

DOI: <https://www.doi.org/10.36719/2789-6919/09/53-56>

**Rahid Vahid oğlu Bağırzadə**

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti  
magistrant  
rahidbaghirovich@gmail.com

## OTELÇİLİK FƏALİYYƏTİNDƏ GÖSTƏRİLƏN XİDMƏTLƏR

### Xülasə

Turizmin mühüm formalarından biri olan otellər, qonaqların qəbulu, yerləşdirmə və onlara xidməti yerinə yetirir. Otelçilik fəalliyətindən yararlanan insanların ehtiyaclarının müxtəlif olması, bu ehtiyacları qarşılayan müəssisələrin də inkişaf istiqamətinə çox təsir etmişdir. Gecələməkdən əlavə insanların digər ehtiyaclarının zövqlərinə və sosial-mədəni vəziyyətlərinə görə dəyişməsi bir-birindən fərqli xidmətlər təklif edən müəssisələrin yaranmasına səbəb olmuşdur.

**Açar sözlər:** turizm, otel, ehtiyac, xidmət, biznes

**Rahid Vahid Bağırzadə**

### Hospitality Services

#### Abstract

Hotels, which are one of the most important forms of tourism, receive, accommodate and serve guests. The diversity of needs of people benefiting from the hotel business has greatly influenced the development of businesses that meet these needs. In addition to overnight stays, changes in people's other needs to suit their tastes and socio-cultural backgrounds have led to the creation of businesses that offer different services.

**Key words:** tourism, hotel, need, service, business

### Giriş

Mehmanxana – ən azı 10 otaqlı, insanların müvəqqəti gecələmələrini və müəyyən ödəniş qarşılığında qida, içki, sosial-mədəni ehtiyaclarını qismən ödəməyi peşəyə çevirmiş sosial-iqtisadi obyekt sayılır (Bilalov, 2006: 12).

Otelçilik fəalliyətində göstərilən xidmətlər mahiyyət etibarilə digər xidmət sektorlarından fərqlənir. Bunun başlıca səbəbi təklif olunan xidmətdən yalnız otel ərazisində istifadə edilə bilməsidir. İstehlakçı xidməti qabaqcadan görmür və ona toxuna bilmir. Məhz bu səbəbdən, mütəxəssislər otelçilik fəalliyətində göstərilən xidmətləri digəri xidmət sənayesi məhsullarından fərqləndirirlər.

Xidmətin başqa bir xüsusiyyəti isə tez xarab olmasıdır. Tez xarab olma, xidmətin məhsul kimi saxlanıla bilməməsi deməkdir. Xidmət istehsalın və istehlakın eyni vaxtda həyata keçirilməsi, başqa sözlə, “vaxtın” satışıdır. Məsələn, iki yüz otağı olan bir mehmanxana bir gecə üçün onlardan cəmi yüz əllisini satsa, satılmayan əlli otağı ertəsi axşam iki yüz əlli otaq kimi sata bilməz. Bu halda gəlir itkisi satılmayan əlli otaqdan deyil; xidmətin tez xarab olması ilə bağlıdır. Buna müxtəlif misallar gətirmək olar. Otelin restoranında satıla bilməyən örtük; avtobusda, qatarda və ya təyyarədə satıla bilməyən oturacaq; Basketbol oyununda boş oturacaq və ya konsertdə boş oturacaq buna tipik misaldır. Lakin sənaye malları üçün bu vəziyyət fərqlidir. Çünki tələb olmayanda sənaye məhsullarını ehtiyatda saxlamaq olar.

