

# ხარისხის სისტემა კარგი მასპინძელი GOOD HOST

ხარისხის სისტემა შეიქმნა ესტონეთის სოფლის ტურიზმის ორგანიზაციისა და დედოფლისწყაროს ტურიზმის განვითარების ასოციაციის ერთობლივი პროექტის ფარგლებში 2023 წელს. პროექტი დაფინანსდა ესტონეთის რესპუბლიკის საგარეო საქმეთა სამინისტროს მიერ.



ფოტო: არწივის ხეობის ბუნების ძეგლი



# რა არის ხარისხი?

ხარისხი საინტერესო ტერმინია და მისი ბევრი განმარტება არსებობს. ყველა განსაზღვრით, ეს მცნება ყოველთვის აღქმადი და ძირითადად გაზომვადია, ფოკუსირებულია ვიზიტორებზე, მათ მოლოდინებზე, საჭიროებებსა და სურვილებზე. მომსახურების ხარისხი არის განსხვავება ვიზიტორთა მოლოდინებსა და მათ გამოცდილებას შორის. რაც უფრო მცირეა მოლოდინი, მით უფრო დიდად აღიქმება ხარისხი. კარგი ხარისხი უზრუნველყოფს მომხმარებლის მაღალ კმაყოფილებას, რაც ნიშნავს **კომპანიაში (სინონიმები: ობიექტსე, სანარმოში, მენარმესთან, პროდუქტის / მომსახურების მიმწოდებელთან)** უფრო მეტ ვიზიტორს და უფრო დიდ შემოსავალს. წარმატებული მენარმეები იცნობენ თავიანთ ვიზიტორებს, ითხოვენ და უსმენენ მათ გამოხმაურებას და შედეგებს იყენებენ კომპანიის გასაუმჯობესებლად და პროდუქტის/სერვისის შექმნისათვის.

სტუმრები განსხვავებულები არიან: ზოგს მხოლოდ ქალაქში დასვენება მოსწონს, რადგან ქალაქი კომფორტულია. ზოგს მხოლოდ სოფლად დასვენება უყვარს, რადგან მყუდროა. ზოგს მოსწონს სერვისებით სარგებლობა როგორც ქალაქში, ასევე სოფლად.

მიუხედავად იმისა, თუ სად იმყოფება სტუმარი, ქალაქში თუ სოფელში, ან რას აკეთებს, ისინი **ელიან** სასიამოვნო გამოცდილებას, **სურთ** დატკბნენ რაიმე განსაკუთრებულით და ელიან, რომ მათი გაუხმოვანებელი და **უთქმელი საჭიროებებიც** დაკმაყოფილდეს!

- თუ ვიზიტორების მოთხოვნილებები, სურვილები და მოლოდინები შესრულდება, ისინი კმაყოფილები დარჩებიან.
- თუ სტუმარი კმაყოფილია, მან მიიღო შესაბამისი ხარისხის დამაკმაყოფილებელი მომსახურება.
- თუ სტუმარი აღფრთოვანებული და გაოცებულია, ე.ი. მიიღო უმაღლესი ხარისხის მომსახურება და დიდი ალბათობით ალბათ დაბრუნდება.

მომსახურების ხარისხზე საუბრისას ხშირად იგულისხმება სამი მნიშვნელოვანი კომპონენტი: **ტექნიკური ხარისხი**, რომელიც ქმნის საფუძველს სასიამოვნო გამოცდილების მისაღებად. (მაგალითად, ოთახების სისუფთავე, ტექნიკის კარგი მდგომარეობა), **ფუნქციური ხარისხი** - როგორ აღწევს მომსახურების ხარისხი ვიზიტორამდე (მაგალითად, თანამშრომლების ქცევა, თავაზიანობა, სტუმარმასპინძლობა, სტუმართმოყვარეობა, პერსონალის გარეგნობა) - და **რეპუტაცია**. რეპუტაცია არის ტექნიკური და ფუნქციონალური ხარისხის ჯამი ტრადიციების, საზოგადოებასთან ურთიერთობის, რეკლამის, ფასების და სხვა ასპექტების დამატებით (მაგალითად, სხვა ვიზიტორების გამოხმაურებები, კომპანიის საერთო იმიჯი და ა.შ.).

ხარისხის სისტემა Good Host მოიცავს სამივე კომპონენტს და ქმნის კარგ წინაპირობას მენარმისთვის, რომ განავითაროს მომხმარებლის მაღალი კმაყოფილების შესაბამისი სერვისები.

# როგორ უზრუნველყოთ ხარისხი?

ხარისხის ან მომხმარებლის კმაყოფილების უზრუნველყოფა შესაძლებელია საწარმოს მართვით და მომსახურების შეთავაზების პროცესში ხარისხის მუდმივად, გააზრებულად და ვიზიტორზე ფოკუსირებით მართვით. ეს არის სვლა საწარმოს მუდმივად გაუმჯობესებისკენ და გაჩერება ნიშნავს უკან დაბრუნებას. ეს მოგზაურობა იწყება საწარმოს ამჟამინდელი სიტუაციის შეფასებით და მკაფიო მიზნების დასახვით, სამიზნე ჯგუფის ან მოსალოდნელი ვიზიტორების დადგენით და სამოქმედო გეგმის შექმნით.

ცნობილი დემინგის ციკლი ნათლად აჯამებს წარმატებული მენარმის ქმედებებს: დაგეგმე, გააკეთე, შეამოწმე და იმოქმედე, და გაიმეორე. ეს ნიშნავს, რომ მენარმე ფიქრობს, გეგმავს და შემდეგ იწყებს მოქმედებას. შემდეგ ამოწმებს მიმდინარეობას, კლიენტს ეკითხება შთაბეჭდილებებს და შეფასებებს (კმაყოფილებას) და შედეგების მიხედვით ადგენს ახალ გეგმებს.

ტურისტული ბიზნესებისთვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია მომსახურების ხარისხის უზრუნველყოფა - სტუმარი ღია გონებით მოდის კარგი გამოცდილების მისაღებად და მთელი მომსახურების განმავლობაში ყოველ მომენტში აღიქვამს ხარისხს.

## როგორ გავაოცოთ სტუმარი?

პასუხი: იპოვე შესაფერისი სტუმარი და ეცადე გააოცო! მენარმეს შეუძლია საუკეთესოდ შეასრულოს სტუმრის სურვილები და დაგეგმოს სიურპრიზები, თუ თავის ობიექტში სტუმრის ადგილას წარმოიდგენს თავის თავს, სტუმრის თვალით დაინახავს საკუთარ სერვისს.

## როგორ მოვძებნოთ და მოვიწვიოთ სწორი ტურისტი?

პასუხი: თქვენი სერვისების შესახებ სწორი და საკმარისი ინფორმაციის მიწოდებით შექმენით რეალისტური მოლოდინები.

