



**Batumi**  
G E O R G I A

სოფლად არსებული განთავსების ობიექტების, საოჯახო სასტუმროების  
მომსახურების ხარისხის კვლევა

(ანალიტიკური ანგარიში)

დეკემბერი, 2019

## სარჩევი:

<u>საოჯახო სასტუმროები</u> .....	3
<u>კვლევის მეთოდოლოგია:</u> .....	3
<u>კვლევის მეთოდი</u> .....	3
<u>კვლევის ინსტრუმენტი</u> .....	3
<u>კვლევის არეალი</u> .....	3
<u>შერჩევა</u> .....	4
<u>დამკვირვებელი/იდუმალი სტუმარი</u> .....	4
<u>კვლევის განხორციელების პერიოდი</u> .....	4
<u>კვლევის ძირითადი მიგნებები:</u> .....	5
<u>ზოგადი ინფორმაცია</u> .....	8
<u>საოჯახო სასტუმროების საერთო ხედი</u> .....	8
<u>მისაღები სივრცე</u> .....	11
<u>ნომრის მდგომარეობა</u> .....	15

## საოჯახო სასტუმროები

### კვლევის მეთოდოლოგია:

კვლევის ძირითად მიზანს წარმოადგენდა აჭარის ა.რ. რეგიონში განთავსების ობიექტების მომსახურების ხარისხის კვლევა. მის ფარგლებში ცალკე განხორციელდა საოჯახო სასტუმროების შეფასებაც.

აღნიშნული მიზნის მისაღწევად შემუშავდა შემდეგი ამოცანები:

- განთავსების ობიექტის საერთო ხედის შეფასება (შენობის ვიზუალური იერსახის, მისაღები სივრცის მდგომარეობის და ა.შ. შეფასება);
- განთავსების ობიექტის მასპინძლის/პერსონალის მუშაობის შეფასება (პერსონალის თავაზიანობის, ოპერატიულობის, ინფორმირებულობის და ა.შ. შეფასება);
- განთავსების ობიექტის ნომრის მდგომარეობის შეფასება (ნომრის სარემონტო, სანიტარული, ხმაურის და ა.შ. მდგომარეობის შეფასება);
- განთავსების ობიექტის საუზმის მომსახურების შეფასება (კერძების ასორტიმენტის, საკმარისობის, გემოს და ა.შ. შეფასება);
- განთავსების ობიექტის დამატებითი მომსახურებების შეფასება;
- იდუმალი სტუმრის/კლიენტის ემოციური შთაბეჭდილებების იდენტიფიცირება განთავსების ობიექტში ყოფნისას (მომავალში განთავსების ობიექტით სარგებლობის სურვილის, დაცულობის, სასტუმროს არჩევით კმაყოფილების და ა.შ. შეფასება)

### კვლევის მეთოდი

საოჯახო სასტუმროების მომსახურების ხარისხის კვლევა განხორციელდა ჩართული დაკვირვების მეთოდის გამოყენებით. იდუმალი სტუმარი/კლიენტი, რომელიც სტუმრობდა საოჯახო სასტუმროს, აფასებდა მომსახურებას, როგორც რიგითი სტუმარი, წინასწარ შემუშავებული კითხვარის მეშვეობით.

### კვლევის ინსტრუმენტი

ნახევრად სტრუქტურირებული კითხვარი, დახურული და ღია შეკითხვებით. კითხვარი შემუშავდა სოციალური კვლევისა და ანალიზის ინსტიტუტის მიერ და შეთანხმდა აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტთან. **კვლევის არეალი**

კვლევის არეალს წარმოადგენდა აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის რეგიონი (როგორც ზღვის სანაპირო ზოლზე არსებული, ისე მაღალმთიან აჭარაში მოქმედი საოჯახო სასტუმროები)

## **შერჩევა**

შესამოწმებელი საოჯახო სასტუმროების სია მოგვარდა აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტმა.

კვლევის ფარგლებში სულ შეფასდა:

- 20 საოჯახო ტიპის სასტუმროს მომსახურების ხარისხი

## **დამკვირვებელი/იდუმალი სტუმარი**

კვლევის განხორციელებაში ჩაერთო 5 დამკვირვებელი/იდუმალი სტუმარი, რომელთაც, განთავსების სფეროში, მაღალი, ან საშუალო რგოლის მენეჯერულ პოზიციაზე მუშაობის გამოცდილების დამადასტურებელი ცნობები გადაეცა აჭარის ა.რ. ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტს.

## **კვლევის განხორციელების პერიოდი**

კვების ობიექტების მომსახურების ხარისხის შეფასება მოიცავდა 2019 წლის 10 აგვისტოდან - 2019 წლის 18 ნოემბრის ჩათვლით პერიოდს.

## კვლევის ძირითადი მიგნებები:

- კვლევის ფარგლებში შემოწმებული სასტუმროების უმეტესი ნაწილი, 70%, ორსართულიანია, მხოლოდ ერთ სასტუმრო აღმოჩნდა 3-სართულიანი.
- საოჯახო სასტუმროების 65% ახალგარემონტებულია, ხოლო მინიმალური რაოდენობა (2 ობიექტი) სარემონტოს კატეგორიაში ხვდება.
- კვლევის მონაცემებზე დაყრდნობით, საოჯახო სასტუმროების დიდი ნაწილის (45%) შემთხვევაში იმ უბანს, რომელშიც ობიექტი მდებარეობს, აუცილებელი ინფრასტრუქტურა აქვს, თუმცა რეაბილიტაციას საჭიროებს.
- კვლევაში მონაწილე არცერთ საოჯახო სასტუმროს არც პანდუსი და არც განიერი ლიფტი არ აქვს.
- როგორც აღმოჩნდა საოჯახო სასტუმროების მეოთხედს (25%; 5 ობიექტი) სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა საერთოდ არ აქვს. ობიექტების ნახევარი რაოდენობის (50%, 10 სასტუმრო) შემთხვევაში სახელი როგორც ქართულ, ისე ინგლისურ ენაზეა წარმოდგენილი.
- საოჯახო სასტუმროების 20%-ის შემთხვევაში მთელი წარწერა სრულად არის განათებული, ხოლო 5 ობიექტის სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა დამით მხოლოდ ნაწილობრივ არის განათებული.
- დაკვირვებად ობიექტებს შორის უმრავლესობას 18 საოჯახო სასტუმროს, გააჩნია საკუთარი ეზო. ნაწილ შემთხვევაში კეთილმოწყობილია, ხოლო ზოგიერთი მათგანი კეთილმოწყობელია (ყრია ნაგავი, სამშენებლო ნარჩენები, მოუვლელია მცენარეები, არ დევს არც მაგიდეები და არც სკამები და ა.შ.)
- სასტუმროების უმრავლესობას (60%) აქვს სრულფასოვანი მისაღები სივრცე, მათ შორის ღია.
- კვლევაში მონაწილე ობიექტების უმრავლესობას (70%) აქვს სტუმრის ჩამოსაჯდომი ადგილები და, რაც მთავარია, რაოდენობა სასტუმროს ზომას შეესაბამება. მხოლოდ 1 სასტუმრო აღმოჩნდა, რომელშიც მსგავსი ადგილი არ მოიძებნება.
- როგორც აღმოჩნდა, დამკვირვებელთა უმრავლესობა (60%) ძალზე დადებითად აფასებს მასპინძლის მომსახურებას. აქვე ხაზგასასმელია ის ფაქტი, რომ 1 სასტუმროს შემთხვევაში სკალის ყველაზე დაბალი მაჩვენებელიც კი დაფიქსირდა - 1 ქულა.
- მენეჯერ(ებ)ის მომსახურების საერთო ხარისხი საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობაში (68.4%) ძალზე დადებითად შეფასდა. აქაც უკიდურესად უარყოფითი პასუხის დაფიქსირების ერთი შემთხვევა გამოვლინდა.
- Check-in-ი ობიექტების უმრავლეს შემთხვევაში (89.5%) დროულად და შეფერხების გარეშე მოხდა.
- სასტუმროების უმრავლეს შემთხვევაში არ ფუნქციონირებს კონდიციონერი (90%), მაგიდის ნათურა (80%), სარეცხის გასაფენი (70%), ფენი (80%), ცენტრალური გათბობის სისტემა (85%).
- ობიექტების მეოთხედში (25%) ნომრის საერთო მდგომარეობა ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 45%-მა დამკვირვებლებისგან 4-ქულიანი

შეფასება მიიღო, რაც ვერბალურად „უფრო დადებითად, ვიდრე უარყოფითად“ კატეგორიას შეესაბამება.

- სასტუმროების დიდ ნაწილში (35%) პირსახოცებს ყოველდღე ცვლიან. რაც შეეხება თეთრეულს, ობიექტების 10%-ია (2 სასტუმრო) მხოლოდ ისეთი, სადაც ყოველდღე ცვლიან.
- კონკრეტული ნივთის არსებობა სასტუმროების მიხედვით, პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა: ხელსაბანი საპონი - 95%, საშხაპე გელი - 20%, შამპუნი - 55%, ტუალეტის თეთრი ქაღალდი - 65%, იატაკის პირსახოცი (შხაპიდან გამომსავლელად) - 10%, ხელის პირსახოცი - 95%, ტანის (შხაპის) პირსახოცი - 80%, უნიტაზის საწმენდი ჯაგრისი - 85%, ბიდე - 5.3%, ჰაერის გამწმენდი ვენტილიატორი - 45%, სარკე - 95%.
- კვლევაში მონაწილე საოჯახო სასტუმროების 75%-ს აქვს სასაუზმე; ხოლო დანარჩენი 25%-ის შემთხვევაში მსგავსი სივრცე არსებობს, თუმცა არ ფუნქციონირებს.
- როგორც აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობა (90.9%) სტუმარს საუზმეს სთავაზობს.
- კერძების/საკვების მრავალფეროვნებას დამკვირვებლები საოჯახო სასტუმროების 40%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად აფასებენ, მხოლოდ 2 სასტუმრო მოხვდა ძალზე უარყოფითი შეფასების კატეგორიაში.
- კერძების სასტუმროს ფასთან შესაბამისობა შეფასებისას აღმოჩნდა, რომ ზოგადად დადებითი შეფასება სასტუმროების 70%-მა მიიღო. პროცენტულად ყველაზე მეტი, ობიექტების 45%, კი „ძალზე დადებითის“ კატეგორიაში მოხვდა.
- საუზმის მომსახურების საერთო დონე საოჯახო სასტუმროების დიდ ნაწილში (45%) ძალზე დადებითად შეფასდა. მხოლოდ ორი ობიექტი აღმოჩნდა, რომლის საუზმის მომსახურების საერთო დონით დამკვირვებლები კმაყოფილნი არ აღმოჩნდნენ და 5-ქულიან სკალაზე, მხოლოდ 1-ით შეაფასეს.
- სასტუმროების უმრავლესობა (83.3) სტუმრებს მხოლოდ წინასწარ შეკვეთის შემთხვევაში სთავაზობს სადილს/ლანჩს.
- როგორც აღმოჩნდა, საკვლევი ობიექტების უმრავლესობაში (72.2%) სტუმრებს სამზარეულოთ სარგებლობა შეუძლიათ.
- საოჯახო სასტუმროს სამზარეულოში სხვადასხვა საშუალებებით სარგებლობის მხრივ შემდეგი შედეგი დაფიქსირდა: ტოსტერი - 46.7%, მაცივარი - 100%, ელექტრო ღუმელი - 93.3%, ელექტრო ჩაიდანის - 93.3%, ყავა/ჩაი/წყალი - 100%.
- რაც შეეხება კლიენტების აეროპორტში/ავტო. სადგურში წაყვანის მომსახურებას, სასტუმროების 75% საბაზროზე უფრო დაბალ ფასად სთავაზობს.
- როგორც აღმოჩნდა, თითოეული საოჯახო სასტუმრო სტუმრებს დამატებით ტურისტულ მომსახურებას აწვდის. ობიექტების უმრავლესობა (55%) სტუმრებს ტურისტულ მომსახურებას საბაზროზე დაბალ ფასად სთავაზობს.

- საოჯახო სასტუმროების აბსოლუტურ უმრავლესობაში (19 ობიექტი; 95%) საევაკუაციო გეგმა თვალსაჩინო ადგილას არ არის გამოკრული და არც დერეფნებია ცეცხლმაქრობებით შეიარაღებული - 95%.
- როგორც აღმოჩნდა, ობიექტების უმრავლესობაში (85%) სტუმარი მომსახურების ფასს ტერმინალით/საბანკო ბარათით ვერ გადაიხდის.
- ობიექტების ნახევრით (50%) ისე კმაყოფილები არიან, რომ მომავალში ისურვებდნენ იქ დარჩენას. მხოლოდ 2 სასტუმრო აღმოჩნდა, რომლის მომსახურებითაც დამკვირვებელი იმდენად უკმაყოფილო იყო, რომ სხვა დროს მისი მომსახურებით სარგებლობას არ ისურვებდა.
- დამკვირვებლები საოჯახო სასტუმროების 55%-ის შემთხვევაში სხვას ამ კონკრეტული სასტუმროთი სარგებლობის რჩევას მისცემდნენ.
- რაც შეეხება საერთო ემოციურ მდგომარეობას, სასტუმროების 45%-ში ზოგადი შეფასება დადებითია, ხოლო 40%-ში - ძალიან დადებითი.
- სასტუმროების 65%-ის შემთხვევაში ფასი მომსახურების დონეს სრულად შეესაბამება. მხოლოდ ერთეული შემთხვევები დაფიქსირდა უარყოფითი შინაარსის კატეგორიებში, რაც მთლიანობაში 10%-ს უტოლდება.

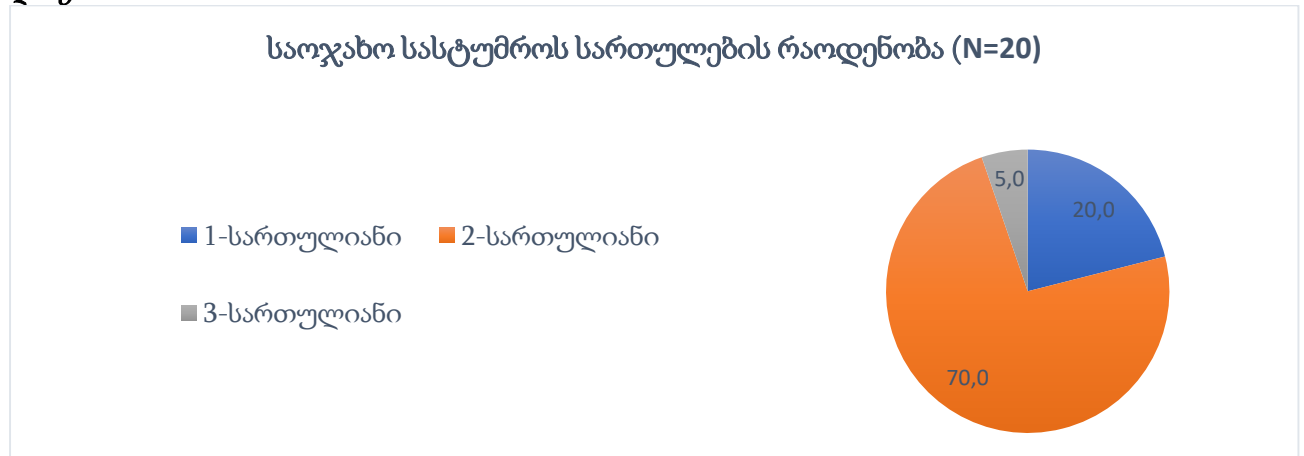
## ზოგადი ინფორმაცია

საოჯახო სასტუმროების მომსახურების ხარისხის შესასწავლად შემუშავებული კითხვარი მოიცავდა რამდენიმე ბლოკს, რომელიც შეეხებოდა სასტუმროს მახასიათებლებს - ინტერიერს, ექსტერიერს, უშუალოდ მომსახურებას და ა.შ.