Xidmətin başqa bir xüsusiyyəti isə dəyişkənliyidir. Məlum olduğu kimi, xidmət istehsalında əsas faktorun insan olması dəyişkənliyin əsas amilidir. Dəyişkənlik xidmətin təcrübə kimi subyektivliyi nəticəsində də baş verə bilər. Hər bir müştərinin gözləntiləri və xidmət təcrübəsi fərqlidir. Məsələn, eyni otelin restoranında yemək yeyən iki müştəri restoranda göstərilən xidmət ilə bağlı fərqli təsəvvürlərə malik ola bilər. Bu vəziyyət mənfi düşünən müştəri baxımından baxsaq yediyi yemək və ya xidmət təklif edən xidmət işçisi ilə bağlı mənfi nüans və ya daha əvvəl qonaq olduğu başqa bir otelin restoranı ilə etdiyi müqayisə ilə bağlı ola bilər.

Otel müəssisələrinin ən mühüm xidmət xüsusiyyətlərindən biri onların vaxta qarşı həssas olması və “vaxt” satmasıdır. Otel biznesində müştərilərə təklif olunan xidmətlər və imkanlar tələbatın formalaşması ilə ortaya çıxır. Otelin bir otağı 24 saat ərzində satılmalıdır. Şübhəsiz ki, o gün üçün satılmayan otaq biznes üçün iqtisadi itkidir. Otel otağının satılmaması halında həmin günün satışını başqa günə keçirmək və ya təxirə salmaq mümkün deyil.

Mehmanxana müəssisələrində istehsal olunan xidmətin istehsalı ilə müştəri tərəfindən xidmətin istehlakı eyni vaxtda baş verir. İstehsal və istehlak eyni vaxtda baş verdiyi üçün müştəriyə tam və mükəmməl məhsul təklif etmək mümkün deyil. Çünki müştəri xidmətlərin “istehsal prosesində” şəxsən iştirak edir. Otel müəssisələrinin bu xüsusiyyəti ilk anda xidmət istehsalının tam və qüsursuz həyata keçirilməsinin zəruriliyini ortaya qoyur.

Sənaye müəssisələrindən fərqli olaraq mehmanxana müəssisələri əmək tutumlu xidmət istehsal edən müəssisələrdir. Başqa sözlə, mehmanxana biznesi öz funksiyalarını yerinə yetirərkən intensiv olaraq insan əməyinə ehtiyacı olan müəssisələrdir. Otaqların təmizlənməsi, çarpayılardan düzəlməsi, restoranların xidmətə hazır vəziyyətə gətirilməsi, otaq xidmətlərinin göstərilməsi, müştərilərin qarşılınması, müştərilərin otaqlarına aparılması və yola salınması kimi xidmətlər işçi qüvvəsindən asılı olaraq təklif olunan xidmətlərdir (Yeganlı, 2006: 135).

Otel idarəçiliyi dinamik struktura malikdir. Çünki otel idarəçiliyi sağlam və müasir həyat fəlsəfəsini mənimsəyən, müasir texnologiyalarla və idarəetmə yanaşması ilə daim fərqlənən fəaliyyət sahəsidir. Otel müəssisələrinin müştəriləri biznesdə dəyişən komfort ehtiyaclarını və xidmət fəaliyyətlərini daim izləyirlər. Otel biznesinin müştəriləri biznesdə edilən hər bir yeniliyin onlar üçün edildiyini düşünür və bundan məmnunluq duyurlar (8).

Otel biznesində risk faktoru da kifayət qədər yüksəkdir. Bu müəssisələrin göstərdiyi xidmətlərə tələbi dəqiq proqnozlaşdırmaq çox çətin və həm də iqtisadi və siyasi şəraitdən asılıdır. Bu səbəbdən otel biznesi tələb dalğalanmalarından dərhal təsirlənir. Mehmanxana biznesində tələbin dəyişməsinə səbəb olan digər amil otel idarəçiliyinin mövsümi iş olmasıdır. Bu səbəbdən otel müəssisələri mövsümdən mövsümə fərqli planlar qurmalı olurlar. Bu, otel biznesində risk faktorunu vacib edir (Hüseynov, 2006: 120).