## როგორ გავაკვიროთ?

პასუხი: რეკლამაში დაპირებულზე მეტის შეთავაზება ადგილზე სტუმრობისას. შესთავაზეთ გამოცდილება, რომელიც საუკეთესოდ წარმოადგენს თქვენს საწარმოს - რით არის სტუმარი რეალურად დაინტერესებული და რისი მოლოდინი აქვს მას!

**ხარისხის სისტემა Good Host შეიქმნა იმისათვის, რომ ქართულ ტურისტულ საწარმოებს ჰქონდეთ საუკეთესო შანსი, შესთავაზონ კარგი ხარისხის კონკურენტუნარიანი მომსახურება.**



# ხარისხის სისტემა „კარგი მასპინძელი GOOD HOST“

ხარისხის სისტემის GOOD HOST-ის მიზანია აგროტურიზმისა და სოფლის ტურიზმის სერვისების რეპუტაციის ამაღლება, ტურისტული საწარმოების განვითარების ხელშეწყობა, კულტურულ მემკვიდრეობისა და ადგილობრივი სპეციფიკის/ ტრადიციების დადებითად წარმოჩენა. ერთიანი ხარისხის სისტემა ნამდვილად ნიშნავს მეტ უსაფრთხოებას და ხარისხის უფრო დიდ გარანტიას როგორც სტუმრისთვის, ასევე მასპინძლისთვის. სტუმარმა იცის, რას უნდა ელოდეს, ხოლო მასპინძელს ეს სისტემა ეხმარება ისე გააუმჯობესოს საწარმოს ხარისხი და მომსახურება, ასევე კონკურენტუნარიანობა, რომ ის დაფუძნებული იყოს სტუმრის სურვილებსა და საჭიროებებზე.

## ხარისხის სისტემის პრინციპები:

- მეწარმე, რომელიც განაცხადებს ხარისხის ეტიკეტზე Good Host იძლევა გარანტიას, რომ მისი კომპანია/სერვისი შეესაბამება კანონმდებლობას და საწარმოში დაცულია კანონმდებლობიდან გამომდინარე შესაბამისი მოთხოვნები.
- ხარისხის სისტემის შექმნისას ტურიზმის ადგილობრივმა ექსპერტებმა ესტონეთის სოფლის ტურიზმის ორგანიზაციის ექსპერტებთან ერთად გააანალიზეს და საფუძვლად აიღეს ესტონეთში მოქმედი ხარისხის სისტემები, გაამარტივეს, განაახლეს ის და მოარგეს სტუმრების მოლოდინებს.
- ხარისხის სისტემის კრიტერიუმები შეესაბამება საქართველოს კანონმდებლობას.
- ხარისხის შემფასებლები ათვალთვლებენ მხოლოდ იმ ოთახებს, გარე ტერიტორიებს და სერვისებს, რომლებიც სრულად არის ხელმისაწვდომი/ განკუთვნილი ვიზიტორებისთვის (გეგმები, პროექტები, არასრული ობიექტები და ა. შ. არ არის გათვალისწინებული).
- ხარისხის ეტიკეტის კრიტერიუმების შემუშავების დროს ყველაზე დიდი საზრუნავი იყო სტუმრისთვის მნიშვნელოვანი საკითხების მოგვარება.
- სოფლის ტურისტული საწარმოები ძალიან განსხვავდებიან და მიზანი არ არის ყველა მათგანის ერთნაირად გაზომვა, არამედ საწარმოების ორიგინალურობის, ბუნებრიობის/ უბრალოების და თანამშრომლობის აღიარება და მხარდაჭერა. ამიტომ ეტიკეტის მისაღებად უნდა შესრულდეს ხარისხის სავალდებულო მოთხოვნების 70% და ხარისხის რეკომენდირებული მოთხოვნების 30%.

გაბომვადი ფიზიკური კრიტერიუმების შედარებითი მნიშვნელობა სისტემაში (უმნიშვნელოა) (ზღვრულია). პრიორიტეტულია კრიტერიუმების მნიშვნელობა რომლებიც (უცხოელი) ვიზიტორების მოლოდინებიდან გამომდინარეობს.

ხარისხის სისტემა მეტ ადგილს ტოვებს ინდივიდუალობისთვის.

გათვალისწინებულია ტურისტული საწარმოს განსაკუთრებული მახასიათებლები – მდებარეობა, გარემო, სამიზნე ჯგუფი და ა. შ.

ხარისხის ეტიკეტის GOOD HOST მინიჭებისას ყურადღება ეთმობა მიმდებარე გარემოს, საინფორმაციო მასალების არსებობას, ოთახების სივრცესა და დეკორაციას, დამატებითი ვარიანტების ხელმისაწვდომობას, სანიტარიულ ოთახებს, მომსახურებისთვის მზადყოფნას, ხაზს უსვამს კულტურულ მემკვიდრეობას და ადგილობრივ სპეციფიკურ მახასიათებლებს, ადგილობრივი თანამშრომლობის ქსელებს და ა. შ.

ტურისტულ სფეროში გამორჩევის მიზნით, რეკომენდებულია ადგილობრივი კულტურული მემკვიდრეობის მაქსიმალურად გამოყენება და ხაზგასმა - როგორც განთავსებისას, ასევე საკვების მიწოდებისას.

ასევე მნიშვნელოვანია საწარმოში ხარისხის მენეჯმენტის პრინციპების დანერგვა და ზოგიერთი დამხმარე დოკუმენტის არსებობა: მაგალითად, განვითარების გეგმა, უფრო დიდ კომპანიაში - თანამშრომლების ტრენინგის გეგმა, ვიზიტორთა მარშრუტის ანალიზი, ვიზიტორთა უკუკავშირის სისტემა, ინტერნეტ-გვერდის რელევანტურობა და ა. შ.

ხარისხის სისტემა განკუთვნილია პროფესიონალი მენარმეებისთვის, რომლებიც რეგისტრირებულნი არიან და იცავენ ადგილობრივ კანონებს.

აუცილებლად მნიშვნელოვანია, რომ ყველა საწარმოში იყოს მენეჯერი ან სერვისებზე პასუხისმგებელი პირი, რომელიც ყოველდღიურად არის დაკავშირებული საწარმოსთან (ადგილზე პასუხისმგებელი). ეს არის ადამიანი, რომელიც თავად დაუკავშირდება მფლობელს პრობლემების გადასაჭრელად და არ უბიძგებს ვიზიტორებს ამისკენ.

