

მენეჯმენტი სასტუმრო ბიზნესი ეკონომიკა და ინვესტირება

რეზიუმე

მურმან გლიაძე
სტუ-ს პროფესორი

ნოდარ გლიაძე
სტუ-ს დოქტორანტი

სასტუმრო ბიზნესი ისეთი სფეროა, რომელსაც უდიდესი კაპიტალის დაბანდება ესაჭიროება, რაც მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სასტუმროს ბიზნესის ფორმირებაში

21 საუკუნის დასაწყისიდან საცხოვრებელი დაწესებულებების სფეროში დიდი ცვლილებები ხორციელდება. ძირითადად ახლალი ტექნოლოგიების საფუძველზე.

ტურიზმი მსოფლიოში დიდი ბიზნესია და ის სულ უფრო და უფრო ფართოვდება მსოფლიოს მასშტაბით. ბიზნესის საერთო შემოსავალში ყველა გაერცხლებულ ბიზნესებს შორის მსოფლიოში ტურიზმს მეორე ან მესამე ადგილი უკავია, იგი ამასთანავე მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს სამუშაო ადგილების ზრდას.

სასტუმრო ბიზნესი ისეთი სფეროა, რომელსაც უდიდესი კაპიტალ დაბანდება ესაჭიროება, კაპიტალი მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სასტუმრო ბიზნესის ფორმირებაში. სასტუმრო ბიზნესი ციკლური ხასიათისაა და ის დიდ კაპიტალ დაბანდებას მოითხოვს, სხვადასხვაგვარი ეკონომიკის პირობებში, ფულადი კაპიტალის შემოდინების სხვადასხვა წაროდ შესაძლებლობა არსებობს. სასტუმრო ბიზნესის ციკლური ხასიათი ნიშნავს სასტუმრო ოთახებისადმი მოთხოვნის ზრდას. სასტუმროსთვის იდილიურ გარემოში მოთხოვნა ოთახებზე უნდა გაუტოლდეს ან გადააჭარბოს მათ არსებულ რაოდენობას შესაბამისად ოთახების ფასები, საშუალო მაჩვენებელთან ერთად, მაქსიმუმამდე იზრდება.

სასტუმროს მშენებლობის ერთ-ერთი მიზეზი ისაა, რომ ტერიტორია და საზოგადოებრივი განვითარების საჭიროებიდან გამომდინარე, აუცილებელია სათანადო დაწესებულებების აშენება და შედარებით დიდი პროექტების განხორციელება. იყო დრო, როცა სასტუმრო მხოლოდ მეგობრულ მოვლენებისთვის შენდებოდა (როგორცაა მაგალითად ზაფხულისა

და ზამთრის ოლიმპიური თამაშები) საერთოდ სასტუმროს მშენებლობაში კაპიტალის ინვესტირების დროს, უძრავ ქონებას ღირებულება წარმოადგენს, რაც ინვესტირებისთვის უფრო მნიშვნელოვანია, ვიდრე სასტუმროდან მიღებული შემოსავალი. მაგალითად მთელმა რიგმა უცხოელმა ინვესტორებმა გამოთქვეს სასტუმროს მშენებლობაში გრძელვადიანი პირობით, ფულადი კაპიტალის დაბანდების სურვილი, როგორც მათი ფულადი დაბანდების საუკეთესო საშუალება. სასტუმროების ფასმა, სასტუმრო, როგორც უძრავი ქონება, შესაძლოა უფრო მიმზიდველი გახადოს, ვიდრე სხვა უძრავი ქონება, განსაკუთრებით ინფლაციის პერიოდში. რადგანაც ერთი ღამით სასტუმროს ტარიფები იზრდება, სხვა უძრავი ქონების პროექტების შემთხვევაში, ასეთი მოქნილი არ არის. რაც შეეხება საერთაშორისო სასტუმროების მშენებლობას აქ ძირითადი აქცენტი გადატანილია აზიის ქვეყნებზე. ასევე მნიშვნელოვანია ინდოეთი, სადაც ახალი სასტუმროების 44%-ის აშენება ისეთი ქალაქების ბიზნეს ცენტრებშია გატვალისწინებული როგორიცაა ბანგალორი, ჩენაი, ჰიდერაბადი და მუმბაი.

