

DOI: <https://doi.org/10.36719/2707-1146/32/129-132>

Vəfa Cavadova
Azərbaycan Turizm və Menecment Universiteti
magistrant
vafajavadova2001666@gmail.com

KLUBLAR VƏ ƏYLƏNCƏ MƏRKƏZLƏRİNİN TURANİMASIYA PROQRAMLARINDA İSTİFADƏ PROBLEMLƏRİ

Xülasə

Turanimasiya sözü latınca bir dönmə hərəkətini bildirir. Turizm xidmətlərində animasiya elementləri dedikdə, biz, ekskursiya materialını (şou-muzeylər, kostyumlu xidmətlər və s.) daha əyani şəkildə qəbul etmək üçün canlandırma xarakteri daşıyan tərkibində animasiya elementləri olan turizm xidmətləridir. Bu sahədə turizm üçün ayrılan asudə vaxtın dəyərləndirilməsi və rekreasiya xarakterini özündə birləşdirən animasiya xidmətlərindən bəhs edilir. Turanimasiya mütəxəssislərinin turistlərlə insani dəyərlərinin tətbiqi nəticəsində sağlamlıq proqramlarında, həm turanimatorların həm də turistlərin birlikdə iştirak etməsi nəticəsində əyləndirmək və yaradıcılığını inkişaf etdirmək məqsədilə təqdim olunan ixtisaslaşdırılmış xidmətidir. Burada əsas məqsəd turistə planlı yeni xidmət növünün təqdim olunmasıyla xidmətin keyfiyyətinin yüksəldilməsi və turistin təmin olunma səviyyəsinin artırılmasıdır. İctimai iaşə obyektlərində də içki, qida və müxtəlif zövqə uyğun digər növ animasiyalar təqdim olunur.

Açar sözlər: *turizm, animasiya, turanimasiya, klublar, əyləncə mərkəzləri*

Vafa Javadova
Azerbaijan Tourism and Management University
master student
vafajavadova2001666@gmail.com

Usage problems in the entertainment programs of clubs and entertainment centers

Abstract

The Latin word turanimation means a turning motion. By animation elements in tourism services, we mean tourism services that contain animation elements that are animated to make the excursion material (show-museums, costume services, etc.) more visually appealing. In this field, the evaluation of free time allocated for tourism and animation services that include the character of recreation are mentioned. It is a specialized service provided in order to entertain and develop creativity as a result of the participation of tour animators and tourists together in health programs as a result of the application of human values of tour animation specialists with tourists. Here, the main goal is to improve the quality of the service and increase the level of satisfaction of the tourist by presenting a planned new type of service to the tourist. Public catering facilities also offer drinks, food and other types of animations suitable for different tastes.

Keywords: *tourism, animation, tour animation, clubs, entertainment centers*

Giriş

Klublar və əyləncə mərkəzlərinin turanimasiya proqramlarında istifadə problemləri.

Turizm infrastrukturunun inkişaf etdirilməsi və beynəlxalq standartlara cavab verən turizm xidmətlərinin formalaşdırılması bu sahənin qanunvericilik bazasının və dövlət tənzimlənməsi mexanizmlərinin təkmilləşdirilməsini, mövcud turizm resurslarından istifadə imkanlarının genişləndirilməsini, regionlarda turizm fəaliyyətinin stimullaşdırılmasını, yeni turizm marşrutlarının yaradılmasını, habelə rəqabətədavamlı qiymət təklifinin təmin edilməsini zəruri edir (Turizm sənayesinin inkişafına dair strateji yol xəritəsi: 11).