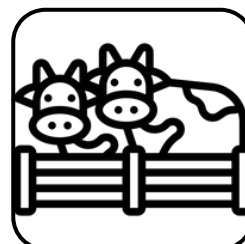
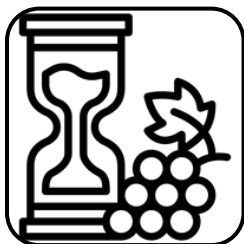


**ფოტო:** 2023 წელს დედოფლისწყაროს რაიონის ხარისხის პირველმა შემფასებლებმა მიიღეს სერტიფიკატები.

**ხარისხის სისტემის Good Host-ის კრიტერიუმები შექმნილია 11 სხვადასხვა ტიპის ტურისტული საწარმოსთვის და ამ კლასიფიკაციის საფუძველია საწარმოს ძირითადი საქმიანობა.**

1. განთავსების ობიექტები
2. განთავსების ობიექტები კვებითი მომსახურებით;
3. აგროტურისტული საწარმო (მეცხოველეობა ან მარცვლეულის წარმოება, აგარული მეურნეობა, მეღვინეობა და ა. შ.)
4. აგროტურისტული საწარმო კვებითი მომსახურებით
5. კვების ობიექტი (რესტორანი, კაფე და ა.შ.)
6. კვების საწარმო, რომელიც აწყობს ვორქ-შოპებსა და დეგუსტაციას
7. საწარმო, რომელიც სთავაზობს კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებულ მომსახურებას (ხელნაკეთი ნივთები, სუვენირები, ღონისძიებების ორგანიზება, ვორქშოფების ორგანიზება და ა.შ.)
8. საწარმო, რომელიც სთავაზობს ბუნების ტურიზმისა და დასვენების სერვისს
9. ინვენტარის გაქირავების საწარმო
10. გიდის მომსახურების მიმწოდებელი
11. სატრანსპორტო სერვისის მიმწოდებელი

**ყურადღება:** ერთ საწარმოს/მენარმეს ასევე შეუძლია მიმართოს რამდენიმე სხვადასხვა კატეგორიაში ეტიკეტის მისაღებად.





# სანარმოების შეფასება

ჯერ მენარმე კითხულობს ხარისხის კრიტერიუმებს და აფასებს საკუთარ თავს - აღნიშნავს, რომელი მოთხოვნებია დაკმაყოფილებული და რომელი არა. ხარისხის ეტიკეტზე განაცხადის წარდგენისთვის მნიშვნელოვანია, რომ მენარმემ თვითშეფასებით დააკმაყოფილოს სავალდებულო მოთხოვნების მინიმუმ 70% და რეკომენდებული მოთხოვნების 30%. როდესაც საჭირო პროცენტი შესრულდება, მენარმეს შეუძლია იმავე ადგილას წარადგინოს განაცხადი GOOD HOST ეტიკეტზე. საჭირო პროცენტის შეუსრულებლობის შემთხვევაში (ან სავალდებულო ან რეკომენდირებული მოთხოვნების გამო), მენარმეს შეუძლია მიმართოს დედოფლისწყაროს ტურიზმის განვითარების ასოციაციას კონსულტაციისთვის.



**ენციეტ ვებსაიტს და შეიტყვეთ მეტი ხარისხის სისტემის შესახებ**

*[www.dtda.ge](http://www.dtda.ge)*

მენარმის განაცხადის შესვლის შემდეგ, სანარმოს ენვევა/ენვევიან ხარისხის დატრენინგებული შემფასებელი/შემფასებლები. ისინი ამოწმებენ კრიტერიუმებთან შესაბამისობას, ესაუბრებიან მენარმეს, ურჩევენ და, საჭიროების შემთხვევაში, მიმართულებას აძლევენ შემდგომი ნაბიჯების გადადგმისაკენ. სანარმოში ვიზიტისას შემფასებელი თავისი მოსაზრებების გასამყარებლად. იღებს სურათებს კრიტერიუმებთან დაკავშირებულ პოზიტიურ დეტალებზე და იმ დეტალებზე, რომლებიც საჭიროებს გაუმჯობესებას. ხარისხის კრიტერიუმებთან შესაბამისობის შემოწმება ეფუძნება იმავე ცხრილს, რომელიც მენარმემ შეავსო თვითშეფასების დროს. როდესაც სანარმოს კატეგორიაში შეფასება დასრულდა, შემფასებელი წერს შეჯამებას და წარუდგენს კომისიას თავის წინადადებას, მიენიჭოს თუ არა სანარმოს ეტიკეტი. თუ შემფასებლის აზრით, მენარმემ არ დააკმაყოფილა სავალდებულო და რეკომენდებული მოთხოვნების საჭირო ოდენობა, შემფასებელთან ერთად დგება სამოქმედო გეგმა გაუმჯობესების მიზნით და დაწესდება შესრულების ვადები. ამის შემდეგ ტარდება ხელახალი შეფასება.

# ხარისხის სისტემის "კარგი მასპინძელი" მოთხოვნების შესახებ

საწარმოები ფასდება მთლიანად ხარისხის სისტემის მიხედვით და მოთხოვნები იყოფა ორ ნაწილად:

## 1) ზოგადი მოთხოვნები

- ინფორმაცია და მარკეტინგი (PR)
- ტერიტორია, მიმდებარე გარემო, პარკირების მდგომარეობა
- მომსახურების ხარისხი

## 2) ტურისტული საწარმოს შესაბამისი ტიპის მოთხოვნები (მაგალითად:

მოთხოვნები განთავსების, კვების ობიექტის, კვების პროდუქციის დეგუსტაციის, სახელოსნოების, ბუნების ტურიზმის სერვისის, გიდის მომსახურება, სატრანსპორტო მომსახურება და ა.შ.)

## ძირითადი მოთხოვნები

**ზოგადი მოთხოვნების მიხედვით, პირველ რიგში ყურადღება ეთმობა იმას, არის თუ არა საწარმო რეგისტრირებული და რამდენად იცავს ადგილობრივ კანონებს.**

ნამდვილად მნიშვნელოვანია, რომ ყველა საწარმოში არსებობდეს მენეჯერი ან სერვისებზე პასუხისმგებელი პირი, რომელიც პასუხისმგებელია ადგილზე ყოველდღიურად და რომელიც თავად დაუკავშირდება მფლობელს პრობლემების გადასაჭრელად და არ უბიძგებს ვიზიტორს ამისკენ.

ასევე მნიშვნელოვანია საწარმოს კავშირი კულტურულ მემკვიდრეობასთან.

ტურისტულ სფეროში გამორჩევის მიზნით, რეკომენდებულია ადგილობრივი კულტურული მემკვიდრეობის მაქსიმალურად გამოყენება და ხაზგასმა - როგორც განთავსებაში, ასევე საკვების მიწოდებისას.



