

TURİZM – XİDMƏT ETİKASI



Turizmde keyfiyyət - bu sahənin inkişafının ən aktual problemlərindən biridir. Beynəlxalq turizm bazarında xidmət keyfiyyəti rəqabət mubarizəsində güclü silahdır. Müəyyən ölkələrin mehmanxanalarında, restoranlarında, xidmət bürələrində, turist komplekslərində xidmətdən razı qalanlar sonradan fəal təbliğatçı olurlar. Onların təkrarən bu yerlərə baş çəkməsi turist axınının artmasına və turizm bölgəsinin imicinin daha da yüksəlməsinə səbəb olur. Nəticədə, xidmətin keyfiyyəti turizmin iqtisadi səmərəliliyini birbaşa təsir edir.

Büdcəsinin əksər hissəsini turizm sahəsindən əldə etdiyi gəlir hesabına formalaşdıran ölkələrin təcrübəsi də göstərir ki, ölkəyə turist cəlb etməyin ilkin şərti xidmətin keyfiyyətini yüksəltməkdir. 2014-cü ildə turizmdən 29.5 milyard dollar gəlir götürən Türkiyədə hələ 50 il əvvəl turizm üzrə ixtisaslı kadrların və səviyyəli mütəxəssislərin yetişməsi üçün təhsil müəssisələri fəaliyyətə başlayıb. Qeyd edək ki, bu ölkədə dövlət və özəl sektor turizm sahəsində müştərək çalışır.

XİDMƏT KEYFİYYƏTİ STANDARTLARA UYĞUN OLMALIDIR

Turizm Azərbaycan iqtisadiyyatında da aparıcı mövqeyə malik ola bilər, çünki turizm biznesi təsərrüfatın digər sahələrinin inkişafını stimullaşdırmaqla yanaşı, özündə iqtisadi, humanitar, tərbiyəvi və estetik amilləri birləşdirir. Lakin bununla bərabər, bu gün ölkəmizdə turizmin inkişafını ləngidən bir sıra amillər mövcuddur. Bu amillərdən ən başlıcası isə bəzi müəssisələrdə xidmətin keyfiyyətinin müasir standartlara cavab vermə bilməməsidir. Turizm sektorunda müşahidə olunan bu problem zaman-zaman ölkə başçısı və bu sahənin mütəxəssisləri tərəfindən də qeyd edilir.

Xidmət keyfiyyəti deyəndə, təbii ki, ilk ağılımıza gələn məkan hotellər və ictimai yaşayış müəssisələri olur. Hər bir turisti ölkəyə cəlb edən mühüm amillərdən biri müasir standartlara uyğun hotellərin olmasıdır. Aparılan araşdırmalar göstərir ki, bu gün MDB ölkələri ilə müqayisədə Azərbaycanda hotelçilik daha yaxşı inkişaf edib. Ölkəmizdə hazırda mövcud olan iqtisadi inkişafın içərisində hotellərin yaranması təqdirəlayiqdir. Müasir dövrdə isə turizm və mehmanxananın vəhdət şəklində yaranıb inkişaf etməsi ölkəmizin təbliğatı baxımından əla fürsət alır. Deməli, hotellərimizin həm tərtibat, həm də xidmət baxı-

mından birbaşa mədəniyyətimizi, tariximizi, milli-mənəvi dəyərlərimizi özündə əks etdirməsi vacibdir. Lakin bunu ölkədəki bütün hotellər haqqında demək mümkün deyil.

MƏDƏNİYYƏT VƏ TURİZM NAZİRLİYİ PULSUZ KURSLAR TƏŞKİL EDİR

Öncə qeyd edək ki, Azərbaycanın Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi Türkiyənin Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə əməkdaşlıq çərçivəsində ildə bir neçə dəfə Bakıda və bölgələrdə fəaliyyət göstərən mehmanxana və mehmanxana tipli obyektlərin əməkdaşları üçün ödənişsiz təlim-tədris kursları təşkil edir. Bundan əlavə, ölkədə mövcud olan bir çox turizm qurumları, o cümlədən Azərbaycan Turizm Assosiasiyası, Hotellər və Restoranlar Assosiasiyası, Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti il ərzində bir neçə dəfə belə kurslar təşkil edirlər.