Turizm sənayesi daxilində isə animasiyanın ortaya çıxış səbəbi; yerləşmə müəssisələrinin təqdim etdiyi yerləşmə, qida və içki kimi xidmətlərin qonaqları təsisə bağlamada yetərsiz qalması meydana gəlmişdir (Növrəli, 2015: 297). Animasiya fəaliyyətlərinin idarə edilməsi müəssisədəki bütün ümumi heyətin animasiya xidmətlərinin xüsusiyyətləri və əhəmiyyəti mövzusunda savadlı kadr olmaları, animasiya personalı ilə digər personal arasında əlaqə, əməkdaşlıq və ünsiyyətin olmasını təmin və əlaqədar personalın animasiya xidmətlərini dəstəkləmələrini tələb edir. Məsələn, restoranda təşkil olunan bir əyləncə gecəsində animatorlar ilə xidmət personalı arasındakı əməkdaşlıq və ünsiyyətin təmini və s (Növrəli, 2018: 35). Animasiya müasir turizm xidmətlərinin istirahət və əyləncə üçün turistlərə təklif olunan asudə vaxtın mədəni və səmərəli şəkildə keçirilməsinə dair kompleks proqramların ayrılmaz hissəsinə çevrilmişdir (Növrəli, 2017: 2).

Turizm sektoru inkişaf etdikcə iqtisadiyyatın yeni sahələri turizm sənayesinə cəlb edilir. Bu sənayeyə aid olan müəssisələri fərqləndirmək üçün onları aşağıdakı qaydada qruplaşdırmaq olar:

1. Turizmə birbaşa aidiyyəti olanlar - turizm firmaları, ekskursiya büroları.

2. Turizmə dolayısı ilə aidiyyəti olanlar - nəqliyyat, qida, ticarət və digər müəssisələr (Bilalov, 2006: 9).

İngilis dilindən tərcümədə “bar” sözü sədd mənasını verir. Azərbaycanda “piştaxta” mənasını verən bu sədd dirəyi müştərilərinə geniş növdə spirtsiz və ya spirtli içki çeşidləri, dar çeşiddə isə qənnadı və mətbəx məmulatları təklif və təqdim edən, gecə və ya gündüz animasiya proqram kompleksinə malik olan ictimai yaşayış obyektidir.

Əsasən XIX əsrin sonlarından barlar modernləşməyə başladı. Ağac materialdan hazırlanmış piştaxtaları metalla işlənmiş, qiymətli ağaclar materialından hazırlanmış uzun buffet piştaxtaları ilə əvəz etməyə başladılar. Oturmaq üçün stullardan istifadə edilmirdi. Barın sahibləri istəmirdilər ki, müştərilər uzun müddət otursunlar, bu onlara maddiyyat cəhətdən sərf etməirdi. Belə ki, sahibkarlar üçün qonaqların cəld şəkildə dövrüyyəsi daha sərfəli idi. Müştərilər özləri də tələsirdilər, onların devizi “vaxt puldur” devizi idi (6).

Klublar özünün arxitektura quruluşuna, maddi texniki təchizatının növ müxtəlifliyinə, yüksək səviyyəli komfortluğuna, daxili görünüşün estetikliyinə, müştərilərə mürəkkəb hazırlanma texnologiyalı qidalarına, dar çeşidli içki, yemək, qənnadı məmulatlarına, ərzaq çeşidinə və menyusuna görə əsasən 3 qrupa ayrılmışdır:

1. “Lyuks sinif”: Rahatlıq, əla xidmət, estetik daxili dizayn, içkilərin səviyyəsi və çeşidi boldur, geniş və marka içkilər.

2. “Əla sinif”: Rahatlıq, xidmətlərin çeşidi müxtəlif, original estetik daxili dizayn, geniş seçim, markalı və xüsusi geniş içki çeşidləri.

3. “Birinci sinif”: Rahatlıq, xidmətlərin harmoniyası, içkiləri məhdud, sadə kokteyl və mokitellərin hazırlanması.

Təqdim olunan funksional xüsusiyyətlərinə görə isə 3 yerə bölünür:

1. Klassik üslub-Burada əsas məsələ müştəriyə qarşı mühafizəkarlıqdır. Bu xarici və daxili görünüşdə geyimdə içkilərin hazırlanıb təqdim olunma üsulunda davranışlarda özünü göstərir. Burada əsasın klassik içkilər təqdim edilir. Bu stil yüksək sinifli barlarda tələb edilir. Klassik barlarda Beynəlxalq Barlar Asosiasiyasının qanunlarına uyğun olaraq davranışlar içki və qidaların hazırlanması və təqdim edilməsi nümayiş olunur.