Otel müəssisələri görünüşü, rahatlığı və texniki təchizatı ilə müasir texnologiyalara uyğun olmalıdır. Eyni zamanda, personalın xidmət keyfiyyəti hər zaman yüksək səviyyədə olmalıdır. Otel müəssisələri öz məqsədlərinə uyğun olaraq qonaqların ehtiyaclarını ödəmək üçün müxtəlif xidmətlər göstərirlər. Hər cür lüks və rahatlıq bütün otel müəssisələrində olmaya bilər. Ümumiyyətlə, beşulduzlu turistik otellər çağın şərtlərinə uyğun xidmət göstərir. Mehmanxana biznesində bu xidmətlər üç əsas başlıq altında cəmlənməlidir. Bunlar:

- Yerləşdirmə xidmətləri
- Qida və içki xidmətləri
- Köməkçi-dəstək xidmətləri

Otel biznesinin təşkilində əsas şöbələr otaqlar, qida və içkilər və digər köməkçi xidmət şöbələridir. Bu seqmentlərə birbaşa gəlir gətirən seqmentlər və ya əməliyyat seqmentləri də deyilir, çünki onlar otelin mənfəət gətirən seqmentləridir. Köməkçi şöbələr otel biznesində birbaşa gəlir gətirən rol oynamır. Bununla belə, həyata keçirdikləri fəaliyyətlərlə otel biznesinin gəlir gətirən hissələrinə lazımi dəstəyi verirlər. Gəlir bu xidmətləri gəlir gətirən seqmentlər və gəlir gətirməyən seqmentlər kimi təsnif etməklə nəzərdən keçirək.

Gəlir gətirən bölmələr və onların funksiyaları. Bu bölmələrin sayı otelin növünə və ölçüsünə görə dəyişir. Otaqlar, yemək və içki bölməsi ən əsas bölmədir. Otelin köməkçi seqmentləri qonaqlara pul müqabilində telefon, camaşırxana, bərbər və suvenir hədiyyələr kimi xidmətlərin təklif olunduğu bölmələrdir. Camaşırxana şöbəsi gəlir gətirən qonaq camaşırxanası və gəlir gətirməyən biznes camaşırxanası kimi iki hissəyə bölünə bilər. Əməliyyat seqmentləri də adlandırılan bu bölmələr həm gəlirin təmin olunduğu, həm də xərclərin təmin olunduğu mərkəzlərdir. Bu şöbələrdə gəlir və xərcləri görmək, planlaşdırma və nəzarət onlardan faydalanmaq üçün müvəffəqiyyətin (fəaliyyətin) qiymətləndirilməsi üçün bu şöbələr üçün müvafiq gəlir hesabı hazırlamaq faydalıdır (7).

Yerləşdirmə xidmətləri. Yerləşdirmə, qonaqların gecələməsi və yerləşdirmə ehtiyaclarının ödənilməsi xidmət sahəsidir. Eyni zamanda otaqlar bölməsi də adlanır. Otaqlar bölməsi ön ofis və təsərrüfat kimi iki yerə bölünür. Yerləşdirmə bölməsi ön ofis, otaq xidmətləri və uniforma xidmətlərindən ibarətdir.

Otel biznesinin beyin mərkəzi olan ön ofis təşkilatın təşkilatı strukturunun hər səviyyəsində baş verənlərdən xəbərdar olmalıdır. Otel otaqlarının satışı, qonaqların hesablarının aparılması, hesab-fakturaların verilməsi və debitor borclarının yığılması, xarici valyutanın dəyişdirilməsi və s. kimi xidmətləri ön ofisdə yerinə yetirir.

Otaq xidmətləri otel otaqlarının satışa hazır vəziyyətə gətirilməsinə cavabdehdir. Baş təsərrüfat müdirinin rəhbərliyi altında mehmanxananın bütün təmizliyi, yararsız əşyaların təmiri və ya dəyişdirilməsi, istifadə olunmayan otaqların rezervasiyası təsərrüfat işçiləri tərəfindən həyata keçirilir. Bundan əlavə, satışa hazır olan otaqlar üçün qəbula (resepşna) məlumat verir, təmir və texniki xidmət işlərinə dair texniki şöbələrə hesabat verir. Camaşırxana otaq xidmətlərinin alt bölməsi olaraq qonaqların paltar və əşyalarının təmizlənməsi və ütülənməsini ödənişli həyata keçirir (Abdulov. 2015: 45-46).