სასტუმროების აქტივების მენეჯერები და მენეჯმენტი კომპანიები ორ განცალკევებულ გაერთიანებას წარმოადგენენ, მაგრამ ორივე მათგანი სასტუმროს მესაკუთრის სასარგებლოდ მუშაობს. აქტივების მენეჯერი მოქმედებს, როგორც მესაკუთრის „ თვალი და ყური “ , მესაკუთრესა და მენეჯმენტ კომპანიებს შორის არსებული „ ჩატეხილი ხიდის “ აღმოფხვრის მიზნით, აქტივების მენეჯერი უზრუნველყოფს რეგულარულ ანგარიშგებას მესაკუთრისათვის, კერძო აქტივების მენეჯერი, მენეჯმენტ კომპანიასთან ერთად განიხილავს ბიუჯეტის საკითხს, აკონტროლებს სასტუმროს და ფულად-

დი სახსრების შემოდინებას.

XXI საუკუნის დასაწყისიდან საცხოვრებელი დაწესებულებების სფეროში დიდი ცვლილებები ხორციელდება კერძოდ: სასტუმროს შენობების გადამეტებული მშენებლობა, ოთახების ზედმეტად გადამეტებული ინვენტარიზაცია, ცვლადი ფასები, მოკლევადიანი პერიოდისთვის ფასების ვარდნა, ეს ის პერიოდია როდესაც სასტუმროს ოთახების დატვირთვა პრობლემატური ხდება, უფრო მეტიც ტექნოლოგიური ცვლილებები თუ სად, როდის და როგორ იყიდება სასტუმრო ოთახები, ინტერნეტის ზემოქმედება ყოველთვის მნიშვნელოვანი ფაქტორი იყო სასტუმროს ფასებზე.

სასტუმროს წარმოქმნილ ფაქტორს სასტუმრო ბაზარზე ტექნოლოგიების ზემოქმედება წარმოადგენს, რომელსაც თითქმის სასტუმროს ყველა სეგმენტზე გააჩნია ზემოქმედება მაგალითად: სერვისის გაუმჯობესება, ხარჯების კონტროლის გაუმჯობესება, უსაფრთხოების ამაღლება და სხვა. კონკურენციის ერთ-ერთი პირობაა მარკეტინგის სფეროში მომხდარი ტექნოლოგიური ცვლილებები, რომელმაც ძირითადად შეცვალა სასტუმრო ოთახების გაყიდვის მეთოდები. ინტერნეტმა დიდი ზემოქმედება იქონია სასტუმროებისთვის ბიზნესის წარმართვის მეთოდზე, ინტერნეტზე დაფუძნებული სადისტრიბუციო არხების მეშვეობით. როდესაც სასტუმროების სტუმრებს თვითონ შეუძლიათ შეარჩიონ სასტუმრო ოთახების ყველაზე კონკურენტული ტარიფები და ბოლოს სტუმრისა და კლიენტის შესახებ ინფორმაციის კომპიუტერიზაციის მეშვეობით, შესაძლებელია ინდივიდუალური საინფორმაციო სისტემის გამოყენება.

როგორც ცნობილია სასტუმროში კვებით და სასმელებით მომსახურების გარდა, მომსახურების ფართო დიაპაზონია, რათა დაწესებულება გამორჩეული იყოს კონკურენტებისაგან. დიფერენციაცია შეიძლება მიღწეულ იქნას განსაზღვრული ფიზიკური მახასიათებლების, უმაღლესი ხარისხის მომსახურების, კეთილმოწყობის პირობით და ადგილმდებარეობით, რომელიც ფართოდ აღიარებულ ფაქტორს წარმოადგენს სასტუმროს წარმატებისთვის.

მოგზაურობა და ტურიზმი, როგორც საერთაშორისო ისე ადგილობრივ, სახელმწიფო და ეროვნულ დონეებზე არსებობს ჩვენი ეკონომიკის ჯანსაღი განვითარებისთვის.