**ფოტო:** მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ინდივიდუალურობა, განსხვავებულობა, ადგილობრივი კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენება. მარცხენა ფოტოზე გამოსახულია ნიკო ფიროსმანის სახელმწიფო მუზეუმი დედოფლისწყაროში, მარჯვნივ კი ნურკას ფერმა ესტონეთში.



## ინფორმაცია და მარკეტინგი (PR)

**მოთხოვნები ფოკუსირებულია ობიექტის/საწარმოს შესახებ ინფორმაციის ინტერნეტში ხელმისაწვდომობაზე, რაც ვიზიტორებს აძლევს ინფორმაციას და აყალიბებს მოლოდინებს.**

ეს ნიშნავს, რომ საწარმოს ინფორმაცია ხელმისაწვდომი უნდა იყოს ინტერნეტში და ხილული იყოს რაც შეიძლება მეტ მარკეტინგულ და საინფორმაციო არხში - განსაკუთრებით ისეთ უფრო პოპულარულ არხებში, როგორცაა მაგალითად Google Maps. მიზანშეწონილია საწარმოსთვის Google Business Profile-ის შექმნა და მისი განახლება, რაც ვიზიტორს უქმნის პირველ შთაბეჭდილებას – Google Business Profile განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, თუ სამიზნე ჯგუფი უცხოელი ვიზიტორები არიან. ობიექტი ასევე ხილული უნდა იყოს სოციალურ მედიაში ან მინიმუმ ტურისტულ პორტალებზე (ლოკალური, რეგიონული, ეროვნული პორტალი).

რეკომენდირებულია, რომ ობიექტს ჰქონდეს ვებგვერდი, სადაც მას შეუძლია გააცნოს თავისი სერვისები და კონტაქტები უფრო სრულყოფილად სხვადასხვა ენაზე. თუ საწარმო განკუთვნილია უცხოელი ვიზიტორებისთვის, ვებ გვერდზე ინფორმაცია ხელმისაწვდომი უნდა იყოს მინიმუმ ერთ უცხო ენაზე. არც ერთ ამ ქმედებას არ სჭირდება დიდი ხარჯები, საჭიროა მხოლოდ დროის დათმობა.

მნიშვნელოვანია ხაზი გაესვას, რომ ობიექტმა რეგულარულად უნდა შეამოწმოს და განაახლოს ინფორმაცია ამ არხებზე. მაგალითად: თუ ინფორმაცია ფასების ან კონტაქტების შესახებ არასწორია, მაშინ სტუმარი იმედგაცრუებული დარჩება.

### შენიშვნა:

თუ სტუმარი 3 დღის შემდეგ მიიღებს თავის შეკითხვაზე პასუხს, ამ დროისთვის მას ჩვეულებრივ ნაპოვნი აქვს ახალი ადგილი და მეწარმე კარგავს პოტენციურ ვიზიტორს.

### შენიშვნა:

FB გვერდი/ანგარიში, სადაც ბოლო პოსტი არის ნახევარი წლის წინ, არ არის ძალიან სანდო. თუ მეწარმე თვლის, რომ არ აქვს საკმარისი დრო სოციალური მედიის გვერდების/ ანგარიშების განახლებისთვის, უმჯობესია არ ჰქონდეს ისინი.

შეკითხვებს სწრაფად უნდა უპასუხოთ. ჩვეულებრივ ვარაუდობენ, რომ მეწარმე პასუხობს 24 საათის განმავლობაში.

რეკომენდირებულია, რომ საწარმოს ჰქონდეს ფოტობანკი, რომელიც შეიძლება გამოიყენოს და განაახლოს მარკეტინგისთვის.

გადახდის ვარიანტები (ნაღდი ფული ან ბარათი) უნდა იყოს წარმოდგენილი საწარმოს საინფორმაციო არხებში, რათა ვიზიტორმა შეძლოს მათი გათვალისწინება.

არის თუ არა გამოსადეგი ერთობლივი მარკეტინგი? რა თქმა უნდა, კი. იმიტომ, რომ ეს ზრდის ხილვადობას და ნდობას, განსაკუთრებით უცხოელ სტუმრებთან. საკვანძო სიტყვა აქ არის კროს-მარკეტინგი

## ტერიტორია, მიმდებარე გარემო, პარკინგის ვარიანტები

**მოთხოვნების დაკმაყოფილება იძლევა შესაძლებლობას შევქმნათ სასიამოვნო, უსაფრთხო და კარგად მოწყობილი გარემო ვიზიტორისათვის, რაც მის მოლოდინებს აკმაყოფილებს.**

მენარმისთვის რეკომენდირებულია დროდადრო გასეირნება (სეზონის დასაწყისში ან სეზონის განმავლობაში) სანარმოს ტერიტორიასა და ოთახებში და „ვიზიტორის თვალით“ იმის დანახვა, რომ ჩანს მხოლოდ ის, რაც აუცილებელია მომხმარებლის მომსახურებისთვის და მასპინძლების პერსონალური ნივთები არ არის დარჩენილი კარადებში. ვიზიტორთა ზონაში არ უნდა იყოს ისეთი ნივთები, რომლებიც არ არის განკუთვნილი მათი მომსახურებისთვის. მასპინძლების პირადი ნივთები უნდა ინახებოდეს ცალკე ოთახებში, რომლებიც არ არის ხელმისაწვდომი ვიზიტორებისთვის.

ობიექტმა უნდა იფიქროს თავის ხელმისაწვდომობაზე, რამდენად ადვილია მათთან მისვლა. ვიზიტორს უნდა ჰქონდეს მოსვლის საშუალება, თუნდაც საკუთარი ტრანსპორტის გარეშე. თუ საზოგადოებრივი ტრანსპორტი თქვენამდე ვერ მოვიდა, მაშინ პრაქტიკული იქნება სატრანსპორტო სერვისის მიწოდება A წერტილიდან B წერტილამდე დამატებითი საფასურით. ეს უკვე ზრდის ვიზიტორების კმაყოფილებას.

მნიშვნელოვანია პარკინგების ადგილის და სანარმოს დასახელების აღმნიშვნელი ნიშნების დაყენება. თუ ვიზიტორი უკვე ხედავს სანარმოს სახელს და/ან ლოგოს შორიდან, მან იცის, რომ მიაღწია სწორ ადგილს - აუცილებლად იფიქრეთ ამაზე, როგორც მენარმემ.

ევროპელი და ჩრდილოეთ ამერიკელი ვიზიტორებისთვის სისუფთავე ელემენტარული მოთხოვნაა. სტუმარი ელის, რომ ტერიტორია და ოთახები სუფთაა. მნიშვნელოვანია ნაგვის ურნების დადგმა (ოთახებში, ასევე- გარე ზონაში). სისუფთავეზე ყურადღების მოდუნება არ შეიძლება - არ უნდა ჩანდეს წინა ვიზიტორების ყოფნის ნიშნები, და უნდა იგრძნობოდეს, რომ ოთახები ახლახანს დასუფთავებულია (განსაკუთრებით სანიტარული ოთახები).

