

Azərbaycan Respublikası Təhsil Nazirliyi

Naxçıvan Dövlət Universiteti

Fakultə: Sosial İdarəetmə və Hüquq

İxtisas: Turizm və Otelçilik

Fənn: Səyahət Agentlikləri və

Turoperatorluq

Müəllim: Günay Vəliyeva

Tələbə: Seymur Məmmədov

Mövzu: Səyahət Agentlikləri və

Turoperatorluğun İş Prinsipi

Naxçıvan-2016

## Plan

1. Rerezentativ və Prezentativ İş Prinsipləri
2. Turoperator Turagent Münasibətləri
3. Digər Müəssisələrlə İş Birliyi

# Giriş

Azərbaycan iqtisadiyyatının sahələrindən biri olan turizm son illərdə sürətlə inkişaf etməkdədir. Qədim səyyahların sevərək, böyük hörmətlə “Odlar yurdu” adlandırdığı ölkəmiz Avropa və Asiyanın qovşağında yerləşdiyindən, həmçinin rəngarəng iqlimə və bənzərsiz relyefinə görə turizm biznesinin inkişafı üçün çox cəlbedicidir. Bütövlükdə şimal yarımkürəsində yerləşmiş Azərbaycan İspaniya, Yunanıstan, Türkiyə, Çin, Koreya ilə təqribən eyni coğrafi enlikdədir. Avropadan Orta və Şərqi Asiya ölkələrinə gedən bir sıra mühüm beynəlxalq əhəmiyyətli yollar Azərbaycan ərazisindən keçir. Respublikanın ərazisi şimaldan cənuba 400 km, qərbdən şərqə isə 500 km məsafədə uzanır, 38°25' - 41°55', şimal enliklər və 44°50' - 50°51' şərq uzunluqları arasında yerləşir. Avropa və Asiyanın qovşağında yerləşərək, respublika unikal geosiyası və coğrafi mövqeyə malik olmaqla, qədim zamanlardan indiyədək dünyəvi iqtisadi və mədəni əlaqələr üçün öz əhəmiyyətini qoruyub saxlamaqdadır.

Bundan əlavə Azərbaycanda mövcud olan 6500-dən çox tarixi-memarlıq abidələri, 130-dan çox muzey ölkəyə turist axını təmin edən potensial kimi dəyərləndirilməlidir. Memar Əcəminin şah əsərləri hesab olunan Möminə xatun və Yusif-İbn Qüseyr türbələri, Bakının simvolu hesab olunan Qız Qalası, Şirvanşahlar sarayı və digər tikililər ölkəmizə gələn turistləri heyran edir. Qobustan, Böyük Daş, Kiçik Daş, Cingirdağ, Şonqardağ və Şıxqaya dağlarında Azərbaycan xalqının qədim daş dövrlərindən başlayaraq son dövrlərə aid çoxəsirlik tarixini özündə əks etdirən maddi mədəniyyət nümunələri-qayaüstü rəsmlər, qədim insan məskənləri, daş qalalar, qəbirüstü abidələr və s. mövcuddur.

Azərbaycan ərazisində irili-xırdalı 8400-ə yaxın çay vardır. Onlardan 850-si 5 km-dən artıq uzunluğa malikdir. Çay vadiləri mənzərəli olmaqla çox saylı istirahət həvəskarlarını və turistləni cəlb edir. Daha iri çaylar qayıq sürmək üçün və su idman mərkəzləri yaratmaq üçün, dağ çayları isə raftinq üçün çox əlverişlidir. Göl və nohurlarda isə balıqçılıq təşkil edilə bilər.

Ölkə ərazisi zəngin floraya malikdir. Nisbətən böyük olmayan ərazidə dünyada rast gəlinən bütün bitki tiplərinin demək olar ki, hamısı respublikamızda

yayılmışdır. Azərbaycanda bitən təxminən 4500 növ ali, sporlu çiçəkli bitkilər 125 dəstdə, 920 cinsdə birləşir. Növlərin ümumi sayına görə Azərbaycanın florası Qafqazın başqa respublikalarına nisbətən xeyli zəngindir. Respublikada rast gəlinən bitki növləri Qafqazda bitən bitki növlərinin ümumi miqdarının 66%-ini təşkil edir.

Azərbaycan Respublikasının hidromineral ehtiyatları sanato-riya-kurort işinin inkişafı üçün əhəmiyyətlidir. Dünyada tanınmış “Karlovi Vari” sulanndan heç də geri qalmayan isti və mineral bulaqlar-Badamlı, Sirab, Turşsu, İstisu və digərləri böyük iqtisadi müalicəvi əhəmiyyət daşıyır.

Sadalananları nəzərə alaraq turizmin bütün növlərinin, istirahət və müalicənin təşkili üçün Azərbaycanın çox böyük potensiala malik olduğunu söyləmək mümkündür. Həmçinin Ümumdünya Turizm Təşkilatının (BMÜTT) UNESCO ilə əməkdaşlıq çərçivəsində reallaşan “İpək Yolu” qitələrarası turizm marşrutunda Azərbaycanın iştirakı ölkədə turizmin inkişafı üçün əlverişli şərait yaradır.

Cəmiyyət inkişaf etdikcə səyahətə olan ehtiyac və səyahət etmək istəyi daha geniş insan kütləsini əhatə edir.

Qədim dövrlərdən insanların Yer kürəsində yerdəyişməsi üçün təbii ehtiyac duyulurdu. Yeni ovçuluq, mal-qara və əkinçilik üçün daha münasib yerlərin axtarılması üçün daha rahat və əlverişli yaşayış şəraitinə sahib olmaqdan ötrü insanlar axtarışa çıxırdılar. Yeni qəbilələrlə münasibətlərin qurulması, yeniliyi əldə etmək məqsədilə əcdadlarımız böyük və kiçik səyahətlər edirdilər.

Əfsanələrdə, nağıllarda qəhrəman-səyyahların sərgüzəştlərindən, şücaətlərindən söhbət açıldığı kimi, eyni zamanda səyahət zamanı olduqları yerlərdə gözəl təbiət, indiyədək görmədikləri heyvanat aləmi, buralarda məskən salmış insanların fərqli yaşayış tərzini, mədəniyyət səviyyəsi ilə barədə məlumatlar vardır.

Keçmiş zamanlarda gediləcək yer barədə yalnız qısa və təsadüfi məlumatlar əldə etmək olurdu. Bu səbəbdən o zamanlar səyahətə çıxmış insanlar müxtəlif çətinliklərlə rastlaşırdılar. Onların səyahətləri çox zaman həyatları üçün təhlükəli olurdu. Lakin, bununla belə səyahətə çıxmaq, qərib yerləri görmək arzusu

insanlarda heç vaxt azalmayıb. İnsan cəmiyyəti inkişaf etdikcə, mədəni səviyyəsi, biliyi və elmi səviyyəsi artır. İnsanların səyahətə çıxmaq arzusu əksər hallarda istirahət etməklə, daim yaşadığı şəraitdən müvəqqəti olaraq fərqli yerdə və şəraitdə olmaq istəyi ilə üst-üstə düşür.