## საოჯახო სასტუმროების საერთო ხედი

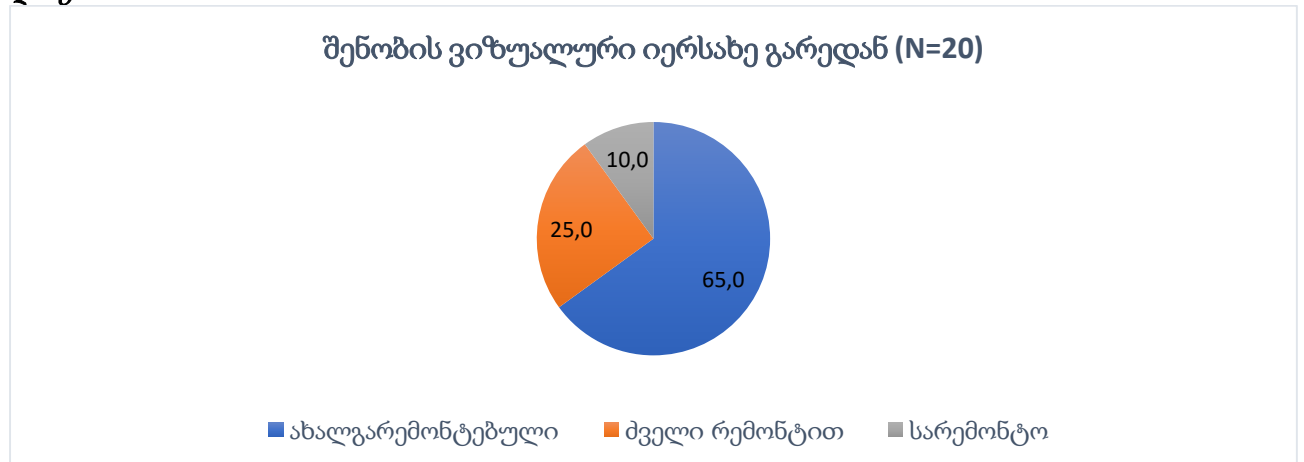
თავდაპირველად კითხვარში წარმოდგენილი შეკითხვები შეეხებოდა საოჯახო სასტუმროს ექსტერიერს. საწყის ეტაპზე შეფასდა სართულების რაოდენობა. როგორც აღმოჩნდა, კვლევის ფარგლებში შემოწმებული სასტუმროების უმეტესი ნაწილი, 75%, ორსართულიანია, მხოლოდ ერთ სასტუმრო აღმოჩნდა 3-სართულიანი. (იხ. დიაგრამა #39) 2018 წლის მონაცემებით, კვლევაში ჩართული სასტუმროების 53% ერთსართულიანია, 47% - ორსართულიანი იყო.

### დიაგრამა #39



ექსტერიერის კომპონენტის უკეთ გასაანალიზებლად დამკვირვებლებმა შეაფასეს შენობის ვიზუალური იერსახე. მონაცემთა საფუძველზე ირკვევა, რომ საოჯახო სასტუმროების 65% ახალგარემონტებულია, ხოლო მინიმალური რაოდენობა (2 ობიექტი) სარემონტოს კატეგორიაში ხვდება (იხ. დიაგრამა #40). წინა წლის მონაცემებიც თითქმის იდენტური გახლდათ.

### დიაგრამა #40

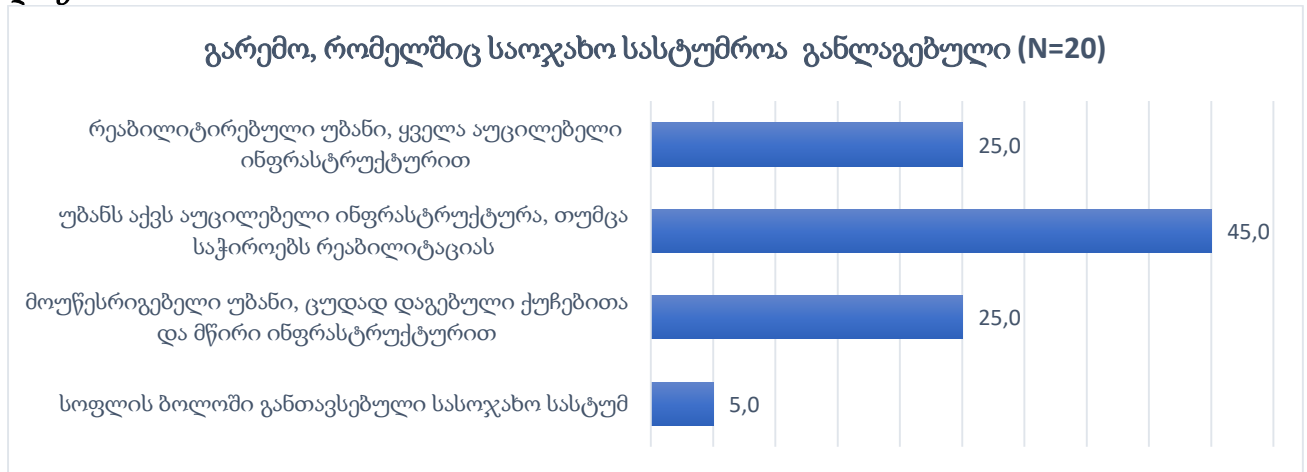


ზოგადად, მომსახურების სფეროში მოქმედი ობიექტებისთვის, მომხმარებლების მოზიდვის მიზნით, მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს ურბანული გარემო,



რომელშიც განთავსებულია. კვლევის მონაცემებზე დაყრდნობით, საოჯახო სასტუმროების დიდი ნაწილის (45%) შემთხვევაში იმ უბანს, რომელშიც ობიექტი მდებარეობს, აუცილებელი ინფრასტრუქტურა აქვს, თუმცა რეაბილიტაციას საჭიროებს (იხ. დიაგრამა #41). 2018 წელს ეს კატეგორია 46.7%-ით იყო წარმოდგენილი. აღნიშნული ნახევრად დახურული შეკითხვის პასუხის კატეგორიაში დამკვირვებლებს თავადაც შეეძლოთ მათთვის სასურველი პასუხის დამატება. ცალკეული შემთხვევებისას საოჯახო სასტუმრო სოფლის ბოლოში, მოუწესრიგებელ ურბანულ გარემოშია განთავსებული და ცუდადმისასვლელია.

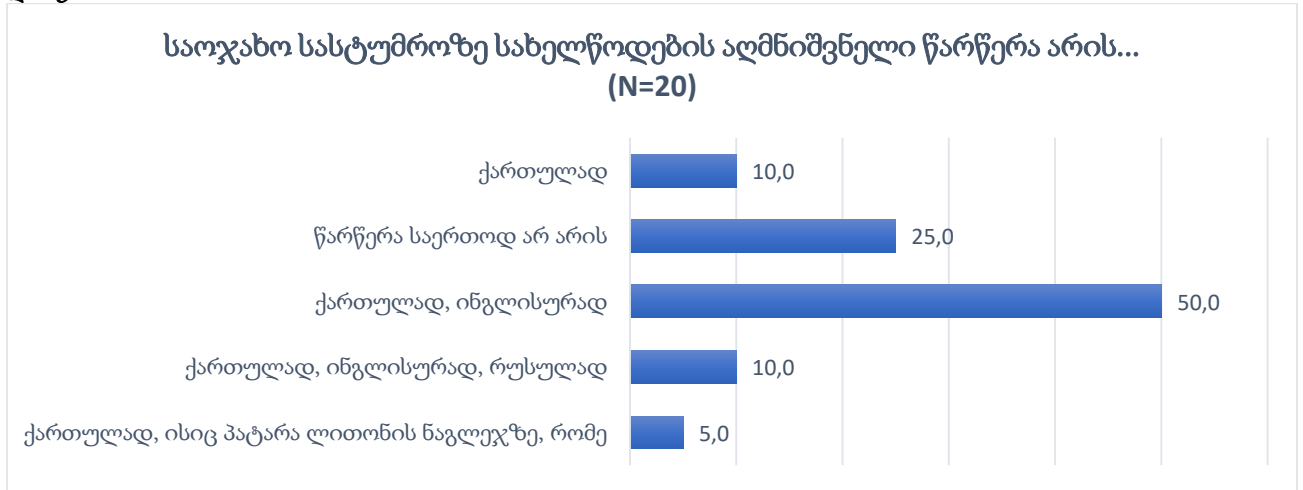
**დიაგრამა #41**



ზოგადად, განთავსების ობიექტების შეფასებისთვის მნიშვნელოვან ფაქტორს წარმოადგენს, რომ სოციუმის ნებისმიერ ობიექტზე იყოს მორგებული, მათ შორის განსაკუთრებულად შეზღუდული შესაძლებლობის მქონე პირებისთვის. სწორედ ამ მიზნით, კითხვარში წარმოდგენილი იყო სასტუმროს შშმ პირებისთვის ადაპტირებულობის კომპონენტი - პანდუსის ან განიერი ლიფტის არსებობის შეფასებით. როგორც აღმოჩნდა, კვლევაში მონაწილე არცერთ საოჯახო სასტუმროს არც პანდუსი და არც განიერი ლიფტი არ აქვს. შესაბამისად, ცალსახად შეიძლება იმის თქმა, რომ არსებული ობიექტები შშმ პირებისთვის არ არის ადაპტირებული. იდენტური შედეგი დაფიქსირდა 2018 წელს ჩატარებული კვლევის ფარგლებშიც. აღნიშნული კომპონენტის შეფასებისას დამკვირვებლებმა შენიშვნების სახით მიუთითეს, რომ საოჯახო სასტუმროში არა თუ განიერი და სპეციალურად შშმ პირებისთვის საჭირო, არამედ ზოგადად, ლიფტი არ არის. ცალკეული შემთხვევისას შესასწავლი ობიექტი საოჯახო სახლის კატეგორიაში ერთიანდება, სადაც ფიზიკურად შეუძლებელია ლიფტის/პანდუსის არსებობა.

შემდგომ ეტაპზე შეფასდა სასტუმროზე სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა - ერთი მხრივ, არის თუ არა, ხოლო მეორე მხრივ რა ენაზეა წარმოდგენილი. დამკვირვებლებს არსებული რეალობიდან გამომდინარე, რამდენიმე პასუხის მონიშვნა შეეძლოთ. როგორც აღმოჩნდა საოჯახო სასტუმროების მეოთხედს (25%; 5 ობიექტი) სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა საერთოდ არ აქვს. ობიექტების ნახევარი რაოდენობის (50%, 10 სასტუმრო) შემთხვევაში სახელი როგორც ქართულ, ისე ინგლისურ ენაზეა წარმოდგენილი (იხ. დიაგრამა #42). 2018 წელს გამოკითხული სასტუმროების 40%-ის შემთხვევაში, წარწერა ქართულად და ინგლისურადაა, ხოლო 46,7%-ის შემთხვევაში კი წარწერა საერთოდ არ არის.

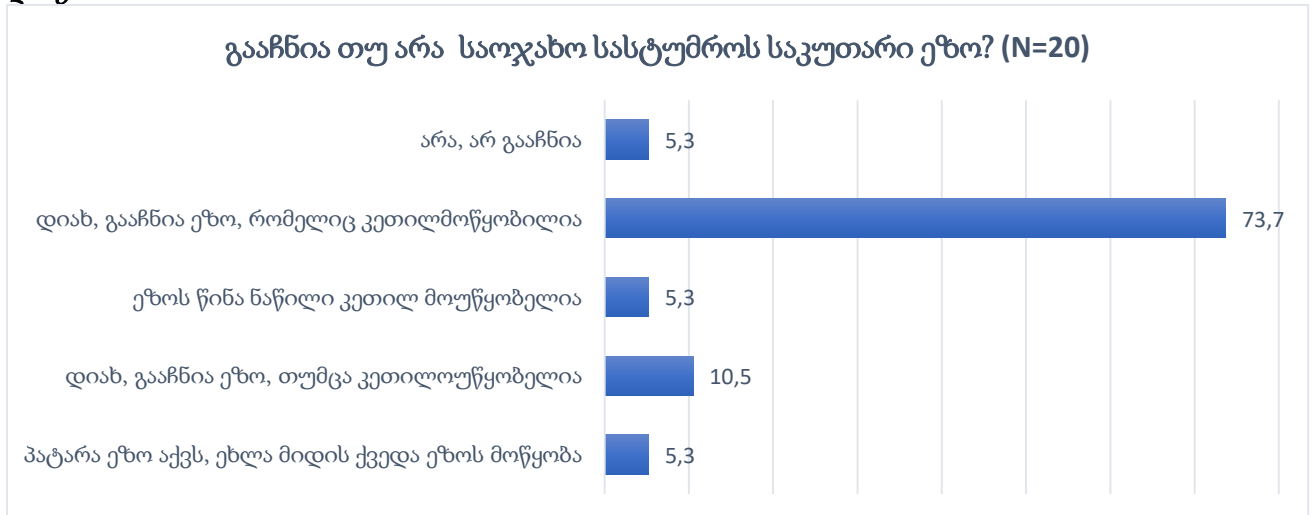
**დიაგრამა #42**



დაკვირვების ფარგლებში საინტერესო იყო იმის დაფიქსირებაც არის თუ არა სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა ღამით განათებული. ეს კომპონენტი ღამით მისული მომხმარებლებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია. როგორც აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების 20%-ის შემთხვევაში მთელი წარწერა სრულად არის განათებული, ხოლო 5 ობიექტის სახელწოდების აღმნიშვნელი წარწერა ღამით მხოლოდ ნაწილობრივ არის განათებული. იდენტური შედეგი დაფიქსირდა 2018 წლის კვლევის ფარგლებშიც - სასტუმროების უმრავლესობის (87%) შემთხვევაში წარწერა განათებული არ ყოფილა.

ექსტერიერის შეფასებისთვის მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს საკუთარი ეზოს არსებობა. როგორც აღმოჩნდა, დაკვირვებად ობიექტებს შორის უმრავლესობას 18 საოჯახო სასტუმროს, გააჩნია საკუთარი ეზო. ნაწილ შემთხვევაში კეთილმოწყობილია, ხოლო ზოგიერთი მათგანი კეთილმოწყობელია (ყრია ნაგავი, სამშენებლო ნარჩენები, მოუვლელია მცენარეები, არ დევს არც მაგიდები და არც სკამები და ა.შ.) (იხ. დიაგრამა #43).

**დიაგრამა #43**

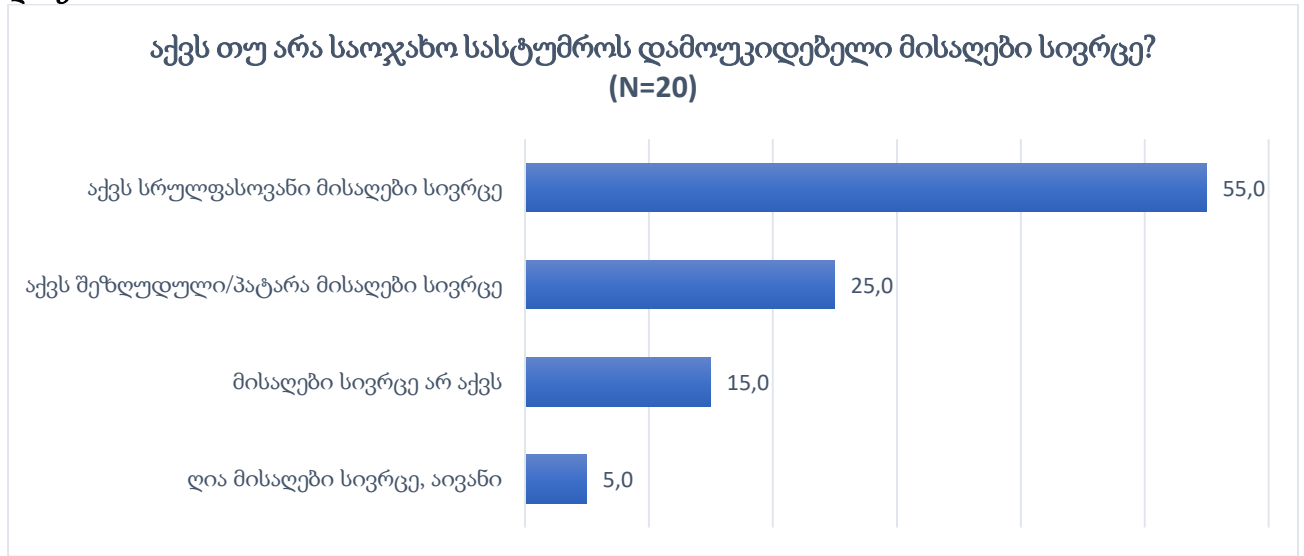


ერთ-ერთმა დამკვირვებელმა შენიშვნის სახით წარმოადგინა, რომ საოჯახო სასტუმროს პატარა ეზო აქვს და ამ ეტაპზე გაფართოება მიმდინარეობს - ქვედა ეზოს აწყობენ.