Bu istiqamətdə Azərbaycanın Mədəniyyət və Turizm Nazirliyi ilə əməkdaşlıq edən təşkilatlardan biri də Türk İşbirliyi və İnkişaf Agentliyidir (TİKA). Mərkəzi Asiya, Avropa və Afrikanın müxtəlif ölkələrində nümayəndəlikləri olan təşkilatın ilk ofislərindən biri Bakıda açılıb. Qurum indiyədək ölkəmizdə 600-dən artıq layihə həyata keçirib, bu layihələr çərçivəsində təşkil olunan təlim proqramlarında 4500-dən çox mütəxəssis iştirak edib. Mədəniyyət və turizm TİKA-nın daha çox diqqət yetirdiyi sahələrdəndir.

Qurum 2001-ci ildən etibarən Azərbaycanda fəaliyyət göstərən

hotellərin əməkdaşları üçün müxtəlif istiqamətlərdə təlim-tədris kursları təşkil edir. Bu kurslar Azərbaycanda turizm sahəsinin inkişafı və xidmət səviyyəsində mövcud problemlərin aradan qaldırılması məqsədilə həyata keçirilir. Layihə Türkiyə və Azərbaycanın mədəniyyət və turizm nazirliklərinin birgə dəstəyi ilə reallaşır. 14 il ərzində Bakı, Xaçmaz, İsmayılı və Lankaranda turizmin müxtəlif istiqamətləri üzrə çalışan insanlara təlim kursları keçilib. Kurslar 3000-dən yuxarı hotel işçisini əhatə edib. Burada əsas məqsədimiz Türkiyənin turizm təcrübəsini Azərbaycanda tətbiq etməkdir.

Onu da qeyd edək ki, 2013-cü ildən bu kurslar Türkiyə və Azərbaycanın mədəniyyət və turizm nazirlikləri tərəfindən həyata keçirilir.

Burada bir məqamı təəssüflə qeyd edək ki, bir çox mehmanxanaların rəhbərləri öz əməkdaşlarının iştirakını bu ödənişsiz kurslarda təmin etməkdən belə imtina edirlər. Əslində isə xidmətin təşkili ilə bağlı olan nöqsanların aradan qaldırılması üçün mehmanxana işçilərinin təlim kurslarında iştirakı mütləqdir!

Hotel rəhbərlərinin kurslara olan biganə münasibətini bir neçə amillə izah etmək olar. Əvvəla, əksər hotellərdə kadrların seçimi, hazırlığı, yerləşdirilməsi standartlara uyğun deyil. Halbuki, kadr problemi həll olunarsa, yerdə qalan bütün çatışmazlıqlar da öz həllini tapar. Digər bir tərəfdən, kadrların məsələsini həll etmək üçün Azərbaycanda fəaliyyət göstərən hotellərdə menecmentlik orta səviyyədə aşağıdır. Bu da, bəzi istisnalarla, hotellərin düzgün idarə olunmasına əngəl törədir. Amma ümumiyyətlə, bu məsələdə də kifayət qədər narahatlığa əsas yaradan məqamlar var.



PROBLEMİN HƏLLİ KOMPLEKS YANAŞMA TƏLƏB EDİR

Restoran və digər ictimai-iaşə müəssisələrində də eyni problem yaşanır. İctimai-iaşə fəaliyyəti bütün zamanlarda gəlirli sahələrdən olduğu üçün bu sahəyə maraq kifayət qədər böyükdür. İnkişaf templəri və əhalinin gəlirləri artdıqca isə bu sahədə daha sivil və komfortlu xidmətlərin göstərilməsi meylləri də sürətlənir. Respublikada son illər fəaliyyətə başlayan yeni ictimai-iaşə obyektlərinin sayı durmadan artır. Lakin təəssüflər olsun ki, hələ də bir sıra obyektlərdə xidmətin təşkili qaydalarına, istehlakçıların hüquqlarının müdafiəsinə yanaşma qanunvericiliyin tələbləri səviyyəsində deyil. Məhz bu səbəbdən istehlakçılardan hansısa restoran, yaxud kafe barədə şikayətlər eşitmək mümkündür.

“ Məsələ ilə bağlı turizm üzrə mütəxəssislərlə də söhbətimizdən bu qənaətə gəldik ki, problemin həlli məsələyə kompleks yanaşma tələb edir. Azərbaycan iqtisadiyyatında turizm gəlirlərinin artmasını istəyiriksə, o zaman bu sahədə çalışanlar bu istiqamətdə ciddi düşünməlidirlər. Ölkəyə turist cəlb etmək uzunmüddətli bir strategiyadır ki, onun da ən birinci şərti ONLARA GÖSTƏRİLƏN XİDMƏTDİR. Bu, turisti hava limanında qarşılayan taksidürücüsündən tutmuş ona mağazalarda suvenir təklif edən satıcıya qədər, hər kəsə aiddir. ♦

Fəxryyə Abdullayeva