### შენიშვნა:

ერთი შესაძლებლობაა შესთავაზოთ ოჯახს და/ან მეგობრებს სატესტო ვიზიტები. ეს ნიშნავს, რომ ისინი მოდიან და შენთან ერთად ატარებენ 24 საათს და მოგვიანებით გაძლევენ გამოხმაურებას იმის შესახებ, თუ რა მოეწონათ და რამ შეაწუხათ. ხშირად ხდება, რომ ყოველდღიურ გარემოში მენარმე თვითონ ვერ ამჩნევს მცირე შეცდომებს.

### შენიშვნა:

საკმარისი დრო დაუთმეთ ვიზიტორების გასვლასა და შემოსვლას შორის დასუფთავებას, რადგან დროის ნაკლებობა საბაბი არ არის შემდეგი ვიზიტორისთვის!

თბილი კლიმატის გამო პრაქტიკულია სუფთა ჰაერზე დროის გატარების შესაძლებლობების შექმნა – ტერასები, გარე ზონები, ბალები, აივნები და ა.შ. მნიშვნელოვანია, რომ რეკრეაციულ ზონას ჰქონდეს ელემენტარული ავეჯი და საჩრდილობელი კარგ მდგომარეობაში, რათა სტუმრებმაც შეძლონ დაჯდომა.

უცხოელი ვიზიტორები, როგორც წესი, აფასებენ, როდესაც სახლის შიდა და გარე დეკორში გამოყენებულია ადგილობრივი დიზაინის ელემენტები და ეკოლოგიურად სუფთა მასალები. ეს სთავაზობს მათ უკეთეს გამოცდილებას.

მნიშვნელოვანია, რომ სტუმრებისთვის განკუთვნილი ავეჯი იყოს სუფთა და მონესრიგებული. რეგულარულად უნდა შემონმდეს (მაგალითად, დასუფთავების დროს) ავეჯის ფუნქციონირება და მუშაობს თუ არა ვიზიტორებისთვის განკუთვნილი ყველა ნივთი (მათ შორის, ტელევიზორი, ტელევიზორის პულტი, ჩაიდანის, წყლის ჭურჭელი და ა.შ.)

თუ ცნობილია, რომ წყალმომარაგება დროდადრო პრობლემურია, მაშინ უნდა არსებობდეს ალტერნატიული გადაწყვეტილებები (რეზერვუარები, კასრები, წყლის ბოთლები და ა.შ.). მნიშვნელოვანია, რომ ვიზიტორებს უნდა აცნობონ ამის შესახებ. მნახველები არ უნდა დარჩნენ სასმელი და/ან დასაბანი წყლის გარეშე. ელექტროენერჯის გათიშვის შემთხვევაში მენარმეს უნდა ჰქონდეს ალტერნატიული გადაწყვეტილებები - გენერატორი, სანთლები და ა.შ. არ შეიძლება ვიზიტორის სიბნელეში დატოვება. მას უნდა ეცნობოს შესაძლო ალტერნატივების შესახებ.

მიუხედავად იმისა, რომ დღესდღეობით თითქმის ყველა ტურისტს აქვს საკუთარი ტელეფონი, ადგილზე უნდა იყოს ტელეფონი, რომლის გამოყენება შეუძლია ვიზიტორს საგანგებო სიტუაციების შემთხვევაში (მაგალითად, სტაციონარული ტელეფონი) ან საჭიროების შემთხვევაში, მასპინძლის ტელეფონი. (შეიძლება გამოიყენოს დამატებითი საფასურით.)

სადაც ეს ტექნიკურად შესაძლებელია, უნდა იყოს დაინსტალირებული Wi-Fi. ამ შემთხვევაში, Wi-Fi პაროლები უნდა იყოს თვალსაჩინო ადგილას.

რატომ არის კარგი ობიექტის ლოგოს ქონა? ლოგო უზრუნველყოფს უფასო მარკეტინგს და გამოხატავს თქვენი საწარმოს იდენტობას. თუ თქვენ გაქვთ ლოგო, ის უნდა იყოს ხილული ვიზიტორებისთვის.

თუ საწარმო არის ქსელის ნაწილი, მაშინ ასევე მნიშვნელოვანია ქსელის ლოგოს ან სერტიფიკატის წარდგენა.

კარგია ასევე თანამშრომლებისთვის ერთნაირი ტანსაცმლის (უნიფორმის) ქონა (მაისური, წინსაფარი და ა.შ.) და კიდევ უკეთესია, თუ ობიექტის სახელიც ჩანს.



## მომსახურების ხარისხი

**მოთხოვნები ფოკუსირებულია ვიზიტორისთვის საუკეთესო სტუმრობის გამოცდილების შექმნასა და ვიზიტორთან კომუნიკაციაზე. ისინი დაფუძნებულია ვიზიტორის გააზრებულ მარშრუტზე.**

მნიშვნელოვანია, რომ საწარმომ თავად მოიფიქროს და ჩამოაყალიბოს სტუმარმასპინძლობის პრინციპები.

ეს აჩვენებს სტუმრისადმი დამოკიდებულებას, პატივისცემასა და კეთილგანწყობას. სტუმართმოყვარეობა/სტუმარმასპინძლობა ხელს უწყობს სტუმრის კმაყოფილების, კეთილდღეობისა და დასამახსოვრებელი გამოცდილების უზრუნველყოფას. სტუმართმოყვარეობა/სტუმარმასპინძლობა არის ის, რაც ვიზიტორს აძლევს მოტივაციას ხელახლა მოსვლისთვის და უქმნის ემოციას, რომ ამ მომსახურებაზე რეკომენდაცია გაუწიოს მეგობრებსა და ნაცნობებს. სტუმარმასპინძლობა/სტუმართმოყვარეობა ასევე ნიშნავს საკუთარი თავის დაფასებას (მაგალითად, მეც გავუწყობ სუფრას, გავასუფთავებ ჩემს სახლს და მის შემოგარენს, თუნდაც სტუმრები არ მოვიდნენ...).

სტუმართმოყვარეობა არ ნიშნავს იმას, რომ სტუმარმა თავი ისე უნდა იგრძნოს, როგორც სახლში! სახლიდან შორს ყოფნისას მათ სურთ მიიღონ შანსი, განიცადონ რაღაც ახალი და განსხვავებული, მათ სურთ განთავისუფლდნენ ყოველდღიური რუტინისა და მოვალეობებისაგან. ამიტომ სტუმართმოყვარეობის დიზაინის დროს კარგად უნდა იყოს გააზრებული, როგორ ვაგრძნობინოთ სტუმარს არა როგორც სახლში, არამედ კომფორტულად, უსაფრთხოდ და განსაკუთრებულად.