## მისაღები სივრცე

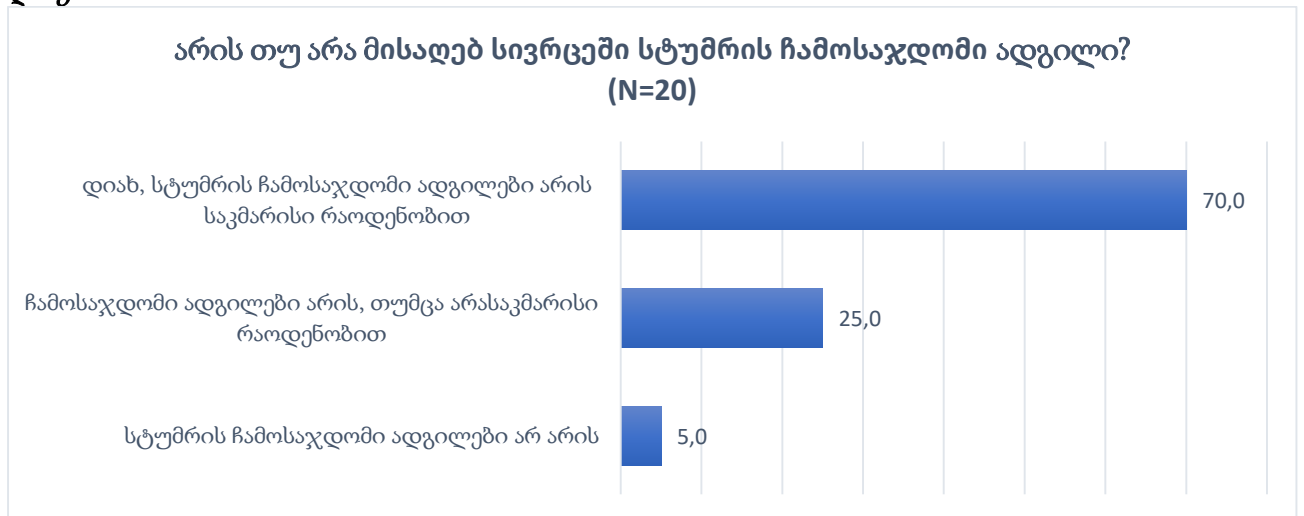
დაკვირვების შემდგომ ეტაპზე შეფასდა საოჯახო სასტუმროების ინტერიერი. მნიშვნელოვანი იყო იმის განსაზღვრა, აქვს თუ არა ობიექტს დამოუკიდებელი მისაღები სივრცე. როგორც აღმოჩნდა, სასტუმროების უმრავლესობას (60%) აქვს სრულფასოვანი მისაღები სივრცე, მათ შორის ღია (იხ. დიაგრამა #44). წინა წლის შედეგებთან შედარებით, მდგომარეობა გაუმჯობესებულია, რადგან 2018 წელს ამ კატეგორიაში სასტუმროების 53.3% გაერთიანდა. მხოლოდ 3 ობიექტია ისეთი, რომელსაც მისაღები სივრცე საერთოდ არ აქვს.

### დიაგრამა #44



რაც შეეხება ინტერიერის ერთ-ერთ კომპონენტს, ჩამოსაჯდომ ადგილს, როგორც აღმოჩნდა, კვლევაში მონაწილე ობიექტების უმრავლესობას (70%) აქვს სტუმრის ჩამოსაჯდომი ადგილები და, რაც მთავარია, რაოდენობა სასტუმროს ზომას შეესაბამება. მხოლოდ 1 სასტუმრო აღმოჩნდა, რომელშიც მსგავსი ადგილი არ მოიძებნება (იხ. დიაგრამა #45). დადებით კატეგორიის მაჩვენებელი გაუმჯობესებულია, რადგან 2018 წელს მხოლოდ 53.3%-ს შეადგენდა.

### დიაგრამა #45



კვლევის მიზნის მისაღწევად, დაკვირვების ფარგლებში სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით, მასპინძლის მომსახურების დონე შეფასდა. შეფასება განხორციელდა 5-

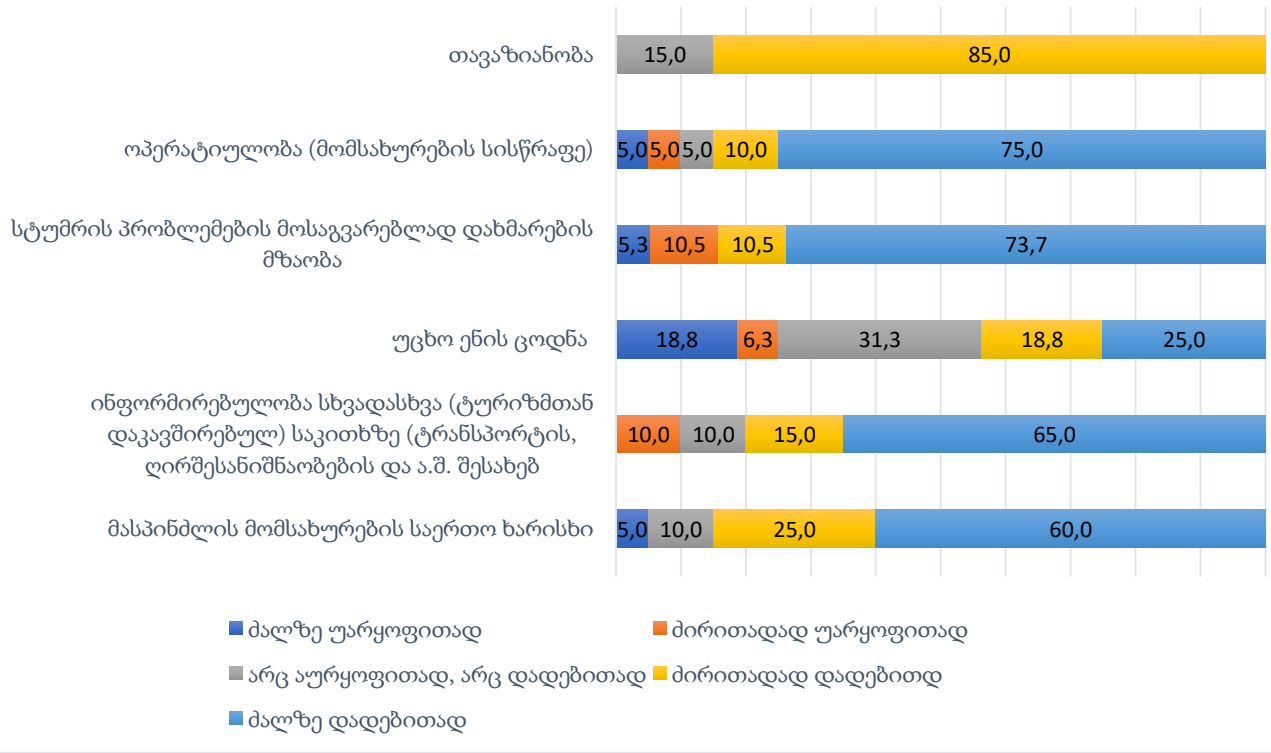
ქულიან სკალაზე, რომელზეც 1 აღნიშნავს „ძალზე უარყოფითად“, ხოლო 5 – „ძალზე დადებითად“. წარმოდგენილი იყო შემდეგი პარამეტრები: თავაზიანობა, ოპერატიულობა, სტუმრის პრობლემების მოსაგვარებლად დახმარების მზაობა, უცხო ენის ცოდნა, ინფორმირებულობა სხვადასხვა საკითხზე. ცალკეული პარამეტრის შედეგების საფუძველზე, აღმოჩნდა, რომ თავაზიანობის კომპონენტით სასტუმროების 85%-ში დადებითად ფასდება. მნიშვნელოვანია იმის აღნიშვნაც, რომ თითოეული პარამეტრის შეფასებისას ყველაზე დიდი პროცენტული მაჩვენებელი სწორედ უმაღლესი ქულით (5 ქულა) შეფასებაზე მოდის. რამდენადაც შეფასება განხორციელდა 5-ქულიან სკალაზე, მისი შუალედური პოზიცია არის 3, რაც ნეიტრალურ პოზიციას გამოხატავს. საშუალოების შედეგების საფუძველზე, აღმოჩნდა, რომ თითოეული კომპონენტი შეფასების დადებით ველში ხვდება, რამდენადაც მათი მონაცემი 3 ქულას აღემატება. მეტიც, უმრავლესობა მათგანი უფრო დადებით შეფასების მაჩვენებელსაც კი, რაც სკალაზე 4 ქულით გამოიხატება, აღემატება. ყველაზე მაღალი საშუალო ქულით, ცხადია თავაზიანობა გამოირჩევა - 4.70 (Median=5; St.Dev.=0.733), ხოლო ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი, ერთადერთი, რომელსაც 4 ქულაზე ნაკლები საშუალო მაჩვენებელი აქვს მინიჭებული, უცხო ენის ცოდნაში დაფიქსირდა - 3.25 (Median=3, St.Dev.=1.438). 2018 წლის მონაცემების მიხედვითაც, მასპინძლის თავაზიანობა უმეტეს შემთხვევაში (93.3%) ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო უცხო ენის ენა მხოლოდ 13.3%-ის შემთხვევაში შეფასდა ძალზე დადებითად (იხ. დიაგრამა #46).

როგორც დამკვირვებლის მიერ მოწოდებული შენიშვნებიდან ირკვევა, ერთეულ შემთხვევაში მომსახურე პერსონალმა მხოლოდ რუსული იცოდა, ისიც არადაამაკმაყოფილებლად.

ამასთანავე ზოგადად შეფასდა მასპინძლის მომსახურების საერთო ხარისხი, რამაც ზემოთ განხილული კომპონენტები გააერთიანა. ამ შემთხვევაშიც იდენტური სკალა გამოვიყენეთ. როგორც აღმოჩნდა, დამკვირვებელთა უმრავლესობა (60%) ძალზე დადებითად აფასებს მასპინძლის მომსახურებას (2018 წელი: ძალზე დადებითად - 46.7%). აქვე ხაზგასასმელია ის ფაქტი, რომ 1 სასტუმროს შემთხვევაში სკალის ყველაზე დაბალი მაჩვენებელიც კი დაფიქსირდა - 1 ქულა. თუმცა, ზოგადი შეფასება მაინც დადებით ველში ხვდება, რამდენადაც აღნიშნული კომპონენტის კმაყოფილების საშუალო მაჩვენებელი სკალის შუალედურ ქულას, 3-ს, აღემატება - 4.35 (Median=5; St.Dev.(1.040) (იხ. დიაგრამა #46).

დიაგრამა #46

შეფასეთ საოჯახო სასტუმროს მასპინძლის მომსახურების დონე სხვადასხვა პარამეტრის მიხედვით. (N=20)

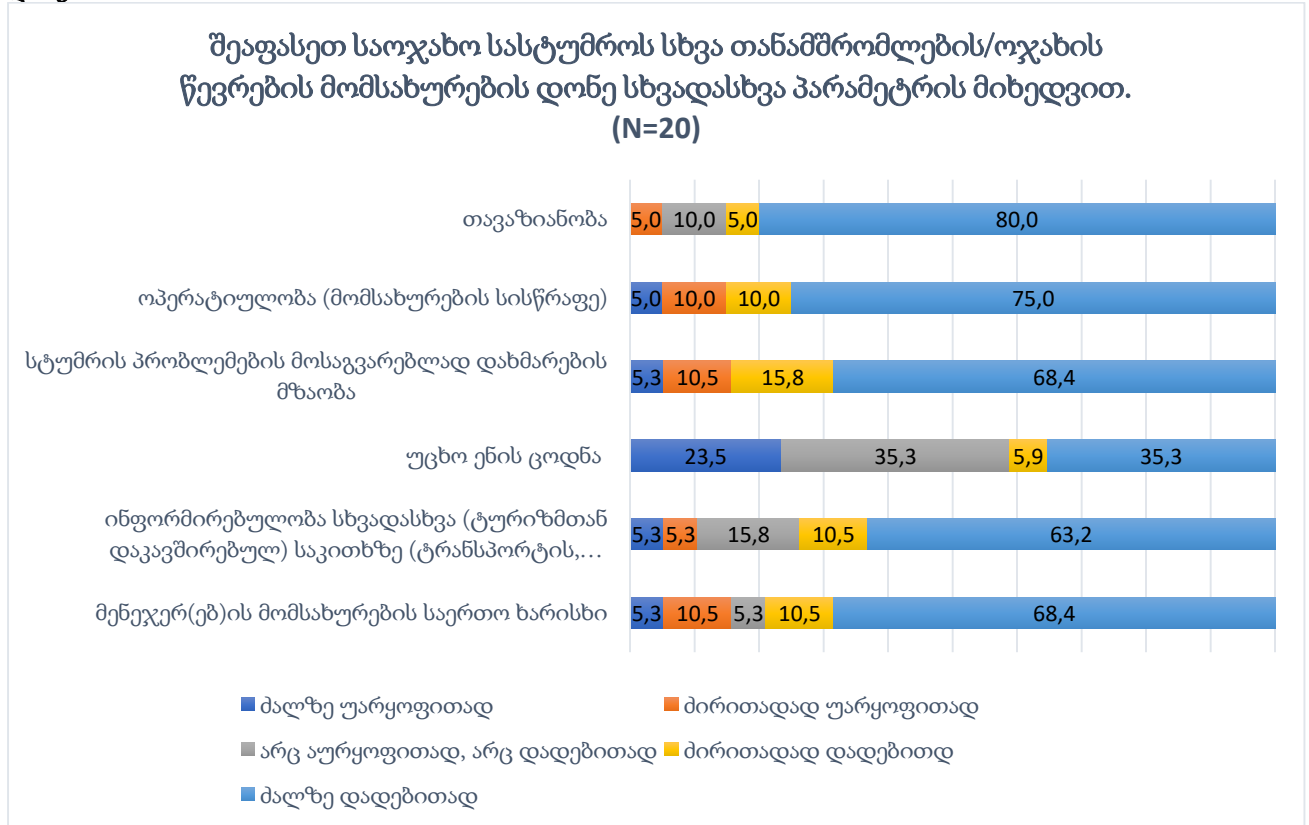


მასპინძლის გარდა, იმავე პარამეტრების და იდენტური სკალის გამოყენებით, საოჯახო სასტუმროს სხვა თანამშრომლების/ოჯახის წევრების მომსახურების დონე შეფასდა. თითოეული კომპონენტის შეფასებების საფუძველზე აღმოჩნდა, რომ „თავაზიანობის“ პარამეტრი ამ შემთხვევაშიც ყველაზე მაღალი პროცენტული მაჩვენებლით არის წარმოდგენილი - სასტუმროების 80%-ში მენეჯერ(ებ)ის თავაზიანობა „ძალზე დადებითად“ ფასდება. როგორც ჩანს, საოჯახო სასტუმროების ნაწილის მომსახურე პერსონალისთვის უცხო ენა ერთგვარ დაბრკოლებას წარმოადგენს, რამდენადაც ეს კომპონენტი საოჯახო სასტუმროების მეხუთედზე მეტში (23.5%) „ძალზე უარყოფითად“ შეფასდა, რაც მინიმალური 1 ქულით გამოიხატება. რამდენადაც აღნიშნული სკალის შუალედურ მაჩვენებელს 3 წარმოადგენს, სწორედ მასთან მიმართებით შეგვიძლია თითოეული პარამეტრის ხარისხის საშუალოების შედარება და გაანალიზება. როგორც აღმოჩნდა, უმრავლესობა მათგანის საშუალო 4-საც კი აჭარბებს. ყველაზე მაღალი შედეგი, ცხადია, თავაზიანობის კომპონენტში დაფიქსირდა - 4.60 (Median=5; St.Dev.=0.883); ხოლო დაბალი - უცხო ენის პარამეტრის შეფასებისას - საშუალო მაჩვენებელი = 3.29 (Median=3; St.Dev.=1.572) (იხ. დიაგრამა #47).