2. Sərbəst freestyle-Bu üslub əsasən azadlığı və sərbəstliyi təbliğ edir. Klassik üslubun bir çox xüsusiyyətləri bu üslubda əks olunur. Bu üslubda flair-barmenlər fəaliyyət göstərir. Flair-barmenlər piştaxta arxasında müxtəlif qeyri-ənənəvi davranışlar göstərərək müştərinin diqqətini cəlb edir. Burada barmenlər öz yaradıcılığını göstərərək rəqiblərindən fərqlənirlər.

3. Qarışıq spidmiksinq-Həm klassik həm də sərbəst üslubu özündə birləşdirir. Burada barmen hər bir üsluba müvafiq olaraq içkiləri hazırlayıb nümayiş etdirməlidir.

Barlarda təqdim olunan içkilərin xüsusiyyətlərinə görə növləri: Aperitiv, dijestiv, gümrahlandırıcı içkilər, qazlı içkilər, şotdrinklər, lonqdrink, şortdrinklər, hotdrink (Növrəli, 2010: 299).

İçkilərin hazırlanma üsulları: Bild üsulu, leyerinq üsulu, madling üsulu, styor üsulu, şeyk üsulu, fain streyn, blend üsulu, fleyminq.

İçkilərin təqdim edilmə üsulları: Straightup, shakerato, cocktail, forsted drink, swizzle, frappe, mist, on-the-rock, crustas, mild, reynbou, extreme, mix, lightback, rapido.

Barlarda göstərilən xidmətlərin turanimasiya proqramları vasitəsilə zənginləşdirilməsi içkilərin hazırlanması və təqdim edilməsi prosesinə diqqəti cəlb edir və marağı artan müştəri də sifarişləri artırır. Belə barlarda fəaliyyət göstərən barmenlər flair-barmenlər adlanır. Onlar burada müxtəlif cür şoular göstərirlər. Barmenlər həm də barlarda bir animator rolunu oynayırlar. Hazırda bar klubların çoxluğu güclü rəqabətə yol açır. Ona görə də animator-barmenlərə çox ehtiyac duyulur (Növrəsli, 2018: 82).

Klublar və əyləncə mərkəzləri, müxtəlif növdə turanimasiya proqramları tətbiq etməklə müştərilərini cəlb etməyə çalışırlar. Ancaq bu proqramlardan istifadə problemləri aşağıdakı kimi problemlər yarada bilər:

Kifayət qədər interaktivlik: Turanimasiya proqramlar kompleksi istifadəçilərinə interaktivlik təklif etməlidir. Proqram, istifadəçilərin diqqətini cəlb etmək və onların qayğısını çəkmək üçün həm müxtəlif növ funksiyalar və hərəkətlər, həm də oyun və səhnələr xidməti təklif etməlidir.

Platforma uyğunluq: Turanimasiya proqramları fərqli platformalar (mobil cihazlar, tablet və kompüterlər) üçün əlçatan olmalıdır. Bütün platformalarda eyni funksiyaların və göstərişin təqdim edilməsi, istifadəçilərə müsbət təcrübə təmin edəcəkdir.

Sadə və anlaşıqlı interfeys: Turanimasiya proqramları sadə asan və anlaşıqlı bir interfeys xidməti təklif etməlidir. İstifadəçilərin proqramı asanlıqla istifadə edə biləcəkləri və tapmaqda çətinlik çəkməyəcəkləri bir sistem, istifadəçilərin təcrübələrini təkmilləşdirəcəkdir və müsbət rəy alacaqdır (9).

Qeydiyyat prosesi: Turanimasiya proqramlarının qeydiyyat prosesi son dərəcə sadə və sürətli olmalıdır ki istifadəçilər asanlıqla qeydiyyattan keçə bilsinlər və məlumatlarının təhlükəsizliyindən əmin olsunlar.