უნდა გვესმოდეს, რომ (პოტენციური) სტუმარი გრძნობს სტუმართმოყვარეობას (ან მის ნაკლებობას) ყველაფერში და ყოველ ნაბიჯზე, რაც ადგილთან არის დაკავშირებული - პუბლიკაციაში, ელ.წერილებში, სატელეფონო კომუნიკაციაში, გზაში, იქ ჩასვლისას, დარჩენის, ქალაქში სეირნობის, მაღაზიის მონახულების, ქუჩაში ხალხის შეხვედრის, ნასვლის დროს და ამის შემდეგაც.

### შენიშვნა:

დაფიქრდი საკუთარ თავზე, ხარ თუ არა ბუნებით სტუმართმოყვარე თუ მხოლოდ შენს ქმედებებში სტუმართმოყვარე ხარ, რადგან ამას გარკვეული წესები გკარნახობს?



გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს მომსახურე პერსონალის გარეგნობას. თანამშრომელი უნდა განსხვავდებოდეს ვიზიტორისგან, რათა ვიზიტორმა იცოდეს, ვის მიმართოს. თანამშრომლებმა, რომლებიც კონტაქტში არიან საჭმლის მომზადებასა და მიწოდებასთან, უნდა ატარონ წინსაფარი - ეს აუცილებელია სწორი გარეგნობისა და ჰიგიენისთვის.



### **შენიშვნა:**

როგორც წესი, სტუმრები იღებენ ბევრ სურათს, შემდეგ კი არჩვენებენ მათ მეგობრებსა და ნაცნობებს და აზიარებენ სოციალურ მედიაში. თუ ამ ფოტოებზე საწარმოს მფლობელის ან მომსახურე პერსონალის ტანსაცმელი განსხვავდება ვიზიტორებისგან, ეს დამატებითი ბონუსია და მნიშვნელოვანია მარკეტინგისთვის.



**ფოტო:** კომპანიის თანამშრომლები ადვილად გამოირჩევიან სტუმრებისგან ჯგუფურ ფოტოზე. ფოტო გადაღებულია ნინო მერის ღვინის მარანში.

მნიშვნელოვანია შეთავაზებული ტურისტული სერვისის დიზაინი. ამისთვის რეკომენდირებულია საწარმოს მფლობელმა და ასევე თანამშრომლებმა დროდადრო მიიღონ მონაწილეობა შესაბამის ტრენინგში, რადგან სექტორი ვითარდება და იცვლება ტენდენციები და ყოველთვის კარგია სხვადასხვა გამოცდილების შესახებ მოსმენა.

მნიშვნელოვანია ვიზიტორებს აცნობოთ, შეუძლიათ თუ არა ონკანის წყლის დაღვევა. თუ არ შეუძლიათ, უნდა მიეწოდოს ჩამოსხმული წყალი.



### **შენიშვნა:**

ტრენინგ(ებ)ის არჩევისას ჩვენ გირჩევთ იფიქროთ იმაზე, თუ რომელი ტრენინგი გჭირდებათ, როგორც საწარმოს მფლობელს ან თქვენი თანამშრომლებისთვის, რომ იყოთ კონკურენტუნარიანი, მდგრადი და შეძლოთ თქვენი მიზნების მიღწევა.

**დასასრულს, მნიშვნელოვანია სერვისის მიწოდების ჯაჭვში შეამოწმოთ, რომ ობიექტზე ყველაფერი კეთდება მაქსიმალურად მდგრადად და გამოიყენებოდეს ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტები. ამ გზით ხდება იგივე ფასეულობების პოპულარიზაცია ვიზიტორების წინაშე.**



## ტურისტული ობიექტის ტიპის შესაბამისი მოთხოვნები

თუ სანარმოს აქვს კვებითი მომსახურება, მნიშვნელოვანია, რომ პროდუქტი მაქსიმალურად ადგილობრივი იყოს და რეცეპტები მაქსიმალურად ეფუძნებოდეს ადგილობრივ ტრადიციებს.

ეს გამოხატავს პატივისცემას სტუმრის მიმართ, თუ...

- საჭმელი მიეწოდება ლამაზად და გამოყენებული ტექსტილი სუფთაა;
- მასპინძლები სათანადოდ არიან ჩაცმული;
- სერვისის მიწოდებისთვის გამოყენებული ოთახები არის სუფთა და რეკომენდირებულია ადვილად მისასვლელი (განსაკუთრებით, სპეციალური საჭიროების მქონე ვიზიტორებისთვის).

თუ თქვენს ობიექტზე მასპინძლობთ უცხოელ ვიზიტორებს, მნიშვნელოვანია, რომ მენიუ ასევე ხელმისაწვდომი იყოს შესაბამის ენაზე (მაგალითად, ინგლისური და/ან რუსული). რეკომენდირებულია ასევე იფიქროთ განსაკუთრებული საჭიროების მქონე ვიზიტორებზე (კვების სხვა და სხვა პროდუქტის აუტანლობა) და ბავშვებზე (მაგალითად, მცირე პორციებით) და მენიუში შესთავაზოთ მათთვის განკუთვნილი საკვები. სტუმრები აუცილებლად დააფასებენ შესაძლებლობას, წასაღებად იყიდონ მცირე საკვები სუვენირები. კარგ საკვებს საბოლოო სახეს აძლევს კარგი ამბავი/ისტორია. სტუმრები ყოველთვის დიდი ინტერესით ელიან საკვების გაცნობას და წამახალისებელ ინსტრუქციებს, როგორ მიირთვან იგი ტრადიციების მიხედვით.

### შენიშვნა:

დიეტური პრეფერენციები ასევე ძალიან განსხვავებულია იმ ადამიანებში, რომლებსაც არ აქვთ ალერგია ან სამედიცინო უკუჩვენებები სხვადასხვა პროდუქტზე, სპეციალური დიეტის მქონე ადამიანების რაოდენობა მოსალოდნელზე ბევრად მეტია და ტენდენცია მზარდია. იყავით მზად, შესთავაზოთ და შეასწოროთ მენიუ სპეციალური მოთხოვნებისთვის: ლაქტოზასა და გლუტენის აუტანლობა, ვეგეტარიანული საკვები, უმი საკვები, სხვადასხვა ალერგია და ა.შ. კერძოდ, იყავით მოქნილი ფიქსირებულ მენიუში ცვლილებების შესატანად (პროდუქტის შეცვლა: მაგალითად, კარტოფილის ნაცვლად მეტი უმი სალათი, ხორცის ჩანაცვლება ვეგეტარიანული საკვებით, რძის შემცველი პროდუქტების გამოტოვება და ა.შ.).