მენეჯერ(ებ)ის მომსახურების საერთო ხარისხი საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობაში (68.4%) ძალზე დადებითად შეფასდა. აქაც უკიდურესად უარყოფითი პასუხის დაფიქსირების ერთი შემთხვევა გამოვლინდა. თუმცა, საშუალო მაჩვენებლის მიხედვით, დამკვირვებლები საერთო ჭრილში დადებითად აფასებენ მენეჯერ(ებ)ის მომსახურების ხარისხს. მისი საშუალო ქულა, 4.26 (Median=5; St.Dev.=1.284), ცალსახად დადებითი შინაარსის მქონე ველში ხვდება (იხ.

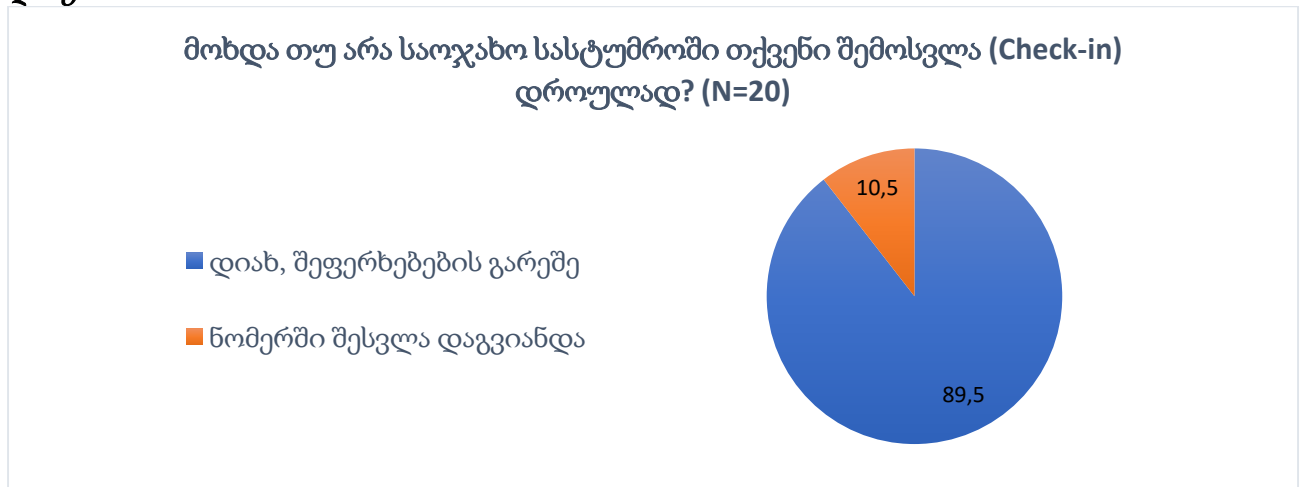
დიაგრამა #47). 2018 წლის მონაცემების მიხედვით, მდგომარეობა გაუმჯობესებულია, რადგან წინა წლის შედეგი მენეჯერ(ებ)ის მომსახურების საერთო ხარისხის მხრივ სასტუმროების მხოლოდ 46.7%-ში ფასდებოდა, როგორც ძალზე დადებითი.

დიაგრამა #47



ამასთანავე შეფასდა, მოხდა თუ არა სასტუმროში სტუმრის დროულად შესვლა (Check-in). როგორც აღმოჩნდა, ობიექტების უმრავლეს შემთხვევაში (89.5%) შესვლა დროულად და შეფერხების გარეშე მოხდა (იხ. დიაგრამა #48). 2018 წლის დროულად შესვლის მაჩვენებელი 93.3%-ს უტოლდებოდა.

დიაგრამა #48



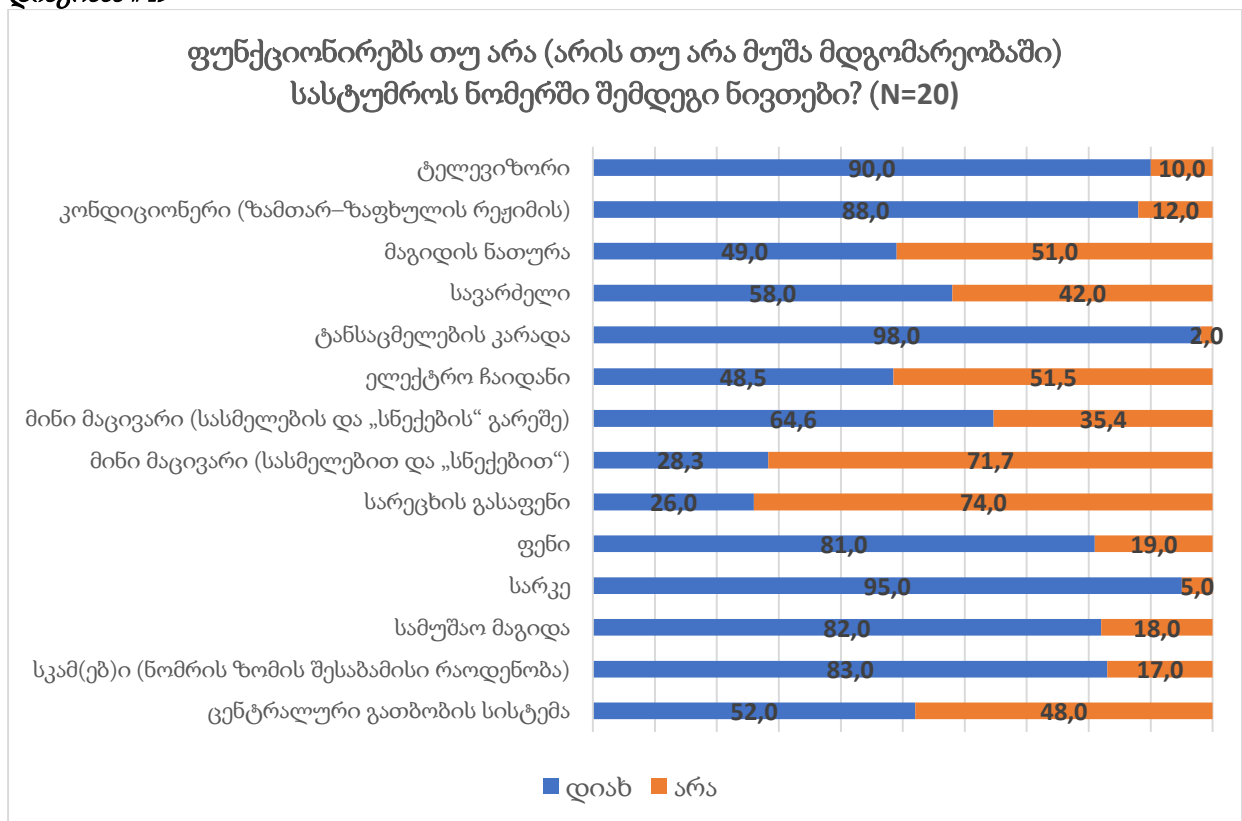
მხოლოდ 2 მათგანში შევიდა სტუმარი დაგვიანებით, მიზეზად კი ნომრის დალაგება დაფიქსირდა.

## ნომრის მდგომარეობა

ნომრის მდგომარეობის შესაფასებლად შეფასდა რამდენიმე ნივთის გამართულად ფუნქციონირება, მათ შორის ტელევიზორი, კონდიციონერი, მაგიდის ნათურა, სავარძელი და ა.შ. როგორც აღმოჩნდა, უმეტესი ნივთის შემთხვევაში უარყოფით შინაარსის პასუხი გაცილებით აღემატება დადებითს. მაგალითად, სასტუმროების უმრავლეს შემთხვევაში არ ფუნქციონირებს კონდიციონერი (90%), მაგიდის ნათურა (80%), სარეცხის გასაფენი (70%), ფენი (80%), ცენტრალური გათბობის სისტემა (85%).

აუცილებლად უნდა აღინიშნოს, რომ არსებობისა და ფუნქციონირების დადებითი შემთხვევა დაფიქსირდა მხოლოდ სკამების (80%) და სარკის (55%) შემთხვევაში. ტანსაცმლის კარადას რაც შეეხება, კვლევაში მონაწილე საოჯახო სასტუმროების მხოლოდ ნახევარში არის/ფუნქციონირებს (იხ. დიაგრამა #49).

დიაგრამა #49



დამკვირვებლეთა შეფასებით ირკვევა, რომ ზოგჯერ ზემოთ ჩამოთვლილი ნივთები საერთო სივრცეში ან სხვა სართულზეა წარმოდგენილი და არა თითოეულ ნომერში ინდივიდუალურად.

ამასთანავე სასტუმროს ნომრის მდგომარეობა სხვადასხვა პარამეტრის საფუძველზე შეფასდა, მათ შორის: ნომრის სარემონტო მდგომარეობა, სანიტარული მდგომარეობა/სისუფთავე, ნომრის ზომა, ინტერნეტის ხელმისაწვდომობა და ა.შ. შეფასება 5-ქულიანი სკალით განხორციელდა, რომელზეც 1 აღნიშნავს „ძალზე უარყოფითად“, ხოლო 5 – „ძალზე დადებითად“. როგორც აღმოჩნდა, სასტუმროს ნომრის სარემონტო მდგომარეობა ობიექტების 70%-ში დადებითად შეფასდა, რომელშიც „ძალზე დადებითი“ კატეგორია 35%-ით არის წარმოდგენილი. უარყოფით ველში კი სასტუმროების 15% მოხვდა (იხ.

დიაგრამა #50). აღნიშნული კრიტერიუმი 2018 წელს ძალზე დადებითად სასტუმროების 20%-ში შეფასდა.

სანიტარული მდგომარეობა სასტუმროების ნახევარში (50%) ძალზე დადებითად შეფასდა მაშინ, როცა უკიდურესად უარყოფით კატეგორიაში მხოლოდ 1 ობიექტი მოხვდა (იხ. დიაგრამა #50). 2018 წლის ძალზე დადებითად შეფასების კატეგორია სასტუმროების 40%-ში დაფიქსირდა.

თეთრეული სისუფთავე საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობაში (75%) ძალზე დადებითად შეფასდა. აქ აღსანიშნავია რომ ძალზე უარყოფითის კატეგორია საერთოდ არ დაფიქსირებულა (იხ. დიაგრამა #50).

დამკვირვებლებმა საოჯახო სასტუმროების 80%-ში ნომრის ზომა დადებითად შეაფასეს, მათ შორის 50% აღნიშნული პარამეტრი უმაღლესი ქულით შეფასდა (იხ. დიაგრამა #50).

როგორც აღმოჩნდა, სასტუმროების 80%-ში ნომერი ნათელია. ძალზე დადებითის კატეგორია ობიექტების 55%-ში დაფიქსირდა. ამ შემთხვევაში უკიდურესი უარყოფითი პასუხის კატეგორია საერთოდ არ გამოვლინდა (იხ. დიაგრამა #50). 2018 წელს სასტუმროების 33.3%-ში ნომრის ზომა ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 46.7%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად.

ნომრის შეფასებისთვის მნიშვნელოვან კრიტერიუმად განისაზღვრა ავეჯის ხარისხი. როგორც აღმოჩნდა, სასტუმროების 70%-ში ნომერში კარგი ხარისხის ავეჯია (გაერთიანებული კატეგორიები: „დადებითად“, „ძალზე დადებითად“) (იხ. დიაგრამა #50). 2018 წელს ძალზე ავეჯის ხარისხი 40%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა.

სააბაზანო მოწყობილობის ხარისხი საოჯახო სასტუმროების დიდ ნაწილში (35%) ძალზე დადებითად შეფასდა მაშინ როდესაც 3 ობიექტში არსებული კრიტერიუმი უარყოფითი შინაარსის ველში მოხვდა (იხ. დიაგრამა #50). წინა წელს მონაცემები შემდეგნაირად გადანაწილდა: 26,7% - ძალზე დადებითი, 26,7%-ის შემთხვევაში კი ძირითადად უარყოფითი.

საინტერესო შედეგები დაფიქსირდა ინტერნეტის ხელმისაწვდომობის კატეგორიაში. როგორც აღმოჩნდა საოჯახო სასტუმროების რაოდენობა თანაბრად გადანაწილდა უკიდურესად უარყოფითსა და დადებით კატეგორიებში. აღნიშნული პარამეტრი ძალზე უარყოფითად შეფასდა სასტუმროების 38.9%-ში (7 ობიექტი). აბსოლუტურად იდენტური მაჩვენებელი დაფიქსირდა სავსებით დადებითის კატეგორიაშიც (იხ. დიაგრამა #50). რაც შეეხება 2018 წლის მონაცემებს, სასტუმროების 53.3%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა ინტერნეტის მიწოდება.

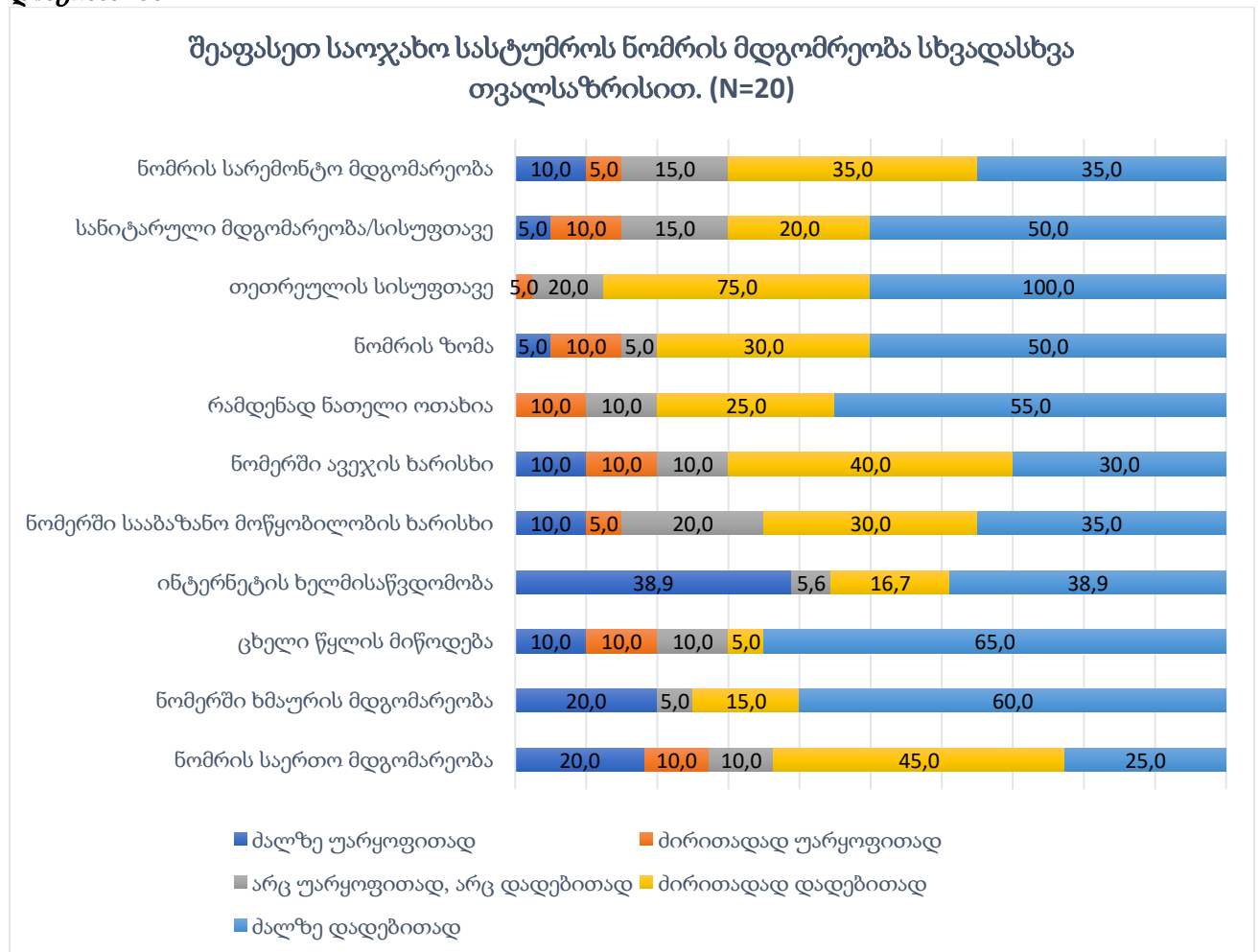
სასტუმროების უმრავლესობაში (70%) ცხელი წყლის მიწოდება პრობლემურ საკითხს არ წარმოადგენს. ხოლო უარყოფით ველში საოჯახო სასტუმროების 20% გაერთიანდა, რაც რაოდენობრივად 4 ობიექტს უტოლდება (იხ. დიაგრამა #50).

