობაზე (გარეგნული იერსახე, გათბობა, სათანადო სერვისი და სხვა).

ტურისტული პროდუქტის მწარმოებლებმა სასურველია შეძლონ ფასების რანჟირება მომსახურების შეთავაზებისას სხვადასხვა მიზნობრივ ჯგუფზე. ასევე სასურველია გაითვალისწინონ ეკოტურისტული პროდუქტის სეზონურობა, რაც მკვეთრად აისახება მოთხოვნაზე.

- **ოფიციალური ანუ მიმდინარე ფასები (official rates/Rack rates)**
- **ჯგუფის ფასები (Group rates/Corporate rates)** - ხელშეკრულების საფუძველზე ორგანიზაციებისთვის (მაგ: ტურისტული კომპანიებისთვის) შეთავაზებული განსხვავებული ფასები;
- **პაკეტის ფასები (Package rates)** - ასეთი შეთავაზებები კეთდება ძირითადად პრომოციის კამპანიების დროს ტურისტების მისაზიდად;

- **ფასები ოჯახებისთვის (Family rates)** - შეთავაზებები ოჯახებისთვის. ბავშვები გარკვეულ ასაკამდე შეიძლება განათავსონ მშობლებთან ერთად და ამაზე დამატებითი საფასური არ გადაახდევინონ. ასეთი შეთავაზებები არის სეზონური და გაყიდვების წამახალისებელი;
- **ფასები დასვენების დღეებზე (Weekend rates)** - მასტიმულირებელი ფასი შაბათ-კვირის დღეებზე, ფასდაკლება მინიმალურია;
- **ნახევარი დღის ფასი (Day Use Rate/ Half-day rate)** - ოთახის გამოყენება დღის განმავლობაში ნახევარ ფასად;
- **Complimentary rate (comp)** როცა სტუმარი არ იხდის ნომრის საფასურს. მოქმედებს ინფოტურების დროს, როდესაც ნომრის საფასურს არ ახდევინებენ ტურისტული კომპანიის წარმომადგენლებს.

ცხრილი 3. ფასგათვლის მოდელი

ერთი ტურისტის განთავსების ფასგათვლის მოდელი				
ჩამონათვალი	რაოდენობა	ფასი	ფასის ჯამი ₾	ფასის ჯამი $
სინათლის 7 საათი	105 ვატის/ს*7 საათზე	0,22 ლარი/1 კვტ	0.16	0.16
გათბობა 7 საათი	2 კვტ/ს*7 საათზე	022 ლარი/1 კვტ	3.08	1.06
თეთრეულის რეცხვის და ოთახის სადეზინფექციო საშუალებები	0.5 კგ	3 ლარი/1კგ	1.5	0.5
თეთრეულის რეცხვის საფასური	1 სთ	*4 ლარი/სთ	4	1.4
ხელსახოცები, ტუალ. ქაღალდი	1 ცალი	0.5 ლარი/ 1 ცალი	0.5	0.17
1-2 ადგილიანი ოთახების დალაგება	10 წთ	4.9 ლარი/სთ	0.8	0.27
2-4 ადგილიანი ოთახების დალაგება	15 წთ	4.9 ლარი/სთ	1.2	0.4
4-6 ადგილიანი ოთახების დალაგება	20 წთ	4.9 ლარი/სთ	1.6	0.5
1-2 ადგილიანი ოთახის ფიქსირებული ხარჯების ჯამი			10.04	3.46
2-4 ადგილიანი ოთახის ფიქსირებული ხარჯების ჯამი			10.44	3.6
4-6 ადგილიანი ოთახის ფიქსირებული ხარჯების ჯამი			10.84	3.73

შენიშვნა: ერთი კილოვატი ელექტროენერგიის ღირებულება მერყეობს 0.21₾-დან 0.23₾-ამდე 301 კვტ/სთ-დან (საშუალო ელექტროენერგიის მოხმარება სასტუმროსათვის).
შრომის ღირებულების შესაფასებლად აღებულია გეოსტატის 2018 წლის მონაცემებზე დაყრდნობით, რომლის მიხედვითაც საშუალო ხელფასი, საქართველოში სასტუმროებსა და რესტორნებში დასაქმებულთათვის 825 ლარს შეადგენს თვეში. 825 ლარი=168 სამუშაო საათს თვეში (21 სამუშაო დღე X 8 სამუშაო საათზე) 825 ლარი/168 სთზე = 4.9 ლარს - 1 საათის შრომის ღირებულება დოლარის კურსი აღებულია 2020 წლის იანვრის თვის მონაცემებით 1$=2.9 ₾ ცხრილში არ არის გათვალისწინებული სტუმრის განთავსების მარკეტინგული ხარჯები, ავეჯისა და თეთრეულის ცვეთის ხარჯები და სხვა).