Tarixdən bizə məlumdur ki, qədim dövrlərdən səyahətlərin əsas məqsədi ticarət, naməlum ərazilər haqqında bilgilər toplamaq, təhsil olmuşdur. Bu səyahətlər əksər hallarda dövlət hakimləri tərəfindən hazırlanmış ekspedisiyalar olsa da ayrı-ayrı şəxsiyyətlər də öz təşəbbüsü ilə uzun müddətli səfərlərə çıxırdılar.

Antik dövlətlərdə müalicə mərkəzləri olmuşdur və buralarda əksər hallarda aristokratlar istirahət edə bilirdilər. Orta əsrlərdə səyahətlərin böyük hissəsi zəvvarlar tərəfindən müqəddəs yerləri ziyarət etmək məqsədi təşkil edirdi. Səyahət mədəniyyətinin müasir turizm formasına qədər inkişaf etməsi üçün sivilizasiyanın və mədəniyyətin münasib inkişaf səviyyəsi ilə yanaşı yüksək təhsil səviyyəsinə, maddi gəlirə və sərbəst vaxta malik olan böyük təbəqənin mövcudluğu tələb olunurdu. Bu səbəbdən səyahətə çıxan insanların istirahətini onların istədiyi şəkildə təşkil etmək məqsədilə fəaliyyət göstərən turizm şirkətləri meydana çıxır. Müasir dövrdə məhz turoperatorlar istirahət zonalarını müştərilərlə təmin edən partnyorlara çevrilib. Hətta bəzi hotellər və müalicə kompleksləri fərdi qaydada onlara müraciət edən müştərilərə xidmət etməkdən imtina etmişlər. Hazırda onlar yalnız turizm şirkətləri tərəfindən göndərilən müştəriləri qəbul etməyə üstünlük verirlər.

Turizm şirkətləri öz fəaliyyət növünə görə 2 cür olur: - turoperator fəaliyyəti və turagent fəaliyyəti.

4 iyun 1999-cu il tarixdə qəbul olunmuş "Turizm haqqında" Azərbaycan Respublikasının Qanununda turizm sənayesində işlədilən əsas anlayışların izahları verilmişdir:

\* turizm-Azərbaycan Respublikası vətəndaşlarını, əcnəbilərin və vətəndaşlığı olmayan şəxslərin müvəqqəti olacağı ölkədə (yerdə) ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərti ilə istirahət, sağlamlaşdırma, tanış olma, idraki (tarix və mədəniyyət sərəvətlərindən bəhrələnmə və sair), iş-peşə (vəzifə borclarının icra edilməsi istisna

olmaqla, idman və dini məqsədlərlə daimi yaşayış yerlərindən müvəqqəti getmələri (səyahətləri);

\*turist-istirahət, sağlamlaşdırma, tanış olma, idraki (tarix və mədəniyyət sərvətlərindən bəhrələnmə və sair), iş-peşə, (vəzifə borclarının icra edilməsi istisna olmaqla) idman və dini məqsədlərlə getdiyi ölkədə (yerdə) ödənişli fəaliyyətlə məşğul olmamaq şərtiylə, 24 saatdan 12 ayadək müddətdə müvəqqəti olan şəxs;

- turoperator-turların komplektləşdirilməsi, turizm məhsulunun formalaşdırılması, hərəkətə gətirilməsi və satışı ilə məşğul olan turizm təşkilatı;

- turagent-turoperator tərəfindən hazırlanmış turizm məhsulunun alınması, onun hərəkətə gətirilməsi və satışı üzrə vasitəçilik fəaliyyəti göstərən fiziki və ya hüquqi şəxs;

- turagentlik - turizm və ekskursiya yollayışlarının satışı, habelə turizm -ekskursiya fəaliyyətinin təşkili üzrə (informasiya, reklam, marketinq və s.) digər xidmətlər göstərilməsi ilə məşğul olan vasitəçi təşkilat.

- turizm fəaliyyəti-turoperator və turagent fəaliyyəti, habelə səyahətlərin təşkili üzrə digər fəaliyyət;

# Reprezentativ və Prezentativ İş Prinsipləri

Xarici ölkəyə turist göndərən turoperator həmin ölkədə (ölkə-lərdə) ya yerli tur şirkətlərlə iş birliyi qurur (reprezentativ), ya da öz nümayəndəsini həmin ölkədə təyin edir (nümayəndəliyini, filialını açır). Bu cür fəaliyyət prezentativ iş prinsipi adlanır.

Ölkə vətəndaşlarını xaricə göndərən turoperator həmin ölkələrin turizm şirkətləri və ya birbaşa xidmət təminatçılan ilə əməkdaşlıq əlaqələri yaradaraq fəaliyyət göstərirlər. Xarici partnyorlarla əməkdaşlıq etmək representativ iş prinsipi adlanır. Lakin xarici ölkənin istirahət komplekslərində istirahət etmək arzu edənlərin sayı çoxaldıqca bizim turoperator daimi və bütün xidmətlərə cavabdehlik daşıyan yerli turşirkətlərlə əməkdaşlıq prinsipinə üstünlük verirlər. Belə olan halda olaraq turistlərimizi aeroportdan qarşılayaraq və aeroportdan vətənə yola salanadək konkret turşirkərlə əməkdaşlıq daha sərfəlidir.

Xarici ölkə ilə mütəmadi işləməklə həmin ölkənin turşirkətlərindən daha çox etibar qazanmış biri ilə əməkdaşlıq barədə müqavilə bağlanır. Bu xarici şirkət bizim turoperatorun meet-kompaniyası statusunu alır

# Xarici Meet-Kompaniya ilə İşbirliyi(Reprezentativ)

Bir çox turoperatorlar öz turistlərinin xaricdə xidmətlərini təmin etmək məqsədilə xarici turizm şirkətlərinin xidmətlərindən istifadə edirlər.

Meet-kompaniya-outgoing turoperatorun göndərdiyi turistlərin qəbulunda ixtisaslaşmış xarici incoming turoperatorudur. Meet-kompaniya outgoing turoperatorun göndərdiyi turistlərə “yerüstü xidmətlərin”-transfer, yerləşdirmə, qidalanma, əyləncə, ekskursiyalar, turpaketə daxil olmayan əlavə ödənişli xidmətlərin göstərilməsi ilə məşğul olur. Göstərdiyi xidmətlər müqabilində meet-kompaniya outgoing turoperatorla bağlanmış müqaviləyə əsasən müvafiq komisiyon mükafatını alır. Bu şirkətlər arasında əməkdaşlıq sxemləri, onların seçdiyi bazar strategiyasından asılı olaraq müxtəlif cür ola bilər. Bu əməkdaşlığı şərti olaraq 3 dərəcəyə ayırmaq olar:

- birdəfəlik sifarişlə iş;
- kvota əsasında iş;
- turkreditlə iş.