და ბოლოს, საკვლევი კომპონენტის გასაანალიზებლად მნიშვნელოვნად განისაზღვრა ნომერში ხმაურის მდგომარეობის შეფასება. როგორც აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების 75%-ში ეს პარამეტრი დადებითად შეფასდა, ანუ დამკვირვებლებისთვის ხმაური შემაწუხებელი გარემოება არ ყოფილა. ხოლო ობიექტების მეხუთედში (20%) ეს კომპონენტი პრობლემურ საკითხად განისაზღვრა (იხ. დიაგრამა #50). 2018 წელს შედეგები შემდეგნაირად



გადანაწილდა: ხმაურის მდგომარეობა სასტუმროების 73,3%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად შეფასდა, 20%-ის შემთხვევაში - ძირითადად დადებითად. სწორედ ზემოთ განხილული პარამეტრების გაანალიზების საფუძველზე, დამკვირვებლებმა ნომრის საერთო მდგომარეობაც შეაფასეს. ობიექტების მეოთხედში (25%) ნომრის საერთო მდგომარეობა ძალზე დადებითად შეფასდა, ხოლო 45%-მა დამკვირვებლებისგან 4-ქულიანი შეფასება მიიღო, რაც ვერბალურად „უფრო დადებითად, ვიდრე უარყოფითად“ კატეგორიას შეესაბამება. ნომრის საერთო მდგომარეობის საშუალო ქულად 3.75 დაფიქსირდა (Median=4; St.Dev.=1.070), რაც უფრო მეტად დადებითი შეფასების ჯგუფში ერთიანდება, თუმცა აუცილებლად აღსანიშნია, რომ მცირედით აღემატება სკალის შუალედურ მაჩვენებელს (იხ. დიაგრამა #50). ეს მაჩვენებელი წინა წელთან შედარებით, შემცირებულია, რადგან 2018 წელს ნომრის საერთო მდგომარეობა სასტუმროების 40%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა.

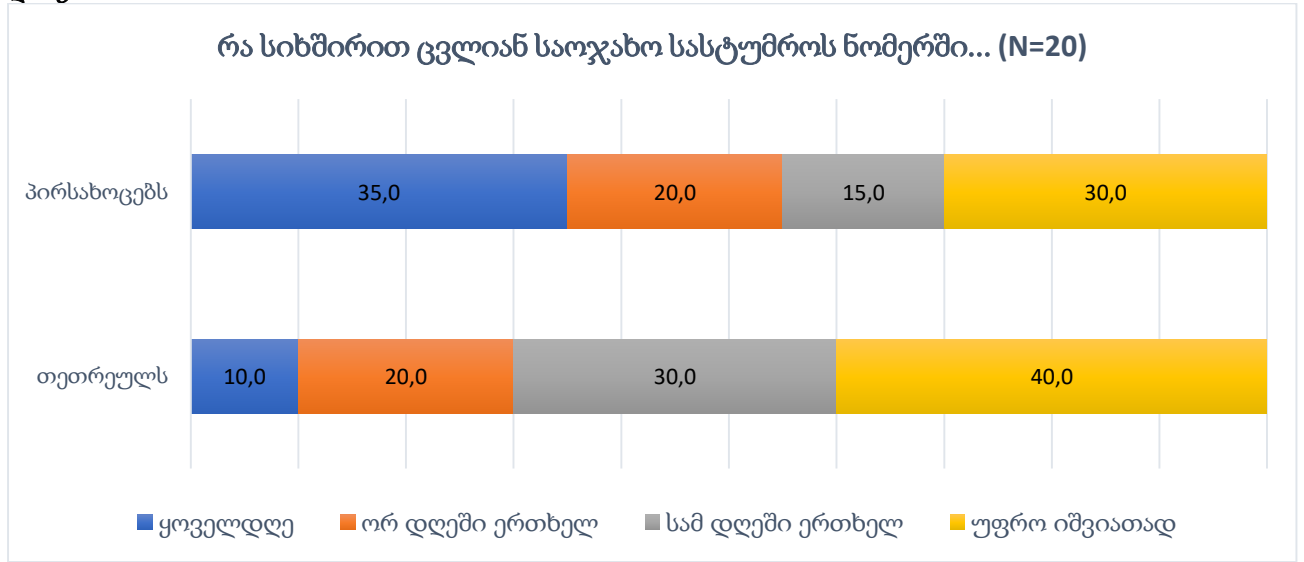
**დიაგრამა #50**



ნომრის სისუფთავის და, ზოგადად, მომსახურების შეფასების ერთ-ერთ კრიტერიუმად პირსახოცებისა და თეთრეულის გამოცვლის სიხშირე განისაზღვრა. ამისთვის შევიმუშავეთ 4-ქულია სკალა, რომელზეც ერთ აღნიშნავს „ყოველდღე“, 2 – „ორ დღეში ერთხელ“, 3 – „სამ დღეში ერთხელ“, 4 – „უფრო იშვიათად. როგორც აღმოჩნდა, სასტუმროების დიდ ნაწილში (35%) პირსახოცებს ყოველდღე ცვლიან, რაც მცირედით აღემატება სამ დღეში ერთხელ გამოცვლაზე იშვიათ კატეგორიას

(30%). ეს 5%-იანი სხვაობა რაოდენობრივად 1 ობიექტით გამოიხატება (იხ. დიაგრამა #51). არსებული ვითარება გაუმჯობესებულია, რადგან 2018 წელს ყოველდღიურად პირსახოცებს სასტუმროების მხოლოდ 26.7%-ში ცვლიდნენ. რაც შეეხება თეთრეულის გამოცვლის სიხშირეს. სასტუმროების 40%-ში მინიმუმ 4 დღეში (შეიძლება მეტშიც) ერთხელ ხდება გამოცვლა. ობიექტების 10%-ია (2 სასტუმრო) მხოლოდ ისეთი, სადაც თეთრეულს ყოველდღე ცვლიან (იხ. დიაგრამა #51). აღსანიშნავია, რომ 2018 წელს ეს მაჩვენებელი 13.3%-ს უტოლდებოდა.

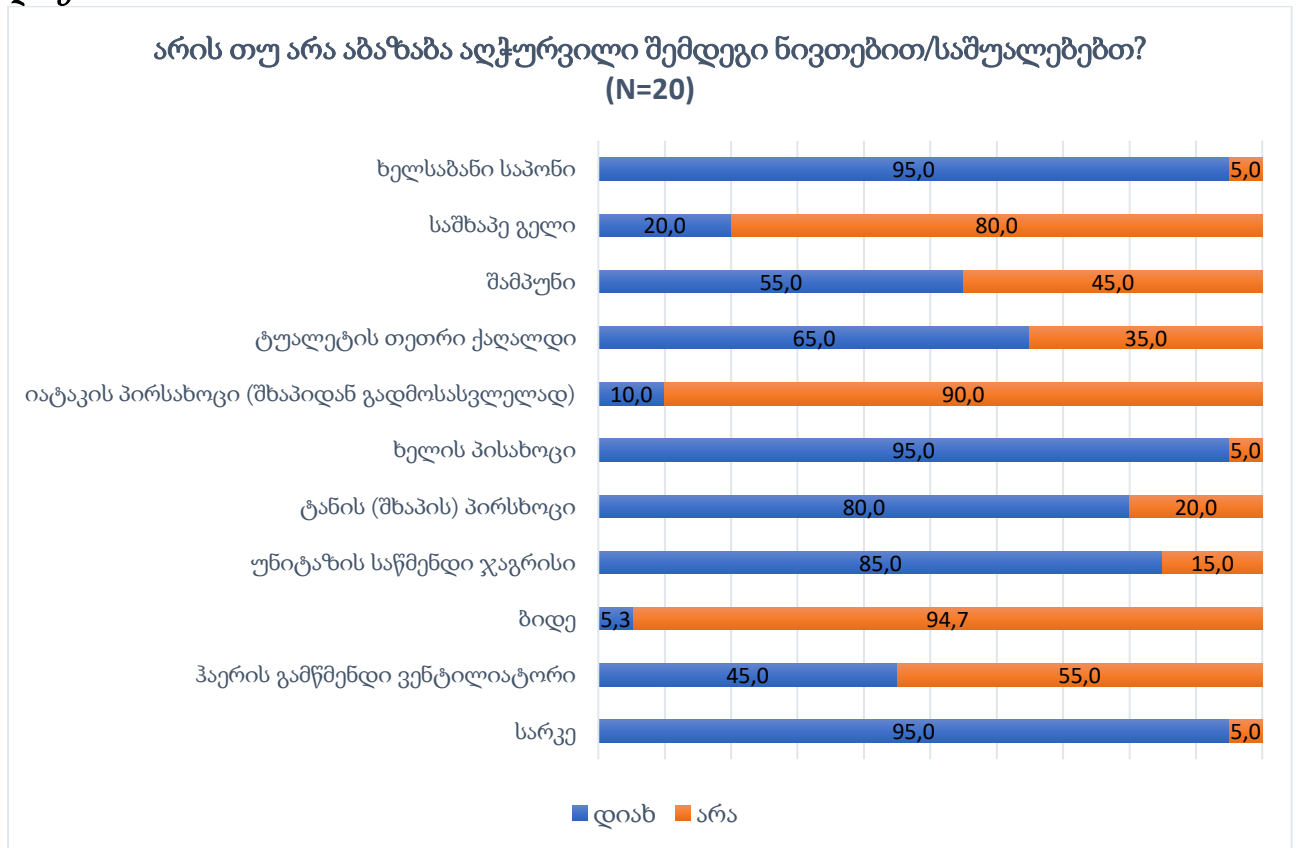
**დიაგრამა #51**



შემდგომ ეტაპზე აბაზანის ნივთების არსებობა შეფასდა. მონაცემთა დამუშავების შედეგად კონკრეტული ნივთის არსებობა სასტუმროების მიხედვით, 2018 წლის მონაცემებთან ერთად, პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა (იხ. დიაგრამა #52):

- ხელსაბანი საპონი: 95% (2018 წელი: 93/3%)
- საშხაპე გელი: 20% (2018 წელი: 46.7%)
- შამპუნი: 55% (2018 წელი: 86.7%)
- ტუალეტის თეთრი ქაღალდი: 65% (2018 წელი: 95.2%)
- იატაკის პირსახოცი (შხაპიდან გადმოსასვლელად): 10% (2018 წელი: 13.3%)
- ხელის პირსახოცი: 95% (2018 წელი: 93.3%)
- ტანის (შხაპის) პირსახოცი: 80% (2018 წელი: 86.7%)
- უნიტაზის საწმენდი ჯაგრისი: 85% (2018 წელი: 93.3%)
- ბიდე: 5.3% (2018 წელი: 13.3%)
- ჰაერის გამწმენდი ვენტილიატორი: 45% (2018 წელი: 46.7%)
- სარკე: 95% (2018 წელი: 86.7%)

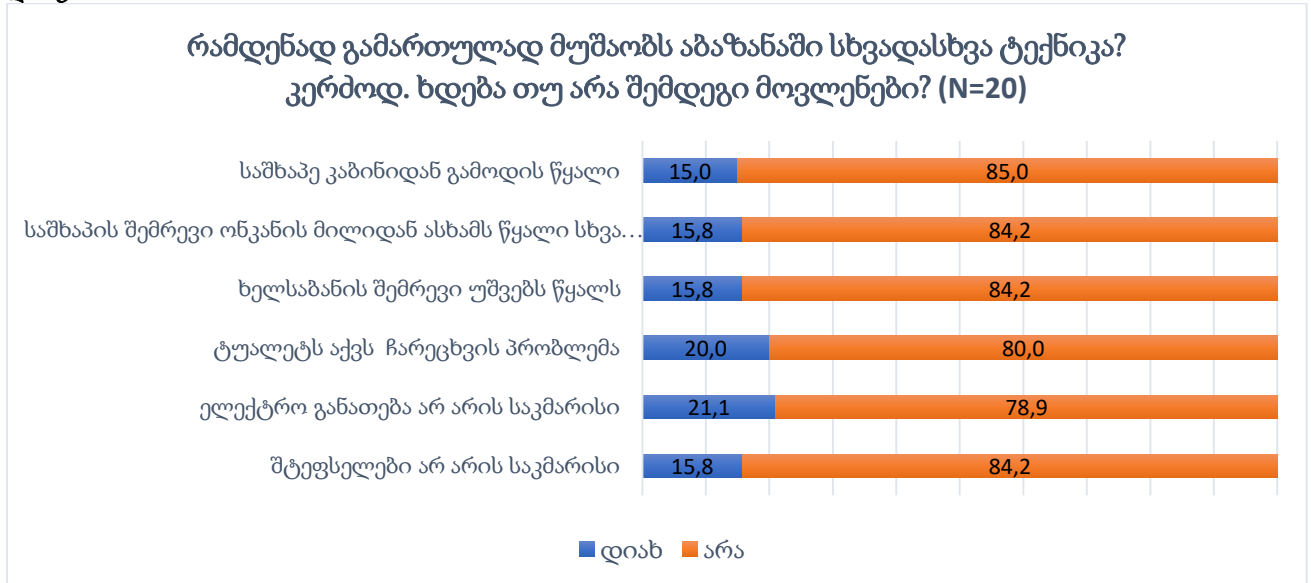
დიაგრამა #52



რაც შეეხება აბაზანაში არსებულ სხვადასხვა ტექნიკის მუშაობას, სასტუმროების მიხედვით, კონკრეტული მოვლენის დაფიქსირების შემთხვევა, პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა (2018 წლის მონაცემებთან ერთად) (იხ. დიაგრამა #53):

- საშხაპე კაბინიდან გამოდის წყალი: 15% (2018 წელი: 20%)
- საშხაპის შემრევი ონკანის მილიდან ასხამს წყალი სხვა მიმართულებით: 15.8% (2018 წელი: 13.3%)
- ხელსაბანის შემრევი უშვებს წყალს: 15.8% (2018 წელი: 6.7%)
- ტუალეტს აქვს ჩარეცხვის პრობლემა: 20% (2018 წელი: 0%)
- ელექტრო განათება არ არის საკმარისი: 21.1% (2018 წელი: 6.7%)
- შტეფსელები არ არის საკმარისი: 15.8% (2018 წელი: 20%)

**დიაგრამა #53**

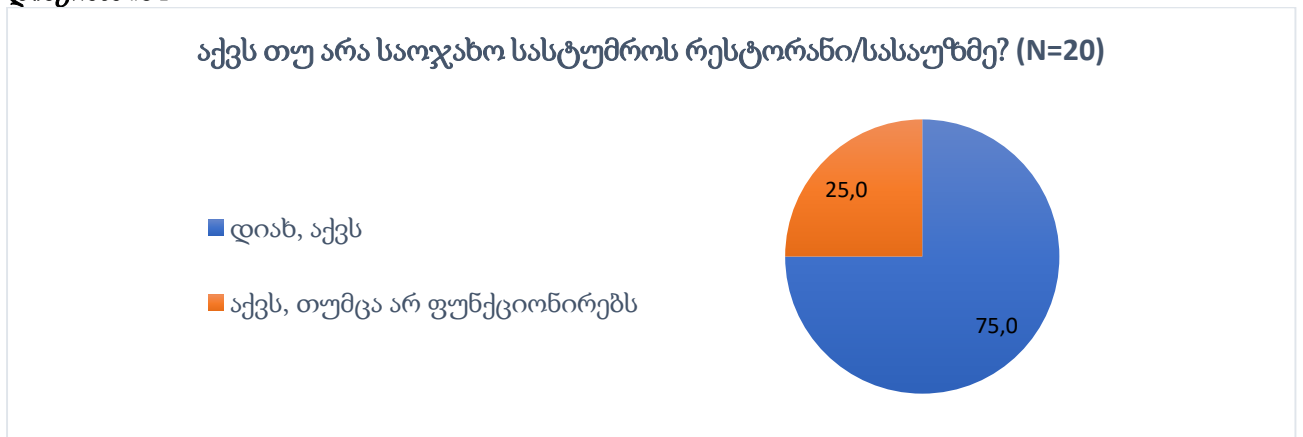


საბოლოოს აბაზანის მდგომაროების შეფასებისას აღმოჩნდა, რომ საოჯახო სასტუმროების ნაწილში საშხაპე კაბინა საერთოდ არ არის.