**ფოტო:** მრავალფეროვნება, სუფრის გემოვნებით გაწყობა მნიშვნელოვანი საკვანძო სიტყვებია კვების შეთავაზებაში. ფოტოები გადაღებულია ნასრაშვილის საოჯახო მეღვინეობაში და ნინო მერის ღვინის მარანში.



**განთავსების ობიექტისთვის** მნიშვნელოვანია ვიზიტორის უზრუნველყოფა ყურადღებიანი და პროფესიონალი პერსონალით. თუ თქვენ მოელით უცხოელ ვიზიტორებს, მასპინძელი უნდა ფლობდეს მინიმუმ ერთ უცხო ენას (ენა დამოკიდებულია სამიზნე ჯგუფზე).

იმისათვის, რომ ვიზიტორმა თავი კომფორტულად იგრძნოს, ოთახები უნდა იყოს სუფთა, რაც შეიძლება, ფართო და ჰქონდეს საკმარისი ავეჯი. უნდა იყოს უზრუნველყოფილი ბანაობის და ტუალეტით სარგებლობის შესაძლებლობა (ისევე როგორც პირველადი ჰიგიენური საშუალებები, როგორცაა საპონი და ტუალეტის ქაღალდი). ბონუს სერვისად შეგიძლიათ შესთავაზოთ საუზმე, სპორტული აღჭურვილობა, სამაგიდო თამაშები და სხვა შესაძლებლობები თავისუფალი დროის გასატარებლად. ოჯახებისთვის განკუთვნილ სანარმოებს შეუძლიათ ასევე მოამზადონ აქტივობები ბავშვებისთვის ან პატარა სათამაშო კუთხე.

**ბუნების ტურიზმის** სერვისის პროვაიდერებისთვის ყველაზე მნიშვნელოვანია სტუმრისთვის გამორჩეული და საინტერესო, მაგრამ ამავდროულად მაქსიმალურად მდგრადი სერვისის შეთავაზება.

უსაფრთხოების უზრუნველსაყოფად, ბუნების ტურიზმში აქტიური დასასვენებელი ჯგუფების რაოდენობა მცირეა, 10-15 ადამიანი თითო ინსტრუქტორზე/გიდზე და მომსახურების განვვისას რეკომენდებულია არამოტორიზებული ტრანსპორტის გამოყენება (ადგილამდე ტრანსპორტის გამოკლებით).

მნიშვნელოვანია, რომ სანარმომ ჩაატაროს მომსახურების რისკების ანალიზი და იქონიოს ოპტიმალური გადაწყვეტილებები შესაძლო სარისკო სიტუაციებისთვის.

ბუნებაში ყოფნისას ჯგუფს უნდა შეეძლოს ერთმანეთთან კომუნიკაცია.

კოცონის დანთებისას უნდა დაიცვან უსაფრთხოების მოქმედი წესები.

მნიშვნელოვანია, რომ თანამშრომლებმა გაიარონ ტრენინგი და იცოდნენ, როგორ მოიქცნენ საგანგებო სიტუაციის შემთხვევაში.

საკვების მიწოდებისას ყურადღება უნდა გამახვილდეს ადგილობრივ პროდუქტებზე, რომლებიც ასევე წარდგენილი უნდა იყოს უცხო ენებზე (საჭიროების შემთხვევაში) და ჰიგიენური წესების შესაბამისად. თუ შესაძლებელია, თავიდან უნდა იქნას აცილებული ერთჯერადად პლასტიკში შეფუთული კერძები.



წინასწარ იფიქრეთ ბუნებაში აქტივობების დროსკვების ორგანიზებაზე - საკვანძო სიტყვაა მწვანე აზროვნება.

**ფოტოზე:** გიდების სასწავლო ტრენინგის ლანჩ შესვენება ვაშლოვანის ეროვნულ პარკში.

### შენიშვნა:

მდგრადია გამოცდილება/ სერვისი, რომელსაც აქვს მცირე ეკოლოგიური კვალი, არის ის, რაც გავლენას არ ახდენს გარემოსა და/ ან ადგილობრივ ბიომრავალფეროვნებაზე, იცავს ჰაბიტატებს, ამცირებს დაბინძურებას და იყენებს ნარჩენებისა და წყლის მდგრად მართვას.

**კულტურული მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული** მომსახურების მიწოდებისას (ხელსაქმის სახელოსნოები, სუვენირების დამზადება და ა.შ.), მთავარია ყურადღება გამახვილდეს ადგილობრივ კულტურულ მემკვიდრეობაზე. სტუმარს შეიძლება მიეცეს საშუალება საკუთარი ხელით რაიმე გააკეთოს, ასევე უნდა გააცნოთ ადგილობრივ ისტორიასთან და ტრადიციებთან პროდუქტის ან სერვისის კავშირი.

სუვენირების გაყიდვისას მნიშვნელოვანია ვიფიქროთ შეფუთვის დიზაინზე. გარდა ვიზუალურისა, მნიშვნელოვანია პაკეტში დაემატოს პროდიუსერის ინფორმაცია, რომელიც დაეხმარება სტუმარს გაუზიაროს შთაბეჭდილებები მეგობრებსა და ნაცნობებს და მოიძიოს დამატებითი ინფორმაცია ინტერნეტში.



**ფოტო:** ჩაერთეთ სტუმარი, გააოცეთ იგი რამდენიმე საინტერესო აქტივობით. ფოტოები გადაღებულია ნინო მერის ღვინის მარანში.

**აგროტურისტული მომსახურება** ეფუძნება ადგილობრივ ტრადიციებსა და სოფლის ცხოვრების წესს. მისი მიზანია ვიზიტორს შესთავაზოს ნამდვილი სოფლის ცხოვრებისეული გამოცდილება (ადგილზე წარმოებული საკვების დეგუსტაციის ჩათვლით). მნიშვნელოვანია, რომ მასპინძლებს შეეძლოთ სტუმრებს უამბონ ისტორიები ადგილის შესახებ, გააცნონ თავიანთი ფერმა და მისი სერვისები. თუ შესაძლებელია, სტუმრები ჩართული შეიძლება იყვნენ პრაქტიკულ საქმიანობაში.

თუ შემოთავაზებულია საკვები ან დეგუსტაცია, აქცენტი უნდა გაკეთდეს ფერმის პროდუქტებზე ან უფრო ფართოდ ადგილობრივ პროდუქტებზე. ოთახები და სერვისისთვის საჭირო ინვენტარი სუფთა უნდა იყოს.