Birdəfəlik sifarişlə işbirliyi ən sadə və risksiz iş formasıdır. Bu zaman outgoing turoperator real müştərilər üçün (turpaketin haqqını ödəmiş) meet-kompaniyaya müvafiq “yerüstü xidmətləri” sifariş edir. İlk növbədə turoperator mövcud müştərinin istəyinə uyğun olaraq konkret tarixlər üzrə hoteldə yerlərin olması barədə sorğu edir. Meet-kompaniya tərəfindən həmin hoteldə yerlərin olması təsdiq olunduqdan sonra turoperator yerləşdirmə obyektinin və müştəriyə göstəriləcək digər xidmətlərin (qidalanma, ekskursiya, əyləncə və s.) haqqını təyin edilmiş tarixədək ödəməlidir. Ödəniş aldıqdan sonra meet-kompaniya turoperatora vauçer (turistin yerləşdirilməsi barədə sənəd) göndərir (e-poçt, faksla). Turoperator müştərini (müştəriləri) gedib-gəlmə bileti (avto, avia, qatar bileti), vauçer, sığorta polisi, turla bağlı digər sənədlərlə (proqram, buklet, müqavilə, informasiya və yaddaş vərəqləri) təmin edir. Turist (turistlər)



aeroportda (avto və ya dəmir yolu vağzalında) şəxsiyyətini təsdiq edən sənədlə birgə vauçeri meet-kompaniyanın nümayəndəsinə təqdim edir. Meet-kompaniya tur proqramına uyğun olaraq turistlərimizə müvafiq xidmətlər göstərir.

Bazar imkanlarına geniş malik olan və müəyyən sayda turist göndərmək imkanına malik olan turoperator meet-kompaniya ilə kvota iş forması ilə əməkdaşlıq edir. Kvota meet-kompaniya tərəfindən turqrupun gəlməyinə 3-5 gün qalanadək hotellərdə yerləri bron saxlatdırmaqdır.

Turkredit-adətən uzunmüddətli əməkdaşlıq zamanı tətbiq olunur. Mənası-mövsümün əvvəlində turoperator tərəfindən meet-kompaniyanın hesabına müəyyən həcmdə pulun köçürülməsi ilə əməkdaşlığın həyata keçirilməsidir.

# Prezentativ İş Prinsipi

Bizim turoperator tərəfindən xarici ölkə turizm mərkəzində nümayəndəliyinin (filialın, nümayəndəsinin) təyin edilməsi ilə bu bölgəyə göndərilən turistlərimizin aeroportda (avto, dəmiryolu vağzalında) qarşılanması ilə istirahətdən sonra aeroportdan (avto, dəmiryolu vağzalından) yola salınmasınadək xidmətlər birbaşa outgoing turoperatorun üzərinə düşür.

Nümayəndəni təyin etdikdə o bizim ölkənin və ya həmin xarici ölkənin vətəndaşı ola bilər. Lakin hər iki halda nümayəndə bizim ölkənin turistlərin dilini, adətlərini, mədəniyyətini yaxşı səviyyədə bilməlidir. Nümayəndə həmin xarici ölkənin və xüsusilə də turizm bölgəsinin dilini, adətlərini, mədəniyyətini və turizm resurslarını əla bilməlidir.

Nümayəndə turistlərimizə göstərilən xidmət keyfiyyətinə nəzarət edir. O, təcili olaraq vətəninə qayıtmağa məcbur olan turistimizə kömək etməlidir. Nümayəndənin ən ağır və qızgın işi turistlərin kütləvi gəlişi zamanı olur. Bu dövrdə nümayəndə gələn turistlərin vaxtında qarşılanması, yerləşdirmə obyektlərində mümkün dərəcədə qısa zaman ərzində yerləşməsinə və turpaket xidmətlərinin, habelə əlavə xidmətlərlə təmin olunmasına hərtərəfli yardımçı olmalıdır.

Nümayəndə bu turizm bölgəsinin spesifik xüsusiyyətlərini əvvəlcədən turistlərimizə açıqlamalıdır. Məsələn, ofisiyanta, yükdaşıyana nə qədər çaypulu vermək olar, yerli valyuta harada daha sərfəli şəkildə dəyişmək olar, avtomobili harada kirayə etmək olar. Nümayəndə bilməlidir ki, uşaqla gəlmiş ailəli turistlərə, yaşlılara və ya gənclərə nə təklif etmək olar.

Nümayəndə ilk olaraq turistlərimizin xidmətin keyfiyyətinə görə olan iddiaların həllində əsas məsul şəxsdir. Bir çox təşəbbüskar turoperatorlar turistlərə, onların xidmətlərə görə olan iddiaları barədə şikayət ərizələrinin elə istirahət mərkəzində bizim nümayəndənin imzası ilə tərtib edib xidmət təminatçılarına verilməsini məsləhət görürlər. Bu da çox hallarda konfliktin yerində həllinə səbəb olur.

# Turoperator Turagent Münasibətləri

Turoperator yalnız öz gücünə güvənərək hazırladığı məhsulu geniş miqyasda sata bilməz və əldə etdiyi gəlir də çəkdiyi xəcləri böyük həcmdə üstələyə bilməz. Bu səbəbdən turoperator turagentlər şəbəkəsindən istifadə etməklə turizm bazarında müəyyən mövqə tutaraq məhsulunu daha geniş həcmdə satmağa imkan əldə edir. Bu məqsədlə turoperatorun strukturunda turagentlərlə işləyən məsul şəxsə və ya hətta şöbə fəaliyyət göstərir.

Turizm agentliyi-turoperator tərəfindən hazırlanan turizm məhsulunu reklam edən, istehlakçılara çatdıran hüquqi və ya fiziki şəxsdir. Agentlərə olan zərurət bir sıra səbəblərdən əmələ gəlir:

-regionlarda turların yayımlanmasına olan zərurət-turoperatorun ölkənin bütün regionlarında öz nümayəndəsini, filialını yerləşdirmək imkanı olmur, bəzi hallarda həmin regionda turagentin imkanlarından istifadə etmək daha sərfəli olur;

-operativliyi artırmaqla daha çox müştəriyə turların çatdırılması-müştərinin istədiyi turu seçmək məqsədilə uzaq məsafəni qət edərək gəlib məhz turoperatorundan turu almaq zərurəti aradan qalxır. Məsələn, məşhur tura tələbat çox olduqda turoperatorun ofis şəraiti bütün müştərilərə xidmət etməyə imkansız olur. Belə halda müştəri eyni qiymətə bu turu həmin şəhərdə fəaliyyətdə olan turagentlərdən ala bilər;

-məhsulun reklamının daha geniş həcmdə yayımlandırılması;

-turoperatorun adının turagent tərəfindən tanınması;

Turagentlərin fəaliyyətinin əsas vəzifələri aşağıdakılardır:

\*turoperatorların təklif etdikləri turların bazarda (regional və şəhər ərazisi) özünün maliyyəsi hesabına reklam etməsi. Agent özü müstəqil olaraq (özü üçün sərfəli olan) hər-hansı turların reklam edilməsi barədə qərar verir;

\*potensial müştərilərə turlar barədə düzgün məlumatların verilməsi. Turagentə müraciət edən müştəriyə maraqlandığı tur barədə dolğun və ətraflı məlumat verilməlidir;

\*turun satışı, turoperatorada turun bronlaşdırılması və turoperatoradan müvafiq təsdiqin alınması;

\*müştəridən tura görə ödənişin alınması və turistin sənədlərinin turoperatora təqdim edilməsi;

Turagentlər müxtəlif iş prinsipləri ilə fəaliyyət göstərərək müxtəlif vəzifələri yerinə yetirirlər. Məsələn:

\*Adi agentlik-turoperatorun təqdim etdiyi turməhsulu olduğu kimi, yəni heç bir dəyişiklik etmədən satmaq;

\*Yenilikçi-agentliklər-turoperatoradan alınmış məhsula əlavələr etməklə satmaq. Burada məqsəd turoperatoradan alınmış məhsula yeni xidmətlər əlavə etməklə bu məhsulu yerli turist üçün daha cəlbedici etməkdir. Məsələn, əlavə transfer təşkil etmək, viza sənədləşməsində, sığorta işində yardımçı olmaq, tranzit ölkədə(ərazidə) hoteldə yerləşdirmək;

\*Yaradıcı-agentliklər-müxtəlif turoperatorlardan alınmış turlardan yeni məhsulun hazırlanması. Məsələn, bir turoperatorun təqdim etdiyi çarter reysi digər turoperatorun təklif etdiyi kruizlə tamamlamaq;

Turoperator ilə turagent arasında işbirliyinin hüquqi statusu onlar arasında bağlanmış müqavilə ilə təsdiqlənir. Müqaviləyə əsasən turların satışında turoperator özünün hüquqlarını müəyyən komisyona mükafatlanmaya görə turagentə təqdim edir. Turları müqaviləyə əsasən turagent öz adından, turoperatora istinadən, ya da turoperatorun adından sata bilər. Lakin müştərilərin bütün iddialarını turagent qəbul etməlidir. Müqaviləyə əsasən turagentin vəzifələrinə aşağıdakılar daxildir:

-müştəriyə turoperator tərəfindən təşkil olunmuş tur barədə düzgün məlumatın verilməsi;

-yalnız bronun təsdiqi turoperatordan gəldikdən sonra turun müştəriyə satılması;

-müştəridən tələb olunan məlumatın və sənədlərin qəbulu və bunların turoperatora göndərilməsi;

-turun dəyərini turoperatora vaxtında ödənilməsi-agent müqaviləsində göstərilmiş müddətdə və ya bronun təsdiqində göstərilmiş müddətdə turun dəyərinin turoperatora ödənilməsi;

Qeyd etmək lazımdır ki, tur barədə müştəriyə verilmiş yanlış məlumata görə məsuliyyət tamamilə turagentin üzərinə düşür(məs., agent müştəri barədə yanlış məlumat verdiyindən onu aeroportda qarşılayan olmayıb.)

Agent müqaviləsində turoperatorun vəzifələri də əks olunur:

-turizm məhsulunun satışı üçün tələb olunan informaasiya, reklam, texnoloji və digər materiallarla turagentin təmin edilməsi;

-xarici təminatçılar, aviadaşıyıcılar, konsul, gömrük və digər idarələrin formal tələbləri barədə agenti məlumatlandırmaq;

-səyahətin xüsusiyyətləri barədə, turistlərin qarşılaşa biləcəyi təhlükələr barədə agenti ətraflı məlumatlandırmaq;

-müqavilədə göstərilmiş müddətdən gec olmayaraq(adətən 24 saatadək) alınmış sifariş əsasən bronu təsdiqləmək və ya rədd etmək;

-turistin səyahətini təmin edə biləcək sənədlərin ( məs., aviabilet, yerləşdirmə vauçeri, informasiya vərəqi, sığorta polisi və s.) agentə vaxtında çatdırılması;

-tələb olunan turizm xidmətlərinin yerinə yetirilməsinə və ya turistin getməsinə məhdudiyyətlərin olması, turda ola bilən dəyişikliklər barədə agentin vaxtında məlumatlandırılması;

-müqaviləyə və ya konkret razılaşmaya əsasən turagentin komisiyonun vaxtında ödənilməsi

Müqavilədə komisyon mükafatın təyin edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.  
Komkision mükafatın təyin edilməsi böyük əhəmiyyət kəsb edir.

# Digər Müəssisələrlə İş Birliyi

## Nəqliyyat Müəssisələri ilə İş Birliyi

Nəqliyyat vasitələri və növləri inkişaf etdikcə turizm də inkişaf edir. Turizm məsafə uzaqlığına görə inkişaf edir, turizmin yeni növləri əmələ gəlir (kosmik, dünyaətrafı ...). Nəqliyyat xidmətləri turizm məhsuluna, demək olar ki, həmişə daxil olur. Turizm sahəsində nəqliyyatla aşağıdakı xidmətlər yerinə yetirilir:

- Göndərmə məntəqəsindən qəbul yerinədək daşıma;
- Transfer;
- Ekskursiya yerinədək və geriyyə;
- Əyləncə məqsədilə daşıma;

Turist istirahət yerinə öz nəqliyyat vasitəsilə getmədiyi halda nəqliyyat xidmətləri turpaketin dəyərinə daxil ola bilər (müvafiq olaraq tur alındıqda bu xidmət də ödənilir); tur təşkilatçısı tərəfindən rezervasiya edilərək, sonradan turist tərəfindən ayrıca ödəniş edilir; habelə turist tərəfindən fərdi surətdə istirahət yerində alınır.

Nəqliyyat daşımaları 3 qrupa bölünür:

- Hava;
- Quru;
- Dəniz və çay.

### **Avianəqliyyat**

Turizm inkişaf etdikcə turizm şirkətləri aviaşirkətlərin vacib partnyorlarına çevrilir. Belə ki, getmə turizmdə aviadaşımalar xüsusi yer tutur. Aviareyslərin çoxalması beynəlxalq turizmin inkişafı ilə birbaşa bağlıdır. Dənizlər, dağlar

üzərindən uzaq regionlara turistlərin çatdırılması yalnız hava nəqliyyatı imkanı daxilindədir. Məhz aviasiya imkan verir ki, qısa müddət ərzində uzaq ölkələrə səfər etmək mümkün olsun. 1 həftəlik məzuniyyət götürmüş insan yola cəmi 1 gün sərf etməklə Taylandda və ya Havay adalarında 5-6 gün istirahət edə bilər.