**საუზმე**

საოჯახო სასტუმროების მომსახურების შეფასების მნიშვნელოვან კომპონენტად განისაზღვრა იმის შეფასება, აქვს თუ არა სასტუმროს რესტორანი/სასაუზმე. როგორც აღმოჩნდა, ობიექტების 75%-ს აქვს სასაუზმე; ხოლო დანარჩენი 25%-ის შემთხვევაში მსგავსი სივრცე არსებობს, თუმცა არ ფუნქციონირებს (იხ. დიაგრამა #54). 2018 წელს კვლევაში მონაწილე სასტუმროების 93% ფლობდა რესტორანს/სასაუზმეს.

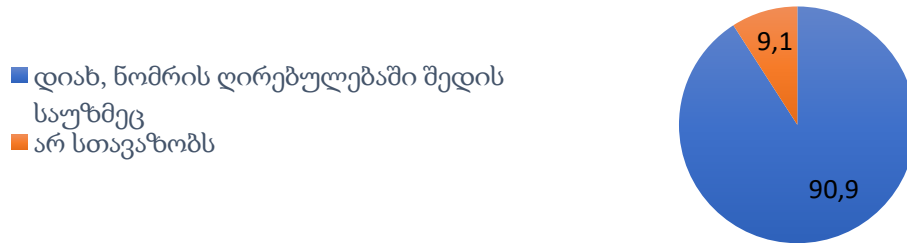
**დიაგრამა #54**



ამის შემდეგ, დამკვირვებლებმა საუზმის შეთავაზების ფაქტი შეაფასეს. დასახელებულ პასუხთა შორის დადებითი კატეგორია ჭარბობს, ობიექტების 90.9% სტუმარს საუზმეს სთავაზობს (იხ. დიაგრამა #55).

დიაგრამა #55

სთავაზობს თუ არა საოჯახო სასტუმრო სტუმრებს საუზმეს? (N=11)



რაც შეეხება საუზმის დროს, საოჯახო სასტუმროების უდიდეს ნაწილში ფიქსირებული საათი არ არის. მხოლოდ 3 საოჯახო სასტუმროა, სადაც საუზმეს სტუმარს 08:00-11:00 ან 9:00-11:00 საათებში სთავაზობენ. დანარჩენი ობიექტების შემთხვევაში კი სტუმრის სურვილზეა საუზმის დრო დამოკიდებული.

რაც შეეხება კერძების/საკვების მრავალფეროვნებს, დამკვირვებლები საოჯახო სასტუმროების 40%-ის შემთხვევაში ძალზე დადებითად აფასებენ, მხოლოდ 2 სასტუმრო მოხვდა ძალზე უარყოფითი შეფასების კატეგორიაში (იხ. დიაგრამა #56). ძალზე დადებითი შეფასების კატეგორია 2018 წელს 50%-ს უტოლდებოდა.

კერძების რაოდენობის საკმარისობაც, უმეტეს შემთხვევაში (ობიექტების 60%-ში) ძალზე დადებითად შეფასდა. მთლიანობაში დადებითი შინაარსის კატეგორიაში სასტუმროების 75% მოხვდა („დადებითად“, „ძალზე დადებითად“) (იხ. დიაგრამა #56).

საუზმის შეფასებისთვის მნიშვნელოვანი ყურადღება მიექცა კერძების გემოს. დამკვირვებლების მიერ საოჯახო სასტუმროების 80% ზოგადად დადებითად შეფასდა, რომელშიც უმაღლესი ქულის კატეგორიის („ძალზე დადებითად“) წილი 50% იყო (იხ. დიაგრამა #56). აღსანიშნავია, რომ თითქმის იდენტური მაჩვენებლები დაფიქსირდა 2018 წელსაც: ძალზე დადებითად - 50%, ძირითადად დადებითად - 35.7%.

კერძების გაფორმება სასტუმროების ნახევარზე ნაკლებ შემთხვევაში (42.1%) შეფასდა ძალზე დადებითად, რაც ორჯერ აღემატება „ძალზე უარყოფითის“ კატეგორიას (21.1%) (იხ. დიაგრამა #56).

საუზმის შეფასების ერთ-ერთ კრიტერიუმს ვეგეტარიანული/სამარხოვო საკვებით მომსახურება წარმოადგენდა, რომელიც საოჯახო სასტუმროების დიდ ნაწილში (31.6%) დამკვირვებლებმა ძალზე დადებითად შეაფასეს, თუმცა, აქ ნეიტრალური შეფასების მაჩვენებელიც საკმაოდ მაღალი იყო (26.3%) (იხ. დიაგრამა #56). აღსანიშნავია, რომ დადებით შეფასების კატეგორია, 2018 წლის მონაცემებთან შედარებით, საკმაოდ გაზრდილია - წინა კვლევაში აღნიშნული მაჩვენებელი სასტუმროების 14.3%-ს მოიცავდა.

როგორც დაკვირვების შედეგად აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების 70%-ში ჭურჭლის მდგომარეობა დადებითად შეფასდა, რომელშიც უმაღლესი ქულის კატეგორია („ძალზე დადებითად“) 65%-ით იყო წარმოდგენილი (იხ. დიაგრამა #56).

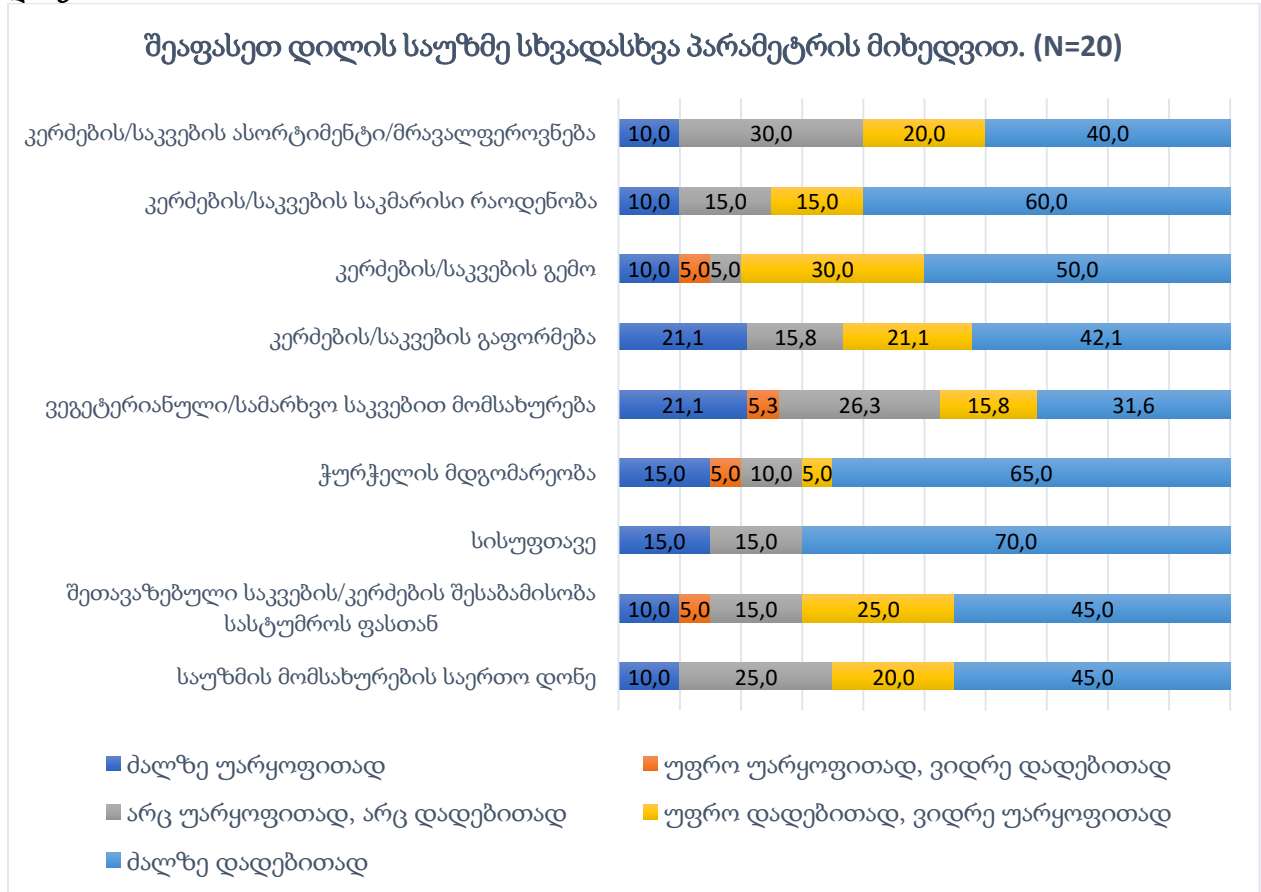
მნიშვნელოვან კატეგორიად განისაზღვრა სისუფთავის კომპონენტი. აქ აღსანიშნავია, რომ პასუხის მხოლოდ სამი კატეგორია დაფიქსირდა - უკიდურესად დადებითი, უკიდურესად უარყოფითი და ნეიტრალური. უმეტეს შემთხვევაში (70%) სოჯახო სასტუმროებში სისუფთავე „ძალზე დადებითად შეფასდა“ (იხ. დიაგრამა #56).

ჩამოთვლილ კომპონენტებს შორის დამკვირვებლებმა კერძების სასტუმროს ფასთან შესაბამისობა შეაფასეს. როგორც აღმოჩნდა, ზოგადად დადებითი შეფასება სასტუმროების 70%-მა მიიღო. პროცენტულად ყველაზე მეტი, ობიექტების 45%, კი „ძალზე დადებითი“ კატეგორიაში მოხვდა (იხ. დიაგრამა #56). წინა წლის მონაცემებთან შედარებით ცვლილებები დაფიქსირდა. ამ პარამეტრის შეფასება 2018 წელს შემდეგნაირად მოხდა: სასტუმროების 64.3%-ში ძალზე დადებითად, 21.4%-ში - ძირითადად დადებითად, 14.3%-ში კი - ნეიტრალური პოზიცია დაფიქსირდა.

საშუალოების შედარების საფუძველზე კი დადგინდა, რომ დამკვირვებლებმა ყველაზე დადებითად კერძების საკმარისი რაოდენობის კატეგორია შეაფასეს (საშუალო = 4.15). მინიმალური საშუალო ქულა (3.32) კი ვეგეტარიანული/სამარხვო საკვებით მომსახურების კატეგორიაში დაფიქსირდა (იხ. დიაგრამა #56).

დაკვირვების ფარგლებში კვლავ 5-ქულიანი სკალით საუზმის მომსახურების საერთო დონეც შეფასდა. ამ შემთხვევაშიც საოჯახო სასტუმროების დიდ ნაწილში (45%) მომსახურებას „ძალზე დადებითი“ კატეგორია მიენიჭა. მხოლოდ ორი ობიექტი აღმოჩნდა, რომლის საუზმის მომსახურების საერთო დონით დამკვირვებლები კმაყოფილნი არ აღმოჩნდნენ და 5-ქულიან სკალაზე, მხოლოდ 1-ით შეაფასეს. უფრო მეტად პოზიტიური ჭრილისკენაა საშუალოს მაჩვენებელიც გადახრილი და 3.90-ს უტოლდება (Median=4; St.Dev.=1.294) (იხ. დიაგრამა #56). ძალზე დადებით კატეგორიაში მოხვედრილი სასტუმროების წილი 2018 წლის მონაცემებთან შედარებით შემცირებულია - წინა წლის მონაცემები 50%-ს მოიცავდა.

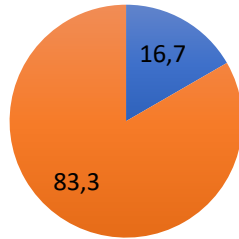
**დიაგრამა #56**



რაც შეეხება სტუმრებისთვის საუზმეზე ცხელი კერძ(ებ)ის შეთავაზებას, როგორც აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობას (77.8%) ყოველდღე აქვს მსგავსი მენიუ (2018 წლის აღნიშნული კატეგორია სასტუმროების 64.3%-ს მოიცავდა). დამკვირვებლები ძირითადად შემდეგ კერძებს ასახელებენ: ერბოკვერცხი, წვნიანი (სუპი, ლობიო, ტოლმა), შემწვარი კარტოფილი, ხაჭაპური და ა.შ. საუზმის შემდეგ დამკვირვებლებმა ლანჩის ან სადილის შეთავაზების ფაქტები შეაფასეს. როგორც აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობა (83.3) სტუმრებს მხოლოდ წინასწარ შეკვეთის შემთხვევაში სთავაზობს სადილს/ლანჩს (იხ. დიაგრამა #57). წინა კვლევის მონაცემების მიხედვით, სასტუმროების 53.3% სთავაზობდა სტუმრებს ლანჩს/სადილს მხოლოდ წინასწარ შეკვეთით.

**დიაგრამა #57**

სთავაზობს თუ არა სასტუმროს რესტორანი სტუმრებს ლანჩს ან სადილს? (N=20)

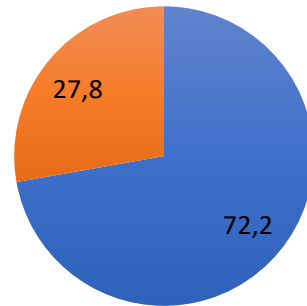


■ დიახ, სთავაზობს ლანჩსაც და სადილსაც    ■ მხოლოდ წინასწარ შეკვეთით

იმის გათვალისწინებით, რომ საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობა სტუმრებს საუზმითაც და სადილითაც უზრუნველყოფს, საინტერესოა თავად მომხმარებლების ჩართულობა. ამ მხრივ კვლევის ფარგლებში გაანალიზდა აქვთ თუ არა სტუმრებს სასტუმროს სამზარეულოთ სარგებლობის შესაძლებლობა. როგორც აღმოჩნდა, საკვლევი ობიექტების უმრავლესობაში (72.2%) მსგავსი სივრცის გამოყენება მომხმარებლებსაც შეუძლიათ (იხ. დიაგრამა #58). 2018 წლის შედეგებთან შედარებით, მდგომარეობა გაუმჯობესებულია. წინა კვლევის მიხედვით, სასტუმროების 50% სთავაზობდა სტუმრებს ამ შესაძლებლობას.