ტურიზმი მსოფლიოში დიდი ბიზნესია და ის სულ უფრო და უფრო ფართოვდება მსოფლიოს მასშტაბით.

მოგზაურობა და ტურში ძირითადად ამერიკული ხასიათისაა ისევე, როგორც ბეისბოლი, ჰოთ-დოგი, ვაშლის პუდინგი და სხვა. მოგზაურობა ნიშნავს ნებისმიერ ტერიტორიაზე გასვლას, რომელიც სახლიდან 100-150 კმ-ით არის დაშორებული, XX საუკუნის ბოლოს მოგზაურთა რაოდენობა მსოფლიოში დაახლოებით 15%-ით გაიზარდა, ადგილობრივი გადაადგილების ძირითად საშუალებას ავტომობილი და ავტომობილი საცხოვრებელი ვაგონით ქალაქგარეთ დასასვენებლად, რაც საერთო ჯამში ყველა სამგზაო საშუალების 75% შეადგენს, ამასთანავე არსებობს მრავალი სატრანსპორტო საშუალება საჰაერო, სარკინიგზო, საზღვაო და ავტობუსი, რომელიც მოგზაურს გადაადგილებაში ეხმარება და თანამშრომლობენ მასპინძლობის ინდუსტრიასთან. ტურიზმი XXI საუკუნეში სწრაფი ტემპით ვითარდება ვიდრე ეს წინა წლებში ხდებოდა, რაც გამოწვეულია დასვენების მოყვარულთა რაოდენობის ზრდით, ასევე ოჯახური შემოსავლის და ხელსაყრელი დემოგრაფიული ტრენდების ფონზე.

ბიზნესის საერთო შემოსავლებში, ყველა გავრცელებულ ბიზნესებს შორის მსოფლიოში ტურიზმს მეორე ან მესამე ადგილი უკავია. მხოლოდ სურსათის მაღაზიებს ან ზოგიერთ პერიოდში ავომანქანებით ვაჭრობას გააჩნიათ ოდნავ მაღალი მაჩვენებელი, ამიტომ ტურიზმს და დასაქმებას შორის არსებობს მჭიდრო კავშირი. გაანგარიშების მიხედვით მსოფლიოში დაახლოებით რვა სამუშაო ადგილიდან ერთი პირდაპირ ან ირიბად იქმნება სამოგზაურო ან ტურიზმის ინდუსტრიის მიერ.

ტურიზმის ინდუსტრია მნიშვნელოვნად უწყობს ხელს სანუშაო ადგილების ზრდას მთელს მსოფლიოში. ამიტომაც რომ დასაქმება ბოლო წლებში მნიშვნელოვნად და სწრაფი ტემპით გაიზარდა. მთლიანად ეკონომიკასთან შედარებით, კვების მომსახურების სფეროში დასაქმებულთა დაახლოებით ერთი მეოთხედი ტურიზმში მუშაობს ხოლო პროცენტული მაჩვენებლით დასაქმებულთა უფრო დიდი ნაწილი სასტუმროებსა და მოტელის ინდუსტრიაში არიან დასაქმებული. მოგზაურთა მომსახურების თვალსაზრისით საჰაერო ტრანსპორტით

მენეჯმენტის პრობლემები

მგზავრობის რაოდენობა მნიშვნელოვნად გაიზარდა, ავტომობილით ან სხვა კერძო სატრანსპორტო საშუალებით მგზავრობის რაოდენობასთან შედარებით, ავტობუსით და რკინიგზით მგზავრობა ძალიან მცირე პროცენტს შეადგენენ, საჰაერო გადაზიდვა წარმოადგენს იმ საჰაერო საშუალებას, რომელიც მუდმივად იზრდება ბოლო წლებში.