Beləliklə, getmə (Outgoing) turizmlə fəaliyyət göstərən turoperatorların işi aviaşirkətlərlə sıx əlaqələrin və uzunmüddətli işbirliyinin olmasını tələb edir. İri ölkələrdə (ABŞ, Rusiya, Çin, Braziliya) daxili sərnişin daşımalarında aviadaşıma böyük rol oynayır. Ölkəmizdə milli aviaşirkət AZAL fəaliyyət göstərir. Bundan başqa xarici ölkələrin aviaşirkətləri də ölkəmizə sərnişindaşıma ilə məşğuldur.

Hava nəqliyyatından istifadə edən hər bir turist öz hüquq və vəzifələrini yaxşı bilməlidir. Sərnişinin hüquq və vəzifələri aşağıdakılardır:

Sərnişin uçuşdan qabaq keçirilən qeydiyyat yerinə 1-2 saat əvvəl gəlməlidir. Turist başqa sərnişinlərin təhlükəsizliyini təmin etməyən baqaj apara bilməz. Sərnişin uçuşdan qabaq marşrutunu, tarixi, vaxtı dəyişdirmək ixtiyarına malikdir. Sərnişin özü ilə ödənişsiz olaraq normaya uyğun olaraq baqaj götürə bilər (20 kq, 40 kq, 60 kq). Uçuş zamanı sərnişin təhlükəsizlik xidmətlərinin tələblərini yerinə yetirməyə borcludur.

Nəqliyyat müəssisəsinin hüquq və vəzifələri:

Uçuşun təhlükəsizliyini təmin etmək məqsədilə aviadaşıyıcı sərnişini və onun baqajını daşımaqdan imtina edə bilər. Daşıyıcı uçuşun təhlükəsizliyi naminə sərnişinin yerini dəyişmək hüququna malikdir. Əgər sərnişinin sənədləri şübhə doğurmursa, sənəddə qaralama varsa, aviabilet qanunsuz əldə edilibsə və s. aviadaşıyıcı sərnişini və onun baqajını daşımaqdan imtina edə bilər.

Sərnişinin və aviadaşıyıcının hüquq və öhdəliklərinin yaranmasını, habelə bunlar arasında müqavilə münasibətlərinin mövcudluğunu təsdiq edən sənəd – aviabiletdir.

Müntəzəm reyslər aşağıdakı xüsusiyyətlərə malikdir:

> təyin edilmiş tarix və vaxt;



>uçuşun dəqiq təyin edilmiş marşrutu (uçuşa qalxma yeri, enmə yeri, tranzit məntəqələr);

>təyyarənin dolmasından asılı olmayaraq uçuş təminatlıdır;

>aviadaşyıcı tərəfindən təyin edilmiş tariflər, güzəştlər, endirimlər.

Müstəqil olaraq aviabiletlərin satışı həyata keçirmək üçün turoperator Beynəlxalq aviadaşımalar təşkilatında (IATA) akkreditasiya keçməlidir. Bunun üçün turoperator aşağıdakı tələblərə cavab verməlidir:

Turizm bazarında iş təcrübəsinə və lisenziyaya malik olmaq; ofis sanitariya-epidemiologiya normalarına və yangın təhlükəsizliyinə cavab verməlidir; aviakassirin xüsusi avadanlıqla təchiz olunmuş yeri olmalı (müşlərərin sənədlərə müdaxiləsini məhdudlaşdıran arakəsmə, yangınadavamlı seyf, ofis texnikası, təhlükənin olması barədə çağırış siqnalı); personal attestasiyadan keçməlidir (bronlaşdırma sistemindən istifadə və biletlərin doldurulması üzrə kurs), habelə itkiyə və korlanmaya görə cavabdeh şəxsin müəyyən edilməsi; müəyyən olunmuş maliyyə təminatı olmalı; aviaşirkətin bronlaşdırma xidmətinə daxil olmaq üçün aylıq ödənişi.

Turoperator bütün bu tələblərə cavab verdikdən sonra aviaşirkətdən bilet blanklarını əldə etmək üçün müvafiq müqavilə bağlayır:

Aviabiletlərin satışı zamanı aviaagent müştəriyə veriləcək suallar tərtib edir:

> uçuşun tarixi, marşmt, reysin nömrəsi, bilet birtərəfli və ya hər tərəfədir;

>komfort səviyyəsi, salonun dərəcəsi;

>uçuşun tipi: (fərdi, qrup və ya ailəliklə);

>yaşı və sosial qrupu;

>korporativ klubun üzvüdür, aviaşirkət işçisidir;

>baqajın çəkisi və ölçüləri, heyvanların olması;

>aviabiletin ödəniş qaydası;

Müqavilə bağlandıqdan sonra aviaşirkət tərəfindən müəyyən edilmiş miqdarda nömrələnmiş boş bilet blankları turoperatora təqdim olunur. Bu boş bilet blankları ciddi uçota almır və seyfdə saxlanılır. Bununla da operator müstəqil olaraq aviaşirkətin bronlaşdırma sistemində daxil olub müştərilərə (turistlərə) bilet yazı bilər. Satılmış biletlərdən müqavilə şərtlərinə müvafiq olaraq operatora komisyon % qalır. Hər itirilmiş və ya korlanmış bilet blankına görə isə operator aviaşirkətə cərimə ödəyir. Yeri gəlmişkən, son zamanlar aviaşirkətlərin əksəriyyəti elektron biletlərin tətbiqinə başlamışdır ki, bu zaman turoperatora sadəcə yazı biləcəyi aviabiletlərin nömrələri təqdim edilir. Turoperator müştərinin (turistin) məlumatlarını sistemə daxil edir və turistə adi kağızda uçuş haqqında bilgiler təqdim edir.

Sərnişinlərin çarter aviareyslərlə daşınması. Müntəzəm reyslərdən fərqli olaraq çarter reysləri bir sıra xüsusiyyətlərə malikdir:

-Çarter reysi kimin isə sifariş ilə yerinə yetirilir və bu zaman sifarişçi daşınmanın tam dəyərini ödəyərək bilet satışı üzrə bütün riski öz üzərinə götürür.

-Sifarişçinin tələbi ilə çarter reysi istənilən tarixə və ya vaxta təyin edilə bilər.

-Çarter reysinin endiyi yerin aeroport xidmətləri ilə razılışma olmalıdır; adətən çarter reyslərində biletlər hər iki tərəfə satılır (son zamanlar birtərəfli bilet satışı da olur);

-Çarter reysinə bilet satışı sifarişçi və ya onun müvəkkil etdiyi agent yerinə yetirir; qiymətlərin təyin edilməsi, güzəşt və endirimlər sifarişçi tərəfindən təyin edilir; bəzi ölkələrdə çarter reyslərinə xarici vətəndaşlara biletin satışı qadağan edilir.

Çarter reyslərinin sifarişçisi kim ola bilər? İri turoperator; Turoperatorların müvəqqəti birlikləri; Aviabrokerlər.

Çarter reyslərinin növləri:

-Çarter reysləri birdəfəlik olur. Yəni təyyarə bir dəfəyə icarəyə götürülür. Bu zaman təyyarə turistləri istirahət zonasına çatdırır və burada dayanacaq yerində

saxlanılır. İstirahət müddəti qurtardıqdan sonra isə həmin təyyarə turistləri geri gətirir. Təyyarə gedib qaldığı yerdə qalma xərcləri sifarişçinin hesabına baş verir.