Uniformalı xidmətlər. Əsas vəzifələri qonaqları qarşılamaq və onları resepsna aparmaq, qonaqlara otaqlarını göstərmək və onların baqajlarını daşımaq, qonaqlara məsləhətləşmə prosesində kömək etmək, qonağın adından sifarişlər vermək və bu sifarişləri resepsnda qonağın adına yazdırmaqdır.

Qida və içki xidmətləri. Bu, qonaqların qida və içki ehtiyaclarının ödənilməsinə cavabdeh olan şöbədir. Müəssisələrin ölçüsünə görə mətbəx, restoran, bar, anbar və s. kimi bölmələrə bölünür. Bəzi kiçik şəhər otelləri bu xidmətləri təqdim etməyə bilər. Bunlara garni otelləri deyilir. Qida və içki bölməsi yemək və içkinin qəbulundan, saxlanması, bişirilməsindən və xidmətinə qədər bir çox funksiyaların təmin edilərək qonaqların yemək və içki ehtiyaclarının qarşılıdığı bölmədir. Bu bölmədə yerinə yetirilən funksiyalar aşağıdakılardır:

- Satılma və saxlama: Daha əvvəl müəyyən edilmiş menyularda qidaların hazırlanması üçün lazım olan məhsulların sifarişi, qəbulu və saxlanması. Saxlanılan məhsulların paylanması da eyni bölmə tərəfindən həyata keçirilir.

- Mətbəx: Anbardan götürülmüş məhsullardan istifadə edərək yeməkləri hazırlayan və qonaqların istifadəsinə verən bölmədir. Qida və içki şöbəsinin ən mühüm funksiyalarını bu şöbə yerinə yetirir.

- Servis: Mətbəxdə yeməklər hazırlandıqdan sonra onu qonaqlara təqdim etmək bu xidmət şöbəsinin işidir.

- Bar: Anbarlardan götürülən içkilərin qonaqlara təqdim edilməsi ilə bağlı xidmətlərin həyata keçirildiyi bölmədir.

Bu bölmələrdən ilk üçü qida ilə, sonuncusu isə içkilərlə yanaşı yüngül yeməklərin də təqdim olunduğu içki xidmətlərinin göstərilməsi ilə bağlıdır.

Köməkçi xidmətlər. Qonaqların yatmaq və qidalanmaq ehtiyaclarından başqa, otelin növünə və ölçüsünə görə qonaqların müxtəlif ehtiyaclarını qarşılayan və biznesə gəlir gətirən vahidlərdir. Bu xidmətlərin çeşidi xidmətlərin ölçüsünə görə dəyişir. Diskoteka, çimərlik, hovuz, alış-veriş mağazaları, avtomobil icarəsi, müxtəlif idman meydançaları, bərbər, türk hamamı, sauna, həkim, internet, animasiya və s. kimi müxtəlif əlavə xidmətlər bura daxildir. Böyük otel müəssisələri, satış mağazaları, çiçəkçilər, avtomobil icarəsi və başqa icarəyə götürmə kimi xidmətlər də həyata keçirilə bilər. Orta ölçülü otel biznesində də bu cür xidmətləri görə bilərik. Bu xidmətlərin çoxu kiçik mehmanxana biznesində göstərilir.

Gəlir gətirməyən şöbələr və onların funksiyaları. Bunlar birbaşa gəlir gətirməyən, lakin gəlir vahidlərini idarə edən bu bölmələrə kömək edən şöbələrdir. Xidmət bölmələrinə daxildir. Bunlar qonağa birbaşa aidiyyəti olmayan bölmələrdir.