მოგზაურობისა და ტურიზმის ინდუსტრიის სააგენტოებს შორის უმნიშვნელოვანესი ადგილი უჭირავს ტურისტულ სააგენტოებს, რომლების საზოგადოებას უზრუნველყოფს მოგზაურებისთვის ადგილების დაჯავშნას და ტრანსპორტირებას, ლოჯისტიკისა და ტურიზმის სხვა მომსახურების რეალიზაციის, მომსახურების მწარმოებლის სასაგებლოდ, ისინი სხვების მიერ უზრუნველყოფილმომსახურებას ყიდიან უშუალოდ საბოლოო კლიენტებზე. ბოლო პერიოდში ზოგიერთი ტურისტული სააგენტო გარდაიქმნა ტურისტულ კონსულტანტებად, რომლებიც ძირითად მოგებას მოგზაურობის შესახებ რჩევის მიცემის საქმეში უფრო ნახულობენ ვიდრე ავიაბილეთებისმგაყიდვის ან სხვა ტურისტული პროდუქტის შეთავაზების საქმეში. მათი გაყიდვების დაახლოებით ერთი მეოთხედი ტურ პაკეტს წარმოადგენს.

ტურიზმის განვითარებას, როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ აქვს დადებითი ფაქტორები, მაგრამ მის განვითარებაში არის კიდევ ხელშემშედი ფაქტორებიც, რომელთადაც აღსანიშნავია ძირითადად ხალხმრავლობა. მაგალითისთვის მოვიყვანოთ ასეთი ფაქტორები: შესაძლებელია დაინტერესებულმა პირმა შეისყიდოს პლიაჟი და იქ აღრ შეუშვას ადგილობრივი მცხოვრებლები ეს კი გამოიწვევს ადგილობრივი მცხოვრებ-

ლების გადამტერებას ტურისტებთან, რადგან მათ ეკრძალებოდათ ფასიან პლაჟზე შესვლა. ასეთ შემთხვევებს მოჰყვება მწვავე დაინტერესება ადგილობრივ მოსახლეობასა და სტუმრებს შორის, რის საფუძველზეც შემდგომში იკლებს ტურისტული ნაკადები და სტუმართა რაოდენობა.

ძალიან დიდი ხნის წინათ, მოგზაურობა მდიდარი ხალხისათვის დროის გატარების პრივილეგიურულ საშუალებას წარმოადგენდა, ღარიბი ხალხი კი უბრალოდ მიგირებდა ერთი ადგილიდან მეორეზე უკეთესი პირობებისთვის ან გადარჩენისთვის, მხოლოდ მდიდარ ხალხს შეეძლო ემოგზაურა გასართობად, სანახაობებისთვის ან უბრალოდ ბიზნესისთვის ეს მდგომარეობა რეალურად არ შეცვლილა, ეს ფაქტორი კი პირდაპირ ზემოქმედებას ახდენს მოგზაურის ტიპებსა და რაოდენობაზე. მაგრამ უნდა აღინიშნოს ის ფაქტი, რომ მოგზაურობის მთავარი მიზეზი ყველა ტურისტს საერთო აქვთ. ტურიზმი განსაკუთრებული სფეროა ეკო ტურიზმი, რომელიც ძირითადად ფოკუსირებულია ბუნებრივ გარემოზე, მისი ძირითადი დანიშნულებაა მოგზაურობა დაცულ ტერიტორიებზე, ადგილობრივ გარემო პირობებისთვის რაიმე უკუზემოქმედების მიყენების გარეშე, ის ზედმეტად მზარდი სფეროა. ეკო ტურიზმი ისეთ ადგილებში, როგორიცაა მაგალითად აფრიკა, სათავედასაველო, ეგზოტიკური და კულტურული ტურების სინონიმად იქცა, ეს კი ძალიან კარგი მაგალითია იმისა, თუ როგორ ვითარდებიან ტურიზმის სხვადასხვა სფეროები. ჩვენი აზრით ახლო მომავალში ტურიზმის ეს სახეობები ტურიზმის ინდუსტრიის წამყვან ფაქტორებად გადიქცევიან.

Management Hotel Business Economics and Investing

Murman Bliadze, professor of GTU

Nodar Bliadze, PhD student of GTU

Summary

The hotel business is one of the areas that require the most capital investment, which plays an important role in shaping the hotel business. Since the beginning of the 21st century, the field of housing has undergone major changes. Mostly based on current technologies. Tourism is a big business in the world and it is expanding all over the world. Of all the businesses in the world, tourism has the second or third largest share of all businesses in the world, and it also contributes significantly to job growth.