-Şatıl-çarter. Mütəmadi olaraq həftədə, 10 gündə bir dəfə yerinə yetirilir.

-Split-çarter. Sərnişinlər yolun bir hissəsini çarterlə, bir hissəsini isə müntəzəm reyslərlə edir.

-İki çarter reysinə bir-birini tamamlaması.

Çarter daşınması müqaviləsi şərtləri:

Daşınmanı həyata keçirən tərəfin vəzifələri:

> müvafiq model təyyarəni təqdim etmək, texniki vəziyyəti müvafiq səviyyədə olmaqla, yerlərin sayı da uyğun sayda olmalıdır;

>nəqliyyat vasitəsinin sığortalanması;

>çarter reysi ilə əlaqəli olan rəsmləşdirmə işlərinin yerinə yetirilməsi (immiqrasiya, gömrük, sərhəd, karantin, yerli hökumətdən uçuş icazəsi və s.);

>uyğun ekipajın olması;

Sifarişçinin vəzifələri:

>sərnişinlərin qeydiyyat yerinə vaxtında gəlməsi;

>sərnişinlərə daşınma qaydalanmın çatdırılması;

> müqavilədə göstərilmiş müddətlərdə çarter reysinə dəyərinin ödənilməsi.

Müqavilədə tərəflərin vəzifələri aydın yazılmalıdır. Lakin fors-majör hadisələr daşıyanla sifarişçidən asılı olmayan hadisədir.

## **Dəmiryol Nəqliyyatı**

Dəmir yolu nəqliyyatının digər nəqliyyat növlərindən bir sıra üstünlükləri vardır. Bu üstünlükləri aşağıdakı kimi xarakterizə etmək olar:

- 300-800 km məsafələrə daha sərfəlidir: avtomobillərə nisbətən komfortluluğuna görə, təyyarəyə nisbətən sürətinə görə (müasir qatarlar 300 km/saatda və daha böyük sürətə malikdirlər);

-əksər Avropa ölkələrinin iri şəhərlərinin dəmir yolu vağzaldan şəhər mərkəzində yerləşdiyinə görə;

-inkişaf etmiş ölkələrdə dəmir yolu strukturu demək olar ki, bütün regionlara geniş yayılıb;

-qatarlar avtomobil nəqliyyatına nisbətən daha təhlükəsiz nəqliyyatdır;

-aviadaşımalara nisbətən dəmir yolu nəqliyyatı daha ucuzdur.

Turoperatorlar tərəfindən qatarlarda turistlərin daşınması praktikası Rusiya Federasiyasında müəyyən yer almışdır. Turoperator tərəfindən qatarda vaqonlar fəxat edilir və ya qatara əlavə vaqon birləşdirilir. Azərbaycanda qatarlara hər iki tərəfə biletlərin satışının tətbiq edilməsi turizmin inkişafına daha bir addımdır.

### **Avtonəqliyyat**

Ölkə daxilində və qonşu ölkələrə səfərlər bir sıra hallarda avtonəqliyyatla edilir.

Avtonəqliyyatın üstünlükləri:

>Mobil olması, yəni dəmir yolu olmayan yerlərdə də avtonəqliyyatdan istifadə edilir;

>Hərəkət zamanı istənilən yerdə dayanmaq olar;

>İrihəcmli baqaj aparmaq olur.

Sürücünün öhdəlikləri: baqajın nəqliyyata yığılması və düşür-dülməsinə kömək etmək; nəqliyyatı sürən zaman siqaret çəkməmək və mobil telefonla danışmamaq; nəqliyyat təmiz olmalı, oturacaqlar rahat olmalı, salonda bələdçi üçün mikrofon olmalı (turistlərlə ünsiyyətdə olmaq və məlumat yaymaq üçün),

kondisioner olmalı; yola düşməzdən azı 15 dəqiqə əvvəl nəqliyyat hazır olmalı, yanacaq doldurulmalı, nəqliyyatın içərisi və çölü təmizlənməlidir.

Nəqliyyat sahibi ilə müqavilə bağlanarkən marşrutun müddəti, məsafə, keçmə xətti, hansı məntəqədə nə qədər (neçə saat və ya gün) dayanacaq və s. əks olunur. Sürücünün gecələməsi və qidalanması müqavilə məbləğinə daxil edilir.

Avtonəqliyyatın icarə dəyəri marşrutun məsafəsindən və ya gün hesabı hesablana bilər, avtomobilin səmişingötürmə imkanı, komfortluluq səviyyəsi əhəmiyyətli sayılır (oturacaqların sayı, kondisioner, soyuducu, tualet, monitor, mikrofon və s.).

Azərbaycan turoperatorları daxili turizm marşrutlarında müxtəlif istiqamətlərdə avtonəqliyyatın icarəsindən istifadə edirlər. Əsasən Bakı-Lahıc, Bakı-Şəki, Bakı-Lənkəran, Bakı-Qəbələ-Şəki, Bakı-Quba marşrutları populyardır. Xarici turistlərin Azərbaycana səfəri zamanı bu marşrutlardan istifadə olunur. Daha uzunmüddətli, 10-12 günlük turlar zamanı Bakı-Lahıc-Şəki-Gəncə-Lənkəran xətti istifadə olunur. Bu zaman turistlər bəzi məntəqələrdə 2-3 gün gecələyir, vətənimizin təbiəti, sakinləri, tarixi, mədəni abidələri, mətbəxi ilə tanış olurlar.

Turoperatorlar avtonəqliyyatla ölkə vətəndaşlarını Türkiyə və İran səfərlərinə də dəvət edirlər. Yay vaxtı Bakı-Antalya, Bakı-İs-tanbul, Bakı-Tehran marşrutları populyardır; Bakı-Məşhəd, Bakı-Xorasan və Bakı-Kərbəla marşrutlarından dini turizm növündə daha çox işlənir.

## **Su Nəqliyyatı**

Gəmilərdən turizm məqsədilə istifadə edilməsi ildən-ilə daha da genişlənir. Turizm bazarının bu sektoru son vaxtlar ildə azı 8% artır. Mövcud dəniz kruiz şirkətləri (Carnival Group, Royal Caribben Line, Princess və s.) 150-dən çox komfortlu gəmilərdə ildə 6 mln-dan çox turistə xidmət göstərilir. Kruiz biznesinin əsas yerləri Aralıq və Baltik dənizləri, Karib hövzəsi sayılır.