Problem həll xidmətləri: İstifadəçilər, turanimasiya proqramlarından istifadə zamanı bəzi problemlərlə üzləşə bilərlər. Buna görə də, klublar və əyləncə mərkəzləri, problem həll xidmətləri təklif etməlidirlər. Müştərilərin yarana biləcək suallarını və problemlərini müəyyən edən və həll edən bir müştəri dəstək xidməti, istifadəçilərin təcrübəsini təkmilləşdirəcəkdir.

Nəticə

Turizm sektorunu dəqiq müəyyən etmək mümkün olmasa da, sektor istehsal çərçivəsində istehsalın hamısı və ya əhəmiyyətli hissəsi xarici və yerli turistlər. Şirkət tərəfindən istehlak edilən mal və xidmətlərin istehsalı və sənaye və ticarət fəaliyyətləri demək olar daxildir (Növrəsli, 2010: 59).

Turizm sektorunda tur animasiyası ümumiyyətlə kurortlarda, otellərdə, kruiz gəmilərində və digər turistik yerlərdə qonaqların əyləncə, fəaliyyət və təhsil ehtiyaclarını ödəmək üçün istifadə edilən xidmətdir. Bu xidmət animasiya qrupları tərəfindən təmin edilir və adətən oyunlar, müsabiqələr, idman fəaliyyətləri, şoular, rəqs partiyaları, uşaq tədbirləri və gecə şouları kimi bir sıra fəaliyyətləri əhatə edir. Turizm ölkəmizin ən sürətlə inkişaf edən sektorlarından biridir. Ölkə son illər ərzində xeyli mühüm nəticələrə nail ola bilib. Respublika bu gün turizmin bütün növlərini fəal şəkildə inkişaf etdirmə qabiliyyətinə malikdir. Hazırda Azərbaycan turizm sahəsində dünya rəqabətqabiliyyətliliyinə görə 148 ölkə arasında 39-cu yerdə öz mövqeyini almışdır. Bu gün Azərbaycanda turizmi iqtisadiyyatın yüksək gəlirli sektoruna çevirmək, sosial və ekoloji tələblərə cavab verəcək əlverişli, rəqabətqabiliyyətli müasir turizm kompleksləri yaratmaq, bu sahədə yeni iş yerlərinin açılmasını təmin etmək qeyri-neft sektorunun inkişafında əsas hədəflərdəndir (11).

Xarici turistlərinin ölkəyə cəlb edilməsi üçün ölkəmizdə bir sıra kompleks tədbirlər həyata keçirilməlidir. Belə ki, ilk növbədə mövcud olan qiymət və tariflər turistlər üçün əlçatılacaq həddə endirilməlidir, yeni çarter aviareysləri açılmalıdır, əlavə investisiyalar yatırılmalıdır. Bu tədbirlər kompleksinin uğurlu həyata keçirilməsi üçün turanimasiya proqramlarının bu tədbirlər kompleksi ilə birlikdə fəaliyyət göstərməsi zəruridir.

Bununla belə, turizm sektorunda tur animasiyasında xidmətdə müəyyən problemlər var. Həmin problemlərə bunları misal göstərə bilərik:

İxtisaslı kadrlar çatışmazlığı: Tur animasiyası əyləncə mərkəzləri kurortlar və otellər kimi turistik məkanlarda təklif olunan xidmətlərdir və buna görə də ixtisaslı və bacarıqlı kadrlar tələb olunur.

Lakin bəzən bu xidməti göstərən animasiya qruplarının animatorların kifayət qədər təlim və təcrübələri olmaya bilər (12).

Mədəni fərqlər: Tur animasiyası adətən müxtəlif mədəniyyətlərdən olan müxtəlif ölkələrdən gələn turistlərə xidmət göstərir. Buna görə də, animasiya qruplarının və mütəxəssislərinin mədəni fərqliliklərə hörmət etməsi və müxtəlif mədəniyyətlərdən olan turistlərə müvafiq xidmət göstərməsi mühimdir.