**დიაგრამა #20**

სტუმრებს აქვთ თუ არა საოჯახო სასტუმროს სამზარეულოთი სარგებლობის შესაძლებლობა? (N=20)



■ დიახ, აქვთ  
■ არა, არ აქვთ

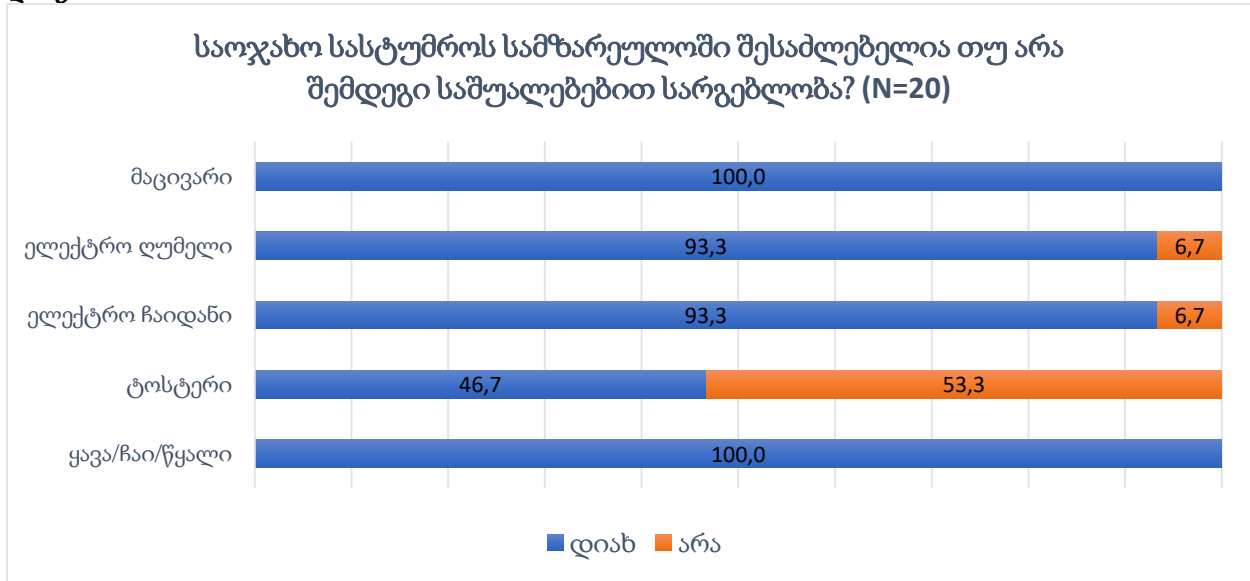
გარდა ზოგადი სივრცის მოხმარებისა, საინტერესო აღმოჩნდა კონკრეტული საშუალებებით სარგებლობის შესაძლებლობა. მონაცემთა გაანალიზების საფუძველზე დადგინდა, რომ წარმოდგენილ ნივთებს შორის უმრავლესი სასტუმროს შემთხვევაში ყველაფერი მოიძებნება. ქვემოთ ჩამოთვლილი ნივთებით სარგებლობა სასტუმროების მიხედვით პროცენტულად შემდეგნაირად გადანაწილდა (თან ერთვის 2018 წლის მონაცემებიც) (იხ. დიაგრამა #59):

- ტოსტერი: 46.7% (2018 წელი: 37.5%)
- მაცივარი: 100% (2018 წელი: 100%)
- ელექტრო ღუმელი: 93.3% (2018 წელი: 75%)
- ელექტრო ჩაიდანი: 93.3% (2018 წელი: 75%)



- ყავა/ჩაი/წყალი: 100% (2018 წელი: 100%)

დიაგრამა #59



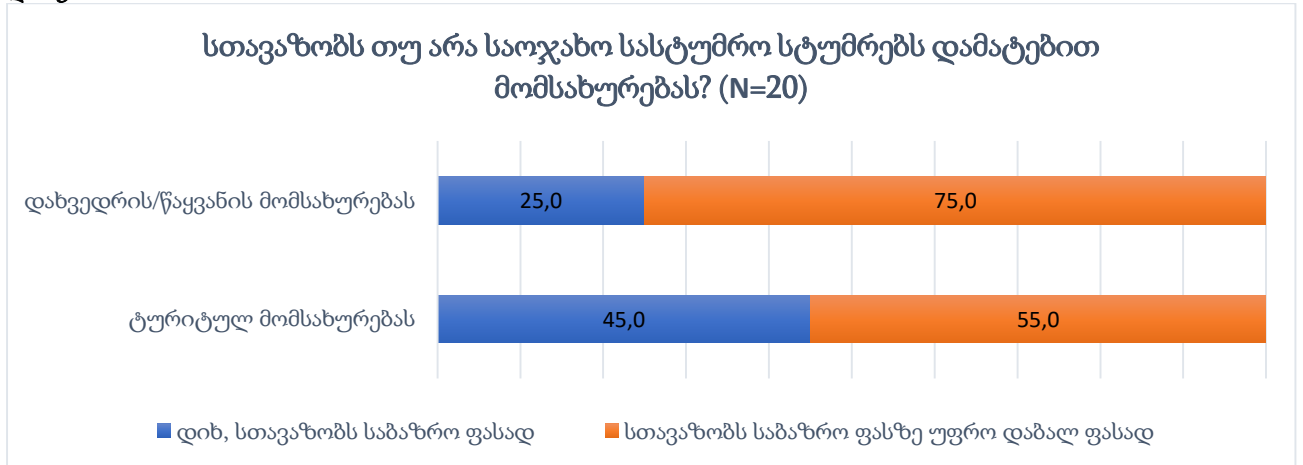
როგორც აღმოჩნდა, საოჯახო სასტუმროების უმრავლესობაში სამზარეულოსი, მასში არსებული საშუალებების გამოყენება ძირითადად ნებადართული და შესაძლებელია.

### დამატებით მომსახურებები

ინტერიერსა და ექსტერიერთან ერთად საოჯახო სასტუმროების მიერ დამატებით მომსახურებების შეთავაზებაც შეფასდა. საწყის ეტაპზე აეროპორტში/რკინიგზის სადგურში/ავტობუსების სადგურში მანქანით/ტაქსით დახვედრის/წყევანის მომსახურება. დამკვირვებლების მხრიდან მხოლოდ დადებითი პასუხი დაფიქსირდა, თუმცა შინაარსობრივი სხვაობა გამოვლინდა. შესასწავლი ობიექტების უმრავლესობა მსგავს მომსახურებას საბაზროზე უფრო დაბალ ფასად სთავაზობს (75%) (იხ. დიაგრამა #60). 2018 წელს ამ კრიტერიუმის შეფასებისას შემდეგი შედეგი გამოვლინდა: სასტუმროების 40% კლიენტებს საბაზრო ფასად სთავაზობდა, ხოლო 60%-ის შემთხვევაში საერთოდ არ სთავაზობდა.

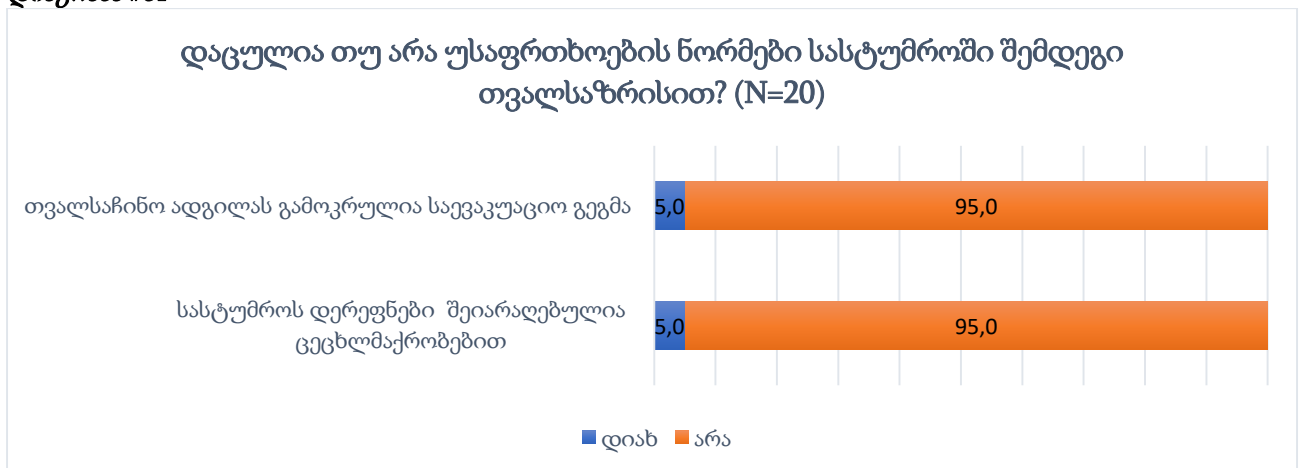
ცალკე კატეგორიად გამოვყავით ტურისტული მომსახურება (ტურისტული ტურები). როგორც აღმოჩნდა, თითოეული საოჯახო სასტუმროში მსგავსი მომსახურება არსებობს. თუმცა აქაც, კატეგორიების მიხედვით, პროცენტული სხვაობა დაფიქსირდა. ამ შემთხვევაშიც ობიექტების უმრავლესობა (55%) სტუმრებს ტურისტულ მომსახურებას საბაზროზე დაბალ ფასად სთავაზობს (იხ. დიაგრამა #60). 2018 წელს კი სასტუმროების უმრავლესობა (66.7%) სტუმრებს მსგავს სერვისს საერთოდ არ აწვდიდა.

**დიაგრამა #60**



საოჯახო სასტუმროების მომსახურების შეფასებისთვის მნიშვნელოვან კრიტერიუმად უსაფრთხოება განისაზღვრა. საოჯახო სასტუმროების აბსოლუტურ უმრავლესობაში (19 ობიექტი; 95%) საევაკუაციო გეგმა თვალსაჩინო ადგილას არ არის გამოკრული და არც დერეფნებია ცეცხლმაქრობებით შეიარაღებული - 95% (იხ. დიაგრამა #61).

**დიაგრამა #61**

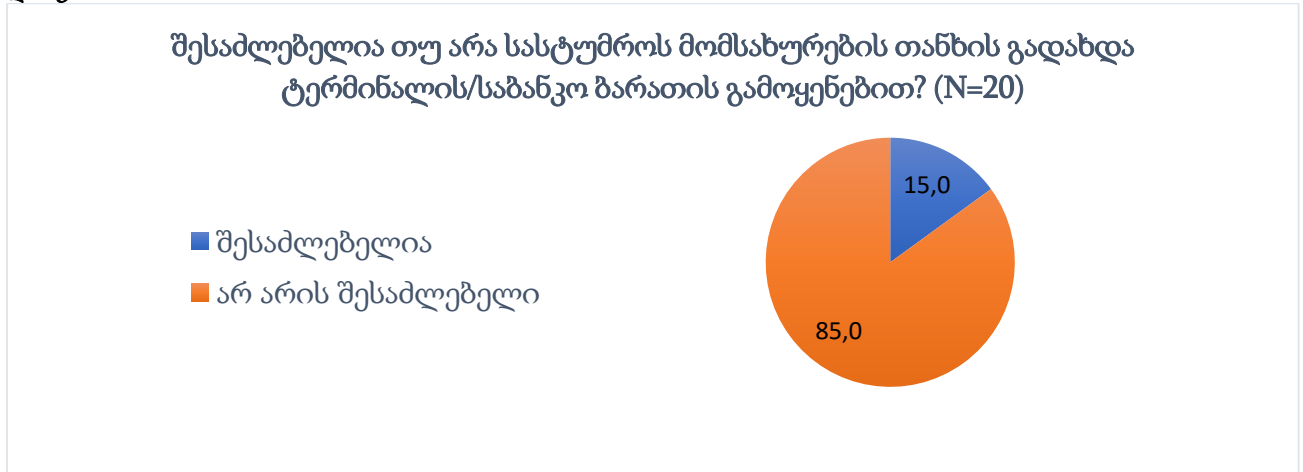


არსებული მონაცემების გათვალისწინებით შეგვიძლია ვთქვათ, რომ საოჯახო სასტუმროებში უსაფრთხოების ნორმები უფრო მეტად არ არის დაცული. ამ შემთხვევაში დაცულობაში მხოლოდ ზედაპირული მახასიათებლები იგულისხმება, რისი შეფასებაც დამკვირვებელს პირდაპირ შეეძლო.

ზემოთ განხილული მომსახურებების გარდა, საოჯახო სასტუმროები სტუმრებს შემდეგ სერვისებს სთავაზობს: ძირითადად, საოჯახო სამზარეულო და ვახშამი ქართული ფოლკლორული ცეკვების თანხლებით.

დამატებითი მომსახურებების შეფასების ბლოკის ბოლოს, დამკვირვებლებმა სასტუმროს საფასურის გადახდის ტერმინალის საშუალებით გადახდის შესაძლებლობა შეაფასეს. როგორც აღმოჩნდა, ობიექტების უმრავლესობაში (85%) სტუმარი მსგავსი მომსახურებით ვერ ისარგებლებს (იხ. დიაგრამა #62). თითქმის იდენტური შედეგი ფიქსირდებოდა 2018 წელს ჩატარებულ კვლევაშიც - მაშინაც, საოჯახო სასტუმროების 86.7%-ში შეუძლებელი იყო მომსახურების თანხის ტერმინალით გადახდა.

დიაგრამა #62

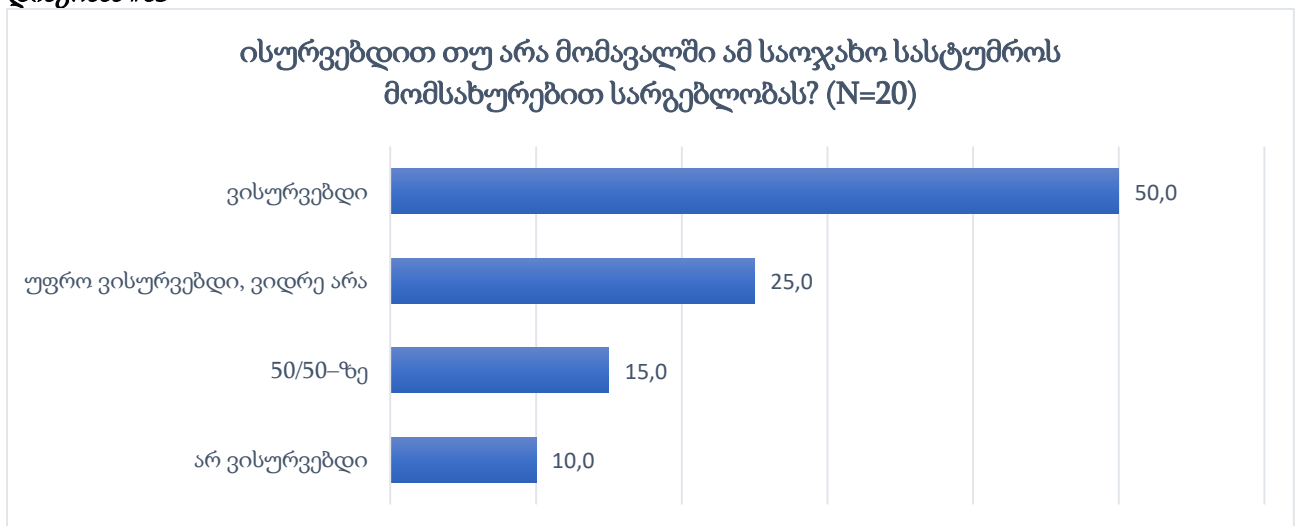


კვლევაში მონაწილე სასტუმროებიდან მხოლოდ 3 აღმოჩნდა, რომელშიც თანხის გადახდა ტერმინალით შეიძლება.