Kruiz — su hövzəsində gəmidə səyahət etməklə müxtəlif dəniz limanlarına daxil olaraq ekskursiyalar təşkil etməkdir. Kruiz zamanı turistlərin yerləşdiyi, qidalandığı və hərəkət etdiyi yer gəmi olur. Bu səbəbdən müasir kruiz gəmisi

turistlərə hərtərəfli xidmət təklif edən və müvafiq infrastruktura malik olan komfortlu nəqliyyat növü olmalıdır. Bu infrastruktura aiddir:

1.Nömrə (kayuta) fondu. Kayutalar adətən gəminin orta göyərtələrində yerləşir və səmişinlərin gecələmə və istirahətini təmin etmək üçündür. Gəmilərin dərəcə və tutumluğundan asılı olaraq kayutalar genişliyinə, illüminatorun olub-olmamasına, yer tutumuna (1,2,3 və s. yerli), komfortluluğuna görə fəqlənir.

2.İctimai iaşə müəssisələri. Kmiz turistlərin tam pansionu-nu təmin edir. Adətən, 3-yönəlik qidalanma olur. Lakin komfortluq dərəcəsinə görə “hər şey daxildir” və ya “ultra-hər şey daxildir”, habelə gecə bufeti və ya digər əlavələr edilir. Müasir gəmilərdə mətbəx və restoran vardır. Restoran zallarında oturacaq yerlərinin sayı gəmidəki ümumi yerlərin sayından 1,5-1,7 dəfə az olur. Səmişinlərə effektiv xidmət etmək məqsədilə bir neçə restoran yerləri olur. Bir- neçə restoranın olması müxtəlif mətbəx və xidmətlərin təklif olunmasına imkan verir.

3.Ümumi istifadə və istirahət yerləri. Turistlərin maraqlı istirahəti üçün bütün kmiz gəmilərində musiqi salonları və kinozallar, bar və bufetlər mövcuddur. Daha komfortlu gəmilərdə hovuz, bouling, sauna, tennis kortu, trenajor zalı və s. olur.

Gəmilər okean (həcmcə daha böyük olurlar), dəniz və çay (az tutumlu, və az mərtəbəli) növlərinə ayrılır. Komfortluluğuna görə gəmilərə də “ulduzlar” verilir.

Kruizlərin təşkilatçısı kim ola bilərlər? - gəmi şirkətləri, gəmi sahibləri, digər marağı olan şirkətlər (məsələn, turizm şirkətləri)

Turoperator gəmini fraxt etdikdə gəmi sahibi ilə müvafiq müqavilə bağlayır. Müqavilədə tərəflərin öhdəlikləri əks olunur.

Daşıyıcının öhdəsinə turistlərin normal, ödədikləri vəsaitə uyğun olan yerləşdirmə, qidalanma, əyləndirmə xidməti göstərmək və gəminin texniki cəhətdən hazır olması ilə bərabər kruiz xəttini maneəsiz qət etməsi üçün nəzərdə tutulan limanlarda yer almaq, kanaldan keçmək üçün tələb olunan rüsumlar vaxtında ödənilməsi düşür. Gəminin komandası yüksək peşəkarlıqla turistlərə xidmət göstərməyə hazır olmalıdır. Eyni zamanda daşıyıcı gəmi səmişinlərin sağlamlığının və əmlakının qorunması, gəminin texniki təhlükəsizliyini qorumaq

məqsədilə əsaslı səbəblərdən dənizə çıxmaqdan imtina edə bilər, marşrutu dəyişə bilər və ya kruizin yerinə yetirilməsini dayandıra bilər.

Gəmini fraxta götürmüş turoperatorun öhdəliyinə hazırlanmış marşrutun yerinə yetirilməsinə ciddi əməl etmək, turistlərin sənədlərinin qaydada olmasını təmin etmək, kruiz zamanı maraqlı, rəngarəng istirahət, mədəni tədbirlərin keçirilməsini təşkil etmək düşür. Turoperator baş vermiş hər hansı planlaşdırılmamış dayanacaqlara görə cərimələrin ödənilməsini təmin etməlidir.

# Yerləşdirmə Obyektləri ilə İş Birliyi

Yerləşdirmə obyektləri ilə işin düzgün qurulması həmin ərazidə turizm şirkətinin uzunmüddətli işləməsi üçün əsas yaradır. Yerləşdirmə obyektinə ilə bağlanan müqavilədə göstəriləcək xidmətlər, rezervasiya və bron, mövsümlilik, güzəştlər, yerləşdirmə obyektlərinin dərəcələri, hesablaşma qaydalan, öhdəliklə rə görə tərəflərin məsuliyyətləri və s. şərtlər əks etdirir.

Turoperatorun fəaliyyətinin uğurlu olmasının 99%-i yerləşdirmə obyektləri ilə bağlıdır. Yerləşdirmə obyektləri ilə işin düzgün təşkili turoperatorun həmin ərazidə uzunmüddətli və gəlirli fəaliyyətinə zəmin yaradır. Yerləşdirmə obyektləri adətən turistləri qida ilə də təmin edə bilirlər. Bu səbəbdən turoperatorun yerləşdirmə obyektləri ilə müvafiq şərtlərlə əməkdaşlıq müqaviləsi bağlamaq zərurəti yaranır,

Turoperator istər ölkə daxilində və istərsə də xaricdə partnyor hotellərlə turistlərin yerləşdirilməsi üçün müvafiq müqavilə bağlayır. Müqavilə şərtlərinə əsasən işbirliyi müxtəlif yönümdə ola bilər.

Mehmanxana sənayesi turizm infrastrukturunun tərkib hissəsidir. Mehmanxana sənayesi insanlara 2 əsas xidmət göstərir: yerləşdirmə və qidalanma.

Hotelin icarəyə verilməsi zamanı hotel müdiriyyəti hoteli idarə edir (otaqların yığışdırılması, yataqların təzələnməsi, room-servis, bütün hotel strukturunun fəaliyyəti), lakin müştərilərlə haqq-hesaba və otaqların bronlaşdırılma işinə qarışmır. Müqavilədə göstərilməyən əlavə xidmətlərə isə nəzarət edir - üzgüçülük hovuzundan, trenajordan istifadə və s.

İcarəyə verilmiş hotelin bronlaşdırma xidməti turoperatorundan turistlərin gəlmə tarixləri, onların sayı və şəxsiyyətləri, onların yerləşdirmə şərtləri barədə məlumat alır. Digər xidmətlər (yerləşdirmə, servis, qidalanma, təhlükəsizlik ...) öz işlərini adi rejimdə yerinə yetirir. Yalnız turoperator turistlər üçün banket (bayram, əyləncə proqramı) keçirmək istədikdə (öz hesabına və ya kiçik ödə- nişli) bu halda hotel rəhbərliyi ilə razılaşmalıdır.



İcarə haqqının ölçüsü bir sıra amillərdən asılıdır:

- hotelin dərəcəsi, yerləşdiyi yer, populyarlığı;

- hotel otaqlarının kateqoriyası;

- otaqların sayı;

- icarə müddəti. İcarə müddəti uzun olduqca, o daha çox mövsümi və mövsümdən kənar günləri əhatə edir. Bununla da icarə haqqı daha aşağı olur.

- ödəmə şərtləri. Ödəmə mövsümün əvvəlində edildikdə, hotel sahibi turoperatora daha çox güzəşt edə bilər.