3. დანართები

დანართი 01. ხულოს მუნიციპალიტეტში მომუშავე ტუროპერტაორების საკონტაქტო მონაცემები

დასახელება	ელ.ფოსტა	ტელეფონის ნომერი	ვებ გვერდი
კაპიტალ ჯორჯია თრეველი	batumi2@capitaltravel.ge; info1@capitaltravel.ge	(+995 5 74)118787; (+995 32)2363224.	www.capitaltravel.ge
არგო ტური ბათუმი	argotourbatumi@yahoo.com	(+995 5 71)307494; (+995 422)279900	www.argotourbatumi.ge
გერმანული სახლი	gambodeu@mail.ru; gambodeu1982@gmail.com	(+995 5 93)337293; (+995 5 71)565602; (+995 422)276894.	www.visitadjara.com
აჭარა ტური	info@adjaratour.com	(+995 5 77)133232; (+995 5 77)788888; (+995 32) 2 228778.	www.adjaratour.com
კავა ტური	kavatourgeorgia@gmail.com; info@kavatour.net	(+995 5 97)755650; (+995 32)2388874.	www.kavatour.net
ეგზო ტური	info@exotour.ge	(+995 599)503535; (+995 32)2913191.	www.exotour.travel
ნიუ ედვენჩერ	g_guledani@yahoo.com; gguledani@newadventure.eu	(+995 5 99)904563; (+995 5 51)550066	www.newadventure.eu
აჭარა ბათუმი ტური	suzanna@adjbtm.com	(+995 5 77) 290991; (+995 5 57) 741910; 0422 22 52 92.	www.adjbtm.com
აისი თრეველ	murad.verdzadze@mail.ru	(+995 5 57) 544454	
ბათუმი ჯეო ტური	Geotour.ltd@gmail.com	(+995 5 97) 542530	

ბათუმის ტურისტული კლუბი	maxobatumeli@rambler.ru	(+995 5 77) 909005; (+995 5 79) 277727	
ელთ თრეველი	info@eltravel.ge	(+995 5 97) 912288	www.eltravel.ge
"ვიზიტ ას ჯორჯია" "Visit us Georgia"	visitusge@gmail.com visitus.ge	(+995 5 79) 809980	
კულტურ.გე	cultur.ge@yahoo.com culturge.travel@gmail.com	(+995 5 93)527353; (+995 32)2307363.	www.cultur.ge
ტრაფიკ თრაველი	info@traffictravel.net	(+995 5 99) 141425; (+995 32) 990216.	www.traffictravel.ge
აკარ ტური	info@ishudom.com	(+995 5 93) 204901; (+995 5 79) 204901.	www.ishudom.com
თრეველ ინ იუროპიან ჯორჯია	i.sakhamberidze@georgia-nearthtravel.com; tieg.travel@gmail.com	(+995 5 91)408495; (+995 431)250437.	www.tieg-travel.ge
ვოქერს	walkersgi2@gmail.com	(+995 5 98)137237	www.walkers.tk
სვით ჯორჯია	info@sweetgeorgia.ge	(+995 5 93)426828; (+995 32)2381629.	www.sweetgeorgia.ge
გოუტრიპი	info@gotrip.ge	(+995 599)483632	www.gotrip.ge
თრეველ ჰაუსი	thcompany@yahoo.com	(+995 5 77)717818	
ჰეფი თრეველ ჯორჯია	happytravelgeorgia@gmail.com; nikatsalughelashvili@yahoo.com	(+995 5 55)100584; (+995 5 77)688723	www.happytravel-georgia.com
ჯორჯიან სოულ თრეველ	geosoultravel@gmail.com	(+995 5 14)011616	www.gstravel.ge
ჯორჯია ინსაით	info@georgia-insight.eu; george@georgia-insight.eu	(+995 5 91)157494	www.georgia-insight.eu
მილქი ვეი თრეველ	darbaidzesopo@gmail.com	(+995 5 71)026703; (+995 5 98)281714	
ჯეო სტუმარი	geostumari@mail.ru; geostumari@gmail.com	(+995 5 74)451340	

**აღნიშნული საინფორმაციო ბაზა წარმოდგენილია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის და აჭარის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის მიერ მოწოდებული ბაზების გაფილტვრის და გაერთიანების შედეგად.*

დანართი 02. ინფორმაცია სარეგისტრაციო ბარათისთვის

რეგისტრაციის ბარათი
საოჯახო სასტუმროს დასახელება, ლოგო (არსებობის შემთხვევაში)
სტუმრის სახელი, გვარი
ქვეყანა
პირადი ნომერი