### სტუმრის ემოციური მდგომარეობა სასტუმროში ყოფნისას

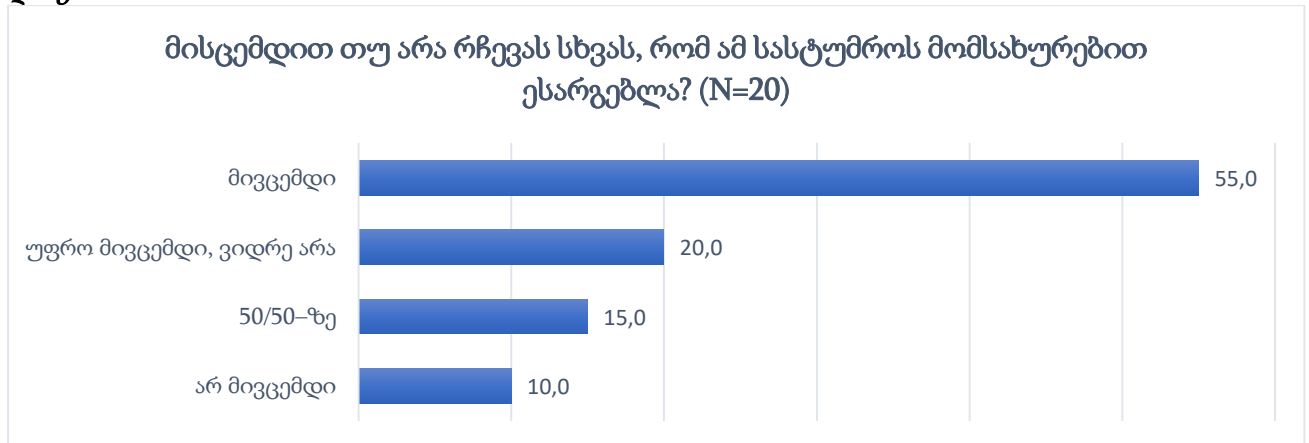
დამკვირვებლებმა საკუთარი ემოციური მდგომარეობის გათვალისწინებით შეაფასეს ისურვებდნენ თუ არა მომავალში იმავე საოჯახო სასტუმროს მომსახურებით სარგებლობას. როგორც აღმოჩნდა, ობიექტების ნახევრით (50%) ისე კმაყოფილები არიან, რომ მომავალში ისურვებდნენ იქ დარჩენას. მხოლოდ 2 სასტუმრო აღმოჩნდა, რომლის მომსახურებითაც დამკვირვებელი იმდენად უკმაყოფილო იყო, რომ სხვა დროს მისი მომსახურებით სარგებლობას არ ისურვებდა (იხ. დიაგრამა #63). 2018 წლის მონაცემებთან შედარებით, ვითარება გაუმჯობესებულია, რადგან წინა წელს სასტუმროების მხოლოდ 40%-ში ისურვებდნენ დამკვირვებლები კვლავ დაბრუნებას.

დიაგრამა #63



დამკვირვებლები საოჯახო სასტუმროების 55%-ის შემთხვევაში სხვას ამ კონკრეტული სასტუმროთი სარგებლობის რჩევას მისცემდნენ. კვლავ 2 შემთხვევაა, რაც მკაფიო უარყოფით ველში ხვდება (იხ. დიაგრამა #64). 2018 წელს სასტუმროების მხოლოდ 33.3%-ის შემთხვევაში დაფიქსირდა დამკვირვებლის მხრიდან რეკომენდაციის გაწევის სურვილი.

დიაგრამა #64



დამკვირვებლებმა ამასთანავე 5-ქულიან სკალაზე შეაფასეს სხვადასხვა განცდა, რაც კონკრეტულ სასტუმროსთან დაკავშირებით დაეუფლათ. დაცულობის/უსაფრთხოების განცდის მხრივ, სასტუმროების უმრავლესობაში (55%) სტუმარი ძალზე დადებითად აფასებს. სისუფთავის მდგომარეობა სასტუმროების 45%-ში „ძალზე დადებითად შეფასდა (იხ. დიაგრამა #65). 2018 წელს ამ პარამეტრების მაჩვენებლები შემდეგნაირად იყო წარმოდგენილი: დაცულობის უსაფრთხოების განცდა ძალზე დადებითად შეფასდა სასტუმროების 60%-ში, ხოლო ობიექტების 230%-ში იმავე მაჩვენებლით განისაზღვრა სისუფთავის განცდა.

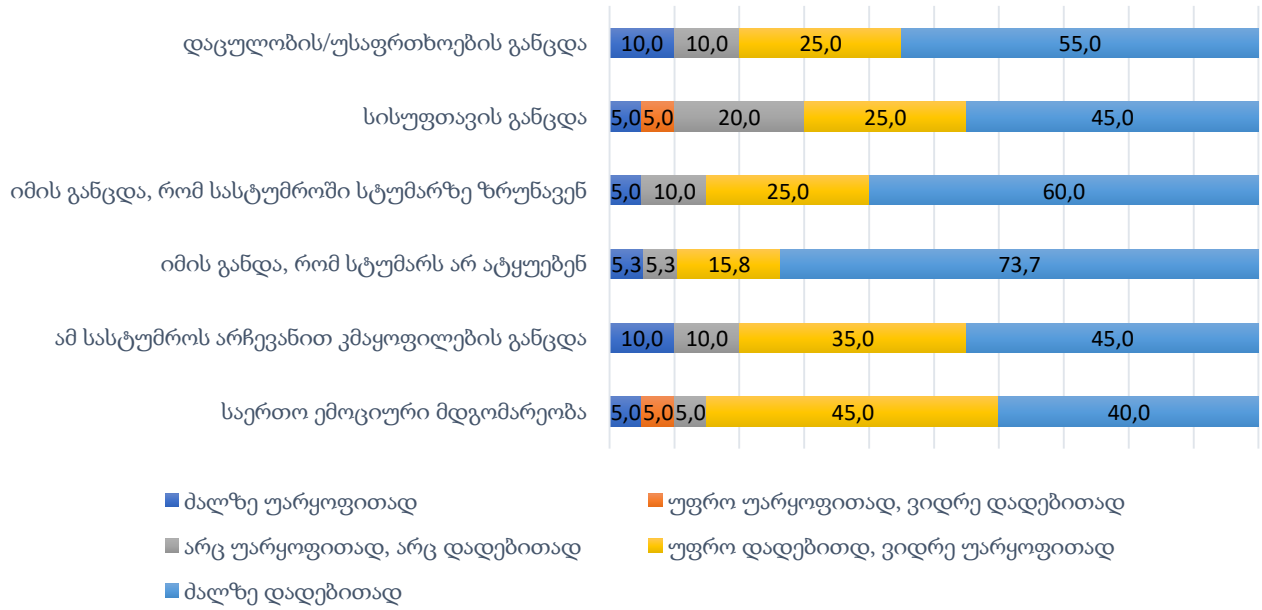
რაც შეეხება იმის განცდას, რომ კვლევაში მონაწილე სასტუმროებში სტუმარზე ზრუნავენ, დამკვირვებლები ობიექტების 60%-ს ძალზე დადებითად აფასებენ, 25%-ს კი ძირითადად დადებითად (2018 წელი: სასტუმროების 73.3%-ში ძალზე დადებითი შეფასება, ხოლო 26.6%-ში - ძირითადად დადებითი). სასტუმროების 73.7%-ში სტუმარს არ ეუფლება განცდა, რომ ატყუებენ, რაც მეტად პოზიტიური შედეგია (2018 წელი: სასტუმროების 86.7%). როგორც აღმოჩნდა, ხშირად, დამკვირვებლები (45%) ძალზე დადებითად აფასებენ ამ საოჯახო სასტუმროს არჩევანის კმაყოფილების განცდას (2018 წელი: სასტუმროების 40%-ში ძალზე დადებითად შეფასდა) (იხ. დიაგრამა #65).

საშუალო მაჩვენებლის შედარების შედეგადაც, ყველაზე მაღალი ქულა შემდეგ კატეგორიაში დაფიქსირდა - „იმის განცდა, რომ სტუმარს არ ატყუებენ (საშუალო მაჩვენებელი (mean)=4.53; Median = 5; St.dev.= 1.020) (იხ. დიაგრამა #65).

რაც შეეხება საერთო ემოციურ მდგომარეობას, სასტუმროების 45%-ში ზოგადი შეფასება დადებითია, ხოლო 40%-ში - ძალიან დადებითი. მხოლოდ ცალკეული შემთხვევები დაფიქსირდა ნეიტრალური თუ ნეგატიური ემოციური მდგომარეობის კატეგორიაში (იხ. დიაგრამა #65). მაჩვენებლები უმეტესწილად 2018 წლის იდენტურია: ძალზე დადებითი - 40%, ძირითადად დადებითი - 40%.

**დიაგრამა #65**

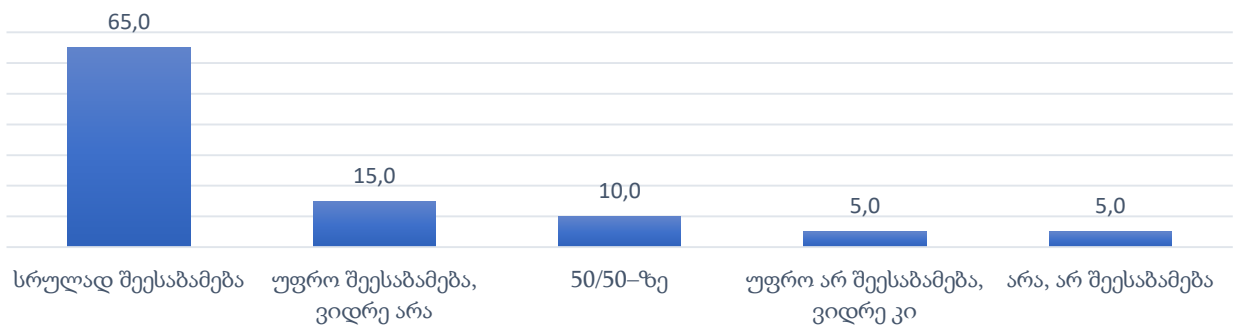
**ახლა შეაფასეთ ის განცდები, რაც ამ სასტუმროსთან დაკავშირებით დაგეუფლათ. რამდენად გრძნობდით ამ სასტუმროში თავს სხვადასხვა თვალსაზრისით? (N=20)**



საბოლოოდ დამკვირვებლებს უნდა შეეძარებინათ, თუ რამდენად შეესაბამება განთავსების ობიექტის მომსახურების ხარისხი მომსახურების ფასს. როგორც აღმოჩნდა, სასტუმროების 65%-ის შემთხვევაში ფასი მომსახურების დონეს სრულად შეესაბამება. მხოლოდ ერთეული შემთხვევები დაფიქსირდა უარყოფითი შინაარსის კატეგორიებში, რაც მთლიანობაში 10%-ს უტოლდება (გაერთიანებული პასუხის კატეგორიები: „უფრო არ შეესაბამება, ვიდრე კი“, „არ შეესაბამება“) (იხ. დიაგრამა#66)

**დიაგრამა #66**

**მთლიანობაში რომ შეაფასოთ, რამდენად შეესაბამება განთავსების ობიექტის მომსახურების ხარისხი, მომსახურების ფასს? (N=20)**



2018 წლის მონაცემების გათვალისწინებით, ახლა უფრო მეტადაა კავშირში გაწეული მომსახურება და ფასი, რადგან წინა კვლევაში სასტუმროების 46.7%-ის შემთხვევაში დაფიქსირდა სრულად შესაბამისობის კატეგორია.

## რეკომენდაციები

- აუცილებელია, რომ საოჯახო სასტუმრომდე მისასვლელი გზა იყოს კეთილმოწყობილი და საინფორმაციო აბრა იყოს დამონტაჟებული
- სასურველია სასტუმროს ინფრასტრუქტურული მოწყობა, ექსტერიერის გალამაზება და არასაჭირო ნივთების (მაგ.: სამშენებლო მასალების) სხვა ადგილას გადატანა
- სასურველია ეზოში სკამებისა და მაგიდების დამატება, რათა სტუმრებმა საერთო სივრცეში სხვადასხვა აქტივობის განხორციელება შეძლონ, რაც მათ დასვენებას უფრო კომფორტულსა და მიმზიდველს გახდის.
- უმჯობესი იქნება, თუკი მომსახურე პერსონალს მომსახურების კუთხით ტრენინგები ჩაუტარდეთ
- სასურველია, რომ მასპინძელი გამართულად საუბრობდეს არამართო ქართულად, არამედ სხვა ენებზეც (ინგლისურად, რუსულად), რათა უცხოენოვანი სტუმრებისთვის საჭირო ინფორმაციის მიწოდება შეძლოს
- უმჯობესია ოთახები იქამდე დალაგდეს, სანამ სტუმრის ნომერში შესვლის დრო მოვა, რადგანაც მომხმარებელს ლოდინი არ მოუწიოს;
- მიუხედავად იმისა, რომ შესაძლოა სასტუმრო ბევრ სტუმარს ერთდროულად იღებდეს, აუცილებელია თითოეული კლიენტისთვის საჭირო ყურადღების მიქცევა.
- აუცილებელია, რომ სასტუმრო იყოს გარემონტებული, და ნებისმიერ ოთახს ჰქონდეს საკეტი. თითოეული ოთახის კარი უნდა იკეტებოდეს, რათა არ შეიქმნას უხერხული სიტუაცია სტუმარსა და მასპინძელს შორის;
- ნომერი მთლიანად დაცლილი უნდა იყოს მეპატრონის ნივთებისგან, რათა სტუმარმა კომფორტულად შეძლოს დასვენება და საკუთარი საჭირო ნივთების ამოლაგება. ნომერში სასურველია იყოს: მაცივარი, სარკე, ტელევიზორი და ა.შ.
- აუცილებელია, რომ საოჯახო სასტუმროს ნომერში არსებული კარადა იყოს ცარიელი, რათა სტუმარმა საკუთარი ნივთების დალაგება შეძლოს.
- სასურველია, რომ საოჯახო სასტუმროებში იყოს უკაბელო ინტერნეტი, სადაც არის - გამოსწორდეს.
- აუცილებელია, რომ თითოეულ ნომერს საკუთარი სველი წერტილი გააჩნდეს, რათა სტუმრებს შორის უხერხული სიტუაცია არ შეიქმნას.
- უმჯობესია, თუკი აბაზანა აღჭურვილი იქნება ყველა საჭირო ინვენტარით, მათ შორის საპონი, შამპუნი, ტანის გელი და ა.შ. აუცილებელია სასტუმროს სველ წერტილებში სანიტარული ნორმების დაცვა.
- სველ წერტილებში განთავსებული ინვენტარი უნდა ფუნქციონირებდეს გამართულად და არ უნდა იყოს დაზიანებული, რაც სტუმრისთვის დისკომფორტის შემქმნელია.
- სასურველია საოჯახო სასტუმროში დაცული იყოს სიმშვიდე, რათა სტუმარმა დასვენება შეძლოს.
- მომსახურების გაუმჯობესების მიზნით, უმჯობესი იქნებოდა დამატებითი სერვისების შეთავაზება (მაგ. ტური). სასურველია, რომ საოჯახო სასტუმროს მასპინძელმა იცოდეს ტურისტული მარშრუტები, ადგილობრივი ღირშესანიშნაობების ისტორია, რათა სტუმრებს სხვადასხვა საინტერესო ადგილის შესახებ რეკომენდაცია გაუწიოს;
- ყოველ სასტუმროში აუცილებელია, სანიტარულ-ჰიგიენური მდგომარეობის გაუმჯობესება.