Adekvat büdcə və resursların olmaması: Bəzi attraksionlar və əyləncə obyektləri tur animasiya xidməti üçün kifayət qədər büdcə və resurs təmin etməyə bilər. Bu, animasiya qruplarının adekvat avadanlıq, lazım olan materiallar və digər resurslardan məhrum olmasına və xidmətin keyfiyyətinin aşağı düşməsinə səbəb ola bilər. Turizm məhsullarının maksimum qiymətlərinin müəyyən edilməsindən ibarət olan qiymət siyasəti və ya qeyri-real qiymət dondurma siyasəti, izləmək çətin və məhsul keyfiyyətin pisləşməsi riski yarada biləcək siyasətlər (10).

Turizm günlərinin sayı; Ölkəmizdə turizmin və bu sektorda fəaliyyət göstərən sahibkarların ən böyük problemlərindən biri turizm mövsümünün günlərinin sayının az olmasıdır. Qiymətlərin yüksək olması da birbaşa bu problemlə bağlıdır. 11 iqlim qurşağının 9-u ölkəmizdə mövcud olması il boyu turizmin inkişafına imkan vermir. Çünki turizm günlərinin sayı çox olmadan turizmin davamlı və stabil inkişafına nail olmaq mümkün deyildir (11).

Ona görə də ölkədə ilin bütün fəsilələrinin tələblərinə cavab verən bir turizm infrastrukturu qurulmalıdır ki, turizm günlərinin də sayı çoxalsın. Çünki turizm şirkətləri ancaq maksimum 2-3 ay fəaliyyət göstərir. Şirkət də böyük bir obyekt saxlayan özəl sektor olduğu üçün onun xərcləri çox olur. Şirkət, sahibkar ilboyu büdcə xərclərinin hamısını bir fəslin 2-3 ayın üstünə salır. Bu isə qiymətlərin baha olması probleminə gətirib çıxarır. Fikrimcə, həm dövlətin dəstəylə, həm də sahibkarların dəstəyi ilə ilin bütün fəsilələrinə uyğun olaraq turizm infrastrukturu və turanimasiya tədbirlər kompleksi yaradılmalıdır.

Ədəbiyyat

1. Turizm sənayesinin inkişafına dair strateji yol xəritəsi.
2. Növrəli, T. (2015). Turizmin əsasları. Dərs vəsaiti. 6.5. Əyləncə sənayesinin və animasiyanın təşkili. Bakı: QHT Nəşriyyatı. s.294-304.
3. Növrəli, T. (2018). Ananimasiya. Dərslik. Bakı: "Zərdabi LTD" MMC Nəşriyyat poliqrafiya müəssisəsi, 168 s.
4. Növrəli, T. (2017). Turizm biznesində animasiya xidmətlərinin zəruriliyi. Turizm və qonaqpərvərlik tədqiqatları beynəlxalq jurnal. İl 5, Say 1. Bakı, s.98-108.
5. Bilalov, B. (2006). "Turizm fəaliyyətinin tənzimlənməsi". Dərslik. Bakı: Mürtəcim.
6. http://www.anl.az/down/meqale/kaspi_az/2010/mart/111352.htm
7. Növrəli, T. (2010). "Azərbaycan Turizm Potensialının İnkişafının Qiymətləndirilməsi". Doktorluq dissertasiyası. İzmir: "YÖK", 299 s.
8. Növrəli, T. (2018). Turanimator. Təlim materialları. Bakı, 288 s.
9. https://www.e-derslik.edu.az/noduploads/vet_pdf/barmen.pdf
10. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1034296>
11. https://azertag.az/xeber/Azerbaycan_iqliminin_tibbi_turizm_inkisafi_uchun_potensialı-1172224
12. <https://visiontv.az/article/turizm-tehsilinin-ehemiyeti-ve-turizm-sahesinde-kadr-hazirliginin-vacib-meqamlari-ferqane-eliyeva.html>

Göndərilib: 02.02.2023

Qəbul edilib: 20.04.2023