საცხოვრებელი მისამართი	
საკონტაქტო ტელ.	
ჩამოსვლის თარიღი	
გამგზავრების თარიღი	
გასათევი ღამეების რაოდენობა	
ოთახის ტიპი	
გადახდის მეთოდი	
მომსახურების სახეობა	
ხელმოწერა	

დანართი 03. ინვოისის ნიმუში

GUEST HOUSE NAME _____ Date: _____

Guest Name/ Surname	Room Type	Number of Nights	Nightly Rate	Total
				Total due

Address/phone _____

Signature: _____

Administrator: _____ Visitor: _____

დანართი 04. საოჯახო სასტუმროს წესები (ნიმუში)

Welcome your stay at Guest House "Sapovnela"

დანართი 05. ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემა

საქართველოს მთიან რეგიონებში, სადაც არ არსებობს ცენტრალიზებული საკანალიზაციო სისტემა, ტურისტული მომსახურების მომწოდებლების (განთავსების, კვების ობიექტები) მხრიდან მნიშვნელოვანია გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შემცირების კუთხით ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემის მოწესრიგება/მოწყობა.

ინდივიდუალური საკანლიზაციო სისტემის რამდენიმე ვარიანტი არსებობს, რომელთა ევოლუცია მოიცავს ამოთხრილ ორომოებს, სეპტიკურ ავზებს და ჩამდინარე წყლების გამწმენდ ნაგებობებს.

ინდივიდუალური ორმოების მოწყობა რეკომენდებულია რთული გეოგრაფიული პირობების არსებობის შემთხვევაში, სადაც სეპტიკური ავზების და გამწმენდი ნაგებობების მოწყობა მნიშვნელოვან

დანახარჯებთან არის დაკავშირებული, რაც გამოწვეულია მასალების ტრანსპორტირებით, მუშა ხელის დაქირავებით და სხვა ფაქტორებით. საპირფარეშოების ორმოებზე მოწყობის პრაქტიკა საქართველოს რეალობაში არსებობს სხვადასხვა დაცულ ტერიტორიაზეც, სადაც ტურისტული თავშესაფრების მიმდებარედ არსებული საპირფარეშეობი ანალოგიური პრინციპით არის მოწყობილი. აღნიშნულ შემთხვევაში გარემოზე უარყოფითი ზემოქმედების შესამცირებლად მნიშვნელოვანია გათვალისწინებულ იქნას გარკვეული ნიუანსები, კერძოდ:

- ტუალეტის ორმოს მოწყობა მიზანშეწონილია იქ სადაც გრუნტის წყლები ღრმად არის განლაგებული მიწის ქვეშ,
- არ უნდა მდებარეობდეს წყლის ობიექტთან ახლოს, ან ჩადაბლებულ ადგილას;
- საპირფარეშო უახლოესი წყლის ობიექტიდან დაცილებული უნდა იყოს მინიმუმ 100 მეტრით;

ორმოს გაკეთების ადგილის შესარჩევად აუცილებელია ასევე გავითვალისწინოთ ადგილობრივი ქარების მიმართულება, რათა დისკომფორტი არ შევუქმნათ ტურისტებს.

აკრძალულია გამოყენებული ქაღალდის დაწვა, იგი უნდა იქნას დამარხული ან ტრანსპორტირებული სანაგვე ურნამდე.

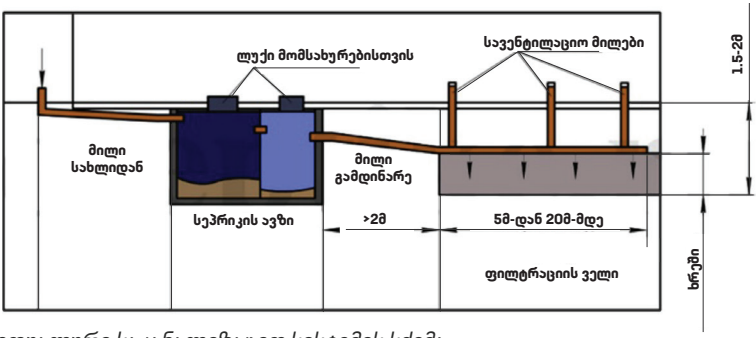
მსხვილი მასშტაბის ორმების გაკეთებისას რეკომენდებულია, რომ მისი კედლები დაფარული იყოს ბეტონით, ხოლო ფსკერი ქვიშის და ხრეშის შემცველი ფენით რათა თავიდან იქნას აცილებული ნიადაგში მყარი ნაწილაკების მოხვედრა.

ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემის კიდევ ერთი ვარიანტი **სეპტიკური ავზია,** რომელიც დიდი პოპულარობით სარგებლობს რეგიონებში, სადაც ცენტრალური საკანალიზაციო სისტემა მოშორებით ან სულაც არ არის გაყვანილი. აღნიშნული სისტემის მიზანს წარმოადგენს ჩამდინარე წყლების გაფილტვრა და ნიადაგისთვის, გარემოსთვის ზიანის თავიდან აცილება. ყველაზე მარტივი კონსტრუქცია შესაძლებელია ნებისმიერმა პირმა დაამზადოს და გაითვალისწინოს ძირითადი მოთხოვნები: სეპტიკური ავზის ზომა, მდებარეობა, სქემა და მუშაობის პრინციპი.

სეპტიკური ავზის ზომა. ხელნაკეთი და ქარხნული სეპტიკების ზომების გათვლამდე გასათვალისწინებელია ჩამონადენის საშუალო რაოდენობა, რომელიც წარმოიქმნება საწარმოზე ჩვეულებრივი ფუნქციონირების დროს 3 დღის განმავლობაში. ერთი ადამიანი

საშუალოდ დღე-ღამეში 200 ლიტრ ჩამონადენს წარმოქმნის, შესაბამისად, ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემის იდეალურად მოწყობის შემთხვევაში ავზის მოცულობა უნდა შეადგენდეს 600 ლიტრს ერთი ადამიანისთვის. ჩამონადენის გამოთვლა შესაძლებელია წყლის მრიცხველის მონაცემების გამოყენებით.

სეპტიკური ავზის სქემა და მუშაობის პრინციპი. ავზის საკუთარი ხელით დამზადებამდე მნიშვნელოვანია სქემის მონახაზის გაკეთება (იხ. სეპტიკური ავზის სქემა, სურათი 1)



სურათი 1: ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემის სქემა

სქემაზე ნათლად არის ასახული სეპტიკური ავზის მოწყობის პრინციპი. შესაბამისად, ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემა შედგება თვითონ ჰერმეტული სეპტიკური ავზისგან, რომელიც შესაძლებელია დამზადდეს ბეტონის რგოლებისგან, 2 ან 3 კამერიანი (ნარჩენების უკეთესი დალექვისთვის), სადაც დაილექება წყალში არახსნადი ნარჩენი და ფილტრაციის ველისგან, სადაც შედარებით სუფთა წყალი გაწმენდის შემდგომ ეტაპს გადის.

სეპტიკური ავზის მდებარეობა. სეპტიკური ავზის ადგილმდებარეობის შერჩევისას გასათვალისწინებელია ტერიტორიის სიახლოვეს ჭების/ჭაბურღილების არსებობა და გრუნტის წყლის დონე. ავზის ჰერმეტულობის შემთხვევაში საკმარისია მისი სახლიდან დაშორება მხოლოდ 5 მეტრით. უფრო მკაცრი მოთხოვნებია ფილტრაციის ველის მოწყობისას - მანძილი ღია წყალსაცავამდე უნდა აღემატებოდეს 100 მ-ს, ხოლო წყლის მიწოდების წყარომდე 50 მ-ს. ამასთან, ნიადაგის ჭარბტენიანობის მატებამ შესაძლებელია დააზიანოს სახლის საძირკველი, ამიტომ იგი საკმაოდ მოშორებული უნდა იყოს საცხოვრებელ ნაგებობებს.

ინდივიდუალური საკანალიზაციო სისტემის მოწყობისას ყველა სხვა მოთხოვნასთან ერთად გასათვალისწინებელია დანახარჯი მილების გაყვანილობაზე, ამასთან შემცირებულია სანიტარულ-ჰიგიენური ნორმების დარღვევის რისკები მათი ექსპლუატაციის შემთხვევაში.

საკანალიზაციო სისტემის მოწყობისას უმთავრესად გასათვალისწინებელია, რომ თავიდან იქნას აცილებული სისტემის გაჭედვა და უსიამოვნო სუნი.

მილების შერჩევისას გასათვალისწინებელია მათი დიამეტრი, რათა თავისუფალად მოხდეს არა მხოლოდ სითხეების, არამედ მყარი ნაწილაკების გატარება. საკანალიზაციო მილების ოპტიმალური დიამეტრი სისტემასთან დაკავშირებული სანიტარული ტექნიკის რაოდენობაზე და სახეობაზეა დამოკიდებული.

გასათვალისწიენებელია, რომ მილები, რომლებიც ხვდება ღია სივრცეში დაცული უნდა იყოს გაყინვისა და გადახურებისაგან. ამიტომ ზოგიერთ შემთხვევაში აუცილებელია მათი თერმო იზოლაციური მასალით დაფარვა.

თბილისი
2020