**გიდის მომსახურების** მიმწოდებლისთვის მნიშვნელოვანია, რომ მათი მეგზური იყოს შესანიშნავი კომუნიკატორი, დროის კარგი მენეჯერი და ჰქონდეს ჯგუფის ლიდერობის კარგი უნარები.

მათ უნდა ჰქონდეთ ფართო ცოდნა ადგილის ისტორიისა და კულტურის შესახებ და რუქის კარგი კითხვისა და ორიენტაციის უნარი. ეს არის ბონუსი, თუ გიდს შეუძლია კარგი ისტორიების მოყოლა.

ჯგუფთან შეხვედრისას, გიდი კარგად უნდა იყოს მომზადებული - მათ უნდა იცოდნენ ჯგუფის საჭიროებები, შემადგენლობა, ტრანსპორტის საჭიროებები და სხვა ორგანიზაციული საკითხები.

გიდის სერვისის პროვაიდერმა უნდა ჩაატაროს თავისი სერვისის რისკების ანალიზი და მოფიქრებული ჰქონდეს სამოქმედო გეგმა, რომელიც ეხმარება სარისკო სიტუაციებსა და სხვა მოულოდნელ გარემოებებში (მაგალითად, ცუდი ამინდი, მოულოდნელი უბედური შემთხვევა, ვიზიტორთა ჯანმრთელობის პრობლემები და ა.შ.).ტურის და სიტუაციის მართვაში.

თუ შესაძლებელია, გიდი ვიზიტორების შეთვალვებში ჩართავს ადგილობრივ სერვის პროვაიდერებს და ადგილობრივ მოსახლეობას, ვიზიტორებისთვის ავთენტური და საინტერესო გამოცდილების შესაქმნელად.



**ფოტო:** მცოდნე გიდი აუცილებელია მოლაშქრეებისთვის და ბუნების მოყვარულებისთვის. ფოტოზე ბუნების მოყვარულები გიდთან ერთად ვაშლოვანის ეროვნულ პარკში.

**სატრანსპორტო მომსახურების** განვევისას მნიშვნელოვანია, რომ ეს მოხდეს სუფთა ტექნიკურად გამართულ მანქანით. მართვის მონმობა უნდა იყოს მოქმედი და მართვა უნდა იყოს მაქსიმალურად უსაფრთხო. მნიშვნელოვანია, რომ მძღოლმა იცოდეს ადგილობრივი საგზაო ქსელი და ადგილობრივი გზის პირობები. უცხოელი ვიზიტორებისთვის მომსახურების მიწოდებისას საჭიროა საბაზისო დონეზე მინიმუმ ერთ უცხო ენაზე (სამიზნე ჯგუფის მიხედვით) საუბრის უნარი.

თუ მძღოლი მომსახურებას უწევს სხვა ტურისტულ საწარმოს, მას წინასწარ უნდა ჰქონდეს საკმარისი ინფორმაცია მგზავრების საჭიროებებზე (ბარგის ოდენობის ჩათვლით), მარშრუტის, განრიგის და სხვა ორგანიზაციული საკითხების შესახებ.

საწარმოს, რომელიც **აქირავებს** თავისუფალი დროის გასატარებელ **აღჭურვილობას**, უნდა ჰქონდეს შემუშავებული მკაფიო და ცალსახა ინსტრუქციები ხელსაწყობისთვის, რომლებიც ხელმისაწვდომია ვიზიტორებისთვის. მექანიზმი უნდა იყოს სუფთა, კარგ ფორმაში და აწყობილი მოთხოვნების შესაბამისად.



## დასკვნა

სახელმძღვანელოს მიზანია არა სიღრმისეულად განიხილოს ხარისხის სისტემა GOOD HOST-ის ყველა კრიტერიუმის დეტალები, არამედ გამოავლინოს ყველაზე მნიშვნელოვანი დაკვირვებები და სიტუაციები, სადაც გაუგებრობები უფრო ხშირია.

ბევრი კრიტერიუმი თავიდან შეიძლება ელემენტარული ჩანდეს, მაგრამ ცხოვრების სწრაფ ტემპში ყურადღების გარეშე შეიძლება დარჩეს. ამავდროულად, ხარისხს უდიდესი მნიშვნელობა აქვს ტურისტული პროდუქტის მიწოდების ყველა ეტაპზე, რადგან ის დიდ გავლენას ახდენს ვიზიტორთა გამოცდილებაზე და მათ შემდგომ არჩევანზე. ხარისხის ინდიკატორები ფოკუსირებულია ადამიანებზე, ფიზიკურ და ვირტუალურ ხელმისაწვდომობაზე, სხვადასხვა ხარისხის ეტიკეტზე, რომლებზეც ტურისტულ ობიექტებს შეუძლიათ მიმართონ, და ბევრ სხვა ასპექტზე. ჩვენ გირჩევთ, თქვენი ვიზიტორებისგან აუცილებლად მოითხოვოთ გამოხმაურება. ხშირად ადამიანები ნებაყოფლობით არ მოდიან ხარვეზებზე სასაუბროდ, მაგრამ ეს ინფორმაცია ფასდაუდებელია და შეიძლება გამოყენებულ იქნას თქვენი სერვისების გასაუმჯობესებლად. დაუკავშირდით თქვენს ვიზიტორებს და აცნობეთ მათ თქვენი გაუმჯობესებების, მოვლენებისა და სამომავლო გეგმების შესახებ – ამან ასევე შეიძლება დააბრუნოს სტუმარი თქვენს სანარმოში.

ამიტომ მეწარმეებს ვურჩევთ, გაეცნონ კარგი მასპინძლის ხარისხის სისტემის კრიტერიუმებს, შეაფასონ საკუთარი თავი შესაბამის პლატფორმაზე და, საჭიროების შემთხვევაში, გაიარონ კონსულტაცია და ითხოვონ რჩევა.

**ყველაფრის ერთდროულად განახლება შეუძლებელია. ყოველ განვითარებას ან გაუმჯობესებას დრო სჭირდება, მაგრამ ნაბიჯ-ნაბიჯ კეთებითაც თქვენ ყოველთვის მიაღწევთ მიზანს!**



**ფოტო:** მნიშვნელოვანი და წინდახედული რამეები ხდება თანამშრომლობით! ფოტო ორწლიანი თანამშრომლობის პროექტის დახურვის ღონისძიებიდან (2023 წლის სექტემბერი), სადაც, სხვა საკითხებთან ერთად, იყო (GOOD HOST) კარგი მასპინძლის პირველი ეტიკეტების გადაცემა.

## კოოპერაციის პარტნიორები:

ესტონეთის სოფლის ტურიზმის ორგანიზაცია

დედოფლისწყაროს ტურიზმის განვითარების ასოციაცია



პროექტი დააფინანსა ესტონეთის საგარეო საქმეთა სამინისტრომ



---

**მადლობა ყველას!**