- razılaşdırılmış əlavə xidmətlərin sayı və keyfiyyəti.

-müşətilərin hotelə gəlməsinin dinamikası. Müştərilər daha uzun müddət qaldıqda, hotel daha az sayda əsaslı təmizləmə işləri yerinə yetirir və deməli, əlavə xərclərdən azad olur.

- Turoperatorun mehmanxana xidmətində iştirakı. Bir çox turoperatorlar hoteli icarəyə götürdükdə turistlər üçün animasiya proqramları hazırlayırlar. Bu zaman mətbəxdə, birbaşa turistlərə xidmət üçün əlavə işçilər cəlb olunur.

# Yeyinti Müəssisələri ilə İş Birliyi

Adətən hotel yerləşdirmə xidməti ilə bərabər qidalanma xidmətini də təqdim edir. Turoperator ilə hotel arasında bağlanmış müqavilələrdə və ya müqaviləyə əlavədə qidalanma xidməti barədə ayrıca şərtlər verilir. Bunlara aid edilir:

EP (European plan) - qidasız, yerləşdirmə qiymətinə qidalanma daxil deyil;

BB (bed&breakfast) - yerləşdirmə və səhər yeməyi;

HB (half board) - yerləşdirmə və 2 dəfə yemək (səhər və axşam/ və ya günorta);

FB (full board) - yerləşdirmə və 3 dəfə yemək;

Aİ (all inclusive) - adətən İsveç stolu adı ilə məhdudiyətsiz qida ilə yerli içki növləri verilir;

UAI (ultra all inclusive) - hotel restoranlarında heç bir məhdudiyət qoyulmadan qida və spirtli içkilər verilir.

Son iki sistem üzrə qidalanma adətən klub hotellərində və bahalı kurortlarda qəbul olunub. İş rejimləri belədir: saat 7-dən 24-dək və ya cədvəl üzrə 7-dən 12-dək, 16-dan 17-dək, 19-dan-24-dək.

Adətən müalicə və sağlamlıq, istirahət mərkəzlərində turistlərin 3 dəfə qidalanması nəzərdə tutulur. Əgər turpaketə turistlərin regionda gəzintisi, hoteldən uzaq yerlərə ekskursiyalar daxil edilibsə, bu halda günorta və axşam yeməkləri turistlərin həmin zaman olduqları yerdə qida ilə təmin olunması məqsədə uyğundur. Bunun üçün isə tur marşrutların xəttində yerləşən qidalanma obyektləri ilə də müvafiq müqavilələr bağlanır. Ölkə daxilində turistlərin uzaq məsafəyə avtonəqliyyatla çatdırılması zamanı yolüstü yeməxana və çayxanaların xidmətindən istifadə edilir. Turistlərin nə vaxt gəl- məyi, turistlərin sayı, menyu barədə qida obyektlərini əvvəlcədən xəbərdarlıq etmək lazımdır. Məsələn, Şəkiyə, Gəncəyə, Qazaxa gedən zaman yolüstü qəlyanaltı etmək məsləhətdir.

Turoperator əvvəlcədən turpaketə saldığı bu qida obyektləri ilə müqavilə bağlaya və ya şifahi razılaşmaya gələ bilər. Həmin qidalanma obyektinə 40-50 km qalmış qrup rəhbəri tərəfindən buraya zəng edilir və turistlərin sayını deyərək qəlyanaltını sifariş etmək olur. Əvvəlcədən edilmiş sifariş burada artıq vaxtın itirilməsinin qarşısını alır. Daimi müştərisi olan turoperatorlar bu cür qidalanma obyektlərində müəyyən güzəştlər də əldə edə bilər.

Sifarişlə formalaşdırılmış tur zamanı müştərinin istəyi ilə qida haqqı (xüsusilə, nahar və şam yeməkləri) qida obyektində müştəri tərəfindən təyin oluna bilər. Qidalanma yerini isə müşayiətçi (bələdçi-tərcüməçi) turist qrupuna təklif edə bilər. Bu zaman tur- qrup üzvləri onlara təklif olunmuş menyudan seçim apararaq sifariş edirlər.

# Nəticə

Beləliklə, göründüyü kimi Səyahət Agentlikləri və Turoperatorluğun iş prinsipi xidmətlərin daha da yaxşılaşdırılmasına yönəlmişdir. Düzgün yerinə yetirilən bu iş prinsipi turizm şirkətlərinin daha çox mənfəət əldə etməsinə imkan yaradır. Eyni zamanda, bu turistlərə daha yüksək səviyyəli xidmət göstərilməsini təmin edir. Turistlərin getdiyi xarici ölkədə qarşılanması, yerləşmə müəssisəsinə təhlükəsiz çatdırılması bunlara aiddir. Turizm şirkətləri arasında bağlanmış müqavilələr, turizm şirkətləri arasında uzun müddətli, qarşılıqlı və davamlı iqtisadi münasibətlərin yaranmasına səbəb olur. Bu münasibətlərin qurulması ilə şirkətlər bir çox güzəştlər əldə edir.

Turizm şirkətləri digər şirkətlərlə də iş birliyi qurur. Bura nəqliyyat, yerləşdirmə, yeyinti müəssisələri aiddir. Turizm şirkətləri bu müəssisələr ilə də iş birliyindən mənfəət əldə edir. Bu iş birlikləri turist şirkətlərinin endirim qazanmalarına vəsilə olur.

Xarici ölkəyə turist göndərən turoperator həmin ölkədə (ölkə-lərdə) ya yerli tur şirkətlərlə iş birliyi qurur (representativ), ya da öz nümayəndəsini həmin ölkədə təyin edir (nümayəndəliyini, filialını açır). Bu cür fəaliyyət prezentativ iş prinsipi adlanır.

Ölkə vətəndaşlarını xaricə göndərən turoperator həmin ölkələrin turizm şirkətləri və ya birbaşa xidmət təminatçılan ilə əməkdaşlıq əlaqələri yaradaraq fəaliyyət göstərirlər. Xarici partnyorlarla əməkdaşlıq etmək representativ iş prinsipi adlanır. Lakin xarici ölkənin istirahət komplekslərində istirahət etmək arzu edənlərin sayı çoxaldıqca bizim turoperator daimi və bütün xidmətlərə cavabdehlik daşıyan yerli turşirkətlərlə əməkdaşlıq prinsipinə üstünlük verirlər. Belə olan halda olaraq turistlərimizi aeroportdan qarşılayaraq və aeroportdan vətənə yola salanadək konkret turşirkərlə əməkdaşlıq daha sərfəlidir.

## Ədəbiyyat Siyahısı

1. Səyahət Agentlikləri və Turoperatorluq, Bahadur Bilalov və Qəhrəman Yusupov, Bakı-2012
2. Turizm, S.Yeganlı, Bakı-2006
3. Turizmin Əsasları, Soltanova H.B və Hüseynova Ş.H., Bakı-2007