Müasir dövrdə otelçilik fəaliyyətində informasiya texnologiyalarının yeri danılmazdır. İT müəssisənin rəqabət qabiliyyətini artırmaqla bərabər, həmçinin müəssisənin gələcəkdə varlığı üçün də zəmin yaradır. Otelçilik sektorunu İT-siz təsəvvür etmək mümkün deyildir. İT-nin mehmanxana müəssisələrində istifadə olunduğu sahələrə nəzər yetirdikdə onun daha çox qeydiyyat və ofis əməliyyatlarında istifadə olunduğunu görürük. Günümüzdə avtomatlaşdırma proqramlarının xidmət sektorunda istifadəsinin çox geniş yayıldığı müşahidə olunur. Böyük otellərdə enerjiyə qənaət,

təhlükəsizlik, POS, rabitə, onlayn bronlaşdırma və satış, mini bara nəzarət və kartlı qapı sistemləri kimi bir çox avtomatlaşdırma proqramlarından geniş istifadə olunur (Çakmakçı, 2012).

İnternet, səsli mesaj, e-poçt, otaqların onlayn rezervasiyası, kompüterləşdirilmiş mühasibatlıq və maliyyə hesabatları sistemləri, qida və içki sifarişlərinin avtomatlaşdırılması, telekonfrans, müştərilər üçün interaktiv bələdçilər, mobil telefonlar, elektron kredit kartı təminatı və qrafik hesabatları İT-nin otellərdə istifadə olunan bəzi nümunələridir. Araşdırmalar göstərir ki, bu informasiya texnologiyalarının mühüm rolu biznesin effektivliyini artırmaq və müştəri məmnuniyyətini təmin etməkdir (6).

### Nəticə

Xidmət sənayesinin bir hissəsi olan turizm sektoru 21-ci əsrdə mühüm biznes növünə çevrilmişdir. Qloballaşma fenomeni, dünya əhalisinin artması və sərvətlərin nisbi olaraq bütün dünya ölkələrinə yayılması turizm sektoruna yeni müştərilər gətirir. Bütün bunların nəticəsində ortaya çıxan dəyişikliklər insanların daha asan və daha tez-tez səyahət etmələri üçün mühit hazırlayır.

Otel müəssisələri regional xüsusiyyətlərdən və müştərilərin tətillərdən asılı olaraq müxtəlif siniflərdə fəaliyyət göstərirlər. Otel müəssisələrini müxtəlif siniflərdə fəaliyyət göstərməyə sövq edən səbəblər arasında müştəri gözləntilərinə fərqlər mühüm yer tutur. Müştəri gözləntilərindəki fərqləri izləyən otel müəssisələri zamanla sahil, sağlamlıq, idman, tətillər və əyləncə kimi otel idarəçiliyi sahələrində ixtisaslaşmağa üstünlük verib.

### Ədəbiyyat

1. Hüseyinov, İ., Əfəndiyeva N. (2007), Turizmin Əsasları. Bakı: Mars-Print
2. Yeganlı, S. T., Hacıyev E. M. (2006), Turizm. Bakı: ABU
3. Bilalov, B. Ə. (2006), Turizm Fəaliyyətinin Tənzimlənməsi. Bakı: Mütərcim
4. Abdulov, A. V. (2015), Tələbə və Aspirantların XIII Universitetlərarası Elmi-Praktik Konfransının məqalələr toplusu. Omsk Dövlət İnstitutu, 2-ci hissə. səh. 45-46.
5. Çakmakçı, E. (2012), İnformasiya Texnologiyalarından istifadənin otel fəaliyyəti və səmərəliliyinə təsiri. Məhsuldarlıq jurnalı.
6. <https://www.russiatourism.ru/operators/elektronnaya-putevka/>
7. <https://tourism-book.com/pbooks/book-62/ru/chapter-2398/>
8. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1145138>

Rəyçi: ped.e.d. Müseyib İlyasov

Göndərilib: 08.04.2022

Qəbul edilib: 16.05.2022